

관조에서 참여로: 관객참여가 미적경험에 미치는 영향에 대한 실증연구

장정¹, 엄명용^{2*}

¹성균관대학교 일반대학원 예술학협동과정 박사과정, ²성균관대학교 사회과학대학 심리학과 강사

From Contemplation to Participation: Empirical Study on Effect of Audience Participation on Aesthetic Experience

Cheng Zhang¹, Myoung-Yong Um^{2*}

¹Ph.D. Course, Dept. of Interdisciplinary Program in Studies of Arts, Sungkyunkwan University

²Lecturer, Dept. of Psychology, Sungkyunkwan University

요약 본 연구의 목적은 관객의 참여수준에 따른 미적경험의 차이를 탐색하는 것이다. 미적경험을 대변하는 변수로써 몰입경험과 미적거리가 활용되었다. 총 70명의 학부생들이 본 연구에 참여하였다. 주요 연구결과는 다음과 같다. 몰입경험의 측면에서, 적극적 참여집단은 관조집단 및 소극적 참여집단과 비교하여 상대적으로 더 큰 몰입경험을 느끼는 것으로 나타났다. 그러나 관조집단과 소극적 참여집단 사이에 몰입의 차이는 존재하지 않았다. 심리적 거리를 의미하는 미적거리의 측면에서, 적극적 참여집단의 사람들은 관조집단과 소극적 참여집단에 비하여 예술작품과 심리적으로 더 가까운 거리를 보이는 것으로 나타났다. 또한 소극적 참여집단에 속한 사람들은 관조집단 보다 더 가까운 심리적 거리를 보였다. 본 연구의 결과는 예술가 및 예술조직에게 작품의 완성도뿐만 아니라 관객 유인력을 높이기 위한 함의를 제공한다.

주제어 : 관객참여, 미적경험, 몰입경험, 미적거리, 관조

Abstract The purpose of this study is to explore the differences in aesthetic experience according to the level of audience participation. Flow experience and aesthetic distance were utilized as proxies for aesthetic experience. A total of 70 undergraduates participated in the experiments of this study. In terms of flow experience, active participation groups were found to have relatively greater flow experiences compared to contemplation groups and passive participation groups. However, there was no difference in flow experience between the contemplation groups and the passive participation groups. In light of aesthetic distance, which means psychological distance, people in active participation groups were found to have a closer psychological distance from artwork than those in contemplation groups and passive participation groups. Also, those who belonged to the passive participation group showed a closer psychological distance than the contemplation group. The results of this study provide artists and art organizations with implications for enhancing audience attraction as well as the completeness of artwork.

Key Words : Audience Participation, Aesthetic Experience, Flow Experience, Aesthetic Distance, Contemplation

*This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea. (NRF-2018S1A5B5A07072958)

*Corresponding Author : Myoung-Yong Um(umycom@skku.edu)

Received June 23, 2020

Accepted August 20, 2020

Revised July 31, 2020

Published August 28, 2020

1. 서론

근대 이래로 현대에 이르기까지 관객참여(audience participation)에 대한 이슈는 미술을 포함한 다양한 예술분야에서 주목을 받아왔다. 많은 연구들이 관객참여가 만족도(satisfaction)에 유의한 영향을 미칠 뿐만 아니라, 예술가와 예술조직(art organization)에게도 긍정적 영향을 준다는 의미 있는 결과들을 제시하고 있다[1]. 그러나 관객참여에 대한 폭넓은 연구와 지속적인 관심에도 불구하고 기존 연구들은 참여 예술의 이론적 측면에 다소 편중된 경향을 보여 왔다[2]. 관객이 작품에 참여하고, 관객의 개입 정도에 따라 그들이 느끼는 미적경험에 대한 보다 실증적인 연구가 기대만큼 많이 이루어지지 않았다.

기존 연구에 따르면 관객참여에 대한 국내외 연구들은 몇 가지로 나누어진다[2]. 참여예술이 가진 특성에 대한 연구[3,4], 참여 이론에 대한 연구[5-7], 참여의 단계와 유형에 대한 연구[8], 참여에 사용된 기술(technology)에 대한 연구[9,10], 그리고 참여의 사례[11]에 대한 연구가 존재한다. 이 가운데 참여예술의 특성 및 이론에 대한 연구가 주류를 이루고 있다[3]. 이와 같이 기존의 관객참여에 대한 연구는 실증적인 측면에서 보았을 때, 참여가 가지는 의미와 영향력을 설명하는데 있어 다소 한계를 보인다. 이러한 경향은 시각예술을 기반으로 하는 미술 분야에서 더욱 두드러진다.

관객은 예술작품에 참여함으로써 이전과는 다른 미적 경험을 누리게 된다. 작품에 참여하는 것은 단순히 작품을 감상하는 것 이상의 경험을 참여자에게 제공한다[12]. 관객은 작품에 개입함으로써 미완성의 작품을 예술가와 더불어 완성하는 경험을 누리게 된다. 예술가는 작품을 열린 형태로 남겨놓고 관객은 작품의 여백을 완성하는 것이다. 그러므로 관객이 작품에 참여함으로써 얻게 되는 이러한 미적경험은 이전의 관람경험과는 구별되는 특별한 경험이라 할 수 있다.

예술작품에 대한 참여는 관람자에게 깊이 있는 몰입을 유도한다. 작품에 대한 개입은 참여자로 하여금 작품에 주의를 집중시키게 할 뿐만 아니라, 의식과 행동을 일치하게 만든다. 참여의 과정에서 발생하는 이러한 일련의 경험은 참여자에게 긍정적으로 작용하여 경험 그 자체를 목적으로 여기게 하고, 나아가서 경험 자체를 보상으로 여기게 만든다[13]. 그러므로 다음과 같은 예상이 가능하다. 작품을 단순히 감상만 하는 관조자가 느끼는 경험은 작품에 직접적으로 개입한 참여자가 느끼는 경험과 질적

인 차이를 보일 것이다[14]. 또한 감정적 유대(emotional bond)의 측면에서도 작품에 개입하는 참여자의 미적경험은 비참여자인 관조자와는 다른 양상을 보일 것이다.

예술작품을 감상하고 음미하는 데 있어, 관조적 감상과 참여적 감상은 서로 다른 감상 행위이라 볼 수 있다. 그러므로 두 가지 감상 유형의 차이는 상이한 미적경험의 차이를 유발시키는 요인이라 할 수 있다. 본 연구의 초점은 참여가 가지는 미적경험에 대한 영향력이다. 실증적으로 검증하고자 하는 핵심 연구 문제는 “작품에 대한 관객의 참여수준이 미적경험에 어떠한 영향을 주는가?”이다.

2. 이론적 배경

2.1 통합이론

예술작품을 감상하는 태도에 대한 기존 이론들은 거시적으로 관람자 이론과 통합 이론으로 나누어진다[15,16]. 관람자 이론은 예술작품에 대한 무관심성(disinterestedness)과 관조(contemplation)를 기반으로 작품과 감상자를 철저히 분리하는 이론이다. 이에 반해 통합이론은 관람자 이론이 가지는 이분법적 사고를 거부하고 감상자의 작품에 대한 개입과 능동적 경험을 중시하는 이론이다. 이러한 이유로 인해 관람자 이론은 작품에 참여하지 않은 관조자가 느끼는 경험을 설명하기에 적합하고, 통합이론은 작품에 관여하는 참여자의 감정을 설명하기에 적합한 이론이라 할 수 있다.

관람자 이론은 예술의 절대성을 매우 중요하게 생각한다. 무관심성, 관조, 그리고 보편타당성(universal validity)과 같이 관람자 이론에서 자주 언급되는 핵심 용어들은 관람자 이론이 추구하는 예술의 절대성을 잘 반영한다[17,18]. 예술작품을 감상하거나 평가할 때 시대적, 문화적, 윤리적 기준 등과 같이 작품의 외적인 요인들을 모두 배제하고 오직 작품 그 자체만을 객관적으로 평가해야 한다는 관점이 무관심성이다. 그리고 관객은 예술작품과 일정한 거리를 두고 원근법적(perspective)으로 작품을 수용해야 한다는 입장이 관조적 관점이다. 마지막으로 보편타당성이란 특정 시대와 장소에 관계없이 변하지 않는 일정한 원리와 법칙이 존재한다는 신념을 말한다.

예술의 절대성을 지지하는 관람자 이론과는 다르게 통합이론의 옹호자들은 예술의 상대성을 추구한다. 더 나아가 통합이론 주의자들은 누구나 예술가가 될 수 있다고

민는다. 특히 아방가르드(Avant-garde) 성향의 예술가들은 통합이론을 예술작품에 적용하기 위하여 부단히 노력하였다. 아방가르드 예술가들은 이분법적으로 관객이 작품에서 소외되는 것을 방관하지 않았다. 그들은 관객이 작품 안으로 들어가 작품을 능동적으로 지각하고, 작품과의 적극적인 상호작용을 통하여 작품의 한 부분을 담당하는 생산적인 참여자가 되어야 한다고 주장하였다[7].

통합이론에 따르면, 관객은 작품에 참여함으로써 공감각적인(synesthetic) 미적경험을 하게 된다. 공감각적인 미적경험이란 예술작품을 감상할 때, 오감(five senses)을 분리하여 경험하는 것이 아니라, 두 개 이상의 감각을 동시에 경험하는 다중경험을 말한다[10]. 이러한 다중경험의 관점에서 Berleant는 관객이 작품에 관여함으로써 겪게 되는 미적경험이 공감각적인 경험과 매우 유사하다고 하였다[19]. 그는 예술은 눈으로 보는 것이 아니라, 다양하고도 복합적인 감각들이 동시에 작용하여 경험되는 것이라 하였다. 한편, Dufrenne는 예술작품을 미적인 지각(artistic perception)과 연결시켰다. 그는 수용자(관람자)의 미적 지각을 유발시키는 대상을 예술작품이라 정의하였다[20]. 또한 Dufrenne는 수행자(참여자)의 역할이 작품에 대한 기존의 사고와 형태를 있는 그대로 재현하는 것이 아니라, 정서적 개입을 통하여 작품의 의미와 가치를 재창출하는 것이라 여겼다.

2.2 미적경험

미적경험(aesthetic experience)이 무엇인가에 대해서는 지금까지 다양한 해석이 공존한다[21]. Apter[22]는 미적경험은 실용적(pragmatic) 관점과 자기보상적(self-rewarding) 관점이 존재한다고 하였다. 이러한 두 가지 관점 가운데 Apter는 목표를 지향하는 실용적 관점보다는 활동 자체에 초점을 둔 자기보상적 관점이 미적경험을 더 잘 설명해 줄 수 있다고 보았다. 한편 Markovic[23]은 미적경험을 개념화하는데 있어 두 가지 방향성을 제시하였다. 미적경험은 즐거움(pleasure)과 조화로움(harmony)을 지각하는 주관적 경험이라기보다는 오히려 흥미로움(interestedness)을 제공하는 각성(arousal)에 더 가깝다는 것이 그가 제시한 첫 번째 방향성이다. 그리고 두 번째 방향성은 미적경험의 오브제(object)는 감정의 측면에서 유쾌함과 불쾌함을 모두 줄 수 있을 뿐만 아니라, 형태(form)의 측면에서 규칙적인 것(regularity)과 비규칙적인 것도 될 수 있다는 것이다.

시각예술(visual arts)에 대한 기존 문헌들을 종합하면 미적경험은 대략 세 가지 특징(동기적, 인지적, 정서적

특징)을 가지고 있다[23]. 첫째, 사람들은 미적경험을 하는 동안 매우 강렬한 주의집중과 각성(vigilance) 상태에 도달한다. 또한 그들은 자의식(self-consciousness)에 대한 상실을 경험할 뿐만 아니라, 주위 환경에 대한 자각과 시간 감각(sense of time)을 잃어버린다. 이러한 현상들이 바로 미적경험의 동기적(motivational) 특징들이다. 둘째, 사람들은 예술작품을 감상할 때, 일상적인 용도와 의미를 뛰어넘어 작품이 가진 상징적 실체(symbolic reality)를 지각한다. 이러한 현상을 설명하는 것이 미적경험의 인지적(cognitive) 특징이다. 마지막으로 사람들은 예술작품을 감상하면서 미적인 매력(fascination)을 느끼게 된다. 이러한 끌림은 감상자와 오브제 사이의 정서적 유대를 강화 시키는 역할을 한다. 이러한 현상을 설명하는 것이 바로 미적경험의 정서적(affective) 특징이다.

미적경험은 Csikszentmihaly가 제시한 몰입경험(flow experience)과 여러 면에서 유사하다고 알려져 있다[23]. Csikszentmihaly[24]는 어떠한 대상 또는 과업(task)에 대하여 의식과 행동이 일치하는 주의집중 상태를 설명하기 위하여 몰입경험이란 용어를 사용하였다. 일반적으로 몰입상태에 있는 사람들은 통제감, 자의식 상실, 그리고 시간왜곡(time distortion) 등과 같은 다양한 현상을 경험하게 된다[25]. 이러한 이유 때문에 Markovic[23]은 높은 각성(arousal)과 인지적 관여(engagement)를 특징으로 하는 미적경험이 몰입경험과 매우 유사하다고 하였다.

몰입경험은 지금까지 여러 학자들에 의하여 몰입이 유발되는 상황에 따라 재정의되고 다양한 방식으로 측정되었다. 그중에서 Jackson & Marsh[26]가 제시한 FSS(Flow State Scale)는 스포츠, 심리학, 마케팅, 그리고 미술 등의 분야에서 몰입경험을 측정하는 도구로써 폭넓게 인정받고 있다[27,28]. FSS에서 몰입경험은 네 단계로 이루어진 아홉 개의 하위 요인들을 이용하여 측정된다. 선행단계에서는 명확한 목표, 즉각적인 피드백, 그리고 도전과 기술의 균형을 측정하는 문항들이 사용된다. 진입단계에서는 주의집중, 의식과 행동의 일치를 측정하는 문항들이 사용된다. 경험단계에서는 통제감, 시간감각 왜곡, 자의식 상실을 측정하는 문항들이 사용된다. 마지막으로 결과단계에서는 자기목적적 경험(autotelic experience)을 측정하는 단일 문항이 사용된다. Jackson & Marsh는 이러한 아홉 가지 요인들을 측정하는 서른여섯 개의 문항들(items)을 기반으로 전반적인 몰입 점수(overall flow score)를 산출하였다[26]. 전반

적인 몰입점수란 각 단계에서 사용된 아홉 개 요인들에 대한 점수의 총합을 의미한다.

미적경험은 관객이 예술작품을 감상하면서 경험하는 일종의 심리적 현상이다[29]. 만약 감상자가 예술작품에 개입하거나 관여한다면, 작품과 참여자 사이에 심리적 유대가 형성될 가능성이 높다. 미적 대상과 감상자 사이의 이러한 심리적 유대를 Bullough[30]와 같은 미학자들은 미적 거리(aesthetic distance) 혹은 심리적 거리(psychological distance)라는 용어를 사용하여 설명하였다. Bullough가 주장하는 미적거리란 예술작품에 대한 감상자의 심리적인 거리를 말하는 것으로 미적 대상에 대한 감상자의 태도나 관점을 의미한다[31]. 그러므로 예술작품과 감상자 사이의 정서적 유대가 강할수록 둘 사이의 심리적 거리는 가깝다고 볼 수 있다.

3. 연구방법

3.1 참여자

재학 또는 휴학 중인 총 70명(남자 : 25명, 여자 : 45명)의 학부 대학생들이 본 연구에 참여하였다. 참여자들의 나이는 18세에서 29세까지 분포되었으며, 평균 나이는 22.5세(표준편차 : 2.8세)였다. 참여자들의 전공 분야를 살펴보면 인문사회과학 계열이 65명(93%), 자연과학 계열이 2명(3%), 예술계열이 2명(3%), 융합계열이 1명(1%)으로 나타났다. 참여자들이 스스로 진술한 문화예술에 대한 지식점수는 5점 만점에 평균 3.06(표준편차: .85)로 나타났다. 또한 사회계층에 대한 세 가지 선택지 중에서 피험자들이 자기 보고형식으로 대답한 결과를 살펴보면 상류층이 3명(4.3%), 중산층이 64명(91.4%), 그리고 빈곤층이 3명(4.3%)으로 나타났다. 모든 피험자들은 실험이 종료된 이후 보상 차원으로 삼천 원 정도의 간식을 제공받았다.

3.2 측정

3.2.1 집단 및 자극물

피험자를 세 종류의 실험집단에 무작위로 배정하면서도 실험집단 간 참여자수와 성비를 가급적 동일하게 유지하기 위하여 다음과 같은 방법이 사용되었다.

우선, 남자 피험자에 대해서는 G1, G2, G3라고 적힌 세 가지 파란색 카드가 활용되었다. G1, G2, G3는 각각 관조집단, 소극적 참여집단, 그리고 적극적 참여집단을

나타낸다. 첫 번째 피험자가 오면 실험자는 세 장의 카드(G1, G2, G3) 중에서 무작위로 한 장을 뽑아, 선택된 카드에 적힌 집단에 피험자를 배정한다. 두 번째 피험자가 오면 실험자는 나머지 두 장의 카드 중에서 임의로 한 장을 뽑아, 카드에 적힌 집단에 두 번째 피험자를 배정한다. 그리고 세 번째 피험자가 오면 마지막 남은 한 장의 카드에 적힌 집단에 피험자를 배정한다. 한편, 네 번째 피험자가 오면 실험자는 다시 세 장의 카드를 활용하여 첫 번째 피험자에게 사용했던 동일한 방법으로 카드를 선택한다. 즉, 세 장의 카드 중에서 임의로 한 장을 뽑고, 선택된 카드에 적힌 집단에 네 번째 피험자를 배정한다. 마찬가지로 다섯 번째 피험자는 앞서 두 번째 피험자와 동일한 방식으로 집단에 할당되고, 여섯 번째 피험자는 세 번째와 동일한 방식으로 집단을 할당 받는다. 물론 이러한 과정은 피험자가 모르게 진행되었다. 이와 같이 실험자는 피험자들을 세 집단으로 나누기 위하여 세 사람을 주기로 세 장의 카드를 비복원추출하는 방법을 사용하였다.

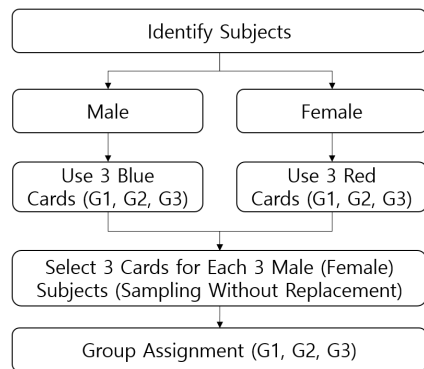


Fig. 1. Group Assignment

다음으로, 여자 피험자들에 대해서는 앞서 남자와 동일한 방식으로 집단 할당이 이루어졌다. 그러나 남자 피험자들과 구분하기 위하여 빨간색 카드가 활용되었다. 세 카드에 적힌 G1, G2, G3은 남자와 동일한 관조집단, 소극적 참여집단, 그리고 적극적 참여집단을 각각 나타낸다. 한편, 피험자들을 세 집단으로 배정하는 방법을 개략적으로 나타내면 Fig. 1과 같다.

본 연구에서 사용된 자극물(stimuli)은 백남준의 'TV로댕'과 로댕의 '생각하는 사람'이다. 이 두 자극물들은 사진 출력용 A4용지에 고해상도로 프린트되어 사용되었다. 'TV로댕'을 본 연구에서 자극물로 선택한 이유는 기술을 매개로 손쉽게 작품의 상황을 재현할 수 있기 때문이다. 최근 대부분의 사람들이 스마트폰을 소유하고 있

고, 스마트폰에 내장된 셀프 카메라 기능(self-portrait mode)을 활용하면 일반인들도 'TV로댕'의 관객참여 상황을 어렵지 않게 재현할 수 있다. 'TV로댕'을 감상하는 사람들은 감상과정에서 얼굴 등과 같은 자신의 신체 일부가 자연스럽게 모니터(조각상을 비추고 있는 모니터)에 등장하는 것을 경험하게 된다. 본 연구는 이러한 상황을 작품에 대한 관객참여로 보았다.

3.2.2 몰입경험

본 연구는 참여자들의 미적경험을 대변하는 변수(proxy)로서 몰입경험과 미적거리를 활용하였다. 몰입경험은 Jackson & Marsh[26]가 제안한 FSS(Flow State Scale)를 기반으로 7점 척도(1 : 매우 부정, 4 : 중간 정도, 7 : 매우 긍정)를 이용하여 측정되었다. 원래 Jackson & Marsh는 몰입경험을 측정하기 위하여 5점 척도를 사용하였으나, 본 연구는 좀 더 정밀한 측정을 위하여 7점 척도를 활용하였다.

또한 전반적인 몰입점수(overall flow score)를 산출하기 위하여 본 연구는 Jackson & Marsh가 제안한 4단계(선행-진입-경험-결과 단계)를 모두 사용하지 않고, 마지막 두 단계만을 사용하였다. 즉, 본 연구는 경험 및 결과 단계에 대한 4가지 하부요인들만을 사용하였다. 이러한 이유는 본 연구가 몰입의 선행단계와 진입단계에 관심이 있는 것이 아니라, 미적경험으로서의 몰입이 이루어지는 경험 단계와 몰입경험 이후의 단계에 관심을 두고 있기 때문이다. 그러므로 본 연구는 FSS의 경험단계(통제감, 시간감각 왜곡, 자의식 상실)와 결과단계(자기목적적 경험)의 요인들을 기반으로 전반적인 몰입점수를 산출하였다.

한편, 본 연구는 FSS에 사용된 설문 문항을 'TV로댕'의 감상 상황에 맞게 일부분을 수정하여 다음과 같이 측정하였다. 첫째, 통제감은 4가지 문항을 통해서 측정되었다. 나는 'TV로댕'을 감상하는 동안 ~ (1) 생각을 조절할 수 있었다. (2) 능동적으로 상황에 대처할 수 있었다. (3) 스스로 감정을 조절할 수 있었다. (4) 스스로 행동을 통제할 수 있었다. 둘째, 시간감각 왜곡은 다음과 같은 4가지 문항을 통해서 측정되었다. 나는 'TV로댕'을 감상하는 동안 ~ (1) 시간이 빠르게 혹은 느리게 가는 것 같았다. (2) 시간이 평소와는 다르게 흐르는 것 같았다. (3) 때때로 시간이 멈춘 것 같았다. (4) 시간에 대한 감각이 둔해졌다. 셋째, 자의식 상실에 대한 측정 문항은 다음과 같은 4가지 문항을 통해서 측정되었다. 나는 'TV로댕'을 감상하는 동안 ~ (1) 다른 사람들이 나에 대해서 어떻게 생각하는

지 관심이 없었다. (2) 나의 행동에 대해서 고민하지 않았다. (3) 나의 문제에 대해서 걱정하지 않았다. (4) 다른 사람들이 나를 어떻게 생각하는지 걱정하지 않았다. 마지막으로, 자기목적적 경험은 다음과 같은 4가지 문항을 통해서 측정되었다. (1) 나는 'TV로댕'을 즐겁게 감상하였다. (2) 나는 다시 한 번 'TV로댕'을 감상하고 싶다. (3) 'TV로댕'에 대한 감상 경험은 나에게 좋은 느낌을 주었다. (4) 나는 'TV로댕'을 감상하는 것이 가치가 있다고 생각한다.

참고로 모든 피험자들을 대상으로 수행된 전반적 몰입 경험에 대한 Cronbach's alpha 값은 .84로 산출되었다. 또한, 4가지 하부요인들에 대한 Cronbach's alpha 값은 통제감이 .90, 시간감각 왜곡이 .87, 자의식 상실이 .94, 그리고 자기목적적 경험이 .91로 도출되었다.

3.2.3 미적거리

본 연구에서 미적거리란 Bullough[30]가 이야기한 예술작품과 감상자 사이의 심리적 거리를 말한다. 본 연구는 이러한 Bullough의 주장을 기반으로 참여자가 느끼는 미적거리를 측정하기 위하여 다음과 같은 질문을 개발하여 사용하였다. "당신과 작품(TV로댕) 사이의 심리적 거리를 최소 0, 최대 10 이라고 가정했을 때, 0(매우 가깝다)에서부터 10(매우 멀다) 사이의 숫자로 표시해 주십시오." 미적거리를 측정하는 이러한 질문은 감상자와 작품 사이의 심리적 거리를 직관적으로 파악할 수 있게 해준다. 미적거리에 대한 점수가 낮다는 것은 예술작품과 감상자 사이의 심리적 거리가 비교적 가깝다는 것을 의미하고, 반대의 경우는 심리적 거리가 상대적으로 멀다는 것을 의미한다.

3.2.4 절차

Fig. 2는 본 연구에서 사용된 실험설계의 개요를 보여준다. 관조집단(contemplation group)에 속한 피험자들은 고해상도로 프린트된 'TV로댕' 작품을 10초간 감상한 이후, 미적경험 즉, 몰입경험과 미적거리에 대한 설문을 완성하도록 요구받았다.

소극적 참여집단(passive participation group)에 속한 피험자들은 관조집단과 동일하게 'TV로댕' 작품을 10초간 감상하였다. 그런 다음, 그들은 앞서 감상한 'TV로댕' 작품의 상황을 재현하기 위하여, 'TV로댕'에 등장하는 '생각하는 사람'의 사진을 제공 받았다. 다음으로 피험자들은 자신들의 스마트폰 카메라를 활용하여 제공 받은 '생각하는 사람' 사진을 셀프 카메라모드로 10초간 비

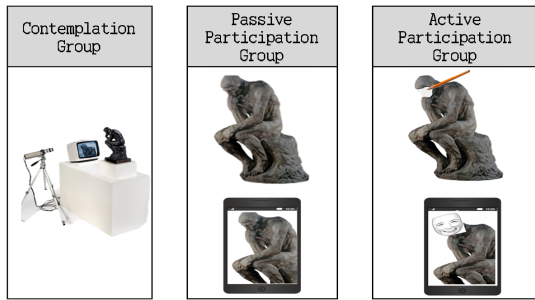


Fig. 2. Experimental Design

추도록 요구받았다. 마지막으로 소극적 집단의 피험자들은 미적경험(몰입경험과 미적거리)에 대한 설문지를 완성하였다.

한편, 셀프 카메라모드는 원본 작품인 'TV로댕'에서 발생하는 관객참여의 상황을 재현하기 위하여 도입된 방법이다. 셀프 카메라모드를 활용하면 '생각하는 사람'의 사진뿐만 아니라 피험자의 신체 일부(예를 들어 얼굴)도 촬영영역 안으로 자연스럽게 들어오게 된다. 그러므로 피험자들은 'TV로댕'을 재현과정에서 자연스러운 관객 참여의 과정을 경험하게 된다.

적극적 참여집단(active participation group)에 속한 피험자들은 앞서 관조집단 및 소극적 참여집단과 동일하게 'TV로댕' 작품을 10초간 감상하였다. 그런 후, 그들은 Fig. 2에서와 같이 얼굴 부분이 비어있는 '생각하는 사람'의 사진을 제공 받고, 빈 공간에 눈, 코, 입을 간단히 그려 넣으라는 요청을 받았다. 다음으로, 피험자들은 자신들이 직접 눈, 코, 입을 그려 넣은 '생각하는 사람'을 셀프 카메라모드로 10초간 비출 것을 요구받았다. 마지막으로 피험자들은 미적경험(몰입감, 미적거리)에 대한 설문지를 완성하였다.

4. 연구결과

4.1 예비결과

세 집단 별 참여자 수를 살펴보면, 관조집단이 23명(남자 : 8명, 여자 : 15명), 소극적 참여집단이 23명(남자: 8명, 여자 : 15명), 그리고 적극적 참여집단이 24명(남자: 9명, 여자 : 15명)이었다.

문화-예술에 대한 사전지식이 어느 정도 형성된 사람들에게는 "TV로댕" 작품이 친숙하게 느껴질 수 있다. 기존 연구에 따르면, 예술에 대한 사전 지식이 작품의 평가 및 선호도 등에 영향을 미치는 것으로 알려져 있다[32].

그러므로 본 연구는 이러한 친숙성 효과(familiarity effect)에 대한 편의(bias)를 방지하기 위하여 세 집단 간 문화예술 지식점수를 일원분산분석을 활용하여 비교하였다. 문화예술 지식점수는 "귀하의 문화-예술에 관한 지식은 어느 정도라고 생각하십니까?"라는 질문을 이용하여 5점 척도(1 : 매우 낮음, 3 : 중간 정도, 5 : 매우 높음)로 측정되었다. 도출된 문화예술에 대한 지식 점수는 다음과 같았다. 관조집단의 피험자들은 평균 3.04(표준편차 : .64), 소극적 집단의 피험자들은 평균 2.96(표준편차 : 1.02), 적극적 집단의 피험자들은 평균 3.17(표준편차 : .87)로 나타났다. 결론적으로 세 집단 사이의 문화 예술에 대한 지식 점수는 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다($F(2, 67) = .36, p = .70$).

4.2 몰입경험

참여 수준에 따른 미적경험의 차이를 검증하고자 본 연구는 피험자 간 실험설계(between-subjects design)를 구성하고, 일원분산분석을 실시하였다. 또한 사후분석의 일환으로 Tukey HSD가 사용되었다.

Table 1은 몰입경험에 대한 세 실험집단의 평균을 보여준다. 전반적인 몰입점수에 대한 평균은 관조집단(G1), 소극적 참여집단(G2), 그리고 적극적 참여집단(G3)이 각각 18.64, 19.59, 그리고 21.55로 나타났다. 세 집단에 대한 몰입경험의 차이를 검증하기 위하여 일원분산분석이 활용되었다. 검증결과 세 집단 사이에 몰입경험의 차이는 통계적으로 유의하게 나타났다($F(2,67) = 6.88, p = .002$). Table 2는 이러한 분산분석의 결과를 보여준다. 한편, 세 집단 사이에 분산의 동질성을 확인하기 위하여 Levene 검정을 실시한 결과, $F(2,67) = .663, p = .519$ 로 도출되어 집단 간 등분산성이 충족되는 것으로 나타났다.

Table 1. Descriptives of Flow

	N	Mean	Std. Deviation	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max
				Lower Bound	Upper Bound		
G1	23	18.64	2.68	17.48	19.80	10.25	23.00
G2	23	19.59	2.96	18.31	20.87	13.00	25.00
G3	24	21.55	2.61	20.45	22.65	17.00	27.50
Total	70	19.95	2.98	19.24	20.66	10.25	27.50

Table 2. ANOVA on Flow

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Group	104.02	2	52.01	6.88	.002
Within Group	506.80	67	7.56		
Total	610.83	69			

Table 3. Multiple Comparisons for Flow

(I) Group	(J) Group	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
G1	G2	-.95	.81	.477	-2.89	1.00
	G3	-2.91	.80	.002	-4.83	-.99
G2	G1	.95	.81	.477	-1.00	2.89
	G3	-1.97	.80	.044	-3.89	-.04
G3	G1	2.91	.80	.002	.99	4.83
	G2	1.97	.80	.044	.04	3.89

세 집단 간 유의한 몰입경험의 차이를 확인하였으므로 본 연구는 사후분석의 일환으로 Tukey HSD를 수행하였다. Table 3의 다중비교에서 보듯이 전반적인 몰입점수는 관조집단(G1)과 소극적 참여집단(G2) 사이에 유의한 차이를 보이지 않다($p = .477$). 그러나 관조집단(G1)의 사람들은 적극적 참여집단(G3)에 비하여 몰입점수가 유의하게 낮은 것으로 나타났다($p = .002$). 또한 소극적 참여집단(G2)과 적극적 참여집단(G3) 사이의 몰입점수는 다소 유의한 차이를 보이는 것으로 도출되었다($p = .044$). 그러므로 이러한 결과를 종합하면 적극적 참여집단의 사람들이 관조집단 및 소극적 참여집단에 속한 사람들보다 상대적으로 깊은 몰입경험을 하였다는 것을 알 수 있다.

4.3 미적거리

미적거리에 대한 세 집단별 평균은 Table 4와 같다. 미적거리에 대한 평균은 관조집단(G1), 소극적 참여집단(G2), 그리고 적극적 참여집단(G3)이 각각 6.57, 4.17, 그리고 2.42로 나타났다. 세 집단에 대한 몰입경험의 차이를 검증하기 위하여 일원분산분석이 활용되었다. 검증 결과 미적거리에 대한 세 집단 간의 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다($F(2,67) = 33.58, p < .001$). Table 5는 이러한 분산분석의 결과를 보여준다. 한편, 세 집단 사이에 분산의 동질성을 확인하기 위하여 Levene 검정을 실시한 결과, $F(2,67) = 2.60, p = .082$ 로 도출되어 유의수준 5%를 기준으로 등분산성이 충족되는 것으로 나타났다.

Table 4. Descriptives of Aesthetic Distance

	N	Mean	Std. Deviation	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max
				Lower Bound	Upper Bound		
G1	23	6.57	1.88	5.75	7.38	3	10
G2	23	4.17	1.97	3.32	5.03	0	9
G3	24	2.42	1.32	1.86	2.97	0	5
Total	70	4.36	2.43	3.78	4.94	0	10

Table 5. ANOVA on Aesthetic Distance

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Group	203.28	2	101.64	33.58	.000
Within Group	202.79	67	3.03		
Total	406.07	69			

세 집단 간 유의한 미적거리의 차이를 확인하였으므로 본 연구는 사후분석의 일환으로 Tukey HSD를 수행하였다. Table 6의 다중비교에서 보듯이 관조집단(G1)의 사람들이 소극적 참여집단(G2) 보다 유의하게 먼 미적거리를 보이는 것으로 나타났다($p < .001$). 즉, 관조집단이 소극적 참여집단 보다 더 큰 미적거리를 보였다. 또한 관조집단(G1)은 적극적 참여집단(G3)에 비하여 유의하게 먼 미적거리를 보이는 것으로 나타났다($p < .001$). 한편, 소극적 참여집단(G2)과 적극적 참여집단(G3)을 비교하였을 때, 소극적 참여집단에 속한 사람들이 적극적 참여집단의 사람들보다 더 상대적으로 더 먼 미적거리를 보이는 것으로 나타났다($p < .001$). 그러므로 이러한 결과를 종합하면 작품과 감상자 사이의 심리적 거리 즉, 미적거리는 적극적 참여집단, 소극적 참여집단, 그리고 관조집단의 순서로 유의하게 멀어진다는 것을 알 수 있다.

Table 6. Multiple Comparisons for Aesthetic Distance

(I) Group	(J) Group	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
G1	G2	2.39	.51	.000	1.16	3.62
	G3	4.15	.51	.000	2.93	5.37
G2	G1	-2.39	.51	.000	-3.62	-1.16
	G3	1.76	.51	.000	.54	2.97
G3	G1	-4.15	.51	.000	-5.37	-2.93
	G2	-1.76	.51	.000	-2.97	-.54

4.4 상관성

본 연구는 피험자들의 미적경험을 측정하기 위하여 몰입경험과 미적거리 변수를 사용하였다. 종속변수로 사용된 두 변수 사이에 상관성을 조사하기 위하여 본 연구는 Pearson 상관계수를 활용하였다. 세 집단을 모두 합했을 경우, 두 변수는 매우 강한 음의 상관성을 보이는 것으로 나타났다($-.61, p < .001$). 한편, 각각의 집단에 대한 상관분석 결과는 다음과 같다. 관조집단에서 두 변수는 약한 음의 상관성을 보였다($-.40, p = .063$). 그러나 소극적 참여집단에서 두 변수는 매우 강한 음의 상관성을 보였다($-.74, p < .001$). 마지막으로 적극적 참여집단에서 두 변수는 약한 음의 상관성을 보였다($-.35, p = .098$).

5. 결론 및 제언

관객에게 작품 참여의 기회를 주는 것은 그들이 문화의 소비자에서 문화의 생산자로 변화할 수 있는 경험의 장을 제공한다는 의미를 가진다. 또한 그러한 과정에서 관객이 경험하는 미적경험은 또 다른 관객을 유인하는 견인차 역할을 한다. 이러한 점에서 본 연구의 결과는 예술가 및 예술조직에게 작품의 완성도뿐만 아니라, 관객 유인력(audience attraction)을 높이는 데 있어 유의한 함의를 제공한다.

본 연구의 결과를 종합하면 다음과 같다.

첫째, 참여수준에 따라 상이한 몰입경험의 차이가 존재했다. 높은 참여수준에 속한 적극적 참여집단의 사람들이 그렇지 않은 집단(관조집단과 소극적 참여집단)에 비하여 유의하게 높은 몰입을 경험하는 것으로 나타났다. 비록 관조집단과 소극적 참여집단에 속한 사람들 사이에 유의한 몰입경험의 차이가 존재하지 않았으나, 적극적 참여집단의 사람들은 두 집단에 비하여 강한 몰입을 느끼는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 통합이론의 주장을 뒷받침하는 것이다. 통합이론에 따르면 관객은 작품을 단순히 바라만 보는 관조적 태도에서 벗어나 적극적으로 작품에 참여하는 생산적인 참여자로 묘사된다[7]. 적극적 참여집단에 속한 피험자들은 ‘TV로딩’ 작품을 단순히 재현하는 것이 아니라, 능동적으로 재창조하는 과정(예: 눈, 코, 입을 그리는 행위)을 통해 높은 수준의 몰입을 경험했다고 볼 수 있다.

둘째, 참여수준에 따라 뚜렷한 미적거리의 차이가 존재했다. 본 연구에서 사용된 미적거리는 예술작품과 감상자 사이의 심리적 거리를 의미한다. 관조집단에 속한 피험자들은 작품과의 심리적 거리에서 소극적 참여집단과 적극적 참여집단보다 훨씬 더 먼 곳에 위치해 있었다. 또한 소극적 참여집단과 적극적 참여집단을 비교하면, 소극적 참여집단의 사람들이 적극적 참여집단보다 작품과의 심리적 거리를 더 멀게 느끼는 것으로 나타났다. 그러므로 적극적 참여집단, 소극적 참여집단, 그리고 관조집단 순으로 감상자와 작품 사이에 밀접한 심리적 거리를 보인다는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 Bullough와 같은 미학자들이 주장하는 미적거리의 개념[30]을 본 연구가 실증적으로 보여주었다는 의의를 가진다. 관조집단은 ‘TV로딩’ 작품을 단순히 관람하였기 때문에 관객과 작품 사이의 심리적 거리가 멀다고 볼 수 있다. 그러나 소극적 참여집단은 셀프카메라 모드를 통하여 ‘TV로딩’ 작품의 상황을 재현하였기 때문에, 작품과 관객 사이의 심리적

거리가 비교적 가깝다고 볼 수 있다. 한편, 적극적 참여집단은 셀프 카메라모드뿐만 아니라, 눈, 코, 입을 그리는 행위로 인하여 앞서 두 집단과 비교하였을 때, 관객이 느끼는 심리적 거리는 매우 가깝다고 볼 수 있다.

셋째, 미적경험의 결과변수로 사용된 몰입경험과 미적거리 사이에 유의한 음의 상관관계가 존재했다. 작품에 대한 높은 몰입수준을 보이는 피험자일수록 작품과의 심리적 거리를 가깝게 느끼는 경향을 보였다. 반대로 작품에 대한 몰입수준이 낮은 피험자들은 자신과 작품 사이의 심리적 거리를 멀게 느끼는 것으로 나타났다. 그러므로 몰입경험 변수와 미적거리 변수는 한쪽이 증가하면 다른 한쪽이 감소하는 음의 상관성을 보였다.

본 연구의 결과가 가지는 함의는 다음과 같다.

첫째, 몰입경험은 참여수준에 따른 세 집단을 유의하게 구별 짓는 역할을 하였다. 그러나 그 역할은 다소 약하게 드러났다. 이러한 결과는 다음과 같은 시사점을 가진다. 우선, 작품을 그대로 재현하는 것과 같은 단순한 형태의 관객참여로는 관조적 감상의 몰입수준을 넘어서지 못한다는 것이다. 아마도 소극적 참여집단에서 활용된 ‘TV로딩’의 재현과정 즉, 셀프카메라 기능을 활용하는 절차와 같은 과정들이 피험자들에게 더 깊은 몰입을 유도한 것이 아니라, 오히려 몰입을 제한하거나 방해하는 역할을 한 것으로 보인다. 그러나 이와는 다르게 적극적 참여집단에서 활용된 눈, 코, 입을 그리는 과정은 몰입을 더욱 강하게 유도한 것으로 보인다. 이러한 이유는 아마도 눈, 코, 입을 그리는 행위가 피험자들로 하여금 자신의 감정을 작품에 이입하는 역할로 작용했기 때문인 것으로 추정된다. 이러한 추정은 통합이론을 옹호하는 Dufrenne의 주장을 근거로 한다. Dufrenne[20]는 참여자의 역할은 작품을 그대로 재현하는 것이 아니라, 정서적 개입을 통해서 새로운 가치와 의미를 작품에 부여하는 것이라 하였다. 그러므로 피험자들은 눈, 코, 입을 그리는 정서적 개입을 통하여 ‘TV로딩’에 자신만의 새로운 의미와 가치를 부여하는 생산적인 참여를 경험했다고 볼 수 있다.

둘째, 미적거리는 참여수준에 따른 세 집단을 유의하게 구별 짓는 역할을 하였다. 또한 몰입경험 변수와는 달리 미적거리 변수는 참여수준에 따른 미적경험의 차이를 뚜렷하게 구별해주었다. 본문에서 제시된 몰입경험과 미적거리의 다중비교표 즉, Table 3과 Table 6을 살펴보면, 두 변수 사이의 이러한 차이가 잘 나타난다. 다중비교 결과에서 미적거리는 몰입경험과는 달리 모든 비교에서 매우 낮은 유의확률값을 가지는 것으로 나타났다. 그러므로 이러한 사실은 미적경험을 측정하는 데 있어 몰입경

험보다 심리적 거리 개념을 활용하는 미적거리 변수가 더 유용하다는 점을 시사한다. 그러나 본 연구에서 사용된 몰입경험 변수는 전반적인 몰입경험을 의미하는 다차원적인 개념(multidimensional concept)을 활용하여 측정되었고, 반면에 미적거리는 단일차원의 개념(unidimensional concept)으로 측정되었다. 그러므로 두 변수의 측정방법의 차이가 이러한 결과의 차이를 가져왔을 수도 있다. 따라서 이에 대한 논의 및 해석은 향후 연구에서 보다 심화적으로 고찰되어야 할 것으로 보인다.

REFERENCES

- [1] A. Courchesne & P. Ravanis. (2015). How to engage audiences with increasingly eclectic tastes: the experience of TOHU, a Montreal Circus Arts Presenter. *International Journal of Arts Management* 18(1), 78-87.
- [2] C. Zhang & M. Y. Um. (2018). Arts and Audience Participations: Focusing on the Circularity of the Role Transition Audiences undergo. *Journal of Korea Culture Industry*, 18(1), 11-20. DOI : 10.35174/JKCI.2018.03.18.1.11
- [3] S. H. Chung & H. J. Lee. (2013). Participatory Performance Videos and Their Relationship with 1960-70s' Video & Performance Arts. *Journal of Korean Society of Media and Arts*, 11(2), 127-144.
- [4] M. H. Hong. (2016). Study on the Characteristics of Pop Art shown in Nam June Paik's Media Art Focused on 'Media Extension' and 'Audience Participation'. *Cartoon & Animation Studies*, 42, 195-212. DOI : 10.7230/KOSCAS.2016.42.195
- [5] J. Radbourne, K. Johanson, H. Glow & H. White. (2009). The audience experience: Measuring quality in the performing arts. *International Journal of Arts Management*, 11(3), 16-29. DOI : 10.1080/09548963.2010.515005
- [6] S. R. Kim. (2016). A Study of Communication between the Creator-Audience in Dance Based on the Phenomenology of Merleau-Ponty. *The Korean Journal of Dance*, 74(1), 1-14.
- [7] Y. E. Yang & B. Rhee. (2015). A Study of the Interactive Exhibition Contents as Expansion of Art Experience-Based on John Dewey's Experience Theory. *Journal of Korean Society of Media & Arts*, 13(4), 5-21. DOI : 10.14728/KCP.2015.13.04.005
- [8] S. M. Jeon. (2017). Analysis on the Role of Audience in Postdramatic Theatre. *Performing Arts Research*, 4, 21-40.
- [9] S. Dinkla. (1996). *From Participation to Interaction: Toward the Origins of Interactive Art*, in Hershman, Leeson (Ed). *Clicking In: Hot Links to a Digital Culture*, Seattle, Bay Press.
- [10] C. Zhang & M. Y. Um. (2019). Convergence of Art and Technology: Based on E.A.T.'s Periodic Background and Characteristics of Works. *The Journal of the Korea Contents Association*, 19(4), 477-489. DOI : 10.5392/JKCA.2019.19.04.477
- [11] K. N. Kim. (2016). A 'Study on 'Convergent Media Art Information Visualization' from the Creative Approach toward and Usability Perspective on Social Issues(Focusing on Case Analysis). *Journal of the Korea Convergence Society*, 7(4), 155-162. DOI : 10.15207/JKCS.2020.11.2.127
- [12] C. Chen & J. H. Cho. (2020). A Survey Research on Tourists' Satisfaction with Digital Technology-based Special Exhibitions: Focused on The National Museum of Korea. *Journal of the Korea Convergence Society*, 11(2), 127-137. DOI : 10.15207/JKCS.2020.11.2.127
- [13] Y. J. Lee & J. S. Kang. (2018). User Experience and Flow on Smart-Phone -Focused on Galaxy S8. *Journal of the Korea Convergence Society*, 9(1), 199-204. DOI : 10.15207/JKCS.2018.9.1.199
- [14] B. A. Rhee, S. M. Choi & Y. S. Hong. (2017). A Study on Differences of Aesthetic Experience in the Exhibition of Artworks and the Remediated Exhibition of Artworks. *The Journal of the Korea Contents Association*, 17(5), 153-164. DOI : 10.5392/JKCA.2017.17.05.153
- [15] Y. H. Kim. (2014). John Dewey's aesthetics on the perspective of aesthetic education. *Mihak -The Korean Journal of Aesthetics*, 78, 67-106.
- [16] H. N. Lee. (2012). Study on Aesthetic Engagement and Performative Aspects of Dance-Based on Arnold Berleant's Aesthetic Notions. *Korean Aesthetics*, 11(2), 51-79.
- [17] Y. S. Park. (2007). A Critique of the Aesthetic Disinterestedness Based on the John Dewey' Concept of Experience. *Journal of Korean philosophical society*, 104, 119-136.
- [18] K. G. Jeon. (2010). Aesthetic Experience in Digital Era. *Wonkwang Journal of Humanities*, 11(2), 167-191. DOI : 10.22845/wjoh.2010.11.2.008
- [19] Y. J. Baik. (2010). The Performativity of Contemporary Art and Participatory Environment-Based on Arnold Berleant's Notion of Engagement. *Journal of Basic Design & Art*, 11(1), 193-208.
- [20] W. H. Ahn. (1998). A Critical Consideration on Arnold Berleant's. *The Arts and Modern Culture Research Journal*, 2, 71-85.
- [21] H. Hagtvedt, R. Hagtvedt & V. Patrick. (2008). The Perception and Evaluation of Visual Art. *Empirical Studies of the Arts*, 26(2), 197-218. DOI : 10.2190/EM.26.2.d

- [22] M. Apter. (1984). *Reversal theory, cognitive synergy and the arts*. In W. R. Crozier & A. J. Chapman (Eds.), *Cognitive processes in the perception of art*, 411-426.
- [23] S. Markovic. (2012). Components of aesthetic experience: aesthetic fascination, aesthetic appraisal, and aesthetic emotion. *i-Perception*, 3(1), 1-17.
DOI : 10.1068/i0450aap
- [24] M. Csikszentmihalyi. (1990). *Flow: the psychology of optimal experience*. New York: Harper & Row.
- [25] T. Novak, D. Hoffman & Y. Yung. (2000). Measuring the Customer. Experience in Online Environments: A Structural Modeling Approach. *Marketing Science*, 19(1), 22-42.
- [26] S. Jackson & H. Marsh. (1996). Development and validation of a scale to measure optimal experience: The flow state scale. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 18(1), 17-35.
DOI : 10.1123/jsep.18.1.17
- [27] J. Drake & E. Winner. (2012). Confronting sadness through art-making: Distraction is more beneficial than venting. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(3), 255-261.
DOI : 10.1037/a0026909
- [28] J. Jucker & J. Barrett. (2011). Cognitive constraints on the visual arts: An empirical study of the role of perceived intentions in appreciation judgement. *Journal of Cognition and Culture*, 11(1), 115-136.
DOI : 10.1163/156853711X568716
- [29] J. Fróis & C. Silva. (2014). A Research into Meaning Making Strategies in Encounters with Artworks. *Empirical Studies of the Arts*, 32(1), 43-73.
DOI : 10.2190/EM.32.1.EOV.5
- [30] A. Bullough. (1912). 'Psychic Distance' as a Factor in Art and as an Aesthetic Principle. *British Journal of Psychology*, 5, 87-117.
- [31] P. Alex, T. Brogan & F. Warnke. (1993). *The new Princeton encyclopedia of poetry and poetics*. Princeton: Princeton UP.
- [32] W. Tschacher, C. Bergomi & T. Martin. (2015). The Art Affinity Index (AAI): An Instrument to Assess Art Relation and Art Knowledge. *Empirical Studies of the Arts*, 33(2), 161-174.
DOI : 10.1177/0276237415594709

장 정(Cheng Zhang)

[정회원]



- 2016년 8월 : 성균관대학교 경영학과 (경영학사), 글로벌문화콘텐츠전공(문학사)
- 2018년 8월 : 성균관대학교 일반대학원 예술학협동과정(예술학석사)
- 2018년 9월 ~ 현재 : 성균관대학교 일반대학원 예술학협동과정(박사과정)
- 관심분야 : 예술경영, 공연예술, 예술철학
- E-Mail : dnscheung@skku.edu

엄 명 용(Myoung-Yong Um)

[정회원]



- 2002년 2월 : 성균관대학교 수학교육과, 컴퓨터교육과(이학사)
- 2004년 2월 : 고려대학교 컴퓨터교육과(교육학석사)
- 2006년 8월 : 성균관대학교 경영학과 (경영학박사)
- 2008년 12월 : University of London (Post-Doc)
- 2018년 8월 : 성균관대학교 경영대학 초빙교수
- 2020년 3월 ~ 현재 : 성균관대학교 사회과학대학 심리학과 강사
- 관심분야 : Arts Management, Aesthetic Experience, Audience Development
- E-Mail : umycom@skku.edu