

**경기도내 2-30대의 의식분석과
도정의 연계방안 연구**

서울대학교 사회발전연구소

제 출 문

경기개발연구원장 귀하

이 보고서를 “경기도내 2-30대의 의식분석과 도정의 연계방안 연구(서울대학교 사회발전연구소)” 과제의 최종보고서로 제출합니다

2004. 11. .

서울대학교 사회발전연구소

목 차

요약문	11
서론 청년과 사회발전	41
1. 세대 : 사회변동의 추동력	43
2. 세대교체와 한국사회	52
3. 연구의 목적과 방법: 청년지원 프로그램의 현황과 필요성	64
I부 경기도의 지역적 특성과 청년세대: 비교분석	67
1장 경기도의 지역적 특성	69
1. 광역자치단체별 비교	69
2. 경기도내 시군구별 비교	86
2장 경기도 2030세대의 의식구조분석	90
1. 지역적 소속감과 정체성의 문제	90
2. 계층 의식 및 경제적 만족도	94
3. 경기도 2030의 휴먼 캐피탈	96
4. 경제활동 - 일과 직장에 대한 태도	97
5. 가족과 가정생활	100
6. 국가정체성과 한국인으로서의 정체성	103
3장 경기도 2030의 정치의식	106
1. 대통령의 국정 운영에 대한 평가	106
2. 지역별 지지정당	108
3. 노 대통령 개인의 신뢰도에 대한 평가	110
4. 현 정부 개혁방향에 대한 공감	111

5. 민노당에 거는 기대	113
6. 이라크 파병에 대한 지지	115
7. 대미관계에 대한 평가	116
8. 과거사 청산에 대한 지지	118
9. 자주외교 능력이 높아졌는가	120
10. 국보법 폐지 노력에 대한 지지	121
11. 한미동맹이 중요한가 자주외교가 중요한가	123
12. 성장이 중요한가 분배가 중요한가	124
13. 개혁이 중요한가 사회안정이 중요한가	125
14. 산업집중이 중요한가 균형이 중요한가	127
15. 국토발전 집중이 중요한가 균형이 중요한가	128
16. 요약	129
소 결	134

II부 청년정책 (1): 중국프로젝트 137

1. 왜 중국인가	139
2. 왜 경기도인가	140
3. 경기청년 '중국프로젝트'의 원칙	141
4. 경기청년 '중국프로젝트'의 현실적합성	143
5. 경기청년 '중국프로젝트'의 정치적 의미	144
6. 경기청년 Base Camp for Beijing Olympic	145
7. '중국프로젝트 (Base Camp)'의 개요	147
8. '중국프로젝트'의 성공적 완수시 예상 효과	151

III부 청년정책(2): 경기청년마을 153

1장 경기도 청년자원체계의 원리와 구조	155
------------------------------	------------

1. 경기도의 특성과 도정(道政)	155
2. 경기도 청년층의 특성과 지원프로그램의 현황	161
3. 정책개발의 원리와 구조	166
2장 경기청년마을 실행 프로그램	171
1. 지식, 취업마을	171
2. 헬프마을	178
3. 여성마을	192
4. 사회서비스마을	209
5. 영농마을	219
6. 대학마을	227
7. 문화마을	240
8. 정보마을	247
9. 품앗마을	260
10. 영어마을	274
4부 경기청년마을 정보화 전략	285
- 홈페이지 및 정보관리시스템 구축방안 -	
1. 2030세대를 위한 정보시스템 구축의 원칙과 방향	287
2. 정책제언 - 2030세대를 겨냥한 정보화 전략에 있어서의 5가지 원칙	298
 부 록	
www.GYN.com 가상홈페이지 소개	303

표 목 차

〈표 1.1〉 인구 및 산업적 특성에 따른 경기도내 시군별 그룹 분포	89
〈표 1.2〉 지역별 대통령의 국정운영 평가	107
〈표 1.3〉 지역/세대별 대통령의 국정운영 평가	107
〈표 1.4〉 지역별 지지정당	108
〈표 1.5〉 지역/세대별 지지정당	109
〈표 1.6〉 지역별 노대통령 신뢰도 평가	110
〈표 1.7〉 지역/세대별 노대통령 신뢰도 평가	110
〈표 1.8〉 지역별 현 정부 개혁방향에 대한 평가	111
〈표 1.9〉 지역/세대별 현 정부 개혁방향에 대한 평가	112
〈표 1.10〉 지역별 민노당에 거는 기대	113
〈표 1.11〉 지역/세대별 민노당에 거는 기대	114
〈표 1.12〉 지역별 이라크 파병에 대한 지지도	115
〈표 1.13〉 지역/세대별 이라크 파병에 대한 지지도	115
〈표 1.14〉 지역별 대미관계에 대한 평가	116
〈표 1.15〉 지역/세대별 대미관계에 대한 평가	117
〈표 1.16〉 지역별 과거사 청산에 대한 지지도	118
〈표 1.17〉 지역/세대별 과거사 청산에 대한 지지도	119
〈표 1.18〉 지역별 자주외교 능력 평가	120
〈표 1.19〉 지역/세대별 자주외교 능력 평가	120
〈표 1.20〉 지역별 국보법 폐지 노력 평가	121
〈표 1.21〉 지역/세대별 국보법 폐지 노력 평가	122
〈표 1.22〉 지역별 한미동맹과 자주외교의 중요성에 대한 평가	123
〈표 1.23〉 지역/세대별 한미동맹과 자주외교의 중요성에 대한 평가	123
〈표 1.24〉 지역별 성장과 분배에 대한 평가	124
〈표 1.25〉 지역/세대별 성장과 분배에 대한 평가	125

〈표 1.26〉 지역별 개혁과 사회안정에 대한 평가	125
〈표 1.27〉 지역/세대별 개혁과 사회안정에 대한 평가	126
〈표 1.28〉 지역별 산업집중 및 균형에 대한 평가	127
〈표 1.29〉 지역/산업별 산업집중 및 균형에 대한 평가	127
〈표 1.30〉 지역별 국토발전 집중 및 균형에 대한 평가	128
〈표 1.31〉 지역/세대별 국토발전 집중 및 균형에 대한 평가	129
〈표 3.1〉 경기청년마을 정책메뉴	170
〈표 3.2〉 혼인수 및 이혼수	194
〈표 3.3〉 지역 및 성별 종사자	201
〈표 3.4〉 여성취업에 관한 견해	202
〈표 3.5〉 여성취업 장애요인	203
〈표 3.6〉 도 여성회관 상담 및 취업알선 실적	205
〈표 3.7〉 저소득층 청소년의 복지프로그램 참여 및 희망여부	217
〈표 3.8〉 농가 및 농가인구 증감	221
〈표 3.9〉 가구원수별 농가	221
〈표 3.10〉 영농형태별 농가	222
〈표 3.11〉 연령별 농가인구	222
〈표 3.12〉 경영주 연령별 농가수	222
〈표 3.13〉 농가소득	223
〈표 3.14〉 직업훈련 경험	234
〈표 3.15〉 청소년 직장체험프로그램	235
〈표 3.16〉 문화산업 인력수급 현황과 부족인력 예측	242
〈표 3.17〉 경기도 소재 문화인력양성기관: 고등학교	243
〈표 3.18〉 경기도 소재 문화인력양성기관: 전문대학과 종합대학	244
〈표 3.19〉 경기도 연령별 자원봉사 경험 조사	262
〈표 3.20〉 경기도 내 주말농장	269

〈표 3.21〉 경기도 내 녹색농촌체험마을	270
〈표 3.22〉 경기도 내 영어체험프로그램	278
〈표 4.1〉 경기도 2030세대 관련 공식 Site들의 구성 분석	289

그림 목 차

〈그림 i-1〉 인구변화, 1982-2002년	56
〈그림 i-2〉 인구변화, 2002-2022년	57
〈그림 i-3〉 2030세대의 경험	59
〈그림 1-1〉 광역자치단체별 인구	69
〈그림 1-2〉 광역자치단체별 전입 및 전출 인구	70
〈그림 1-3〉 2001년도 광역자치단체별 전출률	70
〈그림 1-4〉 2001년도 경기도 순이동인구	71
〈그림 1-5〉 2001년도 광역자치단체별 순이동인구	72
〈그림 1-6〉 광역자치단체별 농가수	73
〈그림 1-7〉 광역자치단체별 농가인구수	74
〈그림 1-8〉 광역자치단체별 돼지사육 숫자수	74
〈그림 1-9〉 광역자치단체별 산림면적 및 경지면적	75
〈그림 1-10〉 광역자치단체별 논면적과 개발제한구역 면적	75
〈그림 1-11〉 산업대분류별 사업체 수 및 제조업 분야 사업체수 비교	76
〈그림 1-12〉 교육서비스업 및 숙박음식점 사업체수 비교	77
〈그림 1-13〉 광업 및 제조업 분야 생산액 및 종사자수	77
〈그림 1-14〉 국민기초생활보장 수급 가구수 및 수급자수	78
〈그림 1-15〉 의료기관 수 및 의사수	78
〈그림 1-16〉 보육시설 수 및 보육아동수	79
〈그림 1-17〉 유치원 원아수와 초등학교 학생수	80
〈그림 1-18〉 중학교 학생수와 고등학교 학생수	80
〈그림 1-19〉 주택총수와 주택 증감율	82
〈그림 1-20〉 자기 소유 주택수와 전세입자 수	82
〈그림 1-21〉 아동복지시설수와 여성복지 시설수	83
〈그림 1-22〉 노인복지시설수와 공공 도서관수	83

〈그림 1-23〉 에어로빅 장소수와 수영장수	83
〈그림 1-24〉 인구수와 1000명당 농가인구수에 따른 시군별 분포	86
〈그림 1-25〉 인구수와 1000명당 제조업 종사자수에 따른 시군별 분포	87
〈그림 1-26〉 인구수와 1000명당 도소매업 종사자수에 따른 시군별 분포	87
〈그림 1-27〉 인구수와 1000명당 금융보험서비스업 종사자수에 따른 시군별 분포	88
〈그림 1-28〉 도소매업 종사자수와 1000명당 제조업 종사자수에 따른 시군별 분포	88
〈그림 1-29〉 인구 및 산업적 특성에 따른 분류	89
〈그림 1-30〉 광역자치단체 소속감 : 수치가 높을수록 소속감이 낮음	91
〈그림 1-31〉 현재 살고 있는 지역에 대한 묘사	92
〈그림 1-32〉 동아시아 소속감	93
〈그림 1-33〉 최근 가계형편의 변화에 대한 평가	94
〈그림 1-34〉 주관적 계층의식	94
〈그림 1-35〉 일에 있어서 높은 소득의 중요성	98
〈그림 1-36〉 일에 있어서 사회기여의 중요성	98
〈그림 1-37〉 현 직장에서의 승진 기회	99
〈그림 1-38〉 동거가족 수	100
〈그림 1-39〉 자녀로 인해 부모의 삶이 제약되는가	101
〈그림 1-40〉 부부문제 해결할 수 없다면 이혼이 최선인가	101
〈그림 1-41〉 결혼생활 만족도	102
〈그림 1-42〉 원치 않을 경우 합법적 유산 가능해야	102
〈그림 1-43〉 한국은 다른 나라보다 좋은 나라	103
〈그림 1-44〉 한국의 사회보장 제도에 대한 자부심	104
〈그림 1-45〉 한국 국적을 가져야 한국인이다	105
〈그림 1-46〉 경기도와 전국 정치의식 문항별 비교	130
〈그림 1-47〉 경기도와 전국 2035세대 정치의식 문항별 비교	130
〈그림 1-48〉 경기도와 전국 386세대 정치의식 문항별 비교	131
〈그림 1-49〉 주변적 정체성의 개념도	134

〈그림 2-1〉 중국프로젝트의 개요	147
〈그림 2-2〉 중국프로젝트 예상효과	151
〈그림 3-1〉 지식기반서비스업, 지식기반제조업, 금융 및 보험업, 문화산업 비중	159
〈그림 3-2〉 지식, 취업마을 구조도	171
〈그림 3-3〉 헬프마을 구조도	178
〈그림 3-4〉 경기여성 연령별 취업자 비율	202
〈그림 3-5〉 We Start 마을이란	215
〈그림 3-6〉 영농마을 구조도	219
〈그림 3-7〉 대학마을 구조도	227
〈그림 3-8〉 문화마을 구조도	240
〈그림 3-9〉 정보마을 구조도	247
〈그림 3-10〉 품앗마을 구조도	260
〈그림 3-11〉 년도별 조기유학 현황	274
〈그림 4-1〉 IT system에 기반한 데이터 관리체계의 흐름	296

요약문



요 약 문

1. 제목

경기도내 2-30대의 의식분석과 도정의 연계방안 연구

2. 서론 : 청년과 사회발전

2.1 세대 : 사회변동의 추동력

다른 국가들과는 달리 한국사회에서 세대의 영향력은 더욱 중요하고 의미심장하다. 미국, 프랑스, 독일 등지에서 세대는 1960년대 말의 사건에서 역사의 방향을 틀게 만들었다면, 한국사회에서는 1960년대 이후 현재까지 세대의 영향력이 지속적으로 나타나기 때문이다.

2.2 세대교체와 한국사회

통계결과를 살펴보면 2002년을 기준으로 젊은 세대의 인구 비중이 절정에 달하고 있다. 그들은 인구학적 관점에서 절대 다수이며, 기성세대보다 더 동질적인 경험을 했고 (예를 들면, 풍요의 시대), 취업시장과 학력시장에서 매우 극심한 경쟁시장을 통과하면서 합리적 경쟁과 합리적 기준, 공정성 등에 대한 열망이 기성세대보다 비교할 수 없을 정도로 크다는 것을 짐작할 수 있겠다. 그렇다면 이들은 집합적으로 어떤 경험을 하였으며, 2030세대 내부집단의 차이는 무엇인가, 경험의 차이가 발견된다면 그것은 향후 한국사회의 진로에 어떤 영향을 미칠 것인가에 대한 깊은 논의가 필요하다.

2.3 연구의 목적

청년은 미래발전의 방향을 결정하고 한 사회의 특성을 좌우한다. 청년집단의 면면을 보면 미래상을 어느 정도 짐작할 수 있다는 것은 과장이 아니다. 청년집단이 활기에 넘친다



〈그림 1〉 2030세대의 경험

면 미래는 밝다. 그러나, 패배의식과 열등감, 좌절감이 팽배해 있다면 사회의 미래는 어둡다. 한국은 어떠한가? 한국의 청년들은 진취적이며 의욕에 넘쳐있는가, 아니면, 매사에 소극적이고 패배의식과 좌절감에 젖어있는가? 외견상으로 보아서는, 한국의 청년은 매우 활기차다. 그들은 치열한 경쟁을 겪었으면서도 경쟁의 비합리성을 개혁하고자 하는 열망이 강하고, 기성세대의 오류를 수정하려는 적극적 자세가 돋보인다. 일본의 청년에 비하여 한국의 청년이 활기차다는 평가는 이런 점 때문일 것이다. 그렇다고, 모든 것이 긍정적인 것만은 아니다. 사실은 한국 청년들의 내면에는 그들이 거역한 원리들과는 다른 새로운 것들을 창출해야 한다는 강박관념이 발견된다. 그러나, 새로운 대안을 만들기란 어렵다. 이것을 어떻게 지원하고 격려해야 하는가, 청년의 발전적 심성을 북돋아주려면 어떤 노력이 필요한 것인가? 이 연구의 목적이 바로 이것이다.

24 연구내용과 방법

이 연구는 크게 4개의 주제로 구성된다. 1부는 경기도의 지역적 특성과 경기도 청년의 의식구조 분석이다. 타도와 비교하여 경기도가 어떤 특성을 갖고 있는지를 지역자원, 산업분포, 직업분포 등의 관점에서 살펴볼 예정이고 (1장), 이를 토대로 경기도에 거주하는 청년층(20세-45세)의 의식구조적 특징을 추출할 것이다 (2장). 이 연구에서 청년층을 20세-45세로 잡은 것은 앞 절에서 서술하였듯이 38세대(현재 36세-43세)와 이후의 세대(현재 20세-35세)를 포괄한 까닭이다. 1장의 분석에는 시군구별자료(통계청)를 활용하였다. 2

장의 자료는 부연설명이 필요하다. 두 개의 자료를 사용하였는데, 주자료는 성균관대학교 서베이리서치센터가 작성한 “한국종합사회조사자료” (Korean General Social Surevy, KGSS)이다. 이 자료는 성대의 서베이리서치센터가 한국학술진흥재단의 기초학문육성사업의 지원을 받아 만든 것으로서 2003년 7월부터 세 달 동안에 걸쳐 완성되었다. 이 자료에서 청년층 843명을 추출하여 분석하였다. 이 자료는 한국사회과학도서관 산하 ‘한국사회조사자료아카이브’ 를 통해 제공받았다. 이 자리를 빌어 자료사용을 허락해준 한국사회조사자료아카이브 담당자에게 감사의 뜻을 표한다. 다른 하나는 중앙일보가 2004년 9월 18일-20일간 조사한 청년층의 정치의식에 관한 자료이다. 이 자료는 중앙일보가 386세대(36세-45세)와 포스트386세대(20세-35세)의 세계관 비교연구를 위해 별도로 시행한 조사자료로서, 전국 928명을 대상으로 전화조사 방법을 활용하였다.

2부와 3부는 1부의 분석을 바탕으로 경기도청년을 위한 두 유형의 정책제안이다. 경기도 청년의 특성인 ‘주변성 (marginality)을 극복하기 위해 국내외적으로 두 유형의 정책을 제안하였다. 국외정책으로 제안한 것이 ‘중국프로젝트’ (China Proejct)이다(2부). 미래개척을 위해 경기도 청년의 시선을 중국을 포함한 동남아시아로 돌리는 것이 바람직함을 역설한 것이다. 이 연구에서는 우선 가장 절실한 출구(exit)로서 ‘중국프로젝트’ 를 제안하였다. 국내정책으로 제안한 것이 ‘경기청년마을’ 이다(3부). ‘경기청년마을’ 은 기존에 시행되고 있는 여러 유형의 정책들을 청년층에 초점을 맞춰 재구성하거나, 유용하다고 판단되는 새로운 정책메뉴들을 개발한 것이다. 말하자면, ‘경기청년마을’ 은 기존의 정책 프로그램과 새로운 정책메뉴를 결합한 ‘복합정책’ 의 명칭이다.

4부는 경기청년마을정책의 활성화를 위한 정보화 전략이다. 2부와 3부에서 제안된 정책메뉴들을 효과적으로 홍보하고 경기도 청년층들의 관심도와 활용도를 높일 수 있는 방안을 제시한 것이다. 경기도청에서 시행하고 있는 도청홈페이지를 여러 각도에서 검토하여, 인터넷 홈페이지에 대한 청년층의 관심을 촉발하고 활용도를 높이는 방법을 제안한 것이다. 청년경기마을의 모든 정책메뉴를 배너형식으로 소개하고 사용자와 정보제공자 간의 의사소통 및 사용자간의 정보교환을 원활히 하는 방법을 구상하고 디자인을 예시했다.

3. 부 경기도의 지역적 특성과 청년세대: 비교분석

3.1 경기도의 지역적 특성

- 경기도 2030세대의 의식과 가치관, 특성을 정확하게 파악하기 위해 먼저 그들 삶의 객관적 조건이 되는 경기도 지역의 여러 가지 특성을 전국 규모 자료와 비교함.
- 지역적 특성 분석은 크게 두 부분으로 나뉨. (1) 경기도와 나머지 15개 광역자치단체의 비교 (2) 경기도 내 시/군/구 단위에 대한 분석을 통해 경기도의 내부적 이질성을 파악
- 분석에 사용된 자료: 2002년 『시·군·구 100대 지표』 (통계청)

3.1.1 광역자치단체별 비교

이상 시군구 100대 지표자료를 바탕으로 경기도의 지역적 특성을 광역자치단체별 자료와 비교하여 살펴본 결과 다음과 같은 특성이 드러남.

- 넓은 면적과 인구규모, 그 속에서의 복잡하고 이질적인 산업별 구성
 - 광업 및 제조업 분야에서 압도적 우위. 여타 산업별 종사자 수나 생산액에서도 서울과 비슷함. 농업, 축산업에서도 다른 지방에 비해 크게 뒤쳐지지 않음. 산림면적, 경작지 면적도 넓은 편 (16개 광역자치단체 중 광업 및 제조업 분야 생산액, 종사자 수 1위. 건설업, 도소매업, 교육서비스업 등 대부분의 사업분야에서 1~2위. 농가인구수 3위, 논면적 5위, 추곡수매량 6위)
 - 뚜렷이 구별되는 산업적 특성은 입지조건에 있어서도 다를 것이기 때문에 경기도는 위와 같은 산업구분에 따라 지역별로 그 주요기능이 분화되어 있을 것으로 보임.
 - 이와 같은 복합적인 구성은 도내 지역간 질적차이가 존재함을 암시하며, 추진하고자 하는 공공정책은 이러한 차이와 특성을 고려한 복합성을 띠고 있어야 함을 알 수 있음.(→ 3부 청년 정보화 마을 정책 참조)
- 인구유동이 매우 활발. 전입인구가 전출인구보다 많고 순인구이동이 전국에서 압도적으로 가장 높음.
 - 유치원생/초등학생은 서울보다 많고 중학생은 비슷, 고등학생은 서울이 더 많음. 어린

자녀를 둔 비교적 젊은 계층이 많이 정착한다는 것을 알 수 있음.

- 서울에서 살다가 결혼할 때쯤 경기도에 집을 얻어 정착하고, 어느 정도 경제적 여건이 좋아지면 다시 서울로 진입하는 패턴이 있는 것으로 보임. 이러한 패턴은 경기도민들의 의식 속에 탈출열망이 잠재해 있음을 보여줌. 그리고 경기도에서의 생활에 대한 삶의 만족도가 그리 높지 않음을 반증함.
- 전국적으로, 특히 서울에서 경기도로의 전입이 상당히 높음. 경기도에서 서울로의 전출 인구도 상당히 많은 것으로 나타남. 경기도가 서울의 포화상태에 따라 서울로의 인구유입 현상에 대한 완충지 역할을 하는 것으로 보임. 문제는 이들의 지역정체성은 경기도에 맞추어져 있지 않고, 궁극적으로는 서울에 심리적 본거지를 두고 있거나 지향점을 두고 있다는 것에 있음.
- 활발한 인구 이동의 이면에 경기도의 상대적 취약성이 드러남. 이를 극복하기 위해 도민들의 만족도를 높이고, 지역적으로 가질 수 있는 경쟁력을 특화시키는 것이 중요함.
- 총체적으로 보았을 때,
 - 복지시설과 의료시설은 서울에 비해 열악, 보육시설과 주택보급률, 도서관 및 공원, 체육시설 등은 양호함.
 - 결국 전반적으로, 그리고 전국적으로 비교해 보았을 때 생활을 위한 기본여건은 객관적으로 비교적 괜찮은 편임
- 다만 젊은 2030세대의 욕구수준은 서울에 맞추어져 있는 것이 문제 => 그러한 욕구를 채워줄 수 있는 시설도 지표상으로는 서울과 비슷하게 나타날 수 있으나 서울에 비해서 매력적인 요소와 유인요소가 떨어지는 것이 문제.
- 결국 높은 유동성과 젊은층의 상향적 욕구 등으로 인하여, 경기도 2030세대는 니즈(needs)가 많고 주변인적 정체성을 가지고 있는 집단임을 알 수 있음. 이와 같은 주변성을 극복하는 것이 경기도 2030세대의 마인드를 포착해서 경기도민으로서의 강한 정체성을 획득하게끔 하는 목표라고 할 수 있음.
- 직업구성이 지역별로 이질적이기 때문에 지역에 따라 의식성향과 요구사항이 다를 가능성이 높음.

3.1.2 경기도내 시군구별 비교

앞서 살펴본 전국 16개 광역자치단체들과 경기도의 지역적 특성 비교를 바탕으로 하여, 거기에서 암시적으로 드러난 경기도내의 복합적인 지역적 특성을 살펴보기 위하여 2002년 『시·군·구 100대 지표』(통계청) 데이터를 바탕으로, 경기도내 31개 시군구별 인구 및 산업적 특성, 삶의 여건과 관련된 데이터를 분석하고 지역간의 상대적 특질을 파악함.

- 인구적, 산업적 특성에 따라 31개 시군을 Scatter Map 분석을 통해 하위그룹으로 분류, 경기도 2030세대들이 자리잡고 있는 도내의 지역적 위치에 대한 특성화 및 세분화 시도⇒ 인구 및 산업별 특성에 따라 지역적으로 뚜렷한 분화를 보임
- 위와 같은 Scatter Map 분석을 통해 경기도내 시군구별 지역적 특성을 인구 및 산업별로 구분한 결과 아래와 같이 크게 4가지의 그룹으로 지역이 묶이는 것을 관찰할 수 있었음.

〈표 1〉 인구 및 산업적 특성에 따른 경기도내 시군구별 그룹 분포

그룹	인구	산업	지 역
A	多	복합	수원, 성남, 안양, 고양
B	多	공업	부천, 안산, 용인, 시흥
C	中少	상업	구리, 의정부, 하남, 동두천, 과천, 광명, 의왕, 오산, 군포, 남양주
D	少	농업	양평, 여주, 화성, 가평, 연천, 안성, 포천, 이천, 파주, 평택, 김포, 양주, 광주

- 인구 및 산업적 특성에 따라 환상(環狀)의 분포를 보임
- 지역별 특성이 뚜렷이 구분된다는 것은 전 지역에 대해 일률적으로 똑같은 정책시행을 하는 것이 비효율적/비효과적 이라는 것을 시사함. 지역별로 주민들의 수요와 욕구를 구분하여 파악하고 각각에 알맞은 정책메뉴를 개발하는 것이 필수적(⇒ 3부 정보화 정책 참조)

3.2 경기도 2030세대의 의식구조 분석

- I장에서 분석한 경기도의 객관적 삶의 조건 하에서 경기도 2030세대는 어떠한 의식을 가지고 있는지 보다 구체적으로 분석할 필요성이 있음.
- 삼성경제연구소에서 실시한 한국종합사회조사(KGSS) 자료를 바탕으로 7개 분야에 걸쳐 경기도 2030세대의 의식구조를 심층분석함(총 92문항, 전체 1315명 중 18~35세의 남녀 249명 대상).

3.2.1 지역적 소속감의 문제

- 경기도에 살고 있다기 보다는 서울 등의 “대도시 주변” 혹은 “작은 도시”에 산다는 생각이 평균적
 - 특히 광역시/도에 대한 소속감이 매우 낮으며, 경기도민으로서의 정체성이 없음
- 동아시아 소속감이 상대적으로 높음. 인천공항과 인천항을 통한 외국인 유입, 화교 밀집지역, 다수의 외국인 노동자 존재 등과 연관이 있는 것으로 보임
 - 타 지역과의 비교에서 상대적 순위로 보면 동아시아 - 한국 - 구/시/군 - 광역시/도 - 동/읍/면의 순서
- 전체적으로 보아 지역적 정체성 형성에 불리한 여건을 가지고 있음
 - 거대도시 주변이고, 역내에 서울 인천 등 두 개의 광역자치단체가 있고, 이질적인 신규 유동인구가 지속적으로 유입되는 지역

3.2.2 계층의식 및 경제적 만족도

- 현 경제 상태에 대한 평가는 낮은 편이며, 지난 몇 년간 악화되어왔다고 보고 있음
 - 실제의 경제적 위치에 비해 경기도 2030의 주관적 계층의식은 상대적으로 높은 편임
 - 경기도 2030은 소득 이외에 power나 prestige를 가지고 있다고 생각하고 그에 근거하여 자신의 주관적 위치를 높이 평가할 가능성
 - 지역적 소속감이 낮은 편이므로 이러한 의식이 집단적인 것이기보다 개인적 자신감의 표현일 가능성이 많음

- 개인적 자신감에 근거한 상향 의식은 다른 한편으로는 “내가 여기 있을 사람이 아니다” 라든가 “언제든 준비되면 뜬다” 는 식의 Exit Mentality 혹은 Underdog Mentality의 표현일 수 있음에 유의

3.2.3 교육수준

- 경기도 2030의 교육수준은 상대적으로 높은 편임
 - 4년제 대학 재학 이상 기준, 29.7%로 전국 평균 27.5%보다 2.4%포인트 높으며, 16개 광역자치단체 중 5위에 해당
 - 그러나 1-4위 지역과는 큰 차이가 있음. 대전(50.0%) - 충북(41.1%) - 서울(35.4%) - 부산(32.7%)
- 이러한 수치는 본인들의 기대 수준과는 달리 경기도 2030의 상향적 계층의식이 현실화되지 않을 가능성을 말하는 것이고, 이는 상대적 박탈감으로 인한 불만표출의 원인이 될 수 있음

3.2.4 일과 직장

- 경기 2030은 적극적으로 일하려는 자세를 가지고 있으며, 경제적 가치보다 일 자체의 의미를 높이 평가하는 경향
 - 일의 ‘경제외적 가치’ 를 가장 높게 평가, ‘돈을 벌기 위한 수단’ 으로는 가장 낮게 평가
 - 일에 대한 경기2030의 적극적이고 청교도적인 자세는 개인적이고 학기족적인 실용적 동기와 관련되어 있을 가능성이 많음. 일의 공공성은 거의 중시하지 않으며, 개인적인 실익을 위해 흥미, 자율성, 승진 등은 차후의 문제임.
- 전체적으로 경기2030의 직장 현실은 좋은 편, 즉 상대적으로 좋은 일자리의 공급은 많으나, 높은 개인적 니즈(needs)를 충족시키지 못함
 - ‘승진기회가 많다’ 항목이 전국 1위, ‘급여를 많이 받는다’ , ‘일이 흥미롭다’ 가 전국 3위

3.2.5 가족과 가정생활

- 경기도 2030은 부부와 1-2명의 자녀로 구성된 핵가족이 전형적이며, 직장이나 교육으로 인해 별거하지 않고 함께 거주한다.
 - 여성의 사회활동과 관련한 질문에 대해 전반적으로 개방적 자세를 취하고 있고, 결과적으로 자녀양육에 대한 부담이 증가
- 이혼에 대해 상당히 수용적인 태도를 가지고 있고, 현재의 결혼생활에 대한 만족도가 낮은 편임.
 - 가족 해체 가능성 높은 지역이라고 볼 수 있는 근거들.
- 출산과 육아의 부담이 경기도 2030의 삶의 질을 저하시키는 중요한 요인
 - 출산 및 육아와 관련한 각종 지원 필요성에 대해 모두 전국 5-6위 이내의 높은 지지. 특히 낙태에 대한 수용적인 입장은 추가적인 육아에 대한 부담을 강하게 느끼는 것을 시사.

3.2.6 국가정체성과 자부심

- 전체적으로 보아 대부분의 영역에 걸쳐서 한국인임을 부끄러워하거나, 한국이 이룩한 성과를 인정하지 않는 냉소적/혐오적 태도
 - 사회보장, 정치, 인권, 역사 문화 등 거의 전 영역에 걸쳐 낮은 자부심을 보이고 있음.
 - 이러한 혐오는 무조건적인 것이라기 보다는 조건적인 것(~ 때문에 부끄럽다, 싫다, ...)이고, 한국 자체에 대한 것이라기 보다는 한국의 현 상태에 대한 것
- 한국인의 정의(定義)에 대한 매우 개방적인 사고
 - 스스로 한국인이라는 의식만 가지고 있다면 혈통, 출생지, 언어, 관습 등과 상관없이 한국인이라는 생각을 강하게 가지고 있음

3.3 경기도 2030의 정치의식

경기도 2030세대들의 정치의식을 보다 구체적으로 파악하기 위해 중앙일보 386세대

관련 여론조사(중앙일보 2004년 10월 4일자 참조)를 바탕으로, 20-35세 전국 928명 응답자 중 인천/경기 지역 214명, 2035세대 561명, 386세대 367명의 정치의식조사 자료를 분석하였다.

1. 대통령의 국정 운영에 대한 평가	9. 자주외교 능력이 높아졌는가
2. 지역별 지지정당	10. 국보법 폐지 노력에 대한지지
3. 노 대통령 개인의 신뢰도에 대한 평가	11. 한미동맹이 중요한가 자주외교가 중요한가
4. 현 정부 개혁방향에 대한 공감	12. 성장이 중요한가 분배가 중요한가
5. 민노당에 거는 기대	13. 개혁이 중요한가 사회안정이 중요한가
6. 이라크 파병에 대한지지	14. 산업집중이 중요한가 균형이 중요한가
7. 대미관계에 대한 평가	15. 국토발전 집중이 중요한가 균형이
8. 과거사 청산에 대한지지	중요한가

- 가장 큰 특징은 세대를 막론하고 경기도 2030은 전국 평균으로부터 크게 이탈하지 않는다는 점이다. 광역별로 비교해보면 일부 지역의 경우 전국 평균과 큰 차이를 보이는 경우들이 있으나, 대체로 전국적 흐름에서 큰 편차를 보이지 않는다. 경기도 2030의 차이는 대체로 5% 내외에서 나타나고 있다.
- 정치의식과 관련된 질문들을 크게 보아 네 가지의 이슈 영역으로 나누면 (1) 국내정치적 이슈 (2) 정당성 이슈 (3) 국제적 이슈 (4) 경제적 이슈로 나눌 수 있다.
- 전체적인 패턴을 보면 국내정치적 이슈에 대한 경기도 2030의 평가는 전국평균에 비해 5% 내외로 비판적인 것으로 나타난다. 그들은 대통령이나 여당에 대한 지지가 낮고, 현 정부의 개혁방향에 대한 공감도 적지만, 그렇다고 해서 한나라당이나 민노당을 지지하는 것도 아니다. 이것은 어떤 구체적인 대안을 가지고 반대한다기 보다는 정치에 대한 냉소적인 자세를 드러내는 것에 가깝다고 볼 수 있다.
- 하지만 국보법 폐지나 과거사 청산과 같은 정당성 이슈의 영역으로 오면 약간 다른 자세를 보인다. 현 정부나 여당이 추진하는 여러 가지 일들에 대해 5% 내외로 냉소적인 자세를 보이던 것과는 달리 정당성 이슈에 관한 한 전국 평균에 거의 일치하

는 자세를 보이고 있다. 즉 경기도 2030은 현재 진행되고 있는 현실 정치에 대해서는 냉소적이지만 과거사를 포함하는 정치 자체에 대해서까지 냉소적인 것은 아니라는 뜻이다.

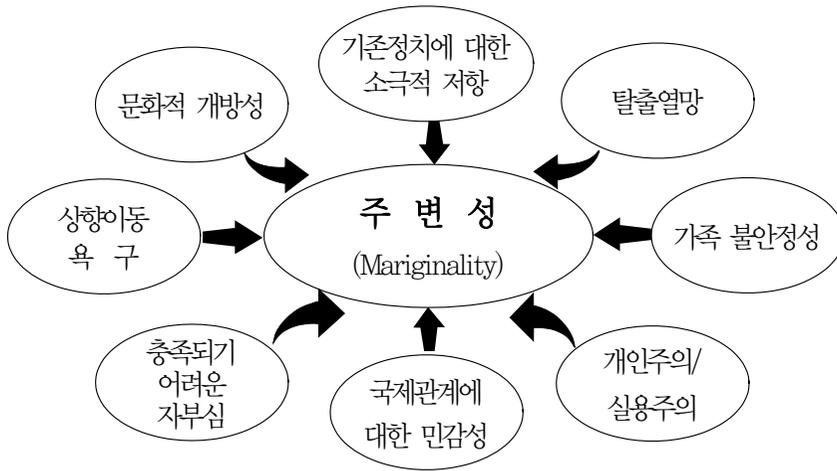
- 국제적 이슈의 영역에서는 경기도 2030은 다른 지역에 비해 상당히 국제화된 의식 구조를 보여준다. 이들은 한미동맹을 중시하고, 현 정부의 자주외교 능력에 대한 우려를 강하게 표시하고 있는 것이다. 주요 국가와의 관계에 대해 “민감한” 이러한 자세는 앞서 보여진 여러 가지 사회의식 조사 결과와도 일치하는 것이며, 경기도가 가지고 있는 각종 국제적 인프라와도 관련이 있을 것이다. 한편으로는 주한 미군 부대이전 등 최근 급변하는 한미관계를 현장에서 관찰할 수 있는 한 당사자가 바로 경기도민이라는 점과도 연관이 있을 것이다.
- 경제적 이슈의 영역에서는 몇 가지 상반된 경향성을 동시에 보여준다. 경기도 2030은 타 지역에 비해 성장과 분배 중에서 성장을 우선시하기를 강력히 원하면서 동시에 절대값으로 볼 때에는 산업집중과 국토집중에는 반대하고 있다. 하지만 타 지역과의 상대적인 비교를 통해 보면 산업집중과 국토집중에 반대하는 정도가 약간 덜하다고 할 수 있다.
- 세대간 비교시 경기도에서 한 가지 특기할 만 한 점은 일부 문항에서 경기도 2035세대와 386세대의 응답 패턴이 전국 평균과 뒤집혀지는 현상이 나타난다는 점이다. 예를 들어 노 대통령 개인에 대한 신뢰나 자주국방 능력에 대한 평가는 전국 단위에서는 2035세대의 응답이 386세대보다 더 호의적이었으나, 경기도의 경우 상당한 차이를 두고 2035세대가 더 회의적인 것으로 나타나고 있다.
- 전체적으로 보아 경기도 2030의 정치의식이 보이는 특징은 크게 두 개의 키워드로 정리할 수 있을 것이다. 하나는 정치적 대표성 부재에 따른 **소극적 저항**이고, 다른 하나는 **국제 관계에 대한 민감성**이다.
- 한국 정치의 지역적 분화 현상이 완화되었다고는 하나 아직까지 열린우리당이 호남/충청권을, 그리고 한나라당이 영남권을 대표하고 있고, 민노당은 노동자 계급을 대표하고 있는 상황에서 경기도는 양대 정당 중 어느 쪽에 의해서도 대표되지 못하고

있을 뿐만 아니라 중상층 의식을 가지고 있는 경기도 2030은 민노당에 의해 대표되기도 못한다. 이러한 정치적 대표성의 부재는 현실 정치에서 스스로가 방관자 내지는 관중이라고 생각할 가능성을 높여주고, 불만이 있다 하더라도 그 불만을 조직화해서 표출할 대표자가 없기 때문에 소극적 저항으로 끝나게 된다.

- 경기도의 여러 지역적 특성과 연관이 있다고 보여지는 국제관계에 대한 민감성의 경우, 지금까지 별로 주목받지 못했던 경기도 2030의 자산이라고 할 수 있다. 지금까지 서울의 '주변지역'으로 주로 인식되었던 경기도에서는 국제적 안목이 중요한 기여를 할 수 없었으나, 이제 거스를 길 없는 글로벌리제이션의 대세 속에서 저절로 육성되어진 경기도 2030의 국제적 안목은 새롭게 평가받을 가능성을 가지고 있다.

3.4 소 결

- 분석결과를 요약해 보면 경기도 2030은
 - 스스로 상층의식과 자부심이 높지만 객관적으로는 중간층 정도이며
 - 지역적 특성으로 인한 탈출열망(exit mentality)를 가지고 있고
 - 개인적이고 핵가족적인 동기에서 높은 직업윤리를 가지고 있으나
 - 가정생활과 출산/육아에 따르는 많은 needs로 인해 삶의 질이 낮으며
 - 실용주의적 동기와 결부된 높은 문화적 개방성을 보임
- 위와 같은 총체적 이유들이 조합되어 경기도 2030세대는 압축적으로 표현했을 때 '주변인적 정체성', '주변성(marginality)'을 보인다고 할 수 있음.



〈그림 2〉 주변적 정체성의 개념도

- 주변인적 정체성을 중심으로 하여 탈출열망, 가족 불안정성, 개인주의/실용주의, 충족되기 어려운 자부심, 상향이동 욕구, 문화적 개방성 등을 동시에 가지고 있어서 정책적으로 만족시키기에 매우 까다로운 집단임.
- 이에 따라 주변인적 정체성을 극복하기 위한 경기도 2030을 대상의 3가지 정책 목표 키워드를 1) **만족도의 향상** 2) **경쟁력의 향상** 3) **연대성의 증가**로서 제시하고자 함. 이러한 3가지 정책목표의 달성을 통해 일차적으로는 경기도민들이 전반적 삶의 질을 향상시키고, 이를 통해 지역의 대외경쟁력을 향상시키며, 보다 강한 지역정체성 형성을 바탕으로 한 도민들간의 연대성이 강화될 것이고, 이를 통해 현재 경기도 2030세대의 심리적 현실 속에 강력하게 자리잡고 있는 **주변인적 정체성**, 즉 **주변성이 보다 긍정적인 차원으로 승화**될 수 있도록 하는 것이 궁극적인 목적임
- 이러한 3가지 정책목표의 달성을 위한 방법을 구축해보기로 함. 이는 크게 1) **경기 청년 특화전략**으로서의 **중국프로젝트**와 2) **정보화 전략**으로서의 **경기청년마을 수립 정책**으로 구성된다.

— <주변적 정체성의 극복을 위한 정책목표> —

1) 중국 프로젝트

- 경기도는 지리적 접근성 및 문화적 개방성, 유동적인 인구구성 등 사회적 특성상 **중국 진출의 거점지로서 매우 좋은 입지조건**을 갖추고 있음
- 정치의식조사 결과에서 드러나는 경기도 2030의 국제관계에 대한 민감성은 경기도가 새로운 국제적 활동영역을 개척하는데 있어서 매우 유리한 심리적 조건이자 강력한 자원이 됨
- **탈출열망의 해소**와 경기도 2030들의 상층의식에 걸맞는 **경쟁력 확보**
- 세계로 진출하는 국제적 이미지는 **긍정적이고 자랑스러운 지역정체성** 형성에 도움을 주고 이는 심리적 **만족도를 높이는 효과**를 가지고 있음
- 경기도를 'Aisa Road'의 출발지로 삼아 2008 베이징 올림픽을 위한 Base Camp를 기획
- 중국프로젝트의 전반적 사업은 중국 창업마을, 중국문화거리, 중국박물관, 중국탐사마을로 구성
- 중국프로젝트의 성공적 완수시 **만족도와 연대성, 경쟁력을 제고하여 주변인 성향을 발전적으로 극복**할 수 있음

2) 경기청년마을

- 대표성과 가시성을 가진 통합 홈페이지를 2030세대를 위해 특화하여 구성함으로써 접속자들로 하여금 **지역정체성**을 자연스럽게 가질 수 있도록 함. 인터넷 보급률과 사용률이 높은 세대이므로 **접근성과 실효성**을 확보하기가 상대적으로 용이함.
- 지역별, 세부연령대별 욕구와 니즈를 충족하여 **실질적인 삶의 만족도를 향상**시킴.
- 이러한 정보화 정책은 지역정보화 개념에 비추어 볼 때, **지역의 대외 경쟁력 향상**에

상당한 성과를 가져다 줄 수 있음.

- 경기청년 마을 실행 프로그램은 크게 10가지 주요 메뉴로 구성.
 - 1) 지식, 취업마을 2) 헬프마을 3) 여성마을 4) 사회서비스마을 5) 영농마을
 - 6) 대학마을 7) 문화마을 8) 정보마을 9) 품앗마을 10) 영어마을
- 이와 같은 정보화 정책의 추진에는 홈페이지 및 정보시스템 관리 구축 방안이 수립되어야 함. 이를 위한 5가지 원칙의 실행 및 준수가 요망됨.
 - 1) 통합하라 2) 기회를 제공하라 3) 욕구를 포착하고 코드를 맞추어라
 - 4) 공동체로서의 아이덴티티를 창출하라 5) 정보시스템에 맞추어 업무 시스템을 재설계하라

4. II부 청년정책 (1): 중국프로젝트

4.1 왜 중국인가

- 왜 중국프로젝트가 중요한가?
 - 주변인적 성격을 발전적 에너지와 연결시키는 전략으로서 중국프로젝트를 구상. “왜 중국인가” 는 두 가지 관점에서 조명할 수 있다.
 - Exit Mentality의 승화
 - 상층의식에 걸맞는 경쟁력 배양

4.2 왜 경기도인가?

- 경기도: 중국선점의 지정학적, 사회학적 이점
 - 지리적 접근성
 - 문화적 개방성과 실용주의적 성향
 - 인구적 특성 : 핵가족과 맞벌이 부부가 많음

4.3 경기청년 ‘중국프로젝트’ 의 원칙

- 경기도는 ‘Asia Road’의 출발점. Asia Road는 네 가지 의미를 갖고 있음.

- Technology Road
- Knowledge Road
- Manpower Road
- Economic Miracle Road

4.4 경기청년 '중국프로젝트' 의 현실적합성

- 중국프로젝트의 현실적합성과 미래비전
 - 중국프로젝트는 경기도의 발전전략이자 국가의 발전전략으로서 매우 중대한 의미를 가짐
 - 중국은 BRICs의 일원으로서 고도성장국가이자 발전잠재력이 매우 높은 국가임. 여기에 한국이 발전에너지를 제공하고 이것에 편승하는 전략을 구상해야 하는데, 경기도가 그 전위역할을 맡아야 함.
- 국외 경영 및 탐험정책
 - 경기도 청년들에게 해외진출의 기회를 제공하고, 해외에서의 활동 및 경영능력을 증대시키는 것이 중요함.
 - 눈을 중국으로 돌릴 때에 의외로 풍부한 발전기회를 발견할 수 있을 것임.
- 중국은 떠오르는 별(Rising Star)
 - 중국은 발전잠재력이 무궁무진한 국가임.
 - 한국은 중국을 도와주면서 동시에 발전하는 전략을 구시해야 하는데, 경기도가 이에 앞서 전위역할을 맡을 필요가 있음
 - 중국성장은 곧 경기도의 성장이라는 인식을 가져야 함. 경기도 청년들이 중국을 이런 관점에서 바라볼 때 보다 풍부하고 유용한 발전기회를 향유할 수 있음.
- 2008년 베이징 올림픽 활용
 - 2008년 베이징 올림픽은 중국올림픽이지만, 경기도 올림픽이라는 인식을 가지고 여러 가지 전략을 구상할 필요가 있음. 여기에는 청년들의 진취적 의식이 필수적임.
 - 따라서, 베이징 올림픽을 활용하는 청년프로젝트를 지금부터 구상하고 계획해야함.

4.5 경기청년 '중국프로젝트' 의 정치적 의미

- 중심국가가 아닌 중추국가(Hub State)
- 중추국가가 아닌 중추지역(Hub Region)
- 중추지역의 관문
- 이용/개척 대상이 아닌 동반/협력관계
- Focusing Strategy를 통한 공적 인지도 증대
- 경기도는 중국진출의 Base Camp

4.6 경기청년 Base Camp for Beijing Olympic

- 2008년 베이징 올림픽은 '경기도 올림픽'
(청년중심의 3년 기획단 설치)
- 올림픽 관광객 유치홍보
- 관광패키지 개발(북경-서울-경기 관광 동선 구축)
- 홈페이지 구축, 운영
- 올림픽 산업동참, Know-how 수출
- 수원 IT 박람회 개최
- 한-중-일 동방문화 박람회 구상

4.7 '중국프로젝트 (Base Camp)'의 개요

중국프로젝트의 전반적 사업은 다음과 같은 네 가지로 구성됨

1. 중국창업마을

- 기업진출지원
- 창업교육
- 중국기업분석
- 중국경제분석
- 전문인력양성

2. 중국문화거리(아시아문화거리)

- 중국인거리
- 중국문화학교
- 중국문화협력기획
- 한중일 문화관광패키지 개발

3. 중국박물관(아시아박물관) 설립운영

- 중국문물전시
- 중국역사연구
- 아시아국가자료
- 아시아저널발간

4. 중국탐사마을

- 중국지역여행
- 중국지역이해와 네트워크
- 인터넷 중국동호회 활성화

4.8 '중국프로젝트'의 성공적 완수시 예상 효과

☞ **만족도, 경쟁력, 연대성 향상을 통한 주변인 성향의 발전적 극복**

- 경기청년의 경쟁력 제고
 - 중국의 성장동력을 활용하여 경기도 청년의 활기 회복
 - 중국진출과 협력의 전초기지로서 특화산업을 발전시킬 수 있음
- 생활만족도 제고
 - 탈출 욕구를 발전적으로 수렴하고 승화하는 계기
 - 동북아 허브 구성원으로서 역할 정립
- 경기도민의 연대력 증진
 - 대도시 주변인으로서의 인식을 극복하고 자신감을 회복하는 계기
 - 국제적 감각을 살리고 소속감과 정체성을 재정립하는 기회

5. Ⅲ부 청년정책(2): 경기청년마을

5.1 정책개발의 원리

- 2030의 특화
- 도정의 유인요소 개선
- 프로그램과 수혜자의 Matching
- Mentoring

- 정책네트워킹 (policy networking) ■ 지역간 변화와 커뮤니티
- 포커스 그룹 접근 (Focus-Group Approach)

5.1.1 정책의 전반적 구조: “2030 청년 마을”

청년층을 대상으로한 정책 명칭을 “2030 청년 마을” 이라고 명명한다. 앞에서 지적 하였듯이, 2030만을 위한 특화 프로그램임을 명시한 것이다. 정책메뉴는 <표 1>에서 보듯이 매우 다양하다. 기왕에 시행되고 있는 정책들과 중첩되기도 하고, 새로운 정책도 다수 제안하였는데, 중요한 것은 2030세대에 초점을 맞춘 점이다. 몇 가지 중요한 내용을 개괄하면,

- 아래의 정책 메뉴표는 대체로 정보화포털의 홈페이지를 연상시킨다. 이것은 “2030 경기청년네트워크” 구축을 염두에 둔 것이다.
- 정책 유형은 기능과 목적에 따라 9개 분야이다. 인적자원개발로부터 정보화에 이르기까지 청년층의 일상생활에 밀접한 영역을 포괄하였으며, 실현가능성이 높은 메뉴들을 중심으로 각 분야의 내용을 구상했다. 또한 각 분야별로 경기도 전역의 정책네트워크를 전제로 하였다.
- 대상범위를 기준으로 하면 대체로 네 가지 유형으로 나뉜다. 경기도 전체 청년층을 위한 프로그램, 지역베이스 프로그램, 포커스 집단 프로그램, 특정 항목 프로그램이 그것이다.
- 특정 항목 프로그램들(오른쪽에 위치한 것들)은 청년층의 수요가 가장 많고 관심이 높을 것으로 예상되는 정책메뉴들이다. 누구라고 관심이 있으면 즉각적인 접속이 가능하도록 만들고 필요한 정보를 얻게 하는 것이 중요하다. 특정 항목 프로그램들과 접속한 사람들이 혜택을 문의하면 바로 멘토(mentors)가 대기하고 있다가 응답하는 형식을 취하도록 한다.
- 이 연구가 제시하는 경기청년마을 정책메뉴를 개괄적으로 제시하면 <표 1>과 같다.
(홈페이지)

〈표 2〉 경기청년마을 정책메뉴

지식,취업마을	헬프마을	여성마을	문화마을	학규야- 놀-자
* 지식, 정보, 기술 교육 (대학 / 전문대) *파트너십/인턴십 *고용훈련 *취업Bank *벤처,창업지원 *기술고등학교-산업체연계 *기타	*Mentor *Mentee *Matching -연령집단별 -수요별 *경기청년신문발간	*여성취업 -직업훈련 -상담센터운영/연계 -파트타이머 *주부생활 -보육 -봉사 -알뜰장터 -취미,동호회 -문화활동	*양성교육 -전문인력/유망직종/수급현황, 전망 -양성체계,기관 -산학연연계 *분야별 프로그램 -음반, 영화, 연극 만화, 출판, 디자인, 공연, 영농, 화훼 *Freelanser *문화센터 프로그램 연계 -지역별/분야별/양성기관별 *공연티켓지원 *동호회활동지원	Mentoring 취업정보/ 인력뱅크 인턴십/ 파트너십 창업, 벤처 보육 여성파트타임 알뜰장터 지역축제
탐험마을	영농마을	사회서비스마을	봉사마을	특성화마을
*Global Exptn -외국마을자매결연 -Home Stay -국제기구참여 -국제봉사 -배낭여행 조직지원	*농촌 청년 -인구/생활상태(지역별) -농촌특화마을활동 -청년회지원 *영농 -농민단체활동 -유기농/직거래 -특화작물재배/화훼 -인테넷거래 -영농기술/영농인력 -농업학교 현황/ 프로그램 조사	*"We Start": 복지와 자활 -취학청소년 -빈곤청년 -미혼모/Service Girl	*의료봉사(농촌/도서) * 농촌일손돕기 -자매결연마을 -농업체험(주말농장) -불우아동/아동가장 -독거노인 -재해지역	문화인력양성 프리랜서 공연, 영화티켓 SOS
*Local Exptn -지역축제 -지역특성화마을/발전사례 -Local Exchange -경기도지역 특성정보Map	놀이마을	대학마을	정보마을	대학생알바
	채팅마을	*통근대학생(서울로) -통근버스 운영 -진로상담 -아르바이트 -Part time 봉사 -동호회	"2030 경기청년 네트워크" -모든 프로그램의 종합 포털사이트 -각 지역 정책메뉴 연결망 구축, 도에서 통합운영 -청년층 취향에 맞는 콘텐츠 개발 -민간업체와 협력	영농체험 동호회 민원창구/ 제안창구
		영어마을		
		정치마을		

5.2 경기청년마을 실행 프로그램



〈그림 2〉 경기청년마을의 구성틀

5.2.1 멘토링/네트워킹

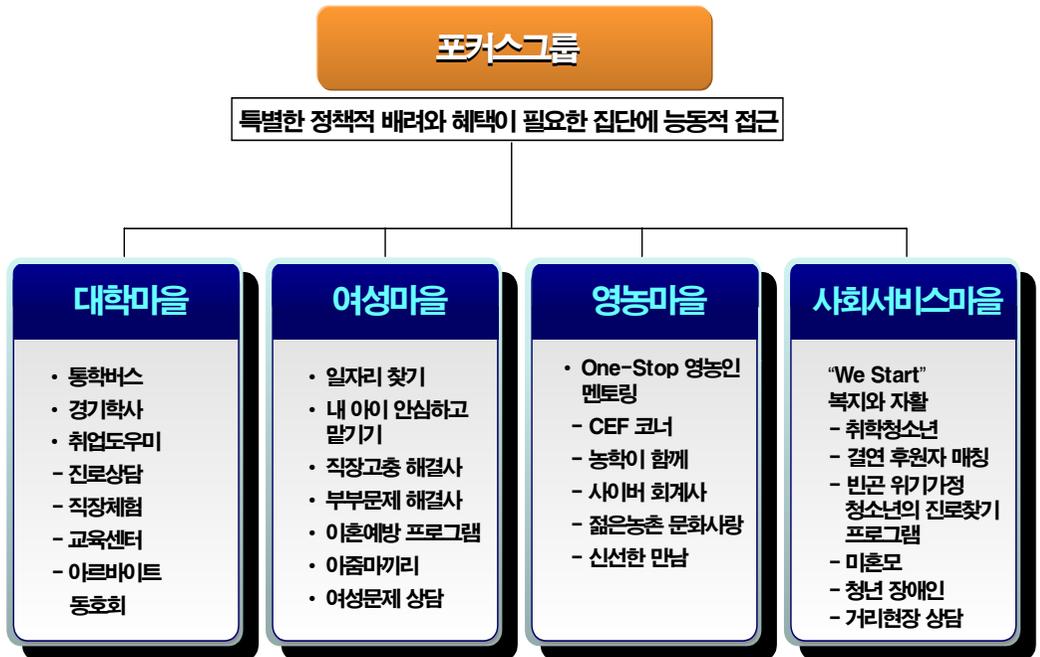
- 지식, 취업마을
- 헬프마을



〈그림 3〉 지식취업 마을, 헬프 마을 구성틀

5.2.2 포커스 그룹 접근

- 여성마을
- 사회서비스마을
- 영농마을
- 대학마을



〈그림 4〉 대학마을, 여성마을, 영농마을, 사회서비스 마을 구성틀

5.2.3 커뮤니티 지향적 콘텐츠 제공

- 문화마을
- 정보마을
- 품앗마을
- 영어마을



〈그림 5〉 품앗마을, 문화마을, 영어마을, 정보마을 구성틀

6. IV부 경기청년마을 정보화 전략

(홈페이지 및 정보관리시스템 구축방안)

6.1. 2030세대를 위한 정보시스템 구축의 원칙과 방향

6.1.1 정보시스템과 지역정보화

- 지역별 특성을 고려한 실질적 서비스 제공
- 경기도내 지역별로 생활여건과 그에 따라 필요한 요구사항들이 다름
 - ➔ 차별적 지역정보화 시스템 구축(Regional Informatization)
- 지리적으로 국한된 지역을 대상으로 하는 것이기 때문에 지역주민 및 지역산업과 연계되어 추진 되어야 효과가 있음
 - ➔ 지역산업 특성에 지역주민들의 욕구를 고려한 체계적 지역정보 시스템 구축 :

www.GYN.com

6.1.2 홈페이지 구축

- 기존 정책망의 효율적 네트워크와 집행을 위한 허브 역할
 - Gyn.com = 기존 정책망의 허브 (+알파)
- 지역별 특성을 고려한 실질적 서비스 제공
- 경기도 2030 세대 정보교류의 허브



〈그림 6〉 GYN.com의 구성틀

- 경기도 청년 지식포털 사이트 구축
- 넷(net) 거주세대 - 2030 특화 프로그램
- 온라인 지역공동체 발전 지원
- 정책시행과 커뮤니티의 즉각적 interaction
- 청년정책의 실효성과 체감도 증대

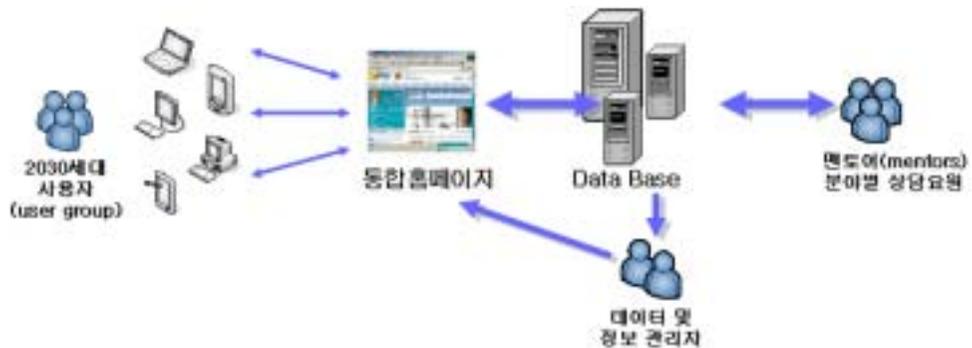
6.1.3 데이터 관리와 정보시스템에 기반한 업무 흐름 설계

- 2030세대 대상의 정보화 시스템의 문제점
 - 정보의 지나친 분산
 - 데이터 및 웹컨텐츠 관리에 있어서 정보화의 장점을 이용하지 못하고 있음
 - 기존 사이트, 실질적 욕구 충족 실패
 - 젊은층의 목소리를 담고 그들만의 여론이 지역적으로 형성될 수 있는 공간이 부재
- 지역별 특성을 고려한 실질적 서비스 제공



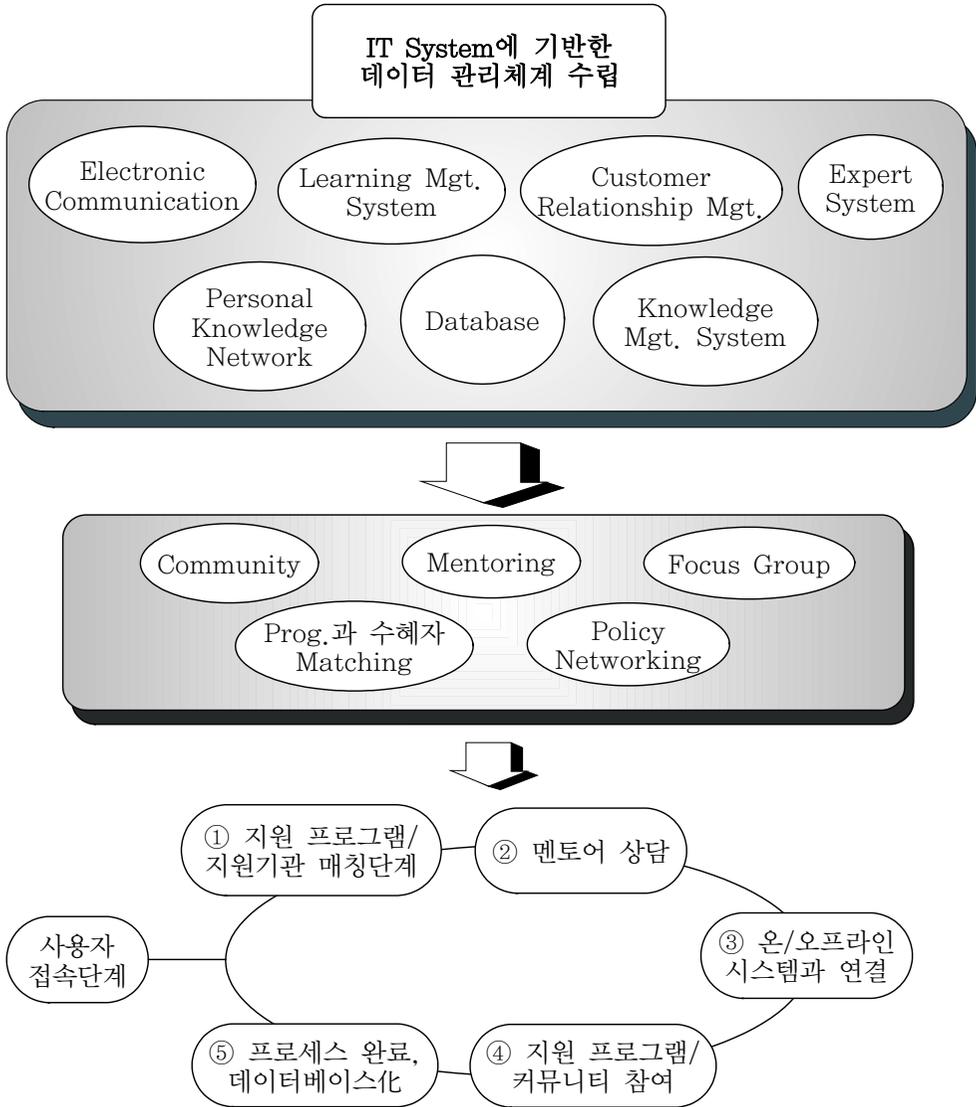
〈그림 7〉 홈페이지 구축의 원리와 방안

- 통합된 콘텐츠와 인터페이스, 정보시스템을 바탕으로 한 업무흐름의 구축이 요망됨



〈그림 8〉 데이터 관리시스템 관리와 업무흐름

■ 효율적 IT정보화 시스템 관리체계의 흐름



〈그림 9〉 IT system에 기반한 데이터 관리체계의 흐름

6.2 2030세대를 겨냥한 정보화 전략에 있어서의 5가지 원칙

1 통합하라

- 정책의 가시성을 높여야 실효성이 증가한다
- 대표성을 확보해야 가시성이 증가한다
- 2030세대를 위한 정보들은 특히 통합해야할 필요가 있다

2 기회를 제공하라

- 기회 제공은 무엇보다 큰 유인요소이다
- '기회의 나열'이 아니라 '기회의 제공'이어야 한다
- 대상별로 차별적인 기회를 제공해야 한다

3 욕구를 포착하고 코드를 맞추어라

- 2030세대는 문화적 코드에 매우 민감한 세대이다

4 공동체로서의 아이덴티티를 창출하라

- 소속감과 연대감을 향상시켜야 만족도가 증가한다
- 온라인상의 아이덴티티를 확보해야 지속적인 접속을 하게 된다

5 정보시스템에 맞추어 업무흐름을 재설계 하라

- 공공기관-개인간의 관계가 아니라 기업-고객의 관계이다
- 온라인상에 축적되는 데이터를 효율적으로 활용할 수 있어야 한다.

6.3 '경기청년마을' Gyeonggi Youth Network

(www.GYN.com) 홈페이지 디자인

6.3.1 가상 홈페이지 시안 첨부

이 연구에 사용된 자료는 한국사회과학도서관 산하 한국사회조사데이터아카이브(KOSSA)가 제공한 것이다. 이 자료는 성균관대학교 서베이리서치센터가 한국학술진흥재단의 연구비지원을 받아 만든 '한국사회 국민의식과 가치관에 대한 연구(KGSS)'이다. 그리고 중앙일보가 2004년 9월 세대간 가치관 분석을 위해 만든 정치의식조사 자료도 함께 사용되었다

서론 청년과 사회발전

1장 세대: 사회변화의 추동력

2장 세대교체와 한국사회

3장 연구의 목적과 방법

서 론

1. 세 대 : 사회변동의 추동력

1.1 세대의 사회학

세대는 생물학적으로 특정 연령대에 속한 인구집단이다. 흔히 인구학에서는 결혼연령과 가정을 이루는 시기를 기준으로 30년을 한 세대로 구분하는 것이 상례이다. 부모와 자식이 가계 혈통(genealogy)을 이루어 간다고 할 때 대개는 30년을 단위로 재생산이 일어나기 때문이다. 인구학적 세대 개념이 혈통계승에 초점을 맞추고 있다면, 사회적, 정치적, 역사적 세대개념은 특정한 세계관을 형성하는 데에 영향을 미친 어떤 역사적 경험을 공유하고 있는가의 여부에 초점을 맞춘다. 어떤 연령집단이 표방하고 있는 세계관과 확연히 구별되는 집합적 이념체계가 존재하고 그것을 담지하는 연령집단이 있을 경우 역사적 세대 개념이 성립하는 것이다. 어른과 청년층을 구별하는 개념인 기성세대와 젊은 세대는 인구학적 관점에서 매우 일상화된 용어인데, 이것을 특정한 역사적 시기, 정치적 변동과 관련시키면 6.3세대, 삼선개헌세대, 유신세대, 광주세대 등의 호칭이 가능해진다. 실지로 한 국사회에서는 굵직굵직한 정치적 사건을 기준으로 세대 개념이 만들어졌다. 이 경우 세대 개념은 동일한 정치적 경험과 사회적 사건을 전제로 한다. 그러므로, 생물학적 세대개념과는 달리 역사적 세대, 정치적 세대 개념은 특정 사건이 발생한 시점을 전후해서 5-10년 정도의 연령층을 지칭하게 된다.

헝가리의 사회학자 칼 만하임(Karl Mannheim)은 역사적, 사회적 관점에서 세대개념을 처음 정립한 사람이다. 만하임이 청년시절을 보냈던 유럽의 1920년대는 그야말로 격변의 시기였다. 1차 세계대전이 끝나고 유럽 전역에 혁명의 소용돌이가 몰아치던 시기였기 때문이다. 이 시대의 청년들은 1900년대 초반의 세대와는 여러 가지 관점에서 달랐다. 그의 선배세대가 유럽문명에 대한 전반적 회의감을 토대로 초현실주의 및 퇴폐주의로 빠져들었다면, 전쟁을 겪은 이후 태어난 이른바 '1914년 세대' (The generation of 1914)는 유럽문화의 재건을 위해 온 몸을 바치고자 했다. 전쟁의 폐허 위에서 유럽정신에 새로운 활력을

불어넣는 원리를 찾아 멀고 험한 여행을 떠나고자 했다. 마침 당시에는 1910년대에 청년시절을 보내고 유럽의 부활을 모색하려 했던 많은 지식인들이 활약하고 있었다. 문학의 스테판 게오르그, 철학에 게오르그 루카치, 사회학과 역사학에 알프레드 베버, 예술에 벨라 쿤과 같은 사람들이 그들이었다. 1920년대의 청년지식인들의 세계관에 영향을 미쳤던 일차적 규정요인(primary definer)은 전쟁이었다. 유럽문명을 파괴한 비인륜적인 전쟁을 피하고 공동체적 질서를 회복하는 것, 그러려면 유럽정신을 사들게 만들었던 문화적 요인들을 추출하고 그에 대한 대안을 모색하는 것이 급선무였다. 이런 관점에서 학문적, 예술적, 문화적 노력이 다양하게 시도되었다. 칼 만하임은 세대가 갖는 변동론적 의미를 [세대 문제](Problems of the Generation)라는 논문에서 체계화하였다.

만하임은 세대를 역사적 경험을 공유하는 집단으로 정의하고 그것을 바탕으로 기존의 다른 집단과는 구별되는 세계관(Weltanschauung)을 발전시킨다고 지적했다. 세계관에는 사회현실을 개혁하거나 국가를 구원하려는 특정한 이데올로기를 함축하고 문화적, 예술적 표현양식을 통해 시대정신(Zeitgeist)으로 표출된다. 시대를 보는 특정한 시각의 체계화가 이념이라면, 세대는 시대 혁신을 위한 이데올로기를 발전시키면서 그것을 성취하려는 행동양식을 만들어낸다. 세대를 창출시키는 정치적, 역사적 경험을 '세대경험'이라고 하고, 그런 경험을 공유하고 동질적 세계관을 담지하고 있는 '세대단위'가 태어난다. 세대단위는 특정한 연령층에 기반을 두지만, 반드시 그런 것도 아니다. 연령층이 다른 사람이라도 그런 세대경험에 공감을 갖고 이념적, 행동적으로 그런 양식을 표방하고 있는 사람이라면 동일한 세대단위를 구성할 수 있다. 흔히 지식인이 그런 사람이다. 지식인은 한 시대의 지배이념에 대하여 저항이념을 만들 수 있고 역사적, 정치적 지배원리에 대하여 대항적 원리를 만들어내는 사람이다. 이념적 저항을 행동으로 옮기고자 노력하는 지식인을 만하임은 인텔리겐차라고 불렀다. 그러므로, 세대가 동질적 목표와 세계관의 실현을 추구한다면 세대의 그러누 행동을 주도하는 인텔리겐차가 존재하기 마련이다. 프랑스에서 일어난 1968년 5월 혁명에서 학생운동의 지도자, 노동운동 이론가, 그리고 그들에게 이념적 자양분을 공급했던 사르트르가 그런 유형의 지식인들이다.

주목할 만한 점은 세대가 계급, 학벌집단, 종교처럼 세계 변혁에 주요한 행위자로 역할을 한다는 점이다. 만하임이 세대문제를 체계화했던 이유는 사회변동에 있어 계급, 이념,

기타 다른 변동요인과 마찬가지로 세대의 영향력이 매우 중요하다는 점을 부각시키기 위함이었다. 그것은 만하임 자신의 경험에 바탕을 둔 관찰이었는데, 만하임은 자신이 속한 1914년 세대의 지식인들을 세계의 어둠을 지키는 파수꾼으로 비유했던 것이다. 세대는 사회변동의 중요한 추동력이자 특정한 세계관을 추구하고 실현시키고자 하는 집단이다. 그것은 만하임이 강조하였듯 특정한 이데올로기를 지향하는 이념집단이기도 하고 문화적 시각과 멋을 공유하는 문화집단이기도 하다.

현대사회에서 세대 개념은 이런 규정으로부터 출발하여 보다 광범위하게 활용되고 있다는 점에 주목을 요한다. 특히, 사회변동의 속도가 매우 빠른 한국사회에서 세대 개념의 확장은 자유롭게 일어나고 있다. 2002년 월드컵에서 세계를 열광시킨 '붉은 악마' 표상 때문에 젊은 세대에게는 '월드컵세대'라는 명칭이 붙었고, 인터넷 열풍과 그것으로 인한 생활양식 및 정서적 특성을 'N세대'로 호칭하는 것이 그러한 사례이다. 외국도 예외가 아니다. 1960년대 말 베트남전쟁에 반대했던 데모가 전국을 휩쓸었던 미국에서 당시 대학생들을 '반전세대'로 호칭하는 것, 중국 민주화의 상징처럼 되어버린 천안문사태를 주도했던 당시 대학생들과 젊은 세대를 '천안문세대'로 부르는 것 등이 좋은 예이다. 앞에서 잠깐 소개한 프랑스의 5월 혁명 세대는 '68세대'로 불리운다.

세대란 어떻게 태어나는가? 세대가 사회발전과 사회변동에 미치는 영향은 무엇이며 어떻게 이해할 수 있는가? 그것은 다른 여타의 변동요인들과 어떻게 다르고 변동의 결과적 양상은 무엇인가? 등등에 초점을 맞춘 사회학적 연구를 '세대의 사회학' (sociology of generation)이라고 할 수 있다. 세대의 사회학은 20세기 후반기 민주화와 세계화를 겪는 한국사회의 변동에 지대한 영향을 미쳤으며 앞으로도 그러할 것임을 고려하면 매우 중요한 연구분야이자 문제의식의 창고이다. 세대의 사회학에서 변동의 주도집단으로 부상한 청년 세대의 특징을 규명하는 일이어말로 한국사회의 현재와 미래를 규명하는 작업일 것이기 때문이다.

1.2 한국사회의 변동: 세대의 영향

다른 국가들과는 달리 한국사회에서 세대의 영향력은 더욱 중요하고 의미심장하다. 미

국, 프랑스, 독일 등지에서 세대는 1960년대 말의 사건에서 역사의 방향을 틀게 만들었다면, 한국사회에서는 1960년대 이후 현재까지 세대의 영향력이 지속적으로 나타나기 때문이다. 1960년 4.19혁명을 위시해서 63년 한일국교정상화 반대시위, 1968년 삼선개헌반대 데모, 이후 유신과 광주사태에 이르기까지 학생운동은 사회변동의 최전선을 담당해 왔다는 특징이 있다. 그래서, 한국의 현대사는 세대적 경험으로 가득차 있다. 4.19세대, 63세대, 삼선개헌세대, 유신세대, 광주세대와 같은 정치적 사건을 중심으로 한 세대의 발전이 있었고, 정보화사회가 성숙된 이후에는 인터넷세대, P세대, N세대, 그리고 최근의 월드컵세대가 선을 보였다. 앞의 정치적 사건을 기준으로한 세대가 주로 학생운동과 직결되었다면, 이후의 세대단위들은 문화적 취향과 정서를 공유하는 세대, 그것의 상징적 사건인 붉은 악마와 촛불시위, 야외공연 등을 주도하는 축제적 행위양식이 특징적이다.

역사발전이 획을 긋는 사건의 비중으로 구획한다면, 한국의 세대는 20년을 주기로 큰 사건을 일으켰다는 것은 흥미롭다. 1961년에는 젊은 장교들을 중심으로한 군부쿠데타가 발발해서 산업화의 기치를 올렸고, 1981년에는 전두환씨가 제 2의 쿠데타를 감행해서 박정희 체제보다 더 강경한 권위주의체제를 구축했다. 이들은 집권과 동시에 사회주도층과 집권층의 세대교체를 실행했다. 국가기구와 공공기관을 비롯해서 교육, 문화, 경제 등을 주도하는 지도층 인사들을 젊은 층에서 대거 발탁하였던 것이다. 젊은 세대로의 교체논리는 매우 다르지만, 2002년 집권한 노무현정권이 새로운 인사정책을 도입하여 국가기구의 운영자들을 젊은 층으로 대거 교체한 것도 세대라는 관점에서 조명해 볼 수 있을 것이다. 17대 국회의 국회의원의 연령은 대폭 낮아져서 40대와 50대 의원이 전체의 70%이상을 상회할 정도이다. 이른바 5060의 시대가 물러가고 2030의 시대, 또는 3040의 시대가 도래한 것이다.

정치권에서 주도층의 연령이 대폭 낮아짐과 동시에 경제와 문화계에서도 같은 교체현상이 일어났다. 경제계는 몇몇 대표적인 재벌을 제외하고는 재벌 이세대의 활약이 두드러지고, 문화계에서는 이른바 70년대, 80년대 학번의 진출이 매우 활발하다. 기업에서도 예외는 아니어서 CEO의 평균연령이 60대에서 50대 초반으로 대폭 낮아졌다. 기업 경영진의 평균연령 하락은 몇 가지 구조적 요인에 의한 것으로 보인다. 생산기술과 경영지식의 빠른 변동이다. 생산시장에서 기술과 지식의 수명이 매우 짧아졌기 때문에 고령일수록 그것을

소화하고 활용하는 능력이 떨어진다. 젊은 층의 약진은 생산시장의 지식주기와 직결된다. 둘째, 따라서, 명예퇴직과 해고연령의 하락이다. 과거에는 60대까지 보장되던 고용이 이제는 50대 초반으로 낮아졌으며, 직급과 직무에 따라서 그보다 더 낮은 경우도 매우 많다. 평생직장 개념은 이제 과거의 유물이 되어버렸기 때문에, 인력의 신진대사가 낮은 직급보다는 고위 직급에서 더 빠르게 일어나고 있는 것이다. 과거에 생산직에게만 한정되었던 정리해고 관행이 관리직에게 오히려 광범위하게 적용되고 있는 현실이 그것을 입증한다. 사회주도층에서 평균연령의 하락, 또는 세대교체 현상은 외국에서 이미 일반화된 것이지만 한국사회에서 오히려 매우 빠르게 전영역으로 확대되고 있는 중이다. 세대교체, 또는 변동요인으로서의 세대가 중요해지는 까닭이다.

이처럼 한국사회에서 세대의 변동력이 두드러지는 이유는 학생운동의 오랜 전통과 밀접히 연관되어 있다. 주지하다시피, 학생운동은 권위주의체제에 대한 가장 중요한 저항세력이었으며, 종교운동과 노동운동을 저항전선으로 끌어들이는 데에 공헌했다. 학생운동이 아니었다면, 한국의 민주화가 그렇게 달성될 수 없었을 터이며, 민주화 이후에도 빠른 속도의 정치발전이 일어나지 못했을 것이다. 과도하게 말한다면, 해방 후 한국의 현대사에서 학생운동을 빼 놓는다면 그 본질을 이해할 수 없을 정도이다. 학생운동이란 항상 당시의 젊은 세대에 의해 주도된다. 학생시절 4년간이라는 제한된 시간적 공간에 진입하는 젊은 세대가 사회의 혁신운동을 담당하여 왔던 것이다. 시간의 경과에 따라 구성원은 항상 바뀌지만, 표방하는 이념과 행동양식은 갈수록 발전되는 모습을 보여 왔으며, 급기야는 1987년의 정치적 개방을 이끌어내기에 이르렀다. 1987년이라는 대단히 중대한 사건의 배경에는 학생운동이 있었으며, 이후 노동운동과 종교운동, 시민운동으로 하여금 민주화의 전선을 담당하도록 독려하는 역할을 했다. 학생운동세력이 이후에 전개된 시민운동 영역으로 대거 진입해 들어간 이유도 감시와 저항의 연속성을 목표로 했던 까닭이었을 것이다. 말하자면, 한국의 학생운동이 저항운동과 변혁운동의 전선을 담당해왔던 까닭에 한국사회에서 세대는 항상 변혁을 향한 태풍의 눈이었다. 학생운동은 한국사회의 모순과 싸우고 발전의 방향을 제시했으며, 변혁의 에너지를 생산해냈다. 그렇다고, 항상 긍정적인 기능과 역할만을 행사했던 것은 아니지만, 학생운동이 그만큼 한국현대사에서 차지하는 비중이 컸던 만큼 학생집단이 대변하는 젊은 세대의 힘은 현대사회의 변동에서 핵심적 위치를 차지했다.

1.3 세대변화를 보는 시각

왜 세대인가? 왜 유독 한국사회에서 세대가 변동의 중심적 위치를 차지하고 또 그렇게 해 왔는가? 앞에서 잠시 언급했지만, 한국의 현대사에서 학생운동이 차지하는 비중이 큰 것이 그 주된 이유이다. 그러나, 이것만으로는 설명이 잘 되지 않는다. 보다 중요한 이유는 한국사회의 특징에 있다. 그것은 한국사회의 질서를 유지하고 변동을 관리해온 핵심원리가 산업화와 민주화 과정에서 교체되었거나 무너졌기 때문이다. 우선, 가장 먼저 떠오르는 사안을 생각해보자. 선진국의 경우 사회를 이끌어오는 주된 계급이나 집단들이 존재한다. 이른바 사회지도층 또는 노블리스 오블리주(의무를 수행하는 귀족)의 존재이다. 사회지도층은 사회의 가장 중요한 가치관과 덕목을 손수 실천하면서 사회적 존경을 받는다. 사회적 존경이 뒷받침되지 않는다면 사회지도층은 권위를 행사할 수 없으며, 질서를 유지할 수 없다. 한국사회에서도 사회지도층이 존재한다. 이른바 명사로 불리는 사회적 지위가 높은 사람들, 경제력과 권력을 보유한 사람들, 학식이 높아 사회적 존경의 대상이 되는 살함들이 그들이다. 그러나, 이들은 대부분 권위주의체제를 유지하는 데에 동원이 되었거나, 권위주의정치의 불합리성, 정통성 결여, 부정과 부패를 합리화하는 데에 이용된 측면이 많다. 물론, 그런 목적으로 활용되는 것을 거부한 사람들도 많지만, 대부분은 경제적 혜택과 권력혜택을 보상받는 조건으로 권위주의체제의 정당화에 활용되었다. 사회지도층이 존경을 받지 못하게 된 까닭이다. 역으로, 존경받는 사람이 있다면 그들은 권위주의체제의 인사발탁의 유혹을 받았다. 박정희와 전두환으로 이어지는 두 차례의 권위주의는 존경받는 사회지도층을 거의 남겨놓지 않았다.

둘째, 사회지도층은 많은 경우 권위주의체제에서 저질러진 굵직굵직한 비리와 부정부패, 부정축재에 연루되었다. 그들은 정권의 비호 아래 부정축재와 비리를 스스로 행했거나 어떤 식으로든 연루되었다. 특권층이 아니더라도 그들은 정보활용을 통한 내부거래, 연줄을 통한 청탁과 압력행사, 불법 투기와 투자 등등의 행태와 무관하지 않다. 사회지도층의 비리는 특히 민주화과정에서 낱알이 드러났다. 민주화란 사회의 투명성을 높이는 일인데, 사회지도층의 비리가 밝혀지면서 국민들이 표방하던 이들에 대한 사회적 존경은 철회되었다. 전문가집단일수록 사회적 불신의 대상이 된 것은 이런 까닭이다. 따라서, 이들이 사회변동

의 방향을 지시한다고 해서 일반 국민들이 신뢰를 보내는 것은 아니다. 신뢰의 철회가 광범위하게 이루어지면서 국민들은 다른 집단에게 눈을 돌려야 했다.

셋째, 한국현대사에서 계급이념이나 종교가 사회의 변동원리로 수용된 적은 없었다. 권위주의체제의 특징이기도 한 이런 측면은 사회의 운영원리를 다른 것으로 대체했다. 국가 우선주의, 경제성장주의 등등이 그런 이념인데, 국가운영자들의 부패가 규명되면서 이들의 지배원리는 더 이상 사회의 주도원리가 되지 못했다. 선진국의 경우, 한 사회가 요동칠 때 일반 국민들은 종교적 원리와 생활양식에 의존하거나 계급이념에 기대를 거는 경우가 많다. 유럽이 특히 그러한데, 유럽의 근현대사를 지탱해온 변동원리는 종교이거나 계급이념이었다. 계급정당, 종교정당이 국민들의 이념적 정향을 다듬어오거나 지도해온 이유가 여기에 있다. 미국의 경우는 조금 달라서, 계급정당이 없는데, 대신 프로테스탄트 윤리에 입각한 건전한 교양층이 광범위하게 존재한다. 자유주의와 자본주의의 정신을 믿고, 국가가 개인적 권리를 보다 중시하지만 공동체적 윤리를 동시에 발전시킨 공화주의의 오랜 전통이 미국사회의 정신적 지주이다. 이런 경우 세대의 변동력은 희석된다. 또는 사회의 지배이념과 결합하여 급진적 모습을 띠지는 않는다. 프랑스의 68혁명에서 학생운동이 노동운동을 촉발해도 계급정당에 의하여 수렴되는 이유가 이것이다. 세대가 표방하는 이념과 변동의 충격파를 완충하거나 여과하는 기제가 이미 잘 발달되어 있는 것이 선진국의 모습이다. 한국의 경우는 세대의 변동요구를 수렴하거나 정련하는 기제가 없다. 오히려 정치권과의 직접적 대결양상으로 치달아 결국 무엇인가 중대한 변화로 귀결되고야 만다. 2004년 4.15 총선에서 젊은 세대가 대거 국회로 진출한 것은 바로 이런 이유에서이다. 정당을 거치지 않고, 또는 정당에서의 정치훈련 과정을 거치지 않고 국회라는 정치의 중앙무대로 진입하는 것이 가능해지는 이유이다. 세대를 변동의 '기능적 대체물' 이라고 할 것까지는 없겠으나, 다른 중요한 여과기제가 결여된 상태에서 젊은 세대의 요구가 사회의 핵심원리와 결합하는 상태가 자주 연출되는 것이 한국사회의 특징이라고 하겠다.

그런데, 재미있는 사실은 한국사회에서 세대격차, 세대변동을 부정적으로 보는 시각이 지배적이라는 점이다. 이런 양상은 특히 기성세대에게 일반적이는데, 기성세대는 젊은 세대의 도전과 이의제기를 부정적으로, 심지어는 모험적 관점에서 보려는 경향이 짙다. 기성세대는 젊은 세대들의 도전에 직면하여 과거로 돌아가려는 경향이 농후하다. 말하자면, 몸을

움추린다. 기존의 사회질서의 원리가 반드시 정당하고 옳은 것이라고 생각하는 것은 아니라도 젊은 세대들의 도전을 비합리적, 파행적으로 해석하려 한다. 이런 경향은 특히 최근 몇 년간 진행된 사건을 대하는 기성세대들의 태도에서 잘 드러난다. 붉은 악마에 대하여는 열광을 표했던 기성세대들은 촛불시위와 탄핵반대데모에 대하여는 자극히 부정적이고 불편한 심기를 드러냈다. 심지어는, 기성세대의 중추신경인 반공이념을 거스르는 행위라고까지 극단적인 의구심을 나타내었다. 이는 기성세대와 젊은 세대간 이념적 전선이 발생하고 양자간에는 화합할 수 없는 심각한 원리충돌이 존재하고 있음을 입증한다. 여러 가지 여론조사에서도 이런 충돌의 모습이 나타난다. 물론, 변동을 거부하고 기존질서의 장점을 환기시키고 있다는 점에서 기성세대의 부정적 시각을 경시할 필요는 없지만, 변동의 장기적 관점에서 본다면 아무리 부정적으로 생각되더라도 젊은 세대들의 가치관이 왜 그렇게 바뀌었는지, 그것의 배경은 무엇인지를 우선 질문하고 이해하려는 태도가 필요하다고 하겠다. 그러나, 한국의 기성세대는 젊은 세대들의 세계관을 거부한다. 부정적 시각은 역으로 젊은 세대들에게도 마찬가지로 마찬가지이다. 젊은 세대에게 기성세대는 수구보수의 이미지, 변화를 거부하는 시대착오적 이미지로 다가오는 것이 사실이다. 그래서 양자 간에는 화해할 수 없는 전선이 성립하는 것이다. 젊은 세대가 기존 원리에 이의를 제기하고 나서는 이유는 물론 기성세대의 실패 에 있다. 기성세대는 왜 우리가 실패하였는가라고 반분한다. 산업화의 주역으로서 국가를 이만큼 성장시킨 그 공헌을 감사하게 생각하지 못하는 젊은 세대에게 이취움과 섭섭함을 표현하는 것이 이즘음의 정서이다. 그러나, 곰곰 따져보면, 젊은 세대의 반역은 기성 세대의 실패로부터 나온다는 것은 동서양을 막론하고 언제나 성립하는 진실이다. 기성세대가 과도하게 성공했다고 젊은 세대가 저항을 그만두는 것도 아니다. 젊은 세대는 항상 저항한다. 경제적 풍요를 일궈낸 1950년대의 미국에서 ‘이유없는 반항’ 을 주도한 세대가 태어나듯이, 젊은 세대는 이유없는 반항, 근거없는 반항을 제기한다. 그것이 아무리 비합리적이라고 하여도 그 저항과 반항 속에는 미래를 향한 발전의 에너지가 깃들여 있다는 점을 놓쳐서는 안된다. 한국 역시 마찬가지이다. 기성세대는 산업화에 성공했다. 그것만으로 젊은 세대의 저항을 덮으려고 한다면 잘못이다. 젊은 세대의 저항에는 언제나 이유가 있으며, 미래를 다른 방법으로 모색하고자 하는 원심력적 탐험의 정신이 숨어 있다고 봐야 한다. 부정과 비리로 얼룩졌던 한국사회가 특히 그러하다.

따라서, 세대의 도전을 부정적으로 보려는 시각을 거두고 그 속에 어떤 정신이 들어있는지, 그것이 지향하는 바가 무엇인지, 왜 젊은 세대가 그런 방향으로의 모험에 나섰는지를 물어보는 것이 중요하다. '세대간 이해'는 세대활력을 통해 발전을 구가하여 왔던 한국사회에서 무엇보다 중요한 시대운영의 지혜이다. 이 연구가 청년세대의 이해에 초점을 둔 것도 이런 배경에서이다.

2. 세대교체와 한국사회

2.1 New Time, New Generation

한국은 바야흐로 새로운 시간(New time)을 맞고 있다. 시간적으로 21세기라는 새로운 시간적 의미만이 아니라, 정치, 경제, 사회적으로 큰 폭의 변동이 일어나고 있는데 기존의 원리를 교체하려는 열망이라는 관점에서 미래발전적 함의에 각별한 주목을 요한다. 정치적으로는 권력교체, 경제적으로는 성장패러다임의 전환, 사회적으로는 기존 권력의 붕괴와 함께 이른바 '설득적' 권력의 형성이다. 이 각각의 과정은 새로운 세대의 부상이라는 세대론적 의미를 동반하고 있다.

우선, 정치적 시간이다. 장기변동의 관점에서 한국은 1961년 군사정권의 등장과 권위주의체제의 수립이라는 1차적 변동, 1987년 이후 2002년 대선까지 민주화 이행이라는 2차적 변동을 겪었으며, 2002년부터 현재까지는 민주주의의 완성과 더 높은 단계로의 발전이라는 3차적 변동을 겪고 있는 중이다. 특히, 지난 2년 동안 진행된 권력집단의 교체는 민주주의의 질적 발전과 새로운 권력집단의 창출이라는 점에서 각별한 주목을 요한다. 말하자면, 질적으로 다른 정치적 시간을 맞고 있는 셈이다. 노무현정권의 탄생은 기존 권력과는 다른 지배집단의 전혀 다른 지배집단을 등장시켰다. 노무현대통령 자신도 서민출신으로서 대통령이 권력자라는 기존의 낡은 인상을 부식시키려고 노력하고 있으며, 서열과괴를 통하여 국가기구를 운영하던 기존의 관습을 타파하고자 했다. 그 결과, 정치권에서 새로운 지배집단이 등장했는데, 이들은 경제력과 사회적 권위가 없는 사람들로 이루어졌음에 주목할 필요가 있다. 민주화에 몸을 바쳤다는 공통점 외에 기존의 지배집단의 표상이었던 부자, 신분높은 사람, 고학력자 등의 기준이 사라졌다. 4.15총선은 한국사회에서 진보정치를 태동시키는 출발점으로서의 의의를 갖는다. 2002년 대선이 기존 대통령의 이미지와는 너무나 다른 서민적 이미지를 각인시키는 데에 공헌하였다면, 2004년 총선은 국회의 구성원을 대거 바꾸어 놓았다. 299명 중 187명이 초선의원이라면, 거의 2/3에 해당하는 인물이 교체된 것이다. 주로 시민운동, 노동운동, 학생운동, 빈민운동 등 사회운동 경험에 몸담았던 사람들로 채워졌다는 것은 정치권력층이 교체되었음을 의미한다. 이들은 과거의 정치인들

과는 달리 진보적 성향을 표방하고 있다는 점도 특징적이다. 민노당의 출현은 이런 의미에서 상징적이다. 말하자면, 한국사회에서 진보정치가 태동한 것이다. 향후 이들이 표방하는 진보정치가 어떤 방향으로 갈 것인가는 논외로 하더라도, 한국의 정치가 새로운 시간을 맞고 있는 것만은 분명하다.

둘째, 경제적 시간이다. 주지하다시피, 한국은 주변국에서 중심국으로 진입하는 데에 성공한 세계의 유일한 국가이다. 산업화에 성공한 것이다. 1961년 이후 1979년까지의 박정희 체제가 산업입국의 기초를 닦았다면, 1980년부터 2002년까지는 경제적 도약의 기틀을 만들고자 하였다. 정보화, 금융화, IT, BT산업의 성장, 서비스부문의 확대 등이 2차 도약의 수단이었다. 그런데, 1997년의 IMF사태는 고도성장의 맹점이 어떤 것인지를 극명하게 보여주었고, 국가주도 패러다임의 허점이 어디에서 유래하는가를 알려주었다. 한국은 이제 제 3의 도약으로 나아가할 시점에 와있다. 그 핵심적 수단이 정보화가 될런지, 아니면 다른 어떤 산업부문이 될런지는 아직 미지수이지만, 1만불의 경제여력을 바,탕으로 2만불, 아니 3만불을 향한 도약을 준비해야 하는 시점에 와 있는 것이다. 새로운 경제패러다임을 만들고, 그것을 토대로 명실공히 선진국으로의 진입을 이뤄야 하는 시대적, 국가적 과제에 직면해 있다.

셋째, 사회적 시간이다. 한국사회는 경제성장 및 민주화와 함께 기존 사회원리의 유효성이 현격하게 퇴색하였다. 가장 주목할 만한 것은 권위주의와 권위적, 위계적 조직운영의 퇴색이다. 가정, 기업, 정부 어디에도 상급자의 권력은 과거의 위계적 성격을 탈피하라는 압력에 직면했으며, 많은 부분 위계적 권력은 효과가 없다는 것이 입증되고 있다. 젊은 세대는 자신들의 이해와 관심을 전혀 고려하지 않고 공동체적 이익과 일사분란한 질서를 요구하는 상급자의 명령을 거부하고 있으며, 합리적, 정서적 감동을 동반하는 명령을 권력을 요구한다. 과거 사회질서를 운영하던 권력을 위계적 권력(hierarchical power)이라고 한다면, 젊은 세대가 원하는 권력은 설득적 권력(persuasive power)이다. 기성세대가 만들었던 위계적 권력(hierarchical power)은 급속한 와해 과정에 있으며, 사회의 주요 연령층으로 성장한 젊은 세대는 그것을 교체하는 새로운 권력, 즉 설득적 권력(persuasive authority)을 창출하고자 한다. 위계적 권력을 대체하여 설득적 권력이 자리나고 있는 것이다.

위계적 권력이란 전통적 권력 자원에 내재된 억압(coercion), 조작(manipulation), 영향력(influence)의 행사를 지칭하며, 설득적 권력은 '자발적 복종' 또는 '감동을 통한 복종'을 이끌어내는 유인(inducement), 격려(encouragement), 설득(persuasion)의 속성을 가진 권력을 의미한다. 위계적 권력은 포스트 모던 사회에서 영향력을 상실했거나 새로운 세대에게는 극복해야 할 어떤 걸림돌로 여겨지게끔 되었다. 신세대는 설득적 권력을 원한다. 자신들의 내면세계, 문화적 취향, 생활양식과 자연스럽게 접합하면서 어떤 소중한 지침을 내려주는 일종의 가디안적 권위(guardian authority)가 그것이다. 그것은 억압이 아니라 격려의 힘이며, 감동을 통한 유인이다. 자신들이 소중하게 여기는 가치와 조음하지 않는 것, 더욱이는 자신들의 가치판단과 행동양식을 혼육하는 권력을 진정한 권력으로 간주하지 않는다. 감화 없는 권력은 억압이고, 설득을 동반하지 않는 권력은 조작일 뿐이다. 자발적 동원을 이끌어내는 힘의 행사가 바로 민주주의적 권력개념의 핵심이라면, 신세대는 기성세대보다 훨씬 더 민주주의적이다. 기성세대는 싫은 것을 싫다고 말한 경험이 없다. 거부와 거역의 경험 부재는 위계적 권력이 만들어 놓은 기성세대의 행위양식이다.

이것은 기성세대를 규율하던 위계적 권력에 대한 신세대의 '존경의 철회' (withdrawal of respect)를 뜻한다. 존경받지 않는 권력은 더 이상 권력이 아니다. 신세대가 존경을 철회하는 데에 동원한 정신적 무기는 평등주의였다. 평등주의(egalitarianism)는 기성세대가 성공의 사다리(ladder of success)를 타고 오르는 데에 썼던 정서적 자원이었는데, 신세대가 이것을 기성세대의 권력을 거부하는 과정에서 가장 효율적이고도 손쉬운 자원으로 활용한 것이다. 신세대의 평등주의는 기성세대로부터 물려받은 유일한 정신적 자산이다. 기성세대가 궁핍으로부터 탈출하고 입신출세와 축재를 향해 내달리도록 스스로를 독려했던 마음의 습관이 신세대에게는 위계적 권력을 와해시키는 무기가 된 것이다. 평등주의는 위계적 질서를 배척한다. 너와 내가 같고, 부자와 빈자가 평등해야 한다. 선생과 학생이 동등한 권리를 갖고 있으며, 선배는 후배에게, 선임자는 후임자에게 어떤 명령을 강요할 근거는 희박하다고 믿는다. 기회의 평등을 포함해서 결과적 평등이 이루어져야 한다고 생각한다. 사회적 권력이 그것에 부여된 책임성과 도덕성을 동시에 실현하지 못한다면 거부되어도 마땅하다고 믿는다. 사회적 위신과 지위가 높은 집단이 부정과 비리집단으로 밝혀진다면 존경심을 철회하는 것이 합리적이라고 믿고, 그런 일들이 다반사로 일어났다. 상급자가

덕과 교양이 결여된 자라면, 직위와 직책만으로 행사하는 권력은 영향력을 상실한다. 기업에서 규율은 예전 같지 않다는 것이 사오십 대 상급관리자의 일반적 불평이자 고충이다.

과도하게 표현한다면, 기성세대는 '자율세대'의 냉소의 대상이 되었다. 변신하지 않은 대가를 치르고 있는 것이다. 기성세대는 효율성이 다한 위계적 권력을 대체할 새로운 원리를 창출하지 못했다. 변신의 두려움 같은 정서가 개재되었을 것이다. 또는 '거부경험'의 결핍 때문에 대체 원리를 알지 못했을 것이다. 이른바, 베이비붐 세대(baby boomers)와 고령층은 새로운 권력 자원을 만들어내는 데에 실패했기 때문에 신세대의 저항에 무력하다. 그렇다고, 신세대가 새로운 권력자원을 만드는 데에 성공한 것은 아니다. 존경의 철회 이후 평등주의만으로는 권력이 창출되지 않는다. 평등주의와 조용하고 화합하는, 그러면서 사회적 질서를 관할하는 어떤 원리가 필요한 것이다. 그것은 무엇인가? 신세대는 이런 질문에 당면해 있다. 다시 말해, 한국사회는 사회적 측면에서도 새로운 시간을 맞고 있다.

2.2 젊은 세대는 누구인가? 인구변동의 관점

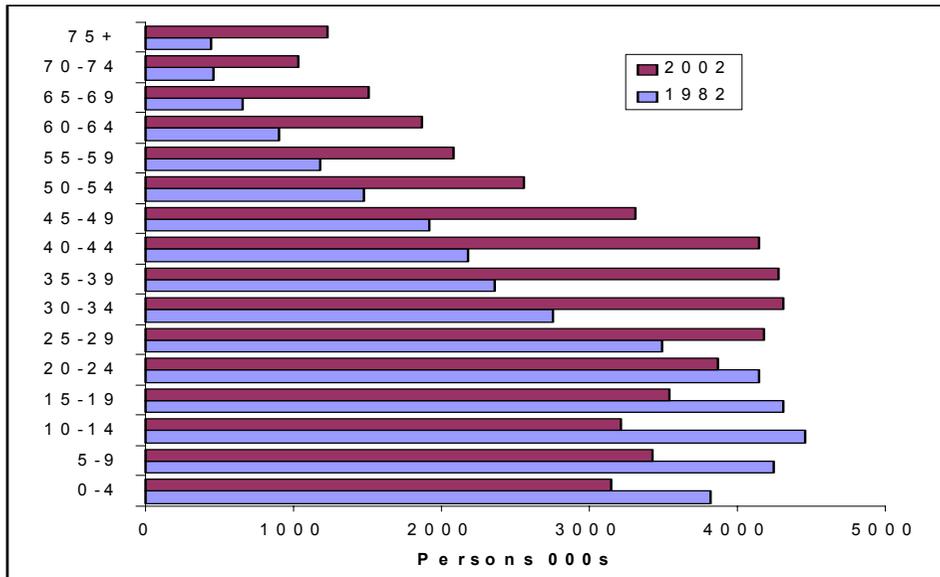
한국사회에서 젊은 세대는 누구인가? 흔히 2030으로 불리는 연령집단이 젊은 세대로 불리는데, 그것은 50대와 60대 연령층인 기성세대와 확연히 구분되는 세계관을 갖고 있기 때문일 것이다. 2002년대선과 2004년 총선에서 2030은 5060과 경쟁했으며, 여러 가지 측면에서 대결구도를 형성하여 왔다고 해도 무리가 아니다. 대선과 총선의 투표행위를 보면, 20대와 50대가 가장 다르고, 30대와 60대가 확연히 구분된다. 40대는 그 중간 연령층으로서 양 집단의 평균적 성향을 보였다고 할 것이다. 최근 문제가 되고 있는 미국과 북한과의 태도에서도 두 집단은 매우 커다란 성향차이를 보이고 있다. 2030이 5060에 비해 반미성향이 강하고 친북성향이 크다는 것은 잘 알려진 바이고, 40대는 양자의 평균적 태도를 보인다. 그러나, 다른 관점, 예를 들면, 개방성과 진취성 항목에서는 30대와 40대가 더 강한 집착을 보이고, 20대가 보수적 태도를 보이는 때도 종종 발견된다. 그러므로, 2030을 통틀어 젊은 세대로 규정하는 것은 5060과의 비교론적 관점에서 유용한데, 그럴 수록 세대 내부의 차이에 대하여는 소홀히 취급할 우려가 있는 것이다. 따라서, 젊은 세대를 5060과

대비하여 2030의 연령층으로 규정하는 것이 일반적이지만, 이러한 세대간의 차이를 포함하여 2030 내부의 세대내 차이에도 관심을 기울이는 것이 바람직하다. 왜냐하면, 측정항목에 따라 2030 내부의 세대집단별 차이도 매우 중요한 변동론적 함의를 갖고 있기 때문이다.

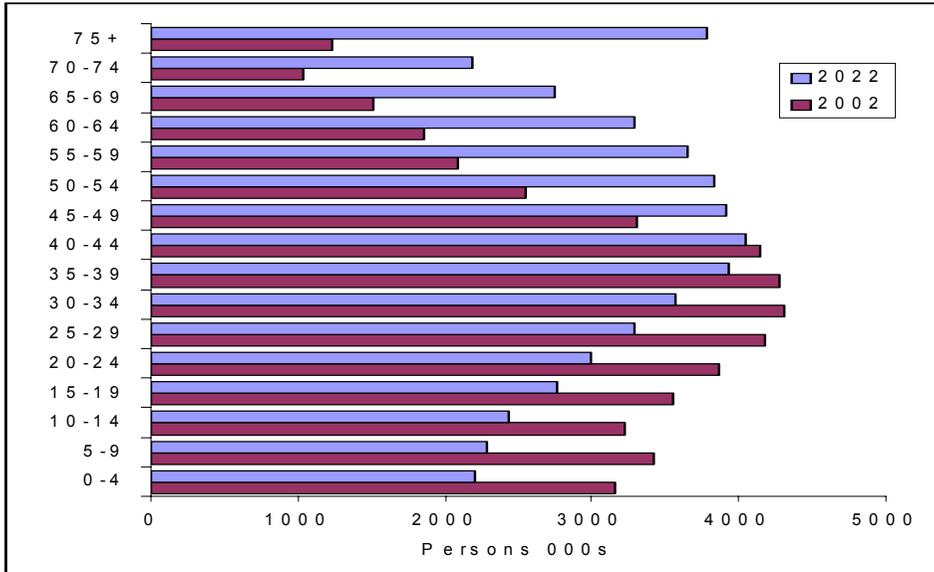
아무튼, 2004년 현재의 시점에서 한국의 젊은 세대는 20대와 30대를 지칭하는 것이 적절하다. 여기에 정치적 시간을 고려한다면, 1980년도에 대학에 입학하여 광주사태를 목격한 세대(대학으로 말하면 80학번)를 포함하는 것이 좋다. 이들은 현재 나이로 43세이다. 그러므로 20세-43세까지를 젊은 세대로 분류하는 것이 좋을 듯하다. 그러면서, 이들 세대 내부의 차이에 대하여도 주목하는 것이 필요하다. 이에 대하여는 후술할 예정이다.

2030 (또는 2043)의 연령집단은 인구학적 관점에서 전체 인구의 절반가량을 점하고 있다. <그림 1>과 <그림 2>에서 보듯이, 젊은 세대는 1980년 이후 20년 동안 양적으로 크게 확장되었다. <그림 1>은 1982년에서 2002년까지의 인구분포이고, <그림 2>는 향후 20년간의 인구변동을 집약적으로 나타내고 있다. 우선 <그림 1>을 보면 젊은 세대의 양적 변화뿐만 아니라, 이들이 어떤 경험을 하였는지를 대략적으로 파악할 수 있다.

인구학적 변동과 세대적 경험의 특징을 몇 가지로 요약하면 다음과 같다.



<그림 i-1> 인구변화, 1982-2002년



〈그림 i-2〉 인구변화, 2002-2022년

2.3 1982년-2002년의 변동

- 1982년에는 29세 이하의 유년층, 청소년층, 청년층이 인구의 절반을 차지하였는데, 2002년에는 그들이 성장해서 인구의 절반 가량을 점하고 있다. 다시 말해, 2040이 인구의 절반 이상을 차지하고 있어서 이들의 세계관이 한국사회를 움직이는 중요한 변수로 부상하였다.
- 이들은 유례없는 학력경쟁을 겪었다. 대학교육이 대중화되어 있지 않았던 1980년대 이전에는 학력경쟁이 그다지 치열하지 않았다. 그러나, 대학교육의 대중화와 진학률의 급상승으로 인하여 대학은 좁은 문이 되었는데, 경쟁의 기준은 학력 그 자체였다. 젊은 세대는 이런 학력경쟁을 혐오하지만, 기성세대는 새로운 경쟁기준을 제시하는 데에 실패하였다. 기성세대에 대한 불신이 증폭되는 이유이다.
- 2040의 급팽창으로 인하여 새로운 가구가 80%가량 증가했다. 새로운 가구의 증대는 주택가격의 급상승을 낳고, 주택마련의 압박을 동반한다. 젊은 세대는 사회로 진출하는 문턱에서 매우 무거운 짐을 지게 됨을 의미한다. 젊은 세대가 사회에 대해 높은 일반적 불신을 나타내는 이유이다.

2.4 2002년-2022년 변동

- 향후 20년 뒤에는 이들이 5060으로 이동하고 지금의 유년층이 2030으로 등장할 것이다. 최근 출산율의 급격한 저하현상으로 미루어 양적 측면에서 5060은 2030보다 훨씬 많은 비율을 점할 것이다. 2030의 양적으로 작은 비율을 점할 뿐이다.
- 그러나, 취업시장에서 고학력 전문가의 비율은 급증할 것이다. 향후 20년 뒤의 취업 시장은 70% 정도가 전문직이며, 이들을 위해 고학력, 평생교육, 재취업훈련과 적응 훈련 등이 각광을 받을 예정이다.
- 아동의 비율은 현격히 줄어들 것이다. 현재의 유년층보다도 더 작은 비율을 점해서 유아와 아동의 규모는 전례없이 작아질 것이다.

이 두 개의 그래프를 보면, 2002년을 기준으로 젊은 세대의 인구 비중이 절정에 달하고 있음을 알 수 있다. 그들은 인구학적 관점에서 절대 다수이며, 기성세대보다 더 동질적인 경험을 했고 (예를 들면, 풍요의 시대), 취업시장과 학력시장에서 매우 극심한 경쟁시장을 통과하면서 합리적 경쟁과 합리적 기준, 공정성 등에 대한 열망이 기성세대보다 비교할 수 없을 정도로 크다는 것을 짐작할 수 있겠다. 그렇다면, 이들은 집합적으로 어떤 경험을 하였으며, 2030세대 내부집단의 차이는 무엇인가? 경험의 차이가 발견된다면 그것은 향후 한국사회의 진로에 어떤 영향을 미칠 것인가?

2.5 세대 경험과 세대 '내' 차이

2.5.1 세대 경험

5060은 산업화 시대의 세대인 반면, 2030세대는 빈곤과 가난에서 벗어난 세대이자 독재에 저항한 민주화 세대, 세계화의 물결 속에서 시장경쟁과 투명성의 중요성을 터득한 세대라고 하겠다. 선진국과 같은 물질적 풍요는 아니더라도, 비교적 풍요로운 시대에 성장했으며, 자신들을 산업화의 규칙과 구조적 제약에 구속시키지 않았던, 그러면서 자아실현을 무엇보다 중시했던 세대이다. 그러므로, 2030의 세계관은 5060의 그것과 질적으로 차이가 난다는 것은 자명하다. 2030세대의 세계관을 형성했던 구조적 요인과 특성을 <그림 3>과 같이 요약할 수 있을 것이다.



<그림 i-3> 2030세대의 경험

첫째, 민주화 투쟁이다. 민주화 투쟁은 흔히 386세대로 불리는 연령집단의 가장 치열한 경험이었다. 민주화 투쟁이야말로 한국사회에 특유한 386세대를 탄생시켰다. 이들은 1980년-1987년 간의 전두환 체제에서 학생저항운동을 주도했던 세대이며, 매우 억압적이었던

강성 권위주의에 대항하여 변혁운동 내지 혁명을 지향했던 세대였다. 그들은 맑시즘과 사회주의이론으로부터 혁명이론을 만들었고, 그것을 실천에 옮기고자 했다. 여러 유형의 이론그룹이 만들어지고, 그에 따라 비밀 결사조직과 같은 혁명그룹이 결성되었다. 민청, 사노맹 등등이 그런 유형의 전위조직이었는데, 강성 권위주의의 억압과 검열, 사찰에 의하여 많은 사람들이 감옥살이를 경험하기도 하였다. 민주화 투쟁은 386세대에게 변혁의 열망을 피우게한 핵심 경험이라고 하겠다.

둘째, 경제적 풍요와 감성문화. 앞에서 언급하였듯이, 1980년대와 90년대는 국민소득이 5천불에서 1만불로 늘어났던 때였다. 그런 만큼, 국민들의 경제생활을 점차 풍요로워졌으며, 일과 노동에서 여가와 취미생활로 관심이 이전되었던 시기였다. 386세대가 민주화 투쟁을 전개하던 이면에서, 문화소비와 문화창조의 열풍이 불었던 것은 무척이나 대조적이다. 문화는 투쟁의 논리와 감각을 일깨워주는 놀이마당이었으며, 권위주의체제에 대한 냉소와 성찰을 담은 영상, 연극, 음악, 회화 등이 활발하게 전개되었다. 이는 1990년대에 청년이 된 세대에게 문화적 소비와 창조의 방법을 터득하게 해주었으며, 이를 통하여 2030세대 내부의 그룹간 격차를 줄이게 하는 데에 일조했다. 문화적 동질성, 문화적 연대성이라는 개념들을 중심으로 세대간 협력행동이 가능했던 것이다.

셋째, 세계화의 경험이다. 세계화는 1990년대 초반 이후 한국사회의 개방성을 증진시키고 국민들로 하여금 세계상황에 대한 인식을 고조시켰던 변화이다. 세계화는 시장개방과 무역증대로 이루어진다. 세계금융의 활성화, 다국적 기업의 진출, 신자유주의의 영향력 확대 등이 세계화의 주요한 추동력인데, 권위주의 체제하에서 비교적 폐쇄성을 유지했던 한국사회에 매우 커다란 충격파를 던졌다. 한국은 세계시장의 급격한 변화물결에 적응해야 했으며, 시장개방의 압력에 적절한 대응책을 마련해야 했다. 오랜 동안 폐쇄된 상황에서 살아왔던 기성세대에게 세계화는 커다란 충격이었던 반면, 치열한 경쟁과 개방적 환경에서 성장했던 젊은 세대에게 그것은 오히려 진취적 성향의 중요성을 일깨워주었던 자극제였다. 세계화는 열린 시장과 열린 경쟁으로 한국사회의 환경을 이전시키는 역할을 했다. 그것은 기성세대의 경험과 구별짓는 젊은 세대의 성장배경이었다.

넷째, 사회적 불신과 존경의 철회. 앞에서 언급하였듯이, 젊은 세대는 기성세대의 권위를 부정하고 새로운 권위를 구축하려 한다. 기성세대의 권력은 위계적 권력의 속성을 갖고

있었으며, 사회를 운영하는 주도층은 일종의 폐쇄적 엘리트씨클을 이루어 왔다. 연고주의와 연줄, 학력위주의 인사 등이 엘리트씨클의 폐쇄성을 강화했던 주요인이었는데, 개방성과 합리적 경쟁을 요구하는 젊은 세대에게 이것은 기득권층의 보수적 태도로 인식되었던 것이다. 젊은 세대가 기존 권력에 대한 존경의 철회를 감행한 것은 개방과 경쟁을 향한 그들의 요구가 좌절되었음을 느끼기 시작한 것과 때를 같이 한다. 엘리트씨클은 부정과 부패, 비리, 부정축재 등의 온상임이 밝혀지고, 사회적 지위를 활용하여 여러 형태의 부정행위가 암암리에 지속되어 왔다는 것이 밝혀지면서 사회주도층에 대한 불신은 증폭되었다. 한국사회에서 신뢰는 거의 소멸되었다. 신뢰란 사회발전을 위한 매우 중요한 사회적 자본(social capital)인데, 신뢰를 줄 수 있는 공적 행위자는 매우 드물었던 것이 저간의 사정이다. 젊은 세대는 스스로 존경할 수 있는 대상을 찾아 나서거나, 신뢰할 수 있는 권력과 권위를 새롭게 만들어내고자 한다. 그것은 기존 권력의 붕괴와 새로운 권력의 구축현상으로 나타난다. 기업, 학교, 정부 등등의 모든 사회조직에서 이런 현상이 빠르게 진행되었다.

2.5.2 세대 '내' 차이

2030과 5060의 세대간 차이만큼 2030의 세대 내 차이도 크다. 그러나, 90년대 이후 지금까지는 이른바 문화적 연대라는 운동적 기류 속에서 그 차이는 억제되었다. 권력교체 또는 한국사회의 변혁이라는 세대사명을 성취한다는 운동론적 목표가 차이의 발현을 억제한 것이다. 그러나, 일단 권력교체라는 젊은 세대의 목표가 완수된 만큼, 지금부터는 그들의 세대내 차이가 점차 증폭될 전망이다. 아무튼, 젊은 세대의 세대 내 차이는 다음과 같이 관찰될 수 있다. 2030세대는 3개의 서로 다른 연령집단으로 구성된다. 2004년을 기준으로, 그리고 대학의 학년을 기준으로 구분하면 다음과 같다.

386세대 변혁운동의 주류를 이루는 연령집단으로서 학번으로는 80학번에서 87학번까지이다. 이들은 현재 35세-43세의 연령층을 이루고 있으며, 일반 기업에서는 과장-부장의 직위를 점하고 있다. 이들 세계관의 특성은 변혁과 혁명이다. 민주화 투쟁의 최전선을 담당했다는 과거의 경험이 이들로 하여금 혁명 열망을 갖도록 한 것이다. 혁명 열망은 정치

권에 진출한 신인들에게서 가장 뚜렷하게 나타나는데, 정치권 외에 경제영역과 문화영역에 포진한 다른 세대원들에게는 개혁적 정서로 발현된다. 과거처럼 치열한 것은 아닐지라도, 사회현장에서 모순과 비리를 척결하고, 구조개혁을 이루고자 하는 열망이 매우 강하다. 정적으로는 진보적 성향, 경제적으로는 진취적 성향, 사회적으로는 개방적 성향을 표방한다.

방황세대(과도기 세대) 1988년-1993년에 대학을 다녔던, 현재로서는 30세-34세 연령층이다. 386세대가 혁명세대로 불리는 반면, 이들은 사회주의권의 붕괴와 정치적 개방으로 인하여 새로운 정체성을 수립해야 했던 과도기적 시기를 보냈다. 이념적으로는 386세대와 호흡을 같이 하면서도 이념적 행위의 현실성에 회의를 가졌기 때문에 방황세대라고 할 수 있다. 새로운 역할의 정립, 새로운 정체성의 모색이 이 세대의 특징일 것이다. 이들은 386세대가 표방했던 이념을 포기하면서 현실적 생활로의 귀환, 즉 사회진출의 길을 택했다. 386세대와 함께 사회현실 속에서 개혁의 길을 찾았는데, 386세대가 여전히 개혁열망을 견지하였다면, 방황세대는 풍요로운 경제와 세계화의 물결 속에서 다양한 적응의 길을 개척하였다고 할 것이다. 새로운 정체성의 모색이라는 점에서 이들은 매우 극심한 갈등과 함께 어려운 현실 적응과정을 겪었다고 하겠다.

탐닉세대 1994년 이후 현재까지 대학에 진입했던 연령층으로서 지금의 20대가 이들이다. 방황세대가 정체성을 찾아 과도기적 경험을 충분히 해준 덕택에 이들은 바로 문화적 소비와 창조라는 감성의 세계로 진입할 수 있었다. 자아실현, 자아를 찾는 여행과 모험을 과감하게 실행에 옮길 수 있었던 것은 과도기적 세대가 길을 열어준 때문이었으며, 정보화라는 인프라가 제공되었던 때문이기도 하다. 인터넷은 그들이 미지의 세계로 나서게 하는 창구 역할을 했다. 세계인과의 만남, 미지의 사람들과의 만남이 사이버공간에서 자유롭게 이루어졌으며, 이념과 이론의 복잡한 세계로부터 문화적 공감의 유희적 세계로 탈출하는 것이 가능해졌다. 공동체보다는 자기 자신의 멋과 개성을 중시하는 개인주의가 이들의 세계관의 핵심요인으로 자리잡았다. 이들을 탐닉세대로 규정할 수 있는 이유는 문화적 소비와 감성 세계와의 자유로운 접촉을 통하여 새로운 상징, 새로운 언어, 새로운 감각을 생산하고 교

환하는 것을 이 세대의 주요한 행위양식으로 만들었기 때문이다. 이런 교환과정 속에서 새로운 문화가 생산되었다. 디자인, 예술, 감성적 문화와 영상이 활발하게 만들어지고 소비되었으며, 이념적 요인도 패션(fashion)이라는 멋과 맛의 세계로 용해하는 것을 즐긴다. 붉은 악마, 촛불시위, 탄핵반대데모의 주역이기도 했던 이들은 이념을 감각으로 바꾸고 정치적 투쟁도 문화적 축제로 전환시키는 특징을 갖는다.

물론, 이와 같은 묘사는 이념형적이다. 386세대의 특징을 갖는 20대가 있을 수 있으며, 전혀 이념적이지 않은 386세대도 많이 있다. 그러나, 세계관의 특징을 가리고자 할 때 이러한 관찰이 가능할 것이다. 중요한 것은 2030이 이런 내적 차이에도 불구하고 하나의 세대 단위로 행동하였던 것은 공동 목표가 존재했기 때문이었다. 기성세대에 대한 저항, 기성세대가 만들고 강요했던 원리에 대한 거역이 그들의 공통적 기표였으며, 대항할 상대가 존재하는 그들은 항상 하나의 의식단위이자 행동단위였다. 이것이 2004년 4.15총선까지 이들이 보여주었던 행동이다. 그러나, 권력교체가 어느 정도 완성되고 한국사회의 구조를 지탱하였던 원리가 빠르게 바뀌면서 이들은 각자의 세대적 특성으로 돌아가고자 할 것이다. 이제부터는 2030의 동질성보다는 내부적 차이가 더욱 현저하게 발현되는 시대가 전개될 전망이다.

3. 연구의 목적과 방법: 청년자원 프로그램의 현황과 필요성

3.1 청년자원프로그램

청년은 사회의 미래이다. 청년은 미래발전의 방향을 결정하고 한 사회의 특성을 좌우한다. 청년집단의 면면을 보면 미래상을 어느 정도 짐작할 수 있다는 것은 과장이 아니다. 청년집단이 활기에 넘친다면 미래는 밝다. 그러나, 패배의식과 열등감, 좌절감이 팽배해 있다면 사회의 미래는 어둡다. 한국은 어떠한가? 한국의 청년들은 진취적이며 의욕에 넘쳐 있는가, 아니면, 매사에 소극적이고 패배의식과 좌절감에 젖어있는가? 외견상으로 보아서는, 한국의 청년은 매우 활기차다. 그들은 치열한 경쟁을 겪었으면서도 경쟁의 비합리성을 개혁하고자 하는 열망이 강하고, 기성세대의 오류를 수정하려는 적극적 자세가 돋보인다. 일본의 청년에 비하여 한국의 청년이 활기차다는 평가는 이런 점 때문일 것이다. 그렇다고, 모든 것이 긍정적인 것만은 아니다. 사실은 한국 청년들의 내면에는 그들이 거역한 원리들과는 다른 새로운 것들을 창출해야 한다는 강박관념이 발견된다. 그러나, 새로운 대안을 만들기란 어렵다. 이것을 어떻게 지원하고 격려해야 하는가? 청년의 발전적 심성을 북돋아주려면 어떤 노력이 필요한 것인가? 이 연구의 목적이 바로 이것이다.

이 연구에서 말하는 청년이란 대개 2030의 연령층에 속하는 사람들이다. 대개 20세-35세 정도의 연령층이 청년이라고 규정할 수 있겠다. 상한 연령을 35세로 정한 이유는 결혼 이후 어느 정도 사회에 정착한 연령이 35세 정도이기 때문이다. 35세가 넘으면 대개는 기성사회를 수용하는 마음자세가 형성된다. 장년으로의 진입준비를 하는 것이다.

한국은 물론 세계 선진국들의 정부 프로그램에는 청년층을 위한 프로그램은 별로 발견되지 않는다. 대개는 대상집단을 청소년에 맞추는 경우가 보다 일반적이다. 청소년이란 취학연령에 있는 사람들로 흔히 중고등학생에 해당한다. 청소년은 여러 가지 정책지원의 대상이 된다. 미국의 연방정부와 주정부에서 청소년발전프로그램(Youth development Program)이 일반적으로 시행되고 있는 것이 그런 예이다. YMCA, YWCA 등과 같은 공적기관들도 청소년 프로그램을 운영하고 있으며, 지역에 따라서 종교기관과 연합하여 청소년을 위한 다양한 프로그램이 실행되고 있다. 정부차원에서도 '청소년 육성 6개년계획'을

만들고 대통령이 주재하는 청소년 특별회의 같은 것이 운영되기도 한다. 이런 사정은 선진국의 경우 대체로 비슷하다. 그런데, 취학연령 이상의 연령층은 정부와 지역의 사회복지제도도 편입되어 있다. 말하자면, 국가 차원과 지역차원에서 시행되는 공공복지 정책의 대상인 것이다. 그런 까닭에, 이 연구에서 관심을 두는 청년층(20세-35세)을 위한 배타적 프로그램은 별로 존재하지 않는다. 실업정책, 창업지원정책과 관련된 하위 프로그램은 주 대상이 청년층이기에 ‘청년프로그램’에 속하기는 하지만, 별도로 ‘청년프로그램’이라고 부를 수 있는 것은 아니다. 앞에서 강조하였듯이, 청년층이 한 사회의 미래를 좌우한다고 한다면, 청년층을 위한 배타적 프로그램을 개발하고 운영하는 것이 절실하다.

3.2 연구내용과 방법

이 연구는 크게 4개의 주제로 구성된다. 1부는 경기도의 지역적 특성과 경기도 청년의 의식구조 분석이다. 타도와 비교하여 경기도가 어떤 특성을 갖고 있는지를 지역자원, 산업분포, 직업분포 등의 관점에서 살펴볼 예정이고 (1장), 이를 토대로 경기도에 거주하는 청년층(20세-45세)의 의식구조적 특징을 추출할 것이다 (2장). 이 연구에서 청년층을 20세-45세로 잡은 것은 앞 절에서 서술하였듯이 386세대(현재 36세-43세)와 이후의 세대(현재 20세-35세)를 포괄한 까닭이다. 1장의 분석에는 시군구별자료(통계청)를 활용하였다. 2장의 자료는 부연설명이 필요하다. 두 개의 자료를 사용하였는데, 주자료는 성균관대학교 서베이리서치센터가 작성한 “한국종합사회조사자료” (Korean General Social Surevy, KGSS)이다. 이 자료는 성대의 서베이리서치센터가 한국학술진흥재단의 기초학문 육성사업의 지원을 받아 만든 것으로서 2003년 7월부터 세 달 동안에 걸쳐 완성되었다. 이 자료에서 청년층 843명을 추출하여 분석하였다. 이 자료는 한국사회과학도서관 산하 ‘한국사회조사자료아카이브’를 통해 제공받았다. 이 자리를 빌어 자료사용을 허락해준 한국사회조사자료아카이브 담당자에게 감사의 뜻을 표한다.¹⁾ 다른 하나는 중앙일보가 2004년 9월 18일-20일간 조사한 청년층의 정치의식에 관한 자료이다. 이 자료는 중앙일

1) 한국사회조사자료아카이브의 책임자는 성균관대학교 사회학과의 석현호교수다. 아카이브의 목적은 여론조사자료와 기타 사회조사자료들을 수집, 관리해서 연구자들이 활용할 수 있도록 도와주는 데에 있다. 자료의 체계적 관리, 연구자료의 공유 및 편의제공 등에 목적을 두는 매우 중요한 기관이다.

보가 386세대(36세-45세)와 포스트386세대(20세-35세)의 세계관 비교연구를 위해 별도로 시행한 조사자료로서, 전국 928명을 대상으로 전화조사 방법을 활용하였다.²⁾

2부와 3부는 1부의 분석을 바탕으로 경기도청년을 위한 두 유형의 정책제안이다. 경기도 청년의 특성인 '주변성 (marginality)을 극복하기 위해 국내외적으로 두 유형의 정책을 제안하였다. 국외정책으로 제안한 것이 '중국프로젝트' (China Project)이다(2부). 미래개척을 위해 경기도 청년의 시선을 중국을 포함한 동남아시아로 돌리는 것이 바람직함을 역설한 것이다. 이 연구에서는 우선 가장 절실한 출구(exit)로서 '중국프로젝트' 를 제안하였다. 국내정책으로 제안한 것이 '경기청년마을' 이다 (3부). '경기청년마을' 은 기존에 시행되고 있는 여러 유형의 정책들을 청년층에 초점을 맞춰 재구성하거나, 유용하다고 판단되는 새로운 정책메뉴들을 개발한 것이다. 말하자면, '경기청년마을' 은 기존의 정책프로그램과 새로운 정책메뉴를 결합한 '복합정책' 의 명칭이다.

4부는 경기청년마을정책의 활성화를 위한 정보화 전략이다. 2부와 3부에서 제안된 정책메뉴들을 효과적으로 홍보하고 경기도 청년층들의 관심도와 활용도를 높일 수 있는 방안을 제시한 것이다. 경기도청에서 시행하고 있는 도청홈페이지를 여러 각도에서 검토하여, 인터넷 홈페이지에 대한 청년층의 관심을 촉발하고 활용도를 높이는 방법을 제안한 것이다. 청년경기마을의 모든 정책메뉴를 배너형식으로 소개하고 사용자와 정보제공자 간의 의사소통 및 사용자간의 정보교환을 원활히 하는 방법을 구상하고 디자인을 예시했다. 연구의 본문은 편의상 서술식과 개조식을 병행했다.

2) 중앙일보의 조사담당 전문기자인 신창운박사가 작성했다.

1부 경기도의 지역적 특성과 청년세대: 비교분석

1장 경기도의 지역적 특성

2장 경기도 2030세대의 의식분석

3장 경기도 2030의 정치의식

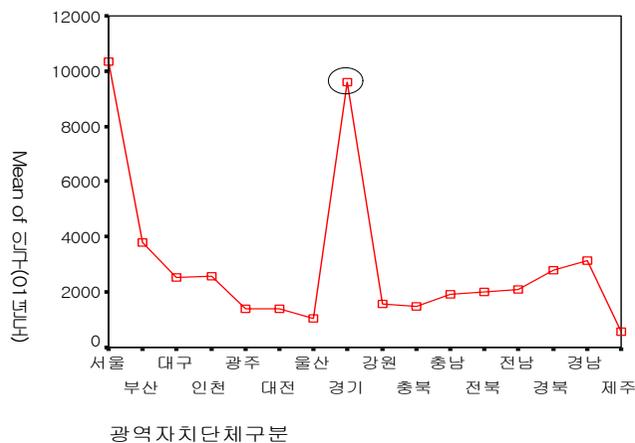
1장 경기도의 지역적 특성

- 경기도 2030세대의 의식과 가치관, 특성을 정확하게 파악하기 위해 먼저 그들 삶의 객관적 조건이 되는 경기도 지역의 여러 가지 특성을 전국 규모 자료와 비교하기로 함.
- 지역적 특성 분석은 크게 두 부분으로 나뉨. (1) 경기도와 나머지 15개 광역자치단체의 비교 (2) 경기도 내 시/군/구 단위에 대한 분석을 통해 경기도의 내부적 이질성을 파악
- 분석에 사용된 자료: 2002년 『시·군·구 100대 지표』 (통계청)

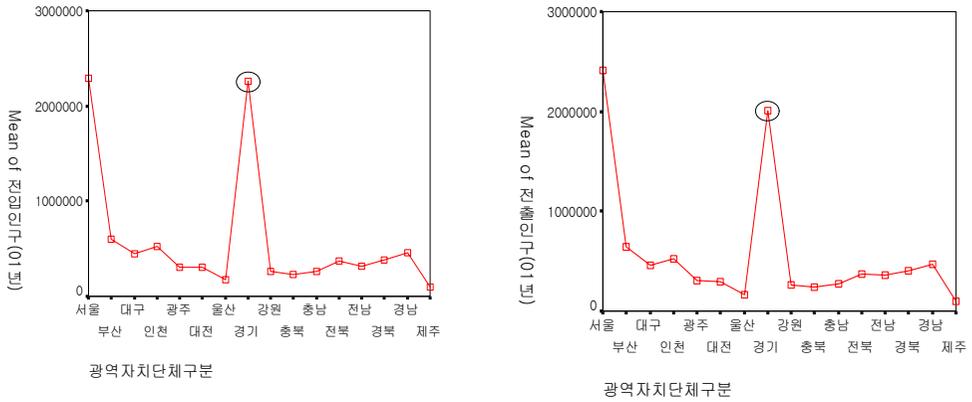
1. 광역자치단체별 비교

1.1 인가와 면적

- 경기도의 총 면적은 10,137km²로 16개 광역자치단체 중 5위에 해당하며, 인구는 약 961만 명으로 서울에 이어 전국 2위에 해당함.
- 반면 넓은 면적으로 인해 인구밀도는 낮은 편이며, 전입인구와 전출인구의 비율이 매우 높음.



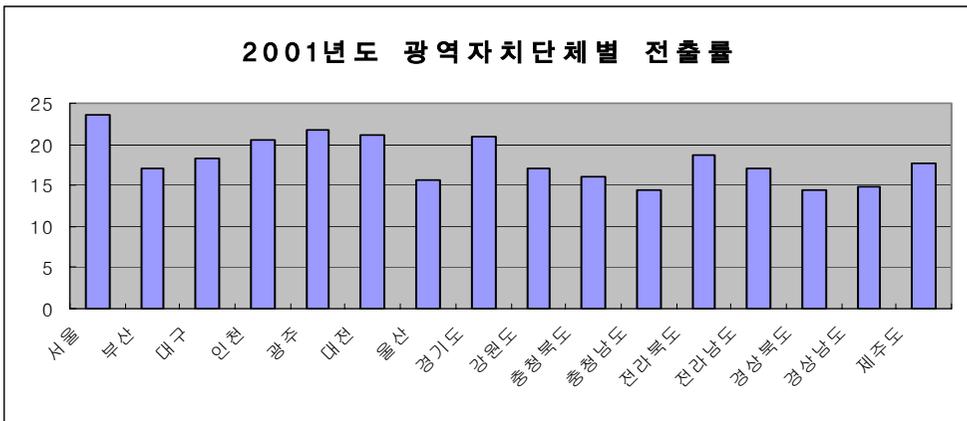
〈그림 1-1〉 광역자치단체별 인구 (단위: 1,000명)



〈그림 1-2〉 광역자치단체별 전입 및 전출 인구

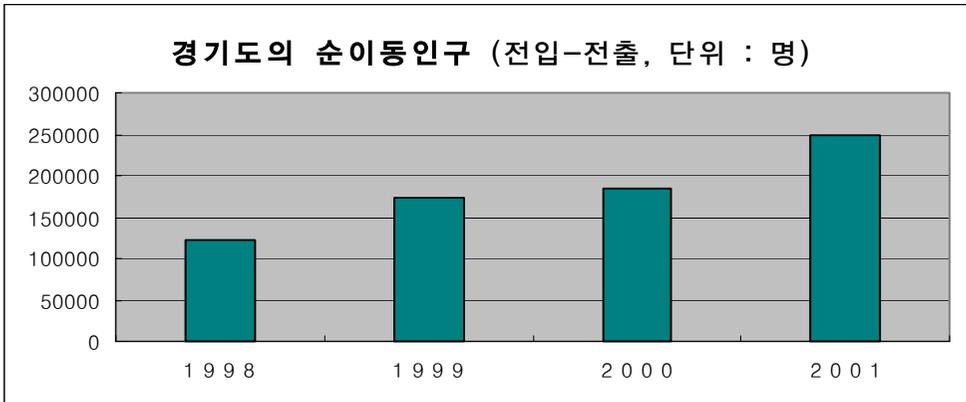
(단위 : 명)

- 인구가동의 측면에서 바라보았을 때 경기도는 상당히 유동성이 크고 역동적인 특성을 보여줌. 2001년도 광역자치단체별 전출률에서 경기도는 전국 16개 광역자치단체 중 서울-광주-대전에 이어 4위를 차지하고 있고, 광역시를 제외하면 가장 압도적으로 높은 전출률을 보여주고 있음을 알 수 있음. 인구가동이 활발한 서울 및 광역시들에 못지 않은 높은 전출률을 보여주는 것은 서울 및 인천 같은 대도시들을 감싸고 있는 지리적 특성을 반영해주는 동시에, 경기도민들의 인구적 특성이 그와 같은 대도시민들의 생활권과 밀접하게 연관되어 있음을 강하게 보여준다고 할 수 있음.



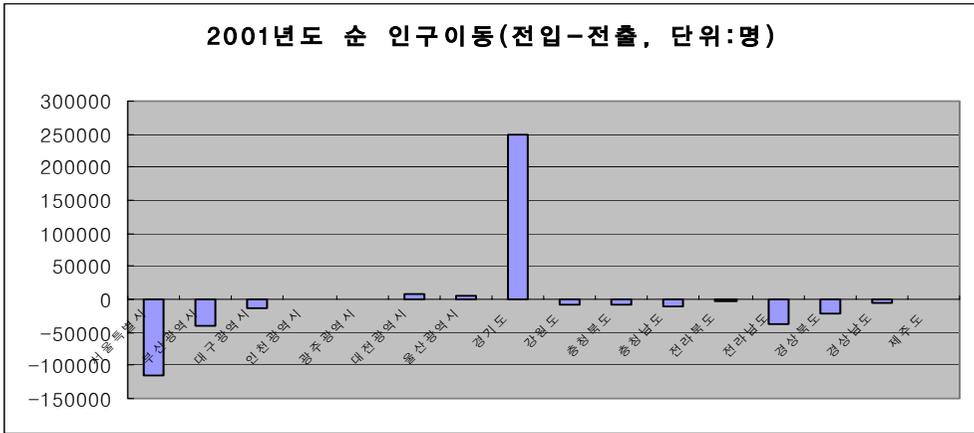
〈그림 1-3〉 2001년도 광역자치단체별 전출률 (%)

- 경기도로의 전입인구와 전출인구를 비교해보면 전입인구가 전출인구보다 많음. <그림 1-2>에서 볼 수 있듯이, 서울 지역의 전출인구가 전입인구를 상회하는 것을 볼 때, 서울에서 경기도 주거지역으로의 인구유출이 상당히 진행됨을 알 수가 있음. 이는 곧 경기도로 전입해 들어오는 사람들의 의식성향과 기대수준이 서울의 그것과 유사할 것이라는 반증이 됨.
- 전입인구에서 전출인구를 뺀 순이동인구를 살펴보면 경기도로 전입해오는 인구의 숫자가 전출인구 숫자보다 점차 증가하고 있음을 볼 수 있음.(2001년) 이러한 전입인구의 증가는 다른 15개 광역자치단체의 인구가동통계와 비교했을때 상당히 두드러지는 현상임



<그림 1-4> 2001년도 경기도 순이동인구

- <그림 1-5>를 살펴보면 전국 16개 광역자치단체 중에서 전입인구가 전출인구보다 많은 자치단체는 대전광역시, 울산광역시 그리고 경기도 밖에 없고, 그 중에서도 경기도로 전입하는 인구가 압도적으로 많은 것을 볼 수 있음.(01년도 기준으로 전입-전출인구가 248,947명임) 서울의 순인구가동량이 -113,949명인 것을 감안하고 그 인구들이 대전이나 울산으로 그렇게 많이 가지 않을 것이라는 점을 가정한다면 이 전출인구들을 거의 다 흡수하는 곳은 경기도일 것으로 사료됨.

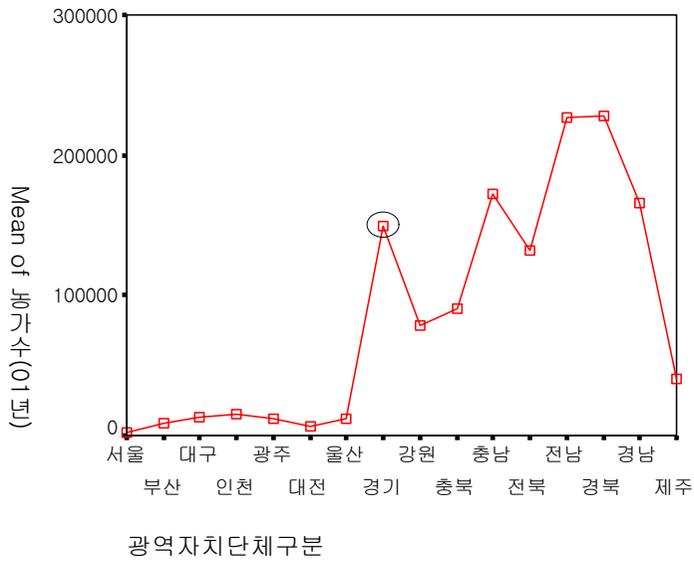


〈그림 1-5〉 2001년도 광역자치단체별 순이동인구

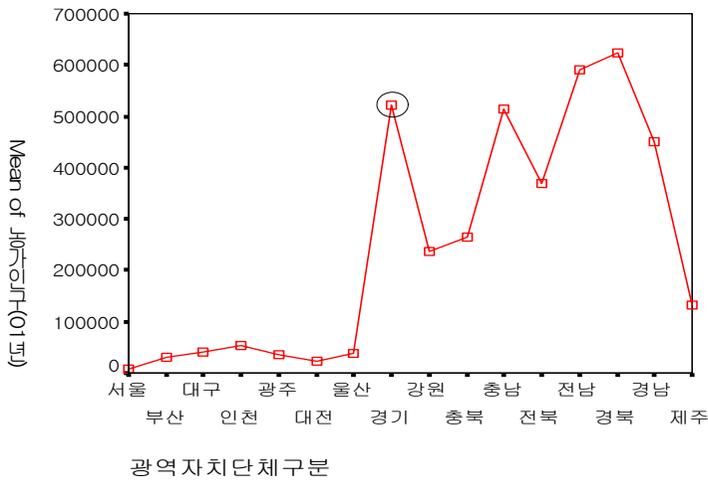
- 전국적인 단위에서 볼 때 경기도로의 인구집중 현상은, 경기도가 서울과 근거리에 있으면서도 지리적으로 가까우며 서울에서 거주하거나 서울로 진입할 때 겪게 될 몇 가지(재정적인, 도시생활과 관련된) 어려움들을 전입자들이 피할 수 있기 때문인 것으로 보임.
- 이와 같은 인구적 측면에서 보았을때 경기도의 높은 유동성과 전입률은 전반적으로 경기도가 역동적인 변화과정을 겪고 있으며, 이에 발맞추어 도민들에게 적절한 행정적, 제도적 뒷받침을 어떻게 해주는가에 따라 경기도의 위상이 상당부분 결정될 것으로 보여짐. 거주지의 전격적인 이동과 새로운 지역으로의 전입시 에 그에 뒤따르는 욕구와 니즈(needs)들이 많을 것이기 때문에 이들의 실용적이면서도 적극적인 가치관을 잘 활용할 수 있는 정책이 구상되어야 함.

1.2 산업적 특성

- 경기도는 광업 및 제조업에서 종사자수/생산액 수위를 차지하면서, 농가수와 농가인구수에서 또한 전국에서 높은 위치를 차지함.(농가수 전국 5위, 농가인구수 전국 3위) 경기도의 공업 및 제조업 단지가 특정지역에 잘 형성되어 있음을 고려한다면, 농업지역 또한 지역적으로 뚜렷하게 구분되어 형성되어 있을 것임을 생각해 볼 수 있음. 그러므로 같은 경기도라 할지라도 지역별로 적절하게 초점을 맞추어야할 정책이 편이하게 달라져야 함.



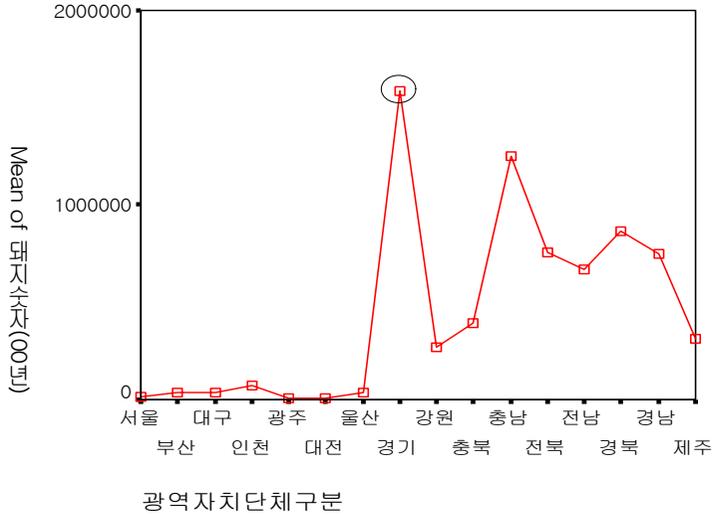
〈그림 1-6〉 광역자치단체별 농가수



〈그림 1-7〉 광역자치단체별 농가인구수

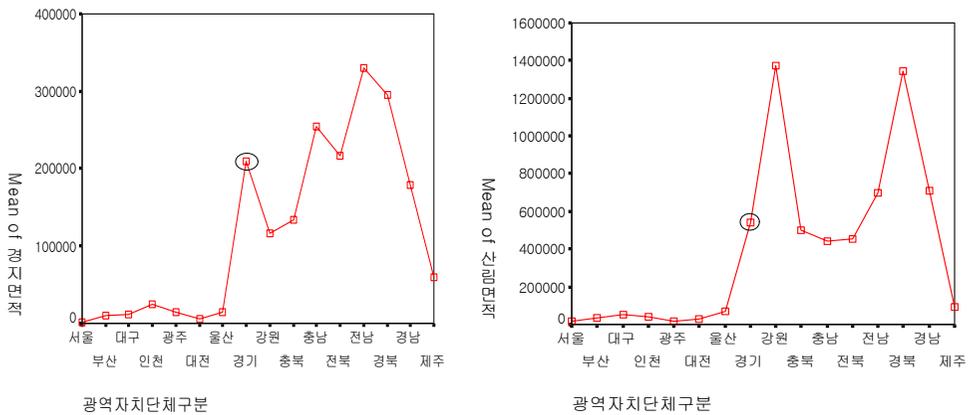
- 경기도는 추곡수매량에 있어서 6위를 차지함. 농업과 마찬가지로 축산업 분야에 있어서도 경기도의 역량은 주요 지방 광역자치단체들에 크게 뒤쳐지지 않는 모습을 보여줌.(돼

지사육숫자 전국 1위, 한우사육숫자 전국 5위)

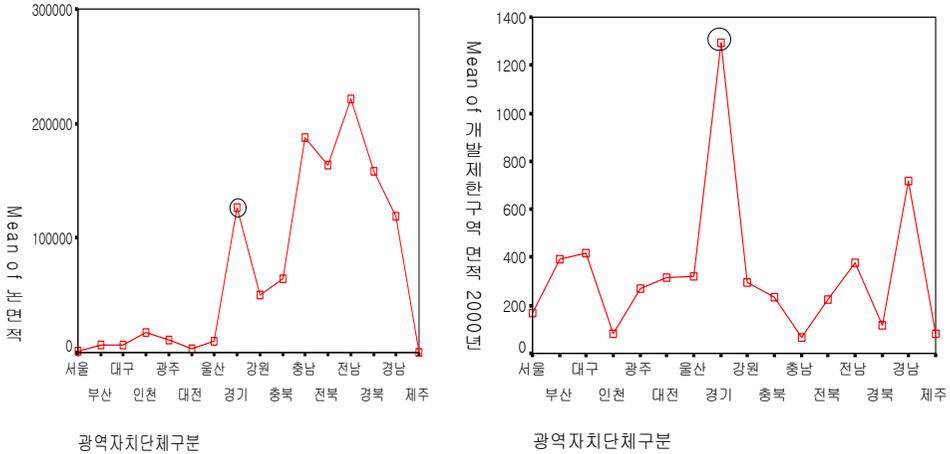


〈그림 1-8〉 광역자치단체별 돼지사육 숫자

- 각종 면적과 관련된 지표들을 살펴보면 경기도의 복합적인 지역적 특성이 잘 드러날 수 있다고 봄. 크게 보아 산업 및 농공단지 면적에서 경기도는 7위, 경지면적과 논 면적에서 5위, 산림면적에서 4위, 개발제한구역에서 1위를 차지함.

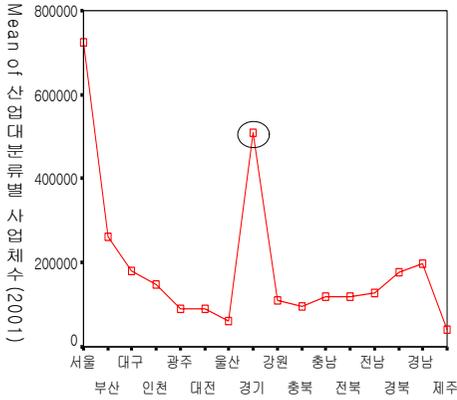


〈그림 1-9〉 광역자치단체별 산림면적 및 경지면적

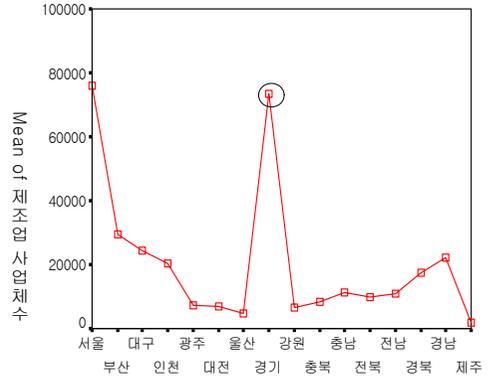


〈그림 1-10〉 광역자치단체별 논면적과 개발제한구역 면적

- 경기도는 각종 산업 및 분야별 면적에 있어서 뚜렷하게 압도적으로 높은 비율을 차지하는 것도 없고 그렇다고 특별히 수치가 낮게 산출되는 것도 없음. 여러 가지 복합적인 산업과 지역적 특성들이 뒤섞여있다고 보는 것이 옳음. 다만 각 산업별로 추구하는 입지조건이 다를 것이기 때문에 경기도는 지역별 산업적 특성이 뚜렷하게 분화된 채 3분화, 또는 4분화 되어있다고 볼 수 있음.
- 개발제한구역 면적이 전국적으로 보았을때 압도적으로 높은 모습을 보여주고 있는데 경우에 따라서 이러한 개발제한구역 때문에 특정 산업이 정상적으로 발전하는데 어느 정도의 부정적 영향을 받을 수 있다고 보임.
- 경기도는 면적별로 보았을 때 복합적이고 다양한 구성적 분포를 보여주고 있음에도 불구하고 산업적 역량은 가장 뛰어난 곳 중 하나임. 산업대분류별 산업체수 및 종사자수, 생산액 등에 있어서 서울 다음으로 가장 활발한 생산 활동을 보여주고 있음. 특히 광업 및 제조업 분야에 있어서는 압도적인 우위를 차지하고 있는 것을 보아 국가적으로 보았을 때에도 매우 중요한 역할을 담당하고 있다고 볼 수 있음.



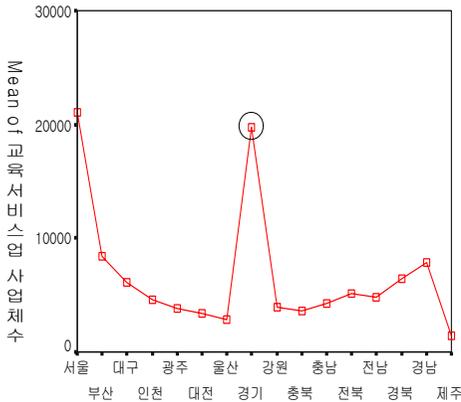
광역자치단체구분



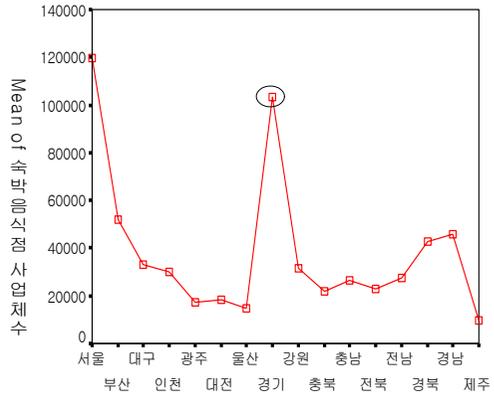
광역자치단체구분

〈그림 1-11〉 산업대분류별 사업체 수 및 제조업 분야 사업체수 비교

- 광업 및 제조업 분야뿐만 아니라 건설업, 도소매업, 운수업, 통신업, 금융업 등 제반 산업분야에 있어서도 도내 지역적 편차는 있겠으나 비교적 활발한 모습을 보여주고 있음.



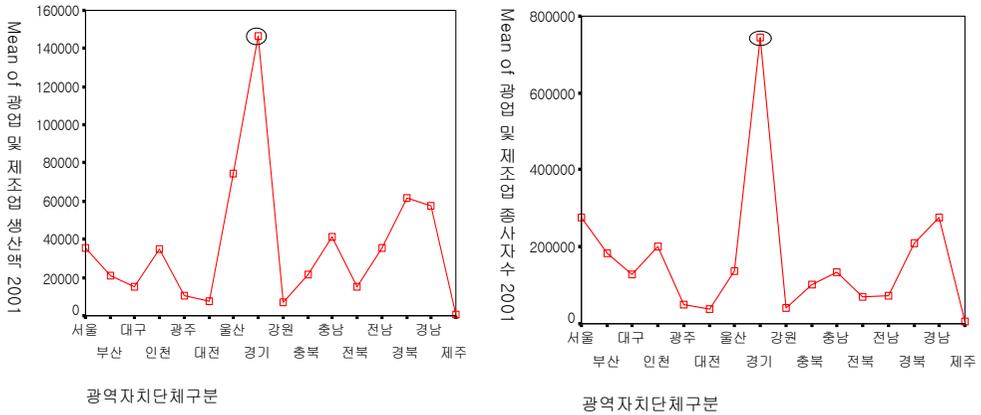
광역자치단체구분



광역자치단체구분

〈그림 1-12〉 교육서비스업 및 숙박음식점 사업체수 비교

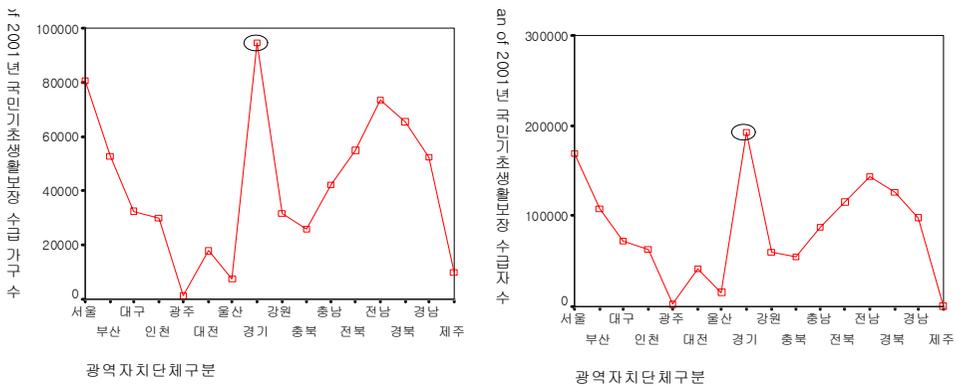
■ 광업 및 제조업 분야의 생산액과 종사자수는 전국에서 압도적인 우위를 차지하고 있음



〈그림 1-13〉 광업 및 제조업 분야 생산액 및 종사자수

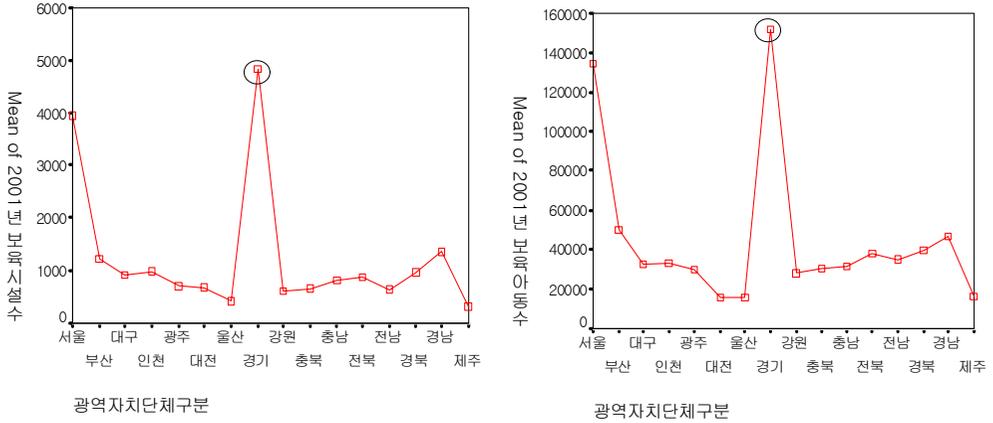
1.3 복지시설 및 기타 지표

■ 국민기초생활보장 수급 가구수 및 수급자 수가 전국에서 1위임. 지방의 다른 지역에 비하면 인구수를 감안해 볼 때 비율이 높다고는 볼 수 없으나 서울과 비교를 해보면 상대적으로 빈곤한 가정이 많음을 알 수 있음. 즉 서울에 비해 가계 형편에 보조를 받아야만 하는 어려운 사람들의 비율이 많음.

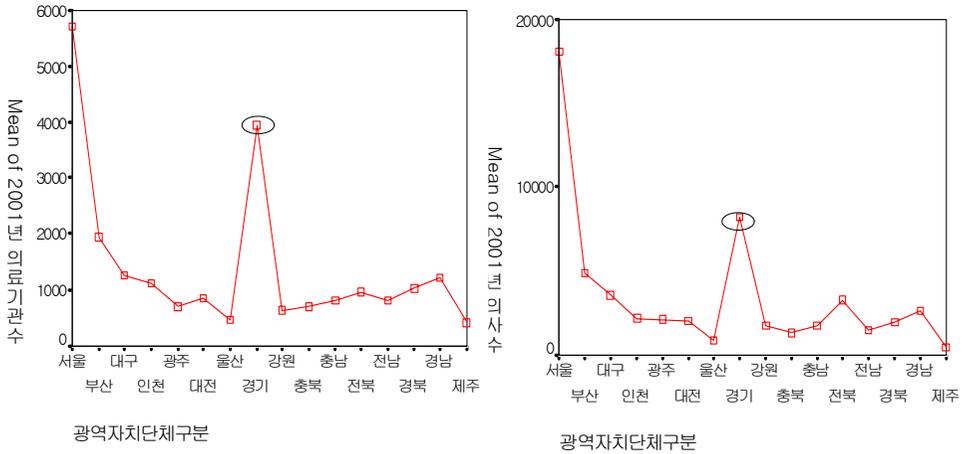


〈그림 1-14〉 국민기초생활보장 수급 가구수 및 수급자수

- 복지시설과 관련된 전반적인 수치(아동, 여성, 의료 등)는 인구수에 비교해보면 그리 잘되어 있는 편은 아님. 다만 노인복지시설과 보육시설은 잘되어 있는 편으로 드러남.



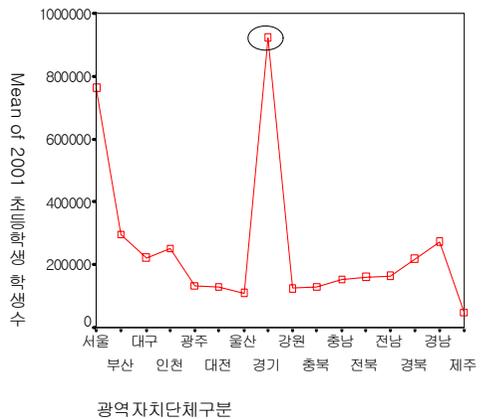
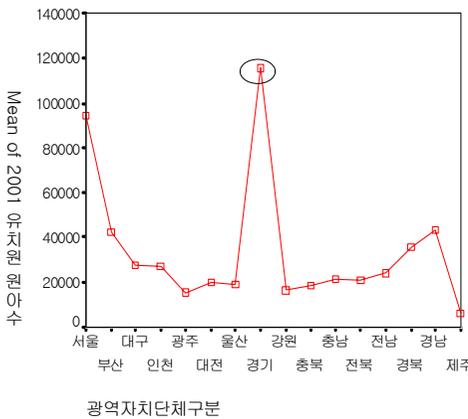
〈그림 1-15〉 의료기관 수 및 의사수



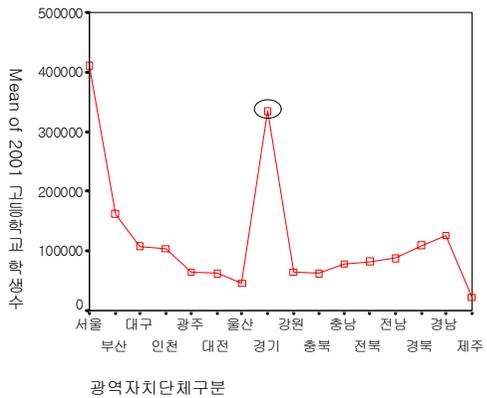
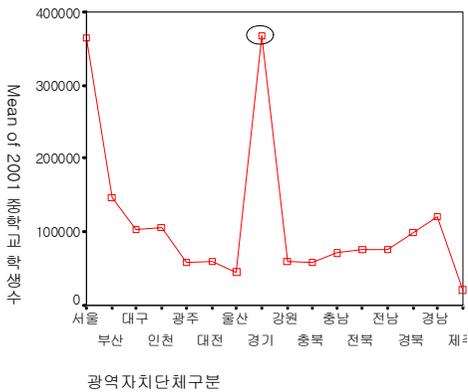
〈그림 1-16〉 보육시설 수 및 보육아동수

- 〈그림 1-15〉에서 보여지는 의료기관 및 의사 숫자는 전국 2위를 나타내고 있지만 인구수를 감안해 볼 때 서울보다 못하고 다른 지방과 비슷한 수준이라고 볼 수 있음. 인구수에 비해 의사수가 특히 적은 것으로 드러남.

- 보육시설수가 많은 것은 보육시설 자체가 잘되어 있다는 것을 의미한다기보다는, 보육이동수가 전국에서 압도적으로 많은 것을 보면 알 수 있듯이 직장에 다니는 기혼 여성들이 많은 핵가족들이 많은 비중을 차지하는 만큼 육아와 보육에 관련된 도민들의 수요와 니즈자체가 많은 것을 의미.
- <그림 1-17>~<그림 1-18>에서 보듯이 경기도의 학생숫자는 상당히 많은 편인데, 이 수치를 서울의 학생수와 비교해보면, 앞서 살펴보았던 인구의 전입과 전출이 연령별로 어떤 패턴을 가지고 있는지 간략하게 유추하여 볼 수 있음.

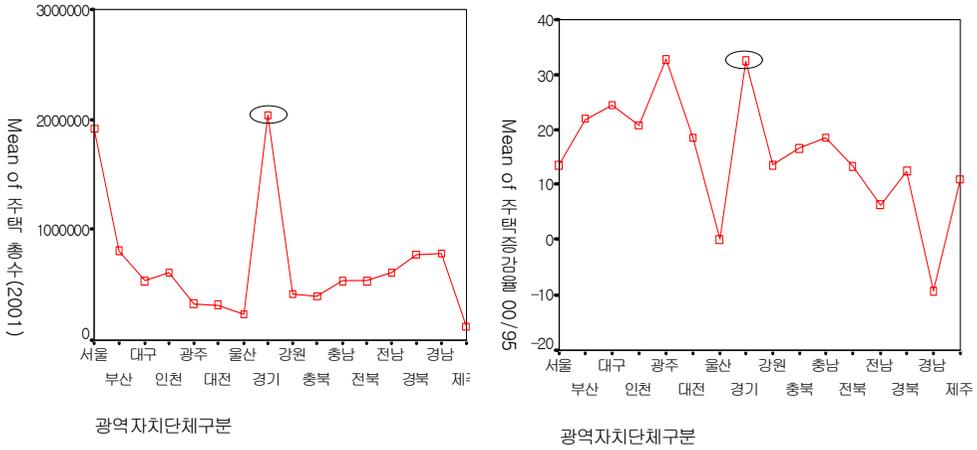


<그림 1-17> 유치원 원아수와 초등학교 학생수

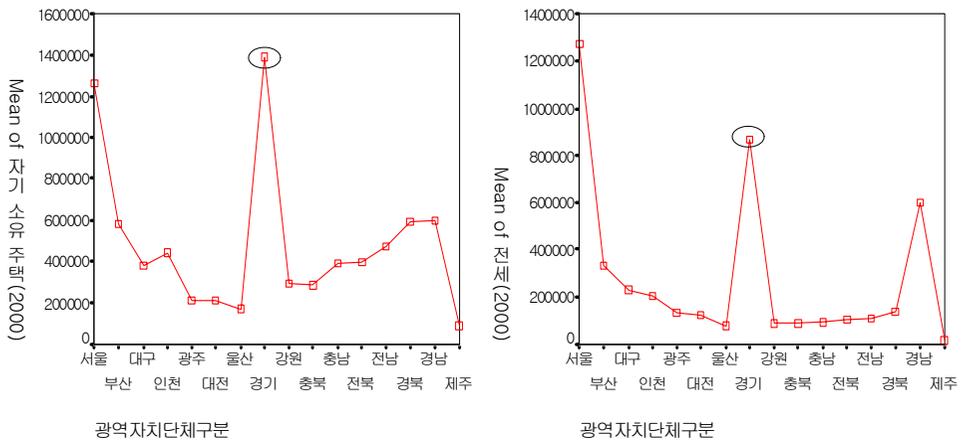


<그림 1-18> 중학생 학생수와 고등학생 학생수

- <그림 1-17>에서 보듯이 유치원 원아수와 초등학교 학생수는 전국적으로 비교해보았을 때 가장 높은 수치를 보여주고 있다. 특히 주민등록인구수를 비교하면 서울이 경기도의 약 1.5배에 달하는 데에도 불구하고 위와 같은 결과가 나오는 것은 경기도의 인구 구성연령이 젊다는 것, 특히 결혼한지 얼마되지 않은 젊은 부부들이 많이 거주한다는 것을 보여준다. 2001년도 출생아수를 살펴보면 서울이 113,628명이고 경기도가 125,151명으로 더 많음. 전국적으로 따져보았을 때 전국에서 태어나는 신생아 중에서 약 4.5명이 경기도에서 태어나고 그 중 많은 아이들이 경기도에서 유치원과 초등학교에 진학한다고 볼 수 있음.
- 반면 <그림 1-18>을 보면 중학생 수와 고등학생 수는 경기도보다 서울이 더 많음. 나이 어린 유치원생이나 초등학교 수 는 경기도가 더 많은 반면 중고등학생으로 올라갈수록 서울이 더 많다는 것은 가계단위로 보았을 때 경제적 여건이 좋아지게 되면 서울로의 진출경향이 높아진다는 것을 시사함. 전반적인 패턴은 처음에 젊은 부부가 결혼을 하여 정착할 때 경제적 여건 때문에 경기도에 진입하여 집을 얻었다가 어느 정도 자리를 잡고 나이가 들면서 재정상황이 조금씩 나아지면 서울로 다시 돌아가거나 서울로 진출하는 경향을 보여준다고 할 수 있음. 이밖에도 서울의 교육여건이 비교적 더 좋은 것이 또한 영향을 준다고 할 수 있음.
- 위와 같은 사실은 경기도에 사는 주민들의 마인드가, 자신은 경기도민이라는 지역 소속감 및 지역정체성을 가지고 정착해서 살아가는 것이 아니라, 자신의 여건이 좋아진다면 서울로 가서 살고, 준비만 된다면 언제든지 이사를 갈 수 있다는 일종의 탈출열망이 잠재되어 있는 것으로 볼 수 있는 것임. 다만 그림에도 불구하고 앞서 살펴본듯이 서울의 전출인구가 많고 경기도로 전입하는 인구가 매우 많은 것은 많은 경기도민들의 심리적 만족도가 욕구의 좌절로 인해 그리 높지 않을 것이라는 점을 시사함.



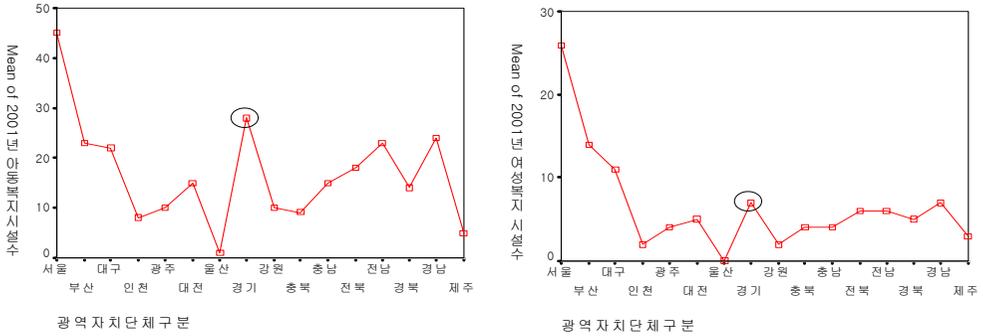
〈그림 1-19〉 주택총수와 주택 증감율



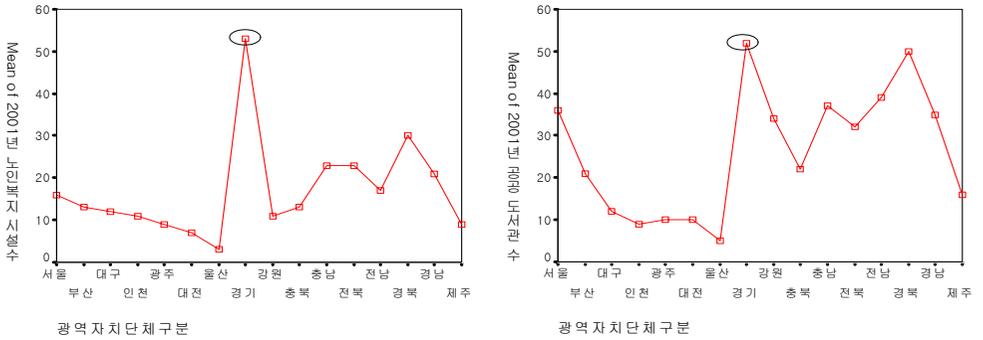
〈그림 1-20〉 자기 소유 주택수와 전세입자 수

- 주택과 관련한 여건은 보급률이나 자기주택 비율 등을 살펴보았을 때 무난한 것으로 보임. 특히 서울과 비교했을 때 비교적 나은 것으로 보이는데, 이러한 특성이 서울에서 경기도로의 진출을 강화시키는데 매우 큰 역할을 하는 것으로 볼 수 있을 것임.

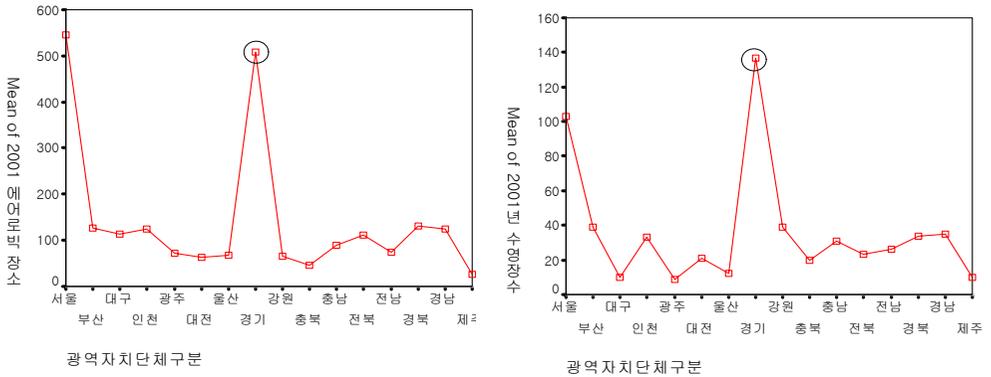
■ 기타 복지시설 및 공공시설 수



〈그림 1-21〉 아동복지시설수와 여성복지 시설수



〈그림 1-22〉 노인복지시설수와 공공 도서관수



〈그림 1-23〉 에어로빅 장소수와 수영장수

1.4 경기도의 지역적 특성 비교 결과

이상 시군구 100대 지표자료를 바탕으로 경기도의 지역적 특성을 광역자치단체별 자료와 비교하여 살펴본 결과,

1.4.1 넓은 면적과 인구규모, 그 속에서의 복잡하고 이질적인 산업별 구성

- 광업 및 제조업 분야에서 압도적 우위. 여타 산업별 종사자 수나 생산액에서도 서울과 비슷함. 농업, 축산업에서도 다른 지방에 비해 크게 뒤쳐지지 않음. 산림면적, 경작지 면적도 넓은 편.
 - 16개 광역자치단체 중 광업 및 제조업 분야 생산액, 종사자수 1위
 - 건설업, 도소매업, 교육서비스업 등 대부분의 사업분야에서 1~2위
 - 농가인구수 3위, 논면적 5위, 추곡수매량 6위
- 뚜렷이 구별되는 산업적 특성은 입지조건에 있어서도 다를 것이기 때문에 경기도는 위와 같은 산업구분에 따라 지역별로 그 주요기능이 분화되어 있을 것으로 보임.
- 이와 같은 복합적인 구성은 도내 지역간 질적차이가 존재함을 암시하며, 추진하고자 하는 공공정책은 이러한 차이와 특성을 고려한 복합성을 띠고 있어야 함을 알 수 있음.(→ 3부 청년 정보화 마을 정책 참조)

1.4.2 인구유동이 매우 활발. 전입인구가 전출인구보다 많고 순인구이동이 전국에서 압도적으로 가장 높음.

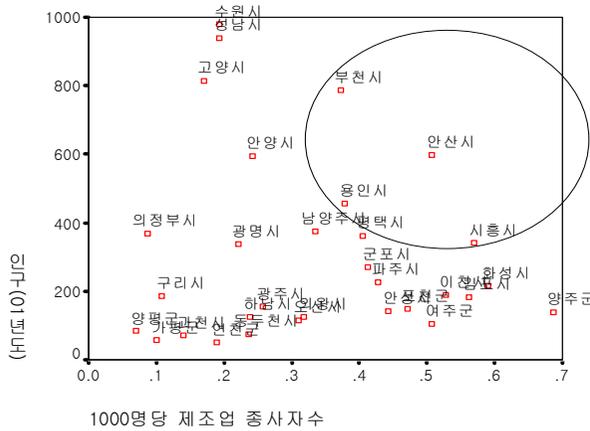
- 유치원생/초등학생은 서울보다 많고 중학생은 비슷, 고등학생은 서울이 더 많음. 어린 자녀를 둔 비교적 젊은 계층이 많이 정착한다는 것을 알 수 있음.
- 서울에서 살다가 결혼할 때쯤 경기도에 집을 얻어 정착하고, 어느 정도 경제적 여건이 좋아지면 다시 서울로 진입하는 패턴이 있는 것으로 보임. 이러한 패턴은 경기도 민들의 의식 속에 탈출열망이 잠재해 있음을 보여줌. 그리고 경기도에서의 생활에 대한 삶의 만족도가 그리 높지 않음을 반증함.

- 전국적으로, 특히 서울에서 경기도로의 전입이 상당히 높음. 경기도에서 서울로의 전출 인구도 상당히 많은 것으로 나타남. 경기도가 서울의 포화상태에 따라 서울로의 인구유입 현상에 대한 완충지 역할을 하는 것으로 보임. 문제는 이들의 지역정체성은 경기도에 맞추어져 있지 않고, 궁극적으로는 서울에 심리적 본거지를 두고 있거나 지향점을 두고 있다는 것에 있음.
- 활발한 인구 이동의 이면에 경기도의 상대적 취약성이 드러남. 이를 극복하기 위해 도민들의 만족도를 높이고, 지역적으로 가질 수 있는 경쟁력을 특화시키는 것이 중요함.

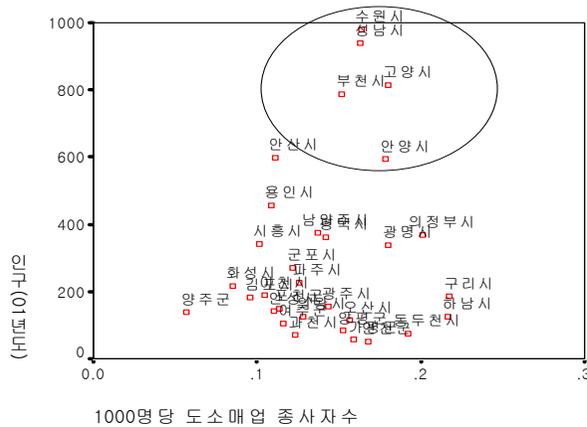
1.5 총체적으로 보았을 때,

- 복지시설과 의료시설은 서울에 비해 열악, 보육시설과 주택보급률, 도서관 및 공원, 체육시설 등은 양호함.
- 결국 전반적으로, 그리고 전국적으로 비교해 보았을 때 생활을 위한 기본여건은 객관적으로 비교적 괜찮은 편임
- 다만 젊은 2030세대의 욕구수준은 서울에 맞추어져 있는 것이 문제 => 그러한 욕구를 채워줄 수 있는 시설도 지표상으로는 서울과 비슷하게 나타날 수 있으나 서울에 비해서 매력적인 요소와 유인요소가 떨어지는 것이 문제.
- 결국 높은 유동성과 젊은층의 상향적 욕구 등으로 인하여, 경기도 2030세대는 니즈(needs)가 많고 주변인적 정체성을 가지고 있는 집단임을 알 수 있음. 이와 같은 주변성을 극복하는 것이 경기도 2030세대의 마인드를 포착해서 경기도민으로서의 강한 정체성을 획득하게끔 하는 목표라고 할 수 있음.
- 산업구성이 지역별로 이질적이기 때문에 지역에 따라 의식성향과 요구사항이 다를 가능성이 높음. 정책적인 관심이 요망됨.

- <그림 1-24>의 위 두 그래프를 바탕으로 아래의 scatter map을 나타내보면 인구가 많고 농가인구수는 적은 지역(ex. 수원, 성남, 부천, 고양, 안양, 안산시)과, 인구는 적은 반면 농가인구수 비율이 높은 지역(양평, 여주, 가평, 연천군 등), 그 밖에 인구도 적고 농가인구수도 얼마 안되는 지역(구리, 군포, 하남, 과천 등)의 세 극이 형성됨을 볼 수 있다.
- 다음의 인구적 특성과 산업적 특성의 비교로서, 인구가 많으면서 제조업 종사자수 비율이 비교적 높은 지역을 볼 수 있다.(ex. 부천, 안산, 용인, 시흥시)

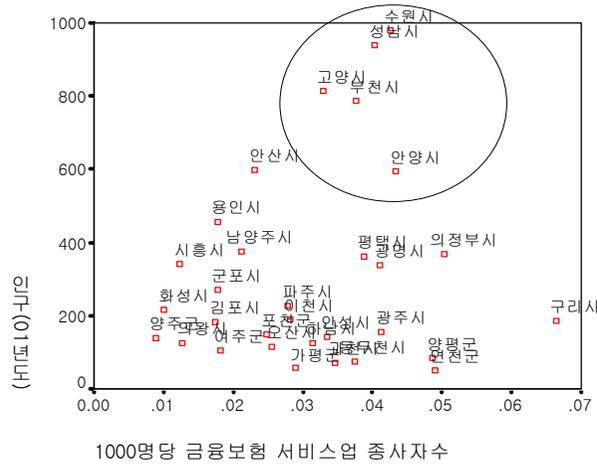


<그림 1-25> 인구수와 1000명당 제조업 종사자수에 따른 시군별 분포



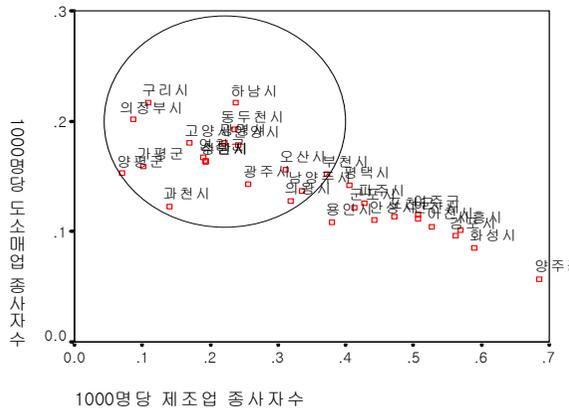
<그림 1-26> 인구수와 1000명당 도소매업 종사자수에 따른 시군별 분포

- “시군구 100대 지표” 에 나온 많은 지표들을 바탕으로 인구 특성과 산업적 특성을 같이 살펴보고, 산업별로 서로 교차 분석하여 지역적 특성이 입체적으로 드러날 수 있게 함.



〈그림 1-27〉 인구수와 1000명당 금융보험서비스업 종사자수에 따른 시군별 분포

- 도소매업 종사자수는 많으면서(상업발달) 제조업 종사자수 비율은 적은 지역들이 존재 한다.(ex. 구리, 의정부, 고양, 과천 하남, 동두천시 등)



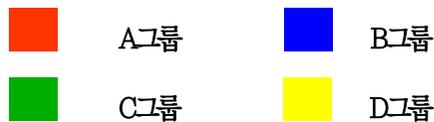
〈그림 1-28〉 도소매업 종사자수와 1000명당 제조업 종사자수에 따른 시군별 분포

2.2 분석결과와 함의

- 위와 같은 Scatter Map 분석을 통해 경기도내 시군별 지역적 특성을 인구 및 산업별로 구분한 결과 아래와 같이 크게 4가지의 그룹으로 지역이 묶이는 것을 관찰할 수 있었음.

〈표 1-1〉 인구 및 산업적 특성에 따른 경기도내 시군별 그룹 분포

그룹	인구	산업	지 역
A	多	복합	수원, 성남, 안양, 고양
B	多	공업	부천, 안산, 용인, 시흥
C	中少	상업	구리, 의정부, 하남, 동두천, 과천, 광명, 의왕, 오산, 군포, 남양주
D	少	농업	양평, 여주, 화성, 가평, 연천, 안성, 포천, 이천, 파주, 평택, 김포, 양주, 광주



〈그림 1-29〉 인구 및 산업적 특성에 따른 분류

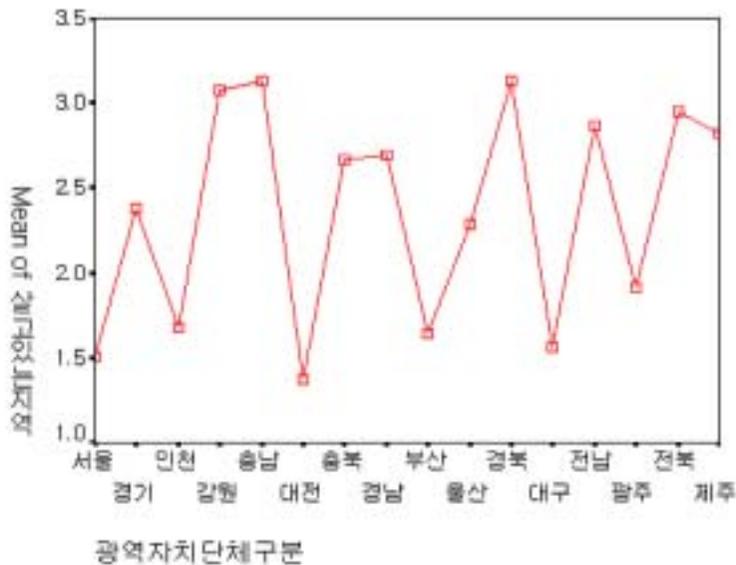
- 인구 및 산업적 특성에 따라 환상(環狀)의 분포를 보임
- 지역별 특성이 뚜렷이 구분된다는 것은 전 지역에 대해 일률적으로 똑같은 정책시행을 하는 것이 비효율적/비효과적 이라는 것을 시사함. **지역별로 주민들의 수요와 욕구를 구분하여 파악하고 각각에 알맞은 정책메뉴를 개발하는 것이 필수적**(⇒ 3부 정보화 정책 참조)

2장 경기도 2030세대의 의식구조 분석

- I장에서 분석한 경기도의 객관적 삶의 조건 하에서 경기도 2030세대는 어떠한 의식을 가지고 있는지 보다 구체적으로 분석할 필요성이 있음.
- 삼성경제연구소에서 실시한 한국종합사회조사(KGSS) 자료를 바탕으로 7개 분야에 걸쳐 경기도 2030세대의 의식구조를 심층분석함(총 92문항, 전체 1315명 중 18~35세의 남녀 249명 대상).

1. 지역적 소속감과 정체성의 문제

- 경기도에 살고 있다기 보다는 서울 등의 “대도시 주변” 혹은 “작은 도시”에 산다는 생각이 평균적인 것으로 드러남

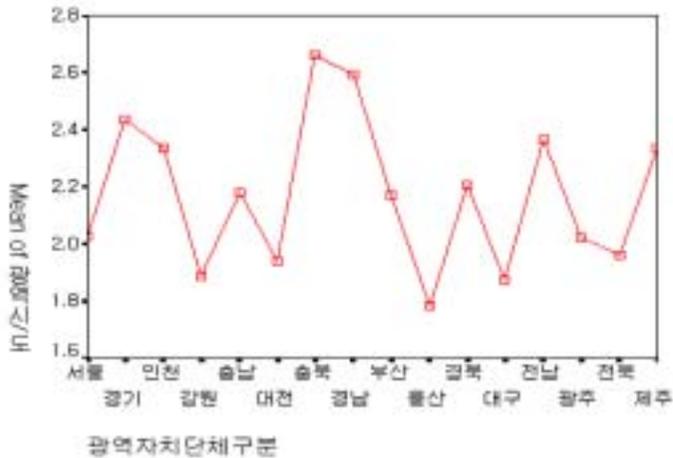


〈그림 1-30〉 광역자치단체 소속감: 수치가 높을수록 소속감이 낮음

- 젊은 2030세대를 대상으로 한 설문이기 때문에 토종 경기도민으로 오랜기간 거주했던 사람들이 아니라면 지역소속감은 자연히 낮을 수 밖에 없음. 특히 서울이나 기타 지역에서 전입

해 들어온 사람들의 경우 더욱 이와 같은 경향이 심화. 이러한 낮은 지역소속감은 각종 지방 선거 결과에서 볼 수 있듯이 낮은 투표율과 지역 도정(道政)에 대한 무관심으로 직결됨

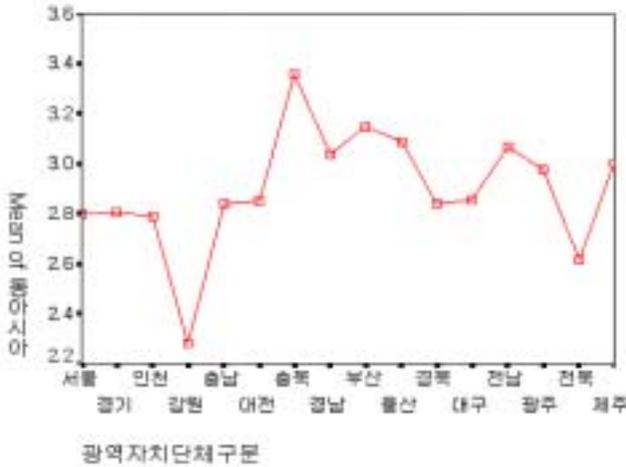
- 특히 광역시/도에 대한 소속감이 매우 낮음(16개 단체 중 14위)
- 소속감을 많이 느끼는 지역을 타 지역과의 비교에서 상대적 순위로 보면 동아시아(5위) > 한국(10위) > 구/시/군(12위) > 광역시/도(14위) > 동/읍/면(16위)의 순서이고, 소속감의 절대 점수를 기준으로 보면 한국(1.8) > 동/읍/면(2.1) > 구/시/군(2.2) > 광역시/도(2.4) > 동아시아(2.8) 순으로 나타남.



〈그림 1-31〉 현재 살고 있는 지역 에 대한 묘사

- 〈그림 1-31〉을 보면, 현재 살고 있는 지역을 “① 큰 도시 ~ ⑤ 외딴 집” 으로 묘사한 설문에서 경기도 2030은 16개 광역자치단체 중 8번째로, 중간 정도의 응답을 했으며 평균적으로 보아 스스로 “큰 도시 주변” 혹은 “작은 도시” 에 살고 있다고 생각하고 있음. 시/군/구 자료에서 경기도의 면적이나 인구가 전국 2위권에 해당하는 객관적 상황과 비교해볼 때 이러한 응답은 실제 이상으로 소외감을 느끼고 있다는 뜻으로 볼 수 있음.
- 이러한 결과는 경기도의 지리적인 특성에 상당부분 원인이 있음. 즉 경기도의 객관적인 조건이라기보다는 서울과의 관계 속에 있어서 경기도가 차지하게 되는 상대적 조건 때문에 나오는 결과임. 이와 같은 지리적 한계를 극복하기 위해서는 서울과의 격차 감소에 정책의 초점을 맞추는 것 뿐 아니라, 경기도만이 가질 수 있는 지역적 특성을 강화시키는 것이 반드시 필요

- 따라서 이러한 경기도의 지역적 특성(주변성)을 오히려 경기도를 특성화하는데 있어 긍정적 수단으로 전치시켜 활용할 수 있는 방안을 구상해 볼 수 있음.(제2부 중국프로젝트 내용참조) 2030세대의 지역소속감에 있어 드러나는 아래와 같은 특징들 또한 이러한 생각을 뒷받침 해줌.

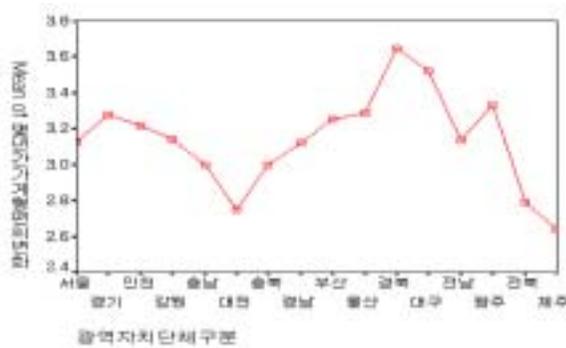


〈그림 1-32〉 동아시아 소속감

- 광역자치단체에 대한 소속감이 16개 단체중 14위로 매우 낮았던 반면, 동아시아 소속감은 상대적으로 높음(16개 광역자치단체 중 4위). 인천공항과 인천항을 통한 외국인 유입, 화교 밀집지역, 다수의 외국인 노동자들의 존재 등과 연관이 있을 수 있음. 전체적으로 보아 2030세대들이 가장 높은 소속감을 가지고 있는 지역단위는 ‘동아시아’인 것으로 나타남.
- 결국 전체적으로 보아 경기도는 지역적 정체성 형성에 불리한 여건을 가지고 있는 것이 확인됨. 거대도시 주변이고, 역내에 서울 인천 등 두 개의 광역자치단체가 있으며, 이 질적인 신규 유동인구가 지속적으로 유입되는 지역임. 따라서 지역정체성과 지역소속감을 향상시키기 위한 노력의 초점은 경기도를 가능한한 서울과 비슷하게 만들어 나가는 데 두어서는 안됨. 경기도만이 가질 수 있는 특성화 전략을 경기도 2030세대들의 의식을 통해서 도출해야함. 이렇게 볼 때 경기도의 지역적 아이덴티티를 동아시아라는 보다 거대한 틀 속에 매칭시키는 것이 지역 정체성 확립에 있어서 더욱 수월할 뿐만 아니라, 2030세대들의 욕구와 니즈에도 적합하게 들어맞을 수 있을 것으로 보임.

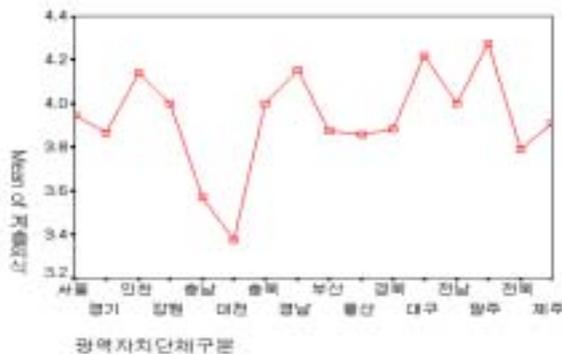
2. 계층 의식 및 경제적 만족도

- 경기도 2030의 현 경제 상태에 대한 평가는 낮은 편이며, 지난 몇 년간 악화되어왔다고 보고 있음.
- 실제로 지난 몇 년간 가계경제의 변화에 대한 경기도 2030의 평가는 16개 광역자치단체 중 12위 정도로 매우 낮은 편임. 평균적으로 보았을 때 응답방식이 “마찬가지다” 에서 “다소 나빠졌다” 의 중간 정도라고 할 수 있음.



〈그림 1-33〉 최근 가계형편의 변화에 대한 평가
 ① 상당히 좋아짐 ~ ⑤ 상당히 나빠짐

- 그럼에도 불구하고 실제의 경제적 위치에 비해 경기도 2030의 주관적 계층의식은 상대적으로 높은 것을 알 수 있음.(16개 단체중 4위권, 서울보다 높음)



〈그림 1-34〉 주관적 계층의식
 ① 상의 상 ~ ⑥ 하의 하

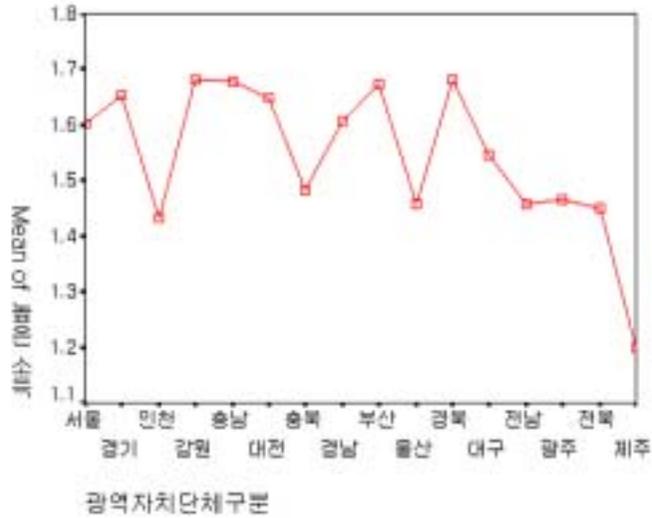
- 경제적 상황이 나빠지고 있다고 생각함에도 불구하고 스스로의 주관적 계층을 높이 평가하는 것은 계층을 구성하는 3가지 요소(property, power, prestige)중에 자신들이 소득 이외에 다른 종류의 power나 prestige를 잠재적으로 가지고 있다고 생각하고, 그에 근거하여 자신의 주관적 위치를 정의하고 있다는 뜻임. 그러므로 경기도 2030세대들은 자신에 대한 기대수준과 평가기준이 높으며 이것이 현 상황에 대한 불만(악화된 경제적 상황, 낮은 지역 소속감)에도 불구하고 자기 정체성에 대해서는 높게 평가(높은 계층의식, 서울로의 진입)하게 되는 결과를 낳는다고 볼 수 있음.
- 이와 같은 경기도 2030세대들의 집합적 특성은 지역적 소속감이 낮은 것을 고려해 보면, 그 의식이 말그대로 집단적인 것이라기 보다는 개인적 이기심과 개인적 자신감의 표현일 가능성이 많음. 이러한 개인적 자신감에 근거한 상층 의식은 낙관적이라는 측면에서 바람직할 수도 있으나, 다른 한편으로는 “내가 여기 있을 사람이 아니다” 라든가 “언제든 준비되면 뜬다” 는 식의 탈출열망(Exit Mentality / Underdog Mentality)의 표현일 수 있음에 유의.

3. 경기도 2030의 휴먼 캐피탈

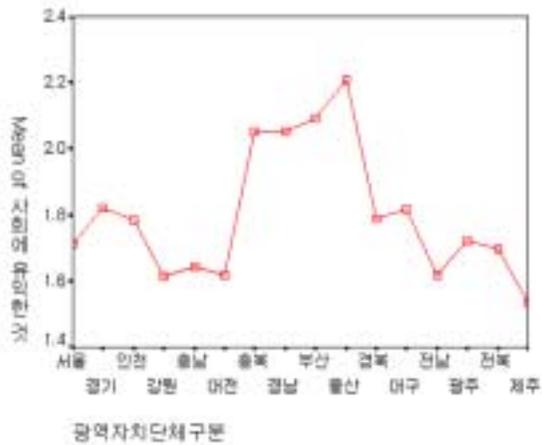
- 경기도 2030의 교육수준은 상대적으로 조금 높은 편임. 4년제 대학 재학 이상을 기준으로 했을 때 경기도는 29.7%로 전국 평균 27.5%보다 2.4% 포인트 높으며, 16개 광역자치단체 중 5위에 해당. 그러나 1-4위 지역과는 큰 차이가 있음. 대전(50.0%) > 충북(41.1%) > 서울(35.4%) > 부산(32.7%) > 경기(29.7%)의 순서.
- 이러한 수치는 본인들의 기대 수준과는 달리 경기도 2030의 상향적 계층의식이 현실화되지 않을 가능성을 말하는 것이고, 이는 상대적 박탈감으로 인한 불만표출의 원인이 될 수도 있음.
- 하지만 경기도 2030세대들에게서 볼 수 있는 개인적 상향의식과 이를 바탕으로 한 실용주의에 의한 동기가 충분히 마련되어 있다면 그들을 위한 특화된 교육기회, 진로 개척기회를 마련해 주었을때 그 실효성이 클 것으로 기대됨.

4. 경제활동 - 일과 직장에 대한 태도

- 일에 대한 태도에 있어 타 지역과 비교한 경기도의 상대적 순위를 중심으로 보면 경제외적 가치(4위) > 사람에게 가장 중요한 활동(5위) > 돈을 벌기 위한 수단(9위) 순으로 나타남.
- 경기2030은 개인적으로는 돈을 벌고 경제적 여유를 얻기 위해 부단히 노력하지만 그러한 행위들의 궁극적 목적은 돈을 버는 것 그 자체에 있는 것이 아니라, 보다 여유롭고 인간적인 웰빙을 꿈꾸는 신세대적 라이프스타일이 녹아들어가 있는 것임을 알 수 있음. 즉 돈을 벌기 위해서라면 어떠한 일이든 상관없이 무조건 하는 것이 아니라, 일을 통해서 자신의 의미를 찾고 자아실현을 성취할 수 있다는 조건하에서 적극적으로 일하고자 하는 것임.
- 이는 앞서 살펴보았던 높은 자기 정체성, 기대수치와 결부지어 생각할 때 그들이 생각하고 있는 삶의 만족이 어떠한 지평에 있는 것인지 보여줌. 이러한 관점에서의 만족도를 높이기 위한 정책이 요구됨. 예를 들어 취업기회와 진로탐색 기회는 단순히 일자리 알선, 기존의 구인구직란 활성화를 반복하는 것보다 보다 진취적이고 역동적인 기회를 제공하고 넓은 시야를 확보하게 해주는 방식을 택해야 함.
- 물론 경기2030이 일과 직업에 있어서의 기초적인 조건들을 경시하는 것은 아님. 까다로운 자기기준에 결부된 꼼꼼한 직업선택 기준이 있음. 일에 있어서 중요한 것이 무엇인가라는 항목에 대하여 '고용안정성' 과 '높은 소득' 을 중시하는 항목의 비율이 전국 16개 지자체 중에서 모두 2위를 차지함. 반면 타인에게 도움이 되거나 사회에 공헌하는 것에 대한 비율은 모두 12위로 매우 낮은 수치를 보임. 즉 경기 2030이 일과 직업에 있어 철저하게 개인주의적이고 실용주의적인 태도를 가지고 있음을 파악할 수 있음.



〈그림 1-35〉 일에 있어서 높은 소득의 중요성
(① 매우 중요 ~ ⑤ 전혀 중요치 않음)

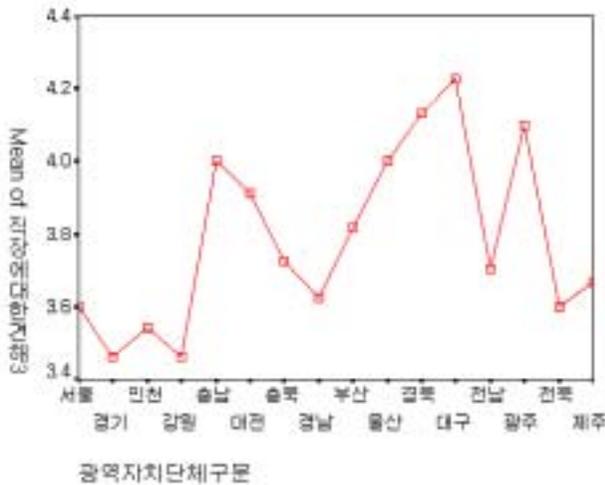


〈그림 1-36〉 일에 있어서 사회기여의 중요성
(① 매우 중요 ~ ⑤ 전혀 중요치 않음)

- 이와 같은 일과 직업에 대한 경기2030의 적극적이고 청교도적인 자세는 개인적이면서 동시에 핵가족 상황에서의 실용적 동기와 관련되어 있을 가능성이 많음. 즉 결혼과 동시에 주택 및 자동차 마련, 자녀 양육과 관련된 많은 부담 등이 그들의 심리적 현실을 철저하게 실용

주의적인 태도로 만드는 것임. 이러한 실용주의는 구체적으로 특정 니즈로 결정화(結晶化) 됨. 이것을 체계적으로 지원해야 함.

- 경기도 2030이 체감하는 직장의 현실은 위와 같은 개인주의적인 경향과 높은 기대수준에도 불구하고 상대적으로 좋은 편으로 드러남. 순위를 살펴보면, 승진 기회 많다(전국 1위) > 급여를 많이 받는다(전국 3위) = 일이 흥미롭다(전국 3위) > 일에 지쳐 귀가(전국 6위) > 육체적으로 힘들(전국10위)

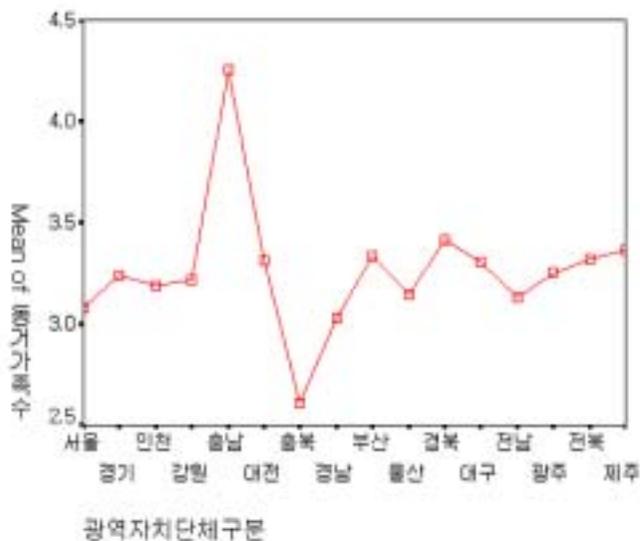


〈그림 1-37〉 현 직장에서의 승진 기회
(① 매우 많음 ~ ⑤ 매우 적음)

- 전체적으로 보아 경기2030의 직장의 현실은 좋은 편임. 즉 직장과 관련하여 이들에게 공급이 없다가 보다는 많은 니즈를 가지고 있는 집단이라고 보여짐.

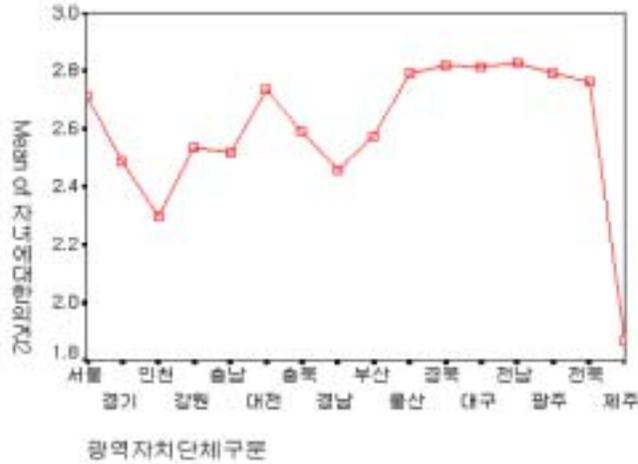
5. 가족과 가정생활

- 심층조사를 통해 살펴본 결과, 결혼을 한 전형적인 경기도 2030세대의 모습은 ‘부부와 1-2명의 자녀로 구성된 핵가족’이 전형적이며, 직장이나 교육으로 인해 별거하지 않고 함께 거주하는 것으로 나타났다. 경기도 2030의 동거가족 수는 16개 광역자치단체 중 8위로 중간 정도에 해당하나, 그 절대값은 3.2명으로 전형적인 부부 중심 핵가족임을 알 수 있음.



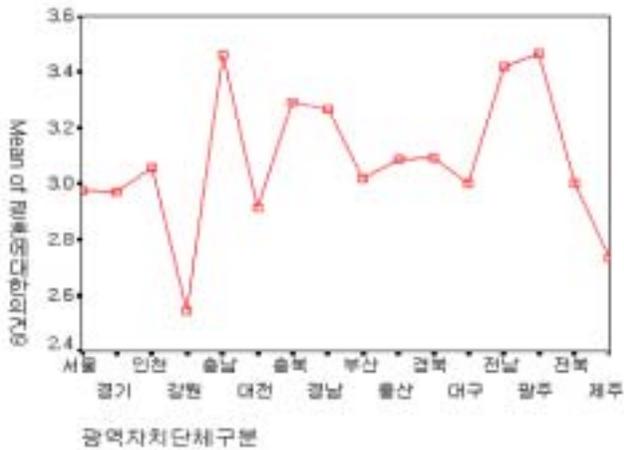
〈그림 1-38〉 동거가족 수

- 여성의 사회활동과 관련한 질문에 대해 전반적으로 전향적인 자세를 취하고 있다. 이러한 특성으로 인해 자녀양육에 대한 부담은 상당히 많이 느끼고 있는 것으로 보임(부부가 모두 일하면서 자녀를 돌봐줄 사람이 없고, 그로 인해 휴일이 사라지는 등의 삶의 질 저하). ‘자녀로 인해 부모의 삶이 제약되는가’라는 질문 항목에 대해 경기인천 지역이 전국 2위권을 차지함.

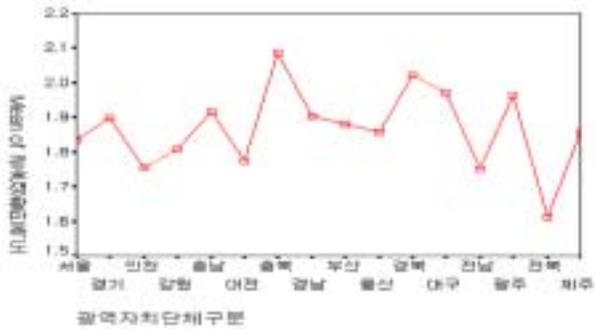


〈그림 1-39〉 자녀로 인해 부모의 삶이 제약되는가
 (① 매우 그렇다 ~ ⑤ 전혀 그렇지 않다)

- 이혼이나 비전통적인 동거 형태에 대해 상당히 수용적인 태도를 가지고 있고, 실질적으로 현재의 결혼생활에 대한 만족도가 낮은 편임.(이혼에 대한 수용적 태도는 3위권, 동거에 대한 개방적 태도는 4위, 결혼생활 만족도 전국 10위)

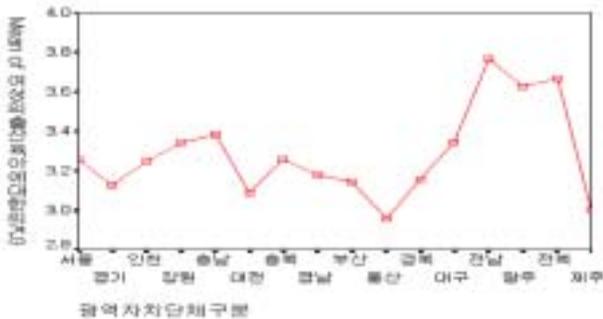


〈그림 1-40〉 부부문제 해결할 수 없다면 이혼이 최선인가
 (① 매우 그렇다 ~ ⑤ 전혀 그렇지 않다)



〈그림 1-41〉 결혼생활 만족도
(① 매우 행복 ~ ⑤ 매우 불행)

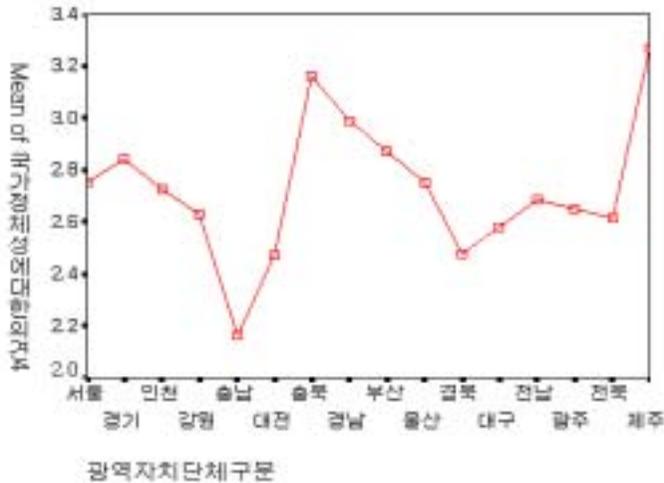
- 가족과 가정생활에 대한 경기도 2030의 의견과 상황들을 종합해 보면, 부부중심 핵가족으로 경제적인 목적을 위해 여성의 사회활동이 활발하고, 그 결과 자녀양육에 큰 부담을 느끼면서 삶의 질이 저하되고 있으며, 이혼에 대해 수용적이면서 앞서와 같은 원인들로 인하여 결혼생활의 만족도가 상대적으로 낮아 2030가족에 대한 지원이 없을 경우 가족 해체 가능성이 높은 지역임을 알 수 있음. 특히 경기도 2030의 삶의 질을 저하시키는 요인들 중에서 출산과 육아의 부담은 상당히 중요한 제약요인으로 작용함.
- 이러한 문제를 해결하기 위해 출산과 육아와 관련된 정책에 선택적으로 투자하는 것이 결혼생활 만족도와 전반적인 삶의 만족도를 높이기 위한 빠른 지름길임을 알 수 있음. 출산 및 육아와 관련한 각종 지원 필요성에 대해 모두 전국 5-6위 이내의 높은 지지. 특히 낙태찬성(Pro-Choice)의 비중이 높은 것은 추가적인 육아에 대한 부담을 강하게 느낀다는 것을 시사.



〈그림 1-42〉 원치 않을 경우 합법적 유산 가능해야
(① 매우 찬성 ~ ⑤ 매우 반대)

6. 국가정체성과 한국인으로서의 정체성

- 경기도 2030은 전체적으로 보아 대부분의 영역에 걸쳐서 한국인임을 부끄러워 하거나, 한국이 이룩한 성과를 인정하지 않는 냉소적/혐오적 태도를 보임. 이러한 혐오는 무조건적인 것이라기 보다는 조건적인 것(~ 때문에 부끄럽다, 싫다, ...)이고, 한국 자체에 대한 절대적인 것이라기 보다는 현 상태에 대한 것.
- 한국인임을 부끄럽게 만드는 요소가 있다에 대해 16개 단체중 3위, 다른 나라 사람들이 한국사람과 같다면 세계는 좋아질 것이라는 문항에 대해 16개 단체 중 14위로 한국에 대해 냉소적 태도를 가지고 있음. 하지만 '내가 바라는 만큼 나는 한국을 자랑스러워하지 못하고 있다' 는 문항에 대해서는 4위로서, 한국인으로서의 기본적인 애국심이 없는 것은 아님을 볼 때 현실에 대한 비판적 시각을 갖추고 있는 것으로 보아야 할 것임.



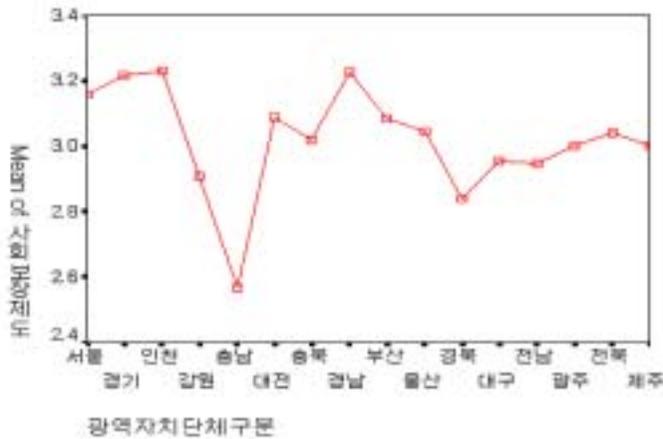
〈그림 1-43〉 한국은 다른 나라보다 좋은 나라

① 매우 그렇다 ~ ⑤ 전혀 그렇지 않다

- 국가에 대한 자부심과 관련된 항목에 있어서는 거의 전 항목에 걸쳐서 낮은 자부심을 보이고 있음. 경기도의 2030이 이와 같이 특징적으로 한국에 대한 자부심이 낮은 것은 교육수준이나 뚜렷한 정치의식의 차이로 설명하기 힘들. 오히려 자신의 전반적인 삶의 만족도가 높

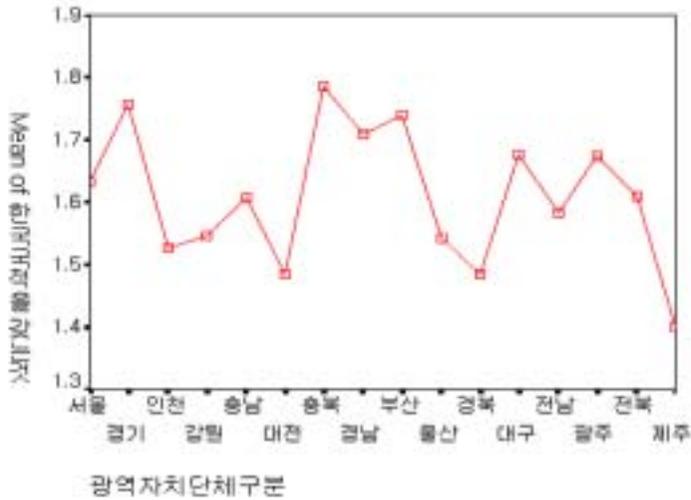
지 못하기 때문에 구체적 사안들에 있어서도 긍정적 평가를 내놓을 수 있는 심리적 여유를 가지지 못하기 때문인 것으로 판단됨. 이러한 부정적 성향은 자신이 속한 사회와 지역에도 투사가 될 것임을 유의해야함.

- 낮은 순서대로 보면, 사회보장에 대한 자부심(14위) = 한국의 국제정치 영향력에 대한 자부심(14위) < 민주주의 작동방식에 대한 자부심(13위) < 소수자에 대한 평등(12위) < 경제적 성취에 대한 자부심(10위) < 역사와 문화에 대한 자부심(10위).



〈그림 1-44〉 한국의 사회보장 제도에 대한 자부심

- 한편 경기도 2030이 생각하는 '한국인'에 대한 정의(定意)는 매우 개방적인 것으로 드러나고 있음. 스스로 한국인이고자 한다면 혈통, 속지주의, 문화 등에 상관없이 한국인이라는 경향이 타 지역에 비해 강함. 상대적 순위로 보면 '한국 국적을 가져야 한다' (전국 15위) = '한국에 오래 살아야 한다' (전국 15위) < '한국에서 태어나야 한다' (전국 14위) = '한국인 조상이 있어야 한다' (전국 14위) < '한국어를 해야 한다' (전국 13위) < '유교의 가르침을 따라야 한다' (전국 12위) < '한국인임을 느껴야 한다' (전국 8위)의 순서임.



〈그림 1-45〉 한국 국적을 가져야 한국인이다
 (① 매우 그렇다 ~ ⑤ 전혀 그렇지 않다)

- 한국인에 대한 정의(定義) 관념이 이렇게 개방적인 것은 한편으로는 그만큼 국제적 변화의 흐름에 잘 적응할 수 있다는 것을 암시. 더불어 앞서 살펴보았던 지역소속감에 대한 자료에서 그 어떤 지역범위 보다도 '동아시아'에 대한 소속감이 가장 높았던 것을 고려하면 경기도 2030세대는 지역과 국가, 혈통에 얽매었던 과거의 가치관에서 벗어나, 개인적인 실용주의와 합리성을 바탕으로 한 탈전통적이고 개방적인 사고방식을 지녔다고 볼 수 있으며 이러한 특성은 경기도가 특정 아이템을 중심으로 하여 지역 특성화를 꾀할 때 중요한 시사점으로 삼아야 한다고 할 수 있음. 그러한 의미에서 현재 실시되고 있는 영어마을의 경우 경기도의 브랜드 메이킹에 있어서 매우 적절한 선택이라고 할 수 있는데 이처럼 위에서 서술한 2030세대의 심리적 특성을 잘 활용한 정책을 수립해야 함.

3장 경기도 2030의 정치의식

- 경기도 2030세대들의 정치의식을 보다 구체적으로 파악하기 위해 중앙일보 386세대 관련 여론조사(중앙일보 2004년 10월 4일자 참조)를 바탕으로, 20-35세 전국 928명 응답자 중 인천/경기 지역 214명, 2035세대 561명, 386세대 367명의 정치의식조사 자료를 분석하였다.
- 정치의식 분야의 조사 항목은 다음과 같다.

1. 대통령의 국정 운영에 대한 평가
2. 지역별 지지정당
3. 노 대통령 개인의 신뢰도에 대한 평가
4. 현 정부 개혁방향에 대한 공감
5. 민노당에 거는 기대
6. 이라크 파병에 대한 지지
7. 대미관계에 대한 평가
8. 과거사 청산에 대한 지지
9. 자주외교 능력이 높아졌는가
10. 국보법 폐지 노력에 대한 지지
11. 한미동맹이 중요한가 자주외교가 중요한가
12. 성장이 중요한가 분배가 중요한가
13. 개혁이 중요한가 사회안정이 중요한가
14. 산업집중이 중요한가 균형이 중요한가
15. 국토발전 집중이 중요한가 균형이 중요한가

3.1 대통령의 국정 운영에 대한 평가

〈표 1-2〉 지역별 대통령의 국정운영 평가

연령별	대통령의 국정운영 평가					Total			
	매우 잘하고 있다	잘하고 있는 편이다	보통이다	잘못하고 있는 편이다	매우 잘못하고 있다				
20~35세 지역별	서울	Count	3	14	40	25	15	97	
		% within 지역별	3.1%	14.4%	41.2%	25.8%	15.5%		100.0%
	인천/경기	Count	2	14	54	23	10	103	
		% within 지역별	1.9%	13.6%	52.4%	22.3%	9.7%		100.0%
	강원/제주	Count		3	7	4	1	15	
		% within 지역별		20.0%	46.7%	26.7%	6.7%		100.0%
	대전/충청	Count	2	7	39	12	3	63	
		% within 지역별	3.2%	11.1%	61.9%	19.0%	4.8%		100.0%
	광주/전라	Count		6	38	10	2	56	
		% within 지역별		10.7%	67.9%	17.9%	3.6%		100.0%
	부산/대구/경상	Count	1	15	78	18	10	122	
		% within 지역별	.8%	12.3%	63.9%	14.8%	8.2%		100.0%
	Total		Count	8	59	256	92	41	456
			% within 지역별	1.8%	12.9%	56.1%	20.2%	9.0%	100.0%
36~45세 지역별	서울	Count	2	6	32	27	22	89	
		% within 지역별	2.2%	6.7%	36.0%	30.3%	24.7%		100.0%
	인천/경기	Count	2	11	38	36	25	112	
		% within 지역별	1.8%	9.8%	33.9%	32.1%	22.3%		100.0%
	강원/제주	Count		2	8	10	2	22	
		% within 지역별		9.1%	36.4%	45.5%	9.1%		100.0%
	대전/충청	Count		8	27	8	9	52	
		% within 지역별		15.4%	51.9%	15.4%	17.3%		100.0%
	광주/전라	Count	1	6	27	9	3	46	
		% within 지역별	2.2%	13.0%	58.7%	19.6%	6.5%		100.0%
	부산/대구/경상	Count	2	12	44	52	24	134	
		% within 지역별	1.5%	9.0%	32.8%	38.8%	17.9%		100.0%
	Total		Count	7	45	176	142	85	455
			% within 지역별	1.5%	9.9%	38.7%	31.2%	18.7%	100.0%

〈표 1-3〉 지역/세대별 대통령의 국정운영 평가

지역별	대통령의 국정운영 평가					Total		
	매우 잘하고 있다	잘하고 있는 편이다	보통이다	잘못하고 있는 편이다	매우 잘못하고 있다			
서울	Count	5	20	72	52	37	186	
	% within 지역별	2.7%	10.8%	38.7%	28.0%	19.9%		100.0%
인천/경기	Count	4	25	92	59	35	215	
	% within 지역별	1.9%	11.6%	42.8%	27.4%	16.3%		100.0%
강원/제주	Count		5	15	14	3	37	
	% within 지역별		13.5%	40.5%	37.8%	8.1%		100.0%
대전/충청	Count	2	15	66	20	12	115	
	% within 지역별	1.7%	13.0%	57.4%	17.4%	10.4%		100.0%
광주/전라	Count	1	12	65	19	5	102	
	% within 지역별	1.0%	11.8%	63.7%	18.6%	4.9%		100.0%
부산/대구/경상	Count	3	27	122	70	34	256	
	% within 지역별	1.2%	10.5%	47.7%	27.3%	13.3%		100.0%
Total		Count	15	104	432	234	126	911
		% within 지역별	1.6%	11.4%	47.4%	25.7%	13.8%	100.0%

(p=.011)

- 대통령의 국정운영에 대한 평가는 잘못하고 있다는 쪽이 43.7%로, 전국 평균인 39.5% 보다 약 4.2% 높게 나타난다. 이는 2035세대와 386세대로 나누어 볼 때에도 비슷한 패턴을 보임.

3.2 지역별 지지정당

〈표 1-4〉 지역별 지지정당

지역 별	Count % within 지역 별	지지정당						Total
		열린우리 당	한나라당	민주노동 당	민주당	자민련	기타정당	
서울	46 24.6%	51 27.3%	21 11.2%	4 2.1%			65 34.8%	187 100.0%
인천/경기	53 24.1%	51 23.2%	33 15.0%	3 1.4%		1 .5%	79 35.9%	220 100.0%
강원/제주	11 29.7%	9 24.3%	4 10.8%	2 5.4%			11 29.7%	37 100.0%
대전/충청	33 28.0%	20 16.9%	9 7.6%	2 1.7%	5 4.2%	3 2.5%	46 39.0%	118 100.0%
광주/전라	34 32.7%	6 5.8%	16 15.4%	10 9.6%			38 36.5%	104 100.0%
부산/대구/경 상	54 20.7%	83 31.8%	38 14.6%	6 2.3%			80 30.7%	261 100.0%
Total	231 24.9%	220 23.7%	121 13.1%	27 2.9%	5 .5%	4 .4%	319 34.4%	927 100.0%

(p=.000)

- 지역별 지지정당은 호남 및 충청지역에서 열린우리당 지지율이 높고 한나라당 지지율은 낮으며, 영남지역에서 한나라당 지지율이 높은 것에 비해 경기지역은 특이한 패턴을 보임. 열린우리당과 한나라당 지지율이 모두 전국 평균보다 낮고 민노당이나 “지지정당 없음”의 비율이 더 높게 나타난다. 이는 경기지역민의 주변인적 성향을 다시 한번 확인 해줄 뿐만 아니라 정치권에서 지역적으로 대표되지 못하고 있음을 나타내기도 한다.

〈표 1-5〉 지역/세대별 지지정당

연령별		지지정당							Total	
		열린우리당	한나라당	민주노동당	민주당	자민련	기타정당	지지하는 정당 없음		
20~35세 지역별	서울	Count	31	22	13	1			31	98
		% within 지역	31.6%	22.4%	13.3%	1.0%			31.6%	100.0%
	인천/경기	Count	29	18	19	1		1	40	108
		% within 지역	26.9%	16.7%	17.6%	.9%		.9%	37.0%	100.0%
	강원/제주	Count	5	1	2	1			6	15
		% within 지역	33.3%	6.7%	13.3%	6.7%			40.0%	100.0%
	대전/충청	Count	23	1	8	1	3	2	26	64
		% within 지역	35.9%	1.6%	12.5%	1.6%	4.7%	3.1%	40.6%	100.0%
	광주/전라	Count	19	5	10	7			16	57
		% within 지역	33.3%	8.8%	17.5%	12.3%			28.1%	100.0%
	부산/대구/경	Count	34	32	24	3			32	125
		% within 지역	27.2%	25.6%	19.2%	2.4%			25.6%	100.0%
	Total	Count	141	79	76	14	3	3	151	467
		% within 지역	30.2%	16.9%	16.3%	3.0%	.6%	.6%	32.3%	100.0%
36~45세 지역별	서울	Count	15	29	8	3			34	89
		% within 지역	16.9%	32.6%	9.0%	3.4%			38.2%	100.0%
	인천/경기	Count	24	33	14	2			39	112
		% within 지역	21.4%	29.5%	12.5%	1.8%			34.8%	100.0%
	강원/제주	Count	6	8	2	1			5	22
		% within 지역	27.3%	36.4%	9.1%	4.5%			22.7%	100.0%
	대전/충청	Count	10	19	1	1	2	1	20	54
		% within 지역	18.5%	35.2%	1.9%	1.9%	3.7%	1.9%	37.0%	100.0%
	광주/전라	Count	15	1	6	3			22	47
		% within 지역	31.9%	2.1%	12.8%	6.4%			46.8%	100.0%
	부산/대구/경	Count	20	51	14	3			48	136
		% within 지역	14.7%	37.5%	10.3%	2.2%			35.3%	100.0%
	Total	Count	90	141	45	13	2	1	168	460
		% within 지역	19.6%	30.7%	9.8%	2.8%	.4%	.2%	36.5%	100.0%

(p=.000, p=.003)

- 이를 연령별로 다시 분해해보면, 세대의 강력한 영향력에 의해 2035에서는 열린우리당 지지율이, 386세대에서는 한나라당 지지율이 전체 평균보다 약 6~7%씩 올라가고 있다. 경기지역에서도 이러한 현상이 비슷하게 관찰되고 있으나, 상승한 지지율이 자기 세대에서의 전국 평균을 상회하는 일은 거의 없으며 그만큼의 지지율이 민노당이나 “지지 정당 없음” 으로 이동하고 있어서 경기지역의 특징을 계속해서 보여준다.

3.3 노 대통령 개인의 신뢰도에 대한 평가

〈표 1-6〉 지역별 노대통령 신뢰도 평가

			노대통령 신뢰도				Total	
			매우 그렇다	그런 편이다	중간이다	그렇지 않은 편이다		전혀 그렇지 않다
지역별	서울	Count	7	38	63	53	24	185
		% within 지역별	3.8%	20.5%	34.1%	28.6%	13.0%	100.0%
	인천/경기	Count	11	35	98	49	27	220
		% within 지역별	5.0%	15.9%	44.5%	22.3%	12.3%	100.0%
	강원/제주	Count	1	6	14	14	2	37
		% within 지역별	2.7%	16.2%	37.8%	37.8%	5.4%	100.0%
	대전/충청	Count	4	34	43	27	9	117
		% within 지역별	3.4%	29.1%	36.8%	23.1%	7.7%	100.0%
	광주/전라	Count	2	32	42	23	5	104
		% within 지역별	1.9%	30.8%	40.4%	22.1%	4.8%	100.0%
	부산/대구/경상	Count	8	57	93	79	21	258
		% within 지역별	3.1%	22.1%	36.0%	30.6%	8.1%	100.0%
Total		Count	33	202	353	245	88	921
		% within 지역별	3.6%	21.9%	38.3%	26.6%	9.6%	100.0%

(p=.052)

- 부정적인 평가는 34.6%로 전국 평균인 36.5%에 비해 1.9% 낮으며, 긍정적인 평가도 20.9%로 전국 평균 25.5%보다 4.6% 낮다. 즉 경기도 2030은 노 대통령 개인에 대해 판단을 유보하는 경우가 전국 평균보다 더 많다는 뜻이다.

〈표 1-7〉 지역/세대별 노대통령 신뢰도 평가

연령별			노대통령 신뢰도					Total	
			매우 그렇다	그런 편이다	중간이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다		
20~35세	지역별	서울	Count	4	23	35	25	11	98
			% within 지역별	4.1%	23.5%	35.7%	25.5%	11.2%	100.0%
		인천/경기	Count	4	22	53	21	8	108
			% within 지역별	3.7%	20.4%	49.1%	19.4%	7.4%	100.0%
		강원/제주	Count		5	4	5	1	15
			% within 지역별		33.3%	26.7%	33.3%	6.7%	100.0%
		대전/충청	Count	4	22	24	11	3	64
			% within 지역별	6.3%	34.4%	37.5%	17.2%	4.7%	100.0%
		광주/전라	Count		20	25	10	2	57
			% within 지역별		35.1%	43.9%	17.5%	3.5%	100.0%
	부산/대구/경상	Count	4	38	54	21	7	124	
		% within 지역별	3.2%	30.6%	43.5%	16.9%	5.6%	100.0%	
Total		Count	16	130	195	93	32	466	
		% within 지역별	3.4%	27.9%	41.8%	20.0%	6.9%	100.0%	
36~45세	지역별	서울	Count	3	15	28	28	13	87
			% within 지역별	3.4%	17.2%	32.2%	32.2%	14.9%	100.0%
		인천/경기	Count	7	13	45	28	19	112
			% within 지역별	6.3%	11.6%	40.2%	25.0%	17.0%	100.0%
		강원/제주	Count	1	1	10	9	1	22
			% within 지역별	4.5%	4.5%	45.5%	40.9%	4.5%	100.0%
		대전/충청	Count		12	19	16	6	53
			% within 지역별		22.6%	35.8%	30.2%	11.3%	100.0%
		광주/전라	Count	2	12	17	13	3	47
			% within 지역별	4.3%	25.5%	36.2%	27.7%	6.4%	100.0%
	부산/대구/경상	Count	4	19	39	58	14	134	
		% within 지역별	3.0%	14.2%	29.1%	43.3%	10.4%	100.0%	
Total		Count	17	72	158	152	56	455	
		% within 지역별	3.7%	15.8%	34.7%	33.4%	12.3%	100.0%	

(p=.383, p=.118)

- 이를 세대별로 나누어 보면 2035세대의 경우 긍정적인 평가가 24.1%로 전국 평균인 31.1%에 비해 현저하게 낮은 반면 부정적인 평가는 전국 평균과 거의 일치한다. 386세대의 경우 긍정적인 평가는 17.9%로 전국 평균인 19.5%보다 낮지만 2035세대에서의 차이처럼 크게 나타나지는 않으며, 부정적인 평가는 42.0%로 전국 평균 45.7%보다 오히려 낮게 나타난다.
- 경기지역 2030의 노 대통령에 대한 평가를 요약해보면, 전국 평균보다 전반적으로 지지율이 적는데, 그것은 반대가 많아서라기보다는 판단유보가 많기 때문이다. 특히 주목할만한 것은 경기지역 2035세대의 반응인데, 이들은 비록 386세대보다는 노 대통령을 높이 평가하고 있기는 하지만 그럼에도 불구하고 두 세대를 합친 전국 평균보다도 노 대통령을 신뢰하지 않고 있다.

3.4 현 정부 개혁방향에 대한 공감

〈표 1-8〉 지역별 현 정부 개혁방향에 대한 평가

지역 별	서울	Count % within 지역 별	개혁방향 공감					Total
			매우 그렇 다	그런 편이 다	중간이다	그렇지 않 은 편이다	전혀 그렇 지 않다	
	서울	Count % within 지역 별	9 4.9%	50 27.0%	40 21.6%	66 35.7%	20 10.8%	185 100.0%
	인천/경기	Count % within 지역 별	13 6.0%	43 19.8%	57 26.3%	78 35.9%	26 12.0%	217 100.0%
	강원/제주	Count % within 지역 별	1 2.7%	5 13.5%	13 35.1%	14 37.8%	4 10.8%	37 100.0%
	대전/충청	Count % within 지역 별	8 7.0%	31 27.0%	33 28.7%	36 31.3%	7 6.1%	115 100.0%
	광주/전라	Count % within 지역 별	3 3.0%	35 35.0%	28 28.0%	31 31.0%	3 3.0%	100 100.0%
	부산/대구/경 상	Count % within 지역 별	12 4.7%	62 24.1%	59 23.0%	99 38.5%	25 9.7%	257 100.0%
Total		Count % within 지역 별	46 5.0%	226 24.8%	230 25.2%	324 35.6%	85 9.3%	911 100.0%

(p=.203)

- 경기도 2030은 **현 정부의 개혁 방향**에 대해 25.8%가 공감한다는 의견을, 47.9%가 공감하지 않는다는 의견을 제시하여 전국 평균인 29.8%, 44.9%에 비해 반대하는 의견이 조금 더 많았다. 이는 한나라당 지지 지역인 영남권의 28.8%, 48.2%에 비교해보아도 **상당히 비판적인 입장**이라고 할 수 있다.

<표 1-9> 지역/세대별 현 정부 개혁방향에 대한 평가

연령별	개혁방향 공감						Total	
	매우 그렇다	그런 편이다	중간이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다			
20~35세 지역별	서울	Count	4	29	28	28	7	96
		% within 지역별	4.2%	30.2%	29.2%	29.2%	7.3%	100.0%
	인천/경기	Count	10	27	32	31	7	107
		% within 지역별	9.3%	25.2%	29.9%	29.0%	6.5%	100.0%
	강원/제주	Count		4	5	4	2	15
		% within 지역별		26.7%	33.3%	26.7%	13.3%	100.0%
	대전/충청	Count	6	16	19	18	3	62
		% within 지역별	9.7%	25.8%	30.6%	29.0%	4.8%	100.0%
	광주/전라	Count		22	15	16	1	54
		% within 지역별		40.7%	27.8%	29.6%	1.9%	100.0%
부산/대구/경상	Count	5	44	31	36	8	124	
	% within 지역별	4.0%	35.5%	25.0%	29.0%	6.5%	100.0%	
Total	Count	25	142	130	133	28	458	
	% within 지역별	5.5%	31.0%	28.4%	29.0%	6.1%	100.0%	
36~45세 지역별	서울	Count	5	21	12	38	13	89
		% within 지역별	5.6%	23.6%	13.5%	42.7%	14.6%	100.0%
	인천/경기	Count	3	16	25	47	19	110
		% within 지역별	2.7%	14.5%	22.7%	42.7%	17.3%	100.0%
	강원/제주	Count	1	1	8	10	2	22
		% within 지역별	4.5%	4.5%	36.4%	45.5%	9.1%	100.0%
	대전/충청	Count	2	15	14	18	4	53
		% within 지역별	3.8%	28.3%	26.4%	34.0%	7.5%	100.0%
	광주/전라	Count	3	13	13	15	2	46
		% within 지역별	6.5%	28.3%	28.3%	32.6%	4.3%	100.0%
부산/대구/경상	Count	7	18	28	63	17	133	
	% within 지역별	5.3%	13.5%	21.1%	47.4%	12.8%	100.0%	
Total	Count	21	84	100	191	57	453	
	% within 지역별	4.6%	18.5%	22.1%	42.2%	12.6%	100.0%	

(p=.589, p=.390)

- 이를 다시 세대별로 나누어 보면 **경기지역의 2030세대는 전국 평균과 비슷한 추세를** 보이는 반면 **386세대는 공감한다는 의견이 17.2%, 공감할 수 없다는 의견이 60.0%**로 전국 평균인 23.1%, 54.8%에 비해 **현저하게 비판적인 모습**을 보인다.

3.5 민노당에 가는 기대

- 경기지역 2030은 민노당에 기대를 건다는 쪽이 48.0%, 그렇지 않다는 쪽이 37.4%로 나타나 전국 평균인 52.0%와 31.3%에 비해 **민노당에 가는 기대도 낮은 편인 것으로 나타난다.**

〈표 1-10〉 지역별 민노당에 가는 기대

지역 별	지역	Count % within 지역 별	민노당에 기대				Total	
			매우 그렇 다	그런 편이 다	중간이다	그렇지 않 은 편이다		전혀 그렇 지 않다
지역 별	서울	Count % within 지역 별	13 7.0%	81 43.5%	34 18.3%	52 28.0%	6 3.2%	186 100.0%
	인천/경기	Count % within 지역 별	22 10.3%	81 37.9%	31 14.5%	68 31.8%	12 5.6%	214 100.0%
	강원/제주	Count % within 지역 별	7 19.4%	10 27.8%	6 16.7%	11 30.6%	2 5.6%	36 100.0%
	대전/충청	Count % within 지역 별	12 10.7%	41 36.6%	21 18.8%	32 28.6%	6 5.4%	112 100.0%
	광주/전라	Count % within 지역 별	11 10.8%	57 55.9%	13 12.7%	17 16.7%	4 3.9%	102 100.0%
	부산/대구/경 상	Count % within 지역 별	32 12.4%	105 40.7%	47 18.2%	66 25.6%	8 3.1%	258 100.0%
Total		Count % within 지역 별	97 10.7%	375 41.3%	152 16.7%	246 27.1%	38 4.2%	908 100.0%

(p=.180)

- 앞에서 지지정당을 물었을 때에는 타지역에 비해 민노당 지지가 높은 편이었음에도 불구하고 다른 정당과의 비교 없이 민노당에 대한 기대만을 물었을 때는 오히려 다른 지역보다 낮게 나타나고 있다. 이것은 **주어진 상황에서 상대적으로 더 냉소적인 선택을 하는 정치혐오 현상**이거나 혹은 열린우리당이나 한나라당이 자신들을 대변해주지 못하기 때문에 민노당에 가는 기대가 별로 없음에도 불구하고 **대안이 없기 때문에 민노당을 지지하는 경향**이 있다는 뜻으로 해석될 수 있다.

〈표 1-11〉 지역/세대별 민노당에 거는 기대

연령별	민노당에 기대					Total	
	매우 그렇다	그런 편이다	중간이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다		
20~35세 지역별	서울	Count 7	43	19	26	3	98
		% within 지역별 7.1%	43.9%	19.4%	26.5%	3.1%	100.0%
	인천/경기	Count 11	42	13	33	5	104
		% within 지역별 10.6%	40.4%	12.5%	31.7%	4.8%	100.0%
	강원/제주	Count 2	3	3	5	1	14
		% within 지역별 14.3%	21.4%	21.4%	35.7%	7.1%	100.0%
	대전/충청	Count 9	20	14	17	2	62
		% within 지역별 14.5%	32.3%	22.6%	27.4%	3.2%	100.0%
	광주/전라	Count 5	30	8	10	4	57
		% within 지역별 8.8%	52.6%	14.0%	17.5%	7.0%	100.0%
부산/대구/경상	Count 18	47	31	27	2	125	
	% within 지역별 14.4%	37.6%	24.8%	21.6%	1.6%	100.0%	
Total	Count 52	185	88	118	17	460	
	% within 지역별 11.3%	40.2%	19.1%	25.7%	3.7%	100.0%	
36~45세 지역별	서울	Count 6	38	15	26	3	88
		% within 지역별 6.8%	43.2%	17.0%	29.5%	3.4%	100.0%
	인천/경기	Count 11	39	18	35	7	110
		% within 지역별 10.0%	35.5%	16.4%	31.8%	6.4%	100.0%
	강원/제주	Count 5	7	3	6	1	22
		% within 지역별 22.7%	31.8%	13.6%	27.3%	4.5%	100.0%
	대전/충청	Count 3	21	7	15	4	50
		% within 지역별 6.0%	42.0%	14.0%	30.0%	8.0%	100.0%
	광주/전라	Count 6	27	5	7		45
		% within 지역별 13.3%	60.0%	11.1%	15.6%		100.0%
부산/대구/경상	Count 14	58	16	39	6	133	
	% within 지역별 10.5%	43.6%	12.0%	29.3%	4.5%	100.0%	
Total	Count 45	190	64	128	21	448	
	% within 지역별 10.0%	42.4%	14.3%	28.6%	4.7%	100.0%	

(p=.300, p=.459)

- 경기도 2030의 경우 민노당에 기대를 건다는 비율은 전국 평균과 거의 일치하고 있으나, 기대하지 않는다는 비율은 36.5%로 전국 평균 29.4%에 비해 훨씬 높다. 또한 386 세대의 경우 기대를 건다는 비율이 45.5%(전국평균 52.4%), 기대하지 않는다는 비율이 38.2%(전국평균 33.3%)로 역시 상대적으로 민노당에 대해서도 회의적인 것으로 나타난다.

3.6 이라크 파병에 대한 지지

〈표 1-12〉 지역별 이라크 파병에 대한 지지도

지역별	이라크 파병 지지						Total
	매우 그렇다	그런 편이다	중간이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다		
서울	Count	11	50	26	80	19	186
	% within 지역별	5.9%	26.9%	14.0%	43.0%	10.2%	100.0%
인천/경기	Count	15	41	29	117	17	219
	% within 지역별	6.8%	18.7%	13.2%	53.4%	7.8%	100.0%
강원/제주	Count		13	4	16	4	37
	% within 지역별		35.1%	10.8%	43.2%	10.8%	100.0%
대전/충청	Count	4	23	19	55	16	117
	% within 지역별	3.4%	19.7%	16.2%	47.0%	13.7%	100.0%
광주/전라	Count	3	28	10	51	12	104
	% within 지역별	2.9%	26.9%	9.6%	49.0%	11.5%	100.0%
부산/대구/경상	Count	13	65	32	112	32	254
	% within 지역별	5.1%	25.6%	12.6%	44.1%	12.6%	100.0%
Total	Count	46	220	120	431	100	917
	% within 지역별	5.0%	24.0%	13.1%	47.0%	10.9%	100.0%

(p=.410)

- 경기도 2030의 이라크 파병지지 비율은 25.5%, 반대 비율은 61.2%로 전국 평균 29.0%, 57.9%에 비해 **파병 반대의 비율이 전국에서 가장 높은 편이다.**

〈표 1-13〉 지역/세대별 이라크 파병에 대한 지지도

연령별	지역별	이라크 파병 지지						Total
		매우 그렇다	그런 편이다	중간이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다		
20~35세	서울	Count	7	22	13	44	12	98
		% within 지역별	7.1%	22.4%	13.3%	44.9%	12.2%	100.0%
	인천/경기	Count	8	13	15	64	8	108
		% within 지역별	7.4%	12.0%	13.9%	59.3%	7.4%	100.0%
	강원/제주	Count		3	2	8	2	15
		% within 지역별		20.0%	13.3%	53.3%	13.3%	100.0%
	대전/충청	Count	3	9	11	33	8	64
		% within 지역별	4.7%	14.1%	17.2%	51.6%	12.5%	100.0%
	광주/전라	Count	1	12	7	30	7	57
		% within 지역별	1.8%	21.1%	12.3%	52.6%	12.3%	100.0%
부산/대구/경상	Count	4	25	16	62	16	123	
	% within 지역별	3.3%	20.3%	13.0%	50.4%	13.0%	100.0%	
Total	Count	23	84	64	241	53	465	
	% within 지역별	4.9%	18.1%	13.8%	51.8%	11.4%	100.0%	
36~45세	서울	Count	4	28	13	36	7	88
		% within 지역별	4.5%	31.8%	14.8%	40.9%	8.0%	100.0%
	인천/경기	Count	7	28	14	53	9	111
		% within 지역별	6.3%	25.2%	12.6%	47.7%	8.1%	100.0%
	강원/제주	Count		10	2	8	2	22
		% within 지역별		45.5%	9.1%	36.4%	9.1%	100.0%
	대전/충청	Count	1	14	8	22	8	53
		% within 지역별	1.9%	26.4%	15.1%	41.5%	15.1%	100.0%
	광주/전라	Count	2	16	3	21	5	47
		% within 지역별	4.3%	34.0%	6.4%	44.7%	10.6%	100.0%
	부산/대구/경상	Count	9	40	16	50	16	131
		% within 지역별	6.9%	30.5%	12.2%	38.2%	12.2%	100.0%
	Total	Count	23	136	56	190	47	452
		% within 지역별	5.1%	30.1%	12.4%	42.0%	10.4%	100.0%

(p=.820, p=.871)

- 세대별로 나누어 보아도 젊은 세대에서 파병 반대의 목소리가 더 높다는 차이는 있지만 여전히 비슷한 패턴을 보인다.

3.7 대미관계에 대한 평가

〈표 1-14〉 지역별 대미관계에 대한 평가

지역 별	서울	Count % within 지역 별	대미관계 원만하다				Total	
			매우 그렇 다	그런 편이 다	중간이다	그렇지 않 은 편이다		전혀 그렇 지 않다
	서울	Count % within 지역 별	2 1.1%	28 15.5%	31 17.1%	109 60.2%	11 6.1%	181 100.0%
	인천/경기	Count % within 지역 별	2 .9%	33 15.3%	46 21.4%	120 55.8%	14 6.5%	215 100.0%
	강원/제주	Count % within 지역 별		10 27.8%	5 13.9%	19 52.8%	2 5.6%	36 100.0%
	대전/충청	Count % within 지역 별	2 1.8%	29 25.7%	18 15.9%	54 47.8%	10 8.8%	113 100.0%
	광주/전라	Count % within 지역 별		22 22.9%	18 18.8%	52 54.2%	4 4.2%	96 100.0%
	부산/대구/경 상	Count % within 지역 별	5 2.0%	57 22.5%	49 19.4%	131 51.8%	11 4.3%	253 100.0%
Total		Count % within 지역 별	11 1.2%	179 20.0%	167 18.7%	485 54.3%	52 5.8%	894 100.0%

(p=.497)

- 전국적으로 현재의 대미관계가 원만하다는 평가가 21.2%, 그렇지 않다는 평가가 56.1%인데 비해 경기도는 각각 16.2%, 62.3%로 부정적으로 보는 시각이 상대적으로 더 강하다.

〈표 1-15〉 지역/세대별 대미관계에 대한 평가

연령별	대미관계 원만하다					Total	
	매우 그렇다	그런 편이다	중간이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다		
20~35세 지역별	서울	Count 2	16	19	52	5	94
		% within 지역별 2.1%	17.0%	20.2%	55.3%	5.3%	100.0%
	인천/경기	Count 1	22	29	49	4	105
		% within 지역별 1.0%	21.0%	27.6%	46.7%	3.8%	100.0%
	강원/제주	Count	5	3	7		15
		% within 지역별	33.3%	20.0%	46.7%		100.0%
	대전/충청	Count 1	17	13	26	3	60
		% within 지역별 1.7%	28.3%	21.7%	43.3%	5.0%	100.0%
	광주/전라	Count	9	11	30	2	52
		% within 지역별	17.3%	21.2%	57.7%	3.8%	100.0%
부산/대구/경상	Count 2	36	31	50	5	124	
	% within 지역별 1.6%	29.0%	25.0%	40.3%	4.0%	100.0%	
Total	Count 6	105	106	214	19	450	
	% within 지역별 1.3%	23.3%	23.6%	47.6%	4.2%	100.0%	
36~45세 지역별	서울	Count	12	12	57	6	87
		% within 지역별	13.8%	13.8%	65.5%	6.9%	100.0%
	인천/경기	Count 1	11	17	71	10	110
		% within 지역별 .9%	10.0%	15.5%	64.5%	9.1%	100.0%
	강원/제주	Count	5	2	12	2	21
		% within 지역별	23.8%	9.5%	57.1%	9.5%	100.0%
	대전/충청	Count 1	12	5	28	7	53
		% within 지역별 1.9%	22.6%	9.4%	52.8%	13.2%	100.0%
	광주/전라	Count	13	7	22	2	44
		% within 지역별	29.5%	15.9%	50.0%	4.5%	100.0%
부산/대구/경상	Count 3	21	18	81	6	129	
	% within 지역별 2.3%	16.3%	14.0%	62.8%	4.7%	100.0%	
Total	Count 5	74	61	271	33	444	
	% within 지역별 1.1%	16.7%	13.7%	61.0%	7.4%	100.0%	

(p=.839, p=.371)

- 세대별로 분리해 보면 2035세대의 경우 원만하다는 평가가 22.0%로 전국평균 24.6%보다 낮고, 원만하지 못하다는 평가가 50.5%로 전국평균 51.8%보다 조금 낮은 양상을 보인다. 이는 386세대로 오면 원만하다는 평가가 10.9%, 그렇지 않다는 평가가 73.6%로 전국 평균 17.8%, 68.4%와 현저한 차이를 보이면서 대미관계에 대한 우려가 상대적으로 높음을 보여 준다.

3.8 과거사 청산에 대한 지지

〈표 1-16〉 지역별 과거사 청산에 대한 지지도

지역 별	서울	Count % within 지역 별	과거사 청산 지지					Total
			매우 그렇 다	그런 편이 다	중간이다	그렇지 않 은 편이다	전혀 그렇 지 않다	
		21 11.4%	73 39.7%	27 14.7%	54 29.3%	9 4.9%	184 100.0%	
	인천/경기	25 11.5%	83 38.1%	33 15.1%	62 28.4%	15 6.9%	218 100.0%	
	강원/제주	1 2.7%	17 45.9%	4 10.8%	14 37.8%	1 2.7%	37 100.0%	
	대전/충청	21 18.3%	39 33.9%	19 16.5%	30 26.1%	6 5.2%	115 100.0%	
	광주/전라	16 15.7%	46 45.1%	11 10.8%	29 28.4%		102 100.0%	
	부산/대구/경 상	26 10.1%	105 40.7%	37 14.3%	69 26.7%	21 8.1%	258 100.0%	
Total		110 12.0%	363 39.7%	131 14.3%	258 28.2%	52 5.7%	914 100.0%	

(p=.241)

- **과거사 청산과 관련해서도** 경기도 2030은 찬성 49.6%, 반대 35.3%로 전국평균인 51.7%, 33.9%보다 **약간 회의적인 반응**을 보이지만 그 차이의 폭은 다른 질문에 비해 약 3% 정도 줄어드는 양상을 보인다. 여러 가지 분석을 통해 나타나듯이 스스로가 수혜자라고 생각하지 않는 경기도 2030에는 당연한 결과일 수도 있다.

〈표 1-17〉 지역/세대별 과거사 청산에 대한 지지도

연령별	과거사 청산 지지					Total		
	매우 그렇다	그런 편이다	중간이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다			
20~35대 지역 별	서울	Count 15	41	17	21	3	97	
		% within 지역	15.5%	42.3%	17.5%	21.6%	3.1%	100.0%
	인천/경기	Count 15	45	17	26	4	107	
		% within 지역	14.0%	42.1%	15.9%	24.3%	3.7%	100.0%
	강원/제주	Count	5	2	8		15	
		% within 지역	33.3%	13.3%	53.3%		100.0%	
	대전/충청	Count 12	25	12	13	2	64	
		% within 지역	18.8%	39.1%	18.8%	20.3%	3.1%	100.0%
	광주/전라	Count 8	25	7	17		57	
		% within 지역	14.0%	43.9%	12.3%	29.8%		100.0%
	부산/대구/경상	Count 13	65	18	22	5	123	
		% within 지역	10.6%	52.8%	14.6%	17.9%	4.1%	100.0%
	Total	Count 63	206	73	107	14	463	
		% within 지역	13.6%	44.5%	15.8%	23.1%	3.0%	100.0%
36~45대 지역 별	서울	Count 6	32	10	33	6	87	
		% within 지역	6.9%	36.8%	11.5%	37.9%	6.9%	100.0%
	인천/경기	Count 10	38	16	36	11	111	
		% within 지역	9.0%	34.2%	14.4%	32.4%	9.9%	100.0%
	강원/제주	Count 1	12	2	6	1	22	
		% within 지역	4.5%	54.5%	9.1%	27.3%	4.5%	100.0%
	대전/충청	Count 9	14	7	17	4	51	
		% within 지역	17.6%	27.5%	13.7%	33.3%	7.8%	100.0%
	광주/전라	Count 8	21	4	12		45	
		% within 지역	17.8%	46.7%	8.9%	26.7%		100.0%
	부산/대구/경상	Count 13	40	19	47	16	135	
		% within 지역	9.6%	29.6%	14.1%	34.8%	11.9%	100.0%
	Total	Count 47	157	58	151	38	451	
		% within 지역	10.4%	34.8%	12.9%	33.5%	8.4%	100.0%

(p=.444, p=.303)

- 이처럼 전국 평균과의 차이가 줄어드는 현상은 세대별로 분리했을 때에도 마찬가지이다. 다른 정치적 현안들과는 달리 과거사 청산 문제와 관련해서는 두 세대에서 모두 전국 평균에 근접하는 결과를 보여준다.

3.9 자주외교 능력이 높아졌는가

〈표 1-18〉 지역별 자주외교 능력 평가

지역별	서울	Count % within 지역별	자주외교 능력 높아졌다					Total
			매우 그렇다	그런 편이다	중간이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다	
	서울	Count % within 지역별	4 2.2%	55 29.6%	33 17.7%	84 45.2%	10 5.4%	186 100.0%
	인천/경기	Count % within 지역별	8 3.7%	65 30.4%	35 16.4%	94 43.9%	12 5.6%	214 100.0%
	강원/제주	Count % within 지역별	2 5.4%	16 43.2%	6 16.2%	13 35.1%		37 100.0%
	대전/충청	Count % within 지역별	1 .9%	42 36.8%	29 25.4%	36 31.6%	6 5.3%	114 100.0%
	광주/전라	Count % within 지역별	4 3.9%	44 43.1%	20 19.6%	33 32.4%	1 1.0%	102 100.0%
	부산/대구/경상	Count % within 지역별	9 3.6%	89 35.5%	51 20.3%	92 36.7%	10 4.0%	251 100.0%
Total		Count % within 지역별	28 3.1%	311 34.4%	174 19.2%	352 38.9%	39 4.3%	904 100.0%

(p=.188)

〈표 1-19〉 지역/세대별 자주외교 능력 평가

연령별	지역별	서울	Count % within 지역별	자주외교 능력 높아졌다					Total
				매우 그렇다	그런 편이다	중간이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다	
20~35세	지역별	서울	Count % within 지역별	1 1.0%	30 30.9%	21 21.6%	42 43.3%	3 3.1%	97 100.0%
		인천/경기	Count % within 지역별	3 2.8%	33 31.1%	21 19.8%	46 43.4%	3 2.8%	106 100.0%
	강원/제주	Count % within 지역별	1 6.7%	7 46.7%	2 13.3%	5 33.3%		15 100.0%	
	대전/충청	Count % within 지역별	1 1.6%	26 42.6%	20 32.8%	12 19.7%	2 3.3%	61 100.0%	
	광주/전라	Count % within 지역별	2 3.5%	27 47.4%	9 15.8%	18 31.6%	1 1.8%	57 100.0%	
	부산/대구/경상	Count % within 지역별	5 4.2%	51 42.5%	32 26.7%	30 25.0%	2 1.7%	120 100.0%	
	Total	Count % within 지역별	13 2.9%	174 38.2%	105 23.0%	153 33.6%	11 2.4%	456 100.0%	
36~45세	지역별	서울	Count % within 지역별	3 3.4%	25 28.1%	12 13.5%	42 47.2%	7 7.9%	89 100.0%
		인천/경기	Count % within 지역별	5 4.6%	32 29.6%	14 13.0%	48 44.4%	9 8.3%	108 100.0%
	강원/제주	Count % within 지역별	1 4.5%	9 40.9%	4 18.2%	8 36.4%		22 100.0%	
	대전/충청	Count % within 지역별		16 30.2%	9 17.0%	24 45.3%	4 7.5%	53 100.0%	
	광주/전라	Count % within 지역별	2 4.4%	17 37.8%	11 24.4%	15 33.3%		45 100.0%	
	부산/대구/경상	Count % within 지역별	4 3.1%	38 29.0%	19 14.5%	62 47.3%	8 6.1%	131 100.0%	
	Total	Count % within 지역별	15 3.3%	137 30.6%	69 15.4%	199 44.4%	28 6.3%	448 100.0%	

(p=.134, p=.111)

- 현 정부 들어 **자주외교 능력**이 높아졌다는 평가에 대해 경기도 2030은 34.1%가 긍정을, 49.5%가 부정을 해서 전국 평균 37.5% 및 43.2%와 비교해보면 가시적인 차이를 보인다. 특히 **부정하는 쪽의 입장이 전국 평균에 비해 6.3%나 높은 것이 눈에 띈다.**
- 특히 정부의 자주외교 능력에 대한 평가는 386세대보다도 오히려 2035세대에서 더욱 부정적으로 나타나고 있는 것이 인상적이다. 대체로 경기도 2030은 전국 평균에 비해 현 정부에 대해 5% 내외로 더 부정적이고, 2035세대보다는 386세대가 더 부정적인 것으로 나타난다. 하지만 자주외교 능력과 관련해서는 386세대는 오히려 전국 평균에 근접하는 반면 경기도 2035세대는 현저하게 부정적인 입장을 보인다. 2035의 경우 33.9%가 긍정(전국 평균 41.1%)하고 46.2%가 부정(전국 평균 36.0%)하여 큰 폭의 차이를 보인다.

3.10 국보법 폐지 노력에 대한 지지

〈표 1-20〉 지역별 국보법 폐지 노력 평가

지역 별	서울	Count	국보법폐지 지지					Total
			매우 그렇다	그런 편이다	중간이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다	
			12	49	35	65	20	181
		% within 지역별	6.6%	27.1%	19.3%	35.9%	11.0%	100.0%
	인천/경기	Count	16	73	37	68	22	216
		% within 지역별	7.4%	33.8%	17.1%	31.5%	10.2%	100.0%
	강원/제주	Count	2	10	7	14	3	36
		% within 지역별	5.6%	27.8%	19.4%	38.9%	8.3%	100.0%
	대전/충청	Count	9	36	22	39	9	115
		% within 지역별	7.8%	31.3%	19.1%	33.9%	7.8%	100.0%
	광주/전라	Count	13	49	15	22		99
		% within 지역별	13.1%	49.5%	15.2%	22.2%		100.0%
	부산/대구/경상	Count	23	80	36	89	28	256
		% within 지역별	9.0%	31.3%	14.1%	34.8%	10.9%	100.0%
Total		Count	75	297	152	297	82	903
		% within 지역별	8.3%	32.9%	16.8%	32.9%	9.1%	100.0%

(p=.030)

- 정부의 국보법 폐지 노력과 관련하여 경기지역의 2030은 41.2%가 지지 의견을, 41.7%가 반대 의견을 제시하여 **정확하게 양분되는 모습**을 보인다. 한편 전국적으로는 41.2%가 지지하는 쪽이고 42.0%가 반대하는 쪽이어서 국보법 문제와 관련한 한에 있어서는 경기지역 2030은 전국 평균과 거의 정확히 일치한다.

〈표 1-21〉 지역/세대별 국보법 폐지 노력 평가

연령별			국보법폐지 지지				Total	
			매우 그렇다	그런 편이다	중간이다	그렇지 않은 편이다		전혀 그렇지 않다
20~35세 지역별	서울	Count	9	28	22	28	9	96
		% within 지역별	9.4%	29.2%	22.9%	29.2%	9.4%	100.0%
	인천/경기	Count	11	37	22	30	5	105
		% within 지역별	10.5%	35.2%	21.0%	28.6%	4.8%	100.0%
	강원/제주	Count	2	4	2	6		14
		% within 지역별	14.3%	28.6%	14.3%	42.9%		100.0%
	대전/충청	Count	6	23	14	18	2	63
		% within 지역별	9.5%	36.5%	22.2%	28.6%	3.2%	100.0%
	광주/전라	Count	7	28	11	10		56
		% within 지역별	12.5%	50.0%	19.6%	17.9%		100.0%
부산/대구/경상	Count	10	52	23	28	10	123	
	% within 지역별	8.1%	42.3%	18.7%	22.8%	8.1%	100.0%	
Total	Count	45	172	94	120	26	457	
	% within 지역별	9.8%	37.6%	20.6%	26.3%	5.7%	100.0%	
36~45세 지역별	서울	Count	3	21	13	37	11	85
		% within 지역별	3.5%	24.7%	15.3%	43.5%	12.9%	100.0%
	인천/경기	Count	5	36	15	38	17	111
		% within 지역별	4.5%	32.4%	13.5%	34.2%	15.3%	100.0%
	강원/제주	Count		6	5	8	3	22
		% within 지역별		27.3%	22.7%	36.4%	13.6%	100.0%
	대전/충청	Count	3	13	8	21	7	52
		% within 지역별	5.8%	25.0%	15.4%	40.4%	13.5%	100.0%
	광주/전라	Count	6	21	4	12		43
		% within 지역별	14.0%	48.8%	9.3%	27.9%		100.0%
부산/대구/경상	Count	13	28	13	61	18	133	
	% within 지역별	9.8%	21.1%	9.8%	45.9%	13.5%	100.0%	
Total	Count	30	125	58	177	56	446	
	% within 지역별	6.7%	28.0%	13.0%	39.7%	12.6%	100.0%	

(p=.465, p=.034)

- 이 결과를 세대별로 나누어 보면, 2035 세대에서는 찬성이 45.7%(전국평균 47.4%)이고 반대가 33.4%(전국평균 32.0%)로 상대적으로 볼 때 전국 평균보다 미세하나마 반대 쪽 의견이 조금 더 많은 것으로 나타난다. 하지만 386세대로 가면 찬성이 36.9%(전국평균 34.7%)이고 반대가 49.5%(전국평균 52.3%)로 나타나 전국 평균에 비해 볼 때 상대적으로 약 3% 정도 찬성이 더 많은 것을 볼 수 있다.

3.11 한미동맹이 중요한가 자주외교가 중요한가

〈표 1-22〉 지역별 한미동맹과 자주외교의 중요성에 대한 평가

			한미동맹 vs 자주외교 우선순위		Total
			한미동맹	자주외교	
지역 별	서울	Count	63	116	179
		% within 지역별	35.2%	64.8%	100.0%
	인천/경기	Count	72	142	214
		% within 지역별	33.6%	66.4%	100.0%
	강원/제주	Count	14	23	37
		% within 지역별	37.8%	62.2%	100.0%
	대전/충청	Count	30	83	113
		% within 지역별	26.5%	73.5%	100.0%
	광주/전라	Count	24	77	101
		% within 지역별	23.8%	76.2%	100.0%
	부산/대구/경상	Count	81	171	252
		% within 지역별	32.1%	67.9%	100.0%
Total		Count	284	612	896
		% within 지역별	31.7%	68.3%	100.0%

(p=.271)

- 경기도 2030은 전국 평균에 비해 약 2% 차이로 한미동맹의 중요성을 상대적으로 약간 높게 평가하고 있다.

〈표 1-23〉 지역/세대별 한미동맹과 자주외교의 중요성에 대한 평가

			한미동맹 vs 자주외교 우선순위		Total	
			한미동맹	자주외교		
연령별 20~35세	지역 별	서울	Count	26	66	92
		% within 지역별	28.3%	71.7%	100.0%	
		인천/경기	Count	34	71	105
			% within 지역별	32.4%	67.6%	100.0%
		강원/제주	Count	4	11	15
			% within 지역별	26.7%	73.3%	100.0%
		대전/충청	Count	13	48	61
			% within 지역별	21.3%	78.7%	100.0%
		광주/전라	Count	13	42	55
			% within 지역별	23.6%	76.4%	100.0%
		부산/대구/경상	Count	31	89	120
			% within 지역별	25.8%	74.2%	100.0%
	Total		Count	121	327	448
			% within 지역별	27.0%	73.0%	100.0%
36~45세	지역 별	서울	Count	37	50	87
		% within 지역별	42.5%	57.5%	100.0%	
		인천/경기	Count	38	71	109
			% within 지역별	34.9%	65.1%	100.0%
		강원/제주	Count	10	12	22
			% within 지역별	45.5%	54.5%	100.0%
		대전/충청	Count	17	35	52
			% within 지역별	32.7%	67.3%	100.0%
		광주/전라	Count	11	35	46
			% within 지역별	23.9%	76.1%	100.0%
		부산/대구/경상	Count	50	82	132
			% within 지역별	37.9%	62.1%	100.0%
	Total		Count	163	285	448
			% within 지역별	36.4%	63.6%	100.0%

(p=.697, p=.323)

- 이를 세대별로 나누어 보면 흥미로운 현상이 관찰되는데, 전국 평균으로 보았을 때는 2035 세대의 경우 27:73으로 386세대(36:64)에 비해 자주외교의 중요성을 약 9% 포인트 높게 평가하고 있는 반면, 경기도에서는 상반된 결과가 나타난다. 경기도 2035는 32.4:67.6으로 자기 세대의 전국 평균에 비해 약 5.4% 포인트 정도 한미동맹의 중요성을 더 높이 평가하는 반면 경기도 386은 34.9: 65.1로 자기 세대의 전국 평균에 비해 오히려 1.5% 정도 자주외교의 중요성을 더 높이 평가하고 있기 때문이다.

3.12 성장이 중요한가 분배가 중요한가

〈표 1-24〉 지역별 성장과 분배에 대한 평가

			성장 vs 분배 우선순위		Total
			성장	분배	
지역 별	서울	Count	120	60	180
		% within 지역별	66.7%	33.3%	100.0%
	인천/경기	Count	142	71	213
		% within 지역별	66.7%	33.3%	100.0%
	강원/제주	Count	28	8	36
		% within 지역별	77.8%	22.2%	100.0%
	대전/충청	Count	79	33	112
		% within 지역별	70.5%	29.5%	100.0%
	광주/전라	Count	54	48	102
		% within 지역별	52.9%	47.1%	100.0%
	부산/대구/경상	Count	174	74	248
		% within 지역별	70.2%	29.8%	100.0%
Total		Count	597	294	891
		% within 지역별	67.0%	33.0%	100.0%

(p=.025)

- 전국적으로 보아 성장이 중요하다는 의견이 67%로 분배가 중요하다는 의견보다 2배 정도 많다. 경기도의 경우에도 거의 전국 평균과 일치하는 결과를 볼 수 있다.

〈표 1-25〉 지역/세대별 성장과 분배에 대한 평가

연령별	지역	지역	구분	성장 vs 분배 우선순위		Total
				성장	분배	
20~35세	지역	서울	Count	54	41	95
			% within 지역별	56.8%	43.2%	100.0%
		인천/경기	Count	60	45	105
			% within 지역별	57.1%	42.9%	100.0%
		강원/제주	Count	12	2	14
			% within 지역별	85.7%	14.3%	100.0%
		대전/충청	Count	41	20	61
			% within 지역별	67.2%	32.8%	100.0%
		광주/전라	Count	28	28	56
			% within 지역별	50.0%	50.0%	100.0%
부산/대구/경상	Count	83	38	121		
	% within 지역별	68.6%	31.4%	100.0%		
Total	Count	278	174	452		
	% within 지역별	61.5%	38.5%	100.0%		
36~45세	지역	서울	Count	66	19	85
			% within 지역별	77.6%	22.4%	100.0%
		인천/경기	Count	82	26	108
			% within 지역별	75.9%	24.1%	100.0%
		강원/제주	Count	16	6	22
			% within 지역별	72.7%	27.3%	100.0%
		대전/충청	Count	38	13	51
			% within 지역별	74.5%	25.5%	100.0%
		광주/전라	Count	26	20	46
			% within 지역별	56.5%	43.5%	100.0%
부산/대구/경상	Count	91	36	127		
	% within 지역별	71.7%	28.3%	100.0%		
Total	Count	319	120	439		
	% within 지역별	72.7%	27.3%	100.0%		

(p=.039, p=.166)

- 세대별로 나누어 보면 2035세대의 경우 성장 대 분배가 57.1:42.9로 나타나 자기 세대 평균인 61.5:38.5에 비해 약 4.5% 차이로 분배의 중요성을 더 강조하고 있다. 반면 386세대는 성장 대 분배가 75.9:24.1로, 자기 세대 평균인 72.7:27.3에 비해 약 3.3% 차이로 성장의 중요성을 더 강조하고 있다.

3.13 개혁이 중요한가 사회안정이 중요한가

〈표 1-26〉 지역별 개혁과 사회안정에 대한 평가

지역	지역	구분	개혁 vs 사회안정 우선순위		Total
			개혁	사회안정	
지역	서울	Count	30	157	187
		% within 지역별	16.0%	84.0%	100.0%
	인천/경기	Count	44	176	220
		% within 지역별	20.0%	80.0%	100.0%
	강원/제주	Count	3	34	37
		% within 지역별	8.1%	91.9%	100.0%
	대전/충청	Count	22	95	117
		% within 지역별	18.8%	81.2%	100.0%
	광주/전라	Count	18	86	104
		% within 지역별	17.3%	82.7%	100.0%
부산/대구/경상	Count	48	213	261	
	% within 지역별	18.4%	81.6%	100.0%	
Total	Count	165	761	926	
	% within 지역별	17.8%	82.2%	100.0%	

(p=.600)

- 경기도 2030은 20:80의 비율로 개혁보다는 사회안정의 중요성을 더 강조하고 있다. 이를 전국 평균과 비교하면 약 2.2% 포인트 차이로 개혁의 중요성에 대한 상대적 강조가 더 많은 것이다.

〈표 1-27〉 지역/세대별 개혁과 사회안정에 대한 평가

연령별	지역별	서울	Count	개혁 vs 사회안정 우선 순위		Total
				개혁	사회안정	
20~35세	지역별	서울	Count	19	79	98
			% within 지역별	19.4%	80.6%	100.0%
		인천/경기	Count	22	86	108
			% within 지역별	20.4%	79.6%	100.0%
		강원/제주	Count		15	15
			% within 지역별		100.0%	100.0%
		대전/충청	Count	12	52	64
			% within 지역별	18.8%	81.3%	100.0%
		광주/전라	Count	7	50	57
			% within 지역별	12.3%	87.7%	100.0%
36~45세	지역별	서울	Count	11	78	89
			% within 지역별	12.4%	87.6%	100.0%
		인천/경기	Count	22	90	112
			% within 지역별	19.6%	80.4%	100.0%
		강원/제주	Count	3	19	22
			% within 지역별	13.6%	86.4%	100.0%
		대전/충청	Count	10	43	53
			% within 지역별	18.9%	81.1%	100.0%
		광주/전라	Count	11	36	47
			% within 지역별	23.4%	76.6%	100.0%
Total	지역별	부산/대구/경상	Count	21	104	125
			% within 지역별	16.8%	83.2%	100.0%
		Total	Count	81	386	467
			% within 지역별	17.3%	82.7%	100.0%
		부산/대구/경상	Count	27	109	136
			% within 지역별	19.9%	80.1%	100.0%
		Total	Count	84	375	459
			% within 지역별	18.3%	81.7%	100.0%

(p=.385, p=.607)

- 세대별 분리에서도 큰 차이 없이 경기도 2030의 개혁성향은 전국 평균과 비교해서는 상대적으로 조금 더 높고, 절대값으로 비교할 때는 안정을 원하는 쪽이 많은 것으로 나타난다.

3.14 산업집중이 중요한가 균형이 중요한가

〈표 1-28〉 지역별 산업집중 및 균형에 대한 평가

			산업집중 vs 균형 우선 순위		Total
			집중	균형	
지역별	서울	Count	39	143	182
		% within 지역별	21.4%	78.6%	100.0%
	인천/경기	Count	42	175	217
		% within 지역별	19.4%	80.6%	100.0%
	강원/제주	Count	3	33	36
		% within 지역별	8.3%	91.7%	100.0%
	대전/충청	Count	24	92	116
		% within 지역별	20.7%	79.3%	100.0%
	광주/전라	Count	12	89	101
		% within 지역별	11.9%	88.1%	100.0%
	부산/대구/경상	Count	45	210	255
		% within 지역별	17.6%	82.4%	100.0%
Total		Count	165	742	907
		% within 지역별	18.2%	81.8%	100.0%

(p=.216)

- 전체적으로 보아 산업적 측면의 균형발전을 중시하는 의견이 81.8%로, 집중을 중시하는 18.2%에 비해 훨씬 높다. 경기도의 경우 집중이 중시하는 의견이 평균보다 1.2% 포인트 높기는 하지만 전체 평균과 큰 차이를 보이지 않는다.

〈표 1-29〉 지역/산업별 산업집중 및 균형에 대한 평가

				산업집중 vs 균형 우선 순위		Total
				집중	균형	
20~35세	지역별	서울	Count	21	74	95
			% within 지역별	22.1%	77.9%	100.0%
		인천/경기	Count	16	90	106
			% within 지역별	15.1%	84.9%	100.0%
		강원/제주	Count		15	15
			% within 지역별		100.0%	100.0%
		대전/충청	Count	12	51	63
			% within 지역별	19.0%	81.0%	100.0%
		광주/전라	Count	7	49	56
			% within 지역별	12.5%	87.5%	100.0%
	부산/대구/경상	Count	15	110	125	
		% within 지역별	12.0%	88.0%	100.0%	
Total		Count	71	389	460	
		% within 지역별	15.4%	84.6%	100.0%	
36~45세	지역별	서울	Count	18	69	87
			% within 지역별	20.7%	79.3%	100.0%
		인천/경기	Count	26	85	111
			% within 지역별	23.4%	76.6%	100.0%
		강원/제주	Count	3	18	21
			% within 지역별	14.3%	85.7%	100.0%
		대전/충청	Count	12	41	53
			% within 지역별	22.6%	77.4%	100.0%
		광주/전라	Count	5	40	45
			% within 지역별	11.1%	88.9%	100.0%
	부산/대구/경상	Count	30	100	130	
		% within 지역별	23.1%	76.9%	100.0%	
Total		Count	94	353	447	
		% within 지역별	21.0%	79.0%	100.0%	

(p=.150, p=.544)

- 세대별 분리에서도 2035세대는 균형을 좀 더 강조하고 386세대는 집중을 좀 더 강조한다는 차이는 있으나, 각 세대별로 전국 평균에서 크게 벗어나지 않는다는 점은 변하지 않는다.

3.15 국토발전 집중이 중요한가 균형이 중요한가

〈표 1-30〉 지역별 국토발전 집중 및 균형에 대한 평가

지역 별	서울	Count	국토발전 집중 vs 균형 우선순위		Total
			집중	균형	
		30	151		181
		% within 지역별	16.6%	83.4%	100.0%
	인천/경기	Count	36	181	217
		% within 지역별	16.6%	83.4%	100.0%
	강원/제주	Count	7	29	36
		% within 지역별	19.4%	80.6%	100.0%
	대전/충청	Count	16	100	116
		% within 지역별	13.8%	86.2%	100.0%
	광주/전라	Count	10	89	99
		% within 지역별	10.1%	89.9%	100.0%
	부산/대구/경상	Count	39	215	254
		% within 지역별	15.4%	84.6%	100.0%
Total		Count	138	765	903
		% within 지역별	15.3%	84.7%	100.0%

(p=.661)

- 전국적으로 보아 15.3: 84.7로 균형발전의 중요성을 강조하는 의견이 훨씬 많다. 경기도의 경우 전국 평균과 비교하면 집중의 효과를 강조하는 쪽이 1.3% 정도 많기는 하지만 전국 평균으로부터 크게 벗어나지 않는다.

〈표 1-31〉 지역/세대별 국토발전 집중 및 균형에 대한 평가

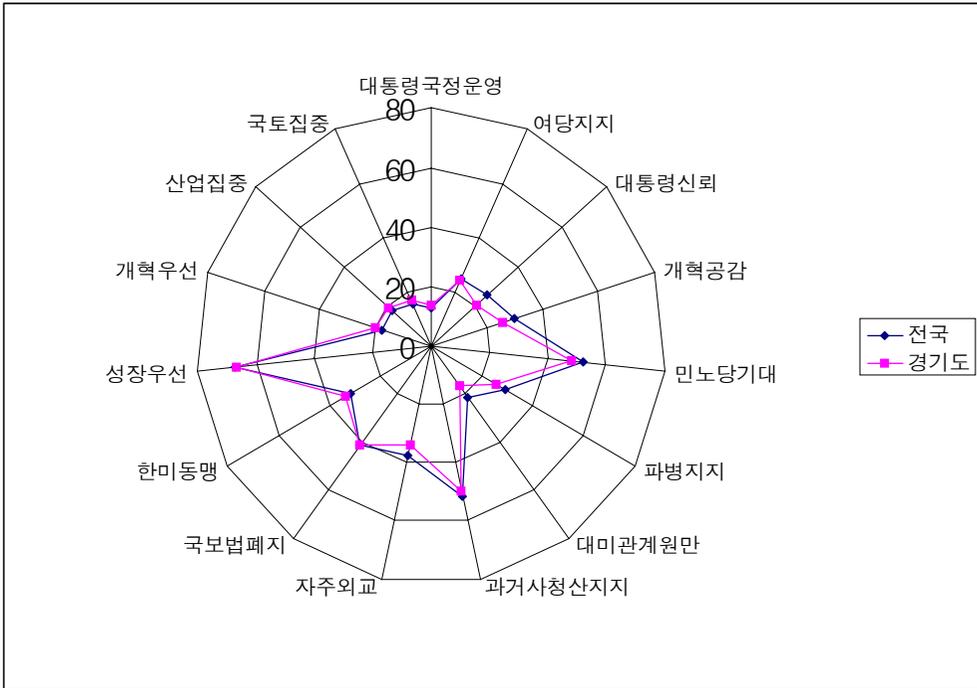
연령별				국토발전 집중 vs 균형 우선순위		Total
				집중	균형	
20~35세	지역별	서울	Count	15	80	95
			% within 지역별	15.8%	84.2%	100.0%
		인천/경기	Count	20	87	107
		% within 지역별	18.7%	81.3%	100.0%	
		강원/제주	Count	1	14	15
		% within 지역별	6.7%	93.3%	100.0%	
		대전/충청	Count	9	53	62
		% within 지역별	14.5%	85.5%	100.0%	
		광주/전라	Count	6	50	56
		% within 지역별	10.7%	89.3%	100.0%	
	부산/대구/경상	Count	18	105	123	
	% within 지역별	14.6%	85.4%	100.0%		
	Total	Count	69	389	458	
		% within 지역별	15.1%	84.9%	100.0%	
36~45세	지역별	서울	Count	15	71	86
			% within 지역별	17.4%	82.6%	100.0%
		인천/경기	Count	16	94	110
		% within 지역별	14.5%	85.5%	100.0%	
		강원/제주	Count	6	15	21
		% within 지역별	28.6%	71.4%	100.0%	
		대전/충청	Count	7	47	54
		% within 지역별	13.0%	87.0%	100.0%	
		광주/전라	Count	4	39	43
		% within 지역별	9.3%	90.7%	100.0%	
	부산/대구/경상	Count	21	110	131	
	% within 지역별	16.0%	84.0%	100.0%		
	Total	Count	69	376	445	
		% within 지역별	15.5%	84.5%	100.0%	

(p=.727, p=.464)

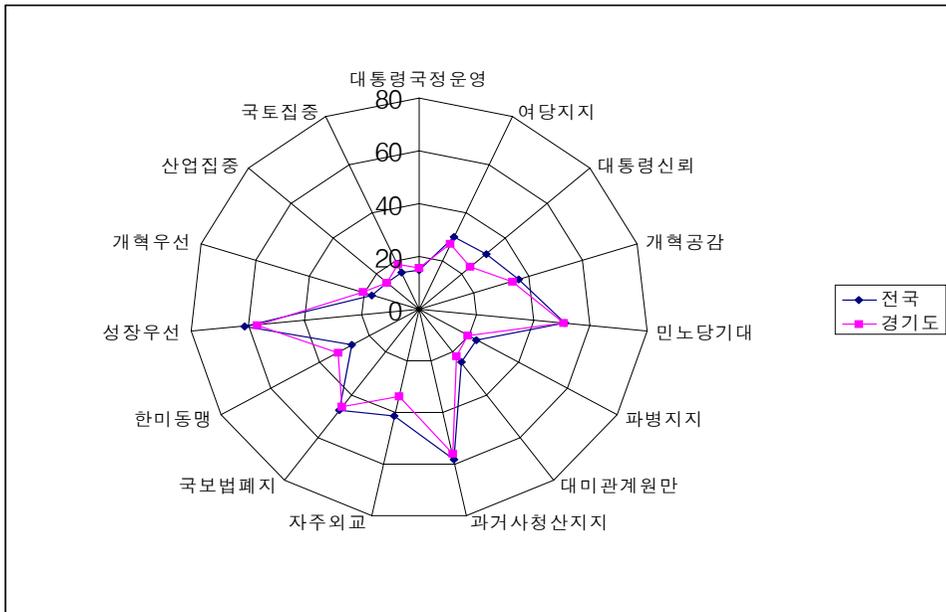
- 세대별 분리에서도 대체로 전국 평균과 비슷한 추세를 보이는 데에는 변함이 없다. 다만 이 경우에도 작은 차이긴 하지만 타지역의 2035와는 달리 경기지역 2035는 집중의 중요성을 조금 더 강조하는 경향이 있다.

3.16 요약

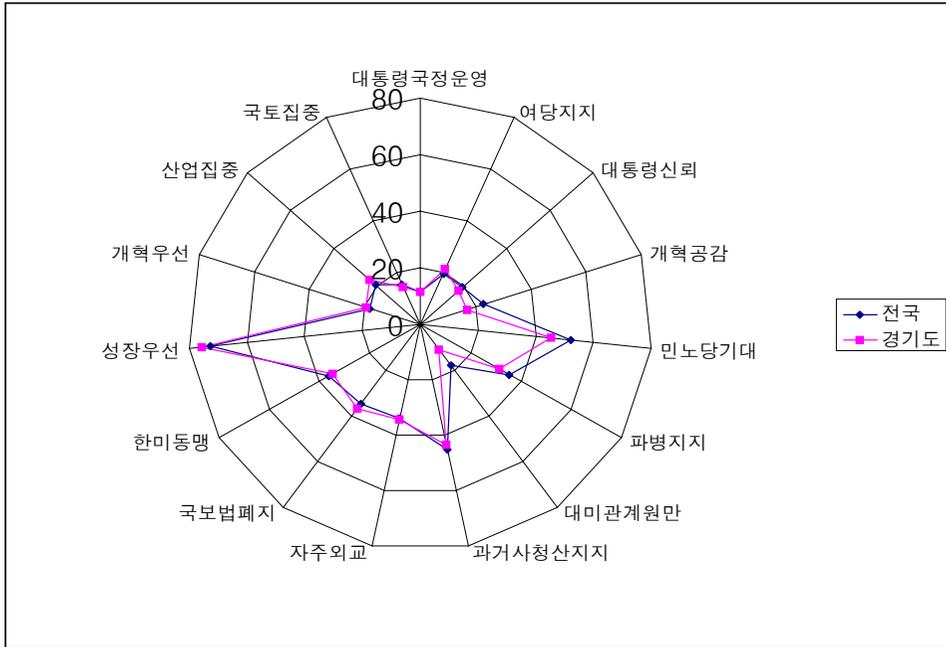
- 앞의 각 문항에 대한 경기도 2030의 응답을 문항별/세대별로 전국단위 자료와 비교하면 다음 그림과 같다.



〈그림 1-46〉 경기도와 전국 정치의식 문항별 비교



〈그림 1-47〉 경기도와 전국 2035세대 정치의식 문항별 비교



〈그림 1-48〉 경기도와 전국 386세대 정치의식 문항별 비교

- 〈그림 1-46〉~〈그림 1-48〉에 요약된 경기도 2030의 정치의식을 정리하면 다음과 같다.
- 가장 큰 특징은 세대를 막론하고 경기도 2030은 전국 평균으로부터 크게 이탈하지 않는다는 점이다. 광역별로 비교해보면 일부 지역의 경우 전국 평균과 큰 차이를 보이는 경우들이 있으나, 그림에서 보듯이 경기도 2030은 대체로 전국적 흐름에서 큰 편차를 보이지 않는다. 경기도 2030의 차이는 대체로 5% 내외에서 나타나고 있다.
- 정치의식과 관련된 질문들을 크게 보아 네 가지의 이슈 영역으로 나누면 (1) 국내정치적 이슈 (2) 정당성 이슈 (3) 국제적 이슈 (4) 경제적 이슈로 나눌 수 있다.
- 예를 들어 “대통령의 국정 운영에 대한 평가”, “지지정당”, “대통령 개인에 대한 신뢰”, “현 정부의 개혁 방향에 대한 공감”, “민노당에 거는 기대”, “이라크 파병지지”, “최근 대미관계 변화에 대한 평가”, “개혁우선 대 사회안정 우선” 등은 국내정치적 이슈에 해당.

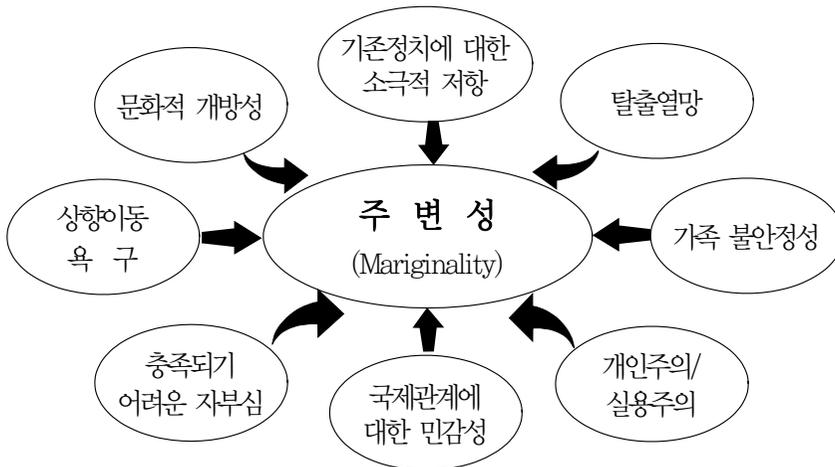
- “과거사 청산”, “국보법 폐지” 등은 정당성 이슈에 해당.
- “자주외교 능력”, “한미 동맹” 등은 국제적 이슈에 해당.
- “성장 대 분배”, “산업집중 대 산업균형”, “국토집중 대 국토균형” 등은 경제적 이슈에 해당.
- 전체적인 패턴을 보면 국내정치적 이슈에 대한 경기도 2030의 평가는 전국평균에 비해 5% 내외로 비판적인 것으로 나타난다. 그들은 대통령이나 여당에 대한 지지가 낮고, 현 정부의 개혁방향에 대한 공감도 적지만, 그렇다고 해서 한나라당이나 민노당을 지지하는 것도 아니다. 이것은 어떤 구체적인 대안을 가지고 반대한다기 보다는 정치에 대한 냉소적인 자세를 드러내는 것에 가깝다고 볼 수 있다.
- 하지만 국보법 폐지나 과거사 청산과 같은 정당성 이슈의 영역으로 오면 약간 다른 자세를 보인다. 현 정부나 여당이 추진하는 여러 가지 일들에 대해 5% 내외로 냉소적인 자세를 보이던 것과는 달리 정당성 이슈에 관한 한 전국 평균에 거의 일치하는 자세를 보이고 있다. 즉 경기도 2030은 현재 진행되고 있는 현실 정치에 대해서는 냉소적이지만 과거사를 포함하는 정치 자체에 대해서까지 냉소적인 것은 아니라는 뜻이다.
- 국제적 이슈의 영역에서는 경기도 2030은 다른 지역에 비해 상당히 국제화된 의식구조를 보여준다. 이들은 한미동맹을 중시하고, 현 정부의 자주외교 능력에 대한 우려를 강하게 표시하고 있는 것이다. 주요 국가와의 관계에 대해 “민감한” 이러한 자세는 앞서 보여진 여러 가지 사회의식 조사 결과와도 일치하는 것이며, 경기도가 가지고 있는 각종 국제적 인프라와도 관련이 있을 것이다. 한편으로는 주한 미군 부대이전 등 최근 급변하는 한미관계를 현장에서 관찰할 수 있는 한 당사자가 바로 경기도민이라는 점과도 연관이 있을 것이다.
- 경제적 이슈의 영역에서는 몇 가지 상반된 경향성을 동시에 보여준다. 경기도 2030은 타 지역에 비해 성장과 분배 중에서 성장을 우선시하기를 강력히 원하면서 동시에 절대값으로 볼 때에는 산업집중과 국토집중에는 반대하고 있다. 하지만 타 지역과의 상대적인 비교를 통해 보면 산업집중과 국토집중에 반대하는 정도가 약간 덜하다고 할 수 있다.
- 세대간 비교시 경기도에서 한 가지 특기할 만 한 점은 일부 문항에서 경기도 2035세대와

386세대의 응답 패턴이 전국 평균과 뒤집혀지는 현상이 나타난다는 점이다. 예를 들어 노 대통령 개인에 대한 신뢰나 자주국방 능력에 대한 평가는 전국 단위에서는 2035세대의 응답이 386세대보다 더 호의적이었으나, 경기도의 경우 상당한 차이를 두고 2035세대가 더 회의적인 것으로 나타나고 있다.

- 전체적으로 보아 경기도 2030의 정치의식이 보이는 특징은 크게 두 개의 키워드로 정리할 수 있을 것이다. 하나는 정치적 대표성 부재에 따른 **소극적 저항**이고, 다른 하나는 **국제 관계에 대한 민감성**이다.
- 한국 정치의 지역적 분화 현상이 완화되었다고는 하나 아직까지 열린우리당이 호남/충청권을, 그리고 한나라당이 영남권을 대표하고 있고, 민노당은 노동자 계급을 대표하고 있는 상황에서 경기도는 양대 정당 중 어느 쪽에 의해서도 대표되지 못하고 있을 뿐만 아니라 중상층 의식을 가지고 있는 경기도 2030은 민노당에 의해 대표되지도 못한다. 이러한 정치적 대표성의 부재는 현실 정치에서 스스로가 방관자 내지는 관중이라고 생각할 가능성을 높여주고, 불만이 있다 하더라도 그 불만을 조직화해서 표출할 대표자가 없기 때문에 소극적 저항으로 끝나게 된다.
- 경기도의 여러 지역적 특성과 연관이 있다고 보여지는 국제관계에 대한 민감성의 경우, 지금까지 별로 주목받지 못했던 경기도 2030의 자산이라고 할 수 있다. 지금까지 서울의 주변지역으로 주로 인식되었던 경기도에서는 국제적 안목이 중요한 기여를 할 수 없었으나, 이제 거스를 길 없는 글로벌라이제이션의 대세 속에서 저절로 육성되어진 경기도 2030의 국제적 안목은 새롭게 평가받을 가능성을 가지고 있다.

소 결

- 분석결과를 요약해 보면 경기도 2030은
 - 스스로 상층의식과 자부심이 높지만 객관적으로는 중간층 정도이며
 - 지역적 특성으로 인한 탈출열망(exit mentality)를 가지고 있고
 - 개인적이고 핵가족적인 동기에서 높은 직업윤리를 가지고 있으나
 - 가정생활과 출산/육아에 따르는 많은 needs로 인해 삶의 질이 낮으며
 - 실용주의적 동기와 결부된 높은 문화적 개방성을 보임
- 위와 같은 총체적 이유들이 조합되어 경기도 2030세대는 압축적으로 표현했을때 ‘주변인적 정체성’, ‘주변성(marginality)’ 을 보인다고 할 수 있음.



〈그림 1-49〉 주변적 정체성의 개념도

- 주변인적 정체성을 중심으로 하여 탈출열망, 가족 불안정성, 개인주의/실용주의, 충족되기 어려운 자부심, 상하이동 욕구, 문화적 개방성 등을 동시에 가지고 있어서 정책적으로 만족 시키기에 매우 까다로운 집단임.

- 이에 따라 주변인적 정체성을 극복하기 위한 경기도 2030을 대상의 3가지 정책 목표 키워드를 1) **만족도의 향상** 2) **경쟁력의 향상** 3) **연대성의 증가**로서 제시하고자 함. 이러한 3가지 정책목표의 달성을 통해 일차적으로는 경기도민들이 전반적 삶의 질을 향상시키고, 이를 통해 지역의 대외경쟁력을 향상시키며, 보다 강한 지역정체성 형성을 바탕으로 한 도민들간의 연대성이 강화될 것이고, 이를 통해 현재 경기도 2030세대의 심리적 현실 속에 강력하게 자리잡고 있는 주변인적 정체성, 즉 주변성이 보다 긍정적인 차원으로 승화될 수 있도록 하는 것이 궁극적인 목적임
- 이러한 3가지 정책목표의 달성을 위한 방법을 구축해보기로 함. 이는 크게 1) 경기청년 특화 전략으로서의 중국프로젝트와 2) 정보화 전략으로서의 경기청년마을 수립정책으로 구성된다.

〈주변적 정체성의 극복을 위한 정책목표〉

1) 중국 프로젝트

- 경기도는 지리적 접근성 및 문화적 개방성, 유동적인 인구구성 등 사회적 특성상 **중국진출의 거점지로서 매우 좋은 입지조건을 갖추고 있음**
- 정치의식조사 결과에서 드러나는 경기도 2030의 국제관계에 대한 민감성은 경기도가 새로운 국제적 활동영역을 개척하는데 있어서 매우 유리한 심리적 조건이자 강력한 자원이 됨
- **탈출열망의 해소**와 경기도 2030들의 상층의식에 걸맞는 **경쟁력 확보**
- 세계로 진출하는 국제적 이미지는 **긍정적이고 자랑스러운 지역정체성 형성**에 도움을 주고 이는 **심리적 만족도를 높이는 효과**를 가지고 있음
- 경기도를 'Aisa Road'의 출발지로 삼아 2008 베이징 올림픽을 위한 Base Camp를 기획
- 중국프로젝트의 전반적 사업은 중국 창업마을, 중국문화거리, 중국박물관, 중국탐사마을로 구성
- 중국프로젝트의 성공적 완수시 **만족도와 연대성, 경쟁력을 제고하여 주변인**

성향을 발전적으로 극복할 수 있음

2) 경기청년마을

- 대표성과 가시성을 가진 통합 홈페이지를 2030세대를 위해 특화하여 구성함으로써 접속자들로 하여금 **지역정체성**을 자연스럽게 가질 수 있도록 함. 인터넷 보급률과 사용률이 높은 세대이므로 **접근성과 실효성**을 확보하기가 상대적으로 용이함.
- 지역별, 세부연령대별 욕구와 니즈를 충족하여 **실질적인 삶의 만족도를 향상** 시킴.
- 이러한 정보화 정책은 지역정보화 개념에 비추어 볼 때, **지역의 대외 경쟁력 향상에** 상당한 성과를 가져다 줄 수 있음.
- 경기청년 마을 실행 프로그램은 크게 10가지 주요 메뉴로 구성.
 - 1) 지식, 취업마을 2) 헬프마을 3) 여성마을 4) 사회서비스마을
 - 5) 영농마을 6) 대학마을 7) 문화마을 8) 정보마을 9) 품앗마을 10) 영어마을
- 이와 같은 정보화 정책의 추진에는 홈페이지 및 정보시스템 관리 구축 방안이 수립되어야 함. 이를 위한 5가지 원칙의 실행 및 준수가 요망됨.
 - 1) 통합하라 2) 기회를 제공하라 3) 욕구를 포착하고 코드를 맞추어라
 - 4) 공동체로서의 아이덴티티를 창출하라 5) 정보시스템에 맞추어 업무 시스템을 재설계하라

2부 청년정책 (1): 중국프로젝트

1장 왜 경기도인가

2장 왜 중국인가

3장 경기청년 중국프로젝트의 원칙

4장 경기청년 중국프로젝트의 현실적합성

5장 경기청년 중국프로젝트의 정치적 의미

6장 Base Camp for Beijing Olympic

7장 중국프로젝트(Base Camp)의 개요

8장 중국프로젝트의 성공적 완수시 예상효과

1. 왜 중국인가

<p>1) Exit mentality의 승화대상</p> <ul style="list-style-type: none"> - 탈출열망은 충족불가시 해당 집단의 연대성을 저해할 우려 - 적절한 외부대상과 연계, 발전적으로 승화 가능 - 한국~중국대륙과의 연계선의 중심으로 자신을 인식할 때, 주변인으로서의 자기 인식을 발전적으로 극복 가능 	<p>2) 상층의식에 걸맞는 경쟁력</p> <ul style="list-style-type: none"> - 경기도민은 스스로를 실제 위치보다 높게 평가하는 경향 - 국제화 구도에서 냉정하게 평가시, 미국관련 인프라는 서울을, 일본관련 인프라는 부산을 추월하기 힘들 - '중국' 선점시 상층의식과 실제 경쟁력의 갭 해소 기대
--	---

■ 왜 중국프로젝트가 중요한가?

- 주변인적 성격을 발전적 에너지와 연결시키는 전략으로서 중국프로젝트를 구상. “왜 중국인가” 는 두 가지 관점에서 조명할 수 있다.
- Exit Mentality의 승화
- 상층의식에 걸맞는 경쟁력 배양

■ Exit Mentality의 승화

- 대도시, 특히 서울로의 진입열망을 현실적으로 충족시키는 정책목표가 있어야 함. 그러나, 서울로의 진출이 불가능하거나 좌절되기 쉽기 때문에 다른 출구로 만들어야 함. 그것이 바로 중국을 대상으로 하는 정책임.
- 경기도는 동남아시아로 나가는 관문이기에 중국을 우선적 진출, 협력대상으로 설정함.
- 한국-중국대륙과의 연계선에서 자신의 입지를 파악할 때 주변인으로서의 자기정체성을 극복할 수 있음. 또한 발전욕구와 에너지를 중국으로 돌릴 수 있음.

■ 중국은 상층의식을 충족시키는 경쟁상대

- 경기도민은 스스로를 실제의 능력과 위치보다 높게 평가하는 경향이 있음.

- 그러나, 국제적 관계의 구도에서 평가하면, 미국관련 경쟁은 서울을, 일본관련 경쟁은 부산을 따라가기 힘들.
- 따라서, '중국' 을 선점할 경우 경기도와 경기도민은 타 지역에 비하여 매우 높은 경쟁력을 갖출 수 있음.

■ 주변인적 성격을 지역경쟁력과 연결시키는 정책수단이자 목표

- 주변인적 성격을 벗어나서 발전적 욕구를 배양하는 정책수단이 바로 중국프로젝트임.
- 이것은 '동북이중심국가' 라는 국가 시책에 부응하는 정책비전임
- 따라서, 국가정책의 여러 가지 혜택을 십분 활용하는 방법을 모색해야 함.

2. 왜 경기도인가?

1) 지리적 접근성
- 중국으로 가는 관문으로 자리매김

2) 문화적 개방성, 실용주의적 경향
- 문화적 다양성에 많이 노출
- 준비된 해외교류 능력
- 발전을 위한 모든 가능성에 개방적

3) 핵가족, 맞벌이 부부 다수
- 해외교류에 적합한 젊고 유동적인 인구구성

만족도, 경쟁력, 연대성의 향상 효과 기대

■ 경기도: 중국선점의 지정학적, 사회학적 이점

- 지리적 접근성
- 문화적 개방성과 실용주의적 성향
- 핵가족과 맞벌이 부부가 많음

■ **지리적 접근성**

- 경기도는 인천국제공항을 비롯하여 인천항, 평택항 등 중국교류의 인프라가 어느 지역보다 풍부함
- 실제로 중국 및 동남아시아와의 물자 및 인적 자원, 정보교류의 중심지역임

■ **경기도민의 사회학적 특징**

- 경기도민은 중국 및 동남아시아 지역과의 교류를 통하여 문화적 다양성이 높음
- 경기도민의 인적 자원 수준이 높아 해외 교류에 필요한 역량을 갖추고 있음
- 경기도민은 외국 문화와 사람들에 개방적이어서 교류를 위한 사회학적 특성을 이미 갖추고 있음

■ **경기도 청년가족의 특징**

- 경기도에 거주하는 청년층은 핵가족이 많고 맞벌이 부부가 다수여서 해외 교류라는 진취적 사업에 적합함
- 맞벌이 부부의 경제활동을 지원할 수 있는 인프라(보육, 육아지원제도)가 필요함.

3. 경기청년 ‘중국프로젝트’ 의 원칙

경기도 = Asia Road의 출발지

1. Technology Road
2. Knowledge Road
3. Manpower Road
4. Economic Miracle Road

■ 경기도는 ‘Asia Road’의 출발점 : Asia Road는 네 가지 의미를 갖고 있음.

- Technology Road
- Knowledge Road
- Manpower Road
- Economic Miracle Road

■ Technology Road

- 경기도의 기술자원은 중국이 스스로 관심을 보일 만큼 매우 높은 수준임.
- 경기도에는 삼성전자를 비롯하여 LG, 기아자동차 등의 세계적 대기업과 기술경쟁력을 갖춘 많은 중소기업들이 위치해 있음.
- 따라서, 경기도를 기술자원의 보고로 홍보하고 이를 적극 활용해야 함.

■ Knowledge Road

- 경기도가 보유한 지식, 정보력을 중국과 동남아시아에 확산시키는 역할을 모색해야함.
- 중국의 기업과 기업인들이 경기도의 지식자원을 활용할 수 있도록 수출 및 교류기지를 구축하는 것이 중요함.

■ Manpower Road

- 경기도에는 4년제 종합대학과 3년제 전문대학이 가장 많이 위치해 있음. 따라서, 중국이 필요한 고급인력을 경기도에서 찾을 수 있도록 만드는 방법을 모색.
- 역으로, 중국의 산업화에 경기도의 청년들이 참여할 수 있는 방법을 모색해야 함.
- 경기도는 중국의 산업화에 필요한 ‘고급인력의 풀’ 이라는 인식을 심어줘야 함.

■ Economic Miracle Road

- 한국의 성장모델이 중국에서 각광을 받고 있는 만큼, 한국의 발전모델과 경기도의 발전모델을 체계화하여 산동지역, 심양지역, 상해지역의 정책입안자들에게 적극 알려야 함.
- 경기도를 ‘지역발전의 성공사례’ 로 정리하여 중국의 각 지역에 홍보하는 것이 필요

함.

- 여기에 경기도 청년들의 적극적인 참여가 요망됨.

4. 경기청년 ‘중국프로젝트’ 의 현실적합성

아시아 Road, Beijing Olympic, 경기도 올림픽

1. 국내정책 메뉴는 다양, 실효성의 문제
2. 국외 경영과 탐험의 특화
3. 중국은 Rising Star, 그것에 편승해야
4. 21세기 한국의 생존은 중국 활용에 좌우
5. 중국성장은 곧 경기도 성장
6. 2008년 베이징 올림픽은 ‘경기도 올림픽’

■ 중국프로젝트의 현실적합성과 미래비전

- 중국프로젝트는 경기도의 발전전략이자 국가의 발전전략으로서 매우 중대한 의미를 가짐
- 중국은 BRICs의 일원으로서 고도성장국가이자 발전잠재력이 매우 높은 국가임. 여기에 한국이 발전에너지를 제공하고 이것에 편승하는 전략을 구상해야 하는데, 경기도가 그 전위역할을 맡아야 함.

■ 국외 경영 및 탐험정책

- 경기도 청년들에게 해외진출의 기회를 제공하고, 해외에서의 활동 및 경영능력을 증대시키는 것이 중요함.
- 눈을 중국으로 돌릴 때에 의외로 풍부한 발전기회를 발견할 수 있을 것임.

■ 중국은 떠오르는 별(Rising Star)

- 중국은 발전잠재력이 무궁무진한 국가임.
 - 한국은 중국을 도와주면서 동시에 발전하는 전략을 구사해야 하는데, 경기도가 이에 앞장서 전위역할을 맡을 필요가 있음
 - 중국성장은 곧 경기도의 성장이라는 인식을 가져야 함. 경기도 청년들이 중국을 이런 관점에서 바라볼 때 보다 풍부하고 유용한 발전기회를 향유할 수 있음.
- 2008년 베이징 올림픽 활용
- 2008년 베이징 올림픽은 중국올림픽이지만, 경기도 올림픽이라는 인식을 가지고 여러 가지 전략을 구상할 필요가 있음. 여기에는 청년들의 진취적 의식이 필수적임.
 - 따라서, 베이징 올림픽을 활용하는 청년프로젝트를 지금부터 구상하고 계획해야함.

5. 경기청년 ‘중국프로젝트’ 의 정치적 의미

‘동북아 중심국가’와의 차별성

1. 중심국가가 아닌 중추국가(Hub State)
2. 중추국가가 아닌 중추지역(Hub Region)
3. 중추지역의 관문
4. 이용/개척 대상이 아닌 동반/협력관계
5. Focusing Strategy를 통한 공적 인지도 증대
6. 경기도는 중국진출의 Base Camp

- 중추지역 의 의미
- ‘동북아중심국가’ 라는 국가적 시책을 적극 활용해야함.
 - 그런데 동북아중심국가라는 슬로건은 중국민들의 심기를 자극할 우려가 있음. 동북아 중추국가로 바꾸는 것이 바람직함.

- 경기도는 ‘동북아중추지역’ 으로서 중국과의 협력관계를 맺는 주체가 되어야 함.
- 동반/협력관계
 - 중국을 활용의 대상으로 삼기보다 성장의 파트너로 삼는 것이 바람직함.
 - 그것은 곧 중국을 이용/개척의 대상으로 보는 것이 아니라 동반/협력관계로 설정하는 것을 의미함.
 - 경기도가 동반자, 협력자로 기능할 때 중국의 풍부한 잠재력을 수혜받을 수 있음.
- 경기도는 베이스캠프(Base Camp)
 - 따라서, 경기도는 중국과의 협력관계를 유지, 발전시키는 베이스캠프임.

6. 경기청년 Base Camp for Beijing Olympic

Base Camp Strategy for Beijing Olympic

1. 2008년 베이징 올림픽은 ‘경기도 올림픽’
(청년중심의 3년 기획단 설치)
2. 올림픽 관광객 유치홍보
3. 관광패키지 개발(북경-서울-경기 관광 동선 구축)
4. 홈페이지 구축, 운영
5. 올림픽 산업동참, Know-how 수출
6. 수원 IT 박람회 개최
7. 한-중-일 동방문화 박람회 구상

- 북경올림픽을 경기도 올림픽으로 구상

- 북경올림픽을 실질적으로 ‘경기도올림픽’으로 만들기 위한 청년중심의 기획단 설치, 운영을 할 필요가 있음.
- 기획단은 청년들로 하여금 북경올림픽을 적극 활용할 수 있는 방안을 모색하도록 함.

■ 관광패키지 개발

- 북경-서울-경기를 잇는 관광 동선의 구축과 홍보가 중요함. 북경에 오는 올림픽 관광 객을 모두 경기도로 유치하는 방법을 고안.
- 중국문화 뿐 아니라 한국의 문화를 체험하도록 경기도 관광유치개발단을 발족.
- 이를 위해 관광홈페이지를 구축하고 인터넷 홍보를 활용함. 청년들에게 이와 관련된 사업의 일자리를 제공함.

■ 수원 IT박람회 구상

- 북경올림픽과 때를 맞춰 수원의 삼성전자, 파주의 LG전자를 중심으로 IT박람회 개최.
- IT박람회에는 경기도의 전자정보산업 관련 중소기업을 대거 참여토록 함.
- 청년지원단 구성 및 인터넷 홈페이지 운영

■ 동방문화박람회 구상

- IT박람회와 마찬가지로, 중국-한국-일본으로 구성된 ‘동방문화박람회’ (가칭)를 구상함.
- 서양인들에게 동방문화를 체험할 수 있는 기회를 제공하여 유력한 관광상품으로 만들 수 있음.

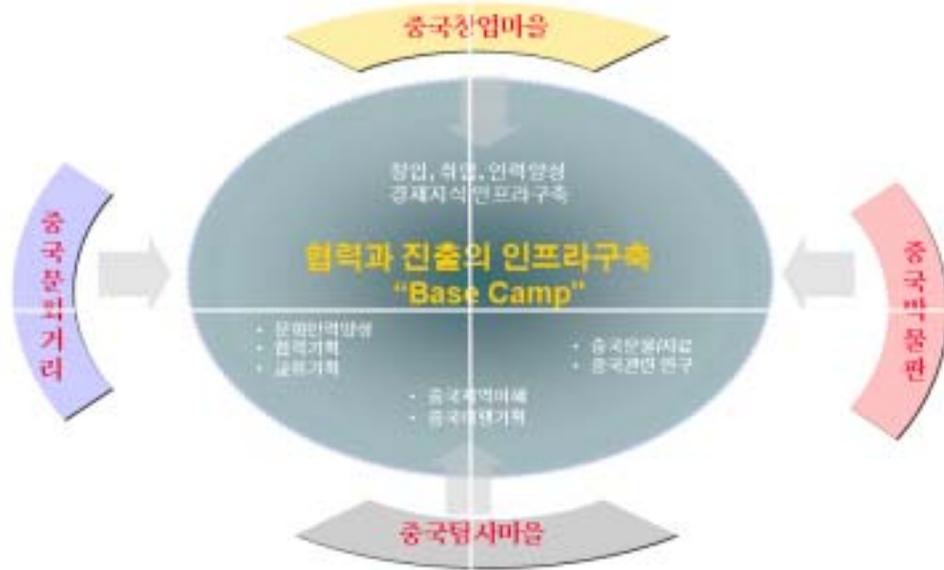
■ 올림픽산업 구상

- 청년중심의 기획단을 구성하여 ‘올림픽관련산업’을 경기도 중심으로 개발함.
- 청년들의 신선한 아이디어를 수렴하는 ‘경기도올림픽 베이스캠프’ 운영.

7. '중국프로젝트 (Base Camp)'의 개요

■ 중국프로젝트의 개요

- 중국프로젝트의 전반적 사업은 다음과 같은 네 가지로 구성됨



〈그림 2-1〉 중국프로젝트의 개요

7.1. 중국창업마을

중국창업마을은 다음과 같은 사업으로 구성됨

■ 기업진출지원

- 중국당국 및 지역정부와의 교섭지원
- 중국진출 기업인의 교육 및 진출지원
- 중국진출 기업의 성과분석

■ 창업교육

- 중국의 사회와 역사 이해 증진을 목적으로 하는 교육프로그램을 개발

- 중국에서의 창업을 위한 청년기업인 연수프로그램 개발
- 중국에서 유망한 업종 연구 및 창업준비 교육

■ 중국기업분석

- 중국의 상공업활동 분석과 기업인의 행위특성 연구
- 중국의 시장구조와 소비패턴 연구
- 관료의 행정적 특성과 행정구조 연구
- 중국기업의 성공사례 연구와 벤치마킹

■ 중국경제분석

- 중국의 경제구조와 경제현황 분석 및 자료제공
- 중국 경제월간브리핑을 제공하고 웹사이트 운영
- 중국경제를 연구하는 전문인력양성과 전문연구소 설립운영

■ 전문인력양성

- 중국진출을 원하는 인력의 양성교육
- 경기도 내에 산재한 중국전문연구기관의 네트워킹과 교육프로그램 상호협력방안 마련
- 경기도 내 중국관련학과의 특화 및 상호네트워킹
- 전문인력기관의 국내 홍보

7.2. 중국문화거리(아시아문화거리)

경기도 내에 중국문화거리(또는 아시아문화거리)를 조성하여 중국(아시아) 이해를 높이고 중국에 대한 도민의 관심을 증진한다. 그리고, 중국문화거리를 관광의 명소로 만들 뿐 아니라 중국진출을 위한 연구 및 교육장소로 활용하도록 한다. 중국문화거리는 다음과 같은 내용으로 구상한다.

■ 중국인거리

- 중국풍속마을 만들어 중국생활양식을 소개한다.
- 중국음식마을을 조성하여 관광명소로 만든다.
- 중국상품마을을 만들어 교역과 교류의 중심지로 조성한다.
- 더 나아가서는 이곳을 중국과의 자유무역지대로 발전시킨다.

■ 중국문화학교

- 현재 운영하고 있는 영어마을처럼 중국어로 생활하는 ‘중국마을’ 을 운영한다.
- 중국어 학습기관을 대폭 늘리고 전국에서 중국어를 배우고자 하는 사람들을 유치한다.
- 중국관련 전문연구기관을 유치한다.

■ 중국문화협력기획

- 중국문화를 공연, 상연하는 장소나 기관을 조성한다.
- 중국영화제를 개최해서 중국영화관련 시장을 조성한다.
- 중국 관료와 기업인을 초청하여 창업에 필요한 실제적인 행정지식을 습득한다.

■ 한중일 문화관광패키지 개발

- 북경-서울-경기-동경을 묶는 관광패키지를 개발하여 상품화한다.
- 북경올림픽을 전후하여 한중일 동방문화박람회를 구상하고 개최한다.
- 북경올림픽과 관련하여 수원IT박람회를 개최한다.

7.3. 중국박물관(아시아박물관) 설립운영

한국에 중국전문박물관이 없다는 점을 고려하여 경기도 지역에 중국전문박물관을 설립하고 연구와 문화관심을 촉진한다. 박물관이 설립된다면, 다음과 같은 기능과 역할을 담당한다.

■ 중국문물전시

- 중국의 생활사를 한 눈에 알 수 있는 문물을 전시
- 중국의 풍물, 예술, 문화 전시
- 중국의 역사와 지리관련 자료전시

■ 중국역사연구

- 중국의 고대, 중세, 근대, 현대 역사 연구실 운영
- 중국에 관한 인류학 연구실 운영
- 중국이해자료 출간 (저널 발간)
- 중국연구인력 양성 및 교양강좌 개설

■ 아시아국가자료

- 중앙아시아 문물자료 수집
- 동남아시아 문물자료 수집
- 아시아문화제 구상

■ 아시아저널발간

- 중국저널 발간
- 아시아문화 저널 발간

7.4. 중국탐사마을

중국진출, 중국관광, 중국지역과의 자매결연을 촉진할 수 있는 정보인프라를 구축하고 중국탐사를 전문으로 하는 프로그램을 개발한다. 프로그램은 다음과 같이 구성된다.

■ 중국지역여행

- 중국 특화 여행사 지원

- 중국지역탐사 프로그램 개발
 - 북경-서울-경기 관광패키지 개발
- 중국지역이해와 네트워크
- 중국지역소개 책자 발간
 - 중국지역 네트워크 구축 (관공서, 학교, 기업, 마을공동체)
 - 청년들의 중국여행을 위한 Home Stay program 개발
- 인터넷 중국동호회 활성화
- 경기청년마을 홈페이지를 활용한 중국동호회 활성화
 - 중국지역탐사 동호회 지원
 - 중국관련 동아리 활동 지원

8. '중국프로젝트' 의 성공적 완수시 예상 효과

만족도, 경쟁력, 연대성 제고 → 주변인 성향의 발전적 극복



〈그림 2-2〉 중국프로젝트 예상효과

■ 경기청년의 경쟁력 제고

- 중국의 성장동력을 활용하여 경기도 청년의 활기 회복
- 중국진출과 협력의 전초기지로서 특화산업을 발전시킬 수 있음

■ 생활민족도 제고

- 탈출 욕구를 발전적으로 수렴하고 승화하는 계기
- 동북아 허브 구성원으로서 역할 정립

■ 경기도민의 연대력 증진

- 대도시 주변인으로서의 인식을 극복하고 자신감을 회복하는 계기
- 국제적 감각을 살리고 소속감과 정체성을 재정립하는 기회

3부 청년정책(2): 경기청년마을

1장 경기도 청년지원체계의 원리와 구조

2장 경기청년마을 실행 프로그램

1장 경기도 청년지원체계의 원리와 구조

1. 경기도의 특성과 도정(道政)

1.1 도정의 어려움

경기도는 타도와 뚜렷이 구별되는 지리적, 사회경제적 특성을 갖고 있다. 우선 경기도는 한국 인구의 절반 이상이 집중된 수도권 지역을 포함하고 국제교류의 인적, 물적자원이 유통되는 중심지로서의 위상을 갖는다. 600년 고도(古都) 서울이 경기도의 중심에 위치한 까닭에 경기도의 모든 역사와 행정, 삶의 방식은 “서울과의 관계” 속에서 형성되었다. 조선시대에는 한양의 배후지로서 궁중에 양식을 조달하는 곡창이 도처에 있었고, 물류 창고, 파발, 군영지, 시장, 항구가 건설되었다. 그 결과 경기도는 통치를 위한 인프라가 뻗어나가는 출발점이었으며, 그 영향을 충분히 흡수하여 예로부터 다른 지역에 비해 빠른 속도로 발전할 수 있었다. 지방에서 벼슬길에 나선 사족들이 이차적 거처를 정한 곳도 경기도였으며, 낙향할 때에도 경기도의 빼어난 산수에 매료되어 남한강과 북한강변에 영원한 거처를 마련하는 경우도 종종 있었다. 조선 후기 학문의 맥을 잇는 근기학파(近畿學派)가 형성된 것도 그 때문이다. 경기도는 학문의 중심지였을 뿐만 아니라, 물류의 중심지였다. 마포나 루와 강화를 잇는 해상로에는 궁중 세금인 공물을 실어나르는 배들로 가득찰 정도였으며, 강원도와 경상도 산간지역에서 공수되는 물자들은 송파 포구(지금의 잠실)에 대부분 부러졌다. 송파부근에는 매우 커다란 시장이 형성되었고, 전국에서 운송된 온갖 종류의 물자가 거래되었다. 송파는 한양의 육의전에 물자를 대던 거상들의 근거지였다. 한편, 중국과의 해상무역도 활발해서, 제물포에는 수많은 중국선박과 조선선박이 모여들었다.

그래서인지, 서울과 인천을 잇는 경인지역은 한국 최초의 공업벨트였는데, 경인지역의 역사는 한국의 산업화를 대변할 정도이다. 경인지역에 위치한 수많은 공장들이 바로 산업입국의 꿈을 일궈낸 작은 거인들이다. 이 기업들은 이제 선진국의 꿈을 향하여 새로운 변신과 도약을 하고 있는 중이다. 타도에 비하여 2차 산업의 비중이 큰 이유가 이것이며, 한

국의 산업화를 이끌어가는 대부분의 중요한 기업들이 포진하고 있는 역사적 배경이기도 하다. 경기도 청년의 직업분포에서 전문직과 기술직, 서비스직의 비중이 타도에 비하여 비교적 높게 나타나는 것도 이 때문이다. 아무튼, 서울을 품안에 갖고 있다는 지리적 특성과 조선 시대부터 지금까지의 역사적 배경이 여러 가지 측면에서 경기도의 위상을 매우 특별한 것으로 만들었다. 그런데, 이런 배경이 경기도의 도정에 미치는 영향은 반드시 긍정적인 것만은 아니다. 그것을 몇 가지 관점에서 관찰할 수 있다.

첫째, 지리적 관점에서 경기도는 매우 특이하다. 우선, 경기도는 북한과 직접 맞닿아 있기에 군사적 요충지이자 안보의 중심지로서의 위상을 갖는다. 강원도 역시 북한과 대면하고 있는 지역이기는 하지만 대부분 산악지역인 반면, 경기도는 강과 평야로 맞닿아 있어 길만 뚫리면 바로 북한과 교류할 수 있는 지리적 장점을 갖는다. 교류의 시대에는 장점이 겠으나, 북한과의 대치상황에서는 전쟁위험이 항시적으로 존재하는 지역이었다. 군부대와 군사시설이 도처에 산재해 있는 이유이다. 따라서, 북한과 맞닿는 경기도 북부지역은 안보 논리와 군사작전의 필요성 때문에 오랫동안 발전이 지체되고 상대적으로 낙후되었다. 다른 지역의 경우 발전수준이 비교적 균등한 반면, 경기도는 북부의 낙후지역, 동부의 산간지역, 남부의 상공업 및 농업지역, 서부의 산업지역으로 구분되어 서로 특성이 뚜렷하게 다른 4개의 권역이 형성되었다.

지리적 격차와 특성분화는 도정(道政)을 매우 어렵게 만드는 요인이다. 각 지역별로 특화전략을 개발해야 하고, 특화전략을 개발한다고 하더라도 지역주민의 특성에 맞도록 실행해야 하는 어려움이 있기 때문이다. 이것을 다양성의 관점에서 본다면 장점이기도 하겠으나, 경기도의 도정이 안고 있는 내적 고충도 만만치 않다.

둘째, 서울과 인천의 존재이다. 한국의 6대 도시 중 2개가 경기도 내에 위치해 있는데, 이것은 경기도에 활력을 불어넣는 요인이기도 하고, 다른 한편으로는 도정의 영향력을 희석시키는 요인이기도 하다. 서울 인근의 중소도시들은 대도시권에 속해 있어서 대부분 서울과의 관계 속에서 일상적 삶을 영위한다. 서울과 인접한 중소도시민들은 경기도민의 정체성보다는 서울시민으로서의 소속감을 더욱 강하게 갖고 있다. 많은 주민들이 서울에 직장을 두고 있기 때문이기도 하고, 경기도민이기보다는 서울시민이기를 더욱 바라는 심리적 속성 때문이기도 하다. 그래서인지, 도청이 위치한 수원과 경기남부를 제외하고 대부분의

사람들은 서울과의 일체감, 또는 인천과의 일체감이 더욱 큰 것이 현실이다. 이런 경우, 도정의 방향을 어떻게 설정하고 정책초점을 어떻게 잡을 것인가는 대단히 중요한 문제로 대두된다. 앞에서 지적하였듯이, 한국에서 경기도가 차지하는 역사적, 경제적 위상이 매우 중요함에도 불구하고, 서울과 인천이라는 대도시에 가려 경기도의 실질적 존재는 자칫 부정될 위험이 항존하기 때문이다.

셋째, 유동인구가 많다는 점이다. 이것은 서울과 인천이라는 대도시 요인과 직결되는데, 지리적 경계를 넘어 이동하는 유동인구가 많다는 사실은 도정을 어렵게 만드는 중대한 요인이 된다. 예를 들어, 경상남도의 경우 부산, 경상북도의 경우 대구라는 대도시가 존재하지만, 부산과 대구가 인근의 중소도시와 맺는 교류의 밀도는 서울과 인천이 맺는 것과 비교가 안될 정도로 낮을 것이다. 유동인구가 매우 작은 제주의 경우, 도정은 비교적 일관성 있고 용이할 것이다. 그러나, 경기도처럼 유동인구가 많은 경우, 도정의 정책 효과를 높이기 위해서는 각별한 주의를 해야 하고 필요에 따라서는 특단의 조치를 강구해야 한다. 유동성이 높으면 소속감과 정체감이 낮아진다. 또는 직장이 서울과 인천에 위치한다면 경기도민으로서의 의식은 희석될 수 있으며, 직장이 대도시가 아니더라도 언제나 대도시로 이주하겠다는 희망을 포기하지 않을 것이다. 청년일수록 그런 경향은 강해진다. 도청 차원에서 청년프로그램을 개발하기가 몹시 어려운 이유이기도 하다.

1.2 경기도의 특성화전략: “지식기반경기”

손학규지사는 경기도의 발전목표를 “지식기반경기”로 정하고 전략사업을 30개로 설정했다. 이는 경기도의 사회경제적 특성으로 볼 때 매우 적절한 전략으로 평가된다.³⁾ “지식기반경기”는 6개의 발전목표와 30개의 추진사업으로 구성된다. 지식기반사업 육성, 교통·정보·물류시스템 구축, 쾌적한 생활공간 조성, 경기 북부의 전략적 개발, 능력개발을 통한 사회적 통합, 제도 정비가 6대 목표인데, 경기도의 인프라와 물적, 인적 자원을 감안할 때 시의적절한 발전계획으로 보인다.

경기도는 지식기반산업을 활성화 할 수 있는 자원을 충분히 갖고 있다. 세계의 대도시

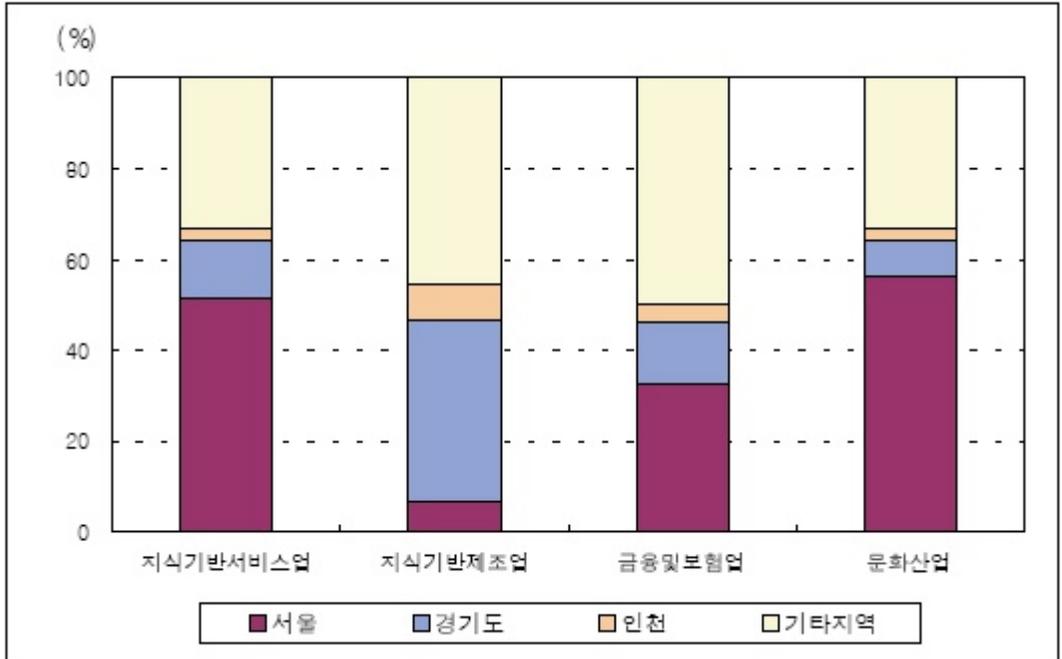
3) 경기도, *21세기 기회와 선택:지식기반경기*, 2000; 경기도, *경기2020: 비전과 전략*, 1997.

권과 경기도를 비교한 연구에서도 경기도가 결코 선진국의 대도시권에 비하여 뒤쳐지지 않음을 입증되었다.⁴⁾ 이 연구에 따르면, 수도권에 집중된 인구는 전체 한국 인구의 44.1%(2001년도), 인구밀도는 km당 3,622명으로서 인구집중이 세계적으로도 매우 높다. 인구집중이 높다는 것은 분산의 필요성을 제기하기도 하지만, 경쟁력있는 유능한 인재들을 타지역에 비하여 쉽게 구할 수 있다는 장점이기도 하다. 25세-65세의 경제활동인구도 서울권이 57.1%로 독일의 라인루르권, 프랑스의 파리권에 비하여 많으며, 일본의 동경권과는 비슷한 비율을 보인다. 서울 수도권의 서비스업 종사자 비율은 70.4%, 제조업은 29.6%로서, 전문직과 기술직, 서비스직종이 대종을 이룬다. 경제활동인구의 학력수준도 높아서, 1999년 현재 대학 이상의 고학력자는 서울 수도권이 36.1%로서 라인루르권(19.7%), 런던권(32.8%), 파리권(31.3%)보다 월등히 높다. 인프라와 산업시설 면에서도 서울권이 세계의 다른 대도시권역보다 열등하지 않아서 발전의 가능성을 함축하고 있다. 그러나, 일인당 GDP 생산의 측면에서는 선진국의 비교대상 지역보다는 매우 낮아서 시의적절한 전략을 개발해야할 필요성을 제기하고 있다.

이런 관점에서, 경기도의 발전전략을 “지식기반경기”로 설정한 것은 매우 적절한 것이라고 하겠다. 실지로 경기도는 수도권에서 지식기반산업화의 제조창 역할을 하고 있다. 수도권 내에서 주요 산업의 현황을 비교분석한 것을 보면, 경기도는 서울, 인천, 그리고 타도와 비교하여 ‘지식기반제조업’에서 월등한 자원을 보유하고 있음을 알 수 있다.⁵⁾ 지식기반산업 관련부문을 지식기반서비스업, 지식기반제조업, 금융 및 보험업, 문화산업으로 구분하여 서울, 인천, 경기도가 전국에서 어느 정도의 비중을 차지하고 있는가를 살펴본 것이 <그림 1>이다. 서울은 지식기반서비스업과 문화산업이 전국의 50%를 상회하고, 금융 및 보험업이 30%정도를 차지한다. 경기도는 지식기반제조업에서 전국의 40%를 차지하여 가장 비중이 큰 반면, 다른 분야는 상대적으로 작다. 다시 말해, 지식기반사회로 발돋움하는 데에 경기도는 제조창의 역할을 맡고 있다는 뜻이 된다.

4) 경기개발연구원, 경기도 지역경쟁력 제고를 위한 대도시권 비교연구: 사회경제적 지표를 중심으로, 2003.

5) 경기개발연구원의 위 연구서.



〈그림 3-1〉 지식기반서비스업, 지식기반제조업, 금융 및 보험업, 문화산업 비중

그렇지만, 경기도가 지식기반산업 제조창으로서의 역할 뿐만 아니라 지식기반산업을 이 끌어가는 고급두뇌를 양산하는 인재양성 기지로서의 역할도 충분히 강화할 수 있는 근거도 풍부하다. 그것은 한국의 고등교육기관이 대거 경기도에 위치해 있다는 점이다. 전문대학 이상 학교와 학생수의 분포를 보면, 경기도에 위치한 4년제 대학은 모두 26개로 13.5%, 전문대학은 34개 21.5%를 차지하고 있으며, 재학생수로는 4년제 대학 150,109명(8.4%), 전문대학 153,466명(25.5%)을 보유하고 있다.⁶⁾ 이것을 서울지역의 고등교육기관 및 학생 수와 합치면 전체의 50% 이상을 점한다고 해도 과언이 아니다. 말하자면, 고급인력을 양성하는 고등교육기관과 고급두뇌가 대거 수도권에 집중되어 있는 것이다. 그런 까닭인지, 2001년 현재 경기도는 연구개발산업에서 전체 연구인력의 35.2%를 점하고 있어서 서울의 26%보다도 훨씬 많다. 또한, 이 연구서는 우수한 인력의 수도권 집중현상을 지적하고 있다. 1999년도 수도권 대학이 차지하는 대학입학정원은 전체의 32.5%인 데에 비해, 수능

6) 한국직업능력개발원, *지역인적자원개발을 위한 지방대학의 육성방안*, 2003.

력시험 성적 상위 5% 이내인 자의 수도권 집중은 62.5%를 차지했다는 것이다. 2003년도에는 수능 상위 4%인 사람 중 41.7%가 수도권 대학에 진학했으며, 18.9%만이 지방대학을 지망했다는 것이다. 이는 지방대학의 학생충원을 어렵게 만드는 중대한 요인이지만, 경기도로 보아서는 인적 자원을 활용할 수 있는 상대적 이점이기도 하다. 이것은 지식기반산업을 발전시켜 나가는 데에 말할 수 없이 큰 비교우위이며 필수적 자원이다. 또한, 이런 특성과 전략은 이 연구의 목적인 경기도 청년을 대상으로 한 지원정책의 방향을 설정해주는 이정표이기도 하다.

2. 경기도 청년층의 특성과 지원프로그램의 현황

2.1 경기도 청년의 특성

앞의 1부에서 자세히 분석하였듯이, 경기도의 청년은 타도에 비하여 뚜렷한 특성을 보이고 있다. 사회 경제적 지표인 직종별 분포, 취업 상태, 산업분포 등은 1부에서 대강 살펴 보았으므로, 그 결과를 바탕으로 경기도 청년층의 사회심리적 특성을 추론하는 것이 좋을 듯 하다. 이 절에서 제시하는 사회심리적 특성은 결국 청년층 대상 지원정책을 입안하는데 중요한 참고사항이 될 것으로 생각한다. 몇 가지로 구분하여 고찰하면 다음과 같다.

첫째, 지역별로 차이가 있겠으나, 경기도 청년은 대체로 타도에 비하여 상대적으로 낮은 일체감과 소속감을 갖고 있다는 점이다. 경기도에 거주하면서도 경기도민임을 잊고 산다거나 심지어는 경기도민이 아니라는 심성을 보인다. 이것은 거주지역이 서울과 인천지역에서 가까울수록 그러하고, 역으로 거리가 멀수록 경기도와의 일체감은 증대하는 경향을 보인다. 1990년대 이후로 수도권 팽창과 함께 인접지역이 서울과 경계구분이 희박해지자 이러한 경향은 더욱 강화되었다. 이런 경향은 메트로폴리스의 경우 일반적으로 나타나는 현상이다. 미국의 뉴욕과 인접지역의 경우도 뉴욕시민으로서의 정체성이 워낙 강해 뉴저지주민, 혹은 특정 소도시주민이라는 것을 상대적으로 도외시한다. 여기에는 다음과 같은 원인이 발견된다.

(1) 주택가격이 급등하면서 비용이 급상승하자 청년가구는 상대적으로 주택가격이 싼 인근 중소도시로 밀려나게 되었다. 과천이 대표적이다. 과천은 1980년대에 갓 결혼하거나 결혼한지 10년이 채 안되는 청년가구들에게 인기있는 거주지역이었으나, 주택가격이 양등 하면서 인근의 평촌, 의왕, 산본 지역으로 밀려나기에 이르렀다. 그렇다고 이들의 직장이 중소도시에 소재한 것은 아니다. 이들은 대체로 인근 중소도시로부터 서울로 통근하는 사람들이다. 직장이 서울에 있으면서 인근 중소도시에서 거주할 경우 이들은 대체로 서울에 보다 많은 관심을 기울이고 서울시민으로서의 정체성을 잃지 않는다. 언젠가 돈을 벌면 다시 서울로 진입하리라는 희망을 갖고 살아가는 것이 인근 중소도시 청년층의 일반적 행태이

다.

(2) 직장을 서울에 갖고 있지 않은 청년층도 서울로의 전입을 항시적으로 꾀한다. 그것은 고학력층이 많기 때문이기도 하고, 직업적 상향이동을 원하는 욕구가 강하기 때문이기도 하다. 경기도에는 한국의 우수한 기업과 업체가 포진해 있기 때문에 직업선택과 취업의 준거는 우수한 대기업이거나 유망기업이다. 고학력자는 상대적으로 높은 상향이동 욕구를 갖는 게 자연스러운데, 여기에 취업의 준거가 대기업이 되기에 자신이 처한 상황, 즉 경기도 내지 경기도 소재 중소기업에의 소속감은 떨어진다. 높은 이동욕구와 이동성향이 경기도의 일체감, 정체성을 하락시키는 원인이다.

(3) 농촌거주 청년층의 경우에도 이런 경향이 발견된다. 물론, 농촌의 청년층에게는 경기도 소속감이 비교적 높게 나타나겠지만, 대도시로부터의 영향을 쉽게 받는 위치에 높여 있다는 점이 경기도 일체감에 영향을 미친다. 대도시 주민과의 농산물 직거래, 관광마을 조성, 녹색테마마을 사업, 주말농장 등 소득증대사업 및 구조개선사업은 농촌의 청년층으로 하여금 대도시를 준거로 설정하게 만든다. 이것이 반드시 경기도 정체성을 하락시킬 것 인지는 분명치 않지만, 대도시와의 관련성이 높아지면 경기도 이탈성향이 커지는 것도 부인할 수 없다.

둘째, 앞에서 서술하였듯이, 경기도는 성격이 서로 다른 4개의 지리적 권역으로 구분된다. 동서남북의 권역에 거주하고 있는 경기도 청년층은 직업, 학력, 삶의 형태, 의식구조, 환경이 제각각 다르다. 말하자면, 삶의 양식과 환경에 있어 내부 이질성이 높은 것이다. 이것은 경기도의 정체성을 형성하는 데에 장애가 된다. 다양성의 관점에서 그런 특성이 경기도의 발전에 공헌할 수 있다는 추론이 가능하지만, 높은 내적 이질성은 경기도의 통합적 에너지를 높이는 데에는 그다지 도움이 되지 않는다. 경기 북부의 청년층이 남부의 청년층과 공통된 쟁점, 특히 경제생활과 정치의식에서 공통된 관심을 발전시키리라고 기대하기는 어렵다. 또한 경인지역의 청년층이 구리-가평 축의 동부 지역 청년층과 경기도의 발전에 관하여 공통된 의식을 갖고 있다고 보기 어렵다. 특색이 너무도 다른 권역들이 병존하는 상황에서 경기도의 어떤 일체감을 개발하는 프로그램을 만들거란 쉽지 않은 일이다.

셋째, 그래서인지, 여타의 사회적, 경제적 의식 및 가치관에서 경기도의 청년층은 어떤 뚜렷한 패턴을 보이지 않는다. 1부의 분석에서 보았듯이, 많은 항목에서 전국의 평균에 근

접해 있는 것은 이해하기 어렵다. 왜 경기도 청년층은 사회, 경제, 정치, 문화의식에서 전국 평균에 근접해 있는가? 달리 표현하면, 왜 경기도 청년들은 그런 관점에서 특별한 면모를 보이지 않는가? 해답은 “내적 이질성”에 있는 것처럼 보인다. 전국 평균이란 대체로 농촌, 산업지역, 중소도시, 대도시의 평균을 의미할 터인데, 경기도는 이런 특성을 모두 갖추고 있기 때문이다. 그리하여, 의식 및 가치관 조사분석에서는 중소도시나 산업도시 청년층의 특별한 면모가 농촌, 산촌지역의 청년들의 특성에 의해 상쇄되어 나타난다. 말하자면, 상쇄효과가 경기도 청년층의 사회적 면모를 전국 평균에 가깝게 만드는 것이다. 경기도 청년층이 보이는 평균적 심성(중간 수준의 특성)은 사회경제적 격차가 매우 큰 권역들의 특성이 서로 상쇄하여 만든 결과이다. 그렇다면, 이런 경우 도정의 청년지원프로그램은 어떻게 만들어야 하는가? 말할 것도 없이 권역별 특성을 반영한 지역특수적 프로그램을 개발하는 것이 중요하다. 경기도 청년층에 공통적으로 적용하는 보편적 프로그램일지라도 지역특수성을 감안하여 실행프로그램을 별도로 고안하는 것이 바람직하다. 각 시군별로 지역프로그램이 작동하면서도 경기도청 차원에서 지역간 네트워크가 발전하지 않은 이유도 이렇게 설명된다. 물론, 시군별 프로그램을 서로 밀접하게 네트워킹한 지방자치단체도 거의 없지만, 그렇게 하고자 할 때 경기도는 타도에 비하여 더욱 많은 노력과 비용이 소요된다는 점을 말해준다.

2.2 청년지원프로그램의 현황

이 연구의 목적은 청년지원프로그램을 개발하는 것이며, 이 때 청년층이란 20세-35세의 연령집단을 일컫는다. 사회로 발을 내딛는 연령을 포함해서 직장에서 대리나 과장 정도의 직급을 점한 연령층까지를 말한다. 이 연령층에는 대학생, 고졸 취업자, 직장인, 결혼한 지 몇 년 안된 부부, 취업하고자 하는 구직자 등이 포함된다. 1부 1장에서 분석하였듯이, 이 청년층은 10년 후면 한국사회의 주요 인력으로 성장할 것이고, 생산과 소비를 주도하고 교육과 양육을 담당하는 일꾼이 될 것이다. 그런데, 이들에 대한 정부의 공식적 정책은 거의 없는 편이다. 예를 들어, 청년실업이 10%에 근접하는 오늘날 본격적인 청년실업대책이 실행되지 않는 것은 물론 개발할 기미를 보이지 않는다. 청년들의 현실이 불안하면 미래가

불안하다. 취업시장이 불안하면 이들의 구매력이 하락하고 미래설계가 불안정해진다. 청년층을 대상으로 한 정책이 없는 이유는 간단하다. 전국민을 대상으로 실시되는 일반 사회정책 내지 복지정책에서 청년층을 별도로 구분하지 않기 때문이다. 별도의 구분을 요하는 집단은 각별한 배려와 지원을 필요로 하는 취약집단, 예컨대, 아동, 청소년, 여성, 고령자, 실직자 등이다. 그러므로, 일반 사회정책에서 청년층을 따로 구분하지 않는 것이 관행이 되었다. 이런 점은 경기도를 위시하여 타도와 여타의 지방자치단체에도 마찬가지이다. 경기도의 홈페이지에는 여성, 아동, 고령자, 청소년이 별도의 정책지원대상으로 설정되어 있고, 청년층은 정부정책과 마찬가지로 일반 정책의 범주로 다뤄진다. 그러나, 청년층이 미래의 한국을 짊어질 귀중한 인력들이고 요즘같이 생애설계가 불확실해진 상태라면, 청년층을 위한 별도의 정책을 고안하고 실행해나갈 필요는 매우 커졌다고 하겠다.

그런데, 청년층을 별도의 정책대상으로 설정하지 않았음에도 경기도 내 지방자치체별로 청년층을 겨냥한 정책메뉴는 사실상 풍부한 것으로 보인다. 연구진이 경기도 내 각 지방자치체의 정책메뉴들을 상세히 관찰한 결과를 요약 제시하면 다음과 같다.

(1) 일반 주민을 대상으로 한 경우에도 청년층에 적합한 정책메뉴들은 매우 다양하게 발견된다. 예를 들면, 청년들이 자원봉사를 하고자 할때, 창구는 얼마든지 열려 있고, 그런 프로그램을 운영하는 기관도 매우 많다. 각 시도별로 자원봉사센터가 구축되어 있으며, 볼런티어(volunteer) 프로젝트가 다양하게 마련되어 있다. 여기에 경기도청 차원에서도 경기도 자원봉사센터가 운영되고 있으며, 각 시도별 자원봉사기구들과 긴밀한 연결망을 발전시키고 있다. 소양교육이나 교양교육의 경우도 주민자치센터에서 운영되고 있으며, 청년교육기구인 YMCA, YWCA가 각 시도별 기구를 운영하고 있다. 구청과 시청에서도 성인상대의 교육프로그램이 가동되고 있다. 말하자면, 청년층을 위한 프로그램은 매우 다양하게 마련되고 있으며, 지방자치체의 노력도 과거에 비하여 매우 각별하다고 하겠다.

(2) 그러나, 문제는 실효성이다. 그런 정책들이 과연 어느 정도의 효과를 거두고 있는가를 관찰하면 상황은 달라진다. 실효성이 거의 없는 편인 것이다. 특정 프로그램들은 잘 돌아가고 있으나, 대부분의 경우는 명분 뿐인 채로 참여자가 적거나 잘 알려지지 않는다. 청년들이 특정 기구나에서 특정한 프로그램을 운영하고 있다는 정보를 갖고 있지 못하다. 구직자들이 취업정보란에 접속하는 빈도는 매우 높은 편이지만, 예를 들어, 신혼부부가 이혼

상태에 몰려 조안을 구하고자 했을 때에 어디에 자문해야 하는지를 알고 있는 부부는 거의 없고 또 자문의 필요성도 느끼지 않는 게 보통이다. 갑자기 실직을 당했을 때 도움을 주는 정책메뉴가 있는지의 여부를 알고 있는 사람도 드물다. 경기도 홈페이지 청년층을 위한 인터넷 서비스에서 동호회 결성을 돕는 프로그램에 접속한 사례는 지극히 드물며, 동호회가 결성된 경우에도 1명-2명 정도 주도자만 가입해 있는 것이 일반적이었다. 말하자면, 프로그램은 존재하지만 유명무실하고 실효성이 거의 없는 것이 특징이다. 청소년과 여성을 위한 프로그램은 비교적 잘 정비되어 있는데, 활용도에 있어서 현격하게 떨어지는 현상은 마찬가지이다. (3) 이는 청년층을 별도의 대상으로 구분하지 않고 일반인의 범주로 다뤘기 때문이다. 물론, 청년층이 장년이나 노년층과 더불어 무엇인가 활동하고 싶어할 수도 있다. 그러나, 이들에게만 특유한 어떤 수요와 취향이 존재한다고 보면, 청년층을 위한 프로그램은 별도의 감각과 수요충족을 겨냥해야할 필요가 있는 것이다.

(4) 어떤 정책이라도 “경기도” 라는 명칭이 붙으면 청년층의 관심이 급격히 떨어지고 심지어는 외면의 계기가 되기도 한다. “경기도” 라는 로고는 청년층들에게 외면과 홀대의 대상이다. 앞에서 지적하였듯이, 청년층에서 경기도 일체감과 소속감이 적은 것이 주된 이유이다. 아마, 서울 로고가 붙어 있다면 사정은 달라질 것이다. 아무리 좋은 정책을 개발 하더라도 대상자들이 외면하면 효과는 반감되고 성과도 낼 수 없다. 고객에게 다가가는, 고객들이 매혹을 느끼도록 하는 실행방식을 연구해야 한다. 일종의 홍보전략이라고도 볼수 있는데, 정책개발과 동시에 “경기도” 또는 경기도 로고가 청년들에게 매혹을 불러일으킬 수 있는 방법을 고안하는 것이 급선무다.

3. 정책개발의 원리와 구조

3.1 정책개발의 원리

위와 같은 관찰과 분석을 토대로 하면서 이 연구는 청년층을 대상으로 지원정책을 개발하기 전에 대체적인 원리와 골격을 제시하고자 한다. 그것은,

3.1.1 2030의 특화

젊은 세대가 일반적 사회정책의 범주로 다루어질 때 정책효과가 반감되거나 청년층으로부터 외면당할 소지가 많다. 정책프로그램은 훌륭하나 실효를 거두지 못하는 원인은 여럿이다. 첫째, 지원정책이 그다지 매력적이지 않다. 실질적 혜택이 없다고 생각하면 수혜자들은 정책 자체를 무시한다. 따라서, 청년층이 무엇을 필요로 하는지, 수요가 무엇인지를 파악하는 것이 우선이며, 수요가 확정된다면 어떻게 전달할 것인가를 강구해야 한다. 실질적 수요파악과 전달체계의 개선이 중요하다.

3.1.2 도정의 유인요소 개선

공식적 프로그램인 경우 수혜자들로부터 외면당하는 현실을 어떻게 극복할 것인가의 문제이다. 좋은 프로그램도 '경기도'가 주체가 되면 청년층의 관심을 끌 수 없다. 청년층들은 취향을 중시하며 스스로 코드가 맞다고 판단하면 어떤 것도 미다하지 않는 경향이 있다. 취향과 자율을 중시하면서 자발적인 참여를 끌어내는 방식을 강구해야 한다. 정보화 포털 사이트를 민간업체에게 맡기고 내용은 도정 프로그램으로 운영하는 방식도 생각해 볼 작하다.

3.1.3 프로그램과 수혜자의 Matching

대상집단이 분명한 프로그램의 경우 구체적으로 어떤 지역의 어떤 사람이 수혜자인가를 파악해야 한다. '수혜자와의 매칭'이 중요해지는 것이다. 이 경우 매칭은 홍보와 전달체계의 문제가 된다. 프로그램을 마련해 놓고 수혜자들이 참여하기를 마냥 기다리는 것은 실

패의 요인이 된다. 현재 운영 중인 프로그램에의 참여율이 저조한 것은 이 때문이다. 우선, 경기도 청년층들이 도정 프로그램에 어떤 것이 있는지를 일수 있도록 홍보하는 것이 중요하고, 일단 참여의사를 밝히면 적극적인 도움을 주어야 한다. 어떤 프로그램이라도 '매칭프로세스' 를 거치고, 잠재적인 참여자 및 수혜자 파악을 병행해야 한다.

3.1.4 Mentoring

멘토링이란 일종의 정책 카운슬링(policy counseling)이다. 잠재적인 수혜자가 지원과 도움을 문의해 왔을 때 즉각적인 자문을 하는 창구와 인력이 준비되어야 하고, 수혜자가 무엇을 원하고 어떤 혜택이 있는지를 정확히 알려주고 주선하는 것이 멘토링이다. 도정 프로그램이 제대로 작동하려면, 숨어있는 수혜자, 혜택을 필요로 하는 대상자의 적극적인 발굴이 필요하다. 멘토링은 매칭 프로세스와 함께 작동한다. 이 연구에서 개발하는 10여 개의 프로그램 내용을 잘 알고 있으면서 참여자와 수혜자를 적재적소에 배치 알선하는 전문 인력(mentors)을 배양하여 이들로 하여금 변화하는 수요를 파악하게 하고 도움을 요청하는 청년층의 자문과 문의에 응하도록 해야 한다. 또한, 이들은 정책의 사각지대에 놓인 청년층이 없는가를 항시적으로 조사하고 정책에 반영하도록 하는 역할을 부여받는다. 정책수립과 실행에 있어 '정책 환류' (policy feedback)는 성패를 가름하는 중요한 요소이다. 멘토링은 정책실행의 최전선에서 바로 그런 역할을 담당한다.

3.1.5 정책네트워킹 (policy networking)

청년층을 포함하여 일반 경기도주민을 위한 정책들은 지역별, 시군별로 어느 정도 활성화되어 있는 것이 현실이다. 각 정책들은 지역베이스로 운영되고 있으며 각 지역별로 편차가 있다. 중요한 것은 정책들간의 연결망을 구축하는 일이다. 유사한 목적과 내용의 정책들을 유형별로 조사하여 시군별 묶음을 만들고 각 지역의 정책정보를 제공하는 정책연결망을 만드는 일이 그것이다. 유형별 정책연결망은 연령별 연결망, 혜택별 연결망, 수요 연결망 등으로 확대, 발전시킬 수 있다. 예를 들어, 볼런티어 프로그램들을 각 시군별로 묶고 지역별로 어떤 볼런티어 활동이 이루어지는 지를 파악하는 일이다. 그러면, 지역별로 특정한 사태가 발생하여 경기도 전역의 볼런티어 활동이 요구된다면 즉각적인 지역간 협조

가 이루어질 수 있다. 그것을 경기도 “볼런티어 연결망” 이라고 명명할 수 있을 것이다. 연령층 연결망의 예로서는 “주부연결망” 을 들 수 있다. 주부들은 각 지역별로 특색있는 활동을 해나갈 수 있고, 지역간 서로 유용한 정보를 주고받을 수 있다. 예를 들어, 아동교육에 관한 정보를 얻고자 할 때 주부연결망의 위력은 매우 크다. 보육과 의료 정보는 대체로 주부들에 의하여 전파된다. 주부연결망은 일상생활과 밀접한 정보가 오고가고 유통된다. 지역베이스로 운영되는 주부프로그램을 경기도 전역을 대상으로 통합하되 각 지역간 정보가 유통되도록 하는 것이 중요하다. 정책네트워크는 다른 유형의 정책을 실행하는 데에도 필수적이다.

3.1.6 지역간 변화와 커뮤니티

정책효과를 높일 수 있는 방식은 우선 결집력과 응집성이 높은 커뮤니티를 기반으로 하는 것이다. 예를 들어, 농촌청년 프로그램은 북부권, 동부권, 동남권에 적용하되 각 지역간 변화를 두는 일이 중요하다. 어떤 지역은 작목반이 활성화되어 있는 반면, 다른 지역은 협력노동의 단위로 두레를 활용하기도 한다. 이 때 작목반과 두레는 농촌프로그램을 전파하는 핵심기제일 것이다. 도시지역 역시 마찬가지이다. 산본이나 평촌과 같은 중소도시에서 청년층의 수요는 대체로 취업, 직업교육에 맞춰져 있다. 이 경우, 산본과 평촌, 평택, 안성과 같은 중소도시에서는 취업과 직업교육 프로그램을 특화하고, 정보화교육의 모델을 만들어 수요를 충족할 수 있다. 그 밖의 문화프로그램도 부천, 중동지역을 대상으로 모델을 만들고, 여타의 중소도시로 확대 발전시키는 것이 중요하다. 프로그램의 목적과 유형에 따라 일종의 지역별 파ioni어(Pioneer)를 설정하여 모범을 보여줄 필요가 있다. 파ioni어와 정책모델 은 지역별 수요파악이 선행되어야 한다. 현재 경기도가 의욕적으로 주관하고 있는 ‘영어마을 프로젝트’ 도 이런 관점에서 매우 바람직한 것인데, 여기에 고품격 청년층들의 자발적 참여를 이끌어내야 한다.

3.1.7 포커스 그룹 접근 (Focus-Group Approach)

2030의 연령층 내에 특별한 배려와 혜택을 요하는 집단들이 다양하게 포진되어 있다. 예를 들어, 빈곤청년, 저학력청년, 장애청년, 미혼모 등이 그들이다. 또는, 대학진학을 포

기하고 취업도 어려운 20대 초반의 청년들도 다수 존재한다. 미취업 20대 초반의 청년층은 정책사각지대에 놓여 있는 전형적 집단이다. 그러나, 이들은 타인의 눈에 띄지 않기를 바라기 때문에 정책이 있어도 활용하지 않는다. 참여율이 지극히 저조한 이유이다. 이 경우는 사각지대에 놓인 그룹을 적극적으로 찾아내어 혜택을 전달하는 것이 필요하다. 앞에서 지적한 멘토링은 바로 이러한 기능을 담당한다. 포커스 그룹이 확정되면 정보화 포털사이트를 통하여 쌍방향의 대화와 지원알선을 해주는 방식의 전달시스템을 구축하는 것이 필요하다.

3.2 정책의 전반적 구조 : “2030 청년 마을”

청년층을 대상으로한 정책 명칭을 “2030 청년 마을”이라고 명명한다. 앞에서 지적하였듯이, 2030만을 위한 특화프로그램임을 명시한 것이다. 정책메뉴는 <표 1>에서 보듯이 매우 다양하다. 기왕에 시행되고 있는 정책들과 중첩되기도 하고, 새로운 정책도 다수 제안하였는데, 중요한 것은 2030세대에 초점을 맞춘 점이다. 몇 가지 중요한 내용을 개괄하면,

- 표는 대체로 정보화포털의 홈페이지를 연상시킨다. 이것은 “2030 경기청년네트워크” 구축을 염두에 둔 것이다.
- 정책 유형은 기능과 목적에 따라 9개 분야이다. 인적자원개발로부터 정보화에 이르기까지 청년층의 일상생활에 밀접한 영역을 포괄하였으며, 실현가능성이 높은 메뉴들을 중심으로 각 분야의 내용을 구상했다. 또한 각 분야별로 경기도 전역의 정책네트워크를 전제로 하였다.
- 대상범위를 기준으로 하면 대체로 네 가지 유형으로 나뉜다. 경기도 전체 청년층을 위한 프로그램, 지역베이스 프로그램, 포커스 집단 프로그램, 특정 항목 프로그램이 그것이다.
- 특정 항목 프로그램들(오른쪽에 위치한 것들)은 청년층의 수요가 가장 많고 관심이 높을 것으로 예상되는 정책메뉴들이다. 누구라고 관심이 있으면 즉각적인 접속이 가능하도록 만들고 필요한 정보를 연계 하는 것이 중요하다. 특정 항목 프로그램들과 접속한

사람들이 혜택을 문의하면 바로 멘토(mentors)가 대기하고 있다가 응답하는 형식을 취하도록 한다. 이 연구가 제시하는 경기청년마을 정책메뉴를 개괄적으로 제시하면 <표 3-1>과 같다. (홈페이지)

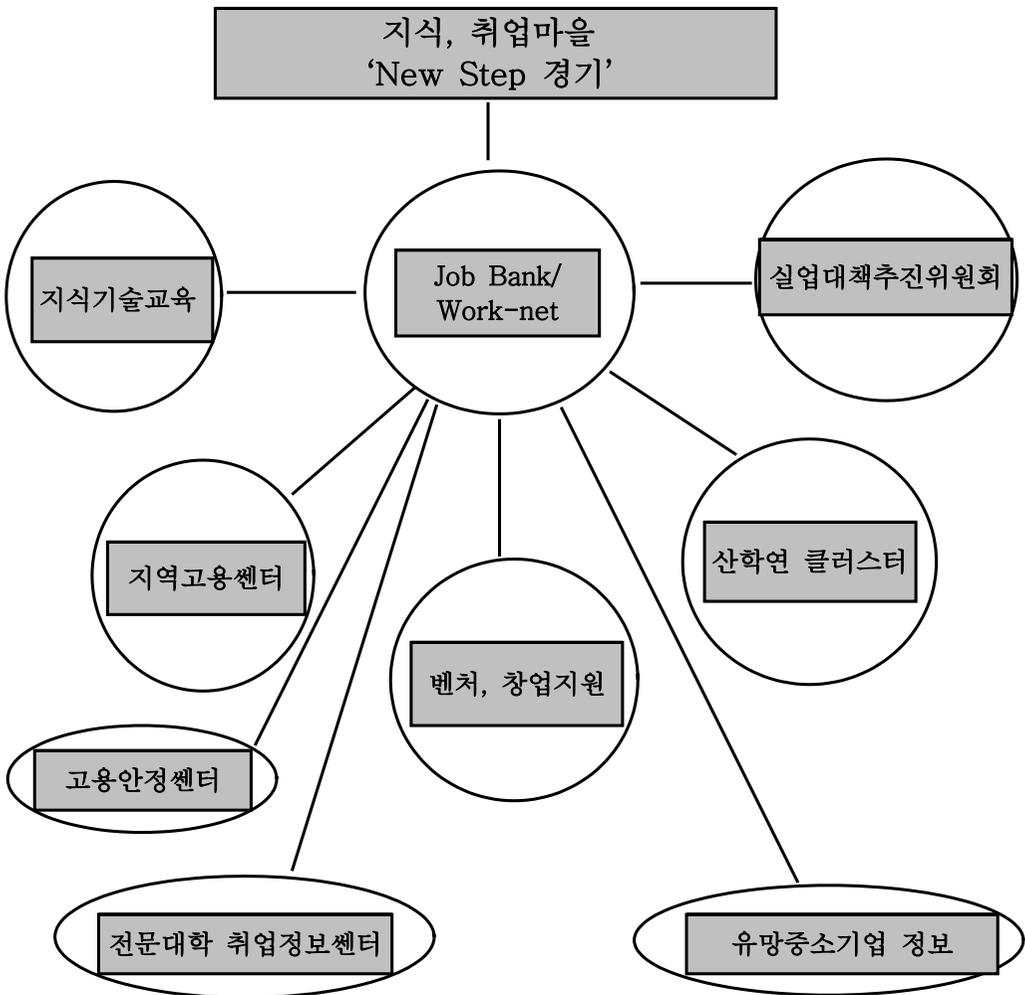
<표 3-1> 경기청년마을 정책메뉴

지식,취업마을	헬프마을	여성마을	문화마을	학구야-놀-자
*지식,정보,기술 교육(대학/전문대) *파트너쉽/인턴쉽 *고용훈련 *취업Bank *벤처,창업지원 *기술고등학교-산업체연계 *기타	*Mentor *Mentee *Matching -연령집단별 -수요별 *경기청년신문발간	*여성취업 -직업훈련 -상담센터운영/연계 -파트타이머 *주부생활 -보육 -봉사 -알뜰장터 -취미,동호회 -문화활동	*양성교육 -전문인력/유망직종/수급현황, 전망 -양성체계,기관 -산학연연계 *분야별 프로그램 -음반, 영화, 연극 만화, 출판, 디자인, 공연, 영농, 화훼 *문화센터 프로그램 연계 -지역별/분야별/양성기관별 *공연티켓지원 *동호회활동지원	Mentoring 취업정보/ 인력뱅크 인턴쉽/ 파트너쉽 창업, 벤처 보육 여성파트타임 알뜰장터 지역축제
탐험마을	영농마을	사회서비스마을	봉사마을	특성화마을
*Global Exptn -외국마을자매결연 -Home Stay -국제기구참여 -국제봉사 -배낭여행 조직지원 *Local Exptn -지역축제 -지역특성화마을/발전사례 -Local Exchange -경기도지역 특성정보Map	*농촌 청년 -인구/생활상태(지역별) -농촌특화마을활동 -청년회지원 *영농 -농민단체활동 -유기농/직거래 -특화작물재배/화훼 -인테넷거래 -영농기술/영농인력 -농업학교 현황/프로그램 조사	*"We Start": 복지와 자활 -취학청소년 -빈곤청년 -미혼모/Service Girl 대학마을	*의료봉사(농촌/도서) * 농촌일손돕기 -자매결연마을 -농업체험(주말농장) -불우아동/아동가장 -독거노인 -재해지역 정보마을	특성화마을 문화인력양성 프리랜서 공연, 영화티켓 SOS 대학생알바 영농체험 동호회 민원창구/ 제안창구
	놀이마을	영어마을		
	채팅마을	정치마을		

2장 경기청년마을 실행 프로그램

1. 지식, 취업마을

1.1 목적과 전체 구조



〈그림 3-2〉 지식, 취업마을 구조도

지식, 취업마을의 목적은 ‘지식기반경기’의 핵심인력인 청년층의 지식능력을 함양하고 취업기회를 촉진하기 위함이다. 이 사이트는 청년층에게 지식교육훈련과 취업기회에 관한 세밀한 최근 정보를 제공하고 인력-일자리의 즉각적인 매칭을 신속하고 정확하게 하고자 하는 데에 목적이 있다. 이 사이트에 접속하면 일자리와 지역산업에 관한 모든 유용한 정보를 얻을 수 있으며, 미취업자에게 취업정보를 제공하고 실직자에게는 고용훈련과 실업수당을 받을 수 있도록 안내한다. 앞의 2장에서 서술한 멘토링이 매우 적극적으로 활용될 수 있는 사이트이다. ‘지식, 취업마을’의 전체 구조는 위 그림 3-2와 같다.

1.2 경기도의 취업 및 실업현황

경기도는 다른 시도와는 달리 일자리가 풍부하고 이직율과 전직율이 커서 취업이 비교적 쉬운 편이다. 이는 도민들이 서울에 직장을 얻는 경우가 많고 경기도라고 할지라도 서울 분사와 연계가 되어 있기에 상대적으로 노동시장 상황이 나쁜 편은 아니다. 몇 년전의 연구이지만, 2001년도의 조사연구에 의하면 경기도의 취업 및 실업상황을 다음과 같이 요약할 수 있다.⁷⁾

- 경기도 인구증가율이 전국의 3배 가량이다. 따라서, 경제활동인구 증가율도 매우 높다.
- 취업자 증가율도 매우 높아서 전국 평균을 훨씬 웃돈다.
- 실업자 증가율은 역으로 전국 평균보다 낮다.
- 이런 현상은 경기도가 타도에 비하여 고용흡수력이 높다는 것을 뜻한다.

그럼에도, 최근 들어 실업문제가 사회적 쟁점으로 등장하고 특히 청년층의 실업이 두드러지면서 경기도도 청년실업대책을 강구하지 않으면 안되는 상황에 이르렀다. 실업상황을 요약하면,

- 2001년도에는 40대와 50대의 실업율이 크게 증가하였으며,

7) 경기개발연구원, 경기도 실업대책 개선방안연구, 2001.

- 절대적인 수치에서는 20대 실업자가 37%정도로 다수를 차지한다.
- 여성의 취업수요도 크게 증가한 반면, 여성을 위한 일자리는 소폭 늘었다. 따라서, 여성인력의 고용문제도 부각될 전망이다.
- 학력별로는, 여전히 저학력실업 문제가 심각한데, 고학력 중에서도 전문대 졸업자의 실업율이 높아서 전문대학의 취업 능력 제고방안이 시급하다.

경기도의 취업구조는 2001년 당시 제조업(23%), 도소매 음식업(26.3%), 사업 및 공공서비스(28%)로 세 분야가 주류를 이루고, 농림어업(6%), 건설업(7.5%), 전기, 운수, 금융(9.5%)이 다음 순위를 차지한다. 지식기반산업과 관련하여 보면, 제조업과 이를 뒷받침하는 서비스업(금융, 유통, 판매)을 집중적으로 육성할 필요가 있다. 향후 청년을 위한 일자리는 지식기반 관련 부품제조, 소프트웨어 생산, 문화산업관련 분야 (정보, 게임, 영상, 미디어) 등에서 만들어질 전망이다. 그러므로, 이 분야에 대한 정책지원이 필요하다고 하겠다.

지식, 취업마을에서 가장 중요한 것은 각 지역별로 가동되고 있는 취업정보망, 고용훈련기구, 기업의 수요정보 등을 연결하는 일이다. 말하자면, 적정 인력과 적정 일자리의 매칭을 원활히 하고, 취업훈련이 필요한 사람들에게 훈련기회를 적시에 제공하는 것, 그리고 중앙정부 차원에서 소홀히 다루어지고 있는 영역(정책적 사각지대와 취약지대)에 있는 사람들에게 서비스를 제공하는 일이다. 이것이 '지식, 취업마을'의 최대의 기능이자 목적이라고 하겠다. 위의 그림에서 보듯이 '지식, 취업마을'은 6개의 메뉴로 구성된다. 이 프로그램을 영국의 사례처럼 New Deal로 하든 Gateway로 하든 특정한 이름을 부여하는 것이 바람직하다. 미국과 영국에서는 정부의 실업, 취업정책에 명칭을 붙이는 것이 상례이며, 이것이 소기의 성과를 거두어 성공한다면 타지역으로 전파되어 영향을 미칠 수도 있다. 경기도의 경우, 청년층을 위한 지식교육과 취업정책을, 예를 들면 'New Frontier 경기' 'New Step 경기' 등으로 명명할 수 있을 것이다.

실업대책은 1998년부터 중앙정부 차원에서 매우 적극적으로 실행해 왔기 때문에 행정인프라가 비교적 잘 정비되어 있다. 각 자치체별로 고용안정센터와 인력은행이 작동하고 있으며, 시군별로는 실업대책추진위원회와 공공근로사업 추진위원회가 설립되어 고용을 알선

하고 있다. 여기서 문제는 청년층을 일반적 정책의 범주로 취급함으로써 특화되지 못하고 있다는 점이다. 지식, 취업마을의 목적은 기왕에 작동하는 행정인프라간의 긴밀한 정책네트워크를 구축하여 청년층을 위한 독자적 프로그램을 활성화하는 일이다. 다음 절에서는 앞에서 개략적으로 도해한 ‘지식, 취업마을’의 하위 영역별로 중요한 사업 초점을 요약하려 한다.

1.3 Job Bank/Work-Net

‘New Step 경기’에서 가장 핵심적 위치를 차지하는 것이 Job Bank/Work-Net (JBWN)이다. 이는 도내에서 운영되고 있는 모든 노동시장기구의 정보를 수합하여 종합적으로 제공하는 채널이라고 하겠다. 이것에 접속하면 구인, 구직 정보를 한눈에 알 수 있게 하고, 구직의 요건과 자격에 관한 상세한 정보를 얻을 수 있게 한다. 또한, 중앙정부(노동부)에서 운영하는 Work-net과 연결하여 필요에 따라 구직자들이 정보를 얻을 수 있도록 연결망을 구축한다. JBWN은 경기도 내 지식, 취업마을에서 운영되는 각종 기구들을 연결하여 필요에 따라 바로 다른 메뉴로 들어갈 수 있도록 하고, 구직 신청을 할 수 있게 설계한다.

- JBWN은 지식, 취업마을의 두뇌에 해당한다. 말하자면, 구직, 구인, 교육훈련, 창업지원 등과 관련된 종합채널이다.
- 구직하려는 청년층과 구인을 원하는 기업에게 One-stop service를 제공한다.
- 절차와 자격요건 등에 관한 문의는 멘토링을 활용한다. 멘토링 사이트와 직접 연결해야 한다.
- 도내 전문대학의 취업정보센터, 고용안정센터, 도내의 인력은행과 연결해서 노동시장에 관한 최신 정보를 제공한다.

1.4 하위 창구의 설계

1.4.1 지식기술교육

- 도내 지식기술교육기관의 명단을 제공하고, 각 기관에서 시행하는 교육의 내용과 특전, 취업전망 등을 분석하여 정보로 올린다.
- 도내 지식기술교육기관의 웹사이트와 연결하여 직접 문의가 가능하도록 한다.
- 특히, 전문대학에서 개설하는 지식기술교육 단기과정을 이수하고자 하는 지원자들에게는 정책적 지원을 하는 방안을 마련한다.
- 중앙정부의 고용훈련 기관들과 연계하여 정보를 제공한다.

1.4.2 지역고용센터

- 지역고용센터는 노동부의 하위 행정기구이다. 여기에서는 실업자들을 위한 각종 서비스가 원스톱 체제로 가동되고 있는데, 실직자들이 활용할 수 있는 정책창구이다.
- 중앙정부의 고용서비스를 받고자 하는 사람들에게 정보를 제공하고, 그 외에 지원이 필요한 지를 점검하여 청년 실업자의 취업능력을 제고한다. 청년층의 경우 취업경력이 없는 사람들은 이 서비스를 이용하는 데에 많은 제약이 따르기 때문에 도 행정 차원에서 별도의 조치가 필요하다.
- 지역고용센터에서 시행하는 고용훈련은 훈련기간 동안 약 35만원 정도의 생활비만을 지급하기 때문에 실제적인 효과를 내기 어렵다. 실직자들은 35만원을 지급하는 훈련에 응하려고 하지 않고 기피하는 경향이 많다. 이런 정책적 취약점을 보완하는 조치가 필요하다. 청년실업자를 위한 영국의 New Deal 정책을 참고하면 좋을 것이다.

1.4.3 벤처, 창업지원

- 벤처기업을 창업하려는 청년층에게 제공되는 지원금이다. 여기에는 엄중한 절차와 자격요건

의 검증이 필요하다. 정부의 지원은 주로 여성을 대상으로 소자본 창업과 자금지원에 맞춰져 있는데, 이것을 도행정 차원에서 수혜범위를 넓혀 일반청년층으로 확대하는 방안을 마련할 필요가 있다.

- 특히, IT분야에 진출하려는 청년층에게 엄격한 심사과정을 거쳐 지원금을 확대하는 방안이 필요하다. 송도의 테크노벨리를 활성화하는 데에도 좋은 효과를 낼 것이다.
- 벤처기업을 창업하는 데에 필요한 소정의 교육과정을 자체적으로 시행하거나 도내의 소정 기관에게 위임하는 정책도 시행할 만하다. 도내 사설 교육기관을 육성하는 효과도 있으며, 이미 자리를 잡은 벤처인들을 초청하여 노하우를 전수하는 일도 필요하다. 이 사이트를 활용하여 온라인 강의를 제공하는 것도 고려해 봄직하다.

1.4.4 산학연 클러스터

- 산학연 클러스터는 현재 노무현정부가 추진하고 있는 산업활성화정책이다. 경기도에는 산학연클러스터를 만들 수 있는 많은 소재와 대상기관들이 있다. 도내 동서남북 각 지역에 전형적이고 모범적인 클러스터를 1-2개씩 설립하여 운영하는 것이 바람직하다. 이 사이트는 이에 대한 모든 정보를 제공한다.
- 현재 추진 중인 도내 산업정책 중에서 미래전망이 밝은 것을 선트책하여 클러스터로 전환하도록 권장한다. 송도 테크노파크는 매우 좋은 대상일 것이다. 인근에 대학과 전문대학이 산재하고, 많은 유망한 중소기업들이 가동되고 있으며, 고학력의 젊은 인재들도 쉽게 구할 수 있다.
- 산업공원(Industrial park)과 인큐베이터를 만들어 산학연 클러스터의 모범사례로 육성한다. 그리고, 이에 대한 모든 정보를 도내 청년들에게 제공하여 연구능력과 취업능력, 시장경쟁력을 제고할 수 있는 기회를 넓힌다.
- 산학연클러스터를 지역혁신체제와 연결 터 지역발전을 꾀하는 모범사례로서 대전, 울산, 제주도를 들 수 있다.⁸⁾ 이 지역의 지역혁신클러스터 구조와 운영사례를 벤치마킹하여 경기도 내에 그런 체제를 5-6개 만들어 고학력 청년층의 취업을 증대한다.

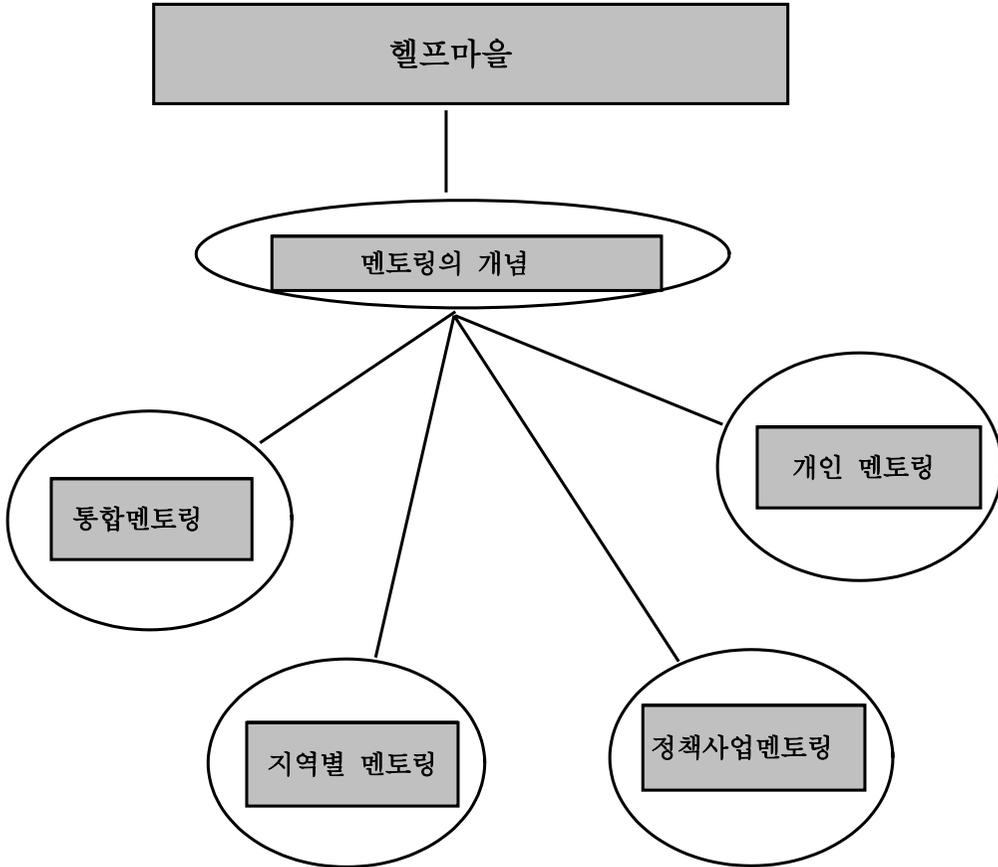
8) 한국직업능력개발원, *지역혁신체제 구축을 통한 인적 자원개발 방안*, 2002.

1.4.5 실업대책추진위원회

- 실추위는 현재 각 시군별로 운영되고 있는데, 운영의 실효를 거두기 위해 기업주, 행정 관료, 지역대표 등의 참여를 더욱 독려하고 각종 정보를 수합하여 정확한 판단과 대책이 나올 수 있도록 행정적 지원을 아끼지 말아야 한다.
- 각 지역 실추위 간 긴밀한 네트워크를 만들어 각 지역별로 어떤 정책과 활동이 이루어지고 어떤 성과를 내었는지를 판단하도록 한다.
- 지역별 위원을 통합한 협의체를 구성하여 도내 청년층의 취업률을 w제고하기 위한 특별한 조치들을 강구하도록 한다. 그리고 그 활동내역을 이 사이트에 올리고 청년층과 항시적 대화가 가능하도록 설계한다.

2. 헬프마을: 멘토링 시스템의 구축과 운영

2.1 헬프마을의 전체 구조



〈그림 3-3〉 헬프마을 구조도

헬프마을은 접속자가 특별한 도움을 요청했을 때에 즉각 응답하고 청년마을 사이트를 어떻게 이용하는가의 방법을 가르쳐주는 도움 사이트이다. 특히, 여기에서는 멘토링이라는 개념을 도입하여 접속자에게 적극적으로 다가가는 서비스를 하고자 한다. 멘토링 개념은 다음 절에서 소개하기로 하고, 여기에서는 우선 전체 구조를 제시하고자 한다. 헬프마을의

전체 구조는 위 <그림 3-3>과 같다.

2.2 멘토링의 개념과 유형

2.2.1 Mentoring

멘토링이란 경험과 학식이 풍부한 교양있는 사람이 인생이나 직장생활의 문제해결을 위해 조언을 구하고자 하는 사람에게 유용한 정보와 해결방식을 제공하는 행위를 의미한다. 흔히 비행청소년을 선도하기 위한 상담사의 역할은 멘토링을 청소년 문제에 적용한 것이며, 대학교의 학생생활연구소가 담당하는 일은 대학생들의 학교생활 적응을 도와주는 목적으로 이 역시 멘토링의 전형적 사례이다. 멘토링은 넓게 보아 사회적 카운슬링(social counseling)이라고 할 수 있으며, 대상과 기능은 사회생활이 복잡한 것처럼 매우 다양하고 넓다. 이 연구가 제시하고자 하는 멘토링은 청소년이나 미혼모, 사회부적응자 등을 대상으로 한 좁은 의미의 상담을 포함하여, “2030 청년경기” 프로그램이 원활하게 운영되도록 돕는 역할, 다시 말해 2030세대의 참여자가 어떤 요구를 해 올 때 그것에 적합한 프로그램을 추천하거나 참여자의 수요에 맞게 적재적소에 참여자를 소개하고, 때로는 직접 참여자의 호소를 듣고 문제를 해결해주는 넓은 의미의 카운슬링을 말한다. 그러므로, 멘토링은 2030 청년경기 프로그램의 성패를 좌우하는 결정적인 역할을 담당한다. 흔히, 민간부문의 특정 웹사이트에 Q&A, Help, Contact Us 등과 같은 배너가 있어 클릭한 사람이 목적인 비를 이룰 수 있도록 수요를 충족시켜 주는 것과 마찬가지로, 민간기업 웹사이트의 Q&A와 Help는 상업적 용도로 활용되지만, 이것은 공공적 기능의 웹사이트이기 때문에 주민생활 일반에 관한 해결방안을 제공해주어야 하는 부담이 있다. 그러나, 앞에서 지적하였듯이, 무엇인가 도움을 필요로 하는 사람이 공공 정책의 혜택을 받으려 할 때 대부분 적절한 정보를 모른 경우가 많고, 누군가의 조언을 필요로 할 때 적당한 사람을 찾을 수 없는 경우가 허다하다. 멘토링은 경기도 주민간에, 전문가와 젊은이간에, 고령자와 젊은 세대간에 수요에 따라 온라인상과 오프라인상에서 서로 매칭을 시켜줌으로서 개인적 문제를 해결하도록 하는 프로그램이다. 또한, 2030 청년경기 프로그램에 접속한 사람들에게 개인적 수

요를 충족할 수 있는 적정 프로그램을 알려주고, 혜택에 관한 정보를 제공하고 가입절차 등을 지도해주는 역할을 맡게 된다. 따라서, 멘토링은 2030 청년경기 프로그램이 실효를 거둘 수 있는가의 여부를 좌우하는 가장 중요한 기능을 담당한다.

멘토(mentor)라는 용어는 그리스 신화 ‘오디세이’로부터 유래한다. 오디세우스가 트로이와 전쟁을 치르기 위해 자신의 아들을 가장 신뢰하는 친구인 ‘멘토’에게 맡겼다. 멘토는 그의 아들을 힘껏 양육하고 건강하고 상식있는 왕의 후계자가 되도록 가르쳤으며, 신뢰와 용기, 지혜를 터득할 수 있도록 지도했다. 이런 얘기를 바탕으로 멘토는 젊은 사람들을 교육시키는 학식있는 사람 또는 가르치는 방법을 의미하게 되었다.⁹⁾

흔히 정신적, 학문적 지도교수나 교사를 멘토라고 부르는 것은 이런 역사적 배경을 갖는다. 우리 식으로 부르면 스승 정도가 될 것이다. 그러나, 스승은 공식적 기관에서 맺어진 관계이지만, 멘토링은 일반 사회라는 맥락에서 익명의 수요자와 익명의 공급자를 서로 맺어주는 방식이다. 따라서, 수요는 다양하고 공급도 다양하다. 조기 정년이 유행하고 명퇴가 일반화된 최근의 상황에서 50대 후반과 60대의 경험있는 사람들의 인생경험과 지혜를 그냥 묵히는 것보다 멘토링을 통하여 젊은 세대를 지도하고 지혜를 전수하는 일은 매우 바람직하다고 하겠다. 고령자들이 멘토로 나선다면 일종의 불런티어에 해당하기 때문에 비용도 적게 들 것이다. 상담을 요하는 사람을 멘티(mentee)라고 부르는데, 멘토가 멘티를 선정하는 방식, 멘티가 멘토를 정하는 방식, 또는 매칭을 담당할 멘토가 적절한 멘토를 소개하는 방식 등 다양한 방식을 활용할 수 있기 때문에 고령자라고 해서 반드시 기피대상이 되지는 않는다. 또한, 일반사회에서 직장생활을 하는 사람들도 커뮤니티 봉사를 위해서 멘토로 나설 수도 있다. 커뮤니티에는 다양한 지식과 경험을 가진 사람들이 존재한다. 이들의 경험을 커뮤니티를 위해 활용하는 계기도 바로 멘토링의 체계화에서 나온다. 경기도 주민을 위한 멘토링은 커뮤니티 베이스, 직장 베이스, 경기도 차원에서의 매칭 베이스 등 많은 방식을 활용할 수 있을 것이다.

9) 한국직업능력개발원, *대학에서의 직업교육 활성화를 위한 멘토링 시스템 모형의 개발*, 2002. 이 장의 많은 부분은 위 보고서를 참고로 하여 아이디어를 구했다.

2.2.2 유형과 기능

대학교의 취업정보센터와 학생생활연구소가 멘토링의 전형적 사례다. 대부분의 대학교는 재학생 및 졸업생들을 위해 취업정보센터를 운영하고 있는데, 전공과 적성에 맞게 취업 정보를 제공하고 진로상담을 해주는 것이 주된 기능이다. 취업정보센터에서 하고 있는 업무를 보면, 취업관련행사, 취업설명회, 진로교육 및 프로그램 운영, 기업정보수집 및 배포, 진로 및 취업상담, 자료집 발간, 부직 일선과 상담 등이다. 취업정보센터는 전문대학일수록 매우 활발하게 운영되는 반면, 종합대학에서는 상대적으로 학생들의 관심을 덜 받고 있다. 예를 들어, 수원여자대학교의 멘토링 프로그램은 전문대학 특성화의 대표적인 사례로서 1999년부터 운영되고 있는데, 교수와 학생의 연결, 취업실무자와 학생의 연결, 고학년과 저학년의 연결을 통해 비교적 높은 성과를 거둔 것으로 평가된다. 경희대학교의 멘토링 시스템은 인터넷을 활용한 e-mentoring의 모범적인 사례이다. 경희대학교의 멘토링은 Cyber-Ready와 Cyber-Pro의 두 종류가 있는데, Cyber-Ready는 경희대학교 재학생과 경희고등학교 학생간의 연결망으로서 대학생이 고등학생의 인생상담과 적응을 위한 조언을 해주는 것이고, Cyber-Pro는 경희대학교 졸업생으로서 직장인과 취업을 원하는 재학생과의 연결망이다. 이 경우 모두 멘토와 멘티에 가입한 사람을 대상으로 주관자가 매칭절차를 관할하여 양자를 맺어준다. 멘토의 선정은 엄격한 절차를 통하여 이루어지고, 멘티는 수요의 유형에 의해 멘토를 결정하도록 한다.¹⁰⁾

학생생활연구소의 멘토링은 주로 심리안정을 위한 상담 역할에 집중되고 있다. 학생들이 성적에 대한 강박 심리를 완화해주고, 대인관계를 원활하게 하도록 도와주며, 학교생활에 적응할 수 있도록 심리적 치료도 알선한다. 일반적 활동은 심리상담 및 검사, 교양특강, 조사와 연구, 각종 학생생활 정보의 수집 및 제공, 봉사활동의 알선 등에 걸쳐있다. 최근에는 성적 문제에 대한 고민, 성희롱문제 등이 관심있는 업무분야로 떠올랐다. 성희롱을 당한 학생들의 충격을 완화해주고 심리적 안정을 도와주는 역할이 그것이다.

선진국에서는 멘토링을 학교와 취업시장을 연결하는 프로그램으로 매우 적극적으로 활용하고 있다. 미국은 1994년 School-to-Work Opportunity 프로그램이 입안된 이래 졸업

10) 위 연구보고서 참조

생들이 취업시장을 준비하는 공식적 절차로 제도화되었으며, 지역사회를 기반으로 한 Community-based Mentoring Program, 대학베이스의 Colleg-base Mentoring Programs, 경력관리 프로그램 등이 곳곳에서 운영되고 있다. 연구에 의하면, 청소년 선도와 사회적응을 위한 멘토링 프로그램이 학교생활, 취업, 동료들과의 관계, 가족생활 등에 긍정적인 효과를 거두었다고 평가받고 있다. 한국의 경우는, 경북대의 직업능력 개발센터, 배재대학교의 IT 교육센터, 이화여대의 전문직업 개발원 등이 그러한 기능을 담당한 기구이다.

멘토링은 멘토와 멘티의 숫자와 만남의 종류에 따라 몇 가지 유형으로 나뉜다. 1:1 멘토링, 그룹 멘토링, 동료멘토링, 면대면 멘토링, 그리고 e-멘토링이 그것이다. 1:1 멘토링은 특정 사안을 중심으로 유경험자가 조언을 하는 것이고, 그룹멘토링은 여러 명의 멘토와 여러 명의 멘티가 동시에 만나 토론을 하는 것을 지칭한다. 동료멘토링은 유사한 고민과 문제를 가진 다수의 동료가 모여 경험이 풍부한 멘토의 지도 아래 문제를 해결해나가는 방식에 의미하고, e-mentoring은 사이버 공간에서 문제를 확인하고 토론과 조언을 통해 해결해가는 방식이다. 각 유형마다 장단점이 있는데, 개인적 신상에 심각한 영향을 미치는 문제를 가진 멘티일수록 익명을 요구하는 경우가 많아서 e-mentoring이 좋을 때가 있으며, e-mentoring이 서로간의 신뢰를 전제로 해야 하기 때문에 그룹멘토링이 좋을 때가 있다. 말하자면, 멘티의 숫자, 고민의 유형 및 사례의 성격에 따라 그때그때 좋은 방법을 택해야 한다. 멘토링을 주관하는 사람은 이 방면에 많은 경험과 지식을 쌓은 사람이어야 하며, 멘토링이 진행되는 과정을 객관적으로 정밀하게 관리해야 한다. 멘토링 시스템을 구축해야 하는 필요가 여기에 있는 것이다.

2.3 "경기청년 마을"과 멘토링

2.3.1 멘토링의 필요성: 시스템 구축

멘토링은 참여자의 참여를 촉진하고, 일단 참여한 사람들이 프로그램의 혜택을 볼 수 있도록 조언하고 지도하는 역할을 담당한다. 앞에서 설명하였듯이, 경기도 정보화 포탈싸

이트가 대단히 유용하고 흥미롭게 꾸며졌음에도 불구하고 접속한 횟수가 그다지 많지 않고 한번 접속한 사람이 다시 접속하고 싶은 유혹을 느끼지 못하는 것은 인센티브가 적고 흥미 있는 프로그램으로의 안내가 제대로 이루어지지 않기 때문이다. 정보화 포털사이트에서 흔히 발견되는 'Help' 단추가 활발하게 작동하고, 접속한 디렉토리에서 혜택을 받을 수 있는 프로그램들이 다수 발견된다면 경기도 정보화포털사이트는 매우 능동적으로 활용될 것이다. 경기도 포털사이트에서 'Help' 단추에 답하는 사람은 일반적으로 공무원이거나 그 목적을 위해 특별히 채용된 사람이다. 그러나, Help를 문의한 사람이 수요를 충족할 때까지 일대일 멘토링을 하지 않기 때문에 유용성을 실감하지 못한다. 멘토링은 일단 혜택을 요구하는 사람이나 프로그램에 가입을 요하는 사람이 목적을 달성할 수 있도록 모든 절차와 과정을 지도하는 것을 의미한다.

그러므로, 2030 청년경기 네트워크에는 항상 10-15명의 멘토가 대기해야 한다. 이들은 멘티의 인적 사항과 고민의 유형을 파악하고 수요가 무엇인지를 정확히 판단해서 경기도 청년 포털사이트에서 가용한 자원이 무엇인지를 알려주는 역할을 수행한다. 또한, 포털사이트 프로그램이 충족시키지 못하는 요구들을 별도로 정리하여 자원봉사자 멘토와 매칭시켜 주는 역할을 해야 한다. 예를 들면, 고졸 미취업자가 취업교육 기회를 문의하였을 때 멘토는 그 지역에서 운영하고 있는 취업정책을 알선하고 취업센터를 담당하는 실무자와 연결시켜 줘야 한다. 혹시, 미혼모가 생활고의 해결을 의뢰하거나 아기의 탁아를 의논해 왔을 때에도 그것에 적합한 기관을 소개하고 그 기관이 문제를 해결하였는지 일체의 절차를 점검하는 것이 중요하다. 따라서, 멘토링은 시스템으로 운영되어야 한다.

멘토링 시스템은 “2030 청년경기” 포털사이트의 전반적 운영을 책임지고 있는 만큼 역할과 기능이 포괄적이어야 한다. 가장 중요한 것은 지역별 유사정책의 네트워크이다. 경기도 소재 대학교에서 취업정보센터가 운영되는 곳이 10군데라면, 이들을 통합하여 종합적 정보를 제공하는 연결망을 만들어야 한다. 해당 대학교의 학생이 아니더라도, 그 서비스를 필요로 하는 경기도 주민이라면 누구든지 이용할 수 있도록 자격과 요건을 완화하고 범위를 확대하여 일종의 주민서비스가 될 수 있도록 유도하는 것이 필요하다. 물론, 이 경우에 비용이 소요되면 경기도청에서 서비스 비용을 지불할 수 있도록 비용청구와 지불제도를 구비해야 한다. 창업, 벤처사이트의 운영도 마찬가지이다. 미취업 대학생이 창업 벤처기업에

서 경험을 쌓고자 할 때 멘토는 적절한 기업을 소개하고 해당기업에 훈련비용을 지불할 수 있도록 절차를 권장한다. 이것은 청년실업대책에 해당하기 때문에 국가에서 보조금을 받을 수도 있을 것이다. 멘토의 역할은 수요자의 요구에 응하는 것과 아울러, 운영하는 프로그램에 소요되는 비용과 예산을 도청에 청구하고 지불하도록 하는 역할도 담당할 수 있을 것이다.

둘째, 2030 청년들에게 요긴한 수요 중 가장 중요한 것 10여가지를 설정해서 영역별, 분야별, 유형별 멘토링을 개발할 필요가 있다. 예를 들면, 20대 초반 만화가 지망의 여성이 만화 교육을 받고자 할 때 적절한 기관을 소개할 수 있고, 필요에 따라서는 도청의 재교육 예산을 지급할 수 있을 것이다.

셋째, 멘토링은 유형별 활동에 그치지 않고 개인적 수요에도 응답해야 한다. 앞에서 지적하였듯이, 개인적 고민의 해결을 위해 다수의 멘토가 등록되어 있고 항상 개별 고민에 응답할 준비가 되어 있어야 한다. 청소년 선도, 직장 적응, 상사와의 불화, 가족 불화, 이혼과 결혼문제, 이성교제, 성희롱, 취업교육 등등이 개별적 멘토링의 사례일 것이다. 멘토는 직접 멘토링을 담당할 수도 있고, 도내의 멘토링 기관을 연결하여 지역별, 문제유형별, 성별, 취향별 멘토를 소개할 수도 있다. 멘토링은 경험자와 미경험자, 성공한 사람과 실패한 사람, 선입자와 후입자, 경력자와 미경력자 등을 연결하여 사회의 통합에너지를 높이는 중요한 메커니즘으로서 2030 청년 경기 프로그램의 성패를 좌우하는 관건이다.

2.3.2 유형과 기능

‘경기청년마을’ 포털사이트에는 10명 내지 15명의 멘토가 항시적으로 대기하고, 고민의 성격과 수요의 유형에 따라 모두 100여명의 멘토가 등록되는 것을 원칙으로 한다. 경우에 따라서는 권역별로 100여명씩 모두 400명-500명 정도의 멘토가 명단에 올라 필요에 따라 멘티와 매칭되는 것이 바람직하다. 매칭 과정은 후술할 멘토링위원회에서 권장하도록 한다.

멘토링 시스템을 구축하려면 다음과 같은 유형을 만들어야 한다.

■ **통합멘토링** “경기청년마을”에 접속하는 사람들을 총괄적으로 관리하는 역할을 수행하고, 각 지역별로 유사한 정책프로그램을 연결하여 정책연결망을 만들고 관리하는 역할을 동시에 담당한다. 따라서, 통합멘토링은 정책연결망을 구축하는 것이 우선적 과제이고, 포털사이트에 접속한 사람이 특정한 지원을 요청하였을 때 그것에 응답하여 적재적소의 기관과 기구를 소개하는 역할을 한다. 통합멘토링은 호텔과 비유하면 총지배인 (general manager)격이다. 시스템이 제대로 작동하는지, 고객의 불편은 무엇인지, 각 부분과 요소가 효과를 내고 있는지, 서로 엇갈리고 충돌하는 측면이 없는지를 살펴 총체적 효과를 높이는 것이 우선적 과제이다.

■ **지역 멘토링** 시군별, 지역별로 멘토링이 필요하다. 통합멘토는 어떤 지역의 주민이 고충 해결을 요구해 왔을 때 해당지역의 멘토로 이관하면, 각 지역별 멘토는 그것을 인수받아 해결방안을 강구한다. 통합멘토가 총지배인이란, 지역 멘토는 각 지역별 책임자인 셈이다. 지역 멘토링은 통합멘토링과 마찬가지로 지역에서 운영되는 프로그램의 내용과 요건을 숙지하고 요청이 있을 경우 그것에 맞는 프로그램을 알선하고 서비스가 제공되는지를 점검하는 역할을 담당한다.

■ **특수 목적의 멘토링** 2030 청년들의 수요와 요구는 매우 다양해서 각각의 수요에 적합한 프로그램을 평안할 필요가 있다. 이 경우 각 프로그램을 운영하고 수요자의 요구를 충족하는 멘토링이 필요해진다. 1장에서 소개한 전반적 지원정책에서 오른 쪽에 위치한 작은 박스의 메뉴들이 특수 목적의 멘토링 대상이다. 예를 들면, 인턴십/파트너십을 요하는 사람에게는 인적 자원의 특성에 맞춰 해당 기업을 알선하고 인턴십이 이루어질 수 있도록 모든 절차를 도와주는 것이 특수 목적의 멘토링이다. 프리랜서가 되고 싶은 청년이 있다고 가정하면, 프리랜서의 양육과정을 알선하고 프리랜서로 활동하는 멘토를 소개할 수 있다. 그 과정을 주관하고 점검하는 것이 특수 목적의 멘토링이다. 따라서, 이것은 보육, 여성파트타임, 지역축제 참여, 대학생 아르바이트 등 여러 가지 목적에 맞게 활용될 수 있다.

■ **개별 멘토링** 이와는 달리 개인의 사적 고민이나 고충의 해결을 의뢰하는 경우가 있을 것이다. 예를 들면, 이성교제의 문제, 상사와의 불화, 이혼 상담, 가족 불화 등은 쉽사리 조언상대를 구하지 못한다. 이런 경우, 멘티가 조언을 구하려고 한다면, 그 고민의 성격과 유형에 맞는 유경험자를 소개하는 것이 개별 멘토링이다. 개별 멘토링은 다분히 사적 성격을 띠고 있기 때문에 일대일 멘토링, 면대면 멘토링, e-mentoring의 방식이 바람직한데, 특정 장소에서 면대면 멘토링을 할 경우 정해진 규칙을 준수하고 사후 해결 여부를 보고서 형태로 제출하도록 하는 것이 좋다. 이 경우 멘토링에 소요되는 비용은 물론 도청에서 지급한다. 어떤 사람을 멘토로 선정할 것인가의 문제는 후술할 멘토링 위원회에서 결정할 사항이다.

이렇게 보면, 멘토링은 2030 청년경기 프로젝트의 관건이다. 멘토의 선정과 관리문제는 멘토링 위원회가 주관하는데, 멘토링 위원회는 도청 수준에서 공식적인 자문기구로 편재하는 것이 바람직하다. 경험있고 뜻있는 주민들로 하여금 커뮤니티 봉사를 하도록 권장하려면 멘토링 위원회가 매우 활발하게 활동해야 하고, 그 필요성을 널리 홍보해야 한다. 멘토는 지역별로 100여명, 전체 400명-500명 내외가 적당하다. 멘티는 2030 포탈사이트로 문의해오는 사람들일 터인데, 이들의 사적 정보가 유출되지 않도록 철저히 관리하고 이들의 고충이 해결되었는지의 여부를 사후 평가하고 멘토링의 방식 및 운영 개선에 반영하는 정책환류의 과정을 반복적으로 거치는 것이 바람직하다. 도청에서는 통합멘토와 지역멘토에게 일정한 급료를 지불하고 (상근일 경우 월급지급), 지역별, 특수 목적별, 개별 멘토링을 담당하는 사람에게는 소정의 비용을 지급하도록 해야 한다.

2.3.3 Mentoring 시범운영

멘토링이 제대로 정착되려면 시범운영 단계를 거치는 것이 중요하다. 시범운영은 다음과 같은 프로그램을 대상으로 하는 것이 좋다.

■ 대학생을 대상으로 한 취업정보센터 연결망

- 청년실업이 10%에 육박하는 최근의 현실에서 청년실업대책망이 전국적으로 가동되고 있으므로 우선 도내에 가설되어 있는 취업정보센터를 서로 연결하는 연결망을 구축하고 취업을 원하는 청년들에게 적절한 기고나과 기구, 교육과정을 소개하는 프로그램을 시범적으로 운영하는 것이 필요하다. 현재 운영되고 있는 경기도 포털사이트의 취업정보란을 보다 확대하고 정보를 풍부하게 만들어 일단 접속한 사람들이 유용성을 느낄 수 있도록 그 기능을 활성화해야 한다.
- 대학생들에게는 취업정보망을 가동하고, 20대 후반에서 30대에 이르는 청년 실업자들에게는 재취업교육, 실업보험 급여, 취업알선 등을 보다 내실있게 운영해야 한다. 정부차원의 고용대책은 재교육을 받는 실직자들에게 월 35만원 정도의 실업급여를 하고 있는데, 이것으로는 생활이 되지 않기 때문에 경기도의 프로그램을 이용하는 사람들에게는 실질생활이 이루어지도록 보조급여를 제공할 수도 있다. 재교육프로그램을 받고 있는 실직자를 대상으로 실질적 부가혜택을 주는 방식이다.

■ **정책사업 멘토링** 도차원에서 운영되고 있는 볼런티어 프로그램을 보다 확대하여 도정의 핵심사업에 자원봉사할 수 있도록 인적자원과 프로그램을 매칭시키는 방식이다. 한국에서 최초로 시도되고 있는 경기도 주관의 ‘영어 마을’ 이 전형적 사례인데, 볼런티어를 모집하고 영어마을에서 봉사할 수 있는 기회를 개별적으로 부여하는 방식이다. 말하자면, 자원봉사의 의도가 있는 사람을 조직하고 이들로 하여금 도정책에 적극 참여할 기회를 부여하는 것이다. 이 경우 볼런티어 활동이 제대로 이루어지도록 필요한 비용을 제공하고 인적 특성에 맞춰 기능과 역할을 부여하는 것이다. 영어 마을은 한국에서 최초로 시도되는 만큼, 경기도에 산재한 대학과 대학생들의 탁월한 인적 자원을 적극 활용하는 방안을 마련하는 것이 바람직하다. 경기도청은 용인 에버랜드에 이어서 안산, 파주, 용문에 각각 영어캠프를 운영할 계획인데, 경기도 거주 대학생과 주민 중 영어에 능통한 사람들의 자원봉사 신청을 받아 봉사의 기회를 주면서 동시에 사업목적을 이룰 수 있게 하는 것이 좋다.

■ **문화활동 멘토링** 청년들이 음악, 연극, 영화 등의 문화활동을 하고자 할 때 적절한 장소와 기회가 없는 경우가 많다. 각 지역별로 문화 모임이 운영되고는 있으나, 접근이 용이하지 않아 참여가 어렵고, 새롭게 무엇인가 모임을 결성하는 일도 많지 않다. 이런 경우, 멘토링은 문화활동을 하고자 하는 사람들을 유형별로 묶어 기회를 알선하거나 새로운 모임을 만들어 줄 수 있을 것이다. 문화활동 멘토링은 통합베이스보다는 지역베이스가 무난하다. 문화활동은 오프라인 모임이 대다수이기 때문에 지역별로 이루어지는 것이 보통이며, 문화활동 모임간의 네트워크도 멘토링을 통해 연결될 수 있다. 한편, 개별 멘토링은 특정한 자질을 배양하고자 하는 사람들을 대상으로 문화인력 양성기관을 소개하고 과정을 이수한 후에는 프리랜서 혹은 특정 직장을 알선하는 역할을 담당할 수 있다. 경기도는 타도에 비하여 문화 활동의 기회와 기구가 대단히 많이 존재하기 때문에 문화 활동 멘토링은 다른 영역보다 매우 중요하다.

■ **보육멘토링** 맞벌이 부부가 늘어나면서 보육문제는 청년들에게 매우 중대한 문제로 부상했다. 정부에서도 공공보육 시스템을 개발하고자 많은 비용과 노력을 들이고 있는데, 경기도에서 보육멘토링을 주도하여 전국의 모범을 보이는 것은 매우 권장할 만한 일이다. 보육멘토링은 우선 각 지역별로 보육기관 정보를 수집하고 서비스와 비용을 파악하여 수요자들에게 제공하는 일을 담당한다. 그리고, 보육서비스를 필요로 하는 부부들의 수요를 정확히 파악하여 적재적소의 보육기관을 알선한다. 또한, 보육에 소요되는 비용을 부부의 연간소득을 기준으로 일정액의 보조금 지급을 알선할 수 있다. 도청은 정부의 지원액에 더하여 필요하다고 판단되는 경우 일정액의 보조금을 지급할 수 있도록 예산을 미리 확보할 필요가 있을 것이다. 경기도에는 크고 작은 중소기업이 다수 위치해있고, 맞벌이를 하는 청년 부부가 매우 많기 때문에 보육멘토링은 수요가 매우 많을 것으로 판단된다. 경기도 주관의 보육멘토링이 성공한다면, 전국의 모델로 각광을 받을 수 있을 것이다.

이러한 사례를 멘토링 시범사업으로 설정하여 일정기간 운영하고, 정책성과를 평가하여 더 효율적인 제도로 정착, 발전시킬 수 있을 것이다.

2.4 멘토링 위원회와 사업개요

멘토링을 성공적으로 추진하려면 멘토링의 전반적 과정을 관장하고 정책사안들을 결정, 의결하는 위원회가 필요하다. 이 업무를 공무원이 맡아 하는 것은 적절치 않고, 멘토링 전담 인력을 별도로 채용하는 것이 좋다. 멘토링 위원회는 도정의 업무추진팀으로서 도정의 원활한 실행과 시민참여의 활성화에 역점을 둔다. “경기청년마을”의 전반적 정책사업이 제대로 운영되고 있는지, 참여가 저조하다면 그 원인이 무엇인지를 파악하여 대책을 강구하고, 하위 정책간 충돌이 일어나면 정확한 분석을 통해 정책조율을 건의하는 기능을 담당한다.

멘토링위원회의 기능을 몇 가지로 요약하면 다음과 같다.

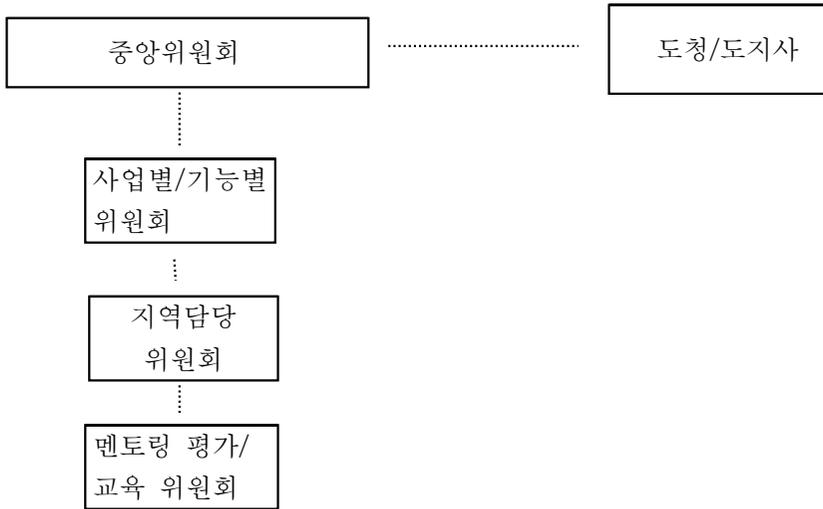
- **정책사업의 실효성 진단** 청년지원 정책들이 현장에서 실효를 거두고 있는지, 효과를 높이려면 어떤 개선이 필요한 지를 파악하는 일이다. 일단 도입된 정책의 실행과정을 면밀히 관찰하여 수요자에게 제대로 전달되고 있는지, 수요자가 정보를 충분히 알고 있는지 등등의 문제를 파악하는 일이다.
- **각 지역별 정책네트워크 진단** 시군별로 시행되는 정책들이 서로 긴밀한 연결망을 구축하고 있는지, 중복되는 정책수단들은 없는지를 파악한다. 정책네트워크를 통해 시군별 정책의 장단점을 파악할 수 있고, 장점들을 취사선택하여 하나의 모델로 정착시킬 수 있을 것이다. 한편, 어떤 시군이 특정 정책을 도입하고자 할 때 이미 시행하고 있는 시군의 경험과 지혜를 공유할 수 있게 한다. 멘토링 위원회는 이런 관점에서 도정의 정책자문의 역할을 맡는다.
- **시민참여의 활성화** 멘토링 위원회의 가장 중요한 기능은 시민참여를 이끌어내는 일이다. 멘티가 없다면 정책 자체의 존재이유가 부정된다. 그 만큼 시민의 관심이 없다는 뜻이 되기 때문이다. 시민들과의 직접적 대면을 통하여 멘토링 위원회는 정책사업의

의미를 홍보하고 시민들의 적극적 관심을 이끌어낼 수 있는 아이디어를 제공할 수 있다. 멘토링 위원회는 이런 의미에서 도정의 자문기구이자 도정의 실효성 여부를 판단해주는 최고의 비판자가 된다.

■ **멘토와 멘티의 매칭** 멘토링위원회의 고유기능이 바로 이것이다. 특정 고충을 호소하는 참여자에게 적절한 멘토를 공급하는 일, 그 멘토로 하여금 고충을 해결할 수 있도록 최대한의 정보와 지원을 공급하는 일이 그것이다. 또한, 멘티의 요구가 시행되고 있는 정책에 부합한다면 그에 맞는 창구를 소개하는 일도 포함된다. 멘토링 위원회는 그 밑에 영역별, 주제별, 기능별, 연령집단별 하부 위원회를 두어 멘토와 멘티의 매칭을 주관하도록 한다.

■ **멘토링 결과의 점검** 멘토링의 결과를 멘토로부터 서면으로 제출받아 전반적 과정을 점검한다. 점검과정은 멘토링의 수준과 효과를 높이기 위한 것으로서, 멘토링의 방법, 절차, 효과 등등에 대하여 멘토와 광범위한 토론을 할 수도 있을 것이다.

멘토링 위원회는 도청 차원의 중앙위원회와 그 산하에 영역별, 주제별, 기능별, 연령 집단별 하부 위원회를 두고, 각 하부 위원회는 자원봉사자 신청을 받아 멘토의 선정과 배치를 주관하도록 한다. 중앙위원회는 10명 내외, 각 영역별, 주제별 하부 위원회는 5-8명 내외로 구성하는 것이 좋다. 멘토링위원회의 구조를 개략적으로 도해하면 다음과 같다.



멘토로 선정된 사람들은 소기의 교육과정을 거치도록 하고, 일주일 중 1-2일 정도 저녁 시간, 혹은 개인별 사정에 따라 낮 시간대에 멘토링을 하도록 한다. 멘토링의 결과는 일정한 서식을 정하여 멘토가 하부 위원회나 중앙위원회에 보고서를 제출하도록 의무화한다. 이 경우 멘토링에 소요되는 비용은 도청에서 제공한다.

>> 멘토링 웹사이트의 활성화

멘토링 성패의 핵심은 시민홍보이다. 2030세대가 어느 정도 참여하는가, 도정의 정책을 어느 정도 내실있다고 인식하는가, 참여자의 요구에 대하여 어느 정도 빠르고 효과적인 대응을 하는가 등등의 문제가 정책성패의 관건이다. 이 경우 수요의 정확한 파악과 해당 정책사업과의 매칭 과정을 주관하는 멘토링의 역할을 증대하다. 앞의 1장에서 제시한 웹사이트 가상도에서 멘토링 배너를 눈에 띄게 만들고, 그것에 접속한 사람들에게 신속하고 정확한 서비스를 해주도록 하는 것이 중요하다. 멘토링은 웹사이트의 활성화에도 기여할 것이다.

3. 여성마울

3.1 국가여성정책 방향

20세기 후반기에는 복지국가의 재편과 함께 성주류화(gender mainstreaming)를 기조로 한 여성정책이 발달하였다. 오늘날 전 세계적으로 남성에 비해 불평등한 여성의 사회적 지위에 대한 비판이 고조되면서 이를 시정하고자 하는 노력들이 개인차원에서부터 국가의 정책적 대응에 다양하게 시도 되었다. 여성문제를 성차별적인 제도 개선과 남녀평등의 실현을 위한 총체적이고 종합적인 노력으로 보는 여성정책 개념은 1970년 중반부터 형성되기 시작하였다.

여성의 주류화란 여성의 사회적 배제, 여성의 주변화를 문제의 핵심으로 파악하는 여성발전 전략이다. 즉, “정책결정을 담당하는 보통의 행위자들이 성평등의 관점을 모든 정책의 모든 수준, 모든 단계에 통합할 수 있도록 하기 위해 정책과정을 조직하거나 발전시키고 평가하는 것” 이라고 할 수 있다.

국내에서도 대통령직속 여성특별위원회는 여성정책 추진의 기조로 ‘여성 정책의 주류화’를 채택하였으며 1998년 보건복지부에 여성정책담당관실이 신설되면서 여성정책의 성주류화작업은 본격화되었다.

유엔이 여성의 지위향상을 촉진하기 위해 채택한 최초의 전략은 발전과정에 여성을 포함시키는 전략으로서의 WID(Women-in-Development)적 접근으로 이것은 기존 현실의 성차별적 측면에 초점을 맞추고 그것을 시정하기 위해 특별프로그램을 추진하는 형태를 띠었다. 나아가 도입된 GAD(Gender and Development)라고 불리는 발전전략은 여성정책이 발전정책의 주류에 속하지 못하고 주변에 머물며, ‘남성은 발전과정의 행위자’, ‘여성은 발전 과정의 수혜자’로 참가하는데 근본적인 문제가 있다는 데서 출발하였다. GAD는 여성과 남성의 상황을 비교하여 여성과 남성간의 관계에 초점을 둔다. 따라서 GAD 전략에 의한 접근은 여성과 남성 모두의 역할변화를 통해서 여성의 지위향상을 위한 전략적 이해를 증진시키는데 더 중점을 둔다.

따라서 최근 여성정책 혹은 여성복지에 대한 논의는 특정한 정책이 성별에 어떠한 영향

을 미치고 있는지 그리고 남녀의 사회적 관계를 고려하고 있는지에 대한 판단으로 이어진다. 특히 성주류화(gender-mainstreaming)는 여성정책의 핵심 내용으로 간주되고 있다.

경기도에서도 이러한 취지에서 다양한 여성 정책이 개발 시행되고 있다. 본 연구에서는 다양하게 시행되고 있는 경기도 여성정책들을 연구 대상인 20-30대 청년여성층의 관점에서 평가해보고, 현재 진행되는 각종 프로그램들이 이들 2-30대 청년여성층에게 보다 효과적으로 시행될 수 있는 방안과 나아가 이들로부터 새롭게 요구되는 정책들을 제시해 보려고 한다.

3.2 경기도 여성과 일반적 현황과 특성

경기도의 추계인구는 2003년 10,361천명이다. 이는 전국 인구의 48,823천명 중 21.2%로 경기도가 서울시보다 많은 인구가 거주하고 있는 대도시임을 알 수 있다. 경기 여성인구는 5,112천명인데 경기도민 전체의 49.0%로 절반에 조금 못 미치고 있다. 이중 20-30대는 전체의 36%를 차지한다. 20-30대 인구 중 남녀 성비를 보면 101.8로 남자가 여성보다 조금 많다. 우선 경기여성 인구는 가파른 증가추세를 보여 1985년의 238만명에서 1990년에는 300만명, 1995년은 392만명으로 지난 15년사이에 두배 가까이 증가하였으며 이러한 증가는 다른 시도와 비교할 때 확연히 나타나는데 1990~1995년의 전국 여자평균 인구성장률이 10.0%, 1995년~2000년은 9.3%, 2000년~2005년은 7.6%(추정치)임에 비해 경기도는 각각 52.5%, 38.9%, 26.9%로 두드러지게 높은 특성을 보이고 있다.

2002년 15세이상 인구는 7,406천명이며, 이중 경제활동인구는 4,485천명으로 경제활동참가율은 62.2%이다. 2001년 61.3%보다 0.9포인트 높아짐. 경제활동인구중 취업자는 4,485천명 실업자는 122천명으로 실업률은 2.6%이며 2001년 3.4%보다 0.8%포인트 감소함. 성별로 구분하면 남자의 경제활동참가율은 77.5%, 여자는 47.5%로 차이가 크며 실업률은 남자 2.7%, 여자 2.5%임. 2002년 현재 20-30대의 취업자 수를 보면 남자 1450천명이고 여자는 945천명이다.

경기도 20-30대의 가족 형태는 가구원이 약 3.2명으로 전형적인 부부중심의 핵가족의 모습을 보인다. 그리고 경기도 20-30대 여성의 결혼 상태는 다음과 같다. 이혼의 경우 전

체의 34.6%를 차지한다.

혼인 및 이혼수 추이의 경우 1990년 조사시점의 혼인수는 경기도가 60,048건으로 전국 399,312건의 15%를 차지하고 있다. 1995년 혼인수는 71,557건으로 5년 전에 비해 1만여 건 이상 많아졌으나 2000년 69,160건, 2001년 68,516건, 2002년 68,330건으로 점차 감소하는 추세를 보이고 있다. 이와 같은 혼인건수의 감소 추세 역시 초혼 연령이 높아지고 있는 현상과 전국 및 서울의 혼인수 감소추세와 비슷하여 일반적 현상으로 설명될 수 있다.

한편 이혼건수의 추이는 혼인건수의 추이와 상반되는 경향을 보인다. 1990년 조사시점에서 경기도 이혼수는 6,371건에 불과했으나 5년 후인 1995년에는 약 두 배에 이르는 증가를 보였고, 그로부터 다시 5년 후인 2000년에 다시 두 배로 증가하였으며, 2002년에는 31,288건에 이르고 있다. 이러한 현상은 조혼인율과 조이혼율에서도 잘 나타나고 있는데 경기도의 경우 조혼인율은 1990년 10.1%에서 2002년 7.0%로 감소한 것으로 나타난 반면 조이혼율은 1990년 1.1%에서 2002년 3.2%로 증가한 것으로 나타나고 있다.

이와 같은 현상은 전국과 서울의 경우와 비슷하여 일반적인 현상으로 보이지만 경기도의 경우 조이혼율이 전국 평균이나 서울시에 비해 상대적으로 급상승하고 있다.

〈표 3-2〉 혼인수 및 이혼수(1990~2002)

(단위: 건수, %)

구 분	혼인수	조혼인율1)	이혼수	조이혼율2)	
경 기	1990	60,048	10.1	6,371	1.1
	1995	71,557	9.4	12,098	1.6
	2000	69,160	7.6	24,888	2.7
	2001	68,516	7.3	28,823	3.1
	2002	68,330	7.0	31,288	3.2
서 울	1990	103,842	9.9	12,432	1.2
	1995	98,525	9.3	16,296	1.5
	2000	78,745	7.7	25,477	2.5
	2001	77,376	7.5	28,962	2.8
	2002	72,696	7.1	29,351	2.9
전 국	1990	399,312	9.3	45,694	1.1
	1995	398,484	8.7	68,279	1.5
	2000	334,030	7	119,982	2.5
	2001	320,063	6.7	135,014	2.8
	2002	306,573	6.4	145,324	3.0

주 : 1) 조혼인율(%) = 특정 1년간의 총 혼인수/당해연도의 15~64세인구×1,000

2) 조이혼율(%) = 특정 1년간의 총 이혼수/당해연도의 15~64세인구×1,000

출처: 통계청, 「2000 인구동태총계연보, 혼인 이혼편」, 각년도.

경기여성의 출산연령은 점차 높아지고 있는 추세로 1990년에는 20~24세에 출산하는 여성이 그 해의 전체 출산여성 중 29명, 25~29명이 55명, 30~34세 여성이 13명이었던 반면에 1998년에는 각각 14명, 55명, 25명으로 20~24세 연령의 비중이 급격히 낮아지고 반면 30~34세 연령층의 비중이 높아졌다

유년부양비는 경기도가 34.5%인 반면 서울시는 24.8%이고, 노년부양비는 경기도가 7.8%인 반면 서울시는 6.8%로 서울시에 비해서 특히 유년부양비의 비중이 높으며 경기도 내의 시·군별로는 지역의 유년부양비가 군지역에 비해 높고, 그 반대로 노년부양비는 군 지역이 높게 나타났다.

경기도민의 세대별 가구구성을 보면 핵가족형태의 가구가 70.7%, 직계가족이 11.8%, 기타 가족이 17.5%로 핵가족형태가 지배적이며 핵가족 형태는 부부가구는 2.0%, 부부와 미혼자녀와 구성되어 있는 가구는 63.4%, 편부(모)와 미혼자녀로 구성되어 있는 가구는 5.3%로 부부와 미혼자녀가구가 절반을 넘고 있다.

취업한 어머니의 증가에 따라 아동보육시설의 기능이 중요해지고 있으며 경기도내의 보육시설은 2000년 현재 국공립시설이 216개, 민간시설이 2,542개, 직장이 25개, 가정이 1,978명으로 민간시설의 이용률이 가장 높고 그 다음으로 가정보육의 이용률이 높게 나타났다.

경기 여성의 평균 교육년수는 10.0년으로 남자 11.6년에 비해 약 1.6년이 짧으며 연령별로 보면 20대는 남녀 12.6년으로 동일한 수준이지만 연령이 많아질수록 남녀차이가 커져 30대는 여성이 11년, 40대는 1.9년, 50대이상은 3.6년의 차이가 나고 있으며 경기 여성의 학력분포를 보면 1995년 현재 25세이상 여성 100명중 초등학교 졸업수준인 사람은 약 21명, 중졸은 19명, 고졸은 45명, 대졸은 15명으로 고졸이 가장 많은 것으로 나타났다.

경기도 위원회의 여성참여비율은 지속적으로 향상하여 2000년 현재 총 54개 위원회의 1,051 위원 중 여성위원은 212명으로 20.1%이며, 1999년의 18.1%보다 2.0% 증가한 것으로 이는 여성위원 비율의 증가를 주요 정책의제로 채택한 효과라 할 수 있다고 했다.

3.3 경기도 여성 시책 동향

: <경기도 여성정책의 추진실태와 개선방안에 관한 연구> 참고

경기도의 다양한 여성관련 프로그램 중 20-30대 청년층에게 주요하게 실시되고 있는 사항들을 분야별로 정리해 보면 다음과 같다.

3.3.1 평등기반 부문

사회전반에 남녀평등의식을 확산하고 성차별적인 제도를 개선하려는 목표를 가진 사업.

이 부분의 사업은 성차별신고센터의 설치, 여성주간과 토론회 등의 행사, 여성상 등의 각종 시상, 여성관련 위원회 운영, 여성인력 데이터 베이스 등으로 나타남.

경기도는 1999년 이래 성폭력상담소, 요보호여성을 위한 긴급전화 1366, 가정폭력 상담소, 노동관련상담소를 설치 운영하고 있음.

여성인력 데이터베이스는 도에서 실시하는 여성전문인력 관리 사업으로 중앙정부에서 정부 각종위원회 여성위원 참여 확대 사업을 활발하게 추진하면서 경기도에서도 여성 전문인력을 수집, 관리할 필요에서 시작됨.

3.3.2 경제활동 및 고용부문

IMF 이후 국가적 당면과제인 실업 문제는 여성의 경우 남성보다 불리한 상황에 있음. 이를 타계하기 위해서 경기도는 고학력여성적합 공공근로 사업 개발, 실직여성가장직업훈련, 여성실직자 단기직업훈련, 여성실업극복지원센터 운영, 근로복지센터 운영 등을 수행함.

고학력 여성의 실업해소를 위한 방안으로 고학력 미취업 여성에게 가능한 11개의 사업을 개발함. 실직여성 가장 직업훈련은 세대주인 여성, 세대원을 사실상 부양하는 여성실직자에게 훈련수당과 가계보조를 하며 직업훈련을 시키는 사업을 실시함. 여성실직자 단기 직업 훈련은 시군 소재 여성회관, 사회복지관, 여성단체, 여성근로자 복지센터 등의 기관

에서 1-2개월의 단기직업훈련을 실시함. 여성근로자 또는 실업자를 위한 지원사업으로 구인, 구직 상담, 알선 등의 업무를 하는 실업극복지원센터를 설치하고, 직업훈련, 상담, 자원봉사, 건강검진, 의료지원 등 종합적인 복지사업을 하는 근로복지센터도 운영함.

3.3.3 복지부문

복지와 관련한 여성정책은 주로 세부부분으로 이루어짐. 요보호 여성을 위한 상담사업, 저소득 모자가정 지원사업, 보육사업이 있음.

요보호여성보호사업에는 여성 1366전화 운영, 성폭력상담 및 상담소 운영지원, 성폭력 피해자보호시설 운영 지원, 가정폭력 상담 및 가정폭력 상담소 지원, 가정폭력피해자보호 시설 운영 지원, 성폭력 예방 사업으로 청소년 순회 성교육과 딸들의 캠프, 미혼모시설운영지원, 미혼모시설운영지원, 일군위안부 생활안정지원 등이 포함됨.

저소득 모자가정 지원사업에는 저소득모자가정에 대한 지원, 모자자립시설 및 모자보호 시설의 신설 및 운영지원이 포함.

보육사업에는 보육시설 지원과 지도, 보육정보센터 운영 등이 포함.

그 이외에 여성회관 등에서 복지사업의 범주에서 실시하는 것으로 자원활동센터 운영, 알뜰센터 운영, 예식장임대사업, 어린이집 운영 등이 있음.

3.3.4 가족부문

가족부문에는 평등한 가족관계 형성을 위한 교육기회의 제공을 위한 사업으로 '부모교육반', '부부프로그램', '고부교실' 등이 있음.

3.3.5 문화·사회활동 부문

문화·사회활동 부분의 여성 정책은 여성단체의 활동을 중심으로 추진된 사업들임. 경기도 주부의 날 행사, 주부기예경진대회, 도여성자원봉사자대회, 여성국제우호교류회의,

여성발전기금조성 등이 있음.

3.4 외국의 여성 정책 사례

3.4.1 독일

독일은 여성문제를 정부차원에서 정책적으로 해결하려는 노력이 1970년 초반부터 시작되었으며, 1980년대에 종합적인 계획을 세웠다. 여성정책을 관장하는 최고 부서인 “연방 가족·노안여성 청소년부(Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend :BMFSFJ)” 중심으로 여성정책을 추진하고 있다.

주정부차원에서는 여성문제를 전담하는 여성정책담당관 제도를 도입한 후 제도화된 여성정책 수행을 위한 노력을 실행하였다. 지방자치단체의 여성정책 담당부서에서는 관청 내 여성지위 향상을 위한 업무, 지역주민들의 평등권 향상을 위한 업무를 수행하고 있다.

주요업무는 여성과 직업, 교육과 직업 교육, 가사노동과 취업노동 병행을 위한 지원책, 성폭력, 미혼모 등 요보호 여성을 위한 조치, 여성친화적인 도시계획과 교통정책 등이다.

3.4.2 미국

잔여주의적 복지국가 유형에 속하는 미국은 여성정책에 있어서 다른 선진국과는 차별적 경향을 보인다. 미국의 여성정책은 잔여주의적 사회보장제도와 평등고용 중심의 여성정책의 맥락 속에서 진행되어왔다. 개별 여성에 대한 포괄적 정책은 큰 진전이 없으나 여성고용보장 및 모성보호를 중심으로 하여 전문적인 서비스를 제공하는 여성정책이 발달하였다.

미국은 공적부조프로그램의 대상 중 하나로서 저소득 모자 가정에 대한 정책을 시행해왔다. 저소득 모자 가정의 어머니들에게 지역사회기관에서 개인상담을 제공해왔다. 구체적인 서비스 뿐 만 아니라 감정적 지지를 해줌으로써 모자가정 여성들과의 협력적인 관계를 도모한다. 지역사회를 기반으로 한 프로그램을 통해서 후원자(mentor)와 연결시켜주거나 주변 식구, 친구들로부터 지지를 받을 수 있도록 한다. 또한 주변 환경으로부터 가능한 자원

을 조직하는 것 뿐만 아니라 개인의 능력을 키워주는 것에도 초점을 맞춰서 집단프로그램을 실시한다. 가족을 대상으로 하는 서비스로는 모자가정을 위한 시설보호를 제공하거나, 가족 지원서비스, 가족치료 등을 제공한다. (사례 : Vision House)

미혼모, 폭력피해 여성에 대한 다양한 서비스 제공 (사례 : New Beginning Maternity Home, Mary's shelter, Birthright, Valley Women's Resource Center...)

3.5 경기도 여성마을의 정책 제언

현행 한국의 여성정책의 기본목표와 기본전략은 다음과 같다. (여성특별위원회, 1998) 이를 토대로 정부와 각 지방자치단체는 각종 여성관련 시책을 마련하고 있다. 경기도는 국가적 차원의 여성지위 발전을 위해 지방자치단체의 현실적 여건을 반영한 여성정책 실현을 위해 「경기여성발전 중장기 계획」을 수립하였으며, 이를 단기적, 미시적, 구체적 실천전략으로서 (경기여성발전 중장기 실천계획(1998-2004))을 세웠다.

경기도 「경기여성발전 중장기 계획」은 지방자치단체로서는 전국에서 최초로 만들어진 여성발전계획이었다. 그러나, 한편에서는 성인지적 여성정책의 목표가 정확하지 않으며, 각 분야별 발전전략에서 여성들의 실제적인 지위변화를 향한 목표가 제시되어 있지 않다는 지적도 있다.

최근 발표된 <2000년 여성정책 추진방향>에 따른 경기도 여성정책의 주요추진계획은 6가지로 제시되고 있다.

① 21세기 여성정책 기반구축은 여성발전기금에 의한 지원사업을 시행하며, 여성발전기 본조례의 제정, 경기개발연구원에 여성정책전담연구원 영입, 각종 위원회 여성참여율 30% 확대 추진

② 여성의 사회참여 확대 및 남녀평등의식 확산은 경기도 여성상을 시상하고, 공무원의 남녀평등의식제고와 정책개발 능력을 향상하고, 경기여성통계집을 연구용역으로 제작함.

③ 지식기반 사회에 부응한 여성능력개발은 여성농업인 대상의 전문 교육 프로그램을 시범 운영하며, 경기도내 여성사회교육 네트워크를 구축하고, 우수여성직업훈련 및 취업상담기관 운영사례 보급.

④ 여성경제활동 지원과 고용안정에 대한 계획에는 안산과 부천의 여성근로복지센터 운영에 예산 배정, 저소득 여성가장의 생활실태 조사, 여성자활프로그램 개발과 시범운영에 예산책정, 여성실업극복을 위해 여성적합공공근로사업 전개, 여성창업보육센터 지원과 경기도 여성능력개발센터의 여성창업지원을 정보통신융합분야를 중심으로 6개업체에서 10개 업체로 확대.

⑤ 여성단체와 파트너십 강화를 위해 단체에 전산관리 프로그램을 개발 보급, 여성자일 봉사 활동을 강화하며, 역사적 경기여성인물 발굴사업 시행.

⑥ 여성인권 보호 및 복지서비스 확대 계획에는 성폭력, 가정폭력 상담소 확대와 쉼터 운영, 여성상담서비스 증진 방안 마련 등이 포함.

이렇듯 경기도는 타 시도에 비해 특화된 형태의 사업을 기획, 실행하여 독자적이면서 다양한 여성계층에 대한 제도적 지원을 모색하는 사업을 진행시키고 있다. 그런데 이러한 포괄적인 여성정책을 각 여성이 처한 상황에 따라 나누어서 고찰해 볼 필요가 있다. 이번 연구의 주 대상인 20-30대 여성의 몇 가지 주 상황을 상정하고 이에 해당하는 여성 집단이 요구하고 필요로 하는 여성정책의 발전 전략을 수립하는 작업은 나아가 실질적이고 구체적인 프로그램 정립을 하는데 세심한 기초가 될 것이다.

3.5.1 20-30대 취업 /비취업 여성

21세기는 점차 성역할에 따른 가정과 직장의 경계선이 모호해지고 있어, 남녀 구분 없이 가정과 일터에서의 역할 측면에서 균형적 태도와 능력을 요구하고 있으며, 국가 경쟁력은 모든 인적 자원의 효과적인 양성 및 활용에서 비롯됨이 강조되는 추세이다. 하지만 한국의 경우 학력이 높을수록 직업생활을 통한 경력개발보다는 '가사'와 '양육'이라는 전통적 경력장애요인으로 직업생활에 참여하는 비율이 매우 저조하다.

경기도 여성의 취업 현황을 살펴보면 다음과 같다.

2000년의 경우, 경기 여성 재직근로자의 구성을 전국 타 지역과 비교해 보면 아래의 표와 같이 18.0%인 56만여명을 차지하고 있는데 이는 서울의 29.9%를 제외하고 타지역에

비해 큰 규모임.

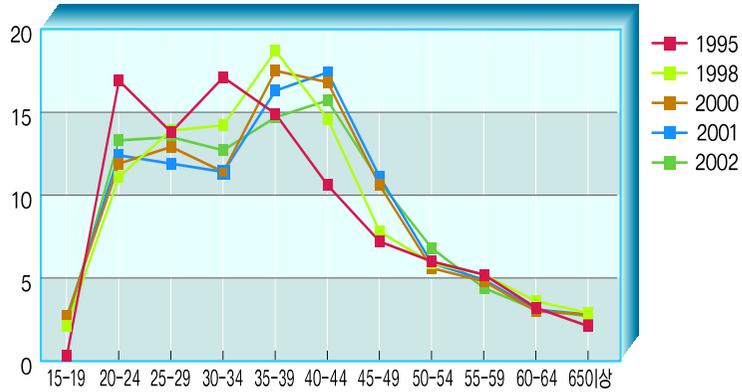
〈표 3-3〉 지역 및 성별 종사자

(단위:명, %)

구 분	여	남	계
전국	3,135,938(100.0)	5,681,473(100.0)	8,817,411(100.0)
서울	938,943(29.9)	1,640,199(28.9)	2,579,142(29.3)
부산	248,583(7.9)	386,446(6.8)	635,029(7.2)
대구	156,026(5.0)	252,632(4.4)	408,658(4.6)
인천	150,719(4.8)	295,114(5.2)	445,833(5.1)
광주	83,169(2.7)	148,471(2.6)	231,640(2.6)
대전	82,717(2.6)	141,521(2.5)	224,238(2.5)
울산	58,112(1.9)	183,123(3.2)	241,235(2.7)
경기	563,220(18.0)	1,074,511(18.9)	1,637,731(18.6)
강원	75,367(2.4)	128,138(2.3)	203,505(2.3)
충북	96,046(3.1)	156,877(2.8)	252,923(2.9)
충남	103,583(3.3)	190,983(3.4)	294,566(3.3)
전북	101,325(3.2)	161,265(2.8)	262,590(3.0)
전남	88,140(2.8)	172,425(3.0)	260,565(3.0)
경북	164,966(5.3)	314,822(5.5)	479,788(5.4)
경남	191,333(6.1)	385,824(8.8)	577,157(6.5)
제주	33,689(1.1)	49,122(0.9)	82,811(0.9)

출처: 노동부, 「사업제노동실태현황」, 2000.

경기 여성 취업자의 연령별 분포는 그림과 같다. 40-44세가 17.7%로 가장 많고, 35-39세(14.7%), 25-29세(13.5%), 20-24(13.3%), 30-34세(12.7%) 등의 순으로 나타났다. 이는 30-34세 연령자들에 있어 여성의 경우는 '육아 와 가사' 의 부담으로 하락하는 반면, 남자는 30대 이후 경력 확대 현상이 나타난다.



〈그림 3-4 경기여성 연령별 취업자 비율〉

출처: 경기도, 「경기여성백서」, 2003.

한편, 여성의 경제활동참여 확대에 대한 의식은 점차 변화되고 있고 경기여성 또한 취업에 대한 태도가 점차 변화하고 있다. 2002년 현재 경기도민의 여성취업에 관한 견해에 있어서 37.6%의 경기여성이 가정일에 관계없이 취업하겠다 라고 응답하였고, 가정에만 전념하겠다 라는 의견은 6.3%에 머무르고 있다.

〈표 3-4〉 여성취업에 관한 견해(2002)

(단위: %)

구 분	가정에만 전념	직업을 갖는 것이 좋다						잘 모르겠다	
		계	결혼전까지	첫자녀 출산전까지	자녀 성장후	결혼전과 자녀 성장후	가정일에 관계없이		
경기	여	6.3	89.4	4.6	6.0	14.3	27.0	37.6	4.2
	남	11.2	82.9	6.4	9.2	16.0	23.5	27.9	5.9
서울	여	4.7	91.0	4.1	5.9	11.5	27.3	42.1	4.3
	남	9.7	82.0	5.8	8.5	12.0	25.0	30.7	8.3
전국	여	6.0	89.8	4.4	5.5	13.4	26.2	40.2	4.2
	남	10.3	83.3	6.1	8.1	14.3	24.6	30.2	6.3

출처: 통계청, 「2002사회통계조사보고서」, 2002.

경기여성의 취업에 대한 의견이 크게 변했음에도 불구하고, 여전히 많은 여성이 경제활동에 참여하지 못하는 가장 큰 장애요인은 경기여성과 경기남성 모두 육아부담인 것으로 보고 있으며, 여성 응답자의 절반이 넘는 52.4%가 가사와 육아부담을 여성취업에 가장 큰 장애요인으로 지적하였다.

〈표 3-5〉 여성취업 장애요인(2002)

(단위: %)

구 분	사회적 편견과 관행	직업의식, 책임감 부족	불평등한 근로여건	여성의 능력 부족	구인정보 구하기 어려움	육아 부담	가사 부담	기 타	잘 모르 겠다	
경 기	여	22.0	3.8	13.0	1.8	1.7	42.9	9.5	0.1	5.2
	남	25.2	8.3	12.0	2.2	1.2	36.5	8.3	0.1	6.2
서 울	여	21.7	4.8	12.6	2.0	2.1	44.3	8.1	0.1	4.3
	남	22.0	8.8	9.9	2.1	1.3	39.5	8.4	0.1	7.9
전 국	여	21.7	4.5	13.2	2.0	2.4	41.1	9.2	0.1	5.8
	남	24.0	8.1	11.5	2.6	1.6	36.3	8.6	0.1	7.1

출처: 통계청, 「2002사회통계조사보고서」, 2002.

이상으로 일반적인 경기도 여성의 취업 및 경제활동과 관련된 경기도 여성의 상황을 살펴해보았다.

경기도의 20-30대의 취업 여성과 취업을 희망하는 비취업 여성을 대상으로, 향후 더 나은 성평등적 사회/경제활동을 수행하기 위한 몇 가지 중요한 정책적 제언이 가능하겠다.

- 능력개발을 위해서는 무엇보다 여성이 진입할 수 있는 노동시장의 규모와 질의취약성을 해결해야 함. 비경제활동 여성인구 중 소득이 있는 일을 하고 싶어 하는 여성이 많은 반면 적절한 일자리를 구하지 못하고 있는 상황에 따라 여성의 각 상황에 맞는 일자리를 개발하고 주선해주는 여성경제활동 진입 지원 창구가 필요함. 경기 여성들의 사회/경제활동과 관련하여 경기도의 산업구조와 노동시장구조, 그리고 여성인력의 특성에 대

한 조사를 기초로 경기 여성들의 취업과 실업 그리고 고용안정, 직업훈련 등에 관한 종합적인 대책이 필요함.

- 여성의 경제 활동 욕구 지원책 개발이 필요함. 앞의 경기도 의식조사에서 밝혀진 사실에서도 알 수 있듯이 전반적으로 여성의 사회활동에 대해서 전향적인 자세를 취하고 있는 반면에 자녀양육에 대한 부담이 상당히 큰 점이 삶의 질 저하로까지 이어지는 상황의 심각성에 대한 대처가 필요함. 특히 아동보육에 있어서 보다 다양하고 탄력적인 적용이 가능한 프로그램 개발이 필요함.
- 여성의 직업적응 프로그램 필요함. 상당수의 여성들의 경우 결혼, 출산 이후 취업을 했을 경우, 실제 직업생활이나 특정 고용관계 형태에 제대로 적응하지 못하여, 여성이 직업의식이 없거나 사회생활에 부적합하다는 평가를 받기도 함. 이러한 문제를 해결하고 성공적인 사회/경제활동이 이루어지게 위해서 취업이나 경제활동의 욕구가 있는 여성을 대상으로 취업 적응 프로그램을 운영할 필요가 있음.

3.5.2 20-30대 기혼 여성

경기도 의식조사에서 나타난 결과에 따르면 향후에 경기도 가족해체 문제가 발생할 가능성이 매우 커 보임. 이혼이나 비전통적 동거 형태에 대해 상당히 수용적인 태도를 가지고 있고, 실질적으로 현재의 결혼생활에 대한 만족도가 낮은 편임.

지금까지는 문제 가족에 대해서 공적기제를 통해서 시혜적 차원의 프로그램 시행이 있어왔음. 그러나 사회전체적으로 변화하는 가족현상에 대해서 주목할 필요가 있음. 그리고 문제 가족 뿐만 아니라 보편적인 가족생활에 대한 포괄적인 지원이 필요한 시기가 옴. 특히 20-30대 기혼 여성 집단이 가족 생활을 건강하게 꾸러가기 위해서 중요한 주체임에도 불구하고 지금까지 이들의 욕구는 외면되어 왔음. 다만 공적 기제의 재정적 한계를 감안하여 20-30대 기혼여성의 욕구를 반영한 다양한 프로그램들은 여성단체들과 민간의 협력 하에 진행시켜야 함.

경기도는 가족 내 평등문화 정착과 관련하여 교육프로그램을 개발하고 확산하는 사업을 계속해 오고 있다. 1996년에 부모와 자녀의 세대간 갈등을 해소하고 변화하는 시대에 원

만한 부부관계 등 우리나라 가족의 특성이 충분히 반영된 이상적인 교육기회를 제공하고자 '부모교육 프로그램'을 개발하였다. 1997년에는 사군 순회교육, 1998년 62개소 시범운영, 1999년에는 160개소까지 확대운영한 바 있다. 특히 1998~1999년에 여성능력개발센터에서 강사요원 양성교육을 실시하여 53명의 강사를 배출하였다.

경기도 제2청사 여성국에서는 2002년에 세대간의 의사소통과 가족간의 갈등을 해소하고 부부간의 평등한 관계를 이룩하기 위한 건전가정문화 정책프로그램을 개발하고, 4회 206명을 대상으로 시범운영(26,453천원, 도비 100%)한 바 있다. 2003년에는 자녀교육관 정립, 대화기법, 학습지도, 성교육, 진로교육 등의 내용으로 12개 사군에서 37개반 1,333명에게 부모교육을 실시하였다.

지방화 시대를 맞이하여 각 지역 여성들의 능력개발 및 문화복지 욕구가 증대함에 따라 여성전용공간에 대한 필요성이 높아지고 경기도는 이러한 요청에 따라 여성회관의 확대 설립을 추진하기 시작하였다. 1995년까지 31개 사군중 5개 사군만이 여성회관을 보유하고 16%에 불과했다. 이에 전국 최초로 여성회관 건립 계획을 1사군 1여성회관으로 확대하는 계획을 수립하였다. 건립지원 방침으로 먼저 건립부지가 확보되고 지방재정 투융자 심사 결과가 적정한 경우에 지원을 하고, 신규 건립이 어려운 사군은 기존건물을 개보수하여 활용하거나 사군 재정을 감안하여 타 시설과 병행하여 건립토록 적극 권장하고 있다.

〈표 3-6〉 도 여성회관 상담 및 취업알선 실적(2003)

내 용	실 적	세 부 내 용
여성고충상담	111건	부부 44, 신상 36, 가정·성폭력 8, 법률 6, 자녀 17,
취 업	84명 정규직 취업	구직자 취업 12명, 수료생 취업 72명
저소득 계층 취업 알 선	6,383건	가사도우미 6,281, 출장요리 52, 산후조리 32 음식 7, 간병 11

출처 : 경기도 <경기도여성백서>, 2003.

현대 사회 가족 상황이 그러하듯 경기도 20-30대 기혼 여성의 결혼/가족 생활의 이모저모에서 위기측면을 진지하게 고려해 볼 만한 모습들이 나타남. 특히 가정생활을 유지하는데 있어서 주요한 버팀목이었던 주부의 자리를 건강하게 유지시켜주어야 할 시점에 있다고 진단됨에 따라 다음과 같은 정책방향을 제안함.

〈 정책 제언 〉

- 양성평등한 가족문화 형성을 통해서 **부부안정성을 유지**하는 것이 필요함. 부부중심 가족이 늘어나는 만큼 원만한 부부관계를 형성하고 유지하는데 도움을 줄 수 있도록 부부간의 취미를 공유하고 갈등을 해소시킬 수 있는 공간과 기회를 제공하는 프로그램을 개발하여야 함. 또한 갈등을 겪고 있는 부부를 위해서 접근이 용이한 상담을 보편화해야 함. 이혼 예방 프로그램, 선배 부부의 상담...
- 부모와 자녀의 세대간 갈등을 해소하고 **세대간의 의사소통과 가족간의 갈등을 해소**하기 위한 건전가정문화 정책프로그램을 개발하여야 함. 부모교육, 고부교실 등 현재 진행되고 있는 가족 관련 프로그램을 현실적이고 흥미로운 형태로 리모델링하여 적극적인 참여를 유도해야함. 지역사회 가족문화 활동 전개 등..
- 지방화 시대를 맞이하여 각 지역 여성들의 능력개발 및 문화복지 욕구가 증대함에 따라 여성문화공간에 대한 필요성이 높아지고 있음. 현재 경기도에서는 여성회관이 이러한 역할을 하는데 몇가지 정해진 교육프로그램과 공연이 대부분으로 이루어짐. 20-30대 기혼여성의 문화 욕구를 충족시키고 나아가 이를 바탕으로 20-30대 기혼여성들이 보다 **건전한 가족전담자로서의 역할을 할 수 있는 에너지를 충전**시키기 위해서는 보다 다양하고 접근 용이한 프로그램 개발이 필요함. 온라인의 커뮤니티를 활용한 동아리 활동이나 **주거지역을 기반으로 한 기혼여성의 사회문화 활동을 생산적으로 유도**할 수 있는 장을 제공해주어야 함.
- 20-30대 기혼여성들의 **자치의식과 시민의식을 확산**시키며 **지역사회의 자원활동그룹**으로서 성장할 수 있는 기회를 제공하여야 함. 경기도 내 혹은 타 지역과의 분야별

네트워크를 활성화시키고 자생적 성장으로 나아갈 수 있도록 해야함.

- 21세기 새롭게 각광받고 있는 **문화산업에 여성특유의 창조적 문화기획능력 함양을 통하여 여성들이 참여할 수 있는 기반을 마련하고, 민관이 상호협력할 수 있는 문화네트워크 구축**을 통한 지역문화 활성화를 도모하기 위하여 여성중심의 문화기획과정을 운영할 수 있음.
- 특히 여성주의 시각에 입각한 문화에 대한 기본 이해를 바탕으로 지역여성들의 문화 기획 능력을 개발·함양하여 지역여성들이 지역문화의 정체성을 발전시키는 주도적인 역할을 할 수 있도록 함. 이를 통해 경기도 여성의 공동체 의식과 유대감을 고취시킴.

취약환경 여성

- 한국사회에서 가족구조의 변화, 배우자와의 사별, 대량실업에 의한 생계유지자 부재, 노동능력을 상실한 배우자를 가진 여성 등 여성가구주를 증가시킴. 이들의 상당수가 빈곤층으로 편입되고 있음. 또한 시장 노동으로부터 구조적으로 배제되거나 노동시장 내에서 차별적 지위를 감수해야 하는 여성들은 사회복지영역에서도 차별 받고 있음. 정부의 실업 및 빈곤 대책은 남성이 생존권보호를 중심으로 진행되고 있어 여성은 매우 불리한 상황에 있음.
- 한편, 미혼모나 기출여성 등 사회적 보호와 지원이 필요한 요보호 여성들이 늘어나고 있음. 양적 증가뿐만 아니라 이런 요보호 여성의 연령이 점차 낮아지고 있는 점에 주목해야 함.
- 또 과거와는 달리 여성이 가정폭력, 성폭력 등 여성을 대상으로 한 폭력 범죄의 피해자가 되는 경우에 대한 사회적 관심이 증대됨. 개인적 사건으로 보지 않고 사회적으로 대처하는 경향이 나타남.
- 부자가정보다 모자가정이 양적으로 많고 불리한 상황에 있음을 파악하고 모자가정에 대한 지원을 확대해야 함. 모자가정은 경제적 문제, 자녀 양육 및 교육 문제 등 다양한 문제를 복합적으로 가지고 있음. 이에 대해서 **결혼 가정으로서의 약점을 극복할 수 있는 프로그램을 개발**해야 함. 지역 내 공통의 어려움을 겪고 있는 모자가정들 간

의 고충을 함께 나누고 서로 도울 수 있는 기회를 주는 프로그램 개발. 모자가정의 욕구와 상황에 맞는 종합적 문제 해결 프로그램 개발. - 취업, 보육/교육, 법률/조세/주택 등 생활문제..

- 증가하는 이혼율에서도 알 수 있듯이 여성가구의 많은 경우가 이혼에 의한 것임. 한국 사회에서 이제 이혼은 개인의 문제가 아니라 사회적 문제로 나타남. 이에 이혼 여성에 대한 적극적인 대책이 필요함. 이혼과 관련하여 발생할 수 있는 일반적인 가족문제를 통찰하고 대처할 수 있도록 도와주는 상담 및 교육 프로그램이 필요. **이혼 후 변화된 가족의 상황에 여성과 자녀들이 받는 스트레스를 풀고 긍정적으로 적응할 수 있도록 지역 프로그램 개발이 필요.** - 문화활동, 쉼터, 이혼 경험자 상담...
- 발생한 요보호 여성에 대한 대책을 중심으로 한 기존의 여성정책에서 벗어나, 요보호 여성에 대한 **사전 예방 프로그램**과 **요보호 여성에 대한 사후 사회적용 프로그램 개발에 집중**해야 함.
- 대부분 성 폭력 범죄의 피해자인 여성은 사건에 대한 대처에 어려움을 겪음. 여성 폭력 사건에 대한 법적 처벌의 문제 이전에 각 상황에 대해서 조언을 해주고 직접적 도움을 줄 조력자가 필요함. **사건 발생 초기부터 상담을 해주고 사건의 바람직한 처리를 도와줄 전문가 집단(여성단체, 자원봉사 전문가...)**을 구성하여 **여성폭력문제에 대한 상담접근 용이성**을 높여야 함.

4. 사회서비스마을

4.1 한국의 빈곤 청소년집단

1998년 경제위기 이후 고용의 불안정은 우리 사회에 새로운 빈곤의 문제를 안겨준. 과거의 빈곤문제는 경제적 차원에서 일정 수준 이하의 소득으로 인한 생활상의 어려움을 의미하였으며, 의식주의 해결 즉 절대 빈곤의 해소에 빈곤 정책의 주된 관심이 집중되어 있었음. 오늘날의 빈곤 문제는 경제적 수준에서 뿐만 아니라, 교육, 문화, 복지 등 생활 전반에서 사회적 배제의 차원으로 확대.

국가정책 차원에서 2003년 현재 '일자리 창출과 제공' 이 사회적 화두가 되어 청년층 이상 세대에 대한 일자리 제공과 여성 취업 증대를 위한 보육 정책의 확대가 주된 빈곤 정책으로 대두됨. 그런데 빈곤정책의 확대에도 불구하고 정책의 사각지대에 있는 대상이 빈곤 가정의 청소년들임. 과거에는 부모 세대의 빈곤을 자식 세대의 성실과 근면으로 빈곤을 벗어날 수 있는 희망이 있는 빈곤의 시대였다면, 현대에는 세대를 이어 빈곤이 전수되는 희망 없는 빈곤의 시대로 전환되고 있음.

전국적으로 1년에 약 6-7만명의 청소년들이 학교를 떠나고 있는데, 학교생활 부적응으로 추정되는 중퇴자의 수는 약 5만명에 이르고 있음. 저소득지역의 경우 이러한 중퇴자들의 비율이 훨씬 높으나 이들이 의지할 수 있는 사회적 안정망은 대단히 미약한 수준임.

우리나라 빈곤 정책은 생애주기별로 보면, 보육이후 상급학교(주로 대학교)를 중퇴하거나 졸업한 청년층이 되기까지 청소년들을 대상으로 한 빈곤 정책은 미미한 수준임. 그러나 빈곤의 대물림을 방지하기 위해서는 현재 부모세대를 지원하는 것도 필요하지만, 미래세대인 청소년들에 대한 탈빈곤 지원책도 동시에 고려되어야 함. 가난한 가정의 아동과 청소년을 대상으로 이들에 대한 정책 지원은 미래의 빈곤을 예방할 수 있을 것임.

4.2 외국 사례

4.2.1 미국

1) Head Start (취학 전 빈곤 아동 교육프로그램)

1964년 시작한 '헤드 스타트'는 미 연방 프로그램 중 대표적인 아동 관련 정책이다. 빈곤이혼 가정의 5세 이하 어린이와 그 부모를 대상으로 각종 교육지원 상담치료를 벌여 해마다 어린이 40만명이 혜택을 받고 있다. 이 정책은 빈곤 아동이 일반 아동에 비해 학습·신체 능력이 뒤처지는 점을 보상하기 위해 취학 전 빈곤 아동에게 학교 교육에 필수적인 기본 소양을 지도하고 인지 능력을 향상시키는 내용의 프로그램이다. 이 정책은 60년대 미국의 흑인민권운동과 흐름을 같이하고 있는데 빈곤 아동의 교육 성취도를 높이면 아동이 성장한 뒤 좋은 직장을 얻을 수 있어 빈곤이 퇴치될 것이란 전제를 깔고 시작했다. 빈민 밀집지역에 헤드 스타트 센터가 설치돼 최저빈곤선 가구의 5세 이하 아동들에게 건강·교육·언어·정서 등 다양한 프로그램을 제공하고 있다. 2002년의 경우 65억달러의 예산이 투입돼 91만여명의 아동이 혜택을 받았다. 프로그램을 받은 아동들은 그렇지 않은 아동에 비해 지능지수·학업성적이 좋았으며 고교 졸업률도 높은 것으로 나타났다. 90년대 후반을 고비로 미국의 범죄율이 감소세로 돌아선 것은 30여년간 계속된 헤드 스타트 프로그램이 결실을 본 것이란 분석도 나온다.

2) Division of Youth Services(DYS)

비행 및 범죄 청소년들을 그들의 가정과 지역사회로 성공적으로 복귀시키기 위한 프로그램이다. 또한, 청소년 개개인의 욕구에 따른 서비스 개별화를 통해 청소년이 더 이상 비행을 저지르지 않도록 예방하기 위한 프로그램이다. 각 청소년들은 각자의 개별 치료 계획(Individual Treatment Plan, ITP)을 작성하기 위해 종합적인 위험 및 욕구 사정을 받는다. 그 후 청소년들은 최적의 보호와 지도 감독을 제공하는 지역사회 내의 적절한 프로그램 또는 시설에 배치 받는다. 각 청소년의 독특성을 고려해 치료는 특정 방식으로 제한되는 것이 아니라 비행 청소년과 그 가족의 욕구를 최대한 만족시킬 수 있도록 다양한 서비스가 개발된다. 다음의 활동들이 통합적으로 이루어 진다.

(1) 지역사회 연결 협의회(Community Liaison Councils)

시민이 참여하는 각 지역사회 연결 협의회는 각기 특화 프로그램을 갖고 있으면서 타 지역 연결 협의회와 서로 협력한다. 한 협의회에서는 학습지도 또는 기금모금을 담당하고 다른 쪽에서는 지역 봉사 프로젝트를 운영할 수 있다. 지역 사회 주민들에게 시설의 프로그램을 홍보하고 지역 사회 관심사에 대해 관심을 고취시킨다.

(2) 지역사회 그룹 및 활동들

많은 DYS에 있는 청소년들은 지역 사회 서비스 기관들(예: 노숙자 쉼터, 노인 회관, 병원 및 아동 정신 시설 등)을 위해 자원봉사를 실시함으로써 지역사회와 보다 긍정적인 관계를 형성한다. DYS 청소년들은 boy scout, Big Brothers/Big Sisters, 적십자사, 약물 남용 금지 캠페인 그룹 등에 가입하여 활동하게 한다.

(3) 전환형 소년원(Juvenile Court Diversion)

지역사회 내에 위치하면서 경미한 청소년 범죄인들에 대한 치료 상담, 대안 학교 교육, 철저한 지도감독, 지역사회 집단 상담, 철저한 보호 관찰 또는 보충학습을 실시한다.

(4) 사례관리(Case management)

DYS는 사례관리 체계를 운영하면서 치료 진단을 하고 여러 가지 서비스간의 조정 및 협동을 통해 비행 청소년을 위한 서비스 계획을 수립한다. 사례관리 서비스 조정자는 청소년에게 알맞은 서비스를 연결시켜주기 위해 청소년의 전반적 치료 욕구를 사정한다. 연속성과 일관성을 유지하기 위해 각 청소년들은 DYS에 머무는 동안 동일한 서비스 조정자의 관리를 받는다. 사례관리를 통해 조정되고 연결되는 서비스 내용은 다음과 같다.

- 집중적 사례 모니터링: 대학생 자원봉사자를 이용해 비행 청소년을 추적하면서 모니터링 한다.
- 가족치료: 청소년이 집으로 돌아가 적응할 수 있는 여건 조성을 위해 가족에 개입한다.
- 직업 프로그램(Jobs program): 직업 기술 및 직업 윤리를 개발하기 위해 Division of Job Development and Training(JDT)와 합동으로 직업 프로그램을 개발하여 공사의 직업들에 청소년들을 배치한다. 경찰서, 박물관, 도서관, 학교, 및 DYS 관련 시설들이 여기에 해당된다.
- 대체 거주(Alternative living): 가정으로 돌아 갈 수 없는 청소년들을 위해 대리보호

(Proctor Care)라는 프로그램을 설치하여 비행 청소년들과 범죄학이나 사회사업을 전공하는 대학 3-4년 학생들이 함께 생활하도록 한다. 이 대학생들은 감독관과 역할 모델로 행동한다. 대리 가정(Foster Care) 서비스도 제공된다.

- 낮 치료(Day treatment): DYS에 막 들어오는 학생 DYS를 떠나 집으로 돌아가는 청소년들을 위해 일년 내내 대체 교육 상담을 실시하고 생활 기술 훈련을 시킨다. 청소년들은 하루에 6시간 이상의 수업을 받고 상담 치료를 비롯한 각종 서비스를 받는다. 치료 서비스에는 개인, 집단, 가족 치료, 직업 mentoring, 자립 생활 훈련 등이 포함된다.

(5) 거주 서비스

지역사회에서 원만하게 생활할 수 없는 청소년들은 시설에서 보호한다. 시설 보호는 시설 내에서의 자율성 정도에 따라 다음과 같이 분류된다.

- 안전 보호(Secure care): 중범의 청소년을 수용하며 교육, 직업 지도 및 상담을 실시한다.
- 중간 정도 보호(Moderate care): 재물 관련 범죄 청소년을 주로 수용한다. 교육을 담당하는 종일 근무 선생님이 배치되어 진학 훈련 및 생활 기술 훈련 프로그램들을 실시한다.
- 집단 가정(Group home): 상대적으로 가장 자유로운 주거 시설이다. 24시간 지도 감독이 주어지며 청소년들은 시설 내에서 치료와 교육을 받으며 지역사회로 나가 직업을 갖기도 하고 지역 사회 사업에 참가할 수 있다.

4.2.2 영국

1) Sure Start

"빈곤층 아동을 '제로'로 만들겠다"는 목표로 진행 중인 영국의 '슈어 스타트(Sure Start)' 프로그램은 1997년 영국 총리실 산하 독립기구인 '사회적배제 위원회(Social Exclusion Unit)'가 맡고 있다. 위원회에는 보건부, 교육고용부, 환경교통부 등 6개 정부 부처와 민간단체가 참여하고 있다. 이들은 생활보호 아동의 교육, 정서 장애, 구직 문제에 관한 정책을 수립하고 재정을 지원한다. 2002년 현재 250개 지역에서 각종 프로그램이 실시

되고 있다. 각 지역의 아동센터가 중심이 되고 도서관, 주민센터, 병원, 학교 등이 이에 협조하는 방식으로 진행된다.

슈어 스타트 타운으로 지정된 지역의 아동센터에는 신생아부터 5세까지의 빈곤층 자녀가 무료로 다닐 수 있는 탁아소, 유치원이 설치된다. 이곳에선 부모들에게 직업알선과 직업훈련, 육아법 교육 등의 프로그램도 제공된다. 아동센터 버스는 마을을 누비고 다니면서 예방주사를 놔주고 신선한 과일을 나눠주며 장난감을 빌려주는 등의 활동을 한다.

슈어 스타트에 참여하는 병원이나 개업의는 일주일에 한번씩 마을의 사설 어린이집을 찾아가 아동의 영양상태, 예방접종 여부 등을 점검한다. 또 마을의 초등학교는 병설 유치원을 개설, 아동센터에 가기 어려운 아이들을 지도한다. 마을 도서관 직원은 정기적으로 아동센터에 와서 어린이들에게 책을 읽어주고 한권씩 나눠주기도 한다. 어릴 때부터 책을 가까이 하는 습관을 들이기 위해서다. 주민회관은 슈어 스타트를 위해 일할 복지 전문가를 양성해 프로그램에 참여시킨다. 이 밖에 교회는 어린이들과 함께 놀아주는 방식으로, 병원은 빈곤층 임신부들을 위해 금연교실을 여는 방법 등으로 슈어 스타트를 지원한다. 결과적으로 지역사회 모두가 나서 빈곤층 아이들을 돕고 있는 것이다.

영국의 경우 '슈어 스타트 (Sure Start)' 프로그램을 통해 "유모차로 접근할 수 있는 거리 내의 지원(help within pram-pushing distance of the home)"이란 슬로건을 내걸고 각 지역의 학교, 병원, 도서관 등이 아동센터를 중심으로 뭉쳐 가난한 아이들에게 '원 스톱서비스'를 실시하고 있다. 슈어 스타트 정책은 영국 정부는 이를 통해 2017년까지 빈곤아동을 '제로'로 만들겠다는 계획이다.

4.3 경기도 'We Start' 마을

We Start 경기도 마을은 미국, 영국 등지의 선진국형 빈곤층 아동지원 모델인 'Start 프로그램'을 우리나라에서 처음 시범실시한다는 점에서 큰 의미가 있다. 특히 교육, 복지, 의료 서비스의 사각지대에 놓여 있는 만 12세 이하의 빈곤층 아이들을 자치단체와 민간 단체, 학교, 병원 등 사회 구성원 모두가 네트워크를 구성해 체계적으로 돌보자는 'We Start 마을'이 등장하면 정부와 지방자치단체들의 아동복지 정책에도 상당한 영향을 미칠 전망이다.

경기도의 We Start 마을은 이런 안전망 구축을 목표로 한 '한국판 스타트' 운동의 첫 모델이다. 가급적 어린 시기부터 빈곤층 아동과 일반 아동의 격차를 줄여야만 아이들이 성인이 됐을 때 가난에서 벗어날 수 있다는 Start 프로그램에 이론적 배경을 두고 있다.

We Start 경기도 마을로 선정되는 곳에는 연령대별(0~3세, 4~6세, 7~12세) 특성에 맞는 고품질의 서비스가 제공된다. 수혜자가 기관을 방문하는 것이 아니라 사회복지사 등이 직접 빈곤층 가정을 방문해 애로사항을 점검한다. 부모가 모두 일터에 나갈 경우에 대비한 포괄적 보육서비스를 위한 24시간 보육센터 설립도 추진된다.

보육시설의 협조를 얻어 건전한 정서적 발달과 인지능력 개발, 학교준비 프로그램 등도 실시한다.

초등학교에서 기초학력이 부진한 빈곤층 아동을 위해 특별 프로그램을 실시하며 방과 후 아무런 보호를 받지 못하는 학생들을 위해 '방과후 교실'을 운영한다. 온라인 학습업체들의 무료 온라인 교육 사업도 전개될 예정이다.

공부방 등 아동서비스 시설의 낙후된 환경을 개선하고 저소득층 가정의 인터넷과 PC 장비를 업그레이드하는 사업도 펼쳐진다. 지역 보건소와 병원과 연계해 정기적으로 아동의 건강과 발육상태를 점검하고 무료 예방접종도 실시할 예정.

We Start 마을이란

개념

- 가정 형편이 어려운 아이들에게 교육·복지·건강 등 종합적인 서비스를 제공하는 시범 지역

적용대상

- 0-12세

프로그램

0-3세	4-6세	7-12세
가정방문	학습 및 인지능력 개발	기초학력 채고
산모·영유아 건강 지원	아동시설 환경 개선	가족 단위 종합 관리
포괄적 보육 서비스	보육 보조금 지급	저소득층 아동 급사비 지원

〈그림 3-5〉 We Start 마을이란

4.4 사회서비스 마을의 정책 방향 (빈곤청소년을 중심으로)

청소년들의 탈빈곤을 위해서는 중앙정부 차원에서는 다차원적 정책적 접근이 필요하나, 지역차원에서는 교육-복지-문화 등을 포괄하는 지역공동체적 접근법이 요구됨. 지역사회가 청소년에 대하여 관심을 가지고, 청소년을 인간으로 대우하고, 보호할 수 있도록 지역 사회에 깊숙이 파고 들어야 함. 이를 위하여 빈곤 청소년을 위한 자원을 개발하고, 이를 연계하고, 지역사회의 인터넷 회사 등과 협력관계를 맺어 빈곤 청소년이 좀더 다양한 청소년 활동과 친구들을 사귀고 사회통합을 이루고, 이렇게 연계된 요보호 청소년 또는 빈곤 청소년에 대하여 사례관리를 통하여 청소년 개인에 대해서도 접근하도록 지원해야 함.

여러 부처별로 분산되어 진행 중인 청소년 지원사업을 일관성 있게 실행하기 위해서는 청소년 종합지원 체계의 구축이 필요하다. 종합지원이 필요한 주된 정책 대상은 저소득계층 초·중·고등학교 재학 청소년, 학업중단, 가출/결손가정 청소년 등이 됨. 빈곤 청소년 종합지원 체계 구축.

저소득 지역 청소년들에게 가장 필요한 서비스 중 하나가 교육 지원이다. 빈곤탈출에 교육의 역할은 절대적이다. 교육은 개인의 사회적 성공을 이루는 강력한 수단이다. 일반적으로 빈곤의 원인을 이야기할 때 가장 많이 그리고 가장 중요하게 거론하는 것이 교육수준이고, 실제로 교육수준이 낮을수록 빈곤할 가능성이 높은 것은 많은 실증적 조사에서 검증된다. 학력성취의 불평등이 오늘날 빈곤 재생산 과정의 한 단면임을 고려한다면 빈곤 청소년들에 대한 교육지원은 일차적 중요성을 갖는다. 현재 저소득지역 청소년들을 대상으로 교육지원사업을 수행하는 기관은 사회복지관, 청소년 공부방 등이 있다. 민간차원의 교육 지원사업을 포함하여 지역사회에 종합적인 교육지원체계 구축이 요구된다.

빈곤을 벗어날 수 있는 직접적인 방안 중의 하나가 그들에게 일자리를 제공하는 것이다. 직업을 원하는 청소년들에게 일자리 제공과 관련된 다양한 서비스를 제공하는 자활지원의 대단히 중요한 서비스가 된다. 자활지원 업무는 다양한 직업 세계에 대한 소개 및 진로지도, 노동부 고용안정센터와 연계한 취업 알선 그리고 현재 근로활동 중인 청소년들을 보호하는 활동 등이 있음.

빈곤층 청소년의 경우 다양한 문제적 상황에 있는 경우가 많음. 따라서 이에 따른 문제

상황 해결 프로그램이 있어야 함. 빈민지역 청소년들 중 가족해체가 진행 중인 경우는 기본적인 의식주조차 해결이 어려운 경우가 있는데 이들에게는 생활에 필요한 기본적인 복지 서비스가 제공되어야 한다. 그리고 빈민지역 청소년의 경우 건강이 중산층 지역 청소년에 비해 상대적으로 좋지 않은 것으로 나타나고 있다. 이들에게는 기본적인 건강서비스가 제공되어야 하며, 특정 문제가 있는 청소년들에게는 약물치료, 성교육, 재활서비스의 제공이 필수적으로 이루어져야 한다.

청소년들의 정상적인 성장을 위해서는 여가활동 등 다양한 문화활동이 제공되어야 한다. 빈곤 청소년들에게도 정서 발달을 위해 필수적인 문화활동을 제공하여야 한다. 다양한 방과 후 특기적성교육을 통해 문화활동이 지원되어야 한다.

2003년 청소년백서에 나와 있는 저소득층 청소년 복지요구에 대한 조사 결과(아래 표)를 보면 다음과 같다. 이를 참고로 구체적으로 제시될 수 있는 사업은 다음과 같다.

〈표 3-7〉 저소득층 청소년의 복지프로그램 참여 및 희망여부

(단위:%)

서비스프로그램	현재이용여부		차후희망여부	
	이용함	이용안함	희망함	희망안함
세탁서비스	4.8	95.3	23.1	76.9
급식지원,밀반찬 제공	22.0	78.0	22.5	77.5
식사준비 및 취사서비스	6.9	93.1	21.3	78.8
주거환경개선작업(도배,수리)	6.4	93.6	28.0	72.0
이/미용 서비스	7.8	92.3	26.5	73.5
운동지도 및 기구대여	7.0	93.0	30.6	69.4
무료진료	9.0	91.0	31.3	68.8
음주나 흡연교육	5.6	94.4	19.0	81.0
기초생활보호대상자	28.3	71.8	16.4	83.6
현금지원(생활비 및 장학금)	22.3	77.8	32.4	67.6
아르바이트 알선	7.1	92.9	41.1	58.9
가족관계강화프로그램	5.0	95.0	23.6	76.4
또래지지프로그램	7.1	92.9	22.6	77.4
자원봉사프로그램	13.4	86.6	27.9	72.1
개인상담 및 정서적 지원	8.0	92.0	25.5	74.5
집단프로그램(인간관계,리더쉽 등)	8.4	91.6	27.1	72.9
사회교육(컴퓨터, 수영, 피아노 등)	14.4	85.6	38.5	61.5
동아리 활동	14.1	85.9	33.8	66.3
청소년 캠프	11.1	88.9	36.5	63.5
학습지도(방과후 교실, 청소년 공부방)	23.0	77.0	27.0	73.0
진로지도 프로그램	7.0	93.0	33.5	66.5
직업훈련 및 취업소개	5.1	94.9	34.8	65.3

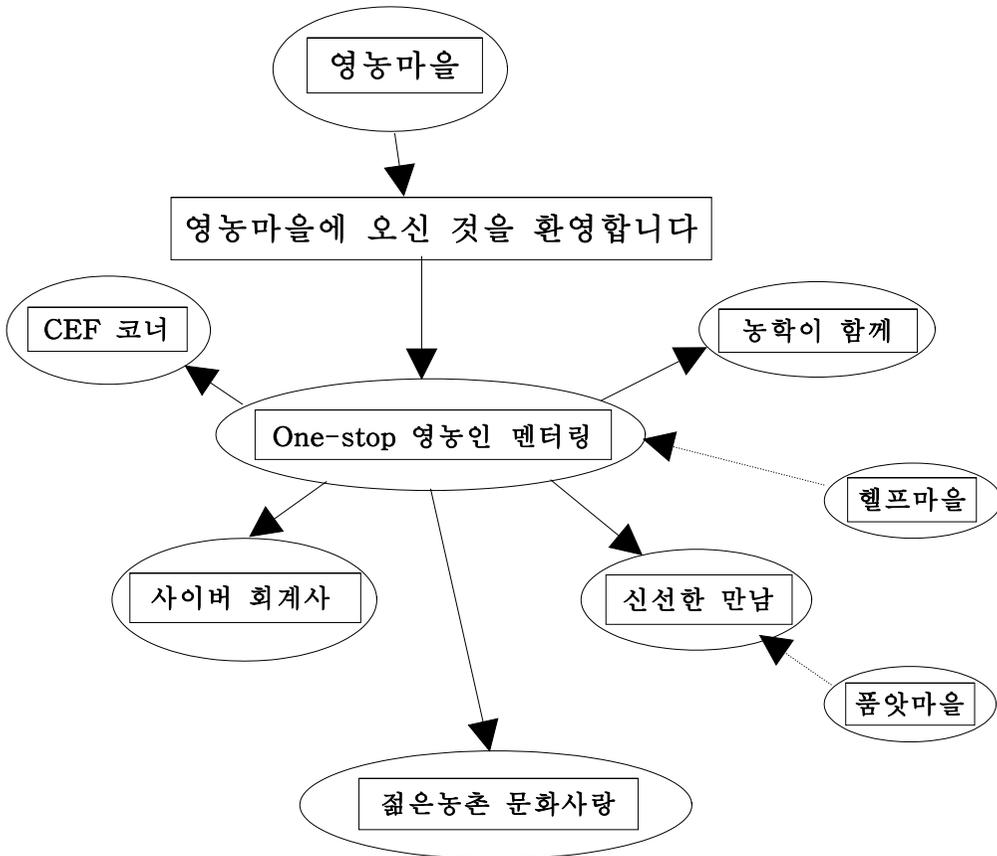
출처 : 청소년보호위원회, 2003, 〈2003 청소년보호백서〉

〈 정책 제언 〉

- 저소득가정의 청소년은 경제적 빈곤뿐만 아니라 가정의 생활을 책임지거나 가정내의 결손, 장애, 질환 등이 겹쳐져 이중고를 겪고 있다. 가정내 방임으로 인한 애정결핍, 소외로 인한 상대적 박탈감이 심한 청소년들에게 부모와 같은 애정, 형제와 같은 우정, 교사와 같은 조언을 할 수 있는 결연 후원자가 무엇보다 필요하다(Big-brother · Big-sister Program). 빈곤 위기가정 청소년 한사람 한사람에게 따뜻하고 깊이 있는 관계를 형성할 결연자를 소개하고 이들과 친밀감을 형성할 수 있는 방문상담, 문화활동, 캠프 등의 프로그램을 진행.
- 거리현장상담(파견상담자 프로그램) 저소득 위기가정 청소년이 자주 찾는 임대아파트 주변, 공원근처 등에 상담자를 주기적(주2-3회)배치하여 가정·학교·친구관계 등의 문제를 상담
- 빈곤 위기가정 청소년의 진로 찾기 프로그램 진로상담, 진로지도, 직업체험프로그램을 수행.

5. 영농마을

5.1 전체 구조



〈그림 3-6〉 영농마을 구조도

영농마을은 경기도의 2030세대 영농인들의 경제활동과 생활 전반에 걸친 종합적이고 체계적인 정보 제공과 지원을 목표로 한다. 농업은 경기도내 많은 인구가 종사하고 있는 주요 산업이지만 지리적, 산업적 이유로 젊은 경기 영농인들은 다양한 삶의 욕구를 충족시키기 위한 문화·교육시설에 대한 접근성과 이용도가 상대적으로 낮은 것이 사실이다. 청년

마을 프로젝트에서는 이런 이유에서 2030 영농인들이 종합적이고 능동적인 정책적 배려를 필요로 하는 포커스 그룹 접근의 대상으로 선정하였다. 영농마을에서는 농업과 농촌 생활에 대한 전문적인 멘터링과 정보, 농업활동을 지원하는 정책메뉴들을 제공하며, 문화마을, 헬프마을, 여성마을 등과의 연계를 통해 폭넓은 문화적 콘텐츠가 흘러갈 수 있도록 돕는다.

영농마을의 전체 구조는 위 그림 3-6과와 같다.

5.2 경기도의 농업 및 청년영농인 현황

경기도 농정시책통계 및 통계청 통계에 나타나는 경기도 농업의 모습은 다음과 같다.

- 농업 인구는 계속 감소해왔으나, 2002년 이후 추세가 반전되어 미세하게 증가 중이다. 이는 출생 등의 자연적 요인보다는 인근도시·타 시도 인구가 경기도 농촌으로 전입하고 있기 때문 것으로 풀이된다.
- 경기도의 평균 호당인구수는 전국평균보다 상당히 높다. 즉 경기도의 농업가구는 타 시도와 비교할 때 부모+자녀로 이루어지는 형태의 가구의 비중이 1인가구 또는 부부만으로 이루어지는 가구보다 높다. 가구원수별 농가 역시, 경기도에서도 전국합계와 마찬가지로 2~3인의 가구구성원을 갖는 가구가 가장 큰 비중을 차지하지만 1인 가구의 비율이 상대적으로 작으며 4인 이상 가구의 비율이 높다.
- 이상의 점으로 볼 때, 경기도의 영농 가구들은 자식을 도시로 떠나보낸 노령층 부부 또는 독신 노인의 비율이 높은 타 시도의 영농 가구들과 비교하여 상대적으로 젊고 최근에 유입된 비율이 높으며 부모+자녀로 이루어진 전형적 핵가족 형태에 가까운 인구 구성을 갖는 것으로 분석된다.

〈표 3-8〉 농가 및 농가인구 증감 ('03)

(단위 : 가구, 명, %)

	농 가				농 가 인 구			
	1995	2003	증감	증감률	1995	2003	증감	증감률
전국	1,500,745	1,264,431	-236,614	-15.7	4,851,080	3,530,102	-1,320,978	-27.2
경기	160,581	143,185	-17,396	-10.8	599,800	484,275	-115,525	-19.3

구분	2002년 기준 전국대비			2003년 기준 전국대비			전년대비 증감 (%)	
	전국	경기도	비율(%)	전국	경기도	비율(%)	전국	경기도
농가현황	1,280,462	141,533	11.1	1,264,431	143,185	11.3	-1.3	1.2
농가인구현황	3,590,523	480,123	13.4	3,530,102	484,275	13.7	-1.7	0.9
호당인구수	2.80	3.39	121.0	2.79	3.38	121.1	-0.4	-0.3

〈표 3-9〉 가구원수별 농가 ('03)

(단위 : 가구)

	계	1인	2~3인	4~5인	6~7인	8인 이상
전 국	1,264,431	165,943	766,185	256,005	69,337	6,961
경 기	143,185	10,351	71,720	45,179	13,973	1,963

- 전국평균과 비교시 경기도에서는 과수와 특용작물, 일반 밭작물 재배 비중이 적고 벼농사와 화훼작물 재배 및 축산업이 보다 성행하고 있다. 대도시와 가까운 지리적 특성과 함께, 타 시도와 비교하여 농업의 산업화 또는 상업적 농업화가 더 진전되어 있기 때문으로 풀이된다.

〈표 3-10〉 영농형태별 농가 (03)

(단위 : 가구)

	계	논 벼	과 수	채 소	특 용 작 물	화 훼	일 반 밭작물	축 산	기 타
전 국	1,264,431	660,149	132,850	256,646	35,970	11,474	74,304	86,156	6,882
경 기	143,185	81,250	6,262	22,876	2,931	4,531	6,834	17,998	501

- 경영주 연령이 40세미만인 비율이 5.4%로 전국평균 3.4%에 비해 높다. 연령별 농가인구에서 20~39세가 차지하는 비율 역시 21.0%로 전국평균 15.5%에 비해 상당히 높다.

〈표 3-11〉 연령별 농가인구 (03)

(단위 : 명)

	계	15세 미만	15~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60세 이상	65세 이상
전 국	3,530,102	377,262	176,603	291,037	257,244	471,446	579,740	1,376,769	981,966
경 기	484,275	63,001	30,580	53,348	48,376	74,248	70,820	143,902	101,768

〈표 3-12〉 경영주 연령별 농가수 (03)

(단위 : 가구)

	계	40세미만	40 ~ 49세	50 ~ 59세	60 ~ 69세	70세이상
전 국	1,264,431	44,091	197,820	292,797	460,700	269,023
경 기	143,185	7,771	31,717	36,266	45,203	22,227

- 경기도 농민의 연소득은 전국 1위로 전국 평균보다 25% 이상 높으며, 농가자산 또한 1위로 전국평균의 1.6배 정도를 보유하고 있다. 경기농민의 농업소득은 전국평균과 비슷한 정도지만 농외소득(겸업소득+사업외소득)에서 농업소득 이상의 소득을 얻음으로써 상대적 고소득을 누리고 있다.

〈표 3-13〉 농가소득 (02)

(단위 : 천원)

구 분	전국	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
1. 농가소득	24,475	30,750	21,777	23,569	24,709	20,905	21,180	23,688	25,465	29,303
○ 농업소득	11,274	11,269	9,404	10,927	11,919	10,551	9,054	13,288	12,507	13,290
- 농업조수입	19,951	21,739	16,276	19,611	20,628	18,722	17,364	21,549	21,180	26,445
- 농업경영비	8,677	10,471	6,872	8,684	8,709	8,170	8,010	8,262	8,673	13,154
○ 농외소득	8,140	13,753	7,464	8,418	8,081	5,929	6,322	5,855	7,533	12,285
- 겸업소득	1,454	2,214	932	1,707	1,065	1,260	1,369	900	1,753	2,971
- 사업외소득	6,685	11,539	6,532	6,710	7,017	4,669	4,953	4,955	5,780	9,313
○ 이전수입	5,060	5,728	4,909	4,224	4,708	4,425	5,504	4,546	5,425	3,728
2. 조세부담금	238	494	194	239	185	122	111	212	227	399
3. 가처분소득	24,236	30,255	21,583	23,330	24,524	20,783	21,069	23,476	25,238	28,904
4. 가계비	17,858	22,310	16,801	15,941	17,417	15,210	16,543	17,257	17,392	21,086
5. 분가지출	584	1,633	12	115	355	252	478	288	796	273
6. 잉여 (또는 손실)	5,793	6,312	4,769	7,274	6,751	5,322	4,089	5,931	7,050	7545
7. 농가자산	170,465	272,869	150,404	153,410	168,634	130,761	123,142	150,190	150,401	253,732
8. 농가부채	19,898	21,168	24,575	19,350	16,830	18,708	17,625	19,922	20,623	32,528

이상을 종합해 볼 때, 경기도 농업은 농업개방 이후 가속화된 농업의 전국적인 침체를 어느 정도 극복하고 다각화된 영농을 시도하여 소득을 높이고 있는 상대적으로 젊고 최근에 유입된 비율이 높은 활기찬 인구에 의하여 주도되고 있는 것으로 해석된다. 이들은 농업의 계절적 순환 안에 안주하는 전통적 농업인이라기보다 야심차게 다양한 소득원을 개척하고 있는 전문농업경영인에 가까우며, 문화와 생활에서 충족시키고자 하는 다양한 욕구가 있을 것으로 예상된다.

5.3 One-Stop 영농인 멘터링

상술하였듯이 경기도의 농업 인구는 타 시도와 비교하여 소득이 높으며 젊고 자녀 양육의 부담을 아직 안고 있는 경우가 많다. 또한 지리적으로 볼 때 서울과 그 근교지역을 중심으로 문화 교육시설이 집중되어 있는 반면 경기도 농업인구는 동부를 중심으로 경기도 외곽을 둘러싸는 지역에 주로 거주하고 있는 있다. 이 사항들을 함께 감안한다면, 경기도의 젊은 농업인구는 단순한 농작물선택과 지원금 대부 수준의 영농상담을 뛰어넘는 종합적 정책 배려를 필요로 한다. 이런 의미에서 영농마을 one-stop 멘터링은 헬프마을과 연결되면서 농촌의 지리적, 인구적 특성을 충실히 파악하고 있는 숙련된 멘터집단에 의한 맞춤형 멘터링을 제공하여야 한다.

- 농업관련 창업, 취업 상담
- 농축산물 생산, 유통 관련 상담
- 농촌 보육 및 교육문제 상담
- 행정기관, 공공시설, 문화시설 이용에 관한 상담

〈정책 제언〉

■ CEF 코너

- 매번 홀로 때로는 가족 한두 명과 사업적 결단을 내려야 하는 농업인은 그 한 명 한 명이 농업최고경영자(Chief Executive Farmer)이다. CEF 코너에서는 이들의 경영적 판단을 돕기 위한 자료를 종합적으로 제공한다.
- 경기도와 전국의 여러 농축산물별 작황과 수익/비용 예상정보, 유통 및 판매경로와 관련된 정보를 지속적으로 업데이트해 가장 유리한 영농전략을 선택할 수 있게 돕는다.
- 농림부와 경기도에서 제공하는 정책 편익과 지원 대책들을 체계적으로 정리해, 자신이 해당되고 필요로 하는 부분을 쉽게 추출할 수 있게 한다.

■ 사이버회계사

- 농업은 비용과 수익이 장기에 걸쳐 발생하고 수익, 비용 창구가 복잡한 산업 특성상 회계가 까다로운데, 겸업농가의 경우에는 특히 그러하다. 올바른 회계는 자신의 사업현황을 정확히 파악할 수 있게 해주고 앞으로의 영농전략을 정하기 위해 필수적인 자료를 제공해 주지만 기업처럼 회계사에게 회계를 의뢰할 수 있는 농가는 드물다. 사이버회계사에서는 단순한 대차대조가 아니라 화폐와 신용, 현물의 흐름을 일목요연하게 파악할 수 있도록 사업형태에 따라 차별화된 사이버 회계장부를 제공한다.
- 자신의 자산상태 및 건전성을 평가할 수 있게 하고 필요시 전문 회계사의 상담을 받을 수 있는 사이버회계시스템을 구축한다.

■ 젊은농촌 문화사랑

- 청년회, 농업후계자단체 등 지역청년단체의 사이버커뮤니티 활동과 마을별 특색있는 문화활동을 지원한다.
- 지역별 문화축제 및 특산물 축제 관련정보를 시/지역별로 분류하여 쉽게 찾을 수 있게 하고 주된 내용을 소개한다.

■ 신선한 만남

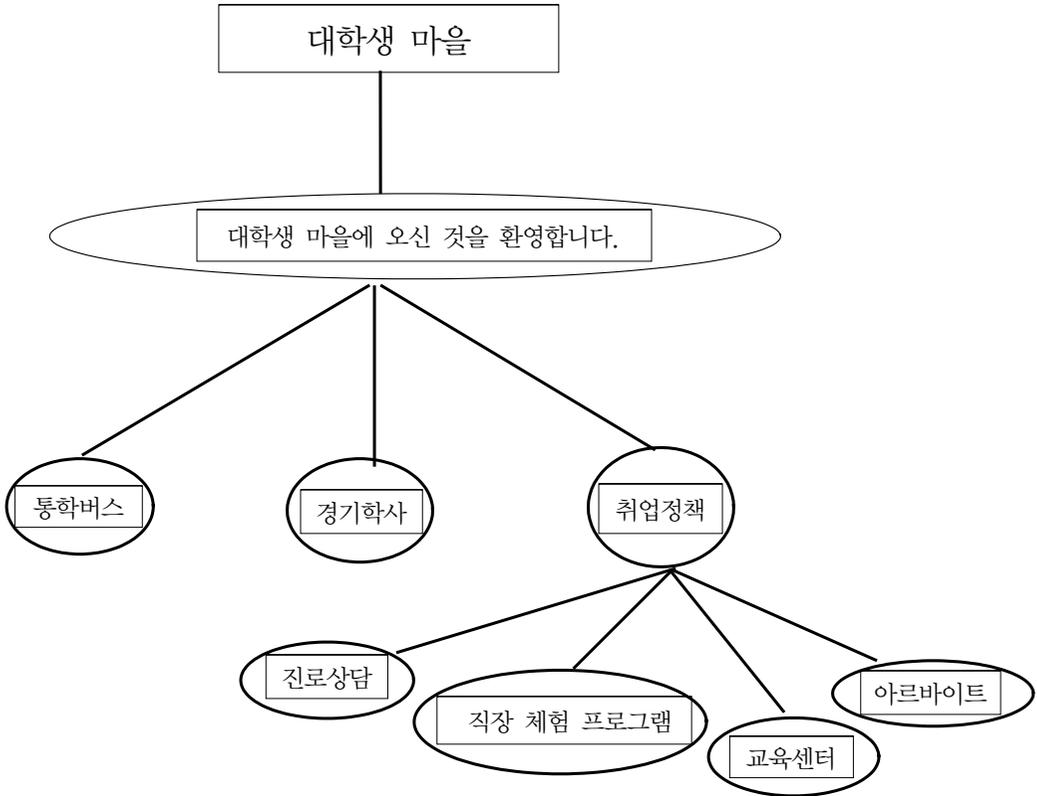
- 유기농 농산물, 원예작물, 신선한 축산물 등을 산지와 소비자가 직거래할 수 있는 게시판을 개설한다.
- 안정적인 유통경로를 확보하여, 공급자와 소비자 간 관계가 일회적이지 않고 꾸준히 이어질 수 있도록 지원한다.
- 품앗마을의 농촌돕기 메뉴와 관련, 주말체험농장/자매가정 결연 등과 연계하여 결속 관계의 효과를 극대화하는 방안을 고려할 수 있다.

■ **농학이 함께**

- 경기도내 농과대학 학생들이 운영하는 코너를 만든다. 이 코너에서는 게시판 형식으로 농과대학 학생들과 영농인들이 이론적 지식과 실무적 경험을 묻고 답하기 형식으로 교환할 수 있을 것이다.
- 농과대학 학생들과 농촌마을의 자매결연을 추진하여 영농인들에게 농축산업 전공 학생들의 실질적인 도움을, 학생들에게 일손돕기 및 농업체험의 기회를 제공한다.

6. 대학마을

6.1 전체구조



〈그림 3-7〉 대학마을 구조도

‘대학생 마을’은 교육의 가치가 더욱 커지고 있는 요즘 지식기반경제를 뒷받침해줄 인재들인 대학생들을 중심으로 운영된다. 고등교육자들의 역할은 지식과 정보가 가장 중요한 생산요소로 부각되는 현 사회에서 매우 중요한 위치를 차지하고 있으며, 이는 수준 높은 고등교육에 대한 수요의 지속적인 확대를 수반한다. 지금까지의 교육에 대한 정부의 역할은 초중등교육을 중심으로 이루어졌다고 볼 수 있으나, 의무교육이 중학교까지 확대되고

대부분의 청소년들이 고등학교에 진학하고 있는 상황에서 고등교육의 중요성은 더욱 강조 될 것이다. 그러나 우리나라는 예산 편성에 있어서 대학교육 부분은 매우 미미한 편이며, 이에 따라 대학생들에 대한 지원도 열악한 수준이다. 1990년대 들어 대학교의 수가 대폭 증가하였지만 교육 수요자인 학생들은 다양한 형태의 고등교육 기회를 제공받지 못하고 있다. 따라서, ‘대학생 마을’은 지식경제를 이끌어 나갈 대학생들을 위한 여러 가지 지원 프로그램을 운영하는 방식으로 이루어 질 것이다.

전체 구조는 위 <그림 3-7>과 같다.

6.2 설문조사 내용 분석

경기도 대학생들의 경기도에 대한 인식과 그들이 필요로 하는 프로그램들을 알아보기 위하여 20명을 대상으로 심층 설문 조사를 하였다. 설문은 총 7개의 문항으로 이루어졌으며, 설문 내용은 다음과 같다.

(대학생용)

경기도 청년 지원 프로그램을 위한 설문조사

나이 _____ 성별 _____ 소속 _____

1. 경기도에 거주하는 시민으로서, 소속감을 얼마나 느끼고 계십니까?

① 많이 느낀다 ② 조금 느낀다 ③ 보통이다 ④ 별로 느끼지 못한다 ⑤ 전혀 느끼지 못한다.

이유를 구체적으로 써주십시오.

2. 타 지역과 비교해서, 경기도에서 거주하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

(복지시설, 대중교통, 문화시설, 자연환경 등)

3. 현재 대학생들을 위한 문화시설이나 교육 혜택이 충분히 주어지고 있다고 생각하십니까? (답변에 대한 구체적인 이유도 함께 적어 주십시오.)

4. 본인이 거주하는 지역에서 학교까지 통학하는데 불편함이 있으십니까? (있다면, 개선해야 할 점을 구체적으로 적어 주십시오.)

5. 현재 당신은 대학생으로서, 미래를 위해 투자하고 있는 일이 있습니까? (있다면, 무엇인지 구체적으로 써주십시오.)

6. 지금 현재 대학생들을 위해 가장 필요한 정책이 무엇이라고 생각하십니까? (본인의 생각을 자유롭게 적어주십시오.)

7. 경기도에서 대학생들을 위한 정책을 만든다면, 어떤 프로그램을 만드는 것이 좋을까요? (좋은 아이디어가 있으면 구체적으로 써 주십시오.)

설문 결과, 문항 1번의 경우 대다수의 학생들이 경기도에 대한 소속감을 느끼고 있지 못하다고 답변 하였으며, 그 이유는 경기도에서는 경기시민들에게 특별 우대를 준다거나 단합 할 수 있는 행사가 거의 없으며, 특색 있는 문화가 없기 때문이라고 답변하였다. 또한 거주지만 경기도일 뿐 활동지역은 서울이기 때문에 특별히 애착이 가지 않는다는 학생들이 많았다. 문항 4번의 경우, 서울시내 지역으로 대학을 다니고 있는 대부분의 학생들이 통학을 하는데 많은 불편함을 겪고 있는 것으로 나타났다. 편도 1~3시간 걸리는 거리가 대부분이라 학교에서 가까운 곳에서 자취를 하기도 애매하고, 그렇다고 통학을 하자니 너무 먼 거리라 이리지도 저리지도 못하고 있는 학생들이 많았다. 문항 6번의 경우에는 청년 실업이 큰 문제로 대두된 현 시점에서 취업과 관련된 구체적이고 현실적인정책들이 마련되어야 한다는 의견과 대학생들을 위한 문화공간의 확충, 등록금 인상에 대한 정책, 다양한 지역의 학생들이 교류할 수 있는 프로그램의 마련 등의 의견이 있었다. 문항 7번에 대한 답변으로는, 서울로 통학하는 학생들의 위한 직행통학버스의 운행과 학사 시설의 확충, 직장 체험 프로그램의 운영, 진로 상담, 아르바이트 자리 알선을 위한 프로그램에 대한 의견이 나왔다.

6.3 지원 프로그램의 내용과 운영

6.3.1 통학버스

경기도에서 서울에 소재하고 있는 학교를 다니고 있는 대학생인 경우에는 하루에 통학 시간에만 2~6시간 허비한다. 보다 생산적인 곳에 투자하여 자기 발전을 할 수 있는 귀중한 시간들을 낭비하고 있는 것이다. 교통비 또한 만만치 않다. 이런 학생들인 경우에 직행

으로 갈 수 있는 교통편도 여의치 않아 지하철과 버스를 번갈아가며 타는 경우가 대부분이다. 그러므로 이들을 위한 직행 통학버스 운영을 제안한다.

우선 지역은 크게 많은 대학생들이 거주하고 있는 신도시인 분당, 일산, 부천, 산본 지역으로 나누고 각 지역마다 버스노선에 근거하여 세 대 정도의 버스를 운영하도록 한다.

예) 일산지역 버스 노선의 경우

대화⇒주엽⇒마두⇒화정⇒연세대⇒이화여대⇒대학로⇒성균관대⇒고려대

이러한 방식으로 통학 버스를 운영하게 될 경우, 대학생들의 시간과 교통비를 절약하게 됨은 물론이고, 자연스러운 만남을 유도하여 각 대학의 학생들 사이의 교류를 가능하게 하는 긍정적인 효과를 동시에 낼 수 있을 것으로 예상된다.

6.3.2 경기학사

현재 강원도, 전라도, 경상도 등에서는 도 차원에서 다른 지역으로 대학진학을 한 학생들의 편의를 위해서 그들에게 임시 거주지인 학사 시설을 제공하고 있다. 이러한 시설은 강원도에서 처음으로 설립을 하였으며, 현재 춘천과 서울에서 강원학사를 운영하고 있다. 강원학사는 강원인재육성재단에서 후원하고 있으며, 기난하고 우수한 인재를 널리 찾아 수확상의 제반편의 제공으로 면학의욕을 고취시키고 수재 및 특정분야의 우수자질을 갖추고 있는 미래인재를 발굴하여 능력과 소질을 개발함으로써 21세기 강원도를 빛낼 중추적 인재로 육성 한다는 목표 아래 장학시설을 설치하였으며, 이러한 학사 시설을 가장 큰 사업으로 내세우며 운영하고 있다. 강원학사는 일정한 지원자격과 선발기준을 바탕으로 우수한 사생들을 선발하기 위해서 노력하고 있다. 다음은 2004년도 강원학사의 신입사생 선발 요강¹¹⁾이다.

11) www.miraeinje.net

2004년 7월 1일

I. 선발인원

- 서울학사 남자 : 0명
- 여자 : 0명
- 춘천학사 여자 : 00명

II. 지원자격

- 친권자의 본적과 주소가 강원도 이거나,
- 친권자의 주소가 강원도이고, 본인이 강원도내의 초·중·고등학교를 졸업하였거나,
- 친권자의 주소가 강원도로서 강원도내 총 거주기간이 10년이상이고, 본인이 강원도내의 초, 중, 고등학교중 고등학교를 포함하여 2이상을 졸업한자로서,
 - ▶ 서울학사 : 서울특별시 소재의 대학, 산업대학(4년이상,주간), 교육대학의 3학년 이하(2004학년도 기준)의 재학생
 - ▶ 춘천학사 : 춘천시 소재의 대학, 교육대학, 전문대학의 3학년이하(2004학년도 기준)의 재학생 으로,
- 다음의 성적요건을 충족하는 자
 - 1학년 : 2004년도 1학기 성적이 "평균평점 B학점"이상인 자
 - 2,3,4학년 : 2003년도 2학기 및 2004년도 1학기 성적이 모두 "평균평점 B학점" 이상인 자
- 지원자격 제한
 - 퇴학처분을 받았거나 휴학중인 자(2004년 2학기 복학예정자는 지원가능)
 - 신체·정신상의 사유로 공동생활에 부적격한 자
 - 전년도 입사선발 통지를 받은 후 무단으로 등록하지 않은 자
 - 강원학사 재사중 직권으로 퇴사조치 된 자
 - 강원학사 재사중 휴학등의 사유로 임의 퇴사한 자
(군입대, 질병치료 등을 위한 퇴사는 제외)

III. 지원서 교부 및 접수

- 기 간 : 2004. 7. 1(월) ~ 7. 30(금) (공휴일 제외)
- 장 소 : 서울학사 - 강원인재육성재단 인재육성과 (강원학사 사무실)
춘천학사 - 춘천 강원학사 (요선동 YWCA회관 3층)
- 지원방법 : 본인 또는 친권자가 강원학사에 직접 신청
- ※ 우편접수 가능(7. 30일 도착분에 한함)

IV. 제출서류

- 입사원서 (소정서식) 1부

- 호적초본(본적지가 강원도인자에 한함) 1부
- 주민등록등본 1부
- 강원도내의 초, 중, 고교 졸업증명서
(본적지가 타시도인자에 한함) 1부
- 친권자(부,모)의 재산세,종합토지세 과세증명
또는 비과세 증명 각1부
- 건강진단서 (국,공립 의료기관, 보건소 발행) 1부
- 재학증명서 1부
- 성적증명서 1부
- 국가유공자 자녀 증명서 (해당자에 한함) 1부
- 국민 기초생활 수급 대상자 증명서 (해당자에 한함) 1부
- 농, 어민 자녀 증명서 (해당자에 한함) 1부
- 광산근로자 자녀 증명서 (해당자에 한함) 1부
- 친권자의 장애인 증명서 (해당자에 한함) 1부

V. 선발기준

- 학업성적과 재산정도에 각각 가중치를 부여하여 산정한 점수를 합산한 점수의 우선순위에 의해 선발
- 학업성적(70%) + 재산정도(30%)
- 학업성적이 우수한 자 중 가정형편이 어려운 자를 우선선발
- 국가유공자, 국민기초생활보장법에 의한 수급자, 농·어민, 광산근로자, 장애인의 자녀 등 우대선발 (5점가산)

VI. 선발결과 통보

- 2004. 8. 3 (화) • 강원인재육성재단 홈페이지 게시
(<http://www.miraecinje.net>)

VII. 기타사항

- 제출서류는 일체 반환치 않음
- 제출서류중 사본은 반드시 원본대조필 확인을 할 것
- 입사자는 “B”학점 이상 유지시 졸업시 까지 재사가능
- “월” 학사비 : 130,000원, 입사비 : 200,000원
(입사비는 2년이상 재사시 반환)
- 입사등록일정 및 준비물은 선발결과발표시 공고 및 통보예정
- 기타 자세한 사항은 강원인재육성재단 인재육성과로 문의
(Tel. (02) 856-3559~3561, 내선 103, 104)

이러한 학사 시설에서는 사생들간의 친목 도모와 교류를 위하여 여러 가지 행사와 자치 활동을 겸하고 있어 도 차원에서의 소속감을 형성하게 되는 동시에 상호간의 우의를 돈독 하게 해주는 등 여러 가지 면에서 매우 긍정적인 결과를 낳고 있다. 경기도에서도 이러한 학사 시설을 설립하여 대학생들이 쾌적하고 편안한 공간에서 생활할 수 있도록 지원하는 프로그램이 마련되어야 한다.

6.3.3 취업

1) 진로상담

다양한 종류의 직업이 현존하는 사회에서 자신의 능력과 적성에 맞는 직업을 찾기란 매우 어려운 일이라 할 수 있다. 대학생들은 청년 실업률의 높은 증가로 졸업이전부터 취업 준비에 시달리느라 대학생활을 충분히 누릴 기회가 없으며 마땅한 진로를 찾지 못하고 갈팡질팡하고 있는 경우가 허다하다. 이들에게 각 직종에 대한 유용한 정보를 제공하고 올바른 직장을 찾을 수 있도록 유도해 주는 프로그램의 시행이 시급하다. 이에 따라, 여러 직종에 대한 풍부한 자료의 제공과 종합적인 직업정보자료를 통하여 학생들이 각 직업의 특성과 미래를 기늩하여 직업 선택의 길라잡이 역할을 할 수 있는 ‘진로상담’ 코너를 개설해야 한다. 이 곳에서는 학생들에게 직업심리 조사, 직업 적성 검사 등을 통하여 각 개인의 관심분야와 적성을 파악하고 각 직업들의 종류와 전망에 대한 정보를 제공하여 대학생들이 졸업 후에 적절한 직장을 얻을 수 있도록 핵심적인 보조역할을 해주어야 한다. (사이버 진로상담 홈페이지 www.cyberexpo.or.kr 참고)

2) 직장체험 프로그램

이 프로그램은 기존의 「정부지원인턴제」를 개편한 것으로 최근 기업들이 경력직을 선호하는데 부응하여 ‘No Experience - No Job’ 이라는 악순환의 고리를 끊는데 조금이나마 기여하기 위한 것이다. 학교에 다닐 때부터 대기업이나 공공기관 등에서 전공과 관련

된 실무경험을 쌓고 싶어 하는 학생들에게 매우 유용한 프로그램이라 하겠다. 2004년 7월 통계청에서 발표한 「청소년 부가 조사」 결과 직업훈련경험이 있는 청년층 인구(1,985천명) 중 사설학원에서 직업훈련을 받은 사람이 65.7%(1,304천명)로 가장 많았고, 공공직업훈련기관 11.8%(235천명), 민간직업전문학교 6.5%(130천명) 순으로 나타났다.¹²⁾

〈표 3-14〉 직업훈련 경험

(단위: 천명, %)

	직업훈련 유경험자	공공직업 훈련기관	민간직업 전문학교	사업체 훈련기관· 사업체부설연수원	사설학원	기타
전체	1,985 (100.0)	235 (11.8)	130 (6.5)	123 (6.2)	1,304 (65.7)	193 (9.7)
남	755 (100.0)	138 (18.3)	61 (8.1)	71 (9.4)	428 (56.7)	56 (7.4)
여	1,230 (100.0)	97 (7.9)	68 (5.5)	52 (4.2)	876 (71.2)	137 (11.1)

이는 청년 실업에 대한 막중한 책임을 지고 있는 공공기관에서 직업 훈련에 대한 대책을 더욱 강화해야 함을 내포한다.

12) 「청소년 부가 조사」 2004.7. 통계청

〈표 3-15〉 청소년 직장체험프로그램

연수지원제	취업지원제
연수지원제는 최근 경력자 채용관행에 맞게 청소년을 대상으로 기업, 공공기관 등에서 현장경험을 통하여 직업능력 향상 및 진로설계의 기회를 갖게 하고, 기업 등에는 우수한 인재 탐색기회 제공	취업지원제는 청소년이 기업에서 인턴사원으로 근무할 수 있는 기회를 제공하여 정규직 채용기회를 제공
지원대상	지원대상
연수를 희망하시는 자 - 만 18세이상 30세이하의 청소년(고교,대학재학생,졸업생) ※ 1974.1.1~1986.12.31 출생자 · 다만,고용보험가입기간이 1년 이상인 졸업생은 제외 연수 참여 희망 기업(기관) - 기업,국가 및 지방자치단체 행정기관과 그부속기관, 정부투자·출자·출연기관,사회단체등	인턴취업을 희망하시는 분 - 만18세이상 만30세(제대군은 만 33세)이하의 청소년 · 다만 고용보험에 가입한 기간이 1년 이상인 자는 고용보험 최종상실일로부터 6개월이 경과한 자 ※ 1974.1.1~1986.12.31 출생자 인턴 채용 희망 기업 - 고용보험에 가입한 상시근로자 5인이상 1,000인미만 기업
지원내용	지원내용
<연수참가자> -2개월~6개월 연수기간 동안 월 30만원의 연수수당 지급 (방학기간에는 1개월 가능) - 연수수료생에게 노동부장관 명의의 『연수인증서』를 발급, 취업시 경력으로 활용 가능 - 대학에서 학칙에 따라 학점 인정 가능 <연수참가 기관(기업)> -연수기관(기업)의 이미지를 높이고 우수한 인재 탐색,선점	<인턴사원> -기업체에서 근무하면서 정부지원금(월60만원) 이상의 임금 지급 받을 수 있음 -연수중 또는 연수 종료후 정규직원으로 채용될 수 있음 <인턴연수업체> -연수 3개월 동안 1인당 매월 60만원을 지원이후 정규직원으로 채용하는 경우 추가로 3개월분(180만원)을 지원
신청서류(고용안정센터에 신청)	신청서류(고용안정센터에 신청)
<연수참가자> -연수 신청서 <연수참가 기관(기업)> -연수참가 신청서	<인턴사원> -인턴 구직표 <인턴 참가기관(기업)> -인턴 구인표,사업자등록증 사본
유의사항	유의사항
-연수지원제에 참여하는 연수생은 근로자가 아니며, 연수시간은 1일 4시간이상, 1주 20시간 이상으로 정할 수 있음	-반드시 고용안정센터의 알선을 거쳐 채용하여야 하며, 정규직 채용내정자/이미 채용되어 근무중인 자/당해 기업에서 이직할 자 등은 지원대상에서 제외

2004년 1월 노동부에서 발행한 「'04년 청소년 직장체험프로그램」 시행지침¹³⁾에 따르면, 「청소년직장체험프로그램」이라 함은 청소년에게 다양한 직장체험을 통하여 직업능력개발과 경력형성 기회를 제공하고, 아울러 직업에 대한 폭넓은 인식과 적극적인 직업의식을 고취하는 청소년 고용촉진사업을 말한다. 이는, 청소년에게 다양한 현장 연수기회를 제공하여 직업능력개발과 경력형성 기회를 통해 사회적응력을 제고하고, 청소년의 다양한 직장체험 욕구를 충족하여 자기 적성에 맞는 직업선택과 진로결정에 도움을 주며, 직업에 대한 폭넓은 인식과 적극적인 직업의식을 고취한다는 취지¹⁴⁾ 아래 시행되고 있다. 또한 취업이 곤란한 자에게 산업현장 인턴연수기회를 제공하여 취업능력의 질적 향상 및 정규직 취업을 제고한다. 「청소년 직장체험프로그램」은 현재 ‘연수지원제’와 ‘취업지원제’로 나누어 시행되고 있으며 다음은 그 주요 내용을 표로 정리하여 나타낸 것이다.¹⁵⁾

이 프로그램은 또한 대학과 연계하여 실시되는 것을 장려하고 있으며, 이를 보다 활성화시키기 위해서 도 단위 내에서 구체적으로 추진하는 것이 바람직할 것으로 보인다. 현재 정부에서는 프로그램 참가자에게 월 30만원 외에 연수기업 사정에 따라 추가로 연수수당을 지급하고 있으며 수료 시에는 노동부장관 명의의 ‘연수 인증서’를 발급하는데, 이를 취업 시에 경력으로 활용할 수 있다. 아울러 연수내용이 전공과 관련된 경우에는 학칙 등이 정하는 바에 따라 학점인정도 가능하다.

금년도 청소년 직장 프로그램은 정부 청년실업 대책 사업예산의 상반기 조기 집행 계획에 따라 2004년 8월 20일 금년도 선발 예정인원 7만명을 초과 달성하여 신규지원 약정이 어려운 실정이다. 그리하여 이 프로그램을 활용하고자 하는 많은 청소년과 기업들이 피해를 보고 있다. 이러한 지원난을 해소하기 위하여 도 차원에서 보다 현실적인 계획안을 갖고 지원을 해주는 것이 바람직하다. 또한 웹 사이트나 대중매체를 통한 활발한 홍보활동으로 경기도에 거주하고 있는 많은 대학생들에게 정보를 알릴 수 있도록 한다. 직장 체험 프로그램은 대학생들에게는 물론이고 나아가 학업 능력에 관계없이 취업이 어려운 이들에게도 초점이 맞추어져서 평생 직업을 가질 수 있는 직업 탐색 기회를 제공하고 직업능력을

13) 「'04년 청소년 직장체험프로그램」 시행지침, 노동부

14) 「'04년 청소년 직장체험프로그램」 시행지침, 노동부

15) 노동부 고용안정 정보망 www.work.go.kr

높일 수 있는 기회를 마련해주어야 할 것이다.

3) 교육센터

대학생들의 학업 능력을 향상 시키고 각 직종에 관한 유용한 정보를 제공하기 위하여 취업 시 필요한 숙련을 습득해 나갈 수 있는 보다 효율적인 직업교육훈련체계가 필요하다. 이를 보완해 줄 수 있는 것이 바로 '교육센터' 에서 하는 일이다. 정부의 적극적인 지원이 필요하다는 것으로 80년대 중반 이후 대졸실업 문제가 지속적으로 지적되어 왔으나 90년대의 경제 호황에 힘입어 이에 대한 우리의 대비가 소홀했던 것이 사실이다. 정부는 최근 청년실업 문제의 심각성을 깨닫고 이들을 위한 직업교육훈련이 활성화를 추진 중이지만 직업교육훈련 시장은 여전히 미비한 상태이다. 현재 추진 중인 직업교육훈련체계 역시 단순히 실업률을 낮추기 위한 근시안적이고 임시방편적인 실업대책에서 벗어나 보다 현실적이고 적극적인 실업대책으로 새롭게 구축될 시점에 와 있는데 그러기 위해서는 노동시장의 동향을 정확히 파악하여 직업교육훈련의 기본방향을 현실적으로 설정하고 교육 수혜자의 특성을 최대한 반영한 장, 단기적인 진행 방법을 구체적으로 제시하는 등의 적극적인 의지와 지원이 필요하다.

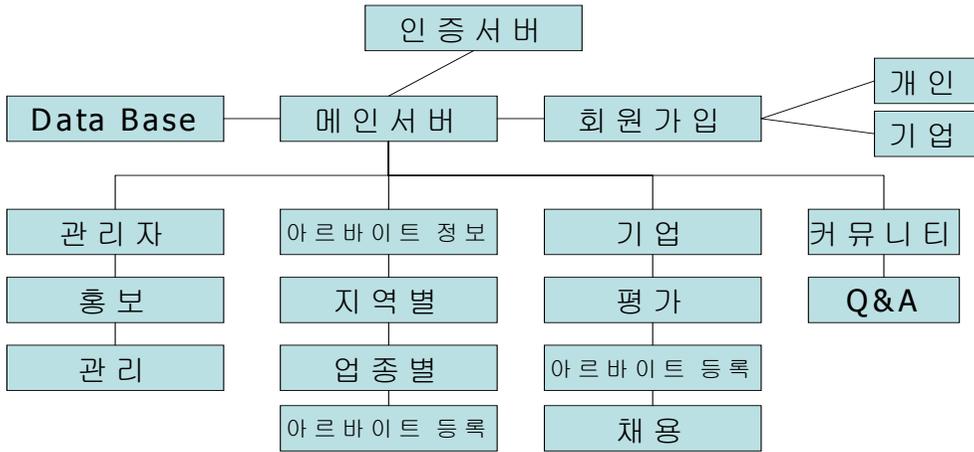
현재 정부는 청년실업 문제의 심각성을 깨닫고 이들을 위한 다양한 직업교육훈련 프로그램을 시행 중에 있지만 홍보 부족으로 인해 청년실업자들의 인식이 부족한 경우가 많다. 또한 대졸 실업자를 대상으로 한 조사연구에서 신규 대졸자들이 직업교육훈련에 참가하지 않은 이유로 가장 많이 지적한 세 가지로 교육훈련에 대한 정보부족, 낮은 취업가능성, 원하는 프로그램의 부재를 꼽은 것에서도 알 수 있듯이 한국의 실업자는 직업교육훈련을 선택할 때 프로그램의 내용과 수준, 취업가능성, 교육훈련 여건 등 직업교육훈련 프로그램 전반에 걸쳐 사전 정보가 부족한 상태에서 이루어지는 것이다. 그러므로 '교육센터' 에서 대학생들이 미래의 직업에 대한 대비한 능력을 갖출 수 있도록 훈련 프로그램을 시행하고 여러 분야의 전문가들을 초청하여 의견을 나눌 수 있는 자리를 마련하는 등의 노력을 해야 할 것이다.

4) 아르바이트: 「아르바이트 시스템」 구축 제안

아르바이트는 비정규직 노동의 한 부문으로서, 이 부분은 대학생들이 대다수를 차지하고 있다. 대학생들은 아르바이트를 통하여 경제적 자립을 꾀하고 실무 경험을 쌓는 등의 긍정적인 효과를 기대한다. 그러나, 터무니없이 인상되어가는 등록금과 학비로 인하여 어쩔 수 없이 아르바이트를 해야 하는 학생들이 늘어나고 있다. 그리하여 많은 대학생들이 육체적인 피로와 스트레스, 학업에 대한 지장을 받는 것이 현실이다. 아르바이트를 통한 배움에 대한 보람과 넓은 대인관계의 형성, 적성 파악 등 우리가 보통 기대하는 긍정적인 효과는 부수적인 것이 되어 버렸다. 아르바이트를 단순히 돈을 벌기 위한 수단이 아니라 자신을 개발시킬 수 있는 방향으로 이끌어 주기 위해서는 공공기관에서 현실적인 대책과 효율적인 시스템을 개발하여 지원해 주어야 한다.

현재 아르바이트 관련 사이트는 수요자를 개인과 기업으로 나누고 기업은 구인광고를 내면 개인이 연락을 하여 아르바이트생이 직접 방문하여 관리자에 의한 심사를 거쳐 채용하는 순서를 거친다. 그러나 이러한 현행 방법은 관리자의 주관에 의하여 이루어지기 때문에 자칫 채용에 있어서 실수를 범한다거나, 개인의 편견으로 채용이 이루어 질 수 있다는 문제점이 있다. 그러므로, 이러한 문제점을 최소화하기 위해서 경기도에서는 웹 사이트를 통한 「아르바이트 시스템」을 구축하여 경기도 지역에 거주하는 이들을 위해서 아르바이트를 쉽고 빠르게 구할 수 있도록 도와주고, 기업에게는 보다 객관적인 평가 자료에 의한 효율적 채용을 할 수 있도록 해주어야 한다.

「아르바이트 시스템」의 웹사이트는 다음과 같이 구성한다.

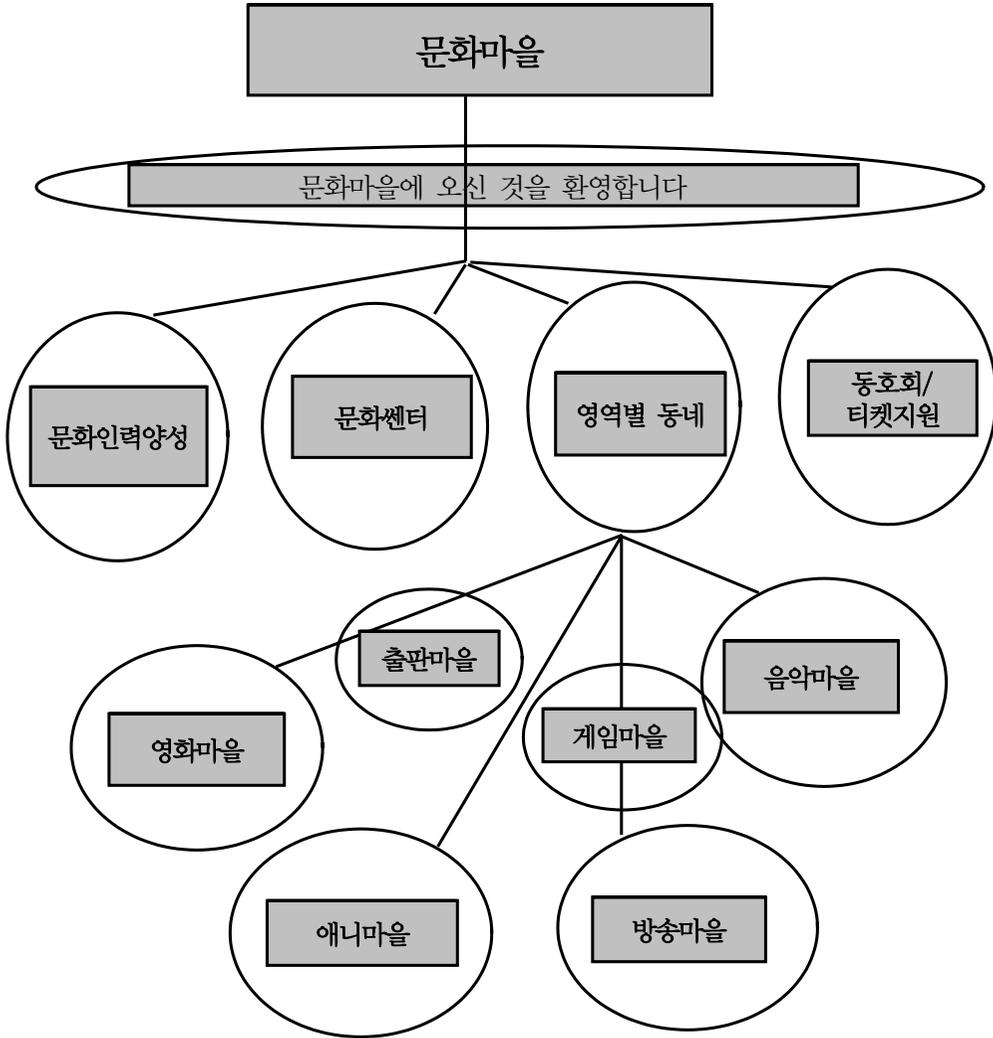


이때, 다음과 같은 몇 가지 사항을 유의한다.

- 회원가입시 가입자에 대한 이력과 주민등록번호에 대한 확인으로, 기업으로 하여 자금 보다 신뢰도를 높일 수 있는 있도록 한다.
- 객관적인 평가 자료를 데이터베이스화하여 모든 가입자가 작성하도록 한다.
- 임금은 각 기업의 자율에 맡기는 것을 기본으로 하나, 적절한 기준을 제시하여 불이익을 받는 자들이 없도록 한다.
- 대학생일 경우, 전공 적성을 살려 일자리를 구할 수 있도록 유도한다.
- 대학생들에 의한 지역별 과외의 경우, 학교와 전공에 맞는 적절한 임금을 제시한다.
- 자격증을 소유하고 있는 이들에게 그에 맞는 일자리를 알선해준다.
- 커뮤니티에서는 아르바이트 후기나 정보 등을 통해 아르바이트생들 간의 교류를 도모한다.

7. 문화마을

7.1 전체 구조



〈그림 3-8〉 문화마을 구조도

'문화마을'은 청년마을 사이트가 성공적으로 운영되는가의 여부를 좌우할 만큼 중요한 소재이다. 청년들의 주요 관심이 문화에 있기 때문인데, 최근들어 문화소비와 문화창조가 동시에 이루어지고 '문화 세대'로서의 특별한 감각을 갖고 있어서 문화마을의 운영에는 최신 정보를 제공하고 업데이트하는 것이 중요하다. 청년세대들이 어떤 패션과 패드에 열광하는지를 항시적으로 파악하여야 한다. 문화마을은 네티즌들에게 문화 인력양성과 교육 정보를 제공하는 디렉토리, 시군별 문화센터 디렉토리, 문화 영역별 디렉토리, 문화공연 티켓 할인판매 디렉토리, 문화동호회 지원디렉토리로 이루어진다. 전체 구조는 위 <그림 3-8>과 같다.

7.2 문화인력양성

7.2.1 문화인력의 수급예측

문화인력은 21세기 산업경쟁력을 좌우하는 핵심 인적 자본이다. 세계문화산업 시장추세에 의하면, 2000년도에 8,500달러 시장규모였는데, 매년 7.2% 씩 성장하여 2003년에는 1조 달러를 돌파하였다. 이는 세계경제 평균성장률 2%의 3배를 상회하는 속도이다. 2000년 이후 출판은 5.4%씩, 영화는 6.6%, 방송은 6%, 음반은 5.1% 씩 매년 성장하였으며, 게임은 무려 30.2% 성장률을 보였다. 그렇다면, 문화산업의 전문인력 양상이 시급한 과제로 떠오른다. 경기도의 경우도 마찬가지이다. '지식기반경기'의 핵심사업이 문화산업이라고 보면, 청년은 문화산업의 주력이며, 이들에 대한 교육 양성지원정책이야말로 지식기반경기의 명운을 가름하는 지표가 된다.

문화관광부는 이러한 추세에 대비하여 문화전문인력 양성계획을 발표한 바 있다. 문화산업은 CT(Cultural Technology:문화콘텐츠기술)로 불리고 있으며, 고급 지식과 숙력을 요하는 분야인 만큼 정확하고도 정교한 인력양성 계획이 요구된다. 문화관광부가 발표한 인력수급의 현황과 부족인력 예측은 <표 3-15>와 같다.¹⁶⁾

16) 문화관광부, CT산업인력 양성방안, 2001.

〈표 3-16〉 문화산업 인력수급 현황과 부족인력 예측

구 분	연도	총종사자수	수요인력	공급인력	부족인력
계 입	2002	6,723	1,772	508	1,264
	2005	15,374	4,051	745	3,306
애니메이션	2002	28,792	3,282	1,421	1,861
	2005	37,815	4,310	1,627	2,683
방 송	2002	35,736	4,011	4,148	-137
	2005	46,662	5,238	4,366	872
영 화	2002	10,353	1,827	1,996	-169
	2005	16,931	2,987	2,412	575
음 반	2002	8,281	1,293	459	834
	2005	12,586	1,965	579	1,386

〈표 3-16〉은 2005년도에 문화전문인력 부족현상이 매우 심각함을 말해주고, 이를 역으로 해석하면 문화전문인력의 취업시장은 매우 밝다는 것을 뜻한다. 지식기반경기의 핵심이 문화산업에 있다면 문화전문인력의 양성은 매우 중요하다. CT분야 정부예산도 증가해서 2001년도에 총 1,475억원 중 21억에 불과하였는데, 2002년도에는 1,896억원 중 174억원을 인력배양에 할애하였다. 정부는 “콘텐츠코리아 비전21”을 수립해서 전문인력양성에 적극 나서고 있다.

7.2.2 문화인력 양성기관

문화전문인력 양성기관은 공적 기관과 사적 기관으로 구분된다. 공적 기관으로는 특화 고등학교, 기능대학, 전문대학과 종합대학의 특수학과가 있고, 사적기관으로는 정부의 지원을 받는 사설학원들이 인재를 배출하고 있다. 특성화 고등학교로는 2002년 3월에 개교한 경기도 안산 소재의 한국디지털미디어고등학교가 있다. 이 학교는 전자상거래, 인터넷 웹프로그래밍, 인터넷 웹디자인, 인터넷 웹캐릭터 등 4개의 전공 코스를 개설하여 학년당 4학급, 학급당 30명 규모로 운영하고 있다.¹⁷⁾ 기능대학으로는 아산정보기능대학이 대표적이다. 이 기능대학은 애니메이션 특화학교로서 컴퓨터애니, 캐릭터개발, 영상 및 음향편집을 가르친다. 이 과정을 이수하면 소정의 국가공인자격증을 수여받고 애니분야의 직종에 취업이 가능하다. 전문대학으로는 전국에 많은 수의 학교가 이러한 분야의 교육을 제공하고 있다. 마찬가지로, 4년제 종합대학과 대학원과정에서 문화콘텐츠산업과 관련된 전문인력을 양성하고 있는데, 경기도 소재 기관 중 대표적인 것을 간추려 소개하면 <표 3-16>, <표3-17>과 같다.¹⁸⁾

<표 3-17> 경기도 소재 문화인력양성기관: 고등학교

구분	학교명	위치	설립연도	특성
특성화 고등학교	한국디지털미디어고등학교	경기도 안산	2002.3	경쟁력있는 지식정보한국을 만들기 위해 정보기술소프트웨어분야 특성화 교육(IT 전문인 교육)
특수목적 고등학교	경기예술 고등학교	경기도 부천	2003.3	만화창작과 예술적 재능이 뛰어난 학생에게 전인교육을 바탕으로 한 다양한 예술적 경험을 쌓게 함으로써 창의력있는 예술인 육성
특수목적 고등학교	한국애니메이션 고등학교	경기도 하남	2000.3	국내 최초의 만화, 애니메이션 전문 고등학교

17) 한국직업능력개발원, 문화콘텐츠 산업발전을 위한 전문인력 양성방안, 2002.

18) 위 연구보고서 참조.

〈표 3-18〉 경기도 소재 문화인력양성기관: 전문대학과 종합대학

전공영역	전문대학	종합대학
방송분야	경민대학 인터넷방송과, 동아방송대학 방송계열, 수원과 학대학 방송연예과	경기대학교 다중매체영상학부, 안양대학교 영상처리학과
영화분야	경민대학 연극과, 동아방송대학 연극영화계열	수원대학교 연극영화과, 용인대학교 연극영화과, 경희대학교 예술디자인학부
게임분야	동아방송대학 게임제작계열, 장안대학 컴퓨터응용계열, 청강문화산업대학 컴퓨터게임과, 한국재활복지대학 컴퓨터게임개발과	한국산업기술대학교 게임공학부
출판분야	경원전문대학 문예창작과, 김포대학 디지털출판과, 계원조형예술대학 출판디자인과, 동원대학 출판미디어과, 신구대학 출판정보미디어과, 장안대학 컴퓨터응용계열	
애니메이션 분야	경민대학 컴퓨터애니메이션과, 계원조형예술대학 애니메이션과, 동아방송대학 미디어디자인계열, 부천대학 캐릭터애니메이션과, 안산1대학 디지털애니메이션과, 유한대학 애니메이션과, 청강문화산업대학 애니메이션과/만화창작과, 한국재활복지대학 애니메이션과	경기대학교 다중매체과
음반분야	서울예술대학 실용음악과, 여주대학 실용음악과, 동아방송대학 영상음악과, 수원여자대학 대중음악과, 김포대학 생활음악과	경희대학교 포스트모던음악과

7.3 문화센터

각 시군별로 운영 중인 문화센터를 소개하고 사이트를 연결. 특히 청년을 위한 프로그램을 간추리고 특별한 것을 소개, 부각한다.

7.4 영역별 동네

영역별 동네로 들어가면, 문화콘텐츠별 동네가 나타난다. 6개 분야이다. 영화마을, 애니마을, 방송마을, 음악마을, 출판마을, 게임마을이 그것이다. 이 각각의 동네를 디자인하는 데에는 다음과 같은 사항을 포함한다. 각 동네의 내용이 마치 웹진을 발행하듯 구성하면 좋을 것이다.

- 각 영역의 전문인력을 양성하는 경기도 소재 교육기관 (공식학교와 사설학원)에 대한 정보를 제공한다. (앞의 <표 3-17>와 <표 3-18> 참조)
- 각 교육기관의 웹사이트와 연결한다.
- 영역별로 동호회가 활성화되도록 한다. 동호회 창구와 링크한다.
- 각 영역별 최신 정보를 게재한다. 예를 들면, ‘태극기 휘날리며’가 세간의 관심을 끈다면 영화평론가의 평을 게재하고, 관람객들의 평을 싣는 란을 신설해서 의견을 교환하도록 한다. 영화평론가의 초청과 토론회도 좋다. 혹시, 가능하다면, 영화감독을 초청하여 직접 토론회를 개최하는 것도 바람직하다.
- 각 영역별로 현재 공연하고 있는 공연물 (음악회, 전시회, 영화)에 대해서 특별한 조건을 정해서 할인티켓을 제공한다 (티켓지원 창구와 링크)
- 각 영역별 최신 공연물, 최근 현황 등등에 대한 평론 연재물을 싣는다. 이 때, 각 영역별로 유명한 예술인이 있다면 연재란을 두어 계속 글을 싣도록 하는 것이 좋다.
- 각 영역별 시장상황을 분석 게재한다. 인력수급, 일자리 현황을 소개하여 미래 취업에 대비하도록 각종 정보를 제공한다. ‘지식마을’과 연결.
- 최근 공연한 공연 작품을 녹화 중계한다. 예를 들어, 조수미 음악회가 열렸다면 저작권료를 지불하고 그 공연실황을 녹화중계할 수 있다.

7.5 동호회와 공연티켓 지원

이 디렉토리는 문화마을의 운영을 활성화하고 청년들의 참여를 유도하기 위한 창구이다.

문화활동과 관련하여 각종 동호회가 이 사이트에서 이루어지도록 동호회활동을 적극 지원한다. 동호회 창구와 링크. 한편, 어떤 특정한 조건을 설정하여 그것을 충족하는 참여자들에게는 공연티켓, 영화티켓, 음악회 관람티켓 등을 할인 지원한다. (예, 퀴즈에 응모하여 당첨되었다든가, '학규야 놀자' 사이트에 1000번째, 2000번째에 링크한 사람). 주의사항은,

- 동호회 결성 조건을 정하고, 일정 기간 회원 수가 미달할 경우 지원 대상에서 제외한다. 지원조건을 명시한다.
- 동호회 활동이 잘 이루어지는지를 멘토링 시스템으로 점검하고 사이트 운영의 규칙을 지키지 않는 경우 자동 탈락시킨다.
- 동호회가 활성화되는 시점에서 동호회 웹진을 만들어 배포한다. 홈페이지 창구에 동호회 웹진을 띄우는 방식을 취한다.
- 공연 티켓 할인 판매는 그것을 전문으로 하는 일반 민간 기업과 연결하여 운영하는 것이 좋다. 티켓지원의 특정한 조건을 명시한다.

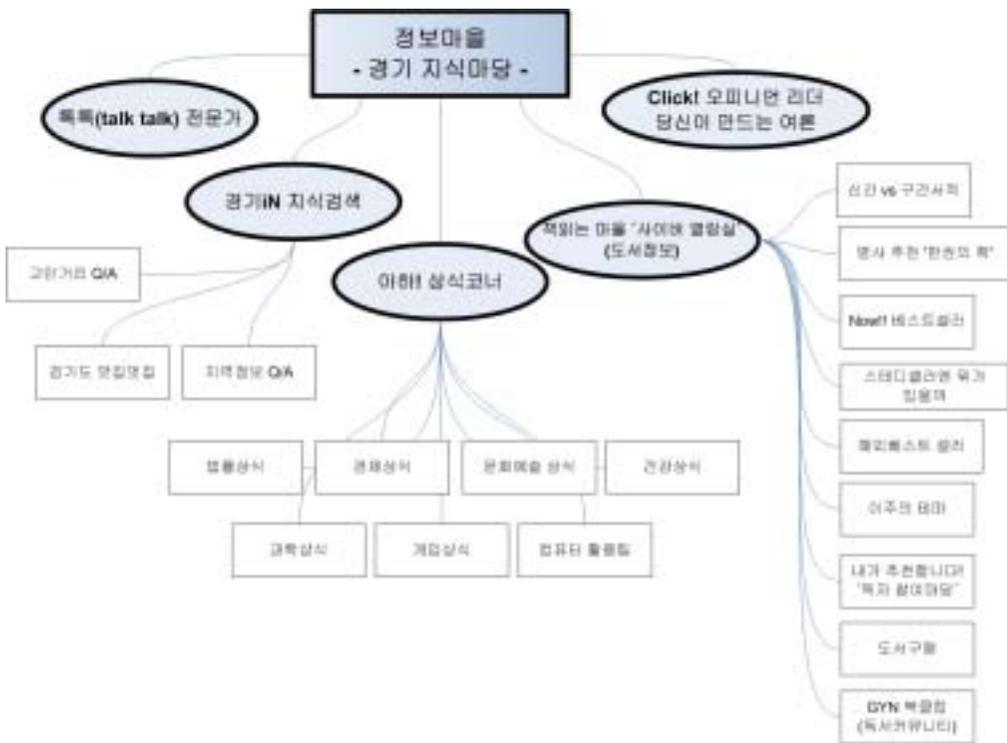
7.6 프리랜서 창구

청년들의 경우 문화활동을 부업으로 하려는 사람들도 있고, 미취업상태에서 아르바이트 형태로 하려는 사람들도 있다. 일정한 숙련을 습득한 사람들 중 프리랜서로 일하고 싶은 사람이 많을 것이다. 이들을 위하여 이 창구에서는 프리랜서의 리스트를 제공하고 파트타임 혹은 풀타임 일자리와 링크시키는 역할을 담당한다. 물론, 각 기업체에서 올라온 취업 정보를 수합하여 매칭시키는 것이 필요하다. 일종의 프리랜서 Job Bank라고 보면 좋을 것이다. 프리랜서 등록에는 자격요건과 응모자의 자질을 일력서 형태로 받아 엄중한 절차를 거치도록 하여야 한다. 자질이 검증되지 않은 채로 일자리를 소개한다면 신뢰가 떨어져 링크 운영에 많은 차질이 발생할 위험이 있다.

8. 정보마을

8.1 전체 구조

정보마을(경기지식마당)은 경기도민들이 자신의 삶에 밀접하게 연관되어 있는 다양한 문제들과 이슈들에 관한 다채롭고 흥미로운 정보들을 부담없이 쉽게 얻을 수 있도록 구성되어 있는 메뉴항목이다. 즉 경기청년마을 홈페이지의 다른 메인메뉴들이 각각 뚜렷하게 특성화되어 그에 맞는 정책 서비스를 제공한다고 하면, 정보마을(경기지식마당)은 홈페이지가 2030세대를 위한 종합 포털사이트로서의 성격을 갖추고 사용자들에게 보다 복합적인 지식서비스를 제공할 수 있게끔 오락성과 정보성을 결합하여 유인효과를 강화시키고자 하는 메뉴라고 할 수 있을 것이다. 정보마을의 기본 열거는 다음과 같다.



〈그림 3-9〉 정보마을 구조도

8.2 주요 하위 메뉴

8.2.1 경기iN 지식검색

경기iN 지식검색은 최근들어 각 유명 포털사이트들이 최고의 수익 창출효과 모델로 포착하여 앞다투어 차용하고 있는 '지식검색' 서비스를 응용한 것이다. 지식검색의 기본개념은 한 개인이 자신이 궁금해하는 어떠한 문제나 사항에 대하여 지식검색 사이트에 질문을 하면 그것에 대해 잘 알고 있는 다른 사용자들이 답변을 해주고, 답변에 따라 포인트를 얻게 되는 방식이다. 이러한 지식검색 서비스는 인터넷 사용자들에게 상당한 호응을 얻고 있고 거의 모든 포털 사이트들 마다 지식검색 서비스 기능을 경쟁적으로 강화하고 있는 실정이다. 대표적인 사례로 네이버(www.naver.com)의 지식iN, 야후(www.yahoo.co.kr)의 '거기', '지식검색' 코너, 엠파스(www.empas.com)의 '지식검색' 및 '엠파스 랭킹', 네이트의(www.nate.com)의 '지식뱅크', 드림위즈(www.dreamwiz.com)의 '지식검색', 프리챌(www.freechal.com)의 지식검색, 파란(www.paran.com)의 '지식바다' 등이 있다.

지식검색 사이트의 시작은 2000년 10월경 한겨레 신문사에서 처음으로 문을 열었던 '디비딕' 사이트로 그 역사가 시작되었다고 할 수 있다. 약 2년간 운영된 디비딕은 들러보면 들러볼 수록 회원들의 따뜻한 정이 느껴지고 호감이 많이 가는 사이트였다. 그 사이트에는 정말로 사이트를 아끼고 사랑하는 사용자들이 많았고 완전히 정확하지는 않더라도 자신이 알고 있는 지식이나 정보를 다른 사람에게도 알려주려고 하는 적극적이고 능동적인 참여정신으로 '디비즌'이라는 일종의 컨센서스(consensus)가 충만하게 형성되었다. 비록 디비딕이 2년후 유료화로 전환하면서 급속히 쇠락하여 엠파스에 인수되었지만, 디비딕의 사례는 일정한 사이버 공간내에서 일정정도의 사용자들이 같이 지식을 검색, 공유하고 교환하는 것이 동질적인 집합의식을 형성하고 커뮤니티를 강화시키는데 매우 큰 역할을 할 수 있음을 보여준다.

'경기iN 지식검색' 이 꾀하고자 하는 목표도 이와 유사하다. 이미 일반적인 지식검색

서비스는 기존의 주요 포털사이트들이 잘 운영하고 있는만큼, 경기iN 지식검색은 경기도 지역에 사는 2030세대들이 그들만의 공간으로서, 주로 경기도와 관련된 정보와 지식을 함께 공유하고, 이를 바탕으로 형성된 커뮤니티적 성격과 집합의식을 토대로 일반적인 지식이나 고민거리들을 공유할 수 있게끔 시도하는 것이다. 즉 '디비덕'에 참여하였던 사용자들이 그들만의 열정과 애착을 가지고 사이버상에서의 정체성을 형성해 갔듯이, 경기iN 지식검색에서도 경기도와 관련된 많은 이야기거리들을 지식검색이라는 형식을 통해 교환하면서 이를 바탕으로 한 연대감 형성을 꾀하고자 하는 것이다. 물론 지식검색기능 자체가 가지고 있는 정보네트워킹 기능, 지식의 효율적 전파와 같은 본래의 긍정적 기능도 충분히 기대할 수 있을 것이다.

1) 경기도 맛집멧집

2030세대들의 문화적 코드 중에서 중요한 것 중의 하나는 '맛있는 음식점', '분위기 있는 곳' 등을 골라가면서 찾아다니는 것이다. 특히 예전에는 다른 사람에게 전해들은 '귀동냥'을 통해서 그러한 음식점이나 장소를 찾아갔다면, 최근에는 인터넷상에 그러한 곳들이 잘 정리되어 있는 경우가 많아서 보다 손쉽게 찾아갈 수 있게 되었다. 그러나 경기도지역의 주민들이 경기도에 어떤 좋은 곳들이 있고, 숨어있는 맛있는 음식점들이 있는지는 서울지역에 비해 상당히 정리가 되어있지 않다. 예를 들어 부천에서 화사동료들끼리 일을 끝내고 간단히 회식을 하려고 하는데 어디가 좋은지, 구리시에 사는 사람이 저녁때 데이트 코스삼아 갈만한 곳이 근처에 어디있는지와 같은 실생활 정보들은 구축되어 있지 않다. '경기도의 맛집멧집'이라는 메뉴제목이 결국 포착하고자 하는 것은, 단순히 멋들여지고 분위기 좋은 가게들을 알아내지는 것 뿐만이 아니라, 경기도에 사는 지역주민들이 실제로 자기가 동네에서 기본 곳들을 구체적인 정보로서 함께 공유하지는는데에 있다. 이를 통해 이전에는 그다지 소속감이 들지 않았던 경기도에 대하여, 구석구석에 재미있고 좋은 곳이 많다는 것을 알게 됨으로써 보다 높은 소속감을 확보하고 만족도를 향상시키게 하는 것이다. 맛집멧집의 기본개념은 기존 지식검색 서비스의 형식과 동일하게 하고 보다 구체적인 지리정보를 자세하게 얻을 수 있도록 해주는 기능을 부가해주는 것으로 한다. 이 밖에

‘리포터가 간다!’ 와 같은 코너를 만들어서 경기도 지역의 곳곳에 숨어있는 맛집멋집을 직접 찾아내어 발굴하는 것도 생각해 볼 수 있다.

2) 지역정보 Q/A

지역정보는 경기도의 지리정보를 몇 가지 테마로 묶어 사람들이 보다 손쉽게 경기도의 지역적 정보를 이해하고 받아들일 수 있게 해주는 서비스이다. 주요 테마는 여행/데이트/약속/드라이브/낚시/등산/관광/교육/문화예술 등으로 나누고 이에 따라 사람들에게 널리 알려진 곳에 대해 각각의 테마에 지역별 정보를 실어주는 것이다. 물론 ‘지식검색’의 기능이 일차적인 것이므로 그 뒤로는 사용자들끼리 활발한 정보제공과 교환을 통해서 그러한 지역정보들이 실제로 그 지역에 살고 있는 주민들에 의해 설명되고 제공되어지는 방식을 택하도록 한다.

3) 고민거리 Q/A

고민거리 Q/A는 경기도의 2030세대들이 자신이 가지고 있는 구체적인 고민거리에 대한 해결방법을 질문하면 다른 사람들이 이에 대해 답을 해주고, 이렇게 축적된 질문과 답변들을 비슷한 고민거리를 가지고 있는 사람들이 다음에 검색해서 찾아볼 수 있도록 하는 서비스이다.

8.2.2 아해 상식코너

‘아해! 상식코너’ 는 정보마을이 추구하는, 2030세대들에게 실생활과 밀접한 정보들을 부담없이 손쉽게 접할 수 있도록 해주는 목적을 가지고 구성한다. 그러므로 단순한 ‘상식의 나열’ 에 그치는 것이 아니라 오락성을 가미하여 충분한 흥미유발 효과를 갖추고 있도록 구축되어야 한다. 그러기 위해서는 젊은 감각과 전문성을 두루 갖추고 있는 외부 집필진을 다수 확보해야 할 것이다. 그리하여 ‘아해! 상식코너’ 라는 제목 그대로, 정보를 접

하는 네티즌이 '이하, 그랬던거구나' 하고 되뇌일 수 있도록 내용과 시각적 편집을 구성할 수 있어야 한다. 대략적인 하위항목의 구성은 다음과 같다.

1) 아해 경제상식

- 2030에게 기본적으로 필요한 경제상식은 우선 자신들의 재정을 관리할 수 있는 재테크 기법, 주식관련 상식, 부동산 상식이나 세금관련 상식 그리고 신문의 경제면을 읽고나서 그것이 무슨 내용인지 대략적으로 알아들을 수 있는 기본적 용어상식 등이다. 이와 같은 2030세대들의 경제상식의 수요를 정확하게 파악하고 그것을 시원하게 풀어줄 수 있는 '지식공급' 을 해주도록 한다.
- 여러 가지 방법이 있겠지만 2030세대들이 직접 경제신문이나 일간신문의 경제면을 읽고 충분히 이해할 수 있도록 기초적 상식을 제공해주는 서비스를 해주는 것이 수요자 입장에서 체감효과가 클 것이다. 생각해 볼 수 있는 방법 중 하나는, 아래 그림과 같이 주요 경제신문의 기사들을 보여주면서 그것이 '무슨 소리' 인지 초보자 수준에서 친절하고 구체적으로 설명해주는 방법이 있다. 이것을 몇일 단위로 업데이트하면서 사용자들이 실생활에서의 경제상식을 직접 어렵게 공부하지 않고도 손쉽게 획득할 수 있도록 한다. 시각적으로 친근하고 접근성이 쉽게 하는 것이 좋을 것이다.



- 만약 특정 신문사의 기사를 지속적으로 설명대상으로 놓는다면 직간접적 광고효과가 상

당히 있는 것이기 때문에 일정정도의 광고비를 신문사로부터 받을 수 있다.

- 기타 증권, 부동산, 세금관련 상식들도 사용자들이 접근하기에 친근하고 흥미를 쉽게 유발할 수 있는 점에 초점을 두어 레이아웃을 구성하도록 한다.

2) 아해 법률상식

- 2030세대는 자신이 직접 법을 공부하지 않은 사람이라면 비교적 짧은 경험과 연륜 때문에 법률적 문제들에 대해 정확히 알지 못하는 경우가 많고 따라서 실제로 법률적 문제가 걸린 상황에 봉착했을때 부족한 기초적 법률상식 때문에 어려움을 겪게 되기 쉽다. 이를 위해 2030의 젊은 세대들이 접하게 되기 쉬운 구체적인 사례를 중심으로 하여, 법이 주는 딱딱한 이미지를 탈피하여 가볍고 생기있는 시각적 디자인을 가미하여 부담없이 법률상식을 얻을 수 있도록 한다.

3) 아해 문화예술 상식

- 아해! 문화예술 상식은 2030세대들의 왕성한 문화적 욕구를 충족시키기 위한 코너로 대중문화로부터 클래식과 현대미술에 이르기까지 문화예술 전반에 대한 재미있고 다채로운 상식을 다루는 코너이다. 너무 교양위주로 콘텐츠가 구성이 되면 오락성과 재미를 잃을 수도 있으므로 예를 들어 '미켈란젤로 작품의 뒷이야기' 와 같은 내용을 실었으면 '할인카드와 쿠폰으로 영화를 진짜 싸게 보는 비법!' 등과 같이 대중문화 및 연예인과 관련된 정보, 소식들을 적절히 조합하여 젊은 세대들의 흥미 유발을 놓치지 않도록 한다.
- 해당되는 콘텐츠가 있다면 '문화마을' 의 하위 카테고리와 연계가 될 수 있도록 한다.

4) 아해 건강상식

- 아해! 건강상식은 일반적인 '건강관리 방법' 에 관한 많은 글들, 정보들과는 약간 다

르게, 2030세대가 필요로 하는 것들에 초점을 맞추어 콘텐츠를 구성하도록 한다. 젊은 세대들은 비교적 신체가 건강한 연령이고 성인병이나 복합적인 만성질환에 시달리는 경우는 많지 않기 때문에 '신체'와 '건강'에 관련된 이슈들은 주로 다이어트, 헬스 및 웨이트 트레이닝, 스포츠, 미용과 관련된 것들로 구성되는 것이 바람직하다.

- 그러므로 '아하! 건강상식'의 구성은 '조금만 알면 큰 도움이 되는 건강상식'을 메인으로 하고, 추가 메뉴로 '남성들을 위한 건강상식', '여성들을 위한 건강상식'을 만들어서 남성들을 위한 메뉴에는 운동, 스포츠, 헬스, 비만관리 등과 관련된 정보들을, 여성들을 위한 메뉴에는 다이어트, 체중관리, 피부관리 등의 정보들을 실는다. 어린이들을 둔 젊은 부모들을 위해 어린이들의 건강문제를 다룬 코너를 마련해도 좋은 반응을 기대할 수 있을 것이다.

5) 아하! 게임상식

- 게임상식 코너에서는 전문 프로그래머나 게임매니아들을 집필진으로 하여, 특히 20대들이 많이 하는 컴퓨터 게임이나 플레이스테이션과 같은 오락들에 대해 게임과 관련된 기술과 팁을 알려주고 각종 유용한 정보를 공유하게 된다. 최근에 나오는 오락들은 구성도 복잡한 것들이 많고 단순히 혼자 하는 오락에서 벗어나 온라인상에서 다른 사람들과 같이 접속하여 즐기는 것들이 많은데 이런 게임들에 능숙해지고 잘하게 되는데는 시간도 많이 필요하고 정보도 많이 알고 있어야 한다. 보통 이러한 정보들은 오락성이 짙은 것이기 때문에 '아하! 상식코너'에 게임과 관련된 항목이 있으면 거의 대부분 한 두개 정도의 게임을 즐기는 요즘 젊은이들에게 충분히 관심이 가는 메뉴로 자리잡을 것으로 보인다.

6) 아하! 과학상식

- 아하! 과학상식 코너에서는 메뉴를 방문하는 사용자들이 고급 과학지식이나 교양과학 수준의 지식을 얻기 위해 방문하는 것이 아니므로 흥미있고 재미있는 과학적 소재를

다루도록 한다.

7) 아해 컴퓨터 활용팁

- 아해! 컴퓨터 활용팁에서는 2030세대들이 거의 하루도 빠짐없이 매일 몇 시간씩 접하게 되는 컴퓨터를 어떻게 하면 더욱 효율적이고 알차게 활용할 수 있는지에 대한 각종 정보를 제공하게 된다.
- 일반적인 소프트웨어 작동법부터 컴퓨터에 고장이 나거나 에러, 시스템 다운등이 발생했을때 어떻게 조치를 해야하는지, 하드웨어적인 문제에 대한 대처법 기타 윈도우즈 등과 같은 운영체제들에 있어 조금만 알면 큰 도움이 되는 유용한 팁들을 많이 알려주게 된다. 보통 그러한 정보들은 자기가 어떤 문제에 봉착했을때 인터넷을 뒤져 해결방법을 찾는 경우가 많은데 역시 부담없이 손쉽게 접할 수 있는 인터페이스를 통하여 정보를 제공해주면 사용자들에게 도움과 흥미를 줄 수 있다. 재미있는 인터넷 사이트를 발굴하여 소개하는 메뉴도 마련해두면 좋을 것이다.

8.2.3 책읽는 마을 '사이버 열람실'

1) 신간서적 vs 구간서적 코너

- 먼저 신간소개 코너에서는 이번 주나 이번 달에 나온 신간서적을 소개한다. 신간서적 선정 과정은 미디어의 서평을 이용할 수도 있고 도서평가단을 선발하여 그들이 직접 읽고 발굴해내는 방법을 이용할 수 있다. 구간서적 소개 코너에서는, 사람들에게 널리 알려지지 않았고 발간된지는 좀 지났지만 문학기에는 가까운 책들을 발굴하여 소개하도록 한다. 이 역시 도서평가단을 활용하는 방법을 택할 수 있을 것이다.
- 그렇게 선정된 신간서적과 구간서적을 마치 서로 대결시키는 것처럼 병치해놓고 각 책의 장점을 부각시키도록 한다. '추천' 아이콘을 클릭하여 네티즌들의 의견을 물을 수 있도록 해놓은 다음 매주마다 어떤 책이 이겼는지, 어느 책이 더 많은 추천수를 얻었는

지 집계해서 승리한 책의 목록을 매주, 매월, 매년별로 보여주도록 한다.

- 구간서적들의 경우 판매량이 많지 않은 경우가 많기 때문에 온라인 서점이나 오프라인 서점에서 매우 많이 할인된 가격에 판매하는 것들이 많다. 이를 십분 활용하여 네티즌들이 구간서적의 서평들을 찬찬히 읽어보고 그것을 적극적으로 구매하도록 하게 할 수 있을 것이다.('도서구매' 란 참조) 이를 통해 얻은 수익금으로 도서평가단 지원이나 기타 '책읽는 마을' 운영비에 보탬 수 있을 것이다.

2) 명사 추천 '한권의 책'

- 명사 추천 '한권의 책'에서는, 사회적으로 이름있는 유명인사들을 인터뷰하여, 그들이 가장 감명깊게 읽었거나 자신의 삶에 매우 큰 영향을 미친 책을 자신의 인생사와 엮어서 설명하게끔 하는 방식을 택한다. 이에 아울러서 그 책을 읽은 독자들이 자신이 읽은 느낌을 올리거나, 그 책을 구입하고자 하는 사람들끼리 '책 읽는 마을'에서 공동구매하여 10~20% 저렴하게 구입할 수 있도록 해준다. 이렇게 유명한 과학자나 종교인, 예술가나 발명가, 기업인들이 어떠한 책을 읽고 자신의 인생을 변화시키게 되었는지에 대한 내용을 실어줌으로서 교육효과와 흥미유발을 바탕으로 한 유인효과 모두를 획득할 수 있을 것으로 보인다.

3) Now 베스트셀러

- 대형서점 및 온라인 서점 등에서 집계하는 판매부수량을 바탕으로 해당주간의 베스트셀러를 선정, 소개해주는 코너이다. 단순히 베스트셀러에 대한 간단한 정보만을 제공하는데 그치지 않고 그 책의 해당분야와 관련한 다른 좋은 서적들, 그리고 기초상식 같은 것을 함께 실어 입체적 정보를 얻을 수 있도록 해준다.

4) 스테디셀러엔 뭐가 있을까?

- 오랫동안 꾸준히 팔리는 좋은 책들, 고전들을 선정하여 한 달에 두권 정도씩 소개하도록 한다. 스테디셀러로 자리매김하게 된 책들의 이면에는 어떠한 이유가 있는지, 책의 내용과 의의 등을 심층적으로 해설해주는 코너이다.

5) 해외 베스트셀러

- 영어권 및 중국, 일본 등에서 현재 베스트셀러 목록에 올라있는 책들을 알려주고 내용을 소개해주는 코너.
- 해외의 베스트셀러 소개를 통해 해당국가의 문화와 사람들의 의식수준 및 유행을 간접적으로 비추어 볼 수 있고 흥미유발을 통해 유인효과를 얻을 수 있다.

6) 책읽는 마을 이주의 테마

- '책읽는 마을' 에서 매주 혹은 보름단위로 한 개의 중요한 주제나 이슈를 선정한다. 예를 들면 '진화인가 창조인가', '중국의 대해부', '미국의 정치와 한국의 정치', '영어 공부법' 등 사람들의 주목을 끌만한 테마를 정하여 그와 관련된 몇 개의 좋은 서적을 추천해준다.
- 추천된 책의 내용을 간단하게 소개하고 그것이 '이주의 테마' 에 대해 어떤 입장을 표명하는 책인지를 보여준다. 이를 바탕으로 해당 테마에 대해 네티즌들이 다양하게 자신들의 생각을 펼치고 상호간에 활발하고 때로는 격렬한 토론이 오갈 수 있도록 한다.

7) 내가 추천합니다! '독자 참여마당'

- '책읽는 마을' 사용자들이 스스로 자신이 재밌게, 감명깊게 읽는 책들을 추천하고 서평을 올리는 코너로, 책의 표지 그림이나 책과 연관된 사진들을 같이 업로드하여 읽는 사람으로 하여금 관심을 가지고 읽을 수 있게 한다.
- 비교적 판매량이 많았던 책을 선정하여 그 책에 대한 느낌과 생각 등을 토론의 형식으로

로 온라인 상에서 주고 받을 수 있도록 주제와 이슈를 던져준다. 이에 대해 네티즌들의 활발한 ‘토론’ 과 ‘헌쟁’ 이 유발될 수 있도록 장을 마련해준다.

- 매달마다 가장 높은 ‘추천’ 클릭을 받은 서평 혹은 다른 사용자들이 그 책을 ‘책읽는 마을’ 사이트 상에서 클릭하여 구매했을때 구매량이 가장 많았던 서평을 골라서 서평 작성자에게 소정의 도서구입비 혹은 mp3플레이어 같은 상품을 준다.

8) 도서구매

- 사용자들이 ‘책읽는 마을’ 에 접속하여 다양한 책들에 대한 정보와 서평등을 접하다보면 자기가 관심있는 책들에 대한 구매욕구 의사가 상당히 높아질 가능성이 있고, 같은 화면내에 한두번의 클릭만으로 그것을 구입할 수 있는 시스템이 갖추어져 있다면 도서판매량을 어느 정도 기대할 수 있다.
- 상업적인 온라인 서점이라면 사람들이 책을 구매하고자 할 때에만 접속하게 되는 한계가 있는 반면에, ‘책읽는 마을’ 의 경우에는 다양한 도서정보와 교양지식들을 제공하고 지적 흥미를 유발시키면서 자연스럽게 도서구매로 이어지게끔 하기 때문에 더욱 큰 잠재력이 있다고 할 수 있음.
- 인터넷 온라인 서점과 링크하여 도서구매 유도. 이를 통한 매출액의 일부를 온라인 서점으로부터 수수료로 책정하여 ‘책읽는 마을’ 운영비에 보태도록 한다.

9) GYN 북클럽 (독서 커뮤니티)

- <책읽는 마을 사이버 열람실>의 사용자들을 대상으로 특정 관심분야를 가지고 있는 사람들을 엮어주어 독서클럽을 만들어 모임을 가질 수 있게끔 온라인 상으로 지원한다. 특정 관심분야를 가지고 있지 않은 일반독자들끼리도 독서라는 취미를 공유하는 형식으로 같이 모여서 토론하고 이야기하며 커뮤니티를 형성할 수 있도록 해준다.
- 도청에서 소정의 클럽지원금(약간의 도서구입비/미팅을 위한 커피숍 비용 등) 제공

8.2.4 토크(talk talk) 전문가

- 각계의 전문가를 일정 기간단위로 초빙하여 온라인 상에서 여러 가지 질문들을 묻고 대답해주는 형식
- 예를 들어 한의사나 변호사, 영어강사, 컴퓨터 강사, 프로그래머, 웹디자이너, 여행전문가, 신화전문가, 비행기 매니아, 치과의사, 유명 미술사 등 사계의 명사나 전문가들을 초빙하여 일반인들이 궁금해하는 점을 직접 물어보고 대답할 수 있게 해준다.
- 해당분야의 지식에 대해서 뿐만이 아니라, 진로의 선정과 그에 대한 정보, 공부하는 방법 등을 새롭게 알려줄 수 있기 때문에 2030세대들에 대한 잠재적 교육효과, 선도효과도 클 것으로 보인다.

8.2.5 Click! 오피니언 리더 ‘당신이 만드는 여론’

- 사회적으로 현안이 되는 이슈들에 대해 여론을 묻고 찬반 대결을 펼치게 함
- 먼저 사회적 이슈가 되는 것에 대해 왜 그것이 이슈가 되는지, 사회적 맥락은 어떠한지, 대체적인 여론은 어떠한지, 그것이 경기도와 경기도민들에게는 어떤 의미를 가지고 있는 것인지를 깔끔하게 보여준다. 그런 후에 경기도의 2030세대들의 목소리가 다양하고 조화롭게 펼쳐질 수 있도록 구획을 배치한다.
- 해당 현안이 정치적 이슈와도 연관되어 있는 문제라면 국회의원들 및 정치인들이 정당별로 혹은 개인별로 어떠한 입장을 표명하고 어떠한 정책을 제시하고 있는지 엮어서 보여줄 수 있다. 그리고 그러한 현안에 대해 경기도, 경기도지사는 어떠한 입장을 가지고 있으며 어떠한 정책을 구상하고 있는지를 비전과 함께 제시할 수 있다.
- 이 메뉴항목의 핵심은 네티즌들이 설전을 펼치며 온라인상의 익명성을 바탕으로 떠들어대는 단순한 웹페이지 하나를 늘리는 것이 아니라, ‘경기도 2030’의 ‘목소리’가 표출되는 ‘공간’, ‘공론의 장’을 열어준다는 의미를 가지고 있는 것이다. 경기도민들의 의식조사결과에서 드러난 낮은 지역소속감, 희박한 지역정체성 등을 해결하기 위해서는 경기도의 젊은이들이 그들의 이야기를 왈차지껄하게 떠들어대고 소통할 수 있는

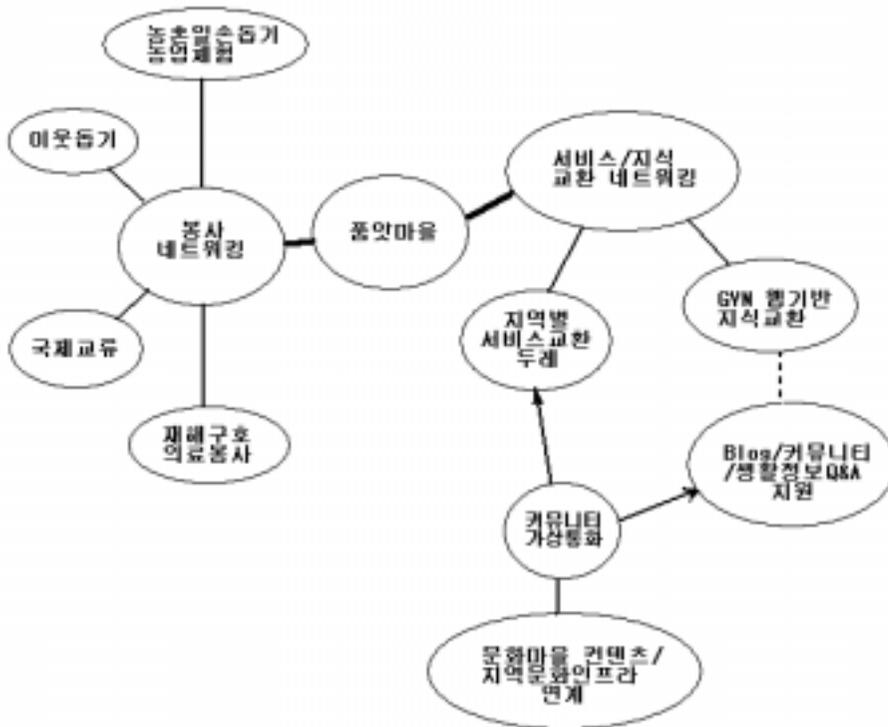
공간이 필수적으로 요청된다. 따라서 젊은이들만의 고민과 의견을 털어놓을 수 있는 자유로운 토론과 생각의 공간을 열어준다는 것을 초점으로 하여, 2030세대들의 의사소통을 바탕으로 커다란 상징적 커뮤니티를 형성할 수 있도록 한다. 이를 통해 경기도민으로서의 정체성과 소속감 향상을 꾀할 수 있을 것이다.

〈정책 제언·요약〉

- 경기도 정보마을(경기지식마당)은 온라인 상에 구축될 경기도 2030청년마을(www.gyn.com)의 하위메뉴로서, 다양한 생활정보와 유인요소들을 포함하여 오락성과 실용성을 강화시키고 홈페이지를 종합 포털사이트로 자리매김할 수 있도록 하기 위한 것이다.
- 따라서 정보마을은 다양한 실용적인 정보들을 흥미있는 아이템과 결합시킨 인포테인먼트(infotainment)적 속성을 띠게 된다.
- 정보마을의 주요 하위메뉴는 경기iN 지식검색, 아하!상식코너, 책읽는 마을 '사이버 열람실 ; Click! 오피니언 리더' 당신이 만드는 여론 ; 톡톡(talk talk) 전문가의 5가지 항목으로 구성된다.
- 정보마을의 접속을 통해 사용자들은 다양하고 실용적인 실생활 정보들을 얻을 수 있을 뿐 아니라, 여러 가지 이슈들과 현안들에 대한 정보를 나누고 같은 지역과 같은 시대를 살아가는 다른 경기도 2030들과 그에 대한 이야기와 토론을 나누면서 일정한 공감대를 형성하거나 경기도민으로서의 정체성을 찾아나갈 수 있게 될 것이다. 경기 지식마당이 그러한 온라인 공론장의 역할을 할 수 있도록 상기 제시한 메뉴들을 사용자 중심 인터페이스를 바탕으로 짜임새 있게 구성하는 작업이 필요할 것이다.

9. 품앗마을

9.1 전체구조



〈그림 3-10〉 품앗마을 구조도

품앗마을은 청년마을 사이트 이용자들의 자원봉사활동 참여를 유도하고 자원자와 수요처 사이의 연결을 도우며, 지역공동체 내에서 각자에게 필요한 서비스와 정보를 편리하게 교환할 수 있는 장을 마련한다. 이를 통해 참여자 개인의 필요를 충족할 수 있을 뿐 아니라 지역공동체 내부의 의사소통을 촉진하고 소속감과 유대감을 증진시킬 수 있다.

그러나 이 과정의 활성화되기 위해서 청년 세대의 자발성에만 의지할 경우 유명무실하게 되기 쉽다. 따라서 이 과정의 각 단계들을 연결하고 그 사이로 각종 지원이 원활히 흘러

러들어갈 수 있게 하는 매개체가 필요하다.

품앗마을은 크게 서비스/지식 교환 네트워크와 봉사 네트워크로 나누어지며, 구조는 위 <그림 3-10>과 같다.

9.2 경기도의 자원봉사지원체계 현황

9.2.1 기존 체계

현재 경기도에는 지역사회에 산재해 있는 단체들의 산발적이고 비효율적인 자원봉사활동을 보다 전문적이고 체계적인 자원봉사활동으로 발전시키기 위한 목적으로 경기도 자원봉사센터가 설립되어 있으며, 경기도 센터는 다시 31개 각 시·군 자원봉사센터와 연결되어 있다. 시·군 자원봉사센터와 도내 자원봉사센터는 인터넷 게시판, 전화, 방문의 수단을 통해 봉사희망자와 수요처를 연결하는 업무를 담당하고 있으며 그밖에 민간 사회단체들의 봉사활동 프로그램을 지원하고 자원봉사 전문가를 교육하는 등의 활동을 하고 있다. 즉, 도내 자원봉사활동을 체계적으로 지원하기 위한 시스템적인 인프라는 이미 갖춰져 있다.

9.2.2 청년 세대의 자원봉사 참여 부족

각 시·군 자원봉사센터에 문의하는 실질적인 자원봉사 지원자는 봉사시간 인증을 필요로 하는 중고생들이 대부분으로, 가장 활기있고 왕성한 20~30대 청년들의 지원은 매우 드물다. 이는 다음 통계 자료에도 잘 드러난다.

〈표 3-19〉 경기도 연령별 자원봉사 경험 조사

시점:2003	15세이상 인구	경험있다	경험있다 -계속하 겠다	경험있다 -기회가 주어지면 하겠다	경험있다 -하고싶 지만 지금은 어렵다	경험있다 -할 생각이 없다	경험없다	경험없다- 기회가 주어지면 하겠다	경험없다- 하고싶지 만 지금은 어렵다	경험없다- 할 생각이 없다
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
경기	100.0	13.9	43.3	38.8	16.7	1.2	86.1	29.1	47.3	23.6
남자	100.0	13.8	44.1	39.7	15.5	0.7	86.2	29.1	48.5	22.4
여자	100.0	14.1	42.5	38.0	17.9	1.7	85.9	29.0	46.2	24.8
15-19세	100.0	54.1	32.3	42.4	22.8	2.5	45.9	54.5	32.7	12.8
20-29세	100.0	9.6	34.0	52.5	13.5	-	90.4	36.9	48.9	14.2
30-39세	100.0	10.3	48.3	35.1	16.1	0.5	89.7	31.0	54.1	15.0
40-49세	100.0	13.8	49.2	37.1	13.7	-	86.2	28.0	50.9	21.1
50-59세	100.0	9.1	59.6	25.0	13.6	1.7	90.9	23.6	51.1	25.2
60세이상	100.0	6.5	66.3	22.9	8.0		2.9			

출처 : '향후 자원봉사활동 참여여부(2003~2003)', 통계청 통계정보시스템
 <<http://wwwsearch.nso.go.kr>>

- 표를 보면 15-19세 연령대의 유경험 비율이 유달리 높으며, 20대와 30대는 각각 9.6%와 10.3%로 매우 낮은 비율을 기록하고 있다. 이와 같은 비율은 전국 평균과 비교해도 다소 낮다(전국 평균은 20대 10.3%, 30대 11.6%).
- 특기할 것은 20-30 세대의 90% 정도가 자원 봉사 경험이 없으나 이들 중 절반 가량(20대 48.9%, 30대 54.1%)이 “하고 싶지만 지금은 어렵다” 라고 대답하고 있다는 것이다. 나머지 무경험자 대부분도 “기회가 주어지면 하겠다” 고 응답하고 있으며, “할 생각이 없다” 고 응답한 피설문자는 10%를 약간 상회하는 정도에 불과하다.
- 이 조사결과에 드러난 자원봉사 활동에 관한 20-30 세대의 일반적인 태도를 요약하면, “거의 해 본 경험이 없고, 기회가 주어지면 할 용의가 있긴 하나 굳이 찾아나설 정도의 의욕은 없으며, 무엇보다 내겐 다른 급한 일이 더 많다” 정도가 될 것이다.
- 설문조사 결과에 나타난 이러한 태도는 경기도 뿐 아니라 우리 나라 전체에 일반적인 것으

로, 첫째 청년 세대가 IMF 이후 전반적으로 악화된 고용환경 속에서 심한 압박감을 받고 있으며, 둘째 여가 시간 역시 생존을 위한 자기계발이나 그러한 압박감을 해소하기 위한 소비적 문화유행에 사용되고 있기 때문으로 풀이된다. 자원봉사 경력의 그 사람의 능력과 사회적 건강성에 대한 증거로 인정하는 사회적 풍토가 아직 정착되어 있지 않은 것도 이런 경향을 한층 강화한다. 이러한 상황에서 다른 특별한 유인 제공이 없는 한 청년 세대의 자발성에만 기대어 아웃을 돕고자 하는 열망과 지역공동체에 대한 소속감과 참여의식 사이의 선순환이 발생할 것을 기대하기란 대단히 어렵다.

9.3 자원봉사체계의 지향

9.3.1 네트워크로 유인 필요

단지 '자원봉사의 장을 마련해 주면 와서 참여할 것'이라는 기대로 단지 기존에 존재하는 네트워크를 반복하기보다는, 청년 세대의 자기계발과 문화소비에 대한 욕구를 충족시켜 줄 대안을 제시하면서 이를 지역공동체에 대한 봉사과 기존 자원봉사 네트워크에 연결시켜주는 방안을 강구해야 한다. 특히 청년 세대는 자신의 서비스를 제공하는 대가로 돈을 받고, 이 돈을 소비하여 자신이 욕구하는 자기계발 및 문화소비를 위한 서비스를 구입하는 과정에 익숙해 있는 바, 이들을 자원봉사의 장으로 끌어내기 위해서는 먼저 돈으로 매개되지 않는 봉사(서비스) 교환관계에서 사람을 만날 때 받는 감동을 체험하게 하는 것이 필요하다.

9.3.2 정체성 형성과 참여의식 제고 사이의 선순환 유도

1부에서 본 것과 같이, 경기도인은 주변에 인접한 대도시와 밀접한 문화적 연계를 가지고 있고 특히 청년 세대의 경우 생업 또는 학업의 근거를 타 시도에 두고 있는 경우가 많다. 따라서 경기인으로서 정체성 형성 수준이 비교적 낮으며, 이로 인해 지역공동체에 대한 귀속감이 높지 않다. 그 결과, 지역공동체의 발전과 자아성취 사이에 동일시적 연관관

계를 설정하는 것이 상대적으로 곤란하다. 지역공동체의 발전을 위한 일들에 나서기를 꺼릴수록 '나는 나, 지역 일은 나와 상관없는 것, 남들이 알아서 하겠지' 라는 생각은 더욱 강화되고, 지역공동체의 구성원으로서 자신을 인식하는 정체성의 약화와 지역공동체의 과제들에 대한 참여의식의 저하 사이의 악순환이 지속되게 된다. 이는 어떤 캠페인성 사업 추진으로 해결할 수 있는 문제는 아니며, 지역공동체로의 참여를 이끌어내면서 동시에 경기도인임에 자긍심을 가질 수 있게 하는 다각적이고 폭넓은 접근을 필요로 한다. 이를 통해 정체성 형성과 참여의식 제고 사이의 선순환을 발생시켜야 할 것이다.

9.3.3 국제인 - 경기인

앞에서 경기인으로서의 정체성 형성 전략으로 인접 대도시들과의 연관관계 속에서보다 인접한 중국과 동남아시아를 기본 배경으로 국제적 구도에서 경기도와 자신을 바라볼 수 있게 하는 것이 바람직하다는 점을 제시하였다. 자원봉사 또한 '국제교류의 중심에 있는 경기인은 곧 국제인으로서 소양과 감각을 갖춘 사람' 이라는 점에 초점을 맞추어 국제교류 영역을 활성화한다. 도내 각 자치단체에서 추진하는 축제와 민간단체의 인적 국제교류가 해외 특정 자치단체와 연결될 수 있도록 포괄적인 방향 설정과 지원을 시행하여 지속성을 높인다.

9.4 품앗마을 구성 방침

2. 경기도의 자원봉사체계 현황에서 한 분석에 따라, 품앗마을 구성은 다음과 같은 방침을 따른다.

9.4.1 참여자의 성격에 따라 차별화된 접근방식

이미 자원봉사 활동에 참여한 경험이 있거나 참여 의지를 가지고 있는 청년들을 위한 네트워킹 또한 강화하되, 진입장벽을 낮추는 데 중점을 두어 그런 경험이 없는 청년들이

활동할 수 있는 공간을 제공한다.

9.4.2 적절한 유인(incentive) 제공

단순히 자원봉사 정신에 호소하는 것은 실효성이 없을 가능성이 높다. 자원봉사 경험이 없는 청년들을 품앗마을로 끌어들이기 위한 지속적이고 체계적인 유인을 제공한다.

9.4.3 유인 체계와 경기마을의 다른 부분간 연관성 확보

유인 체계를 통해 경기마을의 다른 부분들에서 제공되는 콘텐츠와 품앗마을을 연결하여 경기마을 전체에 대한 이용자 경험의 통일성과 만족감을 높인다.

9.5 서비스/지식 교환 네트워크

9.5.1 커뮤니티 가상통화 (Community Cyber Currency)

: 사이버머니 + 지역화폐

일명 '레즈' 라고 불리는 지역통화운동(LETS : Local Exchange Trading System)은 특정지역을 단위로 지역 주민들이 상호간 서비스나 상품을 현금없이 또는 현금과 병용하여 거래하는 형태를 뜻한다. 노동력, 지식, 기술 등을 상호 교환하는 것으로 우리 고유의 '두레' '품앗이' 와 성격이 비슷하다. 예를 들면 전문번역가가 번역을 해주는 대신 자동차 수리서비스를 받는 식이다. 지역통화운동은 지역공동체의식에 기반을 둔 거래를 통해 지역적 일체감을 고양하고 로컬머니의 이용으로 지방경제를 활성화시키는 효과를 노릴 수 있을 뿐 아니라, 각종 서비스를 매수하기 위한 현금이 부족한 사회적 약자 계층이 자신의 기술이나 잠재적 능력을 이용하여 서비스를 교환할 수 있게 함으로써 경제적 약자의 희생을 줄이는 사회안전망 역할도 할 수 있고, 자신의 잠재적 능력을 계발할 수 있는 기회를 제공하는 등 많은 측면에서 가치를 인정받고 있다.

각 포털 사이트나 커뮤니티 사이트에서 유료 서비스 결제 용도로 사용되는 포인트, 인터넷 쇼핑몰의 마일리지, 온라인 게임의 게임머니 등 사이버머니 개념들과 캐나다의 LETS, 국내의 fm(미래화폐), 두루 등의 지역화폐 개념을 결합하여, 온라인의 커뮤니티 활동, 콘텐츠 이용과 오프라인 지역공동체의 문화시설 이용, 서비스 교환의 통합 매개체로 청년마을에 커뮤니티 가상통화(CCC) 체계를 도입한다.

- 통화 단위의 가치는 원과 같게 한다.
- 통화 이름을 따로 정한다. 예를 들어 한발 LETS에서는 통화단위로 '두루'란 명칭을 사용하고 있다. 청년마을에서는 경기도의 정체성을 고양하는 데 적절한 명칭으로, gm(경기머니)라던지 경기미(단위는 낱알, 알곡 or 홉/되/말/가마..를 사용)할 수 있을 것이다.
- 가입시 일정액을 지급하고, 하루 일정금액 이내로 접속시마다 또는 특정 배너 클릭시마다 약간액을 지급한다.

9.5.2 품앗마을과 다른 마을들의 연결

CCC를 청년마을 내부의 정보유통과 혜택획득의 매개체가 되도록 하여, 청년마을에 대한 충성도와 이용도를 높인다. 또한 '문화마을'과 '정보마을', 주부연결망 등 청년마을 지식/정보 네트워크와 자원봉사를 통합하는 매개체로 활용한다.

이용 방식을 예시하면 다음과 같다.

- 문화마을에서 CCC를 사용하여 문화컨텐츠를 이용한다. 이를테면 한 곡당 일정액(500두루 또는 경기미 5되 등등)을 지불하고 인기곡을 다운받는다. 영화 한 편 다운로드에 일정액을 지불한다.
- 포털 사이트 기타 인터넷 서비스 사이트들에서 유료나 마일리지를 소모하여 이용하는 서비스들을 CCC를 사용하여 이용할 수 있게 한다. 예를 들어 사주, 별자리점, 궁합, 타로카드 점, 심리 테스트 등 젊은층이 관심있고 즐겨하는 서비스들을 CCC와 연계하여 적절히 공급할 경우 서비스에 대한 만족감은 물론 사이트에 대한 인지도 상승에 큰 도움이 될 수 있다.

- 게임마을에서 CCC를 게임머니로 환전하여 사용한다. MUD게임 회사와 제휴하여 청년마을의 게임머니를 사용할 수 있는 MUD게임을 개발, 청년마을 사이트와 연동하여 서비스하게 한다.
- 청년마을 내에 클럽 서비스를 제공할 경우, 해당 클럽 활성도에 따라 관리자와 참여자에게 CCC를 제공한다.
- 청년마을을 통한 지식공유와 교류를 장려하기 위한 매개체로 활용한다. 여기에서는 정보마을, 여성마을 등에서 제공하는 관련 기능 및 정보를 사용자가 기계적으로 구분되어 있다고 느끼지 않도록 유기적으로 통합하는 웹페이지 설계가 중요할 것이다.
 지식생산자가 되고자 하는 사람에게 블로그를 제공한다. 블로그에 담긴 정보가 유용하다고 판단되면 방문자가 추천하고, 지식생산자는 추천지수에 따라 CCC를 얻는다. 또한 생활지식 Q&A란의 포인트로 활용한다. 질문자는 자신의 CCC를 걸고, 쓸모있는 답변으로 채택된 사람에게 걸린 CCC가 지급된다. 이 경우 아무래도 기존 포탈 서비스들의 지식검색과 경쟁하기는 어려우므로, 구체적인 지역과 관련된 지리적 정보 및 여성마을과 연결된 생활지식 교환에 특화하는 것이 현실적이다.
- 출판마을에서 책을 저렴하게 구입하는 데 보조수단으로 사용한다. 대규모 인터넷 서점보다 낮은 현찰가격에 책을 팔 수 있도록 보조금을 지급하는 데에는 현실적으로 무리가 있고, 인터넷 서점보다 비쌀 경우에는 거의 이용자가 없으리라 보여진다. 따라서 출판마을에서는 정가에 책을 구매하도록 하되, 30% 정도의 한도 내에서 CCC로 결제할 수 있도록 하여(현금+CCC) 회원의 CCC 축적에 따라 할인 효과를 낼 수 있게 한다.

9.5.3 오프라인 시설 이용 지원

LETS 운동의 경우 운동 가맹점들 사이에선 지역통화 또는 지역통화 + 현금으로 결제가 가능하다. 이 시스템을 온라인 청년마을과 연결하여 지역 문화복지 시설 이용시 혜택을 누릴 수 있게 한다.

- CCC를 문화상품권과 또는 영화쿠폰과 교환하는 이벤트를 실시한다.

- 영화관, 소극장, 병원, 서점, 음식점 등의 지역 가맹점에서 일정비율 내에서(20~30%) CCC를 사용하여 결제할 수 있게 한다.
- 시, 군, 구에서 운영하는 문화·체육시설 이용료를 CCC로 결제할 수 있게 한다.
 - ex) 군청회관에서 상영하는 영화 관람료, 시립 문화센터의 각종 강좌 수강료, 체육시설 이용료 등.

9.5.4 지역별 서비스교환 두레

품앗마을의 지식/서비스 교환 네트워크의 핵심으로, 지역통화 개념의 CCC를 매개로 하여 지역별 서비스 교환 체계를 구축한다. 청년마을과 각 시·군 자원봉사센터가 함께 지역별 서비스교환 두레를 만들어, 자신이 가진 기술이나 지식을 제공하고자 하는 사람과 이를 필요로 하는 사람을 위한 게시판을 만들고 수요자-공급자간 연결을 지원한다.

예를 들어, 비품이나 컴퓨터 수리, 카풀, 육아 등 가사 품앗이, 각종 강습(외국어·컴퓨터·악기연주·꽃꽂이 등) 등의 서비스를 제공한 사람이 서비스를 제공받은 사람과 협의하여 청년마을 구좌에서 적정액을 이체한다. 또 공공기관에서 주최하는 환경관련 행사 등에 참여하고 공공기관에서 CCC를 지급받는다.

이 두레 시스템의 핵심은 환금성이 없으며 문화·복지 생활에 피부로 느낄 수 있는 도움을 주는 CCC 체계에 의해 뒷받침된다는 데에 있다.

9.6 봉사 네트워크

4. 서비스/지식 교환 네트워크에서는 주로 자원봉사 경험이나 의지가 부족한 청년 세대를 지역의 비급여 용역교환체계로 유인하는 데 목적을 두었다면, 여기서는 보다 자원봉사 경험이 풍부하고 의욕이 있는 청년들에게 보다 쉽고 유용한 자원봉사 기회에의 접근을 제공하는 데 목적을 둔다.

9.6.1 농촌돕기

경기도에서는 ‘기분만 한 농촌’ 프로그램으로 우수농장, 주말농장, 관광농원, 민박마을, 녹색농촌체험마을 등을 선정 소개하고 있다. 이 프로그램은 자원봉사나 농촌돕기의 성격을 갖고 있다기보다는 ‘관광자원으로서의 농촌’을 부각하는 데 주력하고 있어 품앗마을과는 약간 그 취지를 달리한다. 그러나 프로그램 중 주말농장과 녹색농촌체험마을은 농업체협의 기회 제공이라는 점에서 품앗마을에 연결될 수 있다.

1) 주말농장

현재 주말농장 이용 코너는 농촌돕기보다는 도시인들이 농촌풍광과 농사짓기를 맛보는 체험 기회를 제공하는 관광상품적인 의미를 갖는다. 이 코너를 좀 더 실질적인 것이 되도록 하기 위해서는 다양한 아이템 개발과 홍보가 병행되어야 한다.

〈표 3-20〉 경기도 내 주말농장

번호	시군별	위치	업체명	연락처	내용
1	양주시	장흥, 울대	송주주말농장	031-826-4585	주말농장
2	양주시	장흥, 삼상	노고산주말농장	031-855-5114	주말농장
3	양주시	장흥, 삼상	무드리(일영)주말농장	031-855-6102	주말농장
4	양주시	장흥, 일영	부부주말농장	031-855-5094	주말농원
5	광주시	초월, 지월	비둘기주말농장	031-762-0079	주말농장
6	광주시	남정, 귀여	귀여리친환경주말농장	031-764-1070	주말농장
7	고양시	일산, 구산동	고양시자유주말농장	031-923-9266	분양2500평
8	광주시	남중, 삼성	가나농장	031-762-9336	주말농장
9	남양주시	일산, 구산동	류기봉포도밭농원	031-572-2859	주말농장
10	남양주시	일산, 구산동	다혜농원	031-576-8429	주말농장
11	남양주시	일산, 구산동	명배농원	031-577-7585	주말농장
12	용인시	일산, 구산동	한터조랑말농장	031-332-3695	주말농장
13	화성시	일산, 구산동	은성농원	031-357-1097	주말농장
14	화성시	일산, 구산동	향기농원	031-352-3609	주말농장

도시인용으로 따로 제공되는 별도의 토지도 도시인에게 어떤 귀속감이나 충족감을 제공할 수 있겠지만, 그보다는 농촌의 정서 및 농업인의 경험과 실제적으로 연결될 수 있는 메뉴가 내용적으로 보강되어야 할 것이다. 즉, 독립적인 영리단체에 의해 운영되는 주말농장보다는 농촌의 영농인과 계약을 맺어 토지의 일정부분을 임대하고 주말마다 가서 보살피며 평일엔 그 영농인이 조금씩 보살피 주고, 추수한 농작물을 적절히 나누는 기쁨을 누리는 방식이 보다 바람직하다. 품앗마을에서는 영농마을과 연계되어 이와 같은 연결 주선 활동을 할 수 있을 것이다.

2) 녹색농촌체험마을

녹색농촌체험마을 역시 현재는 다른 농촌체험코너와 대동소이하게 '관광자원으로서의 농촌'을 상품화하기 위한 전략의 일환으로 운영되고 있다. 이 부분은 현실적 한계상 어쩔 수 없겠으나, 지역적 특성 및 중심 토산물의 특성에 맞추어 친환경적인 내용을 강조하며 적절한 차별화를 두는 방향으로 전략을 짜고 홍보해 나간다면 도농 연계에 있어 훌륭한 성과를 거둘 수 있다. 예를 들어 유기농 농산물 재배가 성한 곳에서는 해당 유기물 농산물 재배 과정을 체계적으로 관람하고 안정적인 구입 고객으로 결연 관계를 맺게 할 수 있다.

〈표 3-21〉 경기도 내 녹색농촌체험마을

번호	시군별	위치	업체명	연락처	내용
1	여주군	금사,상호	녹색농촌체험마을	031-886-4900	인절미만들기, 널뛰기
2	여주군	금사,주록	녹색농촌체험마을	031-884-6554	새끼꼬기, 칼국수만들기
3	양평군	양서,양수	녹색농촌체험마을	031-774-4929	농사체험, 생태학습
4	양평군	청운,신론	녹색농촌체험마을	031-772-3887	국궁체험, 박쥐동굴탐방
5	이천시	율,석산	녹색농촌체험마을	031-643-8440	사물놀이, 도자기체험
6	파주시	진동,동파	녹색농촌체험마을	031-953-8860	안보관광, 향토유적지탐방
7	여주군	강천,가야1	녹색농촌체험마을	031-882-6049	농사체험, 전통문화체험

3) 자매가정 만들기

앞의 주말농장 코너에서는 일정한 부분의 토지를 임대하여 소속감과 충족감을 제공하는 프로그램을 제안하였는데, 자매가정은 보다 순수한 농촌돕기 성격의 코너이다. 도시가정과 농촌가정의 자매결연을 주선하여, 도시가정에서 농촌을 종종 방문하여 일손을 돕도록 장려한다. 순수한 자원봉사적 성격을 강조하되 해당 농촌가정에서 사례로 농산물을 선물할 수도 있을 것이며, 잠시 도시를 벗어난 귀농의 기쁨과 특히 어린이가 있는 가정의 경우 어린이 정서에 미칠 교육적 효과 등을 홍보한다.

- 농번기 위주로 농촌일손돕기 메뉴를 만들어, 농촌마을과 도시지역을 연결하는 프로그램을 구성한다.

9.6.2 이웃돕기

이 영역에서는 기존의 각 시군별 자원봉사센터에 의해 구성되어 있는 기존 체계의 인프라와 노하우가 월등하며, 굳이 다른 체계를 덧붙이고자 시도할 필요는 없는 것으로 보인다. 그럼에도 이 코너가 필요한 이유는 봉사를 하고 싶는데 어떻게 할 수 있는지 잘 모르겠다 라는 생각으로 청년마을-품앗마을을 방문한 2030 세대에게는 확실하고 명료한 방법을 제시해 주어야 하기 때문이다.

- 각 시군별 자원봉사센터를 소개하고 사이트를 연결한다. 특히 청년 세대에게 알맞은 이웃돕기 프로그램을 간추려 소개한다. ex) 불우아동/아동가장 돕기, 독거노인 수발 등.
- 필요한 경우 헬프마을의 멘토링 시스템에 연결하여 자신에게 알맞은 활동은 무엇이며 어떻게 접근할 수 있는지 쉽게 파악할 수 있게 한다. 이는 자원봉사를 하고자 하는 사람 뿐 아니라, 봉사를 필요로 하는 사람에게도 마찬가지로 적용되어야 한다.

9.6.3 의료봉사 · 재해구호

- 의료봉사의 경우 의사, 의과대학생들의 신청을 받아 도서지역 등 무의료지역 방문, 무

의탁노인 진료 등의 활동으로 연결하게 한다. 단체 신청을 적극 유도하기 위한 홍보활동을 하며, 어느 지역에 어떤 종류의 의료 활동이 필요한지 데이터베이스를 구축하고 수시 업데이트하는 것이 필요하다.

- 재해 구호는 상설 운영이 아니라, 도내 또는 다른 지역에 재해가 발생시 자원봉사자를 연결해 주는 한시적 메뉴로 운영한다.
- 경기도 소방재난본부(www.fire.gyeonggi.kr), 적십자사 경기지사(www.redcrossg.or.kr), 전국 재해구호협회(www.relief.or.kr)등과 링크하고 해당 단체에서 어떤 활동을 할 수 있는지 정보를 제공한다.

9.6.4 국제교류

경기도 내에는 각 시·군 자치단체가 주최하거나 지원하는 문화제·페스티벌이 많이 있다. 이 축제들 중 상당수는 국제 문화교류에 관심을 갖고 외국인 상대 자원봉사생을 모집하고 있다.

- 각 축제별로 중국의 비슷한 성격의 축제를 선정하여 자원봉사자들간 교류를 추진한다.
- 도내 민간자원봉사단체들의 국제교류를 지원함에 있어 분야별 민간단체들이 해외 특정 자치단체와 일괄적이고 지속적으로 관계를 맺을 수 있는 방안을 모색한다.

〈정책 제언·요약〉

- 품앗마을은 청년마을 사이트 이용자들의 자원봉사활동 참여를 유도하고 자원자와 수요처 사이의 연결을 도우며, 지역공동체 내에서 각자에게 필요한 서비스와 정보를 편리하게 교환할 수 있는 장을 마련한다. 이를 통해 참여자 개인의 필요를 충족할 수 있을 뿐 아니라 지역공동체 내부의 의사소통을 촉진하고 소속감과 유대감을 증진시킬 수 있다.
- 이를 위해 품앗마을은 봉사 네트워크와 지식/서비스 교환 네트워크 형성을 목표로 한다.
- 지식/서비스 교환 네트워킹은 지역통화운동과 가상통화 개념을 결합한 사이버 커뮤니티 통화를 매개체로 경기도 청년들의 네트워크 진입과 형성을 고무하며 청년마을 전체의 정보와 지원 서비스의 유통을 뒷받침한다.
- 봉사 네트워킹은 농사일손돕기/농촌체험, 이웃돕기, 의료봉사/재해구호, 국제교류 등의 항목으로 이뤄지며, 자원봉사 경험이 풍부하고 의욕이 있는 청년들에게 보다 쉽고 유용한 자원봉사 기회에의 접근을 제공한다.

10. 영어마을

10.1 한국 영어 교육의 현황

- 1990대 들어서 세계어로서 영어의 중요성이 한층 부각되기 시작. 김영삼 정부 이래 국제경쟁력 강화를 이유로 세계화 정책을 적극 추진. 1994년 한국은 WTO에 가입하면서 교육시장 개방에 합의. 한국은 국제적으로 큰 영어교육의 시장으로 평가됨.
- 1997년 정부는 초등학교 3학년부터 주당 2시간씩 영어를 필수 정규교과로 지정. IMF외환 위기 시 잠시 주춤했던 영어 교육의 열기는 한국인의 해외유학, 연수, 여행과 원어민들의 한국행 증가로 다시 뜨거워지고 있음.
- 특히 IMF 위기에서 회복된 이후 초등학생들의 조기유학이 폭발적인 증가세를 보임. 교육인적자원부에 따르면 초등학생 조기유학은 1995년 235명에서 1999년 432명, 2000년 705명, 2001년에는 2107명으로 늘어났음. IMF 위기 때인 1998년까지 200여명이었음을 감안하면, 불과 3년 사이 무려 10배 가까이 증가. 증가율 또한 1998년(-12%)→1999년(103%)→2000년(63%)→2001년(199%)으로 2년 전부터 증가세가 두드러지게 나타남. 중·고등학생을 포함한 전체 유학생 가운데 초등학생이 차지하는 비율은 1995년 10.4%에서 2001년에는 26.5%로 늘어남.

학년도(3.1~2.28)	초	중	고	합계
1995	235	1200	824	2259
1996	341	1743	1489	3573
1997	241	978	2055	3274
1998	212	473	877	1562
1999	432	709	698	1839
2000	705	1709	1893	4397
2001	2107	3171	2666	7944

단위 : 명, 자료 : 교육인적자원부

〈그림 3-9〉 년도별 조기유학 현황

- 한국의 영어 교육시장은 영어학원과 학습교재, 해외 연수 등을 합치면 한해 4조~5조 원 규모가 될 것으로 업계에서 추산. 교육인적자원부가 공식 집계한 영어학원만도 전국에 3000여개. 서점에서 판매되는 각종 영어 관련 서적도 3000억원대의 시장을 형성. 유아부터 초중고생, 일반인을 대상으로 한 영어 학습지 시장의 규모도 7000억원. 그리고 최근 조기 영어교육이 유행하면서 유아들이 가지고 놀면서 영어를 배울 수 있는 장난감, 스티커, 비디오 등 교구재 시장도 3000억원대에 이른다. 여기에 영어를 배우기 위해 장단기 해외연수를 떠나는 학생과 일반인들의 연수 비용과 이들이 외국에서 사용하는 생활비 등을 합치면 최소한 1조5000억원은 될 것으로 보고 있음.
- 한편 대학생들의 영어 열풍도 심각한 수준. 경희대 대학 신문 기사에 따르면 ‘최근 몇 년간 대학생활하면서 가장 큰 고민이 무엇인가’ 라는 대학생의식조사 결과 ‘취업과 영어 못 하는 것’ 이 가장 높은 수치를 기록함. 또한 취업을 위해 해외에 어학연수를 다녀오거나 학원에서 토익, 토플 등을 공부하는 대학생들의 사교육비도 심각한 수준. 이화여대 교육대학원이 대학 4학년생 2348명을 대상으로 취업 과외비를 조사한 결과 4년간 사교육비로 1인당 평균 1261만원을 지출했고 이 가운데 토플 토익 등 영어 학습에 지출한 비용이 1194만원이나 되는 것으로 조사됨.
- 사회전체적으로 많은 자원과 에너지가 차중되고 있는 영어 교육에 대해서 지방자치단체들의 다양한 서비스가 시행하려는 움직임이 시도 되고 있음. 공적인 차원에서 주민들의 영어교육에 대한 욕구를 해결해 주고자 하는 의도에서 시행되고 있음.

10.2 경기도 영어교육 프로그램

10.2.1 원어민 영어 교사 파견

- 영어 말하기 능력이 강조되면서 97년부터 초등학교 3, 4학년은 주 1시간, 5, 6학년은 주 2시간씩 초등학교에서부터 영어를 배우고 있지만 영어로 수업을 진행할 수 있는 교사가 크게 부족한 실정.
- 교육인적자원부에 따르면 지난해 전국 초중고교 영어교사 6만7464명 중 영어로 수업이

가능한 교사는 7.5%인 5074명에 불과한 것으로 조사됨. 2004년에는 중3부터 고3까지 영어로 수업을 하도록 하고 연수를 강화하고 있지만 교사들에게는 현실적으로 무리라는 평가가 있음.

- 현재 경기도에서는 경기도 교육청이 시군 교육청 별로 1명의 원어민 교사를 배치하도록 함. 하남·광주시 지역에는 12명의 원어민 교사가 수업중. 하남·광주시 지역 교장단과 자치단체가 합심해 11명의 원어민 교사를 자체적으로 채용.
- 최근 보도에 따르면, 경기도가 교육청과 공동으로 전국 최고 수준의 외국어교육 환경을 조성함. 경기도는 사교육비와 조기 유학 등으로 낭비되고 있는 막대한 외화손실을 예방하고 경기도 차원의 영어학습 네트워크를 구축하기 위해 300여명의 원어민 교사를 배치하고 영어 과목 교사들을 대상으로 한 해외연수를 추진하기로 함. 우선 학교 외국어교육을 강화하기 위해 다른 시·도에 비해 부족한 원어민 교사를 2006년까지 초·중·고 30% 이상 확보할 계획. 그리하여 초등학교 원어민 교사 지원사업에 따라 2005~06년 200명을 배치하고 농어촌 소규모학교 살리기 사업을 통해 15명, 외국어기반 사업 중·고에 76명 등이 배치되면 내년부터는 270명을 확보하고 있는 서울을 능가할 수 있을 것으로 전망. 또한 경기도는 전국 제1의 영어교육 환경 조성에 있어 핵심적 역할을 담당할 교사 양성을 위해 교육청과 협력하여 내년까지 1000여명의 영어교사에 대한 해외위탁교육을 실시할 계획.

10.2.2 사이버 교육 (e-learning)

- 각 지자체에서는 홈페이지를 통해서 영어 관련 사이버 교육을 실시하고 있음. 우선, 광명시에서는 민간회사에 의뢰를 하여 일반인과 공무원을 대상으로 온라인 영어 교육을 유/무료로 시행하고 있음.
- 성남시는 여성들을 위한 인터넷 종합정보시스템인 성남여성포털(www.e-woman.or.kr)을 개설해 운영에 들어감. 이 사이트는 '정보 채널' 코너를 통해 육아교육, 여성관련 사업, 미용, 건강, 음식, 생활, 취업, 창업, 쇼핑 등 각종 정보를 알려주고, 'e-러닝' 코너에서는 인터넷, 영어, 취업강좌와 평등, 자녀교육 등에 대한 콘텐츠를 제공하며 법률, 여성문제를 전문상담기관과 연결해 온라인으로 신속하게 상담 받을 수 있도록 했음.

10.2.3 영어 카페

- 경기도 군포시는 청소년들의 영어회화 능력 향상을 위해 지역 내 청소년수련관에 영어 카페를 개설, 운영. 수련관 2층 50여 평의 공간에 테이블 60여 개, 컴퓨터 5대, 음료수 판매대, 영어 관련 서적 및 출판물, 토론공간 등을 마련했으며, 교육은 관내 중학교에 배치된 원어민교사 4명이 교대로 담당.
- 청소년들은 카페에서 영어로만 대화를 해야 하며 한국어를 사용할 경우 즉시 퇴장조치 됨. 매주 월~목요일 오후 7시부터 8시30분까지 카페를 운영하며 수준별로 학습을 할 수 있도록 군포지역 초·중학생들을 대상으로 4개의 수준별 동아리를 결성할 예정.

10.2.4 영어 체험 프로그램 : 영어 캠프

- 경기도 교육청과 경기도 영어문화원은 지역 내 초중고등학생을 대상으로 영어캠프를 실시함. 도내 각 사군 교육청의 협조를 얻어 전체 참가학생 중 20%는 재능 있는 저소득층 학생으로 선발하고 이에 대한 비용은 전액 도비로 지원하여 저소득층 가정의 학생들이 소외되지 않도록 배려. 또한 학부모의 사교육비 부담을 경감하기 위해 일반 참가학생들의 캠프 참가비도 사교육기관에서 주최하는 캠프에 비해 상당히 저렴한 가격으로 책정하여 실시.
- 현재 2003년 현재 경기도에서 실시되고 있는 영어체험프로그램은 다음과 같다.

〈표 3-22〉 경기도 내 영어체험프로그램

※ 경기도 운영(경기영어문화원 지원 사업)

프로그램명	운영 기관	기간 (장소)	참가대상 및 인원수	합숙 여부	강사수		예산(천원)		
					원어 민	내국 인	참가자 1인당 부담액	총소요예산	예산 지원 기관
하계경기영어캠프	수원 대학교	7.21-8.09 (용인자연수련원)	초·중생 233명	합숙 (3주)	20	31	500		경기영어문화원 (3억)
하계경기영어캠프	한국 외국어대학교	7.21-8.09 (중산힐스수련원)	초·중생 234명	합숙 (3주)	20	10	500		경기영어문화원 (3억)
하계경기영어캠프	강남 대학교	7.21-8.09(산정유스호스텔)	초·중생 231명	합숙 (3주)	24	48	500		경기영어문화원 (3억)
하계경기영어캠프	에듀 조선	7.21-8.03 8.04-8.17 (양평 파라다이스)	초·중생 399명	합숙 (2주씩)	26	30	390		경기영어문화원 (3억)
하계경기영어캠프	초·중등 영어교육 연구회	7.28-8.16 (안산 경기청소년수련원)	초·중생 233명	합숙 (3주)	초16 중8	초27 중14	500		경기영어문화원 (3억)
합계	5개 운영주체		초·중생 1330명		114	190		도비 1,500,000 자비 508,800	

※ 경기도 영어캠프사업의 저소득층 자녀 등 20% 인원은 개인참가비 없음
(경기영어문화원 지원)

○ 중학생 대상

프로그램명	운영 기관	기간 (장소)	참가대상 및 인원수	합숙 여부	강사수		예산(천원)		
					원어 인	내국 인	참가자 부담액	총소요 예산	예산 지원 기관
학생영어캠프	광주중	7.21-8.08 (광주중)	1년 25명	비합숙	1	4	없음	없음	
학생영어캠프	광주동중	7.24-8.05 (광주동중)	1년 90명	비합숙	1	3	없음	없음	
학생영어캠프	광일중	7.21-8.02 (광일중)	전학년 44명	비합숙	1	·	없음	없음	
학생영어캠프	광수중	7.23-8.01 (광수중)	전학년 223명	비합숙	1	2	없음	없음	
학생영어캠프	경화여중	7.21-7.25 (경화여중)	전학년 54명	비합숙	2	6	없음	없음	
학생영어캠프	남한중	7.21-7.25 8.11-8.22 (남한중)	1,2년 62명	비합숙	1	·	없음	없음	
학생영어캠프	신장중	7.24-8.06 (신장중)	전학년 21명	비합숙	1	·	없음	없음	
학생영어캠프	동부여중	7.21-7.26 8.11-8.22 (동부여중)	1,2년 519명	비합숙	1	2	없음	없음	
학생영어캠프	하남여중	7.28-8.09 (하남여중)	전학년 480명	비합숙	1	3	없음	없음	
학생영어캠프	성남 문원중	8.11-8.22 (문원중)	1년 12명	비합숙	·	1	없음	없음	봉사활동
중학생 서머캠프	광명 교육청	7.21-7.23 (관문중)	전학년 40명	비합숙	2	2	없음	1,800	광명 교육청
1일영어캠프	화성 반월중	8.16(1일) (반월중)	전학년 20명	비합숙	·	2	1 (교재비)	없음	반월중
하계영어캠프	평택 교육청	7.21-7.30 (세교중)	1년 80명	비합숙	2	2	없음	10,000	평택 교육청
하계영어캠프	고양 백신중	7.19(1일) (백신중)	1년 80명	비합숙	1	10	없음	497	백신중
미국과의 영어회화	문산 북중	수시 (문산북중)	희망자 40명	비합숙	4	2	없음	400	문산 북중
영어캠프	파주 어유중	7.18-7.26 (어유중)	희망자 10명	비합숙	6	1	없음	없음	기독교 자원봉사
영어캠프	양평 교육청	7.19-8.20 (염광생활 연수원)	2년 33명	비합숙	3	17	없음	없음	
신나는 영어나라	용인 교육청	7.28-8.01 (운학초, 서원초)	중 1년 153명	비합숙	·	5	없음	9,800	용인 교육청

○ 초등학생 대상

프로그램명	운영 기관	기간 (장소)	참가대상 및 인원수	합숙 여부	강사수		예산(천원)		
					원어 민	내국 인	참가자 부담액	총소요 예산	예산지원 기관
학생영어캠프	평택 교육청	8.04-8.15 (현화초)	6년 80명	비합숙	2	2	없음	10,000	평택 교육청
학생영어캠프	파주 송화초	6.06-8.08 7.22-8.11 (송화초)	전체61명 6년 25명	비합숙 비합숙	3 2	7 1	없음 없음	· ·	자원봉사 자원봉사
학생영어캠프	광주 서부초	6.21-6.22 (서부초)	5,6년 108명	합숙	·	12	없음	853	서부초
학생영어캠프	광주 도수초	8.04-8.08 (도수초)	5,6년 20명	비합숙	1	1	없음	없음	자원봉사
초등영어캠프	양평 교육청	6.28-6.29 (청소년체육 문화센터)	5,6년 96명	합숙	3	24	없음	5,565	양평 교육청
신나는 영어나라	용인 교육청	7.29-8.07 (운학초, 서원초)	5년 363명	비합숙	·	11	없음	6,150	용인 교육청
초등영어캠프	김포 교육청	7.19-7.20 (김포청소년 수련원)	4,6년 124명	합숙	8	8	19	3,810	김포 교육청

10.2.5 영어 마을 (English Village)

2004년 경기도 개원한 영어마을은 학교에서의 영어교육을 보완, 심화하는 살아있는 영어체험 기회를 제공하고, 저렴한 비용으로 자녀에게 해외연수의 영어체험 경험을 선사하며, 재능 있는 저소득층 자녀는 무료로 참여, 영어체험 수혜기회를 확대한다는 취지에서 추진된 지자체의 영어 교육 프로그램.

경기도 영어마을 안산캠프는 전국 지방자치단체들 중 경기도가 처음으로 운영하는 체험형 영어학습장. 일본 후쿠시마현에 위치한 일본 속의 영국 마을 '브리티시 힐', 일본 지오스 영어마을, 스페인의 영어전문 교육기관인 보간시스템(Vogan System)이 개발한 영어타운을 참고로 만들어 짐.

영어마을은 모든 시설과 교육프로그램이 영어를 매개로 학생 스스로 적극적으로 복합적인 영어체험이 가능하도록 교육 프로그램을 제공함. 다양한 간이매점 외에도 호텔, 공항,

병원, 옷가게 등 영어권 사회에서 직접 맞부딪쳐야 하는 공간을 재현해 놓고 학생들은 이곳에서 호텔에서 체크인하는 법, 공항에서 출입국신고하는 법, 병원에서 자신의 증상을 설명하는 법, 물건 사는 법 등을 외국에 가지 않고서도 접할 수 있는 함. 이러한 교육 내용은 영어를 자연스럽게 의사소통 수단으로 인식하게 함.

경기도를 모델로 여러 지자체와 민간기업의 영어마을 조성사업 참여 확대로 무분별한 해외어학연수 감소, 국민영어구사능력 향상, 나아가 국가경쟁력 향상 등 효과를 기대함.

10.3 일본의 영어 교육 특구

일본은 중앙정부 차원에서 차별화된 교육을 주도하기 시작. 교육의 탈획일화와 지역사회 필요한 인재 양성을 위해 교육개혁을 시도함. 2002년 12월에 제정된 '구조개혁특별구역법'에 따르면 지역의 활성화나 경제 발전을 위한 정책의 일환으로서 특정지역에 대해서 교육특구를 지정함. 군마현 오오타시 외국어 교육 특구, 사이타마현 니자시 국제화 교육특구, 사이타마현 사야마시 외국어 조기교육추진특구, 치바현 나리타시 국제교육추진특구 등 14개 교육특구 지정.

예로 오오타시는 각 학급에 외국인 교사와 영어에 능통한 일본인 교사 2명을 담임으로 배정하여 2명 담임제로 운영하는 것을 구상 중임. 그리고 입학 전 영어능력 확충을 위한 영어유치원 개원과 일관제도의 도입으로 유치원에 입학한 학생은 고등학교까지 이어서 공부하는 것을 계획 중임.

10.4 경기도 영어마을의 정책 제언

우리나라 학생들은 외국어로서의 영어(English as a Foreign Language; EFL)를 배우고 있기 때문에 교실만 나서면 영어입력을 거의 접할 수 없거나 영어사용 원어민을 거의 만날 수 없음. 영어교육이 초등학교 때부터 체계적으로 이루어지고 있음에도 불구하고 영어에 대한 체험이 절대로 부족하기 때문에 외국인을 만났을 때 두려움이 있음. 따라서 영어 체험 학습을 통하여 학생들이 외국인과 대화를 하면서 영어를 직접 사용하고 영미 문화

를 체험할 수 있는 기회를 확대함으로써 통합적 학습동기(integrative motivation)를 키워 줄 필요가 있음.

2003년도 OECD 통계에 의하면 우리나라는 국내총생산(GDP)에서 학교교육비가 차지하는 비율은 회원국 중에서 가장 높는데, 초중등 교육의 민간부담률은 OECD 국가의 2배, 고등 교육은 4배 이상 높은 것으로 나타남. 한편 학부모들은 학교교육만 받아서는 만족할 만큼 영어능력이 신장되지 않기 때문에 더욱 사교육에 의존하게 되고, 초중고 학생들 중에서 해외로 영어연수나 유학을 가는 학생들이 증가하고 있음. 따라서 공교육기관에서 실시할 수 있는 알찬 영어교육 프로그램을 개발하여 초중고등 학생의 무분별한 해외 단기 어학연수 및 조기유학 수요를 국내로 흡수할 필요가 있음.

결국 외국어 학습의 성공을 크게 좌우하는 노출과 학습강도의 문제를 해결하기 위하여 학생들에게 정규 교육과정을 보완할 수 있는 기회를 제공해야 함. 따라서 영어과 교육과정 내용과 연계하여 방과후, 주말, 연휴 및 방학기간에 다양하게 운영할 수 있는 영어 체험학습 프로그램을 개발하여 친영어적 인프라를 구축해야 함.

〈 정책 제언 〉

- 멀티미디어 시대에 맞게 방송으로 영어를 쉽고 재미있게 접할 수 있도록 세계 각국의 유익한 **영어 관련 어린이 방송 프로그램**을 만날 수 있는 사이버상의 공간을 마련하여 누구나 접속하여 영어를 즐기고 배울 수 있도록 함.
- 영어 교육에 관심이 많은 요즘 부모들에게 다양한 영어공부 노하우를 알려주고 서로 유용한 정보를 공유할 수 있는 온/오프라인의 기회 제공. 영어 교육에 대한 사교육비를 절감하고 상업성에 치우친 현 영어교육의 추세를 바람직한 방향으로 이끌 수 있는 지역 공동체를 기반으로 한 **영어 공부방**을 제공.
- 지역 내 거주하는 외국인들과 지역 주민들과의 만남을 주선하여 외국인과 직접 만나 문화를 교류하고 언어습득의 기회를 자연스럽게 제공하는 기회를 마련. **외국인은 내 친구** (재한 외국인과 지역 주민의 연결, 외국인 홈스테이, 랭귀지 익스체인지)
- 대학생들의 경우에는 취업과 관련된 영어공부 정보를 제공하고 비슷한 목적을 가진 대학생들끼리 모여서 영어공부를 할 수 있는 장을 마련. **대학생 영어동아리**(토익, 토플 공부방, 시네마 영어 공부방, 해외연수/워킹 홀리데이 정보 나눔...)

4부 경기청년마을 정보화 전략

- 홈페이지 및 정보관리시스템 구축방안 -

1장 2030세대를 위한 정보시스템 구축의 원칙과 방향

**2장 정책제언 - 2030세대를 겨냥한 정보화 전략에 있어서
의 5가지 원칙**

3장 경기청년마을(www.GYN.com)홈페이지 디자인

1. 2030세대를 위한 정보시스템 구축의 원칙과 방향

1.1 정보시스템과 지역정보화

- 현재, 컴퓨터와 정보통신기술의 발달, 초고속 정보망의 급속한 확산으로 인하여 정보화가 빠르게 진행되고 있으며 다양한 분야에서 정보의 활용도가 증가하고 있다. 이러한 정보화, 디지털화의 추세는 사회를 떠받치고 있는 기반이 물질중심에서(atom) 정보중심으로(bit) 이행되고 있음을 암시한다. 이러한 거시적 차원에서의 사회적 변화는 한편으로는 개개인들의 일상에 있어서 관계맺음의 양상과 방식을 새롭게 가공하고, 가상공간과 사이버 커뮤니티 안에서 자신의 의미를 탐색하고 규정해나가는 미시적인 차원에서의 변화를 동반한다. 이러한 사회적 정보화의 과정이 정보통신기술의 발전에 힘입어 지식과 정보의 확산을 획적인(Globalization) 차원에서 급속히 팽창시켰음은 잘 알려져 있다. 하지만 이러한 팽창은 그와 같은 확산과 전파의 일변도에 치중되기만 하는 것은 아니다. 즉 그것은 종적인(Localization) 차원에서도 정보시스템의 체계적 수립에 의해 한 지역의 특성을 강화시키고, 특정한 목표를 추구함에 있어서 개인과 정책들 간의 네트워크를 활성화시킴으로써 효율성을 극대화시킬 수 있는 측면을 가지고 있다.
- 따라서 지금 언급한 두 가지 측면 즉, 정보화의 양상이 거시적이면서도 미시적인 측면에서 개인들의 일상 속에 떨 수 없는 중요한 의미를 가지고 침투해 있다는 것, 그리고 정보화를 떠받치고 있는 정보시스템이라는 기반은 지역적인 차원의 범위에서도 자생적으로 커다란 파급효과를 가져다줄 수 있다는 것을 고려해 볼 때, 정책수립에 있어서 지역정보화에 대한 체계적 계획수립이 필수적으로 요청됨을 알 수 있다.
- 지역정보화는 초고속 전산망과 정보시스템을 바탕으로 하여 해당 지역 주민들의 생활에 편리함을 도모하고, 산업의 생산성을 향상시키며, 기업경영의 전략수립을 돕는 등에 필요한 정보를 신속 정확하게 제공하여 활용케 함으로써, 지역의 대외 경쟁력을 강화시켜나가는 것

을 의미한다. 즉 지역정보화는 지리적으로 국한된 지역을 대상으로 하는 것이기 때문에 지역주민 및 지역산업과 연계되어 추진되어야 하며, 지역만이 가지는 특성과 기능을 최대한 살려나가고 지역의 차별성을 부각시켜 나가야 한다.¹⁹⁾ 이는 지역정보화가 단순한 지방행정 전산화 과정과 차별되는 속성을 가지고 있음을 말하는 것으로, 지역문제 해결과 지역발전 도모를 위해 지역특성과 주민의 요구에 부응하는 다양한 정보통신 네트워크를 구축 활용하는 것임을 의미한다.

- 상기한 지역정보화의 의미와 역할을 고려해 볼 때, 2030세대를 위한 정책프로그램의 개발에 있어 이와 같은 지역정보화는 젊은층의 문화와 그들의 욕구를 자세하게 감지해내고 그들을 위한 실질적 정책프로그램을 운용하는데 있어 필수적인 요소가 된다. 경기도에서 2030을 대상으로 한 체계적인 웹페이지 구축과 데이터 관리가 필요한 것에는 이와 같은 지역정보화의 의의와 연관된 여러가지 이유가 있다.
- 우선, 현재 경기도청 홈페이지를 비롯하여 기존에 개설되어 있는 많은 유관기관들의 홈페이지들 중에서 실질적으로 경기도지역 2030세대 '일반'의 목소리가 '특정'하게 표출될 수 있는 담론의 공간이 부재한 것이 가장 큰 문제가 된다. 현재 보여지고 있는 경기도내의 각종 사이트들은 통합되어 있지 않은 채 지나치게 분산된 형태로 존재하고 있고, 그러한 분산의 정도가 높을수록 그것들의 실효성과 활용도는 급격하게 낮아지게 되는 경향을 보여준다.

19) 김해식, 김해시 지역정보화 추진방안, 김해발전연구 Vol.2 No.1, 1998, p.4.

〈표 4-1〉 경기도 2030세대 관련 공식 Site들의 구성 분석

	싸 이 트	특 성 분 석
청년일반	경기도청 - 취업정보, e-campus	- 취업과 관련된 콘텐츠는 기존의 구인/구직란, 취업 뉴스 정도. 온라인 상에서는 체계적인 정보망 및 지원 프로그램이 형성되어있지 않다.
여 성	경기도청 홈페이지 - 여성 경기도 여성정책국 경기도 여성능력 개발센터 경기도 여성회관 경기도 북부여성회관 웹진 우리(WoORI)	- 여성관련 콘텐츠는 여성관련 정책, 취업지원, 보육 및 육아정보 등이 지나치게 분산된 형태로 흩어져 있어서 그것들의 통합이 요구된다. - 전체적으로 활용도가 낮고, 유명무실한 사이트 및 콘텐츠가 매우 많음. 문화관련 콘텐츠는 '경기' 라는 글자만 들어가도 문화적 코드상 성공하기 힘들
청소년	청소년 홈페이지 청소년 상담	- 청년 일반의 '목소리' 가 표출되는 공간자체가 존재하지 않는다.
기 타	인터넷 방송(GGiTV)	

- 따라서 기존의 분산을 통합하고, 편재되어 있는 정보들을 사용자(user) 입장에서 손쉽게 지식의 지도(K-Map, Knowledge Map)를 형성할 수 있도록 콘텐츠를 체계화시켜야 하는 것이 필수적으로 요청된다. 웹페이지 구축 등을 통해 얻을 수 있는 정보화의 또 다른 이점으로는 젊은 세대의 니즈(needs)와 관심사항, 성향, 문화 등을 비교적 손쉽게 파악하는 것이 가능해지고 그것을 관리하는 것 또한 용이해진다는 것이다. 즉 온라인을 통한 직접적인 커뮤니케이션과 게시판의 글들을 통해서 뿐만이 아니라, 보다 섬세한 관리가 이루어진다면 그들이 주로 찾고 클릭하는 내용과 항목, 메뉴들이 어떠한 것인지, 조회수가 높은 것들은 어느 것인지, 웹페이지를 방문하는 사람들의 동내는 주로 어느 쪽인지, 어떤 경로를 통해 사이트를 찾아오는지, 각각의 사람들이 어떠한 클릭 패턴을 보여주는지 등을 종합적으로 관리할 수 있게 된다. 이러한 일종의 메타데이터(metadata)들의 흐름을 효과적으로 파악하면 지속적인 피드백을 통하여 젊은층이 가지고 있는 현실적 관심사와 문화적, 정치적 성향들을 추론하고 파악해내는데 도움이 될 수 있다.
- 결국 경기도 지역의 2030세대들을 대상으로 한 지역정보화 체계를 구축하는 데에는 크게

보아 두 가지 당면과제가 제기된다고 할 수 있다. 첫 번째는 기존에 흩어져있는 정보들을 통합하고, 복잡하게 산개되어 있는 웹페이지들을 2030세대 일반의 목소리를 특정하게 담아 낼 수 있는 단일한 홈페이지로 종합화하는 것이다. 이것은 정보시스템 공간에 있어서 인터페이스(interface)의 문제이다. 두 번째는 취업문제든 기타 지원프로그램이든 특정한 정책적 목표를 가지고 사용자(user)들에게 혜택을 주고자 하였을 때 그것을 총괄하는 과정이 효율적이고 높은 실효성을 가질 수 있도록 사용자들에 대한 체계적인 데이터베이스를 구축하고 그 데이터를 관리하는 과정을 정보시스템을 통하여 관리하는 것이 필요하다. 이것은 관리체계(management system)의 문제이다. 이러한 커다란 두 가지 정보시스템의 틀을 가지고, 정보화 실현단계에 있어서 어떠한 가능성과 한계점들이 있고 이에 따라 어떠한 목표와 원칙의 지점들을 정립해 볼 수 있는지 검토해보도록 하겠다.

1.2 홈페이지 구축

- 현재 '경기도' 와 연관되어 있는 정보망의 핵심노드는 단연 경기도청 홈페이지이다. (<http://www.kg21.net>) 경기도청 홈페이지는 경기도청의 업무뿐만 아니라 경기도내의 산업, 무역, 경제, 생활문화 등에 대한 정보들을 포괄적으로 아우르고 있고 실생활에 필요한 여러 가지 소식들을 갖추고 있다. 그런데 사이트의 이러한 복잡한 백화점식 구성은 많은 콘텐츠를 담고 있음에도 불구하고 그러한 몸집만큼 커다란 효율성을 발휘하기는 어렵다. 청소년, 여성, 노인 및 구직자, 가정주부, 기업인, 관광객 등 수많은 사람들을 대상으로 하는 이 홈페이지의 사이트맵(sitemap)을 분석해보면 알 수 있듯이, 엄청나게 많은 링크와 웹페이지들을 포함하고 있는 이 사이트의 구성은 상당히 기능적으로(functional) 구성이 되어있다. 이러한 기능적 구성은 이를테면 '뉴스와 정보', '도정안내', '전자민원창구', '뉴스와 정보', '무역/경제' 등과 같이 이루어진다. 이러한 구성 또한 도청 홈페이지로서 필요한 일반화된 규격을 따른다는 장점은 가지고 있으나, 예를 들면 2030이라는 한 세대나 집단이 그 자체로서 접근하기에는 꼭 맞지는 않는 구성이라고 할 수 있다. 20대 중반의 평범한 복학생이 도청 홈페이지에 접속하였을 때 그로부터 자연스럽게 얻을 수 있는 가치있는 정보는 자신이 많은 링크들을

부단히 클릭하고 사이트들을 방문해보지 않는 이상 얻기가 힘들게 되는데, 그렇게 밖에 될 수 없는 이유는 바로 홈페이지에 담겨있는 많은 정보들이 ‘의미론적’으로 (semantically) 연결되어 있지 않기 때문이다. 예를 들어 어떤 청소년이 홈페이지를 방문했을때, ‘청소년’이라는 맥락과 의미에 기초하여 콘텐츠가 구성되고 조직된 것이 아니라, 홈페이지 자체가 형식화를 위해 기능적으로 설계되어 있기 때문에 그 내용들이 청소년에게 실질적으로 의미있게 다가오기 힘들게 되는 것이다. 물론 이와 같은 형식상의 문제만 있는 것은 아니고, 구체적인 콘텐츠 자체가 부실하거나 유명무실하여 실효성이 거의 없는 경우도 빈번하다.

- 홈페이지의 운용은 정보화 진행단계의 가장 기초적인 부분이라고 할 수 있는데, 그만큼 세심하게 공을 들이고 목표와 지향점을 확실히 해야할 필요가 있다. 일단 2030세대를 대상으로 한 특화된 사이트 및 콘텐츠가 없는 것이나 마찬가지로 현시점에서 다음과 같은 3가지의 원칙에 의한 홈페이지 제작이 이루어져야 한다고 본다.

① CI (Content Intergration) - 콘텐츠의 통합

- 먼저 온라인/오프라인 상에 무수히 산재하는 다양한 형태의 지식과 정보들을 하나의 홈페이지로 통합할 수 있어야 한다. 예를 들면 기존에 ‘문화정보’, ‘시장정보’, ‘통계정보’ 등의 기능적 분류에 의해 흩어져있던 정보들 중에서 2030세대의 관심사에 부합하는 것을 선별하여 통합시킬 수 있을 것이다. 또 여성과 관련된 여러 가지 기관/회관 홈페이지 들나 웹진 또한 경기도의 지역정보화라는 틀 속에서 통합시킬 수 있을 것이다. 이러한 콘텐츠의 통합은 효율성과 간결성이라는 목표 이외에도 홈페이지 자체의 ‘대표성’을 높이기 위한 수단이 된다.

② WCM (Web Content Management) - 웹콘텐츠의 지속적 관리

- 웹콘텐츠의 관리란 일반적 의미에서의 홈페이지 업데이트와 콘텐츠 보강 뿐만 아니라 사용자들의 수요와 반응에 따른 피드백으로서의 온/오프라인간의 연계성 확보하는데까지 연장되어야 한다. 이는 홈페이지 자체가 지속적인 환류과정을 통하여 진화해나가는 것을 의미

한다.

③ Digital Asset의 의미적 구성(Semantic Association/Grouping)

- 온라인/오프라인 상에 존재하는 지식과 정보들을 통합하는데 있어서 2030세대라는 사용자의 연령적 특성이 존재한다는 것을 감안할 때, 특성화된 콘텐츠 통합방식이 적용되어야 한다. 즉 한 개인이 홈페이지를 방문했을 때 자신이 가지고 있는 삶의 맥락과 의미가 그에 알맞은 형태의 콘텐츠와 연결될 수 있어야 한다. 이는 온라인상에 각종 정보를 수합하고 그것들을 체계화 시킬 때, 단순한 형식체계와 기능적 분류에 따르는 것이 아니라, 사용자들의 면밀한 의식조사 분석을 통해 얻어진 개인들의 의미체계를 적용해야 한다는 것이다. 이러한 의미적 구성으로 콘텐츠의 현실성과 사용자 편의성, 그리고 유인요소 등을 확보할 수 있게 된다.

1.3 데이터 관리와 정보시스템에 기반한 업무 흐름 설계

- 홈페이지 구축 등을 통한 정보화는, 정보화를 뒷받침해주는 정보시스템의 특성에 따른 업무 재설계(Business Process Reengineering)가 병행되지 않으면 그다지 큰 효과를 발휘하기 어렵다. IT기술의 도입과 디지털 정보를 바탕으로 한 지식생성 과정은 근본적으로 업무진행 과정의 변화를 요구로 하기 때문이다. 이는 어느 조직 집단이 자체적인 행정업무처리와 성과관리 등 대내업무를 처리하는데 있어 정보통신 기술과 정보시스템을 활용하는데에만 그치는 것이 아니라, 기업과 같은 조직체에서 고객과의 관계를 대외적으로 형성하고 유지하는데 있어서도 커다란 역할을 하게 된다. IS(information system)기술의 발전과 경영기법의 접합에 따라 많은 기업들에서 고객관계관리(CRM, customer relationship management) 프로그램에 많은 노력을 기울이고 있음이 그러한 반증이 된다.
- 따라서 2030세대를 대상으로 한 각종 콘텐츠와 지원프로그램을 온라인상에 구축하는 시도에 있어서, 온라인상의 자원들을 효과적이고 적극적으로 활용할 수 있는 관리 시스템을 설계하는 것이 전체적인 정보시스템 구축의 방향에 있어서 필수적이라고 할 수 있을 것이다.

특히 지원프로그램의 수혜자 및 홈페이지에 접속하는 사용자들과의 관계를 어떻게 지속적으로 활성화시킬 수 있는가가 그 성공여부의 관건이 된다. 그런데 그러한 정보시스템, 업무흐름재설계의 첫단계가 되는 것은 기초적인 인식단계의 변화에서부터 출발해야 한다고 할 수 있다. 특정연령을 대상으로 하여 지원프로그램을 실시한다고 하였을 때 그것이 수동적인 신청-접수-처리의 과정을 따를 것인지, 아니면 마치 기업과 고객들과의 관계에서 이루어지는 데이터베이스 마케팅²⁰⁾처럼 적극적인 지원전략을 펼칠 것인지에 대한 선택이 먼저 이루어져야 한다. 만약 보다 높은 실질적 효율성과 실천적 효과를 얻기 위해 후자쪽을 택한다면 이에 맞춘 정보시스템과 업무흐름설계는 단순한 정부기관-개인과의 관계가 아니라 지원상품을 갖추고 있는 기업-지원프로그램의 혜택을 얻고자 하는 고객과 같은 관계로서 형성이 되어야하고, 실효성 제고를 위한 데이터 관리, 지식관리, 고객관리 등이 지속적으로 이루어져야만 한다. 즉 지원프로그램이나 지원기관 등이 기존에 없는 것도 아니고 그러한 것들이 매우 큰 실효성이나 성과를 거두었다고 보기는 어려운 상황에서, 정보화 과정을 통해 콘텐츠를 통합하고 수혜자들을 대상으로 한 의미론적 접근과정을 통한 홈페이지 구축을 하는 것과 동시에 그러한 정보시스템에 내재해 있는 효율적인 경영기법을 업무흐름재설계에 반영할 수 있다면 기존의 비효율과, 기존의 무관심, 기존의 관행으로부터 나오는 문제점들을 상당 부분 해결할 수 있게 되는 것이다.

- IT System에 기반한 데이터 관리체계의 수립을 위해서는 구체적인 관리모델을 (management model) 구성해야 한다. 여기서는 정보시스템 구축에 있어 골격이 될 수 있는 몇 가지 개념들을 선정하였다. 먼저 홈페이지에 자신의 정보를 등록하고 지원프로그램에 신청하는 사람들과 온라인상에서 원활한 커뮤니케이션이 이루어질 수 있어야 한다. 커뮤니케이션의 통로는 이메일이나 게시판, 콜센터 혹은 메신저 등을 통해 상담요원, 멘토어(mentor)와 이루어질 수 있다. 웹페이지와 온라인을 통해서 사용자들에게 또한 제공될 수 있는 것은 교육프로그램이다.(LMS, Learning Management System) 취업을 위한 기초교육이나 문화인력 양성을 위한 온라인 콘텐츠 개발 등이 이루어질 수 있다. 인터넷의 특성을 충분히 활용하여, 텍스트, 문서화일, 동영상 등 다양한 종류의 매체를 통해 이러한

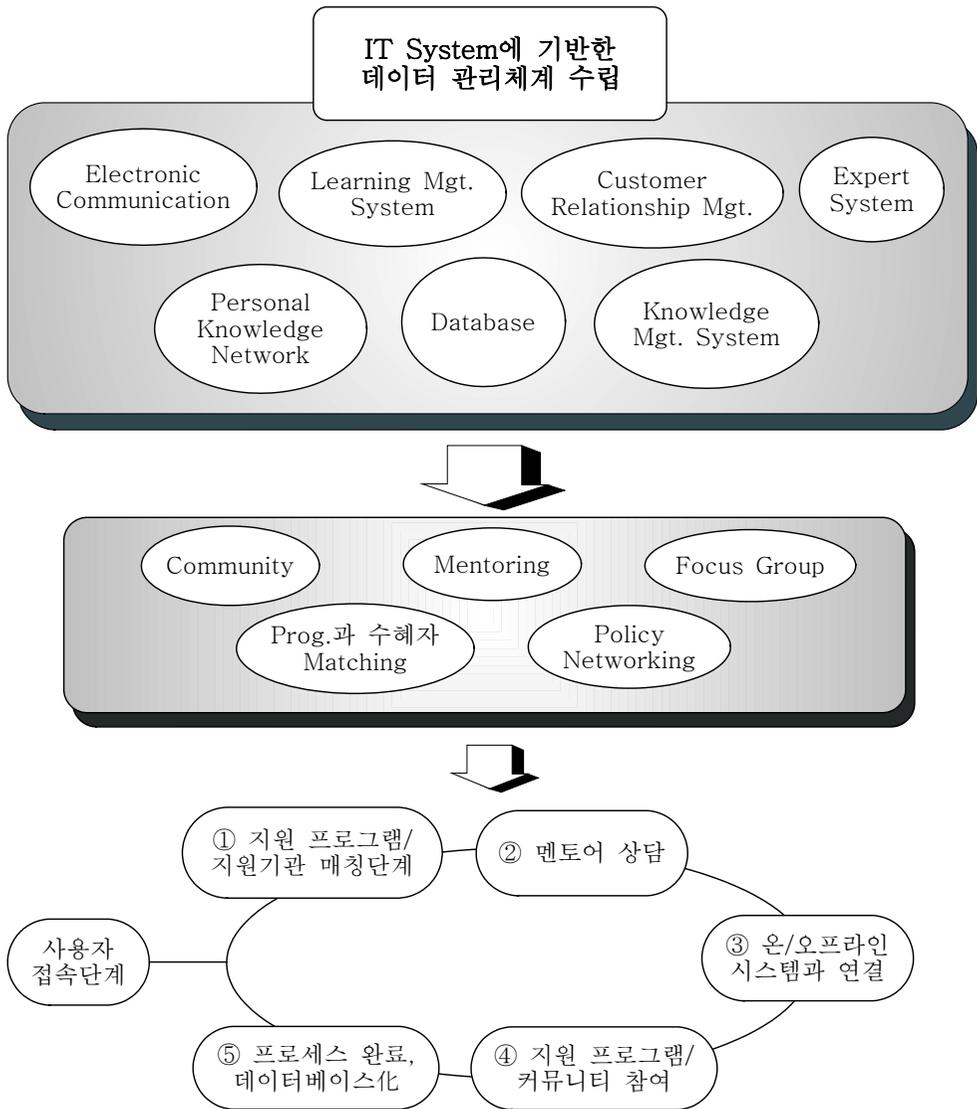
20) 고객에 대한 데이터베이스를 구축, 활용하여 필요한 고객에게 필요한 제품을 판매하는 전략으로 '원투원(one-to-one) 마케팅' 이라고도 한다.

학습 시스템을 설치할 수 있고 이를 단순 부가서비스로 설치하는 것 이외에 공공기관의 교육프로그램 등에 있어 정규교육과정과의 손쉬운 연계지점으로 활용할 수도 있다.

- 고객관계관리(CRM, Customer Management System)는 본래 기업에서 고객과 관련된 기업 내외부의 자료를 분석, 통합하여 고객 특성에 기초한 마케팅 활동을 계획하고, 지원하며, 평가하는 과정이다. 용어의 특성상 수익성과 관련된 비즈니스 모델이라는 느낌을 줄 수도 있으나 CRM의 근본적 의미는 기업에게 있어서의 고객 뿐만 아니라 공공기관, 공무원, 학교, 병원, 개인대 개인 등의 관계에 모두 적용될 수 있는 것으로, 고객(에 해당하는 대상)과의 적극적인 관계유지를 통해 자신의 성공을 가능하게끔 하는 것이다. 2030을 위한 정보시스템 구축과 지원프로그램 설치의 성패는 그것이 단순히 얼마나 오랫동안 형식적으로 지속되는가에 달린 것이 아니라 그것이 얼마나 실효성 있게 실천적 차원에서 활성화가 되는가에 달려 있다. 때문에 정보시스템을 바탕으로 한 업무 흐름설계에 있어 수혜자들과 참여자들에게 풍부한 정보와 기회를 제공하기 위해서는 기업에서 사용되는 CRM기법을 적극적으로 차용할 필요가 있을 것이다.
- 전문가 시스템(Expert System)은 전문가의 지식과 경험을 체계화하여 컴퓨터에 기억시켜 줌으로써 전문가가 아닌 일반 사람들이 전문가를 만나지 않고도 컴퓨터를 통해 전문가의 능력을 빌릴 수 있도록 만든 시스템을 의미한다. 전문가 시스템은 몇 가지 점에서 기존 컴퓨터 시스템과 다른데, 아마도 가장 근본적인 차이점은 기존 시스템은 단순 데이터를 처리하는 반면, 전문가 시스템은 지식을 처리한다는 것이다. 전문가 시스템의 구성요소는 지식베이스, 추론기관, 사용자 접속 기능으로 크게 나뉘어진다. 지식베이스에는 시스템에서 사용되는 모든 관련 정보와 규칙, 상관관계들을 저장한다. 예를 들어 특정한 시안에 대한 상담을 위한 전문가 시스템의 경우에는 해당문제에 대한 단순 사실뿐만 아니라, 여러 사항들이 복합적으로 결합되어 개인적으로 파생될 수 있는 새로운 문제들의 상관관계도 저장해야 한다. 추론 기관은 지식베이스에 저장된 모든 정보, 상관관계, 규칙들로부터 논리적인 결론을 도출하는 역할을 한다. 즉 사용자가 문제를 해결할 수 있도록, 전문가가 하듯이 해답, 예측, 대안을 도출하는 부분이다. 그리고 사용자 접속기능은 사용자가 시스템과 의사소통을 할 수

있도록 하는 역할을 한다. 결국 전문가 시스템은 일반적으로 탁월한 문제 해결능력을 가지고 있고 문제를 다양한 관점에서 조망할 수 있으며 지식과 경험을 저장하는데 있어서 뛰어난 능력을 가지고 있다. 취업지원과 같은 프로그램에 있어 메인 DB와 연동된 효율적인 전문가 시스템을 구축한다면 좋은 성과를 거둘 수 있을 것으로 생각된다.

- 이러한 성과가 지속적인 KMS(지식관리시스템, Knowledge Management System)와 CRM을 통해 프로그램 지원자들에게 피드백이 될 수 있다면 더욱 바람직할 것이다. 데이터베이스에는 홈페이지와 전체 정보시스템에서 파생된 정보들을 저장하면서, 메타데이터들을 효율적으로 관장할 수 있는 시스템을 구축하는 것이 필요하다(기업용 DBMS의 차용도 가능). <그림 4-1>은 지금까지 나온 기본적인 내용들을 바탕으로 IT시스템에 기반한 업무의 흐름이 어떠한 개념들을 토대로 하여 데이터 관리체계를 구축하고 그것이 실무로 연결되어질 수 있는지를 나타낸 것이다.



〈그림 4-1〉 IT system에 기반한 데이터 관리체계의 흐름

- 이와 같은 데이터 관리체계를 바탕으로 하여 앞서 논의하였던 정책개발의 기본적인 원리와 구조들을 효율적이고 체계적으로 관리할 수 있게 된다. 이러한 구조들은 위 그림 하단부에 나오는 업무흐름의 골격을 형성하게 된다. 이어서 서술되는 내용은 지금까지 언급한 내용을 기초로 하여 경기도 2030세대를 겨냥한 통합홈페이지를 구축할 때(가칭 www.gyn.com) 반드시 고려해야할 다섯 가지 원칙이다.

2. 정책제언

- 2030세대를 겨냥한 정보화 전략에 있어서의 5가지 원칙

앞에서 정보화시스템 구축의 원칙과 방향에 대한 논의를 하였다. 요약하면 이는 지역 정보화라는 개념을 바탕으로 홈페이지 구축과, 정보시스템에 기반한 업무 재설계 과정의 필요성과 방법을 정리한 것인데, 보다 구체적으로 2030세대를 위한 정보화 전략을 표면적으로 가시화하기 위해 통합 홈페이지의 구축에 관한 원칙과 방법들을 논의해야할 필요가 있다. 2절에서는 앞에서 논의한 정보시스템의 운용방안에 대한 원칙들에서 한 걸음 더 나아가, 현실적으로 경기도의 2030세대들을 위한 통합 홈페이지를 구축한다고 하였을 때 어떠한 사항들을 염두해 두고 어떤 원칙을 기준으로 하여 작업의 진행을 추진해야하는지에 대한 논의를 해보도록 하겠다. 논의의 간결성과 명료성을 위해 임의로 설정한 5가지 원칙을 중심으로 나열해보기로 한다. 실제로 이러한 5가지 원칙은 통합 홈페이지를 구축하는 이유에 해당하기도 한다.

홈페이지(www.GYN.com) 구축의 5가지 원칙과 의미

2.1 통합하라

2.1.1 정책의 가시성을 높여야 실효성이 증가한다

- 기존의 정책이 없거나 부족한 것이 근본적 문제가 아님. 정책들은 이미 어느 정도 구비되어 있으나 접근성과 가시성이 떨어지기 때문에 실효성이 낮아지는 것임
- 새로운 정책을 고안해 낸다고 하더라도 매번 그 정책을 홍보하고 알려야하는 어려움과 번거로움이 있음. 이것이 정책추진의 초기 진입장벽이 됨. 그러므로 정책 수혜자들의 인지도가 높은 소통의 창구가 필요함

2.1.2 대표성을 확보해야 가시성이 증가한다

- 기존의 사이트들은 연결성이 부족한 채로 너무 분산되어 있고 결과적으로 사용자들이 온라인상의 지식의 지도(knowledge map)을 형성하기 어려움
- 기존의 사이트들과 정책 어젠다들을 통합하여 대표성을 확보해야 정책 수혜자들과 일반 사용자들에게 쉽게 인지될 수 있는 가시성을 획득할 수 있게 됨. 결국 통합을 통하여 가시성을 확보할 수 있고, 이를 바탕으로 대표성을 획득할 수 있으며, 이를 통해 실효성을 향상시키기가 훨씬 용이해지게 됨
- 통합 홈페이지는 단순히 새로운 정책을 만들어 나열하는 것이 아니라, 청년일반과 관련된 모든 정책들을 손쉽게 묶어주는 중심적인 허브(Hub)의 역할을 하게 되는 것임. 이러한 가시성의 향상을 통해 기존 정책들의 활용도를 쉽게 높이고 정책간의 시너지 효과를 창출해 낼 수 있게 됨. 결국 통합의 진정한 의미는 기존의 분산을 효율적으로 묶어주면서 접속하기 쉽도록 가시성이 높은 허브를 창출해낸다는 것임.

2.1.3 2030세대를 위한 정보들은 특히 통합해야할 필요가 있다

- 2030세대 일반을 위한 정책이나 정보들은 온라인상에 특화되어있지 않은 상태. 이렇게 정책 수혜의 대상이 설정되어 있지조차 않기 때문에 정책실현의 초기단계조차 성공적으로 착수하는데에 어려움이 있음

2.2 기회를 제공하라

2.2.1 기회의 제공은 무엇보다 큰 유인요소이다

- 홈페이지 성공의 관건은 사용자들의 접속여부, 접속횟수에 있음. 2030세대들의 지속적이고 활발한 접속을 유도하기 위해서는 그들이 요구하고 원하는 무언가를 제공해줄 수 있어야함

- 경기도 2030세대들의 의식조사 분석결과 실용주의적 동기가 강하고 기회를 포착하고자 하는 열망이 높은 것으로 드러남. 홈페이지를 통해 직접적인 기회를 제공해주는 것이 그들의 체감 만족도를 높이는 계기가 됨

2.2.2 '기회의 나열' 이 아니라 '기회의 제공' 이어야 한다

- 메뉴들의 소극적인 상처림은 처음 몇 번은 흥미로울 수 있으나 지루해지기 쉬움. 젊은 층의 요구에 맞는 맞춤형 정책 패키지를 도전적으로 제시해야 함. active한 요청이 있어야 active한 반응이 나오게 됨
- 온라인상에 지원센터의 전화번호만 실어놓거나 알아서 찾아와서 접수신청을 하라는 식의 단순한 기회의 나열식에 그쳐서는 활용도가 높을 수 없음. 온라인상에 one-stop으로 실질적 정책 서비스 수혜과정을 체감할 수 있도록 '정책 대면단계' 가 곧 '정책 실행단계' 로 이어지도록 설계해야 함.

2.2.3 대상별로 차별적인 기회를 제공해야 한다

- 본 보고서의 1,2부에서 본 것처럼 지역별 차이와 지역별 니즈에는 차이가 남. 이를 고려하여 경기도 2030세대 일반에 대한 것 뿐 아니라 지역별/연령별로 특화되어 있는, 체감도 높은 기회를 제공해야함

2.3 욕구를 포착하고 코드를 맞추어라

2.3.1 2030세대는 문화적 코드에 매우 민감한 세대이다

- 기본적으로 2030세대를 위한 통합홈페이지 구축은 공급자 위주의 서비스가 아니라 수요자 지향의 서비스라는 개념에 기반하고 있어야 함. 수요자 중심의 서비스는 수요자의 욕구와 취향을 정확하에 파악하고 있어야 한다는 것을 의미. 그러기 위해서는 웹사이트 구성이나

아이템 개발 등등 포장 작업에 젊은 인력을 맡기고 그들에게 작업에 있어서 권한과 자율성을 부여해야 함.

- '경기'에 대한 비호감, 관료적인 냄새에 대한 거부감 등을 민감하게 고려해야 함. 기회의 적극적인 제공과 적절한 문화적 코드의 적용으로 이를 극복해야 함

2.4 공동체로서의 아이덴티티를 창출하라

2.4.1 소속감과 연대감을 향상시켜야 만족도가 증가한다

- 통합홈페이지 구축의 목적과 주요 기대성과는 2030세대들에게 '경기도민'으로서의 멘탈 리티를 형성시키고 그것을 긍정적으로 승화시키는 것. 사람은 자신이 믿고 있는 자신의 정체성에 결정적으로 영향을 받게 마련
- 온라인상에서의 상호작용과 다양한 지역적 커뮤니티 활동을 통해 지리적 접근성과 지리적 친근성을 바탕으로 한 시너지효과를 창출할 수 있어야 함
- 이를 통해 형성된 '긍정적인' 경기도민 아이덴티티는 지역주민들의 '연대성'을 향상시키고 이어 자신의 삶, 경기도에서의 삶에 대한 '만족도'를 향상시키며 이는 총체적 차원에서 지역의 대외경쟁력으로 이어지게 됨. 지역커뮤니티의 활성화는 그 자체만으로도 네트워크를 통한 지역의 자원 활용을 극대화시키기 때문

2.4.2 온라인상의 아이덴티티를 확보해야 지속적인 접속을 하게 된다

- 네티즌들이 어느 특정 사이트에 지속적으로 접속하게 되는 것은 그 사이트에서 실질적인 정보나 기회를 얻을 수 있거나, 심리적인 욕구충족을 할 수 있게 되는 경우임
- gyn.com이 사용자들의 지속적인 접속과 참여를 확보할 수 있으려면 한 두 번에 그치는 정책서비스 제공만으로는 부족하고 해당 사이트에 접속하는 사람들과의 소통과 상호작용을 유발시킬 수 있어야 함
- 그러므로 다양한 커뮤니티 활동을 지원하고, 온라인상에서 담론과 소통, 토론이 활발하게

오고갈 수 있는 창구와 형식을 설계하여 배치해야 함. 이를 통해 '오늘 현재를 경기도라는 같은 지역에서 함께 살아가고 있는 2030세대' 들이 만나는 공간으로서의 gyn.com, 거기에 접속하는 한 명의 경기도민이라는 아이덴티티 형성시켜야 함. 이것이 홈페이지의 지속적인 활성화로 이어지게 되고 궁극적인 정책의 목표를 달성하게 되는 것임

2.5 정보시스템에 맞추어 업무흐름을 재설계 하라

2.5.1 공공기관-개인간의 관계가 아니라 기업-고객의 관계이다

- 통합홈페이지에 들어가는 다양한 정책 및 서비스 메뉴들은 그것들을 구축한 후의 관리가 더욱 중요하고 어려운 과제임. 사후관리에 있어서 정책들의 시행기관과 수혜대상의 관계를 정부나 공공기관과 개인간의 관계로 보아서는 안됨. 철저하게 기업과 고객과의 관계로 보아야 함. 담당부처에서 개인들의 정보를 형식적으로 수합하여 쌓아놓고 방치하거나 수동적으로 개인들의 요구에 응하는 것은 큰 의미가 없고 결과적으로 실효성이 떨어짐. 여기에 기업들이 추구하는 고객관리(CRM)의 개념을 도입하고 그러한 고객관리에서 사용하는 다양한 전문적인 관리기법들을 채택해야 한다. 고객들에 관한 정보를 효율적으로 저장, 관리하며 적용할 수 있는 데이터 관리체제를 수립해야 함. 그러므로 통합홈페이지의 다양한 정책서비스 메뉴들을 시행할 수 있는 특별한 목적과 의지를 지닌 부서나 센터의 수립, 그리고 열의있는 인력이 필수적으로 요망됨. 4부 I장에서 제시한 정보시스템 구축방안의 내용들을 참조.

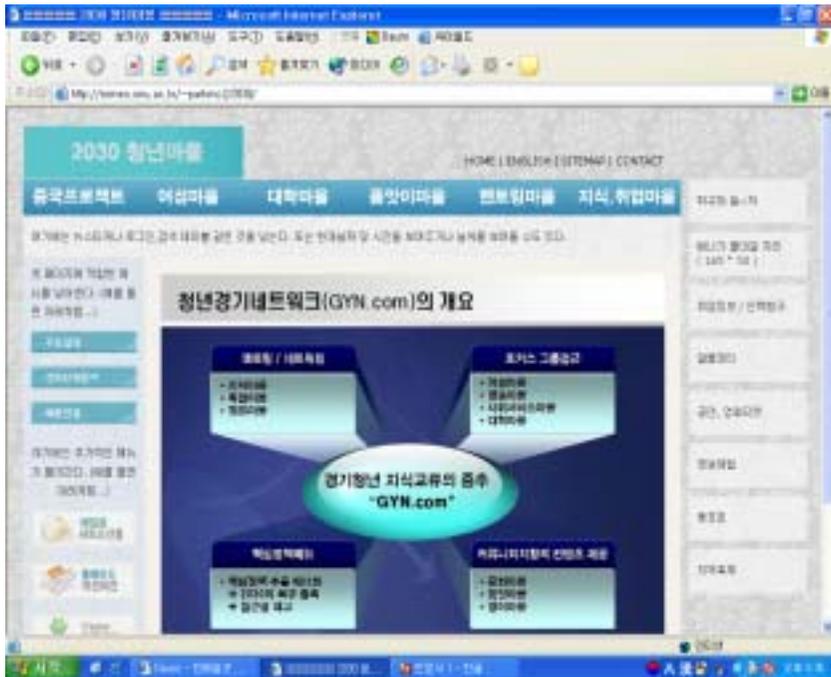
2.5.2 온라인상에 축적되는 데이터를 효율적으로 활용할 수 있어야 한다.

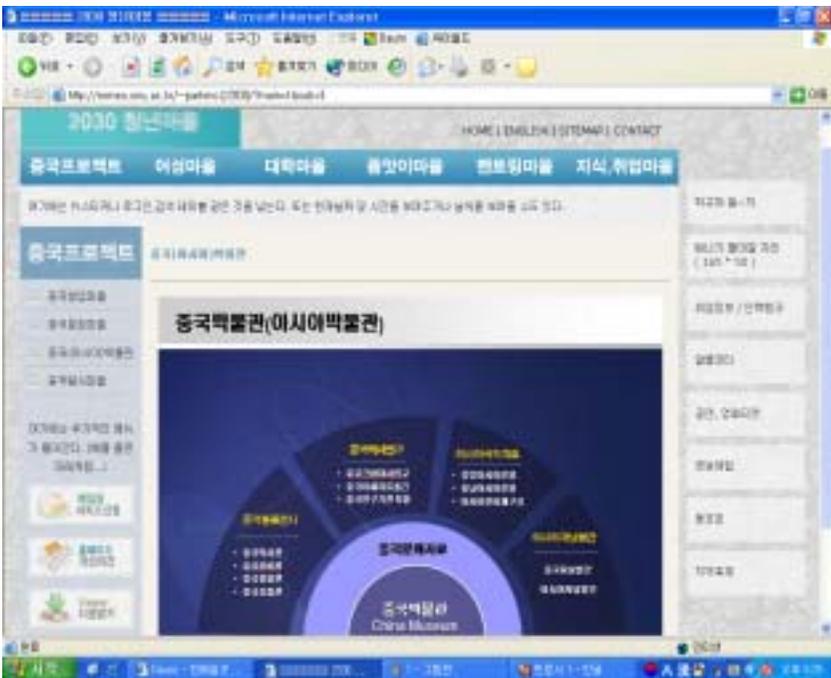
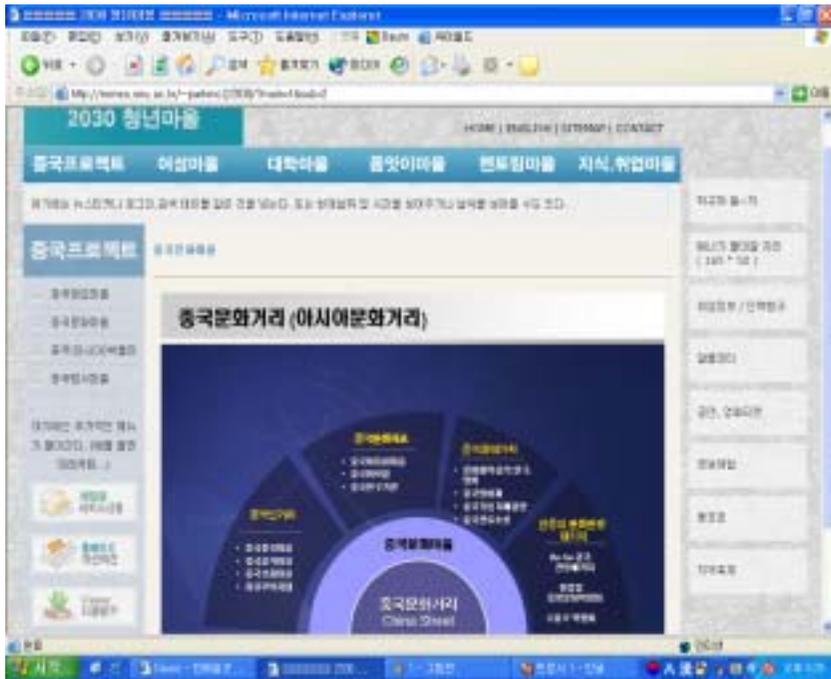
- CRM이 고객 수익성을 우선하여 콜센터, 캠페인 관리도구와의 결합을 통해 고객정보를 적극적으로 활용하며, 기업내 사고를 바꾸자는 업무흐름 재설계(BPR)적 사고방식을 내포하 듯이 홈페이지의 운용과 멘토링 작업등은 기업의 고객과 관련된 내외부 자료를 이용하는 데이터베이스 마케팅과 성격이 같다고 할 수 있음. 이와 같은 업무흐름재설계(BPR)과 관련된 논의들은 최근에 다양하게 이루어지고 있으나 그렇다 하더라도 이러

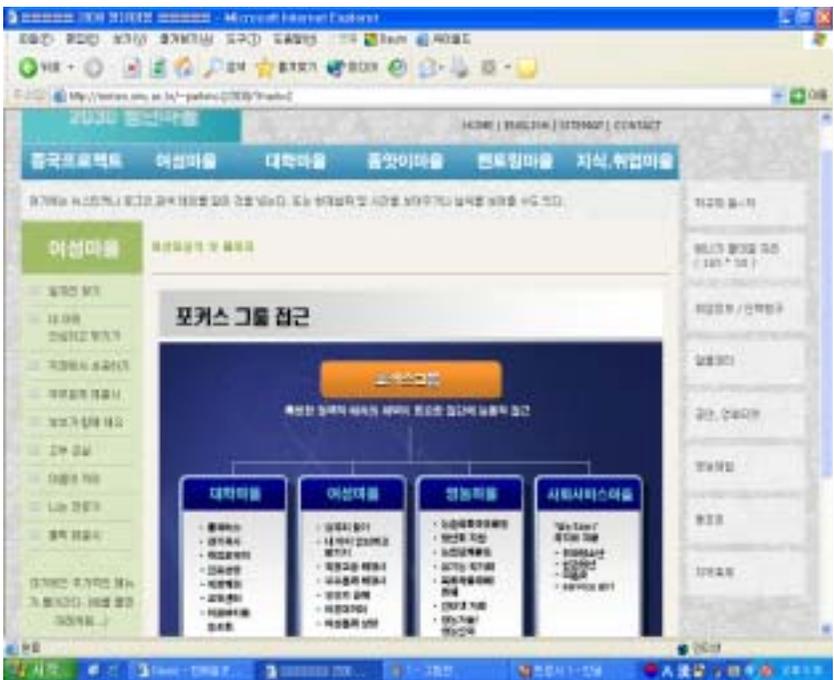
한 변화를 수용하고 적극적인 멘토링과 피드백을 지속적으로 실천해 나갈 수 있는 의지는 서비스 제공자들의 자발적인 의사에 달렸다고 할 수 있다. 그러기 위해서는 온라인상의 데이터 처리 흐름을 업무설계단계에서 명확히 구축해두는 것이 반드시 필요하다.

www.GYN.com 가상 홈페이지 소개

(현재 <http://romeo.snu.ac.kr/~parkmc2/2030/>에 데모버전 개설)







연구기관

서울대학교 사회발전연구소

연구진

- 연구책임 송호근(서울대학교 사회학과 교수, 서울대학교 사회발전연구소장)
 - 연구위원 장덕진(서울대학교 사회학과 교수)
 - 연구조원 김주현(서울대학교 사회학과 박사수료)
임동균(서울대학교 사회학과 석사과정)
조창호(서울대학교 사회학과 석사과정)
송수연(이화여자대학교 사회생활학과 학부과정)
-

위탁연구 2004-01

**경기도내 2-30대의 의식분석과 도정의 연계
방안 연구**

2004년 11월 인쇄

2004년 11월 발행

발행인 한현규 경기개발연구원장

발행처 경기개발연구원

(440-290) 경기도 수원시 장안구 파장동 179

전화 : 031)250-3114 팩스 : 031)250-3111

홈페이지 : www.gri.re.kr

등록번호 제 99-3-6호

© 경기개발연구원, 2004

ISBN : 89-8178-263-6

정가 : 22,000원