

발 간 등 록 번 호

11-1240245-000014-10



# 한국의 사회동향

Korean Social Trends 2023

<http://sri.kostat.go.kr>

# 2023



통계청

통계개발원

# 팬데믹이 가져온 일상생활과 여가활동의 변화

윤소영 (한국문화관광연구원)

- 코로나19 팬데믹은 외로움을 느끼고 고립감이나 무기력증을 느끼는 현상을 가중했다.
- 여가영역은 코로나19로 인해 방해를 가장 많이 받은 생활영역이나, 오히려 여가활동의 사회적 가치를 통해 사회경제적 회복을 기대할 수 있다.
- 코로나19가 장기화되면서 여가생활에 미치는 영향력은 점차 감소하고 있으며 그 이전의 삶으로 회복하려는 경향을 보인다.
- 코로나19 발생 전후의 여가생활을 비교해 보면, 모임이나 집합시설, 관광과 관련된 여가활동은 코로나19 이후 크게 감소하였다.
- 반면 온라인에 기반한 활동이나 자연친화적 활동, 제한적인 이동수단을 이용한 여행, 그리고 심신 단련을 위한 운동은 꾸준히 증가하고 있다. 이는 스트레스 해소, 피로 회복 등 정신적으로나 육체적으로 치유하고자 하는 여가목적과 연관되는 것이다.

우리는 지난 3년이 넘는 시간 동안 유례없는 팬데믹을 경험하면서 일상생활의 큰 변화를 경험하였다. 2020년 1월 20일 우리나라에서 코로나19 감염병 첫 확진자가 발견되어 감염병 ‘주의’ 단계가 발령된 이후 2023년 6월 1일 코로나19 ‘심각’ 단계가 해제된 시점까지 약 3년 5개월여 기간 동안 생애 처음으로 경험하는 변화를 겪었다. 마스크를 쓰고 생활하는 불

편은 기본이고, 거리두기 단계별로 모임과 약속을 최소화하고, 외출 자체를 자제하며, 가급적 집에 머무르면서 사회적 접촉을 최소화하였다.

그동안 일상적으로 누렸던 사람들과의 교제나 야외에서의 활동이 제한적으로 허용되면서 ‘집’과 ‘온라인’ 공간을 중심으로 활동을 이어갔다. 또한 혼자 있는 시간이 길어지면서 외로움과 고독감을 호소하는 사람들이 증가하게 되었다. 오랜 기간 거리두기가 계속되면서 그동안 지속해 온 여가생활도 변화를 겪게 되었고 그로 인해 삶의 내용도 달라졌다.

이 글에서는 코로나19 팬데믹이 우리의 일상생활과 여가생활에 어떠한 영향을 미쳤는지 살펴보고자 한다. 특히 코로나19 이후 여가생활 속에서 나타난 변화들을 중심으로 살펴보고자 한다.

코로나19 전후의 여가생활을 파악하기 위해 문화체육관광부의 「국민여가활동조사」, 「국민문화예술활동조사」를 분석한다. 그 외에도 보건복지부, 산림청, 농림축산식품부가 발표하는 자료나 국제 비교가 가능한 자료도 함께 활용하고자 한다. 모든 자료는 가능한 코로나19 전후 비교를 위해 2019~2022년 조사자료를 활용하였다. 2019년 자료는 코로나 이전 시기, 2020~2022년 자료는 코로나19 팬데믹 시기로 구분해서 분석하였다.



## 코로나19 팬데믹과 일상생활의 변화

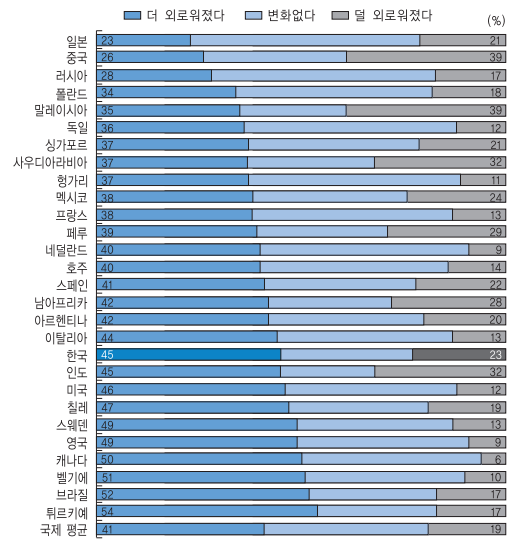
코로나19 팬데믹을 극복하는 과정에서 실시된 거리두기 조치로 사람들은 외로움을 느끼고 고립감이나 무기력증을 느끼는 것으로 보고되었다. 이를 ‘코로나 블루’(코로나19로 인한 자가격리나 거리두기 등으로 일상생활에 큰 변화가 닥치면서 겪는 우울감이나 무기력증)라고 일컫는다.

글로벌 마케팅 그룹 입소스(Ipsos)는 전 세계 29개국을 대상으로 2020년 11월부터 2021년 1월까지 코로나19의 영향력에 대해 조사하였다. 그 결과에 따르면 대부분의 국가에서 ‘지난 6개월 동안 외로움(loneliness)이 더 증가했다’고 나타났다. 한국사회도 마찬가지로 지난 6개월 동안 더 많이 외로움을 느꼈다고 응답한 비율이 45.0%, 외로움을 덜 느꼈다고 응답한 비율이 23.0%로 코로나19의 거리두기로 인해 사람들의 외로움 증상은 증가한 것으로 나타났다(그림 VII-21).

이와 같이 코로나19 팬데믹은 우리의 삶을 변화시켜, 일상생활을 방해하는 것으로 나타났다. 보건복지부(2022)의 「코로나19 국민 정신건강 실태조사」 결과에 따르면, 코로나19로 인한 일상생활 방해 정도(0~10점)는 코로나19 발생 초기인 2020년 3월에는 5.58점으로 매우 높았으나, 이후 강화된 사회적 거리두기(2020. 3.22 도입)가 실시되고 코로나19가 장기화되면서 2022년 12월에는 4.05점까지 낮아지기는 하였다. 그러나 일상생활 중에서 ‘사회 및 여가활동 방해’ 정도는 2020년 3월 6.88점, 2022년 3월 6.26점,

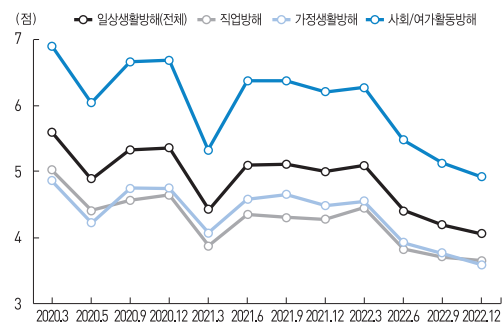
2022년 12월 4.91점으로 가정생활 방해, 직업 방해 등 다른 영역에 비해 지속적으로 가장 높은 수준을 나타냈다(그림 VII-22).

[그림 VII-21] 지난 6개월 동안 외로움의 정도: 국제 비교, 2020.11~2021.1



출처: Ipsos, Global perceptions of the impact of COVID-19, 2021.

[그림 VII-22] 코로나19로 인한 일상생활 방해 정도, 2020.3~2022.12



주: 1) 통계치는 각 항목에 대해 ‘전혀’(0점), ‘약간’(1~3점), ‘어느 정도’(4~6점), ‘상당히’(7~9점), ‘매우 많이’(10점)라고 응답한 값의 평균 점수임.  
출처: 보건복지부, 「코로나19 국민 정신건강 실태조사」 결과발표, 각 분기.

## 여가활동을 통한 회복에 기대

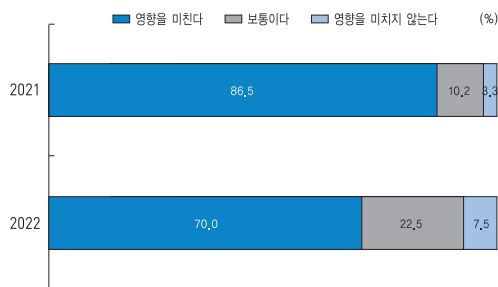
코로나19 팬데믹으로 가장 많은 영향을 받은 생활영역이 문화활동과 여가생활이었지만, 코로나19가 끝난 뒤 문화와 여가를 통해 사회경제적 회복을 기대하는 바도 커지고 있다. 2020년 11월 4일 경제 분야 국제기구인 G20은 코로나19 이후 파괴된 경제적, 사회적, 그리고 개인의 정신적 손실을 회복하기 위한 수단으로 문화의 의미를 강조한 바 있다. 이는 G20 역사상 최초로 문화를 경제적 발전이자 회복을 위한 핵심 요소로 인정했는데 큰 의미가 있다. 문화의 회복탄력성, 공공정책에서 문화다양성의 중요성, 문화 분야의 친환경 및 기후변화 적응, 디지털 혁신의 적응, 문화 분야의 고용, 문화·관광의 새로운 경제모델의 필요성 등이 주요 의제로 제시되었다.

실제 문화·여가활동은 건강을 증진시키고, 노화를 지연시키며, 수명을 연장하는 등 신체적 건강에 긍정적 영향을 줄 뿐만 아니라 창의성과 문제해결 능력이 향상되는 인지적 측면이나 긴장 및 스트레스를 완화시키고 행복감을 느끼게 하는 등 정서적 측면에서도 효과가 있는 것으로 알려져 왔다. 최근에는 여가활동이 다른 사람들과 만나고 교제하며 사회적 관계망을 넓히는데 매우 유용하며 자기 자신을 확인하고 조직 내 소속감을 갖게 해 외로움이나 우울감을 줄여준다는 사회적 효과가 강조되고 있다. 코로나19 팬데믹을 극복하고 사회의 손실을 회복하기 위해 적극적이고 다양한 문화·여가활동이 강조되는 시점이다.

## 코로나19가 여가활동에 미친 영향

코로나19 기간 동안 여가활동에 제약이 생기면서 혼자 하는 여가활동이 증가하고 온라인 기반 활동이 중심적인 여가활동으로 부상하였다. 하지만 코로나19가 장기화되고 거리두기 단계가 완화되면서 여가생활에 미치는 영향은 점차 줄어들어 코로나19 이전의 일상으로 회복하려는 움직임을 보이고 있다. 예를 들어 문화체육관광부의 「국민여가활동조사」에 따르면, ‘코로나19가 여가활동에 영향을 미치고 있다고 생각’한 비율이 2021년 조사에서는 86.5%였던 것에서 2022년 조사에서는 70.0%로 감소하였다(그림 VII-23).

[그림 VII-23] 코로나19가 여가활동에 영향을 미치는 정도, 2021, 2022



주: 1) 본 문항은 2021년 이전 조사에서는 포함되지 않음.

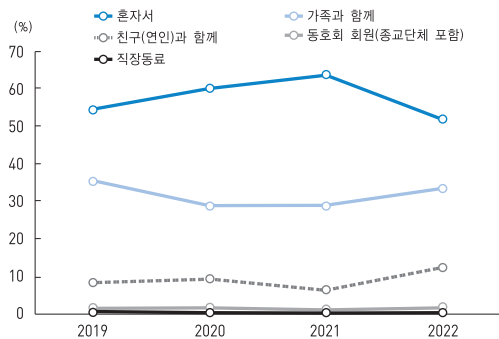
2) 각 연도별 조사의 기준시점은 직전년도 8월부터 해당년도 7월임.

출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 원자료, 각 연도.

여가활동을 함께 하는 동반자의 경우, 혼자서 하는 활동이 매년 증가 추세를 보이고 있으며, 특히 코로나19의 거리두기가 강화되는 시점인 2020년(60.0%)과 2021년(63.6%)에 가장 높게 나타났다. 그러나 2022년 조사에서는 전년도와

비교해 혼자서 하는 여가활동은 감소하고 (11.8%p 감소), 상대적으로 가족과 함께 하거나 (4.7%p 증가) 친구(연인)와 함께하는(5.9%p 증가) 비중은 증가하였다(그림 VII-24).

[그림 VII-24] 여가활동 동반자(순위 활동 기준), 2019-2022



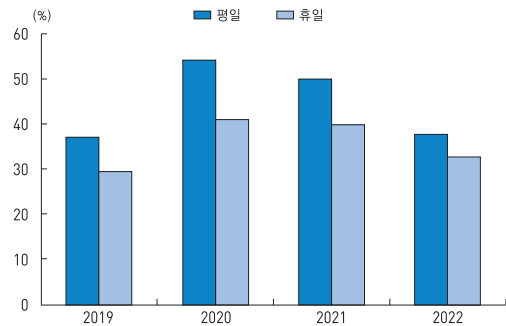
주: 1) 각 연도별 조사의 기준시점은 직전년도 8월부터 해당년도 7월임.  
출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.

여가시간 중에 스마트 기기를 활용한 비중 역시 코로나19 확산 이후 증가하다가 2022년에는 코로나19 이전과 비슷한 수준으로 나타났다. 여가시간 중 스마트 기기를 활용한 비중이 코로나19 시기 이전에는 평일 37.1%, 휴일 29.6%였으나 코로나19가 시작된 이후인 2020년에는 평일 54.1%, 휴일 41.1%로 급증하게 되었다. 그러나 2021년에는 그 비율이 평일 50.0%, 휴일 39.7%로 감소하였고 2022년에는 평일 37.8%, 휴일 32.7%로 코로나19 이전인 2019년과 비슷하게 나타났다(그림 VII-25).

한편 코로나19 기간 동안 온라인(모바일) 공간에서 활동했던 경험은 계속해서 온라인 기반 활동을 확대하는데 영향을 주는 것으로 나타났다.

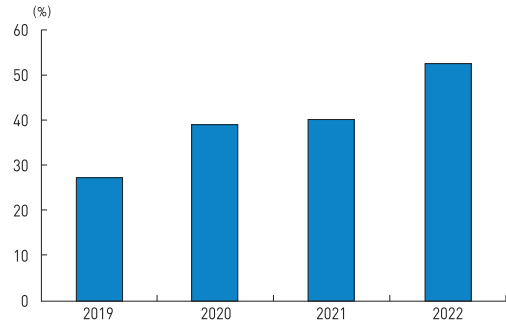
문화체육관광부의 「국민문화예술활동조사」 결과에 따르면, 유튜브나 넷플릭스 등 온라인 동영상 제공 서비스(OTT)를 통해 문화예술행사를 관람한 비율이 2019년에는 27.4%였으나 코로나19가 시작된 2020년에는 38.8%로 크게 높아졌으며, 그 이후에도 계속 증가하는 추세를 나타내고 있다. 특히 2022년에는 온라인 동영상 제공 서비스를 통해 문화예술행사를 관람한 비율이

[그림 VII-25] 스마트 기기를 활용한 여가시간의 비중 변화, 2019-2022



주: 1) 각 연도별 조사의 기준시점은 직전년도 8월부터 해당년도 7월임.  
출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.

[그림 VII-26] 온라인 동영상 제공 서비스(OTT)를 통한 문화예술행사 관람률, 2019-2022



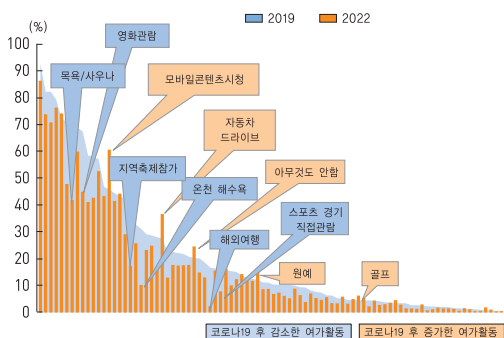
주: 1) 각 연도별 조사의 기준시점은 직전년도 8월부터 해당년도 7월임.  
출처: 문화체육관광부, 「국민문화예술활동조사」, 각 연도.

전체 52.6%를 넘어섰는데, 이는 문화예술활동을 비롯한 여가활동에서 온라인 기반 활동이 계속 해서 확대되고 있다고 볼 수 있다.

### 회복과 치유를 위한 여가활동의 증가

코로나19 전후인 2019년과 2022년에 ‘지난 1년 동안 여가활동에 참여한 사람들의 비율’을 비교해 보면, 목욕/사우나, 지역축제 참가, 온천 해수욕, 스포츠경기 직접 관람, 해외여행 등 모임이나 집합시설, 관광과 관련된 여가활동은 코로나19 이후 크게 감소하였다. 한편, 모바일 콘텐츠 시청, 자동차 드라이브, 윈예, 골프 등의 활동은 코로나19 이후에도 증가한 것으로 나타나, 온라인에 기반한 활동이나 자연친화적 활동, 제한적인 이동수단을 이용한 여행 등은 꾸준히 증가하는 경향을 보였다(그림 VII-27).

[그림 VII-27] 코로나19 전후 여가활동 참여율 변화, 2019, 2022



주: 1) 각 연도별 조사의 기준시점은 직전년도 8월부터 해당년도 7월임.  
출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.

여가활동의 참여율 변화는 이용하는 여가공간의 변화 추이로도 파악된다. 2019년에 집주변(10.9%)이나 생활권 공원(5.3%)을 이용하는 사람들의 비율이 2021년에는 약 2배가량 증가한 것으로 나타났다. 이는 코로나19로 인한 집콕생활의 답답함을 가장 손쉽게 집주변이나 생활권에서 산책이나 걷기로 해소하려고 한 것으로 분석된다. 그리고 같은 기간 캠핑장과 산림욕장을 이용하는 비율은 낮은 수치지만 계속 증가하고 있는 것으로 나타났다. 산을 이용하는 경우는 2019년 이후 지속적으로 늘어나다가 2022년에는 감소하는 것으로 나타났다(표 VII-18).

〈표 VII-18〉 이용하는 여가공간 및 희망하는 여가공간, 2019-2022

|      | 가장 많이 이용하는 여가공간(1순위) |        |     |     |      | 가장 이용하고 싶은 여가공간(1순위) |        |     |     |      |
|------|----------------------|--------|-----|-----|------|----------------------|--------|-----|-----|------|
|      | 집 주변                 | 생활권 공원 | 산   | 캠핑장 | 산림욕장 | 집 주변                 | 생활권 공원 | 산   | 캠핑장 | 산림욕장 |
| 2019 | 10.9                 | 5.3    | 2.9 | 0.4 | 0.3  | 3.0                  | 3.7    | 4.6 | 1.9 | 1.6  |
| 2020 | 12.9                 | 8.9    | 3.1 | 0.7 | 0.4  | 3.0                  | 4.3    | 5.7 | 3.1 | 3.1  |
| 2021 | 18.9                 | 10.6   | 3.6 | 0.8 | 0.5  | 3.0                  | 4.6    | 6.8 | 4.2 | 2.5  |
| 2022 | 12.6                 | 5.9    | 2.6 | 1.1 | 0.5  | 2.2                  | 3.1    | 3.0 | 2.8 | 2.2  |

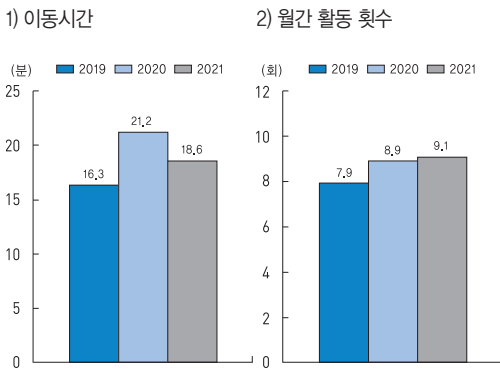
주: 1) 각 연도별 조사의 기준시점은 직전년도 8월부터 해당년도 7월임.  
출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.

생활권의 야외공원이나 산, 캠핑장, 산림욕장 등 자연 속에서의 여가활동은 스트레스 해소, 피로 회복 등 정신적으로나 육체적으로 치유하고자 하는 여가 목적과 연관된다. 이러한 욕구는 코로나19의 영향이 가장 컸던 2021년 시기 산(6.8%)이나 캠핑장(4.2%)을 이용하고 싶은 희망

으로도 나타났다.

산림청의 「산림휴양·복지활동 조사」에 따르면 2019년도와 비교해 2020년에 산림휴양·복지활동을 위한 이동시간이 4.9분 증가했으며, 월간 활동 횟수도 1.0회 증가한 것으로 나타났다. 2021년에도 월간 활동 횟수는 소폭 증가하였으나 이동시간은 18.6분으로 다소 감소하였다(그림 VII-28).

[그림 VII-28] 산림휴양·복지활동의 이동시간 및 횟수, 2019~2021



주: 1) 이동시간은 일상적인 산림휴양·복지활동 시 도보와 교통수단(자가용, 자전거, 대중교통, 기타)의 이동시간 평균을 말함.  
2) 월간 활동 횟수는 일상적인 산림휴양·복지활동의 월평균 횟수를 말함.  
출처: 산림청, 「산림휴양·복지활동조사」, 각 연도.

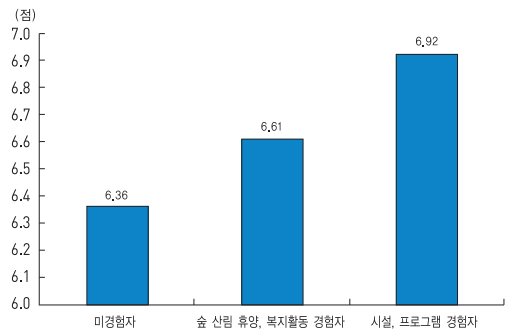
또한 산림휴양·복지활동 경험자 중 94.7%가 산림휴양·복지활동이 삶에 긍정적인 영향을 미친다고 인식하고 있었다(표 VII-19). 더욱이 산림여가활동 경험자는 그렇지 않은 사람들보다 3.9% 더 높은 삶의 질을 누리며, 적극적으로 참여하는 사람들은 소극적으로 참여하는 사람들보다 4.7%, 0.31점 더 높은 삶의 질을 누리는 것으로 나타났다(그림 VII-29).

〈표 VII-19〉 산림휴양·복지활동이 삶에 미치는 영향, 2022

| 구분            | 삶에 미치는 영향 (%) |       |      | 평균(점) |
|---------------|---------------|-------|------|-------|
|               | 부정            | 영향 없음 | 긍정   |       |
| 산림휴양·복지활동의 영향 | 1.0           | 4.3   | 94.7 | 7.41  |

주: 1) 11점(0~10점) 척도 중 부정적 영향은 0~4점, 영향 없음은 5점, 긍정적 영향은 6~10점으로 응답한 비율과 평균 점수  
출처: 산림청, 「2022 산림휴양·복지활동조사」, 2022.

[그림 VII-29] 산림여가활동과 삶의 질, 2021



주: 1) 통계치는 11점 척도(0~10점)로 응답한 평균값임.  
출처: 이정희, 「산림여가활동과 삶의 질의 관계와 시사점」, 「산림정책이슈」, 2023.

한편 요가나 필라테스와 같이 집 안에서 할 수 있는 심신 단련 활동도 꾸준히 증가하였다. 특히 청(2020)은 요가매트나 필라테스, 폼롤러 등 홈트레이닝과 관련한 상표출원 건수가 2020년 상반기(1~5월, 233건)에 전년 같은 기간(209건)에 비해 11.5% 증가했다고 발표했다. 또한 한국소비자원(2021)에서 발표한 자료에 따르면, 코로나 19로 인해 헬스장 영업제한이 지속되면서 홈트레이닝의 인기가 높아짐에 따라 요가매트, 요가복, 폼롤러 등의 연관 키워드가 언급된 횟수가 많아졌다(표 VII-20).



〈표 VII-20〉 “홈트레이닝” 관련 분기별 키워드 변화, 2020.1~2021.1

(회)

| 순위 | 2020/01/25~<br>2020/03/31 |        | 2020/04/01~<br>2020/06/30 |        | 2020/07/01~<br>2020/09/30 |         | 2020/10/01~<br>2020/12/31 |        | 2021/01/01~<br>2021/01/25 |        |
|----|---------------------------|--------|---------------------------|--------|---------------------------|---------|---------------------------|--------|---------------------------|--------|
|    | 키워드                       | 언급량    | 키워드                       | 언급량    | 키워드                       | 언급량     | 키워드                       | 언급량    | 키워드                       | 언급량    |
| 1  | 운동                        | 53,484 | 운동                        | 85,462 | 운동                        | 108,728 | 운동                        | 63,556 | 운동                        | 15,074 |
| 2  | 다이어트                      | 28,780 | 다이어트                      | 49,368 | 다이어트                      | 61,662  | 다이어트                      | 47,218 | 다이어트                      | 8,102  |
| 3  | 집                         | 17,649 | 식단                        | 23,557 | 식단                        | 31,963  | 건강                        | 25,919 | 집                         | 5,061  |
| 4  | 코로나                       | 16,744 | 집                         | 23,326 | 집                         | 29,596  | 집                         | 21,759 | 건강                        | 3,226  |
| 5  | 식단                        | 12,915 | 헬스                        | 17,641 | 헬스                        | 22,199  | 식단                        | 17,869 | 몸                         | 3,153  |
| 6  | 헬스                        | 12,026 | 영상                        | 15,669 | 저녁                        | 21,827  | 헬스장                       | 17,794 | 코로나                       | 3,067  |
| 7  | 필라테스                      | 10,915 | 필라테스                      | 15,346 | 아침                        | 21,771  | 하루                        | 16,542 | 식단                        | 3,048  |
| 8  | 요가                        | 9,521  | 아침                        | 15,337 | 일상                        | 20,247  | 자세                        | 14,959 | 영상                        | 2,831  |
| 9  | 영상                        | 9,500  | 운동<br>스타그램                | 14,880 | 코로나                       | 20,204  | 필라테스                      | 14,872 | 헬스장                       | 2,677  |
| 10 | 운동<br>스타그램                | 8,857  | 일상                        | 14,779 | 운동<br>스타그램                | 19,959  | 헬스                        | 14,386 | 하루                        | 2,655  |

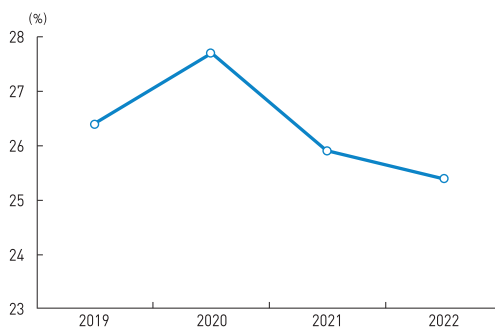
주: 1) 홈트레이닝 관련 소셜데이터(트위터, 블로그, 인스타그램, 커뮤니티, 뉴스 등) 및 소비자 상담 데이터(‘스포츠웨어’, ‘트레이닝기구’, ‘기타 스포츠·레저·기구·용품’으로 조회) 연관 키워드 분석 (2020.1.25. ~ 2021.1.25.)

출처: 한국소비자원, “코로나19로 인한 홈트레이닝 가속화와 소비자 이슈”, 「소비자이슈 정보」, 2021.02.01.

코로나19 이후 반려동·식물과 교감하며 심신을 회복하고자 하는 경향도 증가하였다. 농림축산식품부의 「동물보호에 대한 국민의식조사」에 따르면, 현재 거주지에서 반려동물을 직접 기르고 있는 응답자의 비율은 2019년 26.4%에서 2020년에는 27.7%로 증가하였다가 2021년과 2022년에는 각기 25.9%, 25.4%로 감소하였다(그림 VII-30).

반려동물 뿐만 아니라 반려식물에 대한 수요도 증가하였다. 농촌진흥청(2021)의 「반려식물과 건강관리식물에 대한 인식조사」 결과에 따르면, 코로나19 이후 반려식물에 관심이 늘었다는 응답이 51.5%였으며, 연령대별로는 20~30대

[그림 VII-30] 반려동물 양육 여부, 2019~2022



출처: 농림축산식품부, 「동물보호에 대한 국민의식조사」, 각 연도 국가동물보호정보시스템(anim.go.kr); 농림축산식품부 보도자료.

(61.1%)에서 크게 늘어났다. 이러한 반려식물에 대한 관심은 관련 시장 형성에도 큰 영향을 주었다. 특허청 보도자료(2021)에 따르면 가정용 식





물재배기와 관련된 특허출원이 2019년 161건에서 2020년에는 216건으로 34.2% 급증하였다. 또한 한국발명진흥회 지식평가센터는 국내 식물재배기 시장 규모가 코로나19 시기를 거치면서 2019년 100억 원에서 2023년 5천억 원으로 크게 증가할 것으로 예상하였다.<sup>1)</sup>

### 엔데믹 이후, 여가생활 전망

코로나19 팬데믹 시기 동안 우리의 여가생활 형태는 크게 변화하였다. 혼자 혹은 비대면으로 활동하거나 생활권 내에서 가능한 여가활동을 찾음으로써 이동과 만남을 최소화하였다. 집에서 가능한 요가나 필라테스 등을 통해 신체적인

건강과 심리적인 안정감을 찾으려 했으며, 집 주변의 야외공원이나 산, 산림욕장 등 자연친화적인 공간에서 스트레스와 피로를 회복하고자 하였다. 반려식물이나 반려동물을 돌보면서 위로와 안전을 찾으려는 경향도 증가하였다.

이는 우리들 스스로가 자가격리나 거리두기로 인해 나타날 수 있는 외로움과 고립감 등에서 벗어나기 위해 새로운 방식의 여가활동에 참여하게 된 것으로 보인다. 여가활동은 그 자체로 즐거울 뿐 아니라 사회적 관계를 강화하고 치유와 회복의 기능까지 갖고 있기 때문이다.

코로나19가 종결된 후에는 코로나19 이전으로 되돌아가려는 경향이 나타나겠지만, 이미 경험했던 변화는 계속해서 남게 될 것이다. 코로나19 시기에 온라인(모바일) 공간에서 활동한 경험이 계속해서 증가한 것처럼 앞으로도 친환경적 활동이나 치유 및 돌봄에 근거한 활동은 지속적으로 확대될 것으로 예측된다.

1) “씩트는 가정용 식물재배기 시장, 어디까지 자랄까?”, 지디넷코리아, 2022.03.28.

### 참고문헌

- 윤소영·장훈, 2014, 「여가활동의 효과분석을 위한 기초연구」, 한국문화관광연구원.  
 윤소영·정보람, 2021, 「포스트코로나 시대의 문화재정 대응방향」, 한국문화관광연구원.  
 이정희, 2023, “산림여가활동과 삶의 질의 관계와 시사점.” 「산림정책이슈」, 국립산림과학원.  
 특허청, 2020, “헬스도 비대면 시대, 재택훈련(홈트레이닝)이 뜬다.” 보도자료, 2020.7.20.  
 특허청, 2021, “특허기술로 주말농장도 집콕시대-가정용 인공지능 식물재배기 특허출원 증가.” 보도자료, 2021.9.23.  
 Ipsos, 2021, 「Global perceptions of the impact of COVID-19」

