

청년문화의 현황과 정책 과제

2021-13

수시연구

The Current State and Policy Tasks
of Early Adult Culture

노수경
이경진
노영순
이상열



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

청년문화의 현황과 정책 과제

The Current State and Policy Tasks of Early Adult Culture

노수경·이경진·노영순·이상열



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

연구책임

노수경	한국문화관광연구원 부연구위원
이경진	한국문화관광연구원 부연구위원
노영순	한국문화관광연구원 연구위원

공동연구

이상열	한국문화관광연구원 연구위원
-----	----------------

목차

제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	5
제2절 연구 범위 및 방법	6
1. 연구 범위	6
2. 연구 수행방법	7
제3절 선행연구 검토	9
 제2장 청년 및 청년정책 현황	 13
제1절 청년의 정의 및 특성	15
1. 청년 및 주요 개념 정의	15
2. 청년의 특성	18
제2절 청년정책 현황 및 사례	26
1. 청년정책 추진 기반 및 현황	26
2. 문화체육관광부의 청년정책 현황	31
3. 국제사회의 청년정책 사례	34
제3절 소결	38
 제3장 청년의 문화 및 문화정책 인식조사 결과 분석	 41
제1절 조사 개요	43
1. 조사 목적	43
2. 조사 설계 및 응답자 특성	44
3. 조사 내용	46

제2절 청년 대상 인식조사 결과	47
1. 문화 활동 범주 인식 및 활동 현황	47
2. 문화 활동에 대한 인식 및 일자리 경험	55
3. 청년 문화정책에 대한 인식 및 평가	65
제3절 소결	71
제4장 청년 문화정책 방향과 과제	73
제1절 정책 방향	75
1. 청년 문화정책 영역 확장	75
2. 인구 사회적 특성과 지역 여건을 고려한 청년 문화 정책	77
3. 청년이 주도하는 문화정책 기반 마련	78
제2절 정책 과제	81
1. 청년의 문화적 역량 강화 및 교류 증진	81
2. 문화 분야 청년일자리 정책 마련	83
3. 지역 기반 청년문화 여건 개선 및 활성화	86
4. 청년 문화 활동 지원 확대	91
5. 청년 문화정책 지원체계 구축	97
6. 청년문화 관련 조사 및 정보체계 구축	99
제3절 종합 : 청년 문화정책의 주안점과 향후 과제	100
1. 본 연구에서 제안한 '청년문화정책'의 주안점	100
2. 연구의 시사점 및 향후 과제	101
참고문헌 /	103
ABSTRACT /	107
부록 1. 국민여가 및 국민문화예술 활동조사 원시자료 분석 /	109
부록 2. 청년 문화인식 및 문화정책 의견조사 양식 /	139

표 목차

〈표 1-1〉 연구 관련 자문 현황	7
〈표 1-2〉 인천 청년문화 정책에 대한 수요조사 결과	10
〈표 1-3〉 선행연구 검토	11
〈표 2-1〉 국내 청년 관련 법·제도의 청년 연령 기준	16
〈표 2-2〉 우리나라 청년의 현황	19
〈표 2-3〉 「2020 국민여가활동조사」로 본 2030세대의 여가활동	21
〈표 2-4〉 「2020 국민문화예술활동조사」로 본 2030세대의 문화예술관람률	22
〈표 2-5〉 「2020 국민여가활동조사」로 본 2030세대의 여가환경	22
〈표 2-6〉 인천광역시 청년문화 실태조사 결과	23
〈표 2-7〉 청년정책 관련 법률	26
〈표 2-8〉 청년정책 시행 기관 및 시행 정책 현황	28
〈표 2-9〉 제1차 청년정책 기본계획의 5대 정책방향 및 중점 과제	30
〈표 2-10〉 문화체육관광부 2021년 청년정책 시행계획의 방향과 전략과제	32
〈표 2-11〉 문화체육관광부의 청년정책 관련 세부 추진과제 현황	32
〈표 2-12〉 UN의 「Youth 2030」의 방향과 실행계획	34
〈표 2-13〉 UN 「Youth 2030」의 5대 우선순위	35
〈표 2-14〉 유네스코 「청소년 운영전략 2014-2021」의 성과와 목표 설정	37
〈표 3-1〉 설문조사 응답자 특성	44
〈표 3-2〉 청년의 문화 및 문화정책 인식조사 내용	46
〈표 3-3〉 문화 활동 범주에 대한 인식	48
〈표 3-4〉 평소 문화 활동 관심 여부	49
〈표 3-5〉 일주일 평균 문화 활동 향유 시간	49
〈표 3-6〉 일주일 평균 문화 활동 지출 비용	50
〈표 3-7〉 문화 활동 정보 인지 경로	51
〈표 3-8〉 문화 활동 제약조건	52
〈표 3-9〉 가장 많이 하는 문화 활동	53
〈표 3-10〉 문화 활동별 활동 여부	54

〈표 3-11〉 온·오프라인 문화 활동 비율	54
〈표 3-12〉 온라인과 오프라인 문화 활동에 대한 생각	55
〈표 3-13〉 삶의 질 제고에서 문화 활동의 중요성 평가	56
〈표 3-14〉 삶의 질 제고에서 문화 활동의 중요성 평가 이유	57
〈표 3-15〉 문화 활동에 대한 인식 평가	58
〈표 3-16〉 삶에서 문화의 중요도 평가	59
〈표 3-17〉 문화 부문 일자리 근무 경험	60
〈표 3-18〉 문화 부문 일자리 무경험자의 취업 의향	60
〈표 3-19〉 문화 부문 일자리 무경험자의 취업 희망 분야	61
〈표 3-20〉 문화 부문 일자리 무경험자의 취업 시, 애로사항	62
〈표 3-21〉 문화 부문 일자리 유경험자의 경험 분야	63
〈표 3-22〉 문화 부문 일자리 유경험자의 지속 근무 의향	64
〈표 3-23〉 문화 부문 일자리 유경험자가 지속할 의향이 없는 이유	64
〈표 3-24〉 청년 문화 활동 지원정책 인지도	66
〈표 3-25〉 청년 문화 활동 지원정책을 모르는 이유	66
〈표 3-26〉 청년 문화 활동 지원정책 만족도	67
〈표 3-27〉 청년 문화 활동 지원정책의 중요도 평가	68
〈표 3-28〉 청년 문화 활동 지원정책의 시급성 평가	69
〈표 4-1〉 청년 문화예술인 지망생 대상 아카데미 사업	84
〈표 4-2〉 생활문화센터 내 청년 커뮤니티 특성화 공간 반영(안)	88

그림 목차

[그림 1-1] 연구의 목적	5
[그림 1-2] 연구의 수행방법 및 과정	8
[그림 2-1] 2020년에 시행한 지역별 청년정책	29
[그림 3-1] 청년 문화 활동 지원정책 IPA 분석	70
[그림 4-1] 청년 문화정책의 방향과 과제	101

청년문화의 현황과 정책 과제

제1장

서론

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

가. 청년세대 : 국가의 미래, 하지만 경제·사회적으로 열악한 조건

N가지를 포기한 'N포세대'부터 트렌드의 종결자인 MZ세대에 이르기까지 청년세대¹⁾를 지칭하는 긍정 혹은 부정적 정의가 난무하는 것은 국가의 미래인 청년세대에 대한 관심과 더불어 이들이 열악한 상황에 놓여 있음을 방증한다.

‘고용’에 있어서는 낮은 고용율과 높은 확장 실업률 등 청년의 노동시장 진입 지체가 청년 이후 생애주기로의 이행에 불안정성을 가중하고 있다. ‘주거’의 경우, 학업·취업 준비, 독립요구 등에 따른 청년 1인 가구 지속 증가에도 불구하고 취업난·주거비 상승으로 주거 안정성과 여건이 취약한(관계부처 합동, 2020) 상황이다.

여기에 코로나 19는 경제·사회 전반에 상당기간 악영향을 불가피하게 미칠 것으로 보이는데, 특히 향후 5년간 「코로나 청년세대」가 가장 큰 피해를 입을 것으로 예상(관계부처 합동, 2020)된다.

나. 청년정책 : 고용 중심에서 벗어나 종합적 대책 마련시행

지금까지 청년 지원은 정책수요자의 욕구 파악이 부재한 상황에서 고용정책 중심으로 진행되어 왔다. 하지만 ‘청년’이 처한 문제가 노동뿐만 아니라 주거, 건강, 문화여가 등 다차원의 문제임에 따라 종합적 차원의 생활실태 및 복지욕구조사와 이를 바탕으로 한 종합계획 수립이 요구되었다(정세정 외, 2020).

2020년까지 정부 차원에서 추진되고 있는 청년 관련 정책은 179개 과제에 16.9조 원

1) 「청년기본법」 제3조에서는 “청년”의 정의를 “19세 이상 34세 이하의 사람. 다만 다른 법령과 조례에서 연령을 다르게 적용하는 경우 그에 따를 수 있다”고 규정하고 있다.

에 이르는 것으로 확인된다. 정부는 그간 일자리 중심 청년정책에서 탈피하여 포용적 사회정책으로 확장하고자 했으나, 취약계층 한시지원 정책 중심, 개별부처 위주 추진, 여전히 고용정책으로 수렴 등의 한계를 가지는 것으로 평가(관계부처 합동, 2020)되었다.

이에 정부는 사회 전 영역에 걸쳐 청년 문제에 적극적으로 대처하기 위해 2020년 2월 4일 「청년기본법」을 제정(동년 8월 5일 시행)하고, 2021년에 「제1차 청년정책 기본계획(21~25)」을 수립하여 발표하였다. 그리고 일자리를 비롯한 사회 전 영역에 걸친 종합적인 정책 대응을 위해 국무조정실에 ‘청년정책조정실’을 설치운영하고 있다.

「청년기본법」에서는 “청년이 인간으로서의 존엄과 가치를 실현하고 행복한 삶을 영위할 수 있는 권리를 보장받으며 건전한 민주시민으로서의 책무를 다하도록 하는 것”(법 제2조제1항)을 기본이념으로 제시하면서, 정치·경제·사회·문화 등 모든 분야에서 청년의 참여 촉진 등을 명시하고 있다.

「청년기본법」의 기본이념

제2조(기본이념) ① 이 법은 청년이 인간으로서의 존엄과 가치를 실현하고 행복한 삶을 영위할 수 있는 권리를 보장받으며 건전한 민주시민으로서의 책무를 다할 수 있도록 하는 것을 기본이념으로 한다.

② 제1항의 기본이념을 구현하기 위한 장기적·종합적 청년정책을 추진할 때에는 다음 각 호의 사항을 고려하여야 한다.

1. 청년 개개인의 자질향상과 능동적 삶의 실현
2. 청년의 정치·경제·사회·문화 등 모든 분야에 대한 참여 촉진
3. 교육, 고용, 직업훈련 등에서 청년의 평등한 기회 제공
4. 청년이 성장할 수 있는 사회적·경제적 환경 마련

다. 청년문화정책 : 노동주거교육과 더불어 문화적 욕구와 정책수요 확인 필요

문화의 향유는 청년의 새로운 삶의 지향을 만들어 내고 그들의 삶을 질적으로 향상시키는 데 기여할 수 있다. 또한 청년은 다양한 문화 활동을 통해 다양성과 개방성을 증진하고, 주체자로서 사회적 역할을 자각하며, 지역사회의 다양한 현안에 적극적으로 개입하는 공론의 장을 만들고 있다(정민경 외, 2019).

이에 문화체육관광부와 지방자치단체는 다양한 형태의 청년문화정책을 추진하고 있는데, 온라인청년센터의 ‘2021 중앙부처 및 지자체 청년정책 현황’²⁾에 따르면, 2021년

2) [https://www.youthcenter.go.kr/board/boardDetail.do?bbsNo=3&ntceStno=333&pageUrl=board%2Fboard&orderBy=REG_DTM&orderMode=DESC&pageIndex=7&searchText=&pageUnit=10\(2021.7.1. 최종 검색\)](https://www.youthcenter.go.kr/board/boardDetail.do?bbsNo=3&ntceStno=333&pageUrl=board%2Fboard&orderBy=REG_DTM&orderMode=DESC&pageIndex=7&searchText=&pageUnit=10(2021.7.1. 최종 검색))

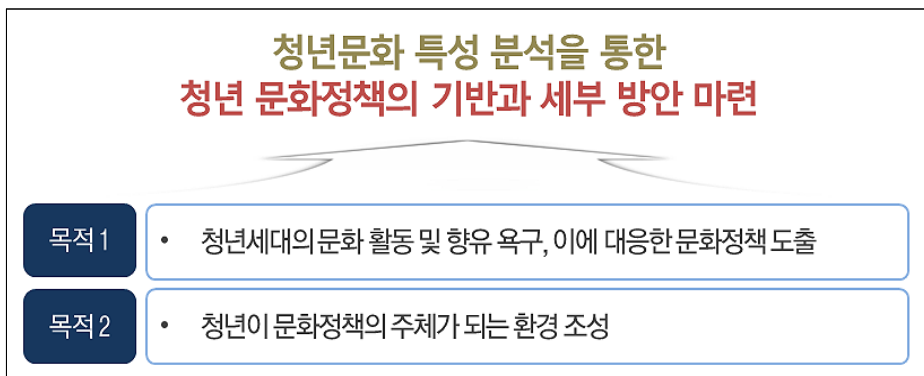
5월 20일 기준으로 중앙정부 청년정책은 228개였고, 이 중 문화체육관광부 정책은 5개(취업지원 4, 주거·금융 1)였다. 따라서 고용·주거·교육 등의 분야에 비해 수적인 면에서 부족한 것이 현실이므로 청년의 문화 욕구와 수요에 입각한 정책의 발굴과 추진이 요구된다.

2. 연구 목적

청년세대에 대한 사회적 관심이 증대되고 「청년기본법」을 비롯한 제도적 환경이 구축되고 취업·창업, 주거, 교육 등 다방면의 정책 추진이 진행되고 있는 바, 본 연구의 목적은 청년의 특성과 정책 환경 변화 분석, 정책공급 및 수요 등 현황 진단 등을 토대로 청년 문화정책 기반과 세부 방안을 제시하는 데 있다.

본 연구는 청년세대의 문화 활동 및 향유 욕구, 이에 대응한 문화정책의 도출에 1차적인 주안점을 둔다. 그리고 여기서 역으로 정부의 문화정책에 청년들의 의견과 아이디어를 반영할 수 있는 방안을 검토하여 청년이 문화정책의 주체가 되는 환경 조성을 모색하고자 한다.

[그림 1-1] 연구의 목적



제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

가. 시간적 범위

본 연구에서는 「청년기본법」이 제정된 2020년을 기점으로 그 전후 각 5년을 시간적 범위로 설정한다. 청년문화정책 추진과 관련한 여건 변화 및 관련 현황 분석의 경우, 과거 5년을 중심으로 살펴보고, 정책적 대안은 2021년부터 2025년까지 향후 5년을 중심으로 제안하고자 한다.

나. 내용적 범위

본 연구에서는 연구 목적의 달성을 위하여 다음처럼 내용적 범위를 설정하였다.

- 청년 관련 주요 개념 및 청년 특성 분석
 - 청년, 청년문화, 청년문화정책 등의 개념 설정
 - 청년세대의 주요 현황 및 특성 분석
- 청년 관련 정책여건 분석
 - 청년정책의 제도적 기반, 국내외의 청년정책 등을 분석하여 시사점 도출
- 청년의 문화 욕구 및 정책 수요 조사 및 분석
 - 만18세 이상 ~ 만39세 이하청년층의 문화에 대한 욕구와 수요, 정책 방향 및 과제 설정에 필요한 정책 수요를 조사 분석하여 제시
- 청년문화정책의 방향과 과제 도출
 - 문화체육관광부가 추진해야 할 청년문화정책의 방향 설정
 - 도출된 정책 방향을 고려한 추진과제의 제안

2. 연구 수행방법

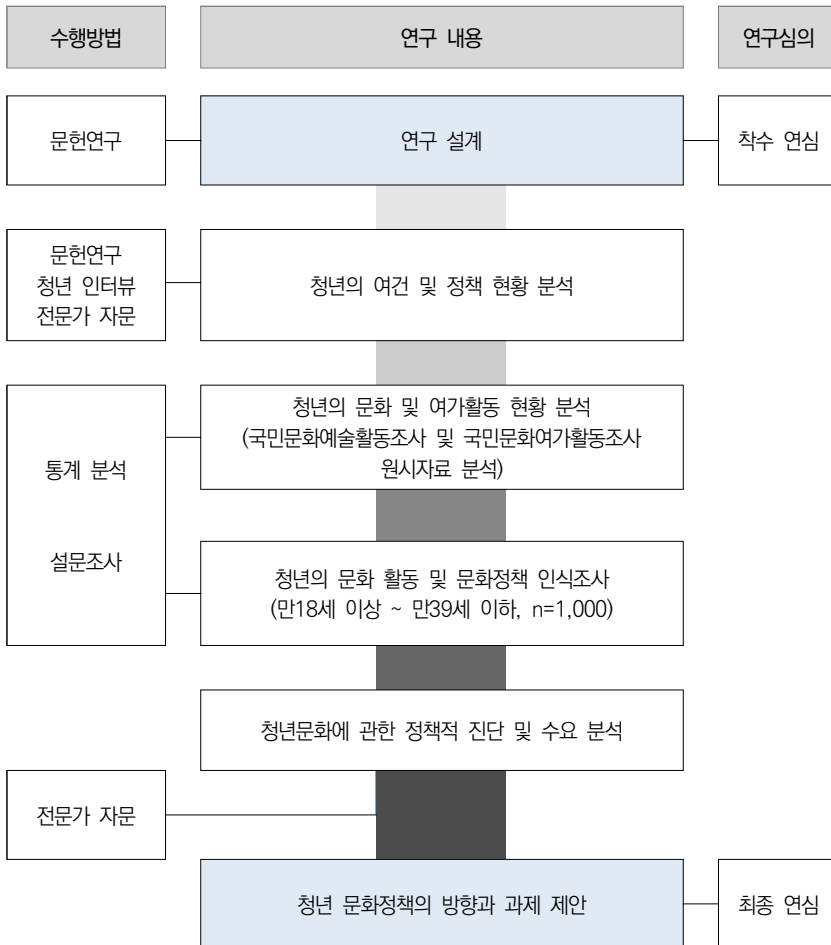
이 연구는 청년의 특성 및 관련 정책 동향 등의 분석을 위한 문헌 연구, 청년의 문화적 수요 및 청년문화정책 수립을 위한 기존 국가 승인통계 데이터 분석, 청년 대상 설문조사 및 결과 분석, 청년문화정책 관계 활동가 및 전문가의 자문의견 수렴 등을 통해 수행되었다.

- 청년정책 관련 문헌 연구
 - 청년의 정의, 청년의 특성 관련 문헌 검토
 - 국내외의 청년정책 관련 정책자료 검토
- 기존 통계데이터를 활용한 수요조사
 - 「2020 국민문화예술활동조사」 및 「2020 국민여가활동조사」 원시자료 분석
- 청년 대상 설문조사 및 결과 분석
 - (조사대상) 청년세대 (만18세 이상 ~ 만39세 이하) 1,000명
 - * 조사대상은 「청년기본법」, 지자체 「청년기본조례」 등 법률적 근거와 관련 정책적 기준 등을 고려하여 설정
 - (조사내용) 문화 분야(문화여가활동 참여 여부·횟수·비용, 활동목적, 만족도 등) 및 문화 외 분야(일자리, 주거, 교육 등에 있어 문화의 의미/고려정도 등)를 포괄하여 조사
 - (문항설계) 문헌연구 및 연구원 인턴 직원 인터뷰, 전문가 자문 결과 등을 검토하여 조사문항 도출
- 전문가 등 자문 및 의견 수렴
 - (조사대상) 청년 활동가, 문화기획자, 정책연구자 등
 - (조사내용) 서면 자문 등을 통해 기존 청년(문화) 정책의 평가 및 개선점, 청년문화정책의 방향 및 과제에 대한 의견 수렴

〈표 1-1〉 연구 관련 자문 현황

구분	주요내용	전문가
전문가 자문 및 의견수렴	<ul style="list-style-type: none"> • 청년(문화)정책의 평가 및 개선점 • 청년 문화정책의 방향과 과제 	<ul style="list-style-type: none"> • 관계 전문가 및 현장관계자 6인

[그림 1-2] 연구의 수행방법 및 과정



제3절 선행연구 검토

본 연구와 관련한 선행연구는 크게 두 가지로 나뉘는데, 그 한 유형은 「청년기본법」에 의한 기본계획 수립을 위해 진행된 연구들이 속한다. 여기에는 김기현 외(2020), 이상림 외(2020)처럼 기본계획 수립에 필요한 정책 전반 또는 특정 분야를 다룬 연구, 청년층의 생활실태를 다룬 정세정 외(2020)처럼 기초조사와 분석을 중심으로 한 연구 등이 있다.

그중 김기현 외(2020)는 인구·사회·경제·주거 등 분야에서 청년의 현황과 특성, 청년 관련 기존 정책을 전반적으로 검토하였다. 문화정책과 밀접한 청년의 활동·문화·참여 측면에서는 정책 사업의 수와 예산, 청년의 의견 수립 사업이 미미함을 지적하였다. 정책적으로는 청년의 다양한 활동과 공동체 등에 대한 지원체계 마련, 청년의 의견을 수렴하기 위한 기구의 재정립 등을 제시하였다. 정세정 외(2020)의 ‘청년층 생활실태 및 복지욕구조사’에 따르면 정부의 청년 정책의 방향은 취업, 주거를 넘어 다양한 분야로 확대 적용되고 있지만 여전히 청년들의 정책욕구는 고용 및 그와 관련된 진로, 교육, 취업 지원 분야, 소득 및 주거 지원 분야에 강한 것으로 확인되고 있다.

본 연구 관련 선행연구의 다른 한 유형은 청년 문화정책 관련 연구다. 여기에는 청년 문제 해결을 위한 문화정책적 접근을 다룬 박영정 외(2015), 지방자치단체의 청년 문화 정책을 다룬 최지연(2018), 최영화 외(2020)의 연구 등이 있다.

그중 박영정 외(2015)는 청년의 삶을 둘러싼 사회경제적 여건 변화를 고려한 문화정책 도출을 위해 설문조사를 활용하여 정책을 진단하고 제언하였다. 이 연구에서는 청년고용 창출을 청년문제 해결의 시작과 끝으로 간주하는 관점에서 벗어나 청년 삶의 질을 보장하는 방향에서 문화정책적 접근이 필요함을 강조하였다. 그리고 이를 위한 청년문화정책으로 ‘① 청년문화정책포럼(네트워크) 구성으로 당사자 중심의 정책적 의사결정을 통한 청년 ‘문화권’ 보장, ② 청년의 문화정책 인지도 및 참여 제고를 위한 기반 구축, ③ 청년문화패스의 도입을 통한 문화세대를 위한 사회안전망 구축 및 미래 관객개발의 선순환, ④ 청년 문화공

간의 확충 및 문화를 통한 청년공간의 개선(문화를 통한 삶의 질 향상 및 사회적 관계의 회복) ⑤ 대학(원)생 및 취업준비생을 위한 문화예술교육정책 신설 ⑥ 문화 분야 취업 및 근로 여건 개선을 통한 일자리의 불안정성 및 질적 수준 개혁, ⑦ 장벽 없는 일자리 및 문화 여가 정책의 추진(기존 정책 영역의 탈경계적 재검토 및 협업 활성화), ⑧ 세대 간 이회와 협업을 통한 청년세대의 삶의 질 향상'을 제시하였다.

한편, 최지연(2018)은 하위문화로서 지역 청년문화에 접근하고, 그 발생적 맥락과 생산자로 문화기획자·활동가 등의 특성을 생애사적 관점에서 다루었다. 그 결과, 생산-매개-소비의 재생산 구조 정립, 문화민주주의 관점의 청년 문화정책 추진 등을 제안하였다. 최영화 외(2020)은 문화 부문 국가승인통계 분석 및 지역의 관계자 수요조사 등을 통해 지역 단위의 청년문화 활성화 정책의 방향은 제도, 시설, 인력 및 사업 등 전 분야에서 청년이 '주체'가 되어 참여하고 활동할 여건을 마련하는 데 있다고 제시하였다. 그리고 각 분야에서 요구되는 정책사업을 <표 1-2>와 같이 제안하였다.

<표 1-2> 인천 청년문화 정책에 대한 수요조사 결과

구분	정책 수요 내용
제도	<ul style="list-style-type: none"> • 인천 청년문화 활성화 지원제도 확충(청년문화할인 제도, 문화바우처 제도 등) • 인천 청년문화 거버넌스 내실화(청년정책 위원회 내 청년 비율 상향 등)
시설	<ul style="list-style-type: none"> • 청년문화공간 확충 및 특성화(청년예술인 창작거점 조성 등) • 기존 청년공간 활성화 방안 마련(유유기지 확대 운영 등)
인력	<ul style="list-style-type: none"> • 청년문화 전담부서 및 중간지원조직 설치 • 청년문화전문인력 양성 및 문화일자리 지원 • 청년예술인(단체) 창작 및 활동 지원
사업	<ul style="list-style-type: none"> • 청년 문화 활동 활성화 사업 추진 • 청년 문화향유 활성화 사업 추진 • 청년 문화예술교육 활성화 사업 추진 • 기타 지원사업

자료 : 최영화 외(2020), 인천시 청년문화 활성화 방안 연구, 인천연구원, pp.131-145. 내용을 저자 정리

선행연구들을 보면, 타 분야의 청년정책 연구에 비해 국가 차원의 청년 문화정책 연구는 부족한 실정이다. 또한 선행연구들에서는 공통적으로 청년의 참여나 문화 활동 등 문화적 측면의 정책이 부족함을 지적하고, 공동체로서 청년을 바라보며 그 공간적·조직적 기반을 마련하는 것이 정책적으로 중요함을 지적하고 있다. 또한 대체로 그 방향은 청년의 욕구와 수요, 다양성에 기초하여 삶의 질 향상이라는 측면에서 정책을 추진해야 함을 제기하고 있다.

본 연구는 이러한 선행연구의 연장선에서 연구를 진행하되, 변화하는 정책 환경, 특히 코로나19로 인한 온라인·비대면으로의 급속한 전환 등을 고려하여 청년 문화정책의 방향과 과제를 제시하고자 한다.

〈표 1-3〉 선행연구 검토

과제 명	연구목적	연구방법	주요 연구내용
청년문제에 대한 문화정책적 접근을 위한 기초연구(박영정 외, 2015)	<ul style="list-style-type: none"> • 청년의 삶을 둘러싼 사회경제적 여건 변화를 고려한 문화정책 도출 	<ul style="list-style-type: none"> • 문헌조사 • 사례조사 및 분석 • 설문조사 • 전문가 의견수렴(자문회의) 	<ul style="list-style-type: none"> • 청년 삶의 질 보장하는 방향에서 문화정책적 접근 • 청년문화정책포럼 구성 • 청년의 문화정책 인지도 및 참여제고를 위한 기반 구축 • 청년문화패스 도입을 통한 사회안전망 도입 • 청년문화공간 확충 • 대학(원)생 및 취업준비생을 위한 문화예술교육정책 신설 • 세대 간 이해와 협업 방안
지역 기반 청년문화 활동 활성화를 위한 기초 연구(최지연, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> • 하위문화로서 지역 청년문화에 접근, 그 발생적 맥락과 생산자로서 문화기획자, 활동가 등의 특성을 생애사적 관점에서 접근 	<ul style="list-style-type: none"> • 문헌조사 • 면담조사 • 사례조사(타 지역) 	<ul style="list-style-type: none"> • 생산-매개-소비의 재생산 구조 정립 • 문화민주주의 관점의 청년 문화정책 추진
인천시 청년문화 활성화 방안 연구(최영화 외, 2020)	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 단위의 청년문화 활성화 정책의 방향으로 제도, 시설, 인력 및 사업 등 전 분야에서 청년이 '주체'가 되어 참여하고 활동할 여건을 마련 	<ul style="list-style-type: none"> • 문헌연구 및 각종 자료분석 • 설문조사 • 전문가 자문 	<ul style="list-style-type: none"> • 인천 청년문화 활성화 지원제도 확충 • 청년문화공간 확충 및 특성화 • 청년문화 전담부서 및 중간지원조직 설치 • 청년문화전문인력 양성 및 문화일자리 지원 • 청년문화 활동 및 향유 활성화 사업 추진

청년문화의 현황과 정책 과제

제2장

청년 및 청년정책 현황

제1절 청년의 정의 및 특성

1. 청년 및 주요 개념 정의

가. 청년의 정의

1) 사전 및 UN의 정의

「표준국어대사전」에 따르면, 청년은 “신체적·정신적으로 한창 성장하거나 무르익은 시기에 있는 사람” 또는 “성년 남자”로 정의된다. 그러나 전자의 정의는 청년의 생애주기적 특성을 이해하는 데 한계가 있다. 후자의 정의는 청년을 남성에 한정함으로써 정책 대상으로서 청년을 설정하는 데 한계가 있다.

UN은 생애주기적 특성에 초점을 두어 청년을 정의한다. 이에 따르면 청년(youth)은 “유년기의 의존 상태에서 성년기의 독립 상태로 전환하는 시기에 처한 사람”을 통칭하며, 그렇기 때문에 다른 고정 연령 그룹(fixed age-groups)보다 연령이 유동적이다.³⁾

2) 법제도적 정의

우리나라 법제도에서 청년은 연령을 기준으로 정의되는 경향이거나, 청년의 연령에 대한 규정에는 차이가 있다. 현행 청년정책의 법적 근거인 「청년기본법」(2020. 2. 4. 제정, 2020. 8. 5. 시행)에서는 ‘청년’을 “19세 이상 34세 이하인 사람”(법 제3조제1호)으로 본다. 그러나 「청년고용촉진특별법」에서는 청년을 “15세 이상 29세 이하”로 규정하는데, 다만 공공기관과 지방공기업이 청년 미취업자를 고용할 경우에는 “15세 이상 34세 이하”로 간주한다. 한편, 「후계농어업인 및 청년농어업인 육성·지원에 관한 법률」은 “40세 미만”으로까지 청년의 연령 범위를 확대하고 있는데, 다만 “농업 또는 어업 분야에 종사하고 있거나 창업 또는 취업할 의사가 있는 자”라는 단서가 있다.

3) 국제연합(<https://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-definition.pdf>)

〈표 2-1〉 국내 청년 관련 법·제도의 청년 연령 기준

구분		청년 연령 기준	비고
청년기본법		19세 이상 34세 이하	다만, 다른 법령과 조례에서 청년 연령 다르게 적용시 그에 따를 수 있음
청년고용촉진 특별법		15세 이상 29세 이하	공공기관과 지방공기업이 청년 미취업자 고용 시 15세 이상 34세 이하
후계농어업인 및 청년농어업인 육성·지원에 관한 법률		40세 미만	전제조건, 농업 또는 어업 분야에 종사하고 있거나 창업 또는 취업할 의사가 있는 자
청년기본조례	서울	「청년고용촉진 특별법」 및 관계 법령 준용(15세 이상 29세 이하)	
	부산	18세 이상 34세 이하	단, 고용 및 생활안정 지원과 관련된 경우 15세 이상 18세 미만도 청년으로 볼 수 있음
	대구	19세 이상 34세 이하	「청년고용촉진 특별법」 및 관계 법령에서 따로 규정하고 있는 경우 준용
	인천	19세 이상 39세 이하	
	광주	19세 이상 39세 이하	「청년고용촉진 특별법」 및 관계 법령에서 따로 규정하고 있는 경우 준용
	대전	18세 이상 39세 이하	「청년고용촉진 특별법」 및 관계 법령에서 따로 규정하고 있는 경우 준용
	울산	「청년고용촉진 특별법」 및 관계 법령 준용(15세 이상 29세 이하)	
	세종	「청년고용촉진 특별법」 및 관계 법령 준용(15세 이상 29세 이하)	
	경기	「청년고용촉진 특별법」 및 관계 법령 준용(15세 이상 29세 이하)	
	강원	18세 이상 34세 이하	
	충북	15세 이상 39세 이하	
	충남	18세 이상 34세 이하	
	전북	18세 이상 39세 이하	
	전남	18세 이상 39세 이하	개별사업의 성격 및 관계 법령의 규정에 따라 단력적으로 적용
	경북	15세 이상 39세 이하	「청년고용촉진 특별법」 및 관계 법령에서 따로 규정하고 있는 경우 준용
	경남	19세 이상 34세 이하	「청년고용촉진 특별법」 및 관계 법령에서 따로 규정하고 있는 경우 준용
	제주	19세 이상 34세 이하	
	강릉시	19세 이상 39세 이하	
	강진군	19세 이상 49세 이하	
	거제시	15세 이상 39세 이하	
	거창시	19세 이상 45세 이하	
청년 주거 기본 조례	서울	「민법」상 미성년자가 아닌 자로서 39세 이하인 자	

자료: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr/>)

각 지방자치단체의 「청년기본조례」에서 규정하는 청년의 연령 범위도 매우 다양하다. 서울, 울산, 세종, 경기처럼 「청년고용촉진특별법」 및 관계 법령을 준용하는 경우에는 「청년고용촉진특별법」에서처럼 15세 이상 29세 이하로 정의하며, 부산, 대구, 강원, 충남 등은 「청년기본법」에 따라 34세 이하로 규정한다. 그러나 인천, 광주, 대전은 39세까지, 강진, 거창과 같은 농어촌 기초자치단체는 45세 내지 49세 이하까지를 청년으로 보는 경우도 있다.

한편, 국외의 경우, 각국의 사정에 따라 청년의 연령에 대한 규정이 조금씩 다르지만, 우리나라처럼 30대 연령층을 포함하는 예가 상당히 많다. 선행연구에 따르면, 청년정책에서 추진하는 국가(혹은 사회) 179개 중 90개에서 청년(또는 청소년)의 연령에 30대 연령층을 포함시키고 있다(김정숙 외, 2015).⁴⁾

3) 본 연구에서의 정의

본 연구는 청년을 기본적으로 ‘만18세 이상부터 만39세 이하의 연령 계층에 속하는 모든 남녀’로 본다. 다만, 「청년기본법」과 관련된 논의에서는 법의 규정에 따라 ‘19세 이상에서 34세 이하’로 본다. 본 연구가 청년을 ‘만18세 이상부터 만39세 이하의 연령 계층에 속하는 모든 남녀’로 간주하는 이유는 다음 세 가지이다. 첫째, 본 연구는 청년 문화의 현황 파악과 당면과제의 발굴 및 제시에 목적이 있으므로 연구대상 계층을 보다 포괄적으로 설정할 필요가 있다. 많은 청년정책이 「청년기본법」에 따라 정책 대상을 19세 이상에서 34세 이하로 설정하고 있는 것은 사실이지만, 현재 문화체육관광부가 수행 중인 청년두레나 전통문화 청년창업 사업의 예에서처럼 39세 이하를 대상으로 삼는 경우도 적지 않다. 둘째, 기존의 통계자료들이 연령 범주를 20대, 30대 등으로 규정하는 경우가 대부분이어서 이를 활용하려면 범주를 통일해야 할 현실적인 필요가 있다. 셋째, 전술한 것처럼 「청년기본조례」에서 청년을 대체로 18세 이상 또는 19세 이상부터 34세 이하 또는 39세 이하로 정의하는 경우가 많이 있는데, 중앙정부와 지방자치단체가 협업으로 진행되는 청년 문화관련 사업이 적지 않다는 사실을 고려하면 양자의 대상 계층을 일치시켜야 할 필요가 있다.

4) 김정숙 외(2015: 71-79)는 청년정책사이트(<https://www.youthpolicy.org>)에 제시된 국가별 청년정책 부처 및 청년 연령 규정을 정리하여 소개하고 있음

나. '청년정책'과 '청년 문화정책' 정의

본 연구에서 청년정책은 청년세대를 지원의 객체로 바라보는 각종 사회보장제도(사회안전망, 사회보장, 사회복지 등)가 아닌, 공급(생산)이든 소비든 청년세대가 주체로서 수행하는 각종 활동을 지원하는 정책을 주로 뜻한다. 여기서 지원의 형태는 금전적인 것일 수도 있고, 설비나 시설, 인력, 조언과 자문, 법률 상담, 조직, 지식과 기술 등 비금전적인 것일 수도 있다.

본 연구에서 말하는 청년 문화정책은 청년을 위한(경우에 따라서는 청년에 의한) 문화정책을 뜻한다. '청년문화'는 흔히 자생적인 대안문화 혹은 반문화(count-culture)라는 뜻으로 쓰이는데 대안문화 혹은 반문화는 본 연구의 대상이 아니다. 그렇기 때문에 본 연구는 '청년문화'의 정책이 아니라 청년의 '문화정책', 즉 문화예술에 있어서의 청년정책(문화예술, 문화관광, 문화산업, 지역문화, 문화여가, 문화복지에 있어서 청년주체, 청년대상 정책)을 다룬다고 말할 수 있다.

2. 청년의 특성

가. 인구·사회적 특성⁵⁾

「청년기본법」에서 말하는 청년, 즉 19세 - 34세에 속하는 사람은 2020년 기준으로 우리나라 인구의 약 21%를 차지한다. 이중 남성은 557만 명, 여성은 511만 명으로 남성인구가 약 66만 명 더 많다. 청년인구는 주로 수도권에 분포되어 있으며, 서울, 인천, 경기도에 거주하는 청년은 전체의 52%에 달한다(통계청, 2020a; 김기현 외, 2020 재인용).

청년의 인구·사회적 주요 특성은 다음과 같다. 첫째, 청년인구는 현재 급격히 감소 중이다. 특히 19세 - 24세 인구는 2000년 470만 명에서 2025년 295만 명으로 거의 절반 수준으로 감소할 것으로 예상된다(통계청, 2020b; 김기현 외, 2020 재인용).

둘째, 청년인구의 수도권 집중이 지속되고 있으며 지방의 청년 이탈 현상으로 인해 지역소멸 가능성이 우려되고 있다. 통계수치를 보면 2015년에는 청년인구의 46.5%가 경기도 및 서울시에 거주하였으며, 2018년에는 0.6%p 증가한 47.1%가 거주하고 있는

5) 김기현 외(2020), 「제1차 청년정책 기본계획 수립 연구」, pp.19-50 인용하여 구성함.

것으로 나타났다(통계청, 2020a; 김기현 외, 2020 재인용). 이 수치들은 청년층의 수도권 집중 현상과 함께 절반의 청년이 수도권 지역에 거주하고 있음을 말해준다.

셋째, 청년층의 혼인율 및 출산율이 계속 감소하고 있다. 국내 합계출산율은 2018년 기준 0.98로 역대 최저이며, OECD 합계출산율 평균 1.68명보다도 매우 낮은 수치이다(통계청, 2018; 김기현 외, 2020 재인용). 정부의 다양한 출산장려정책에도 불구하고 출산율 저하가 지속되는 이유는 청년층의 고용 불안정성이 커지고 집값이 상승함에 따라 혼인율 자체가 감소하고 있는 점과 불완전한 사회보장정책 때문으로 판단된다(유진성, 2018).

넷째, 청년 사망 원인의 1위는 자살이다. 2018년 사망자 중 20 - 29세에서는 10만명 당 17.6명, 30 - 39세에서는 10만명 당 27.5명이 자살로 사망하였는데, 이는 OECD 국가의 자살률인 11.5명보다 매우 높은 수치이다(통계청, 2019; 김기현 외, 2020 재인용). 또한 자살까지 실제 이어지지 않더라도 청년기는 학업, 진로, 취업, 결혼 등 다양한 생애주기적 이행을 겪는 시기로, 상당한 청년들이 우울, 불안, 자살 생각 등 다양한 정서적 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다(김지경 외, 2018).

〈표 2-2〉는 우리나라 청년의 일반 현황을 청년 유형별(청년 취업자, 청년 창업자 및 소상공인, 미취업 청년, 대학생, 고졸이하 비진학 청년, 니트(NEET) 및 고립청년, 단독 가구 및 주거 취약 청년, 저소득 청년, 미혼모·미혼부 및 한부모 청년, 장애를 가진 청년)로 나누어 하나의 표에 요약한 것이다. 여기서 니트(NEET)⁶란 ‘나라에서 정한 의무교육을 마친 뒤에도 진학이나 취직을 하지 않고, 직업훈련도 받지 않는 사람’을 가리킨다.

〈표 2-2〉 우리나라 청년의 현황

구분	내용
인구 특성	청년인구는 1,088만 명으로 전체 인구 중 21%(‘20)이며, 청년인구 중 남성은 577만명, 여성은 511만 명(‘20) 청년인구의 거주지는 수도권(서울, 인천, 경기도) 52%, 광역시·특별자치시(부산, 대구, 광주, 대전, 울산, 세종) 19%, 도·특별자치도(강원, 충청, 전라, 경상, 제주) 27%(‘18) 합계출산율은 0.977명(‘18) 청년인구(20세-39세) 중 사망자 수는 7,593명이며, 이는 전체 사망자 수의 2.5%(‘18)
취업자	청년(20-34) 취업자수는 601만 5천명으로 작년 동월보다 14만 명 감소하였으며, 청년 고용률은 20-29세 54.6%, 30-34세 76%(‘20.4)

6) NEET는 Not currently engaged in Education, Employment or Training의 약칭이다
(<https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%8B%88%ED%8A%B8%EC%A1%B1>).

구분	내용
	20-29세 청년의 비정규직 비율은 38%, 30-39세 청년의 비정규직 비율은 24%(‘19.8) 30-39세 평균 월임금총액은 정규직 362만원, 비정규직 193만원이며, 29세 이하의 경우 정규 직 265만원, 비정규직 131만원(‘19)
창업자· 소상공인	39세 이하 자영업자 수는 88만 8천 명이며, 전체 자영업자 중 15.7%(‘19) 39세 이하 대표가 있는 기업의 수는 105만개소이며, 전체 기업 중 16.8%(‘18)
미취업	청년(20-34세) 실업자수는 54만명으로 작년 동월대비 1천명 감소하였으나, 이는 구직을 포기 한 비경제활동인구가 증가하였기 때문인 것으로 파악됨(‘20.5) 청년층 비경제활동인구 중 '쉬었음' 수는 20-29세 42만명, 30-39세 23만 명으로 각각 작년 동월대비 11만명, 4만명 증가(‘20.5)
대학생	전문대에 재학 중인 청년은 약 60만 명, 대학교에 재학중인 청년은 약 198만 명, 대학원에 재학중인 청년은 약 22만 명(‘19) 학자금 대출 체납건수는 17,145건(‘18)이며, 학자금대출로 인한 신용유이자 수는 17,000명 (‘19) 졸업 요건을 이수하고도 졸업을 늦춘 유예경험이 있는 대학생은 전국 9.5%이며, 서울지역은 12.7%(‘19)
고졸이하 비진학 청년	고등학교 졸업생 중 대학 비진학률은 29.6%이며, 약 17만명의 고등학교 졸업생이 대학에 진학 하지 않고 있음 (‘19) 특히 특성화고등학교 졸업생의 57.5%, 특수목적고 졸업생의 42.5%는 졸업 후 대학교에 진학 하지 않고 취업 등 다른 경로로 나아감 (‘19)
니트(NEET) 및 고립청년	청년(15 - 29세) 니트비율은 19.2%로, 약 185만명으로 추정(‘19) 사회적 고립 청년 비율은 2.7%로, 약 29만명으로 추정(‘19)
단독가구 및 주거취약청년	청년단독가구는 153만 가구(23%), 청년부부가구는 143만 가구(21%), 부모동거가구는 357만 가구(53%), 기타동거가구는 27만 가구(4%)(‘18) 청년단독가구의 월세비중은 71.7%, 임대료 과부담가구 비율은 35.4%, 최저주거기준 미달가구 비율은 10.8%로, 청년부부가구, 청년부모가구보다 높음(‘19)
저소득 청년	국민기초생활보장제도 일반수급자 중 청년의 수는 14만 5천명이며, 이는 전체 수급자 중 8.8%에 해당(‘18) 청년 빈곤율은 19 - 24세 10.8%, 25 - 34세 5.8%(‘16)
다문화 및 북한이탈 청년	다문화가족원 중 20 - 29세의 인구수는 82,177명, 30 - 39세 인구수는 171,022명으로, 전체 20 - 30대 인구의 약 2%에 해당하는 수치 (‘18) 북한이탈주민 수는 2020년 3월말 기준으로 총 33,501명이며, 입국 당시 나이를 기준으로, 20 - 29세는 28%, 30 - 39세는 29%를 차지 (‘20)
미혼모 · 미혼부 및 한부모 청년	20 - 34세 미혼모 수는 7,124명, 20 - 34세 미혼부 수는 1,211명 (‘18) 30대 이하 한부모가구는 2015년 646가구에서 2018년 725가구로 12% 증가 (‘19)
장애를 가진 청년	장애를 가진 청년은 155,994명으로 전체 청년인구의 1.4%에 해당 (‘19) 장애유형은 지적장애(48%)가 가장 많으며, 지체장애 (17%), 자폐(8%), 뇌병변 (7%), 시각 (7%), 청각(5%), 정신(4%), 신장(2%), 언어(1%), 뇌전증(1%), 심장(0.4%), 간(0.2%), 안면 (0.2%), 장루 · 요루(0.1%), 호흡기(0.1%) 순임 (‘19)

자료: 김기현 외(2020), 「제1차 청년정책 기본계획 수립 연구」, pp.19-50 참고하여 저자 구성함.

나. 문화적 특성

1) 삶의 질과 여가생활 중시

청년세대는 웰니스(웰빙·행복·건강), 재미·즐거움, 여가, 자유, 자기계발 등과 관련 하여 삶의 질에 중요한 가치를 두고 있는데(서울연구원, 2020), 특히 다양한 여가활동에 높은 욕구를 가지고 있으며 문화향유의 만족도는 그들의 주관적 행복감에 긍정적인 영향을 미친다. 선행연구에 따르면, 「2019 청년 사회경제 실태조사」에서는 청년들이 일보다 여가를 중시하는 경향이 확대되고 있으며, 박해광(2018)의 광주 청년을 대상으로 한 설문조사 결과에서는 일상문화 향유 만족도, 문화예술창작 만족도 등이 청년들의 주관적 행복감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

문화 활동에 대한 청년의 관심은 「2020 국민여가활동조사」 원시자료를 활용한 2030세대 문화 활동 분석(〈표 2-3〉 참조)에서도 드러난다. 이를 보면, 2030세대는 전 연령 평균에 비해 문화 활동에 대한 관심도나 참여도가 높다.

〈표 2-3〉 「2020 국민여가활동조사」로 본 2030세대의 여가활동

구분	가장 많이 참여한 여가활동 (1~5순위)		주 여가활동 (1순위)		가장 만족한 여가활동 (1~3순위)	
	많음	적음	많음	적음	높음	낮음
전체 (전연령)	휴식활동, 취미오락활동	문화예술참여	TV시청	-	산책 및 걷기, TV시청, 친구만남, 쇼핑/외식	-
남성 (2,30대)	스포츠관람, 스포츠참여	문화예술참여	게임, 스포츠경기간접관람, 헬스, 인터넷검색	TV시청, 산책, 요가/필라테스	게임	산책및걷기, TV시청
여성 (2,30대)	문화예술관람, 문화예술참여	스포츠관람, 스포츠참여	TV시청, 요가/필라테스, 반려동물 돌보기, 쇼핑/외식,잡담/통화	게임, 스포츠경기간접 관람	쇼핑/외식, 음악감상	음주
20대	문화예술관람, 스포츠참여, 취미오락활동	관광, 휴식활동	게임, 모바일콘텐츠, 인터넷 검색	TV시청, 산책, 등산	친구만남,게임 인터넷검색, 모바일콘텐츠, 영화관람, 음악감상	산책및걷기, TV시청, 등산, 음주
30대	(상동), 관광활동 매우 많아짐	사회및기타활동	TV시청, 산책	게임, 친구만남	쇼핑/외식	등산

자료: 문화체육관광부(2020), 「2020 국민여가활동조사」, 원시자료 분석.

「2020 국민문화예술활동조사」를 보면(〈표 2-4〉 참조), 전 연령 평균 문화예술 관람 횟수가 3.1회, 관람률이 60%인 것과 비교해 2030세대는 관람 횟수는 4.5회, 관람률은

남성 77.4%, 여성 79.2%로써 전체 평균 대비 문화예술관람률이 높은 것으로 확인된다. 또한 관람률이 높은 분야도 다양하게 나타난다.

〈표 2-4〉 「2020 국민문화예술활동조사」로 본 2030세대의 문화예술관람률

구분	문화예술관람률		분야별 관람률 (상위 분야)	관련 지출이 많은 분야	공간이용
	관람횟수	관람률			
전체 (전연령)	3.1	60.0%	영화	영화, 문학, 대중음악	도서관, 민간공연장, 박물관
남성 (2,30대)	4.5	77.4%	영화	영화, 문학, 대중음악	주민자치센터, 도서관
여성 (2,30대)	4.5	79.2%	영화, 미술전시회, 뮤지컬, 연극	영화, 문학, 대중음악, 뮤지컬	주민자치센터, 도서관
20대	5.2	83.6%	영화, 미술전시회, 연극	영화, 문학, 대중음악	도서관, 민간공연장
30대	3.9	73.1%	영화, 뮤지컬	영화, 문학, 대중음악	도서관, 민간공연장

자료: 문화체육관광부(2020), 「2020 국민문화예술활동조사」, 원시자료 분석.

하지만 여가생활에 대한 높은 욕구에도 불구하고 충분한 여가문화를 향유하지 못하고 있는 것도 사실이다. ‘2020 국민여가활동조사’의 원시자료 분석에 의하면, 절반에 가까운 청년들이 여가활동에 만족으로 느끼지 못하는 것으로 나타났고 그 이유로 시간부족과 경제적 부담을 지적하고 있다(표 2-5 참조). 이는 여가권이 경제권에 비해 ‘후순위’라는 사회적 인식으로 인해 청년이 여가생활을 제대로 누리지 못하고 있기 때문이기도 하고, 향후 불안정한 노동환경으로 인해 자신의 여가생활을 찾지 못한 채 장년기와 노년기에 접어들게 된다면 생애주기에 걸쳐 일-삶의 균형을 이루지 못할 것이라는 우려가 작용하기 때문이기도 하다(이현서, 2016).

〈표 2-5〉 「2020 국민여가활동조사」로 본 2030세대의 여가환경

구분	실제 여가 시간(시간)		소득수준 및 여가비용(천원)		많이 이용한 여가공간		여가활동 동반자	여가생활 만족도		여가정책 중요도
	평일	휴일	여가 비용	가구 소득	이용	희망		만족도	불만족 이유	
전체 (전연령)	3.7	5.7	153	3955	식당, 아파트공터, 카페, 생활민공원	식당, 카페, 산, 생활민공원	혼자서, 가족과 함께	51.7%	시간부족, 경제적부담	다양한 여가시설 여가프로그램
남성 (2,30대)	3.4	6.1	195	4390	카페, 식당, 영화관, PC방	카페, 식당, 영화관, PC방	혼자서	57.5%	시간부족	-
여성 (2,30대)	3.4	5.4	167	4453	카페, 식당, 대형마트, 쇼핑몰	카페, 쇼핑몰, 식당	가족과 함께	54.2%	경제적부담	-
20대	3.7	6.1	172	4438	카페, 식당, 영화관, PC방	카페, 영화관, 식당, 헬스클럽, 테마파크	혼자서, 친구와 함께	61.9%	경제적부담	-
30대	3.2	5.4	190	4402	식당, 카페, 대형마트, 쇼핑몰	캠핑장	혼자서, 가족과 함께	50.4%	시간부족	-

자료: 문화체육관광부(2020), 「2020 국민여가활동조사」, 원시자료 분석.

이에 따라, 청년들의 일-삶 균형에 대한 욕구가 증대되고 있다. OECD 국가들과 비교했을 때 한국은 유일하게 비청년세대보다 청년세대의 여가시간이 짧은 국가로, 청년들의 일 - 삶 균형 정도가 다른 국가들에 비해 현저히 낮은 수준이다(박미석 외 2019). 최근 청년들의 가치관에 대한 연구에 따르면, 청년들은 일보다 여가에 더욱 가치를 두며 집단보다는 개인을 중시하는 경향이 있는 것으로 나타났으며, 이러한 경향은 최근 2년간 더욱 강화된 것으로 드러났다(한국청소년정책연구원, 2017; 2019).

2) 다양한 문화 및 여가활동 수행

〈대학내일20대 연구소〉에서 실시한 「1534세대 라이프스타일 및 가치관 조사」(2019)와 「20대 최신 놀이문화실태 및 인식조사」(2018) 결과를 보면, 청년층은 여가 및 문화·예술활동에서 다음과 같은 특징을 지니는 것으로 나타났다(최영화 외, 2020: 17-29 재인용). 우선 청년 여가 트렌드 및 놀이문화의 특징에서는 주제적 활동 선호, 휴식의 중시, 새로움과 다양성 추구, 취미활동 기반 오프라인 모임 선호, 체험형 여가활동 선호 등의 특징이 있었다. 한편, 문화예술활동 트렌드에서는 소극적 문화예술활동, 저비용 문화예술활동, 동성친구와의 문화예술활동, 영화관람 의향이 높다는 특징을 보였다. 기존 자료를 활용하여 지역의 청년문화 실태를 재분석한 최영화 외(2020)의 연구에서도 청년층은 여가에 대한 관심이 높고 활동의 양식 또한 다채로웠다.

〈표 2-6〉 인천광역시 청년문화 실태조사 결과

구분	조사 결과	비고
인천 청년여가 활동 조사결과	여가시간, 평일 3.97시간, 휴일 6.19시간, 다른 연령대 보다 김 많이 하는 여가활동, 취미오락활동 54.8%, 문화예술참여활동 6.7% 등의 순 동호회활동, 응답자 93.8% 참여경험 없음 여가공간, 집 이외 영화관 19.5%, 식당 11.4%, 카페 11.0% 등의 순 정책수요, 질 좋은 여가프로그램의 개발 및 보급 91.9% 여가만족도, 만족 54.3%, 불만족 16.6%(불만족 이유 : 71.4% 시간 부족)	〈2019 국 민여가활동 조사 원자 료 분석〉
인천 청년문화 예술 실태조사	직접관람, 91.9% 직접관람경험 있음(영화, 대중음악, 미술전시회 등) 등의 순 직접관람 보완점, 작품의 질 제고 48.4%, 관람비용 다룬 26.0%(직접관람 애로사항: 시간부족 41.6%, 비용 부담 38.3) 등의 순 예술행사참여경험, 78.9% 없음, 10.5% 미술전시회 및 창작활동 등의 순 교육 이수 의향 81.8% 없음(문화예술교육 경험 유무에 따라 차이 있음) 공간이용 경험 64.1% 없음, 33.0% 민간공연장, 31.1% 도서관 등의 순 동호회 경험 89.5% 없음 축제 방문 경험, 54.5% 있다(38.6% 주민회합축제, 30.7% 지역특산물축제, 29.8% 문화예술축 제, 28.1% 생태자연축제 등)	〈2019 국 민문화예술 활동 조사 원자료 분 석〉

구분	조사 결과	비고
인천 청년실태 조사	여가시간, 평일 2.29시간, 휴일 6.11시간 여가활동, 휴식활동 32.3%, 취미/오락활동 26.5%, 문화예술활동 20.4% 순 예술행사 관람, 69.2% 있다(55.9% 영화, 55.8% 공연 등의 순) 공간이용 경험, 71.7% 영화관, 32.2 문예회관(공연장 포함), 23.3% 도서관 등의 순 교육경험, 83.6% 없다, 16.4% 있다(36.3% 미술분야 등) 동호회 경험, 89.4% 없다, 10.6% 있다(음악 동호회 등) 정책수요, 30.3% 질 좋은 문화프로그램의 개발 및 보급, 26.0% 다양한 문화시설 조성 등의 순	〈2019 인 천 청년실 태조사 별 도 실시〉

자료 : 최영화 외(2020), 「인천시 청년문화 활성화 방안 연구」, 인천연구원, pp.82-119. 참고 재구성.

3) 온라인·모바일 기반 문화향유

과학기술정보통신부·한국지능정보사회진흥원(2020)에 따르면, 청년들의 스마트폰, SNS 활용, PC 모바일 이용 능력 등 디지털 정보화 역량은 전체 평균 대비 33% 이상의 높은 수준으로 나타났다. 이들은 흔히 2000년대 세대라는 의미의 ‘밀레니얼 세대’, 디지털 환경을 태어나면서부터 생활처럼 사용한다는 의미의 ‘디지털 네이티브’, 디지털 기술과 함께 성장했다는 의미의 ‘Net세대’, ‘N세대’, 재미를 통해 자아실현을 하는 모바일 라이프 중심의 ‘앱 네이티브’ 등으로 지칭되는데(임흥택, 2018; 김용섭, 2019), 이들은 그만큼 디지털 문화와 친숙하다.

청년들은 온라인과 모바일 중심의 비대면 문화향유가 일상화되면서 기존의 오프라인 중심의 기성세대와는 다른 문화향유 양상을 보인다. 이런 현상은 「2020 국민문화예술활동조사», 「2020 경상남도 청년 실태조사」 등에도 잘 나타나 있는데, 이들 보고서에 따르면 청년들은 매체를 통한 문화예술활동 경험이 많아 비대면 문화 활동이 자연스러운 일상이 되었음을 알 수 있다.

박영정 외(2015)의 연구에서도 청년층이 지난 1년간 가장 많이 경험한 여가생활은 유튜브 감상(72.8%), 낮잠, 늦잠(66.6%), 음악 감상(64.4%), TV·VOD 시청(51.7%) 등의 순으로 나타나, 청년층은 여가생활을 대부분 온라인으로 즐기고 있는 것으로 드러났다. 특히 코로나19로 인해 오프라인 문화예술 활동이 사회적 거리두기 등의 조치로 참여하기 어려워지면서 온라인을 통해 공연과 전시를 관람하는 등 시공간 제약 없이 여가생활을 즐길 수 있는 문화형태가 자리 잡았다.

대학내일20대연구소(2020b)의 [데이터플러스여가(12월)]를 보아도 15세~26세 미만의 청소년들은 30.9%가 온라인 공연 관람 경험이 있다고 응답했으며, 가수·연예인 콘서트(53.6%), 음악회(33.8%), 뮤지컬·오페라(32.0%), 연극(21.2%), 발레·무용(11.9%)의

유형 순으로 빈도가 높았다. 이처럼 코로나 시국이라고 하는 특수한 사회적 여건은 청년층의 온라인 문화관람 기회를 넓히고, 디지털 문화생활을 특별한 일상이 아닌 당연한 일상으로 인식하게 하는 데 일조했다고 볼 수 있다.

이들은 온라인을 통한 경계 없는 소통에 익숙하기 때문에 자신의 소속보다는 취향과 성향을 통해 개인의 캐릭터를 드러내는 것을 중요하게 생각하며, 온/오프라인에서 ○○팬, ○○크루를 만드는 등 공통의 문화적 관심사를 바탕으로 관계를 형성하면서 소속감을 느낀다. 대학내일20대연구소(2020a)의 조사 결과에 따르면, MZ세대는 특정 유튜브나 BJ, 콘텐츠, 채널을 함께 즐기는 일시적이고 가벼운 관계에도 소속감을 느낀다고 답했으며, 특히 Z세대(29.3%)에서 이런 특성이 두드러졌다. 이는 86세대(41.1%)와 X세대(33.7%)가 온라인에서도 실명에 기반한 커뮤니티에 소속감을 느끼는 것과는 큰 차이다.

한편, 앞서 언급한 것처럼 청년층은 태어날 때부터 디지털 일상을 경험해 온 세대로서, 아날로그에 대한 기억과 추억이 별로 없다. 타고난 디지털 습성으로 온라인 환경을 현실처럼 받아들이며, 아날로그(오프라인)는 비일상이자 일탈로 여기는 경향이 있다. 이들은 미디어나 SNS 정보 이용과 같은 일상적 행위조차 문화 활동으로 인지하고 있다.

제2절 청년정책 현황 및 사례

1. 청년정책 추진 기반 및 현황

가. 정책 추진 기반

1) 법제도적 기반

청년정책은 2021년 10월말 기준, 3개의 법률과 568개 조례를 제도적인 기반으로 한다. 7) 지방자치단체 청년정책 관련 조례 제정의 근거가 되는 3개 법률 중 「청년고용촉진 특별법」과 「후계농어업인 및 청년농어업인 육성·지원에 관한 법률」은 청년 고용 및 일자리, 농어업인 육성 등을 목적으로 한다. 범부처 차원의 청년정책은 「청년기본법」을 토대로 하며, 이 법은 기본이념, 청년의 날, 청년정책 기본계획과 시행계획, 청년 실태조사, 청년정책 연구사업, 청년정책 조정, 청년의 권익증진 시책 등에 관해 규정하고 있다.

〈표 2-7〉 청년정책 관련 법률

법률	제정 시기	비고
청년기본법	2020.2.4.	
청년고용촉진 특별법	2004.3.5.	「청년실업해소특별법」이 2009.10.9.에 타법개정으로 명칭 변경
후계농어업인 및 청년농어업인 육성·지원에 관한 법률	2021.5.20.	

자료 : 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr>).

「청년기본법」은 “청년의 권리 및 책임과 국가와 지방자치단체의 청년에 대한 책무를 정하고 청년정책의 수립·조정 및 청년지원 등에 관한 기본적인 사항을 규정함을 목적으로” 2020년 2월 4일에 제정(2020.8.5. 시행)되었다. 이 법은 제20대 국회에서 발의된 10개의 청년 관계 법률안을 통합·조정하여 청년의 권리와 책임을 선언하는 한편, 취업

7) 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr>)를 활용하여 그 명칭에 ‘청년’이라는 단어를 포함한 조례를 검색한 결과 기준이다(2021.10.28. 최종 검색).

난, 주거불안정 등으로 어려움을 겪고 있는 청년에 대한 체계적·종합적인 지원 및 그들의 삶의 질 향상을 위한 제도적 기반 마련의 필요성을 배경으로 제안되었다.⁸⁾

「청년기본법」에서는 청년정책을 “청년발전을 주된 목표로 하는 것으로서 국가 또는 지방자치단체가 시행하는 정책”(법 제3조)으로 정의한다. 또한 “청년이 인간으로서의 존엄과 가치를 실현하고 행복한 삶을 영위할 수 있는 권리를 보장받으며 건전한 민주시민으로서의 책무를 다할 수 있도록 하는 것”(법 제2조제1항)이라는 기본이념을 구현하기 위하여, 청년정책 추진 시 다음 사항들을 고려하도록 규정(법 제2조제2항)하고 있다.

1. 청년 개개인의 자질향상과 능동적 삶의 실현
2. 청년의 정치·경제·사회·문화 등 모든 분야에 대한 참여 촉진
3. 교육, 고용, 직업훈련 등에서 청년의 평등한 기회 제공
4. 청년이 성장할 수 있는 사회적·경제적 환경 마련

이와 같이 「청년기본법」에서 규정한 기본이념, 청년정책의 정의 및 고려사항을 보면, 청년정책이 목표로 하는 청년발전의 요체는 청년의 ‘삶의 질 향상’에 있을 알 수 있다. 또한 청년정책 추진 시 고려사항은 어느 특정 영역에 국한되는 것이 아님을 알 수 있다. 따라서 청년문화정책의 발굴 및 추진에서도 청년의 자질 향상, 능동적 삶의 실현, 각 분야에 대한 참여 촉진, 평등한 기회 제공, 성장 환경 마련은 중요한 기준이 된다.

2) 조직적 기반

정부의 청년정책은 「청년기본법」 제13조제1항에 의거하여 국무총리 소속으로 설치된 청년정책조정위원회가 총괄한다. 이를 위해 국무조정실 내에 청년정책조정실이 설치되어 ‘청년정책의 총괄 및 조정에 관한 사항’, ‘청년정책의 분석 및 이행상황 점검·평가에 관한 사항’, ‘청년과의 소통 활성화에 관한 사항’에 관한 사무를 담당하고 있다.

청년정책조정위원회는 2021년 8월에 「청년특별대책」(관계부처 합동, 2021)을 발표하였다. 이 대책에서는 ‘코로나 위기 극복’, ‘청년세대 내부 격차 해소’, ‘미래도약 지원’이라는 3대 방향과 ‘일자리’, ‘주거’, ‘복지’, ‘교육’, ‘참여권리’라는 5대 분야의 대책을 제시하였다. 여기에는 기본계획의 문화 분야가 제외되어 있다.

한편, 정부는 「청년기본법」에 의거하여 2021년 9월 7일부터 청년에 대한 체계적·종

8) 국회 정무위원장(2019), 「청년기본법안(대안)」(의안번호 23987)

합적인 지원 강화를 위해 9개 부처에 청년정책 전담조직을 신설 또는 보강하였다. 그중 기획재정부·국토교통부·중소벤처기업부·금융위원회에는 청년정책 전담부서를 설치하고, 교육부·행정안전부·문화체육관광부·보건복지부·고용노동부에는 청년정책을 담당할 인력을 보강하였다. 문화체육관광부의 경우, 문화정책과에 청년TF를 설치하고, 문화·체육·관광 분야 청년정책의 조정, 청년인재 양성 및 문화향유를 지원한다.⁹⁾

나. 각 부처 및 지방자치단체 청년정책 추진 현황

한국고용정보원이 청년정책 및 청년공간에 대한 서비스를 위해 개설한 온라인청년센터(www.youthcenter.go.kr)¹⁰⁾에 게재된 정책을 기준으로 분석한 결과를 보면, 11) 2020년 기준으로 전국에서 추진된 청년정책은 2,930개에 달한다. 그중 239개(8.2%)는 중앙정부 정책이고, 2,691개(91.8%)는 지방자치단체 정책이다. 정부부처에서는 고용노동부 39개(16.3%), 중소벤처기업부 23개(9.6%), 교육부 22개(9.2%), 과학기술정보통신부 21개(8.8%), 국토교통부 20개(8.4%) 등의 순으로 관련 정책이 많았다. 지방자치단체에서는 전라북도 373개(13.9%), 경기도 318개(11.8%), 서울특별시 294개(10.9%), 경상남도 269개(10.0%) 등의 순으로 많았다. 청년 인구(15~39세) 대비 정책 수에서는 전라북도, 제주도, 전라남도, 충청북도 등의 순으로 비율이 높게 나타났다.

〈표 2-8〉 청년정책 시행 기관 및 시행 정책 현황

구분	시행 기관 수(A)		시행 정책 수(B)		기관 수 대비 시행 정책 수(B/A)
	기관 수	비율	정책 수	비율	
중앙정부	31	11.4%	239	8.2%	7.7개
지역자치단체	240	88.6%	2691	91.8%	11.2개
합계	271	100.0%	2930	100.0%	10.8개

자료 : 한국고용정보원(2021), 한눈에 보는 전국 청년 정책(2021.2.16.) 보도자료.

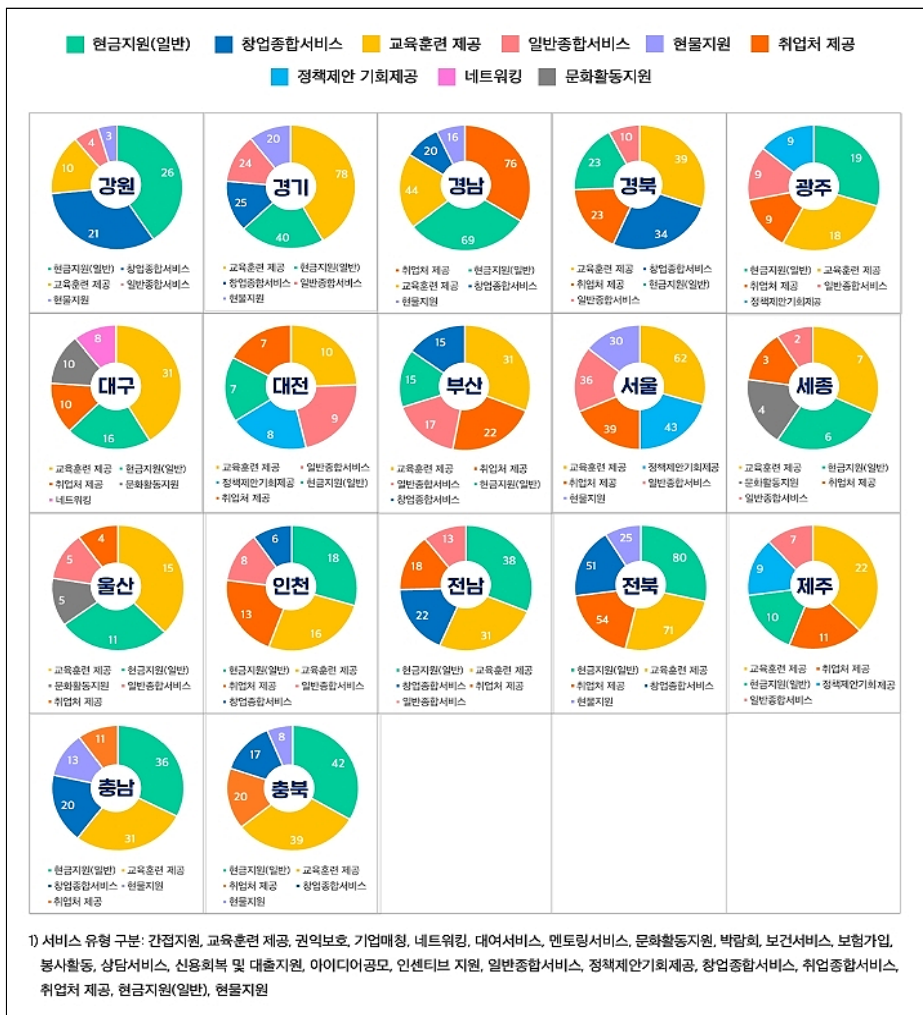
9) 관계부처 합동(2021c), 기재부 등 4개 주요부처에 '청년' 전담부서 생긴다(2021.8.31. 보도자료)

10) 온라인청년센터는 중앙정부 및 지방자치단체의 청년정책 공모사업 등 정책정보와 각 지역에 산재한 청년 관련 공간정보를 제공하고 있다. 온라인청년센터의 경우처럼, 고용 및 경제적 측면에 대한 직접적인 지원을 제외하면, 정책정보나, 행정안전부 주관의 청년마을처럼 공간 단위의 지원정책이 다수 눈에 띈다.

11) 한국고용정보원(2021), 한눈에 보는 전국 청년 정책(2021.2.16.) 보도자료. 온라인청년센터 누리집에는 2021년 5월 20일 기준 중앙정부 청년정책 현황은 제시하였으나, 지방자치단체 현황은 제시하지 않았다. 따라서 본 연구에서는 2020년 기준 자료를 활용하여 정부의 청년정책 현황을 검토한다.

2020년 기준 2,930개 청년정책 중 취업 상태 요건을 설정한 1,712개 중 미취업자 대상 정책이 886개(51.8%)로 가장 많았다. 정책 유형별로는 교육훈련 제공 정책 636개(21.7%), 현금지원 507개(17.3%), 취업처 제공 359개(12.3%), 창업 종합서비스 278개(9.5%) 등의 순이었고, 문화활동 지원은 132개(4.5%)였다. 이와 같이 정책 유형별 분석 결과에서도 현행 정책이 고용 및 경제적 지원에 집중됨을 확인할 수 있다. 더욱이 지역 별로 볼 경우, 대구시와 세종시를 제외한 타 시도에서는 청년의 문화활동 지원이 드러나 지 않거나 미미한 것으로 나타난다.

[그림 2-1] 2020년에 시행한 지역별 청년정책



자료: 한국고용정보원(2021), 한눈에 보는 전국 청년 정책(2021.2.16.) 보도자료.

다. 제1차 청년정책 기본계획의 주요 내용

「청년기본법」에 의한 「제1차 청년정책 기본계획(‘21~’25)」(2020.12.)은 청년의 특성을 “현실 대처+미래 대비 ‘이행기’”, “연령 구간별 정책 수요 차이”, “다양한 분야 관심+직접 참여 등 인식 변화”로 분석하고, 이를 고려하여 수립되었다. 계획의 비전은 ‘청년이 만들어 가는 미래, 원하는 삶을 사는 청년’으로 설정되었고, 비전 실현을 위해 ‘참여와 주도’, ‘격차 해소’, ‘지속가능성’이 3대 원칙으로 설정되었다. 또한 ‘청년의 삶을 청년이 만들어 나갈 수 있도록 제도적 기반, 삶의 공간, 안정적 토대를 다양한 청년에게 권리로 보장’이라는 방향 하에 5대 정책방향 20개 중점과제를 설정하였다(관계부처 합동, 2020).

〈표 2-9〉 제1차 청년정책 기본계획의 5대 정책방향 및 중점 과제

정책방향		추진 과제
I. 일자리	청년의 일할 권리를 보장합니다	1. 청년 일자리 확대 및 역량 강화 2. 청년 창업 활성화 및 내실화 * 문체부 소관 : 세부과제 중 ‘전통문화 청년창업 육성’, ‘게임기업 육성 지원’, ‘청년 콘텐츠기업 투자 펀드’ 3. 청년의 일터 안전망 강화 4. 공정채용 기반 구축·직장 문화 개선
II. 주거	청년의 주거부담이 줄어듭니다	1. 청년 주택 공급 확대 2. 청년 전월세 비용 경감 3. 고시원·반지하 주택 거주 등 취약청년 집중 지원 4. 청년 친화형 주거모델 보급
III. 교육	청년이 스스로의 삶을 그려갑니다	1. 고른 교육기회 보장 2. 청년의 미래역량 강화 * 문체부 소관 : 세부과제 중 ‘콘텐츠 창의인재 동반사업’, ‘문화콘텐츠 r&d 전 문인력 양성’, ‘미래형 관광인재 육성’ 3. 교육-일자리 연계 강화 4. 온택트 교육기반 구축
IV. 복지·문화	청년의 생활이 나아집니다	1. 사회출발자산 형성 및 재기 지원 2. 청년건강 증진 * 문체부 소관 : 세부과제 중 ‘생활밀착형 체육시설 공급 확대’ 3. 청년 취약계층 지원 확대 4. 문화가 있는 청년의 삶(문체부 소관) 1) 문화콘텐츠 분야, 역량 있는 청년의 도전과 혁신을 응원 2) 청년 문화 활동 기반 강화 3) 청년 예술가 및 청년창작자 지원
V. 참여·권리	청년의 삶이 청년이 직접 결정합니다	1. 정책결정 과정에 청년 주도성 확대 2. 청년정책 추진기반 마련 및 내실화 3. 청년친화적 정책 전달체계 확립 * 문체부 소관 : 세부과제 중 ‘청년두레 지원’ * 문화재청 소관 : 세부과제 중 ‘청년 유네스코 세계유산 지킴이’ 4. 청년 권익보호 및 청년교류 활성화

자료: 관계부처 합동(2020), 「제1차 청년정책 기본계획(‘21~’25)」.

제1차 기본계획의 정책방향은 법률에서 제시한 청년의 자질향상과 능동적 삶의 실현, 각 분야 참여 촉진 및 평등한 기회 제공, 성장 환경 마련이라는 청년정책의 고려사항을 반영한 것이라고 할 수 있다. 그러나 각 정책방향의 중점 과제를 보면, 청년의 일자리 및 복지 기반 조성에 집중된 경향이다. 이러한 경향은 복지·문화 부문의 문화체육관광부 소관 과제에서도 드러나는데, ‘4. 문화가 있는 청년의 삶’에서는 특히 청년의 문화활동 기반 조성 및 청년 콘텐츠기업 지원, 청년 예술가 및 청년창작자 지원이 주요하게 고려된다. 다만, 문화 관련 과제는 기존 정책이 기본계획의 각 정책방향과 다양하게 관련되나, 타 부문의 과제에 비해 복지·문화 부문 특정 과제에 집중되어 상대적으로 범위가 협소하다. 이는 현행 청년정책이 「청년고용 활성화 대책」(관계부처 합동, 2021a) 사례처럼 청년 일자리 및 고용을 핵심적인 영역으로 하는 경향과도 관련된다.

한편, 5대 정책방향 중 참여·권리의 ‘3. 청년친화적 정책 전달체계 확립’에서는 ‘청년하나로’(온라인플랫폼)와 ‘청년마당’(오프라인플랫폼)이라는 대면 및 비대면 기반의 플랫폼 구축을 과제로 설정하고 있다. 그중 청년하나로는 관련 정책에 대한 청년의 접근 및 이용을 위하여 중앙정부와 지방자치단체의 청년정책 온라인 플랫폼을 연계하는 것이다. 청년마당은 청년의 활동공간 및 청년이 직접 참여·운영하는 공간을 2020년 기준 104개에서 2025년 기준 226개 전 기초지방자치단체 수준으로 확대하는 것이다. 따라서 향후 청년문화정책에서도 이들 플랫폼 연계·활용을 중요하게 고려할 필요가 있다.

2. 문화체육관광부의 청년정책 현황

문화체육관광부는 제1차 기본계획에 의거하여 2021년에 「제1차 청년정책 기본계획(’21~’25) 2021년 시행계획」(문화체육관광부, 2021)을 수립하였다. 이 시행계획에서는 “문화가 있는 청년의 삶 ⇒ 청년의 도전, 문화강국의 시작”을 비전으로 설정하여, 청년을 문화강국 실현의 주체로 보았다. 또한 청년의 자율성·창의성 제고, 미래변화를 선도할 역량 강화, 지속적·안정적 청년정책 추진 기반 조성에 중점을 두고, 기본계획의 내용을 보다 구체화하여 4대 정책방향 및 18개 전략과제 설정하였다. 전략과제는 청년의 문화복지, 예술·창작 활동 지원 및 창업 지원을 중심으로 계획되었다.

그러나 계획의 목표는 청년 문화·예술 관람 횟수 증가(2020년 10.3회 ⇒ 2021년

10.5회, 조사기간 기준)로 설정됨으로써 청년의 역량 강화나 청년정책 추진 기반 조성과 관련한 성과목표가 부재하고, 법률에서 제시한 청년정책의 고려사항이 종합적으로 고려되지 못한 채 문화향유에 한정된 한계를 지닌다.

〈표 2-10〉 문화체육관광부 2021년 청년정책 시행계획의 방향과 전략과제

분야	정책방향	전략과제	
콘텐츠	청년의 도전과 혁신 응원	① 청년·중소기업 모험 투자펀드 ③ 비대면 콘텐츠 산업 육성	② 이스포츠 활성화 ④ 콘텐츠 전문인재 육성
문화 활동	청년 문화적 삶 뒷받침	① 청년 문화누리카드 확대 ③ 청년 관광지원 ⑤ 생활속 문화시설 확대	② 청춘마이크 사업 ④ 청년 삼삼오오 인문실험
예술 · 창작	신진 예술가·창작자 등용 기회 마련	① 신진예술가 예술활동 증명 완화 ③ 문화 PD운영 ⑤ 창작공간 조성	② 한국 예술창작 아카데미 지원 ④ 콘텐츠 창작지원
경험 · 창업	사회진출 및 창업·성장 발판	① 문화·예술·스포츠분야 인턴지원 ③ 전통문화 청년 창업지원	② 청년두레 지원 ④ 게임기업 육성

자료 : 문화체육관광부(2021), 제1차 청년정책 기본계획('21~'25) 2021년(2021.2.).

2021년 시행계획은 기본계획의 방향에 맞춰 ‘I. 일자리’ 5개, ‘Ⅲ. 교육’ 3개, ‘Ⅳ. 참여·권리’ 1개 및 ‘V. 복지·문화’ 28개 등 총 37개 과제로 계획되었다. 이는 기본계획에서 부족해 보이던 고려사항과 관련한 과제를 반영한 것으로 보인다. 그러나 국내외 청년정책에서 강조되는 ‘V. 참여·권리’ 과제는 ‘청년두레 지원’에 한정되고, 해당 과제의 성격도 능동적 삶의 실현, 각 분야 참여 촉진에 부합하기에는 한정된 내용이다.

한편, 시행계획의 과제들에는 국비와 지방비를 합쳐 1조 2,189억 원의 예산이 투입된다. 그러나 그중 청년예산으로 구분된 예산은 약 603억 원에 불과하여 명확하게 청년을 대상으로 설정한 정책은 제한적임을 알 수 있다.

〈표 2-11〉 문화체육관광부의 청년정책 관련 세부 추진과제 현황

(단위 : 백만 원)

과제번호	과제명	전체 예산		청년 예산
		국비	지방	
I. 일자리				
1-1-1	국립장애인도서관 대체자료위탁제작	7,398	-	1,332
	온라인 저작권 침해 재택 모니터링	4,897	-	1,201
1-2-2	전통문화 청년창업 육성 지원	2,550	-	2,550
	게임기업 육성지원	2,800(신규)	-	(구분 없음)

(단위 : 백만 원)

과제번호	과제명	전체 예산		청년 예산
		국비	지방	
	청년 콘텐츠기업 투자 펀드	-	-	-
Ⅲ. 교육				
3-2-2	콘텐츠 창의인재 동반사업	10,859	-	10,859
	문화콘텐츠 R&D 전문인력 육성	6,201	-	6,201
	미래형 관광인재 육성	435	-	(구분 없음)
Ⅳ. 복지문화				
4-2-2	생활밀착형 체육시설 확대	269,382	정액	(구분 없음)
4-3-3	발달 장애인 문화예술학교 지원	800	-	256
4-4-1	청년·중소기업 콘텐츠 금융지원 강화	114,800	-	(구분 없음)
	이스포츠 활성화	600	-	(구분 없음)
	신기술 기반 게임 콘텐츠 제작지원	5,000 (신규)	-	(구분 없음)
	ICT-음악 콘텐츠 지원	4,200	-	(구분 없음)
	플랫폼 기반 대중음악 활성화 지원	2,936	-	(구분 없음)
	웹툰융합센터 조성	4,000	10,000	(구분 없음)
	온라인 대중음악 공연 제작지원	6,500(신규)	-	(구분 없음)
	만화콘텐츠 창작 지원	2,260	-	(구분 없음)
4-4-2	차세대 융복합 콘텐츠 제작지원	25,664	-	(구분 없음)
	문화누리카드 확대(청년층 100%)	123,900	-	17,500
	청춘마이크 사업	6,700	-	6,700
	청년 관광 지원	300	-	300
	생활속 문화시설 조성(공공도서관, 생활문화센터 등) 확대	240,160	330,441	(구분 없음)
	공공도서관 창작공간 조성	2,250(신규)	2,250	(구분 없음)
	청년 삼삼오오 인문실험	350	-	350
	지역문화전문인력 양성 및 배치 지원	2,445	1,600	1,883
	공예 청년인턴십 지원	999	-	999
	청년디자이너 인턴십 지원	1,280	-	1,280
4-4-3	프로스포츠 연맹·구단 인턴십 지원	1,200	-	1,200
	신진예술인 예술활동증명 기준 완화			
	신진예술인 창작준비금 지원	6,000(신규)	-	3,000
	한국 예술창작 아카데미	1,575	-	1,575
	아르코 청년 예술가 지원	1,000	-	1,000
	문화PD운영	406	-	406
	1인 광고콘텐츠 창작자 지원	659	-	659
	청년 창작자 콘텐츠 제작	300	-	300
Ⅴ. 참여권리				
5-3-2	청년두레 지원	12,581	1,250	702
37개 과제		873,387	345,541	60,253

자료 : 문화체육관광부(2021), 「제1차 청년정책 기본계획(’21~’25) 2021년(2021.2.)」.

3. 국제사회의 청년정책 사례

국제사회의 청년정책은 UN의 2030 지속가능발전 목표(SDGs)의 실현과 연계된다. 또한 청년의 범위는 각 사회가 처한 상황에 따라 다르나, 청년(혹은 청소년)은 10대 중반에서 20대 중반까지 연령대로 보는 경향이며, 국제기구들에서는 연령 상한선을 24세까지로 구분하고 있어 우리나라와 차이가 난다(임유진, 2020: 10-11). 이러한 차이를 감안하면서 여기서는 UN과 유럽연합, 유네스코의 청년정책 관련 전략을 검토하고자 한다.

가. UN의 “Youth 2030”

UN의 청년정책은 2030년을 목표로 수립된 “Youth 2030”(UN, 2018) 전략에 따라 추진되고 있다. 이 전략은 각국 청년정책의 주요한 토대가 되고, 그 실행에는 33개 UN 기구 및 130개 국가가 참여하고 있다.¹²⁾

「Youth 2030」은 “모든 청년의 인권이 실현되고, 모든 청년이 그들의 충분한 잠재력을 발휘할 수 있도록 자율권을 보장하며, 변화의 주체로서 청년의 기획력, 회복력 및 긍정적인 기여를 인정하는 세상”(UN, 2018: 5)을 비전으로 설정한다. 세부적으로는 SDGs의 이행과 후속 조치, 그 밖에 의제들과 체계에 대한 청년의 참여 보장, 그들의 요구 해결을 위해 세계적·지역적·국가적 수준의 조치 확대를 목표로, 3개 방향의 실천 계획이 수립되었다(UN, 2018: 6-9). 또한 「Youth 2030」에서는 실행계획의 구체화를 위해 5개 영역의 우선순위를 설정하고, 그 세부과제를 제시한다. 그중 일자리, 참여, 인권, 교육 영역은 우리 정부의 청년정책 기본계획에서 설정한 방향과도 부합한다.

〈표 2-12〉 UN의 「Youth 2030」의 방향과 실행계획

추진방향		실행계획
지도력의 표본 (A Leadership Example)	UN은 조직 전체의 청소년 리더십을 지원하고 청소년 관련 문제에 대한 직원의 인식과 역량을 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 구조의 주류화(Mainstreaming structures) • 청소년 참여 플랫폼(Youth engagement platforms) • 대화 기회(Dialogue opportunities) • 역량 강화(Capacity building) • 전문가 활용(Roster of experts) • 인턴십 프로그램 강화(Strengthening internship programmes) • 인재 관리(Talent management)
지식과 혁신의	UN은 지식 생산 및 관리	• 데이터 도구(Data tool)

12) Youth 2030 공식 누리집(<https://www.unyouth2030.com>).

추진방향		실행계획
개척자 (A Knowledge and Innovation Pioneer)	시스템을 강화하고, 청소년 개발 및 참여에 대한 신뢰할 수 있는 전문지식 출처가 되어 세계 젊은이들의 현실과 필요에 대한 세계적 인식을 촉진	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 지식 플랫폼(Online knowledge platform) • UN 청소년 아카데미(UN Youth Academy) • 분석(Analysis) • 공통 연구 의제(Common research agenda) • 청소년 혁신 랩>Youth Innovation Labs) • 청소년 주도의 혁신>Youth-led innovation) • 여론 조사(Polling)
투자 및 솔루션 촉매 (An Investment and Solution Catalyst)	청년전략의 이행을 앞당기기 위한 자원동원 노력 가속화 및 파트너십 해결책 촉진, 모든 수준에서 청소년 중심 프로그램과 청소년 주도의 실행을 위한 자금지원 기반 및 체계 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 청년 투자 및 파트너십 플랫폼(A Global Youth Investment and Partnership Platform) • 공통 자원 동원 전략(A common resource mobilization strategy) • 결과 기반 커뮤니케이션(Results-based communications) • 해법 기반 파트너십(Solution-based partnerships) • 청소년 참여 기금>Youth participation funding) • 공동 프로그램(Joint Programmes)

자료 : UN(2018), YOUTH2030 : WORKING WITH AND FOR YOUNG PEOPLE, pp.6-9.

〈표 2-13〉 UN 「Youth 2030」의 5대 우선순위

구분	영역	주요 내용
1순위	연결, 참여 및 옹호 (Engagement, Participation and Advocacy)	<ul style="list-style-type: none"> • 평화롭고 정의롭고 지속 가능한 세상을 위한 청소년의 목소리 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 주류화(Mainstream), 확장(Expand), 지원(Assist), 관여(Engage), 기준 마련(Set standards), 연결(Connect), 강화(Strengthen), 증폭(Amplify)
2순위	정보 및 보건 기반 (Informed and Healthy Foundations)	<ul style="list-style-type: none"> • 청소년에게 양질의 교육 및 보건 서비스에 대한 더 많은 접근을 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 양질의 교육 옹호 - 비공식적 교육 증진 - 접근 가능하고 청소년 대응형 보건서비스 및 건강한 환경 보장 - 청소년 친화적인 정신건강 서비스 지원 - 성적·생식적 건강과 권리 지지
3순위	양질의 일자리를 통한 경제적 역량 강화 (Economic Empowerment through Decent Work)	<ul style="list-style-type: none"> • 청년이 양질의 일자리와 생산적인 고용에 더 많이 접근할 수 있게 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 세계적인 약속의 유지 - 균형 잡힌 접근을 옹호 - 안내 및 지원 - 서비스 및 생산적 자산에 대한 접근 촉진 - 저탄소 녹색 경제로의 정당한 전환을 촉진
4순위	청소년과 인권 (Youth and Human Rights)	<ul style="list-style-type: none"> • 청소년의 권리 보호·증진 및 시민의 정치참여 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 청년의 인권 보호 및 증진 - 청년의 구체적인 인권 상황에 대한 인식 제고 - 인권을 주류에 편입 - 정치 및 공공 업무에 대한 참여 촉진 - 역량 및 인권 교육 개발
5순위	평화와 복원력 구축(Peace and Resilience Building)	<ul style="list-style-type: none"> • 평화와 안보 및 인도주의적 행동의 촉매제로서 청년을 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 공식적인 평화 과정에 대한 청소년 참여 촉진 - 안전한 공공장소 홍보 - 파트너십 결성 및 지지 - 지속적인 대화 조성 - 역량 강화 - 기회 확대 - 인도주의적 환경에서 청소년 보호·지원

자료 : UN(2018), YOUTH2030 : WORKING WITH AND FOR YOUNG PEOPLE, pp.10-14.

한편, UN은 「Youth 2030」의 성공적 이행을 위해 UN사무총장 청소년사절단(Secretary-General's Envoy on Youth)을 대표로 하는 운영하며 지원하고 있다. 여기에는 UN의 청소년 발달을 위한 기관 간 네트워크(UN Interagency Network on Youth Development, IANYD) 공동의장 및 2년 임기의 세계청소년 주도 플랫폼·단체 대표단, 2년 임기 UN 기구들의 사무총장보 수준이 참여하여 전략의 핵심 우선순위 1~2 분야를 담당한다.

나. 유럽연합의 “Youth Strategy 2019~2027”

유럽연합은 참여와 기회균등을 원칙으로 청년정책에 관심을 기울여 왔으며, 2010~2018년 기간에 8개 분야(‘교육과 훈련’, ‘고용 및 기업가 정신’, ‘건강과 웰빙’, ‘참여’, ‘자원봉사 활동’, ‘사회통합’, ‘청년과 세계’, ‘창의성과 문화’)에 걸친 청년전략을 추진하였다. 또한 2018년 11월에는 ‘참여(engage)’, ‘연계(connect)’, ‘역량 강화(empower)’라는 세 가지 행동영역에 초점을 둔 “The EU Youth Strategy 2019~2027”을 수립하여 추진하고 있다. 그중 참여는 ‘민주적 삶에 청년의 참여를 촉진’하고, 연계는 ‘청년의 자발적 참여를 유도하고 이동성, 연대성, 문화에 대한 이해를 촉진’하고, 역량 강화는 ‘청년들이 자신의 삶에 대해 스스로 책임지도록’ 하기 위한 것이다(임유진, 2020: 19~22). 이와 같이 유럽연합의 청년정책에서는 사회적인 문제와 세계와의 관계, 문화적 측면이 강조됨을 볼 수 있다.

다. 유네스코의 “Operational Strategy on Youth 2014~2021”

유네스코는 2008년에 청소년 전략(UNESCO Strategy for Action with and for Youth)을 수립한 바 있다. 2014년부터는 유네스코 중장기 전략(2014~2021)에 기반한 “UNESCO Operational Strategy on Youth 2014~2021”(UNESCO, 2014)을 수립하여 추진해 왔다. 이 전략에서는 ‘미래를 내다보기’라는 측면에서 접근하며 중점과제를 ‘1대 축: 청소년 참여 정책 형성 및 검토’, ‘2대 축: 성인으로의 전환을 위한 역량 강화’, ‘3대 축: 시민 참여, 민주적 참여 및 사회적 혁신’으로 설정하고 있다. 이는 참여와 역량 강화를 강조하고 있는 국제사회의 경향과 부합하는 것이다.

또한 중점과제들을 실현을 위한 이행방법에서는 ‘(i) 권리 기반 접근법, (ii) 양성평등과 차별 금지, (iii) 취약하고 소외된 청소년 중심, (iv) 청소년에게 영향을 미치는 이니셔티브 개발 시 청소년 참여, (v) 세대 간 대화 및 청소년-성인 파트너십, (vi) 미래 예측 접근법’을 기본 원칙으로 설정하고, 청소년의 참여 증진을 위해 유네스코총회에서 진행되는 청소년포럼(UNESCO Youth Forum) 활용, 파트너십을 위해 UNESCO-NGO 청소년 프로그램 공동위원회(Joint Programmatic Commission on Youth of the UNESCO-NGO Liaison Committee)와의 협조를 통한 청소년 프로그램을 이행하고, 유네스코의 청소년 프로그램팀(Youth Programme Team)이 관련 프로그램 조정을 하도록 설정하였다(유네스코한국위원회·한국청소년활동진흥원, 2019).

〈표 2-14〉 유네스코 「청소년 운영전략 2014-2021」의 성과와 목표 설정

구분	성과	목표
1대 축: 청소년 참여 정책 형성 및 검토	회원국의 포괄적인 청소년 개발 및 참여를 위한 정책 환경 제공을 지원함	<ul style="list-style-type: none"> • 지원을 받은 회원국이 포괄적이고 횡단적인 청소년 공공정책을 채택하고 실행하며, 다중 이해관계자 접근법 및 청소년의 포괄적인 참여를 적용함 • 지원을 받은 회원국의 포괄적이고 대표적인 국내 청소년 주도 단체들이 청소년에게 영향을 미치는 공공 정책에 참여함 • 지원을 받은 회원국이 UNESCO의 역량 분야 내 공공 정책에 청소년 문제 및 청소년 참여 과정을 통합함
2대 축: 성인으로의 전환을 위한 역량 강화	청소년이 성인으로의 전환 에 필요한 기술 및 역량을 습득 할 수 있는 교육 및 학습 환경으로 개선됨	<ul style="list-style-type: none"> • 지원을 받은 회원국이 UNESCO가 제시한 영역(13-18항) 성공적인 교육 및 학습 프로그램을 확대함 • UNESCO가 제시한 영역에서 청소년 인 지적 콘텐츠가 국가 교육과정과 폐다고지 및 청소년 중심 학습 도구에 통합됨 • UNESCO가 제시한 영역에서 지원을 받은 회원국의 교사 및 교육가 역량이 향상됨 • UNESCO가 제시한 영역에서 관련 이해관계자들이 청소년과 함께 청소년을 위한 비형식 및 무형식 교육 프로그램을 개발함 • UNESCO가 제시한 영역에서 교육 목표 달성을 위한 청소년-성인 파트너십이 이행됨
3대 축: 시민 참여, 민주적 참여 및 사회적 혁신	여성 및 남성 청소년이 활발한 시민으로서 민주주의 통합, 지속가능한 지역사회 및 평화를 위해 참여함	<ul style="list-style-type: none"> • 국가 및 지방자치단체 당국이 민주주의 통합, 공동체 개발, 폭력 및 사회적 갈등 예방을 위한 포괄적인 청소년 시민 참여를 장려하는 정책과 프로그램을 개발함 • 전환기의 국가에서 민주주의 과정에 대한 청소년의 참여가 향상됨 • UNESCO가 지원한 청소년 주도 프로젝트(소외 청소년 주도 이니셔티브를 포함)가 지속가능한 생계와 지역사회 발전에 기여함 • UNESCO가 연계된 청소년 주도 및 청소년 중점 프로젝트가 폭력 및 갈등 예방, 상호 이해 및 평화의 문화 증진에 기여함

자료 : 유네스코한국위원회·한국청소년활동진흥원(2019), 「2014-2021 유네스코 청소년 운영전략(한국어판)」.

제3절 소결

제1절인 청년의 정의 및 특성을 통해 살펴본 사실들은 향후 우리나라 청년문화정책에서 다음을 시사한다. 첫째, ‘청년은 누구인가?’ 하는 근본적인 질문에 대해 고민할 필요가 있다. 현재의 ‘청년’ 정의는 청년기본법에 따라 19세에서 34세 사이의 연령층을 지칭한다고 보는 것이 일반적인 시각이나 각급 지방자치단체의 청년기본조례에서 보듯이 구체적인 현장에서는 연령 규정이 매우 다양하다. 주지하는 바와 같이 우리나라는 현재 급속한 출생률 저하, 고령화, 그리고 수명 증대의 상황을 겪고 있으며 앞으로 이런 경향은 더욱 심화될 것이다. 이에 따라 청년의 정의, 특히 연령 규정은 시대적 변화와 함께 융통성 있는 방향으로 재검토 내지 재설정할 필요가 있으며 향후 청년 문화정책 역시 ‘청년’에 대한 기본적 정의의 재설정을 바탕으로 수립 및 집행되어야 할 것이다. 이때, 청년을 단순히 신체적 특성이나 연령보다는 UN처럼 생애주기적 특성에 초점을 두어 접근하는 것도 고려할 사항이다.

둘째, 청년세대는 삶의 질에 중요한 가치를 두고 있고 다양한 여가활동에 관심과 욕구가 높으나 충분한 여가문화를 향유하지 못하고 있다. 따라서 향후의 청년문화정책은 여가문화 향유를 통한 청년들의 삶의 질 제고에 중점을 두되, 특히 청년들의 여가문화에 대한 경제적, 사회적, 기술적 접근의 개선에 노력하여야 한다.

셋째, 청년들은 디지털 정보화 역량이 매우 높고 특히 코로나19로 온라인과 모바일 중심의 비대면 문화향유가 일상화되면서 기존의 오프라인 중심의 기성세대와는 다른 문화향유 양상을 보인다. 즉, 청년들은 기성세대보다 훨씬 다양한 방식으로 비대면 문화 활동을 영위하고 있다. 따라서 향후의 청년문화정책은 청년들의 이러한 특성을 반영하여 오프라인뿐만 아니라 온라인과 모바일 문화향유도 활성화될 수 있도록 각종 플랫폼 구축, 콘텐츠 개발, 네트워크 활성화 등에 노력하여야 한다.

한편 전술한 바와 같이, 우리나라 청년정책의 기반이 되는 「청년기본법」은 청년발전의 요체를 청년의 ‘삶의 질 향상’으로 정의한다. 따라서 청년 문화정책의 방향과 과제 발굴도 청년들의 삶의 질 향상을 지향해야 한다는 점을 대전제로 하면서 ‘청년정책 현황 및 사례’ 고찰로부터 얻을 수 있는 시사점을 세 가지로 정리하여 제시하면 다음과 같다.

첫째, 「청년기본법」이 규정한 청년정책 추진 시 고려사항에 부합하도록 정책의 방향과 과제를 설정할 필요가 있다. 무엇보다도 청년의 자질 향상을 위한 문화정책, 능동적 삶의 실현을 위한 문화정책을 고민해야 한다. 또한 현행 청년 대상 문화정책에서 특히 부족하다고 판단되는 참여나 기회의 문제와 관련하여, 이를 극복하기 위해 문화정책은 무엇인지 고민해야 할 필요가 있으며, 문화정책이 청년의 성장 환경 마련에 기여하기 위한 과제는 무엇이 있는지 검토할 필요가 있다.

둘째, 위의 시사점과 마찬가지로 국제기구나 국외에서는 청년의 참여 확대 및 주체화, 일자리 창출, 이를 위한 교육 및 훈련에 초점을 맞춘다는 점을 염두에 둘 필요가 있다. 물론 국제사회에서도 청년정책의 핵심으로 일자리 문제를 다루는 경향을 보이고 있다. 하지만 보다 안정적이고 양질의 일자리 확보를 위해 교육이나 직업훈련 강화, 그리고 이의 평등한 기회 제공에 주목하고 있는 바, 문화정책 또한 이러한 점을 적극 고려할 필요가 있다.

셋째, 제1차 청년정책 기본계획의 실행을 위한 문화체육관광부의 실행계획을 보면, 청년과 일반인 모두를 대상으로 하는 정책들이 대부분이므로 청년들이 처한 환경과 여건을 정확히 반영하지 못하는 한계가 있을 것이다. 따라서 일반적인 문화정책의 대상으로 청년을 포함하는 것뿐만 아니라 청년의 특수한 상황을 반영한 문화정책을 구체적으로 검토할 필요도 있다.¹³⁾

13) 사회가 다원화되고 인구 사회적 변화가 급속히 진행되고 있어 청년뿐만 아니라 노인, 아동·청소년, 여성, 이주노동자 등 국내체류 외국인 등 사회집단 맞춤형 문화정책 발굴과 추진이 필요하다.

청년문화의 현황과 정책 과제

제3장

청년의 문화 및 문화정책
인식조사 결과 분석

제1절 조사 개요

1. 조사 목적

본 연구에서는 청년세대의 문화 및 문화정책에 관한 인식을 조사·분석하여 청년 문화정책 수요 파악 및 정책 개발의 기초자료로 확보를 위한 설문조사를 실시하였다. 이 설문조사는 세부적으로 다음 세 가지 방향에서 진행되었다.

첫째, 조사 대상 청년세대가 문화 활동으로 인식하는 범위의 파악이다. 이는 세대별로 문화 활동에 대한 인식이 다를 수 있음을 전제로, 청년세대가 문화예술관람이나 문화예술참여뿐만 아니라 스포츠활동, 관광활동, 수집활동, 요리/다도, 반려동물돌보기 등 생활 속 활동을 ‘문화 활동’으로 인지하는지 혹은 그렇지 않은지 파악하기 위한 것이다. 설문 항목은 국민여가활동조사의 여가활동 분류를 기반으로 작성되었다.

둘째, 청년세대가 향유하는 문화 활동의 장르와 방식의 파악이다. 이를 위해 청년의 삶에서 문화가 어떠한 의미를 갖는지, 특히 온라인/오프라인 문화 활동 행태를 파악하고, 문화 활동을 하려는 이유, 삶에서의 중요도 등을 파악하고자 하였다. 또한 청년세대가 생각하는 일자리로서의 문화 분야에 대한 인식을 파악하고자 하였다.

셋째, 문화정책에 대한 청년세대의 인식 파악이다. 이를 위해 청년세대의 문화정책에 대한 관심과 인식, 향후 정책 추진에서 가장 중요하고 시급한 부문에 대한 의견을 수렴하고, 청년세대가 문화정책에 어떠한 기대를 가지고 있는지를 파악하고자 하였다. 이와 같은 조사를 통해 청년세대가 실질적으로 필요로 하는 정책을 도출하고자 하였다.

2. 조사 설계 및 응답자 특성

이번 조사의 대상은 전국 17개 시도에 거주하는 만 18세~39세의 일반 국민이다. 「청년기본법」에서는 청년의 연령을 '19세 이상 34세 이하'로 규정하지만, 그 밖에 청년 관련 법률이나 조례 등에서는 연령을 폭넓게 설정하기도 한다. 또한 '청년세대'로 인식되는 MZ세대는 1980년부터 2004년까지 출생한 연령층에 해당하여 법률 규정과 차이가 난다. 다른 한편으로, 기존 승인통계에서는 청년세대를 별도로 구분하지 않는다. 따라서 이번 조사에서는 사회적으로 인정되는 청년세대의 범주 및 기존 승인통계와 비교 등을 위하여 18~39세를 조사대상으로 설정하였다.

조사 표본은 행정안전부의 2021년 8월 기준 주민등록인구를 기준으로 설계하였으며, 표본 크기는 1,000명이다. 조사는 구조화된 설문지를 이용한 온라인 조사방식으로 2021년 9월 1주부터 9월 2주까지 약 10일 간 실시되었으며, 표본 오차는 95% 신뢰수준에 $\pm 3.10\%$ 다. 조사 기간은 진행하였다.

이번 설문조사에서는 기본정보 질의 시, 응답자의 거주지를 시군구 단위까지 작성하도록 함으로써 거주 지역을 수도권(서울, 경기, 인천)과 비수도권, 인구 50만 이상 또는 미만으로 기준을 설정하여 세부적인 분석을 추진하였다. 그 결과, 응답자 중 인구 50만 이상 지역 거주자는 35.2%, 인구 50만 미만 지역 거주자는 64.8%였다. 이를 포함한 응답자 특성은 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 설문조사 응답자 특성

단위: 명, %

구분		사례 수	비율
전체		1,000	100.0
성별	남성	523	52.3
	여성	477	47.7
연령	18~19세	68	6.8
	20~24세	219	21.9
	25~29세	247	24.7
	30~34세	219	21.9
	35~39세	247	24.7
거주지역 (수도권/비수도권)	수도권	545	54.5
	비수도권	455	45.5
거주지역	인구 50만 이상 지역	352	35.2

단위: 명, %

구분		사례 수	비율
(인구 50만 기준)	인구 50만 미만 지역	648	64.8
거주 지역	서울	211	21.1
	부산	61	6.1
	대구	45	4.5
	인천	59	5.9
	광주	28	2.8
	대전	29	2.9
	울산	23	2.3
	경기도	275	27.5
	강원도	25	2.5
	충청북도	29	2.9
	충청남도	37	3.7
	전라북도	29	2.9
	전라남도	29	2.9
	경상북도	43	4.3
	경상남도	57	5.7
	제주도	12	1.2
	세종	8	0.8
혼인 여부	기혼	232	23.2
	미혼	768	76.8
직업	농업/임업/어업	6	0.6
	화이트칼라	387	38.7
	블루칼라	151	15.1
	주부	51	5.1
	학생	274	27.4
	무직/기타/모름/무응답	131	13.1
거주 지역	고졸 이하	134	13.4
	대학교 재학/졸업	782	78.2
	대학원 이상	73	7.3
	모름/무응답	11	1.1
개인 월평균 소득	165만원 미만	302	30.2
	165만원 이상 ~ 298만원 미만	342	34.2
	298만원 이상 ~ 440만원 미만	193	19.3
	440만원 이상 ~ 627만원 미만	77	7.7
	627만원 이상	40	4.0
	기타/ 무응답	46	4.6

3. 조사 내용

본 연구에서는 「2020 국민여가 활동조사」, 「2018 문화향수실태조사」의 분류 기준을 참조하여 문화 활동을 ‘문화예술행사 관람활동’, ‘문화예술행사 참여활동’, ‘문화예술교육 활동’, ‘취미, 오락 활동’, ‘문화관련 활동’으로 나누어 다음처럼 제시하였다.

- 문화예술행사 관람활동 : 전시회, 박물관, 연주회, 연극, 무용, 영화, 콘서트 등 관람 활동
- 문화예술행사 참여활동 : 문학행사, 독서토론, 미술활동, 악기연주, 사진촬영, 춤 등 직접 참여하는 활동
- 문화예술교육 활동 : 문학, 음악, 미술, 연극, 글쓰기 등을 돈을 지급하고 배우는 활동
- 취미, 오락 활동 : 수집, 생활공예, 음악, 미술활동 등 전문성보다 자신의 흥미에 중점을 두고 즐기는 활동
- 문화관련 활동 : 문화관련 자원봉사, 동호회 등 참여

이와 같은 분류 하에 본 연구에서는 문화 활동 현황, 문화 활동 인식, 청년 문화정책 인식, 응답자 기본정보로 나누어 문항을 구성하였으며, 각 문항은 국민여가활동조사의 문항을 고려함으로써 비교 분석이 가능하도록 구성되었다.

〈표 3-2〉 청년의 문화 및 문화정책 인식조사 내용

구분	조사 내용
문화 활동 범주에 대한 인식 및 활동 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 문화 활동 범주 인식 • 평소 문화 활동 관심 여부 • 일주일 간 문화 활동 향유 시간 및 지출 비용 • 문화 활동 정보 인지 경로 • 문화 활동 제약조건 • 가장 많이 하는 문화 활동 • 문화 활동별 활동 여부 및 온라인/오프라인 활동
문화 활동에 대한 인식 및 일자리 경험	<ul style="list-style-type: none"> • 삶의 질에서 문화 활동의 중요성 • 문화 활동에 대한 인식 • 삶과 문화에 대한 인식 • 문화, 예술, 관광, 콘텐츠 분야 일자리 경험 및 취업 의향 • 문화, 예술, 관광 콘텐츠 분야 취업 애로사항
청년 문화정책에 대한 인식	<ul style="list-style-type: none"> • 청년 문화 활동 지원정책 인지도 및 만족도 • 문화 활동 지원 정책의 중요도 및 시급성
응답자 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 결혼 여부 • 직업 • 학력 • 개인 월평균 소득

제2절 청년 대상 인식조사 결과

1. 문화 활동 범주 인식 및 활동 현황

가. 문화 활동 범주 인식

문화 활동의 범주에 대한 인식을 파악하기 위하여 ‘국민여가활동조사’의 유형 분류를 활용하여 21개의 활동을 제시하고 ‘문화 활동이라 생각하는지’를 질문하였다. 조사 결과, 문화 활동으로 인식하는 범주는 ‘문화예술 관람활동’이 96.7%로 가장 높게 나타났고, 이어서 ‘문화예술 참여활동’ 90.9%, ‘관광활동’ 86.8%, ‘스포츠 관람활동’ 83.6% 등의 순이었다. 이에 비해서 ‘점블/복권구입’을 비롯해 ‘음주’, ‘산책 및 걷기’, ‘미용’, ‘반려동물돌보기’와 ‘보드게임/퍼즐맞추기’, ‘게임’ 등을 문화 활동으로 응답한 비율은 50% 미만으로 나타났다.

성별 응답률을 보면, 여성은 남성보다 ‘문화예술 관람활동’과 ‘문화예술 참여활동’을 ‘문화 활동’의 범주로 인식하는 비율이 높았고, 남성은 여성보다 ‘스포츠 관람활동’과 ‘스포츠 참여활동’을 ‘문화 활동’의 범주로 인식하는 비율이 높았다. 이는 「2020 국민여가활동조사」 원시자료를 활용한 2030세대 연령층 여가활동 분석 결과에서 남성과 여성 간 참여율에 차이가 난 경향과 유사하다(‘부록 1’ 참조).

연령별 응답률을 보면, 연령이 낮을수록 상대적으로 제시된 활동을 ‘문화’로 인식하는 경향이 나타남을 확인할 수 있다. 20대는 인테리어, 인터넷검색, 게임 등을 문화로 인식하는 경향인 반면, 30대는 문화로 인식하는 비율이 낮게 나타났다. 특히 쇼핑, 미용의 경우, 나이가 어릴수록 문화 활동으로 인식하는 비율이 높았고, 연령대별로 ‘문화 활동’으로 인식하는 비율에 차이가 컸다.

〈표 3-3〉 문화 활동 범주에 대한 인식

단위: 명. %

구분		사례수	문화 예술 관람 활동	문화 예술 참여 활동	스포츠 관람 활동	스포츠 참여 활동	관광 활동	수집 활동	요리/ 다도 등 식생활과 관련된 활동	반려 동물 돌보기	인테 리어	인터넷 검색/ 채팅/ SNS/ UCC 제작 활동	게임
전체		1000	96.7	90.9	83.6	75.5	86.8	57.9	72.7	28.6	51.7	52.3	49.0
성별	남성	523	95.4	89.3	84.5	77.8	86.2	58.3	71.7	31.9	52.4	56.0	57.9
	여성	477	98.1	92.7	82.6	73.0	87.4	57.4	73.8	24.9	50.9	48.2	39.2
연령	18~19세	68	95.6	94.1	92.6	86.8	91.2	58.8	77.9	32.4	58.8	63.2	58.8
	20~24세	219	96.8	92.7	90.9	84.0	90.9	63.5	75.3	32.9	61.6	63.0	60.3
	25~29세	247	97.2	91.1	85.0	78.5	90.7	60.3	76.1	26.7	53.4	56.3	53.8
	30~34세	219	96.3	90.4	79.9	68.9	84.5	50.2	70.3	29.2	47.9	43.8	37.9
	35~39세	247	96.8	88.7	76.5	67.6	80.2	57.1	67.6	25.1	42.5	43.3	41.3
구분		사례수	보드 게임/ 퍼즐 맞추기	바둑/ 장기/ 체스를 즐기는 활동	겜블/ 복권 구입	쇼핑	음주	미용	원예	산책 및 걷기	TV시청, 동영상 시청, 라디오/ 팟 캐스트 청취	사회 및 기타 활동	
전체		1000	48.8	56.9	17.4	44.8	25.5	37.4	62.7	34.8	54.8	60.7	
성별	남성	523	51.8	57.9	23.1	50.9	32.3	42.1	62.9	38.8	59.8	65.8	
	여성	477	45.5	55.8	11.1	38.2	18.0	32.3	62.5	30.4	49.3	55.1	
연령	18~19세	68	58.8	69.1	23.5	63.2	26.5	63.2	76.5	51.5	66.2	72.1	
	20~24세	219	57.5	63.0	21.5	60.7	30.1	48.4	68.5	39.3	66.7	69.9	
	25~29세	247	53.8	58.3	15.8	45.3	29.6	38.1	63.2	31.6	57.5	62.8	
	30~34세	219	40.6	50.2	14.2	40.2	25.1	31.1	58.9	34.2	49.3	57.1	
	35~39세	247	40.5	52.6	16.6	29.1	17.4	25.5	56.7	30.0	43.3	50.6	

나. 문화 활동 관심 여부

‘문화예술행사 관람활동’, ‘문화예술행사 참여활동’, ‘문화예술교육 활동’, ‘취미, 오락 활동’, ‘문화관련 활동’ 등 5개 활동 유형 제시 후, 평소 관심 여부를 질문한 결과, 응답자의 90.1%가 관심 있다고 응답하였다. 지역별 차이는 없이 고르게 높았지만, 성별에서는 남성보다 여성이, 연령별에서는 30대보다 20대가 다소 높게 나타났다. 「2020 국민여가활동조사」 원시자료 분석에서 해당 활동들에 대한 참여율은 2030세대가 전 연령 평균보다 높았고, 그중에 남성보다 여성, 30대보다 20대의 참여율이 높은 것에 부합하는 결과다.

〈표 3-4〉 평소 문화 활동 관심 여부

단위: 명. %

구분		사례수	예	아니오
전체		1000	90.1	9.9
성별	남성	523	87.2	12.8
	여성	477	93.3	6.7
연령	18~19세	68	88.2	11.8
	20~24세	219	93.2	6.8
	25~29세	247	91.9	8.1
	30~34세	219	88.6	11.4
	35~39세	247	87.4	12.6
수도권/비수도권	수도권	545	90.6	9.4
	비수도권	455	89.5	10.5
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	89.2	10.8
	인구 50만 미만 지역	648	90.6	9.4

다. 문화 활동 향유 시간

응답자들이 일주일 간 문화 활동 향유 시간이 어느 정도인지 질문한 결과, 평균 10.07 시간으로 나타났다. 여성보다 남성의 향유 시간이 좀 더 많았고, 연령이 낮을수록 향유 시간이 더 많게 나타났다. 지역별로는 비수도권, 인구 50만 미만 지역에 거주하는 응답자가 약 1시간 정도 문화 활동 향유 시간이 많았고, 기혼자보다 미혼자가 약 3시간 더 향유 시간이 많은 것으로 나타났다. 소득별 차이를 보면, 소득이 상대적으로 낮거나 높은 경우에 향유 시간이 높게 나타났다.

〈표 3-5〉 일주일 평균 문화 활동 향유 시간

단위: 명. 시간

구분		사례수	향유 시간
전체		1000	10.07
성별	남성	523	10.28
	여성	477	9.84
연령	18~19세	68	12.88
	20~24세	219	12.53
	25~29세	247	10.68
	30~34세	219	9.12
	35~39세	247	7.33
수도권/비수도권	수도권	545	9.55
	비수도권	455	10.68
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	9.40
	인구 50만 미만 지역	648	10.43

단위: 명, 시간

구분		사례수	향유 시간
혼인여부	기혼	232	7.93
	미혼	768	10.71
개인 월평균 소득	165만원 미만	302	10.93
	165만원 이상 ~ 298만원 미만	342	8.95
	298만원 이상 ~ 440만원 미만	193	9.50
	440만원 이상 ~ 627만원 미만	77	10.10
	627만원 이상	40	13.78

라. 문화 활동 지출 비용

응답자들이 일주일 간 문화 활동에 지출하는 비용의 경우, 평균 5.58만원으로 나타났다. 지출은 여성보다 남성이, 연령이 높을수록, 개인 월평균 소득이 높을수록 더 많은 것으로 나타났다. 지역별로는 수도권과 비수도권 간 차이는 크지 않았으나, 인구 50만 기준으로는 응답자 간 주당 평균 1.28만 원의 차이를 보여, 인구가 적은 지역에 거주하는 청년세대의 문화 활동 지출이 상대적으로 더 많은 것으로 나타났다.

〈표 3-6〉 일주일 평균 문화 활동 지출 비용

단위: 명, 만원

구분		사례수	지출 비용
전체		1000	5.58
성별	남성	523	6.51
	여성	477	4.57
연령	18~19세	68	3.15
	20~24세	219	4.48
	25~29세	247	5.98
	30~34세	219	6.69
	35~39세	247	5.83
수도권/비수도권	수도권	545	5.65
	비수도권	455	5.50
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	4.75
	인구 50만 미만 지역	648	6.03
혼인여부	기혼	232	5.25
	미혼	768	5.68
개인 월평균 소득	165만원 미만	302	3.84
	165만원 이상~298만원 미만	342	6.40
	298만원 이상~440만원 미만	193	6.12
	440만원 이상~627만원 미만	77	6.60
	627만원 이상	40	8.80

마. 문화 활동 정보 인지 경로

응답자들이 문화 활동과 관련한 정보를 인지하는 경로는 ‘인스타그램, 유튜브 등 SNS’가 38.3%로 가장 높았고, 이어서 ‘온라인 커뮤니티/카페’ 18.5%, ‘가족, 친구 등의 직접 소개’ 13.3%, ‘포털 검색’ 12.9% 등의 순으로 나타났다. 학교 홈페이지, 현수막, 관련 기관 홈페이지의 활용도는 전반적으로 낮게 나타났다. 온라인을 활용하더라도 연령 별로는 나이가 어릴수록 SNS를 중심으로 하고, 연령이 높을수록 온라인커뮤니티나 온라인카페를 함께 이용하는 비율이 좀 더 높게 나타났다. 거주 지역에 따른 유의미한 차이는 보이지 않았다.

〈표 3-7〉 문화 활동 정보 인지 경로

단위: 명, %

구분	사례수	인스타그램, 유튜브 등 SNS	온라인 커뮤니티/카페	가족, 친구 등의 직접 소개	포털 검색	주변 지인의 SNS 게시물	TV/신문 광고	정부 및 재단 등 관련 기관 홈페이지	옥외 포스터/현수막/팸플렛	학교 및 학과 홈페이지	없다
전체	1000	38.3	18.5	13.3	12.9	11.8	2.0	1.3	1.1	0.3	0.5
성별	남성	523	36.1	17.8	16.1	14.5	10.1	2.1	1.0	0.8	1.0
	여성	477	40.7	19.3	10.3	11.1	13.6	1.9	1.7	1.5	0.0
연령	18~19세	68	51.5	7.4	17.6	1.5	20.6	0.0	0.0	1.5	0.0
	20~24세	219	47.5	10.5	16.0	7.8	14.6	1.4	0.5	0.5	0.5
	25~29세	247	40.9	18.2	13.0	13.4	8.9	2.0	2.0	0.8	0.4
	30~34세	219	33.8	21.0	11.0	16.0	12.3	2.3	1.4	1.8	0.5
	35~39세	247	27.9	26.7	12.1	17.4	9.3	2.8	1.6	1.2	0.8
수도권/비수도권	수도권	545	38.2	18.9	13.0	13.6	11.2	2.2	1.3	0.7	0.4
	비수도권	455	38.5	18.0	13.6	12.1	12.5	1.8	1.3	1.5	0.2
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	38.4	16.2	13.6	14.2	12.2	2.6	1.1	1.1	0.3
	인구 50만 미만 지역	648	38.3	19.8	13.1	12.2	11.6	1.7	1.4	1.1	0.3

바. 문화 활동 제약조건

문화 활동 시, 제약조건은 ‘경제적 부담때문에’가 37.8%로 가장 높게 나타났다. 이어서 ‘시간이 부족해서’ 31.3%, ‘문화 활동을 즐길만한 시설이 부족해서’ 10.1%, ‘문화 활동의 정보나 다양성이 부족해서’ 8.0% 등의 순이었고, 코로나를 제약 조건으로 선택한 비율은 1.4%에 불과하였다. 응답자 특성의 경우, 성별에서는 남성은 시간 부족을 선택한 비율이 여성보다 높았고, 여성은 경제적 부담과 문화시설 부족을 선택한 비율이 높았

다. 연령별로는 20대가 30대에 비해서 경제적 부담을 선택한 비율이 높았다. 지역별로는 인구 기준에서는 유의미한 차이가 보이지 않았으나, 수도권에서는 시간 부족을, 비수도권에서는 문화시설 부족을 선택한 비율이 상대적으로 높았다. 이는 문화 활동의 제약 조건을 완화 또는 해소하는 데 있어 지역별 접근에 차이가 필요함을 알려준다.

〈표 3-8〉 문화 활동 제약조건

단위: 명, %

구분		사례수	경제적 부담 때문에	시간이 부족해서	문화 활동을 즐길만한 시설이 부족해서	문화 활동의 정보나 다양성이 부족해서	함께 즐길 사람이 없어서	이전 경험이 부족해서/ 할 줄 아는 것이 없어서	코로나로 인해서	거리가 멀어서	개인적인 문제로 인해서	관심이 없어서	없다
전체		1000	37.8	31.3	10.1	8.0	5.7	4.5	1.4	0.3	0.3	0.2	0.4
성별	남성	523	34.2	35.9	7.6	6.9	7.5	5.5	1.5	0.2	0.0	0.4	0.2
	여성	477	41.7	26.2	12.8	9.2	3.8	3.4	1.3	0.4	0.6	0.0	0.6
연령	18~19세	68	41.2	39.7	8.8	4.4	2.9	1.5	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0
	20~24세	219	42.5	25.6	11.0	6.4	5.9	6.4	1.4	0.5	0.0	0.0	0.5
	25~29세	247	41.7	23.9	9.7	9.3	7.3	5.3	1.6	0.0	0.4	0.4	0.4
	30~34세	219	32.9	40.6	9.6	6.8	4.6	2.3	1.8	0.5	0.5	0.0	0.5
	35~39세	247	33.2	33.2	10.5	10.1	5.7	4.9	1.2	0.0	0.4	0.4	0.4
수도권/비수도권	수도권	545	37.8	34.9	6.2	7.9	5.1	5.7	1.3	0.6	0.0	0.4	0.2
	비수도권	455	37.8	27.0	14.7	8.1	6.4	3.1	1.5	0.2	0.7	0.2	0.2
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	38.1	29.5	9.9	7.1	7.4	6.5	0.6	0.6	0.0	0.3	0.0
	인구 50만 미만 지역	648	37.7	32.3	10.2	8.5	4.8	3.4	1.9	0.3	0.5	0.3	0.3

사. 가장 많이 하는 문화 활동

제시된 문화 활동 중 응답자들이 가장 많이 하는 활동에서는 ‘문화예술행사 관람활동’ 49.2%로써 가장 높은 응답률을 보였다. 이어서 ‘취미, 오락활동’ 34.8%, ‘문화예술행사 참여활동’ 8.0%, ‘문화예술교육 활동’ 5.4% 등의 순이었다. 성별에서는 상대적으로 남성은 ‘문화예술행사 참여활동’ 비율이 다소 높았고, 여성은 ‘문화예술행사 관람활동’ 비율이 다소 높게 나타났다. 연령별에서는 상대적으로 30대가 20대 이하에 비해서 ‘문화예술행사 관람활동’ 비율이 높았고, 20대 이하는 30대에 비해서 ‘취미, 오락활동’ 비율이 높게 나타났다. 지역별로는 비수도권 및 인구 50만 미만 지역에서 ‘문화예술행사 관람활동’이 수도권 및 인구 50만 이상 지역에 비해서 낮았는데, 이는 문화 활동 시 제약조건에 관한 문항의 결과처럼, 문화향유 여건의 지역적 차이와 관련된 것으로 이해된다.

〈표 3-9〉 가장 많이 하는 문화 활동

단위: 명, %

구분	사례수	문화예술 행사 관람활동	취미, 오락 활동	문화예술 행사 참여활동	문화예술 교육 활동	문화관련 활동	여행	운동	없다
전체	1000	49.2	34.8	8.0	5.4	1.6	0.3	0.3	0.4
성별	남성	523	45.9	34.6	10.3	5.0	2.9	0.4	0.6
	여성	477	52.8	35.0	5.5	5.9	0.2	0.2	0.0
연령	18~19세	68	41.2	45.6	10.3	1.5	1.5	0.0	0.0
	20~24세	219	45.2	35.2	10.5	6.8	1.8	0.0	0.5
	25~29세	247	43.3	40.5	7.3	7.7	0.8	0.0	0.4
	30~34세	219	60.3	28.3	5.9	3.7	0.9	0.5	0.0
	35~39세	247	51.0	31.6	7.7	4.5	2.8	0.8	0.4
수도권/ 비수도권	수도권	545	51.6	33.4	7.9	5.1	1.1	0.4	0.4
	비수도권	455	46.4	36.5	8.1	5.7	2.2	0.4	0.2
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	51.7	34.1	8.0	4.0	1.1	0.3	0.3
	인구 50만 미만 지역	648	47.8	35.2	8.0	6.2	1.9	0.5	0.2

아. 문화 활동별 활동 여부 및 온·오프라인 비율

문화 활동별 활동 여부를 질문한 결과, ‘문화예술행사 관람활동’을 한다는 응답이 75.0%로 가장 높았고, 이어서 ‘취미, 오락 활동’ 68.4%, ‘문화예술행사 참여활동’ 30.0% 등의 순이었다. 문화관련 자원봉사나 동호회 등 참여를 포함한 ‘문화관련 활동’은 19.8%, ‘문화예술교육 활동’은 19.1%로 응답률이 낮았다. 성별에서는 응답률이 비슷하였으나, ‘문화관련 활동’은 남성의 응답률이 여성보다 높았다. 연령별에서는 25세 미만이 타 연령대에 비해 ‘문화예술행사 참여활동’ 응답률이 높았다. 지역별로는 비수도권이 수도권에 비해 ‘문화예술행사 참여활동’과 ‘문화관련 활동’ 비율이 다소 높았고, 인구 50만 이상 지역이 그 미만 지역에 비해 ‘문화예술행사 관람활동’ 비율이 다소 높게 나타났다.

한편, 문화 활동을 한다고 답한 응답자(n=936) 대상으로 해당 활동에서 온라인과 오프라인 간 비율을 질문한 결과, ‘문화예술행사 참여활동’과 ‘문화관련 활동’에서는 오프라인 활동 비율이 각각 56.07%와 60.38%로 높았고, ‘취미, 오락 활동’에서는 온라인 활동 비율이 57.51%로 높게 나타났다. 이는 각 문화 활동의 특성을 반영한 결과로 보인다. 연령별로는 30~34세 연령이 타 연령에 비해서 상대적으로 오프라인 활동 비율이 높게 나

타났다. 지역별로는 온라인 비율이 높은 문화 활동에서는 비수도권 거주자의 응답률이 상대적으로 높게 나타났고, 오프라인 비율이 높은 문화 활동에서는 수도권 거주자의 응답률이 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 3-10〉 문화 활동별 활동 여부

단위: 명, %

구분		사례수	문화예술행사 관람활동	문화예술행사 참여활동	문화예술교육 활동	취미, 오락 활동	문화관련 활동
전체		1000	75.0	30.0	19.1	68.4	19.8
성별	남성	523	70.6	28.5	18.9	66.0	25.0
	여성	477	79.9	31.7	19.3	71.1	14.0
연령	18~19세	68	64.7	35.3	17.6	77.9	23.5
	20~24세	219	74.9	40.6	22.4	72.1	17.8
	25~29세	247	76.1	25.1	21.1	71.7	16.6
	30~34세	219	80.8	29.2	18.7	67.1	20.1
	35~39세	247	71.7	24.7	15.0	60.3	23.5
수도권/ 비수도권	수도권	545	76.3	26.8	18.2	67.7	17.2
	비수도권	455	73.4	33.8	20.2	69.2	22.9
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	78.1	29.0	17.9	67.0	18.8
	인구 50만 미만 지역	648	73.3	30.6	19.8	69.1	20.4

〈표 3-11〉 온·오프라인 문화 활동 비율

단위: 명, %

구분		사례수	문화예술행사 관람활동		문화예술행사 참여활동		문화예술교육 활동		취미, 오락 활동		문화관련활동	
			온라인	오프 라인	온라인	오프 라인	온라인	오프 라인	온라인	오프 라인	온라인	오프 라인
전체		936	49.11	50.89	43.93	56.07	49.96	50.04	57.51	42.49	39.62	60.38
성별	남성	479	49.89	50.11	47.93	52.07	51.40	48.60	61.73	38.27	37.98	62.02
	여성	457	48.36	51.64	39.98	60.02	48.41	51.59	53.20	46.8	42.84	57.16
연령	18~19세	65	55.07	44.93	45.00	55.00	52.50	47.50	64.06	35.94	36.88	63.13
	20~24세	208	50.57	49.43	43.36	56.64	51.20	48.80	62.41	37.59	45.38	54.62
	25~29세	232	51.54	48.46	42.10	57.90	51.35	48.65	55.88	44.12	43.46	56.54
	30~34세	206	43.60	56.40	44.66	55.34	42.54	57.46	56.73	43.27	29.50	70.50
	35~39세	225	49.22	50.78	45.44	54.56	53.78	46.22	52.66	47.34	41.47	58.53
수도권/ 비수도권	수도권	510	45.69	54.31	43.40	56.60	46.76	53.24	56.22	43.78	41.38	58.62
	비수도권	426	53.37	46.63	44.44	55.56	53.41	46.59	59.01	40.99	38.03	61.97
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	333	48.44	51.56	38.40	61.60	49.19	50.81	59.29	40.71	41.82	58.18
	인구 50만 미만 지역	603	49.50	50.50	46.78	53.22	50.34	49.66	56.57	43.43	38.52	61.48

자. 온·오프라인 문화 활동 인식

온라인과 오프라인 문화 활동에 대한 생각을 5점 척도로 조사한 결과, ‘앞으로 문화 활동은 온라인으로 더 많이 향유하게 될 것이다’는 3.73점, ‘오프라인에서 하지 못하는 문화 활동을 온라인에서 한다’ 3.55점, ‘온라인과 오프라인 모두 문화 활동을 통해 느끼는 즐거움은 비슷하다’ 3.11점으로 나타났다. 이를 보면, 문화 활동의 향유 측면에서는 온라인을 긍정적으로 평가하지만, 상대적으로 온라인과 오프라인 상의 문화 활동이 주는 즐거움에는 차이가 있다고 인식함을 볼 수 있다.

〈표 3-12〉 온라인과 오프라인 문화 활동에 대한 생각

단위: 명, %

구분		사례수	오프라인에서 하지 못하는 문화 활동을 온라인에서 한다	앞으로 문화 활동은 온라인으로 더 많이 향유하게 될 것이다	온라인과 오프라인 모두 문화 활동을 통해 내가 느끼는 즐거움은 비슷하다
전체		1000	3.55	3.73	3.11
성별	남성	523	3.53	3.71	3.26
	여성	477	3.57	3.76	2.94
연령	18~19세	68	3.81	3.93	3.41
	20~24세	219	3.64	3.84	3.21
	25~29세	247	3.53	3.65	2.99
	30~34세	219	3.51	3.76	3.10
	35~39세	247	3.44	3.64	3.06
	40~44세	217	3.47	3.67	3.03
수도권/비수도권	수도권	545	3.51	3.70	3.09
	비수도권	455	3.59	3.78	3.13
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	3.54	3.72	3.01
	인구 50만 미만 지역	648	3.55	3.74	3.16

2. 문화 활동에 대한 인식 및 일자리 경험

가. 문화 활동의 중요성 평가 및 그 이유

삶의 질 제고에서 문화 활동의 중요성을 질문한 결과, ‘그렇다’는 응답이 86.5%(매우 그렇다 32.5% + 그렇다 54.0%)로써 매우 높게 나타나서 5점 척도 평균 4.17점으로 평가되었다. 성별에서는 여성이 남성보다 더 긍정적으로 평가하였고, 연령별로는 연령이

낮을수록 더 긍정적으로 평가하는 경향을 보였다. 거주 지역이나 소득의 차이에 의한 평가에서는 유의미한 결과를 보이지는 않았다.

〈표 3-13〉 삶의 질 제고에서 문화 활동의 중요성 평가

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	【아니다】	【보통 이다】	【그렇다】	[5점 평균]	[100점 환산 평균]
전체		1000	0.7	1.1	11.7	54.0	32.5	1.8	11.7	86.5	4.17	79.13
성별	남성	523	1.0	1.7	13.8	54.1	29.4	2.7	13.8	83.6	4.09	77.34
	여성	477	0.4	0.4	9.4	53.9	35.8	0.8	9.4	89.7	4.24	81.08
연령	18~19세	68	1.5	0.0	5.9	47.1	45.6	1.5	5.9	92.6	4.35	83.82
	20~24세	219	0.5	1.8	7.8	50.2	39.7	2.3	7.8	90.0	4.27	81.74
	25~29세	247	0.4	0.4	10.1	55.5	33.6	0.8	10.1	89.1	4.21	80.36
	30~34세	219	0.9	0.5	13.7	53.4	31.5	1.4	13.7	84.9	4.14	78.54
	35~39세	247	0.8	2.0	16.6	58.3	22.3	2.8	16.6	80.6	3.99	74.80
수도권/ 비수도권	수도권	545	0.6	1.3	10.6	54.5	33.0	1.8	10.6	87.5	4.18	79.54
	비수도권	455	0.9	0.9	13.0	53.4	31.9	1.8	13.0	85.3	4.15	78.63
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	1.1	0.9	12.2	56.0	29.8	2.0	12.2	85.8	4.13	78.13
	인구 50만 미만 지역	648	0.5	1.2	11.4	52.9	34.0	1.7	11.4	86.9	4.19	79.67
개인 월평균 소득 소득	165만원 미만	302	0.3	1.3	10.3	53.3	34.8	1.7	10.3	88.1	4.21	80.22
	165만원 이상~ 298만원 미만	342	0.6	0.9	13.7	52.6	32.2	1.5	13.7	84.8	4.15	78.73
	298만원 이상~ 440만원 미만	193	1.6	1.0	11.4	51.3	34.7	2.6	11.4	86.0	4.17	79.15
	440만원 이상~ 627만원 미만	77	0.0	2.6	9.1	64.9	23.4	2.6	9.1	88.3	4.09	77.27
	627만원 이상	40	0.0	0.0	15.0	57.5	27.5	0.0	15.0	85.0	4.13	78.13
	기타/무응답	46	2.2	0.0	8.7	58.7	30.4	2.2	8.7	89.1	4.15	78.80

한편, 삶의 질 제고에서 문화 활동이 중요하다고 답한 응답자를 대상으로 문화 활동이 중요하다고 생각하는 이유를 질문한 결과, ‘스트레스 해소와 활력을 형성할 수 있기 때문에’가 68.4%로 가장 높게 나타났다. 이어서 ‘나를 잘 알 수 있는 자아실현이 가능하기 때문에’ 12.1%, ‘지식이나 실력 등의 역량을 키울 수 있기 때문에’ 10.9%, ‘나와 다른 사람과의 관계를 형성할 수 있기 때문에’ 8.6%의 순으로 나타났다.

성별에서 여성은 남성보다 ‘스트레스 해소와 활력을 형성할 수 있기 때문’이라고 응답한 비율이 높았고, 남성은 여성보다 ‘나와 다른 사람과의 관계를 형성할 수 있기 때문이’

라고 응답한 비율이 높게 나타났다. 연령별로는 20세 미만에서는 ‘스트레스 해소와 활력을 형성할 수 있기 때문에’라고 응답한 비율이 상대적으로 높았던 반면, ‘자아실현이 가능하기 때문에’와 ‘역량을 키울 수 있기 때문에’라고 응답한 비율은 낮게 나타났다. 지역별로는 비수도권, 인구 50만 미만 지역 거주자는 상대적으로 수도권과 인구 50만 이상 지역 거주자보다 ‘스트레스 해소와 활력을 형성할 수 있기 때문’이라고 응답한 비율이 낮았고, 비수도권 거주자는 수도권 거주자에 비해 ‘지식이나 실력 등의 역량을 키울 수 있기 때문에’라고 응답한 비율이 상대적으로 높았다.

〈표 3-14〉 삶의 질 제고에서 문화 활동의 중요성 평가 이유

단위: 명, %

구분		사례수	(일상탈출) 스트레스 해소와 활력을 형성할 수 있기 때문에	(자아확인) 나를 잘 알 수 있는 자아실현이 가능하 기 때문에	(효능감 지각) 지식이나 실력 등의 역량을 키울 수 있 기 때문에	(사회적 관계) 나와 다른 사람과의 관계를 형성할 수 있기 때문에
전체		865	68.4	12.1	10.9	8.6
성별	남성	437	61.8	13.0	12.1	13.0
	여성	428	75.2	11.2	9.6	4.0
연령	18~19세	63	79.4	4.8	3.2	12.7
	20~24세	197	68.5	14.7	8.6	8.1
	25~29세	220	70.0	11.8	13.2	5.0
	30~34세	186	62.9	14.5	11.8	10.8
	35~39세	199	68.3	10.1	12.1	9.5
수도권 /비수 도권	수도권	477	70.0	12.8	9.2	8.0
	비수도권	388	66.5	11.3	12.9	9.3
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	302	71.2	10.6	9.3	8.9
	인구 50만 미만 지역	563	67.0	13.0	11.7	8.3

나. 문화 활동 인식에 대한 평가

문화 활동에 대한 인식과 관련한 문항을 제시하고 5점 척도로 평가하도록 한 결과, ‘비용을 걱정하지 않고 좋아하는 문화 활동을 하고 싶다’가 4.18점으로 가장 높게 평가되었다. 이어서 ‘매번 새로운 문화 활동을 경험하고 싶다’가 3.72점, ‘하고 싶은 문화 활동이 생기면 즉시 실행하고 싶다’가 3.67점으로 문항 평균값을 상회하였다. ‘비용을 걱정하지 않고 좋아하는 문화 활동을 하고 싶다’라는 의견은 나이, 성별, 소득 및 지역에

상관없이 고르게 높은 응답률을 보여, 문화 활동에서 경제적인 측면을 중요하게 고려함을 알 수 있다. 상대적으로 남성보다 여성이, 기혼보다 미혼이, 그리고 연령이 낮을수록 높게 평가하였다. 문항 평균값보다는 낮게 평가되었지만, ‘오프라인보다 온라인으로 하는 문화 활동의 비중이 높아지고 있다’의 경우, 응답자 특성과 무관하게 긍정적으로 평가되어 온라인 문화 활동에 대한 체감도가 더 높아지고 있는 것을 알 수 있다.

〈표 3-15〉 문화 활동에 대한 인식 평가

단위: 명, 점

구분	사례수	매번 새로운 문화 활동을 경험하고 싶다	하고 싶은 문화 활동이 생기면 즉시 실행하고 싶다	비용을 걱정하지 않고 좋아하는 문화 활동을 하고 싶다	문화 활동 경험 이후 SNS를 통해 감상이나 정보를 공유하고 싶다	주로 다른 사람들과 함께 어울릴 수 있는 문화 활동을 경험하고 싶다	오프라인보다 온라인으로 하는 문화 활동 비중이 높아지고 있다
전체	1000	3.72	3.67	4.18	3.36	3.46	3.53
성별	남성	523	3.63	3.57	4.02	3.25	3.52
	여성	477	3.81	3.77	4.35	3.49	3.53
연령	18~19세	68	3.81	3.94	4.38	3.53	3.62
	20~24세	219	3.84	3.75	4.30	3.48	3.65
	25~29세	247	3.80	3.74	4.25	3.38	3.49
	30~34세	219	3.60	3.54	4.17	3.26	3.55
	35~39세	247	3.60	3.55	3.95	3.28	3.40
수도권/비수도권	수도권	545	3.75	3.68	4.21	3.41	3.49
	비수도권	455	3.67	3.65	4.14	3.30	3.42
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	3.72	3.72	4.18	3.34	3.47
	인구 50만 미만 지역	648	3.71	3.64	4.18	3.37	3.46
혼인 여부	기혼	232	3.62	3.54	4.03	3.36	3.38
	미혼	768	3.74	3.71	4.22	3.36	3.49
개인 월평균 소득	165만원 미만	302	3.69	3.66	4.23	3.31	3.36
	165만원 이상~298만원 미만	342	3.75	3.70	4.18	3.38	3.48
	298만원 이상~440만원 미만	193	3.66	3.56	4.09	3.37	3.61
	440만원 이상~627만원 미만	77	3.78	3.88	4.19	3.48	3.56
	627만원 이상	40	3.83	3.80	4.00	3.10	3.30
	기타/ 무응답	46	3.67	3.39	4.33	3.52	3.35

다. 삶에서 문화의 중요도 평가

삶에서 문화의 중요도를 묻는 문항을 제시하고 평가하도록 한 결과, ‘내 삶의 가치에 있어서 문화는 중요하다’가 4.01점으로 가장 높게 평가되었고, ‘문화예술교육의 기회가 주어진다면 적극적으로 받겠다’가 3.88점으로 문항 평균값을 상회하였다. 이 외에 평균

값보다는 낮았지만, ‘주거지를 선택하는 데 있어 문화여건은 중요하다’와 ‘사회적 관계를 맺을 때 문화 활동은 중요한 비중을 차지한다’도 평균값에 근사하게 평가되었다.

〈표 3-16〉 삶에서 문화의 중요도 평가

단위: 명, 점

구분	사례수	내 삶의 가치에 있어서 문화는 중요하다	일과 삶의 균형은 월급보다 중요하다	주거지를 선택하는 데 있어 문화여건은 중요하다	일지리를 구할 때 문화복지 혜택을 많이 주는 기업을 선호한다	사회적 관계를 맺을 때 문화 활동은 중요한 비중을 차지한다	문화예술교육의 기회가 주어 진다면 적극적으로 받겠다
전체	1000	4.01	3.52	3.65	3.48	3.63	3.88
성별	남성	523	3.92	3.50	3.63	3.46	3.72
	여성	477	4.10	3.53	3.67	3.49	4.05
연령	18~19세	68	4.18	3.41	3.71	3.53	3.76
	20~24세	219	4.24	3.67	3.73	3.66	3.96
	25~29세	247	4.02	3.58	3.62	3.47	3.94
	30~34세	219	3.92	3.46	3.64	3.46	3.84
	35~39세	247	3.81	3.39	3.59	3.33	3.79
수도권/비수도권	수도권	545	4.03	3.54	3.66	3.47	3.89
	비수도권	455	3.97	3.49	3.63	3.49	3.86
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	3.97	3.50	3.65	3.40	3.86
	인구 50만 미만 지역	648	4.03	3.52	3.65	3.52	3.88
혼인 여부	기혼	232	3.88	3.41	3.54	3.41	3.82
	미혼	768	4.05	3.55	3.68	3.50	3.89
개인 월평균 소득	165만원 미만	302	4.06	3.53	3.64	3.47	3.84
	165만원 이상 ~ 298만원 미만	342	4.02	3.54	3.65	3.44	3.91
	298만원 이상 ~ 440만원 미만	193	3.95	3.56	3.70	3.52	3.93
	440만원 이상 ~ 627만원 미만	77	3.99	3.58	3.64	3.55	3.90
	627만원 이상	40	3.88	3.25	3.80	3.58	3.63
	기타/ 무응답	46	3.96	3.22	3.35	3.48	3.83

라. 문화 부문 일자리 근무 경험

문화, 예술, 관광, 콘텐츠 분야에서 일한 경험이 있는 응답자는 15.5%, 경험이 없는 응답자는 84.5%였다. 연령별에서는 25~29세에서 경험이 있다는 응답률이 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 3-17〉 문화 부문 일자리 근무 경험

단위: 명, %

구분		사례수	예	아니오
전체		1000	15.5	84.5
성별	남성	523	15.7	84.3
	여성	477	15.3	84.7
연령	18~19세	68	4.4	95.6
	20~24세	219	14.2	85.8
	25~29세	247	21.9	78.1
	30~34세	219	15.5	84.5
	35~39세	247	13.4	86.6

마. 문화 부문 일자리 무경험자의 취업 의향 및 애로사항

1) 향후 문화 부문 취업 의향

문화, 예술, 관광, 콘텐츠 분야에서 일한 경험이 없는 응답자(n=845)를 대상으로, 향후 문화 부문 업종에서 일할 의향이 있는지를 질문한 결과, ‘예’라고 답한 응답자가 41.5%, ‘아니오’라고 답한 응답자가 58.5%였다. 성별에서는 여성에게서 남성보다 문화 부문 일자리를 희망하는 비율이 상대적으로 높았고, 연령별에서는 25세 미만에서 문화 부문 일자리를 희망하는 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 3-18〉 문화 부문 일자리 무경험자의 취업 의향

단위: 명, %

구분		사례수	예	아니오
전체		845	41.5	58.5
성별	남성	441	37.6	62.4
	여성	404	45.8	54.2
연령	18~19세	65	47.7	52.3
	20~24세	188	50.0	50.0
	25~29세	193	36.8	63.2
	30~34세	185	42.2	57.8
	35~39세	214	36.0	64.0
수도권/ 비수도권	수도권	465	42.4	57.6
	비수도권	380	40.5	59.5
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	301	40.2	59.8
	인구 50만 미만 지역	544	42.3	57.7

2) 향후 취업을 희망하는 업종

문화 부문에서 일한 경험이 없는 응답자 중 향후 문화, 예술, 관광, 콘텐츠 분야에서 취업을 희망하는 응답자(n=351)를 대상으로 희망 업종을 질문한 결과, '예술 분야'가 31.3%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '콘텐츠 분야' 25.1%, '문화 분야' 22.5%, '관광 분야' 20.2% 등의 순으로 나타났다. 성별에서 여성은 예술 분야, 남성은 콘텐츠 분야를 희망하는 비율이 상대적으로 높게 나타났다. 거주지별로 보면, 수도권에서는 '예술 분야'를, 비수도권에서는 '문화 분야'를 희망하는 비율이 상대적으로 높게 나타났다. 또한 인구 50만 미만 지역이 50만 이상 지역에는 '관광 분야'를 선택한 응답자의 비율이 높게 나타났다.

〈표 3-19〉 문화 부문 일자리 무경험자의 취업 희망 분야

단위: 명, %

구분		사례수	예술 분야	콘텐츠 분야	문화 분야	관광 분야	기타 (스포츠 분야)	기타 (보기문항 모두 해당)
전체		351	31.3	25.1	22.5	20.2	0.6	0.3
성별	남성	166	22.3	31.3	24.7	20.5	0.6	0.6
	여성	185	39.5	19.5	20.5	20.0	0.5	0.0
연령	18~19세	31	29.0	29.0	22.6	19.4	0.0	0.0
	20~24세	94	28.7	30.9	22.3	17.0	1.1	0.0
	25~29세	71	35.2	21.1	19.7	23.9	0.0	0.0
	30~34세	78	30.8	28.2	21.8	16.7	1.3	1.3
	35~39세	77	32.5	16.9	26.0	24.7	0.0	0.0
수도권/ 비수도권	수도권	197	35.5	24.9	18.8	20.3	0.5	0.0
	비수도권	154	26.0	25.3	27.3	20.1	0.6	0.6
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	121	30.6	23.1	22.3	24.0	0.0	0.0
	인구 50만 미만 지역	230	31.7	26.1	22.6	18.3	0.9	0.4

3) 희망 업종 취업 시, 애로사항

문화 부문에서 일한 경험은 없으나 향후 취업 의향이 있는 응답자(n=351)를 대상으로 희망하는 업종에 취업 시, 가장 큰 애로사항이 무엇인지 질문하였다. 그 결과, '전문적 지식이나 기술이 부족하다'가 47.3%로 가장 높게 나타났으며, '준비에 돈이 많이 든다'

10.8%, ‘실력을 쌓고 기술을 연마할 시설이나 공간이 부족하다’와 ‘경쟁이 너무 치열하다’ 각각 9.1% 등의 순으로 나타났다. 성별이나 연령별에서는 유의미한 차이가 나타나지 않았으나, 거주지별로 보면, 수도권보다 비수도권 거주자에게서, 인구 50만 미만보다 50만 이상 지역 거주자에게서 ‘실력을 쌓고 기술을 연마할 시설이나 공간이 부족하다’고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타났다. 학력별로 보면, 고졸 이하 응답자에게서는 ‘준비에 돈이 많이 든다’는 응답이, 대학교 재학 또는 졸업을 한 응답자에게서는 ‘전문적 지식이나 기술이 부족하다’는 응답이 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 3-20〉 문화 부문 일자리 무경험자의 취업 시, 애로사항

단위: 명, %

구분	사례수	전문적 지식이나 기술이 부족하다	준비에 돈이 많이 든다	실력을 쌓고 기술을 연마할 시설이나 공간이 부족하다	경쟁이 너무 치열하다	일자리 자체가 너무 적다	취업 관련 정보가 부족하다	준비에 시간이 많이 든다	동호인이나 함께할 사람이 적다	가족 구성원이 반대한다	열악하다	보기 문항 모두 해당	월급이 적다
전체	351	47.3	10.8	9.1	9.1	8.8	8.5	4.6	0.6	0.3	0.3	0.3	0.3
성별	남성	166	47.6	9.6	8.4	10.8	9.0	7.2	4.8	1.2	0.0	0.6	0.6
	여성	185	47.0	11.9	9.7	7.6	8.6	9.7	4.3	0.0	0.5	0.0	0.5
연령	18~19세	31	38.7	29.0	3.2	6.5	6.5	6.5	0.0	6.5	3.2	0.0	0.0
	20~24세	94	46.8	9.6	6.4	13.8	11.7	5.3	6.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	25~29세	71	50.7	7.0	7.0	12.7	7.0	9.9	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0
	30~34세	78	44.9	10.3	7.7	5.1	12.8	11.5	3.8	0.0	0.0	1.3	1.3
	35~39세	77	50.6	9.1	18.2	5.2	3.9	9.1	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0
수도권/비수도권	수도권	197	48.7	11.7	6.6	9.1	8.1	9.1	5.1	.5	0.0	.5	0.0
	비수도권	154	45.5	9.7	12.3	9.1	9.7	7.8	3.9	.6	.6	0.0	.6
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	121	46.3	10.7	13.2	6.6	6.6	10.7	5.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	인구 50만 미만 지역	230	47.8	10.9	7.0	10.4	10.0	7.4	3.9	.9	.4	.4	.4
학력	고졸 이하	43	37.2	18.6	2.3	7.0	9.3	14.0	2.3	4.7	2.3	2.3	0.0
	대학교 재학/졸업	287	48.8	9.8	10.5	9.8	8.4	8.0	4.2	0.0	0.0	0.0	0.3
	대학원 이상	18	38.9	11.1	5.6	5.6	16.7	5.6	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	모름/무응답	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

바. 문화 부문 일자리 경험 및 지속 의향

1) 문화 부문 일자리 경험 분야

문화, 예술, 관광, 콘텐츠 분야에서 일하고 있거나 일한 경험이 있는 응답자(n=155)을

대상으로 해당 업종을 질문한 결과, ‘예술 분야’가 34.2%로 가장 높게 나타났고, 분야별로는 예술 분야가 성별, 연령별, 지역별 구분 없이 고르게 높은 응답률을 보였다. 이어서 ‘문화 분야’ 26.5%, ‘콘텐츠 분야’ 20.0%, ‘관광 분야’ 18.7% 등의 순으로 나타났다. 연령별로는 25~29세에서, 지역별로는 수도권 거주자와 인구 50만 이상 지역 거주자에게서 경험이 있다는 응답률이 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 3-21〉 문화 부문 일자리 유경험자의 경험 분야

단위: 명, %

구분		사례수	예술 분야	문화 분야	콘텐츠 분야	관광 분야	기타 (서비스 분야)
전체		155	34.2	26.5	20.0	18.7	0.6
성별	남성	82	32.9	28.0	17.1	20.7	1.2
	여성	73	35.6	24.7	23.3	16.4	0.0
연령	18~19세	3	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0
	20~24세	31	41.9	22.6	22.6	12.9	0.0
	25~29세	54	35.2	29.6	22.2	13.0	0.0
	30~34세	34	23.5	32.4	20.6	23.5	0.0
	35~39세	33	36.4	15.2	15.2	30.3	3.0
학력	고졸 이하	13	30.8	23.1	15.4	23.1	7.7
	대학교 재학/졸업	127	33.9	26.8	21.3	18.1	0.0
	대학원 이상	12	33.3	25.0	16.7	25.0	0.0
	모름/무응답	3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
수도권/ 비수도권	수도권	80	35.0	28.8	21.3	13.8	1.3
	비수도권	75	33.3	24.0	18.7	24.0	0.0
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	51	45.1	27.5	15.7	11.8	0.0
	인구 50만 미만 지역	104	28.8	26.0	22.1	22.1	1.0

2) 일자리 지속 의향

문화, 예술, 관광, 콘텐츠 분야에서 일하고 있거나 일한 경험이 있는 응답자(n=155)를 대상으로, 해당 업종에서 계속 근무할 의향이 있는지 질문한 결과, ‘예’ 62.6%, ‘아니오’ 37.4%로 나타났다. 문화 부문 일자리 근무 경험이 있는 응답자의 월평균 소득은 ‘165만원 이상~298만원 미만’이 39.4%로 가장 많았고, 이어서 ‘165만원 미만’이 27.7%였다. 월평균 소득이 440만원 이상인 응답자들의 일자리 지속 의향이 상대적으로 높게 나타났으나, 298만원 미만인 응답자들에게서도 일자리 지속 의향은 60% 이상으로 나타났다.

〈표 3-22〉 문화 부문 일자리 유경험자의 지속 근무 의향

단위: 명, %

구분		사례수	예	아니오
전체		155	62.6	37.4
성별	남성	82	72.0	28.0
	여성	73	52.1	47.9
연령	18~19세	3	100.0	0.0
	20~24세	31	58.1	41.9
	25~29세	54	57.4	42.6
	30~34세	34	61.8	38.2
	35~39세	33	72.7	27.3
개인 월평균 소득	165만원 미만	43	60.5	39.5
	165만원 이상~298만원 미만	61	60.7	39.3
	298만원 이상~440만원 미만	27	55.6	44.4
	440만원 이상~627만원 미만	12	83.3	16.7
	627만원 이상	7	71.4	28.6
	기타/ 무응답	5	80.0	20.0

문화, 예술, 관광, 콘텐츠 분야에서 일하고 있거나 일한 경험이 있는 응답자 중 업무 지속 의향이 없는 응답자(n=58)를 대상으로 그 이유를 질문하였다. 그 결과, ‘수입이 너무 적어서’가 29.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘적성에 맞지 않아서’ 25.9%, ‘장래성이 없어서’ 17.2%, ‘시간이 너무 많이 들어서’ 10.3% 등의 순으로 나타났다. 연령별로는 20세 미만에서는 전문지식이나 기술의 부족을, 24세 이하에서는 적성이 맞지 않음을, 30~34세에서는 장래성이 없음을 이유로 든 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 3-23〉 문화 부문 일자리 유경험자가 지속할 의향이 없는 이유

단위: 명, %

구분		사례수	수입이 너무 적어서	적성에 맞지 않아서	장래성이 없어서	시간이 너무 많이 들어서	전문적 지식 이나 기술이 부족 해서	경쟁이 너무 심해서	실력이 부족 해서	임시로 일한 것이 어서	기타	없다
전체		58	29.3	25.9	17.2	10.3	6.9	3.4	1.7	1.7	1.7	1.7
성별	남성	23	34.8	26.1	13.0	13.0	8.7	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0
	여성	35	25.7	25.7	20.0	8.6	5.7	5.7	2.9	0.0	2.9	2.9

단위: 명. %

구분		사례수	수입이 너무 적어서	적성에 맞지 않아서	장래성이 없어서	시간이 너무 많이 들어서	전문적 지식 이나 기술이 부족 해서	경쟁이 너무 심해서	실력이 부족 해서	임시로 일한 것이 어서	기타	없다
연령	18~19세	13	7.7	38.5	15.4	15.4	23.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20~24세	23	34.8	34.8	17.4	4.3	4.3	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	25~29세	13	46.2	15.4	7.7	15.4	0.0	7.7	0.0	0.0	7.7	0.0
	30~34세	9	22.2	0.0	33.3	11.1	0.0	0.0	11.1	11.1	0.0	11.1
	35~39세	13	46.2	15.4	15.4	15.4	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
개인 월평균 소득	165만원 미만	17	11.8	47.1	23.5	0.0	11.8	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0
	165만원 이상~ 298만원 미만	24	33.3	29.2	16.7	8.3	4.2	4.2	0.0	0.0	4.2	0.0
	298만원 이상~ 440만원 미만	12	58.3	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3
	440만원 이상~ 627만원 미만	2	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	627만원 이상	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	기타/ 무응답	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

3. 청년 문화정책에 대한 인식 및 평가

가. 청년 문화 활동 지원정책 인지도

청년 대상의 문화 활동 지원정책을 제시한 뒤, 해당 정책에 대해 알고 있는지 질문한 결과, '알고 있지 않다'는 응답이 67.4%(잘 알고 있지 않다 31.0% + 알고 있지 않은 편이다 36.4%)로써 '알고 있다'는 응답 8.6% (잘 알고 있다 0.6% + 알고 있는 편이다 8.0%)보다 매우 높게 나타났다. 이를 5점 척도로 보면, 2.11점이다. 성별, 연령별, 지역별로도 유의미한 차이를 보이지는 않았다.

한편, 문화 활동 지원정책을 '알고 있지 않다'고 답한 응답자를 대상으로 그 이유를 질문한 결과, 1+2순위 기준 '문화 활동 지원정책 홍보를 접한 경험이 없어서'가 76.4%로 가장 높게 나타났으며, '문화 활동 지원정책을 찾아볼 여유가 없어서' 60.1%, '문화 활동 지원정책에 대한 기대감이 없어서' 36.9% 등의 순으로 나타났다. 응답자 특성에서는 유의미하는 결과가 보이지는 않았으나, 여성에게서 '문화 활동 지원정책 홍보를 접한 경험이 없어서'라는 응답률이 남성에 비해 높게 나타났다.

〈표 3-24〉 청년 문화 활동 지원정책 인지도

단위: 명, %

구분		사례수	잘 알고 있지 않다	알고 있지 않은 편이다	보통 이다	알고 있는 편이다	잘 알고 있다	【알고 있지 않다】	【보통 이다】	【알고 있다】	[5점 평균]	[100점 환산 평균]
전체		1000	31.0	36.4	24.0	8.0	0.6	67.4	24.0	8.6	2.1	27.70
성별	남성	523	31.7	33.8	26.0	8.2	0.2	65.6	26.0	8.4	2.1	27.82
	여성	477	30.2	39.2	21.8	7.8	1.0	69.4	21.8	8.8	2.1	27.57
연령	18~19세	68	27.9	38.2	20.6	11.8	1.5	66.2	20.6	13.2	2.2	30.15
	20~24세	219	27.4	32.4	30.1	10.0	0.0	59.8	30.1	10.0	2.2	30.71
	25~29세	247	32.4	36.4	19.8	9.7	1.6	68.8	19.8	11.3	2.1	27.94
	30~34세	219	32.9	40.6	21.0	5.5	0.0	73.5	21.0	5.5	2.0	24.77
	35~39세	247	32.0	35.6	26.3	5.7	0.4	67.6	26.3	6.1	2.1	26.72
수도권/ 비수도권	수도권	545	32.3	36.5	23.3	7.5	0.4	68.8	23.3	7.9	2.07	26.79
	비수도권	455	29.5	36.3	24.8	8.6	0.9	65.7	24.8	9.5	2.15	28.79
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	30.1	39.5	22.4	7.4	0.6	69.6	22.4	8.0	2.09	27.20
	인구 50만 미만 지역	648	31.5	34.7	24.8	8.3	0.6	66.2	24.8	9.0	2.12	27.97

〈표 3-25〉 청년 문화 활동 지원정책을 모르는 이유

단위: 명, %

구분	사례수	문화 활동 지원정책 홍보를 접한 경향이 없어서	문화 활동 지원 정책을 찾아 볼 여유가 없어서	문화 활동 지원 정책에 대한 기대감이 없어서	문화 활동을 평소 자주 하지 않아서	문화 활동을 하는 데 있어 지원이 필요하지 않아서
전체	674	76.4	60.1	36.9	16.5	9.8
성별	남성	343	68.5	58.0	40.2	12.5
	여성	331	84.6	62.2	33.5	6.9
연령	18~19세	45	82.2	71.1	22.2	2.2
	20~24세	131	71.8	65.6	42.7	9.2
	25~29세	170	80.0	60.6	31.8	8.2
	30~34세	161	75.2	50.9	45.3	11.8
	35~39세	167	76.0	61.1	33.5	12.0
수도권/ 비수도권	수도권	375	78.9	59.7	36.8	8.5
	비수도권	299	73.2	60.5	37.1	11.4
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	245	77.1	60.4	36.7	6.5
	인구 50만 미만 지역	429	76.0	59.9	37.1	11.7

나. 청년 문화 활동 지원정책 만족도

청년 문화 활동 지원정책에 대해 알고 있다는 응답자(n=86) 대상으로, 정책별 만족도를 평가하도록 하였다. 그 결과, ‘만족스럽다’가 44.2%(매우 만족스럽다 5.8% + 만족스

러운 편이다 38.4%)로써 ‘만족스럽지 않다’ 8.6% (전혀 만족스럽지 않다 1.2% + 만족스럽지 않은 편이다 14.0%)보다 높게 나타났다. 5점 척도 평균은 3.34점이다. 성별에서는 남성이, 지역에서는 수도권과 인구 50만 이상 지역 거주자의 만족도가 상대적으로 더 높았다. 연령별에서는 25~29세에서 만족스럽다는 평가가 상대적으로 낮았다.

〈표 3-26〉 청년 문화 활동 지원정책 만족도

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 만족 스럽지 않다	만족 스럽지 않은 편이다.	보통 이다	만족 스러운 편이다	매우 만족 스럽다.	【만족 스럽지 않다】	【보통 이다】	【만족 스럽다】	[5점 평균]	[100점 환산 평균]
전체		86	1.2	14.0	40.7	38.4	5.8	15.1	40.7	44.2	3.34	58.43
성별	남성	44	2.3	11.4	38.6	43.2	4.5	13.6	38.6	47.7	3.36	59.09
	여성	42	0.0	16.7	42.9	33.3	7.1	16.7	42.9	40.5	3.31	57.74
연령	18~19세	9	0.0	11.1	33.3	33.3	22.2	11.1	33.3	55.6	3.67	66.67
	20~24세	22	0.0	0.0	45.5	50.0	4.5	0.0	45.5	54.5	3.59	64.77
	25~29세	28	0.0	21.4	50.0	25.0	3.6	21.4	50.0	28.6	3.11	52.68
	30~34세	12	0.0	16.7	41.7	41.7	0.0	16.7	41.7	41.7	3.25	56.25
	35~39세	15	6.7	20.0	20.0	46.7	6.7	26.7	20.0	53.3	3.27	56.67
수도권 /비수도권	수도권	43	2.3	11.6	37.2	44.2	4.7	14.0	37.2	48.8	3.37	59.30
	비수도권	43	0.0	16.3	44.2	32.6	7.0	16.3	44.2	39.5	3.30	57.56
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	28	0.0	14.3	35.7	46.4	3.6	14.3	35.7	50.0	3.39	59.82
	인구 50만 미만지역	58	1.7	13.8	43.1	34.5	6.9	15.5	43.1	41.4	3.31	57.76

다. 청년 문화 활동 지원정책의 중요도 및 시급성 평가

1) 문화 활동 지원정책 중요도

청년 문화 활동 지원정책의 중요도를 5점 척도로 평가하도록 한 결과, ‘청년 소외계층 문화예술활동 지원’이 3.91점으로 가장 높게 평가되었고, ‘청년 문화 활동비 지원 및 할 인혜택 제공’ 3.88점, ‘문화시설의 청년문화 서비스 강화’ 3.82점, ‘생활권 내 청년 특화 문화공간 제공 조성’ 3.78점, ‘문화예술 창작을 위한 온라인 플랫폼 지원’ 3.76점, ‘문화 예술 창작을 위한 공간 지원’ 3.75점, ‘청년 문화예술 교육 활성화’ 3.74점, ‘직장 내 청년 문화 활동 지원’ 3.72점 등의 순이었다. ‘문화예술 분야 청년 인턴십 제공’은 문항 평균보다 약간 낮게 평가되었으나, 연령대가 낮을수록 중요도를 높게 평가하였다.

〈표 3-27〉 청년 문화 활동 지원정책의 중요도 평가

단위: 명, 점

구분		사례수	청년 문화 활동비 지원 및 할인혜택 제공	생활권 내 청년 특화 문화공간 제공·조성	문화시설의 청년문화 서비스 강화	청년 문화 예술 교육 활성화	직장 내 청년 문화 활동 지원	청년 소외 계층 문화 예술 활동 지원	청년 예술인 지원
전체		1000	3.88	3.78	3.82	3.74	3.72	3.91	3.72
성별	남성	523	3.76	3.69	3.64	3.61	3.63	3.76	3.59
	여성	477	4.00	3.88	4.02	3.88	3.83	4.07	3.86
연령	18~19세	68	4.18	4.03	4.04	3.75	4.00	4.12	4.03
	20~24세	219	4.11	3.90	3.94	3.82	3.81	3.97	3.89
	25~29세	247	3.86	3.71	3.75	3.75	3.77	3.88	3.66
	30~34세	219	3.83	3.84	3.86	3.73	3.72	3.92	3.72
	35~39세	247	3.65	3.63	3.71	3.67	3.51	3.82	3.54
수도권/비수도권	수도권	545	72.34	68.85	70.96	68.12	67.89	72.02	67.98
	비수도권	455	71.43	70.38	70.16	68.96	68.19	73.57	67.97
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	70.88	67.97	69.89	66.97	66.48	70.67	65.98
	인구 50만 미만 지역	648	72.49	70.41	70.99	69.33	68.87	73.84	69.06
구분		사례수	청년 콘텐츠 크리에이터 지원	청년 문화 예술 관련 창업 및 비즈니스화 기회 제공	청년 콘텐츠 제작 관련 인력 양성	이스포츠 분야 활성화	문화예술 창작을 위한 공간 지원	문화예술 창작을 위한 온라인 플랫폼 지원	문화예술 분야 청년 인턴십 제공
전체		1000	3.31	3.68	3.63	3.56	3.75	3.76	3.69
성별	남성	523	3.29	3.63	3.54	3.62	3.68	3.68	3.59
	여성	477	3.34	3.73	3.72	3.49	3.82	3.84	3.81
연령	18~19세	68	3.78	3.97	3.88	4.03	3.96	3.94	4.00
	20~24세	219	3.60	3.88	3.79	3.72	3.93	3.95	3.97
	25~29세	247	3.16	3.66	3.57	3.52	3.67	3.69	3.65
	30~34세	219	3.21	3.58	3.58	3.48	3.74	3.70	3.59
	35~39세	247	3.17	3.52	3.51	3.39	3.60	3.65	3.49
수도권/비수도권	수도권	545	56.51	66.65	64.82	62.80	68.81	69.22	68.17
	비수도권	455	59.40	67.31	66.59	65.33	68.41	68.46	66.21
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	55.47	65.20	63.35	62.29	66.48	67.19	66.55
	인구 50만 미만 지역	648	59.10	67.90	66.86	64.85	69.79	69.79	67.67

2) 문화 활동 지원정책 시급성

청년 문화 활동 지원정책의 시급성을 5점 척도로 평가하도록 한 결과, ‘청년 소외계층 문화예술활동 지원’이 3.74점으로 가장 높게 평가되었고, 이어서 ‘문화예술 창작을 위한 온라인 플랫폼 지원’ 3.59점, ‘문화예술 창작을 위한 공간 지원’과 ‘생활권 내 청년 특화

문화공간 제공 조성'이 각각 3.57점, '청년 문화 활동비 지원 및 할인혜택 제공' 3.56점, '문화시설의 청년문화서비스 강화' 3.55점, '문화예술 분야 청년 인턴십 제공' 3.54점, '청년 문화예술교육 활성화' 3.53점, '청년 예술인 지원' 3.50점 등의 순으로 나타났다. 중요도 평가와 마찬가지로 여성이 남성에 비해서, 연령대가 낮을수록 상대적으로 시급성을 다소 높게 평가하는 경향이었다.

〈표 3-28〉 청년 문화 활동 지원정책의 시급성 평가

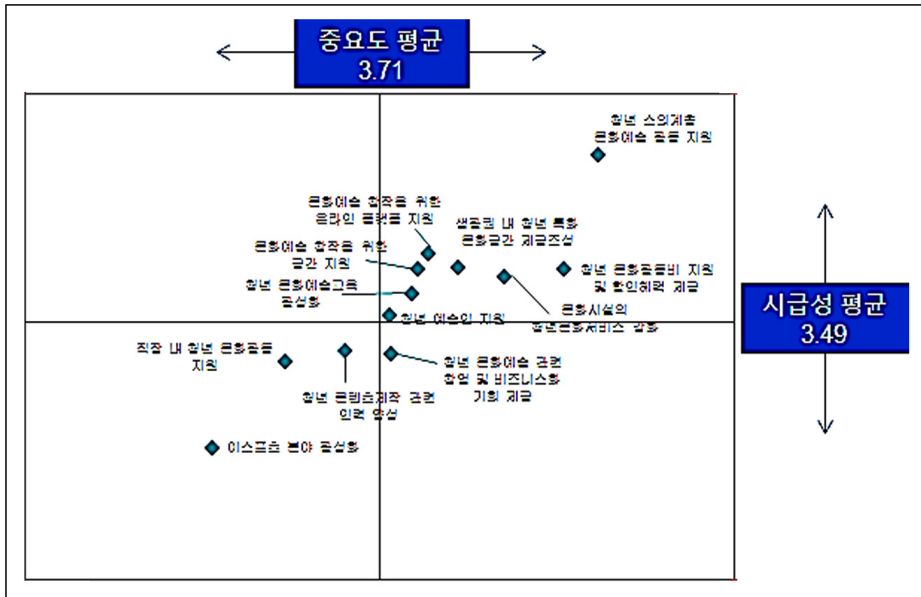
구분		사례수	청년 문화 활동비 지원 및 할인혜택 제공	생활권 내 청년 특화 문화공간 제공·조성	문화시설의 청년문화서비스 강화	청년 문화 예술 교육 활성화	직장 내 청년 문화 활동 지원	청년 소외 계층 문화 예술 활동 지원	청년 예술인 지원
전체		1000	3.56	3.57	3.55	3.53	3.43	3.74	3.50
성별	남성	523	3.49	3.53	3.43	3.45	3.40	3.63	3.42
	여성	477	3.64	3.61	3.69	3.62	3.47	3.86	3.58
연령	18~19세	68	3.81	3.71	3.50	3.63	3.60	3.81	3.66
	20~24세	219	3.82	3.66	3.59	3.60	3.57	3.79	3.66
	25~29세	247	3.52	3.57	3.50	3.52	3.46	3.74	3.49
	30~34세	219	3.53	3.59	3.64	3.53	3.42	3.76	3.44
	35~39세	247	3.34	3.42	3.51	3.43	3.26	3.65	3.36
	40~44세	200	3.45	3.48	3.52	3.44	3.38	3.68	3.41
수도권/비수도권	수도권	545	3.52	3.54	3.51	3.53	3.40	3.72	3.47
	비수도권	455	3.61	3.60	3.60	3.53	3.47	3.76	3.53
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	3.39	3.50	3.48	3.46	3.32	3.66	3.41
	인구 50만 미만 지역	648	3.66	3.61	3.59	3.56	3.49	3.78	3.54
구분		사례수	청년 콘텐츠 크리에이터 지원	청년 문화 예술 관련 창업 및 비즈니스화 기회 제공	청년 콘텐츠 제작 관련 인력 양성	이스포츠 분야 활성화	문화예술 창작을 위한 공간 지원	문화예술 창작을 위한 온라인 플랫폼 지원	문화예술 분야 청년 인턴십 제공
전체		1000	3.07	3.44	3.42	3.29	3.57	3.59	3.54
성별	남성	523	3.10	3.42	3.38	3.37	3.50	3.55	3.47
	여성	477	3.03	3.46	3.47	3.21	3.64	3.63	3.62
연령	18~19세	68	3.41	3.62	3.54	3.60	3.57	3.65	3.68
	20~24세	219	3.26	3.66	3.55	3.42	3.72	3.71	3.76
	25~29세	247	2.95	3.39	3.41	3.34	3.54	3.55	3.49
	30~34세	219	3.00	3.36	3.41	3.23	3.59	3.56	3.50
	35~39세	247	2.98	3.32	3.30	3.10	3.43	3.53	3.40
	40~44세	200	3.05	3.35	3.33	3.17	3.46	3.54	3.43
수도권/비수도권	수도권	545	3.00	3.40	3.38	3.27	3.54	3.60	3.53
	비수도권	455	3.15	3.49	3.48	3.32	3.59	3.57	3.56
인구 50만 기준	인구 50만 이상 지역	352	2.98	3.33	3.36	3.23	3.51	3.57	3.51
	인구 50만 미만 지역	648	3.11	3.50	3.46	3.32	3.59	3.60	3.56

3) 문화 활동 지원정책 IPA분석

청년 문화 활동 지원정책의 중요도와 시급성 평가를 IPA(Importance-Performance Analysis) 방식으로 분석한 결과, ‘청년 소외계층 문화예술 활동 지원’이 중요도와 시급성에서 핵심 정책으로 평가되었다. 이를 포함하여 ‘청년 문화 활동비 지원 및 할인혜택 제공’, ‘문화시설의 청년문화서비스 강화’, ‘생활권 내 청년 특화 문화공간 제공·조성’, ‘문화예술 창작을 위한 온라인 플랫폼 지원’, ‘문화예술 창작을 위한 공간 지원’, ‘청년 문화예술교육 활성화’, ‘청년 예술인 지원’도 4분면의 우측상단에 위치하였다. 따라서 청년 문화 활동에서 이들 정책을 고려하여 과제를 설정할 필요가 있다. ‘청년 문화예술 관련 창업 및 비즈니스와 기회 제공’은 4분면의 우측하단에 위치하고 있어, 기존 정책을 유지 강화하는 방향에서 과제를 설정할 필요가 있다.

한편, ‘청년 콘텐츠제작 관련 인력 양성’, ‘직장 내 청년 문화 활동 지원’, ‘이스포츠 분야 활성화’는 지속유지로 해석되는, 4분면의 좌측하단에 위치하였다. 이들 정책은 다른 정책들에 비해서 중요도 및 시급성이 낮게 평가되었다. 다만, 상대적으로 ‘청년 콘텐츠제작 관련 인력 양성’은 중요도와 시급성 모두에서 평균값에 근사하게 위치하고 있어 과제의 개발에서 이와 같은 인력 양성에 관한 사항에 대한 고려가 필요할 것으로 판단된다.

[그림 3-1] 청년 문화 활동 지원정책 IPA 분석



제3절 소결

조사를 통해 네 가지의 방향성을 도출할 수 있다. 본 조사에서 문화 활동 지원정책에 대한 평가를 보면, 직접적인 혜택이 있는 지원 정책에 대한 수요가 큼을 볼 수 있다. 첫째, 실질적인 수요와 우선순위를 고려한 정책과제 발굴이 필요하다. 즉, 중요도와 시급성이 높게 평가된 ‘청년 소외계층 문화예술 활동 지원’, ‘청년문화 활동비 지원 및 할인혜택 제공’, ‘문화시설의 청년문화서비스 강화’, ‘청년 예술인 지원’은 정책대상에게 직접적인 혜택을 줌으로써 더 많은 문화적 경험과 활동을 보장하는 것이다. 이 밖에 ‘문화예술 창작을 위한 온라인 플랫폼 지원’이나 ‘청년 문화예술교육 활성화’는 다수가 참여 가능하고 혜택을 받을 수 있는 항목이다. 반면, ‘청년 콘텐츠 크리에이터 지원’, ‘e-스포츠 분야 활성화’는 상대적으로 중요도와 시급성이 낮게 평가되었다. 이들 정책은 현재 산업화, 직업화 되어 있는 분야다. 이러한 결과를 통해서, 청년들은 간접 지원보다 직접적인 지원을 통한 문화적 경험과 활동에 대한 수요가 높고, 이러한 인식이 정책별 중요도와 시급성 평가에도 반영되었음을 알 수 있다.

한편, 조사 결과에서 ‘청년소외계층에 대한 활동 지원’은 중요도와 시급성 모두에서 가장 높은 평가를 받았다. 이는 문화 활동 시 제약조건 중 ‘경제적 부담 때문에(37.8%)’에서도 드러나듯, 더 많은 문화 활동을 위하여 경제적 지원이 필요하고, 그 중 소외계층을 지원하는 것부터 필요하다는 것을 시사한다.

둘째, 온라인 및 오프라인 기반 정책을 균형 있게 추진하는 것이 필요하다. 본 연구의 조사 결과, 응답자의 81.5%가 문화 활동 정보를 온라인을 통해 얻고, ‘문화예술행사 관람 활동’의 49.11%를 온라인으로 하는 등, 온라인과 오프라인의 비중이 유사하게 나타났다. 특히 취미, 오락 활동의 경우, 온라인으로 향유하는 비율이 57.51%로 오프라인보다 높았다. ‘문화예술교육 활동’도 49.96%가 온라인을 통한 것으로 나타났다. 이는 코로나19로 인한 비대면 전환을 고려하더라도, 온라인 문화 활동을 하는 것이 오프라인만큼 활발함을 보여준다. 다만, 조사 결과는 온라인을 통한 문화 활동을 긍정적으로 평가하지만, 온라인과 오프라인 문화 활동이 주는 즐거움에 차이가 있다고 인식함을 고려할 때, 청년의 문화

활동과 관련한 정책 추진에서 온라인과 오프라인을 균형 있게 고려할 필요성을 알려준다.

한편, 문화정책별 중요도 평가 결과, ‘문화예술 창작을 위한 온라인 플랫폼 지원’, ‘생활권 내 청년 특화 문화공간 제공·조성’, ‘문화예술 창작을 위한 공간 지원’은 중요도와 시급성 높게 평가되었다. 이 들은 모두 온라인, 생활권 내의 일정한 공간을 의미하는 항목이다. 즉, 청년이 활동할 수 있는 온라인과 생활권 내 문화시설 등의 문화 활동 기반을 고르게 조성하는 것을 중요하게 고려해야 함을 알려준다.

셋째, 지역 격차 해소 또는 완화 조치가 필요하다. 본 연구의 조사 결과, 비수도권과 인구 50만 미만 지역 거주자가 문화 활동 향유 시간이 상대적으로 더 많았다. 비용 지출에서도 인구 50만 지역 거주자가 50만 이상 지역 거주자보다 주당 평균 1.28만 원이 많았다. 이는 향유 시간이 많기 때문에 나타난 결과라기보다 문화 활동 참여 또는 향유와 관련하여 각 지역이 처한 환경적 차이에서 비롯된 결과로 분석된다.

이러한 환경적 차이는 비수도권 및 인구 50만 미만 지역에서 ‘문화예술행사 관람활동’이 상대적으로 낮은 것이나, 문화 활동 시 제약 요건으로 ‘문화 활동을 즐길 만한 시설이 부족해서’가 상대적으로 높게 나타난 것에서도 확인할 수 있다. 또한 비수도권 거주자에게서 온라인 문화 활동, 수도권 거주자에게서 오프라인 문화 활동의 비율이 상대적으로 높게 선택되었고, 지원정책별 평가에서 비수도권과 인구 50만 미만 지역 거주자가 상대적으로 기반 시설 관련 필요성을 높게 평가한 점과도 관련된다.

넷째, 문화 부문 일자리 및 교육 수요에 대응이 필요하다. 본 연구의 조사 결과, 문화, 예술, 관광, 콘텐츠 분야에서 일한 경험이 없는 응답자(n=845) 중 41.5%가 향후 관련 일자리에 관심이 있다고 응답하였다. 이에 비해 해당 업종 취업 시, 제약사항에서는 ‘전문적인 지식이나 기술이 부족하다’ 47.3%, ‘준비에 돈이 많이 든다’ 10.8%, ‘실력을 쌓고 기술을 연마할 시설이나 공간이 부족하다’ 9.1% 등이었다. 이러한 결과를 통해, 문화 부문의 일자리에 대한 관심이 실질적인 취업으로 연결될 수 있도록 관련 교육이나 정보에 대한 접근성을 높여야 함을 알려준다. 또한, 전문적인 지식이나 기술을 연마할 수 있도록 일자리 경험을 쌓을 수 있는 과제의 발굴도 요구된다.

다른 한편으로, 문화 부문에 취업을 희망하는 응답자들을 대상으로 애로사항을 보면, 고졸 이하 응답자가 상대적으로 취업을 위한 경제적 측면에 많은 부담을 느끼는 것으로 나타났다. 문화 부문으로의 인력 유입과, 유입된 인력이 지속적으로 전문성을 기를 수 있도록 취업 준비 단계의 지원책 마련도 필요하다고 판단된다.

청년문화의 현황과 정책 과제

제4장

청년 문화정책 방향과 과제

제1절 정책 방향

1. 청년 문화정책 영역 확장

가. 문화를 통한 청년의 삶의 질 개선 및 사회적 가치 증대

본 연구에서 수행한 ‘청년 문화인식 및 문화정책 의견 조사’에 따르면 청년들이 문화 활동을 하는 주된 이유는 ‘삶의 질’ 향상이며, 삶의 질 향상에서 문화 활동이 지니는 중요성은 5점 척도에서 4.17점이라는 높은 점수를 보였다. 그럼에도 불구하고 그동안 대부분의 청년정책은 청년을 단순히 ‘노동’이라고 하는 생산요소의 하나로 보고 이들에 대한 경제적 지원 및 일자리 확대에 초점을 맞춰 추진되었다. 그러나 이런 인식론적 전제는 청년들이 진정으로 어떤 삶을 바라는지에 대해 귀를 기울이기보다는 청년들에게 취업 또는 창업으로 경제적 자립을 이루고 결혼과 출산으로 가정을 꾸리는 등의 규격화된 삶을 강요하는 측면이 있었다.

현재 청년정책의 방향은 일면에서는 청년의 삶을 다각도로 지원하는 것으로 전환되고 있다. 하지만 주류는 여전히 기존의 다른 정책적 사업들을 단지 대상만 청년층으로 바뀌어 시행하고 있다는 문제를 안고 있다. 청년문화사업 역시 청년문화예술가 개인 및 단체의 창작활동 지원이나 전문인력 양성, 행사 중심의 사업에 치중되어 있는 등 청년문화정책이 문화예술 영역에서조차 일자리 창출 정책으로 여겨지고 있다(박영정 외, 2015). 그러나 정책이란 공적 재원의 투입을 통해 공적 이익(공익)을 창출하는 것에 정당성이 있는 것이며 앞에서 언급한 것처럼 청년들이 문화 활동을 하는 주된 이유는 ‘삶의 질’ 향상이다. 삶의 질 향상은 건강한 노동과 행복하고 여유로운 삶의 균형(work and life balance)에서 비롯되므로, 문화정책의 대상을 문화예술분야의 노동과 공급의 주체임과 동시에 문화적 삶의 질 제고, 복지수혜 등이 필요한 문화 소비자로서의 청년을 위치 짓는 것이 필요하다. 또한 청년들이 단순 문화 소비자를 넘어 문화를 통해 건강한 사회를

만들고 사회적·공동체적 가치를 증진하는데 기여할 수 있도록 해야 할 것이다.

결국 청년 문화정책은 청년들의 문화권(문화자유권, 문화평등권, 문화참여권, 문화환경권) 보장이라는 점에서 청년 문화사업의 지속성 확보, 청년문화 활성화의 기반 조성, 청년 문화 네트워크 구성 및 교류 증진 등 청년들의 문화 활동을 위한 여건과 환경을 조성하여 개인의 삶의 질 향상과 사회적 가치 증진을 동시에 고려한 방향으로 설정되어야 할 것이다.

나. 청년문화정책의 대상과 적용 범위 확대

청년층이 향유하는 문화는 단순 관람형 및 체험형 활동 외에도 휴식(낮잠), 자기계발, SNS 미디어 활동 등 일상생활 전반에서 발견되며, 이러한 경험을 바탕으로 청년층은 스스로 인정 욕구를 충족하고 심신의 안정을 도모하고 있다. 이처럼 문화와 여가의 범위는 다양해지고 목표는 가벼워지는 추세이다. 이는 설문조사 결과에서도 확인된 현상인데, 제3장에서 언급했듯이 청년들은 자신의 삶에서 문화가 중요한 몫을 차지한다는 데에 대체적인 의견일치가 있다.

한편, 정부의 5대 국정 목표 중 ‘더불어 잘 사는 경제’의 일자리 정책 부분에서는 청년에 대한 내용이 주로 다루지고 있으며 그 밖에 주거와 교육 부분에도 청년과 관련된 내용이 포함되어 있다. 이는 청년이 당면한 문제가 주로 ‘취업난’에서 비롯된 것이라고 진단한 것으로 문화체육관광부에서도 일자리 중심의 청년정책을 추진해왔다. 그러나 청년 대상 문화정책이 취업 중심으로 추진되는 것은 ‘문화예술 분야’ 전공자 또는 해당 분야 종사를 원하는 청년만을 대상으로 하는 한정적 정책이 되기 십상이며, 이런 접근으로는 ‘청년의 삶의 질 향상’이라고 하는 근본적인 정책 목표에 도달하기 어렵다. 그러므로 청년 문화정책의 방향과 그 방점은 기존과 같은 청년 문화예술 창업과 청년 고용 증진에서 취업, 주거, 교육 등 제반 분야와 문화를 결합하여 청년의 ‘삶의 질’을 향상 등으로 그 적용 범위를 확대·설정하여야 한다.

다. 상향식(bottom-up) 청년문화정책 추진

본 연구가 수행한 전문가 의견조사에 따르면, 중앙정부 주도의 청년정책은 하향식의 단기적 직무체험과 인건비 지원 등에 집중되어 실효성이 낮다는 문제가 지적되어 왔다. 또한 청년정책의 추진에는 막대한 예산이 소요되기 때문에 재정이 열악한 지자체들은

중앙정부의 지침을 추종할 수밖에 없고, 이런 이유에서 대부분의 청년정책은 불가피하게 중앙정부와 직결되어 있다. 중앙정부의 청년정책은 대부분 3~6개월 정도의 단기 교육훈련과 기업들에 대한 인건비 지원에 편중돼 있어 직접적인 고용으로 연결되기 어렵고 행정안전부, 고용노동부, 과학기술정보통신부 등 각 기관마다 추진하는 사업이 조금씩 다르며 지자체에서는 사업을 추진하는 부서가 산재해 청년들의 혼선을 초래하기도 한다. 그러므로 청년 문화정책의 방향은 지역의 특색을 반영하고 하향식이 아닌 상향식의 중장기적 정책으로 설정함으로써 청년들의 지역 정착을 유도할 필요가 있다. 이와 관련하여, 지역사회의 문제를 해결하고 지역 활성화를 위한 방안으로 청년 문화정책이 활용될 수 있도록 지역 관점에서 청년 문화정책에 접근하고 고민할 필요가 있다. 청년문화를 육성하는 것은 지역사회의 새로운 동력이 될 수 있으며, 청년문화의 잠재력은 지역사회를 견인할 수 있는 공공재로서 활용 가치가 높다.

한편, 청년 문화정책을 통해 청년들의 지역 정착을 도모하기 위해서는 지역 간 협력을 통해 단일 지자체의 한계를 넘어서 청년의 삶에 대한 선택의 기회를 확대하여야 한다. 경상남도의 ‘부울경 메가시티’는 이런 맥락의 지자체 사업의 한 예인데, 경상남도는 이 사업을 통해 청년들이 일자리와 즐길거리를 찾아서 이곳으로 찾아오고 정착하도록 하며, 안정적 정주를 통해 자신들의 역량을 키울 수 있도록 수요자 중심의 환경 조성에 힘쓰고 있다. 그러므로 청년 문화정책의 방향은 지역 관점에서 접근되어야 할 뿐만 아니라 지역 간 정책적 협력을 이룰 수 있는 방향으로 설정되어야 한다. 또한 청년 문화정책에 의한 청년들의 지역 정착이 단기적 효과로만 그치지 않고 장기적인 효과로 지속될 수 있도록 정책 수립시 정책 영향에 대한 다각도의 검토가 이루어져야 한다.

2. 인구 사회적 특성과 지역 여건을 고려한 청년 문화 정책

가. 청년층 격차 해소

제3장에서 언급한 것처럼 청년 문화 활동 지원 정책 중 가장 중요한 동시에 가장 시급한 정책은 ‘청년 소외계층 문화예술 활동 지원’으로 나타났다. 이는 청년 문화정책은 청년들의 문화 격차 해소에도 관심을 가져야 함을 뜻한다. 주지하는 바와 같이 ‘청년’은 아직 경제적으로나 사회적 영향력의 측면에서 우리 사회의 주류에 본격적으로 진입하지

못한 약자 집단의 하나라고 볼 수 있는데, 그렇기 때문에 청년 문화정책은 한편으로는 일종의 사회적 약자에 대한 정책이기도 하다.

이런 시각에서, 청년 문화정책은 “여타의 사회적 약자들에 대한 인권 및 복지 정책과 연동시킴으로써 빈곤 청년층, 청년 이민자, 저학력 청년층 등 청년층 소수자 집단에 대한 다각적인 접근으로 문화 및 복지 정책을 강구하여 청년층 내부의 격차를 줄여나가는 방향으로 설정”(김경례, 2017)될 필요도 있다.

나. 지역적 특성 및 생활 여건 고려

본 연구가 일반적인 청년층을 대상으로 수행한 ‘청년 문화인식 및 문화정책 의견조사’에 따르면 여가활동, 문화향유 시간 및 지출, 문화 활동 시 제약조건, 문화 활동의 중요성 등의 측면에서 지역 간에 크고 작은 격차가 발생하고 있다. 이와 같은 지역 격차는 문화기반시설이나 경제적, 사회적 기회 같은 실제적인 현상에서만뿐만 아니라 인식과 생활양식 차이에서도 발생한다. 본 연구에서 조사한 문화 활동 관심여부는 수도권 지역 청년이 비수도권 지역 청년보다 더 높았고, 일주일 간 문화 활동 향유 시간도 수도권 지역 청년이 비수도권 지역 청년보다 더 높게 나타났다. 특히 문화 활동 제약조건에서 ‘문화 활동을 즐길만한 시설이 부족해서’라고 응답한 비율이 비수도권이 12.7%로 비수도권 6.2%에 비해 두 배 정도의 차이를 보였다.

또한 본 연구에서 수행한 전문가 의견조사에서도 도시에서는 일상적인 문화 소비가 경쟁적, 과시적으로 일어난다면 지역에서의 문화 소비는 여가의 하나로 훨씬 여유롭고 협동적으로 이루어지는 것으로 드러났다. 그러므로 청년 문화정책이 정책 대상인 청년들에게 실질적인 혜택이 돌아갈 수 있게 하려면 정책 방향은 이와 같은 지역 간 문화기반 시설과 생활양식 차이를 고려하여 설정되어야 한다.

3. 청년이 주도하는 문화정책 기반 마련

가. 청년의 요구와 수요에 부응한 문화정책 발굴

청년 문화정책의 대상인 청년들이 해당 정책에 대해서 인지하고 동시에 그 정책적 효과를 체감할 수 있기 위해서는 수립되는 정책이 기본적으로 청년들의 수요에 부응해야

한다. 이를 위해서는 기성세대가 아니라 청년들이 재미를 느끼고 공유하고 싶어 하는 문화적 코드를 중시해야 하며 e-스포츠, 여행 등 기존 정책을 넘어 다양한 접근을 최근 추세에 걸맞게 반영하고 청년 당사자들의 눈높이에 맞도록 그들의 언어와 사고방식을 적극적으로 활용하는 정책 수단을 동원해야 한다.

이와 관련된 논의의 하나로, 본 연구가 수행한 전문가 의견조사에 따르면, 청년 정책을 위한 의견 수렴과 입안 과정에서 일반 청년들의 참여 비율이 매우 낮고, 청년위원회 혹은 특정 청년집단의 의견을 중심으로 수립되기도 한다. 또한 지자체들이 각각 청년위원회를 구성·운영하고 있지만 정작 당사자인 청년들의 참여는 사회구조와 행정 문제를 바라보는 안목과 경험이 부족하다는 명분으로 형식이나 요식 행위에 그치는 경우도 있다(변철희, 2020). 따라서 이런 문제를 극복하기 위해서도 다양한 분야별 청년집단(취업, 창업, 문화 장르, 미혼청년, 기혼청년, 가족구성청년 등)의 의견을 광범위하게 수렴하여 획일적 정책이 아닌 수요자 맞춤형 정책을 수립하려는 노력이 필요하다.

나. 문화정책 주체로서 청년 역량 강화

한편, 사회적으로나 경제적으로 대전환의 시기에 당면한 청년들이 주체적인 삶을 영위하기 위해서는 일생의 중요 과제들을 스스로 해결해나갈 수 있는 ‘자생력’이 중요하다. 따라서 이를 함양할 수 있는 경험을 제공하거나 능력을 개발시켜 주는 등, 청년 자신의 성장에 중점을 두는 정책적 전환이 필요한데, 이는 무엇보다도 사업의 초점을 ‘자립’에 두는 것이다. ‘자립’은 결국 교육을 통해서 성취되는 것으로서, 교육이 ‘자립’이라고 하는 실제적 목적을 달성할 수 있으려면 관행적인 학술적 교육에서 벗어나 현장 중심(현장 전문가)으로 전개되어야 하며 공급자가 아닌 수요자(교육생) 중심의 단계별 성장 교육방식이 도입되어야 한다. 또한 교육의 내용도 단순한 지식 전달이 아니라 기술 전수가 주축이 되어야 한다. 이러한 사실은 본 연구가 수행한 ‘청년 문화인식 및 문화정책 의견 조사’ 결과에도 잘 나타나 있다. 제3장에서 언급했듯이 문화, 예술, 관광, 콘텐츠 분야에서 일한 경험이 없는 청년들 가운데 41.5%가 향후 관련 일자리에 관심이 있다고 응답했는데, 이들 가운데 ‘해당 분야 취업을 위한 전문적인 지식이나 기술 부족’을 당면한 애로사항으로 꼽은 사람이 거의 절반인 47.3%였다. 그러므로 청년이 문화정책의 주체로 자리매김할 수 있도록 하는 정책 환경 조성 and 청년의 역량 강화를 위한 정책 마련이 필요하다.

다. 정책 체감 효과 강화

「청년기본법」 시대의 도래와 함께 각종 청년정책이 쏟아져 나와 작년에만 주거, 복지, 문화, 참여 등 전국에서 시행된 정책이 총 2,930개(중앙 239개, 지자체 2,691개)에 이르렀다(한국고용정보원, 2021). 하지만 이렇게 풍성한 정책에도 불구하고 정작 정책 대상자이자 수혜자가 되어야 할 청년 당사자들의 정책 인지도와 경험률은 매우 낮다. 이런 현실은 국무조정실 청년정책추진단(2020)의 온라인 청년패널 설문조사에 잘 나타나 있는데, 이에 따르면 문화 분야의 정부 정책으로 ‘문화가 있는 날(74.3%)’을 제외한 여타 정책의 인지도는 평균 30%대 미만으로 매우 낮았으며, 실제 경험률 역시 매우 낮았다.

한편, 2019년 12월, 2,360명의 청년을 대상으로 실시한 온라인 수요조사에서도 청년 당사자들의 정책 인지도(평균 38.3%)와 수혜율(평균 7.2%)은 매우 낮았고, 필요 수준(평균 85.9%)보다 실제 도움 정도(평균 73.4%)가 더 낮게 나타나(변금선 외, 2019) 청년들은 청년정책(사업)의 필요성에 공감하고 높은 참여 의사를 보이지만 인지도나 수혜율은 상대적으로 낮은 것으로 판명되었다. 비슷한 조사로, 2020년 8월, 1,018명의 경상남도 청년을 대상으로 실시한 실태 보고에 따르면, 청년들은 모든 청년정책 분야를 고르게 매우 중요하게 생각하고 있지만 해당 정책에 대한 만족도는 모두 낮게 나타났다. 이 가운데 중요도 대비 만족도가 특히 낮은 영역은 ‘문화·여가활동 지원 정책’, ‘청년의 정책 참여 보장 및 지원 정책’, ‘청년을 존중하는 문화 형성’ 등이었다(경상남도, 2020).

이런 사실들을 통해 볼 때, 현행 청년 문화정책을 포함한 대부분의 청년정책이 실수요자인 청년들의 체감과는 거리가 멀다는 것을 알 수 있다. 한편, 본 연구가 수행한 ‘청년 문화인식 및 문화정책 의견 조사’에 따르면, 청년들은 자신이 직접적인 혜택을 받을 수 있는 정책과 다수가 참여할 수 있고 수혜자가 될 수 있는 정책에 관심이 많았다. 그러므로 청년 문화정책에 대한 인지도와 청년 문화정책에 대한 체감 효과를 높일 수 있도록 청년 문화정책 방향이 설정되어야 한다.

제2절 정책 과제

1. 청년의 문화적 역량 강화 및 교류 증진

가. 문화를 통한 ‘사회적 기여’ 기회 증대

본 연구가 수행한 설문조사에 따르면, 문화, 예술, 관광, 콘텐츠 분야에서 일한 경험이 없는 845명 중 41.5%가 향후 관련 일자리에 관심이 있다고 응답했다. 이 결과는 문화 분야 일자리에 청년세대의 관심이 매우 높음을 시사한다. 다만 해당 분야 취업을 위해 ‘전문적인 지식이나 기술이 부족하다’라고 답변한 사람이 47.3%, ‘준비에 돈이 많이 든다’는 답변이 10.8%, ‘실력을 쌓고 기술을 연마할 시설이나 공간이 부족하다, 경쟁이 너무 치열하다’가 각각 9.1%로 나타나 취업을 위한 실질적 지식과 기술을 배울 수 있는 접근성이 높아져야 함을 유추할 수 있다.

한편, 본 연구에서 추진한 전문가 자문 의견에 따르면, 청년 문화정책이 사회문제 해결에 보탬이 되도록 유도하는 방안의 하나는 청년들이 시민 문화 활동가로서 사회문제 해결을 위한 공공근로에 종사할 수 있도록 지원하는 것이다. 청년들에게 공익적 노동 기회를 제공하면 청년 고용 문제를 우회적으로 해소하는 동시에 직간접적으로 사회적 경제조직이나 사회적 기업, 비영리민간단체와 비정부시민운동단체가 수행하는 바와 같은 사회적 서비스 제공 및 사회봉사 기능을 담당할 수 있다. 그 예로 문화체육관광부가 추진하고 한국문화원연합회가 책임 운영 중인 ‘문화품앗이’가 있다. ‘문화품앗이’는 문화 체육 자원봉사의 수요-공급 연결시스템으로, 문화·체육 분야의 시설 관리자와 단체 등은 봉사자를 모집 및 관리할 수 있으며 개인, 동호회, 전문가들은 봉사자로서 자신에게 맞는 다양한 문화 체육활동에 참여할 수 있다¹⁴⁾. 그러므로 청년 문화정책이 사회문제 해결에 보탬이 되고 청년들이 자신의 전문 영역에서 공익적 노동과 현장을 경험할 수

14) 문화품앗이(문화체육자원봉사 연결시스템) <https://csv.culture.go.kr/frt/main.do>

있게 하려면 ‘문화품앗이’ 같은 기존의 문화정책을 더욱 확대하여 적극적으로 활용할 필요가 있다.

나. 글로벌 청년문화 교류 증진

한류의 세계화와 더불어 우리 사회는 청년들의 글로벌 액티비티를 지원해야 하는 시점에 와 있다. 본 연구의 조사에서 문화 활동이 청년의 자아확인 및 지식 역량강화의 측면에 중요성이 있다고 응답한 청년이 각 12.1%, 10.9%로 나타났으며, 이는 「청년기본법」에서 청년정책 추진 시 고려하도록 제안하는 청년 개개인의 자질향상과 능동적 삶의 실현에 속하는 활동이기도 하다. 청년, 특히 청년 예술인의 해외활동 즉, 글로벌 액티비티는 주로 한국 문화의 홍보에 초점이 있었던 이전 세대들의 활동과는 다른 차원의 추진이 필요한데, 이를 위해서는 문화체육관광부와 외교부의 정책 연계와 협력이 필요하며, 무엇보다 이와 같은 문화인재를 양성할 수 있는 교육이 필요하다.

예를 들어 아시아 지역 청년 문화교류 활성화를 들 수 있다. 우리 정부는 아세안의 주요 국가와 교류협력을 강화하기 위해 신남방정책을 적극적으로 추진하고 있다. 국가 간 교류 이전에 청년들은 대중문화(한류)를 중심으로 문화적으로 직간접적인 교류를 활발히 하고 있으며, 이해를 증진하고 있다. 미래 아시아를 끌고나갈 청년들간의 교류를 발전시키기 위해 문화를 비롯한 이들 국가들의 다양한 정보가 축적되고 상호 교류될 수 있는 기능이 필요하다. 따라서 (가칭)아시아청년문화센터를 우리 정부 차원에서 설치하고, 아시아 국가들의 다양한 문화적 네트워크 사업을 지원할 수 있도록 한다. 아시아권 청년들의 문화교류라는 점에서 광주 아시아문화중심도시 사업 혹은 국립아시아문화전당과 연계 추진을 적극적으로 검토할 수 있을 것이다.

[사례] 유럽의회(Council of Europe)의 ‘European Youth Centres’

유럽의회(Council of Europe) 내 유럽청소년센터(European Youth Centres)는 유럽청년재단(Europe Youth Foundation)과 함께 대표적인 유럽의 청소년정책 중 하나임
프랑스 스트라스부르(Strasbourg)와 헝가리 부다페스트(Budapest) 두 곳에 위치하는데, 숙박시설을 갖춘 국제 교육 및 컨벤션센터 기능을 가지고 있으며 연간 40~50개의 활동프로그램을 운영하고 있음.
정당조직, 사회교육 및 종교단체, 농촌청년운동, 노동조합 및 환경네트워크 등과 관련된 40개 정도의 조직이 유럽청소년센터와 정기적으로 협력하고 있음.

자료: 유럽의회(Council of Europe) 홈페이지 (<https://www.coe.int/en/web/youth/mission-and-mandate>, 접속 일자 2021.11.30.)

2. 문화 분야 청년일자리 정책 마련

가. 문화 분야 ‘일(job)’ 경험 확대

「청년기본법」에 기반 한 「제1차 청년정책 기본계획(21~25)」에서 가장 선행된 정책 방향은 일자리다. 본 연구의 조사에서도 문화부문 일자리 무경험자의 취업 시 애로사항으로 ‘전문적 지식이나 기술이 부족하다(47.3%)’가 가장 높은 비율을 보였다. 이에 문화 분야에서 일하고 있는 청년세대와 문화 분야 일자리에 관심이 있는 청년세대를 구분하여 이들 각각에 대하여 필요한 역량 증진 교육 사업을 실시할 필요가 있다. 이 사업은 고용노동부의 교육 프로그램과도 연계가 가능하다. 다만, 2021년 11월 현재 고용노동부 교육훈련 홈페이지(<https://www.hrd.go.kr/>)에서 제공하고 있는 문화 분야 교육 훈련은 총 8건으로 온라인과정으로만 구성돼 있어 타 분야가 스마트훈련과정, 일-학습 병행과정 등 다양한 분야로 교육을 지원하는 것과는 차이가 있다. 또한 고용노동부가 제공하는 프로그램은 직업훈련을 목적으로 추진되어 ‘취업성공패키지’(청년의 경우 중위소득 120%이하 지원 대상), ‘일학습병행’(산업현장 실무형 인재양성), ‘과정평가형 국가기술자격’ 등의 지원제도를 연계하고 있는데, 이는 문화분야 일자리와 현장의 현황과 직업훈련 방식에 차이가 있어 적용하기 어려운 실정이다. 이에 대한 대안으로 고용노동부 교육 프로그램 내 ‘문화분야 일자리’ 교육을 신설하고 현장에서 근무가 가능할 수 있도록 일 경험 대상 기관 및 사업장 확보를 추진할 필요가 있다.

특히 이러한 직업교육훈련과 연계하여 고용노동부가 추진중인 ‘일경험프로그램’과의 연계가 필요하다. ‘일경험프로그램’은 일경험을 통한 구직의욕 고취, 직장 적응능력 향상 등 취업 역량을 제고하는 ‘체험형’과 일경험을 통한 직무역량 향상 및 취업연계가 가능한 ‘인턴형’이 있는데 NGO, 공공기관, 민간기업 등 폭 넓은 참여신청이 가능하다. 이와 관련하여 단기적으로는 공공문화기반시설, 문화재단 등 국공립 문화관련 기관에 ‘체험형’ 일자리를 확대하고, ‘인턴형’ 프로그램을 통해 채용하는 방식을 권고하는 등으로 문화분야 일경험프로그램을 시작할 수 있다. 이 경우, 국공립 기관에는 경영평가에 성과로 반영하고, 민간기관은 현재 고용노동부가 추진하는 지원금액(근로시간별 최저임금 한도 내에서 기업이 실지급한 금액만큼 지원금 지급 등)을 받을 수 있음을 홍보하여 민간 문화기관에도 해당 사업을 확대하여 지역 간 기회의 편차를 줄이는 방안을 검토해야 한다.

문화분야의 일 경험 프로그램을 추진하는 국공립기관은 사전에 투명하게 공개함으로써 문화분야의 일자리 접근성을 낮추고 관련 지원교육을 고용노동부 등과 연계하여 유입할 수 있는 계기를 다양하게 확보하는 것이 필요하다.

한편 청년 문화예술 지망생을 위한 정부 차원의 대표적 교육 사업으로 한국문화예술위원회의 ‘한국예술창작아카데미’, 영화진흥위원회의 ‘한국영화아카데미’, 한국콘텐츠진흥원의 ‘에듀코카’가 있다. 이들 교육프로그램의 일환으로 과정 수료 후 창작제작비 지원, 국립예술시설 및 기관 인턴십 등과 같은 청년들의 사회진출 지원을 확대할 필요가 있으며, 이를 위한 예산 확보, 기관 간 협력 강화를 추진해야 할 것이다.

〈표 4-1〉 청년 문화예술인 지망생 대상 아카데미 사업

구분	목적 및 취지	주요프로그램	후속 조치
한국예술창작아카데미 (한국문화예술위원회)	차세대 유망 예술가가 다양한 창작 소재를 개발하고 심층적으로 조사연구하여 수준 높은 창작활동을 할 수 있도록 단계별 과정 지원 선정 차세대 예술인들 간 네트워킹 지원을 통해 창작 소재 확장 및 협업 파트너 모색 지원	1년 과정 문학, 시각예술, 연극, 무용, 음악, 전통예술 분야의 창작화 교육 무대조명음향 등 무대예술, 공공프로젝트 및 창작기획 등 기획(aPD) 등 기획 교육	조사연구 및 발표지원금 지원
한국영화아카데미 (영화진흥위원회)	국내 영화산업 전문인력 양성을 위한 영화 전문 교육기관(1984년 설립) 실습위주, 소수정예 밀착교육 실시	1년 과정 (정규과정) 연출, 촬영, 애니메이션, 프로듀싱 전공 정규과정 외 사전제작과정, 장편과정, 기술과정, 글로벌 과정 등 특별과정 설치	정규과정 이후 장편과정으로 연결하여 영화창작금 지원
에듀코카 (한국콘텐츠진흥원)	콘텐츠산업 분야 융합형 창의인재양성기구	콘텐츠 창의인재동반사업(프로젝트 중심의 현장 밀착형 멘토링으로 오프라인 중심) 장르(방송영상, 게임, 만화/애니/캐릭터), 문화일반(음악공연), 인문/경영 등)별 온라인 강의	-

**[사례] 영국 문화미디어스포츠부(DCMS)의
‘National College for Creative and Cultural Industry’**

영국 내에서 창작 및 문화 분야의 고급 전문인력을 양성하기 위한 2016년 처음 설립
영국 전역에서 창작 및 문화와 관련된 직업적 교육을 지원하는 기관인 Creative and Cultural Skills에서 운영함.
무대관리, 영상제작, 기술지원, 이벤트 관리 등을 교육을 전문적으로 제공하며, 1년 간 교육과정 이수 후 영국 국립오페라단, 영국국립박물관, BBC, Live Nation 등 유수의 국가기관에서 현장실습을 진행함.

자료: 최보연(2017), KCTI 정책리포트-영국 문화정책백서(The Cultural White Paper) 심층 분석, 한국문화관광연구원

나. 문화일자리 매칭 사업 추진

문화예술 관련 공공 및 민간사업과 창업지원 등을 통해 공공·민간 영역의 구인·구직이 활발히 이루어지고 있으나 관련 정보가 체계적·통합적으로 제공되지 못하고 있다. 또한 모든 직업군은 지속적으로 변화하는데, 특히 문화 분야 일자리는 분류체계가 명확하지 않고 명칭 또한 다양하여 현황 파악에 한계가 많다. 예를 들면, 지방자치단체가 추진하는 ‘문화도시 사업’ 등에 포함된 ‘문화기획자’의 경우, 매우 다양한 이름 아래 문화 분야 사업을 기획 및 관리하고 있다. 이러한 인력의 특징은 4대보험에 가입되지 않은 경우가 많으며 2~30대가 주축이라는 점이다. 이들은 취업 및 수입에 무관하게 ‘창의적인 활동’과 하고 싶은 것을 즐기는 ‘올로족’ 등으로 지칭되어 왔지만, 이미 이런 유형의 활동을 ‘업’으로 삼는 이들이 다양한 이름으로 존재한다. 따라서 이들의 실태를 파악하고 조사하여 직업군으로 분류하려는 노력이 필요하다. 즉, ‘문화기획자’처럼 성격은 유사하지만 지역에 따라 다른 이름으로 불리는 사업 관련 직업군을 파악하여 ‘문화분야 직업’으로서 안정적으로 정착할 수 있는 기반을 마련해줄 필요가 있다.

우선 ‘(가칭)문화 분야 직업 찾기’ 사업을 추진할 수 있다. 이는 문화체육관광부의 청년 및 일자리 관련 부서 담당으로서 지방자치단체, 지역문화재단 등의 협조를 통해 캠페인 형식으로 진행하되, 빠른 시일 내에 현황 파악과 더불어 관련 일자리 육성을 위한 기본계획을 세우는 것이 목표다. 이 사업은 정식 직업군으로 분류되지 않은 문화 분야 직업인들을 발굴해 향후 일자리 확대와 지원을 위한 기초 사업으로 추진될 필요가 있다. 이러한 노력은 향후 ‘문화체육관광 분야 일자리’로서 관련 산업분류에 반영되는 기초자료로 활용될 수 있기에 지속적으로 발굴하고 관련 산업계에 대한 이해도를 높여 나가야 한다.

또한 국공립 문화기관 및 시설, 지역문화재단 등 지자체 출연 기관, 문화예술콘텐츠 관광 분야 민간 기업 및 협회가 참여하는 문화 분야 일자리 박람회인 ‘(가칭)청년문화잡월드(JOB WORLD)’ 개최를 적극 검토한다. 직업 체험, 현장 리크루팅(recruiting), 청년문화교류 행사 및 회의가 접목된 행사로 기획하여 청년들이 문화 분야의 다양한 직업들을 경험하고 채용의 기회를 획득할 수 있도록 해야 할 것이다.

3. 지역 기반 청년문화 여건 개선 및 활성화

가. 지역 내 청년문화의 거점으로 생활SOC(도서관·생활문화센터) 활용

청년의 문화 참여 기회를 지역 여건에 차별을 두지 않고 지원하기 위해 문화예술창작 및 문화향유를 뒷받침하는 청년 문화 인프라 지원사업을 추진할 필요가 있다. 특히 본 연구에서 수행한 조사의 IPA 분석에서 '생활권 내 청년 특화 문화공간 제공·조성'이 중요도와 시급성이 높게 나타났고 수도권과 비수도권 간의 문화적 격차가 대체로 있음이 드러난 만큼 생활권 중심의 청년문화 거점 활성화 방안이 검토될 필요가 있다.

현재 문화체육관광부는 이를 위한 사업으로 공연예술 창작거점 조성사업(2021년 총 1,430백만 원) 외에도 공연 창작활동 지원, 연습공간 지원, 홍보·마케팅 지원, 상설 공연장 운영, 신진·청년인재 육성 사업 등을 운영하고 있다. 또한 지자체에서 문화 활동 및 예술인 창작공간은 기존 지역 문화기반시설 혹은 도시재생 지역 유휴공간 등에 조성하여 운영하고 있으나, 단순 공간 대여로는 창작활동 유형에 따라 필수적으로 요구되는 환경을 충족하기에 한계가 있으며 민간 또는 민간위탁 운영에 따른 예산, 프로그램 구성의 한계가 있다. 따라서 청년 문화예술인과 지역주민들의 일상적 문화 활동을 지원할 수 있는 거점 공간 마련으로 청년 거점 공간의 확대 및 모델화가 필요하다.

이에 대한 대안으로 청년 커뮤니티 공간 구축 사업을 추진할 수 있다. 지역 여건에 차이를 줄이는 것이 목적인 만큼 청년 커뮤니티 공간은 모든 지역에 가장 접근성이 높은 곳에 설치되어야 할 필요가 있다. 청년 커뮤니티는 가장 손쉽게 문화 활동을 향유하고, 활동을 할 수 있는 곳으로, 학력과 나이, 성별, 출신과는 무관하게 공동체를 이룰 수 있는 기회를 얻을 수 있어야 한다. 이에 가장 적합한 공간은 도서관과 생활문화센터 등 지역사회 내 생활SOC라고 할 수 있다.

우선 공공도서관은 청년들이 가장 많이 이용하는 문화시설 중 하나이며, 접근성이 높고 이미 다양한 편의시설 확보와 다양한 프로그램 운영이 이루어지고 있어 청년 문화공간으로서 최적화되어 있다. 2020년 기준 우리나라 공공도서관의 수는 1,172관이며 작은도서관은 6,474관이다. 지역별로 확인해볼 때, 공공도서관의 경우 적게는 12관(세종시), 많게는 286관(경기도), 작은도서관의 경우 적게는 55관(세종시), 많게는 1,508관(경기도)이 운영되고 있다.¹⁵⁾ 공공도서관의 개관 수는 지속적으로 증가 추세에 있는데

특히 국립도서관, 대학도서관까지 포함하면 그 수는 더 많으며, 2~3개 기초자치단체 내에 반드시 도서관이 자리하고 있다고도 볼 수 있다. 즉, 현재 가장 접근성이 높은 도서관에 청년 커뮤니티를 조성하는데, 특히 이 경우 기존의 공간을 적극 활용하여 조성하는 공공도서관에 혜택을 부여하는 방식을 고려할 수 있다. 운영 내용으로는 청년 세대가 직접 체험, 향유, 교육을 하고 싶은 분야를 지원하는 방식으로 동호회 지원, 전문가 연계 교육프로그램 제공 등을 서비스 할 수 있다.

**[사례] 도서관과 협력한 특성화 공간 사례
서울시 강동구 성내도서관-북합문화공간 '엔젤공방 허브센터'**

강동구립성내도서관은 2007년 최초 건립된 이후 2020년 리모델링과 증축을 통해 본관은 어린이 전용공간, 신관은 엔젤공방 허브센터와 연계한 청년 창업네트워크 거점 공간으로 개편하였다. 엔젤공방은 2016년부터 성내동 도서관과 통화로 주변의 번중업소를 걷어내고, 그 자리에 저마다의 재주를 가진 청년들이 운영하는 공방을 입점시켜 주거환경 개선과 사회적경제 방식의 일자리를 창출하는 강동구의 사업이다. 엔젤공방 허브센터는 지하1층, 1층, 2층 총 3개 층을 활용하고, 3층부터 5층까지는 성내도서관 별관으로 활용하는 형태다. 엔젤공방 허브센터는 시민 누구나 활용할 수 있는 다목적실, 랩실, 회의실, 공동교육 체험장 등을 운영하고 있다. 프로그램으로는 공예체험 프로그램, 마켓 운영 등을 추진한다. 센터의 운영은 강동문화재단이 담당하고 있다.

자료 : 강동구 엔젤공방 허브센터 블로그

(<https://m.blog.naver.com/gdangelhub> 접속일자 : 2021.11.29.)

성내도서관-엔젤공간 허브센터 전경



한편 공공도서관의 이용이 상대적으로 불편한 지역의 경우 중앙정부와 지자체가 협력하여 '생활문화센터' 건립운영을 적극적으로 검토·추진한다. 관계부처 합동의 「2022년 생활SOC 복합화 사업 선정 가이드라인」에 따르면 문화체육관광부가 소관하는 생활문화센터의 경우 단일시설 국비 40%, 복합시설 국비 50%(용지매입비 제외)를 지원하고, 복합시설의 경우 최대 9억원(조성면적 600㎡)를 지원하는데, 지원조건으로는 필수시설(마주침공간 1개소, 방음공간 1개소, 마루공간 또는 학습공간 1개소 이상)을 조성하는 것이다. 현재의 조성 조건에서 청년 대상 정책을 반영하여, '청년 커뮤니티 조성'을 필수시설 선택으로 반영하여 '청년 커뮤니티 조성'을 건물에 반영할 경우 기존 필수시설 중 1개소를 축소할 수 있는 방안을 검토할 수 있다. 이는 청년 세대가 많이 거주하는 지역과 방음공간, 마루공간 조성에 부담을 갖고 있는 지자체에 건립·조성비에 대한 부담을

15) 문화체육관광부 국가도서관통계시스템(<https://www.libsta.go.kr/libportal/main/main.do>) 참고

줄이면서 청년 특성화 공간을 마련할 수 있는 장점이 있다.

한편, 이미 조성된 생활문화센터가 ‘청년 커뮤니티 조성’을 추진할 경우 문화체육관광부가 추진하는 생활문화센터 운영지원 사업, 지역문화인력 지원사업 등에 신청할 시 가산점을 부여하는 방식 등을 적용하여 기존 생활문화시설에도 청년 커뮤니티를 확보할 수 있다.

〈표 4-2〉 생활문화센터 내 청년 커뮤니티 특성화 공간 반영(안)

필수시설(현재)	실면적 기준		필수시설(변경안)	실면적 기준(변경안)
마주침공간 1개소	최소 50㎡ 이상	⇒	마주침공간 1개소	최소 50㎡ 이상
방음공간 1개소	최소 30㎡ 이상(주민자율공간)		방음공간 1개소 또는 마루공간 1개소 이상	최소 30㎡ 이상
마루공간 또는 학습공간 1개소 이상	실면적 최소 30㎡이상(주민자율공간)		학습공간 또는 청년 커뮤니티 특성화 공간	최소 30㎡ 이상

나. 청년특화 문화지구 지정조성 지원

온라인 중심의 커뮤니티 형성이 현 시점 대세이긴 하지만 만남과 교류를 통한 공동체성 형성은 거리와 광장을 기반으로 이루어질 필요가 있다. 홍대, 신촌과 같은 전통적인 청년문화공간은 창조와 저항의 문화를 생성·유통하고 청년들의 연대의식을 강화하는데 기여해왔다. 따라서 생활SOC 등 시설 사업과 동시에 생활권을 중심으로 한 지역별 청년특화 문화지구¹⁶⁾ 지정·육성을 적극 검토할 수 있다.

특히 전체 인구 대비 청년 인구(19~34세) 비중이 낮고, 문화예술 여건이 상대적으로 낮은 지역(수도권, 광역시 제외) 내 대학가나 청년밀집지역을 대상으로 ‘청년문화지구’를 지정하고 거리환경 정비, 소규모 문화예술커뮤니티공간 조성 및 활동 지원을 검토할 필요가 있다. 문화예술 여건이 상대적으로 낮은 지역은 공공뿐만 아니라 민간 문화시설의 유입을 또한 낮은 경향을 보여 참여 기회를 보장받는데 어려움이 있다. ‘청년문화지구’는 공공 문화기관뿐만 아니라 민간 문화시설, 문화단체 등의 유입할 수 있는 혜택을 폭

16) 문화지구는 문화시설과 문화업종의 육성, 특성화된 문화예술 활동의 활성화 또는 문화자원과 문화적 특성의 보존을 위하여 「지역문화진흥법」 제18조에 따라 지정된 지구를 말함. 현재 지정 대상은 문화시설 등이 밀집한 지역, 문화축제가 지속해서 개최되는 지역, 유무형의 문화자원이나 특성이 보존된 지역 등 3가지로 유형화되어 있으나 문화지구 제도는 인사동을 기준으로 만들어졌기 때문에 현재 제도를 그대로 활용하기에는 한계가 있음(라도상, 2017). 또한 문화지구는 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」상 용도지구의 하나로 도시계획 상 규제와 관리의 대상이기 때문에 이를 진흥하기 위한 제도개선에 있어 다른 용도지구와의 형평성, 관련 부처와의 협조 등을 고민할 필요가 있음(문화체육관광부, 2017)

넓게 지원하여 공공과 민간이 어우러지는 문화 집적 공간으로 구축하는 것을 목표로 한다. 「지역문화진흥법」 제18조를 근거로 ‘문화지구’ 조성에 대한 검토와 더불어 ‘청년 문화지구’를 문화지구의 한 분류체제로 시행령 또는 시행규칙 등에 반영하여 조성 목적을 명확히 하여 해당 기초지자체에 예산 또는 사업 우선권 부여 등으로 실질적인 혜택을 지원하는 방안이 함께 검토되어야 한다.

**[사례] 영국예술위원회(Arts Council England)의
“Creative People and Place”**

Creative People and Places는 예술과 문화에 대한 참여가 전국 평균보다 현저히 낮은 지역을 대상으로, 이들 지역에 사는 사람들의 삶에 창의적인 기회 제공을 목적으로 추진
2022년부터 2025년까지 한 지역 당 75만~100만 파운드(한화 약 12~16억 원) 예산 지원
청년에 국한된 사업은 아니지만, 문화와 예술을 통해 지역재생과 지역공동체 활력 증진을 도모

자료: 영국예술위원회(Arts Council England) 누리집

(<https://www.artscouncil.org.uk/creative-people-and-places/creative-people-and-places-2022-25-joint-national-portfolio>, 접속일자 : 2021.11.30.)

다. 지역혁신(regional innovation)의 거점으로 지역 내 ‘예술대학’ 기능 강화

청년 예술대학인의 사회참여 확보를 위해 지역사회와 예술대학 간의 연대·협력이 필요하다. 지역의 예술대학은 소재 지역을 중심으로 성장·발전해왔으며 지역 문화예술의 역량은 지역 소재 예술대학에서 배출된 창의적 인력에 의해 좌우된다고 해도 과언이 아니다. 따라서 예술대학의 성장은 중앙정부 못지않게 지자체의 역할도 크다 할 수 있다. 예술대학은 문화예술분야 청년인력이 배출되는 주요한 기관으로 이 지금보다 더 혁신적인 성장을 통해 지역사회 인재 개발에 힘써야 한다.

관련 프로젝트 시행 방안으로 첫째, 지역 문화기관 및 시설과의 협업으로 지역문화재단(광역 17, 기초 86, 2020년 1월 현재)이나 문예회관·박물관·미술관 등 문화기반시설과 지역 예술대학 간 협약 및 공동사업을 활성화하는 것이 가능하다. 둘째, 문화예술 기반 지역혁신체계(Regional Innovation System, RIS)¹⁷⁾ 구축으로, 문화예술 자산과 인력에 기반한 지역발전 및 혁신 활동에 예술대학과 그 구성원인 청년의 참여를 적극적으로 유도하고, 이러한 사업에 정부·지자체가 지원을 확대하는 것이 필요하다. 셋째, 문화

17) 지역혁신체계(Regional Innovation System, RIS)는 지역 발전을 위해 지역의 대학, 연구소, 기업, 정부 등이 상시적으로 결합해서 소통하고 협력하는 체계를 의미함.(정종은, 2018)

예술분야 R&D 활성화가 필요하다. 즉, 순수 문화예술분야의 연구개발 사업을 확대하고 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 추진 중인 ‘문화콘텐츠 R&D 전문인력 양성 사업’에 예술대학과 그 구성원인 청년의 적극적인 참여를 유도하는 것이다. 넷째, 지역재생 및 발전으로, 문화도시(문화체육관광부)나 도시재생(국토교통부) 등 지역발전 사업에 예술대학의 역량을 활용할 필요가 있다. 끝으로 산업 및 일자리 창출로, 디지털뉴딜 사업 등 기술결합형 지역산업 육성에 예술대학과 그 구성원인 청년의 참여 방안 모색이 필요하다.

라. 문화예술분야 대학 동아리 활성화 및 교류 확대

지역 예술대학뿐만 아니라 대학 내 문화, 예술분야 동아리 참여 청년은 문화분야의 폭넓은 경험을 쌓는 장(場)으로 관련분야 일자리로 유입되거나 지역 문화예술에 있어 주요한 수요자로서 문화 분야 산업 및 정책 발전에 기여하는 잠재 인력이다. 현재 지역사회에 기반하여 활동 중인 전문 예술인, 문화기획자들 상당수가 대학에서 전문적인 문화 및 예술 교육을 받은 사람들이 아닌 대학 동아리 활동으로 진로 결정한 것을 감안할 때, 대학동아리 활성화 및 교류정책 강화를 통해 청년 개개인과 지역사회의 문화역량 강화를 모색할 수 있을 것이다.

구체적으로 대학 내 문화 분야 동아리의 지원 확대로 문화 경험을 위한 지원을 확대하고, 동아리 교류지원 사업으로 지역 간 문화 참여 격차를 줄이는 노력을 통해 대학 내 문화 분야 동아리 확산 및 참여 유인 방안을 마련할 필요가 있다.

이는 대학 내 문화 분야 동아리의 지원으로 참여 청년을 확대하고, 대학동아리 간의 교류를 통해 문화 분야 일자리에 관심이 있거나 문화향유 및 참여를 희망하는 대학생 청년을 위한 기회 확대의 목적이 있다. 더불어 문화를 매개로 한 대학간, 지역 간 교류의 장을 마련하여 정보 교류, 사회적 문제의 문화적 해결을 위한 기반 마련하기 위한 효과를 기대할 수 있다.

한편, 코로나19 등으로 인해 ‘연합동아리’로 지칭되던 다양한 동아리의 대학 간 교류 기회가 축소되고 특히 무대를 기반으로 활동하는 문화예술분야 동아리의 활동 폭이 좁아졌고 온라인 문화 활동이 오프라인 문화 활동 비율과 유사하게 나타났기에 온라인과 오프라인을 고르게 활용하여 문화 분야 대학동아리 교류 사업을 추진할 필요가 있다.

[사례] 지역문화진흥원 “생활문화동호회 활성화 지원사업”

전국적인 동아리 지원 사업에 대한 유사 사례로 지역문화진흥원의 생활문화동호회 활성화 지원사업이 있다. 이 사업은 전 세대, 전국을 대상으로 추진하고 있으나 생활문화를 기반으로 구성된 동호회를 지원하고, 매 년 생활문화축제를 추진함으로써 지역, 세대, 성별 등에 관계없이 다양한 생활문화인이 만나 교류하는 장을 마련한다는 데 그 의의가 있다. 특히 생활문화동호회 활동을 코로나19로 인한 거리두기 상황에 따라 대면, 비대면을 유동적으로 추진할 수 있도록 안내해 참여 동호회인들이 다양한 방식으로 생활문화를 영위할 수 있게 한 데 의의가 있다. 특히 2021년에는 포항 송도 송림수일대에서 축제가 개최되었는데, 현실을 유사하게 구현한 메타버스 공간에서도 축제를 함께 개최하여 대면과 비대면 체계를 고르게 활용하여 호평을 얻은 바 있다.



자료: 지역문화진흥원(<http://www.rcda.or.kr/2020/business/index3.asp#n>)

전국생활문화축제(http://www.everydaylifeculture.net/2021/html/metaverse_intro.asp#none)

4. 청년 문화 활동 지원 확대

가. 청년 문화 활동 활성화를 위한 재정 지원 확대

1) 전 청년세대 대상 문화바우처 도입 검토

선행연구들에 따르면, 청년은 대체로 자신의 현재 삶에 만족하지 않거나 ‘보통 수준’으로 느끼며 문화 활동이 ‘현재의 나의 고민과 걱정을 어느 정도 감소시켜 준다’고 생각한다. 또한 삶의 질을 높임에 있어서 문화 활동은 ‘중요한 편’이거나, ‘매우 중요’하다고 인식되고 있는데(박영정 외, 2015 등), 이런 사실들로 미루어보아 청년세대에게는 문화 활동이 삶의 질에 긍정적 영향을 줄 수 있는 주요 요소 중 하나임을 알 수 있다. 한편, 국민문화예술활동조사 결과, 연간 문화예술관람 횟수 및 관람률은 전 연령 평균이 3.1회 및 60%인 것과 비교해 2, 30대는 4.5회 및 78.3%(남성 77.4%, 여성 79.2%)로 나타나 횟수 및 관람률 모두에서 타 연령층보다 상대적으로 높은 것으로 확인되었다. 또한 본 연구가 수행한 설문조사에 따르면, 청년들은 직접적인 혜택이 있는 지원 정책을 선호하는 경향이 있으며 이러한 특성은 20대 초반에서 가장 뚜렷하지만 나머지 연령층에서도 대체로 높은 것으로 판명되었다. 이에 반해, 청년들이 문화향유 및 문화 활동 참여의 걸림돌이라고 주로 응답한 것은 ‘경제적 부담’과 ‘시간 부족’이었다.

문화향유는 「문화기본법」 제4조가 천명하는 국민의 권리로서의 문화권의 핵심적 요소이며 「청년기본법」 제2조(기본이념)는 청년정책을 추진할 때에는 정치·경제·사회·문화 등 모든 분야에서 청년의 참여 촉진을 고려해야 한다고 규정하고 있다. 따라서 청년 세대의 문화향유 현황과 장애요소 등을 종합적으로 검토하여 문화향유 기회를 증진시킬 수 있는 방안으로, 모든 청년을 대상으로 한 재정지원 정책 도입을 검토할 필요가 있다. 이른바 ‘청년 문화바우처’ 정책은 청년들의 문화 향유권을 보장하고, 이들의 문화예술 구매력을 증가시켜 장기적으로 문화산업시장의 기반을 확장함과 동시에 소비의 다양화를 촉진할 수 있다(손동기, 2020). 그러나 현재 문화바우처로 시행되고 있는 ‘문화누리 카드’는 저소득층을 대상으로 한 것으로서 수혜 범위가 제한적인 한계가 있다. 이에 이탈리아의 ‘문화 보너스 (Bonus Cultura)’ 사업¹⁸⁾, 프랑스의 ‘Pass Culture’ 같이 청년들의 문화생활 지원을 위한 문화바우처의 대상을 취약계층으로 한정하지 않고 모든 청년으로 대폭 확대하는 등의 변화가 필요하며¹⁹⁾, 특히 디지털 미디어와 온라인 매체 활용에 바우처 사용을 가능하게 하여 문화 바우처 활용도를 높일 필요가 있다.

단, 국가 재정여건 등을 고려하여 국외 사례와 같이 만 19세 성년이 되는 해에 단 한 번 일정 금액의 바우처 발급하고 지역화폐제도와 연계추진을 검토할 수 있을 것이다.

2) 저소득 계층 청년을 위한 문화누리카드 혜택 확대

생애주기로 볼 때 청년기에 형성된 문제는 이후 중·장년이 되어도 이어질 가능성이 높다. 때문에 장기적인 관점에서 볼 때 청년기의 문제는 전 세대에 영향을 미칠 수 있다는 점에서 매우 중요하다. 이는 문화 향유 부문에 있어, 특히 경제적으로 취약한 청년층에게는 문화누리카드 등을 추가적으로 제공함으로써 개인적 취향에 따라 더욱 적극적으로 문화를 향유할 수 있도록 지원할 필요가 있다. 이는 본 연구의 설문조사 결과로도

18) 이탈리아 문화 바우처인 ‘문화 보너스(Bonus Cultura)’는 2016년 마테오 렌치(Matteo Renzi) 정부 당시 문화관광부에 의해 만들어진 문화 바우처 사업으로, 이탈리아 청년들의 문화적 굶주림을 해소시켜주기 위한 방편으로 만들어짐. 이는 국가가 청년들에게 문화의 중요성을 알릴뿐만 아니라 높은 실업률로 인해 청년들이 사회에 대해 갖게 된 부정적인 시각을 개선하려는 정책이기도 함. 또한 사업을 통해 다양한 문화 콘텐츠로의 접근성을 제공하고 사회 계층 간의 문화격차를 해소하고자 했다는 점에서 의미가 있음(황정은, 2018).

19) 현재 서울청년정책네트워크 청년자율예산 정책제안으로 ‘서울형 청년 문화패스&바우처’ 사업이 제안되어 있음 (https://youth.seoul.go.kr/site/youthnet/budget/proposal/city/st01/view?mbrReceNo=MP20210611_0003).

드러난 사안으로, ‘청년 소외계층에 대한 문화 활동 지원’은 청년들이 가장 중요하고 또 한 가장 시급하다고 생각하는 청년 문화정책이었다.

현재 문화누리카드는 기초생활수급자 및 차상위 계층이면서 6세 이상이면 누구나 발급받을 수 있다. 청년 세대에 문화누리카드가 더욱 중요한 이유는 유형별 여가활동 참여율 중 문화예술 관람활동이 전연령 12.0%인데 비해 2,30대는 평균 18.6%²⁰⁾로 청년 세대의 문화 향유가 타 연령에 비해 더 활발하기 때문이다. 즉, 풍부한 수요가 있음에도 불구하고 재정적 어려움으로 현재 제공하는 기본적인 문화향유 기회를 놓치는 사례를 줄여 문화기본권을 충실히 보장하기 위함이다.

현재 제공되는 문화누리카드의 혜택을 동일하게 적용하되, “(가칭)청년문화+” 등의 브랜드 사업과 연계하여 청년을 대상으로 정책 수혜 대상 여부 확인 홍보를 강화하고, 기존에 활용하던 청년 세대에는 다양한 문화혜택을 골고루 경험할 수 있도록 문화분야 사업 소개를 병행할 필요가 있다. 또한 청년대상 문화바우처 혜택과 중복 지원 여부를 검토하되, 전 세대에 연 10만원 부여되는 문화누리카드의 혜택을 청년층에는 문화바우처 혜택과 더불어 추가적인 지원을 받을 수 있도록 적극적인 재정 지원 방안을 모색하는 것도 필요하다.

나. 가상공간 정책 대응 및 기반 구축

본 연구의 설문조사에 따르면 청년의 문화 활동 패턴 즉, 취미, 오락 활동의 경우 온라인으로 향유하는 비율이 57.51%로 오프라인보다 높았으며, 문화예술교육 활동도 49.96%가 온라인으로 이루어지고 있음이 드러나 온라인 문화 활동이 오프라인 만큼 활발하다는 것을 파악할 수 있다. 따라서 지역 특성에 구애받지 않는 동등한 서비스를 제공하기 위해 온라인 문화공간의 확대를 추진 할 필요가 있다. 이는 상대적으로 문화시설이 부족한 지역에서 느끼는 소외감을 줄이고 온라인으로 문화를 향유하는 것을 편하게 느끼는 청년세대에게 맞춤형 서비스를 제공할 수 있는 이점이 있다.

가장 시급하게 추진해야 할 사안은 가상공간에 대한 정책 대응과 관련 기반 구축이다. 지금까지 정책분야에서 온라인 대응은 통합서비스 홈페이지 구축, 동영상 기반 콘텐츠 제작 등이 주를 이루었으나 향후 청년의 문화향유 눈높이를 맞추기 위해서는 ‘메타버스’

20) 문화체육관광부(2020), 「2020 국민여가활동조사」 중 2,30대 데이터 재분석. 세부자료 부록 참고.

대응이 필수적이다. 메타버스의 이용객은 주로 20대 미만 청년 및 청소년 세대인데²¹⁾, 2020년 청와대는 어린이날을 기념해 마인크래프트에 청와대 맵을 오픈소스로 공개하고 청와대 체험을 제공했으며, 국립중앙박물관도 2020년에 언택트 어린이 박물관 마인크래프트 게임 서버를 오픈해 게임과 역사 체험을 함께할 수 있는 가상 공간 서비스를 제공했다. 롯데월드는 네이버 사의 메타버스 플랫폼인 ‘제페토’에 실제 ‘롯데월드 매직아일랜드’를 가상공간으로 구현하였는데 3주 만에 300만명의 방문자 수를 보였다.²²⁾ 이처럼 가상공간 활용이 능숙한 10대 및 20대 초반 세대는 이곳에서 서로 정보를 교환하고 커뮤니티를 형성하는 것을 넘어 직접 공간을 구현하고 아이템을 생산하여 수익을 창출²³⁾하기에 이르렀다.

이는 청년문화 인프라 구축을 가상공간의 영역까지 넓혀야 함을 시사한다. 문화체육관광부의 주도로 “(가칭)청년문화맵”을 국내 메타버스 플랫폼을 기반으로 구축하고 문화정책과 문화예술교육, 일경험 및 사회·정책 참여방안 등을 다각도로 홍보할 수 있는 장을 만들어야 한다. 이는 폭 넓은 계층의 청년세대 중 10대 후반부터 20대 초반을 대상으로 하는 정책사업에 적합한데, 이는 향후 5년 이내 이들이 경제적 기반을 갖추어 나아가는 청년 세대가 됨을 의미한다. 즉 지속적인 청년세대의 정책 참여 및 사업 유입을 위한 주요 방안이 되는 것이다.

또한 메타버스 기반 청년문화 인프라 구축은 지역의 한계가 없고 오프라인 시설에 비해 유지관리비용이 낮지만 참여(사용) 가능 인원이 무한하여 예산 대비 정책 효율성이 높다는 장점이 있다. 또한 플랫폼 접속을 통해 입장하기에 활용율이 명확하게 나타나며 오프라인 특성상 피드백이 빠르게 진행되어 청년 대상 정책홍보 방안으로 적합하다. 다만 빠르게 변화하고 발전하는 메타버스 맵의 특성상 다양한 시도를 통해 자주 맵을 변경

21) 안유리, “기성세대엔 낯선 메타버스...MZ세대는 ‘쉽고 친숙’”, 이투데이, 2021.10.5. (<https://www.ETtoday.co.kr/news/view/2066414>), 2021년 9월, 만 9세이하부터 50대까지 남녀 1033명에게 온라인 설문 실시 결과 ‘메타버스 직접 해 보니’ 10대 ‘쉬웠다 39.7%’, 20대 ‘쉬웠다 54.8%’, 30대 ‘보통이다 43.5%’로 나타남

22) 가수정, “제페토 롯데월드 맵, 개장 3주만에 300만 사용자 방문”, 아주경제, 2021.11.30. (<https://www.ajunews.com/view/20211110085310265>)

23) 가상공간에서는 가상화폐를 통해 아이템을 구매한다. 메타버스 플랫폼인 로블록스의 경우 모든 사용자가 프로그래밍을 통해 게임을 제작할 수 있고 이용자들은 게임을 구매하기 위해 ‘로벅스’라는 가상화폐를 지불한다. 이 때 발생하는 게임 수익을 개발자와 로블록스 측이 나뉘어지고, 일정 금액이 넘으면 로벅스를 실제 화폐로 전환해 준다.(참고:‘한나라, “‘젠, 로벅스로 돈 벌어요’...메타버스가 여는 크리에이터 경제’, 더피알뉴스, 2021.09.08. <https://www.the-pr.co.kr/news/articleView.html?idxno=47606>)

해 주어야 관심도를 높일 수 있는데, 이는 청년이 직접 문화공간을 구현하는 프로젝트를 실행함으로써 한계를 극복할 수 있다. “(가칭)청년문화공간 메타버스 맵 제작 사업”을 통해 청년이 직접 원하는 공간을 구현하고, “(가칭)청년문화바람회”를 통해 메타버스 맵을 실제로 구현하는 이벤트 등을 추진하여 정책 유입 동기를 획득할 수 있을 것으로 기대된다.

**[사례] 메타버스 기반 청년공간 구축 사례
서울시 관악구, 제페토 내 “청년문화공간 신림동 쓰리룸” 맵 오픈**

서울시 관악구가 전국 최초로 디지털 속 현실세계인 ‘메타버스’에 상호작용이 가능한 청년문화공간을 구현했다. 청년들의 문화생활을 지원하는 ‘청년문화공간 신림동 쓰리룸’의 다양한 서비스를 청년뿐 아니라 예비 청년인 10대들에게 온라인으로 제공하기 위해 메타버스 플랫폼을 선택했다. ‘제페토 메타버스 플랫폼’에 공간을 구현해 청년이 직접 센터에 오지 않아도 ‘신림동 쓰리룸’ 곳곳을 즐기고, 청년 관련 정보를 소통할 수 있도록 맵을 구축했다.

기사발췌 : 여영준, “관악구, 메타버스 플랫폼에 청년 문화공간 구현”, 시민일보, 2021.11.29.
(<https://www.siminilbo.co.kr/news/newsview.php?ncode=1160290177134337>)

메타버스 “청년공간 신림동 쓰리룸” 휴식공간



출처 : 제페토 맵 연구진 직접 촬영

메타버스 “청년공간 신림동 쓰리룸” 멀티콘텐츠 룸,
신림공방입구 및 정책설명 포스터



출처 : 제페토 맵 연구진 직접 촬영

다. 청년문화 통합브랜드 개발 : (가칭) 청년문화+

청년의 문화 활동 지원, 문화교육, 문화관련 일자리 등 문화와 관련된 정책사업 전반을 포괄하여 정보를 제공하고 이를 홍보하기 위한 방안으로 통합브랜드 구축이 필요하다. 이는 IMC(Integrated Marketing Communication), 즉 통합마케팅커뮤니케이션의 일환으로 광고, 판매촉진, 홍보 등 다양한 커뮤니케이션 수단을 통합해 비교·검토함으로써 최대의 커뮤니케이션 효과를 거둘 수 있도록 하는 총괄적인 마케팅 시스템을 차용한 방안이다. 가칭 “청년문화+”라는 통합 브랜드를 구축하여 정부의 주요 문화정책뿐만 아니라 문화예술교육진흥원, 지역문화진흥원, 광역 및 기초 문화재단이 수행하는 모

든 청년대상 문화정책 및 사업을 “(가칭)청년문화+”라는 브랜드를 활용하여 홍보, 추진하는 방안이다.

문화체육관광부는 2014년부터 문화가 있는 날을 매달 마지막 수요일(해당 주간 포함)로 지정하고 “문화가 있는 날”을 브랜드화 하여 사업을 추진한 경험이 있다. 이 정책에 따라 모든 문화기관과 문화기반시설에서 매달 마지막 주에 시행하는 행사나 사업에 문화가 있는 날 브랜드 CI를 활용하도록 하고 통합 온라인사이트(<http://www.culture.go.kr>)에 행사 정보를 제공하도록 하는 사업을 추진하고 있다. 문화가 있는 날 사업은 2015년 조사에서 인지도 45.2%, 참여율 37.2%를 보였는데 시행 5년차인 2018년 조사에서는 인지도 68.9%, 참여율 59.8%로 정책사업 인지와 참여율이 대폭 상승하였다.²⁴⁾ 해당 사업은 지자체합동평가 지표에 2019년까지는 정량지표(공공문화시설 문화가 있는 날 참여율 및 인지도), 2021년까지는 정성지표(문화가 있는 날 정책 추진 우수사례)로 반영되었다. 이는 브랜드 사업이 정책 인지도와 참여율에 영향을 미치며 특히 지자체와 협동하여 추진하였을 때 성과를 극대화 할 수 있다는 것을 시사한다.

“(가칭)청년문화+”는 “문화가 있는 날”에서 경험한 통합문화 브랜드 노하우를 바탕으로 청년 대상으로 정책 브랜드를 구축하는 사업이다. 다만, “문화가 있는 날”이 전 국민 문화향유권 확대를 위한 목적이었다면, “(가칭)청년문화+”는 청년세대의 문화향유뿐만 아니라 문화교육, 일자리, 정책참여, 공동체 확대 등 다양한 목표를 수행하기 위한 더욱 포괄적인 목적을 지닌다.

청년대상 문화정책 브랜드를 구축을 할 경우 현재 정부가 추진하고 있는 다양한 사업과 연계가 가능하고 폭넓은 홍보 방안을 활용할 수 있게 된다. 예를 들어 현재 문화체육관광부가 추진하는 “문화가 있는 날” 사업 내에서 청년을 대상으로 하는 프로그램(예: 청춘마이크, 동동동 문화놀이터 등)과 영화관, 공연장, 미술관, 박물관, 도서관 등에서 실시하는 청년대상 사업(예: 작은도서관 청년커뮤니티실험 지원사업 ‘청년팝’)에 통합브랜드를 활용하는 방안 등이 있을 것이다.

24) 대한민국 정책브리핑, “문화가 있는 날”, 2020.3.16.

(<https://www.korea.kr/special/policyCurationView.do?newsId=148866026>)

**[사례] 문화정책 통합브랜드화 사례
매달 마지막주 수요일은 “문화가 있는 날”**

‘문화가 있는 날’은 문화시설의 문턱을 낮추고 국민 모두가 문화가 있는 삶을 누릴 수 있는 계기를 마련하기 위해 도입됐다. 2014년 3월 ‘문화기본법’이 시행되면서 국민의 문화권을 보장하고 문화의 가치가 사회전반으로 확산할 수 있는 근거가 마련됐다. 기존 문화예술 관련 법률은 창작자와 공급자 중심의 정책 위주로 펼쳐져 국민 일반의 문화향유와 삶의 질 향상을 위한 제도적 기반이 부족했다. 모든 국민의 자유로운 문화 창조와 참여, 문화를 향유할 권리를 보장하기 위한 수요자 중심의 문화정책이 필요했다. ‘문화가 있는 날’은 국민이 한 달에 한 번만이라도 문화를 통해 행복한 삶을 누릴 수 있도록 도입한 제도다.

2020년에는 17개 시도 모두 지역 자율프로그램을 참여하고 있고(2019년 14개 시도 참여) 민간참여 프로그램은 2019년 33개에서 2020년에는 42개로 확대되는 등의 성과를 보이고 있다.

출처 :대한민국 정책브리핑, “문화가 있는 날”, 2020.3.16.

(<https://www.korea.kr/special/policyCurationView.do?newsId=148866026> 접속일자 : 2021.11.30.))



5. 청년 문화정책 지원체계 구축

가. 문화체육관광부 직속 ‘청년위원회’ 구성

청년 문제의 발생 원인과 전개 양상에는 매우 복합적인 동인이 내재하나, 현실에서는 많은 지방정부의 경우 청년전담팀은 일자리과에 속해 있으며 그 밖의 다양한 부서에서 개별적으로 사업을 추진하고 있어 사업 간의 조정과 통합을 위한 부서가 부재한 상태다. 이런 현실은 청년 문제의 실질적이고 포괄적인 개선에 장애가 되기 때문에 단체장이나 부단체장 직속으로 전담조직을 설치하여 구조적 차원에서 전담조직의 위상을 강화하는 등의 조치가 필요하다.

문화체육관광부는 청년문화정책 전담부서의 신설을 추진하고 있는 바, 전체 청년 문화정책을 조정·관리하는 한편, 전문가 및 현장 의견을 수렴할 수 있는 내외부의 정책 추진체계 구축에 대한 고민이 필요하다. 또한 전국에 산재한 171개의 청년센터들은 지역 간에 역량 격차가 커서 예산, 인력, 전문성 확보 등에 편차를 보인다. 이와 같은 지역 청년센터 간의 격차를 해소하고 조정하기 위해서는 중앙행정 기관의 역할 확충과 담당 조직 정비가 절실하다.

행정 조직체계의 협력과 정비의 현행화를 위해서는 문화체육관광부 장관 직속의 (가칭)청년위원회의 조직이 선행될 필요가 있다. 청년위원회는 문화체육관광부 정책 전반에

있어 청년의 목소리를 전달하는 창구의 역할을 부여한다. 이들은 문화기반시설 확충, 사업프로그램 개발 등에 있어 청년 유입 확대 방안을 제안하는 역할을 하는데, 특히 청년 대상 사업을 추진함에 있어 프로젝트 제안, 기존사업의 조정 등을 토론하고 이를 정부부처에 전달하는 역할을 수행할 수 있다. 이는 부처가 추진하는 정책사업의 시행착오를 최소화하고 정책 대상인 청년 세대의 목소리를 직접적으로 대표성 있게 수렴할 수 있으므로 정책의 빠른 시행과 사업의 실효성 제고에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

나. 청년의 문화정책 결정 및 평가 참여 확대

청년들의 의사결정 참여를 중심으로 문화에 대한 포괄적인 접근과 의제들을 발굴한다면 청년들의 문화 활동 및 인식변화에 부응하는 문화정책을 수립할 수 있다. 그러므로 청년들의 실질적인 참여를 통해 이해당사자의 욕구에 기반한 문화정책을 수립 및 추진하고 추진된 정책에 대한 모니터링 및 평가까지 지속적으로 이루어지는 시스템 구축이 필요한데, 이를 통해 청년들은 정책을 기획하고 직접 참여하는 주체로 상정되며, 청년문화정책의 구조를 공급자 중심에서 수요자 중심으로 변화시킬 수 있다.

이와 관련된 정책 중 하나로 변철희(2020)는 지자체의 다양한 계획과 정책 사업의 평가에 청년들의 참여를 이끌어 그들에게 정책 추진 여건, 문제점 파악 등 정책을 접하고 이해하는 기회를 제공하는 것이 필요한데, 예를 들어 문화영향평가를 활용한 청년들의 정책 의사결정 참여 시스템을 제시한 바 있다. 또한 본 연구의 전문가 자문을 통해 제안된 사항으로, 청년 문화정책의 수립 혹은 평가위원회 구성에서 일정 비율 청년의 참여를 보장하는 쿼터제(예를 들면 청년비율 최소 40% 이상, 분야별 참여 비율 설정 등) 도입 또한 검토가 가능할 것이다.

즉, ‘청년문화정책 관련 위원회들의 청년화 작업’을 통해 ‘청년들이 원할 것 같은’ 정책 선정 방식에서 벗어나 ‘청년들이 정말로 원하는’ 정책이 채택 될 수 있는 의사결정 구조가 마련될 수 있을 것이다.

6. 청년문화 관련 조사 및 정보체계 구축

가. 청년문화 실태조사 실시

청년문화에 대한 지속적인 분석과 논의는 미래의 지역 문화지형을 예측하고 지역문화 생태계를 활성화하기 위한 청년 문화정책 수립의 중요한 자산이 될 수 있다. 이때 청년 문화정책은 누차 언급한 것처럼 단지 청년 예술인들만을 위한 것이 아니라 청년층의 문화적 교류, 문화향유, 복지 및 인권 증진 등도 지원할 수 있어야 한다. 또한 이와 관련하여 청년들의 정책적 요구를 분석하고 이를 정책 내용에 반영하기 위해서는 청년들의 경제·사회·문화생활 실태를 종합적으로 파악하고 청년 문화 인프라, 청년예술인 실태, 연령별·성별·직업별·활동분야별·고용형태별 문화향유 실태, 만족도 등을 세분화하여 조사할 필요가 있다.

이러한 청년문화 실태조사는 지역별 여건과 특성을 반영하는 자율지표를 포함한 형태로 각 지역에서 주기적으로 시행될 필요가 있으며, 이를 통해 분석된 청년문화의 정책적 요구가 지역의 청년 문화정책 수립에 반영될 수 있도록 하여야 한다. 종합하면, 청년들의 문화 욕구 및 활동 정도, 정책 요구 등 청년문화에 관한 기본 현황 파악을 위한 통계 확보 및 정책 성과지표 체계의 구축을 단계적으로 실행해야 한다.

이는 기초 지자체와의 협업, 기존 통계와의 연계 등 기존 행정자료와의 연계 검토를 선행하여야 하며 더 나아가 장기적으로는 문화체육관광부 주도의 청년문화 실태조사를 별도로 실시하여 실질적인 정책 개발을 성과로 도출하는 것이 필요하다.

나. 청년문화 통합정보화 사업 검토

청년이 국가 및 지역사회와 연결되어 적극적으로 경제·사회 영역에 참여하고 양질의 일자리를 확보하기 위해서는 정확한 정보를 신속하게 획득하는 것이 필요하다. 이에 창업·창직, 일자리, 공공프로젝트 등 각종 정보를 원스톱으로 실시간 획득할 수 있는 통합 정보체계 마련이 필요하다. 다만 항상 새로운 시스템을 마련하려고 하기보다는 현재 문화체육관광부에서 구축 중에 있는 ‘지역문화통합정보시스템(2022년 시범 개통 예정)’과 연동하여 추진하는 것이 선행되어야 한다.

제3절 종합 : 청년 문화정책의 주안점과 향후 과제

1. 본 연구에서 제안한 ‘청년문화정책’의 주안점

청년세대는 국가의 미래로 개개인의 자질향상과 능동적 삶의 실현을 위한 기회와 환경을 제공받아야 하는 사회 구성원으로 존중받는다. 청년세대의 경험과 도전은 국가의 경쟁력이 되며, 이들이 주목하는 시장은 트렌드로 파급력을 갖는다. 때문에 시대와 국가를 초월하여 청년세대가 갖는 사회에 대한 인식, 삶의 지향성, 장래희망 등은 국가의 주요한 화두임에 틀림없으며 이 시기에 경험하는 문화적인 영향력들이 향후 미치는 영향 또한 정부는 관심을 가져야 한다. 때문에 정책 사업을 추진하기에 앞서 청년세대를 위한 문화정책이 왜 필요한지에 대한 공통된 인지와 목표 지향이 우선되어야 한다.

본 연구에서 제안한 청년 문화정책의 방향은 ▲청년 문화정책 영역 확장, ▲청년의 문화향유 보장 및 불평등 해소, ▲청년을 문화정책의 대상에서 주체로 등 크게 세 가지이다. 이러한 정책방향에 입각하여 정부 및 지자체의 협력하여 추진해야 할 6대 과제와 16대 세부과제를 발굴하여 제안하였다. 제안된 과제를 보면, 문화 활동 지원과 일자리 창출에 집중되었던 기존 정책에서 국내외 교류 확대, 지역에 기반한 청년들의 문화 활동 지원 및 기반구축, 조사정보기능의 강화, 문화부문 정책추진체계에 청년의 참여보장 등으로 영역을 확장하였다.

특히 앞으로의 청년문화정책은 ‘네트워크’, ‘거버넌스’ 등으로 대표되는 주체적인 참여, 소통과 협력이 청년 문화 정책에 가장 기본적이고 필수적인 요소로 작용해야 함을 분명히 해야 한다. 이와 함께 중앙정부 주도가 아닌 지역과 공동체를 기반으로 청년문화정책의 대안을 마련하는 것이 필요하다.

향후 청년 문화정책의 방향과 과제를 정리하면 [그림 4-1]과 같다.

[그림 4-1] 청년 문화정책의 방향과 과제

정책방향	정책과제	세부과제
청년 문화정책 영역 확장	청년의 문화적 역량 강화 및 교류 증진	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 문화를 통한 '사회적 기여' 기회 증대 ➢ 글로벌 청년문화 교류 증진
	문화분야 청년일자리 정책 마련	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 문화 분야 '일(job)' 경험 확대 ➢ 문화일자리 매칭 사업 추진
	지역 기반 청년문화 여건 개선 및 활성화	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 지역 내 청년문화의 거점으로 생활SOC 활용 ➢ 청년특화 문화지구 지정·조성 지원
		<ul style="list-style-type: none"> ➢ 지역혁신의 거점으로 지역 내 '예술대학' 기능 강화 ➢ 문화예술분야 대학 동아리 활성화 및 교류 확대
		<ul style="list-style-type: none"> ➢ 청년 문화 활동 활성화를 위한 재정 지원 확대 ➢ 가상공간 정책 대응 및 기반 구축
	청년 문화 활동 지원 확대	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 청년문화 통합브랜드 개발
인구 사회적 특성과 지역 여건을 고려한 청년 문화 정책	청년 문화정책 지원체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 문화체육관광부 직속 청년위원회 구성 ➢ 청년의 문화정책 결정 및 평가 참여 확대
	청년이 주도하는 문화정책 기반 마련	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 청년문화 실태조사 실시 ➢ 청년문화 통합정보화 사업 검토

2. 연구의 시사점 및 향후 과제

연구 분석 결과, 그간 청년에 대한 다양한 연구·조사·정책 방안이 모색되고 추진되었으나 청년 문화에 관한 사항은 미흡하다는 점과 향후 청년정책 마련 시에는 청년의 특성(청년의 삶, 청년의 일상 등), 청년의 다양성, 청년의 삶의 질 향상 등을 고려할 필요가 있음이 드러났다. 본 연구는 이런 과제의 해결방안을 모색하기 위하여 청년을 대상으로 심층 인터뷰와 설문조사를 실시하고 청년문화 전문가를 대상으로 의견조사를 수행하였다. 조사된 내용을 분석한 결과, 청년 문화의 여건과 청년의 문화 욕구가 파악되었으며 청년정책 방향과 과제가 도출되었다. 이제 이러한 방향과 과제들을 청년 문화정책 안에 어떻게 담아낼지

하는 것은 또다시 많은 검토와 전문가들의 참여가 필요할 것으로 판단된다.

본 연구에서 제안된 청년 문화정책은 청년 세대를 지원의 객체로 바라보는 각종 사회 보장제도(사회안전망, 사회보장, 사회복지 등)가 아닌, 공급(생산)이든 소비든 청년 세대가 주체로서 수행하는 각종 활동을 지원하는 정책을 주로 뜻한다. 여기서 지원의 형태는 금전적인 것일 수도 있고, 설비나 시설, 인력, 조언과 자문, 법률 상담, 조직, 지식과 기술 등 비금전적인 것일 수도 있다.

덧붙여, 제2장에서 논의했듯이 본 연구에서 말하는 청년 문화정책은 청년을 위한(경우에 따라서는 청년에 의한) 문화정책을 뜻하는 것이지 ‘청년문화’에 대한 정책을 의미하는 것은 아니라는 점도 재차 언급해둘 필요가 있다. ‘청년문화’는 흔히 자생적인 대안 문화 혹은 반문화(counter-culture)라는 뜻으로 쓰이는데 대안문화 혹은 반문화는 본 연구의 대상이 아니다. 본 연구는 청년의 ‘문화정책’, 즉 문화예술에 있어서의 청년정책(문화예술, 문화관광, 문화산업, 지역문화, 문화여가, 문화복지에 있어서 청년 주체, 청년 대상 정책)에 관한 것이다. 다만 최근 들어 ‘청년문화’와 관련하여 각종 사회적 이슈가 활발하게 논의되고 있음을 감안할 때, 청년문화는 개방성, 다양성, 독특성 속에서 창의성을 추구해가는 ‘젊음의 사회 현상’이라고 하는 긍정적인 시각으로 바라보면서 청년문화가 기성문화와 함께 지역사회 현안을 미주하는 역할을 담당할 수 있도록 열린 마음의 사회적 담론을 생산하고, 이를 바탕으로 청년문화에 새로운 방향을 제시하는 노력을 경주할 필요가 있다. 따라서 본 연구는 청년을 위한 문화정책을 다루었으나, 앞으로의 연구는 청년에 대해 보다 심층적으로 접근하고 그들을 이해하며 그 같은 이해에 바탕을 둔 청년 문화정책을 강구하기 위해서는 ‘청년문화’ 그 자체에 대해서도 열린 마음의 심도 있는 접근이 필요하다.

한편, ‘청년’은 누구인가에 대한 근본적인 질문에서 출발하는 후속 연구가 필요하다. 현재의 ‘청년’ 정의는 청년기본법에 따라 19세에서 34세 사이의 연령층을 지칭한다고 보는 것이 일반적인 시각이나 각급 지방자치단체의 청년기본조례에서 보듯이 구체적인 현장에서는 연령 규정이 매우 다양하다. 주지하는 바와 같이 우리나라는 현재 급속한 출생률 저하, 고령화, 그리고 수명 증대의 상황을 겪고 있으며 앞으로 이러한 경향은 더욱 심화될 것이다. 이에 따라 청년의 정의, 특히 연령 규정은 시대적 변화와 함께 융통성 있는 방향으로 재검토 내지 재설정할 필요가 있다. 향후 청년 문화정책 역시 ‘청년’에 대한 기본적 정의의 재설정을 바탕으로 수립 및 집행되어야 할 것이다.

참고문헌

- 경상남도(2020), 「경상남도 청년실태조사」
- 관계부처 합동(2020), 「제1차 청년정책 기본계획(‘21~’25)」.
- 관계부처 합동(2021a), 「청년고용 활성화 대책(‘21.3.3.)」
- 관계부처 합동(2021b), 「청년특별대책(‘21.8.26.)」
- 관계부처 합동(2021c), “기재부 등 4개 주요부처에 ‘청년’ 전담부서 생긴다”. (2021.8.31. 보도자료)
- 국무조정실 청년정책추진단(2020), 「온라인청년패널 설문조사(15회차)청년 문화예술 분야)」
- 국회 정무위원장(2019), 「청년기본법안(대안)」(의안번호 23987).
- 기수정, “제페토 롯데월드 맵, 개장 3주만에 300만 사용자 방문”, (2021.11.30., 아주경제, 보도자료)
- 김경례(2017), 청년문화정책의 필요성과 방향, 「인문사회21」, 8(3), pp.1177-1198.
- 김기현, 유민상, 변금선, 배정희, 권향원, 김창환, 박미선, 성재민, 이철선, 최한수, 배진우.(2020). 「제1차 청년정책 기본계획 수립 연구」. 국무조정실·국무총리비서실·한국청소년정책연구원.
- 김용섭(2019), 「요즘 애들, 요즘 어른들」, 21세기북스.
- 김정숙·김기현·황세영·최선화(2015), 「동북아 청소년정책 국제비교 연구」, 한국청소년정책연구원
- 김지경·이윤주·이민정(2018), 「20대 청년 심리 · 정서 문제 및 대응방안 연구」, 한국청소년정책연구원
- 대학내일20대연구소(2018), 「20대 최신 놀이문화실태 및 인식조사」
- 대학내일20대연구소(2019), 「1534세대 라이프스타일 및 가치관 조사」
- 대학내일20대연구소(2020a), 「[인사이트보고서]MZ세대의 여가생활과 자기계발 트렌드(11월)」
- 대학내일20대연구소(2020b), 「[데이터플러스]여가(12월)」

- 대한민국 정책브리핑, “문화가 있는 날”(2020.3.16.)
- 라도삼(2017), 문화지구 활성화를 위한 서울시 제도 개선방안, 「서울연구원 정책리포트 240」.
- 문화체육관광부(2017), 「문화지구의 효율적 관리를 위한 제도개선 방안 연구」, 한국문화관광연구원. 정책연구 평가결과서.
- 문화체육관광부(2018), 「2018 문화향수실태조사」
- 문화체육관광부(2020), 「2020년 국민문화예술활동조사」 원자료
- 문화체육관광부(2020), 「2020년 국민여가활동조사」 원자료
- 문화체육관광부(2021), 「제1차 청년정책 기본계획(’21~’25) 2021년 시행계획」 (2021.2.)
- 박미석·김경아·김미영·전지원(2019), 청년세대의 일-삶 균형 수준과 행복 요인 : OECD ‘더 나은 삶의 지수(Better Life Index)’와 ‘세계가치관조사(World Value Survey)’를 활용한 다국가 비교, 「한국가족자원경영학회지」, 23(2), 79 - 97.
- 박영정·박소현·박진수(2015), 「청년문제에 대한 문화정책적 접근을 위한 기초연구」, 한국문화관광연구원
- 박해광(2018), 문화는 청년의 삶을 바꿀 수 있는가?: 광주 청년의 문화 향유에 대한 연구, 「문화와 사회」, 26(1), pp.43-90.
- 변금선·김기현·하형석·이용해(2019), 「청년정책 체계성 강화방안 연구」, 한국청소년정책연구원
- 변철희(2020), 청년특별도 경남의 문화영향평가 도입방안, 「경남연구원 Brief」 제87호
- 서울연구원(2020), 「116개 키워드로 살펴 본 청년세대의 가치관과 주요 의제」
- 손동기(2020), 이탈리아 ‘Bonus Cultura’와 프랑스 ‘Pass Culture’ 비교연구를 통한 공공문화서비스 활성화 방안, 「이탈리아어문학」, 제59집, pp.29-51.
- 안유리, “기성세대엔 낯선 메타버스...MZ세대는 쉽고 친숙”, (2021.10.5., 이투데이, 보도자료)
- 여영준, “관악구, 메타버스 플랫폼에 청년 문화공간 구현”, (2021.11.29., 시민일보, 보도자료)
- 유네스코한국위원회·한국청소년활동진흥원(2019), 「2014-2021 유네스코 청소년 운영전략(한국어판)」.
- 유진성(2018), 사회복지지출이 출산율에 미치는 영향과 시사점 : 지방정부의 사회복지지출을 중심으로. 「KERI Insight」, 18(7), 1-30.
- 이상립·김문길·정세정·배혜원·임지영(2020), 「제1차 청년정책 기본계획 생활·참여분과 과제 연구」, 국무조정실, 한국보건사회연구원

- 이현서(2016), 청년 고실업률 시대, 청년 여가권 성찰, 「문화정책논총」, 30(2), pp.236-263
- 임유진(2020), 국제기구의 청년 담론과 청년기본법, 「UN YOUTH 2030 전략과 한국 청년」, 유네스코한국위원회
- 임홍택(2018), 「90년대생이 온다」, 웨일북
- 정민경·남영희·이순옥(2019), 청년문화예술의 공공적 역할 연구, 「인문사회21」, 10(6), pp.1485-1500
- 정세정·김태완·김문길·정해식·김기태·주유선·강예은·최준영·송아영·김용환(2020), 「청년층 생활실태 및 복지욕구조사」, 한국보건사회연구원
- 정종은(2018), 「지역혁신 생태계 조성을 위한 지역 문화정책 연구」, 대통령 직속 국가균형위원회
- 최보연(2017), 「KCTI 정책리포트-영국 문화정책백서(The Cultural White Paper) 심층 분석」, 한국문화관광연구원
- 최영화·이선정(2020), 「인천시 청년문화 활성화 방안 연구」, 인천연구원
- 최지연(2018), 「지역 기반 청년문화활동 활성화를 위한 기초연구: 수원 청년문화 생산자를 중심으로」, 수원시정연구원
- 통계청(2018), 인구동향조사.
- 통계청(2019), 2018년 사망원인통계.
- 통계청(2020a), 인구총조사.
- 통계청(2020b), 장래인구추계.
- 한국고용정보원(2021), 한눈에 보는 전국 청년 정책(2021.2.16.) 보도자료
- 한국청소년정책연구원(2017), 「2017년 청년 사회·경제실태조사」 원자료
- 한국청소년정책연구원(2019), 「2019년 청년 사회·경제실태조사」 원자료
- 한나라, ““젠, 로벅스로 돈 벌어요”...메타버스가 여는 크리에이터 경제”, (2021. 09.08., 더피알뉴스, 보도자료)
- 황정은 (2018). “이탈리아 문화 바우처, ‘문화 보너스(Bonus Cultura)’”. 문화예술지식정보시스템. 아키스브리핑 제186호. 한국문화관광연구원.
- UN(2018), YOUTH2030 : WORKING WITH AND FOR YOUNG PEOPLE
- UNESCO(2014), UNESCO Operational Strategy on Youth 2014-2021
- Youth 2030 공식 누리집(<https://www.unyouth2030.com>)
- 강동구 엔젤공방 허브센터 블로그(<https://m.blog.naver.com/gdangelhub>)

- 고용노동부 교육훈련포털(<https://www.hrd.go.kr/>)
- 국가도서관통계시스템(<https://www.libsta.go.kr/libportal/main/main.do>)
- 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr>)
- 국제연합(<https://www.un.org>)
- 문화셈터(<http://stat.mcst.go.kr/>)
- 문화포털(<http://www.culture.go.kr>)
- 문화품앗이(<https://csv.culture.go.kr/frt/main.do>)
- 서울청년포털 (https://youth.seoul.go.kr/site/youthnet/budget/proposal/city/st01/view?mbrReceNo=MP20210611_0003)
- 영국예술위원회 누리집 (<https://www.artscouncil.org.uk/creative-people-and-places/creative-people-and-places-2022-25-joining-national-portfolio>)
- 온라인청년센터(<https://www.youthcenter.go.kr>)
- 위키백과(<https://ko.wikipedia.org/wiki>)
- 유럽의회(<https://www.coe.int/en/web/youth/mission-and-mandate>)
- 전국생활문화축제 (http://www.everydaylifeculture.net/2021/html/metaverse_intro.asp#none)
- 지역문화진흥원(<http://www.rcda.or.kr/2020/business/index3.asp#n>)
- 청년정책사이트(<https://www.youthpolicy.org>)
- 표준국어대사전(<https://stdict.korean.go.kr/search/searchResult.do>)

ABSTRACT

The Current State and Policy Tasks of Early Adult Culture

Nho, Soo Kyoung · Lee, Kyeong Jin · Noh, Young Sun · Lee, Sang Yol

Early adults are the future of a nation, but their reality is vulnerable to various conditions including low employment rates and weak housing stability. It is predicted that the younger generation of COVID-19 will suffer the greatest damage for five years to come due to the COVID-19 pandemic. This study recognizes that early adults face multi-dimensional issues including labor, housing, health as well as culture & leisure and examines their cultural desire and policy needs. The purpose of the study is to figure out the cultural activities and appreciation needs of the early adult generation, find cultural policies for them, and investigate plans to create an environment in which early adults are the subjects of cultural policies.

In this study, the age range of early adults was defined between 19 and 39 years old as it is socially recognized. A survey was conducted with 1,000 people in this age range to figure out their cultural conditions. In the study, the National Leisure Activities Survey and Monitoring Survey on People's Culture and Art Activities were analyzed as approved statistics for the crossover analysis of the old state of cultural appreciation. The findings show that early adults had very high ratings on the importance of cultural activities and recorded a high level of interest and participation compared with other age groups. In the policy sector, their demands were high for supportive policies with direct benefits. Some policies were high both in importance and urgency, including supporting the alienated younger groups in culture and art activities, offering support and discount benefits for the cultural activity expenses of early adults, reinforcing early adult culture service at cultural

facilities, and providing and creating a specialized cultural space for early adults within their zone of life.

This study proposes three policy directions that include expanding the scope of cultural policies for early adults, ensuring their appreciation of culture and resolving their inequality, and turning early adults from objects to subjects of cultural policies. Each of these proposals was accompanied by policy tasks and detailed assignments.

Policy direction	Policy task	Detailed assignment
Expanding the scope of cultural policies for early adults	Reinforcing the cultural competence of early adults and promoting their exchanges	Increasing opportunities for social contributions through culture
		Promoting exchanges in the global culture of early adults
	Creating jobs for early adults in the field of culture	Expanding job experiences in the field of culture
		Pushing forward a matching business for cultural jobs
Ensuring their appreciation of culture and resolving their inequality	Improving and vitalizing the conditions of locally based culture for early adults	Using life SOC as a base for early adult culture in the community
		Supporting the creation of a specialized cultural district for early adults
		Reinforcing the functions of art college in the community as a base of local innovation
		Activating college clubs and expanding their exchanges in the fields of culture and art
	Expanding support for the cultural activities of early adults	Reviewing a cultural voucher for early adults
		Expanding the benefits of the Culture Nuri Card for low-income early adults
		Creating a space for the cultural activities of early adults with digital technologies incorporated in it
		Developing an integrated brand for early adult culture
Turning early adults from objects to subjects of cultural policies	Establishing a system to support cultural policies for early adults	Forming an early adult committee directly supervised by the Ministry of Culture, Sports and Tourism
		Introducing a system to promote the participation of early adults in a policy decision
	Establishing a survey and information system related to early adult culture	Conducting a survey on the realities of the early adult culture
		Promoting integrated information of early adult culture

청년문화의 현황과 정책 과제

부록1

국민여가 및 국민문화예술 활동조사 원시자료 분석

국민여가활동조사 원시자료 분석

1. 원시자료 분석 개요

가. 분석 자료 및 목적

- 분석 자료 : 「2020년 국민여가활동조사」(국가승인통계) 원시자료
- 자료 출처 : 문화센터(<http://stat.mcst.go.kr/>)
- 분석 목적 : 원시자료를 활용하여 청년의 여가활동 현황 및 인식을 파악하여 연구의 기초자료 확보

「2020 국민여가활동조사」 개요

- 통계 종류 : 일반통계 / 조사통계 / 계속통계(조사 및 공표주기 1년) / 전국통계
- 법적 근거 : 승인번호 113014, 승인일자 2007.05.01
- 조사 목적 : 국민이 여가를 어떻게 인식하고, 여가생활을 하고 있는지를 조사, 생활양식의 변화 및 삶의 질적 수준을 파악하여 정부의 여가정책 수립을 위한 기초자료 제공
- 조사 대상 기간 : 2019.8.1.~2020.7.31.(1년간)
- 조사 기간 : 2020.9.7.~2020.11.16.
- 응답자 수 : 만 15세 이상 10,088명(전국 17개 시도)
- 조사 방법 : 조사원에 의한 1:1 가구방문 면접조사

나. 분석 내용 및 방법

- 분석 내용
 - 국민여가활동조사에서는 여가를 “일하고 남은 시간에서 생리적 필수시간을 제외한 자유 시간을 의미하며, 직업상의 일, 필수적인 가사일, 수업 등과 같은 의무적인 활동 이외에 스포츠, 취미, 휴양 등의 활동에 할애되는 개인이 자기 뜻대로 자유롭게 이용할 수 있는 시간”으로 정의
 - 국민여가생활 실태, 여가자원 실태, 여가인식 실태 등을 파악하는 국민여가활동조사의 8개 유형, 88개 활동을 기준으로 20대 및 30대 연령층의 여가활동을 분석

〈부록 표 1-1〉 「2020 국민여가활동조사」의 여가활동 분류

구분	내용	
문화예술 관람활동	1. 전시회 관람	5. 연극공연 관람
	2. 박물관 관람	6. 무용공연 관람
	3. 음악연주회 관람	7. 영화보기
	4. 전통예술공연 관람	8. 연예공연 관람
문화예술 참여활동	9. 문학행사 참여	13. 전통예술 배우기
	10. 글짓기/독서토론	14. 사진촬영
	11. 미술활동	15. 춤/무용
	12. 악기연주/노래교실	
스포츠 관람활동	16. 스포츠경기 직접관람	18. 격투기경기 관람
	17. 스포츠경기 간접관람(TV, DMB 등 매체를 통해 관람)	19. 온라인게임경기 현장관람(e-스포츠 경기 현장 관람)
스포츠 참여활동	20. 농구/배구/야구/축구/족구	29. 헬스(보디빌딩)/에어로빅
	21. 테니스/스쿼시	30. 요가/필라테스/태보
	22. 당구/포켓볼	31. 배드민턴/줄넘기/맨손스트레칭 체조/홀라후프
	23. 볼링/탁구	32. 육상(조깅/속보)
	24. 골프	33. 격투기 스포츠
	25. 수영	34. 댄스 스포츠
	26. 윈드서핑/수상스키/스노우보드다이빙/래프팅/요트	35. 사이클링/산악자전거
	27. 스노보드/스키	36. 인라인스케이팅
관광활동	28. 아이스스케이팅/아이스하키	37. 승마/암벽등반/철안삼중경기/서바이벌
	38. 문화유적방문	43. 소풍/야유회
	39. 자연명승 및 풍경관람	44. 온천/해수욕
	40. 산림욕	45. 유람선 타기
	41. 국내캠핑	46. 테마파크가기/놀이공원/동물원/식물원 가기
	42. 해외여행(업무출장, 여학연수를 위한 해외여행은 제외)	47. 지역축제 참가
		48. 자동차 드라이브
취미오락 활동	49. 수집활동	60. 보드게임/퍼즐 맞추기
	50. 생활공예	61. 바둑/장기/체스
	51. 요리하기/다도	62. 겜블/복권구입(모박성 게임, 복권 구입 활동)
	52. 반려동물 돌보기	63. 쇼핑/외식
	53. 노래방 가기	64. 음주
	54. 인테리어	65. 독서(웹소설 포함)
	55. 등산	66. 만화보기(웹툰 포함)
	56. 낚시	67. 미용
	57. 미니홈피/블로그 관리	68. 어학기술자격증 취득 공부·학원 등 이용
	58. 인터넷 검색/채팅/UCC 제작/SNS	69. 이색/테마카페 체험
휴식	59. 게임(집 오락실 PC방 등에서 컴퓨터, 핸드폰, 휴대용 게임을 이용한 오락, 게임 등)	70. 원예
	71. 산책 및 걷기	76. 라디오 청취/팟캐스트 청취
	72. 목욕/사우나/찜질방	77. 음악 감상
	73. 낮잠	78. 신문/잡지 보기
	74. TV시청	79. 아무것도 안 하기
	75. 모바일 콘텐츠, 동영상, VOD 시청	
사회 및 기타활동	80. 사회봉사활동	85. 계모임/동창회/사교(파티)모임
	81. 종교활동	86. 친구만남/이성교제(데이트)/미팅/소개팅
	82. 클럽/나이트/디스코/카바레 가기	87. 동호회 모임
	83. 가족 및 친지방문	88. 기타 여가활동(위에서 열거된 유형에 포함되지 않는 여가활동)
	84. 잡담/통화/문자하기/문자보내기	

자료: 문화체육관광부(2020), 2020 국민여가활동조사.

- 분석 대상 : 「2020 국민여가활동조사」의 조사 대상 중 20대와 30대 3,180명

〈부록 표 1-2〉 「2020 국민여가활동조사」의 20대 및 30대 연령층 현황

(단위: 명)

지역	전체	분석 대상	20대(명)	30대(명)
서울	1,931	678	335	343
부산	681	204	103	101
대구	490	153	77	76
인천	556	183	87	96
광주	294	96	50	46
대전	303	101	54	47
울산	221	71	33	38
세종	61	20	11	9
경기	2,408	789	356	433
강원	320	84	42	42
충북	321	101	55	46
충남	430	129	62	67
전북	375	106	55	51
전남	360	87	41	46
경북	557	152	76	76
경남	660	188	79	109
제주	120	38	20	18
합계	10,088	3,180	1,536	1,644

- 분석 방법 및 고려 사항

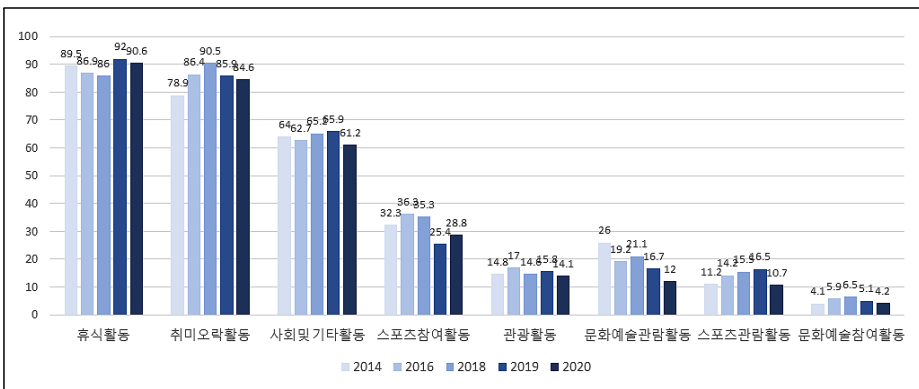
- 「2020 국민여가활동조사」 보고서에서 분석되지 않은 20~30대 청년층의 지역별 통계에 초점을 맞추어 세부적으로 분석
- 연령별, 지역별로 구분함에 따라 각 조사 대상 표본 수가 줄어들고, 기존 통계자료의 재분석에 따른 오차와 분석방법에 따른 차이가 다소 있으므로 이를 감안하여 자료를 분석

2. 20대 및 30대의 여가활동 분석 결과

가. 가장 많이 참여한 여가활동 유형(1~5순위)

- 전 연령을 대상으로 할 때, 가장 많이 참여한 여가활동은 휴식활동(산책 및 걷기, 사우나, 낮잠, TV시청, 모바일 동영상, 라디오, 음악, 신문, 잡지, 아무것도 안하기 등)으로 조사대상의 90.5%가 참여 경험이 있다고 응답함.
- 연도별로 보면, 휴식활동은 90% 내외로, 2014년에서 2020년까지 2018년을 제외하면 가장 높은 참여 비중을 보였고, 휴식활동을 제외하면 2020년 코로나 19의 영향으로 대부분 여가활동의 참여경험은 감소함.
- 휴식활동은 2018년 가장 낮은 86%를 보이고 이후 소폭 증가, 휴식활동을 제외한 다른 활동은 대부분 2018년 정점을 찍은 뒤 감소 추세임.

[부록 그림 1-1] 연도별 여가활동 유형별 현황(전 연령)



- 2020년 조사 기준으로 20대와 30대로 국한하여 연령별 여가활동 참여율을 보면, 문화예술관람활동과 취미오락활동은 20대와 30대 모두에서 전체 평균보다 높았고, 20대에서는 스포츠참여활동, 30대에서는 관광활동이 높게 나타남.
- 20대와 30대의 여가활동 중 문화예술참여활동과 스포츠관람활동 참여율은 전체 평균과 유사한 반면, 휴식활동은 전체 평균에 비해 낮게 나타남.
- 지역별²⁵⁾로는 취미오락활동, 휴식활동, 사회 및 기타활동의 비율이 대체로 높게 나타났고, 그 외 여가활동유형에서는 지역별 편차가 다소 나타남.

25) 이하 원시자료 분석 도표들에 제시된 지역별 자료는 20대 및 30세대 응답자의 거주지별 분석 결과이다.

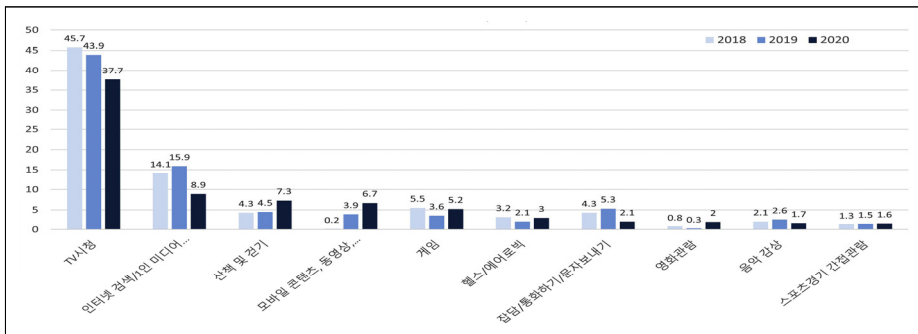
〈부록 표 1-3〉 여가활동 참여율(2020년 조사 기준)

구 분	문화예술 관람활동	문화예술 참여활동	스포츠 관람활동	스포츠 참여활동	관광활동	취미오락 활동	휴식활동	사회 및 기타활동
전체(전 연령)	12.0%	4.2%	10.7%	28.8%	14.1%	84.6%	90.6%	61.2%
남성(2,30대)	17.4%	2.6%	19.2%	39.0%	14.3%	92.1%	84.1%	54.4%
여성(2,30대)	19.7%	5.6%	3.1%	24.9%	14.9%	89.4%	89.4%	59.7%
20대	19.5%	4.2%	11.4%	33.7%	9.6%	92.6%	84.4%	59.9%
30대	17.5%	3.8%	11.7%	30.9%	19.2%	89.1%	88.8%	54.1%
1. 서울	27.0%	4.4%	11.8%	33.5%	16.7%	89.8%	81.1%	55.3%
2. 부산	9.3%	4.4%	9.8%	26.5%	6.9%	94.6%	89.7%	62.3%
3. 대구	17.6%	5.9%	12.4%	26.8%	16.3%	94.8%	88.9%	69.9%
4. 인천	18.0%	2.7%	9.3%	30.6%	12.6%	91.8%	88.0%	66.7%
5. 광주	19.8%	2.1%	11.5%	49.0%	24.0%	78.1%	88.5%	59.4%
6. 대전	7.9%	1.0%	6.9%	24.8%	7.9%	96.0%	88.1%	59.4%
7. 울산	8.5%	1.4%	1.4%	25.4%	4.2%	85.9%	93.0%	39.4%
8. 세종	0.0%	5.0%	0.0%	30.0%	15.0%	95.0%	100.0%	65.0%
9. 경기	23.6%	5.4%	13.7%	36.4%	18.3%	89.6%	82.4%	49.9%
10. 강원	20.2%	4.8%	10.7%	23.8%	10.7%	84.5%	92.9%	70.2%
11. 충북	11.9%	5.9%	5.0%	19.8%	8.9%	94.1%	97.0%	61.4%
12. 충남	3.9%	3.1%	7.8%	24.8%	7.8%	97.7%	93.0%	75.2%
13. 전북	33.0%	2.8%	15.1%	34.0%	23.6%	85.8%	86.8%	52.8%
14. 전남	17.2%	1.1%	26.4%	37.9%	12.6%	94.3%	89.7%	44.8%
15. 경북	5.9%	3.3%	15.8%	36.2%	14.5%	94.1%	92.1%	49.3%
16. 경남	6.4%	1.6%	7.4%	28.2%	11.2%	89.4%	92.0%	64.4%
17. 제주	5.3%	2.6%	7.9%	42.1%	2.6%	100.0%	97.4%	47.4%

나. 주 여가활동(1순위)

- 구체적으로 주 여가활동(1순위)은 ‘TV시청’과 ‘인터넷 검색’이 가장 높았으나, 점점 줄어드는 추세이며, 산책 및 걷기, 모바일 콘텐츠 시청은 최근 늘어나는 추세임.
 - 이 중 스마트기기를 활용한 여가활동(평일 54%, 휴일 41%)은 인터넷 검색, TV 시청(일부), 모바일 콘텐츠 시청, SNS, 게임, 음악감상 등을 포함함.

[부록 그림 1-2] 연도별 주 여가활동 1순위



- 2020년 조사 기준으로 20대와 30대의 주 여가활동을 보면, 가장 높은 응답률을 보인 ‘TV시청’, ‘산책 및 걷기’ 등은 은 전체 평균 대비 2030세대의 참여율이 낮았고, 그중 ‘TV시청’의 경우에 상대적으로 남정보다 여성의 참여율이 높았음.
- 상대적으로 ‘TV시청’은 수도권보다는 비수도권에서 다소 높았고, 시도별로는 충북, 울산, 인천 등에서 높게 나타났고, 세종, 제주, 경기 등에서 낮게 나타났음.
- 이에 비해 ‘모바일 콘텐츠, 동영상, VOD 시청’과 ‘인터넷 검색 / 1인 미디어 제작 / SNS’, ‘게임’ 등은 전체 평균 대비 2030세대의 참여율 높게 나타났고, 그중 ‘게임’에서는 20대보다 30대, 여성보다 남성의 참여율이 높았음.
- 참여율이 낮은 활동에서는 유의미한 차이를 분석하기 어려우나, ‘영화관람’에서는 도 단위보다 시 단위 지역, 비수도권보다 수도권 거주자에게서 다소 높게 나타남.

〈부록 표 1-4〉 주 여가활동 1순위(2020년 조사 기준)

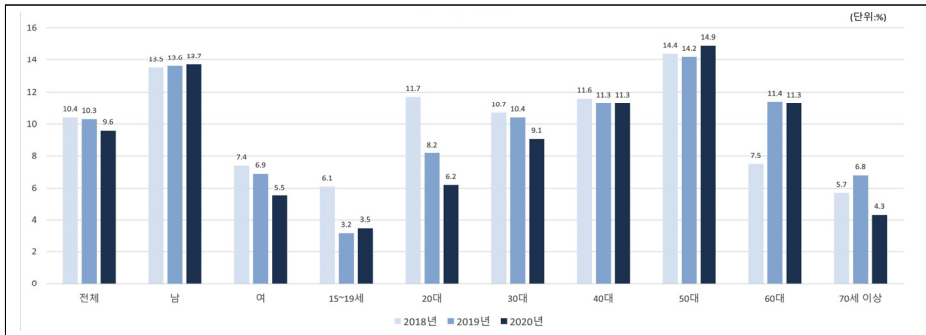
구분	7. 영화 관람	17. 스포츠 경기 간접 관람	29. 헬스/ 에어 로빅	30. 요가/ 필라 테스/ 태보	31. 배드 민턴/ 줄넘기 /체조/ 홀라 후프 등	52. 반려 동물 돌보기	55. 등산	58. 인터넷 검색/ 1인 미디어 제작/ SNS	59. 게임	63. 쇼핑/ 외식	65. 독서	71. 산책 및 걷기	74. TV 시청	75. 모바일 콘텐츠, 동영상 VOD 시청	77. 음악 감상	84. 잡담/ 통화 하기/ 문자 보내기	86. 친구 만남/ 이성 교제/ 미팅/ 소개팅
전체 (전 연령)	2.1%	1.6%	2.8%	1.1%	1.0%	1.3%	1.3%	8.9%	5.6%	1.1%	1.3%	7.0%	38.1%	6.8%	1.8%	2.2%	1.0%
남성 (2,30대)	3.1%	3.2%	6.0%	0.1%	0.8%	0.6%	0.4%	16.5%	17.6%	0.9%	1.0%	2.8%	15.5%	12.3%	2.9%	1.9%	1.3%
여성 (2,30대)	3.4%	0.9%	3.0%	2.8%	0.9%	2.8%	0.3%	14.6%	3.2%	2.2%	2.5%	5.1%	22.5%	14.0%	3.6%	4.0%	1.9%
20대	2.9%	1.8%	5.0%	1.1%	0.7%	1.8%	0.1%	17.2%	14.2%	1.1%	2.0%	2.5%	11.3%	15.4%	4.1%	3.3%	2.5%
30대	3.6%	2.1%	4.1%	1.7%	1.0%	1.5%	0.6%	14.1%	7.5%	1.5%	1.5%	5.2%	25.9%	11.0%	2.4%	2.6%	0.7%
1. 서울	4.4%	1.8%	4.9%	1.9%	0.4%	1.2%	0.4%	10.0%	12.2%	1.8%	2.2%	5.0%	14.2%	14.9%	1.8%	4.4%	2.4%
2. 부산	-	1.5%	1.0%	0.5%	0.5%	2.0%	-	24.0%	11.3%	0.5%	2.5%	1.5%	23.5%	14.2%	2.5%	3.9%	-
3. 대구	3.3%	1.3%	3.9%	0.7%	2.0%	-	0.7%	22.2%	10.5%	1.3%	3.9%	0.7%	23.5%	10.5%	3.9%	2.0%	1.3%
4. 인천	1.6%	0.6%	5.5%	1.6%	-	0.6%	-	22.4%	6.6%	0.6%	0.6%	3.3%	30.6%	7.1%	2.7%	2.2%	3.3%
5. 광주	2.1%	2.1%	9.4%	-	3.1%	-	1.0%	8.3%	8.3%	-	1.0%	6.3%	20.8%	9.4%	4.2%	5.2%	3.1%
6. 대전	2.0%	-	2.0%	1.0%	-	4.0%	1.0%	9.9%	12.9%	-	-	5.0%	18.8%	28.7%	2.0%	-	1.0%
7. 울산	-	-	4.2%	-	1.4%	1.4%	-	8.5%	12.7%	-	2.8%	4.2%	33.8%	15.5%	4.2%	5.6%	1.4%
8. 세종	-	-	5.0%	-	5.0%	-	-	15.0%	10.0%	-	-	-	10.0%	50.0%	5.0%	-	-
9. 경기	6.6%	2.7%	5.3%	2.0%	0.9%	2.4%	0.5%	15.0%	11.9%	2.3%	2.0%	4.9%	9.9%	10.9%	2.9%	2.4%	1.4%
10. 강원	2.4%	1.2%	4.8%	1.2%	1.2%	-	-	6.0%	14.3%	2.4%	-	2.4%	27.4%	9.5%	9.5%	1.2%	2.4%
11. 충북	-	-	4.0%	1.0%	1.0%	4.0%	-	8.9%	5.0%	1.0%	-	5.0%	43.6%	7.9%	2.0%	2.0%	3.0%
12. 충남	-	0.8%	3.1%	-	-	4.7%	-	25.6%	10.1%	1.6%	1.6%	0.8%	23.3%	17.1%	0.8%	0.8%	1.6%
13. 전북	5.7%	0.9%	5.7%	1.9%	0.9%	-	-	4.7%	10.4%	-	1.9%	-	19.8%	17.0%	13.2%	0.9%	0.9%
14. 전남	-	9.2%	1.2%	2.3%	-	-	-	25.3%	5.8%	1.2%	1.2%	2.3%	25.3%	11.5%	3.5%	-	-
15. 경북	0.7%	4.6%	9.2%	0.7%	3.3%	1.3%	-	21.1%	5.3%	0.7%	2.0%	5.9%	15.8%	9.9%	0.7%	5.3%	0.7%
16. 경남	0.5%	1.1%	2.1%	0.5%	-	1.6%	0.5%	25.5%	11.2%	0.5%	0.5%	4.3%	28.7%	8.0%	5.3%	2.7%	0.5%
17. 제주	-	-	-	5.3%	-	-	-	13.2%	18.4%	-	-	-	5.3%	44.7%	7.9%	2.6%	-

주: 88가지 여가활동 중 전체 참여율 1% 미만인 활동 제외.

다. 동호회 활동 경험

- 동호회 활동 경험은 전반적으로 경험률이 낮아지는 경향을 보이는데, 특히 15~19세, 20대에서 활동경험이 급속히 감소하였음.
- 남성보다 여성에게서 감소세가 두드러지고, 동호회 활동 경험이 많은 50대에서 조사 기간 중 다소 증가한 것으로 나타남.

[부록 그림 1-3] 연도별 동호회 활동 경험(전 연령)



- 2020년 조사 기준으로 20대와 30대의 동호회 활동 경험을 보면, 여성보다 남성의 경험률이 높게 나타났고, 지역별로는 세종·경남·대전에서는 2,30대 모두 높게 나타난 반면, 인천, 충북, 제주에서는 2,30대 모두 낮게 나타났음.

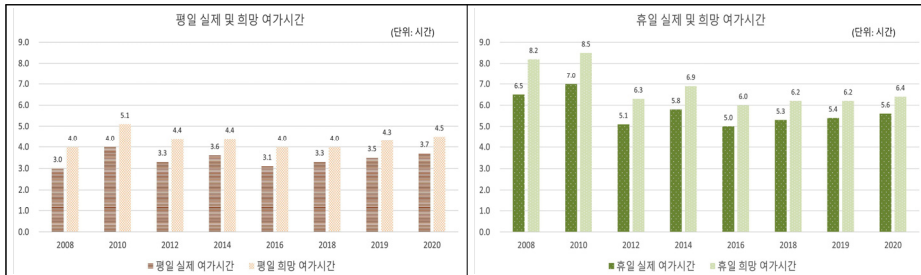
<부록 표 1-5> 동호회 활동 경험(2020년 조사 기준)

구 분	전체(전연령)	2,30대 전체	남성(2,30대)	여성(2,30대)	20대	30대
평균	9.1%	7.6%	11.5%	3.2%	6.4%	8.6%
1. 서울	9.3%	6.9%	9.2%	4.7%	6.9%	7.0%
2. 부산	5.7%	7.8%	11.3%	4.1%	2.9%	12.9%
3. 대구	11.8%	6.5%	10.8%	1.4%	1.3%	11.8%
4. 인천	4.1%	3.3%	6.6%	0.0%	4.6%	2.1%
5. 광주	10.2%	8.3%	13.3%	3.9%	8.0%	8.7%
6. 대전	8.9%	10.9%	15.4%	6.1%	9.3%	12.8%
7. 울산	11.3%	12.7%	18.4%	6.1%	3.0%	21.1%
8. 세종	14.8%	25.0%	40.0%	10.0%	27.3%	22.2%
9. 경기	9.6%	7.4%	12.0%	2.1%	7.3%	7.4%
10. 강원	9.4%	6.0%	8.7%	2.6%	4.8%	7.1%
11. 충북	6.2%	4.0%	6.7%	0.0%	3.6%	4.3%
12. 충남	10.0%	8.5%	11.1%	5.3%	6.5%	10.4%
13. 전북	6.4%	3.8%	7.3%	0.0%	0.0%	7.8%
14. 전남	10.6%	9.2%	12.8%	5.0%	9.8%	8.7%
15. 경북	7.9%	7.9%	12.9%	1.5%	7.9%	7.9%
16. 경남	11.8%	13.8%	21.4%	4.7%	13.9%	13.8%
17. 제주	12.5%	2.6%	0.0%	5.3%	0.0%	5.6%

라. 실제와 희망 여가시간

- 실제 여가시간은 2010년 평일 4시간, 휴일 7시간으로 가장 높았고, 2012년 크게 감소한 이후에 조금씩 증가하여 2020년 평일 3.7시간, 휴일 5.6시간으로 나타났음.
- 실제 여가시간과 희망 여가시간의 차이는 지속적으로 감소하여 2010년 평일 1.1시간, 휴일 1.5시간에서 2020년 평일 0.8시간, 휴일 0.8시간으로 감소하였음.

[부록 그림 1-4] 연도별 실제 및 희망 여가시간(전 연령)



<부록 표 1-6> 실제 및 희망 여가시간(2020년 조사 기준)

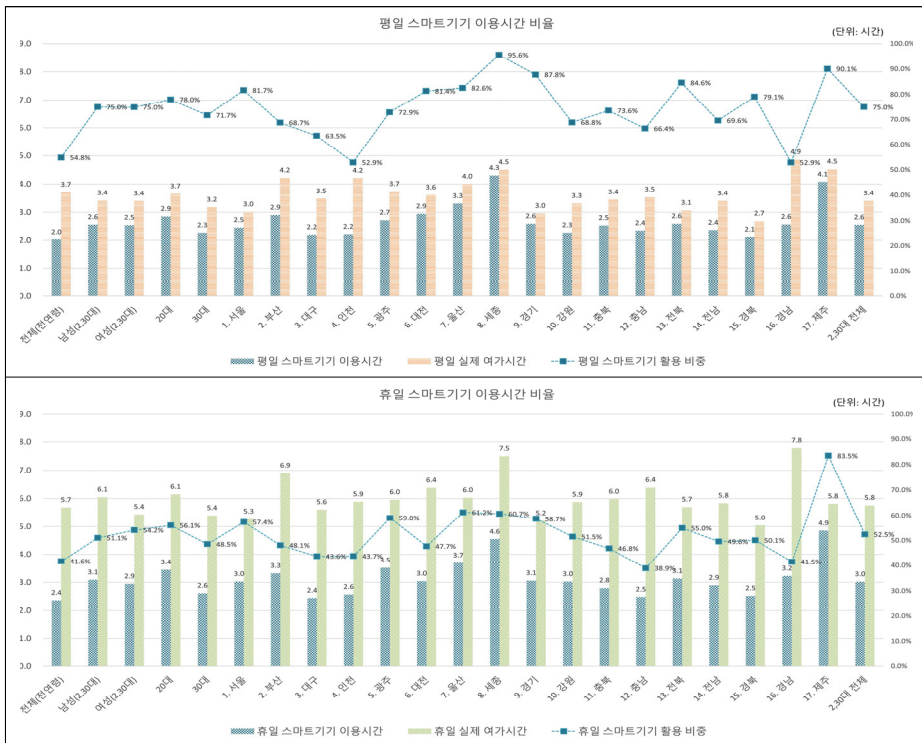
구 분	평일 실제 여가시간	평일 희망 여가시간	휴일 실제 여가시간	휴일 희망 여가시간
전체(전연령)	3.7시간	4.5시간	5.7시간	6.5시간
남성(2,30대)	3.4시간	4.3시간	6.1시간	6.9시간
여성(2,30대)	3.4시간	4.3시간	5.4시간	6.4시간
20대	3.7시간	4.5시간	6.1시간	6.9시간
30대	3.2시간	4.2시간	5.4시간	6.5시간
1. 서울	3.0시간	4.0시간	5.3시간	6.3시간
2. 부산	4.2시간	5.2시간	6.9시간	7.6시간
3. 대구	3.5시간	4.7시간	5.6시간	7.1시간
4. 인천	4.2시간	4.9시간	5.9시간	6.9시간
5. 광주	3.7시간	4.6시간	6.0시간	6.7시간
6. 대전	3.6시간	4.4시간	6.4시간	7.3시간
7. 울산	4.0시간	4.6시간	6.0시간	6.6시간
8. 세종	4.5시간	5.2시간	7.5시간	8.0시간
9. 경기	3.0시간	4.0시간	5.2시간	6.2시간
10. 강원	3.3시간	4.1시간	5.9시간	6.3시간
11. 충북	3.4시간	4.2시간	6.0시간	6.9시간
12. 충남	3.5시간	4.3시간	6.4시간	7.0시간
13. 전북	3.1시간	3.8시간	5.7시간	6.6시간
14. 전남	3.4시간	4.3시간	5.8시간	6.8시간
15. 경북	2.7시간	3.4시간	5.0시간	6.1시간
16. 경남	4.9시간	5.7시간	7.8시간	8.4시간
17. 제주	4.5시간	5.2시간	5.8시간	6.8시간

- 2020년 조사 기준으로 보면, 2030세대의 여가시간은 20대가 전체 평균보다 조금 많고 30대가 전체 평균보다 조금 적은 것으로 나타났고, 성별에서는 남녀가 평일에는 차이가 없었으나, 휴일에는 남성이 여성보다 조금 많았음.
- 전 연령에서는 50대 이하에서 20대의 여가시간이 가장 많지만, 20대보다 6,70대의 여가시간이 많았고, 평일에는 여성, 휴일에는 남성의 여가시간이 조금 많았음.

마. 여가활동 시간과 스마트기기 활용 시간

- 2020년 조사 기준으로, 전 연령 평균 여가시간 중 스마트기기 활용 시간은 평일 3.7시간 중 2시간, 휴일 5.7시간 중 2.4시간으로 전체 여가활동에서 스마트기기 활용시간이 무려 평일 54.8%, 휴일 41.6%를 차지함.
- 2030세대의 스마트기기 활용 시간은 20대 평일 스마트기기 이용시간은 평일 3.7시간 중 2.9시간, 휴일 6.1시간 중 3.4시간, 30대는 평일 3.2시간 중 2.3시간, 휴일 5.4시간 중 2.6시간으로 전체 평균보다 높았음.

[부록 그림 1-5] 스마트기기 이용시간(2020년 조사 기준)



- 여가시간 중 스마트기기를 활용하지 않는 비율은 전 연령 평균 14.0%에 비해 2030세대는 0.5%로 매우 낮았으나, 강원 지역은 여가시간 중 스마트기기를 이용하지 않는 비율이 6.3%로 비교적 높게 나타났음.
- 스마트기기를 활용한 여가활동 유형을 보면, 2030세대는 주로 웹서핑, SNS활동, 게임, 모바일메신저, 인터넷방송 시청 순으로 이용하였고, 전 연령 평균에 비해 게임의 비율은 다소 높았으나, 모바일메신저의 비율은 다소 낮게 나타났음.

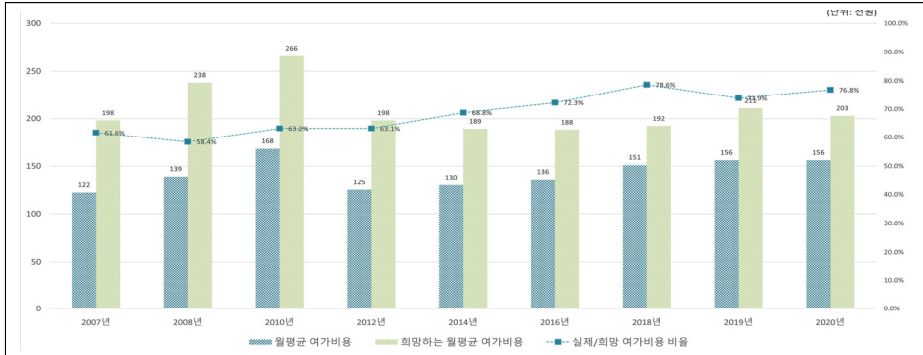
〈부록 표 1-7〉 스마트기기 활용 여가활동 비율(2020년 조사 기준)

구분	1. 웹서핑	2. 인터넷 방송 시청	3. 인터넷 강의	4. 게임	5. TV시청	6. 드라마/영화보기	7. 웹소설/웹툰 읽기	8. SNS 활동	9. 쇼핑	10. 음악 감상	11. 사진촬영	12. 모바일 메신저	13. 기타	(스마트 기기 활용 안함)
전체 (전연령)	25.6%	11.4%	1.3%	10.6%	2.1%	3.0%	2.7%	12.6%	2.3%	5.7%	0.8%	20.1%	1.7%	14.0%
2,30대 전체	26.5%	11.0%	1.4%	13.9%	1.5%	4.4%	4.3%	14.1%	2.5%	4.9%	0.5%	13.9%	1.2%	0.5%
남성 (2,30대)	22.1%	13.7%	1.2%	22.1%	2.0%	3.4%	3.8%	12.3%	0.8%	4.6%	0.5%	11.9%	1.6%	0.5%
여성 (2,30대)	31.4%	8.2%	1.5%	4.9%	0.9%	5.4%	4.8%	16.0%	4.4%	5.2%	0.5%	16.0%	0.8%	0.5%
20대	21.7%	11.4%	2.2%	16.8%	1.2%	4.8%	5.1%	15.5%	1.6%	5.3%	0.4%	12.8%	1.2%	0.2%
30대	31.0%	10.7%	0.6%	11.2%	1.8%	3.9%	3.5%	12.8%	3.4%	4.4%	0.6%	14.9%	1.2%	0.9%
1. 서울	23.0%	9.6%	2.5%	12.3%	1.3%	5.9%	6.2%	11.1%	2.2%	7.6%	0.3%	17.2%	0.7%	0.4%
2. 부산	21.6%	8.8%	2.0%	14.2%	1.0%	3.9%	2.0%	19.6%	1.5%	4.9%	-	17.2%	3.4%	-
3. 대구	30.7%	6.5%	0.7%	12.4%	0.7%	7.8%	5.2%	14.4%	2.0%	5.9%	-	13.7%	-	-
4. 인천	44.5%	4.4%	1.6%	13.2%	2.2%	3.8%	4.4%	8.2%	1.6%	2.2%	2.2%	10.4%	1.1%	0.5%
5. 광주	22.1%	15.8%	2.1%	22.1%	1.1%	2.1%	1.1%	8.4%	4.2%	11.6%	2.1%	7.4%	-	1.1%
6. 대전	35.6%	7.9%	-	14.9%	1.0%	1.0%	1.0%	21.8%	1.0%	1.0%	-	12.9%	2.0%	-
7. 울산	29.6%	1.4%	-	4.2%	-	1.4%	1.4%	33.8%	1.4%	8.5%	-	15.5%	2.8%	-
8. 세종	35.0%	25.0%	-	5.0%	-	10.0%	-	15.0%	5.0%	-	-	5.0%	-	-
9. 경기	31.5%	13.3%	1.1%	13.9%	1.8%	4.9%	3.8%	10.5%	3.2%	3.2%	0.6%	11.4%	0.8%	0.8%
10. 강원	17.7%	3.8%	-	30.4%	1.3%	-	2.5%	16.5%	1.3%	8.9%	1.3%	13.9%	2.5%	6.3%
11. 충북	8.9%	12.9%	1.0%	16.8%	-	2.0%	1.0%	37.6%	5.9%	2.0%	-	11.9%	-	-
12. 충남	32.6%	5.4%	-	10.1%	-	1.6%	1.6%	31.0%	0.8%	-	-	17.1%	-	-
13. 전북	2.8%	12.3%	3.8%	25.5%	1.9%	4.7%	16.0%	8.5%	2.8%	10.4%	-	4.7%	5.7%	-
14. 전남	24.1%	26.4%	-	10.3%	2.3%	1.1%	5.7%	12.6%	3.4%	1.1%	-	12.6%	-	-
15. 경북	15.8%	19.1%	0.7%	9.2%	1.3%	1.3%	5.9%	9.9%	3.3%	6.6%	-	27.0%	-	-
16. 경남	32.1%	11.8%	-	13.9%	1.6%	4.3%	2.1%	12.8%	2.7%	2.7%	-	12.8%	3.2%	0.5%
17. 제주	18.4%	13.2%	2.6%	15.8%	13.2%	18.4%	-	13.2%	-	2.6%	-	2.6%	-	-

바. 월평균 여가비용

- 월평균 여가비용은 15만원 내외로, 2010년 17만 원에서 2012년에 크게 감소 후, 2019년 15만 원대로 증가하였고, 희망하는 월평균 여가비용은 20만 원 수준임.

[부록 그림 1-6] 연도별 월평균 여가비용(전 연령)



- 2020년 조사 기준으로, 2030세대는 지출비용과 희망비용 모두에서 전 연령 평균 보다 많았고, 남성이 여성보다 지출비용과 희망비용 모두 많았음.
- 지역별로 보면, 도 단위 지역 거주자는 시 단위 지역 거주자보다 실제 지출비용은 적었지만 희망비용은 더 많아서 여가활동에 대한 수요가 많은 것으로 나타났음.

〈부록 표 1-8〉 월평균 여가비용(2020년 조사 기준)

(단위: 천원)

구분	월평균 여가비용	희망하는 월평균 여가비용	실제/희망 여가비용 비율	월평균 여가비용	희망하는 월평균 여가비용	실제/희망 여가비용 비율	월평균 여가비용	희망하는 월평균 여가비용	실제/희망 여가비용 비율
전체(전연령)	153	199	77.1%	-	-	-	-	-	-
2,30대 전체	181	231	78.6%	-	-	-	-	-	-
남성(2,30대)	195	243	80.2%	-	-	-	-	-	-
여성(2,30대)	167	217	77.0%	-	-	-	-	-	-
지역	2,30대 전체			20대			30대		
2,30대 전체	181	231	78.6%	172	219	78.4%	190	242	78.7%
1. 서울	178	229	77.8%	168	212	79.2%	187	244	76.7%
2. 부산	201	240	84.0%	207	251	82.6%	196	229	85.5%
3. 대구	193	263	73.1%	164	232	70.8%	221	295	74.9%
4. 인천	222	253	87.8%	175	228	76.8%	265	276	96.0%
5. 광주	167	211	79.2%	161	210	76.5%	174	212	82.1%
6. 대전	196	245	80.0%	182	220	82.8%	212	273	77.4%
7. 울산	115	148	77.8%	98	126	77.7%	130	167	77.9%
8. 세종	188	209	89.9%	164	173	94.7%	217	252	85.9%
9. 경기	176	229	76.9%	171	221	77.6%	181	237	76.5%
10. 강원	140	196	71.3%	136	190	71.7%	144	203	70.9%
11. 충북	208	277	75.1%	208	281	73.8%	208	271	76.8%
12. 충남	162	196	82.7%	140	162	86.4%	183	228	80.2%
13. 전북	172	204	84.0%	160	186	85.7%	184	223	82.5%
14. 전남	167	225	74.3%	154	213	72.2%	179	236	76.0%
15. 경북	163	217	75.1%	163	219	74.3%	163	214	75.8%
16. 경남	212	262	80.9%	222	261	84.8%	204	262	78.0%
17. 제주	189	265	71.4%	199	283	70.3%	178	244	72.7%

사. 많이 이용한 여가공간과 희망하는 여가공간

- 2020년 조사 기준으로, 2030세대가 집을 제외하고 많이 이용한 여가공간은 카페, 생활권공원, 대형마트, 아파트 내 공터 등의 순이었고, 전 연령 대비 카페 이용률이 특히 높게 나타났고 영화관, PC방, 쇼핑몰 이용률도 높은 편이었음.

〈부록 표 1-9〉 많이 이용한 여가공간 '1+2+3' 순위(2020년 조사 기준)

구분	11. 영화관	23. PC방	31. 쇼핑몰	32. 카페	33. 대형마트	34. 식당	39. 헬스클럽	53. 생활권공원	63. 산	69. 아파트 내 공터
전체(전연령)	8.8%	5.3%	8.8%	26.3%	21.1%	38.6%	6.7%	24.1%	10.2%	28.4%
2,30대 전체	14.7%	10.6%	13.2%	46.9%	18.6%	41.4%	10.9%	19.2%	5.4%	18.6%
남성(2,30대)	15.7%	17.3%	8.2%	44.0%	11.9%	43.8%	14.2%	16.8%	5.6%	15.9%
여성(2,30대)	13.7%	3.2%	18.7%	50.2%	25.9%	38.7%	7.4%	22.0%	5.1%	21.6%
20대	16.5%	16.9%	12.8%	55.9%	10.3%	40.7%	12.4%	14.9%	3.9%	15.4%
30대	13.1%	4.7%	13.6%	38.6%	26.3%	42.0%	9.6%	23.3%	6.8%	21.7%
1. 서울	14.9%	10.2%	20.8%	47.1%	12.4%	36.1%	12.8%	20.5%	6.3%	10.0%
2. 부산	12.3%	9.8%	17.2%	53.9%	23.5%	67.6%	10.8%	9.8%	2.5%	21.6%
3. 대구	17.0%	9.2%	9.8%	62.7%	26.8%	35.3%	11.8%	18.3%	10.5%	20.9%
4. 인천	11.5%	8.2%	8.2%	47.5%	27.9%	56.3%	8.2%	16.9%	2.2%	22.4%
5. 광주	29.2%	16.7%	11.5%	38.5%	18.8%	42.7%	16.7%	7.3%	8.3%	13.5%
6. 대전	10.9%	17.8%	7.9%	53.5%	19.8%	33.7%	7.9%	26.7%	10.9%	23.8%
7. 울산	18.3%	11.3%	29.6%	56.3%	29.6%	54.9%	5.6%	12.7%	2.8%	9.9%
8. 세종	20.0%	15.0%	10.0%	40.0%	50.0%	55.0%	5.0%	0.0%	10.0%	35.0%
9. 경기	12.8%	10.3%	14.3%	44.0%	15.5%	35.7%	10.8%	27.6%	4.8%	22.7%
10. 강원	25.0%	7.1%	13.1%	40.5%	28.6%	35.7%	6.0%	10.7%	1.2%	10.7%
11. 충북	26.7%	3.0%	3.0%	55.4%	17.8%	31.7%	8.9%	10.9%	5.9%	17.8%
12. 충남	17.8%	14.7%	3.9%	48.1%	14.0%	46.5%	5.4%	7.8%	11.6%	10.1%
13. 전북	17.9%	16.0%	1.9%	47.2%	10.4%	41.5%	12.3%	8.5%	7.5%	26.4%
14. 전남	17.2%	19.5%	4.6%	47.1%	5.7%	67.8%	10.3%	8.0%	3.4%	13.8%
15. 경북	14.5%	6.6%	8.6%	30.9%	15.1%	25.0%	11.8%	35.5%	3.3%	21.1%
16. 경남	5.9%	7.4%	10.6%	43.6%	30.9%	46.3%	11.2%	15.4%	2.1%	30.9%
17. 제주	2.6%	18.4%	2.6%	60.5%	47.4%	47.4%	26.3%	10.5%	0.0%	18.4%

- 2030세대가 집을 제외하고 희망하는 여가공간은 카페, 식당, 영화관, 캠핑장, 테마파크, 헬스클럽, 쇼핑몰 등의 순이었고, 그중 식당을 제외한 공간을 희망하는 비율은 전 연령 평균보다 높았고, 특히 카페를 희망하는 비율이 높게 나타났음.
- 성별 희망공간의 경우, 남성에게서는 헬스클럽, PC방 등, 여성에게서는 쇼핑몰 등의 비율이 높게 나타났음.

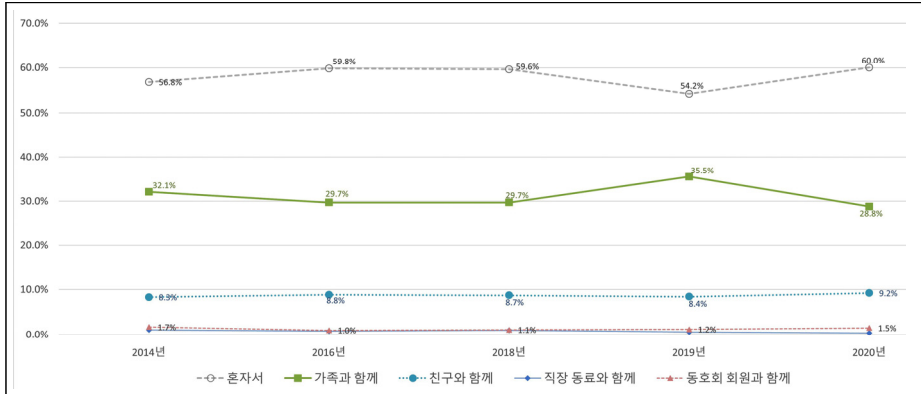
〈부록 표 1-10〉 희망하는 여가공간 ‘1+2+3’ 순위(2020년 조사 기준)

구분	10. 공연장	11. 영화관	23. PC방	31. 쇼핑몰	32. 카페	33. 대형마트	34. 식당	39. 헬스클럽	53. 생활권공원	56. 테마파크	57. 역사/문화유적지	62. 삼림욕장	63. 산	64. 캠핑장	65. 복합문화거리	69. 아파트내공터
전체 (전연령)	6.9%	12.6%	4.3%	9.7%	16.7%	6.8%	20.1%	9.2%	13.9%	9.7%	11.6%	11.8%	16.2%	10.3%	4.2%	8.4%
2.30대 전체	9.0%	17.3%	7.4%	13.2%	26.9%	5.1%	18.5%	13.8%	10.0%	14.1%	8.4%	8.3%	9.7%	15.1%	7.3%	4.1%
남성 (2.30대)	7.3%	18.4%	12.4%	8.2%	25.1%	3.8%	19.8%	17.4%	9.3%	12.3%	6.7%	7.3%	9.9%	15.4%	6.5%	3.7%
여성 (2.30대)	10.9%	16.1%	1.8%	18.8%	28.8%	6.6%	17.0%	9.9%	10.8%	16.1%	10.3%	9.4%	9.6%	14.8%	8.1%	4.6%
20대	9.3%	18.9%	10.8%	13.0%	32.9%	3.1%	18.4%	14.6%	8.6%	14.6%	6.3%	5.9%	7.1%	14.6%	9.0%	3.4%
30대	8.7%	15.8%	4.1%	13.4%	21.2%	7.0%	18.6%	13.1%	11.3%	13.6%	10.4%	10.5%	12.2%	15.5%	5.6%	4.7%
1. 서울	9.4%	14.6%	6.5%	15.0%	26.4%	4.6%	14.7%	12.1%	9.1%	19.0%	7.8%	7.5%	10.6%	13.7%	9.3%	1.0%
2. 부산	8.3%	19.6%	7.4%	21.6%	28.4%	2.9%	27.9%	13.7%	10.3%	15.7%	7.4%	7.8%	9.3%	6.9%	4.4%	4.9%
3. 대구	6.5%	13.7%	6.5%	11.1%	32.7%	5.2%	15.7%	11.1%	7.8%	19.0%	7.8%	15.7%	12.4%	27.5%	5.9%	2.0%
4. 인천	4.9%	24.0%	6.0%	9.8%	38.8%	14.2%	38.3%	13.7%	7.1%	12.0%	3.3%	1.6%	6.0%	11.5%	6.0%	9.3%
5. 광주	14.6%	16.7%	3.1%	8.3%	10.4%	2.1%	10.4%	20.8%	4.2%	8.3%	3.1%	14.6%	5.2%	38.5%	17.7%	1.0%
6. 대전	5.0%	20.8%	8.9%	7.9%	27.7%	3.0%	18.8%	13.9%	7.9%	9.9%	13.9%	18.8%	11.9%	14.9%	5.0%	2.0%
7. 울산	1.4%	21.1%	9.9%	18.3%	35.2%	5.6%	22.5%	15.5%	12.7%	9.9%	8.5%	5.6%	12.7%	7.0%	4.2%	4.2%
8. 세종	10.0%	25.0%	5.0%	10.0%	20.0%	10.0%	5.0%	15.0%	0.0%	15.0%	0.0%	0.0%	20.0%	5.0%	5.0%	0.0%
9. 경기	11.4%	16.3%	7.6%	12.0%	20.7%	5.1%	13.8%	14.1%	15.8%	14.6%	9.4%	7.5%	8.2%	14.1%	7.9%	6.5%
10. 강원	16.7%	26.2%	4.8%	8.3%	32.1%	7.1%	9.5%	19.0%	2.4%	13.1%	4.8%	7.1%	6.0%	17.9%	8.3%	1.2%
11. 충북	4.0%	31.7%	5.0%	5.0%	39.6%	5.9%	20.8%	8.9%	8.9%	5.0%	21.8%	7.9%	8.9%	23.8%	5.9%	4.0%
12. 충남	1.6%	21.7%	5.4%	3.9%	40.3%	7.0%	20.9%	14.0%	8.5%	17.1%	21.7%	8.5%	15.5%	9.3%	5.4%	3.1%
13. 전북	6.6%	12.3%	9.4%	17.9%	27.4%	2.8%	19.8%	17.0%	6.6%	14.2%	1.9%	8.5%	11.3%	21.7%	3.8%	2.8%
14. 전남	17.2%	29.9%	11.5%	9.2%	18.4%	0.0%	49.4%	14.9%	5.7%	4.6%	4.6%	5.7%	6.9%	17.2%	0.0%	1.1%
15. 경북	7.9%	11.2%	11.2%	13.2%	29.6%	2.6%	11.2%	12.5%	10.5%	5.9%	8.6%	11.8%	11.8%	14.5%	10.5%	2.6%
16. 경남	8.0%	11.7%	9.0%	22.3%	28.2%	6.9%	22.3%	16.0%	6.9%	9.0%	4.3%	8.5%	11.2%	11.7%	3.2%	10.1%
17. 제주	13.2%	0.0%	10.5%	21.1%	10.5%	0.0%	7.9%	13.2%	2.6%	26.3%	7.9%	2.6%	5.3%	21.1%	13.2%	0.0%

아. 여가활동 동반자

- 전 연령의 여가활동 동반자를 보면, ‘혼자서’가 60%로 대부분을 차지하고, 2014년부터 2020년까지 기간 중 2019년을 제외하면 큰 변화는 없음.
- 2020년 조사 기준으로 보면, 2030세대는 전 연령 평균에 비해서 ‘혼자서’의 비율은 높으나 ‘가족과 함께’ 비율은 낮은 편이고, 지역별로는 제주도 거주자에게서 ‘혼자서’의 비율이 100%에 달하여 특징적으로 나타남.

[부록 그림 1-7] 연도별 여가활동 동반자(전 연령)



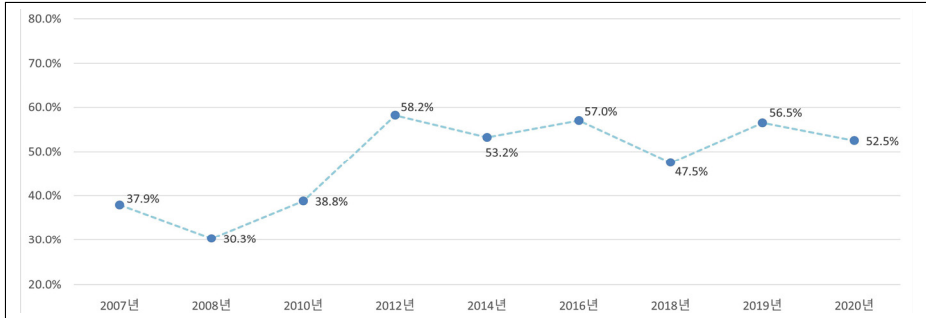
〈부록 표 1-11〉 여가활동 동반자(2020년 조사 기준)

구분	1. 혼자서	2. 가족(친척 포함)과 함께	3. 친구(연인 포함)와 함께	4. 직장 동료	5. 동호회 (종교단체 등 포함) 회원과 함께
전체(전연령)	63.2%	25.5%	9.3%	0.4%	1.4%
2,30대 전체	70.6%	17.1%	11.2%	0.3%	0.8%
남성(2,30대)	73.7%	12.7%	11.8%	0.5%	1.3%
여성(2,30대)	67.1%	22.0%	10.5%	0.1%	0.3%
20대	76.2%	8.1%	14.8%	0.3%	0.5%
30대	65.3%	25.5%	7.7%	0.4%	1.1%
1. 서울	66.8%	16.8%	15.2%	0.0%	1.2%
2. 부산	77.0%	17.2%	4.9%	0.5%	0.5%
3. 대구	71.2%	14.4%	13.7%	0.0%	0.7%
4. 인천	58.5%	30.6%	9.8%	0.5%	0.5%
5. 광주	64.6%	17.7%	16.7%	0.0%	1.0%
6. 대전	75.2%	16.8%	6.9%	1.0%	0.0%
7. 울산	64.8%	25.4%	8.5%	1.4%	0.0%
8. 세종	85.0%	10.0%	0.0%	0.0%	5.0%
9. 경기	71.0%	15.0%	13.1%	0.4%	0.6%
10. 강원	71.4%	11.9%	13.1%	0.0%	2.4%
11. 충북	69.3%	20.8%	8.9%	0.0%	1.0%
12. 충남	74.4%	16.3%	7.8%	0.8%	0.8%
13. 전북	72.6%	14.2%	11.3%	0.0%	1.9%
14. 전남	55.2%	34.5%	9.2%	1.1%	0.0%
15. 경북	80.3%	11.8%	7.9%	0.0%	0.0%
16. 경남	77.7%	16.0%	4.8%	1.1%	0.5%
17. 제주	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

자. 전반적인 여가생활 만족도

- 전반적인 여가생활 만족도(약간 만족 + 만족 + 매우 만족)는 여가시간과 여가비용이 가장 많았던 2008~2010년에 30%대로 가장 낮았고, 여가시간과 여가비용이 가장 적었던 2012년 58%로 가장 높았으며, 2012년 이후 50%대 안팎을 유지함.

[부록 그림 1-8] 연도별 전반적인 여가생활 만족도(전 연령)



〈부록 표 1-12〉 여가생활 불만족 이유(2020년 조사 기준)

구 분	1. 시간이 부족하여	2. 경제적 부담 때문에	3. 여가 정보 및 프로그램이 부족하여	4. 여가 시설이 부족하여	5. 여가를 함께 즐길 사람이 없어서	6. 이전 경험이 부족해서/할 줄 아는 것이 없어서	7. 기타
전체(전연령)	46.9%	32.6%	5.6%	2.8%	3.9%	4.3%	2.4%
2,30대 전체	54.9%	29.0%	5.7%	2.4%	2.3%	2.1%	2.5%
남성(2,30대)	58.0%	28.0%	4.0%	2.8%	2.3%	1.7%	2.4%
여성(2,30대)	51.7%	30.0%	7.5%	1.9%	2.3%	2.4%	2.6%
20대	47.2%	36.1%	7.7%	2.9%	1.7%	1.7%	1.9%
30대	60.4%	23.9%	4.3%	2.0%	2.7%	2.3%	2.9%
1. 서울	51.8%	29.0%	5.5%	2.0%	1.2%	2.4%	5.5%
2. 부산	60.0%	24.0%	9.3%	2.7%	4.0%	0.0%	0.0%
3. 대구	57.7%	25.0%	7.7%	1.9%	3.8%	0.0%	0.0%
4. 인천	47.9%	45.2%	1.4%	1.4%	1.4%	1.4%	0.0%
5. 광주	46.2%	32.7%	13.5%	0.0%	5.8%	1.9%	0.0%
6. 대전	72.9%	20.8%	2.1%	0.0%	2.1%	0.0%	2.1%
7. 울산	45.0%	40.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%
8. 세종	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
9. 경기	61.5%	23.8%	5.2%	1.6%	2.4%	1.8%	2.6%
10. 강원	37.3%	21.6%	7.8%	3.9%	5.9%	19.6%	3.9%
11. 충북	68.1%	21.3%	4.3%	2.1%	2.1%	0.0%	2.1%
12. 충남	61.3%	30.6%	0.0%	4.8%	0.0%	1.6%	1.6%
13. 전북	40.0%	46.7%	3.3%	3.3%	3.3%	0.0%	0.0%
14. 전남	44.9%	26.5%	12.2%	6.1%	6.1%	0.0%	2.0%
15. 경북	55.8%	32.5%	3.9%	6.5%	0.0%	0.0%	0.0%
16. 경남	45.9%	37.6%	5.9%	2.4%	1.2%	3.5%	3.5%
17. 제주	18.8%	62.5%	6.3%	6.3%	6.3%	0.0%	0.0%

- 2020년 조사 기준으로, 여가생활 불만족 사유로 시간 부족과 경제적 부담의 응답률이 높았고, 전 연령 평균 대비 2030세대는 시간 부족 응답률은 높고, 경제적 부담 응답률은 낮게 나타났음.

- 남성은 시간 부족, 여성은 경제적 부담의 응답률이 상대적으로 높았고, 시 단위 거주자는 시간 부족, 도 단위 거주자는 경제적 부담의 응답률이 상대적으로 높았음.

차. 여가정책 중요도

- 여가정책별로 중요도에 대한 응답률을 2020년 조사 기준으로 보면, ‘다양한 여가시설’, ‘질 좋은 여가프로그램 개발 및 보급’, ‘소외계층을 위한 여가생활을 지원’, ‘전문인력 양성’ 등의 순으로 높게 나타났음.
- 2020세대에서는 ‘다양한 여가시설’, ‘질 좋은 여가프로그램 개발 및 보급’, ‘휴일 보장’, ‘소외계층을 위한 여가생활을 지원’ 등의 순으로 나타나서 상대적으로 휴일 보장에 대한 수요가 큰 것을 볼 수 있음.

〈부록 표 1-13〉 여가정책 중요도(2020년 조사 기준)

구 분	1. 다양한 여가시설	2. 질 좋은 여가프로그램 개발 및 보급	3. 여가와 관련한 전문인력 양성 및 배치	4. 여가관련 동호회 육성 및 지원	5. 소외계층을 위한 여가생활 지원	6. 보다 나은 여가생활을 위해 관련 법규와 제도를 개선	7. 공휴일과 휴가를 법적으로 보장
전체(전연령)	44.5%	19.4%	7.9%	4.2%	11.6%	4.7%	7.2%
2,30대 전체	42.9%	20.4%	7.8%	4.7%	8.7%	5.7%	9.2%
남성(2,30대)	41.7%	21.3%	7.5%	4.7%	8.2%	6.3%	9.6%
여성(2,30대)	44.1%	19.4%	8.1%	4.7%	9.2%	5.1%	8.8%
20대	43.2%	20.1%	7.3%	4.9%	8.3%	6.4%	8.9%
30대	42.5%	20.7%	8.2%	4.6%	9.0%	5.1%	9.6%
1. 서울	35.1%	22.3%	9.1%	6.6%	8.7%	7.4%	8.8%
2. 부산	44.6%	23.0%	9.3%	2.5%	8.3%	2.0%	10.3%
3. 대구	59.5%	26.8%	3.3%	3.9%	2.6%	3.3%	0.7%
4. 인천	44.8%	22.4%	10.4%	2.7%	4.9%	1.6%	12.6%
5. 광주	53.1%	22.9%	3.1%	2.1%	8.3%	1.0%	9.4%
6. 대전	59.4%	20.8%	2.0%	5.0%	5.0%	1.0%	5.9%
7. 울산	46.5%	8.5%	9.9%	8.5%	5.6%	12.7%	8.5%
8. 세종	25.0%	30.0%	15.0%	0.0%	20.0%	5.0%	5.0%
9. 경기	36.6%	18.9%	8.0%	4.3%	11.4%	7.2%	13.4%
10. 강원	40.5%	10.7%	7.1%	8.3%	11.9%	9.5%	11.9%
11. 충북	52.5%	17.8%	8.9%	9.9%	2.0%	2.0%	5.9%
12. 충남	65.1%	14.0%	6.2%	3.1%	7.8%	2.3%	1.6%
13. 전북	45.3%	15.1%	1.9%	10.4%	13.2%	10.4%	3.8%
14. 전남	46.0%	34.5%	4.6%	1.1%	3.4%	4.6%	4.6%
15. 경북	44.7%	24.3%	6.6%	3.9%	5.3%	2.0%	13.2%
16. 경남	42.6%	14.4%	11.2%	2.1%	13.3%	9.0%	7.4%
17. 제주	42.1%	26.3%	10.5%	0.0%	10.5%	7.9%	2.6%

국민문화예술활동조사 원시자료 분석

1. 원시자료 분석 개요

가. 분석 자료 및 목적

- 분석 자료 : 「2020년 국민문화예술활동조사」(국가승인통계) 원시자료
- 자료 출처 : 문화센터(<http://stat.mcst.go.kr/>)
- 분석 목적 : 원시자료를 활용하여 청년의 문화예술활동 현황 및 인식을 파악하여 연구의 기초자료 확보

「2020 국민문화예술활동조사」 개요

- 통계 종류 : 일반통계 / 조사통계 / 계속통계(조사 및 공표주기 1년) / 전국통계
- 법적 근거 : 승인번호:113001, 승인일자:1991.05.07
- 조사 목적 : 문화향수 및 문화의식, 문화활동 등에 대한 실태를 파악, 문화복지 실현을 위한 정책수립의 기초자료로 활용
- 조사 대상 기간 : 2019.8.1.~2020.7.31.(1년간)
- 조사 기간 : 2020.9.7. ~ 2020.11.16.
- 응답자 수 : 만 15세 이상 10,099명 (전국 17개 시도)
- 조사 방법 : 조사원에 의한 1:1 가구방문 면접조사

나. 분석 내용 및 방법

- 분석 내용
 - 국민문화예술활동조사의 예술향유, 여가생활, 문화예술교육, 문화시설 이용, 문화활동, 문화관광, 사이버 문화활동 등의 270여 개 항목 중 20대 및 30대 연령층의 문화예술활동 및 문화예술활동공간이용 실태 중심으로 분석

〈부록 표 1-14〉 「2020 국민문화예술활동조사」의 문화예술활동 및 문화예술공간 분류

구분		분류
문화 예술 활동	문학행사	문학행사(시화전, 도서전시회, 작가와의 대화) : 시화전, 도서전시회, 작가와의 대화와 같은 문학 작품과 관련된 행사
	미술전시회	미술(사진·서예·건축디자인 포함) 전시회 : 그림, 조각, 공예품, 사진, 붓글씨, 건축, 디자인 등을 전시하여 보여주는 행사
	서양음악	서양음악(클래식, 서양악기 관련) : 서양의 전통적 작곡기법이나 연주법에 의한 음악을 연주하여 들려주는 행사 또는 오페라
	전통예술	전통예술(국악, 풍물, 민속극) : 판소리, 시조, 민요, 사물놀이 등과 같은 우리나라의 전통 음악을 들려주는 행사 또는 민속놀이, 민속극(가면극, 인형극) 등을 시연하는 행사
	연극	: 연기자에 의해 관객 앞에서 실연하는 형태로 제시되는 공연 예술행사로, 배우가 각본에 따라 어떤 사건이나 인물을 말과 동작으로 관객에게 보여 주는 무대행사
	뮤지컬	: 연기자에 의해 관객 앞에서 실연하는 형태로 제시되는 공연 예술행사로, 음악극과 같이 음악·노래·무용을 결합하여 관객에게 보여주는 무대행사
	무용	무용(서양무용, 한국무용, 현대무용) : 사람의 몸을 소재로 하여 육체의 내적·외적 행동을 통해 감정·경감·상황 등을 표현 하는 예술 행사 (예: 발레, 춤)
	영화	: 연결된 필름을 연속적으로 영상해 재현시킨 움직이는 영상 (TV 제외)
	대중음악	대중음악(가요콘서트), 연예(방송 프로그램 등) : 대중을 대상으로 하고, 대중 매체를 통해 전파되는 음악(유행가)을 공연하는 행사
문화 예술 공간	사군구민회관	지방 자치단체에서 회의, 공연, 집회의 목적으로 지은 시설
	문화예술회관	예술 작품의 전시·공연을 목적으로 지은 시설
	복지회관	지역 사회 주민의 복지향상을 위해 설치된 시설
	청소년회관	청소년 대상의 다양한 문화 활동을 위해 설치된 시설
	문화원	일정한 시설을 갖추고 향토 문화 또는 특정 국가의 문화를 전달하기 위해 문화 및 사회교육 사업을 실시하는 비영리 시설
	도서관	(학교 도서관 제외) 온갖 종류의 도서, 문서, 기록, 출판물 따위의 자료를 모아 두고 볼 수 있도록 한 시설
	박물관	(미술관 포함) 고고학 자료, 미술품, 인문·자연, 과학 등에 관한 학술적 자료를 수집, 보존, 진열하여 일반에 전시하는 시설
	문화의 집	지역 청소년들의 자유로운 문화예술 체험의 공간을 마련해주기 위해 문화관광부의 예산지원으로 설치된 시설
	대학교 부설 사회문화교실	대학교에서 일반인을 대상으로 강좌 등을 개설하는 시설
	사설문화센터	(백화점, 신문사, 방송사 등) 개인 또는 기업체에서 일반인을 대상으로 강좌 등을 개설한 시설
	주민자치센터	지역 주민을 위해 읍·면·동 단위로 운영하는 자치센터로 행정업무, 문화, 복지, 편익시설을 제공함
	민간공연장	(공공에 포함되지 않은 공연장) 민간에서 설치한 예술 작품의 전시·공연을 목적으로 지은 시설

자료: 문화체육관광부(2020), 2020년 국민문화예술활동조사

- 분석 대상 : 「2020 국민여가활동조사」의 조사 대상 중 20대와 30대 3,188명

〈부록 표 1-15〉 「2020 국민여가활동조사」의 20대 및 30대 연령층 현황

(단위: 명)

지역	전체	분석 대상	20대(명)	30대(명)
서울	1,928	666	326	340
부산	686	206	103	103
대구	491	151	76	75
인천	549	179	86	93
광주	293	97	47	50
대전	303	101	53	48
울산	222	72	32	40
세종	62	24	10	14
경기	2,412	790	367	423
강원	314	89	49	40
충북	329	100	51	49
충남	436	138	65	73
전북	376	102	52	50
전남	361	89	44	45
경북	549	151	78	73
경남	667	194	94	100
제주	121	39	17	22
합계	10,099	3,188	1,550	1,638

- 분석 방법 및 고려 사항

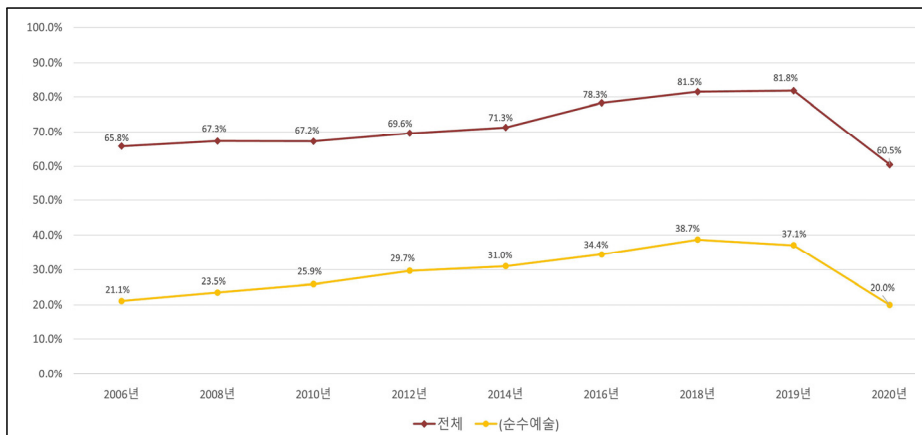
- 「2020 국민문화예술활동조사」 보고서에서 분석되지 않은 20~30대 청년층의 지역별 통계에 초점을 맞추어 세부적으로 분석
- 연령별, 지역별로 구분함에 따라 각 조사 대상 표본 수가 줄어들고, 기존 통계자료의 재분석에 따른 오차와 분석방법에 따른 차이가 다소 있으므로 이를 감안하여 자료를 분석

2. 20대 및 30대의 문화예술활동 분석 결과

가. 문화예술행사 관람률

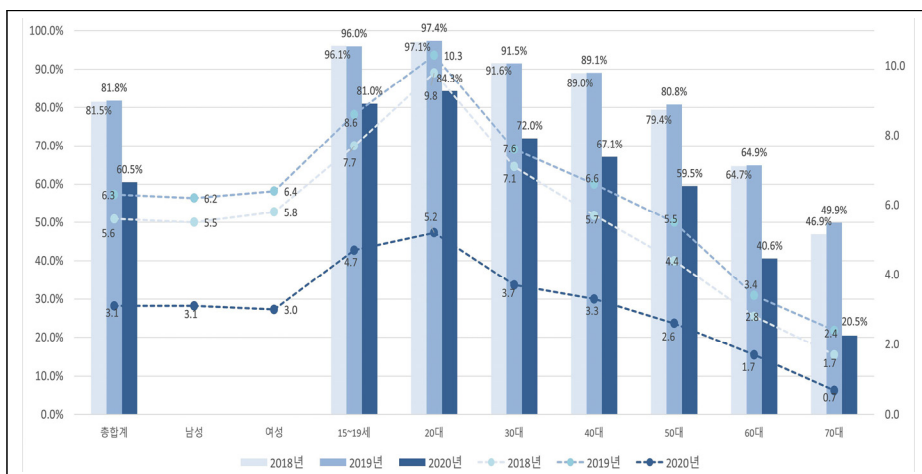
- 문화예술행사 관람률은 꾸준히 증가하여 2019년 최고조에 달했으나, 코로나19의 확산으로 인해 2020년에는 급감하였음.

[부록 그림 1-9] 연도별 문화예술행사 관람률(전 연령)



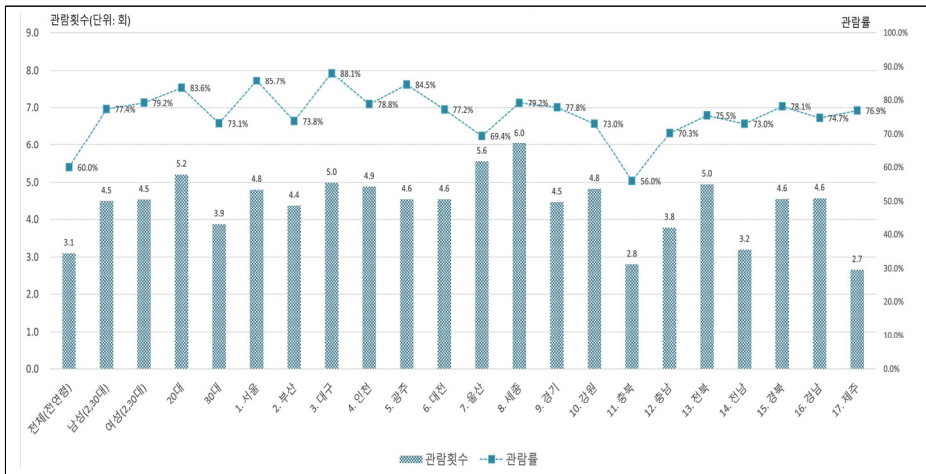
- 연령별로 보면, 20대가 관람률 및 관람횟수가 가장 많고, 이어서 15~19세, 30대였고, 연령이 증가할수록 관람률과 관람횟수도 감소하는 추세를 보임.

[부록 그림 1-10] 연령별 문화예술행사 관람률 및 관람횟수(최근 3년)



- 지역별로 차이를 보이지만, 도 단위 지역보다 시 단위 지역 거주자의 관람률과 관람횟수가 상대적으로 많은 경향을 보임.
 - 관람률과 관람횟수는 대체로 유사한 모양새를 보이지만, 울산처럼 관람률은 떨어지고 관람횟수는 많은 경우, 문화예술행사 관람이 상대적으로 소수에 집중된 경향으로 볼 수 있음.

[부록 그림 1-11] 지역별 문화예술행사 관람률 및 관람횟수(2020년 조사 기준)



나. 분야별 문화예술행사 관람률

- 2020년 조사 기준으로, 분야별 문화예술행사 관람률을 보면, ‘영화’가 가장 높고, ‘미술전시회’, ‘대중음악, 연예’, ‘뮤지컬’, ‘연극’ 등의 순이었고, 2030세대에서는 ‘영화’, ‘미술전시회’, ‘연극’, ‘뮤지컬’, ‘대중음악, 연예’ 등의 순이었음.
 - ‘영화’의 경우, 전 연령 평균보다 매우 높게 나타났고, ‘미술 전시회’, ‘연극’, ‘뮤지컬’ 관람률도 유의미하게 높게 나타났음.
- 2030세대 중에는 각 분야 관람률이 남성보다 여성에게서 좀 더 높게 나타난 경향이 있고, 그중 ‘미술전시회’, ‘연극’, ‘뮤지컬’에서 상대적으로 차이가 컸음.
- 지역별로 보면, 도 단위보다 시 단위 지역 거주자에게서 ‘미술전시회’, ‘뮤지컬’, ‘영화’, ‘대중음악, 연예’의 관람률이 상대적으로 높았고, 전통예술은 시 단위보다 도 단위 지역 거주자에게서 상대적으로 높게 나타났음.

〈부록 표 1-16〉 문화예술행사 관람률(2020년 조사 기준, 중복응답)

구분	① 문학행사	② 미술 전시회	③ 서양음악	④ 전통예술	⑤ 연극	⑥ 뮤지컬	⑦ 무용	⑧ 영화	⑨ 대중음악, 연예
전체(전연령)	2.5%	8.3%	2.1%	3.1%	5.8%	6.8%	0.7%	56.1%	7.1%
남성(2,30대)	2.0%	9.8%	2.4%	1.1%	8.8%	8.3%	0.6%	74.7%	7.7%
여성(2,30대)	4.0%	16.4%	2.5%	2.3%	11.3%	13.8%	0.6%	74.8%	9.3%
20대	2.6%	14.6%	2.3%	1.6%	11.7%	9.8%	0.8%	81.2%	9.7%
30대	3.2%	11.4%	2.7%	1.7%	8.4%	11.9%	0.4%	68.6%	7.4%
1. 서울	3.2%	16.4%	3.3%	1.5%	17.3%	18.8%	0.9%	80.8%	10.5%
2. 부산	1.9%	14.1%	1.9%	1.0%	5.3%	5.3%	0.5%	73.3%	8.7%
3. 대구	2.6%	19.2%	7.9%	2.0%	9.9%	8.6%	0.7%	86.8%	11.3%
4. 인천	1.7%	8.9%	3.4%	1.7%	6.1%	12.8%	0.6%	75.4%	10.1%
5. 광주	3.1%	12.4%	0.0%	0.0%	5.2%	10.3%	0.0%	82.5%	12.4%
6. 대전	2.0%	10.9%	3.0%	0.0%	2.0%	6.9%	1.0%	72.3%	6.9%
7. 울산	0.0%	2.8%	1.4%	1.4%	4.2%	2.8%	0.0%	68.1%	12.5%
8. 세종	12.5%	41.7%	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%	4.2%	70.8%	8.3%
9. 경기	3.9%	12.2%	2.0%	1.6%	10.5%	12.7%	0.5%	75.1%	7.5%
10. 강원	5.6%	11.2%	1.1%	1.1%	13.5%	6.7%	0.0%	70.8%	5.6%
11. 충북	3.0%	10.0%	0.0%	4.0%	3.0%	2.0%	0.0%	51.0%	6.0%
12. 충남	0.7%	10.9%	2.2%	3.6%	9.4%	8.0%	0.0%	65.2%	6.5%
13. 전북	2.9%	6.9%	0.0%	2.9%	1.0%	2.0%	0.0%	73.5%	4.9%
14. 전남	1.1%	6.7%	2.2%	3.4%	6.7%	3.4%	0.0%	69.7%	5.6%
15. 경북	2.0%	12.6%	1.3%	1.3%	11.9%	9.3%	0.0%	75.5%	5.3%
16. 경남	3.1%	13.9%	2.1%	1.5%	6.2%	7.2%	2.1%	70.6%	9.3%
17. 제주	0.0%	12.8%	7.7%	0.0%	12.8%	0.0%	0.0%	61.5%	7.7%

다. 문화예술행사 보완이 필요한 부분

- 2020년 조사 기준으로, 문화예술행사 직접관람자가 꼽은 보완점은 ‘작품의 질을 높여야 한다’가 가장 많았고, ‘관람비용을 낮추어야 한다’, ‘가까운 곳에서 열려야 한다’, ‘관련 정보가 많아져야 한다’, ‘더욱 자주 개최되어야 한다’ 등의 순이었음.
- 2030세대에서는 전 연령 평균 대비, ‘모름/무응답’ 비율이 낮아서 모든 보완점에 대해서 전 연령 평균보다 높은 응답율을 보였으며, 30대보다 20대에서 ‘관람비용을 낮추어야 한다’는 응답율이 상대적으로 높게 나타났음.
- 지역별로 보면, ‘작품의 질을 높여야 한다’가 가장 많았고, ‘관람비용을 낮추어야 한다’는 시 단위 지역 거주자에게서 상대적으로 높게 나타났고, ‘가까운 곳에서 열려야 한다’는 도 단위 지역 거주자에게서 상대적으로 높게 나타나서 2030세대 내에서 거주 지역에 따른 차이를 보였음.

〈부록 표 1-17〉 직접관람자의 문화예술행사 보완점(2020년 조사 기준)

구분	1. 작품의 질을 높여야 한다	2. 관람비용을 낮추어야 한다	3. 더욱 자주 개최되어야 한다	4. 가까운 곳에서 열려야 한다	5. 관련 정보가 많아져야 한다	6. 이해하기 쉬운 행사가 많아져야 한다	7. 기타	9. 모름/ 무응답
전체(전연령)	19.1%	17.2%	4.3%	10.1%	7.4%	1.6%	0.3%	40.0%
2,30대 전체	27.8%	22.0%	5.0%	10.7%	10.4%	1.9%	0.4%	21.8%
남성(2,30대)	28.5%	20.9%	5.0%	10.3%	10.4%	2.0%	0.3%	22.6%
여성(2,30대)	27.0%	23.2%	5.0%	11.3%	10.3%	1.8%	0.6%	20.8%
20대	29.2%	24.3%	5.2%	10.6%	11.9%	1.7%	0.6%	16.4%
30대	26.4%	19.8%	4.8%	10.8%	8.9%	2.1%	0.2%	26.9%
1. 서울	31.7%	24.9%	6.2%	9.0%	11.3%	2.3%	0.5%	14.3%
2. 부산	29.1%	21.8%	4.4%	8.7%	9.7%	0.0%	0.0%	26.2%
3. 대구	31.1%	25.2%	6.0%	9.9%	11.9%	2.6%	1.3%	11.9%
4. 인천	45.8%	17.9%	2.2%	7.3%	3.9%	1.1%	0.6%	21.2%
5. 광주	34.0%	27.8%	5.2%	8.2%	8.2%	1.0%	0.0%	15.5%
6. 대전	21.8%	35.6%	6.9%	8.9%	4.0%	0.0%	0.0%	22.8%
7. 울산	23.6%	20.8%	5.6%	12.5%	6.9%	0.0%	0.0%	30.6%
8. 세종	29.2%	16.7%	8.3%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	20.8%
9. 경기	24.7%	21.8%	5.1%	12.7%	11.1%	2.3%	0.3%	22.2%
10. 강원	21.3%	10.1%	9.0%	12.4%	13.5%	6.7%	0.0%	27.0%
11. 충북	30.0%	12.0%	5.0%	5.0%	4.0%	0.0%	0.0%	44.0%
12. 충남	17.4%	24.6%	4.3%	14.5%	6.5%	2.2%	0.7%	29.7%
13. 전북	29.4%	18.6%	4.9%	7.8%	10.8%	2.0%	2.0%	24.5%
14. 전남	21.3%	25.8%	2.2%	12.4%	10.1%	0.0%	1.1%	27.0%
15. 경북	23.2%	12.6%	3.3%	19.2%	16.6%	2.0%	1.3%	21.9%
16. 경남	23.7%	22.2%	3.1%	10.3%	11.9%	3.6%	0.0%	25.3%
17. 제주	23.1%	17.9%	5.1%	15.4%	15.4%	0.0%	0.0%	23.1%

라. 문화예술 관련 지출

- 2020년 조사 기준으로, 문화예술 관련 ‘구입 및 대여’와 관련하여 가장 많이 지출되는 항목 ‘1+2+3’ 순위를 보면, 전 연령 및 2030세대 모두에서 ‘영화’의 비중이 매우 높게 나타났고, 이어서 ‘문학’, ‘대중음악’ 등의 순으로 나타났고, ‘영화’와 ‘문학’은 전 연령에 비해 2030세대에서 지출 비중이 상대적으로 높게 나타났음.
- 지역별로 보면, ‘영화’와 ‘대중음악’ 분야에서 시 단위보다 도 단위 지역 거주자의 지출 비중이 높게 나타나서 2030세대 내에서 거주 지역에 따른 차이가 나타났을 뿐, 다른 분야에서는 유의미한 차이를 찾기는 어려웠음.

〈부록 표 1-18〉 문화예술 ‘구입·대여’ 관련 많이 지출하는 항목 ‘1+2+3’ 순위(2020년 조사 기준)

구분	1. 문학 (독서 포함)	2. 미술(사진/ 서예/건축/ 디자인 포함)	3. 서양음악 (클래식, 오페라, 서양악기 관련)	4. 전통예술 (국악, 풍물, 민속극)	5. 연극	6. 뮤지컬	7. 무용(서양 무용, 한국무용, 현대무용)	8. 영화	9. 대중음악 (가요콘서트), 연예작업 관람
전체(전연령)	12.0%	1.7%	0.9%	1.2%	1.1%	1.3%	0.3%	19.2%	11.1%
2,30대 전체	16.6%	2.3%	0.9%	0.8%	1.7%	1.9%	0.5%	25.6%	11.9%
남성(2,30대)	15.6%	2.0%	0.8%	0.6%	1.5%	1.2%	0.1%	26.4%	11.6%
여성(2,30대)	17.7%	2.6%	1.1%	1.0%	1.8%	2.8%	0.9%	24.7%	12.2%
20대	17.3%	2.6%	1.1%	0.5%	2.0%	1.4%	0.7%	24.3%	11.9%
30대	16.0%	1.9%	0.7%	1.0%	1.3%	2.5%	0.2%	26.9%	11.8%
1. 서울	11.9%	2.6%	0.6%	1.8%	2.1%	2.7%	0.5%	23.1%	8.3%
2. 부산	21.8%	3.9%	1.5%	0.5%	1.0%	0.0%	0.0%	29.1%	15.5%
3. 대구	20.5%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	17.9%	4.0%
4. 인천	22.9%	4.5%	2.8%	0.6%	1.1%	2.8%	1.1%	32.4%	16.8%
5. 광주	9.3%	0.0%	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	3.1%	43.3%	39.2%
6. 대전	3.0%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.8%	17.8%
7. 울산	8.3%	1.4%	0.0%	0.0%	2.8%	2.8%	0.0%	44.4%	26.4%
8. 세종	41.7%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	8.3%
9. 경기	18.9%	2.0%	1.0%	0.8%	2.0%	3.3%	0.4%	29.7%	12.5%
10. 강원	16.9%	0.0%	1.1%	0.0%	4.5%	1.1%	1.1%	18.0%	10.1%
11. 충북	10.0%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.0%	1.0%	39.0%	10.0%
12. 충남	13.8%	2.2%	2.2%	0.7%	0.7%	0.0%	0.7%	5.1%	5.8%
13. 전북	23.5%	2.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	0.0%	12.7%	6.9%
14. 전남	15.7%	3.4%	2.2%	0.0%	3.4%	4.5%	0.0%	24.7%	16.9%
15. 경북	11.3%	1.3%	0.0%	0.0%	2.6%	1.3%	0.0%	37.7%	15.2%
16. 경남	24.7%	3.6%	0.0%	0.5%	2.1%	0.5%	0.5%	13.9%	3.1%
17. 제주	25.6%	2.6%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.7%	2.6%

- 문화예술 ‘관람’과 관련하여 가장 많이 지출되는 항목 ‘1+2+3’ 순위에서도 ‘영화’의 비중이 높게 나타났고, 이어서 ‘대중음악’, ‘뮤지컬’, ‘연극’, ‘미술’ 등의 순이었음.
- 2030세대의 경우, 전 연령 대비 각 지출 항목의 순위는 대체로 유사하였으나, 전 연령 대비 지출 비중은 높게 나타났고, 특히 ‘영화’의 경우에는 전 연령 평균과 차이가 컸음.
- 지역별로는 도 단위보다 시 단위 지역 거주자에게서 ‘영화’, ‘대중음악’, ‘뮤지컬’ 관람과 관련한 지출 비중이 높게 나타났음.

〈부록 표 1-19〉 문화예술 ‘관람’ 관련 많이 지출하는 항목 ‘1+2+3’ 순위(2020년 조사 기준)

구분	10. 문학행사 (시화전, 도서 전시회, 작가와와의 대화)	11. 미술(사진 /서예/건축/ 디자인 포함) 전시회	12. 서양음악 (클래식, 오페라, 서양악기 관련)	13. 전통예술 (국악, 풍물, 민속극)	14. 연극	15. 뮤지컬	16. 무용 (서양무용, 한국무용, 현대무용)	17. 영화	18. 대중음악 (가요콘서트), 연예 기타(강습 비, 학원비 등)
전체(전연령)	1.0%	4.2%	1.3%	1.9%	4.8%	6.5%	0.6%	54.1%	10.6%
2,30대 전체	1.4%	6.4%	1.8%	0.8%	7.9%	10.4%	0.6%	70.6%	11.6%
남성(2,30대)	1.0%	5.0%	1.5%	0.6%	7.0%	9.0%	0.4%	70.7%	11.4%
여성(2,30대)	1.8%	8.0%	2.1%	1.1%	8.9%	12.1%	0.9%	70.5%	11.9%
20대	1.3%	6.9%	1.9%	0.7%	8.4%	9.9%	0.8%	77.0%	13.1%
30대	1.5%	6.0%	1.8%	1.0%	7.4%	11.0%	0.4%	64.6%	10.2%
1. 서울	1.8%	9.0%	2.3%	1.1%	16.4%	17.7%	1.7%	79.1%	14.4%
2. 부산	0.0%	4.9%	1.0%	0.5%	4.4%	4.9%	0.0%	70.9%	10.2%
3. 대구	4.0%	15.9%	7.3%	2.0%	8.6%	15.9%	0.0%	84.8%	16.6%
4. 인천	0.6%	2.2%	1.1%	1.1%	3.4%	10.1%	1.7%	66.5%	8.9%
5. 광주	2.1%	7.2%	2.1%	0.0%	4.1%	6.2%	0.0%	80.4%	13.4%
6. 대전	0.0%	4.0%	2.0%	0.0%	1.0%	6.9%	0.0%	69.3%	9.9%
7. 울산	0.0%	1.4%	1.4%	1.4%	1.4%	2.8%	0.0%	72.2%	13.9%
8. 세종	4.2%	8.3%	0.0%	0.0%	12.5%	16.7%	0.0%	79.2%	37.5%
9. 경기	1.8%	5.9%	1.1%	0.9%	7.7%	10.3%	0.3%	66.7%	8.2%
10. 강원	1.1%	3.4%	1.1%	0.0%	6.7%	7.9%	0.0%	61.8%	7.9%
11. 충북	1.0%	2.0%	1.0%	0.0%	1.0%	2.0%	1.0%	56.0%	10.0%
12. 충남	0.7%	7.2%	2.9%	1.4%	8.0%	7.2%	0.7%	75.4%	29.7%
13. 전북	1.0%	0.0%	0.0%	2.0%	2.0%	5.9%	0.0%	67.6%	7.8%
14. 전남	1.1%	3.4%	0.0%	1.1%	6.7%	1.1%	0.0%	58.4%	9.0%
15. 경북	1.3%	11.3%	2.6%	0.7%	5.3%	15.9%	0.0%	68.9%	9.3%
16. 경남	0.5%	4.1%	0.5%	0.0%	3.1%	6.7%	0.5%	65.5%	5.7%
17. 제주	0.0%	7.7%	7.7%	0.0%	10.3%	0.0%	0.0%	46.2%	15.4%

마. 문화예술 공간이용 실태

- 문화예술공간 이용 경험의 비율은 ‘도서관’, ‘민간 공연장’, ‘미술관, 박물관’, ‘시·군·구민회관’, ‘복지회관’ 등의 순으로 높았고, 2030세대의 경우, ‘주민자치센터’, ‘도서관’, ‘민간 공연장’, ‘미술관, 박물관’ 등의 순으로 높았고, 특히 주민자치센터는 이용 경험 비율은 전 연령 평균보다 상당히 높게 나타났음.
- 2030세대의 경우, 여성의 이용 경험이 남성보다 많았고, 지역별로는 시 단위 지역 거주자에게서는 상대적으로 주민자치센터, 도서관 이용 경험이 있는 비율이 높게 나타났고, 도 단위 지역 거주자에게서는 유의미하게 분석할 수 있는 지출 항목은 보이지 않았음.

〈부록 표 1-20〉 문화예술공간 이용 경험(2020년 조사 기준)

구분	① 시, 군, 구민 회관	② 문예 회관	③ 복지 회관	④ 청소년 회관	⑤ 문화 원	⑥ 도서관	⑦ 박물관, 미술관	⑧ 문학 관	⑨ 생활 문화센터	⑩ 문화 의 집	⑪ 대학교 부설 사회문화 교실	⑫ 사설 문화센터 (백화점 등)	⑬ 주민 자치센터	⑭ 민간 공연장
전체(전연령)	5.7%	2.5%	4.2%	1.5%	0.7%	13.1%	7.1%	0.3%	1.2%	0.3%	0.6%	2.4%	2.4%	9.8%
2,30대 전체	3.8%	2.3%	0.7%	1.3%	0.4%	19.8%	10.1%	0.4%	1.2%	0.3%	1.3%	3.5%	20.8%	13.7%
남성(2,30대)	3.0%	1.4%	0.5%	1.0%	0.3%	17.3%	8.0%	0.5%	0.5%	0.1%	1.4%	2.6%	19.5%	13.9%
여성(2,30대)	4.7%	3.2%	0.9%	1.6%	0.5%	22.6%	12.4%	0.3%	2.1%	0.5%	1.1%	4.4%	22.3%	13.6%
20대	2.5%	1.9%	0.7%	1.3%	0.3%	21.2%	9.0%	0.4%	0.5%	0.3%	2.1%	2.6%	2.6%	15.3%
30대	5.0%	2.7%	0.7%	1.3%	0.4%	18.6%	11.1%	0.4%	1.9%	0.2%	0.4%	4.3%	4.3%	12.3%
1. 서울	2.6%	1.5%	0.8%	1.4%	0.6%	16.2%	8.7%	-	1.4%	0.6%	0.9%	2.9%	9.8%	14.0%
2. 부산	2.9%	1.9%	0.5%	0.5%	-	21.8%	18.0%	-	0.5%	-	0.5%	2.9%	33.0%	17.5%
3. 대구	3.3%	2.6%	-	1.3%	-	29.8%	10.6%	0.7%	-	-	2.0%	3.3%	43.0%	21.9%
4. 인천	1.1%	2.2%	1.1%	2.2%	0.6%	25.7%	10.6%	0.6%	1.7%	0.6%	0.6%	0.6%	5.6%	15.1%
5. 광주	3.1%	13.4%	-	-	-	16.5%	10.3%	-	1.0%	-	2.1%	2.1%	47.4%	20.6%
6. 대전	-	1.0%	-	-	-	7.9%	5.9%	-	-	-	-	1.0%	33.7%	3.0%
7. 울산	2.8%	4.2%	-	-	1.4%	22.2%	11.1%	2.8%	-	-	-	2.8%	29.2%	2.8%
8. 세종	8.3%	-	8.3%	-	-	70.8%	16.7%	-	-	-	4.2%	0.0%	66.7%	12.5%
9. 경기	4.7%	1.4%	0.5%	1.1%	0.6%	20.3%	8.2%	0.4%	1.1%	0.1%	1.6%	6.1%	18.5%	11.6%
10. 강원	2.2%	2.2%	-	0.0%	-	12.4%	4.5%	-	2.2%	-	4.5%	1.1%	11.2%	3.4%
11. 충북	1.0%	2.0%	-	2.0%	-	19.0%	16.0%	-	-	-	2.0%	2.0%	20.0%	-
12. 충남	3.6%	5.1%	-	2.2%	0.7%	19.6%	12.3%	-	0.7%	-	0.7%	2.9%	38.4%	10.1%
13. 전북	5.9%	2.0%	-	2.0%	-	11.8%	8.8%	1.0%	2.0%	-	1.0%	-	10.8%	4.9%
14. 전남	4.5%	1.1%	-	3.4%	-	7.9%	3.4%	0.0%	3.4%	-	1.1%	2.2%	14.6%	10.1%
15. 경북	7.3%	1.3%	1.3%	3.3%	-	30.5%	8.6%	0.7%	-	-	1.3%	3.3%	13.2%	23.2%
16. 경남	9.3%	3.1%	1.5%	0.5%	-	22.7%	15.5%	0.5%	3.6%	1.0%	1.0%	4.6%	29.4%	31.4%
17. 제주	-	2.6%	7.7%	-	-	12.8%	17.9%	5.1%	-	-	-	7.7%	23.1%	5.1%

바. 문화예술활동 공간 및 환경 만족도

- 문화예술활동 공간 및 환경에 대한 만족도를 100점 만점으로 환산²⁶⁾하면, 대체로 80점 내외로 높은 만족도를 보였으며, ‘민간공연장’, ‘문화의 집’, ‘박물관, 미술관’, ‘도서관’, ‘복지회관’, ‘사설 문화센터’, ‘주민자치센터’의 만족도가 평균보다 높게 나타났다.

26) 문화예술활동 공간·환경 만족도를 7점 척도로 설문하여, ‘100점 만점 환산값 = (1점 응답자 수×1 + 2점 응답자 수×2 + 3점 응답자 수×3 + 4점 응답자 수×4 + 5점 응답자 수×5 + 6점 응답자 수×6 + 7점 응답자 수×7) / (응답자 수×100/7)’로 계산하였다. 응답자 수가 1명인 경우, 1점(14.3), 2점(28.6), 3점(42.9), 4점(57.1), 5점(71.4), 6점(85.7), 7점(100)으로 환산하였다.

- 2030세대의 경우, ‘문화의 집’, ‘민간공연장’, ‘박물관, 미술관’, ‘도서관’, ‘문화관’에 대한 만족도가 평균을 상회하였고, 주민자치센터의 경우에는 이용 경험은 많았으나 만족도는 상대적으로 가장 낮게 평가되었음.

〈부록 표 1-21〉 문화예술 공간·환경 이용 만족도(2020년 조사 기준)

구분	① 시, 군, 구민 회관	② 문예 회관	③ 복지 회관	④ 청소년 회관	⑤ 문화 원	⑥ 도서관	⑦ 박물관, 미술관	⑧ 문화 관	⑨ 생활 문화센터	⑩ 문화 의 집	⑪ 대학교 사회문화 교실	⑫ 사설 문화센터 (백화점 등)	⑬ 주민 자치센터	⑭ 민간 공연장
전체(전연령)	79.5	80.6	81.7	78.9	78.4	82.0	82.4	79.9	79.4	82.9	79.8	81.0	81.0	84.4
2,30대 전체	78.3	79.8	78.6	77.4	78.6	82.4	83.3	82.1	78.4	85.7	78.6	79.7	77.2	85.5
남성(2,30대)	79.4	81.5	75.0	75.6	77.1	82.4	82.8	78.6	82.1	100.0	78.0	79.9	77.2	85.9
여성(2,30대)	77.5	79.0	80.6	78.6	79.6	82.4	83.7	89.3	77.4	83.7	79.5	79.7	77.2	84.9
20대	79.1	77.8	77.9	75.0	74.3	82.0	83.2	83.3	82.1	82.9	78.8	79.6	79.6	85.2
30대	77.9	81.2	79.2	79.6	81.6	82.8	83.4	81.0	77.4	90.5	77.6	79.8	79.8	85.8
1. 서울	75.6	85.7	80.0	77.8	75.0	79.4	85.0	-	76.2	85.7	81.0	75.2	77.6	83.9
2. 부산	76.2	75.0	85.7	85.7	-	80.6	81.5	-	71.4	-	57.1	83.3	74.6	86.5
3. 대구	80.0	85.7	-	71.4	-	83.8	83.0	85.7	85.7	-	81.0	85.7	74.3	86.6
4. 인천	85.7	82.1	64.3	75.0	71.4	89.8	85.7	85.7	76.2	85.7	71.4	85.7	74.3	89.4
5. 광주	81.0	82.4	-	-	-	86.6	88.6	-	85.7	-	78.6	64.3	81.1	81.4
6. 대전	-	42.9	-	-	-	76.8	78.6	-	-	-	-	57.1	76.9	85.7
7. 울산	71.4	90.5	-	-	100.0	75.9	80.4	64.3	-	-	-	92.9	70.7	85.7
8. 세종	85.7	-	85.7	-	-	81.5	75.0	-	-	-	85.7	-	76.8	85.7
9. 경기	83.0	74.0	82.1	81.0	77.1	84.4	87.7	81.0	71.4	71.4	78.0	82.4	79.9	88.4
10. 강원	50.0	35.7	-	-	-	89.6	71.4	-	78.6	-	85.7	100.0	88.6	81.0
11. 충북	100.0	85.7	-	92.9	-	86.5	85.7	-	-	-	85.7	92.9	82.1	-
12. 충남	80.0	87.8	-	81.0	85.7	82.5	78.2	-	71.4	-	71.4	71.4	83.0	84.7
13. 전북	76.2	85.7	-	71.4	-	78.6	87.3	100.0	100.0	-	85.7	-	70.1	82.9
14. 전남	67.9	57.1	-	66.7	-	73.5	81.0	-	85.7	-	71.4	85.7	73.6	84.1
15. 경북	79.2	78.6	71.4	71.4	-	83.9	74.7	100.0	-	-	78.6	77.1	73.6	89.4
16. 경남	73.8	78.6	76.2	85.7	-	75.6	79.5	85.7	81.6	92.9	64.3	69.8	70.9	80.3
17. 제주	-	85.7	81.0	-	-	71.4	79.6	78.6	-	-	-	81.0	77.8	85.7

청년문화의 현황과 정책 과제

부록2

청년 문화인식 및 문화정책 의견조사 양식

청년 문화인식 및 문화정책 의견조사 양식



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

청년 문화인식 및 문화정책 의견조사

안녕하십니까? 한국문화관광연구원은 문화, 관광 분야의 조사, 연구를 통해 정책개발 및 정책 대안을 제시하고 문화관광산업 육성 지원을 담당하고 있는 문화체육관광부 산하 국책연구기관입니다.

한국문화관광연구원은 <청년 문화인식 및 문화정책 의견조사>를 실시하고 있습니다. 정책 방향 수립 시 기초 자료로 활용하고자 조사를 실시하고자 하오니, 바쁘시고 번거로우시겠지만 잠시만 시간을 내시어 조사에 협조해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

응답하신 내용은 통계법 제33조 및 제34조에 의해 비밀이 철저히 보장되며, 반드시 통계작성 목적으로만 사용할 것을 약속드리겠습니다.

2021. 9.

주 관 : 한국문화관광연구원

책 임 연 구 : 노영순 연구위원, 노수경 연구원, 이경진 연구원

조 사 업 체 : ㈜엠브레인퍼블릭

SQ. 응답자 선정 질문

문1. 귀하께서는 현재 어디에 거주하고 계십니까?

- | | |
|------------|-------------|
| 1. 서울특별시 | 10. 강원도 |
| 2. 부산광역시 | 11. 충청북도 |
| 3. 대구광역시 | 12. 충청남도 |
| 4. 인천광역시 | 13. 전라북도 |
| 5. 광주광역시 | 14. 전라남도 |
| 6. 대전광역시 | 15. 경상북도 |
| 7. 울산광역시 | 16. 경상남도 |
| 8. 세종특별자치시 | 17. 제주특별자치도 |
| 9. 경기도 | |

문1_1. 시/군/구 구분

문2. 귀하의 성별은 무엇입니까?

1. 남자
2. 여자

문3. 귀하의 출생년도는 어떻게 되십니까?

_____ 년

A. 문화활동 현황

문 1. 귀하께서는 아래 항목이 문화활동이라고 생각하십니까? 문화활동이라 생각하시면 “예” 아니라고 생각하시면 “아니오”를 선택해 주십시오.

항목명	예	아니오
2-1) 문화예술 관람활동 (전시회, 박물관, 연주회, 영화 등 관람)	①	②
2-2) 문화예술 참여활동(악기다루기, 글짓기, 그림그리기, 사진촬영 등)	①	②
2-3) 스포츠 관람활동(농구, 야구, 축구 등 관람)	①	②
2-4) 스포츠 참여활동(농구, 야구, 축구 등 스포츠에 참여하는 활동)	①	②
2-5) 관광활동(유적지 방문, 캠핑, 해외여행 등)	①	②
2-6) 수집 활동(여러가지 물건이나 재료를 찾아 모으는 활동)	①	②
2-7) 요리/다도 등 식생활과 관련된 활동	①	②
2-8) 반려동물 돌보기	①	②
2-9) 인테리어 (집, 자동차 등 실내장식을 바꾸고 디자인하는 활동)	①	②
2-10) 인터넷 검색/채팅/sns/ucc(유튜브 등) 제작 활동	①	②
2-11) 게임(pc, 핸드폰, 닌텐도, 플레이스테이션 등)	①	②
2-12) 보드게임/퍼즐맞추기 (포커, 화투, 낱말퍼즐 등)	①	②
2-13) 바둑/장기/체스를 즐기는 활동	①	②
2-14) 겜블/복권구입 (도박성 게임을 하거나 복권을 구입하는 활동)	①	②
2-15) 쇼핑 (온,오프라인 쇼핑)	①	②
2-16) 음주	①	②
2-17) 미용 (피부관리, 헤어관리, 네일아트, 마사지 등)	①	②
2-18) 원예 (화단이나 화분 등을 키우고 가꾸는 행위)	①	②
2-19) 산책 및 걷기	①	②
2-20) TV시청, 동영상(넷플릭스, 유튜브 등) 시청, 라디오/팟캐스트 청취	①	②
2-21) 사회 및 기타 활동 (봉사활동, 친구만남, 동호회모임 등)	①	②

문화활동이란?

본 설문에서 “문화활동”은 아래의 활동을 모두 포함한 것을 의미합니다.

- ◆ 문화예술행사 관람활동 : 전시회, 박물관, 연주회, 연극, 무용, 영화, 콘서트 등 관람 활동
 - ◆ 문화예술행사 참여활동 : 문학행사, 독서토론, 미술활동, 악기연주, 사진촬영, 춤 등 직접 참여하는 활동
 - ◆ 문화예술교육 활동 : 문학, 음악, 미술, 연극, 글쓰기 등을 돈을 지급하고 배우는 활동
 - ◆ 취미, 오락 활동 : 수집, 생활공예, 음악, 미술활동 등 전문성보다 자신의 흥미에 중점을 두고 즐기는 활동
 - ◆ 문화관련 활동 : 문화관련 자원봉사, 동호회 등 참여
- ※ 「2020 국민여가 활동조사」, 「2018 문화향수실태조사」의 분류 기준 참조

문 2. 귀하께서는 평소 문화활동에 관심이 있으십니까?

- ① 예 ② 아니오

문 3. 귀하께서는 일주일에 몇 시간 정도 문화활동을 향유하십니까? 온라인, 오프라인 활동 모두를 포함한 시간을 작성해 주십시오. ()시간

※분 단위는 소수점으로 표기해 주십시오

문 4. 귀하께서는 일주일에 얼마정도의 비용을 문화활동에 지출하십니까? ()만원

※천원 단위는 소수점으로 표기해 주십시오

- ① 가족, 친구 등의 직접 소개
- ② 주변 지인의 SNS 게시물
- ③ 온라인 커뮤니티/카페
- ④ 옥외포스터/현수막/팜플렛
- ⑤ 정부 및 재단 등 관련기관 홈페이지
- ⑥ 인스타그램, 유튜브 등 SNS
- ⑦ 학교 및 학과 홈페이지
- ⑧ 포털 검색
- ⑨ TV/신문 광고
- ⑩ 기타()

- ① 시간이 부족해서
- ② 경제적 부담 때문에
- ③ 문화활동의 정보나 다양성이 부족해서
- ④ 문화활동을 즐길만한 시설이 부족해서
- ⑤ 함께 즐길 사람이 없어서
- ⑥ 이전 경험이 부족해서/할 줄 아는 것이 없어서
- ⑦ 기타()

- ① 문화예술행사 관람활동 (전시회, 박물관, 연주회, 연극, 무용, 영화, 콘서트 등 관람 활동)
- ② 문화예술행사 참여활동 (문학행사, 독서토론, 미술활동, 악기연주, 사진촬영, 춤 등 직접 참여하는 활동)
- ③ 문화예술교육 활동 (문학, 음악, 미술, 연극, 글쓰기 등을 돈을 지급하고 배우는 활동)
- ④ 취미, 오락 활동 (수집, 생활공예, 음악, 미술활동 등 전문성보다 자신의 흥미에 중점을 두고 즐기는 활동)
- ⑤ 문화관련활동 (문화관련 자원봉사, 동호회 등 참여)
- ⑥ 기타 ()

문항	온라인	오프라인	활동하지 않음
8-1) 문화예술행사 관람활동 (전시회, 박물관, 연주회, 연극, 무용, 영화, 콘서트 등 관람 활동)	%	%	①
8-2) 문화예술행사 참여활동 (문학행사, 독서토론, 미술활동, 악기연주, 사진촬영, 춤 등 직접 참여하는 활동)	%	%	①
8-3) 문화예술교육 활동 (문학, 음악, 미술, 연극, 글쓰기 등을 돈을 지급하고 배우는 활동)	%	%	①
8-4) 취미, 오락 활동 (수집, 생활공예, 음악, 미술활동 등 전문성보다 자신의 흥미에 중점을 두고 즐기는 활동)	%	%	①
8-5) 문화관련활동 (문화관련 자원봉사, 동호회 등 참여)	%	%	①

문 9. 귀하께서는 온라인과 오프라인 문화활동에 대해 어떻게 생각하십니까? 아래 문항에 '매우 그렇다'고 느끼시면 5점을, '전혀 아니다'라고 느끼시면 1점을 기준으로 1~5점을 매겨주십시오.

(온라인 문화활동 : 음악, 미술 활동 / 페이스북, 유튜브, 인스타그램 등 sns/ 제페토 등 메타버스 / 기타 LOL 등 게임 포함)

문항	전혀 아니 다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
9-1) 오프라인에서 하지 못하는 문화활동을 온라인에서 한다	①	②	③	④	⑤
9-2) 앞으로 문화활동은 온라인으로 더 많이 향유하게 될 것이다	①	②	③	④	⑤
9-3) 온라인과 오프라인 모두 문화활동을 통해 내가 느끼는 즐거움은 비슷하다	①	②	③	④	⑤

B. 문화활동 인식

문 10. 귀하께서는 삶의 질(행복)을 높이는 데 문화활동이 얼마나 중요하다고 생각하십니까?

- ① 전혀 중요하지 않다
- ② 중요하지 않는 편이다
- ③ 보통이다
- ④ 중요한 편이다 → 문 10-1.로 이동
- ⑤ 매우 중요하다 → 문 10-1.로 이동

문 10-1. (10번의 4,5번 응답자만) 삶의 질(행복)을 높이는 데 문화활동이 중요하다고 생각하신 이유는 무엇입니까?

- ① (자아확인) 나를 잘 알 수 있는 자아실현이 가능하기 때문에
- ② (사회적 관계) 나와 다른 사람과의 관계를 형성할 수 있기 때문에
- ③ (효능감 지각) 지식이나 실력 등의 역량을 키울 수 있기 때문에
- ④ (일상탈출) 스트레스해소와 활력을 형성할 수 있기 때문에
- ⑤ 기타(구체적으로 입력)

문 11. 귀하께서는 아래 문화활동에 대한 인식에 대해 어떻게 생각하십니까? 평소의 의견에 가장 가까운 것을 선택해 주십시오.

문항	전혀 아니 다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
11-1) 매번 새로운 문화활동을 경험하고 싶다	①	②	③	④	⑤
11-2) 하고 싶은 문화활동이 생기면 즉시 실행하고 싶다	①	②	③	④	⑤
11-3) 비용을 걱정하지 않고 좋아하는 문화활동을 하고 싶다	①	②	③	④	⑤
11-4) 문화활동 경험 이후 SNS를 통해 감상이나 정보를 공유하고 싶다	①	②	③	④	⑤
11-5) 주로 다른 사람들과 함께 어울릴 수 있는 문화활동을 경험하고 싶다	①	②	③	④	⑤
11-6) 오프라인보다 온라인으로 하는 문화활동 비중이 높아지고 있다	①	②	③	④	⑤

C. 청년 문화정책 인식

청년 문화정책이란 문화 관련 할인정책, 현물지원(문화누리카드 확대, 신진예술인 대상 창작준비금 지원, 청년문화예술가에게 ‘문화가 있는 날’ 공연 기회(무대장비 등) 및 공연비 지원 등), 교육 지원(문화콘텐츠 R&D 전문인력 육성 등), 시설 지원(생활속 문화시설 조성(공공도서관, 생활문화 센터 등) 확대) 등

문 16. 귀하께서는 정부에서 시행하는 청년 문화활동 지원정책에 대해 얼마나 알고 계십니까?

- ① 잘 알고 있지 않다 → 문 16-1. 로
- ② 알고 있지 않은 편이다 → 문 16-1. 로
- ③ 보통이다 → 문 17로
- ④ 알고 있는 편이다 → 문 16-2. 로
- ⑤ 잘 알고 있다 → 문 16-2. 로

문 16-1. (문 16의 1,2 응답자만) 귀하께서 정부에서 시행하는 문화활동 지원정책을 잘 모르고 계시는 가장 큰 이유가 무엇 때문이라고 생각하십니까? 가장 큰 이유를 순서대로 2개를 골라주십시오. (1,2순위 응답) 1순위 () 2순위 ()

- ① 문화활동을 평소 자주 하지 않아서
- ② 문화활동을 하는데 있어 자원이 필요하지 않아서
- ③ 문화활동 지원정책에 대한 기대감이 없어서
- ④ 문화활동 지원정책을 찾아 볼 여유가 없어서
- ⑤ 문화활동 지원정책 홍보를 접한 경험이 없어서
- ⑥ 기타(구체적으로 입력)

문 16-2. (16번의 ④, ⑤ 응답자만) 정부에서 시행하는 문화활동 지원정책에 대해 어느 정도 만족하고 계십니까?

- ① 전혀 만족스럽지 않다
- ② 만족스럽지 않은 편이다.
- ③ 보통이다
- ④ 만족스러운 편이다
- ⑤ 매우 만족스럽다.

문 17. 귀하께서는 아래 문화활동 지원 정책들의 중요도와 시급성이 어느 정도인지 체크해주시시오.

문항	15-1) 중요도					15-2) 시급성				
	전혀 중요 하지 않다	중요 하지 않은 편이 다	보통 이다	중요 한 편이 다	매우 중요 하다	전혀 시급 하지 않다	시급 하지 않은 편이 다	보통 이다	시급 한 편이 다	매우 시급 하다
(1) 청년 문화활동비 지원 및 할인혜택 제공	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(2) 생활권 내 청년 특화 문화공간 제공조성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(3) 문화시설(도서관박물관미술관 등)의 청년 문화서비스 강화(온오프라인)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(4) 청년 문화예술교육 활성화(온오프라인)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(5) 직장 내 청년 문화활동 지원	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(6) 청년 소외계층(저소득, 장애인 등) 문화예술 활동 지원	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(7) 청년 예술인 지원	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(8) 청년 콘텐츠 크리에이터(예. 유튜버, 게임 제작자) 지원	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(9) 청년 문화예술 관련 창업 및 비즈니스화 기회 제공	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(10) 청년 콘텐츠제작 관련 인력 양성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(11) 이스포츠(e-sports) 분야 활성화	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(12) 문화예술 창작을 위한 공간 지원(오프라인)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(13) 문화예술 창작을 위한 온라인 플랫폼 지원	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
(14) 문화예술분야 청년 인턴십 제공	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

인구통계 기본정보(DQ)

DQ1. 귀하의 결혼 여부를 말씀해주세요.

1. 기혼 2. 미혼

DQ2. 귀하의 직업은 다음 중 어디에 해당하십니까?

1. 농업/임업/어업
2. 사무/관리직
3. 서비스/판매 직종
4. 생산/기능/노무직
5. 주부
6. 학생
7. 무직
8. 기타()
9. 모름/무응답

DQ3. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?

1. 고졸 이하
2. 대학교 재학/졸업
3. 대학원 이상
4. 모름/무응답

DQ4. 귀하의 개인이 버는 월평균 소득은 얼마인가요? 임금, 금융소득, 부동산소득(임대료 등) 등을 모두 포함하여 말씀하여 주세요.

1. 99만 원 이하
2. 99-165만 원
3. 165-230만 원
4. 230-298만 원
5. 298-366만 원
6. 366-440만 원
7. 440-524만 원
8. 524-627만 원
9. 627-806만 원
10. 806만 원 이상
11. 기타/무응답

조사에 응하여 주셔서 대단히 감사드립니다.

집필내역

연구책임

노수경 한국문화관광연구원 부연구위원: 제3장, 제4장
이경진 한국문화관광연구원 부연구위원: 제2장, 제4장
노영순 한국문화관광연구원 연구위원: 제1장, 제4장

공동연구

이상열 한국문화관광연구원 연구위원: 제2장, 제3장

연구 참여

이종화 한양대학교 도시대학원 석사: 조사분석

연구자문

변철희 경남연구원 연구위원
송혜윤 대학내일20대연구소 책임연구원

청년문화의 현황과 정책 과제

발행인 김 대 관

발행처 한국문화관광연구원
서울시 강서구 금남화로 154
전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880
<http://www.kcti.re.kr>

인쇄일 2021년 12월 15일

발행일 2021년 12월 15일

인쇄인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

I S B N 978-89-6035-908-6 93300

DOI <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2021.e40>

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.

노수경·이경진·노영순·이상열(2021), 청년문화의 현황과 정책 과제, 한국문화관광연구원

한국문화관광연구원

서울특별시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800

팩스 02-2669-9880

www.kcti.re.kr



아래의 DOI 또는 QR코드를 통해

이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.

<https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2021.e40>



9 788960 359086
ISBN 978-89-6035-908-6