

# 시각디자인 리서치분석

---

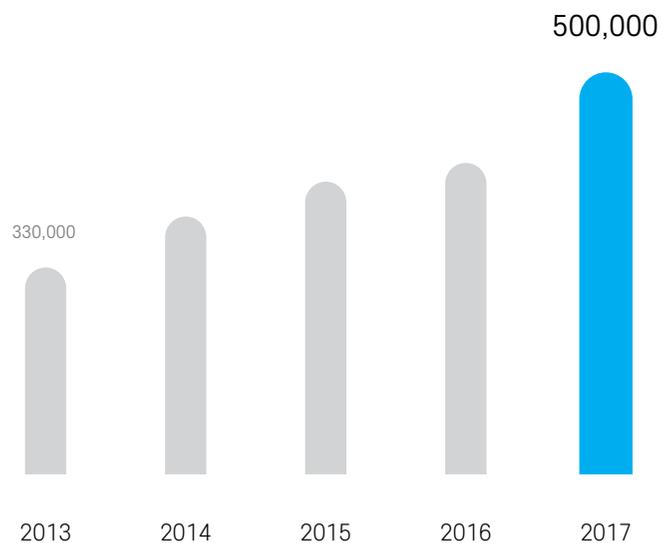
20200626 김유진

## 매년 꾸준히 성장해가고 있는 미술시장

국내 미술시장의 규모가 2017기준으로 전년(2016년)대비 크게 상승하였고, 현재 등록된 미술관의 추이도 2014년부터 2018년까지 꾸준히 상승중이라는것을 알 수 있습니다.

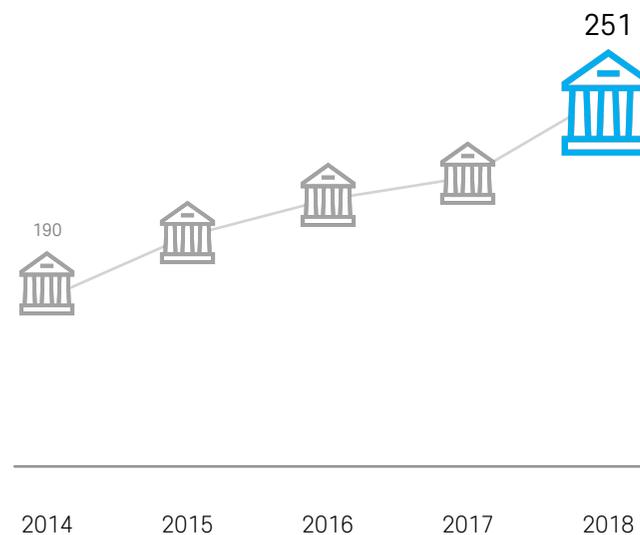
< 국내 미술시장 규모 >

(단위:백만원)



< 등록 미술관 추이 >

(단위:관수)



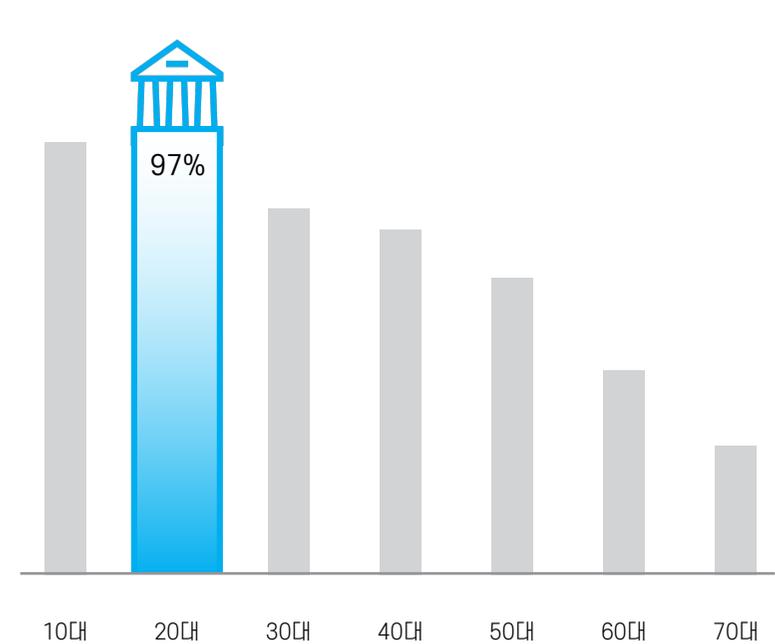
## 늘어나는 관람 횟수와 20대 관람객

매년 사람들의 행사 관람 횟수를 조사한 결과 평균적으로 4.2회였던 2010년에 비해 2018년에서 5.6회로 늘었으며 그중 문화예술행사 관람에 가장 많은 참여를 보이는 연령대를 조사해본 결과 20대가 가장 높았고 그 다음 10대, 30대, 40대, 50대, 60대 마지막으로 70대 이상의 연령대 순서대로 나타나는 것을 알 수 있습니다.

< 문화 행사 관람 횟수 >



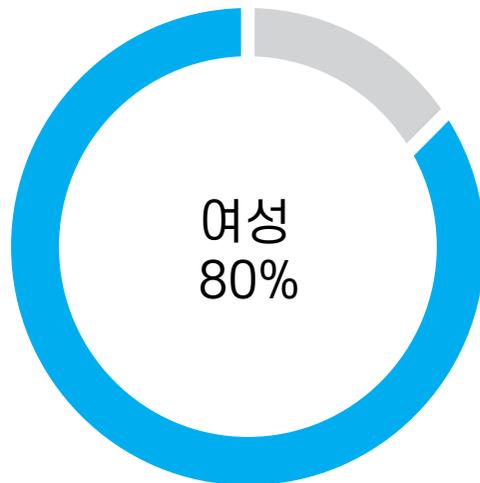
< 연령별 문화예술행사 관람률 >



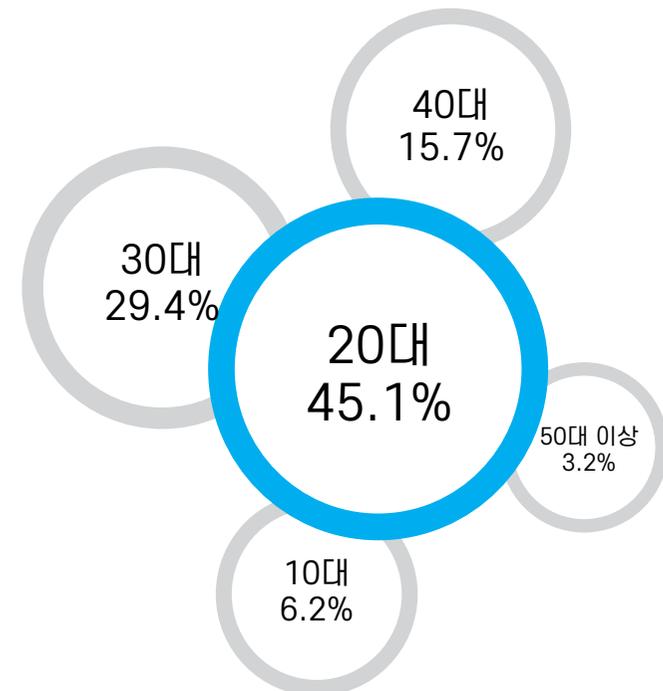
## 전시를 많이 소비하는 20대 여성

조사에 따르면 전시를 예약하는 대부분의 예약자는 여성이며 그중에도 20대의 비중이 45.1% 가장 많은 비중을 차지하는 것을 알 수 있습니다.

< 전시예약 성비 >



< 전시 예약자 연령대 비중 >



## 20대여성의 특징

20대 여성들은 대부분 자기개발에 관심을 가지고 문화생활을 하는 것을 선호하는 특징을 가지고있습니다. 그중 20대 여성들은 SNS사용을 하고있고 그중에서 인스타그램을 많이 이용중이라는 것을 알 수 있습니다.

< 20대 여성들의 관심사 >



< 20대 여성들의 SNS 사용비중 >

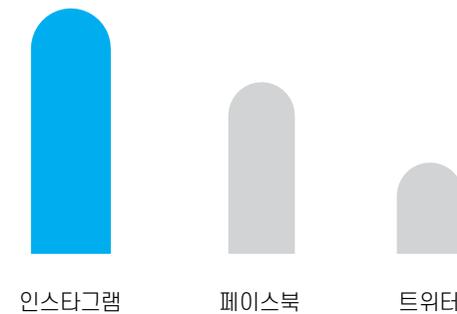


< 문화생활 선호도 >



선호한다  
64.8%

여성 72.3%  
남성 57.6%



## SNS를 이용한 전시 유행



### ‘인증샷’ 전성시대…변화하는 문화·예술 전시 트렌드

최근 국내 문화·예술 전시 트렌드가 크게 변화하고 있다. 다양한 예술 작품 전시공간에서 방문객들의 사진촬영을 허용한 것. 인스타그램과 페이스북 등 소셜미디어(SNS) 채널이 빠르게 성장하면서 사진이나 영상 등을 활용해 ‘인증샷’을 남기려는 사람들의 니즈가 전시관 모객 실적에 영향을 미치기 때문이라는 분석이다. ‘눈으로만 감상해주세요’나 ‘사진촬영금지’ 문구는 이제 찾아보기 어렵다. 국립중앙박물관과 예술의전당도 플래시를 사용하지 않는 한 사진촬영을 허용하는 추세다. 때문에 전시장 내 촬영이 불가한 경우에는 인증사진을 찍을 수 있는 공간이 마련돼야 한다. 전시장에 배치된 작품들이 SNS 이용자들에게는 훌륭한 포토존으로 거듭나고 있는 것이다.

동아닷컴

### 작품감상보다 ‘인생샷’ … “전시는 SNS의 배경이 된다”

우리는 ‘전시’를 떠올릴 때 언택트자가 걸려있는 유럽의 미술관을 연상하게 된다. 작은 기침 소리에도 정적이 깨질까 두려워 조심스럽게 걸어야만 할 것 같은 미술관 말이다. 그러나 전시는 다양한 콘텐츠를 담은 매체일 뿐, 특정한 형식이나 콘텐츠 자체를 의미하지 않는다. 굳이 ‘전시’라는 용어 정리를 확인하는 이유는 점점 전시의 확장적 의미가 더욱 중요해지기 때문이다. 기술의 발전으로 다양한 전시기법이 가능해졌고, 엔터테인먼트산업의 고도화로 새로운 소재들을 사용할 수 있게 됐다. 소비자의 요구도 달라졌다. 디지털 세대들은 이미 산업의 많은 부분들을 바꿔 놓았다. 새로운 형태의 전시들을 관찰하고, 전시의 미디어로서 확장적 잠재성과 산업적 가치를 논의해 보는 기회가 되길 바란다.

마이스산업신문

