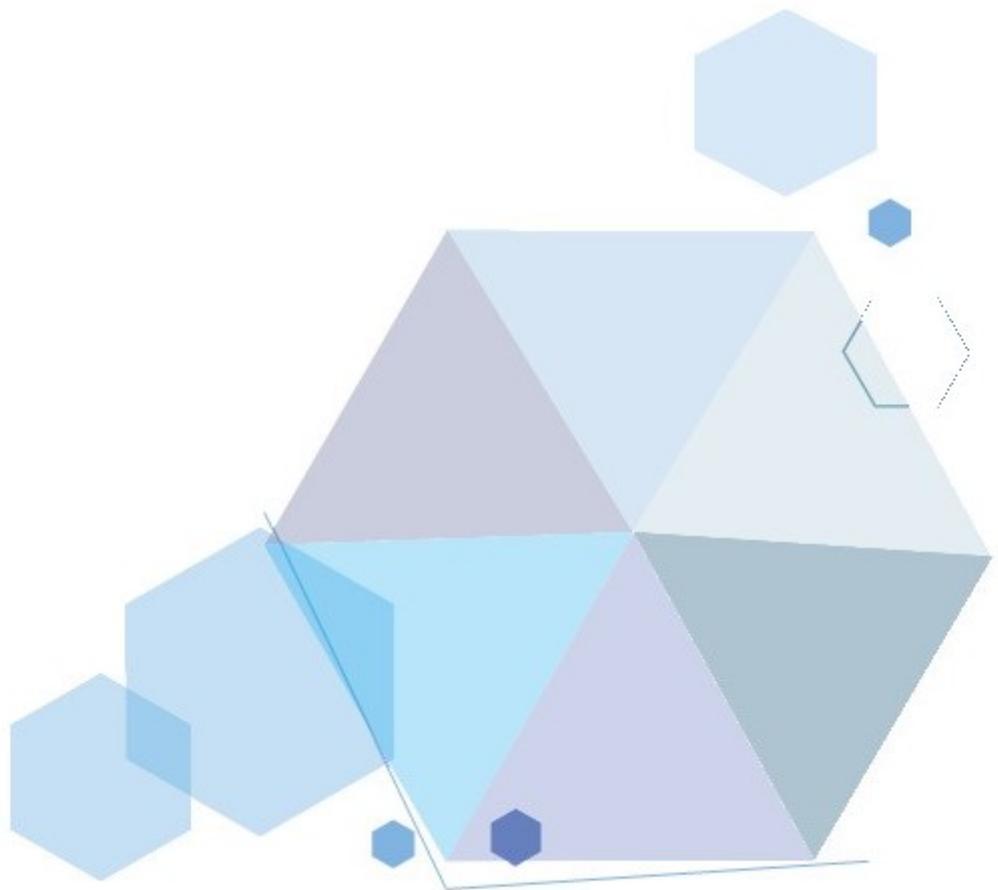


# 2022년 문화가 있는 날 기획사업 성과분석 및 개선방안 연구



---

2022년 문화가 있는 날 기획사업  
성과분석 및 개선방안 연구

---

상명대학교 천안산학협력단



## 제 출 문

지역문화진흥원 원장 귀하

본 보고서를 <2022년 문화가 있는 날 기획사업 성과분석 및 개선방안 연구>의  
최종보고서로 제출합니다.

2023년 02월

상명대학교 천안산학협력단



## 연구진

책임연구원	양현미(상명대학교 교수)
공동연구원	유지연(창원대학교 교수) 전민정(비사이드컬처 대표) 최보연(상지대학교 교수)
연구보조원	송안나(숙명여자대학교 강사) 양인정(문화연구 시월 대표)
조사기관	(주)티브릿지



# 연구 요약

## I. 연구 개요

### □ 연구배경 및 목적

- ‘문화가 있는 날’은 국민 누구나 일상에서 문화를 향유할 수 있도록 「문화기본법」12조 2항에 근거하여 시행되고 있으며 할인 혜택을 제공하는 본사업과 기획사업으로 구성됨
- 2022년 평가는 지역문화진흥원 기획사업 외에 지방자치단체 기획사업, 참여 문화기반시설 기획사업이 추가되어 평가대상이 확대됨
- 연구목적은 문화가 있는 날 기획사업 전체를 대상으로 통합적인 평가지표를 개발하고, 이에 기반한 종합적 성과평가를 통해 성과를 도출하고 개선방안을 마련하는 것임

### □ 연구범위 및 내용

- 연구범위는 2022년 문화가 있는 날 기획사업으로 12개 사업임

〈표 1〉 연구범위

그룹	구분	사업명	사업비(억원)
1	문화체육관광부/지자체	지역특화 프로그램 지원	18
2	지역문화진흥원	청춘마이크	72.5
	지역문화진흥원	실버마이크	14.5
	지역문화진흥원	지역문화 콘텐츠 특성화	26
	지역문화진흥원	생활 속 문화활동 지원	15
3	한국문화예술회관연합회	「문화가 있는 날」 참여 문화기반시설 지원	17
	한국문화의집협회	「문화가 있는 날」 참여 문화기반시설 지원	1
	한국문화원연합회	「문화가 있는 날」 참여 문화기반시설 지원	2
	한국사립미술관협회	「문화가 있는 날」 참여 문화기반시설 지원	2
	한국박물관협회	「문화가 있는 날」 참여 문화기반시설 지원	2.5
	한국도서관문화진흥원	「문화가 있는 날」 참여 문화기반시설 지원	2
	(사)어린이와작은도서관협회	「문화가 있는 날」 참여 문화기반시설 지원	2
	합계	12	174.5

※ 민간협력 마케팅사업(홍보사업, 지역문화진흥원 추진)은 본 연구범위에 해당하는 12개 사업유형과 상이하여 반영하지 않음

- 연구내용은 크게 지표개발, 성과평가, 정책제언으로 구성됨

- II장 ‘문화가 있는 날 기획사업’에서는 문화가 있는 날 사업의 목적과 구성의 변화과정을 살펴보고, 2022년 문화가 있는 날 기획사업을 살펴봄

- III장 '문화가 있는 날 기획사업 평가체계 및 평가지표 개발'에서는 선행연구를 검토하고 기획사업 전체를 포괄하는 통합적 성과평가체계 및 평가지표를 개발함
- IV장 '문화가 있는 날 기획사업 설문조사 및 FGI 조사결과'에서는 참여자 및 이용자 대상 설문조사 및 FGI를 통해 기획사업의 정량적, 정성적 성과를 도출함
- V장 '문화가 있는 날 기획사업 성과분석'에서는 서면조사를 통해 도출한 기획사업의 운영결과와 설문조사, FGI 결과를 종합하여 성과분석을 실시함
- VI장 '문화가 있는 날 기획사업 개선방안'에서는 문화향유 정책의 환경변화와 기본방향을 도출하고 그 맥락에서 문화가 있는 날 기획사업의 개선방안을 제시함

## □ 연구방법

- 성과분석을 위해 참여자 및 이용자 대상으로 설문조사, FGI, 서면조사를 실시함
  - 설문조사는 참여자(1,040개) 및 이용자(6,772명) 대상으로 실시함
  - FGI는 12그룹(사업실무자 10, 정책전문가 2)에 대해 실시함
  - 서면조사는 참여자 전수조사를 통해 정량적 운영결과와 우수사례를 도출함
- 평가지표 개발 및 개선방안 도출을 위해 전문가 자문과 관계자 회의를 실시함
  - 전문가 자문은 평가지표 개발, 문제점 및 개선방안 도출 등을 위해 3회 실시함
  - 관계자 회의는 문화체육관광부(이하 문체부), 지역문화진흥원, 문화기반시설 관련 협회가 참여하였으며 3회 실시함

〈표 2〉 연구방법

수행	연구방법	내역
연구진	전문가 자문	정책전문가 자문회의 3회 평가체계 및 평가지표 개발, 기획사업 개선방안
	관계자 회의	관계자 회의 3회 문화체육관광부, 지역문화진흥원, 7개 문화기반시설협회
	서면조사	참여자 전수조사 사업계획서, 사업결과보고서, 모니터링보고서 등
(주)티브릿지	참여자 설문조사	조사규모 : 참여자 1,040개 (전수조사) 조사기간 : 2022.10-12
	이용자 설문조사	조사규모 : 6,772명 (사업별 유의할당) 조사기간 : 2022.10-12
	FGI	조사규모 : 12그룹 (사업실무자 10회, 정책전문가 2회, 사업별 유의할당) 조사기간 : 2022.11

## II. 문화가 있는 날 기획사업

### □ 문화가 있는 날 기획사업

- ‘문화가 있는 날’은 2013년 10월 25일 발표한 ‘문화융성정책: 문화융성시대를 열다-문화가 있는 삶 8대 과제’에 포함되면서 2014년 1월 처음 시행되었음
  - 2016년 5월 29일 「문화기본법」이 개정 공포되면서 ‘문화가 있는 날’이 법제화됨
  - 2017년 7월부터는 ‘문화가 있는 날’ 주간으로 확대 운영되고 있음
- ‘문화가 있는 날 기획사업’은 ‘문화가 있는 날’에 다채로운 문화예술 행사를 분야별, 대상별로 제공하기 위해 2015년부터 시작함
  - ‘문화가 있는 날 사업추진단’이 지역문화진흥원으로 이관되면서 2018년 1월부터는 지역문화진흥원에서 문화가 있는 날 기획사업을 주관하고 있음
- 문화가 있는 날 기획사업은 전달체계에 따라 크게 지역문화진흥원 주관사업, 문화체육관광부 지자체 보조사업, 참여 문화시설 지원 사업(7개 문화기반시설협회)으로 구분할 수 있음

〈표 3〉 문화가 있는 날 기획사업 구조

문화가 있는 날			
문화 혜택 서비스	기획사업		
	문화체육관광부 /지자체	지역문화진흥원	7개 문화기반시설협회
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 무료 관람</li> <li>- 야간 개장</li> <li>- 할인 혜택</li> <li>- 도서대출확대등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-지역특화 프로그램</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-청춘마이크</li> <li>-실버마이크</li> <li>-지역문화 콘텐츠 특성화</li> <li>-생활 속 문화활동 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>참여 문화기반시설 지원</li> <li>-지역문화회관(한국문화예술회관연합회)</li> <li>-문화의집(한국문화의집협회)</li> <li>-지역문화원(한국문화원연합회)</li> <li>-박물관(한국박물관협회)</li> <li>-미술관(한국사립미술관협회)</li> <li>-도서관(한국도서관문화진흥원)</li> <li>-작은도서관(어린이와작은도서관협회)</li> </ul>

### □ 2022년 문화가 있는 날 기획사업

- 2022년 문화가 있는 날 기획사업은 총 12개 사업, 총 174.5억원(국고) 규모임
  - 추진기관과 전달체계에 따라 지역문화진흥원 사업 4개, 지자체 보조사업 1개(세부 프로그램 35개), 참여 문화기반시설 지원사업 7개로 구분할 수 있음
  - 홍보 사업으로 분류할 수 있는 민간협력 마케팅 사업의 경우, 본 연구 12개 사업유형과 상이하여 해당 연구에는 반영하지 않음
- 2021년 대비 2022년 사업변화를 살펴보면, 지역특화 프로그램과 참여 문화기반시설 지원사업은

변화가 없으나, 지역문화진흥원 주관 기획사업은 일부 변화가 있었음

- 지역문화진흥원 주관 기획사업은 2022년 '실버마이크', '생활 속 문화활동 지원' 2개 사업이 신설되고, 기존 2개 사업(동네책방 문화사랑방, 지역문화우리)이 폐지되었으며, 동동동 문화놀이터, 직장 문화배달 사업은 '생활 속 문화활동 지원' 사업으로 통합 개편되는 변화가 있었음

○ 사업 전달체계 및 운영 방식은 주관기관에 따라 전국 공모, 권역별 공모, 광역단위 공모, 지정 공모, 개별공모(오디션) 등 사업별로 다양하게 나타남

〈표 4〉 문화가 있는 날 기획사업 전달체계 및 운영 방식

구분	사업명	예산(억원)	전달체계	공모 및 운영 방식	기획 자율성	비고
지역문화진흥원	청춘마이크	72.5	문체부→지역문화진흥원→주관단체(권역형·기획형)→청년예술가→국민	주관단체: 전국 공모(14개 권역형, 5개 기획형) 청년예술가: 19개 주관단체별 공개 오디션	권역형: 권역제한 기획형: 전국 예술가: 연령제한(만34세이하)	주관단체 3년 일몰
	실버마이크	14.5	문체부→지역문화진흥원→주관기관(광역)→실버예술가→국민	주관기관: 광역문화재단 대상 공모(5개 광역) 실버예술가: 5개 광역문화재단별 공개 오디션	광역 제한 예술가: 연령 제한(만60세이상)	
	지역문화콘텐츠특성화	26	문체부→지역문화진흥원→지역문화단체→국민	전국 공모	자율기획	5년 지원(평가에 의한 연속 지원, 3년부터 총 사업비의 30~50% 자부담 필수)
	생활 속 문화활동 지원	15	문체부→지역문화진흥원→지역문화단체→국민	전국 공모	수혜자(아동, 근로자)	수혜자공간 방문가능형
지자체	지역특화프로그램	18	문체부→지자체(광역→기초)→문화재단, 문화원, 문화의집, 지역문화단체→국민	문체부: 광역 및 기초지자체 대상 공모 기초지자체: 보조금 재교부(문화재단, 문화의집, 문화원, 민간단체 등)	지역제한(기초지자체)	지방비 매칭 50%이상
문화기반시설	참여문화기반시설	17	문체부→한문연→(광역지자체)→문예회관(기초지자체, 기초문화재단, 시설관리공단 등)→국민	한문연: 전국 문예회관 회원사 대상 공모 (일부는 광역지자체를 거쳐 문예회관 운영기관으로 재교부)	공간제한(문예회관, 문화원, 문화의집, 박물관, 미술관, 작은도서관, 도서관)	문예회관 3년 일몰(한문연)
		6.5	문체부→문화시설협회(지방문화원, 박물관, 미술관)→협회별 문화시설→국민	문화시설협회(지방문화원, 박물관, 미술관): 회원 문화시설 대상 공모		
		5	문체부→문화시설협회·기관(어린이와작은도서관협회, 한국도서관문화진흥원, 한국문화의집협회)→(주관사)→국민	문체부: 보조사업자 공모(공공도서관, 작은도서관) -문화의집: 참여 문화의집 섭외, 보조금 직접 집행 -작은도서관: 용역 주관사 선정, 작은도서관-문화예술전문가(개인) 매칭 -공공도서관: 용역 주관사 선정, 도서관-공연팀 매칭		
계	174.5					

### III. 문화가 있는 날 기획사업 평가체계 및 평가지표 개발

#### □ 선행연구(2016년~2021년) 평가지표 분석

- 평가대상은 지역문화진흥원이 주관하는 사업에 대해서만 실시해 왔으며 문화체육관광부 기획사업, 문화기반시설 기획사업에 대해서는 실시한 적이 없음
- 평가방법은 2016년부터 2019년까지 서면조사, 현장모니터링, 설문조사, FGI, 자문 등을 실시하였으나, 2020년부터 현장모니터링을 별도로 분리하여 실시하고 성과평가 연구에서는 서면조사, 설문조사, FGI, 자문을 채택함
- 평가영역과 평가지표는 2017년부터 체계화되었으며 연도별로 변화가 나타남
  - 2017년은 3개 평가영역(기획, 실행, 성과), 11개 평가지표, 12개 평가항목, 배점 100점 배점으로 구성함
  - 2018년은 3개 평가영역(계획:현황분석, 과정:현장평가, 성과:경험평가), 9개 평가지표, 30개 평가항목으로 구성하고, 100점 배점으로 구성함
  - 2019년은 3개 평가영역(현장운영, 실행결과, 참여경험), 7개 평가지표, 27개 평가항목, 100점 배점으로 구성함
  - 2020년은 6개 평가대상 사업별로 2개 평가영역(참여자 조사, 이용자 조사)으로 구분하고, 참여자 조사는 7개 평가지표(참여 경험, 참여 형태, 참여 만족도, 참여 결과, 참여 효과, 코로나19 대응, 사업 가치, 포스트코로나), 이용자 조사는 3개 평가지표(참여 형태, 참여 만족도, 참여 효과)에 대해 조사. 참여 만족도와 참여 효과는 공통문항과 사업별 추가 문항으로 구성하여 5점 척도로 응답하며, 총점을 산출하지 않음
- 2021년은 6개 평가대상 사업별로 2개 평가영역(참여자 조사, 이용자 조사)으로 구분하고, 3개 평가지표(사업참여 현황, 사업참여 결과, 사업참여 효과), 사업별 63개 평가항목에 대해 조사. 참여 만족도와 참여 효과는 공통문항과 사업별 추가 문항으로 구성하고 5점 척도로 응답함

〈표 5〉 2021년 평가체계 및 평가지표

평가부문	평가지표	평가항목	문항수
1. 참여자 조사			
6개 사업별	사업참여현황	참여목적 / 사업정보 수집경로 / 프로그램 운영횟수	6
	사업참여결과	사업참여 만족도(10문항) / 애로사항(10문항) / 개선대안	21
	사업참여효과	사업참여효과(10문항) / 바라는점	11
2. 이용자 조사			
6개 사업별	참여현황	참여계기 / 프로그램 정보수집 경로 / 참여시간 / 동반자	4
	참여결과/효과	참여만족도(10문항) / 참여효과(10문항) / 바라는점	21
2개 영역	5개 지표	15 항목	63개

\*평가항목 및 문항수는 사업별로 평가항목 2-3개, 문항수에서 3-4개 차이가 있음

## □ 선행연구의 시사점 및 개선사항

- 2021년 평가체계에서 평가영역이 참여자조사, 이용자조사로 구분되고, 3개 평가지표(참여 현황, 참여 결과, 참여 효과)로 구분되는데, 사업성과를 효과적으로 드러내기 위해 투입, 활동, 산출, 성과, 효과 등 정책평가모델 적용이 필요함
- 참여 성과가 참여자와 이용자의 직접 참여에 따른 혜택 위주로 되어 있고, 정책 효과에 대한 평가항목이 없어 보완 필요
- 기획사업의 종류가 확대되어 사업이 다양한 점을 감안, 참여 만족도와 사업 효과의 평가항목을 구성할 때 공통 평가항목과 사업별 추가항목으로 구성할 필요가 있음

## □ 2022년 평가모델 설정

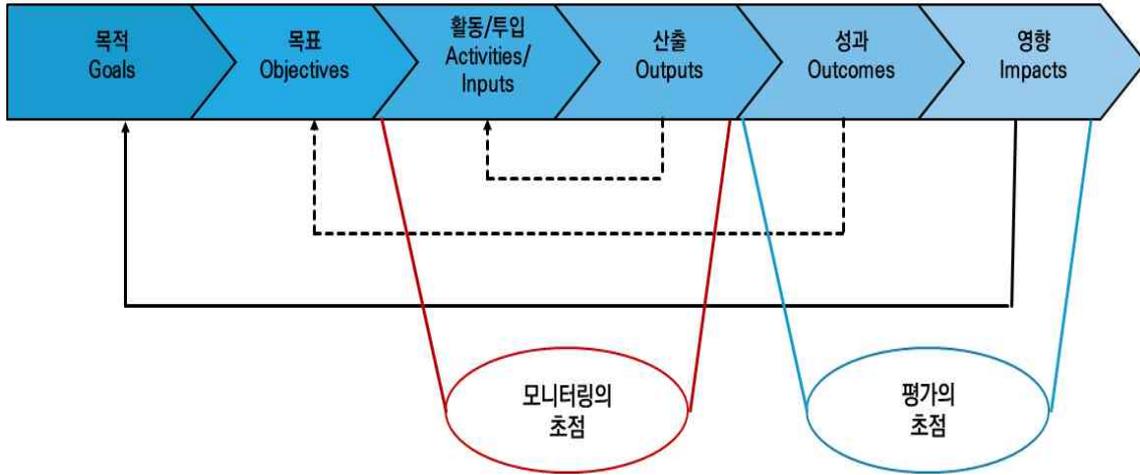
- 정책은 문제형성단계(문제의 인식, 정책의제 설정), 결정단계(대안 탐색, 대안선택), 집행단계, 평가 단계, 종결 및 수정이라는 5단계를 거쳐서 이루어짐
  - 정책평가란 정책을 집행하고 난 후 원래 해결하고자 했던 문제가 제대로 잘 해결되었는지 검토해 보는 단계
  - 정책평가는 대상에 따라 결과평가와 과정평가로 구분할 수 있음
- OECD(2013)는 개발사업의 결과를 측정하고 관리하기 위한 결과평가모델로 투입, 활동, 산출, 성과, 영향이라는 다섯 가지 영역을 제시하고 있음
  - OECD의 결과평가모델을 결과평가와 과정평가로 나누어 볼 수 있음
  - 과정평가는 효율성을 평가하는 것으로 투입과 활동을 평가함
  - 결과평가는 효과성을 평가하는 것으로서 산출, 성과, 영향을 평가한다고 볼 수 있음
- 결과평가에서 산출(output), 성과(outcome), 영향(impact)이라는 개념이 사용되고 있는데 이들의 의미를 정확하게 구분하는 것이 어려우므로 이를 정책 목적 및 정책목표와 연계하여 평가 기준을 설정할 수 있음

## □ 2022년도 평가체계 및 평가지표

- 평가영역은 5개(투입, 활동, 산출, 성과, 영향)로 구분하였음
  - 산출은 프로그램 운영결과 및 이용자 참여결과, 성과는 참여자 및 이용자에 대한 직접적 혜택, 영향은 중·장기 정책성으로 구분하였음
- 평가지표는 10개로 구분하여, 22개 평가항목, 93개 공통문항, 4~7개 사업별 문항으로 구성하였음
  - 투입은 2개 평가지표(예산, 참여단체), 4개 평가항목, 4개 문항으로 구성
  - 활동은 2개 평가지표(참여자 활동, 이용자 활동), 3개 평가항목, 27개 문항으로 구성
  - 산출은 2개 평가지표(프로그램 운영결과, 이용자 참여결과), 8개 평가항목, 공통 25개 문항,

사업별 추가 4~7문항으로 구성

- 성과는 2개 평가지표(참여자 성과, 이용자 성과), 5개 평가항목, 25문항으로 구성
- 영향은 2개 평가지표(문화복지 정책성과, 지역문화 정책성과), 4개 평가항목, 12개 문항으로 구성



〈그림 1〉 모니터링 및 평가 프레임워크

출처: <https://impact-consulting.net/en/monitoring-and-evaluation/#page-content>

〈표 6〉 2022년 평가체계 및 평가지표(안)

평가영역	평가지표	평가항목	문항수	평가방법
투입 (inputs)	예산	예산규모	1	서면조사
		1억당 이용자수	1	서면조사
	참여단체	참여단체 수	1	서면조사
		참여단체당 지원금액	1	서면조사
활동 (activities)	참여자 활동	사업 참여 현황	13	설문조사(참여자)
	이용자 활동	이용자 경험 및 인식	3	설문조사(이용자)
		이용자 인지도 및 참여현황	11	설문조사(이용자)
		프로그램 운영횟수	1	서면조사
산출 (outputs)	프로그램 운영결과	사업 운영자원 및 사업실행평가	8	설문조사(참여자)
		사업별 운영자원 및 사업실행평가	사업별 2~4	설문조사(참여자)
		개선점	2	설문조사(참여자)
		이용자 수	1	서면조사
	이용자 참여결과	이용자 참여만족도	10	설문조사(이용자)
		사업별 참여만족도	사업별 2~3	설문조사(이용자)
		개선점	3	설문조사(이용자)
		성과 (outcomes)	참여자 성과	주관기관 성과
참여단체/예술가 성과	11			설문조사(참여자)
이용자 성과	심리적, 사회적, 문화역량 제고		5	설문조사(이용자)
	문화관심 제고		2	설문조사(이용자)
	문화 참여의향 제고		2	설문조사(이용자)
영향 (impacts)	문화복지 정책성과	참여자 평가	5	설문조사(참여자)
		이용자 평가	2	설문조사(이용자)
	지역문화 정책성과	참여자 평가	3	설문조사(참여자)
		이용자 평가	2	설문조사(이용자)
5개 평가영역	10개 평가지표	22개 평가항목	공동 93개 사업별 4~7개	

□ 2022년과 2021년 평가지표 비교

- 2021년 평가지표는 6개 사업별로 2개 영역, 5개 지표, 15개 항목, 51개 문항으로 구성하였음. 사업별로 설문지가 구성되어 평가항목 및 문항 수가 차이가 있음. 사업만족도와 사업효과 항목의 경우, 10문항 중 6개 정도가 공통문항, 4개 정도가 사업별 문항으로 구성함
- 2022년 평가지표는 5개 영역, 10개 지표, 22개 항목, 93개 공통문항과 4~7개 사업별 문항으로 구성

〈표 7〉 2022년과 2021년 평가지표 비교

구분	2022년도 평가지표	2021년도 평가지표
평가영역	5개 영역 : 투입, 활동, 산출, 성과, 영향	2개 영역 : 참여자, 이용자
평가지표	10개 지표	5개 지표
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 투입 : 예산, 참여단체</li> <li>• 활동 : 참여자 활동, 이용자 활동</li> <li>• 산출 : 프로그램 운영결과, 이용자 참여결과</li> <li>• 성과 : 참여자 성과, 이용자 성과</li> <li>• 영향 : 문화복지 정책성과, 지역문화 정책성과</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 참여자 : 사업참여현황, 사업참여결과, 사업참여효과</li> <li>• 이용자 : 참여현황, 참여결과/효과</li> </ul>
평가항목	22개 항목	15개 항목
평가문항	공통 문항 93개, 사업별 문항 4~7개	63개 문항
평가방법	서면조사, 설문조사, FGI, 자문	서면조사, 설문조사, FGI, 자문

## IV. 문화가 있는 날 기획사업 설문조사 및 FGI 조사결과

### 1. 조사설계

#### □ 조사설계

- ‘문화가 있는 날 기획사업’의 이용자(관람객)와 참여자(기관/단체/공연팀)를 대상으로 한 양적 차원의 정량조사(설문조사)와 질적 차원의 정성조사(FGI)에 대한 전체 조사설계의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같음

〈표 8〉 문화가 있는 날 기획사업 조사 설계

구분	정량조사		정성조사
	전국	전국	전국
조사 지역	전국	전국	전국
조사 대상	문화가 있는 날 기획사업 이용자(관람객)	문화가 있는 날 기획사업 참여자(기관/단체/공연팀)	문화가 있는 날 기획사업 참여자(기관/단체/공연팀)
조사 방법	온라인/서면 설문조사	온라인 설문조사	FGI(포커스그룹인터뷰)
조사규모(목표)	6,772명	1,047개 기관/단체/공연팀	12그룹
조사규모(실사)	2,760명	834개 기관/단체/공연팀	12그룹 76명
표본 추출	사업별 유의할당	전수조사	사업별 유의할당
조사 기준 시점	2022년 현재	2022년 현재	2022년 현재
조사기간	2022년 10~12월	2022년 11~12월	2022년 11월

#### □ 조사내용

- ‘문화가 있는 날 기획사업’의 정량조사와 정성조사의 주요 조사내용은 다음과 같음

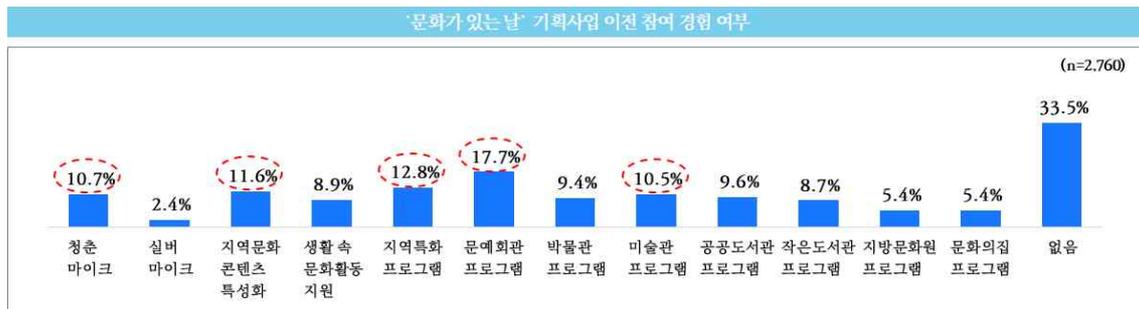
〈표 9〉 문화가 있는 날 기획사업 주요 조사 내용

구분	이용자(관람객)	참여자(기관/단체/공연팀)
정량조사 (설문조사)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 참여 사업(프로그램) 관련 정보</li> <li>· 문화활동 경험 및 인식</li> <li>· 행사(프로그램) 인지도 및 참여 현황</li> <li>· 행사(프로그램) 참여 만족도</li> <li>· 사업별 참여 만족도</li> <li>· 사업 성과</li> <li>· 사업 효과(정책 효과)</li> <li>· 개선점 및 자유의견</li> <li>· 응답자 특성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 참여 기관/단체 기본 정보</li> <li>· 사업 참여 현황</li> <li>· 사업 운영자원 및 사업실행 평가</li> <li>· 사업별 운영자원 및 사업실행 평가</li> <li>· 사업 성과</li> <li>· 사업 효과(정책 효과) 및 개선점</li> <li>· 응답자 정보</li> </ul>
정성조사 (FGI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 사업 평가 : 타당성, 차별성, 만족도, 성과, 정책효과</li> <li>· 개선 방안 : 개선 방향, 발전 방안, 자유 의견</li> </ul>	

## 2. 이용자 설문조사 결과

### □ 문화활동 경험 및 인식

- **(문화활동 경험)** 지난 1년 동안의 문화활동 경험으로 문화행사 관람이 75.7%로 가장 높았으며, 문화시설 공간 이용 43.9%, 축제참여 40.8% 순으로 나타남
- **(문화가 있는 날 할인혜택 경험)** ‘문화가 있는 날’ 관련 티켓 할인 혜택 경험으로 있다는 응답이 53.0%, 없다는 응답이 47.0%로 나타남
- **(기획사업 이전 참여 경험)** ‘문화가 있는 날’ 기획사업 이전 참여 경험으로 문예회관 프로그램이 17.7%로 가장 높았고, 그다음으로 지역특화 프로그램(12.8%), 지역문화 콘텐츠 특성화(11.6%), 청춘마이크(10.7%), 미술관 프로그램(10.5%) 등의 순으로 높게 나타남(없음 33.5%)
- **(문화향유 기회 인식)** 내 일상에서 문화를 향유할 수 있는 기회가 많다고 생각하는지에 대해서는 3.63점(5점 평균)으로 나타남
- **(지역문화 관련 행사 개최 빈도에 대한 인식)** 내가 사는 지역에 문화 관련 행사가 자주 열리는지에 대해서는 3.64점(5점 평균)으로 나타남



〈그림 2〉 이용자 : 문화가 있는 날 기획사업 이전 참여 경험 여부

### □ 행사(프로그램) 인지도 및 참여 현황

- **(문화가 있는 날 인지 여부)** ‘문화가 있는 날’ 인지도는 79.1%(매우 잘 알고 있다 35.1% + 어느 정도 알고 있다 43.9%)로 나타남(비인지 20.9%)
- **(참여 동기)** 행사(프로그램) 참여 동기로 프로그램에 관심이 있어서가 32.5%로 가장 높았음
- **(참여 경로)** 행사(프로그램) 참여 경로로는 주변 사람들(가족, 지인, 동료)의 소개라는 응답이 42.6%로 가장 높았음
- **(참여 행사 유형)** 참여 행사(프로그램)의 유형에 있어서는 공연 관람이 58.7%로 가장 높았음
- **(참가 비용)** 참여 행사(프로그램)의 참가 비용으로 무료라는 응답이 84.6%, 유료라는 응답이 15.4%로 나타남. 유료 행사(프로그램)의 참가 비용(n=426)으로 10,000원이 37.8%로 가장 높았음

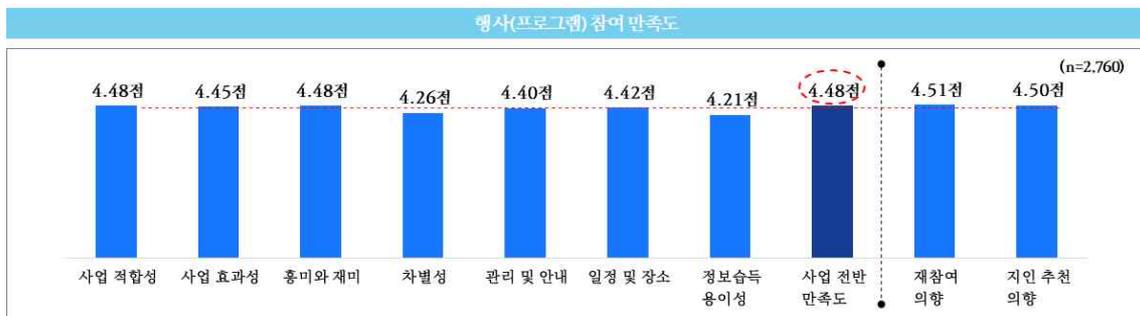
- **(행사 진행 장소)** 행사(프로그램)이 진행된 장소(공간)로 공연장이 37.6%로 가장 높았음. 그다음으로 공원, 광장, 도로 등 야외공간(21.0%), 박물관(9.1%), 미술관(7.4%), 생활문화센터(6.9%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 5.7%)
- **(행사 참여시간)** 행사(프로그램) 참여시간으로 행사(프로그램)에 전체 참여하였다는 응답이 72.1%, 행사(프로그램)에 일부 참여하였다는 응답이 27.9%로 나타남
- **(행사 동행자)** 행사(프로그램) 참여 시 동행자로 가족, 친지가 38.3%로 가장 높음



〈그림 3〉 문화가 있는 날 인식 여부 및 참여동기

□ 행사(프로그램) 참여 만족도

- **(행사 참여 만족도)** 행사(프로그램) 참여 만족도에 있어서 사업 전반 만족도는 4.48점(5점 평균)으로 나타남. 항목별로는 사업 적합성과 흥미와 재미가 각 4.48점으로 가장 높았고, 그다음으로 사업 효과성(4.45점), 일정 및 장소(4.42점), 관리 및 안내(4.40점), 차별성(4.26점), 정보습득 용이성(4.21점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.51점, 지인 추천의향은 4.50점으로 나타남



〈그림 4〉 이용자 참여 만족도

□ 사업성과

- 사업 성과 평가에 있어서는 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.54점(5점 평균)으로 가장 높았음. 그다음으로 향후 문화활동 관심도 증대(4.48점), 스트레스 감소 및 마음 위로(4.46점), 시간과 비용이 들더라도 다른 행사 참여(4.40점), 문화에 대한 이해 확대와 행사 운영 단체 관심도 증대(각각 4.39점),

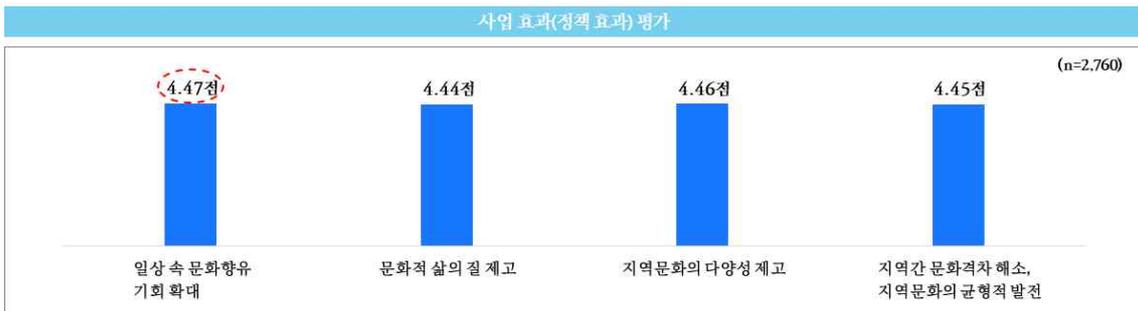
문화적 감수성/창의성 향상(4.37점), 타인의 감정 이해, 타인과 소통 원활(4.31점), 타인과의 친밀감, 공감대 형성(4.30점) 순으로 나타남



〈그림 5〉 이용자 성과

□ 정책성과

○ 사업 효과(정책 효과) 평가에 있어서는 일상 속 문화향유 기회 확대가 4.47점(5점 평균)으로 가장 높았음. 그다음으로 지역문화의 다양성 제고(4.46점), 지역 간 문화격차 해소, 지역문화의 균형적 발전(4.45점), 문화적 삶의 질 제고(4.44점) 순으로 나타남



〈그림 6〉 이용자 정책성과

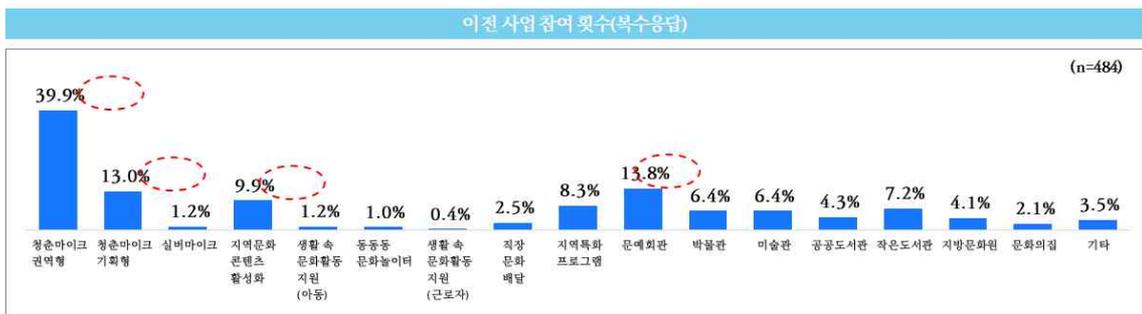
□ 개선점 및 자유의견

○ 행사(프로그램) 관람을 통해 얻은 것(1순위)으로 문화 관람 및 체험 기회 확대가 49.4%로 가장 높았음  
 ○ 행사(프로그램) 개선이 필요한 부분(1순위)으로 안내/정보 강화가 28.8%로 가장 높았음. 그다음으로 양질의 프로그램 제공(27.2%), 프로그램의 다양화(26.9%) 순으로 나타남

### 3. 참여자 설문조사 결과

#### □ 사업 참여 현황

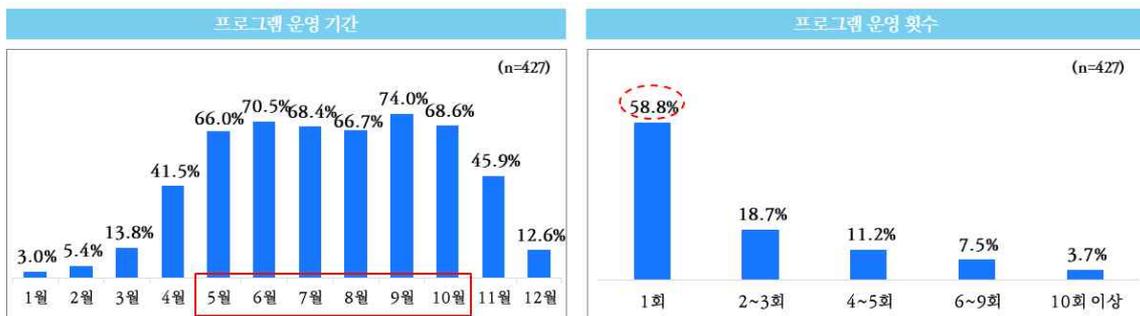
- **(참여 이유)** 사업에 참여하게 된 이유로 문화활동 기회를 얻기 위해서가 36.5%로 가장 높았음. 그다음으로 '문화가 있는 날 사업 취지에 공감해서'(35.5%), 단체 운영에 재정적으로 도움을 받기 위해(12.7%), 분야(지역) 네트워킹을 확대하기 위해서(7.2%), 단체의 인지도를 높이기 위해서(6.7%) 순으로 높게 나타남(기타 1.3%)
- **(사업 인지 경로)** 사업 인지 경로로 유관기관/단체 홈페이지가 46.5%로 가장 높았음
- **(사업 참여 경험)** 올해 사업 참여 전 '문화가 있는 날' 기획사업 참여 경험으로 없음이 41.8%, 1~2회 32.8%, 3~4회 13.9%, 5~6회 5.6%, 7회 이상 5.8%로 나타남
- **(이전 사업 참여 횟수)** 작년까지 참여 경험이 있는 사업으로 청춘마이크 권역형이 39.9%로 가장 높았음. 그다음으로 문예회관(13.8%), 청춘마이크 기획형(13.0%), 지역문화 콘텐츠 활성화(9.9%), 지역특화 프로그램(8.3%), 작은 도서관(7.2%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 3.5%)



〈그림 7〉 참여자 이전 사업 참여 횟수

- **(사업 예산 규모)** 사업 예산으로 2백만원 미만 14.8%, 2~5백만원 미만 20.4%, 5백~1천만원 미만 16.2%, 1~5천만원 미만 19.4%, 5천~1억원 미만 16.6%, 1억원 이상 12.6%로 나타남
- **(투입 인력 규모)** 사업의 투입인력 규모로는 1~2명 7.5%, 3~4명 14.8%, 5~9명 23.9%, 10~19명 14.1%, 20~49명 15.7%, 50~99명 15.2%, 100명 이상 8.9%로 나타남
- **(프로그램 유형)** 프로그램 유형으로 공연이 58.8%로 가장 높았고, 그다음으로 문화 관련 교육, 체험, 프로그램, 워크숍(56.7%), 전시(16.6%), 축제(10.8%), 영화/영상 상영(4.7%) 순으로 높게 나타남(기타 4.4%)
- **(프로그램 운영방식)** 프로그램 운영방식으로 대면으로 운영했다는 응답이 86.4%, 혼합(대면+비대면)으로 운영했다는 응답이 13.6%로 나타남
- **(프로그램 장소)** 프로그램 장소로 공원, 광장, 도로 등 야외공간이 21.5%로 가장 높았고, 그다음으로 도서관(19.7%), 문예회관(17.3%), 작은 도서관(14.5%), 박물관(11.9%), 지역아동센터, 어린이집, 학교(10.1%), 미술관(9.4%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 13.8%)

- **(프로그램 운영기간)** 프로그램 운영 기간으로 1월 3.0%, 2월 5.4%, 3월 13.8%, 4월 41.5%, 5월 66.0%, 6월 70.5%, 7월 68.4%, 8월 66.7%, 9월 74.0%, 10월 68.6%, 11월 45.9%, 12월 12.6%로 나타남
- **(프로그램 운영 횟수)** 프로그램 운영 횟수로 1회 58.8%, 2~3회 18.7%, 4~5회 11.2%, 6~9회 7.5%, 10회 이상 3.7%로 나타남
- **(프로그램 홍보방법)** 프로그램 홍보방법으로 인터넷(포털, SNS 등)이 91.6%로 가장 높았음
- **(프로그램 이용자 규모)** 프로그램의 참여한 관람객 및 이용자 규모로는 1~19명 18.5%, 20~49명 23.2%, 50~99명 17.1%, 100~199명 15.0%, 200~299명 10.8%, 300~499명 8.2%, 500명 이상 7.3%로 나타남



〈그림 8〉 참여자 프로그램 운영 기간 및 운영 횟수

#### □ 사업 운영자원 및 사업실행 평가

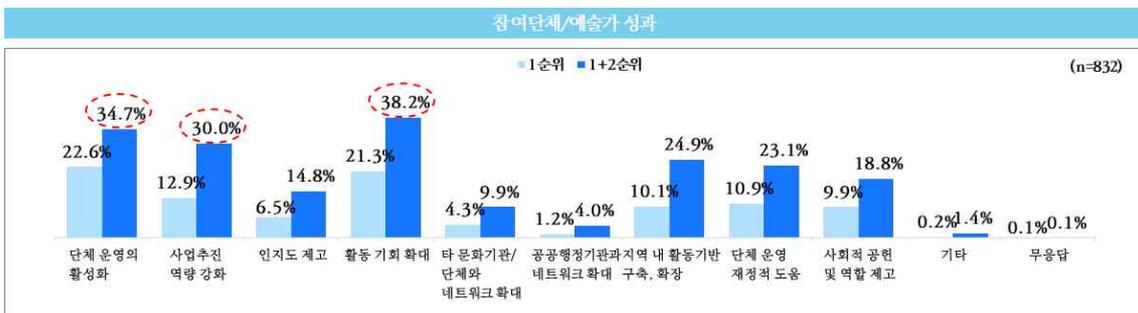
- **(사업목적 인식)** ‘문화가 있는 날 기획사업’의 목적으로(1순위) 시민들의 문화향유 기회 확대가 63.1%로 가장 높았음. 그다음으로 문화단체 활동 활성화 지원(15.9%), 문화가 있는 날에 대한 시민들의 인지도 제고(15.0%), 문화 분야 일자리 창출(5.6%) 순으로 높게 나타남(기타 0.4%)
- **(기획사업 평가)** 문화가 있는 날 기획사업 평가에 있어서 전반적 만족도는 4.59점(5점 평균)으로 나타났음
  - 항목별로는 사업 적합성(4.74점), 일상 속 문화향유 증진(4.69점), 타 사업과의 차별성(4.45점) 순을 보였음. 재참여 의사는 4.78점으로 나타남
- **(사업실행이 잘된 점)** 사업 실행과 관련하여 가장 만족스러운 점(1순위)으로 사업내용이 적절했다가 50.0%로 가장 높았음
  - 그다음으로 사업예산 집행 및 배분이 적절했다(9.6%), 사업참여자(지자체, 주관단체, 참여단체) 간 의사소통이 원활했다(9.0%), 프로그램 횟수가 적절했다(7.2%), 사업방식이 적절했다(6.6%), 사업운영 일정 및 절차가 적절했다(5.8%), 사업장소 선정이 적절했다(3.6%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 0.1%)
- **(사업실행 애로사항)** 사업실행과 관련하여 가장 큰 애로사항으로 사업예산 규모가 19.0%로 가장 높았음
  - 그다음으로 이용자 모객(모집)(16.3%), 사업장소 선정(13.0%), 사업 홍보(11.2%), 사업운영 일정 및 절차(9.9%), 프로그램 횟수(8.9%), 투입인력 규모(5.6%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 1.3%)



〈그림 9〉 참여자 문화가 있는 날 기획사업 평가

□ 사업성과

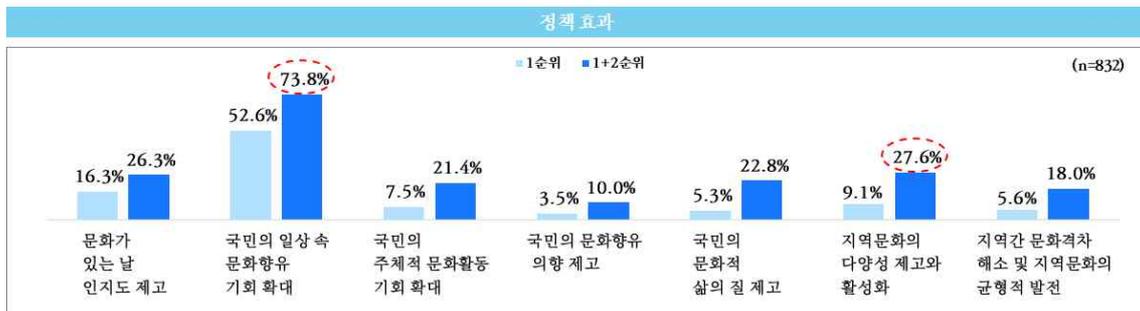
- **(주관사업 성과)** 주관기관의 문화가 있는 날 기획사업 성과로 사업 비전 및 역할 인지가 4.76점으로 가장 높았음. 그다음으로 사업추진 역량강화(4.73점), 인지도 확보, 사회적 공헌 및 역할 제고(각각 4.65점), 지역 내 기반 구축(4.63점) 순으로 높게 나타남
- **(참여단체/예술가 성과 : 항목별)** 참여단체(예술가)의 문화가 있는 날 기획사업 성과로 사업 비전 및 역할 인지가 4.64점으로 가장 높았음. 그다음으로 사업추진 역량강화(4.57점), 단체운영 활성화(4.54점), 사회적 공헌 및 역할 제고(4.48점), 재정적 도움(4.47점), 인지도 확보(4.31점), 지역 내 기반구축(4.20점), 활동 지속성(4.10점), 문화기관/단체 네트워크(4.05점), 공공기관 네트워크(3.88점) 순으로 높게 나타남
- **(참여단체/예술가 성과 : 우선순위)** 참여단체/예술가가 사업을 통해 얻은 성과(1순위)로 단체운영의 활성화가 22.6%로 가장 높았음. 그다음으로 활동기회 확대(21.3%), 사업추진 역량 강화(12.9%), 단체운영에 재정적으로 도움이 됨(10.9%), 지역 내 활동기반 구축 확장(10.1%), 사회적 공헌 및 역할 제고(9.9%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 0.2%, 무응답 0.1%)
- **(참여단체가 본 이용자 성과)** 이용자 성과로 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.71점(5점 평균)으로 가장 높았음. 그다음으로 스트레스 감소, 마음 위로, 문화 기관/단체에 대한 관심도 증가(각각 4.55점), 문화에 대한 이해 확대(4.54점), 타인과의 친밀감, 공감대 형성(4.52점), 문화적 감수성/창의성 향상(4.49점), 타인의 감정 이해, 타인과의 소통 원활(4.45점) 순으로 높게 나타남



〈그림 10〉 참여단체/예술가 성과

□ 정책성과 및 개선점

- **(정책 성과)** 단체가 기여한 정책효과(1순위)로 국민의 일상 속 문화향유 기회 확대가 52.6%로 가장 높았음. 그다음으로 문화가 있는 날 인지도 제고(16.3%), 지역문화의 다양성 제고와 활성화(9.1%), 국민의 주체적 문화활동 기회 확대(7.5%), 지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전(5.6%), 국민의 문화적 삶의 질 제고(5.3%), 국민의 문화향유 의향 제고(3.5%) 순으로 높게 나타남
- **(개선점)** 사업 개선 방안(1순위)으로 사업 지원 예산 확대가 22.7%로 가장 높았음. 그다음으로 프로그램 홍보 강화(16.9%), 사업 목적/방향에 대한 명확성(13.0%), 지역 내 유사 문화사업과의 차별성 확보(10.8%), 프로그램의 다양화(10.7%), 문화가 있는 날의 일상화(10.3%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 0.5%)



〈그림 11〉 참여자 정책성과

## 4. FGI 설문조사 결과

### □ 사업평가

- **(사업타당성)** 정책 목표에 대한 인식에 있어서는 일상 속 다양한 문화 향유(체험) 기회 제공/확대에 전반적으로 공감하고 있었으나, 사업 참여 유형별로 다소 차이를 보였음(사업 참여 기관/단체의 참여 목표가 상이하기 때문인 것으로 보임)
  - 문화가 있는 날 기획사업의 사업 효과로 지역(계층) 간 문화 격차(문화사각지대) 해소 이바지, 참여 예술인(단체)의 성장에 도움, 문화향유 일상화를 위한 지원사업으로 효과적이라고 인식하고 있었으나, 사업 효과의 확산성 측면에서는 부정적인 인식이 일부 있었음
- **(사업 차별성)** 문화가 있는 날 기획사업의 차별성으로 주제적인 창작활동 및 공연기회 제공, 지역 특수성이나 자원을 활용한 프로그램이라는 점을 차별화된 특성으로 인식하고 있었고, 이외 문화가 있는 날 브랜드(인지도) 자체, 문화행사의 선도성(타 사업의 개런티, 공연횟수 등 가이드라인 제시), 원하는 시간/장소에 원하는 내용으로 찾아가 공연한다는 점을 사업 차별점으로 인식함
  - 사업 초기와는 달리 문화가 있는 날과 유사한 사업들이 많이 생겨났고, 이에 사업 정체성 및 차별화에 대한 고민이 필요한 시점이라는 인식이 일부 있었음
- **(사업 만족도)** 문화가 있는 날 기획사업에 대해 전반 만족하는 상황으로 수준 높은 프로그램과 관람객(주민)의 좋은 반응에 대한 보람, 사업설계나 운영에 대한 만족, 타 사업 대비 제약이 많지 않아 사업수행 부담이 적다고 인식하고 있음. 사업 초기와는 달리 문화가 있는 날과 유사한 사업들이 많이 생겨났고, 이에 사업 정체성 및 차별화에 대한 고민이 필요한 시점이라는 인식이 일부 있었음
  - 불만족 요인으로는 소통의 어려움, 공연 등 일정 조정의 어려움, 사업을 바라보는 시각의 차이, 변화에 대한 고민이 없다는 점, 운영비용의 현실화 등의 일부 의견이 있었음
- **(사업성과)** 문화가 있는 날 기획사업이 사업 참여자에게 준 혜택으로는 재정지원을 통한 공연활동 기회 확대 및 역량 강화(성장), 기관(단체) 간 네트워크를 통한 협업 확대, 문화가 있는 날 사업의 자리매김, 다양한 사업수행을 통한 성취감/보람 등 자긍심 함양 등
  - 문화가 있는 날 기획사업이 이용자(관람객)에게 준 혜택으로는 소외지역, 소외계층 등 문화사각지대에 다양한 공연/체험 기회 제공과 문화활동을 통해 삶의 만족도와 안정감을 증대하였다는 점을 인식하고 있음



〈그림 12〉 FGI : 참여자 및 이용자에게 준 성과

- (사업효과) 문화가 있는 날 기획사업의 문화향유정책 기여에 대해 지역민의 문화예술 향유 기회 확대, 지역의 문화발전(문화역량)에 이바지(기여), 문화예술 향유 증진에 대한 인식을 갖고있음

1 ▷ 문화예술 향유 기회 확대	"공원에서 저화가 공연했을 때도 그냥 산책만 하던 공원이었는데 산책하던 공원에서 공연을 하니까 한 번이라도 보게 되고" - 실버마이크 주관기관
2 ▷ 지역 문화발전(문화역량)에 이바지	"문화가 있는 날 사업의 목적은 소외계층 뿐 아니라 모든 국민들이 보다 쉽게 문화를 향유할 수 있도록 접근기회를 확대시키는 데 있으며, 이를 위하여 무료 혹은 할인된 가격으로 다양한 문화프로그램을 관람할 수 있도록 가격할인을 주된 정책수단으로 채택하고 있다." - 정책 전문가(문화기반시설 사업)
3 ▷ 문화예술 향유 증진에 기여	"자기 지역의 문화이고 자기 마을의 문화이고 이런 것들을 더 확장하고 더 공고히 하고 더 잘 만들어서 더 녹이고 싶을 수 있는 이런 여지들이 이런 기회가 많으면 더 역량이 높아질 수도 있고 그렇잖아요" - 정책전문가
	"문화 향유 증진 측면에 있어서는 저는 이렇게 다양한 시설들이 들어서서 문화가 있는 날 사업을 하는 것은 굉장히 중요하다고 생각하고요" - 정책전문가 "실버세대의 문화예술 활동에 대한 새로운 이슈 제기 및 문화가 있는 날에 대한 인식 확산에 기여하였고, 지역 기관 연계 및 지자체 담당자의 적극 지원으로 거버넌스 구축에도 공헌하였다고 봅니다." - 실버마이크 주관기관

〈그림 13〉 FGI : 참여자 정책성과

□ 개선방안

- (개선점) 문화가 있는 날 기획사업 개선사항으로 사업 인지도 제고를 위한 홍보 개선 및 강화 필요, 지원예산의 현실화(증액) 및 사업예산 확대, 사업기간, 공연 일정 등 조율의 융통성 필요, 기관(단체)와의 연계(네트워킹) 확대 필요 등에 대해 전반적으로 공감하고 있음
  - 이외 다양한 양질의 프로그램 개발 필요, 성과사례 등 워크숍이나 설명회 개최 등을 통한 양방향 정보공유 필요, 사업목적에 맞는 대상자 세분화 등 방향성 정립, 사업 디자인(모델) 수정/개선 필요, 성과측정의 한계 인식(성과에 얽매이지 말아야), 자료의 아카이빙 지원(정보자료 구축) 필요, 지역문화진흥원의 담당 인력 확충/지원, 정치적 압박으로부터의 독립성 등의 일부 의견이 있었음
- (발전방향) 문화가 있는 날 기획사업의 발전 방향으로 성공적인 사업수행을 위한 공연의 수준(질) 향상, 전문 컨설팅 등의 지원 필요, 문화가 있는 날의 확장, 지역 중심의 네트워킹 강화, 시기의 제한 완화, 사업 예산확대 등의 의견이 있었음

1 ▷ 사업 인지도 제고를 위한 홍보 개선 및 강화 필요	5 ▷ 다양한 양질의 프로그램 개발 필요
2 ▷ 지원예산의 현실화(증액) 및 사업예산 확대	6 ▷ 성과사례 등 워크숍이나 설명회 개최 등 양방향 정보공유 필요
3 ▷ 사업기간, 공연 일정 등 조율 필요	7 ▷ 사업 목적에 맞는 대상자 세분화 등 방향성 정립
4 ▷ 기관(단체)와의 연계(네트워킹) 필요	8 ▷ 사업 디자인(모델) 수정/개선 필요

〈그림 14〉 FGI : 발전방향

## V. 문화가 있는 날 기획사업 성과분석

### 1. 사업결과

#### □ 사업결과(종합)

- 2022년 12개 사업, 174.5억 원을 투입, 56.1만 명 국민 문화향유 기회 확대, 1,002개 참여단체 지원 통한 지역문화 생태계 강화
  - 사업 수는 2015년 2개에서 2022년 12개로 증가, 예산 규모는 2015년 10억 원에서 174.5억원 증가
  - 참여단체 수는 2015년 40개에서 1,002개로 확대, 프로그램 횟수는 2015년 545회에서 2022년 3,741회로 증가
  - 이용자수는 2015년 18,000명에서 2022년 561,064명으로 증가
- 2015년~2022년 누적 1,011억 원 투입, 약 4.4백만 명의 국민에게 문화향유 기회 제공

〈표 10〉 문화가 있는 날 기획사업 운영결과 종합(2015-2022)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	계
사업 개수(개)	2	8	8	11	14	14	14	12	-
예산 규모(억원)	10	95.8	106	121.5	148	157.8	197.4	174.5	1,011
참여단체 수(개)	40	347	237	543	1,082	1,006	1,405	1,002	5,662
프로그램 횟수(회)	545	2,841	3,069	2,585	4,450	4,601	7,748	3,741	29,580
이용자 수(명)	18,000	484,431	601,954	407,205	606,999	986,449	723,587	561,064	4,389,689
1억당 프로그램 횟수(회)	54.5	29.7	29.0	25.5	34.8	32.9	43.2	23.9	32.3
1억당 이용자수(명)	1,800	5,057	5,679	4,012	4,742	7,056	4,033	3,585	4,787
참여단체당 지원금(백만원)	25	28	45	22	14	16	14	17	18

\* 프로그램 횟수, 이용자 수는 지역특화 프로그램 제외 수치. 1억당 이용자 수는 지역특화 프로그램 제외 예산 기준

□ 투입 예산규모는 174.5억 원, 전년 대비 11.6% 감소

- 2015-2022 기획사업 누적 투입 예산규모는 1,011억 원
- 2022년 174.5억 원으로 2021년 197.4억 원 대비 11.6% 감소

□ 참여단체 수는 1,002개, 참여단체당 지원금 17백만 원

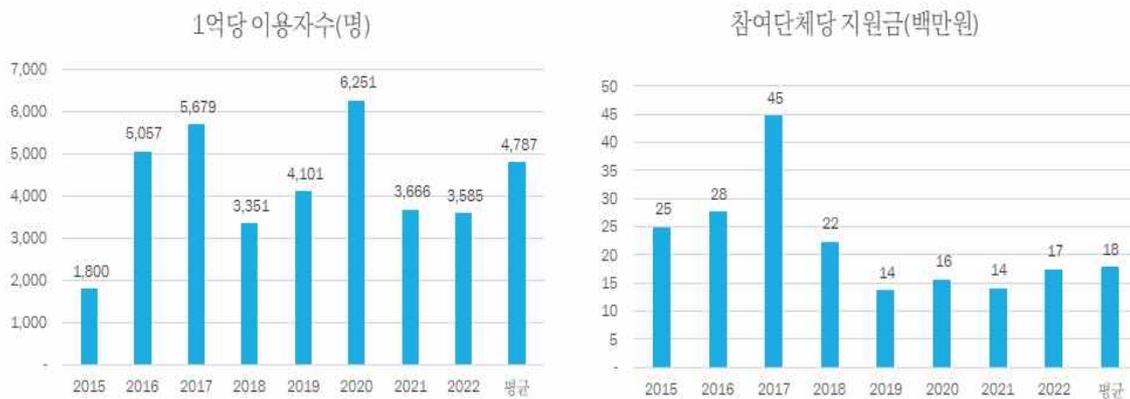
- 2015-2022 누적 참여단체 수는 5,662개
- 2022년 1,002개로 2021년 1,405개 대비 28.7% 감소
- 참여단체당 지원금 17백만 원, 2021년 14백만원 대비 21.4% 증가

□ 프로그램 횟수는 3,741회, 1억원 당 프로그램 횟수 3,741회

- 2015-2022 누적 프로그램 횟수는 29,580회 (지역특화 프로그램 제외)
- 2022년은 3,741회로 2021년 7,748회 대비 51.7% 감소
- 2022년 예산 1억 원당 프로그램 횟수는 23.9회, 2021년 43.2회 대비 44.7% 감소

□ 이용자 수는 561,064명, 1억원 당 이용자 수 3,585명

- 2015-2022 누적 이용자수는 총 4,389,689명 (지역특화 프로그램 제외)
- 2022년 56.1만 명으로 2021년 72.4만 명 대비 22.5% 감소
- 2022년 예산 1억 원당 이용자 수 3,585명, 2021년 4,033명 대비 11.1% 감소



〈그림 15〉 예산 1억원당 이용자 수 및 참여단체당 지원금액

## 2. 사업성과

### 1) 이용자 성과

#### □ 이용자 성과 종합

- 이용자 성과는 이용자 만족도와 심리적 성과, 사회적 성과, 문화역량 성과로 구분
- 이용자에게 주는 심리적 성과, 사회적 성과, 문화역량 성과 중에서 심리적 영향 > 문화역량 성과 > 사회적 성과 순으로 나타남
- 세부적으로 행사 참여시 즐겁고 유쾌함 > 스트레스 감소, 마음위로 > 문화에 대한 이해 확대 / 문화기관 /단체 관심도 증가 순으로 나타남



〈그림 16〉 이용자 성과 종합

#### □ 이용자 만족도는 평균 4.48

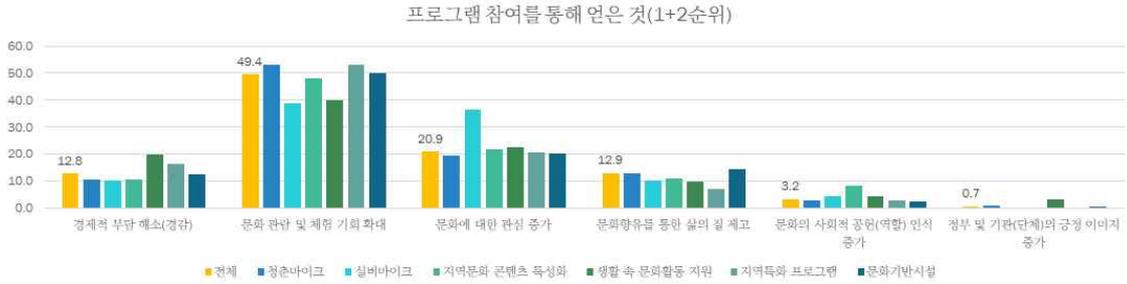
- 만족도 높은 사업(대분류)은 문화기반시설, 지역문화콘텐츠 특성화, 실버마이크 순으로 나타남
- 만족도 높은 사업(소분류)은 지방문화원, 미술관, 박물관/문화의집 순으로 나타남

#### □ 이용자 재참여 의사는 4.51로 만족도보다 약간 높았음

- 재참여 의사가 높은 사업(대분류)은 문화기반시설, 지역문화콘텐츠 특성화, 실버마이크 순으로 나타남
- 재참여 의사가 높은 사업(소분류)은 지방문화원, 문화의집, 미술관 순으로 나타남

#### □ 프로그램 참여를 통한 직접 효과

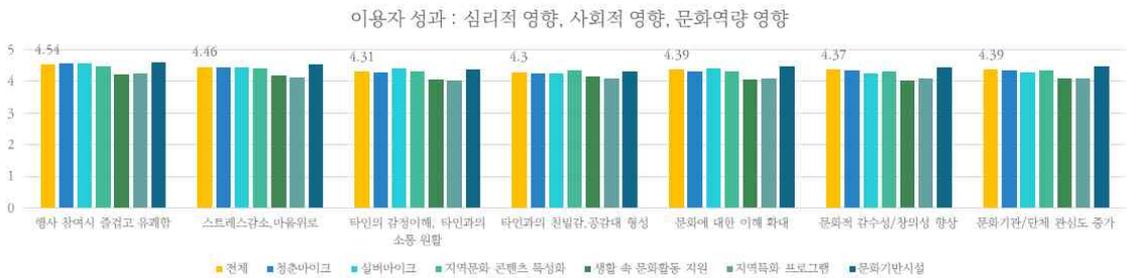
- 문화관람 및 체험기회 확대, 문화에 대한 관심 증가, 문화향유를 통한 삶의 질 제고 순으로 나타남  
문화가 있는 날 기획사업의 목표가 달성되고 있음



〈그림 17〉 이용자가 프로그램 참여를 통해 얻은 것(1+2순위)

□ 이용자 성과 : 심리적 영향, 사회적 영향, 문화역량 영향

- 심리적 영향이 가장 크며, 행사 참여시 즐겁고 유쾌하며 스트레스 감소/마음의 위로에 기여하는 것으로 나타남
- 사회적 영향은 타인의 감정이해/타인과의 소통 원활, 타인과의 친밀감, 공감대 형성에 기여하는 것으로 나타남
- 문화역량 영향은 문화기관/단체 관심도 증가, 문화에 대한 이해 확대에 기여하는 것으로 나타남



〈그림 18〉 이용자 성과 : 심리적 영향, 사회적 영향, 문화역량 영향

2) 참여자 성과

□ 참여자 성과 종합

- 참여자 성과는 사업자 만족도, 주관기관 성과, 참여단체/예술가 성과로 구분



〈그림 19〉 참여자 성과 종합

□ 참여자 만족도는 전체 4.59점

- 만족도 높은 사업(대분류)은 실버마이크, 지역특화 프로그램, 문화기반시설 순으로 나타남
- 만족도 높은 사업(소분류)은 작은도서관, 실버마이크, 박물관/미술관 순으로 나타남

□ 참여자 재참여도는 전체 4.78점

- 재참여도 높은 사업(대분류)은 실버마이크, 청춘마이크, 지역문화콘텐츠 특성화 순으로 나타남
- 재참여도 높은 사업(소분류)은 실버마이크, 작은도서관, 미술관 순으로 나타남

□ 주관기관 성과는 사업비전 및 역할인지, 사업추진역량 강화 순으로 나타남

- 실버마이크는 사업비전 및 역할인지, 사업추진역량 강화 성과가 두드러짐
- 문화기반시설은 사업비전 및 역할인지, 인지도 확보, 지역 내 기반구축 성과가 있는 것으로 나타남



〈그림 20〉 주관기관 성과

□ 참여단체/예술가 성과(1+2순위)

- 활동기회 확대, 단체운영 활성화, 사업추진 역량 강화, 지역 내 활동기반 구축 순으로 나타남
- 활동기회 확대는 청춘마이크와 실버마이크, 사업추진역량 강화는 생활 속 문화활동, 지역 내 활동기반 구축은 지역문화콘텐츠 특성화에서 성과가 높은 것으로 나타남

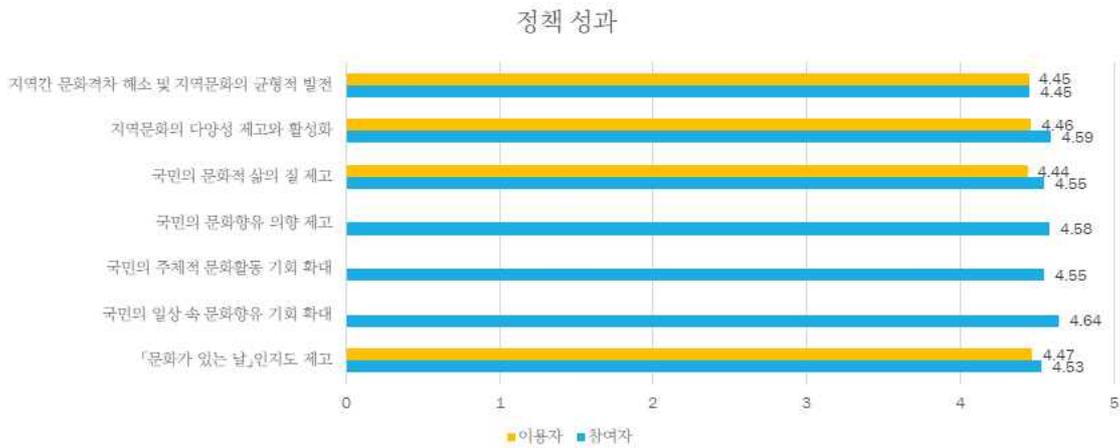


〈그림 21〉 참여단체/예술가 성과

### 3) 정책성과

#### □ 정책성과는 문화향유 정책성과와 지역문화 정책성과로 구분됨

- 참여자는 국민의 일상 속 문화향유 기회 확대, 지역문화의 다양성 제고와 활성화, 국민의 문화향유 의향 제고 순
- 이용자는 문화가 있는 날 인지도 제고, 지역문화의 다양성 제고 순이나 점수 차이가 거의 나지 않음



〈그림 22〉 이용자 및 참여자가 생각하는 정책성과

#### □ 정책성과 우선순위(1+2순위)

- 정책성과 우선순위(1+2순위) 결과, 모든 사업에서 국민의 일상 속 문화향유 기회 확대가 전반적으로 높게 나타난 가운데 생활 속 문화활동 지원이 특히 높게 나타남
- 지역문화 콘텐츠 특성화에서는 다른 사업과 달리 지역문화의 다양성 제고와 활성화, 국민의 주체적 문화활동 기회 확대에서 성과가 높게 나타남



〈그림 23〉 정책성과 우선순위(1+2순위)

## VI. 문화가 있는 날 기획사업 개선방안

### 1. 문화향유 정책 환경변화와 기본방향

#### □ 문화향유 정책 환경변화

- 기술 혁신과 미디어 환경변화로 인한 문화향유 양태 변화
  - 온라인 플랫폼 중심으로 향유영역이 확대되고, 다양한 디지털 툴을 통해 누구나 향유자를 넘어 창작자로서의 역할 및 활동이 강화되고 있으며, 온라인·비대면 콘텐츠의 부상으로 일상에서 문화향유 확산 및 소통이 가능해짐
- 취향 및 향유방식의 개인화
  - 물질주의 가치관이나 개인의 희생보다는 삶의 질을 중시하는 가치관이 확산되고 있으며, 취미와 취향이 정체성을 드러내는 수단으로 인식되면서 취향의 파편화와 세분화가 나타나고, 타인의 시선을 의식하지 않고 홀로 여가시간과 취미를 즐기는 문화향유 방식의 개인화가 일어나고 있음
- 인구구조 변화에 따른 향유 주체의 다양화
  - MZ세대가 새로운 문화 소비세대로 부상하고 있으며, 베이비붐 세대를 대표하는 5060 세대가 새로운 문화소비층으로 성장
- 문화향유의 사회적 가치 부각
  - 장애인 문화향유권이 확대됨에 따라 장애에 대한 시선을 넓히고 배리어프리 강화하기 위한 노력이 늘어나고 있으며, 사회 전반에 걸쳐 ESG 개념이 강조되고, 기후 변화의 심각성이 대두되면서 지속가능한 문화소비를 위한 인식 확산

기술혁신과 미디어 환경변화로 인한 문화향유 양태 변화	취향 및 향유 방식의 개인화	인구구조 변화에 따른 향유 주체의 다양화	문화향유의 사회적 가치 부각
<ul style="list-style-type: none"><li>• 온라인 플랫폼 중심으로 향유영역 확대</li><li>• 향유자를 넘어 창작자로서의 역할 및 활동 강화</li><li>• 일상에서 문화향유 확산 및 소통 가능</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 물질주의 가치관이나 개인의 희생보다는 삶의 질 중시</li><li>• 취향의 파편화와 세분화</li><li>• 문화향유 방식의 개인화</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 문화소비 주축으로 떠오른 MZ세대</li><li>• 베이비붐 세대인 신중년층의 부상</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 장애인 문화향유권 확대</li><li>• 지속가능한 문화소비를 위한 인식 확산</li></ul>

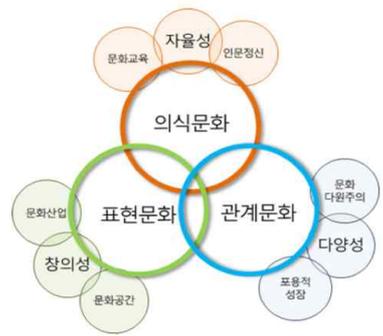
〈그림 24〉 문화향유를 둘러싼 사회문화적 환경 변화

□ 문화, 향유, 문화향유의 개념 설정

- 문화가 있는 날 기획사업의 개선방안을 도출하기에 앞서 ‘문화’와 ‘향유’의 개념에 관한 성찰적인 논의가 선결될 필요가 있음
- **(문화의 개념적 정의)** 『문화기본법』은 국민 문화향유권 보장을 위한 기본이념으로서 ‘개인이 문화 표현과 활동에서 차별받지 아니하고, 문화의 다양성, 자율성과 창조성의 원리가 조화롭게 실현되도록 하는 것’이 중요함을 강조하고 있음
  - 문화의 작동원리로서 자율성, 다양성, 창조성을 핵심가치로 설정하고 있는바, 이 세 가지 가치가 바로 ‘인간 공동체의 비발생적 행위의 총체’를 ‘살되 좀 더 인간답게 살기 위한’ 노력으로 정향하는 것들이라고 해석할 수 있음
  - 이를 바탕으로 문화의 층위를 다음과 같이 ‘표현문화’, ‘관계문화’, ‘의식문화’로 구분하여 생각해 볼 수 있음<sup>1)</sup>

〈표 11〉 문화의 3층위(안)\_표현문화, 관계문화, 의식문화

구분	표현문화	관계문화	의식문화
핵심 가치	창의성	다양성	자율성
주요 활동	고착화된 관습에 매이지 않고, 창의성을 바탕으로 수월성을 갖춘 예술작품이나 문화상품을 생산	폐쇄적이고 수직적인 공동체성이 아닌, 문화 다원주의에 입각한 차이에 대한 존중과 배려 확산	도구적 이성이 아닌 반성적 이성을 바탕으로, 전인적인 개성과 참여 추구
정책 유형	예술정책, 전통문화정책, 문화산업정책	문화다원주의정책, 포용적 성장 정책	인문정신정책, 문화(예술)교육정책



- **(향유의 개념적 정의)** 표준국어대사전 정의에 따르면 ‘향수(享受)’는 ‘어떤 혜택을 받아 누림’, ‘예술적인 아름다움이나 감동 따위를 음미하고 즐김’으로 제시됨. 반면, ‘향유(享有)’는 ‘누리어 가짐’이란 의미로 ‘생활 속에서 마음껏 즐기거나, 맛보다’라는 의미이며 ‘가짐’이란 뜻에는 소유의 개념이 내재되어 있음
  - 즉, 향유(享有)는 ‘자유를 향유할 권리’처럼, ‘적극적 주체로서의 개인의 권리’라는 의미가 함축되어 있는 것임
- **(문화향유의 개념 설정)** ‘문화향유’는 문화예술 내 다양한 장르 영역에서 발현될 수 있는 창의적 표현 활동(즉, ‘표현문화’) 외에도 스포츠, 관광, 종교, 젠더 같은 개인의 다양한 가치관 및 삶의 양식과 연관된 분야에서 개인과 개인 간 혹은 개인과 사회가 서로 관계를 맺고(‘관계문화’), 그 과정에서 개인이나 집단이 경험할 수 있는 성찰적 의식 변화(‘의식문화’)를 포용하는 활동까지 폭넓게 포용할 수 있음
  - 반면 ‘예술향유’는 다양한 장르 기반의 창의적 활동이나 결과물 등을 포섭하되 ‘표현문화’적 측면에 상대적인 무게를 두는 적극적 활동을 의미한다고 볼 수 있음

1) 정중은, 강이수, 홍성태, 한설아 (2018) 『지역혁신 생태계 조성을 위한 지역문화정책 연구』, 국가균형발전위원회

□ 문화향유의 유형

- 문화가 있는 날 기획사업의 향유유형은 ①유네스코가 제시한 세부지표에 따른 분류뿐 아니라 ②문화의 3가지 층위를 결합한 새로운 관점에서의 문화향유 유형으로 나누어 살펴볼 수 있음
- 유네스코 분류 기준 문화향유 유형(안)
  - 유네스코 문화활동 세부지표를 기준으로 현재 ‘문화가 있는 날(혜택사업 및 기획사업 포함)’ 사업이 적용되는 영역을 유형별로 배치하면 아래와 같음

〈표 12〉 유네스코 문화활동 세부지표 기반 문화가 있는 날 기획사업 유형 분류(안)

구분				혜택	청 마	실 마	지 곤	생 문	지 특	시 설
문화영역 (Cultural Domains)	문화 유산	문화 유적지	고고학적 유적지, 박물관, 도서관, 전시 등	○					○	○
		전통적 문화표현	축제, 제의, 음식	○			○		○	○
	예술	공연예술	라이브음악, 연극, 무용, 오페라, 서커스, 인형극, 마술 등	○	○	○	○	○	○	○
		시각예술	회화, 조각, 사진, 고미술품, 공예	○			○	○	○	○
	미디어	출판 및 인쇄미디어	도서, 신문, 기타 출판물							○
		시청각 미디어	영화, TV, 라디오, 기타 방송	○	○	○				
		뉴미디어	소프트웨어, 비디오게임, 디지털화된 창조적 콘텐츠	○			○	○	○	
	기능적 창조	디자인	패션·그래픽·인테리어 ·조경디자인							
창조적 서비스		건축, 광고관련 창조적 서비스								
관련 영역 (Related Domains)	관광	전세여행 및 관광서비스, 환대와 숙박	○						○	
	스포츠 ·레크리에이 션	스포츠, 체력과 웰빙, 놀이공원 및 테마파크, 캠핑	○							

\* 청마(청춘마이크), 실마(실버마이크), 지곤(지역문화 콘텐츠 특성화), 생문(생활 속 문화활동 지원), 지특(지역특화 프로그램), 시설(참여 문화기반시설)을 말하며 위 표에서는 편의상 명칭을 축약하여 표기하였음

- 문화의 3층위(표현문화-관계문화-의식문화) 연계 문화향유 유형(안)
  - 능동적·복합적 프로세스로서 문화향유 성격이 부각되고, 문화향유를 둘러싼 새로운 환경변화를 고려할 때, 문화향유 유형은 관람형(전통적 관람형, 참여적 관람형), 매개된 경험형(교육형, 워크숍, 체험형 행사 등), 생활문화형(창작/생산형, 가회적 가치형), 자원봉사/기부형으로 구분할 수 있음
  - 문화향유 유형은 우열이 있는 것은 아니며 유형별 효과가 다르므로 정책목표에 따라 선택적 결합 필요
  - 문화가 있는 날 기획사업 문화향유 유형(안) 분석 적용안은 다음과 같음

〈표 13〉 문화가 있는 날 기획사업 문화향유 유형(안) 분석 적용

구분	관람형		매개된 경험형 (체험형 행사, 교육, 워크숍 등)	창작/생산형	생활문화형	자원봉사 · 기부형
	전통적 관람형	참여적 관람형				
	표현문화로 발현된 창조적 생산활동 및 결과물(작품)을 보거나 듣는 유형	결과적으로는 표현문화로 발현되나 창조적 생산활동 과정에서 향유자의 주체적 참여가 가능한 향유 유형				
청춘마이크	○					
실버마이크	○					
지역문화 콘텐츠 특성화		○	○	○	○	
생활 속 문화활동	○		○			
지역특화 프로그램			○			
참여문화기반시설	○ (도서관·문예회관·지방문화원)		○ (박물관/미술관·작은도서관·지방문화원)		○ (문화의집)	

□ 문화가 있는 날 기획사업 ‘향유’ 지원 기본방향

- 문화향유에서의 ‘문화’ 개념에 대한 입체적·포용적 접근
- 공급자 입장에서의 ‘시혜적’ 관점이 아닌, 향유(당사)자 관점에서의 적극적, 주체적, 즐거운 권리로서 인식되는 ‘향유권’ 관점 적용
- ‘관람’을 넘어선 다양한 향유 양태 고려 및 포용
- ‘향유’ 활동의 동기·목적에 있어서 개인적 가치 및 사회적 가치를 복합적으로 고려

2. 문화가 있는 날 기획사업 개선방안

1) 개선과제

□ 문화가 있는 날 기획사업 개선과제

- 공통 개선과제
  - 기획사업의 정책적 차별성 명확화 필요, 다양한 기획사업의 통합적 관리 필요, 지역분권 속에서 정부/지자체 협력 강화 필요, 문화가 있는 날 일상화 등 전체 사업 관련 이슈 대응 필요
- 개별사업 개선과제
  - 개별사업 개선과제에서 사업설계, 사업실행, 성과관리 세 부분으로 나누어 비교함
  - 사업설계 면에서 개선이 필요한 사업은 생활 속 문화활동, 지역문화 콘텐츠 특성화, 지역특화 프로그램이라고 할 수 있음

구분	공통	청춘마이크	실버마이크	생활속 문화활동	지역문화 콘텐츠 특성화	지역특화 프로그램	문화기반시설	
사업설계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기획사업의 정책적 차별성 명확화 필요</li> <li>• 문화가 있는 날 일상화 요구</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업목적을 청년 예술가 지원으로 오인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유사사업과 차별성 불분명</li> <li>• 예산규모상 광역권사업 어려움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업명 문제</li> <li>• 사업목표/방향 모호</li> <li>• 유사사업과 차별성 불분명</li> <li>• 2개 대상 특화 사업구조 문제</li> <li>• 근로자 개념 모호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기획사업으로서 정체성 모호</li> <li>• 지역고유 콘텐츠 개발 목표와 주민 주체발굴 위한 과 정중심 방법 간 혼선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화기반시설 사업, 지역문화콘텐츠 특성화 프로그램과 중복</li> <li>• 단년도 사업으로 프로그램 연속성 한계</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업목표의 명확성/방향성 부재</li> </ul>	
사업실행	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역분권 속에서 정부/지자체 협력 강화 필요</li> <li>• 단년도 사업으로 사업기간 5-10월 제한</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공연장소 선정</li> <li>• 나열식공연구성</li> <li>• 공연 질 저하</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공연 질 저하</li> <li>• 공연장소 선정</li> <li>• 광역권 장거리 이동불편</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 취약지역 선정비율 낮음</li> <li>• 취약지역 수혜아동 찾기 어려움</li> <li>• 다회차 진행으로 교육과 유사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역주민 관심저조로 제한된 지역 주민 참여</li> <li>• 자부담 매칭 부담</li> <li>• 1-2년차 업무협약 확보 어려움</li> <li>• 단체간 경험 공유 기회 부족</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정 일자 시행에 대한 공감대 부족</li> <li>• 지자체 담당자 잦은 교체</li> <li>• 지방비 매칭으로 주관기관의 자율성 제한</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존프로그램 추가형태로 운영</li> <li>• 체험위주 단기 프로그램이나 이벤트성 공연 다수</li> <li>• 참여시설간 네트워크 부족</li> <li>• 홍보체계 및 플랫폼 개선 필요</li> </ul>	
성과관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통합적 성과관리 및 환류 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화향유 성과부각 필요</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성과관리 및 환류 체계 부재</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성과관리 및 환류 체계적 아카이빙 필요</li> </ul>

〈그림 25〉 공통 및 개별사업 개선과제 종합

□ 정책요소별 개선방안 검토

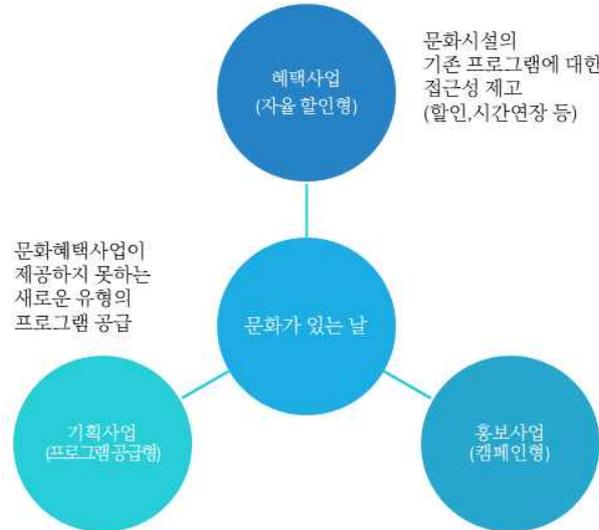
- **(정책목적)** 문화권 중에서 “문화를 향유할 권리” 보장
  - 모든 국민은 … 문화 표현과 활동에서 차별을 받지 아니하고 자유롭게 문화를 창조하고 문화 활동에 참여하며 문화를 향유할 권리(이하 “문화권”이라 한다)를 가진다.(문화기본법)
  - 문화향유권은 문화생활에 참여할 수 있는 권리(Rights to participate in cultural life)로 표현하기도 함
- **(정책목표)** 문화향유 기회의 양적 확대에서 질적 수준과 다양성 제고로 전환
  - 문화향유의 질적 수준과 다양성 제고 필요
  - 문화향유 기회 확대를 신규 관객 개발과 기존 관객의 참여 확대로 보다 구체화 필요
- **(정책대상)** 모든 국민에 대한 차별없는 “보편적 복지” 지향
  - 성별, 종교, 인종, 세대, 지역, 정치적 견해, 사회적 신분, 경제적 지위나 신체적 조건 등으로 인해 차별을 받지 않도록 하기 위한 조치 포함
  - 특정계층을 위한 사업을 만드는 것이 아니라 기획사업에 대한 공평한 접근을 보장하는 관점
- **(정책범위)** “문화향유”에서 문화의 범위, 향유의 유형을 입체적, 복합적 이해
  - 문화의 범위 : 표현문화, 관계문화, 의식문화
  - 향유의 유형 : 관람형, 매개된 경험형, 창작/생산형, 생활문화형, 자원봉사/기부형
- **(정책수단)** 일상에서 매일 만나는 문화 프로그램
  - 일상 속 문화향유 기회 제공을 위해 생활권에서 프로그램 공급
  - 매일 마지막 주에 전국에서 동시에 열리는 마중물 성격의 프로그램



〈그림 26〉 문화가 있는 날 기획사업 개선방향

## □ 문화가 있는 날 사업유형

- 사업은 혜택사업, 기획사업, 홍보사업으로 구성되어 있음
- 본사업은 기존 문화시설의 프로그램에 대한 접근성을 높이기 위한 가격할인과 시간 연장 제공
- 기획사업은 기존 혜택사업이 제공하지 못하는 새로운 유형의 프로그램을 공급하는 데 초점이 있음



〈그림 27〉 문화가 있는 날 사업 유형

## □ 문화가 있는 날 사업의 특성

- 문화가 있는 날 사업은 캠페인성 사업, 계기성 사업, 마중물 사업, 전 국민 사업이라는 네 가지 특성을 갖고있음
- 캠페인성 사업
  - 문화향유가 국민의 기본권이며 국민의 행복과 삶의 질 제고에 중요하다는 인식 확산
  - 사업참여 후 문화의 생활화 - 문화에 대한 인식이 개선되거나 문화참여가 확대되거나 다양해졌는 지가 중요 성과라 할 수 있음
- 계기성 사업
  - 법으로 특정일을 지정해 전국적으로 국민의 관심을 집중시키는 계기 마련
  - 다른 문화의 달, 문화의 날, 문화주간 등이 1년에 1번인데 반해 매월 진행된다는 점이 특징
  - 이런 측면에서 문화가 있는 날 일상화의 전면 수용은 어려움. 실무적으로 부득이한 경우 한해 일부 변경 허용하는 선에서 수용하는 것이 바람직
  - 전국적으로 국민 관심을 집중시키는 계기를 유지해 나가는 것이 중요하므로 정부의 역할 필요하며,

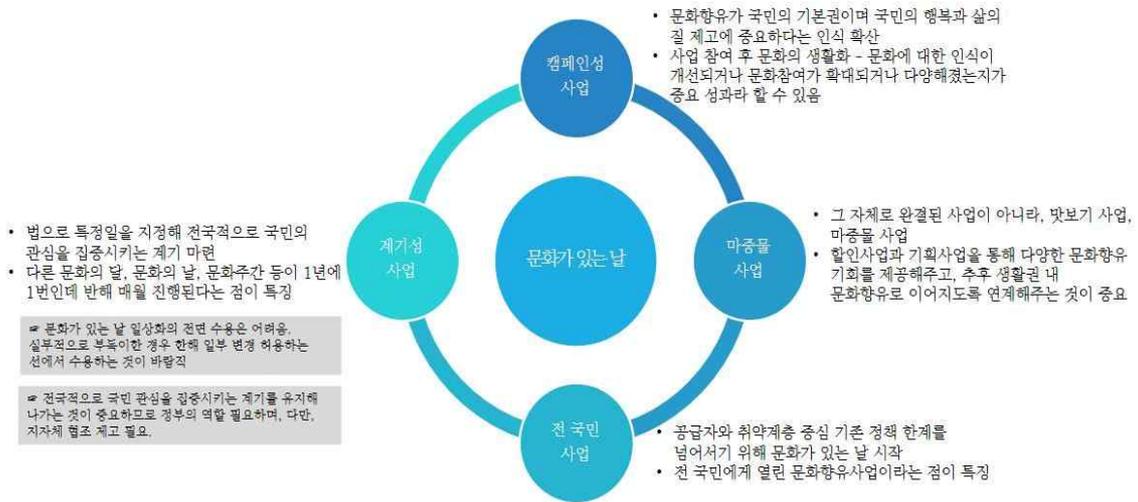
다만, 지자체 협조 제고 필요

○ 마중물 사업

- 그 자체로 완결된 사업이 아니라, 맛보기 사업, 마중물 사업
- 혜택사업과 기획사업을 통해 다양한 문화향유 기회를 제공해주고, 추후 생활권 내 문화향유로 이어지도록 연계해주는 것이 중요

○ 전 국민 사업

- 공급자와 취약계층 중심 기존 정책 한계를 넘어서기 위해 문화가 있는 날 시작
- 전 국민에게 열린 문화향유사업이라는 점이 특징



〈그림 28〉 문화가 있는 날 사업의 특성

□ 문화가 있는 날 기획사업의 차별성

○ 문화가 있는 날 기획사업은 크게 다섯 가지 점에서 차별성을 갖고 있음

○ 국민이 있는 일상공간으로 접근

- 일상공간인 거리에서 만날 수 있게 하는 사업 (청춘마이크, 실버마이크)
- 신체적, 시간적, 경제적, 지역적 제약 등으로 문화에 참여하기 어려운 국민이 있는 공간 - 근로사업장, 유아동시설 등으로 찾아가는 사업 (생활 속 문화활동)

○ 새로운 유형의 프로그램 제공

- 문화시설/단체의 기존 프로그램에서 제공하지 않거나 활성화되지 않은 새로운 유형의 프로그램을 제공하는 사업 (지역문화 콘텐츠 특성화, 지역특화 프로그램, 문화기반시설 문화가 있는 날)

○ 인지도 낮은 문화시설에 대한 참여 제고

- 정형화되어 잘 알려진 문화기반시설 외에 생활문화센터, 영상미디어센터, 창작공간 등 다양한 문화공간이 조성되어 있으나, 잘 알려지지 않은 문화공간의 인지도 및 참여 제고 필요

○ 기존 문화시설에 대한 접근성 보완

- 문화시설에 대한 접근성에서 시간적 제약, 경제적 제약을 고려하여 가격할인, 시간연장을 제공
- 장애인의 신체적 제약을 고려한 접근성 지원은 부족하므로 이에 대한 보완 필요

○ 기획사업 참여시 지역 문화생활 정보 연계

- 기획사업이 마중물 역할을 제대로 하기 위해서는 문화가 있는 날 혜택사업과 기획사업 홍보 외에 지역 생활권 내에서 이루어지는 문화정보 연계가 필요
- 이를 위해 지자체 및 지역문화재단과 협력 필요

국민이 있는 일상공간으로 접근	새로운 유형의 프로그램 제공	인지도 낮은 문화시설에 대한 참여 제고	기존 문화시설에 대한 접근성 보완	기획사업 참여시 지역 문화생활 정보 연계
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일상공간에서 우연히 문화를 만날 수 있게 하는 사업 (정촌마이크, 실버마이크)</li> <li>• 신체적, 시간적, 경제적, 지역적 제약 등으로 문화에 참여하기 어려운 국민이 있는 공간 - 근로사업장, 복지시설 등으로 찾아가는 사업 (생활속 문화활동)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화시설/단체의 기존 프로그램에서 제외되지 않거나 활성화되지 않은 새로운 유형의 프로그램을 제공하는 사업 (지역 문화 콘텐츠 특성화, 지역특화 프로그램, 문화기반시설 문화가 있는 날)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정형화되어 잘 알려진 문화기반시설 외에 생활문화센터, 영상미디어센터, 창작공간 등 다양한 문화공간이 조성되어 있으나, 잘 알려지지 않은 문화공간의 인지도 및 참여 제고 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화시설에 대한 접근성에서 시간적 제약, 경제적 제약을 고려하여 가격할인, 시간연장을 제공</li> <li>• 장애인의 신체적 제약을 고려한 접근성 지원은 부족하므로 이에 대한 보완 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기획사업이 마중물 역할을 제대로 하기 위해서는 문화가 있는 날 본사업과 기획사업 홍보 외에 지역 생활권 내에서 이루어지는 문화정보 연계가 필요</li> <li>• 이를 위해 지자체 및 지역문화재단과 협력 필요</li> </ul>

〈그림 29〉 문화가 있는 날 기획사업의 차별성

### 3) 문화가 있는 날 기획사업 개선방안

#### □ (프로그램) 프로그램의 질적 수준 및 다양성 제고

- 문화체험의 양보다는 질이 향후 문화생활의 지속성에 큰 영향을 준다는 점에서, 프로그램의 기획력과 완성도를 높이기 위한 조치 필요
- 일반 시민이 접해본 문화가 장르 면에서 한정될 수 있고, 향유유형에서도 전통적 관람형이나 문화센터 교육 수준에 머물러 있는 경우가 많으므로, 문화향유의 분야와 유형에서의 다양성을 접할 수 있도록 할 필요가 있음

#### □ (이용자) 신규관객 개발과 기존 관객 참여확대 투트랙 전략

- 문화가 있는 날 사업은 문화에 대해 참여하지 않았던 사람을 참여하게 만드는 신규관객 개발과 기존 문화참여자의 참여가 확대되거나 심화되거나 다양화되는 것을 목표로 하는 사업임
- 신규관객 개발의 경우에는 문화취약계층 뿐 아니라 일반인 중에서도 가능하며 이것이 문화가 있는 날 사업의 본연의 사명이라는 점을 감안할 때 사업목표로 매우 중요하며 이를 성과지표로 관리할 수 있는 방안 검토

- 기존 관객의 참여를 더 확대, 심화, 다양화할 수 있는 프로그램 필요 (예) 문화마일리지, 문화공간 스탬프 투어 등



〈그림 30〉 문화가 있는 날 기획사업 개선방안

□ (장소) 문화유통공간의 다각화

- 문화시설, 교육/노동/복지시설, 교통/공간시설 등 문화유통공간 다각화를 통해 일상 가까이 문화공급
- 지역특화 프로그램은 7대 문화기반시설 외 지역 내 다양한 생활문화시설로 변경하여 문화기반시설 문화가 있는 날과 중복 조정

〈표 14〉 문화유통공간의 다각화

구분			청마	실마	생문	지콘	지특	시설
문화 시설	7대 문화기반시설	문예회관, 박물관, 미술관, 도서관, 작은도서관, 지방문화원, 문화의집				○	중복 제외	○
	7대 문화기반시설 제외한 생활문화시설	생활문화센터, 지역영상미디어센터, 지역서점, 민간공연장, 야외공연장, 조각공원, 창작공간 등				○	○	
교육/노동/사회복지 시설	교육시설	학교			○	○		
	사회복지시설	지역아동센터, 어린이집, 노인복지관 등		○	○	○		
	노동시설	근로사업장			○			
교통/공간 시설	교통/공간시설	광장, 공원, 도로 등	○	○				

\* 청마(청춘마이크), 실마(실버마이크), 지콘(지역문화 콘텐츠 특성화), 생문(생활 속 문화활동 지원), 지특(지역특화 프로그램), 시설(참여 문화기반시설)을 말하며 위 표에서는 편의상 명칭을 축약하여 표기하였음

□ (시간) 사업운영 기간 다년제 도입

- 사업 기간이 5-10월에 집중되는 문제해결을 위해, 사업을 단년도에서 2년 이상 사업으로 개선
- 문화가 있는 날 일상화에 대한 의견이 높으나, 계기성 사업으로서 정체성과 직결되어 있어서 사업의 일정 범위 내에서 변경할 수 있도록 탄력적 운영기준 마련 (예, 운영횟수의 10% 내외)

□ (홍보) 문화가 있는 날 브랜드 쇄신

- 문화가 있는 날에 대한 브랜딩이 명확하게 구축되어 있지 않고, 전국에 걸쳐 기획사업에 대한 홍보도 분절적으로 이루어지고 있음
- 문화가 있는 날에 대한 사업홍보에서 더 나아가 국민의 문화권 보장에 대한 홍보로 확대
- 광역단위에서 통합적 홍보 및 브랜딩 구축을 위해 거점 파트너를 지정하여 해당 지역 대상 홍보를 강화할 수 있는 체계 마련 필요
- 열린음악회 등 방송과 연계, 공익광고 확대 (예) 군산시민의 날 열린음악회, 연예인 홍보대사 등

□ (정보) 생활권 내 문화정보 연계제공

- 문화가 있는 날 혜택사업과 기획사업 홍보 외에 문화 생활화를 위해 지역 생활권 내에서 이루어지는 문화정보 제공 필요 (예) 다음 달 문화가 있는 날까지 지역 내에서 열리는 문화행사/공간 홍보
- 이를 위해 기초지자체 및 기초문화재단과 연계 협력 필요

□ (성과관리) 지역협력기반 성과관리

- 중앙정부 지정/운영
  - 문화향유권 보장을 위한 정부 투자는 이 사업의 장점으로, 문화가 있는 날 전국 동시 개최가 갖는 계기성, 캠페인성을 고려할 때 정부 역할 일정 부분 유지 필요
  - 중장기적으로 사업 시행은 기초단위(시군구/민간단체), 사업모니터링/네트워킹은 광역단위(시도/광역재단/민간단체), 평가/환류는 정부/지역문화진흥원에서 하는 방향으로 전환 고려
- 지자체와의 협력 강화
  - 지역 내에서 문화가 있는 날 사업에 대한 협력 강화 필요(예, 공연장소, 사업홍보, 지역문화콘텐츠 특성화 예산 협조 등)
  - 사업 초기 지자체 담당자 전국 온라인 회의 개최
- 지자체/진흥원/문화기반시설협회 공동 워크숍 도입
  - 거점 파트너(공공기관 또는 민간단체)를 선정하여 사업 초기 지자체 담당자, 주관단체, 참여단체 합동 오리엔테이션/협조사항 공유, 사업 진행시 해당 지역 현장모니터링/컨설팅/정보공유 워크숍, 사업종료 후 성과보고회 개최
  - 지역별 사업참여자 규모를 고려하여 광역 또는 권역 단위로 지자체/지역문화진흥원/문화기반시설협회 공동 워크숍 통해 네트워킹 및 우수사례 공유

<p><b>청춘마이크</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업규모의 확대만이 아닌 사업의 내실을 다질 시점</li> <li>• 보다 많은 시민을 만날 수 있는 공연장소와 일시 선정</li> <li>• 참여자 공연수준 향상 통해 청년예술가 자부심 형성 및 문화향유 질 제고</li> <li>• 공연기획 단계에서 관객개발 측면 강화</li> <li>• 권역형과 기획형의 조화 도모</li> </ul>	<p><b>실버마이크</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 실버 세대 특성을 반영한 차별화된 사업 진행</li> <li>• 실버예술가의 질적 수준 담보와 사업정체성 확립 위한 자격기준 및 심의 강화</li> <li>• 공연 프로그램 기획력 강화 및 실버예술가 인식변화를 통한 수준 높은 공연관람 기회 제공</li> <li>• 일상 속 시민문화향유 확대 위한 공연장소 선정과 관람환경 조성</li> <li>• 사업실행 권역 확대와 중앙차원의 홍보 지원 필요</li> <li>• 전국 단위 실버마이크페스티벌 진행 혹은 청년예술가 협력 공연 확대</li> </ul>	<p><b>생활 속 문화활동 지원</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 생활 속 문화활동의 구체적 의미 설정 및 정책목표 명확화</li> <li>• 2개 대상 프로그램 동시 기획 진행 사업구조 개선(지역별 대상 선택기회 제공 vs 트랙분리 운영)</li> <li>• 문화환경취약지역 혹은 소외계층에 관한 새로운 해석, 적용 필요</li> <li>• 대상맞춤형 프로세스 강화를 위한 예비선정기간 및 제도 도입</li> <li>• 다회차 운영의 효과성 제고 및 문날 주간 한정 운영 관련 유연한 가이드라인 설계, 제공</li> <li>• 사업운영 방식 및 과정에서의 중앙조직 역할 확대 및 지역 내 사업인지도 제고를 위한 홍보 강화</li> </ul>
<p><b>지역문화 콘텐츠 특성화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 문날 기획사업으로서의 잔존 vs 주민역량 기반 타 지역문화 사업으로의 재편 검토</li> <li>• 정책목표 명확화 : 주민주체 역량기반 과정 중심 관점의 강화(사업목표, 평가지표 유기성 확보)</li> <li>• 지역안착을 위한 기초지자체 사업 인식 제고를 위한 노력</li> <li>• 자부담 매칭 부담 완화 및 지역/지자체 차원의 공적 지원 획득을 위한 실질적인 프로세스 지원</li> <li>• 사업수행 과정 상에서 단체 간 합동 워크숍 및 네트워크 구축 기회 제공</li> </ul>	<p><b>지역특화 프로그램</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화가 있는 날 지역특화 프로그램에 대한 구체적 방향성 제시</li> <li>• 지자체 관심 및 참여제고를 위한 지역간 연계 신청방안 모색</li> <li>• 문체부/지자체/참여단체 간 전달체계 개선 및 네트워킹 강화</li> <li>• 통합 브랜딩 및 홍보를 위한 거점 파트너와의 협력 고려</li> </ul>	<p><b>문화기반시설 문화가 있는 날</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 참여문화시설 지원사업 운영인력 네트워크 및 역량 강화</li> <li>• 참여문화시설을 지역거점으로 강화-협력기회 프로그램 운영을 위한 가이드라인 마련</li> <li>• 문화가 있는 날 사업의 평가체계 개선</li> <li>• 문화가 있는 날 정보플랫폼 개선, 지자체 협업 등 홍보방안 개선</li> </ul>

〈그림 31〉 문화가 있는 날 기획사업 개별사업 개선방안 요약

## □ 향후 연구과제

- 문화가 있는 날 기획사업 10주년을 맞이하여 “문화가 있는 날 기획사업 중장기 전달체계 개선방안 연구” 필요
  - 기획사업의 전달체계가 전국 공모, 권역별 공모, 광역단위 공모, 지정공모 등 사업별로 달라 사업관리의 효율성이 낮고 지역분권 및 지역자치 흐름과 맞지 않는 점은 없는지 검토
  - 정부의 핵심 역할을 도출하고 이를 중심으로 지자체와의 협력을 확대하면서, 중장기적으로 사업시행은 기초단위(시군구/민간단체), 사업모니터링/네트워킹은 광역단위(시도/광역재단/민간단체), 평가/환류는 정부/지역문화진흥원에서 하는 방향으로 전환하는 방안 연구 필요
- 2023년도 사업 추진시 개별사업별/주관단체별 성과평가를 위한 평가설계를 통해 평가지표, 목표치 등을 제시할 필요가 있음



# 목 차

I. 서론 .....	1
1. 연구배경 및 목적 .....	2
2. 연구내용 및 방법 .....	3
II. 문화가 있는 날 기획사업 .....	11
1. 문화가 있는 날 .....	12
2. 2022년 문화가 있는 날 기획사업 .....	23
III. 문화가 있는 날 기획사업 평가체계 및 평가지표 개발 .....	27
1. 선행연구의 평가체계 및 평가지표 검토 .....	28
2. 통합적 평가체계 및 평가지표 개발 .....	38
IV. 문화가 있는 날 기획사업 설문조사 및 FGI 조사결과 .....	43
1. 조사개요 .....	44
2. 이용자 설문조사 .....	47
3. 참여자 설문조사 .....	86
4. 참여자 및 정책전문가 FGI .....	145

# 목 차

V. 문화가 있는 날 기획사업 성과분석 .....	191
1. 청춘마이크 성과분석 .....	192
2. 실버마이크 성과분석 .....	212
3. 생활 속 문화활동 지원 성과분석 .....	225
4. 지역문화 콘텐츠 특성화 성과분석 .....	243
5. 지역특화 프로그램 성과분석 .....	262
6. 참여 문화기반시설 성과분석 .....	275
7. 성과분석 종합 .....	292
VI. 문화가 있는 날 기획사업 개선방안 .....	305
1. 문화향유 정책 환경변화와 기본방향 .....	306
2. 문화가 있는 날 기획사업 개선방안 .....	330
참고문헌 .....	402
부록1. 이용자 설문조사 설문지 .....	403
부록2. 참여자 설문조사 설문지 .....	411
부록3. 개별 프로그램 사업표 .....	424

---

## 표 목차

---

〈표 1-1〉 연구범위 .....	4
〈표 1-2〉 연구방법 .....	8
〈표 1-3〉 참여단체 및 이용자 설문조사 및 FGI 규모 .....	9
〈표 2-1〉 문화가 있는 날 주요 추진 경과 .....	13
〈표 2-2〉 문화가 있는 날 법령상 근거 .....	13
〈표 2-3〉 ‘국민문화활동 지원’ 예산 .....	15
〈표 2-4〉 ‘국민문화활동 지원’ 예산 항목 변화(2020~2022) .....	15
〈표 2-5〉 문화가 있는 날 혜택 .....	17
〈표 2-6〉 문화가 있는 날 기획사업 구조 .....	18
〈표 2-7〉 문화가 있는 날 사업추진단-지역문화진흥원 주관 기획사업 연혁 .....	19
〈표 2-8〉 ‘참여 문화시설 지원’ 사업 추진 경과 .....	20
〈표 2-9〉 지역특화 프로그램 사업 변화(2016~2018) .....	21
〈표 2-10〉 지역특화 프로그램 연도별 운영 경과(2018~2022) .....	21
〈표 2-11〉 2022년 문화가 있는 날 기획사업 현황 .....	23
〈표 2-12〉 문화가 있는 날 기획사업 전달체계 및 운영 방식 .....	26
〈표 3-1〉 연도별 문화가 있는 날 기획사업 평가대상 및 평가방법 .....	28
〈표 3-2〉 2017년 평가체계 및 평가지표 .....	30
〈표 3-3〉 2018년 평가체계 및 평가지표 .....	30
〈표 3-4〉 2019년 평가체계 및 평가지표 .....	32
〈표 3-5〉 2020년 평가체계 및 평가지표 .....	33
〈표 3-6〉 2021년 평가체계 및 평가지표 .....	35
〈표 3-7〉 2021년 평가체계 및 평가지표 (상세) .....	35
〈표 3-8〉 2022년 평가체계 및 평가지표(안) .....	41
〈표 3-9〉 2022년과 2021년 평가지표 비교 .....	42
〈표 4-1〉 문화가 있는 날 기획사업 조사 설계 .....	44
〈표 4-2〉 문화가 있는 날 기획사업 표본 설계 .....	45
〈표 4-3〉 문화가 있는 날 기획사업 주요 조사 내용 .....	46
〈표 4-4〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사 조사 설계 .....	47
〈표 4-5〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사 내용 .....	48
〈표 4-6〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사 실시 현황 .....	50
〈표 4-7〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 특성 .....	51
〈표 4-8〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 사업별 이용자(관람객) 특성 .....	52
〈표 4-9〉 문화활동 경험(지난 1년간) .....	53
〈표 4-10〉 ‘문화가 있는 날’ 관련 티켓 할인 혜택 경험 여부 .....	54
〈표 4-11〉 ‘문화가 있는 날’ 기획사업 이전 참여 경험 여부 .....	56

〈표 4-12〉 문화 향유 기회에 대한 인식 .....	57
〈표 4-13〉 지역문화 관련 행사 개최 빈도에 대한 인식 .....	58
〈표 4-14〉 ‘문화가 있는 날’ 인지도 .....	59
〈표 4-15〉 행사(프로그램) 참여 동기 .....	60
〈표 4-16〉 행사(프로그램) 참여 경로 .....	61
〈표 4-17〉 참여 행사(프로그램) 유형 .....	62
〈표 4-18〉 참여 행사(프로그램)의 참가 비용 .....	63
〈표 4-19〉 유료 행사(프로그램)의 참가 비용 .....	64
〈표 4-20〉 행사(프로그램) 진행 장소(공간) .....	66
〈표 4-21〉 행사(프로그램) 참여 시간 .....	67
〈표 4-22〉 행사(프로그램) 참여 시 동행자 .....	68
〈표 4-23〉 행사(프로그램) 참여 만족도 .....	69
〈표 4-24〉 사업별 행사(프로그램) 참여 만족도 .....	71
〈표 4-25〉 청춘마이크 참여 만족도 .....	72
〈표 4-26〉 실버마이크 참여 만족도 .....	72
〈표 4-27〉 지역문화 콘텐츠 활성화/생활 속 문화활동 지원/지역특화 프로그램 참여 만족도 .....	73
〈표 4-28〉 문화기반시설의 공간 성격/취지 적합성 만족도 .....	74
〈표 4-29〉 문화기반시설의 다른 문화행사/프로그램 관심도 .....	75
〈표 4-30〉 사업 성과 평가 .....	76
〈표 4-31〉 사업별 사업 성과 평가 .....	77
〈표 4-32〉 사업 효과(정책 효과) 평가 .....	79
〈표 4-33〉 사업별 사업 효과(정책 효과) 평가 .....	80
〈표 4-34〉 프로그램 관람을 통해 얻은 것(1순위) .....	82
〈표 4-35〉 프로그램 관람을 통해 얻은 것(복수응답 : 1+2순위) .....	82
〈표 4-36〉 프로그램 개선이 필요한 부분(1순위) .....	84
〈표 4-37〉 프로그램 개선이 필요한 부분(복수응답 : 1+2순위) .....	84
〈표 4-38〉 행사(프로그램) 관련 자유의견 .....	85
〈표 4-39〉 문화가 있는 날 기획사업 참여자 설문조사 조사 설계 .....	86
〈표 4-40〉 문화가 있는 날 기획사업 참여자 설문조사 내용 .....	87
〈표 4-41〉 문화가 있는 날 기획사업 참여자 대상 설문조사 실시 현황 .....	89
〈표 4-42〉 문화가 있는 날 기획사업 참여자 특성 .....	90
〈표 4-43〉 사업 참여 이유 .....	91
〈표 4-44〉 사업 인지 경로 .....	92
〈표 4-45〉 올해 이전의 사업 참여 경험 .....	93
〈표 4-46〉 올해 이전 사업 참여 횟수 .....	95
〈표 4-47〉 사업 예산 .....	97
〈표 4-48〉 사업 투입 인력 규모 .....	98
〈표 4-49〉 프로그램 유형(복수응답) .....	99

〈표 4-50〉 프로그램 운영 방식 .....	100
〈표 4-51〉 프로그램 장소(복수응답) .....	102
〈표 4-52〉 프로그램 운영 기간(복수응답) .....	105
〈표 4-53〉 프로그램 홍보 방법(복수응답) .....	106
〈표 4-54〉 문화가 있는 날 주간의 프로그램 운영 횟수(평균) .....	107
〈표 4-55〉 문화가 있는 날 주간의 관람객/이용자 수(평균) .....	108
〈표 4-56〉 기획사업 인식(1순위) .....	110
〈표 4-57〉 기획사업 인식(복수응답 : 1+2순위) .....	110
〈표 4-58〉 문화가 있는 날 기획사업 평가 .....	111
〈표 4-59〉 문화가 있는 날 기획사업 평가 .....	112
〈표 4-60〉 사업실행이 잘된 점(1순위) .....	114
〈표 4-61〉 사업실행이 잘된 점(복수응답 : 1+2+3순위) .....	115
〈표 4-62〉 사업실행 애로사항(1순위) .....	117
〈표 4-63〉 사업실행 애로사항(복수응답 : 1+2+3순위) .....	118
〈표 4-64〉 청춘마이크 사업실행 평가 .....	119
〈표 4-65〉 실버마이크 사업실행 평가 .....	120
〈표 4-66〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업실행 평가 .....	121
〈표 4-67〉 생활 속 문화활동 지원 사업실행 평가 .....	122
〈표 4-68〉 지역특화 프로그램 사업실행 평가 .....	123
〈표 4-69〉 문화기반시설 사업실행 평가 .....	124
〈표 4-70〉 문화기반시설별 사업실행 평가 .....	124
〈표 4-71〉 주관기관 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과 .....	125
〈표 4-72〉 사업별 주관기관 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과 .....	126
〈표 4-73〉 참여단체(예술가) 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과 .....	127
〈표 4-74〉 사업별 참여단체(예술가) 대상 문화가 있는 날 기획사업 평가 .....	128
〈표 4-75〉 참여단체/예술가 성과(1순위) .....	130
〈표 4-76〉 참여단체/예술가 성과(복수응답 : 1+2순위) .....	131
〈표 4-77〉 이용자 성과 .....	132
〈표 4-78〉 사업별 이용자 성과 .....	134
〈표 4-79〉 사업 효과(정책 효과) .....	135
〈표 4-80〉 사업별 사업 효과(정책 효과) .....	137
〈표 4-81〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여 단체가 기여한 정책 효과(1순위) .....	139
〈표 4-82〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여 단체가 기여한 정책 효과(복수응답 : 1+2순위) .....	140
〈표 4-83〉 사업 개선 방안(1순위) .....	142
〈표 4-84〉 사업 개선 방안(복수응답 : 1+2+3순위) .....	143
〈표 4-85〉 행사(프로그램) 관련 자유의견 .....	144
〈표 4-86〉 문화가 있는 날 기획사업 관계자 FGI(포커스그룹인터뷰) 구성 .....	145
〈표 4-87〉 문화가 있는 날 기획사업 관계자 FGI(포커스그룹인터뷰) 진행 현황 .....	146

〈표 4-88〉 문화가 있는 날 기획사업 관계자 FGI 주요 조사내용	147
〈표 4-89〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 관계자 FGI 참여자 현황	148
〈표 5-1〉 청춘마이크 사업내용	192
〈표 5-2〉 청춘마이크 사업 규모 변화(2016~2022)	193
〈표 5-3〉 청춘마이크 공연 장소 유형	194
〈표 5-4〉 청춘마이크 공연 장르	194
〈표 5-5〉 청춘마이크 공연 사례비	194
〈표 5-6〉 청춘마이크 권역별-기획형 공연팀 배정	194
〈표 5-7〉 청춘마이크 권역형 주관단체 현황	195
〈표 5-8〉 청춘마이크 기획형 주관단체 현황	196
〈표 5-9〉 청춘마이크 참여예술가 선정 현황	196
〈표 5-10〉 청춘마이크 주관단체별 참여예술가 현황	197
〈표 5-11〉 청춘마이크 페스티벌	198
〈표 5-12〉 청춘마이크 2022년도 공연 운영 결과	201
〈표 5-14〉 실버마이크 공연 장르 구분 및 예시	213
〈표 5-15〉 실버마이크 공연 사례비 지급 기준	213
〈표 5-16〉 실버마이크 주관기관	214
〈표 5-17〉 실버마이크 주관기관별 실버예술가 공모 결과	214
〈표 5-18〉 생활 속 문화활동 지원 사업 추진 목표 및 방향, 전략, 기대효과	225
〈표 5-19〉 생활 속 문화활동_사업 수혜대상 기준 변화 (2021~2022)	227
〈표 5-20〉 생활 속 문화활동 지원_사업운영방식	228
〈표 5-21〉 생활 속 문화활동 사업_기존 사업 및 통합 내용 (2021~2022)	229
〈표 5-22〉 생활 속 문화활동 지원_2020~2022년 실적 비교	230
〈표 5-23〉 문화활동 경험(지난 1년간)	234
〈표 5-24〉 프로젝트 날다 - ‘예술 두드림! 하늘을 날다’	241
〈표 5-25〉 문화예술스튜디오 노래숲 - 위로와 응원의 예술밥상	242
〈표 5-26〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업운영방식	244
〈표 5-27〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 연차별 지원규모 및 매칭구조	244
〈표 5-28〉 지역문화 콘텐츠 특성화_사업 분화(2016~2018)	244
〈표 5-29〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 - 사업지원 내용 및 구조	245
〈표 5-30〉 2022 지역문화 콘텐츠 특성화 참여 단체 리스트	247
〈표 5-31〉 지역문화 콘텐츠 특성화 프로그램 유형 전체 대비 비교(복수응답)	253
〈표 5-32〉 제주극장 사회적협동조합 - 제주굴밭놀이터	259
〈표 5-33〉 2022년 상림 문화놀이 장날	260
〈표 5-34〉 지역특화 프로그램 사업 변화 (2016~2018)	263
〈표 5-35〉 지역특화 프로그램 연도별 운영 경과 (2018~2022)	263
〈표 5-36〉 경기도 시흥시 지역특화 프로그램	273
〈표 5-37〉 전남 고흥군 지역특화 프로그램	274

〈표 5-38〉 2022년 참여 문화기반시설 예산 .....	275
〈표 5-39〉 참여 문화기반시설 사업운영방식 .....	277
〈표 5-40〉 참여 문화기반시설 사업시작연도, 예산, 선정단체 수, 프로그램 수, 이용자 수 .....	282
〈표 5-41〉 참여 문화기반시설 사업성과 .....	288
〈표 5-42〉 교동미술관_아트 홀리데이, 전주 체크인 .....	290
〈표 5-43〉 대담미술관_동네방네 미술관 .....	291
〈표 5-44〉 문화가 있는 날 기획사업 운영결과 종합(2015~2022) .....	292
〈표 5-45〉 문화가 있는 날 기획사업 투입예산 규모(2015~2022) .....	293
〈표 5-46〉 문화가 있는 날 기획사업 참여단체 수(2015~2022) .....	294
〈표 5-47〉 문화가 있는 날 기획사업 프로그램 횟수(2015~2022) .....	295
〈표 5-48〉 문화가 있는 날 기획사업 이용자 수(2015~2022) .....	296
〈표 6-1〉 각 정부별 향유정책 목표 및 과제 정리 .....	308
〈표 6-2〉 『문화기본법』과 『유네스코 문화다양성 선언』에 나타난 ‘문화’의 정의 비교 .....	314
〈표 6-3〉 문화의 3층위(안)_표현문화, 관계문화, 의식문화 .....	317
〈표 6-4〉 용어의 구분: 향수(享受)와 향유(享有) .....	319
〈표 6-5〉 용어의 구분: 문화향유 vs 예술향유(안) .....	321
〈표 6-6〉 유네스코 문화활동 세부지표 기반 문화가 있는 날 기획사업 유형 분류(안) .....	322
〈표 6-7〉 문화향유 유형 분류(안) .....	325
〈표 6-8〉 문화가 있는 날 기획사업 문화향유 유형(안) 분석 적용 .....	326
〈표 6-9〉 문화권의 분류 .....	334
〈표 6-10〉 정책대상에 따른 문화향유사업의 구분 .....	336
〈표 6-11〉 장애인과 일반인이 함께 향유하기 위한 접근성 제고 사례 .....	336
〈표 6-12〉 문화향유 유형의 다양성 .....	337
〈표 6-13〉 문화향유 촉진 위한 정책수단 유형 .....	338
〈표 6-14〉 문화가 있는 날 사업 유형 .....	339
〈표 6-15〉 문화유통공간의 다각화 .....	343
〈표 6-16〉 광역별 60대 이상 예술활동증명 예술인 현황 .....	360
〈표 6-17〉 생활 속 문화활동 지원 참여자 개선사항 (1순위) .....	366
〈표 6-18〉 2022년 기준 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 방향 .....	378

## 그림 목차

〈그림 1-1〉 연구목적 .....	3
〈그림 1-2〉 연구내용 .....	6
〈그림 1-3〉 연구흐름도 .....	9
〈그림 2-1〉 문화가 있는 날 종합정보 안내 누리집 .....	16
〈그림 2-2〉 문화향유 정책의 스펙트럼 .....	22
〈그림 3-1〉 OECD 개발사업 성과평가 모델 .....	38
〈그림 3-2〉 모니터링 및 평가 프레임워크 .....	40
〈그림 4-1〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사 수행 절차 .....	49
〈그림 4-2〉 문화활동 경험(지난 1년간) .....	53
〈그림 4-3〉 ‘문화가 있는 날’ 관련 티켓 할인 혜택 경험 여부 .....	54
〈그림 4-4〉 ‘문화가 있는 날’ 기획사업 이전 참여 경험 여부 .....	55
〈그림 4-5〉 문화 향유 기회에 대한 인식 .....	57
〈그림 4-6〉 지역문화 관련 행사 개최 빈도에 대한 인식 .....	58
〈그림 4-7〉 ‘문화가 있는 날’ 인지도 .....	59
〈그림 4-8〉 행사(프로그램) 참여 동기 .....	60
〈그림 4-9〉 행사(프로그램) 참여 경로 .....	61
〈그림 4-10〉 참여 행사(프로그램) 유형 .....	62
〈그림 4-11〉 참여 행사(프로그램)의 참가 비용 .....	63
〈그림 4-12〉 유료 행사(프로그램)의 참가 비용 .....	64
〈그림 4-13〉 행사(프로그램) 진행 장소(공간) .....	65
〈그림 4-14〉 행사(프로그램) 참여 시간 .....	67
〈그림 4-15〉 행사(프로그램) 참여 시 동행자 .....	68
〈그림 4-16〉 행사(프로그램) 참여 만족도 .....	69
〈그림 4-17〉 청춘마이크/실버마이크 참여 만족도 .....	72
〈그림 4-18〉 지역문화 콘텐츠 활성화/생활 속 문화활동 지원/지역특화 프로그램 참여 만족도 .....	73
〈그림 4-19〉 문화기반시설의 공간 성격/취지 적합성 만족도 .....	74
〈그림 4-20〉 문화기반시설의 다른 문화행사/프로그램 관심도 .....	75
〈그림 4-21〉 사업 성과 평가 .....	76
〈그림 4-22〉 사업 효과(정책 효과) 평가 .....	79
〈그림 4-23〉 프로그램 관람을 통해 얻은 것 .....	81
〈그림 4-24〉 프로그램 개선이 필요한 부분 .....	83
〈그림 4-25〉 행사(프로그램) 관련 자유의견 .....	85
〈그림 4-26〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여자(기관/단체/공연팀) 대상 설문조사 수행 절차 .....	88
〈그림 4-27〉 사업 참여 이유 .....	91
〈그림 4-28〉 사업 인지 경로 .....	92

〈그림 4-29〉 올해 이전의 사업 참여 경험 .....	93
〈그림 4-30〉 올해 이전 사업 참여 횟수 .....	94
〈그림 4-31〉 사업 예산 .....	97
〈그림 4-32〉 사업 투입 인력 규모 .....	98
〈그림 4-33〉 프로그램 유형(복수응답) .....	99
〈그림 4-34〉 프로그램 운영 방식 .....	100
〈그림 4-35〉 프로그램 장소(복수응답) .....	101
〈그림 4-36〉 프로그램 운영 기간(복수응답) .....	104
〈그림 4-37〉 프로그램 홍보 방법(복수응답) .....	106
〈그림 4-38〉 문화가 있는 날 주간의 프로그램 운영 횟수(평균) .....	107
〈그림 4-39〉 문화가 있는 날 주간의 관람객/이용자 수(평균) .....	108
〈그림 4-40〉 기획사업 인식 .....	109
〈그림 4-41〉 문화가 있는 날 기획사업 평가 .....	111
〈그림 4-42〉 사업실행이 잘된 점 .....	113
〈그림 4-43〉 사업실행 애로사항 .....	116
〈그림 4-44〉 청춘마이크 사업실행 평가 .....	119
〈그림 4-45〉 실버마이크 사업실행 평가 .....	120
〈그림 4-46〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업실행 평가 .....	121
〈그림 4-47〉 생활 속 문화활동 지원 사업실행 평가 .....	122
〈그림 4-48〉 지역특화 프로그램 사업실행 평가 .....	123
〈그림 4-49〉 문화기반시설 사업실행 평가 .....	124
〈그림 4-50〉 주관기관 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과 .....	125
〈그림 4-51〉 참여단체(예술가) 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과 .....	127
〈그림 4-52〉 참여단체/예술가 성과 .....	129
〈그림 4-53〉 이용자 성과 .....	132
〈그림 4-54〉 사업 효과(정책 효과) .....	135
〈그림 4-55〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여 단체가 기여한 정책 효과 .....	138
〈그림 4-56〉 사업 개선 방안 .....	141
〈그림 4-57〉 FGI(포커스그룹인터뷰) 수행 절차 .....	147
〈그림 5-1〉 청춘마이크 추진체계 .....	195
〈그림 5-2〉 청춘마이크 연간일정 .....	199
〈그림 5-3〉 청춘마이크 행사(프로그램) 참여 동기 .....	202
〈그림 5-4〉 청춘마이크 이용자 성과 .....	202
〈그림 5-5〉 청춘마이크 이용자 만족도(개별 문항) .....	203
〈그림 5-6〉 청춘마이크 참여자 성과 .....	205
〈그림 5-7〉 청춘마이크 참여자 실행 평가(개별 문항) .....	205
〈그림 5-8〉 청춘마이크 정책 성과(이용자) .....	207
〈그림 5-9〉 청춘마이크 정책 성과(참여자) .....	207

〈그림 5-10〉 청춘마이크 참여자 자체 성과 인식(1+2순위) .....	208
〈그림 5-11〉 청춘마이크 우수사례(경북권) .....	210
〈그림 5-12〉 청춘마이크 우수사례(기획형:청춘아리랑) .....	211
〈그림 5-13〉 실버마이크 추진체계 .....	214
〈그림 5-14〉 실버마이크 연간일정 .....	216
〈그림 5-15〉 실버마이크 이용자 문화활동 경험 .....	218
〈그림 5-16〉 실버마이크 이용자 성과 .....	218
〈그림 5-17〉 실버마이크 이용자 만족도(개별 문항) .....	218
〈그림 5-18〉 실버마이크 참여자 성과 .....	220
〈그림 5-19〉 실버마이크 참여자 실행 평가(개별 문항) .....	220
〈그림 5-20〉 실버마이크 정책 성과(참여자) .....	222
〈그림 5-21〉 실버마이크 정책 성과(이용자) .....	223
〈그림 5-22〉 실버마이크 우수사례 공연_〈좌〉충남 천안 독립기념관 〈우〉울산북구 청소년문화의집 .....	224
〈그림 5-23〉 생활 속 문화활동 지원 이용자 성과 .....	233
〈그림 5-24〉 생활 속 문화활동 지원 이용자 성과(개별문항) .....	233
〈그림 5-25〉 문화 향유 기회에 대한 인식 .....	234
〈그림 5-26〉 생활 속 문화활동 지원 참여자 성과 .....	236
〈그림 5-27〉 생활 속 문화활동 지원 참여자 성과(개별문항) .....	236
〈그림 5-28〉 생활 속 문화활동 지원 정책성과 (이용자) .....	238
〈그림 5-29〉 생활 속 문화활동 지원 정책성과 (참여자) .....	239
〈그림 5-30〉 생활 속 문화활동 지원 프로그램 관리를 통해 얻은 것 (이용자, 1순위) .....	240
〈그림 5-31〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업_5개년 연차별 성장과정(안) .....	246
〈그림 5-32〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 연간 일정 .....	246
〈그림 5-33〉 2022년 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 참여단체 지역별 분포 .....	250
〈그림 5-34〉 2022년 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 지역별·연차별 참여 현황 .....	250
〈그림 5-35〉 지역문화 콘텐츠 특성화 이용자 성과 .....	251
〈그림 5-36〉 지역문화 콘텐츠 특성화 이용자 성과(개별문항) .....	252
〈그림 5-37〉 지역문화 콘텐츠 특성화 이용자 정책효과 인식 .....	252
〈그림 5-38〉 지역문화 콘텐츠 특성화 생활 속 문화활동 지원 지역특화 프로그램 이용자 성과(개별문항비교) ..	253
〈그림 5-39〉 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 성과 .....	254
〈그림 5-40〉 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 성과(개별문항) .....	255
〈그림 5-41〉 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 자체성과 인식 .....	255
〈그림 5-42〉 지역문화 콘텐츠 특성화 정책 성과 (이용자) .....	257
〈그림 5-43〉 지역문화 콘텐츠 특성화 정책 성과 (참여자) .....	257
〈그림 5-44〉 지역특화 프로그램 이용자 성과 .....	267
〈그림 5-45〉 지역특화 프로그램 이용자 만족도 (개별문항) .....	268
〈그림 5-46〉 지역특화 프로그램 행사(프로그램) 참여 동기 (%) .....	269
〈그림 5-47〉 지역특화 프로그램 행사(프로그램) 참여 경로 (%) .....	269

〈그림 5-48〉 지역특화 프로그램 참여자 성과 .....	270
〈그림 5-49〉 지역특화 프로그램 참여자 성과(개별문항) .....	270
〈그림 5-50〉 지역특화 프로그램 정책성과 (이용자) .....	272
〈그림 5-51〉 지역특화 프로그램 정책성과 (참여자) .....	272
〈그림 5-52〉 참여 문화기반시설 이용자 성과 .....	283
〈그림 5-53〉 참여 문화기반시설 이용자 만족도(개별문항) .....	283
〈그림 5-54〉 참여 문화기반시설 참여자 성과 .....	285
〈그림 5-55〉 참여 문화기반시설 참여자 성과(개별문항) .....	286
〈그림 5-56〉 참여 문화기반시설 정책성과(이용자) .....	287
〈그림 5-57〉 참여 문화기반시설 정책성과(참여자) .....	287
〈그림 5-58〉 참여 문화기반시설 이용자_프로그램 관람을 통해 얻은 것(1순위) .....	288
〈그림 5-59〉 이용자 성과 종합 .....	297
〈그림 5-60〉 이용자 만족도 .....	298
〈그림 5-61〉 이용자 재참여 의사 .....	298
〈그림 5-62〉 이용자가 프로그램 참여를 통해 얻은 것(1+2순위) .....	299
〈그림 5-63〉 이용자 성과 : 심리적 영향, 사회적 영향, 문화역량 영향 .....	299
〈그림 5-64〉 참여자 성과 종합 .....	300
〈그림 5-65〉 참여자 만족도 .....	300
〈그림 5-66〉 참여자 재참여도 .....	301
〈그림 5-67〉 참여자 중 주관기관 성과 .....	301
〈그림 5-68〉 참여자 중 참여단체/예술가 성과 .....	302
〈그림 5-69〉 참여자 중 참여단체/예술가 성과에 대한 우선순위(1+2순위) .....	302
〈그림 5-70〉 이용자 및 참여자가 생각하는 정책성과 .....	303
〈그림 5-71〉 정책성과 우선순위(1+2순위) .....	303
〈그림 6-1〉 유네스코 문화통계를 위한 문화적 범주 및 관련 영역 .....	314
〈그림 6-2〉 『문화기본법』의 핵심가치에 따른 문화의 3층위 연계 .....	318
〈그림 6-3〉 문화가 있는 날 기획사업 공통 개선과제 .....	330
〈그림 6-4〉 이용자 개선요구사항 .....	331
〈그림 6-5〉 참여자 사업실행 애로사항(1+2+3순위) .....	332
〈그림 6-6〉 참여자 개선과제(1+2+3순위) .....	332
〈그림 6-7〉 문화가 있는 날 사업 유형 .....	339
〈그림 6-8〉 문화가 있는 날 사업의 특성 .....	341
〈그림 6-9〉 문화가 있는 날 기획사업의 차별성 .....	342
〈그림 6-10〉 문화가 있는 날 기획사업 개선방안 .....	342
〈그림 6-11〉 프로그램 운영장소(중복응답) .....	344
〈그림 6-12〉 문화가 있는 날 기획사업 개선방향 .....	345
〈그림 6-13〉 문화가 있는 날 기획사업 개별사업 개선방안 요약 .....	346
〈그림 6-14〉 청춘마이크 개선점 .....	348

〈그림 6-15〉 청춘마이크 참여자 사업실행 애로사항(1+2+3순위) .....	349
〈그림 6-16〉 청춘마이크 개선방안 .....	351
〈그림 6-17〉 청춘마이크 참여자 이용자 개선점(1+2순위) .....	352
〈그림 6-18〉 청춘마이크 참여자 개선과제(1+2+3순위) .....	354
〈그림 6-19〉 실버마이크 문제점 .....	355
〈그림 6-20〉 실버마이크 사업실행 애로사항(1+2+3순위) .....	357
〈그림 6-21〉 실버마이크 개선방안 .....	358
〈그림 6-22〉 실버마이크 참여자 개선과제(1+2+3순위) .....	359
〈그림 6-23〉 실버마이크 이용자 개선점 (1+2순위) .....	361
〈그림 6-24〉 생활 속 문화활동 지원사업 문제점 .....	364
〈그림 6-25〉 생활 속 문화활동 지원 이용자 개선과제 (1+2+3순위) .....	364
〈그림 6-26〉 생활 속 문화활동 지원 참여자 애로사항 (1+2+3순위) .....	365
〈그림 6-27〉 생활 속 문화활동 지원 참여자 개선과제 (1+2+3순위) .....	365
〈그림 6-28〉 생활 속 문화활동 개선방안 .....	370
〈그림 6-29〉 지역문화 콘텐츠 특성화 문제점 .....	375
〈그림 6-30〉 지역문화 콘텐츠 특성화 개선과제 (이용자) .....	375
〈그림 6-31〉 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 애로사항 (1+2+3순위) .....	376
〈그림 6-32〉 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 개선과제 (1+2+3순위) .....	376
〈그림 6-33〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 관점의 변화 .....	377
〈그림 6-34〉 지역문화 콘텐츠 특성화 개선방안 .....	381
〈그림 6-35〉 지역특화 프로그램 문제점 .....	384
〈그림 6-36〉 지역특화 프로그램 참여자 애로사항(1순위) (%) .....	384
〈그림 6-37〉 지역특화 프로그램 참여자 사업 개선 방안(1+2+3순위) (%) .....	385
〈그림 6-38〉 지역특화 프로그램 개선방안 .....	389
〈그림 6-39〉 지역특화 프로그램 참여자 사업 개선 방안(1+2+3순위) (%) .....	390
〈그림 6-40〉 지역특화 프로그램 참여자 사업 참여자 애로사항(1+2+3순위) (%) .....	392
〈그림 6-41〉 문화기반시설 문화가 있는 날 문제점 .....	394
〈그림 6-42〉 참여 문화기반시설 참여자 개선과제(1+2+3순위) (%) .....	396
〈그림 6-43〉 참여 문화기반시설 이용자 개선점 (1+2순위) (%) .....	396
〈그림 6-44〉 문화기반시설 문화가 있는 날 개선방안 .....	398
〈그림 6-45〉 참여 문화기반시설 참여자 애로사항 (1+2+3순위) .....	401



# 서론

1. 연구배경 및 목적
2. 연구내용 및 방법



# 1. 서론

## 1. 연구배경 및 목적

### 1) 연구배경

#### □ 문화가 있는 날 기획사업

- ‘문화가 있는 날’은 국민 누구나 일상에서 문화를 향유할 수 있도록 「문화기본법」12조 2항에 근거하여 2014년부터 시행되었음
- ‘문화가 있는 날’은 매달 마지막 수요일과 그 주간에 전국 2,000여 개 이상의 문화시설 할인 또는 무료관람, 야간개방 등 문화 혜택 제공
- ‘문화가 있는 날 기획사업’은 2015년부터 시작되었으며, 2018년 지역문화진흥원으로 이관하여 추진하고 있음

#### □ 문화가 있는 날 기획사업 평가범위 확대

- 문화가 있는 날 기획사업에 대한 평가는 그간 지역문화진흥원 주관사업에 대해 실시해 왔음
- 2022년 평가는 지역문화진흥원 기획사업 외에 지방자치단체 기획사업, 문화기반시설 기획사업이 추가되어 평가대상이 확대됨
- 평가대상 기획사업의 규모가 커지고 유형이 다양해짐에 따라 전체 기획사업과 부문별 기획사업의 특성을 반영한 평가체계 보완 필요

#### □ 문화가 있는 날 기획사업 정책 환경변화 대응 필요

- 새 정부 출범, 포스트코로나 시대로의 전환 등 정책 및 사회문화 환경변화에 대응하여 문화가 있는 날 기획사업에 대한 개선방안 마련 필요
- 특히 지역의 문화분권에 대한 요구 증대와 기획사업의 복잡한 전달체계로 인한 사업수행의 효율성에 대한 재점검 필요
- 문화향유 정책 내에서 문화가 있는 날 기획사업의 정책적 포지셔닝을 재점검하고 통합적 성과관리를 위한 추진체계 개선 필요

## 2) 연구목적

### □ 기획사업의 통합적 평가체계 및 평가지표 개발

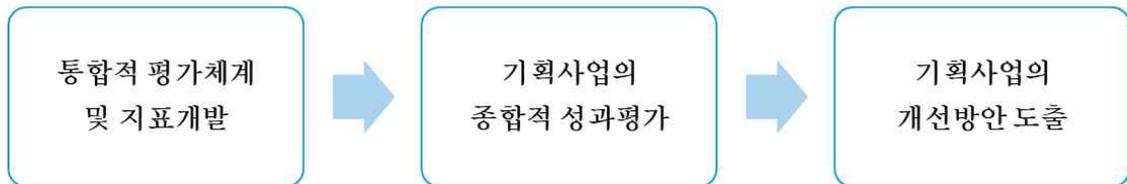
- 기획사업의 다양한 유형을 포괄하는 통합적 성과평가 체계 및 지표 개발
- 기획사업의 공통지표와 사업별 지표로 구성

### □ 기획사업의 종합적 성과평가

- 기획사업의 추진현황 및 실적 분석
- 기획사업의 참여자, 이용자, 정책전문가 조사 통한 정량적, 정성적 평가

### □ 기획사업 개선방안 마련

- 기획사업의 정책환경 변화 고찰
- 기획사업의 정책적 포지셔닝, 전달체계 측면에서 개선방안 마련



〈그림 1-1〉 연구목적

## 2. 연구내용 및 방법

### 1) 연구범위

#### □ 2022년 「문화가 있는 날」 기획사업

- 문화체육관광부(이하 문체부)·지방자치단체 기획사업 1개 (35개 프로그램)
- 지역문화진흥원 기획사업 4개

○ 문화기반시설 기획사업 7개

〈표 1-1〉 연구범위

그룹	구분	사업명	사업비(억원)
1	문체부/지자체	지역특화 프로그램 지원	18
2	지역문화진흥원	청춘마이크	72.5
	지역문화진흥원	실버마이크	14.5
	지역문화진흥원	지역문화 콘텐츠 특성화	26
	지역문화진흥원	생활 속 문화활동 지원	15
3	한국문화예술회관연합회	「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원	17
	한국문화의집협회	「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원	1
	한국문화원연합회	「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원	2
	한국사립미술관협회	「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원	2
	한국박물관협회	「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원	2.5
	한국도서관문화진흥원	「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원	2
	(사)어린이와작은도서관협회	「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원	2
	합계	12	174.5

□ 2022년 문화체육관광부 주관 기획사업 : 1개 사업, 18억 원

연번	광역시	기초	프로그램명
1	서울	노원구	로컬 테라피 in 노원
2	서울	도봉구	문화로 잇는 도봉옛길
3	부산	금정구	금정 예술마실, 문화로 막-꾸리네
4	부산	부산진구	전포로(路)! 문화로(路)! 아트락(樂)!
5	부산	연제구	문화가 있는 날, 온천천에왔Day!즐겁Day!행복하Day!
6	부산	영도구	역사와 문화로 만나는 영도 페스타
7	대구	남구	이천동고미술거리 전통생활문화기획 '배나무샘골, 고미술과 친구맺기 古庫告'
8	대구	중구	잃어버린 문화기억찾기 프로젝트 『거(居)서보자!2』
9	광주	북구	숲의 별곡 III - 광주 북구 숲세권 생활문화 향유
10	울산	북구	CS24(Culture Store24)
11	울산	중구	문화 중앙길 161
12	경기	광주시	예술의 전환 "구석구석 예술구조대"
13	경기	시흥시	시흥씨는 문화가 있는 시화공단, 예술이 있는 월곶포구에서 논다!

연번	광역시	기초	프로그램명
14	경기	용인시	심:쉽(Rest of Mind) : 우리 모두 문화로 청춘이네!
15	경기	의정부시	우리동네 예술축제 <무한상상 아트캠프>
16	강원	영월군	인터랙티브 전시극 <여행:요상한나라의Y(영월괴담수집가편)>
17	강원	정선군	그림바위예술마을 문화가 있는 날
18	강원	태백시	문화로 걷는 태백 '따로또같이'
19	충북	옥천군	시인의 마을에 "문화의 꽃이 피었습니다"
20	충북	제천시	제천[문화가 '흠(희)롱]
21	충북	증평군	코로나19로부터 일상을 되찾는 문화편(FUN)치
22	충북	충주시	썸썸스토리(SomeSomeStory)
23	충남	예산군	2022 예산군 문화가 있는 날 "예산 문화 소원종; DoDream!"
24	충남	청양군	청춘거리 문화파티<오늘은 알프스>
25	경북	김천시	김촌스타(제작부터 출연까지 우리가 스타)
26	경북	성주군	그때, 생활문화 속에 별이 쏟아지다
27	경북	울릉군	우리나라 가장 동쪽 영화클럽
28	경남	거창군	스파게티 (스토리를 파는 가게 파티)
29	경남	남해군	네트워크 캠프 '공(o)간'
30	전북	남원시	공간의 기억, 문화로 채우다
31	전북	장수군	장수의 사계
32	전남	고흥군	목일신의 자전거에 문화를 모태다 '찌르릉 문화모뎀'
33	전남	담양군	담양문(紋)날 프로젝트 '문화가 별거 간디'
34	전남	순천시	[시민예술창작공간] 기억공장 1945
35	제주	-	문화로 누리고 예술로 품다

□ 2022년 지역문화진흥원 주관 기획사업 : 4개 사업, 128억 원

연번	기획사업명(가나다순)	참여단체·기관
1	생활 속 문화활동 지원 (아동, 근로자)	15개 단체 및 기관
2	실버마이크	5개 주관기관, 103개 실버예술가(팀)
3	지역문화 콘텐츠 특성화	43개 단체
4	청춘마이크	19개 주관단체, 503개 청년예술가(팀)

□ 2022년 문화기반시설 기획사업 : 7개 사업, 28.5억 원

연번	주최기관	참여단체·기관
1	한국문화예술회관연합회	70개관
2	한국문화의집협회	5개소 내외
3	한국문화원연합회	20개원 내외
4	한국사립미술관협회	33개관 내외
5	한국박물관협회	40개관
6	한국도서관문화진흥원	65개관
7	(사)어린이와작은도서관협회	70개관

## 2) 연구내용

□ 연구내용은 크게 세 부분으로 구성

- 지표개발(선행연구 검토, 평가체계 및 평가지표 개발), 성과평가(추진현황 분석, 설문조사 및 FGI 분석, 기획사업 종합평가), 정책제언(개선방안 도출)



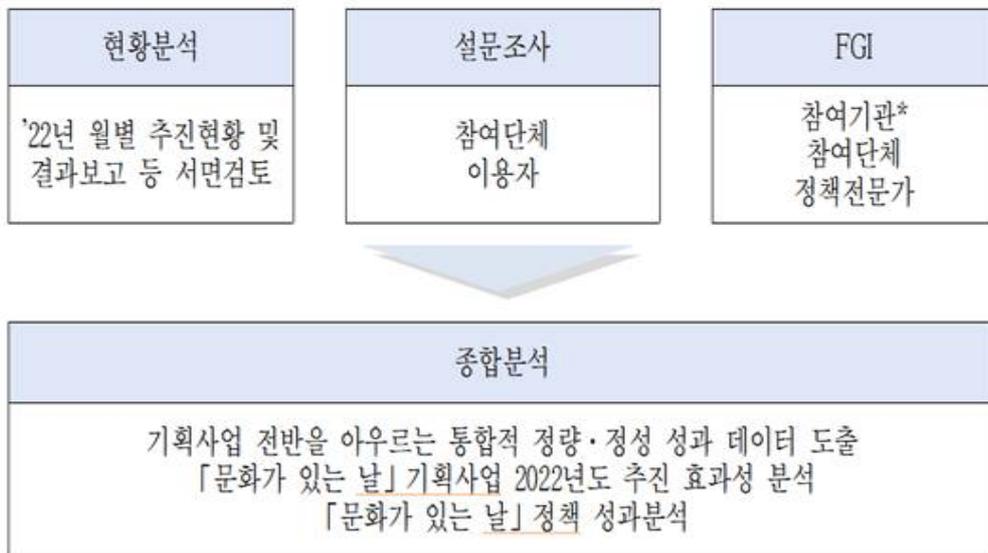
〈그림 1-2〉 연구내용

□ 지표개발

- 지역문화진흥원, 문화체육관광부, 문화가 있는 날 기획사업 참여 문화기반시설 관련 선행연구 자료 수집 및 검토
- 지역문화진흥원, 문화체육관광부, 문화가 있는 날 기획사업 참여 문화기반시설을 포괄하는 통합적 성과평가체계 및 평가지표 개발

□ 성과평가

- 사업계획서, 추진현황 보고서, 결과보고서 등 서면 자료를 기반으로 기획사업의 추진현황을 파악하고 사업별 실적 분석
- 기획사업에 참여하는 참여자, 이용자 대상으로 설문조사 및 FGI를 실시하여 기획사업의 정량적, 정성적 성과 도출
- 서면조사, 설문조사, FGI 결과를 종합하여 기획사업 전체 및 기획사업별 성과에 대한 종합적 분석 실시



\* 참여기관 : 35개 지방자치단체, 7개 문화기반시설, 지역문화진흥원

□ 개선방안 제언

- 정부의 문화향유 정책에 영향을 주는 환경변화를 살펴보고 미래 문화향유 정책의 변화 방향에 대해 고찰
- 문화향유 정책의 지평 속에서 문화가 있는 날 기획사업의 포지셔닝을 설정하여 비전과 목표를 설정
- 전문가 자문, 관계자 회의, FGI 등을 기반으로 향후 문화가 있는 날 기획사업에 대한 정책, 사업, 전달체계 개선방안 제언

### 3) 연구방법

#### □ 연구방법

- 연구진에서 관계자 회의 및 전문가 자문 실시
- ㈜티브릿지에서 이용자 설문조사, 참여자 설문조사, 실무자 및 정책전문가 FGI 실시

**〈표 1-2〉 연구방법**

수행	연구방법	내역
연구진	전문가 자문	정책전문가 자문회의 3회 평가체계 및 평가지표 개발, 기획사업 개선방안
	관계자 회의	관계자 회의 3회 문체부, 지역문화진흥원, 7개 문화기반시설협회
	서면조사	참여자 전수조사 사업계획서, 사업결과보고서, 모니터링보고서 등
㈜티브릿지	참여자 설문조사	조사규모 : 참여자 1,040개 (전수조사) 조사기간 : 2022.10~12
	이용자 설문조사	조사규모 : 6,772명 (사업별 유의할당) 조사기간 : 2022.10~12
	FGI	조사규모 : 12그룹 (사업실무자 10회, 정책전문가 2회, 사업별 유의할당) 조사기간 : 2022.11

#### □ 설문조사

- 조사기관 : ㈜티브릿지
- 조사기간 : 2022.10 ~ 12
- 조사대상 : 참여자 설문조사 1,040개, 이용자 설문조사 6,772명

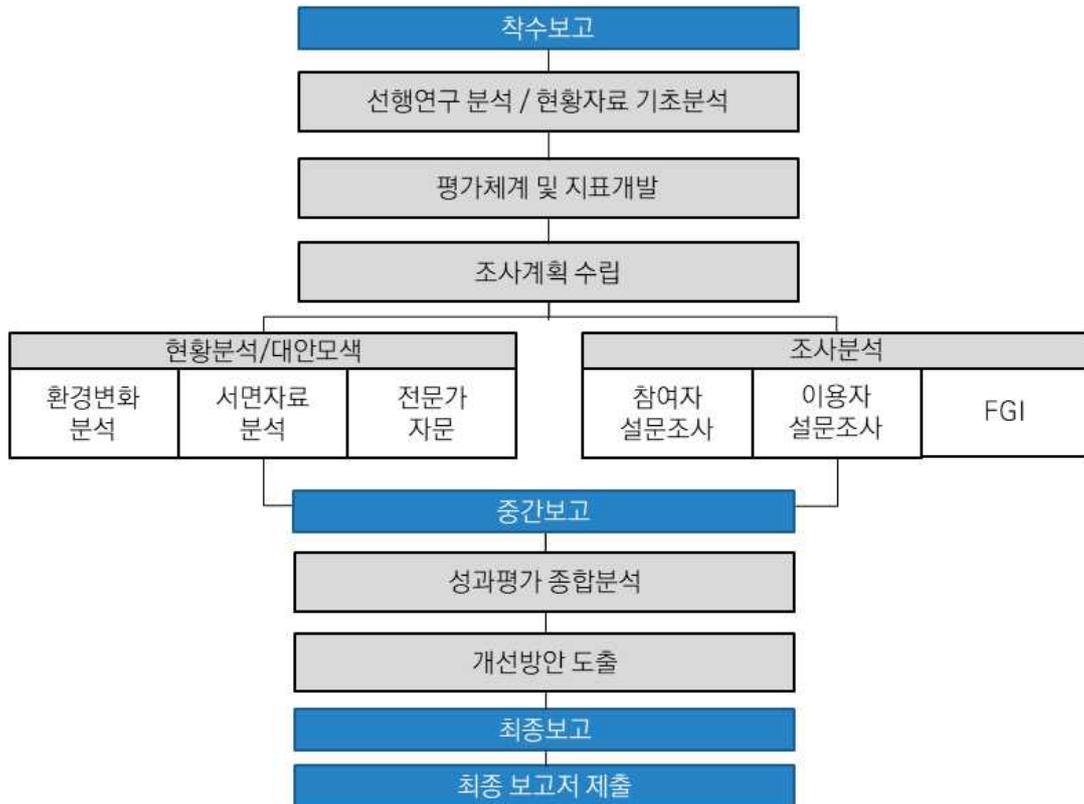
#### □ FGI

- 조사기관 : ㈜티브릿지
- 조사기간 : 2022.11
- 조사대상 : 사업실무자 FGI 10회, 정책전문가 FGI 2회, 회당 7명 내외

〈표 1-3〉 참여단체 및 이용자 설문조사 및 FGI 규모

운영주최/기획사업		모집단	설문조사 최소샘플(부수)		FGI(횟수)		
			총 참여단체	참여단체	이용자(관람객·참여자)	정책 전문가	사업 실무자
문체부	지역특화 프로그램	• 35개 프로그램	35개	35개 * 30부 1,050부	1	2	자체담당자 1 사업실무자 1
지역문화 진흥원	청춘마이크	• 19개 주관단체 • 503개 공연팀	19개 503개	19개 * 50부 950부		2	주관단체 1 공연팀 1
	실버마이크	• 5개 주관기관 • 103개 공연팀	5개 103개	5개 * 50부 250부		2	주관기관 1 공연팀 1
	지역문화 콘텐츠 특성화	• 43개 주관처	43개	43개 * 15부 645부		1	주관처별 실무자
	생활 속 문화활동 지원	• 15개 주관처	15개	15개 * 15부 225부		1	주관처별 실무자
7개 문화기반시설		• 7개 대표기관 • 310개 참여시설	7개 기관 310개	7개 기관별 배분 3,652부	1	2	7개 기관 1 참여시설 1
합계		1,040개 단체	1040개	6,772부	2	10	

□ 연구흐름도



〈그림 1-3〉 연구흐름도





## II

# 문화가 있는 날 기획사업

1. 문화가 있는 날
2. 2022년 문화가 있는 날 기획사업



## II. 문화가 있는 날 기획사업

### 1. 문화가 있는 날

#### (1) 문화가 있는 날 사업 개요

##### □ 개요

- ‘문화가 있는 날’은 국민의 일상 속 문화향유권 확대를 통한 문화적 삶의 실현을 목적으로 문화표현과 활동에서 차별을 받지 아니하고 자유롭게 문화를 창조하고 문화 활동에 참여할 수 있는 권리인 “문화권”을 보장하기 위해 지정한 날임
- 이에 따라 ‘문화가 있는 날’인 매달 마지막 수요일과 그 주간에 주요 문화시설 가격할인 등의 혜택을 제공하고 다양한 유형의 ‘기획사업’을 운영하고 있음
  - 전국 2,000여 개 이상의 문화시설 할인 또는 무료관람, 야간개방 등 문화 혜택 제공
  - 일반인들의 적극적인 참여를 유도하고 정부 정책과의 연계 등을 위해 맞춤형 기획사업 운영

##### □ 추진 경과

- ‘문화가 있는 날’은 2013년 10월 25일 발표한 ‘문화융성정책 : 문화융성시대를 열다-문화가 있는 삶 8대 과제’<sup>2)</sup>에 포함되면서 2014년 1월 처음 시행되었음
  - 2016년 5월 29일 「문화기본법」이 개정 공포되면서 ‘문화가 있는 날’이 법제화됨
  - 2017년 7월부터는 ‘문화가 있는 날’ 주간으로 확대 운영되고 있음
- ‘문화가 있는 날 기획사업’은 ‘문화가 있는 날’에 다채로운 문화예술 행사를 분야별, 대상별로 제공하기 위해 2015년부터 시작함
  - 2015년 시범 사업추진에 이어 2016년부터 한국문화예술위원회와 ‘문화가 있는 날 사업추진단’의 주관으로 대표 프로그램을 운영함
  - ‘문화가 있는 날 사업추진단’이 지역문화진흥원으로 이관되면서 2018년 1월부터는 지역문화진흥원에서 문화가 있는 날 기획사업을 주관하고 있음
  - 2022년 기준 지역문화진흥원 외에 지자체, 한국문화예술회관연합회 등 7개 문화시설 협회·기관이 기획사업의 시행 주체로 참여하고 있음

2) “매달 마지막 수요일을 문화가 있는 날’로 지정하고 이와 연계하여 전 국민이 주요 문화시설에서 무료 또는 할인된 가격으로 문화예술을 향유할 수 있도록 하는 사업”(문화융성위원회, 2013)

〈표 2-1〉 문화가 있는 날 주요 추진 경과

연도	사업연혁
2013.10.25.	‘문화가 있는 날’ 사업 추진 발표
2014.01.29.	‘문화가 있는 날’ 첫 시행
2015~	‘문화가 있는 날’ 기획사업 시행(시범 운영)
2016.05.29.	‘문화가 있는 날’ 법제화(문화기본법 개정)
2017.07.	‘문화가 있는 날’ 주간 확대
2018. 1	‘문화가 있는 날 사업추진단’ 지역문화진흥원 이관

□ 법령상 근거

- ‘문화가 있는 날’은 「문화기본법」 제12조(문화행사) 제2항, 「문화기본법」 제5조(국가와 지방자치단체의 책무), 「문화기본법」 시행령 제8조(문화행사), 「문화예술진흥법」 제3조(시책과 권장)³)에 근거를 두고 있음
  - 2016년 5월 29일 개정되어 10월 11일부터 시행된 「문화기본법」에 의해 ‘문화가 있는 날’ 사업의 법적 근거가 마련되었음
  - 「문화기본법」 제12조(문화행사) 제2항에서는 ‘국민이 일상에서 문화를 향유할 수 있도록 문화체육관광부 장관은 별도로 문화가 있는 날을 지정·운영’할 수 있다고 하고, 동법 시행령 제8조(문화행사)에서 문화가 있는 날은 ‘매달 마지막 수요일’임을 명시함
  - 국가와 지방자치단체는 문화가 있는 날에 국공립 문화시설에서의 공연·전시회 등 문화예술행사, 강연회나 그 밖에 문화예술 진흥을 위한 행사, 국공립 문화시설의 이용료 할인이나 개방시간 연장, 문화가 있는 날의 활성화를 위한 홍보, 그 밖에 문화 향유의 기회를 확대하기 위한 각종 사업을 실시해야함

〈표 2-2〉 문화가 있는 날 법령상 근거

구분	조항
문화기본법	<p><b>제12조(문화행사)</b> ① 국민의 문화 의식과 이해를 높이고 문화 활동에의 적극적인 참여를 유도하기 위하여 매년 10월을 문화의 달로 하고, 매년 10월 셋째 주 토요일을 문화의 날로 한다.</p> <p>② 제1항에 따른 행사 외에 국민들이 일상에서 문화를 향유할 수 있도록 문화체육관광부장관은 별도로 문화가 있는 날을 지정·운영할 수 있다. &lt;개정 2016. 5. 29.&gt;</p> <p>③ 문화의 달 및 문화의 날 행사와 문화가 있는 날의 지정·운영에 관한 사항은 대통령령으로 정한다. &lt;신설 2016. 5. 29.&gt;</p>

3) 기준: 2022년도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(문화체육관광부) p.262.

	<p><b>제5조(국가와 지방자치단체의 책무)</b> ① 국가는 국민의 문화권을 보장하기 위하여 문화진흥에 관한 정책을 수립·시행하고, 이를 위한 재원(財源)의 확충과 효율적인 운영을 위하여 노력하여야 한다.</p> <p>② 국가는 지방자치단체의 문화 관련 계획, 시책과 자원을 존중하고, 지역 간 문화 격차의 해소를 통하여 균형 잡힌 문화 발전이 이루어지도록 노력하여야 한다.</p> <p>③ 국가와 지방자치단체는 경제적·사회적·지리적 제약 등으로 문화를 향유하지 못하는 문화소외 계층의 문화 향유 기회를 확대하고 문화 활동을 장려하기 위하여 필요한 시책을 강구하여야 한다.</p> <p>④ 국가와 지방자치단체는 각종 계획과 정책을 수립할 때에 문화적 관점에서 국민의 삶의 질에 미치는 영향을 평가(이하 이 조에서 “문화영향평가”라 한다)하여 문화적 가치가 사회적으로 확산될 수 있도록 하여야 한다.</p> <p>⑤ 문화영향평가의 대상, 절차 및 방법 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p>
<p><b>문화기본법 시행령</b></p>	<p><b>제8조(문화의 날 행사 등)</b> ① 국가와 지방자치단체는 「각종 기념일 등에 관한 규정」에서 정하는 바에 따라 문화의 날 기념행사를 한다.</p> <p>② 국가, 지방자치단체 및 「초·중등교육법」에 따른 각급 학교는 법 제12조제1항에 따른 문화의 날에는 각각 그 실정에 따라 다음 각 호의 행사를 실시하여야 한다.</p> <p>1. 공연·전시회 등 문화예술행사</p> <p>2. 강연회나 그 밖에 문화예술 진흥을 위한 행사</p> <p>③ 문화체육관광부장관은 법 제12조제2항에 따라 매달 마지막 수요일을 문화가 있는 날로 지정·운영할 수 있다. &lt;신설 2016. 10. 11.&gt;</p> <p>④ 문화체육관광부장관은 제3항에 따라 문화가 있는 날을 지정한 경우에는 그 사실을 문화체육관광부 인터넷 홈페이지에 공고하여야 한다. &lt;신설 2016. 10. 11.&gt;</p> <p>⑤ 국가와 지방자치단체는 제3항에 따라 지정된 문화가 있는 날에는 각각 그 실정에 따라 다음 각 호의 행사 등을 실시한다. &lt;신설 2016. 10. 11.&gt;</p> <p>1. 국공립 문화시설에서의 공연·전시회 등 문화예술행사</p> <p>2. 강연회나 그 밖에 문화예술 진흥을 위한 행사</p> <p>3. 국공립 문화시설의 이용료 할인이나 개방시간 연장 등 국공립 문화시설의 이용을 촉진하는 각종 조치</p> <p>4. 문화가 있는 날의 활성화를 위한 홍보</p> <p>5. 그 밖에 문화향유의 기회를 확대하기 위한 각종 사업</p>
<p><b>문화예술진흥법</b></p>	<p><b>제3조(시책과 권장)</b> ① 국가와 지방자치단체는 문화예술 진흥에 관한 시책(施策)을 강구하고, 국민의 문화예술 활동을 권장·보호·육성하며, 이에 필요한 재원을 적극 마련하여야 한다.</p> <p>② 제1항에 따른 문화예술 진흥시책은 국민생활의 질적 향상을 위한 건전한 생활문화의 개발·보급에 관한 사항을 포함하여야 한다.</p> <p>③ 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 시책을 수립하려면 미리 문화예술 기관 및 단체의 의견을 들어야 한다.</p> <p>④ 제1항에 따른 문화예술 진흥에 관한 시책과 계획의 시행에 관하여 문화체육관광부장관 또는 지방자치단체의 장이 요청하면 관련 기관 및 단체는 이에 협조하여야 한다. &lt;개정 2008. 2. 29.&gt;</p>

□ 예산

- ‘문화가 있는 날’은 단위사업 ‘지역문화 진흥’의 세부사업 ‘국민문화활동 지원’ 예산으로 운영되고 있음
  - ‘국민문화활동 지원’ 예산은 2022년 본예산 기준 212억 원이 편성됨
  - 2015년 130억 원으로 시작해 2017년부터 160~70억 원 규모로 운영되다가 2019년 문화프로그램 확대와 지역경제 활성화를 위한 추경예산으로 25억 원이 편성되면서 190억 원 규모로 확대되었음
  - 2021년에는 코로나 19 피해 회복을 위한 일자리 창출을 목적으로 추경예산 39억 원(청춘마이크)이 편성되어 일시적으로 250억 원 규모로 운영되었음

〈표 2-3〉 ‘국민문화활동 지원’ 예산

구분	프로그램	단위사업	세부사업
명칭	지역문화 진흥 및 문화기반 조성	지역문화 진흥	국민문화활동 지원

세부사업명	2020년 결산	2021년 예산		2022년 본예산(B)	증감 (B-A)	(B-A)/A
		본예산	추경(A)			
국민문화활동 지원	19,137	<b>21,818</b>	25,718	<b>21,221</b>	△4,497	△17.5

출처: 2022년도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(문화체육관광부), 단위: 백만 원

- ‘국민문화활동 지원’ 예산은 ‘문화가 있는 날 기획프로그램운영’, ‘문화가 있는 날 종합안내센터 운영지원’, ‘지역문화진흥원 운영지원’으로 구성됨
  - ‘문화가 있는 날 기획프로그램 운영’ 예산은 2021년 214억 원에서 187억 원으로 27억 원 감소함
  - ‘문화가 있는 날 기획프로그램 운영’ 예산은 민간경상보조, 자치단체경상보조 등으로 구성되며, 자치단체경상보조 18억 원으로 ‘지역특화 프로그램’을 운영함
  - ‘지역특화 프로그램’은 국고 보조금에 지방비 50% 이상 매칭으로 운영함
  - 2022년부터 ‘지역문화진흥원 운영지원’ 예산 24억 원이 순증함
  - ‘여가친화기업 선정지원’ 예산은 순감하고, ‘문화가 있는 날 종합안내센터 운영지원’ 예산은 1억 원 감소함

〈표 2-4〉 ‘국민문화활동 지원’ 예산 항목 변화(2020~2022)

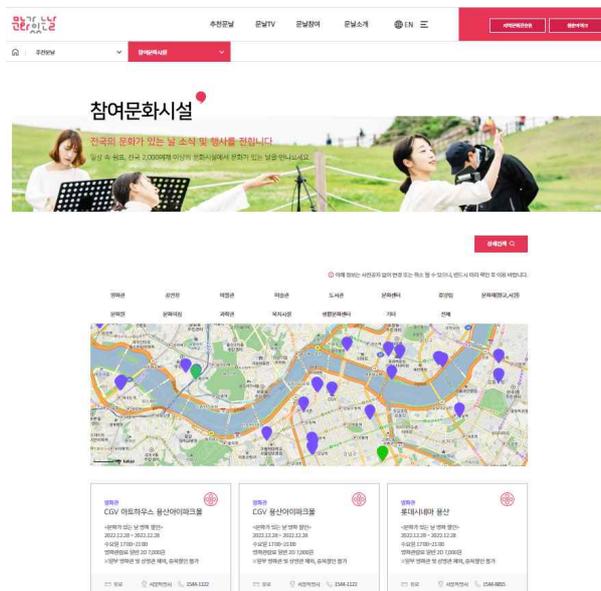
(단위: 백만 원)

세부사업	2020	2021	2022	증감	비고
<b>국민문화활동 지원</b>	19,949	21,818	<b>21,221</b>	△597	
-문화가 있는 날 기획프로그램 운영	19,652	21,421	<b>18,721</b>	△2,700	민간경상보조(16,869) 자치단체경상보조(1,800) 운영비, 여비, 업무추진비 등(52)
-문화가 있는 날 종합안내센터 운영지원	200	200	<b>100</b>	△100	민간경상보조
-지역문화진흥원 운영지원	-	-	<b>2,400</b>	순증	민간경상보조
-여가친화기업 선정지원	97	197	-	순감	

출처: 2021~2022년도 예산·기금운용계획 개요, 각목명세서(문화체육관광부), 연도별 본예산 기준

## □ 문화가 있는 날 혜택

- 문화가 있는 날인 매달 마지막 수요일과 그 주간에 국민에게 제공되는 혜택은 무료관람, 야간 개장, 할인 혜택, 도서관 대출 서비스 확대, 특별 행사 및 프로그램 등이 있음
  - 영화관, 공연장, 박물관, 미술관, 문화재, 스포츠 시설 등 전국 2,000여 개 이상의 문화시설이 ‘문화가 있는 날’에 참여하고 있음
  - ‘문화가 있는 날’ 종합정보 안내 누리집(<http://www.culture.go.kr/wday>)을 통해 장르별, 지역별, 시설별 프로그램 정보를 위치 기반 서비스로 제공하고 있음
  - 장르는 영화, 음악, 전시, 체험, 연극·뮤지컬, 댄스·무용, 전통예술, 도서·문학, 스포츠·레저, 가족·아동, 축제, 서커스·마술, 다원예술, 기타로 구분됨



〈그림 2-1〉 문화가 있는 날 종합정보 안내 누리집

출처: <https://www.culture.go.kr/wday/cultureFacility/cultureFacilityList.do>

- 누리집 운영비 이외에는 별도의 지원금이나 예산이 투입되지 않는 비예산 사업으로, 국공립 문화시설·예술단체, 문화재 등의 자발적인 참여를 기반으로 운영되고 있음
  - 주요 영화관(CGV, 메가박스 등)과 프로 스포츠 구단, 홈플러스 등 일부 민간기업에서도 참여하고 있음

〈표 2-5〉 문화가 있는 날 혜택

구분	혜택
국·공립 박물관, 미술관	- 무료관람 또는 할인, 연장개관 및 특별프로그램 운영 - 국립현대미술관(서울관, 덕수궁관, 과천관) 무료관람, 일부 연장개관
4대 고궁, 종묘, 조선왕릉 등 문화재	- 4대 고궁(경복궁, 창덕궁, 덕수궁, 창경궁), 종묘, 조선왕릉 무료개방
국립공연시설 및 국립예술단체 자체 기획 공연 할인	- 국립공연시설 : 국립극장, 국립국악원, 예술의전당, 정동극장, 명동극장, 대학로·아르코예술극장, 국립중앙박물관 용극장 등 - 국립예술단체 : 국립극단, 국립오페라단, 국립합창단, 국립창극단, 국립발레단, 국립현대무용단, 국립국악관현악단, 코리안심포니오케스트라, 서울예술단 등
도서관 인문학 강연 등 문화프로그램 확대 운영	- 전국 약 800여 개 지역 도서관 대출 두 배로 데이: 도서 대출 권수 2배 가능 - 130여 개의 공공도서관과 작은 도서관: 공연과 북콘서트, 문화프로그램 운영
주요 극장, 경기장, 민간 문화특강	- 전국 주요 영화관 오후 5시~9시 상영 영화 7000원 <sup>4)</sup> 에 관람 - 프로야구, 프로농구, 프로배구 등 지정구역 50% 현장 할인 - 홈플러스 문화특강 수강료 50% 할인
국립 문화시설	- 국립과천과학관 : 상설전시 관람료 50% 할인 - 국립수목원 : 무료 - 국립자연휴양림 42개소 무료입장 - 무료관람인 국립 전시 문화시설 : 야간개방 및 문화프로그램

출처: 대한민국정책브리핑, 정책DB '문화가 있는 날'(2020.04.기준)  
<https://www.korea.kr/special/policy/curation/view.do?newsId=148866026>

4) 기존 5천 원이었던 영화 관람료는 기본 관람료 인상에 따라 2021년 8월 6천 원으로 인상되었다가 2022년 1월부터 7천 원으로 인상되었음

## (2) 문화가 있는 날 기획사업

- 문화가 있는 날 기획사업은 전달체계에 따라 크게 지역문화진흥원 주관사업, 문화체육관광부 지자체 보조사업, 참여 문화시설 지원 사업(7개 문화기반시설협회)으로 구분할 수 있음

〈표 2-6〉 문화가 있는 날 기획사업 구조

문화가 있는 날			
문화 혜택 서비스	기획사업		
	문화체육관광부 /지자체	지역문화진흥원	7개 문화기반시설협회
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 무료 관람</li> <li>- 야간 개장</li> <li>- 할인 혜택</li> <li>- 도서대출 확대 등</li> </ul>	-지역특화 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>-청춘마이크</li> <li>-실버마이크</li> <li>-지역문화 콘텐츠 특성화</li> <li>-생활 속 문화활동 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>참여 문화기반시설 지원</li> <li>-지역문예회관(한국문화예술회관연합회)</li> <li>-문화의집(한국문화의집협회)</li> <li>-지역문화원(한국문화원연합회)</li> <li>-박물관(한국박물관협회)</li> <li>-미술관(한국사립미술관협회)</li> <li>-도서관(한국도서관문화진흥원)</li> <li>-작은도서관(어린이와작은도서관협회)</li> </ul>

### □ 지역문화진흥원 주관사업

- 2016년부터 한국문화예술위원회와 ‘문화가 있는 날 사업추진단’이 주요 기획사업을 운영해 왔으나, ‘문화가 있는 날 사업추진단’이 지역문화진흥원으로 이관되면서 2018년부터 지역문화진흥원에서 4개 기획사업을 주관하고 있음
  - 2015년 시범사업에는 한국문화예술회관연합회(이하 한문연), 예술경영지원센터, 한국문화예술위원회 등이 주관처로 참여했음
  - 2016년 기준 8개의 사업을 운영했으나 유사 중복사업의 개편 과정을 거치며 2022년 최종 4개의 사업을 운영하고 있음

〈표 2-7〉 문화가 있는 날 사업추진단-지역문화진흥원 주관 기획사업 연혁

연도	주요 변화	내용	기획사업명
2015	기획사업 시범 운영	작은음악회, 직장으로 찾아가는 공연, 집들이 콘서트 등 16개 사업 운영	동동동 문화놀이터(한문연) 직장으로 찾아가는 공연(문예위) 등
2016	문화가 있는 날 사업추진단 구성	한국문화예술위원회와 문화가 있는 날 사업추진단에서 총 13개 기획사업 중 8개 사업 추진	청춘마이크 지역 거점 특화 프로그램 문화예술 소셜다이닝 정부 부처 협력 사업 직장배달 콘서트 군부대 문화가 있는 날 대학교 협력 사업 참여활성화 간접지원
2017	문화가 있는 날 주간 확대	- 폐지: 정부 부처 협력 사업, 군부대 문화가 있는 날, 대학교 협력 사업, 참여활성화 간접지원 - 지역특화 프로그램: 장소 중심형, 콘텐츠 중심형으로 구분 운영 - 동동동 문화놀이터 중단(한문연)	청춘마이크 지역특화 프로그램 직장인 참여 활성화 문화예술 소셜 다이닝
2018	문화가 있는 날 사업추진단 지역문화진흥원 이관	- 지역특화 프로그램 장소 중심형은 문체부/지자체 사업으로 이관 - 지역특화 프로그램 콘텐츠 중심형은 지역문화콘텐츠특성화로 개편 - '직장인 참여 활성화' 사업명 '직장문화배달'로 변경 - 문화예술 소셜다이닝 폐지 - 동동동 문화놀이터 재개(한문연→지역문화진흥원)	청춘마이크 지역문화 콘텐츠 특성화 직장문화배달 동동동 문화놀이터
2019		- 청년문화우리 신설 - 동네책방 문화사랑방 신설	청춘마이크/청년문화우리 지역문화 콘텐츠 특성화 직장문화배달 동동동 문화놀이터 동네책방 문화사랑방
2020~2021	코로나19 비대면 운영	- 청년문화우리→지역문화우리 변경(2020~2021)	청춘마이크/지역문화우리 지역문화 콘텐츠 특성화 직장문화배달 동동동 문화놀이터 동네책방 문화사랑방
2022	일부 사업 개편	- 실버마이크 시범사업 운영 시작 - 생활 속 문화활동 지원(직장문화배달, 동동동 문화놀이터 통합)신설 - 지역문화우리, 동네책방 문화사랑방 폐지	청춘마이크 실버마이크 지역문화 콘텐츠 특성화 생활 속 문화활동 지원

#### □ 참여 문화시설 지원사업

○ 한국문화예술회관연합회(이하 한문연)는 2015년 기획사업 시범 운영 당시부터 다수의 기획사업 주관처로 참여해왔음

- '동동동 문화놀이터'는 2015년 한문연 주관사업으로 시작되어 2016년까지 운영, 2018년 지역문화진흥원에서 재개되었다가 2022년부터 '생활 속 문화활동 지원'으로 흡수됨
- 2018년 '작은 음악회' 등 기존 사업을 '문화가 있는 날 한국문화예술회관연합회'

사업으로 통합해 21억 원 규모로 운영, 2019년부터 ‘지역문화예술회관 문화가 있는 날’ 사업으로 통합 운영중

- 2016년 시작된 참여 문화기반시설 지원사업에는 4개 협회(한국문화원연합회, 한국박물관협회, 한국사립미술관협회, 어린이와작은도서관협회)가 주관단체로 참여함
  - 한국문화원연합회는 2016년 ‘지방문화원 참여활성화 간접지원’에 참여한 이후 줄곧 ‘지방문화원 참여활성화 지원’이라는 사업명으로 진행하고 있음
- 2018년 한국도서관문화진흥원, 2019년 한국문화의집협회가 ‘참여 문화시설 지원’에 참여하기 시작하면서 현재 7개의 문화기반시설협회가 참여하고 있음

〈표 2-8〉 ‘참여 문화기반시설 지원’사업 추진 경과

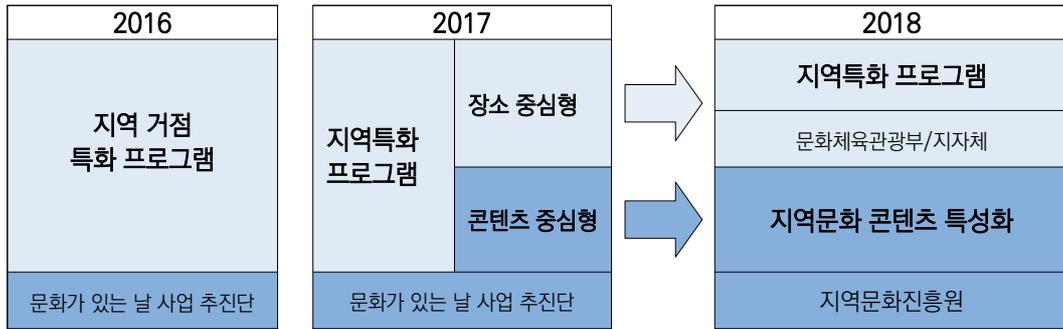
연도	주요 변화	참여 문화기반시설 지원	기타 기획사업 주관 문화시설
2015	기획사업 시범 운영		- 동동동 문화놀이터, 작은음악회, 문화광장, 집들이콘서트, 주요 도시 치유와 화합 문화예술 프로그램, 클래식 음악 선물, 공연 한류를 이끈다 : 한국문화예술회관연합회 - 작은도서관운영: 한국어린이도서관협회
2016	참여문화 기반시설 지원사업 시작	- 지방문화원 참여 활성화 간접지원: 한국문화원연합회 - 박물관·미술관·도서관 문화가 있는 날: 한국박물관협회, 한국사립미술관협회, 어린이와작은도서관협회	- 대학박물관탐방: 한국박물관협회 - 동동동 문화놀이터, 작은음악회, 집들이콘서트 융복합공연: 한국문화예술회관연합회
2017	문화가 있는 날 주간 확대	- 박물관, 미술관, 도서관 문화가 있는 날: 한국박물관협회, 한국사립미술관협회, 어린이와작은도서관협회 - 지방문화원 참여 활성화 지원: 한국문화원연합회	- 작은 음악회, 이야기가 흐르는 예술 여행: 한국문화예술회관연합회
2018	한국도서관 문화진흥원 참여	- 박물관, 미술관, (공공·작은)도서관 문화가 있는 날: 한국박물관협회, 한국사립미술관협회, 어린이와작은도서관협회, 한국도서관문화진흥원 - 지방문화원 참여 활성화 지원: 한국문화원연합회	- 문화가 있는 날 한국문화예술회관연합회 사업: 한국문화예술회관연합회
2019	문화의집참여	- 한국문화예술회관연합회, 한국박물관협회, 한국사립미술관협회, 어린이와작은도서관협회, 한국도서관문화진흥원, 한국문화의집협회, 한국문화원연합회 (7개 문화기반시설협회 주관)	
2020~2022	코로나19 비대면 운영 병행		

□ 문체부 지자체 보조 사업: 지역특화 프로그램

- 2016년 ‘지역 거점 특화 프로그램’으로 시작해 ‘문화가 있는 날 사업 추진단’에서 운영
- 2017년 ‘지역특화 프로그램’으로 사업명을 변경하고 기존의 지역거점형은 ‘장소중심형’으로 진행, ‘콘텐츠중심형’을 신규로 운영함
  - 사업 규모가 2016년 31.3억 원에서 2017년 53억 원으로 대폭 증가함

- 2018년부터 지역의 문화적·지리적 특성이 반영된 기획과 운영을 위해 지자체 보조사업으로 변경하고 문체부에서 지자체 대상으로 직접 공모를 시작함
  - 기존 '지역특화 프로그램'의 '콘텐츠 중심형'은 '지역문화 콘텐츠 특성화' 사업으로 개편되어 지역문화진흥원에서 운영

〈표 2-9〉 지역특화 프로그램 사업 변화(2016~2018)



- 2019년부터 2021년까지는 '지자체 자유기획 프로그램 운영지원' 사업으로 운영되다가 2022년 다시 '지역특화 프로그램'으로 사업명이 변경됨
  - 2018년에는 지자체와 민간 문화예술단체의 협업 지원사업으로 운영함
  - 2019년~2020년에는 사업명에 '생활 밀착형 문화시설 거점'을 포함하며, 문화원, 문화의집, 생활문화센터를 거점으로 하는 사업으로 확장함
- 사업 예산은 2018년 20억 원에서 2021년부터 18억 원으로 2억 원 감소함
  - 광역 및 기초지방자치단체를 대상으로 공모를 진행하며 신청 시 총사업비의 50% 이상의 지방비를 확보해 협약서를 제출해야 함

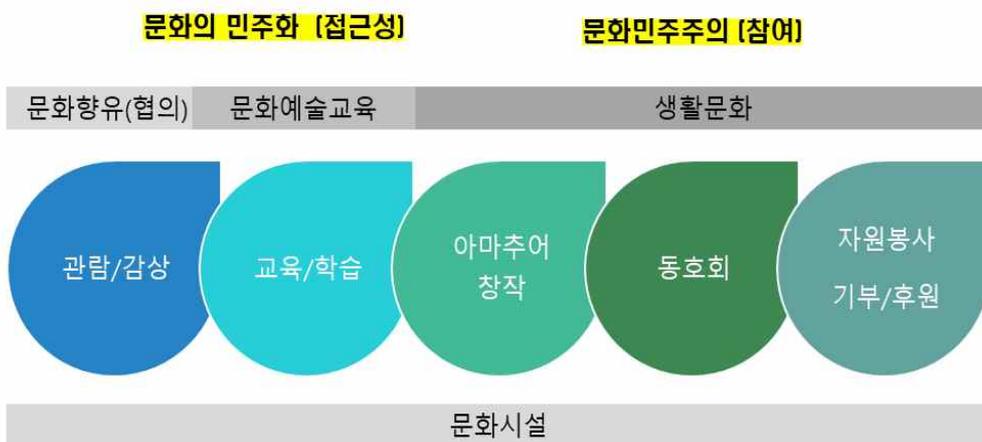
〈표 2-10〉 지역특화 프로그램 연도별 운영 경과(2018~2022)

구분	사업명	사업 내용	예산
2018	문화가 있는 날 지역특화프로그램(지자체보조) 지원	지방자치단체와 민간 문화예술단체 등이 협업을 통해 지역의 유휴공간, 도시재생 사업지를 포함한 다양한 공간을 활용하여 기획한 특색 있는 콘텐츠 중심의 프로그램을 발굴	20억원
2019	문화가 있는 날 지자체 자유기획 프로그램 운영 지원(생활 밀착형 문화시설 거점)	문화원, 문화의 집, 생활문화센터 등 생활 밀착형 문화시설을 거점으로 지자체 단독 또는 민간과의 협업을 통해 기획 및 운영	20억원
2020	문화가 있는 날 지자체 자유기획 프로그램 운영 지원(생활 밀착형 문화시설 거점)		20억원
2021	문화가 있는 날 지자체 자유기획 프로그램 운영 지원		18억원
2022	문화가 있는 날 지역특화 프로그램 운영 지원		18억원

출처: 문화체육관광부. 연도별 사업 공모지침서

□ 문화가 있는 날 기획사업의 정책적 포지셔닝

- 문화가 있는 날 기획사업의 정책적 포지셔닝은 크게 문화복지정책과 지역문화정책의 교차 지점에 위치함
- 문화복지 정책은 문화향유의 심화 단계 - 관람, 교육, 아마추어창작, 동호회, 자원봉사 등에 따라 다양한 정책 영역과 관련되어 있음
  - 문화향유를 촉진하기 위한 정책수단은 소비자 비용 지원(가격할인, 문화바우처, 문화비소득공제), 소비자 역량 증진(문화예술교육 지원), 공급자를 통한 간접 지원(창·제작 지원, 프로그램 지원, 시설 지원 등) 등이 있음
  - 기획사업은 문화향유 단계 중 관람, 아마추어창작 지원 위주이며, 정책수단에서는 공급자를 통한 간접지원 성격이 강함
- 문화가 있는 날 기획사업은 지역문화진흥원으로 이관되면서 지역문화정책의 맥락에 위치하게 되었으며 지역균형발전과 지역분권을 요청받고 있음
  - 지역분권 관점에서 볼 때, 기획사업은 전국 공모사업 비중이 높아 중앙에서 전국으로 뿌리는 사업이 대부분임
  - 기획사업이 지역 내에서 문화향유의 제 단계를 뒷받침하는 생태계 관점에서 필요한 사업에 지원되고 있는지 판단 필요
  - 기획사업이 문체부의 여타 문화향유 정책사업 및 지자체의 자체 문화향유 지원사업과 차별적인 사업을 하고 있는지 판단 필요



〈그림 2-2〉 문화향유 정책의 스펙트럼

## 2. 2022년 문화가 있는 날 기획사업

### □ 개요

- 2022년 문화가 있는 날 기획사업은 총 12개 사업, 총 174.5억 원(국고) 규모임
  - 추진기관과 전달체계에 따라 지역문화진흥원 사업 4개, 지자체 보조사업 1개(세부 프로그램 35개), 참여 문화시설 지원사업 7개로 구분할 수 있음
  - 홍보 사업으로 분류할 수 있는 민간협력 마케팅 사업의 경우, 본 연구 12개 사업유형과 상이하여 해당 연구에는 반영하지 않음

〈표 2-11〉 2022년 문화가 있는 날 기획사업 현황

주관기관	사업명(보조사업명)		사업비(억원)	사업내용	규모
지역문화진흥원	청춘마이크	2022년 문화가 있는 날 청춘마이크	72.5	공모와 오디션을 통해 청년예술가를 선정, 전국 다양한 장소에서 문화행사 개최 및 재정지원	19개 주관단체, 503개 청년예술가(팀)
	실버마이크	2022년 문화가 있는 날 실버마이크	14.5	공모와 오디션을 통해 실버예술가 선정, 어르신들의 다중이용시설 및 지역의 생활밀착형 공간에서의 공연 지원	5개 주관기관, 103개 실버예술가(팀)
	생활속 문화활동 지원	생활속 문화활동 지원	15	문화가 있는 날 문화활동 지원으로 아동, 근로자의 문화적 삶의 질 향상 및 공공의 사회적 가치 실현	15개 단체 및 기관
	지역문화 콘텐츠 특성화	2022 문화가 있는 날 지역문화 콘텐츠 특성화 사업	26	주민 주체적 문화활동을 기반으로 지역의 다양한 삶의 양식을 담은 문화가 있는 날 프로그램 지원	43개 단체
지방자치단체	지역특화 프로그램	지역특화 프로그램 운영지원	18	광역 및 기초지방자치단체 사업비의 50% 이상 지방비 매칭 생활 밀착형 문화시설을 거점으로 지자체 단독 또는 민간과의 협업을 통해 기획 및 운영하는 '문화가 있는 날' 특별프로그램	35개 지자체
한국문화예술회관연합회	「문화가 있는 날」 참여 문화기반 시설 지원	2022년 지역문화예술회관 문화가 있는 날 사업	17	문예회관 등 문화시설을 활용, 지역밀착 맞춤형 공연 프로그램을 개최	70개관
한국문화의집협회		2022 문화의집과 함께하는 날마다 문화가 있는 날	1	주간 프로그램, 기획 프로젝트 운영 날마다 문화가 있는 날 축제 운영	5개소
한국문화원연합회		2022년 지방문화원 문화가 있는 날 참여활성화 지원사업	2	지역 특색을 반영한 문화프로그램 운영지원	20개원

주관기관	사업명(보조사업명)	사업비 (억원)	사업내용	규모
한국사립 미술관협회	2022 미술관 문화가 있는 날 지원사업	2	한관 당 3개월(3회) 이상 문화예 술프로그램 진행	33개관
한국박물관협회	2022 박물관 문화가 있는 날	2.5	박물관 교육·문화예술프로그램 운영 경비 지원	40개관
한국도서관 문화진흥원	2022년 공공도서관 문화가 있는 날	2	공공도서관 '문화가 있는 날' 문화 예술프로그램 기획·운영	65개관
(사)어린이와 작은도서관협회	2022 작은도서관 문화가 있 는 날	2	작은도서관을 중심으로 매월 마 지막 주 문화가 있는 주간에 문화 예술활동 운영지원	70개관
합계		174.5		

○ 지역문화진흥원 주관 기획사업은 2022년 '실버마이크', '생활 속 문화활동 지원' 2개 사업이 신설되고, 기존 2개 사업(동네책방 문화사랑방, 지역문화우리)이 폐지되었으며, 동동동 문화놀이터, 직장 문화배달 사업은 '생활 속 문화활동 지원' 사업으로 통합 개편 되는 변화가 있었음

- 청춘마이크: 권역형을 세분화해 기존 10개에서 14개로 확대, 2021년 시작한 기획형 지원 규모 확대
- 실버마이크: 주관기관을 광역문화재단(5개)으로 한정해 공모 진행
- 지역문화콘텐츠 특성화: 예산 30억 원에서 26억 원으로 4억 원 삭감
- 생활 속 문화활동 지원: 기존 '동동동 문화놀이터'와 '직장문화배달' 통합 후 '유아'에서 '아동', '직장'에서 '근로자'로 수혜대상 기준 확대
- 동네책방 문화사랑방 : '출판문화산업진흥원' 등과의 유사 중복사업으로 폐지
- 지역문화우리 : 지역 청년의 주도적인 문화가 있는 날 프로그램 개발 및 과정 지원사업 (2021년 4억 규모)으로 운영 중단

○ 문체부 지자체 보조사업으로 운영되는 '지역특화 프로그램'은 사업명 변경 외 전년도와 동일한 규모와 내용으로 운영됨

○ 참여 문화시설 지원사업은 전년도와 동일한 규모와 내용으로 운영됨

- 7개 문화시설협회가 사업 주관처로 참여함

○ 문화가 있는 날 기획사업 전체 사업비 규모는 174.5억 원으로, 지역문화진흥원의 '청춘마이크' 사업의 비율(41.5%, 72.5억 원)이 가장 높음

- 2022년 신설된 '생활 속 문화활동 지원'은 '동동동 문화놀이터(7억 원)', '직장 문화배달

- (6억 원), '동네책방 문화사랑방(5억 원)'사업이 통합되며 15억 규모로 운영됨
- '참여 문화시설 지원'사업의 규모는 총 28.5억 원으로 한문연 예산이 17억으로 가장 많으며, 6개 문화시설협회는 1억~2억5천만 원 규모로 사업을 운영하고 있음
- '지역특화 프로그램'은 국비 18억 원에 지방비 50% 이상 매칭으로 운영됨

#### □ 사업 전달체계 및 운영 방식

- 지역문화진흥원 주관 기획사업은 전국 및 권역별 공모와 개별 심사(오디션)로 운영됨
  - 청춘마이크는 권역별(기획형은 전국 단위)로 주관단체를 선정했으며, 실버마이크는 광역문화재단 대상으로 주관기관을 선정함
  - 청춘마이크 19개, 실버마이크 5개의 주관단체(기관)에서 개별적으로 오디션을 실시
  - '지역문화 콘텐츠 특성화'와 '생활 속 문화활동 지원'은 전국 단위 공모로 진행
- '지역특화프로그램'은 문화체육관광부에서 광역 및 기초자치단체 대상으로 전년도 9월경 공모를 진행함
  - 광역을 거쳐 기초자치단체로 국고 보조금(자치단체경상보조)이 교부됨
  - 기초지자체에서 지방비를 매칭해 문화재단, 문화원, 지역문화단체 등에 재교부함
  - 1개 지자체(부산 연제구)는 직접 운영중
- 참여 문화시설 지원사업은 문화시설마다 다른 방식으로 사업이 운영되고 있음
  - 문체부에서 지정 및 공모를 통해 7개 문화시설별 주관처(보조사업자)를 선정함
  - 한국문화예술회관연합회, 한국박물관협회, 한국사립미술관협회, 한국문화원연합회는 회원 문화시설 대상으로 공모를 진행함
  - 어린이와작은도서관협회, 한국도서관문화진흥원, 한국문화의집협회는 공모를 통한 재교부를 하지 않고 직접(문화의집) 혹은 용역사를 선정해 사업을 운영함

〈표 2-12〉 문화가 있는 날 기획사업 전달체계 및 운영 방식

구분	사업명	예산 (억원)	전달체계	공모 및 운영 방식	기획 자율성	비고
지역 문화 진흥원	청춘 마이크	72.5	문체부→지역문화진흥원→주관단체(권역형·기획형)→청년예술가→국민	주관단체: 전국 공모(14개 권역형, 5개 기획형) 청년예술가: 19개 주관단체별 공개 오디션	권역형: 권역 제한 기획형: 전국 예술가: 연령 제한(만34세 이하)	주 관 단 체 3년 일몰
	실버 마이크	14.5	문체부→지역문화진흥원→주관기관(광역)→실버예술가→국민	주관기관: 광역문화재단 대상 공모 (5개 광역) 실버예술가: 5개 주관기관별 공개 오디션	광역 제한 예술가: 연령 제한(만60세 이상)	
	지역문화 콘텐츠 특성화	26	문체부→지역문화진흥원→지역문화단체→국민	전국 공모	자율기획	5년 지원 (평가에 의한 연속 지원, 3년부터 총 사업비의 30~50% 자부담 필수)
	생활 속 문화활동 지원	15	문체부→지역문화진흥원→지역문화단체→국민	전국 공모	수혜자 대상 제한(아동, 근로자)	수혜자 공간 방문 가능형
지자체	지역특화 프로그램 지원	18	문체부→지자체(광역→기초)→문화재단, 문화원, 문화의집, 지역문화단체→국민	문체부: 광역 및 기초지자체 대상 공모 기초지자체: 보조금 재교부(문화재단, 문화의집, 문화원, 민간단체 등)	지역제한 (기초지자체)	지방비매칭 50% 이상
문화 기반 시설	참여 문화 기반 시설 지원	17	문체부→한문연→(광역지자체)→문예회관(기초지자체, 기초 문화재단, 시설관리공단 등)→국민	한문연: 전국 문예회관 회원사 대상 공모 (일부는 광역지자체를 거쳐 문예회관 운영기관으로 재교부)	공간제한 (문예회관, 문화원, 문화의집, 박물관, 미술관, 작은도서관, 도서관)	문예회관 3년 일몰 (한문연)
		6.5	문체부→문화시설협회(지방문화원, 박물관, 미술관)→협회별 문화시설→국민	문화시설협회(지방문화원, 박물관, 미술관): 회원 문화시설 대상 공모		
		5	문체부→문화시설협회·기관(어린이와작은도서관협회, 한국도서관문화진흥원, 한국문화의집협회)→(주관사)→국민	문체부: 보조사업자 공모(공공도서관, 작은도서관) <sup>5)</sup> - 문화의집: 참여 문화의집 섭외, 보조금 직접 집행 - 작은도서관: 용역 주관사 선정, 작은도서관-문화예술전문가(개인) 매칭 - 공공도서관: 용역 주관사 선정, 도서관-공연팀 매칭		
계	174.5					

\*전달체계에서 국고 보조금을 교부받는 보조사업자는 굵게 표시함

- 5) 문화체육관광부 2022 작은도서관 문화가 있는 날 보조사업자 공모 결과:  
[http://www.mcst.go.kr/kor/s\\_notice/notice/noticeView.jsp?pSeq=16321](http://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/notice/noticeView.jsp?pSeq=16321)  
 문화체육관광부 2022 공공도서관 문화가 있는 날 보조사업자 공모 결과:  
[http://www.mcst.go.kr/kor/s\\_notice/notice/noticeView.jsp?pSeq=16320](http://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/notice/noticeView.jsp?pSeq=16320)



# III

## 문화가 있는 날 기획사업 평가체계 및 평가지표 개발

1. 선행연구의 평가체계 및 평가지표 검토
2. 통합적 평가체계 및 평가지표 개발



### Ⅲ. 문화가 있는 날 기획사업 평가체계 및 평가지표 개발

#### 1. 선행연구의 평가체계 및 평가지표 검토

##### 1) 2016년~2021년 문화가 있는 날 기획사업 평가체계 및 평가지표 분석

- 지난 2016년~2021년간 문화가 있는 날 기획사업 성과평가 연구는 일반적으로 서면조사, 현장모니터링, 설문조사(참여자, 이용자), FGI, 자문 등을 병행하여 실시하였음

〈표 3-1〉 연도별 문화가 있는 날 기획사업 평가대상 및 평가방법

연도	예산 (억원)	사업수 (개)	사업명	사업주관	평가방법
2016	82.5	4	직장배달콘서트 동동동 문화놀이터 지역거점 특화프로그램 청춘마이크	문화가 있는 날 추진단	서면조사 현장모니터링 설문조사 FGI 자문
2017	85	3	직장배달콘서트 지역특화 프로그램 청춘마이크	문화가 있는 날 사업추진단	서면조사 현장모니터링 설문조사 FGI 자문 사례조사
2018	127	5	직장문화배달 동동동 문화놀이터 지역특화 프로그램 지역문화 콘텐츠 특성화 청춘마이크	지역문화진흥원	서면조사 현장모니터링 설문조사 FGI 대표사례조사 자문 워크숍
2019	88	6	직장문화배달 동동동 문화놀이터 지역문화 콘텐츠 특성화 청춘마이크 청년문화우리 동네책방 문화사랑방	지역문화진흥원	서면조사 현장모니터링 설문조사 FGI 자문
2020	114	6	직장문화배달 동동동 문화놀이터 지역문화 콘텐츠 특성화 청춘마이크 청년문화우리 동네책방 문화사랑방	지역문화진흥원	서면조사 설문조사 FGI 자문

연도	예산 (억원)	사업수 (개)	사업명	사업주관	평가방법
2021	96.3	6	직장문화배달 동동동 문화놀이터 지역문화 콘텐츠 특성화 청춘마이크 지역문화우리 동네책방 문화사랑방	지역문화진흥원	서면조사 설문조사 FGI 자문

출처 : 문화가 있는 날 기획사업 성과평가 보고서(2016~2020), 2021년 연구공모 제안요청서 참고

- 2016년부터 2019년도까지는 현장모니터링 조사가 진행되었다가 2020년부터 중단되었고, 서면조사, 설문조사, 관계자 및 이용자 FGI, 전문가 자문을 통해 성과평가가 이루어짐

#### □ 2016년 평가체계 및 평가지표

- 2016년은 문화가 있는 날 기획사업 9개가 각 사업별로 운영 방식과 사업내용에 큰 편차가 있어, 특성에 맞게 사업별 평가지표를 차별화하여 구성함. 다만, 전체적으로는 평가지표의 통일성을 기하는 것이 중요하므로, 각 사업별 특성에 맞게 평가지표의 내용에 일부 차이를 둠
- 사업별 평가지표는 크게 3부분으로 나누어 구성하였으며, 첫째는 프로그램을 운영하는 기획사나 공연단체의 프로그램 운영 역량과 관련된 것이며, 둘째는 실제 실시되는 프로그램(공연)이 원활히 이루어졌는지 여부, 셋째는 프로그램의 성과, 곧 문화가 있는 날 인지도 제고와 프로그램에 대한 참여자 만족도로 구성함

#### □ 2017년 평가체계 및 평가지표

- 2017년은 지표영역은 3부분(기획, 실행, 성과)으로 구성하고, 20:30:50의 비율로 진행되었음. 성과는 다시 산출(output)과 성과(outcome)로 세분화하여 구성함
  - 기획영역 : 사업의 목표에 대한 이해 및 주관기관의 사업집행 역량을 평가
  - 실행영역 : 계획의 일치도, 운영특성화, 운영의 완성도, 홍보의 적극성 부분을 평가
  - 성과영역 : 크게 산출과 성과 부분으로 구분하여 평가하되, 산출 부분은 프로그램 참여자의 적극성을 중심으로 모니터링에 기반하여 평가하며, 만족도는 프로그램에 참여한 참여자(관람객)의 만족도로 측정
- 지표 성격은 정량지표 70%, 정성지표 30%로 설정하고, 현장 평가(모니터링), 참여단체(기관), 관람객 대상의 설문을 병행하여 실시됨

〈표 3-2〉 2017년 평가체계 및 평가지표

영역		지표		배점	측정방법
기획 (20)	목적의 명확성	사업 목적에 대한 이해정도		10	설문
	기획 및 집행 역량	총괄적 사업집행 역량 (협력/진행)		10	설문 모니터링
실행 (30)	계획의 완성도	계획/실행 일치도		5	모니터링
	운영 특성화	사업별 프로그램 특성화		5	모니터링
	프로그램 완성도	프로그램 완성 정도		10	설문 모니터링
	홍보의 적극성	홍보방식의 효과성 프로그램 인지 정도(관람객)		10	모니터링 설문
성과 (50)	산출 (20)	참여 적극성	참여 적극성	10	모니터링
		만족도	프로그램/예술단체 만족도	10	설문
	성과 (30)	인지도 제고	문화가 있는 날 인지도 제고 정도	10	설문
		연계 효과	문화예술 향유 의향 제고 정도	10	설문
		정책 효과	사업별 특성에 따른 성과	10	설문

출처: 문화가 있는 날 사업추진단(2017), 문화가 있는 날 사업평가 및 발전방안 연구 참조

□ 2018년 평가체계 및 평가지표

- 2018년은 2017년 성과평가와의 시계열 분석을 위해 대다수 설문 문항을 일관성을 가지고 가고 일부 가감함. 현장모니터링, 수혜자 및 참여단체 대상 설문조사·면접조사를 실시하여 현재와 향후 시점의 실정과 차별성을 고려하고자 함
- 성과평가는 추진평가, 현장평가, 경험평가를 통해 실시되었으며, 추진평가는 2016년부터 2018년까지 3년간 추진된 사업을 시계열 분석을 통하여 평가함
- 2018년도 평가 방향인 ‘정책사업 효과에 대한 파악 및 새로운 발전방향 모색’에 초점을 두고, 사업의 ‘계획-과정-성과도출’을 종합 관리하는 평가로서 지표를 정리함
- ‘계획-과정-성과도출’을 20 : 30 : 50으로 구성하였으며, 공통지표와 각 사업별 특성화 지표를 구성하여 항목을 구성함

〈표 3-3〉 2018년 평가체계 및 평가지표

평가부문	평가지표	평가항목	측정방법
현황분석 (서류자료)	균형·확대	시행수, 이용자수, 유형별 이용자수 등	서면자료처리
	공정·협력	지원단체 수, 특별광역시/일반시군 지원 단체수, 수도권/외 지원단체 수 등	
	정기·지속	프로그램 운영기간, 시행일 경향, 월별 시행 수 등	

평가부문	평가지표		평가항목	측정방법	
현장평가 (모니터링)	공통	실행과정·현장 운용	실행을 위한 준비	폐쇄형·개방형 혼합	
			실행의지 및 적극성		
			현장분위기 및 반응		
		실행결과·효과 생성	프로젝트 추진 가치 및 의미		
			정책효과 생성 및 파급가능성		
			발전 및 지속가능성		
사업특성화		목적부합도	폐쇄형·개방형 혼합		
		대상 및 장소 적합도			
경험평가 (설문조사)	이용자			인구통계	폐쇄형·개방형 혼합
				방문유형	
				사전인식	
				만족도	
			사후의향		
	참여자	문화가 있는 날 인식		문화가 있는 날	
문화가 있는 날 기획사업					
기획사업참여			참여동기		
			목적인지		
			만족도		
			참여 성과		
			향후 의향		
개선 사항					

출처: 지역문화진흥원(2018), 문화가 있는 날 성과평가 및 통합 홍보마케팅 실행 연구 보고서

#### □ 2019년 평가체계 및 평가지표

- 2019년은 기존 설문조사의 평가항목인 기획, 실행, 성과를 현장운영, 실행결과, 참여 경험으로 명칭을 변경하고 5점 척도로 측정
- 전반적인 운영과정, 프로그램 내용, 행사를 통해 얻는 만족감 등을 측정하기 위한 평가 부분이 포함됨
- 현장조사는 동일한 지표로 구성하여 평가하였으며, 현장조사는 100점 기준으로 70점 만점으로 전문가 평가단이 점수를 직접 기재하는 형식으로 하며, 설문조사는 30점을 만점으로 평가한 후, 분석단계에서 100점을 5점으로 환산하여 분석함
- 이용자 만족도는 행사의 전반적인 만족도, 공연단체에 대한 만족도, 프로그램, 행사장 관리, 행사 목적 등 행사 시스템이나 단체 및 프로그램에 대한 만족도 8개의 질문, 5점 척도로 구성함
- 참여자 만족도는 참여한 기획사업이 문화가 있는 날 사업 취지에 적합한 사업인지 대한 생각 등 10개의 질문, 5점 척도로 구성함

〈표 3-4〉 2019년 평가체계 및 평가지표

평가부문	평가지표	평가항목	배점	측정방법
현장운영 (30)	준비성	행사준비	30	5점척도
	체계성	조직 및 인력		5점척도
	수용성	참여자 호응유도		5점척도
		현장 호응수준		5점척도
		행사 홍보		5점척도
실행결과 (40)	적절성	행사 내용·방식·구성	40	5점척도
	가치성	고유 가치 및 의미		5점척도
	가능성	참여자 발전가능성		5점척도
		행사 발전가능성		5점척도
참여경험 (30)	만족도	이용자 만족도 (8문항)	30	5점척도
		참여자 만족도 (10문항)		5점척도

출처: 지역문화진흥원(2019), 문화가 있는 날 성과평가 및 이용자분석연구 참조

□ 2020년 평가체계 및 평가지표

- 2020년부터는 현장모니터링 평가가 제외되고 서면조사, 설문조사, 관계자 및 이용자 FGI, 전문가 자문을 통해 성과평가가 이루어짐
- 평가영역에 대한 구분을 별도로 두지 않고 참여자 조사, 이용자 조사로 구분하여 참여 만족도와 참여 효과에 대해 5점 척도로 측정함. 설문은 온라인 조사로 진행되었으며, 설계한 설문지를 웹조사 형태로 제작하여 사업 수행단체의 협조하에 각 사업별/대상별로 링크를 배포함
- 2020년의 경우 다수행사가 취소됨에 따라 대면으로 진행한 일부 팀이 현장 관람객을 대상으로 설문에 참여하도록 하거나, 배달사업의 참여 기관 담당자를 대상으로 설문에 참여하는 방식을 취함
- 설문조사의 문항구조는 ‘공통질문’ 문항에 ‘사업별 추가문항’으로 구성되어 있으며, ‘공통질문’ 내에서도 사업별 목표 및 운영 구조적 특성에 따라 보기 문항을 다르게 구성함

〈표 3-5〉 2020년 평가체계 및 평가지표

평가부문	평가지표	평가항목
1. 참여자 조사		
공통	기본정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>단체명, 응답자, 사업수행 지역, 단체 구성원, 단체 활동경력, 단체 주요 활동지역, 단체 연평균 수입</li> </ul>
	지원사업 참여경험	<ul style="list-style-type: none"> <li>6개 사업별 2020년 이전 참여경험여부, 횟수, 참여년도</li> </ul>
	사업참여형태	<ul style="list-style-type: none"> <li>참여목적, 정보채널</li> </ul>
	사업참여 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화가 있는 날 취지 부합성 / 티사업과의 차별성 / 사업 목표 및 방향 / 사업 내용 및 방식 / 사업일정 및 절차 / 사업예산 규모 / 소통체계 / 사업홍보 / 재 참여 의사</li> </ul>
	사업참여 결과	<ul style="list-style-type: none"> <li>애로사항 (사업별 목표 및 운영구조적 특성에 따른 개별 문항)</li> </ul>
	참여효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업비전 및 역할인지 / 자신감 증진 / 사업추진 역량강화 / 결속력 / 인지도 확보 / 활동지속성 / 네트워크</li> </ul>
	코로나19 대응	<ul style="list-style-type: none"> <li>비대면 운영에 대한 운영방식 변경 대응에 대한 평가 및 그 사유</li> <li>주요 비대면 운영전략, 주요 비대면 운영 성과, 비대면 운영시 애로사항</li> </ul>
	사업가치	<ul style="list-style-type: none"> <li>사회적 역할 (사업별 목표 및 운영구조적 특성에 따른 개별 문항)</li> <li>차별성 및 강점 (사업별 목표 및 운영구조적 특성에 따른 개별 문항)</li> </ul>
	포스트 코로나	<ul style="list-style-type: none"> <li>바람직한 추진양식, 대면운영 및 비대면 병행 시 시급하게 개선되어야 할 사항</li> <li>포스트 코로나 시대 사업추진 방향 및 해결과제</li> </ul>
사업별 추가 문항	청춘 마이크	<ul style="list-style-type: none"> <li>주관단체 선정하여 운영하는 방식의 적절성 및 보완/개선사항</li> <li>올해 사업 공연횟수 (총 운영횟수 / 대면 운영횟수 / 비대면 운영횟수)</li> </ul>
	지역문화우리	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19에 대응하여 진행한 소규모 운영의 전략</li> <li>사업참여 이후 활동계획, 향후 희망 활동영역 및 계획</li> <li>향후 활동계획에 20년 사업참여 경험이 미친 영향</li> </ul>
	지역문화 콘텐츠 특성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 안착을 위한 5년 연속 지원구조의 적합성 및 사유, 보완/개선사항</li> <li>자부담 매칭 구조에 대한 적합성 및 보완/개선사항</li> <li>지역 안착을 위한 추가 지원 필요 사항</li> <li>연속 지원단체의 선정 방식에 대한 적절성 및 전년도 평가 반영비중에 대한 적절성, 우선 고려 기준</li> </ul>
	동동동 문화놀이터	<ul style="list-style-type: none"> <li>본 사업의 효과적 운영을 위한 개선사항 (사업목적의 명확한 제시 / 사업예산 및 지원횟수 확대 / 공연)</li> <li>규모별 예산 차등지급 / 소통체계 / 참여기관 매칭방식 / 홍보강화 / 네트워크 및 역량강화 기회 / 지역단체</li> <li>가점부여)</li> </ul>
	직장문화배달	<ul style="list-style-type: none"> <li>본 사업의 효과적 운영을 위한 개선사항 (사업목적의 명확한 제시 / 사업예산 및 지원횟수 확대 / 공연)</li> <li>규모별 예산 차등지급 / 소통체계 / 참여기관 매칭방식 / 홍보강화 / 네트워크 및 역량강화 기회 / 지역단체</li> <li>가점부여)</li> </ul>
	동네책방 문화사랑방	<ul style="list-style-type: none"> <li>본 사업의 효과적 운영을 위한 개선사항 (사업목적의 명확한 제시 / 사업예산 및 지원횟수 확대 / 전담인력)</li> <li>확보 / 소통체계 / 네트워크 및 역량강화 기회 / 홍보강화 / 가산점 통한 연속활동 우대</li> </ul>

평가부문	평가지표	평가항목
2. 이용자 조사		
공통	기본정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>성별, 연령, 거주지, 직업, 혼인여부, 가구원 수, 자녀 수, 월평균 가구소득, 이전 참여경험(문화가 있는 날 혜택, 타 문화가 있는 날 프로그램, 동일프로그램(동일 기획사업), 참여단체의 다른 행사)</li> </ul>
	프로그램 참여형태	<ul style="list-style-type: none"> <li>방문 유형, 행사 인지 경로, 참여시간, 동행자 유형</li> </ul>
	프로그램 참여 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>전반적 만족도 / 단체의 열정과 노력 / 프로그램 흥미와 몰입 / 행사관리 및 안내 / 행사 취지 및 목표공감 / 행사일정 및 장소 / 사업홍보 / 재참여 및 추천의사</li> </ul>
	프로그램 참여효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>감정 (즐거움 및 여흥 / 심신 및 정신 힐링), 관심 (단체에 대한 관심 / 문화가 있는 날 및 사업 취지에 대한 관심)</li> <li>프로그램 유형 및 장르에 대한 관심, 의지 (참여욕구, 시간 및 비용 투입), 유대감 (타 관람객 / 운영주체)</li> </ul>
사업별 추가 문항	지역문화우리	<ul style="list-style-type: none"> <li>참여하면서 경험한 지역문화우리의 가치와 의미</li> </ul>
	동동동 문화놀이터	<ul style="list-style-type: none"> <li>참여하면서 경험한 동동동 문화놀이터의 효과</li> <li>향후 효과적인 운영을 위해 필요한 부분</li> <li>향후 사업지원 외에 자체적으로 문화예술 단체를 초청할 의향</li> </ul>
	직장문화배달	<ul style="list-style-type: none"> <li>참여하면서 경험한 직장문화배달의 효과</li> <li>향후 효과적인 운영을 위해 필요한 부분</li> <li>향후 사업지원 외에 자체적으로 문화예술 단체를 초청할 의향</li> </ul>

출처: 지역문화진흥원(2020), 문화가 있는 날 기획사업 및 발전방안 연구 참조

## □ 2021년 평가체계 및 평가지표

- 2021년은 6개 평가대상 사업별로 2개 평가영역(참여자 조사, 이용자 조사)으로 구분하고, 3개 평가지표(사업참여 현황, 사업참여 결과, 사업참여 효과), 15개 항목, 63개 문항에 대해 조사
- 2020년 조사와 비교하여 설문조사의 '공통질문' 문항에서 코로나 19의 대응, 포스트 코로나 등에 대한 문항이 삭제되었음
- 참여자 및 이용자 문항의 경우, 공통항목이라 하더라도 사업 특성에 맞게 항목을 일부 조정 또는 변경하여 사용하고 있음. 예를 들면, 팬층 네트워크 확대를 지역주민 네트워크 확대, 수혜자 네트워크 확대 등으로 달리 표현함

〈표 3-6〉 2021년 평가체계 및 평가지표

평가부문	평가지표	평가항목	문항수
1. 참여자 조사			
6개 사업별	사업참여현황	참여목적 / 정보채널 / 프로그램 운영횟수(3문항)	6
	사업참여결과	사업참여 만족도(10문항) / 애로사항(10문항) / 개선대안	21
	사업참여효과	사업참여효과(10문항) / 바라는점	11
2. 이용자 조사			
6개 사업별	참여현황	참여계기 / 정보채널 / 참여시간 / 동반자	4
	참여결과/효과	참여만족도(10문항) / 참여효과(10문항) / 바라는점	21
2개 영역	5개 지표	15 항목	63개

\*평가항목 및 문항수는 사업별로 평가항목 2~3개, 문항수에서 3~4개 차이가 있음

〈표 3-7〉 2021년 평가체계 및 평가지표 (상세)

평가부문	평가지표	평가항목	문항수
1. 참여자 조사			
6개 사업별	기본정보	• 단체명 및 응답자명 / 단체 구성원수 / 활동경력 / 활동지역 / 연평균 수입 / 기획사업 참여경험(6문항)	11
	사업참여현황	• 참여목적 / 정보채널 / 프로그램 운영횟수(3문항)	6
	사업참여결과	• 사업참여만족도(10문항) : 문화가 있는 날 취지 부합성 / 타 사업과의 차별성 / 사업 목표 및 방향 / 사업 내용 및 방식 / 사업일정 및 절차 / 사업예산 규모 / 소통체계 / 사업 홍보 / 재참여 의사	10
		• 애로사항(10문항) : 사업목적방향 / 공연장소 / 공연일정 내용 / 주관단체소통 / 지원예산 / 사업홍보 / 예술단체간 네트워킹 / 행정절차 / 비대면공연 / 기타	10
	• 개선대안	1	
사업참여효과	• 사업참여효과(10문항) : 역할명확 / 자신감 / 추진역량 / 결속력 / 대중인지도 / 문화예술계 인지도 / 활동기회 / 공공행정기관 네트워크 / 지역주민 네트워크 / 다른 예술 단체 네트워크	10	
	• 바라는점	1	
2. 이용자 조사			
6개 사업별	기본정보	• 성별 / 나이 / 거주지 / 직업 / 혼인여부 / 월평균 가구소득 / 문화가 있는 날 참여경험	7
	프로그램 참여현황	• 참여계기 / 정보채널 / 참여시간 / 동반자	4
	프로그램 참여 결과/효과	• 참여만족도(10문항) : 전반적 만족도 / 단체의 열정과 노력/프로그램 흥미와 재미 / 행사관리 및 안내 / 행사 취지 및 목표공감 / 행사일정 및 장소 / 사업홍보 / 재참여 의사 / 지인 추천의사	10
		• 참여효과(10문항) : 감정(즐거움 및 여흥 / 심신 및 정신 힐링), 관심(단체에 대한 관심 / 문화가 있는 날 및 사업취지에 대한 관심 / 프로그램 유형 및 장르에 대한 관심), 의지(참여 욕구, 시간 및 비용 투입), 유대감(타 관람객 / 운영주체)	10
• 바라는점	1		

출처: 지역문화진흥원(2021), 문화가 있는 날 기획사업 성과분석 연구 참조

## □ 선행연구(2016년~2021년) 평가지표 비교분석

- 평가대상은 지역문화진흥원이 주관하는 사업에 대해서만 실시해 왔으며 문화체육관광부 기획사업, 문화기반시설 기획사업에 대해서는 실시한 적이 없음
- 평가방법은 2016년부터 2019년까지 서면조사, 현장모니터링, 설문조사, FGI, 자문 등을 실시하였으나, 2020년부터 현장모니터링을 별도로 분리하여 실시하고 성과평가 연구에서는 서면조사, 설문조사, FGI, 자문을 채택함
- 평가영역과 평가지표는 2017년부터 체계화되었으며 연도별로 변화가 나타남
  - 2017년은 3개 평가영역(기획, 실행, 성과), 11개 평가지표, 12개 평가항목, 배점 100점 배점으로 구성함
  - 2018년은 3개 평가영역(계획:현황분석, 과정:현장평가, 성과:경험평가), 9개 평가지표, 30개 평가항목으로 구성하고, 100점 배점으로 구성함
  - 2019년은 3개 평가영역(현장운영, 실행결과, 참여경험), 7개 평가지표, 27개 평가항목, 100점 배점으로 구성함
  - 2020년은 6개 평가대상 사업별로 2개 평가영역(참여자 조사, 이용자 조사)으로 구분하고, 참여자 조사는 7개 평가지표(참여 경험, 참여 형태, 참여 만족도, 참여 결과, 참여 효과, 코로나19 대응, 사업 가치, 포스트코로나), 이용자 조사는 3개 평가지표(참여 형태, 참여 만족도, 참여 효과)에 대해 조사. 참여 만족도와 참여 효과는 공통문항과 사업별 추가 문항으로 구성하여 5점 척도로 응답하며, 총점을 산출하지 않음
- 2021년은 6개 평가대상 사업별로 2개 평가영역(참여자 조사, 이용자 조사)으로 구분하고, 3개 평가지표(사업참여 현황, 사업참여 결과, 사업참여 효과), 사업별 52개에서 66개 평가항목에 대해 조사. 참여 만족도와 참여 효과는 공통문항과 사업별 추가 문항으로 구성하고 5점 척도로 응답함

## 2) 문화가 있는 날 기획사업 평가체계 및 평가지표 시사점

### □ 정책사업의 효과성을 측정할 수 있는 평가모델 적용 필요

- 기존 조사에서 참여자와 이용자 조사를 구분하여 조사하는 형태는 그대로 유지하면서 평가체계를 구성하는 데 있어 사업성과의 과정과 효과성을 효율적으로 드러내기 위해 투입, 산출, 실행, 성과, 효과 등의 평가모델에 대한 적용이 필요해 보임
- 2017년과 2018년 연구에서 성과분석을 위해 채택한 '기획 - 실행 - 성과'의 분석 틀이

정책사업의 성과를 측정하기에 적절해 보이며, 그 모델을 좀 더 구체화 시킬 필요가 있음

- 2016년과 2017년 문화가 있는 날 사업평가에서는 사업의 초기 단계이므로 사업의 인지도 조사와 함께 ‘기획 - 실행 - 성과’의 비율로 기획사업 평가체계를 구성하였고, 현장 평가(모니터링), 참여단체(기관), 관람객 대상의 설문을 병행하여 실시함
  - 2018년 연구에서는 시계열 분석을 위해 2017년의 평가지표와 대다수 일관성을 가지고 일부 가감함
  - 2019년은 기존의 ‘기획 - 실행 - 성과’를 ‘현장운영, 실행결과, 참여경험으로 명칭을 변경하여 평가지표를 구성함
- 참여 성과가 참여자와 이용자의 직접 참여에 따른 혜택 위주로 되어 있고, 정책 효과에 대한 평가항목이 없어 보완 필요

#### □ 핵심적 공통지표를 개발하고 사업별 특화 질문 개발 필요

- 2020년부터는 코로나의 여파로 인해 대다수의 행사가 취소되는 문제가 발생하여 현장 모니터링 조사가 불가능한 상황이었음. 이에 현장조사에서 주로 다루었던 사업별 특화 질문들을 설문 항목에 최대한 활용하여 설문 문항을 세분화하였음. 하지만 문항이 세분화된 반면 평가영역에 대한 구분을 별도로 두지 않아 사업별 핵심적 공통지표가 드러나지 않는 한계가 있음
- 이에 현장모니터링에서 파악할 수 있는 사업의 실행과 성과 부분에 대한 조사가 설문조사를 통해 좀 더 면밀하게 구성될 필요가 있음
- 또한, 평가체계가 계속 변경되어 시계열 분석이 어려운 측면이 발생하게 되므로 핵심지표를 개발할 필요가 있음

#### □ 정량지표와 정성지표를 활용하여 질적 활성화 수준 파악

- 정량지표와 정성지표로 구성하여 기획사업의 양적 성장뿐만 아니라 질적 활성화 수준을 파악할 수 있도록 개발
- 2020년과 2021년 지표의 경우, 참여 효과를 참여단체의 역량과 네트워크 변화 측면과 이용자의 심리적, 사회적 변화 측면에서 제시한 점은 유지 필요

## 2. 통합적 평가체계 및 평가지표 개발

### 1) 2022년도 평가모델

#### □ 정책평가<sup>6)</sup>

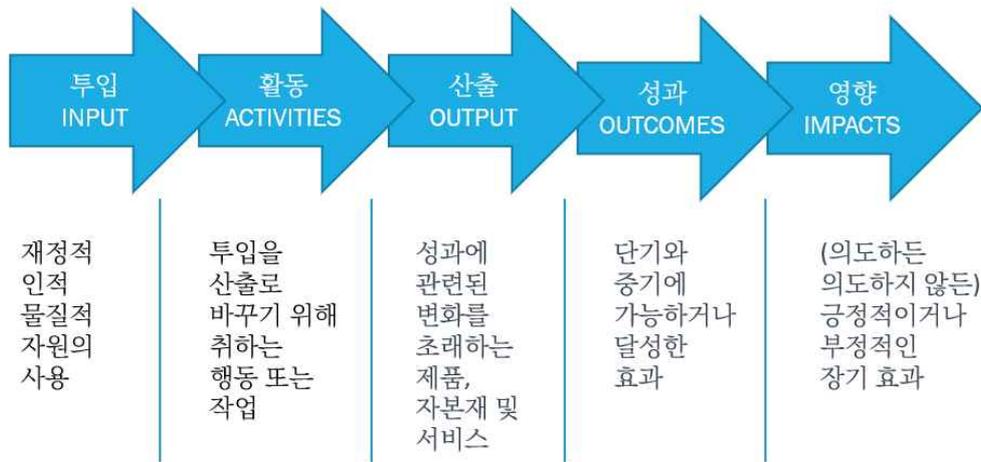
- 정책은 문제형성단계(문제의 인식, 정책의제 설정), 결정단계(대안 탐색, 대안선택), 집행단계, 평가단계, 종결 및 수정이라는 5단계를 거쳐서 이루어짐
- 정책평가란 정책을 집행하고 난 후 원래 해결하고자 했던 문제가 제대로 잘 해결되었는지 검토해 보는 단계
- 정책평가는 대상에 따라 결과평가와 과정평가로 구분할 수 있음
  - 결과평가는 정책의 내용이 실패 문제해결에 얼마나 도움이 되었는지, 당초 기대했던 목표가 어느 정도 달성되었는지 확인해 보는 평가임
  - 과정평가는 정책을 입안하고 시행하는 전체적인 과정이나 절차가 제대로 성실하게 지켜졌는지 따져보는 평가임

#### □ 결과평가와 과정평가

- OECD(2013)는 개발사업의 결과를 측정하고 관리하기 위한 결과평가모델로 투입, 활동, 산출, 성과, 영향이라는 다섯 가지 영역을 제시하고 있음
  - 투입은 재정적, 인적, 물질적 자원의 사용을 말함
  - 활동은 투입을 산출로 전환시키기 위하여 수행하는 행동과 작업을 말함
  - 산출은 성과와 관련된 변화를 가져오는 산물을 말함
  - 성과는 단기 또는 중기적 효과를 말함
  - 영향은 의도되었든 의도되지 않았든 나타나는 적극적, 부정적, 장기적 효과를 말함

---

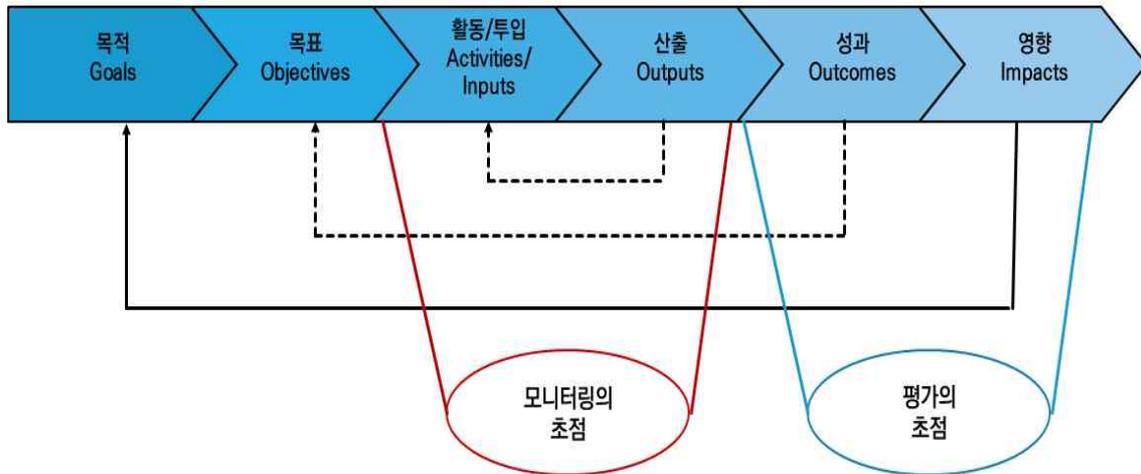
6) 김정수(2017) 정책학 입문, 문우사



〈그림 3-1〉 OECD 개발사업 성과평가 모델

출처: OECD (2013). Development Results: An Overview of Results Measurement and Management

- OECD의 결과평가모델을 결과평가와 과정평가로 나누어 볼 수 있음
  - 과정평가는 효율성을 평가하는 것으로 투입과 활동을 평가함
  - 결과평가는 효과성을 평가하는 것으로서 산출, 성과, 영향을 평가한다고 볼 수 있음
- 결과평가에서 산출(output), 성과(outcome), 영향(impact)이라는 개념이 사용되고 있는데 이들의 의미를 정확하게 구분하는 것이 어려우므로 이를 정책목적 및 정책목표와 연계하여 평가 기준을 설정할 수 있음
  - 김정수(2017)는 산출은 정책집행이 종료된 직후의 직접적인 결과물, 즉각적으로 나타나는 변화를 말하며 단기적, 직접적, 계량적 특성을 갖고 있다고 보았으며, 성과는 이 산출물로 인해서 나타나는 중기적인 변화, 영향은 산출로 인하여 파급되어 나타나는 장기적이고 보다 광범위한 지역에서의 변화를 의미하며 장기적, 간접적, 비계량적 특성을 갖고 있다고 봄
  - 이러한 모호함을 보다 명확하게 하기 위해 정책목적과 정책목표와 관련하여 살펴보면, 성과는 정책목표와 관련되어 있으며, 영향은 정책목적과 관련되어 있다고 보는 것이 타당할 것으로 판단됨



〈그림 3-2〉 모니터링 및 평가 프레임워크

출처: <https://impact-consulting.net/en/monitoring-and-evaluation/#page-content>

## 2) 2022년도 평가체계 및 평가지표 구성

### □ 2022년도 평가체계 및 평가지표

- 평가영역은 5개(투입, 활동, 산출, 성과, 영향)로 구분하였음
  - 산출은 프로그램 운영결과 및 이용자 참여결과, 성과는 참여자 및 이용자에 대한 직접적 혜택, 영향은 중·장기 정책성으로 구분하였음. 문화가 있는 날 기획사업의 사업의 1차 목적인 ‘국민의 문화기본권 보장’, 2차 목적인 ‘문화기본권 보장을 위한 지역문화 생태계 구축’을 기준으로 평가함
- 평가지표는 10개로 구분하여, 22개 평가항목, 93개 공통문항, 4~7개 사업별 문항으로 구성하였음
  - 투입은 2개 평가지표(예산, 참여단체), 4개 평가항목, 4개 문항으로 구성
  - 활동은 2개 평가지표(참여자 활동, 이용자 활동), 3개 평가항목, 27개 문항으로 구성
  - 산출은 2개 평가지표(프로그램 운영결과, 이용자 참여결과), 8개 평가항목, 공통 25개 문항, 사업별 추가 4~7문항으로 구성
  - 성과는 2개 평가지표(참여자 성과, 이용자 성과), 5개 평가항목, 25문항으로 구성
  - 영향은 2개 평가지표(문화복지 정책성과, 지역문화 정책성과), 4개 평가항목, 12개 문항으로 구성

□ 평가체계 및 평가지표 구성(안)

〈표 3-8〉 2022년 평가체계 및 평가지표(안)

평가영역	평가지표	평가항목	문항수	평가방법
투입 (inputs)	예산	예산규모	1	서면조사
		1억당 이용자수	1	서면조사
	참여단체	참여단체 수	1	서면조사
		참여단체당 지원금액	1	서면조사
활동 (activities)	참여자 활동	사업 참여 현황	13	설문조사(참여자)
	이용자 활동	이용자 경험 및 인식	3	설문조사(이용자)
		이용자 인지도 및 참여현황	11	설문조사(이용자)
산출 (outputs)	프로그램 운영결과	프로그램 운영횟수	1	서면조사
		사업 운영자원 및 사업실행평가	8	설문조사(참여자)
		사업별 운영자원 및 사업실행평가	사업별 2~4	설문조사(참여자)
		개선점	2	설문조사(참여자)
	이용자 참여결과	이용자 수	1	서면조사
		이용자 참여만족도	10	설문조사(이용자)
		사업별 참여만족도	사업별 2~3	설문조사(이용자)
		개선점	3	설문조사(이용자)
성과 (outcomes)	참여자 성과	주관기관 성과	5	설문조사(참여자)
		참여단체/예술가 성과	11	설문조사(참여자)
	이용자 성과	심리적, 사회적, 문화역량 제고	5	설문조사(이용자)
		문화관심 제고	2	설문조사(이용자)
영향 (impacts)	문화복지 정책성과	참여자 평가	5	설문조사(참여자)
		이용자 평가	2	설문조사(이용자)
	지역문화 정책성과	참여자 평가	3	설문조사(참여자)
		이용자 평가	2	설문조사(이용자)
5개 평가영역	10개 평가지표	22개 평가항목	공통 93개 사업별 4~7개	

□ 2022년과 2021년 평가지표 비교

- 2021년 평가지표는 6개 사업별로 2개 영역, 5개 지표, 15개 항목, 63개 문항으로 구성하였음
- 2022년 평가지표는 5개 영역, 10개 지표, 22개 항목, 93개 공통문항과 4~7개 사업별 문항으로 구성

〈표 3-9〉 2022년과 2021년 평가지표 비교

구분	2022년도 평가지표	2021년도 평가지표
평가영역	5개 영역 : 투입, 활동, 산출, 성과, 영향	2개 영역 : 참여자, 이용자
평가지표	10개 지표	5개 지표
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 투입 : 예산, 참여단체</li> <li>• 활동 : 참여자 활동, 이용자 활동</li> <li>• 산출 : 프로그램 운영결과, 이용자 참여결과</li> <li>• 성과 : 참여자 성과, 이용자 성과</li> <li>• 영향 : 문화복지 정책성과, 지역문화 정책성과</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 참여자 : 사업참여현황, 사업참여결과, 사업참여효과</li> <li>• 이용자 : 참여현황, 참여결과/효과</li> </ul>
평가항목	22개 항목	15개 항목
평가문항	공통 문항 93개, 사업별 문항 4~7개	63개 문항
평가방법	서면조사, 설문조사, FGI, 자문	서면조사, 설문조사, FGI, 자문



# IV

## 문화가 있는 날 기획사업 설문조사 및 FGI 조사결과

1. 조사개요
2. 이용자 설문조사
3. 참여자 설문조사
4. 참여자 및 정책전문가 FGI



## IV. 문화가 있는 날 기획사업 설문조사 및 FGI 조사결과

### 1. 조사 개요

#### 1) 조사 목적

- ‘문화가 있는 날 기획사업’에 대한 이용자(관람객)와 참여자(기관/단체/공연팀)의 전반 인식과 만족 정도를 파악하고 개선점을 도출하여 차년도 사업 개선에 반영하기 위한 기초 자료를 마련하기 위함
- 더불어 ‘문화가 있는 날 기획사업’의 사업추진 효과성과 정책성과를 면밀히 검토하여 ‘문화가 있는 날 기획사업’의 사업 타당성을 재확인하고, 이를 통해 중장기 차원에서의 지속적인 성장을 위한 개선방안을 도출하고자 함
- 이를 위해 ‘문화가 있는 날 기획사업’의 이용자(관람객)와 참여자(기관/단체/공연팀)를 대상으로 양적 차원의 정량조사(설문조사)와 질적 차원의 정성조사(FGI)를 병행하여 실시함으로써 조사결과의 신뢰성을 확보하고자 하였음

#### 2) 조사 설계

- ‘문화가 있는 날 기획사업’의 이용자(관람객)와 참여자(기관/단체/공연팀)를 대상으로 한 양적 차원의 정량조사(설문조사)와 질적 차원의 정성조사(FGI)에 대한 전체 조사설계의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같음

〈표 4-1〉 문화가 있는 날 기획사업 조사 설계

구분	정량조사		정성조사
조사 지역	전국	전국	전국
조사 대상	문화가 있는 날 기획사업 이용자(관람객)	문화가 있는 날 기획사업 참여자(기관/단체/공연팀)	문화가 있는 날 기획사업 참여자(기관/단체/공연팀)
조사 방법	온라인/서면 설문조사	온라인 설문조사	FGI(포커스그룹인터뷰)
조사규모(목표)	6,772명	1,047개 기관/단체/공연팀	12그룹
조사규모(실사)	2,760명	834개 기관/단체/공연팀	12그룹 76명
표본 추출	사업별 유의할당	전수조사	사업별 유의할당
조사 기준 시점	2022년 현재	2022년 현재	2022년 현재
조사기간	2022년 10~12월	2022년 11~12월	2022년 11월

### 3) 표본 설계

- ‘문화가 있는 날 기획사업’의 이용자(관람객) 대상 정량조사(설문조사)의 경우 사업의 특성과 규모를 반영하여 6개 사업별 유의할당(지역특화 프로그램 1,050명, 청춘마이크 950명, 실버마이크 250명, 지역문화 콘텐츠 특성화 645명, 생활 속 문화활동 지원 225명, 7개 문화기반시설 3,652명)하여 총 6,772명의 조사 표본을 설정하였음
- ‘문화가 있는 날 기획사업’의 참여자(기관/단체/공연팀) 대상 정량조사(설문조사)의 경우에는 1,047개 참여자(기관/단체/공연팀) 전체를 대상으로 하는 전수조사를 설정하였음
- 한편, 정성조사(FGI)의 경우에는 ‘문화가 있는 날 기획사업’의 6개 사업별, 사업참여 방식별(사업 주관/사업 참여) 총 10개 그룹 및 별도의 정책전문가 2개 그룹을 구성하여 총 12개의 FGI 그룹을 구성하였고, 참여대상자는 사업별 실무자 및 정책전문가를 대상으로 하였음
- ‘문화가 있는 날 기획사업’의 이용자(관람객)와 참여자(기관/단체/공연팀)를 대상으로 한 정량조사(설문조사)와 정성조사(FGI)의 표본 설계 내용을 세부적으로 살펴보면 다음과 같음

〈표 4-2〉 문화가 있는 날 기획사업 표본 설계

운영주최/기획사업		정량조사(설문조사)		정성조사(FGI 그룹)		
		이용자 (관람객)	참여자 (기관/단체/공연팀)	정책 전문가	사업 실무자	비고
문체부	지역특화 프로그램	35개 프로그램별 30부 1,050명	35개 프로그램	1그룹	2그룹	·지자체 담당자 ·사업실무자
지역 문화 진흥원	청춘마이크	19개 주관기관 50부 950명	·19개 주관기관 ·503개 공연팀		2그룹	·주관단체 ·공연팀
	실버마이크	5개 주관기관별 50부 250명	·5개 주관기관 ·103개 공연팀		2그룹	·주관기관 ·공연팀
	지역문화 콘텐츠 특성화	43개 주관처별 15부 645명	·43개 주관처		1그룹	·주관처별실무자
	생활 속 문화활동 지원	15개 주관처별 15부 225명	·15개 주관처		1그룹	·주관처별실무자
7개 문화기반시설		317개 참여시설별 3,652명	·7개 주관기관 ·317개 참여시설	1그룹	2그룹	·7개 주관기관 ·참여시설
합계		6,772명		2그룹	10그룹	총 12그룹
		1,047개 단체				

#### 4) 조사 내용

- ‘문화가 있는 날 기획사업’의 정량조사와 정성조사의 주요 조사내용을 살펴보면 정량조사의 경우 이용자(관람객) 대상 설문조사에서는 ① 참여 사업(프로그램) 관련 정보 ② 문화활동 경험 및 인식 ③ 행사(프로그램) 인지도 및 참여 현황 ④ 행사(프로그램) 참여 만족도 ⑤ 사업별 참여 만족도 ⑥ 사업성과 ⑦ 사업 효과(정책효과) ⑧ 개선점 및 자유의견 ⑨ 응답자 특성을 주요 내용으로 구성하였으며, 참여자(기관/단체/공연팀) 대상 설문조사에서는 ① 참여자(기관/단체/공연팀) 기본 정보 ② 사업참여 현황 ③ 사업 운영자원 및 사업실행 평가 ④ 사업별 운영자원 및 사업실행 평가 ⑤ 사업성과 ⑥ 사업 효과(정책효과) 및 개선점 ⑦ 응답자 정보를 주요 내용으로 구성하였음
- 정성조사(FGI)의 경우 사업 평가(타당성, 차별성, 만족도, 성과, 정책효과)와 개선 방안(개선 방향, 발전방안, 자유 의견)으로 나누어 구성하였음

**〈표 4-3〉 문화가 있는 날 기획사업 주요 조사 내용**

구분	이용자(관람객)	참여자(기관/단체/공연팀)
정량조사 (설문조사)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 참여 사업(프로그램) 관련 정보</li> <li>· 문화활동 경험 및 인식</li> <li>· 행사(프로그램) 인지도 및 참여 현황</li> <li>· 행사(프로그램) 참여 만족도</li> <li>· 사업별 참여 만족도</li> <li>· 사업 성과</li> <li>· 사업 효과(정책 효과)</li> <li>· 개선점 및 자유의견</li> <li>· 응답자 특성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 참여 기관/단체 기본 정보</li> <li>· 사업 참여 현황</li> <li>· 사업 운영자원 및 사업실행 평가</li> <li>· 사업별 운영자원 및 사업실행 평가</li> <li>· 사업 성과</li> <li>· 사업 효과(정책 효과) 및 개선점</li> <li>· 응답자 정보</li> </ul>
정성조사 (FGI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 사업 평가 : 타당성, 차별성, 만족도, 성과, 정책효과</li> <li>· 개선 방안 : 개선 방향, 발전 방안, 자유 의견</li> </ul>	

## 2. 이용자 설문조사

### 1) 조사 목적

- ‘문화가 있는 날 기획사업’에 대한 이용자(관람객)의 사업에 대한 전반 인식과 만족 정도 파악 및 개선점을 도출하여 차년도 사업 개선에 반영하기 위한 기초자료를 마련하고, 이를 통해 중장기 차원에서의 지속적인 성장을 위한 개선방안을 도출하고자 함

### 2) 조사 설계

- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사는 사업의 특성과 규모를 반영하여 6개 사업별(지역특화 프로그램, 청춘마이크, 실버마이크, 지역문화 콘텐츠 특성화, 생활 속 문화활동 지원, 7개 문화기반시설)로 유의 할당하였으며, 2022년 10월 26일(수)부터 12월 11일(일)까지 47일간 온라인 조사(Web-Survey) 및 현장 배포 서면조사(‘문화가 있는 날’ 주간의 행사 및 프로그램 이용자 대상)를 병행하여 실시하였음
- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사의 조사설계 내용을 세부적으로 살펴보면 다음과 같음

〈표 4-4〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사 조사 설계

구분	내용
조사 지역	전국
조사 대상	문화가 있는 날 기획사업 이용자(관람객)
조사 방법	온라인 조사(Web-Survey) 및 현장 배포 서면조사 병행(자기기입식 설문조사)
조사 규모	총 2,760명
표본 추출	사업 특성과 규모를 반영한 유의할당 표본추출
표본 오차	95% 신뢰수준, ±1.87%p(무한모집단 가정)
조사기준시점	2022년 현재
조사기간	2022년 10월 26일부터 ~ 2022년 12월 11일까지(47일간)
수행기관	상명대학교
조사기관	(주)티브릿지코퍼레이션

### 3) 조사 내용

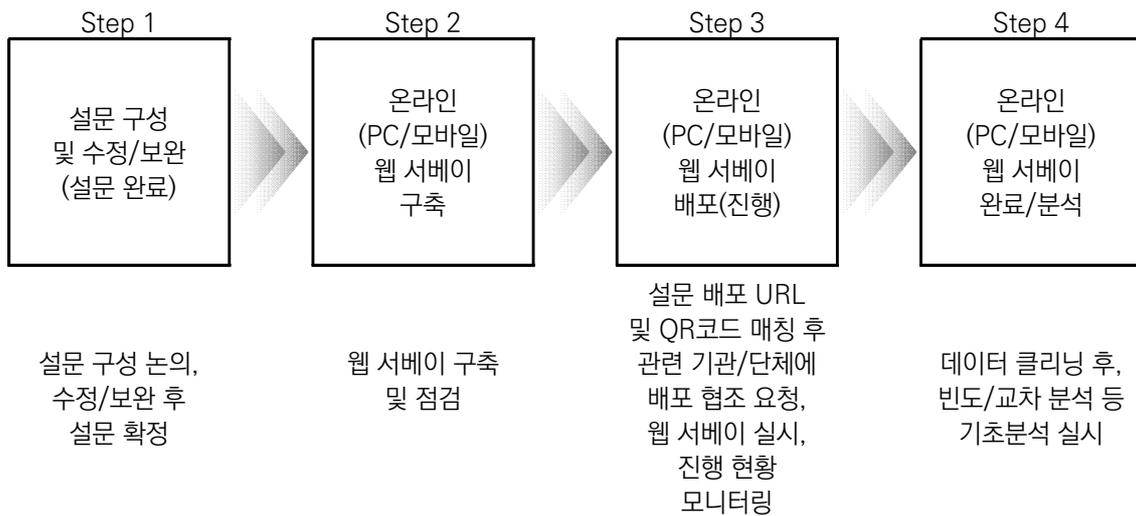
- ‘문화가 있는 날 기획사업’의 이용자(관람객) 대상 설문조사에서는 ① 참여 사업(프로그램) 관련 정보 ② 문화활동 경험 및 인식 ③ 행사(프로그램) 인지도 및 참여 현황 ④ 행사(프로그램) 참여 만족도 ⑤ 사업별 참여 만족도 ⑥ 사업성과 ⑦ 사업 효과(정책효과) ⑧ 개선점 및 자유 의견 ⑨ 응답자 특성을 주요 내용으로 구성하였으며, 세부내용을 구체적으로 살펴보면 다음과 같음

〈표 4-5〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사 내용

구분	내용
문화활동 경험 및 인식	○ 문화예술행사 관람 경험 및 인식 ○ 문화가 있는 날 참여 경험 ○ 문화향유 여건(2문항)
행사(프로그램) 인지도 및 참여 현황	○ 문화가 있는 날 전반 인지도 ○ 문화가 있는 날 역할 인지도 ○ 문화가 있는 날 인지도 ○ 행사(프로그램) 참여 동기 ○ 행사(프로그램) 정보 획득 경로 ○ 참여 프로그램 유형 ○ 프로그램 참가 비용 ○ 참여 장소 ○ 참여 시간 ○ 동반자 유형
행사(프로그램) 참여 만족도	○ 행사(프로그램) 참여 만족도(11문항) ○ 문화가 있는 날 수요(프로그램 종류)
사업별 참여 만족도	○ 청춘마이크(3문항) ○ 실버마이크(3문항) ○ 지역문화 콘텐츠 특성화(2문항) ○ 생활 속 문화활동 지원(1문항) ○ 지역특화 프로그램(2문항) ○ 참여 문화기반시설(2문항)
사업 성과	○ 사업 성과(10문항)
사업 효과(정책 효과)	○ 사업 효과(정책 효과)(4문항)
개선점 및 자유의견	○ 행사(프로그램)을 통해 얻은 것 ○ 가장 우선적으로 개선으로 필요한 것 ○ 행사(프로그램)에 참여하시면서 느낀 점이나 바라는 점
응답자 특성	○ 참여 사업(프로그램)명, 성별, 연령, 거주지역, 가구원수, 직업, 학력, 월평균 가구 소득

#### 4) 조사 방법

- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사는 (Step 1) 설문 구성 및 수정/보완, (Step 2) 온라인 웹 서베이 구축, (Step 3) 온라인 웹 서베이 배포, (Step 4) 온라인 웹 서베이 완료/분석 순으로 진행하였으며, ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자 대상 설문조사의 수행 절차를 세부적으로 살펴보면 다음과 같음



〈그림 4-1〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사 수행 절차

#### 5) 응답자 특성

- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사 실사(fieldwork) 현황을 세부적으로 살펴보면, 목표(6,772명) 대비 조사(2,760명) 진행률은 40.8%로 나타났으며, ‘문화가 있는 날 기획사업’의 6개 세부 사업별로는 지역특화 프로그램 13.4% (141/1,050), 청춘마이크 38.5% (366/950), 실버마이크 35.2% (88/250), 지역문화 콘텐츠 특성화 45.4% (293/645), 생활 속 문화활동 지원 80.9% (182/225), 7개 문화기반 시설 46.3% (1,690/3,652)로 나타남
- 한편, 7개 문화기반시설에서는 한국문화예술회관연합회(문예회관) 42.6% (919/2,156), 한국박물관협회(박물관) 51.9% (166/320), 한국사립미술관협회(미술관) 62.5% (165/264), 한국도서관문화진흥원(공공도서관) 24.2%(63/260), 어린이와작은도서관협회(작은도서관) 47.9% (134/280), 한국문화원연합회(지방문화원) 48.9% (133/272), 한국문화의집협회 110.0% (110/100)로 나타남
- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사 실사(fieldwork) 현황을 세부적으로 살펴보면 다음과 같음

〈표 4-6〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사 실시 현황

구분		목표 표본(A)		조사 표본(B)		달성률 (B/A)
		표본수 (명)	비율 (%)	표본수 (명)	비율 (%)	
문체부	지역특화 프로그램	1,050	15.5	141	5.1	13.4
지역문화 진흥원	청춘마이크	950	14.0	366	13.3	38.5
	실버마이크	250	3.7	88	3.2	35.2
	지역문화 콘텐츠 특성화	645	9.5	293	10.6	45.4
	생활 속 문화활동 지원	225	3.3	182	6.6	80.9
7개 문화기반 시설	전체	3,652	53.9	1,690	61.2	46.3
	1. 한국문화예술회관연합회(문예회관)	2,156	31.8	919	33.3	42.6
	2. 한국박물관협회(박물관)	320	4.7	166	6.0	51.9
	3 한국사립미술관협회(미술관)	264	3.9	165	6.0	62.5
	4. 한국도서관문화진흥원(공공도서관)	260	3.8	63	2.3	24.2
	5. 어린이와작은도서관협회(작은도서관)	280	4.1	134	4.9	47.9
	6. 한국문화원연합회(지방문화원)	272	4.0	133	4.8	48.9
	7. 한국문화의집협회(문화의집)	100	1.5	110	4.0	110.0
합계		6,772	100.0	2,760	100.0	40.8

- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 대상 설문조사에 참여한 2,760명의 인구통계적 특성을 살펴보면, 연령별로는 40대가 26.2%(723명)로 가장 많았고, 그다음으로 30대(21.3%, 587명), 20대(17.9%, 494명), 50대(16.1%, 445명), 60대 이상(10.8%, 299명), 10대 이하(7.7%, 212명) 순으로 많았으며, 성별에서는 여성이 64.6%(1,782명)로 남성(35.4%, 978명)보다 응답 비중이 높았음
- 지역별로는 경상권이 26.3%(725명)로 참여 비중이 가장 높았고, 그다음으로 인천/경기(20.4%, 564명), 전라권(19.0%, 525명), 서울(18.3%, 504명), 충청권 10.2%(282명), 강원(4.2%, 117명), 제주(1.6%, 43명) 순을 보였음
- 가구원수별에 있어서는 4명 이상이 42.1%(1,162명)로 가장 많았고, 그다음으로 3명(25.7%, 709명), 2명(19.8%, 547명), 1명(12.4%, 342명) 순을 보였음
- 직업별로는 화이트칼라가 36.3%(1,002명)로 가장 많았고, 그다음으로 주부(20.0%, 551명), 학생(14.7%, 405명), 자영업(7.3%, 202명), 문화예술인 6.6%(181명), 블루칼라(6.5%, 179명), 농/임/어업(0.7%, 20명) 등의 순으로 참여 비중이 높게 나타남(기타/무직 8.0%, 220명)

- 학력별로는 대졸이 52.8%(1,456명)로 가장 많았고, 그다음으로 고졸 이하(21.9%, 604명), 초대졸(14.7%, 405명), 대학원졸(10.7%, 295명) 순으로 참여 비중이 높았음
- 월평균 가구소득별에서는 200~400만 원 미만(45.4%, 1,253명)로 가장 많았고, 그다음으로 400~600만 원 미만(30.9%, 854명), 600만 원 이상(13.8%, 380명), 200만 원 미만(9.9%, 273명) 순으로 참여 비중이 높게 나타남

〈표 4-7〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 이용자(관람객) 특성

	구분	표본수(명)	비율(%)
	전체	(2,760)	100.0
연령별	10대 이하	(212)	7.7
	20대	(494)	17.9
	30대	(587)	21.3
	40대	(723)	26.2
	50대	(445)	16.1
	60대 이상	(299)	10.8
성별	여성	(1,782)	64.6
	남성	(978)	35.4
지역별	서울	(504)	18.3
	인천/경기	(564)	20.4
	충청권	(282)	10.2
	전라권	(525)	19.0
	경상권	(725)	26.3
	강원	(117)	4.2
	제주	(43)	1.6
가구원수별	1명	(342)	12.4
	2명	(547)	19.8
	3명	(709)	25.7
	4명 이상	(1,162)	42.1
직업별	화이트칼라	(1,002)	36.3
	블루칼라	(179)	6.5
	자영업	(202)	7.3
	농/임/어업	(20)	0.7
	문화예술인	(181)	6.6
	주부	(551)	20.0
	학생	(405)	14.7
	무직/기타	(220)	8.0
학력별	고졸 이하	(604)	21.9
	초대졸	(405)	14.7
	대졸	(1,456)	52.8
	대학원졸	(295)	10.7
월평균 가구 소득별	200만원 미만	(273)	9.9
	200~400만원 미만	(1,253)	45.4
	400~600만원 미만	(854)	30.9
	600만원 이상	(380)	13.8

〈표 4-8〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 사업별 이용자(관람객) 특성

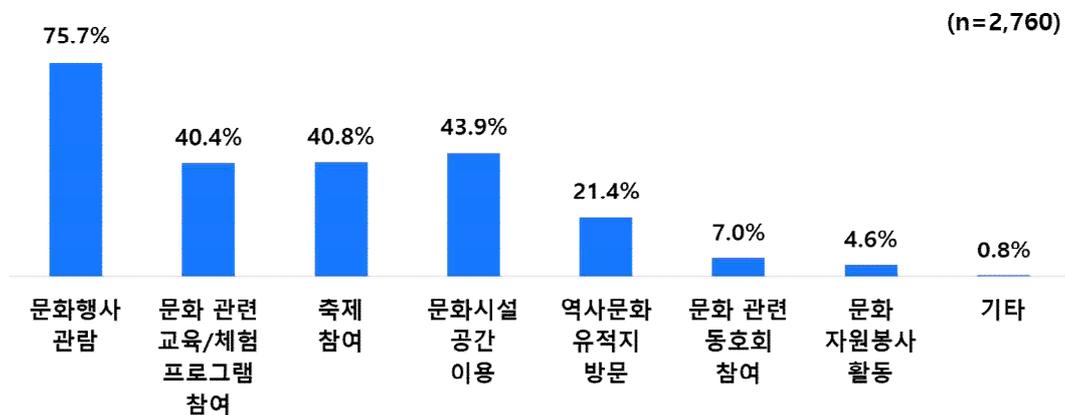
구 분 (단위 : %)	청춘 마이크		실버 마이크		지역문화 콘텐츠 특성화		생활 속 문화활동 지원		지역특화 프로그램		문화기반 시설		
	명	%	명	%	명	%	명	%	명	%	명	%	
전체	(366)	100.0	(88)	100.0	(293)	100.0	(182)	100.0	(141)	100.0	(1,690)	100.0	
연령별	10대 이하	(22)	6.0	(2)	2.3	(18)	6.1	(4)	2.2	(13)	9.2	(153)	9.1
	20대	(120)	32.8	(16)	18.2	(33)	11.3	(91)	50.0	(15)	10.6	(219)	13.0
	30대	(93)	25.4	(13)	14.8	(81)	27.6	(22)	12.1	(43)	30.5	(335)	19.8
	40대	(71)	19.4	(5)	5.7	(112)	38.2	(12)	6.6	(45)	31.9	(478)	28.3
	50대	(44)	12.0	(14)	15.9	(35)	11.9	(34)	18.7	(24)	17.0	(294)	17.4
	60대 이상	(16)	4.4	(38)	43.2	(14)	4.8	(19)	10.4	(1)	0.7	(211)	12.5
성별	여성	(190)	51.9	(50)	56.8	(196)	66.9	(86)	47.3	(90)	63.8	(1,170)	69.2
	남성	(176)	48.1	(38)	43.2	(97)	33.1	(96)	52.7	(51)	36.2	(520)	30.8
지역별	서울	(44)	12.0	(6)	6.8	(42)	14.3	(26)	14.3	(8)	5.7	(378)	22.4
	인천/경기	(48)	13.1	(8)	9.1	(9)	3.1	(39)	21.4	(54)	38.3	(406)	24.0
	충청권	(52)	14.2	(20)	22.7	(37)	12.6	(25)	13.7	(22)	15.6	(126)	7.5
	전라권	(14)	3.8	(1)	1.1	(95)	32.4	(30)	16.5	(21)	14.9	(364)	21.5
	경상권	(183)	50.0	(51)	58.0	(46)	15.7	(36)	19.8	(36)	25.5	(373)	22.1
	강원	(24)	6.6	(2)	2.3	(63)	21.5	(18)	9.9	(0)	0.0	(10)	0.6
	제주	(1)	0.3	(0)	0.0	(1)	0.3	(8)	4.4	(0)	0.0	(33)	2.0
가구원 수별	1명	(63)	17.2	(14)	15.9	(31)	10.6	(17)	9.3	(20)	14.2	(197)	11.7
	2명	(61)	16.7	(34)	38.6	(49)	16.7	(39)	21.4	(22)	15.6	(342)	20.2
	3명	(79)	21.6	(14)	15.9	(80)	27.3	(36)	19.8	(44)	31.2	(456)	27.0
	4명 이상	(163)	44.5	(26)	29.5	(133)	45.4	(90)	49.5	(55)	39.0	(695)	41.1
직업별	화이트칼라	(149)	40.7	(28)	31.8	(112)	38.2	(62)	34.1	(61)	43.3	(590)	34.9
	블루칼라	(23)	6.3	(6)	6.8	(22)	7.5	(27)	14.8	(9)	6.4	(92)	5.4
	자영업	(26)	7.1	(5)	5.7	(37)	12.6	(7)	3.8	(4)	2.8	(123)	7.3
	농/임/어업	(1)	0.3	(1)	1.1	(5)	1.7	(2)	1.1	(1)	0.7	(10)	0.6
	문화예술인	(44)	12.0	(6)	6.8	(26)	8.9	(10)	5.5	(15)	10.6	(80)	4.7
	주부	(38)	10.4	(18)	20.5	(50)	17.1	(11)	6.0	(30)	21.3	(404)	23.9
	학생	(63)	17.2	(4)	4.5	(28)	9.6	(22)	12.1	(20)	14.2	(268)	15.9
	무직/기타	(22)	6.0	(20)	22.7	(13)	4.4	(41)	22.5	(1)	0.7	(123)	7.3
학력별	고졸 이하	(74)	20.2	(31)	35.2	(58)	19.8	(65)	35.7	(26)	18.4	(350)	20.7
	초대졸	(61)	16.7	(16)	18.2	(37)	12.6	(43)	23.6	(15)	10.6	(233)	13.8
	대졸	(196)	53.6	(37)	42.0	(160)	54.6	(64)	35.2	(83)	58.9	(916)	54.2
	대학원졸	(35)	9.6	(4)	4.5	(38)	13.0	(10)	5.5	(17)	12.1	(191)	11.3
월평균 가구 소득별	200만원 미만	(40)	10.9	(24)	27.3	(21)	7.2	(12)	6.6	(8)	5.7	(168)	9.9
	400만원 미만	(175)	47.8	(41)	46.6	(142)	48.5	(80)	44.0	(67)	47.5	(748)	44.3
	600만원 미만	(102)	27.9	(14)	15.9	(97)	33.1	(56)	30.8	(45)	31.9	(540)	32.0
	600만원 이상	(49)	13.4	(9)	10.2	(33)	11.3	(34)	18.7	(21)	14.9	(234)	13.8

## 6) 조사결과

### (1) 문화활동 경험 및 인식

#### □ 문화활동 경험(지난 1년간)

- 지난 1년 동안의 문화활동 경험으로 문화행사 관람이 75.7%로 가장 높았고, 그다음으로 문화시설 공간 이용(43.9%), 축제 참여(40.8%), 문화 관련 교육/체험프로그램 참여(40.4%), 역사문화유적지 방문(21.4%), 문화 관련 동호회 참여(7.0%), 문화자원봉사 활동(4.6%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 0.8%)



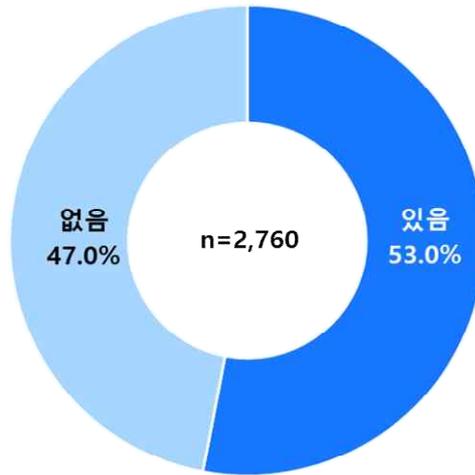
〈그림 4-2〉 문화활동 경험(지난 1년간)

〈표 4-9〉 문화활동 경험(지난 1년간)

구분 (단위 : %)	표본수	문화 행사 관람	문화 체험 프로그램	축제 참여	문화 시설 공간 이용	역사 문화 유적지 방문	문화 관련 동호회 참여	문화 자원 봉사 활동	기타	
전체	(2,760)	75.7	40.4	40.8	43.9	21.4	7.0	4.6	0.8	
사업별	청춘마이크	(366)	82.8	26.2	56.0	38.3	21.9	5.7	3.0	0.5
	실버마이크	(88)	64.8	28.4	65.9	40.9	17.0	8.0	6.8	2.3
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	75.8	56.3	60.4	42.7	22.9	12.3	8.2	0.0
	생활 속 문화활동 지원	(182)	67.0	36.3	32.4	30.2	12.6	7.7	1.6	3.8
	지역특화 프로그램	(141)	72.3	55.3	61.7	56.0	29.1	7.1	9.2	0.0
	참여 문화기반시설	(1,690)	76.0	40.5	31.9	46.0	21.5	6.2	4.2	0.6
	문예회관	(919)	88.4	26.3	37.0	43.2	19.0	5.5	2.2	0.4
	박물관	(166)	51.2	61.4	21.7	44.6	21.7	0.6	0.0	0.0
	미술관	(165)	73.3	57.0	23.0	50.3	25.5	6.1	2.4	0.6
	공공도서관	(63)	84.1	38.1	22.2	55.6	17.5	3.2	6.3	0.0
	작은도서관	(134)	56.0	66.4	28.4	59.0	17.9	4.5	11.2	2.2
	지방문화원	(133)	57.1	45.9	25.6	34.6	42.9	10.5	8.3	0.8
문화의집	(110)	56.4	66.4	35.5	57.3	17.3	19.1	15.5	0.9	

□ ‘문화가 있는 날’ 관련 티켓 할인 혜택 경험 여부

- ‘문화가 있는 날’ 관련 티켓 할인 혜택 경험으로 있다는 응답이 53.0%, 없다는 응답이 47.0%로 나타남. ‘문화가 있는 날’ 관련 티켓 할인 혜택 경험은 문화기반시설 중에서 문예회관(64.0%)과 공공도서관(58.7%)에서 상대적으로 높게 나타남



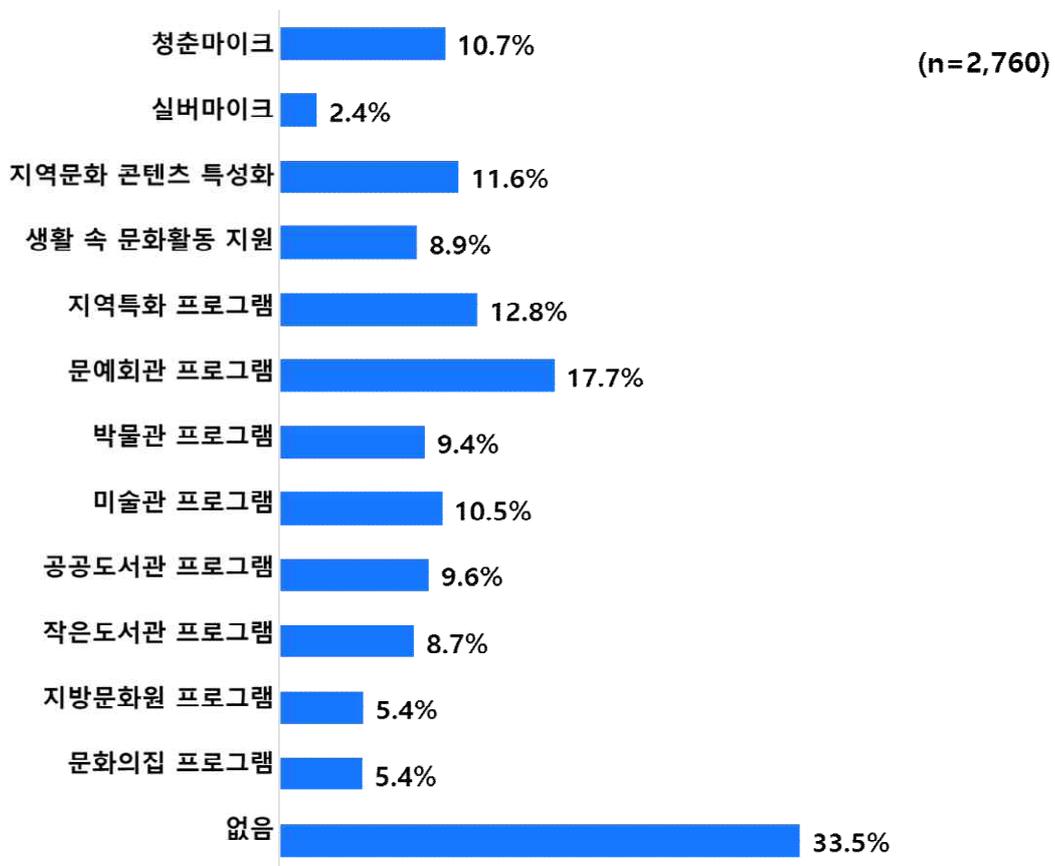
〈그림 4-3〉 ‘문화가 있는 날’ 관련 티켓 할인 혜택 경험 여부

〈표 4-10〉 ‘문화가 있는 날’ 관련 티켓 할인 혜택 경험 여부

구 분 (단위 : %)	표본수	있음	없음	
전체	(2,760)	53.0	47.0	
사 업 별	청춘마이크	(366)	45.6	54.4
	실버마이크	(88)	51.1	48.9
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	52.9	47.1
	생활 속 문화활동 지원	(182)	39.6	60.4
	지역특화 프로그램	(141)	50.4	49.6
	문화기반시설	(1,690)	56.4	43.6
	문예회관	(919)	64.0	36.0
	박물관	(166)	47.6	52.4
	미술관	(165)	52.1	47.9
	공공도서관	(63)	58.7	41.3
	작은도서관	(134)	39.6	60.4
	지방문화원	(133)	48.1	51.9
	문화의집	(110)	41.8	58.2

□ ‘문화가 있는 날’ 기획사업 이전 참여 경험 여부

- ‘문화가 있는 날’ 기획사업 이전 참여 경험으로 문예회관 프로그램이 17.7%로 가장 높았고, 그다음으로 지역특화 프로그램(12.8%), 지역문화 콘텐츠 특성화(11.6%), 청춘 마이크(10.7%), 미술관 프로그램(10.5%), 공공도서관 프로그램(9.6%), 박물관 프로그램(9.4%), 생활 속 문화활동 지원(8.9%), 작은도서관 프로그램(8.7%), 지방문화원 프로그램과 문화의집 프로그램(각 5.4%), 실버마이크(2.4%) 등의 순으로 높게 나타남(이전 참여 경험 없음(33.5%))



〈그림 4-4〉 ‘문화가 있는 날’ 기획사업 이전 참여 경험 여부

〈표 4-11〉 ‘문화가 있는 날’ 기획사업 이전 참여 경험 여부

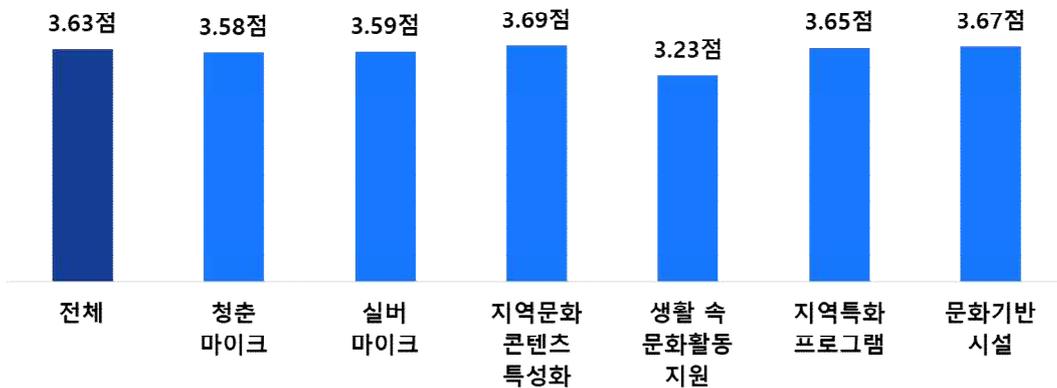
구 분 (단위 : %)	표본수	청춘 마이크	실버 마이크	지역문화 콘텐츠 특성화	생활 속 문화활동 지원	지역특화 프로그램	문예회관 프로그램	
전체	(2,760)	10.7	2.4	11.6	8.9	12.8	17.7	
사 업 별	청춘마이크	(366)	47.0	2.2	9.3	4.9	9.8	5.2
	실버마이크	(88)	17.0	40.9	12.5	15.9	13.6	8.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	7.2	1.4	33.1	10.9	25.6	7.8
	생활 속 문화활동 지원	(182)	7.7	2.7	12.1	16.5	9.3	7.7
	지역특화 프로그램	(141)	9.9	1.4	20.6	11.3	34.0	17.0
	문화기반시설	(1,690)	3.5	0.7	7.5	8.0	9.7	23.8
	문예회관	(919)	5.3	0.9	8.6	8.3	9.2	39.2
	박물관	(166)	1.8	0.0	6.0	1.8	5.4	3.0
	미술관	(165)	1.8	0.6	7.3	4.8	8.5	6.1
	공공도서관	(63)	3.2	0.0	3.2	4.8	4.8	3.2
	작은도서관	(134)	1.5	0.7	1.5	4.5	9.0	6.0
	지방문화원	(133)	0.0	0.8	12.0	11.3	17.3	10.5
문화의집	(110)	0.0	0.9	4.5	21.8	16.4	2.7	

구 분 (단위 : %)	표본수	박물관 프로 그램	미술관 프로 그램	공공 도서관 프로 그램	작은 도서관 프로 그램	지방 문화원 프로 그램	문화의집 프로 그램	없음	
전체	(2,760)	9.4	10.5	9.6	8.7	5.4	5.4	33.5	
사 업 별	청춘마이크	(366)	5.7	5.2	6.8	4.9	2.7	2.7	36.6
	실버마이크	(88)	12.5	9.1	12.5	8.0	2.3	4.5	25.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	7.8	11.9	10.9	10.2	5.1	6.1	24.9
	생활 속 문화활동 지원	(182)	4.4	4.4	3.8	3.8	8.2	1.6	57.1
	지역특화 프로그램	(141)	12.8	8.5	12.1	4.3	4.3	4.3	32.6
	문화기반시설	(1,690)	10.5	12.3	10.3	10.1	6.0	6.3	32.2
	문예회관	(919)	7.3	9.1	8.4	3.9	2.1	2.2	34.7
	박물관	(166)	39.2	9.6	5.4	6.0	0.6	1.8	46.4
	미술관	(165)	15.8	53.3	9.1	6.7	1.8	1.8	35.8
	공공도서관	(63)	4.8	6.3	69.8	11.1	0.0	1.6	19.0
	작은도서관	(134)	7.5	7.5	9.7	69.4	0.7	0.0	17.9
	지방문화원	(133)	4.5	1.5	5.3	2.3	54.9	5.3	24.8
문화의집	(110)	0.9	3.6	8.2	10.0	4.5	66.4	19.1	

□ 문화향유 기회에 대한 인식

- 내 일상에서 문화를 향유할 수 있는 기회가 많다고 생각하는지에 대해서는 3.63점(5점 평균)으로 나타났으며, 사업별로는 지역문화 콘텐츠 특성화가 3.69점으로 가장 높았고, 그다음으로 문화기반 시설(3.67점), 지역특화 프로그램(3.65점), 실버마이크(3.59점), 청춘마이크(3.58점), 생활 속 문화활동 지원(3.23점) 순으로 나타남

(n=2,760)



〈그림 4-5〉 문화 향유 기회에 대한 인식

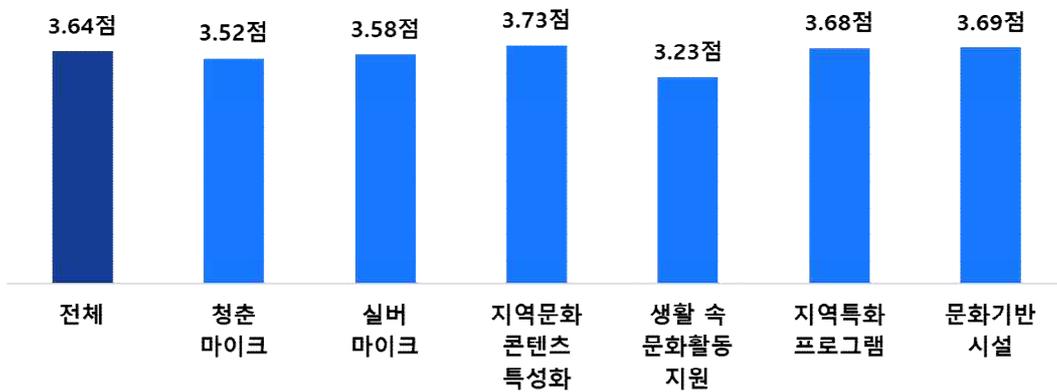
〈표 4-12〉 문화 향유 기회에 대한 인식

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)	
전체	(2,760)	55.8	31.1	13.1	3.63	65.8	
사업별	청춘마이크	(366)	52.2	32.5	15.3	3.58	64.6
	실버마이크	(88)	54.5	30.7	14.8	3.59	64.8
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	57.7	32.4	9.9	3.69	67.2
	생활 속 문화활동 지원	(182)	37.4	36.3	26.4	3.23	55.6
	지역특화 프로그램	(141)	56.7	33.3	9.9	3.65	66.3
	문화기반시설	(1,690)	58.3	29.8	12.0	3.67	66.8
	문예회관	(919)	60.9	27.5	11.5	3.71	67.8
	박물관	(166)	47.0	41.6	11.4	3.52	63.1
	미술관	(165)	66.7	27.3	6.1	3.82	70.5
	공공도서관	(63)	57.1	23.8	19.0	3.56	63.9
	작은도서관	(134)	44.0	36.6	19.4	3.35	58.8
	지방문화원	(133)	66.2	22.6	11.3	3.94	73.5
	문화의집	(110)	49.1	38.2	12.7	3.50	62.5

□ 지역문화 관련 행사 개최 빈도에 대한 인식

○ 내가 사는 지역에 문화 관련 행사가 자주 열리는지에 대해서는 3.64점(5점 평균)으로 나타났으며, 사업별로는 지역문화 콘텐츠 특성화가 3.73점으로 가장 높았고, 그다음으로 문화기반 시설(3.69점), 지역특화 프로그램(3.68점), 실버마이크(3.58점), 청춘마이크(3.52점), 생활 속 문화활동 지원(3.23점) 순으로 나타남

(n=2,760)



〈그림 4-6〉 지역문화 관련 행사 개최 빈도에 대한 인식

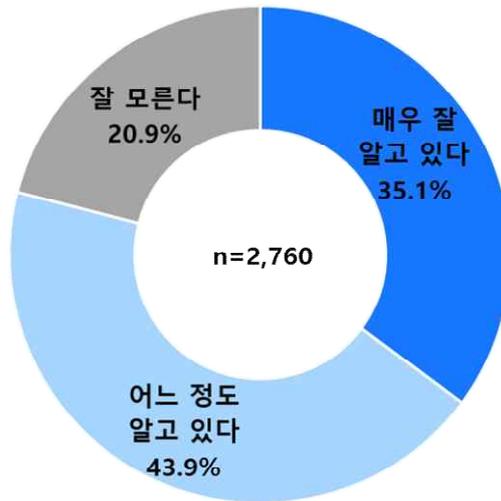
〈표 4-13〉 지역문화 관련 행사 개최 빈도에 대한 인식

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)	
전체	(2,760)	58.0	28.9	13.1	3.64	65.9	
사업별	청춘마이크	(366)	53.6	28.1	18.3	3.52	63.0
	실버마이크	(88)	52.3	33.0	14.8	3.58	64.5
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	60.1	30.0	9.9	3.73	68.2
	생활 속 문화활동 지원	(182)	39.0	37.9	23.1	3.23	55.6
	지역특화 프로그램	(141)	58.2	32.6	9.2	3.68	67.0
	문화기반시설	(1,690)	60.9	27.3	11.7	3.69	67.3
	문예회관	(919)	65.6	24.7	9.7	3.78	69.5
	박물관	(166)	49.4	33.1	17.5	3.47	61.7
	미술관	(165)	61.2	30.3	8.5	3.67	66.8
	공공도서관	(63)	55.6	27.0	17.5	3.52	63.1
	작은도서관	(134)	40.3	35.8	23.9	3.24	56.0
	지방문화원	(133)	75.2	16.5	8.3	4.08	77.1
문화의집	(110)	50.0	39.1	10.9	3.46	61.6	

## (2) 행사(프로그램) 인지도 및 참여 현황

### □ ‘문화가 있는 날’ 인지도

- ‘문화가 있는 날’ 인지도는 79.1%(매우 잘 알고 있다 35.1% + 어느 정도 알고 있다 43.9%)로 나타났으며(비인지 20.9%), 사업별로는 지역특화 프로그램(85.1%)과 지역문화 콘텐츠 특성화(83.3%)에서 상대적으로 높게 나타남



〈그림 4-7〉 ‘문화가 있는 날’ 인지도

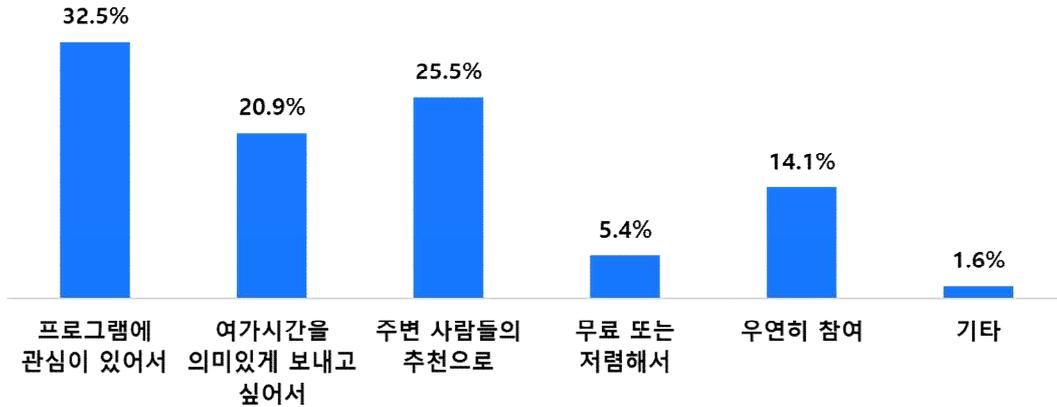
〈표 4-14〉 ‘문화가 있는 날’ 인지도

구 분 (단위 : %)	표본수	매우 잘 알고 있다	어느 정도 알고 있다	잘 모른다	인지도	
전체	(2,760)	35.1	43.9	20.9	79.1	
사업 별	청춘마이크	(366)	27.3	40.2	32.5	67.5
	실버마이크	(88)	38.6	39.8	21.6	78.4
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	34.1	49.1	16.7	83.3
	생활 속 문화활동 지원	(182)	26.9	36.8	36.3	63.7
	지역특화 프로그램	(141)	35.5	49.6	14.9	85.1
	문화기반시설	(1,690)	37.7	44.3	18.0	82.0
	문예회관	(919)	32.9	47.9	19.3	80.7
	박물관	(166)	30.7	44.0	25.3	74.7
	미술관	(165)	37.6	46.1	16.4	83.6
	공공도서관	(63)	38.1	49.2	12.7	87.3
	작은도서관	(134)	43.3	41.0	15.7	84.3
	지방문화원	(133)	59.4	30.8	9.8	90.2
	문화의집	(110)	55.5	30.0	14.5	85.5

□ 행사(프로그램) 참여 동기

- 행사(프로그램) 참여 동기로 프로그램에 관심이 있어서가 32.5%로 가장 높았고, 그다음으로 주변 사람들의 추천으로(25.5%), 여가시간을 의미있게 보내고 싶어서(20.9%), 우연히 참여(14.1%), 무료 또는 저렴해서(5.4%) 순으로 높게 나타남(기타 1.6%)

(n=2,760)



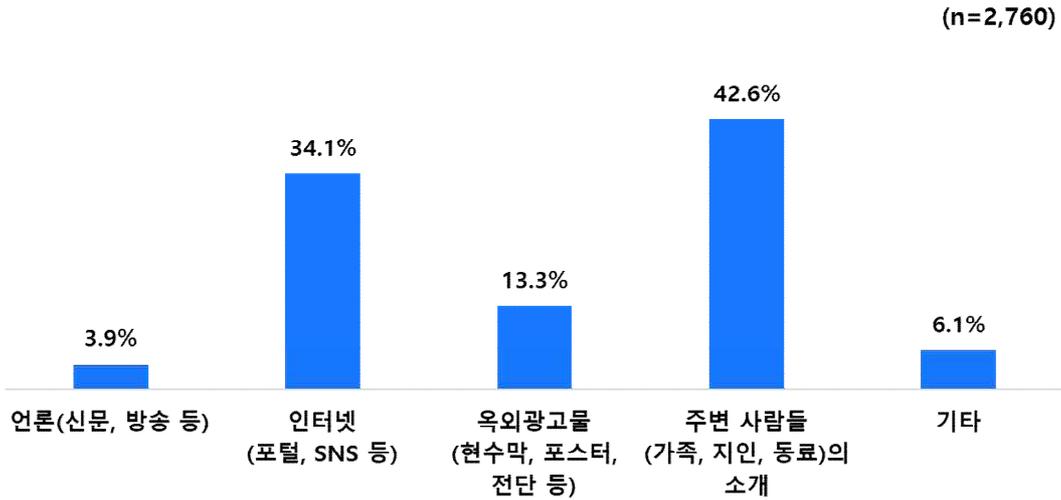
〈그림 4-8〉 행사(프로그램) 참여 동기

〈표 4-15〉 행사(프로그램) 참여 동기

구분 (단위 : %)	표본수	프로그램에 관심이 있어서	여가시간을 의미있게 보내고 싶어서	주변 사람들의 추천으로	무료 또는 저렴해서	우연히 참여	기타	
전체	(2,760)	32.5	20.9	25.5	5.4	14.1	1.6	
사업별	청춘마이크	(366)	16.4	19.9	19.7	2.5	41.3	0.3
	실버마이크	(88)	26.1	21.6	14.8	2.3	35.2	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	36.5	21.8	28.7	2.7	8.9	1.4
	생활 속 문화활동 지원	(182)	20.3	13.2	26.4	4.9	26.4	8.8
	지역특화 프로그램	(141)	34.8	24.8	16.3	5.7	15.6	2.8
	문화기반시설	(1,690)	36.7	21.4	27.4	6.7	6.6	1.1
	문예회관	(919)	32.9	23.1	28.1	8.1	6.9	1.1
	박물관	(166)	30.7	19.3	29.5	7.2	11.4	1.8
	미술관	(165)	38.2	18.8	31.5	7.9	3.6	0.0
	공공도서관	(63)	39.7	33.3	19.0	3.2	4.8	0.0
작은도서관	(134)	47.0	11.9	25.4	3.0	9.0	3.7	
지방문화원	(133)	54.9	21.1	18.8	4.5	0.0	0.8	
문화의집	(110)	39.1	20.0	30.0	2.7	8.2	0.0	

□ 행사(프로그램) 참여 경로

- 행사(프로그램) 참여 경로로는 주변 사람들(가족, 지인, 동료)의 소개라는 응답이 42.6%로 가장 높았고, 그다음으로 인터넷(포털, SNS 등)(34.1%), 옥외광고물(현수막, 포스터, 전단 등)(13.3%), 언론(신문, 방송 등)(3.9%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 6.1%)



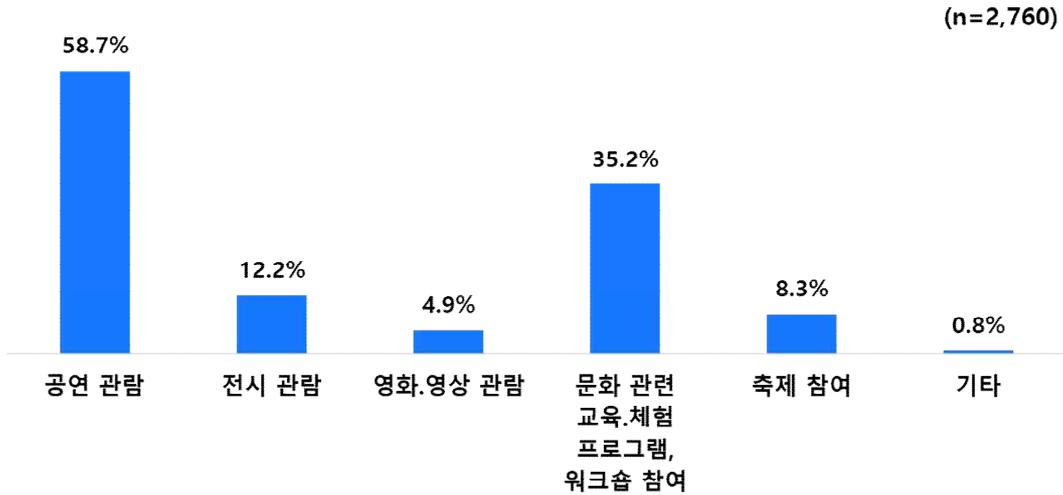
〈그림 4-9〉 행사(프로그램) 참여 경로

〈표 4-16〉 행사(프로그램) 참여 경로

구분 (단위 : %)	표본수	언론	인터넷	옥외광고물	주변 사람들의 소개	기타
전체	(2,760)	3.9	34.1	13.3	42.6	6.1
청춘마이크	(366)	3.3	24.6	19.7	34.7	17.8
실버마이크	(88)	4.5	10.2	20.5	53.4	11.4
지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	4.1	36.5	8.9	47.8	2.7
생활 속 문화활동 지원	(182)	4.9	12.1	6.0	61.5	15.4
지역특화 프로그램	(141)	7.8	49.6	17.0	22.0	3.5
사업별						
문화기반시설	(1,690)	3.6	38.0	12.7	42.5	3.1
문예회관	(919)	5.2	41.7	15.9	35.0	2.2
박물관	(166)	2.4	39.2	4.8	48.8	4.8
미술관	(165)	2.4	45.5	3.6	47.9	0.6
공공도서관	(63)	1.6	46.0	19.0	28.6	4.8
작은도서관	(134)	0.0	28.4	12.7	47.8	11.2
지방문화원	(133)	0.8	18.0	14.3	66.2	0.8
문화의집	(110)	2.7	26.4	6.4	60.0	4.5

□ 참여 행사(프로그램) 유형

- 참여 행사(프로그램)의 유형에 있어서는 공연 관람이 58.7%로 가장 높았고, 그다음으로 문화 관련 교육.체험 프로그램, 워크숍 참여(35.2%), 전시 관람(12.2%), 축제 참여(8.3%), 영화, 영상 관람(4.9%) 순으로 높게 나타남(기타 0.8%)



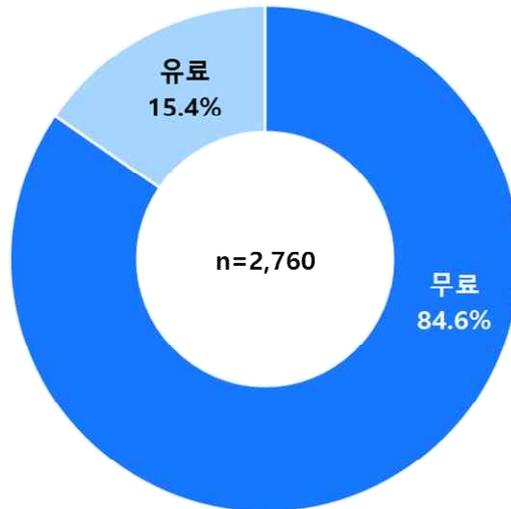
〈그림 4-10〉 참여 행사(프로그램) 유형

〈표 4-17〉 참여 행사(프로그램) 유형

구 분 (단위 : %)	표본수	공연 관람	전시 관람	영화.영상 관람	문화 관련 교육.체험 프로그램, 워크숍 참여	축제 참여	
전체	(2,760)	58.7	12.2	4.9	35.2	8.3	
사 업 별	청춘마이크	(366)	88.3	7.7	6.8	4.6	10.7
	실버마이크	(88)	85.2	12.5	8.0	6.8	13.6
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	39.9	14.3	7.8	53.2	28.3
	생활 속 문화활동 지원	(182)	44.0	8.2	12.1	47.3	5.5
	지역특화 프로그램	(141)	36.2	25.5	7.1	51.8	22.7
	문화기반시설	(1,690)	57.7	12.1	2.9	37.5	3.1
	문예회관	(919)	91.4	5.0	2.9	6.2	2.5
	박물관	(166)	3.6	38.0	0.0	77.7	1.2
	미술관	(165)	4.8	41.8	0.6	81.2	1.8
	공공도서관	(63)	76.2	11.1	9.5	28.6	0.0
	작은도서관	(134)	12.7	4.5	6.7	79.1	0.7
	지방문화원	(133)	27.1	4.5	1.5	79.7	6.8
문화의집	(110)	18.2	7.3	3.6	76.4	12.7	

□ 참여 행사(프로그램)의 참가 비용

- 참여 행사(프로그램)의 참가 비용으로 무료라는 응답이 84.6%, 유료라는 응답이 15.4%로 나타남



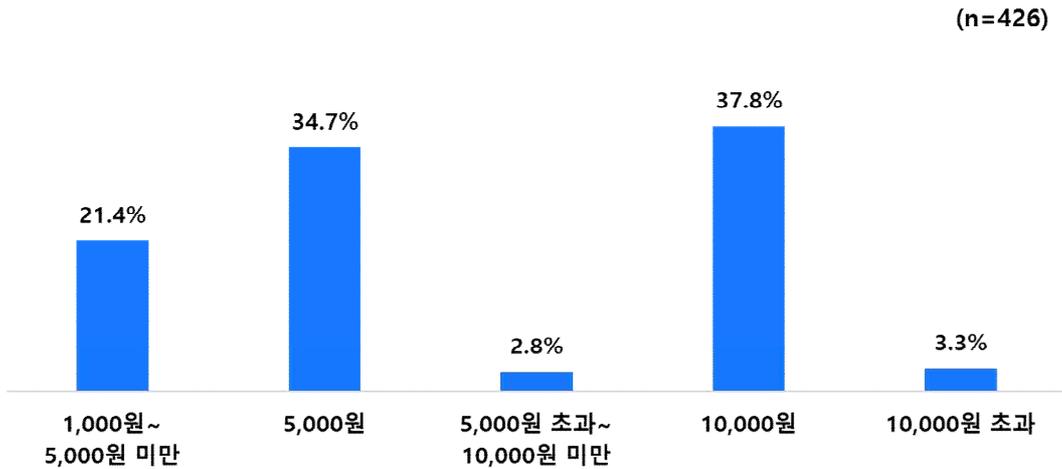
〈그림 4-11〉 참여 행사(프로그램)의 참가 비용

〈표 4-18〉 참여 행사(프로그램)의 참가 비용

구 분 (단위 : %)	표본수	무료	유료	
전체	(2,760)	84.6	15.4	
사 업 별	청춘마이크	(366)	99.5	0.5
	실버마이크	(88)	100.0	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	96.9	3.1
	생활 속 문화활동 지원	(182)	98.4	1.6
	지역특화 프로그램	(141)	100.0	0.0
	문화기반시설	(1,690)	75.6	24.4
	문예회관	(919)	57.2	42.8
	박물관	(166)	100.0	0.0
	미술관	(165)	98.8	1.2
	공공도서관	(63)	92.1	7.9
	작은도서관	(134)	100.0	0.0
	지방문화원	(133)	98.5	1.5
	문화의집	(110)	90.9	9.1

□ 유료 행사(프로그램)의 참가 비용

- 유료 행사(프로그램)의 참가 비용(n=426)으로 10,000원이 37.8%로 가장 높았고, 그다음으로 5,000원(34.7%), 1,000원~5,000원 미만(21.4%), 10,000원 초과(3.3%), 5,000원 초과~10,000원 미만(2.8%) 순으로 나타남



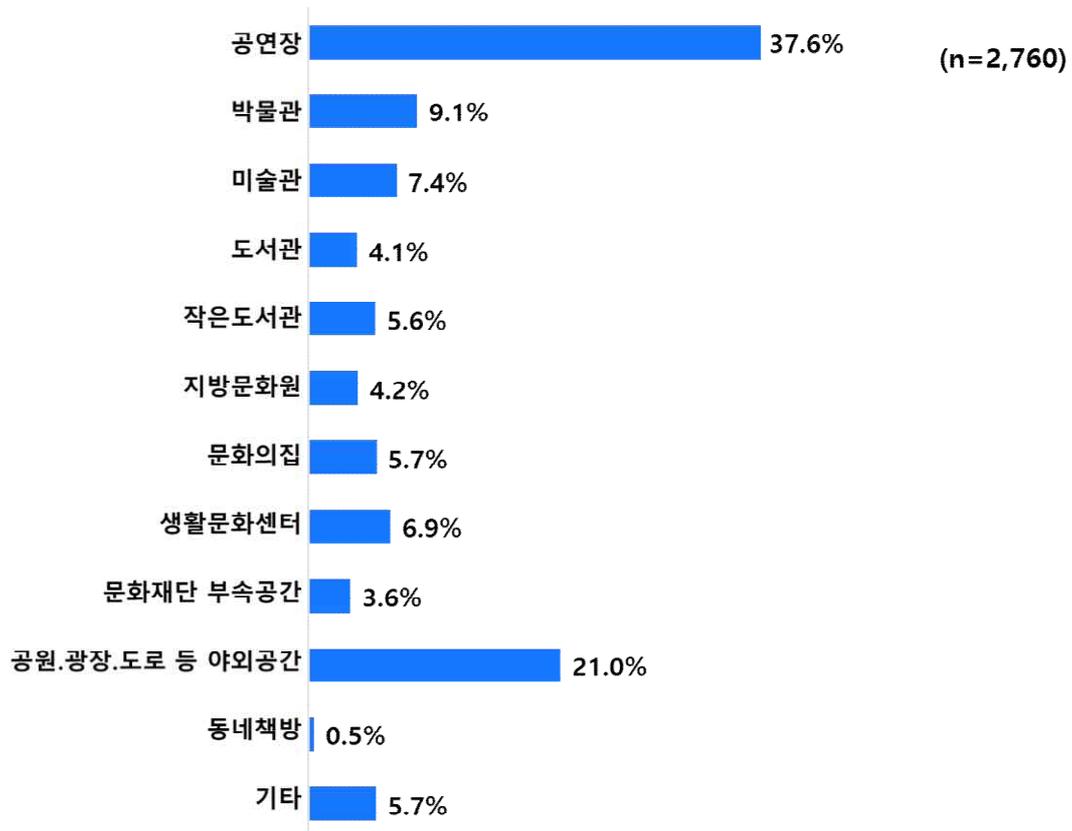
〈그림 4-12〉 유료 행사(프로그램)의 참가 비용

〈표 4-19〉 유료 행사(프로그램)의 참가 비용

구 분 (단위 : %)	표본수	1000원~ 5000원 미만	5000원	5000원 초과~ 10000원 미만	10000원	10000원 초과	
전체	(426)	21.4	34.7	2.8	37.8	3.3	
사 업 별	청춘마이크	(2)	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(9)	22.2	55.6	0.0	11.1	11.1
	생활 속 문화활동 지원	(3)	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3
	문화기반시설	(412)	21.6	34.2	2.7	38.6	2.9
	문예회관	(393)	21.6	32.8	2.8	39.7	3.1
	미술관	(2)	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	공공도서관	(5)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	지방문화원	(2)	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
문화의집	(10)	30.0	60.0	0.0	10.0	0.0	

□ 행사(프로그램) 진행 장소(공간)

- 행사(프로그램)가 진행된 장소(공간)로 공연장이 37.6%로 가장 높았고, 그다음으로 공원, 광장, 도로 등 야외공간(21.0%), 박물관(9.1%), 미술관(7.4%), 생활문화센터(6.9%), 문화의집(5.7%), 작은도서관(5.6%), 지방문화원(4.2%), 도서관(4.1%), 문화재단 부속공간(3.6%), 동네책방(0.5%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 5.7%)



〈그림 4-13〉 행사(프로그램) 진행 장소(공간)

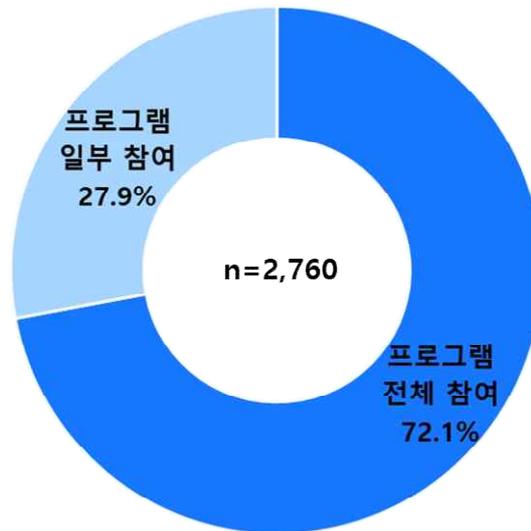
〈표 4-20〉 행사(프로그램) 진행 장소(공간)

구 분 (단위 : %)	표본수	공연장	박물관	미술관	도서관	작은 도서관	지방 문화원	
전체	(2,760)	37.6	9.1	7.4	4.1	5.6	4.2	
사 업 별	청춘마이크	(366)	17.8	4.6	1.6	2.7	1.6	1.4
	실버마이크	(88)	36.4	1.1	4.5	2.3	0.0	1.1
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	21.2	3.4	3.1	5.1	2.0	5.1
	생활 속 문화활동 지원	(182)	25.8	4.4	4.4	3.3	1.6	2.7
	지역특화 프로그램	(141)	20.6	5.0	7.1	5.7	2.1	3.5
	문화기반시설	(1,690)	47.5	12.3	9.9	4.3	8.1	5.0
	문예회관	(919)	83.7	1.1	1.3	1.4	0.2	2.4
	박물관	(166)	1.2	97.0	1.8	0.0	0.6	0.0
	미술관	(165)	2.4	1.2	90.3	0.0	0.6	1.2
	공공도서관	(63)	9.5	4.8	1.6	76.2	9.5	1.6
	작은도서관	(134)	1.5	0.7	0.0	8.2	91.0	0.0
	지방문화원	(133)	12.0	22.6	1.5	0.0	2.3	44.4
문화의집	(110)	3.6	0.9	0.0	0.0	1.8	0.0	

구 분 (단위 : %)	표본수	문화의집	생활문화센 터	문화재단 부속공간	공원·광장· 도로 등 야외공간	동네책방	기타	
전체	(2,760)	5.7	6.9	3.6	21.0	0.5	5.7	
사 업 별	청춘마이크	(366)	3.0	13.9	1.1	61.7	0.0	2.7
	실버마이크	(88)	0.0	20.5	2.3	44.3	0.0	1.1
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	6.5	16.7	9.6	34.1	2.0	8.2
	생활 속 문화활동 지원	(182)	4.9	11.5	5.5	11.5	3.3	36.3
	지역특화 프로그램	(141)	4.3	13.5	6.4	42.6	0.7	17.0
	문화기반시설	(1,690)	6.7	1.9	2.7	7.9	0.1	1.9
	문예회관	(919)	1.8	2.3	3.4	6.4	0.1	1.4
	박물관	(166)	0.6	0.6	1.8	0.6	0.0	0.0
	미술관	(165)	0.6	0.6	1.2	3.6	0.0	2.4
	공공도서관	(63)	1.6	1.6	6.3	1.6	1.6	4.8
	작은도서관	(134)	0.0	0.7	0.7	0.0	0.0	0.0
	지방문화원	(133)	1.5	2.3	2.3	44.4	0.0	5.3
문화의집	(110)	82.7	3.6	0.9	6.4	0.0	4.5	

□ 행사(프로그램) 참여 시간

- 행사(프로그램) 참여 시간으로 행사(프로그램)에 전체 참여하였다는 응답이 72.1%, 행사(프로그램)에 일부 참여하였다는 응답이 27.9%로 나타남



〈그림 4-14〉 행사(프로그램) 참여 시간

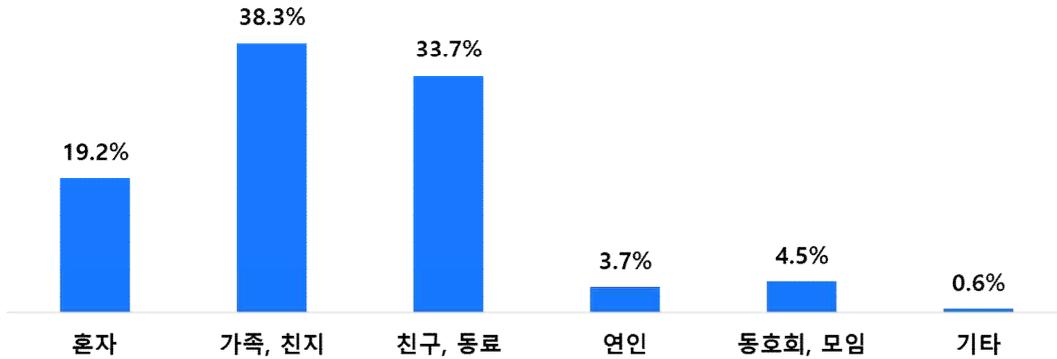
〈표 4-21〉 행사(프로그램) 참여 시간

구분 (단위 : %)	표본수	프로그램 전체 참여	프로그램 일부 참여	
전체	(2,760)	72.1	27.9	
청춘마이크	(366)	43.4	56.6	
실버마이크	(88)	51.1	48.9	
지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	57.3	42.7	
생활 속 문화활동 지원	(182)	65.9	34.1	
지역특화 프로그램	(141)	48.9	51.1	
사업별	문화기반시설	(1,690)	84.5	15.5
	문예회관	(919)	85.5	14.5
	박물관	(166)	83.1	16.9
	미술관	(165)	81.8	18.2
	공공도서관	(63)	84.1	15.9
	작은도서관	(134)	91.0	9.0
	지방문화원	(133)	88.0	12.0
	문화의집	(110)	70.0	30.0

□ 행사(프로그램) 참여 시 동행자

- 행사(프로그램) 참여 시 동행자로 가족, 친지가 38.3%로 가장 높았고, 그다음으로 친구, 동료(33.7%), 혼자(19.2%), 동호회, 모임(4.5%), 연인(3.7%) 등의 순으로 높게 나타남 (기타 0.6%)

(n=2,760)



〈그림 4-15〉 행사(프로그램) 참여 시 동행자

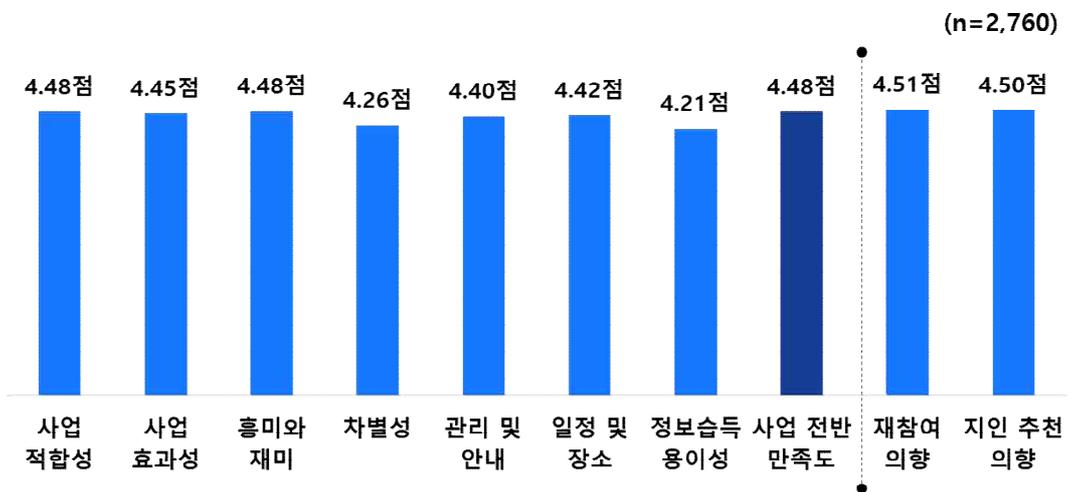
〈표 4-22〉 행사(프로그램) 참여 시 동행자

구 분 (단위 : %)	표본수	혼자	가족, 친지	친구, 동료	연인	동호회, 모임	기타	
전체	(2,760)	19.2	38.3	33.7	3.7	4.5	0.6	
사 업 별	청춘마이크	(366)	16.9	28.1	42.1	8.5	4.1	0.3
	실버마이크	(88)	29.5	18.2	43.2	6.8	2.3	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	11.6	54.3	27.0	3.4	3.8	0.0
	생활 속 문화활동 지원	(182)	14.3	4.9	70.9	0.0	6.0	3.8
	지역특화 프로그램	(141)	14.9	44.0	31.2	6.4	2.8	0.7
	문화기반시설	(1,690)	21.3	41.9	28.8	2.7	4.8	0.5
	문예회관	(919)	17.5	48.4	26.3	3.6	3.9	0.2
	박물관	(166)	22.3	45.2	26.5	3.0	2.4	0.6
	미술관	(165)	23.6	34.5	34.5	3.0	3.6	0.6
	공공도서관	(63)	25.4	50.8	19.0	1.6	3.2	0.0
	작은도서관	(134)	41.0	29.1	25.4	0.0	3.7	0.7
지방문화원	(133)	17.3	28.6	43.6	0.8	7.5	2.3	
문화의집	(110)	26.4	20.0	36.4	0.9	16.4	0.0	

### (3) 행사(프로그램) 참여 만족도

#### □ 행사(프로그램) 참여 만족도

- 행사(프로그램) 참여 만족도에 있어서 사업 전반 만족도는 4.48점(5점 평균)으로 나타났으며, 항목별로는 사업 적합성과 흥미와 재미가 각 4.48점으로 가장 높았고, 그다음으로 사업 효과성(4.45점), 일정 및 장소(4.42점), 관리 및 안내(4.40점), 차별성(4.26점), 정보습득 용이성(4.21점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.51점, 지인 추천의향은 4.50점으로 나타남



〈그림 4-16〉 행사(프로그램) 참여 만족도

〈표 4-23〉 행사(프로그램) 참여 만족도

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
사업 적합성	(2,760)	90.3	8.6	1.1	4.48	86.9
사업 효과성	(2,760)	89.8	8.8	1.4	4.45	86.2
흥미와 재미	(2,760)	90.3	8.2	1.6	4.48	87.0
차별성	(2,760)	81.9	15.0	3.1	4.26	81.6
관리 및 안내	(2,760)	87.4	10.7	1.9	4.40	85.0
일정 및 장소	(2,760)	88.0	10.3	1.7	4.42	85.6
정보습득 용이성	(2,760)	80.0	15.3	4.7	4.21	80.3
사업 전반 만족도	(2,760)	90.3	8.4	1.3	4.48	87.0
재참여 의향	(2,760)	91.1	7.2	1.7	4.51	87.7
지인 추천 의향	(2,760)	90.1	8.3	1.6	4.50	87.6

- 사업 전반 만족도는 4.48점(5점 평균)으로 사업별로는 문화기반시설이 4.56점으로 가장 높았고, 그다음으로 지역문화 콘텐츠 특성화(4.42점), 청춘마이크와 실버마이크(각 4.41점), 지역특화 프로그램(4.20점), 생활 속 문화활동 지원(4.18점) 순을 보였음
- 재참여 의향은 4.51점(5점 평균)으로 사업별로는 문화기반시설이 4.59점으로 가장 높았고, 그다음으로 지역문화 콘텐츠 특성화(4.46점), 청춘마이크(4.45점), 실버마이크(4.44점), 지역특화 프로그램(4.26점), 생활 속 문화활동 지원(4.13점) 순을 보였음
- 지인 추천의향은 4.50점(5점 평균)으로 문화기반시설이 4.57점으로 가장 높았고, 그다음으로 실버마이크(4.50점), 지역문화 콘텐츠 특성화(4.49점), 청춘마이크(4.44점), 지역특화 프로그램(4.28점), 생활 속 문화활동 지원(4.14점) 순을 보였음
- 한편, 사업별 행사(프로그램) 참여 만족도를 살펴보면, 청춘마이크의 사업 전반 만족도는 4.41점(5점 평균)으로 나타났으며, 항목별로는 흥미와 재미가 4.45점으로 가장 높았고, 그다음으로 사업 적합성(4.44점), 사업 효과성(4.40점), 일정 및 장소(4.23점), 차별성(4.14점), 관리 및 안내(4.13점), 정보습득 용이성(3.93점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.45점, 지인 추천 의향은 4.44점으로 나타남
- 실버마이크의 사업 전반 만족도는 4.41점(5점 평균)으로 나타났으며, 항목별로는 흥미와 재미가 4.45점으로 가장 높았고, 그다음으로 사업 적합성(4.40점), 사업 효과성(4.38점), 일정 및 장소(4.35점), 관리 및 안내(4.34점), 차별성(4.05점), 정보습득 용이성(3.91점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.44점, 지인 추천 의향은 4.50점으로 나타남
- 지역문화 콘텐츠 특성화의 사업 전반 만족도는 4.42점(5점 평균)으로 나타났으며, 항목별로는 흥미와 재미가 4.42점으로 가장 높았고, 그다음으로 사업 적합성(4.41점), 사업 효과성(4.40점), 관리 및 안내(4.34점), 일정 및 장소(4.32점), 차별성(4.30점), 정보습득 용이성(4.12점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.46점, 지인 추천 의향은 4.49점으로 나타남
- 생활 속 문화활동 지원의 사업 전반 만족도는 4.18점(5점 평균)으로 나타났으며, 항목별로는 흥미와 재미가 4.24점으로 가장 높았으며, 그 다음으로 사업 적합성(4.18점), 사업 효과성과 관리 및 안내(각 4.09점), 일정 및 장소(4.04점), 차별성(3.92점), 정보습득 용이성(3.83점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.13점, 지인 추천 의향은 4.14점으로 나타남
- 지역특화 프로그램의 사업 전반 만족도는 4.20점(5점 평균)으로 나타났으며, 항목별로는 흥미와 재미가 4.29점으로 가장 높았고, 그다음으로 사업 효과성(4.28점), 사업 적합성(4.23점), 일정 및 장소(4.18점), 차별성(4.16점), 관리 및 안내(4.15점), 정보습득 용이성(3.99점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.26점, 지인 추천 의향은 4.28점으로 나타남
- 참여 문화기반시설 지원의 사업 전반 만족도는 4.56점(5점 평균)으로 나타났으며, 사업

적합성과 일정 및 장소가 각 4.55점으로 가장 높았고, 그다음으로 흥미와 재미(4.54점), 관리 및 안내(4.53점), 사업효과성(4.52점), 정보습득 용이성(4.36점), 차별성(4.34점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.59점, 지인 추천 의향은 4.57점으로 나타남

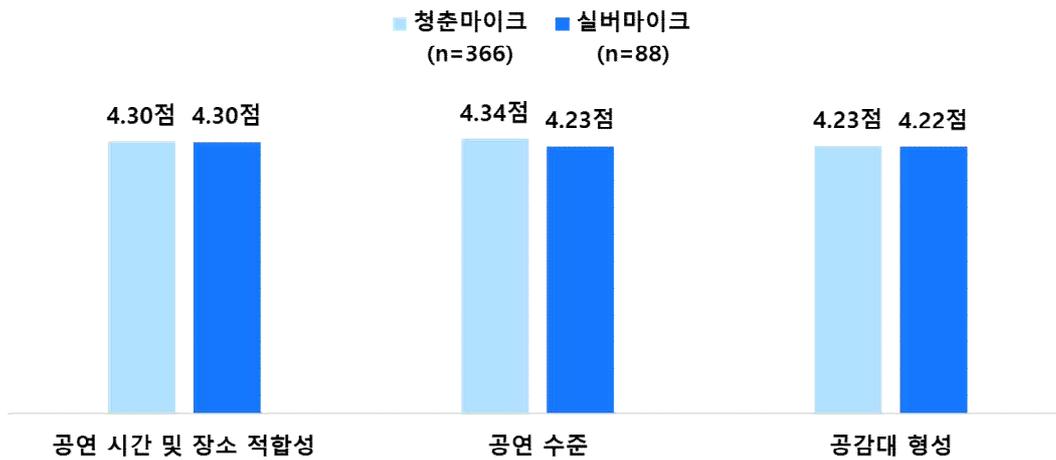
〈표 4-24〉 사업별 행사(프로그램) 참여 만족도

구 분 (단위 : 점)	사업 적합성	사업 효과성	흥미와 재미	차별성	관리 및 안내	일정 및 장소	정보 습득 용이성	사업 전반 만족도	재참여 의향	지인 추천 의향
전체	4.48	4.45	4.48	4.26	4.40	4.42	4.21	4.48	4.51	4.50
사업 별	청춘마이크	4.44	4.40	4.45	4.14	4.13	4.23	3.93	4.41	4.44
	실버마이크	4.40	4.38	4.45	4.05	4.34	4.35	3.91	4.41	4.44
	지역문화 콘텐츠 특성화	4.41	4.40	4.42	4.30	4.34	4.32	4.12	4.42	4.46
	생활 속 문화활동 지원	4.18	4.09	4.24	3.92	4.09	4.04	3.83	4.18	4.13
	지역특화 프로그램	4.23	4.28	4.29	4.16	4.15	4.18	3.99	4.20	4.26
	문화기반시설	4.55	4.52	4.54	4.34	4.53	4.55	4.36	4.56	4.59
	문예회관	4.50	4.47	4.48	4.30	4.49	4.51	4.33	4.51	4.54
	박물관	4.63	4.57	4.60	4.42	4.60	4.60	4.44	4.63	4.61
	미술관	4.59	4.58	4.60	4.52	4.59	4.61	4.39	4.64	4.70
	공공도서관	4.62	4.63	4.59	4.33	4.54	4.43	4.44	4.62	4.59
	작은도서관	4.57	4.41	4.57	4.14	4.43	4.54	4.23	4.54	4.50
지방문화원	4.73	4.72	4.72	4.51	4.75	4.72	4.60	4.71	4.79	
문화의집	4.56	4.58	4.58	4.27	4.50	4.59	4.34	4.63	4.71	

### (3-1) 사업별 참여 만족도

#### □ 청춘마이크/실버마이크 참여 만족도

- 사업별 참여 만족도에 있어서 청춘마이크의 경우 공연 수준(4.34점), 공연 시간 및 장소 적합성(4.30점), 공감대 형성(4.23점) 순으로 나타났으며, 실버마이크의 경우 공연 시간 및 장소 적합성(4.30점), 공연 수준(4.23점), 공감대 형성(4.22점) 순으로 나타남



〈그림 4-17〉 청춘마이크/실버마이크 참여 만족도

〈표 4-25〉 청춘마이크 참여 만족도

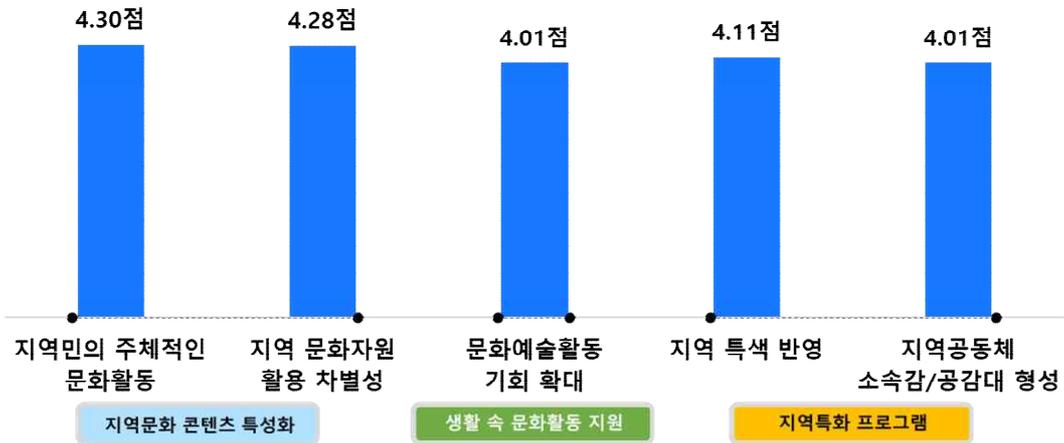
구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
공연 시간 및 장소 적합성	(366)	84.2	13.9	1.9	4.30	82.5
공연 수준	(366)	85.2	13.9	0.8	4.34	83.5
공감대 형성	(366)	79.5	18.0	2.5	4.23	80.7

〈표 4-26〉 실버마이크 참여 만족도

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
공연 시간 및 장소 적합성	(88)	87.5	10.2	2.3	4.30	82.4
공연 수준	(88)	84.1	15.9	0.0	4.23	80.7
공감대 형성	(88)	80.7	18.2	1.1	4.22	80.4

□ 지역문화 콘텐츠 특성화/생활 속 문화활동 지원/지역특화 프로그램 참여 만족도

- 사업별 참여 만족도에 있어서 지역문화 콘텐츠 특성화의 경우 지역민의 주체적인 문화활동이 4.30점, 지역 문화자원 활용 차별성이 4.28점으로 나타났으며, 생활 속 문화활동 지원의 문화예술활동 기회 확대는 4.01점으로 나타났고, 지역특화 프로그램의 경우 지역 특색 반영은 4.11점, 지역공동체 소속감/공감대 형성은 4.01점으로 나타남



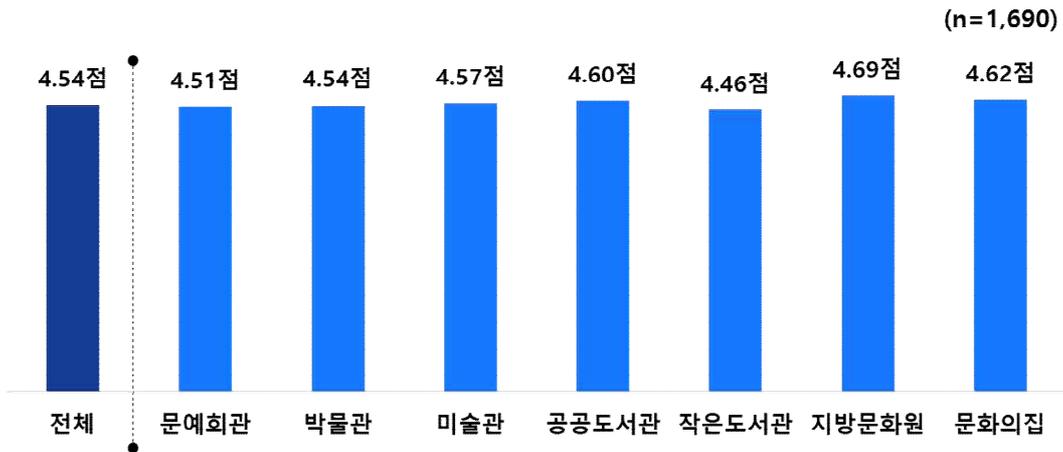
<그림 4-18> 지역문화 콘텐츠 특성화/생활 속 문화활동 지원/지역특화 프로그램 참여 만족도

<표 4-27> 지역문화 콘텐츠 특성화/생활 속 문화활동 지원/지역특화 프로그램 참여 만족도

구분 (단위 : %)		표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
지역문화 콘텐츠특성화	지역민의 주체적인 문화활동	(293)	85.3	13.0	1.7	4.30	82.5
	지역 문화자원 활용의 차별성	(293)	83.6	15.0	1.4	4.28	82.1
생활 속 문화활동 지원	문화예술활동 기회 확대	(182)	64.8	30.8	4.4	4.01	75.3
지역특화 프로그램	지역 특색 반영	(141)	75.2	21.3	3.5	4.11	77.7
	지역공동체 소속감/공감대 형성	(141)	71.6	24.8	3.5	4.01	75.2

□ 문화기반시설의 공간 성격/취지 적합성 만족도

○ 문화기반시설의 공간 성격/취지 적합성 만족도는 4.54점(5점 평균)으로 나타났으며, 시설 유형별로는 지방문화원이 4.69점으로 가장 높았고, 그다음으로 문화의집(4.62점), 공공도서관(4.60점), 미술관(4.57점), 박물관(4.54점), 문예회관(4.51점), 작은도서관(4.46점) 순으로 나타남



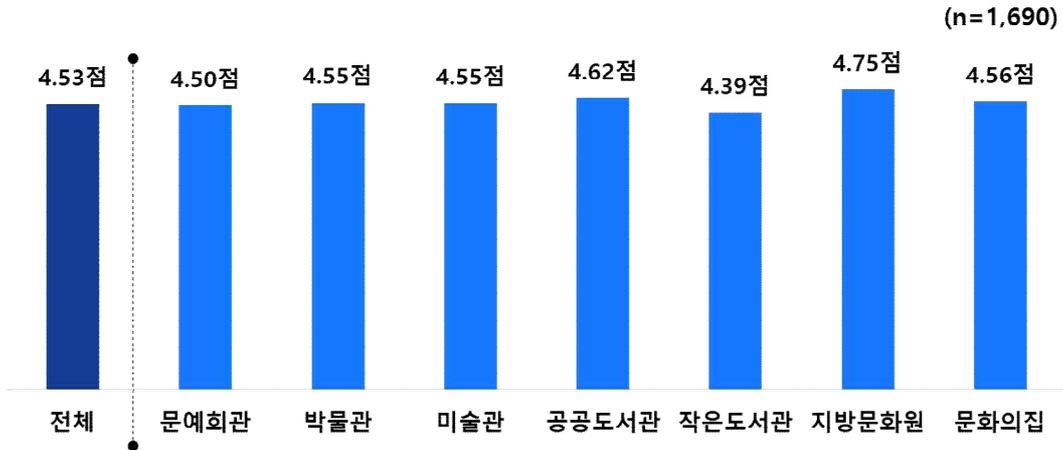
〈그림 4-19〉 문화기반시설의 공간 성격/취지 적합성 만족도

〈표 4-28〉 문화기반시설의 공간 성격/취지 적합성 만족도

구 분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
전체	(1,690)	93.7	5.1	1.2	4.54	88.5
문예회관	(1,690)	93.8	4.6	1.6	4.51	87.8
박물관	(1,690)	92.8	6.0	1.2	4.54	88.4
미술관	(1,690)	95.8	4.2	0.0	4.57	89.2
공공도서관	(1,690)	93.7	6.3	0.0	4.60	90.1
작은도서관	(1,690)	86.6	11.9	1.5	4.46	86.6
지방문화원	(1,690)	96.2	3.0	0.8	4.69	92.3
문화의집	(1,690)	96.4	3.6	0.0	4.62	90.5

□ 문화기반시설의 다른 문화행사/프로그램 관심도

- 문화기반시설의 다른 문화행사/프로그램 관심도는 4.53점(5점 평균)으로 나타났으며, 시설 유형별로는 지방문화원이 4.75점으로 가장 높았고, 그다음으로 공공도서관(4.62점), 문화의집(4.56점), 박물관 및 미술관(4.55점), 문예회관(4.50점), 작은도서관(4.39점) 순으로 나타남



〈그림 4-20〉 문화기반시설의 다른 문화행사/프로그램 관심도

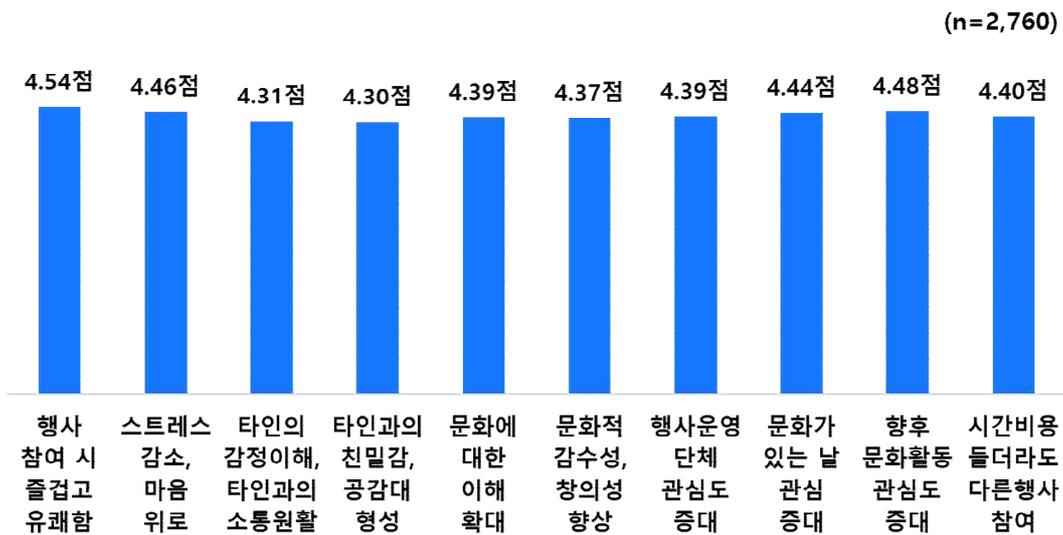
〈표 4-29〉 문화기반시설의 다른 문화행사/프로그램 관심도

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
전체	(1,690)	92.6	5.7	1.7	4.53	88.3
문예회관	(1,690)	92.7	5.9	1.4	4.50	87.6
박물관	(1,690)	91.6	4.8	3.6	4.55	88.7
미술관	(1,690)	92.1	7.3	0.6	4.55	88.6
공공도서관	(1,690)	96.8	3.2	0.0	4.62	90.5
작은도서관	(1,690)	88.1	7.5	4.5	4.39	84.7
지방문화원	(1,690)	97.0	2.3	0.8	4.75	93.8
문화의집	(1,690)	91.8	7.3	0.9	4.56	89.1

#### (4) 사업 성과

##### □ 사업 성과 평가

- 사업 성과 평가에 있어서는 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.54점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 향후 문화활동 관심도 증대(4.48점), 스트레스 감소 및 마음 위로(4.46점), 문화가 있는 날 관심 증대(4.44점), 시간과 비용이 들더라도 다른 행사 참여(4.40점), 문화에 대한 이해 확대와 행사 운영단체 관심도 증대(각각 4.39점), 문화적 감수성/창의성 향상(4.37점), 타인의 감정이해, 타인과 소통 원활(4.31점), 타인과의 친밀감, 공감대 형성(4.30점) 순으로 나타남



〈그림 4-21〉 사업 성과 평가

〈표 4-30〉 사업 성과 평가

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
행사 참여 시 즐겁고 유쾌함	(2,760)	91.9	6.9	1.2	4.54	88.5
스트레스 감소, 마음 위로	(2,760)	88.9	9.5	1.6	4.46	86.5
타인의 감정 이해, 타인과의 소통 원활	(2,760)	83.5	14.1	2.4	4.31	82.8
타인과의 친밀감, 공감대 형성	(2,760)	83.2	13.7	3.1	4.30	82.4
문화에 대한 이해 확대	(2,760)	87.5	10.7	1.8	4.39	84.6
문화적 감수성, 창의성 향상	(2,760)	86.0	11.8	2.2	4.37	84.2
행사 운영 단체 관심도 증대	(2,760)	86.7	11.2	2.2	4.39	84.7
문화가 있는 날 관심 증대	(2,760)	88.7	9.1	2.2	4.44	86.1
향후 문화활동 관심도 증대	(2,760)	89.7	8.6	1.7	4.48	87.0
시간/비용이 들더라도 다른 행사 참여	(2,760)	86.7	10.7	2.5	4.40	84.9

〈표 4-31〉 사업별 사업 성과 평가

구 분 (단위 : 점)	행사 참여 시 즐겁고 유쾌함	스트레스 감소, 마음 위로	타인의 감정 이해, 타인과의 소통 원활	타인과의 친밀감, 공감대 형성	문화에 대한 이해 확대	
전체	4.54	4.46	4.31	4.30	4.39	
사업 별	청춘마이크	4.58	4.45	4.28	4.25	4.33
	실버마이크	4.56	4.43	4.40	4.24	4.41
	지역문화 콘텐츠 특성화	4.48	4.41	4.31	4.34	4.33
	생활 속 문화활동 지원	4.21	4.18	4.07	4.15	4.05
	지역특화 프로그램	4.24	4.12	4.02	4.08	4.11
	문화기반시설	4.60	4.53	4.37	4.33	4.47
	문예회관	4.55	4.51	4.34	4.30	4.45
	박물관	4.61	4.45	4.28	4.26	4.48
	미술관	4.65	4.55	4.47	4.42	4.55
	공공도서관	4.67	4.54	4.43	4.33	4.57
	작은도서관	4.61	4.41	4.20	4.17	4.34
지방문화원	4.74	4.72	4.62	4.63	4.62	
문화의집	4.72	4.65	4.41	4.46	4.40	

구 분 (단위 : 점)	문화적 감수성 창의성 향상	행사 운영 단체 관심도 증대	문화가 있는 날 관심 증대	향후 문화활동 관심도 증대	시간/비용 들더라도 다른 행사 참여	
전체	4.37	4.39	4.44	4.48	4.40	
사업 별	청춘마이크	4.35	4.35	4.37	4.45	4.26
	실버마이크	4.25	4.28	4.43	4.41	4.34
	지역문화 콘텐츠 특성화	4.33	4.34	4.38	4.42	4.38
	생활 속 문화활동 지원	4.04	4.08	4.12	4.09	3.99
	지역특화 프로그램	4.11	4.09	4.16	4.23	4.05
	문화기반시설	4.44	4.47	4.53	4.56	4.50
	문예회관	4.42	4.45	4.51	4.53	4.52
	박물관	4.44	4.49	4.54	4.62	4.52
	미술관	4.50	4.58	4.59	4.62	4.52
	공공도서관	4.51	4.43	4.52	4.63	4.56
	작은도서관	4.34	4.28	4.30	4.40	4.21
지방문화원	4.63	4.69	4.72	4.72	4.64	
문화의집	4.43	4.49	4.59	4.62	4.50	

○ 한편, 사업별 사업성과 평가를 살펴보면, 청춘마이크의 경우 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.58점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 스트레스 감소 및 마음 위로와 향후 문화활동 관심도 증대(각 4.45점), 문화가 있는 날 관심 증대(4.37점), 문화적 감수성/창의성 향상과 행사 운영 단체 관심도 증대(각 4.35점), 문화에 대한 이해 확대(4.33점), 타인의 감정 이해 및 타인과의 소통 원활(4.28점), 시간/비용이 들더라도 다른 행사 참여 (4.26점), 타인과의 친밀감/공감대 형성(4.25점) 순을 보였음

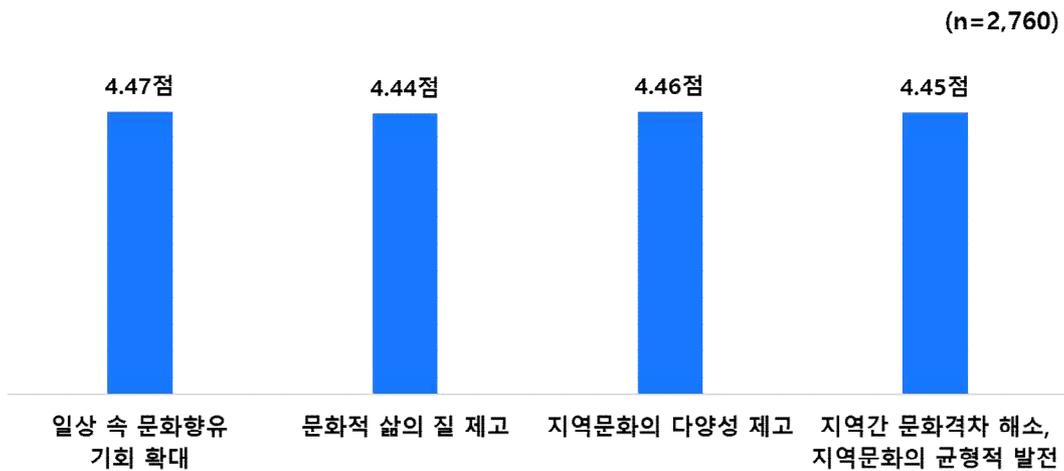
○ 실버마이크의 경우 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.56점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음

으로 스트레스 감소 및 마음 위로와 문화가 있는 날 관심 증대(각 4.43점), 문화에 대한 이해 확대와 향후 문화활동 관심 증대(각 4.41점), 타인의 감정이해 및 타인과의 소통 원활(4.40점), 시간/비용이 들더라도 다른 행사 참여(4.34점), 행사 운영단체 관심도 증대(4.28점), 문화적 감수성/창의성 향상(4.25점), 타인과의 친밀감/공감대 형성(4.24점) 순을 보였음

- 지역문화 콘텐츠 특성화의 경우 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.48점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 향후 문화활동 관심도 증대(4.42점), 스트레스 감소 및 마음 위로(4.41점), 문화가 있는 날 관심 증대와 시간/비용이 들더라도 다른 행사 참여(각 4.38점), 타인과의 친밀감/공감대 형성과 행사 운영단체 관심도 증대(각 4.34점), 문화에 대한 이해 확대와 문화적 감수성/창의성 향상(각 4.33점), 타인의 감정 이해 및 타인과의 소통 원활(4.31점) 순을 보였음
- 생활 속 문화활동 지원의 경우 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.21점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 스트레스 감소 및 마음 위로(4.18점), 타인과의 친밀감/공감대 형성(4.15점), 문화가 있는 날 관심 증대(4.12점), 향후 문화활동 관심도 증대(4.09점), 행사 운영단체 관심도 증대(4.08점), 타인의 감정이해 및 타인과의 소통 원활(4.07점), 문화에 대한 이해 확대(4.05점), 문화적 감수성/창의성 향상(4.04점), 시간/비용이 들더라도 다른 행사 참여(3.99점) 순을 보였음
- 지역특화 프로그램의 경우 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.24점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 향후 문화활동 관심도 증대(4.23점), 문화가 있는 날 관심 증대(4.16점), 스트레스 감소 및 마음 위로(4.12점), 문화에 대한 이해 확대 및 문화적 감수성/창의성 향상(각 4.11점), 행사 운영단체 관심도 증대(4.09점), 타인과의 친밀감/공감대 형성(4.08점), 시간/비용이 들더라도 다른 행사 참여(4.05점), 타인의 감정이해 및 타인과의 소통 원활(4.02점) 순을 보였음
- 문화기반시설의 경우 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.60점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 향후 문화활동 관심도 증대(4.56점), 스트레스 감소 및 마음 위로와 문화가 있는 날 관심 증대(각 4.53점), 시간/비용이 들더라도 다른 행사 참여(4.50점), 문화에 대한 이해 확대와 행사 운영단체 관심도 증대(각 4.47점), 문화적 감수성/창의성 향상(4.44점), 타인의 감정이해 및 타인과의 소통 원활(4.37점), 타인과의 친밀감/공감대 형성(4.33점) 순을 보였음

□ 사업 효과(정책 효과) 평가

- 사업 효과(정책 효과) 평가에 있어서는 일상 속 문화향유 기회 확대가 4.47점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 지역문화의 다양성 제고(4.46점), 지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전(4.45점), 문화적 삶의 질 제고(4.44점) 순으로 나타남



〈그림 4-22〉 사업 효과(정책 효과) 평가

〈표 4-32〉 사업 효과(정책 효과) 평가

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
일상 속 문화향유 기회 확대	(2,760)	90.6	8.2	1.2	4.47	86.7
문화적 삶의 질 제고	(2,760)	89.3	9.2	1.5	4.44	86.0
지역문화의 다양성 제고	(2,760)	89.3	9.1	1.6	4.46	86.5
지역간 문화격차 해소, 지역문화의 균형적 발전	(2,760)	88.7	9.9	1.4	4.45	86.2

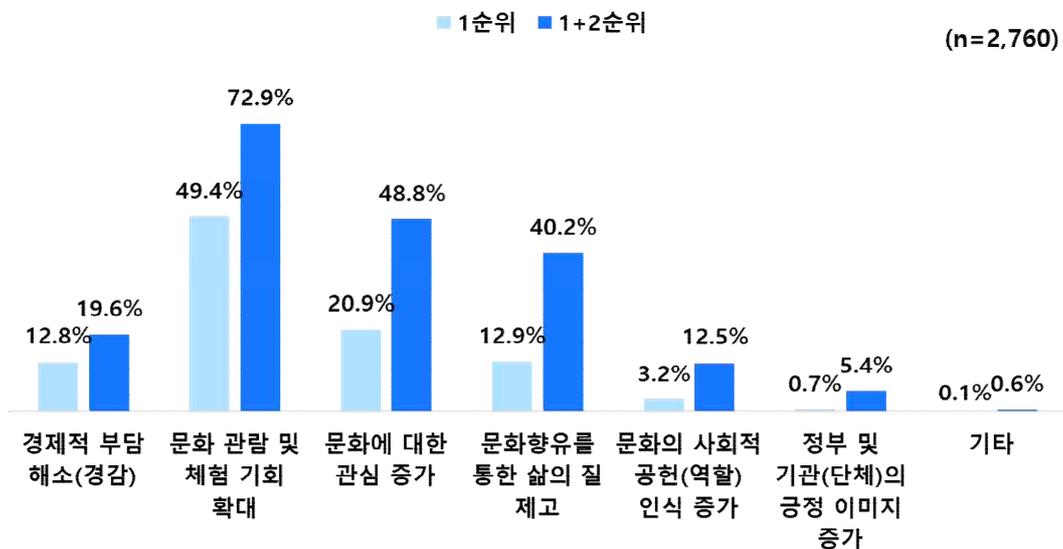
〈표 4-33〉 사업별 사업 효과(정책 효과) 평가

구 분 (단위 : 점)	일상 속 문화향유 기회 확대	문화적 삶의 질 제고	지역문화의 다양성 제고	지역간 문화격차 해소, 지역문화의 균형적 발전	
전체	4.47	4.44	4.46	4.45	
사업별	청춘마이크	4.48	4.39	4.42	4.44
	실버마이크	4.44	4.41	4.42	4.43
	지역문화 콘텐츠 특성화	4.39	4.33	4.40	4.40
	생활 속 문화활동 지원	4.11	4.12	4.09	4.08
	지역특화 프로그램	4.22	4.23	4.21	4.12
	문화기반시설	4.54	4.52	4.54	4.52
	-  문예회관	4.52	4.53	4.55	4.53
	-  박물관	4.58	4.54	4.58	4.52
	-  미술관	4.55	4.55	4.53	4.52
	-  공공도서관	4.57	4.51	4.44	4.49
	-  작은도서관	4.43	4.30	4.38	4.28
	-  지방문화원	4.68	4.67	4.65	4.71
	-  문화의집	4.55	4.50	4.55	4.50

- 사업별 사업 효과(정책 효과) 평가를 살펴보면, 청춘마이크의 경우 일상 속 문화향유 기회 확대가 4.48점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전(4.44점), 지역문화의 다양성 제고(4.42점), 문화적 삶의 질 제고(4.39점) 순을 보였음
- 실버마이크의 경우 일상 속 문화향유 기회 확대가 4.44점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전(4.43점), 지역문화의 다양성 제고(4.42점), 문화적 삶의 질 제고(4.41점) 순을 보였음
- 지역문화 콘텐츠 특성화의 경우 지역문화의 다양성 제고와 지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전이 각 4.40점으로 가장 높았고, 그다음으로 일상 속 문화향유 기회 확대(4.39점), 문화적 삶의 질 제고(4.33점) 순을 보였음
- 생활 속 문화활동 지원의 경우 문화적 삶의 질 제고가 4.12점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 일상 속 문화향유 기회 확대(4.11점), 지역문화의 다양성 제고(4.09점), 지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전(4.08점) 순을 보였음
- 지역특화 프로그램의 경우 문화적 삶의 질 제고가 4.23점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 일상 속 문화향유 기회 확대(4.22점), 지역문화의 다양성 제고(4.21점), 지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전(4.12점) 순을 보였음
- 문화기반시설의 경우 일상 속 문화향유 기회 확대와 지역문화의 다양성 제고가 각 4.54점으로 가장 높았고, 그다음으로 문화적 삶의 질과 지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전(각 4.52점) 순을 보였음

□ 행사(프로그램) 관람을 통해 얻은 것

- 행사(프로그램) 관람을 통해 얻은 것(1순위)으로 문화 관람 및 체험 기회 확대가 49.4%로 가장 높았고, 그다음으로 문화에 대한 관심 증가(20.9%), 문화향유를 통한 삶의 질 제고(12.9%), 경제적 부담 해소(12.8%), 문화의 사회적 공헌(역할) 인식 증가(3.2%), 정부 및 기관(단체)의 긍정 이미지 증가(0.7%) 순으로 높게 나타남(기타 0.1%)
- 한편, 복수응답(1+2순위)에서는 문화 관람 및 체험 기회 확대가 72.9%로 가장 높았고, 그다음으로 문화에 대한 관심 증가(48.8%), 문화향유를 통한 삶의 질 제고(40.2%), 경제적 부담 해소(19.6%), 문화의 사회적 공헌(역할) 인식 증가(12.5%), 정부 및 기관(단체)의 긍정 이미지 증가(5.4%) 순으로 높게 나타남(기타 0.6%)



〈그림 4-23〉 프로그램 관람을 통해 얻은 것

〈표 4-34〉 프로그램 관람을 통해 얻은 것(1순위)

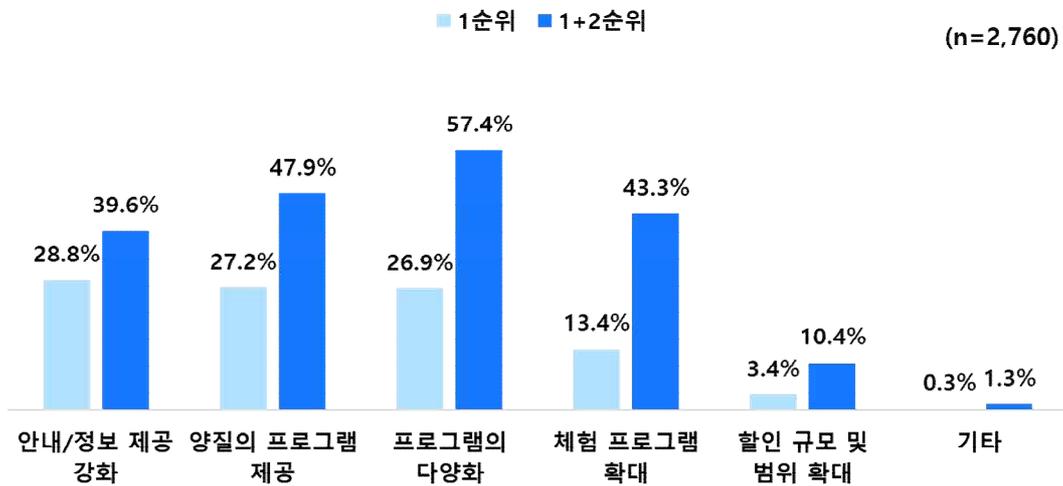
구 분 (단위 : %)	표본수	경제적 부담 해소 (경감)	문화 관람 및 체험 기회 확대	문화에 대한 관심 증가	문화 향유를 통한 삶의 질 제고	문화의 사회적 공헌 (역할) 인식 증가	정부 및 기관 (단체)의 긍정 이미지 증가	기타	
전체	(2,760)	12.8	49.4	20.9	12.9	3.2	0.7	0.1	
사 업 별	청춘마이크	(366)	10.7	53.0	19.4	12.8	2.7	1.1	0.3
	실버마이크	(88)	10.2	38.6	36.4	10.2	4.5	0.0	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	10.6	48.1	21.8	10.9	8.2	0.0	0.3
	생활 속 문화활동 지원	(182)	19.8	40.1	22.5	9.9	4.4	3.3	0.0
	지역특화 프로그램	(141)	16.3	53.2	20.6	7.1	2.8	0.0	0.0
	문화기반시설	(1,690)	12.7	50.1	20.1	14.3	2.3	0.5	0.1
	문예회관	(919)	15.1	49.8	17.4	14.4	2.5	0.8	0.0
	박물관	(166)	12.7	58.4	19.3	6.6	2.4	0.6	0.0
	미술관	(165)	9.1	47.9	23.0	18.2	1.8	0.0	0.0
	공공도서관	(63)	15.9	57.1	19.0	6.3	1.6	0.0	0.0
	작은도서관	(134)	9.7	50.0	19.4	17.9	2.2	0.7	0.0
	지방문화원	(133)	6.8	48.1	32.3	10.5	1.5	0.0	0.8
	문화의집	(110)	6.4	41.8	25.5	23.6	2.7	0.0	0.0

〈표 4-35〉 프로그램 관람을 통해 얻은 것(복수응답 : 1+2순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	경제적 부담 해소 (경감)	문화 관람 및 체험 기회 확대	문화에 대한 관심 증가	문화 향유를 통한 삶의 질 제고	문화의 사회적 공헌 (역할) 인식 증가	정부 및 기관 (단체)의 긍정 이미지 증가	기타	
전체	(2,760)	19.6	72.9	48.8	40.2	12.5	5.4	0.6	
사 업 별	청춘마이크	(366)	17.2	73.5	50.5	39.1	12.0	7.4	0.3
	실버마이크	(88)	10.2	68.2	60.2	42.0	13.6	5.7	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	13.7	72.7	48.1	37.9	22.2	5.1	0.3
	생활 속 문화활동 지원	(182)	22.0	65.4	51.1	33.0	18.1	8.2	2.2
	지역특화 프로그램	(141)	19.9	74.5	44.0	39.7	14.2	7.1	0.7
	문화기반시설	(1,690)	21.4	73.7	48.1	41.6	10.2	4.5	0.5
	문예회관	(919)	24.9	73.9	44.0	42.7	10.2	4.1	0.2
	박물관	(166)	21.7	77.7	54.8	30.1	9.0	6.0	0.6
	미술관	(165)	18.2	73.9	49.7	46.1	10.3	1.8	0.0
	공공도서관	(63)	22.2	74.6	54.0	33.3	6.3	7.9	1.6
	작은도서관	(134)	13.4	73.9	51.5	40.3	10.4	8.2	2.2
	지방문화원	(133)	12.0	72.9	60.2	38.3	10.5	4.5	1.5
	문화의집	(110)	17.3	65.5	48.2	53.6	12.7	2.7	0.0

□ 행사(프로그램) 개선이 필요한 부분

- 행사(프로그램) 개선이 필요한 부분(1순위)으로 안내/정보 강화가 28.8%로 가장 높았고, 그다음으로 양질의 프로그램 제공(27.2%), 프로그램의 다양화(26.9%), 체험 프로그램 확대(13.4%), 할인 규모 및 범위 확대(3.4%) 등의 순으로 높게 나타남(1순위 기준, 기타 0.3%)
- 한편, 행사(프로그램) 개선이 필요한 부분에 대한 복수응답(1+2순위)에서는 프로그램의 다양화가 57.4%로 가장 높았고, 그다음으로 양질의 프로그램 제공(47.9%), 체험 프로그램 확대(43.3%), 안내/정보 제공 강화(39.6%), 할인 규모 및 범위 확대(10.4%) 순으로 나타남(기타 1.3%)



〈그림 4-24〉 프로그램 개선이 필요한 부분

〈표 4-36〉 프로그램 개선이 필요한 부분(1순위)

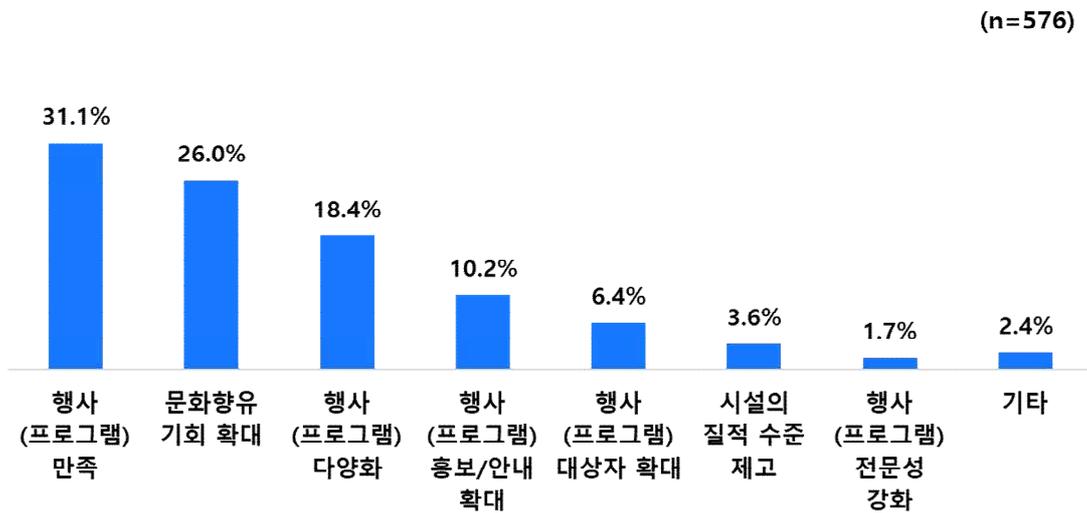
구 분 (단위 : %)	표본수	안내/정보 제공 강화	양질의 프로그램 제공	프로그램의 다양화	체험 프로그램 확대	할인 규모 및 범위 확대	기타	
전체	(2,760)	28.8	27.2	26.9	13.4	3.4	0.3	
사 업 별	청춘마이크	(366)	43.4	23.0	18.9	10.4	4.1	0.3
	실버마이크	(88)	39.8	27.3	21.6	11.4	0.0	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	33.1	28.0	23.5	13.7	1.4	0.3
	생활 속 문화활동 지원	(182)	34.1	22.0	28.6	13.2	2.2	0.0
	지역특화 프로그램	(141)	27.0	25.5	27.7	17.7	2.1	0.0
	문화기반시설	(1,690)	23.9	28.6	29.2	13.8	4.0	0.4
	문예회관	(919)	26.7	32.1	26.9	8.7	5.4	0.2
	박물관	(166)	21.1	18.7	28.9	28.9	2.4	0.0
	미술관	(165)	25.5	26.7	29.1	16.4	1.8	0.6
	공공도서관	(63)	15.9	33.3	34.9	11.1	3.2	1.6
	작은도서관	(134)	19.4	24.6	35.1	17.2	2.2	1.5
지방문화원	(133)	18.0	21.8	38.3	18.0	3.0	0.8	
문화의집	(110)	20.0	28.2	28.2	21.8	1.8	0.0	

〈표 4-37〉 프로그램 개선이 필요한 부분(복수응답 : 1+2순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	안내/정보 제공 강화	양질의 프로그램 제공	프로그램의 다양화	체험 프로그램 확대	할인 규모 및 범위 확대	기타	
전체	(2,760)	39.6	47.9	57.4	43.3	10.4	1.3	
사 업 별	청춘마이크	(366)	57.4	44.8	47.5	37.4	11.5	1.4
	실버마이크	(88)	46.6	48.9	61.4	37.5	3.4	2.3
	지역문화 콘텐츠 특성화	(293)	40.6	45.1	51.9	53.2	7.5	1.7
	생활 속 문화활동 지원	(182)	47.3	45.1	49.5	46.2	8.2	3.8
	지역특화 프로그램	(141)	36.2	47.5	60.3	48.2	7.1	0.7
	문화기반시설	(1,690)	34.7	49.3	60.9	42.5	11.5	1.0
	문예회관	(919)	38.1	55.9	60.8	29.1	15.1	1.0
	박물관	(166)	34.3	33.1	58.4	68.1	5.4	0.6
	미술관	(165)	35.8	42.4	55.2	54.5	11.5	0.6
	공공도서관	(63)	27.0	49.2	74.6	39.7	6.3	3.2
	작은도서관	(134)	25.4	46.3	66.4	56.0	4.5	1.5
지방문화원	(133)	26.3	34.6	64.7	64.7	8.3	1.5	
문화의집	(110)	30.9	50.9	55.5	56.4	6.4	0.0	

□ 행사(프로그램) 관련 자유 의견

○ 행사(프로그램) 관련 자유 의견으로 문화가 있는 날 프로그램에 만족한다는 내용이 31.1%로 가장 높았고, 그다음으로 문화향유 기회 확대(26.0%), 행사(프로그램)의 다양화(18.4%), 행사(프로그램) 홍보/안내 확대(10.2%), 행사(프로그램) 대상자 확대(6.4%), 시설의 질적 수준 제고(3.6%), 행사(프로그램)의 전문성 필요(1.7%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 2.4%)



〈그림 4-25〉 행사(프로그램) 관련 자유의견

〈표 4-38〉 행사(프로그램) 관련 자유의견

구분	내용	사례수	%
1	문화가 있는 날 프로그램에 만족	179	31.1
2	문화향유 기회 확대	150	26.0
3	행사(프로그램)의 다양화	106	18.4
4	행사(프로그램) 홍보/안내 확대	59	10.2
5	행사(프로그램) 대상자 확대	37	6.4
6	행사 시설의 질적 수준 제고(주차, 공간, 스피커 등)	21	3.6
7	행사(프로그램)의 전문성 필요	10	1.7
8	기타	14	2.4
합계(유효응답 기준)		576	100.0

### 3. 참여자 설문조사

#### 1) 조사 목적

- ‘문화가 있는 날 기획사업’에 대한 참여자(기관/단체/공연팀)의 사업에 대한 전반 인식과 만족 정도 파악 및 개선점을 도출하여 차년도 사업 개선에 반영하기 위한 기초자료를 마련하고, 이를 통해 중장기 차원에서의 지속적인 성장을 위한 개선방안을 도출하고자 함

#### 2) 조사 설계

- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여자(기관/단체/공연팀) 대상 설문조사는 ‘문화가 있는 날 기획사업’에 참여한 모든 사업 참여자(1,047개 기관/단체/공연팀)를 대상으로 전수조사를 실시하였으며, 2022년 11월 15일(화)부터 12월 14일(수)까지 30일간 온라인 조사(Web-Survey) 방식으로 실시하였음
- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여자(기관/단체/공연팀) 대상 설문조사의 조사설계 내용을 세부적으로 살펴보면 다음과 같음

〈표 4-39〉 문화가 있는 날 기획사업 참여자 설문조사 조사 설계

구분	내용
조사 지역	전국
조사 대상	문화가 있는 날 기획사업 참여자(기관/단체/공연팀)
조사 방법	온라인 웹 서베이(리스트에 기반한 자기기입식 설문조사)
조사 규모	834개 기관/단체/공연팀(응답률 79.7% : 834/1,047)
표본 추출	전수조사
조사기준시점	2022년 현재
조사기간	2022년 11월 15일부터 ~ 2022년 12월 14일까지(30일간)
수행기관	상명대학교
조사기관	(주)티브릿지코퍼레이션

### 3) 조사 내용

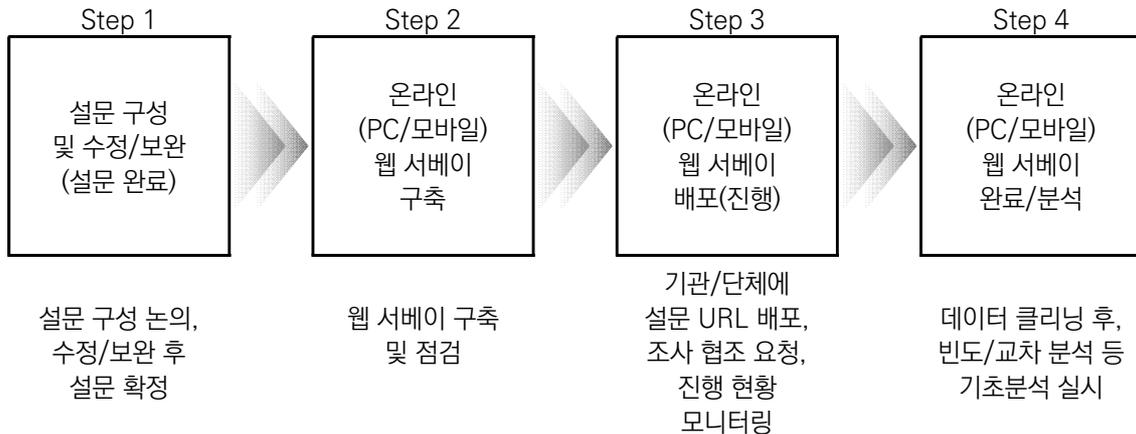
- ‘문화가 있는 날 기획사업’의 참여자(기관/단체/공연팀) 대상 설문조사에서는 ① 참여자(기관/단체/공연팀) 기본 정보 ② 사업참여 현황 ③ 사업 운영자원 및 사업실행 평가 ④ 사업별 운영자원 및 사업실행 평가 ⑤ 사업성과 ⑥ 사업 효과(정책 효과) 및 개선점 ⑦ 응답자 정보를 주요 내용으로 구성하였으며, 세부내용을 살펴보면 다음과 같음

〈표 4-40〉 문화가 있는 날 기획사업 참여자 설문조사 내용

구분	내용
참여 기관/단체 기본 정보	○ 참여 기관/단체명, 참여 사업(프로그램)명, 사업 참여 방식 ○ 단체 성격, 단체 활동지역 및 활동경력, 단체 구성인원, 단체 연평균 수입
사업 참여 현황	○ 문화가 있는 날 기획사업에 참여하게 된 주요 이유 ○ 문화가 있는 날 기획사업 인지경로 ○ 본 사업참여 이전의 문화가 있는 날 기획사업 참여 경험 ○ 문화가 있는 날 기획사업 참여 횟수 ○ 문화가 있는 날 기획사업의 사업예산 및 사업 투입인력 규모 ○ 문화가 있는 날 기획사업 프로그램 유형 ○ 문화가 있는 날 기획사업의 비대면 프로그램 운영 여부 ○ 문화가 있는 날 기획사업의 프로그램 장소 ○ 문화가 있는 날 기획사업의 프로그램 운영 기간 ○ 문화가 있는 날 기획사업의 프로그램 홍보 방법 ○ 문화가 있는 날(주간) 운영프로그램 수 및 관람객/이용자 수(평균)
사업 운영자원 및 사업 실행 평가	○ 문화가 있는 날 기획사업에 대한 인식 ○ 문화가 있는 날 기획사업 참여(수행)에 대한 인식(5문항) ○ 문화가 있는 날 사업수행이 잘된 점(복수응답) ○ 문화가 있는 날 사업수행 애로사항(복수응답)
사업별 사업 운영자원 및 사업 실행 평가	○ 청춘마이크(4문항) ○ 실버마이크(4문항) ○ 지역문화 콘텐츠 특성화(3문항) ○ 생활 속 문화활동 지원(2문항) ○ 지역특화 프로그램(2문항) ○ 문화기반시설(2문항)
사업 성과	○ (주관기관) 사업 성과에 대한 인식(5문항) ○ (참여단체) 사업 성과에 대한 인식(10문항) ○ 사업 참여를 통해 얻은 가장 큰 성과 ○ 이용자 성과에 대한 인식(7문항)
사업 효과(정책 효과) 및 개선점	○ 사업 효과(정책 효과)에 대한 인식(7문항) ○ 본 사업 참여를 통해 귀 단체가 가장 기여한 정책 효과(복수응답) ○ 가장 우선적으로 추구해야 할 개선점(복수응답) ○ 본 사업을 수행하시면서 느낀 점이나 바라는 점
응답자 정보	○ 성명, 전화번호, 이메일 주소

#### 4) 조사 방법

- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여자(기관/단체/공연팀) 대상 설문조사는 (Step 1) 설문 구성 및 수정/보완, (Step 2) 온라인 웹 서베이 구축, (Step 3) 온라인 웹 서베이 배포, (Step 4) 온라인 웹 서베이 완료/분석 순으로 진행하였으며, ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여자(기관/단체/공연팀) 대상 설문조사의 수행 절차를 세부적으로 살펴보면 다음과 같음



〈그림 4-26〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여자(기관/단체/공연팀) 대상 설문조사 수행 절차

#### 5) 응답자 특성

- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여자(기관/단체/공연팀) 대상 설문조사 실사(fieldwork) 현황을 세부적으로 살펴보면, 목표(1,047개) 대비 조사(832개) 진행률은 79.5%로 나타났으며, 세부 사업별로는 청춘마이크, 실버마이크, 문화기반시설 주관기관의 경우 100.0%로 나타났고, 문화기반시설 참여시설 98.1%, 지역문화 콘텐츠 특성화 97.7%, 생활 속 문화 활동 지원 93.3%, 지역특화 프로그램 82.9%, 실버마이크 공연팀 77.7%, 청춘마이크 공연팀 64.6% 순을 보였음
- 한편, 7개 문화기반시설에서는 한국박물관협회(박물관, 40/40), 한국도서관문화진흥원(공공도서관, 65/65), 한국문화원연합회(지방문화원, 21/21), 한국문화의집협회(문화의집, 10/10)의 경우 100.0%로 나타났고, 한국사립미술관협회(미술관, 33/34) 97.1%, 어린이와작은도서관협회(작은도서관, 68/70) 97.1%, 한국문화예술회관연합회(문예회관, 74/77) 96.1%로 나타남
- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여자(기관/단체/공연팀) 대상 설문조사 실사(fieldwork) 현황을 세부적으로 살펴보면 다음과 같음

〈표 4-41〉 문화가 있는 날 기획사업 참여자 대상 설문조사 실시 현황

구분		목표 표본	조사 표본	달성률	
문체부	지역특화 프로그램	35	29	82.9	
지역문화 진흥원	청춘마이크	주관기관	19	19	100.0
		공연팀	503	325	64.6
	실버마이크	주관기관	5	5	100.0
		공연팀	103	80	77.7
	지역문화 콘텐츠 특성화		43	42	97.7
	생활 속 문화활동 지원		15	14	93.3
7개 문화기반시설	7개 문화기반시설 주관기관		7	7	100.0
		참여 시설	317	311	98.1
		1. 한국문화예술회관연합회(문예회관)	77	74	96.1
		2. 한국박물관협회(박물관)	40	40	100.0
		3. 한국사립미술관협회(미술관)	34	33	97.1
		4. 한국도서관문화진흥원(공공도서관)	65	65	100.0
		5. 어린이와작은도서관협회(작은도서관)	70	68	97.1
		6. 한국문화원연합회(지방문화원)	21	21	100.0
		7. 한국문화의집협회(문화의집)	10	10	100.0
합계		1,047	832	79.5	

- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여자(기관/단체/공연팀) 대상 설문조사에 참여한 832개 기관/단체/공연팀의 특성을 살펴보면, 사업별로는 청춘마이크가 344개(41.3%) 기관/단체/공연팀으로 가장 많았고, 그다음으로 문화기반시설 318개(38.2%), 실버마이크 85개(10.2%), 지역문화 콘텐츠 특성화 42개(5.0%), 지역특화 프로그램 29개(3.5%), 생활 속 문화활동 지원 14개(1.7%) 순을 보였음
- 사업 참여 방식에 있어서는 사업주관(문화가 있는 날 기획사업을 기획/운영하는 주관처)이 13.9%(116개), 사업참여(문화가 있는 날 기획사업에 참여/출연하는 단체/시설/예술가(팀))가 86.1%(716개)로 나타남
- 참여자(기관/단체/공연팀)의 성격에 있어서는 예술가(팀)이 405개(48.7%)로 가장 많았고, 그다음으로 문화시설(279개, 33.5%), 문화단체(69개, 8.3%), 지역문화재단(45개, 5.4%), 지방자치단체(17개, 2.0%) 등의 순을 보였음
- 한편, 문화기반시설 유형별에서는 문예회관이 75개(23.6%)로 가장 많았고, 그다음으로 작은도서관(69개, 21.7%), 공공도서관(66개, 20.8%), 박물관(41개, 12.9%), 미술관(34개, 10.7%), 지방문화원(22개, 6.9%), 문화의집(11개, 3.5%) 순을 보였음

〈표 4-42〉 문화가 있는 날 기획사업 참여자 특성

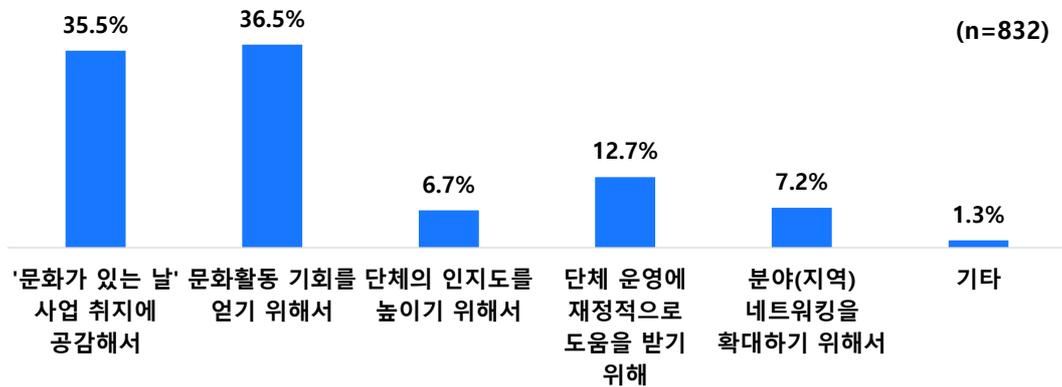
구분	표본수(명)	비율(%)	
전체	(832)	100.0	
사업별	청춘마이크	(344)	41.3
	실버마이크	(85)	10.2
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	5.0
	생활 속 문화활동 지원	(14)	1.7
	지역특화 프로그램	(29)	3.5
	문화기반시설	(318)	38.2
문화기반시설 유형별	문예회관	(75)	23.6
	박물관	(41)	12.9
	미술관	(34)	10.7
	공공도서관	(66)	20.8
	작은도서관	(69)	21.7
	지방문화원	(22)	6.9
	문화의집	(11)	3.5
사업 참여방식	사업주관	(116)	13.9
	사업참여	(716)	86.1
단체 성격	지방자치단체	(17)	2.0
	지역문화재단	(45)	5.4
	문화시설협회	(6)	0.7
	문화시설	(279)	33.5
	문화단체	(69)	8.3
	예술가/예술가팀	(405)	48.7
	사회단체	(3)	0.4
	기업/벤처/개인사업자	(7)	0.8
활동경력	주민/주민공동체	(1)	0.1
	1년 미만	(75)	9.0
	1~3년 미만	(175)	21.0
	3~5년 미만	(138)	16.6
	5~10년 미만	(175)	21.0
	10년 이상	(234)	28.1
	해당사항 없음	(35)	4.2
조직 구성 인원	1~2명	(219)	26.3
	3~5명	(308)	37.0
	6~9명	(133)	16.0
	10~19명	(89)	10.7
	20~49명	(56)	6.7
	50명 이상	(27)	3.2
연평균 수입	5백만원 미만	(131)	15.7
	5백만원~1천만원 미만	(120)	14.4
	1천만원~2천만원 미만	(96)	11.5
	2천만원~3천만원 미만	(88)	10.6
	3천만원~4천만원 미만	(58)	7.0
	4천만원~5천만원 미만	(28)	3.4
	5천만원~6천만원 미만	(12)	1.4
	6천만원~7천만원 미만	(11)	1.3
	7천만원 이상	(90)	10.8
해당사항 없음	(198)	23.8	

## 6) 조사결과

### (1) 사업 참여현황

#### □ 사업 참여 이유

- 사업에 참여하게 된 이유로 문화활동 기회를 얻기 위해서가 36.5%로 가장 높았고, 그다음으로 '문화가 있는 날' 사업 취지에 공감해서(35.5%), 단체 운영에 재정적으로 도움을 받기 위해(12.7%), 분야(지역) 네트워킹을 확대하기 위해서(7.2%), 단체의 인지도를 높이기 위해서(6.7%) 순으로 높게 나타남(기타 1.3%)



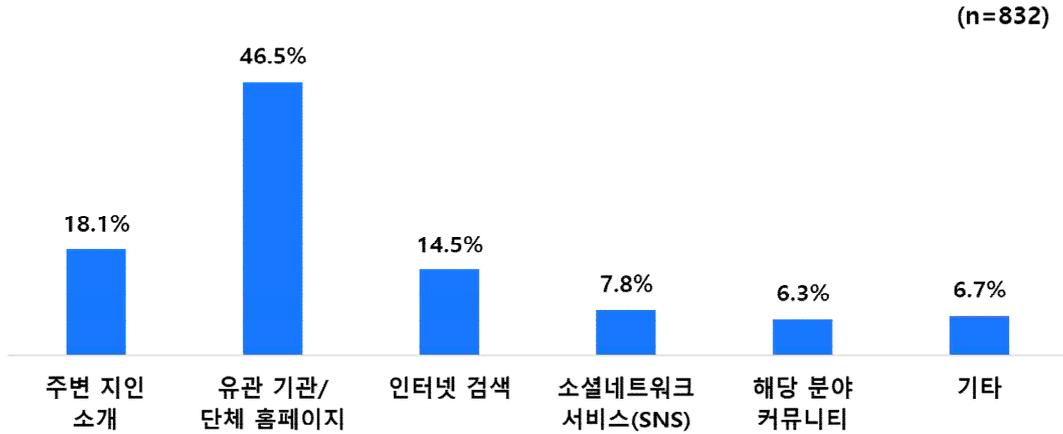
〈그림 4-27〉 사업 참여 이유

〈표 4-43〉 사업 참여 이유

구분 (단위 : %)	표본수	사업 취지에 공감해서	문화활동 기회를 얻기 위해	인지도를 높이기 위해서	재정적 도움을 받기 위해	네트워킹을 확대하기 위해서	기타
전체	(832)	35.5	36.5	6.7	12.7	7.2	1.3
청춘마이크	(344)	11.9	47.1	11.0	22.4	6.7	0.9
실버마이크	(85)	44.7	43.5	4.7	3.5	2.4	1.2
지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	47.6	23.8	4.8	4.8	16.7	2.4
생활 속 문화활동 지원	(14)	57.1	14.3	0.0	0.0	28.6	0.0
지역특화 프로그램	(29)	65.5	10.3	0.0	6.9	6.9	10.3
문화기반시설	(318)	53.1	28.3	3.8	6.9	6.9	0.9
문예회관	(75)	66.7	5.3	1.3	14.7	9.3	2.7
박물관	(41)	41.5	22.0	7.3	14.6	14.6	0.0
미술관	(34)	73.5	11.8	5.9	2.9	5.9	0.0
공공도서관	(66)	54.5	40.9	1.5	1.5	0.0	1.5
작은도서관	(69)	26.1	59.4	4.3	4.3	5.8	0.0
지방문화원	(22)	59.1	22.7	9.1	0.0	9.1	0.0
문화의집	(11)	90.9	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0
사업 참여방식							
사업주관	(116)	55.2	14.7	2.6	3.4	19.8	4.3
사업참여	(716)	32.3	40.1	7.4	14.2	5.2	0.8

□ 사업 인지 경로

- 사업 인지 경로로 유관 기관/단체 홈페이지가 46.5%로 가장 높았고, 그다음으로 주변 지인 소개(18.1%), 인터넷 검색(14.5%), 소셜 네트워크 서비스(SNS) (7.8%), 해당 분야 커뮤니티(6.3%) 순으로 높게 나타남(기타 6.7%)



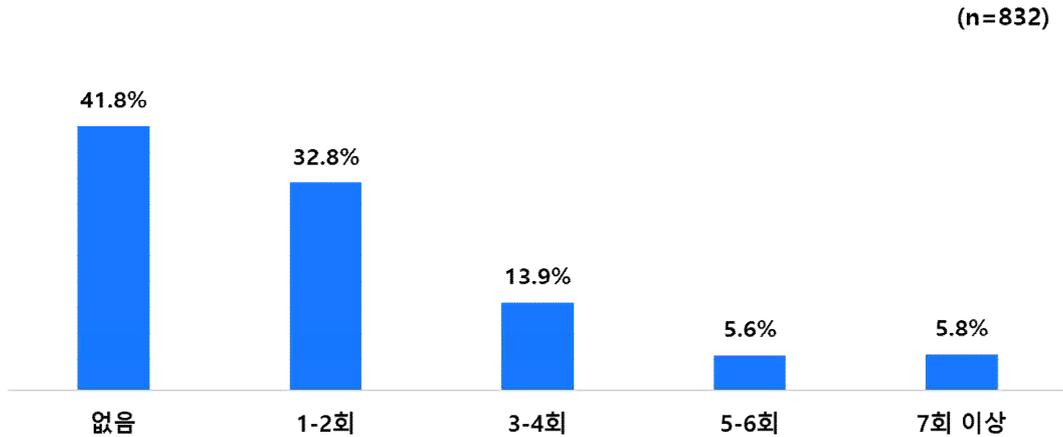
〈그림 4-28〉 사업 인지 경로

〈표 4-44〉 사업 인지 경로

구분 (단위 : %)	표본수	주변 지인 소개	유관 기관/단체 홈페이지	인터넷 검색 (기관/단체 홈페이지 제외)	소셜네트워크 서비스(SNS)	해당 분야 커뮤니티	기타	
전체	(832)	18.1	46.5	14.5	7.8	6.3	6.7	
사업별	청춘마이크	(344)	32.0	26.5	18.3	16.9	6.1	0.3
	실버마이크	(85)	27.1	31.8	31.8	3.5	3.5	2.4
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	16.7	54.8	23.8	2.4	0.0	2.4
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	85.7	14.3	0.0	0.0	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	6.9	65.5	6.9	3.4	0.0	17.2
	문화기반시설	(318)	2.8	67.6	5.3	0.6	8.8	14.8
	문예회관	(75)	1.3	64.0	5.3	0.0	14.7	14.7
	박물관	(41)	0.0	78.0	2.4	0.0	12.2	7.3
	미술관	(34)	0.0	91.2	2.9	0.0	0.0	5.9
	공공도서관	(66)	3.0	59.1	4.5	0.0	1.5	31.8
	작은도서관	(69)	5.8	63.8	8.7	2.9	8.7	10.1
사업 참여방식	지방문화원	(22)	4.5	72.7	9.1	0.0	4.5	9.1
	문화의집	(11)	9.1	45.5	0.0	0.0	36.4	9.1
	사업주관	(116)	8.6	63.8	14.7	3.4	0.0	9.5
	사업참여	(716)	19.7	43.7	14.5	8.5	7.3	6.3

□ 올해 이전의 사업 참여 경험

○ 올해 이전의 ‘문화가 있는 날’ 기획사업에 참여한 경험이 있는지에 대해 참여 경험 없음 41.8%, 1-2회 32.9%, 3-4회 13.9%, 5-6회 5.6%, 7회 이상 5.8%로 나타남



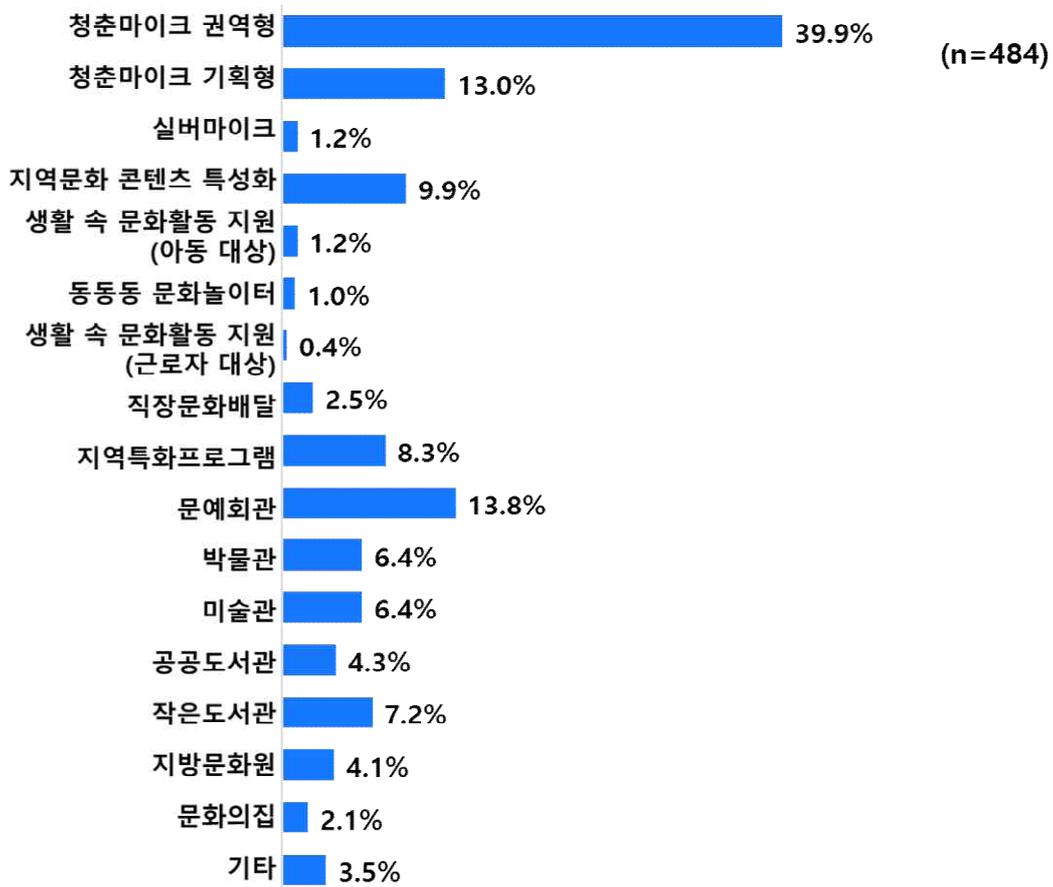
〈그림 4-29〉 올해 이전의 사업 참여 경험

〈표 4-45〉 올해 이전의 사업 참여 경험

구분 (단위 : %)	표본수	없음	1-2회	3-4회	5-6회	7회 이상	
전체	(832)	41.8	32.8	13.9	5.6	5.8	
사업 별	청춘마이크	(344)	33.7	46.8	14.5	2.9	2.0
	실버마이크	(85)	83.5	7.1	5.9	1.2	2.4
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	45.2	40.5	11.9	0.0	2.4
	생활 속 문화활동 지원	(14)	57.1	28.6	14.3	0.0	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	51.7	17.2	17.2	13.8	0.0
	문화기반시설	(318)	37.4	25.2	15.4	10.1	11.9
	문예회관	(75)	17.3	25.3	17.3	18.7	21.3
	박물관	(41)	26.8	17.1	22.0	19.5	14.6
	미술관	(34)	11.8	26.5	23.5	14.7	23.5
	공공도서관	(66)	71.2	22.7	3.0	1.5	1.5
	작은도서관	(69)	53.6	34.8	7.2	1.4	2.9
	지방문화원	(22)	27.3	27.3	18.2	9.1	18.2
	문화의집	(11)	9.1	0.0	72.7	9.1	9.1
사업 참여방식	사업주관	(116)	41.4	30.2	12.9	6.0	9.5
	사업참여	(716)	41.9	33.2	14.1	5.6	5.2

□ 올해 이전 사업 참여 횟수

- 올해 이전 문화가 있는 날 사업 참여 경험으로 청춘마이크 권역형이 39.8%로 가장 높았고, 그다음으로 문예회관(13.8%), 청춘마이크 기획형(13.0%), 지역문화 콘텐츠 특성화(9.9%), 지역특화 프로그램(8.3%), 작은 도서관(7.2%), 박물관과 미술관(각 6.4%), 공공도서관(4.3%), 지방문화원(4.1%), 직장문화배달(2.5%), 문화의집(2.1%), 실버마이크와 생활 속 문화활동 지원(아동 대상)(각 1.2%), 동동동 문화놀이터(1.0%), 생활 속 문화활동 지원(근로자 대상) 등의 순으로 높게 나타남(기타 3.5%)



〈그림 4-30〉 올해 이전 사업 참여 횟수

〈표 4-46〉 올해 이전 사업 참여 횟수

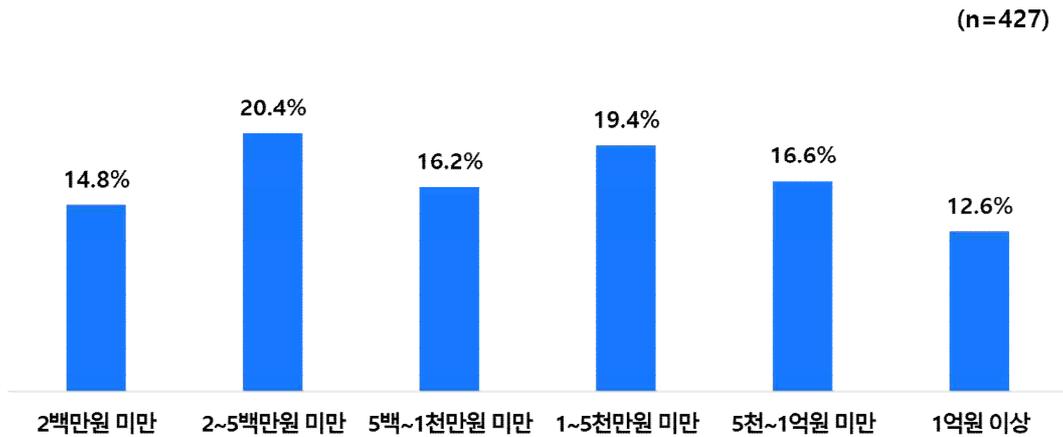
구 분 (단위 : %)	표본수	청춘 마이크 권역형	청춘 마이크 기획형	실버 마이크	지역문화 콘텐츠 특성화	생활 속 문화활동 지원 (아동 대상)	동등동 문화 놀이터
전체	(484)	39.9	13.0	1.2	9.9	1.2	1.0
사업 별	청춘마이크	(228)	81.6	26.3	0.4	5.7	0.4
	실버마이크	(14)	21.4	0.0	35.7	28.6	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(23)	4.3	0.0	0.0	69.6	0.0
	생활 속 문화활동 지원	(6)	16.7	0.0	0.0	16.7	33.3
	지역특화 프로그램	(14)	7.1	14.3	0.0	7.1	0.0
	문화기반시설	(199)	0.5	0.5	0.0	6.5	2.0
	문예회관	(62)	1.6	0.0	0.0	3.2	0.0
	박물관	(30)	0.0	0.0	0.0	10.0	6.7
	미술관	(30)	0.0	0.0	0.0	10.0	3.3
	공공도서관	(19)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	작은도서관	(32)	0.0	3.1	0.0	0.0	3.1
	지방문화원	(16)	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0
문화의집	(10)	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	
사업 참여방식	사업주관	(68)	22.1	8.8	0.0	36.8	1.5
	사업참여	(416)	42.8	13.7	1.4	5.5	1.2

구 분 (단위 : %)	표본수	생활 속 문화활동 지원 (근로자 대상)	직장문화 배달	지역특화 프로그램	문예회관	박물관	미술관
전체	(484)	0.4	2.5	8.3	13.8	6.4	6.4
사업 별	청춘마이크	(228)	0.0	3.5	3.9	3.9	0.4
	실버마이크	(14)	0.0	0.0	7.1	21.4	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(23)	0.0	8.7	13.0	0.0	0.0
	생활 속 문화활동 지원	(6)	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0
	지역특화 프로그램	(14)	0.0	7.1	85.7	7.1	7.1
	문화기반시설	(199)	0.5	0.0	7.5	27.1	14.6
	문예회관	(62)	0.0	0.0	6.5	87.1	1.6
	박물관	(30)	3.3	0.0	6.7	0.0	93.3
	미술관	(30)	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0
	공공도서관	(19)	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0
	작은도서관	(32)	0.0	0.0	3.1	0.0	0.0
	지방문화원	(16)	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0
문화의집	(10)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
사업 참여방식	사업주관	(68)	1.5	8.8	29.4	1.5	2.9
	사업참여	(416)	0.2	1.4	4.8	15.9	7.0

구 분 (단위 : %)		표본수	공공도서관	작은도서관	지방문화원	문화의집	기타
전체		(484)	4.3	7.2	4.1	2.1	3.5
사업 별	청춘마이크	(228)	0.4	0.0	0.0	0.0	0.4
	실버마이크	(14)	0.0	0.0	21.4	0.0	21.4
	지역문화 콘텐츠 특성화	(23)	0.0	4.3	0.0	0.0	13.0
	생활 속 문화활동 지원	(6)	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
	지역특화 프로그램	(14)	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0
	문화기반시설	(199)	10.1	17.1	8.0	5.0	4.5
	문예회관	(62)	0.0	0.0	1.6	0.0	8.1
	박물관	(30)	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3
	미술관	(30)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	공공도서관	(19)	94.7	5.3	0.0	0.0	0.0
	작은도서관	(32)	6.3	96.9	0.0	0.0	0.0
	지방문화원	(16)	0.0	6.3	93.8	0.0	18.8
문화의집	(10)	0.0	10.0	0.0	100.0	0.0	
사업 참여방식	사업주관	(68)	1.5	2.9	2.9	1.5	10.3
	사업참여	(416)	4.8	7.9	4.3	2.2	2.4

□ 사업예산

- 사업예산으로 2백만원 미만 14.8%, 2~5백만원 미만 20.4%, 5백~1천만원 미만 16.2%, 1~5천만원 미만 19.4%, 5천~1억원 미만 16.6%, 1억원 이상 12.6%로 나타남



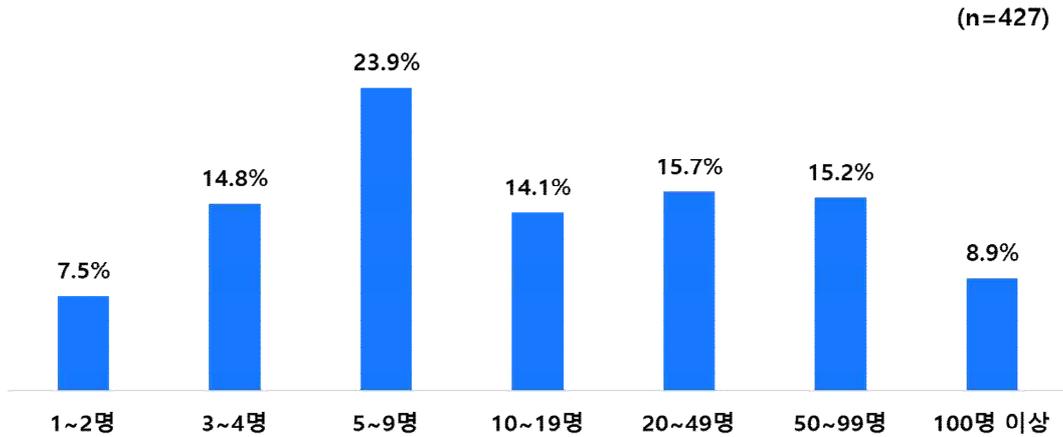
〈그림 4-31〉 사업 예산

〈표 4-47〉 사업 예산

구분 (단위 : %)	표본수	2백만원 미만	2~5백 만원 미만	5백~1천만 원 미만	1~5천 만원 미만	5천~1억원 미만	1억원 이상	
전체	(427)	14.8	20.4	16.2	19.4	16.6	12.6	
사업 별	청춘마이크	(19)	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	94.7
	실버마이크	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	0.0	0.0	0.0	28.6	61.9	9.5
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	0.0	0.0	0.0	0.0	48.3	51.7
	문화기반시설	(318)	19.8	27.4	21.7	22.3	5.0	3.8
	문예회관	(75)	1.3	0.0	1.3	68.0	21.3	8.0
	박물관	(41)	0.0	0.0	97.6	0.0	0.0	2.4
	미술관	(34)	0.0	47.1	50.0	0.0	0.0	2.9
	공공도서관	(66)	18.2	77.3	1.5	1.5	0.0	1.5
작은도서관	(69)	68.1	26.1	1.4	2.9	0.0	1.4	
지방문화원	(22)	0.0	4.5	13.6	77.3	0.0	4.5	
문화의집	(11)	27.3	9.1	54.5	0.0	0.0	9.1	
사업 참여방식	사업주관	(116)	0.0	0.0	0.0	10.3	47.4	42.2
	사업참여	(311)	20.3	28.0	22.2	22.8	5.1	1.6

□ 사업 투입 인력 규모

○ 사업의 투입 인력 규모로는 1~2명 7.5%, 3~4명 14.8%, 5~9명 23.9%, 10~19명 14.1%, 20~49명 15.7%, 50~99명 15.2%, 100명 이상 8.9%로 나타남



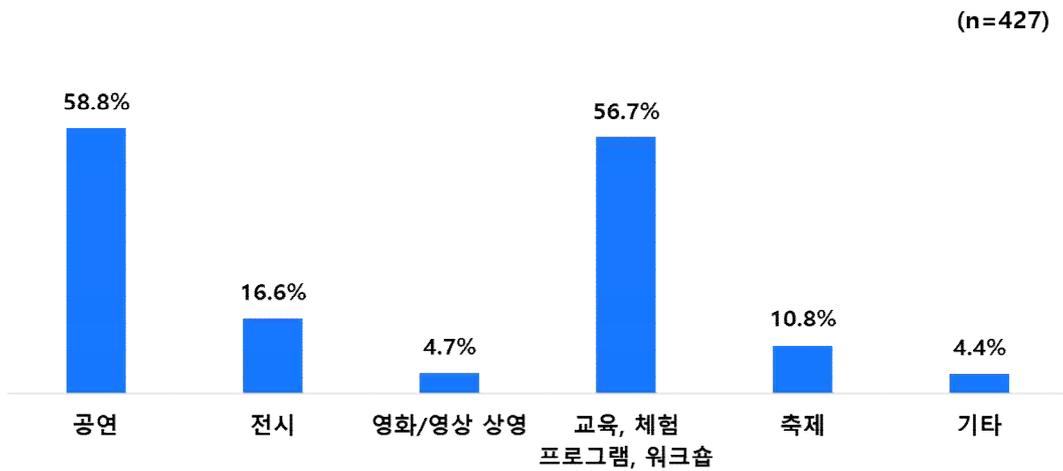
〈그림 4-32〉 사업 투입 인력 규모

〈표 4-48〉 사업 투입 인력 규모

구분 (단위 : %)	표본수	1~2명	3~4명	5~9명	10~19명	20~49명	50~99명	100명 이상	
전체	(427)	7.5	14.8	23.9	14.1	15.7	15.2	8.9	
사업별	청춘마이크	(19)	0.0	15.8	5.3	21.1	0.0	42.1	15.8
	실버마이크	(5)	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	60.0	20.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	0.0	4.8	7.1	7.1	42.9	28.6	9.5
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	0.0	7.1	35.7	42.9	14.3	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	0.0	0.0	6.9	13.8	24.1	13.8	41.4
	문화기반시설	(318)	10.1	18.2	29.6	13.8	11.3	11.3	5.7
	- 문예회관	(75)	5.3	6.7	8.0	9.3	24.0	29.3	17.3
	- 박물관	(41)	14.6	48.8	26.8	2.4	4.9	2.4	0.0
	- 미술관	(34)	2.9	23.5	47.1	26.5	0.0	0.0	0.0
	- 공공도서관	(66)	18.2	19.7	43.9	13.6	3.0	1.5	0.0
	- 작은도서관	(69)	10.1	15.9	36.2	23.2	2.9	10.1	1.4
- 지방문화원	(22)	4.5	0.0	18.2	9.1	36.4	22.7	9.1	
- 문화의집	(11)	9.1	9.1	27.3	0.0	36.4	0.0	18.2	
사업 참여방식	사업주관	(116)	3.4	6.9	6.9	13.8	26.7	25.0	17.2
	사업참여	(311)	9.0	17.7	30.2	14.1	11.6	11.6	5.8

□ 프로그램 유형(복수응답)

- 프로그램 유형으로는 공연이 58.8%로 가장 높았고, 그다음으로 교육, 체험 프로그램, 워크숍(56.7%), 전시(16.6%), 축제(10.8%), 영화/영상 상영(4.7%) 순으로 높게 나타남(기타 4.4%)



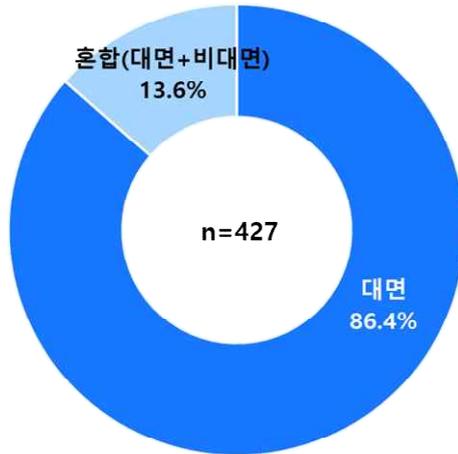
〈그림 4-33〉 프로그램 유형(복수응답)

〈표 4-49〉 프로그램 유형(복수응답)

구 분 (단위 : %)	표본수	공연	전시	영화/영상 상영	교육, 체험 프로그램, 워크숍	축제	기타	
전체	(427)	58.8	16.6	4.7	56.7	10.8	4.4	
사업 별	청춘마이크	(19)	100.0	0.0	0.0	15.8	10.5	0.0
	실버마이크	(5)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	47.6	33.3	16.7	71.4	66.7	11.9
	생활 속 문화활동 지원	(14)	78.6	7.1	7.1	71.4	0.0	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	69.0	51.7	17.2	75.9	24.1	13.8
	문화기반시설	(318)	55.3	12.9	2.2	55.7	2.8	3.1
	문예회관	(75)	98.7	1.3	0.0	2.7	1.3	0.0
	박물관	(41)	12.2	46.3	0.0	97.6	0.0	4.9
	미술관	(34)	8.8	41.2	2.9	97.1	0.0	0.0
	공공도서관	(66)	97.0	3.0	0.0	7.6	1.5	0.0
작은도서관	(69)	17.4	1.4	4.3	98.6	1.4	4.3	
지방문화원	(22)	68.2	13.6	4.5	86.4	4.5	22.7	
문화의집	(11)	27.3	9.1	18.2	90.9	45.5	0.0	
사업 참여방식	사업주관	(116)	69.0	28.4	12.1	60.3	34.5	7.8
	사업참여	(311)	55.0	12.2	1.9	55.3	1.9	3.2

□ 프로그램 운영 방식

- 프로그램 운영 방식으로 대면으로 운영했다는 응답이 86.4%, 혼합(대면+비대면)으로 운영했다는 응답이 13.6%로 나타남



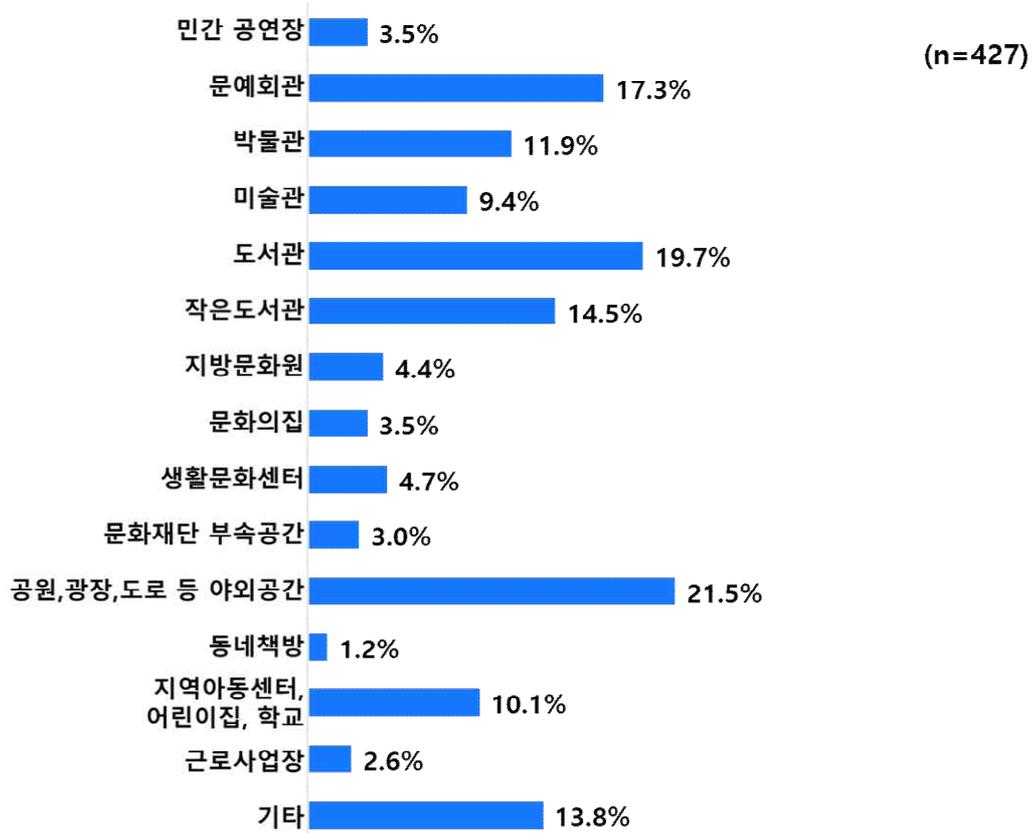
〈그림 4-34〉 프로그램 운영 방식

〈표 4-50〉 프로그램 운영 방식

구분 (단위 : %)	표본수	대면	혼합(대면+비대면)	
전체	(427)	86.4	13.6	
사업별	청춘마이크	(19)	57.9	42.1
	실버마이크	(5)	80.0	20.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	83.3	16.7
	생활 속 문화활동 지원	(14)	100.0	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	86.2	13.8
	문화기반시설	(318)	88.1	11.9
	문예회관	(75)	93.3	6.7
	박물관	(41)	63.4	36.6
	미술관	(34)	70.6	29.4
	공공도서관	(66)	97.0	3.0
사업 참여방식	작은도서관	(69)	94.2	5.8
	지방문화원	(22)	100.0	0.0
	문화의집	(11)	81.8	18.2
	사업주관	(116)	78.4	21.6
	사업참여	(311)	89.4	10.6

□ 프로그램 장소(복수응답)

○ 프로그램 장소로 공원, 광장, 도로 등 야외공간이 21.5%로 가장 높았고, 그다음으로 도서관(19.7%), 문예회관(17.3%), 작은 도서관(14.5%), 박물관(11.9%), 지역아동센터, 어린이집, 학교(10.1%), 미술관(9.4%), 생활문화센터(4.7%), 지방문화원(4.4%), 문화의집과 민간 공연장(각 3.5%), 문화재단 부속공간(3.0%), 근로사업장(2.6%), 동네책방(1.2%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 13.8%)



〈그림 4-35〉 프로그램 장소(복수응답)

〈표 4-51〉 프로그램 장소(복수응답)

구 분 (단위 : %)	표본수	민간 공연장	문예회관	박물관	미술관	도서관	
전체	(427)	3.5	17.3	11.9	9.4	19.7	
사업 별	청춘마이크	(19)	15.8	5.3	15.8	15.8	5.3
	실버마이크	(5)	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	11.9	0.0	7.1	2.4	9.5
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	0.0	7.1	0.0	7.1
	지역특화 프로그램	(29)	6.9	6.9	3.4	6.9	3.4
	문화기반시설	(318)	0.9	22.3	13.5	10.7	24.2
	문예회관	(75)	1.3	94.7	1.3	0.0	2.7
	박물관	(41)	2.4	0.0	100.0	0.0	2.4
	미술관	(34)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	공공도서관	(66)	0.0	0.0	0.0	0.0	98.5
	작은도서관	(69)	0.0	0.0	0.0	0.0	13.0
사업 참여방식	지역문화원	(22)	4.5	0.0	4.5	0.0	0.0
	문화의집	(11)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	10.3	3.4	7.8	6.0	7.8
	사업참여	(311)	1.0	22.5	13.5	10.6	24.1

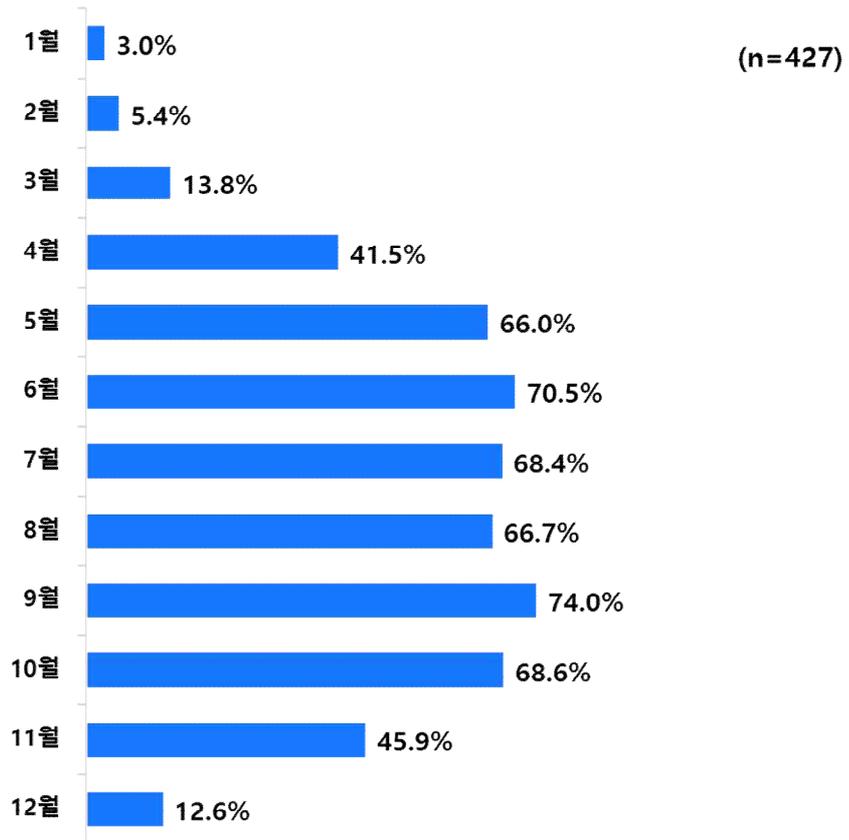
구 분 (단위 : %)	표본수	작은도서관	지방문화원	문화의집	생활문화 센터	문화재단 부속공간	
전체	(427)	14.5	4.4	3.5	4.7	3.0	
사업 별	청춘마이크	(19)	0.0	0.0	5.3	10.5	10.5
	실버마이크	(5)	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	0.0	2.4	2.4	11.9	9.5
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1
	지역특화 프로그램	(29)	0.0	10.3	0.0	24.1	13.8
	문화기반시설	(318)	19.5	4.7	4.1	1.6	0.6
	문예회관	(75)	0.0	1.3	1.3	1.3	2.7
	박물관	(41)	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0
	미술관	(34)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	공공도서관	(66)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	작은도서관	(69)	88.4	0.0	1.4	1.4	0.0
사업 참여방식	지방문화원	(22)	4.5	59.1	0.0	9.1	0.0
	문화의집	(11)	0.0	0.0	100.0	9.1	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	0.9	5.2	2.6	12.9	9.5
	사업참여	(311)	19.6	4.2	3.9	1.6	0.6

〈표 4-51〉 프로그램 장소(복수응답)

구 분 (단위 : %)	표본수	공원, 광장, 도로 등 야외공간	동네책방	지역아동센터, 어린이집, 학교	근로사업장	기타	
전체	(427)	21.5	1.2	10.1	2.6	13.8	
사업 별	청춘마이크	(19)	100.0	0.0	0.0	5.3	21.1
	실버마이크	(5)	100.0	0.0	0.0	0.0	80.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	50.0	9.5	4.8	2.4	42.9
	생활 속 문화활동 지원	(14)	28.6	0.0	92.9	57.1	42.9
	지역특화 프로그램	(29)	62.1	3.4	3.4	3.4	31.0
	문화기반시설	(318)	7.9	0.0	8.5	0.0	5.7
	문예회관	(75)	16.0	0.0	12.0	0.0	2.7
	박물관	(41)	2.4	0.0	24.4	0.0	2.4
	미술관	(34)	0.0	0.0	8.8	0.0	5.9
	공공도서관	(66)	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0
	작은도서관	(69)	1.4	0.0	2.9	0.0	0.0
	지방문화원	(22)	40.9	0.0	13.6	0.0	45.5
	문화의집	(11)	18.2	0.0	0.0	0.0	9.1
	사업 참여방식	사업주관	(116)	58.6	4.3	15.5	9.5
사업참여		(311)	7.7	0.0	8.0	0.0	5.8

□ 프로그램 운영 기간(복수응답)

○ 프로그램 운영 기간으로 1월 3.0%, 2월 5.4%, 3월 13.8%, 4월 41.5%, 5월 66.0%, 6월 70.5%, 7월 68.4%, 8월 66.7%, 9월 74.0%, 10월 68.6%, 11월 45.9%, 12월 12.6%로 나타남



〈그림 4-36〉 프로그램 운영 기간(복수응답)

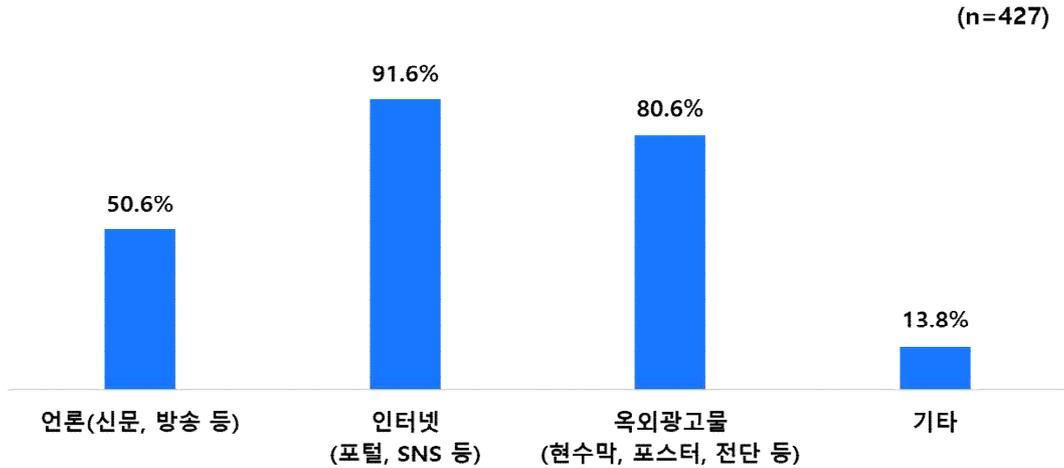
〈표 4-52〉 프로그램 운영 기간(복수응답)

구 분 (단위 : %)	표본수	1월	2월	3월	4월	5월	6월	
전체	(427)	3.0	5.4	13.8	41.5	66.0	70.5	
사업 별	청춘마이크	(19)	0.0	0.0	10.5	36.8	100.0	94.7
	실버마이크	(5)	0.0	20.0	20.0	40.0	60.0	100.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	0.0	0.0	2.4	26.2	78.6	95.2
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	0.0	0.0	21.4	64.3	78.6
	지역특화 프로그램	(29)	6.9	13.8	31.0	51.7	72.4	89.7
	문화기반시설	(318)	3.5	5.7	14.5	43.7	61.9	63.2
	문예회관	(75)	1.3	12.0	24.0	49.3	74.7	78.7
	박물관	(41)	2.4	2.4	34.1	85.4	90.2	92.7
	미술관	(34)	0.0	0.0	11.8	47.1	76.5	55.9
	공공도서관	(66)	12.1	10.6	12.1	18.2	24.2	16.7
	작은도서관	(69)	1.4	1.4	1.4	55.1	79.7	85.5
	지방문화원	(22)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	45.5
	문화의집	(11)	0.0	0.0	9.1	9.1	63.6	45.5
사업 참여방식	사업주관	(116)	3.4	6.9	15.5	37.9	78.4	92.2
	사업참여	(311)	2.9	4.8	13.2	42.8	61.4	62.4

구 분 (단위 : %)	표본수	7월	8월	9월	10월	11월	12월	
전체	(427)	68.4	66.7	74.0	68.6	45.9	12.6	
사업 별	청춘마이크	(19)	100.0	94.7	100.0	100.0	94.7	47.4
	실버마이크	(5)	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0	40.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	88.1	90.5	88.1	92.9	78.6	16.7
	생활 속 문화활동 지원	(14)	71.4	78.6	92.9	78.6	85.7	28.6
	지역특화 프로그램	(29)	79.3	72.4	86.2	82.8	51.7	27.6
	문화기반시설	(318)	62.6	60.7	68.6	61.6	35.8	7.5
	문예회관	(75)	60.0	76.0	77.3	80.0	61.3	10.7
	박물관	(41)	92.7	90.2	80.5	65.9	46.3	4.9
	미술관	(34)	85.3	52.9	67.6	64.7	23.5	2.9
	공공도서관	(66)	27.3	13.6	34.8	28.8	16.7	15.2
	작은도서관	(69)	72.5	73.9	79.7	66.7	18.8	1.4
	지방문화원	(22)	54.5	68.2	86.4	77.3	45.5	0.0
	문화의집	(11)	63.6	54.5	63.6	45.5	63.6	18.2
사업 참여방식	사업주관	(116)	86.2	85.3	90.5	89.7	76.7	28.4
	사업참여	(311)	61.7	59.8	67.8	60.8	34.4	6.8

□ 프로그램 홍보 방법(복수응답)

○ 프로그램 홍보 방법으로 인터넷(포털, SNS 등)이 91.6%로 가장 높았고, 그다음으로 옥외광고물(현수막, 포스터, 전단 등)(80.6%), 언론(신문, 방송 등)(50.6%) 순으로 높게 나타남(기타 13.8%)



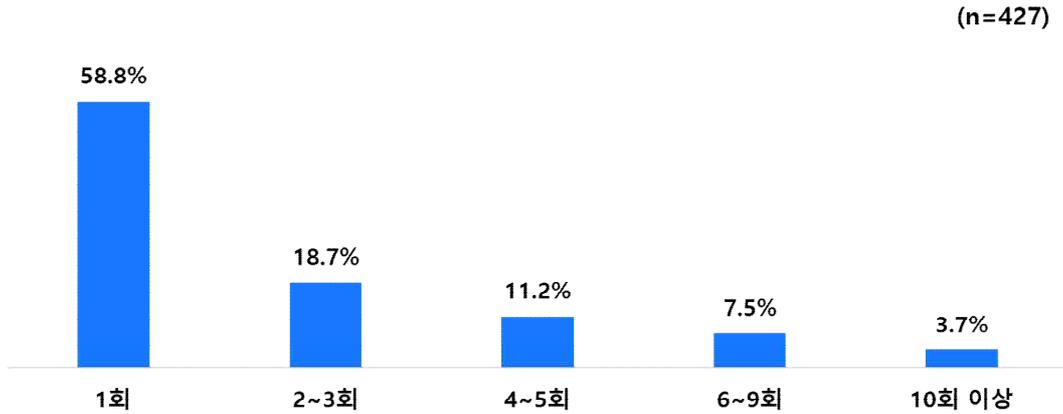
〈그림 4-37〉 프로그램 홍보 방법(복수응답)

〈표 4-53〉 프로그램 홍보 방법(복수응답)

구분 (단위 : %)	표본수	언론 (신문, 방송 등)	인터넷 (포털, SNS 등)	옥외광고물 (현수막, 포스터, 전단 등)	기타	
전체	(427)	50.6	91.6	80.6	13.8	
사업별	청춘마이크	(19)	94.7	100.0	94.7	10.5
	실버마이크	(5)	100.0	100.0	80.0	20.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	50.0	95.2	88.1	14.3
	생활 속 문화활동 지원	(14)	64.3	100.0	57.1	7.1
	지역특화 프로그램	(29)	89.7	96.6	93.1	20.7
	문화기반시설	(318)	43.1	89.6	78.6	13.5
	문예회관	(75)	70.7	93.3	94.7	5.3
	박물관	(41)	39.0	97.6	80.5	19.5
	미술관	(34)	41.2	94.1	70.6	20.6
	공공도서관	(66)	50.0	93.9	83.3	10.6
	작은도서관	(69)	11.6	78.3	60.9	14.5
지방문화원	(22)	54.5	77.3	77.3	22.7	
문화의집	(11)	9.1	90.9	72.7	18.2	
사업 참여방식	사업주관	(116)	71.6	97.4	83.6	14.7
	사업참여	(311)	42.8	89.4	79.4	13.5

□ 문화가 있는 날 주간의 프로그램 운영 횟수(평균)

○ 문화가 있는 날 주간의 프로그램 운영 횟수(평균)로 1회 58.8%, 2~3회 18.7%, 4~5회 11.2%, 6~9회 7.5%, 10회 이상 3.7%로 나타남



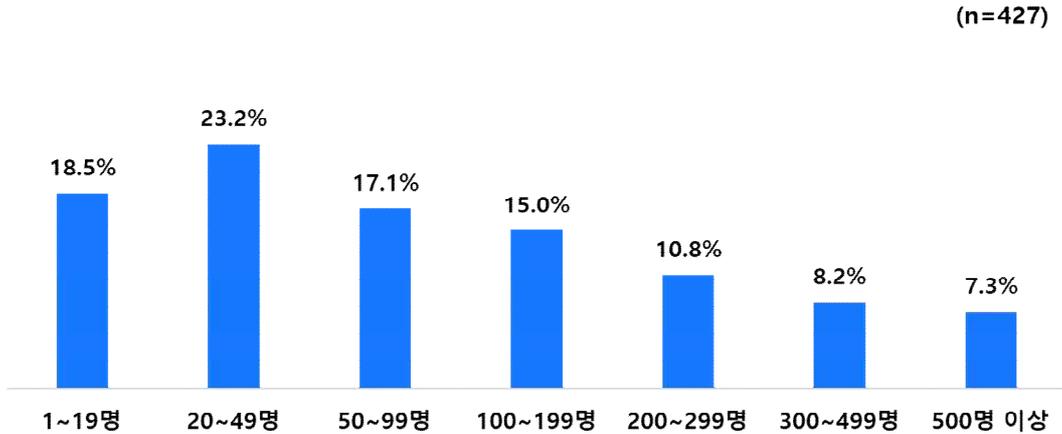
〈그림 4-38〉 문화가 있는 날 주간의 프로그램 운영 횟수(평균)

〈표 4-54〉 문화가 있는 날 주간의 프로그램 운영 횟수(평균)

구 분 (단위 : %)	표본수	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10회 이상	
전체	(427)	58.8	18.7	11.2	7.5	3.7	
사업 별	청춘마이크	(19)	0.0	52.6	21.1	15.8	10.5
	실버마이크	(5)	0.0	60.0	40.0	0.0	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	33.3	40.5	16.7	7.1	2.4
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	71.4	21.4	7.1	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	48.3	10.3	24.1	0.0	17.2
	문화기반시설	(318)	70.1	11.6	7.9	7.9	2.5
	문예회관	(75)	80.0	4.0	9.3	5.3	1.3
	박물관	(41)	65.9	17.1	4.9	4.9	7.3
	미술관	(34)	61.8	11.8	14.7	8.8	2.9
	공공도서관	(66)	83.3	7.6	6.1	1.5	1.5
	작은도서관	(69)	58.0	13.0	5.8	20.3	2.9
지방문화원	(22)	72.7	13.6	13.6	0.0	0.0	
문화의집	(11)	36.4	54.5	0.0	9.1	0.0	
사업 참여방식	사업주관	(116)	25.0	37.9	19.8	6.9	10.3
	사업참여	(311)	71.4	11.6	8.0	7.7	1.3

□ 문화가 있는 날 주간의 관람객(이용자) 수(평균)

○ 문화가 있는 날 주간의 프로그램에 참여한 관람객(이용자) 수(평균) 규모로는 1~19명 18.5%, 20~49명 23.2%, 50~99명 17.1%, 100~199명 15.0%, 200~299명 10.8%, 300~499명 8.2%, 500명 이상 7.3%로 나타남



〈그림 4-39〉 문화가 있는 날 주간의 관람객/이용자 수(평균)

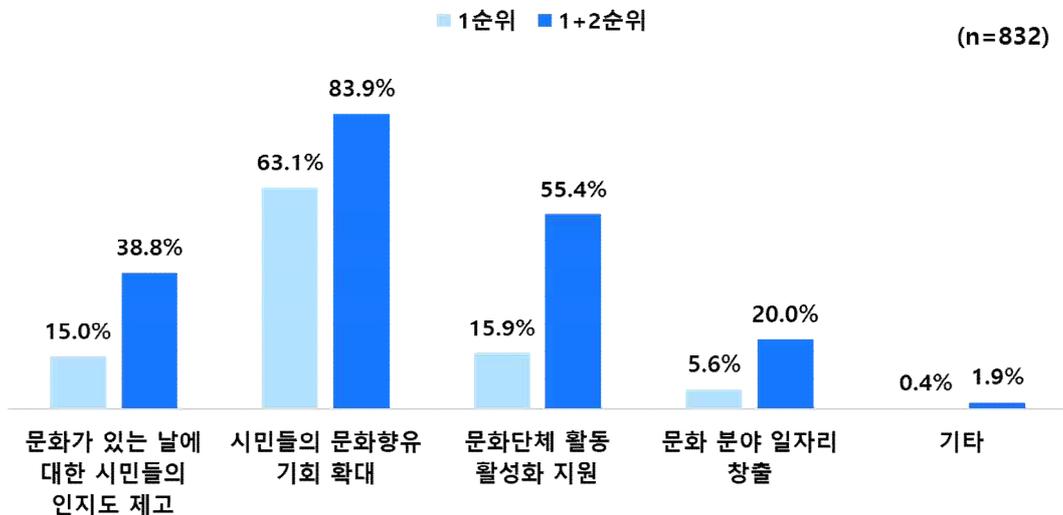
〈표 4-55〉 문화가 있는 날 주간의 관람객/이용자 수(평균)

구분 (단위 : %)	표본수	1~19명	20~49명	50~99명	100~199명	200~299명	300~499명	500명 이상	
전체	(427)	18.5	23.2	17.1	15.0	10.8	8.2	7.3	
사업별	청춘마이크	(19)	0.0	5.3	15.8	26.3	10.5	15.8	26.3
	실버마이크	(5)	0.0	0.0	0.0	80.0	20.0	0.0	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	7.1	26.2	28.6	4.8	7.1	11.9	14.3
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	14.3	42.9	35.7	0.0	7.1	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	3.4	6.9	6.9	20.7	31.0	13.8	17.2
	문화기반시설	(318)	23.6	26.1	15.7	13.2	9.7	6.9	4.7
	- 문예회관	(75)	0.0	0.0	4.0	24.0	33.3	25.3	13.3
	- 박물관	(41)	4.9	75.6	7.3	0.0	4.9	2.4	4.9
	- 미술관	(34)	44.1	41.2	8.8	5.9	0.0	0.0	0.0
	- 공공도서관	(66)	3.0	33.3	37.9	21.2	3.0	1.5	0.0
	- 작은도서관	(69)	78.3	8.7	10.1	1.4	0.0	0.0	1.4
	- 지방문화원	(22)	0.0	27.3	27.3	27.3	9.1	0.0	9.1
- 문화의집	(11)	18.2	36.4	27.3	9.1	0.0	9.1	0.0	
사업 참여방식	사업주관	(116)	4.3	14.7	20.7	19.0	14.7	11.2	15.5
	사업참여	(311)	23.8	26.4	15.8	13.5	9.3	7.1	4.2

## (2) 사업 운영자원 및 사업실행 평가

### □ 기획사업 인식

- ‘문화가 있는 날 기획사업’의 목적으로(1순위) 시민들의 문화향유 기회 확대가 63.1%로 가장 높았고, 그다음으로 문화단체 활동 활성화 지원(15.9%), 문화가 있는 날에 대한 시민들의 인지도 제고(15.0%), 문화 분야 일자리 창출(5.6%) 순으로 높게 나타남(기타 0.4%)
- 한편, 복수응답(1+2순위)에서는 시민들의 문화향유 기회 확대가 83.9%로 가장 높았고, 그다음으로 문화단체 활동 활성화 지원(55.4%), 문화가 있는 날에 대한 시민들의 인지도 제고(38.8%), 문화 분야 일자리 창출(20.0%) 순으로 높게 나타남(기타 1.9%)



〈그림 4-40〉 기획사업 인식

〈표 4-56〉 기획사업 인식(1순위)

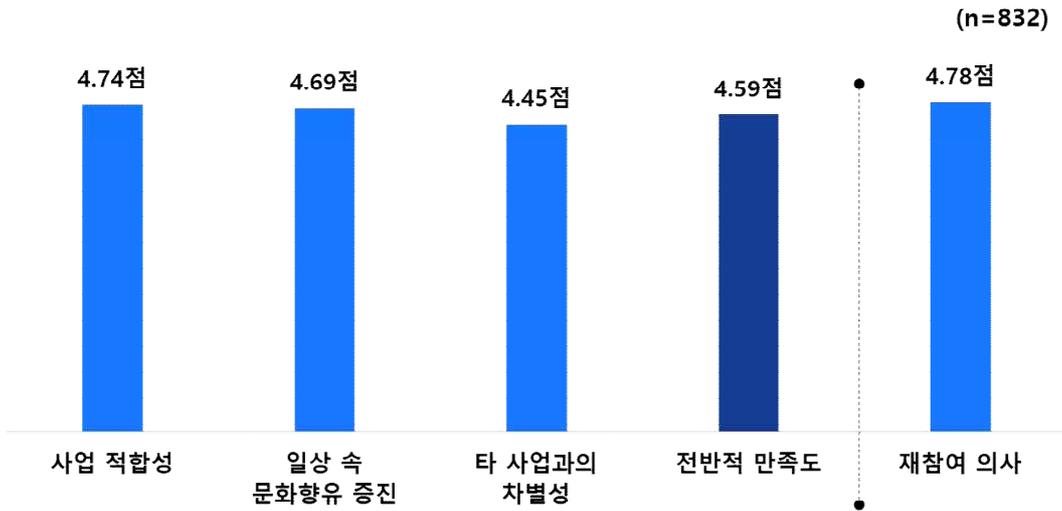
구 분 (단위 : %)	표본수	문화가 있는 날에 대한 시민들의 인지도 제고	시민들의 문화향유 기회 확대	문화단체 활동 활성화 지원	문화 분야 일자리 창출	기타	
전체	(832)	15.0	63.1	15.9	5.6	0.4	
사업 별	청춘마이크	(344)	13.7	49.1	25.3	11.9	0.0
	실버마이크	(85)	22.4	45.9	24.7	7.1	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	16.7	76.2	2.4	0.0	4.8
	생활 속 문화활동 지원	(14)	21.4	64.3	14.3	0.0	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	17.2	79.3	3.4	0.0	0.0
	문화기반시설	(318)	13.8	79.6	6.3	0.0	0.3
	문예회관	(75)	13.3	84.0	2.7	0.0	0.0
	박물관	(41)	24.4	65.9	9.8	0.0	0.0
	미술관	(34)	5.9	85.3	8.8	0.0	0.0
	공공도서관	(66)	19.7	74.2	6.1	0.0	0.0
	작은도서관	(69)	5.8	85.5	8.7	0.0	0.0
	지방문화원	(22)	18.2	72.7	4.5	0.0	4.5
문화의집	(11)	9.1	90.9	0.0	0.0	0.0	
사업 참여방식	사업주관	(116)	18.1	74.1	5.2	0.9	1.7
	사업참여	(716)	14.5	61.3	17.6	6.4	0.1

〈표 4-57〉 기획사업 인식(복수응답 : 1+2순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	문화가 있는 날에 대한 시민들의 인지도 제고	시민들의 문화향유 기회 확대	문화단체 활동 활성화 지원	문화 분야 일자리 창출	기타	
전체	(832)	38.8	83.9	55.4	20.0	1.9	
사업 별	청춘마이크	(344)	28.2	73.3	62.8	35.5	0.3
	실버마이크	(85)	31.8	71.8	69.4	25.9	1.2
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	33.3	92.9	42.9	14.3	16.7
	생활 속 문화활동 지원	(14)	64.3	92.9	42.9	0.0	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	51.7	93.1	44.8	10.3	0.0
	문화기반시설	(318)	50.6	96.2	46.9	4.1	2.2
	문예회관	(75)	54.7	97.3	46.7	1.3	0.0
	박물관	(41)	61.0	100.0	31.7	7.3	0.0
	미술관	(34)	32.4	100.0	67.6	0.0	0.0
	공공도서관	(66)	60.6	93.9	37.9	6.1	1.5
	작은도서관	(69)	37.7	92.8	59.4	4.3	5.8
	지방문화원	(22)	54.5	95.5	40.9	4.5	4.5
문화의집	(11)	54.5	100.0	27.3	9.1	9.1	
사업 참여방식	사업주관	(116)	44.0	92.2	46.6	10.3	6.9
	사업참여	(716)	38.0	82.5	56.8	21.5	1.1

□ 문화가 있는 날 기획사업 평가

- 문화가 있는 날 기획사업 평가에 있어서 전반적 만족도는 4.59점(5점 평균)으로 나타났으며, 항목별로는 사업 적합성(4.74점), 일상 속 문화향유 증진(4.69점), 타 사업과의 차별성(4.45점) 순을 보였으며, 재참여 의사는 4.78점으로 나타남



〈그림 4-41〉 문화가 있는 날 기획사업 평가

〈표 4-58〉 문화가 있는 날 기획사업 평가

구 분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
사업 적합성	(832)	96.9	2.8	0.4	4.74	93.4
일상 속 문화향유 증진	(832)	95.8	4.0	0.2	4.69	92.2
타 사업과의 차별성	(832)	87.7	10.0	2.3	4.45	86.1
전반적 만족도	(832)	93.5	5.4	1.1	4.59	89.8
재참여 의사	(832)	96.5	2.4	1.1	4.78	94.6

- 사업 전반 만족도는 4.59점(5점 평균)으로 사업별로는 실버마이크가 4.81점으로 가장 높았고, 그다음으로 지역특화 프로그램(4.69점), 문화기반 시설(4.65점), 생활 속 문화 활동 지원(4.64점), 청춘마이크(4.49점), 지역문화 콘텐츠 특성화(4.48점) 순을 보였음
- 재참여 의향은 4.78점(5점 평균)으로 사업별로는 실버마이크가 4.92점으로 가장 높았고, 그다음으로 청춘마이크(4.80점), 지역문화 콘텐츠 특성화(4.79점), 지역특화 프로그램 (4.76점), 문화기반 시설(4.74점), 생활 속 문화활동 지원(4.64점) 순을 보였음
- 한편, 사업별 행사(프로그램) 참여 만족도를 살펴보면, 청춘마이크의 사업 전반 만족도는

4.49점(5점 평균)으로 나타났으며, 항목별로는 사업 적합성이 4.68점으로 가장 높았고, 그다음으로 일상 속 문화향유 증진(4.59점), 타 사업과의 차별성(4.37점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.80점으로 나타남

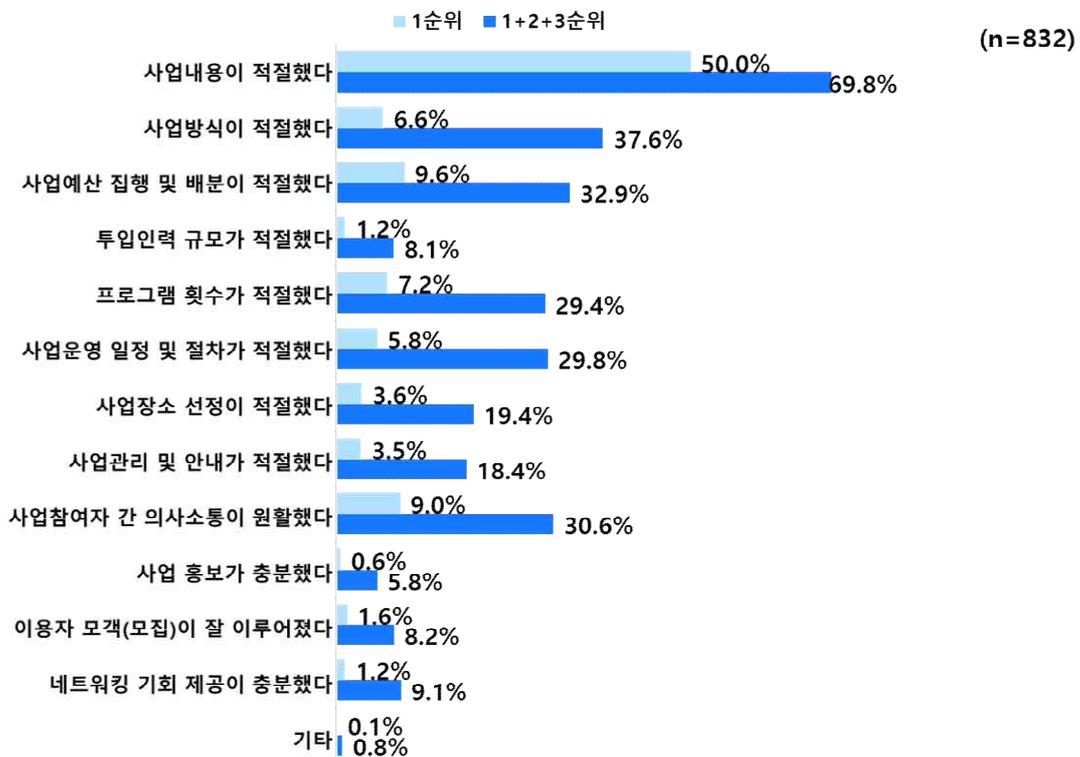
- 실버마이크의 사업 전반 만족도는 4.81점(5점 평균)으로 나타났으며, 항목별로는 사업 적합성이 4.87점으로 가장 높았고, 그다음으로 일상 속 문화향유 증진(4.78점), 타 사업과의 차별성(4.60점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.92점으로 나타남
- 지역문화 콘텐츠 특성화의 사업 전반 만족도는 4.48점(5점 평균)으로 나타났으며, 항목별로는 일상 속 문화향유 증진이 4.67점으로 가장 높았고, 그다음으로 사업 적합성과 타 사업과의 차별성(각 4.62점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.79점으로 나타남
- 생활 속 문화활동 지원의 사업 전반 만족도는 4.64점(5점 평균)으로 나타났으며, 항목별로는 사업 적합성, 일상 속 문화향유 증진이 각각 4.86점으로 가장 높았으며, 그다음으로 타 사업과의 차별성(4.64점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.64점으로 나타남
- 지역특화 프로그램의 사업 전반 만족도는 4.69점(5점 평균)으로 나타났으며, 항목별로는 사업 적합성, 일상 속 문화향유 증진이 각각 4.76점으로 가장 높았고, 그다음으로 타 사업과의 차별성(4.62점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.76점으로 나타남
- 문화기반시설의 사업 전반 만족도는 4.65점(5점 평균)으로 나타났으며, 사업 적합성이 4.77점으로 가장 높았고, 그다음으로 일상 속 문화향유 증진(4.75점), 타 사업과의 차별성(4.44점) 순을 보였으며, 재참여 의향은 4.74점으로 나타남

〈표 4-59〉 문화가 있는 날 기획사업 평가

구 분 (단위 : 점)	표본수	사업 적합성	일상 속 문화향유 증진	타 사업과의 차별성	전반적 만족도	재참여 의사	
전체	(832)	4.74	4.69	4.45	4.59	4.78	
사업 별	청춘마이크	(344)	4.68	4.59	4.37	4.49	4.80
	실버마이크	(85)	4.87	4.78	4.60	4.81	4.92
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	4.62	4.67	4.62	4.48	4.79
	생활 속 문화활동 지원	(14)	4.86	4.86	4.64	4.64	4.64
	지역특화 프로그램	(29)	4.76	4.76	4.62	4.69	4.76
	문화기반시설	(318)	4.77	4.75	4.44	4.65	4.74
	문예회관	(75)	4.73	4.71	4.36	4.53	4.59
	박물관	(41)	4.88	4.83	4.66	4.71	4.80
	미술관	(34)	4.76	4.82	4.68	4.71	4.82
	공공도서관	(66)	4.79	4.76	4.14	4.62	4.71
	작은도서관	(69)	4.86	4.80	4.54	4.84	4.91
	지방문화원	(22)	4.50	4.55	4.55	4.36	4.59
	문화의집	(11)	4.55	4.73	4.55	4.55	4.64
사업 참여방식	사업주관	(116)	4.70	4.71	4.53	4.57	4.73
	사업참여	(716)	4.74	4.68	4.43	4.60	4.79

□ 사업실행이 잘된 점

- 사업실행과 관련하여 가장 만족스러운 점(1순위)으로 사업내용이 적절했다가 50.0%로 가장 높았고, 그다음으로 사업예산 집행 및 배분이 적절했다(9.6%), 사업참여자(지자체, 주관단체, 참여단체)간 의사소통이 원활했다(9.0%), 프로그램 횟수가 적절했다(7.2%), 사업방식이 적절했다(6.6%), 사업운영 일정 및 절차가 적절했다(5.8%), 사업장소 선정이 적절했다(3.6%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 0.1%)
- 한편, 복수응답(1+2+3순위)에서는 사업 내용이 적절했다가 69.8%로 가장 높았고, 그다음으로 사업방식이 적절했다(37.6%), 사업예산 집행 및 배분이 적절했다(32.9%), 사업참여자(지자체, 주관단체, 참여단체) 간 의사소통이 원활했다(30.6%), 사업운영 일정 및 절차가 적절했다(29.8%), 프로그램 횟수가 적절했다(29.4%), 사업장소 선정이 적절했다(19.4%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 0.8%)



〈그림 4-42〉 사업실행이 잘된 점

〈표 4-60〉 사업실행이 잘된 점(1순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	사업 내용이 적절했다	사업 방식이 적절했다	사업예산 집행 및 배분이 적절했다	투입인력 규모가 적절했다	프로그램 횟수가 적절했다	사업운영 일정 및 절차가 적절했다	
전체	(832)	50.0	6.6	9.6	1.2	7.2	5.8	
사업 별	청춘마이크	(344)	36.6	6.1	17.2	1.7	8.7	5.5
	실버마이크	(85)	58.8	9.4	10.6	1.2	7.1	4.7
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	61.9	7.1	0.0	0.0	2.4	0.0
	생활 속 문화활동 지원	(14)	42.9	7.1	0.0	0.0	0.0	7.1
	지역특화 프로그램	(29)	69.0	6.9	0.0	0.0	0.0	10.3
	문화기반시설	(318)	59.1	6.3	3.8	0.9	7.2	6.6
	문예회관	(75)	53.3	5.3	5.3	1.3	9.3	9.3
	박물관	(41)	51.2	7.3	4.9	0.0	12.2	7.3
	미술관	(34)	73.5	0.0	0.0	0.0	8.8	5.9
	공공도서관	(66)	68.2	7.6	4.5	0.0	3.0	6.1
	작은도서관	(69)	52.2	10.1	4.3	1.4	7.2	4.3
지방문화원	(22)	54.5	4.5	0.0	4.5	4.5	4.5	
문화의집	(11)	81.8	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	
사업 참여방식	사업주관	(116)	58.6	8.6	1.7	0.9	1.7	5.2
	사업참여	(716)	48.6	6.3	10.9	1.3	8.1	5.9

구 분 (단위 : %)	표본수	사업 장소 선정이 적절 했다	사업 관리 및 안내가 적절 했다	의사 소통이 원활 했다	사업 홍보가 충분 했다	이용자 모객이 잘 이루어 졌다	네트워킹 기회 제공이 충분 했다	기타	
전체	(832)	3.6	3.5	9.0	0.6	1.6	1.2	0.1	
사업 별	청춘마이크	(344)	3.5	4.1	11.6	1.2	1.7	1.7	0.3
	실버마이크	(85)	1.2	2.4	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	9.5	0.0	16.7	0.0	0.0	2.4	0.0
	생활 속 문화활동 지원	(14)	14.3	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	3.4	0.0	6.9	0.0	3.4	0.0	0.0
	문화기반시설	(318)	3.1	4.1	5.7	0.3	1.9	0.9	0.0
	문예회관	(75)	4.0	1.3	6.7	1.3	0.0	2.7	0.0
	박물관	(41)	2.4	4.9	9.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	미술관	(34)	0.0	2.9	5.9	0.0	0.0	2.9	0.0
	공공도서관	(66)	1.5	6.1	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0
	작은도서관	(69)	4.3	5.8	5.8	0.0	4.3	0.0	0.0
지방문화원	(22)	9.1	4.5	9.1	0.0	4.5	0.0	0.0	
문화의집	(11)	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	
사업 참여방식	사업주관	(116)	6.0	1.7	12.1	0.9	0.9	1.7	0.0
	사업참여	(716)	3.2	3.8	8.5	0.6	1.7	1.1	0.1

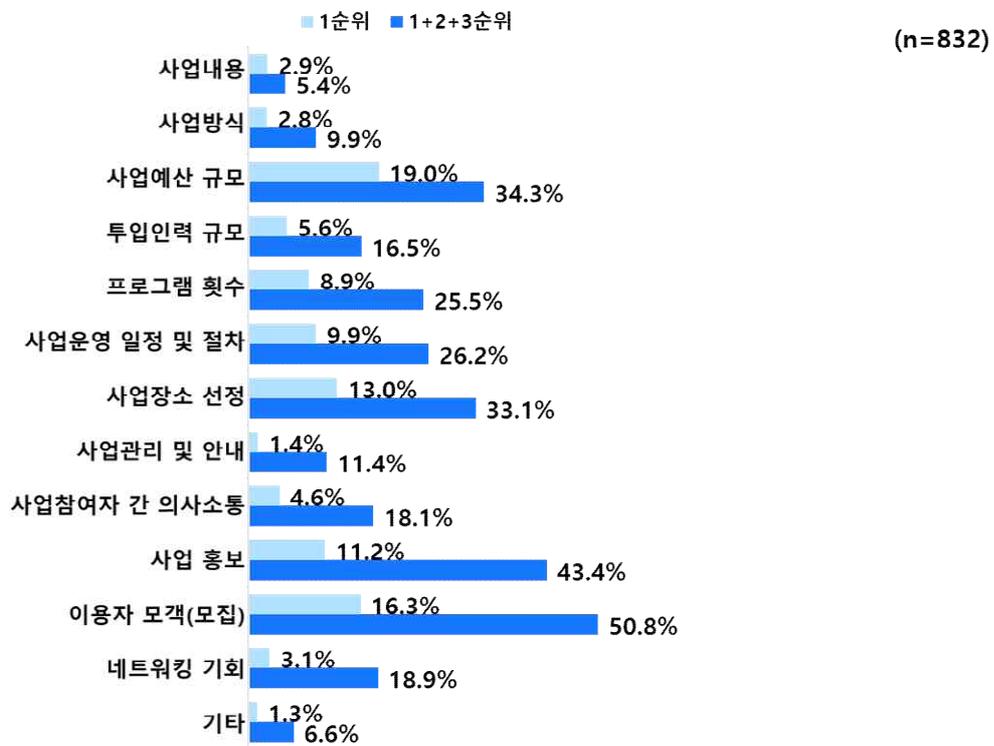
〈표 4-61〉 사업실행이 잘된 점(복수응답 : 1+2+3순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	사업 내용이 적절했다	사업 방식이 적절했다	사업예산 집행 및 배분이 적절했다	투입인력 규모가 적절했다	프로그램 횟수가 적절했다	사업운영 일정 및 절차가 적절했다	
전체	(832)	69.8	37.6	32.9	8.1	29.4	29.8	
사업 별	청춘마이크	(344)	61.9	31.7	40.1	13.4	30.2	27.6
	실버마이크	(85)	64.7	43.5	49.4	5.9	27.1	38.8
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	76.2	50.0	23.8	2.4	14.3	16.7
	생활 속 문화활동 지원	(14)	57.1	28.6	28.6	7.1	21.4	21.4
	지역특화 프로그램	(29)	93.1	51.7	6.9	6.9	27.6	24.1
	문화기반시설	(318)	77.4	39.9	24.5	3.8	31.8	32.4
	문예회관	(75)	76.0	29.3	25.3	5.3	38.7	32.0
	박물관	(41)	70.7	22.0	26.8	2.4	39.0	31.7
	미술관	(34)	85.3	44.1	14.7	0.0	47.1	26.5
	공공도서관	(66)	84.8	54.5	34.8	6.1	10.6	37.9
	작은도서관	(69)	69.6	50.7	17.4	1.4	33.3	33.3
지방문화원	(22)	77.3	18.2	9.1	9.1	31.8	36.4	
문화의집	(11)	90.9	54.5	54.5	0.0	27.3	9.1	
사업 참여방식	사업주관	(116)	76.7	46.6	20.7	6.9	17.2	20.7
	사업참여	(716)	68.7	36.2	34.9	8.2	31.4	31.3

구 분 (단위 : %)	표본수	사업 장소 선정이 적절 했다	사업 관리 및 안내가 적절 했다	의사 소통이 원활 했다	사업 홍보가 충분 했다	이용자 모객이 잘 이루어 졌다	네트워킹 기회 제공이 충분 했다	기타	
전체	(832)	19.4	18.4	30.6	5.8	8.2	9.1	0.8	
사업 별	청춘마이크	(344)	17.2	18.9	33.4	8.4	3.8	11.6	1.7
	실버마이크	(85)	11.8	20.0	27.1	2.4	3.5	5.9	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	26.2	4.8	47.6	2.4	11.9	23.8	0.0
	생활 속 문화활동 지원	(14)	28.6	0.0	71.4	7.1	7.1	21.4	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	24.1	3.4	44.8	3.4	6.9	6.9	0.0
	문화기반시설	(318)	22.0	21.4	23.3	4.4	13.8	5.0	0.3
	문예회관	(75)	25.3	16.0	25.3	6.7	12.0	8.0	0.0
	박물관	(41)	19.5	29.3	26.8	0.0	24.4	4.9	2.4
	미술관	(34)	17.6	20.6	20.6	2.9	14.7	5.9	0.0
	공공도서관	(66)	13.6	22.7	12.1	4.5	18.2	0.0	0.0
	작은도서관	(69)	21.7	29.0	26.1	7.2	5.8	4.3	0.0
지방문화원	(22)	59.1	9.1	27.3	0.0	18.2	4.5	0.0	
문화의집	(11)	0.0	0.0	45.5	0.0	0.0	18.2	0.0	
사업 참여방식	사업주관	(116)	25.9	6.0	49.1	5.2	8.6	16.4	0.0
	사업참여	(716)	18.3	20.4	27.7	5.9	8.1	8.0	1.0

□ 사업실행 애로사항

- 사업실행과 관련하여 가장 큰 애로사항으로 사업예산 규모가 19.0%로 가장 높았고, 그다음으로 이용자 모객(모집)(16.3%), 사업장소 선정(13.0%), 사업 홍보(11.2%), 사업운영 일정 및 절차(9.9%), 프로그램 횟수(8.9%), 투입인력 규모(5.6%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 1.3%)
- 한편, 복수응답(1+2+3순위)에서는 이용자 모객(모집)이 50.8%로 가장 높았고, 그다음으로 사업 홍보(43.4%), 사업예산 규모(34.3%), 사업장소 선정(33.1%), 사업운영 일정 및 절차(26.2%), 프로그램 횟수(25.5%), 네트워킹 기회(18.9%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 6.6%)



〈그림 4-43〉 사업실행 애로사항

〈표 4-62〉 사업실행 애로사항(1순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	사업내용	사업방식	사업예산 규모	투입인력 규모	프로그램 횟수	사업운영 일정 및 절차	
전체	(832)	2.9	2.8	19.0	5.6	8.9	9.9	
사업 별	청춘마이크	(344)	1.5	2.6	9.9	4.7	12.5	12.2
	실버마이크	(85)	3.5	3.5	9.4	2.4	5.9	9.4
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	0.0	7.1	9.5	14.3	2.4	16.7
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	14.3	0.0	7.1	7.1	21.4
	지역특화 프로그램	(29)	6.9	0.0	31.0	3.4	6.9	10.3
	문화기반시설	(318)	4.4	1.9	32.4	6.6	6.9	6.0
	문예회관	(75)	5.3	4.0	56.0	4.0	5.3	6.7
	박물관	(41)	2.4	2.4	34.1	9.8	0.0	2.4
	미술관	(34)	2.9	0.0	67.6	0.0	0.0	2.9
	공공도서관	(66)	9.1	0.0	13.6	6.1	12.1	4.5
	작은도서관	(69)	2.9	0.0	8.7	5.8	13.0	7.2
	지방문화원	(22)	0.0	4.5	31.8	13.6	4.5	13.6
	문화의집	(11)	0.0	9.1	18.2	27.3	0.0	9.1
사업 참여방식	사업주관	(116)	1.7	4.3	19.0	10.3	4.3	13.8
	사업참여	(716)	3.1	2.5	19.0	4.9	9.6	9.2

구 분 (단위 : %)	표본수	사업 장소 선정	사업 관리 및 안내	의사 소통	사업 홍보	이용자 모객 (모집)	네트 워킹 기회	기타	
전체	(832)	13.0	1.4	4.6	11.2	16.3	3.1	1.3	
사업 별	청춘마이크	(344)	20.1	0.9	4.9	13.1	13.1	3.8	0.9
	실버마이크	(85)	34.1	0.0	4.7	15.3	9.4	1.2	1.2
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	4.8	4.8	11.9	4.8	14.3	4.8	4.8
	생활 속 문화활동 지원	(14)	7.1	0.0	0.0	21.4	21.4	0.0	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	0.0	0.0	3.4	6.9	20.7	6.9	3.4
	문화기반시설	(318)	2.2	2.2	3.5	8.8	21.4	2.5	1.3
	문예회관	(75)	4.0	0.0	1.3	2.7	8.0	1.3	1.3
	박물관	(41)	0.0	0.0	7.3	14.6	22.0	4.9	0.0
	미술관	(34)	0.0	5.9	2.9	5.9	11.8	0.0	0.0
	공공도서관	(66)	3.0	6.1	7.6	10.6	19.7	7.6	0.0
	작은도서관	(69)	2.9	1.4	1.4	8.7	43.5	0.0	4.3
	지방문화원	(22)	0.0	0.0	0.0	13.6	18.2	0.0	0.0
	문화의집	(11)	0.0	0.0	0.0	18.2	18.2	0.0	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	6.0	2.6	6.9	7.8	16.4	3.4	3.4
	사업참여	(716)	14.1	1.3	4.2	11.7	16.3	3.1	1.0

〈표 4-63〉 사업실행 애로사항(복수응답 : 1+2+3순위)

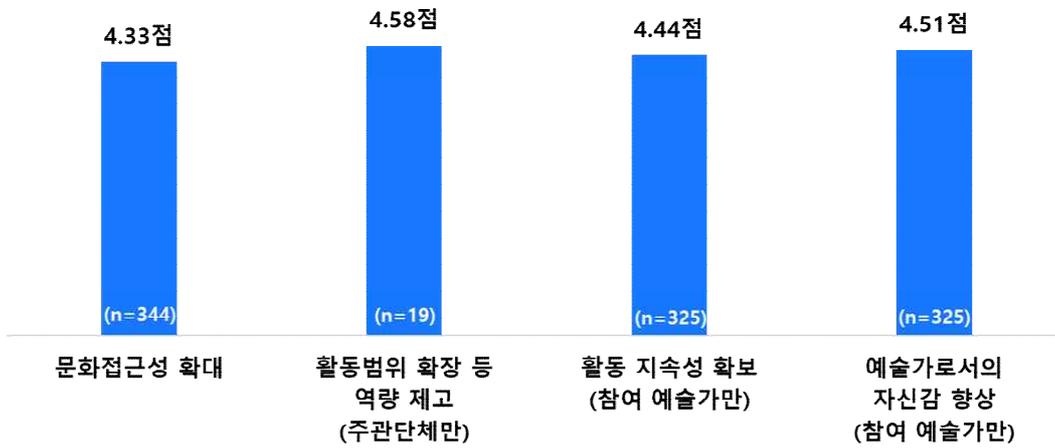
구 분 (단위 : %)	표본수	사업내용	사업방식	사업예산 규모	투입인력 규모	프로그램 횟수	사업운영 일정 및 절차	
전체	(832)	5.4	9.9	34.3	16.5	25.5	26.2	
사업 별	청춘마이크	(344)	3.2	9.9	21.5	11.6	28.5	27.0
	실버마이크	(85)	9.4	7.1	23.5	7.1	18.8	23.5
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	4.8	21.4	26.2	21.4	7.1	31.0
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	21.4	14.3	7.1	14.3	57.1
	지역특화 프로그램	(29)	6.9	3.4	55.2	13.8	24.1	10.3
	문화기반시설	(318)	6.9	9.1	50.9	24.2	27.0	25.5
	문예회관	(75)	8.0	9.3	77.3	16.0	32.0	36.0
	박물관	(41)	2.4	4.9	61.0	31.7	19.5	9.8
	미술관	(34)	5.9	11.8	85.3	26.5	2.9	23.5
	공공도서관	(66)	10.6	13.6	31.8	19.7	28.8	24.2
	작은도서관	(69)	7.2	5.8	18.8	23.2	37.7	23.2
	지방문화원	(22)	0.0	9.1	54.5	36.4	22.7	36.4
	문화의집	(11)	9.1	9.1	36.4	54.5	27.3	18.2
사업 참여방식	사업주관	(116)	3.4	12.9	37.9	18.1	12.1	29.3
	사업참여	(716)	5.7	9.4	33.7	16.2	27.7	25.7

구 분 (단위 : %)	표본수	사업 장소 선정	사업 관리 및 안내	의사 소통	사업 홍보	이용자 모객 (모집)	네트 워킹 기회	기타	
전체	(832)	33.1	11.4	18.1	43.4	50.8	18.9	6.6	
사업 별	청춘마이크	(344)	46.5	8.7	19.2	44.5	51.7	19.8	7.8
	실버마이크	(85)	68.2	11.8	22.4	49.4	43.5	14.1	1.2
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	21.4	28.6	31.0	40.5	42.9	11.9	11.9
	생활 속 문화활동 지원	(14)	64.3	0.0	7.1	50.0	57.1	0.0	7.1
	지역특화 프로그램	(29)	24.1	24.1	20.7	44.8	48.3	17.2	6.9
	문화기반시설	(318)	10.1	11.3	14.5	40.6	52.8	21.1	6.0
	문예회관	(75)	17.3	5.3	13.3	29.3	42.7	8.0	5.3
	박물관	(41)	0.0	4.9	17.1	46.3	58.5	39.0	4.9
	미술관	(34)	2.9	23.5	5.9	41.2	41.2	23.5	5.9
	공공도서관	(66)	13.6	16.7	19.7	50.0	40.9	24.2	6.1
	작은도서관	(69)	7.2	11.6	13.0	40.6	81.2	21.7	8.7
	지방문화원	(22)	18.2	13.6	9.1	31.8	45.5	22.7	0.0
	문화의집	(11)	0.0	0.0	27.3	54.5	45.5	9.1	9.1
사업 참여방식	사업주관	(116)	32.8	19.8	20.7	43.1	49.1	12.1	8.6
	사업참여	(716)	33.1	10.1	17.7	43.4	51.1	20.0	6.3

## (2-1) 사업별 사업실행 평가

### □ 청춘마이크 사업실행 평가

- 청춘마이크의 사업실행 평가로 활동 범위 확장 등 역량 제고(주관단체만)가 4.58점으로 가장 높았고, 그다음으로 예술가로서의 자신감 향상(참여예술가만) (4.51점), 활동 지속성 확보(참여예술가만)(4.44점), 문화접근성 확대(4.33점) 순으로 높게 나타남



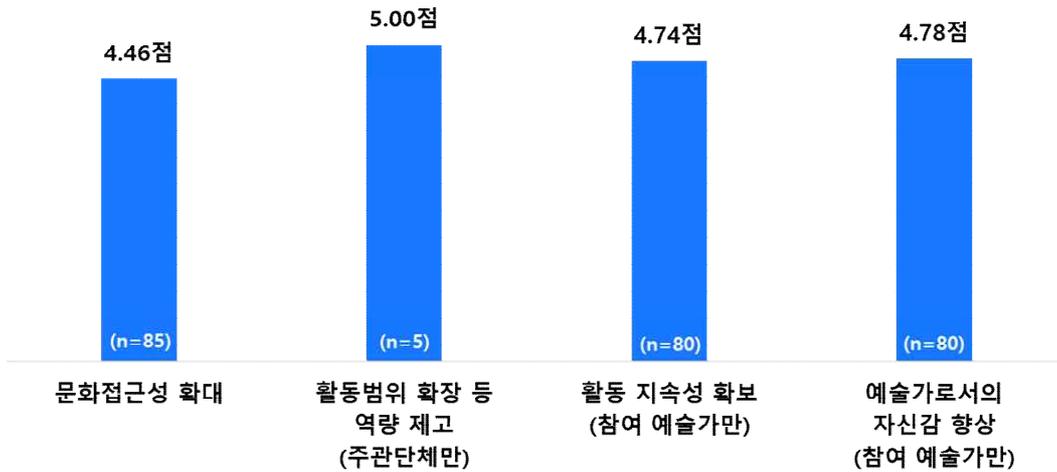
〈그림 4-44〉 청춘마이크 사업실행 평가

〈표 4-64〉 청춘마이크 사업실행 평가

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
문화접근성 확대	(344)	86.6	10.5	2.9	4.33	83.2
활동범위 확장 등 역량 제고(주관단체만)	(19)	89.5	10.5	0.0	4.58	89.5
활동 지속성 확보(참여 예술가만)	(325)	88.6	9.2	2.2	4.44	86.0
예술가로서의 자신감 향상(참여 예술가만)	(325)	91.1	7.7	1.2	4.51	87.8

□ 실버마이크 사업실행 평가

○ 실버마이크의 사업실행 평가로 활동 범위 확장 등 역량 제고(주관기관만)가 5.00점으로 가장 높았고, 그다음으로 예술가로서의 자신감 향상(참여예술가만) (4.78점), 활동 지속성 확보(참여예술가만)(4.74점), 문화접근성 확대(4.46점) 순으로 높게 나타남



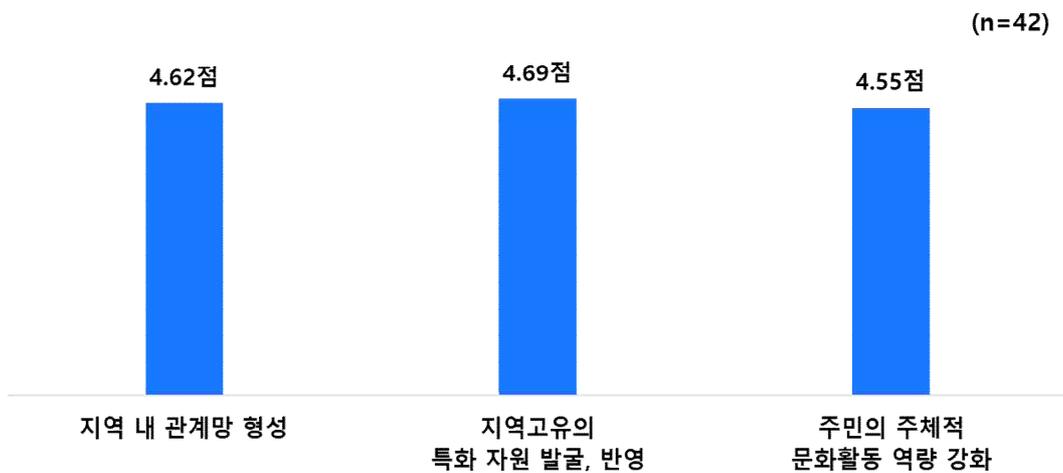
〈그림 4-45〉 실버마이크 사업실행 평가

〈표 4-65〉 실버마이크 사업실행 평가

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
문화접근성 확대	(85)	92.9	5.9	1.2	4.46	86.5
활동범위 확장 등 역량 제고(주관기관만)	(5)	100.0	0.0	0.0	5.00	100.0
활동 지속성 확보(참여 예술가만)	(80)	96.3	3.8	0.0	4.74	93.4
예술가로서의 자신감 향상(참여 예술가만)	(80)	98.8	1.3	0.0	4.78	94.4

□ 지역문화 콘텐츠 특성화 사업실행 평가

- 지역문화 콘텐츠 특성화 사업실행 평가로 지역 고유의 특화 지원 발굴, 반영이 4.69점으로 가장 높았고, 그다음으로 지역 내 관계망 형성(4.62점), 주민의 주체적 문화활동 역량 강화(4.55점) 순으로 높게 나타남



〈그림 4-46〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업실행 평가

〈표 4-66〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업실행 평가

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
지역 내 관계망 형성	(42)	95.2	4.8	0.0	4.62	90.5
지역고유의 특화 자원 발굴, 반영	(42)	97.6	2.4	0.0	4.69	92.3
주민의 주체적 문화활동 역량 강화	(42)	90.5	9.5	0.0	4.55	88.7

□ 생활 속 문화활동 지원 사업실행 평가

- 생활 속 문화활동 지원 사업실행 평가로 지역 내 대상특화가 4.93점, 사회적 가치 발굴 및 확산이 4.50점으로 나타남



〈그림 4-47〉 생활 속 문화활동 지원 사업실행 평가

〈표 4-67〉 생활 속 문화활동 지원 사업실행 평가

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
지역 내 대상 특화(특성 맞춤형)	(14)	100.0	0.0	0.0	4.93	98.2
사회적 가치 발굴 및 확산	(14)	92.9	7.1	0.0	4.50	87.5

□ 지역특화 프로그램 사업실행 평가

- 지역특화 프로그램 사업실행 평가로 지역 특성 및 지역민 이해 제고가 4.62점, 지자체와의 네트워크 형성 및 소통이 4.44점으로 나타남



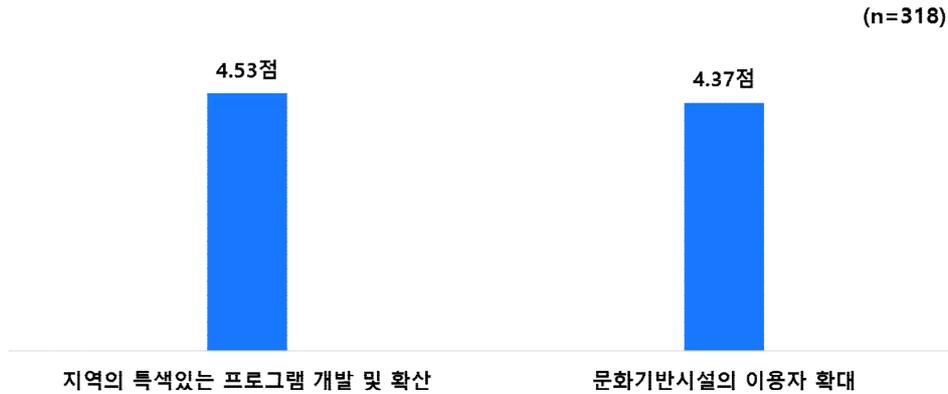
〈그림 4-48〉 지역특화 프로그램 사업실행 평가

〈표 4-68〉 지역특화 프로그램 사업실행 평가

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
지역 특성 및 지역민 이해 제고	(29)	96.6	3.4	0.0	4.62	90.5
지자체와의 네트워크 형성 및 소통	(25)	96.0	4.0	0.0	4.44	86.0

□ 문화기반시설 사업실행 평가

- 문화기반시설 사업실행 평가로 지역의 특색있는 프로그램 개발 및 확산으로 4.53점, 문화기반시설의 이용자 확대가 4.37점으로 나타남



〈그림 4-49〉 문화기반시설 사업실행 평가

〈표 4-69〉 문화기반시설 사업실행 평가

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
지역의 특색있는 프로그램 개발 및 확산	(318)	92.8	6.3	0.9	4.53	88.2
문화기반시설의 이용자 확대	(318)	87.4	10.7	1.9	4.37	84.2

- 한편, 지역 특색있는 프로그램 개발 및 확산의 경우 미술관이 4.71점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 박물관(4.66점), 지방문화원(4.64점), 작은도서관, 문화의집(각각 4.55점), 문예회관(4.52점), 공공도서관(4.30점) 순으로 높게 나타남
- 문화기반시설의 이용자 확대의 경우 문화의집이 4.64점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 박물관(4.49점), 공공도서관, 작은도서관(각각 4.38점), 문예회관, 미술관(각각 4.35점), 지방문화원(4.05점) 순으로 높게 나타남

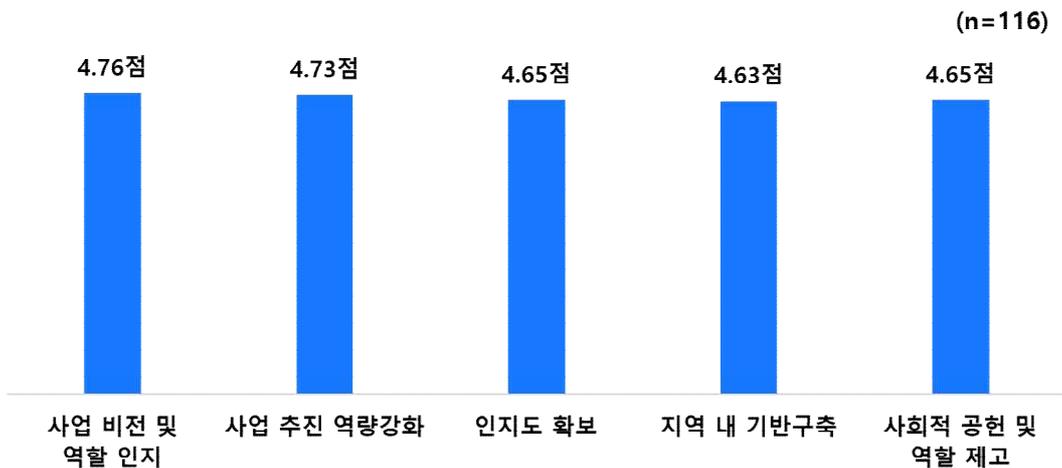
〈표 4-70〉 문화기반시설별 사업실행 평가

구분 (단위 : 점)	표본수	지역 특색있는 프로그램 개발 및 확산	문화기반시설의 이용자 확대
전체	(318)	4.53	4.37
문예회관	(75)	4.52	4.35
박물관	(41)	4.66	4.49
미술관	(34)	4.71	4.35
공공도서관	(66)	4.30	4.38
작은도서관	(69)	4.55	4.38
지방문화원	(22)	4.64	4.05
문화의집	(11)	4.55	4.64

### (3) 사업 성과

#### □ 주관기관 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과

- 주관기관의 문화가 있는 날 기획사업 성과로 사업 비전 및 역할 인지가 4.76점으로 가장 높았고, 그다음으로 사업추진 역량강화(4.73점), 인지도 확보, 사회적 공헌 및 역할 제고(각각 4.65점), 지역 내 기반 구축(4.63점) 순으로 높게 나타남



〈그림 4-50〉 주관기관 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과

〈표 4-71〉 주관기관 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
사업 비전 및 역할 인지	(116)	100.0	0.0	0.0	4.76	94.0
사업추진 역량강화	(116)	97.4	2.6	0.0	4.73	93.3
인지도 확보	(116)	97.4	2.6	0.0	4.65	91.2
지역 내 기반구축	(116)	94.8	5.2	0.0	4.63	90.7
사회적 공헌 및 역할 제고	(116)	94.8	4.3	0.9	4.65	91.2

- 사업별 주관기관 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과를 살펴보면, 청춘마이크의 경우 사업 비전 및 역할 인지가 4.68점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 사업추진 역량강화(4.63점), 인지도 확보, 사회적 공헌 및 역할 제고(각각 4.58점), 지역 내 기반 구축(4.47점) 순으로 높게 나타남

- 실버마이크의 경우 사업 비전 및 역할 인지, 사업추진 역량강화가 각각 5.00점(5점 평균)

으로 가장 높았고, 그다음으로 사회적 공헌 및 역할 제고(4.60점), 인지도 확보, 지역 내 기반 구축(각각 4.40점) 순으로 높게 나타남

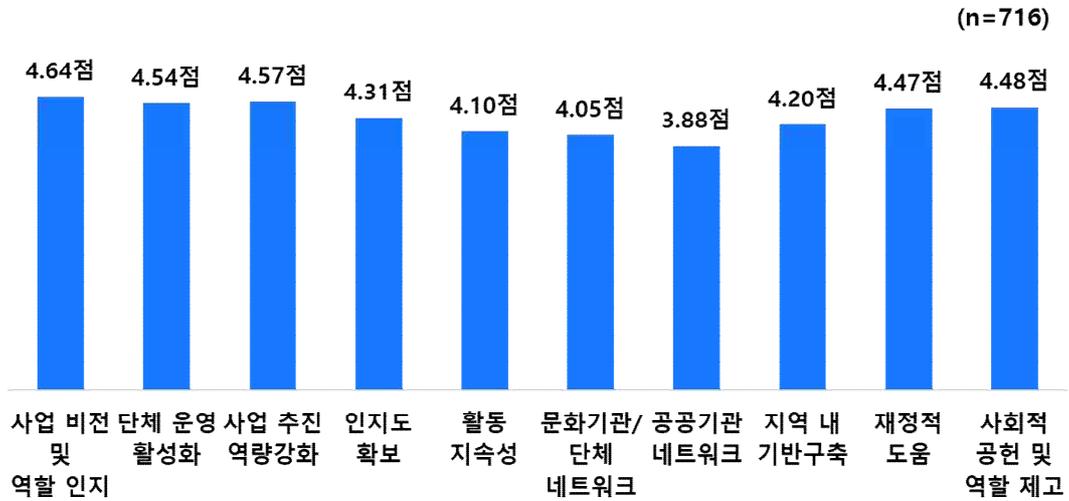
- 지역문화 콘텐츠 특성화의 경우 사업 비전 및 역할 인지가 4.76점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 사업추진 역량강화(4.71점), 지역 내 기반 구축(4.69점), 인지도 확보(4.64점), 사회적 공헌 및 역할 제고(4.55점) 순으로 높게 나타남
- 생활 속 문화활동 지원의 경우 사업 비전 및 역할 인지가 4.86점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 사업 추진 역량 강화(4.79점), 인지도 확보(4.71점), 지역 내 기반 구축, 사회적 공헌 및 역할 제고(각각 4.71점) 순으로 높게 나타남
- 지역특화 프로그램의 경우 사회적 공헌 및 역할 제고가 4.79점으로 가장 높았고, 그다음으로 사업추진 역량강화(4.76점), 사업 비전 및 역할 인지(4.66점), 인지도 확보(4.62점), 지역 내 기반 구축(4.59점) 순으로 높게 나타남
- 문화기반시설의 경우 사업 비전 및 역할 인지, 인지도 확보가 각각 5.00점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 지역 내 기반 구축(4.86점), 사업추진 역량강화, 사회적 공헌 및 역할 제고(각각 4.71점) 순으로 높게 나타남

〈표 4-72〉 사업별 주관기관 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과

구 분 (단위 : 점)	표본수	사업 비전 및 역할 인지	사업 추진 역량강화	인지도 확보	지역 내 기반 구축	사회적 공헌 및 역할 제고	
전체	(116)	4.76	4.73	4.65	4.63	4.65	
사업 별	청춘마이크	(19)	4.68	4.63	4.58	4.47	4.58
	실버마이크	(5)	5.00	5.00	4.40	4.40	4.60
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	4.76	4.71	4.64	4.69	4.55
	생활 속 문화활동 지원	(14)	4.86	4.79	4.71	4.71	4.71
	지역특화 프로그램	(29)	4.66	4.76	4.62	4.59	4.79
	문화기반시설	(7)	5.00	4.71	5.00	4.86	4.71

□ 참여단체(예술가) 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과

- 참여단체(예술가)의 문화가 있는 날 기획사업 성과로 사업 비전 및 역할 인지가 4.64점으로 가장 높았고, 그다음으로 사업추진 역량강화(4.57점), 단체 운영 활성화(4.54점), 사회적 공헌 및 역할 제고(4.48점), 재정적 도움(4.47점), 인지도 확보(4.31점), 지역 내 기반구축(4.20점), 활동 지속성(4.10점), 문화기관/단체 네트워크(4.05점), 공공 기관 네트워크(3.88점) 순으로 높게 나타남



〈그림 4-51〉 참여단체(예술가) 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과

〈표 4-73〉 참여단체(예술가) 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
사업 비전 및 역할 인지	(716)	95.4	4.1	0.6	4.64	91.1
단체 운영 활성화	(716)	92.5	6.8	0.7	4.54	88.5
사업 추진 역량강화	(716)	92.7	6.3	1.0	4.57	89.2
인지도 확보	(716)	83.7	12.6	3.8	4.31	82.8
활동 지속성	(716)	76.0	17.3	6.7	4.10	77.6
문화기관/단체 네트워크	(716)	73.6	20.5	5.9	4.05	76.3
공공기관 네트워크	(716)	66.3	24.0	9.6	3.88	71.9
지역 내 기반구축	(716)	79.7	15.5	4.7	4.20	80.1
재정적 도움	(716)	90.4	7.3	2.4	4.47	86.6
사회적 공헌 및 역할 제고	(716)	90.6	8.1	1.3	4.48	87.0

- 한편, 참여단체(예술가) 대상 문화가 있는 날 기획사업 성과를 살펴보면, 청춘마이크의 경우 사업 비전 및 역할 인지가 4.58점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 사업추진 역량강화(4.57점), 단체 운영 활성화, 재정적 도움(각각 4.53점), 사회적 공헌 및 역할 제고 (4.33점), 인지도 확보(4.11점), 지역 내 기반 구축(4.06점), 활동 지속성(4.05점), 문화 기관/단체 네트워크(4.03점), 공공기관 네트워크(3.83점) 순으로 높게 나타남
- 실버마이크의 경우 사업추진 역량강화가 4.84점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 단체 운영 활성화(4.80점), 사업 비전 및 역할 인지(4.78점), 사회적 공헌 및 역할 제고 (4.66점), 인지도 확보(4.63점), 재정적 도움(4.59점), 지역 내 기반 구축(4.24점), 활동 지속성(4.16점), 문화 기관/단체 네트워크(4.04점), 공공기관 네트워크(3.98점) 순으로 높게 나타남

- 문화기반시설의 경우 사업 비전 및 역할 인지가 4.67점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 사회적 공헌 및 역할 제고(4.59점), 사업추진 역량강화(4.50점), 단체 운영 활성화(4.49점), 인지도 확보(4.44점), 재정적 도움(4.37점), 지역 내 기반 구축(4.34점), 활동 지속성(4.15점), 문화 기관/단체 네트워크(4.08점), 공공기관 네트워크(3.90점) 순으로 높게 나타남

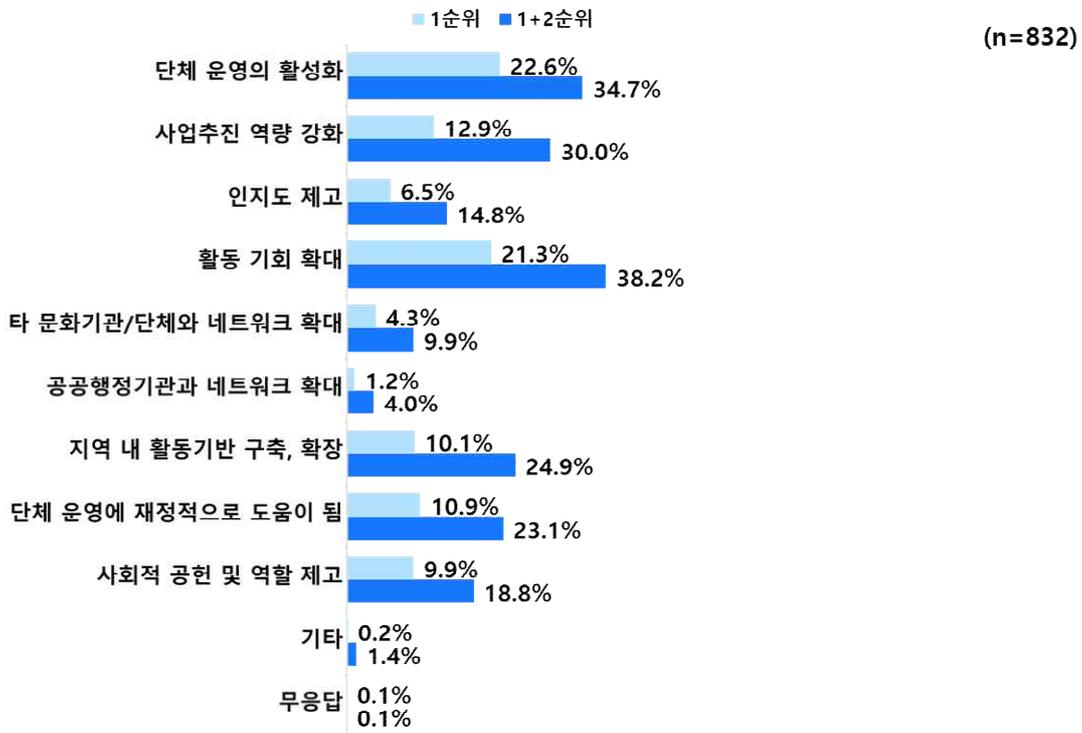
〈표 4-74〉 사업별 참여단체(예술가) 대상 문화가 있는 날 기획사업 평가

구 분 (단위 : 점)	표본수	사업 비전 및 역할 인지	단체 운영 활성화	사업 추진 역량강화	인지도 확보	활동 지속성	
전체	(716)	4.64	4.54	4.57	4.31	4.10	
사업별	청춘마이크	(325)	4.58	4.53	4.57	4.11	4.05
	실버마이크	(80)	4.78	4.80	4.84	4.63	4.16
	문화기반시설	(311)	4.67	4.49	4.50	4.44	4.15
	문예회관	(74)	4.61	4.53	4.53	4.38	4.19
	박물관	(40)	4.90	4.58	4.73	4.45	4.38
	미술관	(33)	4.79	4.58	4.67	4.55	4.12
	공공도서관	(65)	4.55	4.46	4.35	4.35	4.00
	작은도서관	(68)	4.76	4.38	4.49	4.57	4.12
	지방문화원	(21)	4.48	4.38	4.33	4.48	4.05
	문화의집	(10)	4.40	4.80	4.40	4.20	4.40

구 분 (단위 : 점)	표본수	문화 기관/단체 네트워크	공공기관 네트워크	지역 내 기반 구축	재정적 도움	사회적 공헌 및 역할 제고	
전체	(716)	4.05	3.88	4.20	4.47	4.48	
사업별	청춘마이크	(325)	4.03	3.83	4.06	4.53	4.33
	실버마이크	(80)	4.04	3.98	4.24	4.59	4.66
	문화기반시설	(311)	4.08	3.90	4.34	4.37	4.59
	문예회관	(74)	4.00	3.82	4.31	4.35	4.55
	박물관	(40)	3.93	3.90	4.38	4.60	4.70
	미술관	(33)	4.00	3.97	4.48	4.36	4.82
	공공도서관	(65)	4.22	3.91	4.35	4.38	4.51
	작은도서관	(68)	4.09	3.88	4.31	4.22	4.65
	지방문화원	(21)	4.19	4.05	4.38	4.38	4.38
	문화의집	(10)	4.30	4.10	4.10	4.50	4.20

□ 참여단체/예술가 성과

- 참여단체/예술가가 사업을 통해 얻은 성과(1순위)로 단체 운영의 활성화가 22.6%로 가장 높았고, 그다음으로 활동기회 확대(21.3%), 사업추진 역량 강화(12.9%), 단체 운영에 재정적으로 도움이 됨(10.9%), 지역 내 활동기반 구축 확장(10.1%), 사회적 공헌 및 역할 제고(9.9%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 0.2%, 무응답 0.1%)
- 한편, 복수응답(1+2순위)에서는 활동기회 확대가 38.2%로 가장 높았고, 그다음으로 단체 운영의 활성화(34.7%), 사업추진 역량 강화(30.0%), 지역 내 활동기반 구축 확장(24.9%), 단체 운영에 재정적으로 도움이 됨(23.1%), 사회적 공헌 및 역할 제고(18.8%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 1.4%, 무응답 0.1%)



〈그림 4-52〉 참여단체/예술가 성과

〈표 4-75〉 참여단체/예술가 성과(1순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	단체 운영의 활성화	사업추진 역량 강화	인지도 제고	활동 기회 확대	타 문화기관/ 단체와 네트워크 확대	
전체	(832)	22.6	12.9	6.5	21.3	4.3	
사업 별	청춘마이크	(344)	20.9	9.0	4.7	32.8	3.5
	실버마이크	(85)	29.4	8.2	5.9	34.1	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	11.9	19.0	2.4	4.8	16.7
	생활 속 문화활동 지원	(14)	14.3	21.4	7.1	7.1	7.1
	지역특화 프로그램	(29)	13.8	24.1	0.0	6.9	10.3
	문화기반시설	(318)	25.2	16.0	9.7	9.4	4.1
	문예회관	(75)	25.3	16.0	6.7	8.0	6.7
	박물관	(41)	22.0	19.5	9.8	9.8	2.4
	미술관	(34)	38.2	8.8	2.9	2.9	2.9
	공공도서관	(66)	22.7	15.2	15.2	6.1	1.5
	작은도서관	(69)	26.1	18.8	7.2	15.9	2.9
	지방문화원	(22)	13.6	13.6	13.6	18.2	13.6
	문화의집	(11)	27.3	18.2	27.3	0.0	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	12.9	20.7	2.6	8.6	11.2
	사업참여	(716)	24.2	11.6	7.1	23.3	3.2

구 분 (단위 : %)	표본수	공공행정 기관과 네트워크 확대	지역 내 활동기반 구축, 확장	단체 운영에 재정적으로 도움이 됨	사회적 공헌 및 역할 제고	기타	무응답
전체	(832)	1.2	10.1	10.9	9.9	0.2	0.1
사업 별	청춘마이크	(344)	0.6	5.2	19.5	3.5	0.0
	실버마이크	(85)	2.4	8.2	4.7	7.1	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	2.4	33.3	0.0	9.5	0.0
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	35.7	0.0	7.1	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	3.4	13.8	3.4	24.1	0.0
	문화기반시설	(318)	1.3	11.3	6.0	16.4	0.3
	문예회관	(75)	1.3	14.7	6.7	13.3	0.0
	박물관	(41)	2.4	9.8	7.3	17.1	0.0
	미술관	(34)	0.0	14.7	8.8	20.6	0.0
	공공도서관	(66)	3.0	4.5	4.5	25.8	1.5
	작은도서관	(69)	0.0	11.6	7.2	10.1	0.0
	지방문화원	(22)	0.0	9.1	0.0	18.2	0.0
	문화의집	(11)	0.0	27.3	0.0	0.0	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	2.6	24.1	1.7	14.7	0.0
	사업참여	(716)	1.0	7.8	12.4	9.1	0.3

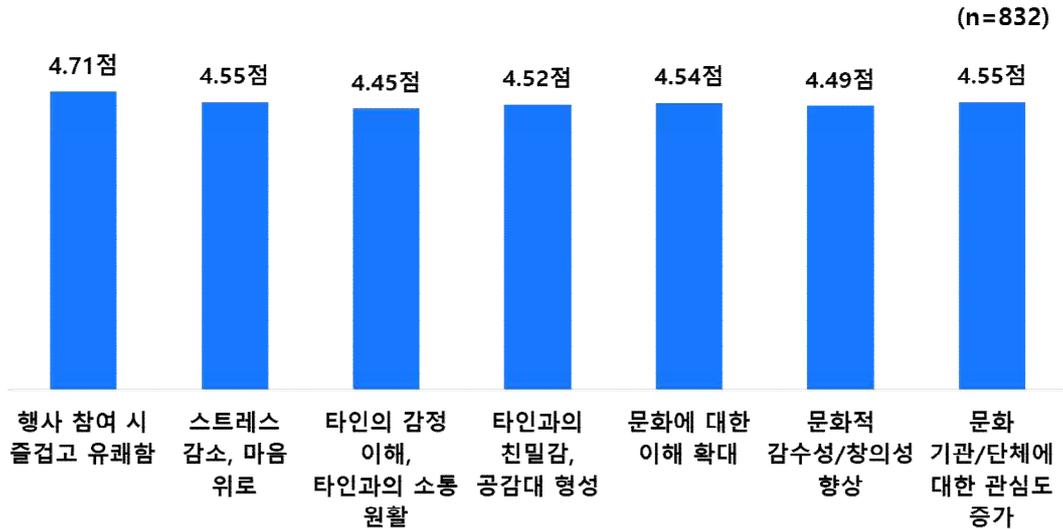
〈표 4-76〉 참여단체/예술가 성과(복수응답 : 1+2순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	단체 운영의 활성화	사업추진 역량 강화	인지도 제고	활동 기회 확대	타 문화기관/ 단체와 네트워크 확대	
전체	(832)	34.7	30.0	14.8	38.2	9.9	
사업 별	청춘마이크	(344)	36.6	26.7	11.6	54.4	9.3
	실버마이크	(85)	38.8	15.3	11.8	47.1	4.7
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	23.8	33.3	7.1	14.3	23.8
	생활 속 문화활동 지원	(14)	21.4	71.4	7.1	7.1	21.4
	지역특화 프로그램	(29)	20.7	31.0	6.9	20.7	27.6
	문화기반시설	(318)	34.9	35.2	21.1	24.5	7.9
	문예회관	(75)	36.0	38.7	18.7	14.7	8.0
	박물관	(41)	29.3	36.6	14.6	24.4	9.8
	미술관	(34)	50.0	26.5	11.8	17.6	2.9
	공공도서관	(66)	31.8	36.4	30.3	16.7	9.1
	작은도서관	(69)	39.1	37.7	20.3	39.1	7.2
	지방문화원	(22)	18.2	18.2	22.7	50.0	13.6
	문화의집	(11)	27.3	45.5	36.4	18.2	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	21.6	38.8	9.5	19.8	19.8
	사업참여	(716)	36.9	28.6	15.6	41.2	8.2

구 분 (단위 : %)	표본수	공공행정 기관과 네트워크 확대	지역 내 활동기반 구축, 확장	단체 운영에 재정적으로 도움이 됨	사회적 공헌 및 역할 제고	기타	무응답	
전체	(832)	4.0	24.9	23.1	18.8	1.4	0.1	
사업 별	청춘마이크	(344)	2.9	14.0	36.0	7.0	1.5	0.0
	실버마이크	(85)	7.1	25.9	28.2	20.0	1.2	0.0
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	4.8	71.4	0.0	16.7	4.8	0.0
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	50.0	7.1	14.3	0.0	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	6.9	37.9	3.4	37.9	6.9	0.0
	문화기반시설	(318)	4.1	28.0	13.2	29.9	0.6	0.3
	문예회관	(75)	6.7	24.0	13.3	37.3	0.0	1.3
	박물관	(41)	4.9	31.7	24.4	24.4	0.0	0.0
	미술관	(34)	0.0	47.1	11.8	32.4	0.0	0.0
	공공도서관	(66)	6.1	21.2	10.6	36.4	1.5	0.0
	작은도서관	(69)	0.0	23.2	15.9	15.9	1.4	0.0
	지방문화원	(22)	9.1	27.3	0.0	40.9	0.0	0.0
	문화의집	(11)	0.0	54.5	0.0	18.2	0.0	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	6.0	51.7	2.6	24.1	4.3	0.9
	사업참여	(716)	3.6	20.5	26.4	17.9	1.0	0.0

□ 이용자 성과

- 이용자 성과로 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.71점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 스트레스 감소, 마음 위로, 문화 기관/단체에 대한 관심도 증가(각각 4.55점), 문화에 대한 이해 확대(4.54점), 타인과의 친밀감, 공감대 형성(4.52점), 문화적 감수성/창의성 향상(4.49점), 타인의 감정이해, 타인과의 소통 원활(4.45점) 순으로 높게 나타남



〈그림 4-53〉 이용자 성과

〈표 4-77〉 이용자 성과

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	무응답	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
행사 참여 시 즐겁고 유쾌함	(832)	97.7	1.7	0.5	0.1	4.71	92.7
스트레스 감소, 마음 위로	(832)	92.5	5.9	1.4	0.1	4.55	88.7
타인의 감정이해, 타인과의 소통 원활	(832)	89.3	9.6	1.0	0.1	4.45	86.3
타인과의 친밀감, 공감대 형성	(832)	91.0	7.8	1.1	0.1	4.52	88.1
문화에 대한 이해 확대	(832)	92.3	6.6	1.0	0.1	4.54	88.5
문화적 감수성/창의성 향상	(832)	90.5	7.9	1.4	0.1	4.49	87.3
문화 기관/단체에 대한 관심도 증가	(832)	92.2	6.7	1.0	0.1	4.55	88.7

- 사업별 사업 효과(정책 효과) 평가를 살펴보면, 청춘마이크의 경우 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.63점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 문화 기관/단체 관심도 증가(4.47점), 스트레스 감소, 마음 위로, 문화에 대한 이해 확대(각각 4.44점), 타인과의 친밀감, 공감대 형성(4.41점), 문화적 감수성, 창의성 향상(4.40점), 타인의 감정이해, 타인과의 소통원활(4.38점) 순으로 높게 나타남
- 실버마이크의 경우 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.84점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 스트레스 감소, 마음 위로(4.79점), 문화에 대한 이해 확대(4.68점), 문화적 감수성, 창의성 향상(4.67점), 문화 기관/단체 관심도 증가(4.66점), 타인과의 친밀감, 공감대 형성(4.59점), 타인의 감정이해, 타인과의 소통원활(4.52점) 순으로 높게 나타남
- 지역문화 콘텐츠 특성화의 경우 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.76점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 타인과의 친밀감, 공감대 형성(4.67점), 문화 기관/단체 관심도 증가(4.52점), 문화에 대한 이해 확대(4.45점), 스트레스 감소, 마음 위로, 타인의 감정이해 및 타인과의 소통원활, 문화적 감수성 및 창의성 향상(4.40점) 순으로 높게 나타남
- 생활 속 문화활동 지원의 경우 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.93점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 스트레스 감소 및 마음 위로(4.79점), 타인의 감정이해 및 타인과의 소통 원활, 타인과의 친밀감 및 공감대 형성, 문화 기관/단체 관심도 증가(각 4.71점), 문화에 대한 이해 확대, 문화적 감수성 및 창의성 향상(각 4.64점) 순을 보였음
- 지역특화 프로그램의 경우 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함과 스트레스 감소 및 마음 위로가 각 4.76점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 타인과의 친밀감 및 공감대 형성(4.72점), 타인의 감정이해 및 타인과의 소통 원활(4.66점), 문화에 대한 이해 확대(4.62점), 문화 기관/단체 관심도 증가(4.59점), 문화적 감수성 및 창의성 향상(4.55점) 순으로 높게 나타남
- 문화기반시설의 경우 행사 참여 시 즐겁고 유쾌함이 4.74점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 문화에 대한 이해 확대(4.62점), 문화 기관/단체 관심도 증가(4.60점), 스트레스 감소 및 마음 위로(4.59점), 타인과의 친밀감 및 공감대 형성(4.58점), 문화적 감수성 및 창의성 향상(4.54점), 타인의 감정이해 및 타인과의 소통 원활(4.50점) 순으로 높게 나타남

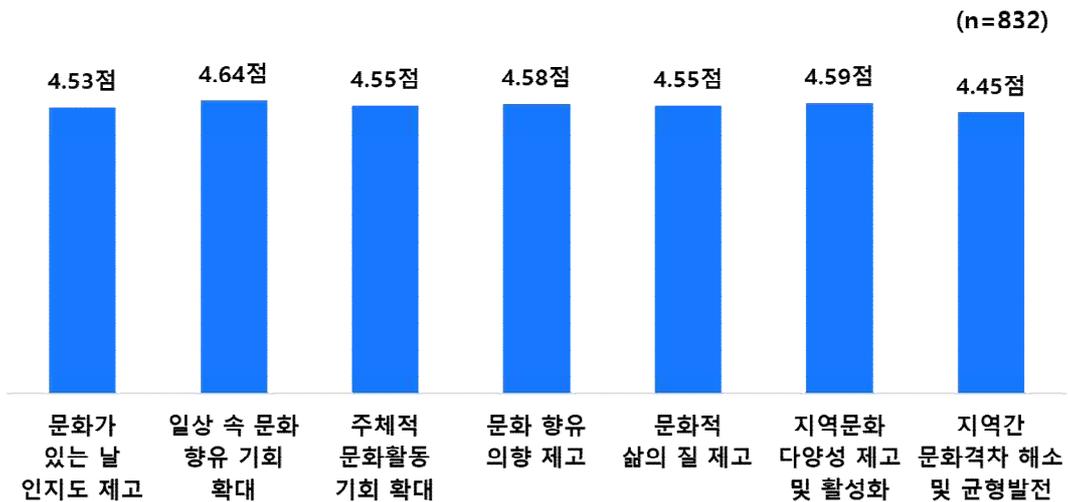
〈표 4-78〉 사업별 이용자 성과

구 분 (단위 : 점)	표본수	행사 참여 시 즐겁고 유쾌함	스트레스 감소, 마음 위로	타인의 감정이해, 타인과의 소통원활	타인과의 친밀감, 공감대 형성	문화에 대한 이해 확대	문화적 감수성, 창의성 향상	문화 기관/단체 관심도 증가	
전체	(832)	4.71	4.55	4.45	4.52	4.54	4.49	4.55	
사업 별	청춘마이크	(344)	4.63	4.44	4.38	4.41	4.44	4.40	4.47
	실버마이크	(85)	4.84	4.79	4.52	4.59	4.68	4.67	4.66
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	4.76	4.40	4.40	4.67	4.45	4.40	4.52
	생활 속 문화활동 지원	(14)	4.93	4.79	4.71	4.71	4.64	4.64	4.71
	지역특화 프로그램	(29)	4.76	4.76	4.66	4.72	4.62	4.55	4.59
	문화기반시설	(318)	4.74	4.59	4.50	4.58	4.62	4.54	4.60
	문예회관	(75)	4.62	4.49	4.36	4.35	4.43	4.34	4.39
	박물관	(41)	4.83	4.49	4.54	4.68	4.80	4.68	4.73
	미술관	(34)	4.88	4.79	4.62	4.71	4.79	4.82	4.82
	공공도서관	(66)	4.70	4.58	4.48	4.58	4.61	4.55	4.58
	작은도서관	(69)	4.80	4.71	4.65	4.72	4.74	4.65	4.74
	지방문화원	(22)	4.64	4.41	4.18	4.55	4.27	4.14	4.32
	문화의집	(11)	4.73	4.73	4.64	4.64	4.64	4.64	4.73
사업 참여방식	사업주관	(116)	4.77	4.58	4.52	4.64	4.54	4.50	4.56
	사업참여	(716)	4.70	4.54	4.44	4.51	4.54	4.49	4.55

#### (4) 사업 효과(정책 효과) 및 개선점

##### □ 사업 효과(정책 효과)

- 사업 효과로 일상 속 문화 향유기회 확대가 4.64점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 지역문화 다양성 제고 및 활성화(4.59점), 문화향유 의향 제고(4.58점), 주체적 문화 활동 기회 확대, 문화적 삶의 질 제고(각각 4.55점), 문화가 있는 날 인지도 제고(4.53점), 지역 간 문화격차 해소 및 균형발전(4.45점) 순으로 높게 나타남



〈그림 4-54〉 사업 효과(정책 효과)

〈표 4-79〉 사업 효과(정책 효과)

구분 (단위 : %)	표본수	그렇다 (①+②)	보통이다 (③)	그렇지 않다 (④+⑤)	5점 평균 (점)	100점 환산 (점)
문화가 있는 날 인지도 제고	(832)	92.9	6.1	1.0	4.53	88.1
일상 속 문화 향유 기회 확대	(832)	96.8	2.8	0.5	4.64	90.9
주체적 문화활동 기회 확대	(832)	91.6	7.3	1.1	4.55	88.9
문화 향유 의향 제고	(832)	94.6	4.7	0.7	4.58	89.4
문화적 삶의 질 제고	(832)	93.1	6.3	0.6	4.55	88.8
지역문화 다양성 제고 및 활성화	(832)	94.0	5.0	1.0	4.59	89.8
지역 간 문화격차 해소 및 균형발전	(832)	89.2	8.8	2.0	4.45	86.4

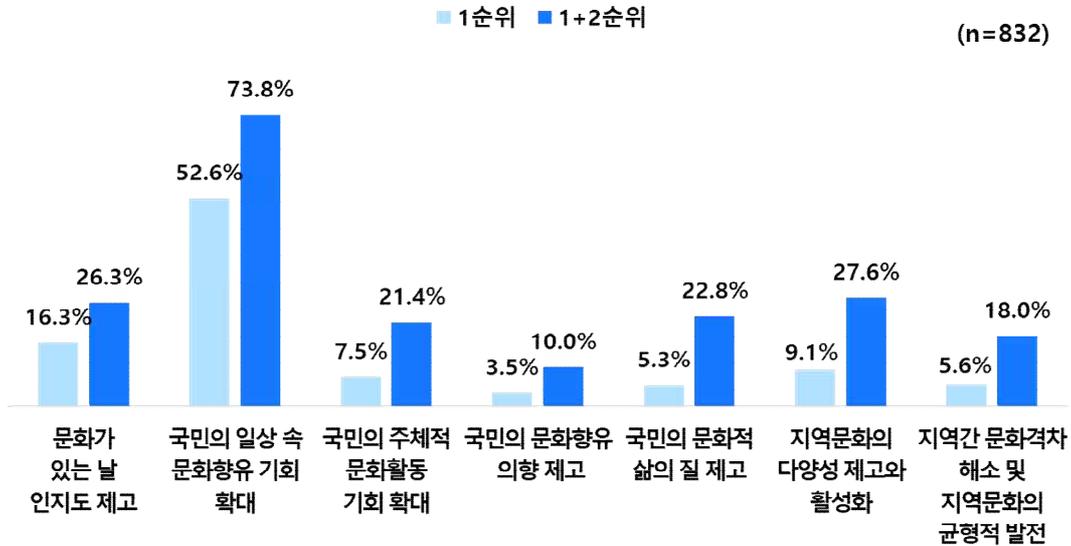
- 사업별 사업 효과(정책 효과) 평가를 살펴보면, 청춘마이크의 경우 일상 속 문화향유 기회 확대가 4.56점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 지역문화 다양성 제고 및 활성화(4.53점), 문화적 삶의 질 제고(4.49점), 문화 향유 의향 제고(4.47점), 문화가 있는 날 인지도 제고, 주체적 문화활동 의향 제고(각각 4.43점), 지역 간 문화격차 해소 및 균형발전(4.38점) 순으로 높게 나타남
- 실버마이크의 경우 주체적 문화활동 기회 확대가 4.74점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 일상 속 문화향유 기회 확대(4.72점), 문화가 있는 날 인지도 제고, 문화향유 의향 제고(각각 4.68점), 지역문화 다양성 제고 및 활성화(4.67점), 문화적 삶의 질 제고(4.61점), 지역 간 문화격차 해소 및 균형발전(4.51점) 순으로 높게 나타남
- 지역문화 콘텐츠 특성화의 경우 주체적 문화활동 기회 확대가 4.71점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 일상 속 문화향유 기회 확대와 지역문화 다양성 제고 및 활성화(각 4.69점), 문화향유 의향 제고(4.57점), 문화가 있는 날 인지도 제고(4.55점), 지역 간 문화격차 해소 및 균형발전(4.52점), 문화적 삶의 질 제고(4.48점) 순으로 높게 나타남
- 생활 속 문화활동 지원의 경우 문화가 있는 날 인지도 제고가 4.93점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 일상 속 문화향유 기회 확대(4.86점), 주체적 문화활동 기회 확대, 문화향유 의향 제고, 문화적 삶의 질 제고, 지역문화 다양성 제고 및 활성화(각 4.71점), 지역 간 문화격차 해소 및 균형발전(4.57점) 순으로 높게 나타남
- 지역특화 프로그램의 경우 일상 속 문화향유 기회 확대가 4.86점으로 가장 높았고, 그다음으로 지역문화 다양성 제고 및 활성화(4.79점), 문화향유 의향 제고(4.76점), 주체적 문화활동 기회 확대(4.66점), 문화적 삶의 질 제고(4.62점), 문화가 있는 날 인지도 제고(4.55점), 지역 간 문화격차 해소 및 균형발전(4.48점) 순으로 높게 나타남
- 문화기반시설의 경우 일상 속 문화향유 기회 확대가 4.66점(5점 평균)으로 가장 높았고, 그다음으로 문화향유 의향 제고(4.64점), 주체적 문화활동 기회 확대와 지역문화 다양성 제고 및 활성화(각 4.60점), 문화적 삶의 질 제고(4.59점), 문화가 있는 날 인지도 제고(4.57점), 지역 간 문화격차 해소 및 균형발전(4.50점) 순으로 높게 나타남

〈표 4-80〉 사업별 사업 효과(정책 효과)

구 분 (단위 : 점)	표본수	문화가 있는 날 인지도 제고	일상 속 문화향유 기회 확대	주체적 문화활동 기회 확대	문화향유 의향 제고	문화적 삶의 질 제고	지역문화 다양성 제고 및 활성화	지역간 문화격차 해소 및 균형발전	
전체	(832)	4.53	4.64	4.55	4.58	4.55	4.59	4.45	
사업 별	청춘마이크	(344)	4.43	4.56	4.43	4.47	4.49	4.53	4.38
	실버마이크	(85)	4.68	4.72	4.74	4.68	4.61	4.67	4.51
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	4.55	4.69	4.71	4.57	4.48	4.69	4.52
	생활 속 문화활동 지원	(14)	4.93	4.86	4.71	4.71	4.71	4.71	4.57
	지역특화 프로그램	(29)	4.55	4.86	4.66	4.76	4.62	4.79	4.48
	문화기반시설	(318)	4.57	4.66	4.60	4.64	4.59	4.60	4.50
	문예회관	(75)	4.51	4.60	4.43	4.57	4.57	4.52	4.47
	박물관	(41)	4.61	4.73	4.76	4.76	4.59	4.59	4.61
	미술관	(34)	4.74	4.76	4.74	4.82	4.68	4.74	4.56
	공공도서관	(66)	4.52	4.64	4.65	4.65	4.64	4.58	4.59
	작은도서관	(69)	4.65	4.72	4.72	4.67	4.64	4.71	4.51
	지방문화원	(22)	4.50	4.59	4.32	4.50	4.41	4.55	4.18
	문화의집	(11)	4.18	4.36	4.27	4.09	4.36	4.27	4.18
사업 참여방식	사업주관	(116)	4.59	4.73	4.66	4.66	4.58	4.72	4.47
	사업참여	(716)	4.51	4.62	4.54	4.56	4.55	4.57	4.45

□ 정책 효과

- ‘문화가 있는 날 기획사업’에 참여한 단체가 기여한 정책효과(1순위)로 국민의 일상 속 문화향유 기회 확대가 52.6%로 가장 높았고, 그다음으로 문화가 있는 날 인지도 제고(16.3%), 지역문화의 다양성 제고와 활성화(9.1%), 국민의 주체적 문화활동 기회 확대(7.5%), 지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전(5.6%), 국민의 문화적 삶의 질 제고(5.3%), 국민의 문화향유 의향 제고(3.5%) 순으로 높게 나타남
- 한편, 복수응답(1+2순위)에서는 국민의 일상 속 문화향유 기회 확대가 73.8%로 가장 높았고, 그다음으로 지역문화의 다양성 제고와 활성화(27.6%), 문화가 있는 날 인지도 제고(26.3%), 국민의 문화적 삶의 질 제고(22.8%), 국민의 주체적 문화 활동 기회 확대(21.4%), 지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전(18.0%), 국민의 문화향유 의향 제고(10.0%) 순으로 높게 나타남



〈그림 4-55〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여 단체가 기여한 정책 효과

〈표 4-81〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여 단체가 기여한 정책 효과(1순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	문화가 있는 날 인지도 제고	국민의 일상 속 문화향유 기회 확대	국민의 주체적 문화활동 기회 확대	국민의 문화향유 의향 제고	
전체	(832)	16.3	52.6	7.5	3.5	
사업 별	청춘마이크	(344)	17.2	49.7	7.0	5.2
	실버마이크	(85)	20.0	51.8	10.6	2.4
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	4.8	33.3	28.6	2.4
	생활 속 문화활동 지원	(14)	21.4	71.4	7.1	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	6.9	48.3	6.9	3.4
	문화기반시설	(318)	16.7	58.2	4.4	2.2
	문예회관	(75)	14.7	61.3	0.0	5.3
	박물관	(41)	22.0	51.2	7.3	2.4
	미술관	(34)	17.6	58.8	5.9	0.0
	공공도서관	(66)	21.2	60.6	0.0	3.0
	작은도서관	(69)	11.6	55.1	11.6	0.0
	지방문화원	(22)	18.2	50.0	0.0	0.0
	문화의집	(11)	9.1	81.8	9.1	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	9.5	48.3	15.5	2.6
	사업참여	(716)	17.5	53.4	6.1	3.6

구 분 (단위 : %)	표본수	국민의 문화적 삶의 질 제고	지역문화의 다양성 제고와 활성화	지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전	
전체	(832)	5.3	9.1	5.6	
사업 별	청춘마이크	(344)	7.6	7.8	5.5
	실버마이크	(85)	4.7	8.2	2.4
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	0.0	26.2	4.8
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	0.0	0.0
	지역특화 프로그램	(29)	3.4	17.2	13.8
	문화기반시설	(318)	4.1	8.2	6.3
	문예회관	(75)	5.3	9.3	4.0
	박물관	(41)	2.4	7.3	7.3
	미술관	(34)	0.0	8.8	8.8
	공공도서관	(66)	3.0	1.5	10.6
	작은도서관	(69)	8.7	8.7	4.3
	지방문화원	(22)	0.0	27.3	4.5
	문화의집	(11)	0.0	0.0	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	0.9	16.4	6.9
	사업참여	(716)	6.0	8.0	5.4

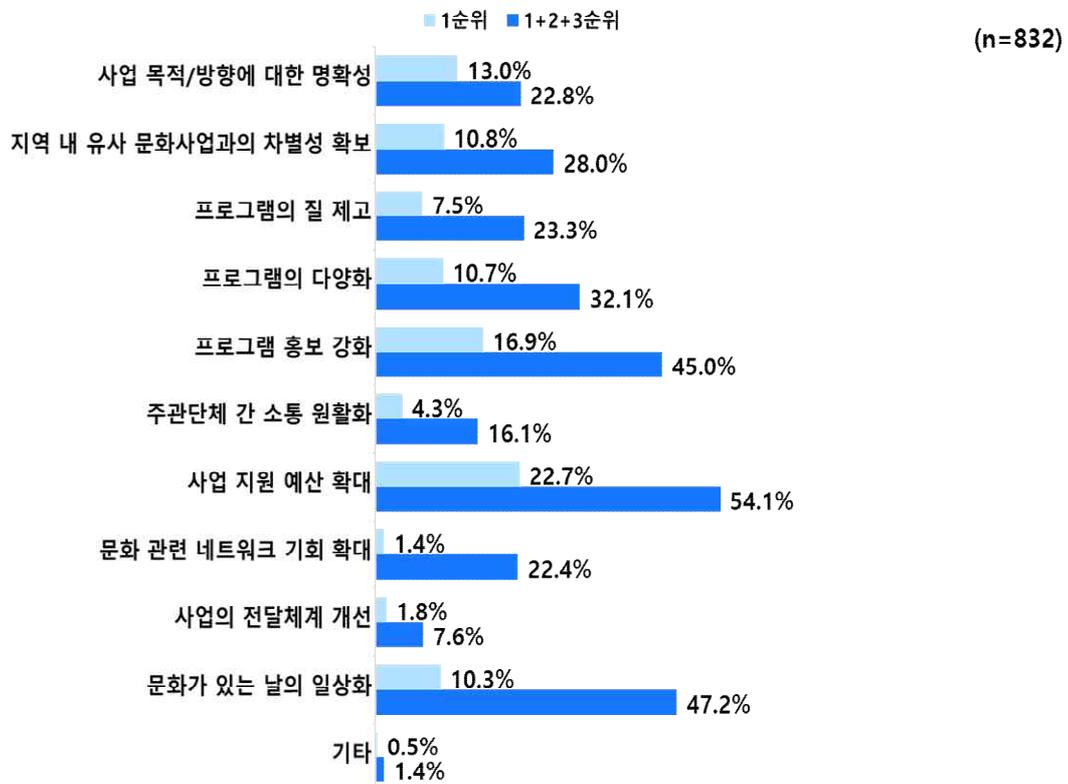
〈표 4-82〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여 단체가 기여한 정책 효과(복수응답 : 1+2순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	문화가 있는 날 인지도 제고	국민의 일상 속 문화향유 기회 확대	국민의 주체적 문화활동 기회 확대	국민의 문화향유 의향 제고	
전체	(832)	26.3	73.8	21.4	10.0	
사업 별	청춘마이크	(344)	28.8	72.1	21.8	12.2
	실버마이크	(85)	29.4	68.2	25.9	10.6
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	9.5	47.6	47.6	9.5
	생활 속 문화활동 지원	(14)	35.7	92.9	14.3	7.1
	지역특화 프로그램	(29)	13.8	72.4	37.9	10.3
	문화기반시설	(318)	25.8	79.9	15.1	7.5
	문예회관	(75)	25.3	76.0	2.7	13.3
	박물관	(41)	26.8	82.9	31.7	4.9
	미술관	(34)	32.4	82.4	11.8	2.9
	공공도서관	(66)	28.8	90.9	9.1	10.6
	작은도서관	(69)	15.9	69.6	26.1	5.8
	지방문화원	(22)	40.9	77.3	4.5	0.0
	문화의집	(11)	18.2	90.9	36.4	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	19.8	68.1	33.6	8.6
	사업참여	(832)	27.4	74.7	19.4	10.2

구 분 (단위 : %)	표본수	국민의 문화적 삶의 질 제고	지역문화의 다양성 제고와 활성화	지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전	
전체	(832)	22.8	27.6	18.0	
사업 별	청춘마이크	(344)	22.4	25.0	17.7
	실버마이크	(85)	21.2	28.2	16.5
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	14.3	57.1	14.3
	생활 속 문화활동 지원	(14)	7.1	28.6	14.3
	지역특화 프로그램	(29)	3.4	37.9	24.1
	문화기반시설	(318)	27.4	25.5	18.9
	문예회관	(74)	34.7	26.7	21.3
	박물관	(41)	14.6	26.8	12.2
	미술관	(34)	20.6	26.5	23.5
	공공도서관	(68)	27.3	12.1	21.2
	작은도서관	(68)	31.9	30.4	20.3
	지방문화원	(22)	13.6	50.0	13.6
	문화의집	(11)	45.5	9.1	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	9.5	39.7	20.7
	사업참여	(716)	25.0	25.7	17.6

□ 사업 개선 방안

- 사업 개선 방안(1순위)으로 사업지원 예산확대가 22.7%로 가장 높았고, 그다음으로 프로그램 홍보 강화(16.9%), 사업목적/방향에 대한 명확성(13.0%), 지역 내 유사 문화사업과의 차별성 확보(10.8%), 프로그램의 다양화(10.7%), 문화가 있는 날의 일상화(10.3%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 0.5%)
- 한편, 복수응답(1+2+3순위)에서는 사업지원 예산확대가 54.1%로 가장 높았고, 그다음으로 문화가 있는 날의 일상화(47.2%), 프로그램 홍보 강화(45.0%), 프로그램의 다양화(32.1%), 지역 내 유사 문화사업과의 차별성 확보(28.0%), 프로그램의 질 제고(23.3%) 등의 순으로 높게 나타남(기타 1.4%)



〈그림 4-56〉 사업 개선 방안

〈표 4-83〉 사업 개선 방안(1순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	사업 목적/방향에 대한 명확성	지역 내 유사 문화사업과 차별성 확보	프로그램의 질 제고	프로그램의 다양화	프로그램 홍보 강화	
전체	(832)	13.0	10.8	7.5	10.7	16.9	
사업 별	청춘마이크	(344)	11.3	5.8	6.1	6.4	26.5
	실버마이크	(85)	12.9	15.3	11.8	11.8	17.6
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	26.2	19.0	4.8	7.1	7.1
	생활 속 문화활동 지원	(14)	28.6	0.0	7.1	7.1	14.3
	지역특화 프로그램	(29)	17.2	13.8	3.4	6.9	3.4
	문화기반시설	(318)	11.9	14.2	8.5	16.0	9.1
	문예회관	(75)	16.0	9.3	6.7	12.0	5.3
	박물관	(41)	14.6	14.6	0.0	9.8	14.6
	미술관	(34)	5.9	14.7	2.9	14.7	14.7
	공공도서관	(66)	12.1	21.2	19.7	19.7	9.1
	작은도서관	(69)	5.8	14.5	7.2	24.6	8.7
	지방문화원	(22)	13.6	13.6	4.5	9.1	4.5
	문화의집	(11)	27.3	0.0	18.2	9.1	9.1
사업 참여방식	사업주관	(116)	25.9	12.9	4.3	6.9	6.9
	사업참여	(716)	10.9	10.5	8.0	11.3	18.6

구 분 (단위 : %)	표본수	주관단체 참여단체 간의 소통 원활화	사업 지원 예산 확대	문화 관련 네트워크 기회 확대	사업의 전달체계 개선	문화가 있는 날의 일상화	기타	
전체	(832)	4.3	22.7	1.4	1.8	10.3	0.5	
사업 별	청춘마이크	(344)	8.4	19.2	2.3	2.6	11.0	0.3
	실버마이크	(85)	2.4	20.0	0.0	1.2	5.9	1.2
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	2.4	2.4	2.4	7.1	21.4	0.0
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	14.3	7.1	0.0	14.3	7.1
	지역특화 프로그램	(29)	0.0	34.5	0.0	3.4	17.2	0.0
	문화기반시설	(318)	1.3	29.2	0.6	0.3	8.5	0.3
	문예회관	(75)	0.0	44.0	0.0	0.0	6.7	0.0
	박물관	(41)	0.0	31.7	2.4	0.0	9.8	2.4
	미술관	(34)	0.0	38.2	0.0	2.9	5.9	0.0
	공공도서관	(66)	4.5	10.6	0.0	0.0	3.0	0.0
	작은도서관	(69)	1.4	27.5	0.0	0.0	10.1	0.0
	지방문화원	(22)	0.0	27.3	4.5	0.0	22.7	0.0
	문화의집	(11)	0.0	18.2	0.0	0.0	18.2	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	0.9	17.2	1.7	3.4	18.1	1.7
	사업참여	(716)	4.9	23.6	1.4	1.5	9.1	0.3

〈표 4-84〉 사업 개선 방안(복수응답 : 1+2+3순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	사업 목적/방향에 대한 명확성	지역 내 유사 문화사업과 차별성 확보	프로그램의 질 제고	프로그램의 다양화	프로그램 홍보 강화	
전체	(832)	22.8	28.0	23.3	32.1	45.0	
사업 별	청춘마이크	(344)	25.6	19.8	17.4	22.1	53.8
	실버마이크	(85)	20.0	31.8	24.7	25.9	51.8
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	35.7	38.1	21.4	21.4	35.7
	생활 속 문화활동 지원	(14)	42.9	28.6	14.3	42.9	28.6
	지역특화 프로그램	(29)	24.1	34.5	31.0	24.1	31.0
	문화기반시설	(318)	17.9	34.0	29.2	46.2	36.8
	문예회관	(75)	28.0	28.0	36.0	48.0	21.3
	박물관	(41)	17.1	29.3	19.5	22.0	56.1
	미술관	(34)	11.8	35.3	17.6	29.4	58.8
	공공도서관	(66)	13.6	34.8	47.0	68.2	33.3
	작은도서관	(69)	10.1	40.6	18.8	53.6	34.8
	지방문화원	(22)	18.2	45.5	18.2	22.7	40.9
	문화의집	(11)	45.5	18.2	36.4	45.5	27.3
사업 참여방식	사업주관	(116)	39.7	35.3	22.4	21.6	32.8
	사업참여	(716)	20.1	26.8	23.5	33.8	46.9

구 분 (단위 : %)	표본수	주관단체 참여단체 간의 소통 원활화	사업 지원 예산 확대	문화 관련 네트워크 기회 확대	사업의 전달체계 개선	문화가 있는 날의 일상화	기타	
전체	(832)	16.1	54.1	22.4	7.6	47.2	1.4	
사업 별	청춘마이크	(344)	26.2	50.3	23.5	10.2	49.7	1.5
	실버마이크	(85)	14.1	52.9	25.9	5.9	45.9	1.2
	지역문화 콘텐츠 특성화	(42)	14.3	38.1	26.2	14.3	52.4	2.4
	생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	42.9	21.4	14.3	57.1	7.1
	지역특화 프로그램	(29)	10.3	51.7	17.2	17.2	58.6	0.0
	문화기반시설	(318)	7.2	61.3	20.1	3.1	42.8	1.3
	문예회관	(75)	5.3	74.7	16.0	1.3	40.0	1.3
	박물관	(41)	9.8	70.7	19.5	7.3	46.3	2.4
	미술관	(34)	0.0	76.5	11.8	5.9	52.9	0.0
	공공도서관	(66)	10.6	45.5	16.7	4.5	25.8	0.0
	작은도서관	(69)	10.1	52.2	31.9	1.4	44.9	1.4
	지방문화원	(22)	4.5	50.0	27.3	0.0	68.2	4.5
	문화의집	(11)	0.0	63.6	9.1	0.0	54.5	0.0
사업 참여방식	사업주관	(116)	12.1	45.7	20.7	11.2	56.0	2.6
	사업참여	(716)	16.8	55.4	22.6	7.0	45.8	1.3

□ 행사(프로그램) 관련 자유의견

- 행사(프로그램) 관련 자유의견으로 문화가 있는 날 프로그램에 만족한다는 내용이 35.9%로 가장 높았고, 그다음으로 문화향유 기회 확대(26.9%), 다양한 홍보 필요(8.9%), 행사(프로그램)의 자율적 운영 필요(5.1%), 사업의 지속성 필요(4.9%), 사업참여자 간 의사소통 개선(4.0%), 사업참여자 전문성 강화(3.6%), 행사(프로그램) 환경 개선(인건비 확대, 사용 장비, 장소 등)(3.6%), 행사(프로그램)의 대상자/참여자 확대(1.6%), 행사(프로그램)의 다양화(1.3%), 지역 실정에 맞는 기획 및 실행(1.3%), 행정절차 간소화(1.1%) 순으로 높게 나타남(기타1.8%)

〈표 4-85〉 행사(프로그램) 관련 자유의견

구분	내용	사례수	%
1	문화가 있는 날 사업에 만족함	161	35.9
2	문화향유 기회 확대	121	26.9
3	다양한 홍보 필요	40	8.9
4	행사(프로그램)의 자율적 운영 필요	23	5.1
5	사업의 지속성 필요	22	4.9
6	사업참여자 간 의사소통 개선	18	4.0
7	사업참여자 전문성 강화	16	3.6
8	행사(프로그램) 환경 개선(인건비 확대, 사용 장비, 장소 등)	16	3.6
9	행사(프로그램)의 대상자/참여자 확대	7	1.6
10	행사(프로그램) 다양화	6	1.3
11	지역 실정에 맞는 기획 및 실행	6	1.3
12	행정절차 간소화	5	1.1
13	기타	8	1.8
합 계(유효응답 기준)		449	100.0

## 4. 참여자 및 정책전문가 FGI

### 1) 조사 배경 및 목적

- 2022 문화가 있는 날 기획사업에 참여하고 있는 지자체, 주관기관, 참여단체, 공연팀 등 사업 참여자와 문화사업 관련 정책전문가를 대상으로 문화가 있는 날 기획사업에 대한 전반적인 평가와 개선점 및 향후 발전방안 등에 대한 의견을 객관적/종합적으로 수렴하여 문화가 있는 날 기획사업의 차년도 사업 개선에 반영하기 위한 목적으로 FGI(포커스그룹인터뷰)를 실시함

### 2) 조사 설계

#### (1) 조사 대상 및 일정

- 문화가 있는 날 기획사업의 6개 세부사업인 지역특화 프로그램, 청춘마이크, 실버마이크, 지역문화 콘텐츠 특성화, 생활 속 문화활동지원, 7개 문화기반시설의 사업 참여자, 참여단체, 공연팀 그리고 지자체를 대상으로 10개의 FGI(포커스그룹인터뷰) 그룹과 문화사업 관련 정책전문가 2그룹을 구성하여 총 12그룹의 FGI를 구성하였으며, FGI 그룹 구성의 세부적인 내용은 다음과 같음

〈표 4-86〉 문화가 있는 날 기획사업 관계자 FGI(포커스그룹인터뷰) 구성

구분		FGI(포커스그룹인터뷰) 12그룹 구성		
		사업 실무자	정책 전문가	
문체부	지역특화 프로그램	지자체 담당자 1그룹	1그룹	
		사업 실무자 1그룹		
지역문화 진흥원	청춘마이크	주관단체 1그룹		
		공연팀 1그룹		
	실버마이크	주관기관 1그룹		
		공연팀 1그룹		
	지역문화 콘텐츠 특성화	참여단체(주관기관) 실무자 1그룹		
생활 속 문화활동 지원	주관처 실무자 1그룹			
7개 문화기반시설		주관기관 1그룹		1그룹
		참여시설 1그룹		
합계		사업 관계자 10그룹		정책 전문가 2그룹

- 문화가 있는 날 기획사업 관련 FGI(포커스그룹인터뷰) 12개 그룹은 2022년 11월 15일(화), 16일(수), 17일(목), 18일(금), 24일(목)의 총 5일간 진행되었으며, FGI 참석자의 접근성과 편의성을 고려하여 서울역 주변의 회의실(서울비즈센터)에서 각 그룹별 소요 시간 2시간 내외로 수행하였음
- FGI는 조사전문기관인 (주)티브릿지코퍼레이션에서 오프라인 대면 진행을 기본으로 수행하였으며, 일정상 불가피하게 참석하지 못한 문화가 있는 날 기획사업 관계자, 문화사업 관련 정책전문가들에 대해서는 서면인터뷰를 병행 실시하였음. 결과적으로 문화가 있는 날 기획사업 관계자 및 문화사업 정책전문가 총 76명(대면 62명, 서면 14명)이 참여한 FGI(포커스그룹인터뷰) 진행 현황을 세부적으로 살펴보면 다음과 같음

**〈표 4-87〉 문화가 있는 날 기획사업 관계자 FGI(포커스그룹인터뷰) 진행 현황**

구분	대상	참여 인원수	일시
1	청춘마이크 주관단체	7명(대면 7)	11.15(화) 10~12시
2	청춘마이크 공연팀	7명(대면 7)	11.15(화) 13~15시
3	실버마이크 주관기관	5명(대면 2 + 서면 3)	11.15(화) 16~18시
4	실버마이크 공연팀	6명(대면 6)	11.16(수) 10~12시
5	문화기반시설 주관기관	6명(대면 6)	11.16(수) 13~15시
6	문화기반시설 참여시설	7명(대면 7)	11.16(수) 16~18시
7	지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체	7명(대면 7)	11.17(목) 11~13시
8	지역특화 프로그램 지자체	8명(대면 3 + 서면 5)	11.17(목) 14~16시
9	지역특화 프로그램 주관처	6명(대면 6)	11.17(목) 16~18시
10	생활 속 문화활동 지원 주관처	6명(대면 3 + 서면 3)	11.18(금) 10~12시
11	정책전문가 1(문체부/지역문화진흥원)	4명(대면 4)	11.24(금) 14~16시
12	정책전문가 2(문화기반시설)	7명(대면 4 + 서면 3)	11.18(금) 16~18시
계		76명(대면 62 + 서면 14)	

## (2) 조사 내용

- 문화가 있는 날 기획사업 관계자 FGI의 조사내용으로는 크게 사업 평가와 개선방안의 2개 부문으로 나누었으며, 사업 평가에서는 ① 사업 타당성 ② 사업 차별성 ③ 사업 만족도 ④ 사업 성과 ⑤ 사업 정책효과와 5개 세부내용으로 구성하였고, 개선방안에서는 ① 개선점 ② 발전방안 ③ 자유의견의 3개 세부내용으로 구성하였음. FGI의 조사내용을 세부적으로 살펴보면 다음과 같음

〈표 4-88〉 문화가 있는 날 기획사업 관계자 FGI 주요 조사내용

구분	세부 내용	주요 질문 내용
사업 평가	사업 타당성	정책목표를 달성하는데 얼마나 효과적인 사업이라고 생각하십니까?
	사업 차별성	다른 문화향유 지원사업과 차별성을 갖고 있다고 생각하십니까?
	사업 만족도	사업에 대해 얼마나 만족하십니까?
	사업 성과	참여단체와 이용자에게 준 가장 큰 성과는 무엇이라고 생각하십니까?
	사업 정책효과	사업은 정책적으로 어떤 기여를 했다고 생각하십니까?
개선방안	개선점	사업의 성공을 위해 가장 우선적으로 개선해야 할 사항은 무엇입니까?
	발전방향	사업의 중장기적인 발전방향을 어떻게 설정해야 한다고 생각하십니까?
	자유의견	사업 관련하여 건의사항이나 기타 의견이 있으시면 말씀해 주십시오.

### (3) 조사 방법

- 문화가 있는 날 기획사업 관계자 FGI(포커스그룹인터뷰)는 12개 그룹, 총 76명을 대상으로 진행되었고, 인터뷰이(interviewee) 선정은 지역문화진흥원으로부터 제공받은 2022 문화가 있는 날 기획사업 6개 세부사업(지역특화 프로그램, 청춘마이크, 실버마이크, 지역문화 콘텐츠 특성화, 생활 속 문화활동지원, 7개 문화기반시설)에 참여한 지자체, 주관기관, 참여단체, 공연팀 등의 전체 리스트를 기반으로 하였으며, 문화사업 정책전문가의 경우 지역문화진흥원의 추천을 받아 인터뷰이 선정을 진행하였음
- FGI(포커스그룹인터뷰) 수행 절차로는 (Step 1) FGI 가이드라인(Guideline) 구성, (Step 2) FGI 대상자 섭외, (Step 3) FGI 진행, (Step 4) 녹취록 작성 및 내용분석 순으로 진행되며, 세부적인 내용을 살펴보면 다음과 같음



〈그림 4-57〉 FGI(포커스그룹인터뷰) 수행 절차

(4) FGI 참여자 현황

- ‘문화가 있는 날 기획사업’ 관계자 FGI(포커스그룹인터뷰)에 참여한 76명의 세부 현황을 살펴보면 다음과 같음

〈표 4-89〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 관계자 FGI 참여자 현황

구분		성명	직위	참여 방법	
1	〈1그룹〉 청춘마이크 주관단체 (11월 15일)	주관단체1	문OO	대표	대면
2		주관단체2	용OO	부장	대면
3		주관단체3	김OO	부장	대면
4		주관단체4	이OO	팀장	대면
5		주관단체5	신OO	팀장	대면
6		주관단체6	김OO	이사	대면
7		주관단체7	송OO	팀장	대면
8	〈2그룹〉 청춘마이크 공연팀 (11월 15일)	청춘마이크 공연팀1	장OO	공연예술가	대면
9		청춘마이크 공연팀2	형OO	공연예술가	대면
10		청춘마이크 공연팀3	김OO	공연예술가	대면
11		청춘마이크 공연팀4	위OO	공연예술가	대면
12		청춘마이크 공연팀5	윤OO	공연예술가	대면
13		청춘마이크 공연팀6	최OO	공연예술가	대면
14		청춘마이크 공연팀7	손OO	공연예술가	대면
15	〈3그룹〉 실버마이크 주관기관 (11월 15일)	주관기관1	김OO	주임	대면
16		주관기관2	정OO	사원	대면
17		주관기관3	안OO	차장	서면
18		주관기관4	박OO	팀장	서면
19		주관기관5	정OO	차장	서면
20	〈4그룹〉 실버마이크 공연팀 (11월 16일)	실버마이크 공연팀1	두OO	참여예술가	대면
21		실버마이크 공연팀2	장OO	참여예술가	대면
22		실버마이크 공연팀3	정OO	참여예술가	대면
23		실버마이크 공연팀4	김OO	참여예술가	대면
24		실버마이크 공연팀5	석OO	참여예술가	대면
25		실버마이크 공연팀6	최OO	참여예술가	대면
26	〈5그룹〉 문화기반시설 주관기관 (11월 16일)	문화기반시설 주관기관1	최O	실무자	대면
27		문화기반시설 주관기관2	김OO	실무자	대면
28		문화기반시설 주관기관3	이OO	실무자	대면
29		문화기반시설 주관기관4	노OO	실무자	대면
30		문화기반시설 주관기관5	김OO	실무자	대면
31		문화기반시설 주관기관6	이OO	실무자	대면
32	〈6그룹〉 문화기반시설 참여시설 (11월 16일)	문화기반시설 참여시설1	박OO	실무자	대면
33		문화기반시설 참여시설2	조OO	실무자	대면
34		문화기반시설 참여시설3	박OO	실무자	대면
35		문화기반시설 참여시설4	정OO	실무자	대면
36		문화기반시설 참여시설5	박OO	실무자	대면
37		문화기반시설 참여시설6	권O	실무자	대면
38		문화기반시설 참여시설7	홍OO	실무자	대면

구분	소속	성명	직위	참여 방법	
39	〈7그룹〉 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체 (11월 17일)	지콘 참여단체 담당자1	양00	실무자	대면
40		지콘 참여단체 담당자2	이00	실무자	대면
41		지콘 참여단체 담당자3	김00	실무자	대면
42		지콘 참여단체 담당자4	김00	실무자	대면
43		지콘 참여단체 담당자5	송00	실무자	대면
44		지콘 참여단체 담당자6	조00	실무자	대면
45		지콘 참여단체 담당자7	박00	실무자	대면
46	〈8그룹〉 지역특화 프로그램 지자체 담당자 (11월 17일)	지자체 담당자 1	고00	주무관	대면
47		지자체 담당자 2	김0	주무관	대면
48		지자체 담당자 3	윤00	주무관	대면
49		지자체 담당자 4	탁00	주무관	서면
50		지자체 담당자 5	신00	주무관	서면
51		지자체 담당자 6	이00	주무관	서면
52		지자체 담당자 7	백00	주무관	서면
53		지자체 담당자 8	정00	주무관	서면
54	〈9그룹〉 지역특화 프로그램 실무자 (11월 17일)	지역특화 프로그램 실무자 1	김00	실무자	대면
55		지역특화 프로그램 실무자 2	남00	실무자	대면
56		지역특화 프로그램 실무자 3	이00	실무자	대면
57		지역특화 프로그램 실무자 4	이00	대표	대면
58		지역특화 프로그램 실무자 5	이00	대표	대면
59		지역특화 프로그램 실무자 6	주00	실무자	대면
60	〈10그룹〉 생활 속 문화활동지원 주관처 실무자 (11월 18일)	생활 속 문화활동 주관처1	하00	팀장	대면
61		생활 속 문화활동 주관처2	민00	실무자	대면
62		생활 속 문화활동 주관처3	김00	실무자	대면
63		생활 속 문화활동 주관처4	류00	실무자	서면
64		생활 속 문화활동 주관처5	변00	실무자	서면
65		생활 속 문화활동 주관처6	김00	실무자	서면
66	〈11그룹〉 정책전문가 1 (문체부/ 지역문화진흥원) (11월 24일)	부산문화재단	원향미	선임연구원	대면
67		한국문화관광연구원	류정아	선임연구원	대면
68		지역문화정책연구소	이희진	대표	대면
69		용인대학교	김종석	교수	대면
70	〈12그룹〉 정책전문가 2 (문화기반시설) (11월 18일)	한국도서관문화진흥원	조성규	실무자	대면
71		초롱이네도서관	오혜자	관장	대면
72		한국문화의집협회	우지연	실무자	대면
73		한국문화예술회관연합회	박은경	실무자	대면
74		뮤지엄교육연구소	전태일	객원교수	서면
75		한국예술종합학교 연극학 교수	최준호	교수	서면
76		예술의전당 공익사업단	김세연	단장	서면

### 3) 조사 결과

#### (1) 문화가 있는 날 기획사업 평가

##### □ 사업 타당성

###### ○ 문화가 있는 날 기획사업의 정책 목표

- 문화가 있는 날 기획사업의 정책 목표에 대한 인식은 사업 참여 유형별로 다소 차이를 보였는데, 이는 문화가 있는 날 사업 자체의 정책 목표와는 별개로 사업 참여 기관/단체의 참여 목표가 상이하기 때문인 것으로 보임
- 정책 목표에 대한 인식에 있어서는 일상 속 다양한 문화 향유(체험) 기회 제공/확대에 전반적으로 공감하고 있었으며, 지역 간 문화 격차(문화사각지대) 해소, 시민들의 주체적 문화예술 참여를 통한 삶의 의욕 및 행복 추구, 지속적인 공연 기회 제공(재정 지원) 및 역량 강화에 대한 인식도 높은 편임

**Question** 문화가 있는 날 기획사업의 정책목표는 무엇이라고 생각하십니까?

##### ▷ 일상 속 다양한 문화 향유(체험) 기회 제공/확대

“문화가 있는 날이라는 말 그대로 여러 곳에서 문화가 일어나고 그것을 향유할 수 있는 것 자체가 정책 목표가 아닐까 생각하고 있습니다.” - 청춘마이크 주관단체

“정책목표는 문화가 있는 날 사업의 주요 목표인 일상 속 주민들의 문화향유 기회 확대에 중점을 두고 사업을 추진하였습니다.” - 실버마이크 주관기관

“문화가 있는 날 기획사업의 정책목표는 문화취약지역에 맞춤형 프로그램 제공, 지역의 다양성과 자율성을 기반으로 문화향유권 확대, 문화적 삶 실현을 목표로 하고 있습니다. 실버마이크 사업은 지역성을 반영하고 있으며, 특히 문화적으로 소외된 취약지역에 맞춤형 프로그램 제공으로 문화가 있는 날 기획사업의 목표에 기반하고 있다고 봅니다.” - 실버마이크 주관기관

“문화가 있는 날 기획사업의 정책목표는 시민들의 문화권 개선을 위하여 더 많은 시민들이 생활 속에서 문화를 향유할 수 있는 계기를 만들어주는 데 있다고 생각합니다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“‘문화가 있는 날’은 우리나라 사람들이 문화생활의 기회나 시간이 없으니까 이 시기만큼은 꼭 문화생활을 해보라고 장려하는 사업이라고 생각해요. 제가 진행하는 사업이 정책목표와 맞는가는 고민이 들지만, 일단 문화향유의 기회를 확대하는 것이 정책목표라면 그런 면에서는 필요하고 지역별로 무조건 있어야 하는 사업이라는 생각이 들었습니다” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

“지방문화원 안에는 다양한 동아리들도 있고 역사나 향토자원 관련 연구 조직들도 있고, 그다음에 그런 것들 관련된 사업을 했던 경험들도 있으니까 그런 것들을 녹여서 지역주민들께서 문화원은 이런 역할을 하는 곳이었지라는 것들을 인식시키면서 문화를 체험도 하고 서비스를 제공하자는 것을 목표로 삼고 있었던 상황입니다.” - 문화기반시설 주관기관

“독서문화와 다른 일반적인 예술문화를 섞어서 해보려고 많이 하고, 다양한 것을 체험해 볼 수 있게 하려고 하는 편인 것 같고요, 아이들에게 다른 동네는 이런 문화도 있다는 것을 조금 보여주려고 합니다.” - 문화기반시설

“생활 속 문화활동 지원사업은 국민들, 특히 문화소외계층 등 대상에게 생활 속에서 문화를 향유할 수 있는 기회를 제공한다는 측면에서 정책 목표가 분명하다고 생각합니다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“문화가 있는 날 기획사업은 지역의 고유성과 주체 자발성에 기초한 문화향유 확대를 궁극적 목표로 하여 특정 대상과 지역의 특수성을 반영하기 위한 맞춤형 문화서비스를 다양한 지역 민간단체(기관)와 협력하여 추진하는 것을 목표로 하고 있습니다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“문화취약 지역이나 대상 맞춤형 프로그램으로 지역의 다양성과 자율성에 기반한 국민의 문화향유권 확대를 통한 문화적 삶의 실현을 목적으로 추진하는 사업이라고 명기되어 있는데, 방향은 보이지만, 목표가 너무 많다. 오히려 전국의 국민들에게 최소한의 문화향유를 보장하는 정책이 현실에 가까운 목표로 보인다.” - 정책전문가(문화기반시설)

“다양한 프로그램을 통한 문화 혜택의 제공으로 국민 문화향유권 확산과 문화적 가치의 증진에 있다고 생각합니다. 매달 마지막 주 수요일에서 시작하여 그 주간 전체로 확대하고 있으며, 지역 거점을 중심으로 맞춤형 문화생태계 구축을 중점 추진하고 있기도 합니다.” - 정책전문가(문화기반시설)

“국민의 문화예술 향유를 증진시키기 위한 대표적인 정책으로 ‘문화가 있는 날’을 들 수 있다. 이 정책은 국민의 문화예술에 대한 소비 문턱을 낮추고, 지속적인 소비를 유도하여 문화적 소양을 증진시키는 목표를 가지고 있으며 동시에 문화예술계를 활성화하는 목적을 지니고 있다.” - 정책전문가(문화기반시설)

#### ▷ 지역(계층)간 문화 격차(문화사각지대) 해소

“(수도권과의) 문화적인 온도 차이가 너무 커 문화적인 온도 차이를 줄이면 어떨까? 이런 생각을 많이 하면서 기획을 했던 것 같고요. ‘일상과 문화가 공존할 수 있는 공간이 우리 문화의집이었으면 좋겠다.’, ‘어느 주민들이든 쉽게 왔으면 좋겠다.’ 그래서 문화가 일상이 되고 일상이 문화가 되는 것을 목표로 프로그램을 하고 있습니다.” - 문화기반시설

“지방으로 가면 미술관에 대한 문턱이 높다는 그런 느낌을 받을 수 있는데 그런 문턱을 낮추기 위해 재미있고 즐거운 프로그램을 제공하는 일이 지금 저희 미술관에서 진행하고 있는 ‘문화가 있는 날’의 목표지점이라고 할 수 있을 것 같습니다.” - 문화기반시설

“문화가 있는 날 사업의 가장 큰 정책목표는 모든 지역민들이 일상에서 소외되지 않고 누구나 문화향유 기회를 받고 참여할 수 있는 것이라고 생각합니다. 그중 지역특화 프로그램은 지역만이 가지고 있는 특색을 활용할 수 있는 프로그램이고 어떻게 보면 지역민들의 문화향유 욕구를 가장 충족시킬 수 있는 문화가 있는 날 사업이 아닐까 생각이 듭니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“문화가 있는 날 기획사업은 지역문화진흥원의 기획력을 바탕으로 지자체들이 어떤 틀거리 내에서, 그 틀거리라는 게 단순히 기획을 잘하는 분야라기보다는 그 본인들을 여러 분야로 나눠서 그 부분에 전혀 사각지대가 없게끔 기획사업을 하고, 할 수 있도록 기회를 제공해주는 사업이라고 이해하고 있습니다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“저는 문화 격차의 해소, 수도권에만 몰리지 않고 지역주민들과 즐길 수 있고 그렇게 될 수 있는 게 문화의 날이 나아가야 할 방향이라고 생각해요.” - 정책전문가(문화기반시설)

### ▷ 시민들의 주체적 문화예술 참여를 통한 삶의 의욕 및 행복 추구

“문화가 있는 날은 수혜를 베푸는 공연이 아니라 시민들이 더 주체적으로 문화를 즐길 수 있도록 하고, 정책 방향도 단순히 예술가들을 통해서 수혜성 공연이 만들어지는 게 아니라 일반 시민들이 예술을 더 향유하고 직접 운영해볼 수 있는 방향으로 해야 합니다” - 청춘마이크 주관단체

“문화가 있는 날 자체가 국민들의 문화향유권을 위한 사업이다 보니까 실버세대들이 나이가 들수록 사회에서 도태되고 떨어지면서 배척되는 그런 세상에서, 그것을 공연을 통해서 이끌어주고 삶의 의욕을 고취시켜주는 사업이 아닐까 생각합니다.” - 실버마이크 주관기관

“우리 음악 하는 사람들이 지역주민들에게 즐거움과 좋은 아이템을 드려서 모두 행복했으면 하는 것이 주목적이라고 생각합니다.” - 실버마이크 공연팀

“문화가 있는 날은 특별히 저희가 문화를 향유하는 것이 목적이 아니라 주민들이 좀 더 주체적으로 이 문화를 만들어가고 그 안에서 커뮤니티를 만들고 하는 것들에 조금 더 초점을 맞추고 있어요.” - 문화기반시설 주관기관

“문화로 사람과 사람을 연결하는 지속형 문화공동체 모색 및 지역문화자원으로 삶을 연결하여 문화를 확산하는 것이 목적이라고 생각합니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“지역문화 콘텐츠 특성화 사업의 경우에는 문화가 있는 날 주간에만 맞춰 있는 것은 아닌 것 같아요 한 달 중에서 문화가 있는 날 주간은 5-7일 정도이고 나머지 21일의 활동은 다른 사람들과 공유하는 자리를 만들어 보는 거라고 이해하고 진행했거든요. 그래서 문화가 있는 날만이 아닌 다른 날까지도 문화예술에 대해서 고민하고, 함께 하는 것이 문화가 있는 날 사업의 취지에 부합한다고 생각하고 있어요” - 지역문화콘텐츠 특성화 참여단체

“제가 생각하는 문화가 있는 날의 방향성은 생활예술인들이 일반 시민들과 어떻게 호흡하고 만나느냐 그 접점을 갖는 게 갖는 게 가장 중요하다고 생각을 합니다. 그래서 문화가 있는 날은 생활예술인들이 시민들과 어떻게 만나고 그것을 중간에 있는 기획자들이 좀 더 재미있고 다양한 방법을 제시하는 사업이 문화가 있는 날이라고 생각을 합니다.” - 지역특화 프로그램 참여단체

### ▷ 지속성있는 공연 기획 제공(재정지원) 및 역량 강화

“예술가들 입장에서는 지속가능한 예술”, “경제적으로 많이 도움이 돼요.” - 청춘마이크 공연팀

“새로운 것에 대한 도전을 할 수 있는 것이 많이 도움이 되는 것 같아요.” - 청춘마이크 공연팀

“실버예술가들에게 자신들의 예술적 역량을 펼칠 수 있는 장을 마련해 주고, 도민들에게는 다양한 문화프로그램을 제공하여 여가를 즐길 수 있도록 사업을 진행하였습니다.” - 실버마이크 주관기관

“저렴한 금액으로 티켓을 팔아서 접근하기 쉬운 공연으로, 조금은 높은 퀄리티를 점점 디딤돌 삼아 올라갈 수 있게 해드리는 그런 역할을 하고 있다고 생각합니다.” - 문화기반시설

“작은도서관 활성화죠. 저희가 하는 목표 중에 하나는 작은도서관이 그 지역의 커뮤니티 공간으로서 사람들에게 문화가 있는 날 강사가 가서 활동을 하면 이용자가 올 것이고 어떤 문화가 공연이든 강연이든 뭔가가 펼쳐지면 그게 그 도서관에서 썩어 터서 그 도서관에서 계속 문화로 자리 잡게 하는 거죠. 작은도서관은 일상생활에 있는 곳이기 때문에 그게 가능하다고 생각을 합니다.” - 문화기반시설 주관기관

## ○ 문화가 있는 날 기획사업의 사업 효과

- 문화가 있는 날 기획사업의 사업 효과로 지역(계층) 간 문화 격차(문화사각지대) 해소 이바지, 참여 예술인(단체)의 성장에 도움, 문화향유 일상화를 위한 지원사업으로 효과적이라고 인식하고 있었으나, 사업 효과의 확산성 측면에서는 부정적인 인식이 일부 있었음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업이 정책목표 달성에 효과적이었다고 생각하십니까?

### ▷ 지역(계층) 간 문화 격차(문화사각지대) 해소 이바지

“저희들은 오지의 마을들을 찾아다니는 마을 일자리 프로젝트를 하고 있는데, 평생 처음으로 마을에 찾아와서 공연을 보여주는 것 자체만으로도 그분들한테는 너무 큰 감동이었고 즐거움이었다고 감사 인사를 받는 경험이 많았습니다.” - 청춘마이크 주관단체

“다채롭고 풍요로운 콘텐츠로 타 지역민의 재방문을 촉진하고 지역민들의 직접 체험프로그램으로 목표 달성에 매우 효과적이라고 생각됩니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“시뿐만 아니라 군 단위도 지원을 많이 하고 있어서 일단 지역민들의 문화향유 그것을 최우선으로 하고 있고, 그다음에 지역단체들이 자생력을 가지고 직접 지역문화 활성화까지 끌어나갈 수 있게 하는 게 저희 목표이고 그렇게 지역문화 활성화를 먼저 하는 게 우선이기 때문에 문화 격차를 조금 해소하고 있다고 봅니다.” - 정책전문가(문화기반시설)

“실버마이크 사업으로 인해 문화소외계층, 특히 상인들과 나이 드신 어르신들에게 문화향유기회를 제공하였고, 참여팀들에게는 코로나 여파로 힘든 시기를 잘 이겨내게 하는 계기가 되었습니다.” - 실버마이크 주관기관

“행정적으로 소외계층은 아니어도 그 문화를 접하지 못한 사람은 소외계층으로 볼 수 있잖아요. 예를 들어 공연에 대한 소외계층이면 공연하는 사람이 가서 공연을 하면 이 부분을 해결해 준다는 생각이 들거든요. 그런 부분이 효과적이죠.” - 문화기반시설 주관기관

“문화적 혜택을 누리기 위해서는 다 서울로 와야 된다는 번거로움이 있거든요. 그런데 저희 같은 예술가들이 이런 활동을 통해서 우리가 살고 있는 지역 내에서 이런 활동을 이벤트적으로 보여줬을 때 그 수요나 이런 것들은 굉장히 갈망했던 것들, 그런 것들을 충족하게 된다고 되게 좋아하세요.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“일반 시민들도 중요하지만 문화예술 소외계층, 지역아동이라든지 노인이라든지 이런 분들에게 생활예술인들이 복지 사각지대에 있는 분들에게 어떻게 문화적 혜택을 드릴 수 있는지를 현재 그 방법을 다양하게 찾아서 그 각 대상에 맞게끔 생활예술인들이 문화적으로 혜택을 제공한다는 측면에서 훌륭하다고 생각합니다.” - 지역특화 프로그램 참여 단체

“문화향유의 기회가 적은 지역들에도 다양한 문화적 경험, 예술적 경험을 할 수 있는 기회를 제공하고 있어요.” - 정책전문가(문화기반시설)

#### ▷ 참여 예술인(단체)의 성장에 도움

“처음에는 참여한 단체들이 공연을 하기에 부족한 점들도 많이 보였는데, 점차 피드백을 주고받으며 5회차를 마치는 12월에는 비약적으로 성장해 있는 모습을 보면 예술가들의 기량 향상의 발판으로서 좋은 역할을 했다고 볼 수 있을 것 같습니다.” - 청춘마이크 주관단체

“아직은 처음이니까 미미한 효과지만 앞으로 2~3년 계속 해나가면 ‘나이 많아서도 활동할 수 있는 것이 있다’라는 희망을 주는 것 아니겠어요. 정말 참 좋은 사업이라고 생각합니다.” - 실버마이크 공연팀

“지역의 문화시설을 활용하며 민간과의 협업을 통해 창의적인 프로그램을 개발 및 지원하고 있다는 점에서 효과적이라고 생각합니다.” - 지역특화 프로그램(지사체)

“문화가 있는 날 사업의 브랜드화를 통한 문화적 관심도 제고 및 혜택을 통한 확산 정책은 문화수요 계층인 일상 속 국민들과 참여 예술인을 포함한 다양한 분야에서 긍정적인 효과를 보고 있다고 생각합니다.” - 정책전문가(문화기반시설)

#### ▷ 문화 향유 일상화를 위한 지원사업으로 효과적

“생활 속 문화활동 지원사업은 문화가 있는 날 기획사업의 목표를 달성하는 데 효과적이라고 생각한다. 본 지원사업은 일회성이 아닌 다회차 프로그램으로 구성되어 문화향유의 연속성, 지속성을 강조하고 있어서 시민들이 그야말로 생활 속에서 스스럼없이 친밀하게 새롭고 다양한 문화콘텐츠를 즐기고 배우고 만들어 나갈 수 있도록 돕고 있다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“이 사업 자체가 기관에게 많은 수혜를 준다고 판단해요. 그 지역 안에서 문화를 즐길 수 있는 사람들을 많이 만들어 내자라는 정책적인 필요에 의해서 기관들한테 예산을 뿌려주고 저희도 최대한 많은 후속 기관들이 참여할 수 있게 사업을 나눠주고 진행하는 거죠.” - 문화기반시설 주관기관

“이 정책사업이 어떤 정책성을 띠고 있는지를 스스로가 기획하고 발현할 수 있는 판을 만들고, 할 수 있도록 여러 가지 재정지원, 행정지원들을 꽤 잘해 준다는 생각이 들어요. 그래서 실질적으로 사업을 진행하는 입장에서는 문화가 있는 날은 큰 캐치프레이즈고, 그 밑바탕의 여러 활동을 하는 사람들의 입장을 되게 잘 고려하고 있다는 느낌을 받아요.” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

#### ▷ (한계점) 효과는 있지만 확산성에는 한계

“효과성 측면에서는 당연히 효과가 있다고 말할 수 있고, 효과가 없다면 시작하지 않았겠죠. 그런데 청춘마이크 자체가 아무래도 일상 속 문화향유에 초점을 맞춰서 진행되다 보니 더 많은 사람들이 즐길 수 있는 사업까지는 가고 있지 않다고 생각합니다” - 청춘마이크 주관단체

“기본적으로 사람들은 문화가 있는 날 사업이 그냥 문화비용을 할인해 주는 것으로만 알기 때문에 그런 점에서 어떤 영향을 받을 수 있을까? 의문이 듭니다.” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

## □ 사업 차별성

### ○ 문화가 있는 날 기획사업의 차별성

- 문화가 있는 날 기획사업의 차별성으로 주체적인 창작활동 및 공연 기회 제공, 지역 특수성이나 자원을 활용한 프로그램이라는 점을 차별화된 특성으로 인식하고 있었고, 이외 문화가 있는 날 브랜드(인지도) 자체, 문화행사의 선도성(타 사업의 개런티, 공연횟수 등 가이드라인 제시), 원하는 시간/장소에 원하는 내용으로 찾아가 공연한다는 점을 사업 차별점으로 인식함
- 사업 초기와는 달리 문화가 있는 날과 유사한 사업들이 많이 생겨났고, 이에 사업 정체성 및 차별화에 대한 고민이 필요한 시점이라는 인식이 일부 있었음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업은 다른 사업과 차별성을 갖고 있다고 생각하십니까?

#### ▷ 주체적인 창작 활동 및 공연 기회 제공

“실버마이크는 직접 저희가 공연을 어떤 것 하시라. 공연극 이거 하라. 이렇게 지정하지 않고 공연팀 순서부터 아예 공연팀에서 다 정해서 진행하도록 하고 있어서 아무래도 직접 이런 것을 구상하고 활동하시는 거니까 다르다고 봅니다.” - 실버마이크 주관기관

“광역재단, 지역재단 등 다양한 기관에서도 어르신 지원사업이 진행되고 있지만 주로 창작활동비 지원, 창작활동 보조금 지원 등이 진행되고 있습니다. 혼자만으로 하기 힘든 창작활동 발현에 재단의 조력이 충분히 뒷받침된다는 것이 타 사업들과 차별성이 있다고 생각합니다.” - 실버마이크 주관기관

“기획자들이 제약 없이 자유롭게 여러 가지를 시도할 수 있어서 좋았거든요 그리고 저희와 비슷한 활동을 하는 다른 지역사회내에도 자극을 주면서 전체적으로 수준이 높아지는 것도 체감했습니다. 단체들이 지역을 바라보고 그것을 풀어나가는 다양한 방법들을 같이 배워나갈 수 있는 게 좋은 것 같아요” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

“실버 어르신들이 이렇게 버스킹 공연을 하는 기회가 많지는 않다고 생각해요. 자리를 만들어주고 공연 장소 자체를 만들어주지 않는 이상 어르신들이 혼자서 독자적으로 하기는 어려운 거라고 생각하는데 그것을 저희가 기회를 제공해주고 지원을 해 준다는 게 이 사업만의 가장 큰 메리트인 것 같습니다” - 실버마이크 주관기관

“기존 사업이나 생활문화 사업은 전문적인 실버 예술가들이 대상이 아닌 일반 실버세대에게 문화를 접할 수 있는 기회를 제공하는 측면이 강하다는 생각이 듭니다. 이에 비해 실버마이크 사업은 문화활동에 전문성을 가진 실버세대를 대상으로 하고 있다는 것이 가장 큰 차별성이 아닌가 싶습니다.” - 실버마이크 주관기관

**▷ 지역 특수성이나 자원을 활용한 프로그램**

“역사교육 프로그램이나 공연 등 사업이 있지만 한정된 향유 계층과 소수의 지역민을 위한 사업들이 대부분이며, 지역의 특수성이나 자원을 활용한 프로그램은 제한적이어서 차별성을 갖는다고 생각합니다.” - 지역특화 프로그램 (지자체)

“다른 활동도 대부분 향유공유·체험생산을 얘기하지만, 사실 생산까지 가는 것은 어려운 부분이 있어요. 그런데 지역 문화콘텐츠 사업은 특히 내가 살고있는 이 지역에 대해서 고민하게 만들고, 그 고민을 바탕으로 콘텐츠를 생산해낼 수 있도록 지원해 주는 거예요” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

“이사업의 가치가 중요하게 지켜졌으면 좋겠어요. 지역의 가치들을 발현할 수 있으면 좋겠고 앞으로도 그 방향으로 가면 좋겠습니다. 그 기준이 선명하게 중심이 되고 그 나머지 부분은 최대한 열려있는 것 같아서 이게 이사업의 가장 큰 존립의 이유라고 생각이 들어요” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

“이전에는 일반적인 생활문화교육 프로그램이라든가 어디서나 배울 수 있는 공연이나 전시로 차별성이 덜했던 것 같은데 이 공모사업을 하고 나서 지역에 관련된 프로그램을 많이 하게 됐어요. 그렇게 지역에서 뭔가 할 수 있고 그 지역만이 가질 수 있는 프로그램을 많이 기획하려고 노력하고 있습니다” - 지역특화 프로그램 지자체

“문화가 있는 날을 알리는 것도 중요하지만 일단은 지역특화라는 목적에 맞게 프로그램을 짤 때 지역 조사를 하고 유기적인 지역문화 콘텐츠를 개발하는 데 더 목적이 있다고 봐요. 초점이 지역특화에 있는 거죠. 우리 지역의 문화자원을 토대로 프로그램을 기획하고 관내 단체들과 같이 협업해서 뭔가 할 수 있는 그런 사업인 것 같습니다.” - 지역특화 프로그램 지자체

**▷ 문화가 있는 날 브랜드(인지도) 자체가 차별점**

“저희는 문화가 있는 날 하면 사실 브랜드화가 잘돼 있다고 자체적으로 생각하거든요. 이름이 너무 좋아요. 브랜딩이 잘됐다고 느껴지거든요. 그런 것들이 좀 차별점이라고 생각이 들고요.” - 문화기반시설 주관기관

“문화가 있는 날은, 그날에 해야 한다는 인식을 줬기 때문에, ‘오늘 문화가 있는 날이니까 행사에 참여해볼까, 시간 나면?’ 이런 식으로 시민들이 생각할 수 있기 때문에 좋아요. 사람들은 날을 지정해서 문화 활동을 하지는 않거든요. 그런데 이사업이 2014년부터 쪽 했기 때문에, 사람들 머리 안에는 매월 마지막 주 수요일은 문화가 있는 날이라는 인지도가 조금 있다는 거죠.” - 문화기반시설 주관기관

**▷ 문화 행사의 선도성(타 사업의 개런티, 공연회수 등 가이드라인 제시)**

“차별성보다 사실 선도성이죠. 이전의 버스킹 공연이라고 하면 개런티가 없는 곳도 많고, 예술가 단체에서도 제 값어치라는 개념이 없이, 아니면 예술가들이 지원하는 형태의 공연이 많았습니다. 청춘마이크 사업을 처음 만들었을 때 예술가들에게 가장 각광 받았던 것은 공연회수와 개런티, 약기의 사용 등에 대한 명확한 기준점이 자리잡기 시작했다는 점이었습니다. 향후 후발주자들도 이런 가이드라인의 혜택을 누리게 되었으니 다른 부분에서도 좋은 점들을 발전시킬 수 있었으면 좋겠습니다.” - 청춘마이크 주관단체

**▷ 원하는 시간/장소에 원하는 내용으로 공연**

“정해진 시간에 원하는 공연을 스스로 찾아 그곳으로 가서 관람하는 일반적 문화향유 사업과 다르게 생활속 문화활동 지원사업은 수혜자가 있는 현장으로 원하는 시간에 원하는 내용의 공연이 찾아온다는 아주 큰 차별점이 있습니다. 그 차별점은 곧 만족도와 연결되며 이는 오히려 고마움과 재방문의 기대까지 발전되었습니다. ‘문화가 있는 날’ 나

스스로 시간과 발품을 들여 찾아다니며 스스로 문화로 즐기는 것과 다르게 '문화가 있는 날'에 나에게 찾아오는 맞춤형 선물 같은 시간이기 때문입니다." - 생활 속 문화활동지원 주관처

▷ **(한계점) 사업 초기와는 달리 유사사업이 많이 생겨나서 차별화 어려워**

"생활문화동호회 사업하고 동호회 활성화 지원사업이나 문화이모작 사업이라든지 이런 다른 사업들하고 굉장히 성격이 유사하고 중복되는 측면들, 그러니까 굉장히 목표나 기획 의도는 다른데 현장에서 이루어지는 형태들이 굉장히 유사성이 보인다는 한계도 있다고 생각합니다." - 정책 전문가(문체부/지역문화진흥원 사업)

"문화가 있는 날 사업 말고 또 하는 것도 되게 많아요. 문화예술인 소외지역 지원사업 있어요, 문체부에서 하는. 그래서 그 지역에 문화예술단체가 섬에 가서 공연해 주고 학교에 가서 공연해 주고 이런 사업이 따로 있어요. 그러니까 이것을 안 하면 소외지역이 문화향유를 할 기회가 없다? 아니에요. 문화가 있는 날 사업이라고 다른 사업과 별 차별화 안 된다. 왜냐하면 이미 소외지역을 대상으로 한 사업은 되게 많이 하고 있어요." - 정책 전문가(문체부/지역문화진흥원 사업)

"저는 이게 제가 하고 있는 문화가 있는 날에 같이 포함되어있는 사업이기는 한데 문화가 있는 날 사업이 어디까지 얼마만큼 하고 있는지는 잘 모르겠어요. 이것도 저것도 다 문화가 있는 날 같고 그 안으로 계속 많이 없어진 것 같은데 뚜렷이 그 사업이 문화가 있는 날 사업인가? 이것은 잘 모르겠어요, 다른 지역 사업하고도 많이 섞여 있어서..." - 정책 전문가(문화기반시설)

"처음 시작할 때와 달리 지금은 각 지역을 찾아가는 공연들이 너무 많이 생겨났고, 그래서 청춘마이크는 그들과 다른 뭔가의 차별성을 계속 고민하는 것 같아요. 이걸 기획자와 예술가들이 더 발전해야 할 지점이라고 생각합니다" - 청춘마이크 주관단체

○ 문화가 있는 날 기획사업의 장점

- 문화가 있는 날 기획사업의 장점으로는 지역 특성이 반영된 문화예술 활동으로 소통(관심) 증대, 재정지원을 통한 지속적인 문화예술 활동 보장, 기관(단체) 홍보 및 역량 강화 기회로 활용 등에 대한 긍정 인식이 높았음
- 이외에도 성과 등 강요하지 않는 자율성이 보장된 문화사업, 실버 세대들에 대한 재창조 기회 제공이라는 인식 등이 있었음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업의 장점은 무엇이라고 생각하십니까?

▷ **지역 특성이 반영된 문화예술 활동으로 소통(관심) 증대**

"일반 시민들이나 주민들의 일상생활 속에 깊이 녹아들어서 콘텐츠화되고 이런 것들이 다른 사람들과 나누어질 수 있는 좋은 사업이라고 생각하고요. 저희도 그 방향에 맞춰서 진행하다 보니 특정한 예술 장르를 기반으로 하는 사업들과는 다르게 지역민들과 더 가까이에서 밀접하게 소통하는 장점이 있다고 생각하거든요." - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

"OOO의 문화의 날 사업도 비슷한 형식의 공모사업인 것 같더라고요. 그럼에도 불구하고 차별성이라고 느끼는 게

어쨌든 지역특화라는 게 명시되어 있기 때문이에요. 차별성이 있어야 지역에 대한 관심도 높고요. 지역이 할 수 있는 것들이 좀 있으면 아무래도 더 좋죠.” - 지역특화 프로그램 지자체

“지역문화 사업을 이끌 수 있는 주체들을 발굴하고 그분들이 경험을 통해서 스스로 동기를 어느 정도 수준까지 끌어올릴까가 목표였습니다. 대상을 특정하게 타겟팅하지는 않았고 대상은 계속해서 확대되고 있는 것 같아요. 그런데 여러 사업들을 해오면서 이 반경들이 넓어지고 있는 거죠. 결국은 주체가 바뀌는 것은 크게 상관없어요.” - 지역문화 콘텐츠 특성화

“저희가 마음대로 기획할 수 있다는 장점이 있습니다. 다른 사업들은 대상이 국한되어 있거나 그 안에서 해야 한다는 제약이 있지만 문화가 있는 날은 지역에 맞게끔, 그달에 맞게끔 할 수 있는 것들이 있어서 저는 좋은 것 같아요.” - 문화기반시설

“전국 문화회관에서는 어쨌든 지원을 하고 있기 때문에 굳이 한 곳에, 수도권에 보통 문화가 집중되어 있는데 전국 단위로 하면서 조금 소외되어있는 지역에 힘을 실어줄 수 있다는 것은 장점인 것 같아요.” - 정책 전문가(문화기반시설)

“자유롭게 지역민의 눈높이에 맞춰서 새롭게 시도할 수 있는 그런 부분들이 장점인 것 같고요.” - 지역특화 프로그램 참여단체

“그 지역에 있는 기획단체, 예술단체, 문화 주체 생산자들에 대한 기회와 예산 투입 이런 것들이 굉장히 긍정적으로 작용했죠. 분명히 그들이 활동할 수 있게 하고 모이게 하고 시도할 수 있게 하는 것은 분명히 있는 것 같습니다. 문화에 숭생대계 기획 쪽에서도 어느 정도 긍정적 영향을 작용한 것은 분명한 사실입니다.” - 정책 전문가(문체부/지역문화 진흥원 사업)

“지역이 가지고 있는 고유한 것을 활용하면서도 사업을 추진함에 있어서 종합적인 연계성이 바탕이 되는 기획과 운영, 그리고 재정적인 지원을 통해 더 다양한 문화콘텐츠를 지역민들에게 제공할 수 있는 것이 장점이라고 할 수 있습니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

#### ▷ 상대적으로 높은 재정지원을 통한 지속적인 문화예술 활동 보장(일자리 창출)

“일단 활동 지속성이 보장되죠. 아티스트 1명이 5회에 350만 원을 받는데 사실 엄청 큰돈이거든요. 예술 활동을 포기하지 않게 해 주는 하나의 버팀목이 되어주죠. 그렇게 문화예술의 활성화에 기여를 한다고 보고 있어요” - 청춘마이크 주관단체

“청춘마이크 같은 사업이 없어요. 00권 같은 경우는 국악팀을 위한, 클래식팀을 위한 사업들은 되게 많은데 대중음악을 위한 그리고 다른 전방위적인 예술 사업을 위한 그런 사업은 되게 부족한걸로 알고 있어요.”

“다른 비슷한 사업 중 청춘마이크는 출연료가 높은 편이어서 만족도가 큰 편입니다. 연간 5회까지 참여할 수 있고 또 매년 참여할 수 있어 좋습니다.” - 청춘마이크 공연팀

“나이 60이 넘어가면 사회에서 명퇴를 하거나 약간 소외되는 느낌이 있거든요. 그런데 음악이라는 전문성을 계속해서 할 기회를 줬다는 점, 또 하나는 돈이 크든 많은 일자리 창출과 관련해서도 크게 기여했다는 점에서 큰 장점이 있어요.” - 실버마이크 공연팀

“지원금의 경우도, 많이 주면 좋겠지만 다른 사업에 비해서 솔직히 말씀드리면 많이 주시는 편이에요.” - 실버마이크 공연팀

#### ▷ 기관(단체) 홍보 및 역량 강화 기회로 활용

“일단 말씀하셨듯이 브랜딩이 잘돼 있어요. 최근에 모니터링 간 미술관에서 이 사업을 하게 돼서 너무 좋다고 하시는 거예요. 왜냐하면 그 미술관 같은 경우에는 다른 사업을 하나도 못하는데 이런 사업을 하나 함으로써 미술관을 홍보할 수 있는 길이 열리는 거거든요. 그렇기 때문에 항상 미술관들은 그런 홍보할 수 있는 창구에 대해서 많이 생각하고 있어요.” - 문화기반시설 주관기관

“관들의 환경이 굉장히 열악한데 이 사업을 홍보수단으로 활용한다든지, 사실 이 지원 사업들이 현실적으로 그들에게 뭔가 재정적인 도움이 되는 것은 아니지만, 여러 가지 역량도 키우고 다양하게 홍보도 해보시고 여러 가지 시도들을 해보시면서 결과적으로는 그런 기반을 마련하게 되는 거죠.” - 문화기반시설 주관기관

“사전 협의된 기관 단체의 내부 사정과 일정으로 프로그램 참여를 못하고 다른 단체와 기관들을 찾아야 하는 경우가 있었는데 일정이 촉박해서 힘든 부분도 있었지만 문제 해결 역량을 키울 수 있었고 단체와의 교섭 및 소통 노하우를 쌓을 수 있어서 좋은 배움의 계기가 되었다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“저희가 문화예술활동을 통해서 얼마든지 책과 연계도 할 수 있고, 그다음에 동아리도 만들 수 있고, 주민조직도 만들 수가 있어서 한번만 하고 문화가 있는 날이 끝나는 게 아니고 그걸로 동아리도 만들고, 주민조직에서 자원활동가도 발굴하고 얼마든지 마을공동체 상에서의 문화가 있는 날에 영향을 줄 수 있다고 생각을 합니다.” - 문화기반시설 참여시설

“문화가 있는 날 타이틀 자체로 브랜드가 좋아요. 너무 활용하기 좋은 브랜드라서 그것을 최대한 활용하고 싶은 욕심이 있고요. 문화가 있는 날이 선정된 해에는 연계된 다른 사업들을 엮어서 같이 진행할 수 있어요.” - 문화기반시설 참여시설

#### ▷ 성과 등 강요하지 않는 자율성이 보장된 문화사업

“저는 문체부나 산하 기관의 사업만 진행한 게 아니라 국토부나 농림부 사업들도 진행을 했었어요. 제가 이 사업을 평가하는 첫 번째 이유는 성과를 강요하지 않는다는 점이에요. 이 사업은 1년 차가 됐든 2년 차가 됐든 실패를 어느 정도 용인해 주고, 실패를 바로 잡고 방향성을 다시 잡을 수 있도록 서포트를 해 준다는 점에서 높게 평가하고 싶어요.” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

“프로그램을 통해 지자체가 행사 기획 및 내용에 있어 다른 지원사업과는 달리 지역 특성에 맞게 자유롭게 진행하는 자율성이 보장된다는 점이 큰 장점입니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“운영의 자율성이라기보다는 그 프로그램 기획할 때 그게 저희가 도전하고 실험할 수 있는 것들을 적용해 보는 게 장점이에요.” - 지역특화 프로그램 참여단체

“장점은 앞에도 잠깐 말씀드렸는데 사업추진에 있어서 이런 제한요소가 많이 없다는 게 가장 큰 장점일 것 같고요.” - 정책 전문가(문화기반시설 사업)

#### ▷ 실버 세대들에 대한 재창조 기회 제공 등 배려

“저는 나이를 제한해 주셔서 너무 감사해요. 어르신들이 아무리 실력이 뛰어나다 한들 새로 올라오는 청년들이나 중년들과 똑같은 곡으로 경쟁하긴 쉽지 않죠. 그런데 나이를 이렇게 정해 주시니까 우리만의 색깔로 할 수 있는

계 있는 것 같아요.” - 실버마이크 공연팀

“노인들이 할 일 없이 있다가 재창조의 기회가 생겼으니, 이게 어떻게 보면 징검다리가 되는 거거든요. 저 같은 경우도 올해 두 곡 정도를 작사·작곡을 해서 음원 발매도 했는데 이게 징검다리가 된 것은 확실합니다. 금전적인 도움이 됐고요.” - 실버마이크 공연팀

#### ○ 문화가 있는 날 기획사업의 단점

- 문화가 있는 날 기획사업의 단점으로는 사업 특성에 따른 시기/기간/장소 등의 제약과 조율의 어려움, 한정된 예산 집행의 경직성과 지원예산의 현실화 미흡 등에 대해 공감하고 있었음
- 이외에도 문화행사의 무료 인식화 우려, 타 문화사업과의 유사/중복성, 문화소비 주체로서의 자기주도성 배제, 사업 방향성 모호, 트렌드에 맞지 않는 모델 등의 일부 의견이 있었음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업의 단점은 무엇이라고 생각하십니까?

#### ▷ 문화가 있는 날 사업 특성에 따른 시기/기간/장소 등 제약

“다느끼실 것 같은데, 일단 문화가 있는 날이 수요일에 진행되는데, 저희가 20개 권역을 담당하기 때문에 00지역 곳곳을 가다 보면 사실 관객을 만나기 쉽지 않습니다. 문화가 있는 날을 굳이 수요일로 정한 점, 하얏트 수요일을 꼭 꺼서 해야 되는 것이 제일 단점이라고 생각해요.” - 청춘마이크 주관단체

“어쩔 수 없이 다중밀집지역을 가려는 경향이 생긴 것 같아요. 수요일에 특정 장소를 찾아가봤는데 관객이 별로 없으니 이것은 아닌가 싶어서 결국 다중밀집지역을 찾게 되는 거죠.” - 청춘마이크 주관단체

“문화가 있는 날 주간에 행사를 진행해야 한다는 시간적 제한이 가장 큰 단점이지요.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“수혜자에게는 장점으로 작용하지만 사실 운영단체에서는 대상자와 공연팀 사이 일정을 조율하는데 문제가 느껴졌습니다. 일정을 잡아놓은 상태에서 여러 환경적인 이유로 일정에 변경이 생기는 경우가 발생하고 그럴 때마다 새롭게 일정을 조율하는데 상당 시간이 소요되었습니다. 맞춤 공연이라는 특성에 발생될 수 밖에 없는 단점이라고 생각합니다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“꼭 그 시간대에, 그 기간대에 진행을 해야 된다는 물리적인 어떤 시간적 한계에 대한 부분들은 있었던 것 같고요. 그것 외에는, 그러니까 이게 어떤 기간을 두고 지속할 수 있는 사업이라기보다는 한 달에 한 번 반짝하는 사업처럼 느껴지기 때문에 사업의 틀거리 자체가, 형태 자체가 축제형이라든가 뭔가 이벤트형으로 밖에 만들어질 수 없는 그런 한계점이 있었던 것 같아요. - 정책 전문가(문체부/지역문화진흥원 사업)

#### ▷ 한정된 예산 집행에 있어서의 제약(경직성)

“콘텐츠 특성화사업의 장점은 전업 예술인이나 전문예술인들이 프로젝트에 투입되어서 그분들의 역량을 많이 담아

낼 수 있다는 게 가장 큰 장점이거든요. 그런데 그분들은 이 일이 직업이잖아요. 제가 느끼기에는 예산 범위에서 집행할 때 몇 가지 제약 때문에 필요한 대로의 지출이 안 되는 부분이 있어요, 그 부분이 조금 아쉽습니다.” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

“기초지자체의 중간 지원조직은 사실 예산을 받으면 무조건 절차대로 절차에 의해 해결해야 되는 상황들이 있거든요.”  
- 생활 속 문화활동지원 주관처

“공모 자체가 5회 이상 행사를 풀어서 하다 보니까 예산이 늘 한정되어있는 범위 내에서 해야 되고, 기존에 주변에서 하고있는 행사들이 묻혀버리고 잘 뭐가 뭔지 구분이 안 되는 부분도 없지 않아 있는 것 같습니다. 예산 사용이나 이런 부분에 있어서 자율성은 없죠.” - 지역특화 프로그램 참여단체

### ▷ 공연 등 지원 예산의 현실화 미흡

“이게 사실 예산 부분이 제일 힘든 것 같아요. 뭐냐 하면 사실 행사할 때 제가 음향, 라이브, 카메라 모든 것을 다 담당을 해요. 실제로 어느 정도 기술 파트에 있는 분들을 하려면 안 맞아요. 예산 부분들이 안 맞고 그래요.” - 실버마이크 주관기관

“결국 그게 정해진 예산에서 그 정도의 사람들밖에 부를 수 없기 때문에 만들다 보니 공연들이 크게 차별화가 되지는 않아요. 그래서 저는 프로그램의 다양화를 위해서라도 예산 부분은 필요한 것 같고...” - 정책 전문가(문화기반시설 사업)

“아무래도 예산이 크지 않다 보니까 저희 같은 경우는 공연 프로그램을 위주로 하는데 솔직히 지금 나온 예산으로는 좋은 퀄리티 공연을 올리기가 힘들어요. 그래서 기관들 입장에서도 계속 그런 말이 나오고 있고, 예산적인 부분이 조금 적다는 거죠.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

### ▷ 문화행사의 무료 인식화는 장기적 측면에서 우려스러운 점

“체험비를 받는 분들도 있겠지만 저희는 거의 무료거든요. 문화가 있는 날에는 할인도 해 주고 다 해줘요. 그러니까 이게 자칫 문화를 즐기는 행위 자체가 너무나 무료로 익숙해지게 만드는 것 아닐까? 하는 우려는 조금 있는 것 같아요.” - 문화기반시설 주관기관

“000은 사실 정부지원금을 받아서 하는 사업이다 보니까 참여자들이 무료 공연이나 무료 프로그램에 너무 익숙해져 있어요. 그게 사실 문화산업 기반 쪽에서 전체적으로 봤을 때는 좋지 않은 형태라고 보고 있고요.” - 문화기반시설 주관기관

“모든 기관이 다 돈으로 흘러가니까 실제 시장 구매력이 전혀 없어지고 그러니까 기획자가 됐든 예술가가 됐든 내가 돈을 벌어야 되는데 이 공공지원금 받아서 그 알량한 기획비, 인건비 몇 푼 받는 것 말고는 먹고 살 길이 없어요. 그러니까 딱 이 지원금 받는 만큼만 사업하고 떠날 수밖에 없지요. 이것을 통해서 지역에서 사업이 힘든 거예요. 왜? 주민들도 다 고파거든요. 더군다나 참여해 주는 것을 고마워해야 되는 상황이란 말이에요.” - 정책 전문가(문체부/지역문화진흥원 사업)

“저도 이것에 대한 정확히 정의를 내릴 수는 없지만 무료이기 때문에 좋다. 그런데 반면에 무료이기 때문에 안 좋다는 것을 아마 현장에서 다 느끼실 거예요.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

### ▷ 타 문화사업과의 유사/중복성

“문화체육관광부에서 문화가 있는 날 사업을 주관하잖아요. 그 사업을 더 활성화시키기 위해서 지자체에서 지원해 주는 공모사업이다. 그 정도로만 이해하고 있어서 상세한 목적까지는 모르겠습니다. 일반 지자체 사업하고 민간 사업하고 내용이 너무 유사해요. 말 그대로 특화프로그램인데 너무 유사해서 구분이 안 갑니다.” - 지역특화 프로그램 지자체

“결국 내용은 타 공연이나 전시하고 차이가 많이 안 나요. 저희 같은 경우는 타 자치구 문화재단하고 중복된 경우가 많아요. 지역특화 프로그램 사업내용이 실제적으로는 공연 전시 말고 다른 콘텐츠가 들어갔으면 좋겠어요.” - 지역특화 프로그램 지자체

### ▷ 문화소비의 주체로서 자기주도성 배제

“국민들 문화향유 기회 확대라고 했는데 왜 향유기회 확대라고 했냐면 공급을 해서 많이 볼 수 있게 한다라는 개념이 먼저 그게 머릿속에 박혀 있는데 이 사업은 사실은 향유, 소비의 주체로서의 자기 주도성이, 지금 중요한 요소가 전제에서 빠진 것 같아요.” - 정책전문가(문체부/지역문화진흥원 사업)

“민간의 선수들이 모일 수 있는 기회가 가장 큰 장점임에도 불구하고 이들이 계속 고민을 해야되는 것은 주민 참여에 대한 목적성이 같이 들어가 있다 보니까 사실은 기획자들과 지역에 있는 선수들이 모여서 으쌰으쌰해보는 그 기회보다는 끊임없이 의지도 없고 어디에 계신지 모르는 주민들을 끊임없이 찾아내야 하는 그 딜레마 때문에 이것도 안 되고 저것도 안 되는 상황이었던 것 같아요.” - 정책전문가(문체부/지역문화진흥원 사업)

### ▷ 사업 방향성(사업 대상 등)에 대한 정립 필요

“아직은 부족한 부분이 있다고 생각을 하고요. 대상자의 범위가 모호한 부분이 있다고 생각합니다. 물론 진짜 은퇴하시고 이것을 통해서 삶을 이끌어가시는 분들도 분명히 있으시지만 아직은 본인의 생업을 가지고 이것을 단순히 취미생활 정도로 하시는 분들이 더 많다고 느껴졌어요. 그래서 해도 그만 안 해도 그만 정도의 사업이라 과연 그분들에게 이게 삶의 의욕을 끌어올리고 이 사업 자체에서 참여자분들한테 주고자 하는 의미를 제대로 주고 있는지는 사실 아직 의문점이 좀 있는 것 같고, 그래서 그런 대상자의 범위를 확실하게 개념을 정립을 해서 뽑을 때 그런 수혜를 제대로 받을 수 있는 분이 뽑혔으면 좋겠다는 생각이 있습니다.” - 실버마이크 주관기관

“초기 실버마이크 사업 설계에 대해 방향성에 오해가 있었습니다. 60세 이상 동호회 대상 사업으로 홍보가 되었으며, 많은 동호회 분들이 참여한 것 또한 현실입니다. 기존 생활문화동호회 사업과는 분명한 차별력이 필요합니다. 일반 전문예술가에게도 지원할 수 없는 높은 공연사레비이기 때문에 전문성을 기본으로 전제하여야 한다고 생각합니다.” - 실버마이크 주관기관

### ▷ 트렌드에 맞지 않는 모델

“지역주민들 문화향유를 촉발시키기 위한 사업으로서 이미 수명을 다 했다. 지역주민들은 그렇게 불특정 다수를 대상으로 해서 중간에 단체나 재단이나 이런 것을 끼워서 이렇게 그냥 공급하는 식의 문화정책은 이미 그런 것은 국민들의 수준에 맞지 않는다.” - 정책전문가(문체부/지역문화진흥원 사업)

“문화가 있는 날 사업을 왜 시작했는지는 아마 다 아실 거예요. 처음에는 굉장히 획기적이었죠. 신선해 보였고, 그리고 취지가 이렇게 일단 공급을 하면, 공급을 많이 해서 향유를 많이 보면 뭔가 문화적 자발성이 생기려니 했죠. 이미 자발적으로 할 수 있는 사람은 충분히 자발적으로 할 수 있는 상황이 됐는데 여전히 문화가 있는 날 사업은 국민들은 문화를 자발적으로 할 능력이 별로 없기 때문에 우리가 많이 던져줘야 돼. 그래야지 국민들이 자발성이 생긴다는

것을 전제로 깔고 있는 사업이 이 사업이에요. 그러니까 이게 현재 트렌드에 안 맞다는 거죠. 10년 전에는 맞았을 수도 있어요. 그런데 지금은 그것은 아니야. 그 프레임을 바꿔야 되는데...” - 정책 전문가(문체부/지역문화진흥원 사업)

## □ 사업 만족도

### ○ 문화가 있는 날 기획사업의 만족도

- 문화가 있는 날 기획사업에 대해 전반 만족하는 상황으로 수준 높은 프로그램과 관람객(주민)의 좋은 반응에 대한 보람, 사업 설계나 운영에 대한 만족, 타 사업 대비 제약이 많지 않아 사업 수행 부담이 적다고 인식하고 있음
- 불만족 요인으로는 소통의 어려움, 공연 등 일정 조정의 어려움, 사업을 바라보는 시각의 차이, 변화에 대한 고민이 없다는 점, 운영비용의 현실화 등의 일부 의견이 있음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업에 만족하시는 이유는 무엇입니까?

#### ▷ 수준 높은 프로그램과 관람객(주민)의 좋은 반응, 사업에 대한 보람을 느껴

“재단에서의 올해 실버마이크 사업은 전반적으로 만족합니다. 어르신들의 자긍심도 고취되고 공연 활동을 통해 마음의 행복함이 느껴진 사업입니다. 사업 초기에는 ‘과연 어르신들이 끝까지 잘 해내실 수 있을까?’ 하는 생각에 내심 불안했습니다. 행사가 진행되면 진행될수록 공연팀들의 연대와 네트워크는 끈끈해졌고, 낙오자 없이 사업이 진행되어 공교롭게도 공연비 예산이 부족 상태가 되었는데요. 인건비와 운영비를 절감하여 공연비로 편성하였고, 지역문화진흥원에서 제시한 기준에 부합하게 사업이 잘 마무리되었습니다. 매우 만족합니다.” - 실버마이크 주관기관

“사업 초반에는 실버공연팀과 함께 공연을 잘 꾸려나갈 수 있을지 많은 고민과 걱정이 없었던 것은 아니었습니다. 실버공연팀들이 불편함 없이 무대에서 공연을 잘 진행할 수 있도록 어떻게 준비하고 서포터 해야 할지? 많이 고민하였던 시간들이었습니다. 첫 공연이 진행되고 작은 문제점들은 발생하였지만 실버공연팀들의 협조로 계획에 차질 없이 공연이 진행되었습니다. 공연이 계속될수록 실버공연팀과 손발이 맞춰지면서 더 좋은 공연을 관객들에게 선사할 수 있었습니다.” - 실버마이크 주관기관

“올해 저희는 지역문화복합공간을 활용하여 시민이 직접 예술가가 되어 작품 전시를 하고 많은 시민들이 참여하는 이어그리기 챌린지, 토크콘서트, 지역 예술작품을 경매하는 아트페어 등 굉장히 많은 프로그램들을 운영하여 지역민들의 접근성, 프로그램의 다양성, 사업 발전 가능성들을 느낄 수 있는 한해였습니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“주민들의 호응도가 좋았고 접근성이 높은 쪽으로 진행해서 실제로 수혜자들의 만족도가 높기도 했고요. 그리고 참여 단체들의 역량이라든지 경력이 계속 쌓이다 보니까 다른 사업을 할 때도 도움이 되는 것 같습니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“프로그램을 준비하면서 준비자들과 참여자들은 아무래도 애착도 많이 가고 정도 많이 가는 부분들이 있어요. 거의

준비하면 밥세는 경향이 사실 많이 있거든요. 심심하면 밥세요, 그냥. 그래서 준비하시는 분들 참여하시는 전반적인 점수는 저는 100점을 주고 싶다. 왜냐하면 정이 진짜 많이 가거든요. 서로 간에 옥신각신하는 부분들도 있고, 그 행사가 정말 성공리에 끝나고 나면 진짜 우리가 뭔가를 해냈다는 어떤 행복함 이런 것들이 사실은 진짜 존재하는 것 같아요.” - 지역특화 프로그램 참여단체

“자체 만족도 조사를 했었는데요. 00권역 공연의 만족도가 매우 좋음이 45.2%였고, 좋음이 37.5%로 과반수 이상의 만족을 받았습니다. 그리고 다음에 추후에 실버마이크 공연을 다른 분에게 추천하실 의향이 있느냐라는 질문에는 96.2%가 예라고 대답을 해주실 만큼 관객들의 만족도는 매우 좋은 편이었고요. 참여하시는 선생님들도 이 사업을 통해서 내 삶을 조금 더 고취시킬 수 있었고 공연을 앞으로 어떻게 해야될지에 대한 자신감도 얻을 수 있었고 성장할 수 있는 계기가 됐었던 것 같다는 공통적인 의견들이 있었던 것만큼 만족도 자체는 굉장히 높았다고 봅니다.” - 실버마이크 주관기관

“참여했던 분들이 내년에도 이것을 또 합시다. 토크콘서트라든가 주민들이 다 내가 생각하는 00다음은 이런 거예요. 이러면서 스피치 교육도 시켜드리고 실제 토크콘서트를 했는데 어떤 유명한 강사를 초빙한 것보다 굉장히 만족도가 있었고, 그분들이 후속 모임을 만들어서 얘기들도 하시고 하시는 부분들에 있어서 저는 올해 저희가 진행한 것들에 굉장히 의미가 컸다고 봅니다.” - 지역특화 프로그램 참여단체

**▷ 사업 설계나 운영은 만족스러운 수준**

“사업의 설계나 운영은 상당히 만족스럽습니다. 이게 지자체를 중간 지원조직으로 두고 지자체에서 알아서 관리해. 알아서 지역에 맞는 사업을 만들어. 그리고 문체부에서는 지원이라든지 기획이라든지 운영 부분에 대한 자율성을 충분히 배려를 해 주고 사업을 선정할 때도 얼마나 이 사업이 참신하냐, 아이디어가 좋냐, 그다음에 시민들에게 얼마나 큰 새로운 방식으로 다가가는냐를 평가할 때 많은 지표로 넣는 것 같아요, 다른 사업들에 비해서. 그 부분은 상당히 좋아요.” - 지역특화 프로그램 참여단체

“실버마이크로 인해서 정말로 저한테는 큰 선물을 받았다고 저는 생각하면서 아무튼 주어진다면 열심히 할 것입니다. 감사합니다. 한 장소에만 19~20개 되는 팀을 관리하는 것 자체만으로도 그 수고를 높이 평가합니다. 그저 감사하다는 말씀밖에 못 드리겠어요.” - 실버마이크 공연팀

**▷ 제약이 많지 않아 사업 수행 부담이 적어 Good**

“이게 약간 월마다 1회로 딱 끝나는 상황들의 사업들이잖아요. 1년에 저희 같은 경우는 약 1,000만원 예산을 주고 3회 이상은 꼭 하라고 하고 있어요. 그럼 3회 정도 행사하는 것으로 끝나면 크게 제약이 없고 이런 식으로 단발로 치는 것에 대해서는 현장에서는 크게 부담을 느끼지는 않는 거죠.” - 문화기반시설 주관기관

“저희 같은 경우에는 협회에서 일을 참 잘했구나라는 생각이 드는 게 000협회에서 배너도 각 000마다 이름 붙여서 다 만들어서 다 내려 보내줬고, 행사사무도 다 해줬어요. 그다음에 작가님들, 문화예술인 선생님들 페이 지급해드리는 것도 중앙에서 다 했습니다. 그래서 행정상으로 우리가 해야되는 것들이 많이 없다 보니 너무 편한 사업인 거예요. 그러면서 효과는 정말 좋은 사업이라고 생각합니다.” - 문화기반시설 참여시설

○ 문화가 있는 날 기획사업 관련 좋았던(인상 깊었던) 공연

- 문화가 있는 날 기획사업 관련 좋았던(인상 깊었던) 공연에 대해서는 공연 현장에서 의 감동적인 관객 반응(공연을 통해 관객과 소통)과 공연하기 좋은 장소와 날씨 등 공

연 분위기에 대한 인상이 깊었던 것으로 보임

**Question** 문화가 있는 날 기획사업 참여 중 가장 좋았던(인상 깊었던) 공연은 무엇입니까?

**▷ 공연 현장에서의 감동적인 관객 반응(공연을 통해 관객과 소통)**

“2주 전에 굴밭에서 공연했거든요. 굴 따러 오신 분들도 있고 카페 2층까지 앉아서 볼 수도 있고 관객분들도 꼭 찻고 낄씨도 너무 좋았고, 다 같이 노래하고 떠들고 이렇게 앞에서 소통을 하니깐 너무 기분이 좋았어요. 목요일이었어요. 평일이었어요.” - 청춘마이크 공연팀

“공연을 했을 때 000 선생님이 마지막 순서였는데 공연이 되게 잔잔하고 감동을, 여운을 줄 수 있는 공연이었어요. 뒤에서 어떤 한 관람객 선생님이 눈물을 흘리시는 모습을 보고 그것도 되게 담당자로서 너무 부듯했구요.” - 실버마이크 주관기관

“마지막 공연을 했을 때 다른 공연이 다 끝나고 나서 어떤 젊은 여자분이 가시더니 저도 피아노 치는 사람인데 오늘 공연 너무 잘 봤다고 혹시 어디서 제가 볼 수 있느냐? 유튜브를 하시는 게 어떠시냐 하면서 그것에 대해서 서로 주고받는 모습도 되게 좋았고, 끝나고 나서 관람객이 오셔서 자기가 여기서 공연을 봤던 것 중에 오늘 공연이 제일 좋았다. 오늘 이 공연 하나로 오늘 하루가 너무 행복해졌다고 말하셨을 때 그런 점들이 가장 기억에 남습니다.” - 실버마이크 주관기관

“페스티벌에서 공연하고 내려오니깐 울컥하더라는 얘기를 하는 사람들이 엄청 많아요. 왜냐하면 우리도 저 나이가 돼서 저렇게 할 수 있을까? 이런 생각을 할 때 울컥하고, 사회 보던 청년예술가도 그렇게 얘기를 하더라고요. 자기들도 저 나이가 돼서 자기 노래로 이런 무대를 만드는 그 기분이 어떨까 하는 생각을 하니깐 자기도 눈물이 흐르더라는 거예요.” - 실버마이크 공연팀

“장애인복지시설에 다녀왔는데 코로나 때문에 공연을 그동안 거의 3년 동안 안 하다가 오랜만에 저희 첫 공연을 시작했다고 해요, 이분들이 이런 공연의 기회가 없다는 저희 트로트 공연에서 다 같이 일어나셔서 춤추고 노시는 모습을 보면서 거기 복지시설 담당자분들도 저희한테 감사하다고 이런 공연을 해주셔서 오랜만에 이분들이 신나게 노셨다고 하면서 그렇게 말씀해 주시는 부분도 굉장히 부듯했습니다.” - 실버마이크 주관기관

“000병원 로비에서 공연했거든요. 로비가 접수를 하는 곳이라 너무 사람들이 혼잡할 것 같아서 걱정했는데, 생각 외로 공연하기 딱 좋게 사람이 많고 밀집되었어요. 그래서 그 공연이 성황리에 잘 끝났어요. 000병원 로비가 넓거든요. 거기에서 공연했는데 병원 측에서 너무 좋아했었어요. 환자들도 나와서 다 보고 박수도 치고 호응도가 높았어요. 그런 장소는 진짜 좋더라고요.” - 실버마이크 공연팀

**▷ 공연하기 좋은 장소와 날씨, 공연 분위기 최고**

“토요일 4시경에 대형 카페 야외에서 공연을 한 적이 있었는데, 그날이 가을 무렵이어서 낄씨가 너무 좋았고 카페다 보니까 사람들이 휴식을 하러 온 공간이다보니까 이미 기분이 좋은데 음악까지 들을 수 있다고 생각하다 보니까 확실히 사람들 표정도 좋고 반응도 다른 것 같았어요. 그런 장소와 시간과 낄씨가 딱 맞아떨어지면 좋죠.” - 청춘마이크 공연팀

“00공원에서 했는데 그때도 저녁에 했어요. 확실히 다들 식사하시고 가족들, 연인들도 많이 오고 그냥 지나가다가

소리가 들리니까 오시는 거예요. 공원에서 하는 공연이 진짜 좋아요. 저녁 5~6시부터 해서 그것은 확실히 많이 오시더라고요.” - 청춘마이크 공연팀

“00지역은 구별로 기관 연계하여 공연을 추진하였습니다. 특히 노인복지관 연계 사업은 언제나 분위기나 만족도가 높았습니다. 실버세대 간의 공유할 수 있는 정서나 동류의식이 있다 보니 어느 계층 누구를 만났을 때보다 정서적 교감이 높아서 성공적인 공연이 되었습니다.” - 실버마이크 주관기관

## ○ 문화가 있는 날 기획사업의 문제점(불만족한 점)

- 문화가 있는 날 기획사업의 문제점(불만족한 점)으로 공연 등 일정 조정의 어려움(융통성 필요), 낮은 인지도 및 홍보 부족, 소통의 어려움, 사업 변화에 대한 인식, 운영비용의 현실화, 사업을 바라보는 시각의 차이 존재 등의 부정적인 인식을 갖고 있음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업에 불만족하다면 어떤 점에서 문제가 있다고 보십니까?

### ▷ 공연 등 일정 조정의 어려움

“문화가 있는 날 기간이 한주로 한정되어 있습니다. 시민들을 많이 만날 수 있는 주말에만 추진할 수 없기 때문에 공연자와 관객 컨디션을 모두 고려한 최고의 공연을 추진하기 어려웠습니다. 평일은 기관과 협력하여 관객 모객 가능한 방안을 선택하였으나, 상위기관에서는 특정 기관과 협력하는 방법에 대해 우려를 표하였습니다.” - 실버마이크 주관기관

“지역특화 프로그램은 문화가 있는 날 주간에 진행해야하므로, 태풍 등 돌발적인 변수 발생으로 인한 연기 등을 결정해야 할 때 행사 관련 업체 등의 일정 조정 등의 어려움이 있습니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“그런데 꼭 문화가 있는 날을 매월 수요일이 있는 마지막 주일을 정해서 하니까 공연하는 장소 물색하는 것에 애로가 있는 것 같더라고요. 공연을 하면 제가 추진을 하는 공연에 소요되는 경비는 상당한데 과연 오는 관객들이 볼 때 그만큼 효과가 있는가, 그것은 좀 그런 면이 아쉽고요.” - 실버마이크 공연팀

“문화가 있는 날이 마지막 주 수요일이라고 정해 주셨는데 그 수요일에 사실 공연 보러 오기가 되게 쉽지 않거든요. 그랬더니 지침을 내준 게 매월 마지막 주 수요일을 포함한 주로 변경해줬어요. 이번 달 같은 경우에는 11월 30일이 수요일인데 토요일에 하고 싶으면 12월이 돼요. 홍보하는 데도 많이 이상합니다. 11월 문화가 있는 날인데 12월 2일, 3일에 해야 돼요. 이런 부분 때문에 차라리 지침을 내려줄 거면, 11월 전 주가 25일인가요? 25일이 문화가 있는 날이 될 수 있게, 이것만이라도 풀어주시면 사업하는데 훨씬 좋을 것 같습니다.” - 문화기반시설 참여시설

### ▷ 낮은 인지도와 홍보 부족

“적은 예산으로 큰 효과를 봐야 되잖아요. 그러려면 홍보를 해야 된다고 봅니다. 홍보 돈 안 들이고 할 수 있어요. 지역신문사에 기사 하나 내기 어렵지 않아요. 기사 나가면 관객 동원이 돼요. 최대한 효과를 보기 위해서는 이렇게 홍보를 해야 합니다.”

“장소 협조 같은 문제로 지자체의 문화예술과와 협의하는 경우가 많은데 타 부서와 연계해서 회의를 하면 문화가 있는 날 담당자마저도 청춘마이크를 아직도 모르세요. 지방으로 갈수록 더 그런 것 같습니다.” - 청춘마이크 주관단체

“재단에서 홍보를 안 해요. 예산이 적어서 그럴 수도 있겠지만 노력을 안 했다고 볼 수밖에 없어요. 그 지역에 방송국이  
고 신문사들 있고 플랜카드라도 걸어놓으면 되잖아요.” - 실버마이크 공연팀

“문화환경 취약지역 공연 시 모객에 어려움이 참으로 많았습니다. 여러 홍보 채널을 가동하여 모객을 진행하여도  
버스킹 공연의 특성상 기상상황(무더위, 추위)에 따라, 코로나19에 민감하여 감염 추이에 따라 관객 수가 크게 달라졌  
습니다.” - 실버마이크 주관기관

“기획의 문제인 거죠. 월요일 점심 시간에 공연을 한다거나 너무 수요 없는 시간대에 길거리에서 막 하는 그런 느낌의  
기획이 좀 아쉽지 않았나 싶습니다. 주관단체에서 홍보를 조금 더 해 줄 수도 있으면 거기에 있는 마을 주민들이 미리  
알고 공연을 더 집중해서 볼 수 있을 것 같은데, 세팅이 먼저 돼 있는 게 아니라 저희보다 늦게 와서 이제 막 포스터  
붙이고 하는 모습을 보면 이게 홍보가 제대로 안 돼 있구나 싶었죠. 사전 홍보나 이런 게 없어서 오히려 더 아쉬운  
부분이 있었던 것 같아요.” - 청춘마이크 공연팀

### ▷ 소통의 어려움

“저희가 4년 동안 진행했던 지역 공간을 버리고 다른 지역으로 들어갔거든요. 그동안은 전통시장을 기반으로 각종  
행사들을 상인회 협조로 진행했는데 상인회장이 바뀌면 성향이 달라지는 거예요. 그런 소통의 문제는 계속 발생하는  
것 같습니다.” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

“실제 문화가 있는 날은 심리적으로 문화예술적으로 뭔가 체감을 하고 그것에 대해서 디벨롭이 되려면 3~5회차를  
진행해야 되는 부분이에요. 다만, 그게 근로자가 바뀌면 큰 문제인데, 그런 것은 다 좋은데 어찌 됐든 그 근로자들이  
갈 수 있는 기회를 사업주 입장에서는 3~5회씩이나 빼야 되는 어려움이 있고요.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“장소 설정에 있어서 노인복지관 공연 및 기관 협력 공연에 대한 지역문화진흥원 측에서의 조정 요청이 있었습니다.  
이사업의 미션에 대한 관점에서 합의가 안 되어 발생한 문제라고 생각합니다. 지역과 사업 방향에 대한 이견이 존재한  
다고 봅니다.” - 실버마이크 주관기관

### ▷ 사업은 매년 진행되는데 변화에 대한 고민이 없어

“문화가 있는 날 사업이라는 것은 조금 애매한 것 같아요. 문화가 있는 날은 알겠는데 문화가 있는 날 사업이 뭐고  
문화가 있는 날 사업에 대해 어떤 프로그램들이 있고 어떤 공연을 하는지 이런 부분이 언제부터 멈춰서 유아무야  
이렇게 되는 게 약간 말씀 주신 것처럼 꿈다락이라든지 예술교육 같은 것은 점점 뭔가 커지고 발전하고 하는 느낌인데  
문화가 있는 날은 작년, 재작년, 올해 다 똑같이 가는 것 같은 느낌이 있는 것 같아요.” - 정책전문가(문화기반시설  
사업)

“올해 사업 시행에서 특별한 문제는 없었다고 보이나, 여전히 사업의 인지도는 크게 높아지지 않는 것처럼 보이며  
단순한 무료 관람이나 입장의 혜택 정도로 취급되는 이용자의 관점과 기관의 대응 역시 고민해야 할 문제로 생각됩니  
다.” - 정책 전문가(문화기반시설 사업)

### ▷ 운영비용 설계 오류

“수행 목표와 추진 건수에 비해 추진운영비용 설계가 잘못되었습니다. 20회 행사 추진을 위해 소요되는 운영구역 비용이  
너무 적어서 입찰에 1개 업체만 응찰, 운영비 부족하여 시민 서비스에 부족함이 드러났습니다. 향후 운영비를 늘릴  
수 있도록 재설계가 필요합니다.” - 실버마이크 주관기관

“예산이 제한되어 있으니 지급할 수 있는 출연료가 빠듯해서 많은 팀을 뽑을 수 없어요. 한도 내에서 출연료를 정해 놓아서 좋은 공연단이 있어도 구성원이 3명 이상이면 뽑기 어려운 점이 있어 힘든 경우가 많습니다. 이런 제약으로 인해 오디션의 공정성도 훼손되는 것이 아닐까 생각도 듭니다.” - 청춘마이크 주관단체

“어떤 공연자가 혼자 피아노 쳤는데 그 친구 한 명에게 70만 원을 줬는데, 저희들 4인조에게는 40만 원 정도만 줬어요. 혼자서 하는 사람은 조금 적게 주더라도 팀원 수가 있는 사람들한테는 조금 더 배당해야 한다고 생각합니다.” - 실버마이크 공연팀

### ▷ 사업을 바라보는 시각의 차이 존재

“일상 속의 문화향유라고 하니 사실 뭔가 좁은 공간으로 들어가는 것을 권유하듯이 보였거든요. 우리가 같은 방향을 보기보다는, 각자 조금씩 다르게 해석해서 가고 있는 느낌이에요.” - 청춘마이크 주관단체

“자치회에서 뜬금없이 발족식에 예술인들이 와서 노래 부르고 기타를 쳐주면 좋겠다는 요청이 들어왔어요. 우리는 사업을 같이 만들어 가자는 얘기를 했는데, 이분들은 우리가 이런 것을 하는 사람인 줄 알았다는 거예요. 저희 생각과 그분들의 생각이 많이 다르다는 것을 체감했죠. 지역주민들이 원하는 것이 무언지 인터뷰도 하고 설문조사도 해봤는데, 결국 그분들이 원하는 것은 가수가 와서 노래 불러주는 것이 전부더라고요. 이런 괴리를 어떻게 해소할지가 저희의 1년 동안의 고민이었고요.” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

“결국 예술가들이 고인 물이 되죠. 연령제한, 지역 제한, 역량 등을 고려하면 결국 조건을 맞출 수 있는 예술가들은 소수일 수 밖에 없고, 그러다 보면 하는 사람만 계속 들어오고 신규 예술가들에게는 기회를 제공하지 못하는 거죠, 그리고 20살부터 34세까지 이 일을 하고 있는데, 5년 차인 지금 시점에서는 전반적인 고민이 필요하지 않나 싶습니다” - 청춘마이크 주관단체

“태도가 좋지 않은 아티스트들도 있습니다. 그런데 진행하면서 어려움을 주었던 단체가 이름을 바꿔가면서 다음에 다시 신청하는 경우도 있었어요. 지각이나 공연취소가 잦고, 리허설도 안 하는 것을 당연하게 여기는 분들이셨어요. 사실 이런 얘기는 주관단체 모임에서는 수시로 토로하는 문제점이거든요. 한두 번이 아니고 여러 번 그런 태도를 보인다면 이런 문제점을 주관단체가 공유할 수 있었으면 좋겠습니다. 블랙리스트라고 하긴 조심스럽지만요” - 청춘마이크 주관단체

### ▷ 취약지역 공연이 의미가 있긴 하지만, 다소 불만

“취약지역에 가는 게 이 사업의 목표 중에 하나라고는 생각하지만, 정작 그곳에 갔을 때 이것을 보는 사람도 없고 공연하는 공연팀도 불만을 많이 가지세요. 공연 끝나고 나면 ‘왜 오늘 공연팀이 없냐? 홍보했냐?’ 이런 식으로. 그래서 이 취약지역을 어떻게 공연장소로 발굴하는 것도 굉장히 어렵고, 그래도 해야 되겠지만 저는 그게 굉장히 어려웠어요.” - 실버마이크 주관기관

## □ 사업 성과

### ○ 문화가 있는 날 기획사업이 사업 참여자에게 준 혜택

- 문화가 있는 날 기획사업이 사업 참여자에게 준 혜택으로는 재정지원을 통한 공연활동 기회 확대 및 역량 강화(성장), 기관(단체) 간 네트워킹을 통한 협업 확대, 문화가 있는

날 사업의 자리매김, 다양한 사업수행을 통한 성취감/보람 등 자긍심에 대한 인식이 있었음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업이 사업 참여자에게 준 혜택이 있다면 무엇입니까?

**▷ 재정지원을 통한 공연활동 기회 확대 및 역량 강화(성장)**

“참여 단체에게는 활동기회를 제공함으로써 코로나19로 예술인들의 활동 및 수입의 제약이 큰 상황을 개선할 수 있는 기회가 되었습니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“당연히 인지도가 높아졌죠. 행사 문의 옵니다. 행사 문의 와요. 그리고 여기에서 받는 페이지를 아니까 맞춰주려고 하세요. 저희도 요구할 수 있고요.” - 청춘마이크 공연팀

“큰 자부심으로 느껴지거든요. 뭔가 내가 성장했구네! 음악적으로도 성장하지만 무대예술을 하는 사람으로서 성장하는게 엄청 크더라고요. 어떤 돌발상황이 일어날지 모르는 상황에서 무대를 하는게 엄청 큰 훈련이죠. 1회 때는 그냥 하는 느낌이었다면 점점 친해지고 점점 잘하려고 하고 점점 더 업그레이드되는 느낌이 있어요.” - 청춘마이크 공연팀

**▷ 기관(단체) 간 네트워킹을 통한 협업 확대**

“이 사업 자체에서 고택을 선정하는 이유가 저희 관내에 있었고, 운영팀에 그 장소를 이용한 우리가 이런 사업을 하고 있다 제안을 해서 장소, 비용 허락을 받아 직접적으로 협업을 했죠. 그리고 저희가 그 고택을 이용한 하나의 사업모델을 제시하는 역할을 하는 등 협업을 했습니다.” - 문화기반시설 참여시설

“저희는 지역이 조그마하다 보니까 공연장 활성화를 위해서 군민참여자문위원회라는 이름을 만들어 지역에 있는 노인복지관, 어린이집연합회, 예총 등 이름 있으신 분들을 불러서 회의를 한 번씩 해요. 그렇게 해서 유기적인 관계를 갖고 있습니다.” - 문화기반시설 참여시설

“노년층의 그런 공연예술기분들에게 공연 기회를 제공해주고 있다. 다양한 장르의 공연팀을 만난다는 것도 기화라고 생각해요.” - 실버마이크 주관기관

“지속적 정기 공연을 위해 연습의 과정을 통해, 타 장르 및 동년배 공연가를 만나며 교류를 통해, 관객과 소통하면서 쌓여가는 무대 노하우와 예술적 역량을 강화하면서 성장한 것 같습니다.” - 실버마이크 주관기관

“참여시설들의 측면에서는 문화가 있는 날 프로그램을 통해 자체에서 수행 중인 사업들이 직간접적으로 연계되어 활용 되는 측면이 있을 수 있고, 직접 지원을 받는 부분이 있다면 재정적으로도 지속 가능한 동력이 될 수 있겠습니다. 공공 문화예술기관에 종사하면서 저희 기관은 별도 지원 없이 자체적으로 문화가 있는 날 출범 당시부터 매월 마지막 주 수요일에 공연, 전시 등 다양한 프로그램들을 추가로 기획하거나 기존에 승인된 대관단체들과도 협력하여 프로그램을 선보이고 있습니다.” - 정책전문가

“다양한 분야의 지역 문화예술인들의 참여와 소통의 기회 마련을 통한 유대감 형성이라고 생각합니다. 더불어 지역문화 활동의 확장 프로그램, 콘텐츠의 개발을 위한 재정적 지원과 타 시군 사례 공유를 통한 정보습득을 통한 역량 강화도 있겠죠.” - 지역특화 프로그램(지자체)

### ▷ 문화가 있는 날 사업의 자리매김

“이렇게 가까이에 이런 시설이 있어서 좋아요. 아이들에게 이런 것을 보여줄 수 있어서 좋아요. 할수 있어서 좋아요. 이렇게 얘기를 해주니까 우리가 생각했던 그런 의도대로 지금 문화가 있는 날 사업은 여기 우리 박물관에 자리 잡고 있는 게 아닌가? 이런 생각을 합니다.” - 문화기반시설 참여시설

“오시는 작가님들이 23만원 받으세요. 23만원 받으시고 2시간 강의를 하시고 가시는데 6회를 해요. 그러면 한 000에 배정된 금액이 136만원 밖에 안 되거든요. 그 금액으로도 너무나 아이들이 행복해하고 정말 폭발적인 피드백을 우리한테 날려주거든요. 그것만으로 가성비가 너무 좋은 거예요. 000은 전문사서 인력을 의무적으로 두는 곳이 아니기 때문에 봉사 선생님들이 많으세요. 그렇다 보니 인력풀이 없으세요. 저희 같은 경우에는 강사풀을 협회에서 제공해 주셔야요. 그래서 문화예술인들의 풀을 받는 것만으로도 좋고요. 다음에 또 문화예술을 우리가 자체적으로 할 때도 그분들한테 연락할 수 있는 것도 있습니다.” - 문화기반시설 참여시설

“주민들과 같이 밀접하게 생활을 하면서 그들의 삶을 배우고 저의 재능을 나누는 과정에서 보람과 즐거움을 많이 얻었거든요. 저희가 다른 창작사업을 할 때도 주민들이 저희를 응원해주고 있다는 생각으로 정서적인 지지를 많이 받거든요.” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

“저희는 되게 간절한 사업이에요. 왜냐하면 지자체에서 문화예술 관련 예산이 계속 깎이고 있는 추세여서 공모사업에 대한 의존도가 점점 높아지고 있어요. 그래서 저희는 꼭 떠야 되는 사업으로 인식하고 있습니다.” - 지역특화 프로그램 지자체

“지역 예술가들을 발굴하고 그들에게 장을 열어 줄 수 있는 플랫폼으로서의 역할 수행을 참여자 혜택으로 볼 수 있겠습니다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

### ▷ 다양한 사업수행 경험을 통한 성취감/보람 등 자긍심

“여러사업들을 수행해왔지만 다른 형태의 사업을 수행하며 여러 방식, 여러 상황을 경험할 수 있었습니다. 또한 이용자의 만족도가 높은 편인 사업이라 보람과 성취감도 비례적으로 높았다고 생각합니다. 일회적 사업으로 끝나는 타 사업에 비해 지속적인 연결을 희망하는 여지가 타 사업에 비해 높았다는 점도 의미가 있었습니다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“실버마이크가 준 가장 큰 효과는 실버예술가들이 주체적으로 공연을 만들어나가는 참여 주체로서 자긍심이 높아진 것이라 생각합니다. 실버마이크 공연의 초반 공연에 참여하는 팀들 가족분들이 많이 함께 해주셨습니다. 실버예술가들은 가족들에게 나라에서 진행하는 공연무대에 선다는 자부심이 대단하셨고 가족들도 우리 할아버지, 할머니, 아버지, 어머니가 무대에 선다는 것에 자랑스러워하며 응원하셨습니다. 실버예술가들의 자존감이 높아질수록 양질의 공연이 가능하게 되었고 문화를 즐기는 이용자들도 함께 응원할 수 있는 원동력이 되지 않았나 생각합니다.” - 실버마이크 주관기관

○ 문화가 있는 날 기획사업이 이용자(관람객)에게 준 혜택

- 문화가 있는 날 기획사업이 이용자(관람객)에게 준 혜택으로는 소외 지역, 소외 계층 등 문화사각지대에 다양한 공연/체험 기회 제공과 문화활동을 통해 삶의 만족도와 안정감을 증대하였다는 점을 인식하고 있음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업이 이용자(관람객)에게 준 혜택이 있다면 무엇입니까?

▷ 다양한 공연/체험 기회 제공

“이런 다양한, Glossy 같은 경우는 기타랑 아코디언을 하는 연주를 사실 TV에서 볼 일은 없잖아요, 공연하면서 여기는 진짜 너무 신선하고 너무 좋은 얘기하고 좀 더 관객 입장에서 좋아하시니까, 그러니까 이 음악의 스펙트럼이 엄청 넓어지는 거죠.” - 청춘마이크 공연팀

“문화제공에 있어서는 너무 좋은 것 같아요. 퀄리티 있는 버스킹을 라이브로 사실 이렇게 볼 수 있는 기회가 생각보다 일반인들한테는 많지 않을 것 같은데 그분들한테는 다른 지역의 아티스트들을 볼 수 있는 되게 큰 장이라고 생각해요.” - 청춘마이크 공연팀

“저희는 먼저 소외대상한테 어떻게 다가갈까를 요즘에 많이 생각하고 있어요. 왜냐하면 기본적으로 여성, 주부 이분들이 시간이 많이 나시니까 행사에 오시는데, 문화의집에서는 은퇴 후 남성들을 특정 타깃, 모집 대상으로 해서 프로그램들을 만들고 그분들과 만나는 작업들을 진행시키고 있어요. 문화의집은 사실 큰 기관이 아니어서 관계 쌓는 것들이 있고, 최근에는 역량 있는 분들이 기획하는 것들을 저희가 많이 사용하면서 주체적인 참여를 만들어 가고 있어요.” - 문화기반시설 주관기관

“그 지역에서 10분 걸어가서 있는 작은도서관이기 때문에 그 지역에 있는 사람들을 모아서 행사를 하는 것이 사각지대를 해결하는 것 아닌가 하고요.” - 문화기반시설 주관기관

“결국은 지자체 또는 재단 또는 민간에서 하는 공연·전시하고 유사한 방식으로 갈 수밖에 없더라고요. 그래서 주민들이 무료로 공연이나 전시를 볼 수 있는 기회는 더 많아서 주민들이 이득을 보는 것은 사실이에요.” - 지역특화 프로그램 지자체

“저희는 100% 장애인 가족만 받을 거거든요. 그런데 제가 한 가지 보장하는 것은 공연장에 가벼운 마음으로 와서 공연 끝날 때까지 객석에 앉아 보는 경험을 갖고 가시는 것도 저는 이것만으로도 큰 사업의 효과라고 생각합니다라고 말씀드렸는데 이런 것들이 이번에는, 올해는 이렇게 사업을 수혜받는 분들을 중심으로 가면서 그분들에게 좀 더 많은 만족도와 혜택이 있지 않나? 라고 생각을 합니다.” - 지역특화 프로그램

“영화관, 미술관, 박물관 등이 없어서 문화생활을 즐기려면 가까운 대도시로 나가야 했으나 가까운 거리에서 즐길 수 있는 문화생활을 제공한 점이죠.” - 지역특화 프로그램(지자체)

### ▷ 문화활동을 통해 삶의 만족도와 안정감 증대

“이용자들은 지역에서 접해본 적 없는 새로운 형태의 공연과 문화활동을 접하며 삶의 만족도와 심리적 안정감을 느끼고, 본인이 일하고 있는 기업체에 대한 애사심도 상승되었습니다. 일적인 관계로만 지내온 시간에서 벗어나 개개인의 마음과 정서까지 배려해 준 회사에 대한 고마움, 문화예술활동을 통해 느끼는 자기효능감 향상과 업무 스트레스 해소, 여러 문제에 대한 경계 허물기 등에 영향을 주었다고 생각합니다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“직장인분들 같은 경우는 일과가 너무 힘든데... 그날에 딱 맛이 떨어져 오시면 그냥 아무 생각 없이 주어진 대로 같이하고 수다 떨고 모르는 사람이나 수다를 막 하다 보면 서로 얘기하고 하하하 하고 가시고, 가시면서 후기를 받아보면 되게 그냥 시간이 후딱 갔다고 그리고 마음이 되게 편해지는 것 같다고 하고 가요. 편하게 그냥 즐기고 가는 것 같이 수업을 기획하고 하다 보니까 취미가 되고 경력 단절 되었던 분들이 다시 그 경력을 찾아가시는 분들이 좀 있어요.” - 문화기반시설 참여시설

“이용자들에게는 일상의 고단함에서 벗어나 매달 즐거운 시간을 가질 수 있는 문화향유 기회를 제공한 점이죠.” - 정책 전문가(문화기반시설 사업)

## □ 정책 효과

### ○ 문화가 있는 날 기획사업의 문화향유정책 기여도

- 문화가 있는 날 기획사업의 문화향유정책 기여에 대해 지역민의 문화예술 향유 기회 확대, 지역의 문화발전(문화역량)에 이바지(기여), 문화예술 향유 증진에 대한 인식을 갖고 있음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업이 문화향유정책에 어떤 기여를 했다고 생각하십니까?

### ▷ 문화예술 향유 기회 확대

“이 지역 여기에 있는데 공연을 하고 있다. 이것 자체가 사람들이 ‘거기는 공연도 해’ 약간 이런 인식이 되지 않을까? 공원에서 저희가 공연했을 때도 그냥 산책만 하던 공원이었는데 산책하던 공원에서 공연을 하니깐 한 번이라도 보게 되고...” - 실버마이크 주관기관

“깊이 있는 문화예술활동을 체험할 수 있다는 것이 좋은 것 같고, 그것 때문에 입소문이 나고 저희 도서관도 위상이 좀 올라가는 그런 것도 있고요. ‘연극배우는 다르구나!’ 하면서 연극도 보러 가고, 그 작가님이 나중에 저희한테 자기가 이렇게 출판한 작품과 관련된 원화나 이런 것도 전시하라고 액자도 보내주시고요. 이렇게 후속 작업들이 이어졌어요.” - 문화기반시설 참여시설

“공연을 보시고 나서 실제로 그 팀의 팬이 되셔서 다른 공연을 할 때도 따라가시는 경우도 있어요. 그런데 그분들이 40대 여성분들이라서 되게 놀랐었는데, 꼭 젊은 세대만이 문화예술을 즐기는 것은 아니라는 것을 깨닫게 되었습니다.” - 청춘마이크 주관단체

“문화가 있는 날 사업의 목적은 소외계층뿐 아니라 모든 국민들이 보다 쉽게 문화를 향유할 수 있도록 접근기회를 확대시키는 데 있으며, 이를 위하여 무료 혹은 할인된 가격으로 다양한 문화프로그램을 관람할 수 있도록 가격할인을 주된 정책수단으로 채택하고 있다. 따라서 이용자의 경우 문화 접근성 제고에 상당한 효과가 있다고 생각한다.” - 정책 전문가(문화기반시설 사업)

“문화가 있는 날 사업의 가장 큰 성과는 관심도 제고입니다. 많은 문화기반시설들이 다양한 활동을 통해 유사한 역할을 수행하고 있지만, 일반 국민들에게 무료 또는 저렴한 비용으로 문화소비를 체험함으로써 여가생활의 주요 관심 분야가 되고 문화예술 향유기회가 확대되도록 경험을 제공하게 하는 유인책이 될 수 있는 부분이 중요했습니다.” - 정책 전문가(문화기반시설 사업)

### ▷ 지역 문화발전(문화역량)에 이바지

“어느 정도 그래도 실력은 바탕이 돼 있다고 생각을 해요. 그래서 같은 장소에서 같은 실버들이 공연을 해도 실버마이크 공연이 훨씬 더 좋았다고 얘기를 하시거든요. 그런 의미에서는 그래도 어느 정도 우리가 지역문화에 조금은 이바지를 하지 않았을까 그렇게 생각합니다.” - 실버마이크 주관기관

“자기 지역의 문화이고 자기 마을의 문화이고 이런 것들을 더 확장하고 더 공고히 하고 더 잘 만들어서 더 녹이고 싶을 수 있는 이런 여지들이 이런 기회가 많으면 더 역량이 높아질 수도 있고 그렇잖아요.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

“문화가 있는 날 기획사업이 ‘문화 소비 증대’에 일정 부분 기여한 것은 자명하다. 또한, 문화가 있는 날의 관람료를 낮추는 정책 또한 문화의 민주화를 위해 일정 부분 달성되고 있다고 본다. 이는 이 사업과 정책이 단순히 국민의 문화예술 소비 기회 확대뿐만 아니라, 이를 통해 관련 산업에도 긍정적인 파급효과를 미칠 수 있음을 제시한다. 부디 이 사업의 단점이 보완되고 장점이 강조되어 보다 효율적인 사업으로 지속되기를 희망한다.” - 정책 전문가(문화기반시설 사업)

“실버마이크 공연 관람객 중 많은 분들이 실버마이크 사업에 참여하고 싶다고 어떻게 준비해야 하는지 문의가 많았습니다. 지역에서 많은 분들이 문화예술활동을 하고 있다는 사실을 새삼 느낄 수 있었으며, 사업에 참여하기 위해 연습하겠노라는 답변에서 지역 문화 저변의 확대에도 기여하고 있다는 생각을 하게 되었습니다.” - 실버마이크 주관기관

“쇠퇴하지 않은 문화의 욕구를 지역 자원과 예술이 결합된 특색있는 지역문화프로그램으로 시민 직접 참여의 생활문화가 정착되었다고 봅니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

### ▷ 문화예술 향유 증진에 기여

“문화향유 증진 측면에 있어서는 저는 이렇게 다양한 시설들이 들어와서 문화가 있는 날 사업을 하는 것은 굉장히 중요하다고 생각하고요.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

“문화가 있는 날이라고 하면 지역에 있는 주민들 입장에서도 그만큼 다양한 프로그램을 만날 수 있다는 것은 중요한 부분인 것 같고요. 그런 차원에서 문화향유 증진이라고 하는 것은 계속되고 있다고 생각을 합니다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

“얼마만큼이라고 얘기하기는 쉽지는 않는데 충분히 저는 기여를 하고 있다고 생각을 하거든요.” - 정책 전문가(문화기반시설 사업)

“생활 속 문화활동 지원사업은 이 국가정책과 상통한다고 생각합니다. 차별되는 소외층 없이 온 국민이 누릴 수 있는 문화를 위해 생활 속에 직접 찾아가 문화 활동을 지원함이 정책에도, 문화향유증진에도 기여했다고 생각합니다.”

- 생활 속 문화활동지원 주관처

“지자체 또는 민간 문화단체에서 예산상 이유로 지속하기 힘든 문화향유 프로그램을 지역특화 프로그램을 통해 실현할 수 있고 또 지역민 입장에서선 다양한 프로그램을 접할 수 있어 지역민 모두 문화향유 증진 계기가 되었다고 생각합니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“실버세대의 문화예술 활동에 대한 새로운 이슈 제기 및 문화가 있는 날에 대한 인식 확산에 기여하였고, 지역 기관 연계 및 지자체 담당자의 적극 지원으로 거버넌스 구축에도 공헌하였다고 봅니다.” - 실버마이크 주관기관

## (2) 문화가 있는 날 기획사업 개선방안

### □ 문화가 있는 날 기획사업의 개선점

#### ○ 문화가 있는 날 기획사업의 개선 수준(정도)

- 문화가 있는 날 기획사업의 개선 수준(정도)에 대해서는 전면 개선에 대한 의견은 없었으며, 대부분 부분 개선이 필요하다는 인식에 공감하고 있었고, 일부 현행 유지에 대한 의견이 있었음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업의 개선 수준(정도)은 어떻다고 생각하십니까?

#### ▷ 부분 개선 필요 : 지역의 특성에 맞는 프로그램 개선 중요

“예술향유(문화향유는 너무 범위가 크고, 규정하기가 애매함)는 향유하는 예술의 질적 수준이 가장 중요하다고 생각한다. 자칫하여 평범하고, 상상력이나, 아름다움, 즐거움 등이 부족한 예술을 감상하는 경우, 오히려 향유의 의욕이 반감됨을 주의해야 한다. 따라서 기존의 다른 프로그램과의 연결이나, 이 기간의 예술적 수준을 높일 수 있는 프로그램의 설정(타 지역 예술가라도), 예술적 교류의 과정이 이 기간에 들어오게 하는 일 등의 지역에 맞는 프로그램의 개선이 매우 중요하다고 본다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

#### ▷ 부분 개선 필요 : 전체적인 틀은 유지하되 적극적인 참여 유도 필요

“현재의 지역특화 프로그램 취지와 방향은 좋은 사업이라고 생각합니다. 전체적인 틀은 유지하되 지자체 및 문화단체들이 좀 더 적극적으로 참여할 수 있도록 공모 사업내용에 구체적으로 명시하면 좋겠습니다. 또 소규모 도시들은 문화기반시설이 부족하거나 문화단체 규모가 작아 신청을 하고 싶어도 어려움이 있습니다. 군 단위 소규모 도시들도 적극적으로 참여할 수 있도록 2~3개 도시들이 공동 추진할 수 있거나 지역특화프로그램을 도시 간 서로 교류할 수 있는 사업 등이 추가되었으면 좋겠습니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

#### ▷ 부분 개선 필요 : 예산 부려주기식에서 탈피해야

“문화가 있는 날 참여 활성화라 해서 많은 기관들한테 예산을 부려주고 문화가 있는 날 행사를 많이 하세요라는 취지로 신청을 받았던 상황이었고, 그러다 보니까 진행에 많은 제약이 있는 상황들이 아니고 기관들이 자유롭게 했던 부분들이 있어요. 그런데 문체부 쪽에서는 그것이 효과가 크게 나타나지 않고 차별성이 없다고 생각하니까 바뀌어야 된다고 내년부터는 다 바꾸라는 의견을 주셨어요. 그래서 지금 각각 내년에 어떻게 할까 고민을 하고 계시는 형태라는 생각이 들어서 현행 유지가 아니라 부분 개선이라는 의견에 다 손을 든 것 같거든요.” - 문화기반시설 주관기관

#### ▷ 부분 개선 필요 : 현행을 유지하되 실무자(전문가) 의견을 반영하여 부분적으로 보완

“업무를 담당하지 얼마 되지 않아 사업을 운영한 기간은 길지 않으나, 지침이나 사업계획서, 행사 진행 자료를 접했을 때 기존의 문화사업들과 차별성이 느껴지고 시대와 상황을 반영한 좋은 프로그램이라고 생각됩니다. 현행을 유지하되, 실무자들이나 전문가들의 의견을 반영하여 부분적으로 보완하는 것이 좋다고 생각합니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

▷ **부분 개선 필요 : 공모절차의 간소화 등을 통해 더 많은 지자체 참여 유도**

“지역특화 프로그램은 현행 수준을 유지하되, 공모절차의 간소화 등을 통해 가급적 많은 지자체가 참여하고 선정될 수 있기를 희망합니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

▷ **현행 유지 : 사업 추진과 진행은 지자체의 몫**

“프로그램 자체보다는 그 사업을 더욱더 다양하고 다채롭게 즐길 수 있게 하는 것은 사업을 진행하는 지자체의 몫이라 생각합니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

▷ **현행 유지 : 대도시 대비 인프라가 상대적으로 부족한 지자체에 꼭 필요한 사업**

“전국적으로 시행되고 있는 문화가 있는 날 중에서도 지역특화 프로그램을 통해 더 구체적이고 다양한 지역문화 활성화를 이루고 있기 때문입니다. 특히 대도시에 비해 문화 인프라가 상대적으로 부족한 지자체에서 꼭 필요한 사업입니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

▷ **현행 유지 : 횡수, 장소 등에 있어서 좀 더 유연하게 열어 두어야**

“현행 유지를 하되 향유대상 층의 범위라든지 향유회차 수나 향유 장소에 대해 좀더 유연하게 열어 두어도 좋을 것 같다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

○ 문화가 있는 날 기획사업 개선 사항

- 문화가 있는 날 기획사업 개선 사항으로 사업 인지도 제고를 위한 홍보 개선 및 강화 필요, 지원예산의 현실화(증액) 및 사업예산 확대, 사업기간, 공연 일정 등 조율의 융통성 필요, 기관(단체)와의 연계(네트워킹) 확대 필요 등에 대해 전반적으로 공감하고 있음
- 이외 다양한 양질의 프로그램 개발 필요, 성과사례 등 워크숍이나 설명회 개최 등을 통한 양방향 정보 공유 필요, 사업 목적에 맞는 대상자 세분화 등 방향성 정립, 사업 디자인(모텔) 수정/개선 필요, 성과측정의 한계 인식(성과에 얽매이지 말아야), 자료의 아카이빙 지원(정보자료 구축) 필요, 지역문화진흥원의 담당 인력 확충/지원, 정치적 압박으로부터의 독립성 등의 일부 의견이 있었음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업에서 우선적으로 개선(보강)해야 할 것은 무엇입니까?

▷ **사업 인지도 제고를 위한 홍보 개선 및 강화 필요**

“페스티벌처럼 유명하신 분들이랑 콜라보할 수 있는 기회를 만들어서 얼굴을 더 알릴 수 있는 그런 장을 만들어 주셨으면... 아니면 방송 출연이라든지 그런 것들을 잡아주셨으면... 유명해질 수 있는 기회를 조금 더 지원 해주셨으면 좋겠어요.” - 청춘마이크 공연팀

“좀 더 아예 문턱을 확 높여버리든지 진짜, 진짜 퀄리티를 높여버리든지 양을 좀 줄여도 문턱을 확 높여버려서 여덟 곡 할 수 있을 정도의 아티스트를 뽑아서 청춘마이크가 더 브랜드 인지도가 있는... 그렇게 돼도 괜찮지 않을까 싶어요.” - 청춘마이크 공연팀

“문화가 있는 날에 대해서 ‘마지막 주에 하는 것 있잖아!’ 이렇게는 얘기하시더라고요. 그래서 이게 문화가 있는 날이라는 타이틀을 우리가 매번 계속 자주 들어야지 사람들이 인지를 하는 거잖아요. 그래서 그것을 계속해서 알릴 필요는 있겠다 하는 생각은 여러 번 했어요.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“문화가 있는 날 브랜드를 적극 활용하여 지원 의미와 동력을 환기하고, 사업의 궁극적인 성과가 문화기반시설들과 연계하여 지속적으로 확산될 수 있도록 한다면 좋겠습니다. 문화가 있는 날 특정주간에 한정된 부분이 제약일 수도 있겠지만, 다른 차원에서는 강점이 될 수도 있다고 생각합니다.”

- 정책 전문가(문화기반시설 사업)

“청춘마이크가 이슈가 됐던 게 청춘마이크 출신 예술가 이승윤이 티비 오디션을 통해 유명해지면서 함께 화제가 되었거든요. 사실 어쨌든 이 사업을 통해서 예술가가 계속해서 활동할 수 있었다는 게 가장 중요한 목적이기 때문에 빠르게 청춘마이크 출신의 성공한 예술가를 만들어야겠다고 생각합니다.” - 청춘마이크 주관단체

“관객에 대한 고민을 안 할 수는 없죠. 대상 지역이 대부분 기초 단위인데, 저희가 매번 며칠 전에 가서 홍보를 할 수가 없어요. 그래서 고작 해봤자 SNS 홍보인데 그 어르신들이 SNS를 과연 보실 수 있을까요? 지자체의 협조를 받아서 주민센터에 홍보물을 게시해 주십사 협조를 부탁하는데, 도와주시면 정말 다행이지만 그런 협조를 많이 안 해 주시거든요.”

- 청춘마이크 주관단체

“홍보를 저희 쪽에서만 하는 게 아니라 지역문화진흥원이라든지 다 같이 크게 할 수 있는, 도와서 할 수 있는 부분이 있으면 좋을 것 같기는 해요. 저희가 하는 부분에서는 어쨌든 행정적인 한계가 있는 것 같아서 홍보를 함께 같이 해 준다면 잘 될 수 있지 않을까요?” - 청춘마이크 주관단체

“사업 자체의 홍보. 홍보가 더 필요하죠, 지역의 개념에서 벗어나서 그것을 저희가 하는 것보다는 지역문화진흥원에서 그런 부분을 더 해 줄 수 있지 않을까요? 지역문화진흥원에서 해 주는 게 더 쉽지 않을까요? 저희보다는 그런 큰 틀의 개념이 있으니까요.” - 실버마이크 주관기관

“제 입장보다 참여자 입장을 생각하면 사실 문화가 있는 날 예산이나 정부지원금으로 문화프로그램을 하는 사업들이 정말 많은데 개인이 찾아서 참여할 수 있는 사업이 거의 없어요. 그러니까 내가 작은도서관을 가고 박물관을 가고 미술관을 가봐야지만 알 수 있어서, 통합시스템이나 이런 것을 통해서 내 위치 기반으로 내 주변에 어떠한 문화기관이 있고, 이번 주에는 내가 어느 장소에 가면 어떤 프로그램을 한다, 이런 것을 쉽게 알 수 있게 홍보가 개선돼야 한다고 봅니다.” - 문화기반시설 주관기관

“문화가 있는 포털, 그 포털에서도 지금 주로 방향을 잡고 있는 게 대량소비, 대량 향유할 수 있는 문화 파트만 홍보를 빙빙하게 해줘요. 예를 들면 제일 많이 나온 게 영화관, 그다음에 뮤지컬, 그다음에 연극 이런 식으로 나오거든요. 사실 저희 입장에서는 각 지역을 이렇게 클릭했을 때 좀 특색 있는 것들이 먼저 나와 줘야되는데 지금 포털에서 나오는 것은 어쨌든 뻘한 것들 나오거든요. 그러니까 거기에서부터 시야를 바꿀 필요가 있지 않을까 싶어요.” - 문화기반시설 참여시설

“저희도 설문조사를 받아보면 ‘홍보 부분이 제일 아쉽다.’ ‘몰랐다.’ ‘여기 와서 관람하려고 왔다가 놀러 왔다가 우연히 이 행사를 알게 됐다.’는 응답이 많다. 박물관에서 하는 것도 모르지만 문화의 날이라는 것 자체를 아직도 모르는 분들이 많아서 문화의 날이 마지막 주에 이런 게 있다는 것도 조금 많은 홍보가 되어주면 좋겠고요.” - 문화기반시설 참여시설

“사진이나 이런 것들을 보시고 저희가 컨택하지 않았는데 연락을 직접 주셨어요. 그래서 나 이것 봤는데 우리 하고 싶다 이래서 모셔 와서 저희한테는 엄청난 홍보가 됐다고 생각을 하고 있어요. 지속적으로 홍보하는 것이 중요한 것 같아요.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“저도 마찬가지로 홍보가 더 집중적으로 이루어져야 한다고 생각합니다. 지금 각각 기관에서 다 홍보는 하고 있는데 어쨌든 각자 기관에서 개별적으로 하는 것보다는 말씀 주신 것처럼 지역문화진흥원 홈페이지를 통해서 한 번에 어떤 사업들이 있고 이 사업에서는 이번 달에 뭘 하고 내 지역에서는 뭘 하고 이런 게 더 집중적으로 돼야 문화가 있는 날이 어쨌든 지역주민들이 더 많은 문화를 즐길 수 있게 만들자 이걸데 일단 내가 살고있는 동네에 어떤 문화를 즐길 수 있는 것들이 있는 지부터 파악이 돼야, 그것부터 시작이라고 생각하거든요. 홍보가 대단한 그런 게 아니라 그렇게 시작부터 되면 좋을 것 같아요.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

“SNS 홍수 시대이긴 하지만, 직관적으로 문화가 있는 날 다양한 사업들과 혜택들이 젊은 세대들을 포함하여 더욱 효과적인 방법으로 노출되어 브랜드 인지도 제고와 참여자 확대를 위해 전략적인 홍보채널 구축이 더 보강되었으면 하는 바람이 있습니다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

“문화기반시설들 대부분이 여러 가지 프로그램들과 지역특화 콘텐츠를 통해 문화향유기회 확대를 위해 노력을 하고 있고, 지역문화진흥원과 문화가 있는 날 사업이 유기적으로 연결되어 지역 아티스트들의 창작기회 확대와 문화예술콘텐츠의 생산과 소비가 지속가능하게 이어지도록 협업이 많아졌으면 좋겠습니다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

“가장 먼저 홍보 강화가 필요한 것 같습니다. 현재 사업홍보를 많이 하고 있는 것 같지만 생각보다 많이 알지 못합니다. 또 지자체에서 프로그램에 대한 홍보를 하지만 일회성 행사로 다가가는 경우가 많아 지자체뿐만 아니라 중앙에서도 홍보가 많이 필요한 것 같습니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“공연을 진행하며 홍보에 대한 어려움이 많았습니다. 홍보 전문인력을 채용할 예산적 한계도 존재하여 지역문화진흥원에서 실버마이크 전체 사업에 대한 홍보를 강화해 주었으면 하는 바람입니다. 홍보 전단도 전국적으로 통일하여 하나의 품으로 공연을 홍보하여 전국적으로 실버마이크가 진행되고 있다는 느낌을 주는 것도 좋은 방안이라 생각합니다.” - 실버마이크 주관기관

#### ▷ **지원예산의 현실화(증액) 및 사업예산 확대**

“전체적으로 문화예술계에서 그 전체를 하는 문화예술 문화가 있는 날이랑 교육하는 문화예술이 줄어들고 있어요. 그런데 나이 드신분들의 사업은 점점 늘어나고 있어서 노년층이 늘어나서 그러는 건지 왜 아이들 사업과 문화를 직접 주관하는 우리 젊은 사람들이 할 수 있는 그 사업비는 자꾸 감소하는지 저도 솔직히 의문은 되거든요.” - 문화기반시설 참여시설

“문화예술을 일상생활에 접한다고 해서 문화예술가들의 처우를 그렇게 해도 되나 싶은 생각이 저는 들어요. 23만 원을 주고 서울에 계신 작가님들을 모시는 것은 진짜 낫뜨거운 일이거든요. 그래서 오시면 제가 어쩔 줄을 몰라서 그분들 진짜 픽업하고 KTX역에 나가고 제가 식사 대접하고 제 돈으로 다 그렇게 하거든요. 그런데 정말 문체부가 문화예술을 정말 사랑하고 이것을 일상에 퍼지게 하고 싶으면 어느 정도의 거마비 정도와 식사, 교통비까지는 다 지원할 수 있는 최소한의 금액은 지급해야 되지 않나 이 생각이 들고요.” - 문화기반시설 참여시설

“저는 페이드 상향해 주셨으면 좋겠습니다.” - 청춘마이크 공연팀

“아무래도 지금 예산이 그렇게 많은 편이 아니다 보니까 장소를 대관하기도 어렵고 공연팀이 모여서 뭔가 활동을

할 때도 같이 사용할 예산도 부족한 것 같습니다.” - 실버마이크 주관기관

“소액 다건식이 지금 별로 성과가 없다고 이야기를 하시는 거잖아요. 그런데 이게 그렇게 안 하고 진행을 하게 되면 지원해줄 수 있는 기관이 적어지다 보니까 성과를 파악하는 표본 자체가 줄어드는 거거든요. 그러면 성과를 파악하는데 더 어려움이 있을 수도 있고 기존에 문화가 있는 날 취지하고 안 맞는 부분이 있다고 생각을 하고요. 그래서 결국에는 예산이 많이 늘어나면 모든 게 해결되는 문제라는 생각을 해봅니다.” - 문화기반시설 주관기관

“이게 정말 좋은 성과를 내기 위해서는 그만큼 예산도 필요하겠죠. 지금 예산은 너무 한정돼 있고, 이것은 한 000에서 한 번 행사하기도 힘든 금액이고, 특정한 곳에만 효과를 위한 사업이 아니기 때문에 다양한 시설에서 다양한 문화행사를 하는 게 더 도움이 된다고 봅니다.” - 문화기반시설 주관기관

“옛날에는 5회 정도 기준에 맞춰서 한 회당 600만원 정도 그렇게 지원사업을 줬었어요. 이게 점점 줄어서 금년에는 2,100만 원에 4회 이상 그래서 이번에는 2,100만 원에 5회를 진행했구요. 내년에는 또 줄여서, 매달 하는 그 부분이 500~600만 원 갖고는 사실 양질의 공연은 되지는 않거든요. 지원사업이 문화가 있는 날로 공연도 가고 박물관도 가고 도서관도 가고 이렇게 가다 보니까 예산이 너무 많이 쪼개지니까 늘리지는 못하고 계속 거의 현상 유지만 되는 느낌이에요. 그러다 보니 늘어나는 공연장과 늘어나는 도서관을 커버는 못하고 점점 감소하는 거죠.” - 문화기반시설 참여시설

“예산이 크게 부족하지는 않는데 계속 연차가 지나갈수록 깎아기는 하더라고요. 그래서 그런 부분이 아쉬운 부분이에요.” - 지역특화 프로그램 지자체

“실질적인 그런 효과가 낮음을 홍보하는 거죠. 아까 말씀하셨다시피 문화 소외지역, 이것을 강조하고 싶다면 원래 여러 목표 중에 그것도 목표가 있고 목적이 있었으니까. 그러면 지금 소멸 예비지역들이 있잖아요. 그런 지역을 몇 개 뽑아서 거기에 집중적으로 문화가 있는 날 사업을 추진하게 하는 거예요. 그래서 소멸지역이었는데 이런 사업 하고 나니까 굉장히 지역이 활성화됐고 어찌고저찌 됐다. 그리고 지역에 죽어있는 자원들이 이렇게 발굴이 돼서 그게 굉장히 중요한 콘텐츠로 활용이 되고 경제적인 효과 상품도 만들어진다. 그렇게 하면 국민들이 다 알거든요.” - 정책전문가(문체부/지역문화진흥원 사업)

“총괄기획자(전담인력)에 대한 현실적 인건비 확보 및 대상발굴과 맞춤형 양질의 프로그램 구성을 위한 사전 연구개발비 책정이 필요합니다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“지역문화진흥원에서 실버마이크 사업에 대한 설계를 잘 해주셔서 성공적인 사업이 된 것 같습니다. 청춘마이크 사업을 근간으로 사업 시스템이 구축되어 안정적으로 사업을 진행할 수 있었습니다.

실버마이크 사업은 문화가 있는 날 기획사업에 있어 청춘마이크 사업과 함께 지속적인 사업으로 진행되었으면 합니다. 올해 첫 시작으로 진행한 실버마이크 사업은 60세 이상의 어르신들에게 공연활동 기회를 제공하고 문화적 소외계층, 소외지역에 문화향유를 제공하였습니다. 사업의 확장성을 위한 공연비 확대와 지역 여건에 맞는 특화된 사업 운영비 확대를 건의합니다.” - 실버마이크 주관기관

“프로그램 운영 예산 확대로 더 많은 지역민들이 더 많은 프로그램을 즐길 수 있는 기회가 있었으면 합니다. 올해 진행된 프로그램들 모두 지역민들의 문화 욕구를 충족시키는데 큰 기여를 했지만 예산 문제로 진행하지 못했던 프로그램을 진행하면 좋을 듯 하구요.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“향유 단체와 기관의 실무자들도 연속 행사를 하는 과정에서 일정 조율, 참여자 홍보와 안내, 본 단체 실무자들과의 소통, 프로그램 콘텐츠를 위한 사전 기획회의 참여 등 좋은 프로그램을 만들기 위해 준비하는 과정에서 많은 업무들이 추가되는 부분이 있었다. 퇴근 후에 와서 같이 협의하는 경우도 있었고, 근무 중에 찾아가서 함께 협의하는 경우도 많았는데 이러한 노동에 대한 인정이나 대가가 없었던 것이 아쉬웠다. 이런 부분이 사업 내 예산을 통해서 반영되는 방식이 있으면 좋겠다.”  
- 생활 속 문화활동지원 주관처

“문화가 있는 날의 일상화를 위해 사업 방식, 운영자원 부분이 개선, 보강되어야 한다고 생각합니다. 기획사업 진행 빈도수를 늘려서 더 많은 주민들이 문화가 있는 날을 향유할 수 있어야 합니다. 이를 위해서는 예산 및 인력 확대가 뒷받침되어야 합니다. 정부, 지자체의 노력뿐 아니라 기획 및 공연에 있어서 민간예술단체와의 협업(컨설팅, 멘토링)이나 기업과의 협업(홍보, 지원) 등 운영자원을 확대해야 합니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

### ▷ 사업기간, 공연 일정 등 조율 필요

“5~11월이 아니라 한 달 치를 당겼으면 좋겠어요. 4~10월.”

“날씨 좋을 때 했으면 좋겠는데 차라리 8월 한참 더울 때는 쉬고 그것을 4월로 가고, 11월은 한파 가까이 와버리면 연주하는 사람들 손이 너무 시려우니까요.”

“스케줄을 제비뽑기했어요. 그냥 날짜가 적혀 있는 종이 있어요. 그런데 그것을 뽑으면 그냥 무조건 1년에 그 올해의 그 날짜에 가야 돼요, 일정을 빼놓고 안 되는 날이라고 해서 미리 연락을 드리면 다른 팀이랑 조율해서 아예 일정을 바꾸는 식으로, 그래서 그것에 대해서 말이 안 나오게끔 정리를 하고 있어요. 1년 치를 그렇게 딱 해버리는, 그래서 사실 저는 그 일정에 대해서 조금 어울리는 팀이랑 배치를 해줬으면 좋겠어요.” - 청춘마이크 공연팀

“주관단체 공모 시기를 조금 당기면 좋겠다고 생각합니다. 5월에 공모 진행을 하고서 첫 공연을 준비하기까지의 시기가 짧은 감이 있어서요” - 청춘마이크 주관단체

“10월 말 정도가 야외공연의 마지노선이라고 생각합니다. 11월은 야외에서 공연하기는 많이 추워서 아티스트들의 컨디션이 저하됩니다. 일단 손이 너무 시렵다면 연주가 100%가 안 나오고 관객들도 사실 앉아서 보고 있지 않거든요. 그러면 효과가 반감이 되니까 실내로 들어가는 수밖에 없어요” - 청춘마이크 주관단체

“이 사업이 문화가 있는 날 사업이기는 한데, 저희한테 행사 요청이 들어올 때가 있는데 ‘이날 공연 혹시 해줄 수 있느냐? 실버마이크 공연하고 싶다.’ 라고요. 그런데 그게 문화가 있는 날 주간이 아니어서 저희는 안 된다고 할 수밖에 없어서, 그래서 살짝 유동성이 있어서 저희가 문화가 있는 날 사업이니까 거기에 공헌해야 되는 것은 맞지만 한 번 정도는 다른 날에 저희를 불러주는 곳도 있고 정말 좋은 장소인데 그날만 될 때도 있으니까 그런 유동성이 조금은 있었으면 사업하는 데 조금 편리할 것 같습니다.” - 실버마이크 주관기관

“실버마이크 사업의 성공적 수행을 위해 개선되어야 할 부분은 공연시기에 대한 자율성 확보입니다.

공모, 심의 등으로 사업이 6월에 시작되다보니 6월부터 11월까지 매월 문화가 있는 날 주간, 즉 일주일에 3~4일을 공연해야 연간 20회가 달성되는데요. 실버마이크 사업뿐 아니라 전국적으로 문화가 있는 날 기간에 공연이 많이 이루어지다보니 공연기획사 협의, 공연장소 협의, 공연시간 협의에 지역적인 애로사항이 있을 것이라 생각됩니다. 또한, 공연을 추진하기 위해서 날씨의 영향도 고려되어야 하는데 문화가 있는 날 주간이 집중호우 기간, 강풍주의 기간일 경우 가급적 강행할 수밖에 없는 현실적 문제가 있습니다. 따라서 연 20회 공연 활동에 있어서 문화가 있는 날 주간에 중심을 두되, 30% 정도는 문화가 있는 날 주간 외에 공연 활동을 할 수 있도록 방침을 개선해주시면 감사하겠습니다.”  
- 실버마이크 주관기관

“군 단위 지역이나 문화취약 지역의 경우 모객의 어려움이 있습니다. 이에 ‘문화가 있는 날’ 주간이 아닌 경우에도 지역축제와 연계하여 공연이 진행될 수 있도록 제한을 풀어주었으면 합니다. 더 많은 지역 주민들이 문화향유의 기회를 받을 수 있는 기회를 제공한다는 측면에서도 필요한 부분이라 생각합니다.” - 실버마이크 주관기관

“사업기간 중 언제든지 공연할 수 있도록 사업기간 한정을 풀어 자유롭게 진행할 수 있도록 하는 지원이 필요하며, 3~5회를 진행할 때 일회적인 개별 공연보다는 연결점 혹은 일관된 주제를 통해 맥락이 있는 프로그램 운영을 제안합니다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“문화가 있는 날 주간에만 진행해야 하는 제한성과 공공사업의 한계로 1월~4월까지의 활동이 불가능한 상황에 대한 개선(5월부터는 차고 넘치는 다양한 사업들이 있는 반면, 1월~4월까지는 지역에서도 공모사업들이 시행되지 않음으로 문화행사들이 거의 없음)이 필요하다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

### ▷ 기관(단체)과의 연계(네트워킹) 필요

“올해 거리두기가 완화되면서 대면 활동을 많이 했는데 다른 지역은 어떻게 하는지 궁금한 거예요. 다른 지역이랑 우리 지역과의 차이점은 다른 기획자들이랑 얘기를 나눌 때 많이 느끼게 되거든요. 지금은 각 개인이 알아알음으로 담당자를 찾아서 서로 물어보는 수준인데 그런 자리를 네트워크로 발전시켰으면 좋겠습니다.” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

“공연장소를 정했을 때 예를 들어서 시·군 관광 쪽 담당자들이 공연장소를 저희에게 추천해 주거나 조금 적극적으로 도와주셨으면 좋겠어요. 만약에 공연장소가 정해지면 그 지역이랑 소통을 잘하는 것은 아무래도 그 지역의 시청, 구청이고 주민센터 분들이 소통이 잘되는데 저희가 아무리 보도자료 내더라도 저희 보도자료를 보고 오시는 분이 있을까 싶어요.”

“공연하러 가는 지역의 다른 사람, 다른 공무원분들도 관심을 가져서 같이 도와주시면 이사업에 맞게 다양한 관객들도 오실 거고 그 지역의 문화향유가 더 잘될 수 있는 기회가 될 것 같아요.” - 실버마이크 주관기관

“생활 속 문화활동 지원사업이기 때문에 사업 종료 후에도 생활 속에서 꾸준히 문화활동을 지원할 수 있도록 기업 혹은 학교와의 유기적 관계 협업을 유도하는 것도 필요하다고 생각합니다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“문화기반시설들마다 개별적으로 사업이 특화되어 이루어지는 부분이 많지만, 연계하여 선보일 수 있는 사업이 있다면 그 부분을 발굴하는 것도 좋겠습니다. 젊은 층의 도서관 이용자가 줄어들고 있다고 하는데, 문화콘텐츠의 접근성 관점에서 시공간 제약을 최소화한 프로그램들이 확대된다면, 문화기반시설들의 상호 활성화가 될 수 있습니다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

“인근 지역단체끼리 교류와 협업기회를 제공하여 서로 협조와 상생으로 함께 성장할 수 있는 시간을 마련하는 것이 있어야 하며, 기획이 강점인 단체와 공연이 강점인 단체가 함께 만나 시너지 효과를 낼 수 있도록 네트워킹을 강화해 나가야 한다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

“문화가 있는 날에 다양한 사업들이 있는데 저희가 청춘마이크를 하면서도 다른 문화가 있는 날 사업들을 모르거든요. 다른 사업들과 공유할 수 있게끔 여러 자리들을 통해 다음에 함께 할 수 있는 만남도 만들고 이런 부분들이 있어야 문화가 있는 날이 더 잘 알려지지 않을까요?” - 청춘마이크 주관단체

**▷ 다양한 양질의 프로그램 개발 필요**

“대부분의 사업이 젊은 층 위주로 홍보, 실행되고 있는 점이 아쉽습니다. 고령 인구 비중이 커지고 있는 만큼, 다양한 연령대가 즐기고 소통할 수 있는 프로그램이 더욱 개발되었으면 합니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“큰 목적은 그냥 두되, 최소한 몇 개의 블록으로 나누어(인구수, 기반시설의 수와 종류 등에 따라) 프로그램을 달리 배치해야 합니다. 각 지역 단위로 벽을 치지 말고, 우수한 사업은 더 넓은 지역으로(블록 안에서라도) 이동하며 배치할 필요가 있으며, 지역예술가와 지역민을 동시에 만족시킬 수 있는 지속가능한 현실성은 없다고 봅니다. 현재의 프로그램이 취약하기 때문이죠.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

“매월 반복되는 계기성 이벤트로 독립적으로 존재하는 한, 이내 별스럽지 않은 행사에 그치게 되어, 다수의 관심을 끌거나, 참여 인구 증대를 피할 방법이 없어질 것 같다. 결국 내용이 최고의 관건. 홍보나 소통, 네트워크를 키워도 결국 일반 시민이 참여하기에 그들 중심으로 프로그램 내용의 질에 대해 심각하게 고민해야 한다. 이를 기반으로 예산이나 인력으 확대의 정도, 부문의 차이 등이 구체적으로 드러날 것으로 생각합니다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

**▷ 성과사례 등 워크숍이나 설명회 개최 등을 통한 양방향 정보공유 필요**

“문화가 있는 날 프로그램에 대한 정확한 이해가 있어야 프로그램에 더욱더 관심을 가지고 적극적으로 임할 수 있다고 생각합니다. 프로그램에 대해 설명하고 타 지자체와 사례를 공유할 수 있는 워크숍이나 설명회가 개최되어 사업에 대해 정확히 파악할 수 있는 기회가 있었으면 좋겠습니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

“고민할 수 있게 시설들이 같이 모여서 같이 할 수 있는 워크숍이라든가 아니면 정책포럼이라든가 다른 정책사업이나 지원사업들은 그런 과정들을 꼭 다 거치잖아요. 그래서 이 사업에 들어오는 주체들이 같이 그런 고민을 할 수 있는 기회들을 계속 만들어주는데 문화가 있는 날은 유독 그런 자리가 없어요. 그래서 그것들에 대해서 고민할 수 있는, 같이 모여서 얘기할 수 있는 워크숍이나 포럼, 그래서 같이 우리가 이 정책사업이 어디를 향해 가고 있는지에 대해서 계속 끊임없이 우리끼리 얘기할 수 있는 그런 자리가 있었으면 좋겠고요.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

“문화기반시설들을 포함한 공적 기관들은 모두 만족도 조사와 평가가 중요한 성과지표로 참고되고 있기도 하고, 피드백과 환류 작업을 통해 사업 방향성과 개선작업이 이어지기도 합니다. 공급자 중심의 고민도 중요하지만, 실제 참여하고 문화가 있는 날 사업을 체감하는 분들의 의견도 중요합니다. 주기적인 모니터링도 필요하고, 개선 방향도 참여자들과 함께 고민했으면 좋겠습니다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

**▷ 사업 목적에 맞는 대상자 세분화 등 방향성 정립**

“대상자 분류 세분화를 하면 조금 개선이 되지 않을까? 하는 생각을 하고, 이 사업목적 자체가 삶의 질 향상이라는 목적을 들고 있는 만큼 그 목적에 정말 부합하는 선정자를 뽑을 수 있는 그런 세부적인 기준이라든지 그런 분류를 잘 마련해서 지원자를 뽑고 진행을 하면 그게 어쩌면 공연의 질보다 더 중요한 방향성이라든지 목적이 되지 않을까 해서 그 부분을 조금 개선하면 좋을 것 같아서 부분 개선이라고 말씀드렸습니다.” - 실버마이크 주관기관

**▷ 사업 목표의 명확화(사업의 본질에 충실해야)**

“그래서 이게 마치 소수 소외계층을 지원하는 사업이니까 국민들의 문화적 삶을 향상시킨다고 전부 통 치는 것은 문제가 있다. 이것은 목표를 분명히 하자. 그리고 문화가 있는 날 사업이라고 해서 꼭 그 날짜를 정해 주지는 말자. 정하지 않아도 문화가 있는 날 사업일 수 있거든요. 00에서 이 사업을 그날 하면 그날이 문화가 있는 날 사업인 거예요.” - 정책 전문가(문체부/지역문화진흥원 사업)

“일상 속 삶의 쉽표가 되기 위해서 프로그램별로 주요 타겟 참여계층을 명확히 할 필요가 있습니다. 프로그램 기획 의도가 실제적인 효과성으로 전달되기 위해서는 프로그램별 타겟 시간대, 이동거리, 주요 관심사 매칭, 정보제공 등 쉬운 접근성이 중요합니다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

#### ▷ 사업 디자인(모델) 수정/개선 필요

“사업에 대한 기본적인 방향. 이런 사실들은 아마 비슷비슷하게 다 나올 건데요. 그래서 그것을 꼬집어내서 지금 현장의 상황도 이러니 새 정부도 나오고 이제 했으니 문화가 있는 날이라고 하는 것을 다시 한번 디자인할 필요가 있다고 생각합니다.” - 지역특화 프로그램 참여단체

“각각 주어진 예산을 가지고 그만큼 실적을 내기도 버거운 상태인데 중앙이나 진흥원이나 정책을 유지하고 운영하시는 곳에서 바꿔야 하는 모델링을 조금 던져주시고, 거기 안에서 의견 수렴을 하고 각자의 기관마다 어디에 주안점을 두고 걸지를 잘 조절했으면 좋겠다는 생각이 들거든요.” - 문화기반시설 주관기관

“문화가 있는 날 사업의 이름은 어떻게 하더라도 정책 목적에 맞게끔 수행될 수 있는 사업모델을 잘 개발하고(뿌려주기 식 말고), 그렇게 해서 그것이 확산되게끔 하는 쪽으로 방향 전환이 필요하고, 거기에는 나눠주는 예산보다 조금 더 확실하게 그 프로그램을 만들면 파급은 굉장히 빠릅니다. 그런 프로그램을 발굴하고 발전시키는 데 그 예산 투입이나 정책 등이 더 갔으면 하는 생각이 저의 생각입니다.” - 정책 전문가(문체부/지역문화진흥원 사업)

“예를 들어서 컨소시엄으로 큰 돈이 간단 말이에요. 그것이 가면 그 사업을 꾸리기 위해서 지자체가 협력을 안 할 수가 없어요. 그럼 지역에서 언론기사가 나와. 우리 지역에서 중앙정부에서 이렇게 문화가 있는 날 사업으로 OO을 받았다 그러면 그것 자동으로 홍보가 되는 거예요. 그러니까 홍보가 자발적으로 되도록 이 사업이 운영되면 홍보예산 을 별도로 쓸 필요도 없는데 지금 억지로 홍보를 하다 보니까... 그래서 이런 것들도 사업의 추진방식 패러다임을 바꾸면 자동적으로 해결이 될 것이고, 홍보를 별도로 하려고 하지 말고 알아서 자동적으로 홍보가 되게 하자. 그게 더 중요한 것 같다. 알아서 자동적으로 하자.” - 정책전문가(문체부/지역문화진흥원 사업)

#### ▷ 성과측정의 한계 인식(성과에 얽매이지 말아야)

“1회 진행 금액이 적으면 성과가 적은 것이고, 금액이 크면 성과가 크구나! 이렇게 생각해야 되나 보네” 이런 생각이 듭니다. 문화 정착이라는 것이 낮게 작게 조금씩 조금씩 스며들어서 그 지역의 문화를 만들어 가는 게 아닐까, 크게 빵빵 터뜨린다고 그래서 그게 정말 문화가 정착이 잘 될까? 이런 생각이 들었거든요.” - 문화기반시설 주관기관

“문화가 있는 날 사업 자체만으로 뭔가의 성과를 내기에는 지역적인 특성이나 공간의 특성들도 다 다르기도 하고, 아까 말씀드린 것처럼 문화가 있는 날에 지역주민들이 어느 시설을 가더라도 문화를 느낄 수 있다면 그게 최대한의 효과라고 생각하는데요. 어디에 가서 몇 명이 봤고 무슨 공연을 봐서 얼마나 좋았는지 그것을 수치상으로 평가를 하기에는 너무 힘든 부분도 있고요.” - 문화기반시설 주관기관

“성과지표가 조금 다양하게 개발될 필요가 있지 않을까? 각각의 기관별로 현장에서 노력해왔던 것들이 반영될 수 있는 성과지표들을 만들어서 그것들이 드러낼 수 있게끔 해 주는 역할들은 중앙 쪽에서 해주셔야 하지 않겠느냐라는 생각이 들었어요.” - 문화기반시설 주관기관

#### ▷ 자료의 아카이빙 지원, 정보자료(교재, 매뉴얼) 구축 필요

“공식적인 보고서 외에 진행 과정을 기록으로 남기는 흔히 아카이빙이라고 표현하는데요. 그런 기록물이나 영상을 공유하는 공간이

제가 알기로는 진흥원에는 없는 것 같아요” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

“사실 저는 공모사업이 매뉴얼대로 수행되기를 바라는 입장이에요. 담당자와 주관단체가 같이 사용할 수 있는 교재가 있으면 좋겠어요. 교육자료 아니면 매뉴얼도 좋을 것 같고, 아니면 타 지자체 결과보고라든가 우수사례라든가 그런 것을 볼 수 있는 e-book이나 PDF를 통해 공유할 수 있으면 좋을 것 같아요” - 지역특화 프로그램 지자체

#### ▷ 지역문화진흥원의 담당인력 확충/지원

“제 느낌에는 하는 일에 비해서 인력이 턱없이 부족하다는 생각을 했었어요. 그래서 여력이 되신다면 진흥원 인력을 담당사업별로 확장을 해줄 수 있는지, 그리고 가능하다면 모니터링 같은 것을 한두 번 정도 더 진행해줄 수 있는지 궁금해요. 40개가 넘는 단체의 활동을 두 분이 담당하신다는 것은 사실 불가능하다고 보거든요. 지역별로 모임도 하셔야 되고 성과 공유회도 해야 되고 모니터링 파견도 하셔야 되고 ... 관한 참견 같지만 인력 확충을 해 주시면 저희 담당하는 사람들도 훨씬 더 커뮤니케이션이 원활하고 업무지원도 더 원활하게 받을 수 있지 않을까 생각해요” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

#### ▷ 정치적 압박으로부터의 독립성

“저희가 진행하는 생명안전 사업에 대해 활동가들과 다른 성향을 가지신 분들이 우회적으로 압박하는 경우가 있어요. 문화예술 사업이 정치적인 논리에 영향을 받고 휘둘리지 않았으면 좋겠습니다” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

### □ 문화가 있는 날 기획사업의 발전방향

- 문화가 있는 날 기획사업의 발전방향으로 성공적인 사업수행을 위한 공연의 수준(질) 향상, 전문 컨설팅 등의 지원 필요, 문화가 있는 날의 확장, 지역 중심의 네트워크 강화, 시기의 제한 완화, 사업 예산확대 등의 의견이 있었음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업의 중장기 발전방향은 어떻게 해야 한다고 생각하십니까?

#### ▷ 성공적인 사업수행을 위한 공연의 수준(질) 향상

“문화의 질을 조금 더 높여서 공연을 보는 관객들이 버스킹 공연을 관심 있게 볼 수 있는 상황이 됐으면 좋겠는 게 저희가 버스킹 공연을 하다 보니까 즐겁게 보는 관객도 있지만 저희한테 민원이 들어올 때도 있어서 공연팀 공연의 질이 올라가면 이게 개선이 될지도 모른다고 생각합니다.”

“저희 공연팀이 그렇게 뭔가 서로 끈끈한 것은 없는 것 같아서 그런 끈끈함을 가지면 이게 더 시너지 효과를 발휘하지 않을까 해서 각자의 팀이 아닌 실버마이크가 하나의 팀이 되는 그런 것도 구상해서 내년에는 각각 팀이 아니고 실버마이크팀으로 뭔가를 더 많이 할 수 있는 기회가 있으면 좋겠어요.” - 실버마이크 주관기관

#### ▷ 컨설팅 등의 지원 필요

“지역에서 힘들면 중앙정부에서 멘토단을 만들어서 거기에 도움을 주고 컨설팅할 수 있는 그룹들을 심사위원을 많이 두는 것보다는 그런 것들을 현장에서 진행될 수 있게끔 하는 그런 관리 프로그램들이 훨씬 더 보강이 돼야 된다. 정책적인 차원도 있지만 이 정책을 실현시키기 위해서 여태까지는 평가 중심인 것 같거든요. 그런데 그게 안 되면 그것을

이루기 위해서 단체한테만 물어보지 말고 현장에 그것을 도울 수 있는 그런 전문 컨설팅, 멘도 이런 부분들이 굉장히 시급하다고 생각합니다.” - 정책전문가(문체부/지역문화진흥원)

“5년 차까지의 과정에서 조금 더 의지할 수 있는 존재가 있으면 좋겠다는 생각이 들거든요. 이 사업은 여러 고민들을 안고 가는 사업인 것 같아요. 그때 컨설팅을 받고 뭔가 의지할 수 있는 부분이 있었으면 좋겠다는 생각이 드네요”  
- 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

“사업 이후에도 확장할 수 있기 위해 5년 차 이후의 단체들도 컨설팅이나 모니터링이 필요할 것 같아요. 이 사업을 기반으로 해서 앞으로도 확장시킬 수 있는 사업을 고민할 수 있을 것 같습니다” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

#### ▷ 문화가 있는 날의 확장(특정한 날을 지정하지 않아도 문화가 있는 날이 되도록)

“원론적인 이야기가 될 수도 있는데 문화가 있는 날 자체가 문화향유가 부족하다 보니까 특정한 날을 정해서 문화가 있는 날로 홍보하는 거잖아요. 청춘마이크도 지금 그 주간을 지켜서 운영하고 있는데 문화가 있는 날을 따로 특정하지 않아도 그게 조금 확장해서 펼쳐지는 게 문화향유가 확대되는 것 아닌가 해요” - 청춘마이크 주관단체

#### ▷ 지역의 가치를 중심으로 네트워킹하는 열린 구조

“지역의 가치를 발굴하고 발현할 수 있는 지금의 중심을 잃지 않았으면 좋겠습니다. 그리고 열린 구조도 계속 가졌으면 좋겠고요. 덧붙여 다른 지역들과 네트워크 할 수 있는 시간들이 좀 더 많았으면 좋겠다는 생각을 가지고 있습니다”  
- 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

#### ▷ 시기의 제한 완화

“지역 기반의 행사나 다양한 축제들을 문화가 있는 날 주간에만 한다는 것이 현실적으로 굉장히 제약이 많더라고요. 그때는 다른 행사들도 많아요. 축제시즌은 대부분 특정 시기에 몰려있는데 우리도 그 시기에 무얼 하려다 보니까 원활하지 못한 부분이 있습니다. 오히려 폭이 넓어져서 일상 곳곳에 있도록, 그리고 상설로 있도록 하는 것이 더 이 사업의 방향에 맞지 않나 싶어요. 폭이 주간에만 해야 된다는 것이 오히려 제약이 많은 것 같다는 생각이 들고요.” - 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체

#### ▷ 사업의 예산 확대

“전체 문화예술 분야에서 예산이나 인력을 보면 매우 비중이 작기 때문에 지자체장도 관심이 없을 수밖에 없어요. 지자체와 주민들의 관심을 높이려면 예산도 늘리고 이것은 특별한 사업이라고 느끼게 해야 되는데, 그렇게 하지 못하는 것이 가장 큰 문제예요.” - 지역특화 프로그램 지자체

#### ▷ 각 지역별 기관/단체 간 연계를 통한 사업 효율성 도모

“지역에 문체부가 지역 파트너를 뒤서 문화가 있는 날 거점 파트너를 두고 이 파트너들이 사업을 관리해줘서 이 사람들끼리 네트워크하고 같이 홍보 브랜딩을 함께 하는 게 훨씬 더 효율적이다. 각 기관별로 각자 사업들을 다 하고 있으니까. 그러면 지역 거점에 문화재단과 같이 이런 분들과 파트너십을 맺어서 거점기관하고 여기는 홍보만 해주는 거예요. 사업에 대한 홍보와 브랜딩 관리를 여기서 해준다고 하면 훨씬 더 효율적일 것입니다.” - 지역특화 프로그램 참여단체

#### ▷ 성과 사례 발굴 및 홍보 필요

“문화가 있는 날 사업의 취지와 맞는 그런 사례를 잘 발굴해야 된다. 그것은 사업 참여도 그렇고 단순히 이 사업에 대한 것뿐만 아니라 우리 지역에서도 저런 것을 하고 싶다. 혹은 기획자들도 이런 곳이 굉장히 반응이 좋고 이런 변화가 있으니까 우리도 그것을 모델링으로 해서 한번 해보자라고 하는 그런 사례들을 더 많이 발굴해서 알리는 게, 그래서

저는 굉장히 중요한 게 우수사례 발굴하고 그것을 각 지역단체나 공유시키는 부분들이 이 사업이면 국민들한테 엄청난 홍보를 많이 해야 된다는 것은 이미 하고 있는 것 같고, 문화가 있는 날 사업 얘기 많이 듣거든요.” - 정책전문가(문화부/지역문화진흥원)

**▷ 성장을 위해서는 참여자 간 고민하는 과정이 필요**

“계속사업으로 갈 거면 이게 어떻게 하면 더 전 국민에게 소외됨이 없이 그게 파급력이 있을 것인가, 그런 부분에 대해서 지역과 같이 고민하고 참여단체와 같이 고민하고 이렇게 하는 과정이 없었다고 하는데 왜 그렇게 안 하는가 하는 것에 대한 의문은 분명히 있고요. 점차 지금 추세가 지역에 이양하는 과정에 많은 사업들이 지역재단으로 분배가 되고 있는 걸로 알고거든요. 그런데 그런 걸을 같이 맞춰서 새로운 모델을 만들고 기존에 오래도록 하던 것들은 더 정착할 수 있도록 좀 확산, 뿌리 쪽으로 나아가는 게 맞지 않을까? 그런 생각을 해봅니다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

**▷ 정부의 충실한 제도적 유인책 마련 필요**

“문화시설·단체들이 이 사업에 보다 적극적으로 참여할 수 있도록 정부가 더 충실한 제도적 유인책을 마련할 필요가 있다. 특히나 문화기반시설의 지역적 편차는 속히 개선되어야 할 문제로 지원사업을 통해 가급적 취약지역 우선으로 새로운 문화기반시설의 건립이 진행되어야 할 것이다. 박물관과 공연장은 서울과 수도권에 대부분의 기반시설이 집중되어 있는바, 지역 박물관(특히 미술관)과 공연장의 건립과 개선은 시급한 형편이며 새로운 시설의 건립과 함께 프로그램과 콘텐츠의 기획과 개발 및 운영, 홍보 역시 지원사업을 통해 개선 가능하므로 이에 대한 노력이 필요하다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

**▷ 장기적 관점에서 정착될 수 있도록 지속 보안을 해야**

“각종 지원사업과 공모사업들이 생태계 조성과 문화향유기회 확대 측면에서 매우 중요한 역할을 하고 있습니다. 문화가 있는 날 지원사업도 그러한 역할과 방향성의 장점이 많다고 생각합니다. 다만, 공모에 선정되고 지원이 되고 있는 규모와 성격에만 맞추어 진행되기보다는 그시작을 기반으로 자생적이고 장기적인 관점에서의 성장이 참여단체들과 예술가들에게 플랫폼으로 정착될 수 있도록 보완되는 지점을 문화가 있는 날 지원사업의 모니터링을 통해 고민하고 지역 문화기반시설들과도 지속적인 네트워크를 상호 협력할 수 있는 방안을 찾아보는 것도 좋을 것 같습니다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

**▷ 다양한 관점에서의 문화예술 기획과 생산 필요**

“짧은 콘텐츠 중심의 소비, 시간간의 제약, 여가생활의 다양성과 개인 중심의 생활패턴 등 이제는 단순한 혜택을 강조해서는 지속가능한 유인 효과가 어려운 실정이기도 합니다. 오프라인 중심의 환경이 더욱 편한 소비계층과 인터넷이 친숙한 미래세대들을 종합 고려하여 문화예술 부분도 다양한 관점에서의 콘텐츠 기획과 생산이 이루어져야 합니다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

**▷ 전 계층을 아우르는 상용 체계와 기술, 정책 수립이 필요**

“문화와 관광 향유에도 양극화가 심화되는 것은 소득수준의 양극화에 기인하며 이는 상대적 박탈감을 불러온다는 점에서 더욱 사회문제화되고 있습니다. 생활 속 문화활동 지원사업의 사업목적이 국민들이 고르게 문화향유를 누리게 함에 있고, 이를 위해서는 관계자들의 노력과 개선이 아주 중요하다고 느껴집니다. 변화하는 세상에 뒤처짐 없이 전국 곳곳의 소외계층까지 아우르려면 상응하는 체계와 기술, 정책이 수립되어야 한다고 생각합니다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처

**▷ 공연예술의 영상화 및 대면/비대면 복합 적용 공연문화 지향**

“이제는 공연 향유자 역시 비대면으로 영화를 보듯 공연을 보는 미래가 오지 않을까 합니다. 뛰어난 미디어 기술을

통해 기존과는 전혀 다른 시각으로 새로운 구도에서 공연을 보고 새로운 방향으로 공연을 느낄 수 있을 거라고 생각합니다. 대부분의 예술인들은 경제적 문제로 생활과 해결이 주목적이며, 공연을 하고자 하는 기회가 부족합니다. 공연예술의 영상화가 심도 있게 진행이 되면 안정적인 경제활동이 가능하고 지속성을 가지고 공연 활동이 가능해집니다. 이제는 대면만 고집을 할 것이 아니라, 디지털 환경으로의 전환에 대해 두려워하지 말고, 대면과 비대면이 복합적으로 적용되는 공연문화가 되었으면 합니다.” - 실버마이크 주관기관

**▷ 개인의 삶을 변화시키는 프로그램 개발이 필요한 시점**

“고령인구 증가로 건강, 의료분야에 대한 관심이 집중될 것으로 보입니다. 건강에 대한 관심이 높아지면서 해당 분야의 발전도 기대된다. 문화예술에서도 이에 대한 관심을 가지고 프로그램을 만들어야 한다고 생각한다. 현재도 여러 분야에서 치유프로그램이 진행되고 있습니다. 이러한 프로그램과 문화예술을 접목한 프로그램을 만들어내는 것이 중요하다고 생각합니다. 문화예술치유프로그램과 자연치유프로그램의 연계 등 개인의 삶을 변화시키는 프로그램 개발이 필요한 시점이라 생각합니다.” - 실버마이크 주관기관

**▷ 특정 문화예술인들의 사업이 아닌 지역민 모두가 느낄 수 있는 사업으로 성장해야**

“하나의 정책을 만드는 게 엄청난 스트레스와 노력이 필요하다는 것을 압니다. 하지만 하나의 정책이 완성되면 그 정책목표, 방향에 맞게 모든 지자체가 따라갑니다. 또한 그 정책이 지자체마다 각각의 특성이 있기 때문에 모두를 충족시킬 수 없습니다. 하지만 문화사업은 보이지 않지만 행복하게 살기 위해선 가장 중요한 사업이라고 생각합니다. 특정 문화예술인들의 사업이 아닌 지역민 모두가 느낄 수 있는 사업이 되길 바랍니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

**□ 문화가 있는 날 기획사업 관련 자유의견**

**○ 자유의견**

- 문화가 있는 날 기획사업 관련 자유 의견으로 지속 참여 가능하도록 지속적인 지원 필요, 다양한 문화참여 프로그램 지원 필요, 행정업무(정산보고) 간소화, 사업 관련 종사자에 대한 처우 개선 필요, 예산 규모 보장, 제도적인 지원 추가 필요 등의 의견이 있었음

**Question** 문화가 있는 날 기획사업과 관련하여 건의사항이 있으시면 말씀해 주십시오.

**▷ 지속 참여 가능하도록 지속적인 지원 필요**

“저는 딱 한 마디예요. 내년에도 하고 싶습니다.”  
 “여기에 계신 분들은 모두 큰 경험들을 갖고 있어요. 이것은 우리 문화체육관광부에 큰 자원이라고 봐요. 내년에도 제한을 두지 마시고 한 번 더 참여할 수 있도록 해주면 좋겠어요.” - 실버마이크 공연팀

“단년도 사업이다 보니까 계속 프로그램을 매년 바꿔야 되고 매년 연속성으로 가져가기 어려운 부분이 있어서 그런 부분이 좀 보완됐으면 좋겠습니다.” - 지역특화 프로그램 지자체

“이제는 좀 손이 못 미치는 그런 사각지대에 자유롭게 지속적으로 뭔가 새로운 참신한 작은 예술단체가 됐든 개인이 됐든 그런 사람들의 활동들이 일어나면서 알려가는 그런 지속적인 사업이 됐으면 좋겠습니다.” - 지역특화 프로그램 참여단체

**▷ 좀 더 다양한 문화참여(지원) 프로그램이 필요**

“굉장히 다양한 생활문화 공간들이 생겨나고 있고, 000입장은 배제하더라도, 그런 공간들도 문화가 있는 날 프로그램 들을 충분히 운영할 수 있는 운영기관들이 많이 들어서고 있고, 그런 다양한 기관들이 참여할 수 있는 지원들이 필요하다고 생각을 했어요. 오히려 저희가 다른 공간하고 협력하면서 프로그램을 만들 수도 있지만 정책과에서도 그런 다양한 생활문화공간들이 참여할 수 있는 프로그램을 만들 필요가 있지 않을까요. 더 많은 사람들이 방문할 수 있는 다양한 공간들에게 지원하는게 어떨까 생각도 합니다.” - 문화기반시설 주관기관

**▷ 문화는 탑-다운 방식이 아닌 지역민들의 노력으로 만들어 나가는 것**

“문화라는 것은 그 지역민들이 요구하는 것들을 만들어서 하나 하나 해결해가며 그 지역에 넓게 퍼져야 되는 것이 맞다고 보거든요. 그런데 위에서 이렇게 자꾸만 내려주는 것은 아니라는 생각이 들어요.” - 문화기반시설 주관기관

**▷ 행정업무(정산보고) 간소화**

“문연에서 하는 많은 사업들 중에 문화가 있는 날 사업의 정산보고가 제일 어려워요. 이 정산보고가 어려운 점은 매월 쪼개서 저희 자부담을 얼마를 냈는지 이 구분은 아니지만 전체 예산 썼던 것을 다 같이 적어서 결과보고를 한 번에 내야 돼요. 그러다 보니까 장기에 걸친 성과보고서라서 제일 복잡하고 성과보고서도 제일 까탈스럽게 보면서 돈은 제일 조금 주는 부분이라 좀 어려운 부분이 있어요.” - 문화기반시설 참여시설

**▷ 사업 관련 종사자에 대한 처우 개선 필요**

“저는 문화가 있는 날의 모든 프로그램은 기획자 역량을 강화시키는 것 같아요. 매번 노력을 해야되니까 저한테 너무 감사하고요. 그런데 저도 좌담회도 많이 가고 설문도 오잖아요. 그런데 반영은 되는지 잘 모르겠어요. 그리고 현장에서 정말 지역주민들이 체감할 수 있는 문화예술 향유를 원하신다면 그것에 종사하고 있는 종사자들에게는 그만큼의 타당한 예우는 해주셔야 되지 않나 싶습니다. 그들이 사라지면 저희는 할 수 없거든요. 그래서 그 부분을 조금 고민해 주셨으면 좋겠다는 생각을 하게 되는 것 같아요.” - 문화기반시설 참여시설

**▷ 사업을 잘 마칠 수 있어서 감사한 마음**

“예산 자체도 지금 정부에서 000예산을 자꾸 깎기 때문에 어떻게 될지 모르는 불투명한 상태라서 기대하기는 좀 어렵지만 어쨌든 올 한해는 저희들은 참여하는 참여자 수, 그다음에 그것을 통해서 만들어진 어떤 동아리 수, 그다음에 회원가입이 늘어나는 것들, 이런 것들을 데이터로 봤을 때는 성공적으로 잘 마쳤다. 그래서 감사하다고 말할 수 있습니다.” - 문화기반시설 참여시설

**▷ 예산 규모 보장**

“예산이 계속 몇 년 동안 감소하더라구요. 올해 수준을 유지하거나 좀 늘어나는 방향으로 가야 더 활성화되지 않을까요.” - 지역특화 프로그램 지자체

**▷ 설문조사에 대한 부담**

“설문지가 너무 많아서 어르신들이 중간에 포기하시는 경우가 많습니다. 질문의 내용도 어려워서 일반 대중에게겐 부담이 됩니다.” - 청춘마이크 주관단체

**▷ 네트워킹 확대로 참여자 간 심도깊은 논의 필요**

“운영 단체 간의 네트워크 기회가 더 많아져 정책방향 등에 대한 논의가 깊이 이루어질 수 있도록 (단순히 정해진 사업을 수행하는 것에 머무르지 않고, 실제 현장의 경험을 토대로 정책사업을 무르익혀 간다면, 본 사업의

깊이가 더해질 수 있을 것 같다)해야 한다.” - 생활속 문화활동지원 주관처

**▷ 문화향유가 잘 이루어지지 않는 것은 여유시간과 인근 문화시설 부족 때문**

“우리나라 국민들의 잠재적 문화 욕구가 상당히 높은 수준인 것은 이미 많은 조사와 연구를 통해 증명되고 있으며 문화향유가 잘 이루어지지 않는 것은 여유시간과 인근 문화시설의 부족 때문이지 문화에 대한 무관심이나 비싼 입장료가 큰 걸림돌이 되는 것은 아님을 주지해야 한다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

**▷ 공연분야 이외 시각, 문학분야 등 타 장르의 기획사업 발굴 및 운영 필요**

“문화가 있는 날 기획사업은 청춘마이크, 실버마이크, 지역문화콘텐츠특성화, 지역특화프로그램, 박물관, 미술관, 도서관, 문화원, 문화의집 등의 문화가 있는 날, 생활속 문화활동 지원 등 다양한 사업이 진행되는 것으로 알고 있습니다. 장르적인 부분으로 공연 분야뿐 아니라 시각 분야, 문학 분야도 예술활동을 할 수 있는 기획사업을 발굴 및 운영하면 좋겠습니다.” - 실버마이크 주관기관

**▷ 너무 많은 감동과 삶의 지혜를 얻는 소중한 시간**

“문화가 있는 날 기획사업인 실버마이크를 기획해 주신 지역문화진흥원에 감사드립니다. 실버마이크 사업을 처음 접하는 이들에게는 어르신 공연팀의 버스킹 공연으로 단순하게 비춰질 수 있겠으나 실버마이크 사업 담당자에게는 실버예술가들이 유년기, 청년기, 장년기 각 시기를 거치면 습득한 예술적 가치, 삶의 희노애락을 무대에 쏟아내는 시간들이었습니다. 그 속에서 너무 많은 감동과 삶의 지혜를 얻는 소중한 시간이었다는 것을 꼭 말씀드리고 싶었습니다. 2023년도에도 지역주관처로 선정될 수 있을지 모르겠지만 실버예술가들의 빛나는 열정을 보여 줄 수 무대가 확대되어 가기를 바랍니다.” - 실버마이크 주관기관

**▷ 지역특화 프로그램의 성공 요인은 지역민들의 능동적인 참여**

“지역특화 프로그램 사업의 성공 요인은 지역민들의 인식, 능동적인 참여입니다. 최대한 많은 지역민들이 지역특화 프로그램을 알고 참여하는 것이 중요하나 특히 젊은 인구가 일상에서 충분히 편안함을 느낄 수 있고 정착하고 싶은 지역을 만드는 게 중요합니다. 지방도시의 대부분은 성인이 된 후 자신의 연고지를 떠나 대도시로 갑니다. 당연히 여러 요인이 있지만 문화접근성도 큰 부분을 차지한다고 생각합니다. 젊은 인구가 떠나지 않도록 다양하고 지역적인 프로그램을 발전시킬 수 있는 방향을 모색해야 한다고 생각합니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

**▷ 일회성 이벤트 사업이 아닌 지속성 있는 사업으로 추진해야**

“문화가 있는 날 기획사업의 목표가 실적 등 양적인 통계치에 국한되지 않고 체감하게 되는 만족도, 관심도를 포함하여 문화적 일회성 이벤트가 되지 않고 일상에서 삶에 지속가능하게 참여하게 되는 문화콘텐츠의 소비로 이어질 수 있도록 추진되었으면 좋겠습니다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

**▷ 중장기적 관점에서 문화향유기회의 고른 확산 필요**

“지역균형 발전 및 국민의 문화 향수 기회 쏠림 현상이 단기적으로 해결되기는 분명 어렵겠지만, 문화기반시설들과 정책당국이 사업의 분석과 평가를 통해 중장기적인 관점에서 문화향유 기회가 고르게 확산되도록 정책적 공조와 지원 방향의 수립으로 연계되었으면 좋겠습니다.” - 정책전문가(문화기반시설 사업)

**▷ 지역의 특화된 프로그램을 좀 더 적극적으로 유도하는 방향으로 추진해야**

“지역특화 프로그램의 가장 큰 장점은 명칭 그대로 지역특화라고 생각합니다. 문화가 있는 날 사업 기치 아래 그 지역만 할 수 있는 프로그램을 지자체나 문화단체들이 좀 더 적극적으로 유도하는 방향으로 간다면 정말 좋은 사업인 것 같습니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

**▷ 통일된 키워드나 주제로 기획하는 방안도 고려해 볼 필요가 있어**

“지역특화 프로그램은 지역마다 다른 주제로 기획되고 있습니다. 이 외에도 통일된 키워드나 주제를 제시해주고, 이와 맞은 지역특화 프로그램을 기획하는 방안도 관심을 것 같습니다. 하나의 주제가 기획되면 중앙정부에서 전국적인 홍보를 하기도 수월하여 홍보에 대한 지자체의 부담을 덜어줄 수 있으며, 주제에 여러 지역의 다양한 해석 방식을 통해 관객에게 신선함과 모든 지역에 대한 호기심을 제공해주며, 지자체에게는 경쟁심을 불러일으킬 수 있을 것이라 생각합니다.” - 지역특화 프로그램(지자체)

**▷ 아동/청소년 관련 문화예술 프로그램은 유지되어야**

“아동 대상 프로그램이 없어진다고 들었는데 아쉽다. OO지역에서 아동과 청소년 단체 및 학교와 교류를 해보니 가정에서 문화 활동 기회가 없는 아동들이 주변에 많았고 지역의 특성상 고령화 지역구의 경우는 예산 편성에 있어서도 아동 청소년은 배제되는 경우가 많다고 한다. 어릴 때 체험한 문화향유의 경험이 향후 성장했을 때 문화생활의 중요한 밑거름이 되고 민주적인 소양을 갖춘 성숙한 문화 시민이 성장할 수 있는 계기를 마련해 주는 기회로서 문화가 있는 날 프로그램에도 아동과 청소년 대상의 문화예술 프로그램이 완전히 없어지지는 않았으면 좋겠다. 지역구의 특성을 반영하여 일정 비율은 유지하거나 향유의 기회를 제공하는 다양한 방식들을 모색하면 좋겠다.” - 생활 속 문화활동지원 주관처



## 문화가 있는 날 기획사업 성과분석

1. 청춘마이크 성과분석
2. 실버마이크 성과분석
3. 생활 속 문화활동 지원 성과분석
4. 지역문화 콘텐츠 특성화 성과분석
5. 지역특화 프로그램 성과분석
6. 참여 문화기반시설 성과분석
7. 성과분석 종합



## V. 문화가 있는 날 기획사업 성과분석

### 1. 청춘마이크 성과분석

#### 1) 사업개요

##### □ 사업목적

- 청년예술가들의 공연을 매개로 지역과 일상에서 누리는 국민 문화향유 확대 및 문화가치 확산
- 재능과 열정을 가진 청년예술가에게 ‘문화가 있는 날’ 공연기회 및 재정지원을 통해 지역 내 활동기반 조성

##### □ 사업내용

- (주관단체) 전국 19개 주관단체별 사업 기획 및 운영지원(권역형/기획형)

〈표 5-1〉 청춘마이크 사업내용

구분		권역형	기획형	
주요 내용	사업내용	지역 중심 거리 공연 프로그램 운영	지역 구분 없는 자율 기획 프로젝트 운영	
	기획방향	권역 내 공간 중심	프로젝트 중심	
	사업장소	지정된 권역 구분에 따라 권역 내 사업 운영	권역의 구분 없이 전국 제안 지역 내 사업 운영	
지원 내용	예산	총 예산	4,730백만원	1,590백만원
		청년예술가 직접지원	3,000백만원(63%)	1,000백만원(63%)
	지원규모	주관단체	최소 263백만원~최대 594백만원 (※권역별 상이)	최대 318백만원
		청년예술가	350만원(1인)~1,050만원(5인)	
	선정규모	주관단체	전국 14개 단체 (14개 권역)	전국 5개 단체
		청년예술가	375팀	125팀
운영회차(계획 기준)		1,875회	625회	
특화 운영		공간협력 기획프로그램	청년예술가 기획워크숍	

- (청년예술가) 전국 청년예술가 500팀 공모·선정 및 활동 지원
- (통합행사 개최 및 교류지원) 전국 단위 청춘마이크 페스티벌 개최 및 참여단체(청년예술가, 주관단체) 워크숍 운영

- (사업홍보) 청춘마이크 공식 누리집 및 SNS 채널 운영, 홍보물 제작 등
- (성과관리) 전문가 현장 모니터링단 운영을 통한 사업 효율성 제고

□ 사업운영방식

○ 추진경과

- 2016년 지역문화진흥원 직접 운영으로 시작, 2017년부터 광역문화재단 참여, 2018년 이후 권역별 공모 진행, 2021년부터 기획형 공모 추가
- 2022년도 예산은 총 72.5억 원 (사업운영비 9.3억 원(청춘마이크 페스티벌 등), 민간경상보조금 63.2억 원)으로 2016년 33.5억 원 대비 2.16배 증가

〈표 5-2〉 청춘마이크 사업 규모 변화(2016-2022)

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
예산	33.5억	28억	36.5억	42.3억	63억	102억	72.5억
비고	본예산 16억 추경 17.5억					본예산 63억 추경 39억	
주관 단체	지역문화진흥원	6개 권역 :지역문화진흥원, 5개 권역: 광역문화재단	9개 권역 공모	6개 권역 공모	10개 권역 공모	권역형: 10개 기획형: 5개 공모	권역형: 14개 기획형: 5개 공모

○ 2022년 사업 변화

- 권역형 권역을 세분화(10개->14개)하여 사업 참여 주관단체 증가
- 2021년 시작한 기획형의 지원 규모 확대
- 일상 속 공연 장소 및 기초지자체 단위 공연, 대면 공연 확대
- 2021년 개최한 ‘청춘마이크페스티벌’ 서울 광화문광장 인근에서 지속 개최

○ 주관단체 공모

- 대상: 청춘마이크 사업 운영 역량을 가진 공공기관 및 민간 문화예술 관련 단체 19개 (권역형 14개, 기획형 5개)
- \* 권역형 사업 3회 이상 공모 선정단체 지원 불가(기획형은 제한 없음), 지역문화진흥원 주관 문화가 있는 날 기획사업 간 중복 선정 지양
- 사업 장소는 비대면형, 생활밀접형, 지역자원형, 기초단위형으로 구분7)

7) 2022년 사업 계획 단계에는 코로나19로 인한 사회적 거리두기에 따라 유동인구가 많은 밀집 장소보다는 현실적인 관람 가능 인원을 고려해 생활권 내 소규모 공연 추진을 계획하였음. 이로 인해 주관단체들이 코로나19 시국에 적합한 장소를 선정하는데 어려움을 겪었으며, 하반기부터 사회적 거리두기가 완화에 따라 대면 공연으로 전환되면서 사업 장소 유형이 최초 계획과 달라지는 상황이 발생했음을 밝혀둠

**〈표 5-3〉 청춘마이크 공연 장소 유형**

구분	장소 유형
비대면형	지역 내 비대면 공연 운영이 가능한 모든 공간
생활밀접형	골목길, 놀이터, 근린문화공원 등 지역민 생활 공간 지역주민 소모임 공간
지역자원형	공연장, 도서관, 미술관 등 문화기반시설 유적지, 관광명소 등 지역의 문화적 자산
기초단위형	읍, 면, 동 단위 지역 내 공간

- 1회차 공연 프로그램: 5팀 내외 출연, 팀당 20분 내외 공연, 전체 100분 내외 구성
- 청년예술가 공모: 각 주관단체에서 진행
- 대상: 만 19세~34세 이하((1987년 1월 1일~2003년 12월 31일 출생) 청년예술가

**〈표 5-4〉 청춘마이크 공연 장르**

구분	내용
분과 I	대중음악
분과 II	양악·국악
분과 III	복합

밴드, 재즈, 커버곡 연주, 인디음악, 월드뮤직 등
성악, 관현악, 실내악, 중창, 국악, 전통예술 등
연극 (연극, 뮤지컬, 마임·넌버벌, 인형극 등) 무용 (한국무용, 현대무용, 발레 등) 다원예술 (여러 예술장르가 혼합된 프로그램) 예술일반 (비보이 댄스, 마술, 서커스, 코미디, 퍼포먼스, 드로잉, 모기 등)

- 지원 내용: 팀당 연간 총 5회 공연비 지원(1년 기준 350만원(1인)~1,050만원(5인)), 팀별 인원수에 따라 차등 지급

**〈표 5-5〉 청춘마이크 공연 사례비**

팀별 인원	1명	2명	3명	4명	5명 이상
1회 당 지급액	70만원	120만원	150만원	180만원	210만원

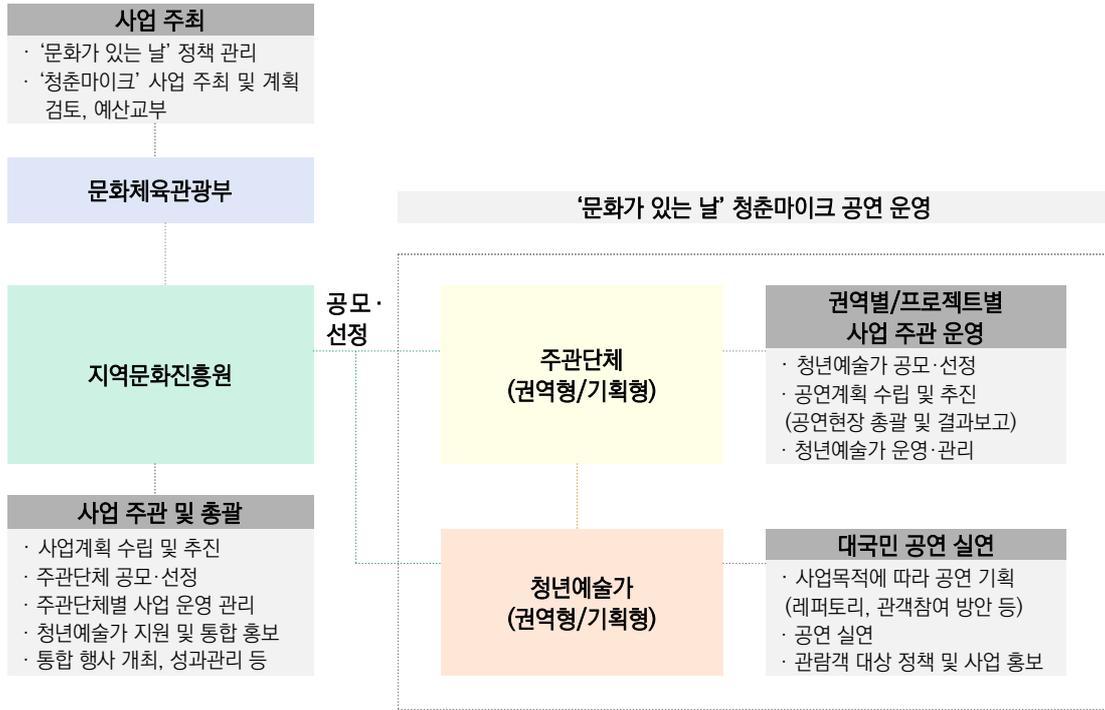
- 선정 규모: 전국 총 500팀(2021년 우수예술가 30팀 포함하여 배정), 권역별 최소 20팀에서 최대 50팀으로 차등 배정

**〈표 5-6〉 청춘마이크 권역별-기획형 공연팀 배정**

권역	계	서울	인천	경기	충북	대전세종	충남	전북	광주전남	대구	경북	부산	울산경남	강원	제주	기획형
배정팀 수	500	50	22	50	20	20	22	22	30	20	23	22	32	22	20	125

- 선정 방식: 전국 주관단체별 공모 및 오디션(1차 서류 및 동영상 심사, 2차 실연 심사)

○ 추진체계



〈그림 5-1〉 청춘마이크 추진체계

○ 주관단체 공모 결과

- 권역형: 14개 권역 중 13개 권역(충남 제외)에 40개 단체 신청, 최종 13개 단체 선정 (충남 권역은 추가 공모 진행-15개 신청, 1개 단체 선정), 신규 5개, 2년차 3개, 3년차 5개 단체 선정

〈표 5-7〉 청춘마이크 권역형 주관단체 현황

권역명	주관단체	비고
서울권	디에스지엔터프라이즈(주)	2020년, 2021년 권역형
인천권	주식회사 더원아트코리아	신규
경기권	원더러스트에이앤씨주식회사	2020년, 2021년 권역형
충북권	재단법인 충주중원문화재단	신규
대전세종권	주식회사플래닌	2020년(제주권), 2021년(대전충남권) 권역형
충남권	대전문화예술네트워크협동조합	신규(추가 공모)
전북권	사단법인 아이엠	2021년 권역형
광주전남권	재단법인 순천문화재단	2021년 권역형
대구권	(사)대구스트리트컬처팩토리	신규
경북권	예술마을 민 아트홀	신규
부산권	한국문화예술협동조합	2020년, 2021년 권역형
울산경남권	소켓	신규
강원권	강릉문화원	2020, 2021년 권역형
제주권	주식회사 설문대	2021년 권역형

- 기획형: 25개 단체 신청, 5개 단체 선정(경쟁률 5:1) 신규 3개(1개 단체는 권역형 3년 참여), 2년 연속 선정 2개 단체

〈표 5-8〉 청춘마이크 기획형 주관단체 현황

사업명	주관단체명	주요내용	기존 사업 참여
청춘아리랑	대전문화산업 단지 협동조합	아리랑을 주제로 전국 아리랑 관련 장소(진도, 밀양, 정선, 문경 등)에서 아리랑 재해석 공연	2021 기획형, 지역문화콘텐츠특성화
청춘마이크 <그린스테이지>	사단법인 인디053	기후변화를 주제로 지자체 면 단위로 환경 정화 필요 인지 지역(의성 신라리, 화천 광적리 등), 폐기물로 기사화된 대학가(안동대, 한국교통대), 쓰레기산 폐기물처리장(성주, 천안 등), 친환경 목적시설(경주, 대구, 울진 등) 등에서 친환경적 공연	신규 (2019~2021 권역형)
평화를 만드는 청춘마이크 <길곳프로젝트>	문화발전소 오픈터	평화를 주제로 평화의 메시지를 담고 있는 경기 화성시 매향리, 충남 태안군 천리포수목원 등에서 길곳	신규
청춘마이크 <화무십일홍>	문화통신사 협동조합	코로나 시대를 풍자하는 청년예술가들의 글과 그림을 배경으로 전국 공공 및 민간 미술관(남원, 완주, 여수, 대전 서구 등)에서 공연	신규 (2021 지역문화콘텐츠 특성화)
<달빛청춘문화동맹>청춘문화실크로드, 아트혈소	예술공방 CUE(큐)	영호남 지역감정을 주제로 영호남을 잇는 장소(화개장터, 전남대, 518 민주화 운동 광장, 대구 반월당, 진주성 등)에서 합동연주 및 콜라보레이션 공연	2021 기획형 (2020 지역특화)

○ 참여예술가 공모 결과

- 권역형: 362팀, 1,135명 선정(평균 경쟁률 4.2:1)
- 기획형: 113팀, 325명 선정(평균 경쟁률 2.1:1)
- \* 신청 단계에서 19개 주관단체(권역형, 기획형)에 중복 신청(팀 구성원 포함)을 금지함
- 권역형은 서울권이 8.2:1로 경쟁률이 가장 높았음
- 기획형은 권역형에 비해 경쟁률이 낮았음(2개 주관단체는 공모 기간을 연장함)

〈표 5-9〉 청춘마이크 참여예술가 선정 현황

	신청		선정		경쟁률
	팀수	인원수	팀수	인원수	
권역형	1,519	4,761	362	1,135	4.2:1
기획형	236	747	113	325	2.1:1
우수예술가	-	-	28	74	-
합계			503	1534	-

○ 전체 참여예술가 규모

- 총 503팀, 1,534명(전년도 우수예술가 28팀, 74명 포함)

〈표 5-10〉 청춘마이크 주관단체별 참여예술가 현황

번호	구분	주관단체명	활동팀수	활동인원수	
1	권역형	서울권	디에스지엔터프라이즈(주)	50	160
2		인천권	주식회사 더월아트코리아	22	68
3		경기권	원더러스트에이앤씨주식회사	50	155
4		충북권	재단법인 충주중원문화재단	23	69
5		대전/세종권	주식회사플래닌	20	61
6		충남권	대전문화예술네트워크협동조합	22	72
7		전북권	사단법인 아이엠	22	77
8		광주/전남권	재단법인 순천문화재단	30	102
9		대구권	(사)대구스트리트컬처팩토리	19	66
10		경북권	예술마을 민 아트홀	23	65
11		부산권	한국문화예술협동조합	23	68
12		울산/경남권	소켓	32	101
13		강원권	강릉문화원	22	65
14		제주권	주식회사 설문대	22	56
합계			380	1,185	
1	기획형	문화발전소 열터	24	72	
2		대전문화산업단지 협동조합	25	76	
3		문화통신사협동조합	22	61	
4		예술공방 CUE(큐)	26	70	
5		사단법인 인디053	26	70	
합계			123	349	
총계			503	1,534	

\*전년도 우수예술가 28팀은 권역형과 기획형에 배정

○ 청년예술가 공연팀 현황

- 분야별: 대중음악이 44.1%로 가장 많음
- 규모별: 5명 이상이 24.1%로 가장 많고 1명이 22.7%, 2명 21.9%임

구분	총팀수	분야별			팀규모별				
		대중음악	양악국악	복합	1명	2명	3명	4명	5명 이상
권역형	380	175	121	84	81	85	51	66	97
기획형	123	47	51	25	33	25	26	15	24
합계	503	222	172	109	114	110	77	81	121
비율(%)	100	44.1	34.2	21.7	22.7	21.9	15.3	16.1	24.1

- 주 활동권역별: 기존 활동 권역은 수도권이 30%로 가장 많고 경상권이 23.3%임

구분	총팀수	주 활동권역							구분*	
		전국	수도권	충청권	전라권	경상권	강원권	제주권	해당 권역	타 권역
권역형	380	56	130	40	46	87	8	13	356	24
기획형	123	55	21	10	6	30	1	0	해당없음	
합계	503	111	151	50	52	117	9	13		
비율(%)	100	22.1	30.0	9.9	10.3	23.3	1.8	2.6		

\* 2022년 청춘마이크 참여 시 주 활동권역 또는 타 활동권역 참여팀 수(전국은 해당 권역으로 포함)

- 활동기간별: 2년 이상에서 4년 이하가 51.7%를 차지함

구분	총팀 수	활동기간				
		2년 미만	2년 이상~4년 이하	5년 이상~8년 이하	9년 이상~12년 이하	13년 이상
권역형	380	80	200	79	15	4
기획형	123	29	60	23	7	2
합계	503	109	260	102	22	6
비율(%)	100	21.7	51.7	20.3	4.4	1.2

※ 권역형 2팀, 기획형 2팀 활동기간 미기재(총 4팀)

- 팀원 구성: 성별은 남자가 55.7%, 연령대는 25~29세가 47.6%, 참여 이력은 3회 이하가 53.2%로 가장 많은 비율을 차지함

구분	총 팀원수	별		연령대			참여 이력		
		남	여	18~24세	25~29세	30~35세	신규	~3회 이하	4회 이상
권역형	1,185	702	483	208	581	396	521	644	20
기획형	349	152	197	64	149	132	167	172	10
합계	1,534	854	680	272	730	528	688	816	30
비율(%)	100	55.7	44.3	17.7	47.6	34.4	44.9	53.2	2.0

※ 기획형 특별 선발 1팀 나이 기준 초과자 4명 제외

### ○ 청춘마이크 페스티벌 운영

- 전국 청춘마이크 참여예술가 대상으로 참가자 모집 후 서울 광화문광장 및 세종문화회관 일원에서 2일간 페스티벌형 공연 진행
- 참가비용 지원, 전문가 멘토링 및 네트워킹 기회 제공, 2023년 사업 연속 참여 혜택 (공연사례비 없음)
- 청춘마이크 참여예술가, 실버마이크 공연팀의 콜라보레이션 공연 포함

〈표 5-11〉 청춘마이크 페스티벌

사업목적	- 청년예술가가 중심이 되는 대표 청년문화 축제 브랜드를 구축함으로써 자긍심 고취 및 국민 지지 확보 - 청년예술가의 네트워킹, 전문가 멘토링을 통한 활동 영역 확장 및 예술가로서의 자긍심 고취, 다양하고 질 높은 청년문화 콘텐츠로 사회적 인정 확보 - 전국 단위 페스티벌 개최를 통해 청춘마이크 및 문화가 있는 날 대국민 인지 제고
일시	2022년 10월 15일(토)~16일(일)/2일
장소	광화문광장 및 세종문화회관 일원(서울 종로구)
참여	청춘마이크 청년예술가 40팀 내외, 실버예술가 5팀
내용	총감독-멘토단 구성, 참여예술가 중 참가자 모집/선발, 멘토링-참가비용지원-홍보지원 2023년 사업 연속참여 지원

□ 연간일정

단계	시기	추진 내용	비고										
사업 준비	'21년 12월~ '22년 1월	'22년 추진계획 수립 및 사업 확정 '22년 국고보조금 교부신청											
사업 공모· 선정	'22년 1월~4월	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">주관단체 공 모·선정</td> <td colspan="2">전국 공모</td> </tr> <tr> <td>1차 심의</td> <td>서류 심의</td> </tr> <tr> <td>2차 심의</td> <td>프레젠테이션 심의</td> </tr> <tr> <td colspan="3">결과 발표 및 워크숍 개최</td> </tr> </table>	주관단체 공 모·선정	전국 공모		1차 심의	서류 심의	2차 심의	프레젠테이션 심의	결과 발표 및 워크숍 개최			(주관) 지역문화진흥원
		주관단체 공 모·선정		전국 공모									
1차 심의	서류 심의												
2차 심의	프레젠테이션 심의												
결과 발표 및 워크숍 개최													
<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">청년예술가 공모·선정</td> <td colspan="2">전국 공모</td> </tr> <tr> <td>1차 심의</td> <td>서류 및 동영상 심의</td> </tr> <tr> <td>2차 심의</td> <td>오디션(실연 심의)</td> </tr> <tr> <td colspan="3">결과 발표 및 발대식 개최</td> </tr> </table>	청년예술가 공모·선정	전국 공모		1차 심의	서류 및 동영상 심의	2차 심의	오디션(실연 심의)	결과 발표 및 발대식 개최			(주관) 주관단체		
청년예술가 공모·선정		전국 공모											
		1차 심의	서류 및 동영상 심의										
	2차 심의	오디션(실연 심의)											
결과 발표 및 발대식 개최													
사업 운영· 관리	4월~ 11월	<table border="1"> <tr> <td>주관단체별 문화가 있는 날 공연 운영 (4월~11월 문화가 있는 날)</td> </tr> <tr> <td>청춘마이크 페스티벌 개최 (10월 문화가 있는 날)</td> </tr> </table>	주관단체별 문화가 있는 날 공연 운영 (4월~11월 문화가 있는 날)	청춘마이크 페스티벌 개최 (10월 문화가 있는 날)	(주관) 주관단체  (주관) 지역문화진흥원								
		주관단체별 문화가 있는 날 공연 운영 (4월~11월 문화가 있는 날)											
청춘마이크 페스티벌 개최 (10월 문화가 있는 날)													
<table border="1"> <tr> <td>사업관리 실행 (모니터링, 워크숍, 현장 및 예술가 평가 등)</td> </tr> <tr> <td>월별 운영계획 및 결과 보고 취합</td> </tr> <tr> <td>사업 현장 모니터링</td> </tr> <tr> <td>주관단체 현장 모니터링 진행 (전문가 현장 모니터링단)</td> </tr> <tr> <td>예술가 평가 운영</td> </tr> <tr> <td>주관단체 워크숍 운영</td> </tr> <tr> <td>청년예술가 워크숍 운영</td> </tr> </table>	사업관리 실행 (모니터링, 워크숍, 현장 및 예술가 평가 등)	월별 운영계획 및 결과 보고 취합	사업 현장 모니터링	주관단체 현장 모니터링 진행 (전문가 현장 모니터링단)	예술가 평가 운영	주관단체 워크숍 운영	청년예술가 워크숍 운영						
사업관리 실행 (모니터링, 워크숍, 현장 및 예술가 평가 등)													
월별 운영계획 및 결과 보고 취합													
사업 현장 모니터링													
주관단체 현장 모니터링 진행 (전문가 현장 모니터링단)													
예술가 평가 운영													
주관단체 워크숍 운영													
청년예술가 워크숍 운영													
사업 결과	12월 1주~ 12월 4주	<table border="1"> <tr> <td>단체 정산·연간 실적보고서 취합 및 검토</td> </tr> <tr> <td>사업운영결과 분석 및 공유</td> </tr> <tr> <td>성과사례집 제작 및 배포</td> </tr> </table>	단체 정산·연간 실적보고서 취합 및 검토	사업운영결과 분석 및 공유	성과사례집 제작 및 배포								
단체 정산·연간 실적보고서 취합 및 검토													
사업운영결과 분석 및 공유													
성과사례집 제작 및 배포													

〈그림 5-2〉 청춘마이크 연간일정

## 2) 사업결과

### □ 사업 실적

#### ○ 2020년-2022년 사업 실적

구분	2020년	2021년	2022년
사업예산	63억	102억 (본 63억, 추경 39억)	72억5천
이용자수	온라인/오프라인 643,164명 (정규 621,540명, 특별21,624명)	온라인/오프라인 460,586명 (본 299,835명, 추경 160,751명)	온라인/오프라인 273,379명 (대면 186,899명, 비대면 86,480명)
프로그램 운영횟수	전국 총 476개소, 총 2,284회 공연 (정규 371개소, 특별 105개소)	3,865회 (본 2293회(대면 906회, 비대면 1,387회)/ 추경1572회(대면 777회, 비대면 795회))	518회(대면 449회, 비대면 69회)
참여단체수	주관단체 10개, 청년예술가 412팀, 1,440명	주관단체 15개 (권역형 10개, 기획형 5개) /청년예술가 860팀, 2,734명 (본 460팀/1,500명, 추경 400팀/1,234명)	주관단체 19개 (권역형 14개, 기획형 5개) 참여예술가 503팀, 1,534명 (1개팀 포기 최종 502팀)
수혜지역수	전국 10개 권역	전국 10개 권역	전국 14개 권역

\*2021년은 참여예술가(팀) 기준 공연횟수로 2022년 공연 프로그램(1회 공연당 5개팀 내외 출연) 기준 수치와 차이

#### ○ 2022년 문화가 있는 날 주간 공연 운영 결과

- 프로그램: 총 518회 운영(대면 449회, 비대면 69회)
- 관람객: 총 273,379명, 회별 평균 528명 관람(대면 186,899명, 비대면 86,480명),
- \* 6월에 가장 많은 91회의 공연이 진행되었으며, 11월에는 가장 적은 53회의 공연을 진행
- \* 권역형은 392회(평균 관람객 565명), 기획형은 126회(평균 관람객 412명)의 공연을 진행
- \* 대면은 449회 진행되어 186,899명이 관람, 비대면(영상 조회수 기준)은 69회 진행되어 86,480명이 관람함

구분	프로그램수(회)	관람객수(명)	평균 관람객수(명)
<b>전체</b>	<b>518</b>	<b>273,379</b>	<b>528</b>
유형	권역형	392	221,416
	기획형	126	51,963
방식	대면	449	186,899
	비대면	69	86,480

〈표 5-12〉 청춘마이크 2022년도 공연 운영 결과

구분	주관단체명	월별									방식별		
		5	6	7	8	9	10	11	합계	대면	비대면		
권역형	서울권	디에스지엔터프라이즈(주)	11	8	6	6	7	7	5	50	34	16	
	인천권	주식회사 더원아트코리아	6	4	3	3	3	3	1	23	17	6	
	경기권	원더러스트에이앤씨주식회사	8	19	3	8	11	6	4	59	48	11	
	충북권	재단법인 충주중원문화재단	3	3	3	4	4	3	2	22	22	-	
	대전/세종권	주식회사플래닌	3	3	3	1	5	5	4	24	19	5	
	충남권	대전문화예술네트워크협동조합	3	5	3	4	4	2	2	23	22	1	
	전북권	사단법인 아이엠	4	4	4	2	4	1	2	21	17	4	
	광주/전남권	재단법인 순천문화재단	4	4	5	4	3	3	3	26	26	-	
	대구권	(사)대구스트릿컬처팩토리	2	3	3	2	4	3	2	19	19	-	
	경북권	예술마을 민 아트홀	3	3	3	4	3	4	3	23	23	-	
	부산권	한국문화예술협동조합	5	4	4	2	4	4	1	24	19	5	
	울산/경남권	소켓	8	6	6	0	6	5	5	36	28	8	
	강원권	강릉문화원	4	2	2	4	4	5	2	23	23	-	
	제주권	주식회사 설문대	4	4	2	0	4	3	2	19	19	-	
기획형	청춘아리랑	대전문화산업단지 협동조합	2	4	5	3	3	4	3	24	21	3	
	그린스테이지	사단법인 인디053	5	5	5	5	5	3	5	33	26	7	
	길굿프로젝트	문화발전소 열터	2	3	4	4	4	1	4	22	22	-	
	화무십일홍	문화통신사협동조합	3	2	4	4	3	2	2	20	17	3	
	달빛청춘문화동맹	예술공방 CUE(큐)	5	5	4	4	3	5	1	27	27	-	
합계			85	91	72	64	84	69	53	518	449	69	

〈표 5-13〉 청춘마이크 2022년도 공연 관람객수

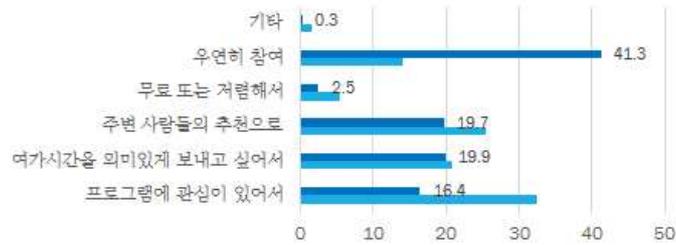
구분	주관단체명	전체	회별 평균	공연회수 (프로그램)	
권역형	서울권	디에스지엔터프라이즈(주)	36,213	724	50
	인천권	주식회사 더원아트코리아	16,116	701	23
	경기권	원더러스트에이앤씨주식회사	24,094	408	59
	충북권	재단법인 충주중원문화재단	11,770	535	22
	대전/세종권	주식회사플래닌	9,829	410	24
	충남권	대전문화예술네트워크협동조합	7,972	347	23
	전북권	사단법인 아이엠	10,217	487	21
	광주/전남권	재단법인 순천문화재단	14,250	548	26
	대구권	(사)대구스트릿컬처팩토리	4,975	262	19
	경북권	예술마을 민 아트홀	11,438	497	23
	부산권	한국문화예술협동조합	16,211	675	24
	울산/경남권	소켓	18,703	520	36
	강원권	강릉문화원	32,698	1422	23
	제주권	주식회사 설문대	6,930	365	19
기획형	청춘아리랑	대전문화산업단지 협동조합	24,255	1011	24
	그린스테이지	사단법인 인디053	7,794	236	33
	길굿프로젝트	문화발전소 열터	5,600	255	22
	화무십일홍	문화통신사협동조합	6,214	311	20
	달빛청춘문화동맹	예술공방 CUE(큐)	8,100	300	27
합계		273,379	-	518	

### 3) 사업 성과

#### (1) 이용자 성과

#### □ 일상에서 우연히 만나는 수준 높은 공연에 만족

○ 청춘마이크 이용자의 참여 동기는 ‘우연히’가 41.3%로 압도적으로 높았음

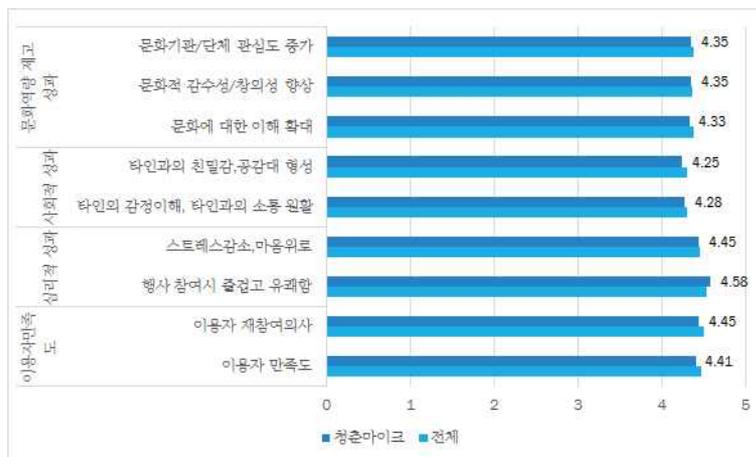


〈그림 5-3〉 청춘마이크 행사(프로그램) 참여 동기

○ 청춘마이크 이용자 사업 성과 중 ‘행사 참여 시 즐겁고 유쾌함’이 4.58점(5점 평균)으로 가장 높았음

○ 이용자의 재참여 의사와 만족도는 각각 4.45, 4.42를 나타냄

- 참고로 청춘마이크 이용자의 이전 문화가 있는 날 기획사업 참여 경험 중 청춘 마이크 참여 경험은 47%로 나타남



〈그림 5-4〉 청춘마이크 이용자 성과

○ 이용자 조사 개별 문항에서는 ‘공연 수준’에 대한 만족도가 가장 높았음



〈그림 5-5〉 청춘마이크 이용자 만족도(개별 문항)

□ 접근성 향상, 문화예술향유 향유 기회 확대에 기여

- 수준 있는 라이브 공연, 정식 공연에서 보기 힘든 새로운 형태의 공연을 일반인들이 일대에서 쉽게 접할 수 있었음
  - 청춘마이크 참여를 위해 결성한 프로젝트팀의 경우 일부 비판이 있으나 청춘마이크 특성에 맞춘 공연이 가능하다는 장점도 있는 것으로 나타남
- 정식 공연장에 가기 힘들거나 비용이 부담스러운 가족 동반 관객, 노인, 어린이 관객 등에게 장벽 없는 공연 관람 기회를 제공함
- 일상에서 우연히 공연을 만나는 즐거움이 있고, 기분 전환을 할 수 있다는 것이 청춘마이크 사업만의 매력으로 작용하고 있음이 확인됨
- 지방 특히 '리' 단위로 갈수록 아직도 공연 자체를 처음 접하는 주민이 많고, 고마움 표시하거나 다음 공연 정보 문의하는 관객이 많은 것으로 나타남
- 청년예술가의 정식 공연 관람(유료 관람), 인스타그램 팔로우, 다음 공연 스케줄 확인, 음반 등 굿즈 구입 등 무료 관람에서 한 단계 나아가는 사례도 확인되고 있음
  - 공연 후 청년예술가 및 스태프들에게 감사 인사와 사진 촬영 요청, 간식 등 선물 증정, 금일봉 증정 등 적극적으로 만족감을 표현하는 관객도 있는 것으로 파악됨
- 비대면 공연(온라인 생중계, 뮤직비디오 형식의 동영상 제작 및 업로드)은 시민들에게 시간과 공간 제약 없이 온라인에서 문화를 향유할 수 있는 기회를 제공하고 있음

“생각보다 음악 하시는 분들의 음악 퀄리티가 높아서 좀 놀랐거든요. 길거리 버스킹으로 볼 수준은 아니라는 생각을 하기는 해요. TV에서 보는 음악만 거의 접하시니까 이런 다양한, Glossy 같은 경우는 기타랑 아코디언을 하는 연주를 사실 TV에서 볼 일은 없잖아요, 저희도 사실 처음 봤거든요. 공연하면서 여기는 진짜 특이한 뭐 이런 게 다 있어 했는데 너무 신선하고 너무 좋은 얘기하고 너무 좋아하시는 그거니까 좀 더 관객 입장에서, 그러니까 이 음악의 스펙트럼이 엄청 넓어지는 거죠.”

“저는 TV 프로그램 '비긴 어게인'이 이런 길거리에서 노래를 불러주고 한 게 일반분들이 보는 게 청춘마이크 무대인 것 같아서 그런 문화 제공에 있어서는 너무 좋은 것 같아요. 퀄리티 있는 버스킹.”

“라이브로 사실 이렇게 볼 수 있는 기회가 생각보다 일반인들한테는 많지 않을 것 같아요. 그분들한테는 다른 지역의 아티스트들을 볼 수 있는 되게 큰 장이다라고 생각해요. 저희는 워낙 시골이라 그렇습니다.”

- 청춘마이크 공연팀 FGI 발췌

“마술공연이나 이런 것들은 사실 다른 버스킹에서는 많이 없는데 그런 공연들은 가족 단위 어린 친구들이 굉장히 좋아하더라고요.”

“그냥 그 거리에서 하는 공연자들보다 실력이 좋은 친구들이 계속 공연을 하기도 하고 어쨌든 공짜 공연이잖아요. 무료로 관람할 수 있는 질 좋은 공연이니 당연히 다음번에도 또 찾아서 시간이 된다면 보고자 하는 분들이 생길 수밖에 없는 거죠.”

“공연이 끝나면 사실 주관사 저희 쪽을 찾아오든 아니면 직접 가서서 이런 것 다른 때 공연 언제 하느냐 이런 것을 물어보는 것은 보통 회마다 10~20명 정도는 있는 편이고요.”

“음악 같은 경우에는 CD라든지 아니면, 어쨌든 자기가 만들었던 머천다이즈 상품 가지고 있는 게 있잖아요. 컵이라든지 티셔츠라든지 실제로 구매로 이어졌고요.”

“SNS나 이런 것도 혹시 포함이 된다면 인스타그램이라든지 이런 부분을 계속 팔로우업을 해 주시는 분들이 계세요.”

- 주관단체 FGI 발췌

## (2) 참여자 성과

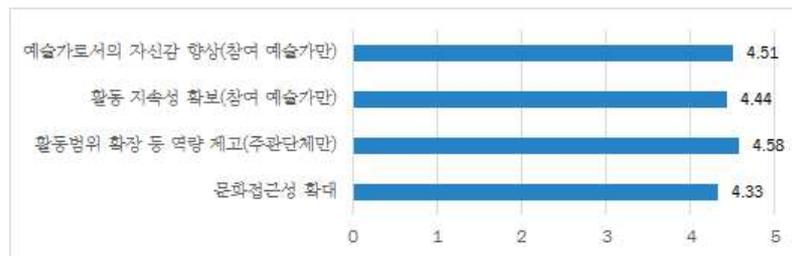
### □ 사업 재참여 의사 높고, 청년예술가 자신감 향상 성과

- 참여자 조사의 성과 항목 중 재참여 의사가 4.80으로 가장 높았음
  - 공공기관과의 네트워크 구축 항목은 3.83으로 가장 낮았음
- 참여예술가와 주관단체 모두 비전 및 역할 인지 항목이 각 4.48, 4.58로 높게 나타남



〈그림 5-6〉 청춘마이크 참여자 성과

- 청춘마이크 개별 조사 문항에서 ‘참여예술가로서의 자신감 향상’에 4.51, ‘활동 지속성 확보’에 4.44로 나타남
- 주관단체 개별 조사 문항에서 ‘활동 범위 확장 등 역량 제고’는 4.58로 높게 나타남



〈그림 5-7〉 청춘마이크 참여자 실행 평가(개별 문항)

#### □ 청년예술가의 활동 확대와 성장 기회 제공

- 청년예술가들이 청춘마이크 참여를 계기로 지역 및 전국에서의 신규 활동이 연계되고 활동 범위가 넓어지는 성과가 있음
  - 지자체 행사, 기업 등에서 문의 및 섭외, 주관단체의 다른 행사 참여는 빈번한 상황이며 아티스트들 간에 소개가 이뤄지기도 함
- 공연 경험이 많지 않았던 청년예술가는 총 5회의 공연에 참여하며 공연자로서 성장하는 모습을 보이고 있으며, 소수의 관객이라도 최선을 다하고 관객들과 교류하기 위해 노력하고 있는 것으로 확인됨
  - 불특정 다수를 대상으로 하는 공연에 대한 부담이 있다고 하지만, 무대에 올라 관객

- 들을 만나면서 자작곡만 고집하지 않고 레퍼토리를 다양화하면서 발전하고 있음
- 주로 방 안에서 혼자 창작활동을 해오던 청년예술가들이 밖으로 나와 대중을 만나면서 스스로 자신의 음악을 들려주는 법, 관객과 만나는 법을 고민하게 되었음
- 정식 공연장이 아닌 변수가 많은, 극한 상황에서도 공연을 하면서 노하우가 쌓이고, 무대매너가 좋아지고 돌발상황에 대처하는 능력이 강화됨
- 초기에는 대중음악 분야가 다수였으나 청년예술가들의 인식 변화로 실내 공연이 중심이었던 국악, 클래식 분야 예술가의 진출이 증가함
- 예술가 입장에서 다양한 레퍼토리를 보유하게 되어 다른 많은 공연에 참여할 기회도 증가하는 성과가 있었음
- 참여예술가 워크숍, 청춘마이크 페스티벌 등을 통해 청년예술가 간 교류와 협업이 활발하게 이뤄졌음
- 공연 시 본인 팀 공연만 하고 가는 것이 아니라 공연 전후 서로를 응원하고, 끝까지 함께하는 분위기가 조성되고 있음
- 사업에 참여하면서 또래의 아티스트를 만날 수 있고 함께 공연하는 것만으로도 서로의 활동에 위로와 힘이 된다는 반응임

“음악적으로도 성장하지만 무대예술을 하는 사람으로서 성장하는 게 엄청 크더라고요. 왜냐하면 진짜 짜여진 무대에서 좋은 무대 하는 것은 사실 많은 사람들이 할 수 있는데 어떤 돌발상황이 일어날지 모르는 상황에서 무대를 하는 게 엄청 큰 훈련이 돼요.”

“1회 때는 그냥 하는 느낌이었다면 점점 친해지고 점점 잘하려고 하고 점점 더 업그레이드되는 느낌이 있어요.”

“예술가들끼리 공연을 소개시켜주고 저희 팀들은 그렇게 해서 저희가 전국 단위로 있다 보니까 그분들이 하는 축제에 소개를 시켜주고 그렇게 교류를 서로 서로 하고 있거든요. 그게 너무 좋다고 자기네들은 다른 지방을 갈 수 있는 기회가 생기고, 아무래도 한 지역에서만 예술활동을 하다 보면, 인프라가 좁아지거든요. 그런데 청춘마이크 하면서 그런 게 되게 많이 넓어졌다고, 저희는 그런 예술가들끼리도 그런 교류들이 굉장히 많거든요. 그런 부분은 좋은 것 같아요.”

- 청춘마이크 공연팀 FGI 발체

“어떻게 하면 자기 음악을 들려줄 수 있을지 고민을 하고 이렇게 성장을 하는 거죠. 그러니까 이게 1년의 성장 이 아니라 회차를 하더라도 성장들이 바로 바로 보이는 거죠.”

“예술성과 대중성 그 사이에서 고민들이 시작되고, 그러면서 그분들 진짜 클래식만 하셨대요, 지금까지. 그런데 지금은 트로트를 절반 정도를 하시거든요. 대중성을 어느 정도 하는 것들이 즐거운 것을 그분들도 아시고 그러다 보니까 그분들 입장에서는 많은 다양성을 확보하는 거죠, 기존에는 딱 자기들이 가져가던 그런 클래식 공연들의 그런 레퍼토리에서 이제는 어디에서 어떤 환경에서도 본인들이 어떤 것들을 하면 이 사람들이 어떻게 좋아할 수 있다라는 것들을 조금 더 깨닫게 되고 그런 것들을 연습하게 되면서 그분들 자체적으로도 이제 다른 다양한 공연들에 더 많은 공연들에 나가실 수 있게 되는 부분들이 있어서 다양성을 예술가들이 많이 확보하고 가는 것 같아요.”

- 주관단체 FGI 발체

### (3) 정책 성과

#### □ 지역문화 활성화의 기반 조성 및 지역 기반 주관단체의 역량 향상

- 청년예술가들이 지역에서 활동을 지속할 수 있다는 측면에서 지역문화 생태계에 중요한 역할을 하고 있음
- 지역별 특성을 반영한 ‘공간협력 기획프로그램’은 지역주민과 소통할 수 있고 지역의 명소와 공간을 재조명하는 효과가 있었음
- 권역별로 기초지자체 곳곳에서 진행되는 청춘마이크 공연이 특히 침체되어 있고 조용한 일상을 보내는 지방 소도시, 군 지역에 활력을 주고 있음
  - 전남권역은 소도시, 군, 섬이 많은 지역의 특성상 마을 단위로 찾아가는 공연을 진행해 생애 첫 공연을 경험하는 관객과 방문하는 청년예술가 모두의 만족도를 높임
- 지역방송국, 지역신문사와 연계해 지역 내 청년예술가를 소개하고 공연을 방송하는 등 지역문화 콘텐츠를 풍부하게 해줌
- 청춘마이크 권역형 사업에 참여하는 주관단체는 대부분 지역과 사업에 대한 이해도가 높으며, 공연 지역과 장소 선정에 있어 자체적으로 방향을 설정해 운영하며, 사전 조사와 답사, 관계자 협조 요청 등을 적극 진행하고 있음



〈그림 5-8〉 청춘마이크 정책 성과(이용자)



〈그림 5-9〉 청춘마이크 정책 성과(참여자)



〈그림 5-10〉 청춘마이크 참여자 자체 성과 인식(1+2순위)

#### (4) 기타 성과

##### □ 중앙에서 주관하는 지원사업이 주는 위상과 의미 확인

- 청춘마이크가 지자체 등 예술가 공연비 지급 기준을 만드는 선도적 역할을 했으며, 지자체에서 유사사업 진행 시 청춘마이크 공연을 참고하는 등 거리 공연에 대한 인식을 바꾸는 계기가 됨
- 중앙 지원사업 참여로 ‘국가 공식 인증 아티스트’라는 자부심이 생기는 한편, 청년예술가 사이에서도 서로 인정하는 분위기가 형성되어 있으며, 청춘마이크 참여 경력이 타 공연 참여시에도 많은 도움이 되고 있는 것으로 확인됨
- 신청 및 선정 절차가 까다로운 청춘마이크 사업을 경험하며 예술가들의 공공 및 행정에 대한 이해도가 높아졌음
- 특히 대중음악 분야는 음반 제작 지원사업 형태가 대부분이며, 공연 활동을 지원하는 공모사업은 청춘마이크가 거의 유일해 인기가 많고 경쟁률도 높은 것으로 나타남

#### 4) 우수 사례<sup>8)</sup>

##### □ 권역형: 예술마을 민아트홀(경북권)

###### ○ 장소 선정

- 기초지자체 유형을 구분해 23개 시군구 중 18개 시군구에서 공연
- 지자체 담당자들과 지역주민, 청년예술가의 추천으로 장소 선정
- 사전답사 통해 장소 확정하고 공연 계획, 재방문해 공연에 필요한 사항 확인 과정

###### ○ 공연 운영

- 공연 전 청년예술가 요청사항 체크 및 '공연장소와 환경, 관객의 유형 및 연령대'에 따라 '관객들과 소통하는 방법' 논의, 공연장소와 관객 고려해 선곡

###### ○ 관객 소통

- 현장에 '관객 후기 게시판' 운영, 포스트잇에 손글씨로 소감을 남기는 방식
- 예술가들이 응원 글 보고 감동을 받고 자신감을 얻으며, 다음 공연에서 부족한 점 보완하기 위해 노력

\* "와인터널에서 뜻밖의 공연. 아픈 마음에 반창고가 되어주네요. 감사합니다. 브라질 음악에 취해 집에 갈 수 있을지..."

\* "마음이 복잡하여 바람 쐬 겸 나왔다가 청춘 마이크를 만났네요. 익숙한 노래이기도 하였지만 복잡한 마음을 잡기에 충분한 공연이었습니다. 마음을 잘 치료받고 갑니다."

\* "늘어가는 내 고향 어촌에 그대들로 인해 젊음을 느꼈습니다. 그대들의 젊음에 화이팅!"

\* "성악가가 부르는 막걸리 한잔^^ 환호공원에서 이렇게 고품질 공연을 볼 수 있다니 너무 좋아요! 이런 공연 자주 해주세요! 산책 왔다가 귀 호강하고 갑니다."

###### ○ 홍보: 만화 캐릭터를 활용한 청년예술가와 공연 홍보 진행

###### ○ 지역 내 활동기반 조성

- 청년예술가들이 고향에서 공연하면서 뿌듯해하고 있으며, 지역에 정착할 수 있는 계기를 마련함

8) 문화체육관광부 장관상(대전문화산업단지협동조합), 지역문화진흥원장상(예술마을민아트홀) 수상 주관단체이며, 관련 내용은 성과공유회 발표 자료에서 발췌하였음



〈그림 5-11〉 청춘마이크 우수사례(경북권)

□ 기획형: 대전문화산업단지협동조합(청춘아리랑)

○ 장소 선정

- 자체 조사, 지자체 문화관광과, 공원관리과, 아리랑 관계 기관 등 직접 컨택, 현장답사, 최종현장점검 진행

○ 공연 기획

- 청년예술가 심사시 '아리랑' 테마의 자작곡, 연주 실연을 포함해 선정
- 월별로 주제 아리랑을 선정해 연관 지역에서 공연, 개별 포스터 및 홍보물 제작
- 테마곡 뮤직비디오 54편 제작 및 유튜브 업로드
- 대형 기획 공연 및 음원 제작 프로젝트 '아리랑 칸타타': '2022 대한민국 문화의 달 공연' 참가(밀양), 청년예술가들의 삶과 이야기를 그들의 음악으로 아리랑(진도, 정선, 밀양, 본조)을 재해석해 표현

○ 참여 예술가-네트워크

- 주관단체에서 먼저 청년예술가의 팬이 되어준다는 개념으로 접근
- 참여 예술가들과 활발하게 소통하고 공연 후 네트워킹 등을 함께 하며 친밀도가 높아지고 서로 응원해주는 분위기를 형성하며 협력 공연 등을 원활하게 진행함



〈그림 5-12〉 청춘마이크 우수사례(기획형:청춘아리랑)

## 2. 실버마이크 성과분석

### 1) 사업개요

#### □ 사업목적

- 어르신들이 스스로 만들어가는 공연을 지원해 주체적이고 능동적인 문화 활동을 확산하고 문화참여 기회를 확대해 어르신들의 삶의 질을 제고함
- '문화가 있는 날' 주간 지역 곳곳 어르신들의 공연을 관람하는 국민들의 문화향유권을 보장하고 세대 간 공감·소통 공연콘텐츠를 발굴해 어르신들의 사회적 역할을 부여함

#### □ 사업내용

- (공연지원) 어르신들의 다중이용시설 및 지역의 생활밀착형 공간에서의 공연지원
- (교류지원) 전국 실버마이크 사업참여 어르신들의 상호 교류 지원(지역별 1회, 성과공유회 1회, 청춘마이크 페스티벌 교류)
- (성과관리) 실버마이크 사업 운영 성과 확산 홍보 기획 및 운영, 모니터링 추진 등

#### □ 사업대상

- 실버마이크 사업 기획 및 운영이 가능한 광역문화재단
- 매달 문화가 있는 날 주간 다중이용시설 및 생활밀착형 공간에서 공연 실연의 전문성을 갖춘 만 60세 이상의 실버예술가로 구성된 팀(소규모 버스킹공연 가능한 팀)

#### □ 사업운영방식

- 2022년 신규 사업으로 전체 예산은 14억5천만 원(사업운영비 2억 원/민간경상보조금 12억5천만 원)임
- 주관기관 : 5개 주관기관
  - 주관기관 공모와 심의 대상을 17개 광역문화재단으로 한정함
  - \* 청춘마이크 중복 지원 불가. 문화가 있는 날 기획사업 중복 선정 지양
  - 1개 주관기관당 20개의 실버예술가(팀)을 선정해 연간 총 20회 공연(5개 공연팀으로 1회차 공연 구성)을 진행함

- 공연장소는 해당 지역별 특성이 있는 다중 이용시설, 지역 생활밀착형 공간 등이며, 전체 공연의 20%는 광역 내 문화환경취약지역(문체부지정)에서 필수로 추진해야 함
- 전담인력 인건비를 지원해, 필요시 신규 인력을 채용할 수 있음

○ 실버예술가: 총 100개 팀(주관기관당 20개 팀)

- 매달 문화가 있는 날 주간 다중이용시설 및 생활밀착형 공간에서 공연 실연의 전문성을 갖춘 만 60세 이상의 실버예술가(소규모: 1인~10인)
- 모든 팀원이 나이 등 자격 조건에 부합해야 함
- 실버예술가는 장소 특성을 고려해 장르에 관계가 없이 30분 내외의 공연을 하며, 공연장소는 주관기관이 선정한 장소 및 직접 제안 가능함(야외, 실내공간)

〈표 5-14〉 실버마이크 공연 장르 구분 및 예시

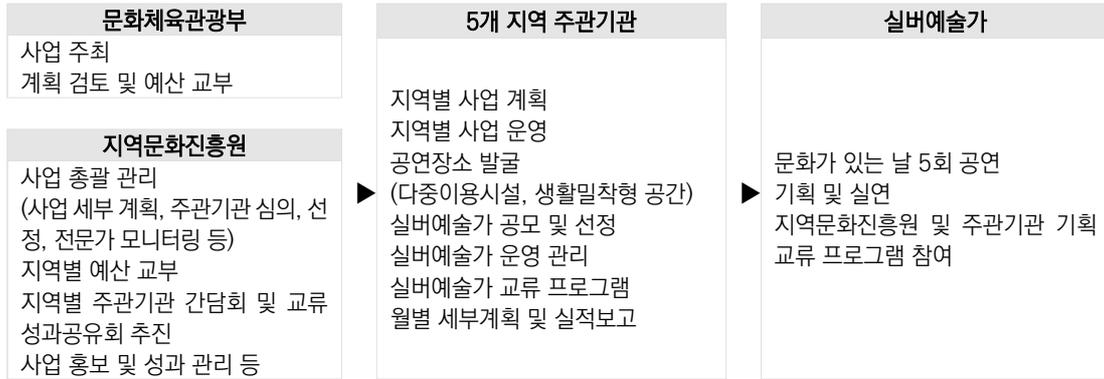
구분		세부내용
분과 I	대중음악	밴드, 재즈, 커버곡 연주, 인디음악, 월드뮤직 등
분과 II	양악국악	성악, 관현악, 실내악, 중창, 국악, 전통예술 등
분과 III	복합	연극(연극, 뮤지컬, 마임·년버벌, 인형극 등) 무용(한국무용, 현대무용, 발레 등) 다원예술(여러 예술장르가 혼합된 프로그램) 예술일반(마술, 댄스, 서커스, 코미디, 퍼포먼스, 드로잉, 묘기 등)

- 1개 팀당 총 5회차 공연에 대한 사례비(이동 경비, 숙박비, 의상, 장비 등 포함)를 팀 인원수에 따라 차등 지급함
- 공연사례비 지급 기준은 청춘마이크와 동일하며, 팀원이 5명 이상일 경우 최대 5명 기준으로만 지급함
- 1인인 경우 70만 원, 5명인 경우는 1인당 42만 원 선으로 차이가 있음

〈표 5-15〉 실버마이크 공연 사례비 지급 기준

팀별 인원	1명	2명	3명	4명	5명 이내
1회 당 지급액	70만원	120만원	150만원	180만원	210만원

○ 추진체계



〈그림 5-13〉 실버마이크 추진체계

○ 주관기관 공모 결과: 17개 광역문화재단 중 6개 재단이 신청해 최종 5개 재단 선정

〈표 5-16〉 실버마이크 주관기관

기관명	사업명
강원문화재단	불타는 청춘
울산문화재단	울산, 문화로 웃는 Day~
전라남도문화재단	청.바.지.(청춘은 바로 지금)
전라북도문화관광재단	Jeolla 멋_眞
충북문화재단	마을로 전해지는 은빛 감성

○ 실버예술가 공모 결과: 5개 주관기관별로 진행해 총 381팀(1,502명)이 신청, 최종 103팀 (355명)을 선정했으며 경쟁률은 3.7:1이었음

- 경쟁률은 강원문화재단이 5.4:1로 가장 높았으며, 전남문화재단이 2.6:1로 낮았음

〈표 5-17〉 실버마이크 주관기관별 실버예술가 공모 결과

구분	강원문화재단	울산문화재단	전라남도 문화재단	전라북도 문화관광재단	충북문화재단	합계
신청 규모	103	79	57	59	83	381
선정 결과	19	20	22	20	22	103
경쟁률	5.4:1	4:1	2.6:1	3:1	3.8:1	3.7:1

- 팀 구성원 5명 이상이 27%로 가장 많으며, 1명과 2명이 각 23%임

팀 구성	강원문화재단	울산문화재단	전라남도문화재단	전라북도문화관광재단	충북문화재단	합계
1명	4	3	3	4	10	24(23%)
2명	4	6	5	3	6	24(23%)
3명	2	3	3	3	2	13(13%)
4명	3	2	5	3	1	14(14%)
5명 이상	6	6	6	7	3	28(27%)
합계	19	20	22	20	22	103(100%)

- 분야별로는 대중음악이 55%로 가장 많으며 양악·국악, 복합순임

기관명	대중음악	양악·국악	복합
강원문화재단	12(63%)	4(21%)	3(16%)
울산문화재단	10(50%)	6(30%)	4(20%)
전라남도문화재단	12(55%)	7(32%)	3(14%)
전라북도문화관광재단	8(40%)	7(35%)	5(25%)
충북문화재단	15(68%)	6(27%)	1(5%)
합계	57(55%)	30(29%)	16(16%)

- 연령대는 60대가 83%로 가장 많으며 70대 15%, 80대 이상은 8%임

구분	강원문화재단	울산문화재단	전라남도문화재단	전라북도문화관광재단	충북문화재단	합계
60대	51	59	80	60	43	293(83%)
70대	16	11	5	18	4	54(15%)
80대 이상	2	1	0	4	1	8(2%)
합계	69	71	85	82	48	355

- 실버예술가의 관외 활동 비율은 충북문화재단이 82%로 가장 많음

\* 5개 광역에서만 시범 운영되어 타 광역 거주팀이 인근 광역에 지원함

구분	강원문화재단	울산문화재단	전라남도 문화재단	전라북도 문화관광재단	충북문화재단	합계
서울	4	-	-	1	7	12
부산	-	5	-	-	-	5
대구	-	1	-	-	-	1
인천	-	-	-	-	2	2
광주	-	-	6	-	-	6
대전	-	-	-	-	2	2
울산	-	10	-	-	-	10
세종	-	-	-	-	-	-
경기	3	-	-	-	4	7
강원	12	-	-	-	-	12
충북	-	-	-	-	4	4
충남	-	-	-	1	3	4
전북	-	-	-	17	-	17
전남	-	-	16	-	-	16
경북	-	2	-	-	-	2
경남	-	2	-	1	-	3
제주	-	-	-	-	-	-
합계	19	20	22	20	22	103
관외	7(37%)	10(50%)	6(27%)	3(15%)	18(82%)	44(43%)

출처: 실버마이크 주관기관 협력회의

□ 연간일정

단계	시기	추진 내용	역할
사업 준비	1월 3주~4주	주관기관 공모 주관기관 선정 심의 계획 수립 사업 자문회의 추진	진흥원
공모·선정	2월 1주~ 3월 4주	주관기관 선정 심의 추진 주관기관 준비회의 추진 사업 예산 교부 실버예술가 공모 실버예술가 선정 심의 계획 수립 실버예술가 선정 심의 추진 사업 대표 이미지 제작 및 브랜딩 계획 및 추진	진흥원
사업 운영·관리	4월 1주~ 12월 1주	실버예술가 상반기 공연 계획 수립 상반기 공연 추진 상반기 모니터링 추진 주관기관 중간회의 추진 실버예술가 하반기 공연 계획 수립 하반기 모니터링 추진 사업 예산 2차 교부 지역별 하반기 교류 프로그램 추진계획 수립(주관기관) 지역별 하반기 교류 프로그램 추진 성과공유회 추진 월별 실적 정리(매월)	주관기관 · 진흥원 · 실버예술가
사업 결과 단계	12월 2주~ '23년 1월 4주	정산 및 실적보고서 취합 및 검토 주관기관별 회계검사 시행 정산 확정 통지 공문 발송 및 이자/잔액/수익금 반납 주관기관별 정보공시	주관기관 · 진흥원

〈그림 5-14〉 실버마이크 연간일정

## 2) 사업 결과

### □ 사업 실적

#### ○ 종합

구분	2020년	2021년	2022년
사업예산	-	-	1,450백만원
이용자수	-	-	관람객 15,465명
프로그램 운영횟수	-	-	100회
참여단체수	-	-	주관단체 5개 실버예술가 103팀, 355명
비고(사업 지역)	-	-	5개 광역 (강원, 충북, 전남, 전북, 울산)
언론보도실적			-

#### ○ 공연 횟수

- 5개 광역문화재단에서 각 19~21회, 총 100회의 공연을 진행함

구분	문화가 있는 날 주간 (매달 마지막 수요일 포함 주간)	강원 문화재단	울산 문화재단	전라남도 문화재단	전라북도 문화관광재단	충북 문화재단	합계
5월	5월 23일(월) - 5월 29일(일)	3회	-	1회	3회	4회	11회
6월	6월 27일(월) - 7월 3일(일)	3회	4회	3회	3회	4회	17회
7월	7월 25일(월) - 7월 31일(일)	3회	4회	3회	1회	4회	15회
8월	8월 29일(월) - 9월 4일(일)	3회	1회	2회	3회	-	9회
9월	9월 26일(월) - 10월 2일(일)	3회	6회	4회	4회	4회	21회
10월	10월 24일(월) - 10월 30일(일)	3회	5회	5회	3회	4회	20회
11월	11월 28일(월) - 12월 3일(일)	2회	-	2회	3회	-	7회
	합계	20회	20회	20회	20회	20회	100회

#### ○ 관람객수

- 전체 15,465명이 관람했으며, 공연당 평균 관람객은 154.7명임
- 총 28개의 문화환경 취약지역에서 공연을 진행했으며, 전남은 전체 공연의 50%를 문화환경 취약지역에서 진행함

\* 전국 문화환경 취약지역 61개 지역 중 13개가 전남에 있으며, 도내 22개 시군 중 59%를 차지함

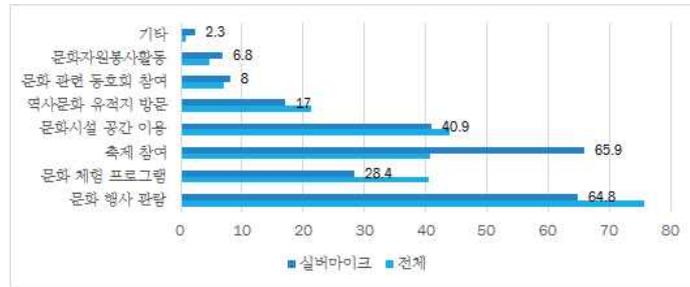
주관기관	관람객	회당 평균 관람객	문화환경 취약지역
강원문화재단	2,220명	111명	6개 지역
울산문화재단	2,240명	112명	없음
전라남도문화재단	3,180명	159명	10개 지역
전라북도문화재단	1,845명	92명	8개 지역
충북문화재단	5,980명	299명	4개 지역
합계	15,465명	154.7명	28개 지역

### 3) 사업성과

#### (1) 이용자 성과

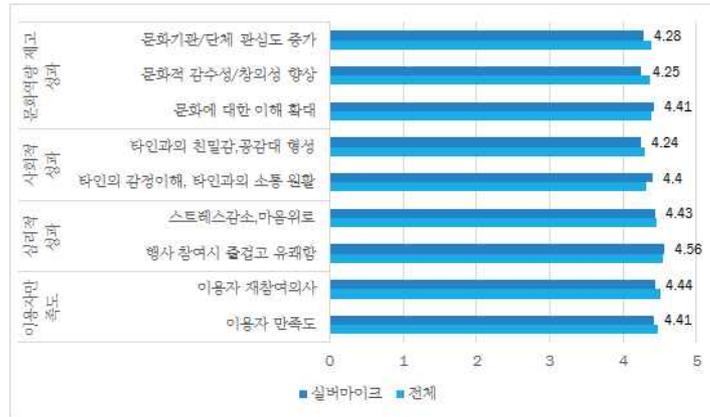
#### □ 즐겁고 유쾌한 공연 관람 기회 제공

- 실버마이크 이용자의 문화행사 관람률은 전체 평균(75.7%)에 비해 낮은 64.8%였음
  - 축제 참여 경험은 전체(40.8%)보다 높은 65.9%로 나타남



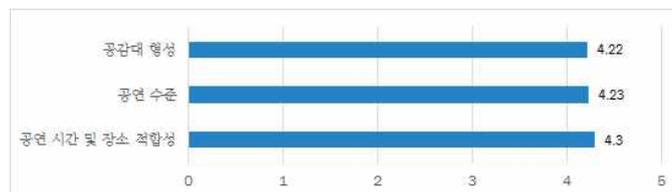
〈그림 5-15〉 실버마이크 이용자 문화활동 경험

- 실버마이크 이용자 성과 또한 청춘마이크와 마찬가지로 ‘행사 참여시 즐겁고 유쾌함’이 4.56으로 가장 높았음



〈그림 5-16〉 실버마이크 이용자 성과

- 이용자 대상 개별 조사 문항은 전체 4.22~4.3으로 비슷한 분포를 보임



〈그림 5-17〉 실버마이크 이용자 만족도(개별 문항)

□ 대중친화적인 구성으로 일상에서 시민과 공연자가 가까이에서 호흡할 수 있는 공연

- 트로트 등 친숙하고 대중적인 레퍼토리 구성, 관객 친화적인 공연 프로그램으로 관객의 호응이 좋음
- 생활권에서 평상시 접하기 힘들었던 색다르고 수준 있는 공연으로 현장에서 다수의 관객이 재관람(다음 공연장소 문의, 재공연 요청) 의사를 표현함
  - 오랜 시간 각 분야에서 활동한 전문적 역량을 지닌 실버예술가가 많아, 문화를 즐기는 이용자들의 반응에서도 확연히 차이를 느낄 수 있음
- '실버마이크'라고 해서 관객을 어르신으로 한정하지 않고 있으며, 실버예술가도 공연 장소와 대상에 맞춰 공연 연습 및 준비, 현장 분위기에 대응하는 등 관객 고려하는 노력을 기울이고 있음
  - 한 실버예술가는 청소년 대상 공연을 하게 되어 평소 부르던 트로트 대신 새로운 곡을 연습해서 무대에 오름
  - 어르신들의 공연이라 어르신들이 좋아할 것이라고 생각하지만 젊은 층도 꾸준히 자리를 지켜주고 관람하고 있는 것으로 확인됨
- 공연 관람 기회 자체가 많지 않은 조용한 소도시, 군 지역에서는 실버예술가의 공연 자체가 지역주민과 지역에 활력을 주고 있음
  - 청춘마이크와 마찬가지로 거리를 걷다가, 공원을 산책하다가, 여행을 갔다가 볼 수 있는 등 '정식 공연장이 아닌 일상에서 우연히 만나는 공연'으로 포지셔닝됨
  - \* 실버마이크 이용자의 참여 동기는 '우연히'가 35.2%로 전체 기획사업(14.1%)에 비해 높았음
- 실버예술인의 가족, 친지, 주변 지인 대상 공연 초대로 이들의 문화향유 기회가 확대되는 효과도 있었음
  - 실버마이크 이용자의 참여 경로는 '주변 사람들의 소개'가 53.4%로 가장 많았음

*"보통 시민들이 음악이라는 것을 접하려면 어떤 문턱을 넘어서야 되거든요. 표를 사거나 어떤 문턱을 넘어서 문을 열고 들어가야만 음악을 접할 수 있는데 이 실버마이크는 그냥 자연스럽게 시민하고 같이 호흡하고 접할 수 있는 것 같아요. 그러니까 따로 내가 시간을 내지 않아도 그곳에만 가 있으면 음악을 바로 접하고 관객하고 연주자가 호흡을 같이할 수 있다는 것, 그게 참 좋은 것 같아요."*

- 실버마이크 공연팀 FGI 발췌

*"다음에는 또 언제 공연을 하는지?" 라는 질문도 많이 받았고, 심지어 지역이 다른데도 실버마이크를 몇 차례 보러 오신 분들, 공연자에게 꽃과 선물을 주는 관람객 등이 있었습니다."*

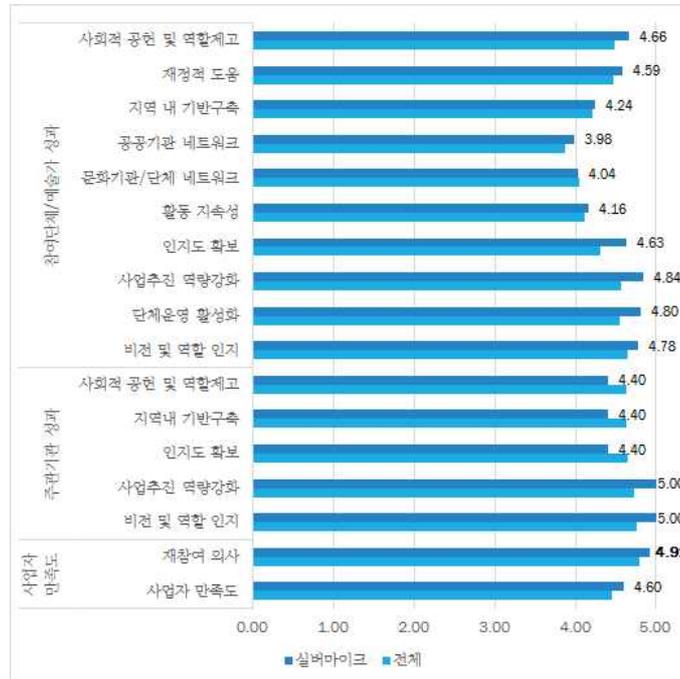
*"공연이 많이 열리지 않았던 지역의 야외공연장이 활성화될 수 있는 계기가 되었으며, 다양한 문화활동, 공연 관람 기회가 많이 없는 지역주민들에게는 행복하고 좋은 기회이며, 실버 예술인들도 '문화취약지역에서 공연을 할 때 더 보람차다'고 합니다."*

- 주관기관 FGI 발췌

## (2) 참여자 성과

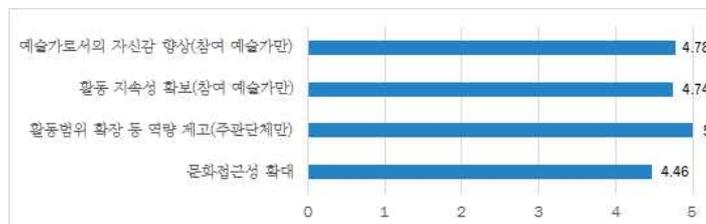
### □ 공연 참여 통한 자신감 고취, 재참여 원하는 사업

- 참여자의 재참여 의사는 4.92로 전체 기획사업 중 가장 높았으며, 사회적 공헌 역할 제고(4.66점)가 청춘마이크(4.33점)보다 높아 사업간 차별화된 지향점이 확인됨
  - 참여예술가 네트워크 부분의 수치는 다소 낮았음



〈그림 5-18〉 실버마이크 참여자 성과

- 개별 조사 문항에서는 ‘예술가로서의 자신감이 향상’되었다는 응답이 4.78점으로 청춘마이크(4.51)보다 높게 나타남



〈그림 5-19〉 실버마이크 참여자 실행 평가(개별 문항)

## □ 지역별로 다양한 분야의 실버예술가 발굴

- 사회에서 소외감을 느껴온 어르신들이 공연 분야 전문성을 살려 주체적으로 활동하면서 자부심과 보람을 느끼고 있음
  - 실버예술가들이 예술적 역량을 펼칠 수 있는 공연 기회를 제공함으로써 예술가로서의 자신감을 고취시키는 성과가 있었음
- 젊은 시절 전문예술가로 활동한 은퇴 어르신, 생계로 활동을 중단한 분들이 다시 무대에 오를 수 있는 기회를 제공함
  - 특히 젊은 시절 전문예술가로 활동하다 은퇴하신 분, 생계로 인해 잠시 활동을 중단하신 분들이 다시 한번 무대에 오르는 기회를 얻으면서 만족도가 높았음
  - 사업참여를 계기로 멤버들이 다시 모여 밴드를 재결성하거나 그동안 해보지 못했던 새로운 공연을 시도해보고 음원을 발매하는 등 공연 및 창작활동을 재개하게 해주는 징검다리 역할을 하고 있음
- \* 실버마이크 참여자들은 사업성과로 '활동기회 확대'를 1순위(34.1%)로 가장 많이 선택했으며, '단체 운영의 활성화'가 29.4%로 뒤를 이었음

## □ 실버예술가들의 삶에 활기가 생기고 인생 전반에 대한 행복감이 높아지는 효과

- 지자체별로 유사사업과 행사는 많지만 문체부가 추진하는 전국 단위 공모사업에 참여해, 국가에서 공연비를 받으며 무대에 설 수 있다는 자체에 높은 만족감을 보임
- 은퇴 후 혼자 하기 힘들었던 예술 활동을 동년배와 다시 시작하며, 실버마이크 사업참여 이후 삶 자체가 달라졌다는 반응을 보이고 있음
- 가족 내 소외감을 느끼던 실버예술가들의 가족 관계가 좋아졌으며 가족들의 적극적인 지지와 응원 속에 활동하게 됨
  - 은퇴 후 가족 내 대화가 부족하고 소외되었던 실버예술가들은 연주 동영상을 공유하거나 자녀가 공연을 관람하러 오면서 가족 간 교류가 늘어나고 사이가 돈독해졌음
- \* 실버예술가들은 나라에서 진행하는 공연무대에 선다는 자부심이 대단하였고 가족들도 우리 할아버지, 할머니, 아버지, 어머니가 무대에 선다는 것을 자랑스러워하며 응원함(주관기관 FGI)

“30년 정도 음악 활동을 하다가 쉬고 있었는데 실버마이크를 하면서 나를 다시 찾았다. 그동안 누구의 아들로, 남편으로, 아빠로 살다 보니 어느새 실버 세대가 되었다. 제 저에게 선물하려고 하던 차에 실버마이크를 만나면서 일상이 달라졌다.”

“젊을 때부터 밴드 활동을 해왔다. 실버마이크로 4명이 다시 모였다. 음악은 하면 할수록 어렵지만 계속 도전하면서 연구하고 있다. 인생을 음악으로 시작했으니 음악으로 정리하고 싶다... 대중 앞에서 공연하는 것 자체가 활력이고 연습하는 것도 재미있다.”

- 실버예술가 인터뷰(성과공유회)

“우리 어르신들이 집에서 연세가 많으시니까 가족들하고 이렇게 조금 소외된다고 하나, 가족들은 활동을 하는데 어르신들은 활동을 많이 못하시잖아요. 그러니까 대화도 없고 약간 소외된 느낌, 그랬는데 이것을 하면서 연주한 동영상 보내주고 어디 간다 이러니까 가족들이 오기도 하고, 동영상을 보면서 서로 교류가 되면서 제가 우리 회원들을 보니까 가족하고 사이가 돈독해지더라고요 연락이 오고 대화가 되고 자녀들이 방문을 하시고 공연할 때 오기도 하시고 그렇더라고요.”

“새로운 시니어의 모델상을 제시하기에 굉장히 좋은 사업이라고 말씀을 드리고 싶습니다. 저희가 100세 시대라고 말을 많이 하는데 실제로 100세를 넘게 사는 분들도 제 주변에서도 봤고요. 그래서 어느 날은 그런 생각이 들더라고요, 저는 진짜 내가 100세까지 살면 어떡하나. 진짜 그렇게 살면 걱정이 되더라. 그럼 뭘 하고 살지? 이런 실버마이크 사업으로 공연을 하면서 젊은 사람들의 그 열기와 그런 거로 인해 주변 사람들이라든지 오신 관객분들이 공감 온도가 높아가는 게 눈으로 느껴지거든요.”

“청춘마이크 페스티벌에서 공연하고 내려오니까 울컥하더라는 얘기를 하는 사람들이 엄청 많아요. 왜냐하면 우리도 저 나이 돼서 저렇게 할 수 있을까? 사회 보던 여자 MC도 저 나이 돼서 자기 노래로 이런 무대를 만드는 그 기분이 어떨까 하는 생각을 하니까 자기도 눈물이 흐르더라는 거예요. 노인네들 진짜 희망 없이 내 나이 되는 사람들 그냥 천장 보고 있는 사람들도 많고, 87살이거든요, 내 나이가. 그런데 우리 나이에 벌써 저 세상 간 사람들도 많지만 이렇게 활동할 수 있다는 게 얼마나 좋고, 이런 사람을 나라에서 여기 돈 쥐가면서 하라고 이런 무대에 서게 하고 하는 것 이것 자체가 너무 좋은 거예요.”

- 실버마이크 공연팀 FGI 발췌

### (3) 정책 성과

#### □ 고령화 시대, 은퇴한 실버예술가에 사회적인 역할 부여

- 실버마이크 참여자의 경우 정책 효과 측면에서 ‘주체적 문화활동 기회가 확대되었다’는 항목에 대한 응답이 4.74점(5점 평균)으로 가장 높았음



〈그림 5-20〉 실버마이크 정책 성과(참여자)

- 실버예술가의 활동이 100세 시대를 사는 시니어 세대의 새로운 모델 제시, 가까운 가족, 지인, 관람객에게 삶에 대한 희망의 메시지 전달하는 긍정적인 면이 발견됨
- 실버예술가들이 유년기, 청년기, 장년기를 거치면서 습득한 예술적 가치, 삶의 노하우와 희노애락 등을 무대에서 발산하는 모습에 관람객들이 감동을 받고 삶의 지혜를 얻고 있음
  - 실버예술가들의 자존감이 높아질수록 양질의 공연이 가능해지고, 공연을 즐기는 이용자들이 이들이 걸어온 삶과 활동을 응원할 수 있는 원동력이 되고 있음(주관기관 FGI)

□ 지역문화진흥원과 광역문화재단 협력체계 구축, 사업목적과 지역별 특성 반영 사업추진

- 지역에 대한 이해도가 높은 광역문화재단이 사업주관, 광역단위에서 시·군·구 단위로의 계획적인 접근, 장소 선정이 가능해지는 등 안정적인 운영 면에서의 장점이 드러남
  - 전남은 지역주민이 많이 찾는 시장, 지역 유명 관광지 중심으로 22개 시군(문화취약 지역 13개) 중 중복 지역 없이 20개 지역에서 사업을 추진함
- 광역문화재단에서 직접 사업을 관리·운영하면서 현장과의 조율, 공간 사용 협조, 민원 대응 등 지자체나 기관과의 협력이 원활해지는 구조가 형성됨
- 지역문화진흥원에서 청춘마이크 운영 경험을 바탕으로 사업을 체계적이고 안정적으로 추진함(주관기관 FGI)



〈그림 5-21〉 실버마이크 정책 성과(이용자)

#### 4) 우수사례

##### □ 충북문화재단: 충남 천안 독립기념관 공연(2022년 10월 16일(수))

○ 실버예술가들의 공연 기획이 돋보인 공연으로 자작곡을 비롯해, ‘아름다운 강산’, ‘아리랑’ 등 공연장소와 어울리는 역사가 떠오르는 곡과 ‘시월의 어느 멋진 날에’ 등 계절에 어울리는 곡을 선보임

○ 독립운동가 유관순의 자손이 방문해 끝까지 관람함

\* “마지막 공연을 천안 독립기념관에서 했는데요. ‘아름다운 강산’ 나오고 ‘내 나이가 어때서’ 나올 때 내가 색소폰을 들고 관중한테 가서 ‘몇 살이요?’, ‘77살’, ‘나하고 동갑이네~’ 이러면서 공연을 했더니 사람들이 우르르 몰려온 거예요. 내가 얼마나 기분이 좋은지... 끝나고 나니까 관계자들이 ‘바로 이겁니다!’ 하더라고요... 어느 장소로 간다는 것만 얘기해주고 음악은 공연팀에 맡기면 돼요. 그러면 어디 갈 때는 이런 음악을 해야 되겠다 하고 난해한 음악은 안 해요.” - 실버예술가: 장인표(경우 윈드오케스트라)

##### □ 울산문화재단: 울산북구 청소년문화의집 공연(2022년 7월 29일(금))

○ ‘실버세대와 청소년의 만남’을 콘셉트로 북구의 날에 울산북구청소년문화의집과 협력 공연 진행

○ 실버예술가는 청소년 대상으로 하는 공연을 준비하고, 청소년들은 지역 어르신들과 친구들을 초대해, 직접 만든 유과와 음료를 실버예술가에게 선물하며 교류함

\* “어르신들이 트로트밖에 모르는데 ‘청소년문화의집’을 배정받은 거예요. 모여서 ‘애들이 짙레꽃을 모르는데 어떻게 할까’ 걱정하며 회의를 했어요. 그래서 ‘한국을 빛낸 100명의 위인들’하고 ‘독도는 우리 땅’을 하기로 했어요. 어르신들이 한 번도 안 해본 곡인데 한 달 동안 집에도 안 가고 얼마나 열심히 하는지... 당일에 가보니 청소년들이 먼저 북을 딱 쳐서 여는 무대를 만들어 놓고 우리를 초청했더라고요. 공연하고 났더니 청소년들이 만든 유과를 나눠주는 거예요. 그게 참 인상적이고 감동적이었거든요. 아이들이 ‘독도는 우리 땅’을 따라 부르고 손뼉도 치고요. 할아버지들이 너희들 위해서 한 달 동안 잠도 못 자고 연습했다고 했죠... 제 생각에 대상을 안 가려도 될 것 같아요. 유치원에 가도 아이들이 보는 할아버지의 시선으로 공연할 수 있을 것 같아요.” -실버예술가: 정선임(부산 아코디언 앙상블)



〈그림 5-22〉 실버마이크 우수사례 공연\_(좌)충남 천안 독립기념관 (우)울산북구 청소년문화의집

### 3. 생활 속 문화활동 지원 성과분석

#### 1) 사업개요

##### □ 사업목적

- 문화가 있는 날 문화활동 지원으로 아동, 근로자의 문화적 삶의 질 향상 및 공공의 사회적 가치 실현
- 지역문화 다양성 존중과 보편적 가치 추구를 통한 국민 문화권 증진

〈표 5-18〉 생활 속 문화활동 지원 사업 추진 목표 및 방향, 전략, 기대효과

목표	보편적 문화 활동을 위한 지역 참여기반 조성	지역의 특성을 반영한 지역 맞춤형 문화활동 확대	문화가 있는 날 지역문화 균형 도모
추진 방향	문화가 있는 날 아동과 근로자 지역민 문화활동 활성화		
추진 전략	맞춤형 활동 확산	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역의 특수성을 반영한 프로그램 자율기획</li> <li>• 대상(아동·근로자)을 위한 맞춤형 문화 프로그램 기획 제공</li> <li>• 지역의 공공의 문제인식 개선으로 포용적 가치 실현</li> </ul>	
	지역단체 역량강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전문가 사전 컨설팅을 통한 사업의 효과성 증대</li> <li>• 지역 포럼을 통한 주관처별 상호 학습기회 제공</li> </ul>	
	협력기반 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주관처 간 교류활동을 통한 지역 협력기반 조성</li> <li>• 지역중심 활동으로 단체와 주민의 관계망 형성</li> </ul>	
	문화활동 기반 마련	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역문화균형 도모</li> <li>• 문화활동 성과 공유회 추진(시상 등)</li> </ul>	
기대 효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화가 있는 날 지역 중심 문화 활동 활성화</li> <li>• 문화 보편성 추구 및 지역문화균형 유지</li> <li>• 문화가 있는 날 공공의 사회적 가치 실현 문화활동 사례발굴</li> </ul>		

## □ 사업내용

### ○ (프로그램 운영지원)

- 지역 내 아동 및 근로자 대상 문화프로그램 지원(공모사업). 기초 지역별 주관기관단체)가 대상별 특수성을 반영한 맞춤형 프로그램 기획·운영할 수 있도록 사업공모를 통해 선정·지원

### ○ (교류지원)

- 주관처(기관·단체) 대상 상호 교류 워크숍 추진(3회)
- 주관처(기관·단체)를 대상으로 사전워크숍(3월)을 통해 프로그램 운영 가이드라인 공유
- 상호교류워크숍(8월)을 통해 사업담당자들이 주관처별 소모임을 통한 사업 공유 및 지역사례 발굴기회를 제공
- 사업종료 참여자 유형별 좌담회(12월)를 통해 주관기관(단체) 간 교류기회 제공, 차년도 사업운영 관련 의견 수렴

### ○ (컨설팅 및 모니터링)

- 주관기관(단체)의 사업계획 보완 및 지자체 협력 방안을 위한 컨설팅 제공
- 전문가 현장모니터링을 통한 사업 방향성 점검 및 사업개선 사항 발굴, 반영

### ○ (연계프로그램)

- 여가친화기업 및 군장병 대상 추가지원

### ○ (사업기록) 참여자 중심 영상, 사례집 제작

- 15개 주관처 참여 아동, 근로자 소감 기록

## □ 사업예산

- 2022년 기준, 총 15억 원

## □ 사업대상

- 기초단위 지역 내 아동(아동은 아동복지법 제3조1항에 따라 18세 미만) 및 근로자
- 기존 사업 '동동동 문화놀이터' 경우에는 사업대상이 유아(유아교육법 제2조1항에 의거, 만 3세 ~ 초등학교 취학 전까지의 어린이)였으나, 아동으로 수혜대상 연령 확대 기준 적용
- 기존 사업 '직장 문화배달'의 경우 '20인 이상 직장 및 특수 고용자, 감정노동자 등 근로

복지 사각지대 직장' 등을 포함한 곳을 '직장'으로 한정하였으나, 2022년 신규 사업에서 '근로자'로 포괄적 개념 적용하여 보다 유연한 방식으로 대상군에서의 참여자 발굴이 용이하도록 하였음

- 지역 및 업종 특수성을 반영한 근로자 대상 발굴(영농조합, 향토기업, 상인회, 돌봄 노동자, 대학청소노동자 용역사 등)
- 직접 행정적 신청이 어려운 직군 등을 지역 문화단체가 직접 발굴하여, 모집하는 방식으로 추진

**〈표 5-19〉 생활 속 문화활동\_사업 수혜대상 기준 변화 (2021~2022)**

2021년		2022년		
사업명	사업대상	사업명	사업대상	
동동동 문화놀이터	유아	생활 속 문화활동 지원	아동	아동복지법제3조1항 18세 미만의 '아동'
	(기준) 영유아대상 중심 프로그램 운영 전문예술단체 및 전국 유아교육시설 참여기관 ※ 유아: 유아교육법 제2조1항, 만3세~초등학교 취학 전까지 어린이			
직장 문화배달	직장	근로자	지역 및 업종별 특수성 반영한 근로자	※가점부여로 문화소외지역 우선지원 적용
	(기준) 20인 이상 직장 • 특수고용자, 감정노동자 등 근로복지 사각지대 직장 • 문화소외지역(접근성 및 기회 부재) 소재 직장, 여가친화인증사 ※ 사내 동아리와 협업 가능한 직장 유대			

□ 사업운영방식

- 기초단위 지역 내 주관처(재단 또는 단체)로 선정, 이들이 지역 및 업종 특성을 조사하여 대상(아동, 근로자)를 발굴하고, 이들을 위한 맞춤형 문화프로그램을 개발, 운영하는 방식으로 진행
- 2022년 기본계획상 사업 예산 10.8억으로 15개 단체(단체당 72백만 원) 선정 계획
  - ※ 2022.9.27. 선정단체 대상 추가지원(1.5억 원) 제한 공모 진행 (여가친화인증기업 및 군장병 대상), 민경보 총 12.5억으로 15개 단체(단체당 82백만 원)

〈표 5-20〉 생활 속 문화활동 지원\_사업운영방식

구분	내용	비고
사업대상	지역 내 아동 및 근로자 (주관처별 아동, 근로자 50:50 비중 프로그램 운영)	계층 고려
선정방식	기초단위 재단 및 문화단체 대상 공모로 선정 (사업 운영 주관처 공모)	기초지역 기반 주관처 (기초단위 재단/민간이 없을 경우, 해당 권역 광역재단 신청 가능)
지원규모	15개 이내, 단체별 8.2백만원 규모	
지원내용	사례비, 임차료, 홍보비 등 필수 운영 경비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 민간경상보조로 지원</li> <li>• 사례비에 기획자(1인) 사례 포함 가능</li> </ul>
프로그램 회차	주관처 당, 총 운영횟수 16~20회 내외	
프로그램 내용	관람, 체험 모두 가능한 방식으로 자율 기획 (인문, 환경, 과학, 연극, 시각예술, 무용, 음악, 전통예술, 다원예술 등의 장르 포함)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대상별 맞춤형 기획</li> <li>• 일회성이 아닌 다회차 (3~5회) 기획</li> </ul>
프로그램 운영방식	대면, 비대면 혼용 가능 (비대면의 경우 생중계, 생중계+사전녹화영상, 현장방문 기반 사전녹화영상 프로그램 재생 등 가능)	비대면은 쌍방향 소통형으로 기획

○ 2022년 3월 최초 공모에서 11개 단체가 선정. 4월 추가 공모로 4개 단체 선정

□ 연간일정

단계	시기	추진내용
주관처 공모 (진흥원)	22년 1월 4주 ~ 22년 2월 4주	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 심의 세부 추진계획(안) 수립</li> <li>○ 진흥원 누리집 공고</li> </ul>
↓		
주관처 심의 (진흥원)	22년 2월 4주 ~ 22년 4월 2주	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (본공모) 심의 (서류, 인터뷰)</li> <li>○ (재공모) 심의 (서류, 인터뷰)</li> <li>○ 사업계획 컨설팅</li> </ul>
↓		
사전 워크숍	22년 3월 3주	○ 국고보조금 운영지침, 사업운영 안내
↓		
사전 컨설팅	22년 3월 3주	○ 사업 방향성 점검 및 제언
↓		
보조금 교부	22년 3월 4주 ~ 22년 4월 3주	○ 1차 보조금 교부(50%)
↓		
프로그램 추진	22년 4월 4주 ~ 22년 11월 5주	○ 주관처별 프로그램 진행
↓		

현장 컨설팅 모니터링	22년 4월 4주 ~ 22년 11월 5주	○ 사업 담당자 모니터링 및 전문가 현장 컨설팅
↓		
보조금 교부	22년 6월 1주	○ 2차 보조금 교부(50%)
↓		
연계 프로그램	22년 10월 1주	○ 여가친화인증사 및 군장병 대상
↓		
사업기록	22년 11월 5주	○ 기록물(영상, 사례집) 제작
↓		
사업결과 좌담회	22년 12월 1주	○ 참여 유형별(근로자 직군별) 사업 결과 좌담회 추진
↓		
결과보고·정산	22년 12월 2주 ~ 23년 2월 1주	○ 정산 보고서 및 실적 보고서 취합 및 검토

#### □ 사업운영경과

##### ○ 사업 시작 연도 : 2022년 (단년 시범운영)

- 『2021 문화가 있는 날 기획사업 성과분석 연구』결과를 반영하여, 2021년까지 '동동동 문화놀이터(유아동 대상)', '직장 문화배달(직장인 대상)' 프로그램으로 진행되었던 2개 사업이 '소액다건 지원으로 인한 효과성 저하' 문제 해결하기 위해 예산통합을 통한 추진체계 개선 적용
- 2022년 기존 2개 사업 통합기반, 지역 필요에 맞춘 대상 맞춤형 프로그램으로 기획 변경하여 새롭게 운영되었음

〈표 5-21〉 생활 속 문화활동 사업\_기존 사업 및 통합 내용 (2021~2022)

구분		2021년			2022년
사업명		동동동 문화놀이터	직장 문화배달	동네책방 문화사랑방	생활 속 문화활동
사업대상		영유아	직장인	주민	아동+근로자
예산	총액	7억 원	6억 원	5억 원	15억 원
	민경보	5.4억원	4.7억 원	3.5억 원	12.3억 원 ※ 2022.9.27. 추가지원(1.5억 원) 제한 공모 진행
	사업운영	1.6억 원	1.4억 원	0.5억 원	2.7억 원
	예산비율	민경보 75%: 사업운영 25%			민경보82%: 사업운영18%
	단체별 평균 지원액	18백만 원			82백만 원
비고		생활 속 문화활동으로 통합		사업 폐지	주관처 별 지역 특성을 반영한 대상(아동, 근로자) 맞춤형 프로그램 동시 운영

## 2) 사업결과

### □ 사업실적

〈표 5-22〉 생활 속 문화활동 사업\_실적 비교 (2020~2022)

구분	2020년		2021년		2022년
	동동동 문화놀이터	직장 문화배달	동동동 문화놀이터	직장 문화배달	
사업예산	7억 원	6억 원	7억 원	6억 원	15억 원
단체 평균지원규모	18백만원	5.67백만원	18백만 원	5백만원	82백만원 <sup>9)</sup>
이용자수 개인	19,510	6,185명	17,923	4,295명	20,121명 (아동·청소년 9,638명) (근로자 10,483명)
	150개소 (유아시설)	106개소 (직장수)	150개소 (유아시설)	120개소 (직장 수)	
프로그램 운영횟수	148회	총 106회 (14개소 추소)	150회	120회	148개 참여기관 (아동·청소년 90개) (근로자 58개)
	대면96회	대면 73회	대면 90회	대면 101회	324회
	비대면54회	비대면23회	비대면 60회	비대면 19회	전면 대면
참여단체수	30개	30개	30개	30개	15개 주관처 (기초단위)
언론보도실적	0건	49건	0건	52건	230건

### □ 2022년 사업 선정결과

#### ○ 1, 2차 공모 선정 지역 및 주관처(기관 및 단체) 현황 (총 15개)

구분	지역	주관기관·단체	사업명
1차 본공모 선정단체 (3월)	경기도 김포시	김포문화재단	휴, 쉬는 시간
	인천광역시 미추홀구	미추홀학산문화원	모두의 자리에, 음악 인.사.
	인천광역시 서구	(재)인천중구문화재단	친환경 생활문화 프로그램 (바다보고, 바다쓰기)
	충청남도 예천군	(재)예천문화관광재단	W(더불어+YOU), 예천
	경기도 파주시	프로젝트 날다	예술두드림, 하늘을 날다

9) (15개 주관처 평균금액 산정) 기존 민경보 10.8천만원에 추가지원 1.5천만원 증액으로 총 12.3천만원을 15개 단체로 나눈 금액임

구분	지역	주관기관·단체	사업명
	경기도 연천군	살판협동조합	오빛나래의 다섯빛깔 국악콘서트
	충청북도 괴산군	극단 꼭두광대	서로 다름을 이해하는 문화활동 '원손이'
	전라남도 광양시	광양시 사라실 예술촌	사라실 유랑극단
	제주시 구좌읍	(사)제주빌레앙상블	문화예술과 함께하는 새로운 일상
	경상남도 산청군	큰들문화예술센터	생활 속 행복한 예술키트 "오늘이 좋은 날"
	부산광역시 중구	관객문화협동조합모퉁이극장	괜찮아, 극장
2차 재공모 선정단체 (4월)	울산광역시 북구	문화예술스튜디오 노래숲	위로와 응원의 예술밥상
	충청북도 단양군	라츠	Here and Now, 단양!
	서울시 성북구	성북문화예술교육가협동조합마음온예술	일상이 예술이 되는 상상, '성북문화생활'
	충청남도 공주시(세종시)	시각예술의 미학연구회	빨간수요일:마음에 휴식을 주는 예술공휴일

○ 15개 지역별 대상특화 프로그램별 운영 현황

연번	사업지		단체명	참여기관명
1	울산	북구	문화예술스튜디오 노래숲 (17회/700명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>근로자 : 공무원 노동조합 울산지역본부, 금속노동조합 울산지역본부, 롯데화학정밀공업</li> <li>아동 : 느티나무 지역아동센터, 그린나래 지역아동센터</li> </ul>
2	경기	파주	프로젝트날다 (20회/2,592명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>근로자 : 파주 출판단지, DRB동일, KTH</li> <li>아동 : 파주 초등학교 연합회(6개소)</li> </ul>
3	경북	예천	(재)예천문화관광재단 (18회/1,130명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>근로자 : 예천군 지역다문화가정센터, 예천소방서, 예천 보건소, 제16전투비행단</li> <li>아동 : 예천군 지역아동센터, 예천지역어린이집(4개소)</li> </ul>
4	경기	연천	살판협동조합 (42회/674명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>근로자 : 연천 지역어린이집 연합회 소속 보육교사 (10개소), 자향요양병원</li> <li>아동 : 연천 지역어린이집 연합회 소속 원아(16개소)</li> </ul>
5	전남	광양	광양시 사라실 예술촌 (23회/969명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>근로자 : 광양시가족센터, 광양경찰서, 광양소방서, 광양교육지원청, 광양햇살학교 교직원, 광양환경공사</li> <li>아동 : 광양 지역초등학교 및 유치원(4개소)</li> </ul>

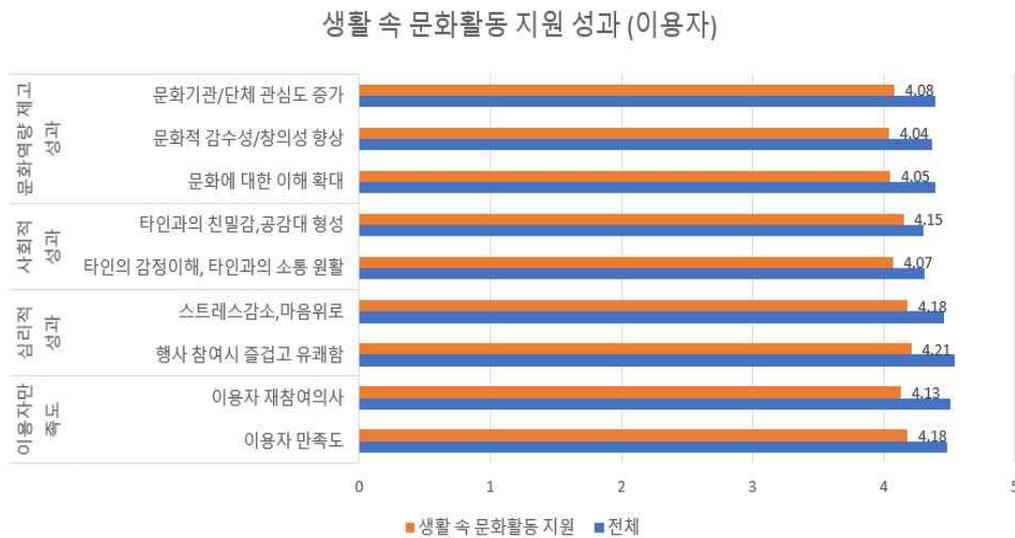
연번	사업지		단체명	참여기관명
6	충북	단양	라츠 (15회/459명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로자 : 단양소방서</li> <li>• 근로자 : 단양 지역어린이집(3개소)</li> </ul>
7	서울	성북구	성북문화예술교육가 협동조합마을온예술 (37회/783명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로자 : 서울여대 청소노동자, 동국대 청소노동자, 동북타타타 청소노동자, 성신여대 청소노동자</li> <li>• 아동 : 성북지역아동센터 등(6개소)</li> </ul>
8	제주	제주	(사)제주빌레앙상블 (18회/1,093명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로자 : 동제주사회복지관, 구좌농협, 구좌농공단지 입주기업, 우도상인연합회</li> <li>• 아동 : 구좌지역아동센터(5개소)</li> </ul>
9	충남 세종	공주	시각예술의 미학연구회 (26회/341명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로자 : 와이팜 영농조합법인, (주)세종시 상십분, 세종 창조경제 혁신센터, 농업법인 베리베리코리아, 롯데리조트속초</li> <li>• 아동 : 충남 지역어린이집(4개소)</li> </ul>
10	인천	미추홀구	미추홀학산문화원 (19회/1,033명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로자 : 강운공업, 에스에이 코스메틱, 송의목공예센터</li> <li>• 아동 : 미추홀 지역아동센터 및 교육기관(4개소)</li> </ul>
11	경남	산청	큰들문화예술센터 (17회/341명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로자 : 금서농공단지, 산청성심원</li> <li>• 아동 : 산청지역 초등학교(5개소)</li> </ul>
12	경기	김포	(재)김포문화재단 (24회/5,239명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로자 : 이젠지식산업센터, 김포시가족센터, 연세하나병원</li> <li>• 아동 : 김포 지역초등학교(4개소)</li> </ul>
13	인천	중구	(재)인천중구문화재단 (20회/1,534명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로자 : 인천해양환경공단, 인천종합어시장, 삼목항 어촌계</li> <li>• 아동 : 인천 중구지역 초등학교(4개소)</li> </ul>
14	충북	괴산	극단 꼭두광대 (21회/1,276명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로자 : 사회적협동조합 문전성시, 괴산시장상인회, 산막이옛길영농법인조합, 은혜의집(씨엘의집)</li> <li>• 아동 : 충북 괴산지역 병설유치원(4개소)</li> </ul>
15	부산	중구	관객문화협동조합 모퉁이극장 (24회/1,130명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로자 : (주)상지건축, 국제시장 상인회, 창선상가 상인회, 아이큐브, 미트리</li> <li>• 아동 : 부산 중구지역 청소년 기관(3개소)</li> </ul>

### 3) 사업성과

#### (1) 이용자 성과

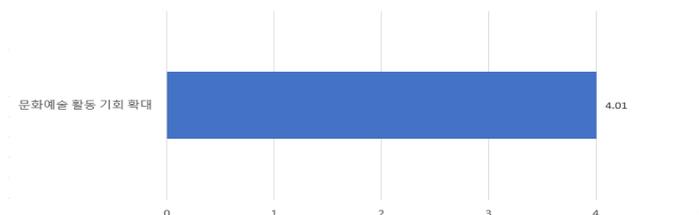
##### □ 생활 속 문화활동 지원 이용자 성과

- 생활 속 문화활동 지원 이용자들은 이용자 만족도, 심리적 성과, 사회적 성과, 문화역량 제고 등 4개 영역에서 고루 4.0 이상으로 나타남
- 다만, 전체 사업 평균 비교 시, 각 영역별로 조금씩 부족한 것으로 파악되나, 대부분 미세하게 0.1 ~ 0.3 사이 수치 차이에 불과함



〈그림 5-23〉 생활 속 문화활동 지원 이용자 성과

- 생활 속 문화활동 지원 개별문항인 ‘문화예술활동 기회 확대’에 이용자 응답은 4.01로 나타남



〈그림 5-24〉 생활 속 문화활동 지원 이용자 성과(개별문항)

□ 기존 향유경험 낮은 이용자 대상 문화향유기회 제공 및 문화에 대한 관심 제고

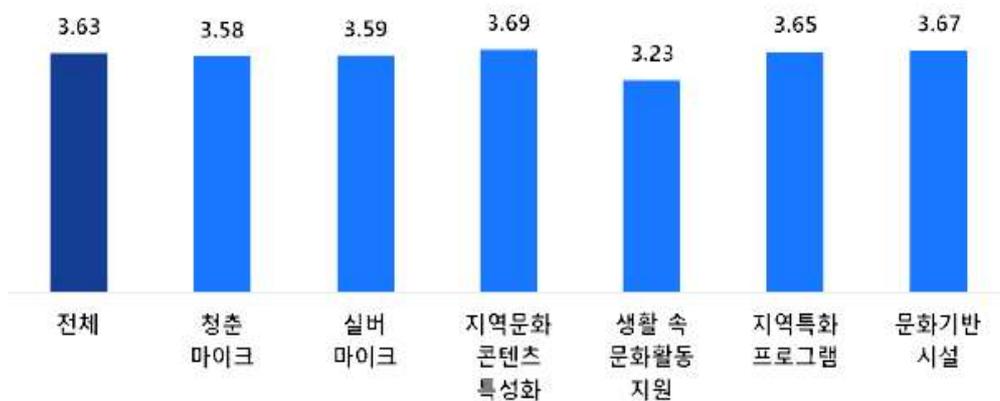
- 앞서 문화예술활동 기회 확대에 4.01로 나타났지만, 실제로 기획사업 이용자 평균 대비 생활 속 문화활동 지원사업에 참여한 이용자들의 경우 기존 향유경험이 낮은 특성이 뚜렷하게 나타남에 주목할 필요가 있음
- 생활 속 문화활동 이용자의 경우, 문화가 있는 날 기획사업 이용자들의 기존 문화향유 관련 평균 경험 대비, 행사관람, 체험프로그램, 축제참여, 문화시설 이용 등에서 전반적으로 낮은 것이 확인됨

〈표 5-23〉 문화활동 경험(지난 1년간)

구 분 (단위 : %)	표본수	문화 행사 관람	문화 체험 프로그램	축제 참여	문화 시설 공간 이용	역사 문화 유적지 방문	문화 관련 동호회 참여	문화 자원 봉사 활동	기타
전체	(2,760)	75.7	40.4	40.8	43.9	21.4	7.0	4.6	0.8
생활 속 문화활동 지원	(182)	67.0	36.3	32.4	30.2	12.6	7.7	1.6	3.8

- 평소 기존 문화향유 기회에 대한 인식 역시 타 사업 이용자 평균 3.63 대비 3.23으로 저조했으며, 전체 7개 사업 이용자 중 가장 낮았음

(n=2,760)



〈그림 5-25〉 문화 향유 기회에 대한 인식

- 따라서 개별 문항에서 ‘문화예술활동 기회 확대’ 수치가 4.11로 나타났지만, 실질적으로 본 사업이 상대적인 ‘문화취약지역’ 대상 문화활동 기회 제공을 목표로 했던 만큼 실제로

이용자 입장에서 향유 활동 기회 제공 및 문화향유 의향 제고에 효과적인 것으로 해석할 수 있음

□ 원하는 시간·장소에 찾아가는 다회성 맞춤형 프로그램 특성에 대한 높은 이용자 호응도

- 특히, 이 사업의 경우 수혜대상의 특성에 따라서 그들이 있는 곳으로 직접 방문하여 문화향유 기회를 제공하는 방식으로 운영되었으며, 이는 타 사업과 구별되는 본 사업만의 독특한 차별성이라고 할 수 있음
- 이렇듯 수혜자 맞춤형 찾아가는 프로그램으로 접근된 결과, 이용자 만족과 호응도가 높게 나타났음
- 특히 다회성으로 접근한 프로그램의 사업 운영방식이 문화향유 기회가 부족한 이용자들에게 있어서 향유의 연속성을 확보할 수 있는 토대로 작동한 것으로 보임
  - 주목되는 것은 ‘근로자’ 유형의 경우, 돌봄노동자(아동, 노인), 군무원, 대학청소노동자, 지역 상인회 등 기존 직장 문화배달사업에서는 발굴할 수 없었던 업종이나 지역의 특성이 반영된 대상이 발굴된 것임
  - 이는 이전까지의 사업(이메일로 참여기업 신청 및 접수 후 선정단체 매칭)과 달리 2022년 사업 방식이 지역을 토대로 단체가 직접 문화향유 기획 부족 그룹이나 집단을 리서치를 통해 발굴할 수 있는 기회를 가졌기 때문인 것으로 보임

*“정해진 시간에 원하는 공연을 나 스스로 찾아 그곳으로 가서 관람하는 일반적 문화향유 사업과 다르게 생활 속 문화활동 지원사업은 수혜자가 있는 현장으로 원하는 시간에 원하는 내용의 공연이 찾아온다는 아주 큰 차별점이 있습니다. 그 차별점은 곧 만족도와 연결되며 이는 오히려 고마움과 재방문의 기대까지 발전되었습니다. ‘문화가 있는 날’ 나 스스로 시간과 발품을 들여 찾아다니며 셀프로 문화를 즐기는 것과 다르게 ‘문화가 있는 날’에 나에게 찾아오는 맞춤형 선물 같은 시간이기 때문입니다.”*

*“본 지원사업은 일회성이 아닌 다회차 프로그램으로 구성하여 문화향유의 연속성, 지속성을 강조하고 있어서 시민들이 그야말로 생활 속에서 스스럼없이 친밀하게 새롭고 다양한 문화콘텐츠를 즐기고 배우고 만들어 나갈 수 있도록 돕고 있다고 생각합니다.”*

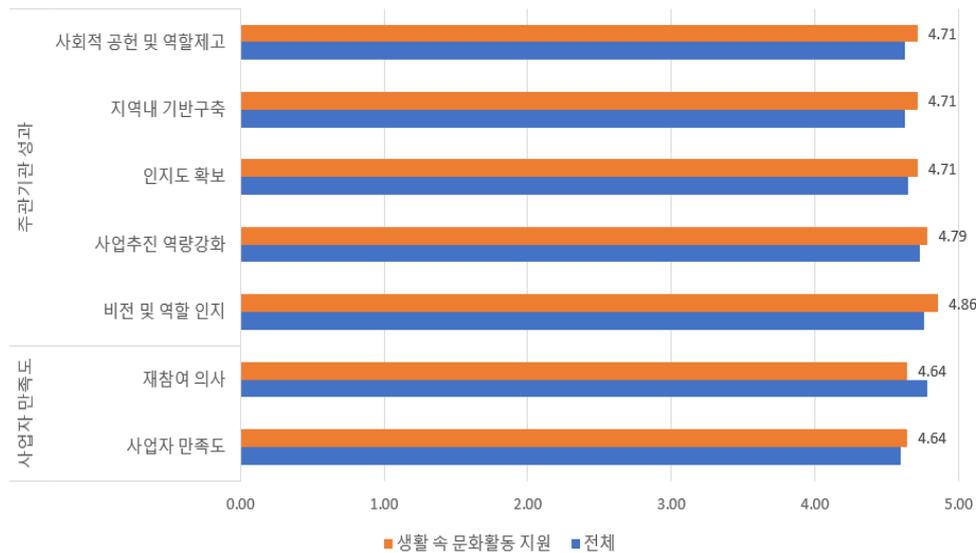
*“이용자들은 지역에서 접해본 적 없는 새로운 형태의 공연과 문화활동을 접하며 삶의 만족도와 심리적 안정감을 느끼고, 본인이 일하고 있는 기업체에 대한 애사심도 상승되었습니다. 일적인 관계로만 지내온 시간에서 벗어나 개개인의 마음과 정서까지 배려해 준 회사에 대한 고마움, 문화예술활동을 통해 느끼는 자기효능감 향상과 업무 스트레스 해소, 여러 문제에 대한 경계 허물기 등에 영향을 주었다고 생각합니다.”*

- 생활 속 문화활동 지원 주관처 (FGI 발취)

## (2) 참여자 성과

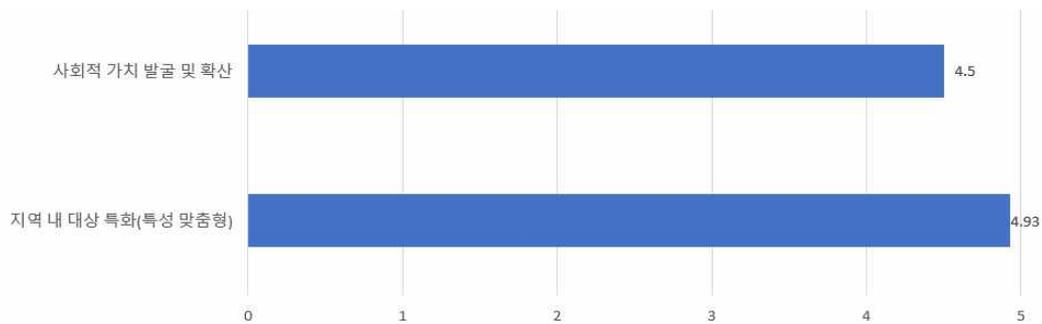
### □ 생활 속 문화활동 지원 참여자 성과

- 참여자의 경우, 주관처 성과 전반에서 평균보다 높은 수치로 나타남
- 다만, 사업만족도는 평균보다 높은 4.65, 재참여의사의 경우 평균보다 조금 낮은 4.64로 나타났음



〈그림 5-26〉 생활 속 문화활동 지원 참여자 성과

- 개별문항에서 사업 특성을 반영한 사회적 가치 발굴 및 확산, 지역 내 대상특화 발굴 효과 (개별문항)에 있어서는 각각 4.5, 4.93으로 나타남



〈그림 5-27〉 생활 속 문화활동 지원 참여자 성과(개별문항)

□ 참여자(단체·기관)의 지역 내 문화적 연결망 확대 · 활동 범주 확장

- 참여자 입장에서 본 사업의 참여 경험은 단체의 기존 네트워크를 벗어나 지역연계 활동 뿐 아니라 활동의 범주를 확장하는 교두보로 작동했던 것으로 보임
- 기존의 찾아가는 프로그램의 유형들이 외부 지역에서 방문하는 예술가들이 많았던 반면, 이 사업의 경우 지역 내 예술가/단체들로 구성되어 실질적으로 지역 기반 예술계와 지역주민이 연결되는 지점을 확보할 수 있었음
- 이는 기존 사업 방식과 달리, 본 사업의 구조가 지역 내 주관처(재단, 단체)가 직접 대상을 발굴, 분석하여 프로그램을 기획하도록 되어 있었기에 가능했던 것으로 사료됨

*“지역의 근로자이나 회사를 찾아가는 형태의 (다른) 문화활동을 봤을 때 지역예술가는 아닐 경우가 많더라고요. 그런데 이 프로그램은 지역에 있는 예술가, 문화활동가들이 직접 우리에게 찾아온다는 게 차별적이고, 문화가 있는 날 이후에도 시민들이 문화예술을 누리기에 뭔가 동기부여나 연속으로 할 수 있는 그런 기점이 되는 것 같아요”*

*“여러 사업들을 수행해왔지만 다른 형태의 사업을 수행하며 여러 방식, 여러 상황을 경험할 수 있었습니다. 또한 이용자의 만족도가 높은 편인 사업이라 보람과 성취감도 비례적으로 높았다고 생각합니다. 일회적 사업으로 끝나는 타 사업에 비해 지속적인 연결을 희망하는 여지가 타 사업에 비해 높았다는 점도 의미가 있었습니다.”*

- 생활 속 문화활동 지원 주관처 (FGI 발제)

□ 지역 내 참여자(단체·기관)의 지속가능한 성장 기반 구축에 기여

- 사업참여 이후, 단체와의 후속 활동을 요청하는 경우가 나타나는 등 지역 내 단체들의 지속가능한 성장에도 주요하게 기여한 것으로 볼 수 있음
- 앞서 ‘참여자의 문화적 연결망 확대’ 성과와 마찬가지로, 지역 기반 주관처(재단, 단체)가 지역 내 문화향유가 부족한 그룹들을 바텀-업 방식으로 발굴하여 접근했기 때문에 가능했던 것으로 사료됨
- 이러한 사업구조 방식이 대상 맞춤형 프로그램에 대한 수혜자 호응도를 넘어서서 이들이 지속적인 문화활동에 대한 관심을 확장하고, 이것이 선순환적으로 단체와의 후속 활동 요청으로까지 이어져 지역 내 참여자의 지속가능한 성장기반 구축에도 기여했던 것으로 볼 수 있음

“지역예술가들을 발굴하고 그들에게 장을 열어 줄 수 있는 플랫폼으로서의 역할 수행을 참여자 혜택으로 볼 수 있겠습니다.”

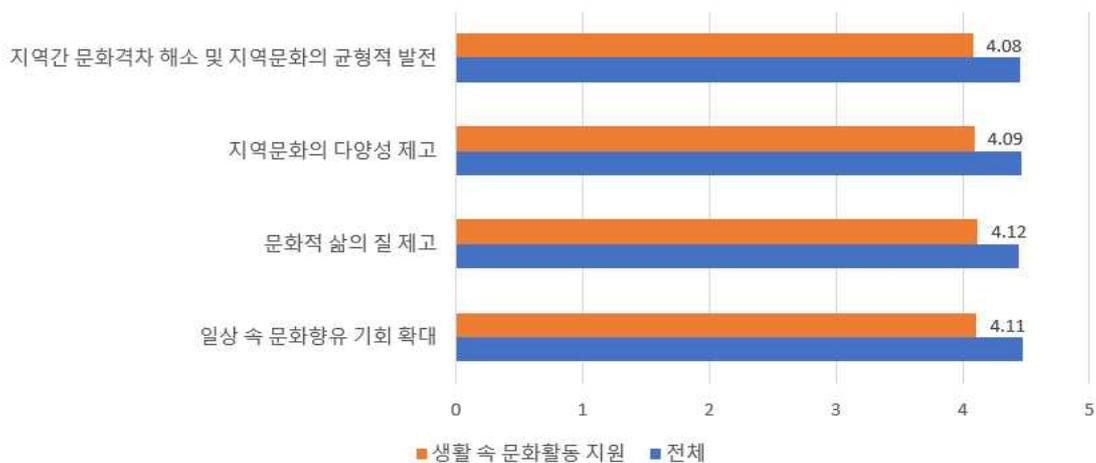
“사진이나 이런 것들을 보시고 저희가 컨택하지 않았는데 연락을 직접 주셨어요. 그래서 나 이것 봤는데 우리 하고 싶다 이래서 모셔 와서 저희한테는 엄청 큰 홍보가 됐다고 생각을 하고 있어요. 지속적으로 홍보하는 것이 중요한 것 같아요.”

- 생활 속 문화활동 지원 주관처 (FGI 발취)

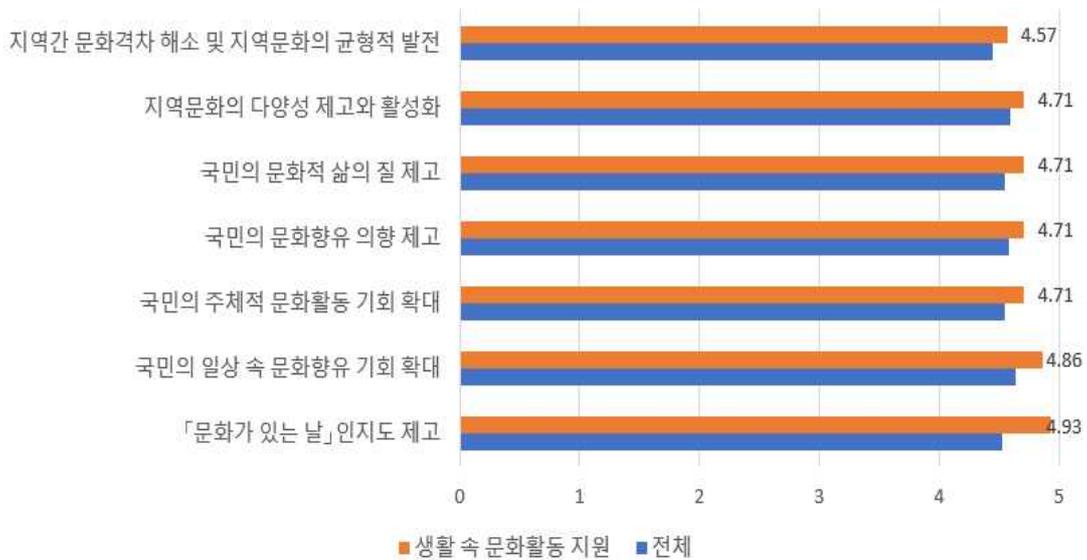
### (3) 정책성과

#### □ 생활 속 문화활동 지원 정책성과

- 정책성과 전반에서 이용자보다는 참여자가 전 영역에서 상대적으로 높게 인식
- 참여자의 경우 전 영역에서 평균보다 고루 높게 나타나고 있음이 확인됨 (최소 4.57 ~ 최대 4.93)
- 이용자의 경우 평균 대비 미세하게 낮으나, 전 영역에서 고루 4.1 내외로 나타남



〈그림 5-28〉 생활 속 문화활동 지원 정책성과 (이용자)



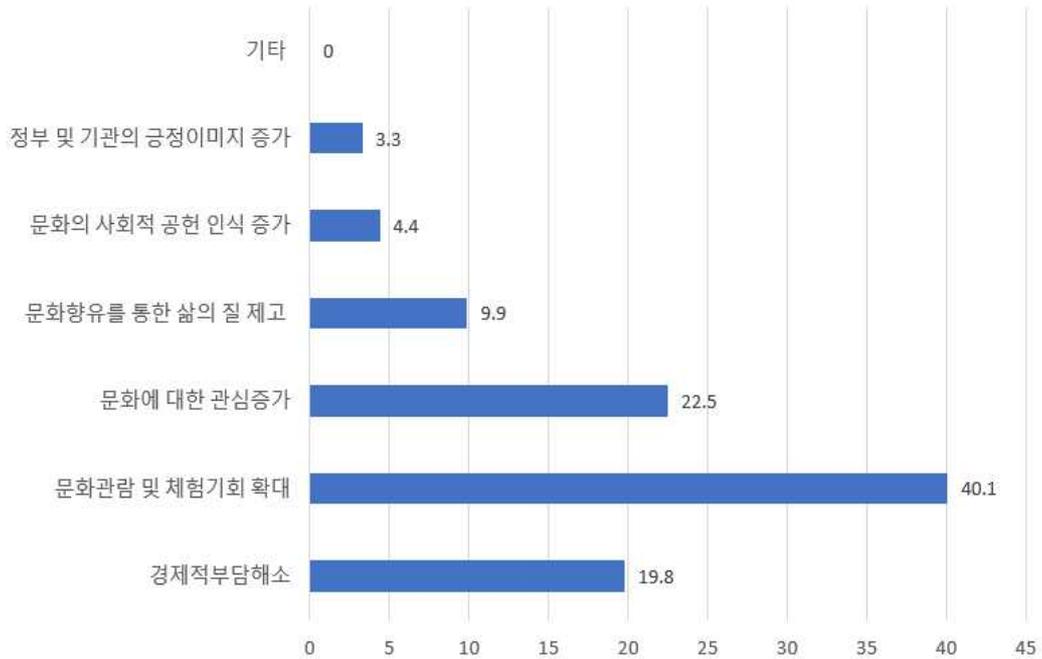
〈그림 5-29〉 생활 속 문화활동 지원 정책성과 (참여자)

#### □ 지역 내 새로운 수혜대상 발굴의 효과

- 중앙에서 접근하기 어려운 지역 내 아동·근로자 향유 부족 그룹에 대한 적극적 발굴의 기회로 작동
  - 이러한 측면은 본 사업의 사업구조와 운영방식에 기인한 것으로 볼 수 있음
  - 단순히 프로그램을 신청한 곳과 - 단체 프로그램을 매칭하는 방식이 아니라, 단체가 직접 수혜대상에 대한 리서치와 발굴을 통해 접근했기 때문에 가능했던 성과로 볼 수 있음
- 특히 근로자 그룹에서 새로운 향유대상 발굴 주목됨
  - 2022년의 경우 공무원, 소방관, 농부(농장) 등 지역 내 문화향유가 부족한 새로운 그룹이 적극 발굴되기도 하였음
  - 가령 울산광역시 북구 지역에서의 공무원 노조, 예천군의 소방공무원을 포함하여 대학청 소노동자, 돌봄노동자(아동, 노인), 군무원, 영농조합 근로자, 식품제조업 공장직원 등 다양한 직군과 유형의 근로자 향유그룹이 발굴됨
  - 이는 기존 사업(직장 문화배달)이 이미 문화향유의 경험을 했거나 사업주가 근로자의 문화향유에 우호적인 곳들 중심으로 이뤄졌던 것과는 완전히 구별되는, 긍정적 효과였다고 볼 수 있음

□ 맞춤형 프로그램 제공을 통한 향유 사각지대 해소

- 사업목적에 맞게, 실질적으로 본 사업을 통해 대상별 맞춤형 프로그램 기획, 실행이 이뤄짐에 따라 이용자 편익 및 사업만족도 제고에 기여
- 실제 이용자 입장에서 문화적 관람 및 체험기회 확대 (40.1%), 문화에 대한 관심 증가 (22.5%), 경제적 부담해소(19.8%) 응답이 높게 나타났음



〈그림 5-30〉 생활 속 문화활동 지원 프로그램 관람을 통해 얻은 것 (이용자, 1순위)

4) 우수사례<sup>10)</sup>

□ ‘프로젝트 날다’ (경기도 파주) “예술 두드림! 하늘을 날다!”

- 2021년 파주시에 ‘날다 스튜디오’를 오픈한 국내 최초 ‘공중퍼포먼스’ 전문예술단체 ‘프로젝트 날다’의 경우, 사업참여 동기는 파주시민에게 문화예술 향유기회를 제공하겠다는 취지로 계획되었으나, 사업 추진과정에서 단체의 지역 안착 및 네트워킹 개발 및 강화의 결과로 이어졌음
- 근로자 대상을 위해 특정 기업 내의 실내공간으로 들어가기보다는 장르적 특성을 감안, 파주출판단지 내 야외 공간에서 점심시간을 활용한 프로그램을 운영. 점심시간을 이용한 방식으로 다양한 단지 내 다양한 근로자들이 함께 공연을 감상하는 등 관객 확장성을 도모

10) 2022 문화가 있는 날 <생활 속 문화활동 지원> 사업 결과 좌담회 자료집 내용 발췌 및 재구성

- 아동대상 프로그램의 경우는 파주 능안초, 갈현초, 와석초 등 찾아가는 공연 형태로 진행. 학교 공간 확보 상황에 따라 건물 외벽/옥상을 활용한 1차 공연 이후 학교 체육관 등 실내 공간에서 연계 활동을 진행하는 방식으로 운영. 사전 학교 공간 답사 및 학교 관계자 미팅을 통해 안전사항과 이동 동선 등을 긴밀히 조율, 협의하며 진행
- 근로자, 아동 대상 프로그램 기획, 운영을 위한 사전 미팅, 실행 등의 과정을 통해 출판도시문화재단, 파주시교육지원청 등 기관과의 협력창구를 개발, 구축하였음. 이후 지역 내 기관/기업 등과의 연속적인 활동 가능성을 적극 타진할 수 있었던 것으로 파악됨
- 결과적으로 ‘프로젝트 날다’ 사례는 생활 속 문화활동 지원사업이 추구하고자 했던 새로운 향유대상의 발굴 및 지역 내 문화적 연결망 구축 및 확산 측면에서 주목되는 사례라고 하겠음

〈표 5-24〉 프로젝트 날다 - ‘예술 두드림! 하늘을 날다’

지역	주관처명	사업명	프로그램 내용	총 추진회차	총 참여인원
경기도 파주	프로젝트 날다	예술 두드림! 하늘을 날다	[관람/체험] 공중퍼포먼스, 서커스 - 공중공간을 활용 서커스 장르와 공중 예술 장르 연계 융합 - 서커스 밧줄(7분) 9미터 높이 수직밧줄에 오르려는 남자, 밧줄에 꼬이고 떨어지고를 반복하며 고난이도의 서커스 실연 - 트램펄린서커스(8분) 4미터 높이의 벽면에서 트램펄린 위로 떨어져 올라가는 서커스 - 저글링 서커스(10분) 저글링 공연, 공, 클럽, 디아블로 활용 - 서커스 휠(8분) 1.8미터 지름의 원형파이프 활용 위태로운 아크로바틱을 실연	20회	2,592명



□ ‘문화예술스튜디오 노래숲’ (울산광역시 복구)

- 코로나19 시기 동안 업무피로도가 높았던 공무원을 새로운 향유대상으로 발굴. 공무원 노조 울산지역 본부와 연계하여 근로자 대상 치유프로그램을 기획. 울산 하면 흔히 떠오르는 대형 공장이나 기업이 아닌 ‘공무원’ 대상으로 프로그램 기획한 것이 주목되는 사례
- 막걸리를 빚고, 1인용 밥상을 만들고(우드카빙), 독립영화 감상 등으로 구성된 3회차 프로그램 운영을 통해 격무로 지쳤던 공무원들에게 힐링의 기회 제공
- 아동대상 프로그램의 경우 피아노 내부를 해체하는 작업, 분해된 부품을 활용한 공작프로그램, 음악공연 등으로 이어지는 일련의 과정을 통해 클래식에 대한 편견 없이 예술을 색다르게 경험하는 문화활동 기회를 제공
- 일방적으로 관람형 프로그램이나 미리 조직된 체험프로그램을 제공하는 것이 아니라 참여자들이 스스로 활동과 경험의 주체가 될 수 있는 방법을 적용한 것이 주목되는 사례
- ‘문화예술스튜디오 노래숲’ 사례는 공무원이라는 새로운 향유대상 발굴 뿐 아니라, 향유방식의 새로운 접근을 개발, 적용했다는 점에서 주목된다고 하겠음

〈표 5-25〉 문화예술스튜디오 노래숲 - 위로와 응원의 예술밥상

지역	주관처명	사업명	프로그램 내용	총 추진회차	총 참여인원
울산광역시 복구	문화예술스튜디오 노래숲	위로와 응원의 예술밥상	[관람/체험/소통] 음악공연,양조,목공 • 아동 ‘피아노날다’ (그린나래/느티나무 지역 아동센터) - 체험: 피아노 분해, 해체 피아노 부품 활용 목공, 공연관람 • 근로자 ‘예술밥상’ (공무원노조 울산지역본부/남구, 울주, 중구) - 체험: 주작(막걸리빚기), 수작(목공우드카빙), 명장(독립영화/감독대화) - 공연관람: 매 프로그램시 음악회(클래식, 대중음악)	17회	700명



## 4. 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 성과분석

### 1) 사업개요

#### □ 사업목적

- 주민 주체적 문화 활동을 기반으로 지역의 다양한 삶의 양식을 담은 문화가 있는 날 프로그램 개발 및 활성화
  - 지역문화진흥원이 운영하는 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 유일하게 지역주민이 스스로 향유자로서의 ‘대상’이 아니라, 문화적 생산의 주체로서 스스로의 역량을 발굴, 개발할 수 있는 기회를 부여하는 사업임
  - 만들어진 결과물의 향유 확산이 아닌, 지역 내 주민 주체들이 주도적으로 지역 고유의 특성을 반영한 콘텐츠를 생산해내고, 이를 향유하는 과정까지 아우를 수 있도록 고안된 사업

#### □ 사업내용

- 지역 특성을 반영한 문화가 있는 날 프로그램 개발 및 운영지원
- 전문가 현장 컨설팅 지원
- 권역별 그룹컨설팅 및 성과 공유
- 현장모니터링을 통한 성과관리
- 지역별 콘텐츠 홍보 지원

#### □ 사업운영방식

- 기초지역 대상 다년차 지원이 최대 5년까지 가능한 중장기 지원사업으로 운영
- 참여단체(기관)의 경우 3년 차 이후부터는 자기부담금 비율을 차등 적용하는 방식으로 지역 내 지속가능성 확보 모색 (매년 사업지원 신청을 하는 구조)
- 지역주민 주체적 활동기반 프로그램 특성을 반영, 전문가 현장컨설팅 및 모니터링, 권역별 그룹컨설팅 등을 사업 기간 내 지속적으로 제공

〈표 5-26〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업운영방식

구분	내용	비고
사업대상	전국 군·구 단위(단, 도 산하 자치시, 세종특별자치시, 제주시, 서귀포시의 경우는 시 단위) 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 운영이 가능한 단체 및 기관	민간문화예술단체, 기관, 협동조합, 사회적 협동조합, 마을기업, 비영리 법인 등 사업자등록증 또는 고유번호증 보유 기관 및 단체 지원 가능
선정방식	<ul style="list-style-type: none"> <li>공모로 선정</li> <li>다년차 지원의 경우 매년 공모에 지원이 필요 (사업지원신청서에 참여 연차 표기)</li> </ul>	단, '문화가 있는 날 지역특화 프로그램(자치경상보조) 사업 선정지역 협업 단체는 중복지원 불가
지원규모	2022년 기준 총 43단체 선정, 지원	45~50개 내외 (2020~2022년)
중장기 (다년차)지원	중장기 다년차(최대 5년까지) 지원 3년차부터 자기부담금 매칭 적용	3~5년차 자기부담금 매칭분 차등적용
매칭가능재원	<ul style="list-style-type: none"> <li>3~5년차의 경우 지자체, 혹은 지자체 출자출연기관 보조금</li> <li>지역문화재단과 같은 지자체 출자출연기관이 직접 3~5년 차로 지원하는 경우 자체예산(출자출연금)이 아닌 본 사업비 매칭을 위한 별도 지자체 보조금만 매칭 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지방비 확보 불가할 시, 기업(단체) 후원금 매칭 가능</li> <li>지자체 및 유관기관, 특정 기업의 목적사업 수행을 위한 비용으로 집행 불가</li> </ul>

〈표 5-27〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 연차별 지원규모 및 매칭구조

참여연차	지원신청 가능액 범위	매칭구조
1년차	30백만원 이상 ~ 50백만원 이하	국고보조금 100%
2년차	30백만원 이상 ~ 80백만원 이하	
3년차	30백만원 이상 ~ 100백만원 이하 (※ 자부담 제외금액임)	자기부담금 30%매칭
4년차		자기부담금 50%매칭
5년차		

□ 사업운영 경과

- 사업 모태는 2016~17년 '문화가 있는 날 추진단'이 운영한 '지역특화프로그램'
- 2018년 문화체육관광부가 운영하는 장소 중심 '지역특화 프로그램'과 지역문화진흥원이 운영하는 콘텐츠 중심 '지역문화 콘텐츠 특성화' 2개 사업으로 분화

〈표 5-28〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 분화(2016~2018)

구분	2016년	2017년		2018년	
		지역특화프로그램		지역문화 콘텐츠 특성화	지역특화 프로그램
사업명	지역거점특화 프로그램	콘텐츠중심	장소중심	지역문화 콘텐츠 특성화	지역특화 프로그램
주관처	지역문화진흥원 (문화가 있는 날 추진단)	지역문화진흥원		지역문화진흥원	문화체육관광부
예산	27억 원	21.7억 원	26.2억원	16.5억	40억 (국비20억, 지방비20억)

□ 사업 예산

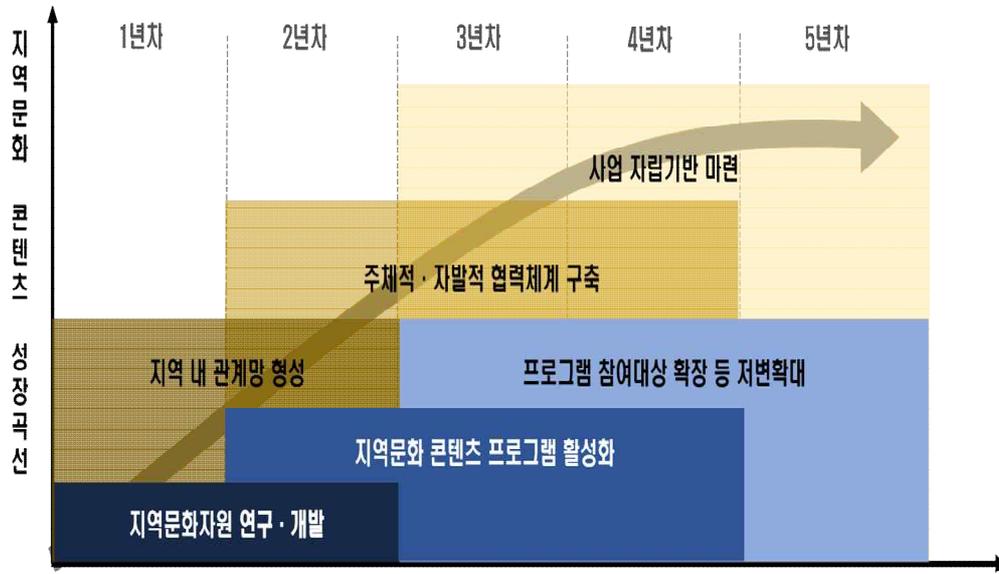
- 2022년도 예산 : 2,600백만 원 (26억 원)

□ 사업구조

- 지역문화콘텐츠 개발 및 운영지원, 교류 및 상호학습, 성과관리 등 세 분야로 구성
- (교류 및 상호학습) 단체 대상 준비모임, 권역 모임을 통해 사업 방향, 운영지침 공유 및 현장 이슈 발굴 논의
- (성과관리) 전문가 컨설턴트(9인 내외) 활용하여, 단체별 전담 컨설턴트 매칭을 통해 사업준비-방향설정-사업성과도출 과정 중심 컨설팅 제공
- 5년 차이후 지역 내 자생적으로 안착되는 지역 고유의 특성을 반영한 프로그램 개발을 목표로 중장기 지원(5년) 구조 내 연차별 사업의 성장 과정은 아래 그림과 같이 제시되고 있음

〈표 5-29〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 - 사업지원 내용 및 구조

지역문화 콘텐츠 개발 및 운영지원	1년차	30백만원 이상 ~ 50백만원 이하	국고보조금 100%
	2년차	30백만원 이상 ~ 80백만원 이하	
	3년차	30백만원 이상 ~ 100백만원 이하 (※ 자부담 제외금액임)	자부담 30%매칭
	4년차		자부담 50%매칭
	5년차		
교류 및 상호학습	준비모임 (3월)	선정단체 대상 사업방향 및 사업운영 지침 안내	
	권역모임 (7월)	4개 권역별 프로그램 그룹컨설팅 (권역별 10개팀 내외, 전문가그룹컨설팅)	
	성과공유회 (12월)	프로그램 성과공유 및 우수사례 시상 (현장모니터링 기반 유형별 우수사례 발굴, 차년도 가산점 반영)	
성과관리	현장 컨설팅 (4~7월)	전문가 전담 컨설턴트 매칭을 통한 현장컨설팅 지원	
	현장모니터링 (9~11월)	현장 모니터링을 통한 성과 도출	



출처: 2020 문화가 있는 날 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 실적보고서, p.12

〈그림 5-31〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업\_5개년 연차별 성장과정(안)

□ 연간일정

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
사업운영	공모	심의 및 선정	사업운영									사업정산
			1차 교부				2차 교부					
사업관리			사업준비모임	현장 컨설팅					현장 모니터링		우수 사례 선정	성과 공유회
						권역모임						

〈그림 5-32〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 연간 일정

## 2) 사업결과

### □ 사업실적

구분	2020년	2021년	2022년
사업예산	30억 원	30억 원	26억 원
이용자수	178,026명	122,739명	131,317명
프로그램 운영횟수	479회	1,733회	1,273회
참여단체수	49개	43개	43개
수혜지역수	49개 (수도권10, 충청8, 전라5, 경상9, 강원7, 제주2)	43개 (수도권10, 충청8, 전라7, 경상9, 강원5, 제주3)	43개 (수도권10, 충청10, 전라5, 경상11, 강원4, 제주3)
언론보도실적	0건	지면보도1건 (21.11.01. 내일신문) 온라인보도 1건 (21.12.06 내일신문)	0건

### □ 2022년 사업선정 결과

○ 2022년 참여단체는 총 43개

- 1년차 신규 선정단체는 25개, 2년차로 재선정 단체는 9개, 3년차 6개, 4년차 2개, 5년차는 1개, 총 43개 단체임

〈표 5-30〉 2022 지역문화 콘텐츠 특성화 참여 단체 리스트

구분	연차	지역		단체명	프로그램명	사업 유형	세부 프로그램 형태
		광역시	기초				
1	1년차	서울	강북구	강북문화예술 네트워크	삼양동 지역공동체와 함께 하는 마을문화여행	지역자원활용 (지역문화)	워크숍, 투어, 축제
2	1년차	서울	종로	재단법인 환경과생명 문화재단 이다	서촌 생명문화연대 생명권을 읽고 노래하는 서촌	지역자원활용 (환경및생태)	워크숍
3	1년차	서울	성북구	월장석 친구들	지역예술가 x 지역주민 초대와 환영프로젝트: 월장석 방방방	지역자원활용 (지역문화)	워크숍
4	1년차	인천	부평구	주식회사 예술숲	Again 신촌, 부평대로 실자	지역자원활용 (역사)	워크숍, 공연
5	1년차	대전	대덕구	로컬42협동조합	도란도란 대화문화공장	지역자원활용 (지역문화)	투어, 아카이빙, 전시
6	1년차	대전	동구	창작집단쟁이 사회적협동조합	대청호에 살으리랏다	지역자원활용 (자원)	축제
7	1년차	대전	중구	협동조합 문화기획단 마주	안녕, 선화	지역자원활용 (역사)	워크숍, 투어, 전시

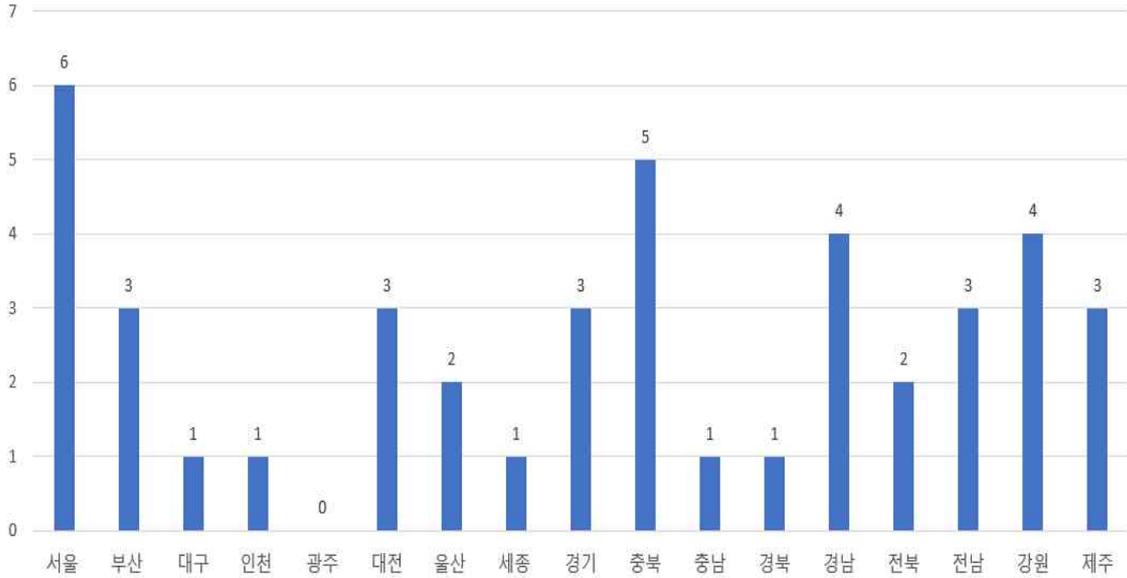
구분	연차	지역		단체명	프로그램명	사업 유형	세부 프로그램 형태
		광역시	기초				
8	1년차	충북	진천	백곡면 축제추진 위원회	백곡 숲 이야기 박물관	지역자원활용 (자원)	축제
9	1년차	전북	군산	우만 (wuman)	영화로운 개복	지역자원활용 (역사)	워크숍, 축제
10	1년차	전북	임실	임실 삼산오오 청춘햇살 협동조합	임실 속 세계 여행 다같이 치 - 즈	지역자원활용 (지역문화)	워크숍
11	1년차	전남	순천	소우주미디어 협동조합	순천 생태문화 조각맞추기	지역자원활용 (환경및생태)	워크숍
12	1년차	전남	영암	리팔 마이르스	군서량동동(군서면 아리랑)	지역자원활용 (자원)	마켓, 공연, 워크숍
13	1년차	전남	완도	금일도창의 예술학교	해네 바다를 노래하다	지역자원활용 (역사)	워크숍, 공연
14	1년차	부산	사상구	(주)리멘	학장천 그린 놀이터	지역자원활용 (환경및생태)	축제
15	1년차	부산	동래구	모이다아트 협동조합	溫:누리동래	지역자원활용 (역사)	마켓
16	1년차	울산	남구	클라이밋	너와 나의 연결 고래	지역자원활용 (환경및생태)	워크숍
17	1년차	대구	남구	꿈꾸는씨어터(주)	대구 남구 1인 가구 생활가점 커뮤니티 프로젝트 'D 브릿지'	지역자원활용 (지역문화)	워크숍, 축제
18	1년차	경기	가평	협동조합문화가	가평 마을문화 난장	지역자원활용 (플랫폼형)	축제
19	1년차	경남	통영	통영문화원	사또야 불켜라	지역자원활용 (역사)	축제
20	1년차	경남	함안	다음문화 연구소	함안낙화놀이와 함께하는 문화마실	지역자원활용 (축제)	아카이빙, 투어, 마켓
21	1년차	경북	문경	문화기획 지금	문희경서(文喜慶瑞)에서 이야기 따라 머물다	지역자원활용 (자원)	워크숍, 공연
22	1년차	강원	강릉	무엇이든	너랑 나랑 지누아리'랑'(浪)	지역자원활용 (자원)	워크숍, 공연
23	1년차	제주	서귀포	제주극장 사회적 협동조합	제주굴발예술 놀이터	지역자원활용 (자원)	축제
24	1년차	제주	제주	예술기획 오드	예술의거로	지역자원활용 (역사)	아카이빙, 워크숍, 축제
25	1년차	제주	제주	제주리본길	소랑평제주 - 제주어 주민예술축제	지역자원활용 (지역문화)	축제
26	2년차	서울	성북구	마을인시장 사회적협동조합	물 따라 넘실거리는 〈버들차마을 사람들〉	지역자원활용 (환경및생태)	워크숍, 투어, 공연, 전시
27	2년차	서울	마포구	사단법인 마포공동체 라디오	마포동네책방 페스티벌	지역자원활용 (지역문화)	축제, 워크숍
28	2년차	경기	김포	블루밍협동조합	평화롭고 생태로운 조강행	지역자원활용 (환경및생태)	축제, 워크숍

구분	연차	지역		단체명	프로그램명	사업 유형	세부 프로그램 형태
		광역시	기초				
29	2년차	충북	청주	온몸 주식회사	구름공장 페스타	지역자원활용 (자원)	축제
30	2년차	충북	충주	주식회사 문화예술기획 살로메	2022 관아골 프리덤: 관아골 SOUND WEEK	지역자원활용 (자원)	축제
31	2년차	충남	부여	(주)혜안	다시 서는 문화 장날, 로컬메이드 규암	지역자원활용 (기타)	마켓
32	2년차	부산	수영구	영화문화협동조합 씨네포크	네트워크형 망미마을극장 프로젝트	지역자원활용 (지역문화)	워크숍, 아카이빙, 축제
33	2년차	강원	강릉	봄봄콘텐츠	어바웃 서부 - 문화燎	지역자원활용 (지역문화)	워크숍, 공연, 전시
34	2년차	강원	영월	지역문화예술연대 다가치	덕포나무 '땃꾼 & 전산옥 로망스' season 2	지역자원활용 (역사)	공연
35	3년차	서울	동작구	크리에이티브영 (creative0)	예술 업 사이클링 <사라지GO 잊혀지GO 기억하고GO>	지역자원활용 (지역문화)	아카이빙, 워크숍, 공연, 축제
36	3년차	세종	조치원	시네마다방	왕성초차원프로젝트	지역자원활용 (자원)	영화제작
37	3년차	충북	청주	창의문화예술흥신소	농(農) 리브 디 아트	지역자원활용 (지역문화)	농촌문화
38	3년차	울산	북구	울산쇠부리 축제추진위원회	달천문화광산	지역자원활용 (축제)	워크숍, 아카이빙, 마켓, 공연,
39	3년차	경남	창원	진한컴퍼니	사계절 벚꽃장	지역자원활용 (플랫폼형)	축제
40	3년차	강원	춘천	재단법인 춘천인형극제	WOW!(Wonderful Objet World) : 환상의 인형 놀이터	지역자원활용 (축제)	워크숍, 공연, 축제
41	4년차	경기	안산	문화예술 사회적협동조합 컬처75	다양성 문화놀이터 <마켓 포레스트>	지역자원활용 (지역문화)	워크숍, 투어
42	4년차	경남	함양	빈둥협동조합	2022년 상림 문화놀이장날	지역자원활용 (플랫폼형)	축제
43	5년차	충북	진천	문화공감 흥	생거진천 문화짱날	지역자원활용 (지역문화)	축제

○ 지역별 단체 분포 현황

- 수도권(서울6, 경기3, 인천1)이 총 10개로 가장 많고, 충북 5개, 경남과 강원도 각각 4개, 부산, 대전, 전남, 제주가 각각 3개
- 권역별로 보면 경상권이 11개로 제일 많으며, 수도권 10개, 충청권 10개, 강원 4개, 제주 3개임

- 광주는 참여단체가 없는 유일한 지역임



〈그림 5-33〉 2022년 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 참여단체 지역별 분포

2022년 지역별·연차별 참여 현황

구분	수도권			충청권				전라권			경상권					강원	제주	합계
	서울	경기	인천	대전	충북	충남	세종	광주	전북	전남	부산	울산	대구	경북	경남			
지역별 현황	6	3	1	3	5	1	1	0	2	3	3	2	1	1	4	4	3	43
	10			10				5			11					7		
1년차	3	1	1	3	1	0	0	0	2	3	2	1	1	1	2	1	3	25
	5			4				5			7					1		
2년차	2	1	0	0	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	9
	3			3				0			1					2		
3년차	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	6
	1			2				0			2					1		
4년차	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
	1			0				0			1					0		
5년차	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	0			1				0			0					0		

출처: 2022 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 성과사례집, p.5 그림 발췌

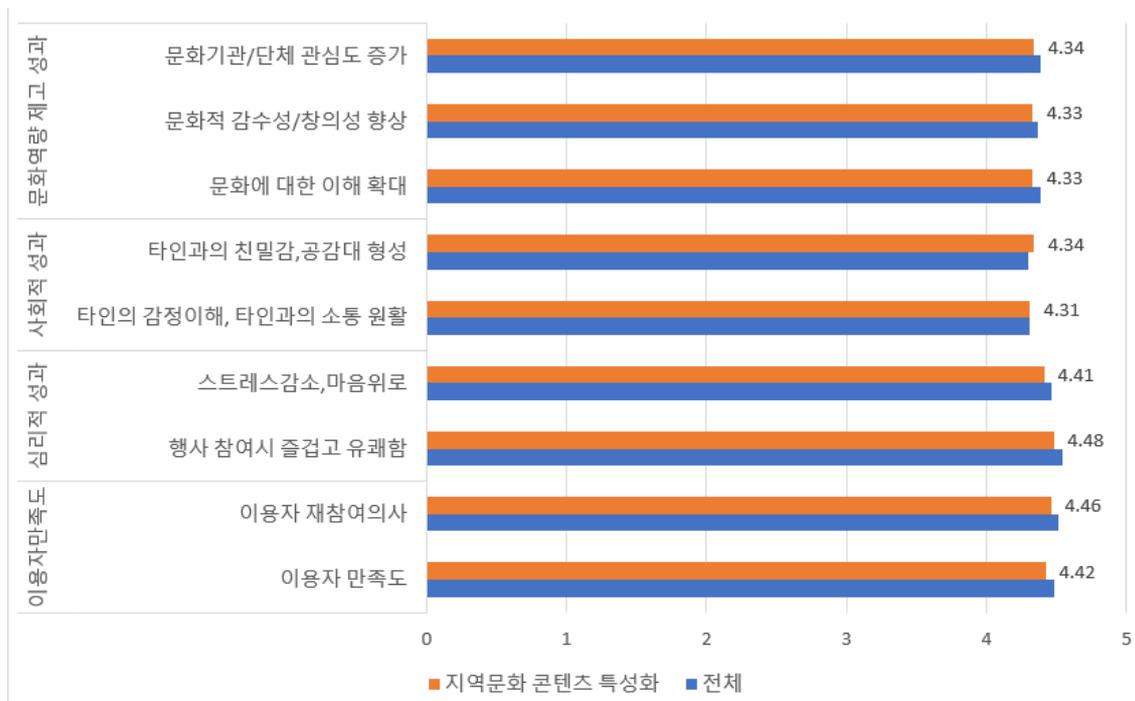
〈그림 5-34〉 2022년 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 지역별·연차별 참여 현황

### 3) 사업성과

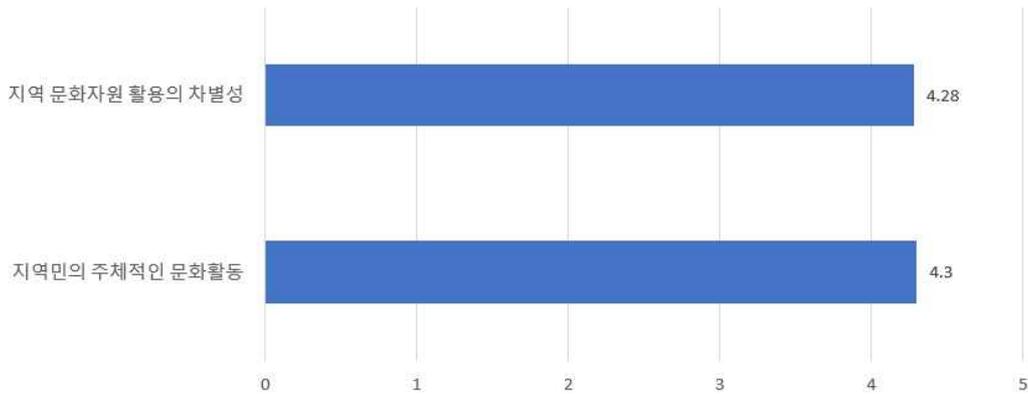
#### (1) 이용자 성과

##### □ 지역문화 콘텐츠 특성화 이용자 성과

- 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 이용자들은 이용자 만족도, 심리적 성과, 사회적 성과, 문화역량 제고 등 4개 영역에서 고루 4.3 이상의 만족도를 보임
- 전체 사업 평균과 비교 時, 영역별로 살짝 낮으나, 대부분 0.04 ~ 0.06 사이로 미세한 차이로 볼 수 있음
- 지역문화 콘텐츠 특성화 이용자 개별 문항인 ‘지역문화 자원 활용의 차별성’, ‘지역민의 주체적인 문화활동’ 항목에 대한 응답은 각각 4.28, 4.3으로 높게 나타남
  - 이는 지역의 고유자원 활용을 통해 지역민의 주체적 문화역량 발굴을 통한 콘텐츠개발이라는 사업의 특성 및 목적이 잘 구현되고 있음을 보여준다고 하겠음



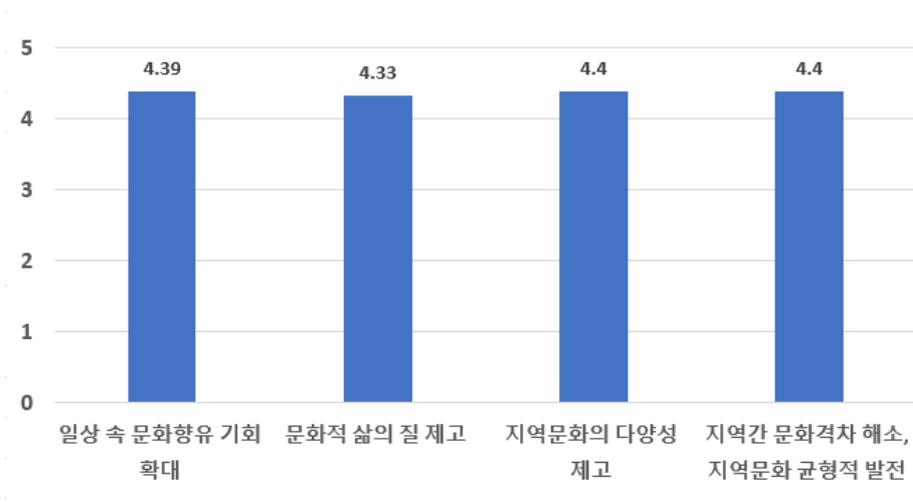
〈그림 5-35〉 지역문화 콘텐츠 특성화 이용자 성과



〈그림 5-36〉 지역문화 콘텐츠 특성화 이용자 성과(개별문항)

□ 문화분권 차원에서 지역문화 다양성 제고, 문화격차 해소 및 지역 균형발전에 기여

- 이용자들은 일상 속 문화향유 기회 확대(4.39), 문화적 삶의 질 제고(4.33), 지역문화의 다양성 제고(4.40), 지역 간 격차 해소(4.40) 등 전반적으로 고르게 성과를 인식하고 있음
- 이 중 상대적으로 지역문화 다양성 제고, 지역 간 문화격차 해소 및 균형발전이 4.4로 미세하게 높게 나타남



〈그림 5-37〉 지역문화 콘텐츠 특성화 이용자 정책효과 인식

문화가 있는 날은 우리나라 사람들이 문화생활의 기회나 시간이 없으니까 이 시기만큼은 꼭 문화생활을 해보라고 장려하는 사업이라고 생각해요. 제가 진행하는 사업이 정책목표와 맞는가는 고민이 들지만, 일단 문화향유의 기회를 확대하는 것이 정책목표라면 그런 면에서는 필요하고 지역별로 무조건 있어야 하는 사업이라는 생각이 들었습니다”

- 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체 (FGI 발췌)

□ 다양한 장르와 유형의 문화향유 경험기회 제공

- 세부 프로그램에 있어 공연, 전시, 영화/영상상영, 문화 관련 교육·체험·워크숍, 축제 등 다양한 프로그램 유형 활용이 주목되며, 이를 통해 지역민들을 위한 다양한 문화향유 경험기회 제공
- 문화가 있는 날 기획사업 전반에서 공연 및 체험 유형 비중이 전반적으로 크고, 전시나 영화·영상, 축제는 적게 나타남
- 이에 비해 지역문화 콘텐츠 특성화 사업은 상대적으로 체험프로그램 비중이 크긴 하지만, 전시, 축제, 영화·영상 상영 등 다양한 장르 활동이 골고루 활용되고 있음이 확인됨

〈표 5-31〉 지역문화 콘텐츠 특성화 프로그램 유형 전체 대비 비교(복수응답)

구분 (단위: %)	공연	전시	영화/영상 상영	문화 관련 교육·체험 프로그램, 워크숍	축제	기타
전체	58.8	16.6	4.7	56.7	10.8	4.4
지역문화 콘텐츠 특성화	47.6	33.3	16.7	71.4	66.7	11.9

□ 문화권리 관점에서 ‘지역주민의 주체적 역량’을 강조하는 사업인 만큼 지역민의 주체적 문화역량 발굴, 개발에 큰 성과

- 앞서 이용자 성과 개별 문항에서 확인된 바와 같이 ‘지역민의 주체적인 문화활동’은 특히 이용자들이 4.3의 만족도를 보인 영역이기도 함
- 실제로 기획사업 중 ‘지역’을 기반으로 한 ‘생활 속 문화활동 지원’, ‘지역특화 프로그램’과의 비교에 있어서도 상대적으로 지역민의 주체적 문화활동(4.30)과 지역 문화자원 활용차별성(4.28)에 관한 이용자 평가가 높게 나타났음



〈그림 5-38〉 지역문화 콘텐츠 특성화·생활 속 문화활동 지원·지역특화 프로그램 이용자 성과(개별문항 비교)

“지역문화사업을 이끌 수 있는 주체들을 발굴하고 그분들이 경험을 통해서 스스로 동기를 어느 정도 수준까지 끌어올릴까가 목표였습니다. 대상을 특정하게 타겟팅하지는 않았고 대상은 계속해서 확대되고 있는 것 같아요. 그런데 여러 사업들을 해오면서 이 반경들이 넓어지고 있는 거죠.”

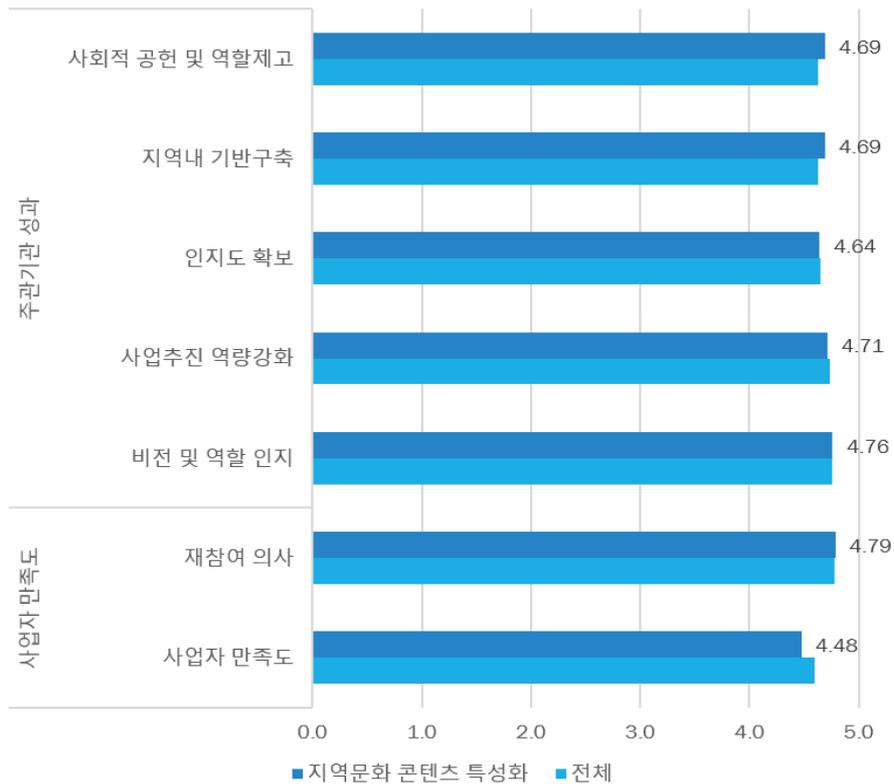
“일반 시민들이나 주민들의 일상생활 속에 깊이 녹아들어서 콘텐츠화되고 이런 것들이 다른 사람들과 나누어질 수 있는 좋은 사업이라고 생각하고요. 저희도 그 방향에 맞춰서 진행하다 보니 특정한 예술장르를 기반으로 하는 사업들과는 다르게 지역민들과 더 가까이에서 밀접하게 소통하는 장점이 있다고 생각하거든요.”

- 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체 FGI 발췌

## (2) 참여자 성과

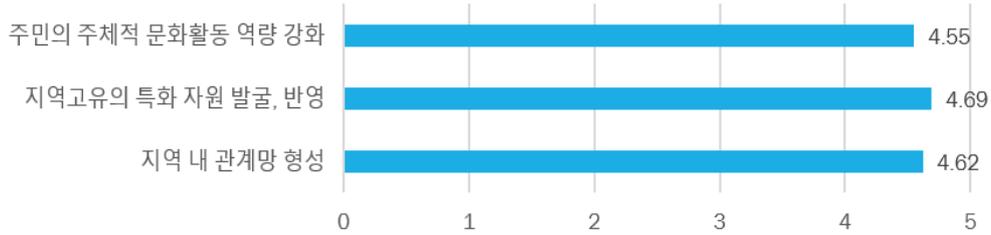
### □ 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 성과

- 참여자의 경우, 주관기관(참여단체) 성과 및 사업자 만족도에서 전반적으로 평균과 유사하거나 높은 만족도 수치가 나타남
- 전반적 만족도는 평균(4.59)보다 낮으나 0.11로 근소한 차이



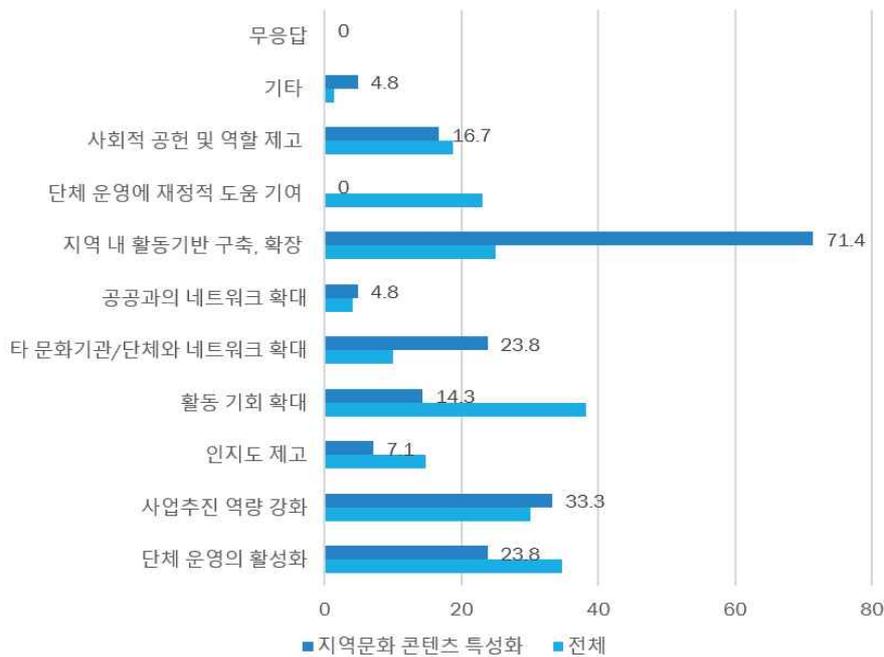
〈그림 5-39〉 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 성과

- 개별 문항에서 참여자들은 지역 고유의 특화자원 발굴·반영(4.69)에 가장 높은 만족도를 보였으며, 지역 내 관계망 형성(4.62), 주민의 주체적 문화활동 역량 강화(4.55) 역시 높게 나타남



〈그림 5-40〉 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 성과(개별문항)

- 지역 내 단체들의 지역 내 활동기반 구축, 문화적 연결망 확대 및 지속가능한 성장기반 마련에 기여
  - 전체 사업참여자 평균(24.9%) 대비, 참여단체의 자체성과 인식에서도 지역 내 활동기반 구축, 확장 측면(71.4%)으로 압도적으로 높게 응답되었음
  - 타 문화기관/단체와의 네트워크 확대도 평균(9.9%) 대비 23.8%로 높게 나타남



〈그림 5-41〉 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 자체성과 인식

“이 정책사업이 어떤 정책성을 띠고 있는지를 스스로가 기획하고 발현할 수 있는 판을 만들고, 할 수 있도록 여러 가지 재정지원, 행정지원들을 꽤 잘해 준다는 생각이 들어요. 그래서 실질적으로 사업을 진행하는 입장에서는 문화가 있는 날은 큰 캐치프레이즈고, 그 밑바탕의 여러 활동을 하는 사람들의 입장을 되게 잘 고려하고 있다는 느낌을 받아요.”

- 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체 FGI 발췌

□ 다양한 실험을 지지하는 열린 사업구조 방식이 참여단체 자율성 및 성취도 제고 효과를 전인

- 다년차 사업으로 참여단체가 지역 내 주민들과 충분한 스킨십과 관계망 형성에 공을 들일 수 있도록 허용된 열린 사업구조는 결과적으로 참여단체들이 단계적으로 지역자원에 대한 연구, 발굴과 이를 기반으로 한 콘텐츠개발 과정을 효과적으로 이끌어 나갈 수 있도록 지원했던 것으로 보임
- 지역별 특화자원을 기반으로 주민들의 주체적 아이디어 바탕의 콘텐츠개발을 강조하는 프로그램 성격상, 자유롭게 새로운 시도를 할 수 있도록 열린 사업구조가 주어졌음
- 이러한 열린 사업구조로 인해 참여단체들의 경우 다양한 사업추진 경험이 축적되고 이를 통한 지역 내 네트워크 강화 및 연계 파생 효과가 이어질 수 있었던 것으로 파악됨

“기획자들이 제약없이 자유롭게 여러 가지를 시도할 수 있어서 좋았거든요. 그리고 저희와 비슷한 활동을 하는 다른 지역사회 내에도 자극을 주면서 전체적으로 수준이 높아지는 것도 체감했습니다. 단체들이 지역을 바라보고 그것을 풀어내는 다양한 방법들을 같이 배워나갈 수 있는 게 좋은 것 같아요.”

“저는 문체부나 산하기관의 사업만 진행한 게 아니라 국토부나 농림부 사업들도 진행을 했었어요. 제가 이 사업을 높게 평가하는 첫 번째 이유는 실패를 바로 잡고 방향성을 다시 잡을 수 있도록 서포트를 해준다는 점에서 높게 평가하고 싶어요.”

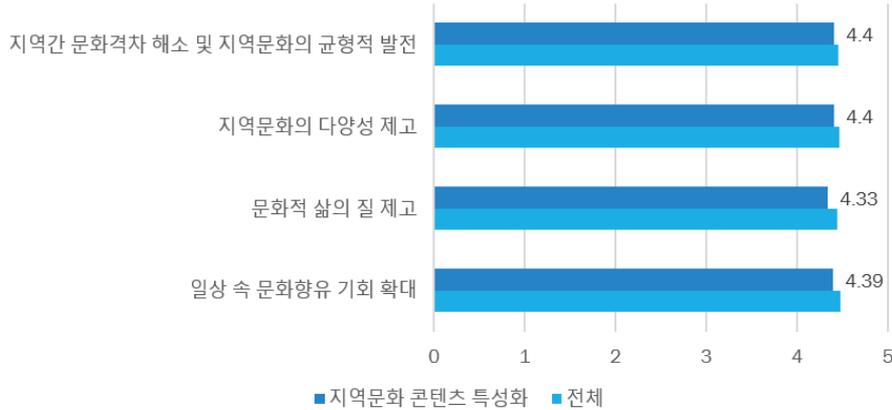
- 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체 FGI 발췌

(3) 정책성과

□ 지역문화 콘텐츠 특성화 정책성과

- 정책성과 전반에서 이용자보다는 참여자가 전 영역에서 상대적으로 높게 인식하고 있음이 확인됨
- 참여자의 경우, 전체 사업 평균 대비 전반적으로 높은 성과 인식이 주목되며, 국민의 주체적 문화활동 기회 확대(4.71)가 가장 높음

- 이용자의 경우, 전체 사업 평균 대비 미세하게 낮으나, 4개 항목에서 고루 4.3 이상을 차지. 평균과의 차이는 0.05~0.11로 미세함



〈그림 5-42〉 지역문화 콘텐츠 특성화 정책 성과 (이용자)



〈그림 5-43〉 지역문화 콘텐츠 특성화 정책 성과 (참여자)

- 문화분권적 차원에서 지역 특화자원 발굴 및 콘텐츠화 과정을 통해 지역 내 문화적 관계망 형성 및 문화향유 생태계 조성에 기여
  - 지역 내 고유한 문화자원을 탐색할 수 있는 기회를 제공함으로써 새로운 관점에서의 지역 특화자원 발굴에 기여
  - 발굴된 자원은 지역민이 향유할 수 있는 문화콘텐츠로 승화되어 궁극적으로 향유 저변 확대를 위한 촉매로 작용
  - 그 과정에서 지역민-단체, 협력네트워크 간의 협업은 자연스럽게 지역 내 문화적 관계망

으로 안착되고, 이는 결과적으로 해당 지역의 문화향유 생태계 구성에 긍정적 영향을 미칠 수 있었던 것으로 보임

*“다른 활동도 대부분 향유공유·체험생산을 얘기하지만, 사실 생산까지 가는 것은 어려운 부분이 있어요. 그런데 지역문화콘텐츠 사업은 특히 내가 살고있는 이 지역에 대해서 고민하게 만들고, 그 고민을 바탕으로 콘텐츠를 생산해낼 수 있도록 지원해 주는 거예요”*

*“이 사업의 가치가 중요하게 지켜졌으면 좋겠어요. 지역의 가치들을 발현할 수 있으면 좋겠고 앞으로도 그 방향으로 가면 좋겠습니다. 그 기준이 선명하게 중심이 되고 그 나머지 부분은 최대한 열려있는 것 같아서 이게 이 사업의 가장 큰 존립의 이유라고 생각이 들어요”*

- 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체 FGI 발췌

#### 4) 우수사례

##### □ 제주굴밭예술놀이터(제주극장 사회적협동조합)

- ‘굴밭’이라는 제주 고유의 자연자원을 기반으로 지역주민과 함께 하는 다양한 문화활동 프로그램을 개발 및 실행
- 놀이기획을 위한 ‘굴잼잇당’에 참여하는 아이들과 주민들의 아이디어를 기반으로 굴밭을 기반으로 지역의 삶을 영위하는 지역주민들과 아이들 간의 소통의 기회를 마련하고자 함
- 또한, 프로그램 장소를 내어준 지역주민의 삶을 아카이빙하는 작업 등을 통해 제주만의 굴밭이라는 자원, 지역문화를 매개로 선주민과 이주민 간 소통과 교류의 기회 제공
- 굴밭을 매개로 이뤄지는 지역주민의 일상적인 생활이 문화콘텐츠로 활용, 승화될 수 있는 사례를 보여주었다는 점에서 주목됨
- 1년 차 사업 운영을 통해 ‘문화가 있는 날 기획사업’에 대한 지역민들의 인식이 조금씩 변화되고 있음이 포착되고 있음

〈표 5-32〉 제주극장 사회적협동조합 - 제주굴밭놀이터

지역	주관처명	사업명	프로그램 내용	참여 연차	협력네트워크
제주 특별자치도 서귀포시	제주극장 사회적 협동조합	제주굴밭 놀이터	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 우리마을 놀이기획단 ‘굴잼잇당’이 굴밭을 활용한 놀이터 프로그램 운영</li> <li>- 굴밭올레길놀이터(동물원, 솜바꼭질 등 놀이결합) 4월</li> <li>- 굴강스, 굴밭 힐링댄스(5월)</li> <li>- 굴밭 워터파크(물총싸움), 1인1굴나무가지 갖기(7월)</li> <li>- 굴밭소풍, 다함께 &lt;굴림풍악&gt; (9월)</li> <li>- 굴잼잇당 수료식(10월)</li> <li>- 성과공유회 (11월)</li> </ul>	1 년 차	서귀포시 감굴박물관, 서귀포시 안덕면 연합청년회 사단법인 마로, 예술공간오이, 연극놀이터 와랑와랑 소속 예술가들 등





“글썽잇당 덕분에  
동네 아이들과 더 친해졌어요”

박지수, 지수현, 진유담 (창천초 5) 글썽잇당기획단원

저희 셋 다 같은 학교에 다니지만 함께 어울려 놀 기회는 별로 없었어요. 이번에 글썽잇당을 같이 하면서 많이 친해졌고, 동네의 다른 아이들과도 모여 놀 수 있게 돼 좋아요. **글썽잇당은 부모님이 일하는 곳이라고만 생각했는데, 이렇게 많은 놀이를 할 수 있다는 게 신기하고 재미있어요. 좋은 프로그램을 만들어 주셔서 감사합니다.**

박지수 | 지수현 | 진유담

출처: 2022 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 성과사례집, p.16-23 내용 재구성

#### □ 2022년 상림 문화놀이 장날 (빈동협동조합)

- 2019년 첫 참여 이후 4년 차 빈동협동조합의 ‘상림 문화놀이 장날’ 프로그램은 농촌 지역의 ‘장날’이라는 모티브를 중심으로 매월 마지막주 ‘문화가 있는 날’에 ‘문화가 있는 장’이 선다는 컨셉으로 운영됨
- 주민참여기반 프로그램 관점에서 지역예술가, 아마추어, 청소년 예술가들이 참여할 수 있는 공연(지리산 바이브), 놀이터, 마켓 등의 플랫폼 등을 통해 부모와 자녀가 함께 참여하고, 지역 내 청소년들이 함께 즐길 수 있는 문화활동 기회를 제공
- 특히 함양은 경남 지역에서 유일하게 청소년 문화시설이 없는 지역임. ‘문화놀이 장날’ 프로그램을 통해 청소년 문화기획단을 모집, 운영하고 아이들이 스스로 청소년 축제를 기획, 실행하는 등 지역 내 청소년 문화 관련 담론 및 활동의 장을 마련한 점에서 주목되는 사례라 할 수 있음
- 빈동의 사례는 지자체의 적극적 협조가 다년차 프로그램을 지속적으로 운영해 올 수 있었던 강력한 기반으로 작동했다는 점에서도 주목됨
- 사업 초기에는 지자체에 사업 취지를 적극 알리기 위한 노력을 수행, 함양군 문화관광과, 문화시설사업소 등과의 지속적 관계 맺기에 노력. 이후 빈동-함양군 문화시설사업소 간 MOU 체결 및 3년 차 이후 지자체 매칭 예산을 획득
- 또한, 2022년에는 함양군 문화시설사업소(문화예술회관)의 자체기획공연과 ‘문화놀이 장날’을 연계하는 방식으로 추진, ‘문화가 있는 날’ 사업의 활성화에 기여

〈표 5-33〉 2022년 상림 문화놀이 장날

지역	주관 처명	사업명	프로그램 내용	참여 연차	협력 네트워크
경남 함양군	빈동 협동조합	2022년 상림 문화놀이 장날	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농촌지역 '장날'을 주제로 아동 청소년, 성인 등 대상별 '문화놀이 장날' 기획, 놀이·전시·공연을 통한 지역문화 활성화 도모</li> <li>- 주민참여 문화플랫폼 프로그램</li> <li>· 공연: 지리산 바이버(거리공연 등)</li> <li>· 놀이: 팝업놀이터, 기술워크숍</li> <li>· 마켓: 상림달시장(주민참여오픈마켓)</li> <li>- 지역 내 다양한 협력체계구축</li> <li>- 청소년 문화기획단 운영</li> <li>- 청소년 문놀장 운영(청소년 프린지, 별별마켓 등)</li> </ul>	4 년 차	함양군청, 함양교육지원청, 학부모놀이활력단 등 협력 + 지역 내 놀이전문가, 예술가, 목수, 공연기획자, 생활문화 동호회 등 연계



“저희 손으로 직접 기획을 해보면서  
세상을 보는 눈이 넓어졌어요”

배정현 청소년문화기획단장(함양고 2)

청소년문화기획단으로 활동한 지 올해로 4년째입니다. 지난 11월에는 '별의 별짓'이라는 청소년 축제도 열었어요. 작년까지만 해도 선생님들이 팀을 짜 주시면 역할을 분담해서 일을 나누는 정도였는데, 올해는 기획 단계에서부터 시작해 축제 마무리까지, 전 과정을 저희 손으로 다 했어요. 이웃 동네인 산청, 거창의 청소년 밴드도 와서 공연했고요. 청소년들이 이렇게 한 자리에 모여서 뭔가를 한다는 게 흔한 일이 아니라 정말 좋았어요. 여기가 이제 청소년 문화의 장이 된 느낌이에요.

출처: 2022 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 성과사례집, pp.40-47 내용 재구성

## 5. 지역특화 프로그램 성과분석

### 1) 사업개요

#### □ 사업목적

- 문화원, 문화의 집, 생활문화센터 등 생활 밀착형 문화시설을 거점으로 지자체 단독 또는 민간과의 협업을 통해 기획 및 운영하는 '문화가 있는 날' 특화프로그램을 지원함으로써 지역민 문화향유 기회 확대 및 정책 참여 제고

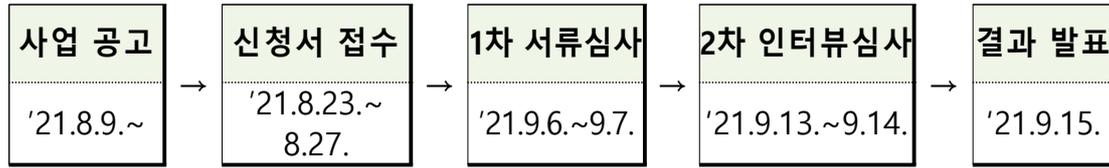
#### □ 사업내용

- 문화원·문화의 집·생활문화센터 등 생활 밀착형 문화시설을 거점으로 지자체가 지역 특성에 맞게 자유롭게 기획한 '문화가 있는 날' 프로그램 운영
- 지자체 단독 또는 해당 지역 생활 밀착형 문화시설 운영 주체 등과 협업을 통해 기획한 '문화가 있는 날' 프로그램 운영(연간 5회 이상) 지원

#### □ 사업운영방식

- 지원 단위 : 광역 및 기초 지방자치단체
  - 지방자치단체 단독 또는 민간 문화예술단체·문화기획자 등과 협업하여 신청
- 신청대상: 광역 및 기초 지방자치단체
  - 지방자치단체 단독 또는 민간 문화예술단체·문화기획자 등과 협업하여 신청
- 국비 지원규모 : 총 18억 원(약 20~30개 프로그램 선정·지원)
  - 프로그램당 1억 원 내외 규모의 국비를 지원하되, 세부 지원 규모는 사업 계획(사업 규모, 내용 및 기대효과 등)을 전문가 심사위원회에서 종합 검토하여 결정
- 지방비 매칭 : 총 사업비의 50% 이상을 지방비로 확보하여야 하며, 신청 시 지방비 확보 협약서 제출
- 프로그램 운영 : 연간 5회 이상의 프로그램을 문화가 있는 날 또는 그 주간(월~일)에 개최
- 지원기간 : 2022년(단년도 지원)
- 세부지원 내역 : 프로그램 기획, 운영에 필요한 인건비 및 경상비 등을 지원하며, 지원조건은 '보조금 관리에 관한 법률' 및 '국고보조금 운영관리 지침(기재부)' 등 관련 법령에 따름

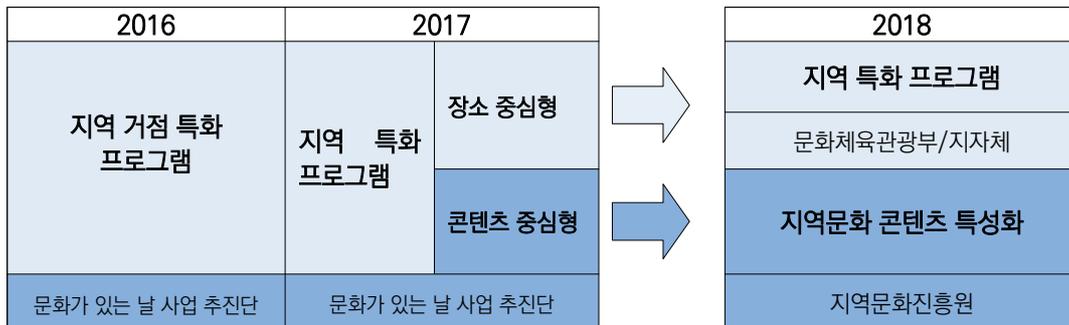
□ 연간일정



□ 지역특화 프로그램 사업 운영 경과

- 2016년 ‘지역 거점 특화 프로그램’으로 시작해 ‘문화가 있는 날 사업 추진단’에서 운영
- 2017년 ‘지역 특화 프로그램’으로 사업명을 변경하고, 기존의 거점형은 ‘장소 중심형’으로 진행하고 ‘콘텐츠 중심형’을 추가하면서 사업 규모가 커짐
- 2018년부터 지역의 문화적·지리적 특성이 반영된 기획과 운영을 위해 지자체 보조사업으로 변경하고 문체부에서 지자체 대상으로 직접 공모를 시작함

〈표 5-34〉 지역특화 프로그램 사업 변화 (2016-2018)



- 이후 사업 명칭이 2020년에는 ‘문화가 있는 날’ 지자체 자유기획 프로그램 운영 지원사업 (생활 밀착형 문화시설 거점)으로 변경되었고, 2021년에는 ‘문화가 있는 날’ 지자체 자유기획 프로그램 운영 지원사업으로 변경되었음

〈표 5-35〉 지역특화 프로그램 연도별 운영 경과 (2018-2022)

구분	사업명	사업 내용	예산
2018	문화가 있는 날 지역특화 프로그램(지자체보조) 지원	지방자치단체와 민간 문화예술단체 등이 협업을 통해 지역의 유휴 공간, 도시재생 사업지를 포함한 다양한 공간을 활용하여 기획한 특색 있는 콘텐츠 중심의 프로그램 발굴	20억원

구분	사업명	사업 내용	예산
2019	문화가 있는 날 지자체 자유기획 프로그램 운영 지원 (생활 밀착형 문화시설 거점)	문화원, 문화의 집, 생활문화센터 등 생활 밀착형 문화시설을 거점으로 지자체 단독 또는 민간과의 협업을 통해 기획 및 운영	20억원
2020	문화가 있는 날 지자체 자유기획 프로그램 운영 지원 (생활 밀착형 문화시설 거점)		20억원
2021	문화가 있는 날 지자체 자유기획 프로그램 운영 지원		18억원
2022	문화가 있는 날 지역특화 프로그램 운영 지원		18억원

출처: 문화체육관광부, 연도별 사업 공모지침서

## 2) 사업결과

### □ 사업실적

구분	2020년	2021년	2022년
사업예산	20억 원	18억 원	18억 원
프로그램 수	28개	28개	35개

### □ 2021-2022년 선정 결과

#### ○ 2021년 선정 결과 (총 28건)

연번	광역	기초	프로그램 명
1	서울	도봉구	삶 속에서 꽃피는 도봉문화
2	서울	중구	지친 마음에 문화예술을 배달합니다. '문화 도시락'
3	인천	중구	인천개항장 근대음악살롱
4	부산	금정구	금정 예술마실, 문화로 논 Day
5	부산	부산진구	전포로(路)! 문화로(路)! 놀로WOW!
6	대구	중구	2021년 문화가 있는 날 지자체 자유기획 프로그램
7	대전	-	대전 철도마을의 소중한 이야기
8	세종	-	문화로 마실, 문화로 마중
9	광주	북구	광주 북구 도시 숲 생활문화축제 『숲의 별곡』
10	울산	북구	양정동 골목예찬
11	경기	광주시	문화의 새로운 쓸모 "N개의 힐링"

연번	광역시	기초	프로그램 명
12	경기	시흥시	시흥씨의 일일 나들이 (시흥시민들의 1일 1문화 체험)
13	경기	용인시	우리 모두 문화로 청춘이네!
14	경기	안산시	안산9경-안산 어디까지 가봤니?
15	경기	평택시	문화와 친해지고, 문화로 함께하는 평택
16	경기	양평군	동네방네 예술가
17	강원	영월군	전시, 그 이상의 전시 <박물관이 살아있다>
18	강원	강릉시	Reality 강릉 - 하슬라를 그리다
19	충북	-	'문화가 숨쉬는 충북의 생동감 예술나들이' : 생기넘치는 동네, 감성충전
20	충북	제천시	제천 「별빛'談'(담)」
21	충남	예산군	문화 보물선을 만나러 가자
22	충남	공주시	어제의 삶을 오늘의 문화로 잇다
23	경북	성주군	삶을 여유롭게, 생활문화로 풍성하게 '성주생활문화중심 문화가 있는 날'
24	경남	창원시	마을 속 누정 풍경, 찾아가는 문화유랑단
25	전북	익산시	문화가 있는 날, 익산을 거닐다
26	전남	담양군	담양군, 바이러스 해방구 대숲문화노리
27	전남	순천시	기억공장 1945 [RE:Memory of sense]
28	제주	-	문화나누기, 문화더하기 - 소통과 예술치유를 통한 마을공동체의 건강성 회복

○ 2022년 선정 결과 (총 35건)

연번	광역시	기초	프로그램 명
1	서울	노원구	로컬 테라피 in 노원
2	서울	<b>도봉구</b>	문화로 잇는 도봉옛길
3	부산	<b>금정구</b>	금정 예술마실, 문화로 막-끌리네
4	부산	<b>부산진구</b>	전포로(路)! 문화로(路)! 아트락(樂)!
5	부산	연제구	문화가 있는 날, 온천천에왔Day!즐겁Day!행복하Day!
6	부산	영도구	역사와 문화로 만나는 영도 페스타
7	대구	남구	이천동고미술거리 전통생활문화기획배나무샘골, 고미술과 친구맺기 古庫峯
8	대구	<b>중구</b>	잃어버린 문화기억찾기 프로젝트 『거(居)서보재.2』
9	광주	<b>북구</b>	숲의 별곡 III - 광주 북구 숲세권 생활문화 향유
10	울산	<b>북구</b>	CS24(Culture Store24)
11	울산	중구	문화 중앙길 161
12	경기	<b>광주시</b>	예술의 전환 "구석구석 예술구조대"
13	경기	<b>시흥시</b>	시흥씨는 문화가 있는 시화공단, 예술이 있는 월곶포구에서 논다!
14	경기	<b>용인시</b>	삼;쉽(Rest of Mind) : 우리 모두 문화로 청춘이네!
15	경기	의정부시	우리동네 예술축제 <무한상상 아트캠프>
16	강원	<b>영월군</b>	인터랙티브 전시극 <여행:요상한나라의Y(영월괴담수집가편)>
17	강원	정선군	그림바위예술마을 문화가 있는 날
18	강원	태백시	문화로 걷는 태백 '따로또같이'
19	충북	옥천군	시인의 마을에 "문화의 꽃이 피었습니다"
20	충북	<b>제천시</b>	제천[문화가 '흠(희)뽕]
21	충북	증평군	코로나19로부터 일상을 되찾는 문화편(FUN)치
22	충북	충주시	썸썸스토리(SomeSomeStory)
23	충남	<b>예산군</b>	2022예산군 문화가 있는 날 "예산문화소원증;DoDream!"
24	충남	청양군	청춘거리 문화파티<오늘은 알프스>
25	경북	김천시	김촌스타(제작부터 출연까지 우리가 스타)
26	경북	<b>성주군</b>	그때, 생활문화 속에 별이 쏟아지다
27	경북	울릉군	우리나라 가장 동쪽 영화클럽
28	경남	거창군	스파게티 (스토리를 파는 가게 파티)
29	경남	남해군	네트워크 캠프 '공(o)간'
30	전북	남원시	공간의 기억, 문화로 채우다
31	전북	장수군	장수의 사계
32	전남	고흥군	목일신의 자전거에 문화를 모태다 '찌르릉 문화모뎀'
33	전남	<b>담양군</b>	담양문(紋)날 프로젝트 '문화가 별거 간디'
34	전남	<b>순천시</b>	[시민예술창작공간] 기억공장 1945
35	<b>제주</b>	-	문화로 누리고 예술로 품다

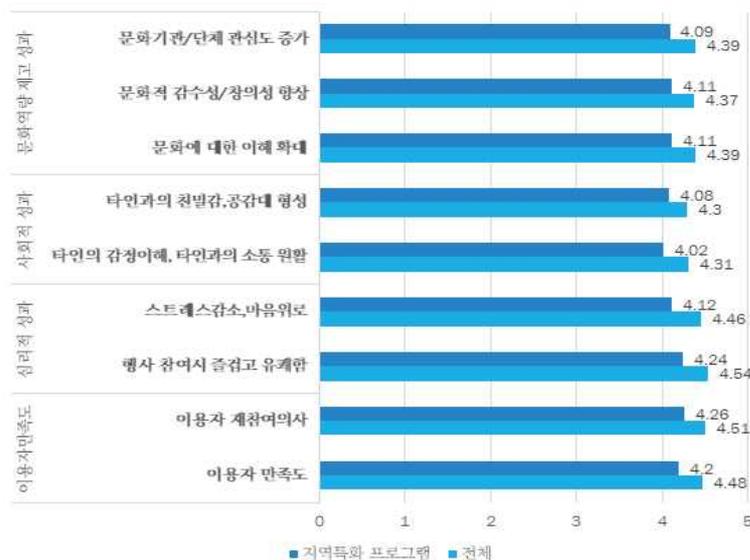
- 2021년과 2022년 선정된 지자체를 비교해보면, 서울 도봉구, 부산 금정구, 부산 부산진구, 대구 중구, 광주 북구, 울산 북구, 경기 용인시, 경기 시흥시, 경기 광주시, 강원 영월군, 충북 제천시, 충남 예산군, 전남 순천시, 전남 담양군, 경북 성주군, 제주 등 총 16개 지자체가 연속적으로 사업에 선정되었음
  - 이 중 연속적으로 프로그램 주제를 유지하면서 사업을 시행한 지자체는 서울 도봉구, 부산 금정구, 부산 부산진구, 광주 북구, 경기 용인시, 경기 시흥시, 충북 제천시, 전남 순천시 등으로 대부분 연속 선정된 지자체들은 지속적으로 주제를 이어서 프로그램을 운영하고 있음을 알 수 있음

### 3) 사업 성과

#### (1) 이용자 성과

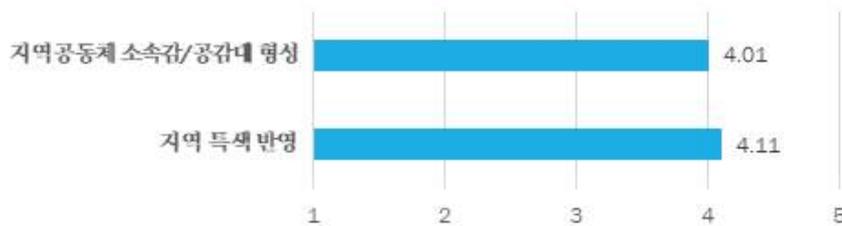
##### □ 지역특화 프로그램 이용자 성과

- 지역특화 프로그램 이용자들은 이용자 만족도, 심리적 성과, 사회적 성과, 문화역량 제고 등 4개 영역에 걸쳐 모두 4.0 이상으로 나타남. 다만 모든 항목이 전체에 비해 낮은 수치를 보이고 있음
- 이 중 '행사 참여시 즐겁고 유쾌함'이 4.24로 가장 높게 나온 반면, '타인의 감정이해, 타인과의 소통 원활' 항목이 4.02로 가장 낮음
- 전반적인 이용자 만족도는 4.2로 전체 4.48에 비해서 낮게 집계되었고, 재참여의사 역시 4.26으로 4.51에 비해 낮게 나타남



〈그림 5-44〉 지역특화 프로그램 이용자 성과

- 지역특화 프로그램 개별 문항으로 ‘지역의 문화자원이나 공간을 활용하여 지역의 특색을 잘 반영하였다고 느꼈다’는 4.11로 나왔고, ‘프로그램 참여를 통해 지역공동체 일원으로 관계가 돈독해졌다고 느꼈다’에 대한 응답은 4.01로 집계됨



〈그림 5-45〉 지역특화 프로그램 이용자 만족도 (개별문항)

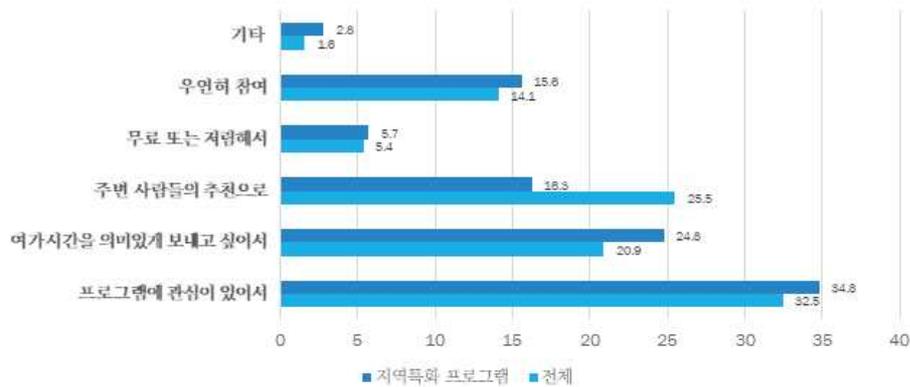
□ 문화가 있는 날 행사 참여에 대한 높은 인지도를 보임

- 본 프로그램이 문화가 있는 날 일환으로 진행되는 행사임을 인지했는지에 대해 응답자의 85.1%가 ‘잘 알고 있다’라고 응답하였음. 이는 전체 응답자 평균인 79.1%에 비해 상당히 높은 편임
- 다른 사업과 비교해보면, 지방문화원(90.2%), 공공도서관(87.3%), 문화의집(85.5%) 등 주요 문화기반시설 이용자를 제외하고 지역특화 프로그램 이용자들은 자신이 참여하고 있는 프로그램이 문화가 있는 날 행사의 일환으로 진행되고 있다는 것을 가장 많이 이해하고 있음

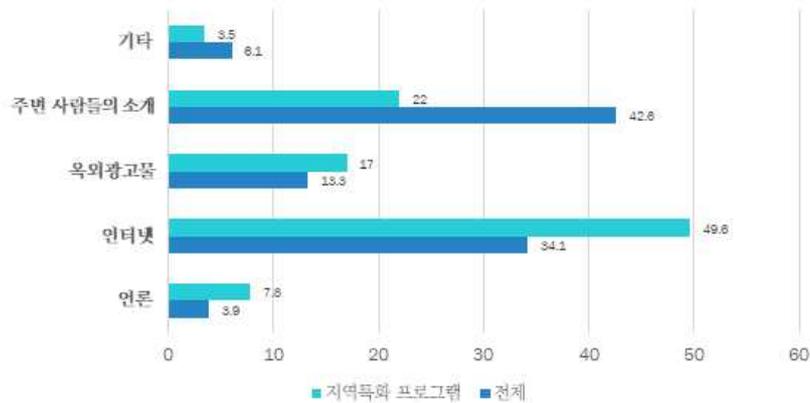
□ 자발적 & 능동적 방식으로 문화향유 참여 비중 높음

- 프로그램 참여 동기로 ‘프로그램에 관심이 있어서’가 34.8%로 다른 요인에 비해 상대적으로 높게 나타남. 반면 두드러지는 것은 ‘주변 사람들 추천’이 16.3%로 전체 평균인 25.5%에 비해 매우 낮게 나왔다는 점임
- 프로그램 참여 경로는 ‘인터넷(포털, SNS 등)’ 비율이 49.6%로 전체 사업 중 압도적으로 높게 나타남. 주목할 점은 전체 이용자 응답은 ‘주변 사람 추천’이 42.6%로 가장 높게 나온 것에 비해 지역특화 프로그램 이용자는 22%에 불과함
- 이처럼 이용자들은 주변 추천이나 경제적 혜택 등의 요인으로 인한 참여보다는 스스로 정보를 찾아보고 탐색해봄으로써 프로그램에 참여하는 이용자들이 많으며, 이는 우연히 향유기회를 얻는다고보다 능동적으로 프로그램에 참여하는 비율이 높다고 해석됨
- 이는 프로그램 참여만족도 결과 ‘정보습득 용이성 만족도’가 전체 평균(4.21)에 비해 낮게 나타난 결과(3.99)와도 연결되어 있다고 볼 수 있는데, 프로그램에 대한 적극적이고

능동적인 탐색 활동에 비해 실제로 쉽게 정보를 획득하는데 나타났던 어려움이 반영되어 있다고 볼 수 있음



〈그림 5-46〉 지역특화 프로그램 행사(프로그램) 참여 동기 (%)



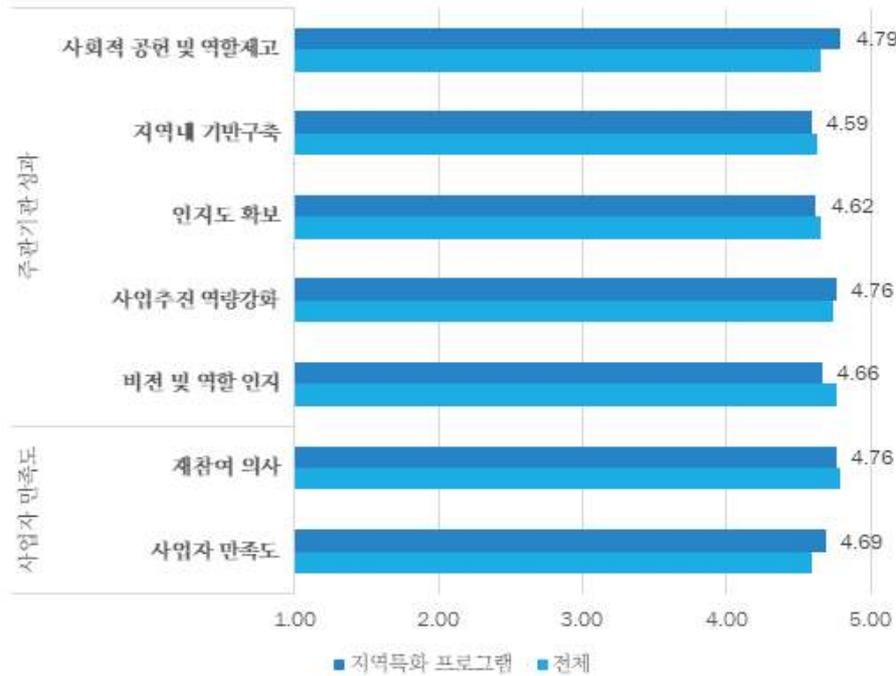
〈그림 5-47〉 지역특화 프로그램 행사(프로그램) 참여 경로 (%)

## (2) 참여자 성과

### □ 지역특화 프로그램 참여자 성과

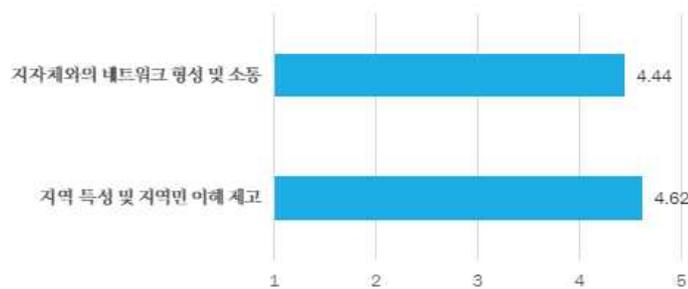
- 주관기관 성과 전반에서 ‘사회적 공헌 및 역할제고’와 ‘사업추진 역량강화’는 평균보다 높으며, ‘지역 내 기반 구축’, ‘인지도 확보’, ‘비전 및 역할인지’ 는 낮게 나타남
- 특히 ‘사회적 공헌 역할 제고’는 4.79로 평균에 비해 가장 높게 나타났으며, 이는 전체 사업 중에서도 가장 높은 결과임. 이는 타 사업의 경우, ‘사업 비전 및 역할 인지’, ‘사업 추진 역량 강화’가 높은 순위를 차지하고 있는 것과 명확하게 대비되는 결과임
- 지역특화 프로그램은 ‘단체운영 활성화’, ‘활동기회 확대’ 등 참여 주체 자체의 역할 및 역량 제고와 관련된 요인보다는 사회적 공헌 측면에 보다 비중을 두고 역할을 시행하였음이 확인됨

- 사업자 만족도는 평균보다 높은 4.69, 재참여의사는 평균보다 약간 낮은 4.76으로 나타났다
- 전반적으로 지역특화 프로그램의 목적에 적합하게 성과가 나타난 것으로 보임



〈그림 5-48〉 지역특화 프로그램 참여자 성과

- 지역특화 프로그램 개별 문항에서 ‘사업참여는 지자체와의 네트워크 형성 및 소통에 도움이 되었다’에 대한 응답은 4.44로 나왔으며, ‘사업참여를 통해 지역 특성 및 지역민을 이해하는 데 도움이 되었다’에 대한 응답은 4.62로 집계됨



〈그림 5-49〉 지역특화 프로그램 참여자 성과(개별문항)

□ 지역민에 맞춘 새로운 시도를 통해 지역 문화향유 다양화에 기여

- 특별한 제한 사항 없이 자유롭게 열린 구조로 기획이 가능한 사업구조는 새로운 실험이나 도전을 할 수 있는 기회를 제공하였으며, 결과적으로 지역민에게 정형화된 프로그램이 아닌 다양한 문화향유 기회를 제공하는데 기여하였음

“자유롭게 지역민의 눈높이에 맞춰서 새롭게 시도할 수 있는 그런 부분들이 장점인 것 같고요.”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발취

“운영의 자율성이라기보다는 그 프로그램을 기획할 때 저희가 도전하고 실험할 수 있는 것들을 적용해보는 그 자율성... 문화가 있는 날은 통합목적으로 모든 장르를 다 통합하고 있기 때문에 다양한 방법으로 표현할 수 있는 거죠.”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발취

“저희 하고 싶은 대로 모든 프로그램을 기획해도 되니까 그게 장점이었고, 다른 기관들은 원하는 서류나 이런 것들이 너무 심해요. 과다할 정도로. 페이퍼가 과다할 정도로 너무 많은데 (이 사업은) 진짜 저희가 잘하기만 하면 전혀 터치를 하지 않기 때문에 사업을 너무 편하게 잘해왔거든요. 그리고 저희가 진짜 문화를 어떻게 활성화 시킬 것인지 이런 노력들만 하면 되는 거였기 때문에 저는 그런 부분들이 오히려 더 프리해서 좋았습니다.”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발취

“이전에 천명, 이천 명 모아놓고 하는 공연이 아닌 뭔가 새롭게 예술을 즐기는 방법을 시도해가는 출발점이라고 생각을 하고. 그게 점점 확대돼서 향유하는 사람들이 많아지는 새로운 대안을 찾는 시기가 아닐까? 그래서 그 사업에 대한 새로운 실험성에 대해 지자체도 저희도 100% 만족을 했습니다. 이제 다음 스텝에서는 어떻게 향유 하는 사람들을 늘릴 것이냐에 대한 대안을 찾고 있습니다.”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발취

“50 대 50 매칭이기는 한데 조금 더 자치구에서 주는 예산으로 하는 정형화된 사업들보다는 자유롭게 실험하고 도전하고 뭔가 해보고. 그런 다음에 이런 성과가 있어서 다음에 그것을 지속사업으로 해도 좋겠어요.”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발취

“프로그램을 통해 지자체가 행사 기획 및 내용에 있어 다른 지원사업과는 달리 지역 특성에 맞게 자유롭게 진행하는 자율성이 보장된다는 점이 큰 장점임.”

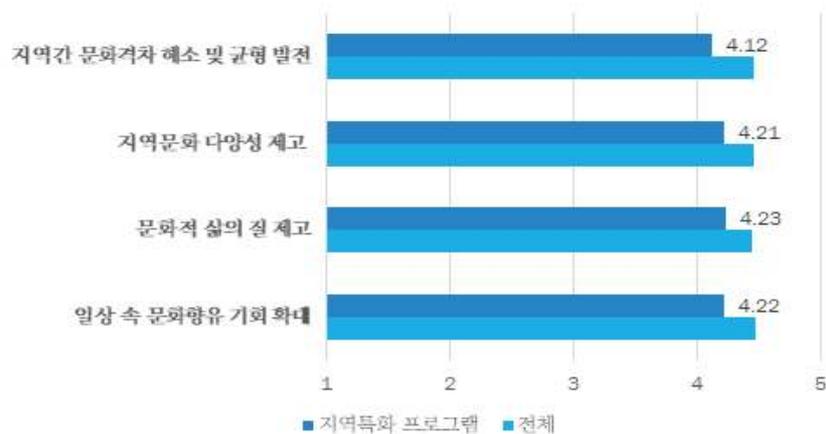
- 지역특화 프로그램 참여단체 서면 인터뷰 발취

(3) 정책성과

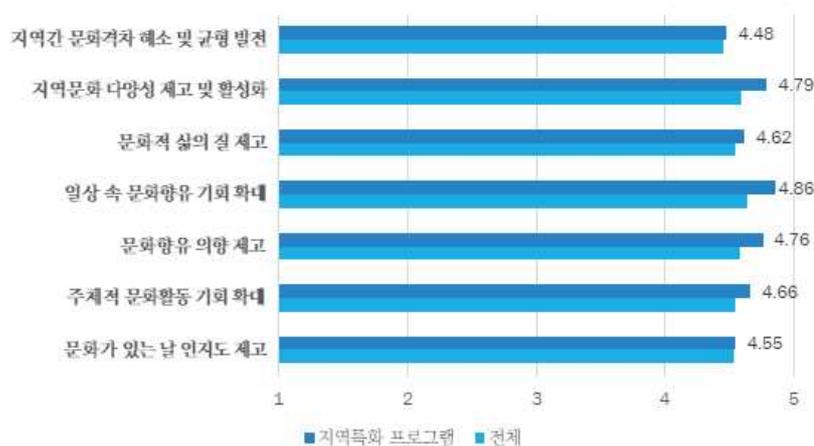
□ 정책성과

- 정책성과 전반을 보면, 이용자보다는 참여자가 전 영역에 걸쳐 상대적으로 성과를 높게 인식하고 있는 것으로 나타남

- 지역특화 프로그램 이용자 성과는 전체에 비해 전 영역에서 낮은 수준을 보임. 이 중 ‘문화적 삶의 질 제고’가 4.23으로 가장 높게 나타났음. 반면 ‘지역 간 문화격차 해소, 지역문화의 균형적 발전’은 4.12로 가장 낮음
- 지역특화 프로그램 참여자 성과는 전 영역에서 전체에 비해 높게 나타나며, 이 중 ‘일상 속 문화향유 기회 확대’가 4.86으로 매우 높게 나타남. 반면 ‘지역 간 문화격차 해소 및 균형발전’은 4.48로 가장 낮음
- 이를 통해 지역특화 프로그램은 일상에서의 문화향유 기회를 제공함으로써 문화가 있는 날 목적에 적합하게 시행되었으나, 지역의 문화격차 해소 측면에서는 향후 개선되어야 할 점이 많은 것으로 해석됨



〈그림 5-50〉 지역특화 프로그램 정책성과 (이용자)



〈그림 5-51〉 지역특화 프로그램 정책성과 (참여자)

#### 4) 우수사례

##### □ 경기도 시흥시: 시흥씨는 문화가 있는 시화공단, 예술이 있는 월곶포구에서 논다!

- 월곶예술공판장 아트독의 문화·예술 활동을 확대하여 지역주민들에게 공연을 비롯한 다양한 문화예술 향유 경험기회를 제공하고, 문화·예술 향유가 어려운 미취학 아동 가족을 대상으로 문화·예술 체험 경험을 통해 ‘문화가 있는 날’에 대한 긍정적 이미지를 심어 주고자 함
- 유휴공간을 활용하여 조성한 생활문화 거점 공간 2곳을 중심으로 장소적 특성 및 지역민의 성격을 고려한 유기적인 지역문화 콘텐츠를 개발 및 운영하여 시민들이 일상에서 자연스럽게 도시의 문화를 즐길 수 있도록 함
- 코로나 시기 제한적으로 운영되었던 월곶예술공판장에 모처럼 활력이 넘치는 시간이자 다양한 부대행사로 공간 주변의 한계성을 극복하는 계기가 되었으며, 지역의 문화·예술 공간으로 월곶예술공판장을 새롭게 알리는 기회가 되었음

〈표 5-36〉 경기도 시흥시 지역특화 프로그램

지역	주관처명	프로그램 내용
경기도 시흥시	시흥시 유나다움	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 창공은 무지개색 컬러풀 데이 (5월)</li> <li>- Moonlight on the Dock_ 싹룩싹룩 페스티벌 (5월)</li> <li>- 나의 손수(手)노트 (7월)</li> <li>- 2022년 만감공판장 (10월)</li> <li>- Moonlight on the Dock_ 페스티벌 나다 쇼케이스 시흥 (11월)</li> <li>- 2022년 시흥 문화가치 공유회 (11월)</li> </ul>





출처: 2022 지역특화 프로그램 중간보고서 재구성

##### □ 전라남도 고흥군: 목일신의 자전거에 문화를 모태다 ‘찌르릉 문화모뎀’

- 고흥읍 원도심 지역에서 목일신 문화예술거리와 새롭게 조성되는 문화복합 거점을 기반으로 주민과 함께 기획하고 실행하는 문화예술 프로그램 운영지역의 정체성을 강화하고 지속가능한 문화예술 프로그램 추진

- 문화가 있는 날 프로그램을 통해 주민 문화공동체 활성화: 지역의 자원을 활용하여 방문객이 꾸준히 증가하고 있으며, 주민들이 직접적으로 참여하고 즐길 수 있는 문화예술 프로그램 추진 및 지역주민, 주민 단체, 문인협회 등 예술인, 운영사무국 간의 협력구조 조성

〈표 5-37〉 전남 고흥군 지역특화 프로그램

지역	주관처명	프로그램 내용
전라남도 고흥군	고흥군 앨리스 고흥군 문화도시센터	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 찌르릉 천사 자전거 (3월)</li> <li>- 목일신 동심 조명 자료 수집 및 아카이브관 조성 (3월)</li> <li>- 찌르릉 난장 '달나라로 간 목일신의 자전거' (4월)</li> <li>- 고흥 옛사진 및 문인협회 시화 전시 (4월)</li> <li>- 한판 난장 (4월)</li> <li>- 자전거 퍼레이드 (4월)</li> <li>- 목일신의 동심을 닮은 어린이 동시 및 웹툰 만들기 (5월)</li> <li>- 달나라로 간 목일신의 자전거 찌르릉 난장 영상 제작 (5월)</li> <li>- 고흥 문화 탐사대 및 투어 (5월)</li> <li>- 찌르릉 난장 '동심 깨우기 프로젝트 - 산시내' (7월)</li> <li>- 동심 명랑운동회 (7월)</li> <li>- 찌르릉 난장 놀이존 (7월)</li> <li>- 찌르릉 거리 공연 (7월)</li> <li>- 문인협회 시화전 및 찌르릉 난장 포토존 (7월)</li> <li>- 찌르릉 난장 '우주로 쏘아올린 동심! Space and chill' (9월)</li> <li>- 고흥에 숨어 있는 외계인을 찾아라! (9월)</li> <li>- 내가 그린 우주그림이 아트 굿즈가 된다 (9월)</li> <li>- 목마른 우주 여행자를 위한 Space bar (9월)</li> <li>- 우주로 쏘아올린 동심 Space and chill 경연대회 (9월)</li> <li>- 찌르릉 난장 우주 코스프레 퍼레이드 (9월)</li> <li>- 찌르릉 난장 '고흥을 이야기하다' (10월)</li> <li>- 찌르릉 난장 놀이존 대형 윷놀이 및 천사자전거 설치 (10월)</li> <li>- 찌르릉 난장 세발자전거 경주대회 (10월)</li> <li>- 고흥을 노래하다 경연대회 (10월)</li> <li>- 문인협회 시화전 및 우주로 가는 보름달 포토존 (10월)</li> </ul>



출처: 2022 지역특화 프로그램 중간보고서 재구성

## 6. 참여 문화기반시설 성과분석

### 1) 사업개요

- 참여 문화기반시설 문화가 있는 날 기획사업(이하 참여 문화기반시설)은 문화체육관광부가 주최하고 어린이와작은도서관협회, 한국도서관문화진흥원, 한국문화예술회관연합회, 한국문화원연합회, 한국문화의집협회, 한국박물관협회, 한국사립미술관협회 총 7개의 거점시설이 주관하여 운영함
- 2022년도 문화체육관광부가 지원한 7개의 참여 문화기반시설의 총예산은 2,850백만 원이며, 약 303개 시설이 참여하였음

〈표 5-38〉 2022년 참여 문화기반시설 예산

구분	금액	지원기관 수	지원기관 당 금액
어린이와작은도서관협회	2억	70개	차등지원
한국도서관문화진흥원	2억	65개	230만원
한국문화예술회관연합회	17억	70개	차등지원
한국문화원연합회	2억	20개	최대 1,000만원
한국문화의집협회	1억	5개	차등지원
한국박물관협회	2.5억	40개	500만원
한국사립미술관협회	2억	33개	300만원~800만원
총 금액	28.5억원	303개	

### □ 사업목적

구분	내용
공공도서관 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역주민들이 가족과 함께 일상에서 문화예술을 쉽게 접할 수 있는 기회 제공</li> <li>공공도서관에서의 문화프로그램(공연) 운영을 통한 이용 활성화 및 지역 커뮤니티 센터로서의 역할 강화</li> </ul>
문화의집과 함께하는 날마다 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>생활권에 위치한 문화의집을 활용하여 지역주민이 일상에서, 동네에서 쉽고 편하게 '문화가 있는 날'과 만날 수 있는 기회 제공</li> <li>지역주민과 함께 공감하고 생각해 볼 수 있는 주제가 있는 문화프로그램을 운영</li> <li>코로나 19시대 문화프로그램을 통해 이웃과 연대하여 문화적 위로를 나누고 문화면역력을 높여 심리방역의 역할을 할 수 있는 프로그램 운영</li> </ul>
미술관 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>'문화가 있는 날' 지역 미술관의 자발적 참여를 유도하고 문화소외지역 미술관에 인센티브를 부여하여, 지역주민에게 다양한 문화프로그램 제공</li> <li>코로나19 이후 문화 소비 방식 변화에 따라 '문화가 있는 날'을 위한 새로운 콘텐츠 개발을 지원하여 각 미술관의 교육·기획 역량 강화 및 운영 활성화 제고</li> </ul>
박물관 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>인센티브 부여를 통한 지역 박물관의 문화가 있는 날 자발적 참여 유도</li> <li>박물관 및 박물관의 소재를 활용한 지역 특화형 프로그램을 지원하여 문화시설이 부족한 지역의 문화권과 문화적 역량 제고</li> </ul>

구분	내용
작은도서관 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>작은도서관을 중심으로 매월 마지막 주 문화가 있는 주간에 독서문화예술활동 운영 지원을 통한 작은 도서관 활성화</li> <li>차별화된 작은도서관의 독서문화예술활동 개발 및 보급</li> <li>작은도서관의 독서문화예술활동 기획 및 진행 능력 강화</li> <li>독서문화예술활동을 통한 지역 커뮤니티센터로서 작은도서관 역할 강화</li> </ul>
지방문화원 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역민 대상 지역특색을 반영한 문화프로그램을 개발, 운영</li> <li>대국민 문화향유 기회 확대</li> </ul>
지역문화 예술회관 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화가 있는 날에 지역 문예회관 등 문화시설을 활용, 지역 밀착 맞춤형 공연프로그램을 개최하여 지역주민들의 문화접근성 확대를 통한 문화향유 기회 제공 및 문예회관 운영 활성화에 기여</li> </ul>

## □ 사업내용

구분	내용
공공도서관 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>[공연 지원] 보조사업자가 공연팀 선정 후 공공도서관별 대면 공연 1회 지원(비대면일 경우 1~3회) / 공공도서관이 자체적으로 공연팀 섭외 및 진행 지원(도서관당 230만원 내에서 최대 3회 가능)</li> <li>[기타] 현장 방문(공연준비 및 홍보 현황 확인, 공연 참관, 도서관 담당자 및 공연팀 의견 수렴), 설문조사(공연 관람객 대상 설문조사 진행)</li> </ul>
문화의집과 함께하는 날마다 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>[주간 프로그램] 문화의집 활동을 일상과 동네에서 보다 쉽게 참여하도록 하는 프로그램(시설별 2회 이상 운영)으로 '주제별 기획', '협력 기획', '주민기획'으로 구성하여 지역 내 다양한 주체가 자발적으로 참여할 수 있도록 진행</li> <li>[기획 프로그램] 지역의 문화예술단체, 문화의집, 협회가 공동기획하는 문화가 있는 날 프로그램</li> <li>[축제 프로그램] 주간 프로그램 교류 및 주민 스스로 일상 속 문화를 기획하고 나누는 행사인 '날마다 문화가 있는 날' 축제 운영(연중 1회, 메인/공연/교류/투어 프로그램 구성)</li> </ul>
미술관 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>[프로그램 운영 지원] 문화가 있는 날 기간 내 한 개 관 당 3개월(3회) 이상 문화예술프로그램 진행(미술관 고유의 예술 콘텐츠-아티스트, 전시, 소장작품 등과 연계한 대상 특화 문화예술 프로그램 구성)</li> <li>[기타] 사업 홍보(주요 미술관 프로그램 현장취재 및 인터뷰 실시 등), 온라인 정산설명회 개최, 현장 모니터링 및 설문조사</li> </ul>
박물관 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>[프로그램 운영 지원] 박물관 및 지역의 특색을 잘 살릴 수 있는 지역 고유의 문화·지리·전통적 특색 등 다양한 활용 가능/ 관별 연간 최소 5개월 이상 프로그램 운영 지원(관당 5백만원)/문화소외계층 대상 맞춤형 프로그램</li> <li>[기타] 현장 모니터링 및 우수사례 발굴, 사업 홍보(뮤지엄 뉴스 활용 포함), 만족도 조사</li> </ul>
작은도서관 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>[프로그램 운영 지원] 도서관별 독서문화예술활동 총 6회 진행 지원(파견 2회, 자체 기획 4회), 비대면 활동 지원</li> <li>[기타] 운영 매뉴얼 제작 및 배포, 사업설명 영상 제작 및 공유, 권역별 워크숍</li> <li>개최, 컨설팅실사단 구성 및 현장 점검, 설문조사</li> </ul>
지방문화원 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>[프로그램 운영 지원] 지역의 특색있는 문화자원을 소재로, 문화원 소모임(향토사인형극단, 문화(마을)해설사, 지역사연구회, 마을합창단, 마을큐레이터 등)이 주축이 되어, 참여형 문화예술체험 프로그램 개발 및 운영</li> <li>지방문화원에서 실시하고 있는 인문학교육, 문화예술프로그램 또는 지방문화원 소속 동아리의 공연 등을 지원함</li> </ul>

구분	내용
지역문화 예술회관 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [공연 지원] 문예회관당 정부지원 프로그램 4회 이상과 자체 기획 프로그램을 별도 진행</li> <li>• 지역 어린이 및 청소년을 위한 공연프로그램 (2회이상), 지역 예술단체를 활용한 프로그램 (1회 이상), 문예회관 및 외부의 다양한 공간에서 개최하는 자율기획 공연프로그램(1회 이상)으로 구성</li> <li>• [기타] 현장점검 및 수시 모니터링, 만족도 조사, 이해관계자 간담회, 사업 홍보</li> </ul>

#### □ 사업운영방식

- 참여 문화기반시설은 문화시설마다 다른 방식으로 사업이 운영되고 있음. 문체부에서 사업 기본계획을 수립 후, 공모를 통해 7개 문화시설별 주관처(보조사업자)를 선정함
  - 한국문화예술회관연합회, 한국박물관협회, 한국사립미술관협회, 한국문화원연합회는 회원 문화시설 대상으로 공모를 진행함
  - 어린이와작은도서관협회, 한국도서관문화진흥원, 한국문화의집협회는 공모를 통한 재교부를 하지 않고 직접(문화의집) 혹은 용역사를 선정해 사업을 운영함

〈표 5-39〉 참여 문화기반시설 사업운영방식

구분	내용
사업기본계획 수립	• 문화체육관광부: 사업주최/ 계획 검토
사업공모	• 문화시설마다 다른 방식으로 사업 운영 • 문체부에서 사업기본계획을 수립 후, 공모를 통해 7개 문화시설별 주관처(보조사업자)를 선정
지원금 교부	• 참여 문화기반시설 프로그램 선정심의 및 발표 • 보조금 교부신청 및 문체부 승인, 검토 후 지원금 교부
사업 수행	• 전국 참여 문화기반시설 프로그램 운영 • 자체 현장모니터링, 관리, 만족도 조사, 홍보 등 진행
정산 및 결과보고	• 운영 종료 후 정산 및 결과보고서 제출

□ 연간일정

○ 어린이와작은도서관협회

일정	내용
1월	<ul style="list-style-type: none"> <li>보조사업자 사업계획서 준비</li> </ul>
2월	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업 시행 작은도서관, 문화예술전문가 선정 공고 및 선정 심사</li> <li>컨설팅실사단 조직 구성 및 교육 실시</li> <li>개별 도서관에 맞는 문화예술활동 매칭</li> </ul>
3월	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화 기획력 강화를 위한 교육 및 워크숍</li> <li>권역별 사전교육 워크숍 진행</li> <li>문화예술전문가 워크숍</li> <li>홍보 배너 제작 배포</li> </ul>
4~11월	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022 작은도서관 문화가 있는 날 진행</li> <li>(도서관별 파견 2회, 기획 4회 진행)</li> <li>참여자 만족도 설문조사</li> <li>비대면 활용 교육</li> </ul>
4~11월	<ul style="list-style-type: none"> <li>권역별 시행 도서관 현장 점검</li> </ul>
11월	<ul style="list-style-type: none"> <li>최종공동연수회 진행</li> </ul>
12월	<ul style="list-style-type: none"> <li>결과보고서 제작 배포</li> <li>사업 실적 및 정산 보고</li> </ul>

○ 한국문화예술회관연합회

구분	일정	내용
사업공모	2021년 11월~ 12월	<ul style="list-style-type: none"> <li>문예회관 대상 프로그램 공모 및 접수</li> </ul>
선정심의	2021년 12월	<ul style="list-style-type: none"> <li>문예회관 대상 프로그램 선정심의</li> </ul>
결과발표	2021년 12월	<ul style="list-style-type: none"> <li>선정 문예회관 발표</li> </ul>
계획수립	2022년 1월	<ul style="list-style-type: none"> <li>보조금 교부신청 및 문체부 승인</li> <li>사업 기본계획 수립</li> </ul>
지원금 교부	2022년 1월 ~ 11월	<ul style="list-style-type: none"> <li>문예회관별 교부신청</li> <li>교부신청서 검토 후 지원금 교부</li> </ul>
사업수행	1월 ~ 11월	<ul style="list-style-type: none"> <li>문예회관별 프로그램 운영</li> <li>현장모니터링, 관리, 만족도조사 등</li> </ul>
정산 및 결과보고	~ 2023년 2월	<ul style="list-style-type: none"> <li>운영 종료 후 정산 및 결과보고서 제출</li> </ul>

○ 한국문화의집협회

단계	내용	주체
사업기본계획 수립 (1월)	○ 사업계획 수립 ○ 사업 예산 교부 신청 및 문체부 승인	한국문화의집협회
▼		
사전준비 협력기획 (2월)	○ 주간 프로그램 참여 문화의집 섭외 - 참여 문화의집 사업 공유 및 예산사용 안내 ○ 기획 프로젝트 컨셉트 및 기획	한국문화의집협회
▼		
사업 시행 (3월~10월)	○ 주간 프로그램 운영 - 현장 방문 및 결과 공유 ○ 기획 프로젝트 기획 및 운영 - 문화예술단체 섭외 및 세부 프로그램 기획 - 프로젝트 운영 - 현장 방문 ○ 축제 기획단 구성 및 축제 운영 - 축제 홍보 및 운영 ○ 프로그램 결과 공유 및 예산 집행	문화의집 한국문화의집협회
▼		
사업 운영 결과 보고 (11월~12월)	정산 및 실적보고서 제출 최종 결과보고 및 평가	문화의집 한국문화의집협회

○ 한국문화원연합회

일정	내용	세부내용
4월	국고보조금 교부신청	보조금 신청 및 교부
4~5월	심사 및 선정	공모 심사 및 선정
6월	사업비 교부	사업비 교부
6~11월	현장점검(~계속)	현장점검(6월~11월)
11월	성과공유 워크숍	수행단체 성과공유 워크숍(1회)
12월	사업실적 및 정산보고서	수행단체 사업실적 및 정산보고서 제출·검토

○ 한국사립미술관협회

년도	시기	세 부 추 진 계 획	주체	
2021	12월 1주~	- 사업 운영방향 논의 및 사업계획 수립 - 사업계획서 제출 및 사업 승인(e나라도움 포함) - 사업설명회 기획 및 준비	협회, 문화체육관광부	
2022	1월	- 공모요강 및 지원신청서, 사업운영가이드 등 서류 준비 - 사업설명회 개최(1월 4주 또는 2월 1주경)	협회	
	1월 4주~ 2월 4주	- 사업 공고 및 참여관 모집 - 참여관 모집(신청) 마감	협회	
	2월 4주	- 심사위원회 개최 - 최종 선정관 발표 및 미술관 교부신청 안내	협회	
	3월 1주~	- 미술관 교부신청 및 검토 - 사업비 교부 시작, 홍보 진행 - 홍보 및 미술관별 참가자 모집	협회, 미술관	
		- 온라인 정산설명회 준비 (*상황에 따라 설명회 일정은 조정될 수 있음)	협회	
	3월 ~11 월	1주	- 온라인 정산설명회 개최 (*상황에 따라 설명회 일정은 조정될 수 있음)	협회
		1~4주	- 프로그램 진행(3월부터)	협회, 미술관
			- 수시 홍보, 모니터링 실시 등	협회
			- 미술관별 홍보, 참가자 모집 및 프로그램 진행 - 미술관별 사업착수 일정에 따라 교부신청 및 종료관 정산실적보고	미술관
			- 프로그램 종료	협회, 미술관
~12월 4주	- 관별 정산 및 결과보고	협회, 미술관		
2023	~1월 4주	- 종합 결과보고 자료집 제작 - 사업 정산 및 실적보고서 작성·제출	협회, 문화체육관광부	

○ 한국박물관협회

일정	구분	주관	수행내용
2022년 2월	기본 계획 수립	문체부 협회	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업 운영 방안 수립</li> <li>운영위원회</li> </ul>
	↓		
2월	사업 공고	협회	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업 공고</li> <li>사업신청 접수(전국 사립 및 사립대학박물관)</li> <li>신청서류 점검</li> </ul>
	↓		
3월 ~ 11월	사업 진행	협회	심사위원회 <ul style="list-style-type: none"> <li>사업 참여관 확정 (전국 사립 및 사립대학박물관)</li> </ul>
			사업설명회 <ul style="list-style-type: none"> <li>사업설명회 진행</li> </ul>
			홍보 <ul style="list-style-type: none"> <li>사업 홍보 및 안내</li> <li>문화가 있는 날 통합브랜드 홍보</li> <li>뮤지엄 뉴스 발행</li> <li>SNS 홍보</li> <li>참여 관별 자체 홍보</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>현장 모니터링(일부 기관)</li> </ul>
			사업진행(박물관) <ul style="list-style-type: none"> <li>신청 접수 및 관리</li> <li>월별 진행결과 및 보고 (각 박물관→협회→문체부)</li> </ul>
	↓		
2023년 1월	사업 평가	협회	<ul style="list-style-type: none"> <li>회계검증 진행</li> <li>수혜자 설문 취합, 통계</li> <li>종합결과보고서 작성</li> <li>결과 보고 (각 기관→협회→문체부)</li> </ul>

○ 한국도서관문화진흥원

구분	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	비고
시행 공공도서관 선정												사업 참가신청서 접수 및 선정회의 개최
공연팀·공연일 확정												공연신청서 접수 및 협의
홍보물 제작 및 배포												상시
공연 지원												매월 '문화가 있는 날'주간 공연 운영
설문 조사												관람객 대상 만족도 조사
현장 방문												공연 참관 및 담당자·공연팀 면담
결과보고서 취합, 사업비 정산 등												공공도서관별 결과보고서 취합

## 2) 사업결과 및 실적

### □ 사업실적

〈표 5-40〉 참여 문화기반시설 사업시작연도, 예산, 선정단체 수, 프로그램 수, 이용자 수

구분	사업시작 연도	2020년	2021년	2022년
어린이와작은도서관협회	· 2015년	· 예산: 2억 · 선정단체: 87개 · 프로그램: 420회 · 참여자: 8,400명	· 예산: 2억 · 선정단체 수: 70개 · 프로그램: 420회 · 참여자: 5,006명	· 예산: 2억 · 선정단체: 70개 · 프로그램: 420회 · 참여자: 4,915명
한국도서관문화진흥원	· 2018년	· 예산: 2억 · 선정단체: 55개 · 프로그램: 78회 · 참여자: 11,917명	· 예산: 2억 · 선정단체: 64개 · 프로그램: 89회 · 참여자: 7,840명	· 예산: 2억 · 선정단체: 65개 · 프로그램: 68회 · 참여자: 4,670명
한국문화예술회관연합회	· 2017년	· 예산: 17억 · 선정단체: 56개 · 프로그램: 268회 · 참여자: 90,316명	· 예산: 17억 · 선정단체: 61개 · 프로그램: 307회 · 참여자: 66,987명	· 예산: 17억 · 선정단체: 77개 · 프로그램: 317회 · 참여자: 87,218명
한국문화원연합회	· 2016년	· 예산: 2억 · 선정단체: 21개 · 프로그램: 59회 · 참여자: 4,579명	· 예산: 2억 · 선정단체: 20개 · 프로그램: 79회 · 참여자: 8,795명	· 예산: 2억 · 선정단체: 21개 · 프로그램: 77회 · 참여자: 8,236명
한국문화의집협회	· 2019년	· 예산: 1억 · 선정단체: 89개 · 프로그램: 59회 · 참여자: 1,386명	· 예산: 1억 · 선정단체: 53개 · 프로그램: 97회 · 참여자: 1,311명	· 예산: 1억 · 선정단체: 47개 · 프로그램: 116회 · 참여자: 2,613명
한국박물관협회	· 2016년	· 예산: 2.5억 · 선정단체: 40개 · 프로그램: 339회 · 참여자: 9,012명	· 예산: 2.5억 · 선정단체: 40개 · 프로그램: 356회 · 참여자: 9,938명	· 예산: 2.5억 · 선정단체: 40개 · 프로그램: 364회 · 참여자: 10,209명
한국사립미술관협회	· 2016년	· 예산: 2억 · 선정단체: 43개 · 프로그램: 200회 · 참여자: 3,878명	· 예산: 2억 · 선정단체: 36개 · 프로그램: 175회 · 참여자: 2,762명	· 예산: 2억 · 선정단체: 34개 · 프로그램: 164회 · 참여자: 2,921명

## 3) 사업 성과

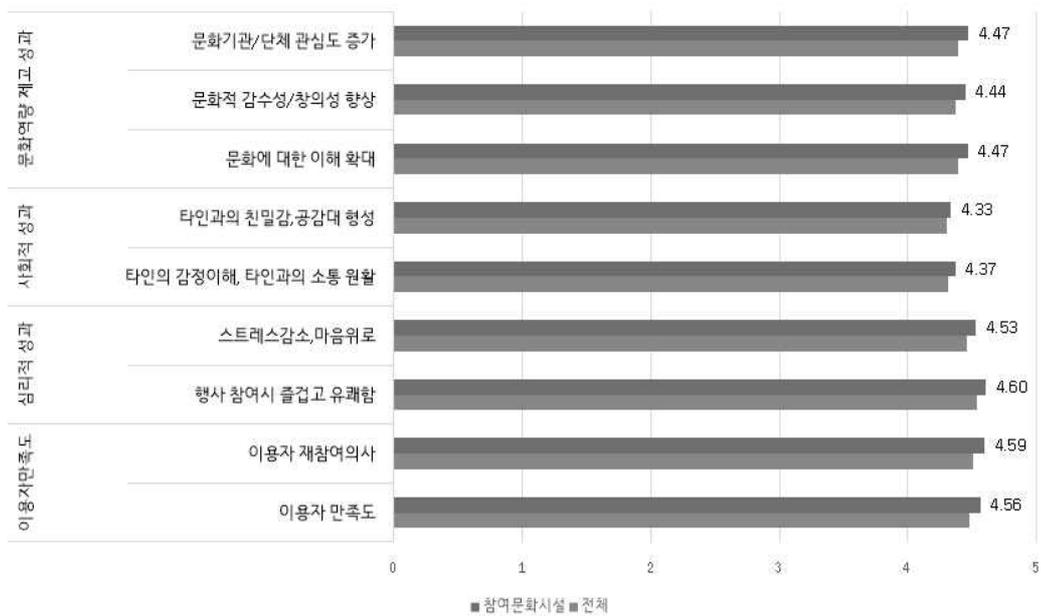
### (1) 이용자 성과

#### □ 지역 내 문화예술 향유 증진 기여

- 참여 문화기반시설 이용자들은 이용자 만족도, 심리적 성과, 사회적 성과, 문화역량 제고 등 모든 부분에서 전체 평균 대비 높은 점수를 보이고 있으며, 타 사업과 비교에서도

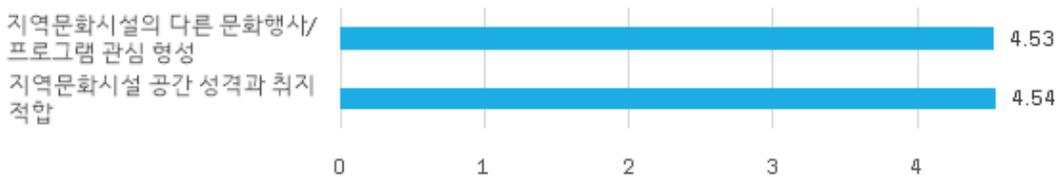
상대적으로 높은 점수가 나타남

- 무엇보다도 ‘행사 시 즐겁고 유쾌함’이 4.60, ‘이용자 재참여의사’가 4.59로 다른 항목보다도 상대적으로 좀 더 높게 나타나고 있음
- 높은 만족도와 재참여 의사로 볼 때, 참여 문화기반시설 이용자들에게 문화예술에 대한 친밀도와 관심도를 높이는 계기 마련하고 지역 내 문화예술 향유 증진에 기여했다고 볼 수 있음



〈그림 5-52〉 참여 문화기반시설 이용자 성과

- 참여 문화기반시설 개별 문항으로 ‘지역문화시설의 다른 문화행사이나 프로그램에 관심이 생겼다’는 4.53으로 나왔고, ‘지역문화시설 공간 성격과 취지에 적합’에 대한 응답은 4.54로 집계되어 긍정적인 결과가 확인됨



〈그림 5-53〉 참여 문화기반시설 이용자 만족도(개별문항)

## □ 행사 프로그램에 대한 높은 만족도

- 참여 문화기반시설 이용자들의 행사 프로그램 만족도가 4.56으로 전체 사업 만족도인 4.48보다 높게 나타남
- 사업적합성, 사업효과성, 흥미와 재미, 관리 및 안내, 프로그램 차별성, 재참여 의향, 지인 추천 의향 등 모든 세부 항목에서 전체 사업 평균 점수보다 높게 나타남
- 재참여 의향은 4.59로 타 사업 대비 가장 높게 나타나고 있어, 이용자의 지속적인 참여가 기대됨

## □ 지역커뮤니티 센터 역할 기여

- 지역문화 시설이라는 고정된 장소를 중심으로 지역의 고유한 문화자원을 활용한 프로그램을 운영하기 때문에 지역주민들에게 보다 안정적인 프로그램 제공이 가능한 ‘지역 커뮤니티 센터’ 역할 기여

*“문화 소외지역에서 직접적으로 가서 관람하기보다는 그 지역에 있는 분들이 공공도서관 장소를 이용해서 좋은 콘텐츠를 관람할 수 있도록 이런 기획을 하고 있고요.”*

*“저희가 하는 목표 중에 하나는 작은 도서관이 그 지역의 커뮤니티 공간으로서 사람들에게 문화가 있는 날 강사가 가서 활동을 하면서 이용자가 올 것이고 어떤 문화가 공연이든 강연이든 뭔가가 펼쳐지면 그게 그 도서관에서 싹이 터서 그 도서관에서 계속 문화로 자리 잡게 하는 거죠.”*

*“문화를 향유하는 것이 목적이 아니라 주민들이 좀 더 주체적으로 이 문화를 만들어 가고 안에 커뮤니티를 만들고 하는 것들에 조금 더 초점을 맞추고 있어요.”*

*“지역이 조그마하다 보니까 공연장 활성화 이런 것을 위해서 군민참여위원회라는 이름을 만들어서 지역에 있는 노인복지관, 어린이집연합회, 예총 이것저것 이름 있으신 분들을 다 불러서 회의를 한 번씩 해요. 그렇게 해서 유기적인 관계를 갖고...”*

- 참여 문화기반시설 주관기관 FGI발췌

## □ 문화가 있는 날 사업에 대한 인지도 제고

- 문화가 있는 날’ 인지도는 전체 참여 문화기반시설이 82%로 전체 평균 79.1%보다 높게 나타나고 있음. 참여 문화기반시설의 경우 ‘문화가 있는 날 브랜드’가 지닌 이미지로 이용자들에게 긍정적인 홍보 효과도 되면서 동시에 인지도 제고에도 효과적으로 나타남

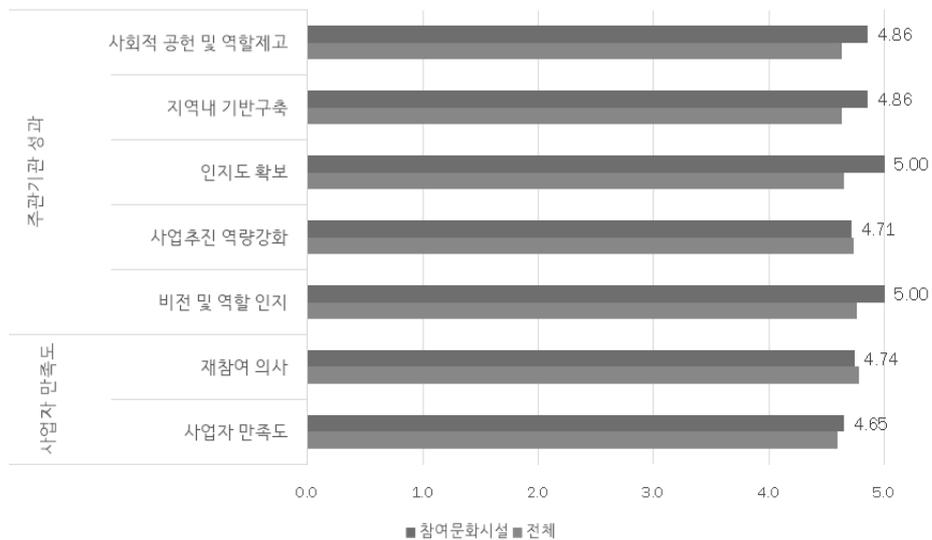
“사람들은 날을 지정해서 문화 활동을 하지는 않거든요. 이 사업이 2013년부터 쪽 했기 때문에, 사람들 머리 안에는 매월 마지막 주 수요일은 문화가 있는 날이라는 인지도가 조금 있다는 거죠.”

“저희는 문화가 있는 날 하면 사실 브랜드화가 잘돼 있다고 자체적으로 생각하거든요. 이름이 너무 좋아요. 브랜드가 잘됐다고 느껴지거든요”

- 참여 문화기반시설 주관기관 FGI 발췌

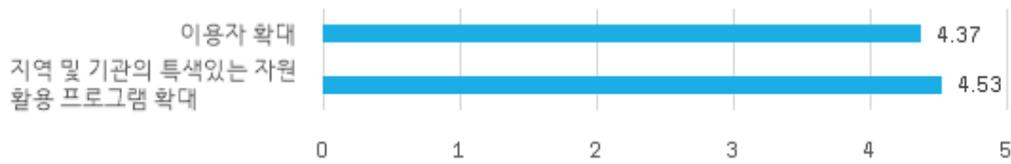
## (2) 참여자 성과

- 참여자의 경우 ‘사회적 공헌 및 역할 제고’, ‘지역 내 기반 구축’, ‘인지도 확보’, ‘비전 및 역할 인지’, ‘사업자 만족도’ 부분에서 주관기관 성과 전반에서 평균보다 높게 나타났으며, 반면 ‘사업추진 역량 강화’와 ‘재참여 의사’가 평균보다 다소 낮게 나타남
- 그중에서도 ‘지역 내 기반 구축’과 ‘비전 및 역할 인지’는 5.00으로 매우 높게 나타나 전반적으로 사업 목적이 요구하는 성과가 비교적 잘 성취된 것으로 해석 가능함



〈그림 5-54〉 참여 문화기반시설 참여자 성과

- 참여 문화기반시설 개별 문항에서 ‘프로그램 참여를 통해 문화기반시설의 이용자가 추가로 확대되었다’에 대한 응답은 4.37로 나왔으며, ‘지역과 기관의 특색있는 자원을 활용한 프로그램 개발 및 확산에 기여했다고 생각한다’에 대한 응답은 4.53으로 모두 긍정적으로 나타남



〈그림 5-55〉 참여 문화기반시설 참여자 성과(개별문항)

□ 지역단체 역량강화 및 지역문화 활성화

- 지역단체 및 지역예술가의 활동기회 및 사업추진 역량 강화 기회를 제공하고 궁극적으로 지역문화를 활성화해 사회적 공헌 및 역할을 제고함
- 참여단체 대상 기획사업 평가 부분에서 ‘사회적 공헌 및 역할 제고’가 4.59, ‘사업추진 역량강화’가 4.50으로 나타남

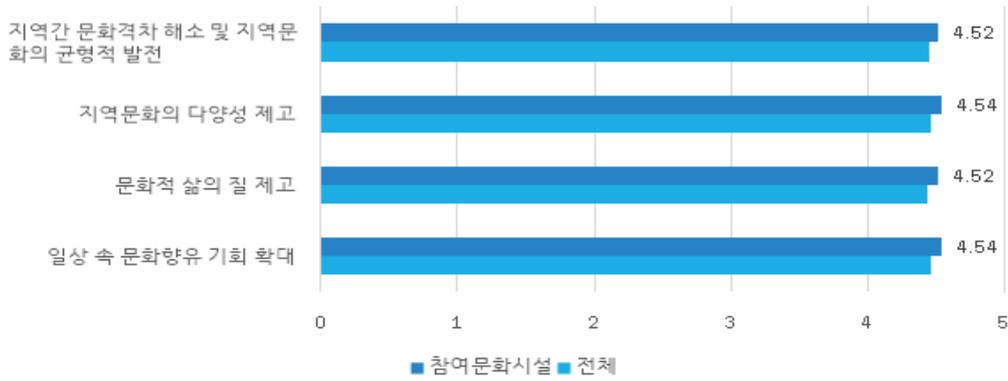
*“저는 문화가 있는 날의 모든 프로그램은 기획자 역량을 강화시키는 것 같아요. 매번 노력을 해야 되니까 저한테 너무 감사하고요.”*

*“사실 이 지원 사업들이 현실적으로 그들에게 뭔가 재정적인 도움이 되는 것은 아니지만, 여러 가지 역량도 키우고 다양하게 홍보도 해보시고 여러 가지 시도들을 해보시면서 결과적으로는 그런 기반을 마련하게 되는 거죠.”*

- 참여 문화기반시설 주관기관 FGI 발췌

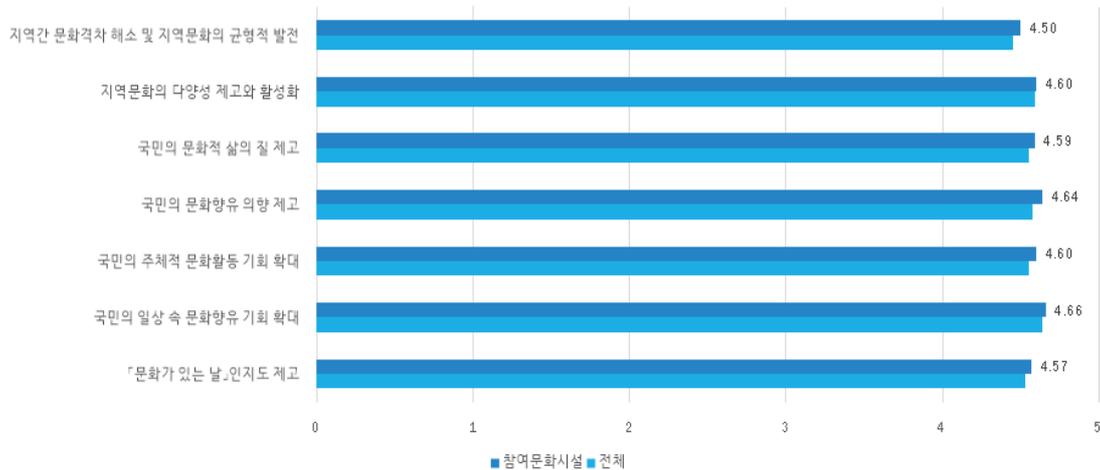
(3) 정책성과

- 정책성과 전반을 보면, 이용자와 참여자 모두 사업의 정책효과에서 참여 문화기반시설은 전체 평균보다 상대적으로 높은 결과가 나타남
- 그중 이용자의 정책성과는 ‘일상 속 문화향유 기회 확대’와 ‘지역문화의 다양성 제고’가 각각 4.54로 가장 높았고, 그다음으로 ‘문화적 삶의 질 제고’와 ‘지역 간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전’이 각각 4.52 순으로 나타남



〈그림 5-56〉 참여 문화기반시설 정책성과(이용자)

- 참여자의 정책성과는 ‘국민의 일상 속 문화향유 기회 확대’가 4.66으로 가장 높게 나타났으며, ‘국민의 문화향유 의향 제고’가 4.64, ‘지역문화의 다양성 제고와 활성화’와 ‘국민의 주체적 문화활동 기회 확대’가 각각 4.60 순으로 나타남



〈그림 5-57〉 참여 문화기반시설 정책성과(참여자)

- 이용자 정책성과 부문에서 ‘프로그램 관람으로 인해 얻은 것’에 대한 1순위로 ‘문화관람 및 체험기회 확대’가 50.1%가 압도적으로 나타남
- 그다음으로 프로그램의 문화에 대한 관심 증가가 20.1%, 문화향유를 통한 삶의 질 제고가 14.3%로 나타남
- 문화예술 인프라가 부족한 지역에서 다양한 문화예술을 제공함으로써 문화 접근성 및 다양성을 제고하고 문화향유의 지역적 격차를 줄이는데 기여함



〈그림 5-58〉 참여 문화기반시설 이용자\_프로그램 관람을 통해 얻은 것(1순위)

〈표 5-41〉 참여 문화기반시설 사업성과

구분	내용
공공 도서관 문화가 있는 날	<p><b>(수준 높은 공연 유치 및 문화체험기회 제공)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 시행 공공도서관을 대상으로 다양한 장르의 공연을 진행하여 농어촌 등 문화적으로 소외된 지역의 주민들이 예술문화에 관심을 갖고 공공도서관을 활발하게 이용할 수 있는 계기를 마련하였으며, 가족이 함께 즐길 수 있는 공연으로 기획·진행하여 가족 간의 관계 증진 및 세대 간의 소통 기회를 마련함</li> </ul> <p><b>(공공도서관 이용 활성화 및 지역커뮤니티센터로서의 역할 강화)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 시행 공공도서관에서의 공연 운영으로 공공도서관 이용 활성화에 기여하였으며, 도서관의 긍정적 이미지 제고 및 지역 내 커뮤니티센터로서의 역할을 강화하는 데 도움을 줌</li> </ul>
문화의 집과 함께하는 날마다 문화가 있는 날	<p><b>(다양한 계층의 문화 접근성 제고 및 소통 기회 확대)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 문화의집을 매개하여 일상과 동네에서 쉽게 참여할 수 있는 문화가 있는 날 주간 체험 프로그램, 기획프로젝트, '날마다 문화가 있는 날 축제'를 운영</li> <li>· 어르신, 어린이, 특정세대 등을 주 타겟으로 진행하는 프로그램들을 통해 지역 내 다양한 계층의 주민들과 소통할 수 있었음</li> </ul> <p><b>(지역 단체와의 협력기회 추진)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역의 청년기획자와 협력기획을 통해 지역에서 요구되는 현안들을 돌아보고, 동시에 주민들이 주체적으로 참여할 수 있는 문화가 있는 날 프로그램을 운영하였음</li> </ul> <p><b>(강의형식에서 벗어난 체험프로그램 기회 확대 제공)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 일회성 강의형식이 아닌 문화가 있는 날 주간을 체험 기간으로 설정하여 일상 속 문화예술활동으로 이어지는 있는 형식의 프로그램들이 다수 운영되었음</li> </ul>

구분	내용
미술관 문화가 있는 날	<p><b>(문화 소외 지역 문화 접근성 제고 및 문화향유 확대)</b>  · 미술관의 경우 상대적으로 문화예술 인프라가 부족한 지역에서 참여 만족도가 높게 나타났는데, 이를 통해 프로그램이 문화예술 제공 및 향유의 지역적 격차를 줄이는데 기여하는 효과를 입증할 수 있었음</p> <p><b>(사립미술관에 대한 인식개선 계기 마련)</b>  · 프로그램 외에도 각 사립미술관의 전시 및 교육프로그램, 기타 프로그램 등을 홍보하여 지역 내 사립미술관에 대한 인식개선의 계기를 마련하였고, 높은 문턱을 낮추는 계기가 되었음</p> <p><b>(문화기획프로그램의 전문화 및 기획역량 제고)</b>  · 전년도 대비 본 사업 프로그램의 전반적인 구성과 만족도가 상승했으며, 거듭된 지원으로 참여 미술관들의 프로그램이 지속화 및 전문화되어 참여자들의 질적 만족도가 높아짐</p> <p><b>(미술관 고유의 예술콘텐츠와 연계로 다양한 프로그램 제공)</b>  · 조각, 공예, 사진 등 다양한 분야의 문화예술 체험으로 구성된 미술관 프로그램을 선정하여 참여자들이 예술에 대한 친밀감과 관심도를 높이고 문화예술을 깊이 향유할 수 있는 기회를 제공함</p>
박물관 문화가 있는 날	<p><b>(문화 소외 지역 및 계층의 문화 접근성 제고)</b>  · 지역 고유의 문화·지리·전통적 특색을 활용하여 스토리텔링한 창의적이고 실험적인 프로그램 기획 및 운영</p> <p><b>(지역 내 타 문화기반시설과 연계한 프로그램 기반 마련)</b>  · 지역 내 문화가 있는 날 프로그램을 타 문화기반시설과 연계 진행하여 수혜자들에게 큰 만족도 부여, 향후 관 내 진행되는 다른 프로그램까지 관심의 폭 증가</p>
작은 도서관 문화가 있는 날	<p><b>(독서문화예술활동 운영지원을 통한 작은도서관의 활성화)</b>  · 협회에서 선정한 문화예술전문가, 지역에서 선정한 문화예술전문가 인프라 확보하여 전국 작은도서관에서 독서문화 프로그램 진행</p> <p><b>(차별화된 작은도서관 독서문화예술활동 개발 보급)</b>  · 작가, 음악인, 연극인, 영화감독, 래퍼, 국악인, 시인 등의 다양한 문화예술 전문가들이 진행하는 수준 높은 문화예술을 접할 기회 제공</p> <p><b>(작은도서관의 독서문화프로그램 기획 및 진행 능력 강화)</b>  · &lt;기획&gt; 프로그램을 통해 작은도서관에서 직접 문화예술프로그램을 기획 운영하는 역량 향상  · 지역의 문화예술전문가를 발굴해 작은도서관에서 활동할 기여 마련</p> <p><b>(지역 커뮤니티센터로서 작은도서관 역할 강화)</b>  · 지역문화예술전문가들과 작은도서관의 협업을 통해 작은 도서관을 수준 높은 독서문화프로그램을 운영하는 공간으로 지역민들에게 인식시킬 수 있었음  · 지역별로 구성된 컨설팅실사단은 사업운동을 돕는 것은 물론 작은도서관 전반적인 컨설팅과 지역 안에서 작은도서관의 역할을 인식시켜, 작은도서관을 지역거점으로 인식하고 사업을 운영하게 하는 데 도움을 줌</p>
지방 문화원 문화가 있는 날	<p><b>(지역민의 생활 속 문화향유 기회 확대)</b>  · 지역의 특색있는 문화자원을 소재로 참여형 문화예술체험 프로그램을 운영, 전국적으로 '문화가 있는 날' 홍보 및 참여활성화를 목표로 '문화가 있는 날' 행사를 실시함</p>

구분	내용
지역문화 예술회관 문화가 있는 날	<p><b>(지역 내 다양한 문화시설 활성화에 기여)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 문예회관 뿐 아니라 지역 내 다양한 문화시설에서 지역주민 맞춤형 공연 프로그램을 기획·운영함으로써 지역 문화시설 활성화에 기여</li> </ul> <p><b>(지역 어린이 및 청소년의 정서함양 문화체험 기회 확대 제공)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 어린이·청소년을 위한 공연프로그램 필수 개최를 추진으로 연령별 특성을 고려한 프로그램 제공으로 관객의 문화감수성 증진 도모</li> <li>· 수능을 마친 수험생 대상 공연 진행 권장으로 건전한 문화체험 기회 제공</li> </ul> <p><b>(지역단체 역량강화 및 지역문화 활성화)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역단체를 활용한 공연프로그램 필수 개최 추진으로 지역 내에서의 활동기회 제공 및 공연기회를 통한 네트워크 형성제공</li> <li>· 지역예술단체, 지역 예술인들과 함께 상생할 수 있는 방식 제공</li> </ul>

#### 4) 우수사례

##### □ 교동미술관\_아트 홀리데이, 전주 체크인(ART HOLIDAY, JEONJU check-in)

- 가족, 초등/청소년, 다문화 이주여성, 주부/시니어를 대상으로 총 3회 운영
- 도심 속 힐링 명소인 한옥마을에서 경험하는 <홀리데이 아트클래스 및 참여형 전시 투어>, <한옥마을 힐링산책> 진행
- 미술관이라는 공간을 매개로 다양한 예술적 교류, 문화적 공감의 장을 마련하여 동시대 예술가들과 교류하며 문화예술을 통한 삶의 회복, 즐거움의 가치를 공유하는 시간을 제공
- 교동미술관 대표전시를 VR(버추얼 리얼리티)로 제공하여 뉴노멀시대를 대응할 새로운 기술 매체가 접목된 전시감상법을 제안

〈표 5-42〉 교동미술관\_아트 홀리데이, 전주 체크인

지역	주관처명	사업명	프로그램 내용
전라북도 전주시	교동 미술관	아트 홀리데이, 전주 체크인	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요내용 : VR전시 랜선투어, 홀리데이 아트클래스, 뮤지엄 콘텐츠 감상 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 섬유방직공장에서 출발한 교동미술관의 서사와 연결되는 대표전시인 &lt;CHROMA-공예의 언어&gt;展을 VR전시로 감상</li> <li>- &lt;홀리데이 아트 체험KIT&gt; 참여 및 미술관 온라인콘텐츠 &lt;아트-잇(Art-it)&gt; 감상을 통해 자신만의 온택트 아트 홀리데이를 기념</li> </ul> </li> <li>• 주요내용 : 참여형 전시투어, 홀리데이 아트클래스, 한옥마을 힐링로드 산책 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회화, 설치, 영상 등 다양한 지역, 장르의 예술인들과의 만남을 통해 작업방식과 철학, 동시대 미술 현장의 가치에 대한 교류의 시간</li> <li>- 관람자의 능동적인 프로그램 참여를 유도하여 예술경험으로 인한 휴식과 안정감, 즐거움 제공</li> </ul> </li> </ul>



출처: 2022 사립미술관협회 실적보고서 참조

#### □ 대담미술관\_동네방네 미술관

- 지역 주민(학생, 성인, 실버 계층, 가족, 다문화 가정 등), 담양 관광객 대상 총 5회 운영
- 미술관의 고유 브랜드인 '동네방네 미술관' 활용한 문화가 있는 날 콘텐츠 제작하여 문화소외지역인 담양 지역민들에게 문화향유기회 제공
- 미술관이 위치한 담양 향교리의 문화자원 관방천 대나무 등을 활용한 콘텐츠로 지역문화예술 활성화

〈표 5-43〉 대담미술관\_동네방네 미술관

지역	주관처명	사업명	프로그램 내용
전라남도 담양	대담 미술관	2022 동네 방네 미술관	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동네방네 미술관 - 알콩달콩 운수대통 I</li> <li>- 담양의 특산물(대나무)과 자생 꽃, 풀을 활용한 독특한 체험 운영</li> <li>• 동네방네 미술관 - 관방천 따라다리 징검다리</li> <li>- 대금 명인 공연 및 '향교리 아티스트'의 전시</li> <li>• 동네방네 미술관 - 덧잎의 쓸모</li> </ul> 담양의 지역성 반영한 다양한 나뭇잎을 활용한 창의체험 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 동네방네 미술관 - 알콩달콩 운수대통 II</li> <li>- 대통소리캔들, 다과(자기작품 발표)</li> </ul>



출처: 2022 사립미술관협회 실적보고서 참조

## 7. 성과분석 종합

### 1) 사업결과

#### (1) 개관

- 2022년 12개 사업, 174.5억 원을 투입, 56.1만 명 국민 문화향유 기회 확대, 1,002개 참여단체 지원 통한 지역문화 생태계 강화
  - 2021년 대비 예산 11.6% 감소, 참여단체 수 28.7% 감소, 프로그램 횟수 51.7% 감소, 이용자 수 22.5% 감소
  - 2021년 대비 1억 원 당 이용자 수는 3,585명으로 11.1% 감소, 참여단체당 지원금은 17백만 원으로 21.4% 증가
- 2015-2022년 누적 1,011억 원 투입, 약 4.4백만 명의 국민에게 문화향유 기회 제공
  - 사업 수는 2015년 2개에서 2022년 12개로 증가, 예산 규모는 2015년 10억 원에서 174.5억 원 증가
  - 참여단체 수는 2015년 40개에서 1,002개로 확대, 프로그램 횟수는 2015년 545회에서 2022년 3,741회로 증가
  - 이용자 수는 2015년 18,000명에서 2022년 561,064명으로 증가

〈표 5-44〉 문화가 있는 날 기획사업 운영결과 종합(2015~2022)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	계
사업 개수(개)	2	8	8	11	14	14	14	12	-
예산 규모(억원)	10	95.8	106	121.5	148	157.8	197.4	174.5	1,011
참여단체 수(개)	40	347	237	543	1,082	1,006	1,405	1,002	5,662
프로그램 횟수(회)	545	2,841	3,069	2,585	4,450	4,601	7,748	3,741	29,580
이용자 수(명)	18,000	484,431	601,954	407,205	606,999	986,449	723,587	561,064	4,389,689
1억당 프로그램 횟수(회)	54.5	29.7	29.0	25.5	34.8	32.9	43.2	23.9	32.3
1억당 이용자수(명)	1,800	5,057	5,679	4,012	4,742	7,056	4,033	3,585	4,787
참여단체당 지원금(백만원)	25	28	45	22	14	16	14	17	18

\* 프로그램 횟수, 이용자 수는 지역특화 프로그램 제외 수치. 1억당 이용자 수는 지역특화 프로그램 제외 예산 기준.

□ 투입 예산규모는 174.5억 원, 예산 1억원당 이용자수 3,585명

- 2015-2022 기획사업 누적 투입 예산규모는 1,011억 원
- 2022년 174.5억 원으로 2021년 197.4억 원 대비 11.6% 감소
- 2022년 예산 1억원 당 이용자수 3,585명, 2021년 4,033명 대비 11.1% 감소

〈표 5-45〉 문화가 있는 날 기획사업 투입예산 규모 (2015~2022)

(단위: 억원)

2022년 사업명	(구)사업명	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	계
청춘마이크			33.5	28	36.5	42.3	63	102	72.5	377.8
	(구)지역(청년)문화우리					4.7	4	4		12.7
실버마이크					-	-	-	-	14.5	14.5
생활 속 문화활동 (아동,근로자)	(구) 동동동 문화놀이터		19	13.7	8	8	5.4	5.4	15	115.5
	(구)직장 문화배달	8	4	4	6	7	6	6		
	(구)동네책방 문화사랑방					4	2.9	3.5		10.4
지역문화 콘텐츠 특성화			31.3	53	20	22	30	30	26	212.3
지역특화 프로그램					20	20	18	18	18	94
문예회관 문화가 있는 날					21	22	17	17	17	94
공공도서관 문화가 있는 날					2	4	2	2	2	12
작은도서관 문화가 있는 날		2	3	3	1	3	2	2	2	18
박물관 문화가 있는 날			2.4	2	3	4.5	2.5	2.5	2.5	19.4
미술관 문화가 있는 날			1.3	1	2	3	2	2	2	13.3
지방문화원 문화가 있는 날			1.3	1.3	2	2	2	2	2	12.6
문화의집 문화가 있는 날					-	1.5	1	1	1	4.5
계		10	95.8	106	121.5	148	157.8	197.4	174.5	1,011

□ 참여단체 수는 1,002개, 참여단체당 지원금 17백만원

- 2015-2022 누적 참여단체 수는 5,662개
- 2022년 1,002개로 2021년 1,405개 대비 28.7% 감소
- 참여단체당 지원금 17백만원, 2021년 14백만원 대비 21.4% 증가

〈표 5-46〉 문화가 있는 날 기획사업 참여단체 수(2015~2022)

(단위 : 개)

2022년 사업명	(구)사업명	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	계
청춘마이크			235	152	194	276	422	875	503	2,657
	(구)지역(청년)문화우리					7	14	16		37
실버마이크					-	-	-	-	103	103
생활 속 문화활동 (아동,근로자)	(구) 동동동 문화놀이터		96	58	37	40	30	30	15	533
	(구)직장 문화배달	40	16	27	41	43	30	30		
	(구)동네책방 문화사랑방				-	40	42	39	-	121
지역문화 콘텐츠 특성화					27	33	49	43	43	195
지역특화 프로그램					26	14	28	28	35	131
문예회관 문화가 있는 날					48	72	56	61	70	307
공공도서관 문화가 있는 날					30	140	55	64	65	354
작은도서관 문화가 있는 날					40	100	87	70	70	367
박물관 문화가 있는 날					44	81	40	40	40	245
미술관 문화가 있는 날					39	55	43	36	33	206
지방문화원 문화가 있는 날					17	18	21	20	20	96
문화의집 문화가 있는 날					-	163	89	53	5	310
계		40	347	237	543	1,082	1,006	1,405	1,002	5,662

□ 프로그램 횟수는 3,741회

- 2022년 프로그램 횟수는 3,741회 (지역특화 프로그램 제외)
- 2015-2022 누적 프로그램 횟수는 29,580회 (지역특화 프로그램 제외)
- 2022년은 3,741회로 2021년 7,748회 대비 51.7% 감소 (지역특화 프로그램 제외)
- 예산 1억원 당 프로그램 횟수는 23.9회로 2021년 43.2회 대비 44.7% 감소 (지역특화 프로그램 제외 예산 기준)

〈표 5-47〉 문화가 있는 날 기획사업 프로그램 횟수(2015~2022)

(단위 : 개)

2022년 사업명	(구)사업명	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	계
청춘마이크			995	887	1,195	1,545	2,284	3,896	518	11,320
	(구)지역(청년)문화우리					81	82	120		283
실버마이크					-	-	-	-	100	100
생활 속 문화활동 (아동,근로자)	(구) 동동동 문화놀이터		509	411	185	201	148	150	324	2,535
	(구)직장 문화배달	55	37	52	107	130	106	120		
	(구)동네책방 문화사랑방				-	223	197	206		
지역문화 콘텐츠 특성화			160	306	152	208	479	1,733	1,273	4,311
문예회관 문화가 있는 날				259	244	356	268	307	317	1,751
공공도서관 문화가 있는 날					60	151	78	89	68	446
작은도서관 문화가 있는 날		490	640	700	40	600	420	420	420	3,730
박물관 문화가 있는 날			355	340	378	633	339	356	364	2,765
미술관 문화가 있는 날			145	114	224	322	200	175	164	1,344
지방문화원 문화가 있는 날					-	-	-	79	77	156
문화의집 문화가 있는 날					-	-	-	97	116	213
계		545	2,841	3,069	2,585	4,450	4,601	7,748	3,741	29,580

□ 이용자 수는 561,064명

- 2022년 이용자 수는 561,064명(지역특화 프로그램 제외)
- 2015-2022 누적 이용자 수는 총 4,389,689명 (지역특화 프로그램 제외)
- 2022년 56.1만 명으로 2021년 72.3만 명 대비 22.5% 감소 (지역특화 프로그램 제외)
- 예산 1억 원 당 이용자 수 3,585명으로 2021년 4,033명 대비 11.1% 감소 (지역특화 프로그램 제외 예산 기준)

〈표 5-48〉 문화가 있는 날 기획사업 이용자 수(2015~2022)

(단위 : 명)

2022년 사업명	(구)사업명	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	계
청춘마이크			157,608	126,900	133,586	176,384	643,164	463,749	273,379	1,974,770
	(구)지역(청년)문화우리					4,082	6,521	8,242		18,845
실버마이크									15,465	15,465
생활 속 문화활동 (아동,근로자)	(구) 동동동 문화놀이터		63,350	56,677	23,499	27,143	19,510	17,923	20,121	301,630
	(구)직장 문화배달	9,000	4,350	16,050	15,291	18,236	6,185	4,295		
	(구)동네책방 문화사랑방					6,338	3,555	4,000	-	13,893
지역문화 콘텐츠 특성화			234,262	305,222	127,971	156,408	178,026	122,739	131,317	1,255,945
문예회관 문화가 있는 날				73,322	61,216	106,030	90,316	66,987	87,218	485,089
공공도서관 문화가 있는 날					8,253	16,079	11,917	7,840	4,670	48,759
작은도서관 문화가 있는 날		9,000	12,800	14,000	3,876	13,000	8,400	5,006	4,915	70,997
박물관 문화가 있는 날			12,061	9,783	11,850	20,335	9,012	9,938	10,209	83,188
미술관 문화가 있는 날					5,765	7,150	3,878	2,762	2,921	22,476
지방문화원 문화가 있는 날					15,898	50,030	4,579	8,795	8,236	87,538
문화의집 문화가 있는 날						5,784	1,386	1,311	2,613	11,094
계		18,000	484,431	601,954	407,205	606,999	986,449	723,587	561,064	4,389,689

## 2) 사업성과

### (1) 이용자 성과

#### □ 이용자 성과 종합

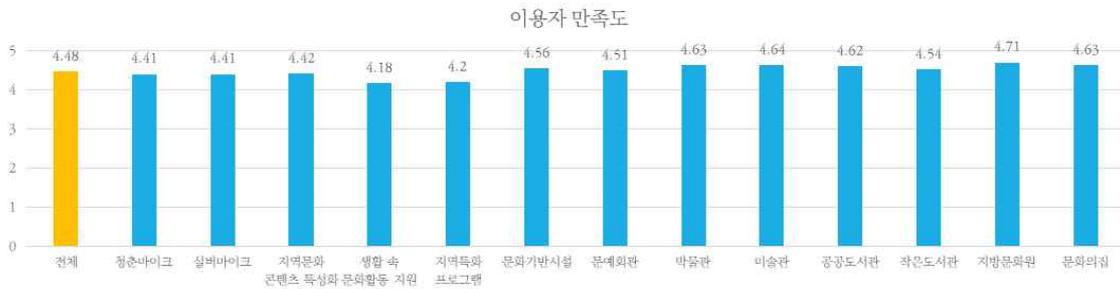
- 이용자 성과는 이용자 만족도와 심리적 성과, 사회적 성과, 문화역량 성과로 구분
- 이용자에게 주는 심리적 성과, 사회적 성과, 문화역량 성과 중에서 심리적 영향 > 문화역량 성과 > 사회적 성과 순으로 나타남
- 세부적으로 행사 참여시 즐겁고 유쾌함 > 스트레스 감소, 마음위로 > 문화에 대한 이해 확대 / 문화기관/단체 관심도 증가 순으로 나타남



〈그림 5-59〉 이용자 성과 종합

□ 이용자 만족도

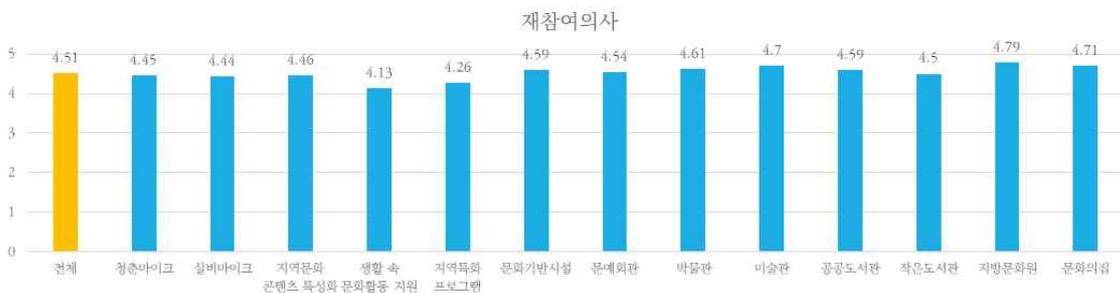
- 이용자 만족도는 평균 4.48점
- 만족도 높은 사업(대분류)은 문화기반시설, 지역문화콘텐츠 특성화, 실버마이크 순으로 나타남
- 만족도 높은 사업(소분류)은 지방문화원, 미술관, 박물관/문화의집 순으로 나타남



〈그림 5-60〉 이용자 만족도

□ 이용자 재참여 의사

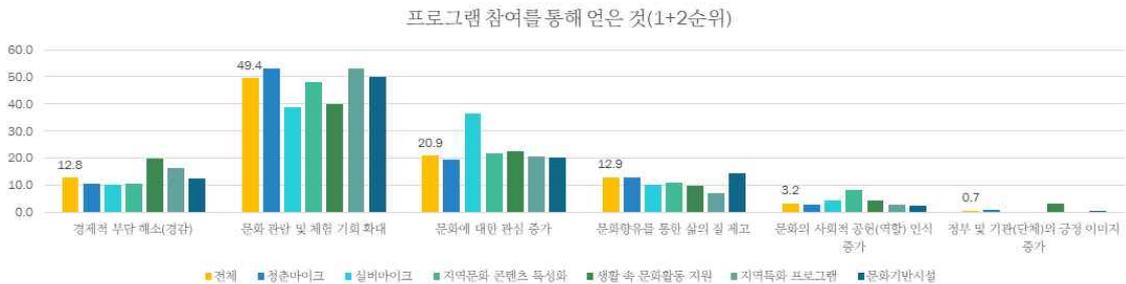
- 이용자 재참여 의사는 4.51점으로 만족도보다 약간 높았음
- 재참여 의사가 높은 사업(대분류)은 문화기반시설, 지역문화콘텐츠 특성화, 청춘마이크 순으로 나타남
- 재참여 의사가 높은 사업(소분류)은 지방문화원, 문화의집, 미술관 순으로 나타남



〈그림 5-61〉 이용자 재참여 의사

□ 프로그램 참여를 통한 직접 효과

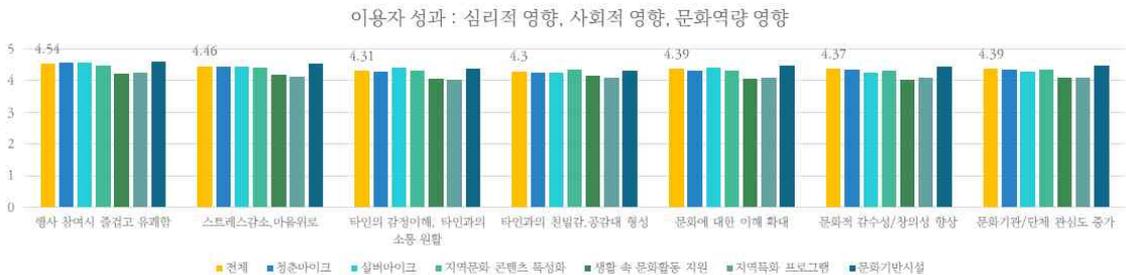
- 프로그램 참여를 통해 얻은 효과를 제시하고 우선순위 조사
- 문화관람 및 체험기회 확대, 문화에 대한 관심 증가, 문화향유를 통한 삶의 질 제고 순으로 나타남
- 문화가 있는 날 기획사업의 목표가 달성되고 있음



〈그림 5-62〉 이용자가 프로그램 참여를 통해 얻은 것(1+2순위)

□ 이용자 성과 : 심리적영향, 사회적 영향, 문화역량 영향

- 심리적 영향이 가장 크며, 행사 참여시 즐겁고 유쾌하며 스트레스 감소/마음의 위로에 기여하는 것으로 나타남
- 사회적 영향은 타인의 감정이해/타인과의 소통 원활, 타인과의 친밀감, 공감대 형성에 기여하는 것으로 나타남
- 문화역량 영향은 문화기관/단체 관심도 증가, 문화에 대한 이해 확대에 기여하는 것으로 나타남



〈그림 5-63〉 이용자 성과 : 심리적 영향, 사회적 영향, 문화역량 영향

## (2) 참여자 성과

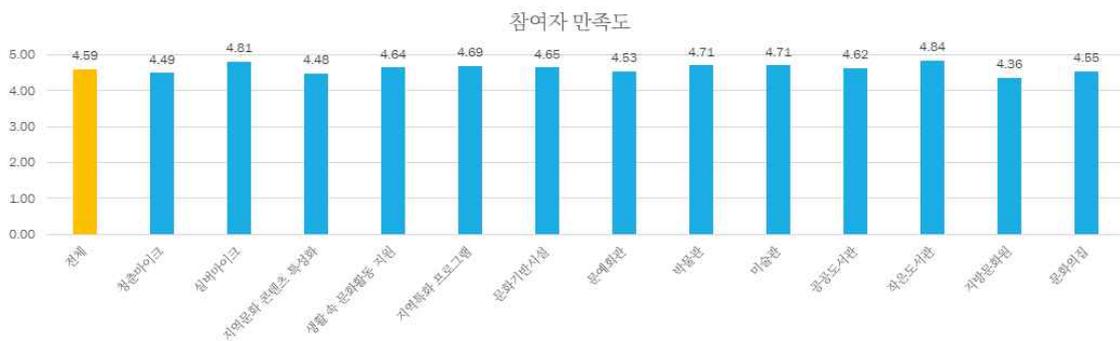
□ 참여자 성과는 사업자 만족도, 주관기관 성과, 참여단체/예술가 성과로 구분



〈그림 5-64〉 참여자 성과 종합

□ 참여자 만족도

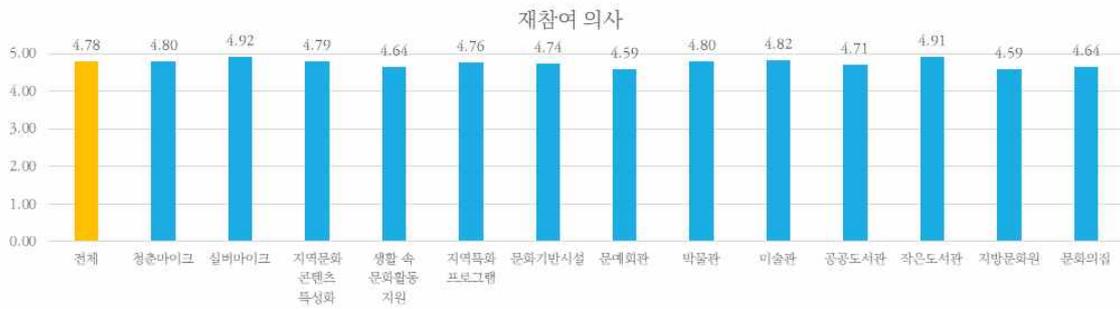
- 참여자 만족도는 전체 4.59점
- 만족도 높은 사업(대분류)은 실버마이크, 지역특화 프로그램, 문화기반시설 순으로 나타남
- 만족도 높은 사업(소분류)은 작은도서관, 실버마이크, 박물관/미술관 순으로 나타남



〈그림 5-65〉 참여자 만족도

□ 참여자 재참여도

- 참여자 재참여도는 전체 4.78점
- 재참여도 높은 사업(대분류)은 실버마이크, 청춘마이크, 지역문화콘텐츠 특성화 순으로 나타남
- 재참여도 높은 사업(소분류)은 실버마이크, 작은도서관, 미술관 순으로 나타남



〈그림 5-66〉 참여자 재참여도

□ 주관기관 성과

- 주관기관 성과는 사업비전 및 역할인지, 사업추진역량 강화 순으로 나타남
- 실버마이크는 사업비전 및 역할인지, 사업추진역량 강화 성과가 두드러짐
- 문화기반시설은 사업비전 및 역할인지, 인지도 확보, 지역 내 기반 구축 성과가 있는 것으로 나타남



〈그림 5-67〉 참여자 중 주관기관 성과

□ 참여단체/예술가 성과

- 참여단체/예술가 성과는 3개 사업(청춘마이크, 실버마이크, 문화기반시설)에 대해 조사
- 사업비전 및 역할 인지, 사업추진역량 강화, 단체운영활성화, 사회적 공헌 및 역할 제고, 재정적 도움 순으로 나타남



〈그림 5-68〉 참여자 중 참여단체/예술가 성과

□ 참여단체/예술가 성과(1+2순위)

- 활동기회 확대, 단체운영 활성화, 사업추진 역량 강화, 지역 내 활동기반 구축 순으로 나타남
- 활동기회 확대는 청춘마이크와 실버마이크, 사업추진역량 강화는 생활 속 문화활동, 지역 내 활동기반 구축은 지역문화콘텐츠 특성화에서 성과가 높은 것으로 나타남

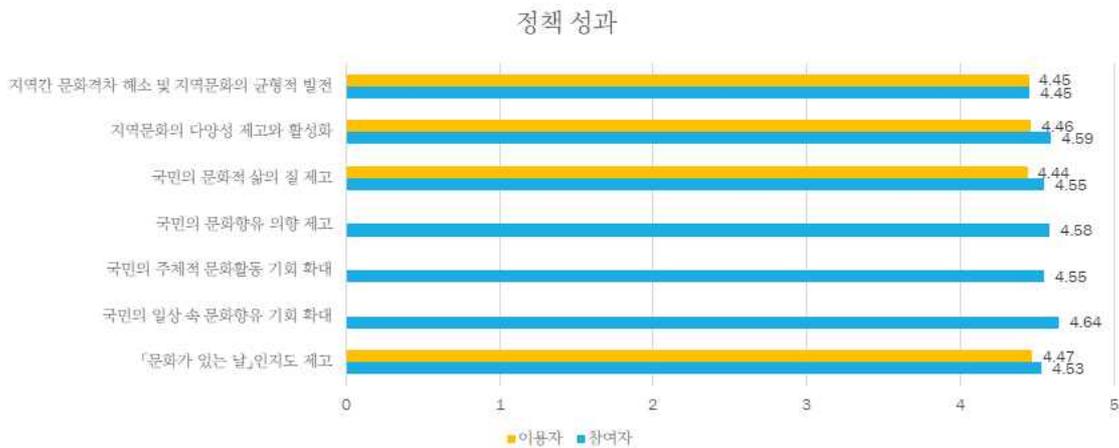


〈그림 5-69〉 참여자 중 참여단체/예술가 성과에 대한 우선순위(1+2순위)

### (3) 정책성과

#### □ 정책성과는 문화향유 정책성과와 지역문화 정책성과로 구분됨

- 참여자는 국민의 일상 속 문화향유 기회 확대, 지역문화의 다양성 제고와 활성화, 국민의 문화향유 의향 제고 순
- 이용자는 문화가 있는 날 인지도 제고, 지역문화의 다양성 제고 순이나 점수 차이가 거의 나지 않음



〈그림 5-70〉 이용자 및 참여자가 생각하는 정책성과

#### □ 정책성과 우선순위

- 정책성과 우선순위(1+2순위) 결과, 모든 사업에서 국민의 일상 속 문화향유 기회 확대가 전반적으로 높게 나타난 가운데 생활 속 문화활동 지원이 특히 높게 나타남
- 지역문화 콘텐츠 특성화에서는 다른 사업과 달리 지역문화의 다양성 제고와 활성화, 국민의 주체적 문화활동 기회 확대에서 성과가 높게 나타남



〈그림 5-71〉 정책성과 우선순위(1+2순위)





# VI

## 문화가 있는 날 기획사업 개선방안

1. 문화향유 정책 환경변화와 기본방향
2. 문화가 있는 날 기획사업 개선방안



## VI. 문화가 있는 날 기획사업 개선방안

### 1. 문화향유 정책 환경변화와 기본방향

#### 1) 문화향유 정책 환경변화

##### (1) 국내 문화향유 정책 전개과정과 흐름

- 국내 문화정책은 초기에는 전문예술인 및 단체, 시설 지원 등을 중심으로 '창작' 지원에 초점을 두었다가 서서히 '향유'에 대한 중요성이 인식되면서 향유 지원도 포용하기 시작함. 그 과정에서 향유 정책은 문화복지라는 포괄적 관점에서 접근되어 옴

#### □ 1970년대~1980년대 중반

##### ○ 박정희 정부 시기 (1972~1979)

- 전문예술인이나 관련 협·단체 지원 혹은 문화시설 건립 등 인프라 구축에 집중
- 1973년 「제1차 문예진흥 5개년 계획」에서 '국민의 문화 수준 향상'이 정책목표 중 하나로 제시되었으며 여기에는 '예술의 생활화'가 정책수단으로 제시되었으나, 이는 정치화된 예술을 통한 국민들의 의식 계도가 목적이었던 것으로 해석됨

##### ○ 전두환 정부 시기 (1981~1987)

- 문화예술과 삶의 질을 연계하는 정책 인식이 가시화되기 시작함
- 1983년 「제5차 경제·사회발전 5개년 수정계획」에서 '국민의 문화향수 기회 확대'라는 정책 목표가 제시되었음. 하지만 주요 정책수단으로 대도시와 지방의 문화시설 확충이 강조되었기에 실제적 정책접근은 문화시설 건립에 주요 방점을 두고 있었음
- 그럼에도 정책대상을 예술인에서 일반 국민으로 확대 설정하였고, 국민의 삶의 질 향상을 위해 문화예술의 중요성이 강조되었던 시기임
- 향유지원에 대한 정책인식이 처음 발아된 시기라고 평가됨

#### □ 1980년대 후반~2000년대 초반

##### ○ 노태우 정부 시기 (1987~1993)

- 최초의 문체부 신설과 함께 국민의 문화향수권 및 문화민주화적 관점에서의 문화보급 방식의 혁신이 강조되었음

- 「문화발전 10개년 계획(1990~1999)」에서 ‘삶의 질을 추구하는 문화복지의 실현’이라는 차원에서 ‘국민 문화향수권과 참여권 신장’이 강조되었음
- ‘사랑티켓’ 사업 등을 통해 전 국민을 대상으로 한 보편적 관점에서의 문화예술 향유 사업이 시행되었음

○ 김영삼 정부 시기 (1993~1998)

- 문화복지라는 포괄적 개념 하에 문화향수권에 대한 정책적 논의가 보다 본격적으로 발전하였음
- 「문화창달 5개년 계획」에서 정책 기조로 ‘창조계층에서 향수계층으로’를, 정책과제로 ‘문화복지의 균점화’를 제시하였음
- 이전 대규모 문화시설 위주의 향유 정책에서 문화의집 설치, 문화동호인 모임의 활성화 등 일상에서의 문화활동 지원에 초점을 둬으로써 문화복지 개념을 세부사업을 통해 구체화하였음
- 그럼에도 국민을 예술활동의 자발적 주체로 보기보다는 여전히 전문예술인이 창작한 예술을 소비하는 수동적 대상으로서 접근했다는 점에서 한계를 가짐

○ 김대중 정부 시기 (1998~2003)

- 문화정책의 목표로 ‘창의적 문화복지국가’를 제시하였음
- 국민의 향수 기회 확대를 시설, 인프라 중심이 아닌 국민의 일상적 삶 속에서 가능하도록 정책적 접근이 이루어졌음
- 그러나 문화정책의 방향성과 관심이 문화산업에 집중되어 있어 문화복지와 관련된 논의는 크게 확장되지 못한 것으로 평가됨

□ 2000년대 초반~2010년대 초반

○ 노무현 정부 시기 (2003~2008)

- 문화정책 비전서인 「창의한국」 등을 통해 문화민주주의 정책기조가 강조되었으며, 이는 수요자 중심의 문화향유권 신장에 대한 강조로 이어졌음
- 이전까지 문화복지에 대한 정책대상으로 일반 국민이 강조되었던 것에 비해 문화향유 정책대상의 우선순위로 소외계층(취약계층)이 강조되었으며, 이들의 문화예술 접근성을 높이기 위한 정책지원이 강화되었음

○ 이명박 정부 시기 (2008~2013)

- 취약계층(소외계층) 중심의 문화복지 지원을 강조하였고, 「문화예술진흥법」 개정을 통해 문화복지 대상을 취약계층으로 명시하였음

- 문화와 일상생활의 연계를 강조하며 보편적 차원에서의 향유기반 확대 및 환경조성을 위한 지원도 이루어졌으나, 문화바우처 사업 증액 등 취약계층 지원 중심의 예산확대가 강조되었음

□ 2010년 중반~현재

○ 박근혜 정부 시기 (2013~2017)

- 문화적 권리를 명시한 「문화기본법」 제정과 함께 ‘문화가 있는 날’ 사업이 시행되었음
- 시민이 일상적 삶 속에서 문화예술향유 기회 확대를 모색하기 위한 생활문화진흥원(현 지역문화진흥원)이 설립되었고, 전국에 생활문화센터가 조성되기 시작함
- 통합문화이용권 재편 등 취약계층 대상의 맞춤형 문화복지가 확대되었음

○ 문재인 정부 시기 (2017~2022)

- 이전 정부의 사업들(예, 문화가 있는 날, 생활문화 활성화 등)이 대부분 유지되었음
- 소외계층을 대상으로 하는 사업에 예산 및 사업이 확대되었음
- ‘예술향유’라는 공식적 표현을 사용함으로써 예술정책에서 향유 지원이 주요한 영역 중 하나임이 강조되었음

○ 윤석열 정부 시기 (2022~현재)

- 힘으로 압도하는 강국보다는 문화로 국민과 세계인의 마음을 사로잡고 스며든다는 의미로 ‘문화매력국가’라는 개념으로 정책 기조를 제시함
- 공정하고 차별 없이 문화를 누리기 위해 사회의 가장 취약한 부분부터의 지원이 강조됨. 여기에 장애인 지원 계획 등이 포함되어있음

〈표 6-1〉 각 정부별 향유정책 목표 및 과제 정리

구분	정책기초	정책 목표/방향	정책 과제	주요 정책사업
박정희 정부	문화유산의 보존·계승과 전통문화의 계발을 통한 민족주체성 확립	국민의 문화수준 향상	예술의 생활화, 대중화 및 문예진흥기반 조성사업	문화시설 건립, 확충 지방문화원 지원
전두환 정부	생활의 질 향상을 위한 문화예술진흥	국민의 문화향수 기회 확대	문화시설의 확충 지방문화 육성	지역 문화시설 확충
노태우 정부	삶의 질 향상을 위한 문화복지실현	마음의 풍요를 지향하는 복지문화의 틀	국민의 문화향수 확대	찾아가는 문화활동(1986) 사랑티켓(1991)
김영삼 정부	문화창달을 통해 국민들의 삶의 질을 향상시켜 선진 문화복지국가로 진입	창조계층에서 향수계층으로	문화복지의 균점화	문화의 집 설치근거 마련(1996) 문화학교 및 문화동호인 모임 활성화

구분	정책기초	정책 목표/방향	정책 과제	주요 정책사업
김대중 정부	창의적 문화복지 국가 건설	창의적 문화복지 국가의 건설	문화복지의 실질적 구현을 통한 삶의 질 향상	문화예술교육 사업시작(1999)
노무현 정부	창의한국, 예술의 힘 미래를 창조합니다	향유자 중심의 예술 활동 강화	예술교육을 통한 문화향유 능력 개발, 생활 속의 예술 참여 활성화	문화예술교육 제도화(2005) 작은도서관 조성사업(2004) 복권기금 문화나눔사업(2004)
이명박 정부	품격있는 문화국가	수요 창출을 위한 예술정책 강화	문화예술교육을 통한 창조적 수요자 양성, 민간부문의 문화예술 수요 확충, 취약계층 등의 문화예술향유 확산	국공립 박물관미술관 무료관람(2008) 예술나무운동(2012)
박근혜 정부	문화융성, 문화가 있는 삶	문화 참여 확대	문화참여 기회 확대 문화격차 해소 문화기본법 생활문화 공간조성	문화가 있는 날 제정(2014) 생활문화동호회 활성화(2014)
문재인 정부	사람이 있는 문화 함께 행복한 문화국가	모두가 함께 누리는 문화	포용하고 나누는 문화 생활문화 기반시설 확대 및 운영 효율화 풍부한 문화 여가활동 프로그램 제공	통합문화이용권사업중심예산 확대 문화비 소득공제(2017년)
윤석열 정부	국민과 함께하는 세계일류 문화매력국가	온 국민이 공정하고 차별없이 문화를 누림	문화의 공정한 접근기회 보장	장애인 지원 계획

출처: 조현성·최보연(2020) 예술향유정책 분석 및 방향 연구, pp.191-209 내용 재구성

## (2) 문화향유를 둘러싼 사회문화적 환경변화

### □ 기술 혁신과 미디어 환경변화로 인한 문화향유 양태 변화

#### ○ 온라인 플랫폼 중심으로 향유 영역 확대

- 기술 혁신과 미디어 환경변화로 인해 개인 삶의 많은 부분이 온라인으로 전환되고 있으며, 이는 특히 팬데믹 상황으로 인해 문화향유 활동이 온라인을 중심으로 더욱 가속화되었음
- 시·공간의 한계를 넘어 온라인 플랫폼을 통해 공연 및 전시 등 콘텐츠 감상이 가능해지는 환경이 조성됨
- 국립극단, 국립극장, 예술의 전당 등 대표적 공공 단체·문화시설들은 코로나19 확산 영향으로 관객이 감소하자, 수익 확대 및 접근성 강화를 위해 공연 영상화 사업을 보다 적극적으로 추진하기 시작하였음
- 더욱이 코로나19 이후 공연콘텐츠의 영상화가 수익모델로 주목받게 되자, 그간 문화

소외계층 문화복지 일환으로 무료로 상영되던 공연콘텐츠들이 OTT, 영화관 등 다양한 플랫폼을 통해 고품질 유료 공연콘텐츠로 유통되었음

- 미술계 역시 코로나 상황을 겪으며 온라인으로 접할 수 있는 가상공간에서의 전시가 활성화되었음

#### ○ 향유자를 넘어 창작자로서의 역할 및 활동 강화

- 디지털 기반의 다양한 툴(tool)이 개발되고 누구나 쉽게 활용할 수 있게 되면서 대중들은 문화를 향유하거나 소비하는 단계를 넘어 누구나 콘텐츠를 기획·제작할 뿐만 아니라 직접 유통할 수 있는 창작자로서의 역할이 가능해짐
- 최근 몇 년 사이 메타버스 가상세계가 부상하면서 메타버스 플랫폼을 중심으로 보다 자유롭게 접근하며 다양한 실험과 시도가 이루어졌고, 경제활동을 통한 수익 창출도 가능해짐
- 블록체인 기술인 NFT 기술의 등장으로 인해 작품을 언제 어디서나 감상 가능하게 하며 누구나 구입할 수 있게 되면서, 디지털 세상에서 생산과 소비, 유통의 경계가 무너짐

#### ○ 일상에서 문화향유 확산 및 소통 가능

- 온라인·비대면 콘텐츠의 부상은 그간 문화예술에 접근하기 어려웠던 대중들의 신규 진입을 용이하게 해주었음
- 코로나19로 인해 그간 상대적으로 활용이 미흡했던 다양한 장르의 전 세계 문화예술 콘텐츠 감상이 일상화되면서 관심이 높아지게 되었음
- 유튜브와 SNS를 통해 무료의 양질 정보 획득이 가능해지면서 그간 접해보지 못한 전 세계의 수많은 양질의 콘텐츠를 접할 수 있게 되었으며, 이와 함께 온라인상의 전 세계 사람들과 의견을 나누고 정보를 교환하는 등 소통이 가능해짐

### □ 취향 및 향유 방식의 개인화

#### ○ 물질주의 가치관이나 개인의 희생보다는 삶의 질 중시

- 집단주의 기반의 일 또는 성과 중심의 사회를 지양하고, 행복 추구하고 워라벨 등 삶과 일의 균형을 추구하는 가치관이 확산되고 있음
- 코로나19로 인해 재택근무 방식이 일상화되면서 출퇴근 시간 단축이 가능해졌고, 그로 인한 여유시간을 취미 활동 등 여가에 집중하고 보다 자신을 위해 투자할 수 있게 되었음

#### ○ 취향 파편화와 세분화

- 취미와 취향이 정체성을 드러내는 수단으로 인식되면서 개인의 취향을 충족시키기

위한 문화 소비가 이루어지고 있으며, 단순히 관람, 감상의 단계를 넘어 직접 참여와 창작을 위한 취향·취미 모임이 하나의 문화로 자리 잡게 되었음

- SNS 등 비대면의 피상적 인간관계와 직장 등 정형화된 공동체에 피로감을 느끼는 젊은 세대에게 나이나 직업 등 사회적 기준 없이 오직 공통의 취미나 취향만을 중심으로 구성되는 느슨한 관계의 살롱문화에 대한 인기가 이러한 변화를 반영해 주고 있음

#### ○ 문화향유 방식의 개인화

- 타인의 시선을 의식하지 않고 홀로 여가시간과 취미를 즐기는 나홀로족의 증가 추세
- 직장 등의 사회 공동체를 벗어나 개인 라이프스타일을 선택하고 자아 추구를 위한 사회관계를 형성하는 것에 관심이 높아지고 있음
- 문화소비를 통해 의미를 부여하고, 주체적이고 선택적으로 타인과 관계 맺기를 하는 성향이 나타남

### □ 인구 구조 변화에 따른 향유 주체의 다양화

#### ○ 문화소비의 주축으로 떠오른 MZ 세대

- 1980년대 초부터 2000년대 초에 출생한 밀레니얼 세대와 1990년대 중반부터 2010년대 초반에 출생한 Z세대를 통칭하는 MZ세대가 새로운 문화 소비세대로 부상
- 디지털 환경에 가장 익숙한 디지털 네이티브 세대로, 스마트폰을 통해 소통하고 소비 및 여가활동까지 디지털 디바이스를 통해 수행함
- 단순 소비나 향유 행위에 만족하지 않고, 관심 있는 대상에 대해 주체적으로 정보를 찾아보고 즐기는 등 경험 과정 자체를 즐기는 성향을 가지며, 이 과정에서 비슷한 관심사나 취향을 가진 사람들과 SNS를 통해 소통하는 등 온라인상에서 적극적으로 관계 맺기를 하고 있음

#### ○ 베이비붐 세대인 신중년층의 부상

- 베이비붐 세대를 대표하는 5060 세대가 새로운 문화소비층으로 성장
- 은퇴와 자녀의 독립으로 능동적으로 삶의 질을 위해 투자하는 소비자층으로 부상하고 있으며, 흥미와 취향에 대한 관심과 의지가 높음
- 기존 시니어처럼 노인복지관이나 경로당에서 시간을 보내는 것과는 달리 컴퓨터, 스마트폰 등 기기에 능숙하여 유튜브 등 온라인 미디어 활용에 익숙하고 직접 제작하기도 함

## □ 문화향유의 사회적 가치 부각

### ○ 장애인 문화향유권 확대

- 장애에 대한 시선을 넓히고 배리어프리를 강화하기 위한 노력이 늘어나고 있음
- 특히 코로나19 확산을 계기로 콘텐츠의 온라인 유통이 활성화되면서, 수어, 자막, 음성해설 등 배리어프리 옵션을 제공함으로써 무장애 공연 영상 제작·유통이 확대됨
- 온라인뿐만 아니라 공공 문화예술시설을 중심으로 공연·전시에 공연 해설 자막, 음성안내 수신기 제공, 수어 해설 영상, 텔레코일<sup>11)</sup> 존 마련 등의 배리어프리가 시도되고 있음

### ○ 지속가능한 문화소비를 위한 인식 확산

- 자신만의 취향, 신념, 가치관 등을 소비행위를 통해 표출하는 미닝 아웃(Meaning out) 현상이 확산하고 있음. 특히 디지털 미디어에 익숙한 MZ 세대를 중심으로 가치 소비와 함께 이를 SNS에 공유하고 타인과 소통하는 트렌드가 형성되고 있음
- 사회 전반에 걸쳐 ESG 개념이 강조되고, 기후변화의 심각성이 대두되면서 친환경적 접근에 대한 인식이 높아지고 있는 추세임
- 페스티벌·이벤트, 공연 등에서 관객들이 지속가능성에 대한 공감대를 형성하고 동참하고 있음. 이들은 페스티벌 현장에서 일회용품 제한 참여, 친환경 체험 활동 및 물품 구매, 대중교통 수단 이용 등 크든 작든 환경적이나 사회적으로 발생하는 이슈에 관심을 가지고 동참하고 있음
- 2022년 국립극단의 연극 <기후비상사태: 리허설>은 기후위기 이슈를 주제로 하였으며, 관객들과 함께 고민하고 공감대를 이끌어내기도 함

---

11) 보청기 또는 인공와우를 사용하는 장애인이 주변 소음에 방해 받지 않고 구리 유도선을 통해 자기장 신호로 변환된 소리를 깔끔하게 들을 수 있는 기술

## 2) 문화와 향유, 그리고 문화향유의 개념 설정

- 2장에서 언급한 바와 같이 ‘문화가 있는 날 기획사업’은 ‘국민의 일상 속 문화향유권 확대를 통한 문화적 삶의 실현’을 정책목표로 설정하고, 이를 진흥하기 위한 차원에서 추진되고 있음
- 이로 인해 ‘문화가 있는 날 기획사업’은 국민 ‘문화향유’ 증진을 위한 대표 정책사업으로 일컬어지나, 정작 국민의 ‘문화향유’관점에서 ‘문화’와 ‘향유’가 세부적으로 어떤 내용적 범주를 포괄하며, 어떠한 궁극적 정책지향의 가치를 담지하는가에 관련된 논의는 구체적으로 제시된 적은 없음
- 이런 배경에서 문화가 있는 날 기획사업의 개선방안을 도출하기에 앞서 ‘문화’와 ‘향유’의 개념에 관한 **성찰적인 논의**가 선결될 필요가 있음

### (1) 문화: 기존 법령 및 문헌에 따른 개념적 정의와 새로운 관점의 필요성

#### □ 문화: 기존 법령 및 문헌에 따른 개념적 정의

- 국내 문화정책 논의에서 ‘문화’의 개념은 『문화기본법』에 근거를 두고 일반적으로 이해됨
  - 이에 따르면 ‘문화’란 ‘문화예술, 생활양식, 공동체적 삶의 방식, 가치체계, 전통 및 신념 등을 포함하는 사회나 사회구성원이 고유한 정신적·물질적·지적·감성적 특성의 총체’로서 개념적으로 제시되고 있음
- 유네스코 역시 유사한 관점에서 ‘문화’의 정의를 제시함
  - 2001년 공표된 ‘유네스코 문화다양성 선언’에 따르면, ‘문화’란 ‘한 사회와 집단의 성격을 나타내는 독특한 정신적, 물질적, 지적, 감성적 특성의 총체’로 정의되며, 문화의 범주로는 예술, 문학, 정체성, 라이프스타일, 삶의 양식, 가치체계, 신념, 전통 및 이와 관련된 실행이 포함됨<sup>12)</sup>

12) UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity(2001)

〈표 6-2〉 『문화기본법』과 『유네스코 문화다양성 선언』에 나타난 ‘문화’의 정의 비교

[문화기본법] (법률 제12134호, 2013.12.30. 제정)	[UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity] (2001.11.02. Paris, France)
제3조(정의) 이 법에서 ‘문화’란 문화예술, 생활양식, 공동체적 삶의 방식, 가치체계, 전통 및 신념 등을 포함하는 사회나 사회구성원의 고유한 정신적·물질적·지적·감성적 특성의 총체를 말한다.	Reaffirming that culture should be regarded as the set of distinctive spiritual, material, intellectual and emotional features of society or a social group, and that it encompasses, in addition to art and literature, lifestyles, ways of living together, value systems, traditions and beliefs,

출처: 국가법령정보센터(<http://law.go.kr>) 『문화기본법』 제3조(정의) 발췌; 유네스코(2001) 유네스코 문화다양성 선언 (<https://en.unesco.org/about-us/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity> 2022.12.08.)

○ 유네스코 다양성 선언에 따른 ‘문화’ 정의는 국내 『문화기본법』에서 제시하고 있는 광의의 문화개념과 유사하나, ‘문화’의 하위범주로서 ‘예술과 문학(art and literature)’의 내용적 범주를 명확히 제시하고 있지는 않음

- 다만, 유네스코에서 제시하는 국가별 문화향유 통계 산출을 위한 세부지표는 유네스코가 문화적 활동을 구체적인 내용 차원에서 어떻게 이해하고 있는지를 파악하는 열쇠가 될 수 있음



출처: UNESCO(2009) Unesco Framework for Cultural Statistics, p.24

〈그림 6-1〉 유네스코 문화통계를 위한 문화적 범주 및 관련 영역

- 하위범주로 제시된 영역은 모두 8가지로 ① 문화유산 및 자연유산, ② 공연 및 축제, ③ 시각예술 및 공예, ④ 도서 및 출판, ⑤ 시청각 및 쌍방향미디어, ⑥ 디자인 및 창조적 서비스, ⑦ 관광, ⑧ 스포츠 및 레크리에이션으로 구성됨

- 이들 중 ①~⑥은 문화적 영역(cultural domains)으로, ⑦ 관광~ ⑧ 스포츠와 레크리에이션의 경우는 관련 영역(related domains)으로 구분
  - ‘문화적 영역(cultural domains)’은 앞서 광의의 문화개념 정의와는 달리 ‘지역적 장르 관점에서의 구분’이 특히 주목되며, ‘관련 영역(related domains)’의 경우 관광이나 스포츠, 레크리에이션 등 여가활동까지 포용하고 있음이 확인됨
  - 유네스코 문화활동 세부지표 제시에 있어 ‘문화적(cultural)’ 과 ‘관련된(related)’ 영역간 명확한 기준은 전술한 ‘문화’ 개념과 연관은 되나 학술적 분류에 의거한 구분으로 보기는 어려움. 전자는 오히려 기존의 예술 장르별 영역에 가까운 것으로, 후자는 이를 넘어선 광범위한 여가활동을 포함하는 것으로 보임
- 반면 국내의 경우, 2013년 국민의 문화향유권을 보장하기 위한 『문화기본법』이 ‘문화’의 개념을 광의적 관점에서 제시한 이후, 문화예술 혹은 예술과 관련된 정책적 정의가 장르별 구분을 초월하여 보다 유연하게 설정될 필요가 있다는 의견이 현장에서 지속적으로 제기된 바 있음
- 이는 문화의 하위범주로서 『문화예술진흥법』에서 제시된 ‘예술(문화예술)’에 대한 정의가 ‘장르’ 중심의 관점에 고착되어있는 반면, 그간 예술계 내에서 새로운 장르 파생 및 급속한 기술 혁신 및 문화적 환경변화에 따른 문화적 생산과 소비 영역이 상호 중첩되고 접합되는 영역으로 변동하고 있기 때문임
- 이런 배경에서 최근 『문화예술진흥법』 개정(2022.09.27.)을 통해 ‘문화예술’ 정의가 아래와 같이 새롭게 제시되었음
- 이러한 변화는 환경변화에 발맞추어 문화예술에 대한 정책적 이해를 장르적 구분에 한정하지 않고 “인간의 ‘창의적 표현활동과 그 결과물’”이라는 관점을 포용하여 접근할 필요성이 있음을 방증한 것으로 볼 수 있음

**[문화예술진흥법]**  
**(법률 제18547호, 2022.12.08. 시행)**

**제3조(정의)** ①이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. <최근 개정 2022.09.27.>

1. ‘문화예술’이란 문학, 미술(응용미술을 포함한다), 음악, 무용, 연극, 영화, 연예(演藝), 국악, 사진, 어문(語文), 출판, 만화, 게임, 애니메이션 및 뮤지컬 등 지적, 정신적, 심미적 감상과 의미의 소통을 목적으로 개인이나 집단이 자신 또는 타인의 인상(印象), 건문, 경험 등을 바탕으로 수행한 창의적 표현활동과 그 결과물을 말한다.

출처: 국가법령정보센터(<http://law.go.kr>) 『문화예술진흥법』 제2조(정의) 참조, 재구성

- 『문화기본법』과 『문화예술진흥법』에서 제시된 ‘문화’와 ‘문화예술’의 개념을 종합하자면, ‘문화’는 문화예술(인간의 지적, 정신적, 심미적 감상과 의미의 소통에 기반을 둔 ‘창의적 표현활동과 그 결과물’)을 포용하되, 가치체계, 신념과 같은 인간의 사유 및 의식 영역과 생활양식이나 공동체적 삶의 양식까지를 폭넓게 포용한 개념이라 할 수 있음

- 그럼에도 불구하고 현재 정부 차원에서 진행되는 ‘문화향유’ 관련 지원사업들의 경우 이러한 정책적 관점의 변화가 충분히 반영되어 있다고 보기는 어려운 상황임
- 가령 향유 지원의 대표사업으로 불리는 ‘문화가 있는 날(ex. 할인 및 무료관람 혜택 제공 사업)’의 경우만 보더라도 장르 기반의 개별적 관람을 진흥하는 것에 방점을 두고 있음
- 일부 향유 지원사업의 경우, 단순한 관람을 넘어 개인의 적극적 주체성 발현을 통한 창작활동 등으로 확장될 수 있음을 포착하여 ‘생활문화동호회 활성화’, ‘생활문화공동체 활성화’ 등의 사업도 진행되고 있음
- 그러나 정책적 차원에서 ‘문화향유’의 의미는 여전히 일반 국민의 특정 장르의 공연이나 영화, 혹은 전시 관람 기회 확대 등을 암묵적으로 지칭하는 의미로 통용되고 있음을 부인하기는 어려운 상황임
- 이러한 경향은 『문화기본법』 등에서 제시하는 광의적 관점에서의 ‘문화’를 적극 포용하기보다는, 소극적 관점에서 문화예술 분야 중 장르적 관점에 천착하고 있음을 의미한다고 볼 수 있음

□ ‘문화’를 이해하는 새로운 관점: 지역혁신체계의 관점에서 바라본 문화의 세 층위

- 따라서 ‘문화가 있는 날’ 사업을 포함하여 국가와 지방자치단체의 ‘문화향유’ 사업에 대한 새로운 관점이 필요한바, 이는 ‘문화’에 대한 새로운 관점을 모색하는 것에서부터 출발할 필요가 있음
  - 특정 장르의 관람을 ‘문화향유’와 등치하는 것은 문화를 좁은 의미로 ‘예술’과, 넓은 의미로 ‘삶의 방식’과 등치시키는 기술적(descriptive) 정의를 고려해도 지나치게 단순한 접근임
  - 하물며 문화를 ‘살되 더 사람답게 살려고 하는 인간적 가치지향이 표현되는 총체’<sup>13)</sup>로서 평가적(evaluative)으로 정의를 내린다면, 이것은 지나치게 편협한 접근이라고도 할 수 있을 것임
- 이러한 관점에서 문화에 대한 기술적 정의와 평가적 정의를 결합하자면, 문화를 ‘살되 좀 더 인간답게 살기 위해, 인간 공동체가 만들어낸 비발생적 행위의 총체’라고 정의할 수 있을 것임
  - 이는 인간 공동체가 만들어온 삶의 양식(style)이라는 광의의 정의와 인간의 지적, 정신적, 심미적 성취의 최고봉(sector)이라는 협의의 정의를 동시에 담아내면서, ‘조폭문화’나 ‘왕따문화’와 같은 ‘반(反)문화적 문화’를 경계할 수 있는 기준을 제공해줄 수 있음<sup>14)</sup>

13) 김문환 (1993) 문화정책과 문화행정, 『월간 우리 문화』 (1993.6)

- 이러한 관점이 어떻게 문화정책에 적용될 수 있을지에 대한 물음에 중요한 단초를 제공하는 것이 바로 『문화기본법』임
- 『문화기본법』은 국민 문화향유권 보장을 위한 기본이념으로서 ‘개인이 문화표현과 활동에서 차별받지 아니하고, 문화의 다양성, 자율성과 창조성의 원리가 조화롭게 실현 되도록 하는 것’이 중요함을 강조하고 있음<sup>15)</sup>
  - 문화의 작동원리로서 자율성, 다양성, 창조성을 핵심가치로 설정하고 있는바, 이 세 가지 가치가 바로 ‘인간 공동체의 비발생적 행위의 총체’를 ‘살되 좀 더 인간답게 살기 위한’ 노력으로 정향하는 것들이라고 해석할 수 있음
- 이를 바탕으로 문화의 층위를 다음과 같이 ‘표현문화’, ‘관계문화’, ‘의식문화’로 구분하여 생각해볼 수 있음<sup>16)</sup>

**<표 6-3> 문화의 3층위(안)\_표현문화, 관계문화, 의식문화**

구분	표현문화	관계문화	의식문화
핵심 가치	창의성	다양성	자율성
주요 활동	고착화된 관습에 매이지 않고, 창의성을 바탕으로 수월성을 갖춘 예술작품이나 문화상품을 생산	폐쇄적이고 수직적인 공동체성이 아닌, 문화 다원주의에 입각한 차이에 대한 존중과 배려 확산	도구적 이성이 아닌 반성적 이성을 바탕으로, 전인적인 개성과 참여 추구
정책 유형	예술정책, 전통문화정책, 문화산업정책	문화다원주의정책, 포용적 성장 정책	인문정신정책, 문화(예술)교육정책

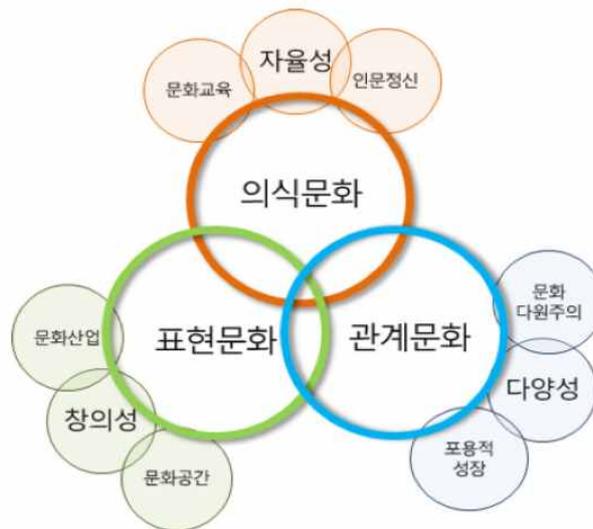
- (표현문화) ‘표현문화’는 예술, 전통문화, 문화산업 등을 통해서 잘 드러남. 이러한 문화 양태는 전 세계 문화부에서 가장 대표적으로 진흥되는 분야로서 창의성을 바탕으로 수월성을 갖춘 문화상품을 생산하고, 이를 매개로 지역의 공간과 산업을 혁신함으로써 지역 혁신을 대내외적으로 분명하게 보여줄 수 있는 힘을 지니고 있음
- (관계문화) 이러한 창조성은 언제나 다양성을 토양으로 해서 자라날 수밖에 없다는 데에서 ‘관계문화’의 중요성이 강조될 수 있음

14) 문화는 분명히 하나의 영역(Sector)으로서 갖는 역할과 함께 삶의 방식(Style)으로서 갖는 역할도 지니고 있음. 전자의 경우, 문화는 그 자체로 가치를 갖거나 지역경제 활성화에 기여하거나(ex. 문화산업, 문화관광), 여타 분야의 활성화를 견인하는(예: 한류) 역할을 함. 후자의 경우, 해당 지역 및 공동체의 창조성 제고(창조 자본), 신뢰성 제고(사회 자본), 기업가정신 고취(개방적이고 도전적인 문화), 협업(Co-Creation) 확산 등을 위한 기반 또는 환경을 제공하는 역할을 함. 중앙정부 차원에서 문화부는 주로 전자에 관심을 가져왔고, 타부처는 주로 후자의 용법에 관심을 가져왔음(예: 농촌문화, 기업문화, 과학기술문화 등)

15) 『문화기본법』 제2조(기본이념), 국가법령정보센터 (<https://www.law.go.kr> 참조)

16) 정중은, 강이수, 홍성태, 한설아 (2018) 『지역혁신 생태계 조성을 위한 지역문화정책 연구』, 국가균형발전위원회

- 지역의 보수성, 지역 토호세력의 폐쇄성 등의 표현에서 종종 제기되는 문화적 퇴행성은 바로 이러한 관계문화의 충위를 일컫는 것임. 지역혁신체계의 공진화(co-evolution)를 위해서는 폐쇄적이고 수직적인 관계문화를 넘어서, 문화 다원주의에 입각한 차이에 대한 존중, 양적 성장에 매몰되는 것이 아닌 함께 하는 성장, 포용적 성장에 대한 인식 공감의 필수적임
- (의식문화) 마지막으로 차이와 다양성에 대한 존중과 개방적인 태도는 ‘자율성’을 토대로 삼는 의식문화의 건강한 성장을 통해서 훈련되고 익혀지는 것임
- 결국 ‘의식문화’의 성장이 없이는 관계문화와 표현문화의 지속가능한 성장과 성숙도 어렵다고 할 수 있음. 문화예술교육 정책이나 인문정신문화 정책은 이와 같은 반성적 관점에서 전인적인 성찰과 참여를 자극하고 제고하려는 목적을 가짐. 표현문화와 관계문화보다 그 성과가 덜 가시적일 수 있지만, 의식문화가 문화정책 현장에서 갖는 의의와 역할은 절대 덜하지 않다고 할 수 있음



출처: 정종은·한설아(2019) 지역혁신체계에서 문화의 역할: 유후인과 유바리의 사례를 중심으로, 지역과문화, 제6권 제4호, p.67 [그림 5] 발췌

〈그림 6-2〉 『문화기본법』의 핵심가치에 따른 문화의 3층위 연계

- 따라서 장르적 구분을 넘어서서 국민의 문화기본권이 담지하고 있는 3가지 핵심가치를 고려하여 3가지 층위에서 바라보는 ‘문화에 대한 새로운 이해’ 혹은 ‘새로운 문화정책 관점’을 결합함으로써 국민의 문화권에 내재된 입체적이고도 중층적인 가치를 포섭할 수 있을 것으로 사료됨
- 이러한 관점은 지역문화진흥원에서 수행하는 ‘문화가 있는 날 기획사업’에 반영된 다양한 문화향유활동의 양태와 가치를 포용하는 데에도 유용할 것으로 판단됨

(2) 향유: 개념적 정의<sup>17)</sup>

- 문화정책 논의에서 ‘향유(享有)’ 개념은 오래도록 ‘향수(享受)’와 혼용되어 사용되어왔으나 향수와 향유는 사전적 정의상 미세하지만 중요한 차이점이 존재함
- 표준국어대사전 정의에 따르면 ‘향수(享受)’는 ‘어떤 혜택을 받아 누림’, ‘예술적인 아름다움이나 감동 따위를 음미하고 즐김’으로 제시됨. 반면, ‘향유(享有)’는 ‘누리어 가짐’이란 의미로 ‘생활 속에서 마음껏 즐기거나, 맛보다’라는 의미이며 ‘가짐’이란 뜻에는 소유의 개념이 내재되어 있음
  - 즉, 향유(享有)는 ‘자유를 향유할 권리’처럼, ‘적극적 주체로서의 개인의 권리’라는 의미가 함축되어있는 것임

〈표 6-4〉 용어의 구분: 향수(享受)와 향유(享有)

구분	의미	공통점	차이점
향수 (향수)	① 어떤 혜택을 받아 누림 ② 예술적인 아름다움이나 감동 따위를 음미하고 즐김 (예문) • 복지혜택을 향수하다, 미술작품을 향수하다	누리다 즐기다	‘수동적’ 의미 내재
향유 (향유)	예문 • 자유를 향유할 권리, 문화생활을 향유하다. • 대중들이 예술을 향유할 수 있는 기회를 많이 제공한다		‘적극적·소유적’ 의미 내재

자료: 조현성·최보연(2020) 예술향유정책 분석 및 방향 연구, p.12 〈표1-1〉 발췌

- 최근 문화정책 논의 전반에서 개인의 적극적 권리를 강조하고(문화권 등), 생활문화 등 개인의 문화적 활동에 있어서의 주체성과 권리보장을 적극적으로 독려하는 추세임
- 상기 정책 흐름의 변화는 2000년대 초반부터 문화적 생산에서의 주체가 특정한 그룹이나 집단에 귀속되는 것이 아닌, 일반 국민들의 보편적 권리 영역임을 강조해온 ‘문화민주주의’ 정책 철학의 지속적 확산을 방증할 뿐 아니라, 환경적 차원에서의 변화 역시 반영된 것이라 할 수 있음
- 실제로 그간 정책 영역에서 ‘생활문화’로 대변되듯, 문화생산자로서의 개인의 보편적 권리를 옹호하고 지원하는 사업들이 확산되어 왔음
- 더불어 지역문화진흥원이 핵심적으로 추진하는 ‘문화도시’ 사업 역시도 ‘도시적 삶의 문화적 변화’를 위한 시민들의 적극적 개입 및 시민거버넌스에 의거한 사업추진을 강조해왔음
- 해당 정책사업에서 강조하는 지역과 도시의 ‘문화적 변화’ 역시 장르적 관점을 넘어서서 도시에서 살아가는 시민들의 삶의 방식이나 공동체적 생활양식이라는 관점에서의

17) 조현성·최보연(2020) 예술향유정책 분석 및 방향 연구, 한국문화관광연구원, p.11 ~ p.15 내용을 바탕으로 ‘문화향유’ 논의에 집중하여 재구성함

‘문화’의 의미를 적극 포용한 것으로 해석할 수 있음

- 이러한 정책적 맥락을 종합적으로 고려한다면 정부의 ‘문화향유’ 지원 정책에 있어서 문화의 의미가 보다 거시적 관점에서 접근될 필요가 있다고 하겠음

#### □ ‘문화향유’의 개념 설정\_조작적 정의

- 이런 맥락에서 앞서 살펴본 문화 및 향유의 개념을 종합하여 ‘문화향유’의 의미를 새롭게 구성할 필요가 있음
- 이를 위해서는『문화기본법』상 제시된 광의의 문화개념을 준용하되, 기본이념에 투영된 핵심가치 반영한 ‘표현문화’-‘관계문화’-‘의식문화’ 등 3가지 층위에서 바라본 문화관점을 동시에 고려할 필요가 있음
  - ‘문화향유’에서의 ‘문화’가 ‘문화예술, 생활양식, 공동체적 삶의 방식, 가치체계, 전통 및 신념을 포함하는 사회나 사회구성원의 고유한 정신적·물질적·지적·감성적 특성의 총체’를 의미한다면, 기능적 차원에서 ‘표현문화’, ‘관계문화’, ‘의식문화’까지를 포괄함
  - 이에 따라 ‘문화향유’는 문화예술 내 다양한 장르 영역에서 발현될 수 있는 창의적 표현활동(즉, ‘표현문화’) 외에도 스포츠, 관광, 종교, 젠더 같은 개인의 다양한 가치관 및 삶의 양식과 연관된 분야에서 개인과 개인 간 혹은 개인과 사회가 서로 관계를 맺고(‘관계문화’), 그 과정에서 개인이나 집단이 경험할 수 있는 성찰적 의식 변화(‘의식문화’)를 포용하는 활동까지 폭넓게 포용할 수 있음
  - 반면 ‘예술향유’는 다양한 장르 기반의 창의적 활동이나 결과물 등을 포섭하되 ‘표현문화’적 측면에 상대적인 무게를 두는 적극적 활동을 의미한다고 볼 수 있음
- 상기 ‘문화향유’ 개념은 향후 국민의 문화향유권 확대를 위한 정부 정책 차원에서의 정책의 가치지향 설정 및 사업의 실질적 효과 제고 관점에서 다음과 같은 주요한 기여를 할 수 있음

〈표 6-5〉 용어의 구분: 문화향유 vs 예술향유(안)

구분	법적 근거	세부개념	정의	공통
문화 (文化)	『문화기본법』 제2조 기본이념 제3조 정의	표현문화 관계문화 의식문화	문화향유 : 문화예술 분야(장르별 표현문화)를 포함하되, 스포츠, 관광, 종교 및 개인 및 공동체의 정체성과 삶의 양식을 포괄한 영역에서의 광의의 문화활동	개인의 적극적 권리, 주체성 등의 개념 내재
예술 (藝術)	『문화예술진흥법』 제2조 정의	표현문화	예술향유 :(문화)예술 분야 영역에서의 개인, 혹은 집단의 창의적 표현활동 및 결과물(표현문화)	

출처: 조현성·최보연(2020) 예술향유정책 분석 및 방향 연구, p.12 〈표1-1〉, p320 〈표 6-2〉0 문화향유와 예술향유 개념의 정의(안)을 참조

\*상기 용어의 정의 제시(안)은 조현성·최보연(2020)이 제시한 논의와 정종은(2019)의 문화의 3가지 층위 논의를 결합하여 본 연구의 논의에 맞게 재구성하여 제시한 것임

### 3) 문화향유 유형 및 문화가 있는 날 기획사업 ‘향유’ 지원 기본방향

- 문화가 있는 날 기획사업의 향유유형은 ①유네스코가 제시한 세부지표에 따른 분류뿐 아니라 ②문화의 3가지 층위를 결합한 새로운 관점에서의 문화향유 유형으로 나누어 살펴볼 수 있음

#### (1) 유네스코 문화활동 세부지표 기반의 문화향유 유형

- 유네스코 문화활동 세부지표를 기준으로 현재 ‘문화가 있는 날(할인 혜택 및 기획사업 포함)’ 사업이 적용되는 영역을 유형별로 배치하면 아래와 같음

**〈표 6-6〉 유네스코 문화활동 세부지표 기반 문화가 있는 날 기획사업 유형 분류(안)**

구분				혜 택	청 마	실 마	지 콘	생 문	지 특	시 설	
문화영역 (Cultural Domains)	문화 유산	문화 유적지	고고학적 유적지, 박물관, 도서관, 전시 등	○					○	○	
		전통적 문화표현	축제, 제의, 음식	○			○		○	○	
	예술	공연예술	라이브음악, 연극, 무용, 오페라, 서커스, 인형극, 마술 등	○	○	○	○	○	○	○	
		시각예술	회화, 조각, 사진, 고미술품, 공예	○			○	○	○	○	
	미디 어	출판 및 인쇄미디어	도서, 신문, 기타 출판물								○
		시청각 미디어	영화, TV, 라디오, 기타 방송	○	○	○					
		뉴미디어	소프트웨어, 비디오게임, 디지털화된 창조적 콘텐츠	○			○	○	○		
	기능 적 창조	디자인	패션·그래픽·인테리어 ·조경디자인								
		창조적 서비스	건축, 광고 관련 창조적 서비스								
	관련 영역 (Related Domains)	관광	전세여행 및 관광서비스, 환대와 숙박	○						○	
스포츠 ·레크리에 이션		스포츠, 체력과 웰빙, 놀이공원 및 테마파크, 캠핑	○								

\* 청마(청춘마이크), 실마(실버마이크), 지콘(지역문화 콘텐츠 특성화), 생문(생활 속 문화활동 지원), 지특(지역특화 프로그램), 시설(참여 문화기반시설)을 말하며 위 표에서는 편의상 명칭을 축약하여 표기하였음

## (2) 문화의 3층위(표현문화-관계문화-의식문화) 연계 문화향유 유형(안)

- 능동적·복합적 프로세스로서 문화향유 성격이 부각되고, 문화향유를 둘러싼 새로운 환경변화를 고려할 때, 문화향유 유형은 아래 표와 같이 구분할 수 있음<sup>18)</sup>
  - 이러한 접근은 문화가 있는 날 기획사업이 포섭하는 장르별 분포 파악은 어려우나, 일반 국민 향유자 관점에서 그들의 다양한 향유 활동 유형과 목적, 양태의 입체성을 파악하는 데 유용함
  - 다만 아래 제시된 유형 분류 및 정의는 본 연구의 대상과 범위를 전제로 조작적 관점에서 설정된 것으로, 현재 지역문화진흥원 등 중앙정부 차원에서 수행하는 향유 지원 성격이 정책사업을 고려하여 제시된 것임을 사전에 유의할 필요가 있음
- 관람형
  - 전통적 관람형과 참여적 관람형으로 구분될 수 있음
  - 전통적 관람형: 표현문화로 발현된 창조적 생산활동 및 결과물(작품)을 보거나 듣는 유형을 의미함. 가장 일반적이고 보편적 향유형태임
  - 참여적 관람형: 결과적으로 표현문화로 발현되나 창조적 생산활동 과정에서 향유자의 주체적 참여가 가능한 향유유형. 단순 인터랙티브 요소를 결합한 전시, 공연, 축제부터 향유자의 적극적 참여나 개입 자체를 목적으로 삼는 유형까지 포용될 수 있음. 향유자의 주체적 개입 정도가 클수록 문화적 생산의 결과물이 완성되는 정도가 커지는 경향이 나타남 (ex. 이머시브 공연 등)
- 매개된 경험형 (교육, 워크숍, 체험형 행사 등)
  - 문화적 생산과정에서 향유자의 매개적 경험을 중요하게 전제하여 고안된 프로그램 유형을 의미
  - 표현문화(장르)에 관한 교육이나 관련 연계 행사, 혹은 관련 워크숍 등도 포함될 수 있음
  - 주로 표현문화영역에서의 향유자의 관심도 개발이나 심화, 혹은 지식 제고를 위해 조직된 활동의 성격을 띠나, 그 과정에서 관계문화 혹은 의식문화 관점에서의 향유자의 변화 역시 모색할 수 있음
  - 여기서 '매개'를 주요하게 설정하는 주체는 해당 프로그램의 문화기획자 혹은 예술가 등으로 이들은 향유자가 프로그램 내에서 보다 적극적인 경험을 할 수 있도록 유도하는 방식으로 접근하는 경향을 가짐

18) 아래 제시된 '문화향유' 유형은 조현성·최보연(2020)의 연구에서 논의된 '예술향유' 유형을 참조하되, 본 연구에서 제시한 '문화향유' 개념을 반영하여 수정·제시함

○ 창작/생산형

- 문화적 생산과정에서 향유자의 주체적인 '생산자'로서의 역할을 강조하거나 전제하는 프로그램 활동 유형을 의미
- 생활예술 관점에서의 동호회 활동이나, 소모임 기반 아마추어 공동창작 활동, 1인 크리에이터 활동 등이 폭넓게 포용될 수 있음
- 표현문화 결과물에서 생산적 주체로 활동하는 것이 특징적이며, 또 다른 향유자(관람자)와 자신의 문화적 생산결과물을 보여주거나 공유하는 방식으로 접근하는 활동 양태를 의미함

○ 생활문화 (결합)형

- 개인의 일상적 삶과 문화적 생산활동의 결합도가 높게 나타나는 향유 활동 유형을 의미함
- 창작/생산형과의 차별성은 표현문화 차원에서의 문화적 생산활동도 중요하나, 이러한 문화적 활동 과정에 있어 개인, 사회적 관점에서의 정체성 이슈나 공동체 삶의 방식, 사회적 이슈 등을 적극 결합한 형태로 나타나는 유형을 의미함
- 지역문화진흥원 사업 중 생활문화공동체 활성화 사업과 유사한 형태로 볼 수 있음
- 활동목적에서 개인적 차원을 넘어 사회적 가치 지향추구가 특징적으로 나타날 수 있는 유형을 의미

○ 자원봉사/기부형

- 자신이 해당 문화 활동 생산의 직접적 주체는 아닐 수 있으나, 문화예술작품의 창작 및 보존, 유통(소비)과정이나, 문화 활동의 지속성을 지지하고 지원하기 위한 활동을 수행하는 경우를 의미함
- 해당 유형은 문화 관련 행사나 예술 활동을 위해 금전적인 기부를 하거나, 문화적 활동에 대한 공감대 혹은 지원의 표현방식으로 개인 자신의 시간과 재원을 투입하여 축제, 공연, 전시, 체험행사 등 문화행사에서 자원봉사를 하거나, 기부를 하는 향유유형을 포함함<sup>19)</sup>
- 가령 박물관·미술관·전시실에서의 지킴이 봉사활동, 축제·행사 등에서의 행사 지원을 위한 봉사활동, 혹은 지지하는 문화활동이나 예술가·예술기관 등을 대상으로 금전적 기부를 하는 행위가 해당될 수 있음
- 활동의 목적은 개인적일 수 있으나, 사회적 가치 지향 추구도 나타날 수 있음

19) 금전적 보상 등이 전제되는 노동활동이 아닌, 대가 없이 행해지는 '봉사' 개념이 활동을 의미함

〈표 6-7〉 문화향유 유형 분류(안)

구분	관람형		매개된 경험형 (체험형 행사, 교육, 워크숍 등)	창작/생산형 (개인+공동)	생활문화 결합형	자원봉사·기부형
	전통적 관람형	참여적 관람형				
조작적 정의(안)	표현문화로 발현된 창조적 생산활동 및 결과물(작품)을 보거나 듣는 유형	결과적으로는 표현문화로 발현되나 창조적 생산활동 과정에서 향유자의 주체적 참여가 가능한 향유 유형	문화적 생산과정에서 향유자의 매개적 경험을 중요하게 전제하는 유형	문화적 생산과정에서 향유자의 주체적인 생산자로서의 역할을 강조하거나 전제하는 유형	개인의 일상적 삶과 문화적 생산활동의 결합도가 높게 나타나는 향유활동 유형	문화적 생산, 소비, 유통 과정에서 자신의 개인적 자원(시간, 금전 등)을 부여하여 문화활동의 지속성이나 자원을 지지하는 향유유형
문화유형 포용도(안)	표현문화	표현문화 (관계문화)	표현문화 (관계문화) (의식문화)	표현문화 관계문화 (의식문화)	표현문화 관계문화 의식문화	(표현문화) 관계문화 의식문화
특성 (향유자 관점)	<ul style="list-style-type: none"> <li>가장 일반적 향유형태</li> <li>공연, 전시, 영화, 축제 등에서의 관람행위</li> <li>대개의 경우 문화적 생산 결과물 형성 과정에서 향유자의 주체적 개입 정도는 상대적으로 약한 편임</li> <li>향유활동의 목적은 대개 개인적이나 일부 사회적 가치 지향성을 추구할 수도 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>이머시브공연이나 인터랙티브 전시/축제에서의 적극적 주체로서의 활동이 개입되는 향유유형</li> <li>프로그램 기획은 전문예술가나 기획자에 의해 접근되나, 실연과정에서 향유자의 주체적 개입 정도가 클수록 참여적 성격이 강화되고, 문화적 생산/결과물이 완성되는 특성 나타남</li> <li>향유활동의 목적은 개인적일 수 있으나, 일부 사회적 가치지향 추구도 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>표현문화에 관한 교육이나 연계행사, 혹은 워크숍 등의 활동</li> <li>주로 표현문화 영역에서 향유자의 관심도 개발 및 심화, 혹은 지식 제고를 위해 조직된 활동 등을 포괄</li> <li>관계문화나 의식문화 영역에서의 향유자의 관심도 개발, 제고를 위한 활동도 포함 가능</li> <li>활동목적은 개인적-사회적 다양할 수 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>향유자가 문화적 생산활동에 적극적 주체로 전제되는 활동 유형</li> <li>예술동호회 혹은 소모임 기반 공동활동이나 개인적 활동도 포괄</li> <li>표현문화 결과물에서 생산적 주체로 활동하는 것이 특징적임</li> <li>활동목적은 개인적일 수 있으나, 일부 사회적 가치 지향 추구도 가능</li> <li>개인의 일상적 삶과 문화적 생산활동의 결합도가 높을 수 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>향유자가 자신의 생활양식, 삶의 방식과 관련된 관심도를 가지고 이를 문화적 생산활동에 결합시키는 방식의 활동 유형</li> <li>예술장르 중심의 표현문화 영역에만 한정된 것을 넘어서서 개인/사회적 정체성이나 삶의 방식 등이 적극 결합된 유형일 수 있음</li> <li>활동목적은 개인적일 수 있으며, 사회적 가치 지향 추구도 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화활동 생산의 직접적 주체는 아닐 수 있으나, 문화예술활동의 창작 및 보존, 유통(소비)과정 및 활동의 지속성을 지지·지원하기 위한 활동 유형을 의미</li> <li>문화관련 행사나 예술활동을 위한 금전적·인기·문화적 활동 관련 공감대 혹은 자원의 표현방식으로 개인의 시간과 재원을 투입하는 경우에 해당</li> <li>활동목적은 개인적일 수 있으나, 사회적 가치지향 추구도 가능함</li> </ul>
문화적 생산(결과물 생성)에서의 향유자 주체적 개입 정도	약 ~ 중 ○○○	약 ~ 중 ○○○	약 ~ 강 ○○●	강 ●	중 ~ 강 ○○●	중 ~ 강 ○○●
사회적 가치 지향성 (활동목적)	약 ~ 중 ○○○	약 ~ 중 ○○○	약 ~ 강 ○○●	약 ~ 강 ○○●	약 ~ 강 ○○●	약 ~ 강 ○○●
문화가 있는 날 기획사업 외(외) 타 정책사업 예시	문화가 있는 날 혜택 사업 신나는 예술여행 통합문화이용권	-	문화예술교육_일반	생활문화동호회 활성화 생활문화센터 운영 (문화예술교육_꿈오)	생활문화공동체 활성화	ARKO 예술나무 기부활동 예술기관, 축제 등에서의 자원봉사 등
(비교) 국민문화향유실태조사 현황* (2019년 기준)	81.8% (문화예술행사 관람률) ※순수예술 한정, 37.1%	-	9.1% (학교 교육 이외 문화예술교육 경험률)	7.7% (동호회 참여 경험률)	-	9.0% (문화자원봉사 경험률)

\* 『2021 국민문화예술활동조사』(문화체육관광부 2022)의 경우, 최근 2년간 코로나19 영향으로 관람률, 활동률이 급속하게 감소했음이 나타나므로, 코로나19 발생 이전인 2019년 기준 관람률 및 참여율을 기재하였음

○ 상기 유형(안)에 따라 ‘문화가 있는 날 기획사업’을 분류하면 다음과 같음

- 아래 유형의 표기는 행사를 관람/참여하는 시민 관점에서 접근한 것임

〈표 6-8〉 문화가 있는 날 기획사업 문화향유 유형(안) 분석 적용

구분	관람형		매개된 경험형 (체험형 행사, 교육, 워크숍 등)	창작/생산형	생활문화형	자원봉사 ·기부형
	전통적 관람형	참여적 관람형				
	표현문화로 발현된 창조적 생산활동 및 결과물(작품)을 보거나 듣는 유형	결과적으로는 표현문화로 발현되나 창조적 생산활동 과정에서 향유자의 주체적 참여가 가능한 향유 유형	문화적 생산과정에서 향유자의 매개적 경험을 중요하게 전제하는 유형	문화적 생산과정에서 향유자의 주체적인 생산자로서의 역할을 강조하거나 전제하는 유형	개인의 일상적 삶과 문화적 생산활동의 결합도가 높게 나타나는 향유활동 유형	문화예술활동 의 창작 및 보존, 유통(소비)과 정 및 활동의 지속성을 지지·지원하기 위한 활동 유형
청춘 마이크	○					
실버 마이크	○					
지역문화 콘텐츠 특성화		○	○	○		
생활 속 문화활동 지원	○		○			
지역특화 프로그램			○			
참여 문화기반 시설	○		○		○	

### (3) 문화가 있는 날 기획사업 ‘향유’ 지원 기본방향

○ 문화향유에서의 ‘문화’ 개념에 대한 입체적·포용적 접근

- 예술향유와 차별화되는 ‘문화향유’ 진작을 위한 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 임을 감안 할 때 단순히 지엽적이거나 좁은 의미로서의 ‘문화(예술)’에만 한정할 것이 아니라 보다 중층적인 관점에서의 ‘문화’ 개념을 정책적으로 이해하고 반영하는 것이 필요

- 문화의 3층위 관점에서 논의한 바와 같이 결국 표현문화에 대한 발현은 다양성을 기반으로 한 관계문화의 형성, 그리고 이를 촉발할 수 있는 개인 차원에서의 ‘의식문화’의 변화가 그 기반으로 작동할 수 밖에 없음
- 이를 고려할 때 ‘문화가 있는 날 기획사업’에서 추구하는 ‘문화향유’의 진작이 단순히 이미 기존에 생성된 ‘표현문화’에 대한 수동적 접근성 외에도 보다 ‘적극적’ 관점에서 시민 주체들이 스스로 형성해 낸 문화적 생산에 대한 기회 제공 측면까지 거시적 관점에서 포용할 필요가 있음
- 현재 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 중 이러한 지향을 반영하는 대표적인 사업은 ‘지역문화 콘텐츠 특성화’ 사업이라고 할 수 있음
- 플뿌리 관점에서 지역 시민이 해당 지역의 ‘문화’에 대한 해석을 그들만의 관점에서 수행하고 이를 기반으로 단순히 지역의 역사문화적 콘텐츠자원을 넘어서서, 지역을 구성하는 공동체의 삶의 양식이나 라이프스타일, 가치까지를 포괄하는 방식으로 접근하고 있음이 확인되기 때문임
- 따라서 ‘문화가 있는 날 기획사업’이 추구하는 국민 문화향유권 진흥이 단순히 수동적 관람을 넘어선 적극적 문화생산의 주체로서의 역량 발굴 및 발현을 포용하는 방식으로 ‘문화’에 대한 개념이 폭넓게 정의되고 적용될 필요가 있음

○ 공급자 입장에서의 ‘시혜적’ 관점이 아닌, 향유(당사)자 관점에서의 적극적, 주체적, 즐거운 권리로서 인식되는 ‘향유권’ 관점 적용

- 앞서 언급한 바와 같이 문화향유 지원을 위한 정부 지원 정책은 충분히 문화적 생활을 누리지 못하는 이들에 대한 기회 제공이라는 공급자 중심의 ‘시혜적’ 뉘앙스가 배태된 관점에서 접근되어왔음
- 문화소비를 넘어서서 문화생산의 주체로서 향유자의 보편적 권리를 인정하고 이를 진작하기 위한 정책적 노력을 지난 20여 년간 경주해왔음에도, 여전히 정책사업에서는 이러한 모순된 시각이 상존하고 있음을 부인하기 어려움
- 향유자가 문화활동을 통해 스스로 행복감을 느낄 수 있고 즐거운 활동으로 인식할 수 있으려면 무엇보다 그들이 원하는 니즈에 대한 파악, 이를 공략하는 접근이 필수적일 수 밖에 없을 것임
- 가장 중요한 지점은 자신의 ‘선택’이 존중되는 경험을 하는 향유자 당사자의 의견 존중일 것임. 단순히 중앙 혹은 공급자 차원에서 (나름대로 해석한 바대로) 이러한 혜택이나 지원을 제공한다는 일방적인 접근보다는, 향유자 관점에서 급속하고도 세밀하게 변화하는 니즈를 파악하고 이를 공략함으로써 그들이 실질적으로 자신들의 선택이 존중되는 경험을 통해서 문화향유가 ‘즐겁고 행복한’ 활동이라는 인식이 확산될

수 있어야 할 것임

○ ‘관람’을 넘어선 **다양한 향유 양태 고려 및 포용**

- 문화향유를 둘러싼 환경변화에서 살펴본 것처럼, 최근 문화를 누리고 즐기고 가지는 방식(향유)은 다양한 층위에서 복합적이고도 중층적으로 나타나고 있음
- 개인의 취향과 선택이 중요한 것뿐 아니라, 향유를 하는 방식이나 경로 등도 다각화되고 있음
- 이는 곧 단순한 수동적 ‘관람의 빈도’ 만으로 일반 국민들의 문화향유의 수준을 판단할 수 없음을 의미할 뿐 아니라, ‘향유의 입체적 밀도감’이 개인의 선택과 취향에 따라서 다양하고 중층적으로 나타날 수 밖에 없음을 뜻함
- 문화가 있는 날 기획사업은 국민의 문화향유 수준을 파악하기 위한 통계적 척도 차원에서 제공되는 사업이 아님. 오히려 국민의 문화향유의 반경뿐 아니라 향유의 목적/동기가 얼마나 다양하고 세분화되어 있는지를 현장에서 파악할 수 있는 질적 차원의 정책 루트로서 작동할 수 있음
- 문화가 있는 날 사업 중 혜택 관련 지원 트랙이 ‘전통적 관람형’에 대한 물리적 접근성 차원에서의 걸림돌 해소에 큰 방점을 두고 있는 것이라면, 기획사업 트랙은 오히려 다양한 향유자의 니즈와 복합적 양태를 포괄할 수 있는 방향으로 접근하는 것도 주요한 정책적 전략일 수 있음
- 이미 현재 문화가 있는 날 기획사업은 이러한 지점을 부분적으로나마 포착하여 진행되어 온 것으로 볼 수 있음(ex. 지역문화 콘텐츠 특성화)
- 그러나 동시에 모든 문화가 있는 날 기획사업이 향유자=문화생산자로서의 역량강화를 지향할 필요는 없을 것임
- 각 지역별, 대상별, 계층별 니즈에 따라 중앙차원에서 해소해야 하는 보편적 문제점을 파악하되, 이를 공략하는 가운데 ‘문화향유’의 다양한 양태를 포섭하는 방식으로 접근하는 것을 고려할 필요가 있음

○ ‘향유’ 활동의 동기·목적에 있어서 **개인적 가치 및 사회적 가치를 복합적으로 고려**

- 앞서 언급한 정책적 관점에서 향유 활동의 다양한 양태를 감안한다는 의미는 단순히 ‘전통적 관람 빈도’에만 의거하여 문화향유의 질적 수준을 판단하지 않는다는 의미이기도 함
- 더불어 향유 활동을 선택하는 국민 ‘개인’의 입장에서 좀 더 왕성한 문화향유 활동에 대한 의지는 우선적으로 개인적 가치의 충족이나 만족감을 통해 발현될 수밖에 없음
- 현재 많은 문화향유 관련 정책사업에서 ‘사회적 가치’의 구현을 일종의 공공성 차원에서

필수요소 혹은 타 사업과의 차별화 관점에서 강조하는 경향이 나타남

- 그러나 이러한 문화활동에 있어서 사회적 차원의 가치 발현은 정책사업 매뉴얼이나 가이드라인으로 주어질 수 있는 것이라기보다는 스스로 인식하고 이를 고민할 때 생성될 수 있는 것임
- 관계문화를 넘어 의식문화 차원에서의 개인의 변화와 사회의 변화를 함께 감안한다면, 단순히 가이드라인에서 '사회적 가치 제고'를 정책목표로 제시하고 강조하는 방법보다는, 사업을 수행하는 '과정'상에서 발굴하고 반영할 수 있도록 하는 방식으로 유연하게 접근하는 것이 타당할 것으로 사료됨

## 2. 문화가 있는 날 기획사업 개선방안

### 1) 정책 개선방안

#### (1) 공통 개선과제

##### ① 사업전반 문제점

#### □ 기획사업의 정책적 차별성 명확화 필요

- 정부 및 지자체의 문화향유정책이 양적으로 확대되고 다양화
- 문화권 향상과 미래환경 변화로 문화향유 개념과 유형 확대
- 유사 중복사업 이슈, 미래 변화 이슈를 고려한 정책적 포지셔닝 명확화 필요

#### □ 다양한 기획사업의 통합적 관리 필요

- 2015년 대비 기획사업의 종류와 예산이 대폭 확대되고, 다양한 주체가 관여하고 있음
- 참여자의 전달체계 개선 요구는 낮음(7.6%)
- 기획사업으로서 공통목표 설정과 통합적인 성과관리 강화 필요

기획사업의 정책적 차별성 명확화 필요	다양한 기획사업의 통합적 관리 필요	지역분권 속에서 정부/지자체 협력 강화 필요	문화가 있는 날 일상화 등 전체사업 관련 이슈
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부 및 지자체의 문화향유정책이 양적으로 확대되고 다양화</li> <li>• 문화권 향상과 미래환경 변화로 문화향유 개념과 유형 확대</li> <li>• 유사 중복사업 이슈, 미래 변화 이슈를 고려한 정책적 포지셔닝 명확화 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2015년 대비 기획사업의 종류와 예산이 대폭 확대되고, 다양한 주체가 관여하고 있음</li> <li>• 참여자의 전달체계 개선 요구는 낮음(7.6%)</li> <li>• 기획사업으로서 공통목표 설정과 통합적인 성과관리 강화 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기획사업이 전국에서 시행되고 있으나, 지자체 관심과 협력 미흡</li> <li>• 지역분권 추세 속에서 정부사업으로서 타당성 점검 필요</li> <li>• 지자체 협력을 내실화 할 수 있는 방안 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 참여자 개선과제 중 문화가 있는 날 일상화 요구가 매우 높음(2위)</li> <li>• 홍보/정보 강화 요구가 이용자, 참여자 공통으로 높게 나타남</li> <li>• 단년도 사업으로 사업기간 5-10월 제한</li> </ul>

〈그림 6-3〉 문화가 있는 날 기획사업 공통 개선과제

□ 지역분권 속에서 정부/지자체 협력 강화 필요

- 기획사업이 전국에서 시행되고 있으나, 지자체 관심과 협력 미흡
- 지역분권 추세 속에서 중앙정부/지자체/민간기관간 협력거버넌스 구축 필요
- 지자체 협력을 내실화 할 수 있는 방안 필요

□ 문화가 있는 날 일상화 등 전체 사업 관련 이슈 대응 필요

- 참여자 개선과제 중 문화가 있는 날 일상화 요구가 매우 높음(2위)
- 홍보/정보 강화 요구가 이용자, 참여자 공통으로 높게 나타남
- 단년도 사업으로 사업기간 5-10월 제한

② 이용자 및 참여자 개선요구사항

□ 이용자 개선요구사항

- 전체적으로 프로그램 다양성, 양질의 프로그램 제공 희망
- 프로그램 다양화는 실버마이크에서, 양질의 프로그램 제공은 문화기반시설에서, 체험 프로그램 확대는 지역문화 콘텐츠 특성화에서, 안내/정보 강화는 청춘마이크에서 높게 나타남



〈그림 6-4〉 이용자 개선요구사항

□ 참여자 사업시행 애로사항 및 개선과제

- 애로사항은 사업예산규모, 이용자모객(모집), 사업장소선정, 사업홍보 순으로 나타남
- 개선과제는 예산확대, 문화가 있는 날의 일상화, 프로그램 홍보 강화 순으로 나타남

### 참여자 사업실행 애로사항(1+2+3순위)



〈그림 6-5〉 참여자 사업실행 애로사항(1+2+3순위)

### 참여자 개선과제(1+2+3순위)



〈그림 6-6〉 참여자 개선과제(1+2+3순위)

### ③ 개별사업 개선과제

#### □ 개별사업 개선과제

- 개별사업 개선과제에서 사업설계, 사업실행, 성과관리 세 부분으로 나누어 비교함
- 사업설계 면에서 개선이 필요한 사업은 생활 속 문화활동, 지역문화 콘텐츠 특성화, 지역특화 프로그램이라고 할 수 있음
- 개별사업 개선과제에 관한 세부사항은 다음 절에서 사업별로 설명할 것임

구분	공통	청춘마이크	실버마이크	생활속 문화활동	지역문화 콘텐츠 특성화	지역특화 프로그램	문화기반시설	
사업설계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기획사업의 정책적 차별성 명확화 필요</li> <li>• 문화가 있는 날 일상화 요구</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업목적을 청년 예술가 지원으로 오인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유사사업과 차별성 불분명</li> <li>• 예산규모상 광역권사업 어려움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업명 문제</li> <li>• 사업목표/방향 모호</li> <li>• 유사사업과 차별성 불분명</li> <li>• 2개 대상 특화 사업구조 문제</li> <li>• 근로자 개념 모호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기획사업으로서 정체성 모호</li> <li>• 지역고유 콘텐츠 개발 목표와 주민 주체발굴 위한 과점중심 방법 간 혼선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화기반시설 사업, 지역문화콘텐츠 특성화 프로그램과 중복</li> <li>• 단년도 사업으로 프로그램 연속성 한계</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업목표의 명확성/방향성 부재</li> </ul>	
사업실행	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역본권 속에서 정부/지자체 협력 강화 필요</li> <li>• 단년도 사업으로 사업기간 5-10월 제한</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공연장소 선정</li> <li>• 나열식공연구성</li> <li>• 공연 질 저하</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공연 질 저하</li> <li>• 공연장소 선정</li> <li>• 광역권 장거리 이동불편</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 취약지역 선정비율 낮음</li> <li>• 취약지역 수혜아동 찾기 어려움</li> <li>• 다회차 진행으로 교육과 유사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역주민 관심저조로 제한된 지역 주민 참여</li> <li>• 자부담 매칭 부담</li> <li>• 1-2년차 업무협약 확보 어려움</li> <li>• 단체간 경험 공유 기회 부족</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정 일자 시행에 대한 공감대 부족</li> <li>• 지자체 담당자 잦은 교체</li> <li>• 지방비 매칭으로 주관기관의 자율성 제한</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존프로그램 추가형태로 운영</li> <li>• 체험위주 단기 프로그램이나 이벤트성 공연 다수</li> <li>• 참여시설간 네트워크 부족</li> <li>• 홍보체계 및 플랫폼 개선 필요</li> </ul>	
성과관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통합적 성과관리 및 환류 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화향유 성과부각 필요</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성과관리 및 환류 체계 부재</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성과관리 및 환류, 체계적 아카이빙 필요</li> </ul>

(2) 정책요소별 개선방안 검토

① 정책목적

□ 문화권은 여러 개의 권리로 구성

- 모든 국민은 ... 문화표현과 활동에서 차별을 받지 아니하고 자유롭게 문화를 창조하고 문화 활동에 참여하며 문화를 향유할 권리(이하 “문화권”이라 한다)를 가진다. (문화기본법)
- 문화권은 크게 두 가지 기본권리 - 문화자유권, 문화평등권과 사회권으로 이루어져 있다고 봄

〈표 6-9〉 문화권의 분류

문화자유권	문화평등권과 사회권
문화다양성과 표현의 자유 보호 (3대 권리)	문화적으로 평등하고 동등한 사회적 권리 보호 (5대 권리)
1. 문화적 발언 및 다양성의 존중과 권리 보장 2. 모든 사람들의 예술적 자유 증진과 보장 3. 다양한 문화상품과 서비스의 창작, 생산, 유통, 접근성 보장	1. 차별 없고 동등한 문화향유권 보장 2. 포용적이고 차별 없는 양질의 문화예술교육권 보장 3. 차별 없는 여가권 보장 4. 차별과 배제 없는 문화예술 창작활동 보장 5. 문화자차 분권의 보장과 모든 사람이 누리는 문화 환경

출처: 노영순(2019), 문화권 선언 2030 방향설정 연구, 한국문화관광연구원

□ 문화권 중 “문화를 향유할 권리(문화향유권)의 보장”을 정책 목적으로 함

- 정책 목적은 문화가 있는 날 사업 전체와 공통된 것이어야 함
- 문화향유권은 문화생활에 참여할 수 있는 권리(Rights to participate in cultural life)로 표현하기도 함

② 정책목표

□ 정책목표

- 문화가 있는 날 혜택 사업과 기획사업의 차이가 정책목표에 설정될 필요가 있음
- 기획사업은 혜택사업만으로는 문화향유권 보장이 어려운, 문화 접근성이 낮은 지역이나 대상에 대해 맞춤형 프로그램과 다양한 향유유형의 프로그램 제공을 목표로 함

□ 정책목표와 연계된 사업목적과 사업목표의 설정

- 사업목표를 제시할 때 국민, 참여단체, 지역사회 등 범주를 구분하여 구체적으로 제시할

필요가 있음

- 국민의 문화향유와 관련한 목표를 우선 제시하고 참여단체나 지역에 대한 효과는 그다음 목표로 제시 필요

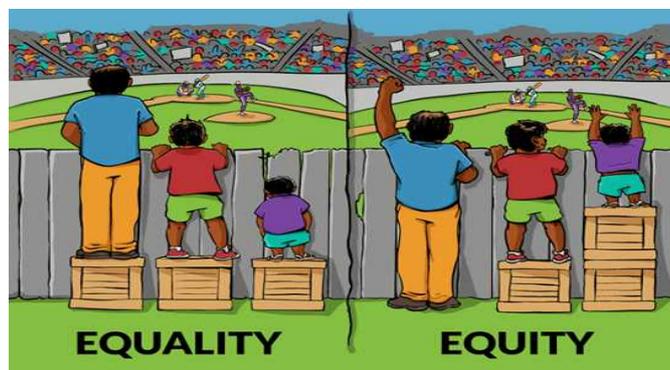
□ 문화향유 기회의 양적 확대에서 질적 수준과 다양성 제고로

- 문화향유 기회 확대라는 양적 측면에서의 목표를 질적 측면의 목표로 변화 필요
- 문화향유의 질적 수준과 다양성 제고 필요
  - 문화가 있는 날 참여 후 문화생활의 지속성을 위해 문화향유의 질적 수준 제고 절실
  - 문화향유의 다양한 분야, 다양한 향유유형을 경험할 수 있도록 함으로써 다양한 확대
- 문화향유 기회 확대를 신규 관객 개발과 기존 관객의 참여 확대로 보다 구체화 필요
  - 신규관객 개발은 문화 비참여자를 참여자로, 하나의 장르 참여자를 여러 장르 참여자로 포함
  - 기존 관객 참여 확대는 참여의 양적 확대, 질적 심화, 다양한 분야로 관심 확장 포함

③ 정책대상

□ 모든 국민에 대한 차별없는 보편적 복지

- 모든 사람에게 열려 있다고 모든 사람의 접근성이 공평하게 제공되는 것은 아님
- 시간, 비용, 장소, 환경 등의 제약으로 기획사업에 참여하기 어려운 계층을 고려하여 프로그램 기획에 반영
- 취약계층을 위해 별도 사업을 만드는 방식이 아니라, 일반시민과 취약계층이 함께 향유할 수 있도록 일반시민 대상 프로그램에 취약계층이 참여할 수 있도록 도와주는 장치를 마련
- 예를 들면, 영화 상영 프로그램의 경우, 장애인을 고려하여 음성해설, 수어해설, 자막 등을 준비하여, 장애인과 비장애인이 함께 프로그램에 참여하도록 보장



□ 차별없는 문화향유권 보장 위한 정책대상 검토

- 기획사업에서 의도하지 않은 배제 계층이 없는지 점검 필요. [예] 장애인(물리적 접근), 직장인(시간적 접근) 등

〈표 6-10〉 정책대상에 따른 문화향유사업의 구분

정책대상		직접지원	간접지원
보편적 복지형	전체	청춘마이크 실버마이크 지역문화콘텐츠특성화 지역문화 특화 프로그램 참여 문화기반시설	문화가 있는 날 할인혜택
선별적 복지형	경제적지위	통합문화이용권 사업(바우처형)	문화비 소득공제 (연 7천만원 미만)
	신체적조건	장애인 문화예술 동호회 지원	장애예술 표준공연장 건립
	문화취약지역	생활 속 문화활동(아동,근로자)	

\* 문화가 있는 날 사업은 밑줄 표시. 선별적 복지형에 제시한 사업은 유형 이해를 위한 예시임

〈표 6-11〉 장애인과 일반인이 함께 향유하기 위한 접근성 제고 사례

**[사례] 장애인과 함께 향유하기 위한 접근성 제고 사례**

□ **배리어 프리 테크놀로지**

- (스마트 캡션 안경) 스마트 캡션 안경 Smart Caption Glass은 청각 장애가 있는 사람들이 영국 국립극장에서 공연을 즐길 수 있는 혁신적인 새로운 방법. 안경을 착용하면 사용자는 안경 렌즈에 표시되는 공연의 대화 내용과 사운드 설명을 볼 수 있음
- (3D 프린트 명화) 시각장애인이 만질 수 있도록 3D 프린터로 명화를 재현한 프라도 박물관의 Touching the Prado 전시회 등 다양한 사례가 진행되고 있음

□ **배리어프리 영화, 배리어프리 공연**

- 대학로 학전소극장 어린이 뮤지컬 '슈퍼맨처럼!'에서 수어통역사 해설, 음성해설 지원
- 서울역사박물관 토요 배리어프리 영화관 운영. 배리어프리 영화 상영관은 시도별로 1-2곳 불과







④ 정책범위

□ 문화향유의 개념 확대

- ‘문화향유’는 문화예술 내 다양한 장르 영역에서 발현될 수 있는 창의적 표현활동(‘표현 문화’) 외에도 스포츠, 관광, 종교, 젠더 같은 개인의 다양한 가치관 및 삶의 양식과 연관된 분야에서 개인과 개인 간 혹은 개인과 사회가 서로 관계를 맺고(‘관계문화’), 그 과정에서 개인이나 집단이 경험할 수 있는 성찰적 의식 변화(‘의식문화’)를 포용하는 활동까지 폭넓게 포용할 수 있음

□ 다양한 문화향유 유형 포괄

- 관람형(전통적 관람형, 참여적 관람형), 매개된 경험형, 생활문화형(창작/생산형, 사회적가치형), 자원봉사/기부형 등 다양

〈표 6-12〉 문화향유 유형의 다양성

구분	관람형		매개된 경험형 (체험형 행사, 교육, 워크숍 등)	생활문화형		자원봉사 ·기부형
	전통적 관람형	참여적 관람형		창작/생산형	사회적가치형	
조작적 정의(안)	표현문화로 발현된 창조적 생산활동 및 결과물(작품)을 보거나 듣는 유형	결과적으로는 표현 문화로 발현되나 창조적 생산 활동 과정에서 향유자의 주체적 참여가 가능한 향유 유형	문화적 생산과정에서 향유자의 매개적 경험을 중요하게 전제하는 유형	문화적 생산 과정에서 향유자의 주체적인 생산자로서의 역할을 강조하거나 전제하는 유형	개인의 일상적 삶과 문화적 생산 활동의 결합도가 높게 나타나는 향유활동이면서 사회적 가치가 반영된 유형	문화예술활동의 창작 및 보존, 유통(소비)과정 및 활동의 지속성을 지지·지원하기 위한 활동 유형

⑤ 정책수단

□ 문화향유 촉진을 위한 정책수단 유형

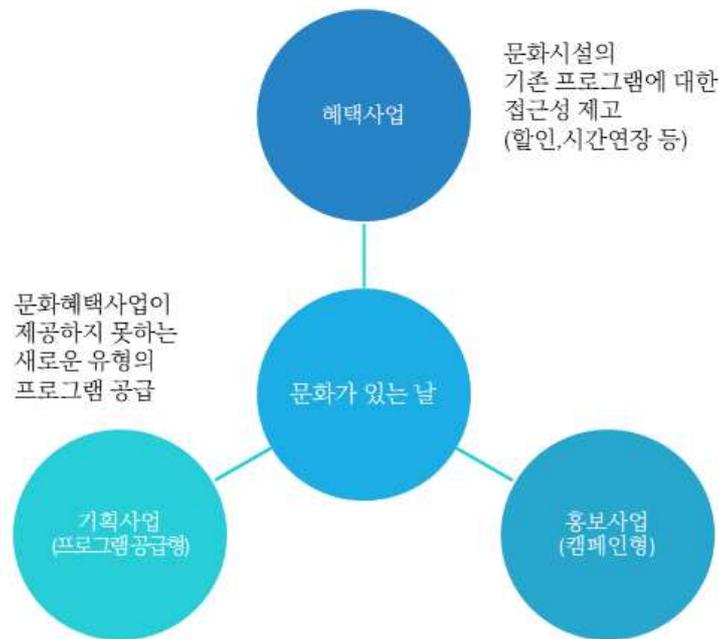
- 경제적 혜택 제공형(바우처, 할인, 세금감면), 프로그램 공급형, 캠페인형이 있음
- 인프라를 건설하거나 보완하는 사업은 제외한 것임

〈표 6-13〉 문화향유 촉진 위한 정책수단 유형

구분	경제적 혜택 제공형			프로그램 공급형 (공간/반형/방문형)	캠페인형
	바우처형	할인형(자율할인/ 비용지원)	세금감면형		
국내	<ul style="list-style-type: none"> <li>●통합문화이용권 (저소득층 대상 연 10만원)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●문화가 있는 날 문화혜택(자발적 참여로 지원 없음)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●문화비 소득공제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●문화가 있는 날 기획사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●문화가 있는 날 전체/홍보사업</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>●사랑티켓(24세이하, 65세 이상 공연전시 관람료 5-7천원 지원)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>●지역문화진흥원 생활문화 활성화 사업</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>●코로나 문화소비 할인권(공연: 주당 1인 8천원 4매, 영화: 주당 1인 6천원 2매, 박물관미술관: 1인당 3천원 10매)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>●문화예술위원회 신나는 예술여행</li> <li>●문화예술교육 진흥원 사회문화 예술교육 사업</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>●문화릴레이티켓 (국공립공연장/단체 연속 이용시 1인당 동반1인 50% 할인)</li> </ul>			
해외	<ul style="list-style-type: none"> <li>●프랑스 문화패스 (청소년 대상 300-500유로)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●뉴욕 문화패스 (뉴욕 공립도서관 회원카드 소지자 대상 박물관 등 문화 공간 할인)</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>●캐나다 문화의 날 (9월 말부터 3주간, 무료 대면/비대면참여형 예술, 문화행사 참여)</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>●파리 뮤지엄패스 (박물관 티켓 패키지 할인. 2일/4일/6일권 판매)</li> </ul>			

□ 문화가 있는 날 사업유형

- 사업은 혜택사업, 기획사업, 홍보사업으로 구성되어 있음
- 본사업은 기존 문화시설의 프로그램에 대한 접근성을 높이기 위한 가격할인과 시간 연장 제공
- 기획사업은 기존 문화 혜택 사업이 제공하지 못하는 새로운 유형의 프로그램을 공급하는 데 초점이 있음



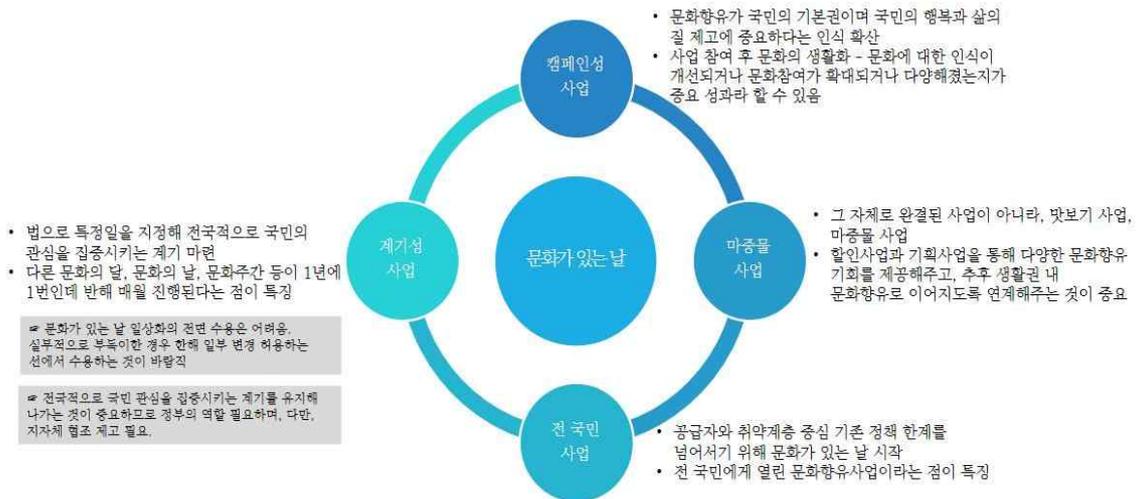
〈그림 6-7〉 문화가 있는 날 사업 유형

〈표 6-14〉 문화가 있는 날 사업 유형

구분	혜택사업	프로그램 공급형		캠페인형
		관람형 매개된 경험형	생활문화형	
일반시민	문화가 있는 날 문화혜택	청춘마이크 실버마이크 지역특화 프로그램 참여 문화기반시설	지역문화콘텐츠특성화	문화가 있는 날 홍보사업
취약계층 취약지역		생활 속 문화활동		

## □ 문화가 있는 날 사업의 특성

- 문화가 있는 날 사업은 캠페인성 사업, 계기성 사업, 마중물 사업, 전 국민 사업이라는 네 가지 특성을 갖고있음
- 캠페인성 사업
  - 문화향유가 국민의 기본권이며 국민의 행복과 삶의 질 제고에 중요하다는 인식 확산
  - 사업참여 후 문화의 생활화 - 문화에 대한 인식이 개선되거나 문화참여가 확대되거나 다양해졌는지가 중요 성과라 할 수 있음
- 계기성 사업
  - 법으로 특정일을 지정해 전국적으로 국민의 관심을 집중시키는 계기 마련
  - 다른 문화의 달, 문화의 날, 문화주간 등이 1년에 1번인데 반해 매월 진행된다는 점이 특징
  - 이런 측면에서 문화가 있는 날 일상화의 전면 수용은 어려움. 실무적으로 부득이한 경우 한해 일부 변경 허용하는 선에서 수용하는 것이 바람직
  - 전국적으로 국민 관심을 집중시키는 계기를 유지해 나가는 것이 중요하므로 정부의 역할 필요하며, 다만, 지자체 협조 제고 필요
- 마중물 사업
  - 그 자체로 완결된 사업이 아니라, 맛보기 사업, 마중물 사업
  - 혜택사업과 기획사업을 통해 다양한 문화향유 기회를 제공해주고, 추후 생활권 내 문화향유로 이어지도록 연계해주는 것이 중요
- 전 국민 사업
  - 공급자와 취약계층 중심 기존 정책 한계를 넘어서기 위해 문화가 있는 날 시작
  - 전 국민에게 열린 문화향유사업이라는 점이 특징



〈그림 6-8〉 문화가 있는 날 사업의 특성

## □ 문화가 있는 날 기획사업의 차별성

- 문화가 있는 날 기획사업은 크게 다섯 가지 점에서 차별성을 갖고 있음
- 국민이 있는 일상공간으로 접근
  - 일상공간인 거리에서 만날 수 있는 사업 (청춘마이크, 실버마이크)
  - 신체적, 시간적, 경제적, 지역적 제약 등으로 문화에 참여하기 어려운 국민이 있는 공간
  - 근로사업장, 유아동시설 등으로 찾아가는 사업 (생활 속 문화활동)
- 새로운 유형의 프로그램 제공
  - 문화시설/단체의 기존 프로그램에서 제공하지 않거나 활성화되지 않은 새로운 유형의 프로그램을 제공하는 사업 (지역문화 콘텐츠 특성화, 지역특화 프로그램, 참여 문화기반시설)
- 인지도 낮은 문화시설에 대한 참여 제고
  - 정형화되어 잘 알려진 문화기반시설 외에 생활문화센터, 영상미디어센터, 창작공간 등 다양한 문화공간이 조성되어 있으나, 잘 알려지지 않은 문화공간의 인지도 및 참여 제고 필요
- 기존 문화시설에 대한 접근성 보완
  - 문화시설에 대한 접근성에서 시간적 제약, 경제적 제약을 고려하여 가격할인, 시간 연장 제공
  - 장애인의 신체적 제약을 고려한 접근성 지원은 부족하므로 이에 대한 보완 필요

○ 기획사업 참여시 지역 문화생활 정보 연계

- 기획사업이 마중물 역할을 제대로 하기 위해서는 문화가 있는 날 혜택사업과 기획사업 홍보 외에 지역 생활권 내에서 이루어지는 문화정보 연계가 필요
- 이를 위해 지자체 및 지역문화재단과 협력 필요

국민이 있는 일상공간으로 접근	새로운 유형의 프로그램 제공	인지도 낮은 문화시설에 대한 참여 제고	기존 문화시설에 대한 접근성 보완	기획사업 참여시 지역 문화생활 정보 연계
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일상공간에서 우연히 문화를 만날 수 있게 하는 사업 (청춘마이크, 실버마이크)</li> <li>• 신체적, 시간적, 경제적, 지역적 제약 등으로 문화에 참여하기 어려운 국민이 있는 공간 - 근로사업장, 복지시설 등으로 찾아가는 사업 (생활속 문화활동)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화시설/단체의 기존 프로그램에서 제공하지 않거나 활성화되지 않은 새로운 유형의 프로그램을 제공하는 사업 (지역문화콘텐츠 특성화, 지역특화 프로그램, 문화기반시설 문화가 있는 날)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정형화되어 잘 알려진 문화기반시설 외에 생활문화센터, 영상미디어센터, 창작공간 등 다양한 문화공간이 조성되어 있으나, 잘 알려지지 않은 문화공간의 인지도 및 참여 제고 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화시설에 대한 접근성에서 시간적 제약, 경제적 제약을 고려하여 가격할인, 시간연장을 제공</li> <li>• 장애인의 신체적 제약을 고려한 접근성 지원은 부족하므로 이에 대한 보완 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기획사업이 마중물 역할을 제대로 하기 위해서는 문화가 있는 날 본사업과 기획사업 홍보 외에 지역 생활권 내에서 이루어지는 문화정보 연계가 필요</li> <li>• 이를 위해 지자체 및 지역문화재단과 협력 필요</li> </ul>

〈그림 6-9〉 문화가 있는 날 기획사업의 차별성

(3) 문화가 있는 날 기획사업 개선방안



〈그림 6-10〉 문화가 있는 날 기획사업 개선방안

□ (프로그램) 프로그램의 질적 수준 및 다양성 제고

- 문화체험의 양보다는 질이 향후 문화생활의 지속성에 큰 영향을 준다는 점에서, 프로그램의 기획력과 완성도를 높이기 위한 조치 필요

- 일반 시민이 접해본 문화가 장르 면에서 한정될 수 있고, 향유유형에서도 전통적 관람형이나 문화센터 교육 수준에 머물러 있는 경우가 많으므로, 문화향유의 분야와 유형에서의 다양성을 접할 수 있도록 할 필요가 있음

□ (이용자) 신규관객 개발과 기존관객 참여 확대 투트랙 전략

- 문화가 있는 날 사업은 문화에 대해 참여하지 않았던 사람을 참여하게 만드는 신규관객 개발과 기존 문화참여자의 참여가 확대되거나 심화되거나 다양화되는 것을 목표로 하는 사업임
- 신규관객 개발의 경우에는 문화취약계층 뿐 아니라 일반인 중에서도 가능하며 이것이 문화가 있는 날 사업의 본연의 사명이라는 점을 감안할 때 사업목표로 매우 중요하며 이를 성과지표로 관리할 수 있는 방안 검토
- 기존 관객의 참여를 더 확대, 심화, 다양화할 수 있는 프로그램 필요 (예) 문화마일리지, 문화공간 스탬프 투어 등

□ (장소) 문화유통공간의 다각화

- 문화시설, 교육/노동/복지시설, 교통/공간시설 등 문화유통공간 다각화를 통해 일상 가까이 문화공급
- 지역특화 프로그램은 문화기반시설 외 지역 내 다양한 문화시설로 변경하여 참여 문화기반시설과 중복 조정

〈표 6-15〉 문화유통공간의 다각화

구분			청마	실마	생문	지콘	지특	시설
문화 시설	문화기반 시설	문예회관, 박물관, 미술관, 도서관, 작은도서관, 지방문화원, 문화의집				○	중복 제외	○
	문화기반 시설 외	생활문화센터, 지역영상미디어센터, 지역서점, 민간공연장, 야외공연장, 조각공원, 창작공간 등				○	○	
교육/ 노동/ 복지시설	교육시설	학교			○	○		
	사회복지 시설	지역아동센터, 어린이집, 노인복지관 등		○	○	○		
	노동시설	근로사업장			○			
교통/ 공간시설	교통/공간 시설	광장, 공원, 도로 등	○	○				

\* 청마(청춘마이크), 실마(실버마이크), 지콘(지역문화 콘텐츠 특성화), 생문(생활 속 문화활동 지원), 지특(지역특화 프로그램), 시설(참여 문화기반시설)을 말하며 위 표에서는 편의상 명칭을 축약하여 표기하였음

### 프로그램 운영장소



〈그림 6-11〉 프로그램 운영장소(중복응답)

#### □ (시간) 사업운영 기간 다년제 도입

- 사업 기간이 5-10월에 집중되는 문제해결을 위해, 사업을 단년도에서 2년 이상 사업으로 개선
- 문화가 있는 날 일상화에 대한 의견이 높으나, 계기성 사업으로서 정체성과 직결되어 있어서 사업의 일정 범위 내에서 변경할 수 있도록 탄력적 운영기준 마련 (예, 운영횟수의 10% 내외)

#### □ (홍보) 문화가 있는 날 브랜드 쇄신

- 문화가 있는 날에 대한 브랜딩이 명확하게 구축되어 있지 않고, 전국에 걸쳐 기획사업에 대한 홍보도 분절적으로 이루어지고 있음
- 문화가 있는 날에 대한 사업홍보에서 더 나아가 국민의 문화권 보장에 대한 홍보로 확대
- 광역단위에서 통합적 홍보 및 브랜딩 구축을 위해 거점 파트너를 지정하여 해당 지역 대상 홍보를 강화할 수 있는 체계 마련 필요

- 열린음악회 등 방송과 연계, 공익광고 확대 (예) 군산시민의 날 열린음악회, 연예인 홍보 대사 등

□ (정보) 생활권 내 문화정보 연계제공

- 문화가 있는 날 혜택사업과 기획사업 홍보 외에 문화 생활화를 위해 지역 생활권 내에서 이루어지는 문화정보 제공 필요 (예) 다음 달 문화가 있는 날까지 지역 내에서 열리는 문화행사/공간 홍보
- 이를 위해 기초지자체 및 기초문화재단과 연계 협력 필요

□ (성과관리) 지역협력기반 성과관리

- 중앙정부 지정/운영
  - 문화향유권 보장을 위한 정부 투자는 이 사업의 장점으로, 문화가 있는 날 전국 동시 개최가 갖는 계기성, 캠페인성을 고려할 때 정부 역할 일정 부분 유지 필요
  - 중장기적으로 사업 시행은 기초단위(시군구/민간단체), 사업모니터링/네트워킹은 광역단위(시도/광역재단/민간단체), 평가/환류는 정부/지역문화진흥원에서 하는 방향으로 전환 고려
- 지자체와의 협력 강화
  - 지역 내에서 문화가 있는 날 사업에 대한 협력 강화 필요(예, 공연장소, 사업홍보, 지역문화콘텐츠 특성화 예산 협조 등)
  - 사업 초기 지자체 담당자 전국 온라인 회의 개최
- 지자체/지역문화진흥원/문화기반시설협회 공동 워크숍 도입
  - 거점 파트너(공공기관 또는 민간단체)를 선정하여 사업 초기 지자체 담당자, 주관단체, 참여단체 합동 오리엔테이션/협조사항 공유, 사업 진행시 해당 지역 현장모니터링/컨설팅/정보공유 워크숍, 사업종료 후 성과보고회 개최
  - 지역별 사업참여자 규모를 고려하여 광역 또는 권역 단위로 지자체/지역문화진흥원/문화기반시설협회 공동 워크숍 통해 네트워킹 및 우수사례 공유



〈그림 6-12〉 문화가 있는 날 기획사업 개선방향



〈그림 6-13〉 문화가 있는 날 기획사업 개별사업 개선방안 요약

□ 향후 연구과제

- 문화가 있는 날 기획사업 10주년을 맞이하여 ‘문화가 있는 날 기획사업 중장기 전달체계 개선방안 연구’ 필요
  - 기획사업의 전달체계가 전국 공모, 권역별 공모, 광역단위 공모, 지정공모 등 사업별로 달라 사업관리의 효율성이 낮고 지역분권 및 지역자치 흐름과 맞지 않는 점은 없는지 검토
  - 정부의 핵심 역할을 도출하고 이를 중심으로 지자체와의 협력을 확대하면서, 중장기적으로 사업 시행은 기초단위(시군구/민간단체), 사업모니터링/네트워킹은 광역단위(시도/광역재단/민간단체), 평가/환류는 정부/지역문화진흥원에서 하는 방향으로 전환하는 방안 연구 필요
- 2023년도 사업 추진시 개별사업별/주관단체별 성과평가를 위한 평가설계를 통해 평가 지표, 목표치 등을 제시할 필요가 있음

## 2) 청춘마이크 개선방안

### (1) 문제점

이용자와 참여자 간 사업목적 이해 차이	장소선정과 관객의 어려움	참여예술가와 공연의 질 관리 문제
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청년예술가 지원으로 인식되어 공급자 중심으로 사업설계</li> <li>• 국고보조금 지원사업임에도 일부 주관단체는 공연기획사 관점에서 진행</li> <li>• 청년예술가 활동 지원 성과 대비 시민 향유 확대 측면 성과 조명 미흡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 장소선정 기준 딜레마 : 대도시와 유동인구 많은 곳 vs 소도시와 농산 어촌 지역</li> <li>• 기획형 사업, 개별지역 특성 이해, 공연장소별 지역주민 특성과의 연계</li> <li>• 야외 공연 특성상 환경적 변수 존재, 청년예술가 분야 등의 특성과 적합한 공연장소 매칭의 어려움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 참여예술가들의 상향평준화 된 실력에 비해 공연 자체는 단순 나열식 진행</li> <li>• 한정된 예산, 촉박한 전체 일정 등으로 주관단체 입장에서 공연 프로그램 자체의 완성도 높이기 어려운 한계</li> <li>• 일부 불성실한 태도로 공연에 임하는 예술가가 있음</li> </ul>

〈그림 6-14〉 청춘마이크 개선점

#### □ 사업 목적: 이용자와 참여자의 사업 목적과 방향에 대한 이해도 차이

- 청년예술가 일자리 창출 목적이 강했던 사업 초기에 비해 ‘국민 문화 향유 기회 확대’의 비중이 높아졌지만, 여전히 일부 주관단체와 참여예술가는 ‘청년예술가 지원’ 사업으로 인식하고 있음
  - 청춘마이크 참여자들은 문화가 있는 날 기획사업을 ‘시민들의 문화향유 기회 확대’를 위한 사업(49.1%)으로 인식한다는 응답(1순위)이 가장 많긴 했으나, 전체(63.1%)에 비해 낮은 편이었고 문화단체 활동 활성화 지원(25.3%)이나 문화 분야 일자리 창출 지원(11.9%)을 위한 사업이라는 응답도 상대적으로 많았음
  - 참여자 설문에서 사업 실행 관련 문항의 ‘시민문화 접근성 확대 측면’ 부분이 상대적으로 낮았음
  - 반면, 청춘 마이크 이용자는 공연 관람을 통해 ‘문화 관람 및 체험 기회가 확대되었다’는 응답 비율(53%)이 가장 높았으며, 이는 전체 기획사업(49.4%)과 비교해서도 높았음
- 국고보조금 지원사업임에도 일부 주관단체는 행사를 용역 받아 운영하는 공연 기획사의 관점에서 진행하고 있음(공연장소 섭외 및 공연팀 매칭해 월별 공연횟수를 채우는 과업 수행)
- 일부 예술가들은 관객은 거의 고려하지 않고 공연마다 같은 노래, 자작곡만 반복하거나 쉽게 돈 버는 기회(몇 곡 하고 사례비 받고 가면 된다는 마인드)로 여기고 있음

- 수요자보다는 공급자 중심으로 사업이 설계되면서, 청년예술가들의 활동기회 확대 측면과 청년예술가의 개별적인 만족도는 높은 반면 상대적으로 시민 향유 확대 측면의 성과는 많이 조명되지 않은 측면이 있음

□ 사업 운영: 지역별 공연장소 선정과 모객 및 공연장소에 적합한 공연기획의 어려움

- 참여자는 사업실행 애로사항으로 '이용자 모객'과 '사업장소 선정'을 가장 많이 선택함



〈그림 6-15〉 청춘마이크 참여자 사업실행 애로사항(1+2+3순위)

- 대도시와 유동인구가 많은 곳은 유사한 거리 공연이 다수 진행되어 시민들의 관심도가 떨어지거나, 소도시와 농산어촌 지역은 유동인구 자체는 부족하지만 소규모 관객이라도 집중도가 높은 장단점이 있어 공연장소 선정에 있어 딜레마가 발생함
  - 평일 공연은 모객 자체에 한계를 느끼고 있으며, 공연장소의 특성상 관객이 행사 처음부터 끝까지 머무는 경우가 많지 않음
  - 권역형이라 해도 현실적으로 전체 시군구를 골고루 방문하기도 어려운 상황임(문화가 있는 날 주간에 공연 집중, 장비, 스태프, 숙박, 교통편 등의 문제)
- 기획형의 경우 공연 기획력은 우수하지만 연고가 없는 전국에서 사업을 진행해 지역별 특성에 대한 이해도가 낮고, 지역민(향유자)에 대한 접근과 고려가 부족한 면이 나타남
  - 공연장소별 유동인구의 특성에 대한 파악이 부족하거나, 공연 장소로는 좋지만 제약이 많아(소음 민원, 전기 사용 등) 섭외가 어려운 경우가 발생하고 있음
- 대부분 야외공연으로 진행되어 환경적인 변수(폭염, 강풍, 우천, 한파 등) 통제가 어려우며, 특히 2020년 이후 코로나19 상황 등으로 공연장소 섭외에 어려움이 있었음

- 주관단체 입장에서는 청년예술가의 개인 일정이 우선되어 공연장소와 특성에 맞는 예술가를 배정하는 것에 어려움을 겪음
  - 참여예술가 입장에서는 주관단체가 정한 공연장소에 가서 공연하는 방식으로 진행되어 장소 선택권이 거의 없는 상황임
- 지정된 공간에서 공연이 진행된다는 것을 사전에 알릴 수 있게 ‘청춘마이크존’과 같은 장소를 지정해 달라는 의견도 있으며, 몇몇 장소로 고정할 경우 더 많은 지역의 주민들을 만날 수 있는 기회가 없고 일상성이 사라질 수 있다는 의견이 교차하는 상황임

□ 참여자(주관단체, 청년예술가): 참여예술가와 공연의 질 관리 문제

- 참여예술가들의 상향평준화 된 실력에 비해 공연 자체는 당일 일정 가능한 예술가들이 차례대로 출연하는 단순 나열식 진행(일부 기획형 공연 제외)으로, 전체 공연프로그램의 완성도와 짜임새가 부족함
  - 1회차 공연에 출연하는 4~5개 공연팀의 분위기가 맞지 않을 경우 관객이 이탈하며 집중도가 더욱 떨어지는 현상이 발생하고 있음
- 한정된 예산, 촉박한 전체 일정 등으로 주관단체 입장에서 공연프로그램 자체의 완성도 높이기 어려운 한계가 있음
- ‘공연사례비’를 받는 것에 목적을 두고 공연에 임하거나, 일부 불성실한 태도를 보이는 예술가들이 존재함
  - 기존 활동팀이 아닌 청춘마이크 참여를 위한 프로젝트팀 결성(일회성으로 팀의 정체성이 없음), 공연사례비를 많이 받기 위한 1인 활동 전환 등도 전체 공연의 수준에 영향을 주는 요소로 작용하고 있음
  - 전문가 모니터링 결과 청년예술가 1인이 MR 반주만 틀고 노래(노래방 같다는 관객 반응)하거나, 공연장소와 관객층을 고려하지 않은 선곡, 리허설 불참, 지각, 당일 무통보 불참 등 불성실한 태도로 임하는 예술가가 있는 것으로 확인됨

*사실 월요일 점심시간에 야외공연을 해버리면, 직장인들도 거기 장소도 유동인구가 많지 않은 곳으로 알고 있었는데 야외공연장이 있다는 거 하나 때문에 거기에서 공연을 한 적이 있었는데, 월요일 점심이다 보니까 같이 공연하는 아티스트 말고는 관중이 없었던...*

- 청춘마이크 공연팀 FGI 발췌

*공연을 세 번 이상 지각하거나 안 나와야지 계약이 해지가 되거든요. 한 번 안 나오면 그냥 땡이라고 생각하는 편인데 이게 너무 관대하게 다 기준을 줘서 예술인들에게, 예술인도 지킬 것은 지키고 저희도 지킬 것은 지켜야 되는데 지각하고 리허설 안 오는 것을 너무 당연하게 생각하시는 분들도 계셨고, 다른 권역에서 아예 공연 자체를 얘기도 안 하고 캔슬하셨던 경우도 있다고 하시더라고요.*

- 주관단체 FGI 발췌

## (2) 개선방안



〈그림 6-16〉 청춘마이크 개선방안

### □ 사업 방향: 사업 규모의 확대만이 아닌 사업의 내실을 다질 시점

- 청춘마이크는 문화가 있는 날 기획사업을 대표할 수 있을 정도로 사업 규모가 계속 확대되어왔으며, 인지도가 높은 사업임
- 사업 진행 흐름상 청년예술가 활동 지원과 일자리 창출 측면이 상대적으로 부각되어 온 만큼, 시민문화 향유기회 확대 측면의 성과를 점검하고 보완해 나갈 필요가 있음
- 이미 단순 ‘버스킹’ 이상의 공연을 진행하고 있는 만큼, 정식 공연장 이외의 모든 장소에서 제약 없이 모든 시민이 볼 수 있는 수준 높은 공연 관람 기회를 제공하는 사업으로 ‘청춘마이크’를 포지셔닝할 수 있음

### □ 이용자: 보다 많은 시민(관객)을 만날 수 있는 공연장소와 일시 선정 필요

- 매월 새로운 장소를 찾아 순회하는 방식 외에 유동인구가 많은 지역의 대표 장소를 고정 장소로 지정하는 방식을 고려함
  - 지역별 공연장소를 지정할 경우 매월 마지막 수요일 이 장소에 오면 청춘 마이크 공연이 진행된다는 인식이 형성될 수 있는 장점이 있음
  - 지역별 고정 장소 선정 시 수년간 진행해 온 권역별 청춘마이크 공연장소 DB를 참고할 수 있음
  - 권역별 특징에 따라 ‘유동인구 많은 고정 장소 공연 vs 찾아가는 공연’의 투트랙 전략을 수립함
- 코로나19 등 변화하는 생활양식에 따라 공공장소 중심의 생활밀착형 장소 기준 변경과 확대를 검토함

- 기존의 광장, 공원뿐 아니라, 지하도, 대형 건물 로비 등 실내에서도 공연 진행 가능
- 기획형의 경우 기획 주제에 맞는 장소 선정하되, 지역주민의 접근성도 함께 고려함
- 지역문화진흥원의 기존 권역별 공연장소 정보공유, 장소 협조 요청 공문 발행 등의 지원이 요구됨



〈그림 6-17〉 청춘마이크 참여자  
이용자 개선점(1+2순위)

- 참여자(주관단체·청년예술가): 공연프로그램 수준 향상으로 청년예술가 대상 자부심 형성 및 시민 대상 문화 향유기회 제공 실현
  - 공연프로그램과 전반적인 공연 환경 등에 있어서 수준 높은 기획과 진행으로 시민과 청년예술가의 만족도를 동시에 제고함
    - 공연 기회 제공 수준을 넘어 공연장소, 모객, 장소 등 세심한 프로그램 기획으로 공연 자체에 대한 만족도를 높여 주어야 하며, 이를 위해서는 주관단체 공연기획자의 역할이 중요함
    - 청년예술가의 대기실 마련, 동선 정리, 원활한 진행 등 전반적인 공연 환경 개선은 참여예술가와 관객 모두에게 수준 높은 공연에 참여하고 있다는 인식을 줄 수 있음
  - 보다 많은 시민이 참여할 수 있는 중규모의 공연으로 진행하고, 청년예술가들이 순서대로 출연하는 나열식이 아닌 스토리라인이 있는 하나의 프로그램으로 구성함
    - 분야, 공연장소, 시간대, 관람객 특성에 따라 공연단(낮공연조, 밤공연조, 가족대상 공연팀 등) 구성
    - 권역별 야외뮤직페스티벌 형태(장소 고정, 컬래버레이션 포함)의 대규모 공연 추진 고려

“청춘마이크 네 곡만 하면 너무 아쉽고, 차라리 문턱을 확 높여버려서 여덟 곡 할 수 있을 정도의 아티스트면 뭐라도 할 수 있는, 솔직히 셋 리스트 여덟 곡이면 진짜 많은 거거든요. 그 정도의 아티스트들을 뽑아서 뭔가 청춘마이크가 더 브랜드 인지도가 있는 그렇게 돼도 괜찮지 않을까”

- 청춘마이크 공연팀 FGI 발췌

- 청년예술가의 관객 고려한 레퍼토리 구성 및 성실한 공연 태도는 기본 조건이 되어야 함
  - 개인 공연이 아닌 다수의 예술가가 참여하는 일반 시민 대상 공연임을 인식하고 셋리스트 구성, 무대매너 등에서 노력해야 함
  - 매너리즘에 빠진 다년 참여예술가, 불성실한 태도로 일관하는 예술가는 심사 단계에서부터 거를 수 있어야 하며, 사업 진행 중 패널티(다음 공연 참여 불가 등)를 적용할 수 있음

□ 참여자(주관단체): 공연 기획 단계에서의 관객 개발 측면 강화

- 야외에 무대가 있다고 해서 공연하는 것이 아니라, 공연 기획 시 지역 및 장소별 유동인구의 특성, 예상 관객 설정, 모객 방안까지 다각적으로 고려해야 함
  - 공연장소별 관객 특성에 따라 평일과 주말의 공연 규모와 구성을 조정하는 등 전체 사업 일정과 예산 규모에 맞춰 공연을 기획해서 운영함
- 공연 당일만이 아니라 사전 홍보를 적극 진행해 일상에서 우연히 공연을 접하는 관객 외에 공연 시간과 프로그램을 미리 인지하고 찾아오는 관객층도 확보해나감
- 문화가 있는 날 누리집 위치기반 서비스 활용(주변 공연 정보 검색), 지역문화진흥원 차원의 청춘마이크 사업 홍보(언론 매체 활용) 등의 홍보 지원이 필요함
  - 이용자는 안내 및 정보 제공 강화(57.4%), 참여자는 프로그램 홍보 강화(53.8%)에 대한 개선 요청이 가장 많았음



〈그림 6-18〉 청춘마이크 참여자  
개선과제(1+2+3순위)

- 사업 운영: 권역형과 기획형의 장단점 고려해 권역형과 기획형의 조화 도모
  - 권역형도 기획형처럼 지역의 특성, 특정 공간 등으로 주제를 정해서 운영할 수 있음
    - 주관단체를 중심으로 협업과 네트워킹 통해 예술가들이 하나의 공연콘텐츠를 함께 만드는 방식으로 진행
  - 전국 단위로 진행하는 기획형의 경우 공연비 외 추가 비용지원 없는 문제가 제기되어, 주관단체 스태프와 참여예술가 교통비, 숙박비 등에 대한 운영비용 지원이 요구됨
  - 참여예술가의 현실적인 이동 거리 등을 고려해 기획형에 활동권역을 설정하는 방법도 고려할 수 있음

### 3) 실버마이크 개선방안

#### (1) 문제점

유사사업과 차별성 부족	전반적 공연 질 저하	공연대상과 장소 선정의 어려움	지자체 등 협조 부족, 일부 광역권 한정 진행
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 은퇴 전문예술인 대상이나, 생활예술인 참여비율이 높아지면서 사업정체성 혼란</li> <li>• 문화로 청춘, 실버문화페스티벌 등 기존사업과 유사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전문예술인과 생활예술인간의 실력차이가 큼</li> <li>• 낮은 사업이해도로 인해 공연 질 저하</li> <li>• 일부 연습시간, 공연매너, 관객 고려 부족</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 어르신 공연에 대한 편견으로 공연장소 선정 및 모객 한계</li> <li>• 공연팀과 유사 연령대 관객을 위한 공연 편중</li> <li>• 관객 없는 지역 및 장소에서 공연 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지자체 및 공공기관의 장소 섭외 및 홍보 협조 부족</li> <li>• 광역권 중심 사업으로 장거리 이동공연 불편, 공연횟수가 적어 광역권 사업으로 진행 한계</li> </ul>

〈그림 6-19〉 실버마이크 문제점

#### □ 사업 목적 및 정체성: 유사사업과의 차별성 불분명

- 은퇴한 원로 예술인, 60대 이상 전문예술인을 대상으로 사업을 설계했으나 취미로 하는 생활예술인, 동호인 참여 비율이 높아지면서 사업 정체성에 혼란이 생김
  - 만 60세 이상으로 구성된 실버예술가를 대상으로 하다 보니 동호인 수준 생활예술인이 많이 신청함

*“저희는 대상자의 범위가 아직 조금 모호한 부분이 있다고 생각을 하고 있어요. 통상적으로 실버세대 너무 전체적인 그런 틀이 아직 잡히지 않는 느낌이어서 전문예술 실버 선생님일 수도 있고 동호회 성으로 생활예술인들이 있을 수도 있고 너무 다양하세요.”*

*“아직까지는 전문 생활예술인들이 더 많은 것 같습니다. 아마추어 동호회 분들이... 취미생활로 하시던 선생님들이 지원해서 나오시는, 동호회 사업에 있으시다가 실버마이크 사업으로 오시는 그런 분들이 확실히 많은 것 같습니다.”*

- 주관기관 FGI 발췌

- 동호인 참여로 기존 한국문화원연합회의 어르신문화프로그램(문화로 청춘)과 실버문화페스티벌, 노인복지기관 등에서 진행되는 사업 등과 유사해지는 문제가 발생함
  - 이용자 조사에서 실버마이크는 ‘차별성’에 대한 만족도 수치가 전체 기획사업에 비해 낮은 편이었음(평균 4.26, 실버마이크 4.05)
  - 참여자 조사 중 개선사항에 대한 ‘지역 내 유사 문화사업과 차별성 확보’ 문항 응답률은 15.3%로 청춘마이크(5.8%)와 전체 기획사업(10.8%)에 비해 높게 나타났음

□ 참여자(실버예술가): 팀 간 실력 차이, 사업에 대한 낮은 이해도로 인한 전반적인 공연의 질 저하

○ 기존 공연 분야에서 오래 활동하다 은퇴한 실력 있는 전문예술인과 생활예술인 간 수준 차이가 나타남

- 지역마다 차이는 있지만 동호인 비율이 50% 이상인 것으로 파악되고 있음

○ 일부 실버예술가는 단순히 취미생활로 생각하고 불성실한 태도로 보이거나, 관객(시민 문화향유 측면)은 고려하지 않고 사례비를 받고 자기 공연하는 것으로 인식하고 있음

- 생활예술인들이 많이 참여하면서, 지역주민을 위한 공연이 아닌 나를 위한 공연으로 인지하고 있음(사업담당자 인터뷰)

- 동호회 활동으로 자원봉사 차원에서 무료 공연 다니던 분들에게 많은 공연비를 지급하면서 갈등이 발생, 생활문화 생태계에도 영향을 미침(주관기관 FGI)

○ 종합적으로 공연을 위한 연습 시간, 공연 매너, 관객 고려 부족 등으로 전체적인 공연 완성도가 떨어지는 문제가 발생함

- 전문가 모니터링에서는 공연 장르와 선곡 편중(한 공연에서 다른 팀이 같은 곡 연주), 일부 실버예술가의 연습 부족, 악보 미숙지 등 전체적으로 공연의 완성도와 질이 떨어진다는 문제가 제기됨

- 반면 일부 주관기관은 공연 스태프의 수준이 낮아 실버예술가가 직접 음향을 세팅하는 상황도 있었음(실버마이크 공연팀 FGI)

○ 실버예술가의 만족도는 높은 반면 일부 수준 낮은 공연 진행으로 대국민 문화향유 기회 확대 측면에서는 상대적으로 미진한 측면이 드러남

- 1회 공연에 투입되는 많은 비용 대비(공연팀 사례비, 스태프, 운영경비 등), 과연 시민들이 볼만한 공연인가에 대한 의문을 제기하게 됨(주관기관 FGI)

□ 사업 운영: 실버예술가 공연을 위한 대상과 장소, 일시 선정의 어려움

○ 일부 주관기관은 어르신들의 공연에 대한 선입견과 편견으로 인해 공연장소 섭외에 어려움을 겪었으며, 이에 따라 노인복지관 등 어르신과 동일 연령대, 관련 기관으로 공연장소가 편중되는 경향이 발생함

- 참여자 조사에서도 사업실행 애로사항으로 '사업장소 선정'을 68.2%로 가장 많이 선택했음



〈그림 6-20〉 실버마이크 사업실행  
애로사항(1+2+3순위)

- 계절, 공연 분위기 등에 적합하지 않은 공연장소와 시간대 선정(한여름, 실외, 장시간)으로 관객이 거의 없는 상황에서 공연이 진행되거나 관객 몰입도가 떨어지는 문제가 발생함
  - 관객이 거의 없는 장소에서 5팀이 연달아 공연(관객보다 출연진이 많은 상황)한 적이 있는데 외부에 예산 낭비로 인지될 우려가 있음(실버마이크 공연팀 FGI)
  - 사람이 없는 장소에서 누구를 위한 공연인지도 알 수 없는 공연은 하지 말아야 하며, 야외에 모객이 안 되는 장소에서 하는 것보다 노인복지관 등 모객 가능한 실내 행사도 필요함(주관기관 FGI)
  - 관객이 적을 경우 실버예술가도 불만족스러워하고, 정식 공연장에서의 경험이 많은 어르신들은 모든 것이 잘 갖춰진 공연을 당연하게 생각해 불만을 제기함(주관기관 FGI)
- 문화가 있는 날 주간으로 한정해 사업이 진행되어 공연자와 관객 모두를 고려한 최고의 공연을 추진하기 어려운 것으로 나타남
  - 운영 지침상 공연장소 중복이 허용되지 않아 매번 새로운 공연장소를 모색하는 것이 어려웠으며, 문화가 있는 날 주간으로 한정되어 지역주민이 많이 모이는 지역 축제와 연계하여 공연을 진행하기 힘들었음(주관기관 FGI)
- 소도시, 군 단위 지역은 인구 자체가 많지 않아 적합한 공연장소 발굴 자체가 어렵고, 문화환경 취약지역 공연은 상대적으로 모객이 더 힘들지만 필요하다는 의견임
  - 문화환경 취약지역은 공연을 준비하는 쪽이나 공연팀 모두 힘든 것은 사실이나 필요하며, 모객의 어려움을 탈피하고자 해당 지역 공연을 5일장이 있는 날 주변 공원으로 정하거나, 관광객이 많이 찾는 시기를 정해 진행하는 노력을 함(주관기관 FGI)

□ 사업 운영: 지자체 및 공공기관 등의 낮은 사업 인지도로 인한 협조 부족 및 일부 광역권 한정 진행

○ 사업 시작 첫해로 지역 내에서 실버마이크 사업에 대한 인지도가 낮고, 지자체에 문화가 있는 날 기획사업 담당 공무원이 없어 장소 섭외와 홍보 등의 협조를 받기 어려웠던 것으로 확인됨

- 일반 관람객 대상의 관련 홍보와 정보 제공 부분도 미흡했던 것으로 나타남

\* 실버마이크 이용자 조사 항목에서 '정보습득의 용이성'에 대한 만족도 수치(3.91)가 가장 낮았음

○ 사업 규모 대비 부족한 운영비에 대한 문제가 제기됨

- 사업비 중 대부분은 공연사례비로 지급되어 총 20회 행사 추진에 소요되는 운영경비 자체는 부족한 상황으로 이러한 한계가 시민 서비스 부분에서 드러났음

\* 운영비 등의 문제로 문화가 있는 날 주간 하루에 여러 공연을 동시에 진행하기 어렵기 때문에 동시다발 추진 가능한 역량을 가진 업체와 계약할 수 있는 운영비용을 보장해 주었으면 함(주관기관 FGI)

○ 최종 선정된 5개 광역문화재단 광역권 중심으로 사업이 진행되어, 실버예술가들의 이동이 많았으며 전 국민 대상 향유 사업으로 진행되기 어려운 한계가 나타남

- 충북문화재단은 충북 외 충남, 대전, 세종에서도 공연을 진행했으며, 4개 재단은 해당 광역권에서만 공연을 진행함(총 20회 공연으로 광역 내 기초지자체 전체를 커버하기도 힘들)

- 전 국민의 문화향유권 차원에서 전국에서 수행되어야 하는 사업으로 봐야할지, 전국의 실버세대가 이 사업에 참여하면 되는 시스템인지는 논의가 필요함(주관기관 FGI)

(2) 개선방안



〈그림 6-21〉 실버마이크 개선방안

□ 사업 목적: 실버세대 특성을 반영한 차별화된 사업 진행

- ‘청춘마이크’ 파생 사업으로 시작되었지만 실버마이크는 참여자에 보다 초점을 맞춰 증가하는 노인 세대에 사회적 역할을 부여하는 부분을 강조하고 있음
- 실버예술가들이 기존 생활예술 영역보다 질적으로 수준이 높고, 시민에게 서비스하는 측면을 부각하여 사업의 차별성을 드러낼 수 있음
  - 개선과제 중 ‘지역 내 유사 문화사업과 차별성 확보’ 문항 응답률은 31.8%로 청춘마이크(19.8%)에 비해 높게 나타남



〈그림 6-22〉 실버마이크 참여자  
개선과제(1+2+3순위)

□ 참여자(실버예술가): 실버예술가의 질적 수준 담보와 사업 정체성 확립을 위한 자격 기준 및 심의 강화

- 전문성 있는 실버예술가 선정으로 어르신 동호회의 발표 활동을 지원하는 유사 사업과의 차별성을 확보할 필요가 있음
- 실버예술가 선정 기준과 절차(오디션)를 강화해 일정 수준 이상의 실력 있는 원로 예술가를 선발함
  - 공연을 즐기는 이용자를 고려한 전문성을 갖춘 실버예술가 선정이 무엇보다도 중요함
  - 공연사레비 기준 높기 때문에 실버예술가들의 전문성, 예술적 역량은 기본으로 전제 되어야 함
- 단, 오랜 기간 활동해 온 역량 있는 아마추어, 은퇴 후 경력이 단절된 예술인도 있으므로 신청 자격 자체를 제한하기보다는, 서류 접수 시 그간 활동경력을 증빙할 수 있는 자료를

최대한 제출하게 하고 이를 심사에 참고하도록 함

- 경력 단절 시에는 ‘예술활동증명’을 받기 어렵고, 실제 60대 이상 예술활동증명 예술인 수가 많지 않아 이를 기준으로 신청대상을 제한하기는 어려울 것으로 판단됨

\* 실버예술인 발굴 차원에서 실버마이크 공연 활동이 예술활동증명 신청에 필요한 경력이 될 수 있음

- 원로 예술인을 1차 대상으로 하고 오랜 기간 활동해 역량이 높아진 아마추어 예술인에게도 기회는 제공하는 방향으로 함(주관기관 FGI)

○ 사업 운영 지역 확대를 고려해 광역별 사업대상 실버예술인 규모 확인이 선행되어야 하며, 이를 반영해 권역별 사업 운영 규모(선정 실버예술인 수)를 설정해야 함

- 지역 원로 예술인 대상으로 사업 홍보를 진행해 신청률 자체를 높일 필요가 있음

\* 예) 광역별 60대 이상 예술활동증명 예술인 현황(전국 음악 분야 2,421명, 국악 분야 1,034명 등), 광역별 예술인 실태조사 현황, 국가·시도 무형문화재 전승자 현황 등

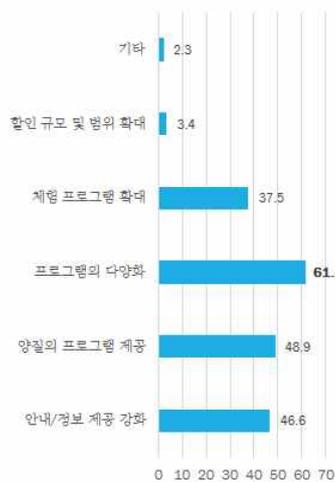
〈표 6-16〉 광역별 60대 이상 예술활동증명 예술인 현황

구분	전체 분야 <sup>20)</sup>	①음악	②국악	③무용	④연극	⑤복수	①+②+③+④+⑤
서울	2,753	527	117	77	161	149	1,031
부산	1,535	194	142	44	24	63	467
대구	599	70	18	11	11	6	116
인천	762	207	46	10	19	28	310
광주	571	74	16	3	9	9	111
대전	590	75	23	14	14	6	132
울산	379	29	9	14	7	8	67
세종	122	13	8	8	1	1	31
경기	3,410	591	152	78	114	102	1,037
강원	686	55	29	18	23	32	157
충북	573	66	27	5	10	15	123
충남	506	68	31	8	15	10	132
전북	1,042	111	58	13	13	25	220
전남	953	85	82	26	17	25	235
경북	486	50	43	11	13	19	136
경남	2,005	167	220	140	22	50	599
제주	358	39	13	6	11	16	85
합계	17,730	2421	1034	486	484	564	4,989

기준: 2022년 12월. 출처: [https://www.kawfartist.kr/kawf\\_dash/dash/html/p03.html](https://www.kawfartist.kr/kawf_dash/dash/html/p03.html)

20) 전체 분야는 문학, 미술, 사진, 건축, 음악, 국악, 무용, 연극, 영화, 연예, 만화, 복수 12개로 분류됨

- 참여자(주관기관, 실버예술가): 공연프로그램 기획력 강화 및 실버예술가의 인식 변화를 통한 수준 높은 공연 관람 기회 제공
- 일부 공연 장르 편중을 방지한 팀 구성, 전체 팀별 셋 리스트(setlist) 사전 협의 등 공연 기획과 운영 부분에 대한 보완이 요구됨
  - 이용자는 '프로그램 다양화(61.4%)'에 대한 개선 요구가 가장 많았으며, 양질의 프로그램 제공은 49.9%였음



〈그림 6-23〉 실버마이크  
이용자 개선점 (1+2순위)

- 공연장소 및 대상에 대한 사전 정보공유, 관객별 공연 레퍼토리 다양화, 공연 전 별도 준비와 연습 등 주관단체와 실버예술가의 인식과 운영 변화가 수반되어야 함
  - 공연장소와 시간대, 대상 관객에 맞는 공연을 할 수 있도록 주관기관과 실버예술가 간 협의와 조율 필요
  - \* 예) 평일 점심 시간대에는 짧게 진행하는 등 전체 공연 시간과 출연 팀수 조정
  - 실버예술가와 청년예술가와 컬래버레이션 공연 시 충분한 기획과 연습 시간 보장
  - 공연장소별 현장 상황과 관객 반응에 유연한 대처(여분의 레퍼토리 준비), 공연 안내 리플릿(실버예술가 및 곡 정보 포함) 제공, 전문가급 공연 스태프 참여(조명, 음향 등)을 통한 전반적인 공연의 질 향상 도모
  - 최상의 공연 진행을 위해서는 날씨뿐 아니라 대기실, 화장실, 계단, 동선 등 실버예술가의 편의 부분까지 세심하게 고려해야 함

□ 이용자: 일상 속 시민 문화향유 확대를 위한 공연장소 선정과 관람 환경 조성

- 다양한 연령층의 지역주민과 공감·소통할 수 있는 관객층과 모객을 고려한 공연장소 선정이 필요함
- 특정 장소를 고정하기보다는 유동인구 적은 곳, 문화환경 취약지역 대상 순회공연 형태로 진행함
  - 전남의 경우 섬 지역이 20% 이상으로 일부 찾아가는 공연 방식을 진행할 필요가 있음 (주관기관 FGI)
  - 소수 인원, 특정 대상 관객 공연이 집중도가 높고 반응이 좋기도 하므로, 노인복지관, 의료시설 등 실버예술가들과 교류하며 공감대를 형성할 수 있는 장소를 찾아가는 공연을 병행함
- 날씨가 좋은 시점에 실버예술가들이 더 많은 공연을 할 수 있도록 연간 공연 일정을 조정하고, 관객들이 관람하기 편한 환경을 조성함(좌석, 그늘막, 우의, 핫팩 등 필요 물품 비치 등)
- 월별, 계절별 특성을 고려해 실외 및 실내 장소를 골고루 활용하고 해당 장소에 맞는 공연프로그램을 구성함
  - 한여름에는 실버예술가의 건강과 관객의 관람 여건을 고려해 실내 공연(지하도, 건물 로비 등) 위주로 진행할 것을 권장함
  - 유동인구와 관객이 많고 반응이 좋았던 장소와 시간대를 참고할 수 있음(병원 등 대형 건물 로비, 지역축제 현장, 전통시장, 장날, 지역 유명 관광지 등)

□ 사업 운영: 사업실행 권역 확대와 중앙 차원의 홍보 지원 필요

- 전반적으로 지자체 공무원들의 실버마이크를 비롯한 문화가 있는 날 기획사업에 대한 인지도를 높일 필요가 있음
- 문체부와 지역문화진흥원 차원에서의 별도의 홍보와 지원이 요구됨
  - 실버예술가 활동 언론 홍보, 지자체에 홍보 및 공간 이용 협조 요청 공문 발송 등
  - \* 홍보 전문인력을 채용할 예산적 한계도 있어 지역문화진흥원에서 실버마이크 전체 사업에 대한 홍보를 강화해 주었으면 함. 홍보 전단도 전국적으로 통일하여 하나의 품으로 공연을 홍보하여 전국적으로 실버마이크가 진행되고 있다는 느낌을 주는 것도 좋은 방안임(주관기관 FGI)
- 타 권역 거주 실버예술가의 활동기회와 시민들의 문화향유권 보장을 위해 사업 진행 광역권역의 확대가 필요함
  - 단, 주관단체 공모 대상을 광역문화재단으로 제한할 경우 17개 광역시·도간 편차가

있고, 광역재단별로 사업참여 의지와 필요성의 정도가 다를 수 있어 이에 대한 대안 마련이 필요함

\* 공연을 진행하며 많은 어르신들의 참여 의사를 직간접적으로 체감했으며, 지역별 주관처가 늘어나 청춘마이크 사업과 동일하게 17개 광역시도에서 실버마이크 사업이 진행되기를 희망함(주관기관 FGI)

## □ 기타

- 지역별 특수한 상황을 반영해 문화가 있는 날 주간 이외 시기의 공연 진행에 대한 예외 규정 마련해 유동적 대처할 수 있도록 함
  - 실버예술가 공연 요청이 들어와도 문화가 있는 날 주간이 아니라 못하는 경우, 좋은 장소가 있어도 문화가 있는 날에 대관이 안 되는 상황이 발생하고 있음(주관기관 FGI)
  - 문화가 있는 날 주간이 아닌 경우에도 지역축제와 연계해 공연을 진행할 수 있도록 제한을 풀어주었으면 함(주관기관 FGI)
- 청춘마이크와 유사한 형태의 전국 단위 실버마이크 페스티벌 진행 혹은 청년예술가 협력 공연 확대 운영을 검토할 수 있음

#### 4) 생활 속 문화활동 지원사업

##### (1) 문제점

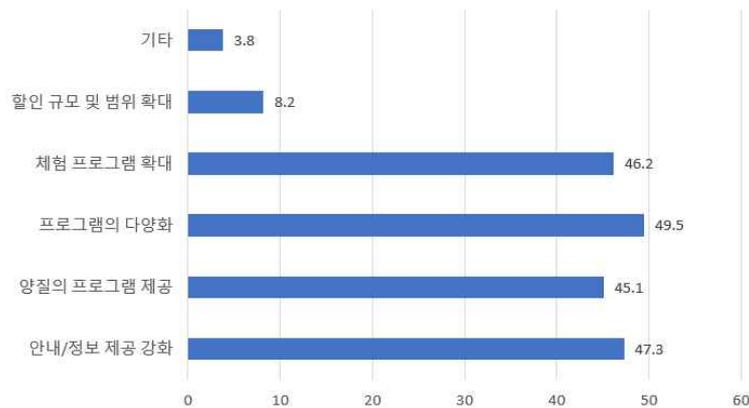
정책목표/방향성 모호	취약지역 우선지원 조건과 사업목표 간 모순	기존사업과 유사중복 우려	2개 대상군 지원논리 부재
<ul style="list-style-type: none"> <li>• '생활 속 문화활동' 이라는 사업명과 사업대상(아동, 근로자) 접근 관련 정책목표 모호</li> <li>• 취약지역, 취약계층 향유 기회 제공인지 생활 속 주체적 활동경험 독려인지 불분명</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 선정된 15개 지역 중 취약지역은 4곳에 불과</li> <li>• 인구소멸, 저출생 심각 등 취약지역 특성상 수혜 대상 발굴 어려움(*아동)</li> <li>• 기획사업 일반 목표(보편적 문화향유 확대)와 괴리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '신나는 예술여행', '방방곡곡 문화공감' 등과의 중복성 이슈</li> <li>• 실행과정 상 아동의 경우 교육 프로세스와 유사성 발현</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1개 사업 내 2개 대상군 특화 이유 논리 부재</li> <li>• 아동 - 근로자 간 연결고리 관련 논리 및 가이드 부재</li> <li>• 근로자 개념·범주 모호, 다회차 수혜조건 현실적 한계 등</li> </ul>

〈그림 6-24〉 생활 속 문화활동 지원사업 문제점

##### (1-1) 이용자 및 참여자 의견

##### □ 이용자 개선요구사항

- 이용자 경우, 개선과제로 프로그램의 다양화(49.5%), 안내/정보제공 강화(47.3%), 체험프로그램 확대(46.2%), 양질의 프로그램 제공(45.1%)을 지목



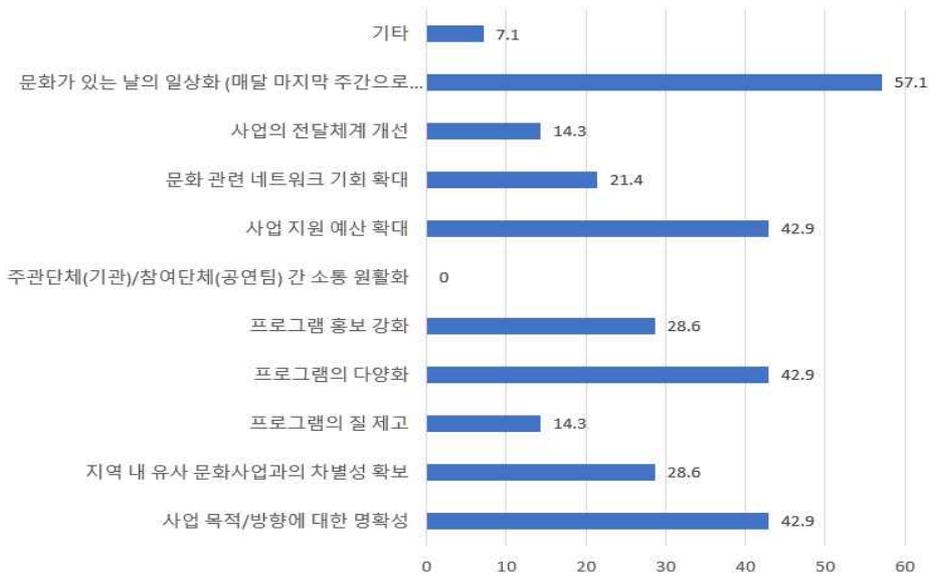
〈그림 6-25〉 생활 속 문화활동 지원 이용자 개선과제 (1+2+3순위)

□ 참여자 애로사항 및 개선과제

○ 참여자 경우, 사업실행 관련 애로사항으로 사업장소 선정(64.3%), 이용자 모집과 사업 운영 일정/절차 항목에 57.1% 응답, 사업홍보 항목은 50%로 나타남



〈그림 6-26〉 생활 속 문화활동 지원 참여자 애로사항 (1+2+3순위)



〈그림 6-27〉 생활 속 문화활동 지원 참여자 개선과제 (1+2+3순위)

○ 참여자들은 개선과제로 문화가 있는 날 주간 일상화가 필요하다는 응답이 57.1%로 가장 많았고, 목적/방향 명확성, 프로그램 다양화, 예산확대 (42.9%)가 필요하다고 응답하였음

(1-2) 문제점

□ ‘생활 속 문화활동 지원’의 명확한 정책목표 모호 및 사업 방향성 부재

- ‘생활 속 문화활동 지원’을 아동 및 근로자(수혜자 관점)에서 어떻게 해석할 것인가의 문제와 더불어 ‘문화가 있는 날 기획사업’으로서 어떻게 포지셔닝 할 것인가의 문제가 노정됨
- 특히 ‘생활 속 문화활동 지원’ 사업명은 생활문화 사업과 명칭이나 내용상 혼선을 가져올 수 있고 구체적으로 성취하고자 하는 정책 목표가 불명확하다는 현장의 의견도 제기되고 있음
- 문화 접근성이 낮은 지역을 중심으로 상대적으로 향유기회가 적은 아동과 근로자에게 ‘일상과 다른 특별한 경험’을 할 수 있는 향유기회 제공 자체가 목적인지, 아니면 다회차로 설정한 만큼 ‘문화향유에 대한 관심 제고’가 목적인지가 명확하지 않다는 것임
- 사업개선사항 관련 참여자 설문응답(1순위 기준)으로 살펴보면, 사업목적 및 방향성에 대한 명확화가 필요하다는 응답이 평균(13.0%) 대비 높게 나타났을 뿐 아니라, 타 항목 대비해서도 명확하게 가장 높은 비율을 차지함을 확인할 수 있음

〈표 6-17〉 생활 속 문화활동 지원 참여자 개선사항 (1순위)

구 분 (단위 : %)	표본수	사업 목적/방향에 대한 명확성	지역 내 유사 문화사업과 차별성 확보	프로그램의 질 제고	프로그램의 다양화	프로그램 홍보 강화
전체	(832)	13.0	10.8	7.5	10.7	16.9
생활 속 문화활동 지원	(14)	<b>28.6</b>	0.0	7.1	7.1	14.3

구 분 (단위 : %)	표본수	주관단체 참여단체 간의 소통 원활화	사업 지원 예산 확대	문화 관련 네트워크 기회 확대	사업의 전달체계 개선	문화가 있는 날의 일상화	기타
전체	(832)	4.3	22.7	1.4	1.8	10.3	0.5
생활 속 문화활동 지원	(14)	0.0	14.3	<b>7.1</b>	0.0	<b>14.3</b>	7.1

“사업명 자체가 굉장히 중요하다고 생각합니다. ‘생활 속 문화활동 지원’이기 때문에 이것이 갖고있는 어떤 정체성들을 마련해 나가는 과정이 제일 중요하다고 보고 있어요. 재공모 심의와 컨설팅을 하면서...(중략) 단체조차도 사업 방향을 정확하게 이해하고 있지 않았어요.”

- ‘2022 생활 속 문화활동 지원사업 유관기관 담당자 및 전문가 자문회의 결과보고서’ 발췌

## □ 동일사업 내 2개 대상군 특화로 묶인 사업구조와 정책적 설득력 부재

- 현재 사업 구조상 수혜자 성격이 서로 명확하게 다른 2개 대상을 놓고 프로그램을 동시 개발, 동시 운영하도록 되어 있는 상황
- 아동, 근로자를 대상으로 하는 사업을 굳이 하나의 틀에서 접근해야 하는 명확한 정책적 이유나 철학이 충분히 제시되고 있지 않고 있어 검토가 필요
- 물론 수요자 대상별 경험치가 서로 다른 단체의 경우 한 편으로 새로운 대상에 대한 이해나 이를 기반으로 한 프로그램 개발의 기회가 주어진다고 볼 수도 있음
- 그러나 현실적으로 대상발굴 및 이들에 대한 이해를 위한 충분한 시간과 리서치가 사업 구조 내에서 허용되지 않는 상황에서 2개 수혜 대상군을 ‘미리 선정하여 사업공모에 신청하도록 되어 있는 사업구조’는 단체가 당초 사업 취지대로 ‘맞춤형 프로그램’을 개발할 수 있는 실질적 가능성을 제약할 수 있음
- 더욱이 문화소외계층, 문화향유 취약계층이라는 범주 속에 ‘아동’, ‘근로자’가 귀속되는 가운데 지역별 이들 대상군이 가진 차별적 특수성 반영은 결과적으로 프로그램에 적극 반영되기 어려운 상황

*“아동하고 직장하고 합치다 보니 한 주관처가 너무나 다른 대상자들을 동시에 수행하게 하는 것도 문제라 생각했습니다. 단체별 특화된 역량에 맞는 서비스를 하지 못하는 겁니다. 동등하던 단체가 갑자기 직장인을 대상으로 사업을 하면 콘텐츠가 안 맞는 경우가 많고, 동시에 그 대상을 섭외하기 굉장히 어려운 문제점이 있다는 거죠. 어렵게 섭외하고 나니 새로운 대상에 대한 연구나 기획이 안 된 상태에서 실연을 하기 바쁘구요”*

*“지역에서 평소 저희가 생각하지 못했던 대상자들을 발굴하는 측면에서는 굉장히 의미가 있는 사업은 맞습니다. 다만 조금 더 구체화하면 좋지 않을까 싶습니다. 대부분의 지역은 이제 노인 인구가 많고 어린이는 없고 다문화 가정 밖에 없을 거예요. 차라리 지역이 갖고있는 특성을 살리거나 대상을 구체화했으면 좋겠습니다. 농촌협동조합 중심의 서비스라던지, 서울 같은 경우 청소년노동자들 등 대상을 구체화시켜 추진하면 지금보다 효과는 훨씬 좋을거라 생각합니다.”*

- ‘2022 생활 속 문화활동 지원사업 유관기관 담당자 및 전문가 자문회의 결과보고서’ 발췌

## □ 문화 접근성이 낮은 지역 우선지원 조건과 사업목표 간 모순점 존재

- 문화 접근성이 낮은 지역의 경우 대부분 지역소멸, 인구소멸 지역에 가까운 특성상 사업 대상으로 설정된 아동 향유대상 발굴의 어려움도 존재. 또한, 이들 지역은 사업을 운영할 수 있는 문화적 자원(가령 예술단체) 역시 척박할 가능성이 크기 때문에 공모신청 단계에서 포기하거나 신청 자체를 하지 못하는 등 사전배제될 가능성이 큼
- 반면 광역시 자치구라고 할지라도 해당 지역의 모든 지역민이 풍요로운 문화향유를

누리는 것이 아니며, 문화향유에서 배제되는 대상군은 함께 존재할 수 밖에 없음

- ‘문화 접근성이 낮은 지역’ 우선지원 조건 사업운영방침으로 유지할 경우, 정책적 효과나 성과 차원에서 얼마나 많이 선정되었는지가 중요하게 간주되는데, 앞서 언급한 취약 지역의 인프라 문제는 고질적인 제약요소로 작동할 가능성이 큼

#### □ 유사·중복사업과의 독창적 차별성 제고 및 옹호 전략 모호

- 사업공모, 심의 단계부터 지역 내 ‘문화취약계층’이라는 요건이 주요하게 강조된바, 기존의 취약계층 대상 ‘대상중복’, ‘유사사업’의 우려가 있다는 비판이 제기되기도 하였음
- 대표적인 취약계층·지역 대상 사업인 ‘신나는 예술여행’이나, ‘방방곡곡 문화공감’ 등과 비교할 때, 프로그램을 접근하는 정책적 방법론상의 차별성은 명확하게 존재하나, 실행 과정에서 유사한 부분이 발생하는 지점에서 차별성 모호 혹은 중복성 이슈가 제기
- 본 사업은 사업설계 상 지역 내에 예술단체·기관이 직접 아동·근로자 수혜대상을 발굴하고, 그들이 있는 곳으로 직접 찾아가서 ‘맞춤형’ 프로그램을 진행한다는 점에서 타 사업과 명확히 차별됨. 또한 ‘문화가 있는 날 주간’에 프로그램이 진행된다는 시기적 차별성도 존재
- 다만 프로그램 내용 및 실행과정에서 문화예술교육이나, 직장인 대상의 경우 1회성 방문형 프로그램을 연달아 붙여서 진행하는 형태도 나타나고 있음
- 아동 대상 사업의 경우 다회성 기반의 체험적 성격의 향유를 권장하는 가운데 프로그램 구성에서 문화예술교육 프로세스와 유사한 성격이 나고 있음
- 특히 기존의 ‘유아’로 대상을 명확하게 설정했던 반면, 통합 이후 18세 미만의 아동으로 그 범위가 확장되어 문화예술교육 아동·청소년 대상 사업들과 유사성이 강화되는 현상도 일부 나타남

□ 사업대상으로서의 ‘근로자’ 관련 명확한 개념과 범주 관련 가이드 필요

- 기존 ‘직장문화배달’ 사업과 달리 본 사업에서 ‘근로자’라는 확장된 개념을 적용하여, 지역 상인회나 영농법인, 협동조합 등 새로운 대상이 발굴된 것은 유의미한 지점이라 할 수 있음
- 그러나 동시에 이들을 굳이 ‘근로자’라는 용어나 개념으로 접근 대상을 명명할 필요가 있는지, 그렇다면 명확한 근로자의 개념과 범주는 무엇인지 검토가 필요하다는 현장의 의견이 제기됨

*“근로자의 경우에는 대기업 외 중소기업 위주로 찾게되는데, 중소기업은 진짜 시간 내기가 어려우세요. 직업들이 사업을 하고 싶다는 생각을 해도 현장에서 받아들이는 결이 많이 달랐거든요. 그래서 직장인의 개념을 어디까지 봐야될지에 대한 정의가 필요하겠다는 생각이 들더라고요”*

*“올해 사업에서 근로자라고 표현했을 때는 좀 근로자에 대한 정의를 내기하려고 그러는 게 아니라 기업을 했을 때는 기업이 라는 거에 매칭이 들어가서 근로자로 하다 보니까 오히려 이제 상인들도 근로자구나 이런 게 발견이 되더라고요. 생활 속 문화활동 지원에서는 누구나 일을 하고 있는 사람들이 많은데 꼭 기업에 속한 근로자가 아닌 지역적 특성을 찾지 않았나 이런 시사점을 좀 충분히 많이 얻은 것 같습니다. 그렇다면 오히려 지역에서 직접 발굴하고 대상을 좀 더 명확하게 가는 게 낫지 않을까..”*

- ‘2022 생활 속 문화활동 지원사업 유관기관 담당자 및 전문가 자문회의 결과보고서’ 발췌

□ 다회차 수혜 조건이 때로 프로그램 개발 및 수행에 난점으로 작동

- 생활 속 문화활동 지원사업은 프로그램 지속성이나 타 유사사업 대비 차별성 획득 차원에서 다회차 수혜방식을 적용하는 것으로 진행되고 있음(2021년 성과평가 결과 반영한 내용)
- 다만 이러한 조건은 아동 프로그램의 경우 문화예술교육적 프로세스가 강화되는 기제로 작동하거나, 근로자 프로그램의 경우 실제 근로현장에서 현실적 난점이 있다는 문제가 제기
- 다회차 수혜 조건을 통한 다양한 문화향유 경험기회 제공이라는 사업 취지는 이상적이거나, 사업주 입장에서 근로시간을 문화향유시간으로 반복적 대체하는 것에 대한 부담을 안고 있기 때문임

“근로자를 3회를 했잖아요. 3회가 되게 어려워서 그 3회를 하면서 근로자뿐 아니라 사업주의 인식이나 이런 것들을 봤을 때 엄청나게 많은 장벽이 있는 채로 끌고 갔어요. 그러다 보니 단순히 그 자리에 앉아서 뭘 향유한다고 해서 이분들이 마음 편하게 즐기셨을까에 대한 고민이 계속 있는 거죠”

“근로자의 휴식시간이 절실히 필요한 건데, 회사한테 아무 메리트가 되지 않으니까 정말 진심으로 여가친화기업이 아니거나 하면 (이미) 굉장히 많은 수혜를 받고 있던 근로자들에게 갈 확률이 높았던 거예요. 원래부터 수혜를 많이 받았던 근로자, 그 갭을 조금 메꿔줄 수 있는 예산집행상의 조금의 인센티브나 메리트가 있다면 ...”

“아동을 대상으로 했을 때는 유아문화예술교육 이런 것들도 있고, 어찌보면 결과를 놓고 아이들을 몰고 가는 형식이거든요. 저희가 하는 사업 경우에는 좀 더 아이들을 풀어주는 문화로 즐길 수 있도록 그런 차이가 있다고 생각해요. 그런데 아동은 어찌보면 중복되는 게 있다는 게 인정할 수 밖에 없는 부분이기는 한 것 같아요. 그래서 사실 저희 입장에서도 어떤 차별성을 두고 기획을 해야할까 고민을 하거든요”

- 생활 속 문화활동지원 주관처 (FGI 발췌)

## (2) 개선방안



〈그림 6-28〉 생활 속 문화활동 개선방안

### □ ‘생활 속 문화활동’의 구체적인 의미 설정 및 정책목표 명확화 필요

- 현재 ‘생활 속 문화활동 지원’ 사업의 경우 기초단위 지역별 문화취약계층 대상 문화활동 기회 제공 vs 수혜자의 생활 속 문화활동의 확장이나 지속가능성 확보를 목적으로 할 것인지 명확화 필요
- 현재 아동, 근로자로 특화된 수혜대상을 그대로 고수한다면, 이들 입장에서의 문화가 있는 날 기획사업 관점에서 ‘생활 속 문화활동’의 의미를 좀 더 명확히 설정, 제시할 필요가 있음
- 특히 생활문화 사업과의 차별성 획득을 고려, 사업명 변경도 검토해 볼 수 있을 것으로

판단되며, 이 경우 현재의 사업 구조 및 사업대상 관련 조율을 거친 후에 진행하는 것이 타당할 것으로 사료됨

□ 2개 대상군 동시 기획/수행 사업 구조 개선 ⇒ 1개 대상선택과 집중/트랙별 분리 vs 지역별 대상선택 기회 제공

- 현재 사업명 및 사업 구조상 아동과 근로자 수혜대상을 묶어야 하는 정책적 논리가 충분히 제시되기는 어려움
- 더불어 상호 성격이 다른 수혜대상을 위한 개별 프로그램 동시 개발·수행 사업구조는 프로그램의 질과 전문성 제고 관점에서 시너지 효과보다는 제약적 한계로 작동할 가능성이 큰 것으로 보임
- 따라서 향후 ① 1개 대상 선택과 집중 전략, ② 트랙별 분리 운영, ③ 지역별 대상선택 기회 제공 등의 대안을 검토할 필요가 있음
- 추후 현재 사업의 개선 방향으로 사업 대상 관점에서 아동 및 근로자 중 하나를 선택, 사업의 정책목표 및 효과성을 응집적으로 강화하는 것을 우선적으로 검토해 볼 수 있을 것으로 보임. 이 경우, 유사 사업이 이미 많이 존재하는 아동보다는 근로자를 고려하는 것이 정책적으로 효과적일 수 있음
- 다만 근로자 대상으로 집중할 경우, 근로자 개념에 대한 확장적 접근 및 이를 반영한 사업명 변경, 사업구조나 방식상의 변경을 함께 고려할 필요가 있음
- 아동, 근로자 사업대상을 모두 고수하고자 한다면, 트랙별로 분리하여 운영하는 방식도 고려할 수 있음
- 더불어 장기적 관점에서 지역 내 예술단체 및 기관들이 보다 유연하게 향유대상을 발굴할 수 있는 열린 사업구조를 포용하는 것도 고민할 필요가 있음
  - 반드시 '근로자'로 묶일 수 있는 대상이 아니라 하더라도, 지역 내 예술단체나 기관이 직접 문화향유가 부족한 새로운 대상을 발굴하는 방식으로 접근한다면, 향유 사각지대를 해소할 수 있을 뿐 아니라, 장기적으로 예술단체와 지역 간 문화적 연결망이 촘촘히 강화될 수 있을 것임
  - 이러한 방식은 지역 내에서 예술단체가 문화향유 활성화를 위한 긍정적 역할을 지속적으로 탐색할 수 있는 기회를 제공하고, 지역주민 입장에서 일상적인 문화향유 환경의 혜택을 획득할 수 있기 때문에 지역 내 문화향유 생태계 활성화 차원에서 검토될 필요가 있을 것으로 보임

“문화와 관광 향유에도 양극화가 심화되는 것은 소득수준의 양극화에 기인하며 이는 상대적 박탈감을 불러온다는 점에서 더욱 사회문제화되고 있습니다. 생활 속 문화활동 지원사업의 사업목적이 국민들이 고르게 문화향유를 누리게 함에 있고, 이를 위해서는 관계자들의 노력과 개선이 아주 중요하다고 느껴집니다. 변화하는 세상에 뒤처짐 없이 전국 곳곳의 소외계층까지 아우르려면 상응하는 체계와 기술, 정책이 수립되어야 한다고 생각합니다.”

- 생활 속 문화활동 지원 주관처 (FGI 발체)

#### □ 문화 접근성이 낮은 지역 혹은 소외계층에 대한 새로운 해석 및 적용 필요

- 현재의 문화환경취약지역 우선지원 관련 요건의 경우 타 유사 사업과의 차별성 차원에서 향후 사업운영 방식에 그대로 적용할 것인지 검토가 필요함
- 문화 접근성이 낮은 지역은 예술단체 부재 등 문화적 자원 및 인프라 역시 척박할 가능성이 큼. 따라서 해당 지역에서의 공모 신청 가능성 역시 낮을 수 밖에 없음
- 반대로 광역시도라고 할지라도, 해당 지역 내 문화향유에서 배제되거나 소외되는 대상들 역시 존재함
- 따라서 61개 문화환경취약지역 우선지원 요건을 통해 지역의 부족한 향유를 메워가는 방식으로 접근하기보다는, 이와 관계없이 각 지역이 자율적으로 향유가 저조한 대상군을 발굴하거나, 문화향유 환경을 다채롭게 풀어갈 수 있는 방향으로 유연하게 접근할 필요가 있음
- 문화향유 접근성 제약요소는 다양함. 지리적, 경제적, 신체적 조건이나 인프라 차원, 혹은 시간적 소외계층 등 다양한 관점에서 접근할 수 있으므로, 장기적 차원에서 이를 포괄적으로 바라보는 유연한 정책관점을 채택하는 것도 검토가 필요할 것으로 보임

#### □ ‘대상 맞춤형’ 전략 강화를 위한 예비선정 기간 제도 도입

- 사업 구조 내에서 지역에서 발굴한 수혜대상의 수요나 특성을 파악하고 이들에게 특화된 프로그램을 새롭게 개발하는 과정에서 공공의 가치가 반영될 수 있는 방식을 고민할 필요가 있음
- 주관기관 입장에서 공모 신청 시 기업을 선정하고 들어오는 방식보다 선정 이후 구체적 참여 대상을 리서치하여 발굴할 수 있는 기회를 가질 수 있도록 하는 사업 구조 개선을 적극 고려할 필요가 있음
- 수요자 대상별 특화프로그램을 개발하는 과정에서 대상에 대한 리서치, 이해 등이 충분히 반영될 수 있도록 준비 기간에 대한 지원이나 이에 따른 비용 산정 등 사업 구조상 제도적 보완장치 역시 고려하는 것이 필요할 것으로 보임

- 가령 근로자 대상으로 집중하게 되는 경우, 참여 기업이나 사업장에게 제공할 수 있는 인센티브나 유인책이 중앙차원에서보다 적극적으로 고안되어 사업운영방식에 함께 반영될 필요가 있음

*“중간조직 없이는 시민들한테 저희를 알리고 홍보하는 그런 시스템이 한계가 있어요. (중략) 지역에서 근로자들은 많이 알고 있지만 대표님들한테 이 사업을 이해시키고 참여의 적극성을 요구하고 싶어도 홍보의 한계가 있더라고요. 우리가 기업체를 먼저 선정(하여 공모에 신청)하는 것보다는, 선정 후에 이러한 혜택을 여러분들에게 드릴 수 있다. 그런 걸로 홍보를 하면 좋을 것 같아요.*

- 생활 속 문화활동지원 주관처 (FGI 발췌)

□ 다회차 프로그램 운영의 효과성 제고 및 문화가 있는 날 한정 운영 관련 유연한 가이드라인 설계, 제공

- 문화가 있는 날 기획사업 차원에서 ‘생활 속 문화활동 지원’이 추진되는 점을 고려할 때, ‘다회차 프로그램 운영요건’의 목표와 효과성 관련 명료한 가이드라인 제시가 필요
- 다회차 프로그램 운영요건은 타 유사 사업과의 차별성 차원에서 문화가 있는 날 주간을 통해 수혜자가 ‘지속가능하고 다양한(입체적인) 문화향유 경험’을 할 수 있다는 점에서 긍정적으로 기능할 수 있음
- 다만 그 목적이 구현되기 위해서는 대상별 특성에 따라 방법론이 고안되어야 함
- 이를 중앙에서 일방적으로 제시하기보다는, 주관단체가 대상별 특성에 따른 다회차 수혜 조건을 다르게 해석하거나 자율적으로 기획할 수 있도록 풀어주는 접근이 효과성 제고 측면에서 유의미할 수 있을 것으로 사료됨
- 또한, 문화가 있는 날 주간을 넘어서서 수혜자가 지속가능하고 입체적인 향유경험을 획득할 수 있는 방안도 적극 검토할 필요가 있음

“사업기간 중 언제든지 공연할 수 있도록 사업기간 한정을 풀어 자유롭게 진행할 수 있도록 하는 지원이 필요하며, 3~5회를 진행할 때 일회적인 개별 공연보다는 연결점 혹은 일관된 주제를 통해 매력적인 프로그램 운영을 제안합니다.”

“현행 유지를 하되 향유대상 층의 범위라든지 향유회차 수나 향유 장소에 대해 좀 더 유연하게 열어 두어도 좋을 것 같아요.”

“문화가 있는 날 주간에만 진행해야 하는 제한성과 공공사업의 한계로 1월~4월까지의 활동이 불가능한 상황에 대한 개선(5월부터는 차고 넘치는 다양한 사업들이 있는 반면, 1월~4월까지의 지역에서도 공모사업들이 시행되지 않음으로 문화 행사들이 거의 없음)이 필요하다.”

- 생활 속 문화활동지원 주관처 (FGI 발체)

#### □ 사업운영 방식 및 과정에서의 중앙조직의 역할 확대와 사업 인지도 제고를 위한 홍보 강화 필요

- 중앙조직이 참여 기관(단체) 간 네트워킹 기회 확대, 성과사례 혹은 타 지역 사례 관련 양방향 정보 공유기회 제공하는 것도 필요한 것으로 보임
- 더불어 지역 내 수혜대상 발굴 및 참여대상 설득 과정에서의 공적인 도움을 제공하는 방법론 개발이 필요
- 마지막으로 ‘문화가 있는 날’ 기획사업에 대한 인지도가 낮은 현실을 감안하여 중앙차원에서 지역 내 중간조직·기관들과의 연계를 기반으로 한 적극적인 홍보 전략 강화 역시 필요

“인근 지역단체끼리 교류와 협업기회를 제공하여 서로 협조와 상생으로 함께 성장할 수 있는 시간을 마련하는 것이 있어야 하며, 기획이 강점인 단체와 공연이 강점인 단체가 함께 만나 시너지 효과를 낼 수 있도록 네트워킹을 강화해 나가야 한다.”

“(사업주를 설득할 때) 지역문화진흥원이나 지역 재단 같은 이런 중간조직 기관을 활용하여 공문을 보내준다던가하는 도움이 필요해요. 저희가 공문 보내는 것은 사실 효력이 별로 없거든요.”

“문화가 있는 날에 대해서 ‘마지막 주에 하는 것 있잖아!’ 이렇게는 얘기하시더라고요. 그래서 이게 문화가 있는 날이라는 타이틀을 우리가 매번 계속 자주 들어야지 사람들이 인지를 하는 거잖아요. 그래서 그것을 계속해서 알릴 필요는 있겠다 하는 생각은 여러 번 했어요.”

- 생활 속 문화활동지원 주관처(FGI 발체)

## 5) 지역문화 콘텐츠 특성화

### (1) 문제점

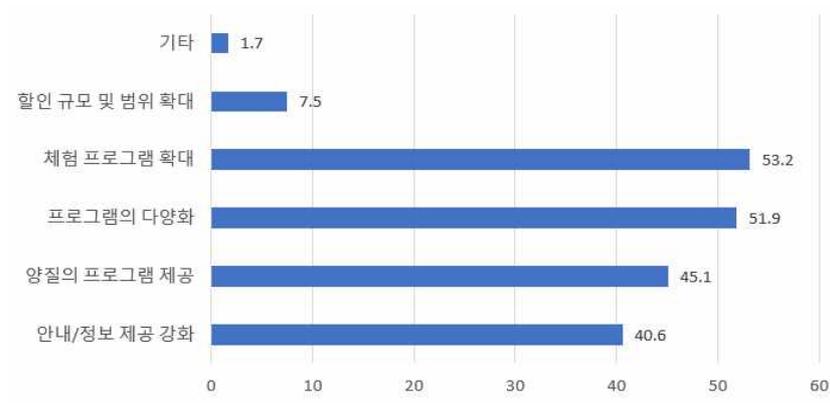
기획사업으로서 정체성 모호 이슈	과정중심 v. 결과중심 사업목표 간 혼선	문화가 있는 날 기획사업으로서 낮은 이해도	사업운영 방식 상의 난점
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기획사업 내 유일한 문화 권리 관점 지향하는 사업</li> <li>• 타 기획사업과의 차별성은 명확하나 문화가 있는 날 기획사업으로서 정체성 모호 이슈 제기</li> <li>• 지역특화 프로그램과 유사성 지적</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역의 고유성을 반영한 콘텐츠 개발(목표) - 주민주체 발굴, 연결을 통한 지역 내 자발적 문화 생산 역량 제고(방법론)</li> <li>• 이로 인해 주민역량 강화 사업(ex. 문화도시) 혹은 생활문화 사업과의 유사성 문제가 제기되기도 함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화가 있는 날이 보편적 향유(관람형 중심) 기회 확대로 포지셔닝되어 온 가운데, 마켓-업 방식의 지역문화 콘텐츠 특성화 사업에 대한 지역 이해도 제고는 점진적일 수 밖에 없는 상황</li> <li>• 따라서 지역주민의 관심 저조, 주민 주체 발굴, 지속가능성 확보에 난점이 존재</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자부담 매칭 부담 : 기초 지자체의 낮은 사업이해로 설득 어려움</li> <li>• 1,2년 차 지자체/출자기관과 업무협약 필요하나 사전 확보 어려움</li> <li>• 단체간 경험 공유기회 부족</li> </ul>

〈그림 6-29〉 지역문화 콘텐츠 특성화 문제점

#### (1-1) 이용자 및 참여자 의견

#### □ 이용자 개선 요구사항

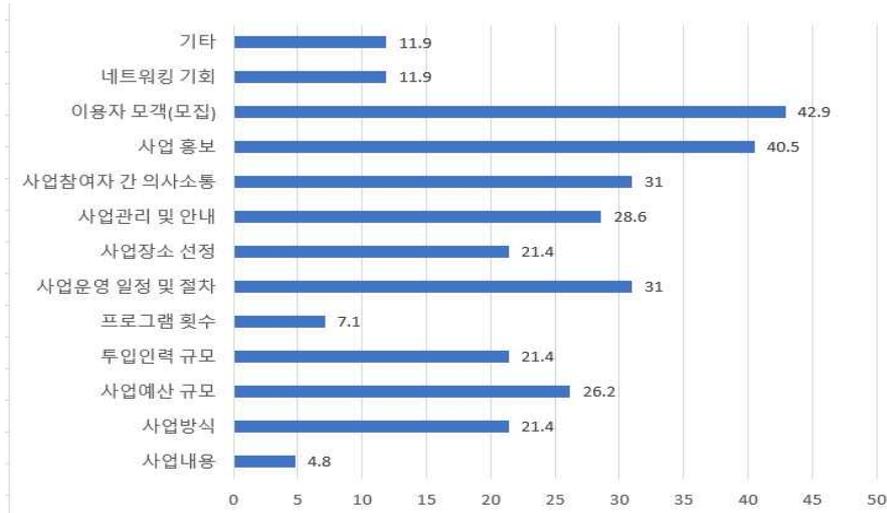
- 이용자의 경우, 개선과제로 체험 프로그램 확대(53.2%), 프로그램의 다양화(51.9%), 양질의 프로그램 제공(45.1%), 안내/정보 제공 강화(40.6%)를 지목



〈그림 6-30〉 지역문화 콘텐츠 특성화 개선과제 (이용자)

□ 참여자 애로사항 및 개선과제

- 참여자의 경우, 애로사항으로 이용객 모객의 어려움을 42.9%로 가장 많이 언급했고, 사업 홍보(40.5%), 사업운영 일정 및 절차(31%), 사업참여자 간 의사소통(31%) 순서로 응답하였음



〈그림 6-31〉 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 애로사항 (1+2+3순위)

- 개선과제로는 문화가 있는 날 주간 일상화가 필요하다는 응답이 52.4%로 가장 많았고, 사업지원 예산확대(38.1%), 지역 내 유사 문화사업과 차별성 확보(38.1%), 사업목적/방향 명확성 확보(35.7%)와 프로그램 홍보 강화(35.7%)가 필요하다고 응답하였음



〈그림 6-32〉 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 개선과제 (1+2+3순위)

(1-2) 문제점

□ 유일한 ‘문화권리’ 관점의 사업 성격으로 타 기획사업 대비 사업정체성 모호의 문제

- 현재의 ‘지역문화 콘텐츠 특성화’ 사업은 2018년 이후 사업 분화 과정에서 문화권리적 관점을 채택, ‘다양한 문화 활동 경험 제공’을 통한 지역민들의 주체적 문화 활동 독려 및 문화분권 관점에서 지역주민이 직접 설계한 프로그램 개발을 강조하는 방식으로 방향성이 설정된 것임
- ‘문화권리’, ‘문화분권’ 관점은 타 기획사업 특성 대비 명확히 차별화되는 요소임
- 그러나 대부분의 기획사업이 보편적 문화향유 기회 제공이라는 문화복지 관점을 견지하고 있어 해당 사업의 ‘문화가 있는 날 기획사업’이라는 정체성이 오히려 모호하게 인식되는 역설적인 이슈가 발생
- 가령 지역문화 콘텐츠 특성화 사업은 ‘지역’에서의 자발적 프로그램 기획이라는 측면에서 지역특화 프로그램과 유사성이 포착되는데, 후자의 경우는 문화복지적 특성이 강하게 나타나는 사업임
- 기획사업 내 유사 사업의 연계나 통합을 고려함에 있어서 지역문화 콘텐츠 특성화 사업의 독특한 차별성을 ‘기획사업’ 전반의 정책적 목표 및 방향성 설정을 고려 검토할 필요성이 제기됨



출처: 2022 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 성과 사례집, p.4 그림발취

〈그림 6-33〉 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 관점의 변화

“기본적으로 사람들은 문화가 있는 날 사업이 그냥 문화비용을 할인해 주는 것으로만 알기 때문에 그런 점에서 어떤 영향을 받을 수 있을까? 의문이 듭니다.”

- 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체 FGI 발췌

□ 주민주체 발굴 과정 중심 방법론과 결과(콘텐츠) 위주의 사업목표 간 혼선

- 사업의 궁극적 목표는 ‘지역의 고유성을 반영한 콘텐츠 개발’이라는 측면이 핵심결과물로 설정되어 있는 반면, 그 과정상에서 지역 내 주민 주체 발굴하고, 이를 기반으로 한 협력 네트워크 구축 등 ‘과정 중심성’이 사업 방법론 차원에서 함께 강조되는 것이 특징적인 상황

〈표 6-18〉 2022년 기준 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 방향

2022년 지역문화 콘텐츠 특성화 사업방향		
지역성		지역이 간직한 고유 문화자원 및 주민들의 삶의 양식을 기반으로 한 창의적이고 개성 있는 지역문화 콘텐츠 개발
지속 가능성		지역 내 다양한 주체 간 협력 구조를 통해 지역 내 자립기반 마련 및 지역문화 콘텐츠의 자생력 강화
주체성		프로그램 기획 및 준비과정에서부터 지역주민들의 주체적·자발적 참여구조를 마련하여 개인이 가진 자율성과 창의성 확대
부문	지표	내용
지역성	고유성	· 본 사업은 지역이 가진 고유 문화자원 및 주민들의 삶의 양식을 기반으로 하고 있는가?
	창의성	· 지역의 문화적인 가치와 특성을 발굴·해석·활용·개발하여 창의적이고 개성 있는 지역문화 콘텐츠를 개발하고 있는가?
지속 가능성	관계성	· 지역 내 다양한 주체 간 관계를 형성하고 상호 협력 하고 있는가?
	안착성	· 지자체, 민간단체, 주민자치회 등의 협력모델 개발을 통하여 지역문화 콘텐츠가 성공적으로 지역에 안착할 수 있도록 도모하고 있는가?
주체성	자율성	· 지역주민들이 자율적으로 프로그램 기획 및 준비과정에서부터 참여할 수 있는 구조적 환경을 마련하였는가?
	능동성	· 지역주민들이 능동적 참여를 통해 본인의 역할을 인지할 수 있도록 하였는가?

출처: 2022 문화가 있는 날 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 현장컨설팅 전문가 워크숍 회의자료, p.18

- 지역의 주민 주체들이 단순 향유자에서 주체적 생산자로서 변화할 수 있는 역량 개발 및 강화가 단시간에 획득되기 어려움을 고려할 때, 최대 5년까지 다년차 설계 사업구조 및 과정 중심성의 유효성은 현장에서 확인됨. 다만, 사업 자체에서 요구되는 콘텐츠 결과물은 오히려 결과 중심성 강조하고 있어 상호 모순되는 지점이 상존한다고 볼 수 있음
- 특히 주민 주체 발굴과 더불어 지속력을 띤 주민 주체 역량을 이끌어 내기가 과정상에서 쉽지 않은 상황
- 연차별 계획을 통해 단계적 접근을 컨설팅, 모니터링을 통해 지원하고 있으나, 현실적 한계도 상존하고 있음
- 따라서 지역문화 콘텐츠 특성화 사업이 단계적인 '주민역량 강화'를 위한 사업으로만 오인되거나, '문화가 있는 날 기획사업'이라는 브랜딩과 궁극적으로 어떻게 접목되는 것인가에 관한 고질적인 의문도 제기되는 상황

#### □ 지역 내 사업에 대한 낮은 이해도와 제한된 주민 참여

- 사업설계 상 예술인이나 기획자가 전문가로서 보완적 역할은 하되, 지역주민이 주체적 문화적 생산자로서 강조된다는 점은 다른 한편으로 지역 내 사업 이해도 초기 획득에 제약요소로 작동
- 다만 '문화가 있는 날'이라는 정책브랜드의 일환으로 본 사업이 진행되는 구조를 가지고 있는 바, 일반 시민들의 참여를 처음 독려할 때 '문화가 있는 날' 사업에 대한 기존 인식 (ex. 전문예술가들에 의해 만들어진 공연, 전시, 행사, 영화 등의 할인 혜택이나 무료입장 같은 '관람형 향유 활동'의 확산을 위한 사업으로 이해)으로 인해 지역주민들이 사업을 이해하는데 난관이 발생하기도 함
- 실제 사업의 취지를 이해하고 난 뒤에는 지역주민들의 본 사업에 대한 이해도나 참여도가 증진해지는 경향이 나타나지만, 처음 참여를 유도할 때에는 '문화가 있는 날' 브랜드가 오히려 사업 고유의 취지와 목표를 대상자에게 인식시키는 데 제약요소로 작동하는 셈이라 할 수 있음

#### □ 3년 차 이후 자부담 매칭 관련 이상과 현실 간 격차

- 사업설계 상 3년 차 이후 자부담 매칭 조건이 단계적으로 적용되도록 한 것은 당초 5년차 이후 사업의 지속가능성 확보 및 지역 정착을 위한 것임
- 다만, 대부분의 참여단체가 민간단체로 지역 내 지자체나 지자체 출연/출자기관 매칭 예산 확보에는 여러 현실적 어려움이 존재함. 일부 단체들의 경우 자체비용(내부 인건

비) 등을 매칭하는 등 당초 취지에 어긋나는 경우도 발생

- 지방비 매칭이 어려운 경우 지역 내 기업이나 단체 후원금 매칭도 가능하도록 유연한 접근이 반영되어 있기는 하지만 대부분의 사업이 진행되는 기초지자체 내에서 지역민의 향유 활동 관련 공적 지원 필요성에 대한 낮은 공감대, 지자체장의 낮은 관심도, 빈번한 담당 공무원의 교체로 인한 불안정성 등은 현실적으로 민간단체 차원에서 접근, 해결할 수 있다고 보기 어려움
- 이는 단순히 본 사업만이 겪는 문제가 아닌, 기초단위 지역 내 문화예술 생태계 내에서 공통적으로 나타나는 구조적 현상이기 때문. 따라서 지방비 매칭의 책무가 참여단체·기관에 일임되는 현재의 방식은 명확한 한계가 존재

#### □ 사업 공모 신청 단계에서 지자체 협력기관 업무협약 획득의 어려움<sup>21)</sup>

- 2022년 기준 사업공모를 살펴보면 1~2년 차의 경우 지자체 혹은 지자체 출자, 출연 기관과의 업무협약서(협력확인서)를 낼 경우 가점을 주는 형태로 되어 있음
- 이는 본 사업이 3~5년 차까지의 장기적 관점에서 종국적으로 지원 종료 이후 지역 정착을 위한 사전 노력의 필요성을 반영한 것으로 이해됨. 특히 3년 차 이후 지역 매칭이 필수 조건으로 붙는 지점을 고려할 때, 사전에 협력대상 지역과의 네트워킹이 이뤄질 필요가 있다는 지점에 착안한 것으로 보임
- 그러나, 본 사업에 지원하는 단체들의 경우 관심 지역을 선택하고 이들과의 협업구조를 사업참여 이전에 만들어내기는 현실적으로 어렵다고 지적함
- 공모 신청 이전에 지역을 탐색할 수 있는 충분한 시간과 자원이 주어지지 않기 때문에, 활동 지역선정과 해당 지역의 주민자치회 혹은 그와 유사한 실제 핵심 협력단체나 조직을 발굴하기가 쉽지 않은 상황이기 때문임
- 다년차 사업으로 구조화되어 있고, 장기적으로 지역의 정착을 위한 부분이 주요한 정책 목표로 되어 있는 만큼, 지역을 이해할 수 있는 리서치나 웹-업 기간, 협업 파트너를 찾는 과정이 1년 차 사업구조에 함께 반영될 수 있도록 한다면 참여단체들 입장에서 사업 정체성을 명확히 인식 및 지역주민과의 보다 견고한 협력을 위한 기반을 다질 수 있는 토대를 제공해 줄 수 있을 것으로 보임

21) 필수요소는 아니지만, 1~2년차의 경우 지자체, 혹은 지자체 출자·출연기관 업무협약서(협력확인서) 제출시 가산점이 부여되고 있음(출처: 2022년 문화가 있는 날 '지역문화 콘텐츠 특성화' 사업 공모요강 (공고 제2022-8호 참조) p.4)

□ 참여지역(단체) 간 과정 및 결과물 관련 공유 기회 부족

- 다양한 지역들이 '지역문화 콘텐츠 특성화' 사업에 참여하고 있고, 이들이 사업을 수행하는 방식이나 내용적 부분들은 모두 각기 특성에 따라 다르게 진행됨
- 사업을 수행하는 단체/기관 입장에서는 자신들의 방법론이나 프로세스상에서 발견되는 어려움, 혹은 콘텐츠 개발을 위한 다각적 노력을 하는 과정에서 비슷한 연차의 다른 지역, 혹은 연차가 높은 단체들의 조언이나 경험을 공유하고 자신들의 상황을 점검해보고 싶은 니즈가 큼
- 이는 지역마다 역량과 경험치가 모두 다르기 때문에 필연적으로 발생할 수 있는 수행 단체의 문제의식이라고 보임
- 현재 중앙차원에서 참여단체들 중심의 권역별 모임을 통해 소통의 기회를 제공하고 있기는 하나, 현실적으로 일회성 성격에 맞춰 진행되는 경우가 많아 실질적인 피어그룹 (Peer group)들과의 소통이나 공유가 충분히 이뤄진다고 느끼지 못하는 한계가 존재함

*“올해 거리두기가 완화되면서 대면활동을 많이 했는데 다른 지역은 어떻게 하는지 궁금한 거예요. 다른 지역이랑 우리 지역과의 차이점은 다른 기획자들이랑 얘기를 나눌 때 많이 느끼게 되거든요. 지금은 각 개인이 알아알음으로 담당자를 찾아서 서로 물어보는 수준인데 그런 자리를 네트워크로 발전시켰으면 좋겠습니다.”*

- 지역문화 콘텐츠 특성화 참여단체 FGI 발췌

(2) 개선방안



〈그림 6-34〉 지역문화 콘텐츠 특성화 개선방안

□ 문화가 있는 날 기획사업으로서의 잔존 vs 주민역량 기반의 타 지역문화 관련 사업으로의 편재 검토 필요

- 지역문화 콘텐츠 특성화 사업이 현재 당면한 가장 큰 문제 중 하나는 해당 사업이 추구하는 주민역량 + 과정 중심 접근 방법이 '문화가 있는 날 기획사업'의 전체 브랜딩과 어떻게 연결될 수 있는가 하는 지점
- 과정 중심 vs 결과물(콘텐츠) 상충성과 더불어, 기존 기획사업에서 지원하는 국민의 보편적 문화향유 증진 차원의 관람형, 체험형 활동기회 확대와는 상이한 결을 가지고 있기 때문임
- 지역문화 콘텐츠 특성화 사업이 그간 추구했던 주민의 자발적 참여역량 개발 및 주체적 문화생산자로서의 활동 지원 특성은 '지역문화 생태계 활성화'라는 거시적 관점에서 보면 상당히 유효하고 긍정적인 방법론일 수 있음
- 다만, 이러한 사업의 지향과 특성이 '문화가 있는 날 기획사업' 전체 브랜딩과 어떻게 조응할 수 있을지에 관한 논의가 좀 더 세심하게 선결될 필요가 있을 것으로 사료
- 문화가 있는 날 기획사업에서 추구하는 문화향유의 개념적 범주를 능동적 생산자로서의 활동까지 포용하는 거시적 방향으로 설정한다면, 본 사업은 타 기획사업 유형과 차별화 되는 독특한 포지셔닝 확보가 가능
- 다만 유사하게 지역특화 프로그램이 존재하는바, 해당 사업과의 관계성 차원에서 추후 연계 혹은 통합의 방향 역시 검토할 필요가 있을 것으로 보임

□ 정책목표 명확화 : 문화적 생산 주체로서의 지역주민 주체 역량 발굴 및 개발 차원의 '과정 중심' 관점 강화

- 지역문화 콘텐츠 특성화 사업은 문화가 있는 날 기획사업 중 최대 5년까지 장기적 관점의 지원이 가능한 유일한 사업이자, '지역주민의 주체적 활동' 기반 과정 중심 접근이 강조 되고 있어, 타 기획사업과 명확히 차별되는 특성이 있음
- 그러나 '과정 중심 접근'에서 '콘텐츠 개발'이라는 궁극적 목표와 모순적인 지점은 참여 단체 입장에서 주민 주체 역량 개발 및 지속가능성 확보라는 책무와 동시에 내용적으로 콘텐츠 개발을 함께 이끌어 나가야 하는 부담으로 작동 가능함
- 따라서 해당 사업의 궁극적 정책 효과성을 어디에 방점을 둘 것인지에 따라 방향성이 달라질 수 있어 검토가 필요
- 이 사업에서 '지역주민의 자발적 주체성' 기반 콘텐츠 개발이 강조되는 특성은 지역문화 진흥원이 지역 중심, 주민 능동성 기반 문화 활동을 강조하는 맥락과 연계된 것으로

지속적인 지원이 필요한 부분으로 판단됨

- 실제 참여단체들 역시, 지역문화 콘텐츠 특성화 사업이 가진 독특성에 대한 호응도가 상당히 높으며, 실제 지역주민들의 만족도 역시 높게 나타나고 있어 이러한 방향성 설정에 근거로 활용할 수 있을 것임

#### □ 지자체 차원에서의 사업 인식 제고 및 필요성 공감을 위한 중앙의 입체적 지원

- 기초지자체에서의 문화 관련 지원에 대한 일천한 인식, 지자체 담당자의 순환보직 등의 문제는 참여단체 입장에서 지속 가능한 협력 네트워크를 형성하고 궁극적으로 지방비 매칭을 이끌어내기 까지 현실적인 어려움으로 작동할 수 밖에 없음
- 이를 점진적으로 해결하기 위한 차원에서 중앙조직 차원에서 기초지자체와의 협력망을 구축하고, 본 사업이 가진 특수성을 포함한 문화가 있는 날 사업에 대한 지자체 대상 인식 제고 방안을 적극 고민할 필요가 있음
- 3년 차 이후 지역 정착을 위한 지방비 매칭 등의 책무가 현재로서는 단체에게 일방적으로 주어지고 있어, 이를 분담하여 함께 해결하는 방식을 적극 검토해야 함
- 가령 지역 내 협력파트너 발굴을 위한 과정 중심 사업설계 강화와는 별개로, 지원사업 신규 공모 공지 시점을 전후로 지자체 담당자들에 본 사업의 취지를 적극 홍보하고, 설명회 참석 등을 독려하여 지자체 차원에서의 공공행정이나 지원의 필요성이 인식 되고 공유될 수 있는 제도적 기회를 마련하는 것을 도입해 볼 수 있을 것으로 보임

#### □ 사업 초기 단계 지역 리서치, 지역 내 협력파트너 발굴을 위한 프로세스 지원 강화

- 5년 이후 지속가능성 관점에서 지역 정착을 목적으로 하는 만큼, 사업 초기부터 지자체 등 지역 내 핵심 주체와의 협의가 이뤄질 수 있는 기반을 만들 수 있도록 사업운영 방식이 구조화되는 것이 필수적임
- 현재는 사업공모 이전 단체가 직접 지자체 내의 관련 기관과의 협의를 이끌어내고, 이를 기반으로 사업 과정상 지역 정착을 위한 로드맵을 단계적으로 실행하도록 설계되어 있음
- 지자체 업무협약을 사전에 획득하도록 하기보다는, 1년 차 선정 이후 지역 리서치와 실험적 프로세스를 충분히 가질 수 있는 기회를 제공하고, 이후 단계적으로 지역 정착을 위한 로드맵 설계를 현실적으로 추진해 나갈 수 있도록 지원하는 방식을 검토할 필요가 있음

## 6) 지역특화 프로그램

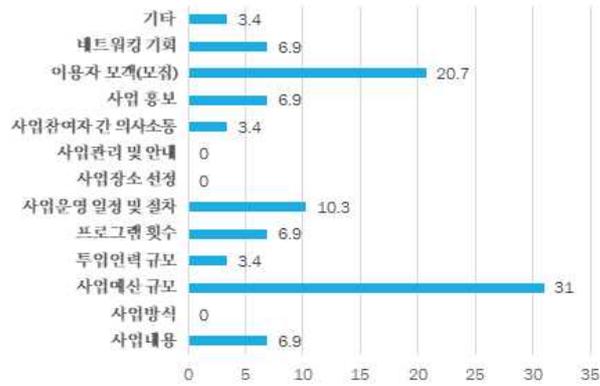
### (1) 문제점

사업간 중복성으로 프로그램 차별성 미흡	프로그램 연속성의 한계 및 가이드라인 부재	지자체 주도 사업 구조로 인한 한계	성과관리 및 환류체계 부재
<ul style="list-style-type: none"> <li>문화기반시설 사업(공간 중심) &amp; 지역문화 콘텐츠 특성화 프로그램(지역 특수성 반영)과 중복되는 포지셔닝</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>단년도 사업으로, 차년도 재공모시 이전과의 연속성 vs. 차별성에 대한 가이드라인 부재로 혼란 및 부담감 가중</li> <li>문화가 있는 날 특정일자 시행에 대한 공감대 부족</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지자체 담당자 잦은 교체로 불안정한 상태로 운영</li> <li>지자체가 공공문화기관을 선호하여 민간단체 발굴 육성 한계</li> <li>지자체 사업 인식 차이에 따라 자율성 제한 등 사업 운영의 어려움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>다른 지자체들과 내용을 공유하고 성과를 확인해 볼 수 있는 기회와 소통의 장 부재 &amp; 성과에 대한 환류 체계가 마련되지 않음</li> </ul>

〈그림 6-35〉 지역특화 프로그램 문제점

#### □ 문화가 있는 날 특정 일자 시행에 대한 공감대 미흡

- 문화가 있는 날 기획사업은 특정 일자와 주를 지정하는 방식으로 진행되고 있으며, 이 점이 유사한 형태의 타 사업과의 가장 큰 차별성임. 하지만 특정 일자 시행은 프로그램을 진행하는데 제한적인 요소로 인식되고 있으며, 의무적으로 특정 일자에 행사를 치러야 하는 부담으로 작용하기도 함
- 참여자 대상 사업실행에 대한 애로사항에서 ‘사업운영 일정 및 절차’가 10.3%를 차지, ‘사업예산 규모’, ‘이용자 모객의 어려움’에 이어 세 번째로 높은 순위를 보임
- 참여자 대상 사업 개선방안에서 매달 마지막 주간으로 제한하지 않는 ‘문화가 있는 날의 일상화’에 대한 응답이 58.6%로 가장 높게 나타남
- 일자 지정을 보다 유연적 관점으로 접근해야 할지 아니면 기존대로 문화가 있는 날의 정체성으로서의 차별적 요인으로 가져가야 할지에 대한 논의가 필요해 보임



〈그림 6-36〉 지역특화 프로그램 참여자 애로사항(1순위) (%)



〈그림 6-37〉 지역특화 프로그램 참여자 사업 개선 방안(1+2+3순위) (%)

□ 사업 간 중복성 및 프로그램 차별성 미흡

- 지역특화 프로그램은 문화원, 문화의 집, 생활문화센터 등 생활 밀착형 문화시설을 거점으로 한다는 측면에서는 문화기반시설 기획프로그램과 유사하며, 지역의 특수성을 반영한 프로그램을 기획하여 지역민들과의 접점을 만들어간다는 점에서는 지역문화 콘텐츠 특성화 사업과도 유사한 성격을 띠고 있음. 즉, 문화기반시설과 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 간 중복되는 포지셔닝을 가지고 있음
- 생활밀착형 문화시설이 아닌 타 공간에서도 프로그램들이 다수 시행되고 있으며, 다양한 장소를 선정하다보니 장소가 분산되어 내실 있는 프로그램 기획과 운영이 어려운 경우도 존재함
- 이러한 중복성 및 유사성을 지양하고 중장기적인 지역특화 프로그램으로 발전시키기 위해서는 지자체와 주관단체들이 보다 명확하게 본 사업의 목적과 방향성을 이해할 수 있도록 사업의 목적을 보다 정교하고 명확하게 제시해야 할 것임

“일반 지자체에서 하는 사업과 민간에서 하는 사업하고 내용이 너무 유사해요. 말 그대로 특화프로그램인데 좀 더 특화된, 지자체하고도 다르고 일반 예술인이나 민간하고 다른걸로 지향을 해야되는데 너무 유사해요. 구분이 안 갑니다, 사업이.”

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발취

“타 자치구에도 문화재단 있는 데가 꽤 있을 거예요. 문화재단하고 중복된 경우가 많아요. 지역특화 프로그램 하고 그 사업내용이 실제적으로는 공연 전시 말고 다른 콘텐츠가 들어갔으면 좋겠어요....결국은 지자체에서 하는 또는 재단이나 민간에서 하는 공연 전시하고 유사한 방식으로 갈 수밖에 없더라고요.”

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발취

“문화가 있는 날 행사로 얼마나 많은 분들이 그것을 인식하고 할지는 모르겠습니다. 문화가 있는 날 사업 자체가 매마수목 이렇게 사람들은 인식하고 있고, 이날 공연을 가면 월 할인을 해주네, 이런 정도로 이렇게는 되어 있지만, 문화가 있는 날 지역문화 특화프로그램 사업으로 그것을 인식하는 것은 굉장히 인지도는 낮다고 볼 수 있죠.”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발취

“문화가 있는 날의 기획사업에 대한 정체성이 이제는 데이터가 나왔거든요. 벌써 몇 년간 축적이 되어 왔기 때문에 이 부분에 대한 전반적인 모니터링과 방향에 대한 부분은 좀 이야기할 필요가 있겠다...”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발취

## □ 프로그램 연속성의 한계 및 가이드라인 부재

- 지역특화 프로그램은 신규 선정된 지자체 비중이 높으며(22년 기준, 35개 지자체 중 16개 지자체만 연속 선정), 이는 참여자 설문 결과 응답자의 절반 이상에 해당하는 51.7%(전체 평균은 41.8%)가 이전 사업참여 경험이 없다고 응답한 결과에서도 확인됨
- 본 사업은 단 년도 사업으로 매년 재공모해야 하며, 매년 선정된다는 보장이 없어 프로그램 기획에서의 지속성을 담보하기 어려운 한계를 가지고 있음
- 주관단체 입장에서는 선정 이후 차년도 재공모 시 이전 프로그램과 연속성을 가져야 하는지 혹은 이전년도와는 다른 프로그램을 제시하여 차별성을 강조해야 할지에 대한 가이드라인이 없어 방향성 설정에 어려움을 겪고 있으며, 전년도 시행했던 사업과 다른 프로그램임을 보여주기 위한 새로운 아이템 발굴에 대한 부담감을 가지고 있음
- 이러한 가이드라인의 부재는 결과적으로 지역에서 지역특화 프로그램이 지속적인 프로그램으로 자리 잡는 데 한계로 작용할 수밖에 없음

“심리적으로 계속 유사성이 있으면 선정이 안 될 것 같은 거예요. 그래서 3년 차 정도부터는 계속 바꾸고 있어요. 그러다 보니까 그런 것에 대한 부담도 있고, 어떤 한 프로그램을 계속 지속적으로 가져가기 어려운 부분도 있고. 뭔가 바뀌는 것을 계속 보여줘야되니까 공모 이름을 계속 바꾸고 내용도 바꾸고. 이렇게 전년도와는 다르다는 것을 강조하기 위해서...”

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발취

“단년도 사업이다 보니까 계속 프로그램을 매년 바꿔야 되고 매년 연속성으로 가져가기 어려운 부분이 있어서 그런 부분이 좀 보완됐으면 좋겠습니다.”

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발취

“새로움과 참신, 독창성에 초점을 맞추다보니, 기존 사례의 장점이나 연속성 등에 대한 활용의 아쉬움.”

- 지역특화 프로그램 지자체 서면 인터뷰 발취

“이게 어쨌든 단년도 공공사업이다 보니까 내년도에 이게 계속 될지 안 될지 사실은 불명확하잖아요. 그러니까 뭔가 장기적으로 프로그램을 짤다거나 그러기에는 조금 제한이 생기는 것 같아요. 단년도 사업을 하다 보니까 너무 폭이 좁은 것 같아요, 이게 지속성이 없어서.”

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발취

#### □ 지자체 주도 사업구조로 인한 한계

- 지자체 순환보직 제도로 부서이동 및 전근 등 담당자 부재가 잦은 편임. 인력 보강이 어려워 불안정한 상태로 운영되는 경우도 존재함. 이로 인해 사업의 브랜딩 구축과 세부적 내용 추진을 연속적으로 관리하고 실행하기 어려운 문제들이 발생할 여지가 높음
- 시·군·구 공무원이 직접 사업을 실행하는 경우, 공무원의 직접 관여도가 높으며 민관 협력 거버넌스 구조를 만들어내기 어려운 구조가 될 여지도 높음. 이는 수평적인 소통이나 긴밀한 스킨십에 대한 한계로 작용할 수 있음
- 지자체들이 지역문화원·재단 등 공공 문화기관과의 기존 관계를 유지하는 경향도 높아 지역 민간 기획자/단체를 발굴하고 육성하기 위한 협력적 구조가 만들어지는 데에도 한계로 작용할 수밖에 없음

“지금 문체부에서 가장 큰 문제는 뭐냐 하면 민간과 공공과의 경쟁이거든요. 기초문화재단들이 많이 생기면서 민간의 영역들을 지금 같이 경쟁할 수 있는 구조로 만들어가고 있는데, 이 협력적 구조를 문체부가 고민을 하지 않으면 지역사회 생태계가 엄청 엉망이 될 겁니다.”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발취

## □ 지자체 사업 인식 차이에 따라 자율성 제한 등 사업 운영의 어려움

- 주관단체의 방향성과는 달리 지자체장 또는 부서의 의도에 따라 방향성 및 내용이 변경되는 사례들이 존재함. 일부 지자체는 지역축제 등과 비교하여 운집 인원도 적고 효율성이 떨어진다고 인식하는 경우도 있음
- 지역특화 프로그램뿐만 아니라 문화가 있는 날 기획사업 자체에 대해 지자체가 좀 더 관심을 가지고 협력을 이끌어낼 수 있는 장치 등에 대한 고민이 필요함

“좋은 거버넌스를 만들라고 하는 건데 문제는, 아마 어려우신 점은 대부분의 정보와 예산을 행정이나 다 갖고 있다 보니까 어쩔 수 없는 현장에서는 갑을 관계로 될 수밖에 없는 상황이 되는....”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발췌

“저희가 진행한 사업들이 지역에서 하는 메가 이벤트나 어떤 대형 행사들보다는 조금 이래 보이기도 하고 좀 의미가 없어 보이는 그런 측면이 있으면, 가성비가 떨어지는 듯한 인상을 받을 수도 있고요. 같은 동네에 그런 똑같은 공연을 하면 굉장히 많은 사람들이 운집하는 그런 것에 비해서 저희가 품도 많이 들고 있으나 그래 보이지 않는...”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발췌

## □ 성과관리 및 환류 체계 부재

- 지역문화진흥원의 문화가 있는 날 기획사업에 비해 그간 전반적으로 성과에 대한 관리가 이루어지지 않았으며, 관련 자료에 대한 아카이빙도 제대로 이루어지지 않았음
- 현재는 문체부로부터 예산 집행과 정산 등 기본적인 정보만 제공받고 있으며 사업 종료 후 결과보고서 제출로만 사업이 진행되고 있음
- 주관단체 입장에서는 제한이나 간섭 없이 자율적으로 지역의 프로그램을 기획할 수 있다는 점에서는 긍정적으로 평가하고 있으나, 다른 지역에서 어떤 방식으로 프로그램을 진행하고 있는지 등을 파악하고 벤치마킹할 수 있는 기회가 없었음
- 지난 몇 년간 본 사업이 시행되었음에도 그간 다른 지자체들과 함께 내용을 공유하고 성과를 확인해볼 수 있는 기회와 소통의 장이 부재하고, 성과에 대한 환류 체계가 마련되지 않았던 한계가 지적되고 있음

“다른 데는 어떻게 진행되는지 워크숍 같은 것도 있는데 이 프로그램들이 다른 것에 비해서는 적다 보니까 다른 지역에서 일어나는 문화가 있는 날에 어떤 게 일어나는지 저희가 리서치를 통해서 안다는 것. 현재는 소통이 없죠.”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발췌

“정기적으로 하자 그러면 부담스러울 것 같기는 해요. 그렇지만 다른 단체에 연락을 할 수 있는 방법들을 요즘은 메일이나 이런 것들을 통해서 공유가 된다든지 이런 부분들만 있어도 좋을 것 같다.”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발췌

“다른 지자체나 다른 담당자와 이런 정보 교환하지는 않고 보통 홍보 SNS 들어가서 어떻게 진행되는지를 직접 보는 정도...”

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발취

“사실 다른 단체에서는 문화가 있는 날을 어떻게 진행 하지에 대해 자료를 찾기가 어려웠어요. 다 그냥 형식적인 느낌의 통상적인 그런. 실질적인 것들을 반영할 수 있는 자료가 없었던 것 같고. 물론 웹상에 올라와 있는 것들은 대부분 다 필터링이 거처져 있는 정도의 자료들이었기 때문에 다른 단체나 기관들이 어디까지 어느 정도 하는 것에 대해서 가능성이 없었던 것 같고.”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발취

“이 사업 전반적인 이해를 담당자가 전달 중간 매개이다 보니 교육자료라든지 교육 홍보영상 같은 것을 직접 그 주관단체랑 같이 들을 수 있도록 교재처럼 있으면 좋을 것 같아요.”

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발취

“영상이어도 되고 유튜브를 통해서 교육, 설명회 같은 것을. 있는걸로는 알고 있는데 조금 더 주관단체가 제가 설명하기 전에 좀 더 같이 이해를 해서 고민할 수 있는 그런 구조가 됐으면 좋겠습니다.”

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발취

“교육자료 아니면 매뉴얼이나 그런 것도 좋을 것 같고, 아니면 타 지자체 결과보고라든가 우수사례라든가 그런 것을 조금 볼 수 있는 e-book이나 PDF나 이런 것을 엮어서 어떻게 했는지 좀 공유할 수 있는 게 있으면 좋을 것 같아요.”

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발취

“시 담당자, 문체부 담당자 매뉴얼 이런 것도 없고. 공문이 거의 한두 장이거든요, 그 공모사업 내용이. 그래서 그 내용도 거의 없고. 저는 보조사업자에게 정산 매뉴얼을 드려야 되는데 그것도 없어서 다른 사업 지역문화화진 후원 것을 전화로 받아서 따로 드리고 이대로 따라서 집행해 달라. 이렇게 제가 다 따로 정산 매뉴얼을 만들어서 보내드린 그런 부분도 있어서 자료나 이런 것들이 많이 없는 것 같아요.”

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발취

## (2) 개선방안



〈그림 6-38〉 지역특화 프로그램 개선방안

## □ 문화가 있는 날 지역특화 프로그램에 대한 구체적 방향성 제시

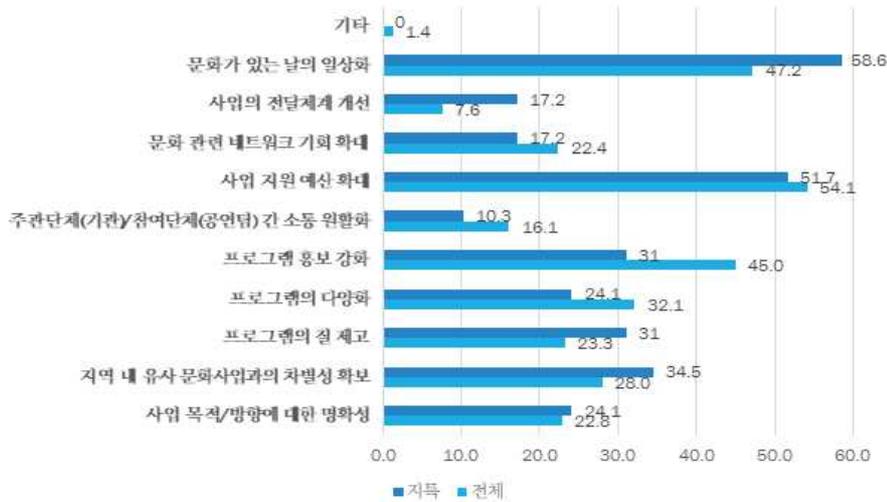
- 현재 생활 밀착형 시설 중심으로만 방향성을 제시하고 있으나, 지역의 특수성, 문화향유의 유형 및 변화, 타겟층 등을 고려하여 프로그램의 설계를 보다 세분화할 필요성이 있음. 특히 지금 중복되고 있는 문화기반시설과 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 사이에 지역특화 프로그램을 어떻게 포지셔닝해야 할지에 대한 검토가 필요함
- 따라서 보다 지역의 특성이 반영되고 균형적으로 대상과 아이টে을 발굴할 수 있는 사업 설계가 필요함. 전체적인 틀은 유지하되, 지자체 및 단체들이 보다 적극적으로 참여할 수 있도록 공모 내용을 구체적으로 명시하고, 향유유형, 세대, 대상 등을 세분화하여 구분하여 설정함으로써 보다 명확하게 사업의 방향성과 정체성을 제시해주는 것이 필요함
- 또한, 기존 7개의 문화기반시설 이외에 지역의 다양한 생활밀착형 시설 및 공간(예: 창작공간, 영상미디어센터, 작은 영화관 등) 등을 활용하여 보다 신선하고 다양한 프로그램 기획 및 지역민들과의 접점을 확대해 나가야 할 것임

*“지자체 입장에서 우리가 해야 할 사업이다, 우리 지역에 부합하는 사업이다라는 느낌을 받을 수 있도록 세분화하여 공모를 하면 지자체 참여율이 높아질 것 같습니다. 예를 들어 지리적으로 구분하거나 노인 인구가 높은 지역, 직장인들이 많은 지역, 외국인들이 많은 지역 등 지역구성원으로 구분하여 대상을 설정하면 지자체들의 참여율이 더 높아지지 않을까 생각합니다.”*

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발췌

## □ 문체부·지자체·참여단체 간 전달체계 개선 및 네트워킹 강화

- 현재 문체부와 지자체가 소통하고, 이를 다시 지자체가 주관단체와 공유하는 방식으로 전달체계가 이루어지고 있는데, 문체는 지자체 문화예술과가 지역 주관단체들과 공유할 수 있는 자료나 정보, 매뉴얼 등이 제대로 제공되지 않고 있다는 것임
- 설문조사 결과에서도 이 점이 확인되는데, 참여자 개선방안에서 ‘사업 전달체계 개선’이 17.2%로 나왔으며, 이는 전체 평균인 7.6%에 비해 매우 높은 수준임
- 지자체 담당자와 주관단체가 함께 공유하고 이해하여 사업을 함께 만들어 나갈 수 있도록 가이드라인이 마련되어야 함
- 또한, 문제점으로 지적되고 있는 정보 부족 등의 문제를 개선하기 위해 타 지자체에서 시행하고 있는 우수사례와 정보를 공유할 수 있는 워크숍, 성과보고회 등을 개최하여 네트워킹을 강화할 수 있는 방안을 모색해야 할 것임



〈그림 6-39〉 지역특화 프로그램 참여자 사업 개선 방안(1+2+3순위) (%)

“직접 연락해도 별다른 답변이 없어서 지자체랑 상의하러 하기도 하고요. 계속 공문 보내주면 처리하겠다...”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발췌

“공모사업으로 수행하는 지자체나 아니면 하위 보조사업자가 많아가지 자기네들끼리 이렇게 연락이 주고받을 텐데 지금은 너무 작음... 10개만 돼도 이렇게 협업체를 구성해서 서로 상호간에 그런 게 가능한데 한두 개, 두세 개 갖고는 잘 안 되는 것 같아요.”

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발췌

“문화가 있는 날 프로그램에 대한 정확한 이해가 있어야 프로그램에 더욱더 관심을 가지고 적극적으로 임할 수 있다고 생각함. 프로그램에 대해 설명하고 타지자체와 사례를 공유할 수 있는 워크숍이나 설명회가 개최되어 사업에 대해 정확히 파악할 수 있는 기회가 있었으면 함.”

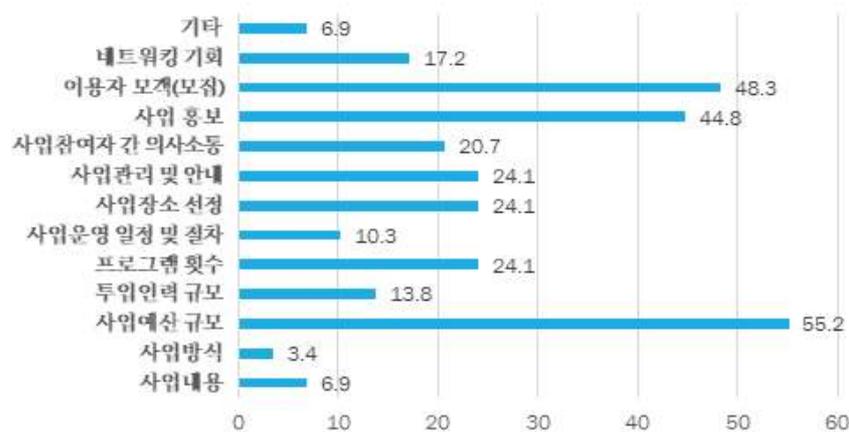
- 지역특화 프로그램 지자체 서면 인터뷰 발췌

#### □ 통합적 브랜딩 및 홍보를 위한 거점 파트너와의 협력 고려

- 지역특화 프로그램을 포함하여 여전히 문화가 있는 날에 대한 브랜딩이 명확하게 구축되어 있지 않고, 이에 대한 홍보도 부족하여 일반 시민들의 인지도가 낮은 상황
- 전국에 걸쳐 각 지역마다 문화가 있는 날 주간에 문화기반시설, 지역문화 콘텐츠 특성화, 지역특화 프로그램, 청춘마이크, 실버마이크 등 다양한 기획사업들이 진행 중이나, 이러한 사업들이 분절적으로 이루어지고 있어 지역에서의 통합적 차원에서 홍보가 이루어지기 어려움
- 설문조사 결과에서도 이 점이 확인되는데, 참여자들은 사업의 애로사항에 대해 ‘사업

예산'(55.2%) 다음으로 '이용자 모객'(48.3%)과 '사업홍보'(44.8%)가 가장 필요하다고 응답하였음

- 통합적 차원에서의 문화가 있는 날 홍보 및 브랜드 인지도 강화를 위해 중앙차원에서의 홍보가 강화되어야 함과 동시에 각 지역에서 지역민들이 즐길 수 있는 프로그램에 대한 정보 제공 및 홍보가 병행되어야 할 것임
- 따라서 적어도 광역단위 차원이라도 문화가 있는 날 사업에 대한 통합적 브랜딩 관리, 개별 사업 홍보 및 네트워킹을 할 수 있도록 거점 파트너를 지정하여 지역민 대상 홍보를 강화할 수 있는 방안을 모색해 볼 수 있을 것임



〈그림 6-40〉 지역특화 프로그램 참여자 사업 참여자 애로사항(1+2+3순위) (%)

“현재 사업홍보를 많이 하고 있는 것 같지만 생각보다 많이 알진 못합니다. 또 지자체에서 프로그램에 대한 홍보를 하지만 일회성 행사로 다가가는 경우가 많아 지자체뿐만 아니라 중앙에서도 홍보가 많이 필요한 것 같습니다.”

- 지역특화 프로그램 지자체 FGI 발췌

“문화가 있는 날은 각자 다 사업을 하고 있는데 사람들은 뭐 하는지 몰라요. 전체적으로 지금 구조에서는 한 기관이 취합할 수가 없습니다. 상위기관인 문체부도 이것을 취합 못할 겁니다. 그렇기 때문에 오히려 지역에 문체부가 지역 파트너를 뒤편 문화가 있는 날 거점 파트너를 두고 이 파트너들이 사업을 관리해줘서 이 사람들끼리 네트워크하고 같이 홍보 브랜딩을 함께 하는 게 훨씬 더 효율적이다. 사업에 대한 홍보와 브랜딩 관리를 여기서 해준다고 하면 훨씬 더 효율적일 것이라고 생각합니다.”

- 지역특화 프로그램 참여단체 FGI 발췌

□ 지자체 관심 및 참여 제고를 위한 지역 간 연계 신청 방안 모색

- 문화예산이 적은 소규모 도시의 경우, 지자체 매칭에 대한 부담이 있거나 관심이 저조한 경우가 많음. 또한, 지역에 문화기반시설이 부족하거나 사업수행이 가능한 규모나 역량을 가진 기획/단체가 한정적인 지역도 있음
- 소규모 지역도 적극적으로 관심을 가질 수 있도록 지자체 여건이나 상황 등을 반영한 사업 설계가 필요하며, 이를 위해 복수 지역이 공동 추진하거나 도시 간 교류할 수 있는 연계 신청이 가능한 지역특화 프로그램 설계 방안 모색 필요

## 7) 참여 문화기반시설 문화가 있는 날 기획사업

### (1) 문제점

사업목표의 명확성 및 방향성 부재	참여문화시설 간 네트워크 부족	홍보체계 및 플랫폼 개선 필요	성과관리 및 환류 체계 개선 필요
<ul style="list-style-type: none"> <li>기존 프로그램에 추가하는 형태 정도로 운영하는 경우가 많음</li> <li>체험 위주의 단기 프로그램이나 이벤트성 공연 프로그램이 다수여서 기존 사업과 차별성이 모호하다고 지적되고 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화가 있는 날 참여문화시설은 현재 총 7개의 문화기반시설이 참여하고 있는데, 문화기반시설 협회 담당자 간의 네트워킹을 할 수 있는 소통의 장이 부족함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공식 홈페이지 등 정보 플랫폼은 수도권의 큰 행사는 검색이 잘되는 반면, 지역의 작은 프로그램을 검색하는 데 어려움</li> <li>브랜드 인지도 제고와 참여자 확대를 위해 전략적인 홍보채널 구축이 더 보강될 필요가 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>각 협회에서 자체 만족도 조사를 추진하고 있으나, 협회마다 평가지표가 다르고 체계적 아카이빙이나 환류가 이루어지고 있지 않음</li> <li>시설특성과 사업기획 여건이 상이하да보니 동일 평가체제로 성과를 가시화하는데 한계</li> </ul>

〈그림 6-41〉 참여 문화기반시설 문화가 있는 날 기획사업 문제점

#### □ 참여 문화기반시설 지원사업 목표의 명확성 및 방향성 부재

- 지역 내 문화시설에서 추진 중인 문화가 있는 날은 주로 ‘시설 이용자’를 대상으로 하며, 대부분 사전 모객 후 전시, 공연, 체험 등의 개별 프로그램들을 일회성으로 진행하는 방식으로 운영함
- 각 참여 문화기반시설은 고유 특성과 지역 내 역할을 고려해 문화가 있는 날 기획사업 추진 중이나, 문화시설 중심의 기관들이다 보니 시설별 고유 프로그램이 우선시되어, 문화가 있는 날 기획사업은 기존 프로그램에 추가하는 형태 정도로 운영하는 경우가 많음
- 일부 기관에서는 문화가 있는 날 사업참여를 통해 기존에 시도하지 못했던 다양한 프로그램들을 기획하고 운영하는 기회로 활용하고 있지만, 여전히 체험 위주의 단기 프로그램이나 이벤트성 공연프로그램이 다수로 지적되고 있음
- 또한, 참여 문화기반시설은 ‘소외지역의 문화예술 향유 확대’를 위해 대부분 2년 이상의 다년간 지원이 어려운 실정이며, 신규 지원 시설을 발굴하고자 함. 이러한 신규 시설 지원은 시민의 문화향유 확대라는 측면에서는 긍정적이나 사업 진행 경험이 없는 신규 시설의 경우 공간적 문제나 인력의 역량 등의 문제들이 제기되어 프로그램의 질적 수준이 낮아지는 문제가 발생함
- 이에 사업의 성과 및 결과가 좀 더 효과적으로 드러나기 위해서는 참여 문화기반시설 문화가 있는 날 기획사업에서 목표하는 방향성과 성과목표에 대한 좀 더 명확한 가이드 라인이 필요해 보임

“문화가 있는 날 사업이라는 것은 조금 애매한 것 같아요. 문화가 있는 날은 알겠는데 문화가 있는 날 사업이 뭐고 문화가 있는 날 사업에 대해 어떤 프로그램들이 있고 어떤 공연을 하는지 이런 부분이 언제부터 멈춰서 유아무야 이렇게 되는 게”

- 정책전문가 FGI 발췌

“뭘 원하는지 잘 모르겠어요. 말씀하신 것은 공감하는데 뭘 원하시는 건지 정확하게 잘 모르겠어요. 어느 방향으로 가야되는지 그것을 확실한 디렉션 이런 게 있으면 그것에 맞춰서 기획을 할 수가 있는 건데 그게 좀 흔들리고 계신 게 아닐까라는 느낌은 들고요.”

- 참여 문화기반시설 FGI 발췌

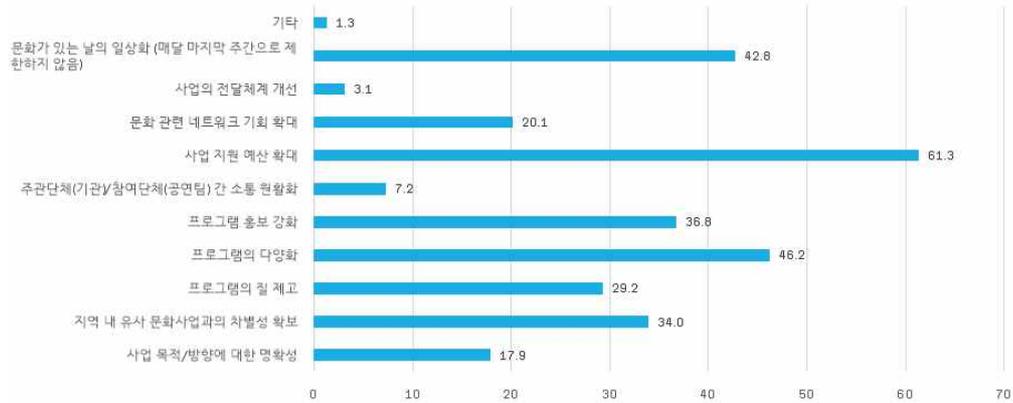
## □ 참여 문화기반시설 간 네트워크 부족 및 실무자 역량 강화 교육 지원 필요

- 참여 문화기반시설은 현재 총 7개의 문화기반시설이 참여하고 있는데, 문화기반시설 협회 담당자 간의 네트워킹을 할 수 있는 소통의 장이 부족함

“다양한 시설들이 들어와 있음에도 불구하고 같이 고민하는 자리가 별로 없는 거예요. 이게 정책사업으로서 우리가 어떻게 갈 것인가에 대해서 같이 고민하는 자리가 없고, 저희가 문체부를 이 사업을 통해 만나는 일은 교부신청 할 때, 정산할 때 이때 외에는 없거든요. 어떻게 보면 그런 최소한의 서로 고민을 나누는 시간도 없고, 그리고 이렇게 모여서 뭔가 같이 얘기하는 시간도 없는 거죠.”

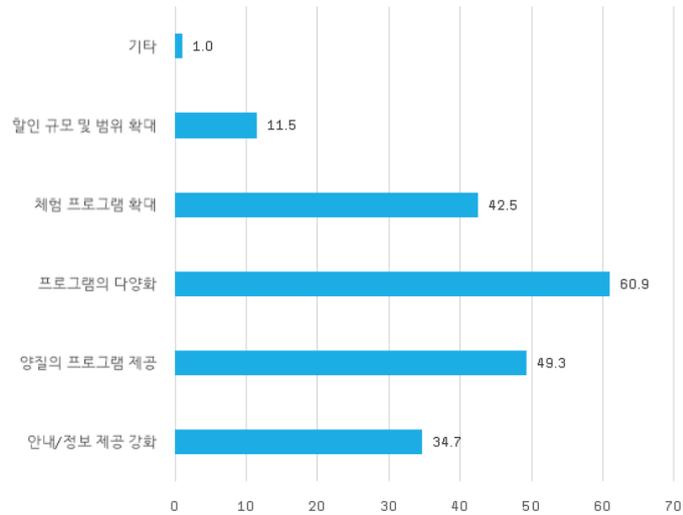
- 참여 문화기반시설 FGI 발췌

- 또한, 참여 문화기반시설 담당자 및 실무자에 대한 중앙차원의 행정적 부분의 교육지원이 필요해 보임. 이는 지역에 따라 편차가 매우 크게 나타나고 있어 지역 문화기반시설 인력의 역량 강화를 통한 원활한 사업 운영이 요구됨
- 무엇보다 e나라도움 사용에 익숙하지 않은 행정인력들에 대한 교육 지원이나 코로나로 인한 비대면 온라인 프로그램 교육 지원에 대한 수요가 나타남
- 이는 설문조사 결과에서도 확인할 수가 있는데, 참여 문화기반시설 참여자 및 이용자의 개선점으로는 공통적으로 ‘프로그램의 다양화’에 대한 부분이 지적되었음. 실무자 및 참여자들의 역량을 강화하고 다양한 프로그램에 대한 워크숍 등을 운영함으로써 문화가 있는 날 사업 프로그램의 다양하고 질적 제고가 필요해 보임
- 참여 문화기반시설 참여자 개선과제로는 ‘사업 지원 예산 확대’가 61.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘프로그램의 다양화’가 46.2%, 문화가 있는 날의 일상화가 42.8%로 나타남



〈그림 6-42〉 참여 문화기반시설 참여자 개선과제(1+2+3순위) (%)

- 참여 문화기반시설 이용자 개선점 1+2순위로는 ‘프로그램의 다양화’가 60.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘양질의 프로그램 제공’이 49.3%, ‘체험 프로그램 확대’가 42.5%로 나타났다



〈그림 6-43〉 참여 문화기반시설 이용자 개선점 (1+2순위) (%)

□ 홍보체계 및 플랫폼 개선 필요

- 현재 ‘문화가 있는 날’ 공식 홈페이지와 같은 정보 플랫폼은 수도권의 큰 행사는 검색이 잘 되거나 홍보가 잘 되는 반면, 지역의 작은 단위의 프로그램을 검색하는 데 어려움이 있음
- ‘문화가 있는 날’이 가진 브랜드 이미지로 인해 지역에서의 홍보적인 면에서는 긍정적이거나 프로그램에 대한 정보를 쉽고 편리하게 찾지 못하는 데서 어려움이 발생

“저희도 설문조사를 받아보면 ‘홍보 부분이 제일 아쉽다.’ ‘몰랐다.’ ‘여기 와서 관람하려고 왔다가 놀러 왔다가 우연히 이 행사를 알게 됐다.’는 응답이 많다.”

“문화가 있는 날 다양한 사업들과 혜택들이 젊은 세대들을 포함하여 더욱 효과적인 방법으로 노출되어 브랜드 인지도 제고와 참여자 확대를 위해 전략적인 홍보채널 구축이 더 보강되었으면 하는 바람이 있습니다.”

“7개 기관이 같이 문화사업들을 각각의 위치에서 기관들하고 하고 있는데 무엇을 하는지 잘 모르니 우리는 이런 것들 조금 홍보, 전국에서 동시다발적으로 일어나는 행사들이나 이런 것들을 한 번에 잘 볼 수 있게끔 해주시는 게 좋겠다라는 제언들을 드렸어요.”

- 참여 문화기반시설 FGI 발췌

## □ 성과관리 및 환류 체계 개선 필요

- 참여 문화기반시설은 각 협회에서 대부분 자체 만족도 조사를 추진하고 있으나, 협회마다 평가지표가 다르고 그 결과에 대한 체계적 아카이빙이나 환류가 적절히 이루어지고 있지는 않음
- 각 문화시설마다 시설의 특성에 기반해 프로그램을 기획하고, 지원 금액, 운영 프로그램, 성과관리 등이 모두 상이하다 보니 그 성과를 동일한 평가체계에 맞춰 가시화하기 어려운 점이 있음
- 문체부 등으로부터 배포된 통일된 성과관리 매뉴얼 없어 일관된 기준이나 지침 없이 기관별로 자율 추진 중이라 성과관리 체계가 개선될 필요가 있음

“저는 성과지표가 조금 다양하게 개발될 필요가 있지 않을까? 기존에 했던 것들의 성과들을 너네가 성과가 없잖아 라고 얘기할 게 아니라 그런 각각의 기관별로 현장에서 노력해왔던 것들이 조금 잘 반영, 그런 과정들이 반영될 수 있는 성과지표가...(중략) 그런 것들이 잘 반영될 수 있는 성과지표들을 만들어서 그것들이 드러낼 수 있게끔 해주는 역할들은 중앙 쪽에서 해주셔야되지 않겠느냐라는 생각이 들었어요.”

“조금은 위에서 변경을 요구하시더라도 명확한 방향과 디렉션과 보완사항에서 어떤 지표와 어떤 성과를 조금 의도하시는지를 먼저 알려주시면 그것에 맞춰서 열심히 할 수 있지 않나라는 생각을 하고 있습니다.”

- 참여 문화기반시설 FGI 발췌

## (2) 개선방안



〈그림 6-44〉 문화기반시설 문화가 있는 날 개선방안

### □ 참여 문화기반시설 지원사업 운영인력 네트워크 및 역량 강화

- **(네트워킹 강화)** 문화가 있는 날 참여 문화기반시설 지원사업은 각기 기관별 특성에 따라 운영하는 프로그램의 성격과 방식이 상이하게 진행되고 있음. 하지만 이 모든 시설이 '문화가 있는 날' 사업이라는 틀 안에서 운영되고 있기에 사업 방향성과 운영체계에 대한 서로 간의 논의가 필요함
- 이러한 부분의 개선을 위해 문체부, 지역문화진흥원과 참여 문화기반시설 간의 회의를 진행하고는 있지만 이는 협회 담당자들만 참석하고 있어서 시설 실무담당자들은 시설 간 네트워크의 기회가 부족함
- 이에 참여 문화기반시설 협회 담당자 및 실무담당자 간 네트워킹을 통해 다양한 사업 프로그램과 운영과정 등에 대한 논의를 할 수 있는 창구가 필요함
- 네트워킹을 통한 정보공유 및 문화가 있는 날 기획사업에 대한 서로 간의 의견 나눔이 현재 분절적으로 운영되고 있는 참여 문화기반시설 지원사업의 방향성 선정에도 도움이 될 것이라 판단함
- **(역량 강화)** 이러한 네트워킹 활동과 더불어 실무담당자들의 역량 강화 활동에 대한 지원도 함께 필요함. 문체부가 제시한 참여 문화기반시설 지원사업은 시민의 문화예술향유의 확대를 주요 목적으로 두고 있어, 협회 차원에서는 회원 시설을 2년까지만 지원하고 있으며 신규 시설을 지속적으로 발굴하고자 함. 그런데 이러한 신규 시설의 경우, 운영 프로그램에 대한 기획역량, 참여예술인 및 단체에 대한 인력풀, 시설현황 등 미흡한 점이 많이 나타남

“지역에서 힘들면 중앙정부에서 멘토단을 만들어서 거기에 도움을 주고 컨설팅할 수 있는 그룹들을 심사위원을 많이 두는 것보다는 그런 것들을 현장에서 진행될 수 있게끔 하는 그런 관리 프로그램들이 훨씬 더 보강이 되어 된다. 현장에 그것을 도울 수 있는 그런 전문 컨설팅, 멘토 이런 부분들이 굉장히 시급하다고 생각합니다.”

“동 단위나 이런 쪽에서는 기획역량이나 이런 것들이나 자원에 조금 한계가 있기 때문에 이분들이 진행하는 것들이 약간은 기존에 하던 루틴대로 돌아가는 부분에 대해서는 안타깝다.”

- 정책전문가 FGI 발췌

- 물론 문화예술을 참여 기회가 적은 지역에서의 문화가 있는 날 사업에 대한 만족도가 매우 높게 나타나고 있어, 사업 방향성은 그대로 가져가되 다년 지원을 제한하는 방식보다 다년 지원을 허용함과 동시에 신규 지원을 확대하는 방법이 더 적합한 것으로 보임
- 또한, 신규 지원 시설의 경우, 문화예술프로그램 사업 운영에 대한 컨설팅이나 e나라도움, 비대면 온라인 교육프로그램 등을 지원해 줌으로써 문화운영 프로그램의 질을 향상하고 인력의 전문성을 확보하는 것이 필요함

#### □ 문화기반시설을 지역 거점으로 강화, 협력기획 프로그램 운영

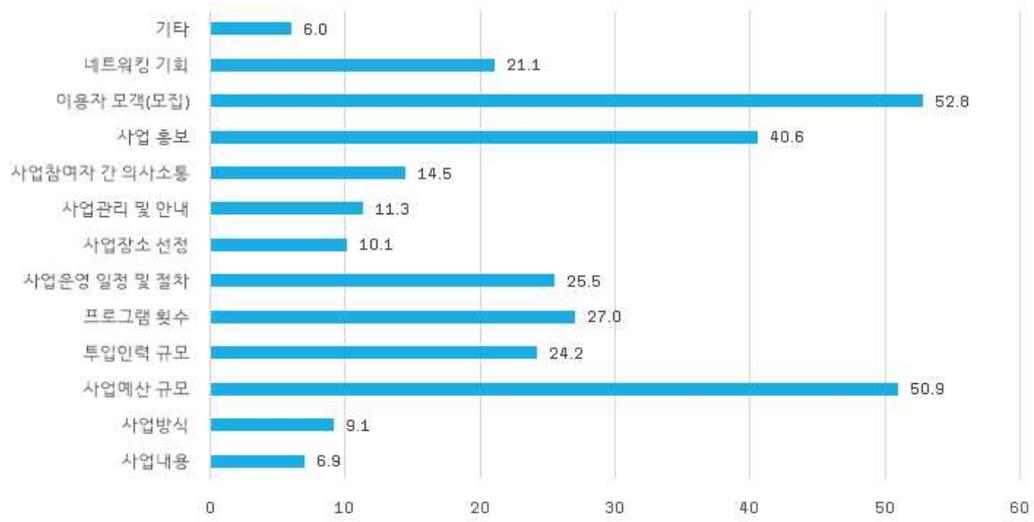
- 참여 문화기반시설은 문화가 있는 날 지원사업 이외에도 자체적으로 운영하고 있는 문화프로그램이 지속적으로 있어 기본적으로 문화기획 역량 및 운영 역량을 갖추고 있음. 물론 지역과 시설마다 편차는 있지만 시설을 보유하고 있어 지역에서 지역단체, 지역예술가, 문화재단 및 지자체와의 연계 협력이 용이하다는 장점이 있음
- 이러한 참여 문화기반시설의 이점을 활용하여 시설을 지역문화활동의 거점센터로 보고, 시설을 중심으로 지역 내의 협력을 통한 기획프로그램을 운영하는 것이 필요해 보임
- 프로그램 기획단계에서는 기반시설 담당자가 지역단체 및 지역예술가와 협업하여 워크숍, 컨설팅 등 통해 프로그램을 기획할 수 있도록 지원하는 것을 제안함. 이후 사업 운영 시 참여자 모집이나 장소 섭외 등은 타 시설과의 부분적 협의를 통해 사업 운영을 진행할 수 있음
- 이러한 참여 문화기반시설을 거점으로 하는 협력 기획프로그램을 통해 기존의 일회성, 단기 프로그램에 대한 한계를 극복하며 지역 내 거점센터로서의 정체성을 강화하고 지역 내 네트워킹을 활성화하는 것이 필요함
- 참여 문화기반시설 담당자가 지역단체, 지자체 담당자와 협업하여 사업을 운영할 수 있도록 가이드라인 마련 필요

#### □ 성과관리 및 평가체계 개선

- 참여 문화기반시설 운영프로그램이 이벤트성이나 단기 체험프로그램으로 운영될 수밖에 없는 것은 운영 담당자의 역량과 예산의 문제도 있겠지만 정량적 평가체계도 영향을 미치고 있음
- 일회성의 행사가 아닌 지역주민들이 함께 참여하고 만들어가는 행사의 경우 정량적 지표로는 측정할 수 없는 한계점이 있음. 문화가 있는 날 주간에만 행사를 진행하더라도 일부 지역의 경우 다른 주간에도 프로그램을 진행하다가 마지막 문화가 있는 날 주간에 해당 프로그램을 큰 규모로 확대 운영하는 방식으로 진행하여 시민들의 만족도가 매우 높게 나타난 경우인데, 이러한 과정적인 사업 운영방식은 정량적 지표로 측정하기 어려움이 있음
- 문화가 있는 날 사업의 목적은 시민들이 일상 속에서 문화를 향유하는 삶을 확대하는 데 있음. 이러한 성과를 측정하기 위해서는 얼마나 양질의 다양한 프로그램들을 접하였는지, 문화의 격차가 해소되었는지, 사업참여를 통한 지역민들의 정서적 감정 변화와 인식 변화가 얼마나 있었는지, 단체 및 실무담당자들의 기획 및 실행역량이 강화되었는지 등을 측정할 수 있는 정량지표와 정성평가를 함께 다루는 평가체계 개선이 필요함

#### □ 통합 홈페이지 개선

- ‘문화가 있는 날’ 공식 홈페이지의 정보 플랫폼을 개편하여 전체 문화예술프로그램 통합 시스템을 좀 더 간편하게 이용할 수 있는 것이 필요함
- 또한, 기존의 언론·온라인 및 모바일 매체를 활용한 홍보와 더불어 각 권역별 자치단체 등과 협업하여, 지역주민들에게 ‘문화가 있는 날’ 프로그램에 대한 정보를 적극적으로 홍보할 수 있는 방안을 모색해야 할 필요가 있음
- 설문조사 결과에서도 참여자 애로사항에서 이용자 모객이 52.8%와 사업홍보가 40.6%로 집계되어 이용자 참여에 대한 적극적인 홍보가 필요한 것으로 보임



〈그림 6-45〉 참여 문화기반시설 참여자 애로사항 (1+2+3순위)

## 참고문헌

- 국가법령정보센터. <http://law.go.kr>
- 김문환 (1993). 문화정책과 문화행정. *월간 우리 文化*. 1993.6
- 김정수(2017). 정책학 입문. 문우사
- 노영순 (2019). 문화권 선언 2030 방향설정 연구. 한국문화관광연구원
- 대한민국 정책브리핑. <https://www.korea.kr/main.do>
- 문화체육관광부(2022). 2022년도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료
- 문화가 있는 날 사업추진단(2016). 문화가 있는 날 사업별 성과평가 및 연구
- 문화가 있는 날 사업추진단(2017). 문화가 있는 날 사업평가 및 발전방안 연구
- 문화가 있는 날 홈페이지. <https://www.culture.go.kr/wday/index.do>
- 조현성·최보연 (2020). 예술향유정책 분석 및 방향 연구. 한국문화관광연구원
- 정종은·강이수·홍성태·한설아 (2018). 지역혁신 생태계 조성을 위한 지역문화정책 연구. 국가균형발전위원회
- 정종은·한설아 (2019). 지역혁신체계에서 문화의 역할: 유후인과 유바리의 사례를 중심으로. *지역과문화*. 제6권 제4호. p.67
- 지역문화진흥원(2018). 문화가 있는 날 사업 성과평가 및 통합 홍보마케팅 실행 연구
- 지역문화진흥원(2019). 문화가 있는 날 기획사업 성과평가 및 이용자분석 연구
- 지역문화진흥원(2020). 문화가 있는 날 기획사업 분석 및 발전방안 연구
- 지역문화진흥원(2021). 문화가 있는 날 기획사업 성과분석 연구
- 지역문화진흥원(2018). 지역문화 콘텐츠 특성화 성과 사례집
- 지역문화진흥원(2018). 청춘마이크 청년예술가 성과 사례집
- 지역문화진흥원(2019). 지역문화 콘텐츠 특성화 성과 사례집
- 지역문화진흥원(2020). 2020년 문화가 있는 날 사업 인지도 조사
- 지역문화진흥원(2020). 2020 지역문화 콘텐츠 특성화 성과 사례집
- 지역문화진흥원(2021). 2021년 문화가 있는 날 인지도 조사 결과보고서
- 지역문화진흥원(2019). 2019년 문화가 있는 날 청년문화우리 사례집
- 양혜원 (2015). 문화가 있는 날 제도적 개선방안. 한국문화관광연구원

## 부록1. 이용자 설문조사 설문지

「2022 문화가 있는 날 기획사업」 이용자(관람객) 설문조사		ID			
<p>안녕하십니까?</p> <p>본 설문은 「2022 문화가 있는 날 기획사업」에 대한 이용자(관람객)의 전반적인 인식과 만족 정도를 파악하고, 개선점을 도출하여 차년도 사업 개선에 반영하기 위한 것입니다.</p> <p>문화가 있는 날은 『문화기본법』 제12조 2항에 근거하여 국민의 문화권을 보장하기 위해 지정한 날입니다. 매달 마지막 수요일과 그 주간에 다양한 문화혜택을 제공하고 있습니다. 문화가 있는 날 기획사업은 문화취약 지역이나 대상맞춤형 프로그램을 통해 국민의 문화 향유권 확대를 통한 문화적 삶의 실현을 목적으로 추진하는 사업입니다.</p> <p>설문에 참여해주신 선생님의 소중한 의견은 본 사업의 발전을 위한 기초자료로 활용하는 목적 이외에는 다른 용도로 사용되지 않으며, 통계법(제33조, 제34조)에 의거하여 개인의 정보는 철저히 보호됩니다.</p> <p>본 조사에서 제시되는 각각의 질문에는 별도의 정답이 있는 것이 아니므로 선생님께서 생각하시는 바를 말씀해 주시면 됩니다. 감사합니다.</p> <p style="text-align: right;">2022년 10~11월</p>					
<p>※ 통계법 제33조(비밀의 보호 등)</p> <p>① 통계작성과정에서 알려진 사항으로서 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.</p> <p>② 통계작성을 위하여 수집된 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 기초자료는 통계작성의 목적 외에 사용하여서는 아니 된다.</p>					
주관기관	 지역문화진흥원	수행기관	 상명대학교 SANGMYUNG UNIVERSITY	조사기관	 T·BRIDGE CORPORATION
문의처	<p>연구 관련 문의 : 상명대학교 천안산학협력단 연구 담당</p> <p>조사 관련 문의 : (주)티브리τζ코퍼레이션 오규석 과장</p>				

참여사업(프로그램) 정보	
참여 사업(프로그램)명	설문조사 URL로 구분하여 해당 기관/단체에 배포
문화시설 유형 (7개 문화기반시설만 응답)	① 문예회관    ② 박물관    ③ 미술관    ④ 공공도서관 ⑤ 작은도서관    ⑥ 지방문화원    ⑦ 문화의집

## Part 1. 문화활동 경험 및 인식

Q1. 지난 1년 동안의 문화활동 경험에 대하여 각각의 항목에 모두 응답해 주십시오. (복수 응답 가능)

<b>지난 1년 동안의 문화활동 경험</b>	① 문화행사 관람 (공연, 전시, 영화 등) ② 문화 관련 교육·체험 프로그램 참여 ③ 축제 참여 ④ 문화시설 공간 이용 (문화예술회관, 박물관, 미술관, 도서관, 지방문화원, 문화의집, 생활문화센터 등) ⑤ 역사문화유적지 방문 ⑥ 문화 관련 동호회 참여 ⑦ 문화자원봉사 활동 ⑧ 기타 ( _____ )
--------------------------------------	--

Q2. 문화가 있는 날 참여 경험에 대해 응답해 주십시오. (오늘 제외)

<b>Q2-1. 「문화가 있는 날」 관련 티켓 할인 혜택 (영화, 공연, 전시 등)</b>	① 있음      ② 없음
<b>Q2-2. 「문화가 있는 날」 기획사업 이전 참여경험 (복수응답)</b>	① 청춘마이크 ② 실버마이크 ③ 지역문화 콘텐츠 특성화 ④ 생활 속 문화활동 지원 ⑤ 지역특화 프로그램 ⑥ 문예회관 문화가 있는 날 프로그램 ⑦ 박물관 문화가 있는 날 프로그램 ⑧ 미술관 문화가 있는 날 프로그램 ⑨ 공공도서관 문화가 있는 날 프로그램 ⑩ 작은도서관 문화가 있는 날 프로그램 ⑪ 지방문화원 문화가 있는 날 프로그램 ⑫ 문화의집 문화가 있는 날 프로그램 ⑬ 없음

Q3. 다음은 일상생활에서의 문화 향유 여건을 살펴보기 위한 질문입니다. 평소 생각하시던 바를 솔직히 응답해 주십시오.

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q3-1. 내 일상에서 문화를 향유할 수 있는 기회가 많다	①	②	③	④	⑤
Q3-2. 내가 사는 지역에는 문화 관련 행사가 자주 열린다	①	②	③	④	⑤

## Part 2. 행사(프로그램) 인지도 및 참여 현황

Q4. 오늘 참여하신 프로그램이 「문화가 있는 날」의 일환으로 진행되는 행사라는 것을 알고 계십니까?

- ① 매우 잘 알고 있다      ② 어느 정도 알고 있다      ③ 잘 모른다

Q5. 오늘 행사(프로그램)에 참여하게 된 동기가 무엇입니까?

- ① 프로그램에 관심이 있어서      ② 여가시간을 의미있게 보내고 싶어서  
 ③ 주변 사람들(가족, 지인, 동료)의 추천으로      ④ 무료 또는 저렴해서  
 ⑤ 우연히 참여      ⑥ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

Q6. 오늘 행사(프로그램)를 어떻게 알고 참여하셨습니까?

- ① 언론(신문, 방송 등)      ② 인터넷(포털, SNS 등)  
 ③ 옥외광고물(현수막, 포스터, 전단 등)      ④ 주변 사람들(가족, 지인, 동료)의 소개  
 ⑤ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

Q7. 오늘 어떤 종류의 행사(프로그램)에 참여하셨습니까? (복수응답 가능)

- ① 공연 관람      ② 전시 관람  
 ③ 영화·영상 관람      ④ 문화 관련 교육·체험 프로그램, 워크숍 참여  
 ⑤ 축제 참여      ⑥ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

Q8. 오늘 행사(프로그램)의 참가 비용은 얼마였습니까?

- ① 무료      ② 유료 ( \_\_\_\_\_ 원)

Q9. 오늘 행사(프로그램)는 어떤 공간에서 진행되었습니까? (복수응답 가능)

- ① 공연장      ② 박물관  
 ③ 미술관      ④ 도서관  
 ⑤ 작은도서관      ⑥ 지방문화원  
 ⑦ 문화의집      ⑧ 생활문화센터  
 ⑨ 문화재단 부속공간      ⑩ 공원·광장·도로 등 야외공간  
 ⑪ 동네책방      ⑫ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

Q10. 오늘 행사(프로그램)에 참여한 총 시간이 어떻게 되십니까?

- ① 프로그램 전체 참여      ② 프로그램 일부 참여

Q11. 오늘 행사(프로그램)에 누구와 함께 참여하셨습니까?

- ① 혼자      ② 가족, 친지      ③ 친구, 동료  
 ④ 연인      ⑤ 동호회, 모임      ⑥ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

### Part 3. 행사(프로그램) 참여 만족도

※ 오늘 행사(프로그램)에 참여하시면서 느끼셨던 점을 각각의 질문에 솔직하게 응답해 주십시오

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q12-1. 행사(프로그램)는 「문화가 있는 날 기획사업」으로 적합하다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q12-2. 행사(프로그램)는 ‘전 국민의 일상 속 문화향유 증진’에 효과적인 사업이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q12-3. 행사(프로그램) 내용이 흥미롭고, 재미있었다	①	②	③	④	⑤
Q12-4. 행사(프로그램)가 지역의 다른 문화행사(프로그램)와 차별성이 있었다	①	②	③	④	⑤
Q12-5. 행사(프로그램) 관리 및 안내가 잘 이루어졌다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q12-6. 행사(프로그램) 일정과 장소가 만족스러웠다	①	②	③	④	⑤
Q12-7. 행사(프로그램)에 관한 정보를 쉽게 얻을 수 있었다	①	②	③	④	⑤
Q12-8. 오늘 행사(프로그램)는 전반적으로 만족스러웠다	①	②	③	④	⑤
Q12-9. 오늘 프로그램이 또 진행된다면 다시 참여할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤
Q12-10. 오늘 프로그램을 주변 지인에게 추천할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤

### Part 3-1. 사업별 참여 만족도(해당 사업 이용자만 응답)

※ 오늘 행사(프로그램)에 참여하시면서 느끼셨던 점을 각각의 질문에 솔직하게 응답해 주십시오

[ 청춘마이크 ]

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q13-1. 공연 시간과 장소가 일상에서 문화를 누리기에 적합했다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q13-2. 다른 거리 공연에 비해 프로그램 구성의 완성도가 높았다	①	②	③	④	⑤
Q13-3. 나와 같은/다른 세대를 이해하거나 공감하는데 도움이 된다	①	②	③	④	⑤

[ 실버마이크 ]

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q13-4. 공연 시간과 장소가 일상에서 문화를 누리기에 적합했다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q13-5. 다른 거리 공연에 비해 프로그램 구성의 완성도가 높았다	①	②	③	④	⑤
Q13-6. 나와 같은/다른 세대를 이해하거나 공감하는데 도움이 된다	①	②	③	④	⑤

[ 지역문화 콘텐츠 특성화 ]

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q13-7. 오늘 프로그램을 통해 내가 사는 지역주민들의 주체적인 문화활동이 활발하다고 느꼈다	①	②	③	④	⑤
Q13-8. 오늘 프로그램에서 내가 사는 지역 고유의 문화자원을 활용한 차별성이 잘 느껴졌다	①	②	③	④	⑤

[ 생활 속 문화활동 지원 ]

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q13-9. 오늘 프로그램이 우리 지역에 사는 아동(18세 이하)이나 직장인들의 일상 속 문화활동 기회를 늘리는데 기여했다	①	②	③	④	⑤

[ 지역특화 프로그램 ]

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q13-10. 오늘 프로그램은 내가 사는 지역의 문화자원이나 공간을 활용하여 지역의 특색을 잘 반영하고 있다고 느꼈다	①	②	③	④	⑤
Q13-11. 프로그램 참여를 통해 지역공동체 일원으로서 그 관계가 돈독해졌다고 느꼈다	①	②	③	④	⑤

[ 문화기반시설 ]

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q13-12. 오늘 프로그램은 지역 문화시설 공간의 성격과 취지에 적합하다고 느꼈다	①	②	③	④	⑤
Q13-13. 프로그램 참여를 통해 지역문화시설에서 하는 다른 문화행사/프로그램에도 관심이 생겼다	①	②	③	④	⑤

## Part 4. 사업 성과

※ 오늘 행사(프로그램)에 참여하시면서 느끼셨던 점을 각각의 질문에 솔직하게 응답해 주십시오

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q14-1. 행사(프로그램)에 참여(관람)하는 동안 즐겁고 유쾌했다	①	②	③	④	⑤
Q14-2. 행사(프로그램)에 참여(관람)하는 동안 스트레스가 감소되고 마음이 위로받는 것 같았다	①	②	③	④	⑤
Q14-3. 다른 사람의 감정을 잘 이해하고 소통할 수 있게 되었다	①	②	③	④	⑤
Q14-4. 오늘 프로그램에 참여(관람)하는 동안 함께 하는 사람들(관객, 주민, 동행인, 문화기관·단체)과 친밀감과 공감대가 형성되는 것 같았다	①	②	③	④	⑤
Q14-5. 행사(프로그램) 참여(관람)를 통해 문화에 대한 이해가 넓어졌다	①	②	③	④	⑤
Q14-6. 행사(프로그램) 참여(관람)를 통해 문화적 감수성이 풍부해지고 창의성이 향상되었다	①	②	③	④	⑤
Q14-7. 오늘 프로그램을 운영한 문화기관·단체에 대한 관심이 생겼다	①	②	③	④	⑤
Q14-8. 「문화가 있는 날」에 대한 관심이 생겼다	①	②	③	④	⑤
Q14-9. 오늘 참여(관람) 이후, 앞으로 문화를 관람하거나 즐기는 활동을 더 적극적으로 하고 싶다는 생각이 들었다	①	②	③	④	⑤
Q14-10. 시간과 비용이 들더라도 다른 문화 프로그램에 더 참여하고 싶다	①	②	③	④	⑤

## Part 5. 사업 효과(정책 효과)

※ 오늘 행사(프로그램)에 참여하시면서 느끼셨던 점을 각각의 질문에 솔직하게 응답해 주십시오.

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q15-1. 「문화가 있는 날 기획사업」은 국민이 문화를 일상 속에서 즐길 수 있는 기회를 확대하는데 기여한다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q15-2. 「문화가 있는 날 기획사업」 참여를 통해 정부, 지자체, 문화 기관·단체가 우리의 문화적 삶의 질을 높여주기 위한 노력을 하고 있다고 생각하게 되었다	①	②	③	④	⑤
Q15-3. 오늘 참여한 프로그램이 내가 사는 지역에서의 문화활동이 다양해지는데 기여한다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q15-4. 오늘 참여한 프로그램이 내가 사는 지역에서 문화향유격차를 해소하고 참여기회를 균형적으로 늘리는데 기여한다고 생각한다	①	②	③	④	⑤

## Part 6. 개선점 및 자유의견

Q16. 행사(프로그램) 관람을 통해 얻은 것이 있다면 다음 중 무엇이라고 생각하십니까? 중요한 순서대로 2가지만 선택해 주십시오.

(1순위) \_\_\_\_\_ , (2순위) \_\_\_\_\_

- |                        |                          |
|------------------------|--------------------------|
| ① 경제적 부담 해소(경감)        | ② 문화 관람 및 체험 기회 확대       |
| ③ 문화에 대한 관심 증가         | ④ 문화향유를 통한 삶의 질 제고       |
| ⑤ 문화의 사회적 공헌(역할) 인식 증가 | ⑥ 정부 및 기관(단체)의 긍정 이미지 증가 |
| ⑦ 기타 ( _____ )         |                          |

Q17. 행사(프로그램) 참여를 통해 느끼신 점을 고려할 때, 가장 우선적으로 개선이 필요한 것은 다음 중 무엇이라고 생각하십니까? 중요한 순서대로 2가지만 선택해 주십시오.

(1순위) \_\_\_\_\_ , (2순위) \_\_\_\_\_

- |                 |                |
|-----------------|----------------|
| ① 안내/정보 제공 강화   | ② 양질의 프로그램 제공  |
| ③ 프로그램의 다양화     | ④ 체험 프로그램 확대   |
| ⑤ 할인 규모 및 범위 확대 | ⑥ 기타 ( _____ ) |



## 부록2. 참여자 설문조사 설문지

「2022 문화가 있는 날 기획사업」 참여자(기관/단체) 설문조사		ID			
<p>안녕하십니까?</p> <p>본 설문은 「2022 문화가 있는 날 기획사업」에 대한 참여자(기관/단체)의 전반적인 인식과 만족 정도를 파악하고, 개선점을 도출하여 차년도 사업 개선에 반영하기 위한 것입니다.</p> <p>설문에 참여해주신 선생님의 소중한 의견은 본 사업의 발전을 위한 기초자료로 활용되는 목적 이외에는 다른 용도로 사용되지 않으며, 통계법(제33조, 제34조)에 의거하여 개인의 정보는 철저히 보호됩니다.</p> <p>본 설문은 <b>사업 참여자(기관/단체) 대상의 설문</b>으로 응답자 개인이 아닌 <b>사업에 참여 중인 기관/단체의 활동을 기준으로 답변</b> 부탁드립니다. 감사합니다.</p> <p style="text-align: right;">2022년 11월</p>					
<p>※ 통계법 제33조(비밀의 보호 등)</p> <p>① 통계작성과정에서 알려진 사항으로서 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.</p> <p>② 통계작성을 위하여 수집된 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 기초자료는 통계작성의 목적 외에 사용하여서는 아니 된다.</p>					
주관기관	 지역문화진흥원	수행기관	 상명대학교 SANGMYUNG UNIVERSITY	조사기관	 T·BRIDGE CORPORATION
문의처	<p>연구 관련 문의 : 상명대학교 천안산학협력단 연구 담당</p> <p>조사 관련 문의 : (주)티브릿지코퍼레이션 오규석 과장</p>				

기본 정보	
단체명	
참여 사업(프로그램)명	① 청춘마이크                      ② 실버마이크 ③ 지역문화 콘텐츠 특성화      ④ 생활 속 문화활동 지원 ⑤ 지역특화프로그램              ⑥ 「문화가 있는 날」 문화시설 지원
문화시설 유형 (☞ 참여 사업(프로그램)에서 ⑥ 「문화가 있는 날」 문화시설 지원 응답자만)	① 문예회관                      ② 박물관                      ③ 미술관 ④ 공공도서관                  ⑤ 작은도서관                  ⑥ 지방문화원 ⑦ 문화의집
사업 참여방식	① 사업주관 (문화가 있는 날 기획사업을 기획/운영하는 주관처) ② 사업참여 (문화가 있는 날 기획사업에 참여/출연하는 단체/시설/예술가/예술가팀)
단체 성격	① 지방자치단체      ② 지역문화재단      ③ 문화시설협회      ④ 문화시설 ⑤ 문화단체              ⑥ 예술가/예술가팀      ⑦ 기타 ( _____ )

활동지역	① 서울    ② 부산    ③ 대구    ④ 인천    ⑤ 광주    ⑥ 대전 ⑦ 울산    ⑧ 세종    ⑨ 경기    ⑩ 강원    ⑪ 충북    ⑫ 충남 ⑬ 전북    ⑭ 전남    ⑮ 경북    ⑯ 경남    ⑰ 제주
	세부 지역 : _____ 시/군/구
활동경력	① 1년 미만                      ② 1~3년 미만                      ③ 3~5년 미만 ④ 5~10년 미만                  ⑤ 10년 이상                      ⑥ 해당사항 없음
구성인원	총 ( _____ )명
연평균 수입	① 5백만원 미만                  ② 5백~1천만원 미만                  ③ 1천~2천만원 미만 ④ 2천~3천만원 미만              ⑤ 3천~4천만원 미만                  ⑥ 4천~5천만원 미만 ⑦ 5천~6천만원 미만              ⑧ 6천~7천만원 미만                  ⑨ 7천만원 이상 ⑩ 해당사항 없음

※ 응답자 개인정보는 설문 응답 확인 목적으로만 이용됩니다.

응답자명		응답자 전화번호		응답자 이메일	
------	--	----------	--	---------	--

## Part 1. 사업 참여현황

Q1. 본 사업에 참여하게 된 주요 이유는 무엇입니까?

- ① 「문화가 있는 날」 사업 취지에 공감해서    ② 문화활동 기회를 얻기 위해서  
③ 단체의 인지도를 높이기 위해서              ④ 단체 운영에 재정적으로 도움을 받기 위해  
⑤ 분야(지역) 네트워킹을 확대하기 위해서    ⑥ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

Q2. 본 사업에 대해 어떻게 알게 되셨습니까?

- ① 주변 지인 소개                                  ② 유관 기관/단체 홈페이지  
③ 인터넷 검색(기관/단체 홈페이지 제외)    ④ 소셜네트워크서비스(SNS)  
⑤ 해당 분야 커뮤니티                          ⑥ 옥외 광고(현수막, 포스터, 전단 등)  
⑦ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

Q3. 올해 사업에 참여하기 이전에도 「문화가 있는 날 기획사업」에 참여하신 경험이 있습니까?

- ① 없음 (☞ Q5로 이동)    ② 1-2회    ③ 3-4회    ④ 5-6회    ⑤ 7회 이상 (☞ Q4로 이동)

Q4. 작년까지 참여 경험이 있는 「문화가 있는 날 기획사업」에 대해 모두 응답해 주십시오.

「문화가 있는 날 기획사업」	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 청춘마이크 권역형</li> <li>② 청춘마이크 기획형</li> <li>③ 실버마이크</li> <li>④ 지역문화 콘텐츠 활성화</li> <li>⑤ 생활 속 문화활동 지원(아동 대상)</li> <li>⑥ 동동동 문화놀이터</li> <li>⑦ 생활 속 문화활동 지원(근로자 대상)</li> <li>⑧ 직장문화배달</li> <li>⑨ 지역특화프로그램</li> <li>⑩ 「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원 : 문예회관</li> <li>⑪ 「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원 : 박물관</li> <li>⑫ 「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원 : 미술관</li> <li>⑬ 「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원 : 공공도서관</li> <li>⑭ 「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원 : 작은도서관</li> <li>⑮ 「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원 : 지방문화원</li> <li>⑯ 「문화가 있는 날」 참여 문화시설 지원 : 문화의집</li> <li>⑰ 기타 「문화가 있는 날」 기획사업명</li> </ul>
--------------------	---

☞ **설문 문항 Q5 ~ Q13까지는 사업주관단체와 사업참여단체/시설만 응답해 주십시오.**  
 ※ 청춘마이크, 실버마이크에 출연하는 예술가/예술가팀은 응답에서 제외

Q5. 본 사업의 사업예산은 총 얼마입니까?

사업예산	총( _____ )원
------	-------------

Q6. 본 사업의 투입 인력 규모는 어떻게 됩니까?

사업 투입 인력 규모	총( _____ )명
-------------	-------------

\* 사업투입인력은 사업담당 직원을 비롯하여 문화프로그램 운영시 투입되는 출연진, 강사, 스텝 등을 모두 포함하여 작성해 주십시오.

Q7. 본 사업의 프로그램 유형은 다음 중 무엇입니까? (복수 응답 가능)

- ① 공연
- ② 전시
- ③ 영화/영상 상영
- ④ 문화 관련 교육·체험 프로그램, 워크숍
- ⑤ 축제
- ⑥ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

Q8. 본 사업은 어떻게 운영하고 있습니까?

- ① 대면
- ② 비대면
- ③ 혼합(대면+비대면)

Q9. 본 사업의 프로그램 장소는 어떻게 됩니까? (복수 응답 가능)

- ① 민간 공연장
- ② 문예회관
- ③ 박물관
- ④ 미술관
- ⑤ 도서관
- ⑥ 작은도서관
- ⑦ 지방문화원
- ⑧ 문화의집
- ⑨ 생활문화센터
- ⑩ 문화재단 부속공간
- ⑪ 공원·광장·도로 등 야외공간
- ⑫ 동네책방
- ⑬ 지역아동센터, 어린이집, 학교
- ⑭ 근로사업장
- ⑮ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

Q10. 본 사업의 프로그램 운영 기간은 어떻게 됩니까? 프로그램을 운영하는 기간을 모두 체크해 주십시오.

- ① 1월
- ② 2월
- ③ 3월
- ④ 4월
- ⑤ 5월
- ⑥ 6월
- ⑦ 7월
- ⑧ 8월
- ⑨ 9월
- ⑩ 10월
- ⑪ 11월
- ⑫ 12월

Q11. 본 사업의 프로그램을 어떻게 홍보하셨습니다? 프로그램 홍보를 위해 이용하신 방법을 모두 체크해 주십시오.

- ① 언론(신문, 방송 등)
- ② 인터넷(포털, SNS 등)
- ③ 옥외광고물(현수막, 포스터, 전단 등)
- ④ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

Q12. 「문화가 있는 날」 주간에 평균 몇 회의 프로그램을 운영하였습니까?

「문화가 있는 날」 주간 운영 프로그램	평균 프로그램 운영(참여) 횟수	( _____ )회
--------------------------	-------------------	------------

Q13. 「문화가 있는 날」 주간에 운영한 프로그램에 평균 몇 명의 관람객/이용자가 참여하였습니까?

「문화가 있는 날」 주간 운영 프로그램	평균 관람객/이용자 수	( _____ )명
--------------------------	--------------	------------

## Part 2. 사업 운영자원 및 사업실행 평가

Q14. 현재 귀 단체/기관이 수행하고 있는 「문화가 있는 날 기획사업」의 목적이 무엇이라고 생각하십니까? 중요한 순서대로 2가지만 선택해 주십시오.  
(1순위) \_\_\_\_\_ , (2순위) \_\_\_\_\_

- ① 문화가 있는 날에 대한 시민들의 인지도 제고
- ② 시민들의 문화향유 기회 확대
- ③ 문화단체 활동 활성화 지원
- ④ 문화 분야 일자리 창출
- ⑤ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

※ 「문화가 있는 날 기획사업」을 수행(참여)하시면서 느끼셨던 점을 각각의 질문에 솔직하게 응답해 주십시오.

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q15-1. 진행한 프로그램이 「문화가 있는 날 기획사업」으로 적합하다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q15-2. 진행한 프로그램이 전 국민의 일상 속 문화향유 증진에 도움이 되는 사업이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q15-3. 진행한 프로그램이 지역의 다른 문화행사(프로그램)와 차별성이 있다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q15-4. 사업에 대해 전반적으로 만족한다	①	②	③	④	⑤
Q15-5. 기회가 된다면, 사업에 다시 참여하고 싶다	①	②	③	④	⑤

Q16. 본 사업 실행과 관련하여 가장 만족스러운 점(또는 잘된 점)은 다음 중 무엇이라고 생각하십니까?  
중요한 순서대로 3가지만 선택해 주십시오.

(1순위) \_\_\_\_\_ , (2순위) \_\_\_\_\_ , (3순위) \_\_\_\_\_

- ① 사업내용이 적절했다
- ② 사업방식이 적절했다
- ③ 사업예산 집행 및 배분이 적절했다
- ④ 투입인력 규모가 적절했다
- ⑤ 프로그램 횟수가 적절했다
- ⑥ 사업운영 일정 및 절차가 적절했다
- ⑦ 사업장소 선정이 적절했다
- ⑧ 사업관리 및 안내가 적절했다
- ⑨ 사업참여자(지자체, 주관단체, 참여단체)간 의사소통이 원활했다
- ⑩ 사업 홍보가 충분했다
- ⑪ 이용자 모객(모집)이 잘 이루어졌다
- ⑫ 네트워킹 기회 제공이 충분했다
- ⑬ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

Q17. 본 사업 실행과 관련하여 가장 큰 애로사항은 다음 중 무엇이라고 생각하십니까? 중요한 순서대로 3가지만 선택해 주십시오.

(1순위) \_\_\_\_\_ , (2순위) \_\_\_\_\_ , (3순위) \_\_\_\_\_

- |                                |                |
|--------------------------------|----------------|
| ① 사업내용                         | ② 사업방식         |
| ③ 사업예산 규모                      | ④ 투입인력 규모      |
| ⑤ 프로그램 횟수                      | ⑥ 사업운영 일정 및 절차 |
| ⑦ 사업장소 선정                      | ⑧ 사업관리 및 안내    |
| ⑨ 사업참여자(지자체, 주관단체, 참여단체)간 의사소통 | ⑩ 사업 홍보        |
| ⑪ 이용자 모객(모집)                   | ⑫ 네트워킹 기회      |
| ⑬ 기타 ( _____ )                 |                |

## Part 2-1. 사업별 운영자원 및 사업실행 평가(해당 사업 참여자만 응답)

※ 「문화가 있는 날 기획사업」을 수행(참여)하시면서 느끼셨던 점을 각각의 질문에 솔직하게 응답해 주십시오.

### [청춘마이크 / 실버마이크]

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q18-1. 생활권 중심 거리공연으로써 주민의 일상 속 문화접근성 확대에 기여했다	①	②	③	④	⑤
Q18-2. (주관단체만 응답해 주세요) 예술가/예술가팀의 활동 범위 확장, 네트워킹 등 역량 제고, 자기만족감(효능감), 심리적 안정감(안녕감) 증진에 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤
Q18-3. (참여 예술가만 응답해 주세요) 예술가로서 사회적으로 인정받고 활동을 지속하는데 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤
Q18-4. (참여 예술가만 응답해 주세요) 예술가로서 자신의 능력에 대한 믿음이 커졌다	①	②	③	④	⑤

### [지역문화콘텐츠특성화]

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q18-5. 지역 내 관계망(지자체, 지역 주민 등) 형성에 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤
Q18-6. 지역 고유의 특성을 반영한 문화콘텐츠를 발굴하고 개발하는데 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤
Q18-7. 지역민들의 주체적이고 자발적인 문화적 활동 기회를 확대하는데 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤

[생활 속 문화활동 지원]

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q18-8. 우리 지역 내 근로자와 아동들(18세 이하)의 특성을 맞춤형으로 고려한 문화활동 프로그램 개발에 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤
Q18-9. 우리 지역의 특성을 반영한 문화활동의 사회적 가치를 발굴, 확산하는데 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤

[지역특화프로그램]

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q18-10. 사업 참여를 통해 지역의 특성 및 지역민을 이해 하는데 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤
Q18-11. (지자체 단독 진행의 경우 응답 제외) 사업 참여는 지자체와의 네트워크 형성 및 소통에 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤

[문화기반시설]

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q18-12. 지역과 기관의 특색있는 자원을 활용한 프로그램 개발 및 확산에 기여했다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q18-13. 프로그램 참여를 통해 문화기반시설의 이용자가 추가로 확대 되었다	①	②	③	④	⑤

## Part 3. 사업 성과

※ 「문화가 있는 날 기획사업」을 수행(참여)하시면서 느끼셨던 점을 각각의 질문에 솔직하게 응답해 주십시오.

< ☞ 주관단체만 응답 >

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q19-1. 「문화가 있는 날 기획사업」의 방향성 및 역할에 대해 잘 이해하게 되었다	①	②	③	④	⑤
Q19-2. 사업 참여를 통해 사업추진 역량이 강화되었다	①	②	③	④	⑤
Q19-3. 사업 참여를 통해 지역에서 인지도가 높아지는데 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤
Q19-4. 사업 참여를 통해 지역 내 문화활동기반이 생기고 확장되는데 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤
Q19-5. 사업참여를 통해 사회적인 공헌을 하는데 역할을 했다고 생각한다	①	②	③	④	⑤

< ☞ 참여단체(예술가)만 응답 >

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q19-6. 「문화가 있는 날 기획사업」의 방향성 및 역할에 대해 잘 이해하게 되었다	①	②	③	④	⑤
Q19-7. 사업참여를 통해 단체(공연팀) 운영이 활성화되었다	①	②	③	④	⑤
Q19-8. 사업 참여를 통해 사업추진 역량(공연역량 등)이 강화되었다	①	②	③	④	⑤
Q19-9. 사업 참여를 통해 지역에서 인지도가 높아지는데 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤
Q19-10. 사업 참여 이후 다른 활동 기회가 많아졌다	①	②	③	④	⑤
Q19-11. 사업 참여과정에서 문화기관/단체(공연팀) 간 네트워킹 기회가 충분했다	①	②	③	④	⑤
Q19-12. 사업 참여를 통해 문화 분야 공공 행정기관과의 네트워킹이 확대되었다	①	②	③	④	⑤
Q19-13. 사업 참여를 통해 지역 내 활동기반이 생기고 확장되는데 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤
Q19-14. 사업참여를 통해 단체(공연팀) 운영에 재정적으로 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤
Q19-15. 사업참여를 통해 사회적인 공헌을 하는데 역할을 했다고 생각한다	①	②	③	④	⑤

Q20. 본 사업 참여를 통해 귀 단체/예술가가 얻은 가장 큰 성과는 다음 중 무엇이라고 생각하십니까?  
중요한 순서대로 2가지만 선택해 주십시오.

(1순위) \_\_\_\_\_ , (2순위) \_\_\_\_\_

- |                      |                      |
|----------------------|----------------------|
| ① 단체 운영의 활성화         | ② 사업추진 역량 강화         |
| ③ 인지도 제고             | ④ 활동 기회 확대           |
| ⑤ 타 문화기관/단체와 네트워크 확대 | ⑥ 공공행정기관과 네트워크 확대    |
| ⑦ 지역 내 활동기반 구축, 확장   | ⑧ 단체 운영에 재정적으로 도움이 됨 |
| ⑨ 사회적 공헌 및 역할 제고     | ⑩ 기타 ( _____ )       |

Q21. 본 사업 참여에 참여한 이용자를 관찰해 보면서 느끼셨던 점을 각각의 질문에 솔직하게  
응답해 주십시오.

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q21-1. 행사(프로그램)에 참여(관람)하는 동안 즐겁고 유쾌해 했다	①	②	③	④	⑤
Q21-2. 행사(프로그램)에 참여(관람)하는 동안 스트레스가 감소되고 마음이 위로받는 것 같았다	①	②	③	④	⑤
Q21-3. 행사(프로그램) 참여(관람)를 통해 다른 사람의 감정을 잘 이해하고 소통할 수 있게 된 거 같았다	①	②	③	④	⑤
Q21-4. 프로그램에 참여(관람)하는 동안 함께 하는 사람들 (관객, 주민, 동행인, 문화기관·단체)과 친밀감 및 공감대가 형성되는 것 같았다	①	②	③	④	⑤
Q21-5. 행사(프로그램) 참여(관람)를 통해 문화에 대한 이해가 넓어지는 거 같았다	①	②	③	④	⑤
Q21-6. 행사(프로그램) 참여(관람)를 통해 문화적 감수성이 풍부해지고 창의성이 향상되는 것 같았다	①	②	③	④	⑤
Q21-7. 행사(프로그램) 참여(관람)를 통해 문화기관·단체에 대한 관심이 높아지는 거 같았다	①	②	③	④	⑤

## Part 4. 사업 효과(정책 효과) 및 개선점

※ 「문화가 있는 날 기획사업」을 수행(참여)하시면서 느끼셨던 점을 각각의 질문에 솔직하게 응답해 주십시오.

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통 이다	그렇지 않은 편이다	전혀 아니다
Q22-1. 「문화가 있는 날 기획사업」 참여를 통해 국민의 「문화가 있는 날」 인지도 제고에 기여했다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q22-2. 국민이 문화를 일상 속에서 즐길 수 있는 기회를 확대하는데 기여했다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q22-3. 국민이 일상 속에서 주체적으로 문화활동에 참여하는 기회를 확대하는데 기여했다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q22-4. 국민의 문화향유 의향을 제고하는데 기여했다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q22-5. 국민의 문화적 삶의 질을 제고하는데 기여했다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q22-6. 지역문화의 다양성 제고와 활성화에 기여했다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q22-7. 지역간 문화격차를 해소하고 지역문화의 균형적인 발전에 기여했다고 생각한다	①	②	③	④	⑤

Q23. 본 사업 참여를 통해 귀 단체가 가장 기여한 정책효과는 다음 중 무엇이라고 생각하십니까?  
중요한 순서대로 2가지만 선택해 주십시오.

(1순위) \_\_\_\_\_ , (2순위) \_\_\_\_\_

- ① 「문화가 있는 날」 인지도 제고
- ② 국민의 일상 속 문화향유 기회 확대
- ③ 국민의 주체적 문화활동 기회 확대
- ④ 국민의 문화향유 의향 제고
- ⑤ 국민의 문화적 삶의 질 제고
- ⑥ 지역문화의 다양성 제고와 활성화
- ⑦ 지역간 문화격차 해소 및 지역문화의 균형적 발전
- ⑧ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

Q24. 본 사업의 성공적인 수행을 위해 가장 우선적으로 추구해야 할 개선점은 다음 중 무엇이라고  
생각하십니까? 중요한 순서대로 3가지만 선택해 주십시오.

(1순위) \_\_\_\_\_ , (2순위) \_\_\_\_\_ , (3순위) \_\_\_\_\_

- ① 사업 목적/방향에 대한 명확성
- ② 지역 내 유사 문화사업과의 차별성 확보
- ③ 프로그램의 질 제고
- ④ 프로그램의 다양화
- ⑤ 프로그램 홍보 강화
- ⑥ 주관단체(기관)/참여단체(공연팀) 간 소통 원활화
- ⑦ 사업 지원 예산 확대
- ⑧ 문화 관련 네트워크 기회 확대
- ⑨ 사업의 전달체계 개선
- ⑩ 문화가 있는 날의 일상화 (매달 마지막 주간으로 제한하지 않음)
- ⑪ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

Q25. 본 사업을 수행(참여)하시면서 느낀 점이나 바라는 점 등을 자유롭게 말씀해 주십시오.

끝까지 설문에 응답해 주셔서 감사합니다.  
「문화가 있는 날」 사업 개선을 위한 소중한 자료로 활용하겠습니다.

### 부록3. 개별 프로그램 사업표

#### 1) 청춘마이크<sup>22)</sup>

##### (1) 대전문화산업단지 협동조합

구분	내역
사업명	청춘아리랑'내일의 바람이 되다'
주관단체명	대전문화산업단지 협동조합
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>※ 청년예술가 측면</li> <li>- 자유롭고 다양한 공연콘텐츠 생산의 기회가 부족한 청년예술가들에게 재능 발휘의 기회를 제공</li> <li>- 청년예술가간의 연대와 네트워크 기회 확대</li> <li>- 청년예술가들의 인지도 확보, 자긍심 고취</li> <li>※ 지역주민(관람자) 및 참여지역 측면</li> <li>- 다양한 공연문화예술 향유기회 확대 및 접근성 향상 및 지역주민들의 삶의 질 향상</li> <li>- 콘텐츠 개발로 인한 지역홍보, 문화예술의 관광화 및 공간 활성화 효과</li> <li>- 문화의 지역생산, 지역소비로 인한 건강한 공연문화생태계 조성 및 지역문화예술 발전에 기여</li> </ul>
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 아리랑의 새로운 미래와 청년아티스트들이 걸어가야 할 길에 대한 이야기를 담은 공연</li> <li>- 참여아티스트들과 아리랑의 재해석을 통해 자체 로컬 콘텐츠(창작곡, 뮤직비디오, 다큐멘터리) 개발</li> <li>- 시공간을 초월한 메타버스를 활용하여 새로운 방식의 청춘마이크 콘텐츠 기획 및 운영</li> </ul>
사업유형	공연(실내, 야외)
총사업비	318,000,000원
참여단체	25팀(76명)
참여인력	6명(전담인력 2명) *사업계획 기준
사업기간	2022년 5월-11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	아리랑 관련 공간(정신 아리리촌, 밀양 관아, 진도타워), 야외공연장, 광장, 전통시장, 공원, 관광지, 유적지 등
수혜지역	전국
비대면 여부	3회 운영, 유튜브 라이브 송출, 창작곡 영상(뮤직비디오) 제작, 다큐멘터리 제작
프로그램 운영 횟수	총 24회
이용자수	총 24,255명 회차별 평균 1,011명
비고	2021 청춘마이크(기획형)&시너지 참여 2021 지역문화특성화 사업 참여

22) 개별 프로그램 내용은 권역형 14개 주관단체는 제외한 기획형 5개 주관단체만 수록함

(2) 사단법인 인디053

구분	내역
사업명	청춘마이크 <그린스테이지>
주관단체명	사단법인 인디053
사업목적	- 청년예술가들의 환경에 대한 주제 의식과 예술활동 범위 확장 - 다양한 컨셉과 기술을 통해 지속가능한 대안적이며 친환경적인 현장연출 및 운영 - 시민들에게 지속가능한 대안 형태 공연과 환경에 대한 인식 확산
사업내용	- 청년예술가가 만들어가는 지속가능한 공연, '제로웨이스트', '탄소 제로' 공연 진행 - 각 팀별 환경에 대한 주제 공연 및 친환경 예술활동 1회 이상 진행
사업유형	공연(실내, 야외)
총사업비	318,000,000원
참여단체	26팀(70명)
참여인력	주요 인력 5명(전담인력 2명), 보조인력 9명 *사업계획 기준
사업기간	2022년 5월-11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	지자체 면 단위로 환경 정화 필요 인지 지역, 폐기물로 기사화된 대학가, 쓰레기산 폐기물처리장, 친환경 목적시설 (갯벌, 동대구역, 소규모 마을회관, 폐역, 국립자연휴양림 등)
수혜지역	전국
비대면 여부	7회 운영, 영상 제작 및 송출(청년예술가가 지역 내 환경과 관련한 장소 소개 및 공연)
프로그램 운영횟수	총 33회
이용자수	총 7,794명 회차별 평균 236명
비고	2019-2021 청춘마이크 권역형 대구/경북권 주관단체 2022 지역특화프로그램 참여단체(대구 남구)

(3) 문화발전소 열터

구분	내역
사업명	평화를 만드는 청춘마이크 <길굿프로젝트>
주관단체명	문화발전소 열터
사업목적	- 예술가의 유기적 관계를 구축한 새로운 청춘마이크 기획형 전형(길굿) 완성 - 청년 아티스트들의 활동과 성장의 기회를 제공하기 위해 온 오프라인 소통의 장점을 더한 새로운 커뮤니티 케이션 완성
사업내용	- 아티스트 협업 과정에서의 평화, 대중과 함께 공유하는 메시지로써의 평화를 만드는 거리 공연 프로젝트 - 작업 과정에서 아티스트들은 대중에게 다가가는 방식을 다각도로 고민하게 되고, 타 아티스트들과 협업하는 과정에서 더 넓은 방향의 예술작업을 인식 - 24개팀이 공간과 공간을 잇는 '길'의 맥락에서 합동 공연 진행
사업유형	공연(실내, 야외)
총사업비	300,000,000원
참여단체	24팀(72명)
참여인력	내부인력 3명(전담인력 2명), 외부인력 5명 *사업계획 기준
사업기간	2022년 5월-11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	매항리, 천리포수목원, 교동도(3개 지역 고정)
수혜지역	경기도 화성시, 충남 태안군, 인천 강화군
비대면 여부	없음
프로그램 운영횟수	총 22회
이용자수	총 5,600명 회차별 평균 255명
비고	주관단체 신규 참여(경기도 화성시 소재)

(4) 문화통신사 협동조합

구분	내역
사업명	청춘마이크 <화무십일홍>
주관단체명	문화통신사 협동조합
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 코로나 장기화로 인해 활동이 정체되어있는 청년예술 활동에 안정적인 공연 기회와 재원을 지원하여 새로운 창작예술 환경조성은 물론 관객들에게 문화향유 제공</li> <li>- 조반니 보카치오의 데카메론 소설처럼 코로나로 인한 현 사회의 모습을 &lt;화무십일홍&gt; 기획워크숍을 통해 시와 그림의 장르로 투영하고, 스토리텔링이 가미된 공연을 보여주어 치유와 공감, 사회 연대감을 회복할 수 있는 새로운 방식의 청춘마이크 기획</li> <li>- 각기 다른 주제에 동일한 팀을 지속적으로 배치하여 청년예술가 팀의 네트워크 강화는 물론 향후 창작을 도모할 수 있는 관계를 조성할 수 있도록 지속적으로 지원·운영</li> </ul>
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 화무십일홍 주제 선정에 맞는 청년예술가 모집</li> <li>- 서류심사와 비대면 동영상 심사를 통해 청년예술가 선발</li> <li>- 기획워크숍 추진: 5팀 4개 조 고정</li> <li>- 미술관 중심 공간 사전 협의 및 무대 연출 디자인 진행</li> <li>- 각 주제별 청년예술가팀 화무십일홍 공연 진행</li> <li>- 설문조사를 통한 피드백 및 결과 공유회 운영</li> </ul>
사업유형	공연(실내, 야외)
총사업비	총 250,000,000원
참여단체	22팀(61명)
참여인력	주요인력 3명(전담인력 2명), 보조인력 5명 *사업계획 기준
사업기간	2022년 5월-11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	공원, 도내 미술관, 카페, 복합문화공간 등
수혜지역	전라도
비대면 여부	3회 운영(5월에 공연팀별 영상 제작 업로드)
프로그램 운영횟수	총 20회
이용자수	총 6,214명 회차별 평균 311명
비고	2020-21 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 참여단체

(5) 예술공방 CUE(큐)

구분	내역
사업명	<달빛청춘문화동맹>청춘문화실크로드
주관단체명	예술공방 CUE(큐)
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역이 다른 예술가들이 함께 만드는 과정 중심의 소통</li> <li>- 예술마니포를 통한 예술가 관계망 형성</li> <li>- 청년예술가들에게 역사의 책임과 의미 되새김</li> <li>- 공연문화로 지역 간의 연결과 주제 확산</li> <li>- 지역 연결과 공연을 통한 문화관광, 문화산업, 인적 교류</li> </ul>
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 프로젝트 주제 = 대한민국 대표 지역감정 영남 VS 호남</li> <li>- 청년예술가들이 서로의 지역 음악을 콜라베이션으로 연주하며, 영호남 지역을 연결하는 여정</li> <li>- 달빛은[대구(달구벌) + 광주(빛고을)]의 합성어로 달빛고속도로, 달빛내륙철도 계획 등으로 국가사업의 연계와 지역감정 해소에 시너지 효과</li> </ul>
사업유형	공연(실내, 야외)
총사업비	318,000,000원
참여단체	26팀(70명)
참여인력	주요인력 4명(전담인력 1명), 보조인력 7명 *사업계획 기준
사업기간	2022년 5월-11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	공원, 대형 카페, 갤러리, 백화점, 시장, 유원지 등
수혜지역	영·호남(광주, 대구) 있는 지역
비대면 여부	없음
프로그램 운영횟수	총 27회
이용자수	총 8,100명 회차별 평균 300명
비고	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020 지역특화프로그램 모던피플의 아지트 '메기의추억' 참여 단체(대구 수성구)</li> <li>- 2021 문화가 있는 날 &lt;청춘마이크&gt; 기획형 주관단체</li> </ul>

## 2) 실버마이크

### (1) 강원문화재단

구분	내역
사업명	불타는 청춘
주관단체명	강원문화재단
사업목적	- 문화가 있는 날 세대맞춤형 지원으로 국민의 문화가 있는 삶 실현 - 어르신들이 스스로 만들어가는 공연지원을 통해 주체적이고 능동적인 문화활동 확산 및 문화참여 기회 확대 - 문화가 있는 날 공연을 통한 공연 활성화로 도민의 문화향유 기회 확대
사업내용	- (공연 지원) 실버예술가 공모 및 선정, 문화가 있는 날 주간 다중이용시설 및 생활밀착형 공간 기반 실버예술가 공연지원 * 4개 권역(춘천권, 원주권, 강릉권, 동해권) 순회를 통한 문화향유 기회 확대 - (교류 지원) 실버예술가 간의 교류 프로그램 지원(성과공유, 토크콘서트, 레크레이션, 문화활동 워크숍 등) - (성과관리) 월별 성과관리, 홍보 및 모니터링 추진(언론보도, 영상 제작, 모객 이벤트 등)
사업유형	공연(실내, 야외)
총사업비	총 250,000,000원 자부담 없음
참여단체	- (운영사) 공연 운영(40,000,000원), 교류 프로그램 운영(19,250,000원) 영상 제작(8,000,000원) - (실버예술가) 19팀(69명) / 누적 94팀(340명)
참여인력	4명
사업기간	2022년 5월 ~ 11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	문화의거리, 근린공원, 해수욕장, 복지관 등
수혜지역	강원도(문화환경 취약지역 6개 포함)
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	총 20회
이용자수	- (관객) 총 2,220명(회차별 평균 111명)
사업홍보	- (언론보도실적) 총 50회(TV, 라디오, 신문 등) - (홍보실적) 12회(누리집, SNS 활용 등)
자체 설문조사	없음
비고	2017~2019 청춘마이크 주관단체
참고: 심사/컨설팅 의견	- (주관기관 심사) 참여자들의 지속적인 문화예술 향유 및 생산활동. 관련된 네트워크 구축 - (주관기관 컨설팅) 세대 간 소통을 위한 공연장소 선정. 60대 ~ 80대 연령별 홍보 등 특화된 세부계획 필요

### (2) 울산문화재단

구분	내역
사업명	울산, 문화로 웃는 DAY~
주관단체명	울산문화재단
사업목적	- 어르신들이 스스로 만들어가는 공연지원으로 주체적이고 능동적인 문화활동 확산 - 문화가 있는 날 시민들의 문화향유 기회 확대로 문화권 보장
사업내용	- (공연 지원) 문화가 있는 날 주간 다중이용시설, 생활밀착형 공간기반 실버예술가 공연지원 * 지역 내 유관기관 사전 협조를 통한 5개 구군 순회공연 추진 - (교류 지원) 실버예술가 간의 교류 프로그램 및 청춘마이크 연계 공연 지원(성과공유 워크숍 등) - (성과 관리) 월별 성과관리, 홍보 및 모니터링 추진(언론보도, 사례집 제작, 영상 제작, 모객 이벤트 등)
사업유형	공연(실내, 야외)
총사업비	총 250,000,000원 자부담 없음
참여단체	- (실버예술가) 20팀(71명) / 누적 108팀(241명) - (운영사) 공연 운영(50,000,000원)
참여인력	2명(전담인력비 활용)
사업기간	2022년 5월~11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	근린공원, 해수욕장, 노인복지관, 청소년문화의집, 생활문화센터 등
수혜지역	울산광역시
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	총 20회
이용자수	- (관객) 총 2,240명(회차별 평균 112명)
사업홍보	- (언론보도실적) 20회(TV, 라디오, 신문 등)

구분	내역
자체 설문조사	- (홍보실적) 204회(누리집, SNS 등)
비고	없음
참고: 심사/컨설팅 의견	- (주관기관 심사) 지역 특성상 증가하는 은퇴 인구에 대한 고민 필요 - (실버예술가 심사) 대부분 생활문화동호회로 일부는 전업예술인에 근접하는 완성도 보임 - (주관기관 컨설팅) 상대적 문화취약 지역 선정. 관광지보다 생활밀착형 공간 진행 권고. 산업지구 내 점심/퇴근 시간 공연, 신종년 퇴직자 참여 등 고려

### (3) 전라남도문화재단

구분	내역
사업명	청.바.지.(청춘은 바로 지금)
주관단체명	전라남도문화재단
사업목적	- 실버세대 공연지원을 통한 어르신들의 능동적 문화활동 기회 제공과 사회 소속감 부여 - 문화가 있는 날 주간 지역 공연을 통해 국민의 문화 기회 확대
사업내용	- (공연 지원) 실버예술가 공모 및 선정, 문화가 있는 날 주간 다중이용시설 및 생활밀착형 공간 기반 실버예술가 공연지원 * 도내 22개 시·군 중 19개 지역 공연 추진 - (교류 지원) 실버예술가 간의 교류 프로그램 및 주관기관 간 연계 공연 지원(성과공유워크숍 등) - (성과관리) 월별 성과관리, 홍보 및 모니터링 추진(언론보도, 영상 제작, 모객 이벤트 등)
사업유형	공연(야외, 실내)
총사업비	총 250,000,000원 자부담 없음
참여단체	- (운영사) 공연 운영(49,335,000원) - (실버예술가) 22팀(85명) / 누적 108팀(395명)
참여인력	4명(전담인력비 활용)
사업기간	2022년 5월 ~ 11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	근린공원, 재래시장, 해수욕장, 섬 등
수혜지역	전라남도(문화환경 취약지역 10개 지역 포함)
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	총 20회
이용자수	- (관객) 총 3,180명(회차별 평균 159명)
사업홍보	- (언론보도실적) 16회(TV, 라디오, 신문 등) - (홍보실적) 7회(누리집, SNS 등)
자체 설문조사	없음
비고	2017~2018 청춘마이크 주관단체
참고: 심사/컨설팅 의견	- (주관기관 심사) 세대공감 및 문화소외계층에 대한 계획으로 기존 사업과 차별화, 노년 예술가 활동의 지속 가능 방안 고민 필요 - (실버예술가 심사) 공연 수준보다는 사업 취지에 적합한 공연인지 여부로 판단. 대중과의 소통에 대한 의지와 역량 등 고려. 생활문화활동 동아리 위주의 팀 다수 신청 - (주관기관 컨설팅) 소통형/테마형 공연장소에 맞는 팀 선정과 맞춤형 공연 기획 필요

### (4) 전라북도문화관광재단

구분	내역
사업명	Jeolla 멋_眞
주관단체명	전라북도문화관광재단
사업목적	- 전북권 어르신들의 문화 참여 확산 도모 - 실버예술가에게 양질의 무대를 제공하여 공연자로서의 자존감 고취 - 전북권 실버예술가 간의 교류 공연과 공연을 통한 세대 교류를 통해 세대 통합 실현
사업내용	- (공연 지원) 문화가 있는 날 주간 다중이용시설, 생활밀착형 공간 기반 실버예술가 공연 지원 - (교류 지원) 실버예술가 간의 교류 프로그램 지원(거리공연 실무강연, 사례 공유, 레크리에이션, 프로필사진 촬영 및 액자 증정 등) - (성과 관리) 월별 성과관리, 홍보 및 모니터링 추진(언론보도, 사례집 제작, 영상 제작, 모객 이벤트 등)
사업유형	공연(야외, 실내)

구분	내역
총사업비	총 250,000,000원 자부담 없음
참여단체	- (실버예술가) 20팀(82명) / 누적 105팀(408명) - (운영사) 공연 운영( 37,147,000원)
참여인력	5명
사업기간	2022년 5월 ~ 11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	근린공원, 역사광장, 재래시장, 의료원 등
수혜지역	전라북도(문화환경 취약지역 8개 지역 포함)
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	총 20회
이용자수	- (관객) 총 1,845명(회차별 평균 92명)
사업홍보	- (언론보도실적) 90회(TV, 라디오, 신문 등) - (홍보실적) 12회(누리집, SNS 등)
자체 설문조사	없음
비고	2018~2020 청춘마이크 주관단체
참고: 심사/컨설팅 의견	- (주관기관 심사) 청년 매니저 활용, 참여예술가들의 예술활동 범위를 공연 기획까지 넓히는 계획 수립 - (실버예술가 심사) 끼와 재능 있는 좋은 팀 많아 우위를 가리기 어려웠음. 활동 분야 고려해 팀 선정 - (주관기관 컨설팅) 공연장소 전주 편중. 전북지역 안배 필요

#### (5) 충북문화재단

구분	내역
사업명	마을로 전해지는 은빛 감성
주관단체명	충북문화재단
사업목적	- 어르신 주체적이고 능동적인 문화참여 활동 확산으로 삶의 질 제고 및 문화가 있는 날 세대맞춤형 지원으로 국민의 문화가 있는 삶 실현 - 전문적 실력을 보유한 어르신들의 문화참여 활성화 및 문화예술인으로서의 역량 강화를 위한 기획의 장 마련
사업내용	- (공연 지원) 실버예술가 공모 및 선정, 문화가 있는 날 주간 다중이용시설 및 생활밀착형 공간 기반 실버예술가 공연 지원 * 충청권 유관기관 협조를 통한 대전, 충남, 세종 지역 공연 추진 - (교류 지원) 실버예술가 간의 교류 프로그램, 및 유관기관 연계 공연 지원(중간워크숍, 성과공유워크숍, 충청권 유관기관 연계 공연 등) - (성과관리) 월별 성과관리, 홍보 및 모니터링 추진(언론보도, 사례집 제작, 영상 제작, 모객 이벤트 등)전문가 컨설팅 추진
사업유형	공연(실내, 야외)
총사업비	총 250,000,000원 자부담 없음
참여단체	- (운영사) 공연 및 교류 프로그램 운영(76,500,000원) - (실버예술가) 22팀(48명) / 누적 108팀(241명)
참여인력	2명(전담인력비 활용)
사업기간	2022년 5월 ~ 11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	근린공원, 유적지, 지역축제 특설무대 등
수혜지역	충청권(문화환경 취약지역 4개 지역 포함)
비대면 여부	유관기관 연계 공연 비대면 송출 1회
프로그램 운영 횟수	총 20회
이용자수	- (관객) 총 5,980명(회차별 평균 299명)
사업홍보	- (언론보도실적) 33회(TV, 라디오, 신문 등) - (홍보실적) 55회(누리집, SNS 등)
자체 설문조사	관객 대상 공연 프로그램 만족도 조사 104건
비고	2018~2021 청춘마이크 주관단체 2016~2021 문화가 있는 날 지역특화 프로그램 충남, 대전, 세종, 충주, 제천, 청주문화재단 협력 진행 청춘마이크 주관단체(강릉문화원) 협업 공연
참고: 심사/컨설팅 의견	- (주관기관 심사) 인근 지역과의 협력안 좋음. 기존 사업과의 연계 고민 - (실버예술가 심사) 어르신의 열정과 연주력 돋보임. 대중음악은 실력차가 뚜렷하지 않아 공연 구성과 대중성으로 평가함 - (주관기관 컨설팅) 마을 중심의 공연장소는 사전 답사 통한 구체화 필요. 유관기관과의 구체적 협력 내용 필요

### 3) 생활 속 문화활동 지원

#### (1) 김포문화재단

구분	내역	
사업명	휴, 쉬는 시간	
주관단체명	재단법인 김포문화재단 (경기도 김포시 돌문로 26, 김포아트홀)	
사업목적	전체 인구대비 7%에 달하는 외국인 근로자 유입이 특징적인 김포 지역의 산업단지 근로자 및 지역 내 문화향유 기회가 적은 아동 대상 향유 프로그램 제공	
사업내용	김포 지역 내 문화향유가 어려운 아동과 근로자 대상 찾아가는 문화공연 및 체험 프로그램 운영	
사업유형	공연, 다원예술	
총사업비	총 8,000만원 (국고보조금) 자부담 없음	
참여단체 (협업단체)	수수받지기(기획자 소속팀), (사)예술과인간개발(VR프로그램운영), 마술극단 다채(버스킹) 등	
사업기간	2022년 4월 ~ 11월	
사업장소	한강신도시, 김포 북부권, 서부권 등을 포함한 김포시 전역	
수혜지역	아동	김포한강신도시, 김포북부권
	근로자	김포서부권
	근로자+자녀	김포 전역
비대면 여부	일정을 맞추기 어려웠던 김포시 가족센터 현장방문 및 사전녹화영상 프로그램 상영 유형 적용하여 체험 키트 프로그램 운영(1회)	
프로그램 운영 횟수	아동	관내 어린이집 및 유치원 대상 18회
	근로자	공단 지역 내외국인 근로자 6회
이용자수	총 5239명 회차별 평균 218.2명	
사업홍보	언론보도실적 246건 홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고		

#### (2) 미추홀학산문화원

구분	내역	
사업명	모두의 자리에, 음악 인.사.: 음악으로 인식과 사유가 자리하다	
주관단체명	미추홀 학산문화원	
사업목적	인천 주안산업 단지 인근 근로자 및 아동을 대상으로 문화향유 기회 불균형 해소	
사업내용	인천시 주안산업단지를 중심으로 제조업 근로자 대상 및 산단 인근 빌라, 연립 거주 아동 대상 특화프로그램 운영	
사업유형	클래식 음악, 인문, 미술 (다원)	
총사업비	총 8,000만원 (국고보조금) 자부담 없음	
참여단체 (협업단체)	인천 콘서트 챔버, 인음챔버오케스트라	
사업기간	2022년 5월 ~ 10월	
사업장소	사업장 실내 공간 및 마당 돌봄기관/시설 로비나 초등학교 내 운동장 및 교실	
수혜지역	인천 주안산업단지 인근	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	제조업 근로자 대상	'모두의 자리에, 씬' 9회 운영
	산단 인근 거주아동 대상	'모두의 자리에, 뽀' 10회 운영
이용자수	총 1033명 회차별 평균 54.3명	
사업홍보	언론보도실적 4건 홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고		

(3) 재단법인 인천중구문화재단

구분	내역	
사업명	친환경 생활문화 프로그램 <바다보고, 바다쓰기>	
주관단체명	재단법인 인천중구문화재단	
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화 소외 지역을 배경으로 지역의 개항 역사문화를 활용한 공모사업 취지에 맞는 대상(아동근로자) 설정 및 생활 속 문화예술 프로그램</li> <li>지역을 넘어 전 세계적 이슈인 '친환경'을 공동 주제로 대상별 생활환경 및 눈높이에 맞는 일상 속 문화 활동 지원</li> <li>바다와 밀접한 지역의 특성상 어수산업의 발달과 동시에 지역사회에 파생된 환경적 문제점 및 이슈에 대한 올바른 인식 제고</li> </ul>	
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화소외지역 아동과 근로자 대상 친환경 주제의 생활 속 문화활동 프로그램 지원</li> <li>근로자는 구도심 어업수산업 관련 종사자를 대상으로, 점심시간 및 퇴근 후 근무지 일대 바다를 배경으로 즐기는 환경 오염 주제 및 해양 쓰레기를 소재로 하는 &lt;바다보고&gt; 공연프로그램 운영</li> <li>아동은 신도시 내 문화 소외 지역 초등학생과 유치원생을 대상으로 학교에서 즐기는 해양 쓰레기를 활용한 업사이클 &lt;바다쓰기&gt; 교육체험프로그램 운영</li> <li>사업 종료 후 참여대상 지속적 관리운영을 통해 지역사회 공익을 위한 '친환경 생활문화 네트워크(동아리)' 창출 연계</li> </ul>	
사업유형	(아동) 미술, 연극, 음악, 다원예술 (근로자) 음악, 연극, 전통예술, 체험	
총사업비	총 7,500만원 (전액 국고보조금)	
참여단체 (협업단체)	잇다스페이스, 극단 우주선, 유상동 프로젝트, 블랑엡+영종 풀잎 문화센터 마린보이, 인천자바르떼-연희단 비류, 정인츄터+DOBI E&M	
사업기간	2022년 5월 ~ 10월	
사업장소	아동의 경우 학교 교내 강당 및 운동장 활용 근로자의 경우 사업장 내 공간 활용	
수혜지역	인천광역시 중구 일대	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	아동 (용유초등학교, 용유초병설유치원, 영종초등학교 금산분교, 영종초 병설유치원, 영종초 초등돌봄)	5곳, 2회씩 총10회
	근로자 (인천해양환경공단, 인천종합어시장사업협동조합, 삼목학 어촌계, 하나계 번영회)	4곳, 약 3회씩 총 10회
이용자수	총 1,534명 회차별 평균 76.7명	
사업홍보	언론보도실적 26건 홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고		

(4) 재단법인 예천문화관광재단

구분	내역	
사업명	W(더불어+YOU), 예천	
주관단체명	재단법인 예천문화관광재단	
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역의 아동근로자들의 문화 활동을 지원하여 문화적 삶의 질을 향상하고 다양한 생활문화의 확산을 이끌어내 지역민들이 일상 속에서 문화를 누리게 함으로써 궁극적으로 여가가 있는 삶을 달성하고자 함</li> <li>경북도청 이전으로 다양한 계층과 문화가 유입되어 발생하는 문화적 갈등을 해소하여 예천의 고유한 지역문화를 제공함으로써 지역정체성을 확립하고 공공의 사회적 가치 실현</li> </ul>	
사업내용	아동과 근로자가 예천과 더불어 사는 구성원임을 인식하고, 지역정체성을 확립하기 위한 생활문화 확산 프로그램	
사업유형	역사, 전통, 교육, 체험 과학, 생태/자연 등 복합장르	
총사업비	총 7,000만원 (전액 국고보조금)	
참여단체 (협업단체)	산림치유원센터, 예천청년예술단체, 예천박물관, 활문화체험센터, 양궁장, 예천천문우주센터, 곤충생태원, 예천목재문화체험장, 예술인협동조합	
사업기간	2022년 4월 ~11월	
사업장소	국립산림치유원, 예천보건소, 예천박물관, 활문화체험센터, 예천 천문우주센터, 곤충생태원, 예천목재체험장, 예천군 문화회관	

구분	내역	
수혜지역	경상북도 예천군	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	아동 (지역아동센터, 어린이집, 예천가족센터)	총 10회
	근로자 (예천소방서, 16전투비행단, 등 특정직 및 보건, 방역 담당 공무원)	총 8회
이용자수	총 1130명 회차별 평균 62.7명	
사업홍보	언론보도실적 20건 홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고		

(5) 프로젝트 날다

구분	내역	
사업명	예술 두드림, 하늘을 날다	
주관단체명	프로젝트 날다 (경기도 파주시 파주읍 소재, 2010년 설립된 공중퍼포먼스 전문예술단체)	
사업목적	재단, 공연장 문화공간, 시설 등이 척박한 경기도 파주 지역 내 아동과 근로자를 대상으로 한 향유 프로그램 제공을 통해 일상 속에서의 문화예술활동력 강화 및 예술경험을 통한 만족감과 행복감 생성	
사업내용	문화가 있는 날_주간에! 지역 내 초등학교와 기업(산업단지)으로 찾아가는 공연프로그램(서커스+공중퍼포먼스)을 진행하며 지역과 예술단체의 관계성 확장	
사업유형	공연, 다원예술 (미술/퍼포먼스, 인터랙티브 VR체험, 쿠킹클래스/공예, K-pop/국악, 등)	
총사업비	총 7,500만원 (국고보조금) 자부담 없음	
참여단체 (협업단체)	프로젝트 날다(주관단체) (협업) 고스트노트(영상/비대면), 스튜디오 플랫폼(홍보물디자인) 등	
사업기간	2022년 4월 ~ 11월	
사업장소	파주시 일대 초등학교, 산업단지 내 공간	
수혜지역	경기도 파주시	
비대면 여부	계획상 대면으로 진행 예정	
프로그램 운영 횟수	아동	문산초 등 12개 학교 13회
	근로자	파주출판단지, 디알비 동일 등 근로자 7회
이용자수	총 2592명 회차별 평균 129.6명	
사업홍보	홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고		

(6) 살판협동조합

구분	내역	
사업명	오빛나라의 다섯빛깔 국악콘서트	
주관단체명	살판협동조합	
사업목적	경기도 접경지역 아동에게는 흥미롭고 재미있는 국악체험을 제공, 근로자에게는 다채로운 공연프로그램으로 문화가 있는 날 향유 기회 제공	
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>아동 (7개처, 각 4개 프로그램 진행)</li> <li>- 어린이집 아이들과 부모가 함께 즐기는 가족음악회 기획</li> <li>근로자(3개처 각 3개 프로그램 진행)</li> <li>- 연천군 어린이집 근로자(교사) 대상 다양한 장르 공연 프로그램 제공</li> </ul>	
사업유형	국악, 전통예술	
총사업비	총 5,290만원 (전액 국고보조금)	
참여단체	살판협동조합	

구분	내역	
(협업단체)		
사업기간	2022년 5월 ~ 11월	
사업장소	아동 (왕징어린이집 외 6개처)	어린이집 마당, 마을회관 등
	근로자 (연천군 복지관 외 2개처)	연천군 복지관 강당/공연장
수혜지역	경기도 연천군	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	아동 왕징어린이집 외 6곳	29회
	근로자 연천군 복지관 외 2곳	13회
이용자수	총 647명 회차별 평균 15.4명	
사업홍보	홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고		

(7) 극단 꼭두광대

구분	내역	
사업명	서로 다름을 이해하는 문화활동 '원손이'	
주관단체명	극단 꼭두광대	
사업목적	문화환경취약지역인 충북 괴산군의 근로자와 아동을 위한 서로 다름을 이해하고 존중하는 공연과 체험 문화 활동 제공 <ul style="list-style-type: none"> <li>문화환경취약지역인 충북 괴산군의 근로자와 아동의 문화적 질 향상</li> <li>서로 다름과 사회적 약자에 대한 것을 이해하고, 문화적 다양성 존중의 생활 속 문화활동을 통해 자연스럽게 공공의 사회적 가치 실현</li> <li>문화환경취약지역인 충북 괴산군 지역문화의 균형발전</li> <li>충북 괴산군의 문화가 있는 날 생활 속 문화활동 활성화</li> </ul>	
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>아동 대상 프로그램명 : 원손이 판타지극장 <ul style="list-style-type: none"> <li>충북 괴산군 초등학교 병설 유치원 4곳, 3회차씩 총 12회</li> <li>1차시: 외톨이 원손이와 친해지기, 2차시: 서로 다른 사방산과 만나기, 3차시: 서로 다름을 존중하는 [원손이] 공연</li> </ul> </li> <li>근로자 대상 프로그램명 : 원손이, 오른손이와 함께 춤을 <ul style="list-style-type: none"> <li>충북 괴산군 중소기업, 공장 3곳, 3회차씩 총 9회</li> <li>1차시: 다름과 공감토크 콘서트, 2차시: 연희행연으로 느끼는 문화 다양성, 3차시: 서로 다름을 존중하는 [원손이] 공연</li> </ul> </li> </ul>	
사업유형	공연, 전통예술, 창작연희, 국악, 탈놀이극	
총사업비	총 8,000만원 (전액 국고보조금)	
참여단체(협업단체)	극단 꼭두광대	
사업기간	2022년 3월 ~ 11월	
사업장소	(아동) 괴산군 초등학교 병설유치원 (근로자) 괴산군	
수혜지역	충청북도 괴산군	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	아동	12회
	근로자	9회
이용자수	총 1276명 회차별 평균 60.7명	
사업홍보	홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고		

(8) 광양시 사라실 예술촌

구분	내역	
사업명	사라실 유랑극단	
주관단체명	광양시 사라실 예술촌	
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>광양시 내 부족한 문화예술자원 발굴과 지역 문화예술 콘텐츠를 활성화하여 지역민의 문화예술 향유 증대</li> </ul>	

구분	내역	
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화예술을 누리기 쉽지 않은 환경의 근로자와 아동 및 청소년 대상 일터와 학습터로 찾아가는 문화예술 서비스 제공</li> <li>단순 관람형식의 구조가 아닌 소통하고 교류하는 입체적 형태의 프로그램 진행으로 참여자가 문화예술의 주체자가 되어 예술의 사회적 선순환 기능을 발휘</li> </ul>	
사업유형	드로잉, 미술, 공연, 자동차극장, 공연, 마술, 공예체험, 빛놀이 체험	
총사업비	총 6,000만원 (전액 국고보조금)	
참여단체 (협업단체)	광양시 사라실 예술촌	
사업기간	2022년 3월 ~ 11월	
사업장소	(아동) 해당 학교 공간 (근로자) 각 기업에 사내	
수혜지역	전라남도 광양시	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	아동 (다압초, 옥룡북초, 전남이음학교(대안학교))	3곳, 총 10회
	근로자 (다문화가족지원센터, ㈜이지테크, ㈜광양환경공사, 광양경찰서, 광양햇살학교 등)	총 13회
이용자수	총 1,327명 회차별 평균 57.6명	
사업홍보	홍보실적 2건 (영상, 사례집 제작)	
비고		

(9) 사단법인 제주빌레앙상블

구분	내역	
사업명	문화예술과 함께하는 새로운 일상(제주 구좌읍 편)	
주관단체명	(사)제주빌레앙상블	
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>접근성이 낮아 문화예술 향유의 기회가 적은 지역주민들이 소외되지 않고 문화예술을 향유 할 수 있도록 직접 찾아가는 음악 공연을 통해 문화적 불평등을 해소하고 사회와의 소통 기회 확대</li> <li>지역사회와 함께하는 문화콘텐츠 개발로 지역 문화예술 발전에 기여</li> </ul>	
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>구좌읍 지역의 아동과 근로자들을 직접 찾아가 행복을 전달하는 콘서트 진행</li> <li>경제사회적 혹은 지리적 상황으로 공연 관람 기회가 적어 문화적 갈증을 느끼는 지역 아동과 근로자들을 직접 찾아가 행복을 전달하는 음악회(콘서트) 진행</li> <li>단순 음악회 진행이 아니라 참여대상자와의 소통과 구좌읍 지역에 대한 이야기를 담을 수 있는 프로그램으로 구성하여 진행</li> <li>다양한 음악 장르의 오랜 경험과 실력을 갖춘 예술단체와의 사업 진행으로 수준 높은 문화예술 향유 기회 제공</li> </ul>	
사업유형	음악(크로스오버)	
총사업비	총 7,500만원 (전액 국고보조금)	
참여단체(협업단체)	(사)제주빌레앙상블, 제니크 쿼텟, 국악단(사)너너들이, 제주팝소케스트라, 장필순밴드, 동제주종합사회복지관	
사업기간	2022년 3월 ~ 11월	
사업장소	아동	각 지역아동센터 실내외 공간
	근로자	동제주종합사회복지관 4층 강당, 농협본관 로비/다목적실 등
수혜지역	제주시 구좌읍	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	아동 5개 지역아동센터 (해바라기아동센터 등)	5곳, 2회씩 10회
	근로자 4개 그룹 선정하여 2회씩 (프로그램 모두 다름)	총 8회
이용자수	총 1,093명 회차별 평균 60.7명	
사업홍보	언론보도실적 3건 홍보실적 2건 (영상, 사례집 제작)	
비고		

(10) 큰들문화예술센터

구분	내역	
사업명	생활 속 행복한 예술키트 “오늘 이 좋은 날”	
주관단체명	큰들문화예술센터	
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역주민: 아동, 근로자의 문화향유기회 확대로 지역민 문화 일상성 확대</li> <li>예술단체: 지역민의 삶과 호흡하는 문화예술단체 (공간)로서의 역할수행</li> <li>지역사회: 문화취약지역인 산청군민의 문화 향유기회 확대와 문화환경 조성. 아동,근로자,예술단체가 함께 만드는 더불어 행복한 지역공동체</li> </ul>	
사업내용	산청마당극마을로 나들이 오는 문화소풍, 직장으로 찾아가는 공연배달 <ul style="list-style-type: none"> <li>아동1 (초·중등학교): 우리는 산청마당극마을에 문화소풍가요 : 산청마당극마을로 학생들을 초대하여 펼치는 문화체험 프로그램 : 마당극 관람, 체험프로그램 (염색체험, 캘리그래피 체험 등)</li> <li>근로자: 똑똑똑~ 공연배달 왔어요. 직장을 찾아가는 문화공연. : 큰들의 대표장르인 마당극, 풍물공연 등으로 직장을 찾아가 근로자들과 함께 어울림.</li> </ul>	
사업유형	공연, 풍물(국악)	
총사업비	총 7,000만원 (전액 국고보조금)	
참여단체(협업단체)	큰들문화예술센터	
사업기간	2022년 4월 ~ 12월	
사업장소	아동	산청마당극마을
	근로자	성심원고아장, 산청농공단지 광장, 입주기업 강당 등
수혜지역	경상남도 산청군	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	아동 차화초등학교 등 초등학교 4곳 (9회) 중학교 1곳 (2회)	총 11회
	근로자 (산청농공단지) 산청 성심원 등 2곳	총 6회
이용자수	총 803명 회차별 평균 47.2명	
사업홍보	홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고		

(11) 관객문화협동조합 모퉁이극장

구분	내역	
사업명	관찰아, 극장	
주관단체명	관객문화협동조합 모퉁이극장	
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나 장기화로 침체된 중구의 아동과 근로자들에게 문화가 있는 날 문화활동 지원을 통해 삶의 질 향상과 공공의 사회적 가치 실현</li> <li>침체 지역에서 살아가는 아동과 근로자들에게 지치고 위축된 마음을 회복하고 일상을 이어갈 수 있도록 충전의 힘 제공</li> <li>영화와 극장을 매개로 인문학과 예술, 지역의 공동체적 가치를 체험하고 배울 수 있도록 하는 문화예술프로그램 개발과 확산</li> <li>아동과 근로자들의 눈높이에 맞는 맞춤형 프로그램을 통해 생활 속 소소한 즐거움을 나눌 수 있는 가치 공유</li> </ul>	
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>영화관람을 매개로 다양한 가치를 공동체에서 공유, 체험기획을 통해 일상의 즐거움 회복</li> <li>중구 지역 아동청소년 대상 프로그램</li> <li>-아동청소년은 영상에 무분별 노출되는 세대들로 향후 일상에서의 즐거운 문화예술향유를 위한 준비로 미디어 리터러시 함양과 감상 및 소통능력 배양이 필요함. 이러한 측면을 중심으로 상영작 선정과 토크, 체험프로그램, 상영회 기획 프로그램으로 다채롭게 구성하여 운영</li> <li>중구 지역 근로자(상인) 대상 문화예술 프로그램</li> <li>-직접 상영회 기획 체험 프로그램 운영: 그룹별로 콘텐츠팀, 진행팀, 홍보팀, 이벤트팀 등으로 역할 분담, 상영작 공동 선정, 프로그램 기획</li> <li>-장편영화를 함께 선정하여 직접 근로자(상인)들이 만들어보는 영화상영회를 개최하여 가족과 지인 초청으로 함께 즐기는 프로그램 운영. 문화예술행사에 대한 이해와 관심 제고, 동기유발과 지속적 활동으로 연계</li> </ul>	
사업유형	영화(영상), 시각예술, 문학 북아트(공예), 공연 등 복합장르 구성	
총사업비	총 8,000만원 (전액 국고보조금)	

구분	내역	
참여단체 (협업단체)	모통이극장 및 원도심예술가협동조합 창, 부산독립영화협회, 중구문화해설사회/소요유출판사 등	
사업기간	2022년 5월 ~ 12월	
사업장소	아동	희망지역아동센터, 중구청소년문화의집 교육실, 동주여자고등학교 시청각실, 모 통이극장
	근로자	(사)아리랑거리번영회 사무실, 상지건축사무실, 국제상인회관, 및 모통이극장
수혜지역	부산광역시 중구	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	아동	3개 아동시설, 센터, 학교, 4회차, 총 12회
	근로자	3개 상가번영회, 4회차 총 12회
이용자수	총 1,130명 회차별 평균 56.5명	
사업홍보	홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고		

(12) 문화예술스튜디오 노래숲

구분	내역	
사업명	위로와 응원의 예술밥상	
주관단체명	문화예술스튜디오 노래숲	
사업목적	유아동 인구유출 및 놀이공간 부재의 문제를 가진 울산 북구 농소1~3동 어린이와 코로나19 상황에서 업무과중 으로 지친 지역 거주 공무원들에게 문화예술을 통한 스트레스 해소, 또래 관계 개선, 유대감 강화 등을 통해 삶의 활력을 되찾게 해주기 위함	
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>아동 : 예술창의교육으로 피아노 연주와 더불어 공구를 사용해 피아노를 해체하고, 그 부품을 활용해 다 양한 상상으로 작품을 창작한다.</li> <li>근로자 : 저녁 없는 삶, 일상에 지친 근로자들이 다양한 예술적 삶을 경험하고, 음악을 통한 일상의 활력 을 얻고자 한다.</li> </ul>	
사업유형	(아동) 음악, 과학, 목공 (근로자) 양조, 목공, 영화	
총사업비	총 7,000만원 (전액 국고보조금)	
참여단체 (협업단체)	(아동) 가지가지연구소, 울산위드오케스트라 (근로자) 성민도가, 수작, 커튼콜, 플러그인, 울산위드오케스트라	
사업기간	2022년 6월 ~11월	
사업장소	아동	세대공감 창의놀이터
	근로자	세대공감 창의놀이터
수혜지역	울산광역시 북구 농소 1~3동	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	아동 느티나무 지역아동센터 그린나래 지역아동센터	지역아동센터 2곳, 4회차 총 8회
	근로자 공무원노조울산지역본부 공무원노조울산본부 북구지부 울산금속노조 포항 해병대 사단 등	사업장 4곳, 평균 3회차 총 9회
이용자수	총 700명 회차별 평균 41.1명	
사업홍보	언론보도실적 1건 홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고	사업장소인 '세대공감 창의놀이터'는 울산 북구 지역 문화거점공간으로 1일 현장이용객 200여 명의 공공기관임 타 주관처와 별도의 특정 공간에서 프로그램 진행된 것이 주목됨	

(13) 라츠

구분	내역	
사업명	Here and Now, 단양!	
주관단체명	라츠	
사업목적	문화환경취약지역이자 초고령화 사회에 진입한 단양군의 아동과 직장인을 위한 마음챙김 참여형 예술프로그램을 통해 예술을 향유하고 오랜 팬데믹으로 지친 마음과 유대감을 문화예술로 회복하고자 함	
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 아동 (3~7세 영유아 대상)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아동을 위한 문화기반시설이 가장 부족하고, 지속적인 인구유출 및 유아인구수 급감으로 또래간 유대감 형성에 위기가 온 단양군 내 아동들에게 오페라(클래식), 국악, 공예 등 다양한 문화활동 기회 제공을 통해 지속 가능한 문화활동 발판을 마련</li> </ul> </li> <li>• 근로자 (소방서 근로자 대상)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 스트레스로 고충을 호소하는 소방서 직원들을 위해 추진한 단양소방서의 특수시책과 함께하는 '나'에게 집중한 마음챙김 문화활동과 조직 내 연대하며 마음을 돌보는 프로그램을 구성하여 마음 회복과 건강한 조직분위기 형성에 기여</li> </ul> </li> </ul>	
사업유형	(아동) 클래식(오페라), 국악, 도자공예 (근로자) 라디오콘서트, 실크스크린, 축구, 전통놀이	
총사업비	총 7,000만원 (전액 국고보조금)	
참여단체 (협업단체)	라츠, 라라아츠(소속 아티스트팀), 판컴퍼니(연출) SWU, 라츠	
사업기간	2022년 6월 ~ 11월	
사업장소	아동	매화어린이집 (공원) 우리어린이집 (원내교실) 매포교회어린이집 (매포교회 강당)
	근로자	단양소방서회의실 매포생활체육센터 수변공원
수혜지역	충청북도 단양군	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	아동	어린이집 3곳, 3회씩 총 9회
	근로자(단양 소방공무원)	3회씩, 총 6회
이용자수	총 459명 회차별 평균 30.6명	
사업홍보	홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고		

(14) 성북문화예술교육가협동조합마을은예술

구분	내역	
사업명	일상이 예술이 되는 상상, '성북문화생활'	
주관단체명	성북문화예술교육가협동조합마을은예술	
사업목적	코로나 상황에 취약한 아동과 중년 여성 근로자들을 대상으로, 지역형 문화예술 콘텐츠를 통한 문화적 돌봄과 삶의 주체성을 형성하기 위한	
사업내용	재난은 아동, 여성, 노인 등의 사회적 약자에게 더 크게 다가온다. 코로나19로 인해 학교와 보육 시설 등의 돌봄에 틈이 생겨 관계 맺기에 어려움을 느끼는 아동에게 지역 안에서 관계를 만들어주는 놀이 문화를 제공하고, 코로나19에도 할 수 없는 필수노동을 하는 청소노동자들이 자신의 몸과 마음을 치유하며 지역과 관계를 맺게 하는 문화예술 프로그램을 통해 아동과 청소노동자들이 소외와 고립이 아닌 지역의 환대와 문화예술을 경험하며 삶의 주체성을 높이고자 한다.	
사업유형	어린이대상 : 연극놀이, 인문, 역사, 미술, 사진 등 통합예술장르 근로자대상: 무용, 전통예술, 영상 등 다원예술	
총사업비	총6,710만원 (전액 국고보조금)	
참여단체 (협업단체)	성북문화예술교육활동가협동조합마을은예술	
사업기간	2022년 6월 ~ 11월	
사업장소	장위동 일대, 대학교	
수혜지역	서울시 성북구 일대 (장위동 일대 재개발 지역 및 관내 대학교)	

구분	내역	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	아동 (장위동 재개발 지역 내)	총 22회
	근로자 (성북구 관내 대학교 청소년동자)	총 15회
이용자수	총 783명 회차별 평균 21.1명	
사업홍보	홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고		

(15) 시각예술의 미학연구회

구분	내역	
사업명	빨간 수요일: 마음에 휴식을 주는 예술 공휴일	
주관단체명	시각예술의 미학연구회	
사업목적	대표적인 도농지역으로서 세종시, 공주시 내 문화취약계층인 아동(어린이집 만3-4세 아동)·근로자(농업제조 및 생산)를 대상으로 예술로 쓸 수 있는 예술공휴일 문화활동기회 제공을 통해 문화적 삶의 질 향상	
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>전문예술가가 공동체에 찾아가 참여자와 소통하며 전문적인 예술 활동프로그램을 진행, 참여자의 문화 예술 활동에 적극적으로 참여하여 자신만의 작품을 만들어 일상에서 예술이 주는 행복함을 누리게 한다.</li> <li>동화 속 배경을 지역의 자연환경과 연계하여 대형그림으로 제작, 아동의 다양한 신체감각(소리, 향기, 다양한 동작, 조명, 색안경, 돋보기 등)으로 그림을 감상하고 다채로운 색채를 자유롭게 경험하며 예술의 일상화를 익히게 한다</li> </ul>	
사업유형	미술(시각예술)	
총사업비	총 7,500만원 전액 국고보조금	
참여단체 (협업단체)	시각예술의 미학연구회 (2021년 동동동 문화놀이터 '빨간 망토' 사업 참여)	
사업기간	2022년 5월 ~ 11월	
사업장소	어린이집 4곳	무지개어린이집 동화나라어린이집 신평어린이집 산들어린이집
	근로자 사업장 4곳	와이팜 영농조합법인 식품제조업근로자 농업법인베리베리코리아 농업근로자 주식회사 세종시삼십분 외식업종사자 제이엔에프 주식회사 외식업종사자
수혜지역	충청남도 공주시, 세종시	
비대면 여부	대면 진행	
프로그램 운영 횟수	어린이집 4곳	3회차씩 4기관, 총 12회차
	근로자 사업장 5곳	약 3회차씩 5기관, 총 14회차
이용자수	총 375명 회차별 평균 14.4명	
사업홍보	홍보실적 1건 (영상 제작)	
비고		

#### 4) 지역문화 콘텐츠 특성화

##### (1) 강북문화예술네트워크

구분	내역
사업명	삼양동 높은땅 낮은집 골목문화투어
주관단체명	강북문화예술네트워크
사업목적	강북구 삼양동지역 내 주민기획단 운영을 통해 지역특색 및 고유한 공동체적 삶의 양식을 반영한 사업 발굴
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역공동체 주민들과 함께하는 커뮤니티 모임 및 기획 (지역 내 커뮤니티)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 삼양동 공동체 주민들로 구성된 주민기획단 운영</li> <li>- 삼양동 지역 특색을 고려한 조사와 사업 제안을 위한 공론장 운영</li> <li>- 지역주민 커뮤니티 활성화를 위한 소모임</li> <li>- 주민과 예술가가 함께 활동할 수 있는 커뮤니티</li> </ul> </li> <li>삼양동 고지대 저층 주거지에서 문화여행 (지역 외 유입 프로그램)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 60° 각도의 고지대를 오르며 미술과 행위예술을 만나는 두벽이 문화여행</li> <li>- 골목골목에 살아 숨 쉬는 삶의 모습을 만나보는 골목 문화여행</li> <li>- 삼양동 골목 콘서트</li> </ul> </li> </ul>
사업유형	주민기획단 참여기반 워크숍(공론장 등), 여행, 공연(콘서트), (마포구 동네책방 네트워크 활성화를 통한 자체 페스티벌 기획 운영)
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>강북문화예술네트워크</li> <li>강북마을자치센터</li> <li>삼양동주민자치위원회 / 삼양동 마을관리소</li> <li>소나무협동마을사회적 협동조합</li> <li>양지마을 주민협약체</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	삼양동 마을관리소/주민센터, 양지마을사랑채
수혜지역	서울시 강북구 삼양동
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>기획자 간담회 2회</li> <li>기획단 마을 투어 코스 만들기 1회</li> <li>높은땅 낮은집 골목투어 및 축제 1회</li> <li>사진전 및 강평회 1회</li> </ul>
이용자수	총 609명 회차별 평균 121명
사업홍보	홍보영상 1개, 활동영상 2개
비고	

##### (2) (재)환경과생명문화재단 이다

구분	내역
사업명	서촌 생명문화연대 '생명권을 읽고 노래하는 서촌'
주관단체명	(재)환경과생명문화재단 이다
사업목적	서촌에 거주하는 생태적이고 창조적 일상을 영유하는 주민 주체들과 함께 서촌 일대에서 '생명문화만들기' 공감대 확산 및 주민들의 생명문화 만들기 주체화 모색
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>생명권, 읽다               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 생명권을 읽는 주민 독서모임 운영, 지원- 동물권 읽기 등 4개 소모임 신설, 지원</li> <li>- 생명권, 생명문화를 말하는 작가와의 만남- 월 1회 (총 4회)</li> </ul> </li> <li>생명권, 노래               <ul style="list-style-type: none"> <li>- '생명권'을 노래하는 싱어송라이터들의 음악 공연과 생명을 읊는 시인이 함께하는 시와 노래가 있는 서촌의 밤- 6월, 8월, 10월 (총 3회)</li> </ul> </li> <li>생명권, 움직이다               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱어송라이터와 콜라보레이션 하여 생명권에 관한 음원과 영상 제작</li> <li>- 생명문화 감수성을 담은 서촌의 상점 발굴, 소개, 캠페인 공동 진행</li> <li>- 지역주민에게 생명문화 체험 제공, 생명문화 생산자 되기 워크숍 진행</li> </ul> </li> </ul>
사업유형	주민독서모임(문학), 공연(음악), (생명문화챌린지) 캠페인 등

구분	내역
총사업비	총 39백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 복합문화공간 예무</li> <li>• 사회적기업 서촌 로컬루트</li> <li>• 서밥모, 열두달 인왕산, 에코 서촌 등 주민 모임</li> <li>• 사단법인 품애</li> <li>• 사직동 그가게</li> <li>• 서촌 상인모임</li> <li>• 에코생협</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	서울시 종로구 서촌 일대 (이다의 아고라 공간, 책방 피스복스 거점활용)
수혜지역	서울시 종로구 서촌 일대
비대면 여부	주민기획단 비대면 회의 수시 진행
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주민기획단 회의 12회</li> <li>• [생명권 노래하다] 지역주민 토론 및 강연 6회</li> <li>• [생명권 읽다1] 작가와의 만남 8회</li> <li>• [생명권 읽다2] 독서모임 40회</li> </ul>
이용자수	총 931명 회차별 평균 13명
사업홍보	포스터 6부, 영상 2개
비고	

### (3) 월장석친구들

구분	내역
사업명	지역예술가 x 지역주민 초대와 환영 프로젝트: 월장석 방방방
주관단체명	월장석친구들
사업목적	성북구 지역 내 다양한 예술자원 활용 일상의 생활권 안에서 누구나 접근 가능한 창작공간 '방'을 기획, 주민들이 자신들의 '방'을 스스로 기획하고 공간브랜드 및 공간기획을 진행함으로써 지역 특성을 반영한 콘텐츠 개발, 공유
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '월장석 방방방' 오픈행사를 주최하여 온, 오프라인으로 본 사업 홍보</li> <li>• 오픈기획프로그램을 통해 참여자(지역주민, 지역예술가) 모집</li> <li>• 지역주민의 참여 형태와 자원(무형, 유형) 활용 계획 수립, 기획단 운영</li> <li>- 기존에 형성되어있던 예술인과 지역주민 간의 관계망을 통해 주민 적극 섭외</li> <li>• 6-10월 총5회, 천장산우화극장, 성북구 지역 내에서 메인프로그램, 부가프로그램 실행</li> <li>• 프로젝트 종료 후, 기록일지 및 연구자료 발간</li> </ul>
사업유형	주민기획단 운영(워크숍 기반), 방(공간+콘텐츠)기획
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공유성북원탁회의</li> <li>• 성북문화재단</li> <li>• 돌곳이생활예술문화센터</li> <li>• 월곡동 주민자치회</li> <li>• 예술만들만들기 재구장위들/돌고돌아</li> <li>• 예술순화로/지역협의체</li> <li>• 아트라운지 쌀</li> <li>• 실버복지센터</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	서울시 성북구 성북정보도서관(거점), 월장석스튜디오, 천장산우화극장
수혜지역	서울시 성북구 월곡동, 장위동, 석관동 등을 포괄
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업 참여자 모집 홍보 11회</li> <li>• 프로그램 아이디어 회의 19회</li> <li>• 월장석 방방방 7회</li> </ul>
이용자수	총 5,181명 회차별 평균 740명
사업홍보	언론보도자료 1개, 발간책자 1개, 행사용 영상 1개
비고	

(4) 예술숲

구분	내역
사업명	Again 신촌, 부평대로 살자
주관단체명	주식회사 예술숲
사업목적	대중음악 관련 부평 지역의 독특한 역사성을 반영하되 주민기획단 기반의 프로그램 개발 및 운영함으로써 부평을 시민주도 대중음악의 중심지로 성장할 수 있는 발판을 제공
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Again 신촌 ASCOM DAY: 지역 내 대중음악 아티스트들과 함께 하는 공연(매월 마지막 주 수요일)</li> <li>• 부평밴드대로: 부평 음악 관련 생활문화 예술동아리 규합을 통해 빅밴드(최소 2~3팀) 구성, 음악교육 프로그램 제공 및 공연</li> <li>• 부평주민 기획 기반 신규프로젝트 운영(미정)</li> <li>• Move to 신촌: 독립영화/단편영화 감상 및 감독GV, 감상공유</li> <li>• Coffee with Playlist: 주민기획단+골포천 카페거리 내 카페들과 협업으로 구성하는 수다방 프로그램 (소상공인 카페기반 문화공간의 커뮤니티화 모색). 토론을 통한 선곡리스트 개발, 음악감상 공유</li> <li>• 부평인스타: 부평대로 사업 사진, 영상을 인스타 기반으로 공유(공모전 방식으로 주민참여 독려)</li> </ul>
사업유형	주민기획단 운영(워크숍 기반), 공연(대중음악, 밴드), 영화(감상+토론), 교육(밴드 참여자 교육) 등
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부평문화원 및 부평구 지역 내 문화공간, 골포천 인근 카페 등 소상공인 모임 등</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	인천시 부평구
수혜지역	인천시 부평구
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ASCOM DAY 4회</li> <li>• Coffee with Playlist 6회</li> <li>• Move to 신촌 6회</li> <li>• 페스티벌 1회</li> <li>• 예술가 및 지역주민 교육 64회</li> </ul>
이용자수	총 254명 회차별 평균 15명
사업홍보	언론보도실자료 1개, 홍보물 1식
비고	

(5) 협동조합 문화가

구분	내역
사업명	가평 마을문화 난장
주관단체명	협동조합 문화가
사업목적	지역 문화자원과 지역적 고유성을 담은 가평 '마을문화 난장'이라는 문화프로그램을 개발하고, 운영하면서, 지역의 문화 브랜드로 발전시키고자 함
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 문화공동체 연대 및 주민기획단 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가평 문화예술인 플랫폼 조직: 문화가 아티스트 운영</li> <li>- 마을문화 난장 주민기획단 구성 및 라운드</li> </ul> </li> <li>• 마을문화 난장 콘텐츠 개발 및 문화프로그램 기획 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 장르별 문화콘텐츠 및 난장 프로그램 개</li> <li>- 가평 지역문화자원 특화 문화콘텐츠 개발(지역문화자원, 시니어문화 콘텐츠 특화)</li> </ul> </li> <li>• 마을문화 난장 행사 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화가 있는 날 마을문화장터 운영</li> <li>- 홍보 및 지역사업 연계</li> </ul> </li> </ul>
사업유형	주민기획단 운영(워크숍 기반), 공연(버스킹 등), 문화플리마켓, 페스티벌/축제 등
총사업비	총 34백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 협동조합 문화가</li> <li>• 청평고을 협동조합</li> <li>• 가평천년한지 협동조합</li> <li>• 한국연예예술인협회의가평지회</li> </ul>

구분	내역
	• 가평문인협회
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	경기도 가평군 청평면 청평고을 공원 외
수혜지역	경기도 가평군 청평면
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화가 운영 조직</li> <li>• 문화가 마을문화난장 6회</li> <li>• 마을문화난장 포럼 1회</li> <li>• 성과공유회 1회</li> </ul>
이용자수	총 501명 회차별 평균 55명
사업홍보	문화가 마을문화난장 책자 1개
비고	

(6) 로컬42협동조합

구분	내역
사업명	도란도란 대화문화공장
주관단체명	로컬42협동조합
사업목적	재개발과 도시재생 이슈가 중첩된 대전 대덕구 대화동 일대에서 숲자원 및 오래된 골목 등 지역자원을 활용하여 아카이빙, 놀이콘텐츠 개발 등을 통해 마을공동체 회복 및 강화를 모색하고자 함
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대화 탐사대 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 선주민, 이주민, 아동청소년 등 마을주인으로 구성된 대화 탐사대를 결성</li> <li>- 마을을 걷고 탐색하며 마을 자원을 발굴 및 기록</li> </ul> </li> <li>• 대화 찰칵 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 마을 자원을 필름 카메라로 기록하여 지도 위에 맵핑(마을 문화 지도)</li> <li>- 온라인 마을 사진 전시회 및 대화 마을 필름 사진집 제작</li> </ul> </li> <li>• 대화 놀이 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대화 탐사대가 발굴한 마을 자원을 기반으로 콘텐츠(놀이) 설계 및 기획</li> <li>- 지역을 소재로 다양하게 놀 수 있는 놀이감을 만들고 외부 전시 등 확장</li> </ul> </li> </ul>
사업유형	주민기획단(워크숍 기반), 아카이빙, 사진/전시, 놀이콘텐츠 등
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 로컬42협동조합</li> <li>• 대덕문화원, 대화동 도시재생현장지원센터(홍보,사업협조)</li> <li>• 대화탐사대(주민기획단)</li> <li>• 섬나의집지역아동센터</li> <li>• 대덕문화관광재단</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	대전 대덕구 대화동 지역 내 섬나의 집 지역아동센터, 도심으로 돌아온 등대(대화 어린이공원), 대화마당 등
수혜지역	대전 대덕구 대화동 일대
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	• 대화탐사대 프로그램 14회
이용자수	총 573명 회차별 평균 40명
사업홍보	메인 포스터 1종
비고	

(7) 창작집단 쟁이 사회적 협동조합

구분	내역
사업명	대청호에 살으리랏다
주관단체명	창작집단 쟁이 사회적협동조합
사업목적	대청호 지역의 주민들의 생활 속 문화예술 구현과 대청호 주민들의 삶의 질 향상을 도모하고 문화예술의 향유 활성화에 이바지하기 위함
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주민네트워크 [모이기路] - 주민기획단 구성, 사업 운영</li> <li>- 민조직/기관/상인 네트워크 구축 간담회</li> <li>• 마을탐방 [걷기路] - 대청호 오백리길 예술지도 → 마을탐방코스, 아카이빙, 워크샵</li> <li>• 예술창작 [맛보기路] 대청동의 스토리텔링 _ 음악, 동화, 연극 창작체험</li> <li>• 예술체험Zone [즐기기路] - 공연 향유 프로그램</li> <li>• 웹 매거진 [보기路] - 문화가 있는 날 관심유도 및 홍보, 아카이빙 보도자료</li> </ul>
사업유형	주민기획단 운영(워크숍기반), 공연(연극, 음악창작), 여행(마을탐방/지도), 축제, 아카이빙 등
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창작집단 쟁이 사회적 협동조합</li> <li>• 대청동 주민센터 통장연합회</li> <li>• 대전 동구청 문화관광과, 동구공동체지원센터</li> <li>• 대전 동구 사회적경제기업 연합체</li> <li>• 주민공동체: 비름뜰예술촌, 안아감마을, 호숫가마을도서관, 사진창고, 초콜렛하우스, 더리스, 플로랑스, 대청동공동작업장 등</li> <li>• 지역문화단체 및 예술가: 마당극단 졸다(연극), 작은극장다함(연극), 마을창작공작소(공예), 부엉이공간(연극) 나옴이공작소(영상), 네로공방(공예)을 포함한 지역기반 예술가</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	대전시 동구 대청동 비름뜰예술촌, 대청호반자연생태공원 외 3곳
수혜지역	대전시 동구 대청동
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	<p>총 32회 진행</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• '대청호에 살으리랏다' 5회</li> <li>• 예술가 및 지역주민 역량강화 및 기획회의 다수 진행</li> </ul>
이용자수	<p>총 1,078명</p> <p>회차별 평균 33명</p>
사업홍보	언론보도자료 2개
비고	

(8) 협동조합 문화기획단 마주

구분	내역
사업명	안녕, 선화
주관단체명	협동조합 문화기획단 마주
사업목적	선화동의 건물 양식(과거 구도심 지역 내 근현대 건축물)을 핵심자원으로 이에 대한 기억을 주민과 함께 공유하며, 다양한 연령대를 포괄하는 세대 간의 문화 화합 및 선화동 고유의 삶의 방식을 반영한 문화프로그램 개발
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 선화씨를 찾아오</li> <li>- 지역특화프로그램 마을추진기획단 모집</li> <li>• 선화를 만난 곳은</li> <li>- 선화동 마을투어 프로그램 :참여 형태의 연극 프로그램으로 만나는 선화동 투어</li> <li>• 선화가 사라지다</li> <li>- 선화동을 주제로 다각도의 의견을 제시하는 포럼</li> <li>• 선화의 밥 한끼</li> <li>- 공유주방+ 그림책 테라피: 몸과 마음의 안정을 위한 모임</li> <li>• 선화의 취미</li> <li>- 지역의 명소에 지역주민들이 즐기는 파티: 공연과 행사</li> <li>• 선화의 편지</li> <li>- 기록물 전시, 사진의 기록물 수집, 프로그램에서 수집된 기록물 전시</li> </ul>
사업유형	주민기획단(워크숍기반), 여행(마을탐방), 공연(연극, 파티), 음식(공유주방), 전시(시각예술, 사진 등)
총사업비	총 49백만원 (국고보조금), 자부담 없음

구분	내역
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>책방보다(협동조합 문화기획단 마주가 운영하는 책방/문화공간)</li> <li>비골드: 동아리 등 공간지원</li> <li>대전사회혁신센터 (지역사회 문제 발굴, 해결하는 실험 주도)</li> <li>ndoor(문화거점/작가 지역 기반 굿즈, 생활용품 판매)</li> <li>선화포럼(주민기획단/지역협의체)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	대전 중구 선화동 지역 내 책방보다, 비골드, ndoor, 소통협력공간
수혜지역	대전 중구 선화동
비대면 여부	
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>선화 프로그램 12회 진행</li> </ul>
이용자수	총 381명 회차별 평균 31명
사업홍보	안녕 선화 스케치 영상 5편
비고	

(9) 백곡면축제추진위원회

구분	내역
사업명	백곡 숲 이야기 박물관
주관단체명	백곡면축제추진위원회
사업목적	백곡면 고유의 특화자원인 '숲'을 매개로 지역의 역사와 생활문화 기반 문화콘텐츠 프로그램 기획
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>숲댕이, 불댕이 할미 구성 <ul style="list-style-type: none"> <li>숲과 관련된 지역 옛이야기를 들려줄 이야기할미단 구성, 운영</li> <li>지역의 숨은 숲과 옛 조상들의 풍습을 이야기 구성한 스토리텔링 '백곡이야기할미' 책으로 발간</li> <li>인형극, 숲그림 그리기 등 숲 관련 콘텐츠 기반 프로그램 운영</li> </ul> </li> <li>숲댕이 장터 개최 <ul style="list-style-type: none"> <li>숲이야기 박물관에 전시될 옛 물건 수집 및 고물이야기 장터(월1회 개최)</li> <li>전시물품 스토리텔링 기록 전시 및 아카이빙</li> <li>숲 관련 옛 조상들의 풍습 및 물건들이 오고가는 '과거로 여행, 이야기장터'</li> <li>장터를 통한 옛문화 체험 및 교류의 장 활성화</li> </ul> </li> <li>작은 숲 이야기 박물관 기획단 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>작은 숲 이야기 박물관을 만들기 위한 문화콘텐츠 기획 발굴, 기록</li> <li>지역 특화자원인 숲을 통한 문화가 있는 날 프로그램 진행, 운영</li> </ul> </li> </ul>
사업유형	주민기획단(작은 숲 이야기 박물관 기획단) 운영 및 장터, 시각예술(박물관 콘텐츠 기획), 스토리텔링 기반 이야기책 발간, 공유
총사업비	총 47백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>이장단협의회</li> <li>물안뜰체험 휴양마을</li> <li>백곡발전협의회</li> <li>백곡신문</li> <li>백곡면사무소</li> <li>진천군청</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	충북 진천군 백곡면 석현리/백곡호 일대
수혜지역	충북 진천군 백곡면
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	11회(숲댕이장터 5회, 그 외 6회)
이용자수	880명
사업홍보	캐릭터개발 1식, 홍보영상 1식
비고	-

(10) 우만 (WUMAN)

구분	내역
사업명	영화로운 개복
주관단체명	우만(WUMAN)
사업목적	일제강점기 개항도시 군산 지역 내 영화의 거리였던 개복동일대를 배경으로 문화적 가치 복원 및 지역 참사(성매매업소 화재 참사)의 기억을 치유하는 문화활동을 통해 지역 내 문화활동 공동체들의 연대를 모색, 공동체의 경험을 공유, 확산하기 위함
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개복 탐험               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 개복동 성매매업소 화재참사 공간의 현재와 과거의 기억을 기록하는 공동체 활동</li> </ul> </li> <li>• 씨네 북 스쿨&amp;개복여성영화제               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시민이 참여하는 다큐멘터리 제작 교육을 진행하고 결과물을 영화제에 상영</li> </ul> </li> <li>• 개복 다락방               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 개복동의 상가에서 각 주제별로 시민들이 보고 싶은 여성 영화를 선정하여 함께 보는 공동체 상영 영화 모임, 추후 영화제 프로그램도 제안 및 기획</li> </ul> </li> <li>• 원탁 모임               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시민과 지자체가 각각의 주제별로 함께하여 활동을 의논하고 살피는 원탁 모임</li> </ul> </li> <li>• 영화로운 개복 페스티벌               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 군산시민예술촌-(구)시청광장-개복동 화재참사 상가, 총 3곳(~6곳)을 거점으로 진행하며 프로그램 참여 공동체와 그 외 문화 공동체가 참여하는 종합 문화 페스티벌</li> </ul> </li> </ul>
사업유형	시민공동체활동, 영화(다큐멘터리) 교육, 전시(미디어+텍스트), 복합문화축제(개복여성영화제 등)
총사업비	총 38백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 군산시민예술촌, 군산시사회적경제지원센터, 군산문화도시센터</li> <li>• (사)들꽃청소년세상전북지부</li> <li>• 군산시청년협의체(주민)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	전라북도 군산시 군산시민예술촌, (구)시청광장, 개복동 화재참사 상가 일대
수혜지역	전라북도 군산시
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	총 14회 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 피스오브개복, 씨네북스쿨</li> <li>• (페스티벌)피스오브개복 사진전 2회, 개복여성영화제 2회, 삼삼오오북페어 1회</li> </ul>
이용자수	총 834명 회차별 평균 41명
사업홍보	언론보도 1회, 홍보용 포스터 제작
비고	

(11) 임실삼삼오오청춘햇살협동조합

구분	내역
사업명	임실 속 세계 여행, 다같이 치~즈
주관단체명	임실삼삼오오청춘햇살협동조합
사업목적	구)임실치즈공장 설립을 계기로 지역민 협동의 산물인 공동체성을 되새기고, 현재 임실에 거주하는 다문화이주민들과 지역민들 및 세대간 소통을 음식을 매개로 진작시킴으로써 새로운 공동체성의 필요성과 역할을 모색
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Are you read?               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 임실 지역민 다문화 감수성 지수 설문 및 문화가 있는 날 홍보, 참여자 모집</li> </ul> </li> <li>• 치즈니티: 우리들의 수다방 모임</li> <li>• 전문가 워크숍 및 치즈인문학 강연</li> <li>• 임실속 세계여행! 음식 인문학!(필리핀, 캄보디아, 베트남, 중국 등)</li> <li>• 다같이 치~즈 : 플리마켓 결합형 축제</li> <li>• 성과공유회</li> </ul>
사업유형	축제, 인문학강연/워크숍, 음식기반 문화교류 등
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화통신사협동조합</li> <li>• 임실가족건강지원센터</li> </ul>

구분	내역
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 임실군지속가능발전협의회</li> <li>• 경기대 다문화센터</li> <li>• 전주대산학협력단</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	전라북도 임실군 지정환신부님 삶터 박물관, 임실가족센터, 다문화가족 쉼터 등
수혜지역	전라북도 임실군
비대면 여부	있음(2회)
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '다 같이 치~~즈' 프로그램 2회</li> <li>• '맛솔랭 갈래?' 프로그램 3회</li> <li>• 라운드테이블 3회</li> <li>• 맛 커뮤니티 프로그램 4회</li> </ul>
이용자수	총 837명 회차별 평균 52명
사업홍보	언론보도실적 홍보실적
비고	자체설문조사가 있는 경우 ,참고사항이 있는 경우 기재

## (12) 소우주미디어협동조합

구분	내역
사업명	순천 생태문화 조각맞추기
주관단체명	소우주미디어협동조합
사업목적	순천시의 생태자원(순천만 국가정원, 순천만습지 등을 기반으로 문화매개공간(생태문화광장) 조성을 통해 순천시의 생태문화 기반 삶의 양식을 새로운 문화적 공동체 형성을 위한 기반으로 활용. 이를 통해 순천시의 생태문화 정체성 강화에 기여하고자 함
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업의 기획과 준비과정</li> <li>- 시민 기획자 모집, 연구 및 리서치(후보지 선정과 공간 확보를 위한 사전 리서치 작업)</li> <li>- 라운드 테이블(동천변 유휴공간을 활용한 문화광장 조성을 위한 실행방향 설정)</li> <li>- 정기 워크숍(참여주체와 역할에 따른 사업별 구체적 실행방안 논의 및 점검)</li> <li>• 동천변 문화광장 프로그램</li> <li>- 봄맞이 피크닉(도심 속 자연과 함께하는 휴식공간, 체험부스, 문화예술 프로그램)</li> <li>• 여름방학 순천 생태 탐구생활(문화광장 및 주요스팟을 포함한 미션 수행과 지도제작)</li> <li>• 가을바람 자전거 동천변 투어(순천시 공용자전거를 활용한 물길 생태투어)</li> <li>• 정원으로 가요 프로그램 운영</li> <li>• 온라인 및 성과공유 프로그램</li> <li>• 위키순천(문화가 있는 날 사업을 종합하는 미디어 채널 운영, 기록작업 수행)</li> <li>• 동천 메타버스(순천시 공식 메타버스를 활용한 동천 문화광장 메타버스 작업)</li> <li>• 동천 굿즈 제작(시민 참여자들의 결과물을 디자인 소스로 활용한 굿즈 제작)</li> <li>• 안녕? 안녕 동천(한 해의 사업을 돌아보는 성과공유행사 및 영상 시사회 개최)</li> </ul>
사업유형	주민기획단활동(워크숍기반), 생태기반 여행(투어/지도제작), 피크닉, 굿즈제작, 메타버스 공간기획 등
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 순천시, 순천문화재단</li> <li>• ㈜그림메타버스, 주식회사 엘리스</li> <li>• 순천문화관, 혁명정신(지역정보 팟캐스트 운영, 오디오/미디어 콘텐츠 기획/제작),카야(채식문화정보 팟캐스트 운영, 탄소중립 프로그램 기획), 순천대 문화창작학과, 김자네/유도량(예술콘텐츠 리뷰, 디자 인사업 총괄 및 굿즈, 홍보물품 제작)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	전남 순천시 순천 수변지역 외
수혜지역	전남 순천시
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시민문화 기획자 모집</li> <li>• 정원으로 가요 등 문화가 있는 날 프로그램 다수 진행</li> <li>• 동천 061(공유길) 걷기 놀이 다수 진행</li> </ul>
이용자수	총 422명 회차별 평균 32명
사업홍보	영상 1건, 포스터 400개
비고	

(13) 라팔마아르스

구분	내역
사업명	군서량동동 (군서면 아리랑)
주관단체명	라팔마아르스
사업목적	군서면 귀농귀촌인들이 부족하다고 느끼는 문화 부족 현상을 해소하고, 지역의 풍부한 경관적, 문화적인 자원과 요소를 콘텐츠화하여 마을 활성화를 시도하고자 함
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보짜군서 : 군서면 도갑리 지역문화개발 주민모임, 주민기획단</li> <li>• 아리랑동동(한옥마당축제) : 프리마켓, 음악동동(공연), 문화동동(체험)</li> <li>• 모여라 꿈군서: 놀이동동(전래놀이, 전통간식만들기), 음악동동(공연), 그림동동(전시)</li> <li>• 쓰리랑동동(기찬 당산이): 문화탐방, 음악동동(공연), 문화동동(체험)</li> </ul>
사업유형	주민기획단 활동(워크숍기반), 공연(버스킹 등), 체험(음식만들기, 한지공예, 도기), 놀이, 마을투어 등
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 군서면사무소</li> <li>• 남향재(공간제공), 희문화창작공간(공간제공, 운영), 미술관아래협동조합(공간제공, 체험)</li> <li>• 어울림, 아트랑, 에스지양상블, 칸타빌레양상블, 살롱 파르티타, 순천팔미음악회 등 예술단체</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	희문화창작공간(미술관), 미술관아래협동조합(체험관), 희작은도서관
수혜지역	전라남도 영암군 군서면
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주민기획단 모임 7회</li> <li>• 보짜군서 프로그램 7회</li> </ul>
이용자수	총 344명 회차별 평균 24명
사업홍보	영상 4개
비고	

(14) 금일도창의예술학교

구분	내역
사업명	해녀! 바다를 노래하다
주관단체명	금일도창의예술학교
사업목적	점점 더 사라져가는 금일도 해녀문화 중심의 문화자원을 기반으로 지역의 공동체적 생활양식을 반영하되, 주민과 관광객이 함께 누릴 수 있는 문화콘텐츠 프로그램 개발
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오리엔테이션+주민과 함께 하는 워크샵</li> <li>· 참여인력+사업소개+문화의 날 주민기획단 발대식</li> <li>· 글로벌 관광 전문가와 함께하는 금일도 문화콘텐츠 개발과 문화관광 연계</li> <li>• 주민과 관광객 대상 프로그램 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 오늘의 물때표를 알아봐요</li> <li>· 한지로 해녀 물옷 만들기</li> <li>· 태와 만들기</li> <li>· 해녀할머니가 이끌어주시는 풍어와 안전을 기원하는 소량도 개부름 놀이</li> <li>· 범벅 만들기</li> <li>· 신나는 해녀놀이 체험</li> <li>· 포도존 『와~ 바다대!』 운영</li> <li>· 금일도만의 특별한 조개껍질 반자+브로치 만들기</li> </ul> </li> <li>• 치유의 범바다 공연 『해녀! 바다를 노래하다』, 『바다소리와 별빛+달빛+물빛』</li> <li>• 주민과 함께하는 성과공유회 ※ 계절에 따른 물때시간에 따라 운영시간</li> </ul>
사업유형	주민기획단활동(워크숍 기반), 해녀문화 관련 체험프로그램(공예, 놀이), 공연(음악) 등
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 완도군 금일읍, 한국범선협회</li> <li>• 사랑나무문화예술교육원, 국악양상블 사랑(민간단체)</li> <li>• 주민기획단, 해녀강사단</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	전라남도 완도군, 금일도 명사십리 해변 및 야외무대, 지역 내 공공도서관 등
수혜지역	전라남도 완도군 금일도

구분	내역
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주민발대식 및 워크숍 1회</li> <li>• '해녀! 바다를 노래하다' 프로그램 5회</li> <li>• 성과공유회 1회</li> </ul>
이용자수	총 1,861명 회차별 평균 265명
사업홍보	완도군민신문 1회, SNS홍보 3회
비고	천재지변으로 인한 단수 등으로 행사 및 언론홍보를 취소하는 경우가 많았음

(15) ㈜리멘

구분	내역
사업명	학장천 그린 놀이터
주관단체명	㈜리멘
사업목적	부산시 사상구 학장동의 지역자원(학장천)에 대한 관찰 및 탐구작업을 통해 시민 주도형 모델에 문화 기획, 창작이 더해진 환경 리빙랩 프로젝트를 진행함으로써, 지역의 환경적 이슈를 반영한 문화활동 프로그램 개발, 운영
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주민 리빙랩 '학장천 그린랩' / 주민기획단 모집 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 학장천 문화자원 발굴모임(격달 진행)</li> <li>- 학장천에 대한 커뮤니티 관심주제, 문제의식 중심 활동</li> <li>- 자유롭게 주제설정하고, 탐구, 기획할 세부내용 논의, 도출 주민기획단 모집 운영 (학장천 그린랩 연계_주민의견 반영)</li> </ul> </li> <li>• 학장천 환경기록 프로젝트 '학장천 스크린' <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주민이 직접 기록하고 촬영하는 생태하천 학장천 아카이빙 작업</li> <li>- 스마트폰을 활용한 영화만들기 기법 교육 및 다큐촬영, 편집,</li> <li>- 학장 거름내기 영상제로 형성된 다큐자원 주민공유</li> </ul> </li> <li>• 학장천 목전에 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 오염수에서 생태하천으로 거듭난 학장천 이야기를 들으며 쓰레기 줍는 플로깅, 사상공단 폐목재 활용 공예클래스 프로그램</li> <li>- 플로깅 투어 및 폐목재 업사이클링 공예 교육 프로그램</li> </ul> </li> <li>• 학장천 그린페스타 (축제) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주민주도 친환경 축제</li> <li>- 미술+시민참여 퍼포먼스(줍깅), 공예클래스 작품 전시, 영상제 및 학장천 그린랩에서 나온 주민기획단 아이디어 기획, 실험프로젝트 발표, 전시 등</li> </ul> </li> </ul>
사업유형	주민기획단활동(주민리빙랩, 워크숍 기반), 영상/공예 교육, 아카이빙, 축제
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사상문화원</li> <li>• 학장천살리기운동본부, 연행기획면(독립영화,다큐 제작사)</li> <li>• 세이브트리(업사이클링단체), 똑딱맘(폐목재 업사이클링 목공동아리)</li> <li>• 팔방미인협동조합, 학수고대(쓰레기문제 해결을 위한 자치공동체)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	부산광역시 사상구 학장동 학장천 일대
수혜지역	부산광역시 사상구 (학장동)
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 학장천그린페스타 4, 학장천 그린랩 3</li> <li>• 학장천 플로깅 7</li> <li>• 학장천 업사이클링 7</li> <li>• 학장천 그린 놀이터 기획위원회의 13</li> </ul>
이용자수	총 2,021명 회차별 평균 61명
사업홍보	언론보도 2회, 기록 영상 7개, 현수막 4개
비고	자체설문조사가 있는 경우 ,참고사항이 있는 경우 기재

(16) 모이다아트협동조합

구분	내역
사업명	溫:누리동래
주관단체명	모이다아트협동조합
사업목적	지금은 상업적으로 변화된 부산 동래구 지역 고유의 온천 문화를 다시 새롭게 조명하고 이웃과 더불어 사는 지역 시민들과 나누며 즐길 수 있는 하나의 '따뜻함, 포근함의 온천'을 담은 지역공동체 문화를 형성함으로써 2:30대 인구유출로 침체되어가는 동래 온천동의 활성화 필요.
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재 점점 사라지고 있는 온천1동의 온천역사와 온천 기반 지역주민 주도형, 자립형 온천생활문화 형성 및 운영</li> <li>- 코로나19로 온천문화 위축되는 시점, 코로나로 온 색안경 및 부정적인 온천문화를 새로운 방향으로 주민들에게 다가가는 공간 마련</li> <li>- 폐목욕탕 또는 지자체 공간을 통해 온천문화·예술·체험·공연이 이루어지는 온천문화 복합 공간으로 구성</li> <li>- 매년 문화의 날 주기적인 마켓 운영으로 인하여 사람들에게 온천문화를 알리고 쉽게 다가가는 계기</li> <li>- 라운드테이블을 통한 지역주민이 직접 온천을 주제로 창조문화 콘텐츠개발 및 연구</li> <li>• 때배고 광내고, 먹부림·플레이스</li> <li>- 아트마켓+야시장+공연+체험프로그램 운영</li> <li>• 문화 溫&amp;ON</li> <li>- 지역주민들이 자립적으로 프로그램 운영개발할 수 있는 방안으로 운영</li> </ul>
사업유형	주민기획단활동(워크숍기반), 온천문화 기반 체험(공연), 스토리텔링, 공연, 야시장, 아트마켓(지역기반 예술가 공예품, 작품 등) 등
총사업비	총 49백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동래온천행복마을위원회</li> <li>• 동래구청</li> <li>• 세상과소통하기(아카이빙 랩 활동단체)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	부산광역시 동래구 온천1동 일대 (윤슬길 스파거리, 온천장 1972, 온천거리박물관)
수혜지역	부산광역시 동래구 (온천1동)
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주민기획단 워크숍 2회</li> <li>• 온천문화콘텐츠 개발 교육 12회</li> <li>• 동래 溫&amp;ON 마켓 운영 3회</li> <li>• 성과공유회 개최 1회</li> <li>• 온천 원데이 클래스 5회</li> </ul>
이용자수	총 947명 회차별 평균 50명
사업홍보	언론보도 2회, 영상 2개
비고	

(17) 클라이밋

구분	내역
사업명	너와 나의 연결 고래
주관단체명	주식회사 클라이밋
사업목적	장생포지역에 오래도록 형성되어 온 고래문화를 생태적 관점에서 재조명하고 지역의 삶의 양식에 기반을 둔 세대를 넘나드는 콘텐츠개발 및 세대를 넘어선 공유로 지역 내 공동체 의식 제고
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고래마실 기획단 (월 2회 워크숍/회의진행)</li> <li>- 주민활동가와 청소년, 지역연구가 중심으로 '문화가 있는 날' 콘텐츠 제작</li> <li>• 장생포 어르신들이 들려주는 고래의 전설 (5~10월 매1회)</li> <li>- 장생포에 지역주민이 경험한 고래 관련 전설을 재미나는 썰로 풀어보고, 솜품 동영상 제작, SNS 공유</li> <li>• 장생포를 사랑하는 청소년과 고래의 눈맞춤 (5~10월, 매1회 문화가 있는 날 주간 토요일)</li> <li>- 꿈: 청소년들의 삶과 고민을 담은 장생포 책/영화 문답여행</li> <li>- 공존: 고래와 공존하는 문화를 만들어가는 장생포체인지메이커 활동</li> </ul>
사업유형	주민기획단 활동(워크숍기반), 영상제작, 스토리텔링, 여행(책/영화기반)
총사업비	총 40백만원 (국고보조금), 자부담 없음

구분	내역
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	클라이밋 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 민관(장생포초등학교, 새미골할머니고래협동조합, 박상진 의사 역사공원, 울산남구문화원, 고래문화재단)</li> <li>• 주민조직(새미골할머니고래협동조합 7명)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	울산 남구 고래문화마을, 장생포문화창고, 1986 마을기록관 등
수혜지역	울산 남구 지역 일대
비대면 여부	없음
프로그램 운영 횟수	• 총 21회
이용자수	총 17,507명 회차별 평균 833명
사업홍보	언론보도 2건(울산일보, 경상일보)
비고	자체설문조사 계획 상 없음

(18) 꿈꾸는씨어터(주)

구분	내역
사업명	대구 남구 1인가구 생활거점 커뮤니티 프로젝트 'D브릿지'
주관단체명	꿈꾸는씨어터(주)
사업목적	문화현상이 된 1인가구라면 이제는 어떻게 함께 할 수 있는지에 대한 고민 필요. 필연적으로 가지는 단절 / 고립 / 전통적인 공동체 해체 등 부정적인 영향을 만회하고 건강한 1인가구 문화형성을 위한 지역 1인가구의 참여를 위한 장을 마련하기 위함. 이들을 위한 생활거점을 마련하고, 커뮤니티화 할 수 있는 기회를 제공함으로써 1인가구 문화가 지역에 확고히 자리잡는데 기여하고자 함
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1인가구 문화체험전 '월간 싱글라이프'(문화가 있는 날 주간 진행)</li> <li>- 매월 문화가 있는 날 주간에 진행되는 월간 1인가구 문화체험 프로그램</li> <li>- 문화/ 반려동물/자기탐구 등 1인가구 대상의 문화프로그램 운영</li> <li>※ 현장에서 다양한 프로그램을 경험하고, 취향에 적합한 프로그램이 있다면 익월에 진행되는 슬.1.생 프로그램을 통해 경험할 수 있도록 하는 구독 시스템을 통한 프로그램 연계 진행</li> <li>• 슬기로운 1명생활</li> <li>- 1인가구 특화 프로그램 발굴을 위한 '월간 싱글라이프' 연계 원데이클래스 프로그램</li> <li>• 1인가구 탐구 프로그램 '1인가구 행복정책학교'</li> <li>- 대구 남구지역(거점공간 일대)의 1인가구 생활탐구를 바탕으로 한 1인가구 정책개발 프로그램</li> </ul>
사업유형	주민기획단활동(1인가구행복학교, 워크숍기반), 전시/러시처, 문화체험, 공연/예술프로그램운영(버스킹, 무용, 1인극 등), DIY상품 판매, 월간싱글라이프(문화체험전)
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업(지역문화공동체 반반협동조합, 정나눔주식회사,(주)로담,강북희망협동조합,마녀공예협동조합,참꽃에프앤비(주),극장문,아게인)</li> <li>• 민간단체((사)대구남구사회적경제협의회)</li> <li>• 주민조직(대명6동 대덕 주민예술단 13명)</li> <li>• 기타(극단 만신, 사브향 대명계대점 등)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	대구광역시 남구 대명2동 청소년 BLUE ZONE 대구광역시 남구 대명6동 남구새로움센터
수혜지역	대구광역시 남구
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 슬기로운 1명생활 2회/ 다르게생각할LAB 2회</li> <li>• 일구이구문화장 19회</li> <li>• 홍보활동 진행</li> </ul>
이용자수	총 298명 회차별 평균 21명
사업홍보	월간더원 홈페이지 및 SNS채널 운영, 영상 2개 제작
비고	자체설문조사 진행(39명 참여)

(19) 통영문화원

구분	내역
사업명	사또야 불켜라
주관단체명	통영문화원
사업목적	통영의 민속놀이(통영 고유의 야간 숨바꼭질 놀이), 축제(독제) 등 지역자원을 활용한 주민활동 기반 문화콘텐츠 생산을 통해 지역 내 골목놀이를 활성화하고 이를 통해 관광연계효과등을 견인하는 지역생태계 선순화 구조 형성에 기여하고자 함
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Again 신촌 ASCOM DAY: 지역 내 대중음악 아티스트들과 함께 하는 공연(매월 마지막 주 수요일)</li> <li>• 통영의 민속놀이               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 60~70년대 인기 있었던 어린이 놀이 10여 가지를 적당한 거리를 두고 설치하여 진행요원이 놀이에 대한 설명과 지도를 하며, 참가자들끼리 또는 진행요원과 참가자 사이에 놀이가 이루어지게 한다.</li> <li>- 지속적인 사업수행을 위한 기본 자료로 통영의 민속놀이 자료집을 발간한다</li> <li>- 2년차부터는 구도심 골목에 놀이시설을 그리거나 설치하여 주민이나 여행객이 놀이골목에 오면 직접 놀이체험을 할 수 있도록 하여 구도심 활성화를 꾀함</li> </ul> </li> <li>• 통제영 독제 재현 (승리와 평화의 기원)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 조선시대 통제영에서는 무신(武神)의 상징인 독기(纛旗)를 모시고 국태민안과 군영의 무운장구를 기원하는 독제를 지냈다. 통제영의 폐영과 함께 사라졌던 독제를 통영문화원이 3년 전 발굴하여 112년 만에 재현</li> <li>- 앞으로 지역주민들의 적극적인 참여와 지속적인 관심 기반의 '통제영 독제' 재현을 통해 통영만의 새로운 문화콘텐츠로 만들고자 함</li> </ul> </li> </ul>
사업유형	주민기획단활동(워크숍 기반), 여행(지역탐방), 축제(민속축제), 놀이체험프로그램
총사업비	총 31백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통영문화원</li> <li>• 민관(통영시 문화예술과, 남해안별신굿보존회)</li> <li>• 주민조직(통영 향토사연구소 20명, 통제영무예단 10명)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	경상남도 통영시 한산대첩광장 등 5곳
수혜지역	경상남도 통영시
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주민기획단 회의 4회</li> <li>• 통제사길 걷기 프로그램 2회</li> <li>• 통제영 독제 집사 연습 5회</li> <li>• 통제영 독제 재현 1회</li> <li>• 통영 민속놀이 1회</li> </ul>
이용자수	총 327명 회차별 평균 25명
사업홍보	보도자료 1건(통영신문)
비고	자체설문조사 계획상 없음

(20) 다음문화연구소

구분	내역
사업명	함안낙화놀이를 함께하는 문화마실
주관단체명	다음문화연구소
사업목적	함안군 전통 불꽃놀이를 주제로 한 문화가 있는 날 콘텐츠개발
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 함안낙화놀이 기획단               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역주민, 청년, 예술인으로 구성된 기획단 운영</li> <li>- 함안낙화놀이를 활용한 문화콘텐츠 개발, 프로그램 기획 및 운영, 온라인 콘텐츠 제작</li> </ul> </li> <li>• 함안낙화놀이 아카이빙               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 함안낙화놀이의 과거와 현재, 그리고 행사를 준비하는 마을주민들의 이야기와 과정을 지역 예술인들이 아카이빙(성과물 및 기록물은 성과공유회 발표)</li> <li>- 지역 관광 및 문화지도, 자료집을 제작하고 온·오프라인 배포하여 지역 홍보</li> </ul> </li> <li>• 함안낙화놀이 문화투어               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주민이 문화해설사로 참여하여 마을 공공미술 프로젝트 결과물, 무진정 투어와 불꽃놀이 체험을 활용한 마을 문화투어(파일럿프로그램)</li> </ul> </li> <li>• 함안낙화놀이 문화장날</li> </ul>

구분	내역
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주민과 예술인 협업으로 마켓운영(함안낙화놀이 아트상품) 및 프로그램(함안낙화놀이체험) 운영</li> <li>- 로컬 뮤지션이 함안낙화놀이 무대인 무진정 수상 무대에서 음악공연 진행 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 함안낙화놀이 생생 TV</li> </ul> </li> <li>- 청년 통신원들이 전하는 함안낙화놀이 소개 및 일 년간의 준비과정, 행사 주 무대인 무진정, 마을의 공공미술, 그리고 지역문화와 관광지를 소개하는 영상콘텐츠 제작 및 송출(마을 문화지도 제작과 함께 진행) <ul style="list-style-type: none"> <li>• 성과공유회 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아카이빙과 사업 결과물 공유회로 지역 주민(청소년, 주민, 일반인, 예술인)이 참여한 작품, 자료집, 영상, 이야기를 전시와 발표회로 공유하고 라운드테이블 마련</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
사업유형	주민기획단활동(워크숍 기반), 아카이빙, 놀이기반 문화체험프로그램, 여행(지역투어), 장터(장날), 아트마켓, 미디어(생생TV) 등
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다음문화연구소</li> <li>• 민관(함안군청, 함안아라팍스, 동네청년들, 함안미술협회)</li> <li>• 주민조직(함안과향낙화마을협동조합, 함안낙화놀이보존회)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	경상남도 함안군 괴항마을(낙화마을) 일대, 함안낙화놀이전수관 외 3곳
수혜지역	경상남도 함안군
비대면 여부	해당없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화가 있는 날 파일럿프로그램 3회</li> <li>• 성과공유회 및 전시회 1회</li> </ul>
이용자수	총 1,282명 회차별 평균 60명
사업홍보	뉴스 3회, 온라인 포스터 3건, 영상 7건
비고	자체설문조사 계획 상 없음

## (21) 문화기획 지금

구분	내역
사업명	문희경서(文喜慶瑞)에서 이야기 따라 머물다
주관단체명	문화기획 지금
사업목적	문경새재 고유의 지역역사자원(아리랑 등)을 활용하여 지역주민과 청년들이 함께 문화활동을 기획, 운영하는 기회를 통해 상호 교류 및 소통과 공유의 장 마련하고 '동네축제(기쁘고 즐거운 문경읍에서 함께 놀기)'를 통해 지역주민과 함께 향유할 수 있는 프로그램 콘텐츠
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 아리랑, 친구를 만나다 (문경새재아리랑 음악회) : 2회 (8월,9월)</li> <li>- 지역문화자원인 문경새재아리랑으로 특성화한 음악회 프로그램 개발</li> <li>- 문경읍 하초리 주민으로 구성되어 있는 문경새재아리랑보존회 활성화</li> <li>- 예술가들과의 협업을 통한 문경새재아리랑의 재해석 및 장르 음악회 진행</li> <li>- 새로운 가사 짓기 프로그램을 통한 문경새재아리랑의 현재화</li> <li>• 문희경서-기쁘고 즐거운 문경읍에서 함께 놀기 (동네 축제) : 2회 (9월,10월)</li> <li>- 문경읍 주민들과 청년 상공인, 예술인의 문화협력체 구축</li> <li>- 문경읍 전통시장의 오일장과 연계하는 주민 참여형 축제</li> <li>- 문경사과 Fest, 읍내 카페 Fest.(전시 포함), 찻사발 Fest</li> <li>• 새재 이야기 산보 (역사 콘텐츠 해설) : 3회 (6월,7월,8월)</li> <li>- 찻사발을 이용한 다도체험을 결합한 문경새재 이야기 산책 프로그램</li> <li>- 문경새재, 문경새재아리랑, 문경 찻사발을 주제로 콘텐츠 구성 3회 진행</li> </ul>
사업유형	주민기획단(워크숍), 공연(음악), 전시(거리시화전), 장터연계축제, 여행(산책), 문화체험(다도회) 등
총사업비	총 47백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화기획 지금</li> <li>• 민관(문경시청, 문경도자기박물관, 흥인다레원)</li> <li>• 예술인(진미애국악원)</li> <li>• 문화해설사(문경시 해설사 2명)</li> <li>• 주민조직(하초리 문경새재아리랑보존회 15명)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	경상북도 문경시 하푸실아리랑마당, 문경도자기박물관, 문경읍 전통시장 및 신북천 일원
수혜지역	경상북도 문경시
비대면 여부	있음(1회)

구분	내역
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화자원 해설 프로그램 운영 5회</li> <li>지역 무형문화자원 "문경새재아리랑" 전승활동 및 공연</li> <li>활동 내역을 기록한 성과공유사진전 개최</li> </ul>
이용자수	총 229명 회차별 평균 28명
사업홍보	현수막, 배너 제작
비고	자체설문조사 계획상 없음

(22) 무엇이든

구분	내역
사업명	너랑 나랑 지누아리'랑'(浪)
주관단체명	무엇이든
사업목적	지역 고유의 문화자원(어촌문화)을 활용한 문화콘텐츠(음악극) 제작을 통해 다양한 분야의 콘텐츠로 활용 가능한 원천 콘텐츠 발굴 및 개발하고, 이를 세대 간 소통의 매개로 활용
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>지누아리 이야기 수집 (설화, 일상속 이야기)</li> <li>지누아리 이야기 검증 및 재구성 (이야기 고증 및 현대적 재해석 기반 각색)</li> <li>스토리제작 전문워크숍(향후 제작될 음악극의 스토리 구성을 위한 실무 워크숍 진행)</li> <li>기존 사업('20-21 지역문화우리사업 참여)에서 도출된 콘텐츠 재구성: 음악, 그림책 재구성, 편집 및 재작업을 통한 정식 출판 진행</li> <li>성과공유회(제작발표회)를 통한 다양한 시민과의 만남</li> </ul>
사업유형	주민기획단 운영(워크숍 기반), 공연(대중음악, 밴드), 영화(감상+토론), 교육(밴드 참여자 교육) 등
총사업비	총 30백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>강릉시 영진어촌계</li> <li>(사)아트컴퍼니 해랑/세손가락 등 지역예술가 그룹</li> <li>강릉원주대학교 해양생태환경학과</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	강원도 강릉시 해변 어촌마을 일대 및 지역대학 등 청년커뮤니티공간
수혜지역	강원도 강릉시
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>지누아리 이야기 수집 3회</li> <li>주민기획단 모집 4회</li> <li>스토리제작 15회</li> <li>낭독회 및 이야기 콘서트 1회</li> </ul>
이용자수	총 151명 회차별 평균 7명
사업홍보	영상 2건
비고	

(23) 제주극장 사회적협동조합

구분	내역
사업명	제주굴밭예술놀이터
주관단체명	제주극장 사회적협동조합
사업목적	제주의 대표적 농산물인 굴을 매개로 일과 여가가 분리되지 않았던 지역주민의 과거의 경험을 복원하는 한편, '굴'을 통한 세대를 잇는 가치, 다양성의 가치 등을 굴밭예술놀이터 활동을 통해 문화콘텐츠로 개발
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>우리마을 놀이기획단 '굴쟁잇당'이 만드는 놀이터 프로그램 <ul style="list-style-type: none"> <li>굴밭올레길놀이터(동물원, 숭바꼭질 등 놀이결합) (4월)</li> <li>굴강스, 굴밭 힐링댄스 (5월)</li> <li>굴밭 워터파크(물총싸움), 1인1굴나무가지 갖기 (7월)</li> <li>굴밭소풍, 다함께 &lt;굴림풍악&gt;(공연) (9월)</li> <li>굴쟁잇당 수료식(10월)</li> <li>성과공유회(11월)</li> </ul> </li> </ul>
사업유형	주민기획단(굴재밋당) 운영(워크숍 기반), 공연(댄스), 체험프로그램

구분	내역
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>서귀포시 감귤박물관</li> <li>서귀포시 안덕면 연합청년회</li> <li>사단법인 마로, 예술공간 오이, 연극놀이터 외랑와랑 소속 예술가들</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	제주특별자치도 서귀포시 안덕면 창천리 마을회관 외 5곳
수혜지역	제주특별자치도 서귀포시
비대면 여부	
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>'굴쟁잇당' 프로그램 10회</li> <li>주민라운드테이블 2회</li> </ul>
이용자수	총 497명 회차별 평균 41명
사업홍보	언론보도 3회(서귀포 문화예술포털, 뉴스라인제주, 제주의 소리) 지역방송국 홍보(제주KBS) sns홍보, 블로그홍보
비고	

#### (24) 예술기획 오드

구분	내역
사업명	예술의거로
주관단체명	예술기획 오드 (제주시 도두항서)
사업목적	제주 거로마을의 대표적 문인 양중해시인의 삶과 문학작품을 매개로 제주를 대표하는 '인문학마을'이라는 지역적 정체성을 회복하고 주민들의 자부심을 고취
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>시인 양중해의 삶 아카이브 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 사료와 기록중심 아카이브(연대별 기록물, 발간물 정리)</li> <li>· 마을주민들이 기억하는 시인 양중해 '인터뷰'(영상, 사진, 글)</li> </ul> </li> <li>동백다방프로젝트 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 주민기획단 조직</li> <li>· 독서모임(내마음의동백다방)</li> <li>· 문화예술교육(동백야학)</li> <li>· 마을유적지 답사</li> <li>· 시인양중해기념축제&lt;한라별곡&gt;</li> <li>· 거로마을주민주도형 축제</li> </ul> </li> </ul>
사업유형	공연, 교육, 체험(유적지 답사, 독서모임)
총사업비	49백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>예술기획 오드</li> <li>지역주민(거로마을회, 거로마을노인회, 거로마을청년회 등)</li> <li>기타: 지역예술가, 단체, 지역기관, 관광소</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	제주특별자치도 제주시 거로마을회관, 문화공간 양
수혜지역	제주시
비대면 여부	계획상 없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>문학작품 감상 회차당 8회</li> <li>문화예술교육 11회</li> <li>유적지 답사 2회</li> <li>발표 및 음악회 2회</li> <li>기타 : 영상물, 저작물 각 1종 제작</li> </ul>
이용자수	총 207명 회차별 평균 10명
사업홍보	언론보도실적 3건(제주일보, 뉴제주일보, 한라일보) 웹포스터 및 카드뉴스 제작
비고	

(25) 제주리본길

구분	내역
사업명	소랑팡제주 - 제주어 주민예술축제
주관단체명	제주 리본길 (제주특별자치도 제주시 칠성로길)
사업목적	제주어의 가치를 알리고 보존하는 취지를 더한 문화예술 공연과 제주의 색을 강조해 예술마켓 운영
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>· “소랑팡제주 제주어 문화예술축제” 문화가 있는 날 주간에 소규모 축제, 최종 합동 축제 운영</li> <li>· 제주어공연+마켓+전시+체험이 하나가 되어 열리는 다양한 감각으로 느끼는 축제이자 일상 속에서 제주어를 접할 수 있는 제주어 대표 핫플레이스 조성</li> <li>· 오감 아닌 다양한 감각으로 제주어를 접할 수 있는 축제의 장 컨셉</li> <li>· 제주어 통역사(도슨트) 및 기자단 모집 운영</li> </ul>
사업유형	축제(프리마켓, 공연, 전시, 체험), 교육
총사업비	총 50백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	1년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 제주 리본길 사무국</li> <li>· 주민예술가(4대가죽음악단, 다물문화예술학교 등)</li> <li>· 주민기획단</li> <li>· 주민셀러(핸드메이드 작가)</li> <li>· 협력 및 후원사(도립제주문학관, 제주문인협회)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-10월
사업장소	제주특별자치도 제주시 제주문학관/ 신산공원
수혜지역	제주특별자치도 제주시
비대면 여부	계획 상 없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 소랑팡주민기획단 회의 17회</li> <li>· 소랑팡주민활동가 역량강화 프로그램 10회</li> <li>· 소랑팡제주 문화예술축제 1회</li> </ul>
이용자수	총 205명 회차별 평균 10명
사업홍보	언론보도 2건(헤드라인제주)
비고	

(26) 마을인시장 사회적협동조합

구분	내역
사업명	물 따라 넘실거리는 <버들치마을 사람들>
주관단체명	마을인시장 사회적협동조합 (서울특별시 성북구)
사업목적	<버들치가 사는 마을>이라는 생태마을로서 비전을 세우고 친환경 생태마을 브랜드 강화를 위한 지역콘텐츠 개발/운영
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>· &lt;버들치가 사는 마을&gt; 주민협의체 활성화를 통한 비전/역할 세우기</li> <li>· 주민 주체별 기획단 모임 (32회)</li> <li>· 버들치마을 &lt;근거리동네 건강투어&gt; (총8회)+&lt;느린 마을밥상&gt; (총 8회)+&lt;작은 음악회&gt; (총 8회)</li> <li>· &lt;버들치마을전시회&gt; 정릉천변에서 펼쳐지는 ON/OFF 전시회 (8회)</li> <li>· &lt;버들치가 사는 마을&gt; 친환경 생태마을로서 브랜드 강화를 위한 지역콘텐츠 개발/운영</li> <li>· &lt;버들치마을이야기 B_story &gt; 친환경 실천을 위한 마을 매거진 발간 (1종)</li> <li>· &lt;버들치마을로 놀러오세요&gt; 로컬 관광 홍보 영상 제작 (5종)</li> <li>· &lt;버들치사랑&gt; 친환경 실천을 위한 식경험 워크숍 개발/운영 (1종)</li> <li>· &lt;버들치마을 예술가&gt; 생태환경워크숍 개발/운영(1종)</li> <li>· &lt;버들치마을&gt; 생태환경 디자인 홍보기념품 개발/제작(1종)</li> </ul>
사업유형	전시, 공연, 체험, 워크숍 등
총사업비	총 80백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	2년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 마을인시장 조합원</li> <li>· 공공기관(성북문화재단 지역문화팀, 국민대행정학과, 서경대학교 등)</li> <li>· 민간단체(청년밥상문간, 성북청년시민회 등)</li> </ul>

구분	내역
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	서울시 성북구 정릉천 생활권 일대(슬로카페달팽이, 홈인정릉, 정릉천별동대, 청년살이발전소, 청년밥상문간, 아크 등)
수혜지역	서울시 성북구
비대면 여부	계획상 해당없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기획단 모임 102회</li> <li>• 건강투어 8회/ 느린 마을밥상 체험 8회/작은 음악회 /전시회 32회</li> <li>• 매거진, 기념품 개발/제작, 워크숍 등 활동 다수</li> </ul>
이용자수	총 34,359명 회차별 평균 112명
사업홍보	언론보도 181건, 영상물 24종
비고	

(27) 사단법인 마포공동체라디오

구분	내역
사업명	마포동네책방 페스티벌
주관단체명	사단법인 마포공동체라디오 (서울시 마포구)
사업목적	마포구 지역 내 지역밀착형 문화공간으로서의 '동네책방' 네트워크 조성 및 지역 특성을 반영한 동네책방 연계형 축제 프로그램 개발 운영
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 마포동네책방페스티벌(문화가 있는 날 축제기간 1주일 간 25개 책방 자체 기획 강연, 체험, 공연 프로그램 동시운영)</li> <li>• 책방기획단</li> <li>• 마포동네책방네트워크 조성</li> <li>• 동네책방클럽(동네책방 5곳 기반) 공동프로그램 운영</li> <li>• 마포동네책방친구들(지역도서관 활성화 협약 추진 및 프로그램 운영)</li> </ul>
사업유형	축제, 워크숍 (마포구 동네책방 네트워크 활성화를 통한 자체 페스티벌 기획 운영)
총사업비	총 61백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	2년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사단법인 마포공동체라디오</li> <li>• 이우리복스, 마포구청 문화예술과 문화시설팀장, 마포구의회 복지도시위원장, 경의선책거리 등</li> </ul>
사업기간	2022년 6월-10월 문화가 있는 날 주간 토요일
사업장소	마포공동체라디오, 공간플루토, 경의선책거리
수혜지역	서울시 마포구
비대면 여부	계획상 해당없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네트워크 회의 25회(동네책방클럽 6회, 책방기획단 10회, 동네책방친구들 9회)</li> <li>• 마포동네책방페스티벌 2회</li> </ul>
이용자수	총 706명 회차별 평균 26명
사업홍보	영상 4건, 포스터 6개
비고	

(28) 블루밍협동조합

구분	내역
사업명	평화롭고 생태로운 조강행
주관단체명	블루밍협동조합 (경기도 김포시)
사업목적	조강치군패놀이 콘텐츠 개발·공연과 조강평화생태축제를 통해 김포시 조강의 역사와 생태, 문화를 이해하는 화합의 장을 만들
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>조강치군패놀이 콘텐츠 개발                             <ul style="list-style-type: none"> <li>지역 고유 문화자원인 '조강치군패놀이'를 바탕으로 콘텐츠 개발</li> <li>'조강치군패놀이'의 전통성에 조강의 역사·평화·생태 내용이 결합된 콘텐츠 개발</li> </ul> </li> <li>조강치군패놀이 콘텐츠 공연                             <ul style="list-style-type: none"> <li>'애기봉평화생태공원' 관광객 대상으로 '조강치군패놀이' 공연</li> <li>지역 내 다양한 인적자원과 연계하여 공연자 전원 지역주민으로만 구성</li> </ul> </li> <li>조강평화생태축제                             <ul style="list-style-type: none"> <li>조강마을에서 열리는 주민주도의 평화생태축제</li> <li>참여형 '조강치군패놀이' 공연 중심의 다양한 주민참여형 평화·생태 프로그램</li> </ul> </li> </ul>
사업유형	축제, 공연, 체험
총사업비	총 80백만원(국고보조금), 자부담 없음
참여연차	2년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>블루밍협동조합</li> <li>조강평화생태축제 주민운영위원회, 김포시 문화예술과, 김포문화재단, 조강치군패보존회, 월곶면주민자치회, 주민주체사업단</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	김포시 월곶면 조강2리 마을회관, 애기봉평화생태공원
수혜지역	경기도 김포시
비대면 여부	계획상 해당없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역네트워크를 위한 감담회 10회</li> <li>조강치군패놀이 콘텐츠 개발 공연 39회</li> <li>조강콘텐츠 페스티벌 및 조강치군패놀이 공연 2회</li> </ul>
이용자수	총 267명 회차별 평균 30명
사업홍보	지역신문 보도자료, 기사 등 5회 이상 홍보
비고	

(29) 온몸주식회사

구분	내역
사업명	구름공장 페스타
주관단체명	온몸 주식회사 (충북 청주시)
사업목적	옛 청주 연초제조창을 콘텐츠로 한 공연, 체험, 워크숍 프로그램 등을 운영
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>월간구름공장(5회)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>지역민을 대상으로 옛 담배공장의새로운 문화발굴 아이디어 공유 워크숍 및 준비모임</li> <li>단단한 모임(상인단, 기획단, 예술단)</li> </ul> </li> <li>구름공장 페스타(5회)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>2022년(6월, 7월, 8월, 9월, 10월) 5개월 문화가 있는날 시민문화예술축제 운영</li> <li>옛담배공장의 콘텐츠를 기반한(직장과 휴식)을 개념으로 한 콘텐츠 확장 및 개발, 오늘은 월급날, 직장문화씨클경연대회(연초제조창)위문공연, 탁아실 등 구름공장페스타 주민기획단발족</li> </ul> </li> </ul>
사업유형	축제, 워크숍, 세미나, 공연, 경연대회, 마켓 등
총사업비	총 80백만원(국고보조금), 자부담 없음
참여연차	2년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>온몸주식회사</li> <li>시민기획단(우담이, 총괄PM)</li> <li>지역문화단체 및 예술가(청주시문화산업진흥재단, 충북민예총청년위원회 등 지역 청년 문화예술 단체(인) 및 협회)</li> </ul>

구분	내역
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적경제협의회 ((주)레드북커스, (주)안앤리, (주)수지, (주)방마루등 지역 사회적 경제기업)</li> <li>• 지역단체(청주도시재생지원센터, 청주충북환경운동연합, 충북사회혁신센터)</li> <li>• 주변상인회(내덕동 주민자치회의 및 주변 커피숍 및 아트마켓, 공방 등 네트워크)</li> </ul>
사업기간	2022년 5월-11월
사업장소	충북 청주시 동부창고 일대
수혜지역	충북 청주시
비대면 여부	대면과 비대면 하이브리드로 진행
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 월간구름공장 8회(문화발굴 아이디어 공유 워크숍 및 준비모임)</li> <li>• 구름공장페스타 5회(축제, 공연, 경연대회, 마켓 등)</li> </ul>
이용자수	총 2,430명 회차별 평균 186명
사업홍보	언론보도 1건(중부매일), 포스터 1000부
비고	

(30) (주)문화예술기획살로메

구분	내역
사업명	2022 관아골 프리덤: 관아골 SOUND WEEK
주관단체명	주식회사 문화예술기획살로메 (충북 충주시)
사업목적	충추 역사와 문화의 요충지 관아골을 중심으로 문화아지트, 사랑방을 구성하여 지역문화콘텐츠 프로그램 기획·운영
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 충주 관아골에서 지역민이 모여 함께 만든 공연콘텐츠 &lt;관아골 프리덤&gt; 운영</li> <li>• 관아골만의 역사문화콘텐츠 마을음악축제 &lt;관아골 1930&gt; 개최</li> <li>• 관아골 사업 아카이빙 자료집 제작</li> <li>• 주민기획단 워크숍, 간담회</li> <li>• 관아골 방앗간 모임</li> <li>• 관아골 드로잉 북 체험</li> <li>• AR체험과 함께하는 주민참여 음악극</li> <li>• 2022 관아골 프리덤 성과공유회</li> </ul>
사업유형	축제, 워크숍, 공연, 체험
총사업비	총 80백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	2년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주식회사 문화예술기획살로메</li> <li>• 기관: 충주시 문화예술과, 충주시 성내, 충인동 주민센터, 충주시 교육지원청, 충주 중원문화재단, 충주 도시재생지원센터, 충주 문화콘텐츠연구소</li> <li>• 단체: 충주 관아골 청년상인협회, 충주 관아골 평화의소녀상 추진위, 충주시 사회적기업협의회, 마을을 노래하는 사람들(충주 로컬싱어)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	충북 충주시
수혜지역	충북 충주시 관아골동화관, 관아골문화창업재생허브, 관아공원
비대면 여부	계획상 없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관아골 방앗간 모임 7회</li> <li>• 관아골 프리덤 3회</li> <li>• 관아골 성과공유회 1회</li> <li>• 기타 행사 추진 회의 및 워크숍 다수</li> </ul>
이용자수	총 624명 회차별 평균 80명
사업홍보	충청권 신문사 보도 15건, 기획기사 2건, KBS 취재 1건, 충주톡 홍보 5건
비고	자체설문조사 진행

(31) (주)혜안

구분	내역
사업명	다시 서는 문화 장날, 로컬메이드 규암
주관단체명	주식회사 혜안 (충청남도 부여군)
사업목적	지역 예술가, 청년과 주민들이 함께 마을 공동체 형성하여 문화장터, 스토리텔링 콘텐츠 등을 함께 기획, 운영
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 로컬메이드 마켓: 농산물, 공예품, 체험상품, 지역예술가 공연 등 우리 지역에서 만들어지는(로컬메이드) 상품들을 소개하는 문화장터</li> <li>• 황포돛배 콘서트: 규암 나루터의 황포돛배 위에서 펼쳐지는 지역예술가들의 공연</li> <li>• 매거진 규암: 지역주민들과 지역에서 활동하는 생산자들의 이야기, 우리 지역의 소식, 행사 준비과정 등을 담은 스토리텔링 콘텐츠</li> <li>• 옛바위 시사이트: 청년농부, 공예작가, 지역예술가, 일반 주민 등을 패널로 편만한 분위기에서 진행되는 골방 토크쇼</li> </ul>
사업유형	공연, 동아리활동(토크쇼, 매거진), 장터
총사업비	총 80백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	2년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주식회사 혜안</li> <li>• 부여군청</li> <li>• 규암리마을회</li> <li>• 규암면농촌중심지활성화사업추진위원회</li> <li>• 충청남도친환경청년농부연합회</li> <li>• 공예마을 규암장터</li> <li>• 한국전통문화대학교</li> <li>• 주식회사 요요</li> <li>• 팜스마켓</li> <li>• 서천군 문화예술과 모시소곡주팀</li> <li>• 한산모시공예마을</li> <li>• 한국예총 서천지부</li> <li>• 플레이바스</li> <li>• 지역언론(뉴스토마토, 아시아뉴스통신, 인사이트부여)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	충청남도 부여군 규암 수북정, 규암나루터, 규암강변도로, 자온로 등
수혜지역	충청남도 부여군
비대면 여부	있음(1회)
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 로컬메이드 마켓 3회, 강변 콘서트 3회, 옛바위 인사이트 3회</li> <li>• 매거진 규암 월별 3회 총 18회 업로드</li> <li>• 옛바위 시사이트 6회</li> <li>• 모시월드 2회, 모시인사이트 2회</li> </ul>
이용자수	총 7,765명 회차별 평균 408명
사업홍보	지역 언론보도 10건 이상
비고	

(32) 영화문화협동조합 씨네포크

구분	내역
사업명	네트워크형 망미마을극장 프로젝트
주관단체명	영화문화협동조합 씨네포크 (부산광역시 수영구)
사업목적	수영구 망미동을 중심으로 영화콘텐츠를 활용하여 시민이 기획하고, 만들고, 즐기는 문화콘텐츠 운영
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>망미 커뮤니티시네마 '봄봄' : 책방, 갤러리, 카페 등 망미동의 다양한 문화공간을 영화상영 공간으로 발굴하여, 지역밀착형 커뮤니티 영화문화를 만들어가는 프로그램</li> <li>망미 영화문화공작소 '사부작' : 주민, 장인, 문화예술인이 함께 영화를 매개로 한 다양한 활동을 기획하고 제작하여 공유하는 프로그램</li> <li>망미 아카이브 '티키타카' : 망미동 사람, 장소, 커뮤니티에 관한 이야기를 문자, 영상, 소리라는 다양한 매체를 통해 수집, 발굴, 연구하는 과정을 통해 지역을 다각적으로 이해하고 홍보하는 아카이브 프로그램</li> <li>망미 영화문화축제시민기획단 : '봄봄', '사부작', '티키타카'에 참여한 주민과 커뮤니티가 영화문화축제 '망미, 영화나들이'를 공동으로 기획하고 실행하는 프로그램</li> </ul>
사업유형	워크숍(영화제작), 체험(작가와 함께 커뮤니티 예술 활동), 교육(아카이브, 영화제작), 축제(전시, 상영회, 이벤트 등)
총사업비	총 80백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	2년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	영화문화협동조합 씨네포크 <ul style="list-style-type: none"> <li>지역 공동체: 망미 주민, 망미 커뮤니티(망미골목아름다운이웃, 망미공작소, 망미중앙시장 등)</li> <li>커뮤니티 공간 : 갤러리 6곳, 책방 4곳, 그 외 공방 및 카페</li> <li>행정기관: 수영구청, 부산광역시 도시재생센터 B-con 그라운드 연구기관: 경성대학교 글로컬문화학부, 동의대 영화트랜스미디어연구소</li> <li>영화기관: 부산국제단편영화제, 부산독립영화협회</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	부산시 수영구 망미동, 수영동 일대 씨네포크, 갤러리 영영, 꽃사미로, 구락생활문화센터 등
수혜지역	부산시 수영구 망미동, 수영동 일대
비대면 여부	계획 상 없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>극장전워크숍 6회</li> <li>플림농장워크숍 8회</li> <li>시민기획단, 망미영화나들이 기획회의 4</li> <li>망미 영화나들이(커뮤니티 사영회, 극장적 전시, 주민영화 상영) 1회</li> </ul>
이용자수	-
사업홍보	-
비고	

(33) 봄봄콘텐츠

구분	내역
사업명	어바웃 서부 - 문화煎
주관단체명	봄봄콘텐츠 (강원도 강릉시)
사업목적	강릉서부시장의 전(煎) 역사를 반영한 지역 고유의 콘텐츠 개발, 운영
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역주민 대상 사전설문조사(서부시장-문화콘텐츠 연계, 인지도, 문화프로그램 수요조사)</li> <li>시민(서부)기획단 운영(1년차 1기에 이어 2년차 2기 진행) 30명 대상</li> <li>월별 라운드데이블(시민 참여형 6회)</li> <li>다방: 전년도 발굴된 3개 다방 거점으로 차(茶)와 전(煎)연계형 문화프로그램 운영</li> <li>키즈 드로잉전(유-초등 대상 서부시장 그리기대회)</li> <li>영화: 삼성전과 함께 차 안에서 문화공연 즐기는 프로그램 운영</li> <li>인문: 건축, 스토리텔러 등과 함께 서부시장, 주변공간 문화, 역사 나눔형 인문학 프로그램</li> <li>점심: 점심시간 활용한 소규모 버스킹</li> </ul>
사업유형	워크숍, 공연, 전시
총사업비	총 80백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	2년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체	<ul style="list-style-type: none"> <li>봄봄콘텐츠</li> </ul>

구분	내역
(협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>서부시장번영회, 임당동상인회, 중앙동 도시재생 현장지원센터, 중앙동자치위원회(주민협의체)</li> <li>강릉문화재단, 강릉시청 책 문화센터</li> <li>강릉원주대학교</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	강릉시 서부시장 지역 일대
수혜지역	강릉시
비대면 여부	계획상 없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>라운드테이블 7회</li> <li>자문회의 2회</li> <li>인문:전 2회, 점심:전 2회, 다방:전 2회 등</li> <li>시민기획단 활동 10회</li> </ul>
이용자수	총 869명 회차별 평균 150명
사업홍보	지역방송국(라디오), 유튜브 촬영
비고	자체설문조사 진행(400명 대상)

### (34) 지역문화예술연대 다가치

구분	내역
사업명	덕포나루 '뗏꾼 & 전산옥 로망스' season 2
주관단체명	지역문화예술연대 다가치 (강원도 영월군)
사업목적	영월 덕포의 뗏꾼과 전산옥을 기반으로 한 문화콘텐츠 프로그램 운영하여 지역브랜드를 구축하고 지역문화를 활성화하고자 함
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>뗏꾼이 사랑한 전산옥 주막 '뗏꾼 레시피'</li> <li>· 2021 청년예술가 발굴 @ 공간 발굴 '만지' 활용 뗏꾼의 밥상 개발</li> <li>· 뗏꾼의 술 옥수수 활용 개발 예정 (마을 어르신들과 공동작업)</li> <li>· 뗏꾼&amp;전산옥 로망스 극만들기</li> <li>· 2021 개발 대본과 음악 기반 마을 청년예술가 협업 극제작</li> <li>· 마을내 예술인과 관련 굿즈 디자인 및 문화상품 시제품 공동작업</li> <li>· 오일장에 올려 퍼진 뗏목아리랑</li> <li>· 오일장 활용 일상 속 문화 프로그램 추진</li> </ul>
사업유형	공연(극단), 체험(뗏꾼의 술 레시피 등), 축제(오일장)
총사업비	총 80백만원(국고보조금, 자부담 없음)
참여연차	2년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역문화예술연대 다가치</li> <li>· 영월문화재단</li> <li>· 덕포 4-5 굿이굽이협동조합</li> <li>· 전문 문화예술: 청년복합문화공간 살롱더스트링, 진달래 정의사 레지던시 사업 참여예술인, 동강사진작가 협회</li> <li>· 생활 문화예술: 덕포 4-5리 생활문화공동체 6팀, 영월아이랑보존회 외 토손민요관련 3팀, 극단 동강외 생활예술인</li> <li>· 덕포나루 '뗏꾼 &amp; 전산옥 로망스'</li> <li>· 기타: 덕포 4-5리 도시재생센터/주민협의체/발전위원회 등</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	영월군 영월읍 덕포리 덕포상설 5일장이 서는 '덕포 4-5리 일대' 덕포장터, 2021 발굴공간 '만지' 외 4곳
수혜지역	영월군 영월읍 덕포리
비대면 여부	경우에 따라 비대면 온라인 콘텐츠 진행 준비
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 주민 기획회의 24회</li> <li>· 마을 배우 만들기 29회</li> <li>· 역량강화 프로그램 10회 / 자원조사 20회 이상</li> <li>· 문화가 있는 날 프로그램 5회</li> <li>· 특강 2회</li> </ul>
이용자수	총 3,030명 회차별 평균 35명
사업홍보	언론보도 1회, SNS 홍보(100회)
비고	

(35) 크리에이티브영

구분	내역
사업명	예술 업 사이클링 (사라지GO 잊혀지GO 기억하고GO)
주관단체명	크리에이티브 영(creative 0) (서울시 동작구)
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 내 문화자치 기반 구축을 통한 동네 예술가 활동 활성화</li> <li>개인 문화참여 활성화를 통한 우리 동네 문화가 있는 날 확산</li> <li>주민 기획, 운영단 역량 강화를 통해 고고고 예술제 안정화</li> </ul>
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>[운 영 단] 고고고 프렌즈 : 예술가와 지역주민 예술네트워크 확산</li> <li>동작탐구생활 아카이브 展 / 총 16회</li> <li>예술지기 : 축제(별별예술제) 기획, 운영을 위한 워크숍 프로그램</li> <li>별별 예술제 : 공감토크쇼 및 전시, 공연 / 총1회</li> </ul>
사업유형	축제, 워크숍, 전시, 공연
총사업비	국고보조금 30,000천원 자부담금 12,900천원(동작문화재단, 문화공간 공공 문화예술 협동조합, 리자리, 지금의 세상) 총 42,900천원
참여연차	3년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	고고고 사무국(크리에이티브 영) <ul style="list-style-type: none"> <li>민관 컨소시엄(동작문화재단, 문화공간 공공 문화예술협동조합, 지금의 세상, 리자리 컴퍼니, 동작구청, 구립 김영삼도서관)</li> <li>고고고프렌즈(지역예술가 70명, 지역 예술단체 11개, 주민 50명)</li> <li>주민 자치회(흑석동 주민자치회, 상도동 주민자치회, 사당동 주민자치회, 대방동 주민자치회)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	서울시 동작구 동작청년카페 THE 한강, 지금의 세상, 예술 공간 공공
수혜지역	서울시 동작구 일대 (흑석동, 상도동, 대방동, 노량진동(본동), 사당동)
비대면 여부	계획 상 없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>동작탐구생활 아카이브 展 총 10회</li> <li>예술지기 : 축제(별별예술제) 기획, 운영을 위한 워크숍 프로그램 10회</li> <li>별별 예술제 : 공감토크쇼 및 전시, 공연 총 1회</li> </ul>
이용자수	총 531명 회차별 평균 50명
사업홍보	언론보도 9회, 영상 1건
비고	

(36) 시네마다방

구분	내역
사업명	왕성조치원프로젝트
주관단체명	시네마다방 (세종특별자치시 조치원읍)
사업목적	왕성크장과 조치원의 스토리를 바탕으로 주민과 전문가가 함께 영화를 만드는 영화제작 프로그램 운영
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>READY 조치원르네상스 <ul style="list-style-type: none"> <li>주민 영화제작단 '왕성단 2기' 모집</li> <li>주민 참여 독려 'Q&amp;A 라운드 테이블'</li> <li>왕성단 2기 발대식 '영화 제작 워크샵'</li> <li>지역 배우 오디션, 시나리오 작성, 대본 리딩 등 촬영 준비</li> </ul> </li> <li>ACTION 조치원르네상스: 촬영 및 편집</li> <li>PLAY 조치원르네상스: 성과 공유 '조치원 르네상스 시사회'</li> </ul>
사업유형	영화제작, 워크숍(영화제작), 행사
총사업비	총 80백만원 (국고보조금), 자부담 없음
참여연차	3년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	시네마다방 <ul style="list-style-type: none"> <li>유관기관: 세종창조경제혁신센터, 세종시청자미디어센터, PAL문화유산센터</li> <li>왕성단2기: 주민영화제작단</li> <li>전문가: 고봉수 감독, 영상대 교수, 필름다빈 대표</li> </ul>

구분	내역
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	세종특별자치시 조치원을 연기복싱체육관 외 5곳
수혜지역	세종특별자치시 조치원읍
비대면 여부	계획 상 없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>영화를 제작하고 촬영, 편집하는 과정에서 유동적으로 운영</li> <li>주민 역량 강화 및 워크숍 14회</li> <li>아카이빙 영상 7개 제작 / 아카이빙 OST제작</li> <li>조치원 을 로케이션 주민제작 영화 &lt;빛가리&gt; 제작</li> </ul>
이용자수	총 4,902명 회차별 평균 400명
사업홍보	언론보도 5회(CJB청주방송, KBS대전 등), 영상 7건
비고	자체설문조사 실시

(37) 창의문화예술 흥.신.소

구분	내역
사업명	농(農) 리브 디 아트
주관단체명	창의문화예술 흥.신.소 (충북 청주시)
사업목적	농촌문화자원을 기반으로 지역문화예술을 활성화
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>[모두의 텃밭 - 오도이촌단, 텃밭살롱] 마을 내 공용 텃밭을 함께 가꾸어 문화예술 거점 공간을 조성하고 지역민들과 도시민들이 함께 만드는 러스틱라이프</li> <li>[농(農) 리브 기록전] 농촌 생활, 공동체의 삶에 관한 이야기와 공감의 기록 전시</li> <li>[허수아비 축제] 풍년과 안녕을 기원하는 지역 문화예술 대축제</li> <li>[김장 나눔] 풍요로운 먹거리와 따뜻한 온정을 나누는 김장 나눔</li> <li>[농식당 - 약수밥상원정대] 우리 지역 식재료와 식문화를 담은 대표 밥상 만들기</li> </ul>
사업유형	전시, 축제, 체험(식문화체험, 공동텃밭 등)
총사업비	국고보조금 70백만원 자부담 30백만원(청주시) 총 100백만원
참여연차	3년차 (2021년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>창의문화예술 흥.신.소 사무국</li> <li>협력기관(청주시, 내수읍 행정복지센터, 내수농협하나로마트 등)</li> <li>주민조직(비중리, 저곡리, 비상리, 우산리, 세교리, 내수읍 이장협의회 등)</li> <li>민간단체(청주성안길상점가상인회, 손손기획 등 56명)</li> <li>기타(비중리 서포터즈)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	충북 청주시 비중리 마을 일대
수혜지역	충북 청주시
비대면 여부	있음(3회)
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>오도이촌단과 텃밭 살롱, 손맛연구, 약수밥상원정대는 수시 운영</li> <li>김장나눔행사, 허수아비 축제, 농리브 기록전은 각 1회</li> </ul>
이용자수	총 8,017명 회차별 평균 100명
사업홍보	신문보도 6회, 영상 취재 보도 2건
비고	

(38) 울산쇠부리축제추진위원회

구분	내역
사업명	달천문화광산
주관단체명	울산쇠부리축제 추진위원회 (울산광역시 북구)
사업목적	주민 스스로 지역문화를 깨내는 '문화광부'를 구성하고, 울산 북구 문화자간 '울산쇠부리문화'와 '달천천장'을 기반으로 한 프로그램을 운영하여 주민의 주체성 향상
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주민기록단 구성, 주민주도 아카이브 진행 '기억이음리서치' 운영, 성과공유회 '지역문화콘서트'</li> <li>• 세대별 '문화광부'를 모집하여 대상별 문화체험, 교육프로그램 '달천문화공작단' 진행</li> <li>• 문화광부 라운드테이블</li> <li>• 상설프리마켓 철철철마켓 월별 진행</li> <li>• 체인 앤 체인지(지역주민 발굴 네트워크)</li> <li>• 쇠부리 TV(콘텐츠 영상화)</li> </ul>
사업유형	공연(공과공유 콘서트), 교육, 프리마켓
총사업비	국고보조금 65백만원 자기부담금 28백만원(울산광역시 북구) 총 93백만원
참여연차	3년차 (2020년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 달천문화광산</li> <li>• 지역주민 및 커뮤니티(달천마을공동체, 화인아트페인팅 등)</li> <li>• 울산쇠부리축제 추진위원회</li> <li>• 지자체 및 협력단체(울산광역시 북구, 울산광역시 교육청, 농소3동 행정복지센터, 북구예술창작소 소금나루2014 등)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-12월
사업장소	울산광역시 북구 달천철장
수혜지역	울산광역시 북구
비대면 여부	계획 상 없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기억이음리서치 운영 10회</li> <li>• 달천문화공작단(체험, 교육프로그램) 21회</li> <li>• 문화광부 라운드테이블 6회</li> <li>• 철철철마켓(상설프리마켓) 5회</li> <li>• 문화광부가 부르는 철의 노래 20회</li> <li>• 체인 앤 체인지(지역주민 발굴 네트워크) 회의 2회, 공유회 4회</li> <li>• 쇠부리 TV(콘텐츠 영상화) 문화가 있는 날 주간에 업로드</li> <li>• 성과공유회 '지역문화콘서트' 1회</li> </ul>
이용자수	총 3,201명 회차별 평균 46명
사업홍보	언론보도실적 12회 홍보실적 영상 8건
비고	

(39) 진한컴퍼니

구분	내역
사업명	사계절 벚꽃장
주관단체명	진한컴퍼니 (경상남도 창원시)
사업목적	사계절 지지 않는 벚꽃 및 여좌천 등 지역 자원을 활용하여 지역 특화콘텐츠(프로그램, 상품 등) 및 개발 및 운영
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 문화예술시장 주체 &lt;벚꽃기획단&gt; 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 마을 주민, 마을 공방, 지역문화예술인, 관으로 구성된 &lt;사계절 벚꽃장&gt; 주체 양성</li> <li>· 월 1회 이상의 교류 및 지역 특화 콘텐츠 개발, 참여 주민 발굴 및 유도</li> </ul> </li> <li>• 지역 문화예술시장 &lt;사계절 벚꽃장&gt; 실행 및 브랜딩 <ul style="list-style-type: none"> <li>· &lt;애프터 벚꽃장&gt; 개최(비대면)</li> <li>· 페스티벌, 야시장 등 컨셉 있는 지역 문화예술시장 개최(대면)</li> <li>· 체험, 전시판매, 공연 등</li> <li>· 11월 성과공유발표회 &lt;사계절 벚꽃장 어워즈&gt; 개최</li> </ul> </li> <li>• 지역 특화 콘텐츠 및 상품 개발</li> </ul>

구분	내역
사업유형	• 사업운영 컨설팅 및 타 단체 교류 축제, 공연, 체험, 워크숍(기획단 회의, 운영컨설팅)
총사업비	국고보조금 100백만원 자기부담금 43백만원(창원시 문화예술과) 총 143백만원
참여연차	3년차 (2020년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	• 진한컴퍼니 • 마을주민조직: 2개(블라썸여좌사회적협동조합, 여좌동주민자치협의회) • 지역(청년)문화예술단체: 9개 (시간과공간_스미, 도손컴퍼니, 문화예술원 자람, 브라이트니스, 스페이스인 은하, 아트플러스 등) • 공방: 13개(규방칠우, 도자랑, 블로썸프로젝트 등) • 행정기관: 2개(창원시청 문화예술과, 여좌동행정복지센터)
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	경상남도 창원시 진해구 여좌천 일대, 블라썸커뮤니티센터
수혜지역	경상남도 창원시 진해구
비대면 여부	대면과 비대면 병행
프로그램 운영 횟수	• 벚꽃기획단 총 14회 • 취향공동체 30회 • 지역 특화 콘텐츠 개발 사업 기간 내 지속적 진행 • 지역특화체험키트 개발 23개 • 사업운영 컨설팅 6회 이상 • 단체 교류 프로그램 5회 • <사계절 벚꽃장> 실행 5회 (비대면 메타버스 프로그램 9개, 대면 및 체험 프로그램 28개)
이용자수	총 4,108명 회차별 평균 68명
사업홍보	캐릭터 개발 4회
비고	

#### (40) (재)춘천인형극제

구분	내역
사업명	WOW!(Wonderful Objet World) : 환상의 인형 놀이터
주관단체명	재단법인 춘천인형극제 (강원도 춘천시)
사업목적	춘천인형극제에 지역의 주민들이 자발적으로 기획하고 참여하는 프로그램을 운영하여 시민형 예술축제 개최하고 시민의 문화에 대한 관심 증대
사업내용	• 지역문화예술의 플랫폼 '춘천인형극장'을 활용, 시민주도형 인형연극제 기획, 운영 · 시민기획팀과 지역예술인이 매칭되어 아이디어 논의, 인형제작영상 제작 · 'WOW! 영화 놀이터' 직접 만든 이야기로 대본연습 · 'WOW! 공연 놀이터' 최종대본 수정 및 공연연습 · 'WOW! 놀이터 페스티벌' 시민주도형 페스티벌 개최
사업유형	교육(인형극 제작, 기획, 공연), 축제(인형극 공연)
총사업비	국고보조금 100백만원 자기부담금 43백만원(춘천시 문화예술과) 총 143백만원
참여연차	3년차 (2020년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	• 재단법인 춘천인형극제 • 춘천시도시재생센터 • 춘천시 마을자치지원센터 • 국공립 어린이집연합회
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	강원도 춘천시 춘천인형극장
수혜지역	강원도 춘천시
비대면 여부	인형극제작영상은 비대면, 다른 프로그램은 대면 진행
프로그램 운영 횟수	• 시민기획팀 팀별 워크숍 29 • 시민기획팀 교류회 - 퍼레이드 1회 • 지역예술인과 시민이 함께 인형제작영상 제작, 수시 진행

구분	내역
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 'WOW! 영화 놀이터' 직접 만든 이야기로 대본연습 다수</li> <li>• 'WOW! 공연 놀이터' 최종대본 수정 및 공연 연습 다수</li> <li>• 'WOW! 놀이터 페스티벌' 시민주도형 페스티벌 개최 1회</li> </ul>
이용자수	총 3,862명 회차별 평균 124명
사업홍보 비고	언론보도실적 4회, 영상 10건, 인형제작키트 14,800개

#### (41) 문화예술 사회적협동조합 걸쳐75

구분	내역
사업명	다양성 문화놀이터 <마켓 포레스트>
주관단체명	문화예술 사회적협동조합 걸쳐75 (경기도 안산시)
사업목적	다양성에 대한 주제로 주민들이 함께 '다양성 투어'와 축제를 만들어 다양성을 즐겁게 문화적으로 이해할 수 있는 장 마련
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양성투어 주민기획단</li> <li>• 다양성투어 [다다포레스트]: 체험, 공연, 놀이 등의 다양한 형식을 추가하여 투어와 축제의 형식으로 함께 진행될 수 있도록 구성</li> <li>• 안산의 다양성 지도 [세상에 없는 지도]: 안산의 시민들이 세상에 없는 지도에 매핑된 공간을 직접 방문 하고 소개하여 안산에서 가치를 가지고 운영 중인 공간들을 소개할 수 있는 프로젝트를 진행</li> <li>• 다양성 문화놀이터 [마켓포레스트]: 공연, 전시, 체험, 아트마켓을 통해 안산이 품고 있는 다양한 문화를 만날 수 있는 곳이자, 다름을 마주하는 삶의 태도가 공유되는 문화놀이터를 기획하여 진행</li> </ul>
사업유형	워크숍(기획단 투어프로그램 기획), 축제(프리마켓, 체험, 전시), 공연(마임, 음악)
총사업비	국고보조금 50백만원 자기부담금 50백만원(안산시, 협동조합 마을카페 마실, 신나는 문화학교, 사회적협동조합 꿈꾸는 느낌보, 사회적협동조합 쓰굿) 총 100백만원
참여연차	4년차 (2019년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화예술 사회적협동조합 걸쳐75</li> <li>• 다양성문화놀이터&lt;마켓 포레스트&gt; 실행위원회</li> <li>• 안산시</li> <li>• 다양성투어 기획단(고려인문화센터, 청년기획자, 장애인단체 등)</li> <li>• 커뮤니티 맵핑(커뮤니티매핑센터, 주민기획자)</li> <li>• 세계문화(주민지원본부, 결혼이주여성모임)</li> <li>• 생명안전(416 가족협의회, 416 가족극단 등)</li> <li>• 소수자(성소수자커뮤니티, 독립서점운영자, 비건카페운영자, 장애인단체 등)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	안산시 단원구 화랑로 312 안산문화예술의전당 야외공연장 및 안산시 전역
수혜지역	안산문화예술의전당 야외공연장 및 안산시 전역
비대면 여부	대면과 비대면 병행
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양성투어주민기획단 &lt;다양성기획 투어&gt; 5회</li> <li>• 다양성투어 100명 시민 참여 2개월간 투어진행 다수</li> <li>• 다양성커뮤니티맵핑 20여곳 이상</li> <li>• 다양성 문화놀이터 마켓포레스트 3회</li> </ul>
이용자수	총 4,057명 회차별 평균 507명
사업홍보 비고	영상 2건

(42) 빈동협동조합

구분	내역
사업명	2022년 상림 문화놀이장날
주관단체명	빈동협동조합 (경남 함양군)
사업목적	농촌지역의 '장날'을 주제로 아동, 청소년, 성인 등 대상별 (문화놀이장날)을 기획하고, 관련 놀이프로그램, 전시, 공연을 통해 지역문화의 활성화를 도모하고자 함
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 주민참여 문화플랫폼 프로그램 구성 및 운영</li> <li>· 공연 : '지리산 바이브' (거리공연, 로컬 뮤지션 공연 등)</li> <li>· 놀이 : '팝업 놀이터', '놀이+기술 workshop' 등</li> <li>· 마켓 : '상림 달시장' (주민 참여 오픈 마켓), 어린이 돛자리 벵쿠시장</li> <li>· 지역 내 다양한 협력체계 구축</li> <li>· 공공기관(지자체, 교육지원청 등)과의 협력체계 구축</li> <li>· 주민참여 추진기획단 구성 및 운영</li> <li>· 청소년 문화기획단 운영</li> <li>· 지역 청소년 대상 문화기획단 모집 운영</li> <li>· 청소년 문놀장 운영 (청소년 프린지, 별별마켓 등)</li> </ul>
사업유형	공연, 체험(놀이프로그램), 축제(오픈마켓)
총사업비	국고보조금 40백만원 자기부담금 40백만원(함양군 문화시설사업소) 총 80백만원
참여연차	4년차 (2019년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	빈동협동조합 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 지자체 및 공공기관(함양군 문화시설사업소, 경상남도 함양교육지원청)</li> <li>· 주민조직(문화놀이장날추진단, 청소년문화기획단)</li> <li>· 민간단체(거창 청년모임 '낮가림', 함양 청년모임 '이소', 산청 청년모임 '있다' 등)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-11월
사업장소	경상남도 함양군
수혜지역	경남 함양군 함양읍 상림공원
비대면 여부	계획상 없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 상림문화놀이장날 행사 6회</li> <li>· 찾아가는 문놀장 1회</li> <li>· 문놀장 하루배움터 1회</li> <li>· 건축놀이 워크숍 1회</li> <li>· 거함산 청년 문화놀장</li> </ul>
이용자수	총 12,000명
사업홍보	-
비고	

(43) 문화공감 흥

구분	내역
사업명	생거진천 문화짱날
주관단체명	문화공감 흥 (충북 청주시)
사업목적	진천의 문화자원을 활용한 지역문화축제를 운영하고 지역문화여행지를 발굴함으로써 지역 문화콘텐츠를 활성화하고, 주민들이 함께 참여하는 마을공동체를 만들고자 함
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 생거진천 문화짱날! '생거진천 문화장날!' 운영</li> <li>· 지역 공동체(문짱기획단, 이월도시재생주민협의체 등)가 함께 만들어 가는 '문화장날' 운영</li> <li>· 지역 문화플랫폼이었던 마을공동우물을 중심으로 매월 진천지역의 문화가치를 제고하는 특화된 문화가 있는 날 프로그램 운영</li> <li>· 진천문화여행 운영</li> <li>· 전국 최초의 문화여행으로 진천의 문화, 관광, 역사, 공연, 도서, 영화, 축제 등을 통합으로 즐기는 문화여행제도</li> <li>· 진천지역 30곳의 문화네트워크로 구성되어 생활밀착형 문화시설을 포함, 다양한 문화자원을 지역민이 참여하여 찾아보고 발굴하는 지역특화콘텐츠</li> </ul>
사업유형	축제(진천 문화장날), 공연(장날 공연), 체험(문화여행여행제도)

구분	내역
총사업비	국고보조금 35백만원 자기부담금 35백만원(진천군) 총 70백만원
참여연차	5년차 (2018년부터 연속 참여)
참여단체 (협력단체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화공감 흥</li> <li>• 진천군, 이월면사무소, 진천문화의집</li> <li>• 문화짱날 시민기획단</li> <li>• 협력단체(진천마을지원센터, 진천공예협동조합, 이월도시재생협의회)</li> </ul>
사업기간	2022년 4월-10월
사업장소	진천군 이월면 장양정공원
수혜지역	충청북도 진천군
비대면 여부	계획 상 없음
프로그램 운영 횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생거진천문화짱날 6회 (공연, 체험프로그램 등 포함)</li> <li>• 진천문화여권 7곳 운영 (진천문화여권 스탬프 투어, 안녕, 여행자! 프로그램과 연계진행)</li> </ul>
이용자수	총 1,736명 회차별 평균 434명
사업홍보 비고	SNS 23건, 생거진천 문화짱날 영상 제작 1건

## 5) 지역특화 프로그램

### (1) 서울시 노원구

구분	내역
사업명	로컬 테라피 in 노원
주관단체명	서울 노원구 노원문화원
사업목적	코로나로 침체된 지역문화 환기 및 문화예술로 주민들의 피로감 해소 및 일상회복과 치유
사업내용	스토리 인 노원 아트 인 노원 메모리 인 노원 톡톡 인 노원 플레이 인 노원
사업유형	공연, 굿즈공모전, 아카이빙, 교육, 야외게임
총사업비	총 112,000천원, 국비 56,000천원 지방비 56,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 6월-10월 문화가 있는 날 주간 토요일
사업장소	노원문화원, 문화의집, 구민의전당, 노원청소년센터, 경춘선숲길 갤러리 등 노원 관내 생활문화시설
수혜지역	서울 노원구
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 6회
비고	-

### (2) 서울시 도봉구

구분	내역
사업명	문화로 가는 도봉옛길
주관단체명	서울 도봉구 도봉문화원
사업목적	'도봉옛길'에서 도봉문화의 역사·문화적 가치와 다양성을 표현하는 프로그램을 개최하여 일상생활 공간의 문화화
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 찾아가는 도봉문화(야외 문화 프로그램)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 벚꽃과 사쿠라</li> <li>- 경흥대로</li> <li>- 창동·미아리전투</li> <li>- 은거된 독립</li> </ul> </li> <li>• 찾아보는 도봉문화(실내 문화 프로그램)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 도봉문화분출</li> <li>- 도봉문화굿즈 전시</li> </ul> </li> <li>• 도봉문화굿즈 공모전</li> </ul>
사업유형	공연, 전시, 굿즈공모전
총사업비	총 130,000천원, 국비 65,000천원 지방비 65,000천원 자부담 없음
참여단체	도봉학연연구소
사업기간	2022년 3월-10월 문화가 있는 날 수요일
사업장소	도봉옛길, 도봉문화원
수혜지역	서울 도봉구
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 7회
비고	-

(3) 부산시 금정구

구분	내역
사업명	금정 예술마실, 문화로 막-끌리네
주관단체명	부산 금정구 금정문화재단
사업목적	지역예술가, 문화활동가, 생활문화인이 함께하는 자발적 문화공동체 형성
사업내용	역사가 있는 금정 막-끌리네! 음식이 맛난 금정 막-끌리네! 소리가 있는 금정 막-끌리네! 눈이 즐거운 금정 막-끌리네! 사람이 문화로운 금정 막-끌리네!
사업유형	공연, 체험
총사업비	총 80,000천원, 국비 30,000천원 지방비 50,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 5월-10월 문화가 있는 날 주간 금요일
사업장소	금정산성광장, 서동미로시장 및 서동예술창작공간, 금정문화회관 및 야외광장, 룬플레이스, 온천천 어울마당
수혜지역	부산 금정구
비대면 여부	비대면 프로그램 진행 (혼합 방식)
프로그램 운영 횟수	총 5회
비고	-

(4) 부산시 진구

구분	내역
사업명	전포로(路)! 문화로(路)! 아트락(樂)!
주관단체명	부산 진구 부산진문화재단
사업목적	지역적 특성을 반영한 문화예술 프로그램을 통해 '문화가 있는 날' 인식 제고 및 일상 속 문화 확산에 기여
사업내용	인디 뮤직 페스티벌 거리 디제잉 파티 미디어아트쇼 스트릿 갤러리 XYZ 놀이터
사업유형	공연, 전시, 참여
총사업비	총 130,000천원, 국비 65,000천원 지방비 65,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 6월-10월 문화가 있는 날 주간 금요일 & 토요일
사업장소	전포동 일원
수혜지역	부산 진구
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 5회
비고	-

(5) 부산시 연제구

구분	내역
사업명	문화가 있는 날, 온천천에 왔Day! 즐겁Day! 행복하Day!
주관단체명	부산 연제구
사업목적	도심 속 자연환경을 문화공간으로 조성하여 문화 소통의 장으로 제공
사업내용	현대도시예술 아이콘 <비보이 공연> 전구민 춤추기 프로젝트 <춤출까요> No CO2 Festival(친환경 페스티벌) 돛자리북킹쇼 문화가 있는 <피아노 놀이터> 토요 전통 민속놀이마당 (토요일 상설)
사업유형	공연, 체험, 워크샵
총사업비	총 90,000천원, 국비 45,000천원 지방비 45,000천원 자부담 없음
참여단체	카이크루, 두매직(김인기), 부산시립청소년교향악단, 한국문화예술협동조합, 연제문화예술인협의회 등
사업기간	2022년 7월-10월 문화가 있는 날 주간 토요일
사업장소	온천천시민공원, 연산동고분군, 참그린길 광장
수혜지역	부산 연제구
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 20회
비고	-

(6) 부산시 영도구

구분	내역
사업명	역사와 문화로 만나는 영도 페스타
주관단체명	부산 영도구 영도문화원 (주)리멘
사업목적	영도의 역사 · 문화공간에서 펼쳐지는 문화가 있는 날 행사를 통해 함께 만들어가는 '마을축제거버넌스'
사업내용	영도, 동삼 패총 페스타 영도, 고구마 페스타 영도, 해녀 페스타 흰여울, 무비 페스타 영도, 낭만 페스타
사업유형	체험, 플리마켓, 공연, 전시, 영화 상영
총사업비	총 80,000천원, 국비 40,000천원 지방비 40,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 3월-10월 문화가 있는 날 주간 토요일
사업장소	동삼동 패총전시관, 영도 조내기 고구마 역사 기념관, 영도 해녀문화전시관, 흰여울문화마을 영화기록관, 아라마루광장
수혜지역	부산 영도구
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 5회
비고	-

(7) 대구시 남구

구분	내역
사업명	대구 남구 '문화가 있는 날' 이천동 고미술거리 전통생활문화기획 '배나무생골, 고미술과 친구 맺기 古庫告'
주관단체명	대구 남구 인디053
사업목적	이천동의 문화자원, 주민, 미군이 함께하는 새로운 공동체 문화 실험
사업내용	고미술 달장 반가워! 헨리 한복 천년, 문화 천년
사업유형	감정 및 경매 이벤트, 플리마켓, 버스킹, 체험, 패션쇼
총사업비	총 104,000천원, 국비 52,000천원 지방비 (시비) 26,000천원 지방비 (구비) 26,000천원 자부담 없음
참여단체	대구고미술협회 회원사 및 이천동 테마거리 상가변영회 회원사, 미군(CAMP HENRY) 협업네트워크, 찻스 틱와이드, 이천어울림도서관, 문승련 한복연구소, 대구예술대학교 평생교육원, 사단법인 대구경북한복협회 회원사
사업기간	2022년 6월-10월 문화가 있는 날 주간 토요일 & 일요일
사업장소	이천동 고미술거리(남구 명덕로 262 일대)
수혜지역	대구 남구
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 45회
비고	-

(8) 대구시 중구

구분	내역
사업명	잃어버린 문화기억 찾기 프로젝트 『거(厓)서 보자!.2』
주관단체명	대구 중구 (재)대구광역시 중구 도심재생문화재단
사업목적	한때 문화예술의 중심지였던 대구 도심의 극장, 백화점 그리고 레코드사, 음악감상실, 시인들의 공간이었던 옛 다방 등 여러 근대 문화공간과 당시 활동했던 예술가들의 이야기를 다양한 문화예술 프로그램으로 구성 하여 문화예술분야의 역사적 이야기를 발굴하고, 생활 밀착형 문화시설을 거점으로 활용한 콘텐츠 기획
사업내용	근대음악 다시 부르기 프로젝트 “거(厓)서 노래하자” 향촌동 미술 프로젝트 “잃어버린 공간의 기억” 주민들과 함께 하는 “우리동네 인문학” 근대가요 창작뮤지컬 “향촌블루스” 커뮤니티 시네마 “마을로 가는 영화관” 다큐멘터리 제작 워크숍 “중구에 산다는 것”
사업유형	음악 감상, 영화 상영, 다큐 제작, 교육, 전시, 공연
총사업비	총 120,000천원, 국비 60,000천원 지방비 60,000천원 자부담 없음
참여단체	대구하루, 소리공간, 니나노프로젝트 예술가협동조합, 대구경북영화영상사회적협동조합, 극단 운누리
사업기간	2022년 1월-12월 문화가 있는 날 주간
사업장소	꽃자리 다방, 판코리아, 어울리 커피클럽, 경상감영공원, 교남YMCA, 이상정장군 고택, 백록다방, 북카페 대구하루, 향촌문화관, 대구 오오극장, 대구경북독립영화협회, 무영당
수혜지역	대구 중구
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 25회
비고	-

(9) 광주시 복구

구분	내역
사업명	숲의 별곡 Ⅲ - 광주 복구 숲세권 생활문화 향유
주관단체명	광주 복구 (주)아토모스
사업목적	2020·2021 숲의 별곡 시즌1, 2에 이어 2022 숲의별곡 시즌 3을 통한 복구를 대표하는 문화가 있는 날 생활문화프로그램 브랜드로 자리매김
사업내용	소풍별곡 - '별빛 가득한, 우리들의 여름' 드로잉별곡 - '보랏빛 맥문동길 치유의 숲' 청춘별곡 - 'Youth Forest : Everything Is Okay' 따손별곡 - '동네예술가와 떠나는 예술여행' 별별별곡 - '별별 생활문화가 있는 숲놀이터'
사업유형	체험, 전시, 공연, 패션쇼, 교육, 아카이빙
총사업비	총 104,000천원, 국비 52,000천원 지방비(시비) 26,000천원 지방비(구비) 26,000천원 자부담 없음
참여단체	복구문화의집, 자운영아트, 복구사회적경제연합회, 마음놀이터
사업기간	2022년 7월-10월 문화가 있는 날 주간 토요일
사업장소	우치공원 동물원, 천지인문화소통길, 전남대학교 일원, 양산호수공원, 양산시장 골목, 용봉초록습지공원
수혜지역	광주 복구
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 5회
비고	-

(10) 울산시 복구

구분	내역
사업명	CS24 (문화가 있는 24시 편의점)
주관단체명	울산 복구 복구예술창작소 소금나루2014(플랜디파트)
사업목적	지역적 특성을 살린 프로그램의 개발로 지역 고유의 문화브랜드를 창출하고, 이를 확산시켜 주민주체역시 고취
사업내용	시간이 거슬러 흐르는 4월의 역사놀이터 - 시간을 거슬러 만나는 독립운동가 - 새로 쓰는 우리 동네 자전거 역사 - 야외 방탈출 게임 무엇이든 예술이 되는 5월의 바다공원 - 하루를 깨우는 싱잉볼 명상 - 무엇이든 예술이 된다 골라 골라 예술상점 - 토요일야영화 <비트윈 랜드 앤 씨> 누구나 예술가가 되는 6월의 바다공원 - 복구청소년 창의예술캠프 7월의 염포동 일일 진료소 - 내 몸의 재활을 돕는 스포츠 테이핑 테라피 - 몸과 정신을 맑게 만들어주는 아로마 테라피 - 관계에 어려움을 겪는 이들에게 건네는 관계 부적 일상의 전환, 숨이 있는 9월의 몽돌 해변 - 몽돌 7종 놀이 - 나의 작은 바다 / 가드닝 테라피 - 바다와 함께하는 몽돌 힐링 음악회
사업유형	체험, 장터, 명상, 영화 상영, 교육, 공연
총사업비	총 80,000천원, 국비 40,000천원 지방비(시비) 20,000천원 지방비(구비) 20,000천원 자부담 없음

구분	내역
참여단체	-
사업기간	2022년 4월-9월 문화가 있는 날 주간
사업장소	박상진의사 역사공원, 강동중앙공원, 북구예술창작소 소금나루2014, 강동몽돌해변
수혜지역	울산 북구
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 5회
비고	-

(11) 울산시 중구

구분	내역
사업명	중앙길161, 문화점방
주관단체명	울산 중구 꿈파소
사업목적	지역 특성(예술), 환경, 문화와 연계한 지역민과 공생하는 '문화가 있는 날' 구축
사업내용	개관 및 컬러풀 마이라이프 운영(컬러링 체험) 오늘 저녁, 워드셨나요?(비건, 채식 체험) 안녕? 너의 이름은 (공동 관심사를 통한 육아용품 체험 및 지역 아동복지센터 기부) 아무렇게나 양초(컬러 캔들 만들기) 낭만 향기(아로마 향수 블렌딩 체험) 냥, 땡냥(반려동물 용품 체험·기부) 사랑해, 지구!(가족 or 라탄공예) 모음자음(한글), 글라스 공예
사업유형	체험, 교육
총사업비	총 80,000천원, 국비 40,000천원 지방비(시비) 20,000천원 지방비(구비) 20,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 3월-10월 문화가 있는 날
사업장소	울산중구생활문화센터, 문화의거리 내 문화예술공간, 문화예술공방 77개소
수혜지역	울산 중구
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 13회
비고	-

(12) 경기도 광주시

구분	내역
사업명	예술의 전환 "구석구석 예술구조대"
주관단체명	경기 광주시 광주문화원
사업목적	코로나19 시대, 문화가 있는 날을 통한 지역문화 예술의 향유 방식 전환 시도와 함께 취약계층을 판셋 선별하여 문화예술을 통한 치유와 힐링의 기회 제공
사업내용	기술 입은 예술구조대 <신기한 공연전시> 자연 주는 예술구조대 <팜(Farm)니다. 예술 마켓> 돌아온 예술구조대 <예술을 다루는 방법> 찾아가는 예술구조대 <예술로 안부를 묻다> 안아주는 예술구조대 <나에게 묻는 12가지 질문>
사업유형	전시, 체험, 플리마켓, 축제, 공연, 영상 제작, 토크콘서트
총사업비	총 154,140천원, 국비 70,000천원 지방비 70,000천원 자부담 14,140천원
참여단체	광주노인복지관, 광주시지역사회보장협의체, 지역아동센터협회, 광주시 농산물 직영점 등

구분	내역
사업기간	2022년 4월-11월 문화가 있는 날 주간 토요일
사업장소	지역아동센터 및 청석공원, 목현천 부근(도시재생 사업지), 광주문화원, 노인복지관, 메타버스(가상공간)
수혜지역	경기 광주시
비대면 여부	메타버스 가상공연장 운영
프로그램 운영 횟수	총 6회
비고	-

### (13) 경기도 시흥시

구분	내역
사업명	시흥씨는 문화가 있는 시화공단, 예술이 있는 월곶포구에서 논다!
주관단체명	경기 시흥시
사업목적	'문화가 있는 날' 주요 거점으로 활용되는 '시흥문화발전소 창공'과 '월곶예술공판장 아트독' 인근에서 근무하는 근로자 및 상인들과 지역 기반의 리서치 및 프로그램 활동을 통해 장소성을 고려한 고유한 문화가치 창출 및 지역 관심 유도
사업내용	시민참여_ 시흥 ○○(땡땡) 데이 - 나의 손수(手)노트 - 창공은 무지개색 - 컬러풀데이 지역연계_ 시흥 ○○(땡땡)찾기 - 만감 공판장 기획공연_ 시흥 ○○(땡땡) 공연 - Moonlight on the Dock_쌔룩쌔룩 페스티벌 - Moonlight on the Dock_페스티벌 나다 쇼케이스 시흥 기획프로그램(공유회): 시흥 문화가치 공유회
사업유형	전시, 체험, 마켓, 융복합 콘서트, 페스티벌
총사업비	총 130,000천원, 국비 65,000천원 지방비 65,000천원 자부담 없음
참여단체	유나다음
사업기간	2022년 2월-12월 문화가 있는 날 주간
사업장소	월곶예술공판장 아트독, 시흥문화발전소 창공
수혜지역	경기 시흥시
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 14회
비고	-

### (14) 경기도 용인시

구분	내역
사업명	심:쉽(Rest of Mind) : 우리 모두 문화로 청춘이네!
주관단체명	경기 용인시 용인문화재단
사업목적	용인 생활문화 자원 기반 정기적인 지역 대표 행사 운영 시대를 반영한 프로그램 기획하여 용인만의 특색 있는 문화 확립
사업내용	지역예술인과의 온오프라인 소통 만남 문화 진입로:심쉽 생생한 예술 소통의 현장 예술 마라톤 동시대 삶과 지역문화 동향 라운드테이블 집콕심쉽타파 네트워킹 온 가족이 함께 만드는 예술작품 심쉽작품놀이 아카이브 전시 <심쉽 아카이브>
사업유형	교육, 체험, 전시
총사업비	총 100,000천원, 국비 50,000천원 지방비 50,000천원 자부담 없음
참여단체	-

구분	내역
사업기간	2022년 6월-11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	보정역 생활문화센터, 용인포은아트홀, 용인시 평생학습관, 용인어린이상상숲, 용인문화도시센터, 온라인
수혜지역	경기 용인시
비대면 여부	온라인 진행
프로그램 운영 횟수	총 5회
비고	-

(15) 경기도 의정부시

구분	내역
사업명	우리동네 예술축제 <무한상상 아트캠프>
주관단체명	경기 의정부시 의정부문화재단
사업목적	시민들이 자유롭게 이용할 수 있는 재생 공간 “무한상상 시민정원”에서 시민들이 다양한 주제로 직접 참여 하고 즐기는 <무한상상 아트캠프>를 기획하여 시민들이 중심이 되는 문화예술 활동 향유 기회 마련
사업내용	문화로 향기로운 토요일의 무한정원 버스킹 위드(with) 아트캠프 시민 참여 프로젝트 아트캠프 뮤직 Book “올림” 문화 할로윈데이
사업유형	체험, 공연, 전시
총사업비	총 88,000천원, 국비 40,000천원 지방비 40,000천원 자부담 8,000천원
참여단체	-
사업기간	2022년 4월-10월 문화가 있는 날 주간 토요일
사업장소	의정부시 무한상상 시민정원 내 의정부아트캠프 및 주변 야외
수혜지역	경기 의정부시
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 5회
비고	-

(16) 강원도 영월군

구분	내역
사업명	인터랙티브 전시극 <여행: 요상한 나라의 Y(영월 괴담수집가 편)>
주관단체명	강원 영월군 문화기획소 공간
사업목적	지역 콘텐츠를 활용한 작품 제작으로 영월에 대한 호기심을 자극, 예술적 접근과 방문으로 연결
사업내용	괴담수집가 Y 공개모집 / 참여 아티스트 구성 괴담 수집활동 / 아트라운지 조성 참여예술가 워크숍 및 작품 제작 4월~11월까지 매주 토요일 상시 공연
사업유형	인터랙티브 전시극 공연
총사업비	총 126,000천원, 국비 63,000천원 지방비 63,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 4월 23일(토) ~ 11월 12일(토) 매주 토요일
사업장소	영월군 영월관광센터 3층 아트라운지
수혜지역	강원 영월군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	월 1회(총 7회)
비고	-

(17) 강원도 정선군

구분	내역
사업명	그림바위예술마을 문화가 있는 날
주관단체명	강원 정선군 그림바위예술발전소
사업목적	정선 화암면의 고유한 자연과 사람의 이야기를 예술문화로 승화, 지역공동체 활성화
사업내용	소금강 따라 걷기 설암트레킹(2회) 해설이 있는 어린이 콘서트 정선그림바위마을 키네틱아트캠프 그림바위 힐링콘서트(3회)
사업유형	체험, 공연, 전시
총사업비	총 86,000천원, 국비 43,000천원 지방비 43,000천원 자부담 없음
참여단체	정선문화원
사업기간	2022년 5월-10월 문화가 있는 날 주간 수요일 & 토요일
사업장소	소금강 일대, 그림바위예술발전소 잔디 야외 공간, 화암1리-2리 일원, 화암공간 야외무대
수혜지역	강원 정선군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 9회
비고	-

(18) 강원도 태백시

구분	내역
사업명	문화로 걷는 태백 '따로 또 같이'
주관단체명	강원 태백시 태백시문화재단
사업목적	지역주민이 잘 가지 않던 관광지 및 태백의 특성화된 여러 지역을 문화공간으로 발굴하여 지역과 공간을 바꾸는 문화의 힘을 경험할 기회 제공
사업내용	산소를 쬐다 "줍깅(플로깅) 제로웨이스트샵 나를 바꾸는 작은 반복 "스몰스텝" 함께하는 예술 처방전 "문화약국" 자연에 그리는 그림 "우드버닝" 함께 나누는 나만의 "요리비법" 우리집 뒷산에서 가져온 "오너먼트" 시간과 지역과 나, "공유 연대표" 같이 나누는 문화(문화제) 함께 만드는 문화 난장(문화제)
사업유형	체험, 교육, 창작, 공연, 예술제
총사업비	총 80,000천원, 국비 40,000천원 지방비 40,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 2월-10월 문화가 있는 날 주간
사업장소	검룡소, 구문소, 바람의 언덕, 황지동 황지연못 일원, 황지동 북카페, 장성동 도시재생지원센터, 황지동 공유 주방, 철암동 탄광역사촌, 황지동 황지연못 문화광장
수혜지역	강원 태백시
비대면 여부	나를 바꾸는 작은 반복 "스몰스텝": 온라인 진행
프로그램 운영 횟수	월1회(총 5회)
비고	-

(19) 충청북도 옥천군

구분	내역
사업명	시인의 마을에 “문화의 꽃이 피었습니다”
주관단체명	충북 옥천군 옥천문화원
사업목적	65세 이상 고령인구가 전체인구의 29.3%를 차지하며 지역이 점차 활력을 잃어가고 있어, 침체된 지역에 활력을 불어넣을 수 있는 계기가 절실히 필요
사업내용	지용 봄 문화 아카데미 (4회) 동시를 노래하다 가족사랑 동요제 (1회) 정지용시인과 함께하는 시문학 여행(4회) 향수 클래식 밴드(매주 토요일 8회) 향수 영화관(일 2곳/ 8회) 온가족이 참여하는 장승깎기 캠프(1회)
사업유형	교육, 탐방, 발표, 체험, 영상상영
총사업비	총 80,000천원, 국비 40,000천원 지방비 40,000천원 자부담 없음
참여단체	(사)한국예총 옥천지부, (사)충북민예총 옥천지부
사업기간	2022년 3월-10월 문화가 있는 날 주간
사업장소	옥천문화원, 옥천문화예술회관, 정지용문학관, 옥천군 9개 읍·면 복지회관
수혜지역	충북 옥천군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 26회
비고	-

(20) 충청북도 제천시

구분	내역
사업명	제천[문화가 '흠(희)롱]
주관단체명	충북 제천시 제천문화재단
사업목적	지속가능한 시민 중심형 문화가 있는 날 활성화 역사적·생활밀착형 장소 연계를 통한 시민 공감대 형성
사업내용	문화기획단 발대식 꿈꾸는 '춘롱' 꿈꾸는 '하롱' 꿈꾸는 '추롱' 꿈꾸는 '동롱' 꿈꾸는 '사계'
사업유형	공연, 플리마켓, 체험, 페스티벌, 토크피크닉, 영상 관람
총사업비	총 88,000천원, 국비 44,000천원 지방비 44,000천원 자부담 없음
참여단체	제천도시재생센터, 제천청소년문화의집, 장락청소년문화의집, 제천시노인종합복지관, 평생학습동아리연합회, 지역청소년 오케스트라 생활문화동호회 단체
사업기간	2022년 5월-12월 문화가 있는 날 주간 토요일
사업장소	영상미디어센터, 의림지출발공원, 엽연초수납취급소, 의림지수변무대, 장락동 칠층모전석탑 소공원
수혜지역	충북 제천시
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 6회
비고	-

(21) 충청북도 증평군

구분	내역
사업명	코로나19로부터 일상을 되찾는 문화편(FUN)치
주관단체명	충북 증평군
사업목적	2003년 출범한 후발 자치단체라는 태생적 한계를 가진 증평군의 문화 낙후성 탈피와 문화의 재분배를 위하여 문화가 있는 날 지역특화 프로그램 추진
사업내용	매월 섭 없는 문화, 「컬쳐스루(Culture-through) 증명」 - 책과 함께한 소풍 - 큐레이터와 함께하는 “학교밖 아트(ART)” - 끼와 꿈으로 가득한 “두근두근 문화소동” 함께할수록 커지는 가치, 「문화는 힘이 세다」 - 행복한 문화만남 “웃음꽃이 피었습니다” - 뭉쳐야 푸다! “문화가 있는 주말 미션” - 이심전심 문화소통 “잘했군(郡)-고맙군(軍)” 우리 삶에 가까이 온 문화, 「다시, 일상으로」 - 가족과 함께하는 “1박2일 문화캠프” - 우리동네 예술관 “따로 또 같이” - 남녀노소 ‘흥(興)’ 달리자 “흥보놀이 버스킹”
사업유형	체험, 교육, 공연
총사업비	총 80,000천원, 국비 40,000천원 지방비 40,000천원 자부담 없음
참여단체	군부대, 증평예총, 아이코리아 증평지회, 도시재생주민협의체
사업기간	2022년 3월-11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	군립도서관, 김득신문화관, 청소년문화의 집, 도시재생지역(창동리), 민속체험박물관, 37사단, 13공수여단, 군립도서관, 증평군 일원(공방, 스튜디오 등), 보강천미루나무숲
수혜지역	충북 증평군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 50회
비고	-

(22) 충청북도 충주시

구분	내역
사업명	쌈 쌈 스토리(Some Some Story)
주관단체명	충북 충주시 (재)충주중원문화재단
사업목적	코로나 19로 시민들과 상권이 침체되고 빈 점포가 늘어나면서 구도심은 점점 더 활기를 잃어가는 시기에 문화가 있는 날 사업을 통해 문화 활성화 사업 추진
사업내용	쌈 스토리 청년헌 Since.1869, 첫 번째 이야기 쌈 스토리 스토리 조선식산은행, 두 번째 이야기 쌈 스토리 구)충주우체국, 세 번째 이야기 쌈 스토리 청년몰, 동화관, 네 번째 이야기 쌈 스토리 관아 할로윈 데이, 다섯 번째 이야기
사업유형	전시, 체험, 공연, 라운드 테이블
총사업비	총 120,000천원, 국비 60,000천원 지방비 60,000천원 자부담 없음
참여단체	충주연극협회, 충주우육국악단, 시립택연단, 성내·성서동 청년몰, 청년가게, 공방, 지역예술작가 등
사업기간	2022년 5월-10월 문화가 있는 날 주간
사업장소	충주시 성내·성서동 관아골 일원
수혜지역	충북 충주시
비대면 여부	실시간 유튜브 라이브 방송 중계
프로그램 운영 횟수	총 5회
비고	-

(23) 충청남도 예산군

구분	내역
사업명	예산문화 소원증: Do Dream !
주관단체명	충남 예산군 예산문화원
사업목적	지역의 문화와 명소의 특색에 맞춘 '색깔 있는 문화 축제'를 펼쳐 생활문화 확산과 더불어 지역민들의 문화 향유 욕구 해소
사업내용	생활문화공작소 "꿈꾸는 문화소원증" "나만의 문화 소원증"을 찾아라 꿈꾸는 소원증, "예산의 문화를 담다" 꿈에 날개를 달다 "예산문화 소원증 ; Do Dream!"
사업유형	체험, 전시, 플리마켓, 아트마켓, 공연
총사업비	총 165,000천원, 국비 65,000천원 지방비 100,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 5월-10월 문화가 있는 날 주간 토&일요일
사업장소	예산시네마 앞 문화광장, 예당저수지 수변공원, 봉수산 자연휴양림(임존성) 일원, 추사고택 일원, 예산문화원생활문화센터 앞 광장
수혜지역	충남 예산군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 5회
비고	-

(24) 충청남도 청양군

구분	내역
사업명	청춘거리 문화파티(오늘은 알프스)
주관단체명	충남 청양군 청년협동조합 청양사람
사업목적	충남의 알프스 청양의 문화콘텐츠 개발을 통한 지역브랜드 구체화 세대간의 문화격차 해소 및 지속가능한 소통의 장 마련
사업내용	다양한 세대, 다양한 취향을 반영한 소규모 문화파티 <알프스 쌀롱> 먹거리, 볼거리, 놀거리가 가득한 <알프스 가족야시장> 청양의 문화 소식 굿즈 <알프스 우체국> 언제 어디서나 쉽게 - 온라인 플랫폼 <알프스 ON>
사업유형	교육, 동아리, 체험
총사업비	총 150,000천원, 국비 60,000천원 지방비 90,000천원 자부담 없음
참여단체	극단 이야기공장, 청양군청소년재단, 문화품앗이 어얼쑤, 주식회사 이플아토
사업기간	2022년 4월-10월 토요일 (월 3회)
사업장소	충남 청양군 청양읍 농촌중심지 청춘거리 일대
수혜지역	충남 청양군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 21회
비고	-

(25) 경상북도 김천시

구분	내역
사업명	김촌스타(제작부터 출연까지 우리가 스타)
주관단체명	경북 김천시 지역문화진흥공동체 도시락
사업목적	문화가 있는 창조적 일상 인문적 삶, 로컬 일상의 가치발견 지역특화 고유문화 체험 지역 공동체 정서 소통 연결고리
사업내용	팀별, 주제별 뮤직비디오 제작
사업유형	뮤직비디오 제작 및 공유축제
총사업비	총 104,000천원, 국비 52,000천원 지방비 52,000천원 자부담 없음
참여단체	김천예총, 예술공동체 창고, 문화연구소 쓸모, 김천연극협회
사업기간	2022년 3월-10월 문화가 있는 날 주간
사업장소	김천시 구성면(농촌)- 구성면 거점 김천시 평화남산동 일대(원도심)- 김천시립문화회관 거점 김천시 혁신도시(신도시)- 녹색미래과학관 거점
수혜지역	경북 김천시
비대면 여부	온라인 방송
프로그램 운영 횟수	총 52회
비고	-

(26) 경상북도 성주군

구분	내역
사업명	그때, 생활문화 속에 별이 쏟아지다
주관단체명	경북 성주군 금수문화예술마을운영협의회
사업목적	생활문화로 사람과 사람을 연결하는 지속형 문화공동체 모색 지역문화자원과 삶을 연결하여 생활문화를 확산하는 문화가 있는 날 개최
사업내용	이상한 나라의 앨리스 선녀와 나무꾼 물총 공성전: 성주읍성을 지켜라 금수초교, 성주생활문화센터로 재개교하다
사업유형	공연, 전시, 체험, 교육, 놀이
총사업비	총 80,000천원, 국비 40,000천원 지방비 40,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 5월-10월 문화가 있는 날 주간 토요일
사업장소	성주생활문화센터, 성주역사테마공원
수혜지역	경북 성주군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 4회
비고	-

(27) 경상북도 울릉군

구분	내역
사업명	우리나라 가장 동쪽 영화클럽
주관단체명	경북 울릉군 노마도르
사업목적	남녀노소 누구나 접근 가능한 매체이자 다양한 메시지를 담을 수 있는 영화를 통하여 문화예술을 경험하는 한편 주민들의 신선한 관점으로 만들어진 콘텐츠 제작 및 배포를 통하여 쾌적한 섬 내 생활기반 및 문화창조 공간으로의 밑바탕 마련
사업내용	영화 상영회 영화 토론회
사업유형	영화 상영
총사업비	총 54,000천원, 국비 27,000천원 도비 8,100천원 군비 18,900천원 자부담 없음
참여단체	(주)울컴퍼니
사업기간	2022년 5월-10월 문화가 있는 날 주간
사업장소	울릉한마음회관, 울릉천국 아트센터
수혜지역	경북 울릉군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 8회
비고	-

(28) 경상남도 거창군

구분	내역
사업명	스파게티 (스토리를 파는 가게 파티)
주관단체명	경남 거창군 (주)APAN
사업목적	스토리가 있는 물건을 통해 자신의 이야기를 풀어내며 치유의 기회를 가지고, 공동체 활동을 통해 새로운 작품으로 탄생시켜 소책자 제작 및 영상, 사진 등으로 아카이빙하고 다양한 체험과 공연을 통해 문화예술 체험 및 참여기회 확대
사업내용	스토리가 있는 물건 발굴 행사 아카이빙(사진, 영상촬영, 스토리기록) 문화예술공연 및 전시 주민체험프로그램
사업유형	아카이빙, 공연, 전시
총사업비	총 80,000천원, 국비 40,000천원 지방비 40,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 5월-10월 문화가 있는 날 주간 토요일
사업장소	읍·면 행정복지센터, 거창읍 스포츠파크, 주상면 희망체육공원, 가북면 가북초등학교, 남상면 창포원, 위천면 수승대체험마을
수혜지역	경남 거창군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 5회
비고	-

(29) 경상남도 남해군

구분	내역
사업명	네트워크 캠프 '공(0)간'
주관단체명	경남 남해군 송순영
사업목적	지역 내 창작자와 예술가들을 발굴하고, 각자의 능력을 발휘할 수 있는 지역 거점의 문화 활동을 통해 지역이 직면한 문제를 함께 고민해나가며 결속하고 나아가 지역 청년과 도시 이주 청년을 연결하는 매개가 됨과 동시에 지속가능한 '문화가 있는 삶'을 만듦으로써 새로운 미래와 연계를 추진
사업내용	예술체험 (가제: '열 두가지 선물') 네트워크 캠프 '공(0)간' 예술체험 (가제: '평범한 하루'展) 네트워크 캠프 '공(0)간' 예술체험 (가제: 'Into The Sea'展)
사업유형	체험, 교육, 공연, 마켓
총사업비	총 126,000천원, 국비 63,000천원 지방비 63,000천원 자부담 없음
참여단체	살러, 뮤지엄남해
사업기간	2022년 2월-10월 문화가 있는 날 주간
사업장소	남해군 내 체험센터(꽃내센터, 회룡센터, 해바리센터 등), 도시재생공간(청년센터, 청년센터 앞 골목, 청년학교, 청년학교 앞 골목, 뮤지엄남해)
수혜지역	경남 남해군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 5회
비고	-

(30) 전라북도 남원시

구분	내역
사업명	공간의 기억, 문화로 채우다
주관단체명	전북 남원시 사)남원국제도자예술연구센터 남원미술협회 남원생활문화협동조합
사업목적	도시 곳곳에서 만나는 지속 가능한 시민참여형 문화향유 기반 조성 지역성, 공간과 연계한 문화프로젝트로 침체 된 구도심 활성화 도모
사업내용	공간의 기억, 문화로 채우다 - 학교 가자! - [기획전시] 학교가자! - 시간을 거슬러 - [체험] 학교가자! - 어반스케치로 만난 그 시절 풍경 - [체험] 학교가자! - Artist Talk & 예가람 오픈스튜디오 - [공연] 학교가자! - 예가람 마이크 공간의 기억, 문화로 채우다 - 우리는 도공의 후예! - [시민참여 문화프로젝트] - 우리가 만들어 가는 도예공원 - [체험] - 누구나 도예체험
사업유형	체험, 전시, 공연
총사업비	총 120,000천원, 국비 60,000천원 지방비 60,000천원 자부담 없음
참여단체	남원예총
사업기간	2022년 3월-11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	남원예가람길 창작공간, 남원시민도예대학
수혜지역	전북 남원시
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 27회
비고	-

(31) 전라북도 장수군

구분	내역
사업명	장수의 사계
주관단체명	전북 장수군 장수문화예술협동조합
사업목적	지역만의 특화된 환경을 알아보고 사회적 기능을 접목한 문화예술 정체성 확립
사업내용	<p>1회: 봄 1 (생성)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 장수의 군목 소나무와 철쭉을 활용한 민화 전시회 (전연령)</li> <li>· '봄의 소리' 가야금 병창 (전연령)</li> <li>· 장수의 식물을 활용한 차와 녹차 생활문화 예절 체험 (전연령)</li> <li>· 장수의 상징 '철쭉꽃' 심기 체험 프로그램</li> </ul> <p>2회: 여름 1 (열정)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 국제 C플러스 ; 흥과 불의 소리' 전시회 (전연령)</li> <li>· 이희정 밴드 청년 퓨전 국악단 '열정'</li> <li>· 장수 유물을 활용한 키트 문화 체험 프로그램</li> </ul> <p>3회: 여름 2 (열정)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 여름 '오미자 · 베리에이션 차 생활문화예절 체험 (전연령)</li> <li>· 여름과 함께하는 자연 숲 체험 (가족)</li> <li>· 흙의 원료 '장석', 백자를 활용한 문화체험 (청소년)</li> </ul> <p>4회: 가을 1 (결실)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 철과 석을 활용한 전북지역 작가 '결실' 전시회 (전연령)</li> <li>· 강명선 현대 무용단 '결실' 공연 발표회</li> </ul> <p>5회: 가을 2 (결실)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· '공간과 조형' 인문학 강좌 (성인)</li> <li>· 국산 발효차와 사과정과를 활용한 생활문화 예절 체험 (전연령)</li> <li>· 원석을 활용한 문화체험 (성인)</li> </ul> <p>6회: 겨울 1 (유연성)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 장수의 풍경과 계곡을 주제로 한 '유연한 물성' 전시회 (전연령)</li> <li>· '겨울'을 주제로 한 클래식 공연 연주회 (전연령)</li> <li>· 흑차와 장수의 견과류 정과를 활용한 생활문화 예절 체험 (전연령)</li> <li>· 물을 활용한 장수의 자연 원료 체험 (전연령)</li> </ul>
사업유형	전시, 공연, 체험, 교육
총사업비	총 80,000천원, 국비 40,000천원 지방비 40,000천원 자부담 없음
참여단체	전북민화연구회 이영원, 장수문화상점협동조합 김향숙, 초록누리협동조합 이길내·박송자·남우정, 가야금 병창 연구소 김달, 이희정 퓨전국악 밴드 이희정, 국제 C플러스 최규락, 미연아트숍 장미연, 강명선 현대 무용단 강명선, 박재현, K 조형아트 연구소김효경, 장수미술인협회 김재수, 장수 어울더울 농촌유학센터 이창환, 차생활 연구소 서기수, 오색드림협동조합 김기순
사업기간	2022년 5월-11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	장안문화예술촌
수혜지역	전북 장수군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 6회
비고	-

(32) 전라남도 고흥군

구분	내역
사업명	목일신의 자전거에 문화를 모태다 '찌르릉 문화모템'
주관단체명	전남 고흥군 앨리스
사업목적	낮고 활용성이 떨어지는 유휴공간을 문화복합공간으로 재생하는 도시재생 뉴딜사업과 연계하여 잊혀져가는 지역의 이야기를 통해 지역의 정체성을 확인하고, 문화를 통해 다시 공동체 의식을 확인하는 문화적 재생 활동 지원
사업내용	달나라로 간 목일신의 "찌르릉" 자전거 동심 깨우기 프로젝트 [산시내] 우주로 쓰아올린 동심! [스페이스 앤 칠(Space and Chill)] 하늘과 구름을 닮은 별별자전거 주민 참여 콘서트 [고흥의 동심을 노래하다]
사업유형	전시, 체험, 전시, 영화 상영, 공연
총사업비	총 120,000천원, 국비 60,000천원 지방비 60,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 4월-11월 문화가 있는 날 주간 토요일
사업장소	목일신 문화예술 거리, 꿈꾸는 예술터, 고흥 어울림센터
수혜지역	전남 고흥군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 5회
이용자수	문화예술 공연 프로그램 4회 (수혜인원 : 4,500명) 문화예술 체험 프로그램 13회 (수혜인원 : 1,301명) 전시 프로그램 5회 (수혜인원 : 1,200명) 아카이브 문화예술 프로그램 2회 (수혜인원 : 545명)
사업홍보	문화가 있는 날 찌르릉 난장 영상 제작 4회 (누적 조회수 950회) 언론보도 22회 온라인 블로그 및 홈페이지 게재 31회 영상 제작 및 업로드 4회 (누적 조회수 950회)
비고	-

(33) 전라남도 담양군

구분	내역
사업명	담양문(紋)날 프로젝트 '문화가 별거 간디'
주관단체명	전남 담양군 해동문화예술촌
사업목적	담양읍의 지역주민과 방문자들 간의 문화화합을 형성하고 면 소재지를 직접 방문하여 담양 곳곳 문화가 있는 날과 함께 진행
사업내용	공연예술의 다양화[앙코르 해동] 찾아가는 공연예술[담양예(藝)단_메타버스] 초청공연[오르가니스트]
사업유형	공연
총사업비	총 130,000천원, 국비 65,000천원 지방비 65,000천원 자부담 없음
참여단체	담양군문화재단
사업기간	2022년 3월-12월 문화가 있는 날 주간 수요일 & 토요일
사업장소	해동문화예술촌, 담양군 면 소재지(4개소), 담빛예술창고
수혜지역	전남 담양군
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 14회
비고	-

(34) 전라남도 순천시

구분	내역
사업명	[시민예술창작공간] 기억공장 1945
주관단체명	전남 순천시 디투문화공동체
사업목적	유희공간으로 방치된 잊혀져가는 공간에서 문화복합공간으로 새로운 기능 창출을 수행하고 있는 "기억공장 1945"를 시민들의 창작공간으로 활용하여 시민들의 예술적 체험과 경험을 넘어 직접 창작의 영역에서 활동할 수 있는 기회를 제공
사업내용	아마추어 작업실 - 나의 이야기를 그리다 야외스케치 - 봄바람을 그리다 그림 정원 '소소' - 정원을 그리다 업사이클링 LIFE '다시 봄(form)' 기억공장1945, 나의 아트박스
사업유형	전시, 체험, 교육
총사업비	총 130,000천원, 국비 65,000천원 지방비 65,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 3월-10월 문화가 있는 날 주간 토요일
사업장소	기억공장 1945(순천시 장천2길 30-32), 순천시 장천동 일원 유희공간
수혜지역	전남 순천시
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	총 5회
비고	-

(35) 제주특별자치도

구분	내역
사업명	문화로 누리고 예술로 품다
주관단체명	제주도 (사)제주축제산업진흥원
사업목적	지역의 특색있는 문화를 기반으로 한 주민주도 생활예술 발굴 및 생활문화센터 활성화 상대적 문화소외지역 마을 주민의 예술향유 소외지역을 넘어 소외계층(청소년 시설 등)에게도 문화향유 기회 제공
사업내용	(장소별로 진행) 지역의 특색있는 문화를 마을주민 주도에 의한 생활예술 발굴 및 활성화 상대적 문화소외지역 마을 주민 및 소외계층 문화예술향유 문화가 있는 날 예술체험 프로그램
사업유형	공연, 체험, 전시, 창작
총사업비	총 126,000천원, 국비 63,000천원 지방비 63,000천원 자부담 없음
참여단체	-
사업기간	2022년 4월-10월 문화가 있는 날 주간
사업장소	구좌읍 김녕리 김녕어울림센터, 한림읍 귀덕1리마을회관, 사평마을생활문화센터, 제주시 남자중장기청소년센터, 대천동 강정마을커뮤니티센터
수혜지역	제주도
비대면 여부	-
프로그램 운영 횟수	창작: 총 36회 문화행사: 총 8회
비고	참여자 만족도 조사 실시

## 6) 참여 문화기반시설 문화가 있는 날 기획사업

### (1) 어린이와작은도서관협회

구분	내역
사업명	2022 작은도서관 문화가 있는 날
주관단체명	(사)어린이와 작은도서관협회
사업목적	· 작은도서관을 중심으로 매월 마지막 주 문화가 있는 주간에 문화예술활동 운영 지원을 통한 작은도서관의 활성화 · 차별화된 작은도서관 문화예술활동 개발 보급 · 작은도서관의 문화예술활동 기획 및 진행 능력 강화 · 문화예술활동 운영을 중심으로 한 지역 커뮤니티센터로서 작은도서관 역할 강화
사업내용	· 주관단체가 선정한 문화예술전문가 파견 지원 2회와 자체 기획 4회로 운영하여 도서관별 총 6회 독서문화예술 활동을 진행 · [기타] 작은도서관 문화예술활동 기획력 향상을 위한 교육 및 문화예술전문가 워크숍 실시, 비대면 활동 지원 교육과 매뉴얼 제공 및 사전교육 워크숍 진행, 컨설팅실사단 조직 운영, 설문조사
사업유형	작가와와의 만남, 미술(드로잉, 공예, 목공), 사진, 음악(클래식, 어린이글 노래 공연, 노래와 악기로 만나는 음악놀이), 국악, 연극, 영화 등
총사업비	총 200,000,000원 국비 200,000,000원, 자부담 없음
참여단체	전국 작은도서관 70개소
참여인력	도서관당 운영인력 1~2인 내외 협회에서 선정한 문화예술전문가 50명, 지역에서 선정한 문화예술전문가 49명
사업기간	2022년 2월~11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	전국 작은도서관 70개소
비대면 여부	비대면 활동 운영 비대면 활동 지원 교육과 매뉴얼 제공 및 사전교육 워크숍 진행
자체 설문조사	자체 설문조사 실시

### (2) 한국도서관문화진흥원

구분	내역
사업명	2022년 공공도서관 문화가 있는 날
주관단체명	(재)한국도서관문화진흥원
사업목적	· 매월 '문화가 있는 날' 주간 문화예술 프로그램 운영을 통한 공공도서관 이용 활성화 도모 및 지역의 문화발전 제고 · 지역주민들이 가족과 함께 일상에서 문화예술을 쉽게 접할 수 있는 기회 제공 · 공공도서관에서의 문화프로그램(공연) 운영을 통한 이용 활성화 및 지역 커뮤니티센터로서의 역할 강화
사업내용	· 보조사업자가 공연팀 선정 후 공공도서관별 대면 공연 1회 지원(비대면일 경우 1~3회) / 공공도서관이 자체적으로 공연팀 섭외 및 진행 지원 (도서관당 230만원 내에서 최대 3회 가능) · [기타] 현장 방문(공연준비 및 홍보 현황 확인, 공연 참관, 도서관 담당자 및 공연팀 의견 수렴)
사업유형	클래식, 재즈, 국악과 포크, 이야기책, 노래놀이, 마임, 미술, 개그, 인형극, 대중가요 등
총사업비	총 200,000,000원 국비 200,000,000원, 자부담 없음
참여단체	전국 공공도서관 65개관
사업기간	2022년 2월~11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	전국 공공도서관 65개관
비대면 여부	공연 방식(대면, 비대면) 자율 선택하여 진행
자체 설문조사	공연 관람객 대상 설문조사 진행

(3) 한국문화예술회관연합회

구분	내역
사업명	지역문화예술회관 문화가 있는 날 사업
주관단체명	한국문화예술회관연합회
사업목적	· 문화가 있는 날에 지역문화회관 등 문화시설을 활용, 지역밀착 맞춤형 공연프로그램을 개최하여 지역주민들의 문화접근성 확대를 통한 문화향유 기회 제공 및 문화회관 운영 활성화에 기여
사업내용	· 문화회관당 정부지원 프로그램 4회 이상과 자체 기획프로그램을 별도 진행 · 지역 어린이 및 청소년을 위한 공연프로그램 (2회 이상), 지역 예술단체를 활용한 프로그램(1회 이상), 문화회관 및 외부의 다양한 공간에서 개최하는 자율기획 공연프로그램(1회 이상)으로 구성 · [기타] 현장점검 및 수시 모니터링, 만족도 조사, 이해관계자 간담회, 사업홍보
사업유형	국악, 가곡, 검무, 동요, 마당극, 마술, 뮤지컬, 발레, 밴드, 앙상블, 아카펠라, 연극, 영화음악, 재즈, 팝페라, 퍼포먼스, 클래식, 탱고, 트로트 등
총사업비	총 170,000,000원 국비 170,000,000원, 자부담 없음
참여단체	전국 70개 문화회관
사업기간	2022년 1월 ~ 12월 문화가 있는 날 주간
사업장소	문화회관, 기타문화시설(박물관, 문화재 등), 학교, 공원 등
비대면 여부	비대면 진행
자체 설문조사	자체 설문조사 실시

(4) 한국문화원연합회

구분	내역
사업명	지방문화원과 함께하는 문화가 있는 날
주관단체명	한국문화원연합회
사업목적	· "문화가 있는 날"에 지방문화원이 지역민을 대상으로 지역특색을 반영한 문화프로그램을 개발, 운영함으로써 지역민의 생활 속 문화 향유 기회 확대 및 지역 간 문화 격차 경감
사업내용	· 지역의 특색있는 문화자원을 소재로, 문화원 소모임(향토사인형극단, 문화(마을)해설사, 지역사연구회, 마을합창단, 마을큐레이터 등)이 주축이 되어, 참여형 문화예술체험 프로그램 개발, 운영 · 지방문화원에서 실시하고 있는 인문학교육, 문화예술프로그램 또는 지방문화원 소속 동아리의 공연 등을 지원함
사업유형	강의, 체험, 공연 등
총사업비	총 200,000,000원 국비 200,000,000원, 자부담 없음
참여단체	전국 지방문화원 20개원 내외
사업기간	2022년 4월~12월 문화가 있는 날 주간
사업장소	전국 문화원 시설(강의실, 공연장 등) 및 지역 내 외부 공간 등에서 진행
비대면 여부	비대면 진행
자체 설문조사	없음

(5) 한국문화의집협회

구분	내역
사업명	2022 문화의집과 함께하는 날마다 문화가 있는 날
주관단체명	(사)한국문화의집협회
사업목적	· 생활권에 위치한 문화의집을 활용하여 지역주민이 동네에서 쉽고 편하게 '문화가 있는 날'과 만날 수 있는 기회 제공 · 지역주민과 함께 일상 속에서 마주하는 다양한 담론을 생각해보고, 이야기 나눌 수 있는 주제가 있는 생활문화 프로그램을 운영 · 코로나19 시대 '문화가 있는 날'을 통해 이웃간의 안부를 묻고 문화적 위로를 나눔으로써, 심리방역과 문화안 전망의 역할을 할 수 있는 프로그램 운영
사업내용	· [주간 프로그램] 문화의집 활동을 일상과 동네에서 보다 쉽게 참여하도록 하는 프로그램(시설별 2회 이상 운영) - 주제별 기획: 일상 속 다양한 생활문화 담론을 주제로 문화 프로그램 운영 - 협력 기획: 문화의집 공간 외에 지역 내 생활문화 공간과 협력하여 프로그램 운영 - 주민 기획: 참여 대상을 세분화하여 해당 주민들이 직접 프로그램 기획부터 운영까지 참여하는 프로그램 운영 · [기획 프로그램] 지역의 문화예술단체, 문화의집, 협회가 공동기획하는 문화가 있는 날 프로그램 · [축제 프로그램] 주간 프로그램 교류 및 주민 스스로 일상 속 문화를 기획하고 나누는 행사인 '날마다 문화가 있는 날' 축제 운영(연중 1회, 메인/공연/교류/투어 프로그램 구성)
사업유형	문화체험프로그램(식물테라피, 북바인딩, 제로웨이스트, 막거리 담기, 그림감상, 웃음치료, 업사이클링, 채식요리, 송편만들기, 천연수세미 등), 전통놀이, 장터, 축제 등
총사업비	총 100,000,000원 국비 100,000,000원 자부담 없음
참여단체	전국 문화의 집 5개소 내외
사업기간	2022년 2월~12월 문화가 있는 날 주간
사업장소	전국 문화의 집
비대면 여부	온라인 모임, 동영상 강의, 실시간 스트리밍 등 대면을 제외한 다양한 방식을 활용하여 운영
자체 설문조사	설문조사 없음. 자체 정성 평가 있음

(6) 한국박물관협회

구분	내역
사업명	2022 박물관 문화가 있는 날
주관단체명	(사)한국박물관협회
사업목적	· 전국의 다양한 박물관 콘텐츠를 활용한 지역 특화형 프로그램을 지원하여 문화시설이 부족한 지역의 문화 향유 기회와 문화적 역량 제고 · '문화가 있는 날' 지역 박물관의 인센티브를 부여, 자발적 참여 유도
사업내용	<b>[지역 콘텐츠 중심의 문화가 있는 날 고유 프로그램]</b> · 박물관 및 지역의 특색을 잘 살릴 수 있는 하나의 큰 콘텐츠를 선정 · 지역 고유의 문화·지리·전통적 특색 등 다양한 활용 가능 · 관별 연간 최소 5개월 이상 프로그램 운영 지원(관당 5백만원) <b>['박물관·미술관 주간'과 연계하여 지역축제, 지역문화시설, 학교 등과의 협력으로 프로그램 운영]</b> · 비대면 온라인 콘텐츠 기술을 활용한 관 우대 · 다양한 계층의 접근성 강화 프로그램 우대 <b>[노년층, 장애인, 학교 밖 청소년, 다문화가정 등 문화소외계층 대상 맞춤형 프로그램]</b> · 대상에 맞는 프로그램 기획 : 대상별 수준에 최적화된 프로그램 기획 및 운영
사업유형	문화체험프로그램(마스크 링걸이, 요가자연식, 한지공예, 오토마타 미술, 탈, 수납함, 자수랩트, 패각, 팽이과 제기 등), 공연, 악기체험 등
총사업비	총 250,000,000원 국비 250,000,000원 자부담 없음
참여단체	전국 등록 사립 및 사립대학박물관 40개관
사업기간	2022년 2월 ~ 2023년 1월 문화가 있는 날 주간
사업장소	박물관 내 전시실, 교육실 등
비대면 여부	비대면 진행
자체 설문조사	설문조사 없음. 자체 정성 평가 있음

(7) 한국사립미술관협회

구분	내역
사업명	사립미술관 지원사업 '미술관 문화가 있는 날'
주관단체명	(사)한국사립미술관협회
사업목적	· '문화가 있는 날' 소외 지역 미술관의 인센티브를 부여, 자발적 참여를 유도하고 다양한 계층에게 다양한 문화 프로그램을 제공하기 위함
사업내용	· 전국 사립미술관이 지역 특성에 맞는 다양한 계층(직장인, 시니어, 주부, 가족, 청년, 학생 등)을 대상으로 미술관별로 특화된 미술관 예술체험프로그램 개발 · 아티스트, 전시, 소장 작품 등 미술관별로 특화된 예술콘텐츠를 활용하여 다양한 형태의 예술체험프로그램을 복합적으로 제공함으로써 문화예술을 접하기 어려운 여러 대상들에게 창의적이고 예술적인 여가활동 기회 제공 · 문화가 있는 날 기간 내 한 개 관 당 3개월(3회) 이상 문화예술프로그램 진행 · [기타] 사업 홍보(주요 미술관 프로그램 현장취재 및 인터뷰 실시 등), 온라인 정산설명회 개최, 현장 모니터링 및 설문조사
사업유형	전시 관람 및 해설 · 감상, 체험, 창작, 워크숍, 강의, 탐방, 소규모 공연 등
총사업비	총 200,000,000원 국비 200,000,000원 자부담 없음
참여단체	전국 33개 등록 사립미술관
사업기간	2022년 3월-11월 문화가 있는 날 주간
사업장소	(오프라인) 미술관 교육공간, 기타 공간(아웃리치 등) (온라인) 온라인 교육을 실행할 온라인 채널, 솔루션 및 플랫폼 등
비대면 여부	비대면 진행
자체 설문조사	자체 설문조사 실시

## 2022년 문화가 있는 날 기획사업 성과분석 및 개선방안 연구

발행처 (재)지역문화진흥원

발간일 2023년 2월

발행인 차재근

연구기관 상명대학교 천안산학협력단

ISBN 979-11-92112-47-3

(재)지역문화진흥원

주소 서울시 종로구 율곡로 190 여전도회관 5층

문의 02-2623-3100

홈페이지 [www.rcda.or.kr](http://www.rcda.or.kr)

본 보고서의 내용을 인용할 때에는 반드시 출처를 명기하여 주시기 바랍니다.

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

# 2022년 문화가 있는 날 기획사업 성과분석 및 개선방안 연구