

A Study on the Experience Characteristics of New Media in the Exhibition Space

Danqiong Liu

First Author. Interior Architecture Design Dept, Hanyang University

Ting Liu

Second Author. Interior Architecture Design Dept, Hanyang University

Yeonsook Hwang

Corresponding Author. Professor, Interior Architecture Design Dept, Hanyang University

(Background and Purpose) Recently, with the emergence of new media in which various media are fused, the space utilizing fusion media emerging in the exhibition space. Along with the development of digital technology, the exhibition space creates a new environment through integration and exchange with various media. New media, in particular, encourage people's curiosity and interest, maximize their sense of space, and encourage them to experience various activities. Thus the purpose of this study is to analyze the experiential characteristics of new media in exhibition space, understand the development trend of new media using exhibition space, and provide basic data about future exhibition space. **(Method)** The study was carried out in five media museums newly opened in Seoul since 2010. First, the concept and type of new media and the experiential characteristics of exhibition space were summarized through a theoretical review; a precedent study was then conducted to provide an analytic framework for the experiential characteristics of exhibition space. Finally, the experiential characteristics of the exhibition space using new media were analyzed according to the expressiveness of sensory stimuli, interactivity, diversity, and complexity derived from the analytic elements. **(Results)** The characteristics of the museum exhibition space were classified according into four: sensory stimulation, interaction, diversity, and complexity. The most frequently used expressive traits were sensory stimulation with interactions. In most cases, 3D stereoscopic animations stimulate people's sight, hearing, and tactile sense of light, color, graphics, sound, 3D projection, video images, LED displays, 2D graphics, and text. Diversity is the lowest among the experiential characteristics of exhibition space using new media. In all cases, a variety of new media technologies were used, such as color, lighting, graphics, animation, and sound. However, most exhibitions do not provide visitors with a variety of experience circles and exhibitions on a variety of topics, so they cannot help. **(Conclusions)** The use of new media in most museum exhibits has not yet reached completion, and there is a much simpler one-sided approach than interactive methods. Therefore, in the future, we will find a way to strengthen the interaction between space and spectators in museums development. The modern exhibition space will be able to host more diverse experiences in the exhibition space by diversifying the forms of space available through a combination of art and technology. It is anticipated that this will be combined with the development of new media technology, leading to a new exhibition space.

Keywords New media, Experience type, Art museum, Exhibition space, Experiential characteristics

Received July. 25. 2019 **Reviewed** August. 10. 2019 **Accepted** August. 31. 2019

ISSN 1976-4405 www.kisd.or.kr

10.35216/kisd.2019.14.4.215

미술관 전시공간 내 뉴 미디어의 체험적 특성에 관한 연구

유단경

제1저자. 한양대학교, 실내건축디자인학과

유정

제2저자. 한양대학교, 실내건축디자인학과

황연숙

교신저자. 교수, 한양대학교 실내건축디자인학과

(연구배경 및 목적) 최근 여러 미디어들이 서로 통합되는 ‘미디어 컨버전스’의 시대로 빠르게 등장하고 있다. 다양한 미디어들이 서로 통합되어 나타나는 이른바 뉴 미디어가 등장하면서 전시공간에서도 융합형태의 미디어들을 활용한 공간이 등장하고 있다. 이러한 전시공간은 디지털기술의 발전과 더불어 여러 가지 미디어들이 융합된 뉴 미디어를 통해 관람자의 적극적인 참여를 불러일으키고, 상호교류환경을 마련하고 있다. 특히, 뉴 미디어는 사람들의 호기심과 흥미를 끌어들여 공간의 현장감을 극대화하고, 다양한 체험을 유도하면서 사람들에게 적극적으로 공간과 교류하게 한다. 이에 본 연구는 전시공간에 있어 뉴 미디어 활용에 따른 체험적 특성을 분석하고, 뉴 미디어 활용 전시공간의 발전 추세를 파악하여 향후 새롭게 출현할 전시공간에 관한 기초 자료를 제공하는데 연구의 목적을 두었다. **(연구방법 및 범위)** 본 연구의 범위는 서울에 위치한 2010년 이후에 개관된 뉴 미디어 미술관 5곳을 대상으로 현장조사 하였다. 먼저 이론적 고찰을 통해 뉴 미디어의 개념 및 유형, 전시공간의 체험적 특성에 대해 정리하고, 그 후 전시 공간의 체험 특성에 대한 분석의 틀을 마련하기 위한 선행연구를 진행하였다. 최종적으로 사례조사 대상에 대해 분석 요소로 도출된 감각자극성, 상호작용성, 다양성, 복합성의 표현특성에 따라 뉴 미디어를 활용한 전시공간의 체험적 특성을 분석하였으며, 최종적으로 결론을 도출하였다. **(결과)** 전시공간을 적용한 뉴 미디어기술의 체험은 감각자극성, 상호작용성, 다양성, 복합성으로 나눌 수 있었는데, 그 중 가장 많이 적용된 표현 특성은 감각자극성과 상호작용성 이었다. 대부분의 사례에서 조명, 색채, 그래픽, 사운드, 3D 투영, 비디오 영상, LED 디스플레이, 2차원 그래픽과 문자 등을 3차원 4차원의 입체적인 애니메이션으로 만들어 사람들의 시각과 청각, 촉각을 자극하고 있었다. 뉴 미디어를 활용한 전시공간 체험적 특성 중에서 다양성이 가장 낮게 나타났다. 모든 사례에서 색채, 조명, 그래픽, 애니메이션, 소리 등 다양한 뉴 미디어 기술을 사용 하였으나, 대부분의 전시관에서는 관람자에게 풍부한 체험 동선과 다양한 주제의 전시가 제공되지 않기 때문에 관람자는 자신의 취향대로 체험 동선을 선택할 수 밖에 없었다. **(결론)** 대부분의 미술관 전시공간에서 뉴 미디어의 활용은 아직 완벽한 구현의 단계는 미치지 못하는 것으로 파악되며, 쌍방향 커뮤니케이션 보다는 단순한 일방향 커뮤니케이션으로 나타났다. 따라서 앞으로 미술관의 발전 방향에 있어 공간과 관람자 간의 쌍방향 인터랙션을 강화하는 방안이 더 확대 되어야 할 것으로 판단된다. 현대 전시공간은 작품과 기술의 결합을 통해 보다 공간의 형식을 다양하게 함으로써 전시 공간 속에서 더욱 다양한 체험을 이끌어 낼 수 있을 것이며, 이는 뉴 미디어 기술의 발전과 더불어 융합을 통한 새로운 미래 전시 공간을 주도할 수 있을 것으로 기대한다.

Keywords 뉴 미디어, 체험형, 미술관, 전시공간, 체험적 특성

Received July. 25. 2019 Reviewed August. 10. 2019 Accepted August. 31. 2019

ISSN 1976-4405 www.kisd.or.kr

10.35216/kisd.2019.14.4.216

1. 서론

1.1 연구의 배경과 목적

기술의 발전이 미디어아트의 발전을 이끌었다. 그에 따라 대중매체의 기술적 발전의 영향에 따라 뉴미디어 아트는 빠르게 변화하였다. 이전에는 실감 미디어와 오감을 포함한 감성 미디어를 주로 활용하였다. 실감 미디어란 사용자 만족을 위해 몰입감과 현장감을 극대화 할 수 있도록 인간의 오감 및 감성 정보를 전달하는 매체를 의미한다(Seo, Kim & Jeong, 2013, p. 97). 오감을 포함한 감성 미디어란 오감을 포함한 실감정보를 수용자에게 최적화된 융합인터페이스로 전달하고 표현하는 것이다. 실감미디어는 뉴미디어 혁명의 시대를 거치면서 개방형, 실감형, 참여형 및 개인화 등의 특성을 가지며, 이는 개인 참여가 가능한 오픈 플랫폼 상에서 다양한 감성, 오감 서비스로 표현될 것이다(Lee, Kim & Heo, 2013, pp. 20-21). 최근에는 여러 미디어들이 서로 통합되는 '미디어 컨버전스' (Media Convergence)의 시대로 접어들게 되었다. 시각적 측면뿐만 아니라 실제대상을 만지는 듯한 촉각적 체험을 가능하게 하는 실감 미디어 실감형 사용자인터페이스와 조우하면서 미래의 혁신기술로 평가되고 있으며 그 활용 방식에 있어서도 많은 변화를 겪고 있다(Shin, 2016). 이는 여러 미디어들이 융합형태를 띤 뉴 미디어가 등장한 배경에 따르며, 뉴미디어는 공간 속에서 관람자들에게 다양한 체험을 유도하고, 여러 가지 커뮤니케이션 및 정보 전달을 위한 매체로 활용되고 있다. 이러한 뉴 미디어는 사용자의 만족을 위해 최대한 다양한 기술을 서로 결합하여 현장감을 극대화 할 수 있도록 하는 인간 만족 체험의 매체이다. 이제는 시각적 체험뿐만 아니라 실제대상을 만지는 듯한 체험적 뉴 미디어 시대다. 특히 전시 공간에서 뉴 미디어 기술에 새로운 커뮤니케이션 방법과 다양한 미디어 콘텐츠의 개발이 급속하게 이루어고 있다. 오늘날의 전시공간은 뉴 미디어를 기반으로 미디어아트를 적극 활용한 체험형 전시에 주목하고 있다. 뉴 미디어를 활용한 체험형 전시의 발전은 우리가 전시공간을 바라보고 느끼는 방법의 변화를 의미하며, 공간 안에서 지각의 새로운 차원을 경험하게 되는 것을 말한다.

이에 본 연구는 전시공간에서 나타나는 뉴 미디어의 체험적 특성에 대해 분석하고자 하며, 이러한 연구를

통해 뉴 미디어 활용에 따른 전시공간 발전의 추세를 파악하여 향후 새롭게 출현 할 전시공간에 관한 기초 자료를 제공하는데 연구의 목적을 두었다.

1.2 연구의 범위 및 방법

본 연구는 서울에 위치한 2010년 이후에 개관된 뉴 미디어 미술관 5개의 사례를 대상으로 뉴 미디어를 활용한 전시공간의 체험적 특성을 파악하는 연구이며, 구체적인 연구의 방법 및 범위는 다음과 같다.

첫째, 문헌고찰을 통해 뉴 미디어의 개념과 유형 및 체험형 전시공간에 대해 이론적 배경을 정리한다.

둘째, 선행연구를 통해 뉴 미디어를 활용한 전시공간의 체험 특성을 분석하고, 그 빈도수에 따라 분석의 틀을 재구성하였다.

셋째, 조사 대상에 대해 현장 조사를 실시하여 분석의 틀에 따라 뉴 미디어에서 나타나는 전시공간의 체험적 특성을 분석하였다.

최종적으로 이를 통해 전시공간에 있어 인간의 체험을 유도하는 매개체로서의 뉴 미디어의 활용과 발전 방향에 대해 파악하고자 한다.

2. 이론적 고찰

2.1 뉴 미디어의 개념 및 유형

2.1.1 뉴 미디어의 개념

뉴 미디어에서 '뉴' 는 상대적이다. 뉴 미디어란 텔레비전, 라디오, 전화 등의 산업사회 미디어에 디지털 기반이 재 매개된 차원의 미디어(Lev, 2012)를 의미한다. 뉴 미디어에서는 텍스트, 그림, 비디오, 사운드 등 다양한 정보 형태를 디지털 신호라는 하나의 형태로 통합한다(Lee, 2017, pp.109). 테크놀로지 아트, 멀티미디어 아트, 인터랙티브 아트와 같이 사용 기술, 형식, 재료, 내용의 특성에 따라 불리고 있으나 상위개념으로 뉴미디어아트로 통칭한다(Lee, 2013, pp.72). 다다이즘이 전쟁의 산업화 및 기계문명과 인간소의 등에 대한 반발이라면 뉴 미디어아트는 신기술로 인해 변화된 문화 형태와 정보기술혁명 및 디지털화에 대한 반응이다(Park, 2010). 뉴 미디어란 컴퓨터 통신 기술 등을 통해 새로운 정보를 전달한 매체방식이다.

2.1.2 뉴 미디어의 유형

뉴 미디어 시대의 전시공간은 상호작용성 즉 인터랙티브의 개념이 접목되어 실존화 되어가는 가상의 공간

즉 가상현실이다. 최근에는 이에 더 나아가 증강현실과 더불어 복합현실까지 가상의 인지적 공간과 실존의 공간이 혼재된 공간이 실제로 존재하여 의학, 공학 등 여러 분야에서 활용되고 있다. 지속적인 뉴 미디어의 성장에 주목하면서 미디어의 진화를 통하여 좀 더 빠르고 정확히 정보를 전달할 수 있게 되었으며, 다수의 정보 공유를 통하여 사회 내부의 소통에 기여한다. 이와 반대로 오히려 장소와 시간을 다시 중요한 개념으로 갖는 뉴 미디어에도 주목해야 하는 부분이다 (Kwon, Kang & Kee, 2011). 뉴 미디어 유형에 관한 선행연구를 정리한 결과는 <표 1>과 같다.

<표 1> 뉴 미디어의 선행연구

저자	제목	뉴 미디어 유형
우영희 (2013)	공간디자인 연출 요소로의 뉴 미디어 아트에 관한 연구	디지털 인터랙티브영상
이고은 (2013)	뉴 미디어 시대의 매체 예술적 공간 상호작용 특성 연구	디지털 인터랙티브 3D영상
조경수 (2010)	뉴 미디어 아트의 개념을 도입한 현대 건축의 디자인 경향에 관한 연구 -미디어 발전과 정보 전달 방식의 변화를 중심으로-	디지털 인터랙티브 멀티영상
조현경 (2012)	현대 미디어 영상 전시를 위한 미술관 운영의 현황에 관한 연구	디지털영상
박영성 (2011)	뉴 미디어 시대에 있어서 애니메이션 뮤직비디오의 새로운 기능성	디지털 멀티영상
한운정 (2018)	매개 현실 기반 뉴 미디어 아트에 나타난 탈 물질화 공간	디지털 인터랙티브영상
백혜진 (2018)	뉴 미디어 유형이 위험 특성, 위험 인식, 예방행동 의도의 관계에 미치는 영향 :조건적 과정 모형의 검증	디지털, 소셜 영상

선행연구를 고찰하여 뉴 미디어의 유형들을 서로 조합·재분류한 결과 디지털 미디어의 유형은 디지털 미디어, 멀티미디어, 소셜 미디어, 영상(3D, 디지털 영상) 미디어, 인터랙티브 미디어로 총 5 가지로 나타났다. 이에 대한 개념을 재정리한 결과는 <표 2>와 같다.

<표 2> 뉴 미디어의 유형 및 개념

유형	개념
디지털 미디어	디지털 미디어는 텍스트, 영상, 음성, 데이터 등 다양한 디지털 콘텐츠의 정보를 통합으로 처리하고 송하며 표시하는 미디어라고 할 수 있다.
멀티미디어	멀티미디어는 컴퓨터를 매개로 하여 영상, 음성, 문자 따위와 같은 다양한 정보 매체를 복합적으로 만든 장치나 소프트웨어의 형태다.
소셜미디어	소셜 미디어는 자신의 생각, 경험, 정보 등을 생산 또는 확대시키기 위해 사용하는 개방된 플랫폼(블로그, 유튜브)과 관계를 형성하는 소셜 네트워크 서비스(페이스북, 트위터)가 의미한다 (Lee, Park & Park).

영상(3D, 디지털 영상) 미디어	영상 미디어는 이진수 형식으로 기록, 처리, 전파, 획득 과정의 정보 적재체이며, 이러한 적재체는 디지털화된 문자, 그래픽, 사운드, 비디오 영상과 애니메이션과 같은 감각 매체를 포함한다.
인터랙티브 미디어	인터랙티브 미디어는 문자, 그래픽, 애니메이션, 비디오, 오디오 따위의 콘텐츠에 입력되는 사용자의 동작에 반응하여, 가변성을 가지는 디지털 컴퓨터 기반의 시스템이다.

2.2 뉴 미디어가 적용된 체험형 전시공간

2.2.1 체험형 전시공간 개념

체험이란 의미를 사전적으로 정의해보면 개인의 주관 속에서 직접적으로 볼 수 있는 의식내용이나 의식과정으로 본래 독일어 ‘Erlebnis’의 역어로 만든 철학상의 술어로 경험이라는 말이 대상과 얼마간의 거리를 예상한 것임에 대하여, 체험은 대상과의 직접적이고 전체적인 접촉을 의미하는 것이다. 원래 체험형 전시란 전시물의 상태를 관람자가 직접 체험해 봄으로써 시각에 의해서 얻는 정보뿐만 아니라 모든 감각기관을 통해 전시물의 무거움, 질감, 온도, 미각 등을 직접적으로 감지함으로써 많은 정보를 얻을 수 있는 전시 방법을 말한다(Jung, 2018, pp.19-30). 이제는 전시공간의 인터랙티브 형식은 일방향 전달 커뮤니케이션에서 벗어나 전시공간과 관람자 사이의 다양한 인터랙티브를 위주로 하는 쌍방향 커뮤니케이션에 중점을 두고 있다. 사용자의 참여를 통해 단순한 정보 전달 모델에서 벗어나 공간과 미디어 교류, 관람자와 공간의 교류를 통해 인간의 직감과 감각적 사고를 확장시키고 공간의 가치를 증대시킬 수 있다.



<그림 1> 집을 뛰어오르는 천체

http://fashion.ifeng.com/a/20180625/40341493_0.shtml

2.2.2 뉴 미디어가 적용된 전시공간의 체험적 특성

뉴 미디어 패러다임에서 상호작용성에 관한 논의는 1948년 노버트 위너에 의해 제기되었다. 그의 이론은 기술의 발전으로 인간과 컴퓨터와의 상호작용에 의한

새로운 커뮤니케이션의 필요와 방법을 제시한다. 뉴 미디어 기술은 새로운 범주의 도구들을 사용 가능하게 하였고, 컴퓨터와 다양한 소프트웨어는 기존의 붓, 캔버스, 망치 등을 대체하게 되었다. 전시 도구와 방식의 변화는 새로운 예술형태와 개념을 생산하였다. 뉴 미디어를 활용한 전시공간의 관련선행연구를 분석하여 체험적 특성을 정리하였으며, 그 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4> 뉴 미디어를 활용한 전시공간 체험적 특성의 선행연구

연구자	논문	특성
김경태 (2016)	인터랙션 디자인 유형을 반영한 공간연출 특성 -서울시 디지털미디어 전시공간을 중심으로-	-상호작용성 -복합성 -조작가능성
이하나 (2014)	뉴미디어 아트의 조형적 특성을 활용한 디지털 전시 환경 분석	-상호작용성 -감각자극성 -가상성 -복합성 -다양성
하은경 (2012)	디지털 미디어에 의한 공간 체험의 구조에 관한 연구	-상호작용성 -감각자극성
두경일 (2012)	체험형 미디어 공간에서의 인터랙티브 전시영상 활성화 방안 연구	-감각자극성 -상호작용성 -다양성
김세영 (2012)	사용자 경험을 위한 인터랙션 공간디자인 표현에 관한 연구 -디지털 미디어를 중심으로-	-상호작용성 -상징성 -동시성 -복합성 -접근성
정재원 (2012)	디지털 시학 관점으로 본 뉴미디어 시대 매체공간의 특성 연구	-복합성 -다양성 -상호작용성 -감각자극성
박영성 (2011)	디지털 미디어를 활용한 전시관의 연출특성에 관한 연구	-상호작용성 -다양성 -복합성 -조작가능성

2.3 뉴 미디어를 활용한 전시공간 체험적 특성 도출

위의 선행연구 비교 분석을 통해 뉴 미디어를 활용한 전시공간 체험적 표현특성에 대해 도출한 결과는 <표 5>와 같다.

<표 5> 전시공간 체험적 특성의 도출

구분	1	2	3	4	5	6	7	개
다양성		■		■		■	■	4
복합성	■	■			■	■	■	5
가상성		■						1
동시성					■			1
상호작용성	■	■	■	■	■	■	■	7
상징성					■			1
조작가능성	■						■	2
다양성		■		■		■	■	4
접근성					■			1

이를 다시 빈도수에 따라 4가지로 정리하면 높은 순으로 감각자극성, 상호작용성, 다양성, 복합성으로 나타났다. 선행연구를 통해 전시공간의 4가지 체험적 특성에 대해 개념 정리하였으며, 그 결과는 <표 6>과 같다.

<표 6> 전시공간 체험적 특성의 선행연구

특성	개념
감각자극성	감각적 체험은 시각 청각 후각 촉각을 활용한 것으로 사용자의 오감 만족을 유도한다(Kang & Lee, 2019, pp.319-325). 시각이외에 후각, 촉각, 청각을 활용하여 감성을 자극하도록 구성한다.(Kwon, 2010, pp.489-498).
상호작용성	매체와 사용자간, 매체와 매체 간에 여러 가지 형태와 정보의 교류가 가능한 것으로 각 매체의 커뮤니케이션 방식간의 변환이 자유로우며 상호 호환성 가능하다(Kim, 2011, pp.14). 사용자의 행동과 디지털기술의 반응과 유도로 상호작용하며, 사용자 신체적 행동 및 라이프 스타일에 영향(曹, 2016, pp.13).
다양성	다양한 색상, 불빛, 그리고 다양한 합성물질과 유리, 플라스틱과 같은 투명한 재료를 사용한다(Woo, 2015, pp.317). 텍스트, 이미지, 사운드, 동영상, 애니메이션, 인터랙션 등 다양한 요소로 구성된다(Park, 2011, pp.8).
복합성	복합성은 문자, 사운드, 화상 등 여러 가지 종류의 디지털 정보가 한데 어우러져 하나의 텍스트를 이루는 것을 말한다(Park, 2011, pp.18). 멀티미디어에서는 모든 것이 미디어로 환원되며 그것들은 서로 융합되고 상호 교류 하면서 새로운 형태의 복합체를 만들어 내게 된다(Kim, 2017, pp.14).

감각자극성은 시각, 청각, 촉각, 미각, 후각의 감각기관을 자극하여 관람자들에게 미적 즐거움을 경험하게 한다. 상호작용성은 인간과 작품, 공간과 작품, 인간과 공간, 물질적 현실공간과 가상공간의 상호작용과 같은 쌍방향 커뮤니케이션을 유도한다. 다양성은 불빛, 소리, 동영상, 그래픽, 뉴 미디어 등 다양한 매체를 융합하면서 보다 복합적인 테마 전시, 다양한 동선 체험을 제공한다. 복합성은 두 개 이상의 뉴 미디어의 융합한다. 각 미디어는 서로 융합되고 상호 교류 하면서 새로운 형태의 복합체를 만든다. 미디어의 풍부성이 감각의 확장을 느끼게 하는 정도로써 문자, 사운드, 화상 등의 시청각적 정보를 넘어서 손으로 만지고 온몸으로 느끼는 인터페이스로써 제공된다.

따라서 본 연구자는 빈도수에 따라 비교적 많이 언급된 감각자극성, 상호작용성, 다양성, 복합성을 기준으로 사례분석을 위한 분석의 틀을 구성하였으며, 4가지 특성을 다시 각각 세부 표현 특성에 따라 재정리하여 분석의 틀을 마련하였다. 구체적인 결과는 <표 7>과 같다.

〈표 7〉 뉴 미디어를 활용한 전시공간 체험적 특성

특성	표현 특성	
감각 자극성	S1	색채, 조명, 그래픽, 애니메이션, 투영기술 등을 활용하고 관람자의 시각을 자극하는가.
	S2	애니메이션, 사운드 등을 활용하고 관람자의 청각을 자극하는가.
	S3	인터랙티브 시설 등을(신체와 인터페이스의 접촉을 통해 장면이 변화하도록)활용하고 관람자의 촉각을 자극하는가.
상호작용성	I1	뉴 미디어기술을 통해 인간과 작품의 다양한 상호작용을 제공하는가.
	I2	뉴 미디어기술을 통해 인간과 공간의 다양한 상호작용을 제공하는가.
	I3	뉴 미디어기술을 통해 공간과 작품의 다양한 상호작용을 제공하는가.
다양성	D1	색채, 조명, 그래픽, 사운드, 미디어 등 다양한 매체 사용하는가.
	D2	다양한 체험 동선과 풍부한 주제 전시를 제공하는가.
	D3	체험을 위한 전시매체들은 2차원 평면, 3차원 입체, 4차원의 동적공간의 연출에 요구되는 다양한 종류의 형태를 지니고 있는가.
복합성	C1	두 개 이상의 뉴 미디어와 공간이 융합 하는가
	C2	뉴 미디어가 공간과 교류하여 새로운 복합 공간 형태를 형성하는가.
	C3	문자, 사운드, 화상 등의 시청각적 정보를 넘어서 손으로 만지고 온몸으로 느낄 수 있는 뉴 미디어 시설을 제공하는가.

3. 뉴 미디어를 적용한 미술관 전시공간의 사례분석

3.1 조사대상 개요

전시공간과 뉴 미디어가 서로 한계를 넘어 융합 발전하고 있다. 선행연구에서는 뉴미디어의 개념, 유형, 전시공간의 유형, 요소 및 특성을 분석하였다.

이에 따라 본 연구는 서울에 위치한 2010년 이후에 개관된 뉴 미디어 미술관 5곳을 조사대상으로 선정하여 미술관 전시공간에서 나타나는 뉴미디어의 체험적 특성에 대해 분석한다. 조사 대상의 개요는 〈표 8〉과 같다.

〈표 8〉 조사대상 개요

구분	전시관	개관년도	규모	위치
1	L'atelier	2015	1층	서울 중구 장충단로 13길 20
2	K현대미술관	2016	4층	서울 강남구 선릉로 807
3	D-MUSEUM	2016	4층	서울 용산구 한남동 50-1, F동
4	본다빈치뮤지엄	2015	1층	서울 광진구 광나루로 441
5	Arario Museum in SPACE	2014	5층	서울 종로구 율곡로 83

3.2 사례분석

3.2.1 사례분석1

L'atelier는 19세기 회화작품 전시, 예술작품 전시, 화실, 기념품 판매, 우체국, 공연, 미디어 체험, 커피숍 등 기능이 있는 체험미술관이다. 이 미술관은 화가들의 작품을 미디어 기술의 응용을 통해 관람객을 장면에 참여시켜 관람객과 작품 사이에 시너지를 낸다. 미술관의 곳곳에 벤치, 교통표지들이 있어 사람들에게 편리한 관람을 제공한다. 서적을 열람하고 자유롭게 회화창작도 진행하며 학부모와 아이들의 관계도 이러한 공간을 통하여 더욱 친밀해질 것이다.

〈표 9〉 사례1

L'atelier										
미디어유형		디지털 미디어 + 멀티미디어 + 영상(3D, 디지털 영상)미디어								
공간특성										
감각 자극성	S1	●		상호작용성	I1	●				
	S2	●			I2	●				
	S3	●			I3	●				
다양성	D1	●		복합성	1	●				
	D2	○			2	●				
	D3	●			3	●				
체험적 특성										
감각 자극성	전시관의 벽에 작품을 투영하여 색채와 불빛의 변화 및 사운드, 흐르는 물소리, 바람소리 등의 소리는 융합하고 관람자의 발은 지면과의 접촉을 통해 지면에 투영된 화면을 변화시켜 관람자의 시각, 청각, 촉각을 자극하였다. (전체 공간은 모네의 작품인 "수련"을 바탕으로 360도 입체 전시관에 작품을 투영하여 색채와 불빛의 변화를 통해 관람자의 시각을 자극하였다.)									
	상호작용성	2차원 작품을 애니메이션으로 만들어 음악과 융합해 아날로그 체험공간을 만들었고, 관람자는 이동을 통해 지상의 화면을 변화시켜 당시 관람자는 공간속에서 마음대로 걸을 수 있으며 접촉, 시각 등을 통해 공간을 느낄 수 있었다. 원래의 빈 전시관에서 애니메이션을 투사하고, 음악을 설치하고, 조명을 추가하며, 공간은 불빛 투영의 변화에 따라 변화하여 작품을 공간과 연결시키는 것이었다.								
		다양성	조명, 색채, 그래픽, 사운드, 3D 투영, 비디오 영상과 애니메이션을 응용하였다. 관람자들이 공간에 들어가 고정된 위치에서 기다리며 전시가 시작되면 이동하면서 스스로 체험을 할 수 있지만 이 공간은 단일한 주제는 전시하였다. 관람자들이 공간에 들어가 고정된 위치에서 기다리며 전시가 시작되면 이동하면서 스스로 체험을 할 수 있지만 이 공간은 단일한 주제는 전시하고 모네의 작품"수련"만을 전시하였다.							
복합성			이 공간에 디지털 미디어, 멀티미디어, 영상(3D, 디지털 영상)미디어, 인터랙티브 미디어의 융합하였다. 뉴 미디어 기술을 통해 작품을 공간에 투영함으로써, 새로운 공간 형태를 형성하여 관람자가 직접 체험할 수 있는 뉴 미디어 시설을 추가하였다. (예: 관람자의 움직임에 통해 바닥의 그림을 변화시켰다.)							
	체험적 유형: ●강 ●보통 ○약 ×없음									

3.2.2 사례분석2

한국 K현대미술관에서는 카페, 예술품 전시, 기념품 판매, 디지털 미디어, 그리고 멀티미디어 체험 등 다양한 체험이 가능하다. 이 공간에는 많은 미디어 기술이 통합되어 있으며 예술품 전시구역과 미디어 체험구역을 가지고 있다. 이곳에서는 정기적으로 주제 전시와 교류회를 열어 공간의 관계도 긴밀하게 하고 사람의 관계도 가까워진다.

〈표 10〉 사례2

K현대미술관					
미디어유형		디지털 미디어 + 영상(3D, 디지털 영상)미디어			
공간특성					
감각 자극성	S1	●	상호 작용성	I1	●
	S2	●		I2	●
	S3	○		I3	●
다양성	D1	●	복합성	C1	○
	D2	●		C2	●
	D3	○		C3	○
세부특성					
감각 자극성	60개의 긴 막대 모양의 LED 램프로 구성된 추상적인 도형과 영어단어, 공중에 매달린 채 다양한 핑크와 핑크 불빛을 구사하여 음악을 통해 관람자의 시각, 청각을 자극하며 32개의 넓은 TV를 통해 추상적인 그래픽과 동영상을 재생하고, 과장된 색채와 조명을 적용하여 관람자의 시각을 자극하였다. 그리고 각각의 TV는 다른 음악을 방송하고, 관람자들을 끌어들이며, 관람자들의 청각을 자극하였다. 그렇지만 이 공간에는 투영장치가 설치되어 있어 관람자가 자신의 동작을 벽면에 투영할 수 있지만 터치 등 스킨십 등의 시설은 없으며 공간에는 터치(touch) 장치가 설치되어 있지 않고 보기만 가능하였다.				
	뉴 미디어 기술을 전체 공간에 사용하며, LED 램프는 배치 범위가 넓어서 관람자들이 램프 아래에서 고개를 들어 사진을 볼 수 있도록 끌어들이며 관람자는 자신의 그림자를 벽에 투영할 수 있을 뿐만 아니라 새로운 미디어 기술의 거울과 대화할 수 있으며 작품과의 인터랙션을 통해 이 공간을 경험할 수 있었다. 대량의 뉴 미디어 기술을 채용하여 원래의 공간의 내용이 풍부해지고 뉴 미디어와 공간의 변화가 더욱 밀접해지도록 하였다.				
다양성	조명, 색채, LED 램프, 사운드, 3D 투영을 응용하여 관람자는 마음대로 걸을 수 있으며, 세 개의 서로 다른 주제 각각에 독립된 공간을 설치하여 관람자는 다른 주제를 경험할 수 있었다. 이 공간은 평면(그래픽) 3차원 입체 두 개 형태를 지니지만 관람동선의 표시가 설치되어 있지 않았다. 단일 주제만 보여주며 32개의 넓은 TV가 공간에 분포되어 있으며 정해진 코스가 없어 관람자들이 마음대로 돌아다니면서 볼 수 있었다.				
	원래 공간의 기초 위에 LED 램프, 텍스트, 영상, 음성, 데이터, 3D 투영 등 뉴 미디어를 활용하여 공간과 인터랙티브를 발생시켜 새로운 공간형태를 형성하였다. (예: 관람자들의 이동을 카메라 추적 장치로 감지하여 그림자를 벽에 투사하였다.) 그렇지만 디지털 미디어만 응용하였다. 관람자들의 이동을 카메라 추적 장치로 감지하여 그림자를 벽에 투사하였다. 그리고 직접 느낄 수 있는 뉴 미디어 시설이 없고 단일 관람을 제공할 뿐, 쌍방향의 인터랙티브 인터페이스가 없었다.				
체험적 유형: ●강 ●보통 ○약 ×없음					

3.2.3 사례분석3

D MUSEUM 미술관은 전시, 체험, 카페, 판매점 등 다양한 기능이 있다. 각 층마다 다른 전시가 있고, 새로운 미디어 기술은 여러 공간에 적용된다.

〈표 11〉 사례3

D-MUSEUM					
미디어유형		영상(3D 디지털영상)미디어 + 디지털 미디어			
공간특성					
감각 자극성	S1	●	상호 작용성	I1	●
	S2	●		I2	○
	S3	×		I3	○
다양성	D1	●	복합성	C1	○
	D2	×		C2	●
	D3	○		C3	×
세부특성					
감각 자극성	동영상에 전시된 다양한 색채를 통해 관람자의 시각을 자극하여 구성성의 음악, 동물의 소리, 비가 오는 소리, 그리고 식물이 자라는 소리를 흉내 내는 등의 효과음으로 관람자의 청각을 자극해서 관람자가 마음대로 걸어 다니며 관람할 수 있었다. 애니메이션을 상영하는 동시에 투영설비를 통하여 관람자들의 동태를 벽에 투영할 수 있으며 재미있는 공간을 제공하여 관람자들의 체험을 끌어들이었다. 그렇지만 인터랙티브한 체험 장치가 설치되어 있지 않아, 관람자가 마음대로 걸어 다니며 관람할 수 있었다.				
	그래픽 이미지를 활용해 시선을 유도하며 미디어와 관람자와의 상호작용을 유도하여 다른 시설은 제공되지 않아서 관람자들은 서서 영상을 보고, 영상을 공간 전체에 투영함으로써, 음악과 불빛과의 조화로 공간은 새로운 형태를 만들어냈고, 새로운 미디어는 공간과 완벽하게 통합되었다. 관람자들의 이동을 카메라 추적 장치로 감지하여 그림자를 벽에 투사한다. 공간과 관람자간의 쌍방향 커뮤니케이션 유도하였다. 이동할 수 있는 카메라를 통해 관람자들의 행동을 벽으로 투영하여, 관람자들과 작품 사이의 인터랙션을 생겼다.				
다양성	이 공간에서 2차원 평면(그래픽), 3차원 입체(3D투영) 두 개 형태를 지니고 있었다. 사운드, 3D 투영, 애니메이션을 응용하지만 이 공간은 하나의 주제만 보여주고 고정된 관람 동선만을 가지고 있었다.				
	이 공간은 디지털 미디어, 영상(3D, 디지털 영상)미디어의 융합하여 원래 전체 공간은 하얀 벽인데 투영 기술을 통해 원래 단일한 색채가 풍부해진 것이며 새로운 형태가 만들어졌다. 손으로 만지거나 온몸으로 직접 느낄 수 있는 뉴 미디어 시설이 없기 때문에 관람자는 보고 듣는 것으로만 느낄 수 있다.				
체험적 유형: ●강 ●보통 ○약 ×없음					

3.2.4 사례분석4

본다빈치뮤지엄은 전시, 체험, 카페, 판매점 등 다양한 기능이 있다. 본다빈치는 '컨버전스 아트' 라는 새로운 패러다임을 선보이며 힐링을 통한 감성회복 및 인터랙티브 전시로 기존의 일차원적이었던 명화 감상에서 체험과 이야기가 있는 콘텐츠로 만들어 나가며 전시의 새로운 영역을 개척했다.

<표 12> 사례4

본다빈치뮤지엄										
미디어유형		영상(3D, 디지털 영상)미디어 + 디지털 미디어								
공간특성										
감각 자극성	S1	●		상호작용성	I1	●				
	S2	●			I2	●				
	S3	●			I3	●				
다양성	D1	○		복합성	C1	●				
	D2	○			C2	○				
	D3	○			C3	○				
세부특성										
감각 자극성	투영기술 사용을 통해 성벽 모양의 벽면에 다양한 주제의 애니메이션을 투영하고 전체 공간의 애니메이션 장면과 음악이 끊임없이 변하고, 다른 장면에 각각 독특한 소리를 내는 방식으로 관람자들을 장면에 대입하여 원형 자리에 별 하늘, 흐르는 물, 낙엽 등 다변한 풍부한 동적인 이미지를 투사하고 관람자는 손으로 만져서 그 크기, 형태, 장면 등 변화를 발생하였다. 작품을 360도 입체의 벽면에 투영하였다. 이 장면은 시간에 따라 달라지기 때문에 관람자는 서로 다른 색, 물체 및 장면(예: 우주, 숲, 계곡 등)을 서로 다른 시간에 보고 다양한 시각 체험을 즐길 수 있었다.									
	상호작용성	휴식을 하면서 전시대로 활용할 수 있는 원형 시설을 설치하고, 다양한 동적인 이미지를 원형 시설에 투영해 이미지를 손으로 만져 작품 전체를 변화시키며 뉴 미디어 기술을 사용하여 전체 공간을(예: 봄, 여름, 가을, 겨울, 아침, 저녁, 별 하늘, 비, 눈, 낙엽)등 장면을 다양하게 만들어 관람자들이 공간 속에서 마음대로 걸으며 뉴 미디어 투영기술을 통해 전체 공간에서 다양하고 재미있고 아름다운 장면 등을 투영해서 원래의 색채가 단일하고 빈 공간을 색채가 풍부한 주제 공간으로 바뀌었다.								
		다양성	이 공간에서 조명, 사운드, 3D 투영을 응용하여 다양한 주제의 전시를 제공하고 관람자들이 자신의 취향에 따라 원하는 주제의 전시 구역에 직접 입장할 수도 있고 전시관에서 제공하는 관람 동선에 따라 일일이 관람할 수도 있었다. 전체 공간에 2차원 평면, 3차원 입체, 4차원 역동적 등 기술을 사용을 통해 바닥과 벽면에 다양한 장면을 투영하는 패턴, 바닥과 벽을 밟거나 만지면 불이나 물이 등 다양한 변화가 들어왔다. 360도 입체의 공간에 2차원 평면의 뉴 미디어 기술만 응용하여 애니메이션을 매우 큰 공간에 투영하여 관람자들의 관심을 끌었다.							
복합성	이 공간에서 디지털 미디어, 영상(3D, 디지털 영상)미디어, 인터랙티브 미디어의 융합하여 뉴 미디어 기술과 공간의 융합을 통해 공간을 새로운 형태로 만들었어 시청각적 감각뿐만 아니라, 관람자들은 손으로 만져서 투영된 이미지를 변화시킬 수 있었다.									
	체험적 유형: ●강 ○보통 ○약 ×없음									

3.2.5 사례분석5

Arario Museum in SPACE 미술관은 전시, 체험, 카페, 판매점 등 다양한 기능이 있다. 이 전시관의 가장 큰 특징은 건물 내부의 구조로 작품과 건물이 잘 어우러져 공간 자체가 하나의 작품이라는 점이다. 내부공간은 한옥의 구조방식을 빌려 서로 통로를 연결하고 화살표가 관람을 지시하는 경로가 있다.

<표 13> 사례5

Arario Museum in SPACE										
미디어유형		영상(3D, 디지털 영상)미디어 + 디지털 미디어 + 멀티미디어								
공간특성										
감각 자극성	S1	●		상호작용성	I1	○				
	S2	●			I2	○				
	S3	×			I3	○				
다양성	D1	○		복합성	C1	○				
	D2	○			C2	○				
	D3	○			C3	×				
세부특성										
감각 자극성	뉴 미디어 기술을 통해 벽에 숫자를 가변적인 발광 LED 보드로 만들고, 옆에는 그 숫자들의 변화를 기록하기 위한 디스플레이가 설치되어 있고, 작은 파란색 LED 보드 전체 공간을 열은 파란색 빛이 나는 신비로운 공간으로 만들고, 색채와 다변화된 숫자를 통해 관람자의 시각과 청각을 자극하여 벽에 숫자 변화를 기록하는 사용되는 디스플레이는 숫자의 변화에 따라 방울방울 소리를 내고, 관람자의 청각을 자극하며, 소리를 통해 관람자에게 긴장되고 공포스러운 느낌을 전달하여 관람자는 보고 듣는 것으로만 전체 공간을 느낄 수 있을 뿐, 만질 수 있는 인터랙티브 장치는 제공하지 않았다.									
	상호작용성	LED 기술의 사용을 통해 숫자를 하나씩 발광하는 장치로 만들어 관람자들을 작품과 인터랙티브를 시켰다. 뉴 미디어 작품들이 만들어내는 신비로움을 통해 관람자를 공간적 감수 공간으로 유도하여 파란색, 빛나는 LED 숫자 라이트와 방울방울 소리는 전체 공간에 신비감을 더하고 원래 폐기된 공간의 생명력을 주었다.								
		다양성	이 공간에서 사운드, 그래픽을 응용하여 공포의 주제 전시를 위주로 하고 있으며, 공간이 작고 관람 동선이 단일하며, 관람자들은 공간 내의 회전 계단에 따라 이동하여 관람하는 것 외에 다른 동선의 선택이 없어서 2차원 평면, 3차원 입체, 4차원 역동적 등 뉴 미디어 기술의 결합 사용을 통해 단일 숫자로 역동적인 입체 발광장치를 만들어 전체 벽면을 채워 공간의 다양성을 더하고 공간이 재미있어졌다.							
복합성	이 공간은 디지털 미디어만이 있지만 뉴 미디어 기술과 폐기 공간의 융합을 통해 원래 공간을 새로운 형태로 만들고 소리, 빛과 같은 단일한 방식으로 사람의 청각과 시각은 영상을 만들어 내서 다른 다양한 형식이 없었다.									
	체험적 유형: ●강 ○보통 ○약 ×없음									

3.3 소결

본 연구는 뉴 미디어를 활용한 미술관 전시공간의 체험적 특성을 분석하였으며, 이를 다시 표현 특성에 따라 종합·분석하여 정리한 결과는 <표 13>과 같다. 감각자극성은 대부분의 사례에서 반영된 것으로 나타났다. 모든 사례에서 색채와 그래픽, 디지털 미디어 기술을 활용한 작품을 표현하고 있었다. (예: LED 간의 다채로운 빛과 색을 표현하여 공간의 환상성을 느낄 수 있으며 화려한 색채를 통해 시선을 끌고, 동선을 확장시켜 쾌적하고 역동적인 느낌을 주었다.). 그러나 사람의 청각과 시각을 자극하는 미디어는 활용이

많은 것에 비해서 촉각을 활용한 시설이나 공간은 제공하지는 않는 것으로 나타났다.(예: 공간에서 관람자는 고정된 위치에서만 볼 수 있으며 터치를 설정할 장치가 없고 신체 접촉이나 터치 등으로 형태를 바꿀 수 있는 장치가 없었다.) 미술관 전시공간의 중요한 요소 중 하나인 상호작용성은 뉴 미디어 기술을 활용하여 관람자의 감각을 자극시키고 공간과 작품, 관람자 사이의 인터랙티브를 형성시키면서 상호작용이 일어나며 그 사이를 더욱 가깝게 유도하고 있었다. (예: 2차원 작품을 애니메이션으로 만들어 360도에 투사한 입체 전시관으로 새소리, 물소리, 바람소리, 그리고 음악과 융합해 아날로그 체험공간을 만들었고, 관람자는 이동을 통해 지상의 화면을 변화시켜 작품과 상호작용하며 관람자는 공간속에서 마음대로 걸을 수 있으며 접촉, 시각, 청각 등을 통해 공간을 느낄 수 있었다. 원래의 빈 전시관에서 애니메이션을 투사하고, 음악을 설치하고, 조명을 추가하며, 공간은 불빛 투영의 변화에 따라 변화하여 작품을 공간과 연결시키는 것이었다.) 대부분의 사례에서 다양한 기술을 활용하고 있었으나 주제와 동선이 단일하게 구성되어 있어 체험을 적극적으로 유도하고 있지는 않은 것으로 나타났다. (예: 사례 1 중 19세기의 장식양식을 그대로 살려 탁자, 의자, 책장, 액자 등 장식품이 설치되어 있으며, 단일한 동선만 있을 뿐이며 관람자는 안내판의 지시에 따라 관람 할 수 있었다. 그리고 사례 2 중 단일 주제만 보여주며 32개의 넓은 TV가 공간에 분포되어 있으며 정해진 코스가 없어 관람자들이 마음대로 돌아다니면서 볼 수 있었다. 등) 모든 조사대상이 뉴 미디어 기술을 활용하고 있었으며, 대부분 두 개 이상의 뉴 미디어 기술을 복합적으로 사용하고 있는 것으로 나타났다. 이를 통해 뉴 미디어 기술과 공간의 인터랙티브를 발생시켜 새로운 공간을 형성하는 것으로 체험을 극대화 시켰다.

〈표 13〉 사례종합 분석

분류		체험적 특성
감각 자극성	S1	S1과 S2가 가장 높게 나타났고, S3가 가장 낮게 나타나 촉각 보다는 시각과 청각을 활용한 표현 요소가 높다는 것을 알 수 있었다.
	S2	
	S3	
상호작용성	I1	I1, I2과 I3가 모두 가장 높게 나타났다. 각 사례는 불빛, 소리, 그림, 투영, LED를 적용하고 2차원의 그림, 문자 등을 애니메이션으로 만들어 사람들의 감각을 자극하고 인터랙션을 유도함으로써 작품, 공간과의 관계를 가깝게 했다.
	I2	
	I3	
다양	D1	D1가 가장 높게 나타났고, D2와 D3가 가장 낮게 나타났다. 각 사례 중 색채, 조명, 그래픽, 사운드,

성	D2	○	미디어 등 다양한 매체 사용했는데 대부분의 전시관에서는 관람자에게 풍부한 체험 동선과 다양한 주제의 전시가 제공되지 않았다.
	D3	○	
복합성	C1	●	C2가 가장 높게 나타났고, C3가 가장 낮게 나타났다. 원래 공간의 기초 위에 LED, 음성, 텍스트, 영상, 데이터, 3D 투영 등 뉴 미디어를 활용하여 공간과 인터랙티브를 발생시켜 새로운 공간형태를 형성하였다. 하지만 대부분 사례 중 손으로 만지고 온몸으로 느낄 수 있는 뉴 미디어 시설을 제공되지 않았다.
	C2	●	
	C3	○	

체험적 유형: ●강 ●보통 ○약 ×없음

4. 결론

본 연구는 감각자극성, 상호작용성, 다양성, 복합성을 바탕으로 뉴 미디어를 활용한 미술관 전시공간의 체험적 특성을 분석하였으며, 그 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 5 곳의 사례를 분석한 결과 뉴 미디어를 활용한 전시공간 체험적 특성 중 가장 많이 적용된 특성은 감각자극성과 상호작용성 이었다. 즉, 모든 사례에서 뉴 미디어 기술을 적극적으로 활용하면서 다양한 표현 방식으로 관람자의 감각을 자극하고, 관람자와 공간 및 작품과의 상호작용을 이끌어내고 있었다. 특히 감각자극은 촉각보다는 시각과 청각을 더 많이 활용하고 있었으며, 상호작용성은 뉴 미디어 기술을 적극 활용하여 인터랙션을 유도함으로써 인간과 작품, 인간과 공간, 공간과 작품의 상호작용을 모두 이끌어내고 있었다.

둘째, 상호작용성은 인간과 작품, 공간과 작품, 인간과 공간, 물질적 현실공간과 가상공간의 상호작용과 같은 쌍방향 커뮤니케이션을 유도하였다. 특히, 영상을 벽에 투영하면 관람자들은 저자의 창작과정과 창작의도를 볼 수 있도록 하였다. 예술가들의 작품은 미디어 기술을 통해 역동적인 동영상으로 만들어졌다.

셋째, 뉴 미디어를 활용한 전시공간 체험적 특성 중에서 다양성이 가장 낮게 나타났다. 모든 사례에서 색채, 조명, 그래픽, 애니메이션, 소리 등 다양한 뉴미디어 기술을 사용하고 있으나, 동선에 있어서는 관람자에게 풍부한 체험 동선과 다양한 주제의 전시가 제공되고 있지 않은 것으로 나타났다. 따라서 관람자는 자신의 취향대로 체험 동선을 선택할 수 없었으며, 전시관에서 제공하는 모델에 따라서만 관람 체험을 할 수 있었다. 일부 전시관은 관람 동선을 설정하는 안내표시가 없는 것으로 파악되었다.

넷째, 복합성은 대부분의 미술관 전시공간에서 디지털 미디어, 멀티미디어, 영상(3D, 디지털 영상)미디어 등 두 개 이상의 뉴 미디어를 융합하는 것으로 나타났다. 뉴 미디어 기술을 통해 작품을 공간에 투영함으로써, 기존의 공간과 융합하여 새로운 공간 형태를 형성하였다. 그러나 대부분의 미술관은 손으로 만지거나 온몸으로 직접 느낄 수 있는 뉴 미디어 시설이 없었기 때문에 관람자는 보고 듣는 것으로만 느낄 수 있는 한계가 있는 것으로 나타났다.

본 연구는 뉴 미디어를 활용한 미술관 전시공간에서 나타나는 체험적 특성을 분석 하였으며, 대부분의 미술관 전시공간에서 나타나는 뉴 미디어의 활용은 쌍방향의 커뮤니케이션으로 이루어지는 것이 아닌 일방향적인 커뮤니케이션으로 나타나는 것을 알 수 있었다. 따라서 앞으로 미술관의 발전 방향에 있어 공간과 관람자 간의 쌍방향 인터랙션을 강화하는 방안이 더 확대되어야 한다. 관람자들에게 시각적 체험만을 제공하는 단일 방법을 벗어나 청각, 촉각, 인지, 행동 등 관례적 체험을 제공해야 한다. 전체 공간이 체험적 요소를 기반으로 하고 관람자에게 즐거움을 줄 수 있는 상호작용을 할 수 있는 공간이 되어야 한다. 또한 관람자가 관람 과정에서 작품에 대해 다양한 정보를 습득하고, 전시 공간 내에서 마음대로 구경하고 돌아다니며 다양한 체험을 할 수 있도록 하여야 한다. 이러한 체험을 통하여 관람자들은 공간 내에서 감성, 관계적 행동이 가능하게 됨으로써 작품과 공간, 공간과 인간, 인간과 작품의 쌍방향적 커뮤니케이션이 가능하게 된다. 즉, 관람자들에게 정말 필요한 것은 공간을 스스로 돌아다니며 작품을 구경하고 체험하게 하는 것이다. 다양한 미디어 방식(예 ; VR, 3D, 4D 투영, 영상 등) 미디어 기술을 적용하여 관람자의 체험 참여 흥미를 높아졌으면 좋겠다. 또한 체험의 전시 매체는 2차원 평면, 3차원 입체, 4차원 동적 등 여러 유형의 뉴 미디어 기술의 결합과 같은 다양한 형태를 갖추었을 때 보다 관람자에게 여러 가지 체험을 유도하며, 적극적인 참여도 이끌어낼 수 있을 것이다.

References

Cao, Wenjia. (2016). A Study on the Application of Digital Media in Commercial Spaces: Using Persona-based User Scenario Techniques. *Hanbat University*. Master Dissertation. / 曹文嘉. (2016). 상업공간에 있어 디지털미디어 적용방안에 관한 연구: 페르소나 기반 사용자 시나리오 기법으로. *한밭대학교*. 석사논문.

Jung, Yonghae. (2018). A Study on the Characteristics of Experienced Exhibition Space by Analyzing the Decades Network. *Korean Exhibition Design Society*, 30.

Kang, J., & J. Lee, (2019). A Study on the Elements of Interactive Media Experience Exhibition and Visitor Preference: Case Study of Dinosaur Experience Exhibition at Lasco Exhibition Hall. *Digital Convergence Research*. 17(1), 319-325.

Kim, Kyungtae. (2017). Characteristics of Spatial Rendering Reflecting Interaction Design Types: Focused on Seoul Digital Media Exhibition Space. *Hansung University*. Master Dissertation. / 김경태. (2017). 인터랙션 디자인 유형을 반영한 공간연출 특성: 서울시 디지털미디어 전시공간을 중심으로. *한성대학교*. 석사논문.

Kim, YoungKi. (2011). A Study on the Interior Environment of Experience-based Exhibition Space: Focused on Interactive Media. *Hanyang University*. Master Dissertation. / 김용기. (2011). 체험형 전시 공간의 실내환경 연출에 관한연구: 인터랙티브 매체를 중심으로. *한양대학교*. 석사논문.

Kwon, SoonKwan. (2010). A Study on the Analysis of Exhibition Directives According to the Types of Experience Exhibitions. *Digital Design Research*. 10(2), 489-498.

Kwon, Y., J. Kang, & L. Kee, (2011). The Language for Space Design. Seoul: *Nalmada Press*.

Lee, Goeun. (2013). A Study on the Characteristics of Media Artistic Space Interaction in the New Media Age. *Kookmin University Graduate School*, Master Dissertation. / 이고은. (2013). 뉴 미디어 시대의 매체 예술적 공간 상호작용 특성 연구. *국민대학교 대학원*. 석사논문.

Lee, H., E. Kim, & K. Heo, (2013). Development of Technology and Activation Plan of Immersive Media. *Journal of the HCI Society of Korea*. 20-21.

Lee, Jaekyu. (2017). A Study on the Expressional Characteristics of New Media Space by Remediation. *Korean Space Design Society Papers*. 12(4), 109.

Lee, M., J. Park, & H. Park. (2015). Network Analysis of the International Conference Utilizing Social Media: the Case of Internet Research Conference, *IR15*.

Lev, Manovich. (2012). Languages of New Media, *Communication Books*, Seoul.

Park, Soyoon. (2010). An analysis of Modern Social Issues in New Media Art: *Design fusion research*.

Park, Youngsung. (2011). A Study on the Directing Characteristics of Exhibition Halls Using Digital Media: Focusing on the Cases of Domestic Organizations and Corporate Public Relations. *Sangmyung University*, Master Dissertation. / 박영성. (2011). 디지털 미디어를 활용한 전시관의 연출특성에 관한 연구: 국내기관 및

- 기업홍보관 사례를 중심으로. *상명대학교*, 석사논문.
- Seo, W., K. Kim, & J. Jeong, (2013). Trend of Technology of the Smart Era. *The Korean Institute of Communications and Information Sciences*. 30(5), 97.
- Shin, Eunkyung. (2016). Experienced exhibitions and Tangible User Interface: Interactive Deflectors focus on the receptor-type attitude of the media. *Seoul Tech*, Master Dissertation. / 신은경. (2016). 체험형 전시와 Tangible User Interface: 인터랙티브 디스플레이 미디어의 수용자 형태 태도를 중심으로, *서울과학기술대*, 석사논문.
- Woo, YoungHee.(2015). A Study on New Media Art as a Space Design Directing Element. *Basic Plastics Research*. 16(2), 317.

Endnotes

- 1) <http://www.doopedia.co.kr> 두산백과사전 사이트
- 2) 그림출처 : http://fashion.ifeng.com/a/20180625/40341493_0.shtml (downloaded 2018, Jun 21)

