

코로나19 발생에 따른 청년 1인가구의 주생활행위 변화

Changes in Housing Behaviors of Young Single Person Households by COVID-19

김태완*

Kim, Tae-Wan

장미선**

Jang, Mi-Seon

Abstract

With the aim of identifying changes in the housing behavior of young single-person households before and after the outbreak of COVID-19, this study analyzed 133 Internet articles published from January to December before the COVID-19 crisis for a comparison with preceding studies on the housing behavior of young single-person households after the pandemic began. In addition, in order to closely examine the actual behavior changes in young households in connection with the results of the article analysis, interviews were conducted with 10 young single-person households on the changes in their housing behavior before and after the outbreak of COVID-19. The article analysis led to the observation that more articles about hobby and home decoration were published after the crisis. The interview results show, consistent with the article analysis results, an increasing trend of hobby activities, along with a marked increase in activities related to telecommuting, online classes and eating (specifically in relation to delivery meals). The results of this study provide a glimpse of the changes in the housing behavior of young single-person households before and after the pandemic, and are expected to be used as basic data for planning youth housing suitable for the post-corona era.

Keywords : Housing Behavior, COVID-19, Behavioral Change, Young Household

주요어 : 주생활행위, 코로나19, 행위 변화, 청년가구

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

지난 2020년 발생한 코로나가 확산되면서 우리는 ‘코로나 뉴노멀¹⁾(New Normal)’ 시대를 살아가고 있다. 코로나라는 감염병으로 인해 우리가 마주하게 된 새로운 삶의 방식은 기존의 오프라인에서 대면으로 처리되던 많은 일들을 온라인에서 비대면으로 처리하고 있고, 그 결과 집은 단순한 휴식 공간에서 업무, 학습, 취미 등 다양한 기능을 수행하는 복합공간으로 변화하게 되었다(Lee, 2020).

*정회원(주저자), 전북대학교 주거환경학과 석사과정

**정회원(교신저자), 전북대학교 주거환경학과 조교수

Corresponding Author: Mi-Seon Jang, Department of Housing Environmental Design, Jeonbuk National University, 567 Baekje-daero, Deokjin-gu, Jeonju-si, Jeollabuk-do, 54896, Korea
E-mail: msjang@jbn.ac.kr

이 논문은 2021년도 전북대학교 연구기반 조성비 지원에 의하여 연구되었음.

이 논문은 2021년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2021S1A5A8061176).

이 논문은 2021년 (사)한국실내디자인학회 추계학술발표대회에서 발표한 논문을 수정·보완한 연구임.

이러한 집의 기능 확장은 우리가 가장 기본적인 의식주에서부터 노동과 교육을 포함한 다양한 생활활동까지도 집에서 수행할 수 있게 하고 있다(Ko, 2020).

하지만 코로나 확산에 따라 사회적 거리두기가 시행되면서 집에서 많은 시간을 보내고 다양한 행위를 수행해야 하는 상황으로, 협소하고 열악한 주택에서 거주하는 취약계층에게 코로나의 확산은 삶의 질을 떨어트리는 요인이 되고 있다(Lee, 2020). 특히, 대학생이나 사회초년생에 해당하는 청년 1인가구는 노동시장 불안정, 사회 안전망 부재 등 다양한 사회적 위험에 직면한 집단으로, 최저주거기준 미달주택에 거주하는 등 주거여건 역시 취약하여 코로나 발생 이후로 그들의 삶의 질이 급격히 저하되고 일상생활의 패턴도 많이 변화되었을 것으로 예상된다. 이에 일부 선행연구에서 청년가구를 대상으로 코로나 이후 달라진 일상생활의 변화를 분석한 바 있다(Jo & Seo, 2021; Park, 2021). 그 중 Kang & Jang(2021)은 인터넷 기사 분석을 통해 청년 1인가구의 코로나 이후 주생활행위의 경향을 분석한 바 있다. 다만, 해당 선행연구는 코로나가 발생한 이후의 주생활행위라는 결과를 중심으로 한 해석을 다룬 연구로, 그 결과가 코로나의 발생에 따른

1) 코로나 뉴노멀은 ‘코로나(COVID)’와 ‘뉴노멀(New Normal)’의 합성어로, 코로나의 확산으로 사회가 ‘방역’, ‘비대면’ 중심으로 새롭게 변화한 시대를 맞게 하고 있다는 뜻임(네이버 국어사전, 2021).

주생활행위의 변화인 것인지 인과성을 파악하는 데 한계가 있다. 이에 본 연구에서는 해당 선행연구의 후속연구의 성격으로 진행되었으며, 코로나 발생 이전의 청년 1인가구 주생활행위의 경향을 분석하고 이를 선행연구의 결과와 비교함으로써 코로나 발생에 따른 주생활행위의 변화를 파악하고자 하였다. 이와 병행하여 청년 1인가구가 인식하는 코로나로 인한 주생활행위의 변화를 추가로 조사하여 기사분석을 통한 주생활행위 변화에 대한 해석의 근거로 함께 활용하고자 하였다. 본 연구의 결과는 코로나 뉴노멀시대를 살아갈 청년 1인가구의 주거공간 계획을 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

II. 문헌 고찰

1. 코로나로 인한 청년가구 일상생활변화 관련 선행연구 경향

코로나19 바이러스 확산됨에 따라 일상생활에서 다양한 변화가 이루어지고 그에 따라 코로나로 인한 일상생활의 변화를 다룬 선행연구가 2020년부터 발간되기 시작했다. 상당수의 연구가 코로나로 인한 학습방식 변화에 문제점을 진단하고 요구사항을 파악하거나, 당사자의 심리적 불안 상황과 극복요인 등을 파악하는 내용의 연구였다. 일부 선행연구에서 주택에서 이루어지는 행위, 주택과 관련된 인식 혹은 선호의 변화를 다루고 있었는데, 본 연구에서 비교분석할 선행연구(Kang & Jang, 2021)를 제외한다면 나머지 선행연구의 주요 결과를 요약하면 다음과 같다.

먼저, Jo & Seo(2021)의 연구는 주택에서 공간이 수행 가능한 역할은 가구를 통해 결정된다는 관점에서 대학생들을 대상으로 포스트 코로나 시대의 특징에 대한 인식과 코로나로 인한 환경 변화에 따른 대학생들의 가구 선호도를 조사하여 코로나와 가구 선호 간의 관계를 파악하고자 하였다. 연구의 결과, 코로나로 인해 대학생들은 대부분 생활의 불편함을 경험하였는데 주로 여행 등 다양한 야외활동을 할 수 없는 상황에 대한 불편을 가장 많이 호소하였다. 이러한 야외 활동의 축소로 인해 대학생들은 주택 내 체류 시간이 길어졌고, 특히, 침실에서 보내는 시간이 가장 많이 증가했다고 응답하였다. 한편, 대학생들은 코로나로 인한 변화로 온라인 활동 시간이 늘어나면서 온오프라인의 기능이 혼재되는 탈경계를 경험하고 있었다. 이러한 상황 속에서 응답자들은 일상의 피로도가 높아진 영향인지 ‘휴식형 가구’를 가장 많이 이용하고 있다고 응답하였다(51.0%). 현재 필요한 가구의 기능에 대해서는 하나의 가구로 여러 행위의 수행이 가능한 ‘가변형 가구’에 대한 선호가 가장 높았는데(52.7%), 이들이 주로 침실이라는 협소한 공간에서 복수의 행위를 수행하다 보니 가변형 가구에 대한 수요가 높았으리라 짐작할 수 있다. 또한, 가구형태에 대한 선호 조사에서 ‘IT 기술이 접목된 가구’(43.1%)의 선호가 가장 높았는데, 이는 앞서 언급한 바와 같이 대학생들이 코로나로 인해 온오프라인의 탈경계 상황을 경험하고 있는 상황을 고려하

였을 때 자연스럽게 온라인활동에 대한 지원이 가능한 IT 기술 접목 가구에 대한 선호가 높아졌을 것으로 예상되는 결과이다.

또 다른 선행연구인 Park(2021)은 주생활행위 중 돌봄이라는 행위를 중심으로 연구를 수행하였는데, 저자는 인간과 장소 혹은 공간의 상호작용 측면에서 돌봄의 개념을 상정하였다. 이 연구에서는 20대 청년 15명을 대상으로 인터뷰를 진행하여 코로나 이후 일상생활과 돌봄이 어떤 형태로 나타나는지 연구하였다. 주요 결과를 살펴보면, 이들은 코로나 이전에는 학교생활과 아르바이트, 지인과 만남 등 다양한 일상생활을 수행하고 있었는데, 코로나 이후에는 인터뷰 응답자 대다수의 일상생활은 온라인 수업이 중심을 이루었고, 외국어 공부나 취업 준비 등 자기계발을 위한 행위가 주로 이루어지고 있음을 알 수 있었다. 코로나 이후에는 집이 그들의 비공식적 돌봄의 중심이 되어 새로운 패턴의 돌봄 행위가 이루어지고 있었다. 이들은 주로 자기 돌봄의 행위로서 운동을 하거나 영상물을 시청하는 행위를 가장 빈번하게 수행하고 있었고, 인터뷰 응답자의 20% 정도만이 가족과의 시간을 통해 단란을 도모하는 행위가 이루어지고 있음을 알 수 있었다.

이와 유사한 선행연구로 Kang, Bak, & Han(2020)에서는 대학생 5명을 인터뷰하여 코로나로 인한 라이프 스타일 변화 경험을 다루었는데, 라이프 스타일 변화를 심리적 변화, 환경적 변화, 행동적 변화의 측면에서 다루었다. 그 중, 주생활과 관련된 내용으로 응답자들은 사회적 거리두기에 따라 외출을 자제하고는 있으나 아예 외출하지 않을 수는 없으니 가급적 늦은 시간이나 새벽에 외출하여 사람들과의 접촉을 줄이려고 노력한다는 응답 결과가 있었다. 외출을 자주 못하다 보니 집에 있는 시간이 많아지면서 환기를 자주 하고 공기청정기를 사용하는 등 개인위생관리를 위해 노력하고 있다고 했다. 한편, 코로나가 확산되면서 대면수업이 연기되고, 그에 따라 집에서 온라인으로 수업을 듣거나 과제물을 하다 보니 학업에 대한 집중도도 많이 떨어지게 된다는 응답을 하였다.

마지막으로 코로나19의 상황을 반영한 청년의 주의식 및 주거 내 활동을 다룬 Lee & Jee(2021)는 20-30대 청년 600명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 연구와 관련된 연구 결과로 청년층의 코로나 발생 이후 주거 내 활동 현황을 조사하였는데, 주택 내 활동과 관련한 서술문 12개를 제시하고 각 서술문에 대한 동의 수준을 6점 척도를 활용하여 활동의 정도를 조사하였다. 그 결과, 응답자들은 손님 초대나 이웃과의 교류 등 대인교류 활동이 가장 저조하게 나타났고, 운동이나 여가활동 등이 증가하는 결과를 보여주었다. 이러한 결과는 응답자 특성에 따라 정도의 차이는 있었으나 전반적인 경향은 동일하게 나타났다.

이러한 선행연구들은 코로나와 청년가구의 일반적인 특성 간의 관계성과 코로나 이후의 변화에 집중하고 있는 연구들이었다. 대상이 청년가구라 할지라도 코로나 전후 일상생활 변화는 가족구성원의 동거 여부나 거주하고 있

는 주택의 특성 등에 따라 다양할 수 있는데, 사회적으로 경제적으로 가장 취약한 집단 중 하나라 할 수 있는 청년 1인가구를 대상으로 한 연구는 부재한 상황이다. 또한, 코로나 발생에 따라 주생활행위의 변화를 다룬 선행연구 역시 전무하다 할 수 있다.

III. 연구 방법

본 연구는 ‘인터넷 기사를 통해 본 코로나 이후 청년 1인가구의 주생활행위 특성’(Kang & Jang, 2021)의 후속 연구로, 코로나 이전의 청년 1인가구의 주생활행위 특성을 파악함으로써 코로나 전후 주생활행위의 변화를 살펴보기 위해 진행되었다. 본 연구의 주된 연구방법은 선행 연구와 마찬가지로 내용분석(Content Analysis)방법을 활용하여 2인의 연구원이 인터넷 기사를 분석하였고, 그 밖에도 코로나에 따른 주생활행위의 변화를 실증적으로 검증하기 위해 청년 1인가구 10명을 대상으로 인터뷰를 병행하여 양적·질적 복합연구를 수행하였다<Table 1>.

Table 1. Outline of Methodology

	Main research	Auxiliary research
Method	Content analysis	Interview
Purpose	Analysis of trends in articles related to housing behaviors of young single person households before COVID-19	Analysis of perceptions of changes in housing behaviors before and after COVID-19
Subject	Articles published in the ‘DAILY POP’ and ‘1 Economy’ in 2019	10 young single person households

1. 청년 1인가구 관련 인터넷기사 내용분석

먼저, 양적연구의 일환으로 선행연구와 동일한 인터넷 기반 언론매체인 ‘DAILY POP’과 ‘1코노미’에서 코로나 발생 이전에 발행한 기사 중 청년 1인가구의 주생활행위를 다룬 기사만을 선별하여 분석하였다. 다만, 선행연구에서 다룬 기사의 수집기간이 2020년 1월부터 10월까지임을 고려하여 본 연구에서 수집한 기사는 코로나 발생 이전인 2019년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지에 발행된 것만을 대상으로 하였다. 해당 기간 동안 발행된 전체 기사의 수는 ‘DAILY POP’ 4,336건, ‘1코노미’ 736건으로 총 5,072건이었고, 해당 기사의 내용을 검토하여 청년 1인가구를 대상으로 하고 있고 주생활행위와 관련된 내용을 포함하고 있는 기사만을 선별한 결과 총 133건의 기사가 본 연구의 분석에 활용되었다.

선별된 기사의 분석기준은 선행연구(Kang & Jang, 2021)에서 다룬 14개의 주생활행위를 동일하게 적용하였다. 다만, 주생활행위에 따른 세부 활동 유형의 경우 주택과 관련성이 적은 항목(집주변 등산)을 삭제하고, 코로나 이전 청년 1인가구의 주생활행위를 설명하는데 필요한 항목(개인돌봄)을 추가하는 등 수정작업을 거쳐 분석기준을 재정비하였다<Table 2>.

Table 2. Analysis Criteria Used in This Studies

Housing behaviors	Details
House decorating	① Introducing self interior trend ② Introducing interior application & website information ③ Introducing specific interior method and materials ④ Introducing Houses
Labor and education	① Telecommuting ② Online education
Sleep	① Sleep-related behavior ② Introducing sleep support products
Eating	① Convenience meal ② Delivery food ③ Drinks and refreshments ④ Alcohol ⑤ Etc.
Hobby	① Learning ② Watching entertainment such as movies ③ Home gardening ④ Camping&Virtual travel ⑤ Online Performance ⑥ Creative activities ⑦ Etc.
Exercise	① Home Training
Rest	① Walk near the house ② Relax in the house
Housework	① Meal preparation ② Laundry ③ House cleaning ④ Introducing housekeeping support products
Shopping	① Household related purchases ② Purchases other than housework products ③ General shopping information
Picking up family/friends	① Meeting with family and acquaintances
Care	① Caring for family and acquaintances ② Caring for companion animals ③ Self-care
Personal hygiene	① Washing face ② Toilet ③ Bath
Personal Management	① Fashion ② Cosmetics ③ Health management such as taking medicine ④ Etc.
Etc	① Storage of goods

*Revised based on Kang & Jang (2021)

분석 과정에서 선행연구와의 차이점이라고 한다면, 하나의 기사에서 다수의 주생활행위 유형이 발견되었다. 선행 연구에서 분석한 기사에서는 최대 3개까지의 주생활행위가 관찰되어 본 연구에서도 하나의 기사에서 다수의 주생활행위가 관찰된 경우 최대 3개까지 복수카운트하는 방식으로 진행하였다. 이 과정에서 본 연구자는 해당 기사에서 관련 내용이 언급된 순서와 해당 기사의 제목을 기준으로 기사에서 핵심적으로 다루고자 했던 주생활행위를 고려하여 3개 항목만을 선별하였다. 일례로, 「‘홈코노미’로 여유 시간을 즐긴다... 새벽배송 414% ‘경총’(Lim, 2019)」 기사는 홈코노미라는 큰 주제 아래 홈코노미에 관련한 개념 등 일반적 개념의 소개와 함께 출장청소, 차량관리서비스, 식자재 배송, 홈엔터테인먼트 등을 기사의 세부 내용으로 다루고 있다. 이 기사의 분석과정에서 연구자들은 공통적으로 ‘쇼핑’과 ‘취미여가’를 본 기사에서 다룬 주생활행위로 분류하였으나, 다른 항목에 있어 연구자1은 ‘섭식’, 연구자2는 ‘가사작업’으로 분석하였다. 이에 연구진은 본 기사에서 가사작업과 관련된 내용이 우선적으로 다루어지고 있고, 기사에서 차지하는 분량도 상대적으로 많은 점을 고려하여 이 기사에서 다루고 있는 주생활행위를 ‘쇼핑’, ‘취미여가’, ‘가사작업’으로 분류하는 것에 합의하였다.

이상과 같이 본 연구의 연구진들은 각각 기사를 분석한 후, 크로스체크(Cross-check)하여 서로 다른 유형으로 분류되었거나 분류 유형이 오기입 된 기사에 대한 조정을 실시하여 최종 분석 자료에 정확성을 높였다. 전반적인 분석과정을 예시와 함께 설명하면 다음과 같다. 「2020 쇼핑트렌드는 ‘홀로’... ‘나’를 중심으로 소비하는 소비자들」이라는 기사(Lee, 2019)에서는 1인가구의 증가와 더불어 자기애적이고 본인의 만족을 중요한 가치판단의 척도로 두는 가치지향적인 성향의 MZ세대(밀레니얼+Z세대)가 주소비층으로 새롭게 자리잡으며 홀로(홀로+YOLO)소비 트렌드로 나타났다고 말하고 있다. 그로 인해 가정간편식(HMR, 밀키트 등)의 소비 및 개인의 시간과 노력을 아끼는 가전제품(식기세척기, 의류관리기, 로봇청소기 등)의 소비가 증가하고 있음을 설명하고, DIY를 활용한 원룸의 데드스페이스를 최소화하는 인테리어 트렌드가 확산되고 있음을 소개하고 있다. 이들 내용을 본 연구의 주생활행위 분석기준에 따라 분석하면 ‘섭식’, ‘쇼핑’, ‘집꾸미기’로 분류할 수 있으며, 세부 활동 유형으로는 ‘섭식 중 간편편식’, ‘쇼핑 중 가사관련 물품 이외의 쇼핑’, ‘집꾸미기 중 셀프 인테리어 경향소개’로 분류하였다.

2. 청년 1인가구 대상 인터뷰

한편, 코로나 발생과 청년 1인가구의 주생활행위와의 관계를 보다 심층적으로 파악하기 위해 인터뷰 조사를 실시하였다. 인터뷰 대상자는 코로나 발생 전후(2019년 1월~2020년 12월) 2년간 거주지와 1인가구 여부, 직장(혹은 학교) 등의 사회인구학적 특성에 변화가 없었던 만 20세 이상 34세 이하 청년 10인을 대상으로 인터뷰를 진행하였다. 앞선 내용분석 파트는 관련 기사의 분석을 통해 코로나 전후 청년 1인가구의 주생활행위의 경향을 살펴보는 것이라면, 인터뷰 파트는 대상자의 24시간을 기준으로 주생활행위의 변화를 실증적으로 파악하는 데 목적이 있다고 할 수 있다. 본 연구에 참여한 인터뷰 대상자의 일반적 특성을 간략히 정리하면 <Table 3>과 같다.

인터뷰 대상자의 일반적 특성은 크게 사회인구학적 특성과 주택관련 특성으로 구분된다. 사회인구학적 특성으로는 성별, 연령, 직업, 거주지를 조사하였고, 주택관련 특성으로는 주택유형, 점유형태, 주택면적에 대해 조사하였다. 인터뷰 대상자의 성별은 여성이 7명 남성이 3명이었고, 연령은 평균 만25.5세로 만20-24세가 6명으로 가장 많았고, 만25-29세가 2명, 만30-34세가 2명이었다. 직업은 학생 6명, 직장인 3명, 취업준비생 1명이었고, 거주지는 수도권 6명, 비수도권 4명이었다. 주택특성 중 주택유형의 경우 연립/다세대/다가구주택 거주자가 7명이었는데, 이들은 주로 원룸에 거주하였다. 그 밖에는 아파트 1명, 오피스텔 등 기타 주택 거주자가 2명이었다. 점유형태의 경우 월세주택 거주자가 9명, 자가거주자도 1명 있었다. 주택면적의 경우 2명의 무응답을 제외하고 평균 35 m² (약 10.6평) 주택에 거주하였고, 특히 26.5 m² (약 8평)이하 소형주택에 거주하는 응답자가 많았다.

Table 3. General Characteristics of Interviewees

No.	Details
①	Female, 21 years old, Student, Non-MA, Studio type, Monthly rent, 26.4 m ²
②	Male, 25 years old, Student, MA, Studio type, Monthly rent, 16.5 m ²
③	Male, 23 years old, Student, Non-MA, Studio type, Monthly rent, 26.4 m ²
④	Female, 23 years old, Student, Non-MA, Two room type, Monthly rent, 59.5 m ²
⑤	Female, 22 years old, Student, Non-MA, Studio type, Monthly rent
⑥	Female, 22 years old, Student, MA, Studio type, Monthly rent, 19.8 m ²
⑦	Male, 34 years old, Worker, MA, APT, Owned, 82.6 m ²
⑧	Female, 29 years old, Worker, MA, Officetel, Monthly rent, 38 m ²
⑨	Female, 33 years old, Worker, MA, Studio type, Monthly rent
⑩	Female, 23 years old, Job candidate, MA, Etc, Monthly rent, 13.2 m ²

※ MA: Metropolitan Area

IV. 분석결과 및 논의

1. 코로나 전후 청년 1인가구 주생활행위 비교

본 연구는 앞서 선행연구에서 분석한 코로나 이후 발행된 기사에서 나타난 주생활행위 특성이 코로나 발생에 따른 영향인지, 변화된 청년 1인가구의 주생활행위 패턴 인지를 확인하기 위하여 코로나 발생 이전 동일한 언론매체에서 발행한 기사를 분석하여 코로나 전후 청년 1인가구의 주생활행위의 변화를 파악하고자 하였다.

그 결과, 코로나 이전에 발행된 기사는 133건, 코로나 이후 기사는 122건으로 청년 1인가구의 주생활행위와 관련된 기사의 발행 건수는 코로나 이전이 다소 많았다. 이는 기사 자료수집 기간이 당초 2개월가량 차이가 있었던 점을 고려한다면 오히려 코로나 이후에 청년 1인가구의 주생활행위를 다룬 기사의 비중이 약 10% 더 많은 것을 알 수 있었다. 기사에 나타난 주생활행위의 출현빈도를 살펴보면, 코로나 이전에는 133건의 기사에서 266개의 주생활행위가 언급되었고, 코로나 이후에는 122건의 기사에서 178개의 행위가 언급되어 기사당 언급된 주생활행위의 비중은 코로나 이전(200.2%)이 이후(145.9%)에 비하여 다소 높았다. 이는 코로나 이전 기사 중 약 67%(89건)가 2개 이상 복수의 주생활행위를 다루고 있었고, 그 중 46%(41건)의 기사는 3개의 주생활행위를 다루고 있어 주생활행위가 더 많이 분석된 것으로 보인다<Table 4>.

주생활행위 유형별로 살펴보면, 코로나 이전에는 ‘쇼핑’(52.6%), ‘섭식’(51.9%), ‘여가취미’(22.6%), ‘가사작업’(17.3%), ‘돌봄’(15.8%), ‘개인관리’(11.3%)의 순으로 행위가 빈번하게 나타났고, 코로나 이후에는 ‘취미’(42.6%), ‘섭식’(35.2%), ‘쇼핑’(21.3%), ‘집꾸미기’(14.8%), ‘개인관리’(8.2%), ‘가사작업’(6.6%)의 행위가 주로 언급되었다. 즉, 코로나 발생 이전과 이후 모두 ‘쇼핑’, ‘섭식’, ‘여가취미’

의 세 행위가 가장 빈번하게 나타난 주생활행위로 나타났는데, 다만, 코로나 이전에는 ‘쇼핑’-‘섭식’-‘취미’ 순으로 행위가 많이 언급되었고, 코로나 이후는 ‘취미’-‘섭식’-‘쇼핑’ 순으로 많이 언급되었다. 특히, 코로나 이전에는 ‘쇼핑’과 ‘섭식’ 관련 기사가 전체 기사의 절반 이상을 차지했던 반면, 코로나 이후에는 ‘여가취미’ 관련 기사가 가장 큰 비중을 차지하였고, 코로나 이전에 가장 많이 언급되었던 ‘쇼핑’의 경우 코로나 이후에는 3순위로 2단계 하락하였다. 한편, 코로나 이전과 비교하여 코로나 이후에 기사의 출현율이 크게 감소한 주생활행위는 ‘쇼핑’, ‘가사작업’, ‘돌봄’, ‘개인관리’, ‘단란·접객’ 등으로 나타났는데, ‘돌봄’, ‘단란·접객’ 행위는 1인 단독으로 수행 불가하고 돌봄과 단란을 도모할 대상이 필요한 행위로, 코로나 이후 가족 간에도 거주지가 다를 경우 거리두기를 해야 하는 여건으로 인해 이 두 행위를 다룬 기사의 비중이 줄어든 것으로 보인다. 한편, 코로나 이후 기사에서 더 많이 언급된 행위는 ‘여가취미’, ‘집꾸미기’ 등으로 나타났다.

Table 4. Comparative Analysis on Housing Behaviors (Before=133, After=122, Duplicate count)

Categories	Before f(%)	After f(%)
Shopping	70(52.6)	26(21.3)
Eating	69(51.9)	43(35.2)
Hobby	30(22.6)	52(42.6)
Housework	23(17.3)	8(6.6)
Care	21(15.8)	7(5.7)
Personal Management	15(11.3)	10(8.2)
House decorating	10(7.5)	18(14.8)
Picking up family/friends	7(5.3)	1(0.8)
Etc	6(4.5)	1(0.8)
Rest	5(3.8)	1(0.8)
Exercise	5(3.8)	6(4.9)
Labor and education	3(2.3)	4(3.3)
Sleep	2(1.5)	1(0.8)
Personal hygiene	0(0.0)	0(0.0)
Total	266(200.2)	178(145.9)

코로나 전후로 가장 많이 언급되었던 주생활행위 중 ‘여가취미’는 코로나 이후 기사의 출현율이 급격히 높아진 행위이다. 이는 본 연구의 대상인 청년 1인가구의 대다수가 1980년대 초반에서 2000년대 초반에 태어난 MZ세대²⁾로서 디지털기기 활용에 친숙한 세대라는 점에 근거하여 설명할 수 있을 것이다. 이들 세대는 여가취미활동을 위해 유튜브(YouTube)나 넷플릭스(Netflix) 등 온라인 서비스를 주로 이용하는 집단으로, 코로나 이전에도 그러한 경향을 보이긴 했으나 코로나 확산으로 사회적 거리두기가 확대 시행됨에 따라 영화관이나 관련 문화시설의 이

용에 제한이 생김에 따라 그 경향이 더욱 심화된 것으로 보인다.

다음은 코로나 이후 관련 기사의 비중이 감소하였으나, 여전히 약 20%의 기사에서 나타난 ‘쇼핑’의 경우, 과거에는 쇼핑이 주택이 아닌 쇼핑공간에서 이루어진 행위였으나 온라인주문 및 당일배송 등 온라인쇼핑이 가능한 사회 인프라가 갖추어지면서 쇼핑이 주택 내에서도 수행할 수 있게 되었다. 최근 들어 온라인상거래 시장 확대와 물류기술의 발전에 의해 온라인쇼핑이 활성화되는 추세이고,³⁾ 다른 세대와 달리 청년층의 경우 디지털기기의 활용능력이 우수하여 온라인쇼핑 이용이 수월하다는 특징이 청년 1인가구의 주생활행위로 ‘쇼핑’이 빈번하게 나타난 것으로 보인다. 다만, 이 행위는 코로나 이전 기사에서 더욱 빈번하게 나타났고, 코로나 이후에는 상대적으로 그 비중이 감소하는 경향을 보였다.

‘섭식’ 행위의 경우 코로나 이전과 이후 수집된 기사에서 동일하게 2순위로 자주 언급된 행위로 나타났다. ‘섭식’은 생명유지와 직접적으로 관련이 있는 필수행위인 점과 앞서 언급된 ‘쇼핑’과 비슷하게 ‘섭식’에 관련된 광고나 홍보의 성격을 지닌 기사 발행이 가능한 점으로 보아 많은 수의 기사가 언급된 것으로 판단된다. 따라서 ‘섭식’ 행위는 코로나의 영향과 관련 없이 청년 1인가구에게서 필수적으로 나타나는 주생활행위로 판단된다.

코로나 발생 이후 관련 기사에서 자주 언급되었던 행위 중 하나인 ‘집꾸미기’의 경우 주로 셀프인테리어, DIY 인테리어 등을 의미한다. 당초 집꾸미기는 일반적인 주생활행위로 간주되던 행위는 아니다. 다만, 코로나 발생 이전의 기사에도 ‘집꾸미기’ 행위가 언급되던 기사들(An, 2019; Lee, 2019)이 있었기에 청년 1인가구 사이에서 집꾸미기에 대한 관심이 존재했음을 추정할 수 있다. 실제 청년층이 주로 이용하고 온라인 인테리어 플랫폼업체 매출 1위인 한 업체는 2019년부터 매출이 성장하여 2020년 9월까지 누적 거래액 500억원을 돌파하였다고 한다(Choi, 2020). 이를 통해 알 수 있듯이 코로나의 확산과 사회적 거리두기 시행에 따라 주택에 대한 관심이 높아지면서 주거개선에 대한 요구가 증가가 촉매로 작용하여 코로나 이후 ‘집꾸미기’ 행위가 더욱 많이 언급된 것으로 보인다.

2. 코로나 전후 주요 주생활행위의 세부 활동 유형 비교

전체 주생활행위 중 코로나 이전과 이후 기사에서 공통적으로 가장 많이 언급되었던 상위 3순위의 행위에 대하여 그 세부 활동 유형을 비교 분석하였다. 코로나 이전과 이후의 순위가 상이하여 결과의 정리는 코로나 이전을 기준으로 정리하였으며 그 결과는 <Table 5>와 같다.

3) 인터넷쇼핑몰 등 온라인상거래 시장 확대와 물류기술의 발전에 의하여 온라인 쇼핑은 2001년부터 연평균 23.9%의 시장이 확대되다가 2015년 새벽배송의 도입은 온라인쇼핑 시장 확대를 가속화하여 2018년에는 시장규모가 전년대비 42.2% 확대되었음(한국교통연구원, 2019).

2) 1980년대 초-2000년대 초 출생한 밀레니얼 세대와 1990중반-2000년대 초반 출생한 Z세대를 통칭. 디지털 환경에 익숙하고 최신 트렌드와 남과 다른 이색적인 경험을 추구하는 특징을 보임(PMG 지식엔진연구소, 2021).

먼저 가장 많은 기사에서 다루어진 ‘쇼핑’ 행위는 가장 기본적인 생활 유지를 위한 식료품 및 생필품에 대한 구매인 ‘가사 관련 쇼핑’, 의복·취미용품·생활가전제품·생활서비스상품에 대한 구매는 ‘그 외 쇼핑’, 쇼핑에 관련된 정보의 제공을 ‘일반적인 쇼핑 정보’의 3개의 세부 활동 유형으로 구분하여 기사 출현 정도를 분석하였다. 그 결과, 코로나 이전 기사에서는 ‘가사 관련 쇼핑’(51.4%), ‘가사 이외의 쇼핑’(41.4%), ‘일반적인 쇼핑 정보’(7.1%) 순으로 쇼핑 관련 기사가 발행되었고, 코로나 이후에도 ‘가사 관련 쇼핑’이 절반을 차지하였고, 다음은 ‘가사 이외의 쇼핑’(30.8%), ‘일반적인 쇼핑 정보’(19.2%) 순으로 나타나 코로나 전후 세부 활동 유형의 순위는 동일하게 나타났다. 다만, ‘가사 이외의 쇼핑’ 관련 기사의 비중이 코로나 이후 10.6%p 감소하였는데, 코로나 이전에는 식료품, 생필품과 같은 가사 관련 상품의 쇼핑 외에 공기청정기와 같은 가전제품, 모바일 세탁서비스와 같은 서비스상품과 관련된 기사가 상대적으로 비중 있게 다루어진 것을 알 수 있다. 이는 코로나 이후보다 코로나 이전에 청년 1인가구의 삶의 질을 높여주는 상품이나 서비스 관련 쇼핑에 대한 관심이 높았음을 알 수 있다.

Table 5. Analysis on Detailed Activity Type of Housing Behaviors (Before=133, After=122, Duplicate count)

	Categories	Before f(%)	After f(%)
Shopping	Household related purchases such as groceries	36(51.4)	13(50.0)
	Purchases other than housework products	29(41.4)	8(30.8)
	General shopping information	5(7.1)	5(19.2)
	Sub-total	70(100.0)	26(100.0)
Eating	Convenience meals such as lunch boxes	27(39.1)	13(30.2)
	Etc.	15(21.7)	3(7.0)
	Snacks such as drinks and desserts	11(15.9)	6(14.0)
	Alcohol	8(11.6)	7(16.3)
	Delivery food	8(11.6)	14(32.6)
	Sub-total	69(100.0)	43(100.0)
Hobby	Watching entertainment such as YouTube	17(56.7)	17(32.7)
	Online learning for self-development	6(20.0)	13(25.0)
	Etc.	3(10.0)	2(3.8)
	Online exhibition, performance	2(6.7)	6(11.5)
	Travel such as camping, virtual tour, etc.	2(6.7)	8(15.4)
	Home gardening	0(0.0)	3(5.8)
	Creative activities such as craft	-	3(5.8)
	Sub-total	30(100.0)	52(100.0)

다음으로 ‘섭식’ 행위의 경우는 편의점 도시락·가정대용식·밀키트 등 ‘간편식’, 커피나 베이커리 식료품 등 ‘음료 및 다과’, 주류 섭취와 관련된 ‘혼술’, ‘배달식’, 그리고 그 밖의 음식 섭취와 관련된 ‘기타’의 총 5개 세부 활동 유형으로 구분하여 기사 출현 정도를 분석하였다. 그 결과, 코로나 이전은 ‘간편식’(39.1%), ‘기타’(21.7%), ‘음

료 및 다과’(15.9%), ‘혼술’ 및 ‘배달식’(11.6%)의 순으로 ‘섭식’ 행위를 다룬 기사가 발행되었다. 한편, 코로나 이후에는 ‘배달식’의 비중(32.6%)이 약 20%p 증가하였고, 간편식 관련 기사(30.2%)도 코로나 이전과 유사한 수준이었다. ‘혼술’ 관련 기사도 16.3%로 코로나 이전에 비해 더 많이 발행되었고, 건강식과 같은 ‘기타’ 항목 관련 기사의 비중이 7.0% 수준으로 축소되는 경향을 보였다. 가장 큰 차이를 보인 ‘배달식’의 경우 코로나의 영향으로 이용자가 증가하면서 관련 기사의 비중이 크게 확대된 것으로 보인다. 협소한 주택 등으로 인해 주택 내에서 원만한 조리 활동이 어려운 특성으로 인해 기본 식사, 건강식 등과 관련된 ‘기타’ 활동에 있어서 관련 기사의 비중이 코로나 이전 대비 이후에 급격히 감소하였으며, 배달식·간편식 선호에 대한 청년 1인가구의 성향은 코로나 발생과 관련 없이 발생하고, 향후에도 지속될 것으로 예상된다.

마지막으로 ‘여가취미’의 경우, 취미나 자기계발 목적의 학습과 관련된 활동 유형인 ‘학습’, 유튜브나 넷플릭스 등의 온라인 미디어 플랫폼을 통한 영화나 영상 시청을 의미하는 ‘미디어시청’, 자택에서 식물을 기르는 활동인 ‘홈가드닝’, 그리고 ‘온라인 전시·공연’, 주택에서의 캠핑 혹은 가상여행 활동인 ‘여행’, 그 밖의 여가취미활동을 ‘기타’로 구분하여 총 7개 세부 활동 유형에 대한 기사 출현 정도를 분석하였다. 그 결과, 코로나 이전 기사에서는 ‘미디어시청’(56.7%), ‘학습’(20.0%), ‘기타’(10.0%), ‘온라인전시·공연’ 및 ‘여행’(6.7%)의 순으로 발행된 기사가 많았다. 코로나 이후에는 그 비중이 감소하긴 하였으나 ‘미디어시청’ 관련 기사의 비중이 가장 많았고(32.7%), 다음은 ‘학습’(25.0%), ‘여행’(15.4%), ‘온라인전시·공연’(11.5%), ‘홈가드닝’(5.8%), ‘기타’(3.8%) 순으로 나타나 세부 항목의 비율 순위에서 코로나 이전의 기사와는 차이를 보였다. 주요한 특징은 코로나 전후 ‘미디어시청’이 가장 빈번하게 나타나는 세부 여가취미 활동으로 나타났는데, 미디어시청에 대한 수요 확대는 청년 1인가구 뿐 아니라 전체 청년층에서 나타나는 특징일 것이다. ‘학습’ 역시 코로나 전후 기사에서 동일하게 2순위로 나타났는데, 현대인들에게서 오롯이 자신의 발전을 위해 자기계발을 지속하는 트렌드가 도래해 단순한 스펙이 아닌 삶의 질적 변화를 추구하고 있음을 확인할 수 있다(Lee, 2019). 또한, 코로나 이후 온라인전시·공원이 코로나 이전보다 많이 언급된 것을 확인해 볼 수 있었는데, 이는 코로나 19의 영향으로 많은 수의 전시 및 공연이 취소되어 이를 대체하기 위해 온라인으로 시행되었음을 확인할 수 있다. 그리고 홈가드닝의 경우는 코로나 이전에 전혀 언급되지 않았다가 코로나 이후 새로이 언급된 활동으로, 코로나의 확산으로 사회적 거리두기가 시행되어 자택 내에서 머무는 시간이 많아짐에 따라 실내공기질 개선의 효과와 반려식물을 관찰하며 마음의 치유(힐링) 효과를 주는 일석이조의 코로나 맞춤형 취미 행위로 확인된다.

3. 코로나로 인한 주생활행위 변화에 대한 인터뷰 결과

본 연구에서는 코로나 발생에 따른 청년 1인가구의 주택 내 주생활행위 변화를 파악하기 위하여 코로나 발생 전후에 발행된 기사에서 언급된 주생활행위의 변화를 살펴보았다. 구체적으로 코로나 이후 주생활행위 특성에 관한 선행연구(Kang & Jang, 2021)의 결과와 연계하여 본 연구에서 코로나 이전에 발행된 기사에서 나타난 주생활행위 특성을 추가로 분석하고 이를 선행연구와 비교분석하였다. 그러나 기사를 통해 수집된 자료의 경우 다양한 주생활행위 중 상업적 목적의 광고와 연계될 수 있는 행위이거나 사회적으로 이슈가 되는 행위를 중점적으로 다룰 가능성이 높아 그렇지 않은 주생활행위의 경우 코로나 전후의 변화가 충분히 다루어지기는 어렵다는 한계가 있다. 이에 본 연구에서는 코로나 전후 주생활행위 변화에 대한 추가적인 실증 자료 수집을 위해 10명의 청년 1인가구를 대상으로 인터뷰를 진행하였다<Figure 1>.

인터뷰 결과, 취업준비생(⑩)을 제외한 모든 응답자는 코로나 전후로 주생활행위에 변화가 있었다. 그들은 공통적으로 코로나 이후 외출시간이 감소되면서 자연스럽게 주택에서 보내는 시간이 증가하였다. 취업준비생을 제외한 전체 응답자의 평균 외출시간은 코로나 이전 10.8시간, 코로나 이후 3.5시간으로 나타나 코로나로 인해 주택 체류시간이 평균 7.3시간 증가하였다. 이는 응답자들이 직장 혹은 학교에서 보냈던 시간만큼 주택에서 생활하는 시간이 증가한 것으로 보였다. 인터뷰 결과를 보면 응답자들은 주로 코로나 이전에는 출근·등교 목적의 외출을 하였으나, 코로나 이후에는 가벼운 외식, 산책 목적의 단시간 외출이 많은 것을 알 수 있었다(응답자 ①, ④, ⑤, ⑦, ⑧, ⑨).

코로나 이후 가장 많이 이루어진 주생활행위는 재택근무·온라인수업이었다. 정부의 코로나 방역조치에 따라 사회적 거리두기 1단계부터 기업에서는 재택근무를 하고, 대학에서도 실기수업을 제외한 상당수 수업이 비대면방식으로 전환하도록 권고됨에 따라 응답자들은 직장 근무 혹은 학업을 위한 시간에 준하는 약 7.7시간 동안 집에서

일을 하거나 비대면수업에 참여한 것으로 나타났다. 다만, 일반적인 근무시간에 따라 재택근무하는 직장인들과 달리 대학생들의 온라인수업은 학교수업시간과 관계없이 효율이 높거나 아르바이트 시간 혹은 학원 시간대를 제외한 시간대에 자유롭게 이루어졌고, 2-3회에 걸쳐 분할되어 이루어진 것이 특징이다(응답자 ①, ③, ④, ⑤).

코로나로 인한 변화가 두 번째로 많았던 행위는 ‘섭식’이었다. 전체 응답자는 코로나 이전에는 ‘섭식’을 위해 일 평균 1.2시간(회)을 사용하였으나, 코로나 이후 2시간(회)으로 증가하였다. 코로나 이전의 경우, 직장 혹은 학교생활로 주택 이외의 공간에서 생활하는 시간이 길다 보니 자연스럽게 주택 외부에서 식사를 해결하는 것이 일반적이었으나, 코로나 이후에는 많은 시간을 주택에서 보내게 되고 지인과의 저녁 식사 모임 등이 사회적 거리두기에 따라 제한이 생기면서 주택에서 식사하는데 더 많은 시간을 보내게 된 것으로 보인다. 다만, 식사를 직접 준비하는 경우도 있었고 배달식을 이용하는 등 세부 활동 유형에서는 응답자에 따라 다소 차이가 있었는데, 응답자들은 대개 배달식을 선호하는 것을 알 수 있었다. 배달식 선호에 대해 한 응답자는 보다 합리적인 가격에 다양한 메뉴의 선택이 가능한 점과 섭식행위를 수행할 때 동반되는 가사작업이 줄어드는 점을 언급하며 주택 내에서 섭식 행위를 더욱 많이 수행하게 된 코로나 이후의 상황에서 배달식에 대한 선호가 더욱 증가하였다고 응답하였다.

“코로나가 확산되기 전에는 대부분 외출해서 식사하고 오기 때문에 집에서는 간단하게 간식 정도만 먹었던 것 같아요. 코로나 이후에는 집에서 밥을 먹는 횟수가 많아지는데, 직접 조리해서 먹을 수 있는 요리의 종류에는 한계가 있고 생각보다 매끼를 위해 직접 요리하는 것도 시간이 많이 들고 설거지도 해야 하고.... 중략 요즘은 다양한 음식의 주문이 가능하고 1인분도 배달해주기 때문에 배달서비스를 많이 이용하는 것 같아요.” (응답자 ⑦)

한편, 주택이 아닌 외부 공간에서 수행되던 취미·여가 활동이 코로나로 인해 불가능해지고 그것이 장기화되면서 주택에서 여가취미활동을 하는 빈도나 시간이 증가하게

		00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Interviewee ①	Before COVID	Hobby	Rest	Sleep				Personal hygiene, Personal management	School						House work	Eating	Hobby	Personal hygiene	Homework							
	After COVID	Online education & Homework		Sleep				Hobby	Personal hygiene	House work	Eating	Hobby, Going-out	Online education, Coworking with classmates			Eating	Hobby	Going-out	Online education & Homework							
Interviewee ⑦	Before COVID	Sleep				Personal hygiene, Pet care	Office						Personal hygiene, Pet care, Housework	House work, Eating	Rest	Sleep										
	After COVID	Sleep				House work, Eating, Personal hygiene	Personal hygiene, Personal management, Pet care	Telecommuting, Personal hygiene		House work, Eating	Telecommuting, Personal hygiene			Care a pet, Online shopping, Eating	Hobby		Personal management	Sleep								

Figure 1. Examples of Housing Behaviors Before and After COVID-19

되었다. 전체 응답자 중 코로나 이전에는 집에서 여가취미 활동을 하지 않았으나 코로나 이후에는 집에서 여가취미활동을 하게 되었거나(응답자 ⑦, ⑧), 코로나 이전에 여가취미활동을 위해 할애한 시간보다 더 많은 시간을 재택 여가취미활동을 위해 사용하는 것으로 나타났다(응답자 ①, ④, ⑨). 청년 1인가구가 하는 취미여가활동은 주로 미디어시청 중심 이다 보니 활동 준비를 위한 특별한 노력이 필요하지 않아 간편하게 수행할 수 있고 개개인의 기호에 부합하는 온라인 콘텐츠가 많은 장점 때문에 여가취미활동 시간이 확대된 것으로 보인다. 이와 관련된 인터뷰 예시는 다음과 같다. 다만, 일부 대학생 응답자 중에는 코로나 이후 비대면 수업이 확대되면서 아르바이트를 위한 시간이 늘어나면서 여가취미활동 시간이 오히려 줄어드는 사례도 있었다(응답자 ②, ③, ⑤).

“코로나 이후 여가를 위해 많은 시간을 유튜브나 넷플릭스로 영상을 보는 것 같아요. 특별한 취미활동을 하고 있다는 느낌은 사실 들지 않지만, 그래도 미디어 영상물 시청은 원하는 시간에 어느 장소에서나 간편하게 즐길 수 있는 여가활동이라 가장 많이 하게 되는 것 같아요.” (응답자 ①)

한편, 소수의 인터뷰 결과(응답자 ②, ⑦)이기는 하나, 쇼핑과 관련한 답변도 들을 수 있었다. 응답자들은 온라인쇼핑만으로도 충분한 소비 활동이 가능해졌고, 코로나의 영향으로 외출을 지양하고 있는 상황이라 온라인쇼핑이 더욱 빈번하게 이루어지고 있다고 응답했다. 온라인쇼핑은 하루 일과의 상당 시간을 할애하며 수행하는 행위는 아니지만, 필요한 물품이 발생하는 시점에 즉각적으로 이루어지는 행위여서 빈번하게 발생한다고 응답했다. 온라인쇼핑 증가와 관련하여 인터뷰에서 다음과 같은 답변을 들을 수 있었다.

“예전에는 주로 옷을 구매할 때만 인터넷쇼핑을 이용했는데, 코로나 이후에는 전자제품, 생필품, 식료품까지 대부분의 구매를 인터넷으로 하는 것 같아요. 아무래도 사람이 많이 모이는 대형마트에 직접 가서 물건을 구매하는 것이 꺼려지는 것도 있고, 오프라인보다 저렴한 가격에 다음날 상품을 받아볼 수 있으니 필요한 것이 생길 때 간편하게 그 자리에서 인터넷으로 구매해요.” (응답자 ②)

V. 결 론

본 연구는 코로나의 영향으로 뉴노멀을 맞이하여 타인과 교류 없이 비대면 방식으로 주택에서 홀로 대부분의 시간을 보내게 된 현시대의 특수한 상황이 청년 1인가구의 주생활행위에 어떻게 변화를 주었는지를 살펴보기 위한 목적으로 시작되었다. 청년 1인가구는 주로 대학생·사회초년생으로 구성된 집단으로 하루 중 많은 시간을 주택 외부에서 업무·학습, 취미여가활동 등을 수행하며 일상의 시간을 보내고, 주택에서는 주로 휴식이나 취침 행위를 수행하는 것에 그쳤었다. 그러나 코로나의 확산으로

사회적 거리두기가 시행되며 주택 외부의 행위들이 주택 내 행위로 대체가 되는 상황이다. 원룸 등의 상대적으로 협소하고 열악한 주택에서 거주하는 청년 1인가구의 경우 코로나로 인해 바뀐 그들의 주생활행위를 기존 주거환경에서 수행하는 데에는 많은 어려움이 존재할 수 있다. 따라서 청년 1인가구에게 주택이 다양한 행위의 수행이 원활하게 이루어질 수 있도록 복합적 가치를 추구하는 공간으로 조성되는 현실적인 방안이 반드시 필요할 것으로 보인다. 코로나로 인한 청년 1인가구의 주생활행위 변화에 대한 주요 결과를 중심으로 논의사항을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 인터넷 기사를 통해 확인한 코로나 발생에 따른 청년 1인가구의 주생활행위의 가장 큰 변화는 여가취미활동의 증가로, 코로나 펜데믹을 겪으며 주택에서 지내는 시간이 길어지고 그에 따라 수행되는 행위가 다양해지면서 다기능성을 지닌 공간이 추구하고 있다. 특히, 이러한 여가취미활동이 온라인 콘텐츠를 기반으로 주로 수행되고 있는 점을 감안할 때 IT기술과 접목한 편리한 주거환경 조성은 포스트 코로나 시대를 살아갈 청년 1인가구에게 중요한 주거요건이 될 것으로 보인다. 또한, 사회적 거리두기에 따라 재택근무와 온라인수업 등이 확대된 점은 청년들의 재가시간을 확대시키는 주요한 요인이 되었다는 점을 알 수 있다. 다만, 온라인을 통해 수행된 주생활행위가 코로나 이전에도 발견되었던 경향임을 감안한다면, 코로나의 발생은 이러한 우리 사회의 온라인·디지털화를 가속화하는 촉매로 작용하였을 것으로 보인다. 이러한 변화의 경향을 토대로 할 때, 청년주택의 계획단계에서도 IT기술의 접목을 고려하는 계획이 필요할 것으로 보이며, 다양한 온라인 콘텐츠를 활용한 주생활행위의 원활한 수행이 가능한 주거 여건을 조성해 주는 것이 필요할 것이다. 즉, 선행연구(Kang & Jang, 2021)에서 제안한 바와 같이 휴대폰이나 노트북을 활용한 온라인 콘텐츠 시청이 용이한 공간 계획, 그리고 온라인 기반의 행위가 더욱 다양해질 수 있음을 감안하여 가변적 공간의 계획 등이 필요해 보인다.

둘째, 본 연구의 인터뷰 결과에서 나타난 가장 핵심적인 특징은 재택근무와 온라인 수업의 확대라고 볼 수 있다. 코로나 종식까지 앞으로도 수개월 혹은 수년의 시간이 소요될 수 있고, 코로나가 종식되더라도 또 다른 유형의 감염병이 확산될 수 있는 가정적 상황을 고려한다면, 재택·비대면 수업방식은 앞으로의 사회에서 특히, 지금의 청년층 사회에서는 지속될 수 있는 방식이 될 것이다. 지난 1년 반의 시간동안 우리는 재택근무와 온라인 비대면 교육의 긍정적 효과와 다양한 가능성을 확인한 바 있다. 다만, 이러한 행위의 원활한 수행과 작업능력 향상을 위해서는 재택근무 및 온라인수업의 업무/작업 공간과 휴식 공간 사이의 분리가 반드시 필요하다는 요구가 있다는 것을 인터뷰를 통해 확인할 수 있었다. 인터뷰에 참여한 청년 1인가구가 거주하는 공간은 평균 방 1칸, 약 16.5 m²

(약 5평)으로, 최저주거기준에서 정하고 있는 1인가구의 최소면적기준(14m²)과 용도별 방의 개수 기준은 충족하고 있었다. 그러나 현재의 최저주거기준으로는 청년 1인가구가 희망하는 휴식공간과 작업공간의 분리를 통한 작업능률 향상을 기대하기에는 다소 무리가 있다고 판단된다. 따라서 최저주거기준의 상향 조정 또한 필요할 것으로 보인다. 그러나 이들이 부담가능한 주거비용 등을 고려한다면 주거면적의 확대만으로는 실효성이 낮을 수 있으므로, 원룸형 공간에도 기능에 따라 공간을 분리할 수 있는 가변형 벽체나 가구의 설치 등 다양한 방법의 모색이 필요하며, 청년 1인가구가 부담가능한 수준의 저렴한 다양한 디자인의 제품 개발도 동시에 이루어져야 할 것이다.

마지막으로, 코로나로 인하여 주택 내 머무는 시간이 많아지면서 자연스럽게 나의 공간에 대한 관심과 개선 욕구가 증가하고 있다. 이는 기사 분석의 결과와 인터뷰 결과에서도 모두 확인할 수 있었다. 집꾸미기는 일반적으로 행해지는 주생활행위는 아니었으나, 자기 공간을 자신만의 스타일로 꾸미기를 원하는 청년가구의 주거욕구와 관련 시장의 성장을 기반으로 새롭게 발견된 주생활행위라고 할 수 있다. 이러한 집꾸미기 행위는 청년 1인가구의 주거공간의 질적 측면을 향상시켜 주는 아주 중요한 열쇠가 될 것으로 보인다. 기존의 휴식 기능에 초점을 둔 단편적 형태로 보급되어온 주택을, 개인의 기호와 주된 공간 활용 방법에 맞추어 개선해 나아가는 것은 거주 공간에 대한 애착을 높이고 기존 주거자원의 효용성과 가치를 높여갈 수 있는 유효한 해결방안이라 생각된다. 즉, 청년 1인가구의 주거공간 및 주거환경에 대한 개선에 있어 양적이고 보편적·일률적인 개선방식으로만 접근하기보다는, 개개인의 집꾸미기 행위를 지원하는 것은 비용 대비 만족도가 높은 합리적인 방안이 될 수 있으리라 생각된다.

본 연구는 선행연구와의 비교분석을 위해 수행된 연구로서, 코로나 이전의 인터넷 기사분석과 소수 인원을 대상으로 한 인터뷰 통하여 청년 1인가구의 주생활행위 변화를 살펴보았기 때문에 실제 청년 1인가구의 주생활행위를 설명하고 있다고 일반화하는 것에는 한계가 있을 수 있다. 따라서, 코로나로 인한 주생활행위의 변화에 대한 정확한 자료 수집을 위해서는 향후 실제 청년 1인가구를 대상으로 코로나로 인한 주생활행위 변화를 파악하는 후속 연구가 진행될 필요가 있다.

REFERENCES

- An, J. H. (2019). 'Minimal life' that eliminates discomfort is popular among 'people living alone' [불편함을 제거한 '미니멀 라이프' 혼족들 사이에서 인기]. Retrieved from <http://www.1conomynews.co.kr/news/articleView.html?idxno=10226>
- Choi, J. H. (2020). The sales of interior construction service in Today's house hit 50 billion won [오늘의집 인테리어 시공 서비스 매출, 500억원 찍었다]. Retrieved from <https://www.econovill.com/news/articleView.html?idxno=414864>
- Go, S. H. (2020). What Does House Mean to Us? - In the Post-COVID Era. *Journal of Korean Housing Association*, 15(2), 20-23.
- Jo, H. K. & Seo, J. E. (2021). The Characteristics of Post-Corona Era and the Furniture Preference of University Students. *Journal of Korean Housing Association*, 32(1), 91-98.
- Kang, H. K. & Jang, M. S. (2021). Analysis on Housing Behaviors of Young Single Person Households after the COVID-19 Appeared in Internet Articles. *Journal of Korean Housing Association*, 32(3), 21-29.
- Kang, J. H., Bak, A. R. & Han, S. T. (2020). A Phenomenological Study of the Lifestyle Change Experiences of Undergraduate Due to COVID-19. *Journal of Korean Entertainment Industry Association*, 14(5), 289-297.
- Lee, H. J. & Jee, E. Y. (2021). Young Persons' Housing Consciousness Clusters and At-Home Activities: Reflecting COVID-19 Situation. *Journal of Korean Housing Association*, 32(3), 83-96.
- Lee, H. B. (2020). Identifying and Responding to At-Housing-Risk Households in the Post-COVID19 Era : Focusing on the Double Precarity of the Working Poor. *Space and Society [공간과 사회]*, 74, 124-171.
- Lee, J. W. (2019). 64.5% of adults "I am a person who needs upgrade".. Upgrade is essential for a successful work life [성인 64.5% "나는야 업글인간".. 성공적인 직장생활 위해서는 '업그레이드'가 필수]. Retrieved from <http://www.dailypop.kr/news/articleView.html?idxno=42603>
- Lee, J. W. (2019). The 2020 shopping trend is 'Hollo'.. Consumers centered on 'I' [2020 쇼핑 트렌드는 '홀로'.. '나'를 중심으로 소비하는 소비자들]. Retrieved from <http://www.dailypop.kr/news/articleView.html?idxno=42784>
- Lee, K. A. (2020). COVID-19 and Housing, and the Role of the Public. *Journal of Korean Housing Association*, 32(2), 1-17.
- Lee, Y. R. (2019). The sales of home office furniture in Casamia are increased·This year's popular search keyword in 11st is Baedal Minjok·E-Mart sells frozen meal kits, etc. [까사미아 홈오피스 가구 매출 증가·11번가 올해 인기 검색어 배달의민족·이마트 냉동 밀키트 판매 외]. Retrieved from <http://www.dailypop.kr/news/articleView.html?idxno=42743>
- Lim, E. J. (2019). Enjoying free time with 'Home Economy'... Early morning delivery sales increased by 414% ['홈코노미'로 여유시간 즐긴다... 새벽배송 414% '경쟁']. Retrieved from <http://www.dailypop.kr/news/articleView.html?idxno=42741>
- Naver Korean Dictionary. (2021). COVID-19 New Normal [코로나 뉴노멀]. Retrieved from <https://ko.dict.naver.com/#/userEntry/koko/5646ae34254270ff359a7318973b0a21>
- Park, S. K. (2021). A Geographical Study on the Care of Everyday Life after the COVID-19 Pandemic: From a Perspective of the Youth. *Journal of Korean Association Of*

Regional Geographers, 27(1), 40-54.

16. PMG Knowledge Engine Research Center. (2021). *MZ generation [MZ 세대]*. Retrieved from <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=5900733&cid=43667&categoryId=43667>
17. The Korea Transport Institute. (2019). KOTI Logistics brief, Vol.11 No.4 [KOTI 물류브리프 Vol.11 No.4]. Retrieved from https://www.koti.re.kr/user/bbs/BD_selectBbs.do?q_estnColumn4=&q_searchKeyTy=sj___1002&q_s

earchVal=&q_bbsCode=1017&q_bbscttSn=20200227182522602&q_clCode=3&q_lwprtClCode=&q_lwprtClNm=All&q_art=N&q_lang=kor&q_rowPerPage=10&q_currPage=1&q_bbsSortType=&

Received: October, 08, 2021
Revised: November, 04, 2021
Accepted: November, 04, 2021