

한국의 사회동향

Korean Social Trends 2025

<https://mods.go.kr/sri>

2025



국가데이터처
국가통계연구원

여가 영역의 주요 동향

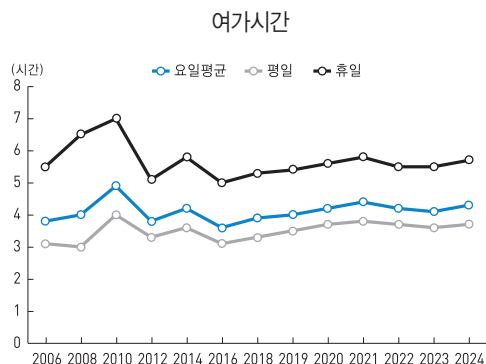
윤소영 (한국문화관광연구원)

해방 후 ~ 1960년대	1970년대 ~ 1980년대	1990년대 ~ 2000년대	2010년대 ~ 현재
사치재로서의 여가 (일부가 누리는 여가)	여가 공간과 시간 확장 (어쩌다 한번 떠나는 여행으로 시작)	여가 자원의 증가로 인한 여가의 대중화 (주말 가족 여가 중심)	개인 맞춤형, '디지털' 여가 (다양하게 즐기는 나만의 여가)

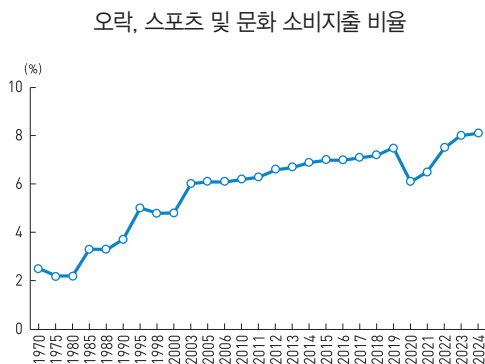
[시대별 주요 특징]

- (해방 후~1960년대) 한국 고유의 전통 놀이문화가 실종되고, 여가는 일부 부유층이나 특권층이 독점하는 사치재로 인식되는 시기였다. 정부 차원에서 관광자원을 개발하고 문화재 보호 행정을 수행하기 위한 체제를 갖추게 된다.
- (1970년대~1980년대) 국내 관광 휴양지 개발이 이루어지고 해외여행 자유화가 시작되어 여행과 관광 중심의 여가활동이 본격화되었으며, 야간통행금지 해제와 심야 영업시간 규제 폐지 등으로 야간에도 여가활동을 즐기기 시작한다.
- (1990년대~2000년대) 국민소득 증가, 여가시간 확보, 도구의 발달 등으로 인해 본격적인 대중여가 시대를 열게 된다. 국민소득 2만 달러(2006년)에 도달하고, 근로시간 단축이 시작(2004년)되며, 본격적인 1가구 1TV 시대(1995년)와 1가구 1차 시대(2008년)가 되면서 주말 동안 가족 단위 여가활동을 즐기기 시작한다.
- (2010년대~현재) 일과 삶의 균형(워라벨), 개인의 삶과 행복, 온라인 중심 생활 등의 변화로 여가생활에서 개별적 경험이 중시되어, '자신'만의 개성 있고 다양한 방식의 여가생활을 즐기기 시작한다.

[주요 지표]



주: 출처, 정의 등은 본문을 참고하기 바람.





개인이 하루 24시간 동안 어떻게 생활하는가를 살펴보면, 일하거나 공부하며 잠자고 먹고 저마다 자유시간을 보내게 된다. 특히 자유시간 동안 어떤 이들은 하루 중 지친 몸을 회복시키기 위해 휴식을 취하며, 다른 어떤 이들은 실외 공간에서 친구들을 만나거나 스포츠 활동을 즐기기도 한다. 그리고 많은 사람이 집에서 TV를 보거나 휴대폰으로 게임을 즐기기도 한다.

이처럼 개인의 의무적인 활동, 즉 일, 가사, 수업 등을 제외하고 자유롭게 사용할 수 있는 자유시간에 이루어지는 활동을 여가활동이라 한다. 이러한 여가활동은 개인의 여건, 예를 들어 시간이나 금전 등의 자원이 얼마나 있는지에 따라, 누구와 함께할 수 있는지에 따라, 그리고 그동안 얼마나 그 활동에 경험이 있고 하고자 하는 의지가 있는지에 따라 사람마다 다르게 나타난다. 그리고 같은 자원과 조건을 갖고 있더라도, 그 사람이 살아가고 있는 시대적 배경이나 사회환경에 따라서 여가활동의 양상도 다르게 나타날 수 있다. 예를 들어 2002년 한일 월드컵 이전까지 축구를 관람하는 방식은 집이나 사람들이 모여있는 실내에서 응원하는 것이 전부였지만, 길거리 응원이 시작된 이후 스포츠를 관람하는 공간이 야외 광장으로 확대된 것이다.

이처럼 여가활동은 개인의 여건과 자원에 따라 다르게 나타나지만, 그 사회가 경험하고 인정한 범위 내에서 할 수 있다는 공통점도 가지고 있다. 따라서 현재 우리의 여가생활을 이해하기 위해서는 현재까지 우리 사회가 어떤 사회

적 경험과 환경에 처해있는지를 명확히 아는 것이 중요하다.

여기에서는 광복 후 80년 동안 우리 사회가 경험한 사회적 맥락과 여건, 그리고 경험 속에서 현재의 우리 여가생활은 어떠한지 알아보고자 한다. 특히 여가생활을 위해 필요한 공간, 시간, 금전 등의 여가 자원이 사회환경의 변화나 이슈에 따라 어떻게 변화해 왔는지 살펴보고, 이 과정에서 주요한 여가활동은 어떤 양상을 나타냈는지 알아보고자 한다.

근로시간 단축과 여가시간의 변화

일 중심 사회에서 여가시간은 근로환경과 매우 밀접하게 연관되어 있다. 그동안 우리나라는 근로시간이 가장 긴 국가 중 하나로 알려져 왔다. 2000년대 들어 근로시간 단축을 위한 다양한 노력이 이루어졌고, 그것이 여가시간의 변화에 영향을 주게 된다.

우리나라의 근로기준법은 1953년에 제정되어 공포되었다. 주요 내용은 근로자들의 법정근로시간을 1일 8시간, 주당 평균 48시간으로 제한하는 것과 함께, 근로자들에게 연간 12일의 유급휴가를 실시하도록 보장하는 것이다. 이후 1989년에 이르러 법정근로시간이 1주 44시간으로 변경되었고, 2003년 7월 근로기준법 개정안이 통과되면서 우리나라 법정근로시간은 주 40시간으로 감소하였다.

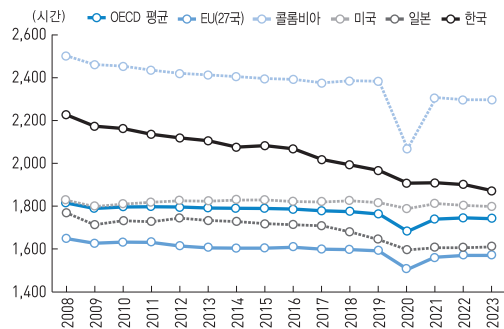
근로시간 단축은 2004년 금융·공공 부문에서 시범적으로 시험한 이후 2005년 교육기관 및 300명 이상 기업체에 도입되었고, 주5일제 수업은 2005년 넷째 주 토요일 휴무, 2006년 매월 둘째, 넷째 주 토요일 휴무를 순차적으로 도입하였다. 이후 2011년 주5일제 근무, 2012년 주5일제 수업이 전면 도입되었다. 2018년부터는 장시간 노동 관행을 개선하기 위하여 주 52시간 상한제를 단계적으로 시행하고 있다. 2018년도는 공공기관 및 300인 이상 민간기관에 의무 적용하였고, 2021년 1월에는 중소기업, 2021년 7월에는 5~50인 사업장에 의무 적용하였다.

이에 따라 우리나라 국민의 전반적인 노동시간은 감소하고 여가시간은 확대되는 성과가 나타났다. 한국 취업자의 주당 근로시간은 1980년의 1주 평균 53.9시간에서 증가세를 보이다가 1988년에는 55.8시간까지 증가하였으나, 법정 근로시간이 감소하기 시작한 1989년부터는 꾸준히 감소하여 2024년에는 주당 근로시간이 37.7시간으로 나타났다.

OECD 국가와 비교해 볼 때, 우리나라는 근로시간이 상대적으로 길지만, 계속해서 감소하는 경향을 보인다. 2008년 기준으로 연간 근로시간이 2,228시간에서 2023년 1,872시간으로 356시간 감소하였다. 같은 기간에 최장 노동 국가인 콜롬비아가 251시간 감소한 것이나 OECD 국가 평균이 74시간 감소한 것과 비교해도 큰 변화를 보였다(그림 VII-1).

근로시간의 단축은 여가시간의 변화에 영향

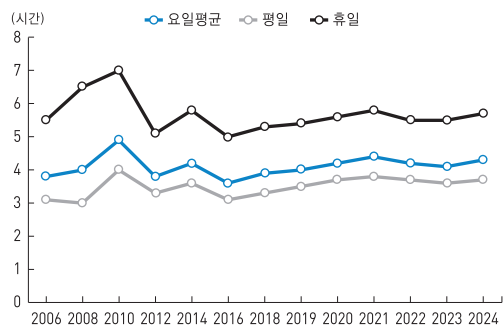
[그림 VII-1] OECD 주요국의 연간 근로시간, 2008-2023



주: 1) 근무시간: 연간 실제 근무시간을 연간 평균 고용인원으로 나눈 값.
출처: OECD Statistics(www.oecd.org)(검색일: 2025.6.10.)

을 준 것으로 보인다. 「국민여가활동조사」가 근로시간이 단축된 이후 2006년부터 조사된 것임을 고려하더라도, [그림 VII-2]에서 보는 바와 같이 2006년 평균 여가시간이 3.8시간이었던 것에서 2024년에는 4.3시간으로 약 30분 증가하였다.

[그림 VII-2] 여가시간, 2006-2024



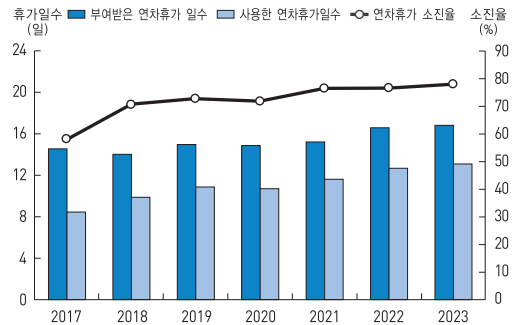
주: 1) 요일 평균 여가시간=((평일 여가시간×5일)+(휴일 여가시간×2일))÷7일.
2) 2008년까지는 10세 이상, 2010년부터는 15세 이상 인구를 대상으로 함.
3) 2006~2010년 3,000명, 2012년 5,000명, 2014년부터는 10,000명을 대상으로 조사함.
출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사 보고서」, 각 연도.

한편, 2010년대로 들어서면서 국민의 여가 경험이나 사회 인식이 확대되면서, 휴가를 권장하고 대체휴일제를 도입하는 등 여가를 즐길 수 있는 제도적인 기반이 마련되었다. 대체휴일제란 법정공휴일이 토요일이나 일요일과 겹칠 때, 그다음 평일을 공휴일로 지정하여 휴식을 보장하는 제도이다. 우리나라는 2013년 관공서에 우선 적용되었고, 2018년 근로기준법 개정으로 2020년부터는 300인 이상 사업장, 2021년부터는 30인 이상 사업장에도 확대되었다. 2021년 6월 29일, 공휴일이 토·일요일이나 다른 공휴일과 겹치는 경우, 대체공휴일을 지정할 수 있도록 하는 ‘공휴일에 관한 법률안’(약칭: 대체공휴일법)이 가결되고 7월 7일 공포되었다. 여기서 대체공휴일에 포함되는 휴일은 어린이날, 설/추석 연휴 외에도 국경일인 3·1절, 광복절, 개천절, 한글날, 부처님오신날, 성탄절 등이다. 예를 들어, 2025년 대체휴일을 포함한 법정공휴일은 총 14일이며, 특히 2023년에는 설날 대체휴일(1월 24일)과 추석 및 개천절 징검다리 연휴를 위해 임시 공휴일(10월 2일)이 추가되어 법정공휴일은 총 16일이었다.

2015년에 제정된 ‘국민여가활성화기본법’(약칭: 여가활성화법)에 근거하여 2017년부터 조사된 ‘근로자휴가조사’에 따르면, 상용근로자 5인 이상 사업체의 1인당 평균 연차휴가 일수는 2017년 8.5일에서 2023년 13.1일로 증가했으며, 연차휴가 소진율도 2017년 58.2%에서 2023년 78.0%로 증가했다(그림 VII-3). 그러나 <표 VII-1>에서

보는 바와 같이, 근로자의 월별 휴가 사용은 여전히 7월과 8월에 집중되는 현상을 나타낸다.

[그림 VII-3] 연차휴가 소진율, 2017-2023



주: 1) 상용근로자 5인 이상 사업체 내 상용근로자를 분석 대상으로 함.
2) 연차휴가 소진율=(사용한 연차휴가/부여받은 연차휴가)*100
출처: 문화체육관광부, 「근로자휴가조사」, 각 연도.

<표 VII-1> 근로자의 월별 휴가 사용 현황(비중), 2017-2023

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1월	5.5	4.9	6.1	7.1	6.9	6.5	6.3
2월	4.1	7.1	6.6	5.7	6.5	7.2	6.1
3월	4.4	5.3	6.0	7.0	6.5	6.4	5.7
4월	4.4	5.4	5.7	7.1	6.3	5.9	6.0
5월	9.3	9.3	9.1	8.9	8.7	8.3	6.9
6월	5.8	6.1	6.2	6.5	5.6	6.7	6.2
7월	8.4	11.2	10.7	10.8	11.7	11.0	11.8
8월	28.4	20.4	19.4	16.9	18.3	17.1	17.6
9월	5.0	9.0	8.2	8.0	7.4	7.3	7.6
10월	9.1	7.4	7.2	6.7	7.0	8.2	8.6
11월	3.8	4.9	5.9	7.3	6.5	6.6	7.7
12월	11.6	8.9	8.7	8.1	8.5	9.0	9.4

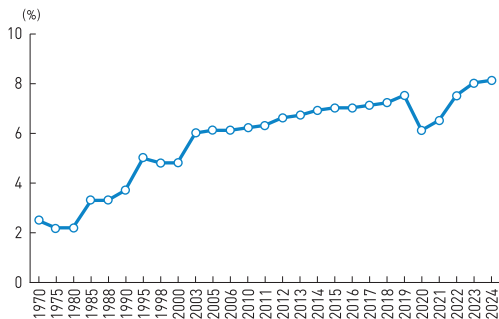
주: 1) 상용근로자 5인 이상 사업체 내 상용근로자를 분석 대상으로 함.
2) 월별 휴가(연차+특별)의 월별 사용 비율.
출처: 문화체육관광부, 「근로자휴가조사」, 각 연도.

여가 소비지출 증가와 소득계층별 차이 심화

경제구조의 변화와 급속한 경제성장은 특정 계층인 소수의 특권으로서의 여가 개념을 일반 대중으로 확대하면서 본격적인 대중 여가 시대를 열게 된다. 세계적으로도 보통 1인당 국민소득이 2만 달러 내외에 도달하면 서비스 산업 증가와 노동시간 감소로 인해 경제구조가 변화하면서 대중 여가 시대로 본격적으로 진입하게 된다. 예를 들어, 일본은 2만 달러 시대로 접어드는 1987년에 노동기준법 개정으로 주5일 근무제가 도입되면서 노동시간 감소 경향이 뚜렷해지고, 근로자들의 여가시간이 증가하는 경향을 보였다.

우리나라의 가계 단위 여가 소비지출은 매년 증가하는 추세를 나타내지만, 경기 변화나 소득 변화에 상당히 민감하게 반응하고 있다. 1988년 서울올림픽 개최 이후 오락, 스포츠 및 문화 소비지출 비율은 증가하는 추세(1998년 3.3%,

[그림 VII-4] 오락, 스포츠 및 문화 소비지출 비율, 1970-2024

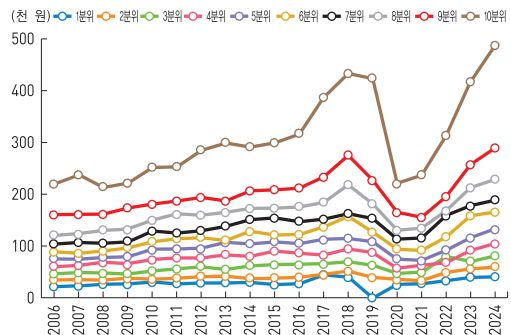


주: 1) 가계 최종소비지출에서 오락, 스포츠 및 문화 계정이 차지하는 비율.
출처: 한국은행, 「국민계정」, 각 연도.

1990년 3.7%, 1995년 5.0%)를 보이다가 IMF 경제위기 직후인 1998년에는 다시 감소하여 4.8%로 나타났다. 또한 국내 최종소비지출 대비 오락, 스포츠 및 문화 소비지출 비율이 1970년 2.5%에 불과하였으나, 국민소득 1만 달러를 달성한 2003년에는 6.0%로 크게 확대되었고 2만 달러를 달성한 2006년에는 6.1%로 증가했다. 2015년에 7.0%에 진입한 이후 계속 7%대를 유지하다가, 코로나19로 인해 소비심리가 위축되면서 2019년 7.5%에서 2020년 6.1%로 주춤하고, 다시 2022년 7.5%, 2023년 8.0%, 그리고 2024년에 8.1%를 나타내며 증가하는 추세이다 (그림 VII-4).

소득계층에 따른 오락·문화비의 지출 격차는 지속적으로 확대되는 추세를 보인다. 소득계층

[그림 VII-5] 가구당 월평균 월소득 10분위별 오락·문화비, 2006-2024



주: 1) 전국에 거주하는 일반가구(농림어가 포함) 대상임.
2) 가구당 월평균 금액이며, 물가상승분이 포함된 명목금액임.
3) 10분위별 소득이란 가구를 소득순으로 나열한 다음, 최하위 가구부터 최상위 가구까지 10구간으로 등분한 것임.
4) 2016년까지 자료는 구분류체계, 2017년부터 자료는 신분류체계인 COICOP-K('19)체계를 따름.
5) 2019년 1분위 수치는 상대표준오차 0.25 이상, 신뢰도 다소 낮음.
출처: 국가데이터처, 「가계동향조사」, 각 연도.



에서 상위 10%의 오락·문화비는 매년 그 비율의 증가 폭이 커지고 있으며, 하위 10%의 오락·문화비는 증가와 감소를 반복하다가 2021년 이후에는 약간씩 증가하는 경향을 보인다. 즉 소득계층에 따라 여가 소비지출의 차이가 심화되고 있음을 알 수 있다(그림 VII-5).

기술과 수단을 이용한 여가활동 증가

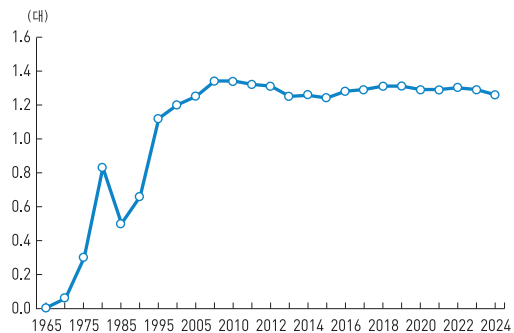
새로운 여가활동이나 여가생활의 패턴을 누리려면 그것을 가능하게 하는 기술적 발달이나 수단이 필요하다. 라디오와 텔레비전의 보급부터 컴퓨터의 도입, 최근 인터넷과 모바일 폰의 확산까지 전파통신 기술의 발달은 다양한 수단을 활용한 여가생활을 가능하게 했으며, 자동차의 보급도 여가활동을 위한 이동 또는 운반 수단으로 기능하고 있다.

우리나라는 1956년 5월 12일 미국 RCA와 한국 내 배급사의 합작으로 방송국(HLKZ)이 설립되어 세계에서 열다섯 번째로 흑백텔레비전 방영을 시작했다. 그러나 당시 국내 텔레비전 보급 대수는 250여 대에 불과했고 수상기 한 대의 가격이 37만 5천 원(당시 1인당 소득이 7만 원)이었기 때문에 텔레비전 방송을 시작했다는 상징적 의미만 있었을 뿐 여가생활에 별다른 변동을 초래할 수 없었다. 국가가 텔레비전 방송에 나서게 되어 KBS가 1961년 12월 31일에 첫 방송을 시작했으며, 이때 공보부가 20,000대의

텔레비전을 들여와서 월 단위로 할부 판매를 하는 등 저변을 확대하기 위해 안간힘을 썼다(문화체육관광부, 2007).

KBS는 1980년 12월 1일, 최초의 컬러텔레비전 방송을 시작했으며, 이후 1990년대 중반을 기점으로 대부분의 가구에 TV가 보급되었다(그림 VII-6). 즉 '1가구 1TV 시대'가 열리면서 가족들이 함께 TV 앞에서 시간을 보내기도 하고, 대부분의 사람이 대표적인 여가활동으로 TV 시청을 꼽기 시작했다.

[그림 VII-6] 가구당 TV 보급 대수, 1965-2024



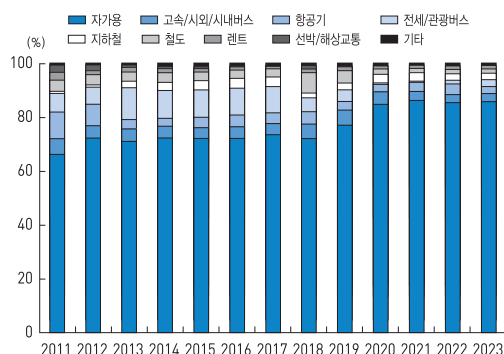
주: 1) 컬러TV가 1980년 도입되어 1980년대 수치는 흑백TV와 컬러TV를 합산한 수치이며, 1985년부터는 컬러TV만 집계됨.
2) 가구당 매체 보유 대수=가구 전체의 총매체 보유 대수/총가구 수.
출처: 채백·최창식·강승화·허운철, 「TV의 보급확대와 공동체의 변화」, 『커뮤니케이션이론』 14(4), p.146, 1965-2005.
방송통신위원회, 「방송매체이용형태조사」, 2009-2024.

한편, 자동차의 등장으로 교외에서의 여가활동이 크게 증가하였다. 1955년에 출시된 시발 자동차를 시작으로, 1962년 새나라 자동차를 거쳐 1975년 현대자동차의 포니 자동차에 이르러 우리나라도 자동차 수출 시대를 맞게 되었다. 이후 자동차 사업은 비약적으로 발전하여 1980년

대 후반부터 자동차 대중화 시대가 도래했다. 자동차 대수가 1985년 1백만 대를 넘어섰고, 1997년 1천만 대를 돌파했다. 2008년 12월 기준 등록된 자동차 대수는 1,679만대로 당시 전체 가구 수가 1,667만 가구임을 고려하면 ‘1가구 1차 시대’를 열었다. 2024년 현재 등록된 자동차 수는 약 2,630만 대이며, 이는 인구 1.95명당 1대의 자동차를 보유한 셈이다.

자동차 보급이 계속 확대되면서 국내 관광여행의 주요 이동 수단의 1순위는 자가용이며, 전체 이동 수단에서 자가용이 차지하는 비율은 매년 증가하는 추세를 나타내고 있다(그림 VII-7). 이처럼 자동차의 보급은 여가생활의 공간적 범위를 확장하였다. 자동차는 더 다양한 여가활동이 가능하게 해줄 뿐만 아니라, 무거운 도구를 사용하는 레저스포츠에서 운반수단의 역할도 함으로써 여가생활 발전에 커다란 역할을 했다.

[그림 VII-7] 관광여행 시 자가용이 차지하는 비율, 2011~2023



주: 1) 2011~2017년 자료는 국내 관광여행 주요 이동 수단, 2018년 이후 자료는 관광여행 시 주요 여행 수단(1순위)을 참고함.

2) 전세를 100% 비율 기준으로 기타 항목의 값을 일부 조정함.

출처: 문화체육관광부, 「국민여행조사」, 각 연도.

1995년에 케이블 TV가 도입되고, 1999년 12월에는 방송법이 개정되면서 방송위원회가 신설되고 2001년 11월부터 시범적으로 수도권 지역에 지상파 디지털 방송서비스가 시작되었다. 이후 전국적으로 확대되면서 2012년 12월 31일에는 지상파 아날로그 방송이 완전히 종료되고 디지털 방송으로 전환되었다. 2001년 디지털 위성 방송의 시험방송을 시작한 우리나라는 2002년 3월 1일부터 본격적인 위성방송을 시작함으로써 기존의 공중파, 케이블 TV에서 볼 수 없었던 고화질·고음질의 다채널 방송과 쌍방향 서비스를 기반으로 한 홈쇼핑, 홈뱅킹, 온라인게임 등 방송과 통신이 융합된 서비스를 제공하게 되었다. 더욱이 위성방송을 통해 뉴스, 다큐멘터리, 오락 프로그램 등 다양한 장르의 프로그램을 제공하여 시청자가 취향에 맞는 프로그램을 선택할 수 있게 되었다.

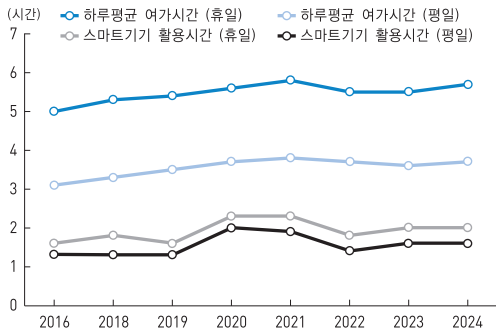
한편, 스마트폰을 중심으로 스마트기기가 보급되면서 디지털 여가활동이 증가하여 전체 여가시간 중 스마트기기를 활용한 시간의 비중이 커지고 있다. 2009년 한국에서 스마트폰이 보급되기 시작한 이래, 2024년 현재 개인의 스마트폰 보유율은 95%이다(방송통신위원회, 방송매체이용행태조사, 2004).

15세 이상 국민의 스마트기기 활용 시간은 2016년 이후 꾸준히 늘어나고 있으며, 2024년 현재 하루 평균 여가시간과 비교해 여가 중 스마트기기를 활용하는 시간의 비율은 평일 43.2%, 휴일 35.1%에 해당한다. 이 비율은 2016년에는



평일 42.3%, 휴일 32.0%였던 것과 비교해 모두 증가하였다(그림 VII-8).

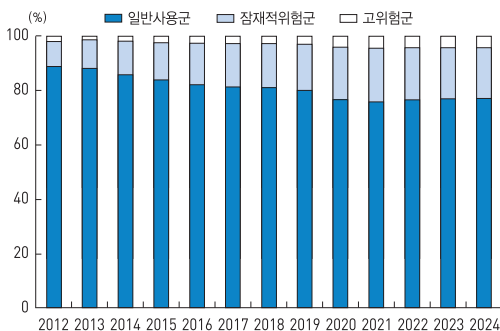
[그림 VII-8] 하루 평균 여가시간과 여가 중 스마트 기기 활용 시간, 2016~2024



주: 1) 만 15세 이상 인구를 분석 대상으로 함.
출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.

여가활동에서 스마트폰 사용 시간이 증가한다는 사실은 스마트폰 과의존 상황을 우려하게

[그림 VII-9] 스마트폰 과의존 위험군, 2012~2024



주: 1) 만 3세 이상 69세 이하 인구를 분석 대상으로 함.
2) 연도별로 분석 대상이 상이함.
(2012년 만 5~49세, 2013년 만 5~54세, 2014~2015년 만 3~59세, 2016년 이후 만 3~69세)
3) 스마트폰 과의존 수준은 고위험군, 잠재적 위험군, 일반사용군으로 분류하며, 스마트폰 과의존 위험군은 고위험군과 잠재적 위험군을 포함하여 산출함.
출처: 과학기술정보통신부, 「스마트폰 과의존 실태조사」, 각 연도.

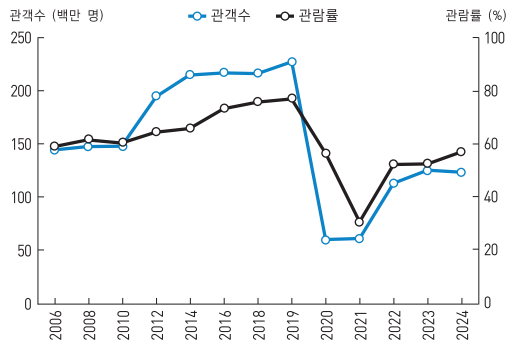
했다. 2012년부터 2023년까지 스마트폰 과의존 고위험군은 2.3%p 증가했으나 잠재적 위험군은 9.7%p나 증가하여 일반사용군의 비율을 낮추는 데 영향을 미쳤다(그림 VII-9). 이러한 상황이 지속된다면 대면활동이나 집 밖에서의 활동은 점차 줄어들고 디지털 여가에 의존하는 사람들의 숫자가 계속 늘어날 것이다.

문화예술행사 관람과 참여

우리나라 사람들이 가장 많이 하는 문화예술 활동은 영화관람이다. 문화체육관광부의 「국민문화예술활동조사」에 따르면, 지난 1년 동안 영화를 관람한 경험이 있는 사람들은 2003년에 53.3%였던 것에서 2019년에 77.0%까지 증가하다가 코로나19 이후 급격히 감소하고 다시 회복세를 보여 2024년에는 57.0% 수준으로 나타났다. 같은 시기에 영화관에 방문한 관객 수도 같은 양상을 보인다(그림 VII-10).

코로나19 이후 영화관 관람객 수의 감소는 스트리밍 기반의 콘텐츠를 구독하는 서비스 이용의 증가 현상으로 나타난다. OTT(Over The Top: 온라인동영상 서비스) 이용률이 2020년 66.3%에서 계속 증가하여 2024년에는 79.2%로 나타났다. 같은 기간에 온라인 동영상 서비스를 이용하여 영화를 시청한 경험이 있는 경우는 2020년 14.6%에서 2024년 34.7%로 약 20%p 증가하였다(그림 VII-11).

[그림 VII-10] 영화관객 수와 영화관람률, 2006-2024

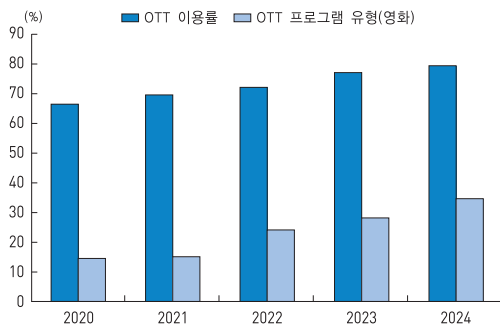


주: 1) 연도별 자료는 국민문화예술활동조사 시기와 일치시킨.

2) 통합전산망 통계는 전국 영화관의 발권 데이터를 집계한 것임.

출처: 영화진흥위원회 통합전산망(www.kobis.or.kr), 2025년 6월 27일 기준;
문화체육관광부, 「국민문화예술활동조사」, 각 연도.

[그림 VII-11] OTT 이용률과 OTT의 영화 이용률, 2020-2024



주: 1) 만 13세 이상을 대상으로 함.

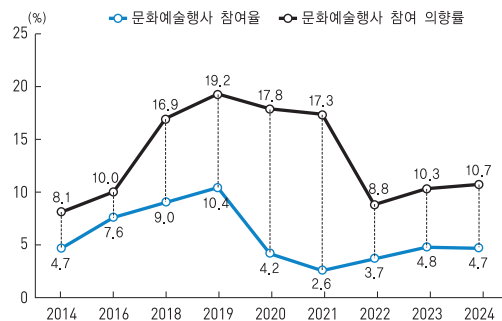
2) OTT의 영화이용률은 온라인 동영상 서비스 시청 프로그램 유형 중 영화를 이용했다고 응답한 비율에 해당하며, 각 프로그램 유형은 중복 응답한 결과임.

출처: 방송통신위원회, 「방송매체 이용행태조사」, 각 연도.

한편, 문화예술행사에 직접 참여하는 비율은 코로나19 이전까지 큰 폭으로 증가하여 2014년 4.7%였던 것에서 2019년에는 10.4%까지 증가하였다. 그러나 그 이후 코로나19의 영향으로 크게 하락하였다가 2022년부터 미미한 증가세

만 보이고 있다. 한편 문화예술행사 참여율과 비교해 문화예술행사 참여에 대한 의향은 코로나19 이후로 떨어지기는 했으나 그 폭이 상대적으로 작았다. 즉 2014년 8.1%였던 참여의향률은 2019년에 19.2%로 증가하다가 2020년에는 1.4%만 감소한 17.8%로 나타났으며 그 이후 2022년에는 8.8%까지 떨어졌다가 다시 증가하여 2024년에는 10.7%로 나타났다(그림 VII-12).

[그림 VII-12] 문화예술행사 참여율과 참여의향률, 2014-2024



주: 1) 차이는 참여의향률에서 참여율을 뺀 것임.

출처: 문화체육관광부, 「국민문화예술활동조사」, 각 연도.

이는 이전의 문화예술활동의 경험으로 인해 현재 활동에 참여하지 못하더라도 참여하기를 희망하는 의향은 상대적으로 덜 줄어들었기 때문이다. 즉 코로나19와 같은 사회적 거리 두기나 외부 환경으로 인해 활동에 제약이 있더라도 문화예술활동을 통한 만족감은 사라지지 않아서 문화예술활동에 참여하고자 하는 욕구는 유지된다고 볼 수 있다. 결국, 경험재로서 문화예술활동은 참여 경험 자체가 매우 중요하다.



국내여행과 해외여행

한국 사회에서 국민의 여가생활을 위한 공간으로 제일 먼저 개발된 것은 국립공원이다. 해방 이후 한국전쟁을 겪고 나서 1962년부터 시작된 ‘제1차 경제개발 5개년 계획’을 통해 국가의 경제 재건을 목표로 삼게 되며, 고용 증가와 국토 보전 및 개발을 중심으로 하는 과제들이 국가 주도로 이루어지게 되었다. 이 과정에서 관광지 조성, 문화재 관광 자원화, 고도(古都) 보전의 제도 확립, 온천장과 해수욕장 개발, 산야 개발 등의 국토건설종합계획이 이루어지면서 국민의 여가생활을 위한 시설이나 공간이 개발되기 시작하였다.

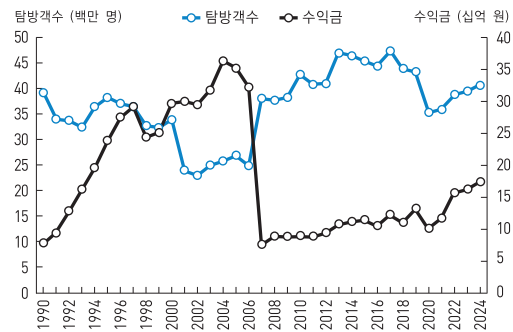
1967년 12월 국내 최초로 지리산이 국립공원으로 지정되었으며, 1970년대에 13개까지 확대되었다. 그 후 1980년대에 7개를 추가 지정하여 2023년 12월에 팔공산이 지정된 것을 포함하면 현재 23개의 국립공원이 있다(표 VII-2). 국립공원을 찾는 탐방객 수는 1997년 말 IMF 외환위기로 인한 경제불황과 2020년 코로나19 팬데믹의 시기를 제외하고는 꾸준히 늘었다. 경제불황으로 인해 사회 전반의 소비심리가 위축되면서 1998년부터 2006년까지 국립공원 탐방객 수가 감소하는 추세를 보였으나, 2007년 1월 1일부터 국립공원 입장료가 폐지되면서 일반 국민의 국립공원 무료입장이 가능해졌다. 이에 2006년 대비 2007년에는 연간 국립공원 입장객 수가 52.2% 증가하였다(그림 VII-13).

〈표 VII-2〉 국립공원 지정 현황

지정 순위	공원명	위치	지정일자
1	지리산	전남북, 경남	1967.12.29
2	한려해상	전남, 경남	1968.12.31
3	경주	경북	1968.12.31
4	계룡산	충남, 대전	1968.12.31
5	설악산	강원	1970.03.24
6	한라산	제주	1970.03.24
7	속리산	충북, 경북	1970.03.24
8	내장산	전남북	1971.11.17
9	가야산	경남북	1972.10.13
10	덕유산	전북, 경남	1975.02.01
11	오대산	강원	1975.02.01
12	주왕산	경북	1976.03.30
13	태안해안	충남	1978.10.20
14	다도해해상	전남	1981.12.23
15	북한산	서울, 경기	1983.04.02
16	치악산	강원	1984.12.31
17	월악산	충북, 경북	1984.12.31
18	소백산	충북, 경북	1987.12.14
19	변산반도	전북	1988.06.11
20	월출산	전남	1988.06.11
21	무등산	전남, 광주	2013.03.04
22	태백산	강원	2016.08.22
23	팔공산	경북, 대구	2023.12.31

출처: 국립공원공단, 국립공원 연혁(knps.or.kr), 2025.06.

[그림 VII-13] 국립공원 탐방객 수와 수익금, 1990-2024



출처: 국립공원공단, 「국립공원기본통계」, 각 연도.

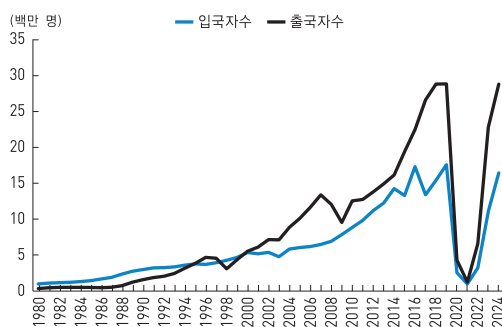
1960년대까지 이러한 관광지 개발은 약 3만 명에 이르는 주한미군과 1965년부터 국교가 정상화된 일본 관광객 유치를 주목적으로 했다. 이러한 외국인 유치 위주의 관광지 개발은 1960년대 서해안 해수욕장 개발로 이어져, 인천의 송도 해수욕장(현재의 송도유원지)과 강화군의 여러 해수욕장이 주한미군의 휴양 및 여가 시설로 개발되었다. 그러다가 수도권에 편중되어 개발된 국민 여가시설의 불균형을 해소하고 전국적으로 국민의 여가생활권을 확대하기 위해, 1971년부터 정부 주도로 대규모 관광휴양지가 개발되었다. 1971년 1월 제주 중문단지 지정을 시작으로 1975년 경주 보문단지, 1977년 경기 평택시의 평택호 관광단지가 지정되어 개발되었다. 그러나 관광자원의 개발과 행락 인구의 증가로 인해 1970년대 말에는 자연 여가 공간의 훼손이 심화되었다. 이에 따른 대책으로 1978년 10월 5일 ‘자연보호헌장’이 선포되어 국토에 대한 애호 정신을 고양함으로써 결과적으로 자연 자원, 사적 자원, 녹지공간에 대한 보존의식을 향상하는 계기가 되었다.

1980년대 들어서 국민의 여가활동은 공간적으로 확장되거나 시간 제약 없이 이루어지게 되었다. 즉 해외여행의 자유화와 야간통행금지 해제가 이루어진 것은 모두 1980년대이다.

해외여행 자유화는 1980년 1월 1일에 시작되어 단계적으로 자유화하여 1989년 1월 1일부로 전면 자유화되면서 출국자 수가 급증하였으며, 1989년에는 그 숫자가 최초로 100만 명을 넘어

섰다. 국민소득 증가와 세계화의 영향으로 해외 여행 자유화 이후 해외여행자 수가 급증했다. 88서울올림픽 이후 외래방문객의 증가율은 둔화되는 상황에서도 해외여행객 숫자는 급증하여 1989년에는 전년 대비 출국자 수의 증가율이 67.3%에 이르렀다. 2000년대 이후에는 지속적으로 출국자 수가 입국자 수보다 더 많았다. 특히 2007년에는 입국자 수의 두 배가 넘는 숫자가 해외로 출국하였다(그림 VII-14).

[그림 VII-14] 입·출국자 수, 1980-2024



주: 1) 월별 조사자료는 연도별로 합산함.

출처: 한국관광공사, 『한국관광통계』 각 연도.

1980년대 이후 국민의 여가생활에 영향을 준 시간 관련 규제로는 야간통행금지 해제와 심야 영업시간 규제 폐지가 있다. 야간통행금지는 1945년 미국의 군정포고 1호가 발동되면서 시작되어, 1982년 1월 5일에 해제되기까지 무려 37년간 계속되었다. ‘통금’이 해제되면서 버스와 지하철, 그리고 택시의 영업시간이 연장되었고, 서비스 부문의 소비지출이 증가하였으며, 비행



기 이착륙 시간의 제한도 완화되어 바이어와 관광객의 입국도 늘었다.

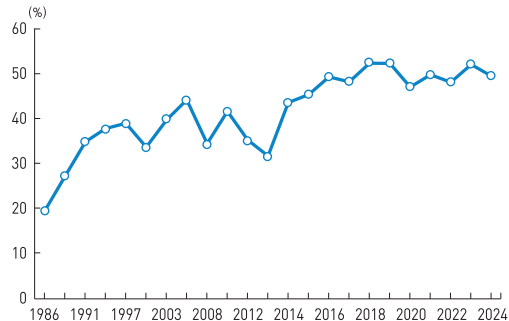
1998년 6월 정부는 매장의 심야영업을 전면 허용해 편의점뿐만 아니라 식당, 찜질방, 피트니스 센터 등도 24시간 영업할 수 있게 되었다. 야간통행금지 해제와 심야 영업시간 규제 폐지는 여가활동을 위한 시간적 범위가 확장되어 야간에 다양한 활동을 할 수 있는 자유를 제공하였으며, 경제 활성화에도 긍정적인 효과를 준 것으로 평가된다.

생활체육 참여와 스포츠 관람

여가 관련 스포츠 활동은 생활체육 참여와 스포츠 관람으로 구분된다. 스포츠 활동을 1주일에 2회 이상 하면서 1회에 30분 이상 규칙적으로 하는 사람들의 비율, 즉 생활체육 참여율은 1997년 말 IMF 외환위기와 2008년 국제금융위기, 그리고 2020년부터 유행한 코로나19 등으로 인해 일시적 감소와 등락을 거듭했지만 전체적으로 증가하였다. [그림 VII-15]의 「국민생활체육조사」 결과에서 보는 바와 같이, 우리나라 국민의 생활체육 참여율은 1986년 19.4%에서 2024년 49.5%로 급증하였다.

한편, 한국 프로스포츠는 1982년 프로야구 출범을 시작으로 발전했으며, 프로축구는 1983년, 프로농구는 1997년, 프로배구는 2005년에 각각

[그림 VII-15] 생활체육 참여율, 1986-2024

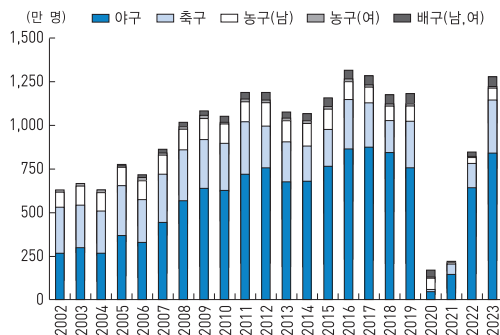


주: 주 2회 이상, 1회 30분 이상 규칙적인 생활체육 참여율.
출처: 문화체육관광부, 「국민생활체육조사」 각 연도.

출범하였다. 프로스포츠 시대의 개막은 전문 엘리트 체육의 발전과 스포츠 산업을 성장시키는 것은 물론, 국민이 경기장을 방문하여 자신이 좋아하는 팀이나 선수를 응원하고 함께 즐기는 적극적인 참여형 관람 문화를 확산하는 계기가 되었다.

2023년 프로스포츠 총관중 수는 1,276만 명으로 2002년의 628만 명과 비교해 두 배 이상 증가한 수치이다. 2002년 이후 2019년까지는 약간의 등락 폭이 있으나 꾸준히 증가하는 추세를 보인다. 2020년부터 2021년까지 코로나19의 확산 및 지속에 따라 무관중 또는 제한적 관중으로 경기가 진행되었으며, 2022년부터 본격적으로 제한 없이 프로스포츠 리그가 진행되어 2023년에는 코로나19 이전 수준을 회복하였다. 2023년 현재 주요 종목별로 살펴보면, 2002년 대비 프로야구는 218.2%, 프로축구는 14.3%의 관중 수 증가율을 보인다(그림 VII-16).

[그림 VII-16] 프로스포츠 관중 추이, 2002-2023



주: 1) (농구, 배구) 2003년의 경우 2002-2003 시즌에 해당함.

2) 프로스포츠 각 종목의 시즌 중 총관람객 수임.

출처: 문화체육관광부, 「프로스포츠 경기단체 자료: e-나라지표」
(www.index.go.kr), 2025년 6월 27일 기준.

개별적 경험 중시와 온라인 플랫폼 기반

2010년 이후에는 스마트폰의 대중화로 디지털 접근성이 커지면서 생활이 온라인 중심으로 재편되기 시작했고, 많은 사람이 다양한 동호회, 소모임을 통한 온-오프라인 여가활동을 병행하며 일상에서 더 가깝게 즐기는 여가생활의 범주를 넓혀가고 있다. 스마트폰을 활용해 일상적 영역에서 자투리 시간을 이용해 디지털 여가활동을 즐기거나, 게임, 쇼핑 등으로 그 영역을 폭넓게 확장하고 있는 추세이다.

스마트 기기의 발달은 기존의 오프라인 중심의 전통적인 여가활동인 TV 시청, 영화관람, 음악감상, 스포츠경기 관람, 독서와 게임 등을 온라인 공간에서 가능하게 하였다(한미옥·김남조, 2018). 예를 들어, 독서시장에서도 전자책 및 오디오북 서비스, 디지털 콘텐츠 분야의 정기

구독이 빠르게 확산하는 추세다. 또한 모바일을 바탕으로 한 여행 플랫폼 비즈니스가 급격히 진화하고 있으며, 관광객의 여행 계획 및 예약 트렌드가 오프라인에서 온라인으로 전환됨에 따라 관광산업에서 플랫폼의 중요성이 강화되고 있다(한국문화관광연구원, 2021). 한국관광공사(2021)는 여행시장에서 온라인 유통채널의 비중이 높아지고 있으며, 2017년 60%에서 2025년 72%까지 증가할 것으로 전망하였다. 또한 전 세계 온라인 플랫폼 기반 여행시장은 2020년 약 5,180억 달러(약 595조 원)에서 2027년 약 9,830억 달러(약 1,130조 원)로 약 89.8% 성장할 것으로 전망했다.

즉 여가활동의 양식이 ‘공간’ 및 ‘장소’ 기반의 ‘집합적’ 형태에서 ‘개별적’ 형태의 ‘온라인 플랫폼’ 서비스 중심으로 변화하고 있다. 이 과정에서 스낵처럼 짧은 시간 안에 간편하게 즐기는 문화현상(스낵 컬처)이 나타나기도 한다. 즉 출퇴근 시간이나 점심시간 등 일상의 자투리 시간을 활용하여 짧은 시간 안에 간편하게 즐길 수 있는 콘텐츠 분야가 크게 성장하며 기존 아날로그 방식의 문화콘텐츠가 디지털 형식으로 전환하고 있다.

더욱이 1인 미디어의 활성화로 콘텐츠의 제작자와 소비자의 구분이 모호해진 형태가 나타나고 있다. 블로그, 페이스북, 트위터 등 소셜 네트워크와 유튜브 사용이 증가함에 따라 여가 향유자는 자신의 개성과 취미 등 관심 분야와 관련한 미디어를 직접 제작하고 공유하는 양상을

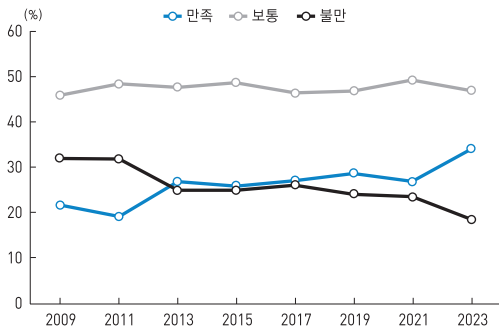


보이고 있다(한국문화관광연구원, 2018). 스마트폰 중심의 모바일 환경의 변화와 유튜브, 인스타그램 등과 같은 SNS의 발달, 코로나19 이후 직면한 비대면 사회에서 개인화된 미디어의 소비가 증가하고 있다.

여가만족

한국 사회에서 여가만족도는 전반적으로 증가하는 추세이다. 2023년 국가데이터처「사회조사」에 따르면, 우리나라 국민의 34.3%가 자신의 전반적인 여가생활에 만족한다고 응답했다. 이는 2009년 조사에서 만족한다고 응답한 21.8%보다 12.5%p 높은 수치이다. 반면, 자신의 전반적인 여가생활에 불만족한다고 응답한 사람들

[그림 VII-17] 여가생활 만족도, 2009-2023



주: 1) 만족 비율은 '매우 만족'과 '약간 만족'의 합이며, 불만 비율은 '약간 불만족'과 '매우 불만족'의 합계 수치임.

출처: 국가데이터처, 「사회조사」, 각 연도.

은 2009년 32.1%에서 2023년 18.6%로 13.5%p 낮아졌다(그림 VII-17).

맺음말

한국 사회는 2000년대 중반 이후 유연한 근무 환경이나 근무시간 단축, 그리고 일과 삶의 균형(Work and Life Balance, 워라밸)에 대한 관심이 커지면서 여가생활을 즐기고 행복한 삶을 누리려는 사람들이 많아졌고 여가생활이 삶에서 중요한 요소가 되었다.

또한 '100세 시대'에 늘어난 수명 동안 삶을 재편해야 할 필요성이 강조되면서, 일 이외의 시간을 어떻게 지낼 것인지, 그리고 전 생애 동안 건강하고 행복한 삶을 영위하기 위해 여가생활을 어떻게 잘 설계할 것인지가 중요해졌다. 과거 과도한 업무시간으로 인해 개인의 삶이 피해를 지는 것을 비판적으로 보고 삶의 질, 개인의 행복, 일과 삶의 균형을 중요하게 여기기 시작한 것이다. 예를 들어, '저녁이 있는 삶'이라는 용어가 일상적으로 사용되면서, 저녁 시간을 가족과 함께하거나 취미 생활, 자기계발 등에 활용하면서 여가활동을 통한 삶의 만족을 추구하는 사람들이 늘어나고 있다. 이러한 인식과 태도의 변화는 앞으로도 계속될 것으로 예측된다.

참고문헌

- 문화체육관광부. 2007. 「2007 여가백서」.
- 문화체육관광부. 2022. 「2022 여가백서」.
- 문화체육관광부. 2023. 「2023 여가백서」.
- 채백, 최창식, 강승화, 허윤철. 2018. 「TV의 보급확대와 공동체의 변화」, 『커뮤니케이션이론』, 14(4), 139-182.
- 한국관광공사. 2021. 「빅데이터를 활용한 2022 관광트렌드 분석」.
- 한국문화관광연구원. 2018. 「2020 문화예술트렌드 분석 및 전망」.
- 한국문화관광연구원. 2020. 「1인 가구의 문화여가 및 여행 특성 심층분석」.
- 한미옥, 김남조. 2018. 「디지털 시대의 여가와 관광의 의미-디지털 디톡스현상과 디지털 프리관광에 대한 탐색적 논의」, 『관광연구논총』, 30(4), 35-60.