

***뮤지엄 전시디자인 평가방식 및 현황에 관한 연구

- 한국 역사계 뮤지엄과 전시전문회사의 사례연구를 중심으로 -

A Study on the Museum Exhibition Evaluation Methods and the Status of Korean Exhibition Evaluation

- Focused on the Case Studies of Korean History Museums & Exhibit Design Firms -

김주연* / Kim, Joo-Yun

김성일** / Kim, Seong-Il

Abstract

If the collection of exhibit objects as well as exhibit planning are not in accord with the overall purpose of the exhibit, it will be difficult to attain satisfactory results. The present study focuses on the exhibit evaluation. The exhibit evaluation is very important because it allows the whole process of exhibit development to be reviewed, and it can point a way towards improving the exhibit. Research was conducted by literature review for the museum evaluation methods and by survey for the status of Korean exhibit evaluation. Several Korean History Museum Exhibitions were targeted as cases for this study. Structured and open-ended interviews with 70 museum specialists including curators and exhibit designers were conducted. In conclusion, museum evaluation methods were timely arranged first; front end analysis, second; formative evaluation, third; summative evaluation. Through the survey, one fourth of museum specialist didn't have the concept of the exhibit evaluation. However they felt the importance of it.

키워드 : 뮤지엄, 전시, 평가, 전시평가

1. 서론

1.1. 연구의 목적 및 의의

뮤지엄 전시는 많은 비용이 소요됨으로 전시디자인의 초기 계획 단계에서부터 과학적인 검증을 통해 디자인으로 인해 발생할 수 있는 모든 실수를 미연에 방지하여야 한다. 현재 우리나라의 전시 개발은 대부분 전시의 효과를 점검하거나 검증하는 과정 없이 오직 전시의 완성만이 목표가 되는 경향이 있다.

전시는 기획과 계획단계에서부터 시스템적인 평가과정을 통해 그 효과를 검증하고 개선할 필요가 있다. 전시의 효과를 평가하는 일은 전시의 목표달성, 전시의 진행과정, 결과의 취약점을 개선할 수 있는 방안을 제시하며 미래 전시계획의 새로운 아이디어와 비전을 제시해 주기 때문에 매우 중요한 것이다.

본 연구는 문헌고찰을 통해 평가방식의 이론들을 정리하고, 전시디자인에 과학적 평가방식에 대한 인식을 명확히 하여 체계

화함을 목적으로 하였다. 또한 국내의 전시평가에 대한 인식 및 실천이 그 중요성에 비해서 크게 뒤쳐져 있음을 인식하고, 현재 실무를 담당하고 있는 뮤지엄 전문인들의 '전시평가'에 대한 인식과 현황을 분석하여 문제점 및 개선점들을 살펴보았다.

1.2. 연구의 범위 및 방법

문헌고찰을 통한 전시평가방식의 연구는 일반적인 뮤지엄의 전시에 적용될 수 있는 보편적인 평가방식들을 그 연구의 대상으로 하였다. 그러나 국내의 전시평가 인식의 현황에 관한 연구는 뮤지엄의 종류와 성격이 매우 다양하고 그에 따른 전시도 크게 다를 수밖에 없으므로 본 연구는 유물 전시를 통한 교육적 역할을 수행하는 역사계 뮤지엄으로 한정하고, 한국 역사계 뮤지엄 전시관련자들과 전시전문회사 전문가들을 통한 설문조사를 통해 연구를 진행하였다.

2. 전시평가 방식

현재까지의 많은 평가 방식들이 전문가들에 의해 개발되어

* 정회원, 홍익대학교 산업디자인학과 조교수

** 정회원 홍익대학교 대학원 공간디자인 석사과정

*** 이 논문은 2003학년도 홍익대학교 교내연구비에 의하여 지원되었음

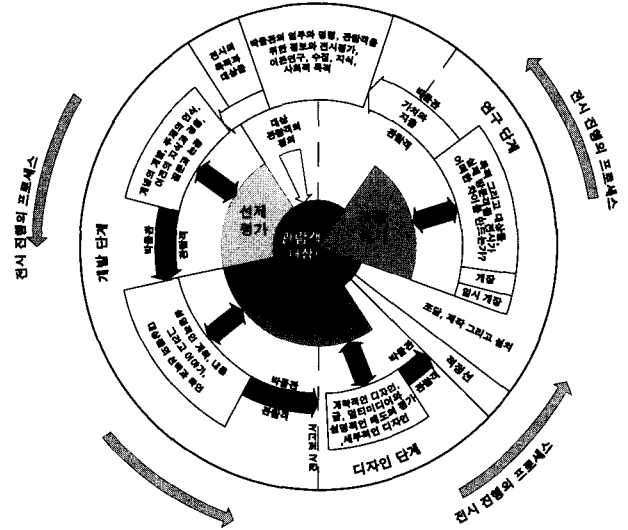
왔으나 그 방식들은 상호간의 장·단점을 갖고 있고 사용이 어려워 혼란스럽기까지 하다. 평가의 방법은 일반적으로 정량적, 정성적 방법을 동시에 사용하게 된다. 정량적 방법은 주로 많은 전체관람자들로부터 일반적인 정보들을 얻게 된다. 정성적인 방법은 정량적 방법에서 얻어지는 일반적인 정보보다는 개인별로 상세한 정보를 얻을 수 있다. 정성적 방법은 특히 어떤 것을 시작할 때 발생할 수 있는 문제점들을 먼저 파악하거나, 어떤 내용이 불확실하거나 복잡할 때 유용하다. 정량과 정성 방법은 상호의 장점이 있으므로 병행하여 사용할 때 더욱 효과적이다. 처음 전시의 계획을 시작할 때 정성적 평가를 사용하여 아이디어를 정리하고 이후 정량적 평가로써 관람자부터 얻은 자료를 확인하기도 한다.¹⁾ 실제로 뮤지엄에서의 평가방식에 대한 연구는 초보적인 수준이고 평가의 용어는 교육학의 학술적 용어를 빌어온 것이다. 전시평가의 많은 방식들은 모두 정량과 정성적 평가를 동시에 사용한다.

전시디자인에 대한 평가는 30년전 까지만 해도 최종평가(summative evaluation)만이 존재했으나 지금은 크게 시기별로 선제평가(front end analysis), 형성평가(formative evaluation), 최종평가(summative evaluation)의 3가지 유형으로 구분된다. 선제평가는 전시가 제작되기 전이나 전시디자인이 기획되기 전에 실시하는데, 전시의 제약조건이나 아이디어를 점검하고 잠정 관람객 계층을 분석하는데 도움이 된다. 형성평가는 전시가 제작중인 단계에서 전시의 아이디어와 효율성을 조정하고, 전시에 대한 취약점을 재발견하여 점진적으로 보완하기 위해 실시한다. 최종평가는 전시가 개최된 후에 관람객의 전시에 대한 의견을 조사하는 것이다. 최종평가는 관람객들이 관람하는 방향과 전시물 앞에서 얼마만큼의 시간을 소요하는지를 체계적으로 관찰하거나 추적하는 방법, 무작위로 뽑은 관람객을 샘플로 하여 인터뷰하는 방법, 외부전문가를 초빙하여 비평을 얻는 방법 등이 있다.²⁾ <그림 1>은 전시개발 프로세스상의 선제평가·형성평가·최종평가를 나타낸다.³⁾

2.1. 선제평가

선제평가(front end analysis)는 전시가 실제로 제작되기 전이나 디자인되기 전에 행해진다. 이는 기본개념 구상단계의 전시를 위한 아이디어나 제안들을 평가함으로써 전시 디자인이 시작하기 전에 관련된 정보를 모으고 검토함을 통해 실제 발생할 수 있는 실수들을 피할 목적이 크다. 또한 선제평가는 대상

관람객의 필요를 알고 그 필요를 채워줄 적절한 방식을 알아내는 것이 중요하다.⁴⁾ 그러므로 선제평가의 전제조건으로 관람자의 인구통계학적 조사와 관람자의 특성에 대한 조사가 먼저 이루어져야 한다. 이 조사는 누가, 언제, 왜 뮤지엄에 오는가를 알려준다.⁵⁾ 선제평가의 진행과정은 다음과 같다.



<그림 1> 전시개발의 프로세스와 선제평가·형성평가·최종평가

① 평가의 목표와 목적 결정: 전시의 목표와 목적을 먼저 결정하여야 한다. 목적은 또한 명확히 정의되고 측정 가능한 것이어야 한다. 또한 그 내용에는 어떤 관람객을 위한 것인가의 대상 관람객에 대한 내용도 포함되어야 한다.

② 내용의 개요 및 질문 작성: 전시의 아이디어를 명확히 하고, 그 내용을 전달하기 위한 질문을 작성한다. 질문은 관람자가 주제에 대한 지식이 없을 수 있으므로 개인적 프라이버시를 신중히 고려하여야 한다. 다음의 질문들이 포함된다.

- 전시물이나 자료, 아이디어에 대해 무엇을 생각하고, 어떤 의미가 있다고 생각하는가?
- 어떤 자료에 관심이 있는가?
- 자료를 보면서 떠오르는 것이 있다면 무엇인가?
- 자료에 대해 얼마나 알고 있다고 생각하는가?
- 실제전시에서 무엇을 보게 될 것이라고 생각하는가?
- 실제전시에서 무엇을 경험하게 될 것이라고 생각하는가?

③ 대상 관람객 조사 : 대상 관람객 중에서 20명 정도의 표본을 추출하여 기획하고 있는 전시에 관해 자세히 물어보는 것

1)St.John, Mark 1987a Evaluation design: The evaluator and the architect.

Evaluation Guides 12. Portland: Northwest Regional Educational Laboratory, p.152

2)이보아, 박물관학개론, 김영사, 2000, p.208

3)Lord, Barry & Lord, Bail Dexter, The Manual of Museum Exhibition, Altamira Press, 2002, p.45.

4)Ambrose, Timothy and Paine, Crispin, Museum Basics, Routledge, 1993, pp.107-111

5)남경화, 뮤지엄 체험향상을 위한 관람자 연구, 예술대학원(석논), 2000, p.23

이다. 이는 대상 관람객의 취향과 필요를 알아냄을 목적으로 한다. 그들의 의견이 전시의 기획 자체를 크게 바꿀 수도 있다.

④ 그룹 토론 : 관람자 말고 다른 전문가들로부터 유용한 정보를 얻기 위함이다. 동시에 두 다른 그룹의 토론을 진행하는데, 그룹의 하나는 전시 내용에 대한 외부 전문가 그룹이다. 만약 어떤 전시를 기획하고 있다면 내용을 확정하기 전에 그 분야의 외부 전문가들의 자문을 통해 전시의 목적과 전시의 내용에 대한 그들의 의견을 받아 기획안을 수정한다. 다른 그룹은 뮤지엄내의 관련 전문가들이다. 즉 뮤지엄 학예원, 디자이너, 기자, 교육자, 홍보담당자 등이다. 그들의 전시에 대한 자문은 전시를 위해 또 다른 차원의 귀중한 정보들을 제공할 것이다.

⑤ 분석을 통한 전시목표, 목적, 내용의 수정: 선제평가의 마지막 단계로서 앞서의 데이터들을 분석함을 통해 발견된 새로운 지식들을 반영해 전시의 기본개념 구상안을 수정한다.⁶⁾

2.2. 형성평가

형성평가(formative evaluation)는 전시의 계획과 개발단계에서 행해지는 기술적 평가방식이다. 형성평가의 절대적 가치는 전시의 변경이 가능한 시기에 개선책을 제시함에 있다.⁷⁾ 즉, 형성평가의 목표는 전시계획 아이디어를 관람자의 의견으로 점검하여 부족하고, 잘못된 부분의 디자인을 수정하기 위한 것이다. 형성평가는 전시의 어느 과정에서든지 유용하지만 라벨의 내용이나 전시 구성물의 위치를 정하는 디자인 단계에서 가장 효과적으로 실행할 수 있다. 형성평가에서 점검할 수 있는 부분은 크게 다음 3가지의 영역이다.⁸⁾

- 본문내용과 즐거기
- 전시와 해석적 매체
- 전시의 물리적 환경

형성평가를 위한 일반적인 방법은 값싼 재료로 전시실이나 전시의 부분을 모의전시로서 제작한 후 20명 또는 30명 정도의 관람자 샘플에게 관람시키고, 그들의 반응을 관찰하고, 설문서와 세부적인 내용에 대한 인터뷰를 진행하는 것이다. 그들의 의견이나 비평이 얻어질 것이며, 전시의 취약점이 발견되고, 개선책이 제안될 것이다. 모델을 수정하고 반복하여 테스트를 수행함을 통해 성공적인 전시계획이 완성될 것이다.

<표 1> 형성평가를 위한 평가의 목표와 방식의 예

목 표	방 식
라벨의 새로운 형식이나 위치의 설정이 관람자의 관심을 끄는가를 결정.	라벨을 완전히 설치하기 전에 새로운 형식에 대한 임시 라벨을 사용해 예비조사를 진행한다.
새로운 설명적 자료와 디자인이 관람자에게 개념적 즐거미를 잘 전달하는가를 결정.	새로운 전시자료를 부착한 모형을 준비해 관람자를 관람케 한 후 설문서를 진행.

형성평가는 관람자와의 인터뷰를 통해 전시의 교육적 효과와 감성적 효과를 극대화하고 커뮤니케이션의 단점을 최소화하는데 필요한 정보를 얻을 수 있다. 또한 형성평가는 전시팀 구성원간의 의견 차이로 인한 논쟁을 피할 수 있다. 형성평가에 사용되는 인터뷰의 질문은 다음과 같다.

- 관람자는 디자이너의 의도대로 전시물과의 커뮤니케이션이 잘 이루어지는가?
- 관람자는 전시의 내용을 이해하는가?
- 전시의 각 부분의 위치가 적절한가?
- 라벨은 읽기 쉬운가?
- 라벨의 내용은 명확한가?
- 관람자가 전시체험을 통해 얻게 된 내용은 무엇인가?

2.3. 최종평가

최종평가(summative evaluation)는 전시가 완성되고 관람자에게 개방된 후 이루어진다. 최종평가의 목적은 전시가 계획한 대로 작동하는지, 디자이너가 의도한대로의 성과를 이루는지를 점검하는 것이다. 최종평가는 위의 선제평가나 형성평가와는 달리 전시의 완성 후를 평가하는 것이므로 가장 완전한 평가가 이루어진다. 최종평가의 장점은 전시의 효과를 측정하여 미래의 다른 전시계획에 유용한 방향을 제시할 수 있다는데 있다.

학예원을 포함한 전시디자이너는 스스로가 기획하고 만든 전시를 성공적이라고 생각할 것이다. 그러나 제대로 역할을 하고 있는지? 더 발전시킬 수 있는지? 관람자들이 좋아하는지?에 대한 대답은 최종평가에 의해서만 밝혀진다. 그러나 최종평가로 얻어지고 발견되는 것들에는 한계가 있다. 만약 전시의 목적이 어떤 정보를 제공하는 것이라면, 그 평가는 정보를 관람자가 얻었는가 아닌가만 평가하면 되니 간단한 일이다. 그러나 뮤지엄은 교육기관이 아니기 때문에 단순한 정보제공의 중요성 못지 않게 관람자가 그 전시의 아주 작은 부분에서 어떤 자극을 받거나 삶의 태도가 변하는 것 또한 중요하다.

즉, 최종평가 방식으로 관람자의 지식의 습득, 가장 관심을 유도하는 전시, 배치가 개선될 수 있는지, 본문이 얼마나 잘 읽고 있는지 등을 알 수 있다. 그러나 전시가 관람자의 마음속에 상상력을 일으키는지, 새로운 관심의 분야가 생겼는지 등을 알 수는 없다. 최종평가는 가능한 한 뮤지엄 외부의 전문가들에 의해 객관적 평가연구가 진행되는 것이 좋다. 현재 최종평

6) Borun, Minda, "Front-end Evaluation: A tool for exhibit and program planning", Introduction to Museum Evaluation, Washington D.C., AAM, Technical Information Service, 1999, pp.43-46.

7) Loomis, Ross J., Museum Visitor Evaluation: New Tool for Management, American Association for State and Local History, 1987, p.206

8) Lord, op.cit., p.49.

가에 다음의 방식들이 사용된다.

<표 2> 최종평가를 위한 평가의 목표와 방식의 예

목 표	방 식
기존의 전시를 관람하는 관람자의 성향 확인.	관람자에 대한 설문서 진행.
기존의 전시에서 관람자가 무엇을 학습하였는가를 발견.	전시의 주제와 목적에 대한 지식을 사전조사와 사후조사를 통한 설문서로 진행.
기존의 전시에서 관람자가 선호하는 동선을 발견.	대상 표본 관람자의 관찰연구를 진행.

① 추적관찰

추적관찰은 시스템적으로 관람자를 추적 관찰하고, 관람자가 어느 방향으로 가는지, 개개의 전시품 앞에서 얼마나 많은 시간을 보내는지를 체크하는 것이다. 이 방식을 통해 관람자의 동선도를 작성하고, 각각의 전시품의 관람시간에 대한 통계 차트를 작성할 수 있다. 이러한 데이터는 전시장의 동선계획이 잘되었는가? 어떤 전시가 관람자의 흥미를 끌고 있는가를 파악할 수 있다. 그러나 이 방식의 단점은 만약, 관람자가 관찰되고 있다는 것을 알게 되면 관람자의 행동패턴이 달라지게됨으로 관찰이 최대한 드러나지 않도록 하여야 한다는 것이다. 또한 이 방식을 통해 어떤 전시에 관람자가 흥미를 갖게 된다는 것을 알 수는 있지만 왜 그 전시가 관람자의 흥미를 유발하는가에 대한 정확한 원인을 파악할 수 없다. 관람자의 추적관찰에 유용하게 사용하는 도구는 '유인력'과 '유지력'이다.

② 관람자와의 인터뷰

관람자 인터뷰는 전시에 대해 그들이 이해하거나 혼란스러워 하는 부분과 전시의 시각적 관심도 등을 측정한다. 무작위로 선정된 관람자와의 인터뷰(interview)를 위해서는 표본/샘플이 된 관람자의 수가 적절히 많아야 하고, 그 질문들은 연구자의 필요한 정보를 얻을 수 있도록 명확히 구분되어 있어야 한다. 그 질문들은 다음과 같다.

- 전시관람 후에 관람자가 배운 것은?
- 관람자는 관람이 어떤 의미가 있다고 생각하는가?
- 전시의 관람이 쉬웠던 부분과 혼란스러웠던 부분은?
- 전시의 어떤 부분이 가장 관심이 있었는지? 그 이유는?
- 전시에 관심이 없었던 부분은? 그 이유는?
- 관람자는 라벨을 읽었는가? 어떤 라벨이었나?
- 전시장 전체에 대해 개선할 부분을 제안한다면?
- 관람자는 전시장에 비치된 브로슈어를 보았나?

③ 전문가의 비평

이 방식은 전문가를 초빙하여 완성된 전시에 대해 상세히

9)유인력(attracting power)은 전시실에 들어온 관람객 중 대상전시 앞에 서서 전시를 본 관람객의 비율을 말한다. 유지력(holding power)은 전시실의 전시들의 관람에 사용된 평균 관람시간 대비 대상전시의 실제 관람 시간의 비율을 말한다. (김주연, '과정접근적 순수미술전시와 관람자의 관심도와 감성력에 미치는 영향에 관한 연구, 실내디자인, 1994, No.3, p.34)

비평받는 것이다. 비평의 방식은 뮤지엄의 관계자 및 전시디자이너가 갖고 있지 않은 기술을 적용하여 문제를 짚어볼 수 있는 전문가를 초빙하는 것이 관건이다. 비평 방식의 목표는 현재 기획되고 있는 전시의 강점과 약점을 파악하여 새로운 전시 기획에 강점은 살리고 약점을 보완하는데 있다.

3. 전시평가 현황분석

3.1. 조사개요

(1) 조사의 목적

뮤지엄 전시실과 전시의 성공을 측정하는 기술로서 관람자를 통한 '전시평가'에 관해 한국 역사계 뮤지엄의 학예원, 디자이너 등의 전시관련자 및 전시설계전문회사의 전시계획담당자들이 어떻게 인지하고 있는지, 실제 평가를 시행을 하고있는지, 평가방식별 중요도에 대한 생각을 알아보기 위해 설문조사를 시행하였다.

(2) 조사대상

설문조사는 국립 박물관 2곳, 시립 박물관 1곳, 사립 박물관 3곳, 전시전문회사 4곳을 대상으로 선정하여 학예원을 비롯한 전시계획 담당자 및 시공·관리실무 담당자를 대상으로 하였다.

<표 3> 설문대상기관 및 설문 참가자 수

구분	뮤지엄·회사명	설문자 수
뮤지엄	국립중앙박물관	6
	국립중앙박물관-건립추진기획단	10
	국립민속박물관	10
	시립역사박물관(서울)	4
	온양민속박물관	1
	호암갤러리	5
	민속촌박물관	2
전시전문회사	[TST]시공테크	8
	(주)토탈미디어안건사	5
	(주)가원전시환경	11
	(주)디지털국영	6
	4D디자인 연구소	2

<표 4> 설문응답자의 직급구분

뮤지엄								
관장	학예원	기술 전문직	무기명	총계				
1	26	4	7	38				
전시전문회사								
대표	이사	실장·부장·차장	과장	대리	주임	사원	무기명	총계
4	4	5	2	6	3	1	7	32

설문의 응답자는 총 70명으로 뮤지엄은 38명 전시전문회사는 32명이었고 응답자의 직급은 <표 4>와 같다.

(3) 조사기간

설문조사는 예비조사(pilot study)와 본 조사의 두 단계로 진행하였다. 예비조사는 2002. 3. 19일부터 22일까지 4일간 각 뮤지엄 및 전시전문회사를 방문하여 뮤지엄의 전시기획경험이 있는 학예원과 전시전문회사의 차장급 이상의 경험자들을 대상으로 인터뷰를 통해 현재의 '전시평가'의 진행상황과 문제점 및 의견을 수렴하였다. 본 조사는 2002. 4. 2일부터 10일까지 9일간 각 뮤지엄과 전시전문회사를 방문하여 설문조사를 진행하였다. 기간별 조사의 내용은 <표 5>와 같다.

<표 5> 조사 일정 및 내용

구분	일정	조사방법	내용
예비조사	2002.3.19~2002.3.23	개방형 인터뷰	'전시평가'의 인지여부
본조사	2002.4.2~2002.4.10	설문서 작성 (체계적&개방형)	'전시평가'의 중요성 검토 및 의견제시

3.2. 전시평가의 사전지식 및 필요성

(1) 전시평가에 관한 사전지식 여부

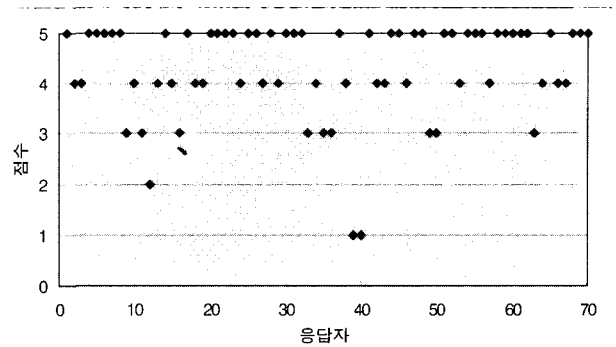
총 설문 응답자 70명 중 '전시평가'에 관한 내용을 사전에 알고 있었던 사람은 53명(75.7%), 전혀 모르는 사람은 17명(24.3%)으로 나타났다. 응답자들 모두가 전시관련 전문가들이지만 약 1/4 정도나 '전시평가'에 대하여 사전지식이 없음은 우리나라의 전시관련 업무에 있어 아직은 전시의 결과로서의 효과 즉, 전시의 내용에 대한 검증이 미비함을 판단할 수 있었다. 응답자 중에서 뮤지엄 관련자들과 전시전문회사를 구분하여 살펴본 결과도 뮤지엄 관련자와 전시전문회사간의 '전시평가'에 대한 사전지식 여부는 거의 차이가 없었다.

<표 6> '전시평가' 사전지식 여부 분석표

'전시평가'에 관한 사전지식	안다	모른다	계
뮤지엄 관련자	29(76.3%)	9(23.7%)	38(100%)
전시전문회사	24(75%)	8(25%)	32(100%)
총계	53(75.7%)	17(24.3%)	70(100%)

(2) 전시평가의 필요성

'전시평가의 필요성'에 대해서는 '매우 그렇지 않다(0)~매우 그렇다(5)'의 0~5 점의 척도로 전시평가의 필요성을 조사하였다. 그 결과 '전시평가'에 대한 사전지식의 여부에 관계없이 총 70명의 응답자는 '전시평가의 필요성'에 대해 평균 4.16점, 표준편차(δ) 0.83으로서 '전시평가'에 대한 필요성을 상당히 높게 여기고 있었다.



<그림 2> 전시평가의 필요성 응답 차트

<표 7> '전시평가의 필요성'에 대한 응답결과 평균 및 표준편차

구분		뮤지엄 관련자			전시전문회사			계		
		응답자수	평균	표준편차(δ)	응답자수	평균	표준편차(δ)	응답자수	평균	표준편차(δ)
'전시평가' 사전지식	안다	29	4.41	0.69	24	4.46	0.63	53	4.43	0.66
	모른다	9	3.56	1.26	8	4.25	0.75	17	3.88	0.99
총계		38	3.99	0.98	32	4.36	0.69	70	4.16	0.83

A. 뮤지엄 관련자와 전시전문회사 간의 '전시평가의 필요성' 평균 비교

'전시평가 필요성'에 대한 뮤지엄 관련자와 전시전문회사 간에는 뮤지엄 관련자의 평균이 3.99점(δ:0.98) 전시전문회사가 4.36점(δ:0.69)으로 나타나 전시전문회사가 '전시평가의 필요성'을 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 그러나 이러한 점수의 차이는 전체 응답자의 평균치로 뮤지엄의 관련자 가운데 전시평가에 대한 사전지식이 없는 응답자의 평균 점수가 3.56점(δ:1.26)으로 다른 응답자보다 상대적으로 낮게 평가함으로써 발생한 결과였다.

B. 전시평가의 사전지식 여부에 따른 '전시평가의 필요성' 비교

전시평가의 사전지식이 있는 응답자는 '전시평가의 필요성'에 대해 평균 4.43(δ:0.66)의 높은 점수를 부여한 반면 사전지식이 없는 응답자는 평균 3.88(δ:0.99)로서 상대적으로 낮은 점수로 나타났다. 이는 '전시평가'의 사전지식 여부가 '필요성의 인식'과 관련이 있는 결과로서 전시의 질적발전을 위해서는 전시의 실무 관련자들에게 '전시평가'에 관한 정보가 필요한 것으로 분석되었다.

C. 전시평가의 사전지식이 있는 응답자 가운데 뮤지엄 관련자와 전시전문회사간의 '전시평가의 필요성' 비교

전시평가의 사전지식이 있는 응답자 가운데 뮤지엄 관련자의 평균은 4.41(δ:0.69)점이고 전시전문회사는 평균 4.46(δ:0.63)점이었다. 결과적으로 전시전문회사의 평균점수가 약간 높게 (0.05) 나타났지만 이는 차이가 없는 것으로 볼 수 있다. 뮤지엄 관련자나 전시전문회사 모두 동일하게 높은 점수를 부여한 것은 '전시평가의 필요성'을 크게 느끼는 것으로 분석되었다.

3.3. 시기별 평가방식의 중요도

시기별 평가방식으로서 선제평가, 형성평가, 최종평가의 중요성에 대하여 '전혀 중요치 않다(0)~매우 중요하다(5)'를 0~5 점의 척도로 각 전시평가 방식별로 조사하였다. 각 평가방식을 명확하게 하기 위하여 용어의 정의가 다음과 같이 제시되었다.

- 선제평가 : 전시의 기획단계에서 예상관람자의 평가를 통한 전시아이디어의 점검 및 수정이 목적.
- 형성평가 : 전시의 계획 및 제작 중의 단계에서 예상관람자의 평가를 통해 전시에 대한 취약점을 발견하고 보완함을 목적.
- 최종평가 : 전시가 개최된 후에 실제 관람자의 반응과 의견을 통해 '전시의 목표와 목적, 효과'의 달성여부를 점검하고 다음의 전시를 위한 개선책 마련을 목적.

분석결과 3개의 평가방식 모두 중요하다고 응답하였으나 평가방식별로 약간의 차이를 보였다. 전시평가의 사전지식의 여부에 관계없이 전체 응답자의 응답 결과는 최종평가가 평균 4.29점(δ:0.73)으로 가장 중요하다고 응답하였고 다음으로 선제평가 평균 3.78점(δ:1.14), 형성평가 3.48점(δ:1.12)의 순이었다.

<표 8> '시기별 평가 방식의 중요성'에 대한 응답자의 평균과 표준편차

구분	뮤지엄 관련자			전시회사			총계			
	안다	모른다	계	안다	모른다	계	안다	모른다	계	
'전시평가' 사전지식										
응답자수										
	29	9	38	24	8	32	53	17	70	
선제평가	평균	4.17	2.78	3.48	4.25	3.89	4.07	4.21	3.34	3.78
	표준편차(δ)	1.08	1.53	1.31	0.75	1.16	0.96	0.92	1.35	1.14
형성평가	평균	3.79	2.56	3.18	3.79	3.75	3.77	3.79	3.16	3.48
	표준편차(δ)	1.15	1.06	1.11	0.93	1.31	1.12	1.04	1.19	1.12
최종평가	평균	4.55	3.67	4.11	4.17	4.75	4.46	4.36	4.12	4.29
	표준편차(δ)	0.53	1.11	0.82	0.83	0.43	0.63	0.68	0.77	0.73

(1) 전시평가에 대한 사전지식이 있는 응답자의 평균

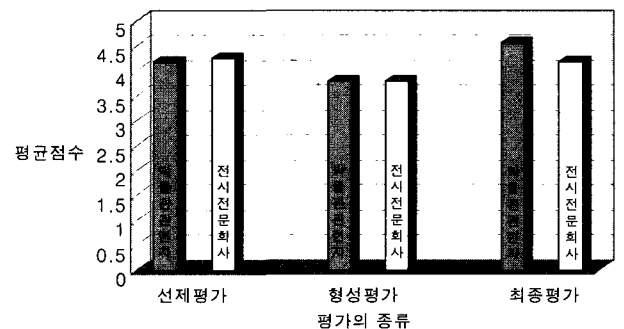
전시평가의 사전지식이 있는 응답자의 경우도 최종평가 평균 4.36점(δ:0.68), 선제평가 평균 4.21점(0.92), 형성평가 평균 3.79점(1.04)의 순으로 나타났다. 즉 전시개발에 있어 최종평가의 방식을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 이는 대개 프로젝트의 시간적 제한 때문에 전시계획 중 선제평가와 전시개발 중 형성평가가 힘든 것을 미리 생각하기 때문일 것이다. 또한 실제 최종평가는 시행이 되고 있지만 선제평가와 형성평가가 상대적으로 미약함은 평가에 대한 정보의 부족 때문에 나타난 결과로도 볼 수 있다.

(2) 전시평가에 대한 사전지식이 있는 응답자 가운데 뮤지엄 관련자와 전시전문회사의 응답 평균 비교

뮤지엄 관련자의 경우는 최종평가 평균 4.55점(δ:0.53), 선제평가 평균 4.17점(δ:1.08), 형성평가 평균 3.79점(δ:1.15)으로 분석되었고, 전시전문회사의 경우는 선제평가 평균 4.25점(δ:0.75),

최종평가 평균 4.17점(δ:0.83), 형성평가 평균 3.79점(δ:0.93)으로 나타났다.

결과적으로 뮤지엄 관련자는 최종평가를 가장 높게 선정한 반면 전시전문회사는 최종평가와 비슷하지만 선제평가를 더 높게 선정하였다. 이는 뮤지엄 관련자는 전시의 최종결과를 평가하여 다음 전시에 반영하는 평가를 중요시 여기는 반면, 전시회사는 전시의 개발초기에 평가를 진행하여 전시의 오류를 막고 관람자 또는 전문가들의 피드백을 더 원하기 때문으로 판단된다.



<그림 3> 전시평가 사전지식이 있는 응답자 가운데 뮤지엄 관련자와 전시전문회사의 점수 비교 차트

3.4. 전시평가의 사전경험

전시평가에 대한 사전지식이 있는 응답자 총 53명중 전시평가를 실제 진행해 본 경험이 있는 응답자는 28명으로서 52.8%로 나타나 응답자의 반 정도가 전시평가를 실제 경험한 것으로 나타났다. 세부적으로는 살펴보면 뮤지엄 관련자는 20명(69.0%)이고 전시전문회사는 8명(33.3%)으로 큰 차이를 나타내는 결과가 나왔다. 이는 뮤지엄에서는 어떠한 형태로든 전시평가를 실제 진행하고 있으나, 전시전문회사에는 전시평가의 진행이 부족함을 증명하는 것이었다.

<표 9> '전시평가'진행 여부 분석표

'전시평가' 진행경험	있다	없다	계
뮤지엄 관련자	20(69.0%)	9(31.0%)	29(100%)
전시전문회사	8(33.3%)	16(66.7%)	24(100%)
총계	28(52.8%)	25(47.2%)	53(100%)

(1) 진행한 '전시평가'의 목적

'전시평가'를 진행해 본 응답자들 중 평가의 목적을 기술한 내용은 <표 10>과 같다. 그 내용의 분석결과 뮤지엄 관련자들은 '평가방식에 대한 중요성'의 결과와 마찬가지로 관람자를 중심으로 전시의 효과를 평가하고 다음 전시의 자료로 활용하려는 '최종평가'를 대부분 진행하였음을 알 수 있었다. 전시전문회사의 경우도 '평가방식에 대한 중요성'의 결과와 마찬가지로 선제평가와 형성평가를 진행하였으나 대부분 자문위원이나

전문가들을 통해 설계안의 검증 및 개선을 목적으로 하였고 관람자를 통한 설계안의 검증은 이루어지지 않았음을 알 수 있었다.

<표 10> 진행했던 '전시평가'의 목적 응답내용

진행했던 '전시평가'의 목적 설문 응답내용	
뮤지엄 관련자	<ul style="list-style-type: none"> • 전시에 대한 관람객의 이해 정도 및 선호도 파악 • 설계도서의 검토를 위한 평가(건축설계의 감독, 검사과정에 포함) • 전시물과의 조화, 전시방법의 효과적 개선을 위한 사례조 사를 목적으로 • 형성평가의 단계로 기존에 설계된 전시도면에 대한 평가는 진행, 전시기획, 전시기법 등을 한단계 업그레이드 시키기 위해 • 기획, 예산 목적달성의 타당성 평가 • 전시사업의 추진 효율성에 대한 평가가 주된 목적이었음. 즉 기획단계부터 유물의 디스플레이, 홍보 등, 사업의 각 process의 추진속도와 절차상의 효율성이 주된 관심사였음 • 전시의 목적과 목표 및 성과에 대한 평가를 통해 다음 전시에 반영하여 보다 나은 전시를 준비하고자 함 • 상기 3분류의 평가를 기준으로 선제평가관람객의 눈을 통한 시각을 확인(주요 관람객의 확인, 전시 내용을 설정), 형성평가: 전시 중간에 각종 지적 및 요구수렴 개선하며 정보전달의 목적을 달성 • 전시준비과정에서 각 업무담당자가 미처 볼 수 없었던 전체의 틀을 점검하고 다음 전시에서 좀더 효과적인 전시진행을 위한 반성과 문제발생시 해결방법 모색하기 위함 • 전시업무 진행과정 중의 발생된 문제점을 논하고 향후대책과 사례로 삼음. 작품 설치나 디자인 아웃풋에 대한 평가나 미비점 등을 체크 • 전시아이디어 점검,보완,개선, 전시실행의 문제점 점검, 개선, 새로운 전시를 위한 개선책
전시전문회사	<ul style="list-style-type: none"> • 프로젝트 설계 및 진행시 검증된 자료 및 유물 배치, 예산 집행의 투명성 확보 • 관람자의 원활한 관람(동선)에 따른 장애요인, 관람의 목적 및 이해를 돕고 인식 전환 및 교육을 목적으로 함 • 자문을 통해 제안된 안에 대한 사전검증 절차로써 • 계획의 성과 및 문제점을 파악하기 위한 회의 형식의 평가 • 박물관 또는 전시관이 갖는 주제성의 올바른 확립과 전달하고자 하는 내용의 적절성과 정확성을 제시하고 주제와 목적에 부합되는 적절한 전시출현방법 그리고 문제점 등의 도출 등등 그리고 피드백을 목적으로 • 박물관과 사료간의 전시주제를 테마별, 시대별, 조닝별로 적절히 구분하였는지 확인 • 전시목적에 부합한가에 대한 적합성 여부/전시시대효과를 극대화하기 위함/정보의 정확성 판단 여부

(2) 전시평가 진행의 유형

전시평가를 진행한 응답자들이 실제 진행한 평가방식은 분석결과 최종평가가 가장 많이 진행된 것으로 나타났다. 그러나 뮤지엄 관련자와 전시전문회사를 구분하여 보면 뮤지엄의 경우 최종평가를 가장 많이 진행하였고, 전시전문회사의 경우는 형성평가, 선제평가, 최종평가 모두 비슷하게 진행한 것으로 파악되었다.

<표 11> 실제 '전시평가 진행'의 유형 분석

구분	'전시평가' 경험자 수	선제평가	형성평가	최종평가	기타평가 방식
뮤지엄 관련자	29	9	10	18	8
전시전문회사	24	5	6	5	5
총계	53	14	16	23	13

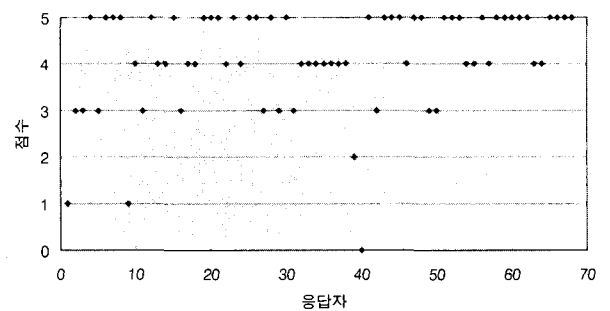
(3) 기타 진행했던 평가방식 및 효과

기타 평가방식과 효과에 대한 응답내용을 검토한 결과 기타

의 평가방식을 사용한 응답이나 효과에 대해 특별한 것은 없었고, 대부분 선제·형성·최종평가의 체계 속에서 평가가 이루어짐을 알 수 있었다. 그러나 뮤지엄 관련자의 응답 중 '공청회의 개최'를 통해 평가한다고 하는 예외의 경우도 있었다. 그런데 연구를 통해 '평가' 자체에 대한 인식의 차이가 있음을 알 수 있었다. 뮤지엄의 경우는 각 '담당자들과의 협의'를 '평가'로 인식하는 경우가 많았으며 전시전문회사의 경우는 '자문위원회를 통한 평가'를 대부분의 경우 '평가'로 생각하고 있음이 파악되었다.

3.5. 전시평가의 시행의지

(1) 장래 전시평가 시행의 의지



<그림 4> 전시평가 시행의지 응답 차트

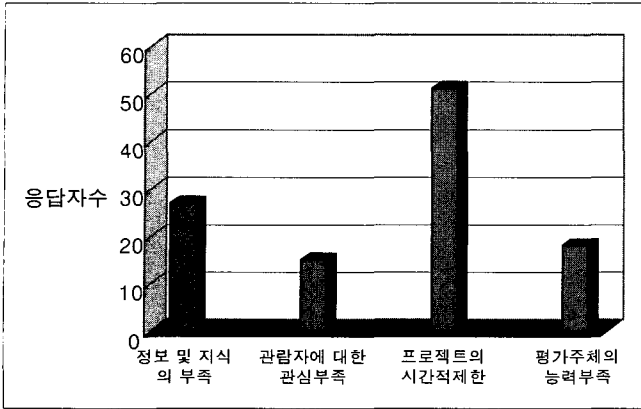
여견이 허락한다면 전시평가를 시행하겠는가? 하는 '전시평가 시행의 의지'에 대해서 총 응답자 68(2명 무응답)명의 응답 평균은 4.00점(δ:0.95)으로서 비교적 높은 점수가 나왔다.

이는 뮤지엄이나 전시회사나 모두 전시계획의 발전을 위해서 전시평가의 중요성을 높게 인식하고, 시행의지 또한 높은 것으로 파악되었다. '전시평가'의 사전지식이 있는 응답자의 경우는 뮤지엄 관련자 평균 4.48점(δ:0.58), 전시전문회사 평균 4.08점(δ:0.84)로서 뮤지엄 관련자가 전시전문회사보다 상대적으로 높은 점수를 나타내었는데 이는 뮤지엄 관련자는 전시일반 개방이후도 전시와 관람자들의 반응에 지속적인 관심을 가져야만 하기 때문에 당연한 결과로 판단된다.

<표 12> '전시평가 시행 의지'에 대한 응답결과 평균 및 표준편차

구분	뮤지엄 관련자			전시전문회사			계			
	응답자 수	평균	표준편차 (δ)	응답자 수	평균	표준편차 (δ)	응답자 수	평균	표준편차 (δ)	
'전시평가' 사전지식	안다	27	4.48	0.58	24	4.08	0.84	51	4.28	0.71
	모른다	9	3.67	1.33	8	3.75	1.06	17	3.71	1.19
총계	36	4.08	0.96	32	3.92	0.95	68	4.00	0.95	

(2) 전시평가를 진행하지 않는 이유



<그림 5> 전시평가를 진행하지 못하는 이유에 대한 응답차트

A. 제시된 원인 분석

<표 13> 전시평가를 진행하고 있지 않는 이유

구분	뮤지엄 관람자			전시회사			총계		
	안다	모른다	계	안다	모른다	계	안다	모른다	계
'전시평가' 사전지식									
평가에 관련한 정보 및 지식의 부족	9	5	14	10	3	13	19	8	27
전시관람자에 대한 관심 부족	10	0	10	4	1	5	14	1	15
프로젝트의 시간적 제한	18	9	27	19	5	24	37	14	51
평가주체의 능력 부족	8	2	10	7	1	8	15	3	18

'전시평가를 진행하지 않고 있는 이유'에 대해 응답자는 '프로젝트의 시간부족'을 뮤지엄이나 전시전문회사나 제일로 꼽았고 다음으로 '평가에 대한 정보 및 지식의 부족'을 꼽았다. 이는 우리나라의 전시개발의 현실이 시간적으로 급하게 이루어짐을 반영한 것이며, 전시 주체자가 전시의 완성에만 관심이 있고 전시의 질적인 차원인 전시의 효과에 대해 관심이 부족함을 나타내는 결과로 판단된다. 이에 대한 반증으로서 현재 '평가에 관련한 정보나 지식의 부족'이 두 번째로 높은 결과가 나타난 것이다.

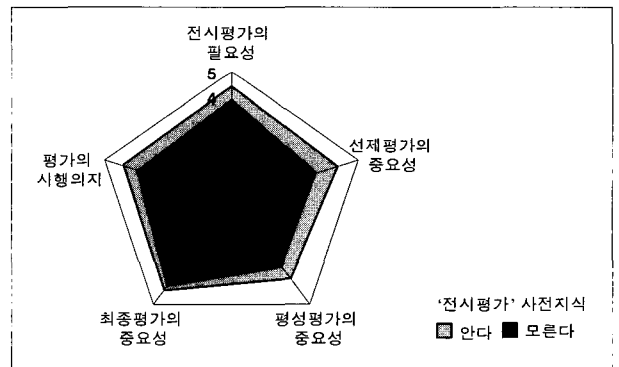
전시 관람자에 대한 관심에 대해 전시평가에 대한 사전지식이 있는 응답자의 응답을 비교한 결과 전시전문회사가 뮤지엄 관람자보다 관람자에 대한 관심이 상당히 부족한 것으로 나타났다. 우리나라의 전시의 발전을 위해서는 충분한 시간적 배려와 함께 관람자에 대한 전문가들의 관심이 확대되어야 함을 나타내는 결과였다.

B. 전시평가를 시행하지 않는 기타 이유

<표 14> 전시평가를 시행하지 않는 기타이유 응답 내용

전시평가를 시행하지 않는 기타이유	
유지업관련자	<ul style="list-style-type: none"> 전시평가의 긍정적인 측면 외에도 부정적인 측면을 간과할 수 없는 것이 주최자의 입장. 때로는 일반관람자에게는 어려운 전시가 학술적인 측면에서 꼭 필요한 경우도 있고 대중적으로 어필하는 전시가 전문가들에게는 치졸할 수 있음. 기획 단계에서는 최대한 의견을 수렴하더라도 일이 진행되기 시작하면 소신을 가지고 진행한 다음 최종적인 평가를 받는 것이 현명. 관에서 시행하는 전시는 대부분 관련자의 의지와 견해에 크게 좌우됨. 또 주어진 시간안에 전시의 기획에서부터 시공까지 급하게 마쳐야 하므로 전시평가를 통해 의견을 수렴하여 반영하는 체제가 제대로 작동되기 어려움. 평가의 방법론이 국내의 유물에 맞지 않음(전시디자인을 하는 과정에 포함되는 결정권(디자이너 자신, 오너, 기관이나 단체의장들)의 자의적인 판단이 바로 평가가 되는 경우가 많음) 전시사업의 추진과정에서는 '평가'보다는 '추진' 그 자체에 몰두하게 되는 경향이 있음 전시후속처리 및 과도한 업무 전시가 진행되고 있는 동안, 다른 부대행사가 계획적으로 추진되어야 하므로 시간적으로 여유가 없었음. 최종평가를 시도했다면 가능했음도 모르지만 전시진행 프로그램에 최종평가항목이 포함되지 않아 지나쳤던 경우가 많았음. 평가를 나름대로 수행하고 있지만 년 7회 전시일정상 전시개막 후 타 전시에 주력하다보니 개막이후 전시에 대한 평가수행이 뒤로 밀리고 상시적인 의견수렴이 쉽지 않음.
전시전문회사	<ul style="list-style-type: none"> 전시평가를 논하기 보다는 계획의 전반적인 여건개선이 더 필요함. 충분한 설계비의 책정, 디자인료, 기획료 등 충분한 기간도 필요함. 부족한 설계비나 기획료로는 자문회이나 평가, 품질의 보장은 물론 이러한 논쟁조차 불가능해짐. 전시평가에 관련된 예산이 어느 사항에도 책정되어 있지 않음. 객관적인 평가 기준이 없음. 각 분야별 전문화된 인프라 구성이 안되어 있음. 전시기획을 의뢰하는 기업들의 인식부족과 전시기업들의 수주방식에 절대적으로 필요한 사항이 아니기 때문. 목적성을 띤 전시관의 경우(기업역사관, 기업사료관, 개인기념관) 전시평가의 과정이 내부에서 자체적으로 진행되는 경우가 있음.

3.6. 사전지식 여부에 따른 응답평균의 차이



<그림 6> '전시평가' 사전지식 여부에 따른 응답평균의 차이

응답자 전체의 응답을 분석한 결과 '전시평가'를 사전에 알 있는 응답자와 그렇지 않은 응답자간의 응답점수의 평균 점수는 아래의 차트의 결과처럼 전체적으로 비슷한 차이를 보였다. 이는 사전지식의 여부가 평가시행에 중요한 영향을 미치는 요소가 됨을 반증하는 것으로 뮤지엄 전시관람자나 전시전문회사 전문가 모두에게 전시평가에 대한 인지 및 교육의 중요성을 나타내는 결과이다.

4. 결론

전시평가에 대해 살펴본 결과 뮤지엄 관람자의 학습과 체험이 증진될 수 있도록 전시의 개선을 목적으로 하는 전시평가는 전시의 목표달성여부와 전시의 진행과정, 결과의 취약점을 개선할 수 있는 방안을 제시함은 물론 미래 전시의 새로운 아이디어와 비전을 제시할 수 있음을 확인하였다. 전시평가는 시기에 따라 선제평가(front end analysis), 형성평가(formative evaluation), 최종평가(summative evaluation)로 구분된다. 선제평가는 전시계획의 시작 전 기본개념 구상단계의 아이디어를 평가함으로써 실제 발생할 수 있는 실수를 피함이 목적이다. 형성평가는 전시의 계획과 개발단계에서 전시의 변경이 가능한 시기에 개선책을 제시함이 목적이다. 최종평가는 전시가 완성된 후 전시가 계획한대로 작동하는지 그 효과를 측정하고 미래의 다른 전시에 유용한 방향을 제시함을 목적으로 한다.

본 연구에서 한국 역사계 뮤지엄과 전시전문회사의 전시평가의 진행에 대한 현황을 설문으로 분석한 결과는 다음과 같다. 전시평가에 대한 사전지식에 대해서는 응답자의 1/4정도가 사전지식이 없는 것으로 나타났다. 전체적인 문항에 대한 평균 점수에서 전시평가에 대한 사전지식이 없는 응답자가 있는 응답자보다 모두 낮게 나타났다. 이는 전시관련자들에게 전시평가 내용에 대한 교육이 필요함을 나타낸 결과로 분석되었다. '전시평가의 필요성'에 대해서는 응답자의 평균점수가 4.15점(5:0.83)으로서 전시평가에 대한 필요성을 상당히 높게 여기고 있었다.

시기별 '평가방식에 대한 중요도'인식의 경우 뮤지엄 관련자의 경우 최종평가-선제평가-형성평가의 순으로 중요도를 인식하고 있었고, 전시전문회사의 경우는 선제평가-최종평가-형성평가의 순으로 나타났다. 이는 평균점수의 면에서 약간의 차이에 불과한 것이었지만 뮤지엄 관련자들은 최종 전시의 평가를 통해 다음 전시에 반영함을 전시평가의 가장 중요한 기능으로 인식하고 있고, 전시 전문회사의 경우는 전시의 계획초기에 계획안에 대한 피드백을 얻는 것을 전시평가의 가장 중요한 기능으로 여김이 발견되었다.

'전시평가 시행의 의지'에 대해서는 응답자의 평균점수가 4.0점(5:0.95)으로서 응답자 모두 장래 전시평가를 시행하겠다고 응답하였다. 이는 전시계획의 발전을 위한 전시평가의 의의를 파악할 수 있는 결과였다. '전시평가를 진행하지 않고 있는 이유'에 대해 응답자는 '프로젝트의 시간부족'을 첫 번째로 '평가에 대한 정보 및 지식의 부족'을 두 번째로 꼽았다. 이는 우리나라 뮤지엄의 전시개발이 너무나 짧은 시간에 이루어짐과 전시 주체가 뮤지엄 전시와 관람자의 커뮤니케이션에 대한 관심 즉, 전시의 효과에 대한 관심의 부족으로 판단되었다. 기

타 이유에 대한 응답에서 "전체 전시계획의 프로세스 가운데 평가에 대한 사항이 없음"을 그 이유로 제시한 경우가 있었다. 이는 본 연구의 중심내용인 전시평가가 전시계획 과정 속에서 체계적으로 이루어져야 함을 나타내는 것이었다. 또한 전시전문회사의 응답에서 "전시계약에 전시평가의 항목을 포함시킴"이 제안되었는데 이 또한 전시의 발전을 위한 방법의 하나라고 판단된다.

참고문헌

1. St.John, Mark 1987a Evaluation design: The evaluator and the architect. Evaluation Guides 12. Portland : Northwest Regional Educational Laboratory
2. Lord, Barry & Lord, Bail Dexter, The Manual of Museum Exhibition, Altamira Press, 2002
3. Ambrose, Timothy and Paine, Crispin, Museum Basics, Routledge, 1993
4. Borun, Minda, "Front-end Evaluation: A tool for exhibit and program planning", Introduction to Museum Evaluation, Washington D.C., AAM, Technical Information Service, 1999
5. Loomis, Ross J., Museum Visitor Evaluation: New Tool for Management, American Association for State and Local History, 1987
6. Friedman, Alan. "Convincing the Director", Musuem Visitor Studies, edited by Sandra Bicknell and Graham Farnelo, London: Science Museum, 1993
7. Korenic, Mary. S., "The Rain Forest in Milwaukee: An Evaluation". Curator, Vol. 34, 1991
8. 김주연, 과정집근적 순수미술전시가 관람자의 관심도와 감상력에 미치는 영향에 관한 연구, 실내디자인, 1994, No.3
9. 남경화, 뮤지엄 체험향상을 위한 관람자 연구, 중앙대학교 예술대학원(석논), 2000
10. 이보아, 박물관학개론, 김영사, 2000

<접수 : 2003. 8. 30>