

2020년 문화가 있는 날 사업 인지도 조사

2020. 12.

지역문화진흥원

제 출 문

지역문화진흥원 원장 귀하

본 보고서를 「2020 문화가 있는 날 사업 인지도 조사」
최종보고서로 제출합니다.

2020년 12월

(주)이안전전략컨설팅 대표 김 준 호

목 차

제1장. 조사 개요	1
1. 조사 배경 및 목적	3
1-1. 2020 ‘문화가 있는 날’ 사업 인지도 조사 수행의 배경 및 목적	3
1-2. 2020 ‘문화가 있는 날’ 사업 수행환경 변화	4
2. 조사 설계	9
3. 조사 내용	10
4. 응답자 특성	11
5. 일러두기	12
제2장. 조사 결과 요약	13
I. ‘문화가 있는 날’ 인지도	15
II. ‘문화가 있는 날’ 경험 및 만족도	16
III. ‘문화가 있는 날’ 공감도 및 평가	19
IV. 비대면 운영	20
제3장. 조사 결과 분석	23
I. 문화가 있는 날 인지도	25
1. ‘문화가 있는 날’ 인지도	25
1-1. ‘문화가 있는 날’ 인지 경로	27
1-2. ‘문화가 있는 날’ 하면 떠오르는 이미지	29
II. 문화가 있는 날 경험 및 만족도	32
1. ‘문화가 있는 날’ 이용 경험	32
1-1. ‘문화가 있는 날’ 활동 유형별 이용 경험	34
2. 가장 많이 참여한 ‘문화가 있는 날’ 활동 유형	37
3. ‘문화가 있는 날’ 만족도	40
4. ‘문화가 있는 날 기획사업’ 참여 프로그램	43
4-1. 참여 프로그램(사업)별 만족도 및 불만족 이유	45
5. ‘문화가 있는 날’ 불참 이유	49
6. 참여하고 싶은 ‘문화가 있는 날’ 프로그램	52
III. ‘문화가 있는 날’ 공감도	55
1. ‘문화가 있는 날’에 대한 인식	55
1-1. ‘문화가 있는 날’ 제도 개선 사항	57
IV. 경제적 효과	60
1. ‘문화가 있는 날’ 문화생활을 위한 비용 지불 의사	60

V. 비대면 운영	62
1. ‘2020 문화가 있는 날’ 비대면 사업 추진 인지도	62
1-1. ‘2020 문화가 있는 날’ 비대면 프로그램에 대한 인식	64
1-2. ‘2020 문화가 있는 날’ 비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점	67
1-3. ‘2020 문화가 있는 날’ 비대면 프로그램 참여 시 아쉬웠던 점	68
2. 타 비대면 프로그램 대비 ‘2020 문화가 있는 날’ 강점	70
3. ‘2020 문화가 있는 날’ 비대면 추진 평가	73
4. 향후 ‘문화가 있는 날’ 운영 방향	75
VI. 조사 제언	77
별첨. 설문지	79

제1장. 조사 개요

1. 조사 배경 및 목적

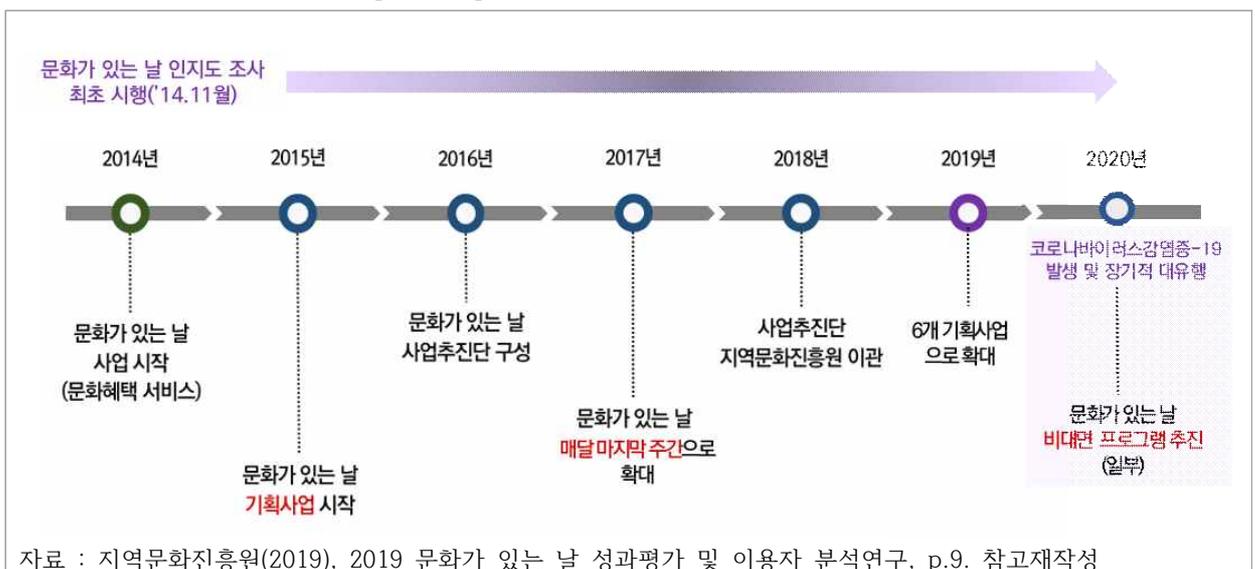
1-1. 2020 '문화가 있는 날' 사업 인지도 조사 수행의 배경 및 목적

- 문화체육관광부에서는 국민들이 생활 속에서 쉽게 문화를 누릴 수 있도록 매달 마지막 수요일과 그 주 주간에 '문화가 있는 날'을 실시하고 있음
- 이에 지역문화진흥원에서는 2014년부터 매년 일반국민을 대상으로 '문화가 있는 날'에 대한 인지도 및 만족도 조사를 실시하여 인지도, 이용경험, 만족도, 참여의사, 문화생활을 위한 비용 지불 의사 등에 대한 의견을 수렴하여 향후 관련 정책 개선의 참고자료로 활용하고자 함

◆ '문화가 있는 날' 주요 혜택 및 프로그램

- ① 국·공립 박물관, 미술관 무료관람 또는 할인, 연장개관 및 특별프로그램 운영
- ② 4대 고궁, 종묘, 조선왕릉 등 문화재 무료 개방
- ③ 국립공연시설 기획공연 할인
- ④ 도서관 문화프로그램 확대 운영 및 도서관 대출 두 배로 데이
- ⑤ 주요 극장, 경기장, 민간 문화특강 할인
- ⑥ 국립 문화시설 무료관람 또는 할인, 연장개관 및 특별프로그램 운영
- ⑦ 축제, 거리 공연 및 전시 등 야외 행사
- ⑧ 지역재단 및 지역 내 예술단체 관련 프로그램(공연 및 체험 등) 참여

[그림1-1] '문화가 있는 날' 사업 주요연혁



1-2. 2020 '문화가 있는 날' 사업 수행환경 변화

■ 코로나바이러스감염증-19의 장기적 대유행으로 문화예술생태계 위축상태 지속

- 2020년 1월 코로나바이러스감염증-19의 국내 발견 이후, 지속되는 전염병 대유행의 장기화는 일상의 모든 방식과 형태에 영향을 미쳤으며 특히 직접적 대면을 주요한 특징으로 하는 문화 예술의 창작, 제작, 유통, 소비, 향유 등 가치사슬 전반에 큰 영향을 줌

창작	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술 축제, 전시회, 박람회 등 이벤트 중단 • 예술인+단체의 생존 위기, 창작·발표 등 예술활동 위축 심각
향유	<ul style="list-style-type: none"> • 오프라인 소비 중단, 온라인 플랫폼 활용 스트리밍 등 매체를 활용한 문화예술활동이 증가 • 코로나블루, 경기침체 등 사회적 위축은 문화예술을 통한 정서순화 및 일상회복 욕구 증대의 계기가 됨 • 온라인 향유의 사각지대 발생(접근·생산 취약계층, 브랜드예술에 편중된 소비, 예술 희소성 문제)
매개	<ul style="list-style-type: none"> • 문화활동가, 기획자 활동 기회 차단, 예술교육 활동 위축 • 문화공간/연습공간/실연무대의 재정위기와 폐관
시장	<ul style="list-style-type: none"> • 시장의 위축과 경기의 침체 • 온택트 시장이 확대되었으나, 예술에서의 수익은 창출 어려움 • 문화소비 심리는 위축되었으나, 매체를 활용한 문화예술활동 증가 및 온라인 문화서비스 비용지불 증가

- 전국 광역·지역의 107개 문화재단을 대상으로 한 조사에서 '코로나19로 인해 가장 많은 변화를 겪은 분야'로 '행사·축제 등 문화사업(95.6%)', '문화예술시설운영(68.9%)'으로 집계(문광연)¹⁾

■ 예년 대비 국·공립 및 민간 예술시설의 운영일수 및 방문객/참여자 감소

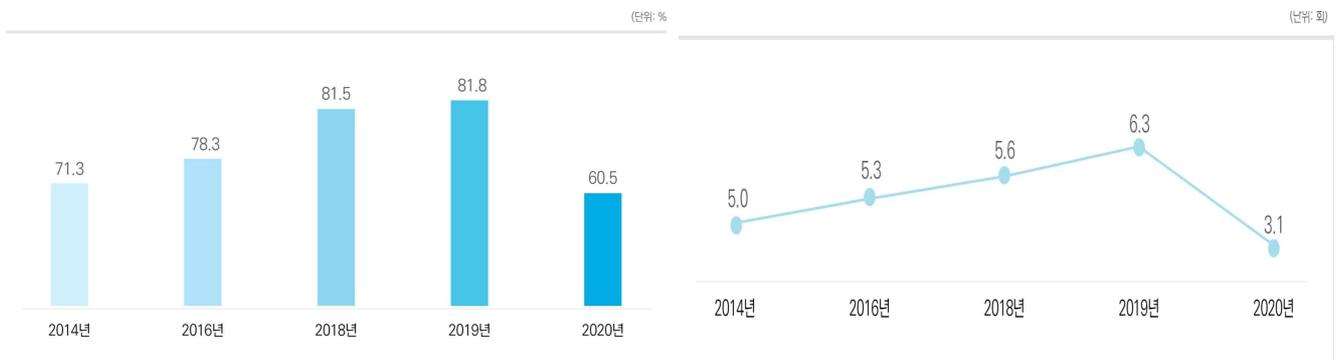
- 2020년 2월 25일 전염병 위기경보가 '심각'단계로 격상된 이래, 문체부 소속 국립문화예술시설 및 국립공연기관, 궁궐·왕릉 등 문화재청 산하 사적은 코로나19의 전개국면에 따라 휴관 및 재개관을 반복하고 있으며, 지자체별 요청 또는 자체적 결정에 따라 공공 문화시설의 휴관 상태가 지속됨
- 코로나19 상황의 심각화 양상과 사회적 거리두기의 지속 수행은 민간 체육시설, 공연장, 미술관, 박물관, 도서관, 문화보급시설의 매출액 및 고용 피해, 휴·폐업 등에 영향을 미쳤고 2020년 절대적인 운영일수 및 방문객 수치가 감소함

시기별	국·공립 문화예술시설 휴/재개관 추이
'20.2.25.~3.22.	<ul style="list-style-type: none"> • '심각' 단계 격상, 1~2차 휴관 5개 국립공연기관 • 문체부 소속 24개 박물관·미술관·도서관의 휴관
'20.5.6.	<ul style="list-style-type: none"> • 국립공연기관 및 박물관·미술관·도서관의 재개관
'20.5.30.~	<ul style="list-style-type: none"> • 수도권 국립박물관, 국립미술관, 궁궐, 왕릉 등 문체부·문화재청 산하 20여개 기관·사적 휴관
'20.6.12.~	<ul style="list-style-type: none"> • 기한 두지 않고 계속 휴관 결정 • 수도권 박물관·미술관·도서관 10곳, 공연장 4곳 휴관, 7개 국립예술단체 공연 중단)
'20.8.23.~	<ul style="list-style-type: none"> • 전국 사회적 거리두기 2단계, 수도권 이어 지방소재 국립문화예술 시설 모두 휴관 (지자체 요청으로 이미 휴관한 기관도 있음)
'20.9.28.~	<ul style="list-style-type: none"> • 국립문화예술시설 34개 재개관 (거리두기 수칙 적용, 수용가능인원의 최대 30%로 제한(전시시설), 관객 최대 50%(공연시설))
'20.12.8.~	<ul style="list-style-type: none"> • 서울 소재 박물관과 미술관, 도서관 등 9곳과 공연장 8곳 등 국립문화예술시설 휴관, 7개 국립예술단체의 서울 공연을 중단

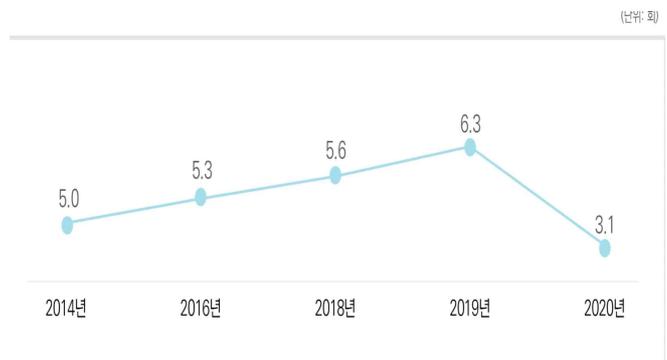
1) 양혜원(2020),「코로나19가 문화예술분야에 가져온 영향 및 정책대응방안에 대한 문화재단 설문조사」, 한국문화관광연구원. 유효표본: 45개, 조사기간: '20.9~10.

■ 전국적으로 문화예술행사 관람률 하락과 여가생활 만족도가 하락했으며, 모든 연령층, 소득집단, 지역에서 하락함 (2020 국민문화예술활동조사, 2020 국민여가활동조사)²⁾

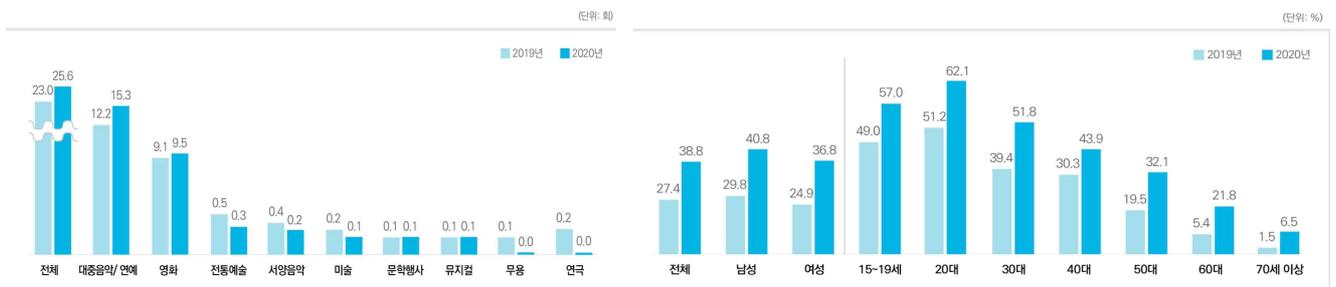
- 문화·여가 관련 국가승인통계인 『2020년 국민문화예술활동조사』에 따르면 지난 1년간(2019. 8.1~2020.7.31) 국민들의 문화예술행사 관람률은 60.5%로 전년 대비 21.3%p 감소했으며 문화예술행사 관람횟수도 3.1회로 2019년 조사 대비 3.2회 감소해 2014년 이후 가장 낮은 수치를 보임
- 반면 지난 1년간 매체를 이용한 문화예술행사 관람횟수는 약 25.6회로 전년 대비 2.6회 증가, 온라인 동영상 서비스(OTT) 이용 관람 경험 역시 38.8%로 전년 대비 11.4%p 증가하여 매체를 통한 참여가 매우 큰 폭으로 증가함



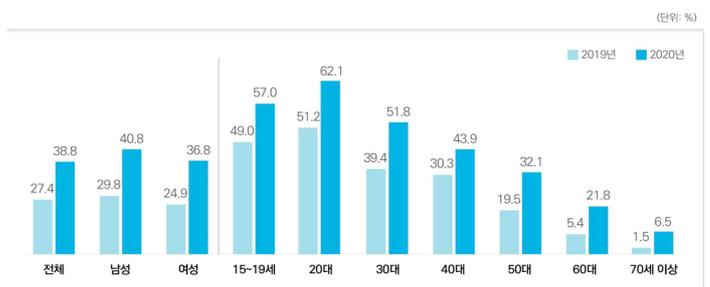
[그림1-2] 문화예술행사 관람률 추이



[그림1-3] 문화예술행사 관람횟수



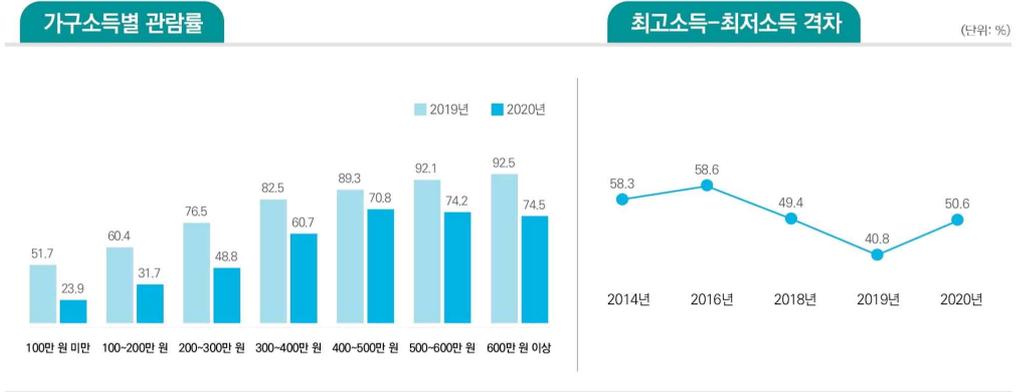
[그림1-4] 매체를 이용한 문화예술행사 관람횟수



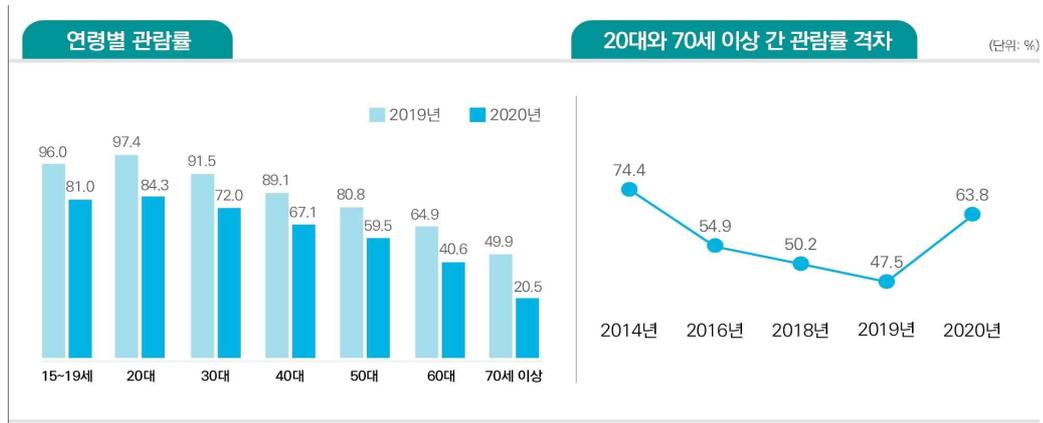
[그림1-5] 온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용관람 경험

- 집단별 관람률에서도 월평균 가구소득별 모든 가구의 관람률이 감소, 최고 소득(600만원 이상)과 최저 소득(100만원 미만)의 문화예술관람률 격차는 50.6%로, 2016년 58.6% 이후 가장 높은 수치를 보임
- 연령별로는 모든 연령대에서 전년 대비 관람률이 감소했으며 20대와 70세 이상 간 연령별 관람률 격차가 2019년 47.5%에서 2020년 63.8%로 작년 대비 16.3%p 증가함

2) 문화체육관광부(2020.12.9. 보도자료), '생활권 내 여가생활과 비대면 문화 활동 증가'

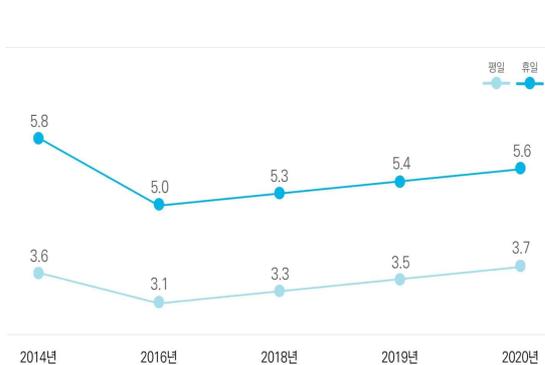


[그림1-6] 가구소득별 관람률 및 소득 간 격차

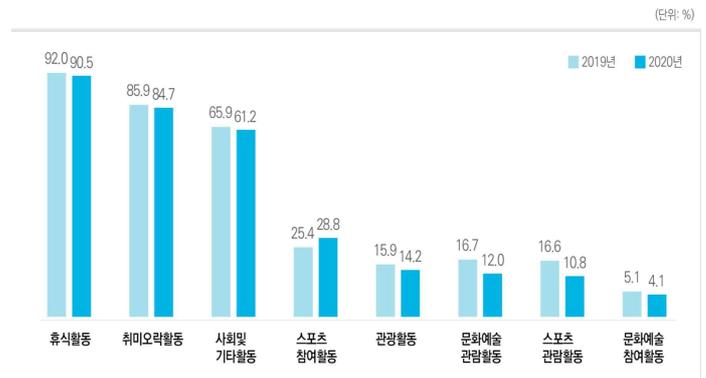


[그림1-7] 연령별 관람률 및 연령 간 격차

○ 『2020년 국민여가활동조사』를 통해 살펴본 국민의 평균 여가시간은 평일과 휴일이 각각 0.2시간 증가한 3.7시간, 5.6시간이며, 한해 가장 많이 참여한 여가활동은 휴식활동(90.5%), '취미오락활동'(84.7%), '사회 및 기타 활동'(61.2%), '스포츠 참여 활동'(28.8%) 순으로 나타남

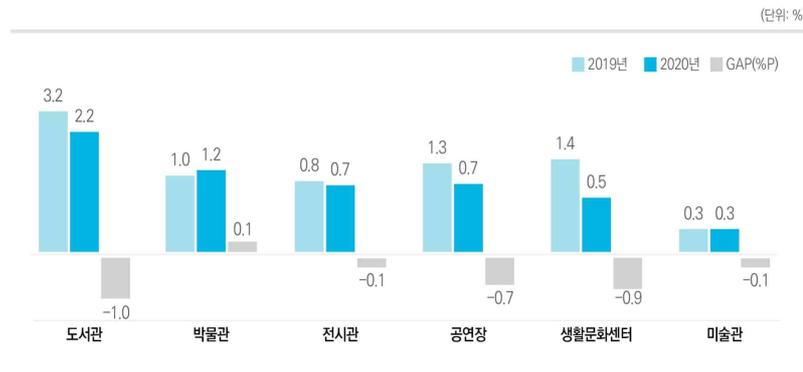


[그림1-8] 하루 평균 여가시간

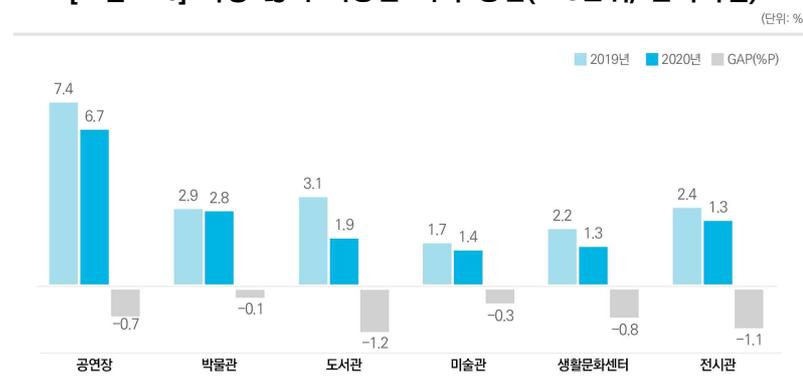


[그림1-9] 가장 많이 참여한 유형별 여가활동(1~5순위)

- 문화시설의 이용은 올해 전반적으로 감소하였으며 특히 공연장, 생활문화센터 이용이 작년 대비 크게 감소함. 향후 이용 희망시설 1위는 공연장이며 다음은 도서관, 박물관 순으로 집계됨

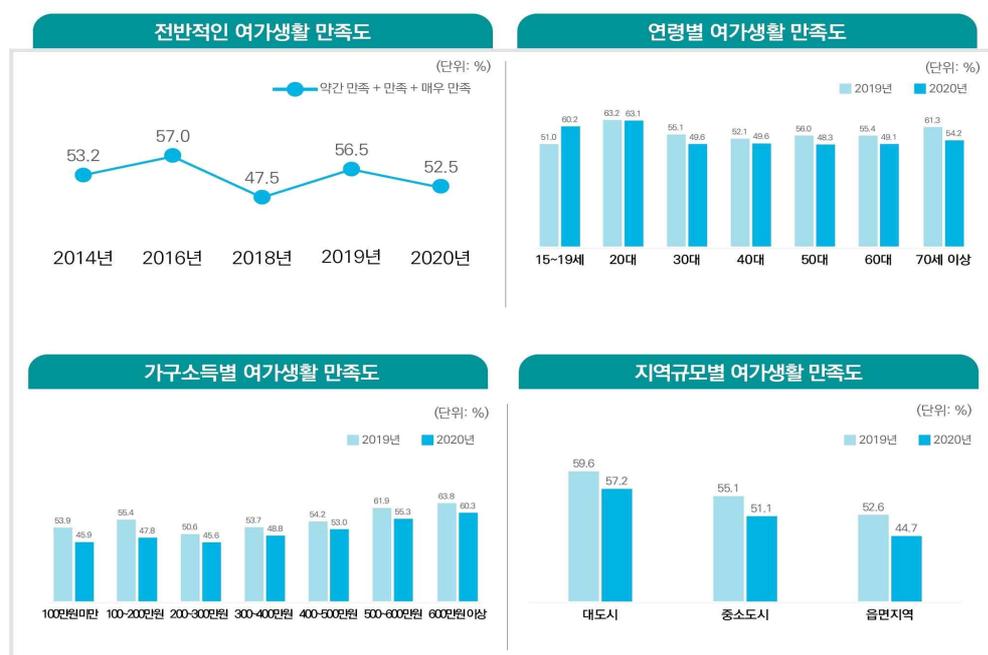


[그림1-10] 가장 많이 이용한 여가 공간(1~3순위, 문화시설)



[그림1-11] 이용하기를 희망하는 여가 공간(1~3순위, 문화시설)

- 2020년 여가생활 만족도는 전년 대비 4.0%p 감소하였고, 집단별로도 청소년(연령별)을 제외한 모든 연령층, 소득집단, 지역에서 만족도가 감소하였음



[그림1-12] 여가활동 만족도

◆ 2020년 문화체육관광 서비스업 생산지수(2020.9월 기준)

- 문화체육관광 경제지표 월간동향 자료에 따르면, 전년동월대비 20년 문화체육관광 서비스업 생산지수는 전년동월대비 32.5% 하락한 71.8점을 기록하였음
 - 전년동월대비 가장 많이 증가한 분야는 *문화서비스(0.6%) *포털 및 인터넷 정보매개서비스업
 - 전년동월대비 가장 많이 감소한 분야는 관광/여행(-67.9%)
- 세부 분야별로 레저/오락(-49.0%), 관광/여행(-67.9%)
창작 및 예술 관련 서비스업(-18.6%), 도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업(-9.5%)



자료 : 한국문화관광연구원, 「2020 월간 문화체육관광경제지표-11월호」, '20.12월 발간, pp.12-13.

■ 문화가 있는 날 혜택 및 프로그램의 운영 및 대상참여자의 축소, 정보 접근성 축소, 경험기회 축소

- '문화가 있는 날' 주요 혜택 및 프로그램이 수행되는 국·공립/민간 공중이용시설의 휴관은 '문화가 있는 날' 사업 및 프로그램의 운영회차 및 대상참여자 수의 감소에 영향을 미침
- 불가피한 비대면 전환 운영은 '문화가 있는 날' 사업 자체의 축소와 함께, 사업 경험기회 및 정보 접근성을 축소시켰음
- '2020 문화가 있는 날' 사업에서의 비대면으로 전환하여 추진한 사례
 - '집콕' : 음악·강연 콘서트의 온라인 생중계
 - '청춘마이크' : 유튜브 계정을 통한 청년예술인의 랜선 버스킹, 지역방송국 출연
 - '지역문화 콘텐츠 특성화', '직장문화배달': 라이브 스트리밍, 영상촬영 송출
 - '동네책방 문화사랑방', '동동동 문화놀이터' : 체험키트 배포 후 온라인 소통, 라이브 스트리밍

2. 조사 설계

[표1-1] 조사 설계

구분	내용
조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> 전국 17개 시·도(세종, 제주 포함)에 거주하고 있는 만 15세 이상 일반국민³⁾
조사 방법	<ul style="list-style-type: none"> 구조화된 설문지를 활용한 온라인 조사
조사내용	<ul style="list-style-type: none"> ‘문화가 있는 날’ 및 ‘문화가 있는 날 기획사업’⁴⁾ <ul style="list-style-type: none"> 인지도, 이용경험 및 만족도, 참여의향, 인식 및 공감도, 경제적 효과 비대면 운영 관련 <ul style="list-style-type: none"> 인지도, 이용경험 및 만족도, 추진평가, 제안사항
유효 표본	<ul style="list-style-type: none"> 5,000명 <ul style="list-style-type: none"> 95% 신뢰수준에서 최대허용오차 $\pm 1.39\%$
표본 할당	<ul style="list-style-type: none"> 지역·성·연령별 인구구성비를 고려한 비례할당 (Proportional Quota Sampling)
조사 기간	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 11월 30일 ~ 12월 4일
조사기관	<ul style="list-style-type: none"> (주)엠브레인퍼블릭

3) 2014년 8월 조사까지는 만 19세 이상 성인남녀(n=1,000)를 대상으로 조사를 실시하였으나, 2014년 11월 조사부터 청소년층의 의견 수렴도 필요하여 만 15세 이상(n=1,065)으로 대상으로 확대하였음
2015년 3월(n=1,000)과 2015년 8월(n=2,000) 각각 조사를 진행하였으며, 2016년 4월 조사부터 2,500명으로 표본을 확대하였으며, 2018년 11월부터는 5,000명으로 표본이 확대되었음. 따라서 조사 결과 해석 시 각 조사별 대상과 표본수가 다르다는 점을 감안해야 함

4) 『2020년 문화가 있는 날 사업 인지도 조사』 조사범위에 해당하는 ‘문화가 있는 날 기획사업’은 청춘마이크, 지역문화우리, 지역문화 콘텐츠 특성화, 동동동 문화놀이터, 직장문화배달, 동네책방 문화사랑방의 총 6개 사업이 해당됨

3. 조사 내용

[표1-2] 조사 내용

구분	문항 내용
문화가 있는 날 인지도	<ul style="list-style-type: none"> • '문화가 있는 날' 인지도 • '문화가 있는 날' 인지 경로 • '문화가 있는 날' 하면 떠오르는 이미지
문화가 있는 날 경험 및 만족도	<ul style="list-style-type: none"> • '문화가 있는 날' 이용 경험 • '문화가 있는 날' 참여 프로그램 유형 • '문화가 있는 날' 만족도 • '문화가 있는 날' 참여 프로그램(사업) • 참여 프로그램(사업)별 만족도 및 불만족 이유 • '문화가 있는 날' 불참 이유 • '문화가 있는 날' 참여하고 싶은 프로그램
공감도	<ul style="list-style-type: none"> • '문화가 있는 날'에 대한 인식 • '문화가 있는 날' 제도 개선 사항
경제적 효과	<ul style="list-style-type: none"> • '문화가 있는 날' 문화생활을 위한 비용 지불 의사
비대면 운영	<ul style="list-style-type: none"> • '2020 문화가 있는 날' 비대면 사업 추진 인지도 • '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램 인식 • '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점 및 아쉬웠던 점 • 타 비대면 프로그램 참여 여부 • 타 비대면 프로그램 대비 '2020 문화가 있는 날' 강점 • '2020 문화가 있는 날' 비대면 추진 평가 • 향후 '문화가 있는 날' 운영 방향

4. 응답자 특성

[표1-3] 응답자 특성

구분		사례수(명)	비율(%)
		5,000	100.0
성별	남성	2,551	51.0
	여성	2,449	49.0
연령	만 15~19세	276	5.5
	만 20대	842	16.8
	만 30대	856	17.1
	만 40대	1,067	21.3
	만 50대	1,110	22.2
	만 60대	849	17.0
지역 규모	특별/광역시	2,242	44.8
	그외	2,758	55.2
지역	서울	969	19.4
	부산	335	6.7
	대구	240	4.8
	인천	292	5.8
	광주	143	2.9
	대전	147	2.9
	울산	116	2.3
	경기	1,299	26.0
	강원	146	2.9
	충북	147	2.9
	충남	188	3.8
	전북	166	3.3
	전남	163	3.3
	경북	236	4.7
	경남	312	6.2
	제주	63	1.3
	세종	38	0.8
직업	화이트칼라	2,248	45.0
	블루칼라	641	12.8
	자영업	347	6.9
	주부	637	12.7
	학생	369	7.4
	무직	384	7.7
	기타	374	7.5

5. 일러두기

※ 본 조사결과에 대한 분석 및 해석 시 다음과 같은 사항에 유의하여야 함

- 각 통계표 및 도표에 수록된 숫자는 소수점 둘째 자리에서 반올림되어 있으므로 세목과 그 총계가 일치되지 않는 경우가 있으며, 표기된 비율로 단순 합산할 경우 차이가 있을 수 있음
- 2020년 조사의 일부 설문 문항은 작년 조사와 보기 또는 선택 응답 수가 달라진 관계로, 연도별 시계열 비교를 위해 응답 결과값에 추가로 재산출한 값이 있음
- 일부 설문 문항에 따라 복수로 응답된 문항이 있으므로 그 합계는 100.0%가 넘을 수 있음
- 사례수가 30표본 미만으로 적은 경우 결과 해석에 주의가 필요함
- 본 조사 내 '인지도', '참여경험률', '만족도' 결과값은 다음과 같은 구조를 가짐



[인지도·참여경험률·참여만족도의 도출구조]

제2장. 조사 결과 요약

조사결과 Summary



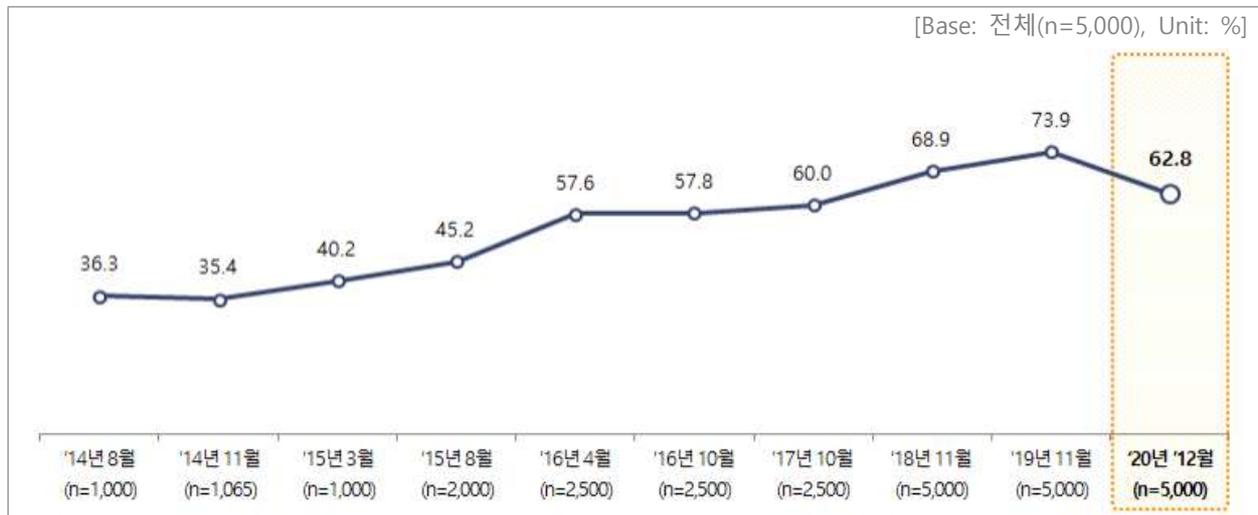
I. '문화가 있는 날' 인지도

■ 문화가 있는 날 인지도 : 국민 5,000명 중 3,140명 인지(62.8%) 전년 대비 11.1%p 하락

○ 2020년 '문화가 있는 날' 인지도는 전년(73.9%) 대비 11.1%p 하락한 62.8%로, 일반국민 10명 중 6명 이상이 '문화가 있는 날'에 대해 인지하고 있음

- 특히 여성(68.7%), 20대(74.6%), 서울/수도권(65.2%), 학생(70.5%) 등 평소 문화 향유 접근성이 높은 계층에서 인지도가 높은 특징을 보임

[그림2-1] '문화가 있는 날' 인지도



○ 주로 '언론 보도'(45.0%)와 '인터넷'(44.7%)을 통해 인지하고 있으며, '주변 사람'(39.9%)을 통한 인지율도 높은 수준임

- 남성은 언론보도, 인터넷, 정부/지자체 홍보자료를 통해 주로 인지하는 반면, 여성은 '주변사람'을 통한 인지가 상대적으로 높음

- 연령이 낮을수록 '주변 사람'과 'SNS'를 통해서 인지하는 반면, 연령이 높을수록 '언론 보도', '정부/지자체 홍보자료'를 통해 인지하는 경향을 보임

○ '문화가 있는 날'에 대해 '문화 할인(혹은 무료) 서비스'(82.9%, 1+2 종합순위 기준)라는 이미지가 가장 강하게 나타나고 있으며, 추가적으로 '일상 속 문화 활동 확대를 권장하는 사업'(58.9%), '다양한 유형의 문화예술을 골고루 발전시키기 위한 사업'(28.0%) 등으로 인식되고 있음

조사결과 Summary



Ⅱ. '문화가 있는 날' 경험 및 만족도

■ 문화가 있는 날 참여경험 : 78.2%(전년 대비 16.1%p 상승), 비대면 관람 포함 81.7%

- 2020년 조사에서 '문화가 있는 날'을 인지하고 있는 3,139명의 '문화가 있는 날' 이용 경험은 전년(62.1%) 대비 16.1%p 상승한 78.2%로 2014년 조사 이래 가장 높은 수준을 기록함
 - 인지여부에 관계없이 전체 응답자 5,000명 기준 '문화가 있는 날' 이용 경험은 3,217명(64.3%)임
- 2020년은 예년과 달리 '비대면 프로그램' 등 매체를 이용한 문화가 있는 날 참여경험 여부가 선택지로 추가되었고, 이를 포함한 전체 참여경험은 81.7%로 집계됨

[그림2-2] '문화가 있는 날' 참여 경험률



- 문화가 있는 날이나, 문화가 있는 날 기획사업은 모르고 있지만, 해당 혜택 및 서비스를 문화가 있는 날에 경험해본 적이 있는지 물은 결과, 비인지자 1,861명 중 651명이 경험했다고 응답(35.0%)

[표2-1] 2019-2020 비인지자 중 참여율 비교

		비인지자 전체 사례수	참여한 적 있음	참여한 적 없음
연도	2019	1,307	214	1,093
		100.0%	16.4%	83.6%
	2020	1,861	651	1,210
		100.0%	35.0%	65.0%

조사결과 Summary



■ 문화가 있는 날 활동 중 참여경험 1순위 : '영화관에서 영화관람' 74.5%

- 활동별로 '문화가 있는 날' 주간에 참여한 경험 여부를 묻은 결과, '영화관에서 영화관람'이 51.1%로 가장 많아 전체 응답자 10명 중 약 5명이 경험이 있었음. 다음으로 '길거리, 공원 등에서 야외공연 관람'(25.0%), '박물관 혹은 미술관에서 전시 관람'(21.2%) 등의 순으로 경험이 있다고 응답함
- 한편 프로그램별로 가장 많이 참여한 활동을 묻은 결과에서도 '영화관에서 영화관람'(74.5%, 1+2순위 기준)이 압도적으로 높게 집계되어, 2018년~2020년 3년 연속 '영화관에서 영화관람'이 '문화가 있는 날' 주간에 가장 많이 참여한 활동으로 나타남

[표2-2] 2018-2020 활동별 참여경험 분포 비교(1+2순위 기준)

참여 문화활동	영화관에서 영화관람	공연장에서 공연 관람	박물관 혹은 미술관에서 전시 관람	스포츠 경기 관람	고궁 등 문화재 관람	길거리, 공원 등에서 축제·야외공연 관람	문화가 있는 날 비대면 프로그램	지역 내 기획자나 예술단체가 진행하는 프로그램 참여	도서관 2배 대출	직장 문화로 문화공연	기타	
연도	2018년	76.9%	22.4%	18.4%	11.9%	10.9%	26.1%	-	11.7%	15.7%	-	0.1%
	2019년	79.0%	24.5%	18.3%	13.4%	11.0%	25.6%	-	11.4%	13.6%	-	-
	2020년	74.5%	16.7%	17.7%	5.8%	12.2%	5.4%	8.0%	4.8%	10.4%	1.8%	0.7%

■ 문화가 있는 날 기획사업 중 참여경험 1순위 : '지역문화 콘텐츠 특성화' 24.9%

- 참여자의 41.8%가 참여했던 '문화가 있는 날 기획사업'에 대해 인지하고 있었고, '지역문화 콘텐츠 특성화'(24.9%), '지역문화우리(청년문화우리)'(13.1%), '동네책방 문화사랑방'(9.6%) 순으로 '인지' 응답이 높게 나타남
 - 한편 응답자 절반 이상(58.2%)은 '문화가 있는 날' 프로그램(사업)에 참여한 것은 인지하고 있으나, 사업명은 정확하게 알고 있지 못하다고 대답함
- 2018년~2020년 3년간 기획사업별 참여경험 분포에서도 '지역문화 콘텐츠 특성화'사업에 가장 많이 참여했으며 2019년부터 시행된 '지역문화우리'와 '동네책방 문화사랑방'도 상대적으로 높은 순위를 보임
 - 참여한 사업을 알고 있다고 응답한 사람들을 기준으로 함

[표2-3] 2018-2020 기획사업별 참여경험 분포 비교

참여 문화활동	지역문화 콘텐츠 특성화	지역특화 프로그램	지역문화우리 (청년문화우리)	동네책방 문화 사랑방	청춘 마이크	동동동 문화 놀이터	직장 문화배달	기타	
연도	2018년	49.9%	27.8%	-	-	6.1%	5.1%	9.4%	1.7%
	2019년	65.6%	-	-	12.7%	4.5%	6.2%	7.6%	3.5%
	2020년	59.6%	-	31.3%	23.0%	12.4%	11.7%	9.6%	5.7%

※ '19년 단수응답에서 '20년 중복응답으로 변경되었으므로, 연도간 직접적인 비교는 부적절하며 분포비교의 참고치로만 활용해야함

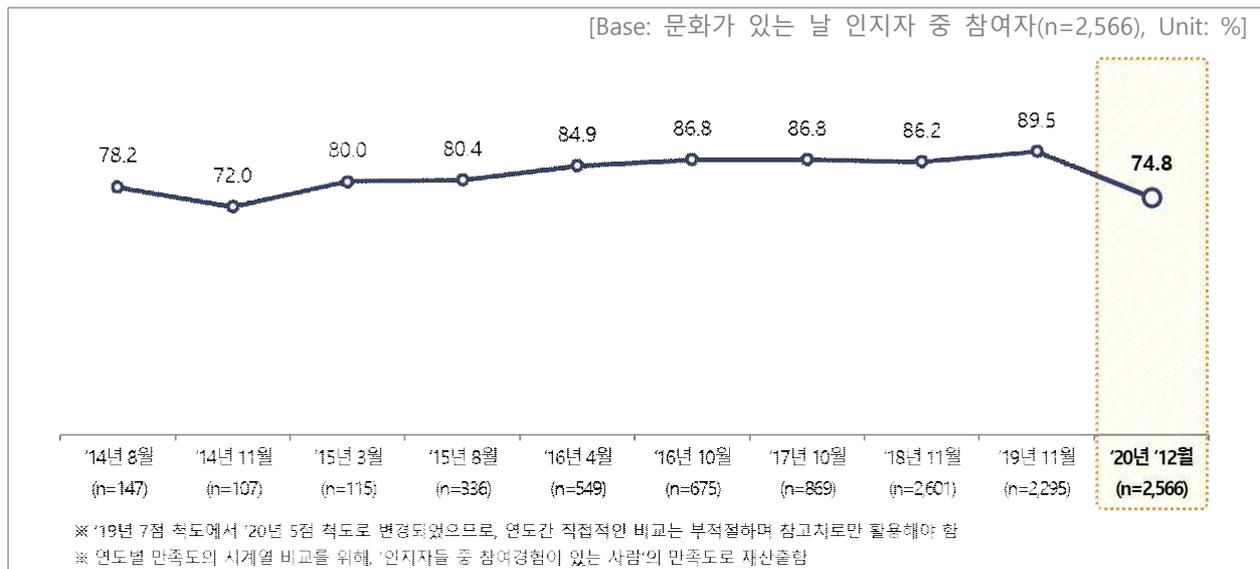
조사결과 Summary



■ 문화가 있는 날 만족도 : 74.8%(전년 대비 14.7%p 하락)

- '문화가 있는 날' 참여 경험이 있는 3,217명에게 참여 만족도를 물은 결과, 10명 중 약 7명(69.8%)은 '문화가 있는 날' 혜택 및 프로그램(사업)에 대해 만족하는 것으로 나타남
- 2018~2019년과의 비교를 위해, 인지자 중에서 참여경험이 있는 2,566명의 만족도를 산출한 결과 74.8%가 만족하는 것으로 집계됨
 - 2019년(89.5%) 대비 '만족' 응답은 14.7%p 감소함
- 참여 '문화가 있는 날 기획사업'별로는 '동네책방 문화사랑방'에 대한 만족도가 71.2점으로 가장 높고, 다음으로 '청춘마이크'(68.9점), '지역문화 콘텐츠 특성화'(67.7점), '동동동 문화놀이터'(67.7점) 순으로 나타남

[그림2-3] '문화가 있는 날' 만족도(만족%)



- '문화가 있는 날' 비참여자들은 전반적으로 '상세 정보를 얻기 어려워서'(44.4%, 1+2 종합 순위 기준), '코로나19, 날씨 등 환경변화로 인해 참여가 어려워서'(41.2%), '시간이 없어서'(40.6%) 문화 활동에 참여하지 못했던 것으로 나타남
 - 연령이 높을수록 '상세 정보를 얻기 어려워서', '코로나19, 날씨 등 환경변화로 인해 참여가 어려워서' 응답이 높은 반면, 연령이 낮을수록 '참여하고 싶은 프로그램이 별로 없어서', '문화예술에 관심이 없어서', '혜택(할인율 등)이 크지 않아서' 참여하지 않는 경향을 보임
 - '거리가 멀어서' 응답은 서울/수도권 대비 비수도권 지역에서 더 높은 경향을 보이며, 특히 강원/제주(21.2%)에서 높게 나타남
- 향후 기회가 된다면 참여하고 싶은 프로그램으로 '영화관에서 영화관람'(62.5%, 1+2순위 기준)에 대한 선호가 압도적으로 높게 나타남

조사결과 Summary

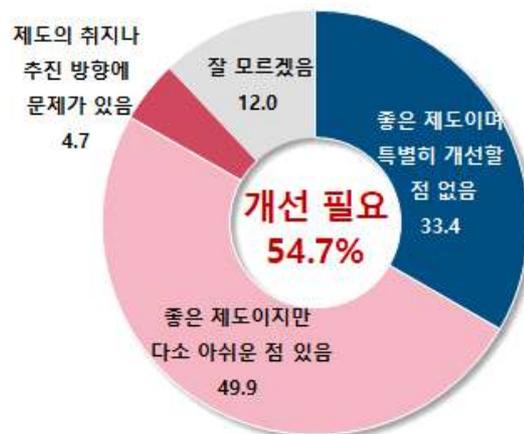


Ⅲ. '문화가 있는 날' 공감도 및 평가

- 국민 5,000명 중 1,670명(33.4%)이 제도에 대해 긍정적으로 평가 반면, 과반 이상(54.7%)은 제도 개선의 필요성을 지적
- 응답자 절반 가까이(49.9%)는 '문화가 있는 날'에 대해 '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있다'고 인식하고 있었으며, 이어서 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'(33.4%), '제도의 취지나 추진 방향에 문제가 있음'(4.7%) 순으로, 전반적으로 제도의 취지에는 공감하고 있으나, 다소 개선이 필요한 것으로 인식함

[그림2-4] '문화가 있는 날'에 대한 인식

[Base: 전체(n=5,000), Unit: %]



- '문화가 있는 날' 제도 관련 개선해야 할 점으로 전반적으로 '할인 폭 등 혜택 확대'(50.7%, 1+2순위 기준)에 대한 개선 요구가 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '문화가 있는 날 정시/조기 퇴근 제도 마련'(40.1%), '소도시 및 지방까지 혜택 확대(39.3%), '문화가 있는 날 홍보 확대'(35.3%) 등의 순으로 나타남

조사결과 Summary



- 응답자 96.5% 비용 지불의사 있으며, 2만원 미만의 비용을 지불할 의향이 절반 이상(71.4%)
- 응답자 대부분(96.5%)은 '문화가 있는 날'과 그 주간에 문화생활을 위해 비용을 지불할 의사가 있으며, '1만원~2만원 미만'(32.2%) 및 '5천원~1만원 미만'(29.3%)의 비용지불의향 순으로 집계되었음

[표2-4] 2018-2020 지불의향금액 분포 비교

지불 의향 금액		5천원 미만	5천원~1만원 미만	1만원~2만원 미만	2만원~3만원 미만	3만원~4만원 미만	4만원 이상
연도	2018년	13.4%	40.4%	29.2%	11.6%	2.3%	3.0%
	2019년	12.8%	36.4%	29.4%	12.5%	3.1%	5.8%
	2020년	9.8%	29.3%	32.2%	18.1%	6.3%	4.1%

IV. 비대면 운영

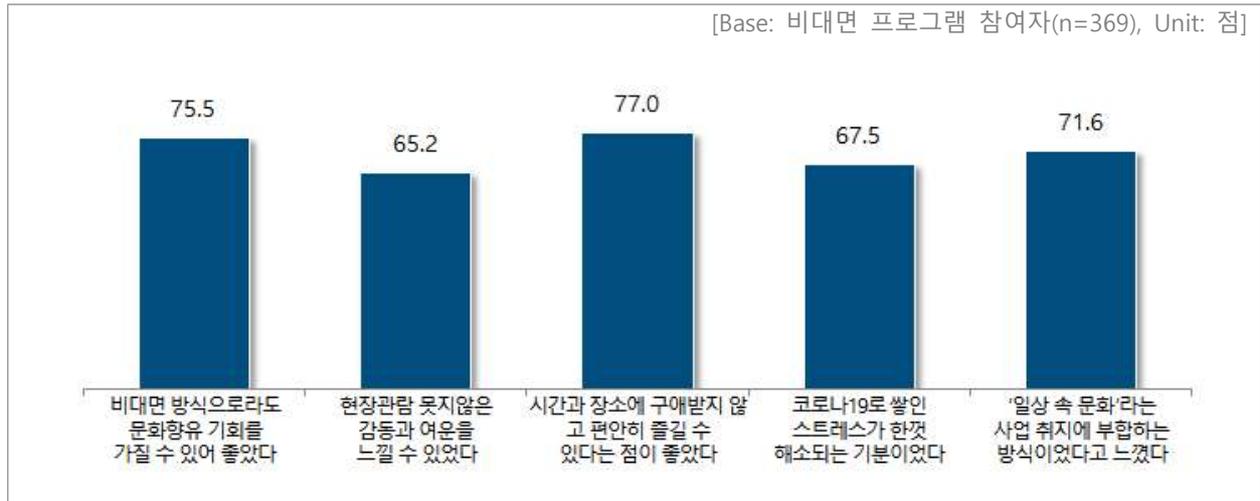
- 문화가 있는 날 비대면 추진에 대한 인지도 : 45.7%(2,285명)
비대면 프로그램 참여자의 과반 이상이 긍정적으로 평가
- '2020 문화가 있는 날' 사업을 코로나19 대응 일환으로 프로그램 일부를 비대면 형태로 전환·추진한 사실에 대해 인지하는 경우는 45.7%로, 이 중 실제로 비대면 프로그램에 참여해본 경우는 7.4%임
- 비대면 프로그램 참여자들은 '문화향유 기회 제공' 측면에 대해 80.8%가 긍정적으로 평가했으며, 이어서 '시간과 장소에 구애받지 않음'(78.9%), '일상 속 문화라는 사업 취지에 부합'(71.3%) 순으로 긍정적으로 평가함
 - 자유 응답에서도 역시 '편하다'(9.8%), '비대면이다' (7.9%), '집에서 즐길 수 있다'(7.9%) 등 비대면 프로그램의 참여 편의성에 대한 긍정 의견이 다수 나타났으며, 그 외 '문화 생활을 할 수 있다' (6.5%), '코로나로 힘든 시기에 즐길 수 있어서 좋다'(5.1%) 등 문화 향유 자체에 대한 만족감도 나타남

조사결과 Summary



[그림 2-5] '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램에 대한 인식

[Base: 비대면 프로그램 참여자(n=369), Unit: 점]



- 반면 '현장관람 못지 않은 감동과 여운을 느낄 수 있었다'는 점에 대해서는 59.9%가 긍정적으로 평가하여 타 항목 대비 낮은 수준임
 - 비대면 프로그램의 아쉬운 점으로 '현장의 생동감을 느낄 수 없음'이 61.8%로 가장 높아, 참여자들은 비대면 프로그램의 문화 향유 기회 제공에도 불구하고 현장감 부족을 아쉬운 점으로 꼽음
- 타 비대면 프로그램 대비 '2020 문화가 있는 날'의 강점으로는 '비대면 관람 환경이 잘 갖추어져 있고 접근하기 쉬운 점'(45.9%)과 '프로그램 정보를 쉽게 얻을 수 있는 점'(39.7%)을 꼽음
- '2020 문화가 있는 날'을 비대면으로 추진한 것에 대해서는 대체로 '적절하다'는 평가가 주를 이룸 (매우 적절한 대응이었다 21.2% + 적절한 대응이었다 44.4%)
- 향후 '문화가 있는 날' 운영 방향으로는 '시대적 요구에 따라 최대한 비대면 방식으로 운영 패러다임을 바꾼다'(46.9%)와 '대면 방식은 유지하되 방역 차원에서 소규모 그룹 단위로 전환·운영한다'(37.2%) 의견이 높아, 방역과 사업 진행과의 절충점을 찾을 필요가 있음
- 향후 '문화가 있는 날' 운영 방향으로는 '시대적 요구에 따라 최대한 비대면 방식으로 운영 패러다임을 바꾼다'(46.9%)와 '대면 방식은 유지하되 방역 차원에서 소규모 그룹 단위로 전환·운영한다'(37.2%) 의견이 높아, 방역과 사업 진행과의 절충점을 찾을 필요가 있음

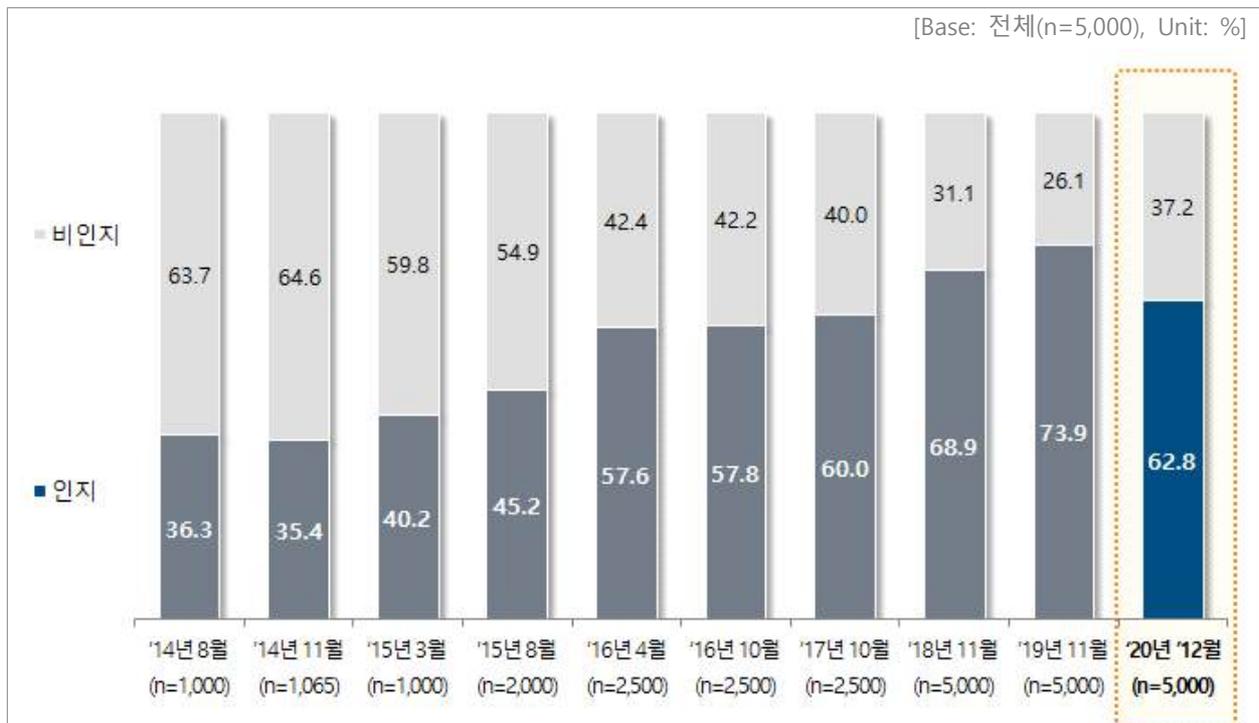
제3장. 조사 결과 분석

I. 문화가 있는 날 인지도

1. '문화가 있는 날' 인지도

- 일반국민 10명 중 6명 이상(62.8%)이 '문화가 있는 날'에 대해 인지하고 있는 것으로 나타남
- 2019년(73.9%) 대비 인지도가 11.1%p 하락하였으나, 2017년 이후 60% 이상의 인지도를 유지하고 있음

[그림3-1] '문화가 있는 날' 인지도



- '문화가 있는 날' 인지도는 여성(68.7%)이 남성(57.1%) 보다 높게 나타났으며, 연령별로는 20대(74.6%), 지역별로는 서울(68.8%), 울산(69.0%), 충북(68.0%), 직업별로는 학생(70.5%)에서 인지도가 상대적으로 높게 나타남

[표3-1] '문화가 있는 날' 인지도

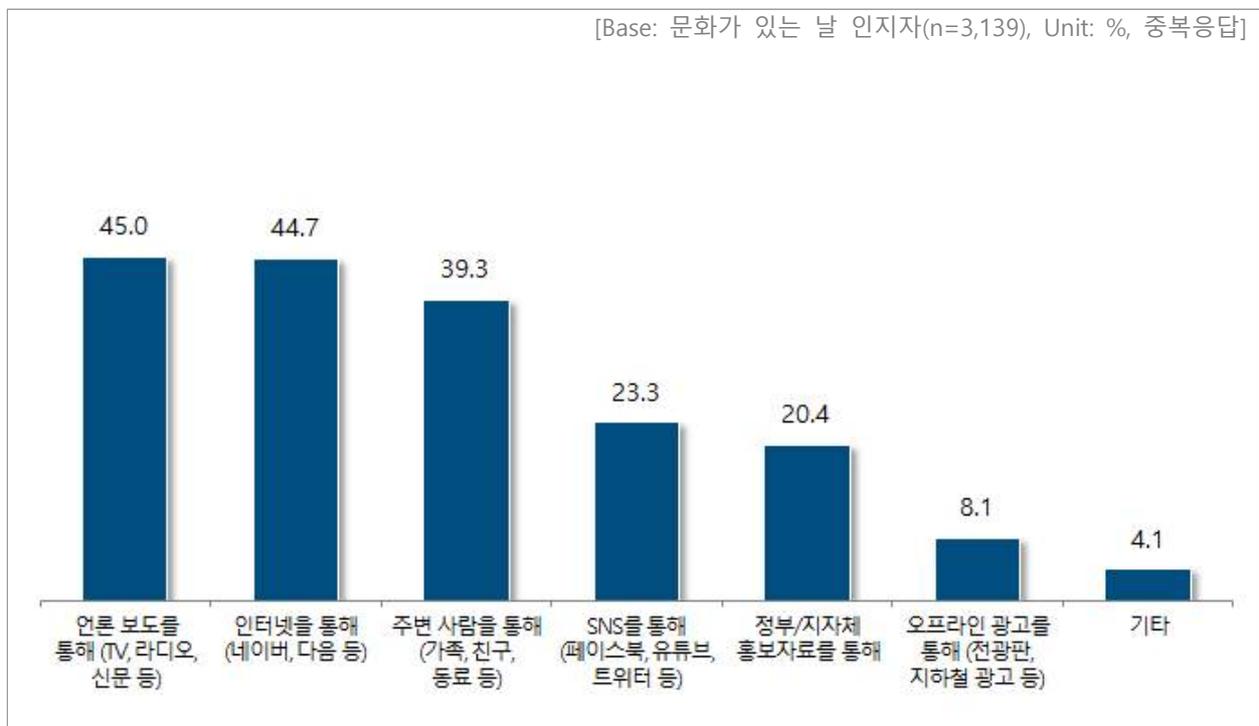
(단위 : 명, %)

		사례수	알고 있다	모른다
전체		5,000	62.8	37.2
			3,139	1,861
성별	남성	2,551	57.1	42.9
	여성	2,449	68.7	31.3
연령	만 15~19세	276	51.1	48.9
	만 20대	842	74.6	25.4
	만 30대	856	67.5	32.5
	만 40대	1,067	59.5	40.5
	만 50대	1,110	59.6	40.4
	만 60대	849	58.3	41.7
지역 규모	특별/광역시	2,242	64.1	35.9
	그외	2,758	61.7	38.3
지역	서울	969	68.8	31.2
	부산	335	61.2	38.8
	대구	240	64.2	35.8
	인천	292	57.5	42.5
	광주	143	55.9	44.1
	대전	147	57.1	42.9
	울산	116	69.0	31.0
	경기	1,299	64.2	35.8
	강원	146	59.6	40.4
	충북	147	68.0	32.0
	충남	188	60.1	39.9
	전북	166	53.0	47.0
	전남	163	56.4	43.6
	경북	236	58.5	41.5
	경남	312	61.5	38.5
	제주	63	52.4	47.6
	세종	38	63.2	36.8
직업	화이트칼라	2,248	68.2	31.8
	블루칼라	641	56.9	43.1
	자영업	347	51.0	49.0
	주부	637	61.5	38.5
	학생	369	70.5	29.5
	무직	384	57.3	42.7
	기타	374	51.1	48.9

1-1. '문화가 있는 날' 인지 경로

- '문화가 있는 날'에 대해 '언론 보도를 통해(TV, 라디오, 신문 등)'(45.0%)와 '인터넷을 통해(네이버, 다음 등)'(44.7%) 인지하는 비율이 높게 나타났으며, 그 외 '주변 사람을 통해(가족, 친구, 동료 등)'(39.9%), 'SNS를 통해(페이스북, 유튜브, 트위터 등)'(23.3%), '정부/지자체 홍보자료를 통해'(20.4%) 등의 순으로 나타남
- '문화가 있는 날' 인지자의 10명 중 4명은 매스컴이나 지인을 통해 문날을 들어본 경험이 있다는 의미로 해석할 수 있음

[그림3-2] '문화가 있는 날' 인지 경로



- '문화가 있는 날' 인지 경로로 남성은 '언론 보도'(50.3%), '인터넷'(48.3%), '정부/지자체 홍보자료' (22.4%)를 통한 인지가 상대적으로 높은 반면, 여성은 '주변 사람'(42.5%)을 통한 인지가 상대적으로 높게 나타남
- 연령이 낮을수록 '주변 사람', 'SNS'를 통한 인지가 높은 반면, 연령이 높을수록 '언론 보도', '정부/지자체 홍보자료'를 통한 인지가 상대적으로 높게 나타남

[표3-2] '문화가 있는 날' 인지 경로

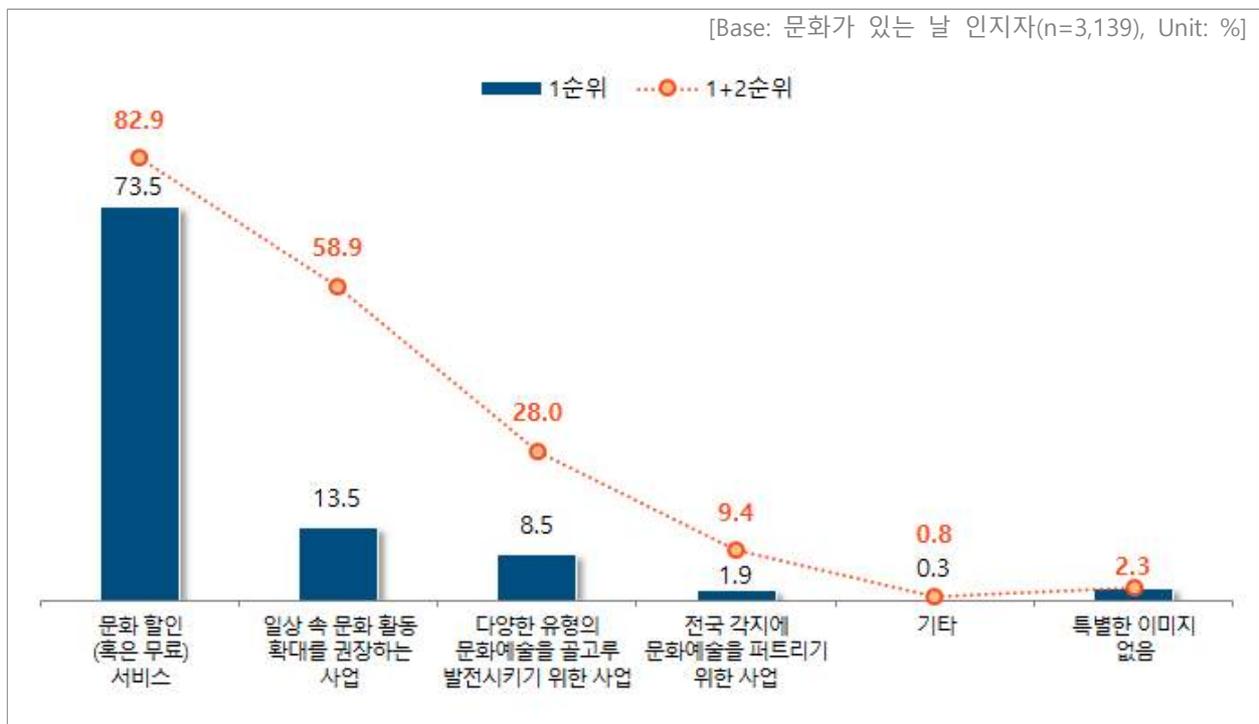
(단위 : 명, %, 중복응답)

		사례수	언론 보도를 통해 (TV, 라디오, 신문 등)	인터넷을 통해 (네이버, 다음 등)	주변을 통해 (가족, 동료, 친구 등)	SNS를 통해 (페이스북, 유튜브, 트위터 등)	정부/지자체를 통해	오프라인을 통해 (전광판, 광고, 지하철 등)	기타
전체		3,139	45.0	44.7	39.3	23.3	20.4	8.1	4.1
			1,412	1,403	1,235	730	640	255	128
성별	남성	1,457	50.3	48.3	35.7	24.7	22.4	7.6	2.5
	여성	1,682	40.4	41.6	42.5	22.0	18.6	8.6	5.4
연령	만 15~19세	141	28.4	33.3	35.5	44.7	12.8	7.8	7.1
	만 20대	628	28.5	41.4	46.0	38.9	16.6	8.9	5.1
	만 30대	578	35.6	46.0	46.9	23.4	17.6	7.3	6.1
	만 40대	635	45.0	46.3	36.4	15.9	19.8	6.8	4.1
	만 50대	662	56.2	45.5	37.2	16.3	24.0	8.5	2.3
	만 60대	495	66.5	47.5	29.9	16.0	26.5	9.5	2.0
지역 규모	특별/광역시	1,438	45.7	46.1	41.3	23.6	19.7	8.4	4.2
	그외	1,701	44.4	43.5	37.7	23.0	21.0	7.9	3.9
지역	서울	667	45.1	49.0	44.2	24.7	19.8	8.7	4.0
	부산	205	42.0	45.9	39.5	19.5	17.1	9.3	5.9
	대구	154	50.0	41.6	33.8	21.4	22.7	9.7	3.9
	인천	168	39.3	44.6	45.2	23.8	25.0	7.7	4.2
	광주	80	57.5	45.0	28.8	31.3	17.5	6.3	2.5
	대전	84	42.9	41.7	44.0	20.2	10.7	8.3	1.2
	울산	80	56.3	40.0	37.5	23.8	20.0	5.0	7.5
	경기	834	42.4	43.0	39.3	22.5	19.7	7.3	4.2
	강원	87	49.4	41.4	41.4	29.9	33.3	12.6	2.3
	충북	100	45.0	46.0	39.0	23.0	20.0	10.0	2.0
	충남	113	41.6	38.1	36.3	17.7	20.4	6.2	5.3
	전북	88	51.1	46.6	26.1	18.2	23.9	10.2	3.4
	전남	92	43.5	40.2	37.0	25.0	22.8	8.7	3.3
	경북	138	51.4	52.2	32.6	24.6	18.1	9.4	5.1
	경남	192	44.3	41.7	39.1	24.0	20.3	4.2	2.6
제주	33	48.5	45.5	30.3	27.3	27.3	15.2	12.1	
세종	24	37.5	45.8	41.7	25.0	25.0	8.3	0.0	
직업	화이트칼라	1,534	44.7	46.5	42.0	21.4	22.0	8.1	4.3
	블루칼라	365	48.5	47.1	35.6	25.2	17.5	8.8	2.7
	자영업	177	58.8	48.0	29.9	21.5	23.2	7.3	3.4
	주부	392	48.2	37.8	37.5	13.3	22.4	7.1	3.3
	학생	260	26.9	41.9	46.2	41.9	16.2	10.4	4.2
	무직	220	48.6	45.9	35.0	24.5	15.0	6.8	3.2
	기타	191	41.4	38.7	33.5	29.8	18.3	8.4	7.9

1-2. '문화가 있는 날' 하면 떠오르는 이미지

- '문화가 있는 날'에 대해 '문화 할인(혹은 무료) 서비스'(82.9%, 1+2 종합순위 기준)라는 이미지가 가장 강하게 나타나고 있으며, 추가적으로 '일상 속 문화 활동 확대를 권장하는 사업'(58.9%), '다양한 유형의 문화예술을 골고루 발전시키기 위한 사업'(28.0%) 등으로 인식되고 있음
- 2014년 사업이 시행된 이래 7년차를 맞이한 올해에도 문화가 있는 날을 할인 혜택 및 서비스로 인지하는 경향이 강해, 정책사업으로서의 인지가 약하고 참여 가능한 활동을 인지하는 데 제약이 있을 수 있을 것으로 분석됨

[그림3-3] '문화가 있는 날' 하면 떠오르는 이미지



- 모든 응답자 특성에서 '문화가 있는 날' 하면 떠오르는 이미지 1순위로 '문화 할인(혹은 무료) 서비스' 응답이 높은 가운데, 특히 여성(77.0%), 20대(85.0%), 대구(79.9%) 및 서울(77.8%), 화이트칼라(74.2%) 등에서 높게 나타남

[표3-3] '문화가 있는 날' 하면 떠오르는 이미지(1순위)

(단위 : 명, %)

		사례수	문화 할인(혹은 무료) 서비스	일상 속 문화 활동 확대하는 권장하는 사업	다양한 문화예술을 접할 수 있는 기회를 제공하는 사업	전국 각지에 문화예술퍼트리기를 위한 사업	기타	특별한 이미지 없음
전체		3,139	73.5	13.5	8.5	1.9	0.3	2.3
			2,308	424	267	61	8	71
성별	남성	1,457	69.5	15.5	10.4	1.9	0.1	2.5
	여성	1,682	77.0	11.8	6.8	2.0	0.4	2.1
연령	만 15~19세	141	78.0	7.8	6.4	2.1	0.0	5.7
	만 20대	628	85.0	7.3	3.7	1.9	0.2	1.9
	만 30대	578	79.2	10.9	5.5	1.9	0.3	2.1
	만 40대	635	71.8	14.8	8.8	1.6	0.2	2.8
	만 50대	662	68.3	15.3	11.9	2.4	0.6	1.5
	만 60대	495	60.2	22.0	13.7	1.8	0.0	2.2
지역 규모	특별/광역시	1,438	74.0	14.1	7.0	2.3	0.1	2.5
	그외	1,701	73.1	13.0	9.8	1.6	0.4	2.1
지역	서울	667	77.8	12.7	6.0	1.8	0.0	1.6
	부산	205	70.2	15.1	9.3	2.4	0.0	2.9
	대구	154	79.9	7.1	7.1	2.6	0.6	2.6
	인천	168	69.6	15.5	7.7	2.4	0.0	4.8
	광주	80	63.8	18.8	11.3	3.8	0.0	2.5
	대전	84	65.5	20.2	8.3	3.6	0.0	2.4
	울산	80	68.8	22.5	2.5	2.5	0.0	3.8
	경기	834	76.3	12.0	8.2	1.0	0.4	2.3
	강원	87	69.0	16.1	11.5	2.3	0.0	1.1
	충북	100	71.0	14.0	11.0	1.0	0.0	3.0
	충남	113	68.1	13.3	14.2	2.7	0.9	0.9
	전북	88	68.2	11.4	12.5	5.7	0.0	2.3
	전남	92	73.9	10.9	13.0	0.0	1.1	1.1
	경북	138	72.5	15.2	7.2	1.4	0.7	2.9
	경남	192	69.3	13.5	12.5	3.1	0.5	1.0
	제주	33	66.7	21.2	9.1	0.0	0.0	3.0
세종	24	70.8	16.7	4.2	4.2	0.0	4.2	
직업	화이트칼라	1,534	74.2	14.5	7.2	1.4	0.4	2.2
	블루칼라	365	68.2	15.3	12.9	1.9	0.0	1.6
	자영업	177	72.3	15.3	7.9	3.4	0.0	1.1
	주부	392	66.8	16.1	12.8	2.3	0.0	2.0
	학생	260	89.2	5.0	2.3	1.2	0.0	2.3
	무직	220	70.0	9.1	11.8	3.2	0.9	5.0
	기타	191	75.9	11.5	6.8	3.7	0.0	2.1

- '문화가 있는 날 하면 떠오르는 이미지 1+2순위 응답으로 '문화 할인(혹은 무료) 서비스' 응답은 여성(85.9%), 20대(90.3%), 서울/수도권(85.9%), 학생(93.8%) 등에서 상대적으로 높게 나타남
- 한편 '일상 속 문화 활동 확대를 권장하는 사업' 응답은 남성과 여성이 비슷하게 나타났으며, 연령별로 60대(63.8%), 지역별로 제주(69.7%), 직업별로 주부(62.5%) 등에서 상대적으로 높게 나타남

[표3-4] '문화가 있는 날' 하면 떠오르는 이미지(1+2순위)

(단위 : 명, %, 중복응답)

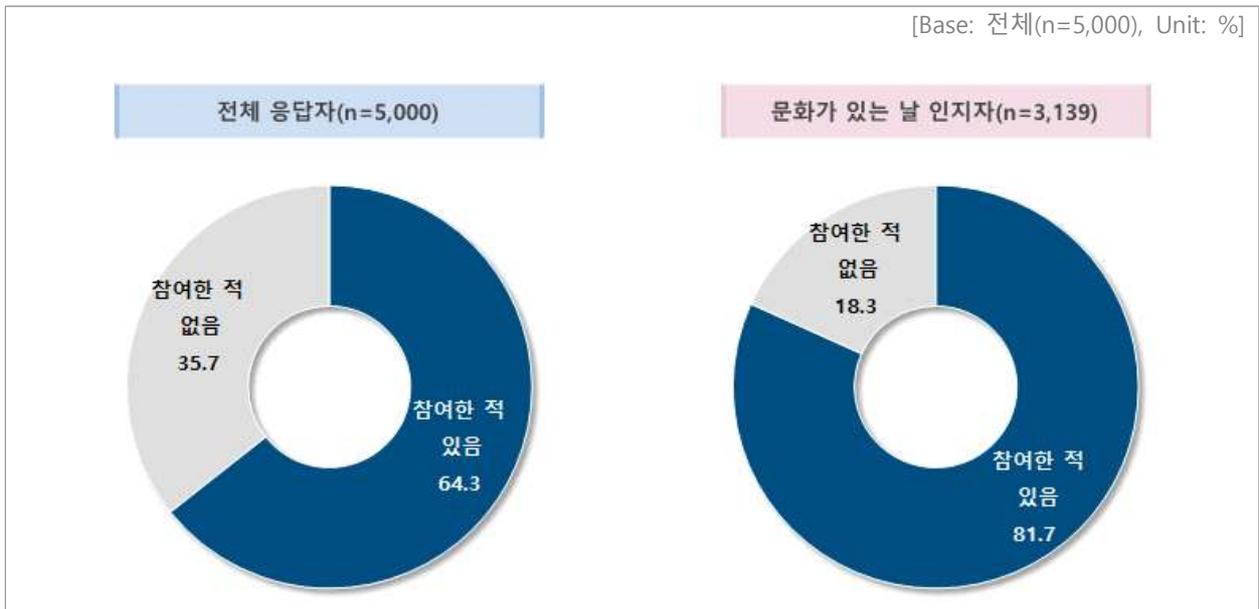
		사례수	문화 할인(혹은 무료) 서비스	일상 속 문화 활동을 권장하는 사업	다양한 예술유형을 고시하기 위한 사업	전국 각지에 문화예술을 퍼트리기 위한 사업	기타	특별한 이미지 없음
전체		3,139	82.9	58.9	28.0	9.4	0.8	2.3
			2,601	1,848	879	294	24	71
성별	남성	1,457	79.4	58.8	31.2	11.1	0.5	2.5
	여성	1,682	85.9	58.9	25.3	7.8	1.0	2.1
연령	만 15~19세	141	83.0	49.6	24.8	13.5	0.7	5.7
	만 20대	628	90.3	55.9	20.2	8.0	1.6	1.9
	만 30대	578	86.9	59.5	21.8	9.5	0.3	2.1
	만 40대	635	82.5	60.2	28.0	7.7	0.8	2.8
	만 50대	662	79.3	58.2	34.3	10.4	0.8	1.5
	만 60대	495	73.9	63.8	37.6	10.5	0.2	2.2
지역 규모	특별/광역시	1,438	82.8	59.2	27.3	9.2	0.7	2.5
	그외	1,701	82.9	58.6	28.6	9.5	0.8	2.1
지역	서울	667	87.3	62.2	24.7	7.6	0.6	1.6
	부산	205	77.6	53.2	35.6	9.8	1.0	2.9
	대구	154	85.1	57.1	22.1	12.3	0.6	2.6
	인천	168	79.8	54.8	33.3	8.9	0.6	4.8
	광주	80	75.0	56.3	32.5	13.8	1.3	2.5
	대전	84	76.2	60.7	27.4	10.7	0.0	2.4
	울산	80	76.3	65.0	18.8	8.8	1.3	3.8
	경기	834	86.0	59.1	26.5	8.0	1.1	2.3
	강원	87	80.5	59.8	37.9	11.5	1.1	1.1
	충북	100	77.0	62.0	26.0	11.0	0.0	3.0
	충남	113	79.6	54.9	31.0	12.4	0.9	0.9
	전북	88	77.3	59.1	30.7	14.8	0.0	2.3
	전남	92	82.6	58.7	31.5	7.6	1.1	1.1
	경북	138	81.9	57.2	25.4	11.6	0.7	2.9
	경남	192	79.7	54.2	34.9	9.9	0.5	1.0
	제주	33	75.8	69.7	30.3	6.1	0.0	3.0
세종	24	87.5	62.5	16.7	12.5	0.0	4.2	
직업	화이트칼라	1,534	84.2	61.3	25.5	8.0	0.8	2.2
	블루칼라	365	77.3	55.6	34.8	11.2	0.3	1.6
	자영업	177	81.9	49.7	35.6	13.0	0.6	1.1
	주부	392	77.8	62.5	33.9	10.2	0.0	2.0
	학생	260	93.8	55.0	20.0	8.5	1.5	2.3
	무직	220	79.1	55.0	27.3	10.5	1.8	5.0
	기타	191	83.2	56.0	27.7	12.0	0.5	2.1

Ⅱ. 문화가 있는 날 경험 및 만족도

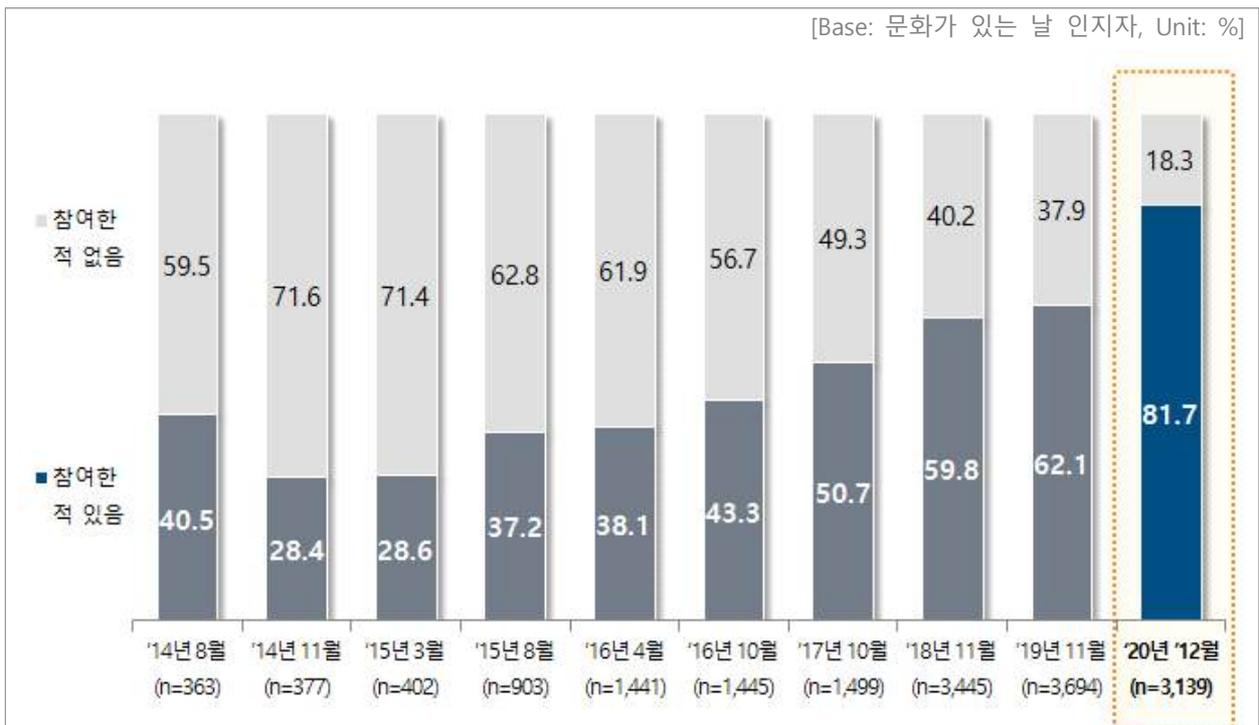
1. '문화가 있는 날' 이용 경험

- 전체 5,000명을 기준으로 '문화가 있는 날' 주간에 문화 활동에 참여한 경험은 64.3%로 나타남
- 문화가 있는 날을 '인지'하고 있는 응답자 중 참여 경험자는 81.7%로 10명 중 8명 이상 수준이며, 이러한 문화가 있는 날 인지자들의 이용 경험은 2019년 11월 대비 19.6%p 상승하였으며, '14년 11월 이후 지속적인 상승 추세임

[그림3-4] '문화가 있는 날' 이용 경험



[그림3-5] '문화가 있는 날' 이용 경험(연도별 비교)



- 전체 응답자 5,000명의 '문화가 있는 날' 이용 경험은 남성(60.8%) 보다 여성(68.0%)이 높게 나타났으며, 연령별로 20대(80.6%), 지역별로 동남권(66.4%), 직업별로 학생(78.0%) 등에서 상대적으로 높게 나타남
- 한편 문화가 있는 날 인지자들의 이용 경험을 살펴보면, 남성(82.1%)이 여성(81.5%) 보다 소폭 높게 나타났으며, 연령별로 20대(90.8%), 지역별로 전남(85.9%), 세종(87.5%)에서 높게 나타남

[표3-5] '문화가 있는 날' 이용 경험

(단위 : 명, %)

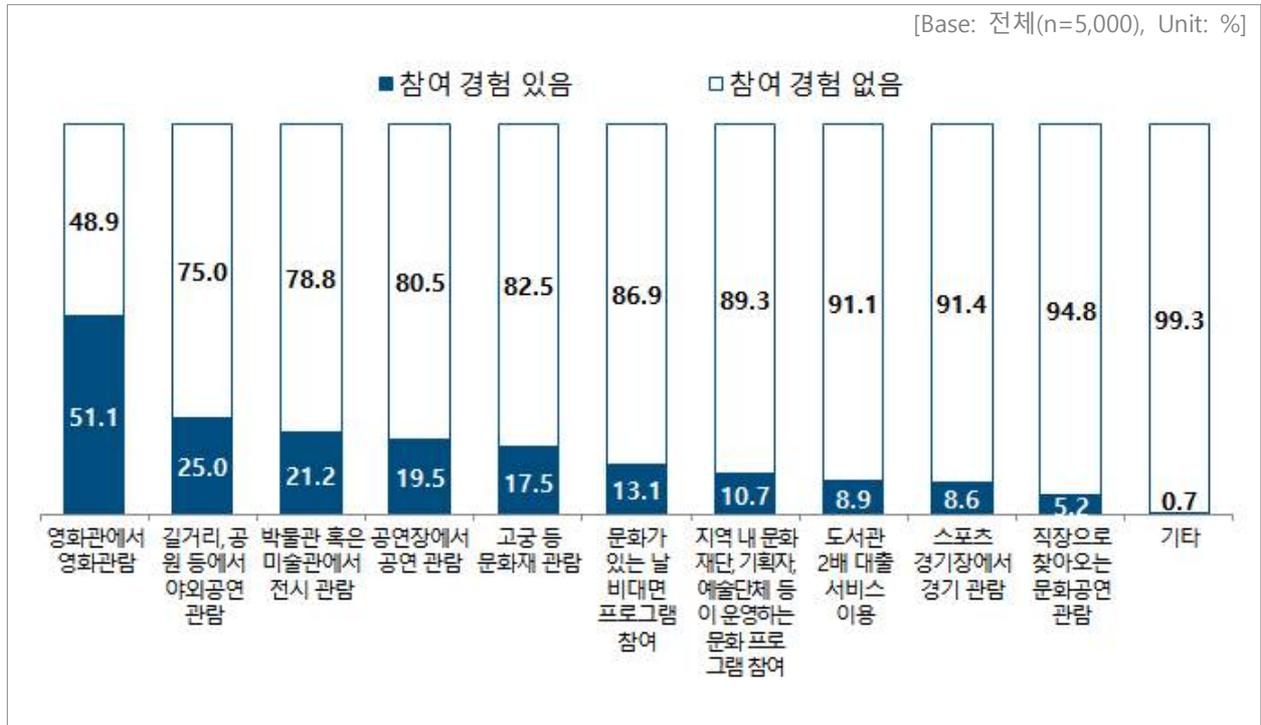
		전체			문화가 있는 날 인지자		
		사례수	참여한 적 있음	참여한 적 없음	사례수	참여한 적 있음	참여한 적 없음
전체		5,000	64.3	35.7	3,139	81.7	18.3
			3,217	1,783		2,566	573
성별	남성	2,551	60.8	39.2	1,457	82.1	17.9
	여성	2,449	68.0	32.0	1,682	81.5	18.5
연령	만 15~19세	276	75.0	25.0	141	88.7	11.3
	만 20대	842	80.6	19.4	628	90.8	9.2
	만 30대	856	65.1	34.9	578	82.0	18.0
	만 40대	1,067	57.2	42.8	635	76.5	23.5
	만 50대	1,110	59.0	41.0	662	79.6	20.4
	만 60대	849	60.0	40.0	495	77.6	22.4
지역 규모	특별/광역시	2,242	65.7	34.3	1,438	82.3	17.7
	그외	2,758	63.2	36.8	1,701	81.3	18.7
지역	서울	969	68.5	31.5	667	84.1	15.9
	부산	335	67.2	32.8	205	81.5	18.5
	대구	240	65.4	34.6	154	81.8	18.2
	인천	292	58.9	41.1	168	78.6	21.4
	광주	143	62.9	37.1	80	80.0	20.0
	대전	147	58.5	41.5	84	78.6	21.4
	울산	116	68.1	31.9	80	83.8	16.3
	경기	1,299	64.6	35.4	834	82.5	17.5
	강원	146	62.3	37.7	87	82.8	17.2
	충북	147	52.4	47.6	100	63.0	37.0
	충남	188	61.7	38.3	113	78.8	21.2
	전북	166	61.4	38.6	88	83.0	17.0
	전남	163	63.8	36.2	92	85.9	14.1
	경북	236	64.8	35.2	138	81.9	18.1
	경남	312	65.1	34.9	192	82.3	17.7
제주	63	52.4	47.6	33	81.8	18.2	
세종	38	68.4	31.6	24	87.5	12.5	
직업	화이트칼라	2,248	65.3	34.7	1,534	82.5	17.5
	블루칼라	641	63.5	36.5	365	81.6	18.4
	자영업	347	54.2	45.8	177	76.8	23.2
	주부	637	59.5	40.5	392	74.7	25.3
	학생	369	78.0	22.0	260	88.1	11.9
	무직	384	64.3	35.7	220	82.7	17.3
	기타	374	64.2	35.8	191	84.8	15.2

- 본 조사에서는 예년과 달리 향유 환경 변화에 따른 문화활동의 범위 변화를 살펴보기 위하여 예년과 달리 '비대면 프로그램' 참여경험을 함께 설문하였음
 - 비대면 프로그램 미포함 경험을 78.2%, 비대면 프로그램 포함 경험을 81.7%

1-1. '문화가 있는 날' 활동 유형별 이용 경험

- 활동별로 '문화가 있는 날' 주간에 이용해 본 경험 여부를 조사한 결과, '영화관에서 영화관람'에서 응답자의 51.1%가 '경험이 있다'고 응답해 1순위로 집계됨
- 다음으로 '길거리, 공원 등에서 야외공연 관람'(25.0%), '박물관 혹은 미술관에서 전시 관람'(21.2%), '공연장에서 공연 관람'(19.5%) 등의 순으로 나타남

[그림3-6] '문화가 있는 날' 활동 유형별 이용 경험(참여한 적 있음, 중복응답, %)



- '문화가 있는 날' 활동 유형별 이용 경험은 전반적으로 여성이 남성보다 높은 가운데, '스포츠 경기장에서 경기 관람'은 남성(11.4%)이 상대적으로 높게 나타남
- 연령별로는 전반적으로 20~30대 저연령층의 이용 경험이 50~60대 중장년층보다 높게 나타남 가운데, '고궁 등 문화재 관람'은 중장년층의 이용 경험이 저연령층 대비 높게 나타남
- 특히 '문화가 있는 날'은 몰랐지만(1,861명) 실상 참여한 경험이 있는 651명은 문화가 있는 날 주간에 주로 '영화관에서 영화관람'(60.7%), '길거리, 공원 등에서 야외공연 관람'(50.5%), '고궁 등 문화재 관람'(24.6%) '박물관 혹은 미술관에서 전시 관람'(23.7%), '공연장에서 공연 관람'(19.2%) 순으로 경험한 것으로 나타남
- 비인지자의 경우 인지자에 비해 '길거리 공연' 관람률이나 '스포츠 경기' 관람률에서의 경험이 많게 나타남

[표3-6] '문화가 있는 날' 활동 유형별 이용 경험(1/2)

(단위 : 명, %, 중복응답)

		사례수	영화서 관에 영화관람	길거리, 공원 등에 공연 관람	박물관, 미술관 에서 전시 관람	공연장 에서 공연 관람	공연장 등 공연 관람	문화가 있는 날 프로그램 참여	문화재단, 기획단 등의 문화 프로그램 참여	도서관 2배 대출 서비스 이용	스포츠 경기장 에서 경기 관람	직접 문화 공연 관람	기타
전체		5,000	51.1	25.0	21.2	19.5	17.5	13.1	10.7	8.9	8.6	5.2	0.7
			2,554	1,250	1,059	975	877	655	534	447	428	259	36
성별	남성	2,551	48.3	24.3	19.8	18.7	17.3	13.4	9.8	7.6	11.4	6.1	0.6
	여성	2,449	54.0	25.7	22.6	20.3	17.8	12.8	11.6	10.4	5.6	4.2	0.8
연령	만 15~19세	276	66.3	32.2	21.7	23.6	15.2	13.8	14.1	12.7	16.3	8.3	0.4
	만 20대	842	73.5	27.4	26.5	27.1	18.4	16.2	10.8	7.5	12.2	5.6	0.1
	만 30대	856	56.9	19.7	21.3	20.8	14.4	12.4	7.8	7.0	8.6	5.3	0.4
	만 40대	1,067	43.0	20.9	19.3	14.9	12.6	12.0	9.7	11.2	7.2	4.5	0.7
	만 50대	1,110	44.6	23.6	18.3	17.5	19.5	12.7	11.0	8.4	6.1	5.1	1.0
	만 60대	849	36.6	32.5	21.8	17.8	24.4	12.5	13.1	9.1	7.2	4.6	1.5
지역 규모	특별/광역시	2,242	52.2	26.3	21.5	21.2	18.1	13.4	9.9	7.8	8.8	4.8	0.6
	그외	2,758	50.1	24.0	21.0	18.1	17.1	12.9	11.3	9.9	8.3	5.5	0.8
지역	서울	969	54.1	25.1	25.5	23.3	24.1	14.8	8.0	7.3	6.9	3.7	0.6
	부산	335	53.4	30.7	22.1	18.5	12.5	13.7	10.1	8.4	12.2	8.7	1.2
	대구	240	55.4	26.7	15.4	20.4	11.3	11.7	11.3	8.8	6.7	5.4	0.0
	인천	292	45.2	25.0	14.0	18.2	17.1	12.7	12.3	8.6	9.2	4.1	0.0
	광주	143	53.8	20.3	22.4	18.9	12.6	9.1	13.3	5.6	14.0	4.9	0.7
	대전	147	47.6	24.5	19.7	21.1	10.9	8.2	9.5	6.1	12.2	4.1	2.0
	울산	116	48.3	35.3	18.1	23.3	16.4	18.1	12.9	10.3	7.8	3.4	0.0
	경기	1,299	51.4	21.9	21.9	19.4	19.8	12.3	9.5	8.9	7.6	3.8	0.5
	강원	146	46.6	30.1	21.2	15.1	20.5	13.0	15.8	11.6	6.2	6.2	0.7
	충북	147	42.2	19.7	16.3	16.3	12.9	13.6	15.0	11.6	8.8	8.8	1.4
	충남	188	44.7	21.8	21.8	17.6	13.8	14.4	12.2	9.6	8.5	6.4	1.1
	전북	166	47.6	19.9	22.9	19.9	16.3	10.2	9.6	10.8	9.0	9.0	1.2
	전남	163	52.8	29.4	15.3	11.7	12.3	16.6	11.0	8.6	7.4	9.2	1.2
	경북	236	50.8	28.4	21.2	15.7	14.4	11.4	11.4	9.7	9.3	3.4	0.8
	경남	312	53.8	27.6	19.2	20.5	13.8	13.1	15.7	11.2	11.9	6.7	1.3
	제주	63	39.7	23.8	28.6	15.9	17.5	15.9	9.5	17.5	6.3	9.5	0.0
세종	38	60.5	34.2	15.8	15.8	10.5	18.4	10.5	13.2	7.9	10.5	0.0	
직업	화이트칼라	2,248	53.4	20.2	21.4	20.0	16.9	14.5	9.1	8.8	8.0	5.5	0.5
	블루칼라	641	50.5	32.9	22.9	20.6	18.9	14.4	14.4	8.3	12.5	7.6	0.8
	자영업	347	38.0	26.8	17.6	18.4	19.0	11.2	10.4	8.1	10.1	4.6	2.3
	주부	637	40.2	29.0	20.7	17.1	19.8	11.1	13.7	11.3	3.6	2.5	0.9
	학생	369	70.7	26.6	25.5	26.6	17.6	14.6	10.8	8.4	11.7	3.5	0.3
	무직	384	49.7	26.6	16.7	14.8	18.2	10.7	9.4	8.9	7.8	3.6	0.5
	기타	374	50.8	28.6	21.1	17.4	12.8	8.8	10.2	8.3	10.2	7.2	0.8

[표3-6] '문화가 있는 날' 활동 유형별 이용 경험(2/2)

(단위 : 명, %, 중복응답)

		사례수	영화관에서 영화관람	길거리, 공원 등에서 축제·야외공연 관람	박물관 혹은 미술관 에서 전시 관람	공연장 에서 공연 관람	고궁 등 문화재 관람	문화가 있는 날 비대면 프로그램 참여	문화재단, 기획단체 예술영문 프로그램 참여	도서관 2배 대출 서비스 이용	스포츠 경기장 경기관 람	직장으로 찾아오는 문화공연	문화 프로그램	기타
전체		5,000	51.1	25.0	21.2	19.5	17.5	13.1	10.7	8.9	8.6	5.2	0.7	
			2,554	1,250	1,059	975	877	655	534	447	428	259	36	
문화가 있는 날 인지여부	인지	전체	3,139	68.8	29.3	28.8	27.1	22.8	19.5	13.8	11.5	10.7	6.7	0.7
		경험있음	2,566	84.1	35.9	35.3	33.1	27.9	23.9	16.9	14.1	13.1	8.1	0.9
		경험없음	573	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	비인지	전체	1,861	21.2	17.7	8.3	6.7	8.6	2.3	5.4	4.6	4.9	2.7	0.8
		경험있음	651	60.7	50.5	23.7	19.2	24.6	6.6	15.4	13.2	14.0	7.7	2.2
		경험없음	1,210	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

◆ 인지 여부에 따른 활동유형별 경험자 수 : 거리두기 및 단독활동이 가능한 활동의 경우 수치적으로 증가

- 2019년 대비 2020년 활용 유형별 경험자 수의 증감을 검토해보면, '길거리, 공원 등에서 축제·야외공연·전시 관람', '공연장에서의 공연관람', '스포츠경기 관람'에서는 시설휴관 및 야외/밀집관람이 전제되는 활동에서는 경험자 수가 낮게 낮아졌음
- 반면 '영화관에서 영화관람', '박물관 혹은 미술관 전시관람', '고궁 등 문화재 관람' 등 비교적 거리를 지키며 단독 활동이 가능한 활동의 경우 전년 대비 경험자 수가 늘었음
- 전체 인지자는 감소하였음에도 불구하고, 팬데믹 상황 등 환경적 요인으로 인해 표출되지 못한 문화향유 욕구가 비교적 활동이 가능한 문화가 있는 날 혜택 및 서비스에 반영된 것으로 추측됨

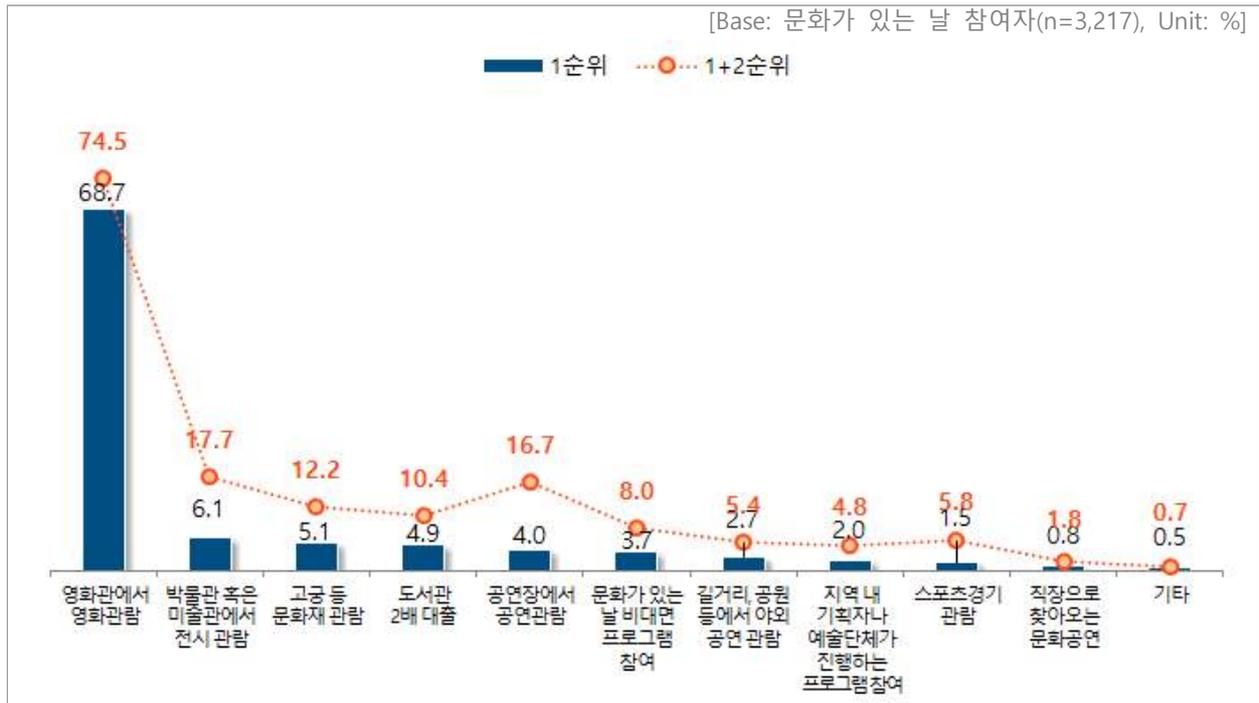
(단위: 명)

인지여부	경험여부	활동별	19년 (1순위기준)	20년 (1순위기준)	증감
전체 응답자			5,000	5,000	-
인지	경험있음	전체	3,694	3,139	(555)
		영화관에서 영화관람	2,295	2,566	271
		길거리, 공원 등에서 축제·야외공연·전시 관람	1,514	1,866	352
		박물관 혹은 미술관에서 전시 관람	158	50	(108)
		공연장에서 공연 관람	121	157	36
		공연장에서 공연 관람	152	109	(43)
		고궁 등 문화재 관람	79	106	27
		문화가 있는 날 비대면 프로그램(신규)	-	110	110
		지역 내 기획자나 예술단체가 진행하는 프로그램 참여	75	36	(39)
		도서관 2배 대출	108	72	(36)
		스포츠경기 관람	88	36	(52)
	직장으로 찾아오는 문화공연	-	16	16	
기타	0	8	8		
경험없음	전체	1,399	573	(826)	

2. 가장 많이 참여한 '문화가 있는 날' 활동 유형

- 참여경험이 있는 응답자들이 '문화가 있는 날'에 가장 많이 참여했던 활동의 분포를 살펴보면, '영화관에서 영화관람'이 1+2 종합순위 기준 74.5%로 압도적으로 높게 나타남. 그 외 '박물관 혹은 미술관에서 전시 관람'(17.7%), '공연장에서 공연관람'(16.7%), '고궁 등 문화재 관람'(12.2%) 순으로 많이 참여하는 것으로 나타남

[그림3-7] '문화가 있는 날' 참여 프로그램 유형



- 2018년과 2019년에서 연속으로 2순위로 나타났던 '길거리, 공원 등에서 축제·야외공연·전시 관람'의 경우 2020년에는 5.4%로 크게 감소하여(전년대비 20.2%p ↓) 비중 상 8순위로 집계됨
- 예년에 비해 2순위 및 3순위 활동의 이용 경험이 큰 폭으로 감소하였음

◆ 2018~2019년 '문화가 있는 날' 참여 프로그램 유형 추이

문화활동 구분	2018		2019		2020	
	참여	순위	참여	순위	참여	순위
영화관에서 영화관람	76.9%	1	79.0%	1	74.5%	1
공연장에서 공연 관람	22.4%	3	24.5%	3	16.7%	3
박물관 혹은 미술관에서 전시 관람	18.4%		18.3%		17.7%	2
스포츠경기 관람	11.9%		13.4%		5.8%	
고궁 등 문화재 관람	10.9%		11.0%		12.2%	
길거리, 공원 등에서 축제·야외공연·전시 관람	26.1%	2	25.6%	2	5.4%	
문화가 있는 날 비대면 프로그램(온라인 공연, 체험 등)	-		-		8.0%	
지역 내 기획자나 예술단체가 진행하는 프로그램 참여	11.7%		11.4%		4.8%	
도서관 2배 대출	15.7%		13.6%		10.4%	
직장으로 찾아오는 문화공연	-		-		1.8%	
기타	0.1%		-		0.7%	

○ 가장 많이 참여한 '문화가 있는 날' 활동 유형 1순위로 모든 응답자 특성에서 '영화관에서 영화관람' 응답이 높은 가운데, 특히 여성(69.6%), 20대(83.9%), 학생(82.6%) 등에서 높게 나타남

[표3-7] '문화가 있는 날' 참여 프로그램 유형(1순위)

(단위 : 명, %)

		사례수	영화관에서 영화관람	박물관 미술관에서 전시관람	고궁 재 관람	도서관 대출	공연장 에서 공연관람	문화가 있는 날 면 프로그램 참여	길거리, 공원 에서 공연 관람	지역 내 자 나 예 체 가 능 한 프로그램 참여	스포츠 경기 관람	직장 내 문화 프로그램	기타
전체		3,217	68.7	6.1	5.1	4.9	4.0	3.7	2.7	2.0	1.5	0.8	0.5
			2,211	195	164	159	128	118	86	65	48	27	16
성별	남성	1,552	67.8	5.6	5.7	5.0	3.2	4.6	1.9	2.3	2.6	1.1	0.5
	여성	1,665	69.6	6.5	4.6	4.9	4.7	2.8	3.4	1.8	0.5	0.6	0.5
연령	만 15~19세	207	78.3	4.8	1.0	2.9	2.9	3.9	3.4	0.0	1.0	1.9	0.0
	만 20대	679	83.9	3.8	1.9	1.9	2.9	2.2	0.9	0.7	1.5	0.0	0.1
	만 30대	557	78.5	4.8	2.3	3.4	3.6	2.2	1.8	1.6	0.9	0.5	0.4
	만 40대	610	64.8	7.9	3.8	6.7	3.9	4.1	4.4	2.0	1.5	0.5	0.5
	만 50대	655	63.2	6.7	7.6	5.0	3.5	3.8	3.2	2.6	1.7	1.8	0.8
	만 60대	509	45.8	7.9	12.4	9.2	6.9	6.5	2.9	4.3	2.2	1.0	1.0
지역 규모	특별/광역시	1,473	67.8	5.9	5.5	5.4	4.3	4.1	2.5	1.8	1.5	0.7	0.4
	그외	1,744	69.6	6.2	4.8	4.6	3.7	3.3	2.8	2.2	1.5	0.9	0.6
지역	서울	664	66.6	7.7	7.8	4.8	5.4	3.9	2.0	0.9	0.3	0.3	0.3
	부산	225	67.6	6.7	2.2	4.9	1.8	4.4	2.7	2.7	3.6	2.2	1.3
	대구	157	72.0	1.9	2.5	5.1	2.5	6.4	4.5	3.2	1.3	0.6	0.0
	인천	172	67.4	2.9	5.8	6.4	5.8	3.5	2.3	2.3	2.3	1.2	0.0
	광주	90	72.2	5.6	3.3	2.2	3.3	2.2	3.3	2.2	5.6	0.0	0.0
	대전	86	70.9	5.8	2.3	7.0	4.7	2.3	1.2	2.3	1.2	1.2	1.2
	울산	79	62.0	3.8	6.3	11.4	3.8	6.3	3.8	2.5	0.0	0.0	0.0
	경기	839	70.3	7.0	6.0	3.7	3.3	2.6	2.9	2.0	1.1	0.6	0.5
	강원	91	67.0	4.4	6.6	8.8	5.5	1.1	2.2	2.2	1.1	1.1	0.0
	충북	77	68.8	5.2	2.6	3.9	5.2	3.9	3.9	3.9	0.0	2.6	0.0
	충남	116	58.6	8.6	6.0	5.2	5.2	6.0	1.7	3.4	2.6	0.9	1.7
	전북	102	69.6	7.8	2.9	2.9	2.9	2.9	3.9	1.0	2.9	2.9	0.0
	전남	104	72.1	3.8	1.0	6.7	3.8	5.8	2.9	0.0	1.9	1.0	1.0
	경북	153	69.3	4.6	3.9	7.2	3.9	1.3	2.6	3.3	2.6	0.7	0.7
	경남	203	74.4	3.9	3.4	4.4	2.5	4.4	2.5	2.0	1.5	0.0	1.0
	제주	33	60.6	12.1	3.0	0.0	3.0	9.1	0.0	3.0	3.0	6.1	0.0
세종	26	69.2	0.0	0.0	7.7	7.7	3.8	7.7	3.8	0.0	0.0	0.0	
직업	화이트칼라	1,468	71.8	5.9	4.7	3.5	3.9	3.5	2.8	1.8	0.8	1.0	0.3
	블루칼라	407	68.8	4.9	4.7	7.1	2.9	4.7	1.2	1.7	3.2	0.5	0.2
	자영업	188	55.3	6.4	6.9	6.4	3.2	7.4	2.1	4.3	5.9	0.5	1.6
	주부	379	53.3	8.4	9.0	7.1	6.1	3.4	5.5	4.5	0.3	1.3	1.1
	학생	288	82.6	4.9	1.0	2.8	3.1	1.7	1.4	0.3	1.4	0.3	0.3
	무직	247	67.2	6.1	5.7	6.9	4.5	4.0	3.2	1.2	0.8	0.0	0.4
	기타	240	69.6	6.3	5.0	6.3	4.2	2.1	1.3	0.8	2.1	1.7	0.8
문화가 있는 날 만족도	부정	90	61.1	6.7	1.1	13.3	2.2	4.4	4.4	2.2	1.1	0.0	3.3
	보통	883	58.6	5.1	7.4	8.5	4.1	4.3	5.5	3.2	1.9	0.8	0.7
	긍정	2,244	73.0	6.4	4.4	3.2	4.0	3.4	1.5	1.6	1.3	0.9	0.3

- '문화가 있는 날' 참여 프로그램 유형 1+2순위로 역시 모든 응답자 특성에서 '영화관에서 영화 관람' 응답이 높게 나타났으며, 특히 20대(88.2%), 학생(87.8%) 등에서 높게 나타남

[표3-8] '문화가 있는 날' 참여 프로그램 유형(1+2순위)

(단위 : 명, %, 중복응답)

		사례수	영화관에서 영화관람	박물관에서 미술전시 관람	공연장 공연관람	고궁·화재 관람	도서관 대출 2배	문화가 있는 날 비대 프로그램 참여	스포츠 경기 관람	길거리, 공원서 야외공연	지역 내 기자나 예술가 단체가 프로그램 진행으로 참여	직접 참여 프로그램 관람	기타
전체		3,217	74.5	17.7	16.7	12.2	10.4	8.0	5.8	5.4	4.8	1.8	0.7
			2,396	569	538	391	334	257	188	174	156	59	23
성별	남성	1,552	74.5	16.0	16.5	12.2	10.4	10.0	9.1	4.1	4.4	2.4	0.5
	여성	1,665	74.5	19.3	16.9	12.1	10.3	6.1	2.8	6.6	5.3	1.3	0.9
연령	만 15~19세	207	83.1	13.0	15.5	7.2	10.1	5.8	11.1	7.2	3.4	2.9	0.5
	만 20대	679	88.2	16.9	19.3	6.3	7.7	6.2	7.7	2.4	3.5	1.0	0.1
	만 30대	557	83.8	17.4	18.1	7.2	7.2	7.2	6.5	3.9	3.1	1.1	0.4
	만 40대	610	70.7	20.7	14.1	10.0	12.3	9.8	3.8	8.0	4.6	2.5	0.5
	만 50대	655	69.3	16.5	17.7	16.3	9.6	8.2	4.9	5.3	5.6	2.4	0.8
	만 60대	509	53.6	18.9	14.1	24.6	16.3	9.6	4.3	7.3	8.4	1.8	2.2
지역 규모	특별/광역시	1,473	74.4	16.8	18.9	12.3	11.0	7.9	5.8	5.0	3.9	1.4	0.6
	그외	1,744	74.5	18.4	14.9	12.0	9.9	8.1	5.9	5.8	5.7	2.2	0.8
지역	서울	664	73.6	20.3	20.9	17.2	8.7	7.7	3.3	4.1	3.0	0.9	0.6
	부산	225	73.8	18.7	13.3	5.8	14.7	8.4	8.4	4.4	4.0	2.7	1.3
	대구	157	78.3	8.3	17.2	7.0	7.6	9.6	5.1	7.6	6.4	1.3	0.0
	인천	172	73.8	11.0	20.3	12.8	16.9	8.7	8.1	6.4	5.2	1.2	0.0
	광주	90	78.9	14.4	16.7	7.8	8.9	3.3	13.3	5.6	3.3	2.2	0.0
	대전	86	76.7	18.6	19.8	5.8	11.6	4.7	7.0	5.8	4.7	1.2	2.3
	울산	79	68.4	12.7	20.3	11.4	15.2	11.4	5.1	3.8	2.5	1.3	0.0
	경기	839	75.0	20.3	14.9	15.4	8.3	7.3	5.8	5.6	5.2	1.8	0.6
	강원	91	73.6	14.3	13.2	17.6	13.2	6.6	3.3	6.6	13.2	1.1	1.1
	충북	77	72.7	14.3	18.2	7.8	10.4	10.4	1.3	7.8	9.1	2.6	1.3
	충남	116	64.7	15.5	14.7	7.8	9.5	15.5	6.9	5.2	6.0	3.4	1.7
	전북	102	72.5	21.6	14.7	9.8	4.9	4.9	5.9	6.9	2.9	4.9	0.0
	전남	104	78.8	17.3	10.6	6.7	15.4	8.7	3.8	4.8	3.8	1.0	1.0
	경북	153	75.2	19.6	15.0	7.2	11.1	5.2	8.5	4.6	6.5	1.3	0.7
	경남	203	78.3	14.3	16.3	7.9	11.3	8.9	8.4	4.9	4.4	2.0	1.5
	제주	33	66.7	27.3	12.1	9.1	15.2	15.2	6.1	12.1	3.0	12.1	0.0
세종	26	80.8	3.8	19.2	11.5	19.2	11.5	0.0	11.5	7.7	3.8	0.0	
직업	화이트칼라	1,468	77.6	17.1	17.2	12.1	7.6	8.7	4.6	5.1	3.9	2.1	0.5
	블루칼라	407	74.0	18.4	17.0	11.1	13.3	10.6	8.6	4.4	5.4	1.5	0.5
	자영업	188	62.8	17.0	18.6	13.8	13.3	11.2	11.7	4.3	6.4	2.1	2.1
	주부	379	59.9	22.2	15.6	19.5	14.8	6.1	1.6	9.0	9.2	1.8	1.1
	학생	288	87.8	19.8	19.4	4.9	7.6	6.3	8.3	3.1	3.1	0.3	0.3
	무직	247	73.7	12.6	13.4	13.4	13.4	6.1	5.7	6.9	4.5	0.8	0.8
	기타	240	73.3	16.3	13.8	9.2	13.8	4.2	7.9	5.4	4.2	3.3	1.3
문화가 있는 만족도	부정	90	62.2	20.0	12.2	3.3	17.8	6.7	2.2	6.7	4.4	0.0	3.3
	보통	883	64.4	15.4	13.1	13.3	14.4	8.0	5.9	9.1	5.4	2.0	0.8
	긍정	2,244	78.9	18.5	18.3	12.1	8.5	8.0	6.0	3.9	4.6	1.8	0.6

3. '문화가 있는 날' 만족도

- 2020년 조사 결과에서 '문화가 있는 날' 참여자 10명 중 약 7명(69.8%)은 '문화가 있는 날' 혜택 및 프로그램(사업)에 대해 만족하고 있으며, 불만족한다는 응답은 2.8%로 나타남
- 2018~2019년과의 비교를 위해 인지자 중에서 참여경험이 있는 2,566명의 만족도를 산출하였을 때는 74.8%가 만족하는 것으로 집계됨
 - 2019년(89.5%) 대비 '만족' 응답은 14.7%p 감소함

[그림3-8] '문화가 있는 날' 만족도



- '문화가 있는 날' 만족도를 100점 평균 점수로 환산하여 집단별로 비교해보면, 여성(71.5점)이 남성(69.3점) 보다 소폭 높게 나타났으며, 연령별로는 만15~19세(73.6점), 직업별로는 학생(74.2점)의 만족도가 상대적으로 높게 나타남
- '문화가 있는 날' 참여자의 참여 프로그램 유형별로 살펴보면, '직장으로 찾아오는 문화공연' 참여자의 만족도가 73.1점으로 가장 높게 나타났으며, '영화관에서 영화관람' 참여자는 72.2점, '박물관 혹은 미술관에서 전시 관람' 참여자는 71.4점 등의 순으로 나타남
- 한편, '도서관 2배 대출' 참여자의 '문화가 있는 날' 만족도가 59.3점, '길거리, 공원 등에서 야외 공연 관람'의 만족도가 59.6점으로 가장 낮게 나타났는데, 타 프로그램과 대비해 코로나19의 여파로 정상적인 운영 및 개최가 불가했던 분야이기 때문으로 추정됨
- '문화가 있는 날' 사업인지 알고 참여했을 경우 참여 프로그램에 대한 만족도는 72.2점으로, 비인지 63.4점에 비해 높았음

[표3-9] '문화가 있는 날' 만족도 (1/2)

(단위 : 명, %, 점)

		사례수	불만족	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	만족	100점 평균
전체		3,217	2.8	0.7	2.1	27.4	54.3	15.4	69.8	70.4
			90	23	68	881	1747	495	2,245	
성별	남성	1,552	2.9	0.6	2.3	29.9	53.6	13.6	67.2	69.3
	여성	1,665	2.7	0.7	2.0	25.2	55.0	17.1	72.1	71.5
연령	만 15~19세	207	1.0	0.0	1.0	23.7	55.6	19.8	75.4	73.6
	만 20대	679	3.4	0.7	2.7	24.3	51.8	20.5	72.3	72.2
	만 30대	557	3.9	0.4	3.6	29.3	51.5	15.3	66.8	69.4
	만 40대	610	3.1	0.8	2.3	28.0	54.3	14.6	68.9	69.9
	만 50대	655	2.0	0.9	1.1	26.9	57.1	14.0	71.1	70.6
	만 60대	509	2.2	0.6	1.6	31.2	56.8	9.8	66.6	68.4
지역 규모	특별/광역시	1,473	3.5	1.0	2.6	27.4	55.3	13.8	69.1	69.6
	그외	1,744	2.2	0.4	1.8	27.5	53.6	16.7	70.3	71.1
지역	서울	664	3.0	0.9	2.1	25.0	56.5	15.5	72.0	70.9
	부산	225	4.0	0.0	4.0	32.4	52.4	11.1	63.6	67.7
	대구	157	1.9	0.6	1.3	25.5	59.2	13.4	72.6	70.9
	인천	172	1.2	0.6	0.6	32.0	51.7	15.1	66.9	70.1
	광주	90	7.8	2.2	5.6	17.8	61.1	13.3	74.4	69.4
	대전	86	8.1	2.3	5.8	25.6	53.5	12.8	66.3	67.2
	울산	79	5.1	2.5	2.5	39.2	48.1	7.6	55.7	63.9
	경기	839	2.0	0.4	1.7	25.4	55.5	17.0	72.6	71.8
	강원	91	3.3	1.1	2.2	36.3	53.8	6.6	60.4	65.7
	충북	77	2.6	1.3	1.3	31.2	51.9	14.3	66.2	69.2
	충남	116	1.7	0.9	0.9	28.4	53.4	16.4	69.8	70.9
	전북	102	0.0	0.0	0.0	40.2	48.0	11.8	59.8	67.9
	전남	104	0.0	0.0	0.0	26.9	55.8	17.3	73.1	72.6
	경북	153	2.6	0.7	2.0	29.4	51.0	17.0	68.0	70.4
	경남	203	4.4	0.0	4.4	23.2	51.7	20.7	72.4	72.2
	제주	33	3.0	0.0	3.0	27.3	48.5	21.2	69.7	72.0
세종	26	0.0	0.0	0.0	26.9	42.3	30.8	73.1	76.0	
직업	화이트칼라	1,468	3.3	0.5	2.8	24.1	56.9	15.7	72.6	71.2
	블루칼라	407	2.9	1.2	1.7	32.4	48.4	16.2	64.6	69.2
	자영업	188	3.7	0.5	3.2	32.4	53.2	10.6	63.8	67.6
	주부	379	1.1	0.3	0.8	31.7	54.1	13.2	67.3	69.8
	학생	288	3.1	1.4	1.7	16.7	59.0	21.2	80.2	74.2
	무직	247	2.4	0.4	2.0	38.1	48.6	10.9	59.5	66.9
	기타	240	1.7	0.8	0.8	30.8	50.4	17.1	67.5	70.5

[표3-9] '문화가 있는 날' 만족도 (2/2)

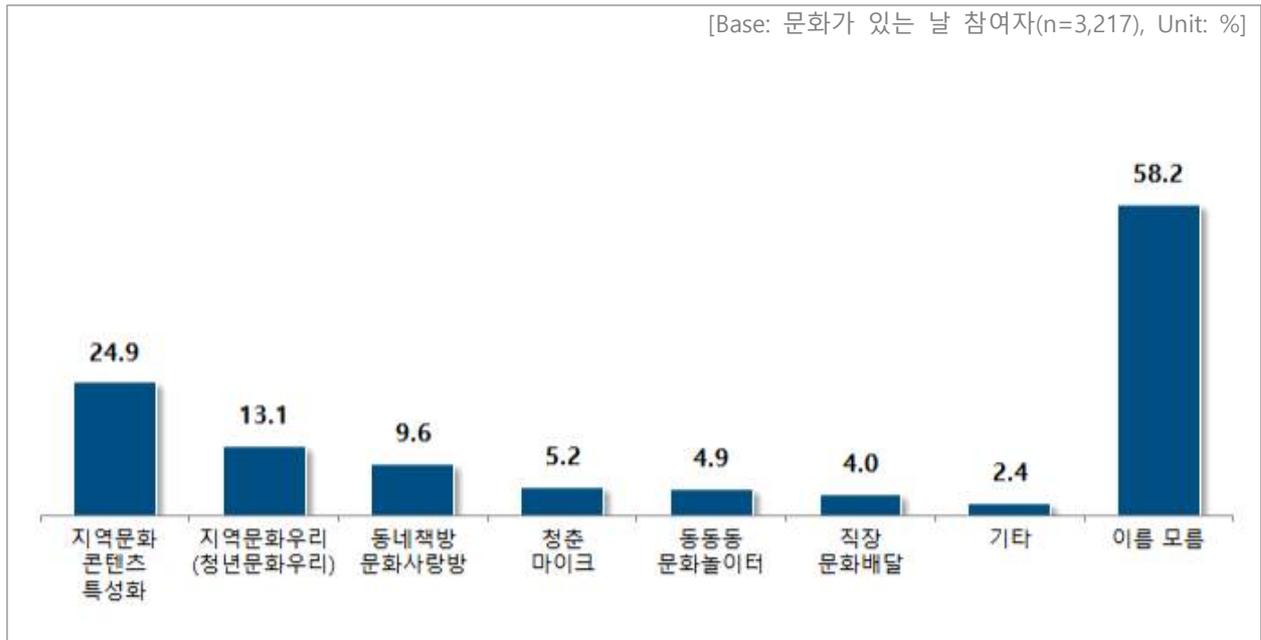
(단위 : 명, %, 점)

		사례수	불만족	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	만족	100점 평균
전체		3,217	2.8	0.7	2.1	27.4	54.3	15.4	69.8	70.4
			90	23	68	881	1747	495	2,245	
문화가 있는 날 인지여부	인지(참여경험 있음)	2,566	2.7	0.7	1.9	22.5	57.4	17.4	74.8	72.2
	비인지(참여경험 없음)	651	3.4	0.5	2.9	46.9	42.2	7.5	49.8	63.4
참여 프로그램 유형 (1순위)	문화가 있는 날 비대면 프로그램 참여	118	3.4	1.7	1.7	32.2	49.2	15.3	64.4	68.6
	영화관에서 영화관람	2211	2.5	0.5	2.0	23.4	56.5	17.6	74.1	72.2
	공연장에서 공연관람	128	1.6	0.8	0.8	28.1	60.9	9.4	70.3	69.3
	박물관 혹은 미술관에서 전시 관람	195	3.1	0.5	2.6	23.1	58.5	15.4	73.8	71.4
	고궁 등 문화재 관람	164	0.6	0.0	0.6	39.6	51.2	8.5	59.8	66.9
	스포츠경기 관람	48	2.1	0.0	2.1	35.4	47.9	14.6	62.5	68.8
	길거리, 공원 등에서 야외공연 관람	86	4.7	0.0	4.7	57.0	33.7	4.7	38.4	59.6
	도서관 2배 대출	159	7.5	3.1	4.4	47.2	42.8	2.5	45.3	59.3
	직장으로 찾아오는 문화공연	27	0.0	0.0	0.0	25.9	55.6	18.5	74.1	73.1
	지역 내 기획자나 예술단체가 진행하는 프로그램 참여	65	3.1	1.5	1.5	43.1	38.5	15.4	53.8	66.2
기타	16	18.8	6.3	12.5	37.5	25.0	18.8	43.8	59.4	

4. '문화가 있는 날 기획사업' 참여 프로그램

- 참여해 본 '문화가 있는 날 기획사업'으로는 '지역문화 콘텐츠 특성화'가 24.9%로 가장 높고, 다음으로 '지역문화우리(청년문화우리)'(13.1%), '동네책방 문화사랑방'(9.6%) 등의 순으로 나타남
- 한편 참여한 '문화가 있는 날 기획사업' 프로그램은 있으나 이름을 정확하게 인지하지 못했다는 의견도 58.2%로 나타남

[그림3-9] '문화가 있는 날 기획사업' 참여 프로그램



◆ 2019~2020년 '문화가 있는 날 기획사업' 참여자 수

(단위: 명)

기획사업명	시행연도	참여자 수		
		누적	2019년	2020년
지역문화 콘텐츠 특성화(지특)	2016	1,001,889	156,408	178,026
지역문화우리	2019	10,603	4,082	6,521
동네책방 문화사랑방	2019	9,893	6,338	3,555
청춘마이크	2016	1,414,026	352,768	643,164
동동동 문화놀이터	2015	191,129	27,143	19,510
직장문화배달	2015	60,118	18,236	6,185

※ 누적 참여자 수 : 2019 보고서 기준 + 올해 참여자 수 집계

- '문화가 있는 날' 참여 프로그램(사업)으로 남성은 '지역문화 콘텐츠 특성화'(27.2%), '지역문화 우리(청년문화우리)'(15.7%), '청춘마이크'(6.8%) 응답이 상대적으로 높은 반면, 여성은 '동네책방 문화사랑방'(10.5%) 응답이 상대적으로 높게 나타남. 연령별로는 연령이 높을수록 '지역문화 콘텐츠 특성화' 프로그램 참여 경험이 상대적으로 높게 나타남
- '문화가 있는 날'은 몰랐지만, '문화가 있는 날' 주간에 해당 프로그램에 참여했던 651명 중 참여한 특정사업명을 알고있는 인원은 268명이었으며, '지역문화 콘텐츠 특성화'(22.0%), '지역문화 우리(청년문화우리)'(11.5%), '동네책방'(11.4%), '동동동 문화놀이터'(6.5%) 순으로 나타났음

[표3-10] '문화가 있는 날 기획사업' 참여 프로그램

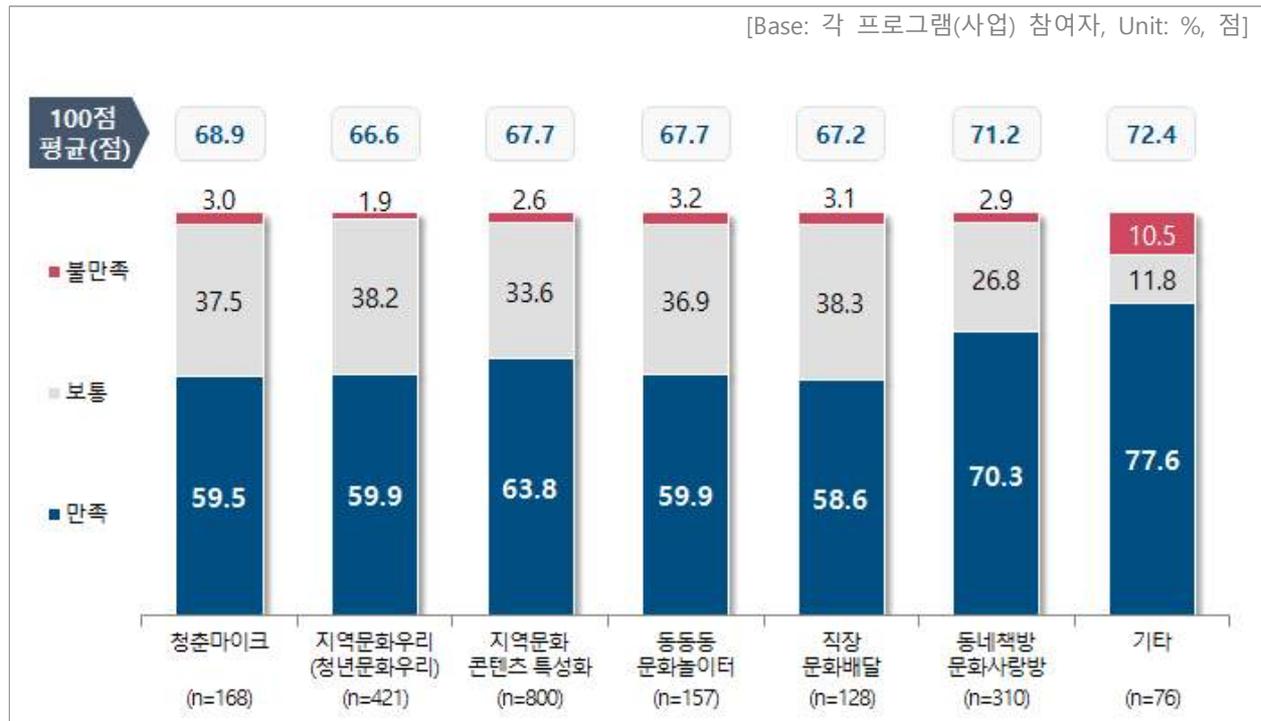
(단위 : 명, %)

		사례수	지역문화 콘텐츠 특성화	지역문화 우리(청년 문화우리)	동네책방 문화 사랑방	청춘 마이크	동동동 문화 놀이터	직장 문화배달	기타	이름 모름
전체		3,217	24.9	13.1	9.6	5.2	4.9	4.0	2.4	58.2
			800	421	310	168	157	128	76	1,872
성별	남성	1,552	27.2	15.7	8.7	6.8	6.8	5.3	2.0	54.4
	여성	1,665	22.7	10.6	10.5	3.8	3.1	2.7	2.7	61.7
연령	만 15~19세	207	9.7	9.7	4.3	6.8	1.4	1.4	1.0	73.4
	만 20대	679	12.2	12.7	5.3	5.7	4.0	2.4	1.8	69.1
	만 30대	557	17.4	8.8	6.8	3.8	4.8	3.2	2.5	69.5
	만 40대	610	28.5	13.8	11.3	6.2	4.8	5.1	2.1	52.3
	만 50대	655	34.2	14.0	13.9	4.7	6.1	5.3	2.9	50.1
	만 60대	509	39.7	17.7	13.2	4.9	6.1	4.9	3.1	42.6
지역 규모	특별/광역시	1,473	24.8	12.1	9.1	5.4	5.7	3.9	2.2	59.8
	그외	1,744	24.9	13.9	10.1	5.0	4.2	4.0	2.5	56.8
지역	서울	664	21.8	10.4	9.2	5.3	5.7	2.0	2.3	65.4
	부산	225	24.0	14.2	11.6	5.8	8.0	5.8	3.1	52.9
	대구	157	25.5	12.7	5.1	7.0	5.7	6.4	0.6	63.7
	인천	172	26.2	12.8	9.9	4.7	4.7	5.2	1.7	56.4
	광주	90	31.1	12.2	12.2	3.3	4.4	6.7	2.2	54.4
	대전	86	32.6	19.8	4.7	5.8	4.7	4.7	2.3	48.8
	울산	79	32.9	8.9	8.9	6.3	3.8	3.8	2.5	50.6
	경기	839	22.4	9.8	8.3	4.3	3.8	3.5	1.8	62.8
	강원	91	23.1	18.7	11.0	4.4	5.5	4.4	4.4	56.0
	충북	77	33.8	19.5	13.0	6.5	6.5	5.2	1.3	50.6
	충남	116	26.7	19.8	13.8	3.4	4.3	3.4	4.3	47.4
	전북	102	24.5	16.7	10.8	6.9	3.9	5.9	2.9	52.9
	전남	104	28.8	26.0	10.6	11.5	2.9	4.8	6.7	42.3
	경북	153	24.2	15.7	9.8	2.6	4.6	3.9	3.3	56.9
	경남	203	28.1	15.3	13.8	4.9	4.9	4.4	2.0	51.7
	제주	33	36.4	12.1	6.1	6.1	3.0	3.0	0.0	51.5
	세종	26	26.9	11.5	11.5	15.4	3.8	7.7	0.0	46.2
직업	화이트칼라	1,468	23.9	11.8	9.1	5.2	4.9	5.2	2.7	59.8
	블루칼라	407	32.9	17.9	10.1	7.1	7.4	5.4	1.5	49.4
	자영업	188	39.4	19.7	14.9	6.9	10.1	3.7	1.1	43.1
	주부	379	32.7	11.3	14.8	2.9	3.7	2.1	2.9	50.9
	학생	288	12.5	12.5	5.9	5.9	2.4	2.1	1.7	68.4
	무직	247	18.2	12.1	4.9	3.2	3.2	2.4	2.8	65.6
	기타	240	15.0	12.1	9.2	5.4	2.9	1.3	2.5	66.7
문화가 있는 날 인지여부	인지(참여경험 있음)	2,566	25.6	13.5	9.2	5.6	4.5	4.3	2.5	58.0
	비인지(참여경험 있음)	651	22.0	11.5	11.4	3.7	6.5	2.6	1.8	58.8

4-1. 참여 프로그램(사업)별 만족도 및 불만족 이유

- 참여한 '문화가 있는 날 기획사업'의 사업별 만족도를 확인한 결과, '동네책방 문화사랑방'에 대한 만족도가 71.2점으로 가장 높고, 다음으로 '청춘마이크'(68.9점), '지역문화 콘텐츠 특성화'(67.7점), '동동동 문화놀이터'(67.7점) 순으로 나타남
- 전반적으로 참여한 기획사업별 만족도 수준에 큰 편차가 없이 비슷한 것으로 나타남

[그림3-10] 참여 프로그램(사업)별 만족도



[표3-11] 참여 기획사업별 불만족 이유(1+2 종합순위 기준)

(Base: 각 프로그램(사업) 불만족 응답자, 단위 : %)

구분	사례수	프로그램의 수준이 낮아서	관람객이 너무 많거나 너무 적어서	직원이 불친절해서	혜택 (할인율 등) 이 적어서	혜택을 받을 수 있는 시간이 짧아서	상세 정보를 얻기 어려워서	기타
1) 청춘마이크	5	<u>40.0</u>	20.0	20.0	20.0	0.0	<u>40.0</u>	<u>40.0</u>
2) 지역문화우리(청년문화우리)	8	37.5	12.5	12.5	25.0	<u>62.5</u>	50.0	0.0
3) 지역문화 콘텐츠 특성화	21	<u>52.4</u>	19.0	9.5	14.3	<u>52.4</u>	42.9	9.5
4) 동동동 문화놀이터	5	40.0	<u>60.0</u>	<u>60.0</u>	20.0	20.0	0.0	0.0
5) 직장문화배달	4	25.0	<u>50.0</u>	<u>50.0</u>	25.0	<u>50.0</u>	0.0	0.0
6) 동네책방 문화사랑방	9	22.2	44.4	22.2	22.2	<u>55.6</u>	33.3	0.0
7) 기타	8	0.0	0.0	0.0	12.5	50.0	25.0	<u>62.5</u>

○ 참여 프로그램에 대한 만족도는 전반적으로 여성이 남성보다 높은 경향을 보이나, '청춘마이크'에 대한 만족도는 남성(69.0점)이 여성(68.7점) 보다 소폭 높게 나타남

[표3-12] 참여 기획사업별 만족도(1/3)

(단위 : 명, %, 점)

		청춘마이크					지역문화우리(청년문화우리)					지역문화 콘텐츠 특성화				
		사례수	불만족	보통	만족	100점 평균	사례수	불만족	보통	만족	100점 평균	사례수	불만족	보통	만족	100점 평균
전체		168	3.0 3	37.5 38	59.5 60	68.9	421	1.9 2	38.2 38	59.9 60	66.6	800	2.6 3	33.6 34	63.8 64	67.7
성별	남성	105	2.9	36.2	61.0	69.0	244	1.6	38.9	59.4	66.5	422	3.1	34.4	62.6	67.1
	여성	63	3.2	39.7	57.1	68.7	177	2.3	37.3	60.5	66.8	378	2.1	32.8	65.1	68.4
연령	만 15~19세	14	14.3	28.6	57.1	66.1	20	5.0	15.0	80.0	70.0	20	0.0	35.0	65.0	68.8
	만 20대	39	5.1	41.0	53.8	66.7	86	1.2	31.4	67.4	70.1	83	2.4	32.5	65.1	67.2
	만 30대	21	0.0	57.1	42.9	65.5	49	2.0	51.0	46.9	62.8	97	5.2	38.1	56.7	64.2
	만 40대	38	0.0	36.8	63.2	71.7	84	3.6	41.7	54.8	64.6	174	2.9	36.8	60.3	66.4
	만 50대	31	0.0	32.3	67.7	71.8	92	2.2	38.0	59.8	66.0	224	2.7	32.6	64.7	68.3
	만 60대	25	4.0	28.0	68.0	69.0	90	0.0	40.0	60.0	67.2	202	1.5	30.2	68.3	70.0
지역 규모	특별/광역시	80	3.8	33.8	62.5	68.8	178	1.7	32.6	65.7	67.8	366	3.0	32.5	64.5	67.6
	그외	88	2.3	40.9	56.8	69.0	243	2.1	42.4	55.6	65.7	434	2.3	34.6	63.1	67.8
지역	서울	35	2.9	34.3	62.9	68.6	69	1.4	36.2	62.3	67.0	145	4.1	28.3	67.6	68.1
	부산	13	7.7	30.8	61.5	67.3	32	0.0	31.3	68.8	70.3	54	1.9	38.9	59.3	67.1
	대구	11	9.1	27.3	63.6	70.5	20	0.0	10.0	90.0	73.8	40	0.0	35.0	65.0	68.8
	인천	8	0.0	37.5	62.5	68.8	22	0.0	40.9	59.1	65.9	45	0.0	28.9	71.1	70.0
	광주	3	0.0	33.3	66.7	66.7	11	9.1	18.2	72.7	70.5	28	7.1	32.1	60.7	63.4
	대전	5	0.0	40.0	60.0	65.0	17	0.0	41.2	58.8	64.7	28	0.0	35.7	64.3	68.8
	울산	5	0.0	40.0	60.0	75.0	7	14.3	42.9	42.9	57.1	26	7.7	42.3	50.0	63.5
	경기	36	0.0	47.2	52.8	68.8	82	2.4	37.8	59.8	65.9	188	1.6	30.3	68.1	68.9
	강원	4	0.0	75.0	25.0	56.3	17	0.0	58.8	41.2	61.8	21	0.0	47.6	52.4	65.5
	충북	5	0.0	40.0	60.0	65.0	15	6.7	53.3	40.0	63.3	26	3.8	46.2	50.0	63.5
	충남	4	25.0	0.0	75.0	75.0	23	0.0	30.4	69.6	69.6	31	6.5	45.2	48.4	60.5
	전북	7	0.0	28.6	71.4	71.4	17	0.0	47.1	52.9	64.7	25	0.0	40.0	60.0	67.0
	전남	12	0.0	41.7	58.3	68.8	27	0.0	55.6	44.4	63.0	30	3.3	36.7	60.0	68.3
	경북	4	25.0	75.0	0.0	43.8	24	8.3	33.3	58.3	65.6	37	2.7	35.1	62.2	70.9
	경남	10	0.0	30.0	70.0	77.5	31	0.0	41.9	58.1	67.7	57	3.5	31.6	64.9	68.0
	제주	2	0.0	0.0	100.0	87.5	4	0.0	50.0	50.0	68.8	12	0.0	25.0	75.0	68.8
	세종	4	0.0	25.0	75.0	75.0	3	0.0	33.3	66.7	75.0	7	0.0	28.6	71.4	75.0
직업	화이트칼라	77	1.3	27.3	71.4	73.4	173	1.7	35.8	62.4	67.3	351	2.6	31.9	65.5	68.5
	블루칼라	29	0.0	51.7	48.3	64.7	73	0.0	41.1	58.9	67.5	134	2.2	31.3	66.4	69.2
	자영업	13	0.0	53.8	46.2	65.4	37	5.4	45.9	48.6	61.5	74	6.8	35.1	58.1	64.2
	주부	11	0.0	36.4	63.6	75.0	43	0.0	46.5	53.5	65.1	124	1.6	32.3	66.1	68.8
	학생	17	5.9	47.1	47.1	64.7	36	0.0	19.4	80.6	72.9	36	2.8	30.6	66.7	66.7
	무직	8	0.0	62.5	37.5	62.5	30	0.0	56.7	43.3	62.5	45	2.2	55.6	42.2	61.1
	기타	13	23.1	23.1	53.8	59.6	29	10.3	27.6	62.1	65.5	36	0.0	36.1	63.9	67.4

[표3-12] 참여 기획사업별 만족도(2/3)

(단위 : 명, %, 점)

		동동동 문화놀이터					직장문화배달				
		사례수	불만족	보통	만족	100점 평균	사례수	불만족	보통	만족	100점 평균
전체		157	3.2	36.9	59.9	67.7	128	3.1	38.3	58.6	67.2
			3	37	60			3	38	59	
성별	남성	105	3.8	43.8	52.4	64.5	83	3.6	45.8	50.6	65.1
	여성	52	1.9	23.1	75.0	74.0	45	2.2	24.4	73.3	71.1
연령	만 15~19세	3	0.0	33.3	66.7	75.0	3	0.0	66.7	33.3	58.3
	만 20대	27	0.0	55.6	44.4	63.9	16	6.3	31.3	62.5	70.3
	만 30대	27	14.8	29.6	55.6	64.8	18	5.6	27.8	66.7	66.7
	만 40대	29	3.4	37.9	58.6	64.7	31	0.0	41.9	58.1	67.7
	만 50대	40	0.0	35.0	65.0	70.6	35	2.9	37.1	60.0	67.9
	만 60대	31	0.0	29.0	71.0	71.8	25	4.0	44.0	52.0	65.0
지역 규모	특별/광역시	84	2.4	33.3	64.3	69.3	58	3.4	36.2	60.3	67.7
	그외	73	4.1	41.1	54.8	65.8	70	2.9	40.0	57.1	66.8
지역	서울	38	5.3	31.6	63.2	68.4	13	0.0	46.2	53.8	65.4
	부산	18	0.0	33.3	66.7	72.2	13	0.0	15.4	84.6	75.0
	대구	9	0.0	33.3	66.7	69.4	10	0.0	40.0	60.0	67.5
	인천	8	0.0	25.0	75.0	71.9	9	11.1	44.4	44.4	63.9
	광주	4	0.0	0.0	100.0	81.3	6	16.7	33.3	50.0	58.3
	대전	4	0.0	75.0	25.0	56.3	4	0.0	50.0	50.0	62.5
	울산	3	0.0	66.7	33.3	58.3	3	0.0	33.3	66.7	83.3
	경기	32	9.4	53.1	37.5	57.8	29	3.4	44.8	51.7	66.4
	강원	5	0.0	60.0	40.0	60.0	4	0.0	25.0	75.0	68.8
	충북	5	0.0	20.0	80.0	75.0	4	25.0	25.0	50.0	62.5
	충남	5	0.0	0.0	100.0	90.0	4	0.0	25.0	75.0	81.3
	전북	4	0.0	50.0	50.0	68.8	6	0.0	33.3	66.7	70.8
	전남	3	0.0	66.7	33.3	58.3	5	0.0	20.0	80.0	70.0
	경북	7	0.0	28.6	71.4	71.4	6	0.0	50.0	50.0	62.5
	경남	10	0.0	20.0	80.0	72.5	9	0.0	55.6	44.4	61.1
	제주	1	0.0	100.0	0.0	50.0	1	0.0	0.0	100.0	75.0
세종	1	0.0	0.0	100.0	100.0	2	0.0	50.0	50.0	62.5	
직업	화이트칼라	72	5.6	34.7	59.7	68.4	76	1.3	26.3	72.4	72.0
	블루칼라	30	3.3	50.0	46.7	62.5	22	4.5	59.1	36.4	58.0
	자영업	19	0.0	21.1	78.9	72.4	7	14.3	57.1	28.6	57.1
	주부	14	0.0	28.6	71.4	73.2	8	0.0	62.5	37.5	62.5
	학생	7	0.0	85.7	14.3	53.6	6	16.7	33.3	50.0	66.7
	무직	8	0.0	37.5	62.5	68.8	6	0.0	50.0	50.0	62.5
	기타	7	0.0	14.3	85.7	71.4	3	0.0	66.7	33.3	58.3

[표3-12] 참여 기획사업별 만족도(3/3)

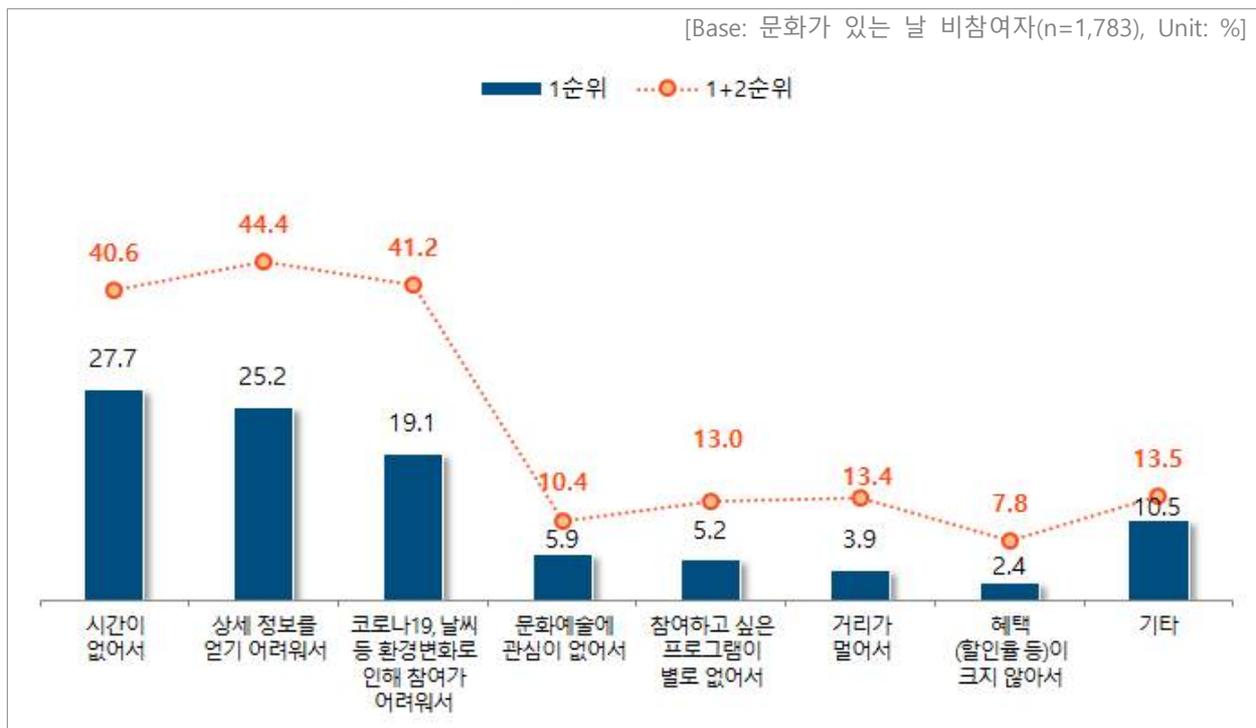
(단위 : 명, %, 점)

		동네책방 문화사랑방					기타				
		사례수	불만족	보통	만족	100점 평균	사례수	불만족	보통	만족	100점 평균
전체		310	2.9	26.8	70.3	71.2	76	10.5	11.8	77.6	72.4
			3	27	70			11	12	78	
성별	남성	135	2.2	34.1	63.7	68.9	31	12.9	9.7	77.4	70.2
	여성	175	3.4	21.1	75.4	73.0	45	8.9	13.3	77.8	73.9
연령	만 15~19세	9	0.0	33.3	66.7	72.2	2	0.0	50.0	50.0	75.0
	만 20대	36	0.0	19.4	80.6	75.0	12	0.0	8.3	91.7	83.3
	만 30대	38	5.3	28.9	65.8	69.1	14	28.6	14.3	57.1	64.3
	만 40대	69	4.3	20.3	75.4	72.5	13	15.4	15.4	69.2	65.4
	만 50대	91	3.3	26.4	70.3	70.1	19	10.5	5.3	84.2	72.4
	만 60대	67	1.5	35.8	62.7	70.5	16	0.0	12.5	87.5	76.6
지역 규모	특별/광역시	134	4.5	24.6	70.9	69.6	32	9.4	6.3	84.4	75.8
	그외	176	1.7	28.4	69.9	72.4	44	11.4	15.9	72.7	69.9
지역	서울	61	3.3	24.6	72.1	70.5	15	0.0	0.0	100.0	83.3
	부산	26	7.7	19.2	73.1	70.2	7	14.3	0.0	85.7	71.4
	대구	8	12.5	12.5	75.0	68.8	1	0.0	0.0	100.0	100.0
	인천	17	5.9	29.4	64.7	66.2	3	0.0	33.3	66.7	75.0
	광주	11	0.0	27.3	72.7	70.5	2	50.0	0.0	50.0	50.0
	대전	4	0.0	25.0	75.0	68.8	2	0.0	50.0	50.0	75.0
	울산	7	0.0	42.9	57.1	67.9	2	50.0	0.0	50.0	50.0
	경기	70	1.4	30.0	68.6	72.1	15	6.7	13.3	80.0	73.3
	강원	10	0.0	30.0	70.0	72.5	4	25.0	25.0	50.0	56.3
	충북	10	0.0	30.0	70.0	72.5	1	0.0	0.0	100.0	75.0
	충남	16	6.3	25.0	68.8	67.2	5	0.0	40.0	60.0	75.0
	전북	11	0.0	45.5	54.5	65.9	3	0.0	33.3	66.7	66.7
	전남	11	0.0	18.2	81.8	81.8	7	28.6	0.0	71.4	64.3
	경북	15	0.0	33.3	66.7	71.7	5	20.0	0.0	80.0	65.0
	경남	28	3.6	21.4	75.0	73.2	4	0.0	25.0	75.0	81.3
	제주	2	0.0	0.0	100.0	87.5	-	-	-	-	-
	세종	3	0.0	33.3	66.7	83.3	-	-	-	-	-
직업	화이트칼라	134	3.7	22.4	73.9	72.2	39	10.3	7.7	82.1	76.3
	블루칼라	41	2.4	34.1	63.4	70.1	6	16.7	50.0	33.3	54.2
	자영업	28	7.1	35.7	57.1	65.2	2	50.0	0.0	50.0	62.5
	주부	56	1.8	32.1	66.1	69.6	11	0.0	18.2	81.8	75.0
	학생	17	0.0	11.8	88.2	75.0	5	0.0	0.0	100.0	85.0
	무직	12	0.0	25.0	75.0	72.9	7	14.3	14.3	71.4	60.7
	기타	22	0.0	27.3	72.7	75.0	6	16.7	0.0	83.3	66.7

5. '문화가 있는 날' 불참 이유

- '문화가 있는 날' 비참여자들은 전반적으로 '상세 정보를 얻기 어려워서'(44.4%, 1+2 종합순위 기준), '코로나19, 날씨 등 환경변화로 인해 참여가 어려워서'(41.2%), '시간이 없어서'(40.6%) 문화 활동에 참여하지 못했던 것으로 나타남

[그림3-11] '문화가 있는 날' 불참 이유



- '문화가 있는 날'에 참여하지 않은 이유 1순위 응답으로 남성은 '상세 정보를 얻기 어려워서'(28.2%), '문화예술에 관심이 없어서'(7.3%)가 상대적으로 높은 반면, 여성은 '시간이 없어서'(30.2%), '코로나19, 날씨 등 환경변화로 인해 참여가 어려워서'(20.7%)가 상대적으로 높음
- 20대 이하 저연령층은 '시간이 없어서', '문화예술에 관심이 없어서' 참여하지 않았다는 응답이 많고, 연령이 높을수록 '상세 정보를 얻기 어려워서', '코로나19, 날씨 등 환경변화로 인해 참여가 어려워서' 참여하지 못했다는 응답이 상대적으로 높게 나타남
- 한편 '거리가 멀어서' 응답은 특별/광역시 대비 지방에서 상대적으로 높은 경향을 보임
- 참여경험이 없는 '문화가 있는 날' 인지자는 '시간이 없어서'가 가장 높은 응답비중을 차지했고, 비인지자 중에서는 '상세정보가 부족해서'가 높았음. 인지자는 대체로 본인의 의지로 참여하지 않았고 비인지자는 정보 및 계기 부족, 문화예술에 대한 관심 부족 등이 높은 비중으로 집계됨

[표3-13] '문화가 있는 날' 불참 이유(1순위)

(단위 : 명, %)

		사례수	시간이 없어서	상세 정보를 얻기 어려워서	코로나19, 등 환경 변화로 참여가 어려워서	문화에 관심이 없어서	참여하고 싶은 프로그램이 없어서	거리가 멀어서	혜택(할인 등)이 크지 않아서	기타
		1,783	27.7	25.2	19.1	5.9	5.2	3.9	2.4	10.5
			494	450	341	106	93	70	42	187
성별	남성	999	25.7	28.2	17.9	7.3	5.5	3.2	2.1	10.0
	여성	784	30.2	21.4	20.7	4.2	4.8	4.8	2.7	11.1
연령	만 15~19세	69	30.4	10.1	13.0	15.9	10.1	5.8	1.4	13.0
	만 20대	163	31.3	20.9	11.7	13.5	5.5	4.9	3.7	8.6
	만 30대	299	33.8	24.7	17.1	2.7	4.3	4.3	2.0	11.0
	만 40대	457	30.6	24.9	18.8	5.3	5.3	2.0	2.8	10.3
	만 50대	455	27.3	26.2	22.9	4.6	3.7	3.5	1.8	10.1
	만 60대	340	16.8	30.0	21.2	5.9	6.8	5.9	2.4	11.2
지역 규모	특별/광역시	769	28.1	27.3	20.0	6.5	4.0	2.3	2.3	9.4
	그외	1,014	27.4	23.7	18.4	5.5	6.1	5.1	2.4	11.3
지역	서울	305	28.9	24.3	19.7	7.9	3.9	2.0	2.6	10.8
	부산	110	21.8	26.4	22.7	8.2	4.5	4.5	0.9	10.9
	대구	83	30.1	33.7	19.3	4.8	4.8	1.2	0.0	6.0
	인천	120	27.5	27.5	20.8	5.0	5.8	1.7	4.2	7.5
	광주	53	32.1	28.3	18.9	1.9	3.8	3.8	1.9	9.4
	대전	61	31.1	34.4	18.0	4.9	1.6	1.6	0.0	8.2
	울산	37	27.0	27.0	18.9	8.1	0.0	2.7	8.1	8.1
	경기	460	28.0	23.9	20.9	5.2	5.9	3.3	2.4	10.4
	강원	55	34.5	29.1	3.6	7.3	10.9	3.6	3.6	7.3
	충북	70	31.4	21.4	20.0	7.1	5.7	5.7	1.4	7.1
	충남	72	33.3	18.1	16.7	5.6	2.8	8.3	1.4	13.9
	전북	64	23.4	26.6	15.6	4.7	4.7	4.7	4.7	15.6
	전남	59	32.2	22.0	18.6	1.7	0.0	8.5	1.7	15.3
	경북	83	20.5	24.1	24.1	9.6	4.8	8.4	2.4	6.0
	경남	109	22.0	21.1	13.8	4.6	12.8	8.3	1.8	15.6
	제주	30	16.7	33.3	16.7	6.7	3.3	3.3	3.3	16.7
	세종	12	33.3	25.0	16.7	0.0	8.3	0.0	0.0	16.7
직업	화이트칼라	780	32.4	24.9	16.5	5.4	4.9	2.9	2.4	10.5
	블루칼라	234	30.8	26.9	16.2	3.8	3.4	3.8	2.1	12.8
	자영업	159	23.3	30.2	20.1	6.3	6.3	3.8	1.3	8.8
	주부	258	20.2	22.9	31.0	3.1	5.0	7.0	3.1	7.8
	학생	81	32.1	23.5	11.1	12.3	6.2	4.9	3.7	6.2
	무직	137	21.2	24.8	22.6	11.7	6.6	1.5	0.0	11.7
	기타	134	18.7	24.6	16.4	8.2	7.5	6.0	3.7	14.9
문화가 있는 날 인지도 여부	인지(참여경험 없음)	573	48.2	10.5	13.3	4.4	9.9	5.8	5.1	3.0
	비인지(참여경험 없음)	1,210	18.0	32.2	21.9	6.7	3.0	3.1	1.1	14.0

- '문화가 있는 날' 불참 이유 1+2순위 응답으로 남성은 '상세 정보를 얻기 어려워서'(47.2%), '참여하고 싶은 프로그램이 별로 없어서'(13.8%), '문화예술에 관심이 없어서'(12.0%) 응답이 상대적으로 높은 반면, 여성은 '코로나19, 날씨 등 환경변화로 인해 참여가 어려워서'(42.1%), '시간이 없어서'(42.3%), '거리가 멀어서'(16.5%) 참여하지 못했다는 응답이 상대적으로 높게 나타남
- '거리가 멀어서' 응답은 특별/광역시 대비 지방에서 더 높은 경향을 보이며, 특히 제주(26.7%)에서 높게 나타남

[표3-14] '문화가 있는 날' 불참 이유(1+2순위)

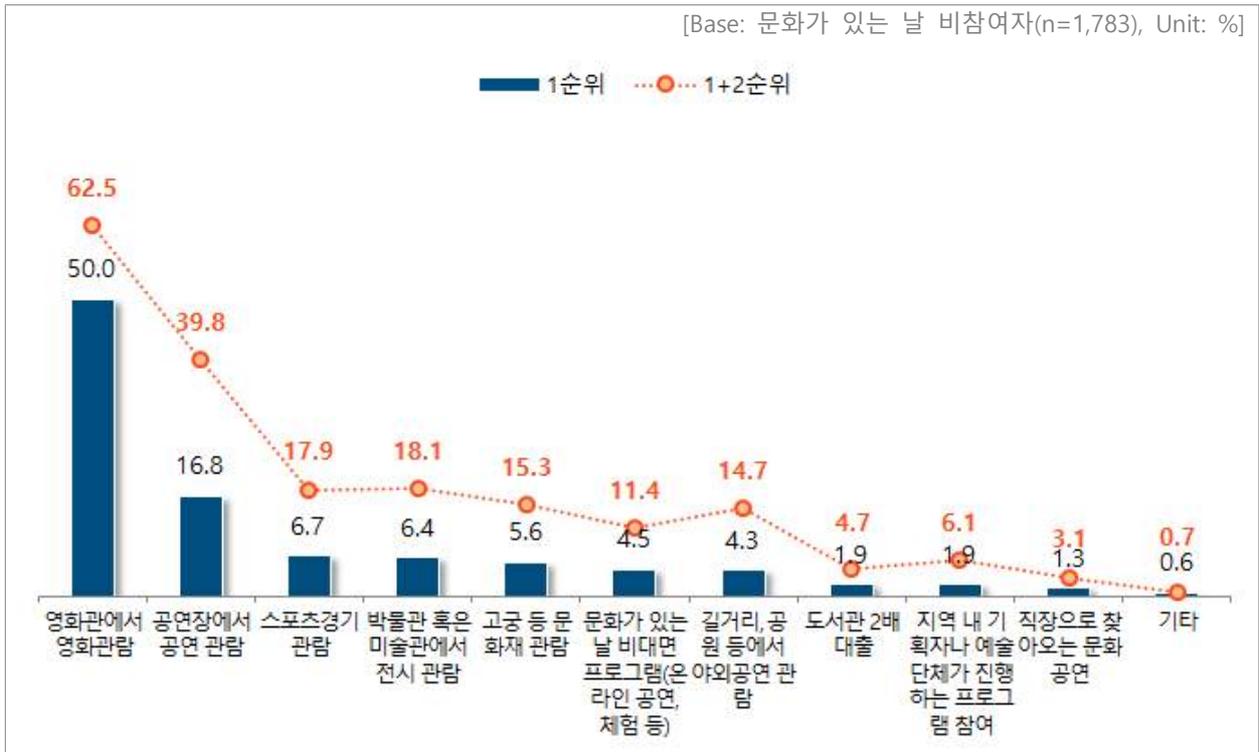
(단위 : 명, %, 중복응답)

		사례수	상세 정보를 얻기 어려워서	코로나19, 날씨 등 환경변화로 인해 참여가 어려워서	시간이 없어서	거리가 멀어서	참여하고 싶은 프로그램이 별로 없어서	문화예술에 관심이 없어서	혜택(할인 등)이 크지 않아서	기타
		1,783	44.4	41.2	40.6	13.4	13.0	10.4	7.8	13.5
			791	735	724	239	231	186	139	241
성별	남성	999	47.2	40.5	39.2	11.0	13.8	12.0	8.4	12.8
	여성	784	40.7	42.1	42.3	16.5	11.9	8.4	7.0	14.4
연령	만 15~19세	69	31.9	29.0	36.2	15.9	21.7	27.5	2.9	17.4
	만 20대	163	33.1	28.8	44.8	19.0	16.0	18.4	11.7	11.0
	만 30대	299	44.1	34.8	46.8	15.1	10.0	6.4	12.4	14.0
	만 40대	457	43.3	40.9	44.2	11.8	13.1	9.2	7.9	14.7
	만 50대	455	47.0	45.5	43.7	11.0	10.5	8.4	5.7	12.1
	만 60대	340	50.3	50.0	25.0	14.1	15.3	11.2	5.6	13.8
지역 규모	특별/광역시	769	44.2	43.3	41.2	10.3	12.2	10.8	8.7	12.5
	그외	1,014	44.5	39.6	40.1	15.8	13.5	10.2	7.1	14.3
지역	서울	305	43.3	42.0	41.3	8.2	12.8	12.8	10.2	13.8
	부산	110	43.6	42.7	38.2	16.4	7.3	11.8	8.2	13.6
	대구	83	45.8	50.6	39.8	8.4	16.9	7.2	4.8	8.4
	인천	120	42.5	44.2	43.3	8.3	16.7	10.8	8.3	10.0
	광주	53	45.3	50.9	45.3	9.4	9.4	5.7	7.5	17.0
	대전	61	50.8	37.7	45.9	11.5	6.6	6.6	8.2	8.2
	울산	37	43.2	35.1	32.4	18.9	10.8	13.5	10.8	16.2
	경기	460	45.2	40.9	42.2	13.5	12.2	9.3	8.7	12.8
	강원	55	49.1	32.7	41.8	18.2	16.4	12.7	3.6	16.4
	충북	70	40.0	40.0	44.3	18.6	17.1	14.3	4.3	10.0
	충남	72	44.4	37.5	41.7	16.7	11.1	6.9	6.9	16.7
	전북	64	42.2	35.9	40.6	14.1	10.9	12.5	9.4	15.6
	전남	59	47.5	42.4	40.7	18.6	6.8	5.1	3.4	16.9
	경북	83	41.0	45.8	36.1	20.5	15.7	16.9	6.0	9.6
	경남	109	41.3	37.6	31.2	16.5	22.0	9.2	5.5	18.3
	제주	30	50.0	33.3	30.0	26.7	6.7	6.7	10.0	23.3
세종	12	58.3	33.3	50.0	0.0	16.7	8.3	0.0	25.0	
직업	화이트칼라	780	45.8	36.9	46.5	11.5	12.4	9.4	9.7	12.9
	블루칼라	234	41.9	41.5	47.9	12.4	10.7	6.0	5.6	17.1
	자영업	159	49.1	47.2	39.6	10.1	11.3	8.8	3.8	12.6
	주부	258	42.6	54.3	29.5	19.4	12.4	9.3	6.6	10.1
	학생	81	39.5	29.6	39.5	18.5	17.3	21.0	12.3	7.4
	무직	137	38.7	44.5	29.2	13.9	19.0	19.7	5.8	15.3
	기타	134	47.0	37.3	28.4	14.9	14.2	12.7	6.7	20.1
문화가 있는 날 인지여부	인지(참여경험 없음)	573	25.1	34.0	59.2	5.4	19.7	20.8	7.9	14.5
	비인지(참여경험 없음)	1,210	53.5	44.6	31.8	17.4	10.4	9.3	11.7	4.6

6. 참여하고 싶은 '문화가 있는 날' 프로그램

- 향후 기회가 된다면 참여하고 싶은 프로그램으로 '영화관에서 영화관람'(62.5%, 1+2 종합순위 기준)에 대한 선호가 압도적으로 높게 나타났으며, 그 외 '공연장에서 공연 관람'(39.8%), '박물관 혹은 미술관에서 전시 관람'(18.1%), '스포츠경기 관람'(17.9%) 등 관람 활동에 대한 참여 의지가 높게 나타남

[그림3-12] 참여하고 싶은 '문화가 있는 날' 프로그램



- 향후 참여하고 싶은 '문화가 있는 날' 프로그램 1순위로 모든 응답자 특성에서 '영화관에서 영화관람' 응답이 높은 가운데, 특히 남성(53.1%), 20대(61.3%), 학생(56.8%) 등에서 높게 나타남
- '문화가 있는 날'을 인지하고 있는 비참여자는, 인지하고 있지 않은 집단에 비해 상대적으로 '공연장에서의 공연관람', '박물관 혹은 미술관 전시관람' 등에 대한 직접적이고 목적성있는 문화행사에 대한 참여의사가 높은 데에 반해, 인지하고 있지 않은 비참여자는 비교적 단순한 '영화관람' 또는 '스포츠 관람', '비대면 관람'에 참여의사가 높았음

[표3-15] '문화가 있는 날' 참여하고 싶은 프로그램(1순위)

(단위 : 명, %)

		사례수	영화관에서 영화관람	공연장 공연관람	스포츠 경기관람	박물관 미술관에서 전시관람	고궁·재 등 문화재 관람	문화가 있는 날 프로그램 참여 체험	길거리, 공원 등 야외 공연관람	도서관 2배 대출	지역 내 기획자 나 단체가 진행 프로그램	직접 참여 프로그램	기타
전체		1,783	50.0	16.8	6.7	6.4	5.6	4.5	4.3	1.9	1.9	1.3	0.6
			89.2	30.0	11.9	11.4	10.0	8.1	7.7	3.4	3.3	2.3	1.0
성별	남성	999	53.1	12.9	10.0	5.6	4.7	4.4	3.5	1.8	1.9	1.5	0.6
	여성	784	46.2	21.8	2.4	7.4	6.8	4.7	5.4	2.0	1.8	1.0	0.5
연령	만 15~19세	69	58.0	18.8	13.0	2.9	0.0	0.0	2.9	4.3	0.0	0.0	0.0
	만 20대	163	61.3	13.5	9.8	3.7	2.5	3.7	2.5	0.6	0.6	0.6	1.2
	만 30대	299	39.1	22.7	9.7	8.7	5.4	5.4	2.3	3.0	1.3	2.3	0.0
	만 40대	457	49.7	17.3	6.8	6.3	4.4	3.5	5.5	2.8	1.5	1.3	0.9
	만 50대	455	52.7	15.6	3.3	5.9	5.3	5.9	5.1	1.8	2.9	1.3	0.2
	만 60대	340	49.4	13.8	5.6	7.1	10.6	4.7	4.7	0.0	2.4	0.9	0.9
지역 규모	특별/광역시	769	49.5	16.9	6.9	6.0	5.9	4.8	4.9	2.3	1.0	1.0	0.7
	그외	1,014	50.4	16.8	6.5	6.7	5.4	4.3	3.8	1.6	2.5	1.5	0.5
지역	서울	305	51.1	15.1	7.5	6.2	7.9	5.6	2.3	2.6	1.0	0.3	0.3
	부산	110	48.2	21.8	3.6	3.6	2.7	4.5	9.1	2.7	0.9	0.9	1.8
	대구	83	47.0	19.3	7.2	8.4	1.2	4.8	3.6	2.4	1.2	3.6	1.2
	인천	120	46.7	14.2	7.5	8.3	5.8	4.2	6.7	3.3	2.5	0.8	0.0
	광주	53	39.6	24.5	9.4	1.9	9.4	5.7	5.7	0.0	0.0	1.9	1.9
	대전	61	59.0	14.8	8.2	1.6	4.9	3.3	6.6	0.0	0.0	1.6	0.0
	울산	37	54.1	13.5	2.7	10.8	5.4	2.7	8.1	2.7	0.0	0.0	0.0
	경기	460	50.2	16.3	5.7	8.0	7.0	3.9	3.3	1.5	2.6	0.9	0.7
	강원	55	56.4	16.4	5.5	10.9	1.8	1.8	5.5	0.0	1.8	0.0	0.0
	충북	70	48.6	22.9	7.1	4.3	7.1	2.9	1.4	1.4	1.4	2.9	0.0
	충남	72	52.8	15.3	8.3	2.8	4.2	1.4	8.3	2.8	2.8	1.4	0.0
	전북	64	51.6	15.6	7.8	3.1	4.7	6.3	3.1	3.1	3.1	0.0	1.6
	전남	59	59.3	16.9	6.8	3.4	1.7	10.2	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0
	경북	83	47.0	10.8	8.4	6.0	4.8	1.2	8.4	2.4	4.8	4.8	1.2
	경남	109	48.6	20.2	7.3	5.5	3.7	7.3	1.8	1.8	2.8	0.9	0.0
	제주	30	43.3	20.0	3.3	16.7	3.3	6.7	3.3	0.0	0.0	3.3	0.0
세종	12	33.3	16.7	8.3	0.0	8.3	8.3	16.7	0.0	0.0	8.3	0.0	
직업	화이트칼라	780	48.3	18.2	8.3	6.7	5.1	4.6	3.6	1.7	1.3	1.8	0.4
	블루칼라	234	55.1	15.0	5.6	7.7	5.6	3.4	2.1	1.3	2.6	1.7	0.0
	자영업	159	49.7	16.4	5.7	6.9	8.2	4.4	3.1	0.6	3.8	0.6	0.6
	주부	258	48.4	19.0	0.8	7.0	7.0	5.4	7.0	2.3	2.7	0.4	0.0
	학생	81	56.8	19.8	9.9	3.7	1.2	4.9	2.5	0.0	0.0	0.0	1.2
	무직	137	50.4	8.8	7.3	4.4	6.6	5.8	7.3	3.6	2.2	0.7	2.9
	기타	134	50.0	14.9	9.0	4.5	4.5	3.0	6.7	4.5	0.7	1.5	0.7
문화가 있는 날 인지여부	인지 (참여경험 없음)	573	48.7	21.6	5.2	7.7	5.6	3.3	3.0	1.2	1.7	1.0	0.9
	비인지 (참여경험 없음)	1,210	50.7	14.5	7.4	5.8	5.6	5.1	5.0	2.2	1.9	1.4	0.4

- 향후 참여하고 싶은 프로그램 1+2순위 응답으로 '영화관에서 영화관람' 응답은 남성(64.6%)이 여성(59.9%) 보다 높게 나타났으며, 연령별로 만15~19세(78.3%), 직업별로 학생(74.1%) 등에서 상대적으로 높게 나타남
- 한편 '공연장에서 공연관람' 응답은 여성(47.4%), 30대(47.2%), 주부(44.2%) 등에서 상대적으로 높게 나타남

[표3-16] '문화가 있는 날' 참여하고 싶은 프로그램(1+2순위)

(단위 : 명, %, 중복응답)

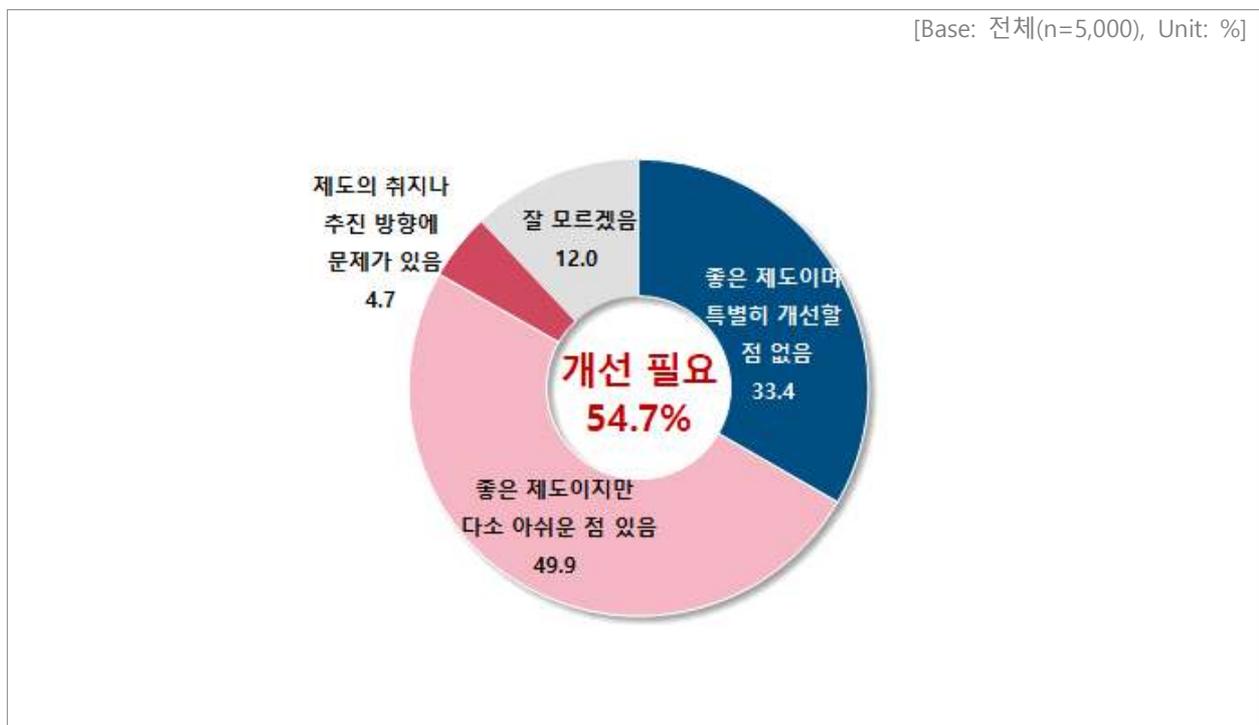
		사례수	영화관에서 영화관람	공연장에서 공연관람	박물관 미술관에서 전시관람	스포츠 경기관람	고궁 등 문화재 관람	길거리, 공원서 야외공연 관람	문화가 있는 날 비대면 프로그램 (온라인 공연, 체험 프로그램)	지역 내 기획자나 예술단체 진행 프로그램	도서관 2배 대출	직접 찾아 문 화 공 예 관 람	기타
전체		1,783	62.5	39.8	18.1	17.9	15.3	14.7	11.4	6.1	4.7	3.1	0.7
			1,115	709	323	320	273	262	204	109	83	56	13
성별	남성	999	64.6	33.7	16.1	25.8	13.3	14.0	9.9	6.8	4.5	3.8	0.9
	여성	784	59.9	47.4	20.7	7.9	17.9	15.6	13.4	5.2	4.8	2.3	0.5
연령	만 15~19세	69	78.3	42.0	8.7	27.5	2.9	14.5	4.3	2.9	8.7	1.4	0.0
	만 20대	163	73.0	38.0	11.0	25.2	9.2	11.0	11.0	3.1	6.1	1.8	1.2
	만 30대	299	54.5	47.2	23.1	18.7	13.4	10.4	11.0	6.0	5.7	5.4	0.3
	만 40대	457	60.4	41.8	19.9	19.5	12.0	17.3	9.6	3.9	5.7	3.7	0.9
	만 50대	455	65.7	38.0	16.0	14.9	16.3	16.5	13.4	7.0	3.5	2.9	0.4
	만 60대	340	60.0	33.2	19.4	13.8	25.6	14.4	13.2	10.0	2.4	1.8	1.2
지역 규모	특별/광역시	769	61.0	39.8	20.2	18.3	14.7	13.9	11.4	5.1	5.5	2.7	0.9
	그외	1,014	63.7	39.7	16.6	17.7	15.8	15.3	11.4	6.9	4.0	3.5	0.6
지역	서울	305	64.3	39.3	22.6	17.4	18.0	8.5	11.5	4.9	5.2	2.0	0.3
	부산	110	58.2	46.4	20.0	13.6	9.1	18.2	10.0	6.4	7.3	2.7	1.8
	대구	83	60.2	42.2	22.9	15.7	9.6	13.3	8.4	6.0	6.0	4.8	1.2
	인천	120	51.7	35.0	22.5	21.7	15.0	18.3	12.5	6.7	7.5	2.5	0.8
	광주	53	50.9	39.6	9.4	26.4	22.6	18.9	17.0	1.9	1.9	5.7	1.9
	대전	61	72.1	39.3	11.5	24.6	8.2	14.8	14.8	4.9	1.6	3.3	0.0
	울산	37	70.3	35.1	16.2	13.5	13.5	24.3	5.4	0.0	5.4	0.0	2.7
	경기	460	65.4	37.6	18.7	16.5	19.8	12.8	10.4	5.7	4.1	3.9	0.7
	강원	55	65.5	34.5	20.0	14.5	14.5	25.5	16.4	9.1	0.0	0.0	0.0
	충북	70	60.0	50.0	14.3	12.9	15.7	14.3	8.6	10.0	4.3	4.3	0.0
	충남	72	66.7	43.1	9.7	15.3	9.7	22.2	8.3	6.9	8.3	2.8	0.0
	전북	64	64.1	42.2	7.8	14.1	14.1	14.1	17.2	12.5	4.7	0.0	1.6
	전남	59	69.5	42.4	6.8	23.7	11.9	11.9	15.3	6.8	3.4	1.7	1.7
	경북	83	55.4	38.6	15.7	21.7	13.3	26.5	7.2	6.0	2.4	7.2	1.2
	경남	109	62.4	37.6	19.3	24.8	11.9	10.1	14.7	7.3	3.7	2.8	0.0
	제주	30	60.0	46.7	33.3	16.7	6.7	10.0	10.0	3.3	3.3	3.3	0.0
	세종	12	41.7	50.0	8.3	16.7	8.3	33.3	16.7	8.3	8.3	8.3	0.0
직업	화이트칼라	780	60.1	42.3	19.5	19.7	14.9	13.2	10.9	5.3	3.8	5.1	0.4
	블루칼라	234	65.0	38.0	17.5	17.9	15.8	17.1	10.7	5.1	3.8	4.3	0.0
	자영업	159	64.2	32.1	19.5	16.4	20.1	10.7	11.9	8.8	6.9	0.6	1.3
	주부	258	63.2	44.2	18.2	5.8	20.9	18.6	14.0	6.6	4.3	0.4	0.0
	학생	81	74.1	42.0	14.8	24.7	4.9	7.4	13.6	2.5	4.9	0.0	1.2
	무직	137	61.3	29.9	13.9	24.8	11.7	19.7	12.4	8.8	5.8	0.7	3.6
	기타	134	63.4	37.3	15.7	21.6	10.4	15.7	8.2	8.2	7.5	2.2	1.5
문화가 있는 날 인지여부	인지 (참여경험 없음)	573	62.0	47.1	22.2	14.7	15.0	11.5	8.7	5.1	3.5	2.8	1.0
	비인지 (참여경험 없음)	1,210	62.8	36.3	16.2	19.5	15.5	16.2	12.7	6.6	5.2	3.3	.6

Ⅲ. '문화가 있는 날' 공감도

1. '문화가 있는 날'에 대한 인식

- 응답자 절반 가까이(49.9%)는 '문화가 있는 날'에 대해 '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있다'고 인식하고 있었으며, 이어서 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음'(33.4%), '제도의 취지나 추진 방향에 문제가 있음'(4.7%) 순으로 나타남
- 전반적으로 제도의 취지에는 공감하고 있으나, 다소 개선이 필요한 것으로 인식함

[그림3-13] '문화가 있는 날'에 대한 인식



- '문화가 있는 날'에 대해서 '좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점 있음' 응답은 여성(50.6%)이 남성(49.2%) 보다 소폭 높게 나타났으며, 연령별로 30대(57.9%), 지역별로 강원/제주(51.7%), 직업별로 화이트칼라(53.3%) 등에서 상대적으로 높게 나타남
- 한편 '좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음' 응답은 여성(34.6%), 만15~19세(44.6%), 서울(38.7%), 학생(37.7%) 등에서 상대적으로 높게 나타남
- '문화가 있는 날'을 인지하고 있는 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 긍정적으로 인식하고 있는 비중이 높으며, 실제로 참여한 경험이 있는 집단에서 그렇지 않은 집단에 비해 긍정적 응답 비중이 높음

[표3-17] '문화가 있는 날'에 대한 인식

(단위 : 명, %)

		사례수	좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음	좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점 있음	제도의 취지나 추진 방향에 문제가 있음	잘 모르겠음	
전체		5,000	33.4	49.9	4.7	12.0	
			1,668	2,496	237	599	
성별	남성	2,551	32.1	49.2	6.5	12.2	
	여성	2,449	34.6	50.6	2.9	11.8	
연령	만 15~19세	276	44.6	38.0	4.7	12.7	
	만 20대	842	33.1	53.6	3.1	10.2	
	만 30대	856	26.3	57.9	6.4	9.3	
	만 40대	1,067	30.0	52.6	5.0	12.5	
	만 50대	1,110	35.1	47.5	4.1	13.2	
	만 60대	849	39.0	41.9	5.2	13.9	
지역 규모	특별/광역시	2,242	33.8	48.7	4.9	12.7	
	그외	2,758	33.0	50.9	4.6	11.4	
지역	서울	969	38.7	46.6	4.1	10.5	
	부산	335	32.2	47.8	6.0	14.0	
	대구	240	32.5	47.9	3.8	15.8	
	인천	292	26.7	53.1	6.2	14.0	
	광주	143	27.3	55.9	7.0	9.8	
	대전	147	32.7	49.7	4.1	13.6	
	울산	116	26.7	48.3	5.2	19.8	
	경기	1,299	32.6	52.2	3.4	11.8	
	강원	146	34.2	47.9	4.1	13.7	
	충북	147	35.4	46.3	8.8	9.5	
	충남	188	30.9	53.2	5.9	10.1	
	전북	166	34.3	49.4	5.4	10.8	
	전남	163	37.4	45.4	4.3	12.9	
	경북	236	31.4	50.8	6.8	11.0	
	경남	312	34.6	50.0	5.4	9.9	
	제주	63	22.2	60.3	6.3	11.1	
세종	38	34.2	50.0	2.6	13.2		
직업	화이트칼라	2,248	32.0	53.3	5.0	9.7	
	블루칼라	641	32.3	49.8	5.1	12.8	
	자영업	347	32.3	51.0	4.6	12.1	
	주부	637	35.8	43.6	4.1	16.5	
	학생	369	37.7	50.4	3.5	8.4	
	무직	384	33.9	45.1	5.2	15.9	
	기타	374	35.3	43.9	4.5	16.3	
문화가 있는 날 인지여부	인지	전체	3,139	36.9	52.9	4.2	6.0
		경험있음	2,566	39.4	52.2	3.5	4.8
		경험없음	573	25.8	55.8	7.3	11.0
	비인지	전체	1,861	27.4	44.9	5.6	22.1
		경험있음	651	28.6	50.8	4.8	15.8
		경험없음	1,210	26.7	41.7	6.0	25.5

1-1. '문화가 있는 날' 제도 개선 사항

- '문화가 있는 날' 제도 관련 개선해야 할 점으로 전반적으로 '할인 폭 등 혜택 확대'(50.7%, 1+2 종합순위 기준)에 대한 개선 요구가 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '문화가 있는 날 정시/조기 퇴근 제도 마련'(40.1%), '소도시 및 지방까지 혜택 확대(39.3%), '문화가 있는 날 홍보 확대'(35.3%) 등의 순으로 나타남
- 앞서 살펴보았듯 '문화가 있는 날'에 대한 이미지를 '문화 할인(혹은 무료) 서비스'로 인지하는 경향이 컸기 때문에(82.9%) 개선에 대한 의견도 혜택의 내용 및 공간적 범위 확대가 필요하다고 인지하고 있으며, 이를 활용할 수 있는 여건 부문의 개선이 제안됨

[그림3-14] '문화가 있는 날' 제도 개선 사항



- '문화가 있는 날' 제도 관련 개선해야 할 점으로 '할인 폭 등 혜택 확대' 응답은 남성(25.3%)이 여성(22.5%) 보다 높게 나타났으며, 연령별로 만15~19세(33.1%), 직업별로 학생(33.2%) 등에서 상대적으로 높게 나타남
- 한편 '소도시 및 지방까지 혜택 확대' 응답은 여성(25.1%), 강원(46.1%) 등 비수도권 지역에서 상대적으로 높게 나타났으며, '문화가 있는 날 정시/조기퇴근 제도 마련'은 여성(24.5%), 30대(34.8%), 화이트칼라(32.0%) 등에서 상대적으로 높게 나타남

[표3-18] '문화가 있는 날' 제도 개선 사항(1순위)

(단위 : 명, %)

		사례수	할인 폭 등 혜택 확대	소도시 및 지방까지 혜택 확대	문화가 있는 날 정시/조기퇴근 제도 마련	문화가 있는 날 홍보 확대	직접 참여 프로그램 확대	찾아오는 공연 확대	기타	
전체		2,733	23.9 654	23.5 641	23.5 641	19.0 520	5.2 141	3.3 89	1.7 47	
성별	남성	1,421	25.3	22.0	22.5	19.8	5.6	3.1	1.8	
	여성	1,312	22.5	25.1	24.5	18.2	4.7	3.4	1.6	
연령	만 15~19세	118	33.1	18.6	11.9	20.3	9.3	4.2	2.5	
	만 20대	477	27.5	19.9	31.2	15.1	3.8	0.8	1.7	
	만 30대	551	21.4	21.8	34.8	13.2	4.5	2.5	1.6	
	만 40대	614	21.7	25.4	24.9	19.9	3.7	2.8	1.6	
	만 50대	573	23.0	25.3	16.2	21.8	6.8	4.9	1.9	
지역 규모	만 60대	400	25.3	25.8	10.0	26.0	6.3	5.3	1.5	
	특별/광역시	1,200	27.2	16.3	26.0	20.3	5.0	3.6	1.7	
		그외	1,533	21.4	29.0	21.5	18.1	5.3	3.0	1.8
지역	서울	492	31.3	9.6	31.9	18.3	4.3	2.8	1.8	
	부산	180	28.3	15.0	17.8	26.1	6.7	3.9	2.2	
	대구	124	25.0	25.8	18.5	20.2	5.6	4.0	0.8	
	인천	173	27.2	12.1	24.9	24.9	4.6	4.0	2.3	
	광주	90	16.7	25.6	22.2	21.1	8.9	4.4	1.1	
	대전	79	13.9	27.8	32.9	13.9	3.8	7.6	0.0	
	울산	62	27.4	38.7	17.7	12.9	1.6	0.0	1.6	
	경기	722	24.8	13.2	29.4	21.3	5.5	3.6	2.2	
	강원	76	15.8	46.1	13.2	17.1	2.6	1.3	3.9	
	충북	81	17.3	44.4	7.4	14.8	9.9	6.2	0.0	
	충남	111	15.3	43.2	16.2	17.1	2.7	2.7	2.7	
	전북	91	15.4	38.5	22.0	18.7	4.4	1.1	0.0	
	전남	81	13.6	50.6	6.2	19.8	6.2	1.2	2.5	
	경북	136	22.8	44.9	11.0	13.2	5.1	2.2	0.7	
	경남	173	22.0	42.8	14.5	11.6	5.2	3.5	0.6	
	제주	42	16.7	40.5	23.8	11.9	4.8	0.0	2.4	
세종	20	25.0	15.0	40.0	15.0	5.0	0.0	0.0		
직업	화이트칼라	1,311	22.0	21.6	32.0	16.7	3.6	2.5	1.6	
	블루칼라	352	21.3	27.8	21.6	19.3	4.5	4.0	1.4	
	자영업	193	29.0	29.0	9.3	20.2	7.3	3.6	1.6	
	주부	304	25.3	24.0	11.2	22.4	7.9	6.6	2.6	
	학생	199	33.2	15.1	21.1	23.1	5.0	1.0	1.5	
	무직	193	25.9	26.4	13.0	21.8	9.3	3.1	0.5	
기타		181	22.7	27.6	14.9	21.0	6.6	3.9	3.3	
문화가 있는 날 인지도 여부	인지	전체	1,793	26.8	28.9	23.4	10.8	5.1	3.5	1.6
		경험있음	1,431	28.3	28.7	22.6	10.4	5.5	3.4	1.2
		경험없음	362	21.0	29.8	26.5	12.2	3.6	3.9	3.0
	비인지	전체	940	18.4	13.0	23.6	34.8	5.3	2.9	2.0
		경험있음	362	27.9	14.1	22.1	25.4	5.5	3.6	1.4
		경험없음	578	12.5	12.3	24.6	40.7	5.2	2.4	2.4

- 개선 사항 1+2순위로 '할인 폭 등 혜택 확대' 응답은 여성(51.0%)이 남성(50.4%) 보다 소폭 높게 나타났으며, 연령별로 만15~19세(61.0%), 직업별로 학생(63.3%) 등에서 상대적으로 높게 나타남
- 한편 '문화가 있는 날 정시/조기퇴근 제도 마련'은 30대(58.6%), 화이트칼라 (52.2%) 등에서, '소도시 및 지방까지 혜택 확대' 응답은 여성(41.0%), 50대(44.2%), 자영업(50.3%) 등에서 상대적으로 높게 나타남

[표3-19] '문화가 있는 날' 제도 개선 사항(1+2순위)

(단위 : 명, %, 중복응답)

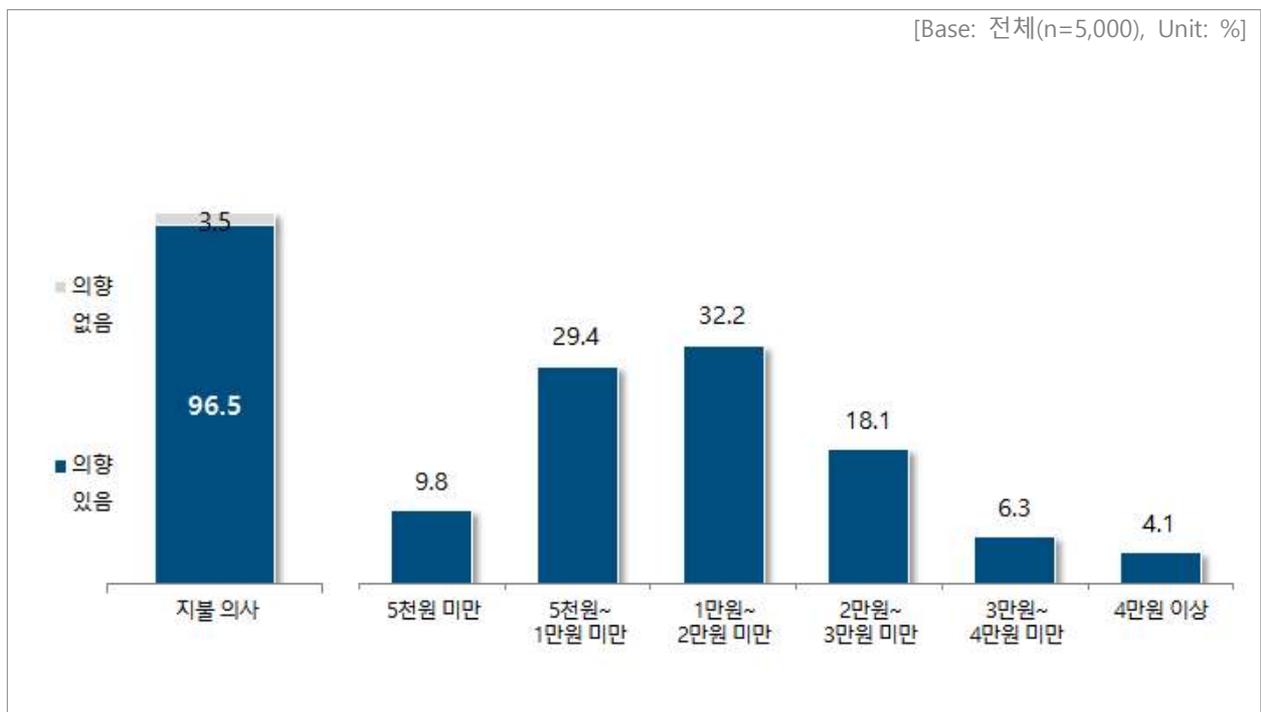
		사례수	할인 폭 등 혜택 확대	문화가 있는 날 정시/조기퇴근 제도 마련	소도시 및 지방까지 혜택 확대	문화가 있는 날 홍보 확대	직접 참여 프로그램 확대	찾아오는 확대 공연	기타	
전체		2,733	50.7 1,385	40.1 1,096	39.3 1,073	35.3 965	15.0 409	10.4 285	2.6 72	
성별	남성	1,421	50.4	40.5	37.6	35.2	16.5	10.3	2.7	
	여성	1,312	51.0	39.7	41.0	35.4	13.3	10.6	2.6	
연령	만 15~19세	118	61.0	24.6	28.8	38.1	20.3	8.5	2.5	
	만 20대	477	55.6	52.6	36.7	29.1	10.9	5.0	1.9	
	만 30대	551	49.4	58.6	35.8	27.2	13.8	6.5	3.3	
	만 40대	614	50.8	40.2	39.4	36.3	15.3	10.3	2.6	
	만 50대	573	47.6	27.9	44.2	39.8	17.1	14.5	2.6	
지역 규모	만 60대	400	47.8	21.5	43.0	45.0	16.3	17.3	2.8	
	특별/광역시	1,200	55.3	41.9	30.1	37.1	16.0	9.6	2.6	
		그외	1,533	47.0	38.7	46.4	33.9	14.2	2.7	
지역	서울	492	59.6	49.4	18.9	38.6	13.8	9.1	3.5	
	부산	180	53.9	32.8	35.6	37.2	22.8	7.8	2.8	
	대구	124	47.6	31.5	44.4	34.7	21.8	8.9	0.8	
	인천	173	58.4	41.6	24.9	43.9	12.1	8.7	2.9	
	광주	90	45.6	37.8	45.6	31.1	18.9	11.1	2.2	
	대전	79	49.4	45.6	40.5	31.6	11.4	16.5	0.0	
	울산	62	54.8	32.3	53.2	25.8	14.5	11.3	1.6	
	경기	722	52.1	47.9	28.7	37.5	15.0	10.1	3.3	
	강원	76	39.5	28.9	67.1	35.5	7.9	7.9	5.3	
	충북	81	38.3	27.2	60.5	33.3	14.8	19.8	1.2	
	충남	111	43.2	35.1	60.4	27.9	16.2	7.2	3.6	
	전북	91	34.1	38.5	60.4	31.9	8.8	14.3	1.1	
	전남	81	33.3	21.0	65.4	34.6	21.0	17.3	3.7	
	경북	136	51.5	25.0	71.3	26.5	11.8	8.1	0.7	
	경남	173	46.8	30.6	57.2	28.3	13.9	15.0	1.2	
제주	42	50.0	38.1	54.8	31.0	9.5	4.8	2.4		
세종	20	30.0	45.0	55.0	45.0	20.0	5.0	0.0		
직업	화이트칼라	1,311	50.6	52.2	37.2	30.7	12.8	8.4	2.6	
	블루칼라	352	47.2	37.5	40.3	34.9	17.3	11.6	3.4	
	자영업	193	46.6	19.2	50.3	39.9	21.8	14.0	2.1	
	주부	304	49.3	19.7	43.1	43.4	17.8	16.8	2.6	
	학생	199	63.3	38.2	30.7	39.7	13.1	4.5	2.0	
	무직	193	50.8	29.0	42.0	42.5	16.6	11.9	1.6	
	기타	181	50.8	28.2	40.3	38.1	14.4	13.3	3.9	
문화가 있는 날 인지여부	인지	전체	1,793	55.1	46.0	38.8	25.9	15.2	10.4	2.6
		경험있음	1,431	56.5	45.6	37.5	25.3	17.2	10.2	2.0
		경험없음	362	49.4	47.5	44.2	28.5	7.5	11.3	5.0
	비인지	전체	940	42.2	28.9	40.1	53.2	14.5	10.4	2.7
		경험있음	362	51.7	29.6	35.6	42.3	17.4	13.0	1.7
		경험없음	578	36.3	28.5	42.9	60.0	12.6	8.8	3.3

IV. 경제적 효과

1. '문화가 있는 날' 문화생활을 위한 비용 지불 의사

- 응답자 대부분(96.5%)은 '문화가 있는 날'과 그 주간에 문화생활을 위해 비용을 지불할 의사가 있는 것으로 나타남
- 금액별로는 '1만원~2만원 미만'이 32.2%로 가장 높고, 다음으로 '5천원~1만원 미만'(29.4%), '2만원~3만원 미만'(18.1%) 순으로, 2만원 이하 비용을 지불하려는 경우가 절반 이상임(71.4%)

[그림3-15] '문화가 있는 날' 문화생활을 위한 비용 지불 의사



◆ '문화가 있는 날' 문화생활을 위한 비용 지불 의사의 3개년 비교

<2019-2020 지불의사 비교>

구분	5천원 미만	5천원~1만원 미만	1만원~2만원 미만	2만원~3만원 미만	3만원~4만원 미만	4만원 이상
2018년	13.4%	40.4%	29.2%	11.6%	2.3%	3.0%
2019년	12.8%	36.4%	29.4%	12.5%	3.1%	5.8%
2020년	9.8%	29.3%	32.2%	18.1%	6.3%	4.1%

※ '18~20년 조사결과의 시계열 비교를 위해, 지불의사가 있다고 응답한 응답자를 100% 기준으로 하여 환산함
 ※ [참고] 최근 3년 소비자 물가지수 : (2017)전년대비 1.9% 증가 → (2018)전년대비 1.5% 증가 → (2019)전년대비 0.4% 증가
 [참고] 최근 3년 평균 영화관람요금 : (2017)7,989원 → (2018)8,383원 → (2019)8,444원 → (2020) 8,549

- '문화가 있는 날' 문화생활을 위해 지불할 의사가 있는 금액은 전반적으로 남성이 여성보다, 연령이 높을수록 높은 경향을 보임

[표3-20] '문화가 있는 날' 문화생활을 위한 비용 지불 의사

(단위 : 명, %)

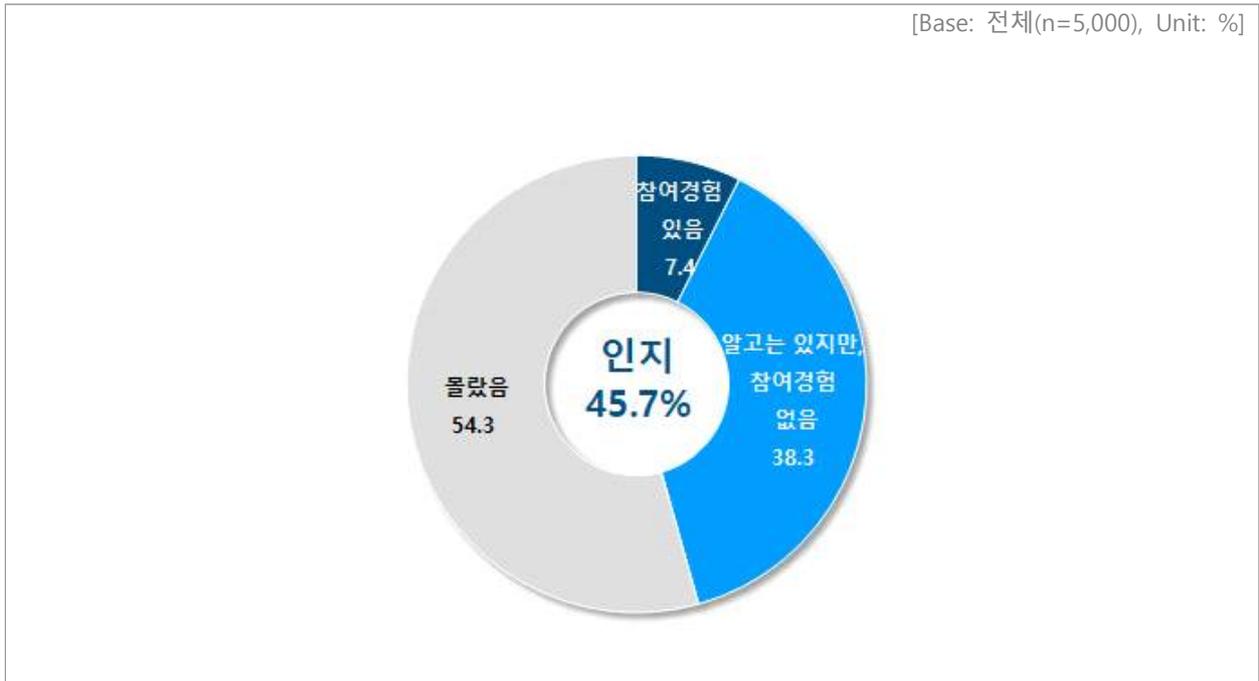
		지불 의사			지불 가능 금액							
		사례수	의향있음	의향없음	사례수	5천원 미만	5천원~1만원 미만	1만원~2만원 미만	2만원~3만원 미만	3만원~4만원 미만	4만원 이상	
전체		5,000	96.5	3.5	4,823	9.8	29.4	32.2	18.1	6.3	4.1	
			4,823	177		474	1416	1555	875	303	200	
성별	남성	2,551	96.2	3.8	2,454	9.7	26.1	32.5	19.3	7.1	5.3	
	여성	2,449	96.7	3.3	2,369	10.0	32.8	32.0	16.9	5.4	2.9	
연령	만 15~19세	276	94.6	5.4	261	16.9	38.3	27.6	11.1	5.7	0.4	
	만 20대	842	96.6	3.4	813	7.7	31.9	33.8	18.2	4.4	3.9	
	만 30대	856	98.1	1.9	840	7.1	23.5	34.5	21.4	6.5	6.9	
	만 40대	1,067	96.9	3.1	1,034	7.9	26.0	32.6	20.8	7.8	4.8	
	만 50대	1,110	96.7	3.3	1,073	10.3	29.0	32.3	16.9	7.6	3.8	
	만 60대	849	94.5	5.5	802	14.2	34.9	29.2	15.2	4.2	2.2	
지역 규모	특별/광역시	2,242	96.4	3.6	2,162	10.3	29.3	32.9	17.0	5.9	4.6	
	그외	2,758	96.5	3.5	2,661	9.4	29.4	31.7	19.1	6.6	3.8	
지역	서울	969	97.2	2.8	942	9.9	29.0	32.2	18.5	5.7	4.8	
	부산	335	94.9	5.1	318	11.3	34.3	32.1	11.9	5.3	5.0	
	대구	240	95.0	5.0	228	12.3	33.8	34.6	9.6	5.3	4.4	
	인천	292	96.6	3.4	282	9.2	24.5	30.5	21.3	8.2	6.4	
	광주	143	95.8	4.2	137	10.2	24.1	41.6	16.8	4.4	2.9	
	대전	147	98.0	2.0	144	6.3	33.3	32.6	17.4	8.3	2.1	
	울산	116	95.7	4.3	111	15.3	21.6	34.2	23.4	2.7	2.7	
	경기	1,299	96.9	3.1	1,259	8.3	27.7	32.8	20.0	7.3	3.9	
	강원	146	95.9	4.1	140	11.4	30.0	25.7	17.9	8.6	6.4	
	충북	147	96.6	3.4	142	12.7	27.5	30.3	19.7	4.9	4.9	
	충남	188	96.3	3.7	181	10.5	29.8	30.4	20.4	6.1	2.8	
	전북	166	97.0	3.0	161	13.7	34.2	26.1	16.1	5.0	5.0	
	전남	163	95.7	4.3	156	9.6	35.3	26.9	17.3	9.0	1.9	
	경북	236	93.6	6.4	221	7.2	35.7	32.6	15.8	5.4	3.2	
	경남	312	96.8	3.2	302	11.6	26.2	33.4	19.5	5.6	3.6	
	제주	63	98.4	1.6	62	9.7	30.6	37.1	16.1	3.2	3.2	
세종	38	97.4	2.6	37	0.0	32.4	43.2	21.6	2.7	0.0		
직업	화이트칼라	2,248	97.5	2.5	2,191	8.3	25.9	32.4	20.7	6.8	6.0	
	블루칼라	641	96.7	3.3	620	8.5	28.7	32.6	19.5	7.7	2.9	
	자영업	347	97.1	2.9	337	9.2	29.1	30.6	17.8	8.0	5.3	
	주부	637	95.8	4.2	610	12.3	35.4	29.5	16.2	5.1	1.5	
	학생	369	98.4	1.6	363	5.2	34.2	39.1	15.4	4.1	1.9	
	무직	384	91.7	8.3	352	17.0	33.5	29.8	12.2	4.5	2.8	
	기타	374	93.6	6.4	350	15.4	32.6	32.6	12.3	5.1	2.0	
문화가 있는 날 인지 여부	인지	전체	3,139	97.9	2.1	3,073	8.5	29.4	32.0	18.4	5.9	3.7
		경험있음	2,566	98.8	1.2	2,535	8.2	29.6	32.7	18.9	5.7	3.7
		경험없음	573	93.9	6.1	538	9.9	28.8	28.8	16.1	6.8	3.5
	비인지	전체	1,861	94.1	5.9	1,751	11.1	26.4	29.6	16.0	6.4	4.6
		경험있음	651	93.9	6.1	611	11.5	30.4	28.1	15.7	5.2	2.9
		경험없음	1,210	94.2	5.8	1,140	10.9	24.3	30.3	16.2	7.0	5.5

V. 비대면 운영

1. '2020 문화가 있는 날' 비대면 사업 추진 인지도

- '2020 문화가 있는 날' 사업을 코로나19 대응 일환으로 프로그램 일부를 비대면 형태로 전환·추진한 사실에 대해 인지하는 경우는 45.7%임
- 이 중 실제로 비대면 프로그램에 참여해본 경우는 7.4%로 나타남

[그림3-16] '2020 문화가 있는 날' 비대면 사업 추진 인지도



◆ '2020 문화가 있는 날' 사업에서의 비대면으로 전환하여 추진한 사례

- '집콘' : 음악·강연 콘서트의 온라인 생중계
- '청춘마이크' : 유튜브 계정을 통한 청년예술인의 랜선 버스킹, 지역방송국 출연
- '지역문화 콘텐츠 특성화', '직장문화배달': 라이브 스트리밍, 영상촬영 송출
- '동네책방 문화사랑방', '동동동 문화놀이터' : 체험키트 배포 후 온라인 소통, 라이브 스트리밍

◆ '2020년 문화가 있는 날 기획사업'에서의 비대면 전환 현황

<2020년 문화가 있는 날 기획사업의 비대면 전환 현황>

구분	청마	지우	지콘	동동동	직배	책방	합계
기존(대면)	306	64	159	83	73	121	806
변경(비대면 등)	1,978	82	320	65	33	70	2,548
전체 계	2284	146	479	148	106	191	3,354
비대면 비율	86.6%	56.2%	66.8%	43.9%	31.1%	36.6%	76.0%

※ 대면/비대면 동시진행 시 중복계수

- '2020 문화가 있는 날' 비대면 사업 추진 인지도는 여성이 남성보다 소폭 높게 나타났으며, 연령이 높을수록, 직업별로 자영업, 무직 등에서 상대적으로 높게 나타남

[표3-21] '2020 문화가 있는 날' 비대면 사업 추진 인지도

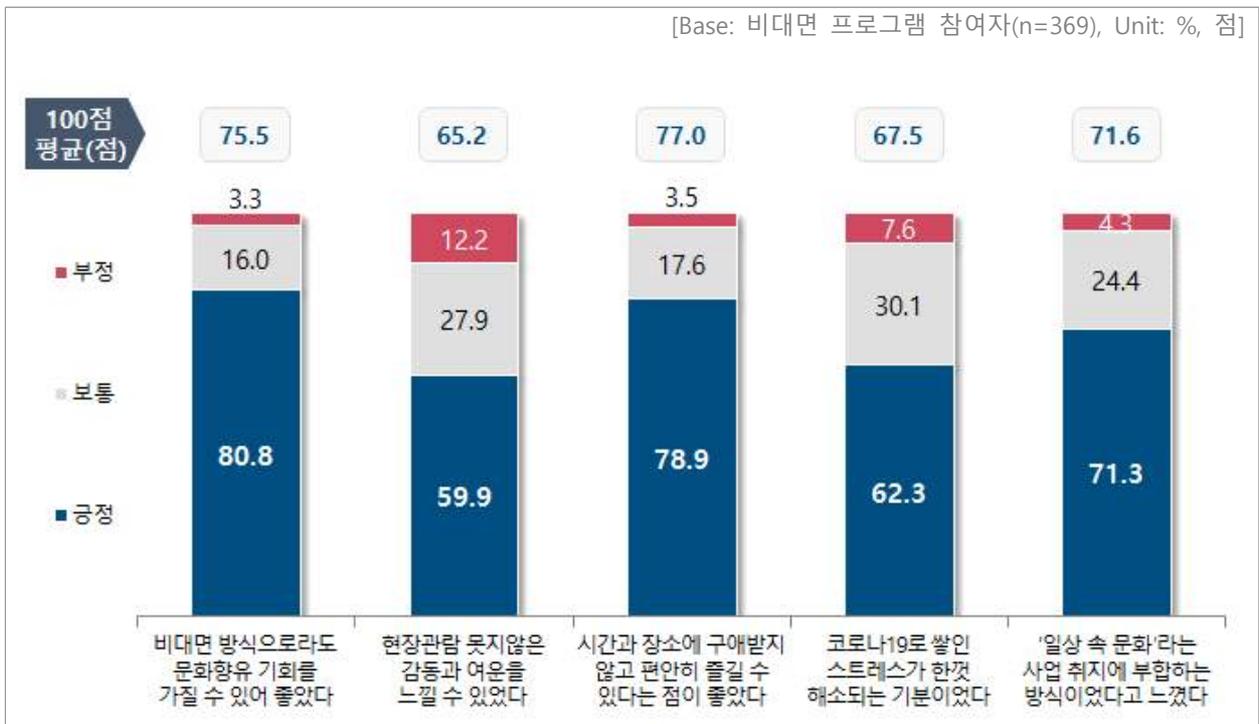
(단위 : 명, %)

		사례수	참여경험 있음	알고는 있지만, 참여경험 없음	몰랐음
전체		5,000	7.4	38.3	54.3
			369	1,914	2,717
성별	남성	2,551	6.7	37.8	55.5
	여성	2,449	8.1	38.8	53.1
연령	만 15~19세	276	6.5	33.3	60.1
	만 20대	842	8.3	35.0	56.7
	만 30대	856	6.0	35.9	58.2
	만 40대	1,067	7.0	36.8	56.1
	만 50대	1,110	7.1	42.7	50.2
	만 60대	849	9.0	41.6	49.5
지역 규모	특별/광역시	2,242	7.5	37.6	54.9
	그외	2,758	7.3	38.8	53.9
지역	서울	969	7.6	36.9	55.4
	부산	335	8.1	40.9	51.0
	대구	240	6.7	43.3	50.0
	인천	292	8.2	32.5	59.2
	광주	143	4.9	38.5	56.6
	대전	147	7.5	36.7	55.8
	울산	116	7.8	35.3	56.9
	경기	1,299	7.2	37.1	55.7
	강원	146	6.8	45.9	47.3
	충북	147	7.5	38.8	53.7
	충남	188	7.4	37.8	54.8
	전북	166	7.8	40.4	51.8
	전남	163	9.8	36.2	54.0
	경북	236	4.2	44.5	51.3
	경남	312	8.0	38.5	53.5
	제주	63	7.9	39.7	52.4
세종	38	7.9	44.7	47.4	
직업	화이트칼라	2,248	7.6	38.7	53.7
	블루칼라	641	9.5	37.6	52.9
	자영업	347	8.4	39.8	51.9
	주부	637	6.4	39.7	53.8
	학생	369	6.2	33.6	60.2
	무직	384	5.2	43.0	51.8
	기타	374	6.7	32.6	60.7

1-1. '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램에 대한 인식

- '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램 참여자들은 '비대면 방식으로라도 문화향유 기회를 가질 수 있어 좋았다'는 점에 80.8%가 긍정적으로 평가했으며, 다음으로 '시간과 장소에 구애받지 않고 편안히 즐길 수 있다는 점이 좋았다'(78.9%), '일상 속 문화라는 사업 취지에 부합하는 방식이었다고 느꼈다'(71.3%) 순으로 긍정적으로 평가함
- 한편 '현장관람 못지 않은 감동과 여운을 느낄 수 있었다'는 점에 대해서는 59.9%가 긍정적으로 응답하여 타 항목 대비 낮은 수준값으로 집계됨

[그림3-17] '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램에 대한 인식



- '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램에 대해 '문화향유 기회 제공', '시간과 장소에 구애받지 않음', 일상 속 문화라는 사업취지에 부합' 측면에서는 여성이 더 긍정적으로 평가한 반면, '현장관람 못지않은 감동과 여운', '코로나19 스트레스 해소' 측면은 남성이 더 긍정적으로 평가함

[표3-22] '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램에 대한 인식(1/2)

(단위 : 명, %, 점)

	사례수	비대면 방식으로라도 문화향유 기회를 가질 수 있어 좋았다				현장관람 못지않은 감동과 여운을 느낄 수 있었다				시간과 장소에 구애받지 않고 편안히 즐길 수 있다는 점이 좋았다				
		부정	보통	긍정	100점 평균	부정	보통	긍정	100점 평균	부정	보통	긍정	100점 평균	
전체	369	3.3	16.0	80.8	75.5	12.2	27.9	59.9	65.2	3.5	17.6	78.9	77.0	
		3	16	81		12	28	60		4	18	79		
성별	남성	170	3.5	18.8	77.6	74.1	10.6	25.9	63.5	66.9	4.1	20.6	75.3	75.0
	여성	199	3.0	13.6	83.4	76.8	13.6	29.6	56.8	63.7	3.0	15.1	81.9	78.8
연령	만 15~19세	18	5.6	22.2	72.2	75.0	16.7	33.3	50.0	63.9	0.0	27.8	72.2	76.4
	만 20대	70	4.3	14.3	81.4	76.4	17.1	30.0	52.9	63.9	4.3	20.0	75.7	77.1
	만 30대	51	5.9	13.7	80.4	75.0	9.8	31.4	58.8	63.2	7.8	17.6	74.5	73.0
	만 40대	75	2.7	21.3	76.0	75.0	8.0	29.3	62.7	68.7	1.3	20.0	78.7	78.0
	만 50대	79	2.5	13.9	83.5	75.9	13.9	26.6	59.5	64.2	3.8	19.0	77.2	76.3
	만 60대	76	1.3	14.5	84.2	75.3	10.5	22.4	67.1	65.5	2.6	9.2	88.2	79.6
지역 규모	특별/광역시	168	2.4	18.5	79.2	75.7	11.9	25.6	62.5	65.5	3.0	19.6	77.4	76.9
	그외	201	4.0	13.9	82.1	75.4	12.4	29.9	57.7	64.9	4.0	15.9	80.1	77.1
지역	서울	74	2.7	13.5	83.8	78.0	9.5	28.4	62.2	66.6	2.7	16.2	81.1	78.0
	부산	27	0.0	14.8	85.2	79.6	3.7	29.6	66.7	68.5	3.7	14.8	81.5	79.6
	대구	16	0.0	18.8	81.3	75.0	18.8	18.8	62.5	64.1	0.0	31.3	68.8	71.9
	인천	24	8.3	29.2	62.5	65.6	29.2	25.0	45.8	52.1	4.2	29.2	66.7	71.9
	광주	7	0.0	14.3	85.7	75.0	0.0	14.3	85.7	75.0	0.0	57.1	42.9	71.4
	대전	11	0.0	18.2	81.8	75.0	0.0	27.3	72.7	72.7	0.0	9.1	90.9	81.8
	울산	9	0.0	44.4	55.6	75.0	22.2	11.1	66.7	69.4	11.1	0.0	88.9	80.6
	경기	94	2.1	16.0	81.9	74.7	13.8	29.8	56.4	64.4	3.2	20.2	76.6	76.1
	강원	10	0.0	0.0	100.0	85.0	30.0	0.0	70.0	62.5	0.0	0.0	100.0	82.5
	충북	11	9.1	18.2	72.7	68.2	0.0	45.5	54.5	65.9	9.1	18.2	72.7	70.5
	충남	14	14.3	7.1	78.6	80.4	14.3	28.6	57.1	69.6	14.3	14.3	71.4	75.0
	전북	13	0.0	23.1	76.9	73.1	15.4	23.1	61.5	59.6	0.0	23.1	76.9	73.1
	전남	16	0.0	12.5	87.5	75.0	12.5	25.0	62.5	65.6	6.3	0.0	93.8	81.3
	경북	10	10.0	10.0	80.0	72.5	10.0	30.0	60.0	65.0	0.0	10.0	90.0	85.0
	경남	25	8.0	8.0	84.0	76.0	8.0	28.0	64.0	70.0	4.0	12.0	84.0	78.0
	제주	5	0.0	20.0	80.0	80.0	0.0	80.0	20.0	55.0	0.0	20.0	80.0	85.0
	세종	3	0.0	33.3	66.7	75.0	0.0	66.7	33.3	58.3	0.0	33.3	66.7	75.0
직업	화이트칼라	170	4.7	15.3	80.0	74.6	11.8	25.9	62.4	66.0	4.7	15.9	79.4	77.2
	블루칼라	61	1.6	19.7	78.7	76.2	9.8	34.4	55.7	66.0	3.3	26.2	70.5	74.2
	자영업	29	3.4	13.8	82.8	79.3	10.3	24.1	65.5	68.1	3.4	6.9	89.7	81.0
	주부	41	0.0	9.8	90.2	79.3	4.9	29.3	65.9	68.9	2.4	9.8	87.8	79.9
	학생	23	0.0	17.4	82.6	76.1	13.0	30.4	56.5	62.0	0.0	26.1	73.9	76.1
	무직	20	0.0	45.0	55.0	67.5	25.0	45.0	30.0	52.5	0.0	35.0	65.0	71.3
	기타	25	8.0	0.0	92.0	76.0	24.0	12.0	64.0	61.0	4.0	12.0	84.0	79.0

[표3-23] '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램에 대한 인식(2/2)

(단위 : 명, %, 점)

		사례수	코로나19로 쌓인 스트레스가 한껏 해소되는 기분이었다				'일상 속 문화'라는 사업 취지에 부합하는 방식이었다고 느꼈다			
			부정	보통	긍정	100점 평균	부정	보통	긍정	100점 평균
전체		369	7.6	30.1	62.3	67.5	4.3	24.4	71.3	71.6
			8	30	62		4	24	71	
성별	남성	170	5.9	30.0	64.1	68.4	4.1	28.8	67.1	69.7
	여성	199	9.0	30.2	60.8	66.7	4.5	20.6	74.9	73.2
연령	만 15~19세	18	0.0	44.4	55.6	68.1	0.0	33.3	66.7	72.2
	만 20대	70	7.1	28.6	64.3	68.2	5.7	18.6	75.7	72.9
	만 30대	51	13.7	25.5	60.8	63.2	3.9	15.7	80.4	75.0
	만 40대	75	5.3	29.3	65.3	70.0	4.0	33.3	62.7	69.7
	만 50대	79	10.1	36.7	53.2	63.0	5.1	26.6	68.4	69.6
	만 60대	76	5.3	25.0	69.7	71.7	3.9	22.4	73.7	72.0
지역 규모	특별/광역시	168	9.5	29.8	60.7	66.7	5.4	21.4	73.2	71.1
	그외	201	6.0	30.3	63.7	68.2	3.5	26.9	69.7	72.0
지역	서울	74	10.8	32.4	56.8	64.5	6.8	23.0	70.3	69.6
	부산	27	3.7	25.9	70.4	74.1	3.7	7.4	88.9	76.9
	대구	16	0.0	31.3	68.8	70.3	0.0	25.0	75.0	75.0
	인천	24	20.8	20.8	58.3	61.5	8.3	25.0	66.7	64.6
	광주	7	14.3	42.9	42.9	60.7	14.3	28.6	57.1	64.3
	대전	11	0.0	27.3	72.7	70.5	0.0	18.2	81.8	77.3
	울산	9	11.1	33.3	55.6	69.4	0.0	33.3	66.7	75.0
	경기	94	5.3	27.7	67.0	69.4	1.1	30.9	68.1	71.8
	강원	10	0.0	70.0	30.0	57.5	0.0	10.0	90.0	77.5
	충북	11	0.0	36.4	63.6	68.2	0.0	36.4	63.6	70.5
	충남	14	21.4	21.4	57.1	64.3	7.1	28.6	64.3	73.2
	전북	13	0.0	30.8	69.2	67.3	0.0	46.2	53.8	63.5
	전남	16	12.5	12.5	75.0	70.3	6.3	18.8	75.0	73.4
	경북	10	10.0	10.0	80.0	75.0	20.0	0.0	80.0	72.5
	경남	25	4.0	44.0	52.0	66.0	8.0	20.0	72.0	72.0
	제주	5	0.0	40.0	60.0	65.0	0.0	20.0	80.0	80.0
	세종	3	0.0	33.3	66.7	75.0	0.0	33.3	66.7	75.0
직업	화이트칼라	170	9.4	25.3	65.3	68.2	4.7	20.0	75.3	72.5
	블루칼라	61	3.3	41.0	55.7	66.4	3.3	32.8	63.9	70.1
	자영업	29	10.3	20.7	69.0	70.7	10.3	27.6	62.1	67.2
	주부	41	4.9	26.8	68.3	72.0	2.4	26.8	70.7	73.8
	학생	23	13.0	30.4	56.5	60.9	0.0	17.4	82.6	75.0
	무직	20	5.0	50.0	45.0	61.3	5.0	45.0	50.0	65.0
	기타	25	4.0	36.0	60.0	65.0	4.0	16.0	80.0	73.0

1-2. '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점

- '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점으로 '편하다'(9.8%), '비대면이다'(7.9%), '집에서 즐길 수 있다'(7.9%) 등 비대면 프로그램의 참여 편의성에 대한 의견이 다수 나타났으며, 그 외 '문화 생활을 할 수 있다'(6.5%), '코로나로 힘든 시기에 즐길 수 있어서 좋다'(5.1%) 등 문화 향유 자체에 대한 만족감도 나타남

[표3-24] '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점

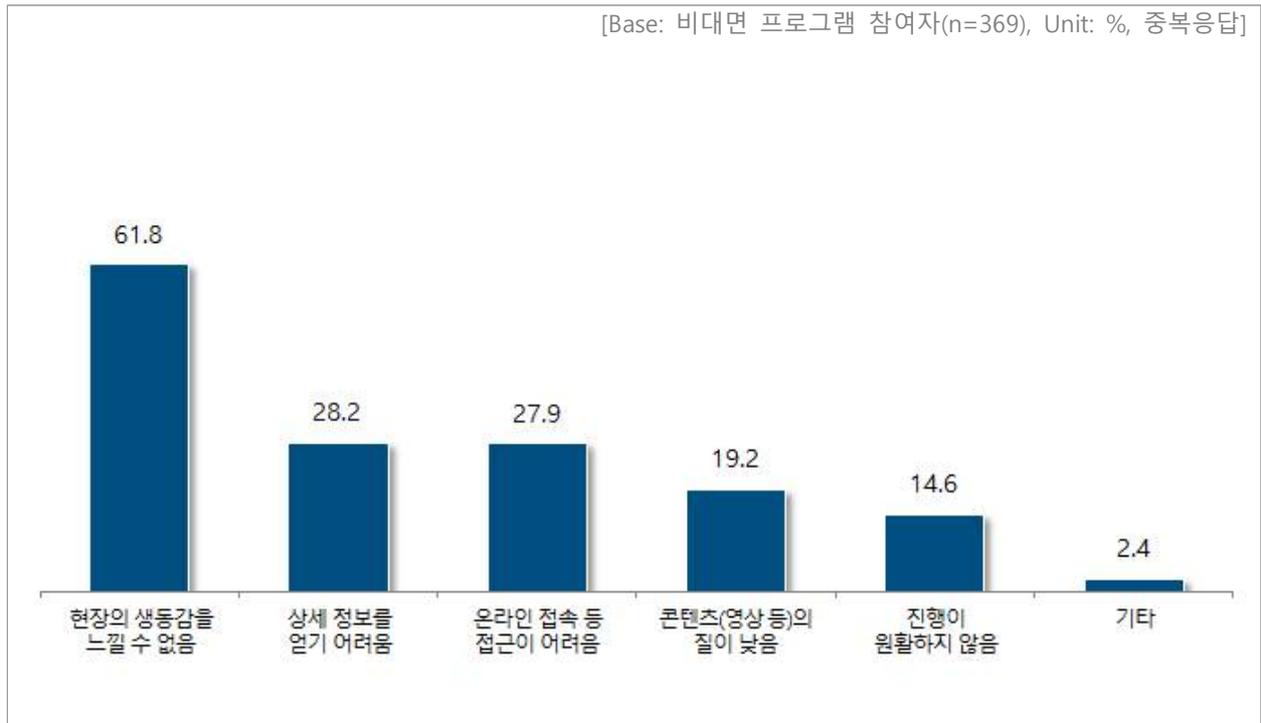
응답 내용(Base : 비대면 프로그램 참여자, n=369)	사례수 (명)	비율 (%)
• 편하다	36	9.8
• 비대면이다	29	7.9
• 집에서 즐길 수 있다	29	7.9
• 문화 생활을 할 수 있다	24	6.5
• 코로나로 힘든 시기에 즐길 수 있어서 좋다	19	5.1
• 장소에 구애받지 않는다	19	5.1
• 시간에 구애받지 않는다	19	5.1
• 좋다	15	4.1
• 비대면으로라도 참여할 수 있어 좋다	14	3.8
• 가격이 할인된다/가격이 저렴하다	13	3.5
• 재미있다	12	3.3
• 현장감이 떨어진다	11	3.0
• 새롭다	9	2.4
• 온라인으로 참여할 수 있다	8	2.2
• 접근성이 좋다	8	2.2
• 가족과 즐길 수 있다	7	1.9
• 자유롭다	6	1.6
• 답답함이 해소된다	6	1.6
• 코로나로 인한 스트레스 해소가 된다	6	1.6
• 마음의 여유가 생긴다	6	1.6
• 스트레스 해소가 된다	6	1.6
• 코로나 걱정없이 참여할 수 있다	6	1.6
• 프로그램이 다양하다	5	1.4
• 접하기 힘든 공연을 볼 수 있다	5	1.4
• 문화 체험을 할 수 있다	5	1.4
• 기분 전환이 된다	5	1.4
• 프로그램이 더 다양했으면 한다	5	1.4
• 감동이다	4	1.1
• 공연을 볼 수 있다	4	1.1
• 힐링이 된다	4	1.1
• 아쉽다	4	1.1

※ 없음/모름, 기타 1.0% 이하 소수응답 제외

1-3. '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램 참여 시 아쉬웠던 점

- 한편 '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램 참여 시 아쉬웠던 점으로는 '현장의 생동감을 느낄 수 없음'이 61.8%로 가장 높고, 다음으로 '상세 정보를 얻기 어려움'(28.2%), '온라인 접속 등 접근이 어려움'(27.9%), '콘텐츠(영상 등)의 질이 낮음'(19.2%) 순으로 나타남

[그림3-18] '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램 참여 시 아쉬웠던 점



- 비대면 프로그램 참여 시 아쉬웠던 점으로 모든 응답자 특성에서 '현장의 생동감을 느낄 수 없음' 응답이 높은 가운데, 특히 여성(69.8%), 50대(74.7%), 자영업(82.8%) 등에서 높게 나타남

[표3-25] '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램 참여 시 아쉬웠던 점

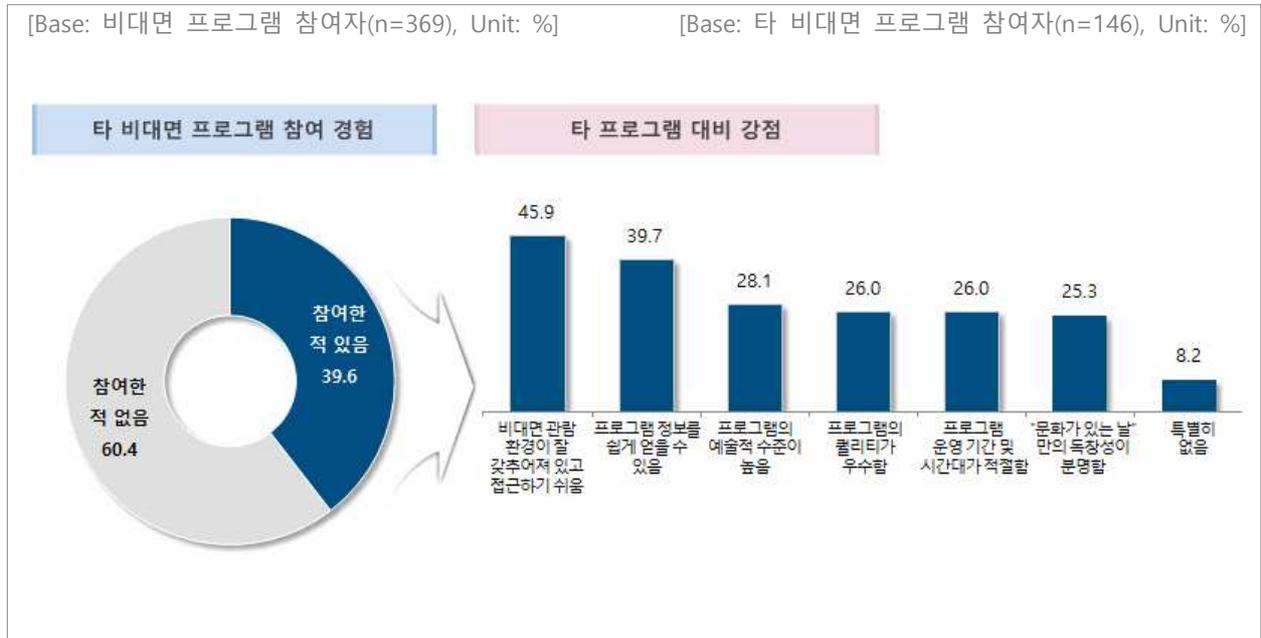
(단위 : 명, %, 중복응답)

		사례수	현장의 생동감을 느낄 수 없음	상세 정보 얻기 어려움	온라인 접속이 어려움	콘텐츠(영상 등)의 질이 낮음	진행이 원활하지 않음	기타
전체		369	61.8	28.2	27.9	19.2	14.6	2.4
			228	104	103	71	54	9
성별	남성	170	52.4	36.5	30.6	19.4	20.0	1.2
	여성	199	69.8	21.1	25.6	19.1	10.1	3.5
연령	만 15~19세	18	44.4	38.9	11.1	33.3	0.0	5.6
	만 20대	70	61.4	22.9	25.7	20.0	15.7	0.0
	만 30대	51	47.1	19.6	41.2	21.6	13.7	9.8
	만 40대	75	61.3	22.7	28.0	26.7	22.7	1.3
	만 50대	79	74.7	34.2	24.1	12.7	11.4	2.5
	만 60대	76	63.2	35.5	28.9	13.2	13.2	0.0
지역 규모	특별/광역시	168	62.5	28.0	29.2	19.0	16.1	3.0
	그외	201	61.2	28.4	26.9	19.4	13.4	2.0
지역	서울	74	60.8	31.1	27.0	13.5	17.6	2.7
	부산	27	55.6	25.9	37.0	14.8	14.8	0.0
	대구	16	81.3	31.3	31.3	37.5	12.5	0.0
	인천	24	62.5	29.2	20.8	33.3	25.0	4.2
	광주	7	71.4	57.1	28.6	14.3	0.0	0.0
	대전	11	63.6	0.0	36.4	9.1	9.1	9.1
	울산	9	55.6	11.1	33.3	22.2	11.1	11.1
	경기	94	58.5	27.7	31.9	20.2	18.1	1.1
	강원	10	50.0	50.0	10.0	10.0	0.0	0.0
	충북	11	72.7	9.1	36.4	0.0	9.1	0.0
	충남	14	57.1	35.7	14.3	35.7	0.0	7.1
	전북	13	46.2	30.8	15.4	23.1	30.8	0.0
	전남	16	81.3	18.8	43.8	12.5	12.5	0.0
	경북	10	70.0	20.0	20.0	10.0	0.0	0.0
	경남	25	64.0	32.0	20.0	28.0	8.0	8.0
	제주	5	60.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	세종	3	66.7	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0
직업	화이트칼라	170	61.8	28.2	30.0	20.6	15.9	4.1
	블루칼라	61	47.5	27.9	27.9	19.7	24.6	0.0
	자영업	29	82.8	31.0	20.7	17.2	6.9	0.0
	주부	41	58.5	19.5	41.5	9.8	12.2	0.0
	학생	23	73.9	26.1	26.1	26.1	8.7	0.0
	무직	20	80.0	35.0	15.0	30.0	10.0	0.0
	기타	25	52.0	36.0	12.0	12.0	4.0	8.0

2. 타 비대면 프로그램 대비 '2020 문화가 있는 날' 강점

- '2020 문화가 있는 날' 외에 다른 비대면 프로그램에 참여해본 경험은 39.6%로 나타남
- 타 비대면 프로그램 대비 '2020 문화가 있는 날'의 강점으로는 '비대면 관람 환경이 잘 갖추어져 있고 접근하기 쉬움'이 45.9%로 가장 높고, 다음으로 '프로그램 정보를 쉽게 얻을 수 있음'(39.7%), '프로그램의 예술적 수준이 높음'(28.1%) 등의 순으로 나타남

[그림3-19] 타 비대면 프로그램 대비 '2020 문화가 있는 날' 강점



- 대부분의 응답자 특성에서 '2020 문화가 있는 날' 외 다른 비대면 프로그램에 '참여한 적 없음' 응답이 높은 가운데, '참여한 적 있음' 응답은 남성(45.3%)이 여성(34.7%) 보다 높게 나타났으며, 연령별로 20대(47.1%), 직업별로 화이트칼라(48.2%) 등에서 상대적으로 높게 나타남

[표3-26] 타 비대면 프로그램 참여경험

(단위 : 명, %)

		사례수	참여한 적 있음	참여한 적 없음
전체		369	39.6	60.4
			146	223
성별	남성	170	45.3	54.7
	여성	199	34.7	65.3
연령	만 15~19세	18	16.7	83.3
	만 20대	70	47.1	52.9
	만 30대	51	39.2	60.8
	만 40대	75	42.7	57.3
	만 50대	79	41.8	58.2
	만 60대	76	32.9	67.1
지역 규모	특별/광역시	168	45.2	54.8
	그외	201	34.8	65.2
지역	서울	74	40.5	59.5
	부산	27	51.9	48.1
	대구	16	50.0	50.0
	인천	24	50.0	50.0
	광주	7	14.3	85.7
	대전	11	54.5	45.5
	울산	9	55.6	44.4
	경기	94	27.7	72.3
	강원	10	20.0	80.0
	충북	11	72.7	27.3
	충남	14	42.9	57.1
	전북	13	30.8	69.2
	전남	16	43.8	56.3
	경북	10	20.0	80.0
	경남	25	52.0	48.0
	제주	5	20.0	80.0
	세종	3	33.3	66.7
직업	화이트칼라	170	48.2	51.8
	블루칼라	61	36.1	63.9
	자영업	29	34.5	65.5
	주부	41	31.7	68.3
	학생	23	39.1	60.9
	무직	20	20.0	80.0
	기타	25	24.0	76.0

- 타 비대면 프로그램 대비 강점으로 여성은 '비대면 관람 환경이 잘 갖추어져 있고 접근하기 쉬움' (55.1%), '프로그램의 예술적 수준이 높음'(33.3%) 등을 꼽은 반면, 남성은 '프로그램 정보를 쉽게 얻을 수 있음'(44.2%), '프로그램의 퀄리티가 우수함'(29.9%) 등을 강점으로 꼽음

[표3-27] 타 비대면 프로그램 대비 '2020 문화가 있는 날' 강점

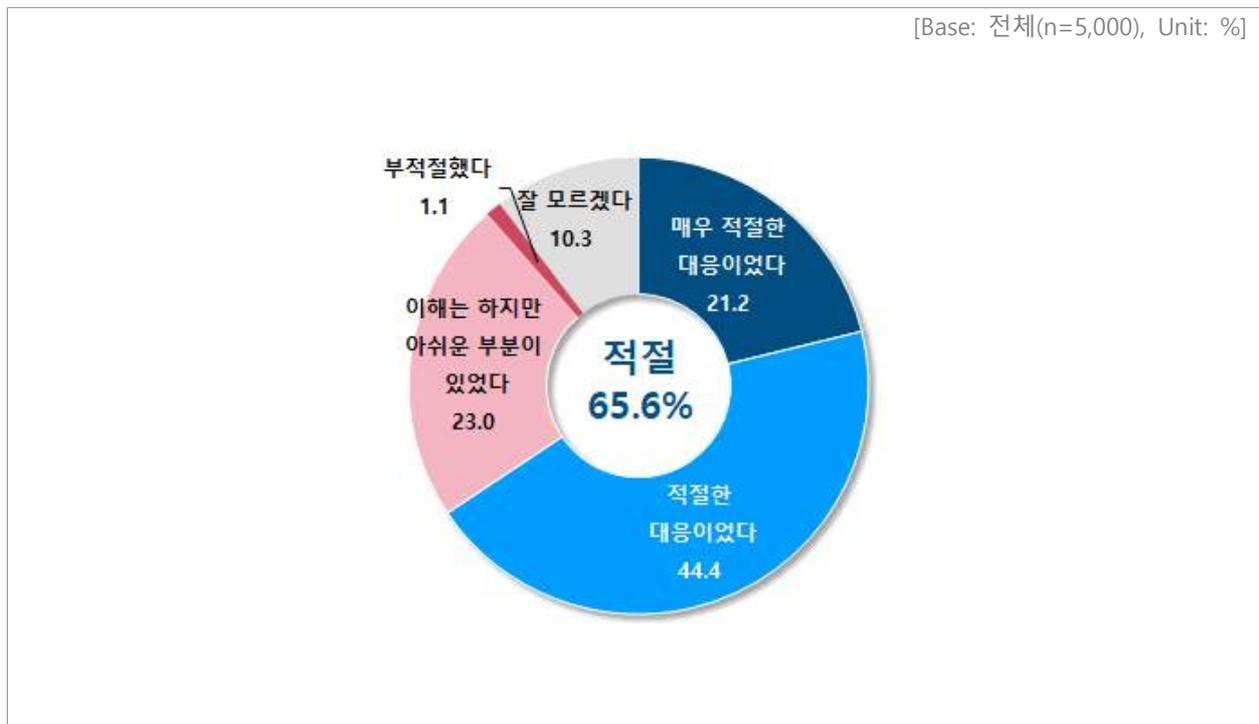
(단위 : 명, %)

		사례수	비대면 관람 환경이 잘 갖추어져 있고 접근하기 쉬움	프로그램 정보를 쉽게 얻을 수 있음	프로그램의 예술적 수준이 높음	프로그램의 퀄리티가 우수함	프로그램 운영 기간 및 시간대가 적절함	"문화가 있는 날"만의 독창성이 분명함	특별히 없음
전체		146	45.9	39.7	28.1	26.0	26.0	25.3	8.2
			67	58	41	38	38	37	12
성별	남성	77	37.7	44.2	23.4	29.9	23.4	22.1	10.4
	여성	69	55.1	34.8	33.3	21.7	29.0	29.0	5.8
연령	만 15~19세	3	0.0	100.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0
	만 20대	33	42.4	45.5	21.2	18.2	24.2	18.2	12.1
	만 30대	20	55.0	35.0	35.0	30.0	20.0	15.0	5.0
	만 40대	32	40.6	50.0	28.1	25.0	18.8	21.9	6.3
	만 50대	33	48.5	36.4	24.2	33.3	39.4	39.4	9.1
	만 60대	25	52.0	20.0	40.0	24.0	24.0	32.0	8.0
지역 규모	특별/광역시	76	47.4	42.1	28.9	26.3	26.3	19.7	6.6
	그외	70	44.3	37.1	27.1	25.7	25.7	31.4	10.0
지역	서울	30	40.0	40.0	36.7	23.3	30.0	20.0	3.3
	부산	14	50.0	28.6	35.7	42.9	21.4	42.9	7.1
	대구	8	62.5	50.0	25.0	25.0	37.5	12.5	12.5
	인천	12	66.7	50.0	16.7	16.7	8.3	8.3	8.3
	광주	1	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	대전	6	16.7	50.0	0.0	33.3	16.7	16.7	16.7
	울산	5	40.0	60.0	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0
	경기	26	34.6	42.3	19.2	34.6	19.2	23.1	7.7
	강원	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	충북	8	62.5	62.5	25.0	25.0	37.5	37.5	12.5
	충남	6	50.0	16.7	50.0	33.3	66.7	33.3	0.0
	전북	4	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	50.0	25.0
	전남	7	42.9	0.0	42.9	14.3	28.6	28.6	14.3
	경북	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	경남	13	61.5	53.8	23.1	30.8	23.1	38.5	7.7
	제주	1	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0
	세종	1	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
직업	화이트칼라	82	41.5	42.7	26.8	32.9	23.2	25.6	7.3
	블루칼라	22	40.9	50.0	27.3	13.6	27.3	22.7	4.5
	자영업	10	80.0	40.0	30.0	10.0	40.0	20.0	10.0
	주부	13	69.2	23.1	38.5	30.8	30.8	46.2	0.0
	학생	9	66.7	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	22.2
	무직	4	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	기타	6	16.7	33.3	50.0	50.0	33.3	50.0	0.0

3. '2020 문화가 있는 날' 비대면 추진 평가

- '2020 문화가 있는 날'을 비대면으로 추진한 것이 '적절하다'는 평가는 65.6%(매우 적절한 대응이었다 21.2% + 적절한 대응이었다 44.4%)로 응답자 10명 중 6명 이상은 비대면 추진에 대해 긍정적으로 평가함
- 한편 '이해는 하지만 아쉬운 부분이 있었다'는 23.0%, '부적절했다'는 응답은 1.1%로 나타남

[그림3-20] '2020 문화가 있는 날' 비대면 추진 평가



- '2020 문화가 있는 날'을 비대면으로 추진한 것에 대해 '적절한 대응이었다'는 평가는 여성(46.3%)이 남성(42.6%) 보다 높게 나타났으며, 연령별로 60대(48.5%), 직업별로 학생(49.1%) 등에서 상대적으로 높게 나타남

[표3-28] '2020 문화가 있는 날' 비대면 추진 평가

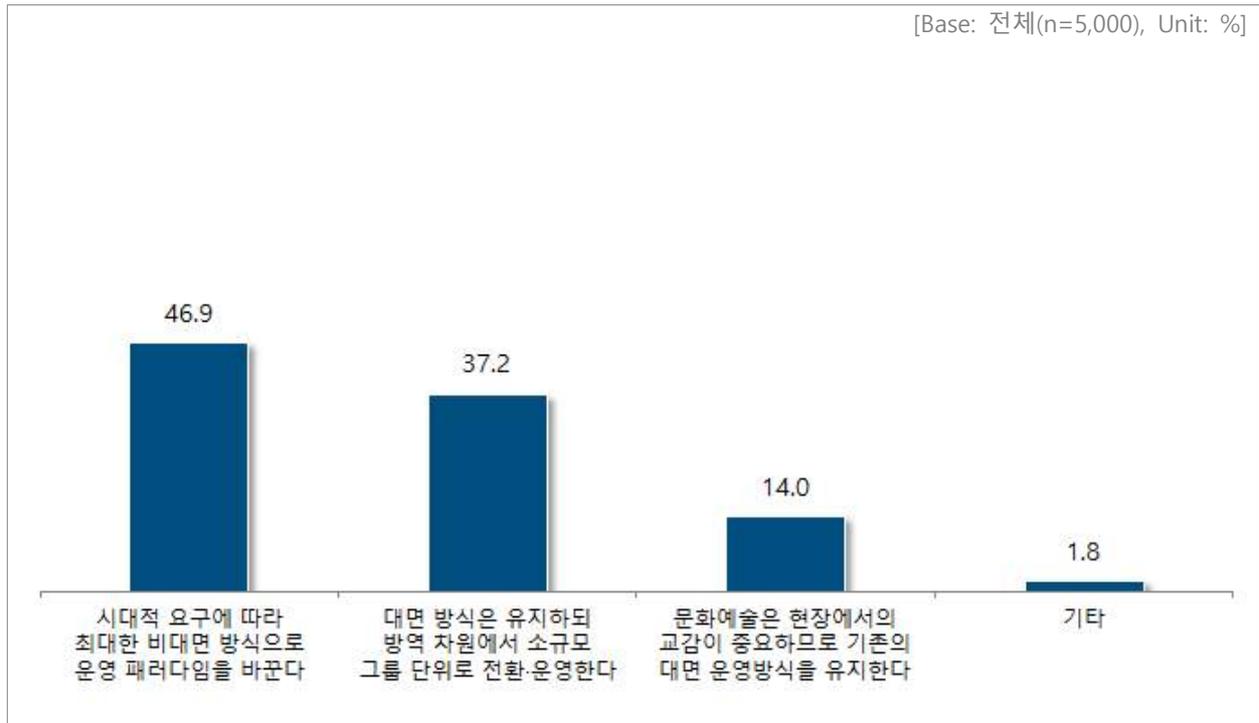
(단위 : 명, %)

		사례수	매우 적절한 대응이었다	적절한 대응이었다	이해는 하지만 아쉬운 부분이 있었다	부적절했다	잘 모르겠다
전체		5,000	21.2	44.4	23.0	1.1	10.3
			1,059	2,221	1,148	56	516
성별	남성	2,551	19.7	42.6	25.0	1.6	11.1
	여성	2,449	22.7	46.3	20.9	0.6	9.5
연령	만 15~19세	276	17.8	41.3	25.7	2.2	13.0
	만 20대	842	16.0	45.5	24.7	1.2	12.6
	만 30대	856	23.4	40.8	23.0	1.1	11.8
	만 40대	1,067	23.1	41.9	22.8	1.1	11.2
	만 50대	1,110	23.3	46.5	22.3	0.9	7.0
	만 60대	849	20.0	48.5	21.4	1.1	9.0
지역 규모	특별/광역시	2,242	20.5	45.4	22.7	1.3	10.1
	그외	2,758	21.7	43.7	23.2	0.9	10.5
지역	서울	969	22.3	45.6	21.4	1.0	9.7
	부산	335	18.2	45.7	23.0	2.1	11.0
	대구	240	19.6	46.7	23.8	1.7	8.3
	인천	292	19.9	42.1	25.0	2.1	11.0
	광주	143	18.2	42.0	27.3	0.7	11.9
	대전	147	21.8	50.3	17.7	0.7	9.5
	울산	116	17.2	45.7	25.0	0.9	11.2
	경기	1,299	19.5	43.7	25.0	1.2	10.6
	강원	146	19.9	49.3	18.5	0.0	12.3
	충북	147	27.9	41.5	23.8	0.0	6.8
	충남	188	20.2	39.4	29.3	1.1	10.1
	전북	166	26.5	43.4	21.7	0.6	7.8
	전남	163	23.9	46.0	13.5	0.6	16.0
	경북	236	20.8	42.4	24.2	1.7	11.0
	경남	312	23.1	46.5	19.9	1.0	9.6
	제주	63	33.3	38.1	17.5	0.0	11.1
세종	38	34.2	34.2	26.3	0.0	5.3	
직업	화이트칼라	2,248	21.4	44.8	24.1	1.0	8.8
	블루칼라	641	21.2	42.4	22.3	1.6	12.5
	자영업	347	24.5	38.9	26.8	2.0	7.8
	주부	637	24.3	45.5	19.9	0.2	10.0
	학생	369	15.7	49.1	23.6	1.1	10.6
	무직	384	17.2	43.8	23.2	1.6	14.3
	기타	374	21.1	45.2	18.2	1.3	14.2

4. 향후 '문화가 있는 날' 운영 방향

- 향후 '문화가 있는 날' 운영 방향에 대해 '시대적 요구에 따라 최대한 비대면 방식으로 운영 패러다임을 바꾼다'가 46.9%로 가장 높고, 다음으로 '대면 방식은 유지하되 방역 차원에서 소규모 그룹 단위로 전환·운영한다'(37.2%), '문화예술은 현장에서의 교감이 중요하므로 기존의 대면 운영방식을 유지한다'(14.0%) 순으로 나타남

[그림3-21] 향후 '문화가 있는 날' 운영 방향



- 향후 '문화가 있는 날' 운영 방향으로 '시대적 요구에 따라 최대한 비대면 방식으로 운영 패러다임을 바꾼다' 응답은 여성(49.6%)이 남성(44.3%) 보다 높게 나타났으며, 연령별로 30대(51.6%), 직업별로 학생(52.0%) 등에서 상대적으로 높게 나타남
- 한편 '대면 방식은 유지하되 방역 차원에서 소규모 그룹 단위로 전환·운영한다'는 50대(40.7%), 화이트칼라(39.5%) 등에서 상대적으로 높게 나타남
- '문화가 있는 날'을 인지하고 있는 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 소규모 대면 형태 유지, 실제 참여경험이 있는 집단에서 그렇지 않은 집단에 비해 대면 형태 유지에 대한 의지가 높음

[표3-29] 향후 '문화가 있는 날' 운영 방향'

(단위 : 명, %)

		사례수	시대적 요구에 따라 최대한 비대면 방식으로 운영	대면 방식은 유지하되 방식에서 소규모 단위로 전환 운영	문화예술은 교감의 장어므로 기존의 현장에서 운영방식을 대면 운영방식을 유지	기타	
전체		5,000	46.9	37.2	14.0	1.8	
			2,345	1,862	701	92	
성별	남성	2,551	44.3	38.2	15.9	1.6	
	여성	2,449	49.6	36.2	12.1	2.1	
연령	만 15~19세	276	47.1	32.2	18.5	2.2	
	만 20대	842	50.8	33.6	12.6	3.0	
	만 30대	856	51.6	35.0	11.4	1.9	
	만 40대	1,067	47.2	38.7	12.1	2.0	
	만 50대	1,110	42.9	40.7	15.3	1.1	
	만 60대	849	43.0	38.3	17.3	1.4	
지역 규모	특별/광역시	2,242	47.1	36.8	14.1	2.0	
	그외	2,758	46.7	37.6	14.0	1.7	
지역	서울	969	47.2	35.7	14.7	2.5	
	부산	335	48.7	35.8	12.2	3.3	
	대구	240	44.2	36.3	19.2	0.4	
	인천	292	47.6	39.4	11.3	1.7	
	광주	143	43.4	44.1	11.9	0.7	
	대전	147	53.7	33.3	12.2	0.7	
	울산	116	43.1	38.8	16.4	1.7	
	경기	1,299	46.5	36.8	15.2	1.5	
	강원	146	50.0	39.0	9.6	1.4	
	충북	147	49.7	34.0	14.3	2.0	
	충남	188	45.7	38.3	14.9	1.1	
	전북	166	45.8	38.6	14.5	1.2	
	전남	163	46.6	39.3	12.3	1.8	
	경북	236	40.3	42.4	12.7	4.7	
	경남	312	50.0	35.9	12.8	1.3	
	제주	63	49.2	39.7	11.1	0.0	
세종	38	50.0	39.5	7.9	2.6		
직업	화이트칼라	2,248	45.2	39.5	13.9	1.4	
	블루칼라	641	46.8	35.1	16.4	1.7	
	자영업	347	44.4	36.9	17.6	1.2	
	주부	637	49.9	36.3	12.1	1.7	
	학생	369	52.0	34.1	11.4	2.4	
	무직	384	49.0	33.3	14.3	3.4	
	기타	374	47.1	36.6	12.8	3.5	
문화가 있는 날 인지 여부	인지	전체	3,139	44.1	39.2	14.9	1.8
		경험있음	2,566	43.3	39.9	15.3	1.5
		경험없음	573	47.8	36.0	13.1	3.1
	비인지	전체	1,861	51.6	33.9	12.5	1.9
		경험있음	651	48.1	37.3	13.4	1.2
		경험없음	1,210	53.6	32.1	12.1	2.3

VI. 조사 제언

■ ‘문화가 있는 날’에 행해지는 국민의 생활권 내 여가생활 실태와 비대면 문화활동에 대한 수요양상을 파악할 수 있도록 조사문항의 재설계 및 정교화 필요

- 2020년('19. 8. 1.~'20. 7. 31.)코로나19 상황에서의 국민들의 문화·여가활동을 조사한 『2020년 국민여가활동조사』 및 『2020년 국민문화예술활동조사』에 따르면 평균 여가시간은 전년대비 평일과 휴일이 각각 0.2시간 증가한 3.7시간, 5.6시간으로 나타났으며, 특히 비대면 여가활동 및 혼자서 하는 여가활동이 크게 증가했다고 발표하였음
- 올해의 경우 코로나19라는 환경적 영향에 따라 국민들의 문화향유 욕구의 표현양식이 혼자하는 문화활동, 그리고 경험의 다양한 양상으로 표출되고 있어, 비대면 문화활동 등으로 범위가 변화하고 있음
 - 20년 1분기, 자동차극장의 +165% 성장(T맵 트렌드맵, '20.9.28)
 - 20년 국내 OTT 시장규모 7,801억원으로 전년대비 22%성장 예상(방통위, '20.10.27)
- 따라서 ‘문화가 있는 날’에서 제공하고 있는 문화시설·서비스 혜택 및 ‘문화가 있는 날’ 기획사업에 이러한 문화양상을 반영하여 정책목표와 전달체계를 설정하고, 인지도조사가 주요한 수치인 인지도, 참여경험, 만족도 도출과 더불어 이러한 변화된 문화욕구를 담아낼 수 있는 역할을 할 수 있도록 정교화되어야 함
- 단, 2014년부터 연차별로 주요 데이터들을 수집하고 시계열 분석을 수행해온 본 조사의 목적에 따라 기존에 연속적으로 파악해야 하는 주요 문항은 변동없이 유지하며, ‘문화가 있는 날’ 사업을 둘러싼 내·외부적 변화와 시대적 요구가 담길 수 있는 방향으로 신규 문항을 배치하도록 함

■ ‘문화가 있는 날’ 운영 및 ‘문화가 있는 날’ 홍보의 비대면 증가에 따른 전략 강화

- ‘문화가 있는 날’에 문화활동을 누렸음에도 불구하고, 이를 ‘문화가 있는 날’ 사업으로 인지하지 못한 경우가 ‘19년에 16.4%였던 것에 비해 ‘20년 35%로 높은 비중으로 나타남
- 국민들이 사업 정보에 노출되는 빈도 및 양식이 달라지고, 이에 대면 운영이나 오프라인 홍보가 줄고 상당 부분이 온라인으로 추진됨에 따라, 이에 따라 홍보 접근성 및 유입경로를 확장시킬 수 있는 방식으로 홍보추진전략이 수립되어야 함

[표3-30] 2019-2020 비인지자 중 참여율 비교 (본문 14쪽 수록)

		비인지자 전체 사례수	참여한 적 있음	참여한 적 없음
연도	2019	1,307	214	1,093
		100.0%	16.4%	83.6%
	2020	1,861	651	1,210
		100.0%	35.0%	65.0%

■ 국민이 갖는 '문화' 및 '문화활동'의 범위에 대한 인지와 행동의 변화

- 조사결과와 같이 국민들은 현재 '문화가 있는 날'에 혜택과 함께 즐길 수 있는 문화활동 중 '영화관에서 영화관람'에 다른 활동에 대비해 압도적으로 높은 응답률을 보이고 있으며, 이러한 순위는 매년 불변하였음
- 예년 대비 높은 참여경험율('19년 62.1% → '20년 81.7%)은 장기간 문화향유 기회가 제한되면서, 문화활동을 통해 정서를 순화하고 일상을 회복하려는 요구가 접근성 좋은 '영화관람' 등의 행동으로 발현되는데 일부 영향을 미친 것으로 분석됨

■ '문화활동'에 대한 범위 확대 및 문화향유 욕구에 부응하는 '문화가 있는 날' 사업 진일보

- '문화가 있는 날'은 대표적인 공공 문화향유 사업으로서 일상적이고 물리적·경제적 부담없이 즐길 수 있는 문화활동을 보장하므로 현재와 같은 시국에 더욱 의의가 있는 사업이라고 할 수 있음
- 새로운 문화향유 양상과 플랫폼이 형성되는 과정에서 영화관람, 공연 및 전시 관람에서 나아간 형태의 '문화가 있는 날' 사업으로의 구성을 모색하고, 이에 대한 홍보추진과 인지도 조사를 통한 방향을 점검 등의 환류체계로 조사가 활용되는 것이 제안됨

별첨. 설문지

이 조사에 조사된 모든 내용은 통계목적 이외에는 절대로 사용할 수 없으며 그 비밀이 보호되도록 통계법(제33조)에 규정되어 있습니다.

ID

-

2020년 문화가 있는 날 인지도 조사

안녕하십니까?

지역문화진흥원에서는 우리나라 국민을 대상으로 '문화가 있는 날'사업에 대한 인지도 및 만족도 조사를 실시하고 있습니다.

본 조사는 '문화가 있는 날' 사업에 대한 국민 여러분의 의견을 수렴하여 향후 관련 정책의 개선을 위한 기초자료를 확보하기 위해 실시하고 있으며, 응답하신 내용은 연구목적 이외에는 사용되지 않으며, 통계법 제 33조에 따라 절대 비밀이 보장됩니다.

바쁘시더라도 잠시 시간을 내어 응답해 주시면 감사하겠습니다.

2020. 11

SQ. 응답자 선정 질문

SQ1. 현재 거주하고 계신 지역은 어디입니까?

- | | | | | |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| 01) 서울 | 02) 부산 | 03) 대구 | 04) 인천 | 05) 광주 |
| 06) 대전 | 07) 울산 | 08) 경기 | 09) 강원 | 10) 충북 |
| 11) 충남 | 12) 전북 | 13) 전남 | 14) 경북 | 15) 경남 |
| 16) 제주 | 17) 세종 | | | |

SQ2. 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까? ▶ 만 _____ 세

SQ3. 성별은 무엇입니까?

- 1) 남성 2) 여성

☞ 본 조사의 응답자로 선정되었습니다.

다음 질문에 대해 있는 평소 생각하시는 대로 솔직하게 응답하여 주십시오.

A. 문화가 있는 날 인지도

<문화가 있는 날>이란?

문화가 있는 날은 국민이 일상에서 문화를 쉽게 접할 수 있도록 매달 마지막 수요일에 다양한 문화 혜택을 제공하는 정책으로 문화체육관광부가 지난 2014년부터 시행하고 있습니다. (2017년부터는 더 많은 국민이 더욱 쉽게 문화를 접할 수 있도록 매달 마지막 수요일에서 그 주의 주말까지 확대시행 중입니다.)

문화가 있는 날에는 영화관, 공연장, 박물관, 미술관, 고궁 등 전국의 주요 문화시설을 할인 또는 무료로 즐길 수 있습니다. 또한 지역문화 콘텐츠 특성화, 청춘마이크, 동동동 문화놀이터, 지역문화우리, 직장 문화배달, 동네책방 문화사랑방 등 다양한 기획사업을 함께 추진함으로써 국민 문화향유권 확대를 위해 노력하고 있습니다.

[Prog : 페이지 구분, 안내문 10초 제시]

문3-2. (문3-1 불만족 응답 항목)OOO프로그램(사업)에 대해 불만족하셨다면, 그 이유는 무엇이었습니까? 가장 불만족하셨던 순서대로 두 가지만 선택해 주십시오.

▶ 1순위() / 2순위()

- ① 프로그램의 수준이 낮아서
- ② 관람객이 너무 많거나 너무 적어서
- ③ 직원이 불친절해서
- ④ 혜택(할인율 등)이 적어서
- ⑤ 혜택을 받을 수 있는 시간이 짧아서
- ⑥ 상세 정보를 얻기 어려워서
- ⑦ 기타 (구체적으로:_____)

[Prog : 문3-1 ④, ⑤ 응답 항목별 질문]

[Prog : 응답 후 문6으로 이동]

문4. '문화가 있는 날' 문화 활동에 참여하지 못했던 이유는 무엇이었습니까? 가장 큰 이유 순서대로 두 가지만 선택해 주십시오.

▶ 1순위() / 2순위()

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

문5. 향후 '문화가 있는 날' 프로그램에 참여하실 수 있는 기회가 온다면, 귀하께서는 어떤 프로그램에 참여하시고 싶습니까? 가장 참여해보고 싶은 순서대로 두 가지만 선택해 주십시오.

▶ 1순위() / 2순위()

- ① 영화관에서 영화관람
- ② 공연장에서 공연 관람
- ③ 박물관 혹은 미술관에서 전시 관람
- ④ 고궁 등 문화재 관람
- ⑤ 스포츠경기 관람
- ⑥ 도서관 2배 대출
- ⑦ 길거리, 공원 등에서 야외공연 관람
- ⑧ 직장으로 찾아오는 문화공연
- ⑨ 지역 내 기획자나 예술단체가 진행하는 프로그램 참여
- ⑩ 문화가 있는 날 비대면 프로그램(온라인 공연, 체험 등)
- ⑪ 기타(구체적으로:_____)

C. 공감도

문6. 귀하께서는 '문화가 있는 날'에 대해 어떻게 생각하십니까? 귀하의 생각과 가장 일치하는 보기를 선택해 주십시오.

- ① 좋은 제도이며 특별히 개선할 점 없음 → 문7로
- ② 좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점 있음 → 문6-1로
- ③ 제도의 취지나 추진 방향에 문제가 있음 → 문6-1로
- ④ 잘 모르겠음 → 문7로

문6-1. '문화가 있는 날' 제도와 관련하여 개선해야 할 점이 무엇이라고 생각하십니까? 가장 개선이 필요한 순서대로 두 가지만 선택해 주십시오.

▶ 1순위() / 2순위()

- ① 소도시 및 지방까지 혜택 확대
- ② 문화가 있는 날 정시/조기 퇴근 제도 마련
- ③ 할인 폭 등 혜택 확대
- ④ 직접 참여 프로그램 확대
- ⑤ 찾아오는 공연 확대
- ⑥ 문화가 있는 날 홍보 확대
- ⑦ 기타 (구체적으로:_____)

문8-3. 그렇다면, 반대로 '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램 참여 시 가장 아쉬웠던 점은 무엇입니까? 모두 선택해 주십시오.

- ① 현장의 생동감을 느낄 수 없음
- ② 진행이 원활하지 않음
- ③ 온라인 접속 등 접근이 어려움
- ④ 콘텐츠(영상 등)의 질이 낮음
- ⑤ 상세 정보를 얻기 어려움
- ⑥ 기타(구체적으로: _____)

문9. 귀하께서는 '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램 이외의 다른 비대면 프로그램에 참여한 적이 있습니까?

- ① 참여한 적 있음 → 문9-1로
- ② 참여한 적 없음 → 문10로

문9-1. 그렇다면, 참여하신 다른 비대면 프로그램과 비교했을 때, '2020 문화가 있는 날' 비대면 프로그램의 강점이 무엇이라고 생각하십니까? 모두 선택해 주십시오.

- ① 프로그램의 예술적 수준이 높음
- ② 비대면 관람 환경이 잘 갖추어져 있고 접근하기 쉬움
- ③ 프로그램 정보를 쉽게 얻을 수 있음
- ④ 프로그램의 퀄리티가 우수함
- ⑤ 프로그램 운영 기간 및 시간대가 적절함
- ⑥ '문화가 있는 날'만의 독창성이 분명함
- ⑦ 특별히 없음
- ⑧ 기타(구체적으로: _____)

문10. '2020 문화가 있는 날' 사업을 비대면 형태로 추진한 데 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우 적절한 대응이었다
- ② 적절한 대응이었다
- ③ 이해는 하지만 아쉬운 부분이 있었다
- ④ 부적절했다
- ⑤ 잘 모르겠다.

문11. 귀하께서는 앞으로 '문화가 있는 날'은 어떤 방향으로 운영되는 것이 바람직하다고 생각하십니까?

- ① 문화예술은 현장에서의 교감이 중요하므로 기존의 대면 운영방식을 유지한다.
- ② 대면 방식은 유지하되 방역 차원에서 소규모 그룹 단위로 전환·운영한다.
- ③ 시대적 요구에 따라 최대한 비대면 방식으로 운영 패러다임을 바꾼다.
- ④ 기타(구체적으로: _____)

DQ. 응답자 특성

DQ1. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 경영관리직(5급이상 공무원, 기업체 차장급이상)
- ② 전문기술직(의사/약사/연구직/교수/예술가/변호사 등)
- ③ 사무직(6급이하 공무원, 기업체 과장급이하)
- ④ 판매/영업/서비스직
- ⑤ 생산/기능/노무직
- ⑥ 전업주부
- ⑦ 자영업
- ⑧ 대학(원)생
- ⑨ 무직
- ⑩ 기타

♣ 끝까지 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. ♣

참여연구진

연구책임

김준호 (주)이안전략컨설팅 대표

연구원

권상화 (주)이안전략컨설팅 책임연구원

장유림 (주)이안전략컨설팅 연구보조원

조사기관

(주)엠브레인퍼블릭

발행처 (재)지역문화진흥원
발간일 2020년 12월
발행인 김영현
연구기관 (주)이안전략컨설팅
ISBN 979-11-973917-6-7

(재)지역문화진흥원

주소 서울시 종로구 율곡로 190 여전도회관 5층
문의 02-2623-3125, 3123
홈페이지 www.rcda.or.kr