
전시커뮤니케이션 활성화를 위한 프로토타입 디자인 연구

전시 관람의 쌍방향 커뮤니케이션 활성화를 위한 연구



A study on the Prototype design for the activation of the exhibition-communication



조경문, Cho, Kyoung Moon*, 안소연, An, So Yeon**, 최유진, Choi, Yu Jin**, 류한영, Ryoo, Han Young***

요약

매체 환경의 변화와 함께 전시 환경도 달라지고 있는데, 최근 5~10 년간 전시의 방법적, 태도적 변화로 가장 큰 특성을 꼽는다면 전시의 ‘쌍방향화’ 라고 말할 수 있겠다. 본 연구는 이러한 쌍방향 커뮤니케이션을 활성화하기 위하여 기존의 전시지원 PDA 기기의 대안물에 대한 어플리케이션을 도출하여, 첫째 전시 제공자와 사용자간, 사용자와 사용자들 사이의 활발하고 즉각적 전시 커뮤니케이션을 가능토록 하고, 둘째, 전시장 내에서뿐만 아니라 전시 관람 이후까지의 지속적 전시 커뮤니케이션을 가능케 하고자 진행되었다.

이 연구를 통해 도출된 어플리케이션과 제안된 프로토타입은 기존의 단발적, 수직적 커뮤니케이션에서 지속적, 수평적 커뮤니케이션을 가능케 할 것으로 예상된다. 이로 인해 전시 공간에서의 ‘상호작용 커뮤니케이션’은 개인의 경험뿐만 아니라 공동의 정보전달 방법 및 교환방법이 새롭게 생성되는 것이다.↓

Abstract

The current representative supporting tool for seeing an exhibition is PDA, which is an information provider that is being activated in famous galleries in the world. It has been successful in making spectators' traffic line for exhibition free and in overcoming time and spatial restrictions, but it still provides uniform information. And the field of its activities is 'inside' of an exhibition hall so it has some limitations in terms of two-directional communication.

In order to overcome such limitations, this study intends to deduce applications for the activation of continuous communication in the changing exhibition environment from before spectators see an exhibition to after they see an exhibition, to design a prototype, and further, to improve the level of the exhibition culture.



핵심어: *Exhibition, interaction, two-directional Communication*

*조경문 : 이화여자대학교 디지털미디어학부 학생 e-mail: dzasta@naver.com

**안소연 : 이화여자대학교 디지털미디어학부 학생 e-mail: symama02@hotmail.com

최유진 : 이화여자대학교 시각정보디자인학과 학생 e-mail: laughout@dreamwiz.com

***류한영 : 이화여자대학교 디지털미디어학부 교수; e-mail: hyryoo@ewha.ac.kr

1. 서론

1.1. 연구 배경과 목적

쌍방향화 되어가는 전시 환경에서 현재 전시 관람 지원도구로써 PDA 가 대표적이며, 이는 전세계 우수 미술관에서 활성화되고 있는 정보 제공 도구이다. 관람객의 전시 동선을 자유롭게 하고 정보 제공의 시간간격 제약을 극복하는데 성과를 이루었으나 여전히 획일적인 정보를 제공한다. 활동영역이 전시장 '안'이라는 점등으로 인해 앞서 언급한 커뮤니케이션의 쌍방향성에 있어서 한계에 부딪히게 된다. [1][3]

이러한 한계점을 극복하기 위하여 본 연구는 변화하는 전시 환경에서 전시 관람 전부터 이후까지의 지속적 커뮤니케이션 활성화를 위한 어플리케이션을 도출한 후, 프로토타입을 디자인함으로써 궁극적으로 전시 문화 수준의 향상을 꾀하고자 한다.

1.2. 연구 방법

전시장 내에서뿐만 아니라 전시 관람 이후까지의 지속적 커뮤니케이션을 위하여 기존의 전지지원 PDA 기기의 대안물로 모바일을 선택하였다. 이에 대한 어플리케이션을 도출하기 위해 다음과 같은 방법을 사용한다. 문헌 조사를 통해 전시 관람객들의 욕구에 대한 현황을 파악한다. 사용자와 제공자의 FGI 와 인터뷰를 통하여 전시 관람 커뮤니케이션 니즈를 파악하고, 그 중요도에 대한 설문문을 실시하여 어플리케이션을 도출한다. 그 뒤, 프로토타입을 디자인하고, 사용성 테스트를 거쳐 디자인을 보완, 발전시킨다.

2. 이론적 배경

2.1. 전시 커뮤니케이션이란?

'전시'란 전시 콘텐츠 제공자가 대중과 소통하는 이벤트 성을 띤 커뮤니케이션 매개체로써, 본 연구에서 지칭하는 '전시'는 미술관에서 이루어지는 전시로 그 범위를 제한한다. 그리고 '전시 커뮤니케이션'이란 전시 콘텐츠 제공자와 사용자와의 쌍방향 커뮤니케이션으로 정의하며 제공자란 미술관, 큐레이터, 작가 등으로 이루어진 집단이고, 사용자란 전시 관람객을 말한다. [2]

2.2. 모바일의 특성

모바일은 대표적으로 세가지의 특성을 지닌다.

첫번째는 이동성, 휴대성 (mobility, portability)으로 공간의 한계 초월 등 커뮤니케이션 과정에서 변인에 구애 받지 않는다.

두번째는 비동시성 (synchronocity)이며 이는 시간의 한계를 초월하는 것을 의미한다. 따라서 커뮤니케이션 과정에서 시간의 변인에 구애 받지 않는다.

마지막으로 개인성 (individual)이다. 이는 특정 계층을 목표수용자로 한다. 탈 대중화로써 획일적인 메시지가 아닌 특정메시지를 상호 교환 한다.

이 때문에 기존의 전시 지원 기기 PDA 의 대안물로 모바일을 선정하게 되었다.

3. 지속적 커뮤니케이션을 위한 application 도출

3.1. 실험 프로세스

실험의 1 단계는 사용자와 제공자에 대한 FGI 로써 현재 전시 커뮤니케이션의 문제점과 향후 커뮤니케이션 하고자 하는 내용을 파악하고 도출하였다. 사용자는 전시경험의 빈도수에 따라 두 그룹으로 나누어 각 6 명씩 총 12 명에게 FGI 하고, 제공자는 도슨트, 작가 두 그룹으로 나누어 각 3 명씩 총 6 명에게 FGI 하였다. 2 단계는 사용자와 제공자 각 50 명씩 총 100 명에게 설문문을 실시하여 1 단계의 FGI 를 통하여 얻어낸 아이디어(콘텐츠)들의 중요도를 알아 본다. 3 단계는 1, 2 단계를 통하여 도출된 디자인 프로토타입에 대한 사용성 평가로써 UI 전문가 3 명에게 실시하여 이를 통하여 디자인을 평가하고 보완한다.

단계	방법	대상	
1	Focus Group Interview	사용자	전시경험이 많은 그룹 (6 명)
		사용자	전시경험이 적은 그룹 (6 명)
		제공자	도슨트 (3 명)
		제공자	작가 (3 명)
2	Survey	사용자 (50 명) 제공자 (50 명)	
3	Usability Test	UI 전문가(3 명)	

〈표 1〉 실험 프로세스

3.2. 실험 분석

사용자에 대한 FGI 의 설문 분석 결과 사용자들은 전시 관람 중에 기록과 표현의 욕구가 가장 높게 나타났다. 사용자와 사용자간, 사용자와 제공자간의 커뮤니케이션 욕구는 전시 관람 중부터 후까지 가장 높게 나타났다.

제공자에 대한 FGI 분석 결과 도슨트와 작가는 약간 다른 양상을 보였다. 도슨트는 사용자와의 적극적인 교류를 원하는데 사용자의 평가 및 해석을 매우 중요시했다. 작가는 관객과의 직접적 커뮤니케이션보다는 중간 매개체를 통한 간접적 커뮤니케이션을 선호했다.

	사용자	도슨트	작가
전시 관람 전	<ul style="list-style-type: none"> ● 정보 검색 <ul style="list-style-type: none"> - 관심분야 전시 새로운 전시, 이벤트 정보 검색 ● 미술관 행정 관련 질문 (주차, 위치, 시간, 입장료 등) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 언론 보도를 통한 전시 내용 전달 	<ul style="list-style-type: none"> ● 커뮤니케이션 니즈 없음
전시 관람 중	<ul style="list-style-type: none"> ● 객관적 지식 획득 욕구 <ul style="list-style-type: none"> - 작품에 대해 확실적 정보전달이 아닌 유동적 전시 설명을 원함 (연령층, 성별, 지식의 정도에 따라) ● 주관적 정보 획득 욕구 <ul style="list-style-type: none"> - 작품이나 작가 관련한 에피소드 등에 관심을 기울임 ● 가장 왕성한 기록 욕구 <ul style="list-style-type: none"> - 객관적 정보 기록, 사진 촬영 - 작품 앞에서 즉각적으로 느낌을 표현하고 싶어함 ● 질문 가장 많이 발생 <ul style="list-style-type: none"> - 실질적 문제: 제작 방법, 설치 방법, 작품의 가격 - 작가나 작품과 관련한 비공식적 에피소드 ● 작가와 직접적 커뮤니케이션 원함 	<ul style="list-style-type: none"> ● 사용자와의 직접적, 적극적 커뮤니케이션 욕구 <ul style="list-style-type: none"> - 작가, 작품, 배경 및 사조 등에 대한 미학적 측면에서의 질의응답 - 사용자의 관람 체험을 즐겁게 해주는 대화, 에피소드 전달 ● 관람객들의 관람 방법에 대해 알고 싶어 함 	<ul style="list-style-type: none"> ● 사용자와의 간접적 커뮤니케이션 선호 <ul style="list-style-type: none"> - 평론가, 도슨트의 해석이나 평(중간 매개체)을 필요로 함 ● 직접적인 커뮤니케이션을 하는 경우 <ul style="list-style-type: none"> - '작가와의 대화시간' 참여 ● 피드백을 요하는 작품활동
전시 관람 후	<ul style="list-style-type: none"> ● 작가와의 직접적 커뮤니케이션 욕구 <ul style="list-style-type: none"> - 작가 개인신상, 사적인 이야기, 작품관련 뒷이야기, 비공식적 에피소드 등 ● 후기 공유 욕구 <ul style="list-style-type: none"> - 사진, 의견 공유 ● 관람 전시의 리마인드 욕구 ● 미술관 행정 관련 질문 (분실물 문의 등) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 사용자의 전시 기획 의도에 대한 평, 해석 ● 사용자의 만족도 ● 도슨트의 설명 ● 전시 서비스 전반 	<ul style="list-style-type: none"> ● 사용자의 질문에 응답할 의향 있음

〈표 2〉 사용자 및 제공자 조사 결과

커뮤니케이션에 대한 욕구는 작가보다 도슨트에게서 능동적이고 높은 수준으로 보여졌으며 전시 관람 중부터 전시관람 후까지 지속적으로 나타났다. 그 구체적인 내용은 표 2와 같다.

사용자 조사 결과는 다음의 네 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 제공자와 사용자, 사용자와 사용자간의 전시커뮤니케이션 니즈가 있었다. 둘째, 정보전달 측면이 아닌 경험공유 측면에서의 커뮤니케이션을 원했다. 셋째, 전시 중에 느낀 감정을 즉각적으로 기록, 공유할 매체가 필요했다. 넷째, 전시 이후까지 지속적으로 커뮤니케이션 할 수 있는 환경이 요구되었다.

3.3. 사용자 기능 도출

본 연구에서 도출된 기능은 사용자의 니즈를 해결해주는 것으로써 다음과 같이 정리하였다.

- 기능 1. 전시관람 중&후 작가, 작품 사진을 휴대폰 화면으로 열람하는 기능 기능
- 기능 2. 전시관람 중&후 사용자가 자주 물어보는 질문(FAQ)에 대한 답변이 미리 탑재되어 있어 즉각적으로 답변 받는 기능

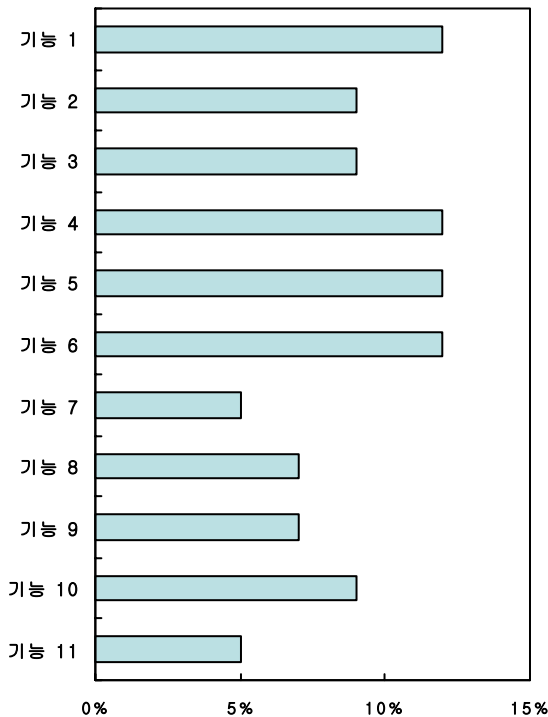
- 기능 3. 전시관람 중&후 FAQ 이외의 궁금점에 대해 제공자에게 질문하고 나중에 답변 받는 기능 (커뮤니티에서 모든 관람객의 질문/응답 내용 열람 가능)
- 기능 4. 전시관람 중 text 를 입력하여 자유롭게 메모하는 기능
- 기능 5. 전시관람 중&후 자신의 휴대폰을 통해 제공되는 정보에서 원하는 사진을 휴대폰으로 다운로드 하는 기능
- 기능 6. 전시관람 중&후 자신의 휴대폰을 통해 제공되는 작품/작가 정보, 사진, 글 등을 즉각적으로 자신의 블로그/미니 홈페이지에 업데이트할 수 있는 기능
- 기능 7. 전시관람 중&후 전시 관람에 대한 후기를 업로드(전송) 하는 기능
- 기능 8. 전시관람 후 업로드한 후기를 타인과 공유하는 커뮤니티 기능
- 기능 9. 전시관람 후 개인 관람 동선에 따른 정보 제공
- 기능 10. 전시관람 후 커뮤니티에서 작품 사진, 게시물 스크랩 기능
- 기능 11. 전시관람 중&후 내가 좋아하는 작품을 타 관람객에게 추천하는 기능 (타관람객의 추천작 열람 가능)

3.4. Survey 및 최종 한 어플리케이션 선정

어플리케이션을 보완 발전시키기 위해 사용자 50명, 제공자 50명 총 100명에게 Survey를 실시하였다.

조사대상은 여성 63명, 남성 37명. 연령층은 20세~35세 미만으로 실시하였다. 대상을 선정한 이유는 20~30대가 모바일 조작에 능숙할 뿐만 아니라 문화경험에 대한 욕구가 많고 여가시간의 증가로 전시 관람 기회가 늘어나고 있기 때문이다.

관람객 자신이 휴대폰을 이용하여 전시와 관련한 객관적인 정보를 열람하는 방식에 대한 문항과 앞서 도출된 어플리케이션을 바탕으로 관람객이 원하는 커뮤니케이션의 기능에 대한 문항 등을 survey하였다.



〈표 3〉 3.3 장의 기능을 서베이한 결과

위와 같은 서베이 결과를 바탕으로 4가지 주요 기능이 도출되었다.

- (1) 전시정보제공 기능
- (2) 전시 감상 메모 기능
- (3) 전시 질의응답 기능
- (4) 블로그/미니홈피 연동 기능

4. Prototype design

4.1 1차 Prototype

도출된 어플리케이션의 중요도를 서베이로 파악하여 핵심 어플리케이션을 바탕으로 프로토타입을 디자인 하였다.

디자인된 프로토타입을 가지고 네개의 Task를 아래와 같은 시나리오로 진행하였다.

- Task1. 전시 관람 중 작품정보를 제공받다가 궁금한 점 질문하기

-시나리오: 전시장에서 티켓팅 후 프로그램에 접속하여 작품 05에 대한 정보를 제공받으려한다.

- Task2. 전시 관람 중 작품정보를 제공받다가 궁금한 점 질문하기

-시나리오: 작품 번호 05번에 대한 정보를 제공받던 중에 '샤갈 아내'에 대한 질문을 검색 하려 한다. 질의응답 메뉴로 가서 FAQ 리스트에서 '샤갈 아내'라는 검색어로 검색해보았으나 결과가 없어서 문자로 질문을 보낸 후 다시 작품 감상을 이어서 한다

- Task3. 전시 관람 중 작품정보를 제공받다가 감상을 메모하기

-시나리오 : 작품 번호 05번에 대한 정보를 제공받고 있다. 이 작품의 색감에 대한 감상을 메모하려고 한다. 메모 메뉴로 가서 해당 작품번호를 입력, 메모를 하고 다시 작품 감상을 이어서 한다.

- Task4. 전시 관람중 작품정보를 제공받다가 사진을 다운받고 내 미니홈피에 업로드하기

-시나리오 : 작품 번호 05번에 대한 정보를 제공받고 있다.작품이 마음에 들어 사진을 확대해서 본 후, 내 휴대폰에 사진을 다운을 받고 다운받은 사진을 내 홈피에 업로드한다.



〈그림 1〉 Task1의 프로토타입

그림 1)은 디자인 된 프로토타입 중 Task1에 대한 예시 이다.

4.2 1차 Prototype 보완 및 최종 Prototype

앞의 1차 prototype을 전문가 평가를 통해 수정하고 보완하여 최종 prototype을 다음과 같이 디자인 하였다.



그림 2 Task1 최종 프로토타입

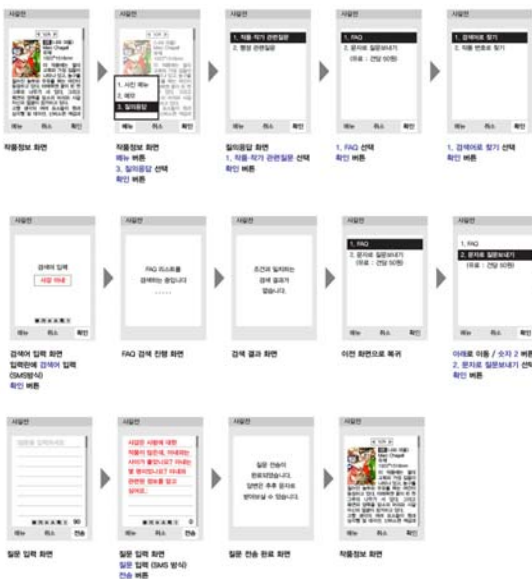


그림 3 Task2 최종 프로토타입



그림 4 Task3 최종 프로토타입



그림 5 Task4 최종 프로토타입

4.3 전문가 평가

어플리케이션 도출에 의한 프로토타입의 사용성을 확인하기 위하여 앞서 디자인된 프로토타입 중 4.2 장에서 보여진 네가지의 Task 로 전문가 평가를 실시 하였다. 전문가 평가는 UI 전문가는 본 연구와 직접적으로 관련되지 않은 사람으로 디자인된 UI 전문가 3 명에게 실시하여 디자인을 수정, 보완하여 최종 프로토타입을 디자인 하였다.

전문가 평가에서는 1 차 프로토타입에서 디자인 되었던 '메뉴'의 기능 속에 포함된 '이전메뉴 돌아가기' 가 화면 가운데 하단에 위치한 '취소' 기능과 동일 하기 때문에 불필요함이 지적되었고 이를 수정하였다.

또한 검색이 진행 중인 '검색 중' 화면이나 전송이 완료된 '전송완료' 화면이 진행 될 때 진행되어지는 것을 사용자가 알기 힘들다는 점을 지적 받아 최종 프로토타입 디자인에는 사용자가 쉽게 알 수 있도록 진행화면을 추가로 삽입하였다.

5. 결론 및 향후 계획

본 연구에서는 전시의 쌍방향 커뮤니케이션의 활성화를 위하여 본 연구에서 도출된 어플리케이션으로 프로토타입을 디자인 하였다.

현황 조사와 함께 사용자와 제공자의 관점에서 각각의 요구사항을 분석하여 연구의 결과물에 적극적으로 반영하였다.

이를 통하여 전시 제공자와 사용자, 사용자와 사용자간의 활발하고 즉각적인 전시 커뮤니케이션이 기대된다. 또한 이는 기존의 단발적, 수직적 커뮤니케이션에서 지속적, 수평적 커뮤니케이션을 가능케 할 것으로 생각된다.

참고문헌

- [1] 김형숙, 전시 공간에서의 이용자 행태에 관한 연구 - 디지털 미디어 체험형 전시를 중심으로, 동서 대학교 박사학위논문, 2007
- [2] 원진숙, 커뮤니케이션 환경으로서의 전시공간 디자인에 관한 연구 - 관람자 참여를 중심으로, 이화여자대학교 석사학위논문, 2006
- [3] 김현숙, 관람객 커뮤니케이션 증진을 위한 전시 해석 매체 발전 방향에 관한 연구 - 국립중앙박물관을 중심으로, 추계예술대학교 석사학위논문, 2006