



---

### 이용자 유의사항

1. 통계표 및 도표 내의 숫자는 반올림되었으므로 세부 항목의 합이 전체 합계와 일치하지 않을 수 있음
  2. 일반적으로 사례 수 30 미만은 분석에 포함하지 않음
  3. 기타 및 전년도와 비교가 불가능한 대상은 비교에 포함하지 않음
-

# 提出文

지역문화진흥원장 귀하

본 보고서를 귀 기관에서 의뢰한  
「2022년 문화가 있는 날 인지도 조사」의 최종 결과물로 제출합니다.

2022. 12.

(주)현대리서치컨설팅 대표이사



# 목 차

문화가 있는 날 인지도 조사



## 제1장 조사 개요

I. 조사 설계	3
1. 조사 배경 및 목적	3
2. 조사 설계	3
3. 조사 내용	4
II. 표본 설계	5
1. 표본 설계	5
III. 표본 현황	8
1. 응답자 특성	8

## 제2장 조사결과 요약

I. 문화가 있는 날 인지도	13
1. 문화가 있는 날 인지도 연도별 변화	13
2. 문화가 있는 날 인지도_인지자 특성	14
3. 문화가 있는 날 인지도_비인지자 특성	15
4. 문화가 있는 날 인식(이미지)	16
5. 문화가 있는 날 주요 인지 경로	17
II. 문화가 있는 날 프로그램 참여율	18
1. 문화가 있는 날 참여율 연도별 변화	18
2. 문화가 있는 날 참여프로그램	19
3. 문화가 있는 날 참여 의향 프로그램	20

<b>III. 문화가 있는 날 만족도 및 기획사업</b> .....	<b>21</b>
1. 문화가 있는 날 연도별 만족도 변화 .....	21
2. 문화가 있는 날 기획사업 참여율 .....	22
<b>IV. 문화가 있는 날 공감도 및 평가</b> .....	<b>23</b>
1. 문화가 있는 날 공감도 및 평가 .....	23
2. 문화가 있는 날 제도 개선사항 .....	24
3. 국민 문화향유 방식 .....	25
4. 문화가 있는 날 지불 의향 금액 비교 .....	26
<b>V. 문화가 있는 날 홍보 채널</b> .....	<b>27</b>
1. 홍보 채널 접속 경험 및 이용 채널 .....	27
2. 홍보 채널을 통해 알고 싶은 정보 .....	28
3. 주 이용 정보 매체 .....	28
4. 매체 이용 주 시간대 .....	29
5. 주 이용 모바일 서비스 .....	29
<b>VI. 결론 및 제언</b> .....	<b>30</b>
1. 조사결과 발견사항 .....	30
2. 문화가 있는 날 인지도 조사 설계 및 문항 개선 의견 .....	32



## 제3장 조사결과 분석

### 01절 전체 조사결과 분석

<b>I. 문화가 있는 날 인지도 및 만족도</b> .....	<b>37</b>
1. 문화가 있는 날 인지도 .....	37
2. 문화가 있는 날 세부 인지 수준 .....	39
3. 문화가 있는 날 인지 경로 .....	41
4. 문화가 있는 날 인식(이미지) .....	43
<b>II. 문화가 있는 날 경험 및 만족도</b> .....	<b>48</b>
1. 문화가 있는 날 참여율 .....	48
2. 문화가 있는 날 참여프로그램 유형 .....	50
3. 문화가 있는 날 만족도 .....	54
4. 문화가 있는 날 불만족 이유 .....	56
5. 문화가 있는 날 참여하지 못했던 이유 .....	58
6. 문화가 있는 날 참여하고 싶은 프로그램 .....	61
<b>III. 문화가 있는 날 기획사업 참여 및 만족도</b> .....	<b>66</b>
1. 문화가 있는 날 기획사업 참여율 .....	66
2. 문화가 있는 날 기획사업 만족도 .....	71
3. 문화가 있는 날 기획사업 불만족 이유 .....	74

<b>IV. 공감도 및 경제적 효과</b> .....	<b>77</b>
1. 문화가 있는 날 공감도 .....	77
2. 문화가 있는 날 제도 개선해야 할 점 .....	79
3. 문화향유 방식 .....	84
4. 문화가 있는 날 비용 지불 수준 .....	87
<b>V. 문화가 있는 날 홍보 채널</b> .....	<b>89</b>
1. 문화정보를 접하는 매체 .....	89
2. 매체 이용 주 시간대 .....	96
3. 이용 빈도가 높은 모바일 서비스 .....	98
4. 문화가 있는 날 홍보 채널 인지 및 접속 경험 .....	103
5. 접속했던 홍보 채널 종류 .....	105
6. 문화가 있는 날 홍보 채널을 통한 행사 참여경험 .....	107
7. 문화가 있는 날 홍보 채널에 대한 만족도 .....	109
8. 문화가 있는 날 홍보 채널에 대해 불만족한 이유 .....	111
9. 문화가 있는 날 홍보 채널을 통해 얻고 싶은 정보 .....	113



## 02절 지역별 주요 조사결과

<b>I. 수도권 지역별 분석</b> .....	<b>117</b>
1. 서울 지역 주요지표 현황 .....	117
2. 인천 지역 주요지표 현황 .....	121
3. 경기 지역 주요지표 현황 .....	125
<b>II. 충청권 지역별 분석</b> .....	<b>129</b>
1. 대전 지역 주요지표 현황 .....	129
2. 세종 지역 주요지표 현황 .....	133
3. 충남 지역 주요지표 현황 .....	137
4. 충북 지역 주요지표 현황 .....	141
<b>III. 경상권 지역별 분석</b> .....	<b>145</b>
1. 부산 지역 주요지표 현황 .....	145
2. 울산 지역 주요지표 현황 .....	149
3. 대구 지역 주요지표 현황 .....	153
4. 경남 지역 주요지표 현황 .....	157
5. 경북 지역 주요지표 현황 .....	161
<b>IV. 전라권 지역별 분석</b> .....	<b>165</b>
1. 광주 지역 주요지표 현황 .....	165
2. 전북 지역 주요지표 현황 .....	169
3. 전남 지역 주요지표 현황 .....	173
<b>V. 강원·제주권 지역별 분석</b> .....	<b>177</b>
1. 강원 지역 주요지표 현황 .....	177
2. 제주 지역 주요지표 현황 .....	181





# 제1장 조사 개요

- I. 조사 설계
- II. 표본 설계
- III. 표본 현황



## 1. 조사 설계

### 1. 조사 배경 및 목적

#### 1) 조사 배경

- 문화체육관광부는 국민이 생활 속에서 쉽게 문화를 누릴 수 있도록 매달 마지막 수요일이 포함된 주간에 ‘문화가 있는 날’을 실시하고 있음.
- 이에 지역문화진흥원에서는 2014년부터 매년 일반 국민을 대상으로 ‘문화가 있는 날’에 대한 인지도 및 만족도 조사하여 인지도, 이용 경험, 만족도, 참여 의사, 문화생활을 위한 비용 지불 의사 등에 대한 의견을 수렴하여 향후 관련 정책 개선의 참고자료로 활용하고자 함.

#### 2) 조사 목적

- ‘문화가 있는 날’ 정책에 대하여 국민의 체감도 및 인지도를 측정하고, 정책 진행 상황을 점검
- ‘문화가 있는 날’ 인지도 조사를 통해 객관적이고 신뢰도 있는 통계자료 마련
- 인지도, 이용 경험, 만족도, 참여 의사 등 의사 수렴을 통해 시사점을 도출하고 향후 사업의 구체적 발전방안 마련

### 2. 조사 설계

[표 1-1-1] 조사 설계

구분	내용
조 사 대 상	• 전국 만 15세 이상 일반 국민 남녀
표 본 수	• 7,000명
표 본 설 계	• 성, 나이, 지역(17개 시·도)에 따른 제곱근 비례배분
표 본 틀	• 행정안전부 주민등록 인구통계 (2022년 11월 기준)
표 본 오 차	• 신뢰수준 95% 최대 허용오차 $\pm 1.17\%$
조 사 방 법	• 패널을 활용한 온라인 조사
조 사 기 간	• 2022년 11월 29일 ~ 2022년 12월 07일
자료처리방법	• 통계 분석 전문프로그램 SPSS(Statistics Package for Social Science) for Win에 의해 분석

### 3. 조사 내용

[표 1-1-2] 조사 내용

구분	내용
응답자 기본 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성별, 연령, 거주지, 학력, 직업, 가구소득 등</li> </ul>
문화가 있는 날 인지도 및 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화가 있는 날 인지도</li> <li>• 문화가 있는 날 세부 인지 수준</li> <li>• 문화가 있는 날 인지 경로</li> <li>• 문화가 있는 날 인식(이미지)</li> </ul>
문화가 있는 날 경험 및 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화가 있는 날 참여율</li> <li>• 문화가 있는 날 참여프로그램 유형</li> <li>• 문화가 있는 날 만족도</li> <li>• 문화가 있는 날 불만족 이유</li> <li>• 문화가 있는 날 참여하지 못했던 이유</li> <li>• 문화가 있는 날 참여하고 싶은 프로그램</li> </ul>
문화가 있는 날 기획사업 참여 및 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화가 있는 날 기획사업 참여율</li> <li>• 문화가 있는 날 기획사업 만족도</li> <li>• 문화가 있는 날 기획사업 불만족 이유</li> </ul>
공감도 및 경제적 효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화가 있는 날 공감도</li> <li>• 문화가 있는 날 제도 개선해야 할 점</li> <li>• 문화향유 방식</li> <li>• 문화가 있는 날 비용 지불 수준</li> </ul>
문화가 있는 날 홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화정보를 접하는 매체</li> <li>• 매체 이용 주 시간대</li> <li>• 이용 빈도가 높은 모바일 서비스</li> <li>• 문화가 있는 날 홍보 채널 인지 및 접속 경험</li> <li>• 접속했던 문화가 있는 날 홍보 채널 종류</li> <li>• 문화가 있는 날 홍보 채널을 통한 행사 참여경험</li> <li>• 문화가 있는 날 홍보 채널에 대해 불만족한 이유</li> <li>• 문화가 있는 날 홍보 채널을 통해 얻고 싶은 정보</li> </ul>

## II. 표본 설계



### 1. 표본 설계

#### 1) 모집단

- 만 15세 이상 전국에 거주하는 일반 국민
  - 모집단 규모는 행정안전부의 주민등록인구통계 2022년 11월 자료를 기준으로 함
- 문화가 있는 날 인지도 조사의 일반 국민 모집단 현황은 「표 1-1-3」와 같음

【표 1-1-3】 문화가 있는 날 인지도 조사 모집단 현황

구분	남성						여성						총계
	15~19세	20대	30대	40대	50대	60대 이상	15~19세	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
서울	197,378	670,090	712,539	719,904	736,335	610,843	189,679	729,808	713,664	735,678	758,473	681,603	7,455,994
부산	67,568	206,203	204,389	250,287	266,267	260,832	63,778	192,863	193,685	245,694	279,055	292,903	2,523,524
대구	57,539	157,703	148,141	180,262	203,287	166,402	52,968	139,607	132,169	184,924	212,429	182,808	1,818,239
인천	69,167	197,751	209,902	246,957	254,467	205,675	65,394	181,596	194,291	234,538	255,197	210,215	2,325,150
광주	39,702	104,399	91,313	116,089	117,911	83,962	36,827	95,817	86,653	117,428	119,709	92,155	1,101,965
대전	37,116	107,658	98,781	113,254	119,549	94,809	34,583	97,483	89,196	114,289	119,603	100,882	1,127,203
울산	28,208	73,740	75,395	93,179	103,554	81,484	24,977	56,768	65,239	88,698	101,376	80,259	872,877
세종	10,472	19,838	29,894	38,141	26,954	17,555	10,567	18,699	31,309	37,991	24,382	17,811	283,613
경기	335,177	922,200	977,234	1,162,559	1,159,482	862,741	317,211	825,996	904,017	1,122,339	1,131,485	869,613	10,590,054
강원	35,308	96,054	85,034	110,492	135,643	133,074	32,180	74,891	75,555	106,199	126,950	132,914	1,144,294
충북	37,723	105,374	101,606	122,454	138,412	125,636	34,676	84,184	86,195	114,204	130,100	123,588	1,204,152
충남	51,171	128,748	137,334	173,943	181,098	157,087	47,491	103,265	116,683	153,037	159,814	153,678	1,563,349
전북	44,118	108,391	91,737	130,563	155,058	136,663	40,922	91,352	85,344	124,300	142,987	138,296	1,289,731
전남	41,734	104,755	90,868	132,082	168,062	148,729	38,592	82,241	82,051	116,240	143,605	143,081	1,292,040
경북	57,984	149,916	145,148	192,829	233,904	222,355	51,644	113,524	124,838	178,102	216,387	220,663	1,907,294
경남	81,572	192,970	192,170	267,453	295,031	254,359	73,404	151,589	173,191	253,549	280,965	255,794	2,472,047
제주	17,849	41,451	40,201	56,761	60,808	43,838	16,233	36,817	39,553	54,436	56,237	44,400	508,584
총계	1,209,786	3,387,241	3,431,686	4,107,209	4,355,822	3,606,044	1,131,126	3,076,500	3,193,633	3,981,646	4,258,754	3,740,663	39,480,110

## 2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

### 2) 표본 틀

- 온라인 패널

### 3) 층화 방법

- 층화 : 성별, 연령대, 거주지를 층화 변수로 하여 세분화함
  - 성별(2개 수준) : 남성, 여성
  - 연령대(6개 수준) : 15~19세, 20대, 30대, 40대, 50대, 60대
  - 거주지(17개 수준) : 서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종, 경기, 강원, 충북, 충남, 전북, 전남, 경북, 경남, 제주

### 4) 표본 설계

- 조사의 목표 크기는 7,000명으로 설정하고, 모집단 분포의 이질성을 고려하여 제곱근 비례배분을 통해 표본을 배분함
- 표본설계 내역은 「표 1-1-4」과 같음

[표 1-1-4] 문화가 있는 날 인지도 조사 표본설계 현황

구분	남성						여성						총계
	15~19세	20대	30대	40대	50대	60대	15~19세	20대	30대	40대	50대	60대	
서울	39	72	74	75	75	69	38	75	74	75	77	73	816
부산	23	40	40	44	45	45	22	39	39	44	46	48	475
대구	21	35	34	37	40	36	20	33	32	38	41	38	405
인천	23	39	40	44	44	40	22	37	39	43	44	40	455
광주	18	28	27	30	30	25	17	27	26	30	30	27	315
대전	17	29	28	30	30	27	16	27	26	30	30	28	318
울산	15	24	24	27	28	25	14	21	22	26	28	25	279
세종	9	12	15	17	14	12	9	12	16	17	14	12	159
경기	51	84	87	95	95	82	50	80	84	93	94	82	977
강원	17	27	26	29	32	32	16	24	24	29	31	32	319
충북	17	29	28	31	33	31	16	26	26	30	32	31	330
충남	20	32	33	37	37	35	19	28	30	34	35	34	374
전북	18	29	27	32	35	33	18	27	26	31	33	33	342
전남	18	28	27	32	36	34	17	25	25	30	33	33	338
경북	21	34	34	39	43	41	20	30	31	37	41	41	412
경남	25	39	39	46	48	44	24	34	37	44	47	44	471
제주	12	18	18	21	22	18	11	17	17	21	21	19	215
총계	364	599	601	666	687	629	349	562	574	652	677	640	7,000

## 5) 가중치 산출

## 가. 가중치

- 각 층에 대한 표본추출률의 역수를 곱하여 다음과 같이 설계가중치를 산출함

$$\text{설계가중치} = w_{hij} = \frac{N_{hij}}{n_{hij}}$$

- $N_{hij}$  :  $h$  성별,  $i$  연령대,  $j$  거주지 층의 모집단 수
- $n_{hij}$  :  $h$  성별,  $i$  연령대,  $j$  거주지 층의 할당된 표본 수
- $h$  : 성별 ( $h = ①$  남성,  $②$  여성)
- $i$  : 연령대 ( $i = ①$  15~19세,  $②$  20대  $③$  30대  $④$  40대  $⑤$  50대  $⑥$  60대 이상)
- $j$  : 거주지 ( $j = ①$  서울,  $②$  부산,  $③$  대구,  $④$  인천  $⑤$  광주  $⑥$  대전 ...  $⑦$  제주)

- 본 조사에서 층별 할당된 표본과 조사된 표본의 표본 수가 다를 경우 무응답에 대한 표본의 무응답 조정을 위해 가중치를 조정함

$$\text{무응답 조정 가중치} = \frac{n_{hij}}{r_{hij}}$$

- $n_{hij}$  :  $h$  성별,  $i$  연령대,  $j$  거주지 층의 할당된 표본 수
- $r_{hij}$  :  $h$  성별,  $i$  연령대,  $j$  거주지 층 내 조사된 표본 수

- 최종가중치는 설계가중치 및 무응답 조정 가중치를 곱하여 계산함

$$\text{최종가중치} = w^*_{hij} = \frac{N_{hij}}{n_{hij}} \times \frac{n_{hij}}{r_{hij}}$$

### Ⅲ. 표본 현황



#### 1. 응답자 특성

|표 1-1-5| 응답자 특성 ①

구분		사례수(명)	%
전체		(7,000)	100.0
성별	남성	(3,564)	50.9
	여성	(3,436)	49.1
연령	10대	(414)	5.9
	20대	(1,148)	16.4
	30대	(1,172)	16.7
	40대	(1,438)	20.5
	50대	(1,526)	21.8
	60대	(1,302)	18.6
거주권	특별/광역시	(3,054)	43.6
	비광역시	(3,946)	56.4
권역	수도권	(3,613)	51.6
	충청권	(741)	10.6
	경상권	(1,699)	24.3
	전라권	(652)	9.3
	강원/제주권	(295)	4.2
지역	서울	(1,323)	18.9
	부산	(447)	6.4
	대구	(322)	4.6
	인천	(411)	5.9
	광주	(196)	2.8
	대전	(200)	2.9
	울산	(155)	2.2
	세종	(51)	0.7
	경기	(1,879)	26.8
	강원	(204)	2.9
	충북	(214)	3.1
	충남	(276)	3.9
	전북	(227)	3.2
	전남	(229)	3.3
	경북	(338)	4.8
	경남	(437)	6.2
제주	(91)	1.3	
직업	화이트칼라	(3,150)	45.0
	블루칼라	(641)	9.2
	전업주부	(1,044)	14.9
	자영업	(527)	7.5
	학생	(737)	10.5
	무직	(549)	7.8
	기타	(352)	5.0

|표 1-1-6| 응답자 특성 ②

구분		사례수(명)	%
전체		(7,000)	100.0
학력 수준	중학교 졸업 이하	(172)	2.5
	고등학교 재학/졸업	(1,582)	22.6
	대학교 재학/졸업 이상	(5,246)	74.9
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	34.8
	300~500만원 미만	(2,117)	30.2
	500~700만원 미만	(1,196)	17.1
	700~1,000만원 미만	(833)	11.9
	1,000만원 이상	(420)	6.0
문날 인지	인지자	(4,634)	66.2
	비인지자	(2,366)	33.8
프로그램 참여경험	경험 있음	(2,803)	40.0
	경험 없음	(4,197)	60.0
문날 채널인지	인지	(3,098)	44.3
	비인지	(3,902)	55.7



# 제2장

## 조사결과 요약

- I. 문화가 있는 날 인지도
- II. 문화가 있는 날 프로그램 참여율
- III. 문화가 있는 날 만족도 및 기획사업
- IV. 문화가 있는 날 공감도 및 평가
- V. 문화가 있는 날 홍보 채널
- VI. 결론 및 제언

전체

인지도 : 66.2%   프로그램 참여율 : 60.5%   프로그램 만족도 : 81.8%

서울

70.3%  
 65.1%  
 80.0%

경기

64.5%  
 59.4%  
 83.3%

강원

**61.3%**  
 56.2%  
 80.9%



인천

66.5%  
 59.5%  
 79.2%

세종

65.0%  
 57.3%  
**76.7%**

충북

66.3%  
 60.8%  
 82.7%

경북

68.7%  
 56.1%  
 83.5%

전북

63.9%  
**67.1%**  
 78.3%

충남

68.2%  
 57.7%  
 77.1%

대전

65.1%  
 55.6%  
**88.5%**

대구

67.2%  
 62.8%  
 81.8%

전남

62.0%  
 58.4%  
 81.0%

광주

64.6%  
 58.5%  
 84.3%

부산

65.5%  
 64.9%  
 83.6%

울산

**76.5%**  
 60.4%  
 84.3%

제주

63.7%  
 63.3%  
 87.5%

경남

61.7%  
**51.9%**  
 80.9%

## 1. 문화가 있는 날 인지도

테마

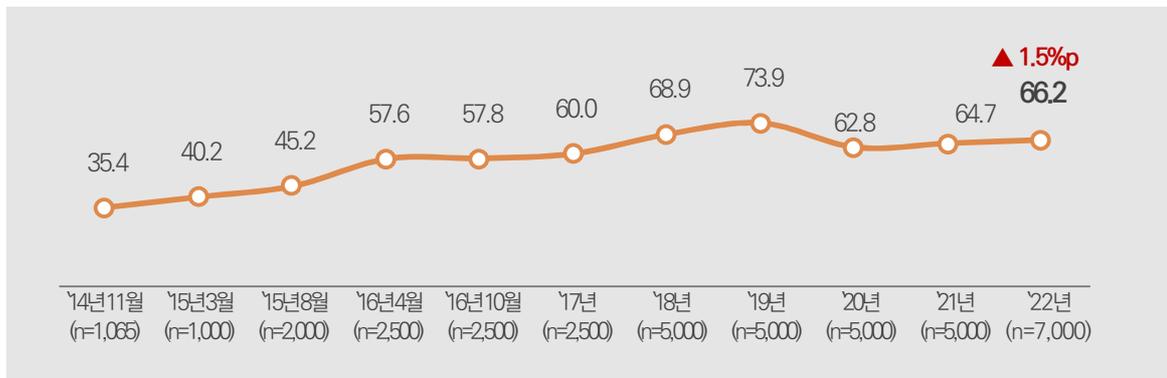
### 1. 문화가 있는 날 인지도 연도별 변화

문화가 있는 날 인지도는 66.2%, 전년 대비 1.5%p 상승함.

- 국민 10명 중 약 7명은 문화가 있는 날을 알고 있는 것으로 나타남.
- 인지자 중 '내용까지' 정확하게 아는 비율은 23.5%로 나타남.

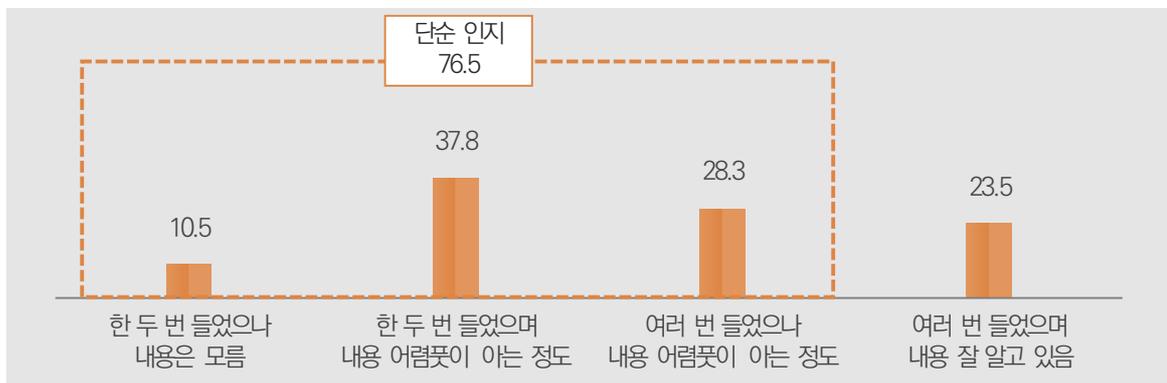
[그림 2-1-1] 문화가 있는 날 인지도 연도별 추이

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



[그림 2-1-2] 문화가 있는 날 세부 인지도 수준

(Base=문화가 있는 날 인지자, n=4,634, 단위 : %)



## 2. 문화가 있는 날 인지도\_인지자 특성

● 문화가 있는 날 인지자는 여성, 20대, 수도권, 화이트칼라, 학생에서 높게 나타남.

- 문화가 있는 날 인지자 특성을 살펴보면 여성(72.7%), 20대(82.8%), 수도권(66.8%)의 인지 비율이 높게 나타남.
- 사회 경제적 요인으로 화이트칼라(71.2%), 학생(66.0%), 문화 관심 높음(70.3%), 문화가 있는 날 홍보 채널 인지(87.6%)에서 높게 나타남.

[그림 2-1-3] 인구통계 요인에 따른 인지 비율

(단위 : %)



[그림 2-1-4] 사회·경제적 요인에 따른 인지 비율

(단위 : %)



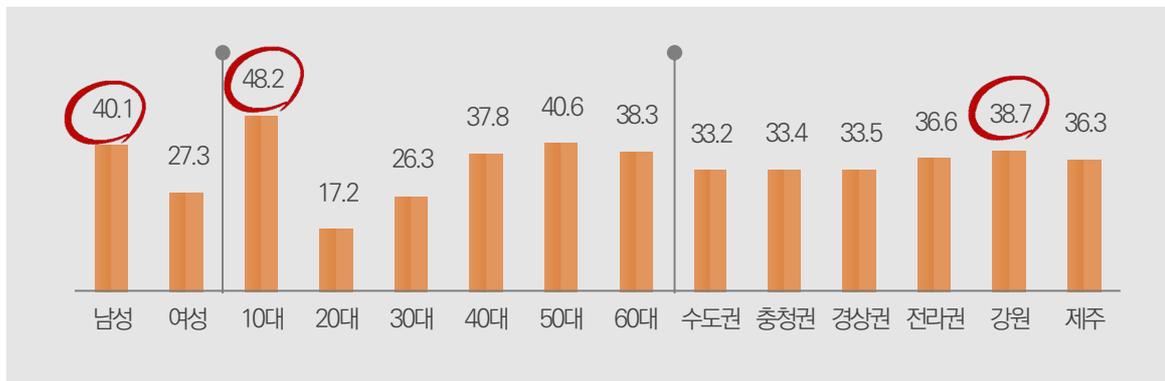
## 3. 문화가 있는 날 인지도\_비인지자 특성

문화가 있는 날 비인지자는 남성, 10대 및 40대 이상, 강원권, 블루칼라, 자영업에서 높게 나타남.

- 문화가 있는 날 비인지자 특성을 살펴보면 남성(40.1%), 10대(48.2%), 강원권(38.7%)의 비인지 비율이 높게 나타남.
  - 문화가 있는 날 혜택의 주요 이용자인 성인의 경우 연령이 높을수록 비인지 비율이 높아짐. 특히, 20대~30대, 40대~60대의 인지율 차이가 큰 것으로 나타남.
- 사회 경제적 요인으로 블루칼라(45.6%), 자영업(42.1%), 문화 관심 낮음(52.8%), 문화가 있는 날 홍보 채널 비인지(50.8%)가 높게 나타남.

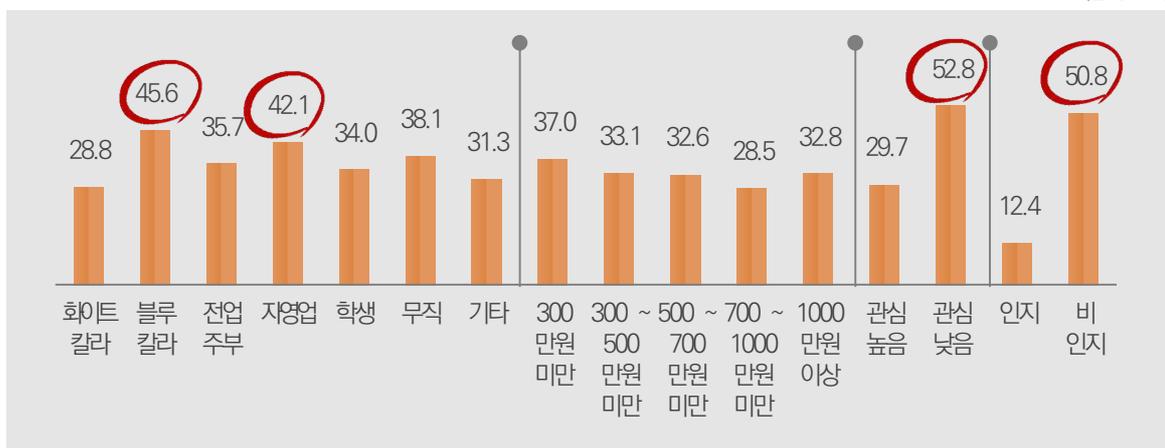
[그림 2-1-5] 인구통계 요인에 따른 비인지 비율

(단위 : %)



[그림 2-1-6] 사회·경제적 요인에 따른 비인지 비율

(단위 : %)



#### 4. 문화가 있는 날 인식(이미지)

● 문화가 있는 날 인식(이미지)은 '문화할인(59.6%), '일상 속 문화향유 기회 확대 권장'(18.2%) 순으로 나타남

[그림 2-1-기] 문화가 있는 날 인식(이미지)

(Base=문화가 있는 날 인지자, n=4,634, 단위 : %)



- (1순위) 문화가 있는 날 인식(이미지)은 '문화할인 서비스'(59.6%), '일상 속 문화향유 기회 확대를 권장하는 사업'(18.2%), '문화 활동 참여 기회를 제공하는 사업'(13.0%) '다양한 유형의 문화예술을 골고루 발전시키기 위한 사업'(6.0%) 등의 순으로 나타남.
- (1+2순위) 문화가 있는 날 인식(이미지)은 '문화할인 서비스'(71.4%), '일상 속 문화향유 기회 확대를 권장하는 사업'(46.3%), '문화 활동 참여 기회를 제공하는 사업'(41.8%) '다양한 유형의 문화예술을 골고루 발전시키기 위한 사업'(19.8%) 등의 순으로 나타남.

## 5. 문화가 있는 날 주요 인지 경로

문화가 있는 날 주요 인지 경로는 '주변 사람'(30.6%)을 통하는 경우가 많은 것으로 나타남.

- 문화가 있는 날의 주요 인지 경로는 '주변 사람을 통해'(30.6%), '언론 보도를 통해'(19.5%), 'SNS를 통해'(11.5%) 등의 순으로 나타남.
  - 연령이 높아질수록 '언론 보도'를 통한 인지 경로가 높아지는 경향이 나타남.
  - 반면, 10대~30대의 경우, '주변 사람', 'SNS'를 통한 인지 경로가 높게 나타남.
  - '언론 보도'의 경우, 전년 대비 8.7%가 감소하였으며 '주변 사람'의 경우 5.5%가 상승함.

[그림 2-1-8] 문화가 있는 날 주요 인지 경로 '22-'21년

(Base=문화가 있는 날 인지자, n=4,634, 단위 : %)



[표 2-1-1] 문화가 있는 날 주요 인지 경로

※ 3순위까지 제시

(Base=문화가 있는 날 인지자, n=4,634, 단위 : %)

구분		주변사람을 통해	언론 보도를 통해	SNS를 통해
전체		30.6	19.5	11.5
성별	남성	27.9	23.1	11.2
	여성	33.0	16.4	11.7
연령대	10대	34.9	7.8	21.3
	20대	35.3	9.4	19.0
	30대	28.9	13.9	11.6
	40대	29.0	20.1	8.6
	50대	30.0	25.4	8.3
	60대 이상	28.4	33.1	6.5

[표 2-1-2] 연도별 문화가 있는 날 주요 인지 경로 비교

※ 2020년은 중복응답

구분	주변 사람	언론 보도	SNS	포털사이트 참여
2022년	30.6	19.5	11.5	10.6
2021년	25.1	28.2	13.8	15.5
2020년	39.9	45.0	23.3	44.7

## II. 문화가 있는 날 프로그램 참여율

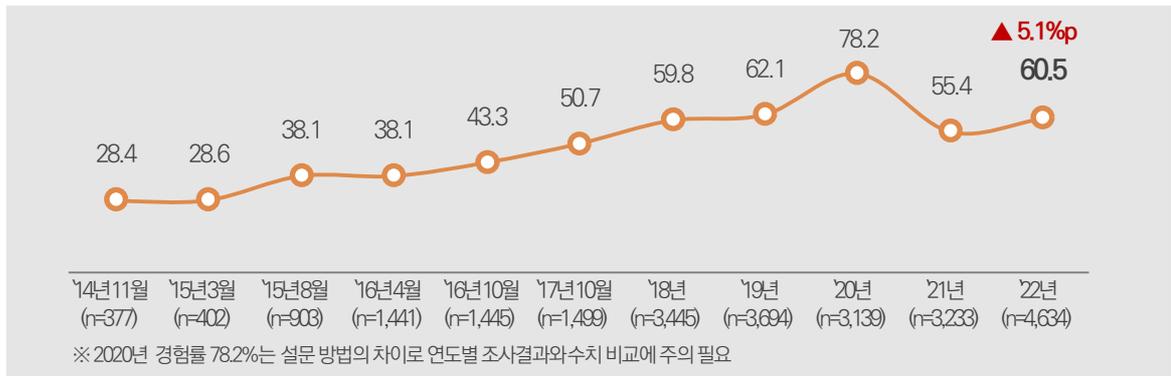
### 1. 문화가 있는 날 참여율 연도별 변화

문화가 있는 날 프로그램 참여율은 60.5%, 전년 대비 5.1%p 상승함.

- 문화가 있는 날 참여율은 인지자 기준 60.5%로 나타남.
  - 전체 7,000명, 응답자 기준 40.0%
- 성별 중 여성(61.7%), 연령별 20대(71.3%)의 참여율이 상대적으로 높게 나타남.

[그림 2-1-9] 문화가 있는 날 참여율 연도별 변화

(Base=문화가 있는 날 인지자, n=4,634, 단위 : %)



[표 2-1-3] 연도별 문화가 있는 날 참여프로그램 비교

※ 2020년은 단일응답 문항, 직접적인 비교 불가

구분	영화 관람	공연관람	박물관 전시 관람	공연 행사 참여	고궁 문화재 관람	도서관 대출 권수 2배 대출	지역 문화예술 문화 프로그램	스포츠 관람
2022년	75.4	22.4	22.2	15.7	13.6	13.6	10.9	10.3
2021년	72.4	24.1	21.8	18.0	16.6	19.5	12.0	13.3
2020년	74.5	16.7	17.7	5.4	12.2	10.4	4.8	11.9

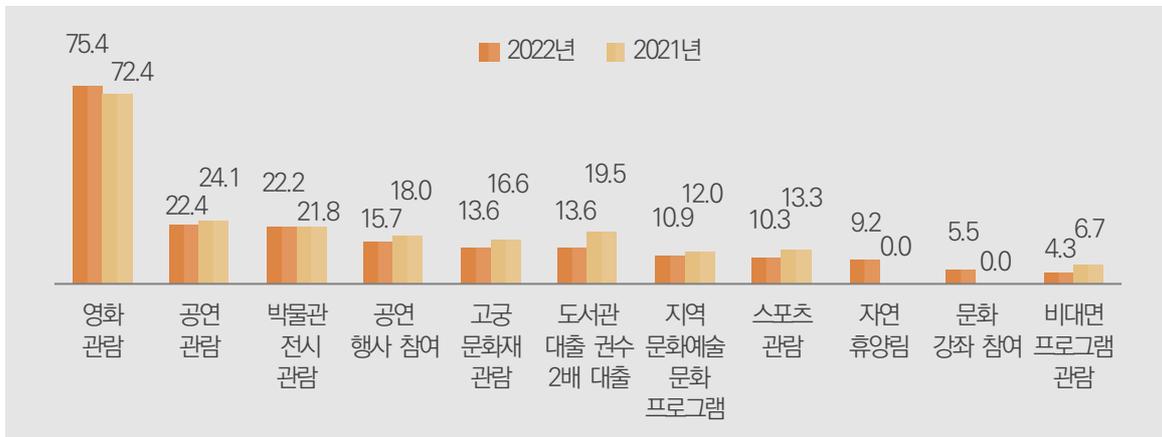
## 2. 문화가 있는 날 참여프로그램

문화가 있는 날 참여프로그램은 '영화 관람'(75.4%)이 가장 높게 나타남.

- 문화가 있는 날 참여프로그램은 '영화 관람'(75.4%), '공연 관람'(22.4%), '박물관·미술관 전시·관람'(22.2%) 등의 순으로 나타남.
- 응답자 특성에 관계없이 '영화 관람'의 비율이 가장 높게 나타남.
- 60대 연령층은 '박물관·미술관 전시·관람', '고궁에서 문화재 관람' 응답이 상대적으로 높게 나타남.

[그림 2-1-10] 문화가 있는 날 참여프로그램

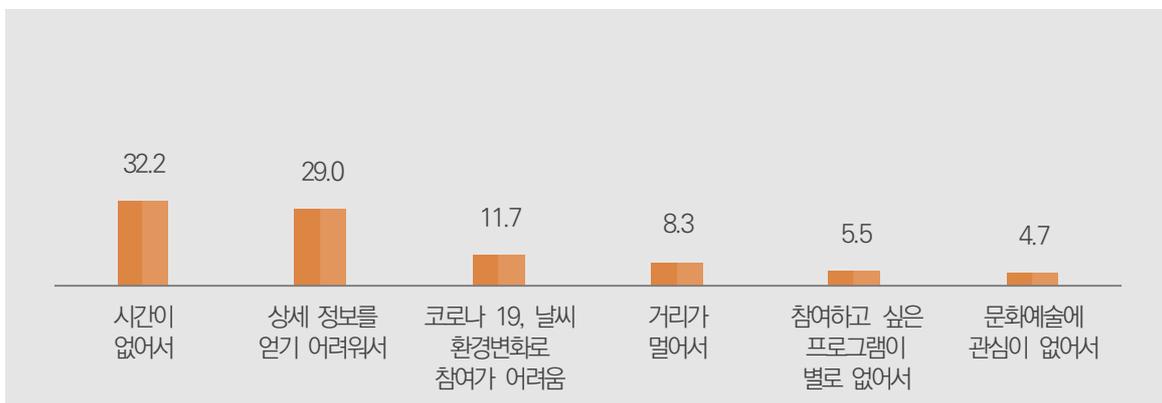
(Base=문화가 있는 날 인지자 중 참여자, n=2,803, 단위 : %)



- 문화가 있는 날 프로그램에 참여하지 못하는 이유는 '시간이 없어서'(32.2%), '상세 정보를 얻기 어려워서'(29.0%) 등의 순으로 나타남.

[그림 2-1-11] 문화가 있는 날 프로그램 참여하지 못하는 이유 1순위

(Base=문화가 있는 날 프로그램 미참여자, n=4,197, 단위 : %)



### 3. 문화가 있는 날 참여 의향 프로그램

● 참여 의향 프로그램 중 '영화 관람'이 가장 높게 나타남.

- 문화가 있는 날 참여 의향 프로그램으로 '영화 관람'(54.3%), '공연 관람'(49.0%), '박물관·미술관 전시·관람'(20.1%), '스포츠관람'(18.7%) 등의 순으로 나타남.

[그림 2-1-12] 문화가 있는 날 참여 의향 프로그램

(Base=문화가 있는 날 프로그램 미참여자, n=4,197, 단위 : %)



- '영화 관람'에 대한 선호가 전반적으로 높으며, '공연 관람'의 경우, 성별 여성, 연령별 30~50대, 직업별 화이트칼라, 전업주부에서 높게 나타남.

[그림 2-1-13] 인구통계 요인에 따른 참여 의향 프로그램 - 공연 관람

(Base=문화가 있는 날 프로그램 공연 관람 응답자, 단위 : %)



### Ⅲ. 문화가 있는 날 만족도 및 기획사업

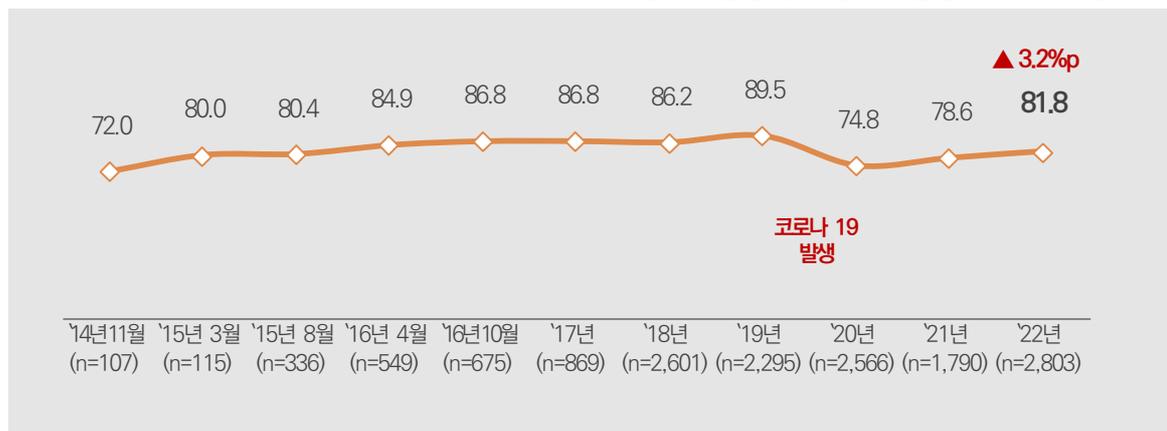
#### 1. 문화가 있는 날 연도별 만족도 변화

문화가 있는 날 프로그램 만족 비율은 81.8%, 전년 대비 3.2%p 상승함.

- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 코로나 19 이후, 80.0%p 대로 진입함.
- 상반기부터 시작된 실외 마스크 해제 등 거리두기 완화로 인해 즐길 수 있는 프로그램이 증가하고 참여율도 상승함에 따라 만족도가 점차 회복되는 것으로 파악됨.
  - 지역별 대전(88.5%), 제주(87.5%), 울산(84.3%), 광주(84.3%), 부산(83.6%) 순으로 나타남.

|그림 2-1-14| 문화가 있는 날 연도별 만족도 변화

(Base=문화가 있는 날 인지자 중 프로그램 참여자, n=2,803, 단위 : %)



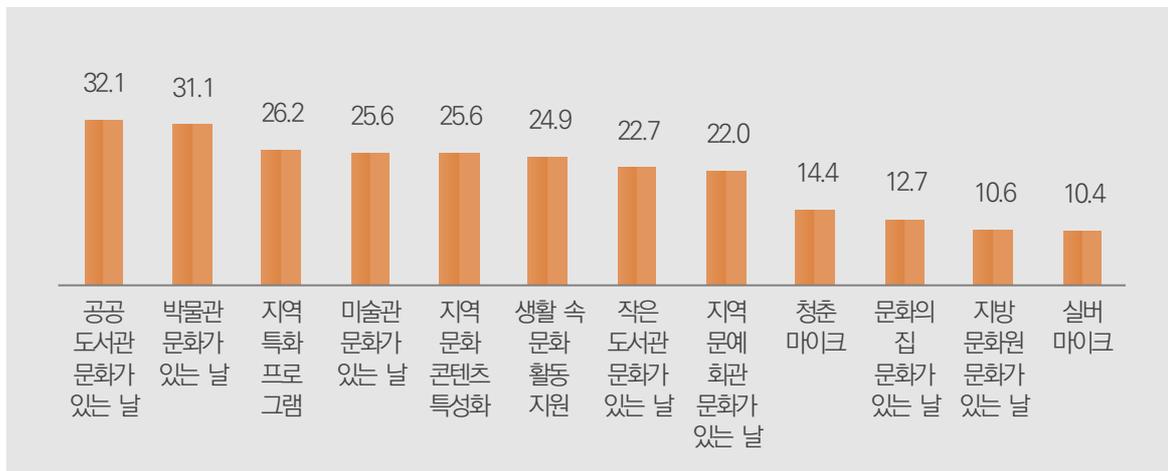
## 2. 문화가 있는 날 기획사업 참여율

● 문화가 있는 날 기획사업 참여율은 39.5%로 나타났으며, 기획사업 프로그램 중 '공공도서관 문화가 있는 날'이 32.1%로 가장 높게 나타남.

- 기획사업 참여경험이 있는 비율은 39.5%로 나타남. (참여경험 없음 : 60.5%)
- 참여율은 '공공도서관'(32.1%), '박물관'(31.1%), '지역 특화프로그램'(26.2%) 등의 순으로 나타남.

[그림 2-1-15] 문화가 있는 날 기획사업 참여율

(Base=기획사업 참여 경험자, n=2,762, 단위 : %)



- 기획사업 만족도의 경우, '박물관'(72.3점), '미술관'(72.2점), '공공도서관'(71.9점) 등의 순으로 나타남.

[그림 2-1-16] 문화가 있는 날 기획사업 만족도

(Base=기획사업 참여 경험자, n=2,762, 단위 : 점)



- 문화가 있는 날 기획사업의 불만족 사례는 전반적으로 많지 않음 (40 표본 이하)
- 상세한 기획사업 프로그램 정보 제공을 통해 참여와 관심을 높일 필요가 있음.

## IV. 문화가 있는 날 공감도 및 평가

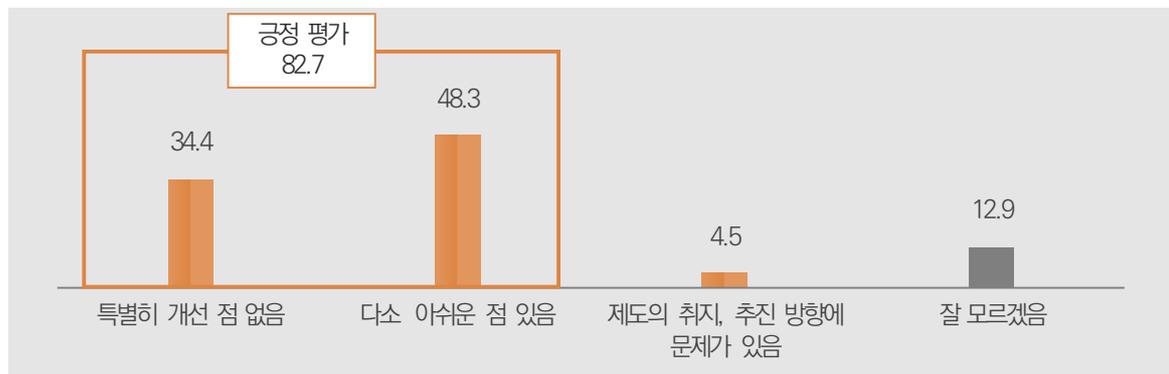
### 1. 문화가 있는 날 공감도 및 평가

문화가 있는 날 정책에 대하여 긍정적 평가는 82.7%로 매우 높게 나타남.

- 문화가 있는 날 정책 공감도에서 '다소 아쉬운 점 있음'이 48.3%로 가장 높게 나타났으며, '특별히 개선 점 없음'(34.4%), '잘 모르겠음'(12.9%), '제도의 취지, 추진 방향에 문제가 있음'(4.5%) 순으로 나타남.

[그림 2-1-17] 문화가 있는 날 정책 공감도

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



[표 2-1-4] 연도별 문화가 있는 날 정책 공감도

구분	특별히 개선 점 없음	다소 아쉬운 점 있음	제도의 취지나 추진 방향에 문제가 있음	잘 모르겠음
2022년	34.4	48.3	4.5	12.9
2021년	30.2	50.4	5.1	14.3
2020년	33.4	49.9	4.7	12.0

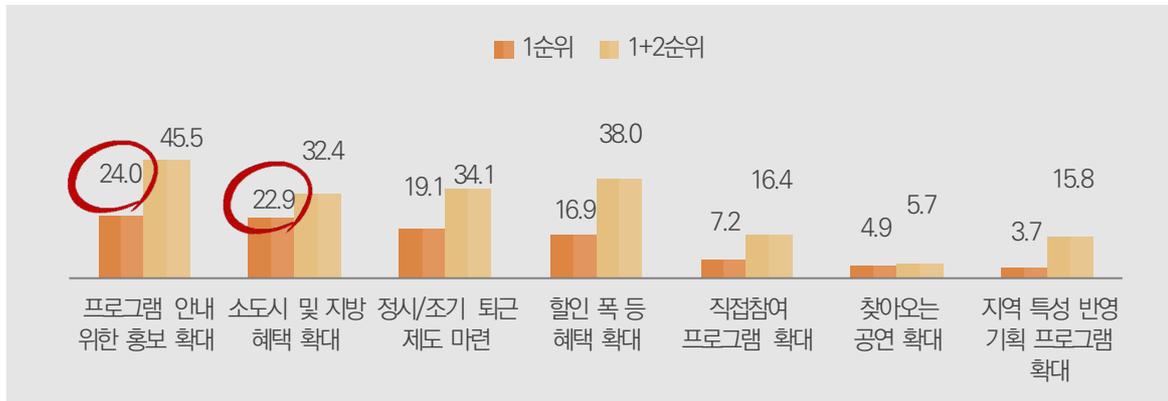
## 2. 문화가 있는 날 제도 개선사항

● 문화가 있는 날 제도 개선사항으로 '홍보 확대', '소도시 및 지방 혜택 확대'가 높게 나타남.

- 문화가 있는 날 제도 개선사항 중 '프로그램 안내를 위한 홍보 확대'가 24.0%로 가장 높게 나타났으며, '소도시 및 지방 혜택 확대'(22.9%), '정시/조기 퇴근 제도 마련'(19.1%) 등의 순으로 나타남.
  - 상대적으로 문화 프로그램이 적고 인프라가 부족한 소도시 및 지방을 대상으로 문화를 즐길 수 있는 프로그램과 다양한 혜택을 개발하고 적극적으로 홍보하여 문화 정책 수혜의 불균형을 보완할 필요가 있음

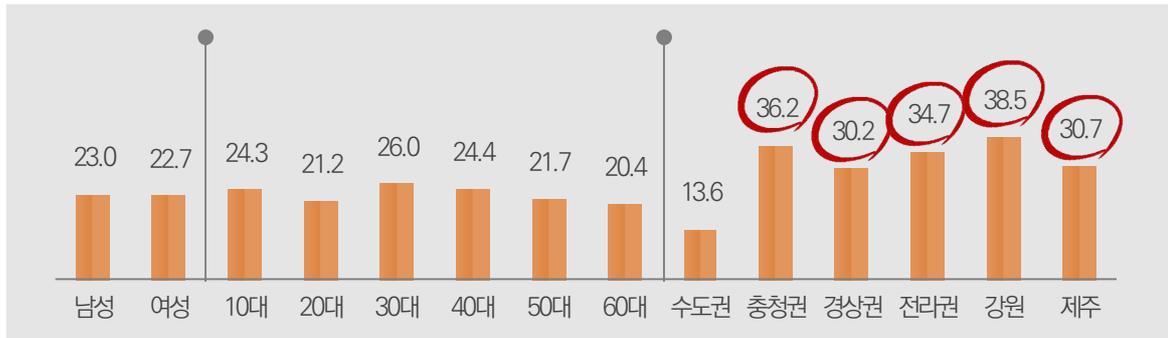
[그림 2-1-18] 문화가 있는 날 제도 개선사항

(Base=문화가 있는 날 개선이 필요 응답자, n=4,591, 단위 : %)



[그림 2-1-19] 인구통계 요인에 따른 제도 개선사항 - 소도시 및 지방 혜택 확대

(Base=문화가 있는 날 개선사항 중 '소도시 및 지방 혜택 확대' 응답자, 단위 : %)



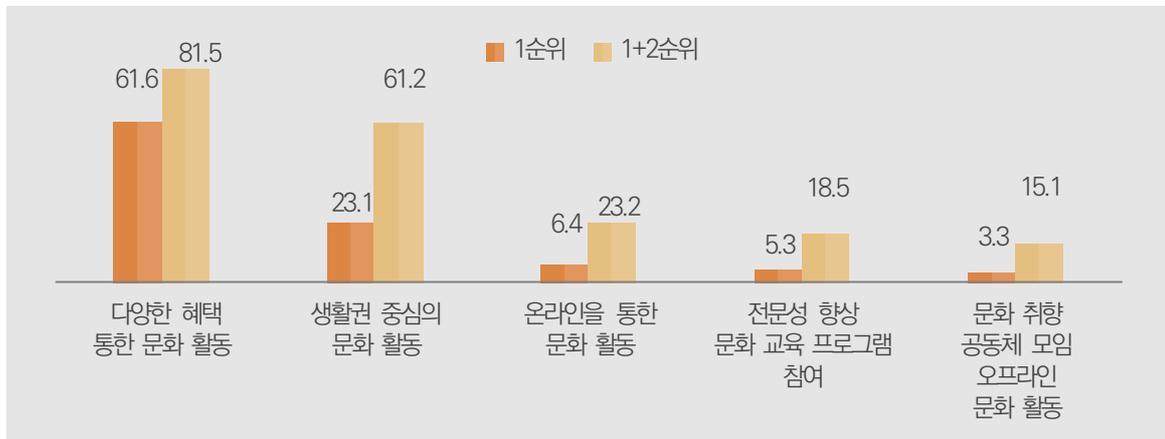
### 3. 국민 문화향유 방식

선호하는 문화향유 방식으로 '다양한 혜택을 통한 문화 활동', '생활권 중심의 문화 활동'이 높게 나타남.

- '다양한 혜택을 통한 문화 활동'이 81.5%로 가장 높게 나타남.
- '생활권 중심의 문화 활동'은 타 연령대에 비해 20대~40대에서 높게 나타남.
- 문화예술 관심 정도 등 문화 활동을 활발하게 하지 못하는 응답자가 '생활권 중심 문화 활동', '전문성 향상문화 프로그램 참여' 선호가 상대적으로 높게 나타남.

[그림 2-1-20] 국민 문화향유 방식

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



[표 2-1-5] 선호하는 문화향유 방식 1+2순위

※ 기타값 제외

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)

구분		다양한 혜택 통한 문화 활동	생활권 중심의 문화 활동	온라인을 통한 문화 활동	전문성 향상 문화 교육 프로그램 참여	문화 취향 공동체 모임 오프라인 문화 활동
<b>전체</b>		<b>81.5</b>	<b>61.2</b>	<b>23.2</b>	<b>18.5</b>	<b>15.1</b>
성별	남성	77.8	63.0	25.0	18.1	15.6
	여성	85.4	59.3	21.4	18.9	14.5
연령대	10대	78.8	58.9	27.3	18.9	15.7
	20대	79.3	62.3	24.9	18.7	14.4
	30대	80.5	68.2	22.0	17.8	11.0
	40대	83.6	65.5	21.1	16.4	12.3
	50대	81.8	56.4	24.3	20.1	16.9
	60대	82.6	55.4	22.5	19.2	19.9

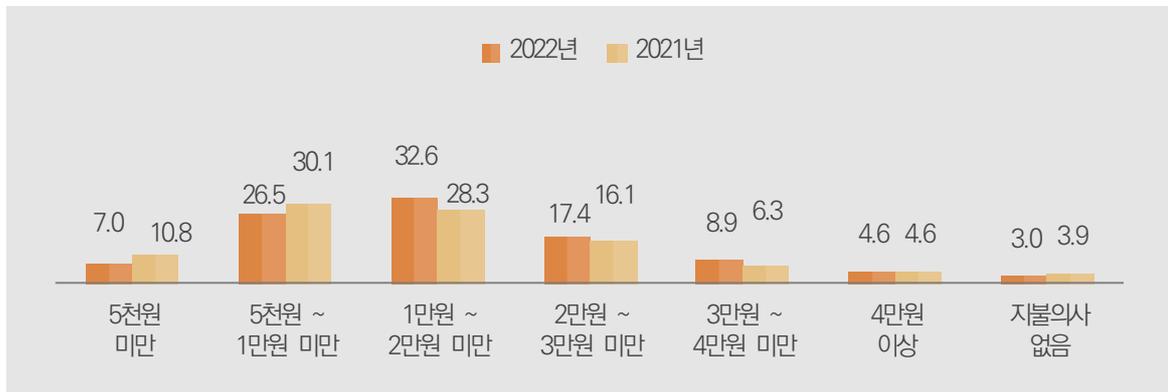
#### 4. 문화가 있는 날 지불 의향 금액 비교

● 문화가 있는 날 지불 의향 금액은 전년 대비 '1~4만원 미만' 비율이 상승함.

- '1~2만원 미만'이 32.6%로 가장 높고, 다음으로 '5천원 ~ 1만원 미만'(26.5%), '2~3만원 미만'(17.4%) 등의 순으로 나타남.
- 20대, 40대, 50대의 지불가능 금액 '2~3만원'이 상대적으로 높게 나타남.

**|그림 2-1-21|** 문화가 있는 날 지불 의향 금액 비교 '22-'21년

(Base=전체 n=7,000, 단위 : %)



**|표 2-1-6|** 문화가 있는 날 지불 의향 금액 비교 '22-'20년

※ 지불의사 없음 제외

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)

구분	5천원 미만	5~1만원 미만	1~2만원 미만	2~3만원 미만	3~4만원 미마	4만원 이상
2022년	7.0	26.5	32.6	17.4	8.9	4.6
2021년	10.8	30.1	28.3	16.1	6.3	4.6
2020년	9.8	29.3	32.2	18.1	6.3	4.1

## V. 문화가 있는 날 홍보 채널

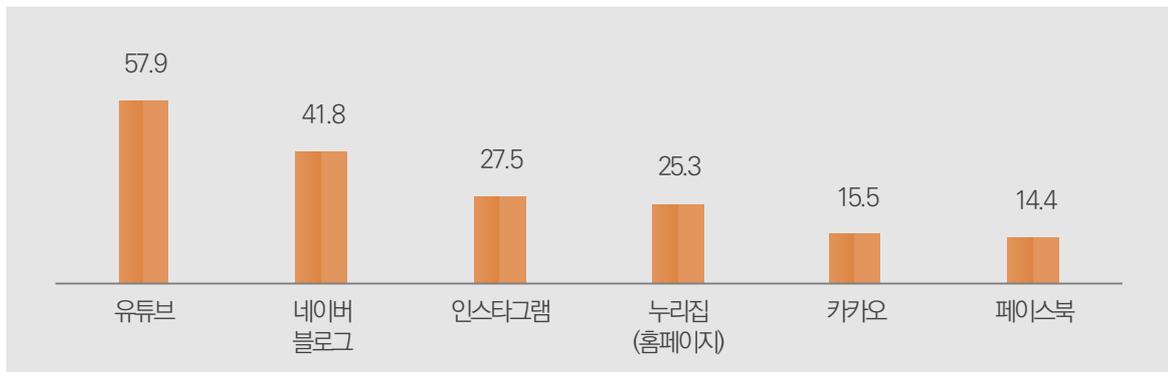
### 1. 홍보 채널 접속 경험 및 이용 채널

문화가 있는 날 홍보 채널 인지도는 44.3%, 접속 경험률은 10.3%로 나타남.

- 문화가 있는 날 홍보 채널 인지도 : 44.3% (접속 경험 있다 : 10.3% + 알고 있지만 접속 경험 없다 : 34.0%)
- 문화가 있는 날 홍보 채널 접속 경험은 10.3%이며 주로 접속 경험이 있는 채널은 '유튜브'가 57.9%로 가장 높게 나타남.
- 홍보 채널에 대한 만족 비율은 71.7%로 나타남.

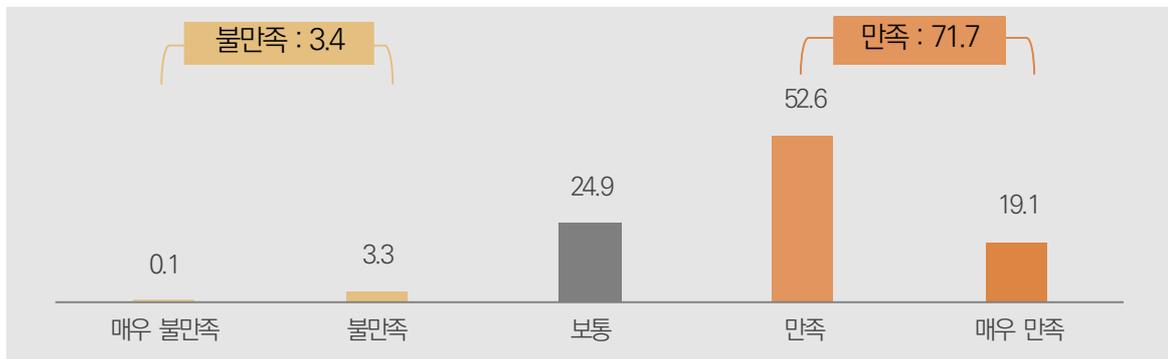
[그림 2-1-22] 접속 홍보 채널

(Base=채널 접속 경험자, n=718, 단위 : %)



[그림 2-1-23] 홍보 채널 만족도

(Base=채널 접속 경험자, n=718, 단위 : %)



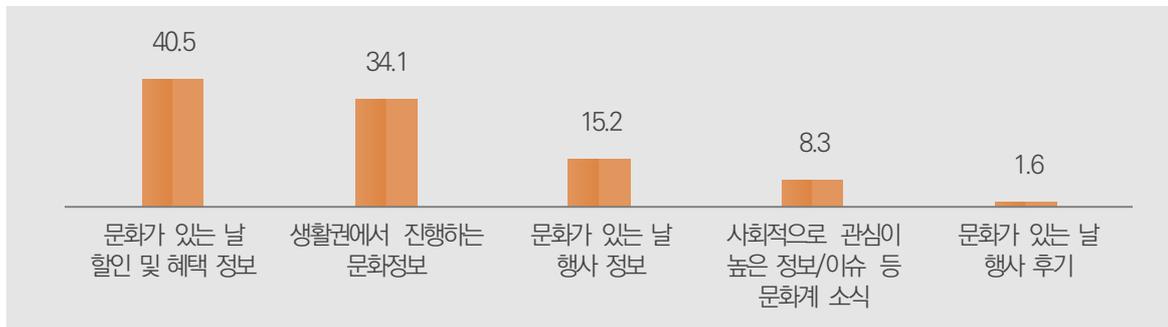
## 2. 홍보 채널을 통해 알고 싶은 정보

60대를 제외한 연령층은 '문화가 있는 날 할인 및 혜택 정보' 응답이 높게 나타남.

- '할인 및 혜택 정보' 응답이 40.5%로 가장 높고, '생활권에서 진행되는 문화정보'(34.1%), '문화가 있는 날 행사정보'(15.2%) 등의 순으로 나타남.
- 연령별 40대 이상은 '생활권에서 진행되는 문화정보' 응답이 상대적으로 높게 나타남.

[그림 2-1-24] 홍보 채널을 통해 알고 싶은 정보

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



## 3. 주 이용 정보 매체

'TV', '포털사이트'는 40~60대, '동영상 플랫폼', 'SNS'는 10~30대에서 높게 나타남.

- 주 이용 정보 매체에서 'TV'(58.3%)가 가장 높게 나타났으며, '포털사이트'(39.6%), '동영상 플랫폼'(25.2%) 등의 순으로 나타남.
- 30대 이하는 게시형 SNS, 동영상 플랫폼 등 뉴미디어 매체 이용 비율이 상대적으로 높음.

[그림 2-1-25] 주 이용 정보 매체

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



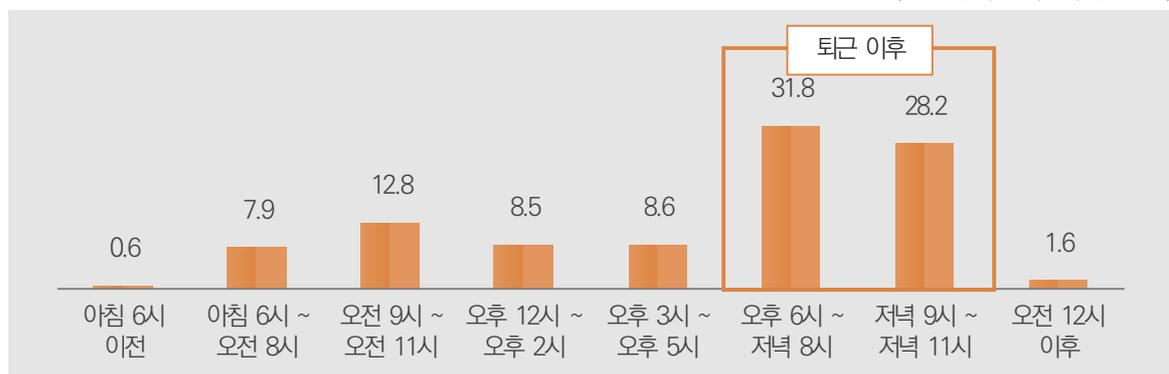
## 4. 매체 이용 주 시간대

이용 정보 매체의 주 시간대는 '퇴근 시간 이후(오후 6시 ~ 저녁 11시)'로 나타남.

- 매체 이용 주 시간대는 '오후 6시 ~ 저녁 8시'가 31.8%로 가장 높고, '저녁 9시 ~ 저녁 11시'가 28.2%로 나타남.

[그림 2-1-26] 매체 이용 주 시간대

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



## 5. 주 이용 모바일 서비스

주 이용 모바일 서비스는 응답자 특성과 관계없이 '유튜브' 응답이 가장 높게 나타남.

- 주 이용 모바일 서비스에서 '유튜브' 응답이 73.6%로 가장 높게 나타남.
- 주 이용 모바일 서비스 중 '인스타그램'은 10~30대, '네이버 블로그'는 30~60대, '틱톡'은 10대에서 높게 나타남.

[그림 2-1-27] 주 이용 모바일 서비스

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



## VI. 결론 및 제언

### 1. 조사결과 발견사항

#### '문화가 있는 날' 인지도 점차 상승 중, 적극적 제도 홍보 방안 마련 필요

- 올해 '문화가 있는 날' 인지도는 **66.2%**로 2021년도 대비 1.5%p 상승함  
상반기 거리 두기 해제로 인해 문화 활동을 포함한 외부 활동이 증가하여 인지도 상승에 영향을 준 것으로 보임.
- 그러나 국민의 체감 활동 증가율 대비 인지도 상승률의 폭이 크지 않음.  
문화가 있는 날 정책의 인지도를 코로나 19 상황 이전 수준까지 높이기 위해서는 **대중매체 및 주 이용 매체**를 통해 혜택 및 브랜드에 대한 **홍보를 정기적으로 진행할** 필요 있음.

#### 세대별, 계층별 등 홍보 대상에 따른 맞춤형 홍보 방안 추진

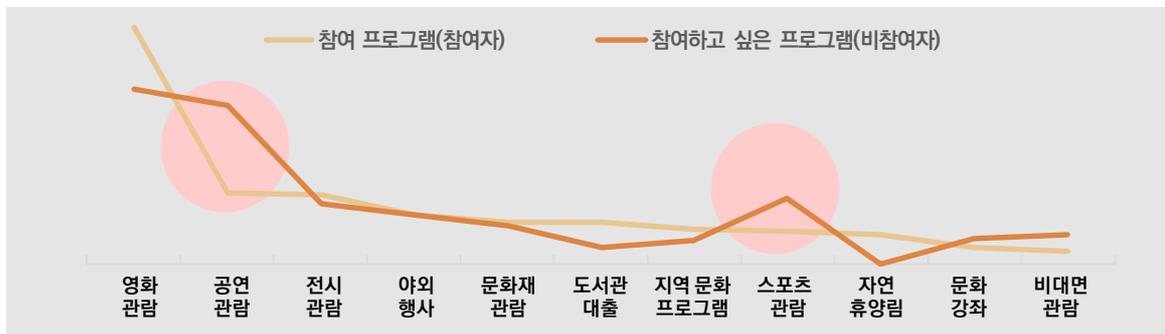
- 현재 '문화가 있는 날' 인지 경로는 '주변 사람'인 경우가 많음. 대중매체, 인터넷 등 적극적인 방법으로 문화가 있는 날을 홍보하여 다양한 문화정보와 혜택을 인지하도록 할 필요 있음.
- 홍보 주요 대상 : 비인지 비율이 높은 계층
  - 10대 (비인지율: 48.2%)  
→ 코로나 19 이후 문화 활동에 새롭게 진입한 연령대, 자발적 문화 활동이 부족한 연령대
  - 40대 이상 장년 노년층  
→ 문화에 관한 관심이 낮고 활동에 적극적이지 않은 세대
  - 블루칼라(비인지율: 45.6%), 자영업(비인지율: 42.1%)  
→ 평소에 문화에 관심이 낮고 문화 활동에 참여할 시간적인 여유가 없는 계층

구분	연령				직업		학력수준		
	10대	40대	50대	60대	블루칼라	자영업	중졸 이하	고졸 이하	대학 이상
비인지	48.2	37.8	40.6	38.3	45.6	42.1	52.6	46.8	29.3
인지	51.8	62.2	59.4	61.7	54.4	57.9	47.4	53.2	70.7

- 홍보 방법 및 매체 고려
  - TV(공중파/IPTV) → 40대 이상 장년/노년층의 매체 이용률이 높음
  - 게시형 SNS(인스타그램, 페이스북) / 동영상 플랫폼(유튜브 등) → 30대 이하 청년, 청소년의 매체 이용률이 높음

‘문화가 있는 날’ 비참여자 요구를 수용한 프로그램 혜택 확대

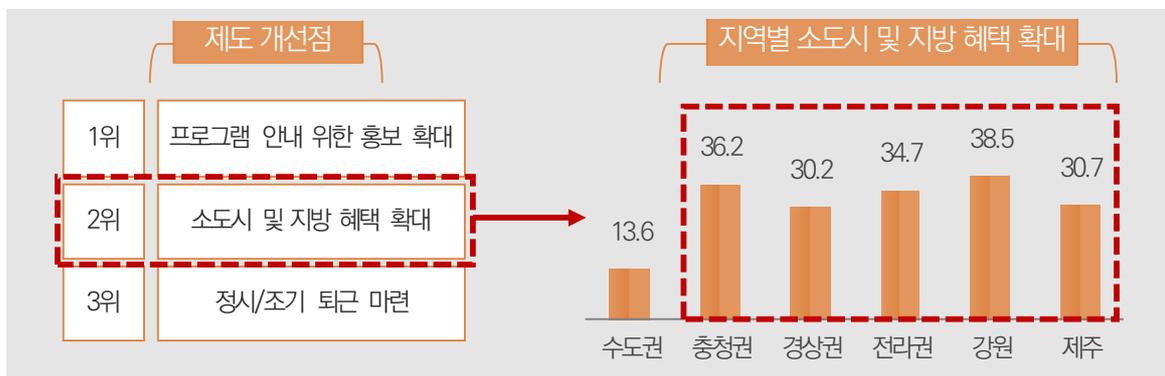
- 참여자의 문화가 있는 날 프로그램별 참여율과 미참여자의 참여 의향이 있는 프로그램의 경향은 비슷하게 나타남.
- 단, ‘공연 관람’, ‘스포츠 관람’ 부분은 비참여자의 선호 비율이 높게 나타나고 있음.
- 다양한 프로그램과 혜택이 제공되고 있음에도 활용하지 못하는 원인을 파악할 필요가 있음.
- 무료, 할인 혜택뿐만 아니라, **참여 가능 시간, 혜택 범위, 콘텐츠의 질과 양**으로 고려하여 비참여자의 요구를 충족시킬 수 있는 구체적인 방안을 마련할 필요가 있음.



지방/소도시 거주자의 문화 참여 기회 확대를 위한 특화프로그램 개발/지원

- 문화 관련 프로그램 및 문화 관련 시설이 도시를 중심으로 운영되고 있기 때문에 지방/소도시의 문화가 있는 날 인지도 및 참여율이 낮은 경향이 있음.
- 지역특화 프로그램 및 다양한 문화 프로그램을 진행하여 지방 및 소도시 거주자가 문화가 있는 날 혜택을 활용하여 문화를 즐길 기회를 확대할 필요가 있음.

※ 문화가 있는 날 제도 개선사항 3위까지 제시



## 2. 문화가 있는 날 인지도 조사 설계 및 문항 개선 의견

### 1) 조사대상 연령대 변경

#### ▶ 청소년(만15세~만18세) 조사대상 제외

- 청소년은 하루의 대부분 학교에서 보내기 때문에 문화향유 측면에서 부모님, 학교, 선생님과 같은 외부 요소에 의해 문화 활동을 하고 있으며 연령의 특성상 주체적인 문화 활동에 한계가 있음. 문화가 있는 날 프로그램의 주된 대상이 아닌 경우가 많음. 또한, 청소년을 대상으로 하는 문화 혜택과 사업은 교육부의 사업과 중복되는 측면이 있음.
- 따라서 본 조사인 문화가 있는 날의 주요 조사대상으로 적합한지 검토할 필요가 있음. 실제 조사결과에서도 문화가 있는 날의 인지도가 다른 세대 대비 낮은 수준임.

인지율	2022년	2021년	2020년
전체 연령	66.2%	64.7%	62.8%
<b>15~19세 연령</b>	<b>51.8%</b>	<b>56.5%</b>	<b>51.1%</b>
GAP	-14.4%p	-8.2%p	-11.7%p

### 2) 문화가 있는 날 ‘기획사업’ 프로그램 문항 검토

#### ▶ 기획사업에 대한 인지/만족 평가 삭제 및 변경 검토 필요

- 문화가 있는 날 ‘기획사업’은 지역별, 대상별, 프로그램별로 사업의 대상과 수준의 차이가 큰 편이며 특정 집단, 지역을 대상으로 하는 프로그램이 다수이기 때문에 소수의 응답이 표집되어 결과의 대표성에 한계가 있음.
- 온라인 조사의 한계로 인해 제시할 수 있는 기획사업의 정보의 양이 제한되고 있으며 프로그램에 따라서는 명칭만을 보고 혼동하여 응답하는 경우도 있는 것으로 추측됨.
  - 예를 들어, ‘생활 속 문화 활동 지원’의 경우, 2022년에 실시한 신규사업이지만 해당 프로그램 참여율을 보았을 때, 실제 참여한 인원과 맞지 않은 경우가 발생함.
- 따라서 기획사업은 현재처럼 참여자의 평가뿐만 아니라 비참여자를 대상으로 선호 프로그램, 정책 방향 등에 대한 의견을 수렴할 수 있도록 문항 개선 필요가 있음.

### 3) 조사대상 시점 기준 제시

#### ▶ 지난 1년 (2023년 1월 1일 ~ 2023년 12월 31일)

- 현재 조사는 문화가 있는 날 참여 여부에 대한 문항에서 조사대상 시점을 특정하지 않고 있음. 일반적으로 응답자는 가장 최근의 경험을 기준으로 응답하는 것으로 볼 수 있으나 응답자에 따라서는 과거 참여경험을 포함하여 응답해도 통제가 되지 않는 상황임
- 본 조사는 연간 조사결과를 비교하여 사업의 성과를 측정하는 것이 주요한 목적이기 때문에 사업의 성과를 명확히 측정하기 위하여 조사 주기를 고려하여 지난 1년의 기간과 날짜를 정확하게 제시하여 데이터의 정확성을 높이는 것을 제안함.

# 제3장

## 조사결과 분석

01절 전체 조사결과 분석

02절 지역별 주요 조사결과 분석



01절

전체

조사결과 분석



# 1. 문화가 있는 날 인지도 및 만족도

## 1. 문화가 있는 날 인지도

- 문화가 있는 날에 대해서 '들어본 적이 있다'라는 66.2%로 '들어본 적이 없다'(33.8%)보다 높게 나타남.
  - 성별 여성(72.7%), 연령별 20대(82.8%), 직업별 화이트칼라(71.2%), 학력 수준별 대학교 이상(70.7%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(71.5%)에서 '들어본 적 있다'가 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(68.4%), 권역별 수도권(66.8%), 지역별 울산(76.5%)에서 '들어본 적 있다'가 높게 나타남.

[그림 3-1-1] 문화가 있는 날 인지도

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



[표 3-1-1] 문화가 있는 날 인지도

(Base=전체, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	들어본 적 있다 (%)	들어본 적 없다 (%)
<b>전체</b>	<b>(7,000)</b>	<b>66.2</b>	<b>33.8</b>
성별	남성 (3,564)	59.9	40.1
	여성 (3,436)	72.7	27.3
연령대	15~19세 (414)	51.8	48.2
	20대 (1,148)	82.8	17.2
	30대 (1,172)	73.7	26.3
	40대 (1,438)	62.2	37.8
	50대 (1,526)	59.4	40.6
	60대 이상 (1,302)	61.7	38.3
직업	화이트칼라 (3,150)	71.2	28.8
	블루칼라 (641)	54.4	45.6
	전업주부 (1,044)	64.3	35.7
	자영업 (527)	57.9	42.1
	학생 (737)	66.0	34.0
	무직 (549)	61.9	38.1
	기타 (352)	68.7	31.3

**|표 3-1-2| 문화가 있는 날 인지도**

(Base=전체, 단위 : %)

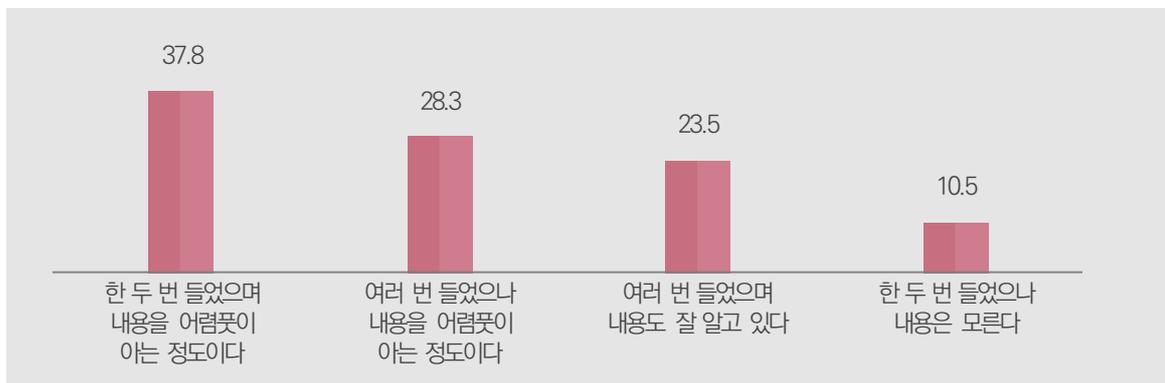
구분		사례수 (명)	들어본 적 있다	들어본 적 없다
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>66.2</b>	<b>33.8</b>
거주권	특별/광역시	(3,054)	68.4	31.6
	비광역시	(3,946)	64.5	35.5
권역	수도권	(3,613)	66.8	33.2
	충청권	(741)	66.6	33.4
	경상권	(1,699)	66.5	33.5
	전라권	(652)	63.4	36.6
	강원/제주권	(295)	62.1	37.9
	지역	서울	(1,323)	70.3
	부산	(447)	65.5	34.5
	대구	(322)	67.2	32.8
	인천	(411)	66.5	33.5
	광주	(196)	64.6	35.4
	대전	(200)	65.1	34.9
	울산	(155)	76.5	23.5
	세종	(51)	65.0	35.0
	경기	(1,879)	64.5	35.5
	강원	(204)	61.3	38.7
	충북	(214)	66.3	33.7
	충남	(276)	68.2	31.8
	전북	(227)	63.9	36.1
	전남	(229)	62.0	38.0
	경북	(338)	68.7	31.3
	경남	(437)	61.7	38.3
	제주	(91)	63.7	36.3
학력 수준	중졸 이하	(172)	47.4	52.6
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	53.2	46.8
	대학교 이상	(5,246)	70.7	29.3
가구소득	300만원 미만	(2,433)	63.0	37.0
	300~500만원 미만	(2,117)	66.9	33.1
	500~700만원 미만	(1,196)	67.4	32.6
	700~1,000만원 미만	(833)	71.5	28.5
	1,000만원 이상	(420)	67.2	32.8
문화예술 관심수준	관심 높음	(5,763)	70.3	29.7
	관심 낮음	(1,237)	47.2	52.8

## 2. 문화가 있는 날 세부 인지 수준

- 문화가 있는 날 세부 인지 수준으로는 '한두 번 들었으며, 내용을 어렵듯이 아는 정도'가 37.8%로 가장 높고, 다음으로는 '여러 번 들었으나 내용을 어렵듯이 아는 정도(28.3%)', '여러 번 들었으며 내용도 잘 알고 있음(23.5%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(41.0%), 연령별 15~19세(47.1%), 직업별 자영업(47.9%), 학력 수준별 중졸 이하(46.3%), 가구소득별 300~500만원 미만(40.2%)에서 '한두 번 들었으며 내용을 어렵듯이 아는 정도'가 높게 나타남.
  - 거주권별 비광역시(39.2%), 권역별 경상권(42.3%), 지역별 제주(45.9%)에서 '한두 번 들었으며 내용을 어렵듯이 아는 정도'가 높게 나타남.

[그림 3-1-2] 문화가 있는 날 세부 인지 수준

(Base=문화가 있는 날 인지자, n=4,634, 단위 : %)



[표 3-1-3] 문화가 있는 날 세부 인지 수준

(Base=문화가 있는 날 인지자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	한두 번 들었으며 내용을 어렵듯이 아는 정도	여러 번 들었으나 내용을 어렵듯이 아는 정도	여러 번 들었으며 내용도 잘 알고 있음	한두 번 들었으나 내용은 모름	
<b>전체</b>	<b>(4,634)</b>	<b>37.8</b>	<b>28.3</b>	<b>23.5</b>	<b>10.5</b>	
성별	남성	(2,135)	41.0	28.2	19.6	11.2
	여성	(2,499)	35.0	28.4	26.8	9.8
연령대	15~19세	(214)	47.1	18.9	13.6	20.4
	20대	(950)	29.2	35.1	26.9	8.8
	30대	(864)	33.0	30.4	27.1	9.5
	40대	(895)	40.2	27.2	22.3	10.3
	50대	(907)	41.6	24.2	22.1	12.1
	60대 이상	(804)	43.6	26.3	20.8	9.3
직업	화이트칼라	(2,241)	34.4	31.2	26.2	8.2
	블루칼라	(349)	44.7	24.6	15.2	15.4
	전업주부	(671)	42.1	24.0	22.5	11.4
	자영업	(306)	47.9	20.6	18.1	13.4
	학생	(486)	37.6	31.1	19.1	12.2
	무직	(340)	35.5	26.0	26.3	12.2
기타	(242)	38.4	25.7	23.6	12.2	

[표 3-1-4] 문화가 있는 날 세부 인지 수준

(Base=문화가 있는 날 인지자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	한두 번 들었으며 내용을 어렴풋이 아는 정도	여러 번 들었으나 내용을 어렴풋이 아는 정도	여러 번 들었으며 내용도 잘 알고 있음	한두 번 들었으나 내용은 모름
<b>전체</b>		<b>(4,634)</b>	<b>37.8</b>	<b>28.3</b>	<b>23.5</b>	<b>10.5</b>
거주권	특별/광역시	(2,087)	36.1	28.9	25.3	9.8
	비광역시	(2,547)	39.2	27.8	21.9	11.0
권역	수도권	(2,415)	35.7	29.5	25.8	9.1
	충청권	(494)	37.8	27.6	21.8	12.7
	경상권	(1,130)	42.3	25.9	20.2	11.7
	전라권	(413)	37.8	28.5	21.8	11.9
	강원/제주권	(183)	37.7	28.8	21.2	12.4
	지역	서울	(930)	34.2	28.5	28.5
	부산	(293)	42.1	25.3	22.8	9.8
	대구	(216)	40.7	25.8	22.6	11.0
	인천	(273)	35.8	29.0	25.3	9.8
	광주	(127)	32.5	35.6	19.7	12.1
	대전	(130)	28.4	37.8	23.0	10.8
	울산	(119)	39.9	28.6	20.4	11.1
	세종	(33)	35.7	27.4	24.5	12.4
	경기	(1,212)	36.8	30.3	23.8	9.0
	강원	(125)	33.9	30.3	22.6	13.2
	충북	(142)	39.4	25.4	20.0	15.2
	충남	(188)	43.5	22.3	21.9	12.3
	전북	(145)	40.5	26.0	24.0	9.5
	전남	(142)	39.7	24.9	21.4	14.0
	경북	(232)	43.9	24.7	17.9	13.6
	경남	(270)	43.4	26.5	17.2	12.9
	제주	(58)	45.9	25.5	18.1	10.6
학력 수준	중졸 이하	(82)	46.3	18.4	12.0	23.4
	고등학생 재학/졸업	(842)	44.6	23.5	15.2	16.8
	대학교 이상	(3,711)	36.1	29.6	25.6	8.8
가구소득	300만원 미만	(1,533)	35.9	27.6	22.1	14.4
	300~500만원 미만	(1,416)	40.2	30.4	20.4	9.0
	500~700만원 미만	(806)	39.4	27.0	25.6	8.1
	700~1,000만원 미만	(596)	37.5	27.7	26.3	8.5
	1,000만원 이상	(283)	32.4	26.2	33.9	7.5
문화예술 관심수준	관심 높음	(4,051)	37.0	28.6	25.1	9.3
	관심 낮음	(584)	43.3	26.0	12.0	18.7

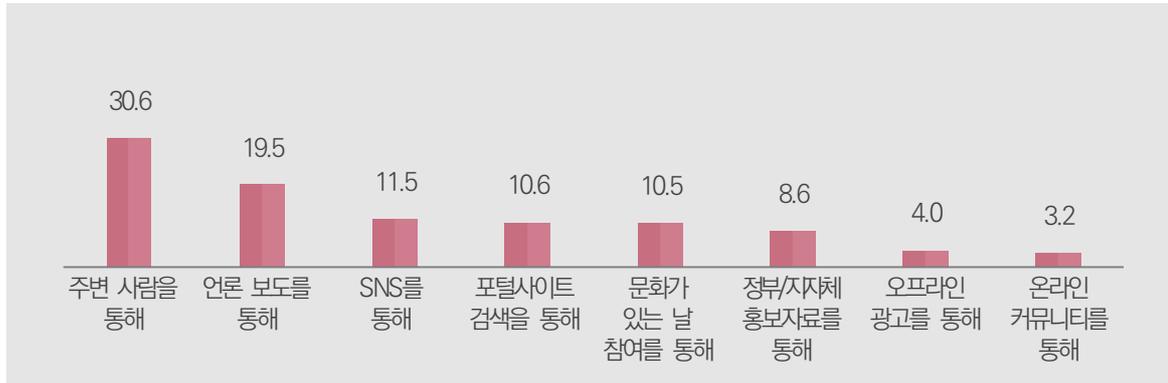
### 3. 문화가 있는 날 인지 경로

- 문화가 있는 날 인지 경로는 ‘주변 사람들을 통해’가 30.6%로 가장 높고, 다음으로는 ‘언론 보도를 통해(19.5%)’, ‘SNS를 통해(11.5%)’ 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(33.0%), 연령별 20대(35.3%), 직업별 학생(36.7%), 학력 수준별 중졸 이하(41.2%), 가구소득별 300~500만원 미만(31.2%)에서 ‘주변 사람을 통해’가 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(31.6%), 권역별 충청권(31.7%), 지역별 충남(34.4%)에서 ‘주변 사람을 통해’가 높게 나타남.

[그림 3-1-3] 문화가 있는 날 인지 경로

※ 기타값 생략함.

(Base=문화가 있는 날 인지자, n=4,634, 단위 : %)



[표 3-1-5] 문화가 있는 날 인지 경로

(Base=문화가 있는 날 인지자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	주변 사람	언론 보도	SNS	포털 사이트	문화가 있는 날 행사	정부/지자체	오프라인 광고	온라인 커뮤니티	기타
<b>전체</b>	<b>(4,634)</b>	<b>30.6</b>	<b>19.5</b>	<b>11.5</b>	<b>10.6</b>	<b>10.5</b>	<b>8.6</b>	<b>4.0</b>	<b>3.2</b>	<b>1.5</b>
성별	남성 (2,135)	27.9	23.1	11.2	11.7	7.9	9.9	4.2	2.8	1.3
	여성 (2,499)	33.0	16.4	11.7	9.7	12.7	7.5	3.8	3.6	1.7
연령대	15~19세 (214)	34.9	7.8	21.3	5.4	9.0	8.1	7.4	1.5	4.4
	20대 (950)	35.3	9.4	19.0	7.3	13.4	6.4	5.0	2.2	2.0
	30대 (864)	28.9	13.9	11.6	10.6	13.1	10.0	5.3	5.6	1.1
	40대 (895)	29.0	20.1	8.6	13.2	9.8	9.7	2.8	4.7	2.0
	50대 (907)	30.0	25.4	8.3	12.3	9.1	7.7	3.9	2.5	0.9
	60대 이상 (804)	28.4	33.1	6.5	11.2	6.9	9.7	2.0	1.3	0.9
직업	화이트칼라 (2,241)	29.4	19.1	10.9	11.3	11.6	9.0	3.8	3.7	1.2
	블루칼라 (349)	26.2	23.4	11.0	14.5	7.9	11.7	3.9	1.1	0.3
	전업주부 (671)	35.5	20.3	7.6	10.7	9.6	7.2	4.4	3.0	1.6
	자영업 (306)	27.8	26.8	11.8	11.5	6.4	8.5	2.5	3.8	0.8
	학생 (486)	36.7	8.0	21.6	6.0	9.8	5.4	6.9	2.3	3.4
	무직 (340)	29.8	23.3	11.8	9.3	12.3	6.3	3.5	3.6	0.3
	기타 (242)	27.5	24.1	6.5	8.5	9.4	14.2	2.2	2.9	4.7

표 3-1-6 문화가 있는 날 인지 경로

(Base=문화가 있는 날 인지자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	주변 사람	언론 보도	SNS	포털 사이트	문화가 있는 날 행사	정부/ 지자체	오프라인 광고	온라인 커뮤니티	기타
<b>전체</b>		<b>(4,634)</b>	<b>30.6</b>	<b>19.5</b>	<b>11.5</b>	<b>10.6</b>	<b>10.5</b>	<b>8.6</b>	<b>4.0</b>	<b>3.2</b>	<b>1.5</b>
거주권	특별/광역시	(2,087)	31.6	18.6	12.4	10.0	11.6	7.3	3.9	3.1	1.5
	비광역시	(2,547)	29.9	20.2	10.7	11.1	9.5	9.6	4.2	3.3	1.6
권역	수도권	(2,415)	31.3	18.2	11.7	10.6	11.0	7.4	4.4	3.7	1.7
	충청권	(494)	31.7	21.0	10.5	9.5	10.7	10.6	2.8	2.4	0.9
	경상권	(1,130)	30.3	20.9	11.4	11.0	9.5	9.1	4.0	2.3	1.5
	전라권	(413)	28.4	21.7	11.2	10.8	10.3	10.1	3.3	3.3	0.9
	강원/제주권	(183)	26.3	18.8	11.3	11.8	8.7	12.2	4.8	3.8	2.1
지역	서울	(930)	32.7	16.6	12.9	10.1	13.2	5.7	3.2	4.0	1.6
	부산	(293)	32.8	18.6	14.6	11.2	8.0	8.1	3.6	1.5	1.6
	대구	(216)	33.5	18.2	8.3	10.8	12.5	8.2	5.3	2.8	0.4
	인천	(273)	27.1	21.3	13.3	9.6	10.6	7.8	5.9	3.2	1.3
	광주	(127)	31.5	21.2	10.9	6.7	10.9	8.9	4.0	4.9	1.0
	대전	(130)	31.4	20.4	10.9	12.0	10.8	9.8	2.4	0.5	1.8
	울산	(119)	26.5	23.4	11.9	7.6	10.9	10.7	3.7	2.2	3.2
	세종	(33)	26.6	20.7	11.1	7.3	16.1	11.3	0.8	5.0	1.2
	경기	(1,212)	31.1	18.6	10.5	11.1	9.4	8.6	4.9	3.7	2.0
	강원	(125)	26.5	20.1	11.8	11.4	9.4	10.1	4.3	4.6	1.9
	충북	(142)	29.5	22.9	10.5	7.2	8.5	13.2	3.7	3.9	0.7
	충남	(188)	34.4	20.2	10.0	9.8	11.3	9.1	2.7	2.1	0.4
	전북	(145)	26.5	22.3	11.0	12.7	10.7	10.8	2.1	3.1	0.9
	전남	(142)	27.7	21.5	11.5	12.4	9.5	10.5	3.9	2.1	1.0
	경북	(232)	29.0	24.2	9.5	12.5	8.5	10.0	2.9	2.6	0.8
	경남	(270)	27.9	21.5	12.0	11.2	8.9	9.6	4.4	2.5	1.9
제주	(58)	26.1	16.2	10.2	12.7	7.3	16.7	6.0	2.2	2.6	
학력 수준	중졸 이하	(82)	41.2	11.8	21.7	9.5	4.4	3.2	5.4	1.4	1.5
	고등학생 재학/졸업	(842)	33.8	22.5	12.4	8.9	6.7	7.6	4.4	1.9	1.9
	대학교 이상	(3,711)	29.7	19.0	11.0	11.0	11.4	9.0	3.9	3.5	1.5
가구소득	300만원 미만	(1,533)	31.0	17.8	14.0	10.4	9.8	7.9	4.4	2.7	2.0
	300~500만원 미만	(1,416)	31.2	20.4	9.6	10.9	10.5	8.2	4.1	3.8	1.4
	500~700만원 미만	(806)	30.6	21.9	9.6	11.7	9.6	8.2	4.0	2.8	1.5
	700~1,000만원 미만	(596)	29.0	21.4	9.1	10.1	10.9	11.2	3.4	3.5	1.2
	1,000만원 이상	(283)	29.2	12.9	17.0	8.3	15.3	10.1	3.2	3.8	0.1
문화예술 관심수준	관심 높음	(4,051)	30.1	19.1	11.7	11.0	10.8	8.9	4.0	2.7	1.5
	관심 낮음	(584)	34.1	21.8	9.7	7.7	7.8	6.3	4.3	6.6	1.6

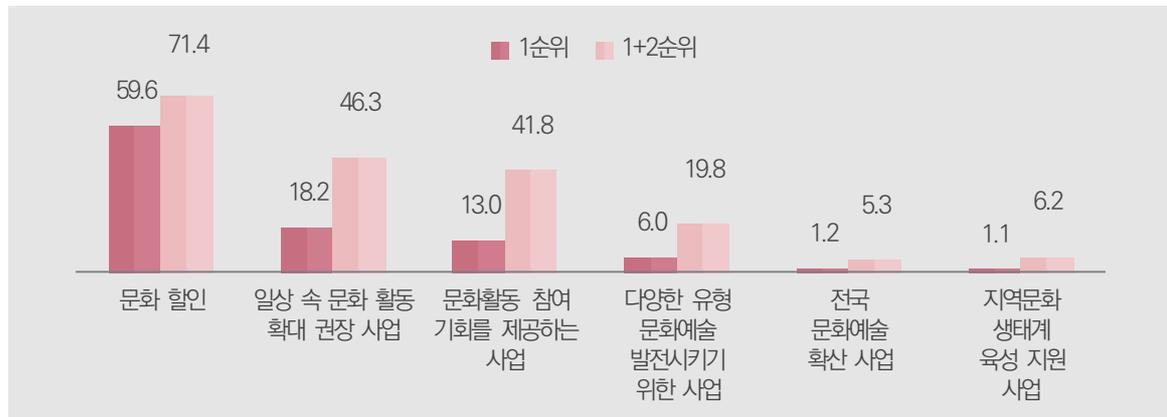
#### 4. 문화가 있는 날 인식(이미지)

- (1순위) 문화가 있는 날 인식(이미지)는 '문화할인'이 59.6%로 가장 높고, 다음으로는 '일상 속 문화 활동 확대 권장 사업(18.2%)', '문화 활동 참여 기회를 제공하는 사업(13.0%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(59.8%), 연령별 20대(72.6%), 직업별 학생(74.9%), 학력 수준별 대학교 이상(60.2%), 가구소득별 300만원 미만(63.3%)에서 '문화할인'이 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(59.9%), 권역별 수도권(63.0%), 지역별 세종(69.4%)에서 '문화할인'이 높게 나타남.
- (1+2순위) 문화가 있는 날 인식(이미지)는 '문화할인'이 71.4%로 가장 높고, 다음으로는 '일상 속 문화 활동 확대 권장 사업(46.3%)', '문화 활동 참여 기회를 제공하는 사업(41.8%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(71.8%), 연령별 20대(80.5%), 직업별 학생(80.9%), 학력 수준별 대학교 이상(72.2%), 가구소득별 300만원 미만(74.4%)에서 '문화할인'이 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(71.6%), 권역별 수도권(75.0%), 지역별 세종(78.7%)에서 '문화할인'이 높게 나타남.

[그림 3-1-4] 문화가 있는 날 인식(이미지)

※ 일부 그래프 생략함.

(Base=문화가 있는 날 인지자, n=4,634, 단위 : %)



[표 3-1-7] 문화가 있는 날 인식(이미지) 1순위 ①

(Base=문화가 있는 날 인지도, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	문화할인 서비스	일상 속 문화향유 기회 확대 권장 사업	문화활동 참여 기회를 제공 사업	다양한 유형의 문화예술 발전을 위한 사업
<b>전체</b>		<b>(4,634)</b>	<b>59.6</b>	<b>18.2</b>	<b>13.0</b>	<b>6.0</b>
성별	남성	(2,135)	59.3	17.6	13.4	5.5
	여성	(2,499)	59.8	18.7	12.6	6.5
연령대	15~19세	(214)	71.9	7.2	12.7	3.1
	20대	(950)	72.6	8.9	10.6	5.0
	30대	(864)	63.5	16.3	13.1	3.2
	40대	(895)	56.1	20.3	14.6	5.4
	50대	(907)	52.8	23.5	12.2	9.4
	60대 이상	(804)	48.2	25.7	14.7	7.8
직업	화이트칼라	(2,241)	59.4	19.4	11.8	6.4
	블루칼라	(349)	56.6	16.1	14.6	7.0
	전업주부	(671)	54.3	20.5	14.8	7.3
	자영업	(306)	54.7	20.0	16.3	6.6
	학생	(486)	74.9	8.6	9.3	3.7
	무직	(340)	61.3	15.5	15.7	2.5
	기타	(242)	52.8	23.8	15.5	5.9
거주권	특별/광역시	(2,087)	59.9	17.5	13.7	6.0
	비광역시	(2,547)	59.3	18.7	12.4	6.0
권역	수도권	(2,415)	63.0	17.7	11.0	5.5
	충청권	(494)	58.0	17.3	15.2	6.3
	경상권	(1,130)	54.4	19.7	16.0	6.4
	전라권	(413)	59.4	16.1	13.5	5.9
	강원/제주권	(183)	50.1	22.3	13.1	9.0
지역	서울	(930)	62.7	16.8	11.9	5.7
	부산	(293)	55.8	19.3	16.7	6.0
	대구	(216)	61.8	11.8	14.4	8.8
	인천	(273)	62.5	16.9	13.6	4.5
	광주	(127)	60.5	15.5	13.3	6.2
	대전	(130)	51.3	22.1	17.1	6.5
	울산	(119)	48.2	27.4	15.7	7.0
	세종	(33)	69.4	13.7	11.5	2.1
	경기	(1,212)	63.5	18.5	9.8	5.7
	강원	(125)	48.4	23.4	12.3	10.6
	충북	(142)	59.1	17.0	14.4	6.8
	충남	(188)	59.9	14.7	15.1	6.5
	전북	(145)	59.7	14.7	12.0	7.2
	전남	(142)	58.1	18.0	15.2	4.4
	경북	(232)	53.1	19.1	17.2	4.8
	경남	(270)	50.9	23.7	15.5	6.1
	제주	(58)	53.7	19.9	15.0	5.7
학력 수준	중졸 이하	(82)	57.1	11.3	17.8	5.0
	고등학생 재학/졸업	(842)	56.9	15.5	15.0	8.2
	대학교 이상	(3,711)	60.2	18.9	12.4	5.5
가구 소득	300만원 미만	(1,533)	63.3	14.5	13.3	5.3
	300~500만원 미만	(1,416)	56.5	20.5	13.4	6.5
	500~700만원 미만	(806)	58.7	18.2	14.3	6.2
	700~1,000만원 미만	(596)	56.8	21.8	10.9	6.7
	1,000만원 이상	(283)	62.9	18.7	9.6	5.1

[표 3-1-8] 문화가 있는 날 인식(이미지) 1순위 ②

(Base=문화가 있는 날 인식자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	전국 각지에 문화 예술을 퍼트리기 위한 사업	지역문화 생태계를 육성하고 지원하는 사업	특별히 모르겠음	기타
<b>전체</b>		<b>(4,634)</b>	<b>1.2</b>	<b>1.1</b>	<b>0.9</b>	<b>0.0</b>
성별	남성	(2,135)	1.4	1.6	1.2	0.0
	여성	(2,499)	1.1	0.7	0.6	0.0
연령대	15~19세	(214)	2.3	1.4	1.3	0.0
	20대	(950)	1.0	0.8	1.1	0.0
	30대	(864)	1.1	1.1	1.6	0.0
	40대	(895)	1.5	1.3	0.7	0.1
	50대	(907)	1.1	0.8	0.3	0.0
	60대 이상	(804)	1.2	1.7	0.7	0.0
직업	화이트칼라	(2,241)	1.1	1.2	0.6	0.0
	블루칼라	(349)	1.4	3.0	1.3	0.0
	전업주부	(671)	1.4	0.5	1.2	0.0
	자영업	(306)	0.5	1.1	0.9	0.0
	학생	(486)	1.6	1.1	0.7	0.0
	무직	(340)	2.0	0.9	1.9	0.0
	기타	(242)	0.8	0.2	0.7	0.3
거주권	특별/광역시	(2,087)	1.2	0.8	0.8	0.0
	비광역시	(2,547)	1.3	1.4	0.9	0.0
권역	수도권	(2,415)	1.2	0.6	0.8	0.0
	충청권	(494)	1.6	0.9	0.8	0.0
	경상권	(1,130)	0.9	1.5	1.1	0.0
	전라권	(413)	1.9	2.5	0.8	0.0
	강원/제주권	(183)	1.2	3.2	0.6	0.4
	지역	(930)	1.5	0.4	1.1	0.0
지역	서울	(930)	1.5	0.4	1.1	0.0
	부산	(293)	0.3	1.3	0.6	0.0
	대구	(216)	1.3	0.6	1.2	0.0
	인천	(273)	0.7	1.6	0.3	0.0
	광주	(127)	1.8	1.8	0.9	0.0
	대전	(130)	2.5	0.5	0.0	0.0
	울산	(119)	0.0	0.9	0.8	0.0
	세종	(33)	1.2	1.1	1.0	0.0
	경기	(1,212)	1.2	0.6	0.8	0.0
	강원	(125)	1.5	3.2	0.0	0.6
	충북	(142)	1.5	0.8	0.4	0.0
	충남	(188)	1.0	1.3	1.5	0.0
	전북	(145)	2.2	3.8	0.4	0.0
	전남	(142)	1.5	1.7	1.1	0.0
	경북	(232)	1.4	3.0	1.5	0.0
경남	(270)	1.0	1.3	1.4	0.0	
제주	(58)	0.7	3.3	1.8	0.0	
학력 수준	중졸 이하	(82)	2.9	4.4	1.6	0.0
	고등학생 재학/졸업	(842)	1.7	1.4	1.2	0.0
	대학교 이상	(3,711)	1.1	1.0	0.8	0.0
가구 소득	300만원 미만	(1,533)	1.3	1.1	1.2	0.0
	300~500만원 미만	(1,416)	1.2	1.3	0.5	0.0
	500~700만원 미만	(806)	0.9	1.1	0.6	0.0
	700~1,000만원 미만	(596)	1.3	1.0	1.4	0.0
	1,000만원 이상	(283)	1.8	1.0	0.9	0.0

2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

표 3-1-9 문화가 있는 날 인식(이미지) 1+2순위 ①

(Base=문화가 있는 날 인지도, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	문화할인 서비스	일상 속 문화향유 기회 확대 권장 사업	문화활동 참여 기회를 제공 사업	다양한 유형의 문화예술 발전을 위한 사업
<b>전체</b>		<b>(4,634)</b>	<b>71.4</b>	<b>46.3</b>	<b>41.8</b>	<b>19.8</b>
성별	남성	(2,135)	70.8	46.2	39.7	19.0
	여성	(2,499)	71.8	46.3	43.6	20.5
연령대	15~19세	(214)	79.5	25.9	42.7	18.0
	20대	(950)	80.5	39.3	44.6	17.1
	30대	(864)	76.2	43.8	42.3	15.7
	40대	(895)	70.9	51.4	40.5	18.7
	50대	(907)	64.5	52.7	38.4	23.7
	60대 이상	(804)	61.5	49.5	43.0	24.8
직업	화이트칼라	(2,241)	72.2	48.8	40.9	19.7
	블루칼라	(349)	68.4	41.2	43.2	20.2
	전업주부	(671)	66.9	45.7	43.7	22.7
	자영업	(306)	64.9	49.7	37.9	24.6
	학생	(486)	80.9	38.6	42.7	14.1
	무직	(340)	72.3	40.7	43.2	18.8
	기타	(242)	68.3	50.4	44.5	18.7
거주권	특별/광역시	(2,087)	71.6	47.1	42.2	19.7
	비광역시	(2,547)	71.2	45.6	41.4	19.9
권역	수도권	(2,415)	75.0	46.7	40.3	18.5
	충청권	(494)	69.9	45.0	43.6	20.8
	경상권	(1,130)	65.5	47.3	43.2	22.4
	전라권	(413)	70.7	42.1	43.7	19.3
	강원/제주권	(183)	64.8	47.5	44.7	19.5
지역	서울	(930)	76.2	49.1	39.8	16.4
	부산	(293)	65.2	47.7	47.8	22.2
	대구	(216)	71.5	43.2	41.5	21.9
	인천	(273)	71.3	40.9	44.0	22.4
	광주	(127)	71.8	45.9	41.7	18.6
	대전	(130)	65.8	50.2	43.4	23.1
	울산	(119)	57.9	48.5	43.9	26.2
	세종	(33)	78.7	45.9	39.8	9.4
	경기	(1,212)	75.0	46.1	39.7	19.2
	강원	(125)	64.3	46.0	43.4	21.1
	충북	(142)	68.1	44.1	45.8	22.0
	충남	(188)	72.5	41.8	42.7	20.4
	전북	(145)	70.7	40.6	42.8	22.3
	전남	(142)	69.6	40.4	46.3	17.0
	경북	(232)	67.7	51.4	37.2	21.9
	경남	(270)	62.4	45.9	44.3	21.8
제주	(58)	65.8	50.7	47.7	16.1	
학력 수준	중졸 이하	(82)	66.6	29.8	35.1	25.8
	고등학생 재학/졸업	(842)	68.1	35.5	43.1	26.1
	대학교 이상	(3,711)	72.2	49.1	41.6	18.3
가구 소득	300만원 미만	(1,533)	74.4	41.1	43.9	18.4
	300~500만원 미만	(1,416)	68.7	48.4	41.1	21.1
	500~700만원 미만	(806)	69.6	50.5	39.7	21.4
	700~1,000만원 미만	(596)	72.5	49.5	41.3	18.5
	1,000만원 이상	(283)	71.1	44.5	41.3	19.4

**표 3-1-10** 문화가 있는 날 인식(이미지) 1+2순위 ②

(Base=문화가 있는 날 인식자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	지역문화 생태계를 육성하고 지원하는 사업	전국 각지에 문화 예술을 퍼뜨리기 위한 사업	특별히 모르겠음	기타
<b>전체</b>		<b>(4,634)</b>	<b>6.2</b>	<b>5.3</b>	<b>4.2</b>	<b>0.2</b>
성별	남성	(2,135)	7.5	6.4	4.5	0.2
	여성	(2,499)	5.0	4.4	3.9	0.2
연령대	15~19세	(214)	3.9	9.9	8.5	0.0
	20대	(950)	3.1	5.5	5.1	0.3
	30대	(864)	5.7	6.8	7.2	0.3
	40대	(895)	5.4	4.9	2.8	0.5
	50대	(907)	8.2	4.1	3.5	0.0
	60대 이상	(804)	9.4	4.3	1.2	0.0
직업	화이트칼라	(2,241)	6.0	5.0	3.8	0.2
	블루칼라	(349)	8.4	8.2	3.4	0.0
	전업주부	(671)	6.6	4.3	4.0	0.5
	자영업	(306)	9.5	3.7	3.0	0.0
	학생	(486)	2.6	6.8	5.4	0.0
	무직	(340)	6.7	7.6	6.5	0.2
	기타	(242)	5.3	3.8	5.6	0.3
거주권	특별/광역시	(2,087)	5.4	5.1	3.9	0.2
	비광역시	(2,547)	6.8	5.5	4.5	0.2
권역	수도권	(2,415)	5.2	5.3	4.3	0.3
	충청권	(494)	6.3	5.6	4.6	0.1
	경상권	(1,130)	6.6	5.1	3.9	0.1
	전라권	(413)	8.0	6.3	4.2	0.0
	강원/제주권	(183)	11.2	4.6	3.1	0.4
지역	서울	(930)	4.3	4.9	4.5	0.4
	부산	(293)	4.1	3.9	2.7	0.0
	대구	(216)	5.4	7.1	3.7	0.0
	인천	(273)	8.8	5.2	3.4	0.0
	광주	(127)	7.8	4.6	2.9	0.0
	대전	(130)	4.5	7.1	2.0	0.5
	울산	(119)	7.7	4.7	5.8	0.0
	세종	(33)	8.2	6.5	5.8	0.0
	경기	(1,212)	5.1	5.6	4.4	0.3
	강원	(125)	11.7	5.0	3.1	0.6
	충북	(142)	5.7	6.4	4.3	0.0
	충남	(188)	7.7	3.9	6.4	0.0
	전북	(145)	7.4	7.4	3.2	0.0
	전남	(142)	8.7	6.6	6.5	0.0
	경북	(232)	8.3	3.9	3.5	0.3
	경남	(270)	8.3	6.1	4.9	0.3
	제주	(58)	10.3	3.8	3.2	0.0
학력 수준	중졸 이하	(82)	7.4	14.6	7.7	0.0
	고등학생 재학/졸업	(842)	7.1	6.9	5.0	0.2
	대학교 이상	(3,711)	5.9	4.8	3.9	0.2
가구 소득	300만원 미만	(1,533)	5.4	6.3	5.2	0.1
	300~500만원 미만	(1,416)	7.0	6.0	3.5	0.2
	500~700만원 미만	(806)	6.1	4.1	3.4	0.2
	700~1,000만원 미만	(596)	5.9	3.2	3.3	0.4
	1,000만원 이상	(283)	7.0	5.2	6.3	0.7

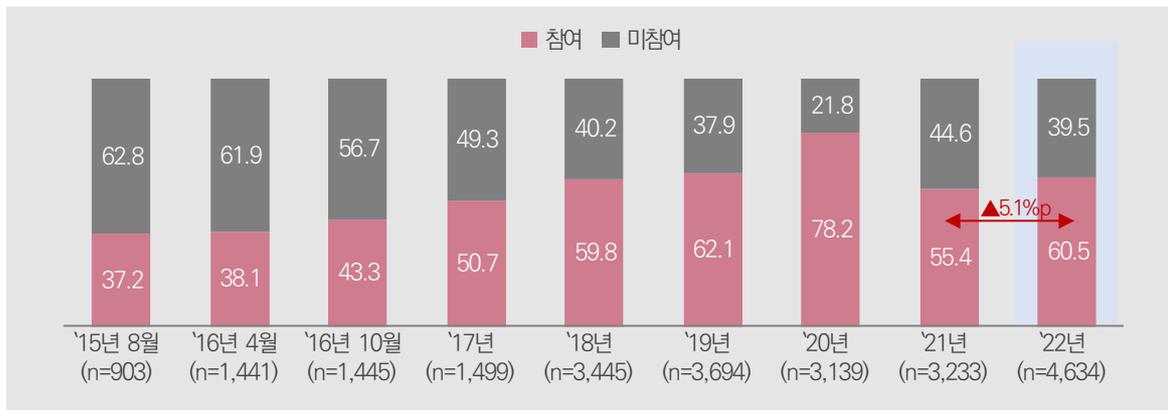
## II. 문화가 있는 날 경험 및 만족도

### 1. 문화가 있는 날 참여율

- 문화가 있는 날 '참여경험이 있다'는 응답은 60.5%로 '참여경험이 없다'(39.5%)보다 높게 나타남.
  - 성별 여성(61.7%), 연령별 20대(71.3%), 직업별 학생(65.9%), 학력 수준별 대학교 이상(61.3%), 가구소득별 1,000만원 이상(67.8%)에서 '참여경험이 있다'라는 응답이 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(62.9%), 권역별 수도권(61.6%), 지역별 전북(67.1%)에서 '참여경험이 있다'라는 응답이 높게 나타남.

[그림 3-1-5] 문화가 있는 날 참여율

(Base=문화가 있는 날 인지자, n=4,634, 단위 : %)



[표 3-1-11] 문화가 있는 날 참여율

(Base=문화가 있는 날 인지자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	참여한 경험이 있다	참여한 경험이 없다
<b>전체</b>	<b>(4,634)</b>	<b>60.5</b>	<b>39.5</b>
성별	남성 (2,135)	59.1	40.9
	여성 (2,499)	61.7	38.3
연령대	15~19세 (214)	62.4	37.6
	20대 (950)	71.3	28.7
	30대 (864)	61.8	38.2
	40대 (895)	54.4	45.6
	50대 (907)	56.6	43.4
	60대 이상 (804)	56.8	43.2
직업	화이트칼라 (2,241)	62.7	37.3
	블루칼라 (349)	56.5	43.5
	전업주부 (671)	57.0	43.0
	자영업 (306)	51.7	48.3
	학생 (486)	65.9	34.1
	무직 (340)	61.1	38.9
	기타 (242)	54.1	45.9

[표 3-1-12] 문화가 있는 날 참여율

(Base=문화가 있는 날 인지자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	참여한 경험이 있다	참여한 경험이 없다
<b>전체</b>		<b>(4,634)</b>	<b>60.5</b>	<b>39.5</b>
거주권	특별/광역시	(2,087)	62.9	37.1
	비광역시	(2,547)	58.5	41.5
권역	수도권	(2,415)	61.6	38.4
	충청권	(494)	58.0	42.0
	경상권	(1,130)	59.1	40.9
	전라권	(413)	61.5	38.5
	강원/제주권	(183)	58.4	41.6
	지역	서울	(930)	65.1
	부산	(293)	64.9	35.1
	대구	(216)	62.8	37.2
	인천	(273)	59.5	40.5
	광주	(127)	58.5	41.5
	대전	(130)	55.6	44.4
	울산	(119)	60.4	39.6
	세종	(33)	57.3	42.7
	경기	(1,212)	59.4	40.6
	강원	(125)	56.2	43.8
	충북	(142)	60.8	39.2
	충남	(188)	57.7	42.3
	전북	(145)	67.1	32.9
	전남	(142)	58.4	41.6
	경북	(232)	56.1	43.9
	경남	(270)	51.9	48.1
	제주	(58)	63.3	36.7
학력 수준	중졸 이하	(82)	55.5	44.5
	고등학생 재학/졸업	(842)	57.3	42.7
	대학교 이상	(3,711)	61.3	38.7
가구소득	300만원 미만	(1,533)	60.7	39.3
	300~500만원 미만	(1,416)	59.2	40.8
	500~700만원 미만	(806)	59.3	40.7
	700~1,000만원 미만	(596)	61.1	38.9
	1,000만원 이상	(283)	67.8	32.2
문화예술 관심수준	관심 높음	(4,051)	63.6	36.4
	관심 낮음	(584)	39.0	61.0

## 2. 문화가 있는 날 참여프로그램 유형

- 문화가 있는 날 참여프로그램 유형으로는 ‘영화관에서 영화 관람’이 75.4%로 가장 높고, 다음으로는 ‘공연장에서 공연 관람(22.4%)’, ‘전시 관람 및 체험행사 참여(22.2%)’ 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(76.3%), 연령별 20대(85.0%), 직업별 무직(82.8%), 학력 수준별 대학교 이상(76.3%), 가구소득별 1,000만원 이상(81.4%)에서 ‘영화관에서 영화 관람’이 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(77.1%), 권역별 수도권(76.4%), 지역별 부산(78.6%)에서 ‘영화관에서 영화 관람’이 높게 나타남.

**[그림 3-1-6]** 문화가 있는 날 참여프로그램 유형

※ 기타값 생략

(Base=문화가 있는 날 인지자 중 참여자, n=2,803, 단위 : %)



**[표 3-1-13]** 문화가 있는 날 참여프로그램 유형 ①

(Base=문화가 있는 날 인지자 중 참여자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	영화관에서 영화 관람	공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 공연 관람	박물관미술관 등 전시 관람 및 체험행사 참여	축제, 거리 공연 등 야외 행사 참여	고궁에서 문화재 관람	도서관 대출 권수 2배 대출	
<b>전체</b>	<b>(2,803)</b>	<b>75.4</b>	<b>22.4</b>	<b>22.2</b>	<b>15.7</b>	<b>13.6</b>	<b>13.6</b>	
성별	남성	(1,261)	74.3	21.1	22.4	18.2	13.8	12.5
	여성	(1,541)	76.3	23.4	22.1	13.6	13.4	14.5
연령대	15~19세	(134)	71.6	20.6	21.8	20.9	8.8	17.4
	20대	(678)	85.0	22.8	19.2	16.8	9.8	9.0
	30대	(534)	79.5	23.0	22.9	11.7	10.9	15.3
	40대	(487)	68.4	21.8	23.5	12.3	13.2	17.5
	50대	(514)	73.1	22.7	19.6	16.6	14.4	14.1
	60대 이상	(457)	67.5	21.9	27.9	19.7	23.4	12.5
직업	화이트칼라	(1,406)	77.8	23.6	22.4	13.0	13.5	12.9
	블루칼라	(197)	72.4	22.2	21.5	21.9	13.4	13.8
	전업주부	(382)	67.7	22.8	22.2	15.8	13.5	17.7
	자영업	(158)	66.9	29.4	31.0	22.0	19.3	20.1
	학생	(321)	79.7	20.3	20.0	21.7	10.1	11.2
	무직	(208)	82.8	12.4	18.5	9.3	9.7	8.8
	기타	(131)	64.4	21.3	22.8	22.4	23.0	14.7

[표 3-1-14] 문화가 있는 날 참여프로그램 유형 ②

(Base=문화가 있는 날 인지도 중 참여자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	영화관에서 영화 관람	공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 공연 관람	박물관·미술관 등 전시 관람 및 체험행사 참여	축제·거리공연 등 야외 행사 참여	고궁에서 문화재 관람	도서관 대출 권수 2배대출
<b>전체</b>		<b>(2,803)</b>	<b>75.4</b>	<b>22.4</b>	<b>22.2</b>	<b>15.7</b>	<b>13.6</b>	<b>13.6</b>
거주권	특별/광역시	(1,312)	77.1	24.4	22.7	16.2	12.7	12.9
	비광역시	(1,491)	73.9	20.6	21.8	15.2	14.4	14.2
권역	수도권	(1,487)	76.4	23.8	22.9	13.5	17.1	12.8
	충청권	(286)	73.0	21.5	21.2	16.3	10.2	14.3
	경상권	(668)	75.3	19.9	21.5	19.1	9.0	12.8
	전라권	(254)	74.3	22.3	20.9	17.6	9.3	16.7
	강원/제주권	(107)	70.4	21.1	23.2	18.3	12.7	19.9
	지역	서울	(606)	78.1	27.6	23.5	13.0	17.5
	부산	(190)	78.6	17.8	19.2	20.3	9.5	16.2
	대구	(136)	76.9	22.4	22.2	17.9	7.0	12.7
	인천	(163)	72.1	25.2	26.0	17.6	13.9	17.7
	광주	(74)	77.7	24.0	22.7	18.6	6.0	11.8
	대전	(72)	77.7	18.5	21.8	13.4	3.6	7.7
	울산	(72)	74.2	22.7	19.8	27.4	4.4	16.3
	세종	(19)	74.4	6.9	16.1	22.1	8.2	16.3
	경기	(719)	76.0	20.2	21.7	13.0	17.6	13.3
	강원	(70)	70.6	24.3	21.3	18.5	14.1	15.2
	충북	(86)	69.6	23.4	21.1	14.3	7.5	13.7
	충남	(109)	72.4	24.5	21.8	18.9	17.2	18.8
	전북	(97)	76.4	24.1	17.9	14.3	12.5	15.3
	전남	(83)	68.7	18.6	23.0	20.5	8.5	22.9
	경북	(130)	75.6	19.3	18.9	15.4	10.6	10.0
	경남	(140)	69.5	19.6	27.2	17.7	11.1	9.2
	제주	(37)	69.9	15.0	26.8	18.0	10.1	29.1
학력 수준	중졸 이하	(45)	59.2	23.8	21.6	26.3	11.2	25.4
	고등학생 재학/졸업	(482)	72.4	24.9	16.7	22.6	11.8	12.0
	대학교 이상	(2,275)	76.3	21.8	23.4	14.0	14.0	13.7
가구소득	300만원 미만	(930)	74.0	24.5	18.6	17.5	10.7	12.3
	300~500만원 미만	(838)	75.5	20.8	24.9	16.7	15.9	14.7
	500~700만원 미만	(479)	74.9	21.5	18.8	15.0	13.8	14.3
	700~1,000만원 미만	(364)	76.3	21.0	26.6	12.0	15.1	14.7
	1,000만원 이상	(192)	81.4	24.2	28.4	11.5	14.4	11.3
문화예술 관심수준	관심 높음	(2,575)	75.0	23.6	23.5	16.5	14.3	14.0
	관심 낮음	(228)	79.7	8.9	8.3	6.5	5.8	8.9

**[표 3-1-15] 문화가 있는 날 참여프로그램 유형 ③**

(Base=문화가 있는 날 인지자 중 참여자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	지역의 예술 단체가 주관 하는 문화 프로그램	프로야구, 배구 경기 스포츠관람	자연휴양림 무료입장	문화강좌 참여	문화가 있는 날 비대면 프로그램 관람	기타
<b>전체</b>		<b>(2,803)</b>	<b>10.9</b>	<b>10.3</b>	<b>9.2</b>	<b>5.5</b>	<b>4.3</b>	<b>0.5</b>
성별	남성	(1,261)	10.9	15.3	9.0	5.1	5.4	0.4
	여성	(1,541)	10.9	6.2	9.4	5.8	3.4	0.5
연령대	15~19세	(134)	7.4	14.8	3.5	3.0	7.7	0.0
	20대	(678)	7.1	11.5	7.0	4.7	4.0	0.0
	30대	(534)	8.3	13.3	7.3	6.2	4.6	0.1
	40대	(487)	10.8	10.0	9.3	5.4	3.9	0.2
	50대	(514)	11.7	8.8	11.4	4.7	3.6	0.7
	60대 이상	(457)	19.8	5.7	13.7	7.6	4.4	1.7
직업	화이트칼라	(1,406)	9.5	10.6	8.7	5.7	4.5	0.3
	블루칼라	(197)	14.7	15.6	16.0	4.8	5.9	0.0
	전업주부	(382)	13.5	5.5	10.8	7.8	4.3	1.0
	자영업	(158)	19.3	11.6	14.3	5.5	3.8	0.5
	학생	(321)	8.5	14.1	5.3	4.2	5.8	0.0
	무직	(208)	4.8	6.4	5.5	3.7	0.5	1.6
	기타	(131)	18.3	8.7	9.0	4.1	2.0	1.4

[표 3-1-16] 문화가 있는 날 참여프로그램 유형 ④

(Base=문화가 있는 날 인지자 중 참여자, 단위 : %)

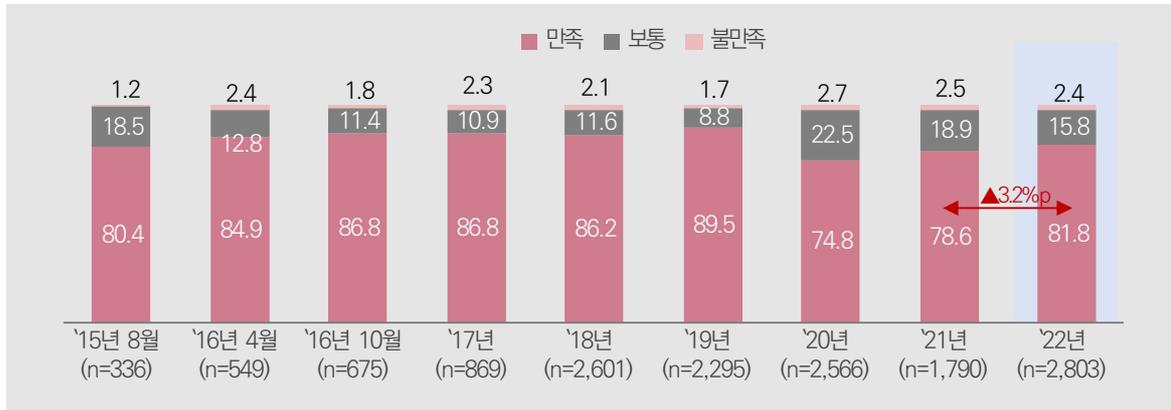
구분		사례수 (명)	지역의 예술 단체가 주관 하는 문화 프로그램	프로야구, 배구 경기 스포츠관람	자연휴양림 무료입장	문화강좌 참여	문화가 있는 날 비대면 프로그램 관람	기타
<b>전체</b>		<b>(2,803)</b>	<b>10.9</b>	<b>10.3</b>	<b>9.2</b>	<b>5.5</b>	<b>4.3</b>	<b>0.5</b>
거주권	특별/광역시	(1,312)	9.8	11.5	8.7	6.3	4.7	0.6
	비광역시	(1,491)	11.8	9.2	9.7	4.8	3.9	0.4
권역	수도권	(1,487)	9.9	10.0	7.1	4.2	4.0	0.4
	충청권	(286)	9.7	9.7	12.3	5.4	3.7	0.5
	경상권	(668)	12.2	11.6	10.7	8.3	4.7	0.7
	전라권	(254)	12.2	11.9	11.7	5.9	5.0	0.3
	강원/제주권	(107)	17.0	4.0	14.2	5.6	4.5	0.7
	지역	서울	(606)	8.0	10.3	6.8	5.3	3.7
	부산	(190)	9.4	10.2	8.0	4.7	5.7	1.1
	대구	(136)	11.3	15.1	9.7	11.4	5.4	0.6
	인천	(163)	11.3	12.6	11.1	6.8	6.3	0.0
	광주	(74)	12.2	15.1	10.4	5.1	7.0	0.0
	대전	(72)	9.6	12.2	12.7	5.4	2.7	0.0
	울산	(72)	17.9	11.6	13.0	11.4	4.8	1.3
	세종	(19)	7.8	2.0	9.7	0.0	2.0	0.0
	경기	(719)	11.1	9.2	6.6	2.8	3.9	0.3
	강원	(70)	17.4	3.3	9.6	3.5	3.9	1.1
	충북	(86)	9.8	9.4	9.5	3.3	1.5	0.0
	충남	(109)	10.1	9.6	14.6	8.1	6.4	1.4
	전북	(97)	12.5	9.9	10.3	6.8	2.8	0.9
	전남	(83)	11.8	11.4	14.6	5.4	5.9	0.0
	경북	(130)	14.0	10.4	8.9	8.4	2.9	0.0
	경남	(140)	12.3	11.1	15.9	8.2	4.2	0.7
	제주	(37)	16.2	5.4	22.9	9.7	5.6	0.0
학력 수준	중졸 이하	(45)	10.2	19.1	10.0	4.8	9.3	0.0
	고등학생 재학/졸업	(482)	13.3	11.4	11.9	5.3	5.1	1.1
	대학교 이상	(2,275)	10.4	9.9	8.6	5.6	4.0	0.4
가구소득	300만원 미만	(930)	10.1	9.0	9.0	5.5	4.0	0.6
	300~500만원 미만	(838)	10.7	10.4	8.5	5.5	5.3	0.3
	500~700만원 미만	(479)	12.6	8.6	7.5	4.5	2.5	0.6
	700~1,000만원 미만	(364)	12.7	14.4	12.6	5.4	4.6	0.5
	1,000만원 이상	(192)	8.1	12.1	10.6	8.2	4.4	0.0
문화예술 관심수준	관심 높음	(2,575)	11.5	10.7	9.8	5.8	4.5	0.5
	관심 낮음	(228)	4.5	5.6	2.5	2.2	1.2	0.7

### 3. 문화가 있는 날 만족도

- 문화가 있는 날 만족도에 대한 응답으로는 ‘만족’이 81.8%(매우 만족 25.0% + 만족 : 56.8%)로 ‘불만족’ (2.4%)보다 높게 나타남. (‘보통’은 15.8%)
  - 성별 여성(76.5점), 연령별 15~19세(80.2점), 직업별 학생(79.4점), 학력 수준별 고등학교 재학/졸업(76.6점), 가구소득별 500~700만원 미만(77.1점)에서 ‘문화가 있는 날’에 대한 만족도가 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(76.1점), 권역별 강원/제주권(77.7점), 지역별 제주(80.0점)에서 문화가 있는 날에 대한 만족도가 높게 나타남.

[그림 3-1-7] 문화가 있는 날 만족도

(Base=문화가 있는 날 인지자 중 참여자, n=2,803, 단위 : %)



[표 3-1-17] 문화가 있는 날 만족도

(Base=문화가 있는 날 인지자 중 참여자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	종합			100점 평균	
							불만족	보통	만족		
<b>전체</b>	<b>(2,803)</b>	<b>0.7</b>	<b>1.8</b>	<b>15.8</b>	<b>56.8</b>	<b>25.0</b>	<b>2.4</b>	<b>15.8</b>	<b>81.8</b>	<b>75.9</b>	
성별	남성	(1,261)	0.2	2.1	17.7	56.4	23.6	2.3	17.7	80.0	75.3
	여성	(1,541)	1.0	1.5	14.2	57.1	26.2	2.5	14.2	83.3	76.5
연령대	15~19세	(134)	1.1	0.9	10.2	51.7	36.1	2.0	10.2	87.8	80.2
	20대	(678)	0.6	2.1	14.9	51.5	30.9	2.6	14.9	82.4	77.5
	30대	(534)	0.5	2.3	17.6	53.8	25.8	2.8	17.6	79.6	75.5
	40대	(487)	0.7	2.8	14.9	52.1	29.5	3.5	14.9	81.6	76.7
	50대	(514)	0.5	0.3	17.2	63.7	18.3	0.8	17.2	82.0	74.8
	60대 이상	(457)	1.0	1.4	15.7	67.1	14.8	2.4	15.7	81.9	73.3
직업	화이트칼라	(1,406)	0.7	1.9	15.0	58.4	24.0	2.6	15.0	82.4	75.8
	블루칼라	(197)	0.0	0.0	20.3	55.8	23.9	0.0	20.3	79.7	75.9
	전업주부	(382)	0.3	2.1	17.6	55.6	24.4	2.4	17.6	80.0	75.4
	자영업	(158)	0.7	0.4	18.1	61.0	19.8	1.1	18.1	80.8	74.7
	학생	(321)	0.8	2.5	9.5	52.7	34.5	3.3	9.5	87.2	79.4
	무직	(208)	0.2	2.7	20.7	52.6	23.8	2.9	20.7	76.5	74.3
	기타	(131)	3.2	0.0	15.5	56.3	25.0	3.2	15.5	81.3	75.0

표 3-1-18 문화가 있는 날 만족도

(Base=문화가 있는 날 인자 중 참여자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	종합			100점 평균	
							불만족	보통	만족		
<b>전체</b>	<b>(2,803)</b>	<b>0.7</b>	<b>1.8</b>	<b>15.8</b>	<b>56.8</b>	<b>25.0</b>	<b>2.4</b>	<b>15.8</b>	<b>81.8</b>	<b>75.9</b>	
거주권	특별/광역시	(1,312)	0.3	1.8	16.3	56.5	25.1	2.2	16.3	81.6	76.1
	비광역시	(1,491)	0.9	1.7	15.3	57.1	24.9	2.6	15.3	82.1	75.9
권역	수도권	(1,487)	0.6	2.3	15.5	56.3	25.3	2.9	15.5	81.5	75.8
	충청권	(286)	0.2	1.2	16.9	54.1	27.5	1.5	16.9	81.6	76.9
	경상권	(668)	0.9	1.1	15.3	60.2	22.6	2.0	15.3	82.7	75.6
	전라권	(254)	0.6	1.4	17.1	56.3	24.6	2.0	17.1	80.9	75.7
	강원/제주권	(107)	1.6	0.0	15.2	52.2	31.0	1.6	15.2	83.2	77.7
지역	서울	(606)	0.4	2.2	17.3	56.0	24.1	2.7	17.3	80.0	75.3
	부산	(190)	0.0	2.1	14.2	62.9	20.7	2.1	14.2	83.6	75.5
	대구	(136)	0.0	1.0	17.2	57.1	24.7	1.0	17.2	81.8	76.4
	인천	(163)	0.3	1.2	19.2	46.5	32.7	1.6	19.2	79.2	77.5
	광주	(74)	1.0	1.6	13.2	56.9	27.4	2.5	13.2	84.3	77.0
	대전	(72)	0.0	1.8	9.8	60.1	28.4	1.8	9.8	88.5	78.8
	울산	(72)	0.6	0.9	14.2	60.7	23.6	1.5	14.2	84.3	76.5
	세종	(19)	0.0	2.0	21.3	47.2	29.5	2.0	21.3	76.7	76.1
	경기	(719)	0.8	2.6	13.2	58.7	24.6	3.4	13.2	83.3	75.9
	강원	(70)	1.9	0.0	17.2	51.8	29.1	1.9	17.2	80.9	76.5
	충북	(86)	0.7	1.5	15.2	51.9	30.7	2.2	15.2	82.7	77.6
	충남	(109)	0.0	0.6	22.3	53.1	24.0	0.6	22.3	77.1	75.1
	전북	(97)	0.7	1.9	19.1	55.3	23.0	2.6	19.1	78.3	74.5
	전남	(83)	0.0	0.7	18.3	57.0	24.0	0.7	18.3	81.0	76.1
	경북	(130)	1.8	0.6	14.1	59.7	23.8	2.4	14.1	83.5	75.8
	경남	(140)	2.1	0.5	16.5	59.6	21.3	2.6	16.5	80.9	74.4
제주	(37)	1.1	0.0	11.4	52.8	34.7	1.1	11.4	87.5	80.0	
학력 수준	중졸 이하	(45)	0.0	0.0	24.2	54.2	21.6	0.0	24.2	75.8	74.3
	고등학생 재학/졸업	(482)	0.6	0.7	14.6	59.7	24.4	1.3	14.6	84.1	76.6
	대학교 이상	(2,275)	0.7	2.0	15.8	56.3	25.2	2.7	15.8	81.5	75.8
가구소득	300만원 미만	(930)	0.4	1.4	17.6	53.8	26.7	1.8	17.6	80.6	76.3
	300~500만원 미만	(838)	0.7	2.6	18.3	55.1	23.4	3.2	18.3	78.5	74.5
	500~700만원 미만	(479)	0.5	0.9	12.2	62.1	24.3	1.5	12.2	86.3	77.1
	700~1,000만원 미만	(364)	1.2	1.3	11.3	62.3	23.9	2.5	11.3	86.2	76.6
	1,000만원 이상	(192)	0.9	3.0	13.0	55.4	27.7	3.9	13.0	83.0	76.5
문화예술 관심수준	관심 높음	(2,575)	0.7	1.6	14.3	57.5	25.8	2.4	14.3	83.3	76.5
	관심 낮음	(228)	0.0	3.0	32.1	49.1	15.8	3.0	32.1	64.9	69.4

#### 4. 문화가 있는 날 불만족 이유

- 문화가 있는 날에 대한 불만족 이유로는 '할인 혜택을 받을 수 있는 시간이 짧아서'가 58.7%로 가장 높고, 다음으로는 '관람 시 할인율이 적어서(43.4%)', '문화 프로그램에 대한 상세한 정보를 얻기 힘들어서(35.3%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(59.8%), 연령별 60대 이상(75.4%), 직업별 기타(81.2%), 학력 수준별 대학교 이상(63.4%), 가구소득별 500~700만원 미만(79.3%)에서 '할인 혜택을 받을 수 있는 시간이 짧아서'가 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(62.6%), 권역별 수도권(66.5%), 지역별 충남 및 전남, 제주(각각 100.0%)에서 '할인 혜택을 받을 수 있는 시간이 짧아서'가 높게 나타남.

**그림 3-1-8** 문화가 있는 날 불만족 이유

※기타값 생략

(Base=문화가 있는 날 불만족 응답자, n=68, 단위 : %)



**표 3-1-19** 문화가 있는 날 불만족 이유

(Base=문화가 있는 날 불만족 응답자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	할인 혜택 받을 시간이 짧아서	영화, 공연, 스포츠 등 관람 시 할인율이 적어서	문화 프로그램에 대한 상세한 정보를 얻기 힘들어서	관람객이 너무 많거나 너무 적어서	프로그램 참여시설의 교통 및 위치가 좋지 않아서	문화 프로그램의 수준이 낮거나 작품의 수준이 별로여서	기타	
<b>전체</b>	<b>(68)</b>	<b>58.7</b>	<b>43.4</b>	<b>35.3</b>	<b>24.3</b>	<b>19.3</b>	<b>17.4</b>	<b>19.1</b>	
성별	남성	(29)	57.1	42.7	27.5	29.5	20.7	21.8	25.4
	여성	(39)	59.8	43.9	41.1	20.5	18.2	14.2	14.4
연령대	15~19세	(3)	0.0	54.5	18.0	33.8	27.5	27.5	0.0
	20대	(18)	61.0	54.2	27.5	29.3	18.9	21.7	6.3
	30대	(15)	57.8	46.9	30.5	27.0	17.7	16.6	24.2
	40대	(17)	58.7	24.3	36.0	16.6	11.8	21.7	37.2
	50대	(4)	43.6	17.2	56.4	26.4	0.0	0.0	0.0
	60대 이상	(11)	75.4	57.4	49.3	21.5	38.4	9.2	16.8
직업	화이트칼라	(36)	61.7	33.8	26.0	22.0	19.4	17.1	25.1
	전업주부	(9)	48.0	48.2	79.2	18.1	29.0	11.1	31.7
	자영업	(2)	63.4	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	학생	(11)	48.8	78.8	25.1	24.8	6.9	40.0	5.5
	무직	(6)	57.0	63.4	63.4	43.2	12.9	6.6	6.3
기타	(4)	81.2	16.5	18.8	0.0	44.7	0.0	0.0	

[표 3-1-20] 문화가 있는 날 불만족 이유

(Base=문화가 있는 날 불만족 응답자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	할인 혜택 받을 시간이 짧아서	영화, 공연, 스포츠 등 관람 시 할인이 적어서	문화 프로그램에 대한 상세한 정보를 얻기 힘들어서	관람객이 너무 많거나 너무 적어서	프로그램 참여시설의 교통 및 위치가 출지 않아서	문화 프로그램의 수준이 낮거나 작품의 수준이 별로여서	기타	
<b>전체</b>	<b>(68)</b>	<b>58.7</b>	<b>43.4</b>	<b>35.3</b>	<b>24.3</b>	<b>19.3</b>	<b>17.4</b>	<b>19.1</b>	
거주권	특별/광역시	(28)	62.6	50.8	49.5	28.1	21.4	19.0	9.1
	비광역시	(39)	55.8	38.1	24.9	21.6	17.7	16.3	26.4
권역	수도권	(43)	66.5	49.7	26.4	22.7	18.5	18.2	20.9
	충청권	(4)	48.4	26.1	41.6	44.5	38.4	0.0	22.9
	경상권	(13)	35.8	27.1	62.4	18.0	7.5	21.0	13.3
	전라권	(5)	60.0	39.9	26.0	26.1	40.6	14.6	22.4
	강원/제주권	(2)	60.2	62.2	60.2	60.2	22.4	22.4	0.0
지역	서울	(16)	73.4	68.3	42.2	36.8	20.7	21.1	0.0
	부산	(4)	51.0	26.5	75.5	0.0	24.5	24.5	24.5
	대구	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	인천	(3)	78.4	60.4	39.6	0.0	39.6	38.7	39.6
	광주	(2)	61.3	38.7	38.7	38.7	38.7	0.0	30.7
	대전	(1)	51.6	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	울산	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	세종	(0)	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0
	경기	(25)	60.7	36.4	14.7	15.7	14.8	14.1	32.8
	강원	(1)	48.7	51.3	48.7	48.7	0.0	0.0	0.0
	충북	(2)	38.1	38.1	38.1	30.9	30.9	0.0	31.0
	충남	(1)	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	전북	(3)	49.9	49.9	22.5	0.0	51.2	28.7	21.4
	전남	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	경북	(3)	24.4	24.4	56.3	19.3	0.0	24.4	24.4
	경남	(4)	52.1	47.9	28.0	49.0	0.0	28.0	0.0
	제주	(0)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0
학력 수준	고등학생 재학/졸업	(6)	10.7	63.5	36.5	37.3	23.8	11.9	0.0
	대학교 이상	(61)	63.4	41.4	35.1	23.0	18.8	18.0	21.0
가구소득	300만원 미만	(17)	56.1	61.4	45.4	40.6	8.7	20.4	6.7
	300~500만원 미만	(27)	56.6	46.6	33.0	13.8	21.0	11.7	28.8
	500~700만원 미만	(7)	79.3	10.0	31.3	27.3	26.6	24.2	0.0
	700~1,000만원 미만	(9)	38.7	18.2	49.3	24.9	18.2	0.0	44.0
	1,000만원 이상	(8)	76.5	53.7	7.6	22.8	31.1	46.3	0.0
문화예술 관심수준	관심 높음	(61)	56.9	42.3	34.4	27.1	19.8	17.7	17.7
	관심 낮음	(7)	74.8	53.3	42.8	0.0	14.7	14.7	32.0

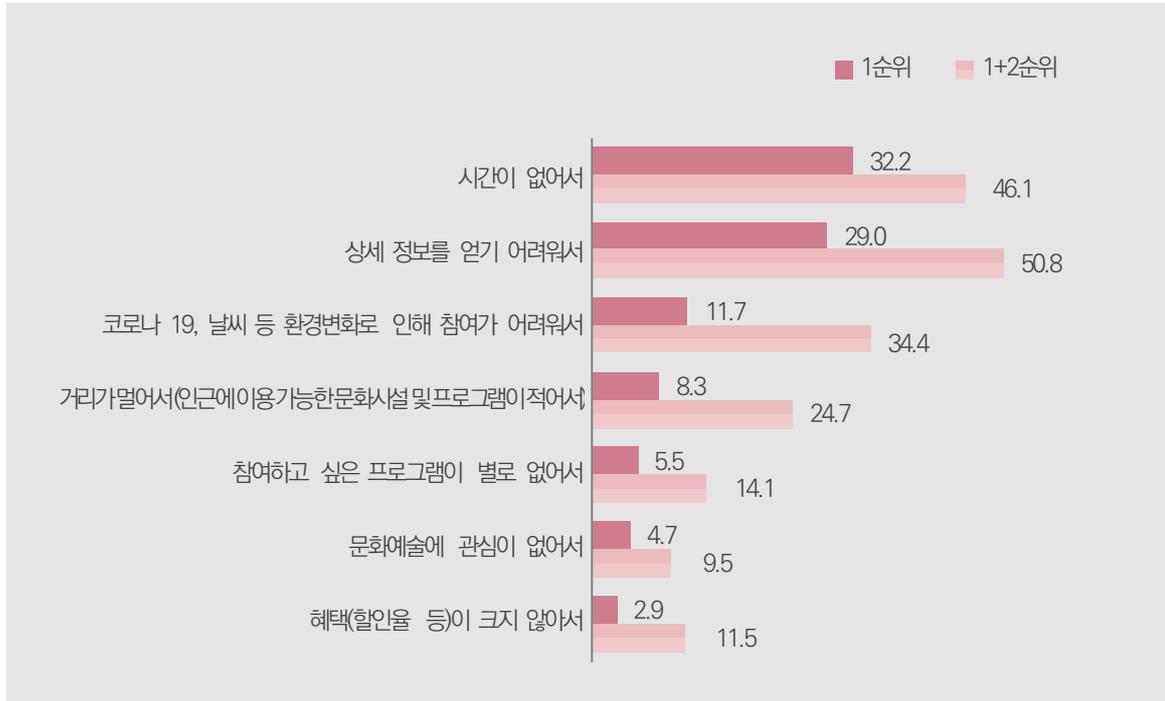
### 5. 문화가 있는 날 참여하지 못했던 이유

- (1순위) 문화가 있는 날에 참여하지 못한 이유로는 ‘시간이 없어서’가 32.2%로 가장 높고, 다음으로는 ‘상세 정보를 얻기 어려워서(29.0%)’, ‘코로나 19, 날씨 등의 환경변화로 인해 참여가 어려워서(11.7%)’ 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(32.6%), 연령별 20대(44.1%), 직업별 학생(42.2%), 학력 수준별 대학교 이상(33.6%), 가구소득별 500~700만원 미만(33.1%)에서 ‘시간이 나지 않아서’가 높게 나타남.
  - 거주권별 비광역시(32.2%), 권역별 수도권(34.1%), 지역별 울산(37.2%)에서 ‘시간이 나지 않아서’가 높게 나타남.
- (1+2순위) 문화가 있는 날에 참여하지 못한 이유로는 ‘상세 정보를 얻기 어려워서’가 50.8%로 가장 높고, 다음으로는 ‘시간이 없어서(46.1%)’, ‘코로나 19, 날씨 등 환경변화로 인해 참여가 어려워서(34.4%)’ 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(51.0%), 연령별 60대(58.7%), 직업별 전업주부(58.5%), 학력 수준별 대학교 이상(51.3%), 가구소득별 1,000만원 이상(61.2%)에서 ‘상세 정보를 얻기 어려워서’가 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(50.9%), 권역별 강원·제주권(54.5%), 지역별 전북(58.8%)에서 ‘상세 정보를 얻기 어려워서’가 높게 나타남.

|그림 3-1-9| 문화가 있는 날 참여하지 못했던 이유

※기타값 생략

(Base=문화가 있는 날 미참여자, n=4,197, 단위 : %)



[표 3-1-21] 문화가 있는 날 참여하지 못했던 이유 1순위

(Base=문화가 있는 날 미참여자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	시간이 없어서	상세 정보를 얻기 어려워서	코로나 19, 날씨 등 환경변화 로 인해 참여가 어려워서	거리가 멀어서 (인근에 이용 가능한 문화시설 및 프로그램 적어서)	참여하고 싶은 프로그램 별로 없어서	문화예술 관심이 없어서	혜택 (할인율) 이 크지 않아서	기타
<b>전체</b>		<b>(4,197)</b>	<b>32.2</b>	<b>29.0</b>	<b>11.7</b>	<b>8.3</b>	<b>5.5</b>	<b>4.7</b>	<b>2.9</b>	<b>5.6</b>
성별	남성	(2,303)	32.6	28.4	11.2	7.0	5.7	5.8	3.2	6.2
	여성	(1,895)	31.7	29.8	12.4	9.8	5.4	3.3	2.7	5.0
연령대	15~19세	(280)	40.0	24.5	3.4	5.3	6.8	13.8	2.3	3.9
	20대	(470)	44.1	18.5	6.6	6.5	8.9	5.8	5.2	4.5
	30대	(638)	39.1	21.8	8.9	8.2	5.7	6.7	3.6	6.0
	40대	(951)	33.8	30.5	11.9	7.6	5.0	3.1	3.0	5.0
	50대	(1,012)	29.4	32.7	13.8	8.3	4.0	3.1	2.3	6.3
	60대 이상	(845)	19.2	35.8	16.7	11.0	5.5	3.2	2.2	6.4
직업	화이트칼라	(1,743)	36.5	28.4	9.7	6.7	5.5	3.7	3.8	5.8
	블루칼라	(444)	35.8	27.6	10.7	8.3	4.4	5.1	2.3	5.8
	전업주부	(662)	19.1	34.7	18.5	13.3	5.1	3.3	1.7	4.5
	자영업	(369)	29.1	33.4	14.0	8.7	4.6	2.4	2.4	5.4
	학생	(417)	42.2	21.6	5.4	6.2	7.1	11.0	2.4	4.2
	무직	(342)	20.9	29.0	13.6	8.6	9.1	7.1	4.0	7.7
	기타	(221)	33.7	26.4	14.9	8.9	2.6	4.2	1.7	7.7
거주권	특별/광역시	(1,742)	32.1	30.3	12.5	6.0	6.3	4.4	2.5	5.9
	비광역시	(2,455)	32.2	28.1	11.2	9.9	5.0	4.8	3.2	5.4
권역	수도권	(2,126)	34.1	28.6	12.7	6.5	5.4	4.0	2.8	6.0
	충청권	(455)	32.0	27.6	10.9	10.4	5.8	5.1	3.2	5.0
	경상권	(1,031)	29.9	29.7	10.9	9.8	6.0	5.9	3.3	4.5
	전라권	(398)	30.4	29.9	10.4	8.8	5.0	5.3	2.6	7.7
	강원/제주권	(188)	27.5	32.1	9.6	14.3	5.0	3.7	2.9	4.9
지역	서울	(717)	33.4	31.1	12.3	4.1	6.7	3.1	2.9	6.5
	부산	(257)	31.2	30.1	11.8	8.8	4.0	7.0	2.3	4.8
	대구	(186)	27.9	37.1	12.5	6.5	6.0	4.2	2.5	3.2
	인천	(248)	30.0	28.3	12.8	6.9	7.2	4.6	2.5	7.7
	광주	(122)	35.3	27.3	12.3	7.2	6.7	3.7	2.2	5.3
	대전	(128)	30.5	26.5	16.2	6.2	5.2	7.1	2.4	5.9
	울산	(83)	37.2	24.4	9.5	7.1	10.0	5.3	1.4	5.2
	세종	(32)	32.3	32.0	12.0	9.6	2.0	2.2	3.4	6.5
	경기	(1,160)	35.4	27.1	13.0	7.8	4.2	4.4	2.8	5.3
	강원	(134)	28.2	31.6	10.6	13.3	5.5	2.7	2.4	5.6
	충북	(128)	34.3	30.0	5.8	9.5	5.7	5.6	3.1	5.8
	충남	(167)	31.3	25.7	10.6	14.6	7.1	3.7	3.7	3.3
	전북	(130)	30.3	35.4	10.8	6.2	2.7	5.8	2.8	6.0
	전남	(146)	26.4	27.2	8.6	12.4	5.6	6.0	2.7	11.2
	경북	(208)	29.1	24.3	10.6	13.4	4.7	7.4	5.6	4.9
	경남	(297)	28.5	30.0	9.7	11.0	7.5	5.2	3.7	4.5
제주	(54)	25.6	33.4	7.1	16.6	3.8	6.0	4.3	3.4	
학력 수준	중졸 이하	(127)	31.8	28.6	10.0	3.5	5.4	11.5	2.8	6.5
	고졸 학생 재학/졸업	(1,100)	28.4	29.5	13.0	9.7	5.5	6.8	1.8	5.4
	대학교 이상	(2,970)	33.6	28.9	11.4	8.0	5.6	3.6	3.4	5.7
가구 소득	300만원 미만	(1,502)	32.4	26.2	10.9	8.6	6.5	6.5	2.9	5.9
	300~500만원 미만	(1,280)	31.9	30.0	11.4	9.3	5.0	3.6	3.2	5.7
	500~700만원 미만	(718)	33.1	29.2	12.6	8.2	5.7	4.3	2.5	4.4
	700~1,000만원 미만	(469)	33.0	31.8	14.4	5.8	4.2	2.9	2.8	5.0
	1,000만원 이상	(229)	27.7	36.0	10.9	5.7	4.6	3.5	3.3	8.3

2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

【표 3-1-22】 문화가 있는 날 참여하지 못했던 이유 1+2순위

(Base=문화가 있는 날 미참여자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	상세 정보를 얻기 어려워서	시간이 없어서	코로나 19, 날씨 등 환경변화 로 인해 참여가 어려워서	거리가 멀어서 (인근에 이용 가능한 문화시설 및 프로그램 적어서)	참여하고 싶은 프로그램 별로 없어서	혜택 (할인율) 이 크지 않아서	문화예술 관심이 없어서	기타
<b>전체</b>		<b>(4,197)</b>	<b>50.8</b>	<b>46.1</b>	<b>34.4</b>	<b>24.7</b>	<b>14.1</b>	<b>11.5</b>	<b>9.5</b>	<b>8.8</b>
성별	남성	(2,303)	51.0	46.9	31.9	21.7	15.6	12.3	11.6	9.0
	여성	(1,895)	50.6	45.1	37.5	28.4	12.4	10.6	7.0	8.5
연령대	15~19세	(280)	41.3	54.9	18.7	24.4	19.7	8.6	26.3	6.0
	20대	(470)	38.6	57.7	20.9	26.5	20.4	15.8	14.4	5.7
	30대	(638)	41.7	55.5	24.3	26.0	15.7	14.9	11.3	10.5
	40대	(951)	52.9	46.8	34.5	23.4	13.2	14.1	7.0	8.1
	50대	(1,012)	56.5	43.9	41.7	22.2	11.0	9.0	6.2	9.6
	60대 이상	(845)	58.7	31.4	45.9	27.5	12.5	7.8	6.6	9.7
직업	화이트칼라	(1,743)	49.4	51.4	28.5	24.4	15.2	14.2	7.7	9.3
	블루칼라	(444)	48.4	50.0	39.0	24.0	11.5	9.4	9.8	8.0
	전업주부	(662)	58.5	29.7	48.6	29.5	11.5	8.4	5.9	7.9
	자영업	(369)	57.8	44.5	41.1	23.4	11.2	7.8	5.5	8.8
	학생	(417)	41.2	56.3	20.8	24.5	18.9	10.0	22.3	5.9
	무직	(342)	49.7	33.4	36.1	22.0	18.8	14.8	15.1	10.1
기타	(221)	52.8	47.9	41.6	21.2	8.0	8.5	8.0	11.9	
거주권	특별/광역시	(1,742)	50.9	46.1	36.6	20.8	15.4	13.1	9.0	8.2
	비광역시	(2,455)	50.8	46.1	32.9	27.5	13.2	10.4	9.9	9.2
권역	수도권	(2,126)	50.4	48.2	35.2	23.0	12.7	12.6	8.4	9.4
	충청권	(455)	46.9	45.6	34.3	27.1	16.7	10.2	10.2	9.0
	경상권	(1,031)	52.0	43.3	34.1	25.7	16.2	10.7	11.2	6.9
	전라권	(398)	52.8	44.5	32.9	26.4	12.8	10.5	9.9	10.3
	강원/제주권	(188)	54.5	42.3	31.1	29.9	15.2	9.3	10.0	7.8
	기타	(147)	50.1	48.8	36.7	18.2	15.2	15.2	7.1	8.7
지역	서울	(717)	50.1	48.8	36.7	18.2	15.2	15.2	7.1	8.7
	부산	(257)	52.6	44.5	37.1	20.8	14.8	11.9	11.4	6.8
	대구	(186)	56.9	40.0	41.8	22.3	14.6	10.0	10.1	4.1
	인천	(248)	52.9	42.7	32.6	25.9	15.3	12.5	8.6	9.6
	광주	(122)	50.1	47.9	35.6	21.5	15.6	13.7	9.4	6.3
	대전	(128)	43.7	45.6	40.4	19.3	16.0	10.7	12.8	11.6
	울산	(83)	46.6	48.3	28.9	26.7	19.7	10.1	10.3	9.4
	세종	(32)	55.6	44.1	32.8	21.1	18.2	12.4	5.6	10.2
	경기	(1,160)	50.1	49.0	34.8	25.4	10.7	11.1	9.2	9.8
	강원	(134)	55.1	45.0	32.7	29.0	13.4	7.2	9.5	8.2
	충북	(128)	47.8	50.2	29.8	26.9	16.2	10.7	10.3	8.1
	충남	(167)	47.1	42.4	33.4	34.3	17.3	9.1	8.9	7.5
	전북	(130)	58.8	45.1	35.3	24.7	10.2	7.8	8.6	9.5
	전남	(146)	49.8	41.2	28.4	32.1	12.8	10.2	11.4	14.2
	경북	(208)	49.1	39.7	34.8	29.3	16.9	10.8	12.9	6.5
	경남	(297)	51.8	45.2	27.4	29.2	17.1	10.2	10.8	8.3
제주	(54)	53.1	35.6	26.9	32.3	19.7	14.3	11.3	6.7	
학력 수준	중졸 이하	(127)	42.4	49.0	35.8	20.7	15.1	6.8	21.1	9.0
	고졸 학생 재학/졸업	(1,100)	50.6	41.9	39.4	26.0	14.0	8.1	12.3	7.7
	대학교 이상	(2,970)	51.3	47.5	32.5	24.4	14.1	13.0	8.0	9.2
가구 소득	300만원 미만	(1,502)	46.4	45.8	34.3	25.8	15.7	11.4	12.3	8.2
	300~500만원 미만	(1,280)	52.1	46.5	34.3	25.2	13.4	12.1	7.9	8.5
	500~700만원 미만	(718)	53.3	44.4	33.8	24.9	14.3	12.5	8.7	8.2
	700~1,000만원 미만	(469)	52.8	48.4	40.2	22.3	10.7	8.6	6.9	10.0
1,000만원 이상	(229)	61.2	46.0	26.0	19.6	14.6	12.3	7.9	12.5	

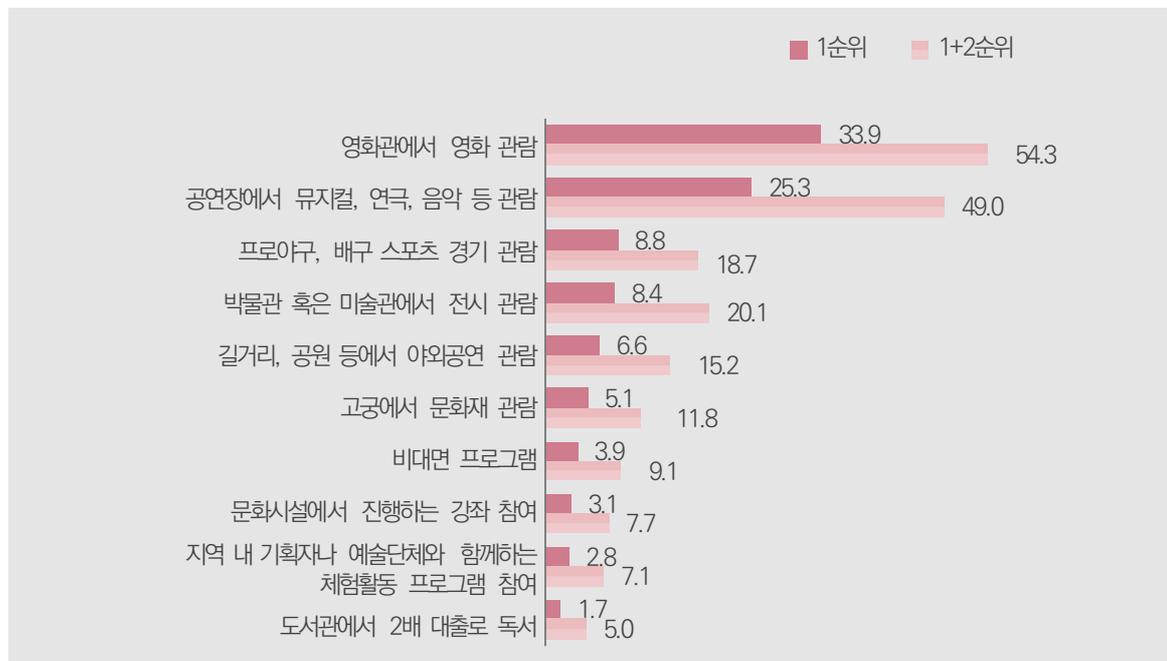
## 6. 문화가 있는 날 참여하고 싶은 프로그램

- (1순위) 문화가 있는 날 참여하고 싶은 프로그램은 '영화관에서 영화 관람'이 33.9%로 가장 높고, 다음으로는 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람(25.3%)', '프로야구, 배구 스포츠 경기관람(8.8%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(36.7%), 연령별 15~19세(41.4%), 직업별 학생(41.6%), 학력 수준별 중졸 이하(39.4%), 가구소득별 300만원 미만(35.0%)에서 '영화관에서 영화 관람'이 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(34.0%), 권역별 전라권(38.4%), 지역별 광주(41.8%)에서 '영화관에서 영화 관람'이 높게 나타남.
- (1+2순위) 문화가 있는 날 참여하고 싶은 프로그램은 '영화관에서 영화 관람'이 54.3%로 가장 높고, 다음으로는 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람(49.0%)', '박물관 혹은 미술관에서 전시 관람(20.1%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(56.2%), 연령별 15~19세(64.9%), 직업별 학생(64.4%), 학력 수준별 고등학교 재학/졸업(58.1%), 가구소득별 300만원 미만(56.0%)에서 '영화관에서 영화 관람'이 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(54.9%), 권역별 충청권(58.5%), 지역별 대구(66.4%)에서 '영화관에서 영화 관람'이 높게 나타남.

[그림 3-1-10] 문화가 있는 날 참여하고 싶은 프로그램

※기타값 생략

(Base=문화가 있는 날 미참여자, n=4,197, 단위 : %)



2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

[표 3-1-23] 문화가 있는 날 참여하고 싶은 프로그램 1순위 ①

(Base=문화가 있는 날 미참여자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	영화 관람	뮤지컬 연극, 음악 등 관람	스포츠 경기 관람	박물관 혹은 미술관에서 전시 관람	길거리, 공원 등에서 야외 공연 관람	고궁에서 문화재 관람
<b>전체</b>		<b>(4,197)</b>	<b>33.9</b>	<b>25.3</b>	<b>8.8</b>	<b>8.4</b>	<b>6.6</b>	<b>5.1</b>
성별	남성	(2,303)	36.7	19.2	12.9	7.2	6.9	5.3
	여성	(1,895)	30.5	32.6	3.9	10.0	6.3	4.8
연령대	15~19세	(280)	41.4	17.9	13.6	8.2	6.6	1.6
	20대	(470)	39.6	21.1	7.8	9.8	5.5	4.4
	30대	(638)	31.4	29.0	9.7	9.0	2.4	6.0
	40대	(951)	33.9	26.4	8.8	9.3	6.2	4.3
	50대	(1,012)	33.7	27.4	8.4	7.1	7.9	4.3
	60대 이상	(845)	30.2	23.4	7.6	7.9	9.3	7.9
직업	화이트칼라	(1,743)	34.1	27.5	8.9	7.8	6.2	4.6
	블루칼라	(444)	37.1	19.8	10.2	6.4	6.9	7.0
	전업주부	(662)	29.1	30.8	3.3	11.1	7.7	3.5
	자영업	(369)	27.0	23.5	10.9	8.6	6.2	8.5
	학생	(417)	41.6	19.7	10.4	7.7	6.7	3.1
	무직	(342)	33.5	21.7	12.1	8.7	6.8	5.9
	기타	(221)	37.3	21.0	9.8	10.0	5.9	6.2
거주권	특별/광역시	(1,742)	34.0	25.2	9.1	8.6	5.8	5.6
	비광역시	(2,455)	33.8	25.3	8.6	8.3	7.2	4.7
권역	수도권	(2,126)	32.1	26.8	8.9	9.2	5.5	6.2
	충청권	(455)	36.4	23.7	9.4	7.4	7.8	3.8
	경상권	(1,031)	34.6	24.3	8.5	8.2	7.5	3.9
	전라권	(398)	38.4	22.8	7.6	6.5	7.8	4.2
	강원/제주권	(188)	33.7	22.5	10.3	8.0	8.7	4.1
지역	서울	(717)	33.2	27.0	8.3	9.8	4.7	7.0
	부산	(257)	31.2	27.6	6.4	8.1	7.2	5.3
	대구	(186)	38.4	23.1	9.3	7.9	4.1	4.6
	인천	(248)	29.6	25.0	12.5	9.2	6.6	5.4
	광주	(122)	41.8	22.3	6.9	6.9	6.2	5.8
	대전	(128)	39.3	18.7	10.5	7.3	8.7	3.0
	울산	(83)	33.5	23.1	14.1	4.8	6.8	1.8
	세종	(32)	33.7	24.6	5.9	9.1	3.1	2.1
	경기	(1,160)	32.0	27.0	8.6	8.8	5.8	5.9
	강원	(134)	33.4	21.5	10.9	8.6	9.1	4.2
	충북	(128)	39.4	24.7	8.3	6.3	7.6	4.0
	충남	(167)	32.4	26.4	10.0	8.0	8.1	4.5
	전북	(130)	36.8	22.0	7.2	6.9	10.5	5.5
	전남	(146)	37.0	24.0	8.5	5.7	6.7	1.8
	경북	(208)	34.7	25.0	9.4	9.8	6.5	2.7
경남	(297)	35.5	22.3	7.7	8.4	10.7	3.8	
제주	(54)	34.6	24.8	8.6	6.7	7.7	3.7	
학력 수준	중졸 이하	(127)	39.4	17.8	11.1	5.5	6.5	5.1
	고등학생 재학/졸업	(1,100)	35.3	23.1	9.7	6.6	9.3	5.2
	대학교 이상	(2,970)	33.1	26.4	8.4	9.3	5.6	5.1
가구 소득	300만원 미만	(1,502)	35.0	21.3	9.5	8.4	7.9	5.1
	300~500만원 미만	(1,280)	34.0	25.9	8.9	9.1	5.7	4.2
	500~700만원 미만	(718)	32.8	28.1	8.1	6.8	5.6	6.4
	700~1,000만원 미만	(469)	32.5	29.8	7.4	10.2	6.0	6.9
	1,000만원 이상	(229)	31.9	29.9	9.1	6.9	7.0	2.0

[표 3-1-24] 문화가 있는 날 참여하고 싶은 프로그램 1순위 ②

(Base=문화가 있는 날 미참여자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	비대면 프로그램	문화시설에서 진행하는 강좌 참여	기획자나 예술 단체와 함께하는 체험활동 참여	도서관에서 2배 대출로 독서	기타
<b>전체</b>		<b>(4,197)</b>	<b>3.9</b>	<b>3.1</b>	<b>2.8</b>	<b>1.7</b>	<b>0.4</b>
성별	남성	(2,303)	4.1	2.9	2.9	1.4	0.5
	여성	(1,895)	3.6	3.4	2.7	2.1	0.2
연령대	15~19세	(280)	4.0	2.0	1.8	2.5	0.5
	20대	(470)	4.7	1.6	2.9	2.7	0.0
	30대	(638)	4.1	3.3	3.3	1.7	0.1
	40대	(951)	3.8	3.2	2.7	1.4	0.1
	50대	(1,012)	3.3	2.7	3.0	1.6	0.6
	60대 이상	(845)	4.0	4.6	2.7	1.6	0.8
직업	화이트칼라	(1,743)	3.2	3.4	2.9	1.2	0.1
	블루칼라	(444)	3.5	4.2	2.0	2.0	0.6
	전업주부	(662)	4.2	4.4	3.1	2.5	0.1
	자영업	(369)	5.5	2.3	3.2	3.0	1.1
	학생	(417)	3.6	2.0	2.3	2.6	0.3
	무직	(342)	5.5	1.0	2.6	1.4	0.7
	기타	(221)	3.9	1.5	3.5	0.4	0.7
거주권	특별/광역시	(1,742)	3.5	3.0	3.3	1.6	0.4
	비광역시	(2,455)	4.2	3.2	2.5	1.8	0.4
권역	수도권	(2,126)	3.5	3.3	2.5	1.6	0.5
	충청권	(455)	3.1	2.9	3.0	2.5	0.3
	경상권	(1,031)	4.6	3.2	3.2	1.8	0.1
	전라권	(398)	4.8	2.5	3.6	1.5	0.3
	강원/제주권	(188)	4.1	2.8	3.0	2.1	0.8
지역	서울	(717)	3.0	2.4	3.2	1.1	0.6
	부산	(257)	5.5	4.4	3.0	1.5	0.0
	대구	(186)	3.2	2.9	3.9	2.2	0.5
	인천	(248)	3.3	3.0	3.2	2.2	0.0
	광주	(122)	4.1	2.3	2.6	0.5	0.5
	대전	(128)	2.1	2.6	4.1	3.3	0.5
	울산	(83)	4.1	4.9	4.1	2.9	0.0
	세종	(32)	7.2	3.5	3.1	5.8	2.0
	경기	(1,160)	3.9	3.9	1.9	1.8	0.5
	강원	(134)	2.9	2.5	3.6	2.0	1.1
	충북	(128)	2.0	3.1	1.2	3.4	0.0
	충남	(167)	3.8	2.7	3.6	0.5	0.0
	전북	(130)	4.7	1.4	2.6	2.0	0.5
	전남	(146)	5.5	3.6	5.3	1.9	0.0
	경북	(208)	4.3	3.3	2.6	1.7	0.0
	경남	(297)	5.0	1.7	3.0	1.6	0.2
	제주	(54)	6.9	3.4	1.4	2.2	0.0
학력 수준	중졸 이하	(127)	5.2	2.1	5.6	1.2	0.5
	고등학생 재학/졸업	(1,100)	4.2	2.7	2.3	1.4	0.4
	대학교 이상	(2,970)	3.7	3.3	2.9	1.9	0.4
가구 소득	300만원 미만	(1,502)	5.1	3.0	2.3	1.8	0.5
	300~500만원 미만	(1,280)	4.0	2.8	3.2	2.0	0.3
	500~700만원 미만	(718)	3.5	3.6	2.6	2.4	0.2
	700~1,000만원 미만	(469)	0.9	2.5	2.9	0.6	0.4
	1,000만원 이상	(229)	2.5	4.9	4.6	0.4	0.8

2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

[표 3-1-25] 문화가 있는 날 참여하고 싶은 프로그램 1+2순위 ①

(Base=문화가 있는 날 미참여자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	영화 관람	뮤지컬 연극, 음악 등 관람	박물관 혹은 미술관에서 전시 관람	스포츠 경기 관람	길거리, 공원 등에서 야외 공연 관람	고궁에서 문화재 관람
<b>전체</b>		<b>(4,197)</b>	<b>54.3</b>	<b>49.0</b>	<b>20.1</b>	<b>18.7</b>	<b>15.2</b>	<b>11.8</b>
성별	남성	(2,303)	56.2	39.4	17.8	27.6	15.6	12.0
	여성	(1,895)	52.1	60.7	22.9	7.8	14.7	11.4
연령대	15~19세	(280)	64.9	38.8	20.5	27.0	16.8	4.3
	20대	(470)	58.1	45.1	23.2	19.8	10.7	9.5
	30대	(638)	50.3	50.2	22.8	20.8	10.8	12.8
	40대	(951)	52.4	52.4	21.6	17.9	15.1	10.8
	50대	(1,012)	56.7	51.0	16.4	18.1	17.0	11.2
	60대 이상	(845)	51.0	47.6	18.9	15.2	18.4	16.5
직업	화이트칼라	(1,743)	54.0	52.5	19.9	19.1	12.6	11.8
	블루칼라	(444)	57.9	39.7	16.7	21.4	18.9	14.2
	전업주부	(662)	50.0	59.7	21.9	8.2	17.8	10.3
	자영업	(369)	47.6	44.1	21.5	21.3	18.2	13.1
	학생	(417)	64.4	39.6	21.4	24.1	15.2	6.8
	무직	(342)	55.3	39.9	18.5	24.3	15.0	14.8
	기타	(221)	53.3	48.5	20.7	17.3	15.1	12.9
거주권	특별/광역시	(1,742)	54.9	49.6	19.7	20.2	13.6	12.5
	비광역시	(2,455)	53.9	48.6	20.4	17.6	16.3	11.3
권역	수도권	(2,126)	52.5	51.7	21.1	18.3	12.3	14.4
	충청권	(455)	58.5	45.7	18.6	18.6	17.6	8.4
	경상권	(1,031)	54.6	47.0	19.3	19.5	17.6	9.3
	전라권	(398)	58.0	44.6	18.3	18.3	19.7	9.2
	강원/제주권	(188)	54.6	47.4	20.5	19.2	18.5	8.2
지역	서울	(717)	53.7	54.2	22.2	18.7	9.7	15.4
	부산	(257)	51.4	49.8	18.4	20.8	17.3	10.9
	대구	(186)	66.4	46.5	16.7	17.5	11.9	9.5
	인천	(248)	51.6	46.2	20.6	23.9	15.8	11.9
	광주	(122)	56.1	45.7	15.4	19.0	15.1	12.9
	대전	(128)	59.5	45.4	15.7	20.3	19.7	7.7
	울산	(83)	50.1	38.6	18.7	27.1	20.7	7.1
	세종	(32)	48.3	45.2	30.0	17.6	10.6	8.3
	경기	(1,160)	52.0	51.3	20.5	16.8	13.2	14.4
	강원	(134)	53.6	48.5	20.4	20.0	18.5	9.8
	충북	(128)	61.4	44.6	15.5	16.2	17.9	9.5
	충남	(167)	57.6	46.9	20.9	19.3	17.1	8.1
	전북	(130)	57.7	45.0	20.2	16.6	22.3	10.3
	전남	(146)	59.8	43.4	19.1	19.2	21.3	5.2
	경북	(208)	49.9	45.2	24.5	18.9	19.5	7.3
	경남	(297)	54.7	48.5	18.3	17.9	19.2	10.0
제주	(54)	56.9	44.8	20.8	17.2	18.5	4.5	
학력 수준	중졸 이하	(127)	55.3	36.9	18.6	27.8	25.2	6.7
	고등학생 재학/졸업	(1,100)	58.1	47.1	15.2	17.1	20.7	12.0
	대학교 이상	(2,970)	52.9	50.3	22.0	18.8	12.7	11.9
가구 소득	300만원 미만	(1,502)	56.0	44.4	20.2	18.5	16.8	11.3
	300~500만원 미만	(1,280)	54.6	50.1	19.7	19.0	13.9	11.8
	500~700만원 미만	(718)	52.8	52.0	19.9	18.3	15.2	12.2
	700~1,000만원 미만	(469)	51.0	53.9	20.8	19.5	14.6	12.4
	1,000만원 이상	(229)	53.2	54.2	20.8	17.1	12.6	11.7

표 3-1-26 문화가 있는 날 참여하고 싶은 프로그램 1+2순위 ②

(Base=문화가 있는 날 미참여자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	비대면 프로그램	문화시설에서 진행하는 강좌 참여	기획자나 예술 단체와 함께하는 체험활동 참여	도서관에서 2배 대출로 독서	기타
<b>전체</b>		<b>(4,197)</b>	<b>9.1</b>	<b>7.7</b>	<b>7.1</b>	<b>5.0</b>	<b>0.4</b>
성별	남성	(2,303)	9.8	7.3	6.3	5.2	0.5
	여성	(1,895)	8.1	8.2	8.1	4.6	0.2
연령대	15~19세	(280)	7.1	5.7	4.7	5.7	0.5
	20대	(470)	11.6	5.9	6.6	6.5	0.0
	30대	(638)	10.5	7.3	8.5	4.5	0.3
	40대	(951)	8.9	7.2	7.5	5.3	0.1
	50대	(1,012)	8.2	7.1	6.8	4.9	0.6
	60대 이상	(845)	8.5	10.9	7.2	3.9	0.8
직업	화이트칼라	(1,743)	8.8	7.6	7.2	4.8	0.1
	블루칼라	(444)	10.9	7.5	6.0	4.6	0.6
	전업주부	(662)	8.5	9.6	7.5	5.3	0.2
	자영업	(369)	8.4	8.6	8.8	5.5	1.1
	학생	(417)	8.6	4.9	5.3	5.9	0.3
	무직	(342)	9.5	7.3	5.9	5.8	0.7
	기타	(221)	10.1	7.8	10.0	1.9	0.7
거주권	특별/광역시	(1,742)	9.1	7.0	7.3	4.2	0.4
	비광역시	(2,455)	9.0	8.2	7.0	5.5	0.4
권역	수도권	(2,126)	8.4	7.5	6.5	5.2	0.5
	충청권	(455)	8.6	9.7	6.7	5.3	0.3
	경상권	(1,031)	10.0	8.0	8.0	4.7	0.1
	전라권	(398)	10.6	6.4	8.4	3.9	0.3
	강원/제주권	(188)	9.3	6.1	7.7	5.4	0.8
지역	서울	(717)	7.9	5.2	7.4	3.8	0.6
	부산	(257)	10.9	7.9	7.7	3.7	0.0
	대구	(186)	8.7	6.7	8.0	5.2	0.5
	인천	(248)	9.5	9.7	5.5	3.6	0.4
	광주	(122)	12.9	7.2	8.2	3.5	0.5
	대전	(128)	8.4	8.8	6.4	5.9	0.5
	울산	(83)	9.0	8.7	9.1	7.8	0.0
	세종	(32)	13.8	5.2	9.9	7.1	2.0
	경기	(1,160)	8.4	8.5	6.2	6.4	0.5
	강원	(134)	8.0	5.0	8.9	4.4	1.1
	충북	(128)	10.0	12.4	4.1	6.9	0.0
	충남	(167)	6.7	9.2	8.2	3.3	0.0
	전북	(130)	10.3	4.4	5.4	4.7	0.5
	전남	(146)	9.0	7.5	11.2	3.6	0.0
	경북	(208)	9.5	9.8	9.6	4.9	0.0
	경남	(297)	10.6	7.5	6.8	4.2	0.2
제주	(54)	12.4	8.9	4.6	8.1	0.0	
학력 수준	중졸 이하	(127)	7.1	5.8	9.0	3.5	0.5
	고등학생 재학/졸업	(1,100)	9.9	6.8	6.2	4.5	0.4
	대학교 이상	(2,970)	8.8	8.1	7.4	5.2	0.4
가구 소득	300만원 미만	(1,502)	10.6	7.8	6.2	5.2	0.5
	300~500만원 미만	(1,280)	8.8	8.2	7.2	5.2	0.3
	500~700만원 미만	(718)	8.1	8.0	7.8	4.3	0.2
	700~1,000만원 미만	(469)	6.9	5.8	7.4	6.2	0.4
	1,000만원 이상	(229)	8.0	7.2	10.0	1.7	0.8

### Ⅲ. 문화가 있는 날 참여 및 만족도

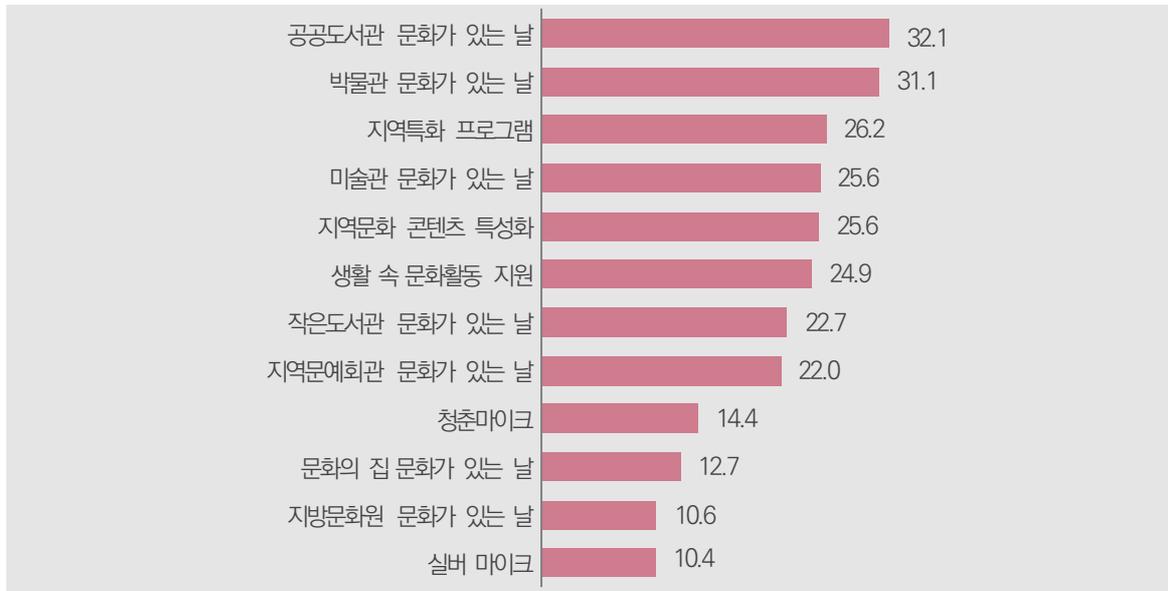
#### 1. 문화가 있는 날 기획사업 참여율

- 문화가 있는 날 기획사업 참여율로는 ‘공공도서관 문화가 있는 날’이 32.1%로 가장 높고, 다음으로는 ‘박물관 문화가 있는 날(31.1%)’, ‘지역특화 프로그램(26.2%)’ 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(34.1%), 연령별 40대(34.8%), 직업별 자영업(35.5%), 학력 수준별 대학교 이상(34.1%), 가구소득별 500~700만원 미만(34.8%)에서 ‘공공도서관 문화가 있는 날’이 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(33.6%), 권역별 강원/제주권(37.7%), 지역별 제주(51.1%)에서 ‘공공도서관 문화가 있는 날’이 높게 나타남.

[그림 3-1-11] 문화가 있는 날 기획사업 참여율

※기타값 생략

(Base=문화가 있는 날 기획사업 참여자, n=2,762, 단위 : %)



[표 3-1-27] 문화가 있는 날 기획사업 참여율 ①

(Base=문화가 있는 날 기획사업 참여자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	공공도서관 문화가 있는 날	박물관 문화가 있는 날	지역특화 프로그램	미술관 문화가 있는 날	지역문화 콘텐츠 특성화	생활 속 문화활동 지원	작은도서관 문화가 있는 날	
<b>전체</b>	<b>(2,762)</b>	<b>32.1</b>	<b>31.1</b>	<b>26.2</b>	<b>25.6</b>	<b>25.6</b>	<b>24.9</b>	<b>22.7</b>	
성별	남성	(1,384)	30.1	32.0	28.2	24.3	27.4	24.3	22.3
	여성	(1,378)	34.1	30.3	24.2	27.0	23.8	25.5	23.0
연령대	15~19세	(146)	25.2	21.8	26.1	18.8	12.8	13.0	20.9
	20대	(464)	31.9	31.2	22.9	29.0	20.0	19.7	21.1
	30대	(445)	31.7	32.8	22.9	28.6	21.6	21.4	22.7
	40대	(520)	34.8	30.0	26.4	26.5	22.8	22.5	25.2
	50대	(618)	34.2	32.1	27.9	23.7	29.3	27.5	22.4
	60대 이상	(569)	29.5	32.2	29.5	23.7	34.9	34.4	22.3
직업	화이트칼라	(1,320)	32.5	31.6	24.1	27.9	25.7	25.8	22.9
	블루칼라	(252)	32.1	24.5	31.5	24.6	28.9	21.2	22.9
	전업주부	(426)	31.3	30.0	27.3	24.1	24.5	25.8	25.5
	자영업	(206)	35.5	37.4	29.4	18.6	32.5	28.5	23.4
	학생	(260)	29.2	29.1	23.0	26.3	17.2	16.4	21.7
	무직	(160)	30.1	27.0	30.5	19.4	20.6	23.4	16.6
	기타	(139)	33.3	41.9	29.5	27.0	32.8	32.6	18.5

[표 3-1-28] 문화가 있는 날 기획사업 참여율 ②

(Base=문화가 있는 날 기획사업 참여자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	공공도서관 문화가 있는 날	박물관 문화가 있는 날	지역특화 프로그램	미술관 문화가 있는 날	지역문화 콘텐츠 특성화	생활 속 문화활동 지원	작은도서관 문화가 있는 날
<b>전체</b>		<b>(2,762)</b>	<b>32.1</b>	<b>31.1</b>	<b>26.2</b>	<b>25.6</b>	<b>25.6</b>	<b>24.9</b>	<b>22.7</b>
거주권	특별/광역시	(1,208)	33.6	34.9	24.9	28.7	25.1	25.9	24.1
	비광역시	(1,554)	30.9	28.2	27.2	23.3	25.9	24.1	21.5
권역	수도권	(1,333)	31.4	34.0	23.5	27.7	22.7	24.3	22.4
	충청권	(302)	32.5	28.8	30.3	24.7	26.6	24.7	19.0
	경상권	(716)	33.7	29.4	25.6	25.0	28.7	26.1	25.4
	전라권	(285)	28.6	26.5	34.1	22.8	28.2	26.0	22.2
	강원/제주권	(124)	37.7	26.1	31.0	16.6	29.7	22.9	19.3
지역	서울	(483)	31.8	38.3	20.2	32.9	21.1	25.0	22.4
	부산	(180)	38.4	33.3	26.1	27.7	29.3	29.7	29.8
	대구	(129)	35.2	33.5	24.3	30.9	29.4	26.9	28.6
	인천	(171)	35.3	39.3	26.4	21.3	26.3	22.2	26.6
	광주	(85)	27.0	25.4	34.2	28.3	26.1	27.8	22.8
	대전	(85)	34.4	28.2	35.9	27.7	26.6	27.0	12.5
	울산	(77)	34.3	26.8	27.4	18.9	27.9	26.3	23.0
	세종	(21)	36.7	37.3	28.6	29.2	19.9	16.8	21.0
	경기	(680)	30.0	29.7	25.1	25.6	22.9	24.3	21.4
	강원	(91)	32.7	24.6	31.5	12.9	31.5	23.9	21.4
	충북	(89)	25.9	31.0	28.4	28.1	25.3	23.9	18.6
	충남	(107)	35.7	25.6	27.8	18.7	29.1	25.1	24.2
	전북	(100)	28.5	31.4	35.7	17.9	29.7	26.7	24.3
	전남	(101)	29.9	22.7	32.5	22.9	28.6	23.7	19.7
	경북	(145)	32.1	28.4	23.3	22.9	27.0	25.6	21.8
	경남	(187)	29.3	24.8	27.0	22.3	29.3	22.5	22.6
제주	(34)	51.1	30.3	29.5	26.6	25.0	20.4	13.5	
학력 수준	중졸 이하	(61)	16.7	14.6	32.4	17.1	23.9	16.4	17.8
	고등학생 재학/졸업	(589)	26.4	26.1	32.9	19.5	31.4	31.7	23.4
	대학교 이상	(2,112)	34.1	33.0	24.2	27.6	24.0	23.3	22.6
가구소득	300만원 미만	(862)	31.5	29.9	29.4	23.6	24.2	25.7	21.9
	300~500만원 미만	(885)	32.1	30.2	25.7	26.1	27.7	24.7	23.6
	500~700만원 미만	(503)	34.8	31.2	23.6	22.6	25.6	25.3	23.1
	700~1,000만원 미만	(356)	34.3	34.9	21.7	27.7	23.9	24.9	23.9
	1,000만원 이상	(156)	22.0	34.3	30.2	39.6	24.4	20.1	17.3
문화예술 관심수준	관심 높음	(2,528)	32.5	31.3	26.5	26.6	26.1	25.3	22.9
	관심 낮음	(233)	27.4	28.9	23.5	14.8	19.3	20.9	20.3
문·날 인지자	인지	(2,267)	32.3	32.2	24.9	26.6	24.0	24.3	22.7
	미인지	(495)	31.0	26.1	32.1	21.4	32.8	27.5	22.2

[표 3-1-29] 문화가 있는 날 기획사업 참여율 ③

(Base=문화가 있는 날 기획사업 참여자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	지역문예회관 문화가 있는 날	청춘마이크	문화의집 문화가 있는 날	지방문화원 문화가 있는 날	실버마이크	기타	
<b>전체</b>	<b>(2,762)</b>	<b>22.0</b>	<b>14.4</b>	<b>12.7</b>	<b>10.6</b>	<b>10.4</b>	<b>1.6</b>	
성별	남성	(1,384)	24.0	15.7	12.8	11.6	11.0	1.1
	여성	(1,378)	20.0	13.1	12.7	9.6	9.9	2.2
연령대	15~19세	(146)	11.9	15.1	16.4	6.4	5.5	0.2
	20대	(464)	13.5	16.0	15.9	4.6	5.0	0.4
	30대	(445)	20.6	16.9	14.2	10.2	9.8	1.5
	40대	(520)	19.2	13.0	12.7	7.0	8.6	3.2
	50대	(618)	25.3	14.3	9.7	12.7	12.3	1.6
	60대 이상	(569)	31.7	12.4	11.4	17.7	16.3	1.6
직업	화이트칼라	(1,320)	22.9	15.0	12.4	10.2	11.0	1.4
	블루칼라	(252)	26.0	17.8	14.6	14.4	8.8	0.9
	전업주부	(426)	22.4	12.3	12.5	11.4	11.4	3.5
	자영업	(206)	28.4	13.2	11.8	13.7	10.5	1.9
	학생	(260)	12.4	13.2	16.2	4.7	4.4	0.4
	무직	(160)	17.0	17.5	10.7	7.3	16.1	0.0
	기타	(139)	19.8	10.0	11.0	15.2	10.5	3.4

2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

[표 3-1-30] 문화가 있는 날 기획사업 참여율 ④

(Base=문화가 있는 날 기획사업 참여자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	지역 문예회관 문 화가 있는 날	청춘 마이크	문화의집 문화가 있는 날	지방 문화원 문화가 있는 날	실버 마이크	기타
<b>전체</b>		<b>(2,762)</b>	<b>22.0</b>	<b>14.4</b>	<b>12.7</b>	<b>10.6</b>	<b>10.4</b>	<b>1.6</b>
거주권	특별/광역시	(1,208)	21.2	14.8	12.3	10.2	11.5	1.9
	비광역시	(1,554)	22.7	14.1	13.1	10.8	9.7	1.4
권역	수도권	(1,333)	21.6	14.4	12.5	9.0	10.3	2.4
	충청권	(302)	20.9	13.1	11.8	11.3	10.4	1.3
	경상권	(716)	22.1	15.9	13.2	12.5	11.0	0.7
	전라권	(285)	23.3	11.8	12.3	12.1	9.4	0.9
	강원/제주권	(124)	25.6	14.7	16.6	10.9	11.0	1.0
	지역	서울	(483)	20.5	14.1	11.0	8.2	10.3
	부산	(180)	21.3	16.1	10.2	12.3	14.4	1.0
	대구	(129)	22.3	17.2	16.8	12.2	9.2	0.0
	인천	(171)	23.7	16.5	13.2	9.3	15.2	0.5
	광주	(85)	22.6	7.7	9.8	13.8	9.7	0.7
	대전	(85)	20.2	15.9	16.6	10.9	12.5	1.6
	울산	(77)	17.2	14.6	13.7	12.1	8.4	1.2
	세종	(21)	18.9	13.6	12.3	11.1	12.4	2.5
	경기	(680)	21.9	14.1	13.3	9.5	9.2	2.1
	강원	(91)	25.1	14.0	16.8	12.1	12.3	0.9
	충북	(89)	20.2	13.6	10.1	12.0	9.5	0.7
	충남	(107)	22.6	10.5	9.3	11.0	9.0	1.3
	전북	(100)	24.2	15.2	15.0	9.4	10.9	0.0
	전남	(101)	23.0	11.9	11.7	13.4	7.7	2.1
	경북	(145)	24.6	19.1	11.1	12.3	13.0	0.9
	경남	(187)	22.9	13.0	14.8	13.2	8.4	0.4
	제주	(34)	27.1	16.6	15.9	7.8	7.7	1.3
학력 수준	중졸 이하	(61)	17.9	21.6	17.3	9.5	15.1	1.3
	고등학생 재학/졸업	(589)	26.1	15.7	14.0	14.4	10.7	1.7
	대학교 이상	(2,112)	21.0	13.8	12.2	9.5	10.2	1.6
가구소득	300만원 미만	(862)	19.0	15.8	15.3	11.3	10.0	1.6
	300~500만원 미만	(885)	24.4	15.7	11.2	11.8	11.6	1.9
	500~700만원 미만	(503)	24.3	9.8	9.3	9.3	9.3	1.2
	700~1,000만원 미만	(356)	21.0	15.0	13.8	8.4	10.4	1.9
	1,000만원 이상	(156)	20.1	12.3	16.0	8.8	9.8	1.1
문화예술 관심수준	관심 높음	(2,528)	22.1	14.0	12.7	10.8	10.1	1.7
	관심 낮음	(233)	21.5	18.5	12.7	7.6	14.6	1.2
문·날 인지자	인지	(2,267)	20.7	13.1	12.3	9.5	8.7	1.8
	미인지	(495)	28.2	20.3	14.8	15.3	18.6	0.8

## 2. 문화가 있는 날 기획사업 만족도

- 문화가 있는 날 기획사업 프로그램 유형별 만족도로는 '박물관 문화가 있는 날'이 74.2%로 가장 높고, '미술관 문화가 있는 날(73.0%)', '공공도서관 문화가 있는 날(72.1%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(76.9%), 연령별 60대 이상(78.3%), 직업별 자영업(91.7%), 학력 수준별 중졸 이하(88.7%), 가구소득 별 700~1,000만원 미만(81.8%)에서 '박물관 문화가 있는 날'이 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(78.1%), 권역별 수도권(76.7%), 지역별 전남(83.5%)에서 '박물관 문화가 있는 날'이 높게 나타남.

**그림 3-1-12** 문화가 있는 날 기획사업 만족도

※기타값 생략

(Base=기획사업 참여자, n=2,762, 단위 : 점)

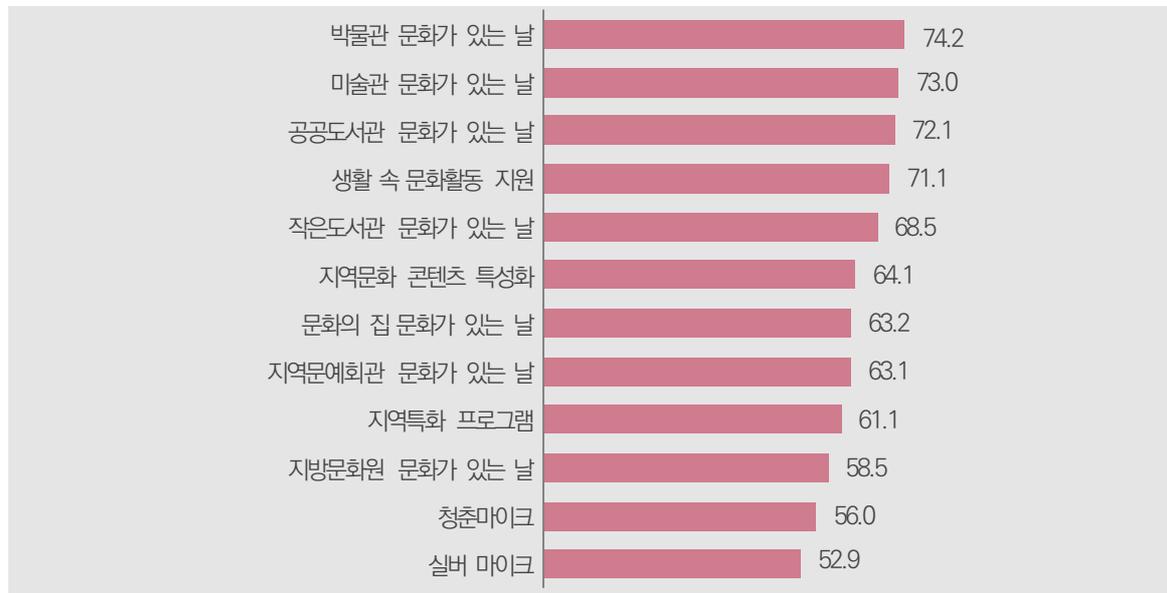


표 3-1-31 문화가 있는 날 기획사업 만족도 ①

(Base=기획사업 참여자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	박물관 문화가 있는 날	미술관 문화가 있는 날	공공도서 관 문화가 있는 날	생활 속 문화활동 지원	작은도서 관 문화가 있는 날	지역문화 콘텐츠 특성화	문화의집 문화가 있는날
전체		(2,762)	74.2	73.0	72.1	71.1	68.5	64.1	63.2
성별	남성	(1,384)	71.7	70.0	71.0	70.8	64.2	64.8	62.8
	여성	(1,378)	76.9	75.6	73.1	71.3	72.7	63.3	63.6
연령대	15~19세	(146)	72.0	74.7	58.2	64.2	55.4	70.4	69.5
	20대	(464)	74.5	73.6	72.8	79.4	61.6	74.3	73.5
	30대	(445)	70.9	75.9	69.3	64.9	66.6	60.0	72.4
	40대	(520)	68.8	68.8	75.6	66.0	79.7	65.1	54.7
	50대	(618)	77.4	70.2	71.6	73.6	71.5	61.9	58.9
	60대 이상	(569)	78.3	76.4	74.0	71.7	63.9	62.2	52.7
직업	화이트칼라	(1,320)	73.9	75.3	72.6	72.0	70.1	66.8	62.8
	블루칼라	(252)	66.8	64.7	72.4	67.9	67.4	57.0	75.7
	전업주부	(426)	69.3	63.2	68.6	71.2	71.7	58.1	53.6
	자영업	(206)	91.7	78.2	70.9	67.1	73.1	62.2	63.4
	학생	(260)	78.6	78.9	78.8	76.0	60.3	79.3	75.6
	무직	(160)	67.5	72.6	62.3	74.6	62.3	58.2	37.6
	기타	(139)	72.0	74.1	78.5	65.5	55.0	61.3	64.6
거주권	특별/광역시	(1,208)	78.1	73.0	70.8	72.8	70.6	62.4	67.3
	비광역시	(1,554)	70.6	73.0	73.3	69.7	66.7	65.4	60.2
권역	수도권	(1,333)	76.7	74.0	72.4	71.9	72.6	64.0	65.6
	충청권	(302)	66.2	72.5	69.6	76.7	70.0	72.5	72.2
	경상권	(716)	73.4	69.8	71.9	67.9	64.8	61.3	56.2
	전라권	(285)	73.0	75.4	73.0	69.9	64.6	66.5	65.0
	강원/제주권	(124)	69.5	75.8	74.8	70.9	53.0	57.1	56.9
지역	서울	(483)	80.7	73.4	69.0	77.6	72.0	60.4	78.4
	부산	(180)	80.9	74.4	67.7	70.2	71.4	54.0	51.7
	대구	(129)	77.7	67.4	65.8	61.8	60.8	57.8	56.9
	인천	(171)	79.1	73.8	79.0	70.6	70.9	63.8	55.8
	광주	(85)	64.0	73.6	72.4	72.6	71.0	66.3	67.4
	대전	(85)	68.4	77.7	69.2	74.9	76.1	78.7	78.7
	울산	(77)	69.3	67.8	79.5	71.1	75.3	76.2	69.2
	세종	(21)	57.1	77.7	67.9	63.7	61.5	69.2	52.2
	경기	(680)	72.3	74.6	73.0	68.1	73.6	66.4	60.5
	강원	(91)	68.1	70.3	76.7	69.1	48.4	57.5	57.1
	충북	(89)	71.9	72.1	73.4	78.9	77.9	61.8	69.9
	충남	(107)	61.2	65.3	68.1	78.2	63.9	76.4	70.4
	전북	(100)	71.4	73.2	62.0	65.4	66.2	69.1	64.3
	전남	(101)	83.5	78.9	83.8	72.2	56.4	64.1	64.4
	경북	(145)	69.3	74.9	77.0	84.3	58.3	62.9	65.7
	경남	(187)	65.3	63.2	74.2	54.0	60.3	63.7	48.2
	제주	(34)	72.7	83.0	71.3	76.6	72.9	55.5	56.2
학력 수준	중졸 이하	(61)	88.7	51.5	73.2	62.0	57.2	71.2	65.3
	고등학생 재학/졸업	(589)	66.6	68.3	61.2	64.5	70.0	60.1	60.8
	대학교 이상	(2,112)	75.7	74.3	74.5	73.8	68.3	65.4	63.8
가구 소득	300만원 미만	(862)	67.4	67.5	66.8	65.1	62.6	55.9	62.9
	300~500만원 미만	(885)	78.0	72.8	73.5	69.4	66.8	64.6	61.1
	500~700만원 미만	(503)	71.8	73.4	72.9	76.3	73.0	66.2	70.3
	700~1,000만원 미만	(356)	81.8	84.2	78.5	79.0	76.8	73.6	61.3
	1,000만원 이상	(156)	78.0	72.8	76.3	81.4	77.7	77.6	63.5

[표 3-1-32] 문화가 있는 날 기획사업 만족도 ②

(Base=기획사업 참여자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	문예회관 문 화가 있는 날	지역특화프 로그램	지방문화원 문화가 있는 날	청춘 마이크	실버 마이크	기타
<b>전체</b>		<b>(2,762)</b>	<b>63.1</b>	<b>61.1</b>	<b>58.5</b>	<b>56.0</b>	<b>52.9</b>	<b>74.5</b>
성별	남성	(1,384)	61.8	61.0	57.5	57.3	53.7	57.6
	여성	(1,378)	64.7	61.2	59.6	54.5	51.9	82.7
연령대	15~19세	(146)	62.4	58.1	60.4	64.3	87.0	100.0
	20대	(464)	68.8	66.1	49.0	59.9	27.2	100.0
	30대	(445)	56.6	52.7	61.6	64.5	54.7	75.0
	40대	(520)	65.3	58.5	52.6	45.6	44.3	86.8
	50대	(618)	62.2	61.2	56.6	53.9	50.8	78.6
	60대 이상	(569)	64.2	65.6	62.5	53.2	61.4	42.3
직업	화이트칼라	(1,320)	63.5	63.4	52.2	56.3	49.3	68.7
	블루칼라	(252)	59.5	55.1	70.0	56.7	72.0	100.0
	전업주부	(426)	61.0	58.4	67.6	54.2	60.2	87.2
	자영업	(206)	66.6	64.4	68.7	63.9	51.2	44.0
	학생	(260)	73.4	67.5	58.2	66.4	63.8	100.0
	무직	(160)	59.8	44.8	36.0	40.3	36.6	0.0
	기타	(139)	59.2	67.4	56.5	47.8	57.1	64.8
거주권	특별/광역시	(1,208)	62.5	63.4	53.5	56.4	54.0	85.2
	비광역시	(1,554)	63.6	59.4	62.1	55.7	51.8	63.5
권역	수도권	(1,333)	64.2	61.8	62.3	57.5	49.6	64.7
	충청권	(302)	56.3	58.1	69.6	57.3	55.3	100.0
	경상권	(716)	61.3	62.9	50.2	58.0	54.1	100.0
	전라권	(285)	66.8	60.6	58.3	43.6	63.0	100.0
	강원/제주권	(124)	68.3	54.9	51.1	48.3	53.3	100.0
	지역	서울	(483)	62.3	59.8	58.1	56.6	52.9
부산	(180)	58.2	65.7	55.0	57.7	62.2	100.0	
대구	(129)	75.9	62.3	61.7	66.2	51.1	0.0	
인천	(171)	63.7	69.7	40.8	53.2	47.1	100.0	
광주	(85)	65.9	63.7	47.9	49.0	67.2	100.0	
대전	(85)	40.4	57.7	64.6	46.8	47.2	100.0	
울산	(77)	67.2	71.4	34.5	57.0	58.0	100.0	
세종	(21)	55.2	51.9	68.1	57.2	59.3	100.0	
경기	(680)	65.7	60.9	70.3	59.5	47.9	43.3	
강원	(91)	66.8	51.1	42.8	46.9	53.3	100.0	
충북	(89)	55.2	70.4	61.3	54.1	60.8	100.0	
충남	(107)	68.6	49.4	81.3	73.2	58.2	100.0	
전북	(100)	62.9	61.2	49.2	43.5	72.0	0.0	
전남	(101)	71.5	57.4	73.6	40.9	46.2	100.0	
경북	(145)	60.7	77.9	44.1	64.8	55.9	100.0	
경남	(187)	53.0	47.1	49.1	43.5	39.5	100.0	
제주	(34)	72.1	65.6	85.8	51.4	53.5	100.0	
학력 수준	중졸 이하	(61)	53.8	52.8	75.2	55.7	65.6	100.0
	고등학생 재학/졸업	(589)	54.9	55.5	52.2	46.5	50.6	81.3
	대학교 이상	(2,112)	66.2	63.5	60.7	59.1	53.0	71.9
가구 소득	300만원 미만	(862)	57.0	56.1	51.9	49.4	42.7	74.2
	300~500만원 미만	(885)	64.2	60.8	63.6	53.6	52.8	73.6
	500~700만원 미만	(503)	61.1	60.6	69.7	62.5	57.9	100.0
	700~1,000만원 미만	(356)	76.1	73.2	63.2	67.0	70.9	72.2
	1,000만원 이상	(156)	64.9	71.0	17.5	73.5	52.3	0.0

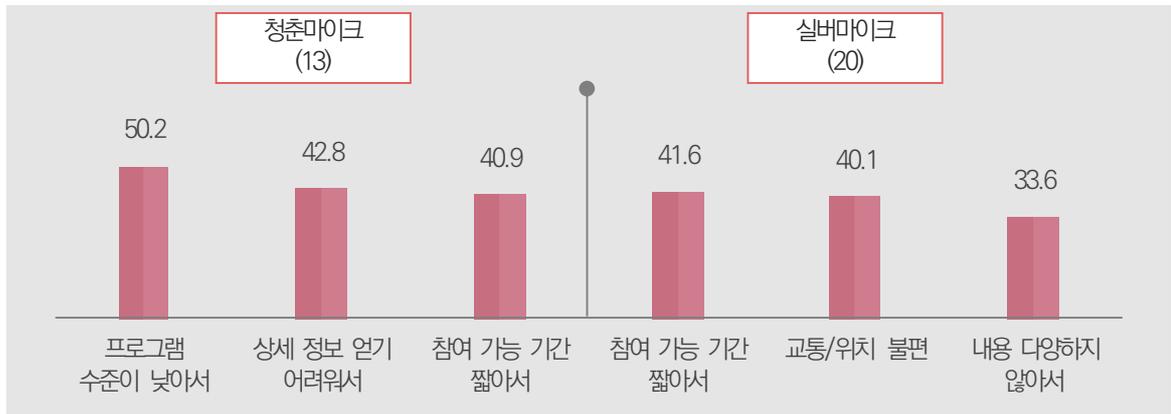
### 3. 문화가 있는 날 기획사업 불만족 이유

- 문화가 있는 날 기획사업에 대한 불만족 이유에 종합 1순위는 ‘내용이 다양하지 않아서’(8건) 응답이 가장 많이 나타났으며, ‘프로그램 수준 낮아서’(2건), ‘참여 가능 기간 짧아서’(2건) 순으로 나타남.
  - 종합 2순위는 ‘교통/위치 불편’(4건), ‘참여 가능 기간 짧아서’(4건), ‘상세 정보 얻기 어려워’(3건), ‘관람객 너무 많음/적음’(1건) 순으로 나타남.

**그림 3-1-13** 문화가 있는 날 기획사업 불만족 이유 ①

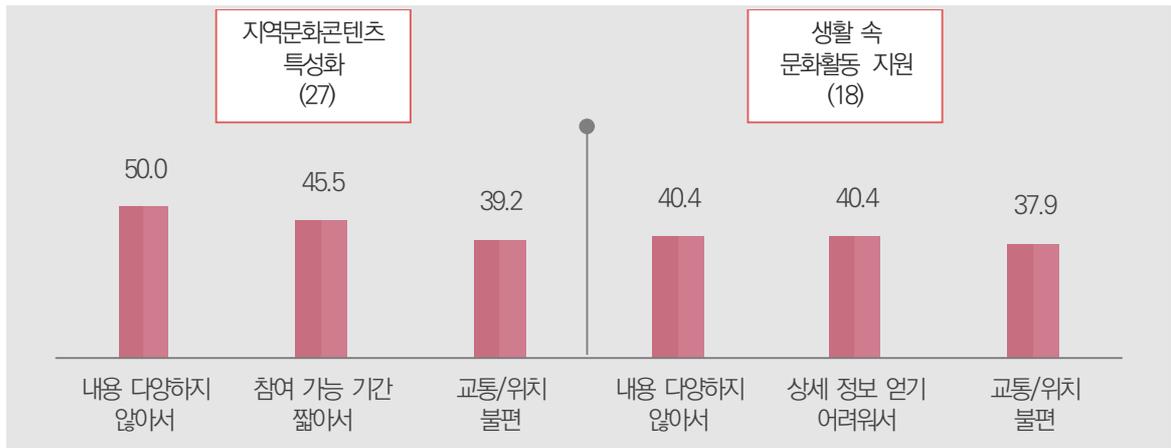
※ 상위 3개 제시

(Base=개별 기획사업 불만족 응답자, n=( ), 단위 : %)



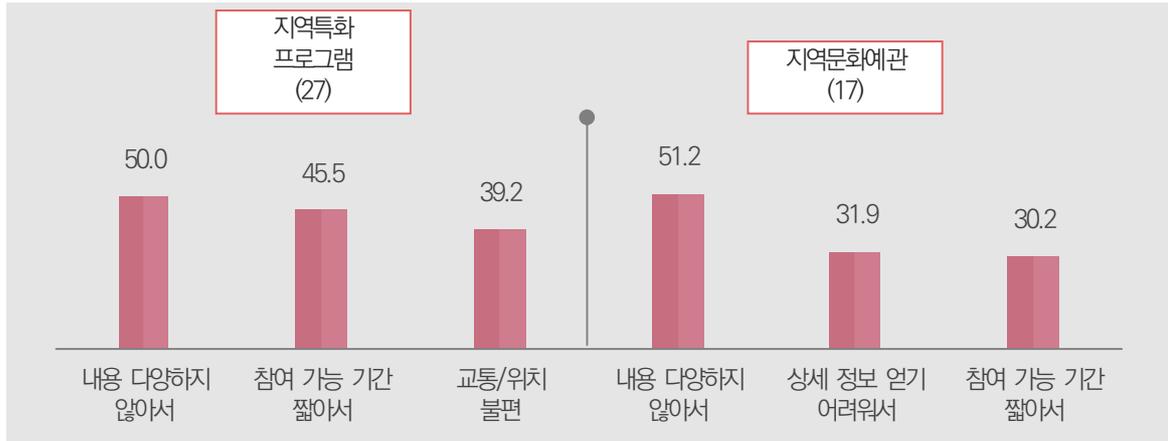
**그림 3-1-14** 문화가 있는 날 기획사업 불만족 이유 ②

(Base=개별 기획사업 불만족 응답자, n=( ), 단위 : %)



[그림 3-1-15] 문화가 있는 날 기획사업 불만족 이유 ③

(Base=개별 기획사업 불만족 응답자, n=( ), 단위 : %)



[그림 3-1-16] 문화가 있는 날 기획사업 불만족 이유 ④

(Base=개별 기획사업 불만족 응답자, n=( ), 단위 : %)



[그림 3-1-17] 문화가 있는 날 기획사업 불만족 이유 ⑤

(Base=개별 기획사업 불만족 응답자, n=( ), 단위 : %)



[그림 3-1-18] 문화가 있는 날 기획사업 불만족 이유 ⑥

(Base=개별 기획사업 불만족 응답자, n=( ), 단위 : %)



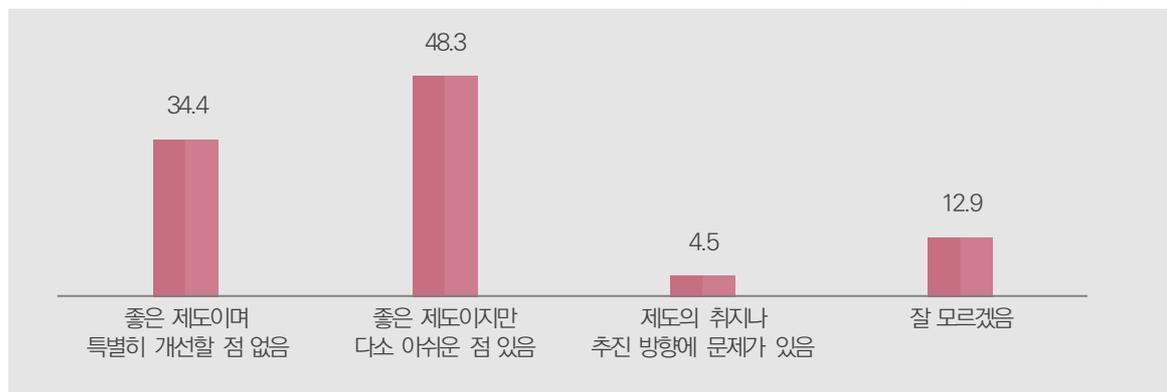
## IV. 공감도 및 경제적 효과

### 1. 문화가 있는 날 공감도

- 문화가 있는 날에 대한 공감도는 ‘좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점 있음’이 48.3%로 가장 높고, ‘좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음(34.4%)’, ‘제도의 취지나 추진 방향에 문제가 있음(4.5%)’ 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(48.6%), 연령별 30대(56.3%), 직업별 화이트칼라(53.6%), 학력 수준별 대학교 이상(51.7%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(51.1%)에서 ‘좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점 있음’이 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(48.8%), 권역별 수도권(49.2%), 지역별 울산(55.5%)에서 ‘좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점 있음’이 높게 나타남.

[그림 3-1-19] 문화가 있는 날 공감도

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



[표 3-1-33] 문화가 있는 날 공감도

(Base=전체, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음	좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점 있음	제도의 취지나 추진 방향에 문제가 있음	잘 모르겠음	
<b>전체</b>	<b>(7,000)</b>	<b>34.4</b>	<b>48.3</b>	<b>4.5</b>	<b>12.9</b>	
성별	남성	(3,564)	32.5	48.6	5.4	13.5
	여성	(3,436)	36.4	47.9	3.5	12.1
연령대	15~19세	(414)	45.3	38.1	2.8	13.8
	20대	(1,148)	38.8	47.0	4.6	9.6
	30대	(1,172)	29.1	56.3	6.1	8.5
	40대	(1,438)	30.8	51.6	4.3	13.4
	50대	(1,526)	33.0	47.5	3.9	15.6
	60대 이상	(1,302)	37.5	42.5	4.4	15.6
직업	화이트칼라	(3,150)	32.3	53.6	4.9	9.1
	블루칼라	(641)	32.5	45.3	5.8	16.4
	전업주부	(1,044)	36.2	44.7	2.4	16.7
	자영업	(527)	31.8	46.5	5.1	16.6
	학생	(737)	43.9	41.1	3.8	11.2
	무직	(549)	34.9	40.7	5.9	18.6
	기타	(352)	34.4	45.7	2.4	17.5

**|표 3-1-34| 문화가 있는 날 공감도**

(Base=전체, 단위 : %)

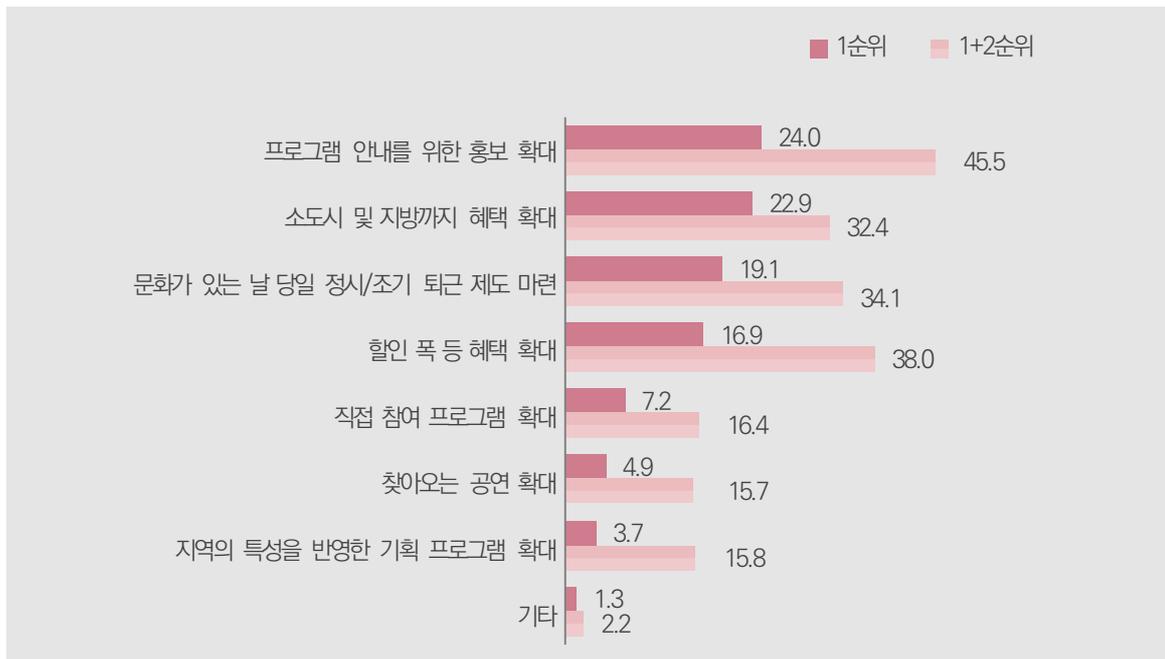
구분		사례수 (명)	좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음	좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점 있음	제도의 취지나 추진 방향에 문제가 있음	잘 모르겠음
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>34.4</b>	<b>48.3</b>	<b>4.5</b>	<b>12.9</b>
거주권	특별/광역시	(3,054)	34.9	48.8	4.5	11.8
	비광역시	(3,946)	34.1	47.8	4.4	13.7
권역	수도권	(3,613)	34.1	49.2	4.6	12.1
	충청권	(741)	33.9	48.5	4.1	13.5
	경상권	(1,699)	34.0	48.0	4.7	13.3
	전라권	(652)	38.1	43.6	4.1	14.2
	강원/제주권	(295)	32.9	47.8	3.8	15.5
	지역	서울	(1,323)	32.9	51.7	4.7
	부산	(447)	33.5	49.7	5.3	11.5
	대구	(322)	39.6	43.6	4.1	12.7
	인천	(411)	37.9	44.5	4.5	13.1
	광주	(196)	38.7	42.2	4.1	14.9
	대전	(200)	37.1	46.1	3.1	13.6
	울산	(155)	30.2	55.5	3.7	10.6
	세종	(51)	32.5	50.9	5.5	11.0
	경기	(1,879)	34.2	48.5	4.5	12.8
	강원	(204)	32.9	49.0	3.6	14.5
	충북	(214)	35.8	46.5	4.2	13.6
	충남	(276)	30.5	51.3	4.5	13.7
	전북	(227)	36.7	45.4	4.0	13.9
	전남	(229)	39.1	43.0	4.1	13.8
	경북	(338)	34.2	46.4	3.6	15.9
	경남	(437)	31.8	48.2	5.6	14.5
	제주	(91)	33.0	45.3	4.2	17.6
학력 수준	중졸 이하	(172)	39.7	34.0	4.6	21.6
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	37.2	38.3	3.5	21.0
	대학교 이상	(5,246)	33.4	51.7	4.8	10.1
가구소득	300만원 미만	(2,433)	35.1	44.4	4.5	16.0
	300~500만원 미만	(2,117)	32.7	50.4	4.7	12.2
	500~700만원 미만	(1,196)	35.1	49.5	4.5	10.8
	700~1,000만원 미만	(833)	34.6	51.1	4.4	10.0
	1,000만원 이상	(420)	36.4	50.6	3.2	9.7
문화예술 관심수준	관심 높음	(5,763)	36.9	50.3	4.3	8.5
	관심 낮음	(1,237)	22.8	39.0	5.1	33.2
문·날 인지자	인지	(4,634)	37.2	51.0	4.1	7.6
	미인지	(2,366)	28.9	42.9	5.2	23.0

## 2. 문화가 있는 날 제도 개선해야 할 점

- (1순위) 문화가 있는 날 제도 개선해야 할 점으로는 ‘프로그램 안내를 위한 홍보 확대’가 24.0%로 가장 높고, 다음으로는 ‘소도시 및 지방까지 혜택 확대(22.9%)’, ‘문화가 있는 날 당일 정시/조기 퇴근 제도 마련(19.1%)’ 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(26.7%), 연령별 60대 이상(31.8%), 직업별 전업주부(34.4%), 자영업(34.4%), 학력 수준별 고등학교 재학/졸업(26.4%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(26.2%)에서 ‘프로그램 안내를 위한 홍보 확대’가 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(26.1%), 권역별 수도권(28.5%), 지역별 경기(28.9%)에서 ‘프로그램 안내를 위한 홍보 확대’가 높게 나타남.
- (1+2순위) 문화가 있는 날 제도 개선해야 할 점으로는 ‘프로그램 안내를 위한 홍보 확대’가 45.5%로 가장 높고, 다음으로는 ‘할인 폭 등 혜택 확대(38.0%)’, ‘문화가 있는 날 당일 정시/조기 퇴근 제도 마련(34.1%)’ 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(48.4%), 연령별 60대 이상(57.0%), 직업별 전업주부(58.5%), 학력 수준별 고등학교 재학/졸업(48.4%), 가구소득별 1,000만원 이상(50.8%)에서 ‘프로그램 안내를 위한 홍보 확대’가 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(48.0%), 권역별 수도권(50.0%), 지역별 서울(52.1%)에서 ‘프로그램 안내를 위한 홍보 확대’가 높게 나타남.

[그림 3-1-20] 문화가 있는 날 제도 개선해야 할 점

(Base=문화가 있는 날 제도에 대한 개선사항이 있는 응답자, n=4,591, 단위 : %)



2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

[표 3-1-35] 문화가 있는 날 제도 개선해야 할 점 1순위 ①

(Base=문화가 있는 날 제도에 대한 개선사항이 있는 응답자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	프로그램 안내를 위한 홍보 확대	소도시 및 지방까지 혜택 확대	문화가 있는 날 당일 정시/조기 퇴근 제도 마련	할인 폭 등 혜택 확대
<b>전체</b>		<b>(4,591)</b>	<b>24.0</b>	<b>22.9</b>	<b>19.1</b>	<b>16.9</b>
성별	남성	(2,407)	21.6	23.0	20.7	16.7
	여성	(2,184)	26.7	22.7	17.4	17.0
연령대	15~19세	(226)	21.4	24.3	13.7	23.1
	20대	(702)	16.6	21.2	24.9	22.6
	30대	(831)	16.0	26.0	28.3	15.8
	40대	(996)	24.5	24.4	20.5	15.7
	50대	(1,023)	29.5	21.7	13.8	16.3
	60대 이상	(814)	31.8	20.4	11.4	13.3
직업	화이트칼라	(2,131)	20.6	21.5	26.0	16.2
	블루칼라	(432)	17.1	27.2	21.7	14.0
	전업주부	(665)	34.4	24.0	8.8	14.8
	자영업	(359)	34.4	23.0	6.5	16.5
	학생	(414)	19.9	24.4	14.7	24.1
	무직	(358)	27.4	22.2	13.2	20.8
	기타	(231)	23.8	22.2	17.2	15.3
거주권	특별/광역시	(1,989)	26.1	16.4	20.3	19.6
	비광역시	(2,602)	22.4	27.8	18.2	14.8
권역	수도권	(2,380)	28.5	13.6	23.4	18.3
	충청권	(489)	18.0	36.2	15.9	14.1
	경상권	(1,120)	20.4	30.2	14.6	15.7
	전라권	(403)	16.8	34.7	14.3	16.3
	강원/제주권	(198)	19.6	36.1	11.2	14.8
	지역	(888)	28.4	11.7	23.6	21.1
지역	서울	(888)	28.4	11.7	23.6	21.1
	부산	(297)	22.2	20.8	15.2	20.1
	대구	(194)	28.8	21.3	15.7	17.9
	인천	(255)	27.0	15.2	21.7	16.9
	광주	(120)	20.4	22.7	18.0	21.6
	대전	(126)	26.0	19.7	17.5	19.4
	울산	(108)	17.3	27.0	17.8	13.8
	세종	(34)	20.4	31.4	19.9	11.8
	경기	(1,237)	28.9	14.7	23.6	16.5
	강원	(137)	18.1	38.5	10.8	14.5
	충북	(137)	16.6	41.8	14.8	14.8
	충남	(192)	13.3	44.0	15.0	10.6
	전북	(144)	14.6	36.5	13.3	13.3
	전남	(139)	16.1	43.0	12.2	14.7
	경북	(223)	17.8	45.4	11.0	10.9
경남	(298)	16.3	35.1	15.0	14.0	
제주	(61)	23.0	30.7	12.0	15.4	
학력 수준	중졸 이하	(104)	18.5	29.8	12.5	17.6
	고등학생 재학/졸업	(993)	26.4	25.3	14.3	15.8
	대학교 이상	(3,494)	23.5	22.0	20.7	17.1
가구 소득	300만원 미만	(1,579)	23.3	22.9	17.5	17.9
	300~500만원 미만	(1,424)	24.5	25.3	19.9	14.3
	500~700만원 미만	(776)	23.5	22.6	18.0	17.7
	700~1,000만원 미만	(545)	26.2	20.1	19.9	16.7
	1,000만원 이상	(267)	22.7	16.5	26.3	21.9

[표 3-1-36] 문화가 있는 날 제도 개선해야 할 점 1순위 ②

(Base=문화가 있는 날 제도에 대한 개선사항이 있는 응답자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	직접 참여 프로그램 확대	찾아오는 공연 확대	지역의 특성을 반영한 기획 프로그램 확대	기타
<b>전체</b>		<b>(4,591)</b>	<b>7.2</b>	<b>4.9</b>	<b>3.7</b>	<b>1.3</b>
성별	남성	(2,407)	7.3	5.3	3.7	1.7
	여성	(2,184)	7.1	4.5	3.8	0.9
연령대	15~19세	(226)	9.1	4.2	3.2	0.9
	20대	(702)	6.5	4.4	2.7	1.2
	30대	(831)	6.3	3.7	2.9	1.0
	40대	(996)	6.5	5.1	2.1	1.2
	50대	(1,023)	7.8	5.8	3.8	1.3
	60대 이상	(814)	8.2	5.3	7.5	1.9
직업	화이트칼라	(2,131)	6.9	4.4	3.1	1.1
	블루칼라	(432)	6.7	5.7	5.1	2.6
	전업주부	(665)	7.2	5.2	4.7	0.7
	자영업	(359)	8.9	6.1	3.9	0.8
	학생	(414)	7.8	5.1	2.4	1.6
	무직	(358)	6.8	3.9	3.7	2.0
	기타	(231)	7.8	6.0	6.4	1.2
거주권	특별/광역시	(1,989)	7.5	4.7	4.2	1.2
	비광역시	(2,602)	7.0	5.1	3.3	1.4
권역	수도권	(2,380)	6.9	4.7	3.1	1.6
	충청권	(489)	6.0	4.7	4.2	0.8
	경상권	(1,120)	7.7	5.5	4.6	1.2
	전라권	(403)	8.4	4.6	3.8	1.2
	강원/제주권	(198)	8.3	5.6	4.2	0.2
지역	서울	(888)	7.2	3.1	3.7	1.3
	부산	(297)	7.8	7.9	4.7	1.3
	대구	(194)	6.5	4.4	4.7	0.7
	인천	(255)	6.1	6.9	4.7	1.4
	광주	(120)	7.6	3.6	4.9	1.1
	대전	(126)	8.4	3.8	4.2	1.0
	울산	(108)	12.3	6.2	4.6	0.9
	세종	(34)	5.5	4.9	5.4	0.7
	경기	(1,237)	6.8	5.3	2.4	1.8
	강원	(137)	9.2	5.4	3.4	0.0
	충북	(137)	3.5	4.5	3.2	0.8
	충남	(192)	6.3	5.3	4.8	0.8
	전북	(144)	9.8	6.8	3.8	2.0
	전남	(139)	7.5	3.2	2.8	0.5
	경북	(223)	6.4	3.0	4.7	0.9
	경남	(298)	7.8	5.5	4.6	1.7
	제주	(61)	6.2	5.9	6.2	0.6
학력 수준	중졸 이하	(104)	13.9	5.8	2.0	0.0
	고등학생 재학/졸업	(993)	7.7	6.0	3.4	1.1
	대학교 이상	(3,494)	6.8	4.6	3.9	1.4
가구 소득	300만원 미만	(1,579)	8.0	5.0	4.1	1.2
	300~500만원 미만	(1,424)	5.8	5.0	3.4	1.8
	500~700만원 미만	(776)	9.1	5.1	3.4	0.7
	700~1,000만원 미만	(545)	6.0	4.9	4.3	1.8
	1,000만원 이상	(267)	6.5	3.1	2.9	0.1

2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

[표 3-1-37] 문화가 있는 날 제도 개선해야 할 점 1+2순위 ①

(Base=문화가 있는 날 제도에 대한 개선사항이 있는 응답자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	프로그램 안내를 위한 홍보 확대	할인 폭 등 혜택 확대	문화가 있는 날 당일 정시/조기 퇴근 제도 마련	소도시 및 지방까지 혜택 확대
<b>전체</b>		<b>(4,591)</b>	<b>45.5</b>	<b>38.0</b>	<b>34.1</b>	<b>32.4</b>
성별	남성	(2,407)	42.9	38.2	36.7	32.2
	여성	(2,184)	48.4	37.8	31.2	32.6
연령대	15~19세	(226)	42.4	45.6	27.4	35.3
	20대	(702)	35.4	45.9	46.8	32.0
	30대	(831)	35.5	42.3	48.4	35.5
	40대	(996)	44.7	37.3	35.6	33.1
	50대	(1,023)	52.9	34.8	25.6	31.8
	60대 이상	(814)	57.0	29.4	19.3	28.6
직업	화이트칼라	(2,131)	40.8	38.9	44.1	31.0
	블루칼라	(432)	39.8	34.0	34.5	36.3
	전업주부	(665)	58.5	34.1	18.0	32.0
	자영업	(359)	55.3	33.3	16.7	33.4
	학생	(414)	40.6	46.3	32.4	34.7
	무직	(358)	52.0	40.3	27.6	33.4
	기타	(231)	45.4	36.9	27.4	31.7
거주권	특별/광역시	(1,989)	48.0	41.8	35.9	24.4
	비광역시	(2,602)	43.6	35.0	32.7	38.5
권역	수도권	(2,380)	50.0	41.5	38.8	21.3
	충청권	(489)	40.0	34.9	31.7	47.5
	경상권	(1,120)	40.9	33.8	28.5	41.4
	전라권	(403)	41.0	34.6	29.9	47.2
	강원/제주권	(198)	40.0	33.7	23.7	47.3
지역	서울	(888)	52.1	46.0	39.7	17.0
	부산	(297)	41.9	40.2	29.8	29.1
	대구	(194)	47.4	39.5	32.4	32.3
	인천	(255)	47.8	34.6	36.7	24.7
	광주	(120)	45.8	40.4	32.4	35.6
	대전	(126)	44.2	43.1	36.7	30.2
	울산	(108)	39.1	33.7	28.9	38.1
	세종	(34)	42.2	30.0	36.4	40.2
	경기	(1,237)	49.0	39.7	38.6	23.8
	강원	(137)	38.9	33.6	23.6	49.8
	충북	(137)	33.0	36.1	30.6	55.8
	충남	(192)	42.0	29.6	28.4	54.1
	전북	(144)	40.1	32.7	30.4	49.4
	전남	(139)	37.9	31.6	27.2	54.9
	경북	(223)	38.8	28.7	23.2	58.8
	경남	(298)	38.0	27.6	28.4	47.7
	제주	(61)	42.6	33.9	23.8	41.5
학력 수준	중졸 이하	(104)	38.1	30.5	22.3	44.6
	고등학생 재학/졸업	(993)	48.4	34.8	26.0	35.0
	대학교 이상	(3,494)	44.9	39.1	36.7	31.3
가구 소득	300만원 미만	(1,579)	42.6	39.9	33.2	34.5
	300~500만원 미만	(1,424)	46.1	35.7	34.4	33.7
	500~700만원 미만	(776)	46.3	37.1	32.8	31.8
	700~1,000만원 미만	(545)	48.6	35.7	35.6	27.9
	1,000만원 이상	(267)	50.8	46.1	38.2	23.4

[표 3-1-38] 문화가 있는 날 제도 개선해야 할 점 1+2순위 ②

(Base=문화가 있는 날 제도에 대한 개선사항이 있는 응답자, 단위 : %)

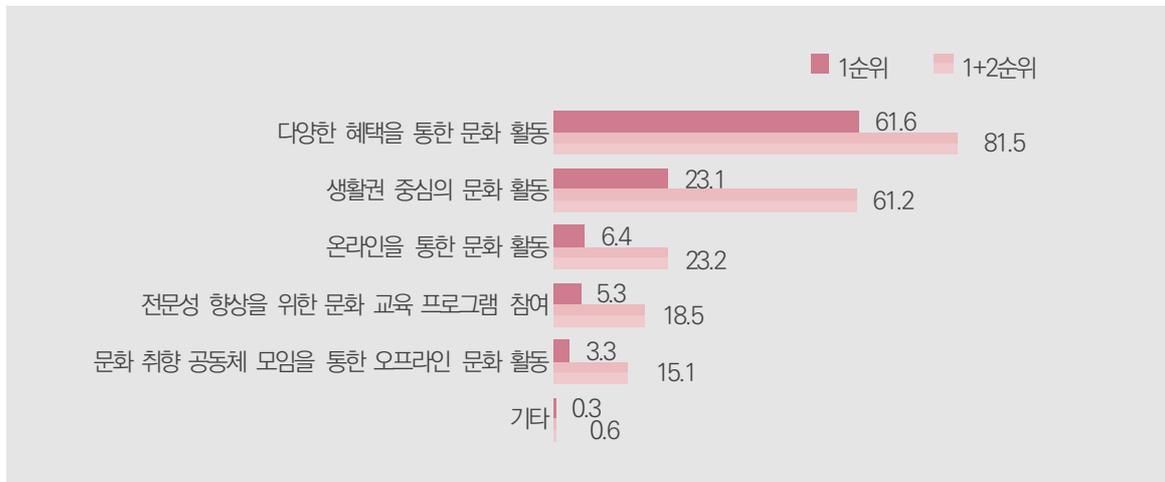
구분		사례수 (명)	직접 참여 프로그램 확대	지역의 특성을 반영한 기획 프로그램 확대	찾아오는 공연 확대	기타
<b>전체</b>		<b>(4,591)</b>	<b>16.4</b>	<b>15.8</b>	<b>15.7</b>	<b>2.2</b>
성별	남성	(2,407)	15.9	15.4	16.5	2.3
	여성	(2,184)	16.9	16.2	14.7	2.2
연령대	15~19세	(226)	18.2	10.9	18.9	1.3
	20대	(702)	15.2	10.5	12.1	2.0
	30대	(831)	13.1	12.0	11.3	2.0
	40대	(996)	16.3	15.2	15.6	2.2
	50대	(1,023)	16.8	16.4	19.2	2.5
	60대 이상	(814)	19.5	25.5	17.9	2.7
직업	화이트칼라	(2,131)	15.5	13.2	14.3	2.2
	블루칼라	(432)	15.4	17.9	18.6	3.5
	전업주부	(665)	17.6	21.4	16.4	2.1
	자영업	(359)	18.1	22.5	19.1	1.7
	학생	(414)	17.9	10.3	15.7	2.0
	무직	(358)	16.7	13.3	14.0	2.8
	기타	(231)	16.6	22.6	17.9	1.5
거주권	특별/광역시	(1,989)	17.6	16.0	14.0	2.3
	비광역시	(2,602)	15.4	15.6	16.9	2.2
권역	수도권	(2,380)	15.9	14.8	15.1	2.6
	충청권	(489)	14.3	15.4	14.5	1.6
	경상권	(1,120)	17.8	17.7	17.8	2.1
	전라권	(403)	16.5	16.2	13.2	1.5
	강원/제주권	(198)	18.8	16.9	18.9	0.8
지역	서울	(888)	16.4	14.7	11.6	2.6
	부산	(297)	19.3	18.0	18.5	3.3
	대구	(194)	17.2	14.1	15.2	1.9
	인천	(255)	19.7	17.6	17.2	1.8
	광주	(120)	14.3	16.7	13.2	1.6
	대전	(126)	17.0	15.9	11.5	1.6
	울산	(108)	23.7	19.8	15.2	1.4
	세종	(34)	17.2	19.7	11.9	2.4
	경기	(1,237)	14.8	14.2	17.1	2.9
	강원	(137)	18.7	14.8	20.2	0.4
	충북	(137)	11.5	17.2	15.0	0.8
	충남	(192)	14.2	13.1	16.6	2.0
	전북	(144)	17.9	15.0	12.5	2.0
	전남	(139)	16.8	16.9	13.8	1.0
	경북	(223)	13.0	20.6	15.9	0.9
	경남	(298)	17.9	16.9	21.0	2.4
	제주	(61)	19.1	21.5	16.0	1.6
학력 수준	중졸 이하	(104)	23.0	13.5	28.0	0.0
	고등학생 재학/졸업	(993)	17.6	18.2	18.1	2.0
	대학교 이상	(3,494)	15.8	15.2	14.6	2.4
가구 소득	300만원 미만	(1,579)	16.3	15.9	16.0	1.6
	300~500만원 미만	(1,424)	15.3	15.4	15.9	3.5
	500~700만원 미만	(776)	19.3	15.1	16.4	1.2
	700~1,000만원 미만	(545)	14.9	18.2	16.7	2.4
	1,000만원 이상	(267)	16.8	14.3	8.3	2.1

### 3. 문화향유 방식

- (1순위) 문화향유 방식으로는 ‘다양한 혜택을 통한 문화 활동’이 61.6%로 가장 높고, 다음으로는 ‘생활권 중심의 문화 활동(23.1%)’, ‘온라인을 통한 문화 활동(6.4%)’ 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(66.7%), 연령별 60대 이상(65.0%), 직업별 무직(65.5%), 학력 수준별 대학교 이상(62.5%), 가구소득 별 1,000만원 이상(64.4%)에서 ‘다양한 혜택을 통한 문화 활동’이 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(64.5%), 권역별 수도권(63.5%), 지역별 서울(68.1%)에서 ‘다양한 혜택을 통한 문화 활동’이 높게 나타남.
- (1+2순위) 문화향유 방식으로는 ‘다양한 혜택을 통한 문화 활동’이 81.5%로 가장 높고, 다음으로는 ‘생활권 중심의 문화 활동(61.2%)’, ‘온라인을 통한 문화 활동(23.2%)’ 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(85.4%), 연령별 40대(83.6%), 직업별 기타(84.1%), 학력 수준별 대학교 이상(82.3%), 가구소득별 700~1,000만원(83.2%), 1,000만원 이상(83.2%)에서 ‘다양한 혜택을 통한 문화 활동’이 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(83.1%), 권역별 수도권(82.9%), 지역별 서울(85.4%)에서 ‘다양한 혜택을 통한 문화 활동’이 높게 나타남.

[그림 3-1-21] 문화향유 방식

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



[표 3-1-39] 문화향유 방식 1순위

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	다양한 혜택을 통한 문화 활동	생활권 중심의 문화 활동	온라인을 통한 문화 활동	전문성 향상 문화 교육 프로그램 참여	모임을 통한 오프라인 문화 활동	기타
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>61.6</b>	<b>23.1</b>	<b>6.4</b>	<b>5.3</b>	<b>3.3</b>	<b>0.3</b>
성별	남성	(3,564)	56.7	25.9	7.4	5.9	3.8	0.3
	여성	(3,436)	66.7	20.3	5.3	4.7	2.7	0.3
연령대	15~19세	(414)	61.0	24.1	7.3	3.6	3.9	0.2
	20대	(1,148)	61.9	21.7	7.1	6.5	2.7	0.1
	30대	(1,172)	58.8	27.4	6.7	5.2	1.7	0.1
	40대	(1,438)	61.8	25.1	6.0	4.2	2.5	0.5
	50대	(1,526)	60.7	22.3	5.5	6.7	4.3	0.4
	60대 이상	(1,302)	65.0	18.9	6.6	4.4	4.7	0.3
직업	화이트칼라	(3,150)	62.6	23.4	5.2	5.4	3.1	0.3
	블루칼라	(641)	53.8	27.9	7.2	6.9	4.0	0.3
	전업주부	(1,044)	64.2	20.9	5.9	5.0	3.6	0.4
	자영업	(527)	58.8	22.6	8.5	6.3	3.6	0.2
	학생	(737)	59.5	24.3	7.8	5.4	2.7	0.3
	무직	(549)	65.5	19.3	8.7	3.1	3.4	0.1
	기타	(352)	62.2	22.6	7.0	4.3	3.5	0.4
거주권	특별/광역시	(3,054)	64.5	21.3	5.9	5.4	2.7	0.3
	비광역시	(3,946)	59.4	24.5	6.8	5.3	3.7	0.3
권역	수도권	(3,613)	63.5	23.3	5.3	5.0	2.7	0.2
	충청권	(741)	58.9	23.3	8.6	4.4	4.4	0.5
	경상권	(1,699)	60.0	23.3	6.8	5.9	3.6	0.3
	전라권	(652)	59.6	22.4	7.7	6.1	3.7	0.4
	강원/제주권	(295)	58.4	21.3	8.8	6.8	4.6	0.1
지역	서울	(1,323)	68.1	20.1	5.0	4.6	2.0	0.2
	부산	(447)	64.0	21.5	4.9	6.8	2.6	0.2
	대구	(322)	61.9	19.1	8.0	6.0	4.5	0.5
	인천	(411)	61.5	24.3	5.3	5.8	2.6	0.5
	광주	(196)	60.6	23.1	7.8	6.3	2.1	0.0
	대전	(200)	59.1	23.2	7.6	4.1	5.3	0.6
	울산	(155)	59.5	23.0	8.4	6.3	2.8	0.0
	세종	(51)	55.5	25.1	8.1	7.3	3.4	0.6
	경기	(1,879)	60.8	25.3	5.5	5.1	3.2	0.2
	강원	(204)	60.1	18.8	9.1	7.3	4.7	0.0
	충북	(214)	59.5	22.6	7.9	5.3	4.2	0.6
	충남	(276)	58.9	23.6	9.9	3.4	3.9	0.3
	전북	(227)	63.3	18.2	7.3	5.9	4.7	0.5
	전남	(229)	55.0	26.1	8.1	6.1	4.1	0.6
	경북	(338)	59.7	24.8	7.1	4.8	3.5	0.0
	경남	(437)	54.9	27.2	7.1	5.6	4.5	0.7
	제주	(91)	54.7	26.8	8.2	5.7	4.1	0.4
학력 수준	중졸 이하	(172)	55.4	26.5	6.4	5.8	5.8	0.0
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	59.3	23.5	7.4	5.1	4.4	0.4
	대학교 이상	(5,246)	62.5	22.9	6.1	5.4	2.9	0.3
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	59.4	24.7	6.4	5.7	3.5	0.3
	300~500만원 미만	(2,117)	62.7	22.3	6.4	5.3	3.1	0.3
	500~700만원 미만	(1,196)	61.9	22.9	6.2	5.3	3.2	0.4
	700~1,000만원 미만	(833)	63.3	22.9	5.4	4.8	3.3	0.3
1,000만원 이상	(420)	64.4	18.9	8.7	4.4	3.4	0.2	

2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

[표 3-1-40] 문화향유 방식 1+2순위

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	다양한 혜택을 통한 문화 활동	생활권 중심의 문화 활동	온라인을 통한 문화 활동	전문성 향상 문화 교육 프로그램 참여	모임을 통한 오프라인 문화 활동	기타
전체		(7,000)	81.5	61.2	23.2	18.5	15.1	0.6
성별	남성	(3,564)	77.8	63.0	25.0	18.1	15.6	0.6
	여성	(3,436)	85.4	59.3	21.4	18.9	14.5	0.5
연령대	15~19세	(414)	78.8	58.9	27.3	18.9	15.7	0.5
	20대	(1,148)	79.3	62.3	24.9	18.7	14.4	0.4
	30대	(1,172)	80.5	68.2	22.0	17.8	11.0	0.4
	40대	(1,438)	83.6	65.5	21.1	16.4	12.3	1.0
	50대	(1,526)	81.8	56.4	24.3	20.1	16.9	0.6
	60대 이상	(1,302)	82.6	55.4	22.5	19.2	19.9	0.5
직업	화이트칼라	(3,150)	82.7	63.3	21.0	18.8	13.6	0.5
	블루칼라	(641)	76.1	61.1	28.6	19.2	14.8	0.3
	전업주부	(1,044)	83.7	55.4	22.9	20.9	16.2	0.9
	자영업	(527)	78.3	57.3	25.1	21.1	17.3	0.9
	학생	(737)	77.7	60.2	27.8	18.4	15.4	0.4
	무직	(549)	83.5	63.0	24.9	12.0	16.2	0.4
	기타	(352)	84.1	63.8	18.6	13.6	19.2	0.8
거주권	특별/광역시	(3,054)	83.1	59.2	23.2	18.8	15.0	0.7
	비광역시	(3,946)	80.3	62.7	23.2	18.3	15.1	0.5
권역	수도권	(3,613)	82.9	63.1	21.4	18.0	14.0	0.5
	충청권	(741)	80.2	58.8	26.5	18.5	15.1	0.8
	경상권	(1,699)	80.9	59.7	24.0	18.6	16.2	0.6
	전라권	(652)	78.1	58.5	26.4	19.4	17.0	0.7
	강원/제주권	(295)	78.1	57.7	25.5	21.6	16.8	0.3
지역	서울	(1,323)	85.4	61.1	21.3	18.4	13.0	0.7
	부산	(447)	83.2	62.9	19.0	19.1	15.3	0.6
	대구	(322)	80.0	52.7	30.7	18.4	17.5	0.8
	인천	(411)	79.8	57.4	26.9	18.6	16.7	0.7
	광주	(196)	80.8	60.2	23.9	19.1	15.0	1.0
	대전	(200)	83.2	55.2	24.6	19.4	16.3	1.3
	울산	(155)	80.3	55.2	22.4	21.2	20.6	0.4
	세종	(51)	83.8	64.8	25.0	18.6	7.2	0.6
	경기	(1,879)	81.9	65.7	20.2	17.6	14.2	0.4
	강원	(204)	80.7	54.7	26.0	20.1	18.2	0.3
	충북	(214)	77.9	56.2	29.3	20.2	15.8	0.6
	충남	(276)	79.3	62.4	26.0	16.5	15.2	0.6
	전북	(227)	79.9	55.9	25.8	19.1	18.7	0.5
	전남	(229)	73.9	59.5	29.0	19.9	17.0	0.6
	경북	(338)	81.2	60.6	24.6	16.6	16.7	0.3
	경남	(437)	79.1	62.6	24.4	19.1	14.1	0.7
	제주	(91)	72.4	64.6	24.3	24.7	13.5	0.4
학력 수준	중졸 이하	(172)	72.8	58.9	29.9	20.4	18.0	0.0
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	79.9	58.0	25.2	17.7	18.4	0.7
	대학교 이상	(5,246)	82.3	62.2	22.4	18.6	14.0	0.6
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	79.7	61.3	25.2	18.9	14.3	0.5
	300~500만원 미만	(2,117)	82.9	60.1	23.1	18.5	14.9	0.5
	500~700만원 미만	(1,196)	81.0	62.3	22.3	17.4	16.1	0.9
	700~1,000만원 미만	(833)	83.2	64.5	20.7	16.0	15.1	0.7
	1,000만원 이상	(420)	83.2	56.0	19.2	24.2	17.1	0.4

#### 4. 문화가 있는 날 비용 지불 수준

- 문화가 있는 날 비용 지불 수준으로는 '1~2만원 미만'이 32.6%로 가장 높고, 다음으로는 '5천원~1만원 미만(26.5%)', '2~3만원 미만(17.4%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(34.1%), 연령별 50대(34.9%), 직업별 기타(37.9%), 학력 수준별 대학교 이상(33.2%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(34.9%)에서 '1~2만원 미만'이 높게 나타남.
  - 거주권별 비광역시(33.1%), 권역별 수도권(33.2%), 지역별 전북(37.0%)에서 '1만원~2만원 미만'이 높게 나타남.

[그림 3-1-22] 문화가 있는 날 비용 지불 수준

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



[표 3-1-41] 문화가 있는 날 비용 지불 수준

(Base=전체, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	5천원 미만	5천원 - 1만원 미만	1만원 - 2만원 미만	2만원 - 3만원 미만	3만원 - 4만원 미만	4만원 이상	지불의사 없음	
<b>전체</b>	<b>(7,000)</b>	<b>7.0</b>	<b>26.5</b>	<b>32.6</b>	<b>17.4</b>	<b>8.9</b>	<b>4.6</b>	<b>3.0</b>	
성별	남성	(3,564)	7.5	24.0	31.1	18.1	10.0	5.7	3.6
	여성	(3,436)	6.5	29.1	34.1	16.7	7.9	3.4	2.3
연령대	15~19세	(414)	11.7	30.4	30.2	13.7	6.7	2.3	5.0
	20대	(1,148)	5.7	29.6	30.5	18.1	9.5	4.3	2.5
	30대	(1,172)	6.8	25.8	34.0	16.5	9.2	5.6	2.1
	40대	(1,438)	6.1	24.5	30.3	18.9	11.7	5.4	3.1
	50대	(1,526)	5.9	25.2	34.9	18.9	7.7	4.8	2.6
	60대 이상	(1,302)	9.0	27.1	33.6	15.6	7.3	3.5	3.8
직업	화이트칼라	(3,150)	5.5	25.0	32.4	19.5	10.2	5.8	1.6
	블루칼라	(641)	7.6	24.2	30.1	17.1	11.3	5.2	4.6
	전업주부	(1,044)	7.8	28.4	36.0	15.9	7.2	2.2	2.6
	자영업	(527)	7.3	22.9	34.3	14.8	9.0	6.6	5.1
	학생	(737)	7.7	33.3	28.8	14.9	8.4	3.0	3.9
	무직	(549)	11.5	32.0	30.2	13.1	4.1	3.0	6.2
	기타	(352)	7.8	21.4	37.9	20.4	7.1	2.2	3.2

[표 3-1-42] 문화가 있는 날 비용 지불 수준

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	5천원 미만	5천원 - 1만원 미만	1만원 - 2만원 미만	2만원 - 3만원 미만	3만원 - 4만원 미만	4만원 이상	지불의사 없음
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>7.0</b>	<b>26.5</b>	<b>32.6</b>	<b>17.4</b>	<b>8.9</b>	<b>4.6</b>	<b>3.0</b>
거주권	특별/광역시	(3,054)	6.7	27.2	31.9	17.2	9.2	4.8	2.8
	비광역시	(3,946)	7.2	26.0	33.1	17.6	8.7	4.4	3.1
권역	수도권	(3,613)	6.2	25.7	33.2	17.6	9.7	5.1	2.6
	충청권	(741)	7.5	27.5	31.8	17.8	8.1	3.9	3.4
	경상권	(1,699)	7.3	28.3	32.3	16.8	7.9	4.1	3.4
	전라권	(652)	9.4	25.4	31.7	18.7	7.5	4.3	2.9
	강원/제주권	(295)	7.8	27.2	31.1	15.6	11.6	3.0	3.7
지역	서울	(1,323)	7.0	26.6	31.3	16.4	10.8	5.7	2.3
	부산	(447)	6.5	33.3	30.6	15.5	7.8	3.3	3.0
	대구	(322)	5.7	28.9	34.8	15.7	6.2	4.9	3.8
	인천	(411)	5.6	22.9	33.8	21.1	9.2	4.7	2.7
	광주	(196)	7.2	26.7	30.7	19.8	6.9	3.9	4.9
	대전	(200)	7.1	27.6	32.4	17.2	9.1	3.1	3.4
	울산	(155)	8.4	23.7	31.9	18.3	9.6	5.9	2.1
	세종	(51)	5.7	35.5	27.6	12.7	10.6	5.9	2.0
	경기	(1,879)	5.9	25.6	34.4	17.6	9.0	4.8	2.8
	강원	(204)	6.9	25.7	32.6	16.8	11.5	2.6	3.9
	충북	(214)	7.2	26.6	34.3	15.5	8.7	3.5	4.1
	충남	(276)	8.3	26.6	30.2	20.8	6.3	4.4	3.3
	전북	(227)	9.4	24.8	37.0	16.6	7.2	3.7	1.3
	전남	(229)	11.4	24.9	27.5	20.0	8.2	5.2	2.8
	경북	(338)	8.2	24.9	34.7	17.1	8.1	3.8	3.2
	경남	(437)	8.1	27.0	30.4	18.1	8.3	4.1	4.0
제주	(91)	10.0	30.3	27.8	12.9	11.9	3.9	3.1	
학력 수준	중졸 이하	(172)	18.2	25.7	23.7	11.8	8.2	2.9	9.5
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	8.0	29.9	31.3	15.2	7.6	3.4	4.5
	대학교 이상	(5,246)	6.3	25.5	33.2	18.3	9.4	5.0	2.3
가구소득	300만원 미만	(2,433)	10.8	31.2	31.0	13.5	5.6	2.9	4.9
	300~500만원 미만	(2,117)	5.6	25.2	33.9	19.4	10.1	4.0	1.8
	500~700만원 미만	(1,196)	4.4	26.4	33.3	19.9	11.0	3.6	1.4
	700~1,000만원 미만	(833)	3.8	19.4	34.9	20.5	11.3	8.3	1.8
	1,000만원 이상	(420)	5.6	20.7	28.4	17.1	11.7	12.2	4.3
문화예술 관심수준	관심 높음	(5,763)	6.1	26.8	33.2	17.9	9.5	4.9	1.6
	관심 낮음	(1,237)	11.2	25.1	29.5	15.4	6.5	2.9	9.4
문·날 인지자	인지	(4,634)	6.0	27.3	34.0	17.9	8.8	4.5	1.5
	미인지	(2,366)	9.0	25.1	29.7	16.5	9.2	4.8	5.7

## V. 문화가 있는 날 홍보 채널

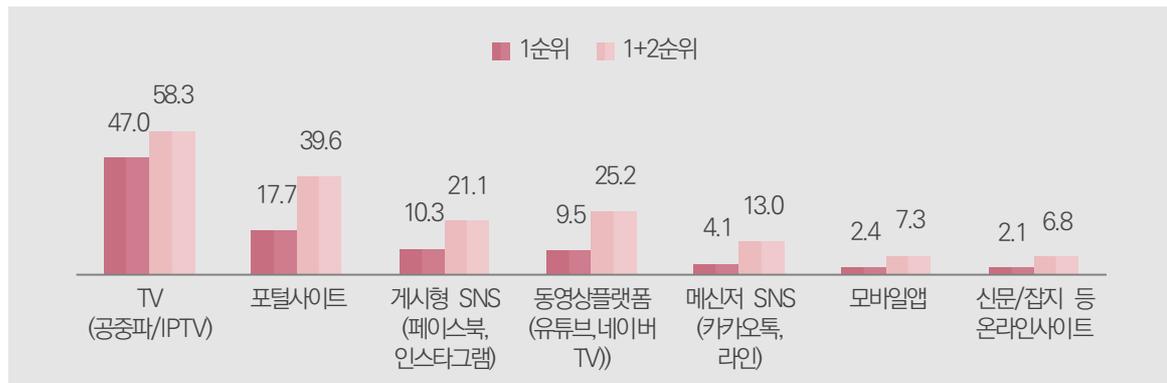
### 1. 문화정보를 접하는 매체

- (1순위) 문화에 대한 정보를 주로 접하는 매체로는 'TV(공중파/IPTV)'가 47.0%로 가장 높고, 다음으로는 '포털사이트(17.7%)', '게시형 SNS(페이스북, 인스타그램)(10.3%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(47.5%), 연령별 60대 이상(69.2%), 직업별 전업주부(57.8%), 학력 수준별 고등학교 재학/졸업(55.5%), 가구소득별 500~700만원 미만(50.2%)에서 'TV(공중파/IPTV)'가 높게 나타남.
  - 거주권별 비광역시(48.3%), 권역별 전라권(51.4%), 지역별 전남(56.0%)에서 'TV(공중파/IPTV)'가 높게 나타남.
- (1+2순위) 문화에 대한 정보를 주로 접하는 매체로는 'TV(공중파/IPTV)'가 58.3%로 가장 높고, 다음으로는 '포털사이트(39.6%)', 동영상 플랫폼(유튜브, 네이버TV)(25.2%) 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(59.0%), 연령별 60대 이상(77.6%), 직업별 전업주부(69.0%), 학력 수준별 고등학교 재학/졸업(65.5%), 가구소득별 500~700만원 미만(62.1%)에서 'TV(공중파/IPTV)'가 높게 나타남.
  - 거주권별 비광역시(59.8%), 권역별 전라권(62.0%), 지역별 전남(64.8%)에서 'TV(공중파/IPTV)'가 높게 나타남.

[그림 3-1-23] 문화정보를 접하는 매체

※ 일부 그래프 생략함.

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



[표 3-1-43] 문화정보를 접하는 매체 1순위 ①

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	TV	포털 사이트	게시형 SNS	동영상 플랫폼	메신저 SNS
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>47.0</b>	<b>17.7</b>	<b>10.3</b>	<b>9.5</b>	<b>4.1</b>
성별	남성	(3,564)	47.5	18.5	8.3	10.6	4.1
	여성	(3,436)	46.5	17.0	12.3	8.2	4.2
연령대	15~19세	(414)	30.9	7.1	27.4	13.8	7.1
	20대	(1,148)	25.0	18.4	21.7	14.1	7.4
	30대	(1,172)	33.2	21.4	15.8	12.5	5.4
	40대	(1,438)	48.3	22.3	5.9	7.9	3.5
	50대	(1,526)	58.4	18.8	3.1	7.9	2.1
	60대 이상	(1,302)	69.2	11.0	3.1	4.9	2.3
직업	화이트칼라	(3,150)	44.9	21.7	9.6	8.0	4.3
	블루칼라	(641)	55.4	13.6	5.0	8.0	5.7
	전업주부	(1,044)	57.8	14.4	6.2	7.2	2.4
	자영업	(527)	53.5	14.2	7.3	12.1	3.3
	학생	(737)	27.3	12.5	25.3	16.1	6.8
	무직	(549)	47.8	15.9	11.1	13.5	2.7
	기타	(352)	48.7	19.4	9.1	7.8	2.8
거주권	특별/광역시	(3,054)	45.3	18.3	11.0	9.4	4.4
	비광역시	(3,946)	48.3	17.3	9.7	9.5	3.9
권역	수도권	(3,613)	44.9	19.9	10.4	10.1	4.3
	충청권	(741)	49.4	18.0	7.7	9.9	3.8
	경상권	(1,699)	48.2	14.6	11.1	9.1	3.7
	전라권	(652)	51.4	14.8	10.4	6.7	4.8
	강원/제주권	(295)	50.4	15.0	9.6	8.9	3.8
지역	서울	(1,323)	43.0	20.2	12.0	10.2	4.6
	부산	(447)	45.7	16.5	10.8	8.2	4.6
	대구	(322)	46.5	14.0	11.6	8.8	3.6
	인천	(411)	48.8	17.7	8.4	8.7	4.5
	광주	(196)	45.5	17.7	12.4	6.8	5.1
	대전	(200)	48.1	19.9	8.6	11.0	3.7
	울산	(155)	46.9	16.8	10.6	11.1	3.7
	세종	(51)	46.5	16.7	8.1	11.5	3.5
	경기	(1,879)	45.3	20.2	9.8	10.3	4.0
	강원	(204)	52.2	15.4	8.4	7.7	3.8
	충북	(214)	49.6	18.3	8.3	9.7	4.1
	충남	(276)	50.8	16.6	6.5	9.0	3.8
	전북	(227)	52.0	14.9	9.3	7.0	4.1
	전남	(229)	56.0	12.3	9.9	6.4	5.1
	경북	(338)	54.4	13.4	9.9	8.3	2.7
	경남	(437)	47.6	13.4	12.2	10.1	3.8
	제주	(91)	46.2	14.0	12.4	11.4	3.8
학력 수준	중졸 이하	(172)	45.2	5.9	17.3	10.8	7.3
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	55.5	11.1	8.4	9.3	4.2
	대학교 이상	(5,246)	44.5	20.2	10.6	9.4	4.0
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	44.3	15.4	12.6	10.7	5.1
	300~500만원 미만	(2,117)	48.1	18.1	9.8	9.5	3.6
	500~700만원 미만	(1,196)	50.2	19.8	7.9	7.9	3.5
	700~1,000만원 미만	(833)	48.1	20.8	8.1	8.5	3.1
	1,000만원 이상	(420)	45.5	17.6	10.3	8.3	5.1

표 3-1-44 | 문화정보를 접하는 매체 1순위 ②

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	모바일앱	온라인 사이트	인쇄매체	블로그	라디오	거리 홍보물 /현수막
전체		(7,000)	2.4	2.1	1.5	1.3	1.2	1.2
성별	남성	(3,564)	2.3	2.2	1.7	1.2	1.3	0.9
	여성	(3,436)	2.5	2.1	1.4	1.3	1.1	1.5
연령대	15~19세	(414)	4.0	2.1	1.2	1.2	2.1	0.9
	20대	(1,148)	3.0	3.4	1.7	1.8	1.3	0.7
	30대	(1,172)	2.4	2.2	1.5	2.1	1.0	1.3
	40대	(1,438)	2.5	2.4	0.9	1.5	1.7	1.4
	50대	(1,526)	2.5	1.5	1.4	0.8	0.8	1.3
	60대 이상	(1,302)	1.1	1.4	2.1	0.3	0.8	1.1
직업	화이트칼라	(3,150)	2.2	2.4	1.5	1.7	1.3	1.0
	블루칼라	(641)	3.2	2.5	1.4	1.5	1.3	0.6
	전업주부	(1,044)	2.2	1.4	1.7	0.8	1.1	1.5
	자영업	(527)	2.2	2.4	0.8	0.8	0.8	1.6
	학생	(737)	3.1	2.3	1.9	0.8	1.3	0.5
	무직	(549)	2.5	1.2	1.0	0.6	0.3	2.3
	기타	(352)	2.0	2.5	2.0	0.4	1.9	1.7
거주권	특별/광역시	(3,054)	2.8	2.2	1.6	1.0	1.1	1.0
	비광역시	(3,946)	2.1	2.1	1.5	1.5	1.2	1.3
권역	수도권	(3,613)	2.5	2.0	1.2	1.1	1.0	1.0
	충청권	(741)	2.0	2.2	1.3	1.7	1.4	1.0
	경상권	(1,699)	2.6	2.5	2.3	1.3	1.7	1.3
	전라권	(652)	2.5	2.2	1.8	1.2	1.1	1.5
	강원/제주권	(295)	1.3	1.4	1.2	2.0	0.8	2.6
지역	서울	(1,323)	3.0	1.9	1.0	0.8	0.8	0.6
	부산	(447)	3.2	2.8	2.4	0.5	1.4	1.6
	대구	(322)	2.6	2.7	2.6	1.9	1.9	1.8
	인천	(411)	2.6	1.9	1.8	1.3	1.5	0.6
	광주	(196)	2.1	2.2	1.9	1.0	1.5	1.6
	대전	(200)	1.9	2.6	0.3	0.7	1.2	0.3
	울산	(155)	2.2	2.2	1.9	1.4	0.0	1.0
	세종	(51)	1.6	2.7	2.9	2.0	0.8	1.8
	경기	(1,879)	2.1	2.2	1.1	1.3	1.0	1.3
	강원	(204)	1.3	0.9	1.2	1.9	0.6	3.7
	충북	(214)	1.6	1.5	1.7	1.5	1.1	0.6
	충남	(276)	2.6	2.4	1.5	2.6	1.8	1.7
	전북	(227)	3.8	1.8	2.0	1.8	1.2	1.5
	전남	(229)	1.5	2.6	1.5	0.8	0.6	1.4
	경북	(338)	2.5	2.4	2.7	0.9	1.3	0.9
	경남	(437)	2.1	2.1	1.6	1.8	2.6	1.2
	제주	(91)	1.2	2.5	1.4	2.1	1.3	0.0
학력 수준	중졸 이하	(172)	2.9	3.3	0.6	0.3	1.5	1.0
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	2.7	1.7	1.2	1.3	1.2	1.2
	대학교 이상	(5,246)	2.3	2.2	1.6	1.3	1.2	1.2
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	2.6	2.2	1.2	1.4	1.5	1.3
	300~500만원 미만	(2,117)	2.2	1.9	1.7	0.8	1.3	1.1
	500~700만원 미만	(1,196)	2.7	2.0	1.2	1.6	0.7	0.9
	700~1,000만원 미만	(833)	1.7	1.9	2.4	1.3	0.8	1.2
	1,000만원 이상	(420)	2.6	3.7	1.7	1.6	1.4	1.2

2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

표 3-1-45 문화정보를 접하는 매체 1순위 ③

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	소식지/ 유인물	대중교통 부착 홍보물	음성 플랫폼	옥외 전광판	간담회/ 토론회	기타
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>0.5</b>	<b>0.5</b>	<b>0.2</b>	<b>0.2</b>	<b>0.1</b>	<b>0.2</b>
성별	남성	(3,564)	0.3	0.3	0.2	0.2	0.1	0.2
	여성	(3,436)	0.7	0.6	0.2	0.1	0.1	0.2
연령대	15~19세	(414)	0.2	0.5	0.3	0.6	0.0	0.6
	20대	(1,148)	0.2	0.5	0.3	0.1	0.2	0.1
	30대	(1,172)	0.3	0.2	0.5	0.1	0.0	0.0
	40대	(1,438)	0.3	0.7	0.3	0.1	0.1	0.3
	50대	(1,526)	0.3	0.5	0.0	0.2	0.1	0.3
	60대 이상	(1,302)	1.6	0.5	0.0	0.3	0.1	0.1
직업	화이트칼라	(3,150)	0.4	0.5	0.2	0.1	0.1	0.1
	블루칼라	(641)	0.6	0.1	0.5	0.4	0.2	0.3
	전업주부	(1,044)	1.3	0.8	0.2	0.4	0.2	0.4
	자영업	(527)	0.5	0.2	0.0	0.0	0.2	0.3
	학생	(737)	0.2	0.5	0.3	0.6	0.0	0.3
	무직	(549)	0.3	0.6	0.0	0.1	0.0	0.1
	기타	(352)	0.7	0.0	0.2	0.0	0.0	0.8
거주권	특별/광역시	(3,054)	0.7	0.5	0.2	0.2	0.1	0.2
	비광역시	(3,946)	0.4	0.4	0.2	0.2	0.1	0.2
권역	수도권	(3,613)	0.4	0.5	0.2	0.2	0.2	0.4
	충청권	(741)	0.5	0.3	0.2	0.3	0.0	0.1
	경상권	(1,699)	0.6	0.6	0.3	0.2	0.0	0.0
	전라권	(652)	0.8	0.2	0.1	0.2	0.3	0.1
	강원/제주권	(295)	1.8	0.9	0.1	0.2	0.2	0.0
지역	서울	(1,323)	0.6	0.3	0.3	0.2	0.1	0.3
	부산	(447)	1.0	1.1	0.0	0.2	0.0	0.0
	대구	(322)	0.8	0.8	0.0	0.1	0.0	0.3
	인천	(411)	0.5	0.7	0.0	0.2	0.5	0.4
	광주	(196)	1.7	0.3	0.0	0.3	0.0	0.0
	대전	(200)	0.6	0.0	0.2	0.3	0.0	0.5
	울산	(155)	0.4	0.6	0.9	0.3	0.0	0.0
	세종	(51)	0.6	0.6	0.0	0.7	0.0	0.0
	경기	(1,879)	0.2	0.5	0.1	0.1	0.1	0.4
	강원	(204)	1.6	0.7	0.0	0.3	0.3	0.0
	충북	(214)	0.9	0.3	0.3	0.6	0.0	0.0
	충남	(276)	0.0	0.5	0.3	0.0	0.0	0.0
	전북	(227)	0.3	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0
	전남	(229)	0.4	0.4	0.3	0.3	0.4	0.2
	경북	(338)	0.2	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0
	경남	(437)	0.4	0.4	0.6	0.2	0.0	0.0
	제주	(91)	2.2	1.3	0.4	0.0	0.0	0.0
학력 수준	중졸 이하	(172)	2.4	0.5	0.0	0.7	0.0	0.2
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	0.4	0.6	0.1	0.3	0.4	0.3
	대학교 이상	(5,246)	0.5	0.5	0.2	0.1	0.0	0.2
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	0.4	0.6	0.2	0.3	0.1	0.2
	300~500만원 미만	(2,117)	0.5	0.3	0.4	0.2	0.2	0.1
	500~700만원 미만	(1,196)	0.5	0.4	0.1	0.0	0.1	0.3
	700~1,000만원 미만	(833)	1.1	0.5	0.1	0.0	0.0	0.4
	1,000만원 이상	(420)	0.0	0.6	0.0	0.5	0.0	0.0

[표 3-1-46] 문화정보를 접하는 매체 1+2순위 ①

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	TV	포털 사이트	동영상 플랫폼	게시형 SNS	메신저 SNS
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>58.3</b>	<b>39.6</b>	<b>25.2</b>	<b>21.1</b>	<b>13.0</b>
성별	남성	(3,564)	59.0	42.5	26.7	17.7	12.9
	여성	(3,436)	57.6	36.6	23.8	24.5	13.2
연령대	15~19세	(414)	41.6	15.4	36.2	47.4	19.8
	20대	(1,148)	35.9	35.4	30.7	39.6	17.8
	30대	(1,172)	44.8	39.7	30.1	32.1	15.1
	40대	(1,438)	60.7	47.4	22.6	15.4	10.3
	50대	(1,526)	71.3	45.1	21.7	9.6	9.5
	60대 이상	(1,302)	77.6	35.8	19.7	6.1	11.9
직업	화이트칼라	(3,150)	56.5	45.7	23.3	20.0	13.2
	블루칼라	(641)	65.1	35.0	24.7	12.4	14.7
	전업주부	(1,044)	69.0	35.8	20.8	14.8	10.1
	자영업	(527)	65.3	37.8	26.7	14.9	13.3
	학생	(737)	38.1	26.8	36.0	44.9	17.2
	무직	(549)	60.1	38.6	29.9	22.5	11.4
	기타	(352)	59.8	36.4	25.0	22.6	10.7
거주권	특별/광역시	(3,054)	56.3	40.2	25.1	21.7	13.8
	비광역시	(3,946)	59.8	39.1	25.4	20.6	12.4
권역	수도권	(3,613)	56.1	42.2	25.0	21.9	13.1
	충청권	(741)	60.7	40.9	26.0	19.0	12.5
	경상권	(1,699)	60.1	35.2	26.4	21.0	12.9
	전라권	(652)	62.0	36.4	22.3	20.0	13.9
	강원/제주권	(295)	60.6	37.2	25.7	19.4	12.3
지역	서울	(1,323)	52.9	43.7	24.8	24.0	14.0
	부산	(447)	59.0	34.5	26.5	19.2	16.0
	대구	(322)	59.7	38.5	23.8	21.0	11.6
	인천	(411)	58.3	39.2	23.4	18.5	13.5
	광주	(196)	58.0	36.3	24.4	23.4	13.9
	대전	(200)	59.2	40.0	27.5	19.5	12.8
	울산	(155)	59.3	39.2	28.0	20.7	11.4
	세종	(51)	60.5	39.6	27.1	26.3	7.9
	경기	(1,879)	57.8	41.8	25.5	21.1	12.3
	강원	(204)	61.9	39.4	24.0	17.2	11.8
	충북	(214)	61.8	42.6	24.6	19.4	13.0
	충남	(276)	61.0	40.4	25.6	17.0	12.8
	전북	(227)	62.8	39.5	18.0	18.4	14.0
	전남	(229)	64.8	33.4	24.7	18.8	13.8
	경북	(338)	64.6	35.4	27.3	18.9	11.3
	경남	(437)	58.4	32.0	27.2	24.6	12.3
	제주	(91)	57.7	32.3	29.7	24.3	13.5
학력 수준	중졸 이하	(172)	54.6	14.3	30.2	35.4	21.7
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	65.5	28.1	26.8	18.4	14.2
	대학교 이상	(5,246)	56.2	43.9	24.6	21.4	12.4
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	54.8	34.7	28.1	24.7	14.5
	300~500만원 미만	(2,117)	59.2	40.5	24.9	21.0	12.2
	500~700만원 미만	(1,196)	62.1	44.0	24.1	16.4	10.4
	700~1,000만원 미만	(833)	61.5	45.2	20.7	17.2	12.7
	1,000만원 이상	(420)	57.2	40.1	23.2	21.2	16.5

[표 3-1-47] 문화정보를 접하는 매체 1+2순위 ②

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	모바일앱	온라인 사이트	라디오	거리 홍보물 /현수막	블로그	인쇄매체
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>7.3</b>	<b>6.8</b>	<b>5.2</b>	<b>4.9</b>	<b>4.8</b>	<b>4.5</b>
성별	남성	(3,564)	6.8	7.1	5.5	3.7	3.8	5.6
	여성	(3,436)	7.9	6.4	4.9	6.2	6.0	3.4
연령대	15~19세	(414)	8.5	5.4	3.0	3.7	2.3	3.1
	20대	(1,148)	6.6	7.3	2.9	2.4	7.1	4.3
	30대	(1,172)	5.9	6.4	3.7	3.5	7.6	4.6
	40대	(1,438)	8.5	6.6	5.9	5.0	5.4	3.3
	50대	(1,526)	8.1	5.7	6.6	4.7	3.8	4.9
	60대 이상	(1,302)	6.6	8.6	6.8	8.9	1.8	6.0
직업	화이트칼라	(3,150)	6.4	7.3	5.2	3.4	6.1	4.8
	블루칼라	(641)	9.7	6.6	9.1	4.1	3.8	5.0
	전업주부	(1,044)	9.4	5.8	6.0	8.8	4.8	3.9
	자영업	(527)	7.4	7.9	5.8	4.9	3.9	4.1
	학생	(737)	7.3	5.4	2.6	3.2	2.9	4.0
	무직	(549)	5.8	6.3	2.5	7.2	2.7	4.1
	기타	(352)	7.6	7.2	4.8	7.9	4.5	5.1
거주권	특별/광역시	(3,054)	7.7	6.9	4.5	4.7	4.5	5.1
	비광역시	(3,946)	7.0	6.7	5.7	5.1	5.1	4.1
권역	수도권	(3,613)	7.8	6.5	5.0	4.3	5.3	4.0
	충청권	(741)	6.5	7.6	5.3	4.7	4.2	4.4
	경상권	(1,699)	6.8	7.1	5.5	5.8	4.4	5.7
	전라권	(652)	7.5	7.2	5.8	5.2	4.1	4.6
	강원/제주권	(295)	6.6	5.3	4.9	6.7	4.7	4.6
지역	서울	(1,323)	7.4	6.8	4.4	4.2	4.9	4.1
	부산	(447)	8.8	8.7	3.5	4.7	2.9	7.5
	대구	(322)	6.5	7.5	4.9	7.0	4.8	5.6
	인천	(411)	10.1	5.5	4.1	5.8	4.2	6.2
	광주	(196)	8.9	5.8	5.2	4.2	4.5	4.3
	대전	(200)	5.2	7.1	5.5	3.0	4.8	4.8
	울산	(155)	5.7	6.8	6.4	4.5	4.8	3.5
	세종	(51)	4.4	8.5	5.9	2.3	4.8	4.9
	경기	(1,879)	7.5	6.6	5.5	4.1	5.9	3.4
	강원	(204)	5.2	5.0	5.1	8.2	4.2	5.1
	충북	(214)	6.0	6.1	5.4	4.8	3.7	3.5
	충남	(276)	8.0	8.9	4.9	6.4	4.0	4.7
	전북	(227)	7.9	8.8	6.0	5.6	3.8	5.2
	전남	(229)	5.8	7.0	6.2	5.6	4.2	4.3
	경북	(338)	5.5	6.9	7.3	4.1	5.0	5.6
	경남	(437)	6.5	5.5	6.4	8.0	5.0	4.8
	제주	(91)	9.5	5.8	4.6	3.3	5.8	3.6
학력 수준	중졸 이하	(172)	9.2	5.4	4.3	5.6	0.9	5.5
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	8.9	5.8	6.5	5.9	4.2	4.0
	대학교 이상	(5,246)	6.8	7.1	4.8	4.6	5.2	4.6
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	7.6	7.0	4.7	5.3	4.4	4.1
	300~500만원 미만	(2,117)	7.0	6.3	5.2	5.3	4.9	4.6
	500~700만원 미만	(1,196)	8.1	6.5	5.5	4.3	5.7	4.4
	700~1,000만원 미만	(833)	6.6	7.9	5.6	4.0	5.1	5.4
	1,000만원 이상	(420)	6.6	6.5	6.5	4.1	4.1	5.2

[표 3-1-48] 문화정보를 접하는 매체 1+2순위 ③

(Base=전체, 단위 : %)

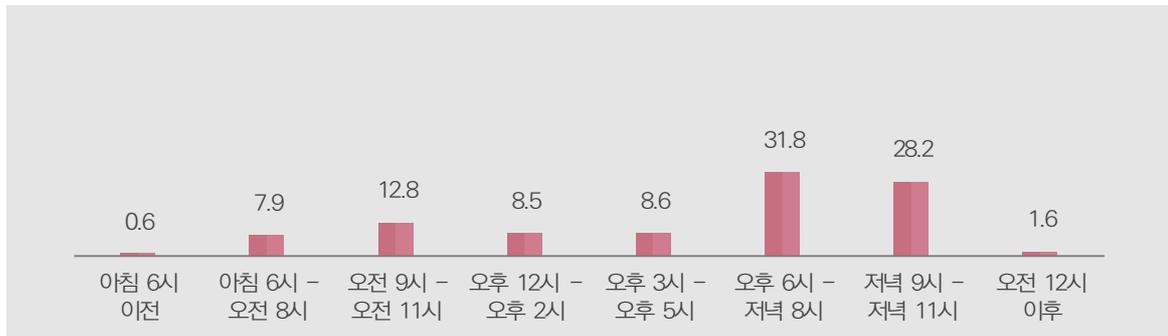
구분		사례수 (명)	대중교통 부착 홍보물	소식지/ 유인물	음성 플랫폼	옥외 전광판	간담회/ 토론회	기타
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>2.3</b>	<b>2.0</b>	<b>0.7</b>	<b>0.6</b>	<b>0.3</b>	<b>0.4</b>
성별	남성	(3,564)	1.7	1.7	0.9	0.7	0.4	0.4
	여성	(3,436)	2.9	2.4	0.5	0.6	0.2	0.4
연령대	15~19세	(414)	2.4	1.4	0.5	0.9	0.4	0.9
	20대	(1,148)	2.5	1.5	1.2	0.4	1.2	0.1
	30대	(1,172)	0.9	1.4	1.0	0.3	0.1	0.1
	40대	(1,438)	2.1	2.1	0.8	0.5	0.2	0.7
	50대	(1,526)	2.4	1.8	0.4	0.8	0.2	0.6
	60대 이상	(1,302)	3.5	3.5	0.3	1.1	0.1	0.3
직업	화이트칼라	(3,150)	2.5	1.6	0.7	0.5	0.3	0.3
	블루칼라	(641)	2.5	2.3	0.5	1.1	0.2	0.3
	전업주부	(1,044)	2.8	3.1	0.5	0.7	0.2	0.7
	자영업	(527)	0.9	2.1	1.0	0.7	0.2	0.5
	학생	(737)	2.5	1.0	0.8	0.8	1.2	0.6
	무직	(549)	1.6	2.5	1.1	0.4	0.0	0.1
	기타	(352)	2.2	2.9	0.2	0.6	0.0	1.0
거주권	특별/광역시	(3,054)	2.4	2.3	0.8	0.7	0.4	0.4
	비광역시	(3,946)	2.3	1.8	0.7	0.6	0.3	0.4
권역	수도권	(3,613)	2.4	1.7	0.8	0.4	0.4	0.5
	충청권	(741)	1.6	2.1	0.7	1.0	0.2	0.2
	경상권	(1,699)	2.3	2.2	0.8	0.8	0.1	0.1
	전라권	(652)	2.4	2.5	0.5	0.8	0.8	0.6
	강원/제주권	(295)	2.7	4.3	0.4	0.8	0.2	0.5
지역	서울	(1,323)	1.9	2.4	0.8	0.5	0.6	0.5
	부산	(447)	2.2	2.4	0.2	1.1	0.0	0.0
	대구	(322)	3.2	1.9	0.2	0.4	0.0	0.3
	인천	(411)	3.4	1.6	1.4	0.6	0.5	0.5
	광주	(196)	3.6	3.4	0.3	0.3	1.3	0.0
	대전	(200)	1.4	3.1	1.4	2.0	0.0	0.5
	울산	(155)	2.7	1.7	1.7	0.7	0.0	0.7
	세종	(51)	2.9	1.7	0.0	0.7	0.8	0.0
	경기	(1,879)	2.6	1.2	0.6	0.3	0.2	0.5
	강원	(204)	3.0	4.6	0.0	0.7	0.3	0.7
	충북	(214)	1.4	2.3	0.6	0.9	0.5	0.3
	충남	(276)	1.6	1.3	0.5	0.3	0.0	0.0
	전북	(227)	1.6	2.4	0.3	0.3	0.8	1.2
	전남	(229)	2.1	2.0	0.9	1.7	0.4	0.6
	경북	(338)	1.5	1.3	1.0	0.8	0.4	0.0
	경남	(437)	2.1	2.9	1.2	1.0	0.0	0.0
	제주	(91)	2.1	3.5	1.2	1.3	0.0	0.0
학력 수준	중졸 이하	(172)	1.7	3.7	0.0	0.7	0.0	0.7
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	3.1	2.0	0.5	0.8	0.7	0.6
	대학교 이상	(5,246)	2.1	2.0	0.8	0.6	0.3	0.3
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	2.6	1.9	0.7	0.6	0.3	0.3
	300~500만원 미만	(2,117)	2.2	2.0	0.8	0.8	0.3	0.4
	500~700만원 미만	(1,196)	2.2	2.4	0.6	0.5	0.4	0.4
	700~1,000만원 미만	(833)	2.2	2.2	0.4	0.5	0.5	0.6
	1,000만원 이상	(420)	1.9	1.1	1.2	0.6	0.0	0.7

## 2. 매체 이용 주 시간대

- 문화가 있는 날 홍보 매체를 이용하는 주된 시간대로는 ‘오후 6시~저녁 8시’가 31.8%로 가장 높고, 다음으로는 ‘저녁 9시~저녁 11시(28.2%)’, ‘오전 9시~ 오전 11시(12.8%)’ 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(34.9%), 연령별 15~19세(37.6%), 직업별 블루칼라(37.3%), 학력 수준별 대학교 이상(32.2%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(33.2%)에서 ‘오후 6시~저녁 8시’가 높게 나타남.
  - 거주권별 비광역시(32.7%), 권역별 전라권(35.1%), 지역별 경남(38.1%)에서 ‘오후 6시~저녁 8시’가 높게 나타남.

[그림 3-1-24] 매체 이용 주 시간대

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



[표 3-1-49] 매체 이용 주 시간대

(Base=전체, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	아침 6시 이전	아침 6시 - 오전 8시	오전 9시 - 오전 11시	오후 12시 - 오후 2시	오후 3시 - 오후 5시	오후 6시 - 저녁 8시	저녁 9시 - 저녁 11시	오전 12시 이후	
<b>전체</b>	<b>(7,000)</b>	<b>0.6</b>	<b>7.9</b>	<b>12.8</b>	<b>8.5</b>	<b>8.6</b>	<b>31.8</b>	<b>28.2</b>	<b>1.6</b>	
성별	남성	(3,564)	0.9	8.1	10.6	8.7	7.5	34.9	27.8	1.4
	여성	(3,436)	0.4	7.7	15.1	8.3	9.6	28.7	28.6	1.7
연령대	15~19세	(414)	1.0	1.7	5.3	8.6	10.4	37.6	30.7	4.7
	20대	(1,148)	0.4	5.0	9.6	11.8	10.7	32.8	26.7	2.9
	30대	(1,172)	0.5	7.8	11.5	10.2	6.3	32.2	29.9	1.7
	40대	(1,438)	0.5	9.1	13.3	7.9	6.0	30.2	32.2	0.7
	50대	(1,526)	0.8	8.8	15.4	6.6	8.9	31.0	27.5	0.9
	60대 이상	(1,302)	0.8	10.1	15.5	7.1	10.5	31.5	23.6	1.0
직업	화이트칼라	(3,150)	0.5	10.0	11.2	7.3	6.9	33.5	29.6	1.1
	블루칼라	(641)	1.7	7.2	8.4	9.3	9.7	37.3	25.7	0.8
	전업주부	(1,044)	0.3	6.6	22.8	11.3	11.3	22.5	23.8	1.4
	자영업	(527)	0.9	6.8	14.2	7.1	7.8	28.3	34.2	0.8
	학생	(737)	0.3	2.1	7.6	9.7	10.7	36.3	29.6	3.6
	무직	(549)	0.8	7.4	13.4	9.2	9.3	32.9	23.7	3.2
	기타	(352)	1.3	8.2	13.1	9.1	8.7	28.6	28.7	2.4

[표 3-1-50] 매체 이용 주 시간대

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	아침 6시 이전	아침 6시 - 오전 8시	오전 9시 - 오전 11시	오후 12시 - 오후 2시	오후 3시 - 오후 5시	오후 6시 - 저녁 8시	저녁 9시 - 저녁 11시	오전 12시 이후
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>0.6</b>	<b>7.9</b>	<b>12.8</b>	<b>8.5</b>	<b>8.6</b>	<b>31.8</b>	<b>28.2</b>	<b>1.6</b>
거주권	특별/광역시	(3,054)	0.5	8.2	12.5	8.7	9.4	30.7	28.2	1.7
	비광역시	(3,946)	0.7	7.7	13.0	8.4	7.9	32.7	28.2	1.5
권역	수도권	(3,613)	0.6	8.2	12.3	9.0	8.7	30.3	29.4	1.6
	충청권	(741)	0.8	7.2	12.9	8.5	9.9	32.7	26.4	1.7
	경상권	(1,699)	0.5	7.8	13.2	8.5	7.8	33.7	27.1	1.5
	전라권	(652)	1.1	6.8	13.5	6.4	9.1	35.1	26.2	1.8
	강원/제주권	(295)	0.9	8.9	14.1	8.4	7.1	30.9	28.8	0.9
지역	서울	(1,323)	0.4	9.3	12.5	7.5	9.6	28.1	30.7	1.9
	부산	(447)	0.9	7.6	13.5	7.8	8.2	31.8	28.0	2.2
	대구	(322)	0.2	7.4	13.3	11.5	8.7	29.6	28.2	1.0
	인천	(411)	0.7	7.3	11.2	11.1	8.9	33.9	25.8	1.1
	광주	(196)	1.0	4.7	13.1	7.7	10.8	34.6	26.0	2.1
	대전	(200)	0.3	7.4	10.4	10.5	12.6	33.4	24.2	1.2
	울산	(155)	0.3	9.6	13.2	9.5	7.7	36.1	22.4	1.3
	세종	(51)	0.0	9.9	12.8	10.1	5.9	27.5	31.6	2.2
	경기	(1,879)	0.7	7.6	12.4	9.6	7.9	31.0	29.3	1.5
	강원	(204)	0.7	9.2	14.5	8.5	4.7	32.6	28.5	1.3
	충북	(214)	0.9	6.3	13.3	6.8	9.9	30.1	29.8	2.9
	충남	(276)	1.1	7.1	14.4	8.1	8.6	35.2	24.4	1.1
	전북	(227)	0.6	9.4	14.7	5.9	6.0	36.4	25.2	1.9
	전남	(229)	1.7	6.1	12.6	5.9	10.9	34.2	27.3	1.4
	경북	(338)	0.3	8.3	12.6	7.7	7.8	33.2	28.8	1.4
	경남	(437)	0.4	7.3	13.5	7.1	6.6	38.1	25.7	1.3
제주	(91)	1.2	8.2	13.3	8.4	12.4	27.1	29.4	0.0	
학력 수준	중졸 이하	(172)	2.5	4.6	6.1	6.8	17.3	30.5	26.9	5.4
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	1.2	7.6	12.8	10.1	11.1	30.7	24.6	1.9
	대학교 이상	(5,246)	0.4	8.1	13.0	8.1	7.5	32.2	29.3	1.3
가구소득	300만원 미만	(2,433)	0.8	6.1	12.0	9.8	10.3	32.3	26.7	2.0
	300~500만원 미만	(2,117)	0.5	9.0	13.2	9.4	8.2	30.9	27.6	1.2
	500~700만원 미만	(1,196)	0.4	8.2	14.8	5.9	6.5	32.1	30.9	1.2
	700~1,000만원 미만	(833)	0.4	9.7	10.7	6.8	8.4	33.2	29.2	1.7
	1,000만원 이상	(420)	1.2	8.4	13.4	7.8	6.7	30.2	30.3	2.0
문화예술 관심수준	관심 높음	(5,763)	0.6	8.0	13.3	8.5	8.7	31.7	28.0	1.3
	관심 낮음	(1,237)	0.8	7.6	10.4	8.7	8.0	32.5	29.1	2.8
문·날 인지자	인지	(4,634)	0.5	8.1	13.1	8.6	8.7	32.4	27.2	1.3
	미인지	(2,366)	1.0	7.4	12.2	8.3	8.2	30.7	30.1	2.1

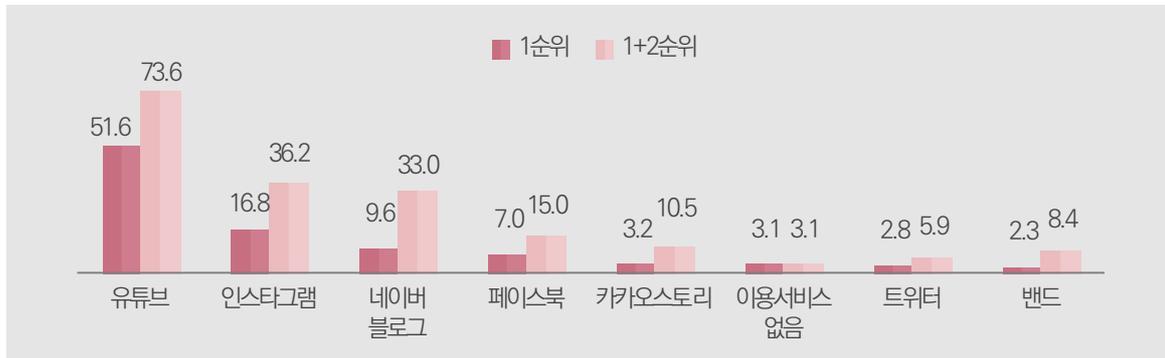
### 3. 이용 빈도가 높은 모바일 서비스

- (1순위) 문화가 있는 날 관련 이용 빈도가 많은 모바일 서비스로는 '유튜브'가 51.6%로 가장 높고, 다음으로는 '인스타그램(16.8%)', '네이버 블로그(9.6%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(57.8%), 연령별 50대(57.6%), 직업별 블루칼라(61.1%), 학력 수준별 대학교 이상(52.7%), 가구소득 별 300~500만원 미만(53.4%)에서 '유튜브'가 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(52.0%), 권역별 강원/제주권(52.7%), 지역별 대구(54.4%)에서 '유튜브'가 높게 나타남.
- (1+2순위) 문화가 있는 날 관련 이용 빈도가 많은 모바일 서비스로는 '유튜브'가 73.6%로 가장 높고, 다음으로는 '인스타그램(36.2%)', '네이버 블로그(33.0%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(77.4%), 연령별 50대(77.7%), 직업별 블루칼라(78.1%), 학력 수준별 대학교 이상(74.9%), 가구소득 별 500~700만원 미만(75.1%)에서 '유튜브'가 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(74.5%), 권역별 수도권(74.8%), 지역별 대구(76.2%)에서 '유튜브'가 높게 나타남.

**[그림 3-1-25]** 이용 빈도가 높은 모바일 서비스

※ 일부 그래프 생략함.

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



[표 3-1-51] 이용 빈도가 높은 모바일 서비스 1순위 ①

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	유튜브	인스타 그램	네이버 블로그	페이스북	카카오 스토리	트위터	밴드
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>51.6</b>	<b>16.8</b>	<b>9.6</b>	<b>7.0</b>	<b>3.2</b>	<b>2.8</b>	<b>2.3</b>
성별	남성	(3,564)	57.8	12.6	6.9	9.0	3.0	1.5	2.9
	여성	(3,436)	45.2	21.1	12.4	5.0	3.3	4.2	1.6
연령대	15~19세	(414)	40.1	34.7	2.1	6.4	0.7	8.9	0.1
	20대	(1,148)	47.6	29.4	4.4	7.6	0.5	6.6	0.7
	30대	(1,172)	47.4	29.7	9.2	5.1	0.2	2.3	1.0
	40대	(1,438)	53.9	13.4	13.5	5.9	2.1	1.2	1.6
	50대	(1,526)	57.6	6.8	11.6	7.3	3.2	1.7	3.6
	60대 이상	(1,302)	53.0	3.7	10.2	9.4	10.1	1.2	4.7
직업	화이트칼라	(3,150)	50.5	18.3	10.1	7.1	2.7	2.2	2.6
	블루칼라	(641)	61.1	9.2	8.4	7.4	4.1	0.7	2.7
	전업주부	(1,044)	48.8	12.5	17.0	5.0	5.4	0.8	2.1
	자영업	(527)	54.0	12.3	8.7	11.0	3.1	1.7	3.3
	학생	(737)	47.0	32.4	1.6	5.1	0.6	8.6	0.0
	무직	(549)	55.3	10.5	6.9	8.3	4.0	6.0	2.4
	기타	(352)	52.3	12.9	7.7	7.7	3.8	3.2	2.2
거주권	특별/광역시	(3,054)	52.0	17.7	8.8	6.4	3.1	2.9	2.4
	비광역시	(3,946)	51.3	16.0	10.2	7.5	3.3	2.8	2.2
권역	수도권	(3,613)	51.7	17.7	10.1	6.5	2.5	3.1	1.8
	충청권	(741)	52.5	15.4	9.4	6.8	4.6	2.6	1.6
	경상권	(1,699)	51.8	16.1	9.6	7.0	3.3	2.2	3.1
	전라권	(652)	49.1	16.1	7.0	9.5	5.1	3.2	2.8
	강원/제주권	(295)	52.7	13.5	9.3	8.6	3.4	3.1	3.2
지역	서울	(1,323)	51.5	19.2	8.8	6.0	2.4	3.5	1.8
	부산	(447)	53.5	16.9	8.5	6.6	3.3	2.0	3.0
	대구	(322)	54.4	18.5	7.6	3.8	2.7	1.8	3.5
	인천	(411)	50.9	14.5	11.9	8.6	3.3	2.6	2.0
	광주	(196)	48.5	19.3	4.1	8.9	4.7	4.2	3.7
	대전	(200)	53.0	14.9	10.2	5.2	4.9	2.7	1.0
	울산	(155)	52.7	16.6	7.7	7.1	3.6	2.0	5.2
	세종	(51)	52.2	18.5	10.7	3.7	0.6	4.0	2.1
	경기	(1,879)	51.9	17.4	10.7	6.4	2.3	2.9	1.8
	강원	(204)	53.5	13.1	9.3	8.7	3.7	3.2	3.5
	충북	(214)	50.8	15.6	8.2	8.3	4.5	2.6	1.6
	충남	(276)	53.5	15.0	9.5	7.3	5.1	2.3	1.9
	전북	(227)	48.9	13.8	10.0	11.0	3.8	3.1	2.6
	전남	(229)	49.7	15.5	6.5	8.6	6.8	2.4	2.3
	경북	(338)	51.0	13.1	10.7	7.8	4.0	2.6	4.4
	경남	(437)	48.6	15.8	12.0	9.3	3.0	2.4	1.4
제주	(91)	51.0	14.4	9.2	8.4	2.8	2.8	2.5	
학력 수준	중졸 이하	(172)	41.7	21.7	5.4	9.0	2.1	4.4	0.6
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	49.0	15.1	9.6	8.2	5.2	3.1	2.6
	대학교 이상	(5,246)	52.7	17.1	9.7	6.6	2.6	2.7	2.2
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	49.9	19.4	7.6	8.0	2.8	3.3	1.6
	300~500만원 미만	(2,117)	53.4	15.4	9.4	6.7	3.4	2.4	2.3
	500~700만원 미만	(1,196)	52.8	14.2	12.0	7.1	3.4	1.9	2.5
	700~1,000만원 미만	(833)	52.1	14.3	11.4	4.5	3.9	3.9	3.1
	1,000만원 이상	(420)	47.4	20.8	11.2	8.1	2.3	2.9	3.5

[표 3-1-52] 이용 빈도가 높은 모바일 서비스 1순위 ②

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	제페토 (네이버)	틱톡	티스토리 (블로그)	텀블러	핀터 레스트	기타	이용 서비스 없음
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>1.3</b>	<b>1.2</b>	<b>0.5</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.5</b>	<b>3.1</b>
성별	남성	(3,564)	0.7	1.4	0.4	0.1	0.1	0.3	3.2
	여성	(3,436)	1.9	1.0	0.6	0.2	0.1	0.6	3.0
연령대	15~19세	(414)	0.4	5.3	0.3	0.2	0.3	0.1	0.6
	20대	(1,148)	0.7	0.9	0.6	0.1	0.2	0.2	0.6
	30대	(1,172)	0.8	1.0	0.4	0.1	0.1	0.8	1.9
	40대	(1,438)	1.8	1.7	0.4	0.3	0.0	0.5	3.8
	50대	(1,526)	2.1	0.6	0.5	0.2	0.1	0.4	4.5
	60대 이상	(1,302)	1.0	0.8	0.5	0.0	0.0	0.6	4.8
직업	화이트칼라	(3,150)	1.4	1.2	0.5	0.1	0.1	0.5	2.6
	블루칼라	(641)	0.6	1.1	0.3	0.0	0.0	0.0	4.4
	전업주부	(1,044)	1.6	0.6	0.7	0.4	0.1	0.4	4.5
	자영업	(527)	1.6	0.9	0.2	0.3	0.0	0.6	2.1
	학생	(737)	0.6	3.1	0.4	0.0	0.1	0.0	0.6
	무직	(549)	0.4	0.9	0.2	0.0	0.1	0.5	4.6
	기타	(352)	2.6	0.8	0.2	0.0	0.0	1.4	5.1
거주권	특별/광역시	(3,054)	1.5	1.0	0.5	0.1	0.1	0.3	3.1
	비광역시	(3,946)	1.1	1.4	0.4	0.1	0.1	0.6	3.1
권역	수도권	(3,613)	1.5	1.3	0.3	0.1	0.0	0.5	2.9
	충청권	(741)	1.8	1.1	0.6	0.1	0.0	0.3	3.3
	경상권	(1,699)	0.9	1.1	0.7	0.2	0.3	0.4	3.3
	전라권	(652)	0.8	1.8	0.4	0.2	0.0	0.4	3.6
	강원/제주권	(295)	0.9	1.3	0.1	0.0	0.0	0.6	3.2
지역	서울	(1,323)	2.0	1.1	0.5	0.1	0.0	0.4	2.7
	부산	(447)	0.5	1.4	0.8	0.0	0.4	0.2	3.0
	대구	(322)	1.1	0.4	0.1	0.5	0.2	0.7	4.7
	인천	(411)	1.2	1.0	0.0	0.2	0.0	0.2	3.6
	광주	(196)	1.6	0.7	0.7	0.0	0.0	0.0	3.5
	대전	(200)	2.7	0.7	1.0	0.0	0.0	0.3	3.4
	울산	(155)	0.6	0.8	1.0	0.0	0.3	0.4	2.0
	세종	(51)	2.7	1.4	0.0	0.0	0.0	0.5	3.8
	경기	(1,879)	1.2	1.4	0.3	0.1	0.0	0.7	2.8
	강원	(204)	1.4	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6
	충북	(214)	1.5	1.5	0.8	0.0	0.0	0.3	4.2
	충남	(276)	1.1	1.0	0.3	0.3	0.0	0.2	2.4
	전북	(227)	0.0	1.8	0.0	0.2	0.0	0.8	3.9
	전남	(229)	0.9	2.8	0.5	0.3	0.0	0.4	3.4
	경북	(338)	0.4	0.6	0.9	0.2	0.4	0.8	3.2
	경남	(437)	1.6	1.7	0.7	0.2	0.2	0.2	2.9
제주	(91)	0.0	2.0	0.4	0.0	0.0	1.9	4.6	
학력 수준	중졸 이하	(172)	0.0	8.3	0.3	0.0	0.0	0.4	6.1
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	0.9	1.4	0.3	0.1	0.0	0.3	4.2
	대학교 이상	(5,246)	1.5	1.0	0.5	0.2	0.1	0.5	2.7
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	1.1	1.5	0.5	0.0	0.0	0.3	4.0
	300~500만원 미만	(2,117)	1.2	1.1	0.4	0.2	0.0	0.8	3.2
	500~700만원 미만	(1,196)	1.7	1.2	0.4	0.3	0.3	0.3	1.9
	700~1,000만원 미만	(833)	1.8	1.2	0.4	0.2	0.0	0.3	2.9
	1,000만원 이상	(420)	0.7	0.4	0.4	0.1	0.1	0.5	1.5

[표 3-1-53] 이용 빈도가 높은 모바일 서비스 1+2순위 ①

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	유튜브	인스타 그램	네이버 블로그	페이스북	카카오 스토리	밴드	트위터
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>73.6</b>	<b>36.2</b>	<b>33.0</b>	<b>15.0</b>	<b>10.5</b>	<b>8.4</b>	<b>5.9</b>
성별	남성	(3,564)	77.4	31.7	29.1	19.8	11.2	9.3	4.6
	여성	(3,436)	69.7	40.8	37.1	10.1	9.7	7.6	7.2
연령대	15~19세	(414)	69.9	65.9	6.5	11.8	1.9	0.3	16.8
	20대	(1,148)	73.8	59.8	22.6	16.7	1.9	1.9	11.6
	30대	(1,172)	70.7	56.4	34.6	14.4	2.6	2.1	6.0
	40대	(1,438)	74.4	33.1	42.9	11.8	8.4	7.7	2.3
	50대	(1,526)	77.7	18.4	37.0	15.3	14.6	13.7	3.5
	60대 이상	(1,302)	71.6	11.8	33.8	18.4	25.4	17.1	3.8
직업	화이트칼라	(3,150)	73.4	37.6	34.8	15.2	9.7	8.3	4.9
	블루칼라	(641)	78.1	22.6	35.9	18.5	13.4	9.2	3.4
	전업주부	(1,044)	71.4	28.2	44.0	9.5	15.4	11.0	1.9
	자영업	(527)	73.4	29.3	34.3	20.7	15.2	10.8	4.7
	학생	(737)	74.6	65.6	11.5	12.6	1.7	0.9	14.1
	무직	(549)	74.6	31.9	29.4	15.1	9.8	7.7	11.6
	기타	(352)	70.8	27.6	27.8	19.7	9.7	13.7	6.2
거주권	특별/광역시	(3,054)	74.5	38.0	31.9	14.3	10.6	8.1	5.6
	비광역시	(3,946)	73.0	34.7	33.9	15.6	10.4	8.7	6.1
권역	수도권	(3,613)	74.8	38.0	34.4	14.4	9.3	6.4	6.0
	충청권	(741)	73.4	31.9	33.5	14.9	12.1	9.9	6.2
	경상권	(1,699)	72.6	34.9	32.8	15.3	11.6	10.1	4.7
	전라권	(652)	70.6	35.4	27.8	17.2	12.2	11.8	7.2
	강원/제주권	(295)	72.7	34.2	28.7	16.2	10.6	13.0	6.5
지역	서울	(1,323)	75.1	40.3	32.6	15.1	9.1	5.7	6.1
	부산	(447)	74.5	36.3	34.7	14.2	11.1	8.0	3.8
	대구	(322)	76.2	35.1	30.7	10.5	11.4	13.2	3.7
	인천	(411)	74.0	36.5	31.9	14.9	12.1	8.5	5.7
	광주	(196)	73.2	42.7	22.1	13.4	12.5	9.3	8.0
	대전	(200)	73.9	31.5	31.9	15.2	12.7	10.3	6.1
	울산	(155)	69.6	36.4	32.2	14.3	11.3	13.4	5.6
	세종	(51)	69.2	38.8	41.8	10.8	9.4	6.5	5.6
	경기	(1,879)	74.7	36.7	36.2	13.9	8.9	6.5	6.0
	강원	(204)	73.1	32.3	28.9	16.6	10.2	14.5	6.3
	충북	(214)	74.6	32.3	31.2	13.8	12.3	9.5	6.5
	충남	(276)	72.8	30.7	35.0	16.5	11.9	10.6	6.1
	전북	(227)	68.3	31.1	33.5	20.7	8.5	13.1	7.6
	전남	(229)	70.6	33.5	27.2	17.0	15.6	12.5	6.0
	경북	(338)	71.3	32.5	32.1	19.4	11.2	12.1	5.4
	경남	(437)	70.1	34.4	33.0	17.1	12.6	7.1	5.6
제주	(91)	71.7	38.5	28.2	15.3	11.4	9.6	7.1	
학력 수준	중졸 이하	(172)	63.9	41.4	12.7	15.1	11.5	2.8	10.8
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	70.3	32.6	30.3	15.9	15.3	8.9	6.1
	대학교 이상	(5,246)	74.9	37.1	34.5	14.8	9.0	8.5	5.6
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	72.9	39.9	30.3	15.5	9.0	5.5	7.2
	300~500만원 미만	(2,117)	73.4	33.9	34.7	14.8	11.2	9.6	5.2
	500~700만원 미만	(1,196)	75.1	32.5	36.9	15.5	11.0	10.1	4.5
	700~1,000만원 미만	(833)	74.5	34.0	33.0	12.4	12.3	11.0	5.8
	1,000만원 이상	(420)	73.2	41.2	29.6	16.8	10.2	10.2	5.6

2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

[표 3-1-54] 이용 빈도가 높은 모바일 서비스 1+2순위 ②

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	틱톡	제페도 (네이버)	티스토리 (블로그)	핀터 레스트	텀블러	기타	이용 서비스 없음
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>3.9</b>	<b>3.3</b>	<b>1.6</b>	<b>0.5</b>	<b>0.4</b>	<b>1.5</b>	<b>3.1</b>
성별	남성	(3,564)	4.5	2.1	1.7	0.3	0.4	1.4	3.2
	여성	(3,436)	3.3	4.5	1.4	0.6	0.3	1.7	3.0
연령대	15~19세	(414)	18.7	2.1	1.3	1.9	0.5	1.2	0.6
	20대	(1,148)	2.7	2.7	1.9	0.6	0.8	1.8	0.6
	30대	(1,172)	2.4	2.1	1.7	0.5	0.1	2.4	1.9
	40대	(1,438)	4.1	3.3	1.9	0.2	0.5	1.7	3.8
	50대	(1,526)	2.8	5.1	1.3	0.4	0.3	1.0	4.5
	60대 이상	(1,302)	2.8	3.1	1.2	0.2	0.1	1.1	4.8
직업	화이트칼라	(3,150)	3.3	3.4	1.6	0.3	0.3	1.8	2.6
	블루칼라	(641)	5.2	2.4	1.1	0.1	0.6	0.7	4.4
	전업주부	(1,044)	1.9	4.4	1.3	0.8	0.4	0.8	4.5
	자영업	(527)	2.0	3.0	1.5	0.0	0.3	0.6	2.1
	학생	(737)	10.6	2.3	1.8	1.2	0.4	1.4	0.6
	무직	(549)	3.0	3.0	1.8	0.8	0.3	1.9	4.6
	기타	(352)	3.4	3.9	2.0	0.5	0.3	4.2	5.1
거주권	특별/광역시	(3,054)	3.4	3.7	1.7	0.3	0.3	1.3	3.1
	비광역시	(3,946)	4.4	3.0	1.4	0.6	0.4	1.7	3.1
권역	수도권	(3,613)	3.4	3.5	1.5	0.4	0.3	1.9	2.9
	충청권	(741)	4.4	3.7	1.6	0.4	0.5	1.0	3.3
	경상권	(1,699)	4.5	3.0	1.8	0.6	0.5	1.2	3.3
	전라권	(652)	4.6	2.6	1.2	0.4	0.5	1.2	3.6
	강원/제주권	(295)	4.8	3.2	1.4	0.5	0.3	1.4	3.2
지역	서울	(1,323)	3.1	4.2	1.7	0.0	0.1	1.6	2.7
	부산	(447)	4.8	3.0	1.2	0.8	0.0	1.5	3.0
	대구	(322)	2.9	3.1	1.4	0.2	0.8	1.2	4.7
	인천	(411)	2.7	3.1	1.4	0.2	0.4	1.3	3.6
	광주	(196)	3.6	4.8	1.9	0.6	0.0	0.9	3.5
	대전	(200)	3.6	3.9	3.0	0.9	0.0	0.3	3.4
	울산	(155)	4.1	2.6	3.0	1.0	1.5	0.9	2.0
	세종	(51)	2.2	4.8	0.5	0.0	0.0	2.9	3.8
	경기	(1,879)	3.8	3.0	1.4	0.8	0.3	2.2	2.8
	강원	(204)	5.5	4.5	1.2	0.3	0.5	1.1	2.6
	충북	(214)	5.3	2.3	2.0	0.0	0.6	1.3	4.2
	충남	(276)	4.6	4.3	0.5	0.4	0.9	0.9	2.4
	전북	(227)	4.4	1.3	0.2	0.3	1.0	2.1	3.9
	전남	(229)	5.7	2.0	1.6	0.3	0.5	0.6	3.4
	경북	(338)	3.9	1.5	1.9	0.6	0.4	1.4	3.2
	경남	(437)	5.9	4.3	2.0	0.7	0.4	0.9	2.9
제주	(91)	3.4	0.4	2.0	0.7	0.0	2.3	4.6	
학력 수준	중졸 이하	(172)	23.6	1.4	2.1	0.5	0.4	1.6	6.1
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	5.5	3.9	0.8	0.5	0.4	1.2	4.2
	대학교 이상	(5,246)	2.8	3.2	1.8	0.5	0.4	1.6	2.7
가구 소득	300만원 미만	(2,433)	5.0	3.2	1.4	0.4	0.2	1.6	4.0
	300~500만원 미만	(2,117)	3.5	3.0	1.7	0.6	0.5	1.7	3.2
	500~700만원 미만	(1,196)	3.3	4.1	1.1	0.4	0.4	1.1	1.9
	700~1,000만원 미만	(833)	3.3	3.7	2.1	0.4	0.4	1.2	2.9
	1,000만원 이상	(420)	2.7	2.1	2.4	0.4	0.2	2.3	1.5

#### 4. 문화가 있는 날 홍보 채널 인지 및 접속 경험

- 문화가 있는 날 홍보 채널 인지 및 접속 경험에서 '접속 경험 있다'가 10.3%로 '알고 있지만 접속 경험 없다'(34.0%)보다 낮게 나타남. ('들어본 적 없다' : 55.7%)
  - 성별 남성(10.3%), 연령별 20대(11.7%), 직업별 화이트칼라(11.8%), 학력 수준별 중졸 이하(12.8%), 가구소득 별 1,000만원 이상(13.4%)에서 '접속 경험 있다'가 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(11.5%), 권역별 강원/제주권(11.5%), 지역별 대전(12.7%)에서 '접속 경험 있다'가 높게 나타남.

[그림 3-1-26] 문화가 있는 날 홍보 채널에 대한 인지 및 접속 경험

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



[표 3-1-55] 문화가 있는 날 홍보 채널에 대한 인지 및 접속 경험

(Base=전체, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	접속 경험 있다	알고 있지만 접속 경험 없다	들어본 적 없다	
<b>전체</b>	<b>(7,000)</b>	<b>10.3</b>	<b>34.0</b>	<b>55.7</b>	
성별	남성	(3,564)	10.3	31.9	57.8
	여성	(3,436)	10.2	36.2	53.6
연령대	15~19세	(414)	8.9	25.4	65.7
	20대	(1,148)	11.7	33.2	55.1
	30대	(1,172)	10.8	31.2	58.0
	40대	(1,438)	9.8	31.4	58.8
	50대	(1,526)	8.8	37.1	54.1
	60대 이상	(1,302)	11.1	39.2	49.6
직업	화이트칼라	(3,150)	11.8	35.4	52.8
	블루칼라	(641)	8.2	35.9	55.9
	전업주부	(1,044)	9.5	36.7	53.8
	자영업	(527)	11.7	34.2	54.1
	학생	(737)	8.4	26.9	64.7
	무직	(549)	6.7	26.2	67.1
	기타	(352)	9.4	36.9	53.7

[표 3-1-56] 문화가 있는 날 홍보 채널에 대한 인지 및 접속 경험

(Base=전체, 단위 : %)

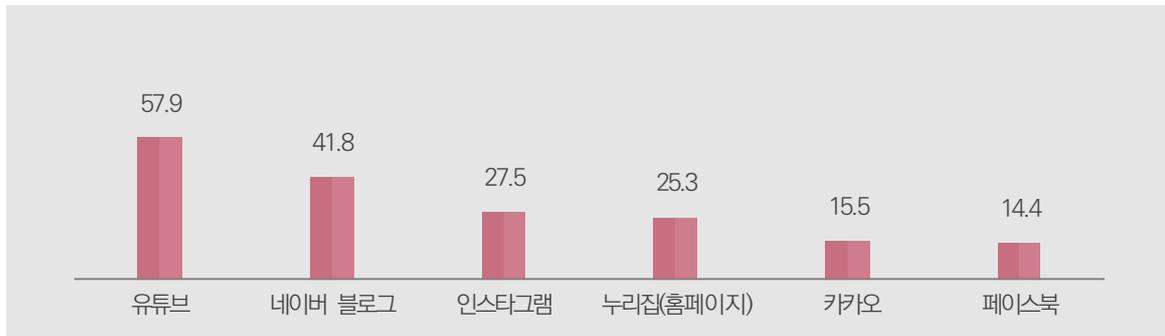
구분		사례수 (명)	접속 경험 있다	알고 있지만 접속 경험 없다	들어본 적 없다
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>10.3</b>	<b>34.0</b>	<b>55.7</b>
거주권	특별/광역시	(3,054)	11.5	33.0	55.5
	비광역시	(3,946)	9.3	34.8	56.0
권역	수도권	(3,613)	10.1	32.1	57.8
	충청권	(741)	10.3	33.1	56.6
	경상권	(1,699)	10.0	37.9	52.1
	전라권	(652)	11.2	36.0	52.7
	강원/제주권	(295)	11.5	32.3	56.2
지역	서울	(1,323)	11.9	30.3	57.8
	부산	(447)	11.2	34.4	54.4
	대구	(322)	11.0	36.3	52.7
	인천	(411)	10.3	34.1	55.6
	광주	(196)	11.0	37.7	51.3
	대전	(200)	12.7	26.9	60.4
	울산	(155)	11.9	45.3	42.8
	세종	(51)	4.2	38.8	57.0
	경기	(1,879)	8.7	33.0	58.2
	강원	(204)	11.6	33.0	55.4
	충북	(214)	10.6	33.5	55.9
	충남	(276)	9.3	36.3	54.3
	전북	(227)	12.5	34.0	53.5
	전남	(229)	10.2	36.7	53.1
	경북	(338)	8.5	43.2	48.3
	경남	(437)	8.5	35.8	55.6
	제주	(91)	11.3	30.7	58.1
학력 수준	중졸 이하	(172)	12.8	28.9	58.3
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	8.1	34.3	57.5
	대학교 이상	(5,246)	10.8	34.1	55.1
가구소득	300만원 미만	(2,433)	9.0	30.4	60.6
	300~500만원 미만	(2,117)	10.0	36.3	53.7
	500~700만원 미만	(1,196)	10.6	36.8	52.6
	700~1,000만원 미만	(833)	12.2	37.4	50.4
	1,000만원 이상	(420)	13.4	29.1	57.5
문화예술 관심수준	관심 높음	(5,763)	12.0	37.0	51.0
	관심 낮음	(1,237)	1.9	20.1	78.0
문·날 인지자	인지	(4,634)	14.4	44.2	41.5
	미인지	(2,366)	2.2	14.1	83.7

## 5. 접속했던 홍보 채널 종류

- 접속한 문화가 있는 날 홍보 채널로는 '유튜브'가 57.9%로 가장 높고, 다음으로는 '네이버 블로그(41.8%)', '인스타그램(27.5%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(62.8%), 연령별 60대 이상(67.8%), 직업별 자영업(66.4%), 학력 수준별 고등학교 재학/졸업(61.5%), 가구소득별 500~700만원 미만(67.7%)에서 '유튜브'가 높게 나타남.
  - 거주권별 비광역시(59.8%), 권역별 충청권(62.7%), 지역별 충북(73.3%)에서 '유튜브'가 높게 나타남.

[그림 3-1-27] 접속했던 홍보 채널 종류

(Base=문화가 있는 날 홍보 채널 접속자, n=718, 단위 : %)



[표 3-1-57] 접속했던 홍보 채널 종류

(Base=문화가 있는 날 홍보 채널 접속자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	유튜브	네이버 블로그	인스타그램	누리집 (홈페이지)	카카오	페이스북	
<b>전체</b>	<b>(718)</b>	<b>57.9</b>	<b>41.8</b>	<b>27.5</b>	<b>25.3</b>	<b>15.5</b>	<b>14.4</b>	
성별	남성	(366)	62.8	40.1	28.1	24.6	15.9	18.4
	여성	(352)	52.7	43.7	26.8	26.1	15.0	10.3
연령대	15~19세	(37)	48.4	23.9	55.4	24.5	15.4	19.0
	20대	(135)	58.0	42.2	40.3	25.4	10.2	15.7
	30대	(127)	51.4	47.8	38.0	23.1	14.2	9.2
	40대	(140)	54.7	45.7	18.0	24.8	10.6	9.2
	50대	(134)	58.9	41.1	17.6	27.3	19.1	18.8
	60대 이상	(145)	67.8	37.8	17.8	26.2	23.0	17.7
직업	화이트칼라	(372)	55.8	47.5	28.3	23.9	15.9	12.6
	블루칼라	(53)	62.5	42.3	29.8	25.5	16.8	23.2
	전업주부	(99)	60.3	40.4	18.9	25.4	14.8	13.8
	자영업	(62)	66.4	32.1	23.8	28.2	18.9	23.6
	학생	(62)	55.0	32.2	50.7	25.1	14.5	15.3
	무직	(37)	56.1	33.7	20.6	18.5	14.2	13.6
	기타	(33)	58.3	26.9	11.5	44.0	7.4	5.4

[표 3-1-58] 접속했던 홍보 채널 종류

(Base=문화가 있는 날 홍보 채널 접속자, 단위 : %)

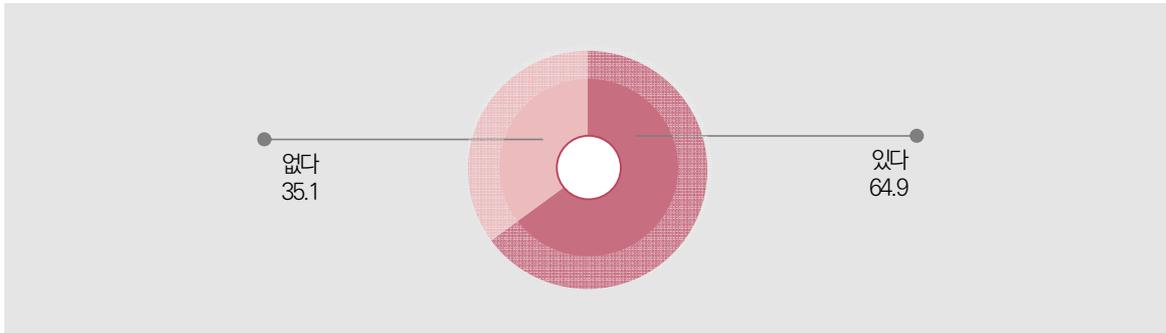
구분		사례수 (명)	유튜브	네이버 블로그	인스타그램	누리집 (홈페이지)	카카오	페이스북
<b>전체</b>		<b>(718)</b>	<b>57.9</b>	<b>41.8</b>	<b>27.5</b>	<b>25.3</b>	<b>15.5</b>	<b>14.4</b>
거주권	특별/광역시	(351)	55.8	44.2	29.5	24.3	12.5	12.6
	비광역시	(367)	59.8	39.6	25.6	26.3	18.4	16.2
권역	수도권	(364)	57.9	42.5	27.5	26.2	16.3	9.6
	충청권	(76)	62.7	31.6	27.5	26.6	9.4	21.9
	경상권	(170)	56.7	43.6	22.7	23.4	14.9	18.1
	전라권	(73)	56.0	47.6	38.9	27.2	18.6	22.2
	강원/제주권	(34)	56.5	36.2	26.8	19.2	17.0	14.3
	지역	서울	(157)	52.6	43.2	29.6	25.0	12.9
	부산	(50)	59.4	45.5	22.1	23.1	11.2	18.4
	대구	(35)	49.8	47.6	22.2	25.9	7.3	6.3
	인천	(42)	68.6	51.3	27.0	22.3	18.0	24.1
	광주	(22)	44.7	44.0	42.8	37.7	15.0	14.6
	대전	(25)	64.4	33.3	37.2	17.1	7.7	18.4
	울산	(19)	56.3	42.0	42.6	17.6	12.8	15.5
	세종	(2)	54.6	27.2	18.0	13.9	0.0	0.0
	경기	(164)	60.2	39.7	25.7	28.2	19.0	7.9
	강원	(24)	59.7	32.5	30.1	17.5	21.8	16.9
	충북	(23)	73.3	38.8	18.3	26.2	13.0	33.3
	충남	(26)	52.3	24.1	26.8	37.5	8.6	17.1
	전북	(28)	66.3	49.0	41.8	21.3	22.9	33.3
	전남	(23)	54.0	49.1	31.8	24.5	16.9	15.8
	경북	(29)	64.5	39.0	17.3	24.8	24.0	31.4
	경남	(37)	53.6	41.8	18.1	23.3	20.9	19.7
	제주	(10)	49.0	44.6	19.2	23.3	6.0	8.4
학력 수준	중졸 이하	(22)	43.7	37.9	29.4	24.9	28.4	21.6
	고등학생 재학/졸업	(129)	61.5	41.1	30.5	14.0	11.1	22.3
	대학교 이상	(567)	57.6	42.2	26.7	27.9	16.0	12.4
가구소득	300만원 미만	(220)	52.8	41.4	27.4	20.9	12.9	19.1
	300~500만원 미만	(212)	58.6	43.3	23.5	29.3	18.0	12.0
	500~700만원 미만	(127)	67.7	40.8	26.3	20.8	13.4	13.9
	700~1,000만원 미만	(102)	53.9	42.5	32.3	29.8	21.9	12.7
	1,000만원 이상	(57)	59.8	39.4	36.8	30.0	9.3	9.9
문화예술 관심수준	관심 높음	(694)	58.2	42.0	27.7	26.1	15.4	14.7
	관심 낮음	(24)	48.9	36.5	22.0	4.3	17.4	5.4
문·날 인지자	인지	(667)	57.6	42.6	27.4	25.9	15.7	14.6
	미인지	(51)	61.6	31.8	28.7	18.4	12.9	11.8

## 6. 문화가 있는 날 홍보 채널을 통한 행사 참여경험

- 문화가 있는 날 홍보 채널을 통한 행사 참여경험 여부로는 '있다'는 64.9%로 '없다'(35.1%)보다 높게 나타남.
  - 성별 남성(68.4%), 연령별 15~19세(70.3%), 직업별 화이트칼라(68.3%), 학력 수준별 중졸 이하(69.7%), 가구소득별 1,000만원 이상(80.1%)에서 '경험 있다'가 높게 나타남.
  - 거주권별 비광역시(65.3%), 권역별 충청권(71.3%), 지역별 울산(82.2%)에서 '경험 있다'가 높게 나타남.

**[그림 3-1-28]** 문화가 있는 날 홍보 채널을 통한 행사 참여경험

(Base=문화가 있는 날 홍보 채널 접속자, n=718, 단위 : %)



**[표 3-1-59]** 문화가 있는 날 홍보 채널을 통한 행사 참여경험

(Base=문화가 있는 날 홍보 채널 접속자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	있다	없다
<b>전체</b>		<b>(718)</b>	<b>64.9</b>	<b>35.1</b>
성별	남성	(366)	68.4	31.6
	여성	(352)	61.2	38.8
연령대	15~19세	(37)	70.3	29.7
	20대	(135)	66.4	33.6
	30대	(127)	62.6	37.4
	40대	(140)	63.8	36.2
	50대	(134)	66.8	33.2
	60대 이상	(145)	63.3	36.7
직업	화이트칼라	(372)	68.3	31.7
	블루칼라	(53)	64.1	35.9
	전업주부	(99)	63.1	36.9
	자영업	(62)	56.4	43.6
	학생	(62)	67.6	32.4
	무직	(37)	46.3	53.7
	기타	(33)	64.9	35.1

2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

[표 3-1-60] 문화가 있는 날 홍보 채널을 통한 행사 참여경험

(Base=문화가 있는 날 홍보 채널 접속자, 단위 : %)

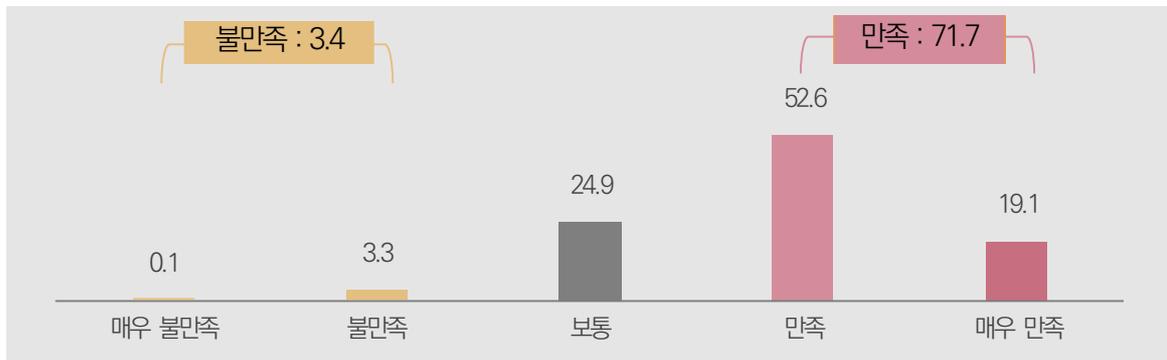
구분		사례수 (명)	있다	없다
<b>전체</b>		<b>(718)</b>	<b>64.9</b>	<b>35.1</b>
거주권	특별/광역시	(351)	64.4	35.6
	비광역시	(367)	65.3	34.7
권역	수도권	(364)	62.8	37.2
	충청권	(76)	71.3	28.7
	경상권	(170)	67.0	33.0
	전라권	(73)	66.3	33.7
	강원/제주권	(34)	58.4	41.6
	지역	서울	(157)	60.4
	부산	(50)	76.6	23.4
	대구	(35)	69.6	30.4
	인천	(42)	52.9	47.1
	광주	(22)	63.8	36.2
	대전	(25)	65.0	35.0
	울산	(19)	82.2	17.8
	세종	(2)	44.4	55.6
	경기	(164)	67.7	32.3
	강원	(24)	54.4	45.6
	충북	(23)	78.4	21.6
	충남	(26)	73.5	26.5
	전북	(28)	69.8	30.2
	전남	(23)	64.4	35.6
	경북	(29)	52.8	47.2
	경남	(37)	55.1	44.9
	제주	(10)	67.8	32.2
학력 수준	중졸 이하	(22)	69.7	30.3
	고등학생 재학/졸업	(129)	61.1	38.9
	대학교 이상	(567)	65.5	34.5
가구소득	300만원 미만	(220)	60.4	39.6
	300~500만원 미만	(212)	65.6	34.4
	500~700만원 미만	(127)	67.8	32.2
	700~1,000만원 미만	(102)	60.8	39.2
	1,000만원 이상	(57)	80.1	19.9
문화예술 관심수준	관심 높음	(694)	66.1	33.9
	관심 낮음	(24)	28.3	71.7
문·날 인지자	인지	(667)	68.3	31.7
	미인지	(51)	20.2	79.8

## 7. 문화가 있는 날 홍보 채널에 대한 만족도

- 문화가 있는 날 홍보 채널에 대한 만족도는 '만족'이 71.7%(매우 만족 19.1% + 만족 : 52.6%)로 '불만족' (3.4% : 매우 불만족 : 0.1% + 불만족 : 3.3%)보다 높게 나타남. ('보통'은 24.9%)
  - 성별 남성(72.1점), 연령별 15~19세(77.2점), 직업별 학생(75.7점), 학력 수준별 대학교 이상(71.9점), 가구소득별 1,000만원 이상(76.1점)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 거주권별 비광역시(72.2점), 권역별 수도권(72.4점), 전라권(72.4점), 지역별 전남(75.5점)에서 만족도가 높게 나타남.

[그림 3-1-29] 문화가 있는 날 홍보 채널에 대한 만족도

(Base=문화가 있는 날 홍보 채널 접속자, n=718, 단위 : %)



[표 3-1-61] 문화가 있는 날 홍보 채널에 대한 만족도

(Base=문화가 있는 날 홍보 채널 접속자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	종합			100점 평균	
							불만족	보통	만족		
<b>전체</b>	<b>(718)</b>	<b>0.1</b>	<b>3.3</b>	<b>24.9</b>	<b>52.6</b>	<b>19.1</b>	<b>3.4</b>	<b>24.9</b>	<b>71.7</b>	<b>71.8</b>	
성별	남성	(366)	0.3	4.1	24.4	49.4	21.8	4.4	24.4	71.2	72.1
	여성	(352)	0.0	2.4	25.5	56.0	16.2	2.4	25.5	72.2	71.5
연령대	15~19세	(37)	0.0	4.1	22.0	34.8	39.1	4.1	22.0	73.9	77.2
	20대	(135)	0.0	1.5	22.7	56.0	19.8	1.5	22.7	75.8	73.5
	30대	(127)	0.0	7.6	23.2	47.5	21.7	7.6	23.2	69.2	70.8
	40대	(140)	0.0	3.6	28.5	47.6	20.3	3.6	28.5	67.9	71.1
	50대	(134)	0.8	1.9	21.5	57.1	18.7	2.7	21.5	75.7	72.7
	60대 이상	(145)	0.0	1.8	28.8	59.2	10.2	1.8	28.8	69.4	69.5
직업	화이트칼라	(372)	0.3	4.1	23.8	53.6	18.3	4.3	23.8	71.9	71.4
	블루칼라	(53)	0.0	3.7	28.6	45.6	22.1	3.7	28.6	67.7	71.5
	전업주부	(99)	0.0	1.8	30.4	50.1	17.6	1.8	30.4	67.8	70.9
	자영업	(62)	0.0	1.2	21.3	56.9	20.6	1.2	21.3	77.5	74.2
	학생	(62)	0.0	2.0	23.8	43.6	30.7	2.0	23.8	74.3	75.7
	무직	(37)	0.0	7.1	16.8	63.0	13.2	7.1	16.8	76.2	70.6
기타	(33)	0.0	0.0	33.0	57.9	9.2	0.0	33.0	67.0	69.1	

[표 3-1-62] 문화가 있는 날 홍보 채널에 대한 만족도

(Base=문화가 있는 날 홍보 채널 접속자, 단위 : %, 점)

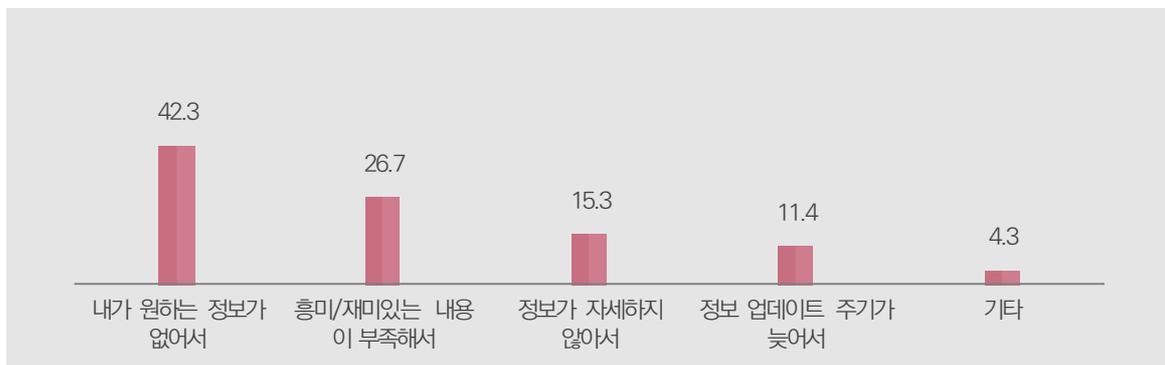
구분	사례수 (명)	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	종합			100점 평균	
							불만족	보통	만족		
<b>전체</b>	<b>(718)</b>	<b>0.1</b>	<b>3.3</b>	<b>24.9</b>	<b>52.6</b>	<b>19.1</b>	<b>3.4</b>	<b>24.9</b>	<b>71.7</b>	<b>71.8</b>	
거주권	특별/광역시	(351)	0.3	3.8	25.0	51.9	19.1	4.1	25.0	71.0	71.4
	비광역시	(367)	0.0	2.8	24.8	53.3	19.1	2.8	24.8	72.4	72.2
권역	수도권	(364)	0.0	4.2	22.3	53.4	20.1	4.2	22.3	73.5	72.4
	충청권	(76)	0.0	2.7	33.2	46.9	17.2	2.7	33.2	64.1	69.7
	경상권	(170)	0.6	2.0	24.9	56.0	16.5	2.6	24.9	72.5	71.5
	전라권	(73)	0.0	3.9	25.1	48.5	22.6	3.9	25.1	71.0	72.4
	강원/제주권	(34)	0.0	0.0	33.6	49.4	17.1	0.0	33.6	66.4	70.9
지역	서울	(157)	0.0	6.0	23.7	47.4	22.8	6.0	23.7	70.3	71.8
	부산	(50)	2.1	1.2	22.3	61.3	13.2	3.3	22.3	74.4	70.6
	대구	(35)	0.0	0.0	28.0	57.3	14.7	0.0	28.0	72.0	71.7
	인천	(42)	0.0	4.4	24.7	44.3	26.6	4.4	24.7	70.9	73.3
	광주	(22)	0.0	6.1	28.5	44.0	21.4	6.1	28.5	65.4	70.2
	대전	(25)	0.0	0.0	29.6	70.4	0.0	0.0	29.6	70.4	67.6
	울산	(19)	0.0	0.0	27.2	55.3	17.5	0.0	27.2	72.8	72.6
	세종	(2)	0.0	0.0	46.9	53.1	0.0	0.0	46.9	53.1	63.3
	경기	(164)	0.0	2.3	20.4	61.4	15.9	2.3	20.4	77.3	72.7
	강원	(24)	0.0	0.0	38.7	46.8	14.5	0.0	38.7	61.3	69.0
	충북	(23)	0.0	9.0	20.3	38.8	32.0	9.0	20.3	70.8	73.4
	충남	(26)	0.0	0.0	47.0	30.5	22.6	0.0	47.0	53.0	68.9
	전북	(28)	0.0	5.3	21.5	54.4	18.8	5.3	21.5	73.2	71.7
	전남	(23)	0.0	0.0	26.3	45.5	28.3	0.0	26.3	73.7	75.5
	경북	(29)	0.0	5.7	25.2	43.6	25.5	5.7	25.2	69.1	72.2
	경남	(37)	0.0	2.9	24.1	57.7	15.3	2.9	24.1	73.0	71.3
제주	(10)	0.0	0.0	21.8	55.3	22.9	0.0	21.8	78.2	75.3	
학력 수준	중졸 이하	(22)	0.0	0.0	46.4	26.0	27.6	0.0	46.4	53.6	70.3
	고등학생 재학/졸업	(129)	0.0	2.8	26.6	51.7	18.9	2.8	26.6	70.6	71.7
	대학교 이상	(567)	0.2	3.5	23.7	53.9	18.8	3.7	23.7	72.6	71.9
가구소득	300만원 미만	(220)	0.0	3.1	29.8	48.6	18.6	3.1	29.8	67.1	70.7
	300~500만원 미만	(212)	0.5	4.0	27.9	51.8	15.9	4.4	27.9	67.7	69.7
	500~700만원 미만	(127)	0.0	2.8	19.4	61.0	16.8	2.8	19.4	77.8	72.9
	700~1,000만원 미만	(102)	0.0	1.4	22.1	51.8	24.6	1.4	22.1	76.4	74.9
	1,000만원 이상	(57)	0.0	5.6	12.2	54.3	27.9	5.6	12.2	82.2	76.1
문화예술 관심수준	관심 높음	(694)	0.0	3.0	23.5	54.1	19.4	3.0	23.5	73.5	72.5
	관심 낮음	(24)	4.4	10.4	65.7	9.4	10.0	14.8	65.7	19.4	52.5
문·날 인지자	인지	(667)	0.0	2.8	22.2	55.1	19.9	2.8	22.2	75.0	73.0
	미인지	(51)	2.0	9.1	60.6	19.9	8.4	11.2	60.6	28.3	55.9

## 8. 문화가 있는 날 홍보 채널에 대해 불만족한 이유

- 문화가 있는 날 홍보 채널에 대한 불만족한 이유로는 ‘내가 원하는 정보가 없어서’가 42.3%로 가장 높고, 다음으로는 ‘흥미/재미있는 내용이 부족해서(26.7%)’, ‘정보가 자세하지 않아서(15.3%)’ 등의 순으로 나타남.
  - 성별 남성(43.1%), 연령별 30대(74.2%), 직업별 자영업(100.0%), 학력 수준별 대학교 이상(44.8%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(100.0%)에서 ‘내가 원하는 정보가 없어서’가 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(47.7%), 권역별 수도권(53.4%), 지역별 서울(54.1%)에서 ‘내가 원하는 정보가 없어서’가 높게 나타남.

[그림 3-1-30] 문화가 있는 날 홍보 채널에 대해 불만족한 이유

(Base=문화가 있는 날 홍보 채널에 대해 불만족 응답자, n=24, 단위 : %)



[표 3-1-63] 문화가 있는 날 홍보 채널에 대해 불만족한 이유

(Base=문화가 있는 날 홍보채널에 대해 불만족 응답자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	내가 원하는 정보가 없어서	흥미/재미있는 내용이 부족해서	정보가 자세하지 않아서	정보 업데이트 주기가 늦어서	기타	
<b>전체</b>	<b>(24)</b>	<b>42.3</b>	<b>26.7</b>	<b>15.3</b>	<b>11.4</b>	<b>4.3</b>	
성별	남성	(16)	43.1	29.7	13.9	6.7	6.5
	여성	(8)	40.9	20.8	17.8	20.5	0.0
연령대	15~19세	(1)	0.0	59.9	40.1	0.0	0.0
	20대	(2)	0.0	27.8	72.2	0.0	0.0
	30대	(10)	74.2	0.0	8.0	17.9	0.0
	40대	(5)	33.8	48.9	17.3	0.0	0.0
	50대	(4)	41.8	0.0	0.0	29.6	28.6
	60대 이상	(3)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
직업	화이트칼라	(16)	59.4	24.0	10.1	0.0	6.5
	블루칼라	(2)	0.0	0.0	44.6	55.4	0.0
	전업주부	(2)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	학생	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	무직	(3)	0.0	34.3	0.0	65.7	0.0

2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

[표 3-1-64] 문화가 있는 날 홍보 채널에 대해 불만족한 이유

(Base=문화가 있는 날 홍보채널에 대해 불만족 응답자, 단위 : %)

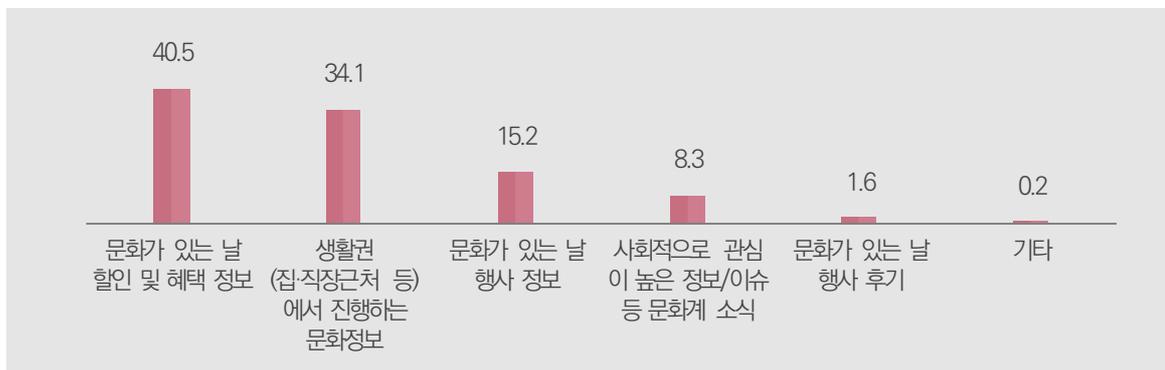
구분		사례수 (명)	내가 원하는 정보가 없어서	흥미/재미있는 내용이 부족해서	정보가 자세하지 않아서	정보 업데이트 주기가 늦어서	기타
<b>전체</b>		<b>(24)</b>	<b>42.3</b>	<b>26.7</b>	<b>15.3</b>	<b>11.4</b>	<b>4.3</b>
거주권	특별/광역시	(14)	47.7	18.4	14.6	12.0	7.3
	비광역시	(10)	34.8	38.3	16.2	10.7	0.0
권역	수도권	(15)	53.4	29.6	5.7	11.3	0.0
	충청권	(2)	37.1	62.9	0.0	0.0	0.0
	경상권	(4)	0.0	0.0	51.2	24.8	23.9
	전라권	(3)	52.0	25.7	22.3	0.0	0.0
	지역	(9)	54.1	27.8	0.0	18.1	0.0
지역	서울	(9)	54.1	27.8	0.0	18.1	0.0
	부산	(2)	0.0	0.0	36.5	0.0	63.5
	인천	(2)	53.6	0.0	46.4	0.0	0.0
	광주	(1)	52.6	0.0	47.4	0.0	0.0
	경기	(4)	51.6	48.4	0.0	0.0	0.0
	충북	(2)	37.1	62.9	0.0	0.0	0.0
	전북	(1)	51.5	48.5	0.0	0.0	0.0
	경북	(2)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
지역	경남	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	지역	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
학력 수준	고등학생 재학/졸업	(4)	27.9	25.1	16.8	30.3	0.0
	대학교 이상	(21)	44.8	27.0	15.0	8.2	5.0
가구소득	300만원 미만	(7)	36.4	13.2	9.3	41.2	0.0
	300~500만원 미만	(9)	39.2	32.4	17.4	0.0	11.1
	500~700만원 미만	(4)	28.0	72.0	0.0	0.0	0.0
	700~1,000만원 미만	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1,000만원 이상	(3)	54.0	0.0	46.0	0.0	0.0
문화예술 관심수준	관심 높음	(21)	45.8	31.2	17.8	5.2	0.0
	관심 낮음	(4)	21.5	0.0	0.0	48.8	29.7
문·날 인지자	인지	(19)	47.4	34.8	12.0	5.8	0.0
	미인지	(6)	25.6	0.0	25.9	30.2	18.4

## 9. 문화가 있는 날 홍보 채널을 통해 얻고 싶은 정보

- 문화가 있는 날 홍보 채널을 통해 얻고 싶은 정보로는 '문화가 있는 날 할인 및 혜택 정보'가 40.5%로 가장 높고, 다음으로는 '생활권(집·직장 근처 등)에서 진행되는 문화정보(34.1%)', '문화가 있는 날 행사 정보(15.2%)' 등의 순으로 나타남.
  - 성별 여성(42.4%), 연령별 20대(52.8%), 직업별 학생(50.2%), 학력 수준별 대학교 이상(42.3%), 가구소득별 1,000만원 이상(46.7%)에서 '문화가 있는 날 할인 및 혜택 정보'가 높게 나타남.
  - 거주권별 특별/광역시(42.3%), 권역별 수도권(43.4%), 지역별 서울(44.9%)에서 '문화가 있는 날 할인 및 혜택 정보'가 높게 나타남.

[그림 3-1-31] 문화가 있는 날 홍보 채널을 통해 얻고 싶은 정보

(Base=전체, n=7,000, 단위 : %)



[표 3-1-65] 문화가 있는 날 홍보 채널을 통해 얻고 싶은 정보

(Base=전체, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	문화가 있는 날 할인 및 혜택 정보	생활권에서 진행되는 문화정보	문화가 있는 날 행사정보	사회적으로 관심이 높은 정보/이슈 등 문화계 소식	문화가 있는 날 행사 후기	기타
<b>전체</b>	<b>(7,000)</b>	<b>40.5</b>	<b>34.1</b>	<b>15.2</b>	<b>8.3</b>	<b>1.6</b>	<b>0.2</b>
성별	남성 (3,564)	38.6	34.3	14.9	9.5	2.3	0.3
	여성 (3,436)	42.4	33.9	15.6	7.1	0.8	0.1
연령대	15~19세 (414)	46.7	22.9	17.7	7.5	5.1	0.0
	20대 (1,148)	52.8	23.4	13.0	6.8	3.7	0.2
	30대 (1,172)	45.4	31.8	14.7	6.9	1.1	0.1
	40대 (1,438)	38.5	38.9	13.8	7.5	1.1	0.1
	50대 (1,526)	37.0	37.4	15.5	8.8	1.0	0.3
	60대 이상 (1,302)	29.5	40.1	18.1	11.5	0.3	0.3
직업	화이트칼라 (3,150)	43.3	33.9	13.8	7.9	0.9	0.2
	블루칼라 (641)	32.9	39.0	14.9	10.1	2.6	0.5
	전업주부 (1,044)	33.8	38.0	19.8	8.0	0.4	0.1
	자영업 (527)	32.2	37.7	15.5	13.0	1.5	0.2
	학생 (737)	50.2	22.1	15.4	7.0	5.3	0.0
	무직 (549)	42.7	34.5	13.5	6.7	2.5	0.2
	기타 (352)	37.6	35.4	17.7	8.0	0.6	0.7

2022년 문화가 있는 날 인지도 조사

[표 3-1-66] 문화가 있는 날 홍보 채널을 통해 얻고 싶은 정보

(Base=전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	문화가 있는 날 할인 및 혜택 정보	생활권에서 진행하는 문화정보	문화가 있는 날 행사정보	사회적으로 관심이 높은 정보/이슈 등 문화계 소식	문화가 있는 날 행사 후기	기타
<b>전체</b>		<b>(7,000)</b>	<b>40.5</b>	<b>34.1</b>	<b>15.2</b>	<b>8.3</b>	<b>1.6</b>	<b>0.2</b>
거주권	특별/광역시	(3,054)	42.3	32.1	15.5	8.2	1.5	0.4
	비광역시	(3,946)	39.1	35.7	15.0	8.5	1.6	0.0
권역	수도권	(3,613)	43.4	32.5	15.3	7.1	1.5	0.2
	충청권	(741)	38.5	36.0	14.0	9.6	1.6	0.3
	경상권	(1,699)	37.8	36.1	15.1	9.0	1.8	0.3
	전라권	(652)	35.6	35.4	15.4	11.9	1.7	0.1
	강원/제주권	(295)	35.7	35.9	18.3	8.8	1.3	0.1
	지역	서울	(1,323)	44.9	30.3	16.3	6.7	1.2
	부산	(447)	39.4	33.5	16.0	9.4	1.7	0.0
	대구	(322)	42.8	29.6	15.8	9.4	1.3	1.1
	인천	(411)	41.0	33.5	14.1	9.2	2.3	0.0
	광주	(196)	37.7	36.6	11.9	11.6	1.9	0.4
	대전	(200)	40.0	34.1	15.7	8.0	1.5	0.7
	울산	(155)	39.6	36.0	14.8	7.7	1.9	0.0
	세종	(51)	39.8	32.9	16.4	9.5	1.4	0.0
	경기	(1,879)	42.9	33.8	14.9	6.9	1.6	0.0
	강원	(204)	37.1	34.7	18.9	8.0	1.3	0.0
	충북	(214)	38.3	37.5	11.4	10.8	1.7	0.4
	충남	(276)	37.4	36.9	14.2	9.9	1.6	0.0
	전북	(227)	36.9	35.8	17.1	7.9	2.4	0.0
	전남	(229)	32.7	33.9	16.6	16.1	0.7	0.0
	경북	(338)	34.4	41.9	13.6	8.6	1.3	0.2
	경남	(437)	34.5	39.1	14.9	8.9	2.5	0.0
	제주	(91)	32.6	38.5	16.7	10.5	1.3	0.4
학력 수준	중졸 이하	(172)	35.1	30.8	17.6	9.9	6.5	0.0
	고등학생 재학/졸업	(1,582)	35.1	35.8	15.5	11.5	1.9	0.0
	대학교 이상	(5,246)	42.3	33.7	15.1	7.3	1.3	0.3
가구소득	300만원 미만	(2,433)	42.0	32.3	14.9	8.2	2.3	0.3
	300~500만원 미만	(2,117)	37.1	37.3	15.2	9.2	1.1	0.1
	500~700만원 미만	(1,196)	41.6	34.3	14.6	7.6	1.8	0.0
	700~1,000만원 미만	(833)	40.1	34.1	16.6	8.1	0.8	0.4
	1,000만원 이상	(420)	46.7	28.2	16.3	7.5	1.1	0.2
문화예술 관심수준	관심 높음	(5,763)	41.4	34.0	15.5	8.0	1.0	0.1
	관심 낮음	(1,237)	36.2	34.5	14.2	10.0	4.2	0.8
문·날 인지자	인지	(4,634)	45.4	32.7	12.9	7.8	1.1	0.1
	미인지	(2,366)	30.9	37.0	19.8	9.4	2.6	0.4

02절

지역별 주요

조사결과 분석



## 1. 수도권 지역별 분석

### 1. 서울 지역 주요지표 현황

#### 1) 서울 종합 비교

- 인지율은 70.3%로 전체 66.2%보다 4.1% 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 65.1%로 전체 60.5%보다 4.6% 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 80.0%로 전체 81.8%보다 1.8% 낮게 나타남.
- 제도 공감도는 84.6%로 전체 82.7%보다 1.9% 높게 나타남.

[그림 3-2-1] 서울 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-1] 서울 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
서울(B)	70.3	65.1	80.0	84.6
GAP(B-A)	▲ 4.1%	▲ 4.6%	▼ 1.8%	▲ 1.9%

## 2) 서울 지역 인지도

- 서울 지역 인지도의 경우 성별 여성(78.7%), 연령별 20대(84.5%), 가구소득별 1,000만원 이상(75.3%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 50~60대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남 (각 57.9%, 60.0%)

[그림 3-2-2] 서울 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 28.5%로 전체(23.5%)보다 높게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 32.7%로 전체(30.6%)보다 높게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

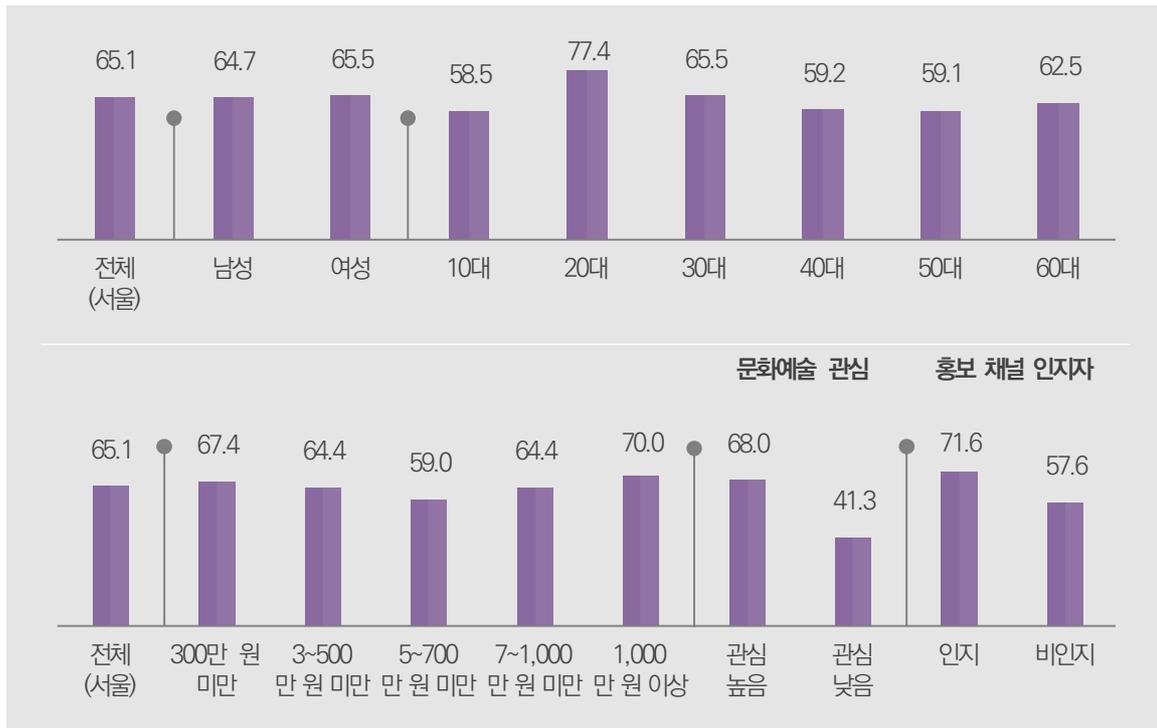
- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 62.7%로 전체(59.6%)보다 높게 나타남.

### 3) 서울 지역 참여율

- 서울 지역 참여율의 경우 성별 여성(65.5%), 연령별 20대(77.4%), 가구소득별 1,000만원 이상(70.0%)에서 참여율이 높게 나타남.
  - 40~50대의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-3] 서울 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '시간이 없어서'(33.4%), '상세 정보를 얻기 어려워서'(31.1%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(33.2%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(27.0%)이 높게 나타남.

#### 4) 서울 지역 만족도

- 서울 지역 만족도의 경우 성별 여성(82.7%), 연령별 40대(83.6%), 가구소득별 500~700만원 미만(82.7%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 10~30대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-4] 서울 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 32.9%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 51.7%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

## 2. 인천 지역 주요지표 현황

### 1) 인천 종합 비교

- 인지율은 66.5%로 전체 66.2%보다 0.3% 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 59.5%로 전체 60.5%보다 1.0% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 79.2%로 전체 81.8%보다 2.6% 낮게 나타남.
- 제도 공감도는 82.3%로 전체 82.7%보다 0.4% 낮게 나타남.

|그림 3-2-5| 인천 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



|표 3-2-2| 인천 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
인천(B)	66.5	59.5	79.2	82.3
GAP(B-A)	▲ 0.3%	▼ 1.0%	▼ 2.6%	▼ 0.4%

## 2) 인천 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(71.9%), 연령별 20대(80.4%), 가구소득별 300~500만원 미만(70.9%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 10대, 40대~50대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-6] 인천 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 인지도)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 25.3%로 전체(23.5%)보다 높게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 27.1%로 전체(30.6%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 62.5%로 전체(59.6%)보다 높게 나타남.

### 3) 인천 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 남성(62.0%), 연령별 20대(70.4%), 가구소득별 1,000만원 이상(69.6%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 30대 이상은 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-7] 인천 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '시간이 없어서'(30.0%), '상세 정보를 얻기 어려워서'(28.3%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(29.6%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(25.0%)이 높게 나타남.

#### 4) 인천 지역 만족도

- 만족도의 경우 성별 여성(80.7%), 연령별 10대, 50대(85.7%), 가구소득별 500~700만원 미만(90.7%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 20~30대, 60대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

**그림 3-2-8** 인천 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 37.9%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 44.5%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

### 3. 경기 지역 주요지표 현황

#### 1) 경기 종합 비교

- 인지율은 64.5%로 전체 66.2%보다 1.7% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 59.4%로 전체 60.5%보다 1.1% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 83.3%로 전체 81.8%보다 1.5% 높게 나타남.
- 제도 공감도는 82.7%로 전체 82.7%와 동일함.

|그림 3-2-9| 경기 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



|표 3-2-3| 경기 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

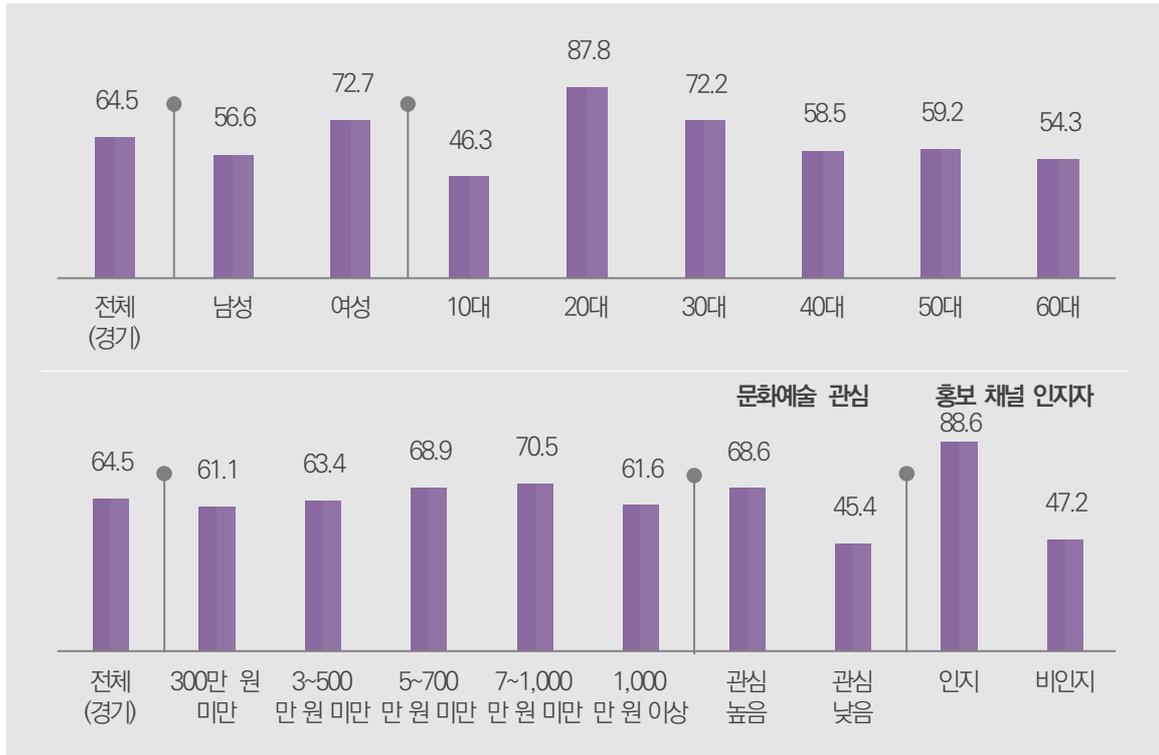
	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
경기(B)	64.5	59.4	83.3	82.7
GAP(B-A)	▼ 1.7%	▼ 1.1%	▲ 1.5%	-

## 2) 경기 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(72.7%), 연령별 20대(87.8%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(70.5%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 10대, 40~60대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-10] 경기 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 23.8%로 전체(23.5%)보다 높게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 31.1%로 전체(30.6%)보다 높게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

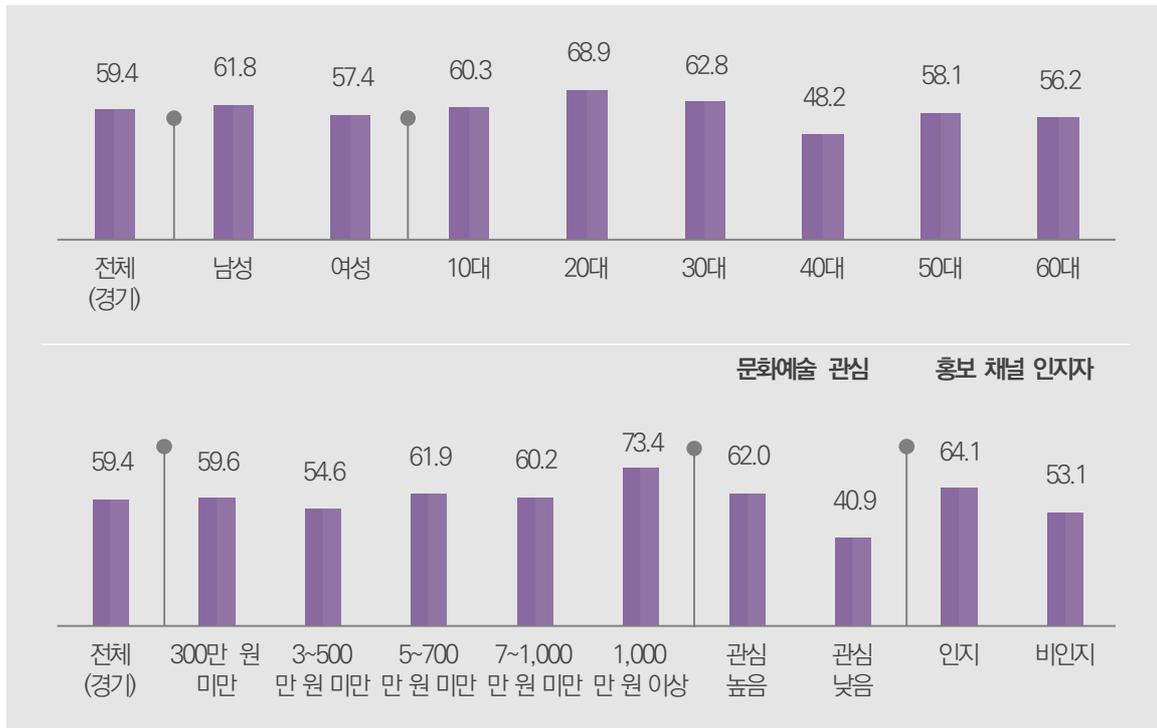
- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 63.5%로 전체(59.6%)보다 높게 나타남.

### 3) 경기 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 남성(61.8%), 연령별 20대(68.9%), 가구소득별 1,000만원 이상(73.4%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 40~60대의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-11] 경기 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '시간이 없어서'(35.4%), '상세 정보를 얻기 어려워서'(27.1%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(32.0%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(27.0%)이 높게 나타남.

#### 4) 경기 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 여성(84.1%), 연령별 10대(92.6%), 가구소득별 500~700만원 미만(90.9%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 40~50대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-12] 경기 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 34.2%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 48.5%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

## II. 충청권 지역별 분석

### 1. 대전 지역 주요지표 현황

#### 1) 대전 종합 비교

- 인지율은 65.1%로 전체 66.2%보다 1.1% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 55.6%로 전체 60.5%보다 4.9% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 88.5%로 모든 지역 중 가장 높게 나타남.
- 제도 공감도는 83.3%로 전체 82.7%보다 0.6% 높게 나타남.

[그림 3-2-13] 대전 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-4] 대전 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
대전(B)	65.1	55.6	88.5	83.3
GAP(B-A)	▼ 1.1%	▼ 4.9%	▲ 6.7%	▲ 0.6%

## 2) 대전 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(70.7%), 연령별 20대(80.1%), 가구소득별 500~700만원 미만(75.0%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 10대, 40~60대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-14] 대전 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 23.0%로 전체(23.5%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 31.4%로 전체(30.6%)보다 높게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

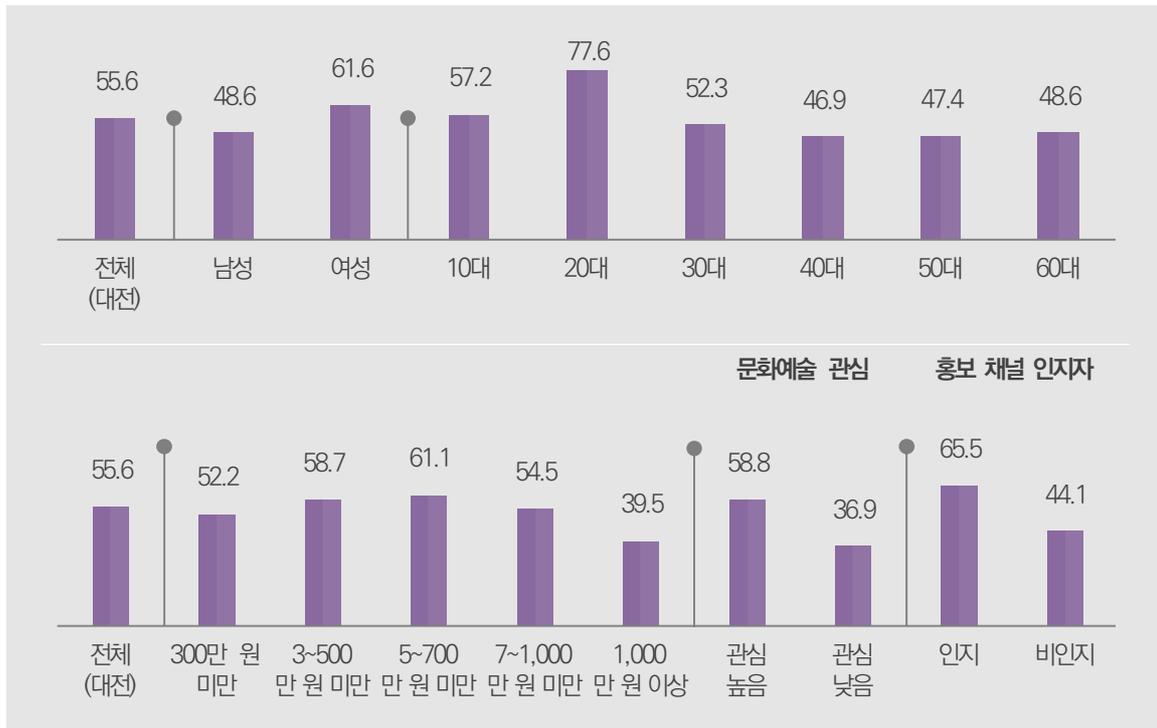
- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 51.3%로 전체(59.6%)보다 낮게 나타남.

### 3) 대전 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 여성(61.6%), 연령별 20대(77.6%), 가구소득별 500~700만원 미만(61.1%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 20대를 제외한 모든 연령층은 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-15] 대전 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '시간이 없어서'(30.5%), '상세 정보를 얻기 어려워서'(26.5%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(39.3%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(18.7%)이 높게 나타남.

#### 4) 대전 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 여성(89.6%), 연령별 10대(100.0%), 가구소득별 700~1,000만원 미만, 1,000만원 이상(100.0%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 30대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-16] 대전 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 37.1%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 46.1%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

## 2. 세종 지역 주요지표 현황

### 1) 세종 종합 비교

- 인지율은 65.0%로 전체 66.2%보다 1.2% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 57.3%로 전체 60.5%보다 3.2% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 76.7%로 모든 지역 중 가장 낮게 나타남.
- 제도 공감도는 83.5%로 전체 82.7%보다 0.8% 높게 나타남.

[그림 3-2-17] 세종 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자)



[표 3-2-5] 세종 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
세종(B)	65.0	57.3	76.7	83.5
GAP(B-A)	▼ 1.2%	▼ 3.2%	▼ 5.1%	▲ 0.8%

## 2) 세종 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(71.0%), 연령별 20대(86.9%), 가구소득별 1,000만원 이상(77.0%)에서 인지도가 높게 나타남.  
 - 10대, 40~50대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-18] 세종 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 24.5%로 전체(23.5%)보다 높게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 26.6%로 전체(30.6%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 69.4%로 전체(59.6%)보다 높게 나타남.

### 3) 세종 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 여성(59.1%), 연령별 20대(67.1%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(61.5%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 10대, 30대, 50대의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-19] 세종 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '시간이 없어서'(32.3%), '상세 정보를 얻기 어려워서'(32.0%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(33.7%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(24.6%)이 높게 나타남.

#### 4) 세종 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 남성(85.0%), 연령별 20대(87.8%), 가구소득별 300만원 미만(94.6%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 20대, 60대를 제외하고 모든 연령층은 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-20] 세종 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 32.5%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 50.9%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

### 3. 충남 지역 주요지표 현황

#### 1) 충남 종합 비교

- 인지율은 68.2%로 전체 66.2%보다 2.0% 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 57.7%로 전체 60.5%보다 2.8% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 77.1%로 전체 81.8%보다 4.7% 낮게 나타남.
- 제도 공감도는 81.8%는 전체 82.7%보다 0.9% 낮게 나타남.

[그림 3-2-21] 충남 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-6] 충남 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
충남(B)	68.2	57.7	77.1	81.8
GAP(B-A)	▲ 2.0%	▼ 2.8%	▼ 4.7%	▼ 0.9%

## 2) 충남 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(74.2%), 연령별 20대(84.1%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(89.2%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 10대, 50대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-22] 충남 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 21.9%로 전체(23.5%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 34.4%로 전체(30.6%)보다 높게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

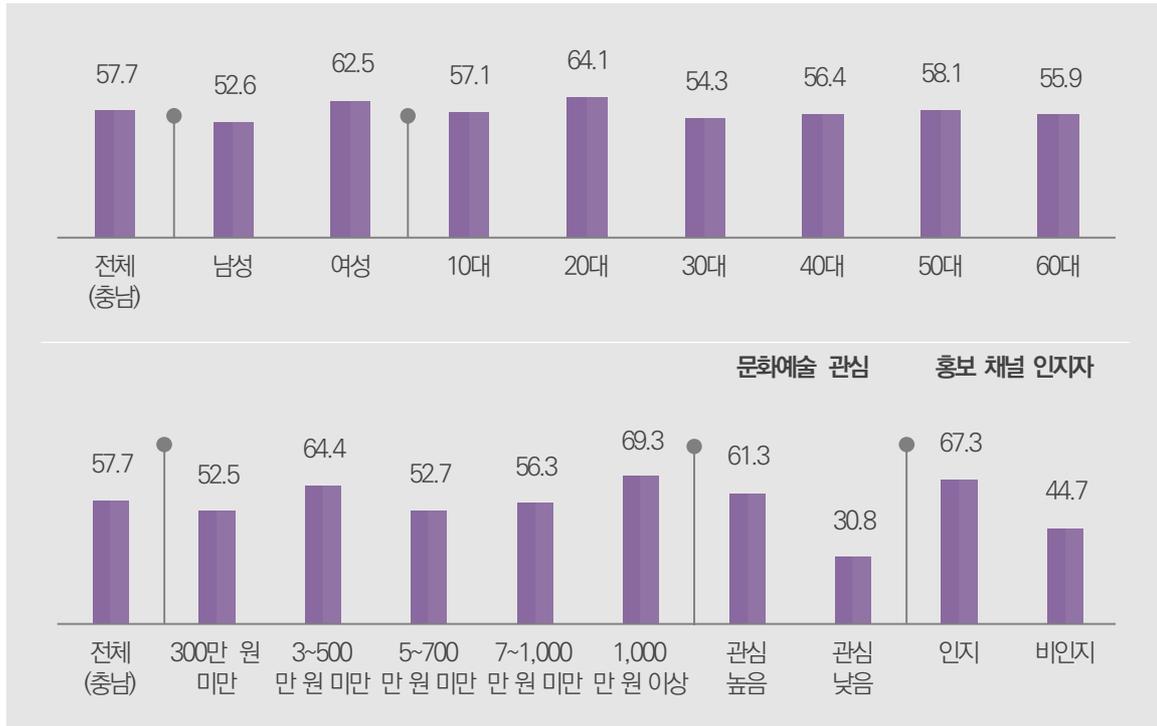
- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 59.9%로 전체(59.6%)보다 높게 나타남.

### 3) 충남 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 여성(62.5%), 연령별 20대(64.1%), 가구소득별 1,000만원 이상(69.3%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 20대를 제외한 모든 연령층의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-23] 충남 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '시간이 없어서'(31.3%), '상세 정보를 얻기 어려워서'(25.7%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(32.4%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(26.4%)이 높게 나타남.

#### 4) 충남 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 여성(80.2%), 연령별 20대(85.2%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(89.0%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 20대를 제외한 모든 연령의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-24] 충남 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 30.5%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 51.3%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

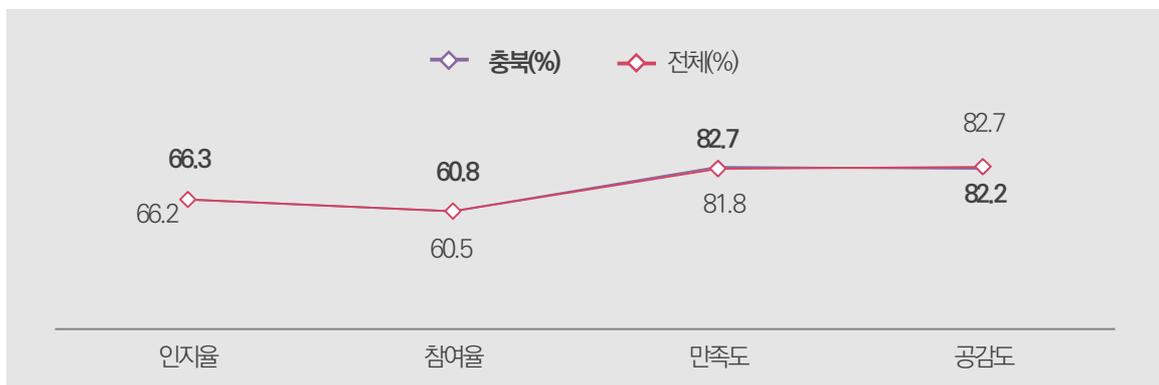
## 4. 충북 지역 주요지표 현황

### 1) 충북 종합 비교

- 인지율은 66.3%로 전체 66.2%보다 0.1% 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 60.8%로 전체 60.5%보다 0.3% 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 82.7%로 전체 81.8%보다 0.9% 높게 나타남.
- 제도 공감도는 82.2%로 전체 82.7%보다 0.5% 낮게 나타남.

[그림 3-2-25] 충북 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-7] 충북 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
충북(B)	66.3	60.8	82.7	82.2
GAP(B-A)	▲ 0.1%	▲ 0.3%	▲ 0.9%	▼ 0.5%

## 2) 충북 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(71.2%), 연령별 20대(78.0%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(77.3%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 10대, 40~60대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-26] 충북 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 20.0%로 전체(23.5%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 29.5%로 전체(30.6%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 59.1%로 전체(59.6%)보다 낮게 나타남.

### 3) 충북 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 여성(67.3%), 연령별 20대(78.3%), 가구소득별 1,000만원 이상(73.2%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 30~60대의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-27] 충북 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '시간이 없어서'(34.3%), '상세 정보를 얻기 어려워서'(30.0%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(39.4%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(24.7%)이 높게 나타남.

4) 충북 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 여성(88.7%), 연령별 40대(91.2%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(100.0%), 1,000만원 이상(100.0%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 20~30대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-28] 충북 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



[공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 35.8%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 46.5%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

### Ⅲ. 경상권 지역별 분석

#### 1. 부산 지역 주요지표 현황

##### 1) 부산 종합 비교

- 인지율은 65.5%로 전체 66.2%보다 0.7% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 64.9%로 전체 60.5%보다 4.4% 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 83.6%로 전체 81.8%보다 1.8% 높게 나타남.
- 제도 공감도는 83.2%로 전체 82.7%보다 0.5% 높게 나타남.

[그림 3-2-29] 부산 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-8] 부산 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
부산(B)	65.5	64.9	83.6	83.2
GAP(B-A)	▼ 0.7%	▲ 4.4%	▲ 1.8%	▲ 0.5%

## 2) 부산 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(71.8%), 연령별 20대(79.9%), 가구소득별 1,000만원 이상(78.9%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 10대, 40~50대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-30] 부산 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 22.8%로 전체(23.5%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 32.8%로 전체(30.6%)보다 높게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

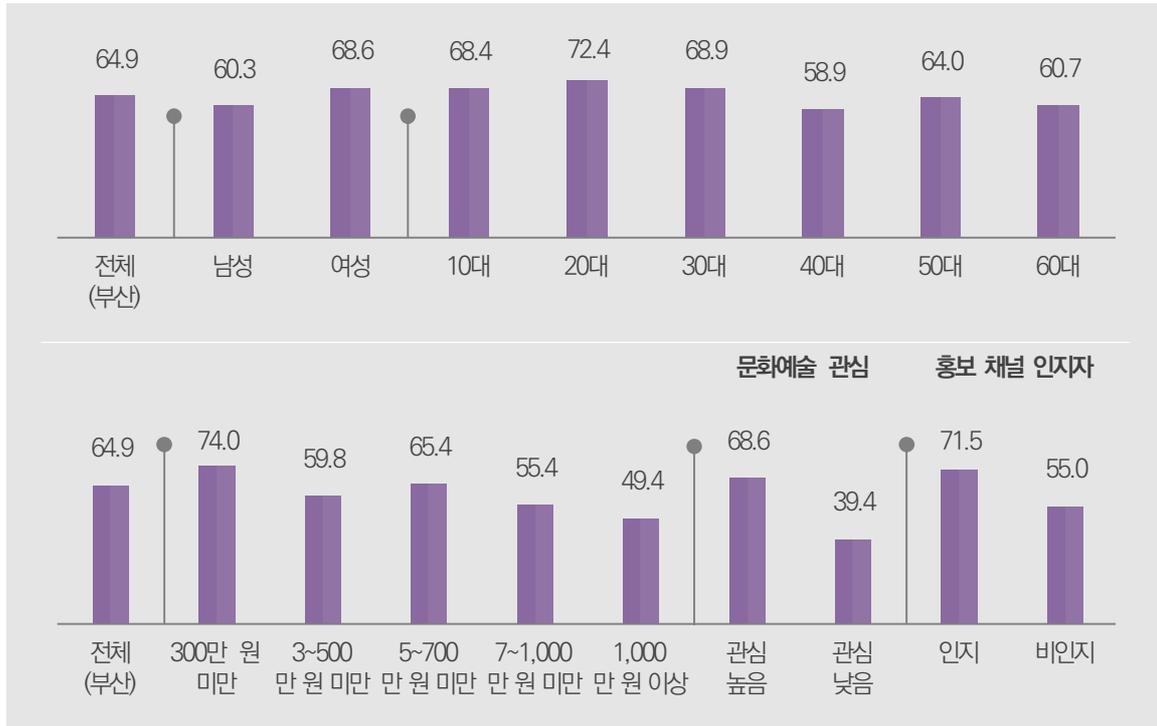
- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 55.8%로 전체(59.6%)보다 낮게 나타남.

### 3) 부산 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 여성(68.6%), 연령별 20대(72.4%), 가구소득별 300만원 미만(74.0%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 40대의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-31] 부산 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '시간이 없어서'(31.2%), '상세 정보를 얻기 어려워서'(30.1%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

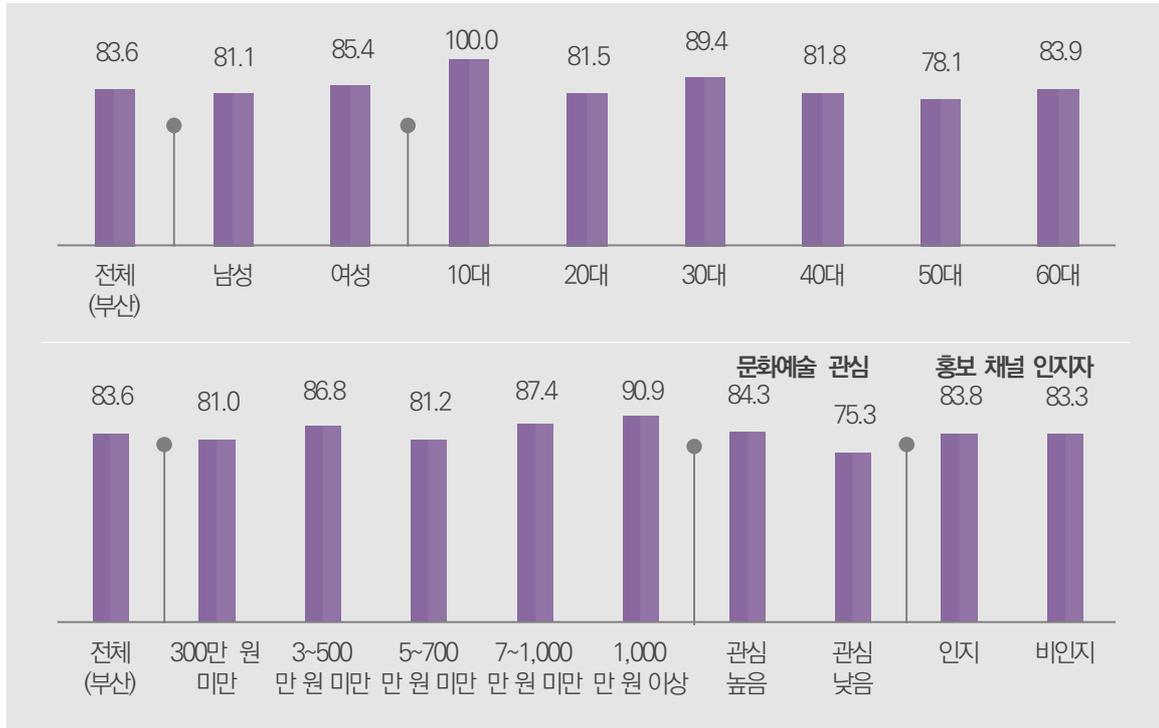
- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(31.2%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(27.6%)이 높게 나타남.

#### 4) 부산 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 여성(85.4%), 연령별 10대(100.0%), 가구소득별 1,000만원 이상(90.9%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 20대, 50대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-32] 부산 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 33.5%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 49.7%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

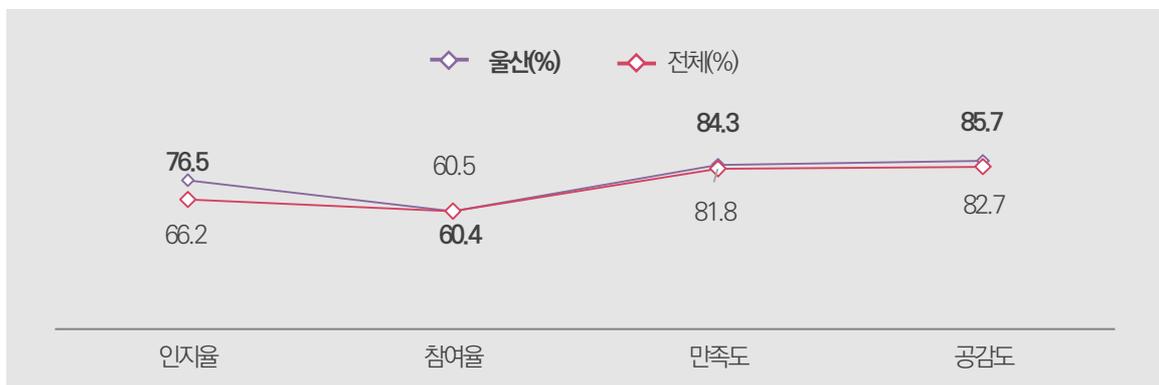
## 2. 울산 지역 주요지표 현황

### 1) 울산 종합 비교

- 인지율은 76.5%로 모든 지역과 비교해서 가장 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 60.4%로 전체 60.5%보다 0.1% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 84.3%로 전체 81.8%보다 2.5% 높게 나타남.
- 제도 공감도는 85.7%로 전체 82.7%보다 3.0% 높게 나타남.

[그림 3-2-33] 울산 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-9] 울산 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
울산(B)	76.5	60.4	84.3	85.7
GAP(B-A)	▲ 10.3%	▼ 0.1%	▲ 2.5%	▲ 3.0%

## 2) 울산 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(80.9%), 연령별 50대(82.9%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(91.2%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 10대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-34] 울산 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 20.4%로 전체(23.5%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 26.5%로 전체(30.6%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

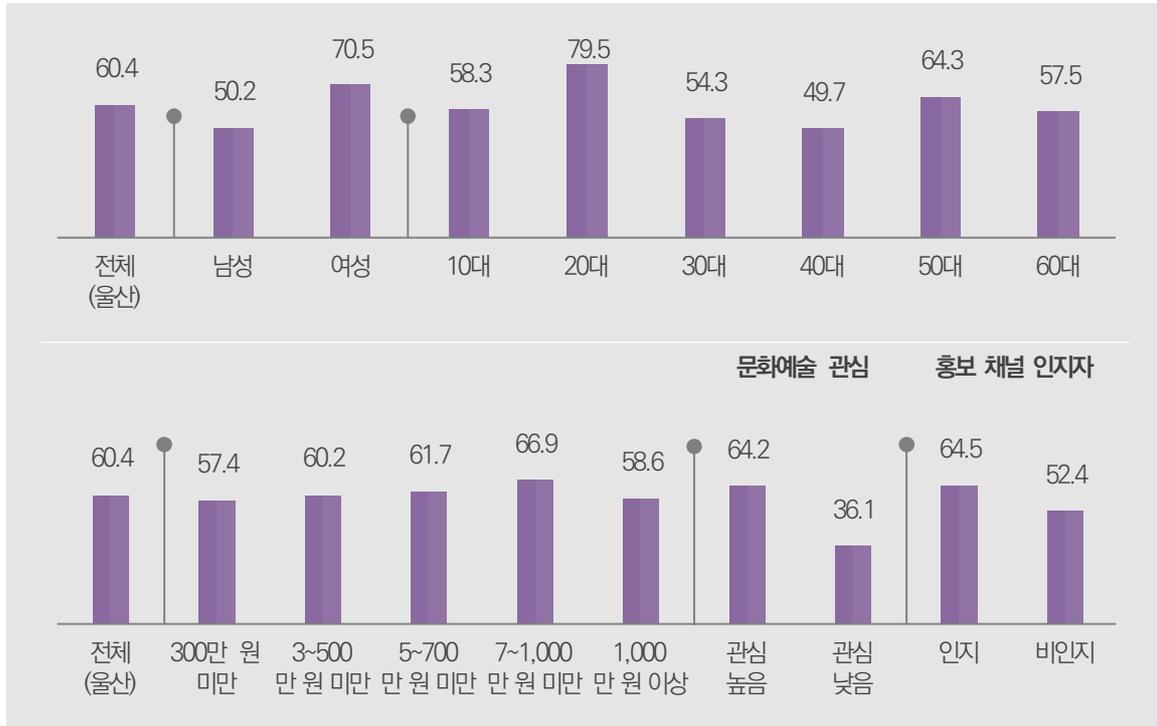
- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 48.2%로 전체(59.6%)보다 낮게 나타남.

### 3) 울산 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 여성(70.5%), 연령별 20대(79.5%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(66.9%)에서 참여율이 높게 나타남.
  - 10대, 30~40대, 60대의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-35] 울산 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '시간이 없어서'(37.2%), '상세 정보를 얻기 어려워서'(24.4%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(33.5%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(23.1%)이 높게 나타남.

#### 4) 울산 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 남성(84.9%), 연령별 10대, 60대(100.0%), 가구소득별 500~700만원 미만(95.8%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 30대, 50대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-36] 울산 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 30.2%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 55.5%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

### 3. 대구 지역 주요지표 현황

#### 1) 대구 종합 비교

- 인지율은 67.2%로 전체 66.2%보다 1.0% 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 62.8%로 전체 60.5%보다 2.3% 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 81.8%로 전체 81.8%와 동일하게 나타남.
- 제도 공감도는 83.2%로 전체 82.7%보다 0.5% 높게 나타남.

[그림 3-2-37] 대구 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-10] 대구 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
대구(B)	67.2	62.8	81.8	83.2
GAP(B-A)	▲ 1.0%	▲ 2.3%	-	▲ 0.5%

## 2) 대구 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(70.4%), 연령별 20대(85.2%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(89.2%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 10대, 40~50대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-38] 대구 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 22.6%로 전체(23.5%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 33.5%로 전체(30.6%)보다 높게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 61.8%로 전체(59.6%)보다 높게 나타남.

### 3) 대구 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 여성(67.2%), 연령별 20대(75.9%), 가구소득별 1,000만원 이상(68.9%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 30~40대의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-39] 대구 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '상세 정보를 얻기 어려워서'(37.1%), '시간이 없어서'(27.9%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(38.4%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(23.1%)이 높게 나타남.

#### 4) 대구 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 여성(83.2%), 연령별 10대(88.2%), 가구소득별 1,000만원 이상(90.9%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 30~50대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-40] 대구 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 39.6%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 43.6%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

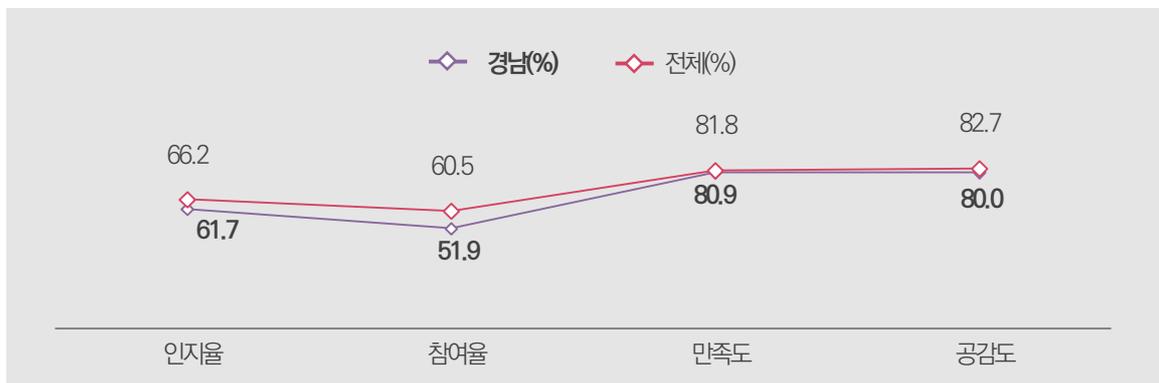
## 4. 경남 지역 주요지표 현황

### 1) 경남 종합 비교

- 인지율은 61.7%로 전체 66.2%보다 4.5% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 51.9%로 모든 지역 중 가장 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 80.9%로 전체 81.8%보다 0.9% 낮게 나타남.
- 제도 공감도는 80.0%로 전체 82.7%보다 2.7% 낮게 나타남.

[그림 3-2-41] 경남 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-11] 경남 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
경남(B)	61.7	51.9	80.9	80.0
GAP(B-A)	▼ 4.5%	▼ 8.6%	▼ 0.9%	▼ 2.7%

## 2) 경남 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(67.2%), 연령별 20대(77.7%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(81.2%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 10대, 40~60대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-42] 경남 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 17.2%로 전체(23.5%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 27.9%로 전체(30.6%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 50.9%로 전체(59.6%)보다 낮게 나타남.

### 3) 경남 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 여성(56.4%), 연령별 20대(60.5%), 가구소득별 1,000만원 이상(75.7%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 20대를 제외한 모든 연령층에서 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-43] 경남 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '상세 정보를 얻기 어려워서'(30.0%), '시간이 없어서'(28.5%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(35.5%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(22.3%)이 높게 나타남.

#### 4) 경남 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 여성(83.9%), 연령별 10대(100.0%), 가구소득별 1,000만원 이상(100.0%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 20~30대, 60대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-44] 경남 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 31.8%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 48.2%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

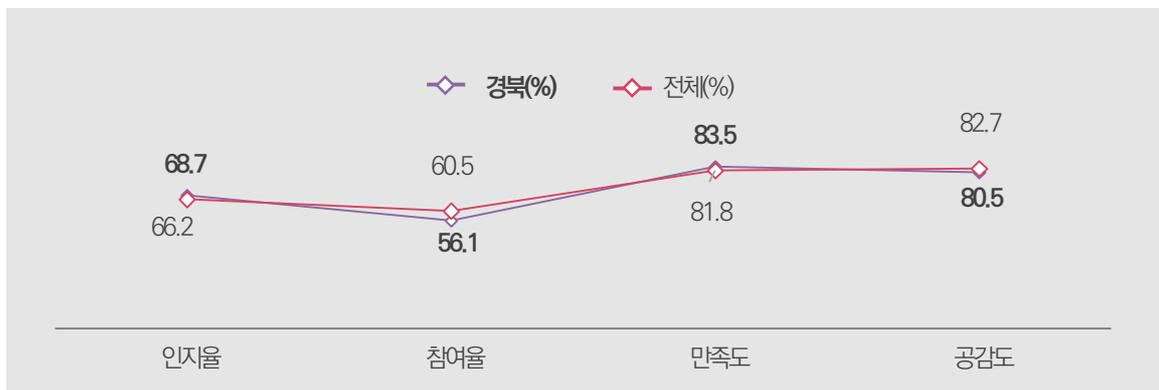
## 5. 경북 지역 주요지표 현황

### 1) 경북 종합 비교

- 인지율은 68.7%로 전체 66.2%보다 2.5% 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 56.1%로 전체 60.5%보다 4.4% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 83.5%로 전체 81.8%보다 1.7% 높게 나타남.
- 제도 공감도는 80.5%로 전체 82.7%보다 2.2% 낮게 나타남.

[그림 3-2-45] 경북 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-12] 경북 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
경북(B)	68.7	56.1	83.5	80.5
GAP(B-A)	▲ 2.5%	▼ 4.4%	▲ 1.7%	▼ 2.2%

## 2) 경북 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(72.6%), 연령별 20대(74.2%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(93.9%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 10대, 40대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-46] 경북 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 17.9%로 전체(23.5%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 29.0%로 전체(30.6%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 53.1%로 전체(59.6%)보다 낮게 나타남.

### 3) 경북 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 여성(59.9%), 연령별 10대(81.6%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(63.9%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 30~60대의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-47] 경북 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '시간이 없어서'(29.1%), '상세 정보를 얻기 어려워서'(24.3%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(34.7%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(25.0%)이 높게 나타남.

#### 4) 경북 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 남성(87.8%), 연령별 10대(91.6%), 가구소득별 1,000만원 이상(100.0%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 30~40대, 60대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-48] 경북 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 34.2%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 46.4%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

## IV. 전라권 지역별 분석

### 1. 광주 지역 주요지표 현황

#### 1) 광주 종합 비교

- 인지율은 64.6%로 전체 66.2%보다 1.6% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 58.5%로 전체 60.5%보다 2.0% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 84.3%로 전체 81.8%보다 2.5% 높게 나타남.
- 제도 공감도는 80.9%로 전체 82.7%보다 1.8% 낮게 나타남.

[그림 3-2-49] 광주 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-13] 광주 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
광주(B)	64.6	58.5	84.3	80.9
GAP(B-A)	▼ 1.6%	▼ 2.0%	▲ 2.5%	▼ 1.8%

2) 광주 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(66.5%), 연령별 20대(84.8%), 가구소득별 1,000만원 이상(69.9%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 40~60대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-50] 광주 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 19.7%로 전체(23.5%)보다 낮게 나타남.

[문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 31.5%로 전체(30.6%)보다 높게 나타남.

[문화가 있는 날 인식(이미지)]

- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 60.5%로 전체(59.6%)보다 높게 나타남.

### 3) 광주 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 여성(61.8%), 연령별 30대(72.5%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(67.2%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 40~60대의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-51] 광주 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로 '시간이 없어서'(35.3%), '상세 정보를 얻기 어려워서'(27.3%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(41.8%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(22.3%)이 높게 나타남.

#### 4) 광주 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 남성(84.5%), 연령별 10대(100.0%), 가구소득별 500~700만원 미만(100.0%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 40대, 60대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-52] 광주 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 38.7%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 42.2%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

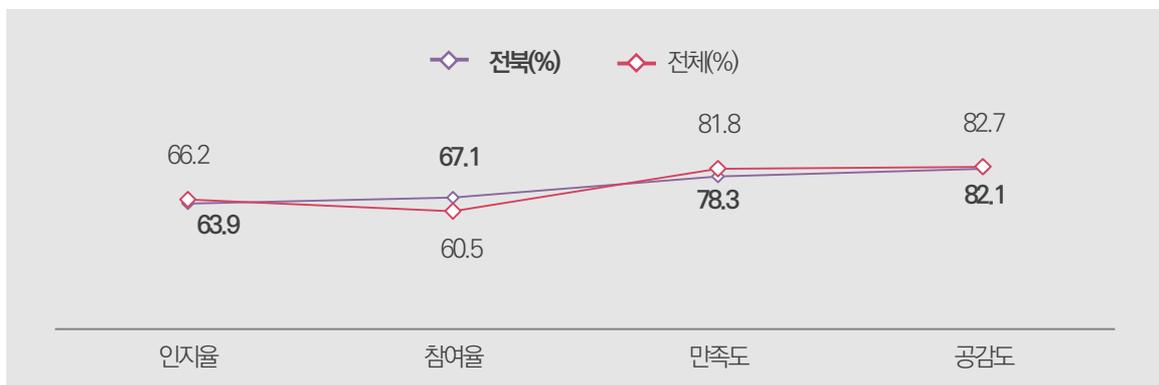
## 2. 전북 지역 주요지표 현황

### 1) 전북 종합 비교

- 인지율은 63.9%로 전체 66.2%보다 2.3% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 67.1%로 모든 지역 중 가장 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 78.3%로 전체 81.8%보다 3.5% 낮게 나타남.
- 제도 공감도는 82.1%로 전체 82.7%보다 0.6% 낮게 나타남.

[그림 3-2-53] 전북 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-14] 전북 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
전북(B)	63.9	67.1	78.3	82.1
GAP(B-A)	▼ 2.3%	▲ 6.6%	▼ 3.5%	▼ 0.6%

## 2) 전북 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(65.4%), 연령별 30대(81.5%), 가구소득별 1,000만원 이상(77.4%)에서 인지도가 높게 나타남.  
- 10대, 50~60대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-54] 전북 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 24.0%로 전체(23.5%)보다 높게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 26.5%로 전체(30.6%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 59.7%로 전체(59.6%)보다 높게 나타남.

### 3) 전북 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 여성(70.2%), 연령별 10대(88.5%), 가구소득별 500~700만원 이상(78.4%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 50대의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-55] 전북 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로, '상세 정보를 얻기 어려워서'(35.4%), '시간이 없어서'(30.3%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(36.8%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(22.0%)이 높게 나타남.

#### 4) 전북 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 여성(79.0%), 연령별 30대(85.7%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(91.4%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 30대, 50대를 제외하고, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-56] 전북 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 36.7%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 45.4%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

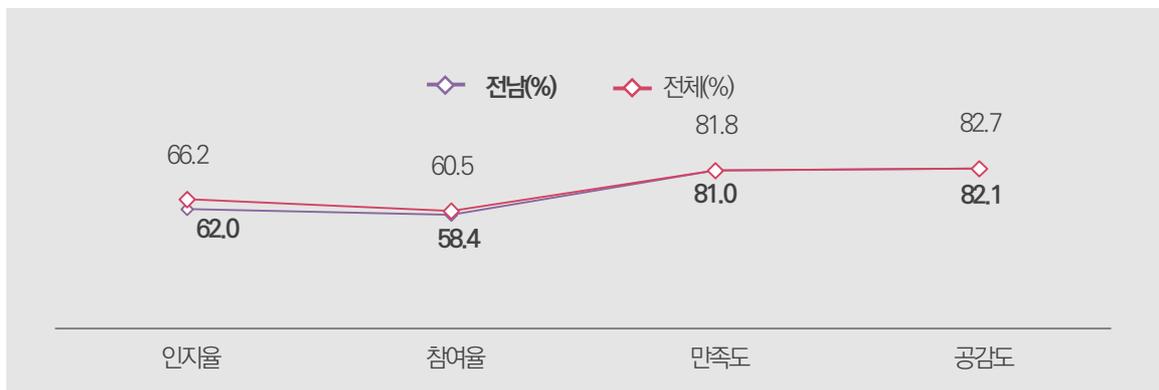
### 3. 전남 지역 주요지표 현황

#### 1) 전남 종합 비교

- 인지율은 62.0%로 전체 66.2%보다 4.2% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 58.4%로 전체 60.5%보다 2.1% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 81.0%로 전체 81.8%보다 0.8% 낮게 나타남.
- 제도 공감도는 82.1%로 전체 82.7%보다 0.6% 낮게 나타남.

[그림 3-2-57] 전남 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-15] 전남 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
전남(B)	62.0	58.4	81.0	82.1
GAP(B-A)	▼ 4.2%	▼ 2.1%	▼ 0.8%	▼ 0.6%

## 2) 전남 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(67.4%), 연령별 20대(74.5%), 가구소득별 500~700만원 미만(72.9%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 20대, 60대를 제외하고, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-58] 전남 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 21.4%로 전체(23.5%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 27.7%로 전체(30.6%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 58.1%로 전체(59.6%)보다 낮게 나타남.

### 3) 전남 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 남성(62.0%), 연령별 10대(82.9%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(77.2%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 40대 이상의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-59] 전남 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로, '상세 정보를 얻기 어려워서'(27.2%), '시간이 없어서'(26.4%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

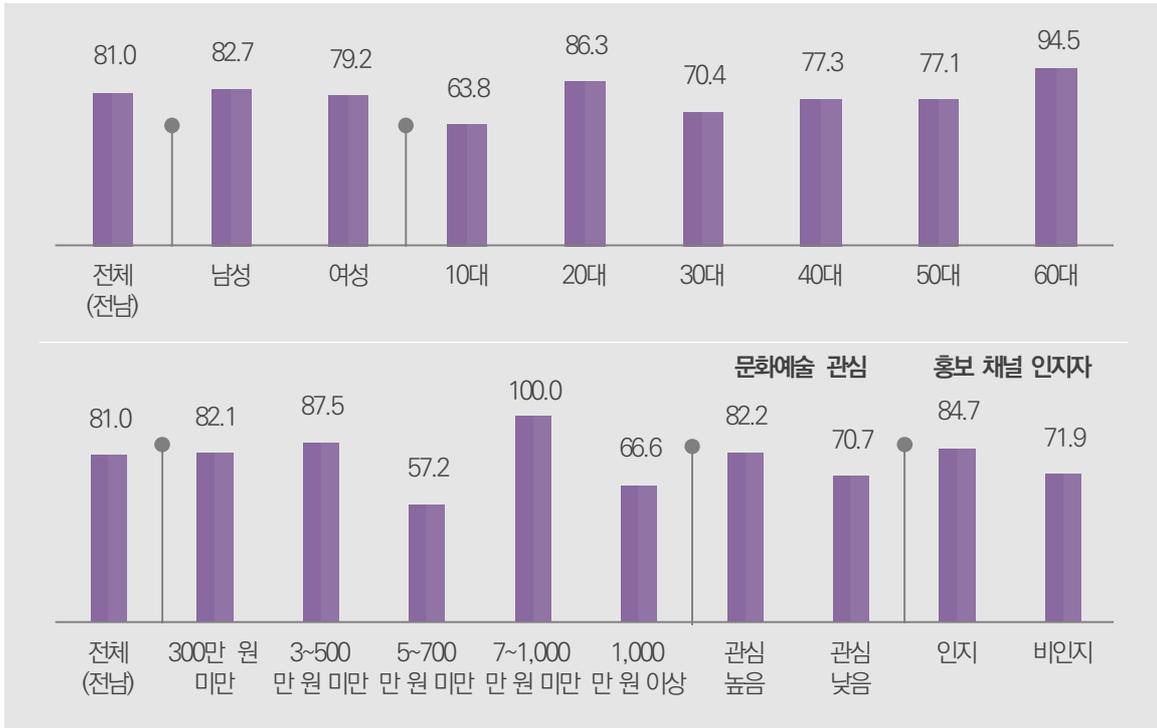
- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(37.0%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(24.0%)이 높게 나타남.

#### 4) 전남 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 남성(82.7%), 연령별 20대(86.3%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(100.0%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 20대, 60대를 제외하고, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-60] 전남 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 39.1%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 43.0%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

## V. 강원·제주권 지역별 분석

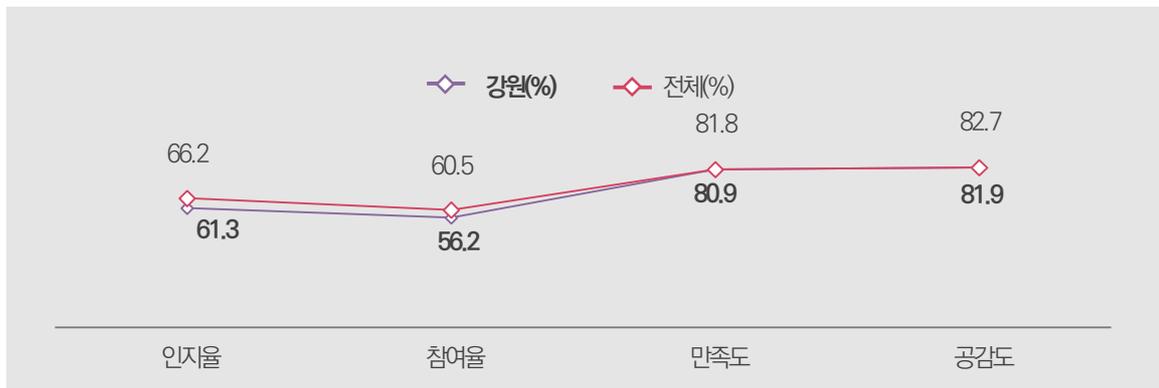
### 1. 강원 지역 주요지표 현황

#### 1) 강원 종합 비교

- 인지율은 61.3%로 모든 지역 중 가장 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 56.2%로 전체 60.5%보다 4.3% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 80.9%로 전체 81.8%보다 0.9% 낮게 나타남.
- 제도 공감도는 81.9%로 전체 82.7%보다 0.8% 낮게 나타남.

[그림 3-2-61] 강원 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-16] 강원 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
강원(B)	61.3	56.2	80.9	81.9
GAP(B-A)	▼ 4.9%	▼ 4.3%	▼ 0.9%	▼ 0.8%

## 2) 강원 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(69.8%), 연령별 20대(78.9%), 가구소득별 700~1,000만원 미만(73.4%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 20대를 제외한 연령의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-62] 강원 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 22.6%로 전체(23.5%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 26.5%로 전체(30.6%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 48.4%로 전체(59.6%)보다 낮게 나타남.

### 3) 강원 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 남성(59.0%), 연령별 30대(72.8%), 가구소득별 500~700만원 미만(69.1%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 40~60대의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-63] 강원 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로, '상세 정보를 얻기 어려워서'(31.6%), '시간이 없어서'(28.2%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(33.4%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(21.5%)이 높게 나타남.

#### 4) 강원 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 여성(85.8%), 연령별 50대(94.4%), 가구소득별 1,000만원 이상(100.0%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 30~40대, 60대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-64] 강원 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 32.9%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 49.0%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

## 2. 제주 지역 주요지표 현황

### 1) 제주 종합 비교

- 인지율은 63.7%로 전체 66.2%보다 2.5% 낮게 나타남.
- 문화가 있는 날 참여율은 63.3%로 전체 60.5%보다 2.8% 높게 나타남.
- 문화가 있는 날 프로그램 만족도는 87.5%로 전체 81.8%보다 5.7% 높게 나타남.
- 제도 공감도는 78.3%는 전체 82.7%보다 4.4% 낮게 나타남.

[그림 3-2-65] 제주 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



[표 3-2-17] 제주 지역 주요지표 현황

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)

	인지율	참여율	만족도	공감도
전체(A)	66.2	60.5	81.8	82.7
제주(B)	63.7	63.3	87.5	78.3
GAP(B-A)	▼ 2.5%	▲ 2.8%	▲ 5.7%	▼ 4.4%

## 2) 제주 지역 인지도

- 지역 인지도의 경우 성별 여성(69.3%), 연령별 20대(86.4%), 가구소득별 500~700만원 미만(91.0%)에서 인지도가 높게 나타남.
  - 10대, 30대, 50~60대의 경우, 전체 인지율(66.2%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-66] 제주 문화가 있는 날 인지도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



### [문화가 있는 날 세부 인지 수준]

- 세부 인지 수준의 경우 내용까지 알고 있는 인지자는 18.1%로 전체(23.5%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인지 경로]

- 인지 경로의 경우, '주변 사람을 통해'가 26.1%로 전체(30.6%)보다 낮게 나타남.

### [문화가 있는 날 인식(이미지)]

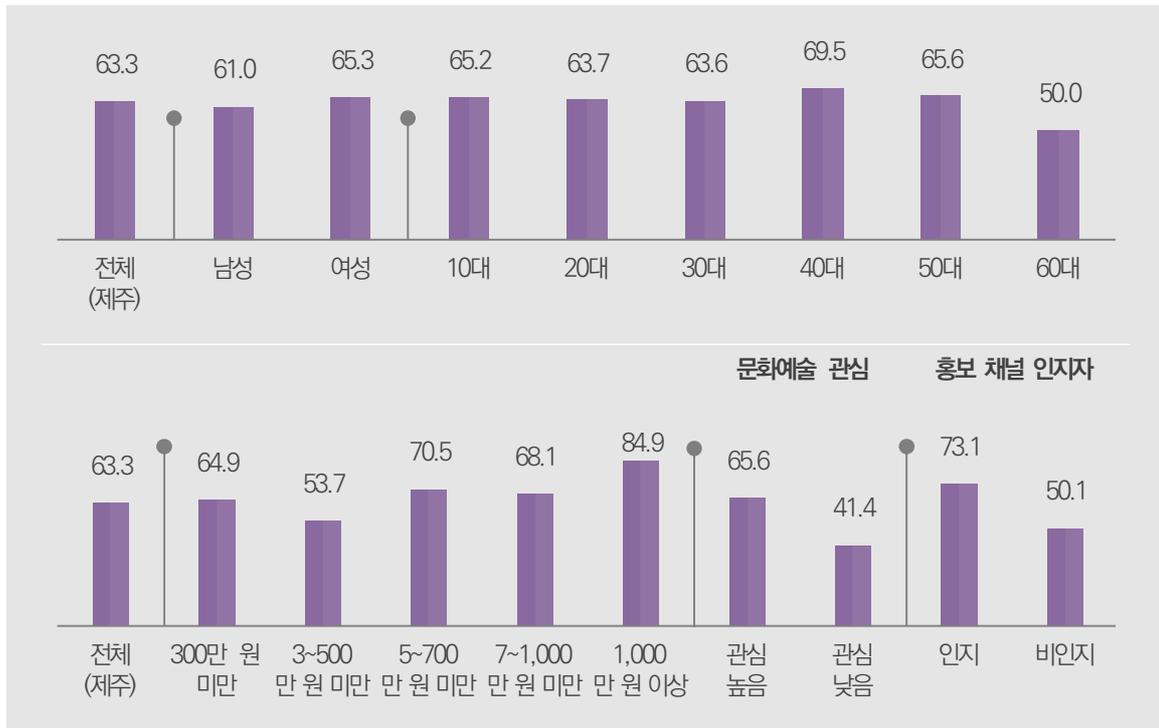
- 인식(이미지)의 경우 '문화할인 서비스'가 53.7%로 전체(59.6%)보다 낮게 나타남.

### 3) 제주 지역 참여율

- 지역 참여율의 경우 성별 여성(65.3%), 연령별 40대(69.5%), 가구소득별 1,000만원 이상(84.9%)에서 참여율이 높게 나타남.  
- 60대의 경우, 전체 참여율(60.5%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-67] 제주 문화가 있는 날 참여율

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : %)



#### [참여하지 못한 이유]

- 지역문화 활동에 참여하지 못했던 이유로, '상세 정보를 얻기 어려워서'(33.4%), '시간이 없어서'(25.6%)가 높게 나타남.

#### [참여하고 싶은 활동]

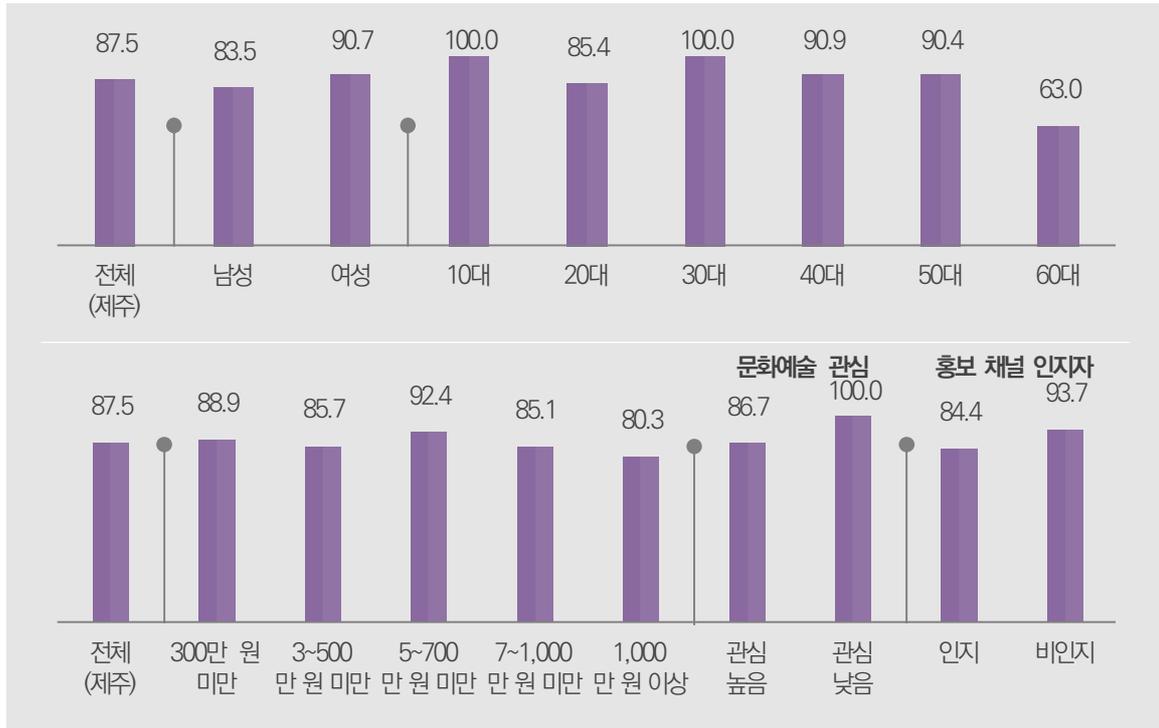
- 지역문화 활동에 참여하고 싶은 프로그램은 '영화 관람'(34.6%)을 제외하면 '공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람'(24.8%)이 높게 나타남.

#### 4) 제주 지역 만족도

- 지역 만족도의 경우 성별 여성(90.7%), 연령별 10대, 30대(100.0%), 가구소득별 500~700만원 미만(92.4%)에서 만족도가 높게 나타남.
  - 60대의 경우, 전체 만족도(81.8%)보다 낮게 나타남.

[그림 3-2-68] 제주 문화가 있는 날 만족도

(Base=해당 지역 응답자, 단위 : 만족비율(%))



#### [공감도]

- 문화가 있는 날 공감도 및 평가에도 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'이 33.0%, '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음'이 45.3%로 긍정적 평가가 높게 나타남.

# 부록1 설문지





## Part A. 문화가 있는 날 인지도 및 만족도

※ 설문 응답에 앞서 '문화가 있는 날'에 대한 자료를 보여드리겠습니다. 자료를 보신 후 응답해 주세요.

### 1. 문화가 있는 날이란?

일상의 선택, 문화가 있는 날!

'문화가 있는 날'은 국민이 일상에 문화를 쉽게 접할 수 있도록 **매달 마지막 수요일이 포함된 주간**에 다양한 문화 혜택을 제공하는 정책으로 문화체육관광부가 2014년 1월부터 시행하고 있습니다.

문화가 있는 날에는 영화관, 공연장, 박물관, 미술관, 문화재, 스포츠 시설 등 전국 2,000여개 이상의 문화시설 할인 또는 무료관람, 야간개방 등의 다양한 문화 혜택을 제공하고 있으며 지역문화진흥원과 7개 협력기관(한국문화예술회관연합회, (재)한국도서관문화진흥원, (사)어린이와 작은도서관협회, (사)한국박물관협회, (사)한국사립미술관협회, 한국문화원연합회, (사)한국문화의집협회)에서도 지역문화 다양성과 지속가능한 선순환 문화생태계 구축을 위한 맞춤형 기획사업도 추진하고 있습니다.

### 2. 문화가 있는 날 사업 동영상



A1. 매달 마지막 수요일이 속한 주간은 '문화가 있는 날'입니다.

귀하는 '문화가 있는 날'에 대해 들어보신 적이 있습니까?

- ① 들어본 적 있다 → **A1-1로 이동**
- ② 들어본 적 없다 → **B1로 이동**

A1-1. (A1의 ① 응답자) '문화가 있는 날'에 대하여 얼마나 알고 있습니까?

- ① 한 두 번 들었으나 내용은 모른다
- ② 한 두 번 들었으며 내용을 어렵듯이 아는 정도이다
- ③ 여러번 들었으나 내용을 어렵듯이 아는 정도이다
- ④ 여러번 들었으며 내용도 잘 알고 있다

A1-2. (A1의 ① 응답자) ‘문화가 있는 날’을 주로 어떤 경로를 통해 알게 되셨습니까?

- ① 언론 보도를 통해 (TV/라디오/종이신문 등)
- ② 정부/지자체 등 홍보자료를 통해
- ③ 주변 사람을 통해 (친구/가족/동료 등)
- ④ 포털사이트 검색을 통해 (네이버, 다음 등)
- ⑤ SNS를 통해 (인스타그램, 유튜브, 페이스북, 카카오톡, 트위터 등)
- ⑥ 오프라인 광고를 통해 (전광판, 지하철 광고, 현수막 등)
- ⑦ 온라인 커뮤니티를 통해 (카페, 밴드, 블로그 등)
- ⑧ 문화가 있는 날 행사 참여를 통해
- ⑨ 기타 (구체적으로 기재 : )

A1-3. (A1의 ① 응답자) ‘문화가 있는 날’은 어떤 사업이라고 생각하나요?

가장 먼저 떠오르는 순서대로 2가지만 선택해 주십시오.

▶ 1순위 ( ) / 2순위 ( )

- ① 문화 할인(혹은 무료)서비스
- ② 일상 속 문화 향유 기회 확대를 권장하는 사업
- ③ 문화활동 참여 기회를 제공하는 사업
- ④ 다양한 유형의 문화예술을 골고루 발전시키기 위한 사업
- ⑤ 전국 각지에 문화예술을 퍼트리기 위한 사업
- ⑥ 지역문화 생태계를 육성하고 지원하는 사업
- ⑦ 특별히 모르겠음
- ⑧ 기타 (구체적으로 기재 : )

## Part B. 문화가 있는 날 경험 및 만족도

B1. 문화가 있는 날(매달 마지막 수요일이 포함된 주간)에 문화 활동을 참여한 경험이 있으십니까?  
(거리공연, 지역문화단체행사, 문화시설 등의 관람도 포함하여 답변하여 주시기 바랍니다)

(예시)

- 영화·도서관·문화재·스포츠경기·강연의 관람 등 다양한 문화 활동을 무료 또는 할인 받음
- 도서관 대출 권수를 2배로 확대, 국립자연휴양림 무료입장 등

- ① 참여한 경험이 있다 → **B1-1로 이동**
- ② 참여한 경험이 없다 → **B2로 이동**

B1-1. (B1의 ① 응답자) 귀하는 ‘문화가 있는 날’에 참여한 문화 프로그램은 무엇입니까?

참여 경험이 있는 프로그램을 모두 선택해 주십시오.

- ① 영화관에서 영화 관람
- ② 공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 공연 관람
- ③ 박물관·미술관 등 전시 관람 및 체험행사 참여
- ④ 고궁에서 문화재 관람
- ⑤ 프로야구, 배구 경기 스포츠 관람
- ⑥ 축제, 거리 공연 등 야외 행사 참여
- ⑦ 지역의 예술단체가 주관하는 문화 프로그램(공연 및 체험 등) 참여
- ⑧ 도서관 대출 권수 2배 대출
- ⑨ 자연휴양림 무료입장
- ⑩ 문화강좌 참여
- ⑪ 문화가 있는 날 비대면 프로그램 관람
- ⑫ 기타 (구체적으로 기재 : )

B1-2. (B1의 ① 응답자) 귀하께서 참여하신 ‘문화가 있는 날’ 문화 프로그램에 대해 얼마나 만족하십니까?

매우만족	만족	보통	불만족	매우 불만족
①	②	③	④	⑤

→ B1-3으로 이동

B1-3. (B1-2의 ④,⑤ 응답자) ‘문화가 있는 날’ 문화 프로그램에 대해 불만족하셨다면 그 이유는 무엇입니까?

- ① 문화 프로그램(사업)의 수준이 낮거나 작품의 수준이 별로여서
- ② 관람객이 너무 많거나 너무 적어서
- ③ 프로그램 참여시설(문화시설)의 교통이 불편하거나 위치가 좋지 않아서
- ④ 영화, 공연, 스포츠 등 관람 시 할인율이 적어서
- ⑤ 할인 혜택을 받을 수 있는 시간이 짧아서
- ⑥ 문화 프로그램에 대한 상세한 정보를 얻기 힘들어서
- ⑦ 기타 (구체적으로 기재 : \_\_\_\_\_ )

B2. (B1의 ② 응답자) ‘문화가 있는 날’ 문화 활동에 참여하지 못했던 이유는 무엇이었습니까?

가장 큰 이유 순서대로 두 가지만 선택해 주십시오.

▶ 1순위 ( ) / 2순위 ( )

- ① 시간이 없어서
- ② 혜택(할인율 등)이 크지 않아서
- ③ 참여하고 싶은 프로그램이 별로 없어서
- ④ 거리가 멀어서 (인근에 이용 가능한 문화시설 및 프로그램이 적어서)
- ⑤ 문화예술에 관심이 없어서
- ⑥ 상세 정보를 얻기 어려워서
- ⑦ 코로나19, 날씨 등 환경변화로 인해 참여가 어려워서
- ⑧ 기타 (구체적으로 기재 : \_\_\_\_\_ )

B3. (B1의 ② 응답자) 앞으로 ‘문화가 있는 날’ 문화 프로그램에 참여할 수 있는 기회가 온다면, 귀하께서는 어떤 프로그램에 참여하고 싶습니까? 가장 참여하고 싶은 순서대로 두 가지만 선택해 주십시오.

▶ 1순위 ( ) / 2순위 ( )

- ① 영화관에서 영화 관람
- ② 공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 관람
- ③ 박물관 혹은 미술관에서 전시 관람
- ④ 고궁에서 문화재 관람
- ⑤ 프로야구, 배구 스포츠 경기 관람
- ⑥ 도서관에서 2배 대출로 독서
- ⑦ 길거리, 공원 등에서 야외공연 관람
- ⑧ 문화시설에서 진행되는 강좌 참여
- ⑨ 지역 내 기획자나 예술단체와 함께하는 체험활동 프로그램 참여
- ⑩ 비대면 프로그램(온라인 공연, 체험, 강연 등)
- ⑪ 기타 (구체적으로 기재 : \_\_\_\_\_ )

## Part C. 문화가 있는 날 기획사업 인지 및 경험

※ 설문 응답에 앞서 '문화가 있는 날' 기획사업에 대한 자료를 보여드리겠습니다. 자료를 보신 후 응답해 주세요.

### 1. 문화가 있는 날 기획사업 이란?

문화가 있는 날 기획사업은 특정 지역이나 대상, 생애주기별 맞춤 프로그램으로 지역의 다양성과 자율성에 기반한 국민의 문화 향유권 확대를 통한 문화적 삶의 실현을 목적으로 추진하는 사업입니다.

### 2. 활동 예시

#### 청춘마이크



청년예술가들의 일상 생활권 중심 거리 공연을 통한 지역 주민의 문화향유 기회 지원

#### 실버마이크



실버세대의 문화 참여와 활동 기회 보장을 위한 실버예술가들의 세대 공감·소통 공연 지원

#### 지역문화 콘텐츠 특성화



주민 주체적 문화활동을 기반으로 지역의 다양한 삶의 양식을 담은 문화가 있는 날 프로그램 개발 및 활성화 지원

#### 생활 속 문화 활동 지원



대상(아동·근로자) 맞춤형 문화프로그램으로 전문 예술가(단체)와 문화단체(기관)가 직접 찾아가 참여자에게 다양한 문화경험 기회를 제공

#### 지역특화프로그램



주민이 생활하는 가까운 문화시설에서 다양한 기관의 협업을 통해 지역주민이 문화를 참여하고 즐기는 기회 마련

#### 박물관 문화가 있는 날



전국의 다양한 박물관 콘텐츠를 활용하여 창의적이고 실험적인 생활 밀착형 교육·문화 프로그램 제공

#### 미술관 문화가있는날

#### 공공도서관 문화가 있는 날



미술관의 예술 콘텐츠와 연계하여 다양한 참여 계층에  
맞춘 문화예술프로그램 운영

**작은도서관 문화가 있는 날**



이용자들과 가장 가까운 곳에 있는 작은도서관에서  
문화예술 활동을 지원하는 사업

**지역문예회관 문화가 있는 날**



지역문예회관 등 다양한 공간을 활용하여  
지역 내 가까운 곳에서 주민 모두를 위한 맞춤형  
공연 프로그램을 운영



공공도서관 중심으로 지역주민들의 문화적 욕구와  
교육 및 문화적 격차를 해소하기 위한 문화 프로그램  
제공

**지방문화원 문화가 있는 날**



지방문화원에서 발굴한 지역의 특색있는 문화자원을  
지역민들이 친숙하게 접할 수 있도록 다양한 프로그램  
개발·운영

**문화의집 문화가 있는 날**



생활권에 위치한 문화의집을 활용하여 지역 주민이  
일상에서, 동네에서 쉽고 편하게 참여할 수 있는 문화  
예술 프로그램 운영



## Part D. 공감도 및 경제적 효과

D1. 귀하는 '문화가 있는 날'에 대해 어떻게 생각하십니까? 귀하의 생각과 가장 일치하는 보기를 선택해 주십시오.

- ① 좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음 → D2로 이동
- ② 좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점 있음 → D1-1로 이동
- ③ 제도의 취지나 추진 방향에 문제가 있음 → D1-1로 이동
- ④ 잘 모르겠음 → D1-1로 이동

D1-1. (D1의 ②,③,④ 응답자) '문화가 있는 날' 제도와 관련하여 개선해야 할 점이 무엇이라고 생각하십니까?  
가장 개선이 필요한 순서대로 두 가지만 선택해 주십시오.

▶ 1순위 ( ) / 2순위 ( )

- ① 소도시 및 지방까지 혜택 확대
- ② 문화가 있는 날 당일 정시/조기 퇴근 제도 마련
- ③ 할인 폭 등 혜택 확대
- ④ 직접 참여 프로그램 확대
- ⑤ 찾아오는 공연 확대
- ⑥ 프로그램 안내를 위한 홍보 확대
- ⑦ 지역의 특성을 반영한 기획 프로그램 확대
- ⑧ 기타 (구체적으로 기재 : )

D2. 문화가 있는 날은 국민들의 문화향유 기회를 제공하기 위하여 다양한 방식으로 진행하고 있습니다. 귀하가 문화를 즐기는 방식은 무엇입니까?  
두 가지만 선택해 주시기 바랍니다.

▶ 1순위 ( ) / 2순위 ( )

- ① 다양한 혜택(할인, 관람시간 연장, 무료공연 등)을 통한 문화 활동
- ② 생활권(집, 직장 등) 중심의 문화 활동
- ③ 전문성 향상을 위한 문화 교육 프로그램 참여 (전문가 레슨, 강연 등)
- ④ 온라인을 통한 문화 활동 (비대면 공연 관람, 온라인 취향 모임 등)
- ⑤ 문화 취향 공동체 모임을 통한 오프라인 문화 활동 (동호회, 소모임 활동 등)
- ⑥ 기타 (구체적으로 기재 : )

D3. 귀하는 문화가 있는 날에(매달 마지막 수요일이 포함된 주간) 문화생활을 위해 비용을 얼마까지 지불하시겠습니까?

- ① 5천원 미만
- ② 5천원~1만원 미만
- ③ 1만원~2만원 미만
- ④ 2만원~3만원 미만
- ⑤ 3만원~4만원 미만
- ⑥ 4만원 이상
- ⑦ 지불의사 없음









---

2022년

## 문화가 있는 날 인지도 조사

발 행 처            지역문화진흥원  
                         서울특별시 종로구 율곡로 190 여전도회관 5층  
                         ☎ 02-2623-3100

조사기관            (주)현대리서치컨설팅  
                         서울특별시 서초구 강남대로 6길 11, 선우빌딩  
                         ☎ 02-3218-9600

발 행 일            2022년 12월

본 보고서의 저작권은 문화체육관광부와 지역문화진흥원에 있으며, 문화체육관광부와 지역문화진흥원의 승인 없이 상업적인 목적으로 사용하거나 판매할 수 없습니다. 무단복제나 도용은 저작권법에 의해 금지되어 있습니다.

Copyright(c) 2022 by Ministry of Culture, Sports and Tourism and Regional Culture & Development Agency. All contents can not be copied without permission.