

온라인 큐레이션 플랫폼을 이용한 정보 제공이 현대미술 감상에 미치는 효과

Effect of Information Provision Through Online Curating Platform on
Appreciating Contemporary Art Among Novices

이현주* · 한광희**
Hyunjoo Yi* · Kwanghee Han**

*연세대학교 심리학과
**Department of Psychology, Yonsei University

Abstract

Current research aimed to demonstrate a way to enhance the aesthetic experience of the general public while appreciating contemporary art via online platform. Contemporary art is highly complicated and are avoided by the general public. Meanwhile, previous research confirmed that external information can lead to better aesthetic experience and appreciation of the artwork. Therefore, current research hypothesized that provision of explicit information may enhance the appreciation of contemporary artworks and aimed to demonstrate which phase of the cognitive process from Leder et al. (2004) profits from the aid of written information. Experimental environment reproduced online curating platform to reflect the current trend on exhibition. In experiment 1, subjects were presented with written information and reported how well they understood the artwork, and their willingness to visit the artwork in real life. Results revealed that written information had a positive effect on overall appreciation. Further analysis discovered a full mediation between information comprehension, artwork comprehension, and willingness to visit. In experiment 2, ARS questions and an interactive interface were added. Results indicated that information enhanced comprehension and intention to visit the artwork. Expertise, self-reference, and artistic quality which belong to later stages of Leder et al. (2004) model, acquired higher scores on information conditions. In sum, the current research illustrated clear effects of explicit information in inducing better aesthetic experience and cognitive process of contemporary artworks in online environment.

Key words: Aesthetic Experience, Contemporary Art, On-Line Curation, Platform

요약

본 연구는 온라인 큐레이션 플랫폼을 이용한 외현적 정보의 제공이 현대미술에 대한 일반대중의 진입장벽을 낮추는 효과를 가지는지 알아보았다. 현대미술은 일반대중이 접근하기 난해한 장르로 여겨져 왔다. 한편, 미술 감상에 대한 연구들은 외현적인 정보의 제공이 미학적 감상 경험에 긍정적인 영향을 줄 수 있음을 밝혔다. 따라서 본 연구에서는

† 교신저자 : 한광희(연세대학교 심리학과)
E-mail : khan@yonsei.ac.kr
TEL : 02-2123-2442
FAX : 02-365-4354

작품에 대한 구체적 정보를 제공하는 것이 현대미술을 감상하는 데에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는지 알아보았으며 감상 경험을 심리학적으로 분석한 Leder et al.(2004)의 이론적 모델에 기초하여 외현적 정보가 어떠한 인지적 처리과정을 도와주는지 분석하였다. 더 나아가 최근의 전시 트렌드를 반영하여 온라인 플랫폼 환경을 적용하였다. 실험 1에서는 작품과 설명문이 제공되었고 작품에 대한 이해도, 관람의향을 보고하였다. 실험 결과, 해설이 제시된 조건에서 작품에 대한 이해도가 더 높았다. 또한, 긴 해설이 제시된 조건에서 해설 이해도와 관람의향을 작품이해도가 완전매개하는 매개모형이 나타났다. 실험 2에서는 ARS 실문을 추가하고 온라인 큐레이션의 능동적인 조작 환경을 재현했다. 실험 결과, 해설이 제공된 조건들에서 관람의향, 작품이해도가 더 높았다. 예술사적 의미, 자아성찰, 창의성 등 Leder et al.(2004) 모델의 후기 단계에 해당하는 지표들 역시 해설조건에서 더 높은 것으로 나타났다. 종합하면, 온라인 큐레이션 환경에서의 정보전달이 일반대중의 현대미술 작품에 대한 인지적 처리와 판단에 도움을 줄 수 있었다.

주제어: 미학적 감상 경험, 온라인 큐레이션, 플랫폼, 현대미술

1. 서론

본 연구는 온라인 큐레이션 플랫폼을 이용한 외현적 정보의 제공이 현대미술에 대한 일반 대중의 진입 장벽을 낮추는 효과를 가지는지 알아보았다. 이를 위해 먼저 미학적 감상 경험(aesthetic experience)을 심리학적으로 분석한 이론적 모델을 살펴보고, 오늘날의 미학 경험을 도울 수 있는 요소들에는 무엇이 있는지 알아보았다. 또, 온라인 큐레이션이라는 현대적 감상 플랫폼에 대해 정의하고, 이러한 환경에서 외현적 정보가 구체적으로 어떠한 인지적 처리 과정을 도와주는 것인지를 분석하였다.

1.1. 심리학의 관점에서 미학 경험이란

사람의 인지체계는 예술을 감상하는 행위와 같이 우리가 흔히 감성의 영역이라고 생각하는 활동에서도 중요한 역할을 수행한다. 연구자들에 따르면 사람들은 예술이라는 특수한 대상과 마주할 때 감정적 경험만 하는 것이 아니라 예술을 정의하고 분류하고 이해하기 위해서도 많은 노력을 기울인다. 즉, 미학적 감상 경험(aesthetic experience)이란 끊임없이 변화하는 정서적 반응과 인지적 처리 과정의 합이라고 정의된다(Leder, Belke, Oeberst, & Augustin, 2004).

미학 경험을 심리학적으로 체계화하고 분석하고자 한 여러 시도들이 있었다(Bullot & Reber, 2013; Martindale, 1984; Parsons, 1987). 그 중 한 가지 이론적 체계화 시도는 Leder et al.(2004)의 연구이다. Leder

et al.(2004)와 연구자들은 현대심리학의 과학적인 관점에서 정리한 미학적 감상 경험의 5단계 모델을 제시하였다. 연구자들은 미학적 감상 경험을 인지적 차원과 정서적 차원으로 나누어 분석하였는데, 특히 인지적 차원에서 어떠한 처리 절차를 거치는지를 세분화하였다. 처리 절차의 첫 번째 단계는 기본적인 시각 자극 분석(perceptual analyses)이다. 이 단계에는 색 대비, 복잡도, 균형 등 단순 시지각 요인들의 포함된다(Reber, Schwarz, & Winkielman, 2004; Reber, Winkielman, & Schwarz, 1998). 두 번째 단계는 내재적 기억 요소와의 통합(implicit memory integration)이다. 이 단계에서는 친숙성, 표본과의 유사성 등 감상자의 기억에 근거한 판단이 이루어진다. 세 번째 단계는 외현적인 군집화(explicit classification)이다. 이 단계에서는 특징적인 스타일이나 내용을 분석하며 이전 단계들에 비해 상대적으로 전문적인 지식과 경험을 요구한다. 네 번째 단계는 인지적인 숙달(cognitive mastering)이며 이 단계에서는 작품에 대한 해석을 도출하고 작품의 의미를 스스로에게 투영하는 작업이 이루어진다. 마지막 단계에서는 앞선 절차들에서 획득한 의미나 판단 결과를 토대로 종합 평가가 이루어진다.

1.2. 일반 대중은 왜 감상을 어려워하는가

연구자들은 전문가와 비전문가의 미학적 감상 경험에서 차이가 나는 이유가 Leder et al.(2004) 모델의 후기 단계를 처리하는 능력에 차이가 있기 때문이라

고 설명한다. 작품 이해와 밀접한 관련이 있는 후기 단계들은 상대적으로 훨씬 전문화된 배경 지식과 인지적 능력을 요구하기 때문이다. 전문적인 정보가 부족한 비전문가 즉, 일반 대중은 모델의 후기 단계에서 적절한 처리를 수행하기 어렵기 때문에 작품의 의미를 제대로 파악하기 어렵고 정서적으로도 만족을 얻기 어렵다(Belke, Leder, & Augustin, 2006; Leder et al., 2004). 실제로 여러 연구에서 전문성의 영향력을 분명하게 증명하였다. 우선, 비전문가들이 긍정적 정서에 의존하여 판단하는 반면에(pleasure-based judgment) 전문가들은 이미 체계적인 판단 준거를 보유하고 있으므로 인지적 판단(cognitive-based judgment)에 무게중심을 둔다(Cupchik & László, 1992). 즉, 비전문가들은 Leder et al. (2004) 모델의 초기 단계에, 전문가들은 후기 단계에 중점을 둔 미학적 판단과 경험을 한다. Schwarz & Clore(1983)는 한 발 더 나아가 비전문가들이 감정에 입각한 신속한 판단(affect-as information heuristic)을 수행하기 때문에 의미 있는 경험을 하기 어렵다고 주장했다. 이는 Reber, Schwarz, & Winkielman(2004a)에서 언급된 처리 효율성(processing fluency)의 개념과도 닿아있는데, Leder et al.(2004)에 의하면 전문성의 수준이 예술 작품에 대한 처리 효율성을 결정짓기 때문에 전문지식이 많은 관객일수록 어려운 작품도 효율적으로 해석하고 감상할 수 있다. 처리 효율성은 이해를 도울 뿐만 아니라 감상을 통한 쾌락적인(hedonic) 경험, 주관적인 만족도 역시 풍부하게 만들어준다(Belke, Leder, Strobach, & Carbon, 2010; Reber, Schwarz, & Winkielman, 2004a; Winkielman & Cacioppo, 2001). 이러한 주장은 여러 연구들을 통해 증명되었는데, 비전문가들이 즉각적으로 이해하기 쉬운 작품을 선호한 반면, 전문가들은 의미 파악이 어려운 작품을 더 선호하거나 선호에 특별히 차이가 없는 것으로 나타났다(Cupchik, Shereck, & Spiegel, 1994; Hekkert & van Wieringen, 1996; Jucker & Barrett, 2011; Neperud, 1986; Winston & Cupchik, 1992). 인지적 처리 부담에 있어서도 비전문가들은 난해한 예술 작품에 대한 노출 시간을 과대평가하여 이들이 상당한 인지적 부담을 느낀다는 사실을 발견했다(Cupchik & Gebotys, 1988).

1.3. 근대미술에서의 미학 경험

근현대미술에 이르면 이러한 문제는 더욱 심각해진다. 오늘날의 미술은 예술(art)과 비예술(non-art)의 경계가 모호하고 작가 개개인의 스타일만 남은 극단적 다양성이 특징이다(Leder et al., 2004). 즉, ‘무엇’을 보여주는가보다 ‘어떻게’ 보여주는가가 강조되는 무한한 해석의 장이 열린 것이다. 예술과 상품, 예술과 비예술의 경계가 모호해지는 상황에서 미술의 본질에 대한 논의가 끊임없이 제기되는 가운데(Krauss, 1999; Krauss, 2009), 일반 대중들에게는 현대미술이 더욱 어려울 수밖에 없다. 극단적인 난해함을 보여주는 근현대 미술에서는 작품 해석을 위해 더 많은 인지적 노력이 필요하기 때문이다. 가뜩이나 미술관에서 작품에 대한 집중도가 그리 높지 않은 일반 대중에게(Smith & Smith, 2001; Smith, Smith, & Tinio, 2017) 현대 미술에 대한 접근성은 더욱 낮을 수밖에 없다.

문제는 오늘날의 현대미술이 작품 자체보다는 작품과 관객이 만나면서 생산되는 ‘경험’에 예술적 가치를 둔다는 사실이다(Bourriaud, 2002; Fried, 2003). 즉, 현대미술에서는 작품이 전시의 주체가 아니라 작품과 관객 사이에서 만들어지는 ‘경험’이 전시의 주인공이다. 이러한 경험 중심적 가치에서 파생된 난해함이 일반 대중의 접근을 더욱 어렵게 만들고 있다. Foster(2003)는 텍스트가 부재하는 상황에서 현대미술 작품의 미적인 의미를 찾아내기란 몹시 어렵다고 언급하였다. Hodge(2012)와 Yenawine(1991)은 추상 작품이나 미니멀리즘 작품의 경우 설명이 제공된 이후에야 비로소 제대로 감상을 할 수 있다고 주장하였다. Arnheim(1969)은 추상 작품의 경우 시각 요소에 의존하는 경향이 더 작기 때문에 문화적, 역사적 흐름을 알아야만 이해가 가능하다고 주장했다. 이처럼 오늘날의 현대미술은 인지적 노력의 필요성이 더욱 강조되기 때문에 일반 대중은 이해가 어려운 현대미술을 선호하지 않는다(Cupchik & Gebotys, 1988; Leder et al., 2004; Leder, Carbon, & Ripsas, 2006; Schimmel & Förster, 2008). 종합해보자면, 일반 관객이 오늘날의 미학적 ‘경험’을 수행하기 위해서는 현대미술이 어떠한 흐름을 가지고 의미를 전달하는지에 대한 사전지식이 필수적이다.

1.4. 더 풍부한 미학 경험을 돕는 요소들

일반 대중이 더 풍부한 미학적 감상 경험을 수행할 수 있도록 돕고 정서적 만족을 높이기 위해 여러 방법이 시도되었다(Cupchik, Shereck, & Spiegel, 1994). 특히, 예술 감상이 종종 Top-down 지식을 필요로 한다는 논리(Belke, Leder, Harsányi, & Carbon, 2010; Belke et al., 2010; Hartley & Homa, 1981; Leder et al., 2004)로 외현적인 정보를 제공하는 것이 작품 감상에 긍정적 영향을 미칠 수 있는지 다양한 측면에서 조사되었다.

초기 연구들은 주로 작품의 제목이 작품 해석에 도움을 줄 수 있는지를 살펴보았다. 제목은 예술작품의 의미를 분명하게 하고 해석을 위한 안내서로 기능하기 때문이다(Franklin, 1988; Franklin, Becklen, & Doyle, 1993). 연구자들은 의미론적으로 연관된 제목이 있을 때 작품에 대한 이해도가 높아지거나(Leder, Carbon, & Ripsas, 2006), 이해도와 선호도가 높아지고(Jucker, Barrett, & Woldarski, 2014), 긍정적인 미학 경험, 감정 경험을 증가시킨다는 사실을 밝혔다(Cupchik, Shereck, & Spiegel, 1994; Millis, 2001; Russell, 2003). Belke et al. (2010)의 연구에서는 작품과의 관련성이 높은 제목일수록 감상 수준에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면, 다른 연구에서는 제목만으로는 충분히 유용한 정보를 제공해주지 못한다는 결과가 나타났다(Swami, 2013; Temme, 1992). 특히, 난해한 작품에서는 제목을 제공하는 것이 감상 경험에 특별히 영향을 미치지 못했다(Belke, et al., 2010; Russell & Milne, 1997).

작품의 내용적 배경이나 역사적 정보를 알려주는 것이 감상에 어떠한 영향을 미치는지도 연구되었다(Franklin, 1988; Levinson, 1985). 작품에 대한 사회적 배경지식이나 내용 정보들(content-specific)이 이해, 해석, 의미부여를 돕고 궁극적으로 미학적인 감상 경험을 향상시켰다(Bullot & Reber, 2013; Jakesch & Leder, 2009; Roseman & Evdokas, 2004; Silvia, 2005; Silvia, 2012; Specht, 2010). 미술관 현장에서 설문 실시한 결과, 전문지식이 부족하거나 미술관을 자주 방문하지 않는 일반 대중에게 정보에 대한 필요성이

훨씬 높았으며 실제로 정보가 제공되었을 때 감상 경험을 더 즐거워하는 것으로 나타났다(Temme, 1992). Russell(2003)은 작품에 대한 이해 수준이 높을수록 작품을 더 즐길 수 있으며 이해 수준을 높이는 데에 외부적인 정보의 제공이 효과적일 수 있음을 보였다. Swami(2013)의 연구에서는 작품의 내용에 집중한 해설과 작품의 장르에 대한 광범위한 해설이 작품의 이해도를 향상시키는 데에 가장 효과적이었으며, 감상 수준에 있어서는 작품의 내용에 집중한 해설이 긍정적인 효과를 보였다. 특히, 이러한 구체적 해설의 효과는 근현대미술과 같이 난해한 작품에 있어서 더 두드러지게 나타났다(Belke, Leder, & Augustin, 2006). Cupchik, Shereck, & Spiegel (1994)의 연구에서는 참가자들이 정보를 제공받기 이전에는 이해하기 쉬운 작품을 선호했지만 해설 제공 이후에는 해석이 어려운 작품을 선호했다.

1.5. 새로운 감상 환경: 온라인 큐레이션

앞서 설명한 연구들은 전통적인 방식의 전시 환경을 전제한다. 하지만 오늘날의 미학 경험은 현장 전시에 국한되지 않는다. 인터넷이라는 새로운 매체의 등장도 예술 감상에 있어서도 혁신적인 변화를 초래했기 때문이다. 전문가들은 인터넷을 비롯한 디지털 환경을 통해 예술과 그 정보를 더 안전하게 보존하고 더 널리 향유할 수 있기를 기대한다(Zorich, 2015). 실제로 컬렉션을 디지털화하여 대중이 쉽게 접근할 수 있는 형태로 제공하고자 다양한 노력이 이루어지고 있다(Bentkowska-Kafel, Cashen, & Gardiner, 2005). 이러한 디지털 큐레이션(digital curation)은 현장과 온라인을 불문하고 여러 환경에 접목되어 대중의 예술에 대한 접근성을 높이는 데에 도움을 주고 있다.

온라인 갤러리의 경우 물리적 제약으로부터 자유로운 큐레이션을 선보인다는 특징을 가진다. 루브르 박물관 등 세계 유수의 미술관들은 온라인 갤러리를 운영하며 대중이 유명 컬렉션을 손쉽게 접할 수 있는 환경을 제공한다(Fig. 1). 뿐만 아니라 전시 예정인 작품을 온라인에서 미리 공개함으로써 오프라인 전시장으로서의 관람을 유도하기도 한다.



Fig. 1. Online collection from Van Gogh Museum. (<https://www.vangoghmuseum.nl/en/collection/s0029V1962>)

연구자들은 이와 같은 온라인 갤러리가 전통적인 전시 환경을 탈피한 새로운 감상 경험을 제공할 수 있다고 주장한다(Bentkowska-Kafel, Cashen, & Gardiner, 2005). 전통적인 전시 환경에서 작품을 감상하는 것은 전시장의 물리적 환경(Gartus & Leder, 2014)이나 사회적 분위기의 영향(Lauring, Pelowski, Forster, Gondan, Ptito, & Kupers, 2016)을 받는다. 하지만 온라인 큐레이션의 경우 물리적, 사회적 영향 요인으로부터 벗어나 단일 감상자에게 최적화된 환경을 제공할 것으로 기대된다(Lester, 2006).

한편, 일각에서는 온라인 환경 속 작품은 현장에 존재하는 원작이 아니기 때문에 의미있는 미학적 감상 경험을 제공할 수는 없다고 지적한다. Koo는 온라인 환경 속의 작품은 복제품일 뿐이기 때문에 감상에 한계를 가진다고 언급하였다(Koo, 2009). 다른 연구자들은 사진으로만 존재하는 작품과 지루한 설명으로 이루어진 오늘날의 일반적 온라인 전시는 감동을 유도하기 어렵다고 비판했다(Wang & Shen, 2013). Lester는 온라인 매체 속 작품은 허상이므로 현장에서와 같은 미학적 경험은 느낄 수 없으며 온라인 갤러리의 기능이 예술에 대한 감상보다는 지식 교육에 더 집중되어 있다고 지적했다. 또한, 온라인 환경에서는 방대한 정보를 손쉽게 접할 수 있음에도 불구하고 관객과 작품 사이의 상호작용 수준은 현장에서의 감상에 미치지 못한다고 강조했다(Lester, 2006).

하지만 미학자들이 순수한 감상의 방해 요소로 지적한 온라인 큐레이션의 교육적 성격이 일반 대중에게는 오히려 작품 이해와 감상의 길을 열어줄

수도 있다. 앞서 언급된 바와 같이 배경지식이 부족할 경우 감상을 어려워하는 경우가 많고 특히 난해한 작품에 있어서 이러한 경향이 더욱 심화되기 때문이다. 따라서 비록 현장의 감상에는 미치지 못할지라도 온라인을 통해 손쉽게 정보에 접근하고 효과적으로 작품을 이해할 수 있다면 일반 대중은 온라인 환경에서도 충분한 미학적 경험을 수행할 수 있을 것이다. 더 나아가 근현대미술에 대한 일반 대중의 관심과 선호가 매우 저조하다는 점을 고려할 때, 온라인 플랫폼을 이용한 정보 접근과 작품 감상이 이후 현장에서의 감상을 촉진할 수도 있을 것으로 기대된다.

본 연구에서는 온라인 큐레이션 환경에서 외현적 정보의 제공이 현대미술에 대한 일반 대중의 감상 경험을 변화시킬 수 있는지 알아보고자 했다. 첫 번째 실험에서는 현장 전시 환경을 가정하고 실시된 실험 연구들을 온라인 환경에서 재검증하고자 했다. 선행 연구에서 자율적 선택이 통제된 실험환경에서 큐레이션의 효과를 독립적으로 검증하였으므로 본 실험에서도 온라인 환경 기반의 큐레이션을 통제된 환경에서 살펴보고자 했다. 두 번째 실험은 실제 온라인 전시의 가장 기본적 형태인 작품 감상과 정보 독해 화면의 능동적 선택 환경에서 실시되었다. 비록 오늘날의 온라인 큐레이션은 하이퍼텍스트, 3D 애니메이션 등 다양한 요소를 사용하지만 작품 자체에 대한 이해와 감상의 용이성에서는 활동적인 인터페이스의 효과가 두드러지지 않았기 때문에(Viralingam & Ramaiah, 2008) 가장 기본적인 큐레이션 화면을 사용하였다.

연구 문제 1. 온라인 큐레이션 환경에서도 정보가 제공될 때 작품에 대한 이해도가 높아지는가? 작품에 대한 이해도가 높아진다면 그것이 오프라인 관람 의향의 증가를 가져올 수 있는가?

연구 문제 2-1. 해설의 효과가 Leder et al. (2004)의 가설이 예측하는 대로 후기 인지처리 단계를 도와주는 형태로 나타나는가?

연구 문제 2-2. 온라인 큐레이션 환경에서의 작품 감상 시간은 정보의 제공에 따라 어떻게 다른가?

2. 실험 1

실험 1에서는 기본적으로 선행 연구들의 방법론을 채택하되, Leder et al.(2004)의 모델에서 제안한 인지적인 처리 절차에 집중하기 위해 기존에 많이 분석되었던 선호도 대신 예술 작품에 대한 이해도를 측정하였다. 또한, 예술 작품에 대한 이해도가 선호도나 감상 수준과 높은 상관관계가 있음은 이미 증명되었으므로(Gilmore, 2013; Swami, 2013) 온라인 갤러리의 목적 중 하나인 실제 오프라인 환경에서 해당 작품을 관람하고 싶은 의향이 생겼는지를 질문했다. 종합해보자면, 본 연구에서는 해설 유형에 따라서 일반 대중들의 작품에 대한 이해도와 이후 관람 의향에 차이가 나타나는지를 알아보았다.

실제 미술관 현장을 가정했던 이전 연구들과 달리 웹 화면으로 이루어진 환경을 제공하였으나 기본적인 통제된 실험 환경은 유지하였다(Cupchik, Shereck, & Spiegel, 1994; Franklin, Becklen, & Doyle, 1993; Temme, 1992). 큐레이션의 효과를 독립적으로 검증하고자 했기 때문에 선행 연구에서처럼 해설 독해가 통제된 환경을 사용하였다.

2.1. 방법

2.1.1. 실험참가자

본 연구는 서울 소재 사립대 재학생을 대상으로 실시되었다. 총 18명의 데이터가 수집되었으며 평균 연령은 21.89세였다($SD = 2.45$). 참가자들 중 남성은 총 8명이었고 평균 연령은 23.38세($SD = 2.77$)였으며, 여성은 총 10명이었고 평균 연령은 20.7세($SD = 1.34$)였다. 참가자들은 모두 현대미술에 대한 전문지식이 없는 일반 대중이었다. 현대미술에 대한 사전지식의 수준을 7점 척도(1점: 매우 부족, 7점: 매우 우수)로 응답하도록 했을 때, 평균 2.33점($SD = 1.19$)으로 응답하였다.

2.1.2. 실험 자극 및 도구

연구에 사용된 현대미술 작품들은 세계적으로 영향력 있는 1950년대 이후 현대미술 작가들의 작품으로 구성하였다. Leder et al.(2004)에서 20세기 중반

이후를 근현대미술이 본격화된 시점이라고 정의했기 때문이다. 작품은 국내 갤러리에서 제공하는 작품 설명이나 전문가의 칼럼에 게재된 해설이 있는 경우를 선별하였다. 사전 설문을 통해 일반 대중이 친숙하다고 느낄 수 있는 작품들은 최대한 제외하였다. 수많은 연구들이 예술 작품을 평가함에 있어서 친숙성의 효과가 상당히 크다는 사실을 입증하고 있기 때문이다(Jucker & Barrett, 2011; Maslow, 1937; Zajonc, 1968). 또한, 작품을 실물로 제시할 수 없는 한계가 존재하므로 모니터 디스플레이를 통해 감상하기 어려운 역동적인 설치작품이나 비디오 아트 역시 제외하였다. 따라서 비록 세계적인 현대미술 작가군에 속하지만 동적인 설치 작품이 많은 Thomas Hirschhorn, Pierre Huyghe 등이 배제되었다. 결과적으로 총 12명의 작가들과 그들의 작품을 추려내어 연구에 사용하였다. 연구에 사용된 작가들과 그 작품은 Table 1에 정리되어 있다.

작품에 관한 설명은 예술 저널에 기고된 리뷰 중에서 선별하거나, 한국에서 전시를 열었던 작가의 경우

Table 1. Contemporary artworks used in research

#	Artist	Artwork
1	El Anatsui	Gil / aluminium, copper wire / 2010
2	Shirin Neshat	The Book of Kings / install, 25 portraits / 2013
3	Kendell Geers	Self Portrait / found object / 1995
4	Lucio Fontana	Concetto spaziale, La fine di Dio / oil on canvas / 1963
5	Liam Gillick	Hang, Boys, Hang / install / 2013
6	Mel Bochner	Master of the Universe / oil and acrylic on canvas / 2010
7	Félix González-Torres	Untitled (Perfect Lovers) / two clocks / 1987-1990
8	Christian Boltanski	Archives / 402 pictures in a glass frame, 6 wire mesh, lighting installation / 1987 Réliquaire / pictures, lighting installation / 1990
9	Do ho Suh	Paratrooper V / linen, polyester, concrete, plastic / 2005 Karma / fiber glass, urethane paint, resin / 2003
10	Damien Hirst	For the Love of God / skull, 8601 diamonds / 2007
11	Philippe Parreno	Speech Bubbles / 200 black helium balloons / 2010
12	Ai Weiwei	Straight / steel rebar / 2008-2012

해당 전시를 주관했던 갤러리의 큐레이터가 작성한 설명문을 인용하였다. 그밖에 작가의 작품 활동에 대해 작성된 저널, 논문 등을 참조하여 설명문의 해설이 편파적이거나 지나치게 주관적인 내용을 담지 않도록 검토했다.

각 작품에 대한 작품 해설은 선행연구에서 효과적인 해설의 길이라고 정의된 600자에서 50자 내외로 작성된 긴 해설과 300자에서 50자 내외로 작성된 짧은 해설의 두 가지 경우를 구성했다(Temme, 1992). 우선 원본 리뷰에서 중심적인 내용을 선별하여 긴 해설문을 작성한 뒤, 그 내용을 다시 축약하여 짧은 해설문을 만들었다. 두 해설 모두 핵심적인 주제는 동일했으며, 짧은 해설의 경우 긴 해설에 비해서 내용의 깊이가 차이만 존재하도록 축약했다. 연구에 사용된 작품과 작품 설명 일체는 현대미술 관련 전문가의 검수를 받았다.

작품을 보여주기 위한 도구로 IBM 호환 PC가 사용되었다. 자극이 제시되는 화면은 23인치 LED 모니터를 사용하였고 해상도는 1280×1024였다. 작품과 해설을 제시하기 위해 Microsoft Visual Studio C# 프로그램을 활용하였다. 선행 연구들에서는 주로 벽면 스크린에 작품을 보여주는 방식을 채택했으나(Cupchik, Shereck, & Spiegel, 1994; Temme, 1992) 본 연구는 온라인 큐레이션 환경에서의 효과를 알아보는 데에 중점을 두고 있으므로 컴퓨터 프로그램을 이용하여 작품과, 작품 해설을 제시했다. 마우스로 화면에 나타나는 버튼을 조작하여 해설에서 작품으로 넘어갈 수 있도록 디자인하였으며 해설을 먼저 제시한 뒤 작품을 제시하였다. 하지만 해설과 작품을 정해진 시간 동안만 제시한 선행연구들(Belke et al., 2010; Belke, Leder, & Augustin, 2006; Cupchik & Gebotys, 1988; Jakesch & Leder, 2009; Smith, Bousquet, Chang, & Smith, 2006)에서 제시 시간 조건 별로 유의미한 차이가 나타나지 않았으므로, 제시되는 해설과 사진은 원하는 시간만큼 충분히 볼 수 있도록 설계하였다.

설문은 프로그램과 별도로 종이 설문지를 제공하여 실시했다. 설문에서는 해설이해도, 작품이해도, 작품을 어떻게 감상했는지에 대한 간단한 주관식 응답, 관람의향에 대한 질문을 추가하여 각 작품마다 총 4개의 질문에 응답하도록 하였다. 먼저 해당 작

품을 본인이 얼마나 이해하였는지, 그리고 해설이 제시된 경우에는 작품의 해설을 본인이 얼마나 이해하였는지를 7점 척도로 응답하도록 하였다(Swami, 2013). 보다 구체적으로 작품이 어떤 의미를 가졌고 어떤 감상을 했는지 간단하게 주관식으로 서술하는 문항을 첨가했다. 이 문항은 일반 대중인 참가자들이 현대미술을 감상할 때 어떤 이미지를 떠올리는지 알아보기 위한 간접적인 측정치였으며 이후 객관적인 데이터 분석에서는 사용되지 않았다. 참가자들은 이 문항을 통해 작품의 의미를 파악하는 시간을 가졌으며 설문을 응답하는 시간의 대부분이 이 문항에서 소요되었다. 마지막으로 해당 작품의 전시회가 열린다면 전시회를 관람할 의향이 있는지를 7점 척도로 응답하도록 하였다.

2.1.3. 실험설계

본 연구는 모든 설문참가자가 앞서 선별된 12개의 작품을 감상하고 각 작품에 대하여 설문지에 응답하는 방식으로 실시되었다. 모든 참가자는 12개의 작품을 모두 감상하였다.

Table 2. Presentation order types

A	B	C	D	E	F
1 (N)	5 (L)	9 (S)	9 (N)	1 (L)	5 (S)
2 (N)	6 (L)	10 (S)	10 (N)	2 (L)	6 (S)
3 (N)	7 (L)	11 (S)	11 (N)	3 (L)	7 (S)
4 (N)	8 (L)	12 (S)	12 (N)	4 (L)	8 (S)
5 (S)	9 (N)	1 (L)	1 (S)	5 (N)	9 (L)
6 (S)	10 (N)	2 (L)	2 (S)	6 (N)	10 (L)
7 (S)	11 (N)	3 (L)	3 (S)	7 (N)	11 (L)
8 (S)	12 (N)	4 (L)	4 (S)	8 (N)	12 (L)
9 (L)	1 (S)	5 (N)	5 (L)	9 (S)	1 (N)
10 (L)	2 (S)	6 (N)	6 (L)	10 (S)	2 (N)
11 (L)	3 (S)	7 (N)	7 (L)	11 (S)	3 (N)
12 (L)	4 (S)	8 (N)	8 (L)	12 (S)	4 (N)

Artists: 1(El Anatsui), 2(Shirin Neshat), 3(Kendell Geers), 4(Lucio Fontana), 5(Liam Gillick), 6(Mel Bochner), 7(Félix González-Torres), 8(Christian Boltanski), 9(Do Hoo Suh), 10(Damien Hirst), 11(Philippe Parreno), 12(Ai Weiwei)
Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

12개의 작품들은 각각 해설 없음(N), 짧은 해설(S), 긴 해설(L)의 세 가지 유형들 중 하나로 제시되었다. 이 유형들은 이후 독립변인의 각 조건들로 분석되었다. 모든 참가자가 각각 해설 없음(N) 네 작품, 짧은 해설(S) 네 작품, 긴 해설(L) 네 작품을 볼 수 있도록 하되

(Russell, 2003), 각 작품이 각 유형에 골고루 할당되도록 하기 위해 선행 연구를 참조하여 라틴 방형 설계를 응용했다(Belke, Leder, & Augustin, 2006). 자세한 작품 제시 순서는 Table 2와 같이 여섯 가지 경우의 수가 있었고 각 실험참가자는 여섯 가지 유형의 설문 중 하나에 무작위로 배정되었다.

2.1.4. 실험절차

참가자는 실험에 대해 간단하게 안내를 받은 뒤 프로그램을 사용하여 연구에 참여하였다. 각 참가자는 여섯 가지 종류의 작품 제시 순서 유형 중 하나에 무작위로 할당되어 설문을 진행하였다.

프로그램을 시작하면 먼저 설문 진행 방식에 대한 간단한 설명이 나타나고 ‘다음’을 클릭하면 작품 번호가 나타났다. 이 작품 번호는 다른 작품들에 대하여 동일한 설문을 여러 번 작성해야하기 때문에 작품 순서가 설문지 응답 순서와 동일하게 유지되는 것을 확인하기 위해 제시하였다. 참가자가 화면에 나타나는 작품 번호와 설문지 상단의 번호가 일치하는 것을 확인한 이후, 다시 ‘다음’을 클릭하면 화면에 어떤 작품에 대한 해설이 나타났다. 해설이 없는 조건에서는 바로 작품이 나타나도록 하였다. 해설을 원하는 시간만큼 충분히 읽은 후 다시 ‘다음’을 클릭하면 해설에 해당하는 작품이 나타났다. 참가자들은 작품이 나타난 상태에서 설문지에 응답을 완료하도록 지시하였다. 이 과정을 모든 작품에 대한 평가가 종료될 때까지 반복하였다(Fig. 2).

참가자가 해설을 읽는 시간과 작품을 감상하고 설문을 작성하는 시간은 프로그램을 통해 기록되었다. 12개 작품에 대한 설문 응답이 모두 완료되면 추

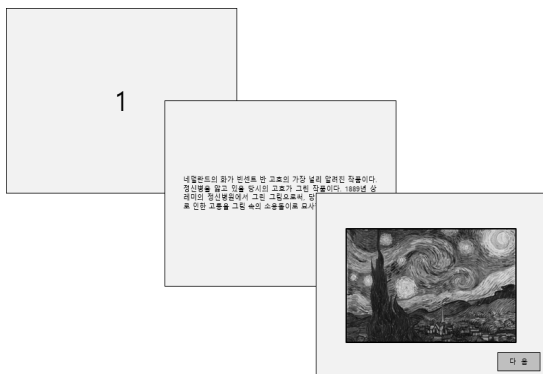


Fig. 2. Presentation example of experiment 1.

가 질문지를 통해 참가자의 예술에 대한 사전지식 수준과 전반적인 현대미술에 대한 관람 의향을 측정하고(Belke, Leder, & Augustin, 2006; Leder et al., 2004) 인구통계학적 정보를 수집하였다. 모든 설문을 마친 후에 간단한 사후설명을 제공하였다.

2.2. 결과

본 연구는 온라인 큐레이션 환경에서 해설에 따라 일반 대중이 현대미술 작품을 감상하는 데에 차이가 나타나는지 알아보고자 했으므로 해설의 유형에 따라서 작품이해도, 추후 관람의향에 차이가 나타나는지 분석하였다.

2.2.1. ANOVA 분석

해설의 유형에 따라서 작품이해도나 관람의향에 차이가 나타나는지 알아보기 위해 ANOVA 분석을 실시했다(Table 3 참조).

Table 3. Average(standard deviation) of ‘understanding caption’, ‘understanding artwork’, ‘willingness to view’ of different caption types

	Understanding caption	Understanding artwork	Willingness to view
N		2.79 (.17)	3.54 (.27)
S	5.22 (.83)	4.69 (.17)	3.60 (.24)
L	4.92 (1.02)	4.26 (.24)	3.88 (.26)

Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

먼저 작품이해도에 대한 분석 결과, 각 해설 유형에 따라서 차이가 나타났다, $F(2, 34) = 38.91, p = .00$. 구체적으로 각 해설 유형에 따라서 어떠한 양상으로 차이가 나타났는지 알아보기 위해 대응 별 비교 분석을 실시하였다. 분석 결과 짧은 해설(S) 조건($M = 4.69, SD = .18$), 긴 해설(L) 조건($M = 4.26, SD = .24$), 해설 없음(N) 조건($M = 2.79, SD = .17$) 순으로 작품이해도에서 차이가 나타났다(Table 4).

다음으로 관람의향에 대한 분석을 실시하였다. 분석 결과, 각 해설 유형에 따라서 관람의향에서는 차이가 나타나지 않았다, $F(2, 34) = 1.00, p = .38$. 이는 본 실험과 같은 환경에서는 해설 유형 조건이 관람의향에 유의미한 영향을 미치지 못했음을 나타낸다(Fig. 3).

Table 4. Contrast analysis of 'Understanding artwork' between different caption types

Type		Mean Difference	Std. Error	<i>p</i>
N	S	-1.90	.23	.00*
N	L	-1.47	.26	.00*
S	L	.43	.18	.03*

Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

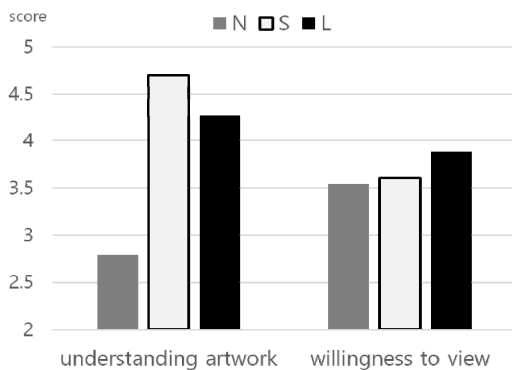


Fig. 3. Scores of 'understanding artwork', 'willingness to view' depending on caption types in experiment 1.

2.2.2. 상관관계 분석

앞서 ANOVA 분석 결과 해설 유형 조건 별로 작품이해도에서 차이가 나타났는데, 본 분석에서는 일반 대중이 현대미술 작품을 감상하는 데 있어서 각 해설 유형이 작품에 대한 이해와 추후 관람의향에 어떤 역할을 수행하는지 알아보려고 했다. 따라서 각 해설 유형 조건 별로 상관관계 분석을 실시하였다.

먼저 해설 없음(N) 조건에서는 작품이해도와 관람의향 간에 유의미한 상관관계가 나타나지 않았다, $r = .37, p = .13$. 한편, 짧은 해설(S) 조건에서는 해설이해도와 작품이해도 간에 유의미한 상관관계가 나타났다, $r = .80, p < .05$. 하지만 작품이해도와 관람의향($r = .12, p = .62$), 해설이해도와 관람의향($r = .19, p = .47$) 간에는 통계적으로 유의미한 상관관계가 나타나지 않았다. 긴 해설(L) 조건에서는 해설이해도와 작품이해도($r = .89, p < .05$), 작품이해도와 관람의향($r = .62, p < .05$), 해설이해도와 관람의향($r = .60, p = .01$) 간에 유의미한 상관관계가 나타났다(Table 5).

긴 해설(L) 조건에서 변인들 간 매개효과가 존재하는지 알아보기 위해 상관관계를 추가로 조사하였다. 해설이해도가 높을수록 작품에 대한 이해도가 높아

Table 5. Correlation analysis among different caption types

	N_willingness to view	S_understanding caption	S_willingness to view	L_understanding caption	L_willingness to view
N_understanding artwork	.37				
S_understanding artwork		.80*	.12		
S_understanding caption			.19		
L_understanding artwork				.89*	.62*
S_understanding caption					.60*

Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

지고 작품에 대한 이해도가 관람의향을 증가시킬 수 있을 것이라는 가설에 따라 분석을 실시하였다. 분석 결과, 작품이해도를 통제하고 해설이해도와 관람의향의 상관을 분석하였을 때 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다, $r = -.19, p = .48$. 따라서 긴 해설(L) 조건에서 해설이해도, 작품이해도, 관람의향 사이에 완전매개가 존재함을 알 수 있었다(Fig. 4).

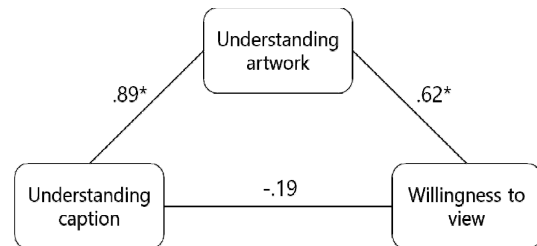


Fig. 4. Full mediation in Long caption condition.

2.3. 논의

본 실험에서 참가자들의 응답을 분석한 결과 각 해설 유형에 따라서 작품이해도에 차이가 나타났으며, 구체적으로 해설이 있는 경우가 그렇지 않은 경우에 비해서 월등히 높은 작품이해도를 보였다. 하지만 관람의향에 있어서는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 이는 본 실험 환경에서는 참가자가 해설을 한 번밖에 읽을 수 없으며 작품을 보는 동안 해설이 있는 화면으로 돌아갈 수 없기 때문에 해설의 영향력에 한계가 있었기 때문이다. 상관

관계를 분석한 결과 해설이 있는 경우에서 해설이 해도와 작품이해도 사이에 유의미한 정적 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다. 특히 긴 해설(L) 조건에서는 해설이해도, 작품이해도, 관람의향 사이에 완전매개가 나타났다. 해설을 잘 이해할수록 작품에 대한 이해도가 높아지고 이것이 곧 관람의향의 증가로 나타났다. 전반적으로 작품에 대한 해설이 작품 감상에 영향을 미친다는 선행 연구들과 동일한 결과(Cupchik, Shereck, & Spiegel, 1994; Jakesch & Leder, 2009; Russell, 2003; Specht, 2010; Swami, 2013; Temme, 1992)를 보여, 온라인 큐레이션 환경에서도 해설이 감상에 대한 효과적인 도움 요소로 작용할 수 있음을 알 수 있었다.

앞선 ANOVA 분석에서 나타났듯이 본 실험 설계에서는 해설에 노출되는 시간이 적기 때문에 해설 유형의 영향력에 한계가 있었던 것으로 보인다. 따라서 실험 2에서는 이러한 제약을 극복하고 보다 실제 온라인 큐레이션 환경에 가까운 능동적인 환경을 구축하고자 했다. 또한, 능동적 환경에서의 해설에 의한 감상 경험의 확대가 Leder et al.(2004) 모델의 세부적인 요인들과 관련이 있는지도 알아보하고자 한다.

3. 실험 2

실험 2에서는 실험 1 설계의 한계를 극복하고 미학적 감상 경험의 구체적인 요소들에 보다 집중한 분석을 시행하고자 했다. 먼저, 실험 1에서 비록 온라인 큐레이션의 기본적인 외형을 제공했지만 통제된 실험 환경이었기 때문에 관객이 해설을 보다 능동적으로 독해할 여지가 적었다. 또한, 해설이나 작품이 한 번 밖에 제시되지 않기 때문에 보다 깊이 있는 이해를 방해할 우려가 있었다(Leder et al., 2004). 따라서 본 실험에서는 실제 온라인 큐레이션과 유사하게 작품과 해설 화면을 자유롭게 전환할 수 있는 가장 기본적인 형태의 온라인 전시 형태를 사용하였다(Viralingam & Ramaiah, 2008). 또한, 이러한 환경에서 해설 유형의 효과가 작품이해도와 관람의향을 넘어서 온라인 큐레이션을 통한 미학적 감상 경험 자체에도 영향을 줄 수 있는지 알아보하고자 했다. Leder et al.(2004)의 미학적 감상 경험 모델에 의하면 작품에 대한 해설을 제

공하는 것이 감상 경험의 여러 단계 중 후기단계인 인지적 측면에서의 감상을 도울 수 있다. 따라서 본 실험에서는 이 모델의 각 단계를 측정하기 위해 고안된 Art Reception Survey (ARS) (Hager, Hagemann, Danner, & Schankin, 2012)를 추가하여 모델의 후기 단계에 해당하는 요인들이 해설 유무, 해설 유형의 영향을 받는지 조사하였다. 본 실험은 온라인 큐레이션 환경을 가정하여 가상 환경에서도 Leder et al.(2004)의 모델에 부합하는 풍부한 미학적 감상 경험이 가능함을 보여줄 수 있을 것으로 기대되었다. 또한, 본 실험에서는 해설의 존재가 감상 시간에 어떠한 영향을 미치는지를 추가적으로 살펴보았다.

3.1. 방법

3.1.1. 실험참가자

본 연구는 서울 소재 사립대 재학생을 대상으로 실시되었다. 총 24명의 데이터가 수집되었으며 평균 연령은 21.9세였다($SD = 2.00$). 참가자들 중 남성은 총 8명이었고 평균 연령은 23세($SD = 2.45$)였으며, 여성은 총 16명이었고 평균 연령은 21.17세($SD = 1.27$)였다. 참가자들은 모두 현대미술에 대한 전문지식이 없었다. 현대미술에 대한 사전지식의 수준을 7점 척도(1점: 매우 부족, 7점: 매우 우수)로 응답하도록 했을 때, 평균 2.30점($SD = 1.34$)으로 응답하였다.

3.1.2. 실험 자극 및 도구

실험 자극 및 도구는 기본적으로 실험 1과 동일했다. 하지만 본 실험에서는 상용화되어 있는 온라인 큐레이션 서비스의 인터페이스와 더 유사한 환경을 제공하기 위해 작품을 본 이후 다시 해설로 돌아갈 수 있도록 디자인하였다. 실험 1은 해설을 읽은 후 작품으로 넘어가면 다시 해설로 돌아갈 수 없는 일방향적 구조였지만 본 실험에는 참가자가 해설과 작품을 자유롭게 오갈 수 있도록 양방향적 구조를 도입하였다.

작품에 대한 미학적인 감상 경험 수준을 알아보기 위해 Leder et al.(2004)의 모델을 참조하여 만들어진 Hager et al.(2012)의 ARS 설문지를 한국어로 번역하여 추가했다. 이 설문문에서는 미학 감상 경험을 크게 6개 영역으로 나누어 질문하는데 이 영역들은 각각

Cognitive stimulation(호기심 유발)(This painting makes me curious; 이 작품은 호기심을 불러일으킨다), Negative emotionality(부적 감정)(This painting makes me feel afraid; 이 작품은 부정적인 감정을 불러일으킨다), Expertise(예술사적 의미)(I can relate this painting to its ar historical context; 이 작품은 예술사적, 역사적 의미를 지닌다), Self-reference (자아성찰)(This painting makes me think about my own life history; 이 작품은 나 스스로를 돌아보게 만든다), Artistic quality (창의성)(This painting is unique; 이 작품에서는 독특함, 창의성을 느낄 수 있다), Positive attraction (정적 감정)(This painting is pleasant; 이 작품을 감상하면 기분이 좋아진다)이다. 본 연구에서는 각 영역의 핵심 질문(marker item)을 추출하여 사용했으며 추가적으로 ‘이 작품은 아름답다(Beauty)’라는 종합적인 평가 질문을 추가하였다. 각 질문들에 대하여 7점 리커트 척도(1점: 매우 부족, 7점: 매우 우수)로 응답하도록 하였다. 또한, 작품 감상 화면에서의 소요시간과 해설 독해 화면에서의 소요시간을 합산하여 각 해설 유형에 따라서 작품 감상 시간에 차이가 나타나는지 분석하였다.

3.1.3. 실험설계 및 절차

실험 설계와 절차는 기본적으로 실험 1과 동일했다. 본 실험에서는 해설과 작품이 제시되는 프로그램 화면을 키보드의 →, ← 키를 활용하여 전환할 수 있도록 하였다. 또한, 작품 화면에서 다시 해설 화면으로 이동하고자 할 때에는 ← 키를 클릭하여 이전 화면으로 돌아갈 수 있도록 하였다. 참가자들은 자유롭게 화면 이동을 하면서 작품을 감상하고 설문지에 응답할 수 있도록 지시하였다(Fig. 5).

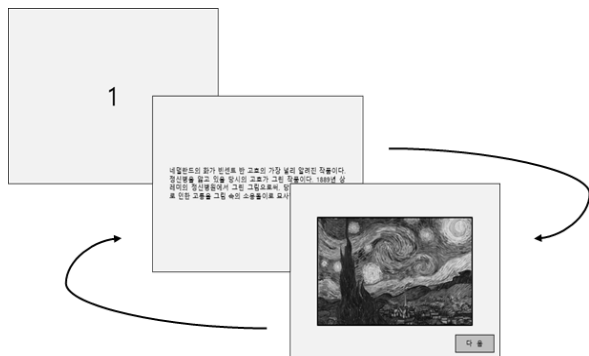


Fig. 5. Presentation example of experiment 2.

참가자가 해설을 읽는 시간과 작품을 감상하고 설문지를 작성하는 시간은 모두 프로그램을 통해 기록되었다. 12개 작품에 대한 설문 응답이 모두 완료되면 추가 질문지를 통해 참가자의 예술에 대한 사전지식 수준, 전반적인 현대미술에 대한 관람 의향을 측정하고 인구통계학적 정보를 수집하였다. 모든 설문 을 마친 후에 간단한 사후설명을 제공하였다.

3.2. 결과

본 실험은 사용자가 능동적으로 조작할 수 있는 온라인 큐레이션 환경에서 해설에 따라 일반 대중이 현대미술 작품을 적극적으로 감상하는 데에 차이가 나타나는지 알아보았다. 먼저 해설 유형에 따라서 작품 이해도, 추후 관람의향에 차이가 나타나는지 분석했다. 또한, 해설의 유형에 따라 ARS설문(Hager et al., 2012) 응답의 차이를 분석하여 미학적 감상 경험에 어떠한 영향을 미쳤는지 알아보았다. 이후 ARS설문에서 조사된 각 요인들이 관람의향과 상관관계를 가지는지 분석하였다. 마지막으로 해설의 유형에 따라 작품 감상 시간에 차이(Leder et al., 2004; Jucker, Barrett, & Woldarski, 2014)가 나타나는지 조사하였다.

3.2.1. ANOVA 분석

먼저, ANOVA 분석을 통해 능동적인 온라인 큐레이션 환경에서 해설 유형 조건이 작품이해도와 관람 의향에 차별적으로 영향을 미치는지 알아보고자 했다(Table 6).

Table 6. Average(standard deviation) of ‘understanding caption’, ‘understanding artwork’, ‘willingness to view’ of different caption types

	Understanding caption	Understanding artwork	Willingness to view
N		3.27 (.19)	3.48 (.13)
S	5.08 (.69)	4.46 (.19)	4.06 (.17)
L	5.04 (.94)	4.40 (.17)	3.93 (.23)

Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

작품이해도에 대한 해설 유형의 효과를 분석한 결과, 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다, $F(2, 38)$

= 22.95, $p = .00$. 분석 결과를 보다 구체적으로 조사하기 위해 대응별 비교분석을 실시하였다(Table 7). 분석 결과 짧은 해설(S) 조건에서의 작품이해도가 해설 없음(N) 조건에서의 작품이해도보다 높았다. 긴 해설(L) 조건에서의 작품이해도 역시 해설 없음(N) 조건에서의 작품이해도보다 높았다. 하지만 짧은 해설(S) 조건과 긴 해설(L) 조건 간에는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

Table 7. Contrast analysis of 'Understanding artwork' between different caption types

Type		Mean Difference	Std. Error	p
N	S	-1.19	.21	.00*
N	L	-1.13	.23	.00*
S	L	.06	.16	.70

Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

관람의향에 대한 해설 유형의 효과를 분석한 결과, 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다, $F(2, 38) = 4.08, p = .03$. 분석 결과를 보다 구체적으로 조사하기 위해 대응별 비교분석을 실시하였다(Table 8).

Table 8. Contrast analysis of 'Willingness to view' between different caption types

Type		Mean Difference	Std. Error	p
N	S	-.59	.18	.00*
N	L	-.45	.25	.09
S	L	.14	.21	.52

Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

짧은 해설(S) 조건에서의 작품이해도가 해설 없음(N) 조건에서의 작품이해도보다 높았다. 긴 해설(L) 조건에서의 작품이해도 역시 해설 없음(N) 조건에서의 작품이해도보다 높았으나 유의미하지 않았다. 짧은 해설(S) 조건과 긴 해설(L) 조건 간에는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다(Fig. 6).

다음으로 ANOVA 분석을 통해 능동적인 온라인 큐레이션 환경에서 해설 유형 조건이 ARS 설문지의 세부 영역들에 어떤 영향을 미치는지 알아보려고 했다(Table 9).

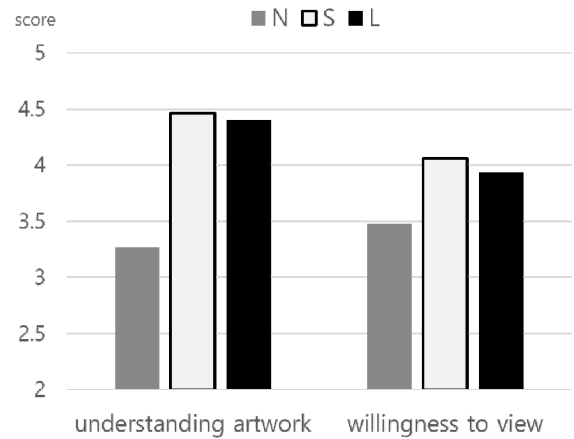


Fig. 6. Scores of 'understanding artwork', 'willingness to view' depending on caption types in experiment 2.

Table 9. Average(standard deviation) of aesthetic experience factors between different caption types

	N	S	L
Cognitive Stimulation	4.46 (.55)	4.65 (.73)	4.81 (.70)
Negative Emotionality	3.53 (.65)	3.43 (.87)	3.43 (.70)
Expertise	3.60 (.68)	4.79 (.77)	4.55 (.83)
Self-reference	3.04 (1.08)	3.91 (.96)	3.58 (1.06)
Artistic Quality	4.50 (.47)	4.78 (.67)	4.93 (.76)
Positive Attraction	3.29 (.45)	3.43 (.85)	3.49 (.55)
Beauty	3.60 (.60)	4.08 (.81)	3.94 (.80)

Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

‘호기심(Cognitive stimulation)’ 영역($F(2, 38) = 1.64, p = .21$), ‘부적감정(Negative emotionality)’ 영역($F(2, 38) = .17, p = .85$), ‘정적감정(Positive attraction)’ 영역($F(2, 38) = .81, p = .45$)에서는 해설 유형에 따른 통계적인 차이가 나타나지 않았다.

‘예술사적 의미(Expertise)’ 영역에서 유의미한 차이가 나타났다, $F(2, 38) = 14.50, p < .05$. 대응별 비교분석을 실시한 결과, 해설 없음(N) 조건($M = 3.61, SD = .15$)보다 짧은 해설(S) 조건($M = 4.79, SD = .17$)에서 더 높은 평가가 나왔고, 해설 없음(N) 조건보다 긴 해설(L) 조건($M = 4.55, SD = .19$)에서 더 높은 평가가 나왔다. 짧은 해설(S) 조건과 긴 해설(L) 조건 간에는 유의미한 차이가 없었다(Table 10).

Table 10. Contrast analysis of 'Expertise' between different caption types

Type		Mean Difference	Std. Error	p
N	S	-1.18	.25	.00*
N	L	.94	.21	.00*
S	L	.24	.24	.32

Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

‘자아성찰(Self-reference)’ 영역에서도 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다, $F(2, 38) = 5.45, p < .05$. 대응별 비교분석을 실시한 결과, 해설 없음(N) 조건 ($M = 3.04, SD = .24$)보다 짧은 해설(S) 조건($M = 3.91, SD = .22$)에서 더 높은 평가가 나왔고, 해설 없음(N) 조건보다 긴 해설(L) 조건($M = 3.58, SD = .24$)에서 더 높은 평가가 나왔으나 통계적으로 유의미하지 않았다. 짧은 해설(S) 조건과 긴 해설(L) 조건 간에는 유의미한 차이가 발견되지 않았다(Table 11).

Table 11. Contrast analysis of 'Self-reference' between different caption types

Type		Mean Difference	Std. Error	p
N	S	-.87	.22	.00*
N	L	-.53	.29	.08
S	L	.34	.28	.25

Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

‘창의성(Artistic quality)’ 영역에서는 통계적으로는 유의미하지 않으나 의미 있는 차이가 나타났다, $F(2, 38) = 3.03, p = .06$. 대응별 비교분석을 실시한 결과, 해설 없음(N) 조건($M = 4.50, SD = .11$)보다 긴 해설(L) 조건($M = 4.93, SD = .17$)에서 더 높은 평가가 나타났다(Table 12).

Table 12. Contrast analysis of 'Artistic Quality' between different caption types

Type		Mean Difference	Std. Error	p
N	S	-.27	.18	.14
N	L	-.42	.18	.03*
S	L	-.15	.16	.37

Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

마지막으로 ‘아름다움(Beauty)’ 영역에서는 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다, $F(2, 38) = 4.68, p < .05$. 대응별 비교분석을 실시한 결과, 해설 없음(N) 조건($M = 3.61, SD = .13$)보다 짧은 해설(S) 조건($M = 4.08, SD = .18$)에서 더 높은 평가가 나왔고, 해설 없음(N) 조건보다 긴 해설(L) 조건($M = 3.94, SD = .18$)에서 더 높은 평가가 나왔으나 통계적으로 유의미하지 않았다. 짧은 해설(S) 조건과 긴 해설(L) 조건 간에는 유의미한 차이가 발견되지 않았다(Table 13).

Table 13. Contrast analysis of 'Beauty' between different caption types

Type		Mean Difference	Std. Error	p
N	S	-.47	.14	.00*
N	L	-.33	.17	.07
S	L	.14	.16	.39

Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

유의미한 차이가 나타난 영역들이 Fig. 7에 정리되어 있다.

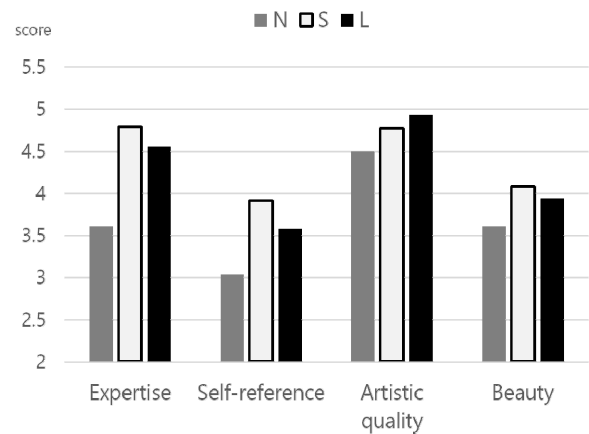


Fig. 7. Average scores of 'Expertise', 'Self-reference', 'Artistic quality', 'Beauty' between different caption types.

3.2.2. RT 분석

해설 독해에 소요된 시간과 작품 감상에 소요된 시간을 수집하여 살펴보았다. 본 실험에서는 해설과 작품을 여러 번 반복해서 볼 수 있었기 때문에 제시 시간을 합산한 총 소요 시간을 사용했다. 우선, 해설을 읽기 위해 사용한 시간은 짧은 해설(S) 조건($M = 64947.55, SD =$

38369.30)일 때보다 긴 해설(L) 조건($M = 87836.26$, $SD = 41704.46$)일 때 더 길게 나타나 해설문 길이 조작이 효과적이었음을 알 수 있었다, $t(19) = -3.05$, $p = .01$. 한편, 작품 감상에 소요된 시간을 분석한 결과 해설 유형에 따라 차이가 존재하는 것으로 나타났다, $F(2,19) = 11.46$, $p < .05$. 대응별 비교분석을 실시한 결과 해설 없음(N) 조건($M = 112666.16$, $SD = 14935.14$)과 짧은 해설(S) 조건($M = 80751.20$, $SD = 10248.19$), 해설 없음(N) 조건과 긴 해설(L) 조건($M = 72628.88$, $SD = 8522.91$) 간에 유의미한 차이가 나타났다. 하지만 짧은 해설(S) 조건과 긴 해설(L) 조건 간에는 통계적으로 유의미한 차이가 없었다(Table 14).

Table 14. RT(ms) difference between different caption types

Type	Mean Difference	Std. Error	<i>p</i>
N S	31914.962	10239.57	.01*
N L	40037.29	10219.70	.00*
S L	8122.33	5024.61	.12

Type: N(No caption), S(Short caption), L(Long caption)

3.3. 논의

본 실험에서는 각 해설 유형에 따라서 작품이해도 뿐만 아니라 관람의향에서도 차이가 나타났다. 해설이 제공된 조건에서 일반 대중들의 이해도가 훨씬 높았으며 오프라인에서 작품을 감상할 의향도 증가했다. ARS 설문문의 세부 영역들에 대해서도 유사한 경향이 나타났다. 특히, Leder et al. (2004)의 모델에서 예술 작품에 대한 인지적 처리의 후기 단계에 속하는 것으로 정리된 ‘예술사적 의미(Expertise)’, ‘자아성찰(Self-reference)’ 등의 요소들에서 유의미한 결과가 나타났다. 한편, ‘아름다움(Beauty)’ 요소는 초기 지각적 단계와 후기 인지적 판단을 아우르는 최종 질문의 성격이 강하기 때문에 동일한 경향성이 표출된 것으로 보인다. 중요한 것은 이러한 경향성이 앞선 실험에서 해설을 한 번만 제시했을 때보다 더 강력하게 나타났다는 것이다. 이는 예술 작품을 이해하는 데에 있어서 손쉽게 정보에 반복적으로 접근할 수 있는 온라인 큐레이션 환경이 미학적 감상 경험의 인지적 판단을 도와준다는 증거이다. 작품 감상시간에 있어서

도 해설의 효과가 나타났다. 해설이 제시된 모든 조건(짧은 해설(S) 조건과 긴 해설(L) 조건)의 감상 시간이 해설 없음(N) 조건보다 현저하게 낮았으며 이는 해설의 존재가 작품 감상 시간을 단축시킨다는 선행 연구 결과와 일치했다(Smith & Smith, 2001). 이는 해설과 작품을 반복적으로 보면서 작품 해석의 용이성이 증가한 결과인 것으로 보인다. 예술작품에 대한 감상 시간이 감소하는 것에 대한 우려(Smith, Smith, & Tinio, 2017)와는 달리 본 연구에서는 해설의 제공에 의해 감상 시간이 감소하더라도 작품에 대한 이해나 감상 경험의 수준에 대한 응답은 더 높았기 때문이다. 결과를 종합해보자면, 현대미술에 대한 이해를 돕는 정보가 제공될 때, 일반 대중들은 예술 작품을 더 잘 이해하고 감상할 수 있으며 그 감상 경험이 더 효율적으로 이루어질 수 있다.

4. 종합논의

본 연구에서는 온라인 큐레이션 플랫폼을 이용한 외현적 정보의 제공이 현대미술에 대한 일반 대중의 감상 경험을 개선할 수 있는지 알아보고자 하였다. 세 가지 연구문제를 정의하고 분석한 결과, 다음과 같은 결론에 도달할 수 있었다. 먼저, 온라인 큐레이션 환경에서의 정보 제공이 작품에 대한 이해도를 높이고 깊이 있는 감상 경험을 유도하는 것으로 나타났다. 특히, 실험 1에서 해설이해도와 관람의향의 상관관계를 작품이해도가 완전매개하는 모형을 발견했다. 이는 온라인 환경을 통하여 충분한 정보가 제공될 때 난해한 작품을 더 잘 이해할 수 있는 여지가 늘어나고, 오프라인에서 작품을 접할 때 더 풍부한 감상을 수행할 수 있을 것이라는 기대감이 높아진 것으로 해석할 수 있다. 두 번째 연구문제에서는 그렇다면 과연 정보의 제공이 Leder et al. (2004)의 인지적 처리 모델에 부합하는 방향으로 도움을 준 것인지 알아보았다. 실험 2에서 ‘예술사적 의미(Expertise)’ 영역, ‘자아성찰(Self-reference)’, ‘창의성(Artistic quality)’ 영역에서 더 높은 점수를 받은 것으로 나타나, 모델의 후기 단계에 해당하는 외현적 지식에 기반한 처리가 활발하게 수행된 것으로 해석되었다. 마지막으로 작품을 이해하는 데에 소요된 시간을 측정된 결과,

정보가 있을 때에 소요 시간은 감소하고 경험의 깊이는 확장되는 것으로 나타났다. 이는 오늘날 상용화되어 있는 온라인 큐레이션 환경이 일반 대중에게 빠르면서도 감동이 있는 감상 경험을 제공해 줄 수 있음을 암시한다.

하지만 본 연구는 더 많은 현대미술 작품을 생생하게 전달하지 못했다는 점, 감상 경험에 영향을 미칠 수 있는 기타 외부 요소들을 통제하지 못했다는 점 등의 한계를 가진다. 특히, 성격 요인에 따라 예술에 대한 반응이 유의미한 차이를 보인다는 사실이 널리 알려져 있다(Cleridou & Furnham, 2014; Feist, 1998; Feist & Brady, 2004; McCrae, 1987; Yoon & Lee, 2016; Zuckerman, Ulrich, & McLaughlin, 1993). 추후 연구를 통해 성격 요인에 따라서 해설이 있는 큐레이션 환경에 상이한 반응을 보이는지 알아볼 수 있을 것이다. 그밖에 사회적 요인(Lauring, Pelowski, Forster, Gondan, Pito, & Kupers, 2016), 감정 상태(Belke, Leder, & Augustin, 2006; Leder et al., 2004), 인지적 태도(Martindale, & Moore, 1988; Schimmel, & Förster, 2008) 등이 해설과 감상 경험의 효과를 조절하는 변인이 될 수 있다. 또, 설문 참가자가 20대 대학생에 집중되어 있으므로 일반 대중을 완벽하게 대변한다고 보기 어렵다. 따라서 인구통계학적으로 더욱 다양한 집단을 대상으로 연구해본다면 또 다른 유의미한 결과를 도출할 수 있을 것으로 보인다.

REFERENCES

- Arnheim, R. (1969). *Visual thinking*. London: Univ of California Press.
- Belke, B., Leder, H., & Augustin, D. (2006). Mastering style. Effects of explicit style-related information, art knowledge and affective state on appreciation of abstract paintings. *Psychology Science, 48*(2), 115.
- Belke, B., Leder, H., Harsányi, G., & Carbon, C. C. (2010). When a Picasso is a “Picasso”: The entry point in the identification of visual art. *Acta Psychologica, 133*(2), 191-202. DOI: 10.1016/j.actpsy.2009.11.007
- Belke, B., Leder, H., Strobach, T., & Carbon, C. C. (2010). Cognitive fluency: High-level processing dynamics in art appreciation. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts, 4*(4), 214. DOI: 10.1037/a0019648
- Bentkowska-Kafel, A., Cashen, T., & Gardiner, H. (2005). *Digital art history: A subject in transition* (Vol. 1). Portland: Intellect Books.
- Bourriaud, N., Pleasance, S., Woods, F., & Copeland, M. (2002). *Relational aesthetics*. Dijon: Les presses du reel.
- Bourriaud, N., Schneider, C., & Herman, J. (2002). *Postproduction: culture as screenplay: how art reprograms the world*. New York: Lukas & Sternberg.
- Bullot, N. J., & Reber, R. (2013). The artful mind meets art history: Toward a psycho-historical framework for the science of art appreciation. *Behavioral and Brain Sciences, 36*(2), 123-137. DOI: 10.1017/S0140525X12000489
- Cela-Conde, C. J., Marty, G., Munar, E., Nadal, M., & Burges, L. (2002). The “style scheme” grounds perception of paintings. *Perceptual and Motor Skills, 95*(1), 91-100. DOI: 10.2466/pms.2002.95.1.91
- Cleridou, K., & Furnham, A. (2014). Personality correlates of aesthetic preferences for art, architecture, and music. *Empirical Studies of the Arts, 32*(2), 231-255. DOI: 10.2190/EM.32.2.f
- Cupchik, G. C., & Gebotys, R. J. (1988). The search for meaning in art: Interpretive styles and judgments of quality. *Visual Arts Research, 14*(2), 38-50.
- Cupchik, G. C., & László, J. (1992). *Emerging Visions of the Aesthetic Process: In Psychology, Semiology, and Philosophy*. UK: Cambridge University Press.
- Cupchik, G. C., Shereck, L., & Spiegel, S. (1994). The effects of textual information on artistic communication. *Visual Arts Research, 20*(1), 62-78.
- Feist, G. J. (1998). A meta-analysis of personality in scientific and artistic creativity. *Personality and Social Psychology Review, 2*(4), 290-309. DOI: 10.1207/s15327957pspr0204_5
- Feist, G. J., & Brady, T. R. (2004). Openness to experience, non-conformity, and the preference for

- abstract art. *Empirical Studies of the Arts*, 22(1), 77-89. DOI: 10.2190/Y7CA-TBY6-V7LR-76GK
- Foster, H. (2003). Arty Party. *London Review of Books*, 25(23), 21-22.
- Franklin, M. B. (1988). "Museum of the Mind": An Inquiry Into the Titling of Artworks. *Metaphor and Symbol*, 3(1), 157-174. DOI: 10.1207/s15327868ms0303_4
- Franklin, M. B., Becklen, R. C., & Doyle, C. L. (1993). The influence of titles on how paintings are seen. *Leonardo*, 26(2), 103-108. DOI: 10.2307/1575894
- Fried, M. (2003). Art and objecthood. *Auslander Performance*, 165-87.
- Furnham, A., & Walker, J. (2001). Personality and judgements of abstract, pop art, and representational paintings. *European Journal of Personality*, 15(1), 57-72. DOI: 10.1002/per.340
- Gartus, A., & Leder, H. (2014). The white cube of the museum versus the gray cube of the street: The role of context in aesthetic evaluations. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 8(3), 311. DOI: 10.1037/a0036847
- Gilmore, J. (2013). Normative and scientific approaches to the understanding and evaluation of art. *Behavioral and Brain Sciences*, 36(2), 144-145. DOI: 10.1017/S0140525X12001641
- Hager, M., Hagemann, D., Danner, D., & Schankin, A. (2012). Assessing aesthetic appreciation of visual artworks—The construction of the Art Reception Survey (ARS). *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(4), 320. DOI: 10.1037/a0028776
- Hartley, J., & Homa, D. (1981). Abstraction of stylistic concepts. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 7(1), 33. DOI: 10.1037/0278-7393.7.1.33
- Hekkert, P., & van Wieringen, P. C. (1996). The impact of level of expertise on the evaluation of original and altered versions of post-impressionistic paintings. *Acta psychologica*, 94(2), 117-131. DOI: 10.1016/0001-6918(95)00055-0
- Hodge, S. (2012). *Why your five year old could not have done that: Modern art explained*. UK: Thames & Hudson.
- Jakesch, M., & Leder, H. (2009). Finding meaning in art: Preferred levels of ambiguity in art appreciation. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 62(11), 2105-2112. DOI: 10.1080/17470210903038974
- Jucker, J. L., & Barrett, J. L. (2011). Cognitive constraints on the visual arts: an empirical study of the role of perceived intentions in appreciation judgements. *Journal of Cognition and Culture*, 11(1), 115-136. DOI: 10.1163/156853711X568716
- Jucker, J. L., Barrett, J. L., & Wlodarski, R. (2014). "I Just Don'T Get it": Perceived Artists' Intentions Affect Art Evaluations. *Empirical Studies of the Arts*, 32(2), 149-182. DOI: 10.2190/EM.32.2.c
- Koo, B. (2009). The appreciation and experience of digital images—Critical review of use of digital images in museum environment. *Art Education Review*, 34, 1-29.
- Krauss, R. (2009). The Guarantee of the Medium, In Tiina Arpee (Ed), *Writing in Context: French Literature, Theory and The Avant-Gardes* (pp. 139-145). Helsinki: University of Helsinki.
- Krauss, R. E. (1999). Reinventing the medium. *Critical Inquiry*, 25(2), 289-305. DOI: 10.1086/448921
- Lauring, J. O., Pelowski, M., Forster, M., Gondan, M., Ptito, M., & Kupers, R. (2016). Well, if they like it... Effects of social groups' ratings and price information on the appreciation of art. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 10(3), 344. DOI: 10.1037/aca0000063
- Leder, H., Belke, B., Oeberst, A., & Augustin, D. (2004). A model of aesthetic appreciation and aesthetic judgments. *British Journal of Psychology*, 95(4), 489-508. DOI: 10.1348/0007126042369811
- Leder, H., Carbon, C. C., & Ripsas, A. L. (2006). Entitling art: Influence of title information on understanding and appreciation of paintings. *Acta Psychologica*, 121(2), 176-198. DOI: 10.1016/j.actpsy.2005.08.005
- Lester, P. (2006). Is the virtual exhibition the natural successor to the physical? *Journal of the Society of Archivists*, 27(1), 85-101. DOI: 10.1080/00039810600691304
- Levinson, J. (1985). Titles. *The Journal of Aesthetics and*

- Art Criticism*, 44(1), 29-39. DOI: 10.2307/430537
- Locher, P., Overbeeke, K., & Wensveen, S. (2010). Aesthetic interaction: A framework. *Design Issues*, 26(2), 70-79.
- Maffei, L., & Fiorentini, A. (1995). *Arte e Cervello.[Art and Brain]*. Bologna: Zanichelli.
- Martindale, C. (1984). The pleasures of thought: A theory of cognitive hedonics. *The Journal of Mind and Behavior*, 5(1), 49-80.
- Martindale, C., & Moore, K. (1988). Priming, prototypicality, and preference. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 14(4), 661. DOI: 10.1037/0096-1523.14.4.661
- Maslow, A. H. (1937). The influence of familiarization on preference. *Journal of Experimental Psychology*, 21(2), 162. DOI: 10.1037/h0053692
- McCrae, R. R. (1987). Creativity, divergent thinking, and openness to experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(6), 1258. DOI: 10.1037/0022-3514.52.6.1258
- Millis, K. (2001). Making meaning brings pleasure: the influence of titles on aesthetic experiences. *Emotion*, 1(3), 320. DOI: 10.1037/1528-3542.1.3.320
- Neperud, R. W. (1986). The relationship of art training and sex differences to aesthetic valuing. *Visual Arts Research*, 12(2), 1-9.
- Parsons, M. J. (1987). *How we understand art: A cognitive developmental account of aesthetic experience*. New York: Cambridge University Press.
- Reber, R., Schwarz, N., & Winkielman, P. (2004). Processing fluency and aesthetic pleasure: Is beauty in the perceiver's processing experience?. *Personality and Social Psychology Review*, 8(4), 364-382. DOI: 10.1207/s15327957pspr0804_3
- Reber, R., Winkielman, P., & Schwarz, N. (1998). Effects of perceptual fluency on affective judgments. *Psychological Science*, 9(1), 45-48. DOI: 10.1111/1467-9280.00008
- Roseman, I., & Evdokas, A. (2004). Appraisals cause experienced emotions: Experimental evidence. *Cognition and Emotion*, 18(1), 1-28. DOI: 10.1080/02699930244000390
- Russell, P. A. (2003). Effort after meaning and the hedonic value of paintings. *British Journal of Psychology*, 94(1), 99-110. DOI: 10.1348/000712603762842138
- Russell, P. A., & Milne, S. (1997). Meaningfulness and hedonic value of paintings: Effects of titles. *Empirical Studies of the Arts*, 15(1), 61-73. DOI: 10.2190/EHT3-HWVM-52CB-8QHJ
- Schimmel, K., & Förster, J. (2008). How temporal distance changes novices' attitudes towards unconventional arts. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2(1), 53. DOI: 10.1037/1931-3896.2.1.53
- Schwarz, N., & Clore, G. L. (1983). Mood, misattribution and judgments of well-being: Informative and directive functions of affective states. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 513-523. DOI: 10.1037/0022-3514.45.3.513
- Silvia, P. J. (2005). What is interesting? Exploring the appraisal structure of interest. *Emotion*, 5(1), 89. DOI: 10.1037/1528-3542.5.1.89
- Silvia, P. J. (2012). *Human emotions and aesthetic experience: An overview of empirical aesthetics*. In A. P. Shimamura & S. E. Palmer (Eds.), *Aesthetic science: Connecting minds, brains, and experience* (pp. 250-275). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Smith, J. K., & Smith, L. F. (2001). Spending time on art. *Empirical Studies of the Arts*, 19(2), 229-236. DOI: 10.2190/5MQM-59JH-X21R-JN5J
- Smith, L. F., Bousquet, S. G., Chang, G., & Smith, J. K. (2006). Effects of time and information on perception of art. *Empirical Studies of the Arts*, 24(2), 229-242. DOI: 10.2190/DJM0-QBDW-03V7-BLRM
- Smith, L. F., Smith, J. K., & Tinio, P. P. (2017). Time spent viewing art and reading labels. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 11(1), 77. DOI: 10.1037/aca0000049
- Specht, S. M. (2010). Artists' statements can influence perceptions of artwork. *Empirical Studies of the Arts*, 28(2), 193-206. DOI: 10.2190/EM.28.2.e
- Swami, V. (2013). Context matters: Investigating the impact of contextual information on aesthetic appreciation of paintings by Max Ernst and Pablo Picasso. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 7(3), 285. DOI: 10.1037/a0030965

- Temme, J. E. V. (1992). Amount and kind of information in museums: Its effects on visitors satisfaction and appreciation of art. *Visual Arts Research*, 28-36.
- Viralingam, N., & Ramaiah, C. (2008). Comparative study of HTML and animated user interfaces of an online exhibition. *Journal of Library and Information Technology*, 28(4), 43-54.
- Wang, N., & Shen, X. (2013). The research on interactive exhibition technology of digital museum resources. *Green Computing and Communications (GreenCom)*, 2013 IEEE and Internet of Things (iThings/CPS Com), IEEE International Conference on and IEEE Cyber, Physical and Social Computing. IEEE, 2013 (pp. 2070-2070). DOI: 10.1109/GreenCom-iThings-CPSCoM.2013.387
- Winkelman, P., & Cacioppo, J. T. (2001). Mind at ease puts a smile on the face: psychophysiological evidence that processing facilitation elicits positive affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(6), 989. DOI: 10.1037/0022-3514.81.6.989
- Winston, A. S., & Cupchik, G. C. (1992). The evaluation of high art and popular art by naive and experienced viewers. *Visual Arts Research*, 18(2), 1-14.
- Yenawine, P. (1991). *How to look at modern art*. New York: HN Abrams.
- Yoon, Y., & Lee, S. (2016). Does the preference for emotional paintings depends on personality? *Science of Emotion & Sensibility*, 19(3), 15-26. DOI: 10.14695/KJSOS.2016.19.3.15
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2), 1. DOI: 10.1037/h0025848
- Zorich, D. (2015). Report of the summit on digital curation in art museums. Johns Hopkins University, October.(<http://advanced.jhu.edu/academics/certificate-programs/digital-curation-certificate/program-re-sources/>)
- Zuckerman, M., Ulrich, R. S., & McLaughlin, J. (1993). Sensation seeking and reactions to nature paintings. *Personality and Individual Differences*, 15(5), 563-576. DOI: 10.1016/0191-8869(93)90340-9

원고접수: 2017.07.26

수정접수: 2017.08.21

게재확정: 2017.08.31