

충청남도 청년문화 활성화를 위한 전략연구

박춘섭 외



연구요약

이 연구는 충청남도 청년들의 워라벨과 충남 이탈을 막기 위한 방법론으로서 ‘청년문화’를 검토하고, 활성화를 통해 충청남도의 ‘청년 이탈’을 개선해 보려는 정책연구이다. 연구는 청년문화의 실태를 입체적 분석을 위해 이론·정책연구, 사업·사례분석과 함께 충남의 청년들의 니즈파악을 위한 설문조사 및 인터뷰를 시행하였다. 연구에서 말하는 **청년문화란 청년들이 일상적으로 경험하는 문화활동**, 즉 ‘청년일상문화’로서 정의하며, 문화활동으로서 문화향유·참여·생산활동으로 분류·분석하였다.

우선 청년문화는 중앙정부 및 지자체에서 **주요 정책관심 영역이 아닌 것**으로 나타났다. 정책관심 지표라 볼 수 있는 과제 수와 예산액 등에서, 청년문화정책은 미흡하였다. 정책(사업) 역시 문화예술전공자 지원과 K-컬처 문화산업 육성분야 등으로 나타나 (일자리 및) 산업적 측면에 강조점을 두고 있음을 알 수 있었다. 충청남도 등 지자체에서 청년들의 문화향유를 위한 공연과 관광사업 등을 제외하고는 연구에서 말하는 청년일상문화와 관련된 정책(사업)의 비중은 높지 않았다. 특히 청년들의 문화적 니즈(취향)와 관련된 악기연주, 운동, 경기관람과 같은 지원사업은 미흡한 것으로 나타났다.

구체적으로 청년문화 활동별로 분석하면 다음과 같다. 문화향유활동의 경우 문화패스와 같은 바우처사업과 공연 등 행사성 사업 등이 있었고, 문화생산활동의 경우, 청년예술인을 위한 제작지원·전시사업과 일반청년들을 위한 문화예술 교육과정사업들이 존재하였다. 특히 문화생산 활동사업의 경우 공간조성(운영)과 연계사업이 다수 존재하였다. 문화참여활동의 경우,

크리에이터(또는 문화기획자) 양성, 문화예술교육, 커뮤니티(동아리) 지원 사업으로 나타났다. 도내의 몇몇 지자체의 경우, 독서커뮤니티를 주요한 문화참여사업으로 추진하고 있었다.

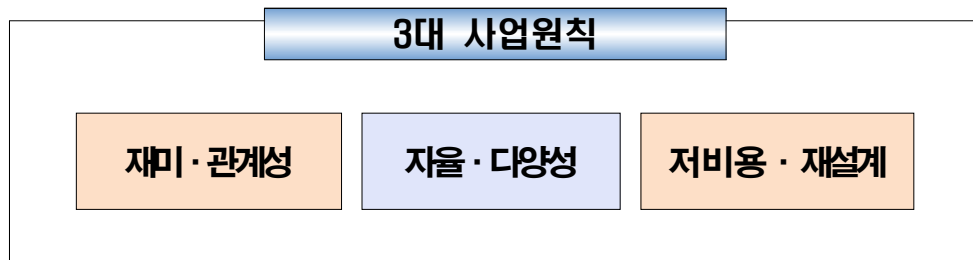
다음으로 청년문화 실태와 수요를 확인하기 위해 충청남도 거주 청년 대상으로 온라인 설문조사 및 인터뷰를 실시하였다. 충남의 청년들은 문화적 욕구에 비해 문화향유 부족한 것으로 나타났고, 특히 **군부(농촌) 청년들과 35~39세의 청년들의 문화접근과 만족도가 낮은 편이었다**. 따라서 이러한 지역과 연령대에 맞춘 세밀한 정책제시가 필요한 것으로 나타났다.

〈 충남청년들의 문화실태 조사결과 〉

| 영역 | | | 시사점 |
|------------------------|----------|------|--|
| 현 황 및 수 요 | 문화 예술 | 관람활동 | “영화관람뿐만 아니라, 수준있는 공연과 전시회를 보고 싶다” |
| | | 참여활동 | “참여하지 않지만, 실제 악기와 미술을 해 보고 싶다” |
| | 스포츠 | 관람활동 | “주로 집에서 TV로 보지만, 경기장에서 직접 보고 싶다” |
| | | 참여활동 | “개인운동을 더 좋아하지만, 기회가 된다면 같이 뛰어보고 싶다” |
| | 관광활동 | | “충남을 여행하고 싶지만, 하기 어렵다” |
| | 취미활동 | | “더 이상 SNS 말고, 카페도 가고 나만의 독서와 요리도 하고 싶다” |
| | 사회활동 | | “취향이 같은 새로운 친구들과 교류하고 싶다” |
| 문화 접근성 (시설, 프로그램 등) | | | “도시청년(시부)보다 농촌청년(군부)은 매우 부족하다고 느낀다” “군 거주 청년의 문화적 소외개선을 위한 균형발전 전략 절실하다” “35~39세의 청년들은 낮은 문화적 만족감을 경험하고 있다” “생애주기별 대응책이 필요하다” |
| 문화 선호도 | | | “도시청년(시부)에 비해 농촌청년(군부)들은 여가·문화활동 만족감이 낮다” “35~39세 참여율과 만족도가 비례하지 않는다” “정적인, 혼자만의 문화활동이 아닌 타인과 함께 즐기는 활동 선호하다” |

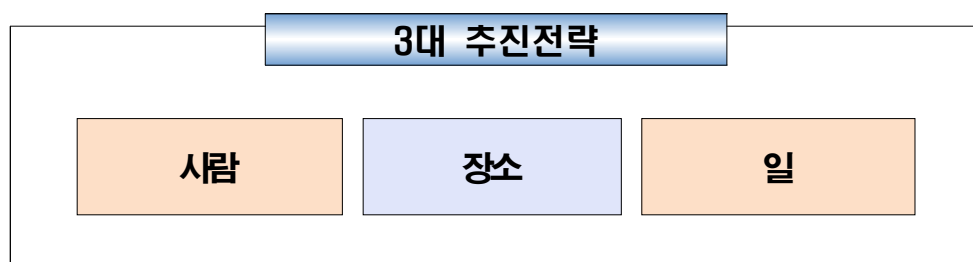
사례조사에서는 **거점기반(청년센터 등)의 청년문화 활성화** 가능성을 확인할 수 있었다. 단순 정책의 전달체계가 아닌 다양한 정책사업의 ‘블랜딩’을 통해 분절적인 정책사업의 유기적인 연결 가능성을 보여주었다고 할 수 있다. 즉 **문화향유→문화참여(동아리)→문화생산**으로 이어지는 **청년문화의 전주기적 활동**이 이루어지고 있었다. 이것은 **문화향유만을 요구하는, 또는 정해진 틀로 즐길 것을 요구받는 청년들이 주체적인 ‘청년문화’를 만든다는 점에서 시사하는 바가 크다고** 볼 수 있다. 이와 같은 연구 결과를 통해 충청남도 청년문화 활성화를 위한 과제 도출을 위한 3대 사업원칙과 3대 추진전략, 이를 기반으로 9대 추진과제, 18대 추진사업을 제안한다.

우선 3대 원칙은 다음과 같다. **제1의 원칙은 재미와 관계성** 원칙이다. 청년문화과제(사업)은 우선 문화의 원형인 놀이가 가지는 ‘재미’ 요소와 ‘재미’가 발생하는 맥락적 요소인, 사람 간 ‘관계성’이 있어야 한다. **제2의 원칙은 자율·다양성** 원칙이다. 자유가 없는 놀이는 놀이로서 인정받을 수 없다(로제 카이와 2018). 그러나 현재의 문화정책사업은 규칙과 룰이 강력하여 청년들은 참여하기 꺼려한다. 따라서 제시하는 과제(사업)에서는 청년들이 자유롭게 꿈꾸고 놀 수 있는 자율사업을 지향해야 한다. **제3의 원칙은 저비용·재설계** 원칙이다. 현재 우리 모두가 처해 있는 기후변화 대응이기도 하지만, 창조성을 발현하는 요소로서 제안한다. 어려운 놀이를 추구하는 취향(루두스)를 통해 문화적 의의와 창조성을 제공하고, 고비용을 지양하고자 한다. 특히 **인프라 조성**과 **구축은 유희공간의 재설계를 추진한다**. 저비용·재설계를 통한 새로운 발명과 발견, 어려움을 뚫고 추진되는 루두스적 요소가 발현될 수 있도록 과제(사업)을 제시한다.



〈 청년일상문화사업의 3대 사업원칙 〉

위의 원칙에 따라 연구는 청년들이 살아가는 삶의 영역에서 일상문화 활성화, 즉 ‘어떻게 하면 청년들의 일상문화가 새롭고 재미있게 할 수 있을까’를 정책목표로 삼아, 일상문화를 만들어 가는 사람과 장소, 그리고 문화를 꽃피울 수 있는 마중물 역할을 할 수 있는 일에서의 제1전략 ‘사람’: **청년일상문화인력 양성**, 제2전략 ‘장소’: **청년일상문화공간 조성**, 제3전략 ‘일’: **청년일상문화사업 3대 전략**을 제시한다.



〈 청년일상문화사업의 3대 전략 〉

이러한 위의 원칙과 전략에 입각하여 9대 추진과제·18개 사업을 제안한다.

〈충청남도 청년일상문화 활성화 추진과제〉

| 요 소 | 전략 | 추진과제 | 활동영역 | 원칙 |
|-----|--------------------|---|--------|---------------|
| 사 람 | 청년일상 문화 인력양성 | <ul style="list-style-type: none"> 청년일상문화커뮤니티 활동 지원 <ul style="list-style-type: none"> ① 청년일상문화동아리 활동 지원 ② 청년일상문화동아리 포럼운영 | ★ 문화참여 | ★ 1원칙 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 청년일상문화인 양성 및 일자리 지원 <ul style="list-style-type: none"> ① 청년일상문화프로슈머 양성 ② 청년일상문화 슬래셔 발굴 운영 | ★ 문화생산 | ★ 3원칙 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 청년일상문화 지원인력 구성·배치 <ul style="list-style-type: none"> ① 청년일상문화 코디네이터 운영 ② 청일추: 청년일상문화추진위원회 구성·운영 | ★ 문화참여 | ★ 1원칙 |
| 장 소 | 청년일상 문화 공간조성 | <ul style="list-style-type: none"> 청년일상문화부서 설치·지원 <ul style="list-style-type: none"> ① 청년일상문화TF 설치·운영 ② (加)청년일상문화청 설치·지원 | ★ 문화참여 | ★ 3원칙 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 청년일상문화공간 조성·운영 <ul style="list-style-type: none"> ① DIT·팝업공간 기획운영 ② 작은도서관 등 협력공간 | ★ 문화참여 | ★ 3원칙 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 마을일상문화공간 조성·운영 <ul style="list-style-type: none"> ① 마을일상문화카페 지정·신고제 ② 유희공간활용 마을일상문화공간 조성 | ★ 문화향유 | ★ 3원칙 |
| 일 | 청년일상 문화 사업전개 | <ul style="list-style-type: none"> 청년의 날 행사 추진 <ul style="list-style-type: none"> ① 마을형 청년축제 개최 ② SPIN-OFF 청년행사 | ★ 문화향유 | ★ 2원칙 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 분기별 청년일상문화주간·청년일상문화마켓 운영 <ul style="list-style-type: none"> ① 청년주간(間 ‘청년일상문화’ 주간) ② 장날(間 청년일상문화마켓) | ★ 문화생산 | ★ 1원칙 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 청년일상문화콘텐츠 및 홍보플랫폼 발굴·운영 <ul style="list-style-type: none"> ① QR MAPPING: 사람·공간·사업 ② 좋아요기반 청년일상문화 홍보사업 지원 | ★ 문화생산 | ★ 2,3 ★ 원칙 |

〈충청남도 청년일상문화 활성화 추진과제의 주요운영 내용〉

| 추진과제 | 주체 | 기간 | 예산 | 고려사항 |
|------------------------------|-------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| • 청년일상문화커뮤니티 활동 지원 | | | | |
| ① 청년일상문화동아리 활동 지원 | 시군청년센터 (시군청년부서) | 3개월 (예비) 1년 | 도시군매칭 | 무정산 |
| ② 청년일상문화동아리 포럼 운영 | 시군청년센터 (시군청년부서) | 1년 | 시군예산 (교류) | 분기별 교류 |
| • 청년일상문화인 양성 및 일자리 지원 | | | | |
| ① 청년일상문화프로슈머 양성 | 충남도 (충남청년센터) | 1년 | 도예산(공모) →도시군매칭 | 지역형일자리 청년인턴 연계 |
| ② 청년일상문화 슬래셔 발굴 운영 | 충남청년센터 | 1년 | 도예산(공모)→ 도시군매칭 | 4+4시간 형태 일자리 |
| • 청년일상문화 자원인력 구성·배치 | | | | |
| ① 청년일상문화 코디네이터 운영 | 충남도 → 시군청년센터 | 2년 | 공모사업 →도시군매칭 | 지역대학 (RISE사업)연계 |
| ② 청일추: 청년일상문화추진 위원회 구성·운영 | 충남도 | 2년 | 도예산 (교류) | 청년정책조정 위원회 산하설치 |
| • 청년일상문화부서 설치·지원 | | | | |
| ① 청년일상문화TF 설치·운영 | 충남도 | 1년 | 도예산 (실비) | 문화코디네이터 참가 |
| ② (가)청년일상문화청 설치· 지원 | 충남문화관광재단 → 시군청년센터 | 1년 | 도예산 (사업위탁) | 재단 등과 업무협조 必 |
| • 청년일상문화공간 조성·운영 | | | | |
| ① DIT·팝업공간 기획운영 | 시군 기초지자체 | 5년(조성 포함) | 공모사업 또는 자체예산 | ※군지역 우선 청년주도성 |

| | | | | |
|-----------------------------|--------------------|-------------------|---------------------|----------------------|
| ② 작은도서관 등 협력공간 | 충남도 시군지자체 | 3년(조성 포함) | 공모사업 (도·시군매칭) | ※군지역 우선 육아공간 |
| • 마을일상문화공간 조성·운영 | | | | |
| ① 마을일상문화카페 지정· 신고제 | 충남도 | 1년→ 평가→ 재지정 | 공모사업 (→도시군매칭) | ※군지역 우선 |
| ② 유휴공간활용 마을일상 문화공간 조성 | 지자체 (광역+지자체) | 5년(조성 사업) | 공모사업(문체부· 국토부 등) | ※군지역 우선 |
| • 청년의 날 행사 추진 | | | | |
| ① 마을형 청년축제 개최 | 시군청년센터 (시군청년부서) | 매년 | 시군예산 | 마을축제단 설치·운영 |
| ② SPIN-OFF 청년행사 | 시군청년센터 →시군청년 | 매년 | 시군예산 (→자립추진) | 청년행사추진단 설치·운영 |
| • 3개월간 청년일상문화주간·청년일상문화마켓 운영 | | | | |
| ① 청년주간間 '청년일상문화' 주간 | 충남도 | 매년 | 도예산 (행사) | 주간행사 추진단내 TF |
| ② 장날間 청년일상문화마켓 | 시군청년센터 →시군청년 | 매년 | 시군예산 →자립추진 | |
| • 청년일상문화콘텐츠 및 홍보플랫폼 발굴·운영 | | | | |
| ① QR MAPPING: 사람· 공간·사업 | 충남청년센터 | 매년 | 센터예산 (홍보) | 커뮤니티 매핑센터 등 협력 |
| ② 좋아요기반 청년일상문화 홍보사업 지원 | 충남청년센터 | 매년 | 센터예산 (홍보) | 성과기반 집행추진 |

목 차

| | |
|-----------------------------|-----|
| 제1장 서론 | 1 |
| 제1절 배경과 목적 | 3 |
| 제2절 내용과 방법 | 7 |
| 제3절 문헌검토 | 11 |
| 제2장 여건 및 정책동향 | 23 |
| 제1절 청년문화 개념 | 25 |
| 제2절 정책동향 | 29 |
| 제3절 사업동향 | 52 |
| 제4절 시사점 | 72 |
| 제3장 충청남도 청년문화 실태 및 수요 | 77 |
| 제1절 조사설계 | 79 |
| 제2절 설문조사 분석 | 83 |
| 제3절 인터뷰 결과 | 111 |
| 제4절 시사점 | 116 |
| 제4장 청년문화 사례분석 | 123 |
| 제1절 정책사업 | 125 |
| 제2절 사례분석 | 143 |
| 제3절 시사점 | 159 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 제5장 충청남도 청년문화 활성화 방안 | 163 |
| 제1절 기본구상 | 165 |
| 제2절 전략과제 | 174 |
| 제3절 결론 및 향후과제 | 201 |
| 참고문헌 | 205 |

표 목차

| | |
|--|----|
| 〈표 1-1〉 2023년 청년정책 시행계획 | 5 |
| 〈표 1-2〉 2023년 충청남도 청년정책 시행계획 | 6 |
| 〈표 1-3〉 정책과제 주요 내용 | 18 |
| 〈표 1-4〉 정책사업 주요 내용 | 19 |
| 〈표 1-5〉 인천시 청년문화 활성화 추진과제 | 21 |
| 〈표 2-1〉 2024년 청년정책 시행계획 분야별 현황 | 30 |
| 〈표 2-2〉 「청년기본법」 주요 내용 | 32 |
| 〈표 2-3〉 제1차 청년정책 기본계획의 5대 정책방향 및 중점 과제 | 34 |
| 〈표 2-4〉 제1차 청년기본계획- 문화 분야 세부과제 현황 | 35 |
| 〈표 2-5〉 청년문화정책 10대 과제 | 37 |
| 〈표 2-6〉 2024년 청년정책관 주요사업비 조서 | 46 |
| 〈표 2-7〉 충청남도 청년 복지 지원에 관한 조례 | 48 |
| 〈표 2-8〉 충청남도 청년 복지 지원에 관한 조례 | 49 |
| 〈표 2-9〉 청년인턴 기관별 배정계획 | 57 |
| 〈표 2-10〉 2024년 충청남도 청년정책 세부 과제 | 58 |
| 〈표 2-11〉 충청남도 청년정책 과제 목록 | 59 |
| 〈표 2-12〉 문화 주요 사업 요약 | 62 |
| 〈표 2-13〉 2024년 충남문화예술지원사업 | 63 |
| 〈표 2-14〉 생애최초 창작지원사업 지원유형 및 지원금 범위 | 65 |
| 〈표 2-15〉 신진예술 창작지원사업 지원자격(개인) | 66 |
| 〈표 2-16〉 신진예술 창작지원사업 지원자격(단체) | 66 |
| 〈표 2-17〉 충남콘텐츠코리아랩 세부사업 | 68 |
| 〈표 2-18〉 충남콘텐츠기업지원센터 세부사업 | 68 |
| 〈표 2-19〉 충남글로벌게임센터 세부사업 | 69 |

| | |
|---|-----|
| 〈표 2-20〉 충남VR·AR제작거점센터 세부사업 | 70 |
| 〈표 2-21〉 충청남도 내 인프라 현황 | 71 |
| 〈표 2-22〉 중앙부처 청년정책 과제 및 예산 현황 | 72 |
| 〈표 2-23〉 충청남도 청년정책 과제 및 예산 현황 | 73 |
| 〈표 2-24〉 연구목적에 따른 청년문화정책 분류 | 74 |
| 〈표 2-25〉 연구목적에 따른 청년문화사업 분류 | 76 |
| | |
| 〈표 3-1〉 청년 인터뷰 일정 | 82 |
| 〈표 3-2〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 문화예술 관람활동 | 84 |
| 〈표 3-3〉 여건이 된다면 하고 싶은 문화예술 관람활동(중복응답) | 85 |
| 〈표 3-4〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 문화예술 참여활동 | 86 |
| 〈표 3-5〉 여건이 된다면 하고 싶은 문화예술 참여활동(중복응답) | 87 |
| 〈표 3-6〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 스포츠 관람활동 | 88 |
| 〈표 3-7〉 여건이 된다면 하고 싶은 스포츠 관람활동(중복응답) | 89 |
| 〈표 3-8〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 스포츠 참여활동 | 90 |
| 〈표 3-9〉 여건이 된다면 하고 싶은 스포츠 참여활동(중복응답) | 91 |
| 〈표 3-10〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 관광 활동 | 92 |
| 〈표 3-11〉 여건이 된다면 하고 싶은 관광 활동(중복응답) | 93 |
| 〈표 3-12〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 취미 오락 활동 | 94 |
| 〈표 3-13〉 여건이 된다면 하고 싶은 취미 오락 활동(중복응답) | 95 |
| 〈표 3-14〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 사회 및 기타 활동 | 96 |
| 〈표 3-15〉 여건이 된다면 하고 싶은 사회 및 기타 활동(중복응답) | 97 |
| 〈표 3-16〉 하루 평균 여가시간 | 98 |
| 〈표 3-17〉 하루 평균 SNS이용시간 | 99 |
| 〈표 3-18〉 문화시설 충분 여부 | 101 |
| 〈표 3-19〉 문화적 기회 만족도 | 102 |
| 〈표 3-20〉 다양한 문화 프로그램 만족도 | 103 |
| 〈표 3-21〉 여가 문화생활을 위한 정보전달 및 지원 만족도 | 104 |

| | |
|---|-----|
| 〈표 3-22〉 교통 접근성 만족도 | 105 |
| 〈표 3-23〉 충남의 여가 및 문화활동 만족도 | 107 |
| 〈표 3-24〉 여가 및 문화 활동 참여 선호도 | 108 |
| 〈표 3-25〉 동적인 활동 선호도 | 109 |
| 〈표 3-26〉 타인과 함께 즐기는 활동 선호도 | 110 |
| | |
| 〈표 4-1〉 전국 청년 문화예술 정책사업 현황 | 125 |
| 〈표 4-2〉 전국 청년문화 사업리스트 | 130 |
| 〈표 4-3〉 충청남도 청년정책 복지문화분야 사업리스트 | 135 |
| 〈표 4-4〉 충남 기초지자체 청년문화 사업리스트 | 140 |
| 〈표 4-5〉 창작스튜디오 세부사업 | 142 |
| 〈표 4-6〉 법정문화도시 5가지 지정 분야 | 143 |
| 〈표 4-7〉 2023년 천안시 문화도시 사업 주안점 | 144 |
| 〈표 4-8〉 문화독립 콘텐츠 개발 및 지원 프로젝트 | 145 |
| 〈표 4-9〉 문화적 도시재생 프로젝트 | 147 |
| 〈표 4-10〉 공간스위치 프로젝트 | 149 |
| 〈표 4-11〉 문화독립도시 천안 페스타 프로젝트 | 150 |
| 〈표 4-11〉 공주시 청년센터 4대 정책영역 | 152 |
| 〈표 4-12〉 공주시 청년센터 사업현황 (2024년 현재) | 153 |
| | |
| 〈표 5-1〉 충남청년들의 문화실태 조사결과 | 167 |
| 〈표 5-2〉 충청남도 청년일상문화 활성화 추진과제 | 171 |
| 〈표 5-3〉 충청남도 청년일상문화 활성화 추진과제의 주요운영 내용 | 172 |

그림 목차

| | |
|--|-----|
| [그림 1-1] 연구의 주요내용과 단계 | 10 |
| [그림 2-1] 제2차 문화진흥 기본계획의 비전, 핵심가치, 추진방향 | 36 |
| [그림 2-2] 제2차 여가활성화 기본계획의 목표, 추진방향, 전략 | 39 |
| [그림 2-3] 인문정신문화 진흥 기본계획의 비전, 목표, 추진전략 | 41 |
| [그림 2-4] 지방시대 지역문화정책의 비전, 목표, 추진전략 | 43 |
| [그림 2-5] 청년정책관 정책목표 및 과제 | 46 |
| [그림 2-6] 충청남도 청년정책 기본계획 목적 | 50 |
| [그림 2-7] 충청남도 청년정책 기본계획 체계도 | 51 |
| [그림 2-8] 충남문화관광재단 조직도 | 61 |
| [그림 2-9] 충남문화관광재단 경영목표 | 61 |
| [그림 2-10] 충남정보문화산업진흥원 조직도 | 67 |
| [그림 2-11] 충남 e스포츠 상설경기장 관련 사진 | 70 |
| [그림 3-1] 지역별 청년 간담회 | 115 |
| [그림 4-1] 충남 청년뮤직 페스타 현장 | 131 |
| [그림 4-2] 서울시 예술청 | 133 |
| [그림 4-3] 제물포역 지하도상가 청년특화공간 | 133 |
| [그림 4-4] 창원특례시 청년예술인 창작공간 문화예술 프로그램 | 134 |
| [그림 4-5] 서천 청년어울림 한마당 현장사진 | 141 |
| [그림 4-6] 문화창업 지원 프로젝트 | 146 |
| [그림 4-7] 크라우드펀딩 프로젝트 | 146 |
| [그림 4-8] 문화적 도시재생 프로젝트 추진현황 | 147 |
| [그림 4-9] 문화 브릿지 추진현황 | 148 |

| | |
|--|-----|
| [그림 4-10] 공간스위치 추진현황 | 149 |
| [그림 4-11] 공주시 청년센터 비전도 | 151 |
| [그림 4-12] 공주시 청년센터 성장지원 클래스 활동사진 | 155 |
| [그림 4-13] 공주시 청년센터 자조모임 활동사진 | 156 |
| [그림 4-14] 공주시 청년센터 공주와락(23년) 현황 | 156 |
| [그림 4-15] 공주시 청년센터 느슨한 자조모임(23년) 현황 | 157 |
| [그림 4-16] 공주시 청년센터 지역행사 활동사진 | 158 |
| | |
| [그림 5-1] 청년일상문화사업의 3대 사업원칙 | 168 |
| [그림 5-2] 청년일상문화사업의 3대 전략 | 170 |
| [그림 5-3] 당진시 맞춤형 청년인턴제 | 177 |
| [그림 5-4] 김성준 대표의 활동과 사업 | 178 |
| [그림 5-5] 서울시 명예시장 위촉식 | 183 |
| [그림 5-6] DIT를 통한 문화공간 조성(세어 아틀리에) | 185 |
| [그림 5-7] 충남 문화시설 및 체육시설 현황도 | 186 |
| [그림 5-8] 어수정 청년공간 행사 및 프로그램 운영 | 188 |
| [그림 5-9] 카페 레비로드의 버스킹 프로그램과 문화활동 | 189 |
| [그림 5-10] 유희공간 문화재생사업으로 탈바꿈한 동부창고 전경 | 191 |
| [그림 5-11] 2024년 용인청년페스티벌 포스터 | 193 |
| [그림 5-12] 에든버러 프린지 페스티벌 전경 | 194 |

제 1 장

서론

1. 배경과 목적
2. 내용과 방법
3. 문헌 검토

제1절 배경과 목적

1. 연구배경

오늘날 ‘청년들이 놀지 못해 아프다’라는 말을 종종 듣는다. 아니면 놀기를 포기한 N포세대라고도 한다. 왜 이런 말이 나왔을까? 이는 우리 사회가 성숙해 가면서 사람들(특히 청년)에게 ‘무제한의 노력’을 강요하는 사회로 점차 변모했기 때문이다. 여기에서 말하는 사회적 성숙은 경제적으로 효율화된 사회를 말하며, 비효율성에 대한 비난과 거부가 성숙된 사회에서 자주 나타난다¹⁾. 따라서 인간의 감정 영역과 관계된 ‘놀이’는 소외될 수 밖에 없다. 그렇기에 청년들은 무한한 노력을 요구받고, ‘노는 것’과 ‘놀이’는 터부시된다.

그러나 사회가 효율적인 것을 요구하면 할수록, 반대급부적으로 ‘노는 것과 쉼’의 욕구는 더욱 강력해진다. 청년들은 이러한 욕망을 충족하기 위해 전투적으로 행동한다. 특히 자신으로부터의 만들어가는 활동(또는 참여적 활동)이 아닌 즉각적 자극추구 활동²⁾을 하게 된다. 예를 들어 멋진 곳을 찾아 사진찍고 인스타그램에 올리면 ‘충만’해지는 그런 것. 이게 그들에게 노는 것이 되고 쉬는 것이 되곤 한다. 이런 활동조차 못하는 청년들의 충족방식은 TV시청이 절대적이

1) 막스베버는 현대인들은 자본주의라는 효율성과 합리성의 쇄리(철창)에 갇히게 되었다고 주장하고, 이를 계승한 조지 리처는 사회가 맥도날드화(합리성)가 확대되어 간다고 주장한다(조지 리처, 2017).

2) 대학내일20대연구소(2019)에 따르면, 시각적(50.9%), 심리적 자극(50.4%)이 지적 자극(15.3%), 근육적 자극(24.3%) 보다 월등히 높았다(최영화·이선정, 2020)

며³⁾, 다른 문화 활동은 ‘시간이 없다’, ‘돈이 없다’라고 하면서 포기하곤 한다⁴⁾.

이런 행동(즉각적 자극추구 또는 포기행위)은 심각한 사회정체를 동반할 개연성이 있다. 이는 청년 개인의 문제만 아니라, 창의성의 퇴보⁵⁾, 그리고 K-문화라고 찬란하게, 또는 요란하게 칭송받는 문화가 더 이상 지속할 수 없는 것을 뜻한다. 이유는 문화란 우리 삶의 양식 전체를 말하기 때문이며, 왜곡된 문화적 향유방식이 지속될 때는 우리 청년들은 ‘제한된 삶의 양식’을 향유 할 것이기 때문이다⁶⁾. 결국 이것은 우리 사회의 문화적 지체현상을 만들고, 더 이상 찬란하지 않은 후진적 문화양식을 가진 사회로 만들 가능성이 있다고 본다.

또한 충청남도 청년들에게 문화적 욕구는 ‘정주성’과 깊은 관계를 가진다. 충남에 사는 청년들이 ‘충남’을 선택한 주요한 이유가 일자리(20.1%)인 반면, 충남에 사는 청년들이 떠날 이유 중 하나는 ‘문화환경(46.3%)’이기 때문이다⁷⁾. 문화환경은 주거와 교육여건 등을 포함하지만, 특히 ‘놀 것과 재미’의 문화적 접근성이 중요한 요인이라 할 수 있다. 따라서 충청남도 청년문화 현황 파악과 현장의 청년문화 조사연구, 그리고 전략 제안은 정책성 시의성이 높다고 생각한다.

3) 통계청 사회조사(2021년)에 따르면, 충청남도 청년들의 여가활동 중 TV시청이 가장 높았다(주중 약 55%, 주말 약 43%).

4) 청년 삶 실태조사(2023년)에 따르면, 충청남도 청년들이 여가활동에 참여하지 못한 이유는 시간이 부족해서(50.9%), 경제적 부담(17.9%) 였다.

5) 최영준(2018)에 따르면, 다른 세대보다 창의성의 인식은 20대와 30대가 낮았다 (적극적 시민성에 대한 대국민 인식조사).

6) 문화란 삶의 태도, 가치관, 제도를 포함한 것으로, 상징적 형식으로 전달되는 개념의 체계이다(클리포드 기어츠, 1973)

7) 충청남도 청년통계(2022년)에 따르면, 청년들이 충남에 이주한 이유는 1위가 ‘배우자를 따라서’(29.8%), 2위가 일자리(20.1%)이며, 더 나은 주거환경(문화, 여가, 복지 등)은 10명 1명꼴로 소수였다. 그러나 정주의향이 없는 청년들중 충남외 지역에 이주하고 싶은 이유는 주거환경(문화여건, 교육, 의료시설 등) 인프라 부족이 46.3%였다(2023년 충청남도 종합실태조사).

2. 연구목적

그렇다면, 청년정책에서 문화정책은 어떤 위치인가? 청년정책에서의 문화정책은 관심이 높지 않다. 2023년 현재 우리나라 중앙정부의 청년정책은 총 390 과제이며 예산은 254,178억 원이다. 이중 문화정책(사업) ‘문화가 있는 청년의 삶 지원’으로, 18개 과제 1,030억원이 배정되어 있다. 문화정책의 비중은 전체 과제의 12.8%, 사업예산으로는 0.4%에 불과하다. 반면 청년 일자리 관련 사업은 총 146과제로 전체 37.4%를, 예산은 58,344억 원으로 22.9%를 차지하며, 청년정책에 있어서 ‘청년 일자리’의 정책적 위상을 보여준다.

〈표 1-1〉 2023년 청년정책 시행계획

| 분야 | 과제수 | 예산(억원) |
|-------|-----|---------|
| 일자리 | 146 | 58,344 |
| 주거 | 30 | 104,201 |
| 교육 | 122 | 70,960 |
| 복지·문화 | 47 | 19,786 |
| 참여·권리 | 45 | 888 |
| 합계 | 390 | 254,178 |

자료: 관계부처 합동(2023), 2023년 청년정책 시행계획 발채

이러한 기조는 충청남도의 청년정책에서도 마찬가지다. 23년 현재 충청남도 청년정책은 총 123과제, 예산은 183,987백만원이다. 이중 문화정책(사업)은 19개 과제 9,672백만원이 배정되어 있다. 문화정책의 비중은 전체 과제의 15.4%, 사업예산 5.2%를 차지한다. 중앙정부 청년정책과 비교하면, 청년들의 문화정책(사업)수와 예산은 높지만, 일자리 관련 사업과 비교하면 확연한 차이를 보여준다. 충남에서는 일자리사업으로 54과제(43.9%), 예산으로는 93,099백만원(50.6%) 책정되어 있어, 충남 청년정책에서 ‘일자리’는 중앙보다 더 큰 정책적 위상을 보여준다.

〈표 1-2〉 2023년 충청남도 청년정책 시행계획

| 분야 | 과제수 | 예산(백만원) |
|-------|-----|---------|
| 일자리 | 54 | 93,099 |
| 주거 | 7 | 58,884 |
| 교육 | 18 | 12,633 |
| 복지·문화 | 29 | 17,971 |
| 참여·권리 | 15 | 1,400 |
| 합계 | 123 | 183,987 |

자료: 충청남도(2023), 2023년 청년정책 시행계획 발췌

이와 같은 청년문화에 대한 낮은 정책적 관심은 문화를 ‘가치(돈벌이)’를 창출하지 않는, 재미와 유희를 추구하는 소비적 행위라는 인식이 기저에 있다고 생각할 수 있다(막스 베버). 그러나 우리 사회가 워라벨(Work and Life Balance)를 중시하는 사회로 이동하고 있다는 점⁸⁾에서 건전한 청년문화의 활성화⁹⁾는 중요하고, 힘써야 할 정책이라는 인식 전환이 필요하다. 또한 청년문화를 단지 소비적 행위로서가 아니라 청년들의 삶을 풍성하게 하고(이현서, 2016), 청년 정착을 촉진하며, 더 나아가 청년들이 선호하는 문화산업을 구축해 나간다는 큰 틀에서 고민할 필요가 있다고 생각한다.

이러한 목적과 고민에서 연구는 청년들이 살고 싶은 충남 만들기를 위한 청년문화와 정책수요를 조사·분석하고, 충남청년의 문화조성·활성화를 위한 전략을 제시한다. 이를 위해 ①청년문화 관련 제도, 정책, 시설, 사례 등 현황분석, ②충남 청년들의 문화경험(향유)의 실태와 수요를 파악하여, ③충남의 청년문화 조성 및 활성화를 위한 정책과제를 제시하고자 한다.

8) 통계청 사회조사에 따르면, 일 우선과 가정 우선의 비율이 지난 10년 동안 큰 변화를 보인다. 2011년 일 우선 54.5% vs 가정 우선 11.5% → 2021년 일 우선 33.5% vs 가정 우선 18.3%

9) TV시청에 매몰된 청년여가활동의 다변화가 절대적 필요

제2절 내용과 방법

1. 주요내용

이 연구는 충청남도 청년문화 활성화라는 연구 목적을 달성하기 위해 아래와 같이 이론·정책 및 사례조사, 설문조사, 인터뷰 등을 실시하고 결과물을 도출하고자 한다.

- 연구 및 정책검토
 - 문화, 청년문화의 연구적 의의 검토
 - 청년정책 및 청년문화 등 정책동향 검토
- 국내·외 사례조사
 - 국내·외 청년문화 우수사례 분석
 - 충청남도 기관 및 시설조사 및 분석
- 설문조사 및 인터뷰
 - 충남도 청년네트워크 및 도내 15개 시군 청년네트워크 소속 청년대상 (온라인)설문조사
 - 청년 및 관계자(중간지원기관) 대상 인터뷰
 - 문화향유, 문화생산 현황 및 문화정책 수요 확인

- 충청남도 청년문화 활성화 방안 도출
 - 기본방향 (비전 및 목표)
 - 충청남도 청년문화 활성화 전략 및 과제제안

2. 연구방법

1) 개요

이 연구는 중앙 및 충청남도 청년문화 관련 정책, 사업, 제도, 시설을 대상으로 한다. 우선 청년기본법 관련 정책과 사업을 검토하고, 충청남도 청년 관련 조례, 제도, 사업 등 현황을 분석한다. 공간적 범위는 충청남도 및 15개 시군을 대상으로 한다. 시간적 범위는 2024년 현재로 하되, 통계자료는 2023년도를 기준으로 활용한다.

설문조사는 충청남도 및 시군 청년네트워크를 대상으로 온라인 조사를 실시하고, 충남 청년들이 경험하는 ‘문화실천(또는 향유행위)’의 형태들과 정책수요를 파악·검토함으로써 충남 청년문화 현황과 실태를 밝히고, 이를 통해 얻은 시사점을 전략과 정책사업에 활용하고자 한다.

2) 방법

이 연구에서는 이론 및 정책 검토 등 문헌조사, 사례조사, 설문조사, FGI, 전문가 자문 등 수행하고자 한다. 구체적인 연구 방법은 다음과 같다.

첫째, **(문헌조사)** 선행연구 고찰, 정책 동향 검토 등 문헌조사를 통해 청년문화의 개념(범위) 정의, 청년문화 제도, 사업 등 현황 파악 및 insight를 얻고, 사례조사 추진 및 설문조사 설계 등에 적극적으로 활용한다.

둘째, **(설문조사)** 설문조사는 충청남도 등 관계기관의 협조를 얻어, 충청남도 및 시군 청년네트워크 소속 회원을 대상 온라인 조사를 실시한다. 조사항목은 기존 설문조사 항목을 기초로 충남도 및 전문가 등 관계자 자문회의 등을 통해 설계하되, 조사의 부문은 문화향유(소비), 문화참여(생산), 문화(정책)수요의 3 부분으로 구성하여 청년문화의 실태를 파악하고자 한다.

셋째, **(사례조사)**. 사례조사는 지원시설 및 우수사례로 진행하되, 지원시설은 충남도·시군과 충남문화관광재단, 충남정보문화산업진흥원 등을 중심으로 관련기관의 시설 등을 조사하고, 우수사례는 문헌조사 및 전문가 추천된 충남도 및 국내 우수사례를 중심으로 조사를 실시한다. 우수사례는 문화생산자와 소비자의 입장에 더해 프로슈머(prosumer)¹⁰⁾를 포함하여 분석한다.

특히 기존 연구의 공간 또는 순수예술(·교육) 중심, 인프라·공식화된 문화경험(장르화된 문화)지원정책의 틀을 벗어난 사례조사를 추진한다. 오늘을 살아가는 청년들이 주로 경험하는 일상문화, 즉 카페(식음료), 온라인, 영화관람 등이므로 이 영역의 문화활동 사례를 깊이 조사한다. 또한 시장·지역 기반 문화산업 및 문화기획자 등의 역할과 가능성을 탐구하고 정책적 제안을 추진한다.

넷째 **(자문회의)** 자문회의는 충남도 등 청년정책위원회, 충남문화관광재단 등 관계기관, 청년문화단체 등 전문가로 구성하여 추진하며, 연구방향, 사례, 설문 설계와 분석 등의 자문과 기본구상, 전략 및 사업 등 검토 및 발굴 등 자문을 받을 수 있도록 개최한다.

10) 프로슈머는 생산자와 소비자의 역할을 동시에 하는 의미하는 신조어(앨빈 토플러, 1980)이지만, 문화이론에서는 터너의 역치성(Limiality)과 관련된다. 관련한 이론적 내용은 후술



[그림 1-1] 연구의 주요내용과 단계

제3절 문헌검토

1. 이론적 연구

1) 레이먼드 윌리엄스, 「문화와 사회」 등

: 개념_문화의 다의성

문화의 개념이 독자적인 사회영역으로 확립한 것은 19세기 중반이며, 19세기 말부터 20세기 초엽에 문화의 개념이 확립되었다. 1) 정신적, 미적 발전을 표현한 명사(지적 도야), 2) 어떤 집단의 생활 양식(인류학적 문화개념), 3) 지적, 예술적 활동의 실천과 성과를 표현한 명사(예술문화)가 뒤섞인 표현으로 확립되었다. 특히 윌리엄스는 19세기에 일어났던 지적 도야의 문화개념은 산업혁명의 노동자 계급에 대한 교육 전략, 즉 부르조아의 전략으로 봤다. 이와 같은 사회변화에 대한 대항적 담론은, 이후 인류학적 생활양식, 표현활동 및 오락(놀이)의 개념으로 확장되었다(요시미 순야, 2008).

2) 클리퍼드 기어츠, 「문화의 해석」

: 연구방법_문화기술지(ethnography)

그는 문화를 인류학, 즉 문화기술지(ethnography) 방법론을 통해 해석하였다. 그는 문화를 해석가능한 부호들의 상호연결된 체계로 봤다. 문화란 사회적 사건, 과정, 제도를 인과적으로 설명하는 것이 아닌, 맥락으로서

중층적으로 설명(thick description), 또는 기술할 수 있다고 봤다. 특히 문화분석이란 의미를 추측하고 그것이 정확한지 확인하고 더 나은 '추측'을 하는 것으로 봤다. 따라서 문화해석은 일반이론을 쓸 수 없다. 따라서 엄격한 의미에서 예측 가능하지 않으며, 개념화는 해석 작업을 지향하는 것이다. 그에게 있어서 연구대상의 행위, 즉 사회적 대화의 개념 구조와 그 구조의 특이성을 분석체계로 구성하는 것을 말한다(클리퍼드 기어츠, 2003, p41~44). 따라서 '문화는 일순간에 사라지는 것을 기록물로 남겨, 하나의 이야기로 전환시키는 행위, 그리고 그 구조와 특이성을 확인하는 것'이 연구와 연구자의 역할이라 말할 수 있다.

3) 빅터 터너, 「제의에서 연극으로」 등

: 연구대상_문지방 공간(liminal space)

축제 등 의례는 공동체적인 평등과 사회적 이동성을 추구하기 때문에 사회적 사실이 아닌, 하나의 과정이다. 빅터 터너(Victor W. Turner)는 과정이란 구조와 연속적인 코뮤니타스(Communitas)의 변증법적인 과정이라고 주장한다. 코뮤니타스는 정형화된 구조체제에 대립하는 사회상태로 정의한다. 즉 신분질서에 종속되지 않는 사회적 참여방식인 역치성(Limiality)를 통해 관계를 회복하는 것이다. 이러한 단계는 영원히 지속되지 않지만, 구속으로부터의 자유, 사회적 지위에서 벗어난 동등한 입장과 동료애를 얻게 한다. 이러한 코뮤니타스는 연극 등 공연예술에서 그 효과성이 나타나고, 뿐만 아니라 정치, 경제적, 법률적 과정을 일종의 사회 드라마로서 경험할 수 있다고 주장한다(류정아, 2013).

또한 일반적으로 경험하는 공간에서 이러한 커뮤니티를 경험하는데, 전상인(2014)은 편의점의 성장이유를 공간적 역성(liminal space)을 들고 있다. 샤론 주킨(Sharon Zukin)에게 시장은 물건을 사고파는 경제적 행위만이 아닌 사회적으로 구성된 공간이고, 문화적으로 각인된 공간이었다. 그러나 자본주의의 발달로 사회적 관계, 도덕적 연대는 사라지고, 상품경제와 화폐만이 남았다고 주장하였다. 전상인(2014)의 주장처럼 편의점이 성장하는 이유로 제기한 (맥도날드화된) 자본주의의 합리성이 아니라 공간적 역성, 즉 ‘세련된’ 문화와 공공성을 동시에 경험할 수 있는 문지방(liminal space)적인 특성에 대한 연구적 확장성과 고민이 필요하다.

4) 로제 카이와, 「놀이와 인간」 등

: 연구대상_(놀이)문화는 일상생활과 다른 어떤 것과 그 특징

놀이는 인간 사회의 (문화의) 원형적 행위에서부터 놀이적 요소가 포함된다. 말과 언어를 만들어 내는 과정에서 나타나는 은유는 말을 가지고 노는 놀이이며, 원시 사회에서의 의례, 신화 등으로 구체화 되었고, 연극과 드라마는 무대 위에서 놀이하는 자로서 문화이다(요한 하위징아, 2020). 따라서 놀이는 문화의 창조자로서 위치한다고 할 수 있다.

인류학자인 요한 하위징아는 놀이를 다음과 같이 정의한다. 놀이란 정해진 범위에서의 행해지는 자유로운 활동, 자발적이지만 구속력이 있는 규칙을 따르며, 내재적인 목표를 가진, 긴장과 즐거움의 감정과 ‘일상생활’과 다른 어떤 것이라는 의식이 동반된다고 정의한다(노르베르트 볼츠, 2017). 또한 사회학자인 로제 카이와는 놀이란 ①자유로운 활동이며, ②공간과 시간의 범위에 한정된 활동, ③(결과가) 확정되지 않는 활동, ④재화와 부를 생산하지

않는 비생산적인 활동, ⑤규칙이 있는 활동, ⑥허구적인 활동이라는 특징을 가진다고 주장한다(로제 카이와, 2018),

또한 로제 카이와는 놀이를 4개로 구분하였다. ①아곤(agon)은 경쟁적 경기로, 자신의 우수성을 인정받고자 하는 욕망에서 비롯된다. 이와 같은 놀이는 부지런한 노력, 승리에의 의지를 전제로 한다. ②알레아(alea)은 주사위 놀이가 대표적으로, 승리는 놀이하는 사람에 달려 있지 않고, 우연에 따른 공평성과 자의성이 유일한 원동력으로, 아곤의 경우, 경쟁자 간 기회의 평등을, 알레아는 위험과 이익의 균형을 잡는데 주의를 기울인다. 즉 개인적 우월(선천, 후천)을 없애는데 주의한다. ③미미크리(Mimicry)는 자신이 가공의 인물이 되어 그것에 어울리게 행동하는 놀이. 끊임없는 창작의 과정과 환각(illusion)적인 요소가 풍성하다. ④일링크스(ilinx)는 일시적인 패닉(공포)을 제공하는 것을 말한다. 이러한 놀이는 파이디아(paidia, 즉흥·희열의 원초적인 힘)와 루두스(ludus, 이유 없는 어려움을 추구하는 취향)의 요소가 포함된다. 로제 카이와는 루두스가 놀이에 문화적 의의와 창조성을 더하는 요소로 봤다.

| | 아곤 (경쟁) | 알레아 (운) | 미미크리 (모의) | 일링크스 (현기증) |
|---|---|--|--|---|
| 파이디아 아단법석 소란 폭소 연날리기 솔리테르 크드로 점치기 크로스워드 퍼즐 루두스 | 규칙없는 { 경주 격투기 등등 육상경기 권투 당구 펜싱 체커 축구 체스 스포츠 경기 전반 | 술래결정을 위한 셈 노래 앞이나 뒤나 놀이 내기 룰렛 단식복권 복식복권 이월식복권 | 어린이의 흉내 공상놀이 인형·장난감의 무구 가면 가장복 연극 공연예술 전반 | 어린이의 「뱅뱅돌기」 회전목마 그네 왈츠 폴라도레스장터에서 타고 노는 장치 스키 등산 공중곡예 |
| *세로로 들어간 각 단의 놀이 배열은, 위에서 아래로 파이디아 요소가 감소하고, 루두스 요소가 증가해가는 순서에 따르고 있다. | | | | |

자료: 인터넷 자료(brunch.co.kr/@chae-jung-min/5)

5) 막스 베버, 「경제와 사회」 등 :

연구의의_ 쓸모없음 vs 불안해소·몰입·창조성

막스 베버는 놀이는 오늘날 쓸모없고 낭비적으로 된 이유를 자본주의 정신의 강화 때문으로 보았다. 그는 놀이가 봉건귀족에게 큰 의미를 가진 행위로, 단순히 시간 때우기가 아니라, 전체 조직을 활성화하는 일종의 훈련이었다고 주장했다. 그러나 근대에 들어서 합리화의 개념하에서는 놀이란 쓸모없는 사치로서 배제되었다. 이유는 놀이가 경제적으로 합리적인 모든 행위의 대척 지점, 자본주의 정신에 위배되기 때문이다. 막스 베버는 “가정생활과 공적생활에 엄격한 규정들은 전체 생활 행위의 규정”으로 청교도에게는 놀이란 쓸모없고 시간 낭비인 중대한 죄악으로 간주되었다고 주장한다(노르베르트 볼츠, 2017).

그러나 (현대인)의 불안은 문명화 과정 내에 내재 된 고유한 결과로(지크문트 프로이트), 우리가 불행한 것은 자극이 부족한 것이며, 자극은 충동의 자유가 아닌 내적 동기부여이다(루돌프 빌츠). 이와 같이 일상이 절망적인 것은 (자극이 없는) 일상의 복잡성 때문이지만, 복잡성을 감소시키는 우연성은 (우리에게) 자극제가 된다. 지크문트 프로이트에 따르면 이를 구현하는 것은 놀이¹¹⁾라고 주장하였다(노르베르트 볼츠, 2017).

또한 놀이에서 즐거움을 느끼는 동안 집중하게 되는데, 일상과 달리 깊이 몰입한다. 깊이 몰입한 사람은 불필요한 두려움이나 중요하지 않은 정보로 방해 받지 않는다. 미하이 칙센트미하이의 몰입은 자신에게 온 모든 정보를 다 사용할 수 있는 상황을 말한다. 이러한 몰입적 체험은 창조성과 연관되며, 따라서 게임 디자이너뿐만 아니라 사회·경제의 다방면에서 ‘게이미피케이션’이라는 이름으로 적극적으로 활용되고 있다(미하이 칙센트미하이, 2003).

11) 알레아적인 요소로도 볼 수 있음

2. 학술적 연구

1) 이현서, ‘청년 고실업률 시대, 청년 여가권 성찰(2016)’

: **여가에 대한 부정적 가치관과 부정적 여가활동**

연구는 기존 정책이 취업과 창업 등 경제적 요인에 집중되어 있는 사회·정책적 상황을 타개하고, 청년의 삶의 질 개선을 위한 청년 여가권(餘暇權)¹²⁾ 실현 방안을 제시한 연구이다. 우선 연구는 ①여가의 가치관, ②여가의 규모와 만족도, ③여가활동의 참여형태의 실태를 확인하였다. 결과, ①청년의 여가는 경제적, 시간적 여유가 있을 때 한다는 가치관 존재(후순위 권리), ②미디어와 디지털 기기에 과도하게 의존, ③‘홀로’, ‘중독’된 여가활동 등 부정적 여가활동에 참여하는 비중이 높은 것으로 나타났다. 따라서 여가권이 청년들에게 적극적으로 누려야 한다고 주장한다. 여가권의 실현 중심기관으로 대학(고등교육기관)을 제안하고, 대상은 재학생 뿐만 아니라 졸업생까지 포함하며, 스포츠 등 프로그램 운영의 필요성을 제시하였다.

2) 박해광, ‘문화는 청년의 삶을 바꿀 수 있는가?(2018)’

: **청년들의 문화향유 만족도, 참여도, 행복감**

연구의 목적 청년들의 문화 향유가 삶에 미치는 영향을 밝히기 위한 것으로, 문화 향유의 유형을 ①일상문화 향유, ②대중문화 이벤트 향유, ③예술 향유, ④문화예술 창작으로 구분하고, 효과를 확인하였다. 활용자료는 2017년 광주문화재단에서 실시한 ‘광주광역시 청년문화 실태조사’였다.

12) 여가권은 시민권으로서, 자유시간 동안 행하는 강제되지 않은 활동을 누릴 권리를 말한다(이현서, 2016)

조사결과, ①일상문화 향유의 경우 45.4%로 가장 높은 만족도, ②대중문화 이벤트 향유의 경우, 만족도 39.2%, ③예술 향유의 경우 41.9%, ④문화예술 창작 38.5%의 만족도를 나타내 뚜렷한 차이가 없었으나, 경험의 경우, 일상과 대중문화의 경우, 800명(/1,007명)이상으로 높지만, 예술향유는 451명, 문화예술창작의 경우 260명에 불과하였다. 행복감의 경우, 대중문화 이벤트에서 통계적으로 유의미, 즉 대중문화 이벤트를 많이 향유 할수록 행복감이 높아지는 것이 나타났다.

3) 최지연, ‘지역기반 청년문화활동 활성화를 위한 기초연구(2018)’

: 하위문화 창조자로서의 지역 청년들의 삶

연구는 지역문화 진흥의 주체로서의 청년문화 창조자를 주목하고, 수원지역의 대안, 독립, 하위문화로서 청년문화를 탐색하였다. 조사 대상은 청년문화의 생산, 매개·유통에 속한 청년으로, 전통적 의미의 예술 장르로 한정되지 않는 독립서점(+심리상담), 스튜디오(+독립서점), 문화공간(+음반제작) 등 지원보다는 자립을 추구한다. 지역에 정착한 계기는 경기도 또는 공공기관의 문화예술지원, 사회적기업 선정 등 이었다. 이들은 지역에 대한 사명감이 작용한다(서울에 대한 대항). 그러나 서울의 힙함을 배격하지 않고, 경험을 쌓고 고유의 문화와 전국 네트워크를 형성하려 한다. 경제적으로는 자립을 추구하지만, 문화생태계의 선순환이 일어나지 않아 공적 지원 등을 의존하는 상황이었다.

3. 정책적 연구

1) 노수경 외, ‘청년문화의 현황과 정책과제(2021)’

연구는 청년세대의 문화 활동 및 향유 욕구를 확인하고, 문화정책 도출을 목적으로 하였다. 문화활동 수요는 ①기존 통계데이터, 즉 ‘2020 국민문화예술활동조사’, ‘2020국민여가활동조사’ 원시자료 분석과, ②청년대상 설문조사 등을 활용하였다. 설문조사의 IPA분석 결과, 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 것 반면, ‘청년 콘텐츠 크리에이터 지원’, ‘e-스포츠 분야 활성화’ 등 산업적 지원에 대해서는 상대적으로 중요도와 시급성이 낮게 평가하였다. 도출된 정책과제는 다음과 같았다.

〈표 1-3〉 정책과제 주요 내용

| 구분 | 주요 내용 |
|-------------------------|---|
| 1. 청년 문화적 역량과 교류 증진 | <ul style="list-style-type: none"> • 사회적기여 증대 • 글로벌 청년문화교류 증진 |
| 2. 문화분야 청년일자리 | <ul style="list-style-type: none"> • 문화분야 일경험 확대 • 문화일자리 매칭사업 추진 |
| 3. 지역기반 청년문화 여건개선 및 활성화 | <ul style="list-style-type: none"> • 청년문화 거점 생활SOC 활용 • 청년특화 문화지구 지정·조성 지원 • 지역혁신 거점으로 지역내 예술대학 기능강화 • 문화예술분야 대학동일 활성화 및 교류확대 |
| 4. 청년문화 활동지원 확대 | <ul style="list-style-type: none"> • 재정지원 확대(문화바우처 도입, 문화누리카드 혜택확대 등) • 가상공간 정책 대응 기반 구축 • 청년문화 통합브랜드 개발 |
| 5. 청년 문화정책 지원체계 구축 | <ul style="list-style-type: none"> • 문화체육관광부 직속 청년위원회 구성 • 청년의 문화정책 결정과 참여 확대 |
| 6. 청년문화 조사 및 정보체계 구축 | <ul style="list-style-type: none"> • 청년문화 실태조사 • 통합정보화 사업 검토 |

자료: 노수경외 (2021). 청년문화의 현황과 정책과제

2) 박해광 외, ‘광주 청년문화 활성화 정책보고서 (2017)’

연구는 광주문화재단의 의뢰로, 광주 청년문화 활성화 정책제시를 목적으로 수행되었다. 연구에서는 청년문화를 ①문화적 실천, ②여가 향유, ③문화 공간, ④행복과 삶의 만족으로 구분하고, 각 영역의 실태를 분석하였다. 결과, ①문화적 실천에는 위계와 수준별 구분이 존재하고, 일상 문화 활동은 타 유형과의 상관성이 없음이다. ②여가 향유는 TV 시청 등 수동적이었고, 여가시간의 확보는 청년문화에 중요한 요건이었다. ③ 문화예술시설의 낮은 이용률은 낮은 홍보와 높은 이용의 문턱이었고, 청년들의 시설(공간) 욕구는 동네 근처에서 즐길 만한 공간과 활동 지원이었다. ④대중문화 이벤트의 참여, 예술 향유 횟수와 여가시간이 많을수록 행복점수가 높았고, 창작 횟수와는 관계가 적었다.

〈표 1-4〉 정책사업 주요 내용

| 구분 | | 주요 내용 |
|---------------|---------------|--|
| 청년 삶과 문화정책 지향 | 문화적 ‘문턱’ 넘기 | <ul style="list-style-type: none"> • 청년동호회 활동 및 커뮤니티 지원 • 청년 협동조합 지원 • 청년 생활문화 공동체 지원 |
| | 일상적 청년문화 활동지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 대학·지역공동체 문화예술 사업지원 (우리 동네 예술 프로젝트, 마을 카페 활성화 사업) • 청년 생활문화지원 (가벼운 문화예술 향유와 지원, 공간프로그램 연계) |
| 집단별 문화정책 지향 | 미취업 청년 | <ul style="list-style-type: none"> • 문화예술 향유 지원 (바우처, 동호회 지원 및 홍보) |
| | 취업 청년 | <ul style="list-style-type: none"> • 보편적 접근권 (문화홍보플랫폼을 통한 정보 제공) • 직장 내 문화예술제고 (직장 내 문화예술 향유 및 활동 지원) |
| | 청년문화활동가 | <ul style="list-style-type: none"> • 청년 예술인 지원 • 청년문화산업 지원 • 체계적 문화기획자 양성 • 마을사업과 청년문화기획자 결합 • 청년문화활동가 네트워킹 지원 • 청년 할당제 및 쿼터제 확대 • 실무교육지원 |

| | | |
|----------------------|---------------------------|---|
| 청년문화 다양성과 문화정책 | 일상 문화 활동 및 대중문화 이벤트 지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 생활문화 프로그램 모색 (청년수다모임, 카페, 마을활동 참여지원) • 온라인 문화활동 참여 및 지원 |
| | 문화예술 향유제고 | <ul style="list-style-type: none"> • 문화향유 지원책 (유스카드, 바우처, 콘텐츠 홍보 등) • 향유소극집단 지원책 (직장 문화예술 관, 활동지원, 문화예술 교육) |
| | 문화예술 창작제고 | <ul style="list-style-type: none"> • 문화기획자 양성교육 • 자발적 문화기획 및 동호회 지원 • 온라인 플랫폼 기획 및 동호회 지원 |
| 청년문화 공간정책 | 공간정책 | <ul style="list-style-type: none"> • 도시재생사업 연계 문화아지트 제공 • 문화기획자를 위한 셰어하우스 제공 • 청년문화 활동공간 확보 |

자료: 박해광 외(2017), 광주 청년문화 활성화 정책보고서

3) 최영화·이선정, ‘인천시 청년문화¹³⁾ 활성화 방안 연구 (2020)’

연구는 문화부문 국가승인 통계 및 민간 통계를 폭넓게 활용하고, 지역 청년문화 관계자를 대상으로 수요조사를 실시하였다. 또한 인천시의 청년정책 및 청년문화 여건과 지원사례, 타 지자체 및 기관 사례 등을 세밀히 분석하고, 제도, 시설, 인력, 사업을 중심으로, 시사점을 도출하였다.

이러한 조사 및 분석을 통해 연구에서는 인천시의 청년문화 활성화를 위한 비전으로 ‘청년이 만드는 문화, 문화가 다양한 인천’을 설정하였다. 활성화를 위한 3대 목표, 즉 청년문화 향유와 참여 증진, 청년문화인력 발굴·육성·활용, 청년문화 참여 기회 및 기반 확충을 두고, 4대 추진 전략을 제시하였다. 아래는 4대 추진 전략과 전략별 집중 과제의 내용이다.

13) 연구에서는 청년문화를 20~30대 세대의 문화적 표현활동으로, 문화향유(문화소비), 문화참여(생활문화), 문화활동(예술창작)을 위한 제반활동으로 정의하였다.

〈표 1-5〉 인천시 청년문화 활성화 추진과제

| 구분 | 추진전략 | 추진과제 |
|----|----------------------|---|
| 제도 | 청년문화 조사·연구 및 지원제도 개선 | <ul style="list-style-type: none"> • 청년문화 조사·연구 실시 <ul style="list-style-type: none"> - 인천 청년문화(창작자·향유자) 실태조사 - 청년문화 활성화 종합계획 수립 • 지역 내 청년문화활동 지원제도 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 이음카드 연계 청년문화 할인제 운영 - 청년문화활동 포인트제 운영 • 청년주도 청년문화정책 추진 체계화 <ul style="list-style-type: none"> - 청년네트워크·청년정책위원회 활성화 - 청년문화정책 아이디어 발굴 대회 운영 |
| 시설 | 청년문화공간 조성 및 운영 지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 청년 문화전용공간 조성 및 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 원도심 유휴공간 재생 청년창작공간 조성 - 생활권별 청년 공유문화공간 조성 • 관내 공연장 및 전시공간 확충 <ul style="list-style-type: none"> - 인천음악창작소 내 전문공연장 조성 - 전시공간 및 아트상품 판매공간 조성 • 인천 예술인지원센터 설치·운영 <ul style="list-style-type: none"> - (청년)예술인 전문상담 및 컨설팅 지원 - 예술전공 대학생 진로교육 제공 |
| 인력 | 청년문화인력 양성 및 활동 지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 청년예술인(단체) 창작 및 활동 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 청년예술인(단체) 종합 지원(창작·발표·역량 강화) - 문화예술지원사업 청년 쿼터제 운영 • 청년문화전문인력 양성 및 일자리 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 청년문화기획자 양성 및 지원 - 청년문화 전문인력 문화 일자리 지원 • 청년문화 전담부서 및 인력 배치 <ul style="list-style-type: none"> - 문화재단 내 청년문화전담부서 설치 - 청년문화 코디네이터 배치·운영 |
| 사업 | 청년문화사업 발굴 및 다양화 | <ul style="list-style-type: none"> • 청년 맞춤형 문화사업 발굴·운영 <ul style="list-style-type: none"> - 청년 문화예술교육 프로그램 개발·운영 - 청년 문화 다양성 리빙랩 프로젝트 운영 • 청년 생활문화활동 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 청년 문화커뮤니티 활동 지원 - 대학 문화동아리 네트워크 지원 • 청년 문화예술 향유 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 청년문화콘텐츠 온라인 플랫폼 운영 - 청년문화주간·청년문화마켓 운영 |

자료: 최영화·이선정(2020), 인천시 청년문화 활성화 방안 연구

제 2 장

여건 및 정책동향

1. 청년문화 개념
2. 정책동향
3. 사업현황
4. 시사점

제1절 청년문화 개념

1. 개념 검토

1) 학술적 개념

청년문화의 사전적 정의는 ‘젊은 세대, 특히 10대와 20대에 해당하는 세대의 독특한 정체성을 표현하는 문화’(한국민족문화대백과)로, 즉 청년세대(집단) 문화를 일컫는다(레이먼드 윌리엄스). 영미권의 경우, 청년문화는 부모세대와 구별되는 취향과 태도 등의 하위문화(subculture) 및 기존 사회의 지배적인 가치와 문화를 거부하는 대항문화(counterculture)로 불리기도 하였다.

우리나라에서는 청년문화라는 용어가 1970년대 서구문화에 영향을 받은 대학을 중심으로 한 자유주의적 대중문화를 지칭하면서 본격적으로 사용되기 시작했고, 1980년대는 학생운동 등의 대항문화로 인식되었다. 정치적 민주화가 이루어진 1990년대는 인디밴드, 언더그라운드 대안 문화적 성격을 띤 것을 청년문화로 인식하였고, 2000년대 이후로는 대항문화가 사라진, 소비의 객체로서의 청년문화가 자리잡았다고 분석한다(김창남 2004, 최성민 2012)¹⁴⁾.

14) 김창남(2004)은 2000년대는 기존 주류문화인 기성세대의 문화와 문화시장의 주류인 청소년문화로 재편되고, 청년문화는 존재하지 않는다고 주장. 최성민(2014)은 근대(식민지 시대)에서부터 청년세대를 조망하면서 문화예술의 주도성을 가진 청년은 2000년대 들어서 청년의 역할이 위축되고 있다고 주장한다.

또한 청년문화는 청년이라는 사회변화에 민감한 세대의 문화, 즉 기존의 가치와 새로운 가치의 충돌 등을 직접 경험하면서 만들어가는 문화로, 일종의 사회화(socialization) 과정이라고 할 수 있다. 특히 문화를 일종의 사회적 이동의 과정으로 바라본다면, 어디에 구속됨이 없는 자유로운 과정으로서 역치성(liminality)의 과정, 즉 청년문화는 문지방 공간(liminal space)적 문화라고도 할 수 있다(Victor W. Turner).

2) 제도적 개념

제도적(법적)으로 살펴보면 청년기본법, 또는 충청남도 청년 기본 조례에서 별도로 청년문화의 정의를 규정하지 않고 있다. 다만 충청남도 청년 기본 조례의 제25조(청년의 문화활동 활성화 지원)의 2항에서 ‘도지사는 창의적 청년문화 형성을 위해 청년 문화예술인의 창작활동을 지원하고 청년의 문화예술 향유를 확대하기 위한 대책을 마련한다고’ 규정하고 있다. 이로 보건대 청년문화예술인이 만든 문화예술 창작활동(및 창작품)에 대한 청년들의 향유 방법을 규정했다고 할 수 있다.

청년문화와 관련한 지방자치법규를 살펴보면, ‘대구광역시 북구 청년문화 활성화 지원에 관한 조례’, ‘제주특별자치도 청년문화예술 육성에 관한 조례’ 등 2곳의 청년문화 관련 조례가 제정되어 있었다. 대구광역시 북구의 조례의 경우 청년문화에 대해서 따로 정의하지 않았고, 제주도의 경우, ‘청년문화’가 아닌 청년문화예술이며, 「문화예술진흥법」 제2조 제1항 제1호 및 제2호와 관련한 청년 또는 청년단체의 다양한 문화예술 활동’로 정의하였다. 따라서 명확히 청년문화를 정의한 제도적 개념은 없었다.

다만 현재는 통합 폐지된 ‘부산광역시 청년문화 육성 및 지원에 관한 조례’(2017.5.31. 폐지)의 제2조에서 ‘청년문화를 ‘새롭고 다양한 것을 창조하고 지향하는 과정에서 형성된 사회구성원들의 행동방식, 가치관, 규범 등의 생활양식이 반영된 문화’로 규정하였다.

2. 연구에서 말하는 ‘청년문화’

위와 같이 학술적·정책적 개념을 검토하였다. 청년문화는 청년세대의 문화이면서, 역사적으로는 시대별로 자유주의적·대항적·대안적·소비주의적으로 인식하고 있음을 알 수 있었다. 또한 청년문화는 청소년의 시기에서 사회로 진입하는 과정으로 볼 수도 있었다. 정책적으로는 청년문화에 대한 명확한 정의가 거의 없었다. 다만 문화예술진흥법 및 충남, 제주도의 조례에서 나타난 것과 같이 청년 문화예술인의 문화활동으로 한정하고 있음을 간접적으로 알 수 있었다.

이 연구에서는 충청남도 청년들의 워라벨(Work and Life Balance) 강화와 충남 이탈을 막기 위한 문화적 욕구 충족방법론으로서 청년문화 활성화를 연구목적으로 하기 때문에 청년문화, 현재의 제도적으로 규정하고 있는 청년 문화예술인, 즉 문화예술 전공자의 문화활동보다는 넓은 범위의 청년문화로서, 또한 학술적으로 청년세대의 문화보다는 현실을 기반한 대중적인 청년문화로서의 정의를 하고자 한다. 그러므로 연구에서는 충청남도의 청년들(19세~39세 이하)이 일상적으로 경험하는 문화활동을 청년문화라 정의하고, 청년문화의 범위는 문화향유와 문화참여, 문화생산 등 제 활동으로 하고자 한다(이현서 2016, 박해광외 2017, 최지연 2018, 최영화·이선정 2020).

이 연구에서 말하는 청년문화를 구체적으로 말하면, 문화향유는 문화경험과 소비활동으로 의미한다. 예를 들어 카페·맛집 등 이른바 핫플 탐방, TV·영화 및 연극감상, 축제 등 온·오프라인 관람행위 등을 말한다. 문화참여는 일상적인 문화활동에 참여하는 활동을 말하며, 청년들의 생활문화활동으로 볼 수 있다¹⁵⁾. 예를 들어 일시적 원데이클래스 참여에서 악기 음악배우기 및 운동경기 참여 등 정기적인 참여까지, TV보기와 같은 수동적인 행위가 아닌 문화활동의 참여 또는 역할이 부여된 활동을 의미한다. 이와 같은 문화참여는 교육활동과도 중복되는 부분이 존재한다. 문화생산은 청년들이 주체가 된 문화창조활동을 의미한다¹⁶⁾.

15) 생활문화란 지역의 주민이 문화적 욕구 충족을 위하여 자발적이거나 일상적으로 참여하여 행하는 유형 무형의 문화적 활동을 말한다(지역문화진흥법 제2조 2)

16) 박해광(2018)의 주장은 참고할만 하다. 그는 청년문화를 참여도와 대상·속성에 따른 문화향유활동으로 정의하였다. 예를 들어 낮은 참여의 대중·수용자 지향의 경우 일상문화 향유로 정의하고, 카페 및 맛집탐방, 운동활동, 온라인 활동(인스타, 게임, 영화, 음악 독서 등 광범)으로 분류하였고, 낮은 참여의 예술·창작자 지향은 관람행위(미술, 음악 등)으로 정의하였다.

제2절 정책동향

1. 중앙정부

1) 청년정책 방향

다양한 사회경제적 악조건 속에서 청년들이 겪는 어려움은 점점 더 복잡해지고 있다. 학교에서의 이행이 노동 시장으로 원활하게 이루어지지 않으면서, 이는 자산 형성, 결혼, 주거와 같은 다양한 영역에서 청년층의 문제가 복합적인 성격을 띠게 되었다. 따라서 이에 대응하기 위한 체계적이고 종합적인 지원이 필요하다는 인식이 커지게 되었다. 이에 해결책으로 여러 지방자치단체가 청년 지원을 위한 조례를 제정 논의가 이루어져 중앙정부에서 2020년에 청년기본법을 제정하고 시행하였다.

청년기본법에 기반하여 제1차 청년정책 기본계획이 발표되었고, 이를 통해 정치, 경제, 사회, 문화 등 다양한 분야에서 청년 삶의 질 향상을 위한 정책을 추진할 수 있는 기반이 마련되었으며 중앙정부 및 지방자치단체는 기본계획에 따라 연도별 시행계획을 수립하고, 다양한 분야에서 청년정책을 추진하고 있다.

청년정책은 사업분야에 따른 기준 분류는 변금선 외(2019)에서는 국무조정실과 함께 각 중앙부처에서 제출한 182개 청년정책 사업을 정책 분야별로 5개 대분류(①일자리, ②교육, ③주거, ④참여·권리, ⑤생활)와 11개 중분류(①일

자리 : 취업지원, 창업지원, ②교육·훈련 : 교육·연수·실습, 교육비 지원, ③주거 : 주택공급, 주거비 지원, ④참여·권리 : 참여·활동, 권리, ⑤생활 : 금융, 소득자산, 건강)로 구분하고 있다.

이번 정부에서도 역대 정부와 마찬가지로 청년정책 추진 방향은 청년고용 중심이다. 2024년 청년정책 시행계획을 보면 총 356개 과제가 수립되어 있으며, 이를 위한 예산은 27조원 규모로, 정책 영역별 과제 수를 살펴보면 일자리(124개), 교육(117개), 복지문화(44개), 참여권리(43개), 주거(28개) 순으로 많다. 과제 수 기준으로는 일자리, 예산 기준으로는 주거 분야 정책이 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 볼 때 명확하다.

그러나 청년들은 여전히 취업, 자산 형성, 일상생활에서 다양한 어려움에 직면해 있어 청년 삶과 밀접한 관련이 있는 정책과제 역시 중요성을 가진다. 청년 문화와 관련된 정부부처는 문화체육관광부(문체부)이며, 문체부는 청년 문화정책은 콘텐츠 산업 육성, 문화생활 기반 구축, 청년 예술가 지원 등을 주요 사업으로 펼치고 있다.

〈표 2-1〉 2024년 청년정책 시행계획 분야별 현황

| 과제수 | 일자리 (34.8%) | 교육 (32.9%) | 복지·문화 (12.3%) | 참여·권리 (12.1%) | 주거 (7.9%) |
|-----|----------------|---------------|------------------|------------------|-----------------|
| 예산 | 주거 (42.9%) | 교육 (27.9%) | 일자리 (21.7%) | 복지·문화 (7.0%) | 참여·권리 (0.5%) |

자료: 제1차 청년정책 기본계획('21~'25) 2024년 청년정책 시행계획 (중앙행정기관), 2024.3

2) 청년기본법

청년기본법은 노동 시장과 고용 환경의 악화로 인해 청년들의 사회진입이 지연되고, 청년 문제가 다양한 영역으로 확장됨에 따라 정책 수요가 증가하였고, 지방자치단체는 지역 여건에 맞는 정책과 사업을 추진하기 위해 「청년기본조례」를 제정하여 왔다. 이러한 움직임은 중앙정부 차원에서 청년기본법을 제정하는 데에 이르렀다. 이 법은 2020년 2월에 제정되었으며, 청년의 권리와 책무를 명확히 규정하고 국가와 지방자치단체가 청년에 대한 책무를 지니게 하였다.

청년기본법에 따르면 주요 내용으로는, **청년은 19세 이상 34세 이하인 사람으로 정의하며**, 청년의 날을 설정하도록 대통령령에 위임하고 있다. 국무총리는 모든 행정작용을 통해 5년마다 기본계획을 수립하고, 각 중앙행정기관의 장과 시도지사는 매년 시행계획을 수립하도록 하고 있다.

청년문화와 관련하여서는 **국가와 지방자치단체는 청년의 문화 참여를 촉진하고 창의적인 문화 활동을 지원하기 위한 대책을 마련하도록 규정하고 있다.** 이는 청년들이 다양하고 창의적인 문화 활동에 더 쉽게 접근할 수 있도록 하기 위함이다.

〈표 2-2〉 「청년기본법」 주요 내용

| 구분 | 주요 내용 |
|-----------------------|--|
| 제1조 (목적) | 이 법은 청년의 권리 및 책임과 국가와 지방자치단체의 청년에 대한 책무를 정하고 청년정책의 수립·조정 및 청년지원 등에 관한 기본적인 사항을 규정함을 목적으로 한다. |
| 제2조 (기본이념) | <p>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.</p> <p>② 제1항의 기본이념을 구현하기 위한 장기적·종합적 청년정책을 추진할 때에는 다음 각 호의 사항을 고려하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 |
| 제3조 (정의) | <p>이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “청년”이란 19세 이상 34세 이하인 사람을 말한다. 다만, 다른 법령과 조례에서 청년에 대한 연령을 다르게 적용하는 경우에는 그에 따를 수 있다. 2. “청년발전”이란 청년의 권리보호 및 신장, 정책결정과정 참여확대, 고용촉진, 능력개발, 복지향상 등을 통하여 정치·경제·사회·문화의 모든 영역에서 청년의 삶의 질을 향상시키는 것을 말한다. 3. “청년지원”이란 청년발전을 위하여 청년에게 제공되는 사회적·경제적 지원을 말한다. 4. “청년정책”이란 청년발전을 주된 목표로 하는 것으로서 국가 또는 지방자치단체가 시행하는 정책을 말한다. |
| 제8조 (청년정책 기본계획 수립) | <p>① 국무총리는 5년마다 청년정책에 관한 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.</p> <p>② 기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 청년정책의 기본방향 2. 청년정책의 추진목표 3. 청년정책에 관한 분야별 주요 시책 4. 이전의 기본계획에 관한 분석·평가 5. 청년정책에 관한 기능의 조정 6. 청년정책 추진에 필요한 재원의 조달방법 7. 그 밖에 청년정책과 관련하여 대통령령으로 정하는 사항 |
| 제23조 (청년 문화활동 지원) | 국가와 지방자치단체는 청년의 다양하고 창의적인 문화 활동을 지원 하기 위한 대책을 마련하여야 한다. |

자료: 국가법령정보센터

■ 제1차 청년정책 기본계획의 주요 내용

「제1차 청년정책 기본계획(’21~’25)」(2020.12.)은 청년들의 현재 상황을 자세히 분석하고, 그들의 요구와 기대에 부응하는 정책을 더욱 체계적으로 개발하고 실행하기 위한 구체적인 방안을 제시하며, 아래와 같은 정책방향에 따라 작성되었고, 과제를 제시하였다.

첫째, 청년들이 자신들의 삶을 스스로 설계하고 개선할 수 있도록 제도적 기반을 마련한다. 둘째, 삶의 공간 마련을 위해 청년들이 안정적으로 거주하고 일할 수 있는 환경을 조성한다. 셋째, 청년들이 안정적인 생활을 영위할 수 있도록 안정적 토대 마련에 주력한다. 넷째, 다양한 청년에 대한 권리 보장을 위해 청년들의 권리와 지위를 보장하고, 청년들의 사회적 참여와 발전을 지원하는 정책을 적극적으로 추진한다.

〈표 2-3〉 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 주거 부담이 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 전문인력 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 삶을 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)」.

3) 청년문화정책

중앙정부에서 시행하는 제1차 청년기본계획의 청년문화 정책 및 관련 계획은 문화체육관광부가 주관하여 운영하고 있다. 제1차 청년기본계획의 복지 및 문화 분야 세부 과제 중 "4. 문화가 있는 청년의 삶"에 해당하는 사업들은 아래 <표 2-4>와 같다. 과제지향에 따라 4-1 문화콘텐츠 분야, 역량있는 청년들의 도전 혁신을 응원하는 과제는 **문화산업 지원과제**, 4-2 청년문화활동 기반강화는 **문화활동 지원과제**, 4-3 청년예술가 및 청년 창작자지원은 **청년 전문예술인 지원**으로 분류할 수 있다.

<표 2-4> 제1차 청년기본계획- 문화 분야 세부과제 현황

| 분류 | 세부 과제명 |
|------------------------|---|
| 4. 문화가 있는 청년의 삶 | |
| ①문화산업 지원 | 4-1. 문화콘텐츠 분야, 역량있는 청년들의 도전 혁신을 응원 |
| | 1) 청년 콘텐츠기업 모험투자펀드 |
| | 2) 한중일 이스포츠 대회 및 신기술 게임개발 지원 |
| | 3) 비대면 콘텐츠 산업 육성 |
| ②문화활동 지원 | 4-2. 청년 문화활동 기반 강화 |
| | 1) 청년 사회 첫걸음 문화누리카드 |
| | 2) 청춘 마이크 사업 |
| | 3) 청년관광 지원 |
| | 4) 생활 속 문화시설(공공도서관·생활문화센터·소규모창작공간 등) 확대 |
| | 5) 청년 삼삼오오 인문실험 |
| | 6) 지역문화 전문인력 양성 및 배치지원 |
| | 7) 공예 청년 인턴십 지원 |
| | 8) 청년 디자이너 인턴십 지원 |
| | 9) 프로스포츠 연맹·구단 인턴십 지원 |
| ③전문예술인 지원 | 4-3. 청년 예술가 및 청년 창작자 지원 |
| | 1) 신진예술인 예술활동 증명 기준 완화 및 창작준비금 지원 |
| | 2) 한국 예술창작 아카데미 지원 |
| | 3) 아르코 청년 예술가 지원 |
| | 4) 문화 PD 운영 |
| | 5) 1인 광고콘텐츠 및 청년창작자 콘텐츠 제작 지원 |

자료: 제1차 청년정책 기본계획('21~'25), 관계부처 합동 재정리

■ 제2차 문화진흥 기본계획(2023~2027)

제2차 문화진흥 기본계획(2023~2027)은 「문화기본법」 국민의 문화권 보장, 문화적 가치의 사회적 확산을 통한 국민의 삶의 질 제고 등을 목적으로 문화기본법 제정 및 시행('14.3월) 제8조에 근거하여 5년 단위로 수립되는 문화진흥 정책이다.

이 계획은 '자유롭고 공정한 문화매력국가'를 비전으로 설정하고, 4개 전략에 12개 핵심과제를 제시하고 있다. 또한, 국익, 실용, 공정, 상식의 국정운영원칙을 기반으로 '자유'와 '연대'를 문화정책의 핵심가치로 설정하고 있으며, 문화를 누리는 계층인 청년, 어르신, 장애인 등이 창작자로 역할 확대, 자유롭고 창의적인 K-컬처 확산을 지원하고자 한다.

| 비 전 | | 자유롭고 공정한 문화매력국가 | |
|----------|---------------|---|--|
| 핵심 가치 | 자유로운 문화누림과 창조 | | 문화로 연대하는 사회 |
| | | | |
| 추진 전략 | 자 | A. Attractive Asset 매력있는 문화자산으로 내일을 여는 K-컬처 | A-1. K-전통 산업화와 일상화로 높이는 문화매력 A-2. 한글·한국어 기반 언어문화산업 육성 |
| | 유 | B. Beyond the Boundary 새로운 주역들과 함께 비상하는 K-컬처 | B-1. 창작예술의 주인공이 되는 어르신 B-2. K-컬처에 특별함을 입히는 장애인 B-3. 우리 문화의 드리머스, 청년 |
| | 연 | C. Cultural Care 지역과 사회를 품격있게 연결하는 K-컬처 | C-1. 어디에 살든, 누구나, 같이 누리는 문화 C-2. 문화다양성 기반 연대 사회 구현 C-3. 문화로 연결하는 단단한 사회 C-4. 인문·문화로 사회문제 해결과 회복탄력성 제고 |
| | 대 | D. Dynamic Diffusion 세계시민과 연대하는 K-컬처 | D-1. K-아트, K-콘텐츠 매력을 전 세계로 확산 D-2. 국제사회와 연대하고 기여하는 K-컬처 D-3. K-컬처의 해외진출 중추기지 강화 |

자료: 문화체육관광부(2023.4.), 제2차 문화진흥기본계획(2023~2027)

[그림 2-1] 제2차 문화진흥 기본계획의 비전, 핵심가치, 추진방향

문화진흥 기본계획 중 **청년정책**은 Beyond the Boundary로 [우리 문화의 드리머스, 청년으로 제시하고 있다. 이 정책은 청년들이 K-컬처 창작자로 자리매김하도록 지원하고, 청년의 창의력과 상상력을 문화정책에 반영하기 위한 체계를 구축하는 데 목적이 있다. 구체적인 정책방향은 ‘청년창업 지원으로 전통문화산업의 미래’와 ‘청년이 만들어가는 문화매력국가’로서, 전통문화기반 창업 등 일자리 추진과 청년들이 직접 필요로 하는 핵심 정책들의 제안·시행·평가하는 과정에 참여하는 것이다. 청년들의 문화정책 10대 과제는 아래와 같다. 10대 과제는 ①청년창업 지원, ②문화향유 ③정책참여 및 소통으로 분류할 수 있다.

〈표 2-5〉 청년문화정책 10대 과제

| 분류 | 〈 도전할 수 있는 자유, 청년의 꿈으로 도약하는 문화매력국가 〉 |
|-----------------------|---|
| ① 창 업 지 원 | ① K-컬처로 내딛는 청년의 첫걸음 지지 - 역량을 가진 문화 청년들의 사회진출 마중물이 되는 생애 첫 지원 확대 * 경력 미비 청년은 양질의 원천 IP를 보유해도 기성세대와 경쟁에 한계 |
| | ② 청년이 안전하게 꿈을 펼칠 수 있는 환경 마련 - 열악한 계약조건 등 청년들의 불안정한 노동 환경 개선 및 지적재산권 보호 강화 * 청년예술가 공연 준비 대가 미책정, 저작권 침해 피해 확산 |
| | ③ 수출 원동력인 미래 문화 청년 육성 - 전략적 수출상품인 K-콘텐츠, K-관광의 위상에 걸맞는 전문인력 양성 및 일 경험 지원 확대 * 경험·경력 지원 필요, 비전공자 등 진입기회 미비, 관광 전공자 업계 경험 기회 부족 |
| | ④ 청년이 만드는 K-컬처 세계진출 전폭 지원 - K컬처 수출 및 시장 경쟁력 강화를 위해 홍보, 법률 지원 등 통합적 지원 강화 * 외국 법률지원 확대, K-공예 해외 박람회 참여 지원 등 청년 콘텐츠 해외 홍보 계기 확대 필요 |
| | ⑤ 청년의 감각으로 다시 태어나는 전통문화 지원 - 전통문화의 가치에 대한 청년세대 공감대 확산 및 콘텐츠 지원 확대 * 국악의 일반화, 대중화를 위해 전통예술에 대한 정부 및 지자체 지원 필요 |
| | 〈 문화로 연대하는 청년, 공정과 소통으로 만드는 청년 행복정책 〉 |
| ② 문 화 향 유 | ⑥ 장애인도 함께 즐기는 장벽 없는 문화 - barrier프리 콘텐츠 제작, 시설 확산 등 무장애 문화향유 정책 확산 노력 * 무장애 관광 콘텐츠 적극 개발, 시·청각 장애인을 위한 barrier프리 상영관 등 시설지원 필요 |

| | |
|----------------------------|---|
| ③ 참 여 및 소 통 | ㉓ 문화로 만들어가는 청년 친화 지역 조성 - 위케이션, 지역살이 등 문화·관광을 통한 청년 지역 체류 계기 마련 및 지역 문화서비스 제공 활성화 * 위케이션 기업 활용사례 부족, 콘텐츠 관련 교육 수도권 집중으로 지역 청년 소외 |
| | ㉔ 문화로 행복을 주는 청년 정서 지원 확대 - 청년세대의 행복지수 하락, 외로움 등 심리적 문제 해결을 위한 문화향유 확대 및 사회적 연결 회복 정책 확대 * 청년 문화향유 기회 확대 필요 |
| | ㉕ 청년의 상상력, 아이디어 정책 반영 기회 확대 - 청년 자문단, 청년이사제 도입 등 소속기관 청년참여 제도화 방안 검토 * 각 기관별 청년 자문단 운영 확대 필요 |
| | ㉖ 청년 감수성이 돋보이는 정책 홍보 - 문체부 보유 매체 활용, 청년 타겟 콘텐츠 개발 * 정책 수혜자 공감 홍보전략 필요 |

자료: 문화체육관광부(2023.4.), 제2차 문화진흥기본계획(2023~2027) 중 발췌 및 분류

■ 제2차 여가 활성화 기본계획(2023~2027)

제2차 여가 활성화 기본계획(2023~2027)은 국민여가활성화기본법(제7조)에 근거하여 5년 주기로 계획을 수립하고 있다. 이 계획은 국민의 자유로운 여가활동 기반 조성 and 다양한 여가활동을 통한 삶의 질 향상을 목표로 한다.

여가는 강제되지 않은 자유로운 활동으로 정의되며, 문화예술, 콘텐츠, 체육 등 다양한 분야를 포함한다. 이를 통해 일과 여가의 균형을 이루고, 타인과 교류하며 건강한 공동체를 형성할 수 있다.

제2차 여가 활성화 기본계획(2023~2027)은 ‘생활 속 자유와 연대의 가치 창출’을 비전으로 설정하고 3개 전략에 8개 핵심과제를 제시하고 있다. 여기서 청년과 관련한 정책으로는 생애주기별 맞춤형 여가정책 추진 이다.

| 비전 | 생활 속 자유와 연대의 가치창출 |
|----|--|
| 목표 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 지속적 여가참여율* 회복 35.4%('21) ⇒ 57%('27) * 휴식을 제외한 여가활동을 지속적으로 참여하는 비율 ○ 여가활동을 가족, 친구, 동호회 등 동반자와 함께하는 비율 36.4%('21) ⇒ 45.7%('27) ○ 사회적 연결·문화예술 치유를 위한 프로그램 지원 129개('22) ⇒ 450개('27) |

| | |
|------|------------------------|
| 추진방향 | 여가누림 확산으로 국민 행복 증진 |
| | 더불어 함께 누리는 여가 |
| | 기술변화에 대응한 혁신적 여가생태계 구축 |

| | | |
|------|---------------------|--|
| 추진전략 | 1. 자유로운 여가누림 확대 | 1-1. 여가를 통한 휴식과 즐길 문화 확대 1-2. 건강한 여가공간 조성 1-3. 생애주기별 맞춤형 여가정책 추진 |
| | 2. 공정하게 누리는 여가문화 실현 | 2-1. 약자 프렌들리 여가문화 활성화 2-2. 생활권 기반의 상생 여가 환경 조성 2-3. 함께하는 여가문화 실현 |
| | 3. 미래형 여가생태계 구축 | 3-1. 미래여가 생태계 구축을 위한 환경 조성 3-2. 여가산업 경쟁력 강화 |

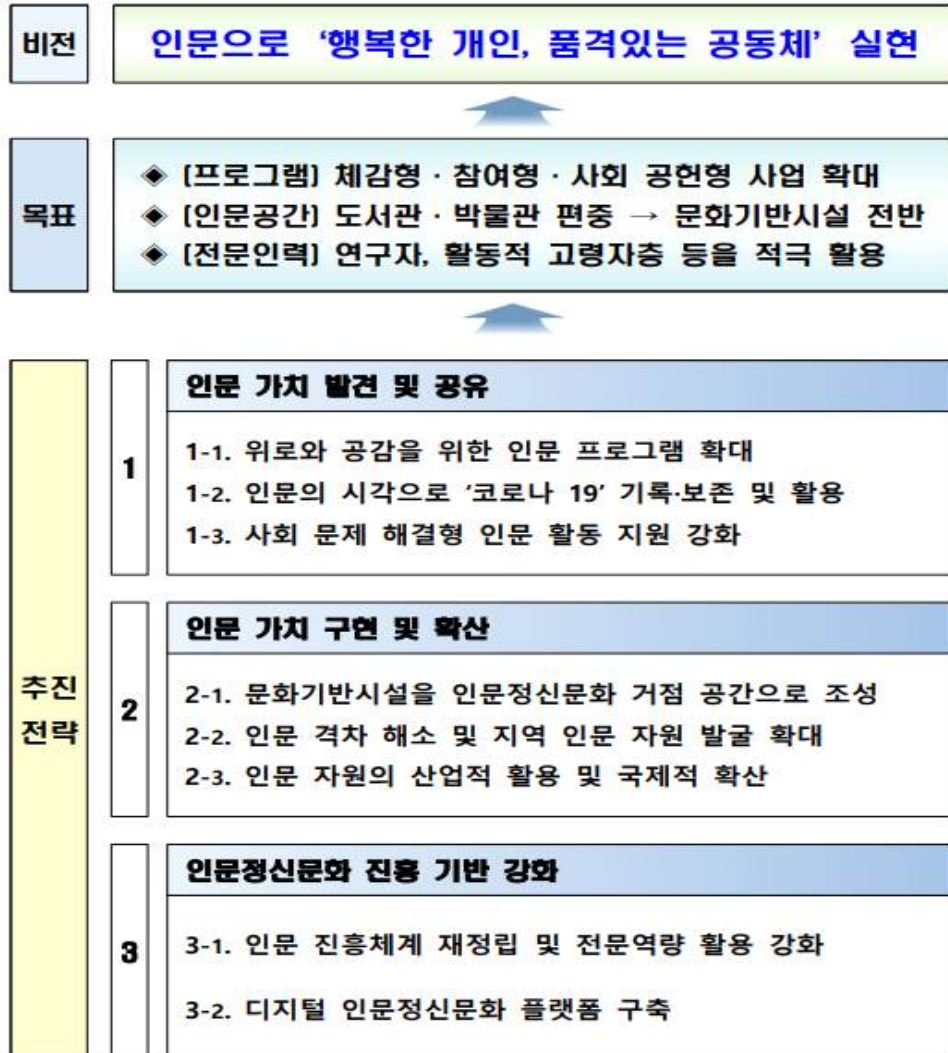
자료: 문화체육관광부(2023.4.), 제2차 여가 활성화 기본계획(2023~2027)

[그림 2-2] 제2차 여가활성화 기본계획의 목표, 추진방향, 전략

1-3. 생애주기별 맞춤 여가정책의 과제로서 위치한다. 세부과제는 우선 **청년문화예술가 공연 지원**이 있다. 이를 통해 청년 문화예술가들의 공연 활동 지원을 통해 창작활동을 촉진하고 예술적 역량을 향상시킨다. 또한 삼삼오오 청년 인문실험 지원 인문가치 활용 **청년창업 연계 지원** 추진(~'27년)은 청년을 대상으로 한 인문학적 실험 프로그램을 지원하고 인문가치를 활용한 청년창업을 촉진한다('23년 100개팀). 체육활동으로는 직장인 체력인증 및 관리 서비스 제공한다.

■ 인문정신문화 진흥 기본계획(2022~2026)

인문정신문화 진흥 기본계획(2022~2026)은 「인문학 및 인문정신문화의 진흥에 관한 법률」 제9조에 따라 수립되었다. 이 기본계획은 '인문으로 행복한 개인, 품격 있는 공동체 실현'을 비전으로 삼고 있으며, 3개 전략에 8개 핵심과제를 제시하고 있다.



자료: 문화체육관광부(2021.12.), 인문정신문화 진흥 기본계획(2022~2026)

[그림 2-3] 인문정신문화 진흥 기본계획의 비전, 목표, 추진전략

이 중에서도 청년과 관련된 추진과제로는 다음과 같은 사업들이 포함되어 있다. 첫째, 위로와 공감을 위한 **인문 프로그램 확대**이다. 청년 및 취약계층 등을 대상으로 한 인문 프로그램을 확대하여 위로와 공감을 촉진하며 세부사업으로는 청년이 체감할 수 있는 인문 프로그램을 강화이다. 구체적으로는 '인문정신문화주간'을 계기로 **청년을 위한 공감축제**를 개최하거나, 모든 저소득층 청년에게 **통합문화이용권**을 지급한다.

둘째, **사회문제해결형 인문 활동 지원 강화** 사업이다. 이 사업은 사회 문제를 해결하는데 기여하는 **청년 및 인문 연구자 등의 활동을 지원**하며, 구체적 사업으로는 '삼삼오오 청년 인문 실험'이다.

셋째, 체감형 사업 발굴로 **인문정신문화 가치 확산사업**은 인문실험 참가자와 지역 인문단체가 함께 기획한 사회 문제 해결을 위한 실천형 인문 활동 프로젝트를 추진하고, 취업 준비생 및 중소기업 재직자 등을 대상으로 한 인문 프로그램을 운영한다.

■ 지방시대 지역문화정책 추진전략(문화체육관광부, 2023)

지방시대 지역문화정책 추진전략은 윤석열 정부의 국정목표 '대한민국 어디서나 살기 좋은 지방시대'를 실현하기 위해 문화 분야의 비전과 목표를 수립하고 중점 추진 과제를 발굴하는 데 초점을 맞추고 있다. '함께 누리는 문화, 문화로 매력있는 지역'을 비전으로 삼고 있으며, 3개 전략에 11개 핵심과제를 제시하고 있다.

| | | | |
|-----------|--|-----------|-----------|
| 비전 | 함께 누리는 문화, 문화로 매력있는 지역 | | |
| 목표 | 문화로, 지역균형 | 문화로, 지역매력 | 문화로, 지역활력 |
| | ◆ 지역규모별 문화예술관람률 격차(22년 10.7%p) 및 여가생활만족도 격차(22년 9.2%p)를 2027년까지 5%p 내로 축소 | | |



| | |
|-------------------------------|-----------------------------------|
| 전략 및 추진 과제 | 1. 대한민국 어디서나 자유롭고 공정한 문화누림 |
| | ① 지역에 관계없이 자유롭고 공정한 문화접근기회 보장 |
| | ② 지역 맞춤형 정책 지원으로 지역소멸에 적극 대응 |
| | ③ 지역 문화·생활·소통의 중심이 되는 모두의 도서관 |
| | ④ 장애인 프렌들리 및 미래지향적 문화기반시설 구축 |
| | ⑤ 지역 문화기반시설의 전략적 확충 |
| | 2. 지역 고유의 문화매력 발굴확산 |
| | ⑥ 매력적인 스토리텔링을 담은 로컬콘텐츠 발굴 |
| | ⑦ 문화·관광형 생활인구 유입 확대 |
| | ⑧ 지역 현장 중심의 지역문화권 육성 및 확장 |
| | 3. 문화를 통한 지역자립과 발전 |
| | ⑨ 지역문화 발전을 위한 제도적 기반 강화 |
| | ⑩ 지역발전을 이끄는 창의적인 문화인력 양성과 일자리 창출 |
| | ⑪ 문화를 통한 주민활력 증진과 사회문제 해소 |

자료: 문화체육관광부(2023.3.), 지방시대 지역문화정책 추진 전략
 [그림 2-4] 지방시대 지역문화정책의 비전, 목표, 추진전략

이 중에서도 청년문화와 관련된 추진과제로는 10번 과제 ‘지역 발전을 이끄는 창의적 문화인력 양성과 일자리 창출’이다. 이 추진과제는 지역의 문화예술 분야에서 교육 기회와 일자리를 지원하여 정주 청년 인구의 증가를 유도하고, 이를 통해 지역의 문화 발전과 경제 활성화를 이끌어 내는 것을 목표로한다. 대상으로는 문화·예술 관련 전공자 등이며, 이들을 위한 교육 및 현장 경험을 지원하고자 한다. 지역문화아카데미 등 교육 플랫폼을 구축하여 온라인 교육을 제공하고, '로컬 콘텐츠 프로듀서'를 양성하여 창작과 창업을 지원한다.

또한, 지역에서 활동하는 문화기획자, 박물관·미술관 학예사 등 전문인력의 현황을 파악하고, 이들에게 현장 활동 기회를 제공하기 위해 '지역문화 인재 은행'과 같은 온라인 인력 플랫폼을 도입하고, 지역문화통합정보시스템과의 연계 방안을 검토한다. 이를 통해 지역의 문화인력을 육성하고, 지역의 콘텐츠 산업을 지원하여 지역 경제의 성장을 도모하고자 한다.

2. 충청남도

1) 청년정책 방향

충청남도는 청년정책관을 통해 청년정책을 추진 중이다. 2024년 1월 기준 청년정책팀, 청년일자리팀, 청년소통팀, 청년자립팀 총 4팀이 운영 중이다. ‘고금리·고물가·저성장’ 고착화 전망에 따른 청년층의 부담 지속 문제와 청년 비경제활동인구 증가 등 청년일자리 미스매치 문제가 심화함에 따라 사회적 급변에 따른 다양한 사회문제화를 예상하여, 청년들이 처한 상황에 맞는 정책 세분화 및 밀착형 지원을 하고자 노력 중이다. 이에 다양한 청년의 수요를 반영하고, 대상별 맞춤형 정책 발굴 및 지원을 강화하고자 방향을 설정하고 있다.

비전으로는 **청년이 살고 싶은 충남 조성으로 인재 성장, 정착 확대, 참여 증진을 목표로 5개의 추진 전략**을 설정하였다. 일자리(생애 전주기 취·창업 지원), 주거(청년 친화 환경 조성), 교육(지역 상생 인재 양성), **복지·문화(따뜻하고 가치 있는 삶)**, 참여·권리(체감도 높은 정책환경 조성)로 구성되어 있으며, 그 중 복지·문화는 소외되는 청년이 없도록 다양한 유형의 취약청년을 발굴·지원하고 청년 문화예술 향유 기회를 확대하고자 노력하고 있다. **2023년 복지·문화 분야 대표 과제**로는 ‘**청년 문화예술 활성화 사업**’으로 **문화예술인 지원뿐만 아니라 관련 인프라를 조성하고 전문인력을 양성하는 등 장기적으로 문화예술 생산·소비 생태계 구축을 목표로 하였다.** 문화 분야 주요 지원으로는 ①컨텐츠 관련 교육, 창업, 체험 등을 할 수 있는 **인프라 조성(게임, K-POP 등)**, ②**행사 개최**, ③**문화예술 활성화를 위한 지원**(문화예술인 지원, 관련 인프라 조성, 전문인력 양성 등)이 있다.

목 표

정책 체감도 향상을 통한 「청년이 살고싶은 충남」 조성 가속화

1. 청년의 뜻이 통하는 정책환경 조성

- ▶ 제2차 충청남도 청년 기본계획 및 청년정책 시행계획 수립·추진
- ▶ 청년참여위원회 지정 및 청년DB 활용 등 정책결정 과정에 청년 참여기반 마련

2. 청년 생활안정 및 대상별 맞춤형 지원 강화

- ▶ 경제적 위기 청년 주거부담 완화 등 안전망 구축
- ▶ 미취업, 고립·은둔 등 취약청년 사회 복귀 지원

3. 일 경험을 통한 직무역량 강화 및 취·창업 지원

- ▶ 공공 및 민간분야 청년 인턴근무 제도 운영, 취약청년 대상 취업서비스 강화
- ▶ 생활·기술 등 분야별·수준별 맞춤형 창업 지원, 글로벌 청년창업 경진대회 개최

4. 소통·참여 기반 당사자 중심의 정책 실현

- ▶ 도 청년센터 역할 정립 및 운영 활성화, '충남청년포털' 온라인 종합서비스 제공
- ▶ 청년 주도의 전국 청년축제 개최, 청년 참여기구 운영 활성화

[그림 2-5] 청년정책관 정책목표 및 과제

자료: 충청남도 주요업무계획 보고자료(2024)

〈표 2-6〉 2024년 청년정책관 주요사업비 조서

| 사업명 | 사업량 | 계(억원) | 국비 | 도비 | 시군비 | 기타 |
|---------------------|--------|-------|-------|------|------|----|
| 전국 청년 페스티벌 개최 | 1식 | 2.9 | - | 2.9 | - | - |
| 제5회 충남 청년의 날 행사 개최 | 1식 | 1 | - | 0.5 | 0.5 | - |
| 충남형 청년 한달살이 프로그램 운영 | 3개 시군 | 1.3 | - | 0.4 | 0.9 | - |
| 지역정착 청년프로그램 운영 | 10개 시군 | 2.3 | - | 0.7 | 1.6 | - |
| 대학로 청년문화예술 활성화 지원 | 1식 | 2 | - | 1 | 1 | - |
| 충청남도 청년센터 운영 | 1개소 | 3.4 | - | 3.4 | - | - |
| 청년월세 한시 특별지원 | 5,600명 | 5 | 2.5 | 0.75 | 1.75 | - |
| 청년 주택임차보증금 이자지원 | 845명 | 12.8 | - | 12.8 | - | - |
| 청년도전 지원사업 | 360명 | 21.6 | 20.05 | 1.55 | - | - |
| 청년 전세보증금반환보증 보증료 지원 | 7,700명 | 6 | 3 | 0.9 | 2.1 | - |

| | | | | | | |
|---------------------------------|------|------|------|------|------|-----|
| 청년 조기 취업형 계약학과 지원 | 1개교 | 1 | - | 1 | - | - |
| 대학일자리플러스센터 사업 운영대학 지원 | 2개교 | 0.4 | - | 0.4 | - | - |
| 청년인턴 사업 | 60명 | 7 | - | 7 | - | - |
| 충남형 일자리 소통공간 운영 | 80회 | 1.5 | - | 1.5 | - | - |
| 충남 우수인재 집매칭 플랫폼 운영 | 20건 | 0.2 | - | 0.2 | - | - |
| 힘쎈 충남과 함께 성장하는 지역특화 일자리 지원사업 | 20명 | 5.8 | 2.7 | 2.1 | - | 1 |
| 지역주도형 청년일자리 사업(시군) | 605명 | 93.8 | 48.5 | 12.5 | 29.1 | 3.7 |
| 충남 특화산업 혁신성장 청년지원사업 | 140명 | 22.2 | 11.1 | 9.6 | - | 1.5 |
| 충남 특화기업 일자리 청년매칭 사업 | 114명 | 17.5 | 8.2 | 8.9 | - | 0.4 |
| 충남 직업계고 희망날개 지원사업 | 78명 | 22.2 | 10.5 | 9.8 | - | 1.9 |
| 충남 지역 혁신형 창업가 성장지원 | 9명 | 2.5 | 1.1 | 1.2 | - | 0.2 |
| 청년 창업창직 지원사업 | 60팀 | 10 | - | 10 | - | - |

자료: 충청남도 주요업무계획 보고자료(2024)

2) 제도: 관련 조례

■ 충청남도 청년 기본 조례

「충청남도 청년 기본 조례」(조례 제5352호)는 “「청년기본법」에 따라 정치·경제·사회·문화·교육 등 모든 분야에서 충청남도 청년의 능동적인 사회참여 기회를 보장하고, 청년 간 교류 확대 및 자립기반 형성을 통해 청년의 권익증진과 발전에 기여함을 목적”으로 2023년 3월 10일 제정되었다. 충청남도 청년 조례에서는 청년을 만 19세 이상 39세 이하인 사람으로 규정하며, 청년 스스로 능동적 삶을 영위할 수 있도록 지원하여 사회 일원으로서의 책임과 의무를 다 할 수 있도록 규정하고 있다.

〈표 2-7〉 충청남도 청년 복지 지원에 관한 조례

| 구분 | 내용 |
|----------------------------|--|
| 제4조 도지사의 책무 | ① 충청남도지사는 청년정책을 수립·추진하고, 법령과 조례에서 정한 책무를 적극 이행하여야 한다. ② 도지사는 청년정책이 효과적으로 이루어질 수 있도록 정치·경제·사회·문화·교육 등 환경을 마련하는데 노력하여야 한다. ③ 도지사는 청년의 공정한 기회 보장을 위한 제도적 장치를 마련하여야 한다. ④ 도지사는 이 조례에 따른 업무 수행에 필요한 재원을 안정적으로 확보하기 위한 시책을 수립·시행하여야 한다. ⑤ 도지사는 청년발전, 청년지원 및 청년정책과 관련된 내용을 널리 홍보하고 교육하여야 한다. |
| 제8조 청년정책 기본계획의 수립 등 | ① 도지사는 충청남도 실정에 맞는 청년정책에 관한 기본계획을 5년마다 수립·시행하여야 한다. ② 제1항의 기본계획은 다음 각 호의 내용이 포함되어야 한다. 1. 청년정책의 기본방향 및 추진목표 2. 청년정책에 관한 주요사항 가. 청년의 정치·경제·사회·문화·교육 등 모든 분야에서의 참여 확대 나. 청년의 능력개발 다. 청년의 고용확대 라. 청년의 주거안정 마. 청년의 생활안정 바. 청년의 금융생활 사. 청년의 문화활동 활성화 아. 청년의 권익증진 자. 청년의 지역 정착 |
| 제25조 청년의 문화활동 활성화 지원 | ① 도지사는 청년의 삶의 질 향상을 위해 청년 문화를 활성화하기 위한 방안을 강구하여야 한다. ② 도지사는 창의적인 청년문화 형성을 위해 청년 문화예술인의 창작 활동을 지원하고 청년의 문화예술 향유를 확대하기 위한 대책을 마련해야 한다. |

자료: 국가법령정보센터

■ 충청남도 청년 복지 지원에 관한 조례

「충청남도 청년 복지 지원에 관한 조례」(조례 제5196호)는 “충청남도 청년의 복지증진을 위한 다양한 지원에 관한 사항을 규정함으로써 청년의 생활 안정과 삶의 질 향상에 이바지함을 목적”으로 2022년 4월 11일 제정되었다. 도지사는 청년 복지를 위하여 다음과 같은 지원사업을 할 수 있다. 1. 주택임차비용 등 청년 주거안정 및 주거 수준 향상을 위한 지원, 2. 자기계발, 건강관리, 여가활동, 교통·통신 등 생활안정 비용 지원, 3. 육체적·정신적 건강 증진 및 건강검진 지원, 4. 문화예술 향유 및 활동 지원, 5. 경제적 자립과 안정적인 금융생활을 위한 교육 및 상담 지원, 6. 지역유입 및 정착 지원, 7. 그 밖에 청년 복지를 위해 도지사가 필요하다고 인정하는 사업이다. 또한 도지사는 지원사업을 위해 예산의 범위에서 지역화폐 또는 현금 등을 청년 등에게 지급할 수 있다고 명시하고 있다.

〈표 2-8〉 충청남도 청년 복지 지원에 관한 조례

| 구분 | 내용 |
|--------------------|--|
| 제2조 정의 | 1. “청년”이란 「충청남도 청년 기본 조례」에 따른 사람을 말한다. 2. “청년 복지”란 청년이 행복한 삶을 누릴 수 있는 기본적인 여건을 조성하고 조화롭게 발전할 수 있도록 제공되는 사회적·경제적 지원을 말한다. |
| 제3조 도지사의 책무 | 충청남도지사는 청년의 생활 안정과 삶의 질 향상 등 청년의 복지증진을 위해 노력하여야 한다. |
| 제4조 지원대상 | 청년 복지 지원대상은 제2조제1호에 의한 청년과 청년으로 구성된 법인 또는 단체로서 사업에 따라 지원기준 등을 도지사가 정할 수 있다. |
| 제5조 지원사업 및 범위 등 | ① 도지사는 청년 복지를 위해 다음 각 호의 지원사업을 할 수 있다. 1. 주택임차비용 등 청년 주거안정 및 주거 수준 향상을 위한 지원 2. 자기계발, 건강관리, 여가활동, 교통·통신 등 생활안정 비용 지원 3. 육체적·정신적 건강 증진 및 건강검진 지원 4. 문화예술 향유 및 활동 지원 5. 경제적 자립과 안정적인 금융생활을 위한 교육 및 상담 지원 6. 지역유입 및 정착 지원 7. 그 밖에 청년 복지를 위해 도지사가 필요하다고 인정하는 사업 |

| | |
|-----------------|--|
| | ② 도지사는 제1항에 따른 지원사업을 위해 예산의 범위에서 지역화폐 또는 현금 등을 청년 등에게 지급할 수 있다. |
| 제6조 지원계획의 수립 | ① 도지사는 제5조에 의한 지원사업에 관한 시행계획을 매년 수립하여야 한다. ② 제1호에 따른 시행계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다. 1. 재원조달 방법 2. 시·군과의 재원분담 3. 지원대상 및 기준 4. 지원절차 및 방식 5. 그 밖에 청년 복지 지원사업 시행에 도지사가 필요하다고 인정하는 사항 |

자료: 국가법령정보센터

3) 충청남도 청년정책 기본계획

「충청남도 청년 기본 조례」에 근거한 충청남도 청년정책 기본계획의 필요성과 충청남도 청년의 삶 전반을 개선하기 위한 포용적 청년정책을 마련하기 위하여 “충청남도 청년 종합실태조사”를 거쳐 2024년 1월 충청남도 청년정책 기본계획(이하, 기본계획)을 수립한다. 기본계획은 청년과 관련된 여러 현황에 대한 진단과 분석 결과 등을 종합하여 청년이 체감할 수 있는 청년정책을 제시하였다.



자료: 충청남도 청년 종합실태조사 연구용역(2023)

[그림 2-6] 충청남도 청년정책 기본계획 목적

기본계획은 청년 수요를 반영한 청년정책을 수립하여 추진하여 청년이 살고 싶은 충남을 조성하는 것을 비전으로 하였다. 일자리, 주거, 교육, 복지·문화, 참여·권리 5개 분야 중 복지·문화의 목표는 따뜻하고 가치 있는 삶 지원으로 설정하였다. 추진전략은 세 가지로 정리할 수 있다. 첫째, 취약청년 보호는 다양한 유형의 취약청년을 발굴하고, 유형별 맞춤형 지원을 통해 자립을 도모한다. 둘째, 청년 건강 관리 지원은 청년이 정신건강을 관리·증진하고, 문제가 생겼을 때 조기에 발견하여 해결할 수 있도록 지원한다. 셋째, 청년의 문화·여가 향유 기회 확대 지원은 청년의 문화·여가 향유 기회를 확대하기 위해 다양한 문화콘텐츠 제작, 공연활동 지원, 문화예술인 창작 등 지원을 한다.

| 비전 | | 청년이 살고 싶은 충남 조성 | | |
|-------|----------------------------|---|---------------------------|--|
| 목표 | 인재 성장 | 정착 확대 | 참여 증진 | |
| 성과지표 | 일자리 만족도 (3.70점 → 3.76점) | 정주 의향률 (54.3% → 60.0%) | 위원회 청년 위촉률 (10% 이상 위촉) | |
| 5대 분야 | 일자리 | 생애 전주기 취·창업 지원 ① (준비 지원) 일경험을 통한 노동시장으로 원활한 이행 지원 ② (진입 지원) 청년과 기업 연계, 충남 특화사업의 청년 일자리 지원 ③ (도약·재기 지원) 취약 청년에 대한 선제적 맞춤형 일자리 지원 ④ (전 주기 지원) 청년창업·농업 활성화 및 경영안정 지원 | | |
| | 주거 | 청년이 살고 싶은 삶의 터전 조성 ① (공공주택 공급 다양화) 공공주택 공급 확대로 주거 선택권 강화 ② (주거 부담 완화) 주거비 부담 경감 ③ (주거권 보장) 교통환경을 개선하고 주거 안정성 제고에 도움 | | |
| | 교육 | 지역과 상생하는 청년 인재 양성 ① (지역특화산업 혁신 인재양성) 지역의 특화산업 전문인력 양성 지원 ② (공정·다양한 교육 기회 보장) 진로 탐색, 학비 부담 경감, 사회초년생 교육 | | |
| | 복지·문화 | 따뜻하고 가치 있는 삶 지원 ① (청년 취약층 발굴·지원) 취약 유형 맞춤형 선제 대응으로 사각지대 해소 ② (정신건강 관리·증진 지원) 청년의 정신건강 개선을 위한 체계적인 관리 ③ (문화·여가 향유 기회 확대) 예술인 창작공연 기반과 청년층 문화여가 활동 확대 | | |
| | 참여·권리 | 체감도 높은 정책 환경 조성 ① (온·오프라인 소통체계 강화) 청년 참여 확대, 청년정책 홍보 강화 ② (안정적인 지역 정착 기회 제공) 청년의 교류 활동과 사회구성원으로의 권리 보장 | | |
| | | | | |

자료: 충청남도 청년정책 기본계획(2024~2028)

[그림 2-7] 충청남도 청년정책 기본계획 체계도

제3절 사업동향

1. 중앙부처

1) 2024년 청년대상 지원사업¹⁷⁾

■ 개요

중앙에서 시행하고 있는 주요 청년 문화 지원사업으로는 ①청년 예술가 지원 프로그램, ②청년 콘텐츠 크리에이터 지원, ③청년 문화 참여 활성화 지원사업, ④청년 문화예술 교육 및 인턴십 프로그램이 있다.

첫째, **청년 예술가 지원 프로그램**은 신진 예술가들의 창작 활동을 지원하기 위한 프로그램으로, 창작 준비금 지원과 함께 전시 및 공연 기회를 제공한다. 둘째, **청년 콘텐츠 크리에이터 지원**은 디지털 콘텐츠 제작 및 배포에 관심 있는 청년들을 대상으로 하는 사업으로, 교육 프로그램, 장비 지원, 마케팅 지원 등이 포함한다. 셋째, **청년 문화 참여 활성화 지원사업**은 문화누리카드와 같은 문화 소비 지원 사업과 함께, 지역 문화 행사나 축제에 참여할 수 있는 기회를 제공한다. 넷째, **청년 문화예술 교육 및 인턴십 프로그램**은 문화예술 분야에서의 전문성 향상을 위한 교육프로그램 또는 현장 경험 기회를 제공하는 사업이다.

17) 2024년 문화체육관광부 업무계획을 중심으로

2024년도 문화체육관광부(이하, 문체부)의 업무계획에는 청년예술인을 지원하는 다양한 사업과 콘텐츠 산업 핵심 인력을 양성하는 사업이 포함되어 있다. 핵심 추진 과제로는 19세 문화예술패스 시범 운영으로 16만명 대상, 최대 15만원 공연·전시 관람비 지원으로 청년의 문화비 부담이 완화될 것으로 예상된다. 또한 지역 문화 자생력을 키우기 위하여 지역 공연계 자생력과 청년 예술인 기회 확대를 위해 지역 대표 예술 단체 육성(신규, 180억원, 국비 50%), 공·사립문화시설 전문인력지원 한다.

청년들에게 문화 활동 및 참여 기회 확대를 위해 국립문화기관 청년인턴(60→176명), 국립예술단체 청년 교육단원(95→295명), 세종학당예비교원(100명, (신규)), 예술 전문인력 일자리(1,172명), 박물관·미술관 예비 학예인력 지원(120명) 등 청년 일 경험 확대를 지원하고 신진예술인 예술활동준비금 지원(60억원), 예비 예술인 현장역량 강화(43억원) 지원 등 청년예술인 창작 기회 제공한다. 또한 문화예술 분야에 청년 정책 참여를 위하여 청년 참여협의단¹⁸⁾ 신설, ‘청년 소리의 정원’(온라인 청년 건의 관리시스템) 구축으로 청년 체감정책을 개발하고자 한다.

■ 청년문화사업(① 신진예술가)- 신진예술인 예술활동지원금

문체부는 2012년 「예술인복지법」 시행에 맞춰 예술인들을 위한 복지사업을 추진하여 왔다. 2024년 예술인 복지를 위한 예산으로 1,067억 원을 편성, 예술인과 신진예술인에게 예술활동준비금을 지원하고 사회보험 가입, 주거, 자녀 돌봄 등을 위한 다양한 복지사업을 운영한다.

18) MZ 드리머스(既 2030 자문단), 정책담당자, 청년세대 구성, 정책제안 및 개선방안 발굴

기준 중위소득 120%이하인 예술인 2만 명에게 예술활동 준비금 3백만 원을, 기준 중위소득 120% 이하인 신진예술인 3천 명에게는 ‘신진예술인 예술활동준비금’ 2백만원을 지원한다. 청년들이 전문예술인으로서 예술계에 자리를 잡을 수 있는 마중물로서의 역할로 기획하며, 이 지원은 생애 1회만 혜택을 받을 수 있다.

또한 예술인이 납부한 산재보험 보험료(50%)와 국민연금 보험료(30~50%)를 지원하며, 국토부와 협력해 예술인들의 주거·창작 공간도 지원중으로, 2023년 8월, ‘예술인 테마형 공공임대주택’(서울 서초구), 2024년 6월까지 입주자 공모를 통해 북가좌동에 96호를 추가로 공급할 예정이다. 야간·주말에 주로 활동하는 예술인들의 육아 부담을 덜어주기 위한 예술인 자녀돌봄센터 2개소(서울 종로구, 마포구)도 계속 운영하고 있다.

■ 청년문화사업(② 크리에이터)-전통문화 활용한 창업 지원 확대

2024년도는 문화 및 예술 분야에서 청년 창업 지원도 확대한다. **전통문화 산업 청년 창업가를 발굴하고 지원하기** 위해 ‘오늘전통창업’ 지원 대상이 초기 창업기업(창업 후 1~3년 차, 최대 3년 1억 원)에서 도약기업(창업 후 4~7년 차, 최대 2년 1억 4천만 원)까지 확대된다. 이를 통해 전문 창업 기획자를 통해 교육, 상담(멘토링), 홍보, 판로 개척, 투자 유치 등 맞춤형 창업 보육 서비스를 제공할 예정이다. 또한, 청년 예술인들이 공공 무대에 설 기회도 확대한다.

또한 '23년에는 95명에 그쳤던 국립 예술 단체 청년 교육단원을 '24년에는 295명으로 확대하며, 활동 지원금과 전문 교육, 상담(멘토링), 국립 예술 단체의 지역 및 기획 공연 등 출연 기회를 지원할 예정이다.

■ 청년문화사업(② 크리에이터)- 청년친화 서비스 지원

정부는 청년들이 선호하는 서비스 업종에서의 건전한 산업 생태계 조성 및 신규 비즈니스 기회의 창출을 지원하고자 청년친화 서비스 지원 방안을 모색하였다. 청년들은 특히 창의적이고 혁신적인 직종에 관심이 많으며 이에 따라 크리에이터, 만화·웹툰작가, 뷰티·시각디자이너, 프로그래머 등 다양한 서비스 직종을 선호한다. 이러한 직종은 청년들의 창의력과 혁신을 바탕으로 한 새로운 가치 창출에 기여할 수 있는 잠재력을 가지고 있다. 이에 따라 정부는 웹 콘텐츠 창작 서비스와 웨딩·뷰티 서비스 산업의 성장 및 발전을 위한 발전 방안을 제시하였다.

웹 콘텐츠 창작 서비스 관련 한 주요 정책과제로는 웹툰 표준계약서 고도화(문체부), 크리에이터 외주계약 등 관련 표준계약서 마련(과기부), 웹 콘텐츠 창작자의 경력개발 지원 프로그램 마련(고용부), 악성 댓글 등 제재 가이드라인 마련(방통위), 버추얼 크리에이터 활성화를 위한 원천기술 R&D 지원(과기부) 등이 있다. 웨딩·뷰티 서비스 관련 한 주요 정책과제로는 소상공인 온라인 창업 교육 내 뷰티 교육과정 신설(중기부), 청년 대상 국가기술자격 시험 응시료 지원(고용부), 뷰티 분야 전문대학·기업 공동 교육과정 개발 및 장비지원(교육부), 뷰티 전문 온라인 플랫폼에 소상공인 입점 등 지원(중기부), K-뷰티 체험·홍보관(뷰티플레이) 1개소 추가 운영(복지부) 등이 있다.

■ 청년문화사업(③ 참여활성화)-청년 문화정책-문화예술패스 운영

문화체육관광부는 '문화가 있는 청년의 삶'을 적극 지원하기 위해 청년의 문화향유 기회를 확대하고자 2024년부터 성년이 되는 청년(19세) 16만 명을 대상으로 '문화예술패스'를 시범 운영을 시작하였다. 이 프로그램을 통해 청년들은 연 최대 15만 원한도 내에서 자유롭게 순수예술(공연 및 전시)을 관람할 수 있다.

구체적으로 '청년 문화예술패스'는 소득과 관계없이 국내에 거주하는 2005년생(2005. 1. 1.~2005. 12. 31. 출생자)은 누구나 신청 가능하며, 전국 17개 시도별로 정해진 청년 수에 따라 3월 28일(목) 오전 10시부터 신청순으로 발급한다. 청년들은 발급받은 '청년 문화예술패스' 포인트를 뮤지컬, 클래식, 연극 등의 공연과 전시 예매에 즉시 사용할 수 있다. 사용기한은 발급일로부터 올해 12월 31일까지이다.

■ 청년문화사업(④ 일 경험)-청년인턴 채용

문체부는 청년들에게 문화 활동 및 참여 기회 확대를 위해 국립문화기관에 청년인턴을 채용한다. 24년은 23년의 3배수의 인턴을 채용하여서 적극적이다. 청년들은 박물관·미술관에서 전시·조사연구 및 문화재 보존 처리 등 학예 업무를, 도서관에서 도서 자료 수집, 아카이빙 등 사서 업무를, 국악원에서 무대 장치·조명·의상 등 공연 실무를 경험할 수 있다. 충남에서는 부여와 공주박물관에서 각 3명씩 6명의 인턴을 채용한다.

또한 청년인턴을 위한 프로그램도 추진하는데, 문체부 청년보좌역과 2030 자문단의 멘토링, 청년세대 정책 건의 사항을 수렴하기 위한 토론회 개최, 분야별 정책 현장 방문 등을 추진한다.

〈표 2-9〉 청년인턴 기관별 배정계획

| 배치기관 | 근무지역 | | | | 주요업무 |
|-------------|--------|---------|------|-----|--------|
| | | 채용인원(명) | 상반기 | 하반기 | |
| 문화체육관광부 본부 | 세종 | 32 | 23 | 9 | 행정, 홍보 |
| 한국예술종합학교 | 서울 | 10 | 5 | 5 | |
| 국립중앙박물관 | 서울 | 9 | 9 | - | 학예 |
| 국립경주박물관 | 경주 | 3 | 3 | - | |
| 국립광주박물관 | 광주 | 3 | 3 | - | |
| 국립전주박물관 | 전주 | 3 | 3 | - | |
| 국립대구박물관 | 대구 | 3 | 3 | - | |
| 국립부여박물관 | 부여 | 3 | 3 | - | |
| 국립공주박물관 | 공주 | 3 | 3 | - | |
| 국립진주박물관 | 진주 | 3 | 3 | - | |
| 국립청주박물관 | 청주 | 3 | 3 | - | |
| 국립김해박물관 | 김해 | 2 | 2 | - | |
| 국립제주박물관 | 제주 | 3 | 3 | - | |
| 국립춘천박물관 | 춘천 | 3 | - | 3 | |
| 국립나주박물관 | 나주 | 2 | 2 | - | |
| 국립익산박물관 | 익산 | 2 | 1 | 1 | |
| 국립국어원 | 서울 | 4 | 4 | - | |
| 국립중앙도서관 | 서울 | 10 | 10 | - | 사서 |
| 국립어린이청소년도서관 | 서울 | 2 | 2 | - | |
| 국립세종도서관 | 세종 | 2 | 2 | - | |
| 국립장애인도서관 | 서울 | 1 | 1 | - | |
| 국립국악원 | 서울 | 20 | 20 | - | 무대, 학예 |
| 국립민속국악원 | 남원 | 3 | 3 | - | |
| 국립부산국악원 | 부산 | 5 | 5 | - | |
| 국립민속박물관 | 서울 | 2 | 2 | - | 학예 |
| | 파주 | 3 | 3 | - | |
| 대한민국역사박물관 | 서울 | 3 | 3 | - | 학예, 사서 |
| 국립한글박물관 | 서울 | 4 | 4 | - | |
| 국립중앙극장 | 서울 | 6 | - | 6 | 학예, 전시 |
| 국립현대미술관 | 서울 | 7 | 4 | 3 | 학예 |
| | 청주 | 4 | 4 | - | |
| 한국정책방송원 | 세종 | 4 | 4 | - | 영상 |
| 국립아시아문화전당 | 광주 | 9 | 6 | 3 | 학예 |
| 31개 기관 | 18개 지역 | 176명 | 146명 | 30명 | |

자료: 대한민국 정책브리핑 '문화정책 일 경험 쌓으세요' 문제부, 청년인턴 176명 채용

2. 충청남도

1) 2024년 청년문화 지원사업¹⁹⁾

「청년기본법」 제9조, 정부 청년정책 기본계획(2021~2025년) 및 「충청남도 청년 기본 조례」 제8조, 충청남도 청년정책 기본계획(2024~2026년)에 근거하여 충청남도 청년정책 시행계획을 수립하여 운영 중이다. 2023년 청년정책 연속사업을 보완 및 핵심 신규사업을 확대하는 방향으로 수립되었다. 세부 시행계획은 123개 사업으로, 359,798백만원의 예산이 배정되어 있다. 전년과 비교하여 과제 수는 동일하나, 175,810백만원 증액되었다('23년 123개 사업, 183,988백만원).

〈표 2-10〉 2024년 충청남도 청년정책 세부 과제

| 분야 | 과제수 | 예산액(백만원) | 추진전략 |
|-------|-----|----------|--|
| 합계 | 123 | 359,798 | |
| 일자리 | 45 | 197,881 | - 청년농·어업인 육성, 단계별 맞춤 취·창업 지원 |
| 주거 | 12 | 77,813 | - 공공주택 공급 다양화, 주거비 부담 완화, 주거권 보장 |
| 교육 | 22 | 11,377 | - 청년 농·어업인 역량 강화, 지역특화 혁신 인재 양성, 공정·다양한 교육 기회 보장 |
| 복지·문화 | 30 | 70,347 | - 취약 유형별 맞춤형 지원, 문화·여가 향유 기회 확대 |
| 참여·권리 | 14 | 2,380 | - 온·오프라인 소통체계 강화, 안정적인 지역 정착 기회 제공 |

자료: 충청남도 내부자료(2024)

주요 사업으로는 청년농 맞춤형 스마트팜 지원(경영실습·창업자립), 청년농 임대형 스마트팜 단지 조성, 충남 우수 인재 잡(job)매칭 플랫폼 운영, 청년 창

19) 2024년 충청남도 청년정책 시행계획 기반 정리

업·창직 지원 사업, 청년 주택임차보증금 이차지원, 청년·사회초년생 필수 교육 운영, 대학로 청년문화예술 활성화 지원, 도 위원회 청년 참여 확대 등이 있다. 복지·문화 분야 세부 과제로는 취약 유형별 맞춤형 지원(190억), 문화·여가 향유 기회 확대(513억)로 구분된다. 문화 관련하여 세부 사업은 1. 문화예술인 창작·협업 활동 지원, 2. 충남형 위케이션 활성화, 3. E-스포츠 메카, K-POP 육성, 안서동 대학로 조성, 4. 2027 하계 세계대학경기대회 성공적 개최 준비, 5. 전국 규모 청년 페스티벌 개최(9월 예정)이 있다.

〈표 2-11〉 충청남도 청년정책 과제 목록

| 사업 | 내용 | 예산 | | | |
|------------------------------------|--|-------|-----|-----|----|
| | | 국비 | 광역 | 기초 | 기타 |
| 4-3-1. 지역문화 전문인력 양성 | 청년문화예술 이론·실무, 프로젝트 통해 전문 기획자 양성 | - | 61 | - | - |
| 4-3-2. 충남콘텐츠기업지원센터 운영 | 콘텐츠 기업 육성, 대학생과 입주기업 간 인재 매칭 통해 채용 활성화 | 660 | 500 | - | - |
| 4-3-3. 충남 예술인 지원(충남 청년예술 지원) | 청년예술인 창작·발표 활동 지원, 문화예술 프로그램 기획 지원 등 | - | 307 | - | - |
| 4-3-4. 지역기반형 콘텐츠코리아랩 운영 | 콘텐츠 제작 및 사업화 지원을 통한 스타트업 발굴 | 690 | 723 | - | - |
| 4-3-5. 충남 음악창작소 운영 | 지역 뮤지션 발굴, 음반제작 지원, 대외공연 활동 지원 등 | 90 | 560 | - | - |
| 4-3-6. 충남 청년 뮤직 페스타 | 청년 문화예술 법인 대상, 뮤직페스타 순회공연 등을 통해 문화 활성화 기여 | - | 73 | - | - |
| 4-3-7. 시·군 청년예술인 협력 공연 | 6개 권역팀 협력 공연 | - | 50 | - | - |
| 4-3-8. 충남글로벌게임센터 운영 | 지역 대학생 대상, 게임 콘텐츠 제작 지원, 게임 전문 인재육성 및 인턴십 프로그램 | 1,200 | 750 | - | - |
| 4-3-9. 충남 K-POP 글로벌 페스타 개최(사업명 변경) | 국내 최초·유일 K-POP고등학교(홍성) 기반, 충남 문화산업 콘텐츠 육성 | - | 170 | 100 | - |

| | | | | | |
|--|--|--------|--------|-----|--------|
| 4-3-10. 충남 e스포츠 메카 조성 및 디지털·게임기업 육성 | e스포츠산업 육성을 통한 청년문화 여가 증진(e스포츠대회 운영) | 1,000 | 10,126 | - | - |
| 4-3-11. 청년 맞춤형 도내 관광코스 개발·홍보 (충남워케이션) | ICT 기반 미래형 관광산업 모델 구축을 통 한 체류형 관광 활성화 | - | - | - | - |
| 4-3-12. 2027 하계 세계대학경기대회 개최 | 충청권 4개 시도 메이저급 국제스포츠 행 사 성공 개최 | 15,392 | 9,050 | - | 17,000 |
| 4-3-13. 대학로 청년문화예술 활성화 지원 | 안서동 일원, 청년 주도의 공연 행사 창작 활동 지원 | - | 100 | 100 | - |
| 4-3-14. 전국 청년 페스티벌 (청년의 날 기념 행사) | 청년의 날 기념 행사 | - | 339 | 51 | - |
| 4-3-15. 아산시 청년의 날 행사 | 아산시 청년의 날 기념행사 지원 | - | 25 | 25 | - |
| 4-3-16. 2024 충남청년 희망프로젝트 | 멘토와 함께하는 토크콘서트 | - | 50 | 50 | - |

자료: 충청남도 내부자료(2024)

2) 충남문화관광재단

■ 개요

충남 문화관광재단은 도민의 문화예술 활동 지원, 관광산업 진흥과 관광경쟁력 강화 및 백제문화제의 국제화를 위해 설립되었고, ‘문화로 상생하고, 관광으로 생동하는 충남’이라는 비전과 함께 창의, 고객만족, 트렌디한, 미래지향의 4가지 핵심가치를 바탕으로 4개 목표 14개 과제를 수립하였다.

3본부 10팀으로 이루어져 있으며, 문화와 관련된 사업은 문예진흥본부에서 대부분 진행 중인 것으로 확인된다. 문예진흥본부에는 4팀이 있으며, 예술지원팀, 문화사업팀, 예술교육팀, 예술인복지팀으로 구성되어 있다.



[그림 2-8] 충남문화관광재단 조직도

| | | | | |
|-------|--|---|--|---|
| 미션 | 예술과 문화로 소통하며 관광으로 함께하는 충남문화관광재단 | | | |
| 비전 | 문화로 상생하고, 관광으로 생동하는 충남 | | | |
| 핵심 가치 | Creative (창의) | Contentment (고객만족) | Trendy (트렌디한) | Future (미래지향) |
| 전략 방향 | 충남문화예술 생태계 조성, 예술인 창작활동 증진 및 생활안정 도모 | 충남 도민을 위한 문화향유 기회 확대 및 맞춤형 문화예술 교육 강화 | 차별화된 관광 콘텐츠 발굴 및 육성을 통한 충남 지역 경제 활성화 도모 | 경영체계 혁신을 통한 지속 가능 재단 이미지 제고 |
| 전략 목표 | 신소관 예술기반 강화 | 도민 문화 향유 증대 | 충남 관광 경쟁력 및 브랜드 강화 | 소통기반 경영혁신 |
| 전략 과제 | 기초 순수예술 기반 강화 예술의 지속과 확장을 위한 간접지원 확대 예술인 권리 증진 확대 문화복지 확산 | 고유문화 브랜드화 및 다양한 콘텐츠 확대 포용적 문화접근성 및 거점 강화 수요자 맞춤형 문화예술 교육 강화 문화예술 전문인력 육성 체계화 | 충남 관광 생태계 조성 충남 관광 브랜드 강화 백제문화재 경쟁력 강화 | 소통을 통한 조직 성장체계 구축 지속가능 미래가치 창출을 위한 스마트 경영 홍보채널 혁신을 통한 재단 이미지 제고 |

[그림 2-9] 충남문화관광재단 경영목표

〈표 2-12〉 문화 주요 사업 요약

| 분야 | 사업명 | 예산 (백만원) | 주요내용 |
|-----------------------------|--------------------|-------------|-----------------------------|
| 특색있는 향유도시 조성 | 중고제 르네상스 | 93 | 충남 국악 중고제 축제 개최(학술, 공연, 영상) |
| | 보부상로드 | 65 | 보부상 고유컨텐츠 활용 축제 개최 |
| | 충남문화예술 서울전시장 | 500 | 충남 예술인의 서울 CN갤러리 전시 개최 |
| | 충남도청 문예회관 기획공연 | 442 | 도민 문화 향유 기회 확대를 위한 공연 추진 |
| | 찾아가는 공연 樂樂 | 120 | 소외지역 및 계층 대상 순회공연 진행 |
| | 문화다양성가치확산 | 76 | 문화다양성 프로그램 진행 |
| | 노래하는 대한민국 노래경연 | 200 | 노래하는 대한민국 '충남편' 방송 기획 |
| | 충남 인물열전 콘텐츠 개발 | 60 | 충남 15개 시군의 역사인물 발굴 및 개발 |
| | 시·군 청년예술인 협력 공연 | 50 | 권역별 시군 청년예술인 공연 개최 |
| | 충남문화포털 유지보수 | 50 | 충남문화관광재단 문화포털사이트 유지 보수 비용 |
| | 통합문화이용권사업 | 12,703 | 문화누리카드 신규 가맹점 발굴 및 홍보 |
| | 국가문화예술지원시스템 사용료 | 15 | 국가문화예술지원 시스템 사용료 지출 |
| 예술인 창작지원 및 권리강화 | 충남문화예술지원 | 1,806 | 충남 문화예술지원 공모·선정 및 기획 |
| | 공연장상주단체육성지원 | 574 | 공연장 가동률제고 및 공연예술 활성화 지원 |
| | 장애예술지원 | 340 | 장애인 대상 예술교육 및 특성화 사업 지원 |
| | 충남예술인복지지원 | 150 | 예술인 권리보호 및 복지 증진 추진 |
| 지역인재 양성으로 창의공동체 구현 | 지역문화예술교육기반구축 | 1,168 | 충남형 문화예술교육 8개 사업 운영 |
| | 문화예술교육지원센터 운영 | 450 | 한국문화예술교육진흥원 매칭 운영 사업 |
| | 문화예술사 현장역량 강화 | 168 | 도내 문화예술교육사 채용 지원 |
| | 지역문화전문인력 양성 | 61 | 지역 문화예술분야 전문인력 양성 기획 사업 |
| | 생애전환문화예술학교 | 34 | 신중년세대의 문화예술교육 프로그램 |
| | 유아문화예술교육지원 | 200 | 도내 유아 문화예술교육 운영 프로그램 |

자료: 충청남도 내부자료(2024)

■ 사업적 특징

전술한 바와 같이, 충남 문화재단은 ①특색있는 향유도시 조성, 차별화된 관광도시 조성, ②예술인 중심 문화복지 구현, ③지역인재 양성으로 창의공동체 실현을 주요사업으로 설정하였다. 사업예산으로 측면에서 주요사업은 통합문화이용권사업(12,703백만원), 충남문화예술지원(1,806백만원), 지역문화예술 교육기반구축(1,168백만원) 순이다. 문화누리카드 관련 사업인 통합문화이용권사업을 제외하면, **중요한 사업은 문화예술지원과 문화예술교육기반 구축**으로 볼 수 있다. 이중 문화예술교육기반은 8개 교육장 운영에 관한 것으로, 실질적으로 문화활성화사업은 충남문화예술지원사업으로 정리할 수 있다.

또한 충남문화예술지원사업은 창작발표지원, 과정지원, 특화지원, 거점지원과 공연장상주단체육성지원으로 구분하며, 특화지원사업 외 **지역예술가(단체)의 문화예술활동 지원의 사업적 특성**을 알 수 있다.

따라서 충남문화예술지원 사업은 예술인 및 예술단체 대상 보조금 지원, 예술 거점 및 유통 확대, 가치 확산의 간접지원을 통한 지속가능한 문화예술 기반 강화를 추진하고 있으며, 충남청년예술인 활동강화 기획사업 및 충남청년아트 페스타 개최, 충남예술인 활동강화 교류협력 집중기간 간접지원 과정을 운영 등 하고 있다.

〈표 2-13〉 2024년 충남문화예술지원사업

| 구분 | | 지원사업명 | 사업 목적 |
|------------------|----------------|-----------|--|
| 충남 예술문화 지원 | 창작 발표 지원 | 생애최초 창작지원 | (개인) 공공지원금 수혜 경험 없는 만29세 이하 청년예술인 역량강화·창작활동 지원 (팀) 생애최초 창작지원 대상자로 구성된 팀(10인 이내)지원 · 1인 창작발표가 어려운 공연 분야 등의 창작 활성화를 위함 |
| | | 신진예술 창작지원 | (개인) 도 내 1회 이상 활동 경험有 만39세 이하 예술가 창작 활동 지원 |

| | | | | | |
|-------------|-----------------|---|---|--|---|
| | 충남 | 예술지원 | 문학 | (개인/단체) 문학 작가 및 단체의 창작 작품 발간과 문학행사 활동 지원 | |
| | | | 시각 | (개인/단체) 시각예술 장르별 발전·창작의욕 고취를 위한 전시 및 창작활동 지원 | |
| | | | 음악 | (개인/단체) 시각예술 장르별 발전·창작의욕 고취를 위한 전시 및 창작활동 지원 | |
| | | | 연극 | (개인/단체) 연극 예술 활성화를 위한 창작 발표 등 창작활동 지원 | |
| | | | 무용 | (개인/단체) 무용 예술 활성화를 위한 창작 발표 등 창작활동 지원 | |
| | | | 전통 | (개인/단체) 전통 예술 활성화를 위한 창작 발표 등 창작활동 지원 | |
| | | | 보전 | (개인/단체) 사라져가는 예술 분야 또는 비활성 예술 분야의 가치를 살리고 보전하는 예술 활동 지원 | |
| | | | 창작 과정 지원 | 충남다원 예술지원 | |
| 예술연구 과정지원 | | (개인/팀/단체) 예술의 역사와 흐름, 동시대 예술 현안 등에 대한 연구·조사 등을 포함한 예술 활동 과정에 대한 지원 (전 분야) | | | |
| 특화 지원 | 지역특화 문화브랜드 기획지원 | | (단체) 지역의 역사·문화자원을 활용한 문화콘텐츠 브랜드 발굴 및 개발을 통한 지역문화예술 경쟁력 강화를 위한 활동 지원 (전 분야) | | |
| | 사회적가치 특화지원 | | (개인/팀) 충남의 문화적, 환경적, 사회적 이슈 등에 대한 예술적 접근을 통해 공익의 가치를 높이고 예술의 사회적 가치 확산에 기여 (전 분야) | | |
| 거점 지원 | 레지던스 프로그램지원 | | | (단체) 도 내 유희공간 활용을 통해 예술인 창작지원, 교류 프로그램, 지역작가 공간공유 유도 등 문화예술 활성화, 지역 연계 퍼블릭 프로그램 등 지역사회와의 소통을 통한 지역 문화예술 허브이자 창작 산실의 기능과 역할을 다하도록 돕는 공간 지원 (문학·시각 분야) | |
| | 충남예술 교류지원 | 협력교류 | | (개인 / 팀) 예술창작교류, 예술인 관계망 확대, 예술인 활동 강화를 위한 무형의 예술교류 * 교류 대상 : 도내 전체 예술인 (전 분야) | |
| | | 거점교류 | | (개인) 도내 문화예술 활용 가능 공간 개발 및 거점 간 교류를 통한 공간 활성화 등 유형의 거점 교류 | |
| 공연장상주단체육성지원 | | | | | 공연예술단체와 공연장 간 상생협력을 통해 안정적 창작환경 속에 공연단체의 예술적 창작역량 강화 및 우수 작품 제작발표를 촉진하고, 공연장의 운영 활성화를 도모하며, 도민 문화향유 기회를 확대함 |

자료: 충남문화관광재단 홈페이지(검색일: 2024. 3. 8.)

■ 청년지원_생애최초 창작지원사업

생애최초 창작지원사업은 공공지원금 수혜경력이 없는 예비 청년예술가의 역량강화 및 창작활동 지원을 위한 사업으로, 이들의 예술계 진입장벽을 해소하여 새로운 실험과 도전이 가능한 환경을 조성하고자 한다. 지원자격은 충청남도에서 주소를 두고 활동하고자 하는 만29세 이하 개인예술가(초·중·고·대학생 제외) 또는 예술대학 및 유사학과 졸업자로 공연예술(무용·연극·음악·전통), 시각예술(건축·사진포함), 문학예술 분야의 예술가 또는 공공지원금(문화예술관련 기금) 수혜 경험이 없는 자이다. 지원유형 및 지원금 범위는 아래와 같다.

〈표 2-14〉 생애최초 창작지원사업 지원유형 및 지원금 범위

| 사업유형 | 분야 | 지원항목 | 지원금 범위 |
|---------|----|-----------------------------|--|
| 창작발표 활동 | 문학 | 인쇄비, 조판비 등 작품 발간비 등 | 개인지원: 500만원 이내 그룹지원: 800만원 이내 |
| | 공연 | 대관비, 홍보비(포스터, 팸플렛 등), 출연료 등 | * 그룹은 10인 이내 * 구성원 수 및 사업 내용에 따라 지원액 확정 |
| | 전시 | 대관비, 홍보비(포스터, 도록 등) 등 | |

자료: 2022 충남 청년예술인 육성 지원정책 연구(2022)

■ 청년지원_신진예술 창작지원사업

신진예술 창작지원사업은 지역의 신진예술가 및 신생단체 창작활동 지원을 위한 사업이다. 개인 지원자격은 도내 1회 이상 활동 경험이 있는 만 39세 이하 예술가 창작활동 지원 또는 아래의 요건을 충족하는 자가 해당된다.

〈표 2-15〉 신진예술 창작지원사업 지원자격(개인)

| 분야 | | 자격요건 | 비고 |
|------|----|---|-------------|
| 문학예술 | | <ul style="list-style-type: none"> - 신춘문에 당선 또는 신인문학상에 등단한 자 - 최근 2년간(2020~2021년) 운문 3편 또는 산문 1편 이상 발표 및 단행본을 출간한 자 | 평론제외 |
| 시각예술 | | <ul style="list-style-type: none"> - 최근 3년간(2019~2021) 이내 국내 미술상 수상 실적이 있는 자 - 최근 2년간(2020~2021) 1회 이상 개인 전시회 개최 유경험자 - 기타 전시에 2회 이상 참가 경험이 있는 자 | 학술청구전시·평론제외 |
| 공연예술 | 음악 | <ul style="list-style-type: none"> - 최근 3년간(2019~2021) 이내 국내·외 음악콩쿠르 수상 실적이 있는 자 | 학술청구공연·평론제외 |
| | 전통 | <ul style="list-style-type: none"> - 최근 2년간(2020~2021) 1회 이상 개인 음악회 개최 유경험자 - 기타 공연에 2회 이상 참가 경험이 있는 자 | |
| | 무용 | <ul style="list-style-type: none"> - 최근 3년간(2019~2021) 이내 국내·외 관련 대회 수상 실적이 있는 자 | 학술청구공연·평론제외 |
| | 연극 | <ul style="list-style-type: none"> - (무용) 최근 2년간(2020~2021) 안무 또는 연출로 1회 이상 활동한 자 - (연극) 최근 2년간(2020~2021) 조연급 이상으로 1회 이상 출연한 자 - 기타 지역단체의 공연에 3회 이상 출연한 자 | |

자료: 2022 충남 청년예술인 육성 지원정책 연구(2022)

단체 지원자격은 참여 인력 중 충남 주소지 예술가 80% 이상 참여가 의무며, 독창적이고 참신한 예술 활동을 준비하는 신진예술단체이다. 실적과 경력에 대한 제한은 없다.

〈표 2-16〉 신진예술 창작지원사업 지원자격(단체)

| 분야 | 자격요건 | 비고 |
|------|--|------|
| 문학예술 | <ul style="list-style-type: none"> - 최근 3년 이내 설립된 전문예술단체로서 충청남도에서 활동하는 신진단체 | 평론제외 |
| 시각예술 | | |
| 공연예술 | | |

자료: 2022 충남 청년예술인 육성 지원정책 연구(2022)

3) 충남정보문화산업진흥원

■ 개요

충남정보문화산업진흥원은 충청남도를 정보통신, 문화콘텐츠 등 첨단 고부가가치산업의 중심도로 육성하기 위해 종합지원 체계를 구축하고 이의 효율적 관리·운영을 통하여 지역의 벤처기업의 육성과 정보문화산업의 경쟁력 강화 및 발전에 기여함을 목적으로 하고 있다.



[그림 2-10] 충남정보문화산업진흥원 조직도

■ 충남콘텐츠코리아랩

충남콘텐츠코리아랩은 창작 인력 양성 및 사업화, 창업 지원을 통한 스타트업 발굴 및 육성을 목적으로 설립되었고, 캐릭터, 웹툰, 게임, 실감콘텐츠 등 콘텐츠 분야 실무인력양성 및 일자리 매칭인 인력양성, 비즈니스 단계별 멘토링 지원, 3년 미만 창업자 대상 고도화 지원, IP 출원 지원인 사업화 지원, 예비창업자 발굴 및 사업화 지원을 통한 신규 창업자 육성인 창업지원, 국내 전시

참가 지원, 마케팅 지원인 후속지원, 창작 장비 및 공간대여 운영인 인프라 운영이 있으며, 지역 균형발전을 위한 충남 15개 시군 소외지역 창작 활동을 확산하기 위한 노력을 하고 있다.

〈표 2-17〉 충남콘텐츠코리아랩 세부사업

| 세부사업 | 예산 (백만원) | 세부사업 | 예산 (백만원) |
|-------------------------|-------------|-----------------------------------|-------------|
| 충남콘텐츠코리아랩 운영(8개 사업) | 1,490 | ※ 콘텐츠코리아랩 운영(인건비 및 운영비) 640백만원 | |
| 1. 창의인력양성 및 인프라 운영 | 250 | 5. 국내 전시참가 지원 | 60 |
| 2. 비즈니스코칭 프로그램 운영 | 180 | 6. 우수콘텐츠 발굴 및 공모전 운영 | 30 |
| 3. 창작자 IP 발굴 지원사업(신규창업) | 100 | 7. 콘텐츠 IP 출원 및 등록 지원 | 20 |
| 4. 스타트업 IP 고도화 지원사업 | 200 | 8. 창작자 및 스타트업 네트워킹 운영 | 10 |

자료: 2023년 사업계획(충남정보문화산업진흥원)

■ 충남콘텐츠기업지원센터

충남콘텐츠기업지원센터는 기업 콘텐츠 육성 및 콘텐츠 분야 일자리 창출을 목적으로 설립되었다. 기업발굴과 입주 제공을 하며, 콘텐츠 고도화 및 액셀러레이팅 등을 사업 진행하고 있다. 특히 지역대학 연계 인재 매칭을 통해 청년 신규 고용 창출도 노력하고 있다.

〈표 2-18〉 충남콘텐츠기업지원센터 세부사업

| 세부사업 | 예산 (백만원) | 세부사업 | 예산 (백만원) |
|------------------------|-------------|--|-------------|
| 충남 콘텐츠기업지원센터 운영(8개 사업) | 1,120 | ※ 지원센터 운영(인건비 등) 및 시설 운영 관리비 440백만원 | |
| 1. 공공 액셀러레이팅 플랫폼 운영 | 수익금 활용 | 5. 지역연계 신기술융합 콘텐츠 제작지원 | 80 |
| 2. 우수기업 유치 액셀러레이팅 | 100 | 6. 콘텐츠 인재매칭 프로그램 | 50 |
| 3. 충남형 TIPS R&D 자금 지원 | 150 | | |
| 4. 서바이벌 기업성장 지원 | 350 | | |

자료: 2023년 사업계획(충남정보문화산업진흥원)

■ 충남글로벌게임센터

충남글로벌게임센터는 지역 기반 게임산업 생태계 조성을 위한 강소기업 육성을 목적으로 설립되었으며, 지역 게임기업 육성 및 일자리 창출, 글로벌 시장 진출을 진행하고 있다. 특히 지역 대학과 학점을 연계하여 교육프로그램을 운영하고 인턴십도 지원하는 특징이 있다.

사업을 세부적으로 살펴보면 신규게임 제작지원(일반형, 인디형), 출시게임 고도화 제작지원, 글로벌 마케팅 지원 등을 추진하고 있으며, 충남게임창조 캠퍼스는 지역 대학교 연계 현업 전문가 교육을 통한 지역 인재 양성(100명)을 목표로 하며, 충청권 게임 인디유 공모전 운영은 지속적인 충청권 인디게임 개발자 발굴 및 고유 인디게임 문화 조성을 추진한다.

〈표 2-19〉 충남글로벌게임센터 세부사업

| 세부사업 | 예산 (백만원) | 세부사업 | 예산 (백만원) |
|----------------------|-------------|----------------------|-------------|
| 충남글로벌게임센터 운영(11개 사업) | 2,100 | ※ 게임센터 운영(인건비 및 운영비) | 323백만원 |
| 1. 입주공간 운영 | 307 | 7. 글로벌 시장 진출 지원 | 120 |
| 2. 네트워크 활성화 | 5 | 8. 게임기업 자율선택 지원 | 250 |
| 3. 신규게임 제작지원 | 580 | 9. 충남 게임창조 캠퍼스 | 65 |
| 4. 게임 업데이트 챌린지 | 200 | | |
| 5. IP 융합형 게임 제작지원 | 200 | | |
| 6. 게임 퀄리티케어 | 50 | | |

자료: 2023년 사업계획(충남정보문화산업진흥원)

충남 e스포츠 관련하여 **충남 e스포츠 메카 조성사업**, **충남 e스포츠 생태계 조성 및 활성화**를 위한 대회 개최 및 운영 등을 하고 있다. 충남 e스포츠 상설경기장 구축 지원 사업은 e스포츠 경기 외 공연, 전시 등 다목적 활용이 가능한 복합 문화공간 조성을 진행 중이며, 현재 아산시 배방읍 장재리 예정부지 5,400㎡에 건축물 연면적이 4,100㎡로 지하 1층, 지상 2층 규모로, 다목적 공연·경기장

500석, e스포츠 전용경기장 100석을 갖춘 복합문화공간으로 조성예정 이다.



[그림 2-11] 충남 e스포츠 상설경기장 관련 사진

■ 충남음악창작소

충남음악창작소는 뮤지션 발굴·지원을 통한 대중음악산업 활성화를 목적으로 운영하고 있으며, 사업은 음원 음반 제작, 유통, 저작권 등록인 뮤지션 및 청소년 발굴 지원, 지역 뮤지션 기획공연 및 배리어프리 기획공연(ESG)인 기획공연 및 공연 활동 지원, 음악 관련 교육을 통한 콘텐츠 창의 인력 양성인 교육과정, 뮤직마켓 및 페스티벌 참여, 콘셉트 프로듀싱, 홍보 등인 사업화 지원, 녹음실, 공연장 등 시설 운영 및 기술 지원인 시설 운영을 진행 중이다.

지역 음악 인재 발굴 및 다양한 장르 음악 제작 및 사업화, 지역 뮤지션 발굴 및 제작 지원, 지역 청소년 인재 발굴 및 제작 지원 등을 노력하고 있다.

〈표 2-20〉 충남VR·AR제작거점센터 세부사업

| 세부사업 | 예산 (백만원) | 세부사업 | 예산 (백만원) |
|----------------------|-------------|-------------------------------------|-------------|
| 충남음악창작소 운영(6개 사업) | 690 | ※ 음악창작소 운영(인건비·운영비·관리비 등) 285백만원 | |
| 1. 지역뮤지션 발굴 및 음반제작지원 | 100 | 4. 배리어프리 기획공연 | 65 |
| 2. 지역 청소년 음반제작지원 | 55 | 5. 교육 프로그램 운영 | 55 |
| 3. 대외 공연 활동 지원 | 100 | 6. 발굴뮤지션 후속지원 | 30 |

자료: 2023년 사업계획(충남정보문화산업진흥원)

〈표 2-21〉 충청남도 내 인프라 현황

| 기관 | 내용 | 비고 |
|----------------------------------|--|--|
| 충남콘텐츠기업지원센터(아산) (2019. 4. 개소) | <ul style="list-style-type: none"> 지역 콘텐츠기업 원스톱 지원인프라 조성 본/별관 : 총 2,390/3.3㎡(724평 / 지하2, 지상 6개층) - 28개 콘텐츠기업 입주실 및 기업육성 프로그램 운영 |  |
| 충남글로벌게임센터(아산) (2019. 12. 개소) | <ul style="list-style-type: none"> 지역 게임기업의 시장 진출을 위한 지원인프라 조성 총 1,072㎡(약 325평 / 2개층) - 26개 게임기업 입주실 및 지원 프로그램 운영 |  |
| 충남콘텐츠코리아랩(천안) (2017. 5. 개소) | <ul style="list-style-type: none"> 총 2181.8㎡(661평, 5개층) 창의인재의 상상력을 융복합 문화콘텐츠로 개발·산업화 - 크리에이터 발굴, 메이커 육성, 융복합 콘텐츠 지원 |  |
| 충남음악창작소(천안) (2017. 10. 개소) | <ul style="list-style-type: none"> 총 545.76㎡(165평 / 지하1, 지상 1개층) 충남 대중음악 활성화와 자생력 강화를 위한 생태계 조성 - 공연, 뮤지션 발굴, 창작 연구 지원, 창업지원 | |
| 천안시 창작스튜디오(천안) (2017. 5. 개소) | <ul style="list-style-type: none"> 393㎡(118평 / 1개층) 지역 만화 및 웹툰 산업의 자생적 생태계 구축 - 웹툰 작가 양성과정 운영, 지역 스토리 활용 창작지원 | |
| 천안문화도시센터(천안) (2021. 9. 이전) | <ul style="list-style-type: none"> 336.67㎡(101평 / 1개층) 시민의 문화자주권이 실현되는 문화독립도시 천안 조성을 위한 핵심거점으로 운영 |  |

자료: 2023년 사업계획(충남정보문화산업진흥원)

제4절 시사점

1. 정책방향

1) 개요

■ 중앙정부의 청년정책의 중요정책은 취업과 일자리 분야

- 청년정책에서 일자리분야는 과제수로 1위, 예산액으로는 3위인데 비해, 문화분야(복지포함)는 과제수로 3위, 예산액으로는 4위로 청년문화에 대한 관심은 높지 않다.

〈표 2-22〉 중앙부처 청년정책 과제 및 예산 현황

| 과제수 | 일자리 (34.8%) | 교육 (32.9%) | 복지·문화 (12.3%) | 참여·권리 (12.1%) | 주거 (7.9%) |
|-----|----------------|---------------|------------------|------------------|-----------------|
| 예산 | 주거 (42.9%) | 교육 (27.9%) | 일자리 (21.7%) | 복지·문화 (7.0%) | 참여·권리 (0.5%) |

자료: 제1차 청년정책 기본계획('21~'25) 2024년 청년정책 시행계획 (중앙행정기관), 2024.3

■ 충청남도 청년정책 역시 취업과 일자리분야가 중요하지만, 중앙부처의 정책 중요도에서 더욱 강화된 상황

- 충청남도 청년정책의 일자리분야는 과제수로 1위, 예산액으로는 1위로 명실상부하게 청년정책의 핵심은 일자리 분야이다. 이에 비해 문화 분야(복지포함) 과제수로 2위로 높지만, 예산액으로는 3위이며, 예산액으로는 10% 미만으로 높은 관심을 보이지 않고 있다.

〈표 2-23〉 충청남도 청년정책 과제 및 예산 현황

| | | | | | |
|-----|----------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|
| 과제수 | 일자리 (43.9%) | 복지·문화 (23.6%) | 교육 (14.6%) | 참여·권리 (12.2%) | 주거 (5.7%) |
| 예산 | 일자리 (50.6%) | 주거 (32.0%) | 복지·문화 (9.8%) | 교육 (6.9%) | 참여·권리 (0.8%) |

자료: 충청남도(2023), 2023년 청년정책 시행계획 발제

2) 정책방향

■ 중앙정부의 청년들의 문화정책 방향은 K-컬처 문화산업 육성·문화예술전공자 지원 등 청년을 생산인력 관점에서 정책설계 명확

- 문화진흥계획에서는 K-컬처의 생산인력으로서 IP·홍보 지원 등 정책적 일관성이 나타나 있는 반면, 문화향유에 대해서는 장애 및 외로움에 대한 지원방법 등으로 개별지원하는 형태이다.
- 또한 지방시대 지역문화정책(생활문화정책)에서도 문화생산의 인력으로서의 청년을 상정하는 것을 확인할 수 있다.
- 반면 인문정신문화 진흥계획에서는 인문프로그램을 향유 → 참여 → 생산으로 정책확산을 꾀하는 과제를 제시하고 있다.

■ 충남도의 경우, 청년문화예술인 위한 인프라→인력양성 등 집중

- 구체적으로는 ①컨텐츠 관련 교육, 창업, 체험 등을 할 수 있는 인프라 조성(게임, K-POP 등), ②행사 개최, ③문화예술 활성화를 위한 지원(문화예술인 지원, 관련 인프라 조성, 전문인력 양성 등) 등에 적극적인 것으로 나타나 있었다.

〈표 2-24〉 연구목적에 따른 청년문화정책 분류

| 분류 | 기관 | 관계문서 | 과제명 |
|--------|-----|----------------------------------|---|
| ① 문화향유 | 문체부 | 제2차 문화진흥 기본계획 | 〈문화로 연대하는 청년, 공정과 소통으로 만드는 청년 행복정책〉 <ul style="list-style-type: none"> 장애청년도 함께 즐기는 장벽없는 문화: 무장애 문화향유 정책 청년친화 지역조성(위케이션 등) 문화로 행복을 주는 청년정서지원: 심리적 문제해결 방법 |
| | 문체부 | 제2차 여가활성화 기본계획 | 〈생애주기별 맞춤 여가정책 추진〉 <ul style="list-style-type: none"> 직장인 체력인증 및 관리서비스 |
| | 문체부 | 인문정신문화 진흥기본계획 | 〈위로와 공감을 위한 인문 프로그램 확대〉 <ul style="list-style-type: none"> 인문프로그램 강화: 인문정신주간 개최 및 통합문화이용권 지급 |
| ② 문화참여 | 문체부 | 인문정신문화 진흥기본계획 *제2차 여가활성화 기본계획 | 〈사회문제 해결형 인문 활동 자원강화〉 <ul style="list-style-type: none"> 인문정신문화 가치확산사업(인문실험) |
| ③ 문화생산 | 문체부 | 제2차 문화진흥 기본계획 | 〈도전할 수 있는 자유, 청년의 꿈으로 도약하는 문화매력국가〉 <ul style="list-style-type: none"> K-컬처로 내딛는 청년의 첫걸음지지: IP 지원 등 청년이 안전하게 꿈을 펼칠 수 있는 환경 마련: IP 지원 등 수출 원동력인 미래 문화 청년 육성: 비전공자 진입기회 제공 청년이 만드는 K-컬처 세계진출 전폭 지원: 홍보지원 청년의 감각으로 다시 태어나는 전통문화 지원: 전통예술 지원 |
| | 문체부 | 제2차 여가활성화 기본계획 | 〈생애주기별 맞춤 여가정책 추진〉 <ul style="list-style-type: none"> 청년문화예술가 공연지원 인문실험지원→청년창업 연계 |
| | 문체부 | 인문정신문화 진흥기본계획 | 〈사회문제 해결형 인문 활동 자원강화〉 <ul style="list-style-type: none"> 청년인문연구자 활동지원: 청년단체기획 |
| | 문체부 | 지방시대 지역문화정책 추진전략 | 〈지역발전을 이끄는 창의적 문화인력 양성과 일자리 창출〉 <ul style="list-style-type: none"> 문화예술 전공자 교육 및 현장교육 추진 로컬 콘텐츠 프로듀서 양성 및 지원 지역문화 인재은행 등 인력플랫폼 |
| | 충남도 | 충청남도 청년정책 기본계획 | 〈따뜻하고 가치 있는 삶 지원〉 <ul style="list-style-type: none"> 문화콘텐츠 제작 공연활동 지원 문화예술인 창작지원 |

자료: 중앙 및 지자체 관계부처 정책자료 재정리

2. 사업방향

■ 중앙부처의 청년문화 지원사업 역시 청년을 문화생산자로서 지원하는 정책이 많은 부분을 차지

- 전통적인 예술가 지원으로서 신진예술인 예술활동지원금 뿐만 아니라, 최근에는 청년친화 서비스(웹 콘텐츠, 웨딩, 창작)를 지원하기 위해 범부처간 협력을 추진하고 있다.
- 청년들의 문화향유와 관련하여서는 성년이 되는 청년(19세) 한정한 문화예술패스를 지원하고 있다.

■ 충남도는 청년의 문화향유와 문화생산이라는 관점 하에 청년 문화정책을 추진 중

- 충남도의 정책방향, 즉 청년문화 인프라 → 청년문화 인력양성으로 이어지는 정책방향에 맞추어 사업이 전개되고 있는 것을 확인하였다.
- 충남도 산하기관인 충남문화관광재단의 경우, 인프라와 청년문화 인력양성을 추진하고 있으며, 충남정보문화산업진흥원은 청년문화 인력양성 및 창업지원 등 문화생산에 집중되어 있는 것으로 나타났다.
- 또한 충남도의 경우, 지자체와 협력을 통해 축제 등 공연활동, 대학로 조성 등 인프라 구축 등을 적극적으로 추진하고 있는 것으로 나타났다.

■ 중앙정부 및 충남도에서 이 연구에서 말하는 문화참여활동에 해당과제 없는 것으로 나타남

〈표 2-25〉 연구목적에 따른 청년문화사업 분류

| 분류 | 기관 | 사업명 | 비고 |
|-----------|----------|--|----------------------------|
| ①문화 향유 | 문체부 | 문화예술패스 운영 | 충남문화관광재단 |
| | 충남도 | 청년의 날 행사 | 아산시 협력 |
| | | 충남 청년뮤직 페스타 시군 청년예술인 협력공연 | 충남문화관광재단 |
| | | 청년 맞춤형 도내 관광코스 개발·홍보 | 충남문화관광재단 |
| ②문화 참여 | - | - | - |
| ③문화 생산 | 관계 부처 | 청년친화 서비스 지원 크리에이터, 웹툰작가, 뷰티디자이너, 프로게이머 등 | 대학 등 교육과정 R&D지원 홍보지원 |
| | 문체부 | 전통문화 청년 창업가 발굴 문화인턴 발굴 | |
| | | 청년지원 생애최초 창작지원사업 신진예술 창작지원사업 | |
| | | 문화도시 운영 | 천안·홍성 지정 |
| | 충남도 | 대학로 청년문화예술 활성화 지원 | 천안·아산시 협력 |
| | | 지역문화 전문인력 양성 충남예술인 지원 | 충남문화관광재단 |
| | | 지역기반형 콘텐츠코리아랩 운영 충남 음악창작소 운영 충남글로벌게임센터 운영 및 e스포츠 메카 조성 | 충남정보문화산업진흥원 |
| | | | |

자료: 중앙 및 지자체 시행계획 및 관계기관 추진계획 정리

제 3 장

충청남도 청년문화 실태 및 수요

1. 조사설계
2. 설문조사 분석
3. 인터뷰 결과
4. 시사점

제1절 조사설계

1. 조사개요

연구진은 충청남도의 청년문화에 대한 전반적인 실태와 수요를 알아보기 위해 충청남도 거주 청년대상으로 1) 설문조사 및 2) 인터뷰를 추진하였다.

1) 설문조사

시간 및 비용 등을 고려하여, 조사방법은 온라인 설문조사, 조사대상은 충남도 및 시·군 청년네트워크 등 청년활동 참여자로 하였다²⁰⁾. 설문문항은 ①연구진 문항개발 및 검토 → ②전문가·관계자 조사설문 문항검토(2차) → ③사전조사(청년연구원 대상)를 거쳐 설정하였다. 문항은 ①각 분야별 문화경험과 수요, ②문화접근성, ③문화선호도, ④응답자정보 등으로 구성하였다. 설문기간은 2024년 4월 16일부터 5월 21까지이며, 네이버폼으로 실시하였다. 응답결과 도내 청년(총 758명)이 응답하였고, 성별과 연령대 거주지 등 응답자들의 특성은 다음과 같다.

■ 성별

| 구분 | 빈도 | 유효 퍼센트 |
|----|-----|--------|
| 남 | 266 | 35.1 |
| 여 | 492 | 64.9 |
| 합계 | 758 | 100.0 |

20) 청년정책 및 문제에 대한 참여도와 적극성을 고려할 때, 충남도 및 시군의 청년네트워크 등 청년활동 참여청년들은 이 연구의 조사목적과 의도에 맞는 표본으로 판단함(유의표집(purposive sampling))

■ 연령

| 구분 | 빈도 | 유효 퍼센트 |
|--------------|-----|--------|
| 19세 이상 ~ 24세 | 127 | 16.8 |
| 25세 이상 ~ 29세 | 265 | 35.0 |
| 30세 이상 ~ 34세 | 263 | 34.7 |
| 35세 이상 ~ 39세 | 103 | 13.6 |
| 합계 | 758 | 100.0 |

■ 출생지(충남 여부)

| 구분 | 빈도 | 유효 퍼센트 |
|-----|-----|--------|
| 네 | 472 | 62.3 |
| 아니요 | 286 | 37.7 |
| 전체 | 758 | 100.0 |

■ 거주지

| 구분 | 빈도 | 유효 퍼센트 |
|-----|-----|--------|
| 계룡시 | 20 | 2.6 |
| 공주시 | 155 | 20.4 |
| 금산군 | 11 | 1.5 |
| 논산시 | 25 | 3.3 |
| 당진시 | 26 | 3.4 |
| 보령시 | 74 | 9.8 |
| 부여군 | 15 | 2.0 |
| 서산시 | 32 | 4.2 |
| 서천군 | 24 | 3.2 |
| 아산시 | 61 | 8.0 |
| 예산군 | 22 | 2.9 |
| 천안시 | 198 | 26.1 |
| 청양군 | 31 | 4.1 |
| 태안군 | 6 | 0.8 |
| 홍성군 | 58 | 7.7 |
| 전체 | 758 | 100.0 |

■ 거주기간

| 구분 | 빈도 | 유효 퍼센트 |
|--------|-----|--------|
| 10년 이상 | 425 | 56.1 |
| 1년 미만 | 31 | 4.1 |
| 1년~3년 | 80 | 10.6 |
| 3년~5년 | 110 | 14.5 |
| 5년~10년 | 112 | 14.8 |
| 전체 | 758 | 100.0 |

■ 결혼여부

| 구분 | 빈도 | 유효 퍼센트 |
|----|-----|--------|
| 기혼 | 156 | 20.6 |
| 미혼 | 602 | 79.4 |
| 전체 | 758 | 100.0 |

■ 자녀유무

| 구분 | 빈도 | 유효 퍼센트 |
|----|-----|--------|
| 없다 | 662 | 87.3 |
| 있다 | 96 | 12.7 |
| 전체 | 758 | 100.0 |

■ 직업

| 구분 | 빈도 | 유효 퍼센트 |
|---------------|-----|--------|
| 농업관계자 | 10 | 1.3 |
| 대학(원)생 | 128 | 16.9 |
| 자영업자 | 49 | 6.5 |
| 전업주부 | 23 | 3.0 |
| 직장인(공무원/공공기관) | 120 | 15.8 |
| 직장인(일반기업) | 340 | 44.9 |
| 취업 및 창업준비생 | 77 | 10.2 |
| 해당사항 없음 | 11 | 1.5 |
| 전체 | 758 | 100.0 |

2) 인터뷰

설문조사의 결과에 대한 의견과, 구체적인 문화활동과 수요를 확인할 목적으로 FGI(Focus Group Interview)를 실시하였다. 질문은 청년들의 다양한 의사를 듣기 위해 설문조사 결과를 토대로 반구조화 된 질문법(semi-structured interview)을 추진하였다. 기간은 2024년 5월 23일부터 6월 20일까지 총 4회의 실시하였고, 지역과 인터뷰 대상을 고려하여 추진하였다. 즉 북부와 남부, 도시와 농촌의 지역성과 청년들의 직업적 다양성이 반영될 수 있도록 설계하였다.

〈표 3-1〉 청년 인터뷰 일정

| 날짜 | 지역 | 대상 |
|--------|-----|------------|
| 5월 23일 | 당진시 | 인턴 및 취업준비생 |
| 6월 5일 | 부여군 | 공무원 |
| 6월 13일 | 아산시 | 직장인 |
| 6월 20일 | 서천군 | 창업자, 문화기획자 |

제2절 설문조사 분석

1. 여가·문화활동 경험과 선호도

■ 최근 가장 많이 한 문화예술 관람활동

최근 1년 동안 가장 많이 한 문화예술 관람활동의 응답이 **영화 관람이 55.4%로 가장 많았고**, 박물관 관람 14.4%, 공연 관람 14.1%, 해당사항 없음 8.2%, 전시회 관람 7.9% 순으로 나타났다. 해당사항 없음이 의외로 높은 응답률을 보였다.

- (성별) 남성과 여성 모두 영화 관람이 가장 높게 나타났다. 나머지 응답도 대체로 비슷하였으나, 해당사항 없음에서 여성은 5.3%의 응답률을 보였지만, 남성은 13.5%의 응답을 보여 2배 이상의 차이가 나타났다.
- (시군거주지) 시와 군 거주자 모두 영화 관람이 가장 높게 나타났으나, 시 거주자는 군 거주자에 비하여 공연 관람 비율이 2배 정도 높게 15.9%로 확인되었다. 그에 반해 군 거주자는 시 거주자에 비하여 전시회 관람 비율이 12.6%로 2배 정도 높게 나타났다.
- (결혼유무) 기혼자와 미혼자 모두 영화관람 비율이 가장 높았으나, 기혼자는 해당사항 없음 19.2%의 응답을 보여, 미혼자 5.3%에 비하여 약 14%의 차이가 나타나 문화예술 관람활동의 어려움을 간접적으로 나타냈다.

〈표 3-2〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 문화예술 관람활동
(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 공연 관람 | 박물관 관람 | 영화 관람 | 전시회 관람 | 해당사항 없음 |
|--------|---------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|
| 전체 | | 758(100.0) | 107(14.1) | 109(14.4) | 420(55.4) | 60(7.9) | 62(8.2) |
| 성별 | 남성 | 266(100.0) | 37(13.9) | 28(10.5) | 146(54.9) | 19(7.1) | 36(13.5) |
| | 여성 | 492(100.0) | 70(14.2) | 81(16.5) | 274(55.7) | 41(8.3) | 26(5.3) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100.0) | 14(11.0) | 14(11.0) | 76(59.8) | 14(11.0) | 9(7.1) |
| | 25세~29세 | 265(100.0) | 28(10.6) | 56(21.1) | 151(57.0) | 14(5.3) | 16(6.0) |
| | 30세~34세 | 263(100.0) | 41(15.6) | 28(10.6) | 147(55.9) | 18(6.8) | 29(11.0) |
| | 35세~39세 | 103(100.0) | 24(23.3) | 11(10.7) | 46(44.7) | 14(13.6) | 8(7.8) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100.0) | 94(15.9) | 91(15.4) | 321(54.3) | 39(6.6) | 46(7.8) |
| | 군부 | 167(100.0) | 13(7.8) | 18(10.8) | 99(59.3) | 21(12.6) | 16(9.6) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 156(100.0) | 18(11.5) | 17(10.9) | 78(50.0) | 13(8.3) | 30(19.2) |
| | 미혼 | 602(100.0) | 89(14.8) | 92(15.3) | 342(56.8) | 47(7.8) | 32(5.3) |

■ 여건이 된다면 하고 싶은 문화예술 관람활동

여건이 된다면 하고 싶은 문화예술 관람활동의 응답이 **공연관람 35.8%**로 가장 높았으며, **전시회 관람 25.2%**, 영화 관람 18.1%, 박물관 관람 18.0%, 해당사항 없음 2.9% 순으로 나타났다. 여건이 된다면 전시회 관람을 하고 싶다는 응답률이 높은 편이었다.

〈표 3-3〉 여건이 된다면 하고 싶은 문화예술 관람활동(중복응답)

| 구분 | 인원 | % |
|---------|-------|-------|
| 전체 | 1,129 | 100.0 |
| 전시회 관람 | 285 | 25.2 |
| 박물관 관람 | 203 | 18.0 |
| 영화 관람 | 204 | 18.1 |
| 공연 관람 | 404 | 35.8 |
| 해당사항 없음 | 33 | 2.9 |

■ 최근 가장 많이 한 문화예술 참여활동

최근 1년 동안 가장 많이 한 문화예술 참여활동의 응답은 해당사항 없음이 27.8%로 가장 높았으며, 다음으로 사진촬영 23.5%, 노래 19.3%, 악기연주 14.1%, 미술활동 10.4%, 춤 4.9% 순으로 나타났다.

- (성별) 여성들이 남성들에 비하여 대체적으로 모든 문화예술 참여활동에서 높은 비율을 보였으며, 해당사항 없음의 응답에 남성이 41.7%, 여성이 20.3%로 나타나 남성들이 문화예술 활동의 참여가 매우 낮다는 것을 확인할 수 있었다.
- (연령대) 연령대로 비교하여 보았을 때 대부분이 비슷하게 나타났다으나, 해당사항 없음에서 30세~34세의 응답이 39.9%로 나타나 다른 연령대에 비하여 다소 높은 응답률을 보였다.
- (결혼유무) 해당사항 없음의 응답이 기혼자 38.5%, 미혼자 25.1%로 나타났다. 전체 평균 27.8%와 비교하였을 경우에도 기혼자의 응답이 다소 높은 것으로 확인되었다.

〈표 3-4〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 문화예술 참여활동

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 노래 | 미술활동 | 사진촬영 | 악기연주 | 춤 | 해당사항 없음 |
|-----------|---------|------------|-----------|----------|-----------|-----------|---------|------------|
| 전체 | | 758(100.0) | 146(19.3) | 79(10.4) | 178(23.5) | 107(14.1) | 37(4.9) | 211(27.8) |
| 성별 | 남성 | 266(100.0) | 37(13.9) | 16(6.0) | 55(20.7) | 38(14.3) | 9(3.4) | 111(41.7) |
| | 여성 | 492(100.0) | 109(22.2) | 63(12.8) | 123(25.0) | 69(14.0) | 28(5.7) | 100(20.3) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100.0) | 30(23.6) | 16(12.6) | 49(38.6) | 8(6.3) | 2(1.6) | 22(17.3) |
| | 25세~29세 | 265(100.0) | 72(27.2) | 28(10.6) | 30(11.3) | 56(21.1) | 18(6.8) | 61(23.0) |
| | 30세~34세 | 263(100.0) | 31(11.8) | 18(6.8) | 66(25.1) | 32(12.2) | 11(4.2) | 105(39.9) |
| | 35세~39세 | 103(100.0) | 13(12.6) | 17(16.5) | 33(32.0) | 11(10.7) | 6(5.8) | 23(22.3) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100.0) | 127(21.5) | 54(9.1) | 126(21.3) | 88(14.9) | 31(5.2) | 165(27.9) |
| | 군부 | 167(100.0) | 19(11.4) | 25(15.0) | 52(31.1) | 19(11.4) | 6(3.6) | 46(27.5) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 156(100.0) | 21(13.5) | 21(13.5) | 29(18.6) | 21(13.5) | 4(2.6) | 60(38.5) |
| | 미혼 | 602(100.0) | 125(20.8) | 58(9.6) | 149(24.8) | 86(14.3) | 33(5.5) | 151(25.1) |

■ 여건이 된다면 하고 싶은 문화예술 참여활동

여건이 된다면 하고 싶은 문화예술 참여활동의 응답은 **악기연주 28.8%**로 가장 높았으며, 미술활동 22.9%, 사진촬영 15.9%, 노래 13.6%, 춤 11.9%, 해당사항 없음 6.7% 순으로 나타났다.

〈표 3-5〉 여건이 된다면 하고 싶은 문화예술 참여활동(중복응답)

| 구분 | 인원 | % |
|---------|-------|-------|
| 전체 | 1,099 | 100.0 |
| 미술활동 | 252 | 22.9 |
| 악기연주 | 317 | 28.8 |
| 노래 | 150 | 13.6 |
| 춤 | 131 | 11.9 |
| 사진촬영 | 175 | 15.9 |
| 해당사항 없음 | 74 | 6.7 |

■ 최근 가장 많이 한 스포츠 관람활동

최근 1년 동안 가장 많이 한 스포츠 관람활동의 응답은 **스포츠 간접관람(TV 시청 등) 49.2%**로 가장 높았으며, 다음으로 해당사항 없음 21.6%, 온라인게임 경기 관람 21.4%, 스포츠 경기 직접 관람(경기장) 7.8% 순으로 나타났다.

- (연령대) 스포츠 간접관람(TV 시청 등)의 응답이 19세~24세 40.2%, 25세~29세 50.2%, 30세~34세 51.3%, 35세~39세 52.4%로 연령대가 높아질수록 응답 비율도 높아지는 것으로 나타났다.
- (시군거주지) 시 거주자에 비하여 군 거주자가 해당사항 없음의 응답이 25.7%로 다소 높게 나타났다. 이는 전체 평균 21.6%와 비교하여도 높은 비율이다.
- (결혼유무) 스포츠 간접관람(TV 시청 등)은 기혼자의 응답이 69.2%, 미혼자 44.0%로 다소 높게 나타났으며, 그에 반해 온라인게임 경기 관람은 미혼자 24.4%, 기혼자 9.6%로 높은 차이를 확인할 수 있었다.

〈표 3-6〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 스포츠 관람활동

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 스포츠 간접관람 (TV 시청 등) | 스포츠 경기 직접 관람 (경기장) | 온라인게임 경기 관람 | 해당사항 없음 |
|-----------|---------|------------|--------------------------|--------------------------|----------------|------------|
| 전체 | | 758(100.0) | 373(49.2) | 59(7.8) | 162(21.4) | 164(21.6) |
| 성별 | 남성 | 266(100.0) | 132(49.6) | 16(6.0) | 64(24.1) | 54(20.3) |
| | 여성 | 492(100.0) | 241(49.0) | 43(8.7) | 98(19.9) | 110(22.4) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100.0) | 51(40.2) | 12(9.4) | 30(23.6) | 34(26.8) |
| | 25세~29세 | 265(100.0) | 133(50.2) | 30(11.3) | 60(22.6) | 42(15.8) |
| | 30세~34세 | 263(100.0) | 135(51.3) | 14(5.3) | 50(19.0) | 64(24.3) |
| | 35세~39세 | 103(100.0) | 54(52.4) | 3(2.9) | 22(21.4) | 24(23.3) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100.0) | 286(48.4) | 50(8.5) | 134(22.7) | 121(20.5) |
| | 군부 | 167(100.0) | 87(52.1) | 9(5.4) | 28(16.8) | 43(25.7) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 156(100.0) | 108(69.2) | 5(3.2) | 15(9.6) | 28(17.9) |
| | 미혼 | 602(100.0) | 265(44.0) | 54(9.0) | 147(24.4) | 136(22.6) |

■ 여건이 된다면 하고 싶은 스포츠 관람활동

여건이 된다면 하고 싶은 스포츠 관람활동의 응답은 스포츠경기 직접 관람(경기장)이 53.8%로 과반 이상의 응답을 보였으며, 다음으로 스포츠 간접 관람(TV시청 등) 17.4%, 온라인게임 경기 관람 15.3%, 해당사항 없음 13.5% 순으로 나타났다.

〈표 3-7〉 여건이 된다면 하고 싶은 스포츠 관람활동(중복응답)

| 구분 | 인원 | % |
|-------------------|-----|-------|
| 전체 | 829 | 100.0 |
| 스포츠경기 직접 관람(경기장) | 446 | 53.8 |
| 스포츠 간접 관람(TV시청 등) | 144 | 17.4 |
| 온라인게임 경기 관람 | 127 | 15.3 |
| 해당사항 없음 | 112 | 13.5 |

■ 최근 가장 많이 한 스포츠 참여활동

최근 1년 동안 가장 많이 한 스포츠 참여 활동의 응답은 실내 개인 운동(수영, 헬스, 요가 등)이 33.1%로 나타났으며, 다음으로 실외 개인 운동(자전거, 조깅, 스키 등) 28.5%, 해당사항 없음 16.1%, 실내 단체 운동(배드민턴, 농구, 풋살 등) 13.7%, 실외 단체 운동(축구, 야구, 골프 등) 8.6% 순으로 나타났다. 대부분의 충남 청년은 단체 운동 보다 개인 운동을 선호하는 편으로 확인되었다.

- (성별) 남성에 비하여 여성이 실내 개인 운동(수영, 헬스, 요가 등) 35.0%, 실외 개인 운동(자전거, 조깅, 스키 등) 29.1%로 나타나 개인 운동을 선호하는 것으로 보여진다. 이에 비해 남성은 실내 단체 운동(배드민턴, 농구, 풋살 등) 15.8%, 실외 단체 운동 10.2%로 나타나 단체 운동을 선호하는 것으로 나타났다.
- (연령대) 실외 단체 운동(축구, 야구, 골프 등)의 경우 19세~24세 5.5%, 25세~29세 5.7%, 30세~34세 10.6%, 35세~39세 14.6%로 확인되어 연령대가 높아질수록 응답률이 높아지는 경향을 보여줬다.

- (시군거주지) 실외 단체 운동(축구, 야구, 골프 등)의 응답이 시 거주자는 10.0% 나왔으나, 군 거주자는 3.6%로 낮게 나타나, 시에 비하여 **군의 실외 운동 시설 부족**의 문제인지 확인이 필요하다.
- (결혼유무) 미혼자에 비하여 기혼자들은 실내 개인 운동(수영, 헬스, 요가 등) 44.2%를 제외하고 모든 부분에서 낮은 응답률로 나타나, 결혼의 유무가 스포츠 참여활동에 영향을 준다고 볼 수 있다.

〈표 3-8〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 스포츠 참여활동

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 실내 개인 운동 (수영, 헬스, 요가 등) | 실내 단체 운동 (배드민턴, 농구, 풋살 등) | 실외 개인 운동 (자전거, 조깅, 스키 등) | 실외 단체 운동 (축구, 야구, 골프 등) | 해당사항 없음 |
|-----------|---------|------------|----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|------------|
| 전체 | | 758(100.0) | 251(33.1) | 104(13.7) | 216(28.5) | 65(8.6) | 122(16.1) |
| 성별 | 남성 | 266(100.0) | 79(29.7) | 42(15.8) | 73(27.4) | 27(10.2) | 45(16.9) |
| | 여성 | 492(100.0) | 172(35.0) | 62(12.6) | 143(29.1) | 38(7.7) | 77(15.7) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100.0) | 47(37.0) | 20(15.7) | 27(21.3) | 7(5.5) | 26(20.5) |
| | 25세~29세 | 265(100.0) | 90(34.0) | 43(16.2) | 81(30.6) | 15(5.7) | 36(13.6) |
| | 30세~34세 | 263(100.0) | 74(28.1) | 34(12.9) | 81(30.8) | 28(10.6) | 46(17.5) |
| | 35세~39세 | 103(100.0) | 40(38.8) | 7(6.8) | 27(26.2) | 15(14.6) | 14(13.6) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100.0) | 180(30.5) | 88(14.9) | 171(28.9) | 59(10.0) | 93(15.7) |
| | 군부 | 167(100.0) | 71(42.5) | 16(9.6) | 45(26.9) | 6(3.6) | 29(17.4) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 156(100.0) | 69(44.2) | 13(8.3) | 42(26.9) | 3(1.9) | 29(18.6) |
| | 미혼 | 602(100.0) | 182(30.2) | 91(15.1) | 174(28.9) | 62(10.3) | 93(15.4) |

■ 여건이 된다면 하고 싶은 스포츠 참여활동

여건이 된다면 하고 싶은 스포츠 참여활동의 응답은 실내 개인 운동(수영, 헬스, 요가 등) 27.7%, 실내 단체 운동(배드민턴, 농구, 풋살 등) 25.9%, 실외 개인 운동(자전거, 조깅, 스키 등) 23.3%, 실외 단체 운동(축구, 야구, 골프 등) 16.9%, 해당사항 없음 6.1% 순으로 나타났다.

〈표 3-9〉 여건이 된다면 하고 싶은 스포츠 참여활동(중복응답)

| 구분 | 인원 | % |
|--------------------------|-------|-------|
| 전체 | 1,015 | 100.0 |
| 실내 개인 운동(수영, 헬스, 요가 등) | 281 | 27.7 |
| 실내 단체 운동(배드민턴, 농구, 풋살 등) | 263 | 25.9 |
| 실외 개인 운동(자전거, 조깅, 스키 등) | 237 | 23.3 |
| 실외 단체 운동(축구, 야구, 골프 등) | 172 | 16.9 |
| 해당사항 없음 | 62 | 6.1 |

■ 최근 가장 많이 한 관광 활동

최근 1년 동안 가장 많이 한 관광 활동의 응답은 여행이 38.3%로 높게 나타났으며, 지역축제 19.0%, 놀이공원/동·식물원 15.8%, 캠핑 17.7%, 해당사항 없음 9.2% 순으로 나타났다.

- (연령대) 19세~24세에서 해당사항 없음이 22.2%로 다른 연령대 25세~29세 5.7%, 30세~34세 8.7%, 35세~39세 3.9%에 비하여 매우 높게 나타났다.
- (시군거주지) 시 거주자는 해당사항 없음의 응답이 7.3% 나왔으나, 군 거주자는 16.2%로 2배 이상 높게 나타나, 시에 비하

여 군이 관광 활동의 어려움이 있는지 확인이 필요하다.

- (결혼유무) 기혼자들은 여행의 응답이 48.1%로 나타나 미혼자 35.7%에 비하여 매우 높았다. 이에 반해 해당사항 없음의 응답은 기혼자가 4.5%, 미혼자가 10.5%로 나타나 기혼자에 비하여 미혼자들이 최근 1년 동안 관광 활동을 하지 않은 것으로 확인되었다.

〈표 3-10〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 관광 활동

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 놀이공원 /동·식물원 | 여행 | 지역축제 | 캠핑 | 해당사항 없음 |
|-----------|---------|------------|----------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 전체 | | 758(100.0) | 120(15.8) | 290(38.3) | 144(19.0) | 134(17.7) | 70(9.2) |
| 성별 | 남성 | 266(100.0) | 30(11.3) | 104(39.1) | 49(18.4) | 52(19.5) | 31(11.7) |
| | 여성 | 492(100.0) | 90(18.3) | 186(37.8) | 95(19.3) | 82(16.7) | 39(7.9) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100.0) | 16(12.6) | 54(42.5) | 19(15.0) | 10(7.9) | 28(22.0) |
| | 25세~29세 | 265(100.0) | 68(25.7) | 87(32.8) | 34(12.8) | 61(23.0) | 15(5.7) |
| | 30세~34세 | 263(100.0) | 25(9.5) | 104(39.5) | 57(21.7) | 54(20.5) | 23(8.7) |
| | 35세~39세 | 103(100.0) | 11(10.7) | 45(43.7) | 34(33.0) | 9(8.7) | 4(3.9) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100.0) | 105(17.8) | 218(36.9) | 100(16.9) | 125(21.2) | 43(7.3) |
| | 군부 | 167(100.0) | 15(9.0) | 72(43.1) | 44(26.3) | 9(5.4) | 27(16.2) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 156(100.0) | 18(11.5) | 75(48.1) | 26(16.7) | 30(19.2) | 7(4.5) |
| | 미혼 | 602(100.0) | 102(16.9) | 215(35.7) | 118(19.6) | 104(17.3) | 63(10.5) |

■ 여건이 된다면 하고 싶은 관광 활동

여건이 된다면 하고 싶은 관광 활동의 응답은 여행이 30.2%로 제일 높게 나타났다으며, 캠핑 28.9%, 놀이공원/동·식물원 20.5%, 지역축제 18.2%, 해당사항 없음 2.2% 순으로 확인되었다.

〈표 3-11〉 여건이 된다면 하고 싶은 관광 활동(중복응답)

| 구분 | 인원 | % |
|------------|-------|-------|
| 전체 | 1,167 | 100.0 |
| 여행 | 353 | 30.2 |
| 캠핑 | 337 | 28.9 |
| 놀이공원/동·식물원 | 239 | 20.5 |
| 지역축제 | 212 | 18.2 |
| 해당사항 없음 | 26 | 2.2 |

■ 최근 가장 많이 한 취미 오락 활동

최근 1년 동안 가장 많이 한 취미 오락 활동의 응답은 SNS가 44.2%로 가장 높았으며, 다음으로 핫플레이스(식당/카페 등) 방문 16.5%, 독서 13.1%, 쇼핑 8.6%, 요리 8.0%, E게임 7.0%, 해당사항 없음 2.6% 순으로 나타났다.

- (성별) 남성은 E게임의 응답이 12.0%로 여성 4.3%에 비하여 매우 높게 나타났으며, 여성은 요리의 응답이 10.6%로 남성 3.4%와 비교해 매우 높았다.
- (연령대) E게임의 경우 25세~29세 4.5%, 30세~34세 4.6%, 35세~39세 4.9%로 나타났으나, 19세~24세에서 18.9%로 다른 연령대에 비하여 매우 높게 나타났다.

- (시군거주지) **군 거주자**는 E게임의 응답이 11.4%로 나타났으나, **시 거주자**는 5.8%로 **약 2배 정도의 차이**가 나는 것을 확인하였다.

〈표 3-12〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 취미 오락 활동
(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 독서 | 쇼핑 | 요리 | 핫플레이스 (식당/카페 등 방문) | E게임 | SNS | 해당사항 없음 |
|-----------|-------------|------------|----------|----------|----------|--------------------------|----------|-----------|------------|
| 전체 | | 758(100.0) | 99(13.1) | 65(8.6) | 61(8.0) | 125(16.5) | 53(7.0) | 335(44.2) | 20(2.6) |
| 성별 | 남성 | 266(100.0) | 38(14.3) | 23(8.6) | 9(3.4) | 44(16.5) | 32(12.0) | 112(42.1) | 8(3.0) |
| | 여성 | 492(100.0) | 61(12.4) | 42(8.5) | 52(10.6) | 81(16.5) | 21(4.3) | 223(45.3) | 12(2.4) |
| 연령대 | 19세 ~24세 | 127(100.0) | 10(7.9) | 13(10.2) | 7(5.5) | 21(16.5) | 24(18.9) | 49(38.6) | 3(2.4) |
| | 25세 ~29세 | 265(100.0) | 46(17.4) | 17(6.4) | 33(12.5) | 33(12.5) | 12(4.5) | 116(43.8) | 8(3.0) |
| | 30세 ~34세 | 263(100.0) | 26(9.9) | 23(8.7) | 10(3.8) | 46(17.5) | 12(4.6) | 140(53.2) | 6(2.3) |
| | 35세 ~39세 | 103(100.0) | 17(16.5) | 12(11.7) | 11(10.7) | 25(24.3) | 5(4.9) | 30(29.1) | 3(2.9) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100.0) | 79(13.4) | 49(8.3) | 51(8.6) | 94(15.9) | 34(5.8) | 271(45.9) | 13(2.2) |
| | 군부 | 167(100.0) | 20(12.0) | 16(9.6) | 10(6.0) | 31(18.6) | 19(11.4) | 64(38.3) | 7(4.2) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 156(100.0) | 18(11.5) | 18(11.5) | 7(4.5) | 28(17.9) | 1(0.6) | 80(51.3) | 4(2.6) |
| | 미혼 | 602(100.0) | 81(13.5) | 47(7.8) | 54(9.0) | 97(16.1) | 52(8.6) | 255(42.4) | 16(2.7) |

■ 여건이 된다면 하고 싶은 취미 오락 활동

여건이 된다면 하고 싶은 취미 오락 활동의 응답은 **핫플레이스(식당/카페 등) 방문**이 25.5%로 높게 나타났으며, 다음으로 **쇼핑** 20.7%, **독서** 17.3%, **요리** 17.2%, **SNS** 11.4%, **E게임** 5.4%, **해당사항 없음** 2.5% 순으로 확인되었다.

〈표 3-13〉 여건이 된다면 하고 싶은 취미 오락 활동(중복응답)

| 구분 | 인원 | % |
|------------------|------|-------|
| 전체 | 1259 | 100.0 |
| 요리 | 217 | 17.2 |
| 독서 | 218 | 17.3 |
| SNS | 144 | 11.4 |
| 핫플레이스(식당/카페 등)방문 | 321 | 25.5 |
| 쇼핑 | 260 | 20.7 |
| E게임 | 68 | 5.4 |
| 해당사항 없음 | 31 | 2.5 |

■ 최근 가장 많이 한 사회 및 기타 활동

최근 1년 동안 가장 많이 한 사회 및 기타 활동의 응답은 **친구 만나기가** 57.3%로 과반 이상의 응답을 보였으며, **동호회, 동아리 활동** 16.4%, **종교 활동** 11.2%, **해당사항 없음** 10.0%, **사회봉사 활동** 5.1% 순으로 확인되었다.

- (성별) **남성은 해당사항 없음의 응답이 17.7%로 여성 5.9%에 비하여 매우 높게 나타났다.** 또한 여성은 다른 활동에 비하여 **친구 만나기가 61.6%로 매우 높은 응답률을 보였다.**

- (연령대) 동호회 동아리 활동을 연령대별로 살펴보면, 19세~24세 10.2%, 25세~29세 13.2%, 30세~34세 16.7%, 35세~39세 31.1%로 **연령이 높아질수록 비율이 높아지는 경향을 보였다.** 이에 비해 친구 만나기 활동은 19세~24세 66.9%, 25세~29세 61.1%, 30세~34세 56.7%, 35세~39세 36.9%로 **연령이 높아질수록 응답률이 낮게 나타났다.**

〈표 3-14〉 최근 1년 동안 가장 많이 한 사회 및 기타 활동

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 동호회, 동아리 활동 | 사회봉사 활동 | 종교활동 | 친구 만나기 | 해당사항 없음 |
|-----------|---------|------------|----------------|------------|----------|-----------|------------|
| 전체 | | 758(100.0) | 124(16.4) | 39(5.1) | 85(11.2) | 434(57.3) | 76(10.0) |
| 성별 | 남성 | 266(100.0) | 46(17.3) | 13(4.9) | 29(10.9) | 131(49.2) | 47(17.7) |
| | 여성 | 492(100.0) | 78(15.9) | 26(5.3) | 56(11.4) | 303(61.6) | 29(5.9) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100.0) | 13(10.2) | 7(5.5) | 7(5.5) | 85(66.9) | 15(11.8) |
| | 25세~29세 | 265(100.0) | 35(13.2) | 17(6.4) | 37(14.0) | 162(61.1) | 14(5.3) |
| | 30세~34세 | 263(100.0) | 44(16.7) | 6(2.3) | 27(10.3) | 149(56.7) | 37(14.1) |
| | 35세~39세 | 103(100.0) | 32(31.1) | 9(8.7) | 14(13.6) | 38(36.9) | 10(9.7) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100.0) | 96(16.2) | 29(4.9) | 69(11.7) | 338(57.2) | 59(10.0) |
| | 군부 | 167(100.0) | 28(16.8) | 10(6.0) | 16(9.6) | 96(57.5) | 17(10.2) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 156(100.0) | 28(17.9) | 4(2.6) | 16(10.3) | 92(59.0) | 16(10.3) |
| | 미혼 | 602(100.0) | 96(15.9) | 35(5.8) | 69(11.5) | 342(56.8) | 60(10.0) |

■ 여건이 된다면 하고 싶은 사회 및 기타 활동

여건이 된다면 하고 싶은 사회 및 기타 활동의 응답은 **동호회, 동아리 활동이 33.3%**로 높았으며, 다음으로 친구 만나기 26.2%, 사회봉사활동 21.8%, 종교 활동 10.9%, 해당사항 없음 7.8% 순으로 확인되었다.

〈표 3-15〉 여건이 된다면 하고 싶은 사회 및 기타 활동(중복응답)

| 구분 | 인원 | % |
|-------------|-----|-------|
| 전체 | 980 | 100.0 |
| 사회봉사활동 | 214 | 21.8 |
| 종교활동 | 107 | 10.9 |
| 친구 만나기 | 257 | 26.2 |
| 동호회, 동아리 활동 | 326 | 33.3 |
| 해당사항 없음 | 76 | 7.8 |

■ 하루 평균 여가시간

하루 평균 여가시간으로는 **1시간 이상~2시간 미만 37.5%**, 2시간 이상~3시간 미만 33.8% 순으로 응답 하였다. 여가시간이 상대적으로 적은 35세~39세 연령대와 군부 거주자, 기혼자 등에 대한 여가활동 지원 방안 모색이 필요하다.

- (연령대) 대부분 1시간 이상~2시간 미만으로 응답하였으나 30세~34세는 2시간 이상~3시간 미만 38.4%로 높게 나타났다. 또한 35세~39세는 1시간 미만이 26.2%로 비교적 높게 응답하였다.
- (시군거주지) 시부 거주자는 2시간 이상~3시간 미만의 여가시간을 36.5% 가장 많이 가지며, 군부 거주자는 1시간 이상~2시간

미만의 41.9% 여가시간을 가장 많이 보내는 것으로 보인다.

- (결혼유무) 기혼자는 1시간 이상~2시간 미만의 여가시간이 48.1% 가장 많고, 미혼자는 2시간 이상~3시간 미만의 여가시간 35.9%로 높게 응답하였다.

〈표 3-16〉 하루 평균 여가시간

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 1시간 미만 | 1시간 이상 ~2시간 미만 | 2시간 이상 ~3시간 미만 | 3시간 이상 ~4시간 미만 | 4시간 이상 |
|-----------|---------|----------|----------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------|
| 전체 | | 758(100) | 89(11.7) | 284(37.5) | 256(33.8) | 80(10.6) | 49(6.5) |
| 성별 | 남성 | 268(100) | 28(10.5) | 105(39.5) | 87(32.7) | 26(9.8) | 20(7.5) |
| | 여성 | 492(100) | 61(12.4) | 179(36.4) | 169(34.3) | 54(11.0) | 29(5.9) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100) | 17(13.4) | 45(35.4) | 38(29.9) | 16(12.6) | 11(8.7) |
| | 25세~29세 | 265(100) | 18(6.8) | 103(38.9) | 93(35.1) | 37(14.0) | 14(5.3) |
| | 30세~34세 | 263(100) | 27(10.3) | 91(34.6) | 101(38.4) | 21(8.0) | 23(8.7) |
| | 35세~39세 | 103(100) | 27(26.2) | 45(43.7) | 24(23.3) | 6(5.8) | 1(1.0) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100) | 53(9.0) | 214(36.2) | 216(36.5) | 64(10.8) | 44 (7.4) |
| | 군부 | 167(100) | 36(21.6) | 70(41.9) | 40(24.0) | 16(9.6) | 5(3.0) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 155(100) | 29(18.6) | 75(48.1) | 40(25.6) | 9(5.8) | 3(1.9) |
| | 미혼 | 602(100) | 60(10.0) | 209(34.7) | 216(35.9) | 71(11.8) | 46(7.6) |

■ 하루 평균 SNS 이용시간

하루 평균 SNS 이용시간의 경우 1시간 이상~2시간 미만 43.0%, 2시간 이상~3시간 미만 26.8% 순으로 응답하여 대부분의 사람들이 하루 평균 1시간 이상 2시간 미만으로 SNS를 사용하고 있는 것으로 나타났다. 반면 4시간 이상 5.4%도 다소 높게 응답하였다.

- (연령대) 대부분 1시간 이상~2시간 미만이며, 19세~24세는 4시간 이상 16.5%, 35세~39세는 1시간 미만 25.5%로 응답하였다. 19세~24세에서 4시간 이상 사용하는 비율이 상대적으로 높은 것을 알 수 있다.
- (시군거주지) 군부 거주자의 경우 1시간 미만 23.4%로 다소 높게 응답하였으며, 시부 거주자가 군부 거주자보다 SNS를 더 많이 사용하는 경향을 보인다.

〈표 3-17〉 하루 평균 SNS이용시간

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 1시간 미만 | 1시간 이상 ~2시간 미만 | 2시간 이상 ~3시간 미만 | 3시간 이상 ~4시간 미만 | 4시간 이상 |
|-----------|---------|------------|-----------|-------------------|-------------------|-------------------|----------|
| 전체 | | 758(100.0) | 114(15.0) | 326(43.0) | 203(26.8) | 74(9.8) | 41(5.4) |
| 성별 | 남성 | 266(100.0) | 41(15.4) | 123(46.2) | 78(29.3) | 14(5.3) | 10(3.8) |
| | 여성 | 492(100.0) | 73(14.8) | 203(41.3) | 125(25.4) | 60(12.2) | 31(6.3) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100.0) | 10(7.9) | 46(36.2) | 31(24.4) | 19(15.0) | 21(16.5) |
| | 25세~29세 | 265(100.0) | 41(15.5) | 119(44.9) | 75(28.3) | 20(7.5) | 10(3.8) |
| | 30세~34세 | 263(100.0) | 37(14.1) | 119(45.2) | 72(27.4) | 26(9.9) | 9(3.4) |
| | 35세~39세 | 103(100.0) | 26(25.2) | 42(40.8) | 25(24.3) | 9(8.7) | 1(1.0) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100.0) | 75(12.7) | 268(45.3) | 162(27.4) | 57(9.6) | 29(4.9) |
| | 군부 | 167(100.0) | 39(23.4) | 58(34.7) | 41(24.6) | 17(10.2) | 12(7.2) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 153(100.0) | 23(14.7) | 77(49.4) | 37(23.7) | 16(10.3) | 3(1.9) |
| | 미혼 | 602(100.0) | 91(15.1) | 249(41.4) | 166(27.6) | 58(9.6) | 38(6.3) |

2. 여가·문화활동 접근성

■ 청년을 위한 문화시설 (공연장, 미술관, 체육관 등)충분 여부

지역 내 청년을 위한 문화시설 만족도의 경우 문화시설에 충분하다(‘그렇다’와 ‘매우그렇다’)로 평가 55% 하는 것으로 나타났다. 또한 남성이 문화시설에 대해 상대적으로 충분하다고 평가하고 있으며 거주지별로 문화시설을 차이가 크게 나타나고 있어, 군부 거주자들을 위한 문화시설 확충 및 개선이 필요하다.

- (성별) 남성은 충분 57.5%, 여성은 충분 53.7%로 응답하여 남성이 여성보다 상대적으로 문화시설에 충분하다고 평가하고 있다.
- (연령대) 연령대별로 문화시설에 대한 평가로는 25세~29세는 68.3%, 30세~34세는 61.2%가 충분하다고 평가하고 있다. 반면 19세~24세는 36.2%, 35세~39세는 28.2% 충분하다고 평가하고 있어 상대적으로 문화시설이 부족하다고 느끼는 것으로 보인다.
- (시군거주지) 시부 거주자는 문화시설이 충분(65%) 하다고 응답하였으나, 군부 거주자는 충분(19.8%)로 응답하여 문화시설이 시부지역 보다 부족하다고 평가하고 있다.

〈표 3-18〉 문화시설 충분 여부

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 전혀 그렇지않다 | 그렇지않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|-----------|---------|----------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 전체 | | 758(100) | 77(10.2) | 101(13.3) | 163(21.5) | 278(36.7) | 139(18.3) |
| 성별 | 남성 | 266(100) | 28(10.5) | 31(11.7) | 54(20.3) | 98(36.8) | 55(20.7) |
| | 여성 | 492(100) | 49(10.0) | 70(14.2) | 109(22.2) | 180(36.6) | 84(17.1) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100) | 15(11.8) | 21(16.5) | 45(35.4) | 31(24.4) | 15(11.8) |
| | 25세~29세 | 265(100) | 12(4.5) | 20(7.5) | 52(19.6) | 127(47.9) | 54(20.4) |
| | 30세~34세 | 263(100) | 27(10.3) | 33(12.5) | 42(16.0) | 106(40.3) | 55(20.9) |
| | 35세~39세 | 103(100) | 23(22.3) | 27(26.2) | 24(23.3) | 14(13.6) | 15(14.6) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100) | 37(6.3) | 48(8.1) | 122(20.6) | 257(43.5) | 127(21.5) |
| | 군부 | 167(100) | 40(24.0) | 53(31.7) | 41(24.6) | 21(12.6) | 12(7.2) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 153(100) | 22(14.1) | 20(12.8) | 34(21.8) | 57(36.5) | 23(14.7) |
| | 미혼 | 602(100) | 55(9.1) | 81(13.5) | 129(21.4) | 221(36.7) | 116(19.3) |

■ 문화적 기회(핫플레이스, 맛집, 원데이클래스 등) 만족도

지역 내 문화적 기회 만족도에 대한 응답결과 긍정적(‘그렇다’와 ‘매우그렇다’)평가(49.9%)를 하고 있다. 이는 지역 청년들이 전반적으로 문화적 기회에 대해 만족하고 있는 것으로 보인다. 그러나 35세~39세의 연령대와 군부 거주자의 경우 문화적 기회 만족도 낮아 부정적 응답이 높게 나타나고 있어 이들을 대상으로 하는 문화 프로그램 기획 및 지원 등 방안 모색이 필요하다.

- (연령대) 대부분 긍정적 평가이며 특히 25세~29세의 경우 긍정적 55.5%, 부정적 8.7%로 긍정적 응답 비율이 높게

나타나고 있다. 반면 35세~39세의 경우 긍정적 36.9%, 부정적 30.1%로 나타나고 있다.

- (시군거주지) 거주지에 따른 만족도는 군부 거주자의 경우 긍정적 20.4%, 부정적 43.1%으로 나타나 군부 거주자가 시부 거주자 보다 만족도나 매우 낮은 것으로 보인다.

〈표 3-19〉 문화적 기회 만족도

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 전혀 그렇지않다 | 그렇지않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|-----------|---------|----------|-------------|----------|-----------|-----------|-----------|
| 전체 | | 758(100) | 41(5.4) | 76(10.0) | 263(34.7) | 268(35.4) | 110(14.5) |
| 성별 | 남성 | 266(100) | 16(6.0) | 26(9.8) | 82(30.8) | 105(39.5) | 37(13.9) |
| | 여성 | 492(100) | 25(5.1) | 50(10.2) | 181(36.8) | 163(33.1) | 73(14.8) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100) | 12(9.4) | 10(7.9) | 52(40.9) | 36(28.3) | 17(13.4) |
| | 25세~29세 | 265(100) | 6(2.3) | 17(6.4) | 95(35.8) | 108(40.8) | 39(14.7) |
| | 30세~34세 | 263(100) | 13(4.9) | 28(10.6) | 82(31.2) | 102(38.8) | 38(14.4) |
| | 35세~39세 | 103(100) | 10(9.7) | 21(20.4) | 34(33.0) | 22(21.4) | 16(15.5) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100) | 21(3.6) | 24(4.1) | 202(34.2) | 244(41.3) | 100(16.9) |
| | 군부 | 167(100) | 20(12.0) | 52(31.1) | 61(36.5) | 24(14.4) | 10(6.0) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 156(100) | 7(4.5) | 24(15.4) | 59(37.8) | 52(33.3) | 14(9.0) |
| | 미혼 | 602(100) | 34(5.6) | 52(8.6) | 204(33.9) | 216(35.9) | 96(15.9) |

■ 청년을 위한 다양한 문화 프로그램(전시회, 공연)만족도

지역 내 청년을 위한 다양한 문화 프로그램에 대한 응답결과 긍정적 49.2%, 부정적 19.6%로 나타나 전반적으로 긍정적 응답 비율이 높다.

- (성별) 남성과 여성 대부분 긍정적으로 응답하였으나, 남성에 비해 여성이 20.3% 약간 부정적으로 응답하였다.
- (연령대) 긍정적 응답의 결과 25세~29세는 62.6%와 30세~34세 50.6%로 응답한 반면, 35세~39세는 부정 37.8%, 긍정적 31.1%로 응답하였다.
- (시군거주지) 시부 거주자는 긍정적 57.9%, 부정적 12%이며, 군부 거주자는 긍정적 18.6%, 부정적 46.7%로 군부 거주자의 만족도는 시부 거주자 보다 매우 낮다.
- (결혼유무) 결혼 유무에 따른 만족도는 전반적으로 긍정적이며 미혼자가 51.3% 기혼자 41% 보다 만족도가 높은 것으로 나타났다.

〈표 3-20〉 다양한 문화 프로그램 만족도

(단위 : 명, %)

| 구분 | 전체 | 전혀 그렇지않다 | 그렇지않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|-----------|----------|-------------|----------|-----------|-----------|-----------|
| 전체 | 758(100) | 51(6.7) | 98(12.9) | 236(31.1) | 254(33.5) | 119(15.7) |
| 성별 | 남성 | 26(9.0) | 25(9.4) | 89(33.5) | 92(34.6) | 36(13.5) |
| | 여성 | 42(10.0) | 73(14.8) | 147(29.9) | 162(32.9) | 83(16.9) |
| 연령대 | 19세~24세 | 12(8.7) | 22(17.3) | 52(40.9) | 32(25.2) | 10(7.9) |
| | 25세~29세 | 5(1.9) | 18(6.8) | 76(28.7) | 115(43.4) | 51(19.2) |
| | 30세~34세 | 22(8.4) | 32(12.2) | 76(28.9) | 87(33.1) | 46(17.5) |
| | 35세~39세 | 13(12.6) | 26(25.2) | 32(31.1) | 20(19.4) | 12(11.7) |
| 시군 거주지 | 시부 | 25(4.2) | 46(7.8) | 178(30.1) | 232(39.3) | 110(18.6) |
| | 군부 | 16(15.6) | 52(31.1) | 58(34.7) | 22(13.2) | 9(5.4) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 12(7.7) | 22(14.1) | 58(37.2) | 44(28.2) | 20(12.8) |
| | 미혼 | 39(6.5) | 76(12.6) | 178(29.6) | 210(34.9) | 99(16.4) |

■ 지역 내 청년들의 다양한 여가 문화생활을 위한 정보 전달

청년들의 여가 문화생활을 위한 정보 전달 및 지원에 대한 응답결과 **과반수 이상(55.9%)가 긍정적**으로 응답하였다. 그러나 **35세~39세 연령대와 군부 거주자의 경우 부정적 응답**이 높기 때문에 여가 문화 생활 정보 전달시 연령대와 거주지별 특성을 고려한 맞춤형 정보 전달 체계 구축이 필요할것으로 보인다.

- (성별) 남성과 여성 모두 긍정적 응답을 하였으나 남성은 53.3%, 여성은 57.4%로 여성의 긍정적 응답이 남성보다 약간 높다.
- (연령대) 긍정적 응답의 결과 25세~29세는 67.2%와 30세~34세는 61.2%로 응답한 반면, 35세~39세는 긍정적 33.1%, 부정적 24.7%로 응답하여 다른 연령대보다 상대적으로 여가 문화생활을 위한 정보 전달 및 지원에 대하여 부정적으로 인식하고 있다.
- (시군거주지) 시부 거주자는 긍정적 65.5%, 부정적 9.5%이며, 군부 거주자는 긍정적 22.2%, 부정적 31.2%로 나타나 시부 거주자의 긍정 응답 비율이 군부 거주자보다 훨씬 높은 것으로 나타났다.

〈표 3-21〉 여가 문화생활을 위한 정보전달 및 지원 만족도

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 전혀 그렇지않다 | 그렇지않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|-------|---------|-----------|-------------|----------|-----------|-----------|-----------|
| 전체 | | 758(1000) | 37(4.9) | 71(9.4) | 226(29.8) | 251(33.1) | 173(22.8) |
| 성별 | 남성 | 268(1000) | 13(4.9) | 24(9.0) | 87(32.7) | 77(28.9) | 65(24.4) |
| | 여성 | 492(1000) | 24(4.9) | 47(9.6) | 139(28.3) | 174(35.4) | 108(22.0) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(1000) | 7(5.5) | 13(10.2) | 56(44.1) | 37(29.1) | 14(11.0) |
| | 25세~29세 | 268(1000) | 3(1.1) | 17(6.4) | 67(25.3) | 98(37.0) | 80(30.2) |
| | 30세~34세 | 263(1000) | 17(6.5) | 26(9.9) | 59(22.4) | 94(35.7) | 67(25.5) |
| | 35세~39세 | 103(1000) | 10(9.7) | 15(14.6) | 44(42.7) | 22(21.4) | 12(11.7) |
| 시군거주지 | 시부 | 591(1000) | 21(3.6) | 35(5.9) | 148(25.0) | 225(38.1) | 162(27.4) |
| | 군부 | 167(1000) | 16(9.6) | 36(21.6) | 78(46.7) | 26(15.6) | 11(6.6) |
| 결혼유무 | 기혼 | 158(1000) | 12(7.7) | 13(8.3) | 49(31.4) | 55(35.3) | 27(17.3) |
| | 미혼 | 602(1000) | 25(4.2) | 58(9.6) | 177(29.4) | 196(32.6) | 146(24.3) |

■ 여가를 즐기기 위한 교통 접근성 만족도

지역 내 여가를 즐기기 위한 청년들은 교통 접근성에 만족도는 성별, 연령별, 거주지별로 약간의 차이는 있으나 대체로 긍정적 56.7%로 평가하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 군부 지역은 상대적으로 낮은 만족도를 보였다.

- (성별) 남성은 긍정적 61.3%, 부정적 17.7%로 응답하였고, 여성은 긍정적 56.7%, 부정적 19.2%로 응답하여 남성이 상대적으로 긍정적으로 평가하는 것으로 보인다.
- (연령대) 25세~29세는 긍정적 68.3%, 부정적 10.9%로 가장 높게 긍정 평가를 하였으며 반면, 35세~39세는 긍정적 38.8%, 부정적 30.1%로 가장 낮게 긍정 평가를 하였다.
- (시군거주지) 시부 거주자는 긍정적 66.2%, 부정적 11.5%, 군부 거주자는 긍정적 23.4%, 부정적 46.7%로 시부와 비교하여 매우 높게 부정적으로 평가하였다.

〈표 3-22〉 교통 접근성 만족도

(단위 : 명, %)

| 구분 | 전체 | 전혀 그렇지않다 | 그렇지않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|-----------|----------|-------------|----------|-----------|-----------|-----------|
| 전체 | 758(100) | 79(10.4) | 67(8.8) | 182(24.0) | 286(37.7) | 144(19.0) |
| 성별 | 남성 | 268(100) | 27(10.2) | 20(7.5) | 56(21.1) | 113(42.5) |
| | 여성 | 492(100) | 52(10.4) | 47(8.8) | 126(24.0) | 173(37.7) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100) | 22(17.3) | 11(8.7) | 48(37.8) | 26(20.5) |
| | 25세~29세 | 265(100) | 12(4.5) | 17(6.4) | 55(20.8) | 129(48.7) |
| | 30세~34세 | 263(100) | 27(10.3) | 26(9.9) | 47(17.9) | 105(39.9) |
| | 35세~39세 | 103(100) | 18(17.5) | 13(12.6) | 32(31.1) | 26(25.2) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100) | 37(6.3) | 31(5.2) | 132(22.3) | 261(44.2) |
| | 군부 | 167(100) | 42(25.1) | 36(21.6) | 50(29.9) | 25(15.0) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 156(100) | 18(11.5) | 15(9.6) | 36(23.1) | 57(36.5) |
| | 미혼 | 602(100) | 61(10.1) | 52(8.6) | 146(24.3) | 229(38.0) |

3. 여가·문화활동 선호

■ 충남의 여가 및 문화활동 만족도

충남에서 여가 및 문화활동에 대한 만족도 결과 대체로 긍정적(56.7%)으로 평가하고 있다. 특히 시군 거주지에 따른 만족도 차이가 크게 나타나는 것으로 보여 군부 거주자에 대한 다양한 여가 및 맞춤형 문화 활동 프로그램 제공이 필요하다.

- (성별) 남성은 긍정적 58.3%, 부정적 18.0%로 응답하였고, 여성은 긍정적 55.3%, 부정적 23.4%로 응답하여 여성이 남성과 비교하여 다소 부정적으로 평가하는 경향을 보인다.
- (연령대) 긍정적 응답의 결과 25세~29세는 67.2%와 30세~34세 60.8%로 응답했지만, 35세~39세는 긍정적 37.9%, 부정적 34.9%로 응답하여 다른 연령대보다 상대적으로 충남의 여가 문화 활동에 불만족한 것으로 나타났다.
- (시군거주지) 시부 거주자는 긍정적 65.5%, 부정적 14.4%, 군부 거주자는 긍정적 24.0%, 부정적 46.7%로 시부 거주자와 비교하여 매우 높게 부정적으로 평가하였다.

〈표 3-23〉 충남의 여가 및 문화활동 만족도

(단위 : 명, %)

| 구분 | 전체 | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|--------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 전체 | 758(100.0) | 54(7.1) | 109(14.4) | 168(22.2) | 276(36.4) | 151(19.9) |
| 성별 | 남성 | 266(100.0) | 19(7.1) | 29(10.9) | 63(23.7) | 104(39.1) |
| | 여성 | 492(100.0) | 35(7.1) | 80(16.3) | 105(21.3) | 172(35.0) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100.0) | 18(14.2) | 17(13.4) | 42(33.1) | 37(29.1) |
| | 25세~29세 | 265(100.0) | 5(1.9) | 24(9.1) | 58(21.9) | 111(41.9) |
| | 30세~34세 | 263(100.0) | 16(6.1) | 47(17.9) | 40(15.2) | 106(40.3) |
| | 35세~39세 | 103(100.0) | 15(14.6) | 21(20.4) | 28(27.2) | 22(21.4) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100.0) | 25(4.2) | 60(10.2) | 119(20.1) | 248(42.0) |
| | 군부 | 167(100.0) | 29(17.4) | 49(29.3) | 49(29.3) | 28(16.8) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 156(100.0) | 15(9.6) | 21(13.5) | 33(21.2) | 55(35.3) |
| | 미혼 | 602(100.0) | 39(6.5) | 88(14.6) | 135(22.4) | 221(36.7) |

■ 여가 및 문화활동 참여

여가 및 문화 활동 참여 선호도의 응답 결과 대다수가 적극적 72.4%로 참여 할 것으로 응답하였다. 또한 연령대가 높아질수록 여가 및 문화 활동 참여 선호도가 증가하는 경향을 보인다.

- (성별) 남성은 적극적 참여 65.8%, 여성은 적극적 참여 76.0%로 응답하여 여성이 남성보다 적극적 참여 선호도가 높다.
- (연령대) 35세~39세는 적극적 참여 78.7%, 30세~34세는 적극적 참여 73.7%, 25세~29세는 적극적 참여 70.5%, 19세~24세는 적극적 참여 68.5% 순으로 응답하였다.
- (결혼유무) 기혼은 적극적 참여 73.7%, 미혼은 적극적 참여 72.1%로 응답하였다.

〈표 3-24〉 여가 및 문화 활동 참여 선호도

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 전혀 그렇지않다 | 그렇지않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|-----------|---------|------------|-------------|---------|-----------|-----------|-----------|
| 전체 | | 758(100.0) | 4(0.5) | 41(5.4) | 164(21.6) | 276(36.4) | 273(36.0) |
| 성별 | 남성 | 268(100.0) | 3(1.1) | 15(5.6) | 73(27.4) | 84(31.6) | 91(34.2) |
| | 여성 | 490(100.0) | 1(0.2) | 26(5.3) | 91(18.5) | 192(39.0) | 182(37.0) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100.0) | 3(2.4) | 8(6.3) | 29(22.8) | 45(35.4) | 42(33.1) |
| | 25세~29세 | 268(100.0) | 0(0.0) | 21(7.9) | 57(21.5) | 91(34.3) | 96(36.2) |
| | 30세~34세 | 263(100.0) | 1(0.4) | 8(3.0) | 60(22.8) | 94(35.7) | 100(38.0) |
| | 35세~39세 | 103(100.0) | 0(0.0) | 4(3.9) | 18(17.5) | 46(44.7) | 35(34.0) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100.0) | 1(0.2) | 31(5.2) | 126(21.3) | 207(35.0) | 226(38.2) |
| | 군부 | 167(100.0) | 3(1.8) | 10(6.0) | 38(22.8) | 69(41.3) | 47(28.1) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 156(100.0) | 1(0.6) | 2(1.3) | 38(24.4) | 51(32.7) | 64(41.0) |
| | 미혼 | 602(100.0) | 3(0.5) | 39(6.5) | 126(20.9) | 225(37.4) | 209(34.7) |

■ 동적인 활동 선호도

청년들은 정적인 활동보다 동적인 활동의 응답 결과 대다수가 긍정적 74.4%로 응답하였으며, 여성, 25세~29세 연령대, 시부 거주자, 미혼자에서 선호도가 높은 것으로 나타났다. 기혼자의 경우 동적인 활동에 대한 선호도가 상대적으로 낮으므로 가족 단위로 참여할 수 있는 프로그램 개발 및 군부 지역 거주자들을 위한 소규모 지역 커뮤니티 운동 시설 등 마련이 필요하다.

- (연령대) 연령대별로 동적인 활동에 긍정적 평가는 25세~29세는 79.6%, 30세~34세는 72.9% 순으로 응답하였다.
- (시군거주지) 시부 거주자는 동적인 활동에 긍정적 평가 78.6%, 군부 거주자는 동적인 활동에 긍정적 평가 59.9%로 응답하였다.

- (결혼유무) 기혼은 동적인 활동에 긍정적 평가 67.9%, 미혼은 동적인 활동에 긍정적 평가 76.1%로 응답하였다.

〈표 3-25〉 동적인 활동 선호도

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 전혀 그렇지않다 | 그렇지않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|-----------|---------|----------|-------------|----------|-----------|-----------|-----------|
| 전체 | | 758(100) | 15(2.0) | 46(6.1) | 133(17.5) | 388(51.2) | 176(23.2) |
| 성별 | 남성 | 268(100) | 9(3.4) | 15(5.6) | 49(18.4) | 146(54.9) | 47(17.7) |
| | 여성 | 492(100) | 6(1.2) | 31(6.3) | 84(17.1) | 242(49.2) | 129(26.2) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100) | 6(4.7) | 11(8.7) | 29(22.8) | 51(40.2) | 30(23.6) |
| | 25세~29세 | 265(100) | 3(1.1) | 18(6.8) | 33(12.5) | 144(54.3) | 67(25.3) |
| | 30세~34세 | 263(100) | 4(1.5) | 13(4.9) | 49(18.6) | 140(53.2) | 57(21.7) |
| | 35세~39세 | 103(100) | 2(1.9) | 4(3.9) | 22(21.4) | 53(51.5) | 22(21.4) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100) | 8(1.4) | 29(4.9) | 90(15.2) | 323(54.7) | 141(23.9) |
| | 군부 | 167(100) | 7(4.2) | 17(10.2) | 43(25.7) | 65(38.9) | 35(21.0) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 155(100) | 0(0.0) | 7(4.5) | 43(27.6) | 86(55.1) | 20(12.8) |
| | 미혼 | 602(100) | 15(2.5) | 39(6.5) | 90(15.0) | 302(50.2) | 156(25.9) |

■ 타인과 함께 즐기는 활동 선호도

개별 활동 보다 타인과 함께 즐기는 활동에 대한 선호도 응답결과 대다수가 긍정적 74.0%로 응답하였다. 지역 내 주말 스포츠 리그나 가족 단위 야외활동 프로그램, 청년층을 위한 다양한 동호회 활동 프로그램 개발을 마련하여 지역의 사람들이 타인과 함께 즐길 기회를 제공하여야 할 것이다.

- (연령대) 연령대별로 타인과 함께 즐기는 활동에 대한 긍정적 평가는 30세~34세는 80.6%, 25세~29세는 78.5% 순으로 응답하였다.
- (시군 거주지) 시부 거주자 78.9%, 군부 거주자 56.8% 순으로 타인과 함께 즐기는 활동에 대한 긍정적 평가를 하였다.
- (결혼유무) 기혼 74.4%, 미혼 72.4% 순으로 타인과 함께 즐기는 활동에 대한 긍정적 평가를 하였다. 기혼자가 미혼자 보다는 타인과 함께하는 활동을 선호하는 것으로 나타났다.

〈표 3-26〉 타인과 함께 즐기는 활동 선호도

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 전체 | 전혀 그렇지않다 | 그렇지않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|-----------|---------|------------|-------------|----------|-----------|-----------|-----------|
| 전체 | | 758(100.0) | 10(1.3) | 37(4.9) | 150(19.8) | 349(46.0) | 212(28.0) |
| 성별 | 남성 | 266(100.0) | 6(2.3) | 13(4.9) | 51(19.2) | 120(45.1) | 76(28.6) |
| | 여성 | 492(100.0) | 4(0.8) | 24(4.9) | 99(20.1) | 229(46.5) | 136(27.6) |
| 연령대 | 19세~24세 | 127(100.0) | 7(5.5) | 10(7.9) | 31(24.4) | 48(37.8) | 31(24.4) |
| | 25세~29세 | 265(100.0) | 1(0.4) | 10(3.8) | 46(17.4) | 141(53.2) | 67(25.3) |
| | 30세~34세 | 263(100.0) | 1(0.4) | 9(3.4) | 41(15.6) | 126(47.9) | 86(32.7) |
| | 35세~39세 | 103(100.0) | 1(1.0) | 8(7.8) | 32(31.1) | 34(33.0) | 28(27.2) |
| 시군 거주지 | 시부 | 591(100.0) | 5(0.8) | 19(3.2) | 101(17.1) | 297(50.3) | 169(28.6) |
| | 군부 | 167(100.0) | 5(3.0) | 18(10.8) | 49(29.3) | 52(31.1) | 43(25.7) |
| 결혼 유무 | 기혼 | 155(100.0) | 0(0.0) | 6(3.8) | 37(23.7) | 68(43.6) | 45(28.8) |
| | 미혼 | 602(100.0) | 10(1.7) | 31(5.1) | 113(18.8) | 281(46.7) | 167(27.7) |

제3절 인터뷰 결과

■ 문화예술 관람활동

- (시설 부족) 문화예술 활동에서 가장 많았던 ‘영화관람’의 경우, 군지역의 경우 시설없음(멀티플렉스관 없음 등)으로 영화관람도 쉽지 않은 경우가 존재하였다. 따라서 타 지역까지 이동하는 어려움이 존재하였다.
- (낮은 퀄리티) 전시 및 공연을 보기 위해 서울 및 경기, 또는 대전, 전주 등 인근 대도시 등에서 향유하는 것으로 나타났다. 이 유는 지역공연에 대해서는 수준(퀄리티)이 낮고, 지역주민 전체를 위한 공연으로 흥미가 떨어진다고 판단하였다.
 - * 보령시가 추진하는 지역기업과 협력공연 등에 대해서 긍정적인 평가가 있었다.
- (뮤지컬) 공연의 경우, 퀄리티 있는 서울뮤지컬²¹⁾, 락페스티벌 등 콘서트에 대한 관심이 높았고, 또한 팝업과 같은 전시회 개최, 현재 지역의 박물관 등 전시공간의 환경개선(프로그램)의 필요성을 제기하였다.

21) 서울공연장에서 펼쳐지는 무대 및 출연진의 공연을 의미하는 표현으로, 수준이 높은 공연을 선호

■ 문화예술 참여활동

- **(콘텐츠 없음)** 공통적으로 악기연주 등 참여관심이 높았으나, 배울 수 있는 프로그램과 공간이 부족하며, 또한 청년들이 참여할 수 있는 프로그램(심화과정, 청년동호회)와 시간대(거의 낮 시간)가 없다고 느끼고 있다.
- **(지역불균형 심각)** 군지역의 경우, 피아노 강습도 불가능한 경우가 존재하였고, 지역네트워크(교회 및 귀촌인 등)를 통한 문화활동이 이루어지고 있었다.
- **(공간과 프로그램의 필요)** 공통적으로 원데이클래스 및 심화과정 개설, 악기연습 등 공간조성 및 개방(24시간, 주말) 등을 원하고 있었다. 군지역의 경우, 기본적인 참여활동(피아노, 기타)이 개설되지 않아 인력발굴과 프로그램 개발이 요구된다.
- **(동호회 진입장벽)** 지역에 평생교육시설 등 악기동호회(기타) 등이 존재하지만, 중장년들을 대상으로 한 경우가 대부분으로 청년들이 참여하기가 어려움을 토로하였다.

■ 스포츠 관람활동

- **(시설 부재)** 지역에 직접 관람할 수 있는 경기장이 없어 TV 관람한다. 직접 관람할 경우, 친구들과 주말 수도권(또는 대전 등)에서 관람 및 친구만나기, 쇼핑 등 같이 하는 편으로 나타났다.
- **(지역연고팀 필요)** 관람 활동이 부진한 것은 지역에 스포츠게임(야구, 축구 등)이 열리지 않고, 수도권 등 시간과 비용을 들일 수밖에 없는 상황으로 만약 지역 연고팀이 있다면 관람하겠다는 관심을 표명한 청년들이 많았다.

■ 스포츠 참여활동

- **(개인운동 선호)** 단체운동보다 개인운동을 선호하였고, 이는 운동을 통한 친목도모 등보다는 개인적 재충전의 시간으로 생각하는 의견이 강했다.
- **(운동공간 부족)** 시간대와 공간이 다양하지 않아, 조깅, 수영, 필라테스 등 쉽게 할 수 있는 개인운동 역시 충분히 할 수 없다고 느낀다. 특히 군지역에서는 지역 내 조깅공간 없음(밤 시간 어려움)과 과도한 관심 등으로 타 지역에서 하는 경우가 있었다.
- **(단체운동 어려움)** 단체활동은 친목 등이 아닌 개인취향적인 요소가 강하였고, 청년들에게 인기 있는 풋살 등 단체운동의 경우 지역내 시설부족으로 제대로 할 수 없다고 호소하였다.
 - * 예시) 풋살의 경우 2시간 대기, 10분 경기한다고 함

■ 관광활동

- **(여행 선호)** 정기적으로 국내·외 여행을 하고 있지만, 충남(지역) 여행, 축제, 놀이공원에 대한 관심에 없다고 밝혔다.
- **(접근성 개선)** 충남 여행을 하기 위한 인프라 구축이 필요하다. 글램핑, 캠핑 등 시설 확충, 교통접근성 제고 등이 필요하다. 교통접근성의 경우, 예를 들어 대중교통 향상, 공유자전거 조성 등을 제시하였다.

■ 취미활동

- (SNS 선호) SNS를 선호하는 이유는 다른 취미 활동이 SNS 보다 재미가 없기 때문이라는 의견을 이야기했다.
- (기본적인 취미공간 없음) 군지역의 경우, 서점도 없는 경우가 있어 기본적인 공간적 부재가 큰 것으로 나타났다.
- (복합문화공간 필요) “핫플레이스가 거의 없지만, 카페 등 핫플레이스가 생기면, 1번 정도 가고 마는 경우가 많다. 단독으로 있는 핫플레이스의 한계라고 생각한다. 거점으로 다양한 경험거리(쇼핑, 관광, 취미활동 등)을 구축하면 좋을 것 같다. 예를 들어 교보문고 핫OO 등 있었으면 좋겠다.”는 의견을 피력했다.

■ 사회활동

- (친구끼리 동호회 관심) 주로 친구들을 만나거나 지역 내 동아리 활동을 하기도 한다. 그러나 동아리를 하고 싶지 않은 이유는 새로운 관계를 형성하는 것이 싫고, 하고 싶은 것이 있으면 동아리를 주변 친구들과 만들어서 하고 싶어한다. 새로운 사람과의 교류에 대한 걱정이 있고, 낯선 곳(고향이 아닌 타지)에서 만난 사람을 신뢰하지 못하는 경향이 나타났다.
- (만남의 파티) 지난 겨울 청년네트워크 파티로 80여명이 모였다. 이런 걸 보면 새로운 사람은 지역에서 만나기 쉽지 않지만, 방식을 잘 몰라서 그렇지 않을까 하는 의견도 있었다.
- (정보전달) 사회(봉사)활동의 경우 적극적인 정보 공지(플랫폼)이 필요하고, 대학생들에게 인센티브가 있으면 좋겠다는 의견이 있었다.

■ 기타 의견

- **(소규모·개방적인 문화공간)** 문화공간이 소규모로 동네마다 조성되기를 희망하고, 관 중심의 교육이 아닌 민간에서 자발적으로 만들어지는 공간과 프로그램이었으면 좋겠다는 의견이 있었다. 특히 직장인 등은 주중에 공공기관의 장소는 활용하기 어려움이 있어, 주말과 야간시간에도 개방한 공간에 대한 의견이 있었다.
- **(소소한 팝업)** 지역에 유명한 관광명소는 있지만 문화체험할 공간은 적다. 또한 전시공간도 꽤 있는데, 소소한 문화활동을 할 수 있는 프로그램(기획전, 이벤트)과 인력이 있었으면 하는 의견이 있었다.
- **(제한없는 청년지원)** 문화패스 등이 활성화 되었으면 한다. 그런데 여러 청년지원 등은 가족소득 등 제한이 있어서 실제 지원받을 수 있는 청년들이 적다는 의견이 있었다.



[그림 3-1] 지역별 청년 간담회

제4절 시사점

1. 문화활동 현황과 수요

■ (문화예술 관람)

“영화관람만 아니라, 수준 있는 공연과 전시회를 보고 싶다”

- (현황) 영화관람 55.4%, 박물관 14.4%, 공연관람 14.1%
- (수요) 공연관람 35.8%, 전시회 관람, 25.2%, 영화관람 18.1%
- (이유) 청년들이 쉽게 접할 수 있는 영화관람 보다 다양한 예술 형식을 경험하고, 공연과 전시회처럼 직접적으로 경험하는 관람 활동은 청년들의 퀄리티에 대한 만족을 준다.

■ (문화예술 참여)

“참여하지 않지만, 실제 악기와 미술을 해 보고 싶다”

- (현황) 해당사항 없음 27.8%, 사진촬영 23.5%, 노래 19.3%,
- (수요) 악기연주 28.8%, 미술활동 22.9%, 사진촬영 15.9%
- (이유) 현재 청년들은 문화예술 활동에 참여하고 있진 않지만, 앞으로 취미 또는 자기개발을 위하여 여러 활동을 하고 싶은 것으로 확인되었다. 활동할 공간과 본인과 시간대가 맞는 프로

그램, 전문 강사들 부족의 이유 등으로 활동의 어려움을 가지고 있다.

■ (스포츠 관람)

“주로 집에서 TV로 보지만, 경기장에서 직접 보고 싶다”

- (현황) TV 시청 49.2%, 해당사항 없음 21.6%, 온라인게임 경기 관람 21.4%, 경기장 관람 7.8%
- (수요) 경기장 관람 53.8%, TV시청 17.4%, 온라인게임 경기 관람 15.3%, 해당사항 없음 13.5%
- (이유) 충남에는 전국적인 규모의 스포츠 경기가 자주 열리는 대형 경기장이 다른 지역에 비해 상대적으로 부족하기에 청년들이 경기를 직접 관람하는 데 어려움이 있다. 또한 늦은 시간에 경기가 끝날 경우 귀가하는 교통편이 어렵거나 불편할 수 있어 온라인 또는 TV 중계를 보는 비율이 높다.

■ (스포츠 참여)

“개인운동을 더 좋아하지만, 기회가 된다면 같이 뛰어보고 싶다”

- (현황) 실내 개인 운동 33.1%, 실외 개인 운동 28.5%, 해당사항 없음 16.1%, 실내 단체 운동 13.7%, 실외 단체 운동 8.6%
- (수요) 실내 개인 운동 27.7%, 실내 단체 운동 25.9%, 실외 개인 운동 23.3%, 실외단체 운동 16.9%, 해당사항 없음 6.1%
- (이유) 운동에 대하여 청년들은 친목의 시간보단 개인 재충전으로써 시간인식을 하고 있다. 따라서 단체운동보다는 유연하게

시간관리가 가능한 개인 운동을 더 선호하는 경향이 있는 것으로 확인되었다. 그럼에도 불구하고 기회가 있다면 타인과의 협력을 통한 사회적 교류와 소속감 등을 이유로 단체 운동을 하고 싶어 하는 의견도 나타났다.

■ (관광활동)

“충남을 여행하고 싶지만, 하기 어렵다”

- (현황) 여행 38.3%, 지역축제 19.0%, 놀이공원/동·식물원 15.8%, 캠핑 17.7%, 해당사항 없음 9.2%
- (수요) 여행 30.2%, 캠핑 28.9%, 놀이공원/동·식물원 20.5%, 지역축제 18.2%, 해당사항 없음 2.2%
- (촉진) 여행은 청년들의 문화활동으로, 충남의 정주성을 높이기 위해서는 충남내 여행 촉진사업 등의 고려가 필요하다.

■ (취미활동)

“더 이상 SNS 말고, 카페도 가고 나만의 독서와 요리도 하고 싶다”

- (현황) SNS가 44.2%, 핫플레이스 방문 16.5%, 독서 13.1%, 쇼핑 8.6%, 요리 8.0%, E게임 7.0%, 해당사항 없음 2.6%
- (수요) 핫플레이스 방문 25.5%, 쇼핑 20.7%, 독서 17.3%, 요리 17.2%, SNS 11.4%, E게임 5.4%, 해당사항 없음 2.5%
- (촉진) 청년들은 취미활동으로 SNS를 가장 많이 하고 있으나, 여건이 된다면 다양한 활동을 하고 싶어 한다. 이를 촉진하기 위해 선 민간주도·소규모·개방적 복합문화공간 등의 고려가 필요하다.

■ (사회활동)

“취향이 같은 새로운 친구들과 교류하고 싶다”

- (현황) 친구 만나기가 57.3%, 동호회, 동아리 활동 16.4%, 종교 활동 11.2%, 해당사항없음 10.0%, 사회봉사 활동 5.1%
- (수요) 동호회, 동아리 활동이 33.3%, 친구 만나기 26.2%, 사회봉사활동 21.8%, 종교활동 10.9%, 해당사항 없음 7.8%
- (촉진) 청년의 연령이 높아질수록 청년들의 수요는 친구만나기 활동에서 동호회 활동으로 변화되는 것을 확인할 수 있었다. 따라서 청년들의 지역정착을 위한 방안으로서 동호회 활성화 방안 모색이 필요하다.

2. 문화활동 접근성

■ (문화활동 접근성) 도시청년(시부)보다 농촌청년(군부)은 매우 부족하다고 느끼며, 군 거주 청년의 문화적 소외를 개선하기 위한 균형발전 전략 절실하다.

- (문화시설) 시부 만족 65% vs 군부 만족 19.8%
- (문화기회) 시부 만족 58.2% vs 군부 만족 20.4%
- (문화프로그램) 시부 만족 57.9% vs 군부 만족 18.6%
- (정보전달) 시부 만족 65.5% vs 군부 만족 22.2%
- (교통접근성) 시부 만족 66.2% vs 군부 만족 23.4%

■ (35~39세) 특히 35~39세의 청년들은 낮은 문화적 만족감을 경험하고 있다. 생애주기별 대응책이 필요하다.

- (문화시설) 평균 만족 45% vs 35~39세 만족 28.2%
- (문화기회) 평균 만족 49.9% vs 35~39세 만족 36.9%
- (문화프로그램) 평균 만족 49.2% vs 35~39세 만족 31.1%
- (정보전달) 평균 만족 55.9% vs 35~39세 만족 33.1%
- (교통접근성) 평균 만족 56.1% vs 35~39세 만족 38.1%
- (촉진) 35~39세 청년들은 아이가 있는 경우가 많아, 다른 연령대에 비하여 육아 때문에 문화 활동에 어려움이 있다. 이를 해소하기 위하여 성인이 취미활동을 즐길 수 있도록 아이 돌봄 서비스의 확대 24시간 및 야간 보육 지원 등 고려가 필요하다.

3. 문화활동 선호

■ (만족도) 도시청년(시부)보다 농촌청년(군부)이 여가·문화활동에 대하여 낮은 만족감을 가지고 있다.

- 시부 긍정 65.5% vs 군부 긍정 24.0%
- (촉진) 일률적인 여가·문화 프로그램이 아닌 지역(시·군)에 맞춰 다양하고 차별적으로 청년들의 만족감을 향상시킬 수 있는 프로그램을 구축해야 한다.

■ (35~39세) 참여율과 만족도가 비례하지 않는다.

- 문화활동 참여 78.7%, 긍정적 37.9%(vs 평균 56.7%)
- (촉진) 35~39세의 문화활동의 높은 참여율에 비하여 만족도는 다소 낮은 것으로 확인되었다. 이를 해결하기 위해 연령층별 니즈 파악이 우선되어야 한다.

■ (동적활동·타인과 활동) 정적인, 혼자만의 문화활동이 아닌 타인과 함께 즐기는 활동 선호한다.

- (동적활동) 응답청년의 74.4%가 동적활동 긍정응답
- (타인과 함께활동) 응답청년의 74.0%가 동적활동 긍정응답
- (촉진) 타인과 함께 즐기는 동적활동을 활성화 할 수 있는 방안 모색이 필요하며, 지역 청년 네트워크 활성화도 적극적으로 모색되어야 한다.

제 4 장

청년문화 사례분석

1. 정책사업
2. 사례분석
3. 시사점

제1절 정책사업

1. 전국 지자체

■ 개요

이 장에서는 청년문화 활성화를 위해 공공에서는 어떤 사업과 역할을 하고 있는지 검토한다. 우선 전국 지자체에서 추진되는 청년문화사업을 분석하기 위해 고용노동부의 온라인 청년센터 정보를 활용하였다. 앞서 언급한 것과 같이 중앙정부에서는 문화와 복지를 하나의 정책분야로서 분류하기 때문에 정보검색 역시 복지·문화분야 하위범주인 ‘문화·예술’분야로 실시하였다²²⁾. 결과, 중앙부처를 제외한 지역별 검색결과, 전국 17개 광역지자체에서 총 30개의 청년 문화·예술정책 사업을 운영 중인 것으로 나타났다. 지역별로는 경남이 11개로 가장 많으며, 다음으로 서울이 5개이며, 나머지 지역은 2개 또는 1개의 사업 순으로 확인되었다.

〈표 4-1〉 전국 청년 문화예술 정책사업 현황

| 구분 | 사업명 | 내용 | 주관기관 |
|----|----------|---|------------|
| 서울 | 서울청년문화패스 | ○ 사회에 첫 발을 내딛는 20세~23세 청년들에게 연극, 뮤지컬, 클래식·오페라, 발레·무용, 국악, | 서울특별시 문화본부 |

22) 온라인 청년센터(youthcenter.go.kr)는 고용노동부 산하 한국고용정보원이 운영하고 있으며, 기능중 하나인 맞춤 정책 검색을 하였다. 유형은 5개 정책 유형, 즉 일자리 분야, 주거분야, 교육분야, 복지·문화분야, 참여·권리분야이며, 복지·문화 분야 정책의 하위 범주인 ‘문화·예술’분야 정책을 검색하여 정리하였다(2024.6.28. 검색).

| 구분 | 사업명 | 내용 | 주관기관 |
|------------|----------------------|---|----------------------------------|
| | | 전시 관람 기회를 제공하고 문화예술분야 활성화를 위해 문화이용권을 지원하는 사업 - 공연과 전시 관람에 사용할 수 있는 1인당 연간 20만원 상당의 문화이용권(카드) 지급 - 카드 발급일로부터 2024. 12. 31.까지 | 문화정책과 시민문화팀 |
| 서울 | 청년예술청 운영 | ○ 예술활동 진입단계 청년예술인이 경력 및 장르의 구분 없이 직접참여, 지원하는 미래창작준비 플랫폼 조성 - 창작활동 관련 공간이용 및 프로그램 지원 | 서울시청 문화예술과 |
| 서울 강동구 | 강동청년축제 | ○ 강동구만의 특성있는 청년문화 조성 및 활성화 - 포럼/강연/문화예술 등 다양하게 즐길 수 있는 행사 및 프로그램 제공 | 강동구청 기획경제국 일자리정책과 청년정책팀 |
| 서울 성동구 | 청년(현역병) 문화체육활동 지원 | ○ 국가 안보를 위해 애쓰는 현역병의 문화체육활동지원비를 지원 사업 - 문화체육활동비 5만원(연 1회) | 성동구청 교육지원과 교육정책팀 |
| 서울 성동구 | 성년출발지원금 지원(성동구) | ○ 사회에 첫발을 내딛는 만 19세가 되는 청년들에게 사회적 책무에 대한 고찰을 할 수 있도록 문화체육활동 및 자기계발비 등으로 사용할 수 있는 바우처 카드 지원 | 성동구청 아동청년과 청소년팀 |
| 부산 해운대구 | 청춘남녀 해운대랑데부 | ○ 청년간 만남과 교류의 장을 제공함으로써 청년간 유대감을 증진하고 지역의 우수한 문화생활여건을 소개함으로써 청년층의 생활인구 유입 및 지역정착을 촉진하기 위한 사업 - 청년 간 소통, 조별미션, 맛집투어, 요트체험, 모채축제 관람 등 - 참가비 무료 | 부산해운대구청 |
| 인천 | 인천형 천원의 아침밥 지원 | ○ 대학생 대상 아침밥 먹는 문화 확산 및 쌀 소비 촉진학교 및 정부지원으로 대학생에게 아침밥을 1천원에 제공 - 아침식사 1,000원으로 제공 | 인천광역시 농축산과 |
| 인천 | 제물포지하상가 청년특화 공간 | ○ 청년들의 문화적 갈증 해소와 지하도 상가 활성화를 위해 제물포 지하도상가에 청년 문화공간을 운영 ○ 제물포 지하도상가 청년복합커뮤니티 문화 공간 운영 ○ 미디어 아트 전시 공간 및 공연 무대 운영 | 인천시설 관리공단 상가주차 사업단 |

| 구분 | 사업명 | 내용 | 주관기관 |
|-----------|------------------------------------|---|------------------------|
| 울산 | 울산 동구 청년스태이지ON 운영(대관) | ○ 울산 동구 청년 문화예술 거점공간 청년스태이지ON 대관 | 울산시 동구 일자리 정책과 |
| 울산 | 울산 동구 청년 문화예술 네트워크 참가자 모집 | ○ 울산 동구 청년 문화예술활동가들의 네트워크, 문화예술 정책연구 및 모니터링 등의 기회 제공 | 울산광역시 동구청 일자리정책과 |
| 경기 평택시 | 평택시 미디어크리에이터 모집 | ○ 평택시의 문화, 지역, 여행, 사람등의 주제에 대해서 미디어콘텐츠제작을 지원 - 평택의 문화·지역·사람 등 평택시의 따뜻한 이야기 발굴소개 - 생활정보, 문화, 교육, 여행 등 다양한 콘텐츠 제작 - 평택의 이모저모 홍보사항 콘텐츠 기획 및 출연 - 홍보 아이디어 제안 등 | 경기도 평택시 |
| 경기 안성시 | 청년예술인지원사업 (안성시) | ○ 청년예술인을 비롯한 지역 예술인의 다양한 문화예술 활동 기회를 지원(1개팀 최대800만원 내외 지원) | 경기도 안성시 |
| 강원 | 청년예술인-아동청소년 교육이음 사업 참여예술인 공모 | ○ 강원문화재단은 청년예술인의 사회적 역할과 가치확산 및 예술가와 사회의 상호협력을 통해 인구과소지역 아동·청소년의 문화향유 기회 확대를 위해 2024년도 청년예술인-아동청소년 교육이음사업 추진 - 참여예술인 1인당, 총 280만원, 매월 140만원씩 지원(활동기간 2개월) | (재)강원 문화재단 |
| 충남 | 충남 청년 뮤직 페스타 | ○ 밴드, 댄스 등 청년예술인 공연 팀을 선정하여 충남 순회 버스킹 콘서트 - 청년예술인 공연기회 제공 | 충청남도 문화정책과 |
| 충남 논산시 | 논산시 청년결혼축하금 지원사업 | ○ 청년들의 경제적 부담완화 및 지역에 정착하는 기회제공과 건전한 결혼문화 확산 - 1부부당 700만원 지원(분할지급) | 논산시 인구청년교육과 |
| 전남 | 2024년 전남청년 문화복지카드 지원사업 | ○ 전라남도예 거주하는 청년을 대상으로 공연관람, 학원수강, 도서구입 등을 위한 문화복지비(연 25만원)를 지원 | 전라남도 청년희망과 청년지원팀 |
| 경북 울진군 | 2024 청년커뮤니티 지원사업 참여자 모집 | ○ 청년의 능동적이고 자율적인 사회참여를 활성화하고, 창의적인 청년 활동을 지원하여 활력있는 청년문화를 조성하고 사회적 관계망 확장을 위한 네트워킹 활성화 - 지원분야 : 재능기부, 자기계발 및 스펙업, 자원봉사 등 관심 분야 | 울진군 일자리경제과 |

| 구분 | 사업명 | 내용 | 주관기관 |
|-----------|--|--|-------------------------------|
| 경남 | 경남 생활문화동호회 활성화 지원 사업 | ○ 경남도민들이 일상에서 누리는 생활문화 환경을 조성하고 생활문화 활동 확산 | 경상남도 문화예술과 |
| 경남 | 경남 지역문화탐구소 교육생 모집 | ○ 지역에 거주하며 지역 문화를 바탕으로 다양한 활동을 전개해 나가는 문화 활동가 양성 교육 - 지역문화와 관련한 다양한 교육 진행 및 그룹별 지역 탐구과제 · 문화사업 기획 · 경남권 문화 활동가와의 네트워킹 등 | (재)김해 문화재단 지역문화탐구소 |
| 경남 창원시 | 창원시 청년예술인 창작공간 입주예술인 공모 | - 모집분야 : 시각예술(회화, 설치, 사진, 공예, 미디어아트, 만화 등) - 합성동 지하상가 내 창작공간 제공(임차료 및 관리비 지원) - 시민체험(교육)프로그램 운영 - 원도우갤러리 전시 및 성과 전시회 개최(전시공간 제공) | 창원시 |
| 경남 창원시 | 1인가구지원 '1로 ON나' | ○ 1인가구의 사회적 관계망 형성과 삶의 질 향상을 위한 교육, 문화 프로그램 | 창원시마산 가족센터 |
| 경남 하동군 | 하동군 청년 여가활동비 지원사업 | ○ 하동군 거주 청년들의 문화 및 여가생활 및 역량계발을 지원 - 지원내용 : 도서, 자격증, 어학, 문화, 예술 등 2024년 지출한 여가활동비 지원 | 하동군청 |
| 경남 진주시 | 진주문화관광재단 청년문화 정책협력단 모집 | ○ 진주시 관내 청년 인구 정주 확산과 청년 문화정책 발굴 및 교류·네트워크 형성을 위한 청년문화정책협력단 - 운영방법 : 청년문화정책협력단 협의회 2회 운영 (상·하반기) | 진주문화관광 재단 정책기획팀 |
| 경남 통영시 | 통영시 T-콘텐츠 활성화 사업 공모 | ○ 통영 지역 문화예술인 능력 배양을 통한 지속가능한 문화관광도시 콘텐츠 발굴 | 통영시청 문화예술과 |
| 경남 의령군 | 의령군 청년부부 웨딩촬영비 지원사업 | ○ 결혼친화적 사회환경 조성 및 결혼 장려 문화 확산 | 의령군 소멸위기대응 추진단 청년정책팀 |
| 경남 사천시 | 사천 문화기획자 아카데미 교육생 모집 | ○ 사천을 기반으로 활동할 문화인력 발굴 및 전문인력 육성 - 문화기획·지역문화 이론, 현장 답사, 프로젝트 기획·실습 등 | 사천문화재단 문화사업팀 |
| 경남 창원시 | 창원시 청년예술인 창작공간 문화예술교육프로 그램 수강생 모집 | ○ 창원시 청년예술인 창작공간 문화예술교육프로그램 - 패브랙공예, 비즈공예, 가죽공예, 미술 | 창원시 문화예술과 문화예술진흥팀 |

| 구분 | 사업명 | 내용 | 주관기관 |
|-----------|---------------------------------|--|------------------------|
| 경남 창원시 | 창원특례시 문화여권 등록(창원 청년 프로젝트) | ○ 창원특례시 청년들의 문화생활에 활기를 더해주기 위한 여권 형태의 문화스탬프투어 - 매월 창원시 청년 문화행사 안내 - 스탬프 수집시 추첨/확정 상품 증정 이벤트 진행 | 아트영포엠/ 창원청년 비전센터 |
| 제주 | 2024년 제주 청년 작가전 추진 | ○ 지역 미술문화의 창조적 발전을 이끌어 나갈 제주청년작가들의 새롭고 다양한 조형 언어를 수용하여 제주미술의 미래 견인 - 제주 미술을 이끌어갈 차세대 작가 발굴 및 소개하는 전시 개최 - 문화예술기관과의 상생 협력을 통해 청년작가의 지속 가능한 창작기반 구축 - 청년작가의 창작 및 전시 활동을 지원할 작가 인큐베이팅 프로그램 운영 | 문화예술진흥원 |
| 제주 | 2024 청년예술 활동 지원사업 아트노크 | ○ 다양한 문화예술분야의 참여기회 제공 및 활동지원으로 제주형 청년문화사업 조성 | 제주문화예술재 단 예술지원팀 |

자료: 온통청년(검색일: 2024. 05. 07) 재정리

■ 사업분석

위의 정책사업을 연구의 목적인 청년의 문화향유·문화참여·문화생산으로 재
분류하였다. 아침밥 제공, 결혼주선 등 이 연구범위에 맞지 않은 사업(10건)을
제외, 총 20건 정책사업이 분류되었다. 현재 검토된 20개의 정책사업은 문화
향유는 5건, 문화생산은 9건, 문화참여 6건의 사업으로 분류가능하였다.

각 사업을 내용적으로 분류하면, 문화향유사업(5)의 경우, 문화바우처는 2건,
문화행사는 3건이었다. 문화생산사업(9)의 경우, 전문예술인 대상사업은 5건,
일반청년 대상사업은 4건이었다. 특징적으로 일반청년을 대상으로 한 사업 중
이중 공간연계 사업은 3건으로 확인되었다. 문화참여사업(6)의 경우, 크리에이
터(또는 문화기획자) 양성사업 3건, 문화예술교육 1건, 커뮤니티(동아리) 지원
사업은 2건으로 나타났다.

〈표 4-2〉 전국 청년문화 사업리스트

| 구분 | 지역 | 사업명 | 특징 |
|-------------|--------|-------------------------------|---|
| 문화향유 (5) | 서울 | 서울청년문화패스 | ○ 문화이용권(카드) 지급 |
| | 충남 | 충남 청년 뮤직 페스타 | ○ 버스킹 콘서트 및 청년예술인 공연기회 제공 |
| | 경남 창원시 | 창원특례시 문화여권 등록 | ○ 문화행사 연계 이벤트 |
| | 서울 강동구 | 강동청년축제 | ○ 포럼/강연/문화예술 등 행사 및 프로그램 제공 |
| | 전남 | 2024년 전남청년 문화복지카드 지원사업 | ○ 문화복지비 |
| 문화생산 (9) | 서울 | 청년예술청 운영 | ○ 예술활동 진입단계 청년예술인 등 창작활동 관련 공간이용 및 프로그램 지원 |
| | 인천 | 제물포지하상가 청년특화 공간 | ○ 지하도상가 청년복합커뮤니티 문화 공간 운영 |
| | 울산 | 울산 동구 청년스테이지ON 운영(대관) | ○ 청년 문화예술 거점공간 |
| | 제주 | 2024 청년예술 활동 지원사업 아트노크 | ○ 예술인 참여기회 제공 및 활동지원 |
| | 울산 | 울산 동구 청년 문화예술 네트워크 참가자 모집 | ○ 문화예술활동가들의 네트워크, 문화예술 정책연구 및 모니터링 등의 기회 제공 |
| | 경기 안성시 | 청년예술인지원사업 | ○ 지역 예술인의 다양한 문화예술 활동 기회 지원 |
| | 강원 | 청년예술인-아동청소년 교육이음 사업 참여예술인 공모 | ○ 청년예술인의 사회적 역할과 가치확산 및 예술가와 사회의 상호협력을 통해 인구과소지역 아동·청소년의 문화향유 기회 확대 |
| | 경남 진주시 | 진주문화관광재단 청년문화 정책협력단 모집 | ○ 일반청년 대상으로 청년 문화정책 발굴 및 교류·네트워크 형성 |
| | 제주 | 2024년 제주 청년 작가전 추진 | ○ 제주청년작가들을 위한 전시전 |
| 문화참여 (6) | 경기 평택시 | 평택시 미디어크리에이터 모집 | ○ 평택시를 주제로 한 미디어콘텐츠제작 지원 |
| | 경남 | 경남 지역문화탐구소 교육생 모집 | ○ 지역 문화 활동가 양성 교육 |
| | 경남 사천시 | 사천 문화기획자 아카데미 교육생 모집 | ○ 문화인력 발굴 및 전문인력 육성 |
| | 경북 울진군 | 2024 청년커뮤니티 지원사업 참여자 모집 | ○ 청년문화를 조성하고 사회적 관계망 확장을 위한 네트워킹 활성화 |
| | 경남 | 경남생활문화동호회활성화지원사업 | ○ 생활문화 환경조성 및 생활문화 활동 확산 |
| | 경남 창원시 | 창원시 청년예술인 창작공간 문화예술교육프로그램 수강생 | ○ 창원시 청년예술인 창작공간 문화예술교육프로그램 |

■ 사업사례 분석

문화향유사업 중 대표적인 사업은 축제이었다. 이 중 ‘충남 청년 뮤직 페스타’를 소개한다. 충남 청년뮤직 페스타는 충남도의 보조사업으로 진행되었고 청년뮤지션의 설 자리 제공 및 시군 문화 격차 해소 등을 목적으로 하였다. 컨셉은 바퀴달린 유랑단으로 충남의 다양한 곳에서 공연하는 프로젝트로서 진행하였다. 23년의 경우, 8월 만리포 해수욕장, 9월 아산시 곡교천 캠핑장 등, 10월 공주, 부여 대백제전, 10월 논산 강경 젓갈축제 등 주요 관광지 추진되었고, 총 10회의 행사로 진행하였다. 청년뮤직페스타에 참여한 뮤지션은 오디션을 통해 21개팀을 선정하였다. 관객의 68%는 충남도민으로, 연령은 30대(31%), 40대(35%)로 나타났으며, 문화예술향유의 기회와 예술인 활동에 기여한 사업으로 평가하였다(98%)²³⁾.



자료: 시티저널(2023.9.12.) 등 인터넷자료

[그림 4-1] 충남 청년뮤직 페스타 현장

23) 2023년 청년뮤직페스타 실적자료(내부)

또한 창원특례시 문화여권 사업은 창원 거주 청년들을 대상으로, 여권크기와 동일하게 제작된 문화 여권으로 공연 및 전시 등을 다시면 스탬프를 주고, 누적 횟수별로 리워드를 주는 방식이다. 문화여권은 지역의 16개의 청년문화예술단체가 자문단체로서 협력하는 특징을 가지고 있다.



자료: 창원특례시 문화여권(<https://sites.google.com/view/c-passport/>) 발췌

문화생산사업의 경우, 전문예술인 지원과, 문화예술에 대한 관심을 가진 청년을 대상으로 사업이 진행되고 있었다. 문화예술 관심 청년을 위한 사업은 문화공간 구축과 연결이 되는데, 서울시의 청년예술청의 경우, 청년을 연령이나 경력(전공자), 장르의 경계를 가지지 않는 특징을 가진다. 공간 이용은 월요일 휴무이며, 화~일요일까지 13:00~22:00까지 운영되며, 카페형 공유오피스(음료 제공), 음악, 전시, 공연 등 다용도 공간 등 6개 공간으로 사용할 수 있다.



자료:서대문구청 공식 블로그 등 인터넷자료

[그림 4-2] 서울시 예술청

인천의 지하상가 청년 특화 공간의 경우, 유동인가 많았던 지하상가로, 시설 관리공단이 리모델링하여 2022년 2월 개장하였다. 특화공간은 쇼핑구역 외, 포토스튜디오, 스터디룸, 무대, 스튜디오, 댄스실 등 종합문화공간으로 구성되었다. 그럼에도 제물포역의 유동 인구가 적어서 유입 인구가 적고, 50여 개 매장 중 25개 매장 공실 등 활성화를 위한 노력이 필요한 것으로 나타났다.



자료: 인천IN.COM(2023.6.26.) 등 인터넷자료

[그림 4-3] 제물포역 지하도상가 청년특화공간

문화참여사업의 경우, 크리에이터(또는 문화기획자) 양성, 문화예술교육, 커뮤니티(동아리) 지원사업으로 나타났으며, 내용적으로 교육프로그램 기반한 사업이었다. 예를 들어 창원특례시의 청년예술인 창작공간 문화예술 교육은 창원의 지하상가의 입주작가 창작공간에서 패브릭공예, 비즈공예, 가죽공예, 미술 등 교육프로그램(1~2개월)이었다.

1기 수강생 모집

청년예술인 창작공간

문화예술교육 프로그램

교육안내

- 교육장소 : 창원시 마산회원구 3·15대로 지하 758(합성동 지하상가) 입주작가 창작공간 또는 오픈 스튜디오
- 교육기간 : 2024년 5월 ~ 8월(12주) 주 1회 2시간
* 일부 강좌 6주(2회 동일과정 반복)
- 교육비 : 무상 / 재료비 별도- 강좌별 상이

신청방법

- 접수기간 : 2024. 5. 6.(월) ~ 5. 12.(일)
- 접수방법 : 창원시청 홈페이지 > 시민참여 > 온라인 신청접수 > 모집신청접수
- 신청방법 : (원칙) 1인 1강좌 추천 선정
(예외) 신청자 미달 강좌에 한하여 중복 수강 가능
- 선정일 : 2024. 5. 13.(월) / 선정자 문자 통보

| 강좌명 | 교육일시 | 교육내용 | 모집인원 | 강의실 | 재료비 |
|--|---|--|------|--------------------------|------|
| 패브릭공예 키치한 토끼 공물이 키링 만들기 6주 과정 | 5. 17. ~ 6. 21. 금 / 14:00 ~ 16:00 6. 28. ~ 8. 2. 금 / 14:00 ~ 16:00 | 재료선택, 도안그리기, 재단, 바느질을 통해 나만의 키치한 키링 만들기 - 공물이 얼굴 키링, 토끼 얼굴 키링, 입바 공물이 키링 | 4명 | made for you (L9호) | 0원 |
| 비즈공예 나만의 액세서리 만들기 6주 과정 | 5. 17. ~ 6. 21. 금 / 13:00 ~ 15:00 6. 28. ~ 8. 2. 금 / 13:00 ~ 15:00 | 원하는 디자인을 구상하고, 부자재·도구를 적절히 사용하여 나만의 액세서리 만들기 - 초카와줄이, 알렉산데라, 비즈반지, 장주반지, 토글바 목걸이, 진주 도롱 귀걸이, 키링 | 4명 | 봉쥬르 온주르 (L10호) | 2만원 |
| 가죽공예 자신 일상에 걸맞은 쉼, 가죽 제품 만들기 12주 과정 | 5. 20. ~ 8. 5. 월 / 13:00 ~ 15:00 | 가죽공예의 기본기법을 배우고, 이를 활용하여 실생활에 필요한 가죽 제품 만들기 - 티셔스트, 가죽 키링, 갑옷터, 도장케이스, 카드지갑, 아권 슬리브, 만지갑, 가죽트레이 | 4명 | 빈다미로 (L13호) | 10만원 |
| 미술 창조하는 시각의 힘의 미술 12주 과정 | 5. 15. ~ 7. 31. 수 / 19:00 ~ 21:00 | 예술적 소양을 배양하며 미술 재료의 특성을 살린 자기 표현하기 - 점토, 수채화, 오일 파스텔화, 유화, 아크릴, 세피아 | 4명 | 유람 (L14-1호) 오르스튜디오 | 4만원 |

창원특례시

[그림 4-4] 창원특례시 청년예술인 창작공간 문화예술 프로그램

2. 충남 지자체

■ 개요

충청남도 기초지자체의 청년정책의 복지·문화사업은 청년들의 생활 안정, 교육 지원, 문화 참여, 창업 및 예술 활동 지원 등 총 37개 사업이 추진되고 있다²⁴⁾. 문화분야 사업 중 문화교류 행사, 청년 독서동아리 활동 지원, 청년 아트프리마켓 등과 같이 청년들이 다양한 문화 활동에 참여 및 교류할 기회를 제공하여 청년들의 사회적 연결망을 강화하고, 창의적인 활동을 장려하는 사업들이 다수 존재하였다.

또한 창업 및 예술 활동 지원사업으로 천안시의 창조문화산업지원센터의 사업은 창업을 준비하는 청년이나 예술 활동에 종사하는 청년들에게 필요한 자원과 공간을 제공하며 이는 창업 및 예술 활동을 장려하고, 지역 경제에 활력을 불어넣는 데 기여하고 있다고 평가된다.

〈표 4-3〉 충청남도 청년정책 복지·문화분야 사업리스트

| 지자체 | 사업명 | 주요내용 | 22년 예산 | 23년 예산 |
|-----|-----------------|---|-----------|-----------|
| 천안시 | 천안시 청년기금 조성 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 천안 청년 ■ 지원내용 : 청년 생활안정, 복지증진, 능력 개발, 창업 육성 등 청년자립기반 형성과 삶의 질 향상을 위한 안정지원 확보 | 2,000 | 2,000 |
| | 천안청년센터 이름 운영 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 천안 거주·활동하는 청년 누구나 ■ 지원내용 : 청년 일자리·복지문화·정서 등 통합적 지원을 통한 청년발전 도모 <ul style="list-style-type: none"> - 취업지원패키지 운영, 청년커뮤니티 지원 - 자립기반 및 주거안정 교육, 청년역량강화 프로그램 운영 | 601 | 838 |

24) 충청남도에서 제공된 내부자료 활용

| | | | | |
|-----|-----------------------------|---|-----|-----|
| | 고립청년 자립지원 「청년나로서기」 운영 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 자립준비·쉼터 입퇴소 청년, 구 직단년 청년, 기타 경제·심리·사회적 고립청년 ■ 지원내용 : 고립청년 발굴부터 사회진출까지 맞춤형 통합서비스 제공을 통한 자립지원 강화 | - | 33 |
| | 대학 연합 문화취업박람회 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 관내 대학교, 청년 및 지역주민 ■ 지원내용 : 지역주민과 함께하는 문화행사, 대학 입시 설명회, 취창업박람회, 대학 작품 전시회 및 체험 등 축제 추진 | - | 200 |
| | 대학생 학자금 대출이자 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 본인 또는 직계존속이 천안시에 거주하는 대학생 및 졸업 후 2년 내 미취업자 ■ 지원기준 : 대출시점 소득분위 1~8분위 내 ■ 지원내용 : 한국장학재단 대출학자금의 이자 지원 | 50 | 50 |
| | 청년의 날 및 청년주간 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 천안 청년 ■ 지원내용 : 청년발전 도모를 위한 청년이 직접 기획·참여하는 축제 운영 | 10 | 8 |
| | 천안시 창조문화산업지원 센터 창업지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 천안 문화창업 지원자 ■ 지원내용 : 원도심 기반 소자본 문화창업 활성화를 위한 입주공간 및 창업지원 | 80 | 80 |
| | 창작스튜디오 운영 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 천안지역 창작자 ■ 지원내용 : 지역작가 창작공간 및 교육 운영, 우수 창작자 발굴 지원 프로그램 운영 등 | 200 | 200 |
| | 대학생 장학금 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 천안시 대학생 ■ 지원기준 : 천안시에 주소를 둔 시민 또는 그 자녀로 국내 대학 재학생 ■ 지원내용 : 성적우수자, 특기자 등 분야별 장학금 지급을 통한 인재양성 | 256 | 246 |
| | 청년독서동아리 활동 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 청년 독서동아리 ■ 지원내용 : 토론도서 지원을 통한 책 읽는 문화 확산 및 소통 활성화 | 3 | 3 |
| | 천안-아산 청년 문화교류행사 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 천안 청년문화예술인 ■ 지원내용 : 천안-아산 청년들의 교류협력 문화 행사 지원 | - | - |
| 공주시 | 공주시 군복무 청년 상해보험 가입 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 공주시에 주소를 둔 현역 군복무 청년 ■ 지원내용 : 공주시에 주소를 둔 군입대 청년을 대상으로 군 복무 중 사고발생 시 보상 지원 | 40 | 40 |

| | | | | |
|-----|-----------------------------|--|-------|-------|
| | 전입지원금 지급 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 관내 소재 대학교·고등학교 재학생 및 공공기관 근로자 ■ 지원기준 : 관외에 1년 이상 주민등록을 한 사람이 전입하는 경우 ■ 지원내용 : 전입지원금 지급(전입시 10만원, 1년 후 10만원, 학생일 경우 이후 6개월마다 10만원) | 1,000 | 1,700 |
| 보령시 | 청년 아트프리마켓 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 청년예술인 ■ 지원내용 : 청년예술인의 예술활동 및 지역 정착을 위한 보조사업 | 15 | 15 |
| | 노후 도시공원 특성화 리모델링 (청년놀이터 조성) | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원내용 : 청년층의 이용률이 높은 먹자골목 주변 음침하고 노후한 셋별공원을 청년 놀이터로 리모델링 | 200 | 858 |
| 아산시 | 청년역량강화 프로그램 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 아산시에 주소를 둔 청년 ■ 지원내용 : 문화·경제·취창업·외국어·건강 등 삶의 전 분야에 걸쳐 청년들의 니즈에 부합하는 트렌디한 프로그램 운영 | 57.6 | 57.6 |
| | 청년 마음상담 서비스 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 중간 정도의 우울증이 있어 심리 지원이 필요한 1인 가구 아산 청년 ■ 지원내용 : 전문 심리 상담가 개별 상담 진행(1인당 최대 6회) - 고위험군 청년은 아산청년마인드링크 연계 | - | 5 |
| | 청년센터 운영 (온양점, 배방점) | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 아산시에 주소를 두거나 활동중인 만18~39세 청년 ■ 지원내용 : 취업컨설팅, 독서커뮤니티, 청년클래스 운영, 공간대관 등 | 291 | 267 |
| | 청년센터 추가구축 (탕정점, 장재점) | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 만 18세~39세 모든 청년 ■ 지원내용 : 지역 청년작가 및 예술가들이 교류하며 공연할 수 있는 청년문화 전용공간 조성을 위한 탕정점과 청년인구가 가장 많은 배방점에 이어 장재점을 순차적으로 조성 예정 | 170 | - |
| | 청년독서커뮤니티 '시트러스' | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원기준 : 아산시 거주 또는 생활권 청년 ■ 지원내용 <ul style="list-style-type: none"> - 관심분야별 독서커뮤니티 활동 지원 - 시즌별 총 4~8그룹 모집 | 7 | 7 |
| | 대학가 청년문화거리 조성 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 아산시에 주소를 두거나 활동중인 만18~39세 청년 | - | - |

| | | | | |
|-----|------------------------------------|---|----|----|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원내용 : 3개 대학가(순천향대, 선문대, 호서대)에 청년 문화거리 조성 및 청년 문화 콘텐츠 운영 | | |
| 서산시 | 군복무 청년 상해보험 제도 운영 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 서산시에 주소를 둔 현역 군복무 청년 ■ 지원내용 : 군복무 중 상해 질병시 보험금 지원 | 70 | 70 |
| 논산시 | 전입대학생 생활안정지원금 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 논산시 소재 대학생 ■ 지원기준 : 전입자 중 1년 이상 거주한 자 ■ 지원내용 <ul style="list-style-type: none"> - 연 20만원 3년간 지원 - 시 운영 시설·문화예술공연 20% 할인 | 12 | 12 |
| | 4-H 경진대회 행사지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 논산시 4-H연합회 ■ 지원기준 : 논산시 4-H연합회 ■ 지원내용 : 학교 및 영농4-H 경진, 우수회원 표창, 화합의시간 등 | 5 | 10 |
| | 보호종료아동 맞춤형 사례관리비 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 보호종료아동 ■ 지원기준 : 보호종료 후 5년 이내 아동(만 18세~24세) ■ 지원내용 : 50만원/1회(최대2회) <ul style="list-style-type: none"> - 주거비, 심리상담, 취업, 의료비 등 지원 | 6 | 20 |
| | 보호종료아동 학원비 및 훈련장려 수당 등 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 보호종료아동 ■ 지원기준 : 보호종료 후 5년 이내 아동(만 18세~24세) ■ 지원내용 : 1인당 3백만원 <ul style="list-style-type: none"> - 교육기간 중 학원비, 훈련 장려수당 등 지원 | 9 | 30 |
| | 보호종료아동 자립수당 추가지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 보호종료아동 ■ 지원기준 : 보호종료 후 5년 이내 아동(만 18세~24세) ■ 지원내용 : 10만원/월 <ul style="list-style-type: none"> - 생활에 필요한 자립비용 지원 | 28 | 46 |
| 계룡시 | 계룡시 군복무 청년 상해보험 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 계룡시에 주민등록을 둔 군복무 청년 ■ 지원내용 : 군복무 중 발생하는 상해, 질병, 후유장애, 사망시 보험금 지급 | - | 15 |
| 당진시 | 청년 생활용품 대여사업 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 관내 청년(18~39세) ■ 지원내용 : 생활용품(공구세트, 캐리어 등) 대여 | - | 13 |
| 부여군 | 청년 후계농 영농정착 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 후계농 대출 등을 실행하고 있는 청년 후계농 | - | 60 |

| | | | | |
|-----|-------------------------|---|------|-----|
| | 활성화 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원기준 : 청년후계농선정자 ■ 지원내용 : 청년후계농에게 정책자금 이자의 일부를 지원하여 자금부담을 경감 | | |
| | 부여군 군복무 청년 상해보험 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 부여군에 주민등록이 되어 있는 현역 군복무 청년 전원 ■ 지원기준 : 사고 일자 기준 부여군에 주민등록을 두고 있어야 함 ■ 지원내용 : 현역 군복무 중 발생할 수 있는 각종 상해 및 질병에 대비한 보험 가입 | 16.5 | - |
| 서천군 | 서천 청년 어울림 한마당 축제 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 만18~39세 모든 청년 ■ 지원내용 : 주제행사, 문화행사 등 청년 수요 맞춤형 축제 프로그램 운영 | - | 30 |
| 청양군 | 청년수당지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 만25세, 만35세 청양군 청년 ■ 지원기준 : 계속거주 3년, 연속거주 10년 ■ 지원내용 : 청년수당 60만원 지급 | 270 | 210 |
| | 전입대학생 축하금 및 생활 안정지원금 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 관내 대학에 재학 또는 휴학생 ■ 지원기준 : 관내 전입 ■ 지원내용 : 축하금 및 생활 안정지원금 지급 | 20 | 20 |
| | 청양군 관외 대학생 생활안정지원비 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 대학생 ■ 지원기준 : 청양군에 주소를 둔 타 지역 대학생 ■ 지원내용 : 1인당 1백만원 지원 | 100 | 100 |
| 예산군 | 문화 축제 청년 할당제 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 18세~39세 청년 ■ 지원기준 : 군내 거주 청년 ■ 지원내용 : 축제 사업에 청년 10%이상 참여 | 60 | 60 |
| 태안군 | 군복무 청년 상해 보험 가입 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 : 현역 군복무 청년 ■ 지원기준 : 태안군 주소지 청년 ■ 지원내용 : 군 복무중 사망, 상해·질병 후 유장해 지원 | 12 | 25 |

자료: 충청남도 내부자료

■ 사업분석

위의 37개 정책사업을 연구 목적에 따라 재분류하였다. 복지분야 정책사업을 제외한 총 12건 정책사업이 해당되었다. 문화향유는 3건, 문화생산은 6건, 문화참여 3건의 사업으로 분류가능하였다.

각 사업을 내용적으로 분류하면, 문화향유사업(3)의 경우 모두 문화행사였다. 문화생산사업(6)의 경우 전문예술인 지원사업은 3건, 문화예술 관심을 가진 일반청년 대상사업은 2건(공간사업 1)이고, 창업지원은 1건이었다. 문화참여사업(3)의 경우, 교육사업 1건, 커뮤니티 지원사업은 2건으로 나타났다.

〈표 4-4〉 충남 기초지자체 청년문화 사업리스트

| 구분 | 지역 | 사업명 | 내용 |
|-----------------|----|-----------------------|--|
| 문화 향유 (3) | 서천 | 서천 청년 어울림 한마당 축제 | ■ 청년 수요 맞춤형 축제 프로그램 운영 |
| | 천안 | 대학연합 문화취업박람회 | ■ 지역주민과 함께하는 문화행사, 대학 입시 설명회, 취창업박람회, 대학 작품 전시회 및 체험 등 축제 추진 |
| | 예산 | 문화 축제 청년 할당제 | ■ 축제 사업에 청년 10%이상 참여 |
| 문화 생산 (6) | 천안 | 창작스튜디오 운영 | ■ 지역작가 창작공간 및 교육 운영, 우수 창작자 발굴 지원 프로그램 운영 등 |
| | 천안 | 창조문화산업지원센터 창업지원 | ■ 소자본 문화창업 입주공간 및 창업지원 |
| | 천안 | 천안-아산 청년 문화교류행사 지원 | ■ 천안 청년문화예술인 교류협력 문화 행사 지원 |
| | 보령 | 청년 아트프리마켓 | ■ 청년예술인의 예술활동 및 지역정착 지원 |
| | 보령 | 노후 도시공원 특성화 리모델링 | ■ 셋별공원을 청년놀이터로 리모델링 |
| | 아산 | 대화가 청년문화거리 조성 | ■ 3개 대학가(순천향대, 선문대, 호서대)에 청년 문화거리 조성 및 청년 문화 콘텐츠 운영 |
| 문화 참여 (3) | 아산 | 청년독서커뮤니티 '시트러스' | ■ 아산시 청년독서커뮤니티 활동 지원 |
| | 아산 | 청년역량강화 프로그램 | ■ 문화·경제·취창업·외국어·건강 등 삶의 전 분야에 걸쳐 청년프로그램 운영 |
| | 천안 | 청년독서동아리 활동 지원 | ■ 청년 독서동아리 |

■ 사업사례 분석

충남 지자체의 문화향유사업은 전부 문화행사였다. 서천군의 청년 어울림 한마당 축제(청년문화축제)의 경우, 2019년 장항읍 일원에서 서천지역의 청년문화기획자들이 기획한 축제였다. 축제는 장항의 역사적 공간(전통시장, 여관거리, 미곡창고, 장항제련소)에서 역사적 사실을 탐험하는 ‘장항도시탐험 RPG게임-사라진 금괴’라는 기획 및 추진하였다. 동시에 해랑들어울제라는 프로그램을 개최하였다. 이 축제는 버려진 자원을 게임 및 전시형태로 참여형 축제로 진행하였다.



자료: 서천군청 블로그(<https://blog.naver.com/seoscheonpr/221677064688>)

[그림 4-5] 서천 청년어울림 한마당 현장사진

문화생산사업은 전문예술인 지원, 문화예술에 관심을 가진 일반청년 대상사업, 그리고 창업지원이었다. 이중 천안시 창작스튜디오의 경우, 창작자의 안정적인 활동지원을 위한 정주기반 마련을 목적으로 운영되고 있으며, 지역 창작자 양성 교육 및 창작공간 운영을 하고 있다. 세 가지의 사업으로 구분할 수 있다. 입주작가실 운영사업은 스토리 작가 전용 집필공간, 창작활동비 지원(월 100만원, 4개월 지원), 기획개발 프로그램 진행 등을 지원하며, 충남 스토리 프로

젝트는 기획개발 교육프로그램, 출판사 및 제작사 투고, 비즈니스 미팅 진행 등 지원, 단기 특화교육은 시나리오 빌드업 특강, 연기 클래스, 계약·저작권 교육 등을 포함하고 있다.

〈표 4-5〉 창작스튜디오 세부사업

| 세부사업 | 예산 (백만원) | 세부사업 | 예산 (백만원) |
|-----------------------|-------------|--------------------|-------------|
| 천안시 창작스튜디오 운영 | 200 | ※ 창작스튜디오 운영비 및 관리비 | 44 |
| 1. 교육 프로그램 및 공간 운영 용역 | 120 | | |
| 2. 입주작가실 창작활동비 지원 | 30 | | |
| 3. 창작스튜디오 운영협의회 | 3 | | |

문화참여사업의 경우, 교육사업과 커뮤니티(동아리) 지원사업으로 나타났다. 커뮤니티 지원사업은 독서동아리 운영으로, 아산과 천안에서 추진 중으로 나타났다. 아산의 경우 2020년부터 5년간 추진되어 온 사업으로, 매년 50명 내외의 청년들에게 혜택을 주고 있다. 지원 내용은 한정판 배지, 모임 장소 및 간식 무료 제공, 북큐레이션 등을 추진하고 있다. 특히 동아리별로 파트너를 선정하고 지원하는데, 이 청년의 경우 독서 모임의 진행과 멘토 역할을 맡겨 책임을 지고 모임을 이끌도록 하고 있다.

제2절 사례분석²⁵⁾

1. 천안문화도시

1) 개요

■ 개요

천안시는 2019년 12월 30일 제1차 법정문화도시로 지정되었다. 문화도시는 문화체육관광부에서 지정하는 정책사업으로 지역문화진흥법 제15조에 따라 지역의 문화자원을 활용해 지역발전을 촉진하고, **문화를 통한 지속가능한 지역발전 및 지역주민의 문화적 삶을 확산**시킬 수 있도록 법적으로 지정된 도시이다. 또한 법정 문화도시는 5가지 지정 분야가 있으며, 이 중 천안은 ‘문화산업 중심형’ 문화도시이다.

〈표 4-6〉 법정문화도시 5가지 지정 분야

| 기본분야 | 관련법 근거 (지역문화진흥법) | 세부 분야 예시 |
|----------|---------------------------------------|----------------------------------|
| 역사전통 중심형 | 문화재보호법, 고도보존 육성특별법 등 | 역사/전통 등 |
| 예술 중심형 | 문화예술진흥법 등 | 문학/미술/음악/무용/연극/국악/사진/건축/어문 등 |
| 문화산업 중심형 | 문화산업진흥기본법 등 | 영상/음악/게임/출판/광고/만화/대중문화예술/문화콘텐츠 등 |
| 사회문화 중심형 | 국민여가활성화기본법, 인문학 및 인문정신문화의 진흥에 관한 법률 등 | 생활문화/여가/인문/문화교육/다문화/시민문화 등 |
| 지역 자율형 | 문화도시 조성 관련법 일반 | 기본분야 융·복합/생태문화 등 지역별 특성을 고려하여 제시 |

자료: 천안문화도시 홈페이지

25) 이 절에서는 청년문화와 관련 기관활동을 검토함으로써, 현황을 파악하고 과제도출을 목적으로 한다.

천안문화도시의 비전은 ‘문화를 통한 지속가능한 지역발전 및 지역주민의 문화적 삶을 확산’이며, 목표는 1) 지역사회 주도의 지역공동체 활성화, 2) 지역 고유의 문화가치 증진을 통한 지역 균형발전, 3) 문화의 창의성을 활용한 지속 가능한 성장기반 구축, 4) 문화적 도시재생과 접목한 사회혁신 제고이다.

■ 사업 및 운영

천안시 문화도시의 추진방향은 다음과 같다. 1) 대규모 시설 조성계획이 아닌 지역문화발전 종합계획을 지원. 2) 중앙·관 주도에서 지역중심·시민주도형 도시문화 거버넌스로 변화유도. 3) 단순 재정 지원을 넘어선 효과적 추진체계 구축과 컨설팅을 지원하는 것으로 하고 있다. 2023년 사업규모를 살펴보면, 총 3,150백만원, 4개 분야, 12개 문화도시 사업을 진행하였다. 중점사업은 아래와 같이 첫 번째는 문화산업분야 특화 거버넌스 구축, 두 번째는 문화산업형 사업 확대, 세 번째는 천안문화도시의 지속적인 운영 방안 마련이다.

〈표 4-7〉 2023년 천안시 문화도시 사업 주안점

| 주안점 | 내용 |
|-----------------------|---|
| 문화산업분야 특화 거버넌스 구축 | <ul style="list-style-type: none"> - 일반 시민 네트워크: 문화독립회·문화독립군 형태로의 전환 - 문화예술인·프리랜서·문화산업 기업인 네트워크 형성을 통해 문화산업분야 특화 거버넌스 구축 |
| 문화산업형 사업 확대 | <ul style="list-style-type: none"> - 신사업 발굴: NFT, 메타버스 등을 활용하여 판로 개척을 위한 교육, 프로젝트 실행 지원 - 문화창업지원: 지식재산권(IP) 출원 지원 확대, 단계별 맞춤 과정 구축 - 크라우드펀딩: 해외펀딩 채널 입점 지원, 새로운 유통 채널 확보 등 |
| 천안문화도시의 지속적인 운영 방안 마련 | <ul style="list-style-type: none"> - 문화체육관광부, 상생협력협의회와 지속 논의 - 유네스코 창의도시 네트워크 가입 검토 중 |

자료: 2023 문화도시 조성사업 결과자료

2) 문화산업 지원사업

■ 문화독립 콘텐츠 개발 및 지원

문화독립 콘텐츠 개발 및 지원은 천안·문화 독립의 의미를 지닌 문화 콘텐츠의 고도화에 있다. 아래와 같은 개발된 5건의 콘텐츠는 지역대학생들이 중심이 되어 개발되었다.

〈표 4-8〉 문화독립 콘텐츠 개발 및 지원 프로젝트

| 구분 | 내용 |
|--------|---|
| 아무로키 | 로컬 기반 핸드메이드 인형&캐릭터의 교육영역 확장으로 비즈니스 모델 다각화와 로컬브랜드의 영향력 증대 |
| 룩비온드 | ‘룩비온드’를 천안을 대표하는 서브컬처 브랜드로 발전시키고, 지역 브랜드의 정체성을 슬로건으로 한 제품개발 및 천안지역 로컬기업들과의 협업을 통한 지역 로컬기업들의 동반 성장 |
| (주)하이픈 | 천안지역 고유의 문화, 예술, 역사 자원 발굴 및 체험형 교육 콘텐츠 교구재 개발 |
| 비밀요원국 | 천안지역 문화 기반 TRPG 세계관을 창작, 활용한 OSMU 콘텐츠 사업으로 천안의 자원을 활용한 시나리오 제작 |
| 엔릿미디어 | 웹소설을 독점상품화 할 수 있는 전자책표지 디자인과 일러스트 제작 |

자료: 2023 문화도시 조성사업 결과자료 재정리

■ 문화창업 지원

특화 장르 아이템을 소재로 한 문화산업 영역 창업을 목적으로 지원하였다. 예비 창업은 49명 모집, 40명 교육, 30명 사업자등록 지원하였으며, 초기창업은 44명 모집, 30명 교육, 20명 고도화 지원하였다. 지식재산권은 20명 모집, 10명 교육 및 출원 지원하였다. 동창회 프로젝트를 통해 사업 참여자 간 협업 활성화 및 후속 지원하고 있다.



[그림 4-6] 문화창업 지원 프로젝트

■ 크라우드펀딩

크라우드펀딩은 문화독립도시 천안의 문화산업 창작자의 유통채널 확보를 목적으로 하고 있으며, 크라우드 펀딩 37팀과 100개 상품 온라인 유통플랫폼 입점 지원하였다. 또한, 싱가포르 투자 박람회 참관 및 컨설팅 진행 및 고도화 지원 및 성과 공유를 위한 들마켓을 개최하였다.



[그림 4-7] 크라우드펀딩 프로젝트

3) 공간문화사업

■ 문화적 도시재생 프로젝트

문화적 도시재생 프로젝트는 시민 자율형 문화적 도시재생 프로젝트로써, 참여 대상은 천안시민, 대학생, 단체 등이며, 2023년에는 51건 모집, 40건을 선정하였다. 천안에 이런 문화 활동이?! 천안 문화생활 로컬매거진 제작, 태극기 휘날리며 도시재생 투어, 부엉야작실, 시각장애인, 발달장애인 노래 교육을 진행하였다.



[그림 4-8] 문화적 도시재생 프로젝트 추진현황

〈표 4-9〉 문화적 도시재생 프로젝트

| 구분 | 내용 |
|------------------------------------|--|
| 천안에 이런 문화 활동이?! 천안문화생활 로컬매거진 제작 | 천안 내 문화활동을 진행하고 있는 업체 소개 책자 제작 |
| 태극기 휘날리며 도시재생 투어 | 태극기 역사 교육 및 관련 체험(자수 브로치, 캐릭터 그리기 등) 후 원도심 투어 |
| 부엉야작실 | 안서동 내 예술·디자인 전공 대학생이 모여 예술 작품(회화, 공예 등) 제작 후 아카이빙 전시 |
| 시각장애인, 발달장애인 노래 교육 | 보컬 전공 교수가 직접 지도하는 시각장애인, 발달장애인 대상 노래 교육 외 36건 |

자료: 2023 문화도시 조성사업 결과자료 재정리

■ 문화 브릿지

문화브릿지는 문화 인프라 거점 전략 실행 및 문화공유공간 조성 사업으로 참여 대상은 건축·인테리어 전문기업이며, 도심의 유휴 공간을 문화적 활동이 가능한 공간으로 탈바꿈하며, 미디어아트를 기반으로 천안시 예술가 및 대학생과 협업으로 미디어아트 문화 브릿지 활성화를 하고자 한다. 남산마을 문화공간 준공 및 개소, 천안농업기술센터 격납고 농촌문화 전시체험 공간 준공, 남산지구 지역사박물관 미디어파사드 설치 및 미디어아트 제작 등을 추진하였다.



남산마을 문화공간
(남산문화창작소)



농업기술센터 격납고
(농촌문화전시체험 공간)



남산지구 지역사박물관
(미디어파사드 연출인)

[그림 4-9] 문화 브릿지 추진현황

■ 공간스위치

공간스위치는 문화적 도시재생을 위한 장소 기반 문화 활동 프로젝트와 문화 공간 조성 사업으로, 2023년 52건 모집, 25건 선정하였으며, 천안 시민과 함께하는 도예 체험 프로그램 공간조성, 마을이 박물관이다, 일상의 여백을 채우다, 미래비전콘서트, 천안 외국인과의 문화교류 및 커뮤니티 활성화 사업이 있다.

〈표 4-10〉 공간스위치 프로젝트

| 구분 | 내용 |
|-----------------------------|--|
| 천안시민과 함께하는 도예 체험 프로그램 공간조성 | 도자기 만들기, 채색하기 등 도예체험 제공 |
| 마을이 박물관이다 | 마을화관에서 마을주민과 도시에 살고 있는 시민이 교류하며 공예작품 만들기 체험 및 작품 전시회 개최 |
| 일상의 여백을 채우다 | 차와 함께 하는 영화모임, 찻잔·티코스터 만들기, 심리상담 프로그램 운영 등 |
| 미래비전콘서트 | 경로당과 연계하여 어르신들 대상으로 “삶”에 대한 토크쇼 및 라이브방송 진행 |
| 천안 외국인과의 문화교류 및 커뮤니티 활성화 사업 | 천안에 거주 중인 외국인과 한국인 대상 언어교환극, 텀테이블 등 공통의 관심사를 통해 교류할 수 있는 모임 형성 외 20건 |

자료: 2023 문화도시 조성사업 결과자료 재정리



[그림 4-10] 공간스위치 추진현황

4) 문화향유사업

■ 문화독립도시 천안 페스타

문화독립도시 천안 페스타는 축제, 이벤트 참여를 통한 문화예술 향유 기회 활성화 사업으로, K-컬처 박람회와 연계한 <2023 천안문화도시 페스타>, 충남음악창작소와 연계한 <천안 뮤직클라우드 페스티벌>을 진행하였다.

〈표 4-11〉 문화독립도시 천안 페스타 프로젝트

| 구분 | 내용 |
|------------------------|--|
| 2023 천안문화도시 페스타 | <ul style="list-style-type: none"> - 30여개 행사부스(플리마켓, 체험부스), 전국문화도시 박람회, 미디어아트쇼, 거리버스킹 등 다양한 프로그램 운영 - 총 13개 이상의 (예비)법정문화도시 참여를 통한 도시별 성과공유 및 공공사업 홍보 |
| 천안 뮤직클라우드 페스티벌 | <ul style="list-style-type: none"> - 20여개 행사부스(플리마켓, 체험부스), 천안문화도시 홍보부스, 포토존, 버블쇼 등 다양한 프로그램 운영 - 인디뮤직과 문화산업의 연계를 통한 자유로운 분위기의 축제 형성 → 천안시민의 문화 향유 기회 확대 |
| 2023 천안문화도시 Winter 페스타 | <ul style="list-style-type: none"> - 팝업 전시, 경관 조성 및 포토존 설치, 게릴라이벤트 등 다양한 프로그램 운영 예정 → 천안문화도시 브랜드 확립 - 천안세계크리스마스 축제와 연계 가능성 有 |

자료: 2023 문화도시 조성사업 결과자료 재정리

2. 공주시 청년센터

1) 개요

공주시 청년센터는 공주시의 청년에게 경제, 문화, 사회, 복지, 교육 등의 제 분야에서 참여 기회와 청년의 권익증진과 발전의 목적으로 제정된 ‘공주시 청년 기본 조례(2018.12.7.)’의 18조에 근거하여 2022년 8월 5일에 설립되었다. 공주시 청년센터의 비전은 ‘지역과 함께 삶을 설계하는 청년’으로 핵심과제는 청년의 성장과 사회적 자본 확대를 위한 경험과 학습지원에 있으며, 목표와 가치는 다양한 인적·물적 공유와 청년센터의 거점화를 통한 청년교류 및 소통, 청년역량강화 지원을 통한 자립, 능동적 청년참여 및 기회를 통한 공영을 지향하고 있다.



자료: CNI 세미나 ‘충남청년 문화융성 세미나(2024.10.2.)’

[그림 4-11] 공주시 청년센터 비전도

이러한 과제와 목표를 수행하기 위해 아래와 같은 4대 영역을 제시하고 있다. 일자리 및 창업, 주거·인프라, 교육 및 문화, 참여·권리이 그것이다. 일자리 및 창업은 사회초년생으로서의 청년들의 다양한 경로의 취·창업 지원과 정보제

공을 목적으로 한다. 주거·인프라는 생활과 지역정착을 위한 사회적 안전망을 제공하는 등의 맞춤형 지원하며, 교육 및 문화는 청년들의 다양한 관심사를 반영한 여가와 문화생활의 활력을 제공한다. 마지막으로 참여·권리는 청년주도의 지역디자인과 사회참여 기회를 적극적으로 제공하는 역할을 제시하고 있다.

〈표 4-11〉 공주시 청년센터 4대 정책영역

| 영역 | 중점 운영방안 | 내용 |
|-------|----------------------------|---|
| 일자리창업 | 다양한 경로의 일자리 이행을 보장 | · 일자리 생태계의 변화를 반영하여, 취업, 창업, 노동 등의 다양한 일자리 경로를 마련 · 사회초년생과 일하는 청년을 위한 역량 증진 기회 |
| 주거인프라 | 세분화된 관심사를 반영한 맞춤형 교육 | · 청년들의 사회적 안전망을 구축하여 공주에 착근하여 살아 갈 수 있도록 보장 · 필요로 하는 학습, 훈련, 상담 등의 과정을 맞춤형으로 제공 |
| 교육문화 | 지역에 정착하여 활력있는 생활 보장 | · 청년세대에 속한 구성원들의 다양한 특수성을 반영하여 그들의 세분화된 관심사와 가치관을 반영 · 청년들의 여가, 문화생활을 위한 활력 제고 |
| 참여·권리 | 주체적으로 참여하여 사회를 디자인 | · 청년 스스로 원하는 삶을 계획하고 지역사회에서 실현할 수 있도록 주체화 · 청년들이 만드는 새로운 시도와 도전 활동으로 청년들이 살기 좋은 사회를 구축 |

자료: 공주청년센터 내부자료

■ 사업 및 운영

공주시 청년센터 사업내용은 ①청년의 소통 및 연결을 위한 거점으로써 청년 시설 운영, ②중앙 및 지방정부 청년 정책 홍보 및 참여-상담 연계, ③청년 역량강화, 취창업 지원, 여가생활 안정을 위한 사업 운영, ④청년의 지속가능한 지역활동 지원을 위한 지역네트워크 구축으로 설정하고 있다. 이를 기초로 7개의 사업분야와 24개 사업이 진행중이다²⁶⁾.

26) 국비 및 도비 보조사업은 총 4개 진행 중으로, 청년다다름사업(청년재단), 시군 청년센터 운영 활성화사업(충남도청), 충남 예술로 운영사업(충남문화관광재단), 지역특화사업(국무조정실)이다.

〈표 4-12〉 공주시 청년센터 사업현황 (2024년 현재)

| 구분 | 단위 사업명 | 내용 |
|------------------|----------------|--|
| 온-오프라인 청년공간 운영 | 청년시설운영 | · 청년시설 공간 관리 및 운영 |
| | 온라인 청년센터 운영 | · 홈페이지 유지보수, 신청시스템 운영·관리, · 온라인 청년 정책 및 정보 정보 제공, 자료 아카이빙 |
| | 청년센터 홍보 | · 청년센터 사업 운영 및 성과 홍보 |
| 청년정책 전달 및 상담 | 정보광장 운영 | · 정보 제공 및 공유, 소통 게시판/게시판, 정책 상담 운영 · 공주시청년센터 홈페이지, SNS 청년 정책 및 정보 게시 |
| | 청년 창업자 홍보관 운영 | · 청년 창업자 상품 및 서비스 홍보관 운영 |
| | 성과관리 및 공유 | · 센터 소개, 성과공유회, 추진성과집, 성과영상제작 |
| 청년 일자리 및 생활 역량강화 | 취·창업 클래스 및 컨설팅 | · 취·창업 프로그램 지원 · 청년 재능 발굴 및 일경험 지원 |
| | 지역형 일 경험 지원 | · 공주시 산업 특성을 반영한 일 경험 기회 마련: 10회 - 소상공인(로컬크리에이트, 영상, 언론, 로컬컨텐츠), 프리랜서(교육, 영상 및 디자인), 농업 등 |
| | 성장지원 클래스 | · 인문교양, 직업역량(자격증 등), 문화예술 등의 프로그램 운영 |
| | 심리상담 | · 은둔고립청년 및 니트청년 상담·정서치유 프로그램 |
| 청년 네트워크 | 청년 지원 네트워크 구축 | · 청년 취업 및 근로환경 개선, 정착 지원을 지원하는 기업 발굴 · 청년 지원 확산을 위한 관내·외 기업, 기관·단체 협력 추진 |
| | 청년 네트워크 역량 강화 | · 공주시 청년 정책 발굴 및 개발, 제안 역량 강화 |
| | 청년센터 운영위원회 | · 청년 사업 활성화를 위한 협력 및 청년 주도 센터 운용 |
| 청년 커뮤니티 조성 | 청년기획행사 | · 청년 주도 및 참여형 행사 기획 및 진행 |
| | 재능 나눔 지역공헌사업 | · 청년들의 재능을 활용한 지역공헌 사업 운영 |
| | 자조모임 지원 | · 청년 스스로 문제해결력 신장을 돕는 청년 모임 지원 · 단계별 커뮤니티 지원을 통한 관계망 형성 및 참여의 장 마련 |
| 정주 토대 구축 | 지역 상생 포럼 | · 청년 관련 주제를 발굴하고 논의하는 장 마련 |
| | 참여 리서치 | · 청년 문제 발굴 및 해결 방안 모색·적용 프로젝트 |
| 청년센터 활동 확장 | 국도 보조사업 운영 | · 국·도비 보조사업을 통한 청년 지원사업 확대 |
| | 종사자 역량강화 | · 종사자 역량강화 실시 |
| | 활동가 역량강화 | · 동아리, 참여 기업, 강사 대상 역량강화 및 네트워크 운영 |

자료: 공주청년센터 내부자료

위의 프로그램을 운영할 때, 공주시 청년센터(이하, 공주센터)는 운영적 원칙과 특징을 가진다. 우선 ① 공주센터만의 프로그램 블랜딩을 추구한다. 즉 평생교육 및 복지시설과 구별되는 프로그램 운영을 강조한다. 이를 위해서 강사 역량 및 센터 전담 직원의 역량 강화를 요구한다. 강사의 경우, 단순 지식 전달을 넘어, 참여자의 후속 모임을 이끄는 역량까지 관심을 가지는 강사를 요구, 센터 전담 직원의 경우, 상담 역량 뿐만 아니라, 청년들에게 정책 연계 및 사업 제안 역량을 가질 수 있도록 요구하고 있다.

② 청년참여자의 효능감 및 소속감 도출 방안으로, 참여자 이력 관리를 하고 있다. 이를 통해 청년들의 소속감 제고한다. 특히 느슨한 연결을 통해 청년세대의 고립감 극복하는 동시에, 청년들의 참여 및 활동 멤버십을 구축하여, 청년센터와 지역청년들이 상호 성장하는 지역사회 실현을 목표로 하고 있다.

③ 공간 재정비이다. 최초 공주센터 구축된 공간을 그대로 유지하는 것이 아니라 필요할 때마다 새로운 공간으로 재구축하는 것이다. 우선 센터의 정보화실을 상담실 및 입주오피스로 전환하였고, 유아놀이실을 창업 청년 상품 홍보관으로 전환하는 등 청년들 및 현장의 필요에 대응하여 적극적으로 추진하고 있다.

2) 동아리 지원사업

■ 성장지원 클래스(일명 ON갯 클래스)

공주센터의 성장지원 클래스의 목적은 청년들의 다양화된 욕구를 반영한 자기계발 강좌를 개설하여 청년 스스로의 가치와 역량 향상을 지원하는 것이다. 2024년 기준 강좌 110회, 참여자 700명의 정량목표를 가지고 있다. 우선 청년들의 욕구파악하기 위해서 청년센터의 커뮤니티와 공주시 내 대학교 커뮤니티 청년들을 대상으로 수요조사를 실시하고, 강좌를 개설한다. 강좌는 문화뿐

만 아니라 청년기의 삶 전 영역에 해당하는 일자리, 주거, 인프라, 복지 등을 포괄한다. 이와 같은 청년 일상을 포괄하는 프로그램으로서 ON갯 클래스라는 브랜딩을 추진하였다. 단순히 강좌로 끝나지 않고, 센터의 성과공유회 및 의회 전시회 작품제작, 강좌 참여자의 소모임 전개로의 활동지원으로 확대한다.



자료: CNI 세미나 '충남청년 문화융성 세미나(2024.10.2.)' 발표자료
[그림 4-12] 공주시 청년센터 성장지원 클래스 활동사진

■ 청년 자조모임 지원(일명 공주와락(樂))

청년 자조모임 지원사업의 목적은 청년들이 스스로 취미 및 흥미, 지역의제, 일상을 주제로 만든 커뮤니티를 지원함으로써 공주시의 청년들의 사회적 관계망 강화를 목적으로 한다. 2024년 20개의 모임·80명 참여를 정량목표를 가지고 있다. 모임은 조직도 및 영향력 등에 따라 느슨한 자조모임(‘모여’), 조직적 자조모임(‘뭉쳐’), 가치실현 자조모임(‘해냄’)으로 구분하며 지원한다²⁷⁾. 특히 가치실현 자조모임의 경우, 센터와 협력하여 행사를 추진하고, 지역공헌을 하는 등

27) 느슨한 자조모임 ‘모여’는 자조모임을 시작하는 단계로 느슨한 커뮤니티가 형성될 수 있도록 자조모임 리더 5명 양성, 모임 10회 진행. 조직적 자조모임 ‘뭉쳐’는 커뮤니티가 멤버십 및 구체적인 활동을 진행하는 단계로 6개 자조모임 지원. 가치실현 자조모임 ‘해냄’은 청년센터와 파트너십을 가지고 청년행사를 리드하는 단계로, 지역사회에 영향력을 발휘할 수 있는 3개 협력사업 추진.

의 높은 단계의 모임으로, 문화참여를 넘어서 문화생산의 단계로 진입한 조직체라고 볼 수 있다.



자료: CNI 세미나 ‘충남청년 문화융성 세미나(2024.10.2.)’ 발표자료

[그림 4-13] 공주시 청년센터 자조모임 활동사진

| | | |
|--------------------------|--------------------------------------|--|
| 다북다북 | 주 제 구 성 원 활동횟수 활동내용 활동소감 | 그림책을 통한 엄마와 아이의 대화 4명(윤희연, 강한별, 이윤미, 강한희) 9회 그림책 20권 독자와 책 대화, 책 대화 가족 문화 형성 아이들과 책을 매개로 대화하는 문화를 만들며 함께 존중하며 성장할 수 있었음 |
| 식사밴드 | 주 제 구 성 원 활동횟수 활동내용 활동소감 | 락, 밴드음악 취미 만들기 4명(김재민, 진건호, 서무창, 김무현) 8회 밴드 공연 관람과 밴드 연습 사람간의 협동 과정이 얼마나 중요한지 알게 되었고, 연습만으로 합주를 이룸 |
| 작은고모 | 주 제 구 성 원 활동횟수 활동내용 활동소감 | 식물드로잉 4명(송예림, 유희재, 조아연, 문혜숙) 8회 식물을 기르며 육아일기를 써보고, 식물 드로잉, 식물 어반 스케치 활동 식물을 바라보는 관점을 확장하고, <바질, 진모수, 고시라> 전시회를 개최함 |
| 하루캘리 | 주 제 구 성 원 활동횟수 활동내용 활동소감 | 캘리그래피로 자신감 향상 4명(이지민, 박성희, 진솔비, 박민정) 9회 캘리그래피 전시회 방문, 캘리그래피 기법과 연습 예술 재능이 없는 평범한 사람들이 종이와 펜만으로 작품을 만들 수 있는 용기를 얻음 |
| 현나미림 | 주 제 구 성 원 활동횟수 활동내용 활동소감 | 비즈팔찌를 만들어서 주위에 선물하기 4명(박지현, 김지나, 김성미, 이유림) 8회 별책, 금전문, 행운, 성공의 4가지 주제로 비즈를 만들어 지인들에게 선물하기 비즈팔찌를 만들며, 선물할 타인을 생각해보고 일상의 고민을 나누는 시간이었음 |
| 09:05 | 주 제 구 성 원 활동횟수 활동내용 활동소감 | 활림과 자존감 향상 활동 3명(고화영, 김민아, 김주윤) 8회 공예로 일상생활 스트레스 해소와 심리적 안정감 도모 장기적인 봉사 동아리를 만들어서 지역주민들을 위한 봉사를 하고 있음 |
| 2팀오이 | 주 제 구 성 원 활동횟수 활동내용 활동소감 | 부부의 양육스트레스와 대처 방법을 배우고, 건강한 가족관계 형성 4명(김은주, 이민아, 김수경, 오주연) 10회 양육 관련 도서, 그림경사 등 예습자료 진행 양육 독서와 스터디 활동으로 공감대를 형성하고, 가족들과 감정적인 상호작용 하는 법을 배움 |
| Trick Builder Crew | 주 제 구 성 원 활동횟수 활동내용 활동소감 | 마술로 다양한 사람들에게 즐거움을 주기 7명(김승범, 김태형, 노은경, 라수연, 윤한아, 이호준, 정여진) 11회 다양한 방식의 마술을 배워보고, 마술 아이디어를 모으고, 도구를 연구 마술도구를 구입하여 연습하는데 큰 도움이 되었고, 공연을 통해 성취감을 얻었음 |
| 서예연구회 | 주 제 구 성 원 활동횟수 활동내용 활동소감 | 서예와 캘리그래피 연습 6명(강수민, 강주미, 류우성, 박설아, 석지원, 이예담) 10회 화국기 연습과 전문가 지도를 통해 자신만의 서체를 만들기 를 하고 구도를 좀 더 자유롭게 표현하여 작품을 만들고, 전시회를 할 수 있었음 |
| 달공어스 | 주 제 구 성 원 활동횟수 활동내용 활동소감 | 환경토포 모임 20명(여운정, 김도은, 성현지, 박신애, 정예주, 김민지, 전효정 외) 8회 환경 관련 도서 후 구상원 토론활동 우리 주위 환경개선(출연부스) 정책 제안 탄소중립 실현을 위한 다양한 지식을 쌓고 실천력을 기를 수 있는 계기였음 |

자료: 2023년 공주시청년센터 연간보고서

[그림 4-14] 공주시 청년센터 공주와락(23년) 현황

| | |
|--|--|
| <p>밴드 더 락 (밴드 음악을 사랑하는 사람들의 모임) 모임반장: 김혜민 모임원: 전건호, 서무, 김무현, 정현진</p> | <p>취미&라이프스타일 공유 모임반장: 백진기 모임원: 황하영, 남궁향, 김정모, 신현경</p> |
| <p>공방 운영의 A to Z 모임반장: 안서현 모임원: 윤영, 함윤정, 박지현, 윤병석</p> | <p>보드게임의 다양한 사업 구상 모임반장: 정연주 모임원: 이선진, 정재호, 함은선</p> |
| <p>대화를 통해 나를 알아가자 모임반장: 신상기 모임원: 김미화, 정소진, 이다영</p> | <p>의료종사자로서 의료의 질 향상과 고객 만족도에 관하여 모임반장: 박해인 모임원: 윤미나, 김은선, 임유진</p> |
| <p>Chat GPT를 사용해 보며, AI 사용을 나누자 모임반장: 이상준 모임원: 강한별, 신상기, 신현정, 박종찬</p> | <p>반려동물 자랑하고 고민도 나눠보자 모임반장: 이수지 모임원: 김한솔, 김민선</p> |
| <p>세바독 (세상을 바꾸는 독서 모임) 모임반장: 박성희 모임원: 김문주, 이지민, 강한별</p> | <p>나의 직무기질을 찾아보자 모임반장: 김강산 모임원: 김응지, 황윤선</p> |
| <p>한 권의 책으로 다른 생각을 나누자 모임반장: 서혜연 모임원: 이수빈, 유정민, 김상훈</p> | <p>공주청년 예술가들과의 만남 모임반장: 조성호 모임원: 조권행, 성유진</p> |
| <p>교육에 대한 세 가지의 눈 모임반장: 강한별 모임원: 강형기, 강한희, 맹한영</p> | <p>청년 창업자로서 로컬브랜드 개발에 관하여 모임반장: 김기석 모임원: 안서현, 김영우</p> |
| <p>건강한 30대를 보내는 방법 모임반장: 강한희 모임원: 박슬기, 송영근, 정진묵</p> | |

자료: 2023년 공주시청년센터 연간보고서

[그림 4-15] 공주시 청년센터 느슨한 자조모임²⁸⁾(23년) 현황

28) 2023년도는 교집합으로 불림

■ 청년기획 지역행사(일명 이리ON)

청년기획 지역행사 사업의 목적은 센터가 청년들의 도전과 실험의 장으로서 지원하는 목적으로, 2024년 20개의 모임· 900명 참여를 정량목표를 가지고 있다. 청년들은 여러 청년 관련 기념일에 맞춘 이벤트를, 지역 청년기관과 단체와 협력하여 공동으로 행사를 추진한다. 2023년의 경우, 청년문화기획프로그램 ‘K-할로윈’, 성년의날 ‘스물스물’, 청년예술인들의 릴레이 공연 등 행사를 추진하였고, 청년창업기업 및 청년작가의 상품전시판매 홍보관을 운영하고, 보타니컬 아트협회와 콜라보 전시회 등 청년들의 문화행사에서 지역행사로 확대되고 있다.



자료: CNI 세미나 ‘충남청년 문화융성 세미나(2024.10.2.)’ 발표자료

[그림 4-16] 공주시 청년센터 지역행사 활동사진

제3절 시사점

1. 지자체 정책사업

■ 지자체 청년문화 정책은 정책적 다양성과 관심도 측면에서 미흡

- **(총론)** 이 연구에서 말하는 청년들의 일상문화활동, 즉 일상에서 경험하는 다양한 문화적 체험과 활동으로서의 청년문화활동은 지자체 현장의 정책사업은 중요도가 높지 않았음을 알 수 있었다. 이러한 경향성은 앞서 중앙정부와 충남도의 낮은 정책적 중요·관심도와 꽤를 같이 한다고 볼 수 있다. 특히 기초지자체의 현장에서 강하게 나타났으며, 더욱이 복지사업의 일환으로 추진되는 사업을 문화사업으로 파악하는 정책적 ‘동형화’가 강하게 나타났다고 할 수 있다. 사업 다양성 또한 높지 않았다.
- **(문화향유)** 문화패스 등 바우처사업과 축제 등 공연행사로 단 2개의 형태로 진행되고 있었다. 공연행사의 경우, 취업 및 타 행사 연계하는 방식으로 추진되어 ‘온전히’ 청년들의 문화향유의 니즈 대응한 사업으로 보기에는 충분하지 않다고 볼 수 있다. 그럼에도 서천 청년 어울림 한마당 축제와 같이 지역 역사와 기후환경위기 등을 테마로 청년문화기획가들의 기획축제 등과 같은 새로운 시도가 눈에 띄었다.

- **(문화생산)** 전문예술인 지원과 문화예술 관심자(일반) 교육사업으로 분류할 수 있다. 지하도상가 등 재생공간, 청년거리 조성 등 공간조성 및 활성화 사업들이 많이 추진되고 있었다. 충남의 지자체의 경우, 전문예술인의 활동지원 뿐만 아니라, 문화산업 활성화사업도 진행하고 있었다.
- **(문화참여)** 크리에이터(또는 문화기획자) 양성, 문화예술교육, 커뮤니티(동아리) 지원사업으로 나타났으며, 특징적으로는 교육과정과 결합된 방식이었다. 충남 지자체의 경우, 독서커뮤니티를 주요한 문화참여사업으로 추진되고 있었다.

2. 현장 추진사례

■ 문화사업에서 청년 주도성과 문화에서의 청년 한계성

- **(청년주도)** 법정사업 문화도시사업은 지역의 문화활성화가 정책목적인 사업으로 천안시민을 대상으로 하지만, 주요 주체는 청년이었다. 청년들은 콘텐츠 개발에서 창업에 이르기까지 문화생산 영역에서 활동하였다.
- **(청년문화와 연계미흡)** 청년들은 충청남도 청년문화 주체자로서가 아닌, 개별적 문화도시사업의 Player로서 분절적으로 활동하고 있는 한계가 존재하였다. 이는 자신의 활동을 청년문화로 정의하지 못하는 개인 인식에서 비롯된 측면도 있지만, 정책적 측면에서 문화정책이 아닌 문화·복지정책으로 추진하였기에 발생한 측면도 존재한다고 볼 수 있다.

- **(공간 연계성 검토 필요)** 공간을 테마로 한 사업이 다수 차지하였다. 이는 충남 천안 원도심 등을 중심으로 추진하였지만, 타 지자체의 문화사업(문화생산)에서 공간 활용 사업이 다수를 차지한 것과 맥락적으로 일치하는 것으로 볼 수 있다. 따라서 문화사업의 인프라 조성 및 활용에 대한 정책검토가 필요하다.

■ 거점(센터)기반 청년문화 향유→참여→생산의 전 주기적 활동 가능성

- **(청년센터)** 청년센터는 경제, 문화, 사회, 복지, 교육 등 ‘청년생활 전반의 활동’을 지원하는 중간지원기관이다. 그럼에도 불구하고 청년생활의 일부인 취·창업 등 청년경제와 청년교육을 중심으로 운영되고 있는 실정이다. 이는 중간지원(정책전달체계)의 한계로 나타나는 현상이라 볼 수 있다. 청년들의 일자리, 그리고 일 자리를 뒷받침하는 교육 등 정책중요도에 따라 운영하는 것은 당연한 결과라 할 수 있다.
- **(소통과 정책블랜딩)** 사례의 센터의 경우, 청년의 소통과 연결의 거점으로서 센터의 정체성을 우선 제시하고, 운영원칙으로 ‘프로그램 블랜딩’을 내세운다. 즉 타 지역기관(평생교육 및 복지기관)과는 차별화된 사업, 정책연계를 내세운다. 이러한 정책블랜딩은 분절적인 청년문화사업의 연결성을 높이는 원칙이었다.
- **(전주기 활동)** 사례에서는 성장지원 클래스(청년니즈대응 강좌)를 시작으로, 자조모임(문화커뮤니티)을 거쳐 지역행사로서 추진된 케이스가 있다. 이는 정책블랜딩으로 볼 수 있으며, 이 연구의 목적인 청년문화 활성화 측면에서 볼 때, 향유→참여→생산으로

이어지는 청년문화의 전주기적 활동이라고 볼 수 있다. 이는 문화향유만을 요구하는, 또는 요구받는 청년들이 주체적인 문화활동에 참여하고, 나아가 생산·창업하여 진정한 의미의 주체적인 ‘청년문화’를 만든다는 점에서 시사하는 바가 크다고 볼 수 있다.

제 5 장

충청남도 청년문화 활성화 방안

1. 기본구상
2. 전략과제
3. 결론 및 향후과제

제1절 기본구상

1. 조사결과

1) 개요

이 연구는 충청남도 청년들의 워라벨과 충남 이탈을 막기 위한 방법론으로서 ‘청년문화’를 검토하고, 활성화를 통해 충청남도의 ‘청년 이탈’을 개선해 보려는 정책연구이다. 따라서 연구에서 말하는 청년문화란 청년들이 일상적으로 경험하는 문화활동을 의미한다(제2장 1절 참고). 우선 청년문화의 실태를 입체적 분석을 위해 이론·정책연구, 사업·사례분석과 함께 충남의 청년들의 니즈파악을 위한 설문조사 및 인터뷰를 실시하였고, 다음과 같은 결과물을 얻었다.

2) 정책 및 사업분석

우선 청년문화는 중앙정부 및 지자체에서 정책적 관심 대상이 아닌 것으로 나타났다. 정책관심의 지표라 할 수 있는 과제 수와 예산액 등에서 청년문화 정책은 미흡하였다. 이에 비해 전통적인 청년정책이라 할 수 있는 일자리정책은 가장 높은 수준을 보였다.

더욱이 청년문화는 청년정책의 5대 과제영역에서 복지와 함께 과제영역으로 구분된다. 현재 중앙 및 지자체의 청년정책 구분은 일자리, 주거, 교육, 복지·문화, 참여·권리의 5대 정책분야로 구분한다. 이러한 모호하고 통합된 정책 구분

은 청년문화의 영역을 청년복지로서 착각하게 하고, 청년문화로 제시한다. 즉 정책의 동형화²⁹⁾ 현상이 나타났다.

청년문화정책의 중심은 문화예술전공자 지원과 K-컬처 문화산업 육성 등에 있었다. 즉 청년문화정책의 중심은 **문화생산**에 속한다³⁰⁾. 또한 산업적 측면이 강해 청년들의 니즈와 취미기반의 수요자중심의 문화생산 영역은 미흡하였다. 청년문화사업에서도 문화생산 영역이 강조되는 경향이 명확하였다. 중앙정부와 달리 충청남도 등 **지자체에서는 문화향유**를 위한 공연과 관광 등 사업이 적극 추진되고 있었다.

구체적으로 청년문화 활동별로 분석하면 다음과 같다. 문화향유활동의 경우 문화패스와 같은 바우처사업과 공연 등 행사성 사업 등이 있었고, 문화생산활동의 경우, 청년예술인을 위한 제작지원·전시사업과 일반청년들을 위한 문화예술 교육과정사업들이 존재하였다. 특히 문화생산 활동사업의 경우 공간조성(운영)과 연계사업이 다수 존재하였다. 문화참여활동의 경우, 크리에이터(또는 문화기획자) 양성, 문화예술교육, 커뮤니티(동아리) 지원사업으로 나타났다. 도내의 몇몇 지자체의 경우, 독서커뮤니티를 주요한 문화참여사업으로 추진하고 있었다.

3) 설문조사 결과

청년문화 실태와 수요를 확인하기 위해 충청남도 거주 청년대상으로 온라인 설문조사 및 인터뷰를 실시하였고, 다음과 같은 시사점을 도출하였다. 충남의

29) 정책의 동형화, 즉 제도의 동형화는 제도환경에서 만들어진 제도적 규범으로 인해 자발적인 선택이 아닌 제도적 압력에 의해 유사하게 닮아가는 현상을 일컬음(DiMaggio & Powell, 1983).

30) 이 연구에서는 청년문화의 범위를 문화향유, 문화참여, 문화생산의 제활동으로 하였고, 이에 따라 분류 및 분석하였음

청년들은 문화적 욕구에 비해 문화향유 부족한 것으로 나타났고, 특히 **군부(농촌) 청년들과 35~39세의 청년들의 문화접근과 만족도가 낮은 편이었다**. 따라서 이러한 지역과 연령대에 맞춘 세밀한 정책제시가 필요한 것으로 나타났다.

〈표 5-1〉 충남청년들의 문화실태 조사결과

| 영역 | | | 시사점 |
|------------------------|----------|------|--|
| 현 황 및 수 요 | 문화 예술 | 관람활동 | “영화관람뿐만 아니라, 수준있는 공연과 전시회를 보고 싶다” |
| | | 참여활동 | “참여하지 않지만, 실제 악기와 미술을 해 보고 싶다” |
| | 스포츠 | 관람활동 | “주로 집에서 TV로 보지만, 경기장에서 직접 보고 싶다” |
| | | 참여활동 | “개인운동을 더 좋아하지만, 기회가 된다면 같이 뛰어보고 싶다” |
| | 관광활동 | | “충남을 여행하고 싶지만, 하기 어렵다” |
| | 취미활동 | | “더 이상 SNS 말고, 카페도 가고 나만의 독서와 요리도 하고 싶다” |
| | 사회활동 | | “취향이 같은 새로운 친구들과 교류하고 싶다” |
| 문화 접근성 (시설, 프로그램 등) | | | “도시청년(시부)보다 농촌청년(군부)은 매우 부족하다고 느낀다” “군 거주 청년의 문화적 소외개선을 위한 균형발전 전략 절실하다” “35~39세의 청년들은 낮은 문화적 만족감을 경험하고 있다” “생애주기별 대응책이 필요하다” |
| 문화 선호도 | | | “도시청년(시부)에 비해 농촌청년(군부)들은 여가·문화활동 만족감이 낮다” “35~39세 참여율과 만족도가 비례하지 않는다” “정적인, 혼자만의 문화활동이 아닌 타인과 함께 즐기는 활동 선호한다” |

4) 사례조사

청년문화사업의 현장 사례를 통해 몇 가지 시사점을 확인하였다. 우선 문화 활성화를 위한 사업에서 청년 주도성을 확인하였지만, 동시에 청년의 한계성을 확인할 수 있었다. 이와 같은 현상은 ‘청년문화’라는 인식의 부재뿐만 아니라, 앞서 언급한 동형화에 따른 정책적 빈 공간에서 비롯되었다고 해석할 수 있다.

청년센터의 사례에서는 **거점기반의 청년문화 활성화 가능성을 확인할 수** 있었다. 단순 정책의 전달체계가 아닌 다양한 정책사업의 ‘블랜딩’을 통해 분절적인 정책사업의 유기적인 연결 가능성을 보여주었다고 할 수 있다. 공주 청년센터에서는 **문화향유→문화참여→문화생산**으로 이어지는 **청년문화의 전주기적 활동**이 이루어지고 있었다. 이것은 청년니즈에 대응한 문화향유활동 제공에서 비롯하여, 청년의 자발적인 문화참여(동아리)로 이어지고, 행사개최 등 문화생산자로서의 활동으로 이어졌다. **문화향유만을 요구하는, 또는 정해진 틀로 즐길 것을 요구받는 청년들이 주체적인 ‘청년문화’를 만든다는 점**에서 시사하는 바가 크다고 볼 수 있다.

2. 사업원칙과 전략

이와 같은 연구 결과를 통해 연구진은 우선 충청남도 청년문화 활성화 과제 도출을 위한 3대 사업원칙을 제안한다. 제1원칙 재미와 관계성, 제2원칙 자율성·다양성, 제3원칙 저비용·재설계이다. 충청남도 청년문화사업은 3대 원칙을 기반으로 개발하고 추진한다. 각 원칙의 구체적인 내용은 다음과 같다.



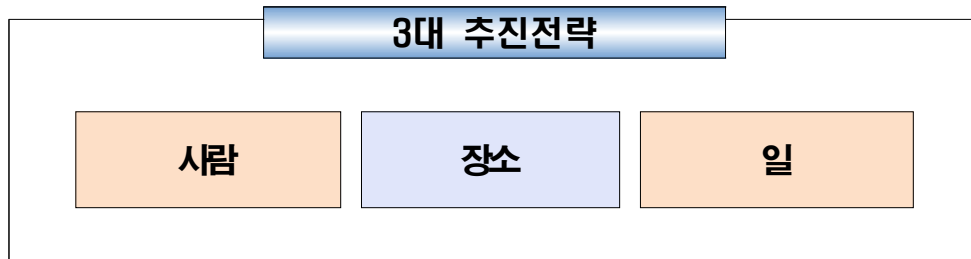
[그림 5-1] 청년일상문화사업의 3대 사업원칙

제1의 원칙인 재미와 관계성은 문화의 원형인 놀이가 가지는 ‘재미’적인 요소라는 점(요한 하위징아, 2020)과 ‘재미’가 발생하는 맥락적 요소인, 사람 간 ‘관계성’을 뜻한다(벤 핀첨 2020). 재미가 없는 문화는 상상할 수 없고, 재미가 있어도 SNS 등 ‘혼자놀이’는 ‘청년문화’와 결을 같이 할 수 없다.

제2의 원칙은 자율·다양성이다. 자유가 없는 놀이는 놀이로서 인정받을 수 없다. 그러나 허구적인 규칙은 존재한다(로제 카이와 2018). 정책사업으로서의 놀이(문화사업)의 현실은 정해진 규칙과 룰이 강하고, 청년들은 참여하기 꺼려한다. 니트청년들이 사회참여를 꺼려하고 숨는 이유 역시 사회의 엄격한 룰에 짓눌리기 때문이다. **충남의 청년문화사업에서는 청년들이 자유롭게 꿈꾸고 놀 수 있는 자율사업을 지향**해야 한다. 이러한 자율은 방종과 무질서가 아닌 그들만의 규칙 속 자유이며(로제 카이와 2018), 자신들의 관심사를 ‘다양한’ 사업과 조합으로 만들어 나간다. 공주청년센터 사례에서 나타난 것처럼 다양한 강좌와 모임, 그리고 행사로 확대해 나간다.

제3의 원칙은 저비용·재설계이다. 이 원칙은 현재 우리 모두가 처해 있는 기후변화 대응이기도 하지만, 창조성을 발현하는 요소로서 제안하고자 한다. 로제 카이와(2018)에 따르면 놀이는 파이디아(paidia)와 루두스(ludus)의 요소를 포함한다. 파이디아는 즉흥과 희열과 같은 원초적인 힘을 의미하고, 이와 반대 선상에 루두스는 어려움 추구하는 취향이 있다. 로제 카이와는 루두스를 문화적 의의와 창조성을 더하는 요소로 보았다. 충청남도 청년문화 정책에 있어서 고비용을 지양하고자 한다. 특히 **인프라 조성**과 **구축은 유희공간의 재설계를 추진**한다. 새것(신축)이 주는 파이디아적 희열이 아닌 저비용·저설계를 통한 새로운 발명과 발견, 어려움을 뚫고 추진되는 루두스적 요소가 발현될 수 있도록 사업설계가 필요하다.

위의 원칙에 따라 **청년문화 활성화**를 위해 **3대 추진 전략**을 제시한다. 제1전략으로 ‘사람’: 청년일상문화인력 양성, 제2전략 ‘장소’: 청년일상문화공간 조성, 제3전략 ‘일’: 청년일상문화사업³¹⁾ 전개 이다.



[그림 5-2] 청년일상문화사업의 3대 전략

본 연구의 목적은 주지의 사실로, 충남 청년들이 살아가는 삶의 영역, 즉 일상의 문화를 확인하고 활성화하는 것이다. 한마디로 연구의 초점은 ‘어떻게 하면 청년들의 일상문화가 새롭고 재미있게 할 수 있을까’ 하는 것에 있다. 이를 위해서는 일상문화를 만들어 가는 사람과 장소, 그리고 문화를 꽃피울 수 있는 마중물 역할을 할 수 있는 일이라는 요소가 있을 때 가능하다고 판단, 원칙과 전략에 입각한 아래 <표 5-2>와 같이 9대 추진과제·18개 사업을 제안한다.

세부적으로는 문화활동 영역별로, 문화향유의 경우 2대 과제·4개 사업, 문화참여의 경우 4대 과제·8개 사업, 문화생산은 3대 과제·6개사업으로 구성하였다. 특히 연구조사에서 나타난 청년정책중 1) 문화참여정책(사업) 부족과, 청년들 인식에서 드러나 2)접근성(인프라) 미흡을 극복하기 위한 방법론으로, 연구에서는 청년주도적 문화참여 활동사업을 다수 제안하였다.

31) 청년문화가 아닌 청년일상문화로 표현한 이유는 청년문화의 중의적 의미와 그에 따른 해석에 따른 오해를 불식하는 동시에, 정책목적을 명확히 하기 위함이다. 또한 충남도의 청년문화정책이 명확한 방향제시를 통해 충남청년들에게 정책적 이해도를 높이기 위함이다.

〈표 5-2〉 충청남도 청년일상문화 활성화 추진과제

| 요 소 | 전략 | 추진과제 | 활동영역 | 원칙 |
|--------|--------------------|---|--------|---------------|
| 사 람 | 청년일상 문화 인력양성 | <ul style="list-style-type: none"> 청년일상문화커뮤니티 활동 지원 <ul style="list-style-type: none"> ① 청년일상문화동아리 활동 지원 ② 청년일상문화동아리 포럼운영 | ★ 문화참여 | ★ 1원칙 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 청년일상문화인 양성 및 일자리 지원 <ul style="list-style-type: none"> ① 청년일상문화프로슈머 양성 ② 청년일상문화 슬래셔 발굴 운영 | ★ 문화생산 | ★ 3원칙 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 청년일상문화 지원인력 구성·배치 <ul style="list-style-type: none"> ① 청년일상문화 코디네이터 운영 ② 청일추: 청년일상문화추진위원회 구성·운영 | ★ 문화참여 | ★ 1원칙 |
| 장 소 | 청년일상 문화 공간조성 | <ul style="list-style-type: none"> 청년일상문화부서 설치·지원 <ul style="list-style-type: none"> ① 청년일상문화TF 설치·운영 ② (加)청년일상문화청 설치·지원 | ★ 문화참여 | ★ 3원칙 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 청년일상문화공간 조성·운영 <ul style="list-style-type: none"> ① DIT·팝업공간 기획운영 ② 작은도서관 등 협력공간 | ★ 문화참여 | ★ 3원칙 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 마을일상문화공간 조성·운영 <ul style="list-style-type: none"> ① 마을일상문화카페 지정·신고제 ② 유휴공간활용 마을일상문화공간 조성 | ★ 문화향유 | ★ 3원칙 |
| 일 | 청년일상 문화 사업전개 | <ul style="list-style-type: none"> 청년의 날 행사 추진 <ul style="list-style-type: none"> ① 마을형 청년축제 개최 ② SPIN-OFF 청년행사 | ★ 문화향유 | ★ 2원칙 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 間기반 청년일상문화주간·청년일상문화마켓 운영 <ul style="list-style-type: none"> ① 청년주간間 ‘청년일상문화’ 주간 ② 장날間 청년일상문화마켓 | ★ 문화생산 | ★ 1원칙 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 청년일상문화콘텐츠 및 홍보플랫폼 발굴·운영 <ul style="list-style-type: none"> ① QR MAPPING: 사람·공간·사업 ② 줄아요기반 청년일상문화 홍보사업 지원 | ★ 문화생산 | ★ 2,3 ★ 원칙 |

〈표 5-3〉 충청남도 청년일상문화 활성화 추진과제의 주요운영 내용

| 추진과제 | 주체 | 기간 | 예산 | 고려사항 |
|------------------------------|-------------------|-------------|----------------|-----------------------|
| • 청년일상문화커뮤니티 활동 지원 | | | | |
| ① 청년일상문화동아리 활동 지원 | 시군청년센터 (시군청년부서) | 3개월 (예비) 1년 | 도시군매칭 | 무정산 |
| ② 청년일상문화동아리 포럼 운영 | 시군청년센터 (시군청년부서) | 1년 | 시군예산 (교류) | 분기별 교류 |
| • 청년일상문화인 양성 및 일자리 지원 | | | | |
| ① 청년일상문화프로슈머 양성 | 충남도 (충남청년센터) | 1년 | 도예산(공모) →도시군매칭 | 지역형일자리 청년인턴 연계 |
| ② 청년일상문화 슬래셔 발굴 운영 | 충남청년센터 | 1년 | 도예산(공모)→ 도시군매칭 | 4+4시간 형태 일자리 |
| • 청년일상문화 자원인력 구성·배치 | | | | |
| ① 청년일상문화 코디네이터 운영 | 충남도 → 시군청년센터 | 2년 | 공모사업 →도시군매칭 | 지역대학(RISE 사업)연계 |
| ② 청일추: 청년일상문화추진 위원회 구성·운영 | 충남도 | 2년 | 도예산 (교류) | 청년정책조정위원회 산하설치 |
| • 청년일상문화부서 설치·지원 | | | | |
| ① 청년일상문화TF 설치·운영 | 충남도 | 1년 | 도예산 (실비) | 문화코디네이터 참가 |
| ② (가)청년일상문화청 설치·지원 | 충남문화관광재단 → 시군청년센터 | 1년 | 도예산 (사업위탁) | 재단 등과 업무협조 必 |
| • 청년일상문화공간 조성·운영 | | | | |
| ① DIT·팝업공간 기획운영 | 시군 기초지자체 | 5년(조성 포함) | 공모사업 또는 자체예산 | ※ 군지역 우선 청년주도성 |
| ② 작은도서관 등 협력공간 | 충남도 시군지자체 | 3년(조성 포함) | 공모사업 (도·시군매칭) | ※ 군지역 우선 육아공간 |

| • 마을일상문화공간 조성·운영 | | | | |
|----------------------------|--------------------|-----------|------------------|----------------------|
| ① 마을일상문화카페 지정·신고제 | 충남도 | 1년→평가→재지정 | 공모사업 (→도시군매칭) | ※군지역 우선 |
| ② 유희공간활용 마을일상문화공간 조성 | 지자체 (광역+지자체) | 5년(조성사업) | 공모사업(문체부·국토부 등) | ※군지역 우선 |
| • 청년의 날 행사 추진 | | | | |
| ① 마을형 청년축제 개최 | 시군청년센터 (시군청년부서) | 매년 | 시군예산 | 마을축제단 설치·운영 |
| ② SPIN-OFF 청년행사 | 시군청년센터 →시군청년 | 매년 | 시군예산 (→자립추진) | 청년행사추진단 설치·운영 |
| • 閤기반 청년일상문화주간·청년일상문화마켓 운영 | | | | |
| ① 청년주간閤 '청년일상문화' 주간 | 충남도 | 매년 | 도예산 (행사) | 주간행사 추진단내 TF |
| ② 장날閤 청년일상문화마켓 | 시군청년센터 →시군청년 | 매년 | 시군예산 →자립추진 | |
| • 청년일상문화콘텐츠 및 홍보플랫폼 발굴·운영 | | | | |
| ① QR MAPPING: 사람·공간·사업 | 충남청년센터 | 매년 | 센터예산 (홍보) | 커뮤니티 매핑센터 등 협력 |
| ② 좋아요기반 청년일상문화 홍보사업 지원 | 충남청년센터 | 매년 | 센터예산 (홍보) | 성과기반 집행추진 |

제2절 전략과제

1. 사람: 청년일상문화 인력양성

1) 청년일상문화커뮤니티 활동지원

(1) 배경 및 목적

충남 청년들이 ‘수도권’ 청년들과 비교하면 문화적 소외(낮은 만족도)가 존재한다. 따라서 청년들은 한결같이 문화적 ‘레벨’의 낮음을 말한다. 문화적 레벨을 높이기 위한 방법으로 외부로부터 ‘비싼’ 공연자를 부른다. 이러한 형태의 문화향유(소비)는 잠깐의 흥분을 줄 수 있는 대중요법과 같다. 청년문화 ‘레벨’을 올리는 데 기여하지 못한다. 따라서 청년문화에서도 이와 같은 단기적 외생적 발전이 아닌 장기적인 관점의 내발적 발전방법을 고민해야 한다(정기환 외 2005). 연구진은 지역청년들의 문화적 니즈를 반영한 일상문화활동 지원하여 자생적 ‘레벨’을 올리는 방법으로 문화기반 커뮤니티 조성을 제안한다.

(2) 추진사업

① 동아리 활동지원 사업

청년들이 원하는 관심분야에 대한 문화활동에 지원한다. 동아리는 1인 동아리(1인이상)과 일반동아리로 구분한다. 1인 동아리(일명 홀로 동아리)의 경우,

일반동아리 구성 전 준비동아리의 성격으로 자신의 관심이 청년들과 함께 할 수 있는가를 확인하는 절차적 동아리이다. 단기간(3개월 이내) 및 리서치와 관련 비용(교육·자료) 등 관련 비용을 지원한다. 지원 후에는 공지 등을 통해 일반동아리로 전환 또는 사업종료를 택하게 한다. 일반동아리는 마찬가지로 청년들이 원하는 관심분야 문화활동을 지원한다. 3인 또는 5인 이상 청년들이 모이면 가능케 하고, 지원은 강사비, 모임지원, 행사운영비 등을 지원하며, ‘무정산’을 목표로 가능한 쉽게 비용을 사용하도록 추진한다. 사업추진은 시·군청년센터(또는 시·군 청년부서)에서 추진하며, 사업비는 도·시군매칭사업으로 추진한다.

(사례) 공주시 청년센터의 경우, 취미뿐만 아니라 지역의제, 일상 등 다양한 주제로 만든 커뮤니티, 즉 자조모임(일명 공주와락)을 지원하고 있다. 2024년 20개의 모임· 80명 참여를 목표로 하고 있다. 지원은 커뮤니티의 참여도와 영향력 등을 고려하여 지원하며, 약한 연대인 느슨한 자조모임, 멤버십이 강한 자조모임, 청년행사 등을 수행가능한 자조모임으로 구분·지원한다.

② 동아리 포럼운영 사업

동아리 포럼은 지역동아리들의 교류의 장으로서 추진한다. 사업은 시군에서 추진한다. 참가자는 동아리 대표 및 회원들로 반기마다 개최한다. 포럼의 주요 의제는 동아리소개(활동, 회원 등)을 중심으로 추진하되, 매년말에 개최하는 동아리포럼은 개별 동아리 활동성과 소개 및 전시하여 동료평가를 유도한다. 이를 통해 동아리들의 건강한 경쟁심(아곤, agon)을 자극한다(로제 카이와 2018)

(3) 원칙과 기대효과

동아리사업은 문화적으로 위축된 청년들이 스스로가 자신의 니즈와 관심을 표명케 한다는 점과 충남發 문화활동을 만들어 낸다는 점에서 일상문화 고도화에 중요한 사업으로 판단된다. 또한 동아리 활동은 비단 청년들의 개별 문화적 욕구만을 채우는 데 그치지 않고, 같은 문화활동을 하는 친구를 만들어 형식적인 네트워크가 아닌 취미와 재미를 기반한 끈끈한 지역관계망을 만든다는 점에서 그 의의가 있다³²⁾(사업의 제1원칙).

2) 청년일상문화인 양성 및 일자리 지원

(1) 배경 및 목적

동아리 등을 통해 다져진 관심·취미활동은 서서히 청년들로 하여금 고도화 욕구와 인정욕구가 발생케 한다. 이러한 욕구를 충족하지 못하면 동아리 활동 등 문화활동의 동력을 잃게 될 가능성이 높다. 따라서 이러한 고도화에 대한 욕구를 해소하고 지역의 일상문화의 활성화를 위해서는 자신의 일이 사회적 인정받는 활동이 되도록 지원해야 한다. 이를 위해서 문화슬래셔와 문화프로슈머로서 인력양성을 제안한다.

(2) 추진사업

① 문화슬래셔 양성 사업

슬래셔(Slasher)는 N잡러와 동의어로, 여러 가지 일을 갖고 있는 사람을 일컫는 말이다. 즉 직업란에 슬래시 기호(/)를 넣어 자신의 직업을 기입하는 사람

32) 충청남도 청년들은 다른 사회활동보다 동아리 활동(33.3%)을 가장 하고 싶어한다. (제3장 참조)

에서 파생되었다. 이 사업은 동아리활동 등 문화활동의 수준이 높아진 청년들이 직업으로서 활동할 수 있는 기회를 제공하는 사업을 일컫는다. 사업은 공공형(지역형) 일자리사업, 청년인턴사업의 일환으로 추진한다. 단 **문화슬래서는 기존 일자리의 업무를 수행하면서 문화활동 업무를 병행한다**. 예를 들어 8시간 근무의 공공형 일자리인 경우, 4시간은 기존업무를 추진하고, 4시간은 문화활동을 하는 것이다. 사업은 충남도 공모사업으로 추진하며, 3년 성과평가 후 도시군 매칭사업으로 전환한다.

(사례) 당진시 청년센터의 경우, 모집된 청년인턴들은 청년타운 나라의 업무를 수행한다. 그러나 단순히 업무지원에 그치지 않고 업무시간 내 취업교육을, 근무하는 6개월내 40시간~24시간을 받는다. 즉 **청년들의 삶의 경쟁력을 높이기 위해 일 경험뿐만 아니라 교육까지 동시에 실시하는 것이다**. 문화슬래서사업도 이와 같은 정책적 맥락에서 추진한다고 볼 수 있다.



자료: 당진시 내부자료(2024)

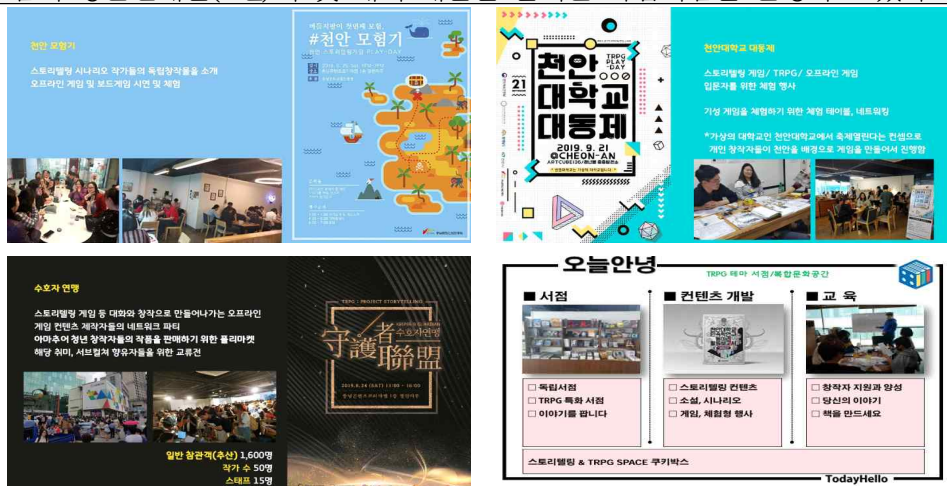
[그림 5-3] 당진시 맞춤형 청년인턴제

② 문화프로슈머 양성 사업

프로슈머(prosumer)는 생산자(producer)와 소비자(consumer)의 역할을 동시에 하는 자를 일컫는 신조어이다(앨빈 토플러). 프로슈머는 제품생산의 소비자의견을 하는 사람뿐만 아니라 직접 생산활동 일부에 참여하는 자까지 그 쓰임새는 넓다. 이 사업의 문화프로슈머는 동아리활동을 포함하여 지역에서 일상문화활동을 한 청년들(소비자) 중에 업(생산자)으로 삼으려는 청년에게 문화프로슈머로서 지원하는 것을 말한다.

사업은 충남도 공모사업으로 추진하며, 3년 성과평가 후 도·시군 매칭사업으로 전환한다. 공모 등을 통해 선발된 청년에게 교육·사업·공간 등을 지원한다.

(사례) 천안의 오늘날년의 대표 김성준은 천안시의 청년몰(흥흥발전소)에서 독립서점을 운영하는 기업대표로, 그도 처음에는 소비자였다. TRPG 덕후인 그는 천안시의 커뮤니티 활성화 지원사업(50만원)을 시작으로 다양한 경험을 통해 청년몰에 입주한 성공한 덕후이자 프로슈머이다. 지금은 독립서점의 평균년매출(6천)의 몇 배의 매출을 올리는 독립서점을 운영하고 있다.



자료: CNI 세미나 '충남청년 문화융성 세미나(2024.10.2.)' 발표자료

[그림 5-4] 김성준 대표의 활동과 사업

(3) 원칙과 기대효과

청년문화의 인력양성과 지원은 전문예술인에 집중되어 있는 것은 주지에 사실이다. 따라서 ‘문화인’이라고 하는 사람 역시 전공자를 중심으로 인지하고 있는 것이 현실이다. 이 사업은 문화를 전공자의 전유물로 보는 인식 한계를 깨고, 누구나 ‘문화인’이 될 수 있도록 하게 한다는 점에서 사업의 의의가 있다(사업의 제3원칙). 또한 청년들로 하여금 새로운 업으로서의 문화분야를 개척할 수 있도록 지원함으로써 지역 내 문화일자리를 양성하는데 실마리로서 그 역할을 한다고 볼 수 있다.

3) 청년일상문화 지원인력 구성·배치

(1) 배경 및 목적

충남의 청년들에겐 강력한 문화욕구가 존재하지만, 이를 충분히 해소할 만한 시설과 프로그램은 미흡하다. 특히 도시 청년보다 농촌 청년들은 문화적 소외를 더 느끼고 있다³³⁾. 이러한 소외를 극복하기 위해서는 문화전문가의 지원과 협력이 필요하다.

(2) 추진사업

① 문화코디네이터 선정·운영

일반적으로 문화코디네이터는 평생교육 등 생활문화사업 지원업무를 상정한다. 그러나 이 연구에서는 문화코디네이터는 자신(또는 기관)이 보유한 전문기

33) 우리 연구조사에 따르면 문화접근성에서 농촌청년들의 인식은 도시청년에 비해 매우 낮다. (문화시설) 시부 만족 65% vs 군부 만족 19.8%, (문화기획) 시부 만족 58.2% vs 군부 만족 20.4%, (문화프로그램) 시부 만족 57.9% vs 군부 만족 18.6%, (정보전달) 시부 만족 65.5% vs 군부 만족 22.2%, (교통접근성) 시부 만족 66.2% vs 군부 만족 23.4%. 문화접근성

술 및 자원을 필요한 사람에게 연계하는 사람(또는 기관)으로서 정의한다. 즉 일상문화를 추진하는 일반청년·동아리·슬래셔·프로슈머에게 그들에 수요에 맞춘 자신(또는 기관)의 기술(자원)을 전달·연계하는 사람을 문화코디네이터로 선정하고 운영한다.

사업은 시·군청년센터(또는 시·군청년부서)에서 추진(선정 및 지원)하며, 지역청년문화사업과 연계하여 추진한다. 최초 선발은 충남도 공모로 추진하며, 추후 시·군의 업무로 추진한다.

또한 문화코디네이터는 지역³⁴⁾의 지산학연협력자로서의 성격을 가진다. 따라서 문화코디네이터는 사람 또는 기관이 선정될 수 있다. 사업내용은 기초~고급교육과정뿐만 아니라 기관연계협력, 작품활동지원 등을 추진한다. 따라서 문화코디네이터는 지역문화의 디자이너로서 역량과 지역적사고, 네트워크 능력 등이 요구된다.

(연계) RISE(지역혁신중심 대학지원체계)사업은 문화코디네이터사업과 연계가능성이 높다. 현재 RISE사업 중 지역현안 기반특화전략, 지역학습자의 특성과 요구를 반영한 대학평생교육 모델을 요청받고 있다. 따라서 문화코디네이터사업은 RISE사업 취지와 맥을 같이 하며, 대학과의 연계협력 가능성이 높은 사업이라고 판단된다.

② 문화추진위원회(청년일상문화추진위원회:청일추) 구성·운영

청일추는 청년들의 일상문화 활성화를 위한 위원회조직으로, 현재 운영중인 충남도 청년정책조정위원회 산하의 분과위원회로서 설치 및 운영한다³⁵⁾. 인원 구성은 청년정책조정위원회 위원과 청년전문가, 청년예술단체, 대학생 등으로

34) 기본적으로 지역은 시군으로 상정하고 있으나, 생활권 및 권역개념으로 상정가능하다.

35) 충청남도 청년 기본조례 제15조(분과위원회의 설치 및 운영)을 근거로 추진

다양한 인력으로 구성한다. 의제는 청년들의 일상문화 활성화를 위한 ①사업검토, ②의견제시, ③정책제안 등을 추진한다.

(3) 원칙과 기대효과

충남의 청년문화전공자들은 지역문화 주체로서가 아닌, 배우는 학생 또는 우리 사회의 막내로서 활동해 왔다. 따라서 자신들의 활동을 ‘청년들의 문화’로 인식 또는 정의하지 못하는 한계가 노출해 왔다. 문화코디네이터 및 위원회 사업 등의 사업은 그들(청년문화전공자들)에게 충남의 청년문화를 만들어 내는 주체이자 충남의 청년들의 일상문화에 조력자로서 삶의 보람과 정체성을 경험하는 계기가 될 것이다(사업의 제1원칙).

2. 장소: 청년일상문화 공간조성

1) 문화부서 설치·운영

(1) 배경 및 목적

현재 충청남도 청년정책의 총괄부서는 ‘청년정책관’이다. 그러나 청년들의 문화 관련 사업의 직접 수행은 하지 않는다. 기획과 수행은 문화체육관광국 문화정책과 등에서 수행하고 있다. 이러한 총괄과 기획·기능수행의 차이는 청년의 일상문화사업 추진에도 영향을 끼치는 요소로 작용한다. 이러한 차이를 극복하기 위한 ‘특별한’ 형태의 부서를 설치 및 운영을 제안한다.

(2) 추진사업

① 청년일상문화TF 설치·운영

청년일상문화TF는 청년문화, 즉 문화향유, 문화참여, 문화생산과 관련된 사업에 대해 정기적으로 의견교환하는 역할을 수행하는 팀조직으로, TF는 청년정책관실내 조직한다. 인원은 청년정책관과 문화체육관광국 문화정책과, 문화코디네이터로 구성된다. TF원으로서 문화코디네이터의 주요업무는 ①문화전문가로서 정책수행에 따른 의견 및 조언, ②지역(생활권 또는 권역) 요구전달, ③추진사업 전파 등을 수행한다. TF 회의는 정기적으로 수행하고, 관련 회의비용은 실비로 지급한다.

② (加)청년일상문화청 설치·지원

(加)청년일상문화청(이하, 청년문화청)을 충남문화관광재단 및 충남청년센터 등에 설치하고 운영한다³⁶⁾. 주요업무는 청년일상문화의 진흥과 행정업무를 추진하는 기구로서 역할을 한다. 문화청장 및 직원은 충남도에서 공모 및 심사위원회를 통해 위촉 및 선발한다. 청장 및 직원의 수당은 실비기반 활동수당을 지급한다. 또한 (加)청년일상문화지청(이하, 청년문화지청)은 시·군문화재단 및 청년센터 등에 설치하고 운영할 수 있다. 관련 위촉 및 선발은 시·군문화재단 및 청년센터에서 실시한다. 청년문화지청은 청년문화청과 협력하여 시군의 일상문화사업(사람·장소·일) 등 진흥을 위한 의견과 협조, 또는 추진을 한다.

36) (加)청년일상문화청(이하, 문화청)은 행정조직법 또는 조례상의 실제 설치기구가 아닌 ‘(加)’ 임시 또는 상상의 기구이다.

(사례) 서울시 등 여러 지자체에서 명예시장 제도를 운영한다. 이는 시민들의 다양한 의견을 듣고 정책에 반영하기 위해서이다. 2012년부터 운영했던 서울시는 2024년 주택, 도시계획, 문화 등 19개 분야로 확대하는 등 적극적으로 제도를 운영한다. 선발은 시민공모 및 부서추천→선발심사위원회→위촉의 과정을 거친다.



자료: 우리문화신문(<https://www.koya-culture.com/>)

[그림 5-5] 서울시 명예시장 위촉식

(3) 원칙과 기대효과

제안된 청년일상문화TF, 청년문화청은 임시적이다. 문화는 임시적이기 때문이다(클리퍼드 기어츠 2003). 그러나 문화를 해석하고 그것을 기록물로 남겼을 때, 우리는 비로소 문화를 알 수 있다. 이런 맥락에 따라 임시적인 부서를 제안한다. 그러나 임시적이라 미흡하고 부족한 것이 아닌 강렬히 만나고, 중요한 의사결정을 하는 장소(부서)로서 자리매김을 할 수 있을 때, 우리시대의 청년정신과 맞닿는 방식으로 좋은 정책적 시그널이 될 것이다(사업의 제3원칙).

2) 청년일상문화공간 조성·운영

(1) 배경 및 목적

우리 주변에는 무수히 많은 공간이 존재한다. 그러나 장소로서 의미를 가진 공간은 충분치 않다. 공간은 추상적, 물리적, 기능적 성격을 갖지만, **장소는 생활세계가 경험되는, 즉 그 공간을 이용하는 사람들의 기억과 경험으로 의미가 부여된 곳이다**(Relpa 1976, 이-푸 투안 2020). 즉 일상문화를 경험하는 공간이 아닌 장소를 만드는 사업을 제안한다.

(2) 추진사업

① 공간기획 및 운영(DIT×팝업공간)

DIT는 Do It Together의 약자로, 일종의 메이커운동(Maker Movement)이다. 메이커는 사람들에게 새로운 혁신과 기업가 정신을 부여한다. 2010년대 사회적경제 영역에서 폐가살리기의 형태로 시작하여, 제주, 군산, 대전 등에서 활발하다. DIT는 주민과 운영자가 건물의 수리와 리모델링, 리노베이션을 직접 참여한다. 이러한 DIT는 **사람들에게 공간에 기억과 의미를 부여함 뿐만 아니라, 공간의 쓸모에 대한 같이 고민할 수 있는 기회를 준다.** 또한 팝업공간은 미국·영국 등에서 시작된 것으로, 원도심 등의 유휴공간을 짧은 기간동안 스토어, 전시회 등을 추진하여 사람들의 이목을 끄는 사업이다. 우리나라에서는 대표적으로 성수동과 같은 곳에서 추진한다.

사업은 지자체가 문화공간으로서 지역내 유휴공간을 매입 및 임대하여, DIT 방식으로 참여자들을 중심으로 공간기획하고 구축한다. 공간운영은 청년협동조합이 운영하며, 다양한 공연과 전시공간으로 활용한다.

(사례) 일본 이치카와시의 ‘123빌딩’은 40년이상 노후화되어 공실상태로 방치되어 있었다. 프로젝트 담당사업자(스미키설계시공사)는 현장조사를 통해 잠재력을 확인하고, 입주자를 모집. 입주자 등 참가자들이 공간기획 후, DIT를 추진한다. 2015년 ‘123빌딩’은 ‘셰어 아틀리에’라는 복합문화공간으로 탈바꿈되어 카페, 갤러리, 재즈공연장, 케이크가게 등 일상문화가 꽃피는 공간으로 지역에 활력을 불어넣고 있다.



자료: 건축과 도시공간 Vol. 37, 33페이지

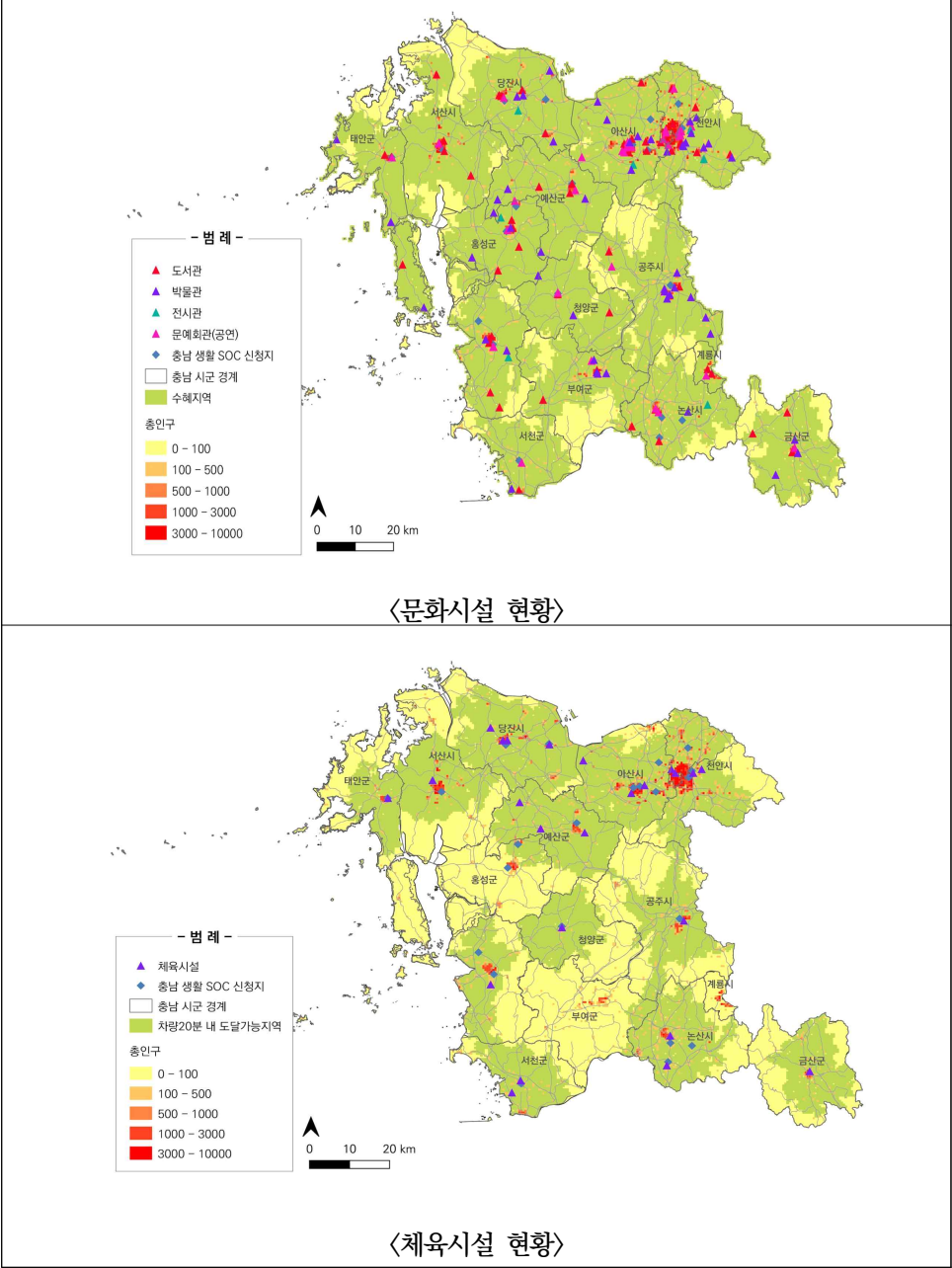
[그림 5-6] DIT를 통한 문화공간 조성(셰어 아틀리에)

② 도서관 내 협력공간

군 거주(농촌) 청년들을 중심으로 문화접근성의 어렵다고 느낀다³⁷⁾. 그러나 명목지표에서는 충남의 인구 십만명당 문화기반시설수는 서울(4.80)과 경기(4.50)보다 높다(9.10)³⁸⁾. 이러한 체감적 차이는 거리와 관련한다. 차량으로 20분 내 문화시설에 접근하지 못하는 인구는 5.4%, 체육시설의 경우 15.4%에 달하였다. 아래의 지도에서 확인할 수 있다.

37) 이 연구 3장 참조

38) 통계청 e-지방지표



자료: 충남 2030 문화비전(박철희 외, 2020) 발췌
 [그림 5-7] 충남 문화시설 및 체육시설 현황도

그렇기에 문화시설의 확충을 통해 문화접근성을 높이는 것이 우선과제이다. 그러나 동시에 접근가능성이 높은 문화시설의 활용이 중요하다. 이 과제에서는 문화시설의 활용도에 초점을 맞추어, 작은도서관을 착목한다. 작은도서관은 도내 393개소가 운영되고 있는 가장 많은 문화시설이다. 현재 작은도서관에는 청년이 없다. 이유는 청년들이 작은도서관에 대한 인지미흡과 함께, 작은도서관의 대상을 유아 및 고령자로 보기 때문이다.

따라서 연구에서는 작은도서관의 청년특화공간으로의 전환을 제안한다. 이 사업은 시·군지자체(청년+도시재생부서)에서 주도한다. 청년특화공간은 청년도서구비 및 문화행사가 가능공간으로 구성하며, 육아기 청년들을 배려한다. 또한 청년들이 잠시 쉬었다 갈 수 있는 청년취향에 맞는 샬롱 등도 포함한다(김기달 2019)³⁹⁾. 사업은 크게 1)폐·휴업의 작은도서관의 청년특화공간으로 리모델링, 2)기존 작은도서관내 청년특화공간 조성이다. 특히 작은도서관은 유아·어린이들을 주요정책대상을 하는 공간인 점을 착안하여, 육아기의 청년들을 타겟으로 다양한 일상문화사업을 추진한다⁴⁰⁾.

(사례) 동두천시는 폐관한 작은도서관 ‘지혜의 등대’내 청년들의 전용공간 ‘어수정 청년공간’을 구성한다. 동두천시는 이 공간을 일상의 청년커뮤니티 활동, 일자리상담 등과 함께 청년토론, 간담회의 소통의 공간으로 추진하였다. 공간은 약 262㎡ 면적의 2층으로 구성, 북카페와 PC 이용석, 커뮤니티·스터디 공간, 다목적실이 조성되었고, 운영은 화요일~토요일 09:00~18:00이다.

39) 저자는 서초 구립내곡도서관 작은도서관 순회사서이다. 저자는 청년특화 작은도서관 건립을 주장한다.

40) 35~39세의 청년들, 육아기 청년들의 일상문화 만족도가 낮은 것으로 나타났다



자료: 동두천시 공식블로그(<https://m.blog.naver.com/ddccity/222303028778>)

[그림 5-8] 어수정 청년공간 행사 및 프로그램 운영

3) 마을일상문화공간 조성·운영

(1) 배경 및 목적

정주의향이 없는 청년들의 이유 중 가장 많이 선택한 것이 주거환경(문화여건, 교육, 의료시설 등)의 인프라 부족이었다(46.3%). 따라서 살고 있는 마을을 중심으로 인프라를 구축할 필요가 있다. 그렇다면 어느 수준까지 인프라를 구축해야 하는가의 문제에 봉착한다. 조성 예산뿐 아니라 인프라 유지비용까지 고려한다면 기존의 조성 방식이 아닌 새로운 전략을 제시하지 않을 수 없다.

(2) 추진사업

① 마을일상문화카페 지정·신고제

전국적으로 카페는 9만 여개가 존재한다. 왜 한국인은 카페를 선호하는가? 카페는 커피라는 상품소비 뿐만 아니라, 공간자체로 소비를 하는 ‘제3의 장소’의 역할을 하고 있기 때문이라고 주장한다(문지혜 외 2019, 레이 올든버그

2019)⁴¹⁾. 이러한 특성을 가진 카페공간을 문화인프라로서 활용하는 방법을 모색한다. 사업은 독서, 영화, 음악 등 주제로, 토론·전시·상영 등 문화프로그램을 정기적으로 개최하는 카페를 ‘마을일상문화카페’로 지정(및 지원)하고, 동아리 활동공간으로 활용한다. 사업은 충남도 시범공모사업으로 추진하고, 성과평가 후 시·군 운영사업으로 추진한다.

(사례) 영월의 문화살롱 ‘레비로드’는 영월 청년층의 문화사랑방 역할과 문화플랫폼의 네트워킹 공간의 역할을 지향한다. 대표적으로 ‘기차길 옆 문학관’과 같은 이야기를 나누는 프로그램을 운영하고 있으며, 장기적으로 지역 청년들의 새로운 발견을 통해 창직, 창업지원 프로그램 개발 운영하고 있다. 카페는 강원창조경제혁신센터 지역생활문화 청년창업사업으로 기획, 조성되었다.



자료: 영월인(ywmedia.kr), 영월신문(yeongwol-news.com) 등 인터넷 자료

[그림 5-9] 카페 레비로드의 버스킹 프로그램과 문화활동

41) 레이 올드버그는 인간은 가정(제1장소)과 일터(제2장소)만으로 불충분하며, 비공식적 공공생활을 하는 공간 ‘제3의 장소’가 필요하며, 그 공간은 우리가 소외를 덜 느끼는 카페, 서점, 호프집(바)와 같은 곳이다. 제3의 장소는 다수가 정기적으로 점유하는 편안하고 비공식적인 공공장소로, 지역사회를 구축하는 사회적 기능과 함께 ‘재미’를 얻는 곳이다. 효율성과 표준화를 좇는 현대의 도시계획 하에서는 제3의 장소가 사라져, 결국 지역공동체가 쇠퇴하고 있다. 제3의 장소의 복원이 중요하다고 주장한다.

② 유헤공간활용 마을일상문화공간 조성

지금까지 유헤공간(민간시설 포함)에 대한 재활용 관심과 노력은 지속적이었다. 그러나 재활용으로 문화예술공간은 다수 있었으나 체육공간으로의 재활용은 미흡하였다. 빈집의 경우 공터, 주차장, 리모델링을 통한 쉼어하우스 등 제한적 변경에 그쳤다. 최근 서울, 대전 등 도시를 중심으로 빈집을 공원으로 바꾸기 시작했다. 제안사업은 폐교, 산업시설, 빈집 등의 유헤공간을 마을체육시설 및 마을공원으로 변경하는 마을일상문화공간을 추진하는 것이다.

이를 위해서는 지자체(또는 광역+기초지자체), 교육청 등 관계부처 및 빈집 등 소유주와 협의 및 매입하고 유헤공간 재생을 추진한다. 이때 청년들의 니즈를 파악하기 위해 전략적으로 청년추진단을 구성·운영한다. 이를 통해 35세~39세의 청년들과 농촌(군부) 청년들이 느끼는 문화접근성 불만족을 ‘마을일상문화공간’에서 문화와 육아, 체육활동 등을 동시에 추진할 수 있도록 노력한다.

(사례) 경기도교육청은 2019년 폐교한 (구)기흥중학교를 2021년 경기학생스포츠센터로 재활용하였다. 이는 경기도교육청과 용인시의 협력으로 거립한 스포츠센터이다. 센터는 연면적 6495㎡ 규모로 4개 층, 22개 체험실로 조성되었고, 대표시설로는 1층 바이크 레이싱 Zone, 복합스포츠컴플렉스, 2층 스포츠미디어실, 3층 GX룸, 4층 소그룹 회의실 등이 있다. 또한 2026년은 다목적체육시설의 건립을 하는 계획을 가진다.

(연계) 유헤공간 문화재생사업은 한때 산업시설, 폐교, 면사무소 등 활발히 사용된 공간이 기능을 잃고 방치된 공간을 지자체가 매입 후 문화공간을 리모델링하는 사업이다. 문체부는 지역의 시간·장소·문화적 가치있는 문화예술공간을 통해 주민들의 문화참여 기회 확대를 목적으로 2014년부터 2023년 현재까지 54개 사업, 29개소의 조성 및 운영 중이다.



자료: lifein 기사 '버려진 공간을 문화로 채우다'(23.8.21)

[그림 5-10] 유휴공간 문화재생사업으로 탈바꿈한 동부창고 전경

(3) 원칙과 기대효과

우리의 일상은 언젠가 프랜차이즈가 점령하였다. 표준화된 스타일, 즉 맥도날드화⁴²⁾는 우리에게 ‘한끼 식사’, ‘커피 한잔’을 제공하는 편리함을 주지만, 한번 들어서 우리의 이야기를 나누고 싶은 ‘단골가게’로서 기능하지 못하는 것이 현실이다. 내가 사는 곳(마을)을 둘러싼 카페와, 기능을 다해 더 이상 쓸모없는 공간을 의미있고 일상적 문화로 만들어 나가는 일은 쉽지 않은 여정이다. 문화공간 역시 표준화된 스타일(기능과 디자인)로 추진된다. 이 사업의 중점은 공간재생이다. 한때 지역에서 필요했던 공간(산업, 공공, 집)을 청년의 일상문화공간으로 바꾸는 것으로, 지역은 특화된 청년친화도시로서 성장해 나간다(사업의 제3원칙).

42) 조지 리처(2017)는 그의 저서에서 맥도날드로 대표되는 패스트푸드점의 원리, 즉 효율성, 계산가능성, 예측가능성의 원리가 전세계적으로 추진되고 있다고 주장

3. 일: 청년일상문화 사업전개

1) 청년의 날 행사추진

(1) 배경 및 목적

축제 등 대중문화 이벤트는 청년들에게 유의미한 문화향유(소비)의 만족감을 주는 일상문화이다(박해광 2018). 따라서 지자체에서는 청년문화사업으로 축제에 대한 관심이 높고, 예산도 높게 책정한다. 대중문화 이벤트는 유명인(가수)을 중심으로 한 포맷을 따른다. 유명인은 모객하기 쉽기 때문이다. 때문에 높은 예산 소비되고, 다른 문화예산을 쓸 수 없거나 부족해지기 쉽다. 청년의 날 축제로서 새로운 접근을 제안한다.

(2) 추진사업

① 마을형 청년축제 개최

청년의 날 행사로서 충남에서는 ‘피크타임 페스티벌’이 2024년 9월에 열렸다. 금번 페스티벌은 유명인들이 출연하는 토크형 공연으로 펼쳐졌고, 2만 5천여명의 전국청년들이 이틀간 방문하여 성공적으로 진행되었다고 한다. 이와 같은 대규모 청년축제는 대외적으로 충남을 알리는 데는 성공적일 수도 있지만, 기초지자체에서 축제는 불가능하다.

연구진은 마을형 청년축제를 제안한다. 추진방법은 문화예술뿐만 아니라 다양한 배경을 가진 지역청년들로 마을축제추진단을 구성하고 그들의 아이디어로 축제를 추진케 한다. 지역시민(단체), 전문가는 조언그룹으로 후원케 한다. 특히 지역사회는 초기 청년들의 미숙함과 미흡한 성과물에 대해 청년들이 자라

가는 기간으로, ‘청년적응보증기간(youth guarantee period)’을 설정하고 지켜보고 후원한다. 이러한 지지와 청년주도를 통해 마을청년축제가 청년의 날 등 지역 일상문화 이벤트로 정착하도록 추진한다.

(사례) 용인시에서는 청년의 날을 기념하여 청년이 직접 기획하고 주도적으로 참여하여 용인청년페스티벌을 추진한다. 그들은 용인청년정책네트워크 축제기획TF단을 구성하여, 청년LAB프로그램, 부캐도전 프로젝트 등 청년참여 주간프로그램을 조직하고, 청년세대 소통과 화합, 청년정책 공유의 장을 열었다. 4회째가 되는 2024년은 용인청년페스티벌의 부제로 "Retro, New, All, 용인청년레뉴얼월드"로 정했다. 과거의 추억을 청년의 새로운 시각으로 프로그램을 구성하여, 전 세대가 함께하는 문화향유의 장소를 만들었다.



자료: 대한민국 구석구석 문화관광축제(korean.visitkorea.or.kr)

[그림 5-11] 2024년 용인청년페스티벌 포스터

② SPIN-OFF 청년행사 추진

시군 대표축제의 SPIN-OFF⁴³⁾ 청년행사를 추진한다. 사업은 시군 대표행사 기간에 동시에 치루는 청년행사로, **시군 대표행사와 결을 같이 하면서 청년들만의 새로운 감각을 넣은 행사를 추진한다.** SPIN-OFF 청년행사는 대표축제와 주제는 같지만 다른 관점으로 추진하는 방식을 말한다. 대표축제의 SPIN-OFF 청년행사추진단을 구성하고, 청년들만의 자유로운 축제를 운영한다.

(사례) 에든버러 프린지 페스티벌은 원래 에든버러 인터내셔널 페스티벌을 모태로 탄생하였다. 2차세계대전 후 에든버러 인터내셔널 페스티벌에 초청받지 못한 공연단체가 소규모 공간을 극장으로 개조하여 페스티벌을 열었던 것이 시작이다. 그래서 fringe(주변)이라는 표현을 썼다. 에든버러 인터내셔널 페스티벌은 에든버러시의 엄격한 기준에 따라 추진된 반면에 프린지는 누구에게나 문호를 개방하였다. 물론 수준이 낮은 작품도 있지만 대중성이 높은 공연도 많다. 이러한 개방성에 근거에는 프린지 관객이 지역주민 호응과 입장권 판매에 있다. 따라서 축제완성은 주민이 하였다는 이야기가 있을 만큼 지역사회의 후원이 성공에 밑거름이 되었다.



자료: 이코노믹 리뷰 기사(<https://www.econovill.com/news>)

[그림 5-12] 에든버러 프린지 페스티벌 전경

43) spin-Off란 사업부문의 분사라는 뜻의 경제용어로, 최근에는 대중문화에서 많이 쓰인다. 영화나 드라마중 인기작품의 원작을 기초로 하지만, 다른 이야기의 후속작을 스펀오프라 한다

(3) 원칙과 기대효과

유럽의 청년정책은 유스게런티(Youth guarantee)제도이다. 그런데 guarantee는 일정기간 보증하는 것을 의미한다. 따라서 교육과정을 끝낸 청년들이 사회적응할 때까지 보증한다는 의미도 있다고 생각한다. 청년축제는 지금까지 청년을 위한 축제였지, 청년의, 청년에 의한 축제는 아니었다. 청년의(자율), 청년에 의한(책임) 축제를 추진할 때 비로서 청년문화는 시작될 것이라 생각한다(사업의 제2원칙).

2) 중간반 청년일상문화주간·청년일상문화마켓 운영

(1) 배경 및 목적

청년문화 홍보 및 판매는 청년문화인과 충남청년의 일상문화의 저변을 확대하는 것이 중요하다. 그러나 대중이벤트 행사를 개최하는 데는 최소 수천~수억 원의 예산이 수반되는 사업이다. 또한 홍보 및 판매는 1회성이 아닌 지속적으로 이루어졌을 때 정책목표를 달성할 수 있다. 현재 충남도 및 지자체 청년예산으로는 쉽지 않다. 따라서 청년문화의 홍보 및 판매에 대한 새로운 접근방법(사업)으로서 '間'을 추구한다. '間'은 한글로 '사이' 또는 '모퉁이, 꼬트머리'이며, 직접사업이 아닌 **협력사업의 개념**으로 제안한다.

(2) 추진사업

① 청년주간間 '청년일상문화' 주간

청년주간의 다양한 행사에서 '청년일상문화' 주간을 기획·추진한다. 우리가 실시한 설문조사와 인터뷰에서 **청년들은 질 높은 문화공연, 악기연주 클래스**

등 일상문화에 대한 고민을 가지고 있다는 것을 알 수 있었다. 충남의 현실은 수도권 등과 같은 문화인프라를 조성하기에는 쉽지 않은 지리, 정책적 여건을 가진다. 따라서 우리가 적극적으로 할 수 있는 것은 **충남도의 일상문화의 연계와 홍보를 적극적으로 해야 한다**. 따라서 청년일상문화 주간은 문화예술·스포츠체육·관광·사회활동 프로그램 홍보와 지원을 추진한다. 사업은 충남도 청년주간행사 추진TF내 추진단을 구성하여 추진한다.

② 장날間 청년일상문화마켓 개최

청년문화상품의 마켓은 온라인 또는 청년마켓만으로 한정될 경우 종종 있다. 시군의 장날을 적극적으로 활용한다. 물론 청년생활제품의 주요타겟은 청년이다. 그러나 **공연예술/미술작품 등 문화상품의 경우, 청년뿐만 아니라 중장년에 계도 관심의 영역**이다. 따라서 적극적으로 문화마켓을 추진할 필요가 있다. 마켓 개최를 위해 사전 시장상인회 등과 협력하고 지속적으로 추진할 필요가 있다. 청년일상문화마켓의 추진은 문화프로슈머 등 문화기업가들이 중심으로 추진단을 구성하고, 시·군청년센터(또는 청년부서)가 지원한다.

(3) 원칙과 기대효과

다양한 주체와의 협력은 쉬운 일이 아니다. 쉽지 않은 이유는 신뢰가 없기 때문이다. 특히 청년들이 하는 일이 자신들이 하는 방식과 다르기 때문에 오는 불신(공포)은 더욱 조장한다. 신뢰의 발생은 지속적으로 얼굴을 비추는 행위가 지난한 일이지만 가장 빠른 길이다. 그렇기 때문에 **間기반 청년일상문화주간·청년일상문화마켓 운영 등은 기성세대와 거리를 좁히는 신뢰를 만드는 일로서 그 의의가 있다(사업의 제1원칙)**.

3) 청년일상문화콘텐츠 및 홍보플랫폼 발굴·운영

(1) 배경 및 목적

충남청년의 일상문화를 알리기 위해서는 오프라인 이벤트와 더불어 온라인 홍보사업은 필요사업이다. 그러나 온라인 홍보는 오프라인 이벤트보다 더욱 집객하기 어려운 공간이기도 하다. 온라인이 가지는 파급력은 사회이슈와 뉴스의 전파속도로 우리는 일상으로 확인하지만, 실제 우리가 전달하는 뉴스는 잘 전달되지 않는다. 이것은 당연한 결과이다. 온라인은 오프라인보다 있는 자에게 더 주는 시스템이 적용되는 공간이기 때문이다(마태복음 효과). 그러나 오랜기간 살아남는 온라인 공간은 소수가 지키고 신뢰하는 공간이라는 점은 시사하는 바가 크다(클레이 셔키 2008). 충청남도의 청년문화의 홍보방법에 대한 제안을 한다.

(2) 추진사업

① QR MAPPING: 사람·공간·사업리스트

청년일상문화의 정보는 사람 또는 온라인 매체이다. 현재 충남의 일상문화정보는 산재되어 있으며, 게재된 공공영역의 정보도 매력(‘힙’)적이지 않다. 따라서 한눈에 정보를 알 수 있는 일상문화 플랫폼을 필요로 한다. 플랫폼을 말하면 곧 ‘앱개발’로 이해하기 쉽지만, 플랫폼의 성공은 앱개발보다 우선 정보의 결절점(結節點), 즉 모이게 하는 곳을 만드는 것이 급선무이다. 연구에서는 커뮤니티 매핑방식(Community Mapping)⁴⁴⁾과 큐알(QR)⁴⁵⁾을 결합한 가시성 있는

44) 커뮤니티 매핑은 공통적 관심을 공유하는 집단이 현장 데이터를 얻어 실제 지도를 만드는 행위이다(위키피디아).

45) QR 코드(QR code, Quick Response code)는 컴퓨터로 만든 흑백 격자무늬 코드로, 정보를 나타내는 매트릭스형태의 이차원코드이다(위키피디아)

정보를 청년들이 자발적으로 수시 업로드되는 QR MAPPING을 제안한다.

사업은 충남청년일상문화 지도(일명: 충남에서 놀곳 알려줌~) 만들기 프로젝트를 추진한다. 사업추진시 기술기반 사업체가 아닌, 청년커뮤니티 멤버십을 유지하는 단체 등과 컨소시엄 등을 통해 실제 사업이 진행될 수 있도록 한다. 충남청년일상문화지도는 지역문화동아리, 문화코디네이터, 문화인 등을 중심으로 참여, 지역 일상문화 공간을 지도에 표시한다. 관련 앱을 만들어 지도와 정보를 알려주고, 관련 공간에는 관련기관 및 사업체에 협조를 받아 큐알(QR) 코드를 부착, 관련 설명, 이미지, 스토리 등을 확인할 수 있게 한다.

나아가 청년일상문화 QR MAPPING의 지속적인 추진을 위해서는 청년들의 자발성이 필요하며, 이를 위해서는 하나의 '힙'한 청년문화로 자리잡을 수 있도록 하는 전략적 접근과 참가자들에게 한정 기념품 혜택 및 SNS 확산 전략을 고민할 필요가 있다.

(사례) 커뮤니티 매핑센터는 2020년부터 경기도 자원봉사센터와 함께 '시각장애인 보행 환경 커뮤니티(Barrier-Free) 지도'를 만들고 있다. 공공기관이 확인하기 어려운 보행 환경의 문제점을 참여자들이 일상에서 길을 돌아다니며 지도에 표시하는 프로젝트를 진행하고 있다. 뿐만 아니라 커뮤니티 매핑센터는 독립운동 순례길 역사길모이 등 문화자산, 마곡 스마트시티 리빙랩 냄새지도 등 도시재생, 교통안전 주제로 사업을 추진하고 있다.



출처: 커뮤니티 매핑센터 홈페이지(bfzido.com)

② 성과기반 청년일상문화 홍보사업 지원

청년정책 홍보는 지자체 및 센터 홍보팀을 통해 뉴스, 보도자료 등의 형태로 전달된다. 보도자료의 경우 많은 언론사가 수정 없이 재송출하는 문제로, 정보로서의 가치가 떨어지는 경우가 많다. 따라서 홍보수단으로 청년 서포터즈 등 선발하여 소정의 활동비를 제공하고 기사와 영상을 올리도록 하고 있다. 이와 같은 방식은 실제 청년들에게 매력적인 홍보물인지 여부에 대해 판단하기 어렵다. 연구에서는 성과기반 홍보사업을 제안한다. 특히 영상물에 대해 평가기반이 되는 좋아요 또는 구독기반 홍보지원사업을 제안한다. 좋아요는 홍보물의 매력을 평가하는 지표로 활용가능하기 때문이다. 좋아요 또는 구독 수에 비례하여 비용지급을 하되, 기준의 상한성을 제한한다. 이를 통해 실질적인 홍보사업이 추진되도록 한다. 사업은 충남도 공모사업 및 시·군 시범사업을 통해 추진한다.

(3) 원칙과 기대효과

집단지성과 성과기반은 우리 시대를 관통하는 테마이다. 그러나 이런 기재가 작동하기 위해서는 철저한 피드백이 이루어져야 한다. 공공에서 집단지성과 성과기반에 대한 관심은 많지만 실제 운용하지 않는다. 관리가 쉽지 않기 때문이다. 따라서 홍보프로젝트는 집단지성과 성과기반에 민감한 청년들의 주도가 되어야 한다. 관련 사업의 주도권을 청년에게 주어야 성공할 수 있다. 이를 위해서는 어떻게 추진할 것인가(청년TF/청년위원회/청년문화청 등)에서 시작하여 지역청년들(문화동아리, 문화코디네이터, 문화인 등)에 어떻게 권한을 이양할 것인가를 면밀하게 검토하여 추진해야한다. 그래야 클레이 셔키가 말한 것처럼 ‘끌리고, 쏘리고, 들끓게 된다’⁴⁶⁾(사업의 제2, 3원칙).

46) 클레이 셔키(2008)은 조직없는 대중들이 자발적인 분업을 통해 협업생산을 이루어 나간다고 주장하며, 대표적으로 위키피디아를 제시하였다. 위키피디아가 성공한 이유는 나는 의미있는 일에 참여하고 있다는 마음과 열정이라고 그는 주장한다.

제3절 결론 및 향후과제

1. 결론

이 연구는 충남의 청년문화 활성화를 목적으로 한 정책연구이다. 다만 지역의 청년정책 연구가 그렇듯, ‘이탈’하는 청년들을 붙잡고자 하는 정주 정책의 일환으로 봐야 할 것이다. 우리나라에서 서울을 중심으로 한 수도권 집중현상은 어제 오늘이 아니다. 그러나 지금과 같은 급격한 인구감소 시기에 수도권 집중현상은 지역이 극복해야 할 중대 정책과업이다. 우리 연구진이 대안으로 삼은 정책키워드는 ‘충남이 가지고 있는 장소성⁴⁷⁾ 강화’였다. 따라서 지금까지 우리가 수행한 청년정책 연구는 내가 살고 있는 지역의 ‘장소성’을 부여할 수 있는 정책수단과 사업을 중심으로 연구해왔다. 그 결과 22년에는 대안학교를 중심으로 한 ‘지역인턴제 전략’, 23년에는 원격근무 및 디지털 노마드를 위한 ‘충청남도 위케이션 전략’을 연구하고 제시하였다⁴⁸⁾. 이번 연구에서는 우리 지역(충남)에서 청년들은 어떤 문화적 경험을 하고 있는지를 중심으로 정책현황

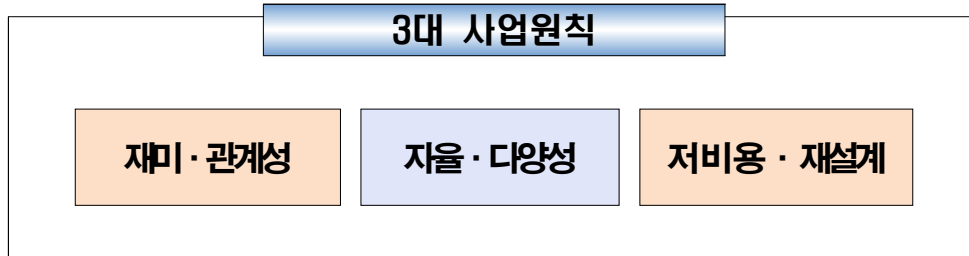
47) Tuan(1977)에 따르면, 공간은 추상적, 물리적, 기능적 성격을 가지는 것에 비해, 장소는 공간을 이용하는 사람들의 기억, 경험을 바탕으로 공간에 의미가 부여된 곳이 장소가 된다. 즉 어떤 장소가 친밀한 장소가 될 때 장소감(sense of place)가 된다는 것이다. 이러한 장소감은 개인이 특정 장소에 대한 유대감으로서 장소유대감(place bonding), 장소 애착(place attachment), 장소 정체성(place dependence)간의 관계 속에 재구성된다(박춘섭 외, 2023).

48) 2022년 전략연구 ‘충청남도 청년정책 활성화를 위한 대안교육 인턴십 지원방안 연구’, 2023년 전략연구 ‘충청남도 위케이션 활성화를 위한 전략연구’

과 사례, 설문과 인터뷰를 통해 조사하고 분석하였다.

우리는 정책적으로 문화라는 키워드가 정책중요도에서 낮은 위치라는 사실을 확인하였다. **‘청년문제는 일자리’**로서 받아들이는 우리 사회의 강력한 정책적 압력을 재삼 확인하였다. 나아가 문화 역시 일자리의 테두리에 갇혀 있었다. 정책사업의 많은 부분이 문화참여, 문화향유가 아닌 **‘문화생산’에 집중되어** 있었다. 따라서 문화정책의 대상 역시 전공자중심의 청년들로 귀결되었다. 그러므로 **지역에서 일상으로 만나는 문화적 소외는 심각하였고, 소외현상은 도시보다는 농촌청년, 34~39세의 청년들은 소외(만족)가 심각하였다.** 산책·조깅을 할 만한 곳(장소 또는 공간), 악기연주 등 취미생활을 할 수 있는 교육 기회(사람 또는 인력), 경기 및 콘서트 등 경험할 수 있는 프로그램의 부족 등(일 또는 사업) 일상생활에서 소외를 느끼고 있었다.

따라서 우리 연구진은 **청년문화 활성화를 위해 3대 추진 전략**을 제시하였다. 제1전략 ‘사람’: 청년일상문화인력 양성, 제2전략 ‘장소’: 청년일상문화공간 조성, 제3전략 ‘일’: 청년일상문화사업 전개가 그것이다. 이러한 전략에는 관계를 기초로 하는 **‘재미’**, 청년들의 상상력을 훼손하지 않는 **‘자유와 다양성’**, 그리고 기후환경 및 비용적인 측면에서도 시대정신을 투영한 혁신적인 고민을 할 수 있는 **‘저비용과 재설계’**의 원칙이 필요하며, 이를 기초로 **9대 추진과제·18개 사업을 제안하였다.** 이러한 연구적 고민 속에서 도출된 정책과제는 기존의 ‘청년문화’ 정책과제(사업)과는 결을 달리하는 지역기반, 지역 청년들의 생생한 고민을 기초로 한 문화정책이라고 생각한다.



〈 청년일상문화사업의 3대 사업원칙 〉

2. 향후과제⁴⁹⁾

이 연구는 과제의 목적과 성격상 ‘정책전략’에 집중되어 있다. 따라서 정책현장에서 활용하기 위해서는 세부지침 등이 보완되어야 한다고 생각한다. -물론 우리들은 연구의 구체성을 높이하고자 노력하였다-. 이와 같은 연구적 성격으로 인해, 현장에서 ‘바로 활용할’ 사업을 찾는 사람(특히 기획자)에게는 (연구가) 거칠고, 부족하다고 느끼게 할 것이라 생각한다. 사실 언제나 이와 같은 지점이 전략과제를 진행하면서 느끼는 연구자로서의 고민의 지점이다.

‘구체성’

그러나 ‘청년문화 활성화’와 같은 포괄적인 정책목표를 가진 연구의 경우, 솔루션(정책사업)이 구체적일수록 현장의 어려움을 가증시킬 가능성이 높다고 생각한다. 이럴 때의 솔루션은 ‘평균’에 맞추어 제시되는데 여기에는 ‘**평균의 함정**’이 있을 수 있다. 이유는 지역마다 처해져 있는 환경 즉 ‘**현장상황**’이 다르

49) 이번 향후과제는 독자(정책기획자 등)에게 요청하는 바를 중심으로 작성하였음

기 때문이다. 어느 지역에서는 가능했던 것이 어떤 지역에서는 ‘현장상황이 달라’ 작동을 하지 않을 수 있기 때문이다. 따라서 사업의 세부내용은 지역의 현장상황에 맞춤형으로 설계를 진행하는 것이 맞다고 생각하며, 전략연구는 ‘빈 공간’이 꼭 필요하다는 점을 말씀드린다.

또한 우리 연구진은 이와 같은 ‘구체성의 빈 공간’을 정책기획자와 참여자의 ‘자율적인 상상력’이 투영된 새로운 ‘조합’으로서 채워나갈 수 있다는 자신감과, 지역이 가지고 있는 ‘능력’을 믿고 추진한다면 좋은 결과를 얻을 수 있다고 생각한다. 예를 들어 우리가 제안한 과제 중 제3전략인 ‘일’과 관련된 일상문화 사업들은 지역사회 협력과 참여가 필수적이다. 이와 같은 사업을 하기 위해 지자체와 청년, 지역사회 이해관계자 간의 ‘거버넌스’를 설정하는 것 자체만으로도, 이 연구의 정책목표인 ‘청년문화 활성화’의 절반은 달성했다고 생각한다.

참고문헌

- 궁선영·유승호, 2016, 소비자는 생산하는가?: 서구 소비패러다임의 변화와 새로운 소비자의 출현, 사회사상과 문화 19권 2호, pp. 129-168
- 김인숙, 2020, 제도적 문화기술지, 학지사
- 노수경 외, 2021, 청년문화의 현황과 정책과제, 한국문화관광연구원
- 노르베르트 볼츠, 2014, 놀이하는 인간, 문예출판사
- 로제 카이와, 2018, 놀이와 인간, 문예출판사
- 레이 올드버그, 2019, 제3의 장소, 풀빛
- 류정아, 2013, 축제이론, 커뮤니케이션북스
- 문지혜 외, 2019, 소비공간으로서 카페의 의미 분석 연구, 소비문화연구 제22권 4호, pp 153-174
- 미하이 칙센트미하이, 2010, 몰입의 즐거움, 해냄
- 박해광 외, 2017, 광주 청년문화 활성화 정책보고서, 광주문화재단
- 박해광, 2018, 문화는 청년의 삶을 바꿀 수 있는가, 문화와 사회 제26권 1호, p43-90
- 벤 핀첨, 2020, 재미란 무엇인가, 팬덤북스
- 빅터 터너, 제의에서 연극으로, 민속원 아르케북스
- 요한 하위징아, 2018, 호모루텐스, 연암서가
- 요시미 순야, 2008, 문화연구, 동국대학교출판부
- 이현서, 2016, 청년 고실업률 시대, 청년 여가권 성찰, 문화정책논총 제 30집 2호, pp. 239-265

전상인, 2014, 편의점의 사회학, 민음사
조지 리처, 2017, 맥도날드 그리고 맥도날드화, 풀빛
충청남도, 2023, 2023년 청년정책 시행계획
최지연, 2018, 지역기반 청년문화활동 활성화를 위한 기초연구, 수원시정
연구원
최영화·이선정, 2020, 인천시 청년문화 활성화 방안 연구, 인천연구원
클레이 셔키, 2008, 끌리고 쏘리고 들끓다, 갈리온
클리퍼드 기어츠, 1998, 문화의 해석, 까치

〈부록〉

충청남도 청년들의 문화적 경험과 수요조사

안녕하세요. 충남연구원에서는 충청남도 청년문화 활성화를 위한 연구를 진행하고 있습니다.

이 조사는 연구의 기초자료로서, 충남 청년들의 여가 및 문화적 경험과 수요를 알아보려고 하오니 협조를 부탁드립니다.

조사결과는 통계목적으로만 사용되며, 응답내용 및 응답자의 정보는 통계법 제33조에 의해 철저히 비밀이 보장됩니다.

참여하신 분들께는 소정의 상품(기프티콘)을 보내드릴 예정입니다.

설문조사는 충청남도에 거주하는 청년(19세~39세)분들만 응답부탁드립니다.

설문에 대한 문의사항은 박춘섭 책임연구원(041-840-1217)에 연락주시기를 바랍니다.

2024.04.16. 오후 06:42 ~ 2024.05.21. 오후 06:00

다음

충청남도 청년들의 문화적 경험과 수요조사

당신의 여가 활동 경험과 선호에 대한 질문입니다.

* 답변 필수

* 1. 최근 1년 동안 가장 많이 한 문화예술 관람활동은 무엇입니까?

- ☐ 전시회 관람
- ☐ 박물관 관람
- ☐ 영화 관람
- ☐ 공연 관람
- ☐ 해당사항 없음

* 2. 여건이 된다면 하고 싶은 문화예술 관람활동은 무엇입니까?(복수 선택 가능)(복수선택)

- ☐ 전시회 관람
- ☐ 박물관 관람
- ☐ 영화 관람
- ☐ 공연 관람
- ☐ 해당사항 없음

* 3. 최근 1년 동안 가장 많이 한 문화예술 참여활동은 무엇입니까?

- ☐ 미술활동
- ☐ 악기연주
- ☐ 노래
- ☐ 춤
- ☐ 사진촬영
- ☐ 해당사항 없음

* 4. 여건이 된다면 하고 싶은 문화예술 참여활동은 무엇입니까?(복수 선택 가능)(복수선택)

- ☐ 미술활동
- ☐ 악기연주
- ☐ 노래
- ☐ 춤
- ☐ 사진촬영
- ☐ 해당사항 없음

* 5. 최근 1년 동안 가장 많이 한 스포츠 관람활동은 무엇입니까?

- ☐ 스포츠경기 직접 관람(경기장)
- ☐ 스포츠 간접 관람(TV사청 등)
- ☐ 온라인게임 경기 관람
- ☐ 해당사항 없음

* 6. 여건이 된다면 하고 싶은 스포츠 관람활동은 무엇입니까?(복수 선택 가능)(복수선택)

- ☐ 스포츠경기 직접 관람(경기장)
- ☐ 스포츠 간접 관람(TV시청 등)
- ☐ 온라인게임 경기 관람
- ☐ 해당사항 없음

* 7. 최근 1년 동안 가장 많이 한 스포츠 참여활동은 무엇입니까?

- ☐ 실내 개인 운동(수영, 헬스, 요가 등)
- ☐ 실내 단체 운동(배드민턴, 농구, 풋살 등)
- ☐ 실외 개인 운동(자전거, 조깅, 스키 등)
- ☐ 실외 단체 운동(축구, 야구, 골프 등)
- ☐ 해당사항 없음

* 8. 여건이 된다면 하고 싶은 스포츠 참여활동은 무엇입니까?(복수 선택 가능)(복수선택)

- ☐ 실내 개인 운동(수영, 헬스, 요가 등)
- ☐ 실내 단체 운동(배드민턴, 농구, 풋살 등)
- ☐ 실외 개인 운동(자전거, 조깅, 스키 등)
- ☐ 실외 단체 운동(축구, 야구, 골프 등)
- ☐ 해당사항 없음

*9. 최근 1년 동안 가장 많이 한 관광 활동은 무엇입니까?

- ☐ 여행
- ☐ 캠핑
- ☐ 놀이공원/동·식물원
- ☐ 지역축제
- ☐ 해당사항 없음

*10. 여건이 된다면 하고 싶은 관광 활동은 무엇입니까?(복수 선택 가능)(복수선택)

- ☐ 여행
- ☐ 캠핑
- ☐ 놀이공원/동·식물원
- ☐ 지역축제
- ☐ 해당사항 없음

*11. 최근 1년 동안 가장 많이 한 취미 오락 활동은 무엇입니까?

- ☐ 요리
- ☐ 독서
- ☐ SNS
- ☐ 핫플레이스(식당/카페 등) 방문
- ☐ 쇼핑
- ☐ E게임
- ☐ 해당사항 없음

* 12. 여건이 된다면 하고 싶은 취미 오락 활동은 무엇입니까?(복수 선택 가능)(복수선택)

- ☐ 요리
- ☐ 독서
- ☐ SNS
- ☐ 핫플레이스(식당/카페 등) 방문
- ☐ 쇼핑
- ☐ E게임
- ☐ 해당사항 없음

* 13. 최근 1년 동안 가장 많이 한 사회 및 기타 활동은 무엇입니까?

- ☐ 사회봉사활동
- ☐ 종교활동
- ☐ 친구 만나기
- ☐ 동호회, 동아리 활동
- ☐ 해당사항 없음

* 14. 여건이 된다면 하고 싶은 사회 및 기타 활동은 무엇입니까?(복수 선택 가능)(복수선택)

- ☐ 사회봉사활동
- ☐ 종교활동
- ☐ 친구 만나기
- ☐ 동호회, 동아리 활동
- ☐ 해당사항 없음

15. 이외에 하고 있는 여가활동이 있다면, 적어주세요.

답변을 입력해주세요.

16. 이외에 하고 싶은 여가활동이 있다면, 적어주세요.

답변을 입력해주세요.

* 17. 하루 평균 여가시간이 어떻게 되십니까?

- ☐ 1시간 미만
- ☐ 1시간 이상~2시간 미만
- ☐ 2시간 이상~3시간 미만
- ☐ 3시간 이상~4시간 미만
- ☐ 4시간 이상

* 18. 하루 평균 SNS이용시간이 어떻게 되십니까?

- ☐ 1시간 미만
- ☐ 1시간 이상~2시간 미만
- ☐ 2시간 이상~3시간 미만
- ☐ 3시간 이상~4시간 미만
- ☐ 4시간 이상

이전

다음

충청남도 청년들의 문화적 경험과 수요조사

여가 활동 접근성에 관한 질문입니다.

* 답변 필수

* 19. 내가 사는 지역(시/군)은 청년들을 위한 문화시설(공연장, 미술관, 체육관 등)이 충분하다.

1 2 3 4 5
전혀 그렇지 않다 ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ 매우 그렇다

20. (전혀 그렇지 않다-1점), (그렇지 않다-2점) 응답자에 한하여, 필요한 문화시설은 무엇입니까?

답변을 입력해주세요.

* 21. 내가 사는 지역(시/군)은 청년들을 위한 다양한 문화적 기회(핫플레이스, 맛집, 원데이클래스 등)가 있다.

1 2 3 4 5
전혀 그렇지 않다 ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ 매우 그렇다

22. (전혀 그렇지 않다-1점), (그렇지 않다-2점) 응답자에 한하여, 필요한 문화적 기회는 무엇입니까?

답변을 입력해주세요.

* 23. 내가 사는 지역(시/군)은 청년들을 위한 다양한 문화 프로그램(전시회, 공연 등)이 있다.

1 2 3 4 5
전혀 그렇지 않다 ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ 매우 그렇다

24. (전혀 그렇지 않다-1점), (그렇지 않다-2점) 응답자에 한하여, 필요한 문화 프로그램은 무엇입니까?

답변을 입력해주세요.

* 25. 내가 사는 지역(시/군)에서는 청년들의 다양한 여가문화생활을 위한 정보 전달 및 지원이 이뤄지고 있다.

1 2 3 4 5
전혀 그렇지 않다 ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ 매우 그렇다

26. (전혀 그렇지 않다-1점), (그렇지 않다-2점) 응답자에 한하여, 필요한 정보 전달 및 지원은 무엇일까요?

답변을 입력해주세요.

* 27. 내가 사는 지역(시/군)은 여가문화를 즐기 위한 교통 접근성이 좋다.

1 2 3 4 5
전혀 그렇지 않다 ☐ ☐ ☐ ☐ 매우 그렇다

28. (전혀 그렇지 않다-1점), (그렇지 않다-2점) 응답자에 한하여, 필요한 교통 서비스는 무엇일까요?

답변을 입력해주세요.

이전

다음

충청남도 청년들의 문화적 경험과 수요조사

여가 및 문화활동 선호에 대한 질문입니다.

* 답변 필수

* 29. 나는 충남에서 여가 및 문화활동을 충분히 만끽하고 있다.

1 2 3 4 5
전혀 그렇지 않다 ☐ ☐ ☐ ☐ 매우 그렇다

* 30. 나는 여가 및 문화 활동에 적극적으로 참여하는 것을 선호한다.

1 2 3 4 5
전혀 그렇지 않다 ☐ ☐ ☐ ☐ 매우 그렇다

* 31. 나는 정적인 활동(TV, 유튜브 시청, SNS 등) 보다 동적인 활동(스포츠, 공연관람, 여행, 핫플레이스 방문 등)을 선호한다.

1 2 3 4 5
전혀 그렇지 않다 ☐ ☐ ☐ ☐ 매우 그렇다

*32. 나는 혼자 노는 것보다 타인(친구, 가족, 연인 등)과 함께 즐기는 활동을 선호한다.

1 2 3 4 5
전혀 그렇지 않다 ☐ ☐ ☐ ☐ 매우 그렇다

이전

다음

충청남도 청년들의 문화적 경험과 수요조사

응답자 기초정보입니다.

* 답변 필수

*33. 성별은 무엇입니까?

- ☐ 남자
☐ 여자

*34. 연령대는 어떻게 되십니까?

- ☐ 19세~24세
☐ 25세~29세
☐ 30세~34세
☐ 35세~39세

*35. 충청남도에서 태어나셨습니까?

- ☐ 네
☐ 아니요

* 36. 거주지는 어디십니까?

- ☐ 천안시
- ☐ 공주시
- ☐ 보령시
- ☐ 아산시
- ☐ 서산시
- ☐ 논산시
- ☐ 계룡시
- ☐ 당진시
- ☐ 금산군
- ☐ 부여군
- ☐ 서천군
- ☐ 청양군
- ☐ 홍성군
- ☐ 예산군
- ☐ 태안군

* 37. 충남에서 얼마나 사셨습니까?

- ☐ 1년 미만
- ☐ 1년~3년
- ☐ 3년~5년
- ☐ 5년~10년
- ☐ 10년 이상

* 38. 결혼을 하셨습니까?

☐ 기혼

☐ 미혼

* 39. 자녀가 있으십니까?

☐ 있다

☐ 없다

* 40. 직업이 무엇입니까?

☐ 대학(원)생

☐ 취업 및 창업준비생

☐ 직장인(공무원/공공기관)

☐ 직장인(일반기업)

☐ 자영업자

☐ 농업관계자

☐ 전업주부

☐ 해당사항 없음