

온라인 졸업전시 웹 사이트 구조와 콘텐츠 분석 2020년 국내 시각디자인 전공 사례를 중심으로

유윤석
이화여자대학교 디자인학부 교수

A Study on the Website Structures and Content Types of Online Graduation Exhibitions For 2020 domestic Visual Communication Design major cases

Yoon Seok Yoo
Professor, Division of Design, Ewha Womans University

요약 코로나바이러스 대유행으로 가속화된 온라인 전시의 보급은 그동안 오프라인 전시에서 다루지 않던 가능성과 논점을 제시한다. 디자인전공생들의 졸업 전시는 기능적, 심미적 탐구가 왕성하게 실천되는 장으로서 자급형 온라인 전시의 현재를 이해하고 가능성을 모색하는 대상으로 삼을만하다. 이 연구는 2020년 온라인으로 졸업전시를 개최한 국내 시각디자인 전공의 웹 사이트 15곳을 분석하여 대학별 전시의 특징을 분석한다. 도착-검색-감상-소통의 단계로 구분하여 평가하고 시사점을 제시한다. 1) 웹 사이트 구조를 이용한 전시 정체성 수립, 2) 작품과 참가자 검색 경로의 다각화, 3) 상세 페이지의 자유도와 다양성 보장, 4) 관객 소통을 유도하고 개인화할 수 있는 기능 개발이다.

주제어 : 온라인 전시, 졸업전시, 디자인 교육, 웹 사이트, 사용자 경험

Abstract This study aims at analyzing the web sites for 2020 art college graduation exhibitions to derive implications that should be considered for future online exhibitions. Fifteen web sites for graduation exhibitions of domestic visual design majors will be selected to analyze the usability of the web sites in the stages of arrival-search-appreciation-communication. The spread of online exhibitions accelerated by the coronavirus pandemic presents issues that were not covered in offline exhibitions. Based on the commonalities and peculiarities of graduation exhibitions by college, implications for mature and rational graduation exhibitions will be suggested.

Key Words : Online exhibition, Graduation exhibition, Design Education, Web Design, User experience

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

미술대학의 졸업전시는 전문 미술 교육을 받은 최고학
년 학생들이 각자의 관심과 기량의 총합을 내보이는 자리

이다. 전시를 준비하는 동안 학생들은 작품 제작은 물론 전
시 기획부터 예산 관리, 홍보와 기록까지 자치적으로 수행
하며 수업에서 배울 수 없는 것들을 경험한다. 졸업전시를
통해 사회는 재능 있는 신진의 등장과 그들의 도전적인 창
작물을 기대하고 대학은 교육기관으로서 교육 품질과 고유

*Corresponding Author : Yoon Seok Yoo(yyoo@ewha.ac.kr)

Received October 25, 2020

Accepted March 20, 2021

Revised February 23, 2021

Published March 28, 2021

성을 평가받는다.

2020년 전 세계를 덮친 코로나바이러스 대유행으로 인해 미술대학들은 강의실을 폐쇄하고 온라인으로 실기 수업을 이어가게 된다. 연말이 되어도 상황이 나아지지 않자 대학은 온라인 졸업전시를 감행했으며 이는 여러 담론을 생산했다[1-7].

접근과 확장의 특징을 지니는 온라인 전시는 시간과 공간 제약이 없어 전시를 운영하고, 작가와 작품을 입체적으로 연결하는 데에 강점을 갖는다. 현실의 전시가 하나의 분류법으로 구성하는 것에 비해 온라인 전시에서는 관점을 바꿔가며 작품을 배치하고 새롭게 연결할 수 있다. 다른 자료를 불러오거나 관객을 새로운 공간으로 안내하여 감상을 확장하기에도 유리하다[8-10].

시각디자인 결과물은 화면을 통해 전시하기에 적합한 속성을 지닌다. 특히 컴퓨터로 제작되고 디지털 환경에서 소비되는 현대 디자인의 비물질적 경향은 별도의 장비나 공정을 거치지 않고 고품질의 디지털 뷰잉(viewing)이 가능하다. 디자인은 속성상 외부적 동기 즉, 의뢰인을 위한 서비스업이라는 인식을 갖는다. 이로 인해 목적이 뚜렷한 디자인이 전시실에 들어올 때 개념 충돌을 겪게 된다[11]. 그런 면에서 오늘날 문화·경제 활동의 주요 플랫폼인 웹사이트를 통해 디자인을 감상하는 것이 자연스러운 경험이라고 할 수 있다.

디지털 네이티브(digital native)라고 일컬어지는 지금의 대학생들은 언제 어디서나 인터넷에 연결되는 환경에서 자라나면서 온라인 속 경험을 현실 속 물리적 경험과 다르지 않다고 인식하는 세대이다[12]. 이들이 제한된 준비 기간과 예산 속에서 기획과 디자인, 관리까지 자급한 온라인 전시는 콘텐츠 중심의 현실적인 모델로서 연구의 대상으로 삼을만하다. 이 연구는 미술대학의 졸업전시 웹사이트를 통해 자급형 온라인 전시의 현재를 파악하고 이를 바탕으로 향후 전시에 고려할 점을 제시하는 것을 목적으로 한다.

1.2 연구 방법 및 범위

2020년 개최한 국내 디자인 전공 온라인 졸업전시 15개를 대상으로 선정했다. 웹 사이트 사용 경험을 실제로 전시를 관람하는 행위에 대입하여 도착, 참가자 검색, 작품 감상, 소통 4단계로 구분하고 단계별로 메뉴 구성, 접근성, 자유도, 관객 참여 측면에서 정량적인 지표를 수집했다.

첫 번째 단계인 '도착'에서는 웹 사이트 구조를 파악하기 위해 각 전시의 메뉴 구성과 콘텐츠 배치를 열거하고 동일한 기능을 명명(labeling)하는 방식을 파악하였다[13,14]. 두 번째 '검색' 단계에서는 참가자와 작품에 접근하는 경로

의 가짓수와 깊이(클릭 수)를 조사하고 검색 결과를 처리 기준을 분류했다. 세 번째 '감상' 단계에서는 작가와 작품 소개 페이지에서 보이는 표현의 자유와 매체의 다양성을 조사한다. 특히 프로필사진 사용 여부, 개인 정보 유형, 자기소개 필드 유무를 기준으로 개인이 선택하고 편집할 수 있는 범위를 조사하였으며 작품 표현은 웹에서 구현 가능한 매체 활용도를 분석했다. 마지막 '소통' 단계에서는 방문객의 피드백을 수집하는 방법에 주목하여 방명록과 댓글 기능 여부를 파악하고, 그밖에 관객의 편의를 위한 맞춤 기능과 오락적 요소를 조사한다.

조사한 내용을 토대로 대학마다 가상 전시를 구조화하는 기획의 공통점과 특이점을 종합하고 향후 합리적인 온라인 전시를 위해 고려할 시사점을 제안하는 것으로 결론을 맺는다.

2. 평가

Table 1과 같이 국내 4년제 대학 시각디자인 전공 중 2020년 온라인으로 졸업 전시를 개최하고 현재(2021년 1월 기준) 운영 중인 사례 15곳을 선정했다. 오프라인 전시를 홍보하는 역할이거나 참가자 전원의 포트폴리오를 다루지 않는 경우, 기능 일부가 정상적으로 작동하지 않은 경우, 직접 디자인하는 대신 전시 플랫폼 서비스[15]를 이용한 경우는 대상에서 제외했다.

2.1 도착

내비게이션이 가능한 첫 페이지를 '홈(home)'으로 정하고 상위 메뉴와 각 메뉴에 속한 콘텐츠를 파악했다. Table 3처럼 '홈'을 제외한 메뉴의 개수는 평균 3.2개이며 기능에 따라 '소개', '작품', '참가자', '방명록'으로 분류할 수 있었다. 대학별로 메뉴에 붙인 이름은 Table 2와 같다.

'소개' 메뉴에는 인사말, 전시 개요, 전시 디자인 소개, 지도 교수와 과목 설명, 졸업전시준비위원회 구성원, 협력사 및 후원을 밝히고 있었다. '소개' 메뉴가 없는 40%에 해당하는 전시는 해당하는 정보를 '홈'에 배치했다. 전시의 가장 중요한 콘텐츠라고 할 수 있는 참가자와 작품의 배치와 분류는 전시마다 상이했다. 작품 분류가 86.6%로 가장 많았고, 참가자 분류가 53.3%, 복수의 분류 메뉴를 가진 대학이 46.6%로 나타났다. 전시의 40%가 관객들의 피드백을 수집하는 방명록과 댓글 기능을 갖추고 있었다.

Table 1. Exhibitions investigated.

Code	Academy	Titles	Website
KK	Communication Design, Konkuk University	Cancel or Save	kucd2020.com
KG	Visual Design, Kyonggi University	Come Home! Come Home!	kguvcd.com/index.html
KH	Visual Information Design, Kyung Hee University	DEUCE 20:20	khvd2020.com
DG	Visual Communication Design, Dongguk University	Save as	donggukvd2020.com
PS	Visual Design, Pusan National University	접어서, 접으로.	2020pnvud.me
SA	Communication Design, Sangmyung University	Design Your Life	smucd2020.com
SN	Design, Seoul National University	Do Do Do Do	snudesignweek.com/
US	Visual Design, University of Seoul	Cake Under Cake Under Cake Under...	archive.uos.ac.kr/~design/2020
SS	Industrial Design, Sungshin Women's University	Generation S	sswuindustrialdesign.com
SJ	Design Innovation, Sejong University	Export to the Larger Flower Pot	sj-di.com/2020
SO	Visual & Media Design, Sookmyung Women's University	Normal: Z	smvgradshow.com
YI	Media Design, Yong In University	Vivarium	yimd2020vivarium.com
EW	Design, Ewha Womans University	From #000000 to #FFFFFF	ewhadesign.com/2020
KA	Design, Korea National University of Arts	2020 Graduation	kartsdesign.net/exhibition/2020
HI	Visual Communication Design, Hongik University	.zip	hivcdgw2020.com

도착 단계에서는 공통적으로 전시 포스터에 해당하는 이미지를 전면에 배치하고 있었다. 94%의 전시가 홈페이지의 주요 위치를 할애하여 전시 포스터 혹은 키 비주얼(key visual)을 활용한 이미지를 게시하고 있었으며 그중 87%가 동적인 그래픽이나 인터랙티브 기능의 영상을 활용하고 있었다. 건국대학교와 서울대학교는 전시를 위한 전용 글꼴(typeface)을 개발하고 소셜 미디어와 클라우드 편집 채널을 통해 도록과 관련 상품을 홍보, 판매하는 등 적극적인 브랜딩을 시도하고 있었다. 전시를 상품으로 인식하고 여러 채널을 통해 관객에게 상품을 소구하는 행위는 디자인전공생들이 받아들인 교육과 연결 지어 볼 수 있다. 전시 주제로는 학업을 마치는 각오와 자축(60%), 다양한 관심과 재능(20%), 팬더믹으로 인한 변화(13.3%)가 주를 이루었다.

한편 소속 대학교와 전공 표기는 소극적으로 대학교

전공 이름을 공식적으로 표기한 곳은 60%에 불과했으며, 나머지는 영문으로만 적거나 영문 이니셜로 함축하는 사례가 많았다. 전시 중 27%만이 대학이나 전공 홈페이지를 연결하고 있어 해외 미술대학들이 공식 웹 사이트에서 졸업전시를 개최하는 모습과 대조적이었다.

2.2 검색

참가자와 작품에 접근하는 경로와 가짓수는 웹 사이트의 사용성에 직접적인 영향을 미친다. 작품 접근 경로는 주로 작품과 참가자로 나뉘며 가짓수 평균 역시 2가지로 파악됐다. Table 4와 같이 작품 분류 기준으로는 과목별 분류가 73.3%로 가장 일반적이며, 표현 방법별, 지도교수별 분류도 각각 1건씩 있었다. 숙명여자대학교, 홍익대학교는 태그(tags)를, 이화여자대학교는 전시 제목과 관련해 색상(color)을 분류 기준으로 추가하여 검색의 다각화를 시도했다. 검색어 입력창을 갖춘 곳은 4곳으로 적었으며, 정확한 이름과 작품명으로도만 검색할 수 있어 활용이 제한적이었다.

검색 결과를 정렬하는 방식으로는 7번 순이 40%로 가장 일반적이었고 학번 순(으로 추정되는) 정렬이 30%로 높게 드러났다. 검색 결과가 길어져 페이지 스크롤이 불가피한 경우 새로 고침(refresh) 때마다 정렬 순서가 임의로 바뀌도록 형평성을 배려한 시도도 눈에 띄었다.

Table 2. Menu labels by Function.

Function	Menu labels
Introduction	About, About us, Deuce 2020, Identity, Info, 소개, 전시소개, (icon)
Works	Archive, Categories, Exhibition, Project, Projects, Works, 작품, 전시 작품, (icon)
Participants	Contact, Designer, Participants, Students, zipper-bag, 전시자, 프로필, (icon)
Feedback	Community, Guestbook, 댓글, 방명록, 축하메시지 남기기

Table 3. Top Menus and Contents.

		Top Menus				
		Contents				
KK	Home	Categories	(mask)			
	Opening Title, View Type	Types of Work, About, Students, Shop, Guestbook	Poster, Overview, Design, Credit, Sponsors			
KG	Home	전시소개	전시 작품	전시자	방명록	
	Opening Title	Introduction, Poster, Courses, Advisors, Links	Works by courses	List of Students, Committee, Sponsors	Message board	
KH	Home	Deuce 2020	Participants	Project	Guestbook	
	Opening Title, Overview	Introduction, Poster, Link	List of Students,, Committee, Advisors	Works by Courses, Search	Message board	
DG	Home	About	Designer			
	Opening Title,	Introduction, Advisors, Making Video	List of Students			
PS	홈	프로필	작품	방명록	소개	
	Opening Title, Greeting, Search	List of Students	Works by Courses	Message board	Introduction, Courses, Faculty, Committee	
SA	Home	About	Designers	Projects		
	Opening Title, Overview, Works, Search	Introduction, Advisors, Committee	List of Students	Works by Advisors		
SN	Home	Works	Identity	Place	Program	Thanks to
	Opening Title, Introduction	List of Courses	Logo and Posters	Exhibition map	Program Details by Date	Partners, Photo Wall, Committee, List of Students, Advisors, Sponsors
US	Home	(icon)	(icon)			
	Loading image, Works by Students	List of Students	Overview, Advisors, Exhibition Information, Committee			
SS	Homw	Info	Works	Events		
	Opening Title, Links, Introduction, Exhibition Sketches, Committee	Greeting, Overview, Map	Works by Courses	Interviews		
SJ	Home	Info	Project	Contact		
	All Works, Links	Poster, Introduction	Works by Courses	List of Students		
SO	Home	Archive	Tags			
	Opening Title, Introduction, Committee, Links	Works by Courses	List of Keywords			
YI	Home	Exhibition	About Us	Community	Catalogue	
	Intro VR, Intro Skip, Opening Title	Introduction, List of Courses	Greetings, Committee	Message Board	Introduction, Order	
EW	Home	Subject	Color	Designer		
	Opening Title, Overview, Introduction, Committee, Partners	List of Courses	Works by Colors	List of Students, Search		
KA	Home	2020	Exhibition	Design Department		
	Opening Title, All Works, Link, Search	Exhibition Archive by Year	List of Courses	About, News, Event		
HI	Home	About	Projects	Program	.zip	
	Opening Title	Introduction, Committee, Contact, Download, Links	Class, Zipper-Bag, Tags	Workshop, Small Talk, Documenting	Selected Work by User	

Table 4. Types of Classification and Organization.

	Work				Participant	by Other	Search	Organized by
	Courses	Types	Advisors	All/Partial				
KK		●		●	●			Random
KG	●				●			Alphabetical
KH	●			●			●	(works) Random / (students) Alphabetical
DG					●			Seniority
PS	●				●		●	Alphabetical
SA			●	●	●		●	(works) Random / (students) Alphabetical
SN	●							Alphabetical
US					●			Alphabetical
SS	●			●				Seniority(not sure)
SJ	●			●	●			Seniority
SO	●					●		Alphabetical
YI	●							Seniority
EW	●				●	●	●	Seniority
KA	●			●				Seniority
HI	●				●	●		(students) Alphabetical / (works) Random

Table 5에서 볼 수 있듯이 전시장 도착으로부터 참가자의 이름을 처음 보기까지의 단계와 작품 페이지까지 도달하는 최단 거리를 파악하였다. 이때 마우스 클릭을 기준으로 측정했으며 마우스 오버(hover)나 드롭다운(drop-down) 등 조작은 횟수에 포함하지 않았다. 참가자 이름까지는 평균 2.3단계, 작품 상세 페이지까지는 평균 3단계가 소요되었다. 평균적으로 교과목 분류가 접근 단계를 증가시키는 것을 볼 수 있었다.

Table 5. Participant and Work accessibility based on mouse clicks.

	Participant			Work			
	Lv. 2	Lv. 3	Lv. 4	Lv. 2	Lv. 3	Lv. 4	Lv. 5
KK		●				●	
KG	●				●		
KH	●				●		
DG	●				●		
PS	●				●		
SA	●			●			
SN			●				●
US	●				●		
SS						●	
SJ	●			●			
SO		●				●	
YI			●				●
EW	●			●			
KA	●			●			
HI		●				●	

2.3 감상

검색을 거쳐 도달한 작가와 작품 상세 페이지는 웹 사이트 구조상 가장 하위에 위치한다. 관객과 전시 참가자가 작품을 매개로 만나는 자리이며 단체전시 속에서 가장 개인적인 공간이다. 또한 졸업전시는 단체전과 개인 포트폴리오 기능을 겸하고 있어, 공동체와 개인의 이익 사이에서 균형의 문제를 겪게 된다. 어느 쪽에 집중하는 성향에 따라 공동체적 전시와 개인주의적 전시로 나누어 말할 수 있다[16].

Table 6. Types of personal information.
(◎ portrait photo / ○ alternative image)

	Profile Image	Email	SNS	Portfolio	Phone	Statement
KK	◎	●	●	●		
KG	◎	●	●			
KH	◎	●	●	●		●
DG	◎	●	●			
PS	◎	●	●		●	
SA		●	●	●		
SN		●	●	●	●	
US		●	●	●		
SS		●	●	●		
SJ	◎	●				
SO			●	●		
YI	○	●	●			●
EW	○	●	●	●		●
KA		●	●	●	●	●
HI		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

개인 소개 방식부터 살펴보았다. Table 6과 같이 53.3%의 전시에서 작가 사진을 함께 보여주고 있었다.

Table 7. Diversity of ways of presenting works.

	Still Image	Frame Animation	Movie	AR/VR	Slide show	Link abd download
KK	●	●	●			●
KG	●	●	●			
KH	●	●	●		●	●
DG	●					
PS	●		●			
SA	●	●	●			
SN	●		●	●	●	●
US	●	●	●		●	●
SS	●	●	●			
SJ	●	●	●			
SO	●	●	●			●
YI	●		●		●	
EW	●	●	●			●
KA	●	●	●	●		
HI	●	●	●	●	●	●

작가 사진의 75%가 복장, 조명, 포즈, 배경을 통일한 획일화된 프로필 사진을 사용했다. 그밖에 사진을 메모지(memoji)로 대신하거나 작가가 원하는 이미지를 자율적으로 선택하는 사례가 각각 1곳씩 있었다. 일부 예외를 제외하면 개인 연락처는 자율적으로 선택할 수 있었다. 정보 유형으로는 이메일과 인스타그램이 가장 많았고, 포트폴리오 사이트 주소, 전화번호가 그다음으로 많았다. 작품 설명은 상세하게 기술하는 반면, 참가자 본인 소개를 적는 경우가 드문 것을 볼 수 있었다. 경희대학교, 용인대학교, 이화여자대학교, 한국예술종합학교가 자기소개 필드를 마련하고 있으나, 활용은 소극적이며 기술 내용도 대체로 능동적인 소개보다 관심 분야나 직능, 졸업소감을 짧막하게 적는 수준이었다.

Table 7은 포트폴리오를 표현하는 매체의 다양성을 조사한 것이다. 개인 소개와 마찬가지로 매체 선택은 자유로운 편이었다. 거의 모든 전시가 스틸 이미지, 동영상, 프레임 애니메이션을 기본으로 활용하고 있으며, 개별 사이트를 통해 시제품을 구현해 보이거나 문서를 다운로드할 수 있는 링크를 제공하기도 했다. 포트폴리오 매체 다양성 면에서 경희대학교, 서울대학교, 서울시립대학교, 홍익대학교가 우수했는데, 특히 홍익대학교는 모든 참가자가 독립된 웹 사이트를 운영하여 매체별 적합성과 개

성을 구현하고 있었다. 온라인 전시의 특수성이 작품을 전시하는 속성에도 영향을 주고 있음을 감지할 수 있었다. 대표적인 예로 발표형의 보편화를 꼽을 수 있다. 웹의 수직적 브라우징을 이용해 작품 구상부터, 시안, 제작, 활용을 스크롤 해가며 차례대로 소개해 나가는 전개 방식이 보급되었다.

2.4 소통

온라인 전시로 전환하면서 대학과 참가자 모두가 가장 아쉬워하는 것 중 하나가 관객들과 직접 조우하고 실시간으로 반응을 주고받는 행위이다. 이를 보완하는 노력으로 건국대학교, 경희대학교, Table 8에서 처럼 부산대학교, 용인대학교가 방명록 게시판을 운영하고 있으며 부산대학교, 상명대학교, 서울대학교는 작품 페이지마다 댓글이나 축하 메시지를 입력하는 기능을 추가했다.

Table 8. Types of methods of communication with audiences.

	Comment	Guestbook	Contact info	SNS Links
KK		●	●	●
KG		●		●
KH		●	●	
DG				
PS	●	●		
SA	●			●
SN	●		●	●
US				●
SS				●
SJ			●	●
SO			●	●
YI		●		
EW				
KA			●	
HI			●	●

전시 규모가 유난히 큰 홍익대학교는 방문객이 관람 중에 인상적인 작품을 선택해 두었다가 별도의 공간에서 따로 모아볼 수 있는 편집 기능을 제공했다. 건국대학교 웹사이트는 배경 색상을 켜고 끌 수 있게 하고 작품 섬네일 유형을 선택할 수 있게 했다. 서울시립대학교는 고유한 기호들로 쌓아 올린 케이크 형상이 전시의 아이덴티티이자 메뉴 역할을 하는데, 케이크 주변을 떠다니는 잉여의 기호들이 마우스 클릭에 반응하는 식의 오락거리를 제공한다. 이런 시도는 현대 웹 사이트의 개인화와 유희적 특징을 드러내

는 예라고 할 수 있다.

3. 결론

오프라인 전시의 홍보와 기록 수단으로 쓰이던 웹 사이트는 비대면 시대를 맞아 유력한 전시 형식으로 고려되고 있다. 대형 미술관과 박물관뿐만 아니라 학교와 민간단체도 웹 사이트 기반의 온라인 전시를 대안으로 채택하고 있다. 기성의 웹 관습을 기반으로 하는 포트폴리오 템플릿 서비스는 진보적이고 개방적인 전시의 모델을 제시하기는 어려워 보인다. 이에 비해 학생들이 자급자족하는 졸업전시는 그들이 성장하면서 체득한 온라인 경험과 개인주의적 사고 방식을 반영한 결과라는 점에서 주목할 가치가 있다. 이에 2020년 한 해 동안 온라인으로 졸업전시를 개최한 국내 시각디자인 전공의 웹 사이트 15곳을 대상으로 선정하여 특징을 파악했다. 실제 전시장 경험에 대입하여 웹 사이트에서의 경험을 도착-검색-감상-소통의 단계로 구분했다. 각 단계에서 메뉴 구성과 콘텐츠, 접근성과 공정성, 자율성과 확장성, 그리고 피드백 수집과 오락성에 대해 분석하고, 그 내용을 기초하여 온라인 졸업전시에 필요한 개선 방향을 아래와 같이 도출했다.

(1) 구조를 통한 정체성 수립

조사 대상으로 삼았던 졸업전시들은 그래픽 중심의 전시 아이덴티티를 개발하고 이를 웹 디자인에 반영하는 공통점을 보였으나 메뉴 구성과 콘텐츠 배열에는 큰 구별이 드러나지 않았다. 웹 전시에서 메뉴와 정보 배치는 사용자 경험을 새롭게 하고 전시의 기능을 결정한다. 따라서 전시 기획 의도와 구성원의 특징을 웹 사이트 아키텍처에 반영하는 시도는 그래픽 아이덴티티와 더불어 전시 정체성을 수립하는 중요한 요소라고 할 수 있다. 또한 모든 졸업 전시는 소속 대학과 전공을 밝힘으로써 전시의 목적을 명확히 하고 전후 행사와의 맥락을 유지할 의무를 지닌다.

(2) 검색 경로의 다각화

전시 참가자를 분류하는 기준으로 교과목을 기준으로 삼는 사례가 가장 많이 나타났다. 교과목 분류는 전공의 관심사를 드러내고, 과목별 학생들의 분포를 파악하기에 편리한 반면 과목이 정의에 따라 작품의 고유성이 흡수되기 쉬운 단점이 있다. 교과목으로 분류하기 곤란한 복합적인 작업을 소개하는 데에도 불리하다. 다양한 검색 기준은 접근성을 넓힐 뿐만 아니라 동시대 디자인을 이해하는 데에

도 도움이 될 것이다.

(3) 개인 페이지 내 자유도

사례를 통해 졸업전시가 전시의 도착과 검색 단계는 주로 단체전의 목적을 수행하고, 관람 단계 즉, 작품 상세 페이지에서 개인의 소개와 작품 설명이 일어난다는 공통점을 파악했다. 상세 페이지의 자유도는 대학마다 차이를 보였는데, 특히 프로필 이미지와 개인 정보 유형과 가짓수의 확실성과 작품 표현 방식의 다양성에서 차이가 드러났다. 참가자 개별 페이지는 관객이 가장 오래 머무르는 콘텐츠이자 개인을 대하는 단체의 태도를 반영하는 점에서 민주적인 태도와 기술적 배려가 필요하다.

(4) 소통 기능 확대

방명록과 댓글 기능은 온라인 전시에 결여된 관객 참여와 실시간 소통을 부분적으로 가능하게 해준다. 향후 온라인 전시에 대한 경험과 기술이 축적되어 관객이 감상 방법을 개인화하고 온라인 전시에 적합한 소통 수단을 갖춘 졸업전시를 기대한다.

REFERENCES

- [1] Joljoon_we. [Online] <https://www.facebook.com/졸준위-894468587429840/>
- [2] The Nationwide Degree Show. [Online] nationwidedegree.show/
- [3] Create Britain. [Online] www.createbritain.com/
- [4] Sadgrads2020. [Online] www.instagram.com/sadgrads2020/
- [5] A Scottish Visual Communication degree show catalogue. [Online] www.kickstarter.com/projects/showoff/show-off-0
- [6] J. Caird. (2020). *The Show must go on: How art schools are responding to the pandemic*. The Net Gallery. [Online]. <https://thenetgallery.com/the-show-must-go-on/>
- [7] Annie Armstrong. (2020). *Museums, Curators, and Artists Find Innovative Solutions for Showing Art in a Pandemic*. [Online] www.artsy.net/article/artsy-editorial-museums-curators-artists-find-innovative-solutions-showing-art-pandemic
- [8] S. J. Hong. (2017). *A Study on 3-Dimensional Visualization Methods of 2-Dimensional Interfaces*. Master's dissertation. Kookmin University, Seoul.

- [9] J. H. Yook. (2019). *A Study on the Web-based Online Exhibition*. Master's dissertation. Hongik University, Seoul.
- [10] R. Bianchini. (2019). *When museum became virtual*. [Online] www.inexhibit.com/case-studies/virtual-museums-part-1-the-origins/ and www.inexhibit.com/case-studies/virtual-museums-part-2-today-and-beyond/
- [11] P. Biřak. (2007). *Graphic Design in the White Cube*. [Online] www.typotheque.com/articles/graphic_design_in_the_white_cube_KR.
- [12] H. K. Lee. (2019. March). Listen to the generation who speaks out about the problems. There will be an answer. *Dong-A Business Review* 269, 40-52
- [10] D. J. Noh & S.W.Lee. (2020). A Study on Structure and Content Analysis of Art Museum Website in Korea. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science* 54(1) 277-301.
- [11] S. H. Cha. (2020). An Comparative Analysis on the Structure and Content Composition of Museum Websites. *Journal of the Korean Society Design Culture* 26(2), 567-579.
- [12] YCK grad show 2020. [Online] www.yck.kr/html/contents/show?cate_idx=&grid=6
- [13] D. N. Kim. (2014). The Publicness in Individualism, Communitarianism and Korean Society. *Korean Journal of Social Theory* 45, 77-110.

유 윤 석(Yoon Seok Yoo)

[정회원]



- 2000년 2월 : 홍익대학교 시각디자인학과(학사)
- 2005년 5월 : 예일대학교 그래픽디자인전공(석사)
- 2018년 2월 ~ 현재 : 이화여자대학교 디자인학부 교수
- 관심분야 : 그래픽디자인, 타이포그래피

· E-Mail : yyoo@ewha.ac.kr