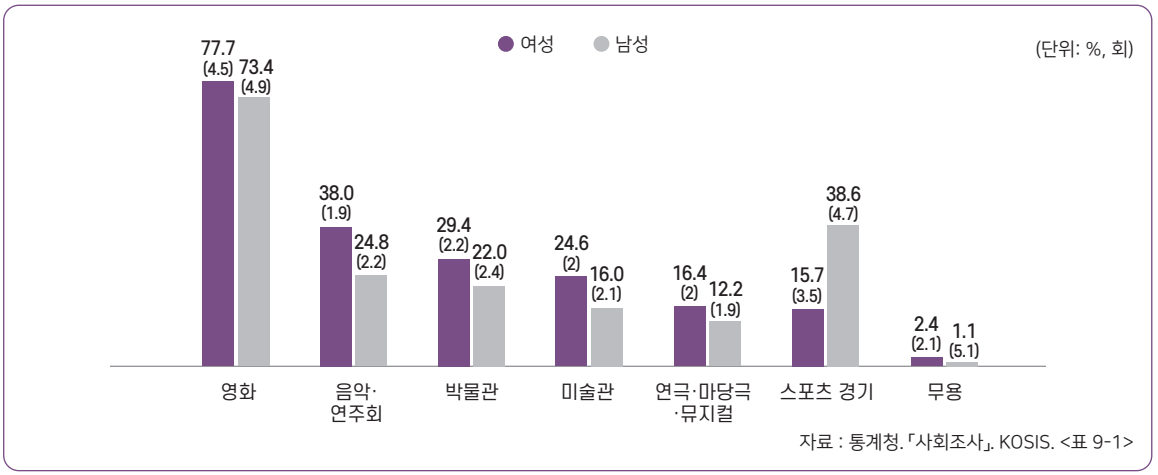
# 9.
# 문화 및 여가

# 9. 문화 및 여가

## 문화 및 여가활동

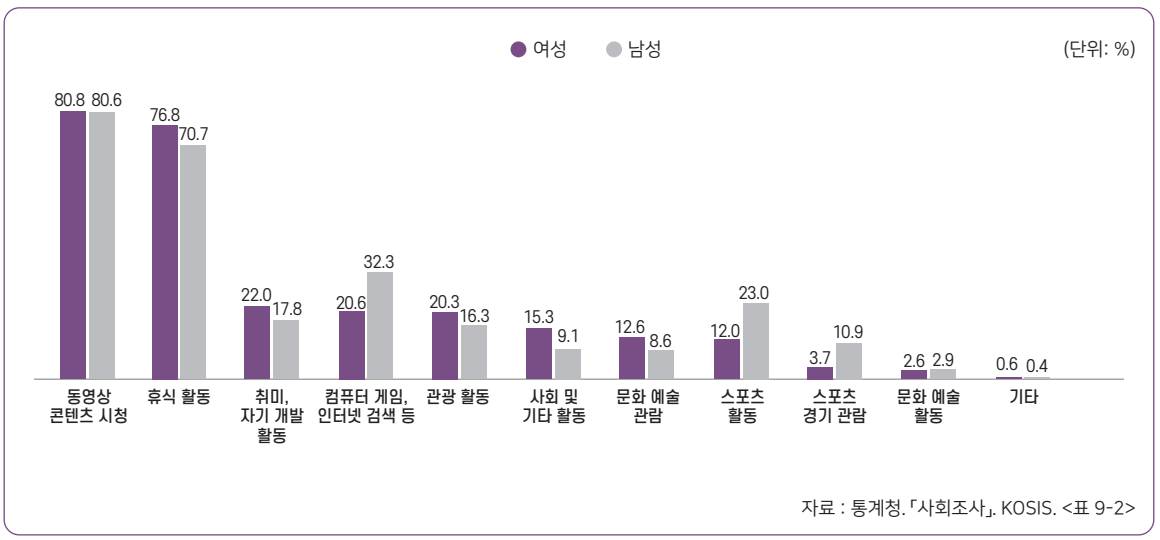
'21년 대비 '23년 코로나19의 종식으로 문화예술 및 스포츠 관람비율이 전체적으로 상승하였음

### 문화예술 및 스포츠 관람(2023)




자료 : 통계청.「사회조사」. KOSIS. <표 9-1>

### 주중 및 주말 여가활동(2023)




자료 : 통계청.「사회조사」. KOSIS. <표 9-2>

■ 여성과 남성 모두 영화관람의 비율이 가장 높았으며, 여성이 남성보다 문화예술 분야 관람이 전체적으로 높고, 남성(38.6%)은 여성(15.7%)보다 스포츠 관람비율이 더 높음

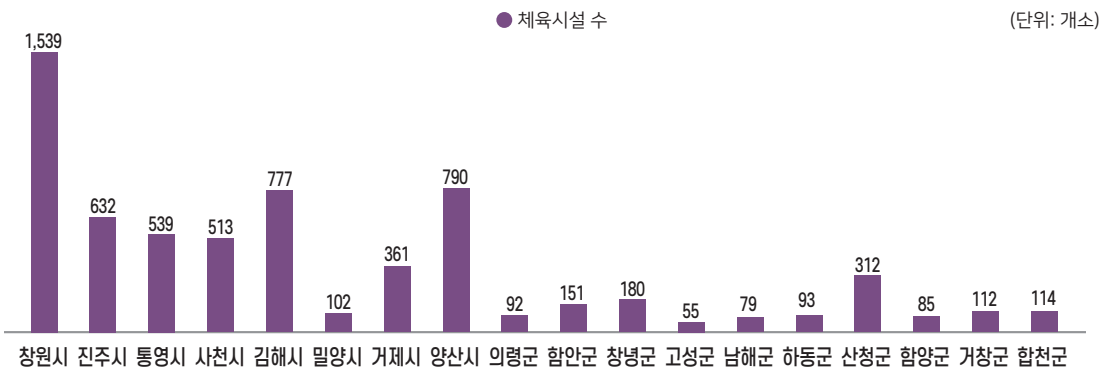
■ 주중 및 휴일의 여가활용 방법으로 여성과 남성 모두 동영상콘텐츠 시청이 가장 많았음

■ 동영상콘텐츠 시청을 제외하면 주중 여가활동은 여성은 취미·자기개발활동, 컴퓨터게임·인터 넷검색의 순이었고, 남성은 컴퓨터게임·인터넷검색, 스포츠활동의 순이며, 주말 여가활동은 여성과 남성 모두 휴식활동과 컴퓨터게임·인터넷검색의 순임

# 여가시설 인프라

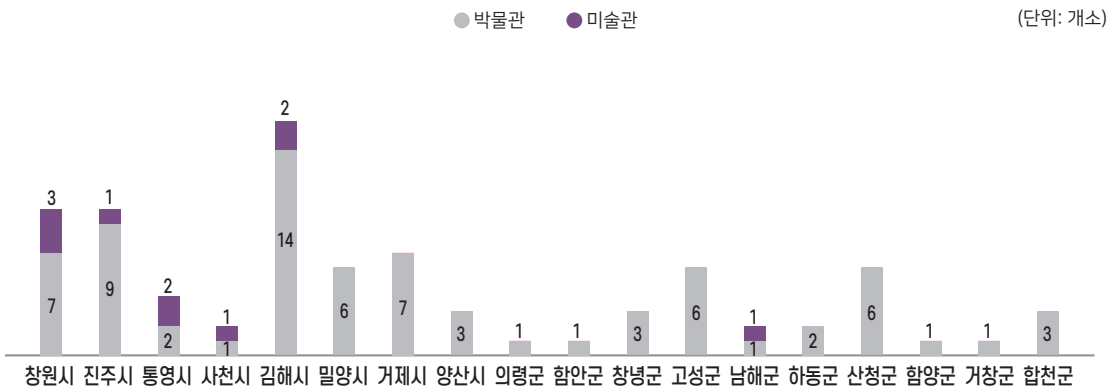
체육시설과 문화시설 인프라는 '10년과 비교해 '22년 상승하였으나, 시·군 간 지역별 격차가 있음

## 체육시설 현황(2022)




자료: 경상남도.「경상남도 기본통계」. 경상남도 빅데이터 허브 플랫폼. <표 9-4>

## 문화시설 현황(2022)




자료 : 행정안전부.「한국의 도시통계」. <표 9-6>

■ '22년 기준 경남의 체육시설은 6,526개소, 창원시가 1,539개소로 가장 많음

■ '22년 경남의 박물관은 74개소이고, 미술관은 10개소로 박물관은 모든 시·군에 설치되어 있지만, 미술관은 18개 시·군 중 6개 지역에 설치되어 있어 지역간 편차가 큰 편임

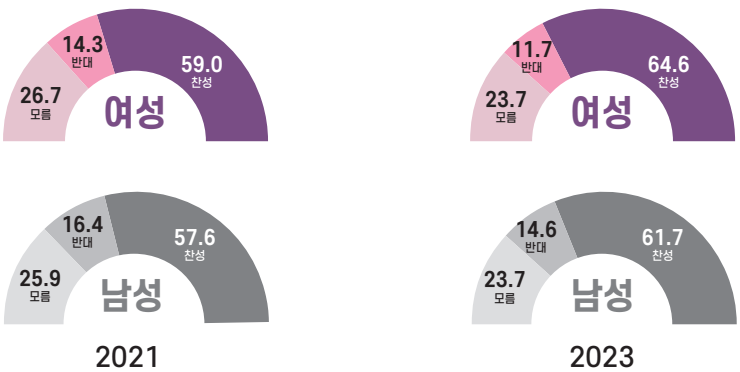
# 9. 문화 및 여가

## 지역문화제 개최

지역문화제 개최에 대해서는 찬성도가 월등히 높음

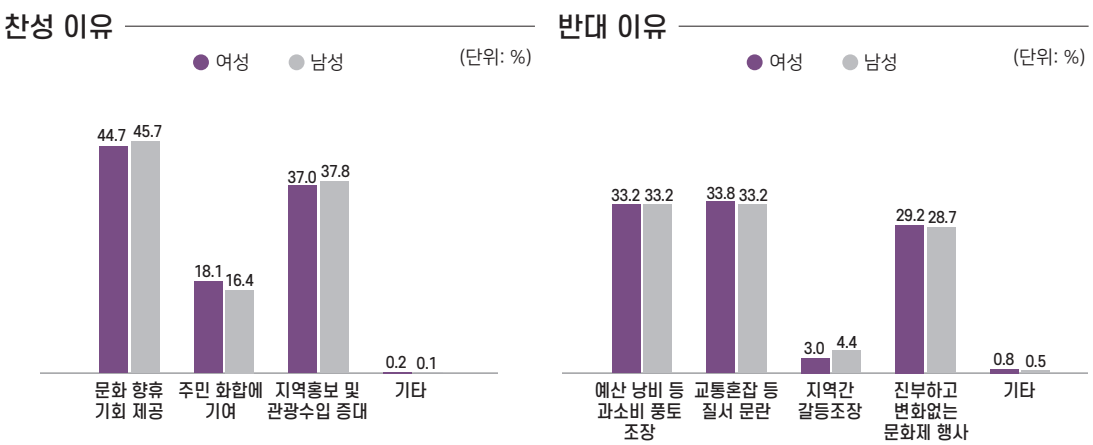
### 지역문화제 개최 의견(2021, 2023)

(단위: %)




자료 : 경상남도.「경상남도 사회조사」. 경상남도 빅데이터 허브 플랫폼. <표 9-8>

### 지역문화제 개최 찬성/반대 이유(2023)




자료 : 경상남도.「경상남도 사회조사」. 경상남도 빅데이터 허브 플랫폼. <표 9-8>

■ '21년 지역문화 개최 찬성도는 58.3%, '23년은 63.1%로 찬성도가 높아졌고, 성별로는 여성 64.6%, 남성 61,7%임. 찬성 이유로는 '문화 향유 기회 제공(45.2%)'과 '지역홍보 및 관광수입 증대(37.4%)'임

■ 지역문화 개최를 반대하는 비율은 13.2%로 반대 이유는 '교통혼잡 등 질서문란(33.5%)'과 ' 예산낭비 등 과소비 풍토 조장(33.2%)'임

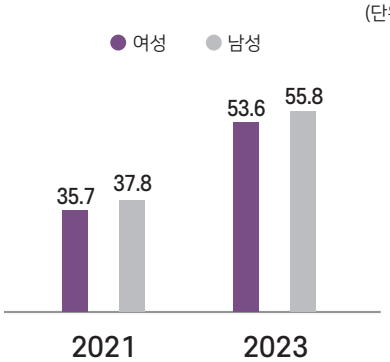
# 도내 관광 경험 및 개선점

도내 관광 경험은 '21년과 비교해 '23년 여성과 남성 모두 상승하였음

## 여행경험 및 관광지 정보취득(2021, 2023)

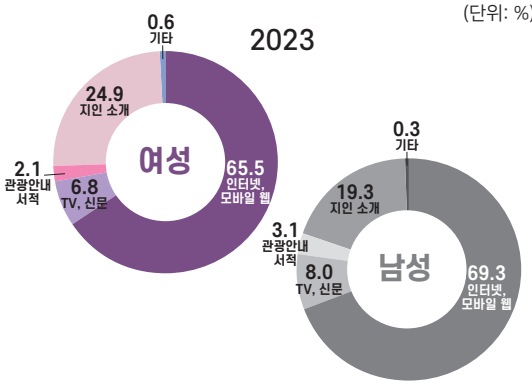
### 도내 여행 경험

(단위: %)




### 관광지 정보취득 경로

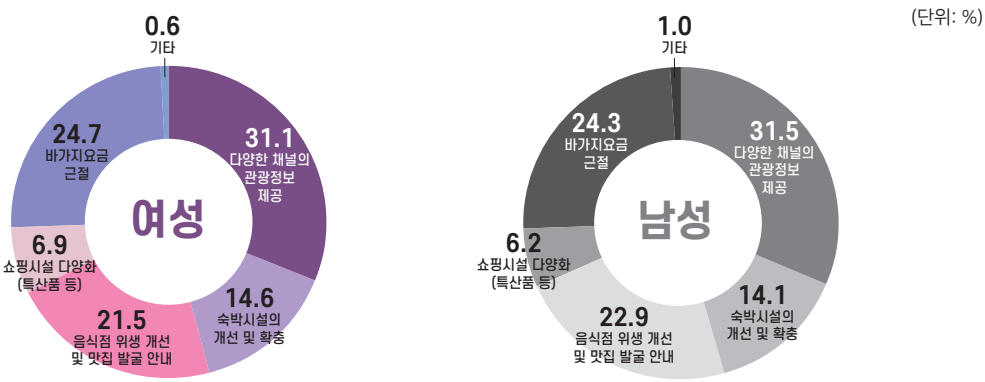
(단위: %)




자료 : 경상남도.「경상남도 사회조사」. 경상남도 빅데이터 허브 플랫폼. <표 9-9>

## 관광지 개선점(2023)

(단위: %)




자료 : 경상남도.「경상남도 사회조사」. 경상남도 빅데이터 허브 플랫폼. <표 9-10>

■ '21년 도내 여행경험은 36.8%에서 '23년 54.7%로 상승하였고, 관광지 정보취득 경로로는 인터넷·모바일앱이 가장 많고, 다음이 지인소개를 통해서임

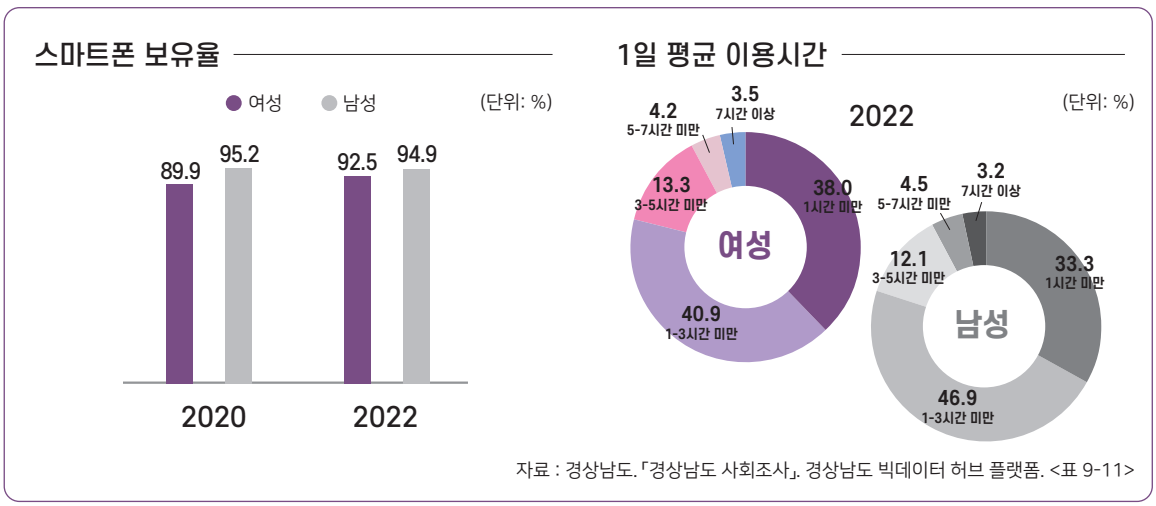
■ '23년 도내 관광지에서 개선할 점은 '다양한 채널의 관광정보 제공'이 가장 많았고, 다음으로 '바가지요금 근절'과 '음식점 위생개선 및 맛집 발굴 안내'의 순임

# 9. 문화 및 여가

## 스마트폰 이용 현황

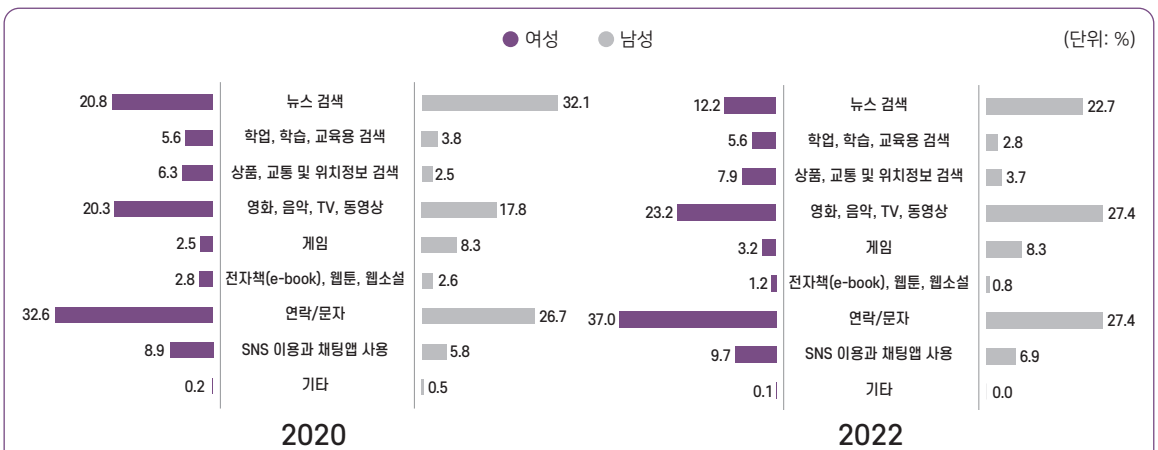
스마트폰 보유율은 93.7%이고, 여성과 남성 모두 주된 용도는 '연락/문자', '영화·음악·TV·동영상 시청'이 가장 많음

### 스마트폰 보유 여부 및 이용 시간(2020, 2022)




자료 : 경상남도.「경상남도 사회조사」. 경상남도 빅데이터 허브 플랫폼. <표 9-11>

### 스마트폰 주된 이용 용도(2020, 2022)




자료 : 경상남도.「경상남도 사회조사」. 경상남도 빅데이터 허브 플랫폼. <표 9-11>

■ 스마트폰 보유율은 '20년 92.6%와 비교해 '22년 93.7%로 약간 상승하였고, 여성이 2.6%p 더 상승함

■ 스마트폰 1일 평균 이용시간은 1~3시간 미만이 여성과 남성 모두 가장 많았고, 다음이 1시간 미만으로 나타남

■ 스마트폰의 주된 이용 용도는 '20년에는 '연락/문자(29.5%)', '뉴스검색(26.7%)', '영화·음악·TV·동영상 시청(19.0%)'의 순이었으나, '22년에는 '연락/문자(32.1%)', '영화·음악·TV·동영상 시청(25.3%)', '뉴스검색(17.5%)'의 순으로 여성과 남성 모두 '영화·음악·TV·동영상 시청' 용도가 높아졌음

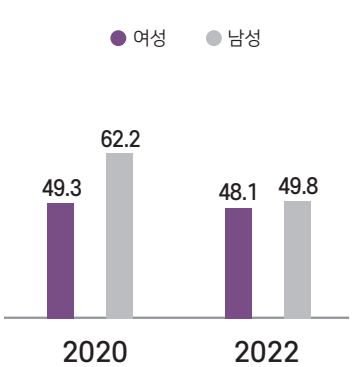
# 사회관계망서비스(SNS) 이용 현황

사회관계망서비스(SNS) 이용자는 감소했지만, 1일 SNS 접속횟수는 증가하였음

## 사회관계망서비스(SNS) 이용 여부 및 1일 SNS 접속 횟수(2020, 2022)

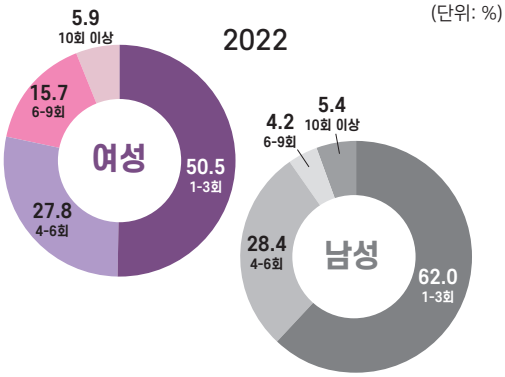
### 사회관계망서비스(SNS) 이용 여부

(단위: %)




### 1일 SNS 접속 횟수

(단위: %)




자료 : 경상남도.「경상남도 사회조사」. 경상남도 빅데이터 허브 플랫폼. <표 9-12>

## 주로 이용하는 사회관계망서비스(SNS)(2022)

(단위: %)




자료 : 경상남도.「경상남도 사회조사」. 경상남도 빅데이터 허브 플랫폼. <표 9-12>

■ 사회관계망서비스(SNS) 이용율은 '20년 55.7%에서 '22년 49.0%로 낮아졌고, 남성이 62.2%에서 49.8%로 12.4%p 낮아짐

■ 1일 SNS 접속 횟수는 1~3회가 '20년 73.0%, 2022년 56.4%로 낮아졌고, 다음이 4~6회가 '20년 19.0%에서 '22년 28.1%로 높아졌고, 여성이 대체로 접촉빈도가 높음

■ '22년 주로 이용하는 SNS는 페이스북이 32.0%, 인스타그램 31.7%, 밴드 20.1%의 순이며, 여성은 인스타그램이 37.4%로 가장 많고, 남성은 페이스북이 37.1%로 가장 많음