

# 인터랙티브 미디어 체험전시의 요소와 관람객 선호도에 관한 연구 —라스코전시관 공룡체험전의 사례중심으로—

강재신<sup>1</sup>, 이영주<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>청운대학교 멀티미디어학과 강사, <sup>2</sup>청운대학교 멀티미디어학과 교수

## A Study on Interactive Media Experience Exhibition & Visitor's preference

Jae-Shin Kang<sup>1</sup>, Young-Ju Lee<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Instructor, Dept. Of Multimedia, Chungwoon University

<sup>2</sup>Professor, Dept. Of Multimedia, Chungwoon University

요 약 광명시에서 주최한 라스코전시관의 '공룡체험전'은 관람객의 호응에 힘입어 전시기간을 연장할 정도로 인기를 얻고 있다. 이에 본 연구는 체험전시와 인터랙티브 미디어 체험전시의 요소를 분석하고 관람객의 선호도를 파악하고자했다. 먼저 문헌자료를 통해 인터랙티브 미디어와 체험전시에 관해 이론적으로 고찰하였다. 다음으로 전략적 체험 모듈을 기반으로 체험요소를 체험가치에 따라 세부항목을 구분했다. 이를 통해 인터랙티브 미디어 체험전시의 요소는 관람객에게 어떤 영향을 미치는지 파악하였다. 연구결과 체험전시요소를 많이 포함한 프로그램일수록 관람객의 참여율이 더 높고, 체험시간이 더 길다는 것을 알 수 있었다. 또, 다수가 함께 체험하는 인터랙티브 미디어 체험전시가 가치항목을 더 가지고 있는 것으로 나타났다. 다만, 관람객이 머문 시간만으로 관람객의 선호도를 파악하기에는 부족하다는 점에서 한계점을 가진다. 본 연구는 인터랙티브 미디어가 다양한 체험전시에 활용됨으로서 관람객 스스로가 흥미를 가지고 적극적인 참여를 통해 전시 콘텐츠를 이해하고 즐길 수 있는 환경을 마련하는데 그 시사점이 있다.

주제어 : 인터랙티브 미디어, 체험전시, 체험가치, 체험요소, 관람객선호도

**Abstract** The 'Dinosaur Experience' exhibition at the Lasko exhibition hall hosted by Gwangmyeong city is gaining popularity. The purpose of this study is to analyze the elements of experience exhibition and interactive media experience exhibition and to grasp the preference of visitors. First, the theoretical review about interactive media and experience exhibition was made through literature data. Next, based on the Strategic Experience Module, we divided the experiential factors according to experiential value. As a result of the study, it was found that the participation rate of the visitors and the experience time were longer in the program containing many experience exhibition elements. Interactive media experience exhibited by many people have more value items. But it is not enough to understand the preference of visitors by the time spent by visitors. This study suggests that interactive media can be utilized for various experience exhibition.

**Key Words** : Interactive media, Experience exhibition, Experience element, Experience value, Visitor preference

\*Corresponding Author : Young-Ju Lee(yjlee@chungwoon.ac.kr)

Received October 30, 2018

Accepted January 20, 2019

Revised December 11, 2018

Published January 28, 2019

## 1. 서론

### 1.1 연구배경과 목적

현대의 전시관은 수집, 보존된 유물이나 예술작품을 단순히 보여주는 일방적인 관람 형태에서 벗어나 관객의 체험을 통한 상호 교류와 새로운 소통의 체계를 구축하는 커뮤니케이션의 공간으로 진화하고 있다. 최근 비약적인 IOT기술발전에 힘입어 인터랙티브 미디어 환경을 도입한 전시공간들은 다양한 체험을 통해 관람객의 호기심을 유발, 흥미를 제공하며 나아가 놀이문화를 형성하고 있다.

광명시는 2018년 1월 27일부터 광명동굴 라스코전시관에서 열리고 있는 ‘공룡체험전’을 6월 24일까지 5개월 동안 운영할 예정이었으나, 폭발적인 관람객 수로 인해 인해 전시기간을 4개월 더 연장하기로 했다[1].

당초 계획했던 6월 말까지 누적 관람객 수는 12만 명 이상으로, 이는 월평균 2만3000명이 넘는 인원이 다녀간 수치이다. 또 ‘광명동굴 공룡체험전’ 관람객 중 성인과 어린이가 52 대 47의 비율을 보여 가족이 함께 전시를 관람한 것으로 나타났다[2]. 공룡이 살았던 중생대는 인류가 직접 경험해보지 못한 미지의 시대로 박물관처럼 과거의 유물이나, 기록된 자료만으로 전시를 진행하기엔 부족함이 있다. 입체 모형과 패널 전시 위주의 공룡박물관과 달리 스토리텔링과 테크놀로지를 결합한 공룡콘텐츠를 통한 체험전시를 진행한 ‘광명동굴 공룡체험전’의 인기는 매우 흥미롭고 고무적이다.

따라서 본 연구는 2018년 라스코전시관에서 열리고 있는 ‘광명동굴 공룡체험전’의 인터랙티브 미디어의 체험 요소를 분석하고 체험요소가 관람객의 태도에 미치는 영향을 파악하는 데 목적을 두고, 향후 인터랙티브 미디어가 다양한 체험전시에 활용됨으로서 관람객 스스로가 흥미를 가지고 적극적인 참여를 통해 전시 콘텐츠를 이해하고 즐길 수 있는 환경을 마련하는데 그 시사점이 있다.

### 1.2 연구방법 및 범위

본 연구는 ‘광명동굴 공룡체험전’의 전시 스타일과 특성을 조사하고, 인터랙티브 미디어 체험전시 요소를 분석해 관람객에게 긍정적 영향을 미치는 요인들을 파악하고자 하였다. 연구의 방법은 다음과 같다.

첫째, 문헌자료를 통해 인터랙티브 미디어와 체험전시에 관해 이론적으로 고찰하고 인터랙티브 미디어 체험전

시의 요소를 도출하였다. 둘째, 번트 슈미트(Bernd Schmitt)의 전략적 체험 모듈(Strategic Experiential Modules)을 기반으로 요소를 체험 가치에 따라 세부 항목으로 나누었다. 셋째, 관람객이 참여하는 시간을 관찰함으로써 체험요소는 관람객에게 어떤 영향을 미치는지 파악하였다.

## 2. 인터랙티브 미디어와 체험전시

### 2.1 인터랙티브 미디어의 개념과 특징

인터랙티브 미디어는 멀티미디어에 상호작용이 첨가된 복합 미디어로 ICT 기술 발전에 따라 디지털 디바이스와 아날로그의 연결을 통해 미디어와 사용자의 상호작용으로 쌍방향 의사소통을 가능하게 한다[3,4]. 이는 보다 많은 다양한 정보가 사용자에게 전달될 수 있으며 인터랙티브 미디어 방식의 정보전달을 위해서는 인식, 센서, 디스플레이, 저장, 액세스 등 다양한 디지털 장치와 기술이 필요하다. 입체영상, 가상현실, 증강현실, 홀로그램 등을 인터랙티브 미디어의 최근 기술동향으로 볼 수 있다[5].

디지털 기술을 이용해 만들어낸 가상의 사물과 공간에서는 시각, 청각, 후각, 미각, 촉각을 자극하는 정보를 만들고 사용자는 감각의 상호작용을 통해 체험할 수 있다. 따라서 디지털 디바이스를 통해 일어나는 자극과 반응은 인간의 육체적, 인지적, 정서적 요소를 반영해야 한다. 사용자는 이러한 자극과 반응을 통해 인터랙티브 미디어가 전달하고자 하는 정보에 적극적으로 접근한다. 하지만 이러한 상호작용을 통한 정보전달은 무조건적인 관계로 이루어지는 것이 아니라 사용자의 호불호에 의해 선택적으로 작용하며 그 결과 사용자가 경험한 상호작용을 통해 선택적인 이야기 구조가 만들어 진다[6,7].

즉 인터랙티브 미디어의 특징은 사용자의 참여, 자극과 반응에 의한 즉각적인 상호작용, 상호작용을 통해 만들어진 선택적 이야기구조로 볼 수 있다[8].

### 2.2 체험전시의 개념과 특징

체험전시는 전시 연출기법 중의 하나로 관람객은 자신이 직접 몸으로 경험하면서 감각적으로 느끼고, 자신의 경험이 이야기로 기억되어 정보를 인지함으로써 학습 효과를 얻게 된다. 또 체험전시는 관람객이 직접 만지고 체험을 하는 일련의 과정을 스스로 할 수 있도록 능동적인 활동을 유발하는데, 이 과정에서 호기심과 흥미를 느

긴 관람객의 체험이 반복된 놀이형태로 이어질 수도 있다. 이러한 체험 요소는 박물관의 전시와 행사 등이 어린 이를 대상으로 이뤄지는 경우에 보다 효과적으로 사용될 수 있다[9].

체험 전시는 전시연출기법에 따라서 직접적 체험과 간접적 체험으로 분류하기도 하는데, 시연, 조작, 인터랙션, 현장 체감, 놀이(게임 등) 전시는 직접적 체험에 해당한다. 조작과 인터랙션이 없는 영상이나 모형, 관람객이 개입되지 않은 모형의 움직임 등은 간접적 체험으로 분류된다[10]. 체험전시의 특징을 Table 1에 정리하였다.

Table 1. Features Experience Exhibition

Five senses satisfaction	Interactions that stimulate user's sense through various experiences
Emotional communication	
Interactive space	The function of information transfer and education
Inducing action	
Voluntary participation	user create stories
Subjective storytelling	
Playfulness	Entertainment Features

체험전시는 단순히 수동적으로 보여주는 전시가 아니라 관람객이 체험을 통해 이해하기 쉽도록 하고, 전시 콘텐츠에 대한 정확한 전달력을 가지고 있으며 오감을 자극하는 심미적 만족에서 나아가 교육, 엔터테인먼트 등의 다양한 가능성을 갖추고 있다[11,12].

### 2.3 인터랙티브 미디어 체험전시의 분석모형

인터랙티브 미디어를 활용한 체험 전시프로그램은 관람객에게 스스로의 선택과 능동적인 행동에 의해 열린 방식의 관람환경을 제공한다. 직접적인 체험을 통해 경험을 유도하는 것은 전시프로그램 내용에 관한 인지도를 높이고, 관람객에게 기억 속에 보다 오래 남게 된다. 체험을 통해 만들어진 스토리는 전시 기획자의 의도대로 만들어진 스토리가 아니며 관람객 스스로가 만들어낸 각자의 스토리가 된다[13]. 인터랙티브 미디어 체험 전시를 통해 관람객은 직접적인 경험과 공감에 따라 움직이며 더 이상 수동적으로 바라보지 않는다.

본 논문에서는 인터랙티브 미디어 체험 전시로서 라스코전시관 ‘공릉체험전’의 스타일과 체험요소를 분석하고자 한다. 체험요소를 분석하기 위해 인터랙티브 미디어와 체험전시의 특징을 국내외 체험마케팅 분야에서 가

장 일반적으로 활용되는 번트슈미트(Schmitt)의 체험 마케팅의 전략체험모듈에 적용하여 인터랙티브 미디어 체험요소의 분석모형을 만들었다. 컬럼비아대학 경영대학원 교수 번트 슈미트는 감각, 감성, 인지, 행동, 관계를 고객 체험의 5가지 요인으로 파악하고 체험 마케팅의 전략 체험모듈로 구성했다. 인터랙티브 미디어와 체험전시의 특징에서 나타난 참여, 상호작용, 스토리텔링, 오감만족, 감성적 소통, 행동, 놀이 요소를 번트 슈미트의 전략적 체험 모듈(Strategic Experiential Modules)에 적용시켜 보면 다음과 같다.

첫째, 감각적 체험은 시각 청각 후각 촉각을 활용한 것으로 사용자의 오감 만족을 유도한다. 둘째, 감성적 체험은 전시프로그램을 통해 관람객에게 전달되는 어떤 느낌 즉 전시프로그램이 관람객의 감성에 소구할 수 있는가들을 말한다. 셋째, 인지적 체험은 호기심, 재미, 놀라움, 흥미에 집중해서 다각적으로 확장되고 문제 해결의 체험을 제공할 수 있다. 넷째, 행동적 체험은 감각, 감성, 인지의 영역을 넘어선 것으로 관람객의 참여 행동과 다른 사람과 상호작용의 결과로 발생하는 행동까지 확장된다. 다섯째, 관계적 체험은 감각, 감성, 인지, 행동적 체험을 종합적으로 체험한 관람객들이 전시매체 또는 관람객간의 특별한 관계를 스스로 설정하게 되는 것을 말한다[14].

전략적 체험 모듈을 통해 오감만족, 놀이요소, 교육, 행동, 스토리텔링의 5가지 체험 요소를 Table 2의 분석모형으로 도출했다.

Table 2. Experiential elements of interactive media experience exhibition

Analysis of experience elements	Visual, Auditory, Olfactory, Tactile	Sense
	Playfulness	Feeling
	Education	Thinking
	Participation	Acting
	Storytelling	relation

## 3. 광명동굴 공릉체험전 분석

### 3.1 전시 스타일과 내용

‘광명동굴 공릉체험전’은 과거와 현재의 시공간 속에서 관람객이 직접 보고 만지는 경험을 할 수 있는 스타일과 재미를 추구하는 오감만족형 체험 전시이다.

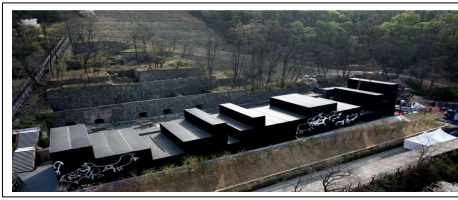


Fig. 1. The Lasco exhibition hall designed by Jean Nouvel

검정색 컨테이너로 지어진 라스코전시관은 건축가 장 누벨의 산업적 재활용을 강조한 철학을 바탕으로 건립되었다. 밤을 연상시키는 검정색 컨테이너의 외관은 천장 높이의 차이로 바닥에서 솟아난 듯한 인상을 주도록 디자인되었다. 전시 프로그램은 2억 2천8백만 년 전에 살았던 12종 20여 점의 움직이는 초대형 공룡모형전시와 연계교육을 통한 체험전시로 구성되어 있다. 오감만족형 체험 전시라는 점이 기존 국내의 공룡전시와 차별화된 특징이다. 증강현실(AR) 기술, 디지털 컬러링 스캔, 인터랙티브 미디어 콘텐츠 등의 전시매체를 활용하고 있다.

탐험버스를 타고 가던 중, 공룡들의 습격으로 사라진 박사님을 찾아 떠나는 여정이라는 스토리텔링 구조에 따라 관람객은 탐험가가 되어 전시를 관람한다. 따라서 관람객의 동선은 전시장 입구의 박사님의 연구공간을 시작으로 다이노케이브, 동굴 속 연구소, 화석 발굴 존, X-Alive, 디지털 다이노 순으로 이어진다.

### 3.2 관람객의 태도와 체험전시 요소 분석

각 전시프로그램에 따른 관람객의 관심정도를 파악하기 위한 사전조사를 실시하였다. 관람객 대부분이 어린이를 동반한 부모로 이루어진 점을 감안하여 별도의 설문 없이 각 프로그램에 머문 시간을 조사했다. 조사는 많은 관람객이 방문할 것으로 예상되는 하계방학기간 중 휴가철을 제외한 토요일로 8월 18일에 실시했다. 조사대상은 부모 152명과 어린이 168명으로 어린이 관람객은 4세~8세의 분포도가 가장 높았다.

#### 3.2.1 영상전시와 박사님의 연구공간

박사님의 연구공간에서 다이노케이브로 연결되는 공간과 다이노케이브와 화석발굴존으로 사이에는 미디어월과 스크린을 통해 영상이 상영된다. 미디어월에서는 박사님이 납치되는 날을 보여주고, 스크린에서는 박사님을 찾을 수 있는 힌트 영상이 상영된다.



Fig. 2. Video screening

관람객 대부분은 그냥 지나치거나 관람도중 다른 전시 프로그램으로 이동하는 것으로 조사됐다. 따라서 영상전시로 이루어진 두 공간에 머문 시간이 가장 짧았다.



Fig. 3. Doctor's research space

전시장의 초입의 박사님의 연구공간에서는 전시 큐레이터가 박사님처럼 공룡의 알과 화석에 대해 설명하고 관람객의 질문에 답한다. 관람객이 머문 시간은 큐레이터의 설명, 질의응답 시간과 거의 일치했다. Table 3은 영상전시와 박사님의 연구공간전시의 체험요소 분석이다.

Table 3. Features Experience Exhibition

	Video screening	Doctor's research space
Five senses satisfaction	×	○
Emotional communication	×	○
Interactive space	×	×
Inducing action	×	○
Voluntary participation	×	△
Subjective storytelling	×	△
Playfulness	×	△

분석결과, 미디어월과 동굴 속 연구소에서의 영상전시는 감각적인 만족감, 감성적교류, 놀이, 공간과의 상호작용과 행동에 의한 경험으로 스토리를 구성하는 등의 체험요소가 거의 없는 것으로 나타났다. 박사님의 연구공간도 체험요소가 매우 부족한 것으로 파악되었다.

### 3.2.2 다이노케이브



Fig. 4. Dinosaur Cave

다이노케이브는 실제 공룡만큼이나 압도적인 크기를 표현하기 위해 바닥에서 천정까지 꽉 채운 공룡모형을 전시한 공간이다. 모형은 스스로 움직이게 설계되었으나 관람객에 행동에 의해서 반응하지는 않는다. 다이노케이브 프로그램에 머문 시간은 조사결과 관람객 간의 가장 큰 차이를 보였는데, 아동의 연령이 낮을수록 관람시간이 짧은 것으로 나타났다. 다이노케이브에서의 체험요소는 Table 4와 같다.

Table 4. Features Experience Exhibition

	Dinosaur Cave
Five senses satisfaction	○
Emotional communication	×
Interactive space	×
Inducing action	○
Voluntary participation	△
Subjective storytelling	△
Playfulness	△

분석결과, 다이노케이브는 관람객과의 상호작용적 측면과 감성적 교류가 부족한 것으로 파악되었다. 또, 관람객의 연령에 따라 적극적인 참여가 힘들고, 체험을 놀이로 인지하지 못하는 경우도 있었다.

### 3.2.3 화석발굴존

화석발굴존에서는 20명 정도의 어린이가 관람객이 동시에 들어가 바닥에 있는 공룡의 화석이 보이게 모래를 걷어내는 놀이를 할 수 있다. 어린이가 관람객만 참여가 가능하며 대부분의 관람객은 화석을 발굴할 목적보다는 모래놀이 자체로 인식하고 시간을 보냈다. 참여자의 경우는 장비를 착용하고 도구를 사용해야한다.



Fig. 5. Fossil Excavation Zone

관람객은 참여자와 비참여자로 나뉘며 참여자의 경우 10분의 정해진 시간을 기준으로 20명씩 인원이 교체된다.

Table 5. Features Experience Exhibition

	Fossil Excavation Zone
Five senses satisfaction	○
Emotional communication	○
Interactive space	○
Inducing action	○
Voluntary participation	○
Subjective storytelling	○
Playfulness	○

화석 발굴 존은 Table 5의 분석대로 직접 체험요소를 모두 갖고 있는 전시프로그램이다. 체험시간이 제한되어 있어 참여시간을 기준으로 관람객의 관심여부를 파악하기는 힘들다. 하지만, 참여인원과 비참여인원의 비율이 7:3정도로 체험하려는 관람객이 더 많았고, 체험 중간에 이동하는 관람객은 거의 없었다.

### 3.2.4 X-Alive, I'll be a dinosaur AR



Fig. 6. X-Alive, HELLO MY DINO

X-Alive에서는 어린이 관람객이 직접 공룡 그림에 색칠하고, 그림과 자신의 얼굴을 카메라로 스캔한 후 프로젝터를 통해 벽 앞에서 자신의 얼굴로 된 알을 깨고 공룡이 부화하는 장면을 관람한다. 벽면 스크린을 통해 본인이 색칠한 공룡이 뛰어다니는 장면이 반복되는데, 어린이 관람객 수만큼 공룡의 수도 늘어난다.

X-Alive의 경우 화석 발굴 존에 비해 대부분의 어린이 관람객이 프로그램에 참여했다. 참여시간은 전체 전시 프로그램 중 가장 긴 것으로 파악됐는데, 그림 색칠하기부터 알이 부화하는 장면을 관람하는데 까지 걸리는 시간보다도 훨씬 긴 것으로 나타났다. 이는 벽면 스크린 앞에서 수많은 공룡 중에 자신이 색칠한(종종 본인의 이름이 적힌)공룡을 찾으며 시간을 보냈기 때문인 것으로 파악됐다.



Fig. 7. I'll be a dinosaur AR

I'll be a dinosaur AR은 관람객과 가상의 공룡이 하나가 되는 증강현실 체험을 제공한다. 모니터 위의 카메라를 통해 실시간 촬영되는 관람객의 행동에 따라 모니터 안의 공룡도 같이 움직인다. 여럿이 참여할 수 있는 X-Alive에 비해 모니터 앞 지정된 위치에서 한 명씩 참여할 수 있다[15]. 관람객의 선택에 의해 체험자와 비체험자로 나뉘는데, 체험자의 경우 X-Alive 참여시간보다 짧은 시간 머무는 것으로 확인됐다.

X-Alive와 I'll be a dinosaur AR은 실시간 상호작용, 사용자의 참여, 사용자와 미디어간의 상호작용을 통해

Table 6. Experience elements of X-Alive, I'll be a dinosaur AR

	X-Alive	I'll be a dinosaur AR
Sense	△	△
Feeling	○	○
Thinking	○	○
Acting	△	○
Relation	○	○

만들어진 선택적인 이야기 구조의 특징을 가지고 있다. 따라서 Table 6에서 인터랙티브 미디어 체험전시요소를 통해 분석했다.

인터랙티브 미디어 체험전시에서는 감각체험, 인지, 행동과 더불어 상호작용을 통한 관람객과 미디어와의 관계, 관람객과 관람객 간의 관계형성을 통한 스토리텔링이 가능하다. 관람객이 X-Alive에 대한 참여도가 가장 높고, 체험시간이 가장 긴 것으로 조사되었다. 이는 체험 요소에 있어서 관람객 간의 관계 요소가 참여자에게 긍정적 요인으로 작용하는 것으로 분석된다.

#### 4. 결론

관람객은 조작과 인터랙션이 없는 영상이나 관람객이 개입되지 않은 간접적 체험전시보다 상호작용이 가능한 직접적 체험전시 프로그램에 참여율이 더 높고, 체험시간이 더 길다는 것을 알 수 있었다. 이는 체험요소의 포함 여부에 따라 결정되는 것으로 분석되었다. 또, 관람객은 혼자 참여하는 프로그램보다 여럿이 참여하는 인터랙티브 미디어 체험전시의 경우에 더 긴 시간 참여하는 것으로 나타났는데 이는 관계 요소가 참여자에게 긍정적 요인으로 작용하는 것으로 분석된다. 본 연구는 인터랙티브 미디어 콘텐츠를 활용한 체험전시 기획에 필요한 이론적 기반으로 향후 관람객이 체험전시를 통해 전시 콘텐츠를 이해하고 즐길 수 있는 환경을 마련하는데 그 시사점이 있다.

#### REFERENCES

- [1] Gwangmyeong City Hall. (2018). Gwangmyeong Cave Dinosaur Experience Exhibition(Online) [https://www.gm.go.kr/cv/di/CVDL\\_71000.jsp](https://www.gm.go.kr/cv/di/CVDL_71000.jsp)
- [2] JoongAng Daily. (2018). Gwangmyeong cave dinosaur experience, extended operation until October 21. <https://news.joins.com/article/22737205>
- [3] C. Bouko. (May, 2014). Interactivity and immersion in a media-based performance. *Participations journal of audience & reception studies*, 11(1), 254-269. DOI : 10.1007/978-3-319-62039-8\_2
- [4] F. Deriu. (2013). Performance Studies Floating Free of Theatre. Richard Schechner and the Rise of an Open



- Interdisciplinary Field, *Alicante Journal of English Studies*, 26, 13-25.  
DOI : 10.14198/raei.2013.26.02.
- [5] Y. Hur. (2015). A Case Study on Digital Edutainment Content for Infants Focusing on Nuri Curriculum. *Research of Basic Design*, 16(1), 771-772.  
DOI : 10.14400/JDC.2018.16.1.177
- [6] J. Aston & S. Gaudenzi. (2012). Interactive documentary: setting the field. *Studies in Documentary Film*, 6(2), 125-139.  
DOI : 10.1386/sdf.6.2.125\_1
- [7] S. Y. Kim & B. W. Kwon. (2017). Analysis of Exhibition Media and Directing Method of Natural History Museum, *Korea Association of Arts Management*, 42, 279-309.
- [8] H. Y. Yoo. (2015). *A Study on the Virtual image display and Interactive expression in Interactive Media Art*. Doctoral dissertation. Chung-ang University, Seoul.
- [9] T. H. Jung. (2018). *Possibilities and Limitations of Interactive Media-Focusing on interactive documentary-*. master dissertation. Dong Eui University. Busan
- [10] A. Ubersfeld. (1999). *Reading Theatre*. Toronto : University of Toronto Press.
- [11] R. Schechner. (2013). *Performance Studies: An Introduction*. Abingdon-on-Thames : Routledge.
- [12] T. Elsaesser. (2009). *Tales of Epiphany and Entropy: Around the Worlds in Eighty Clicks*. Stockholm : National Library of Sweden.
- [13] M. Csikszentmihalyi. (2004). *Flow: The Psychology Of Optimal Experience*. Seoul : Hanulim.
- [14] B. H. Schmitt. (2010). *Customer Experience Management*, New york : John Wiley & Sons.
- [15] Gwangmyeong Post. (2018). 'Gwangmyeong Cave Dinosaur Experience Exhibition' will open for 5 months from 27th.  
<http://www.thegmpost.com/news/articleView.html?idxno=935>

강재신(Kang, Jae Shin)

[정회원]



- 2006년 8월 : 서울과학기술대학교 IT디자인대학원 일러스트미디어 디자인학과 (디자인학 석사)
- 2010년 3월 ~ 2015년 6월 : 남서울대학교 시각디자인학과 강사
- 2016년 8월 ~ 현재 : 청운대학교

멀티미디어학과 강사

· 관심분야 : VFX, VR, AR, 3D Animation, CG, Motion Graphics

· E-Mail : realsloo@naver.com

이영주(Lee, Young Ju)

[정회원]



- 1998년 10월 : WesternSydney University Digita lMedia (MFD)
- 2013년 10월 : 홍익대학교 일반대학원 영상학과 (박사수료)
- 2002년 3월 ~ 현재 : 청운대학교 멀티미디어학과 교수

· 관심분야 : Smart-phone UX, Smart-phone UI, Emotion, Cognition

· E-Mail : yjlee@chungwoon.ac.kr