

인천공항 미디어 아트 사례 연구

유성호, 임성택*
동덕여자대학교 미디어디자인학과 교수

A Case Study on the Media Art of Incheon Airport

Sung-ho Yu, Seong-taek Lim*
Professor, Dept. of Media design, Dongduk Women's University

요 약 최근 기술의 발전으로 공공장소의 미디어아트가 다양한 형태로 설치되고 증가하는 추세이다. 특히 공항의 미디어아트 설치가 늘어나고 있어 이에 대한 연구가 필요한 시점이다. 따라서 본 연구는 인천국제공항의 미디어아트 사례를 분석하여 개선 방향을 제시 하였다. 인천공항의 미디어아트 사례를 분석한 결과 다음과 같은 결과를 도출하였다. 첫째, 향후 공항 미디어아트는 관객이 참여하고 상호작용 할 수 있는 작품으로 발전시켜 여행자에게 즐거운 경험을 제공하는 형식으로 바뀌어야 한다. 둘째, 공항의 콘텐츠는 다양성도 중요하지만 국가의 대표성을 나타내는 콘텐츠로 구성되어야 한다. 셋째, 짧고 단순한 미디어아트 모음을 상영하는 것보다는 스토리가 있는 그 나라의 특성과 이미지가 잘 전달될 수 있는 대표성을 나타내는 콘텐츠로 구성해야 한다.

주제어 : 공공디자인, 미디어아트, 인천국제공항, 공항

Abstract Recently, with the development of new technology, media arts in public places have been installed in various forms. Especially, the installation of media arts at the airport is increasing, and it is time to study this. Therefore, this study investigated cases of media art at Incheon International Airport and suggested improvement direction. As a result of analyzing the case of media art in Incheon Airport is follows. First, the airport media art in the future should develop an interactive work that more audience can participate and provide pleasant experience. Second, the contents of the airport media art should be produced not only in various kinds but also as contents representative of the country. Third, it should be produced as a content that can convey the characteristics and images of the country in a storytelling format rather than a short and simple media art collection.

Key Words : Public Design, Media Art, Incheon International Airport, Airport

1. 서론

1.1 연구배경

현대의 미디어아트는 더 이상 개인적, 주관적, 고정적, 또는 실내에 머무르지 않고 기존의 경향에서 벗어나 대중적인 성향의 공공디자인 개념으로 다가오고 있다[1]. 따라서 공공 공간의 미디어아트는 이제 현대인들에게는

일상 공간의 일부가 되었다 해도 과언은 아닐 것이다. 일반적으로 우리가 처음 방문하는 나라의 첫 번째 공공 공간 또한 공항이 될 것이다. 한 나라의 대표 국제공항은 그 나라의 첫 인상에 많은 영향을 줄 수 있는 공공 공간 중 하나 이기 때문이다[2]. 이런 이유로 공항에는 그 나라 또는 그 지역의 좋은 이미지나 첫 인상을 긍정적으로 전달하기 위한 다양한 작품들이 설치되어있다. 최근 ICT

*Corresponding Author : Seong-taek Lim(phorm@dongduk.ac.kr)

Received May 17, 2019
Accepted July 20, 2019

Revised July 3, 2019
Published July 28, 2019

기술과 디스플레이 기기의 발전으로 미디어 아트 작품들은 공항에서 더 쉽게 접할 수 있는데 이러한 작품들은 그 나라 또는 지역의 이미지를 전달하는데 효과적인 수단으로 활용되고 있다. 여행자들은 이러한 작품을 통해 긴 시간의 기다림 동안 즐거움을 얻기도 하고 그 공항에 대한 좋은 추억을 남기기도 한다. 이렇게 공항에 설치되어있는 작품이 그 공항의 이미지개선에 중요한 역할을 하고 점점 많은 수가 설치됨에도 아직 까지 이에 대한 연구가 부족한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 미디어아트가 공항을 이용하는 여행객들에게 어떠한 영향을 줄 수 있고 어떻게 하면 긍정적인 이미지를 심어 줄 수 있는지에 대해 연구해 볼 필요성이 있다고 생각하여 이 연구를 진행하였다.

1.2 연구목적

공공미술은 공동체와 대중을 위해 설치·유지되며 공동체와 대중이 참여하고, 반응하는 예술작업으로서 여타 예술 표현 방식과는 다른 차이점을 가진다.[3] 이러한 공공미술 작품 중 미디어를 이용한 작품들은 최근 공항이나 역, 거리 등의 우리 일상 공간 안으로 깊숙이 들어와 있다. 이 중에서도 공항은 대중들이 가장 많이 이용하는 공공장소 중 하나인 동시에 최근 많은 미디어 작품들이 설치되고 있는 공공 공간이다. 그러나 이러한 공간에 설치되어있는 작품에 대한 분석은 부족한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 한국의 대표공항이자 공항서비스 세계 1위로 평가받는 인천공항의 미디어 아트 사례를 분석하여 향후 공공 공간 특히 공항에서의 미디어아트의 발전방향을 모색해 보고자 하는 것이 연구의 목적이다. 또한 공항 이용자에게 어떤 형식의 작품이 보다 좋은 이미지와 긍정적인 메시지를 줄 수 있는지에 대해 제시해보고자 한다.

1.3 연구방법 및 범위

본 연구의 연구방법으로는 첫째, 선행연구를 통해 공항의 설치작품의 유형 및 특징을 분석해보고 공항 미디어아트의 역할 및 중요성, 유형에 대해 알아보고자한다. 둘째, 선행연구자들의 논문 분석을 통해 미디어아트 사례 분석을 위한 항목 5가지를 도출 하여 사례 분석 자료로 활용하였다. 셋째, 공항의 미디어아트 설치 사례분석을 통해 개선점을 파악하고 향후 발전 방향에 대해 제시하고자 한다. 연구범위는 국내 인천공항 사례들 중 LED또는 LCD등의 디스플레이를 이용한 미디어아트를 중심으로 연구하고자한다.

2. 선행연구

2.1 공항의 설치작품 유형 및 특징

공항의 설치 작품 유형은 이지희(2013)의 공항의 공공미술 연구와 국내 인천 공항의 설치 사례 등을 종합해 보면 회화, 벽화, 조각, 설치, 디스플레이 형태의 미디어아트, 상호작용(Interactive)형 미디어아트 등 다양한 형식으로 설치되어있다. 최근 들어 이러한 작품들은 이전의 단순 조각이나 회화 작품의 설치형태에서 벗어나 공간과 조화를 이루는 형태의 작품, 또는 기술과 융합된 형태의 상호작용 작품들로 변화되어가는 추세이다. 인천공항에도 최근 몇 년 사이 다양한 형태의 미디어 작품들이 설치되었다. 또한 디지털 디스플레이어의 발전과 가격 하락으로 대형 스크린 형태의 작품들이 점점 더 시도되고 있다. 그 예로 LA국제공항의 승강기 타워에 설치된 대형 작품과 인천 공항 터미널1의 초대형 미디어타워를 들 수 있다. 공항 작품들의 특징은 기존 공공 공간의 작품들에 비해 넓은 공간에서 바라 볼 수 있는 형태와 그 나라의 특징을 나타내려고 한 작품들이 많다는 것이다. 또한 넓은 창과 기둥이 많은 공항의 특성상 이러한 곳을 미용한 파사드 형식이나 빛을 이용한 작품들이 특징이다. 이처럼 디지털 기술의 발달로 미디어아트와 관객의 커뮤니케이션은 점점 체험적 커뮤니케이션으로 그 영역을 확장시켜가고 있다.[4]

2.2 공항의 미디어 아트의 역할 및 중요성

공항에 설치되어있는 작품들 중 여행자의 시선을 가장 유혹하는 작품은 아마 미디어 아트 일 것이다. 여행 중 만나는 신선함이 주는 매력이 있기 때문 일 것이다. 이러한 점에서 볼 때 공항에서 마주하는 미디어아트의 역할은 여행자에게 정보전달 뿐 아니라 여행 중 만나는 신선한 경험과 즐거움을 제공하고 그 공항 또는 그 나라의 이미지 전달에 중요한 역할을 한다. 특히나 사람들이 오랜 시간 기다리고 머무는 공간에서의 미디어아트는 사람들이 참여하고 상호작용하는 관점에서 시각뿐 아니라 청각, 촉각 등 다양한 감각을 자극해 그 공항에서의 인상 깊은 경험을 간직하게 한다. 이처럼 공항에서의 미디어아트는 공항을 이용하는 사람들에게 공공미술로써 뿐 아니라 그 나라의 이미지를 전달하는데 중요한 역할을 하고 있다.

2.3 인천 공항의 미디어 아트 설치 현황

현재 인천 공항은 제2터미널 개항으로 터미널1과 터

미널 2, 둘로 나뉘어 운영 중이다. 인천공항에는 터미널1의 중앙에 최대 규모의 최신 미디어 아트가 설치된 것을 비롯하여 다양한 형태의 미디어 아트가 설치되어 있다. 먼저 터미널1에 설치 되어있는 미디어작품은 Table 1에서 볼 수 있는 것처럼 중앙 홀의 초대형 미디어타워1개, 입국장 2층의 미디어월 6개, 출국장의 대형LED 4개, 교통 센터 연결통로의 미디어아트1개가 설치되어있다. 참고로 표에서 L/S는 일반구역, A/S는 면세지역을 나타내며 모든 설치 미디어의 콘텐츠 내용은 변동 가능한 형태로 설치되어있다. 이러한 작품의 콘텐츠는 미디어아트, 상업광고, 공항안내, 문화공연 영상, 한국관련 영상등을 보여주는 형식으로 제작되어있고 상호작용형 미디어아트는 찾아보기 힘들다.

Table 1. Media Art Installation Status of Terminal1

Division	Location	No.	Contents
Media Tower	L/S Center	1	Media Art, Commercial, Information, Culture performance video, etc.
Arrivals Hall Media wall	A/S 2F	6	Korean culture video
Departure gate LED	L/S 3F	4	Airport Information, Commercial, Season video, etc.
Passage of Transportation Center	L/S 1B	1	Media Art, Commercial, etc.

터미널2에는 Table 2에서 볼 수 있듯이 터미널 진입부에 대형미디어 1개와 입국장에 미디어월 6개, 미디어클라우드 2개가 설치되어있다.

Table 2. Media Art Installation Status of Terminal2

Division	Location	No.	Contents
Large size Media	T2 Entrance	1	Media Art
Arrivals Hall Media wall	A/S 2F	6	Media Art, commercial
Media Cloud (Art)	A/S 3F	2	Media Art

이곳에 설치되어있는 작품 중 미디어클라우드(Media Cloud)는 상호작용형 작품이고 다른 작품들은 상호작용형이 아닌 일반적인 미디어아트 형식으로 설치된 작품들이다.

3. 사례분석

3.1 사례분석 기준

인천 공항의 미디어아트 사례를 분석하기 위해 장군령, 김세화 (2007)의 “도시 공공 공간에서 인터랙티브 미디어 아트 활용 사례 분석”[5], 엄기준(2008)의 “공공 미디어 아트의 경험성에 관한 사례 연구”[6], 최영옥 (2009)의 “공공미술로서의 인터랙티브 미디어 아트 사례 분석”논문에서 사례분석을 위해 사용한 공통된 항목과[7] 앞의 연구에서 인용된 미디어아트가 공공성을 지향하기 위해서는 사용자의 참여와 몰입을 유도해 내야한다[8]는 이론을 추가하여 분석을 위한 필요 항목 5가지를 도출하였다. 도출한 항목은 상호성, 심미성, 장소특정성, 콘텐츠의 적합성, 경험성 이렇게 5가지이다. 또한 인천공항의 미디어아트설치 운영 팀과의 인터뷰를 통해 현재 운영 방식과 향후 운영 계획에 대해 조사하였다.

3.2 국내 인천공항의 미디어 아트 사례분석

인천공항의 사례 분석 대상은 터미널1, 터미널2의 출국장, 입국장, 공항 입구에 설치된 작품들 중 화면에 출력되는 미디어 작품이나 상호작용(Interaction)을 하는 작품위주로 선정했으며 중복되는 형식을 제외하고 가장 최근에 설치된 작품 위주로 사례를 분석하였다.

첫 번째 Fig. 1작품으로는 최근 제1여객터미널에 설치된 미디어타워이다. 이 작품은 인천국제공항공사가 인천공항 제1여객터미널 중앙 밀레니엄 홀에 설치한 초대형 미디어타워로 가로 10m, 폭 3.5m, 높이 27m 규모이며 외벽 전체를 둘러싸고 있는 LED전광판은 8K(4864×6656픽셀)의 고해상도 영상 구현이 가능해 크기와 해상도 모두 국내 실내 LED 전광판 중 최고 수준이다[9]. 인천공항에 설치된 작품 중 가장 눈에 띄며 가장 최근에 설치된 작품이다. 인천공항공사는 미디어타워의 고화질 디스플레이를 활용해 세계적인 미디어아트 작가의 작품을 전시하고 세계의 시간 및 날씨예보와 같은 여행 관련 정보 등 다양한 콘텐츠를 표출할 계획이다 [10]. 밀레니엄 홀은 상시 공연이 펼쳐지는 장소로 인천공항공사 관계자의 말을 비르면 올해부터는 미디어타워를 공연 배경과 연계해서 사용 할 수 있도록 하는 기능도 구현 할 예정이라 한다. 이작품은 현재는 일방적으로 영상이 상영되어 상호성은 없다. 심미성은 상영 작품에 따라 다소 변화는 있을 수 있으나 현재는 공항 이용객들의 반응이나 작품의 완성도로 볼 때 심미성 측면에서는 좋

은 평가를 받고 있다. 장소특정성 측면에서 본다면 공연장과 중앙 홀에 설치되었다는 측면에서 관객들에게 노출의 빈도가 높고 공연과 연계 할 수 있다는 측면에서 적절하다고 판단된다. 콘텐츠의 적합성 측면에서는 현재 사용 중인 작품이 외국작가의 작품이다 보니 우리나라 대표 공항의 정체성은 다소 떨어진다. 경험성 측면에서는 시각적 경험은 높으나 관객이 직접참여하고 체험의 즐거움을 느낄 수 있는 부분은 없어서 경험성은 떨어진다. 이와 유사한 해외 사례로는 LA국제공항의 승강기 타워 미디어 아트가 있다. 이는 하나의 스토리를 중심으로 화면이 연출되며 관객의 위치와 동선을 고려해 제작되었다. 또한 근처 벽면의 파사드 형태의 스크린과 함께 연동되어 확장성까지 제공하고 있다. 인천공항의 미디어타워도 이처럼 공항의 정체성과 스토리가 있는 콘텐츠를 벤치마킹할 필요가 있다고 판단된다.



Fig. 1. Super large Media Tower

두 번째 Fig. 2 작품은 미디어클라우드(Media Cloud)다. 미디어클라우드는 아이들을 위한 첨단 미디어 놀이터이자 어른들을 위한 아트테인먼트(아트+엔터테인먼트)로 머리 위로 떠있는 LED 곡면 스크린에는 여객의 여행기대감을 고조시키는 “상상의 여행”을 위한 체험공간이 펼쳐져 있다[11]. 또한 국내 ICT기술이 집목된 형태의 영상이 국내외 명화를 미디어아트로 재현해 미디어갤러리 형태로 보여주고 있다.

이 작품은 네모난 벽면이 아니라 천정에 곡선을 이용한 디스플레이 형태로 심미성 면에서는 높게 평가할 수 있다. 장소특정성 또한 쉬면서 즐길 수 있다는 점에서 적절한 위치에 배치된 것으로 평가된다. 다만 콘텐츠의 적

합성이 다소 떨어진다고 평가할 수 있다. 명화를 보여주는 것도 좋겠지만 아이들이나 여행객이 여행의 즐거움과 상상력을 펼치고 체험할 수 있도록 좀 더 아이들과 여행객에 특화된 콘텐츠로 구성하면 좋을 것 같다. 또한 경험성면에서는 바닥에 설치된 키오스크에서 자신이 직접 찍은 사진이나 문구를 입력하여 천정의 미디어클라우드에 표현할 수 있게 구현했다는 측면에서 경험성과 상호성측면에서 좋은 평가 점수를 줄 수 있다. 하지만 단순한 사진과 문구 정도여서 아이들에게 즐거운 경험을 줄 수 있는 부분에서는 다소 부족하다. 아이들이 자신의 창의력을 좀 더 자유롭게 표현할 수 있는 콘텐츠를 미디어클라우드에 표출할 수 있게 된다면 상호작용성과 경험성면에서 보다 좋은 평가를 받을 수 있을 것이다. 여행 중 만나는 작품에서 즐거움과 행복감을 느끼게 한다면 그 공항 뿐 아니라 그 나라의 이미지 개선에도 긍정적인 영향을 미칠 것이다.



Fig. 2. Media Cloud

세 번째 Fig. 3 작품은 동편 출국게이트 초입에 놓인 댄싱 크레인인데 이 작품은 공간을 가로지르는 3D의 선 드로잉처럼 보이는 동시에 비상하는 새의 모습을 연상시키며 공항의 장소성을 상징적으로 드러내고 서편의 게이트 트웨이와 유사한 여객 친화 서비스(안내센터, 휴게 공간)를 제공하고 있다[11]. 이 작품은 심미성 면에서 우수한 평가를 받고 있다. 정형화되지 않고 자유로운 3D 곡선과 그 안에 표출되는 조명이 조화롭게 표현되고 있다. 또한 장소특정성 면에서 휴게공간과 게이트 역할을 동시에 하고 있어 적절한 위치에 설치되었다고 평가할 수 있다. 상호작용성의 기능이 없어 직접적인 상호작용은 없지만 경험적인 측면에서는 새로운 게이트와 휴게공간의 경험이란 측면에서는 다소 긍정적으로 평가할 수 있다.



Fig. 3. Dancing Cranes

네 번째 작품은 아래 Fig. 4에 있는 터미널1의 교통센터 연결통로에 설치되어 있는 미디어월이다. 특징적인 것은 삼면으로 다양한 영상이 연출된다는 것이다.



Fig. 4. Media Wall

표출되는 내용은 미디어아트 영상과 광고 등이 표출되고 있는데 아쉬운 점은 삼면이 조화롭게 하나로 연출되는 부분이 약하다는 것과 상호작용성이 없다는 것이다. 삼면의 웅장한 스케일로 시선을 압도 할 수 있음에도 천정과 옆면의 연결성이 없어 각각의 영상으로 보여진다. 또한 길게 걸어가면서 볼 수 있는 형태이기 때문에 상호작용 기능을 넣어서 여행자를 따라가며 메시지를 전달한 다던지 하는 재미있는 요소를 추가해 체험을 통한 상호작용성 측면의 만족도를 높일 수 있는데 그러지 못한 점을 개선점으로 들 수 있을 것이다.

다음으로 입국장 2층에 6개의 미디어월이 한국에 도착한 여객들을 맞이하도록 설치되어있는데 여기에는 세계인들을 환영하는 다국어의 웹캠 메시지와 함께 ‘또 다른 내일(Another Tomorrow)’, ‘전통의 현대적 해석’, ‘유쾌한 상상여행’이라는 공항에 특화된 주제를 첨단 기술과 새로운 시각 콘텐츠로 재구성함으로써, 영상물 자체가 하나의 예술품이 되도록 기획했다[11]. Fig. 5의 이작

품은 상호작용 기능이 없기 때문에 상호작용성은 떨어지고 심미성 또한 미디어아트와 광고가 같이 상영된다는 면에서 다소 떨어진다. 장소특정성은 인천공항에 도착하여 처음 접하는 작품으로 환영 메시지를 전달한다는 차원에서 장소의 적합성은 적절하다고 판단된다. 하지만 이 작품이 인천공항의 첫인상이자 첫 경험으로 좋은 인상을 주기에는 다소 약한 부분이 있다. 이러한 작품은 그 공항에서 처음 접하는 작품이기 때문에 장소의 중요성도 고려하여 좀 더 상호작용 형태 또는 그 나라의 정체성을 보여주는 작품으로 설치되어야 할 것이다.



Fig. 5. Arrivals Hall Media Wall

마지막 Fig. 6 작품은 제2여객터미널의 전면에 위치한 초대형 미디어 월이다. 이 작품은 가로 폭이 100m 길이에 와이드하며 규모가 대형인 작품이다. 곡선형의 입체 하드웨어가 넓은 시야각을 제공하여, 입출국 양방향에서 보다 효과적인 감상을 가능케 하며 한국의 풍경, 상상여행, 환영 인사 등을 담은 미디어 아트가 교차 상영되며, 공항 방문객에게 짧은 순간 강력한 인상을 남긴다[11]. 이작품은 긴 가로 형태가 장점이자 단점이다. 긴 형태 때문에 작품이 웅장해 보이는 반면 작품을 길게 밖에 표현할 수 없어서 표현의 한계가 있을 수 있기 때문이다. 이 작품은 일방적인 미디어아트 영상이 상영되는 형태라 현재는 상호작용 기능이 없어 상호작용성과 체험에 의한 경험성은 떨어진다. 하지만 거대한 규모의 영상이주는 압도 감으로 시각적 경험[12] 측면에서 좋은 인상을 줄 수 있다. 장소의 특정성은 설치 위치 차원에서 우수하나 콘텐츠의 적합성은 다소 떨어진다고 평가 할 수 있는데 그 이유는 현재 상영되고 있는 작품들이 국내의 작가들의 작품이 단순 상영되고 있기 때문이다. 이러한 점들은 국내 미디어 파사드는 타이포그래피와 단순한 영상 이미지 연출에 한정되어 있고 차별화된 다양한 콘텐츠가 부족한 상태[13]라고 언급한 선행연구와도 부합되는 내용이다. 이러한 단점들을 개선하기 위해서는 인천공항[14]

또는 우리나라의 대표적인 이미지를 전달 할 수 있는 콘텐츠가 추가되어야 할 것이며 상호작용 기능이 추가되어야 할 것이다. 이를 통해 일정시간은 여행객들이 직접 참여한 메시지 또는 작품들이 연출되도록 하여 참여와 경험에서 얻어지는 여행의 즐거움과 긍정적 이미지 개선에 도움이 되도록 개선하는 것이 바람직 할 것이다.



Fig. 6. Large size Media Wall

4. 결론 및 제언

공공 공간 중 유동인구가 가장 많고 문화적 배경이 다른 다양한 나라의 사람들이 이용하는 곳이 공항일 것이다. 이 때문에 공항을 운영하는 단체에서는 공항의 첫인상에 대한 긍정적 이미지 개선을 위해 최근 들어 다양한 미디어아트를 공항에 설치하고 있다.[15] 그러나 늘어나는 작품 수에 비해 이 분야에 대한 연구가 부족하여 이에 대한 연구의 필요성이 대두되어 국내대표 국제공항이며 세계 1위 공항중하나인 인천공항의 미디어 아트 사례를 분석, 종합하여 향후 공항의 미디어아트의 개선점과 발전 방향에 대해 연구하였다. 그 결과 첫째, 관객 참여형 콘텐츠를 늘려야한다는 것이다. 현재 인천공항의 미디어아트는 일방적으로 보여주는 형태가 많았다. 미디어아트의 공공성을 위해서는 참여와 몰입에 의한 경험이 중요하므로 인터랙티브한 작품, 즉 관객이 직접 참여하여 경험을 얻을 수 있는 형태로 발전 시켜야 할 것이다. 이로 인해 긴 시간의 기다림에서 오는 지루함을 즐거운 추억과 경험으로 대체 할 수 있도록 하면 공항의 이미지 개선에 도움이 될 것으로 사료된다. 둘째, 콘텐츠의 다양성도 중요하지만 공항은 그 나라의 첫 인상을 좌우하는 관문이니 만큼 국가의 대표성을 나타내는 콘텐츠가 필요한 것으로 나타나고 있다. 현재 인천공항에 설치되어있는 전체 콘텐츠 중 우리나라의 정체성을 들어내는 콘텐츠가 다소 부족하

다. 이러한 점을 해결하기 위해 지속적인 콘텐츠의 개발과 관리 또한 중요하다. 셋째, 짧고 단순한 미디어아트 모음만을 상영하는 것이 아닌 스토리가 있는 그 나라 또는 그 지역의 특성과 이미지가 잘 전달될 수 있는 콘텐츠로 구성해야 할 것이다.

마지막으로 이 연구의 한계점은 실제 이용자를 대상으로 한 연구가 부족하고 분석이론에 근거한 사례분석에 그쳤다는 것이다. 향후 이 연구결과를 기반으로 실제 이용자의 만족도 등에 관한 추가 연구가 필요 할 것으로 사료된다.

REFERENCES

- [1] K. J. Um. (2008). A Case Study in Experientiality of Public Media Art, *Journal of Korea Design Knowledge* 7, 98-106.
DOI:10.17246/jkdk.2008.7.012
- [2] J. H. Lee. (2013). Public Art in Airport- Focusing on the Airport in USA, *The Korean Society of Art and Media*, 12(3), 55-72.
- [3] Y. J. Han. (2017). Experiential Characteristics of Augmented Reality(AR) Expressed in Public Art Based on Media Art- Focused on 《Broadway Augmented》 Exhibition, *The Korea Association of Art & Design*, 20(2), 1-22.
- [4] Y. S. Jung. (2015). Study on Mobile Interactive Media Art based on The Interaction of Experiential Communications, *Catoon & Animation Studies*, Korean Society of Cartoon and Animation Studies, 297-320.
DOI:10.7230/KOSCAS.2015.39.297
- [5] J. L. Zhang & S. H. Kim (2007). Interaction media art in city public space utilization example analysis, *Journal of the Korea Contents Association*, 5(1), 885-888.
- [6] K. J. Um. (2008). A Case Study in Experientiality of Public Media Art, *Journal of Korea Design Knowledge* 7, 98-106.
DOI:10.17246/jkdk.2008..7.012
- [7] O. Y. Choi, (2009), Interactive media art for Public art Installation example analysis -based on Participation pattern, *Design convergence study*,8(4), 77-84.
- [8] Y. O. Choi. (2008), Interactive media art for Public art Installation example analysis -based on Participation pattern, Society of Design Convergence, *Journal of Design Convergence Study* 8(4), 77-84.
- [9] S. I. Moon. (2018.12.03). *Installed and operated a 27m large-format media tower at Incheon Airport Terminal1*.
<http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=20181203112541>

35199

- [10] H. S. Park. (2018.12.03). *Incheon Airport Launching a 27-meter-high Media Tower*
<https://www.ajunews.com/view/20181203142617725>
- [11] ART+ PORT PROJECT (2018). [Brochure]. *Incheon International Airport Terminal 2*, Incheon Airport.
- [12] J. W. Park, (2011)A Study on OPEN-Type Contents Design According to the Visual Experience Elements, *Journal of Korea Design Knowledge*, 19, 82-91.
 DOI:10.17246/jkdk.2011..19.009
- [13] H. C. Park & S. W. Lee. (2011), Possibilities of Applying Animation Techniques to Public Design Media Facade, *The Korean Journal of animation*, 7(2), 83-98.
- [14] J. S. Kang & Y. J. Lee. (2019). A Study on Interactive Media Experience Exhibition & Visitor's preference, *Journal of Digital Convergence*, 17(1), 319-325.
- [15] M. H. Gu & S. I. Kim. (2016). Service Design in Airport for Sharing the Cultural Difference Among Tourists. *Journal of Digital Convergence*, 14(10), 415-421.

유 성 호(Sung-Ho Yu)

[장학]



- 1996년 2월 : 서울시립대학교 산업디자인학과(학사)
- 2007년 10월 : University of The Art London, Interactive multimedia Design(MA)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 동덕여자대학교 미디어디자인학과 교수

- 관심분야 : UX/UI디자인, Interactive Design, Media Arts
- E-Mail : smileysh@naver.com

임 성 택(Seong-Taek Lim)

[장학]



- 1994년 5월 : School of the Art Institute (BFA)
- 1996년 5월 : Pratt Institute (MFA)
- 2001년 3월 ~ 현재 : 동덕여자대학교 미디어디자인학과 교수
- 관심분야 : 영상디자인, 디자인교육, 사진, 영화

- E-Mail : phorm@dongduk.ac.kr