

# 이미지 표현 유형이 계획된 행동 이론 속성에 미치는 영향 연구

나재민  
선문대학교 시각디자인학과 교수

## The Effect of Different Types of Visual Images on the Variables of the Theory of Planned Behavior

Jaemin Na

Professor, Dept of Visual Communication Design, Sunmoon University

요 약 최근 금연 캠페인에서 사실적 이미지가 적극적으로 활용되고 있다. 캠페인을 위한 매체로 활용되고 있는 포스터의 이미지 표현에 있어서도 마찬가지이다. 본 연구에서는 세계보건기구(WHO)에서 제작·배포한 금연 캠페인 포스터에서 서로 다른 시각적 표현 유형이 헬스커뮤니케이션에 미치는 영향을 살펴보았다. ‘일러스트 이미지’와 ‘사실적 이미지’가 계획된 행동 이론의 각 속성인 ‘금연행동 인식’, ‘주관적 규범’, ‘지각된 통제감’에 미치는 영향을 분석하였다. 이미지 표현 유형에 따라 ‘금연행동 인식’과 ‘주관적 규범’에 미치는 영향 차이가 있었으며, ‘지각된 통제감’에서는 두 이미지 표현 유형 사이에 의미 있는 차이가 발견되지 않았다. 본 연구를 통해 이미지 표현 유형 사이에 헬스커뮤니케이션 효과의 차이가 있음을 확인하였으며, 향후 헬스커뮤니케이션에서 효율적인 시각적 표현 방식을 모색하기 위해 디자인 분야와 예컨대 사회 심리학 등 다른 분야 간의 융합적 연구가 요구된다.

주제어 : 사실적 이미지, 일러스트 이미지, 계획된 행동 이론, 금연에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 통제감

**Abstract** Recently realistic descriptions have been frequently used in anti-smoking campaigns. The same trend can also be seen with regard to posters as a medium of visual communication. It was intended to examine how different types of visual images in anti-smoking campaign posters produced and distributed by the WHO can improve the effectiveness of health communication. This article aims to determine how each of abstract/stylized illustrations and realistic images might affect the three key variables of the Theory of Planned Behavior, which are Attitudes toward the Behavior, Subjective Norms and Perceived Behavioral Control, in relation to quitting smoking. Results showed that realistic images are different in improving the attitudes toward the behavior and subjective norms. However, there are no significant difference between abstract/stylized illustrations and realistic images in Perceived Behavioral Control. The findings of this study suggest that the above-mentioned types of visual information achieve different levels of effectiveness in health communication. It is desirable that more effort be devoted to the interdisciplinary study across the areas of visual design and social psychology, for example, with a view to developing better health communication strategies.

**Key Words** : theory of planned behavior, attitude toward the behavior, subjective norms, perceived behavioral control, anti-smoking campaign, stylized illustration

\*Work by this author was supported by Sunmoon University's New Faculty Research Program for the first half-year of 2018.

\*Corresponding Author : Jaemin Na (min1206@sunmoon.ac.kr)

Received November 26, 2018

Revised February 2, 2019

Accepted February 20, 2019

Published February 28, 2019

## 1. 서론

### 1.1 연구목적

최근 전 세계적으로 흡연으로 인한 다양한 사회 문제가 발생하고 있다. 이제 흡연은 개인의 건강에 관한 문제를 넘어 간접흡연 등으로 인한 피해와 사회적 갈등 등과 관련하여 사회 구성원 모두가 함께 해결해야 할 공공의 숙제로 여겨지고 있다. 국가나 지자체는 많은 공공장소들을 금연 구역으로 지정하는 등으로 흡연으로 인한 피해를 줄이고자 다양한 노력을 하고 있다. 정부나 공공기관의 금연 캠페인에서 공공포스터는 흡연의 유해성을 알리고 금연을 유도하기 위한 메시지 전달 미디어로 활용되고 있다. 이미 수 십 년 전부터 세계보건기구(WHO) 및 각국 정부가 다양한 슬로건을 내세워 캠페인을 벌여 오고 있다. 특히 WHO에서 만든 담배규제기본협약(Framework Convention on Tobacco Control, FCTC)의 서명국들은 담배 규제를 위한 다양한 노력에 보조를 맞추고 있다. 이와 같은 노력 속에서 담배의 폐해와 위험성을 누구나 알기 쉽게 널리 홍보하고 금연을 장려하기 위한 대표적인 방식이 금연 포스터의 제작 및 배포이다. 포스터를 구성하는 요소로는 디자인 외에도 텍스트, 게시 방법·장소 등 여러 가지를 생각할 수 있겠으나, 무엇보다 그림, 사진 등을 활용한 시각적 표현은 강한 소구력(appeal)을 지닌 커뮤니케이션 도구가 된다. 몇 년 전부터는 금연 캠페인의 효율성을 높이기 위해 담배갑의 경고 그림 포함이 의무화되었으며, 포스터에도 사실적 이미지 표현이 적극적으로 도입되고 있는 실정이다. 본 연구에서는 금연 캠페인 포스터가 활용하는 서로 다른 이미지 표현 유형이 계획된 행동 이론(the Theory of Planned Behavior) 상의 각 사회심리적 변수에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

## 2. 본론

### 2.1 공공포스터의 개념과 이미지 표현

#### 2.1.1 공공포스터의 개념

사회가 복잡해지고 사회 구성원 전체가 대면하는 문제가 다양해짐에 따라 공익을 위해 기획되고 실행되는 공공캠페인(public campaign)의 역할은 갈수록 더욱 중요해지고 있다. 제임스 웨브영은 “효과적인 설득 수단으

로서 대단한 위력을 가진 광고를 상업적인 목적에만 사용할 것이 아니라 공공문제의 해결에도 사용해야 한다 [1].”고 말한 바 있다. 정부나 시민사회는 공공캠페인을 통하여 이견을 가진 사회 구성원을 설득함으로써 사회적 갈등을 해소할 수 있다.

포스터는 자유로운 색채, 효과 및 표현, 다양한 조형 원리의 응용 등을 통해 강한 시각적 호소력을 지닐 수 있으며, 대량 복제되어 수많은 게시 장소에 부착됨으로써 대중들에게 강한 인상을 남길 수 있기에 공익광고의 메시지 전달 수단으로서 중요한 역할을 해 왔다. 디지털 미디어의 발달 등으로 그 역할이 비교적 약화된 오늘날에도 포스터는 대중적 시각 언어로서 독자적인 위치를 지니면서 중요한 비율을 차지하고 있다.[2] 포스터는 공공장소에 공개된 채로 일반 대중에게 공동의 문제를 전달하고 그에 관한 논의를 촉발할 수 있는 수단이다. 메시지 전달 효과를 높이기 위하여 포스터는 한 번만 보아도 기억할 수 있을 정도의 강한 인상을 남겨야 한다.

공익포스터는 사회·국가·인간이 안고 있는 사회적·공공적 문제 혹은 미래에 일어나려고 하는 문제에 대해서 커뮤니케이션 매체를 통해 일반 사람에 대하여 주의의 환기, 문제의 인식, 계몽·계발을 촉진하고 그 해결을 위한 협력과 행동을 환기시키려는 자발적인 광고 커뮤니케이션이다.[3] 비록 커뮤니케이션 수단으로서의 미디어가 다변화되면서 포스터가 차지하는 비중은 다소 줄어들지라도 건강에 관한 주제에 관심을 가지고 있거나 건강 문제를 겪는 사람들이 모이는 공간은 여전히 존재하고 있으며, 공공장소에서 포스터는 앞으로도 필수불가결한 환경의 일부를 구성할 것이다.

#### 2.1.2 공공포스터의 이미지 표현

공공포스터는 많은 사람들에게 메시지를 전달하고 그들을 설득하려는 목적을 가지고 있다. 공공포스터의 구성 요소 가운데에서 시각적 요소는 긴 텍스트를 통한 설명에 비해 보다 더 직관적으로 메시지를 전달할 수 있다. 이는 공공포스터에 있어서 표현 요소와 방식을 변화시킬 출발점이 될 수 있다.

포스터에서 시각매체는 추상 형태, 픽토그램, 심벌, 일러스트레이션, 그래픽아트, 사진 등으로 매우 다양하다.[4] 다양한 형태의 시각 매체는 매체 특성을 활용하여 전달하려는 메시지에 따라 효율적으로 활용될 수 있다. 현대와 같은 다매체 시대에 시각적 요소는 전달력 및 주

목도 면에서 우위를 점할 수 있다. 이는 공공포스터의 최종 목표인 행동의 변화에 있어 큰 효과를 나타낼 수 있다. 이미지는 또한 광고 내용을 함축적으로 표현하여 수용자의 이해를 쉽고 빠르게 할 수 있으며, 수용자의 마음을 움직이는 데 크게 기여함으로써 광고의 효과를 극대화하는 길이기도 하다[5].

각각의 포스터가 가지고 있는 메인 비주얼은 표현에 따라 각각 다른 특성을 지닌다. 사진은 현실적인 이미지를 그대로 담아내는 매체로 신뢰감을 준다. 정밀한 기계의 도움으로 사물을 있는 그대로 정확히 보여줌으로써 주목을 끌고 관심을 직접적으로 유발시킬 수 있기 때문이다.[6] 사진의 장점으로는 기록성과 현장성, 진실성, 과학성, 시사성 등을 들 수 있다.

일러스트레이션의 장점은 작가의 다양한 표현 가능성을 드러내고 수용자에게는 상상의 여지를 제공할 수 있다는 점이다. 직접 볼 수 없는 추상적인 것이나 우리가 갈 수 없는 장소 등도 다양한 상상의 개념을 더하여 흥미롭게 표현할 수 있음은 물론이다. 우리 인간이 갖고 있는 추상적인 개념을 표현하는 데에는 일러스트레이션의 활용이 가장 적합하다. 뿐만 아니라 객관적이고 과학적인 특징으로 인해 자칫 차갑게 보일 수 있는 사진에 비해 일러스트레이션은 보다 친근하고 따뜻하여 감성적인 느낌으로 전달될 수 있다는 특징도 있다.[7] 이렇듯 일러스트레이션은 우리 인간의 사상이나 정신세계를 표현하는데 있어서 유연성을 갖을 수 있다[8]. 이러한 표현상의 특징을 활용함으로써 시각적 이미지의 커뮤니케이션 효과를 극대화시킬 수 있다.

## 2.2 헬스커뮤니케이션의 정의

### 2.2.1 헬스커뮤니케이션의 개념

헬스커뮤니케이션이 커뮤니케이션의 한 분야로 자리 잡아 발전하기 시작한 것은 오래 되지 않았다. 학문적 분야로서 헬스커뮤니케이션의 시작은 국제 커뮤니케이션 학회(International Communication Association: ICA)에 헬스커뮤니케이션 분과(Health Communication Division)이 설립된 해인 1975년으로 여겨진다[9]. 길지 않은 역사에도 불구하고 헬스커뮤니케이션에 관한 연구가 활발하게 이루어지고 빠르게 발전하고 있는 이유는 사회 전반이 건강증진에 대하여 깊은 관심을 가지고 있기 때문이다. 거시적 개념의 헬스 커뮤니케이션 이론은 개인 차원의 행동변화에 의미를 두는 것이 아니라 사회

문화적 사회 환경 전반에 영향을 주기 위함을 목표로 하고 있다. 건강을 위한 행동 변화라는 거대한 목표에 초점을 맞춘 이론들로서 서로 다른 다양한 방법들을 제시해주고 있다.[10] 헬스 커뮤니케이션 캠페인 연구에 있어서 가장 중요한 점은 건강에 관한 정보를 효율적으로 전달하여 건강에 유익한 행동을 하도록 변화를 유도하는 것이다[11].

과거 헬스커뮤니케이션 영역에서는 의료기관·의료인과 환자 간의 상호작용이 주된 연구 대상이었으나, 새로운 헬스커뮤니케이션의 패러다임 하에서는 환자나 병원을 방문하는 사람들뿐 아니라 건강에 관심을 가지고 있는 모든 사람들이 대상이 되며, 일상 관리, 개인 맞춤화, 치료 후 관리 등으로 그 범위가 확대되고 있다. 이러한 변화에 발맞추어 개인은 일상생활 속에서 다양한 정보를 바탕으로 건강에 관한 자기 관리를 할 수 있게 되었으며, 이를 둘러싸고 새로운 형태의 헬스커뮤니케이션이 이루어질 수 있다.

### 2.2.2 계획된 행동 이론의 개념

‘계획적 행동이론’보다 먼저 연구된 ‘합리적 행동이론’에서는 사람들이 어떤 행동을 하기에 앞서 행동의도가 존재해야 하고, 행동의도에 영향을 주는 요인으로는 ‘태도’와 ‘사회규범’이 있다고 보았다[12]. 1980년대에 Icek Ajzen이 고안해 낸 ‘계획된 행동 이론’(the Theory of Planned Behavior)은 건강행동뿐만 아니라 사회적인 행동 전반에 걸쳐 의도적인 행동을 설명하기 위한 일반 이론으로써 제시되었다. 본래 ‘계획적 행동 이론’은 행동의도와 행동을 모두 설명하는 이론으로 제안되었지만, 대체로 행동 의도에 초점이 맞춰져 있다[13].

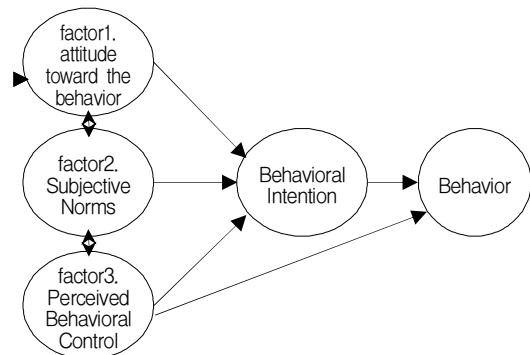


Fig. 1. Theory of Planned Behavior

이 이론에서 제시된 여러 심리 행동적 변수 중 ‘주관적 규범’은 스스로의 행동에 대해 평가하는 것이고 ‘지각된 통제감(Perceived Behavioral Control)’은 자신이 대상 행동을 실제로 얼마나 잘 수행하고 통제할 수 있는지에 대한 주관적 평가를 말한다. 이는 상황적인 제약 등에 의해 행위 의도가 행동을 온전히 설명할 수 없다는 한계를 극복하기 위한 것이다[14].

### 2.3 연구분석

#### 2.3.1 분석대상

WHO의 공식 홈페이지에 연도별로 정리된 자료들 중에서 다운로드하여 배포하고 게시할 수 있도록 허용된 포스터들을 대상으로 하였다. 2018년도까지 제작된 금연 포스터 중 이에 해당하는 것은 총 28개이었다. 이 가운데에서 사실적 이미지로 표현된 포스터와 일러스트레이션 형식으로 표현된 포스터를 각각 3점씩 선정하여 분석 대상으로 삼았다. 본 연구에 필요한 연구 대상을 분류하기 위해 시각디자인을 전공한 박사 수료 이상의 전문가 2명과 연구자가 초점집단 면접조사(FGI : Focus Group Interview)를 실시함으로써 각 포스터의 메인 이미지의 분석과 연구대상 선정의 객관성을 확보하였다.

Table 1. Image Types Classification

Case of illustration image		
		
pic 1. Illustration of objects of traditional horror such as ghosts	pic 2. Illustration of the skull symbolizing death	pic 3. Illustrations of weapons such as guns and swords symbolizing the danger of cigarettes
Case of realistic image		
		
pic 4. Realistic image of heart abnormalities caused by smoking	pic 5. Realistic image of cerebral hemorrhage due to smoking	pic 6. Realistic image of the harmful effects of smoking on teeth

세계보건기구에서 제작한 포스터의 경우 영어로 된 텍스트를 담고 있으며, 이것이 한국어 텍스트에 비해 낮은 메시지 전달 효과를 나타낼 수 있음은 물론이다.

연구자는 분석 대상 포스터들이 지닌 이러한 한계가 오히려 시각적 구성 요소 중에서 색채, 구도 등 조형적 요소를 중심으로 한 메인 이미지의 효과 및 영향을 명확히 밝혀내는 데에 도움이 될 것으로 판단하였다.

#### 2.3.2 연구문제

<연구문제> 이미지 표현 유형에 따라 계획된 행동 이론 상의 각 변수(속성)에 대한 영향이 다른가?

- 가설1. 일러스트레이션 이미지와 사실적 이미지에 따라 금연 행동 인식은 차이가 있을 것이다.
- 가설2. 일러스트레이션 이미지와 사실적 이미지에 따라 주관적 규범에 차이가 있을 것이다.
- 가설3. 일러스트레이션 이미지와 사실적 이미지에 따라 지각된 통제감에 차이가 있을 것이다.

측정문항은 윤설민(2010)의 선행 연구를 바탕으로 구성하였다.

Table 2. Measurement Items

Factor	Measurement Items
Factor1	Q1. I think it is better to quit smoking.
	Q2. I think smoking cessation is beneficial to health.
Factor2	Q3. People who are important to me will help you try to quit smoking.
	Q4. People who are important to me will recommend smoking cessation.
Factor3	Q5. I have the situation to quit smoking.
	Q6. I think the success of smoking is entirely up to me

### 2.4 분석결과

#### 2.4.1 인구통계학적 특성

본 연구를 위해 20대~40대의 95명을 무작위 표집방식으로 설문대상자로 선정했다. 수집된 데이터 가운데 불성실하게 응답한 자료는 폐기하였으며, 최종 89부를 실제 분석에 활용하였다. 연구 대상이 된 WHO 제작 금연 포스터는 사회 전반의 불특정 다수에게 노출된다는 점을 감안, 특별한 인구통계학적 제한점을 두지 않았다.

데이터는 온라인을 통해 설문을 실시하여 수집하였으

며, 설문 문항에 대하여 5점 만점의 리커트 척도로 질문을 한 후 이미지 표현 유형에 따른 계획된 행동 이론의 속성에 미치는 영향 차이를 분석하기 위해 t검증을 실시하였다.

Table 3. Demographic Characteristics

variable	division	frequency	percentage(%)
sex	male	57	64
	female	32	35
age	20s	18	20
	30s	32	35
	40s	39	43
smoking/ non smoking	smoking	35	39
	non smoking	54	60

2.4.2 신뢰도 분석

설문 문항들을 대상으로 각각의 요인들에 대하여 신뢰도를 분석한 결과 Cronbach's alpha(α) 값이 모두 0.7 이상으로 나타나 신뢰할 만한 것으로 여겨졌다.

Table 4. Reliability Analysis

PBT	factor1		factor2		factor3	
measurement item	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6
cronbach's α	0.82		0.78		0.71	

2.4.3 분석 결과

각각의 이미지 표현 유형이 계획된 행동이론에 따른 변수(속성)에 미치는 차이를 검증하기 위해 t검증을 실시하였다.

Table 5. Descriptive Statistics: The Effect of Visual Images on the Variables of the Theory

factor	variable	n	avarage	sd
factor1	illustration	89	3.15	1.23
	realistic image	89	4.56	0.72
factor2	illustration	89	3.12	1.05
	realistic image	89	4.09	0.84
factor3	illustration	89	3.21	1.06
	realistic image	89	3.18	1.21

Table 5를 살펴보면 사실적 이미지 표현은 '금연 행동 인식' 및 '주관적 규범'에는 효과적임을 알 수 있다. 그에 비해 '지각된 통제감'에 있어서는 일러스트 이미지 표현이 조금 더 효과적이었지만 사실적 이미지 표현과 큰 차이를 보이지는 않았다.

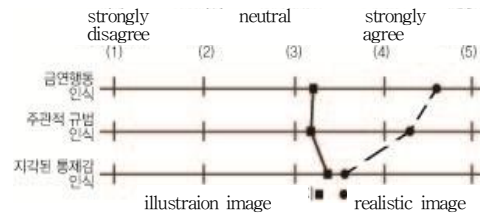


Fig. 2. Graph of Mean Value

Table 6. The Effect of Visual Images on Attitudes toward the Behavior (n=89)

cd		t	f	sp
md	sd			
0.71	1.48	8.18	76	0.01

Table 7. The Effect of Visual Images on Subjective Norms (n=89)

cd		t	f	sp
md	sd			
0.62	0.94	6.12	76	0.03

Table 8. The Effect of Visual Images on Perceived Behavioral Control (n=89)

cd		t	f	sp
md	sd			
0.14	0.51	1.07	75	0.21

Table 9. Accepted Research Hypotheses

hypothesis1	The effect of attitude toward the behavior will be different between illustration and realistic images.
hypothesis2	The effect of subjective norms will be different between illustration and realistic images.

Table 10. Rejected Research Hypothesis

hypothesis3	The effect of perceived behavioral control will be different between illustration and realistic images.
-------------	---

t검증 결과를 살펴보면 '금연행동 인식'(금연행동에 대한 태도)과 '주관적 규범'에 대한 영향이 유의확률 (p)<0.05 수준에 이르므로 일러스트 표현 이미지와 사실적 표현 이미지 사이에 유의미한 차이가 있는 것으로 분석되었다. 반면 '지각된 통제감'에 미치는 영향에 있어서는 각각의 이미지 표현 유형 사이에 차이가 없는 것으로 분석되었다.

### 3. 결론 및 후속 연구 제언

최근 금연 캠페인의 효율성을 높이기 위해 담배갑이나 포스터 등에 도입된 사실적인 신체 이미지의 필요성이나 효용성 등을 둘러싼 논란이 제기되고 있는 상황에서 본 연구의 시의성과 의미를 찾을 수 있었다. 이미지는 독자에게 시각적으로 호소하는 수단으로써 독특한 표현 효과로 다른 구성요소들과 조화를 이루어야 한다.[15] 뿐만 아니라 메시지 전달에 효과적이도록 표현되어야 한다. 지금까지 이미지 표현 유형에 따라 시각적, 감성적 커뮤니케이션 효과를 살펴보는 연구들을 통해 이미지 표현 유형에 따라 메시지 전달 효과에 차이가 있음을 확인했다.

본 연구에서는 이미지 표현 유형을 ‘일러스트 표현 이미지’와 ‘사실적 표현 이미지’로 나누고 각각의 유형에 따라 계획된 행동 이론의 속성인 ‘금연행동 인식’, ‘주관적 규범’, ‘지각된 통제감’에 미치는 영향을 분석하였다. ‘금연행동에 대한 태도’와 ‘주관적 규범’에 있어서는 이미지 표현 유형 사이에 차이가 있었으며, ‘지각된 통제감’에서는 두 이미지 표현 유형 사이에 의미 있는 차이가 발견되지 않았다.

본 연구는 이미지 표현 유형을 둘러싼 시각디자인 영역의 분석과 보건 분야나 사회심리학 영역의 연구 간 융합을 통해 헬스커뮤니케이션의 영향에 대한 효과적인 조사·분석이 가능하다는 시사점을 제시하고 있다. 이 연구를 바탕으로 한 후속 연구를 통해 시각적 이미지의 소재, 컬러, 레이아웃 등의 효과도 더 나아가 살펴볼 필요가 있을 것이다. 헬스커뮤니케이션에서 다양한 시각적 요소들의 효과를 비교·분석함으로써 앞으로 비단 금연뿐만 아니라 다른 건강 행동의 영역에서 커뮤니케이션 효율성을 높일 수 있는 방법을 모색할 수 있을 것이다.

### REFERENCES

- [1] B. R. Cho(1997), *Mirror of society\_public service advertisement*, CHEIL Communication 10, 17.
- [2] Y. H. Kim.(2004), *study on the Public Service Advertising Poster's feature of the times and its expressions*, SungkyunKwan University, 3.
- [3] M. Y. Song.(2014), *A Study on the Visual Components of Chinese Public Service Poster Design*, Daegu University, 5.
- [4] N. H. Kyoung.(2002), *Be a creative designer*, Asia

media, 217.

- [5] Y. J. Kim,(2012), *A Study on the effects analysis of emotional public advertising based on aesthetic measure*, Hongik University, 17.
- [6] H. Y. Jung.(1986), *A research on government posters*, Hongik University, 25.
- [7] Y. H. Kim.(2008), *A Study on the Communication Process of Visual Journalism*, Journal of the Korean Society of Design Culture, 6.
- [8] S. H. Kim.(1999), *A Study of Comparison between Illustrations and Photographs used on Print Advertisements*, The Treatise on The Plastic Media, 5.
- [9] E. C. Chung, D. J. Park.(2009), *History, Definition, Task of Health communication*, Health communication association.
- [10] S. J. Kim.(2014), *A study on situational health communication message model corresponding to health issue type : based on attribution theory and the cognitive appraisal theory of emotion*, Ewha women's University.
- [11] Abroms, L.C.; Maibach, E.W.(2008), *The Effectiveness of Mass Communication to Change Public Behavior*, Annual review of public health.
- [12] H. W. Lee.(2005), *The effect of campaign message types and involvement on male college students' intention to quit smoking: An application of the theory of planned behavior*, Ewha Womans University, 18.
- [13] D. W. Han.(1997), *Critical Review of the Social Cognitive Theories on Health Behavior*, Korean Health Psychological Association, 24.
- [14] J. H. Kim.(2013), *Persuasion theory*, Communication Books.
- [15] Y. H. Lee.(2018), *A study of visual components in the best seller cover design in 2017*, Journal of Korea Convergence Society.

나 재 민(Jaemin Na)

[정회원]



- 1999년 2월 : 서울대학교 조소과 (미술학사)
- 2009년 2월 : 연세대학교 영상대학원 (영상학석사)
- 2009년 2월 : 홍익대학교 시각디자인과 (디자인학 박사)
- 2018년 3월 ~ 현재 : 선문대학교 시각디자인과 조교수
- 관심분야 : 헬스케어디자인, 융합커뮤니케이션디자인
- E-Mail : min1206@sunmoon.ac.kr