



2016  
생활문화공동체사업  
성과평가 연구

2016. 12.

## ■ 책임연구 Ⅱ

**박 지 훈(성남문화재단 문화기획부장)**

**김 유 진**

2016.10 경기문화재단 『경기도 생활문화지표를 위한 정책 및 측정틀 연구』 PM

2015.12 성남문화재단 『생활문화공동체사업 성과평가 연구』 책임

2015.2 성남문화재단 『생활예술정책 성과지표 개선 연구』 책임

前) (주)nhn 포털전략팀 커뮤니티 빌딩 및 상업정책 연구원

2006년 사랑방문화클럽 발전방안연구 공동연구원

## ■ 공동연구 Ⅱ

**안 미 옥**

2016 서울문화재단 서울댄스프로젝트 프로듀서

2014~2016 성공회대 동아시아연구소 연구조교

2012~2014 예술경영지원센터 국제사업부 서울아트마켓 기획/운영

**이 수 철(성남문화재단 문화기획부 과장)**

# 목차

---

<b>PART 1. 생활문화공동체 사업 성과평가 .....</b>	<b>1</b>
1. 평가 목적 및 방법 .....	2
1-1. 평가 목적 .....	2
1-2. 평가 방법 .....	2
2. 평가 결과 .....	7
2-1. 평가 분석 방법 .....	7
2-2. 응답자 특징 .....	8
2-3. 사업 참여 효과 .....	1
2-4. 향후 참여 여부 및 진입 여건 현황 .....	5
2-5. 향후 원하는 생활문화활동 .....	3
2-6. 관심 있는 생활문화 장르 .....	3
2-7. 종합만족도 영향 요인 (요인분석, 회귀분석) .....	24
 <b>PART 2. 생활문화 프로그램 조사 .....</b>	<b>5</b>
1. 조사 목적 및 방법 .....	46
1-1. 조사 목적 .....	46
1-2. 조사 대상 및 방법 .....	4
2. 조사 결과: 특징별 사례 소개 .....	4
2-1. 요리와 음식 나눔 .....	4
2-2. 함께 읽고 배우기 .....	6
2-3. 마을공동체와 축제 .....	5
2-4. 공간거점 .....	9
2-5. 일상 속 제작메이커smakers 문화 .....	6
2-6. 온라인 플랫폼 .....	8
2-7. 예술가 협력 .....	2
 <b>PART 3. 결론 .....</b>	<b>77</b>
1. 분석결과 요약 및 시사점 .....	78
2. 사례조사 시사점 .....	86
 <b>부록. 생활문화공동체 사업 설문조사지 .....</b>	<b>9</b>

## <표 차례>

표 1 : 경기문화재단 생활문화지표 - 생활문화 활동단계 측정 정의 .....	4
표 2 : 2016년 설문 전체 구성 변화 .....	5
표 3 : 경기문화재단 생활문화지표 측정틀에 따른 구체적 문항 개발 .....	6
표 4 : 설문 성과평가 설문 응답자 현황 .....	7
표 5 : 응답자 인구통계적 특징 .....	8
표 6 : 거주지별 참여사업 .....	10
표 7 : 성·연령·거주지·사업별 참여방식 비교 .....	2
표 8 : 생활문화 활동단계별 지표값 .....	4
표 9 : 사업별 변화 및 만족도 비교 .....	5
표 10 : 참여사업별 변화 및 만족도 순위 비교 .....	6
표 11 : 성별 변화 및 만족도 비교 .....	7
표 12 : 성별 변화 및 만족도 순위 비교 .....	8
표 13 : 연령별 변화 및 만족도 비교 .....	9
표 14 : 연령별 변화 및 만족도 순위 비교 (10~30대) .....	12
표 15 : 연령별 변화 및 만족도 순위 비교 (40~60대) .....	22
표 16 : 성·연령별 갈등에 대한 입장 .....	4
표 17 : 향후 유사사업 참여 의사 .....	3
표 18 : 생활문화 사업을 이끌고 가는 리더의 의견 경청 여부 .....	12
표 19 : 연령에 따른 생활문화활동 장애요인 비교 .....	2
표 20 : 연령에 따른 활동 비용 부담 .....	2
표 21 : 연령에 따른 활동 공간 사용 어려움 .....	2
표 22 : 성·거주지·연령별 시간부족 이유 .....	8
표 23 : 거주지·연령별 공간 사용 어려운 이유 .....	3
표 24 : 향후 원하는 생활문화활동 종합 순위 .....	3
표 25 : 우리동네문화공동체만들기 사업 참여기간에 따라 원하는 생활문화활동 비교 .....	33
표 26 : 사랑방문화클럽네트워크 사업 참여기간에 따라 원하는 생활문화활동 비교 .....	43
표 27 : 참여방식에 따라 원하는 생활문화활동 비교 .....	5
표 28 : 성·연령별 원하는 생활문화활동 비교 .....	6
표 29 : 생활문화 관심장르 종합순위 .....	8
표 30 : 거주지·참여사업에 따른 생활문화 관심장르 비교 .....	3
표 31 : 성별 관심장르 순위 비교 .....	4
표 32 : 연령별 관심장르 비교 .....	4
표 33 : 요인분석 추출요인 .....	2
표 34 : 생활문화활동 종합만족도 회귀분석 결과 .....	4
표 35 : 향후 참여의사 회귀분석 결과 .....	4

표 36 : 프로그램 구분과 각 사례 .....	4
표 37 : ‘요리와 음식 나눔’ 사례별 개요 .....	4
표 38 : ‘함께 읽고 배우기’ 사례별 개요 .....	5
표 39 : ‘마을공동체와 축제’ 사례별 개요 .....	5
표 40 : ‘공간거점’ 사례별 개요 .....	5
표 41 : ‘일상 속 제작문화’ 사례별 개요 .....	6
표 42 : ‘온라인 플랫폼’ 사례별 개요 .....	6
표 43 : ‘예술가 협력’ 사례별 개요 .....	7

## <그림 차례>

그림 1 : 경기문화재단 생활문화지표 - 생활문화 개념의 연구 범위 .....	3
그림 2 : 경기문화재단 생활문화지표 - 측정틀 도식 .....	4
그림 3 : 응답자 성별 및 연령 그래프 .....	8
그림 4 : 응답자 연령과 거주지 교차분석 .....	9
그림 5 : 응답자 연령과 거주기간 교차분석 .....	9
그림 6 : 연령별 참여사업 .....	10
그림 7 : 사업 참여 시 자기 주도성 .....	11
그림 8 : 사업에 따른 변화 및 만족도 비교 .....	15
그림 9 : 성별에 따른 변화 및 만족도 비교 .....	18
그림 10 : 연령에 따른 변화 및 만족도 비교 .....	20
그림 11 : 갈등에 대한 입장 .....	23
그림 12 : 생활문화활동 장애요인 .....	25
그림 13 : 시간부족 이유 .....	28
그림 14 : 공간 사용 어려운 이유 .....	29
그림 15 : 사업별 원하는 생활문화활동 비교 .....	32
그림 16 : 거주지별 원하는 생활문화활동 비교 .....	32
그림 17 : 생활문화 장르 분류 (조광호) .....	73
그림 18 : 나와유 부침개축제 홍보이미지 .....	8
그림 19 : 우리동네 ~하더라쉐프 홍보 이미지 .....	84
그림 20 : 똑똑도서관 로고 .....	51
그림 21 : 땡땡책협동조합 로고 .....	51
그림 22 : 인디고서원의 청소년들이 만드는 계간지 『인디고잉』 52호 .....	3· 5
그림 23 : 2016문탁네트워크 인문학축제 홍보물 .....	45
그림 24 : 동천마을네트워크 “제2회 머내마을축제” 홍보 이미지 .....	6
그림 25 : 상도4동 마을 프로그램 홍보물 이미지 .....	7

그림 26 : 느티나무도서관 ‘이야기극장’ 홍보물 .....	0
그림 27 : 담쟁이문화원 실내 .....	0
그림 28 : 청년플랫폼 .....	02
그림 29 : 마을공방사이 프로그램 홍보 이미지 .....	04
그림 30 : 국립과천과학관 소재 무한상상실 .....	5
그림 31 : 멧랩 스튜디오 .....	05
그림 32 : 〈수작, 먹고 사는 기예술〉展의 홍보 이미지 .....	7·6
그림 33 : 집밥 웹페이지 메뉴 .....	09
그림 34 : 오픈컬리지 프로젝트 메뉴 .....	0
그림 35 : 트레바리 2017년 1시즌(1~4월) 클럽 .....	07
그림 36 :유자생활 취미 공방 찾기 페이지 .....	0
그림 37 : 창작뮤지컬 〈소우주환상곡〉 공연 모습 .....	4·7
그림 38 : 416가족극단 노란리본 〈그와 그녀의 옷장〉 공연모습 .....	4·7
그림 39 : 게릴라춤판 〈불꽃돌격 경성유랑〉 워크숍 현장, 한강대교 공연모습 .....	6·7
그림 40 : 현장에서 느끼는 주요 효과 및 정책적 기대효과 요약 .....	9
그림 41 : 사업별 변화 및 만족 12위권 내 문항 .....	8
그림 42 : JTBC의 사회갈등 조정 관련 프로그램 특투유, 말하는대로 .....	58
그림 43 : 삶의 욕구 7단계와 사례별 단계 분류 .....	8
그림 44 : 켄릭 등이 재조명한 욕구 피라미드 .....	8

---

## PART 1.

### 생활문화공동체 사업 성과평가

---

# 1. 평가 목적 및 방법

## 1-1. 평가 목적

- ◎ 2015년 개발된 생활문화공동체사업 평가 설문지를 평가하고, 경기문화재단에서 개발된 『경기도 생활문화지표를 위한 정책 및 측정틀 연구(2016)』를 활용하여 재구성
  - <사랑방문화클럽네트워크>사업과 <우리동네문화공동체만들기>사업을 포괄할 수 있는 단일 설문지 개발
  - 생활예술과 문화공동체활동을 참여, 활동, 결과로 구분하여 통해 자신의 삶에서 느끼는 만족도와 새로운 활동 욕구조사
- ◎ 재설계된 설문지를 바탕으로 <사랑방문화클럽네트워크>, <우리동네문화공동체만들기> 사업에 대한 성과평가를 실시하고, 새로운 프로그램에 대한 욕구조사

## 1-2. 평가 방법

### (1) 경기문화재단 측정틀 적용의 배경

- ◎ 성남문화재단에서 2015년 개발한 생활문화공동체사업 평가 설문지는 2013년과 2014년 연구된 성과평가 연구를 기틀로 구성
  - 성남문화재단에서는 프로그램수, 관객수 등 효율성 지표에 치우친 생활문화공동체 사업의 평가 기준을 사업 참여가 주민과 지역에 어떤 영향을 미쳤는지 알아보기 위한 효과성 지표로 보완해보려는 노력을 2013년부터 이어옴
  - 2013년 연구에서는 프랑소와 마타라소의 『USE OR ORNAMENT? The social impact of participation in the arts (COMEDIA, 1997)』 연구를 기반으로 평가 실시. 프랑소와 마타라소는 예술의 경제적 가치를 “부의 직접적 창출 create wealth”에 있는 것이 아니라 한 사회의 “지속가능성 contribute to a stable, confident and creative society”에 기여하는데 있다고 보고, 예술 활동 참여의 사회적 효과를 측정하고자 하였음<sup>1)</sup>

1) 측정영역 : Personal Development 개인적 발전, Socail Cohesion 사회 통합, Community Empowerment and Self-Determination 지역사회 역량강화와 개인의 자결권, Local Image and Identity 지역 이미지와 정체성, Imagination and Vision 상상력과 미래상, Health and Well-Being 건강과 안녕

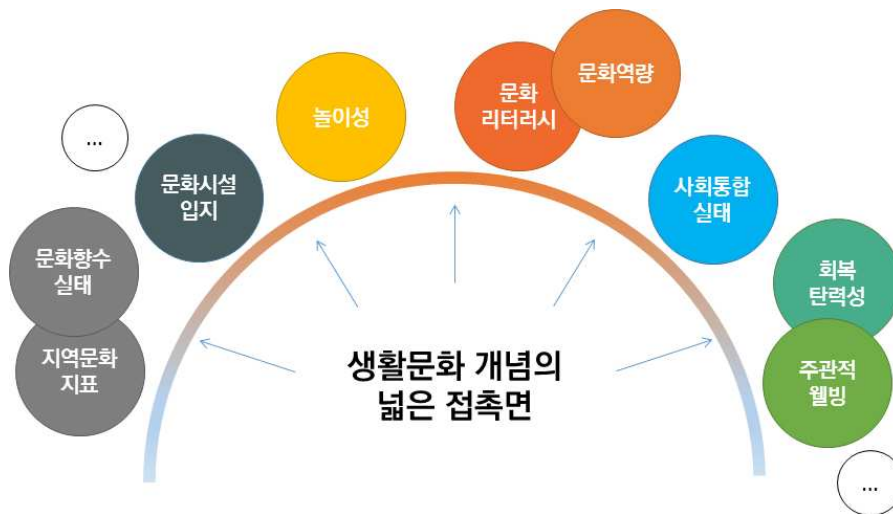


- 2014년에는 2013년 연구를 승계하는 동시에 주관적 삶의 질 Subjective Well Being에 대한 연구를 진행하여 개인의 행복이라는 관점을 평가 기준에 적용해보고자 했음
- 2015년 설문은 2013년~2014년 연구 결과를 종합하여 설문을 재분류하여 다듬고, 지역공동체(우리동네문화공동체만들기)와 취향공동체(사랑방문화클럽네트워크)를 별도 조사 비교

◎ 2016년 연구는 성남문화재단에서 지금까지 독자적으로 진행한 연구의 한계를 넘기 위해, 경기도라는 광역권을 대상으로 보다 체계적인 생활문화 체감지표를 만들어보고자 한<sup>2)</sup> 경기문화재단의 협조를 얻어 설문을 재구성

- 경기문화재단 연구는 2014년 3월 31일 시행된 문화기본법의 이념을 승계하고 있는 지역문화진흥법의 개념<sup>3)</sup>을 생활문화의 기본적 토대로 바라보면서, 장르적 구분에 포섭된 문화예술 활동을 생활권 속의 문화적·관계적 활동(놀이 및 문화적 권리, 여가 등)으로 확장하여 탐색하는 시도를 함

그림 1 : 경기문화재단 생활문화지표 - 생활문화 개념의 연구 범위



2) 경기도문화재단(2016), 『경기도 생활문화지표를 위한 정책 및 측정틀 연구』

3) 문화기본법 제2조(기본이념) : 이 법은 문화가 민주국가의 발전과 국민 개개인의 삶의 질 향상을 위하여 가장 중요한 영역 중의 하나임을 인식하고, 문화의 가치가 교육, 환경, 인권, 복지, 정치, 경제, 여가 등 우리 사회 영역 전반에 확산될 수 있도록 국가와 지방자치단체가 그 역할을 다하며, 개인이 문화 표현과 활동에서 차별받지 아니하도록 하고, 문화의 다양성, 자율성과 창조성의 원리가 조화롭게 실현되도록 하는 것을 기본이념으로 한다.

문화기본법 제3조(정의) : 이 법에서 "문화"란 문화예술, 생활양식, 공동체적 삶의 방식, 가치 체계, 전통 및 신념 등을 포함하는 사회나 사회 구성원의 고유한 정신적·물질적·지적·감성적 특성의 총체를 말한다.

문화기본법 제4조(국민의 권리) : 모든 국민은 성별, 종교, 인종, 세대, 지역, 사회적 신분, 경제적 지위나 신체적 조건 등에 관계없이 문화 표현과 활동에서 차별을 받지 아니하고 자유롭게 문화를 창조하고 문화 활동에 참여하며 문화를 향유할 권리(이하 "문화권"이라 한다)를 가진다.

지역문화진흥법 제2조(정의) 2항 : "생활문화"란 지역의 주민이 문화적 욕구 충족을 위하여 자발적이거나 일상적으로 행하는 유형·무형의 문화적 활동을 말한다.

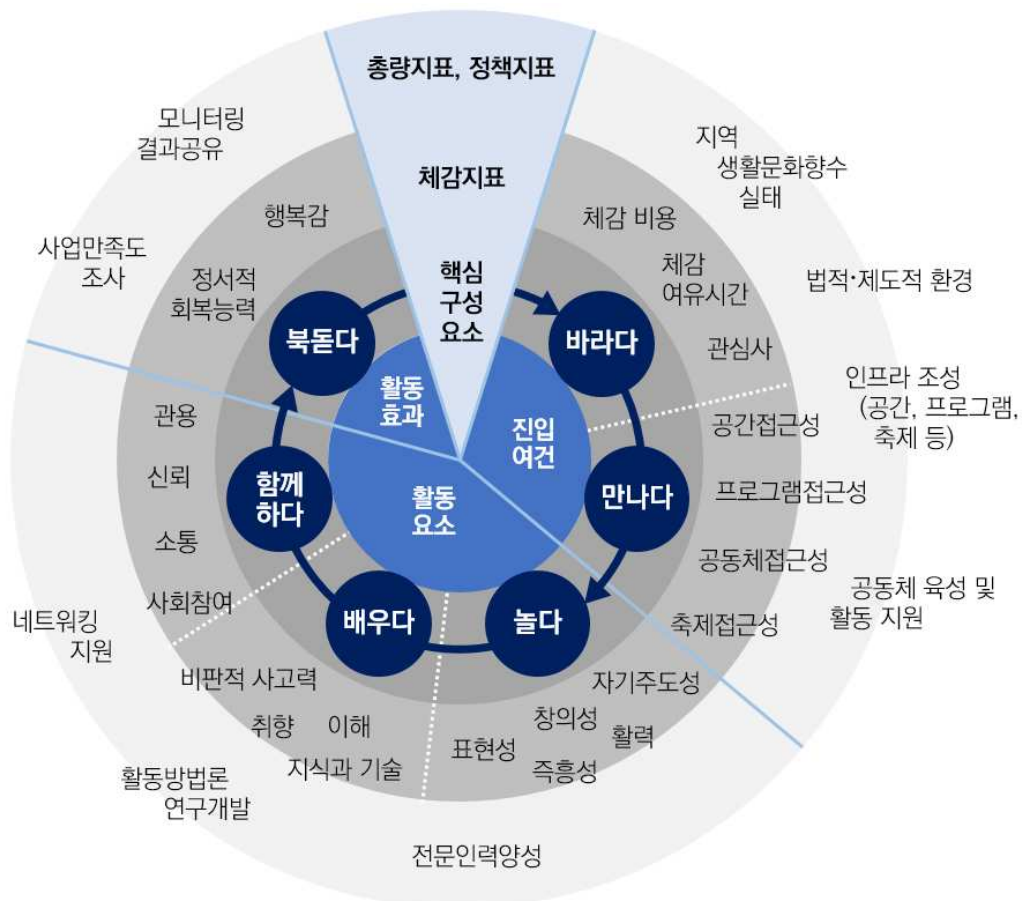
경기도 생활문화 진흥에 관한 조례 제2조(정의) 2항 : "생활문화"란 지역의 경기도민(이하 "도민"이라 한다)이 문화적 욕구 충족을 위하여 자발적이거나 일상적으로 참여하여 행하는 유형·무형의 문화적 활동을 말한다.

- － 경기문화재단 생활문화지표 측정틀(2016)은 “주민의 생활문화활동 단계를 지표 체계의 핵심 구성요소로 삼고 현장활동가 라운드테이블 및 참조개념을 기반으로 생활문화지표 측정틀을 개발하였음”<sup>4)</sup>

표 1 : 경기문화재단 생활문화지표 - 생활문화 활동단계 측정 정의

활동단계	진입여건		활동요소			활동효과
	바라다	→ 만나다	→ 놀다	→ 배우다	→ 함께하다	→ 복돋다
정의	생활문화에 대한 욕구발생	생활문화에 접근하는 계기	생활문화의 여가적 요소	생활문화의 학습/수련 요소	생활문화의 공동체적 요소	생활문화를 통한 주관적 삶의 질 만족
참조개념	기존 총량정책지표		놀이성 지표	문화역량지표 문화적리터러시	사회통합지표	회복탄력성지표 행복지표

그림 2 : 경기문화재단 생활문화지표 - 측정틀 도식



4) 경기도문화재단(2016), 『경기도 생활문화지표를 위한 정책 및 측정틀 연구』, 67p.

## (2) 설문 구성

◎ 표 2 는 성남문화재단이 독자적으로 개발했던 2015년 설문과 경기문화재단 생활문화지표의 측정틀을 적용해 개발한 2016년 설문 구성 비교표

- 주요하게 변화된 내용은 사업 참여에서의 개인이 느끼는 즐거움, 즉흥성 등의 놀이 요소를 별개의 측정항목으로 분리해 강화하고, 공동체 활동에 관해서는 사회통합지표를 참고하여 측정 체계를 좀 더 정교화하는 과정을 거침

표 2 : 2016년 설문 전체 구성 변화

2015년		2016년	
사랑방 - 41개 문항 (인구통계 문항 제외) 우리동네 - 41개 문항 (인구통계 문항 제외)		사랑방, 우리동네 단일 설문 43개 문항 (인구통계 문항 제외)	
설 문 구 성	사업 전반에 관한 기본 질문	놀다	설 문 구 성
	사랑방 - 나의 예술활동에 미친 영향 우리동네 - 마을 공동체 의식과 참여 의지	배우다	
	나를 둘러싼 관계	함께하다	
	생활 속 변화	복돈다	
	행복감	종합만족도	
	전반만족도	리더십 (정치효능감)	
	색채 및 자유연상	바라다, 만나다 (장애요인, 향후 수요조사)	

◎ 표 3 은 각 생활문화 활동단계별로 개발한 구체적 문항

- 문항은 1차 개발 후, 성남문화재단 직원들의 의견을 받아 수정하는 과정을 거쳤는데 이때 의미가 중복되거나 불필요해 보인다고 느낀 질문은 삭제하면서 ‘해당없음’으로 남겨둠

표 3 : 경기문화재단 생활문화지표 측정틀에 따른 구체적 문항 개발

경기문화재단 생활문화지표 측정틀				2016 설문	
주민 생활문화 활동단계별 측정영역				문항 번호	
진 입 여 건	바라다	생활문화 지출비용		14-2번	
		생활문화활동시간		14-1번, 15번	
		관심사		17번, 18번	
	만나다	공간 접근성		14-4번, 16번	
		교육 프로그램 접근성		14-3번, 18번	
		공동체 접근성			
		지역축제 접근성			
체감적 생활문화 진입여건 종합만족도			해당없음		
활 동 요 소	놀다	자기주도성	자발성	1	
			몰입	2-1번	
			참여 의무 (-)	해당없음	
		활력	즐거움	해당없음	
			창의성	상상력	2-2번
				도전성	2-3번
				외부에서 부여된 목적 (-) 등	해당없음
		즉흥성	가벼운 마음, 자유로움	2-4번	
			표현성	솔직한 의견 표현	2-5번
	배우다	지식과 기술	관심 분야에 대한 지식/기술 향상	3-1번	
			새로운 분야의 지식/기술 습득 등	해당없음	
		이해	문화적 활동 및 산물의 의미를 파악하는 능력 향상 등	3-2번	
		비판적 사고력	문화적 활동 및 산물의 주제적 분석, 종합, 평가 능력 향상 등	3-3번	
		취향	미적 가치를 받아들이는 주제적 관점과 능력 개발 등	3-4번	
	함께 하다	사회참여	활동에 대한 공동체의 목표에 동의하는지	4-1번	
			소속감/환대감을 느끼는지 소속감	4-2번, 4-3번	
			다른 사람의 행복에 기여한다고 느끼는지 등	4-4번	
		소통	타인의 말을 듣는 태도	5-1번	
			활동을 통해 새로운 관계 생성 / 접촉 방식 및 빈도	5-2번	
			활동 통해 사적으로 도움을 주고받을 수 있는 관계 생성 (아플 때, 우울할 때 등)	5-3번	
			활동에 대한 기존 관계의 지지 강화 (가족, 친구 등) 등	5-4번	
		신뢰	일반적 인간관계에서의 사람들에 대한 신뢰성	8-1~8-5번	
			함께 활동하는 사람들 간 협력 정도기관, 행정, 전문인력, 활동 리더에 대한 체감적 신뢰 등	8-6번	
		관용	다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	7-1번	
			다문화 수용성	7-2번	
			갈등에 대한 생각 등	6번	
	생활문화활동요소 종합만족도			해당없음	
활 동 효 과	복돋다	정서적 회복능력	정서조절력 (압박과 스트레스 상황에서 평온함을 유지하는 능력)	9-1번	
			원인분석력 (문제 해결 원인을 정확히 진단해 내는 능력)	해당없음	
			공감능력 (다른 사람의 감정과 심리상태를 읽는 능력)	9-2번	
			자기효능감 (자신을 유능하다고 생각하는 믿음) 등	9-3번	
	행복감	전반 행복감	10-1번, 10-2번		
		내 삶에 대한 낙관성	10-3번		
	생활문화를 통한 삶의 질 종합만족도			11번	

## 2. 평가 결과

### 2-1. 평가 분석 방법

#### (1) 조사 진행 과정

◎ 사전준비 기간 1개월, 조사 작업 2개월을 더해 총 3개월 간 작업

- 성남문화재단, 경기문화재단과 10월부터 설문 개발을 위한 사전준비 시작
- 설문 설계를 위한 몇 차례 미팅 진행
- 11월 초, 성남문화재단 직원들 대상으로 설문테스트 후 수정 거쳐 배포
- 우리동네문화공동체만들기, 사랑방문화클럽네트워 사업 참여자 300명 응답 수거 목표
- 10월 말, 데이터 코딩 후 분석 시작
- 11월 중순부터 보고서 집필

◎ 최종 응답 현황 :

- 생활문화공동체사업 참여자 총 366명 응답

표 4 : 설문 성과평가 설문 응답자 현황

참여사업			
		빈도	퍼센트
유효	우리동네	213	58.2
	사랑방	140	38.3
	둘 다 참여	13	3.6
	합계	366	100.0

참여기간			
		빈도	퍼센트
유효	1년 미만	105	28.7
	1년~2년 미만	56	15.3
	2년~3년 미만	36	9.8
	3년~4년 미만	33	9.0
	4년~5년 미만	14	3.8
	5년 이상	78	21.3
	합계	322	88.0

#### (2) 분석 방법

◎ 분석방법 : 빈도분석, 교차분석, T-test, ANOVA, 요인분석, 회귀분석

- 본 조사는 여러 분석을 정교하게 돌릴 수 있을 만큼 표본이 충분히 많지 않으며, 적극적 참여자 위주의 응답이 이루어졌기 때문에 엄밀한 통계적 유의성이 검증된 작업은 아님
- 그럼에도 현장에서 유의미한 경향성을 포착하기 위해 카이제곱검정값, 분산동질성검정값 등을 살펴봄

## 2-2. 응답자 특징

### (1) 인구통계적 특징

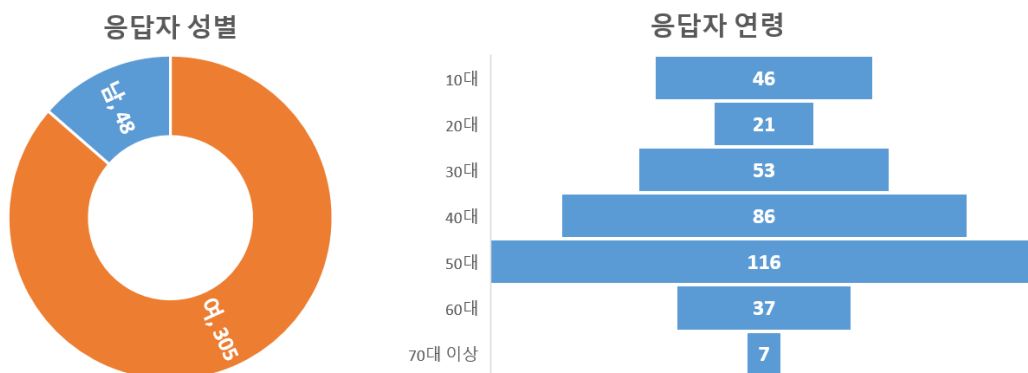
#### ◎ 개요

- 생활문화 참여자 중 여성이 다수여서 응답자 역시 여성이 83.3%에 이름
- 50대가 31.7%, 40대가 23.5%로 40~50대가 과반 차지
- 거주기간이 15년 이상 되는 응답자가 30.9%로 가장 많았고, 5년 이상 거주자가 70%에 육박

표 5 : 응답자 인구통계적 특징

		빈도	퍼센트			빈도	퍼센트
성별	남	48	13.1	거주지	성남 신도심	111	30.3
	여	305	83.3		성남 원도심	132	36.1
	합계	353	96.4		성남 외	91	24.9
연령	10대	46	12.6		합계	334	91.3
	20대	21	5.7	거주기간	1년 미만	26	7.1
	30대	53	14.5		1년~5년 미만	73	19.9
	40대	86	23.5		5년~10년 미만	84	23.0
	50대	116	31.7		10년~15년 미만	58	15.8
	60대	37	10.1		15년 이상	113	30.9
	70대 이상	7	1.9		합계	354	96.7
	합계	366	100.0				

그림 3 : 응답자 성별 및 연령 그래프

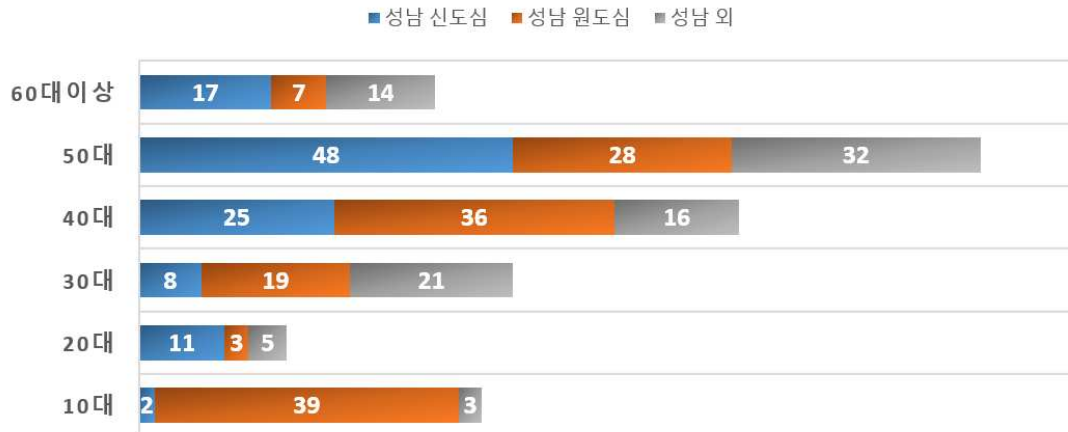


#### ◎ 연령과 거주지

- 응답자 중 10대, 30대, 40대는 원도심 거주 비율이 높음

- 20대, 50대 이상은 신도심 거주 비율이 높았음
- 조사결과만 놓고 보면, 생활문화 참여자 중 40대 부모-10대 자녀 세대가 원도심에, 50대 부모-20대 자녀 세대는 신도심에 거주하는 비율이 높다는 가설을 세워볼 수 있으나, 성남시 구별 인구통계 조사와 함께 참여자 심층면접 조사를 추가적으로 실시해야 확인할 수 있는 사항

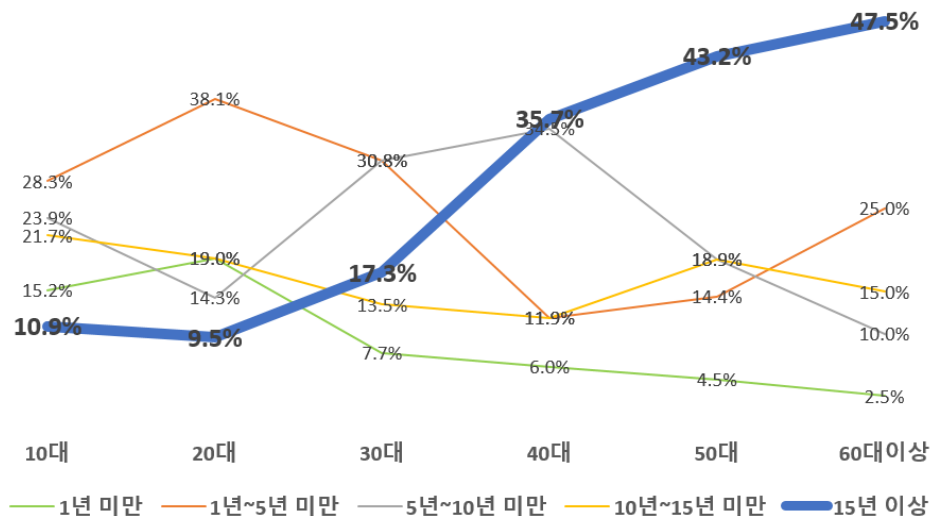
그림 4 : 응답자 연령과 거주지 교차분석 (※ n=334)



#### ◎ 연령과 거주기간

- 40대 이상에서 15년 이상 장기 거주자 비율이 급격히 많아지면서 연령이 높을수록 거주기간이 긴 상관성이 나타남

그림 5 : 응답자 연령과 거주기간 교차분석 (※ n=354)



## (2) 참여사업 현황

### ◎ 거주지별 참여사업

- 우리동네문화공동체만들기 사업은 원도심에서의 참여가 많음
- 사랑방문화클럽네트워크 사업에는 신도심과 성남 외에서 참여율이 높음

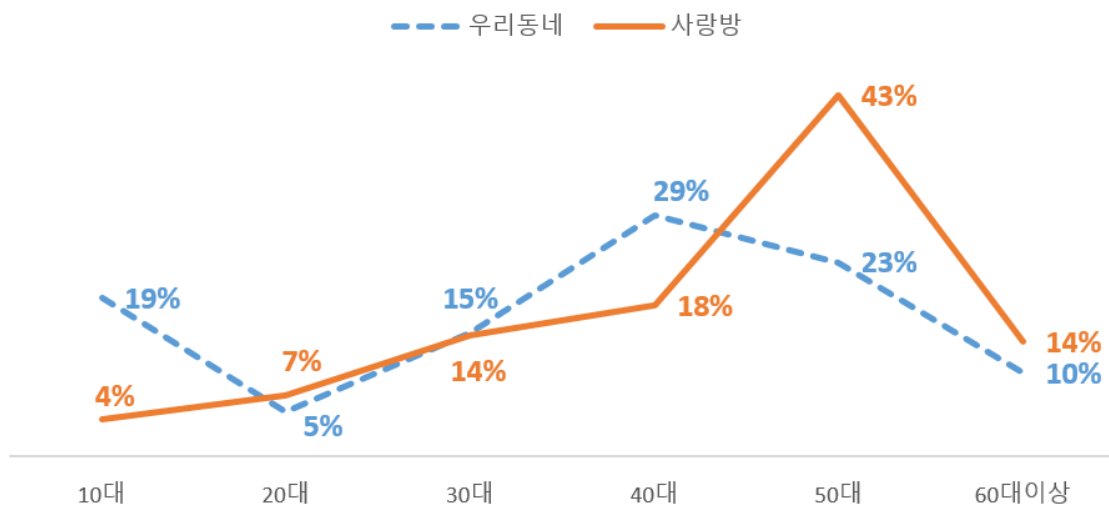
표 6 : 거주지별 참여사업

		참여사업			전체
		우리동네	사랑방	둘 다 참여	
거주지	성남 신도심	33	69	9	111
	성남 원도심	124	8	0	132
	성남 외	27	60	4	91
전체		184	137	13	334

### ◎ 연령별 참여사업

- 10대, 40대는 우리동네문화공동체만들기 사업 참여율이 높음
- 특히, 전체 10대 응답자 중 87%가 우리동네문화공동체만들기 사업 참여자로 부모의 거취에 영향 받는 청소년기의 특성으로 보았을 때, 해당 사업에 관심있는 40대 참여자의 영향을 받았을 가능성이 있음
- 사랑방문화클럽네트워크 사업은 50대 참여율이 43%로 두드러지게 높음

그림 6 : 연령별 참여사업  
(※n=353 / 둘 다 참여한 13개 케이스 제외)





## 2-3. 사업 참여 효과

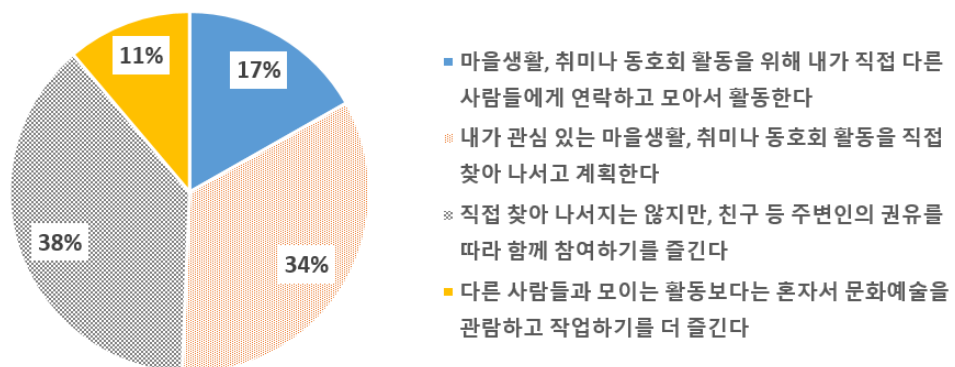
### (1) 참여방식 (생활문화지표 측정틀에서 놀다-자기주도성-자발성)

#### ◎ 개요

- 직접 사람을 모아 활동하는 리더형은 17%, 관심사를 찾아 참여한다는 적극적 유형이 34%로 둘을 합해 자기 주도적인 활동 유형이 과반을 차지
- 주변인의 권유를 따라 참여한 경우는 38%로 가장 높은 비율을 차지함
- 공동체 사업이라는 특성 때문인지 혼자 관람 및 작업을 선호하는 개인적 유형은 11%로 상대적 소수임

그림 7 : 사업 참여 시 자기 주도성

참여 방식(자발성 정도)



#### ◎ 성별 차이

- 남성의 경우, 리더, 적극적, 수동적, 개인적인 모든 유형이 비교적 고루 분포하며, 혼자 문화예술을 관람하고 즐기려는 개인적 유형이 근소한 차이로 가장 높게 나타남(31.1%)
- 그러나 남성의 참여가 저조하기 때문에 공동체 사업에 남성 유입이 늘어날 경우 이와 같은 분포가 유지될지는 알 수 없음
- 여성은 주변인들의 권유에 따라서 참여하는 사람들의 비율이 가장 높으며 (45.6%), 관심사를 찾아 참여하는 적극적 유형도 39.5%에 이름
- 여성의 경우, 리더십을 발휘하거나 개인적인 행동을 하는 경우는 적게 나타남

#### ◎ 연령별 차이

- 전 연령에서 리더는 아니나 자기 주도적으로 움직인다는 응답과 주변인들의

권유에 따라서 참여한다는 응답이 가장 많음

- 20대에서 개인적 활동에 대한 선호 비율이 높았지만 표본의 숫자가 너무 적어 유의미한 결과로 보기는 어려움 (n<30)

#### ◎ 거주지별 차이

- 성남 내에서는 주변인의 권유에 따라 참여한다는 응답이, 성남 외에서는 자기 주도적으로 관심사를 찾아 참여한다는 응답이 가장 많음
- 성남 외 응답자들의 답변은 성남 바깥에서 성남으로까지 찾아오는 적극성을 감안할 때 예측되는 부분이 있음

#### ◎ 사업별 차이

- 지역공동체인 우리동네문화공동체만들기 사업에서는 주변인의 권유에 따라 참여했다는 응답이 가장 많고(44.2%), 개인적 활동에 대한 선호 비율도 사랑방 문화클럽네트워크에 비해 높음(우리동네 15.8% > 사랑방 7.5%)
- 취향공동체인 사랑방문화클럽네트워크 사업에서는 관심사를 찾아 참여하는 적극적 유형이 가장 많음(49.3%)

표 7 : 성·연령·거주지·사업별 참여방식 비교

참여방식		리더	적극적	수동적	개인적	기타	합계
		마을생활, 취미나 동호회 활동을 위해 내가 직접 다른 사람들에게 연락하고 모아서 활동한다	내가 관심 있는 마을생활, 취미나 동호회 활동을 직접 찾아 나서고 계획한다	직접 찾아 나서지는 않지만, 친구 등 주변인의 권유를 따라 함께 참여하기를 즐긴다	다른 사람들과 모이는 활동보다는 혼자서 문화예술을 관람하고 작업하기를 더 즐긴다		
성별	남	13 28.9%	11 24.4%	13 28.9%	14 31.1%	0 0.0%	45
	여	48 17.1%	111 39.5%	128 45.6%	26 9.3%	2 .7%	281
합계		61	122	141	40	2	326
연령	10대	6 14.0%	16 37.2%	19 44.2%	5 11.6%	0 0.0%	43
	20대	2 10.5%	8 42.1%	9 47.4%	6 31.6%	0 0.0%	19
	30대	10 21.3%	21 44.7%	19 40.4%	5 10.6%	0 0.0%	47
	40대	19 23.8%	31 38.8%	30 37.5%	6 7.5%	0 0.0%	80
	50대	25 22.5%	39 35.1%	48 43.2%	14 12.6%	1 .9%	111
	60대	1 3.2%	12 38.7%	16 51.6%	2 6.5%	1 3.2%	31
	70대 이상	0 0.0%	0 0.0%	2 33.3%	4 66.7%	0 0.0%	6
합계		63	127	143	42	2	337

거주지	성남 신도심	20 19.6%	35 34.3%	45 44.1%	13 12.7%	1 1.0%	102
	성남 원도심	24 19.0%	43 34.1%	52 41.3%	18 14.3%	0 0.0%	126
	성남 외	15 18.5%	44 54.3%	30 37.0%	8 9.9%	0 0.0%	81
합계		59	122	127	39	1	309
참여사업	우리동네	35 18.4%	54 28.4%	84 44.2%	30 15.8%	1 .5%	190
	사랑방	26 19.4%	66 49.3%	53 39.6%	10 7.5%	1 .7%	134
	둘 다 참여	2 15.4%	7 53.8%	6 46.2%	2 15.4%	0 0.0%	13
합계		63	127	143	42	2	337

## (2) 생활문화활동에 따른 삶의 변화

### ◎ 생활문화 활동단계별 지표값 추출 방법

- 경기문화재단 생활문화지표 측정틀에 따라 서열척도로 측정된 항목들은 지표값을 추출
- 체감지표 날개 문항들의 평균을 계산하여 상위 문항 묶음 값을 도출하는 변수계산을 통해 상위요인값을 추출

### ◎ 생활문화 활동단계별 결과 해석

- 전반적으로 모든 활동 단계에서 보통 이상으로 변화를 느끼거나 만족한 편이었다는 응답 (5점 척도 중 3.5점~4.2점 대)
- 삶의 질을 나타내는 지표인 ‘복돋다’의 평균 점수가 가장 높고(4.04), ‘함께하다’가 가장 낮음(3.82)
- ‘함께하다’ 점수가 낮은 이유는 ‘관용(3.58)’과 신뢰도에 있어 ‘처음 만난 낯선 사람(3.50)’, ‘성남문화재단 관계자(3.58)’ 점수가 낮기 때문
- ‘관용(3.58)’ 및 ‘처음 만난 낯선 사람(3.50)’, ‘성남문화재단 관계자(3.58)’은 개인적으로 아는 관계나 활동을 함께하는 공동체 외부에 대한 인식 및 태도 변화와 연관된 문항으로 조사결과에 따르면 생활문화공동체 사업을 통해 공동체 외부를 향한 시민의식 향상이 도모되지 않고 있다고 볼 수 있음
- 높은 점수를 받은 문항은 ‘몰입(4.17)’, ‘전반 행복감(4.16)’, ‘내 삶에 대한 낙관성(4.13)’으로 나타남
- 높은 점수를 받은 문항들을 보았을 때 응답자들은 생활문화활동을 함으로써 집중하는 상태를 경험하고, 이를 통해 내 삶을 긍정하게 되는 효과가 다른 효과에 비해 상대적으로 크게 발생한다는 해석이 가능함

표 8 : 생활문화 활동단계별 지표값

주민 생활문화 활동단계		평균	측정영역	평균	체감지표	평균
활동요소	놀다	3.94	자기주도성	4.17	몰입	4.17
			창의성	3.81	상상력	3.93
					도전성	3.69
			즉흥성	4.00	가벼운 마음, 자유로움	4.00
	배우다	3.98	표현성	3.89	솔직한 의견 표현	3.89
			지식과기술	4.02	문화예술적 기량, 생활기술 학습	4.02
			이해	4.01	생활문화의 필요성 이해	4.01
			비판적 사고력	3.97	다양한 문화적 권리의 중요성 수용	3.97
	함께하다	3.82	사회참여	4.02	나의 취향에 대한 이유 설명 능력	3.90
					공동체 목표	4.02
					한대감	3.99
					소속감	4.06
			소통	4.02	타인의 행복에 기여	4.00
					타인의 말을 듣는 태도	3.91
					새로운 관계 생성	3.86
					도움을 주고받는 관계	3.80
			신뢰	3.77	기존 관계 지지 강화(가족, 친구)	3.98
					가족	3.90
					동네이웃	3.79
					개인적 친분(친구, 직장동료)	3.89
활동효과	북돋다	4.04	정서회복능력	3.95	함께 생활문화활동하는 사람	3.91
					처음 만난 낯선 사람	3.50
					성남문화재단 관계자	3.58
			행복감	4.13	다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	3.68
					다문화 수용성	3.50
					정서조절력(스트레스 대처)	3.96
					공감능력	3.89
					자기효능감	4.01
					전반 행복감	4.16
					건강함	4.09
					내 삶에 대한 낙관성	4.13
					종합만족도	4.14

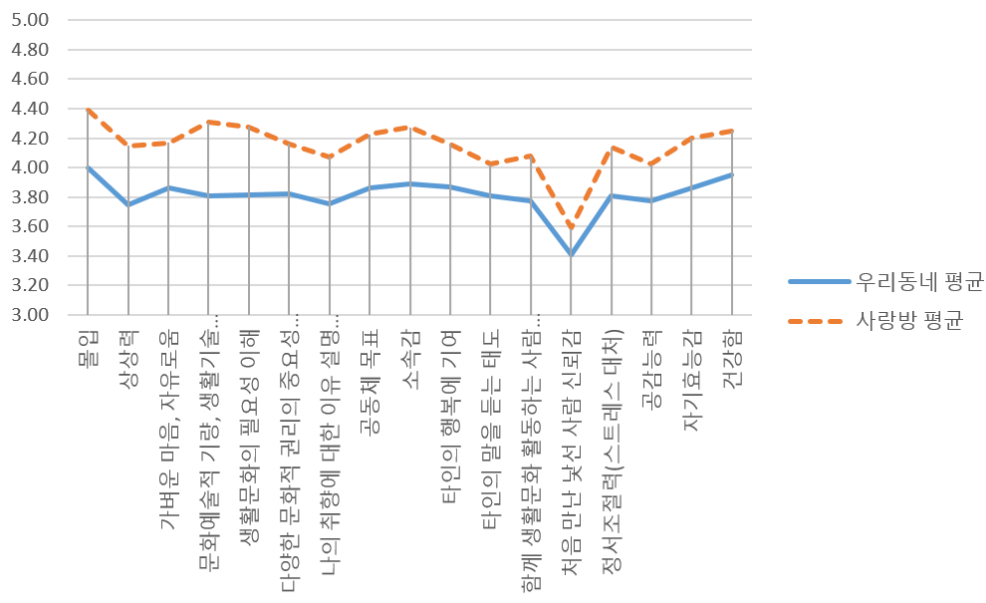
### (3) 사업별 변화 및 만족도 비교

- ◎ 참여사업에 따라 변화 및 만족의 폭에 차이가 있는지 알아보기 위해 ANOVA 실시
- 표 9 에서 회색으로 칠한 17개 문항에서 통계적 유의성이 나타남(5% 유의확률)
  - 차이가 있는 모든 문항에서 사랑방문화클럽네트워크 참여자들이 우리동네문화 공동체만들기 사업 참여자에 비해 변화 및 만족의 폭을 다소 높게 평가했음

표 9 : 사업별 변화 및 만족도 비교

체감지표	사업별 평균		유의확률	
	우리동네 문화공동체	사랑방 문화클럽	분산동질성 검정	일원배치 분산분석
몰입	3.99	4.39	.444	.000
상상력	3.75	4.15	.504	.000
도전성	3.64	3.75	.028	.544
가벼운 마음, 자유로움	3.86	4.17	.416	.010
솔직한 의견 표현	3.79	4.01	.250	.096
문화예술적 기량, 생활기술 학습	3.81	4.31	.206	.000
생활문화의 필요성 이해	3.81	4.28	.492	.000
다양한 문화적 권리의 중요성 수용	3.82	4.16	.480	.002
나의 취향에 대한 이유 설명 능력	3.76	4.07	.244	.008
공동체 목표	3.86	4.22	.699	.002
환대감	3.94	4.05	.351	.501
소속감	3.89	4.27	.687	.000
타인의 행복에 기여	3.87	4.16	.458	.008
타인의 말을 듣는 태도	3.81	4.02	.407	.017
새로운 관계 생성	3.79	3.94	.256	.264
도움을 주고받는 관계	3.72	3.91	.480	.192
기존 관계 지지 강화(가족, 친구)	3.95	4.01	.914	.645
다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	3.66	3.70	.766	.930
다문화 수용성	3.49	3.52	.323	.968
가족 신뢰감	3.82	3.98	.127	.075
동네이웃 신뢰감	3.78	3.78	.591	.281
개인적 친분(친구, 직장동료) 신뢰감	3.86	3.91	.533	.425
함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감	3.78	4.08	.509	.000
처음 만난 낯선 사람 신뢰감	3.41	3.59	.832	.030
성남문화재단 관계자 신뢰감	3.50	3.67	.111	.223
정서조절력(스트레스 대처)	3.81	4.14	.908	.000
공감능력	3.77	4.02	.856	.003
자기효능감	3.86	4.20	.710	.000
전반 행복감	3.99	4.34	.050	.000
건강함	3.95	4.25	.159	.002
내 삶에 대한 낙관성	3.99	4.30	.010	.000

그림 8 : 사업에 따른 변화 및 만족도 비교



◎ 사업별 순위 비교

- 두 사업 모두에서 몰입감을 느꼈다는 응답이 1위
- 우리동네문화공동체만들기 사업은 공동체 내 관계와 삶의 질에서 만족한 경험 이 상위 순위에 포진
- 사랑방문화클럽네트워크 사업은 성남문화재단, 낯선 사람에 대한 신뢰감이 향상되었다는 응답이 각각 2순위, 4순위, 환대감이 3순위, 다문화 수용성이 6순위로 관계에 대한 개방성이 지역공동체 사업보다 상위 순위에 포진

표 10 : 참여사업별 변화 및 만족도 순위 비교

우리동네문화공동체만들기		사랑방문화클럽네트워크		
3.99	몰입 전반 행복감 내 삶에 대한 낙관성	1순위	몰입	4.39
		2순위	성남문화재단 관계자 신뢰감	4.34
		3순위	환대감	4.31
3.95	건강함 기존 관계 지지 강화(가족, 친구)	4순위	처음 만난 낯선 사람 신뢰감	4.30
		5순위	소속감	4.28
3.94	환대감	6순위	자기효능감	4.27
3.89	소속감	7순위	다문화 수용성	4.25
3.87	타인의 행복에 기여	8순위	가벼운 마음, 자유로움	4.22
3.86	공동체 목표 가벼운 마음, 자유로움 개인적 친분(친구, 직장동료) 신뢰감 자기효능감	9순위	도전성	4.20
		10순위	건강함	4.17
		11순위	타인의 행복에 기여	4.16
		12순위	다양한 문화적 권리의 중요성 수용	
3.82	다양한 문화적 권리의 중요성 수용 가족 신뢰감	13순위	전반 행복감	4.15
		14순위	도움을 주고받는 관계	4.14
3.81	생활문화의 필요성 이해 타인의 말을 듣는 태도 정서조절력(스트레스 대처) 문화예술적 기량, 생활기술 학습	15순위	공감능력	4.08
		16순위	공동체 목표	4.07
		17순위	개인적 친분(친구, 직장동료) 신뢰감	4.05
		18순위	다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	4.02
3.79	새로운 관계 생성 솔직한 의견 표현	19순위	가족 신뢰감	
		20순위	기존 관계 지지 강화(가족, 친구) 정서조절력(스트레스 대처)	4.01
3.78	동네이웃 신뢰감 함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감	21순위		
		22순위	솔직한 의견 표현	3.98
3.77	공감능력	23순위	생활문화의 필요성 이해	3.94
3.76	나의 취향에 대한 이유 설명 능력	24순위	함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감	3.91
3.75	상상력	25순위	타인의 말을 듣는 태도	
3.72	도움을 주고받는 관계	26순위	동네이웃 신뢰감	3.78
3.66	다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	27순위	내 삶에 대한 낙관성	3.75
3.64	도전성	28순위	문화예술적 기량, 생활기술 학습	3.70
3.50	성남문화재단 관계자 신뢰감	29순위	상상력	3.67
3.49	다문화 수용성	30순위	나의 취향에 대한 이유 설명 능력	3.59
3.41	처음 만난 낯선 사람 신뢰감	31순위	새로운 관계 생성	3.52

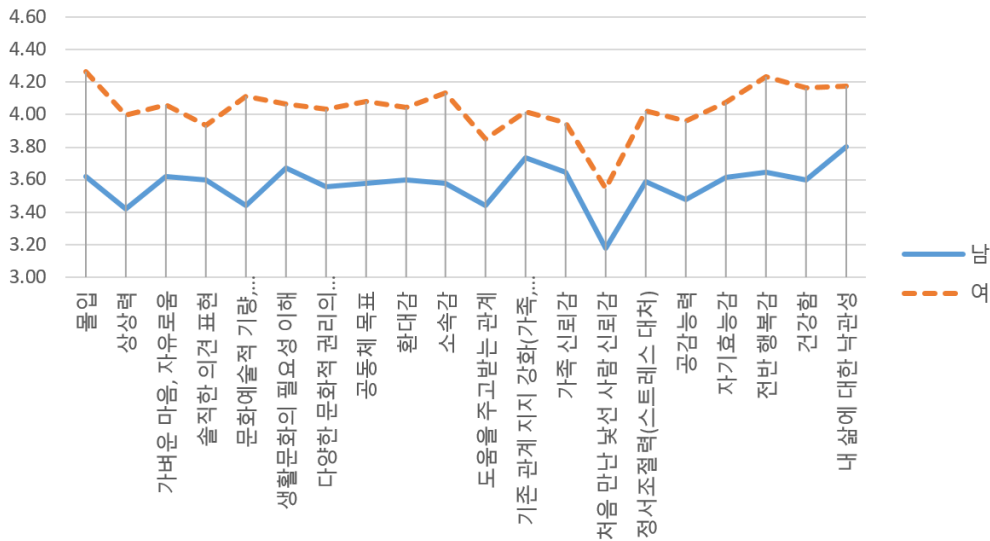
#### (4) 성별 변화 비교

- ◎ 성별에 따라 변화 및 만족의 폭에 차이가 있는지 알아보기 위해 T-test 실시
- 표 11 에서 회색으로 칠한 19개 문항에서 통계적 유의성이 나타남(5% 유의확률)
  - 차이가 있는 모든 문항에서 여성 참여자들이 남성 참여자에 비해 변화 및 만족의 폭을 높게 평가했음

표 11 : 성별 변화 및 만족도 비교

체감지표	성별 평균		t-검정 유의확률
	남	여	
몰입	3.62	4.26	.000
상상력	3.42	4.00	.000
도전성	3.51	3.72	.243
가벼운 마음, 자유로움	3.62	4.06	.005
솔직한 의견 표현	3.60	3.93	.030
문화예술적 기량, 생활기술 학습	3.44	4.11	.000
생활문화의 필요성 이해	3.67	4.07	.007
다양한 문화적 권리의 중요성 수용	3.56	4.03	.002
나의 취향에 대한 이유 설명 능력	3.64	3.93	.077
공동체 목표	3.58	4.08	.001
환대감	3.60	4.05	.002
소속감	3.58	4.13	.000
타인의 행복에 기여	3.77	4.03	.081
타인의 말을 듣는 태도	3.69	3.94	.059
새로운 관계 생성	3.66	3.89	.109
도움을 주고받는 관계	3.44	3.85	.006
기존 관계 지지 강화(가족, 친구)	3.73	4.02	.045
다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	3.58	3.69	.468
다문화 수용성	3.37	3.51	.365
가족 신뢰감	3.64	3.95	.021
동네이웃 신뢰감	3.67	3.82	.257
개인적 친분(친구, 직장동료) 신뢰감	3.82	3.91	.485
함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감	3.80	3.94	.291
처음 만난 낯선 사람 신뢰감	3.18	3.54	.005
성남문화재단 관계자 신뢰감	3.36	3.61	.102
정서조절력(스트레스 대처)	3.59	4.02	.001
공감능력	3.48	3.96	.000
자기효능감	3.61	4.07	.000
전반 행복감	3.64	4.23	.000
건강함	3.60	4.17	.000
내 삶에 대한 낙관성	3.80	4.18	.005

그림 9 : 성별에 따른 변화 및 만족도 비교



◎ 참여사업별 순위 비교

- 남성은 관계적 측면에서 변화했다는 응답이 상위 순위에 포진됨  
⇒ 개인적 친분, 함께 활동하는 사람들에 대한 신뢰감 상승, 가족 등 기존 관계 지지 강화, 타인의 행복에 기여했다는 느낌, 타인의 말을 듣는 태도 변화 등
- 반면, 여성들은 개인의 삶의 질에 변화가 있었다는 응답이 상위 순위에 올랐음  
⇒ 몰입, 행복감, 삶에 대한 낙관, 건강이 1위~4위를 차지

표 12 : 성별 변화 및 만족도 순위 비교

남			여	
3.82	개인적 친분(친구, 직장동료) 신뢰감	1순위	몰입	4.26
3.80	내 삶에 대한 낙관성함께 생활문화 활동하는 사람 신뢰감	2순위	전반 행복감	4.23
		3순위	내 삶에 대한 낙관성	4.18
3.77	타인의 행복에 기여	4순위	건강함	4.17
3.73	기존 관계 지지 강화(가족, 친구)	5순위	소속감	4.13
3.69	타인의 말을 듣는 태도	6순위	문화예술적 기량, 생활기술 학습	4.11
3.67	생활문화의 필요성 이해 동네이웃 신뢰감	7순위	공동체 목표	4.08
		8순위	자기효능감	4.07
3.66	새로운 관계 생성	9순위	생활문화의 필요성 이해	
3.64	나의 취향에 대한 이유 설명 능력 가족 신뢰감 전반 행복감	10순위	가벼운 마음, 자유로움	4.06
		11순위	환대감	4.05
		12순위	다양한 문화적 권리의 중요성 수용 타인의 행복에 기여	4.03
3.62	몰입 가벼운 마음, 자유로움	13순위		
		14순위	정서조절력(스트레스 대처) 기존 관계 지지 강화(가족, 친구)	4.02
3.61	자기효능감	15순위		
3.60	솔직한 의견 표현	16순위	상상력	4.00



	환대감	17순위	공감능력	3.96
	건강함	18순위	가족 신뢰감	3.95
3.59	정서조절력(스트레스 대처)	19순위	타인의 말을 듣는 태도	3.94
	공동체 목표	20순위	함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감	
3.58	소속감	21순위	솔직한 의견 표현	3.93
	다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	22순위	나의 취향에 대한 이유 설명 능력	
3.56	다양한 문화적 권리의 중요성 수용	23순위	개인적 친분(친구, 직장동료) 신뢰감	3.91
3.51	도전성	24순위	새로운 관계 생성	3.89
3.48	공감능력	25순위	도움을 주고받는 관계	3.85
3.44	문화예술적 기량, 생활기술 학습	26순위	동네이웃 신뢰감	3.82
	도움을 주고받는 관계	27순위	도전성	3.72
3.42	상상력	28순위	다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	3.69
3.37	다문화 수용성	29순위	성남문화재단 관계자 신뢰감	3.61
3.36	성남문화재단 관계자 신뢰감	30순위	처음 만난 낯선 사람 신뢰감	3.54
3.18	처음 만난 낯선 사람 신뢰감	31순위	다문화 수용성	3.51

#### (4) 연령별 변화 비교

◎ 연령에 따라 변화 및 만족의 폭에 차이가 있는지 알아보기 위해 ANOVA 실시

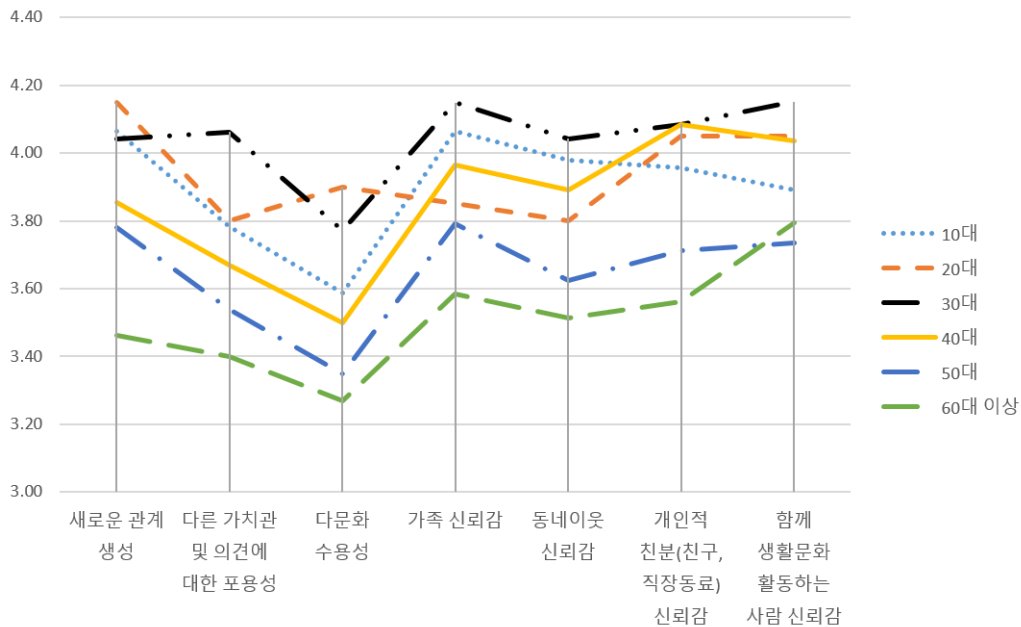
- 표 13 에서 회색으로 칠한 7개 문항에서 통계적 유의성이 나타남(5% 유의확률)
- 차이가 있는 모든 문항에서 전반적으로 10~30대가 50대 이상보다 높은 점수
- 40대는 다양한 의견 및 관계에 대해서는 10~30대보다 점수가 낮았지만 사람 관계에서의 신뢰감 변화는 높은 편

표 13 : 연령별 변화 및 만족도 비교

체감지표	연령						유의확률	
	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	분산동질성 검정	일원배치 분산분석
몰입	4.09	4.10	4.31	4.19	4.17	4.12	.892	.901
상상력	3.98	4.00	3.98	4.05	3.78	3.92	.606	.537
도전성	3.85	3.50	3.67	3.88	3.62	3.44	.139	.278
가벼운 마음, 자유로움	4.09	3.95	4.10	4.07	3.95	3.79	.929	.631
솔직한 의견 표현	3.96	3.85	3.96	3.91	3.89	3.67	.670	.750
문화예술적 기량, 생활기술 학습	3.98	4.10	4.15	3.92	4.10	3.90	.265	.602
생활문화의 필요성 이해	3.93	4.05	4.08	3.95	4.07	3.93	.202	.869
다양한 문화적 권리의 중요성 수용	3.80	3.95	4.04	4.09	4.02	3.76	.058	.387
나의 취향에 대한 이유 설명 능력	3.85	4.10	3.94	3.82	3.91	3.95	.624	.899
공동체 목표	4.02	4.15	4.30	3.96	3.95	3.90	.445	.287
환대감	4.15	4.00	4.23	3.99	3.88	3.80	.562	.140
소속감	4.13	4.05	4.19	3.99	4.11	3.85	.265	.473
타인의 행복에 기여	4.13	4.00	4.11	3.96	4.02	3.78	.247	.531
타인의 말을 듣는 태도	3.93	4.15	4.04	3.94	3.88	3.66	.363	.249
새로운 관계 생성	4.07	4.15	4.04	3.86	3.78	3.46	.409	.008

도움을 주고받는 관계	3.89	4.15	3.91	3.87	3.68	3.60	.495	.139
기존 관계 지지 강화(가족, 친구)	4.15	4.20	4.13	3.96	3.92	3.71	.135	.114
다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	3.78	3.80	4.06	3.67	3.54	3.40	.886	.010
다문화 수용성	3.59	3.90	3.77	3.50	3.35	3.27	.563	.045
가족 신뢰감	4.07	3.85	4.15	3.96	3.79	3.59	.824	.013
동네이웃 신뢰감	3.98	3.80	4.04	3.89	3.63	3.51	.949	.004
개인적 친분(친구, 직장동료) 신뢰감	3.96	4.05	4.09	4.09	3.71	3.56	.214	.001
함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감	3.89	4.05	4.15	4.04	3.74	3.79	.674	.044
처음 만난 낯선 사람 신뢰감	3.48	3.85	3.71	3.48	3.37	3.43	.740	.132
성남문화재단 관계자 신뢰감	3.52	3.80	3.89	3.63	3.43	3.45	.727	.073
정서조절력(스트레스 대처)	3.93	4.10	4.15	4.01	3.89	3.78	.210	.271
공감능력	3.89	4.15	4.11	3.90	3.84	3.62	.391	.058
자기효능감	4.04	4.15	4.17	3.95	4.01	3.82	.172	.378
전반 행복감	4.07	4.35	4.30	4.13	4.14	4.10	.039	.671
건강함	3.98	4.25	4.19	4.12	4.07	4.02	.084	.783
내 삶에 대한 낙관성	4.11	4.50	4.28	4.11	4.08	3.98	.605	.204

그림 10 : 연령에 따른 변화 및 만족도 비교



#### ◎ 연령별 순위 비교

- 전반적으로 몰입, 전반 행복감, 건강함, 내 삶에 대한 낙관성이 높은 순위를 보이는 경향성
- 전 연령에 걸쳐 도전성, 처음 만난 낯선 사람에 대한 신뢰감, 다문화 수용 등이 하위권으로 나타나 생활문화활동에서 특별히 새로운 변화에 직면하는 경험은 상대적으로 적다고 보임
- 10대는 환대감, 기존 관계의 지지, 소속감 등 공동체로부터 받아들여지는 경험이 상위 순위
- 20대는 다른 연령과 달리 몰입의 우선순위가 낮고, 내 삶에 대한 낙관성에서 변화를 느꼈다는 응답이 4.5점으로 매우 높게 나타남

- 30대는 다른 연령대에 비해 공동체의 목표에 대한 동의가 높음
- 40대는 다양한 문화적 권리의 중요성 수용(배우다-비판적 사고력)이 다른 연령대보다 상위 순위
- 50대는 문화예술기량, 생활기술 학습 등 배움의 영역에서 변화를 느낀다는 응답이 다른 연령대보다 상위 순위
- 60대는 다른 연령에 비해 나의 취향에 대한 이유 설명 능력이 높아졌다는 응답이 상위 순위

표 14 : 연령별 변화 및 만족도 순위 비교 (10~30대)

	10대		20대		30대			
1순위	환대감	4.15	내 삶에 대한 낙관성	4.50	몰입	4.31		
2순위	기존 관계 지지 강화(가족, 친구)		전반 행복감	4.35	공동체 목표 전반 행복감	4.30		
3순위	소속감		건강함	4.25				
4순위	타인의 행복에 기여	4.13	기존 관계 지지 강화(가족, 친구)	4.20	내 삶에 대한 낙관성	4.28		
5순위	내 삶에 대한 낙관성	4.11	공동체 목표 타인의 말을 듣는 태도 새로운 관계 생성 도움을 주고받는 관계 공감능력 자기효능감	4.15	환대감	4.23		
6순위	몰입	4.09			소속감 건강함	4.19		
7순위	가벼운 마음, 자유로움							
8순위	전반 행복감 새로운 관계 생성 가족 신뢰감	4.07					자기효능감	4.17
9순위								
10순위								
11순위	자기효능감	4.04	몰입 문화예술적 기량, 생활기술 학습 나의 취향에 대한 이유 설명 능력 정서조절력(스트레스 대처)	4.10			함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감 가족 신뢰감 정서조절력(스트레스 대처) 문화예술적 기량, 생활기술 학습	4.15
12순위	공동체 목표	4.02						
13순위	상상력 문화예술적 기량, 생활기술 학습 동네이웃 신뢰감 건강함	3.98			생활문화의 필요성 이해 소속감 개인적 친분(친구, 직장동료) 신뢰감 함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감	4.05		
14순위								
15순위								
16순위								
17순위	솔직한 의견 표현 개인적 친분(친구, 직장동료) 신뢰감	3.96	함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감	4.08	다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	4.06		
18순위								
19순위	생활문화의 필요성 이해 타인의 말을 듣는 태도 정서조절력(스트레스 대처)	3.93	상상력 환대감 타인의 행복에 기여	4.00	타인의 말을 듣는 태도 새로운 관계 생성 동네이웃 신뢰감 다양한 문화적 권리의 중요성 수용	4.04		
20순위								
21순위								
22순위	도움을 주고받는 관계 함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감 공감능력	3.89	가벼운 마음, 자유로움 다양한 문화적 권리의 중요성 수용	3.95	상상력	3.98		
23순위								
24순위	도전성 나의 취향에 대한 이유 설명 능력	3.85	솔직한 의견 표현 가족 신뢰감 처음 만난 낯선 사람 신뢰감	3.85	나의 취향에 대한 이유 설명 능력	3.94		
25순위								
26순위								
27순위	다양한 문화적 권리의 중요성 수용	3.80	다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	3.80	성남문화재단 관계자 신뢰감	3.89		
28순위	다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	3.78						
29순위	다문화 수용성	3.59	동네이웃 신뢰감	3.80	다문화 수용성	3.77		
30순위	성남문화재단 관계자 신뢰감	3.52	성남문화재단 관계자 신뢰감	3.80	처음 만난 낯선 사람 신뢰감	3.71		
31순위	처음 만난 낯선 사람 신뢰감	3.48	도전성	3.50	도전성	3.67		

표 15 : 연령별 변화 및 만족도 순위 비교 (40~60대)

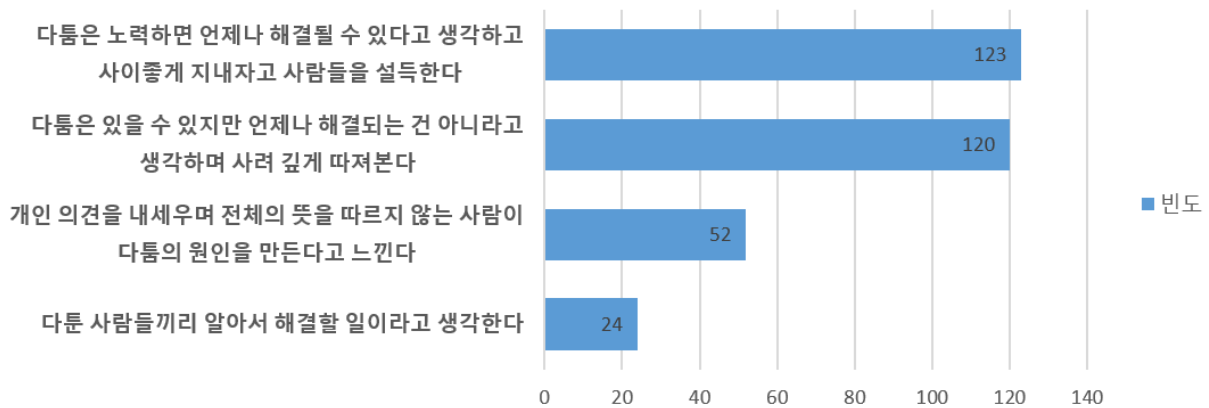
	40대		50대		60대 이상	
1순위	몰입	4.19	몰입	4.17	몰입	4.12
2순위	전반 행복감	4.13	전반 행복감	4.14	전반 행복감	4.10
3순위	건강함	4.12	소속감	4.11	건강함	4.02
4순위	내 삶에 대한 낙관성	4.11	문화예술적 기량, 생활기술 학습	4.10	내 삶에 대한 낙관성	3.98
5순위	다양한 문화적 권리의 중요성 수용 개인적 친분(친구, 직장동료) 신뢰감	4.09	내 삶에 대한 낙관성	4.08	나의 취향에 대한 이유 설명 능력	3.95
6순위			생활문화의 필요성 이해 건강함	4.07	생활문화의 필요성 이해	3.93
7순위	가벼운 마음, 자유로움	4.07			상상력	3.92
8순위	상상력	4.05	타인의 행복에 기여 다양한 문화적 권리의 중요성 수용	4.02	문화예술적 기량, 생활기술 학습 공동체 목표	3.90
9순위	함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감	4.04				
10순위	정서조절력(스트레스 대처)	4.01	자기효능감	4.01	소속감	3.85
11순위	환대감 소속감	3.99	공동체 목표 가벼운 마음, 자유로움	3.95	자기효능감	3.82
12순위					환대감	3.80
13순위	공동체 목표 타인의 행복에 기여 기존 관계 지지 강화(가족, 친구) 가족 신뢰감	3.96	기존 관계 지지 강화(가족, 친구)	3.92	가벼운 마음, 자유로움 함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감	3.79
14순위			나의 취향에 대한 이유 설명 능력	3.91		
15순위			솔직한 의견 표현 정서조절력(스트레스 대처)	3.89	타인의 행복에 기여 정서조절력(스트레스 대처)	3.78
16순위	생활문화의 필요성 이해 자기효능감	3.95	타인의 말을 듣는 태도 환대감	3.88	다양한 문화적 권리의 중요성 수용	3.76
17순위					기존 관계 지지 강화(가족, 친구)	3.71
18순위	타인의 말을 듣는 태도	3.94	공감능력	3.84	솔직한 의견 표현	3.67
19순위	문화예술적 기량, 생활기술 학습	3.92	가족 신뢰감	3.79	타인의 말을 듣는 태도	3.66
20순위	솔직한 의견 표현	3.91	상상력	3.78	공감능력	3.62
21순위	공감능력	3.90	새로운 관계 생성	3.78	도움을 주고받는 관계	3.60
22순위	동네이웃 신뢰감	3.89	함께 생활문화활동하는 사람 신뢰감	3.74	가족 신뢰감	3.59
23순위	도전성	3.88	개인적 친분(친구, 직장동료) 신뢰감	3.71	개인적 친분(친구, 직장동료) 신뢰감	3.56
24순위	도움을 주고받는 관계	3.87	도움을 주고받는 관계	3.68	동네이웃 신뢰감	3.51
25순위	새로운 관계 생성	3.86	동네이웃 신뢰감	3.63	새로운 관계 생성	3.46
26순위	나의 취향에 대한 이유 설명 능력	3.82	도전성	3.62	성남문화재단 관계자 신뢰감	3.45
27순위	다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	3.67	다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	3.54	도전성	3.44
28순위	성남문화재단 관계자 신뢰감	3.63	성남문화재단 관계자 신뢰감	3.43	처음 만난 낯선 사람 신뢰감	3.43
29순위	다문화 수용성	3.50	처음 만난 낯선 사람 신뢰감	3.37	다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	3.40
30순위	처음 만난 낯선 사람 신뢰감	3.48	다문화 수용성	3.35	다문화 수용성	3.27
31순위						

## (5) 갈등에 대한 입장

◎ 생활문화공동체 사업의 지속가능성은 갈등에 대한 대응에 많이 좌우되므로 사람들 간 다툼이나 불편함이 생기는 것에 대한 생각을 알아보기 위해 빈도 분석

- 응답자 중 75.5%가 갈등은 있을 수 있다고 생각하고 38.2%는 사이좋게 지내자고 사람들을 설득한다고 했으며 37.3%는 갈등이 언제나 해결되지 않는다는 신중한 입장을 취함
- 갈등의 원인을 개인으로 보는 경우가 16.1%, 당사자 간 알아서 할 일이라 보는 경우가 7.5%로 나타남

그림 11 : 갈등에 대한 입장 (\* n=322)



◎ 성별 태도

- 현재 생활문화공동체에 참여 중인 남성은 갈등이 있을 수 있지만 언제나 해결되지 않는다고 생각하는 비율이 높으며(39%), 개인이 원인(24.4%), 당사자 간 알아서 할 일(19.5%)이라는 의견보다 사이좋게 지내자고 개입하는 비율(17.1%)이 더 낮음
- 여성은 사이좋게 지내자고 개입하는 비율이 가장 높으며(40.6%), 갈등이 있을 수 있다고 수용하는 비율이 78.2% 이라며 당사자 간 알아서 할 일이라는 의견은 소수임

◎ 연령별 태도

- 10~20대는 개인이 갈등의 원인, 당사자 간 알아서 할 일이라는 개인주의적 입장이 다른 연령에 비해 상당히 많음
- ⇒ 10대는 개인주의적인 입장이 38.4%, 20대는 50%에 이름

⇒ 이러한 입장은 개인주의적 문화가 확산되는 시대 변화의 영향일 수도 있지만 연령이 높아지며 사회경험이 축적되면 변화할 가능성이 있음

표 16 : 성·연령별 갈등에 대한 입장

		다툼은 노력하면 언제나 해결될 수 있다고 생각하고 사이 좋게 지내자고 사람들을 설득한다	다툼은 있을 수 있지만 언제나 해결되는 건 아니라고 생각하며 사례 깊게 따져본다	개인 의견을 내세우며 전체의 뜻을 따르지 않는 사람이 다툼의 원인을 만든다고 느낀다	다툼 사람들끼리 알아서 해결할 일이라고 생각한다	기타	전체
성별	남	7 17.1%	16 39.0%	10 24.4%	8 19.5%	0 0.0%	41 100.0%
	여	110 40.6%	102 37.6%	40 14.8%	16 5.9%	3 1.1%	271 100.0%
전체		117 37.5%	118 37.8%	50 16.0%	24 7.7%	3 1.0%	312 100.0%
연령	10대	14 35.9%	10 25.6%	10 25.6%	5 12.8%	0 0.0%	39 100.0%
	20대	4 20.0%	6 30.0%	6 30.0%	4 20.0%	0 0.0%	20 100.0%
	30대	20 44.4%	20 44.4%	2 4.4%	3 6.7%	0 0.0%	45 100.0%
	40대	37 47.4%	24 30.8%	11 14.1%	6 7.7%	0 0.0%	78 100.0%
	50대	36 34.6%	45 43.3%	17 16.3%	4 3.8%	2 1.9%	104 100.0%
	60대	12 38.7%	13 41.9%	5 16.1%	0 0.0%	1 3.2%	31 100.0%
	70대 이상	0 0.0%	2 40.0%	1 20.0%	2 40.0%	0 0.0%	5 100.0%
전체		123 38.2%	120 37.3%	52 16.1%	24 7.5%	3 .9%	322 100.0%

## 2-4. 향후 참여 여부 및 진입 여건 현황

### (1) 향후 참여 의사

◎ 유사사업에 대한 향후 참여 의사를 질문<sup>5)</sup>

- 참여하겠다는 경우가 응답자 83.4%이고 보통이라는 응답까지 합하면 96.9%에 이름

◎ 우리동네문화공동체만들기 사업과 사랑방문화클럽네트워크 사업 모두 참여 의사가 80%를 상회하여 사업 간 참여의사에 차이가 거의 없음

표 17 : 향후 유사사업 참여 의사

		참여사업			전체
		우리동네	사랑방	둘 다 참여	
향후 참여 의사	참여하지 않겠다	5 2.4%	6 4.4%	0 0.0%	11 3.1%
	보통이다	32 15.2%	14 10.4%	2 18.2%	48 13.5%
	참여하겠다	173 82.4%	115 85.2%	9 81.8%	297 83.4%
전체		210 100.0%	135 100.0%	11 100.0%	356 100.0%

### (2) 생활문화 정책 관련 정치 효능감

◎ 우리동네문화공동체만들기 사업과 사랑방문화클럽네트워크 사업 사이에 사업을 이끌고 가는 리더십에서 차이가 있는지 알아보기 위해 ANOVA 실시 (사후분석 Duncan<sup>6)</sup>)

- 리더십에 대해 알아보기 위해 마을 지도자, 동호회 대표, 성남문화재단 등 생활문화사업을 이끌고 가는 리더들이 응답자의 의견을 경청하는지 질문
- 리더십에 대한 응답자들의 대한 생각은 보통 수준으로 사업 간 차이가 없는 것으로 나타남

⇒ 우리동네문화공동체만들기 : 3.68점 (5점 척도)

⇒ 사랑방문화클럽네트워크 : 3.71점 (5점 척도)

5) 5점 척도에서 '전혀 그렇지 않다, 그렇지 않다' → '참여하지 않겠다', '보통이다 → 보통이다', '그렇다, 매우 그렇다' → '참여하겠다'로 재코딩

6) 사후분석 Duncan : 평균에서 차이가 유의미하지 않은 집단들을 동일 집단군으로 묶어 표시하는 분석기법

표 18 : 생활문화 사업을 이끌고 가는 리더의 의견 경청 여부 (Duncan)

참여사업	N	유의수준 = 0.05에 대한 부집단
		1
우리동네	191	3.68
사랑방	136	3.71
둘 다 참여	11	3.82
유의확률		.597

a. 조화평균 표본 크기 28.986을(를) 사용합니다.

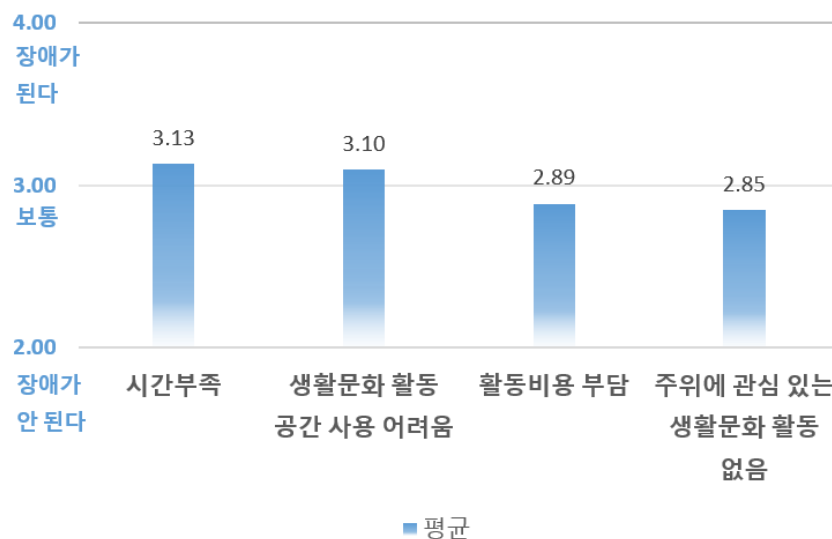
b. 집단 크기가 동일하지 않습니다. 집단 크기의 조화평균이 사용됩니다. I 유형 오차 수준은 보장되지 않습니다.

### (3) 진입여건 현황

◎ 진입여건 장애 (생활문화지표 측정틀에서 바라다, 만나다)<sup>7)</sup>

- 생활문화활동을 하는데 필요한 시간, 공간, 비용, 생활문화활동 접근성 등에 대해 어려움이 있는지 질문하였고 모든 문항에 대해 보통 이하의 답변
- 응답자들이 이미 생활문화 사업에 참여 중이기 때문에 장애요인을 크게 느끼지 않을 수 있음을 고려해야 하는 결과로 보임

그림 12 : 생활문화활동 장애요인



◎ 진입여건에 있어 우리동네문화공동체만들기 사업과 사랑방문화클럽네트워크 사업 사이에 차이가 있는 ANOVA 실시 ⇒ 차이가 없는 것으로 나타남

7) 5점 척도에서 '전혀 그렇지 않다, 그렇지 않다' → '장애가 안 된다', '보통이다 → 보통이다', '그렇다, 매우 그렇다' → '장애가 된다'로 재코딩



◎ 연령에 따른 장애요인 차이를 알아보기 위해 ANOVA 실시

- 활동비용과 활동 공간에서 연령에 따른 어려움에 차이가 있는 것으로 나타남

표 19 : 연령에 따른 생활문화활동 장애요인 비교

	분산의 동질성 검정		일원배치 분산분석	
	Levene 통계량	유의확률	F	유의확률
활동 비용 부담	1.807	.111	8.499	.000
생활문화 활동 공간 사용 어려움	1.438	.210	5.370	.000

- 10대(2.11점), 60대(2.66점)는 활동비용이 부담되지 않는다고 응답했고 30대(3.29)와 40대(3.33점)가 가장 높은 부담을 느끼는 것으로 나타남
- 이는 생활비에 대한 책임감과 연관된 결과일 가능성이 있으나 심층면접을 통해 확인이 필요함

표 20 : 연령에 따른 활동 비용 부담 (Duncan)

연령_60대이상병합	N	유의수준 = 0.05에 대한 부집단			
		1	2	3	4
10대	45	2.11			
60대	41		2.66		
50대	112		2.82	2.82	
30대	51		3.00	3.00	3.00
20대	21			3.29	3.29
40대	84				3.33
유의확률		1.000	.165	.057	.175

a. 조화평균 표본 크기 44.552(를) 사용합니다.

b. 집단 크기가 동일하지 않습니다. 집단 크기의 조화평균이 사용됩니다. I 유형 오차 수준은 보장되지 않습니다.

- 공간 사용에 있어서 10대는 다른 연령에 비해 어려움을 겪지 않는 것으로 보임
- 20대의 공간 사용 어려움이 3.57점으로 나타나 가장 높으나, 표본수 차이를 조정한 분석 결과로 보았을 때 통계적으로 30~60대와 유의미한 차이가 있는 것으로 보기 어려움

표 21 : 연령에 따른 활동 공간 사용 어려움 (Duncan)

연령_60대이상병합	N	유의수준 = 0.05에 대한 부집단	
		1	2
10대	45	2.42	
60대	42		3.10
50대	112		3.11
30대	49		3.24
40대	84		3.25
20대	21		3.57
유의확률		1.000	.050

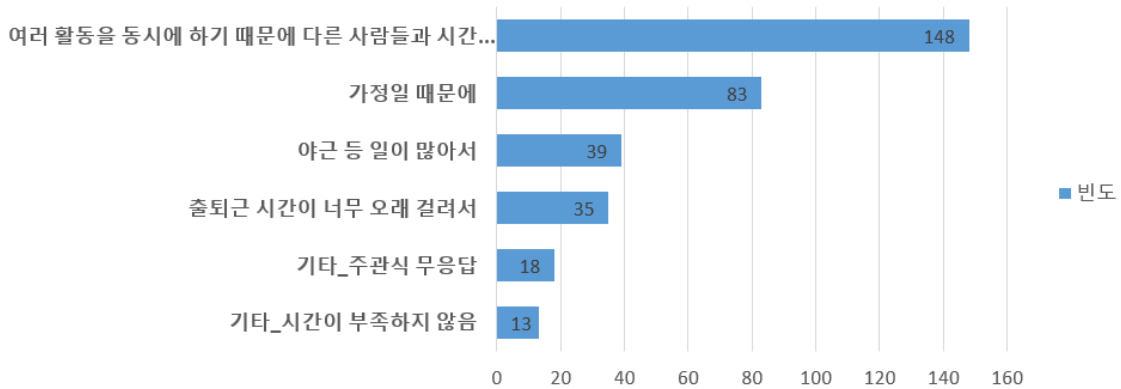
a. 조화평균 표본 크기 44.480(를) 사용합니다.

b. 집단 크기가 동일하지 않습니다. 집단 크기의 조화평균이 사용됩니다. I 유형 오차 수준은 보장되지 않습니다.

#### (4) 시간부족 이유

◎ 44%의 응답자가 여러 활동을 동시에 하기 때문에 다른 사람들과 시간을 맞추기 어렵다고 답변함

그림 13 : 시간부족 이유 (※ n=336)



◎ 성별, 거주지별, 연령별 시간부족 이유

- 성별, 연령별로 살펴보았을 때 눈에 띄는 점은 가정일에 관한 응답
- 남성, 여성 모두 여러 활동 때문에 시간 맞추기 어렵다는 답변이 가장 많았지만 두 번째로 시간이 부족한 이유로 남성은 출퇴근 시간이 너무 오래 걸려서(25%), 여성은 가정일 때문(29%)이라고 답변
- 가정일은 30대 이상부터 시간이 부족한 중요한 이유로 꼽히며 60대 이상에서는 중요성이 더 높은 것으로 보임
- 10대(53.5%), 50대(50.9%)는 여러 활동 때문에 시간 맞추기 어렵다는 답변이 다른 연령대보다 훨씬 많음

표 22 : 성·거주지·연령별 시간부족 이유

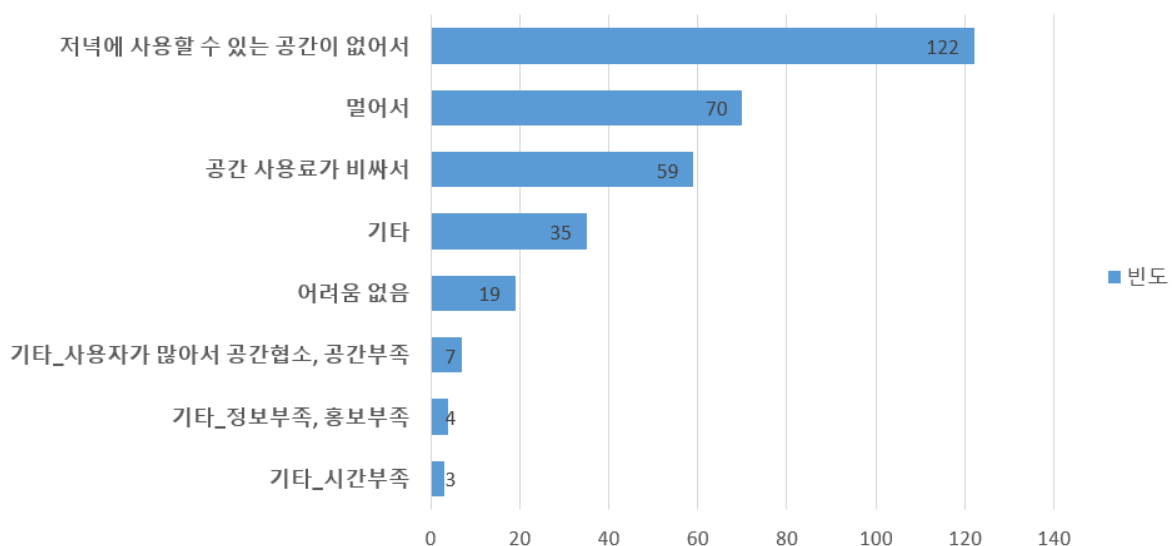
		야근 등 일이 많아서	출퇴근 시간이 너무 오래 걸려서	가정일 때문에	여러 활동을 동시에 하기 때문에 다른 사람들과 시간 맞추기가 어려워서	기타	시간이 부족하지 않음	
성 별	남	9 18.8%	12 25.0%	2 4.2%	20 41.7%	3 6.3%	2 4.2%	48 100.0%
	여	29 10.5%	21 7.6%	80 29.0%	120 43.5%	15 5.4%	11 4.0%	276 100.0%
전체		38 11.7%	33 10.2%	82 25.3%	140 43.2%	18 5.6%	13 4.0%	324 100.0%

거주지	성남 신도심	7 6.9%	5 4.9%	31 30.4%	47 46.1%	10 9.8%	2 2.0%	102 100.0%
	성남 원도심	16 13.2%	13 10.7%	28 23.1%	50 41.3%	4 3.3%	10 8.3%	121 100.0%
	성남 외	10 12.0%	11 13.3%	18 21.7%	40 48.2%	3 3.6%	1 1.2%	83 100.0%
전체		33 10.8%	29 9.5%	77 25.2%	137 44.8%	17 5.6%	13 4.2%	306 100.0%
연령	10대	5 11.6%	1 2.3%	1 2.3%	23 53.5%	3 7.0%	10 23.3%	43 100.0%
	20대	4 21.1%	4 21.1%	2 10.5%	8 42.1%	1 5.3%	0 0.0%	19 100.0%
	30대	6 13.6%	5 11.4%	13 29.5%	16 36.4%	2 4.5%	2 4.5%	44 100.0%
	40대	17 20.5%	11 13.3%	19 22.9%	32 38.6%	4 4.8%	0 0.0%	83 100.0%
	50대	3 2.8%	11 10.4%	31 29.2%	54 50.9%	6 5.7%	1 .9%	106 100.0%
	60대	4 11.8%	2 5.9%	12 35.3%	15 44.1%	1 2.9%	0 0.0%	34 100.0%
	70대 이상	0 0.0%	1 14.3%	5 71.4%	0 0.0%	1 14.3%	0 0.0%	7 100.0%
전체		39 11.6%	35 10.4%	83 24.7%	148 44.0%	18 5.4%	13 3.9%	336 100.0%

## (5) 공간 사용 어려운 이유

◎ 저녁에 사용할 수 있는 공간이 없다는 점이 가장 어렵다(38.2%)는 답변이 가장 많고 공간이 멀고(21.9%) 비싸다(18.5%)는 이유가 차례로 그 뒤를 이음

그림 14 : 공간 사용 어려운 이유 (※ n=319)



◎ 거주지, 연령에 따라 공간 사용 어려운 이유

- 원도심(12.7%)에 비해 신도심(28.4%)은 공간 사용료가 비싸다는 응답 비율이 높는데 그 이유는 통계 처리만으로는 알기 어려웠음
- 주관식 답변으로 기존 공간의 사용자가 많아 공간이 협소하고 부족하게 느껴진다, 정보 및 홍보가 부족하다는 등이 나옴
- 연령별로 보면, 10대는 유일하게 공간이 멀어서 어렵다(30.2%)는 응답이 가장 많으며 20대가 다른 연령대에 비해 공간 사용료가 비싸다(42.1%)는 응답 비율이 높음

표 23 : 거주지·연령별 공간 사용 어려운 이유

		멀어서	공간 사용료가 비싸서	저녁에 사용할 수 있는 공간이 없어서	기타 주관식 무응답	기타 어려움 없음	기타 사용자가 많아서 공간협소, 공간부족	기타 정보부족, 홍보부족	기타 시간 부족	전체
거 주 지	성남 신도심	11 12.5%	25 28.4%	28 31.8%	13 14.8%	3 3.4%	5 5.7%	2 2.3%	1 1.1%	88 100.0%
	성남 원도심	24 20.3%	15 12.7%	49 41.5%	11 9.3%	15 12.7%	1 .8%	1 .8%	2 1.7%	118 100.0%
	성남 외	32 38.6%	15 18.1%	27 32.5%	6 7.2%	1 1.2%	1 1.2%	1 1.2%	0 0.0%	83 100.0%
	전체	67 23.2%	55 19.0%	104 36.0%	30 10.4%	19 6.6%	7 2.4%	4 1.4%	3 1.0%	289 100.0%
연 령	10대	13 30.2%	4 9.3%	8 18.6%	2 4.7%	16 37.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	43 100.0%
	20대	1 5.3%	8 42.1%	9 47.4%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	19 100.0%
	30대	9 20.0%	11 24.4%	18 40.0%	6 13.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.2%	0 0.0%	45 100.0%
	40대	17 23.0%	11 14.9%	38 51.4%	3 4.1%	0 0.0%	1 1.4%	1 1.4%	3 4.1%	74 100.0%
	50대	22 21.6%	19 18.6%	35 34.3%	17 16.7%	2 2.0%	6 5.9%	1 1.0%	0 0.0%	102 100.0%
	60대	6 20.7%	5 17.2%	10 34.5%	6 20.7%	1 3.4%	0 0.0%	1 3.4%	0 0.0%	29 100.0%
	70대 이상	2 28.6%	1 14.3%	4 57.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 100.0%
전체		70 21.9%	59 18.5%	122 38.2%	35 11.0%	19 6.0%	7 2.2%	4 1.3%	3 .9%	319 100.0%

## 2-5. 향후 원하는 생활문화활동

### (1) 향후 원하는 활동 수요 종합

◎ 현재 시행하고 있는 생활문화 사업 유형을 다변화해야 할 필요가 있는지 알아보기 위해 향후 원하는 생활문화활동에 대한 다중응답 분석을 실시함

- 1, 2순위는 지금과 마찬가지로 문화예술을 소재로 하는 공동체 활동, 취미로 할 수 있는 문화예술 여가 활동으로 나타남
- DIY, 텃밭, 캠핑, 스포츠, 요리 등 생활과 밀접한 소재로 한 문화예술 활동이 3, 4순위로 나타나 생활 밀착적인 프로그램의 개발 방향을 검토 필요성 보임
- 자유로운 표현을 위한 순수 창작이나 육아 문제, 노년 준비 등 사회적 문제를 해결하기 위한 문화예술 활동은 정책의 필요성에 대한 목소리가 높지만 실제 요구 조사에서는 하위권으로 나타남
- 순수 창작, 사회적 문제 해결 사업이 인기 없는 이유는 난이도 때문일 가능성이 있어보이므로 심층면접 등 추가조사를 통해 관심 없는 이유 및 난이도 하향 방법에 관한 의견을 들어보는 것이 필요해 보임

표 24 : 향후 원하는 생활문화활동 종합 순위

	요구활동	응답		케이스 퍼센트
		N	퍼센트	
1위	다른 사람들과 어울려 문화예술 작업을 하는 공동체 활동 (예. 오케스트라, 합창, 연극 등)	148	14.0%	41.5%
2위	취미로 연주나 그림 그리기 등을 즐길 수 있는 여가 활동	144	13.7%	40.3%
3위	내 손으로 이것저것 직접 만들어보는 활동 (예. DIY, 목공방, 마을신문 제작 등)	118	11.2%	33.1%
4위	텃밭, 캠핑, 스포츠, 요리 등 생활과 문화예술이 섞인 활동	108	10.2%	30.3%
5위	전시회, 공연 등을 함께 관람하는 활동	107	10.2%	30.0%
6위	지금보다 높은 수준의 예술 공연 및 발표를 위한 강력한 관계의 멤버십 활동	87	8.3%	24.4%
7위	강연자, 문화예술 활동가, 마을 활동가 등의 이야기를 듣거나 가르침을 받는 것	83	7.9%	23.2%
8위	문화예술에 대한 사람들의 의견과 취향을 생활 속에서 나누는 모임 (예. 독서회)	69	6.5%	19.3%
9위	축제 장터 참가와 판매	64	6.1%	17.9%
	육아 문제, 노년 준비 등 사회적 어려움을 함께 해소하는 문화예술 활동	64	6.1%	17.9%
11위	내 마음을 표현하는 순수 창작 작업 및 창작 관련 공부 (예. 시쓰기 등)	52	4.9%	14.6%
12위	기타	10	.9%	2.8%
	합계	1054	100.0%	295.2%

## (2) 사업별 원하는 생활문화활동 비교

### ◎ 개요

- 사랑방문화클럽네트워크 사업에서 문화예술을 소재로 하는 공동체 활동, 취미로 할 수 있는 문화예술 여가 활동에 대한 요구가 두드러지게 많음
- 우리동네문화공동체만들기 사업에서는 각 활동 유형에 대한 요구가 사랑방문화클럽네트워크 사업에 비해 고루 분포된 편임
- 우리동네문화공동체만들기 사업 참여자는 대부분 원도심에 거주하며 사랑방문화클럽네트워크 사업에는 신도심 참여자가 많은 관계로 거주지별 요구가 사업별 요구와 유사한 양상을 보임

그림 15 : 사업별 원하는 생활문화활동 비교

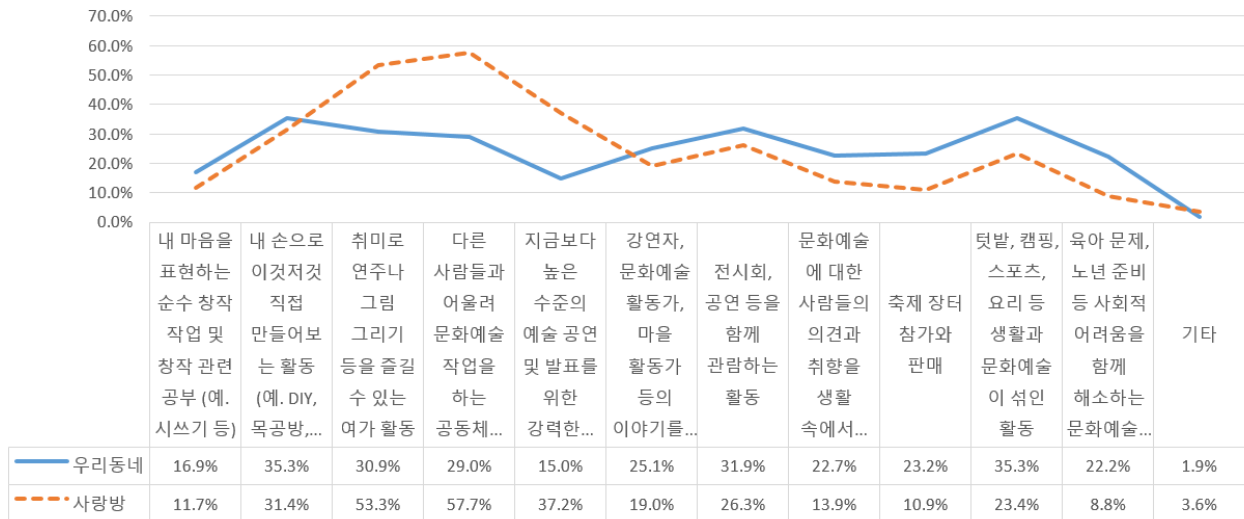
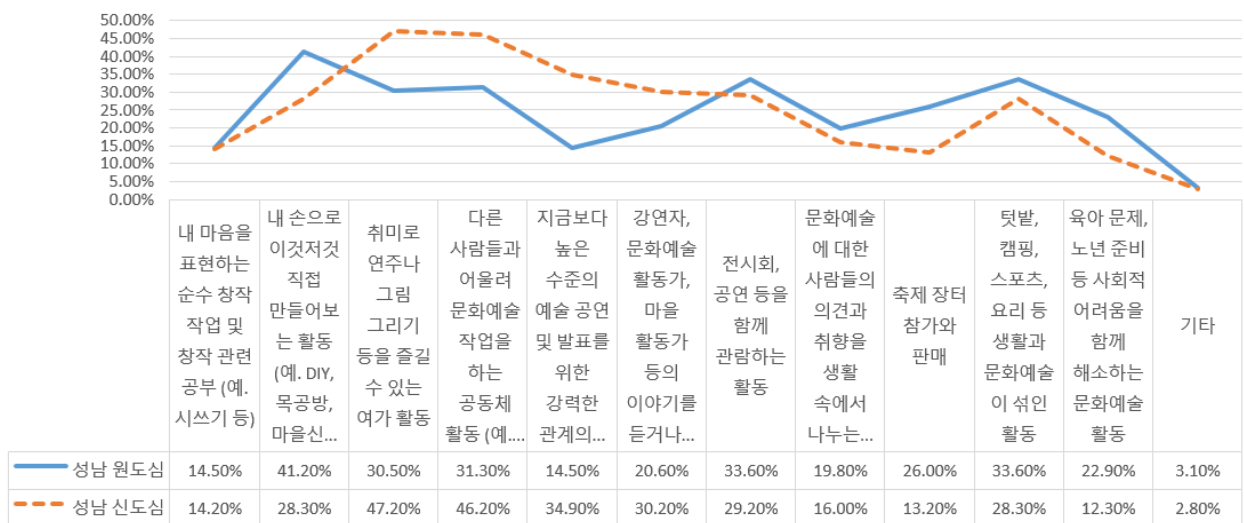


그림 16 : 거주지별 원하는 생활문화활동 비교



◎ 우리동네문화공동체만들기 만들기 사업 참여자 응답

- 5년 이상 사업에 참여했던 응답자들이 텃밭, 캠핑, 스포츠, 요리 등 생활과 밀접한 소재로 한 문화예술 활동에 대한 요구(62.5%)가 매우 높음
- 5년 이상 사업에 참여했던 응답자들은 육아 문제, 노년 준비 등 사회적 문제를 해결하기 위한 문화예술 활동에 대한 요구(37.5%)도 5년 이하 참가자에 비해 두드러지게 높음
- 1~5년차 참여한 응답자들은 직접 만들어보는 DIY(41.4%), 활동가 및 강연자의 강의(30%), 전시회·공연 등을 함께 관람하는 활동(40%)에 대한 요구가 다른 응답자 집단에 비해 두드러지게 높음

표 25 : 우리동네문화공동체만들기 사업 참여기간에 따라 원하는 생활문화활동 비교

요구활동	참여기간 합산			합계
	1년 미만	1년~5년 미만	5년 이상	
내 마음을 표현하는 순수 창작 작업 및 창작 관련 공부 (예. 시쓰기 등)	13 17.1%	9 12.9%	5 20.8%	27
내 손으로 이것저것 직접 만들어보는 활동 (예. DIY, 목공방, 마을신문 제작 등)	25 32.9%	29 41.4%	7 29.2%	61
취미로 연주나 그림 그리기 등을 즐길 수 있는 여가 활동	22 28.9%	23 32.9%	4 16.7%	49
다른 사람들과 어울려 문화예술 작업을 하는 공동체 활동 (예. 오케스트라, 합창, 연극 등)	24 31.6%	19 27.1%	8 33.3%	51
지금보다 높은 수준의 예술 공연 및 발표를 위한 강력한 관계의 멤버십 활동	10 13.2%	10 14.3%	7 29.2%	27
강연자, 문화예술 활동가, 마을 활동가 등의 이야기를 듣거나 가르침을 받는 것	15 19.7%	21 30.0%	4 16.7%	40
전시회, 공연 등을 함께 관람하는 활동	22 28.9%	28 40.0%	6 25.0%	56
문화예술에 대한 사람들의 의견과 취향을 생활 속에서 나누는 모임 (예. 독서회)	18 23.7%	17 24.3%	5 20.8%	40
축제 장터 참가와 판매	17 22.4%	17 24.3%	6 25.0%	40
텃밭, 캠핑, 스포츠, 요리 등 생활과 문화예술이 섞인 활동	20 26.3%	27 38.6%	15 62.5%	62
육아 문제, 노년 준비 등 사회적 어려움을 함께 해소하는 문화예술 활동	10 13.2%	18 25.7%	9 37.5%	37
기타	2 2.6%	0 0.0%	2 8.3%	4
합계	76	70	24	170

◎ 사랑방문화클럽네트워크 사업 참여자 응답

- 5년 이상 사업에 참여했던 응답자들은 5년 미만 응답자에 비해 활동가 및 강연자 강의(30.8%)를 듣고자 하는 요구가 두드러지게 높았으며 육아문제, 노년 준비 등 사회적 문제를 해결하기 위한 문화예술 활동에 대한 요구(17.3%)도 높았음

- 1년 이상 사랑방문화클럽네트워크 활동에 참여한 응답자들은 1년 미만 참여자들에 비해 지금보다 높은 수준의 예술 활동을 위한 강력한 멤버십 활동을 더 많이 요구하고 있음
- 1년 이상~5년 미만 참여자들은 다른 응답자들에 비해 전시회·공연 등을 함께 관람하는 활동을 두드러지게 많이 요구하는 것으로 나타남
- 1년 미만 참여자들은 문화예술을 소재로 하는 공동체 활동에 대한 요구가 77.8%에 이르는데 이는 세상에 알려진 사랑방문화클럽네트워크 사업의 정체성을 보고 관심을 가지기 시작했기 때문이라고 추론해볼 수 있음

표 26 : 사랑방문화클럽네트워크 사업 참여기간에 따라 원하는 생활문화활동 비교

요구활동	참여기간			합계
	1년 미만	1년~5년 미만	5년 이상	
내 마음을 표현하는 순수 창작 작업 및 창작 관련 공부 (예. 시쓰기 등)	3 11.1%	8 12.3%	5 9.6%	16
내 손으로 이것저것 직접 만들어보는 활동 (예. DIY, 목공방, 마을신문 제작 등)	4 14.8%	20 30.8%	18 34.6%	42
취미로 연주나 그림 그리기 등을 즐길 수 있는 여가 활동	14 51.9%	36 55.4%	28 53.8%	78
다른 사람들과 어울려 문화예술 작업을 하는 공동체 활동 (예. 오케스트라, 합창, 연극 등)	21 77.8%	34 52.3%	29 55.8%	84
지금보다 높은 수준의 예술 공연 및 발표를 위한 강력한 관계의 멤버십 활동	7 25.9%	24 36.9%	21 40.4%	52
강연자, 문화예술 활동가, 마을 활동가 등의 이야기를 듣거나 가르침을 받는 것	3 11.1%	12 18.5%	16 30.8%	31
전시회, 공연 등을 함께 관람하는 활동	6 22.2%	22 33.8%	13 25.0%	41
문화예술에 대한 사람들의 의견과 취향을 생활 속에서 나누는 모임 (예. 독서회)	7 25.9%	9 13.8%	5 9.6%	21
축제 장터 참가와 판매	5 18.5%	5 7.7%	5 9.6%	15
텃밭, 캠핑, 스포츠, 요리 등 생활과 문화예술이 섞인 활동	5 18.5%	15 23.1%	13 25.0%	33
육아 문제, 노년 준비 등 사회적 어려움을 함께 해소하는 문화예술 활동	1 3.7%	6 9.2%	9 17.3%	16
기타	1 3.7%	2 3.1%	2 3.8%	5
	27	65	52	144

### (3) 참여방식에 따라 원하는 생활문화활동 비교

◎ 참여의 적극성에 따라 향후 원하는 생활문화활동 차이가 있을 것이란 가정 하에 다중응답 분석

- 다른 사람들에게 연락하고 모임을 만드는 리더형, 리더는 아니지만 직접 자신의 관심사를 찾아 활동하는 적극적 유형, 다른 사람들 권유에 따라 함께 움직



- 이는 소극적 유형, 혼자 문화예술 관람과 작업을 즐기는 개인적 유형별로 분류
- 다른 사람들에게 연락하고 모임을 만드는 리더형, 리더는 아니지만 직접 자신의 관심사를 찾아 활동하는 적극적 유형, 다른 사람들의 권유를 따라 함께 움직이는 소극적 유형, 혼자 문화예술 관람과 작업을 즐기는 개인적 유형별 분류
- 모든 유형에서 생활 문화를 문화예술 취미 여가 활동으로 삼고자 하는 욕구가 공통적으로 높음
- 리더형은 다른 유형에 비해 텃밭, 캠핑, 스포츠, 요리 등 생활과 문화예술이 섞인 활동에 대한 선호가 상당히 높음
- 개인적 유형은 다른 유형에 비해 다른 사람들과 어울려 문화예술 작업을 하는 공동체 활동에 대한 요구가 낮고, 순수 창작과 DIY, 전시회·공연 등을 관람하는 활동에 대한 요구가 높음

표 27 : 참여방식에 따라 원하는 생활문화활동 비교

요구활동	참여방식				
	리더	적극적	수동적	개인적	
내 마음을 표현하는 순수 창작 작업 및 창작 관련 공부 (예. 시쓰기 등)	12 19.4%	16 12.8%	15 10.8%	14 33.3%	50
내 손으로 이것저것 직접 만들어보는 활동 (예. DIY, 목공방, 마을신문 제작 등)	17 27.4%	48 38.4%	46 33.1%	21 50.0%	111
취미로 연주나 그림 그리기 등을 즐길 수 있는 여가 활동	30 48.4%	55 44.0%	55 39.6%	21 50.0%	136
다른 사람들과 어울려 문화예술 작업을 하는 공동체 활동 (예. 오케스트라, 합창, 연극 등)	26 41.9%	54 43.2%	63 45.3%	13 31.0%	134
지금보다 높은 수준의 예술 공연 및 발표를 위한 강력한 관계의 멤버십 활동	18 29.0%	37 29.6%	31 22.3%	11 26.2%	82
강연자, 문화예술 활동가, 마을 활동가 등의 이야기를 듣거나 가르침을 받는 것	17 27.4%	29 23.2%	30 21.6%	11 26.2%	77
전시회, 공연 등을 함께 관람하는 활동	18 29.0%	39 31.2%	46 33.1%	17 40.5%	102
문화예술에 대한 사람들의 의견과 취향을 생활 속에서 나누는 모임 (예. 독서회)	14 22.6%	24 19.2%	24 17.3%	10 23.8%	62
축제 장터 참가와 판매	14 22.6%	12 9.6%	31 22.3%	14 33.3%	61
텃밭, 캠핑, 스포츠, 요리 등 생활과 문화예술이 섞인 활동	25 40.3%	36 28.8%	43 30.9%	11 26.2%	102
육아 문제, 노년 준비 등 사회적 어려움을 함께 해소하는 문화예술 활동	13 21.0%	27 21.6%	23 16.5%	8 19.0%	59
기타	3 4.8%	3 2.4%	5 3.6%	0 0.0%	9
합계	62	125	139	42	328

#### (4) 성별 연령별 원하는 생활문화활동 비교

##### ◎ 성별 비교

- 여성은 문화예술을 소재로 하는 공동체 활동(43.6%), 취미로 할 수 있는 문화

- 예술 여가 활동(40.2%), 직접 만들어보는 DIY(33.1%) 순으로 요구가 많음
- 남성은 문화예술을 소재로 하는 공동체 활동(45.8%), 활동가 및 강연자의 강의(39.6%), 전시회·공연 등을 함께 관람하는 활동(37.5%) 순으로 요구 많음

◎ 연령별 비교

- 전 연령에 걸쳐 문화예술을 소재로 하는 공동체 활동, 취미로 할 수 있는 문화 예술 여가 활동에 대한 요구가 높은 편임
- 10대와 20대는 전시회·공연 등을 함께 관람하는 활동에 대한 요구가 많은 것이 눈에 띈
- 30대와 50대는 지금보다 높은 수준의 예술 활동을 위한 강력한 멤버십 활동에 대한 요구가 많은 것이 눈에 띈
- 40대는 다른 연령대에 비해 유독 텃밭, 캠핑, 스포츠, 요리 등 생활과 밀접한 소재로 한 문화예술 활동에 대한 요구(45.9%)가 많음
- 60대 이상에서는 노년 준비라는 사회적 어려움을 함께 해소하려는 요구(33.3%)가 많은 것이 눈에 띈

표 28 : 성·연령별 원하는 생활문화활동 비교

		내 마음을 표현하는 순수 창작 작업 및 창작 관련 공부 (예. 시쓰기 등)	내 손으로 이것저것 직접 만들어보는 활동 (예. DIY, 목공방, 마술신문 제작 등)	취미로 연주나 그림 그리기 등을 즐길 수 있는 여가 활동	다른 사람들과 어울려 문화예술 작업을 하는 공동체 활동 (예. 오케스트라, 합창, 연극 등)	지금보다 높은 수준의 예술 공연 및 발표를 위한 강력한 멤버십 활동	강연자, 문화예술 활동가, 마을 활동가 등의 이야기를 듣거나 가르침을 받는 것	전시회, 공연 등을 함께 관람하는 활동	문화예술에 대한 사람들의 의견과 취향을 생활 속에서 나누는 모임 (예. 독서회)	축제 장터 참가와 판매	텃밭, 캠핑, 스포츠, 요리 등 생활과 문화예술이 섞인 활동	육아 문제, 노년 준비 등 사회적 어려움을 함께 해소하는 문화예술 활동	기타	합계
성별	남	8 16.7%	16 33.3%	22 45.8%	15 31.3%	9 18.8%	19 39.6%	18 37.5%	11 22.9%	8 16.7%	17 35.4%	5 10.4%	1 2.1%	48
	여	40 13.5%	98 33.1%	119 40.2%	129 43.6%	77 26.0%	62 20.9%	86 29.1%	53 17.9%	53 17.9%	85 28.7%	54 18.2%	9 3.0%	296
합계		48	114	141	144	86	81	104	64	61	102	59	10	344
연령	10대	8 17.4%	16 34.8%	19 41.3%	24 52.2%	7 15.2%	8 17.4%	14 30.4%	5 10.9%	7 15.2%	13 28.3%	3 6.5%	0 0.0%	46
	20대	5 23.8%	6 28.6%	9 42.9%	9 42.9%	5 23.8%	3 14.3%	7 33.3%	4 19.0%	1 4.8%	3 14.3%	2 9.5%	0 0.0%	21
	30대	6 12.0%	14 28.0%	19 38.0%	16 32.0%	15 30.0%	9 18.0%	12 24.0%	11 22.0%	11 22.0%	8 16.0%	8 16.0%	0 0.0%	50
	40대	12 14.1%	36 42.4%	37 43.5%	31 36.5%	15 17.6%	23 27.1%	30 35.3%	21 24.7%	17 20.0%	39 45.9%	18 21.2%	2 2.4%	85
	50대	15 13.3%	37 32.7%	41 36.3%	53 46.9%	34 30.1%	30 26.5%	31 27.4%	20 17.7%	22 19.5%	30 26.5%	19 16.8%	5 4.4%	113
	60대 이상	6 14.3%	9 21.4%	19 45.2%	15 35.7%	11 26.2%	10 23.8%	13 31.0%	8 19.0%	6 14.3%	15 35.7%	14 33.3%	3 7.1%	42
합계		52	118	144	148	87	83	107	69	64	108	64	10	357

## 2-6. 관심 있는 생활문화 장르

### (1) 개요

- ◎ 생활문화의 장르를 어디까지 볼 것인지에 관해 조광호의 생활문화 분류 기준을 참조<sup>8)</sup>
- 조광호 분류의 특징은 협소한 전문예술 장르 구분을 넘어서 생활 영역에서의 문화 활동을 광범위하게 포괄하려고 했다는 점
  - 성남의 생활문화공동체 참여자들의 실제 장르적 요구가 어느 범위까지 미치는지 알아보기 위해 보다 광범위한 조광호의 연구를 참조하여 수요 조사

그림 17 : 생활문화 장르 분류 (조광호)

〈표 4-5〉 생활문화 장르범위 구분

구분	유형 설명	활동 장르유형
생활문화 장르범위	생활예술	문화예술진흥법 상의 예술 장르에 해당하는 계열의 문화활동 분야 · 문학 · 미술 · 음악 · 무용 · 연극 · 영화 · 국악 · 사진 · 건축 · 어문 · 만화 등
	생활기술	예술에 속하지 않는 장르로서 일상 생활과 함께 동시에 자기개발, 여가, 취미 등의 목적으로 향유하는 사회적 문화활동 분야 · 생활과 밀접한 기술자격 취득 가능 학습 및 교육활동 - 언어교육, 생활공예, 요리 및 제과 제빵, 네일아트, 꽃꽂이, 바리스타 등 · 개인의 자기개발적 문화욕구 충족을 위해 즐기는 취미 및 오락 활동 - 생활공예(압화/비즈공예/DIY 등), 다도, 마술, 놀이(바둑 / 장기 / 체스 등), 캘리그라피 등
	생활교류	문화를 기반으로 하는 사회교류 및 매개와 사회적 공헌이 이루어지는 문화적 사회활동 분야 · 사회적 문화활동(교류/매개/공헌) - 마을만들기활동(사회공동체 포함), 생활커뮤니티 및 클럽활동, 문화 기획 및 매개활동, 문화기반 봉사 활동 등 · 전통교육 및 보존 - 역사/전통 교육 - 문화재지킴이 등
	생활기타	생활예술 / 생활기술 / 생활교류 그 어디에도 속하지 않는 문화 활동 분야 · 새로운 활동범주 및 복합적 양상이 나타날 때 그 외 기타범위로 설정

8) 조광호 외(2015), 『생활문화 활동조사를 위한 기초연구』, 한국문화관광연구원, 84~85p, 105p, 122~123p.

◎ 생활문화 관심장르 종합순위

- 전문예술 분야는 음악(1위), 미술(2위), 연극(6위), 문학(7위)로 상위권에 포진
- 일상 속 문화 활동으로는 영화(2위), 여행(3위)이 상위권에 올랐고 생활스포츠(5위), 요리·제과제빵(7위) 등 문화보다는 생활기술에 가까운 분야도 상위권
- 인문역사, 외국어, 전통·문화재 등 인문 분야는 중위권에 포진
- 마술, 건축, 다도, 서예, 만화처럼 특수한 분야는 하위 순위를 차지함

표 29 : 생활문화 관심장르 종합순위

		응답		케이스 퍼센트
		N	퍼센트	
1위	음악	185	10.8%	51.7%
2위	영화	150	8.7%	41.9%
3위	여행	137	8.0%	38.3%
4위	미술	126	7.3%	35.2%
5위	생활스포츠	100	5.8%	27.9%
6위	연극	85	5.0%	23.7%
7위	문학	83	4.8%	23.2%
	요리,제과제빵	83	4.8%	23.2%
9위	인문역사	82	4.8%	22.9%
10위	외국어	81	4.7%	22.6%
11위	바리스타	63	3.7%	17.6%
12위	사진	60	3.5%	16.8%
13위	캘리그래프	56	3.3%	15.6%
14위	생활공예	53	3.1%	14.8%
15위	전통,문화재	50	2.9%	14.0%
16위	무용	48	2.8%	13.4%
17위	네일아트	42	2.4%	11.7%
18위	꽃꽂이	36	2.1%	10.1%
19위	국악	35	2.0%	9.8%
20위	놀이(바둑,장기,체스등)	30	1.7%	8.4%
21위	다도	29	1.7%	8.1%
	마술	29	1.7%	8.1%
23위	서예	26	1.5%	7.3%
24위	건축	25	1.5%	7.0%
25위	만화	23	1.3%	6.4%
합계		1717	100.0%	479.6%

(2) 거주지별 참여사업별 관심장르

◎ 성남 신도심 응답자는 사랑방문화클럽네트워크 사업에, 성남 원도심 응답자는 우리 동네문화공동체만들기 사업에 참여한 경우가 많기 때문에 거주지와 사업에 따른 관심장르를 함께 살펴봄

- 거주지, 참여사업 관계없이 영화, 미술, 음악, 여행에 대한 관심이 높음

- 성남 신도심에 비해 성남 원도심에서 여러 장르에 걸쳐 분산된 관심을 보여줌  
(우리동네문화공동체만들기 사업 참여자도 다양한 장르에 고른 관심을 보임)
- 신도심, 사랑방문화클럽네트워크 사업 참여자들은 음악에 대한 관심이 매우 높고, 그 외 문학, 영화, 외국어, 미술, 여행 등에 높은 관심을 보임

표 30 : 거주지·참여사업에 따른 생활문화 관심장르 비교

	거주지			합계	참여사업			합계
	성남 신도심	성남 원도심	성남 외		사랑방	우리동네	둘 다 참여	
문학	28 25.9%	33 25.2%	17 19.5%	78	30 22.2%	52 24.8%	1 7.7%	83
영화	46 42.6%	54 41.2%	41 47.1%	141	64 47.4%	79 37.6%	7 53.8%	150
다도	9 8.3%	15 11.5%	3 3.4%	27	10 7.4%	19 9.0%	0 0.0%	29
마술	0 0.0%	20 15.3%	6 6.9%	26	9 6.7%	20 9.5%	0 0.0%	29
외국어	25 23.1%	19 14.5%	27 31.0%	71	46 34.1%	32 15.2%	3 23.1%	81
미술	37 34.3%	48 36.6%	35 40.2%	120	52 38.5%	70 33.3%	4 30.8%	126
국악	11 10.2%	13 9.9%	7 8.0%	31	13 9.6%	21 10.0%	1 7.7%	35
서예	9 8.3%	11 8.4%	4 4.6%	24	5 3.7%	20 9.5%	1 7.7%	26
놀이 (바둑,장기,체스등)	5 4.6%	20 15.3%	4 4.6%	29	5 3.7%	23 11.0%	2 15.4%	30
인문역사	20 18.5%	32 24.4%	21 24.1%	73	28 20.7%	53 25.2%	1 7.7%	82
음악	70 64.8%	49 37.4%	60 69.0%	179	98 72.6%	75 35.7%	12 92.3%	185
사진	17 15.7%	22 16.8%	13 14.9%	52	19 14.1%	40 19.0%	1 7.7%	60
꽃꽂이	9 8.3%	17 13.0%	7 8.0%	33	10 7.4%	25 11.9%	1 7.7%	36
요리,제과제빵	19 17.6%	40 30.5%	16 18.4%	75	28 20.7%	53 25.2%	2 15.4%	83
전통,문화재	10 9.3%	23 17.6%	12 13.8%	45	12 8.9%	36 17.1%	2 15.4%	50
무용	11 10.2%	27 20.6%	9 10.3%	47	13 9.6%	34 16.2%	1 7.7%	48
건축	3 2.8%	12 9.2%	3 3.4%	18	4 3.0%	20 9.5%	1 7.7%	25
생활공예	10 9.3%	25 19.1%	11 12.6%	46	14 10.4%	35 16.7%	4 30.8%	53
바리스타	13 12.0%	29 22.1%	17 19.5%	59	24 17.8%	38 18.1%	1 7.7%	63
여행	37 34.3%	49 37.4%	41 47.1%	127	54 40.0%	77 36.7%	6 46.2%	137
연극	18 16.7%	44 33.6%	19 21.8%	81	25 18.5%	59 28.1%	1 7.7%	85
만화	1 .9%	17 13.0%	2 2.3%	20	6 4.4%	16 7.6%	1 7.7%	23
캘리그래프	13 12.0%	32 24.4%	8 9.2%	53	14 10.4%	40 19.0%	2 15.4%	56
네일아트	4 3.7%	28 21.4%	7 8.0%	39	10 7.4%	31 14.8%	1 7.7%	42
생활스포츠	31 28.7%	38 29.0%	24 27.6%	93	38 28.1%	53 25.2%	9 69.2%	100
	108	131	87	326	135	210	13	358

### (3) 성별 연령별 관심장르

#### ◎ 성별 관심장르 순위

- 남녀 모두 높은 관심을 가진 장르와 기존 성관념에 따라 차이를 보이는 관심 장르가 있음
- 남녀 모두 5위권 내 음악, 여행, 영화, 미술, 생활스포츠가 포진하고 있으며 세부적으로 남성은 1위가 여행, 여성은 1위가 음악이었고 영화는 남녀 모두 2위로 40% 넘는 응답률을 보였음
- 남성은 여성에 비해 전통문화재, 건축, 연극 등에서 상당히 높은 관심을 보였으며 여성은 요리·제과제빵, 외국어, 캘리그라프 등의 장르에서 남성보다 상당히 높은 관심을 보였음
- 그러나 남성 응답자가 여성 응답자의 1/4 가량으로 남성의 생활문화 참여가 높아질 경우 관심 순위가 변화할 가능성이 있음

표 31 : 성별 관심장르 순위 비교

남				여		
23	48.90%	여행	1순위	음악	55.70%	166
19	40.40%	영화	2순위	영화	42.60%	127
17	36.20%	미술	3순위	여행	36.90%	110
15	31.90%	음악	4순위	미술	35.90%	107
15	31.90%	생활스포츠	5순위	생활스포츠	27.50%	82
14	29.80%	인문역사	6순위	요리,제과제빵	25.50%	76
11	23.40%	문학	7순위	연극	25.20%	75
10	21.30%	전통문화재 건축 연극	8순위	외국어	24.50%	73
			9순위	문학	23.20%	69
			10순위	인문역사	21.80%	65
9	19.10%	사진	11순위	바리스타	18.50%	55
8	17.00%	바리스타	12순위	캘리그라프	17.40%	52
6	12.80%	외국어 생활공예	13순위	사진	16.80%	50
			14순위	생활공예	15.10%	45
5	10.60%	국악 놀이(바둑,장기,체스등)	15순위	무용	14.40%	43
			16순위	네일아트	14.10%	42
4	8.50%	무용	17순위	전통,문화재	12.40%	37
3	6.40%	미술 서예 꽃꽂이 요리,제과제빵 캘리그라프	18순위	꽃꽂이	10.40%	31
			19순위	국악	9.10%	27
			20순위	다도 미술	8.70%	26
			21순위			
			22순위	놀이(바둑,장기,체스등)	7.40%	22
2	4.30%	다도	23순위	만화	7.00%	21
1	2.10%	만화	24순위	서예	6.40%	19
0	0.00%	네일아트	25순위	건축	5.00%	15
47	빈도수 합계					298

◎ 연령별 관심장르 순위

- 10대는 연극(63%, 40%)에 대한 관심율이 다른 연령대에 비해 압도적으로 높고 바리스타와 요리·제과제빵에 대한 관심도 높아서 다른 연령대와 차별적인 특징을 보임
- 40대는 인문역사, 전통문화재에 대한 관심율이 다른 연령대에 비해 높음
- 50대 이상은 생활스포츠와 여행에 대한 관심율이 다른 연령대에 비해 높으며 60대 이상에서 외국어에 대한 관심이 높게 나타난 점이 특징적임
- 30대는 큰 특징이 없고 20대는 표본수가 적어 분석에 적합지 않음

표 32 : 연령별 관심장르 비교

	연령						합계
	10대	20대	30대	40대	50대	60대	
문학	10 21.7%	8 40.0%	11 21.6%	22 25.9%	23 20.2%	9 21.4%	83
영화	24 52.2%	12 60.0%	19 37.3%	32 37.6%	49 43.0%	14 33.3%	150
다도	6 13.0%	3 15.0%	5 9.8%	8 9.4%	4 3.5%	3 7.1%	29
미술	14 30.4%	0 0.0%	3 5.9%	5 5.9%	7 6.1%	0 0.0%	29
외국어	7 15.2%	6 30.0%	10 19.6%	15 17.6%	27 23.7%	16 38.1%	81
미술	19 41.3%	9 45.0%	22 43.1%	31 36.5%	30 26.3%	15 35.7%	126
국악	2 4.3%	5 25.0%	4 7.8%	14 16.5%	8 7.0%	2 4.8%	35
서예	0 0.0%	1 5.0%	4 7.8%	11 12.9%	6 5.3%	4 9.5%	26
놀이(바둑,장기,체스등)	9 19.6%	3 15.0%	3 5.9%	7 8.2%	5 4.4%	3 7.1%	30
인문역사	5 10.9%	5 25.0%	6 11.8%	28 32.9%	26 22.8%	12 28.6%	82
음악	25 54.3%	13 65.0%	26 51.0%	38 44.7%	60 52.6%	23 54.8%	185
사진	9 19.6%	4 20.0%	8 15.7%	17 20.0%	17 14.9%	5 11.9%	60
꽃꽂이	7 15.2%	6 30.0%	4 7.8%	7 8.2%	8 7.0%	4 9.5%	36
요리,제과제빵	17 37.0%	6 30.0%	12 23.5%	15 17.6%	26 22.8%	7 16.7%	83
전통,문화재	4 8.7%	2 10.0%	6 11.8%	17 20.0%	12 10.5%	9 21.4%	50
무용	13 28.3%	4 20.0%	3 5.9%	11 12.9%	12 10.5%	5 11.9%	48
건축	5 10.9%	1 5.0%	2 3.9%	7 8.2%	8 7.0%	2 4.8%	25
생활공예	8 17.4%	6 30.0%	6 11.8%	14 16.5%	13 11.4%	6 14.3%	53
바리스타	14 30.4%	3 15.0%	7 13.7%	14 16.5%	21 18.4%	4 9.5%	63
여행	13 28.3%	8 40.0%	15 29.4%	26 30.6%	55 48.2%	20 47.6%	137
연극	29 63.0%	8 40.0%	10 19.6%	18 21.2%	18 15.8%	2 4.8%	85
만화	9 19.6%	2 10.0%	2 3.9%	6 7.1%	4 3.5%	0 0.0%	23
캘리그라프	15 32.6%	4 20.0%	11 21.6%	13 15.3%	11 9.6%	2 4.8%	56
네일아트	13 28.3%	5 25.0%	11 21.6%	7 8.2%	5 4.4%	1 2.4%	42
생활스포츠	10 21.7%	4 20.0%	12 23.5%	21 24.7%	39 34.2%	14 33.3%	100
총합계	46	20	51	85	114	42	358

## 2-7. 종합만족도 영향 요인 (요인분석, 회귀분석)

◎ 생활문화 종합만족도와 향후 참여 의사에 어떤 요인이 얼마나 영향을 미치는지 알아보기 위해 요인분석과 회귀분석을 실시함

- 요인분석을 통해 생활문화공동체 사업 현 상태에서 중요하게 작동하는 요인들을 찾아볼 수 있으며, 생활문화의 이상적 목표를 담아 이론적으로 설계한 경기문화재단 생활문화지표 체계와의 비교도 가능함

### (1) 요인분석 결과

표 33 : 요인분석 추출요인

추출 요인	경기문화재단 생활문화지표 측정틀과의 비교		요인분석				신뢰도	요인 평균
			요인적재량	공통성	고유값	분산(%)	Cronbach's a	
요인1 일반적 신뢰	함께하다_신뢰	동네이웃	.826	.798	6.270	17.416	.916	3.73
		개인적 친분(친구, 직장동료)	.789	.774				
		가족	.740	.715				
		성남문화재단 관계자	.713	.596				
		함께 생활문화 활동하는 사람	.666	.647				
		처음 만난 낯선 사람	.654	.591				
	함께하다_관용	다문화 수용성	.719	.633				
		다른 가치관 및 의견에 대한 포용성	.584	.567				
요인2 창의적 학습	놀다	창의성_상상력	.766	.729	6.029	16.746	.930	3.96
		자기주도성_몰입	.742	.746				
		표현성	.675	.691				
		즉흥성	.659	.620				
		창의성_도전성	.638	.618				
	배우다	지식과기술	.617	.727				
		비판적 사고력	.589	.681				
		이해 취향	.582 .575	.678 .594				
요인3 참여와 소통	함께하다_사회참여	타인의 행복에 기여	.700	.776	5.418	15.050	.935	3.93
		소속감	.632	.746				
		환대감	.620	.714				
		공동체 목표	.605	.757				
	함께하다_소통	새로운 관계 생성	.654	.723				
		도움을 주고 받는 관계	.609	.702				
		타인의 말을 듣는 태도	.603	.680				
		기존 관계 지지 강화 (가족, 친구)	.603	.693				
요인4 개인의 행복	복돋다_행복감	건강함	.723	.802	4.403	12.231	.934	4.04
		전반 행복감	.710	.818				
		내 삶에 대한 낙관성	.673	.756				
	복돋다_정서회복능력	정서조절력(스트레스 대처)	.641	.702				
		자기효능감	.623	.669				
		공감능력	.617	.746				
	바라다	활동비용 부담	.844	.721	2.502	6.950	.788	2.99
		시간부족	.709	.517				
요인5 진입 여건	만나다	주위에 관심 있는 생활문화활동 없음	.773	.623	2.502	6.950	.788	2.99
		생활문화활동 공간 사용 어려움	.759	.601				



◎ 요인분석은 같은 속성을 갖는 변수들끼리 묶어주는 작업

- 경기문화재단 생활문화지표 문항에 리더십 측정을 위한 정치효능감 문항을 추가해 요인분석 결과 총 5개의 요인 추출
- 경기문화재단 생활문화지표의 ‘북돋다’ 영역의 문항들은 요인 타당성과 신뢰성이 모두 확보되어 그대로 회귀분석에 사용 ⇒ <요인4 : 개인의 행복>
- ‘함께하다’ 영역의 문항들은 신뢰, 관용에 관한 문항들이 한 묶음으로 묶였고 (요인1) 사회참여, 소통에 관한 문항들이 정치적 효능감 문항과 한 묶음으로 묶임(요인3) ⇒ <요인1 : 일반적 신뢰>, <요인3 : 참여와 소통>로 이름붙임
- ‘놀다’, ‘배우다’의 문항들이 한 묶음으로 묶임 ⇒ <요인2 : 창의적 학습>
- 생활문화 진입여건을 알아보기 위해 설계되었던 경기문화재단 생활문화지표의 ‘바라다’, ‘만나다’의 문항들이 한 묶음으로 묶임 ⇒ <요인5 : 진입여건>

◎ 이 같은 요인분석 결과는 경기문화재단에서 2016년 하반기 생활문화 정책지표 개발연구를 위해 시흥과 군포에서 시행하였던 소셜픽션 워크숍 참관에서 관찰한 양상과 같음

- 지역 생활문화활동 관계자들과 함께 지역 지표에 대한 요구 및 아이디어를 수렴하는 과정에서 생활문화지표의 ‘바라다’, ‘만나다’ 측정 영역에 대한 혼동이 있어 두 개의 지표를 합하여 ‘시작하다’로 워크숍을 진행하였음
- 현재 생활문화프로그램의 대다수 형태가 놀이와 자발적 학습 성취를 명확히 구분하지 않기 때문에, 생활문화활동 관계자들은 ‘놀다’와 ‘배우다’ 역시 혼동하는 것으로 보였음

◎ ‘함께하다’가 두 개의 요인으로 나뉜 이유는 <요인3 : 참여와 소통> 과정은 사업 내 관계에 국한해 일어나는데, 신뢰와 관용을 묻는 <요인1 : 일반적 신뢰> 문항들은 보편적 시민의식의 향상을 측정하고 있기 때문으로 보임

## (2) 다중회귀분석 결과

◎ 생활문화활동 종합만족도 회귀분석

- 종합만족도에 영향을 미치는 요인과 그 중요도를 알기 위해 표 34의  $\beta$ 을 비교
- 그 결과, 참여와 소통 > 개인의 행복 > 창의적 학습 > 일반적 신뢰 > 진입여건의 순으로 종합만족도에 영향을 주었다고 볼 수 있음

◎ 향후 참여의사 회귀분석

- 진입여건은 향후 참여의사에 의미 있는 영향을 주지 못 한다 볼 수 있는데(유

의확률>0.5), 이는 이미 사업에 참여 중인 사람들에게 설문했기 때문에 나타난 결과일 수 있음

- 진입여건을 제외하고 참여와 소통 > 개인의 행복 > 일반적 신뢰 > 창의적 학습의 순으로 향후 참여의사에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있음

**표 34 : 생활문화활동 종합만족도 회귀분석 결과**

종속변수	독립변수	표준오차	$\beta$	t값	유의확률	공차한계
생활문화 활동 종합만족도	상수	0.031		133.466	0.000	
	요인1 : 일반적신뢰	0.031	0.261	6.354	0.000	0.999
	요인2 : 창의적학습	0.031	0.357	8.693	0.000	1.000
	요인3 : 참여와소통	0.031	0.425	10.351	0.000	1.000
	요인4 : 개인의행복	0.031	0.412	10.032	0.000	1.000
	요인5 : 진입여건	0.032	-0.115	-2.795	0.006	0.999
	R=0.744, R <sup>2</sup> =0.554, 수정된R <sup>2</sup> =0.545, F=65.763597, p=0.000, Dublin-Watson=1.838					

**표 35 : 향후 참여의사 회귀분석 결과**

종속변수	독립변수	표준오차	$\beta$	t값	유의확률	공차한계
향후 유사사업 참여의사	상수	0.037		112.057	0.000	
	요인1 : 일반적신뢰	0.037	0.331	7.239	0.000	1.000
	요인2 : 창의적학습	0.037	0.231	5.048	0.000	1.000
	요인3 : 참여와소통	0.037	0.404	8.828	0.000	1.000
	요인4 : 개인의행복	0.037	0.336	7.340	0.000	1.000
	요인5 : 진입여건	0.037	-0.060	-1.306	0.193	1.000
	R=0.663, R <sup>2</sup> =0.440, 수정된R <sup>2</sup> =0.429, F=42.053969, p=0.000, Dublin-Watson=1.906					

◎ 종합만족도와 향후 참여의사 영향 요인 비교

- 종합만족도와 향후 참여의사에 참여와 소통, 개인의 행복은 모두 주요한 영향 요인임
- 종합만족도에서는 놀이와 배움에 관한 요인인 창의적 학습이 사회적 관계 요인인 일반적 신뢰보다 중요한 영향을 미쳤는데 향후 참여의사에는 일반적 신뢰가 창의적 학습보다 더 큰 영향을 미친 것으로 나타났음
- 시간, 공간 등의 장애요인인 진입여건은 만족도 측면에서 부정적 영향을 준 것으로 나타났으나 향후 참여의사에는 유의미한 영향을 주지 못한 것으로 나타남

---

PART 2.

생활문화 프로그램 조사

---

# 1. 조사 목적 및 방법

## 1-1. 조사 목적

- ◎ 성남 생활문화공동체 사업에 적용 가능한 프로그램 조사 및 분석
- ◎ 새로운 프로그램에 대한 욕구 및 현 시류를 반영한 프로그램 조사

## 1-2. 조사 대상 및 방법

- ◎ 방    법    언론 매체 자료 및 타 기관 연구보고 조사 및 분석

- ◎ 대    상    성남의 생활문화공동체 사업에 적용 가능한 프로그램
  - 전국에서 진행되고 있는 기존 생활문화 프로그램
  - 성과평가를 바탕으로 파악된 욕구에 적합한 프로그램
  - 시류를 반영한 문화예술 참여 프로그램

- ◎ 분류기준   사례의 기계적 유형별 분류 대신, 유의미한 결과를 만들고 있는 사례의 특징을 중심으로 프로그램 내용을 세부적으로 살펴봄  
수요조사에 따라 현재 성남문화재단에서 운영하고 있는 생활문화공동체 사업을 보완/발전시켜줄 가능성이 있는 사례를 중심으로 조사

## 2. 조사 결과: 특징별 사례 소개

표 36 : 프로그램 구분과 각 사례

구분	프로그램 사례
2-1. 요리와 음식 나눔	나와유, 우리동네 ~하더라 셰프
2-2. 함께 읽고 배우기	똑똑도서관, 땡땡책협동조합, 인디고서원, 문탁네트워크
2-3. 마을공동체와 축제	동천마을네트워크, 성대골마을
2-4. 공간거점	느티나무도서관, 담쟁이문화원, 청춘플랫폼
2-5. 일상 속 제작메이커makers 문화	협동조합 마을공방사이, 팝랩, 문화재생 쇼케이스 <수작, 먹고 사는 기예술>展
2-6. 온라인 플랫폼	집밥, 오픈컬리지, 트레바리, 유자생활
2-7. 예술가 협력	창작뮤지컬 소우주환상곡, 416가족극단 노란리본, 서울문화재단 게릴라춤판

### 2-1. 요리와 음식 나눔

: 음식을 나누며 쌓아가는 모임과 강좌

#### ◎ 특성

요리가 주요 활동이 아니라도 음식을 함께 나누는 모임 프로그램을 쉽게 찾아볼 수 있었다. ‘함께 먹는다’는 기본적인 행위 위에 독서, 토론, 강좌 등 다양한 활동으로 확장이 가능하다. 아래 두 가지 사례는 음식 나눔, 함께 먹는 행위를 통해 가장 기본적이면서도 축제성을 획득하고 공감대를 형성하는 경우이다.

표 37 : ‘요리와 음식 나눔’ 사례별 개요

프로젝트	나와유 부침개축제	우리동네 ~하더라 주민셰프
활동지역	경기도 남양주	경기도 남양주
운영내용	마을에 한턱 쏙니다~ 부침개, 300인 Big Table ‘우리동네 ~하더라 셰프’와 함께	재미있거나 의미있는 음식의 레시피를 가진 주민 셰프 발굴
참여규모 (인원)	3,000여명 규모(2013년 기준)	20명 내외
운영기간	2012년 10월 ~ (매년 10월 중)	2016년 6월 29일 ~ 11월 30일

## (1) 나와유 부침개 축제

- 운영내용
  - 각 참가자가 부침개 재료와 식기, 장비 등을 가지고 와 축제장에서 부침개를 만들어 제공
  - 시식 주민들은 맛상과 멋상을 투표로 뽑아 시상
- 주요참가 문화의집 동아리, 마을 단체, 온라인카페, 개인 및 상가 주민 등

5만 가구의 신도시가 조성되며 인구 10만을 바라보는 남양주시 진접에 위치한 진접문화의집은 주민 참여와 주민 자발 성격의 기획 프로그램으로 생활문화 사업에서 유의미한 결과를 보여주고 있다. 가장 대표적인 프로그램은 봄·가을에 있는 나와유 축제이다. 특히, 가을에 펼쳐지는 나와유 부침개축제는 서민의 대표적인 공동체 음식이자 나눔의 음식인 부침개를 주요 소재로 하고 있다. 참가자들이 각자 준비해 온 부침개를 열심히 부쳐내 축제를 찾아온 마을 주민들에게 '한턱 쏘는' 것이다. 축제장을 찾아와 부침개를 시식한 주민들은 맛상과 멋상을 뽑는 투표를 한다.

주요 참가자들은 문화의집 동아리, 마을 단체들, 온라인카페, 개인 그리고 상가 등 다양한 마을 구성원으로 부침개를 부치는 자리 한 편에서 각 단체를 홍보하는 공간을 마련하여 소개하거나 신입회원을 모집하기도 한다.<sup>9)</sup>



그림18 : 나와유 부침개축제 홍보이미지



그림19 : 우리동네 ~하더라쉐프 홍보 이미지

9) 조미자(2016) “동네를 바꾸는 <나와유> 축제와 생활문화예술활동” 『지지봄봄』 18호, 8월 16일.  
링크: <http://www.gbom.net/284>

## (2) 우리 동네 숨은 고수를 찾아라! 우리동네 ~하더라 주민쉐프

- 대 상 남양주시 지역 내 단체의 구성원 혹은 지역 내 일반 주민 중 추천 20명 내외
- 운영방식
  - 주민쉐프의 음식을 먹으며 담소
  - 진행 과정은 음식과 사연을 담은 책으로 엮어 출간 예정

이웃에서 ‘~하더라’는 숨은 고수를 찾고 일반주민이 강사라는 전문직업을 가질 수 있도록 도움을 제공한다. 지역주민이 음식을 통해 소통할 수 있는 기회를 제공하고, 마을주민 간 꾸준한 소통을 꾀한다. 음식 준비부터 상차림, 식사까지 음식에 얹힌 사연과 같이 자기 이야기를 풀어 놓고 소통한다. 분위기가 무르익으면 문화의집에서 배운 악기와 춤 솜씨를 선보인다.

음식을 함께 먹으면서 자연스럽게 상처를 꺼내고 공감하며 각자의 재능으로 서로를 위로하고 즐기는 자리이다. 20회 진행예정이며 각 음식과 사연을 담은 책을 엮어 출간할 예정이라고 한다.<sup>10)</sup>

### ◎ 공감대를 형성하는 모임의 기본, 함께하는 밥상

이제까지 소개한 프로그램 중 위의 사례 외에도 ‘집밥’, ‘청춘플랫폼’ 등 많은 곳에서 간단한 다과, 음료, 한 끼 식사 등을 통해 팀웍과 친밀감을 형성한다. 공감대를 형성하는 방법으로 한 끼 밥상처럼 함께 읽기도 유사한 효과를 기대하게 한다. 단순하면서도 사람들 사이의 기본적인 욕구를 공통적으로 해소하는 다양한 프로그램의 연구/개발은 생활문화에 대한 접근성을 높여주며 삶의 복지/질 개념을 문화적으로 확장해 줄 것으로 보인다.

10) 류설아(2016) “생활문화는 OO이다 9. 남양주 진접문화의집 ‘~하더라 쉼프’ 프로그램” 『경기일보』 10월 18일.  
링크: <http://m.kyeonggi.com/?mod=news&act=articleView&idxno=1253502>

## 2-2. 함께 읽고 배우기

: 독서모임, 인문학 매개 모임 등

### ◎ 특성

독서는 혼자서 가장 간편하게 즐길 수 있는 대표적인 취미 중 하나이다. 그러나 책을 혼자 읽는다는 관념을 벗어나서 함께 읽고, 읽은 내용을 통해 관계를 지속하고 생각의 깊이를 더하는 커뮤니티 활동이 활발해 지고 있다. 이들은 책을 통해 관계의 기회를 늘리고 공유하는 공간을 확장하며 독서와 인문학적 사유, 그 다음 활동을 모색하는 모습을 공통적으로 보여준다.

아래 사례들은 함께하는 독서와 인문학적 사유를 통해 이웃에게 먼저 말을 걸고, 관계를 다지는데 성공적인 모습들을 보여준다. 독서 공동체는 성장하면서 구성원들에게 다양한 문화 활동에 도전할 수 있는 원동력을 제공하고, 공동체 재생·공유공간의 개발 등과 같이 사고<sup>思考</sup>를 적극적인 행위로 전환할 수 있는 기회를 만들어내면서 가시적인 영향력을 이끌어내기도 한다.

표 38 : ‘함께 읽고 배우기’ 사례별 개요

프로젝트	똑똑도서관	땡땡책협동조합	인디고서원	문탁네트워크
웹페이지	www.knocklibrary.org	www.facebook.com/00bookcoop	www.indigoground.net	www.moontaknet.com
활동지역	전국 50여개 지역 마을·아파트 커뮤니티	서울 마포구 성산동 (성미산 마을)	부산 전역	경기도 용인
활동형태	도서 공유를 통한 이웃 간 문화 활동	독서모임 외 다양한 운동	인문학 중심 독서모임 및 토론회	인문학 중심의 다양한 소모임
주요 활동가	김승수 파주 똑똑도서관 관장 외 지역 별 관장 및 사서	상근활동가 2인	허아람 대표, 이윤영 사무국장	이희경 대표 매월 선출되는 추장
참여규모 (인원)	-	조합원 285명	-	회원 100여명
운영기간	2012년 11월 ~	2013년 4월 ~	2004년 8월 ~	2009년 9월 ~



## (1) 맨얼굴에 슬리퍼 신고 이웃과 함께 하는 똑똑도서관

- 탄생배경 아파트 입주민들과 교류 중 단지 인근 도서관에 대한 요구가 발생했고, 이에 대해 지인의 “Project: Knock Knock Library“ 기획 아이디어를 바탕으로 입주민들과 함께 시작
- 운영지역 파주(최초 시작), 서울, 대전 등 전국 50여개 지점 ※ 2016년 1월 기준
- 운영대상 마을, 아파트 등 거주자 중심의 지역 기반 커뮤니티
- 운영규모 최소 2가구(혹은 2~3명 참가자) 이상이 모이면 운영 가능
- 운영방식 공유하고 싶은 도서 목록을 코디네이터(혹은 관장)에게 제출하고 대여·반납이 가능한 시각 공유하면 목록을 공개한 주민이 사서가 되는 형식<sup>11)</sup>

김승수 관장의 ‘아파트 입주자 대표’였던 독특한 경험을 통해 시작된 똑똑도서관은 (내가) 가지고 있는 책을 돌려보고, 이 과정에서 참여주민들이 이웃집 문을 두드릴 수 있는 계기<sup>12)</sup>를 자연스럽게 만들어준다. 음식을 나누고 빈 접시 대신 다른 무언가를 담아 주던 이웃 간의 정<sup>情</sup>을 접시가 아닌 책을 통해 나눈다.

물리적 공간인 도서관을 대신하는 참여주민의 ‘집’은 새로운 형태의 도서관이자, 마을회관, 평상의 역할을 한다. 따라서 도서관 이상의 기능까지 발휘할 수 있는 지역 거점의 문화 활동으로 활발하게 운영되고 있다. 책을 주고받으며 형성된 관계는 음식 나눔은 기본이고, 리본공예, 냅킨아트, 외국어 나눔 등 참여주민의 장기와 관심에 따라 발전하고 때로는 이를 바탕으로 요리경연대회 참가, 리본 납품 등 수익으로도 이어졌다. 셀 cell 단위의 닫힌 공간이었던 집이 강습소이자, 카페, 마을회관처럼 이웃 간 소통의 장이며 문화 활동이 이루어지는 열린 공간으로 기능한다.



그림20 : 똑똑도서관 로고



그림21 : 뽕뽕책협동조합 로고

11) 똑똑도서관 홈페이지 참고: [www.knocklibrary.org/about](http://www.knocklibrary.org/about)

12) 각주 10)과 동일

## (2) 함께 읽고 행동하는 독서, 땡땡책협동조합

- 탄생배경 • 70년대 후반 전국으로 확산된 부산 양서협동조합 모델로 시작  
• 독서 공동체를 기반으로 지역연대를 목적으로 하는 협동조합
- 운영지역 전국 (중심지: 서울 마포구 성산동)
- 운영대상 책과 관계있는 모든 사람(독자, 편집자, 출판사 등)은 조합원 가입 가능
- 운영규모 조합원 285명, 36개 친구출판사, 전국 8개 연계(야매)서점  
※ 2016년 10월 기준
- 주요활동 독서모임, 소책자 운동, 도서 직거래, 땡땡 야매서점 프로젝트, 행동독서회

앞서 똑똑도서관이 물리적인 도서관에 구애받지 않으며, 오가는 책이 그 옛날의 접시를 대신하는 것처럼, 땡땡책협동조합은 “마음이 꼭 물리적 공간이어야 할 이유가 없다”<sup>13)</sup>고 제안하며, ‘책으로 연결되는 사회적 관계망’으로 운영되고 있다.

이러한 지리적 경계가 없는 네트워크는 각 지역별 독서모임을 중심으로 더 많은 사람들과 나누고 싶은 내용을 담은 간편한 책자를 발간하는 ‘소책자 운동’, 독자와 작은 출판사들의 합리적인 거래를 실험하는 ‘도서 직거래’, 많은 사람들에게 작은 출판사의 양서 정보를 공유하는 ‘땡땡 야매서점 프로젝트’, 함께 모여 책 읽는 행위를 통해 사회적 의견을 전달하는 ‘행동 독서회’와 같은 운동의 모습으로 조합을 운영한다.

## (3) 푸르른 쪽빛의 아이들을 위한 인디고서원

- 탄생배경 독서모임을 지도하던 창립자가 『빨강머리 앤』을 모티브로, 보다 자유로운 분위기의 청소년을 위한 인문학 전문 서점 개점
- 운영지역 부산
- 운영대상 인문학에 관심 있는 청소년
- 주요활동 정기독서토론회 〈주제와 변주〉와 청소년인문토론회 〈정세청세〉 개최  
청소년인문교양지 『INDIGO+ing』 발간
- 운영방식 토론과 협업을 통해 청소년이 스스로 중심이 되어 주체적으로 프로그램 운영

13) 하승우(2014), “8살짜리 사장 딸 방학숙제 해보셨어요?”, 『한겨레21』 제1043호, 12월 31일.  
링크: <http://h21.hani.co.kr/arti/society/environment/38700.html>



그런가하면, 활동에 다양성과 발전을 꾀해, 경제 세미나를 ‘마을과 경제 사업단’으로 구체화하여 마을 사업을 벌이거나, 마을 내 공유공간인 마을작업장 ‘월든’을 마련하여 각자의 재능을 바탕으로 ‘그림자 노동’을 삶의 생산능력으로 전환하는 등 마을살림을 살찌운다.



그림23 : 2016문탁네트워크 인문학축제 홍보물

## ◎ 접시를 타고 주고받던 이웃의 정을 책과 사유를 통해 다시 만나다

위의 사례들은 도서교환, 함께 읽기, 인문학 탐구 및 함께 공부하기 등의 방법을 통해 이웃을 만난다는 공통점이 있다. 과거 따뜻한 음식을 주고받던 접시 대신 책 한 권을 함께 나누며 서로의 일상사를 공유하는 것이다. 다른 사례들과 다른 것은 이 모임들은 함께 사유하는 것을 넘어 그것을 바탕으로 함께 행위하는 것으로 발전하고자 노력한다는 점이다. 함께 밥을 먹고, 마을의 경제를 일구고, 공동체에 사회적 이상향을 피력하고자 하는 사회운동의 성격을 지니기도 한다.

## 2-3. 마을공동체와 축제

: 마을 내 구성원/커뮤니티 간 연합을 통한 공동의 축제, 공동의 전략

### ◎ 특성

마을 개발과 환경 변화에 따른 외부인의 유입은 마을공동체 유지에 위협이 되기도 하지만 다양한 인적자원을 풍성하게 해 주기도 한다. 토착 주민과 유입된 주민들의 화합을 이끌어내기 위한 마을 축제 사례와 더불어 주민 간 합의된 목적을 주제로 전략적으로 공동체 활동과 마을 축제를 일구어 가는 사례를 소개한다.

표 39 : ‘마을공동체와 축제’ 사례별 개요

프로젝트	동천마을네트워크	성대골 마을
활동지역	경기도 용인	서울 동작구
활동형태	단체별 프로그램 운영 및 연중 단체 연합의 ‘머내마을축제’ 운영	‘착한가게’ 캠페인, 에너지 슈퍼마켓 운영 및 각종 에너지 절약 운동
참여규모	30개 인근지역 단체 연합	-
운영기간	2015 네트워크 결성, 제1회 머내마을축제 개최	2010년 10월 ~

### (1) 배움과 삶을 나누고 이어가는 마을을 위해, 동천마을네트워크

- 성격 동천동을 중심으로 30여개 지역 단체가 모여 도시 속의 마을공동체를 만들기 위한 단체와 개인들의 협의체
- 행사일정 제2회 머내마을축제 “마을에서 놀자! 토토즐”<sup>14)</sup>
  - 10.22(토) 마을장터해도두리
  - 10.29(토) 락파티
  - 11.05(토) 게릴라미술I
  - 11.12(토) 게릴라미술II
  - 11.19(토) 마을파티

14) 관련 단체 ‘수지Q’ 홈페이지 참고: <http://www.sujiq.net/1104>

용인시 수지구 동천동은 지하철역과 대규모 아파트 단지가 들어서면서 외부인이 많이 유입되고 아파트, 전원주택, 다가구주택 등의 주거형태와 주민구성원이 다양하다. 신도시의 성격을 띤 지역 특성에 따라 인적 자원도 풍부한 편이다. 그러나 공동체에 대한 요구가 높아지면서 ‘마을’에 대해 새롭게 접근하고 있는 곳이다.

풍부한 인적자원은 다양한 소모임과 단체들을 만들어냈으며, 인근 지역에 소재한 여러 단체와 개인의 갖가지 프로그램을 서로 협력하여 효과적으로 재구성하거나 새롭게 시도하고 있다. 이들에게 마을은 “배움과 삶이 어우러지는 곳”<sup>15)</sup>으로 역동적인 지역운동을 발전시키고자 하는 기대가 높다. 이를 위해 지역 내 단체들은 연중 각각의 프로그램 운영 외에도, 2015년부터 어린이부터 노년층까지 온 마을 주민이 참여해서 공연과 영화제, 장터를 운영하는 ‘머내마을축제’를 개최하고 있다.

동천마을네트워크에서 마을은 우리 사회의 미래를 책임질 수 있는 대안이며 관계의 터전이고, 세상을 경험할 수 있는 소중한 공간이다. 그렇기에 ‘마을공동체’는 나와 가족을 지켜주고, 일상의 예술과 문화를 만나게 해주며, 아이들이 자유롭게 행복하게 자라날 수 있도록 도울 수 있는 공간이다.<sup>16)</sup>



그림24 : 동천마을네트워크 “제2회 머내마을축제” 홍보 이미지

15) 김영주(2016), “별별 일이 다 있어”...재미난 마을을 꿈꾸는 사람들 『오마이뉴스』 12월 21일.  
링크: [http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/View/at\\_pg.aspx?CNTN\\_CD=A0002271964&PAGE\\_CD=N0002&CMPT\\_CD=M0112](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002271964&PAGE_CD=N0002&CMPT_CD=M0112)

16) 황연실(2016), “마을에서 배운다 용인 동천동 ‘우리동네 모두학교’”, 『용인시민신문』 8월 19일.  
링크: <http://www.yongin21.co.kr/news/articleView.html?idxno=52010>



## (2) 에너지 공동체, 성대골 마을

- 배 경 2011년 후쿠시마 원전사고를 계기로 에너지 절약운동 및 에너지자립마을
- 중심활동 ‘에너지 슈퍼마켓’, ‘에너지문화거리축제(9월 중)’ 운영 및 각종 에너지 절약운동

서울 동작구 상도3, 4동을 아우르는 이름, ‘성대골’은 5만여 인구가 용기종기 모여 사는 주택가로 2009년부터 이미 마을공동체 운동이 움트고 있었고, 2010년 10월 함께 아이들을 키우자는 의미로 ‘성대골어린이도서관’을 만들었다. 그러던 중 2011년 3월 발생한 후쿠시마 원전사고가 계기가 되어 더욱 안전한 에너지로의 전환을 모색하게 된다. ‘에너지 절약이 곧 에너지 생산’이라는 철학과 함께 성대골 절전소 운동이 시작되면서 에너지자립마을의 꿈이 시작되어 주민 스스로 함께 고민하고 실천하는 마을 단위의 운동이 시작된 것이다. 이후로도 ‘도시형 에너지학교’, ‘서울시 에너지자립시범마을’ 지정 등 마을 공동체 회복과 더불어 에너지 문제에 다가가려는 움직임<sup>17)</sup>이 계속된다.

서울의 대표적 에너지 자립마을로서 ‘에너지’로 뭉친 공동체 활동이 주목받고 있다. 2013년 11월에는 마을 기업 ‘마을맞살림협동조합’을 설립했고, 2014년 1월 ‘에너지 슈퍼마켓’을 열어 에너지 절약 및 신재생에너지 사용 확산에 앞장서기도 한다. 전체 조명의 50% 이상을 LED 전구로 바꾸고 간판 타이머를 설치한 동네 가게에 스티커를 붙여주는 ‘착한 가게’ 캠페인, 절전 운동, 에너지 진단 교육 및 컨설팅 등의 활동을 확산했으며, 동작구는 생활 속 에너지 절약 정보를 제공하고 확산하기 위한 ‘에너지문화거리 축제’를 개최해 관내 환경단체, 에너지자립마을, 마을공동체 등 15개 단체가 재능을 기부하기도 한다.<sup>18)</sup>

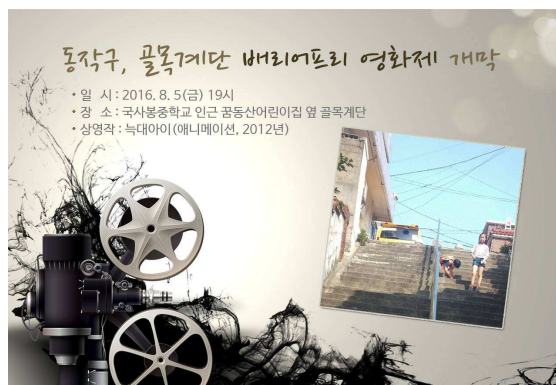


그림25 : 상도4동 마을 프로그램 홍보물 이미지

17) 신수연(2012) “도시에서 꿈꾸는 에너지 자립 마을, 성대골!”, 『녹색연합』 9월 6일.

링크: <http://www.greenkorea.org/?p=5258>

18) 김향미(2016) “서울 성대시장서 다음달 2일 ‘에너지문화거리축제’ 개최” 『경향신문』 8월 23일.

링크: [http://news.khan.co.kr/kh\\_news/khan\\_art\\_view.html?artid=201608231002001&code=620101](http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201608231002001&code=620101)

## ◎ 공동체 해체와 재앙에 저항하는 마을공동체

신도시 건설에 따른 공동체 와해와 해결할 수 없는 재앙에 대한 공포는 혼자서 맞설 수 없는 막연한 불안감을 일으킨다. 이를 해결하기 위해서는 공동체 재건이 무엇보다 필요하지만 이를 위해 수반되는 관계망 형성은 설득과 합의를 필요로 하는 지난한 과정이다. 이를 감수하기 위해서는 마을 활동에 대한 의미를 한 차원 높여 이웃은 내 가족을 구하는 협력체이며 우리는 생존 공동체라고 할 때, 나와 내 가족을 지킬 수 있는 것은 손 내밀어 함께 할 수 있는 마을공동체라고 한다.<sup>19)</sup>

---

19) 이현정(2016) “성대골 에너지자립마을에서 시작한 희망” 『내 손안에 서울』 10월 4일.  
링크: <http://mediahub.seoul.go.kr/archives/1032985>



## 2-4. 공간거점

: 공간을 중심으로 발생하는 다양한 모임과 강좌

### ◎ 특성

전통적인 마을에서 공동체성과 네트워킹을 촉진하는 주요한 요인 중 하나는 빨래터, 우물가, 시장, 운동장처럼 특정 목적의 일상적 수행을 모여 하는 ‘장소’였던 경우가 흔하다. 모두 이웃들의 이야기가 머물거나 흐르고, 그 속에서 내 일상의 소소한 문제를 해결하기 위한 공동의 자원과 관계가 생성되는 공간이라는 특성이 있다. 함께 활용 가능한 공간이 주어짐을 통해 사회적 가치가 발생하고 공동체의 유대감을 쌓아가는 사례들을 소개한다.

표 40 : ‘공간거점’ 사례별 개요

프로젝트	느티나무도서관	담쟁이문화원	청춘플랫폼
웹페이지	<a href="http://www.neutinamu.org">www.neutinamu.org</a>	<a href="http://damjangi.kr/">http://damjangi.kr/</a>	<a href="http://blankin.net/category/story/ch2platform/">http://blankin.net/category/story/ch2platform/</a>
활동지역	경기도 용인	경기도 부천	서울 동작구 상도동
활동형태	사립 공공도서관의 일반적 기능(도서 열람 및 대출) 외 독서모임 및 문화활동	모임, 강좌 위한 공간공유 외 건물 내에 식당, 북카페, 야외바베큐, 교회, 신문사, 떡집	공간공유(부엌) 및 지역 내 청년과 주민 매개 모임 운영
참여규모 (인원)	대출회원: 5만여명	-	운영진: 8명
운영기간	2000년 2월 ~	2012년 11월 ~	2013년 4월 ~

### (1) 낮은 문턱을 넘나드는 느티나무도서관

- 설립초기 개인 사재를 통한 아파트 상가 지하 40평 남짓 규모의 사립문고로 시작
- 중심활동 도서 열람·대출 외 ‘날마다 책 읽어주는 도서관’, ‘이야기 극장’, 독서회 모임 등

모범적인 사립 공공도서관의 대표적 사례로 도서관 문화의 가능성을 보여주고 지역 내 작은 도서관 운동의 좋은 본보기가 되고 있다. 도서관의 양적 발전보다는 도서관 문화가 사회전반에 스며들기를 희망하며 “사람들이 책을 만나고 책을 매개로 사람을 만나면서 배우고 관계를 맺는 방식”을 찾고 “다양성, 자발성, 일상성이 작동하는 배움”이 가능한 공간을 지향한다.<sup>20)</sup>

1999년 아파트 상가 지하에서 시작된 느티나무 도서관은 상근으로 근무하는 직원(사서 등) 외에도 도서관 이용자로 시작하여 독서회 활동을 하고 자원활동을 하다 ‘일꾼’이 된 사람들이 함께 한다.<sup>21)</sup> 도서관을 애용하는 인근 주민들은 직접 도서관 살림뿐만 아니라 도서관을 찾는 아이들의 ‘책 읽어주는 엄마’로 활동하는 등, 도서관 미화, 책 관리, 포스터 제작, 자료 번역 등을 도맡아 하고 있다. 도서관 소장 장서 역시 모두 주민들이 골랐다.<sup>22)</sup> 10년 넘게 모임에 참여한 주민들은 어느덧 ‘책 보수’의 전문가가 되어 타 도서관에 노하우를 전수하기도 한다.

주민들의 아이디어와 참여로 운영되는 느티나무 도서관은 ‘책꽃이가 살아 숨쉬는 도서관, 책 잘 버리는 도서관, 책 잘 잃어버리는 도서관’을 지향하며, 문턱이 낮아 소통이 가능한 도서관을 통해 인간이 중심이 되는 시민사회를 꿈꾸고 있다.



그림26 : 느티나무도서관 ‘이야기극장’ 홍보물 그림27 : 담쟁이문화원 실내 (사진: 담쟁이마을 홈페이지)

## (2) 담쟁이문화원

- 설립의도 지역 내 문화예술단체 및 시민사회단체가 프로그램을 운영할 수 있는 공간 마련
- 중심활동 공연, 전시, 강좌, 포럼 등
- 운영방식 소정의 대관료(전기 사용료 수준) 지불 후 공연, 전시, 강좌, 포럼 등의 문화 프로그램 운영

20) 한승동(2016), “도서관 문화는 사람과 세상을 바꿀 근원적인 힘” 기사, 『한겨레』, 6월 5일.

링크: <http://www.hani.co.kr/arti/culture/book/640994.html>

21) 『작은도서관 운영사례』, 느티나무어린이도서관 지음, 2006. p.77

22) 정유진(2012), “마을 주민 기부만 연 2억원... 느티나무에 사랑이 모였다” 기사, 『더나은미래』, 11월 27일.

링크: <http://futurechosun.com/archives/4298>

담쟁이문화원이 부천을 대표하는 창조적 공유공간이 된 배경에는 한효석 원장이 개인 소유의 공간을 지역 사회에 개방했기 때문이다. 이를 계기로 시민단체 및 시민 일반이 운영하고 싶은 문화프로그램을 전기 사용료 수준의 저렴한 비용만을 지불하고 누구나 사용할 수 있는 열린 공간이 되었다.<sup>23)</sup>

시민문화공간이자 부천지역 협동조합, 사회적기업을 지원하여 소극장, 식당, 북카페, 소강의실, 강당을 이용한 인문학 또는 만들기 강의, 전시, 공연 등 다양한 행사와 프로그램이 진행되고 있으며, 문화공간이 없었던 부천 약대동 마을에 저렴한 가격으로 즐길 수 있는 프로그램과 공간이 생겨 주민들의 마을 활동 및 문화생활 향유도 가능해졌다.<sup>24)</sup>

특히, 달나라토끼 떡방(지하), 콩나물 신문사(마을신문), 다목적 교육공간 등 조합원 출자로 만들어진 마을기업들이 상주하며 마을경제와 공동체를 일구는 실험이 지속되고 있다.

### (3) 우리 동네 새로운 생활공간, 청년플랫폼

- 설립배경 탈핵을 위한 에너지 자립을 목표하는 성대골 마을과 소셜벤처 업체인 블랭크가 만든 공유공간
- 운영철학 ‘밥’과 ‘청춘’을 매개로 청년과 주민이 만날 수 있는 지역 내 커뮤니티 공간

20~30대 청년 8명으로 구성된 소셜벤처 ‘블랭크’가 2013년 4월에 만들었다. 블랭크는 매일 점심시간마다 청춘플랫폼에서 주민들과 밥을 먹으며 동네 공동체와 청년의 만남을 매개하고 사업을 구상한다.

상도동의 오래된 서점인 ‘대륙서점’을 한 동네의 ‘지식문화 커뮤니티’로 자리매김할 수 있도록 리모델링한 경험을 바탕으로 ‘청춘플랫폼’을 만들고 주민들과 함께하는 모임을 열기 시작했다. 1인 가구를 위한 요리법을 알려주고, 식품 나눔을 하는 ‘요리연구소’를 비롯, 악기를 배우거나 공예 모임 등은 모두 플랫폼에서 밥을 먹으며 주민들이 제안한 것들이다. 청년플랫폼이라는 공간공유는 곧 ‘청년캠프’라는 공유사무실로 이어졌고, 공유주택인 청춘스테이도 계획 중이다.<sup>25)</sup>

23) 고영직(2015), “‘공유인 되기’는 지역을 구원할 수 있는가”, 『arte365』, 11월 16일.

링크: <http://www.arte365.kr/?p=46591>

24) 박희정(2014), “주민의 힘으로 움튼 ‘마을씨앗’의 현장/부천 마을공동체 탐방”, 『서울마을이야기』 10호, 1월 20일.

링크: [http://www.seoulmaeul.org/programs/user/board/webzin/webzin\\_read.asp?idx=68&cover\\_idx=&cover\\_idx=12&searchVal=&pageno=](http://www.seoulmaeul.org/programs/user/board/webzin/webzin_read.asp?idx=68&cover_idx=&cover_idx=12&searchVal=&pageno=)

25) 음성원(2016), “동네 경제권...공간 공유...청년공동체...고민공유...청년 스스로 전환을 실험한다” 기사, 『한겨레』, 1월 31일.

링크: [http://www.hani.co.kr/arti/society/society\\_general/728671.html](http://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/728671.html)



그림28 : 청년플랫폼 (사진: BLANK 홈페이지)

## ◎ 누구나 접근가능한 마을 사랑방의 복원

위에 제시된 사례들은 각자의 소개 내용을 통해 공통적으로 ‘누구나 쉽게 들을 수 있는 낮은 문턱’을 지향함을 알 수 있었다. 지역사회 구성원이 공유공간을 직접 자치하는 것은 “소유자사회를 넘어 우리가 사는 지역의 회복력을 높이는 유일한 방법”<sup>26)</sup>이 될 수 있다고도 한다. 그렇기에 “어떤 것도 계획하지 않는 것이 계획”이라는 담쟁이문화원 한효석 원장의 공간운영 철학은 도리어 하루하루를 다양한 행사와 교육으로 타임테이블을 분주하게 채울 수 있게 한다.<sup>27)</sup>

지역 내 공유공간이 자체 기획을 갖추는 것도 중요하지만, 그만큼 지역민들의 자체 기획을 지원할 수 있는 빈 공간의 필요성도 생각해보게 한다.

26) 고영직(2015), “‘공유인 되기’는 지역을 구원할 수 있는가”, 『arte365』, 11월 16일.  
링크: <http://www.arte365.kr/?p=46591>

27) 고영직(2013), “‘누구의’ 것 아닌 ‘누구나’의 공간을 꿈꾸며”, 『지지봄봄』, 8월 24일.  
링크: <http://www.gbom.net/110>

## 2-5. 일상 속 제작메이커스makers 문화

: 직접 만드는 즐거움, 손 감각의 회귀

표 41 : ‘일상 속 제작문화’ 사례별 개요

프로젝트	협동조합 마을공방사이	팝랩	문화재생 쇼케이스 〈수작, 먹고 사는 기예술〉展
웹페이지	www.saii.kr	-	http://blog.naver.com/sujac2017
활동지역	서울 용산구 서계동	전국 각지	경기도 수원
운영형태	공간 및 장비 공유, 생활기술교육 등	중앙/지자체 혹은 민간 주도로 작업공간 및 고가 장비 공유	경기도 및 주변도시의 제작문화 관련 주체들을 전시형태로 소개
참여규모 (인원)	조합원 30여명	-	6개 창생공간 및 제작기술기반 활동주체
운영기간	2012.11 ~	-	2017.01.14. ~ 01.23.

### (1) 마을공방사이

- 중심활동 친환경 생활가구, 업사이클링/리디자인 상품 제작·판매, 지역민 대상 생활기술교육, 작업공간·공구 셰어링

마을공방 사이는 2012년 지역주민 8명이 모여 보증금을, 참여자의 현물출자로 기계와 장비를 마련하여 시작된 용산구 서계동의 마을작업장이다. 누군가의 손을 빌리거나 돈을 들이는 대신 스스로 해결하고자 하는 사람들이 모여 공간을 마련하고 문제를 해결해 나가는 것이 해당 지역의 공동체 생활문화로 자리잡아가는 데 역할을 하고 있다.<sup>28)</sup> 현재 조합원은 약 40여명으로, 직장인, 주부, 학생 등 다양한 연령대의 사람들이 생활에 필요한 기술을 배우고, 작업실과 공구를 빌리고, 미술과 생활창작 강좌를 배울 수 있는 생활문화 공간으로 애용되고 있으며<sup>29)</sup> 공방운영에 대해 토론하거나 다른 지역민을 위한 목공교육, 수리서비스 등의 재능기부 활동을 위한 동호회를 운영하는 등 지역 내 활동역시 활발하게 지속하고 있다.

목공 및 공예 작업이 다소 혼자 심취할 수 있는 종류의 작업임에도 불구하고, 활동이 가능하기 위한 공간과 장비를 이웃과 공유함으로써 “지역에서 필요한 것을 같이 해결해 보고자 하는 것으로 시작하여 조합원들이 주인의식과 자율성을 가지고 활동”<sup>30)</sup>한다.

28) 참고: “동네주민들이 모여 생활의 필요를 스스로 해결하고 함께 즐기는 마을공방, 용산구 마을공방사이”  
링크: <http://gov.seoul.go.kr/archives/56343>

29) 윤선영(2016) “용산 주민 곁을 지키는 따뜻한 목공방”, 『한국목재신문』 7월 15일.  
링크: <http://www.woodkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=25993>

30) 각주 29)와 동일



그림29 : 마을공방사이 프로그램 홍보 이미지

## (2) 펍랩

- 중심활동 3D프린터, 3D스캐너, CNC 조각기, 각종 공구 및 장비 제공, 필요에 따라 교육 프로그램 제공
- 주요 펍랩<sup>31)</sup>
  - 중앙 기관 운영
    - 무한상상실: 미래창조과학부·한국과학창의재단 주도 전국 56개소.  
360도 카메라, 회전톱 등
    - 셀프제작소: 중소기업청 산하 5개 지방중기청. 금속/비금속 레이저 커팅기, 선반, 밀링 등의 공구, 범용설비 등 각종 장비
  - 서울
    - 서울이노베이션펍랩: 은평구 서울혁신파크 내. 회원제 펍랩(월 7만5천원) 혹은 시간당 요금 지불
    - 융합인재교육센터: 영등포구 소재
    - 펍랩 서울: 종로구 세운상가. 전자부품상가 밀집지역. 관련 기술분야 장인<sup>匠人</sup>과 매칭
    - 디지털 대장간 : 용산구 나진상가 15동 지하

31) 참고 “아이디어만 있으면 ‘펍랩’서 시제품 똑딱”, 『조선일보』, 2016.12.23.

링크: [http://news.chosun.com/misaeng/site/data/html\\_dir/2016/12/23/2016122300034.html](http://news.chosun.com/misaeng/site/data/html_dir/2016/12/23/2016122300034.html)

“스타트업의 요람 ‘펍랩’ 아시나요?”, 『한겨레』 2016.11.21.

링크: <http://www.hani.co.kr/arti/economy/working/771273.html>



- 경기도

- 멋랩: 의정부 소재 북부경기문화창조허브 운영. UV프린터 및 스튜디오가 있어 디자인·제조 분야 시제품 개발·제작과 제품 촬영 가능

- 기타

- 팝랩부산(부산)
- 메이커스빌, 메이커버스(초·중·고등학생 대상)
- 메이크존 팝랩, 해동아이디어 팩토리(대학)

4차 산업혁명과 함께 등장한 흐름으로 메이커<sup>maker</sup> 운동이 있다. 뜨개질, 공예, 가구, 프라모델을 비롯한 피규어 등 자신이 직접 만들고 완성하는 성취감에서 나아가 자신의 아이디어를 완성품으로 실현하고자 하는 이들이 한동안 무너졌다고 생각한 제조산업의 생태계와 패러다임을 바꾸려는 움직임이 보인다. 공유자원을 바탕으로 생산의 주체가 기업에서 개인으로, 대량이 아닌 소량으로 전환되는 제작/메이커 문화는 “자본주의 사회 내 소비 능력보다 생산하는 손 감각의 쇠퇴에 대한 문명 회복의 문제의식을 지역과 시민공동체의 화두”<sup>32)</sup>로 삼는다. 이와 같은 흐름은 중앙정부 및 지자체의 청년 및 스타트업을 염두에 둔 지원정책과 맞물려 각종 팝랩과 메이커톤 등의 이벤트로 확산되고 있다. 따라서, 소비자로서 만들어진 물건을 수동적으로 사던 세대와는 다른 세대가 메이커로 성장하며 이전과 다른 제조문화가 만들어졌<sup>33)</sup>에 따라 향후 생활문화의 한 유형으로 포섭될 가능성이 농후한 분야라 할 수 있<sup>34)</sup>으며, 팝랩은 이런 제작 활동이 가능한 공간으로 이용될 것으로 보인다.



그림30 : 국립과천과학관 소재 무한상상실



그림31 : 멋랩 스튜디오

32) 이광석(2016), “메이커(제작) 문화와 사회적 기술 감각의 회복”, 『기술비평』 제25호, 11월 19일.  
링크: <http://workers-zine.net/26105>

33) 박수련(2016), “메이커 운동을 창조경제 동력으로...창작공간 늘어나”, 『JTBC』 4월 5일.  
링크: [http://news.jtbc.joins.com/article/article.aspx?news\\_id=NB11207192](http://news.jtbc.joins.com/article/article.aspx?news_id=NB11207192)

34) 김형준(2016), “메이커 운동은 새로운 산업혁명”, 『테크M』, 12월 1일.  
링크: [http://techm.kr/bbs/board.php?bo\\_table=article&wr\\_id=2944](http://techm.kr/bbs/board.php?bo_table=article&wr_id=2944)

### (3) 문화재생 쇼케이스 〈수작, 먹고 사는 기예술〉展

- 전시내용
  - 경기도 및 주변도시에서 제작메이커makers 기술 기반으로 활동해온 주체 소개
  - 지역과 제작기술의 만남, 삶을 살아가는 태도 및 방식으로서의 제작문화 공유
- 참여단체
  - 6개 창생공간
    - : 생활적정랩 빼꼼, 재미, 이모저모 도모소, 공도창공 수동, 북스튜디오 사이다, 천문공작실
  - 제작기술기반 팀
    - : IS뮤직, UN, 김이박, 언메이크랩, CAC, 트루팍 스튜디오, 아리아 우든 보트, 무너만커뮤니티, 이아람, 김형관, 신은경, 직조생활 정은실, 정혜숙, 김성식, 장형순, 신기술소, 40000km, 서울로, 이미지조각모음, 동신사, 잡지쿨, 유물즈, 000, 문학과 죄송사, 메타후조, 쓸모연구소, HIBLAFF, 58708294, 둥실둥실스튜디오, 복슬강아지, 안성공예가협회, 같이공방 김선애, 비스퀘어드, 덩거랩 등

앞서 소개한 팸랩은 마이크로 제작자들의 창작활동에 기반한 스타트업의 산실로써 중앙정부와 지자체 등지에서 전폭적인 지원을 받고 있는 가운데 자칫 청년실업을 해결할 도구로만 여겨질 소지가 있다. 메이커 문화가 “시장질서의 아이디어 뱅크로 흡수될 위험성”<sup>35)</sup>에 놓인 가운데 〈수작, 먹고 사는 기예술〉展은 삶을 살아가는 태도 및 방식으로써 제작문화를 소개한다.

소개되는 참여단체로는 ‘만들기를 실천하는 시민과 작업자를 위한 열린 제작공간’인 창생공간과 ‘삶을 살아가는 태도 및 방식으로서의 문화를 공유’하는 제작문화 주체들이 있으며, 반려동물을 내세운 무분별한 소비가 아닌 반려동물과 함께 다양한 가치를 추구하는 단체, 기존 거대 시장의 논리에서 벗어난 독립출판까지 함께 소개함으로써 생활문화 속에서 제작문화가 어떻게 작용하는지 알 수 있으리라 기대되는 사례이다.

35) 이광석(2016), “메이커(제작) 문화와 사회적 기술 감각의 회복”, 『기술비평』 제25호, 11월 19일.  
링크: <http://workers-zine.net/26105>





그림32 : 〈수작, 먹고 사는 기예술〉展의 홍보 이미지

## 2-6. 온라인 플랫폼

: 취미·관심 분야를 공유하는 모임 플랫폼

### ◎ 특성

그 어느 때 보다 정보 생산과 공유가 획기적인 시대를 살고 있는 요즘이다. 바쁘고 외로운 현대인들은 전통적 공동체 속에서 여가를 보낼 방법을 찾기보다는 온라인상에 많은 시간을 할애한다. 아래 사례들은 온라인 플랫폼 상에서 독서, 영화 및 공연 감상 등의 문화예술 향유 활동을 추구할 뿐 아니라, 인문학, 공예 등의 지식 공유를 위해 관심사가 유사한 사람들이 모이고 취미 공동체를 이루기도 하는 경우들이다.

표 42 : ‘온라인 플랫폼’ 사례별 개요

프로젝트	소셜다이닝 집밥	오픈컬리지	트레바리	유자생활
웹페이지	www.zipbob.net	www.opencollege.kr	www.trevari.co.kr	http://yujalife.com/
활동지역	전국	서울, 제주	서울	서울
활동형태	식사를 겸하며 공예, 문화, 파티 등의 주제별 모임	온·오프라인을 넘나드는 문화입문 대안대학	읽고, 쓰고, 대화하고 친해지는 커뮤니티 서비스	작고 즐거운 동네 취미 공방 매칭 서비스
참여규모(인원)	매주 200여개의 모임, 10만여 가입자	-	약 80개 클럽/분기별	약 150개 공방
운영기간	2012년 2월 ~	2014년 1월 ~	2015년 9월 ~	2016년 1월 ~

### (1) 소셜다이닝 집밥

- 설립의도 함께 먹는 ‘밥’을 매개로 사람 관계를 회복시키며 개인의 관심사 공유 사람과 사람이 만날 수 있는 플랫폼 제공
- 중심활동 요리를 비롯한 예술, 봉사, 공예 등 다양한 주제의 모임
- 운영방식 [참여자/User] 소정의 참가비 지불 후 주제별 모임 자율적 개최/참여 [운영진] 참가비 중 20%의 수수료와 B2B 광고수익으로 운영하며 참가비의 80%는 모임 주최자(집밥지기)에게 비용으로 지급

‘외로운 사람들이 함께 모여 밥을 먹자’는 생각에서 시작되었으며 ‘소셜다이닝’의 대중화를 불러왔다. 식사 자체보다는 ‘밥’을 매개로 한 사람들 간의 관계 확장에 더 관심이 있으며, 홈파티, 공예, 점성술, 클라이밍 등 다양한 주제의 모임이 가능하다. 온라인을 통해 만난 사람들이 오프라인에서 커뮤니티를 이루는 대표적 사례이다.



그림33 : 집밥 웹페이지 메뉴

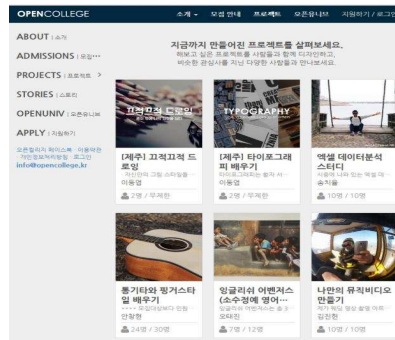


그림34 : 오픈컬리지 프로젝트 메뉴

## (2) 오픈컬리지

- 설립의도 시간과 공간을 초월한 학교이자 어른들을 위한 대안대학  
같은 관심을 가진 사람들이 공동 프로젝트 수행할 수 있는 플랫폼 제공
- 중심활동 인문학, 어학, 컴퓨터 프로그래밍, 웹툰, 연극 등 함께 배우는 모든 과정
- 운영방식 [참여자/User] 공유를 통한 배움이 원칙. 월 2만 원 가량의 등록비와 재료비 제외한 모든 비용 무료  
[운영진] 회원 등록비로 장소제공 등을 위한 운영비 사용

교육의 불평등 구조에 대한 대안으로 시작된 오픈컬리지는 제주도의 공공도서관에서 팝업방식으로 시작되었다. 공공 공간, 유희 공간 모두를 교육 공간으로 삼고 있으며 사람들이 함께 어울리고 떠들면서 공부할 수 있는 어른을 위한 대안학교이다. 구성원 한 명 한명이 학생이자 재능을 공유할 수 있는 선생님이 될 수 있는 지식 나눔 공동체이다.

디자인 씽킹과 디자인 스쿨, 일상에서 활용 가능한 프로그래밍 코드 스쿨, 글쓰기, 캘리그래프, 수화, 드로잉, 오픈컬리지 멤버를 위한 음악축제, 소셜벤처랩 등 전문분야별 경계를 뛰어넘어 다양한 프로젝트가 진행되고 있다.

### (3) 트레바리

- 설립의도 읽고, 쓰고, 대화하고, 친해지는 커뮤니티를 표방하는 독서모임 플랫폼 모임을 꾸리기 위한 기본적 서비스(장소 섭외, 모임공지 등) 제공으로 독서모임의 지속성 제고<sup>提高</sup>
- 중심활동 주제별 독서 모임을 통해 공통의 주제에 대한 책을 함께 읽고 서평 공유
- 운영방식 [참여자/User] 웹사이트에서 주제별·일정별 독서모임 가입 후 독후감 공유 및 오프라인 토론모임 참여  
[운영진] 분기별 회비(19~29만원)를 통해 모임 운영을 위한 서비스 및 특별 이벤트 제공

독서모임 단위를 ‘클럽’이라고 부르며, 디지털트렌드, 영화, 술, 음악, 통계, 물리학, 천문학 등 다양한 주제를 다루고 있다. 10명 이상의 회원이 모이면 해당 클럽이 개설되고, 30대 중반 직장인 여성이 회원의 주를 이룬다.

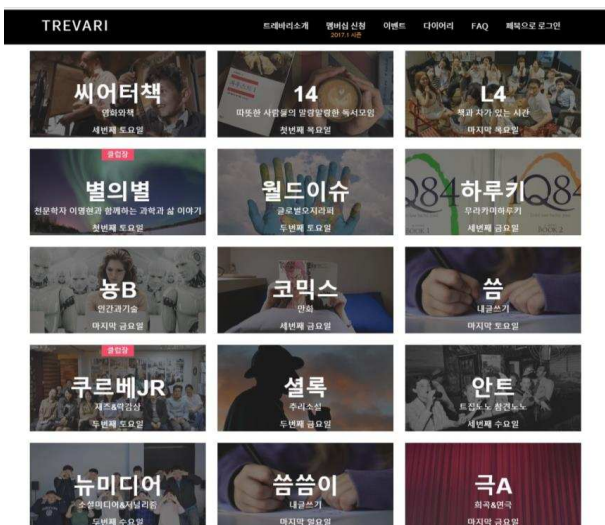


그림35 : 트레바리 2017년 1시즌(1~4월) 클럽

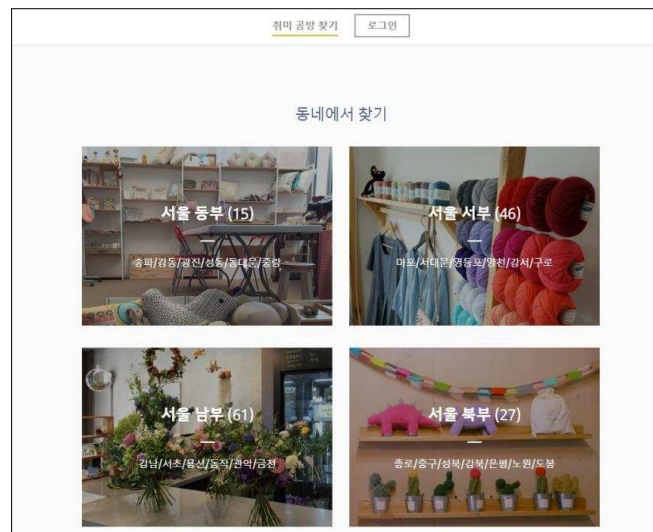


그림36 : 유저생활 취미 공방 찾기 페이지

### (4) 유저생활

- 설립의도
  - 개인 취미를 즐길 수 있는 공방 정보를 제공하는 온라인 플랫폼
  - 골목길 깊숙한 곳에 숨어있는 공방의 폐쇄성을 보완, 동네 커뮤니티 중심지로 발전시키고자 함

- 중심활동 가죽공예, 목공, 플라워, 금속 등 다양한 공예수업을 주제별/지역별로 안내하고 매칭
- 운영방식 주제별·지역별 클래스(강습) 정보 제공  
1일/3일 수업 등 초보자들의 문턱을 낮춘 프로그램 제공

전문가의 작업실로만 여겨지던 공방이 공예를 배우고 만들어보는 취미 공간으로 차츰 인식이 변해 오더니, 최근 정신적 피로를 해소할 수 있는 피정의 공간으로도 재평가 받는 시점이다. 뜨개질, 퀼트, 가구, 가죽 공예들로 대표되던 작업들이 핑거니팅, 우드 카빙, 유리 공예 등 좀 더 전문화되고 세분화되고 있다. 또한 골목 상권의 개성을 살리고 자 지자체 별로 청년사업을 위해 다양한 공방을 지원하는 시점에서 유자생활은 찾고자 하는 작업이 가능한 공방을 발견하고 정보를 수집하는 서비스를 제공한다.

## ◎ 온라인을 통해 접할 수 있는 손쉬운 환경

나홀로 시대에 공동체에 속하는 것이 그 어느 때 보다 부담스러운 상황 속에서 온라인은 나와 비슷한 관심사를 가진 사람들을 찾기 가장 손쉬운 방법이다. 뿐만 아니라, 다양한 콘텐츠와 지역별 검색이 가능해진 시점에서 골목 공방, 재능 나눔 등으로 문화예술을 관람에서 나아가 직접 도전해 볼 수도 있다. 관심과 노력이 있다면 1인 1악기와 같이 누구나 예술 활동을 직접 행할 수도 있는 환경이 보편화되는 시점이다.

## 2-7. 예술가 협력

: 시민-예술가 협력 작업 통한 예술적 경험과 창의적 도약

### ◎ 특성

발표형 공연을 목적으로 하는 동호회의 경우, 지속적인 자기 개발과 단체 연습을 통해 구성원간의 관계를 유지하고 예술적 체험을 지속해 나간다. 그러나 해당 분야의 비전문가인 구성원이 주도하는 환경에 의해 전문적인 정보 확장이나 활동에 대한 피드백이 어려우며, 창의적 도약을 꾀함에 있어 막연한 답답함을 느끼게 된다. 적극적인 동호회는 전문가를 강사로 초빙하여 기능 향상을 꾀하기도 하지만 여전히 강사-수강생 관계가 기저에 깔려 있기 마련이다.

이에 대한 대안 혹은 발전적 형태로 예술가가 주도적으로 개입해 협력하는 사례들이 있다. 예술가의 통찰과 숙련된 기예를 기반으로 시민과 접촉하는 과정은 시민으로 하여금 도전 의식을 불러일으키며 이를 통해 참여자는 예술적 성장과 심미적인 몰입을 경험할 수 있다. 참여 예술가는 시민과 접촉하는 과정에서 ‘성공적 커뮤니케이션을 이루게 되면’ 전문적 분야 내에 간혀있던 시야의 확장이 일어나며 삶을 향한 다양한 사람들의 근원적 힘을 느끼고 예술적 영감을 받게 된다.

아래의 세 가지 사례는 전문 예술가가 공연 과정에 주도적으로 참여하여 구성원의 의지를 독려함으로써 적극적 참여를 성공적으로 이끌어낸 경우이다. 아마추어성이 강한 시민예술임에도 불구하고 예술가의 적극적인 개입은 작품의 예술적 심미성을 함께 도모할 수 있어 순수 관객 개발 가능성까지 가늠케 한다.

표 43 : ‘예술가 협력’ 사례별 개요

프로젝트/ 작품명	창작뮤지컬 <소우주환상곡>	코믹 웃니버스극 <그와 그녀의 웃장>	서울댄스프로젝트 게릴라춤판
주최 / 기획	시민문화공동체 문화바람	416가족극단 노란리본	서울문화재단
지역	인천	경기도 안산	서울
장르	뮤지컬	연극	무용
[역할] 예술가	[연출] 이화정, 정성원 [음악감독] 최경숙	[연출] 김태현	[안무·연출] 김기훈, 김민정, 박영굴
시민참여 (인원)	30여명	10여명	90여명
시민참여 준비기간	2015.12.28.~ 3개월	2016.06~ 4개월	2016.07.09.~ 2개월
공연일정 및 장소	2016.03.19.~03.20. 부평아트센터	2016.10.22. 안산청소년수련관 2016.11.04.~11.06 .대학로아트홀마리카	2016.09.03.~09.17. 서울 곳곳



## (1) 시민이라는 별이 모여 은하수를 이루는 창작뮤지컬 <소우주환상곡>

- 기획배경 인천시민문화예술센터 20주년 및 시민문화공동체 문화바람 10주년 기념사업
- 주최·주관 시민문화공동체 문화바람
- 기 획 허명희, 박수빈, 최진숙, 노태훈
- 주요스텝 극작-황금미영, 연출-이화정, 정성원, 작곡&음악감독-최경숙, 안무-고기혁
- 특이사항 텀블벅을 통한 시민후원금 공연제작비 2천5백여만원 마련
- 진행과정

2015년 11월 기획 제안 및 제작진 구성

2015년 12월 시민배우 및 스텝 모집 및 캐스팅 오디션

2016년 1월~2월 공연준비 및 연습

2016년 3월 19일~20일 총 3회 공연

2016년 10월~11월 2기 시민배우 모집

2017년 5월 20일~21일 공연(예정)

창작뮤지컬 <소우주환상곡>에 참여한 30여명의 시민들은 가정주부, 학생, 직장인 등 구성원이 다양하며 연출·제작진은 각 구성원의 출신과 특성에 맞춤형 캐스팅과 각색에 힘썼다. 이 경우, 캐스팅 오디션은 선택적 구성을 위한 필터의 역할보다는 제작진이 직접 각 구성원의 특성을 탐색하고 이해하는 기회를 제공한다.

기획부터 제작단계에 이르기까지 행사 취지를 깊이 공감하는 기획 및 연출진은 극본을 통해 전체 맥락을 꿰고 그 사이사이에 시민배우들의 실제 에피소드를 채워 넣음으로써 시민들의 적극적인 참여의지를 불러일으킨다. 또한, 연출진과 함께하는 연습과정은 참여자 간의 이해를 동질화하고 단결력을 고취함으로써 생업을 위한 각자의 일정에도 불구하고 공연 전 3개월간 하루 4시간씩 주 2회 연습에서 평일을 포함한 최대 주 4회까지 연습기간을 확보<sup>36)</sup>할 수 있도록 만들었으며, 2천5백여만 원에 이르는 공연제작비<sup>37)</sup> 역시 시민 후원으로 마련했다.

36) 김영숙(2016), “누구나 별이 될 수 있고, 자신만의 소우주가 있다,” 기사, 『오마이뉴스』, 2월 22일.

링크: <http://omn.kr/hymj>

37) 전승용(2016), “인천 시민문화예술에 찾아온 봄,” 기획/칼럼, 『인천인』, 4월 1일.

링크: [http://www.incheonin.com/2014/news/news\\_view.php?sq=32168&m\\_no=2&sec=2](http://www.incheonin.com/2014/news/news_view.php?sq=32168&m_no=2&sec=2)



그림37 : 창작뮤지컬 <소우주환상곡> 공연 모습, 2016.09.02. 중부일보



그림38 : 416가족극단 노란리본 <그와 그녀의 옷장> 공연모습, 2016.10.23. 오마이뉴스

## (2) 참여자 치유에서 사회와의 소통으로 나아간 코믹 웃니버스극 <그와 그녀의 옷장>

- 기획배경 세월호 참사의 진상을 알리고 자연스럽게 국민과 소통
- 주최·주관 416가족극단 노란리본
- 지 원 안산온마음센터
- 연 출 김태현(극단 동네풍경, 정의로운 천하극단 결판)
- 특이사항 안산 공연은 무료였으며, 대학로 공연은 관람 후 원하는 금액을 지불하는 ‘감동후불제’로 진행
- 진행과정 2015년 10월 극단 창단  
2016년 6월~ 주 2회 훈련(발성, 감정표현, 대본 읽기 등) 및 공연준비  
2016년 10월 22일 안산 초연(1회 공연)  
2016년 11월 4일~6일 서울 대학로 공연(총 4회)

연극 장르가 가진 치유 효과를 기대하며 시작된 416가족극단 노란리본은 세월호 참사의 진상을 알리고자 10여명의 세월호 엄마들로 구성되었다. 김태현 상임연출은 구성원들의 참여 동기를 바탕으로 첫 작품을 세월호와 만나는 지점이 많은 <그와 그녀의 옷장>을 선택했다. 이와 같은 연출 의도는 연습과정에서 참여자로 하여금 서로를 안쓰러워하고, 함께 눈물 흘리며, 끈끈한 동지애를 다지게 했고 그동안 많이 힘들었던 엄마들끼리 위로를 주고받는 치유 시간을 만들어주었다.<sup>38)</sup> 더 나아가 작품을 통해 자신의 아픔을 넘어 이웃의 아픔을 공유하고 웃음과 위로를 나누는 소통에 나선 것이다.

38) 박호열(2016), “‘박근혜 떠올라 웃음이’ 연극배우 된 세월호 엄마들,” 기사, 『오마이뉴스』, 10월 23일.  
링크: <http://omn.kr/led4>



### (3) 춤추는 버스를 타고 떠나는 도심 속 시간여행, 서울댄스프로젝트 게릴라춤판

- 주최·주관 서울문화재단
- 안무·연출 김기훈, 김민정, 밝넝쿨
- 기획의도
  - 3주간 춤추는 버스를 타고 도시 서울에 새겨진 시간의 결을 따라 떠나는 시간여행
  - 주제별 새로운 서울 경험
- 진행과정
  - 2016년 3월~8월 기획회의(기획의도, 장소선정 등)
  - 2016년 6월 춤단 선발 오디션
  - 2016년 7월~8월 워크숍(주 2회, 1일 4시간, 총 14회 운영)
  - 2016년 9월 3일 <흐르는돌 한양유랑, 안무: 밝넝쿨>
    - 주제: 600년 도읍의 과거와 거대도시인 오늘을 가로지르는 삶과 죽음
  - 2016년 9월 10일 <불꽃돌격 경성유랑, 연출: 김민정>
    - 주제: 식민개발부터 압축성장까지 도시에 남겨진 상처와 기억
  - 2016년 9월 17일 <빙글뱅글 서울유랑, 안무: 김기훈>
    - 주제: 광장의 집단적 놀이와 소비의 재해석
  - 2016년 10월 해단

**[춤단]** 매 회 오디션으로 꾸려진 춤단은 50~100명 규모의 인원으로써 10대 초등학생에서 60대 은퇴자, 가정주부 등 남녀노소를 아우르는 전세대적인 특성을 가진다.

**[게릴라춤판]** 서울문화재단의 주최로 진행되는 서울댄스프로젝트의 ‘게릴라춤판’은 공개모집으로 선발된 120명의 시민 춤단이 커뮤니티를 이루어 전담예술가와 함께 춤 워크숍을 가진 뒤 9월 3주간 주 1회의 공연을 벌였던 기획 프로그램이다. 2013년에 시작하여 4회 차를 맞이한 게릴라춤판은 매회 다른 포맷을 시도하며 생활문화예술로써 춤과 커뮤니티의 가능성을 실험하였다.

- 2013년 4월 중 춤 워크숍, 5월~7월까지 다수의 산발적 게릴라춤판 개최
- 2014년 워크숍과 2회의 쇼케이스형 공연 개최
- 2015년 ‘춤 야유회’를 주제로 2개월의 춤 워크숍과 2회의 게릴라춤판 개최
- 2016년 실험성을 강화하여 도시(서울) 공간의 시간의 결을 따라 3가지 주제 선정. 참여 예술가의 작가성을 더하고 참여 시민으로 하여금 예술적 체험 강화



그림39 : 게릴라춤관 〈불꽃들길 경성유랑〉 워크숍 현장(좌), 한강대교 공연모습(우), 제공: 서울문화재단

## ◎ 예술가 참여의 긍정적 효과

예술인 참여에 의한 작품 제작의 전문화는 작품의 완성도와 관람객에게 전달하는 감동에도 영향을 준다. 전문공연집단의 퍼포먼스를 감상하는 것과는 질적으로 다른 경험이었겠지만, 프로가 아닌 아마추어 시민들이 직접 전달하기에 더욱 떨릴 수밖에 없는 ‘나의 이야기’는 예술인의 섬세하고 전문적인 도움을 통해 관객에게도 한층 더 가까운 ‘나의 이야기’<sup>39)</sup>로 수용된다.

일회성 취미활동이 아닌 문화활동으로 자기 본연의 모습과 마주함으로써 나이와 사회적 직책을 내려놓고 나와 다르지 않은 사람들과의 관계를 맺<sup>40)</sup>게 하는 공연 활동은 삶을 치유하는 효과도 있는데 이를 극적으로 보여주는 사례가 ‘416가족극단 노란리본’이었다. 밀접한 당사자성이 반영된 〈그와 그녀의 옷장〉은 이를 직접 무대화하는 시민배우 뿐만 아니라, 바라보는 관객에게도 시민배우에 대한 긴밀한 공감과 작품에 대한 깊은 몰입을 유도한다.

이렇듯 무엇을 어떻게 전달하느냐에 대한 고민은 생활문화예술 작업과 전문예술가의 작업이 다를 수 없다. 위 사례들은 다른 생활문화공동체와 마찬가지로 시민 중심으로 운영되고 있으나 예술가가 커뮤니티에 개입함으로써 일관적이면서도 독창적인 예술가의 작업을 함께 하는 도전적 경험이 더해져 밀도 높은 공동체 활동이 가능했다.

이 같은 작업에 참여하는 예술가는 보통 과도할 정도로 커뮤니티와 각 참여자에 대한 세심한 이해와 배려를 요청받는다. 그러나 본질적으로 시민-예술가가 만나 수직 관계가 아닌 수평적 협업의 관계를 맺기 위해서는 예술가 본인이 참여 시민의 열망을 느끼고 공감하면서 커뮤니티를 도구적으로 생각하지 않는 것이 중요하며, 자신의 작업 의도를 시민들과 나누고 조율하는 과정에 관해 자신만의 미학적 시도를 할 필요가 있다.

39) 전성원(2016), “소우주환상곡”, 테마칼럼, 『인천일보』, 3월 22일.

링크: <http://www.incheonilbo.com/?mod=news&act=print&idxno=699005>

40) 김영숙(2016), 1)의 각주와 동일.

---

## PART 3.

### 결론

---

# 1. 분석결과 요약 및 시사점

## (1) 일반적 특징

### ◎ 생활문화공동체 사업 참여자 특성

- 성남문화재단 생활문화공동체 사업의 주요 참여자는 성남 거주기간이 긴 주민 (5년 이상), 40~50대와 여성이라 볼 수 있음

### ◎ 자신의 의사에 따라 적극적으로 사업에 참여한 경우가 과반

- 설문 응답자들의 51%는 자기 주도적으로 사업에 참여하였으며 주변인의 권유에 따라 참여한 경우는 38%로 자기 주도적인 유형보다 적은 것으로 나타남

## (2) 사업의 주요 효과

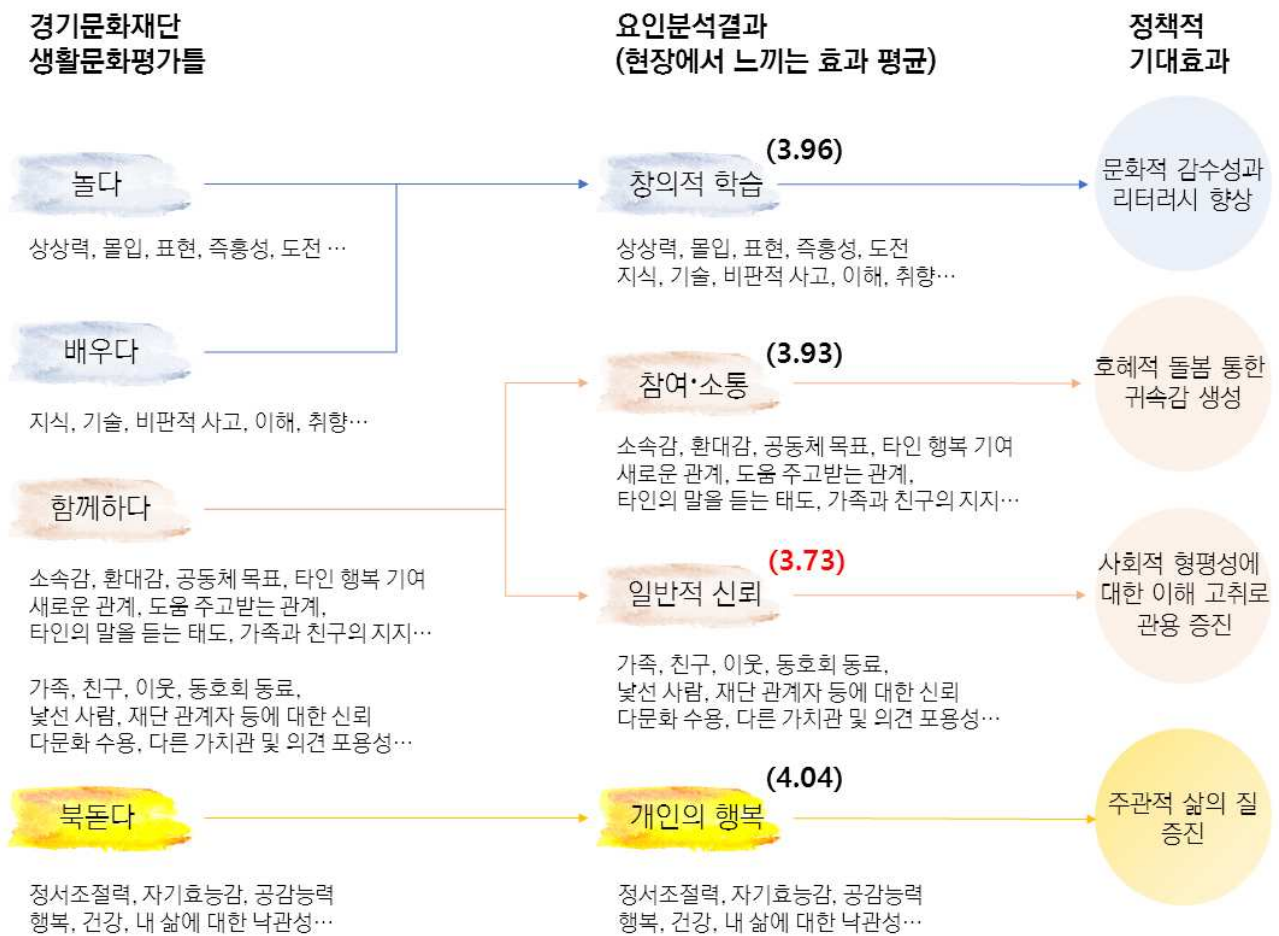
### ◎ 경기문화재단의 생활문화지표들에 따라 측정한 결과를 보면 전반적으로 모든 활동 단계에서 변화 및 만족 정도가 만족한 편 (5점 척도 중 3.5점~4.2점 대)

- 경기문화재단 생활문화지표 활동단계 효과  
⇒ [놀다 → 배우다 → 함께하다 → 복돋다]로 설계되어 있음
- 요인분석을 통해 확인한, 생활문화공동체 사업의 현장실태를 반영한 측정 단계  
⇒ [놀다·배우다→함께하다1(참여·소통)→함께하다2 (신뢰·관용)→복돋다]로 나타남<sup>41)</sup>
- 놀다와 배우다가 합쳐지는 이유는 생활문화 사업 대부분이 놀이 과정 자체에서 자발적인 문화예술에 대한 학습이 일어나기 때문인 것으로 사료됨<sup>42)</sup>
- 함께하다가 참여·소통, 신뢰·관용으로 나뉘는 이유는 전자는 사업 과정 중 만나게 되는 내집단과 커뮤니케이션 문제를 다루고 있고, 후자는 사업 참여로 인해 변화하게 된 일반 사회관계에 대한 인식을 묻기 때문인 것으로 사료됨
- 그러나 요인분석결과는 향후 사업목표 및 내용의 변화에 따라 달라질 수 있음 (예를 들어, 문화적 리터러시 제고<sup>提高</sup>를 위해 전문 프로그램이 생기거나 창작 과정 등이 개설될 경우)

41) 본 보고서 42p 요인분석 결과

42) 실제 군포와 시흥에서 실시되었던 경기도 생활문화 정책연구 소설픽션에 생활문화지표의 문항설계를 위해 참여했던 생활문화 참여 시민들은 배우다 영역이 목적인 지식과 기술, 비판적 사고, 이해, 취향 등을 놀이 과정과 별개로 인식하지 못함.

그림 40 : 현장에서 느끼는 주요 효과 및 정책적 기대효과 요약



◎ 특히 ‘몰입(4.17)’, ‘전반 행복감(4.16)’, ‘내 삶에 대한 낙관성(4.13)’이 높은 점수를 받은 문항

- 즉, 응답자들은 생활문화활동을 함으로써 몰입 상태를 경험하고, 이를 통해 내 삶을 긍정하게 되는 효과가 다른 효과에 비해 상대적으로 크게 발생하는 것으로 보임

◎ 반면, ‘다른 가치관 및 의견에 대한 포용성(3.68)’, ‘다문화 수용성(3.5)’ 및 ‘처음 만난 낯선 사람에 대한 신뢰 변화(3.50)’, ‘성남문화재단 관계자에 대한 신뢰 변화(3.58)’가 가장 낮은 점수대 영역을 형성

- 이러한 결과는 경험해 보지 않은 또는 익숙하지 않은 관계 즉, 외부인에 대한 경계심이 생활문화 사업을 통해서도 완화되지 않는다는 뜻으로, 시민정신에 입각한 관용이나 대화와 타협 통한 갈등 극복 및 사회통합이 현재와 같은 사업 형태로는 어려움을 시사
- 성남문화재단 관계자는 좀 미묘한 위치로 생활문화 활동의 협력자로서 관계자

개인에 대한 신뢰와 기관에 대한 신뢰가 복합적으로 작용할 것임

- ◎ 종합만족도에 어떤 활동 요인이 가장 큰 영향을 미쳤는지 알아보기 위해 회귀분석  
⇒ ①참여·소통 > ②개인의 행복 > ③창의적 학습 > ④일반적 신뢰 > ⑤진입여건 순  
으로 종합만족도에 영향을 준 것으로 나타남

### (3) 거주지-사업에 따른 특징

- ◎ 본 조사에서는 사업 특징, 설문 응답 수집 과정의 영향으로 사업별 차이와 지역별 차이가 유사한 양상을 보임

- 우리동네문화공동체만들기 사업

- ⇒ 거주지별 응답률 : 원도심 67%, 신도심 18%, 성남 외 거주자 15%

- ⇒ 우리동네문화공동체만들기 사업은 기획부터 지역 간 문화격차, 지역 다양성 등이 감안된 사업으로 신도심보다는 원도심에 좀 더 초점

- ⇒ 동네별 담당자 통해 설문을 수거했으므로 지역별로 사업이 배분된 비중 반영

- 사랑방문화클럽네트워크 사업

- ⇒ 거주지별 응답률 : 원도심 6%, 신도심 50%, 성남 외 거주자 44%

- ⇒ 사랑방문화클럽네트워크 사업은 원도심 참여자가 적은 경향성이 있지만 본 조사에서 수집된 응답에서 원도심 참여자 응답률은 더욱 저조

- ⇒ 이는 설문 응답 수집을 주로 신도심에 위치한 성남문화재단 내 큐브사랑방, 양상블사랑방에서 진행했기 때문으로 보임

- ⇒ 재단 내 2개 사랑방 공간 이용자는 주로 신도심 주민과 성남 외 거주자이며 성남 외 거주자는 서울, 용인, 광주 등 거주하며 활동 중심지가 성남인 경우

- ◎ 사업의 성격

- 우리동네문화공동체만들기 사업은 아이를 둔 40~50대 가족의 생활 패턴에 친화적인 성격으로 보임

- ⇒ 40대(29%), 50대(23%), 10대(19%)의 순으로 응답이 많음

- ⇒ 전체 10대 응답자 중 87%가 우리동네문화공동체만들기 사업에 참여

- 사랑방문화클럽은 인생 이모작을 꿈꾸는 시니어 사업의 성격이 강해보임

- ⇒ 사랑방문화클럽네트워크 사업은 50대 응답률이 42%로 두드러지게 높음

- ⇒ 나머지 연령대는 20% 미만의 응답률을 보임

◎ 두 사업 간 참여자의 변화 정도나 만족도 비교 결과

- 통계적으로 유의미한 차이가 나타나는 모든 문항에서 사랑방문화클럽네트워크 사업이 더 높은 점수를 받음
- 우리동네문화공동체만들기 사업에서 변화 및 만족 순위
  - ⇒ 1순위는 몰입을 느꼈다는 답변
  - ⇒ 공동 1순위 전반행복감, 내 삶에 대한 낙관성, 4순위 건강이라는 응답이 차지해 사업이 삶의 질 상승에 우선적 영향을 미치는 것으로 보임
  - ⇒ 10 순위 내 가족과 친구의 지지, 환대감, 소속감, 타인의 행복에 기여, 공동체 목표 등이 포진되어 참여·소통 통한 공동체 귀속감이 상위권 영역 형성
- 우리동네문화공동체만들기 사업에서 변화 및 만족 순위
  - ⇒ 1순위 몰입, 8순위 가벼운 마음과 자유로움(즉흥성), 9순위 도전성은 놀이에 관계된 문항들로 창의적 학습 영역이 만족 상위권 형성
  - ⇒ 성남문화재단 관계자 신뢰감 상승, 처음 만난 낯선 사람 신뢰감 상승, 다문화 수용성 상승에서 변화를 느꼈다는 응답이 10순위 내 포진. 이 결과는 사랑방문화클럽네트워크 사업이 관용과 사회적 형평성을 다루는 일반적 신뢰 영역에서 효과 있다는 뜻으로 그 이유를 심도 깊게 분석해볼 필요성이 보임

그림 41 : 사업별 변화 및 만족 12위권 내 문항



#### (4) 진입여건 및 향후 참여 의사

- ◎ 이미 생활문화 사업에 참여 중인 본 연구 응답자들은 생활문화 기반시설/환경 측면에서 큰 어려움을 느끼지 않는 것으로 나타남
  - 응답자들은 평균적으로 생활문화활동에 필요한 시간, 공간, 비용, 주변의 생활문화활동 유무 등이 생활문화 활동에 장애가 안 되거나 보통 정도의 장애를 느낀다고 답변 (시간(3.13), 공간(3.10), 비용(2.89), 주위에 관심 프로그램(2.85))
  - 생활문화 기반시설 확대가 필요한지 알아보려면 현재 사업에 참여하고 있지 않은 주민 대상으로 조사를 실시하여 비교 연구해야 할 것으로 보임
- ◎ 진입여건 중 상대적으로 시간 부족이 점수가 높았는데 그 주된 이유는 여러 활동을 동시에 하기 때문에 다른 사람들과 시간을 맞추기 어렵다(44%)는 것이었음
  - 여성은 가정일 때문에 시간 부족하다는 답변이 2순위(29%)로 가정일은 30대부터 비중이 상승
  - 남성은 출퇴근 시간이 너무 오래 걸린다는 응답이 2순위(25%)
- ◎ 공간 사용이 어려운 이유 1위는 저녁에 사용할 수 있는 공간이 없다(38.2%)로 나타남
- ◎ 향후 유사사업에 대해 참여하겠다(4점 이상)는 응답자는 두 사업 모두 80%이상
  - 향후 참여의사에 영향을 미치는 요인 우선순위  
⇒ ①참여·소통 > ②일반적 신뢰 > ③개인의 행복 > ④창의적 학습 순
  - 진입여건은 향후 참여의사에 유의미한 영향을 주지 못한 것으로 나타남<sup>43)</sup>

#### (5) 프로그램에 대한 요구 및 개발 가능성

- ◎ 보편적 요구에 따른 대중프로그램 개발 가능성
  - 응답자들은 현재와 같은 공동체 위주의 문화예술 여가 활동을 가장 많이 원하는 것으로 나타나서 현재 정책의 기본적 기조를 지속하는 것이 타당해보임  
⇒ 1순위 문화예술 공동체 활동, 2순위 연주·그림 등 취미 여가 활동
  - 문화예술공동체 다음으로 생활형 취미에 대한 요구가 많아서 향후 적극적 개발 및 고도화 정책 영역으로 고려할 필요성

43) 본 보고서 44p



- ⇒ 3순위 DIY 활동, 4순위 텃밭·캠핑·스포츠·요리 등 생활 소재와 문화예술이  
복합된 활동
- 장르적으로 보면 거주지/참여사업/성별에 관계없이 음악, 미술, 영화, 여행에  
대한 관심이 우선적임

◎ 사업 성격에 따른 프로그램 개발 가능성

- 우리동네문화공동체만들기 사업은 40~50대 가족적 생활 친화성이 높고 사랑  
방문문화클럽네트워크 사업은 50대 이상 시니어 인생 이모작 성격이 엇보이기  
때문에 이와 같은 사업 정체성이 향후 강화/보완/혁신되는 방향에 따라 프로그  
램 역시 개발 방향이 달라질 수 있음
- 실제로 보면 우리동네문화공동체만들기 사업 응답자들은 조사한 모든 종류의  
생활문화 활동에 전반적으로 고루 관심을 보인 편이나 창작 표현 공부, 수준  
높은 공연 및 발표 활동에 대한 관심도는 낮았음
- 사랑방문화클럽네트워크 사업 응답자들은 문화예술 공동체 활동, 연주·그림 등  
취미 여가 활동, 수준 높은 공연 및 발표 활동, DIY 활동에 대한 관심이 상대  
적으로 뚜렷이 나타남

◎ 연령별 프로그램 세분화 요구

- 10대, 40대, 50~60대에서 나타나는 요구 차이는 세대적 문화차나 생애주기적  
인 특성과 맞물리는 것으로 보여 주목해 검토해야 필요
- ⇒ **10대** : 연극에 대한 수요가 가장 많고, 다른 세대보다 요리·제과제빵, 바리스  
타에 대한 관심이 많고 여행에 대한 관심이 적음  
사업 참여를 통해서 주로 환대감, 기존 가족이나 친구의 지지, 소속감 등 공동  
체로부터 받아들여지는 경험에 영향을 받고 만족
- ⇒ **40대** : 텃밭·캠핑·스포츠·요리 등 생활 소재와 문화예술이 복합된 활동에 대한  
요구가 가장 많으며 장르적으로 인문역사, 전통문화재에 관심이 많음  
다른 세대에 비해 사업을 통해 다양한 문화적 권리의 중요성을 수용했다는 응  
답이 상위 순위
- ⇒ **50대 이상** : 생활스포츠에 대한 관심이 많고 특히 60대 이상은 노년 준비 등  
사회적 문제 해결 위한 문화예술 활동에 관심 비율이 다른 세대보다 높음  
50대 이상에서는 사업 참여를 통해 문화예술기량 상승, 생활기술 학습, 취향  
개발(이유설명능력) 했다는 응답이 많음

◎ 성별 프로그램 세분화 요구

- 응답자 중 여성이 83%에 이르므로 여성의 관심 활동 및 장르 순위는 전체 순  
위와 유사하게 나타남

- ⇒ 기존 성관념에 따른 관심사로 보이는 문항에서 관심장르 전체 순위/여성 순위 비  
 요리·제과제빵 : 전체 7순위 → 여성 6순위  
 외국어 : 전체 10순위 → 여성 8순위  
 캘리그라프 : 전체 13순위 → 여성 12순위
- 남성은 여성과 달리 활동가 및 강연자의 강의, 전시회·공연 공동 관람에 대한 요구가 많았으며 전통문화재, 건축, 연극이 공동 10위 관심사로 관심장르 상위권에 올라있음

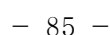
#### ◎ 프로그램 고도화 방향 요구

- 생활문화 활동을 오래했거나, 주도하는 리더 유형들에게서 전문적 프로그램에 대한 요구가 출현하는 것으로 보이며 이 요구는 다양한 활동을 혼합하고 장르의 경계를 넘나드는 방향으로 변화하는 것으로 보임
- 생활문화 활동은 경험하기 전에 그 가치를 상상하기 어려운 특성이 있어 요구 현황 뿐 아니라 잠재적 요구의 발견이 중요한데 장기 활동가의 욕구와 지혜, 입소문 등이 잠재적 요구 탐색에 도움이 될 수 있음
- 우리동네문화공동체만들기 사업에 5년 이상 참여한 응답자들은 텃밭·캠핑·스포츠·요리 등 생활 소재와 문화예술이 복합된 활동, 육아·노년 준비 등 사회적 문제 해결 위한 문화예술 활동에 대한 관심 비율이 5년 이하에 비해 높음
- 사랑방문화클럽네트워크 사업에 1년 이상 참여한 응답자들은 수준 높은 공연 및 발표 활동에 대한 관심 비율이 1년 이하보다 높고 5년 이상 응답자들은 육아·노년 준비 등 사회적 문제 해결 위한 문화예술 활동에 대한 관심 비율이 5년 이하보다 높음
- 사람들을 직접 모아 연락하고 활동하는 리더 유형은 전체 응답자 중 17% 정도로 텃밭·캠핑·스포츠·요리 등 생활 소재와 문화예술이 복합된 활동에 대한 관심 비율이 다른 활동 유형보다 높음

#### ◎ 갈등관리조정 프로그램 개발 가능성

- 갈등 발생 시 이를 해소하고 공동체를 합리적 수준에서 재통합하는 과정은 생활문화활동 지속가능성의 중요 요인인 동시에 정책적 목표일 수 있음
- 본 연구 응답자들의 75.5%는 갈등이 발생가능하다는 입장이며 38.2%는 사이 좋게 지내자고 사람들을 설득한다는 융합적 태도를 취했으나 갈등의 원인을 개인에게 돌리는 경우가 16.1%로 갈등을 사회적인 문제로 재인식하게 하는 시민 프로그램 도입 검토를 권유함
- 최근 2~3년 사이 저항정신에 입각한 직접적인 갈등의 충돌 대신 공통의 감각을 열고 상호 이해를 위해 경험과 생각을 나누는 토크쇼 및 대화모임·워크숍 등이 대중화되는 추세

- 그림 42 : JTBC의 사회갈등 조정 관련 프로그램 특특유, 말하는대로



## 2. 사례조사 시사점

### (1) 일반적 특징

- ◎ 수요조사 결과에 따라 보다 넓은 범주의 생활문화를 탐색·발굴할 필요성
  - 현재 생활문화는 동호회 활동과 마을 기반 사업, 몇몇 개의 장르에 치우친 한계 : 형식주의적/성과주의/관료화 문제
  - 문화기본법, 지역문화진흥법에 따른 근본적인 생활문화 철학, 시민과 함께 지역을 일구어나가기 위한 내용적/방법적 모색 필요성
- ◎ 생활문화 인프라 분포
  - 조사 과정 중 생활문화를 할 수 있는 환경(온/오프라인)은 이미 널리 조성된 상태로 느껴졌음
  - 지자체의 유휴공간, 사용하지 않는 극장/연습실 등을 효율적으로 사용한다면 공간 부족에 대한 방법을 마련할 수 있을 것으로 예상
  - 이를 바탕으로, 시민 개개인이 마음을 먹는다면 화가, 조각가, 뮤지션 등 예술가로 접근할 수 있는 환경과, 평생 공부의 가능성이 확대되는 것으로 보임
- ◎ 노년의 기술 접근성
  - 마을이나 공간에서 모임과 프로그램 소개를 할 때 대부분 인터넷, SNS 등을 이용하는 경우가 많은데 노년층의 기술 접근성이 어떤지 사례 조사를 통해서 알기가 어려웠음
  - 다만 젊은 층보다는 다양하고 혁신적인 프로그램에 대한 접근이 어려울 것이라 짐작되는 바, 이러한 기술격차의 문제를 어떤 방식으로 해소할 수 있을지에 대해 검토가 필요해 보임
  - 현재 생활문화의 향유는 시장을 통해서 문화예술에 접근하는 청년층보다는 장년과 노년층의 참여가 많으며, 향후 증가할 노인층 문제를 감안할 때 중요 이슈로 보임

### (2) 생활문화 활동특성과 매개성의 문제

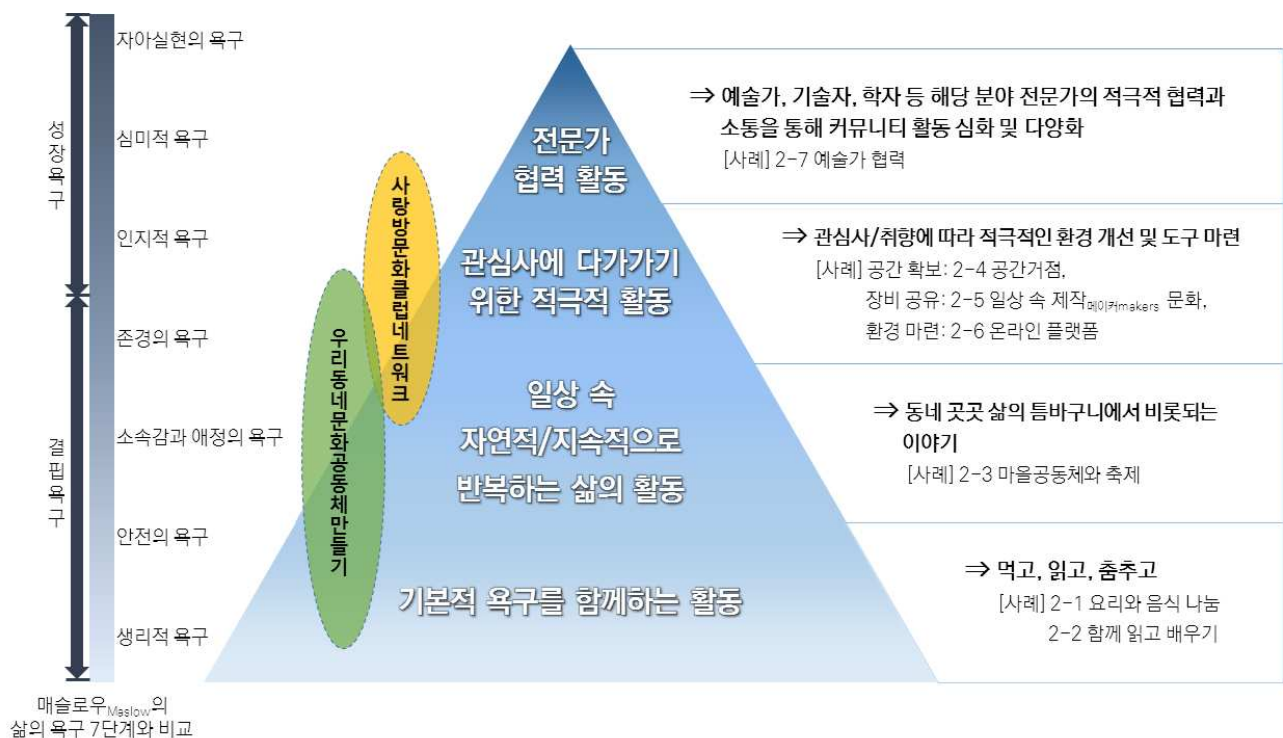
- ◎ 매개성의 문제
  - 조사 결과, ‘함께 먹는 행위’는 거의 모든 유형의 공동체에서 관계를 실질적으로 이어주는 매개적 역할을 하고 있어 일종의 기반 활동으로 이해해야 할 것으로 보임<sup>44)</sup>

- 먹는 행위 외에도 공동체를 이어주는 다양한 매개물의 중요성 발견
- 매개성의 축진은 보통 정책에서 매개‘자’ 육성으로 사업화되는데 매개자라는 용어를 제도적으로 공식화하면서 현장에서 행정과 공동체에서 보살핌이 필요한 대부분의 일들을 매개자에게 떠맡기는 형태가 문제로 지적되고 있는 상황
- 본 사례 연구를 통해 매개성을 매개‘물’, 매개적 ‘관심사’, 매개 ‘구조’ 등으로 다변화하여 살펴볼 필요성 발견

◎ 조사한 사례와 매개성의 관계를 살펴보고자 공간과 모임형태 등을 기준으로 사례를 나누어보다 오히려 매슬로우의 삶의 욕구 단계가 사례 현황을 보다 합리적으로 구분해주는 것을 발견하게 됨

- 이를테면, ‘함께 먹는 행위’가 왜 대부분의 사례에서 사람들을 매개하기 위한 주요 활동이 될 수 있는가에 대해 고찰했을 때 목적 없이 모여서 먹고, 읽고, 춤추는 등 기본적인 인간적 욕구를 충족하는 활동이 보편적이기 때문에 접근이 쉬울 뿐 아니라 나누기도 쉽다는 것을 발견
- 반면, 순수창작 등 내면을 성찰하고 자신의 삶의 표현하는 행위는 자아실현의 욕구에 가까워서 문화예술 분야에서 배우고 성장하려는 욕구가 강한 관심공동체는 보다 특수하고 적극적인 공동체가 될 가능성이 높음
- 이 같은 내용을 도상으로 표현하면 그림 43 과 같음

그림 43 : 삶의 욕구 7단계와 사례별 단계 분류



44) 먹는 행위와 별개로 요리 스킬의 습득을 위한 프로그램은 별도 유형화가 가능할 것으로 예상

- ◎ 매슬로우 삶의 욕구 축을 생활문화활동 사례에 대입했을 때 단계별 경계는 느슨하고 중첩적이며 각각의 욕구는 개별적으로 존재하기보다 복합적임을 주의해야 함
- 이를테면, 사랑방문화클럽네트워크 활동은 지난 몇 년간 사업 성과평가 결과를 살펴보았을 때 심미적이고 인지적 욕구만 충족시키는 것이 아니라, 존경, 소속감, 애정 등의 욕구를 두루 만족시키며 뒷풀이 등을 통해 먹고 대화를 나누는 기본적 욕구 만족 행위를 함
  - 우리동네문화공동체만들기 사업은 본 연구의 만족도 및 변화 순위나 수요조사 결과<sup>45)</sup>를 봤을 때 소속감, 애정에 초점이 있으며 창작 표현 등엔 관심이 적었고 2015년 성과평가에서는 색채 및 자유연상 조사에서 동네가 쾌적해졌다, 따뜻해졌다, 밝아졌다는 의견이 많아서 삶의 환경이 안전해졌다고 느낌을 알 수 있음<sup>46)</sup>
  - 매슬로우 욕구 단계 이론은 인간의 욕구와 동기를 이해하는데 도움이 되지만 인간의 욕구가 단일하거나 정적이지 않고 욕구 간의 높낮이를 세울 수 없다는 점에서 비판받고 있음에 주의해야 함
    - ⇒ 이를테면, 배가 고파도 책읽기를 선택하는 사례처럼 매슬로우 욕구에서 상위 욕구가 만족되어도 하위욕구가 만족되지 않는 경우도 얼마든지 발견됨
    - ⇒ 욕구는 다양한 상황 하에서 끊임없이 변화하여 발현되고 상호 작용하기 때문에 동적맥락 측면에서 설명될 필요가 있음
- ◎ 매슬로우 삶의 욕구 단계와 매개성의 관계를 살펴보면 매개성이 단순히 기계적인 네트워킹을 기획하는 것이 아니라, 사람들이 공통적으로 원하는 욕망을 탐색하고 공식화하여 드러내고 나누도록 돕는 물질적/비물질적 도구 및 관계라 생각할 수 있을 듯함
- ◎ 마지막으로, 매슬로우 삶의 욕구 단계에서 인간이 궁극적으로 자아실현을 지향한다는 가정은 자기계발에 시달리며 소외와 고립에 노출된 근대적 인간상의 한계를 넘지 못한다는 점에서 생각해볼 여지가 있음
- 실제로 매슬로우 본인은 말년에 8단계로 욕구 모델을 수정하면서 종교적 욕구인 초월 욕구를 주장함
  - 최근, 더글라스 켄릭 등은 자아실현 대신 양육하는 번식(reproductive)이 인간의 궁극적인 욕구라고 주장하기도 함 (그림 44)
  - 근대와 탈근대 논의가 어지럽게 진행되면서 공동체의 해체 현상을 겪고 있는 한국에서도 유념해 보아야 할 지점으로 보임

45) 본 보고서 16p, 32~33p 참조

46) 김유진 외, 『생활문화공동체사업 성과평가 연구』, 성남문화재단, 2016.

그림 44 : 켄릭 등이 재조명한 욕구 피라미드



| 켄릭 등이 재조명한 욕구 피라미드(2010)

출처 : [http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2070231&cid=41991&categoryId=41991#TABLE\\_OF\\_CONTENT10](http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2070231&cid=41991&categoryId=41991#TABLE_OF_CONTENT10)

---

부록.

생활문화공동체 사업 설문조사지

---



## 2016 생활문화 사업 개인 영향평가 조사

ID

안녕하십니까?

(재)성남문화재단은 사랑방문화클럽네트워크, 우리동네문화공동체만들기 등 시민의 문화공동체 활동을 통해 삶의 질을 높이고자 여러 생활문화 사업을 추진하고 있습니다. 본 조사의 목적은 생활문화 사업이 참여 시민들에게 미친 영향을 분석하여, 향후 지원사업의 발전방안을 모색하는데 있습니다. 귀하께서 응답해 주시는 모든 내용은 **통계법 제 33조에 의해 개인정보 및 비밀이 보호되며, 통계적인 목적으로만 집계**되어 사용됩니다. 귀하의 소중한 의견이 생활문화 활성화 지원 정책에 반영될 수 있도록 적극적인 참여를 부탁드립니다.

감사합니다.



※ 참고 : "생활문화"란 지역의 주민이 문화적 욕구 충족을 위하여 자발적이거나 일상적으로 참여하여 행하는 유형·무형의 문화적 활동을 말한다." (지역문화진흥법 2조 2항)

응답자 인적 사항 (필수 응답 항목)						
성 별	① 남      ② 여					
연 령	① 10대    ② 20대    ③ 30대    ④ 40대    ⑤ 50대    ⑥ 60대    ⑦ 70대 이상					
거 주 지	① 성남시신도심(분당구, 판교) ② 성남시 원도심(중원구, 수정구) ③ 성남 외(서울, 용인 등)					
현 거주지 거주기간	① 1년 미만                  ② 1년~5년 미만                  ③ 5년~10년 미만                  ④ 10년~15년 미만 ⑤ 15년 이상					
생활문화 참여현황	귀하는 다음 생활문화 사업에 얼마나 활발히 참여하고 계신가요?					
		현재 참여하지 않는 경우		현재 참여하고 있는 경우		
		한 번도 참여한 적 없다.	참여했으나 현재는 아니다.	한 달에 1회 미만 참여한다.	한 달에 1~3회 정도 참여한다.	주 1회 이상 참여한다.
	우리동네 문화공동체 만들기	①	②	③	④	⑤
	사랑방문화클럽 네트워크	①	②	③	④	⑤
	생활문화 사업에는 언제부터 참여하기 시작하셨나요?					
	① 1년 미만                  ② 1년~2년 미만                  ③ 2년~3년 미만                  ④ 3년~4년 ⑤ 4년~5년 미만          ⑥ 5년 이상					

■ 다음은 생활문화활동이 귀하의 삶에 미친 영향에 관한 질문입니다.

1. 다음 중 귀하가 생활문화를 즐기는 방식을 선택해 주세요. (중복 선택 가능)

- ① 마을생활, 취미나 동호회 활동을 위해 내가 직접 다른 사람들에게 연락하고 모아서 활동한다.
- ② 내가 관심 있는 마을생활, 취미나 동호회 활동을 직접 찾아 나서고 계획한다.
- ③ 직접 찾아 나서지는 않지만, 친구 등 주변인의 권유를 따라 함께 참여하기를 즐긴다.
- ④ 다른 사람들과 모이는 활동보다는 혼자서 문화예술을 관람하고 작업하기를 더 즐긴다.
- ⑤ 기타 \_\_\_\_\_

2. 귀하가 생활문화를 즐긴 정도를 다음 문항에 따라 표시해주세요.

나는 생활문화활동을 하면서	전혀 그렇지 않다 -----보통-----매우 그렇다				
2-1. 활동 시간만큼은 다른 일을 잊고 집중했다.	①	②	③	④	⑤
2-2. 현실적 이익은 없지만 좋아하는 일을 상상하는 시간이 늘었다.	①	②	③	④	⑤
2-3. 지금까지 해보지 않았던 것을 시도하거나 가본 적 없는 곳에 가보았다.	①	②	③	④	⑤
2-4. 가벼운 마음으로 분위기에 따라 자유롭게 즐겼다.	①	②	③	④	⑤
2-5. 내가 중요하게 생각하는 것을 솔직하게 표현하게 되었다.	①	②	③	④	⑤

3. 다음은 귀하가 생활문화활동을 통해 배우고 습득한 것들에 대한 질문입니다.

나는 생활문화활동을 하면서	전혀 그렇지 않다 -----보통-----매우 그렇다				
3-1. 문화예술적 기량을 높이거나 생활기술을 익힐 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
3-2. 생활문화가 내 삶이나 다른 사람들의 삶에 필요한 이유를 생각해보게 되었다.	①	②	③	④	⑤
3-3. 다양한 문화적 권리의 중요성을 알게 되었다.	①	②	③	④	⑤
3-4. 내가 관심 있는 문화예술 분야나 마을활동에 대해 좋아하는 이유를 2~3분 이상 말할 수 있게 되었다.	①	②	③	④	⑤

4. 다음은 귀하의 생활문화 공동체 참여 경험에 관한 질문입니다.

나는 사람들과 함께하는 활동 과정 속에서	전혀 그렇지 않다 -----보통-----매우 그렇다				
4-1. 진행되는 생활문화활동에 대해 전반적으로 공감하고 지지했다.	①	②	③	④	⑤
4-2. 편안하게 환영받는 느낌을 받았다.	①	②	③	④	⑤
4-3. 참여하고 있는 공동체의 일원이라는 것이 자랑스러웠다.	①	②	③	④	⑤
4-4. 다른 사람들의 행복에 기여한다는 자부심을 느꼈다.	①	②	③	④	⑤

5. 다음은 생활문화활동 중 일어난 귀하의 소통 경험에 관한 질문입니다.

나는 생활문화활동을 하면서	전혀 그렇지 않다 -----보통-----매우 그렇다				
5-1. 나는 다른 사람의 말을 끊지 않으려고 노력하는 태도가 생겼다.	①	②	③	④	⑤
5-2. 새로운 친구를 사귀는데 적극적인 태도가 생겼다.	①	②	③	④	⑤
5-3. 어려울 때 나를 도와줄 수 있는 관계가 생겼다.	①	②	③	④	⑤
5-4. 가족, 친구들과의 관계에 활력이 생겼다.	①	②	③	④	⑤

**6. 귀하는 생활문화활동 중 사람들 간 다툼이나 불편함이 생기는 것에 대해 어떻게 생각하시나요?**

- ① 다툼은 노력하면 언제나 해결될 수 있다고 생각하고 사이 좋게 지내자고 사람들을 설득한다.  
 ② 다툼은 있을 수 있지만 언제나 해결되는 건 아니라고 생각하며 사려 깊게 따져본다.  
 ③ 개인 의견을 내세우며 전체의 뜻을 따르지 않는 사람이 다툼의 원인을 만든다고 느낀다.  
 ④ 다툼 사람들끼리 알아서 해결할 일이라고 생각한다.  
 ⑤ 기타 \_\_\_\_\_

**7. 귀하는 생활문화활동을 하며 다음 관계를 얼마나 마음속으로 받아들이게 되었나요?**

나는 생활문화활동을 통해	전혀 그렇지 않다 -----보통-----매우 그렇다				
7-1. 나와 성격, 관심분야, 정치관 등이 상당히 다른 사람들을 만나고 이해하게 되었다.	①	②	③	④	⑤
7-2. 외국인 노동자, 장애인, 미혼모, 독거노인 등 사회적 약자와 만나고 이해하게 되었다.	①	②	③	④	⑤

**8. 귀하는 생활문화활동을 하면서 다음 관계들에 대한 생각과 믿음에 변화가 생겼나요?**

	덜 믿게 되었다---변화없다---더 믿게 되었다				
8-1. 가족 (친척 포함)	①	②	③	④	⑤
8-2. 동네 이웃 (옆집 사람 등)	①	②	③	④	⑤
8-3. 개인적으로 친분이 있는 사람 (친구, 직장동료 등)	①	②	③	④	⑤
8-4. 함께 생활문화활동하는 사람	①	②	③	④	⑤
8-5. 처음 만난 낯선 사람	①	②	③	④	⑤
8-6. 성남문화재단 관계자	①	②	③	④	⑤

**9. 다음은 생활문화활동이 귀하의 정서에 미친 영향에 관한 질문입니다.**

나는 생활문화활동을 시작하면서	전혀 그렇지 않다 -----보통-----매우 그렇다				
9-1. 생활 스트레스가 생겨도 여유롭게 대처할 수 있게 되었다.	①	②	③	④	⑤
9-2. 다른 사람의 표정과 행동을 잘 보고 감정을 헤아리게 되었다.	①	②	③	④	⑤
9-3. 어떤 일이든 관심과 노력이 있으면 할 수 있다는 용기가 생겼다.	①	②	③	④	⑤

**10. 다음은 생활문화활동이 귀하의 삶의 만족도에 미친 영향에 관한 질문입니다.**

나는 생활문화활동 때문에	전혀 그렇지 않다 -----보통-----매우 그렇다				
10-1. 더 행복해졌다.	①	②	③	④	⑤
10-2. 더 건강해졌다.	①	②	③	④	⑤
10-3. 내 미래를 계획하는 것에 대한 관심이 높아졌다.	①	②	③	④	⑤

**11. 귀하는 참여하였던 생활문화활동에 전반적으로 만족하시나요?**

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

**■ 다음은 귀하가 원하는 생활문화활동에 대한 질문입니다.**

**12. 귀하는 기회가 된다면 현재 하고 있는 생활문화와 비슷한 활동에 더 참여하실 생각인가요?**

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

13. 귀하는 마을 지도자, 동호회 대표, 성남문화재단 등 생활문화 사업을 이끌고 가는 리더들이 귀하의 의견에 귀를 기울이고 있다고 생각하시나요?

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

14. 지금까지 생활문화활동을 하는데 어려움을 느꼈던 점을 다음 항목을 따라 답변해주세요.

		전혀 그렇지 않다 -----보통-----매우 그렇다				
14-1.	개인적으로 시간을 내기 힘들었다.	①	②	③	④	⑤
14-2.	개인적으로 활동비용에 부담을 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
14-3.	주위에 관심 있는 생활문화활동이 없었다.	①	②	③	④	⑤
14-4.	교육, 동호회, 축제 등을 진행하는 생활문화활동 공간을 사용하기 어려웠다.	①	②	③	④	⑤

15. 귀하의 시간이 부족한 가장 큰 이유는 무엇인가요?

- ① 야근 등 일이 많아서 ② 출퇴근 시간이 너무 오래 걸려서 ③ 가정일 때문에  
 ④ 여러 활동을 동시에 하기 때문에 다른 사람들과 시간 맞추기가 어려워서  
 ⑤ 기타 \_\_\_\_\_

16. 귀하가 공간을 사용하기 어려운 주된 이유는 무엇인가요?

- ① 멀어서 ② 공간 사용료가 비싸서 ③ 저녁에 사용할 수 있는 공간이 없어서  
 ④ 기타 \_\_\_\_\_

17. 다음 중 귀하가 향후 해보고 싶은 생활문화활동은 무엇인가요? (모두 고르세요.)

- ① 내 마음을 표현하는 순수 창작 작업 및 창작 관련 공부 (예. 시쓰기 등)  
 ② 내 손으로 이것저것 직접 만들어보는 활동 (예. DIY, 목공방, 마을신문 제작 등)  
 ③ 취미로 연주나 그림 그리기 등을 즐길 수 있는 여가 활동  
 ④ 다른 사람들과 어울려 문화예술 작업을 하는 공동체 활동 (예. 오케스트라, 합창, 연극 등)  
 ⑤ 지금보다 높은 수준의 예술 공연 및 발표를 위한 강력한 관계의 멤버십 활동  
 ⑥ 강연자, 문화예술 활동가, 마을 활동가 등의 이야기를 듣거나 가르침을 받는 것  
 ⑦ 전시회, 공연 등을 함께 관람하는 활동  
 ⑧ 문화예술에 대한 사람들의 의견과 취향을 생활 속에서 나누는 모임 (예. 독서회)  
 ⑨ 축제 장터 참가와 판매  
 ⑩ 텃밭, 캠핑, 스포츠, 요리 등 생활과 문화예술이 섞인 활동  
 ⑪ 육아 문제, 노년 준비 등 사회적 어려움을 함께 해소하는 문화예술 활동  
 ⑫ 기타 \_\_\_\_\_

18. 다음 중 귀하가 관심을 가진 생활문화 분야는 무엇인가요? (모두 고르세요.)

분야	선택	분야	선택	분야	선택	분야	선택	분야	선택
문학	<input type="checkbox"/>	미술	<input type="checkbox"/>	음악	<input type="checkbox"/>	무용	<input type="checkbox"/>	연극	<input type="checkbox"/>
영화	<input type="checkbox"/>	국악	<input type="checkbox"/>	사진	<input type="checkbox"/>	건축	<input type="checkbox"/>	만화	<input type="checkbox"/>
다도	<input type="checkbox"/>	서예	<input type="checkbox"/>	꽃꽂이	<input type="checkbox"/>	생활공예	<input type="checkbox"/>	캘리그래프	<input type="checkbox"/>
마술	<input type="checkbox"/>	놀이(바둑/장기/체스 등)	<input type="checkbox"/>	요리/제과제빵	<input type="checkbox"/>	바리스타	<input type="checkbox"/>	네일아트	<input type="checkbox"/>
외국어	<input type="checkbox"/>	인문역사	<input type="checkbox"/>	전통/문화재	<input type="checkbox"/>	여행	<input type="checkbox"/>	생활스포츠	<input type="checkbox"/>

- 답변해 주셔서 감사합니다 -



2016 생활문화공동체사업 성과평가  
연구용역 결과보고서

---

발 행 인     박 창 훈 (성남문화재단 대표이사)  
편 집 인     이 영 진 (성남문화재단 문화진흥국장)  
발 행 일     2016년 12월 30일  
발 행 처     (재)성남문화재단  
              경기도 성남시 분당구 성남대로 808 성남아트센터  
              [www.snart.or.kr](http://www.snart.or.kr)

---