

기본연구보고서 2009-00

창조계층 유인을 위한 대전의 문화정책

Local Cultural Policy for Creative Class

정 선 기



머 리 말

지식기반사회가 진전됨에 따라 다양한 창조적 활동이 가능하고, 시민의 감수성을 자극하는 다채로운 문화·예술 행사가 개최되는 생활공간은 점차 세계도시의 주요 목표가 되고 있으며, 세계의 많은 도시가 지역의 창조성을 제고하여 도시 경쟁력을 확보하고자 노력하고 있습니다.

지난 해 부터 대전시도 ‘창조도시(Creative City)’를 미래의 도시전략으로 설정하고 도시의 창조성 제고와 창조산업 육성을 위한 정책 지원을 강화하고 있습니다. 그 일환으로 대전시는 한편으로 창조인력을 유인할 수 있는 쾌적한 생활공간과 고품격의 문화적 향수가 가능한 도시환경을 조성하면서, 다른 한편으로 도시의 산업을 창조산업으로 재편하기 위한 노력을 기울이고 있습니다.

이 연구는 창조도시를 지향하는 대전의 문화정책이 향후 어떠한 방향으로 전개되어야 하는가에 대한 방향 설정 및 전략 개발에 초점을 두고 있습니다. 모쪼록 의욕적으로 시도되는 이 연구가 경쟁력 있는 미래 도시를 창조하고, 창의적인 지역 문화·예술 환경을 조성하는데 기여할 수 있기를 기대합니다.

대전발전연구원장 유 병 로

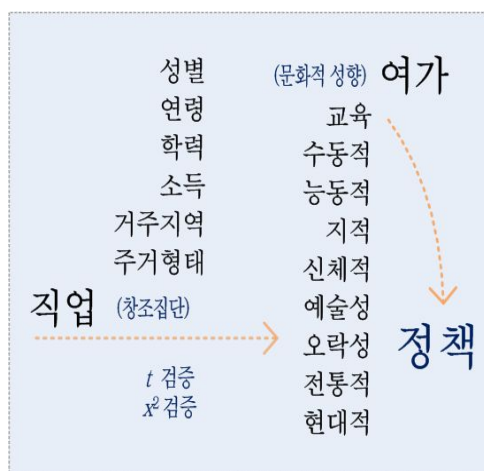
<요약 및 정책제언>

1. 배경 및 목적

- 대전이 미래 도시 전략으로 설정하고 있는 ‘창조도시(Creative City)’ 프로젝트의 성공적인 실현을 위한 문화정책 방향 설정 및 전략 개발
- 창조인력의 유입 및 정주 여건을 개선하기 위한 미래 문화예술의 구체적인 정책 방향을 설정 및 대응 전략을 발굴
- 자라나는 세대의 예술적 상상력과 문화적 감수성을 자극할 수 있는 문화·예술적 토양을 가꾸는 체험 교육·학습 전략 개발

2. 방법 및 분석틀

- 문헌검토를 통해 창조집단 개념의 이론적 검토 및 경험적 적용 가능한 개념 정의에 기초한 분석틀 구성
- 창조노동을 하는 하나의 집단을 조사하여 결과를 일반화하는 오류를 벗어나기 위하여 ‘육체노동’ 집단을 비교집단으로 설정
- ‘창조노동자의 문화적 취향은 집단적 차이가 있다’라는 가설 검증을 위해서 통계적으로 .x2 및 t검증을 시행



3. 조사 개요

- 유의 및 할당 표집(Purposive and Quata Sampling) 방식으로 총 600개 샘플을 조사(창조집단 300개, 육체노동집단 300개)
- 조사는 2009년 10월 23일부터 11월 1일까지 10일간 시행되었으며, 설문항은 여가 활동 4개, 문화취향 17개, 교육 7개, 인구사회학 변수 7개 등 모두 36개로 구성

4. 창조집단의 문화취향

- 여가 취향
 - 창조집단은 여가 시간에 주로 가족과 많은 시간을 보내는 경향이 있으며, 육체노동집단에 비해서 동호회 활동을 더 즐기는 성향이 있음
 - 창조집단이 즐겨 이용하는 것은 ‘클래식 공연’, ‘오페라 공연’, ‘박물관’, ‘무용 공연’, ‘연극 공연’, ‘국악 공연’, ‘미술 전시회’ 등으로 육체노동집단에 비해서 좀 더 예술적인 장르임
- 문화 취향
 - 창조집단은 미술 장르 중에서 서양화를 선호하는 경향이 크며 또한 조소에도 관심을 보이는 데 반하여 육체노동집단은 ‘사진’, ‘목공’, ‘도예’ 등에 관심을 더 둠
 - 창조집단은 음악 장르 중에서 ‘클래식’, ‘국악’ 등에 더 관심을 두는 반면에 육체노동집단은 ‘대중가요’를 더 선호하는 것으로 나타남
 - 창조집단은 주로 ‘교향악’, ‘오페라’, ‘뮤지컬’, ‘무용’, ‘연극’, ‘국악’ 등 거의 고전적이고 예술성이 높은 장르의 공연에 관심을 보이고 있는데 반하여, 육체노동집단의 경우는 대중음악 공연과 같은 대중적이고 오락적인 공연을 선호함

- 창조집단은 ‘골프’, ‘스케이트’, ‘테니스’ 등에 관심을 보이는 데 반하여 육체노동 집단의 경우는 ‘축구’, ‘야구’, ‘농구’, ‘배구’, ‘격투기’ 등 구기 종목 관람을 더 선호함
- 행위 전략
 - 창조집단은 전반적으로 전통 예술장르나 예술성이 높은 프로그램에 더 집단적으로 선호하는 특성을 보여주며, 육체노동 집단은 더 대중적이고 오락성이 큰 프로그램에 대해서 더 관심을 보임
 - 창조집단이나 육체노동집단은 모두 자녀의 교육 성취도를 중요하게 여기고 있으나 전자는 후자보다 더 자녀의 교육에 대한 관심을 기울이며 개입하고 있음
 - 창조집단은 육체노동집단에 비해서 자녀의 교육을 위한 문화·예술적 경험을 전략적으로 매우 중요하게 여기고 있음

5. 정책제언

- 창의적인 문화예술 활동여건 조성
 - 창조집단의 높은 문화·예술 향수 욕구를 충족시키기 위해서는 지역의 문화·예술 수준을 한 단계 높일 필요가 있음
 - 지역의 문화·예술인의 창작 활동을 통해서 삶을 영위하고 있는 교류와 활동을 활발하게 할 수 있도록 창작 환경을 조성
 - 자라나는 세대가 창의적인 인력으로 자라날 수 있도록 일찍부터 수준 높은 문화 예술 이벤트를 체험할 수 있는 환경 조성
 - 지역의 젊은 문화·예술인들이 기량을 닦고, 다양한 장르의 문화·예술 활동을 할 수 있도록 소규모 공연 및 전시 공간을 확충
 - 기초 창작인력 만이 아니라 문화·예술 관련 전시 및 공연 전문 스텝을 양성·

배출·활용할 수 있는 여건 조성

- 색다른 것을 포용하는 관용적인 문화예술(관광) 환경 조성
 - 다양한 이질적 문화가 함께 허용되는 생활공간으로 색다른 것을 포용할 수 있는 관용적인 문화적 환경을 조성
 - 국제적 문화·예술 교류 및 협력 이벤트 개최를 적극 장려하여 다양한 세계 여러 나라의 특성 있는 문화·예술 이벤트를 상시적으로 경험할 수 있는 생활환경 조성
 - 관내에 소재하고 있는 우수한 공연·전시 시설을 적극 활용하여 예술성 높은 기획 공연 및 전시 프로그램을 상시적으로 운용
 - ‘공식’과 ‘비공식’이 만나는 ‘저녁시간’의 문화·예술적 공간화를 통해서 ‘먹거리’, ‘선술집’, ‘카페’, ‘소극장’ 등 다양하고 색다른 밤의 ‘사교’ 문화를 활성화
- 지식기반사회의 경쟁력을 확보를 위한 첨단문화산업 육성
 - 우수한 IT·CT 인프라를 활용한 첨단문화산업을 적극 육성하여 창조적인 활동을 하는 사람에게 일자리 및 생활 터전을 제공
 - 어린이와 청소년이 일찍부터 변화하는 IT·CT를 체험하면서 동시에 다양한 문화·예술적 감수성을 키워 미래의 콘텐츠산업 인력으로 성장할 수 있도록 여건 조성
- 과학·문화 학습도시 여건 조성
 - 창조집단이 무엇보다 자라나는 세대의 교육에 관심을 기울이므로, 지역의 교육 여건을 창의적 인재가 성장할 수 있는 환경으로 조성하는 것이 중요함(국제중학교, 국제고등학교 등)
 - 대전의 ‘과학기술’ 인프라와 ‘문화예술’이 환경이 접목된 ‘과학문화학습도시’를 구현하는 전략이 필요(국제과학영재학교, 대전예술고등학교 등)

- 이를 위해서는 단순히 기존의 학교나 교육기관 기능을 개선해서 달성될 수 있는 것이 아니라, 지역 전체가 하나의 교육자원으로 활용되는 ‘학습도시(Learning City)’로 조성되어야 함
- 대전이 가지고 있는 자원에 의해 일상의 생활 영역에서 생성되는 풀뿌리 학습문화(예: ‘동네’, ‘동아리’, ‘도서관’, ‘박물관’, ‘미술관’, ‘과학관’, ‘문화센터’, ‘연구자’, ‘포럼’, 등)가 매우 중요함
- 대전의 IT·CT 인프라가 미래 산업이라 불리는 콘텐츠 산업과 접목·상징할 수 있도록 창의적인 교육여건을 조성·지원(대전미디어센터, 창작발전소 등)

<목 차>

| | |
|---------------------------|----|
| I. 연구의 목적 | 2 |
| 1. 배경 | 2 |
| 2. 목적 | 3 |
| II. 이론적 배경 | 4 |
| 1. 선행연구 검토 | 4 |
| 2. 창조산업과 창조계층 | 6 |
| 3. 연구의 방법 및 분석틀 | 11 |
| III. 창조계층의 문화취향 | 16 |
| 1. 대전의 창조계층 현황 | 16 |
| 2. 창조계층의 문화취향 | 22 |
| IV. 창조계층을 위한 문화정책 | 43 |
| 1. 창조계층의 집단적 특성 | 43 |
| 2. 창조계층 유인을 위한 문화정책 | 48 |
| V. 요약 및 제언 | 49 |

<참고문헌>

I. 연구의 목적

1. 배경

지식기반사회의 진전과 더불어 많은 세계도시가 도시의 창조성을 제고하여 지역의 경쟁력을 확보하고자 노력하고 있다. 다양한 창조적 활동이 가능하고, 시민의 감수성을 자극하는 다채로운 문화적 경험이 가능한 생활공간은 점차 세계도시의 주요 목표가 되고 있으며, 이러한 경향은 도시를 친환경적 녹색 공간으로 가꾸려는 노력과 더불어 더욱 강화되고 있다.

지난 해 부터 대전시는 ‘창조도시(Creative City)’를 미래의 도시전략으로 설정하고 도시의 창조성 제고와 창조산업 육성을 위한 정책 지원을 강화하고 있다. 그 일환으로 대전시는 한편으로 창조인력을 유인할 수 있는 쾌적한 생활공간과 고품격의 문화적 향수가 가능한 도시환경을 조성하면서, 다른 한편으로 도시의 산업을 창조산업으로 재편하기 위한 노력을 기울이고 있다.

지적 창의력에 의존하여 생활하는 창조인력은 무엇보다도 다양하고 색다른 문화적 자극을 선호하며, 그런 점에서 도시의 ‘문화적 계획’을 창조도시를 지향하는 시정의 가장 중요한 정책 영역 중 하나로 간주되어야 한다. 그리고 문화적 계획은 정책의 범위를 단순히 ‘문화’나 ‘예술’의 영역에 한정하지 않고, 시민의 삶의 질 향상이라는 관점에서 ‘산업’, ‘조경’, ‘디자인’ 등 다른 관련분야와 연계하여 포괄적으로 접근하여야 한다.

대전이 지식기반 사회의 경쟁력 있는 미래 도시로 도약하기 위해서는 무엇보다 대전의 미래 문화 발전에 대한 새로운 방향 설정 및 구체적인 정책 개발이 필요하다. 특히 창조도시를 지향하는 도시의 문화정책은 창조인력의 다양한 문화적 욕구를 충족시킬 수 있는 여건을 조성하는 것이 필요하다.

2. 목적

본 연구는 창조도시를 지향하는 대전의 문화정책이 향후 어떠한 방향으로 전개되어 야하는가에 대한 정책적 방향 설정 및 전략 개발에 그 목적이 있다. 따라서 본 연구는 무엇보다 ‘도시의 창조성 제고 및 창조계층의 확보’라는 관점에서 대전의 문화 정책을 새롭게 점검해보고자 한다.

첫째, 본 연구는 창조도시를 구현하기 위한 대전의 미래 문화예술 정책에 대한 구체적인 방향 설정 및 실행 가능한 정책을 발굴하는데 목적이 있다. 특히 도시의 창조성은 미래 도시의 경쟁력을 좌우하는 핵심적인 요소이기 때문에 ‘문화적 계획’ 개념에 기초한 대전의 미래 도시 설계에 대한 내용을 담게 될 것이다. 이를 위해서는 도시의 공간 디자인과 다양한 문화시설이 결합된 문화예술도시 실현을 위한 구체적이고 실현 가능한 정책 발굴 및 제안이 필요하다.

둘째, 본 연구는 창조도시를 지향하는 대전이 창조계층 유인·정주를 위해 어떠한 문화 정책을 수립·추진하는 것이 바람직한가를 알아보고자 한다. 특히 지식창조산업 인력의 유입 및 정주 여건을 개선하기 위한 대전의 미래 문화예술의 구체적인 정책 방향을 설정하고, 실행 가능한 정책을 개발·제안하고자 한다. 창조계층의 유인·정주를 위한 가장 중요한 요인 중 하나는 그들의 문화적 욕구를 충족시키는 것이기 때문에 그에 대한 체계적인 정책적 대응 전략을 고민·발굴해 보고자 한다.

셋째, 본 연구는 지역의 문화정책은 단순히 창조계층을 유인하기 위한 수단으로서가 아니라 자라나는 신세대의 창의적 역량을 제고하는 중요한 요소로 본다. 따라서 본 연구는 자라나는 지역 청소년의 예술적 감수성과 창의적 사고가 싹트게 하는 문화예술적 토양을 마련하는 문화 정책에 대해서도 고민을 해 보고자 한다. 특히 지역의 높은 문화적 창조성은 도시의 창조성 제고를 위해 극히 중요하기 때문에 그에 대한 정책적 대안 발굴을 비중있게 다루고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 선행연구 검토

최근 ‘창조계급(계층)’ 개념의 의미 및 그 구체적인 적용가능성에 대한 논의가 크게 일고 있다. 이러한 개념적 논의는 지난 2002년 플로리다(Richard Florida)가 ‘The Rise of the Creative Class’에서 미래도시의 경쟁력을 좌우하는 핵심적인 요소로서 창조산업과 창조계층의 역할을 강조하면서 처음 시작되었다.¹⁾

플로리다의 창조계급(계층)²⁾ 개념은 분명 1980년대 중반 이후 꾸준히 제기되어 왔던 창조도시 개념, 즉 산업구조의 변화에 따른 도시재생의 문제와 긴밀하게 연관되어 있다. 따라서 초기 창조도시 개념은 전통 제조업의 쇠퇴와 더불어 서구의 전통 도시는 새로운 활로를 모색하기 위해서 제기된 ‘도시의 창조성에 기반한 경쟁력 확보’라는 소극적인 의미가 강했다고 볼 수 있다.

제이콥스(Jane Jacobs)는 Cities and the Wealth of Nations(1984)에서 산업구조가 지식기반사회로 전환되면서 이제 도시의 경쟁력은 도 이상 대량생산이 아닌 유연한 혁신성에 있다고 지적하였다. 따라서 앞으로 미래 도시가 자생력을 갖추기 위해서는 포드주의적인 대량화가 아닌 ‘창조성’에 기반을 둔 혁신적 지식경제를 성장·발전시켜야 한다고 강조하였다.

랜드리(Charles Landry)는 ‘The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators’(2000)에서 창조도시를 ‘상상력이 풍부하면서도 혁신적이고, 창의적인 방법으로 도시의 문제를 해결하는 창의적 도시’라고 정의하였다. 이는 앞의 제이콥스와 달리 도시의 창의성을 단순히 자생적 경제시스템에 제한적으로 적용하는 것이 아니라 ‘예술’, ‘문화’, ‘공간’, ‘디

1) 창조도시와 관련하여 연구를 수행하고 있는 대표적인 연구자로는 Scott(2006), Hospers(2003), 사사키(2001), Florida(2002, 2004), Landly(2000, 2008) 등이 있다.

2) 플로리다는 명확하게 ‘창조계급(Creative Class)’이라는 개념 규정을 하지만, 본 연구에서는 ‘계층(Stratification)과 ‘계급(Class) 개념을 혼용해서 사용하고자 한다.

자인, '교육', '사람', '산업' 등 도시가 수행하는 모든 것에 연계시키고 있다.

랜드리의 창조도시 개념은 경제 분야를 도시의 여타 활동분야와 구분해서 접근하는 것이 아니라 상호 밀접하게 연계되어 있다고 보는 종합적인 관점에 기초하고 있다. 이런 점에서 랜드리의 창조도시는 시민의 풍부한 상상력과 창의성에 기초해서 도시를 개성과 매력이 있는 생활공간으로 조성하는 일종의 도시조성 전략이라고 볼 수 있다.

이와 같이 제이콥스와 랜드리는 창조도시에 대해 이야기하면서도 아직 '창조산업'이나 '창조계층'이라는 용어에 대해서는 직접적인 언급을 하지 않고 있다. 그러나 플로리다는 그와 달리 창조도시를 '창조산업을 육성할 수 있는 창조계층이 선호하는 도시'라고 정의하면서 미래 도시의 경쟁력을 좌우하는 3T로서 '기술'(Technology), '인재'(Talent), '관용'(Tolerance)를 강조하였다.

플로리다에 따르면 이제 모든 세계도시는 경쟁력을 갖기 위해서 창조계층의 창조활동을 지원할 수 있는 도시의 생활환경을 제공해야 한다. 이 새로운 생산 집단으로 등장하고 있는 창조계층은 전통적인 생산 계층과 달리 어떤 일자리를 찾아서 움직이기 보다는 자신이 선호하는 생활환경을 찾아서 이동하는 경향이 있기 때문에 도시가 이들을 끌어들이기 위해서는 무엇보다 이들이 선호하는 생활환경을 제공할 필요가 있다.

하지만 플로리다가 제시하고 있는 창조계층 개념은 전통적인 계층(계급)이론의 관점에서 벗어나 있기 때문에 과연 창조계층이라는 개념이 구체적인 집단범주로 확인이 가능한 것인가 하는 논쟁을 낳고 있다. 또한 이는 이미 오래 전에 벨(Daniel Bell 1973)이나 굴드너(Gouldner 1979)가 언급했던 '신계급'(New Class) 개념과 어떤 차이가 있는지 아니면 그것의 연장선상에 있는지 불분명하다.

벨의 경우 '신계급'은 탈산업사회에서 나타나는 새로운 계층집단으로 '테크노크라트'(Technocrat)는 '과학자', '기술자', '고급관료' 등 '기술적 지식은 물론 정치적 권력을

지닌 전문가 집단'을 의미한다. 이와 유사하게 굴드너의 '신계급' 개념도 '지식인'(Intelligentsia)나 '테크노크라트'(Technocrat)를 의미하는 것으로 사용하여 상층계층 노동자와 같은 의미를 담고 있다.

그러나 플로리다(Florida 2002)의 창조계급은 '전문가', '관리자', '기술자', '문화·예술 노동자' 등을 포괄하는 것으로서 '지적인 창의력에 기초해서 활동하는 모든 노동자 집단'을 의미한다. 물론 이는 미래 도시의 성장 에너지가 도시의 창조성이라는 사실을 강조하기 위한 개념정의 이지만 실제 현실에서 이러한 포괄적인 의미의 계층 개념은 매우 다기하고, 소득에 있어서 차이가 큰 이질적인 성격의 사람들을 모두 포괄하게 된다.

따라서 우리가 '창조계급'이라는 용어에 기초해서 연구를 진행하기 위해서는 무엇보다 먼저 그 개념 범주를 조작적으로 명확히 규정하여 개념적 혼란에서 벗어날 필요가 있다. 그런 의미에서 본 연구는 '창조계급' 개념을 우리나라의 산업분류표를 기준으로 할 때 어떠한 직업군에 속하는가를 구체적으로 살펴보고, 그에 근거한 분석범주를 재구성하여 분석틀을 설정하여 연구를 진행하고자 한다.

2. 창조산업과 창조계층

'창조산업' 개념은 최근 많은 논의와 관심에도 불구하고 정책 환경이나 연구의 목적에 따라 연구자 사이에 용어의 의미·사용에서 차이를 보인다. 물론 '창조산업'의 범주에 대한 규정은 국가에 따라서 약간의 차이는 있겠지만 많은 연구자가 DCMS(영국 문화·미디어·스포츠부)의 분류 기준을 참고하고 있다.

영국의 DCMS(1997)는 처음 공식적으로 '창조산업(creative industry)' 개념을 사용하면서 주요한 정책영역으로 다루기 시작하였다. 그에 따르면 창조산업은 '개인의 창의성과 기술, 재능을 활용한 활동' 및 '지적 특성을 활용하여 부와 일자리를 창출하는 활

동'이라고 정의된다.³⁾

DCMS의 정의에 따른 창조산업의 범주에 포함되는 정책분야는 일차적으로 ‘영화’, ‘음악, 시각 및 공연 예술’, ‘건축’, ‘출판’, ‘컴퓨터게임, 소프트웨어 및 전자출판’, ‘라디오와 TV’, ‘광고’, ‘패션디자인’, ‘예술·골동품 거래’ 등이며, ‘전통유산’, ‘기록보존’, ‘도서관’, ‘박물관’ 등도 포함된다.

<표 1> 창조산업 범주 분류 비교

| 영국 | 홍콩 | 싱가포르 | 한국 |
|--|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ◦ 광고 ◦ 건축 ◦ 미술품/골동품 ◦ 공예 ◦ 디자인 ◦ 패션 ◦ 영화 및 비디오 ◦ 양방향 오락 소프트웨어 ◦ 음악 ◦ 공연예술 ◦ 출판 ◦ 소프트웨어/컴퓨터서비스 ◦ 문화유산 ◦ 기록보존 ◦ 도서관 ◦ 박물관 | <ul style="list-style-type: none"> ◦ 광고 ◦ 건축 ◦ 미술품/공예 ◦ 디자인 ◦ 디지털 엔터테인먼트 ◦ 영화/비디오 ◦ 음악 ◦ 공연예술 ◦ 출판 ◦ 소프트웨어/컴퓨터 서비스 ◦ 텔레비전/라디오 | <ul style="list-style-type: none"> ◦ IT/소프트웨어 서비스 ◦ 광고 ◦ 방송미디어 ◦ 출판 ◦ 인터랙티브/패션/패션 디자인 ◦ 건축서비스 ◦ 미술품/공예 ◦ 공연예술 ◦ 영상서비스 ◦ 산업디자인 ◦ 사진 | <ul style="list-style-type: none"> ◦ 출판 ◦ 음악 ◦ 만화 ◦ 게임 ◦ 영화 ◦ 애니메이션 ◦ 방송 ◦ 광고 ◦ 문화재 관련 ◦ 캐릭터 ◦ 패션디자인 ◦ 전통공예 ◦ 멀티미디어 콘텐츠 |

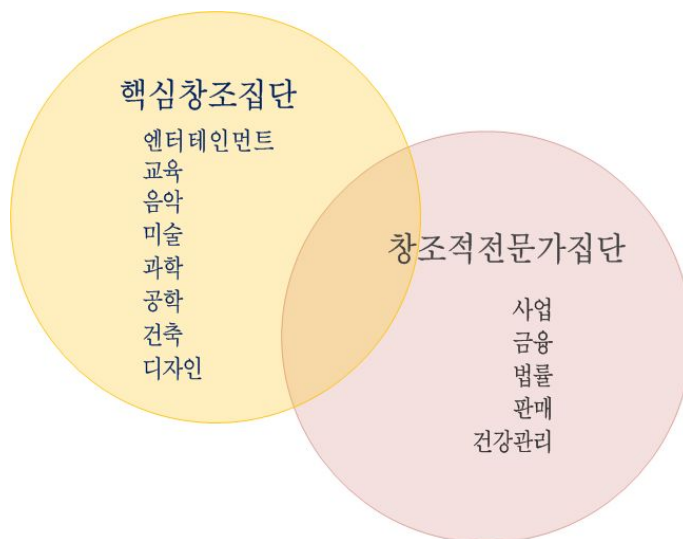
* 출처: DCMS(2005), CPR(2003), CISS(2003), 문화관광부(2003)

이처럼 창조산업 개념은 그 범주 규정이 각 나라의 특성에 따라 약간의 차이를 보이고 있어 좀 더 객관적인 범주 규정에 기초한 보편적인 개념화가 필요한데, 유네스코(UNESCO)의 DCMS 개념을 참조하여 창조산업을 좀 더 포괄적으로 ‘상품의 경제적

3) DCMS에 따르면 창조산업은 “those activities which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property”이다.

가치가 그 문화적 혹은 지적(知的) 특성으로 되어있는 상품을 - 경영자 및 기술자와 협력하여 - 만드는 창조적 기예를 가지고 있는 사람에 의존하는 산업'이라고 규정하고 있다.⁴⁾

플로리다(2002)는 지적 창의력에 기초해서 생활하는 사람, 즉 창조산업 종사자를 창조계층이라 규정하면서, 앞으로 미래에는 창조계층의 존재 유무가 도시의 경쟁력을 좌우하는 극히 중요한 요인이라고 강조한다. 더 나아가 그는 이러한 창조계층은 '핵심창조집단'과 '창조적전문가집단'으로 구분하면서, 핵심창조집단은 '과학', '공학', '건축', '디자인', '교육', '미술', '음악', '엔터테인먼트' 등의 종사자이며, 창조적전문가집단은 '사업', '금융', '법률', '건강관리' 등의 분야에 종사하는 사람이라고 규정하고 있다.



<그림 3> 핵심창조집단과 창조적전문가집단

4) Creative Industries are based on individuals with creative arts skills in alliance with managers and technologists making marketable products whose economic value lies in their cultural or 'intellectuals' properties."(UNESCO 2009)

<표 2> 핵심창조계층과 창조적전문가

| 구분 | 직업분류 |
|---------|---|
| 핵심 창조계층 | <ul style="list-style-type: none"> ▫ 컴퓨터 수학 관련(Computer and mathematical) ▫ 건축과 공학(Architecture and engineering) ▫ 생명, 물리과학, 사회과학(Life, physical, social science) ▫ 교육, 훈련, 사서(Education, training, library) ▫ 미술, 디자인, 연예오락, 스포츠, 미디어(Arts, design, entertainment, sports, media) |
| 창조적 전문가 | <ul style="list-style-type: none"> ▫ 관리(Management) ▫ 사업과 재정운영(Business and financial operation) ▫ 법률(Legal) ▫ 건강관리(Healthcare practitioners and technician) ▫ 고소득 판매와 판매관리(High-end sales and sales management) |

* 출처: Richard Florida(2002), The Rise of the Creative Class

플로리다가 규정하고 있는 핵심창조계층 개념에 기초해서 직업 범주를 ‘제조업’, ‘사업서비스’, ‘문화’, ‘교육’ 등으로 크게 4개 분야로 나누어서 살펴보면 <표3>과 같이 나타난다. 창조산업은 지적(知的) 창의력에 기반한 산업이기 때문에 과학(기술), 문화, 예술, 비즈니스 등 융합적인 지식기반 경제활동이다.

<표 3> 핵심창조계층 관련 업종

| 구분 | 분류 |
|---------|---|
| 제조업관련 | ‘사진촬영 및 처리업’ |
| 사업서비스관련 | ‘자연과학 및 공학 연구개발업’, ‘인문 및 사회과학 연구개발업’, ‘기타전문, 과학 및 기술 서비스업’, ‘기타 과학기술 서비스업’, ‘컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업’, ‘자료처리, 호스팅, 포털 및 기타인터넷 정보매개서비스업’, ‘소프트웨어 개발 및 공급업’, ‘기타정보 서비스업’, ‘전기통신업’, ‘건축기술, 엔지니어링 및 기타 과학기술 서비스업’, ‘전문디자인업’ |
| 문화관련 | ‘창작, 예술 및 여가관련 서비스업’, ‘영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업’ |
| 교육관련 | ‘고등교육기관’, ‘중등교육기관’, ‘일반교습학원’, ‘기타교육기관’, ‘교육지원 서비스업’, ‘특수학교’, ‘외국인학교 및 대안학교’ |

이상의 논의를 통해서 정리된 창조계층의 종사업종 범주를 ‘한국표준산업분류’(제9차 개정)에 기초해서 분류해 보면 <표 4>와 같다.

<표 4> 창조계층 종사업종

| 코드 | 소분류 | 코드 | 소분류 |
|-----|----------------------------------|-----|----------------------------|
| 581 | 서적, 잡지 및 기타 인쇄 출판업 | 714 | 시장조사 및 여론조사업 |
| 582 | 소프트웨어 개발 및 공급업 | 715 | 회사본부, 지주회사 및 경영컨설팅 서비스업 |
| 591 | 영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업 | 721 | 건축기술, 엔지니어링 및 기타 관련기술 서비스업 |
| 592 | 오디오물 출판 및 원판 녹음업 | 729 | 기타 과학기술 서비스업 |
| 601 | 라디오 방송업 | 732 | 전문 디자인업 |
| 602 | 텔레비전 방송업 | 733 | 사진 촬영 및 처리업 |
| 612 | 전기통신업 | 739 | 그 외 기타 전문, 과학 및 기술 서비스업 |
| 620 | 컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업 | 852 | 중등 교육기관 |
| 631 | 자료처리, 호스팅, 포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업 | 853 | 고등 교육기관 |
| 639 | 기타 정보 서비스업 | 854 | 특수학교, 외국인학교 및 대안학교 |
| 701 | 자연과학 및 공학 연구개발업 | 855 | 일반교습학원 |
| 702 | 인문 및 사회과학 연구개발업 | 856 | 기타 교육기관 |
| 711 | 법무관련 서비스업 | 857 | 교육지원 서비스업 |
| 712 | 회계 및 세무관련 서비스업 | 901 | 창작 및 예술관련 서비스업 |
| 713 | 광고업 | 902 | 도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업 |

※ 참조 : ‘한국표준산업분류’(제9차 개정)

3. 연구의 방법 및 분석틀

1) 방법

최근 창조도시에 대한 연구 관심이 크게 고조되고 있으나 주요한 연구는 대부분 외국의 경험에 토대를 둔 저작들이며, 지역적 특성을 고려하면서 수행된 국내의 연구는 극히 드문 실정이다. 그런 점에서 지난 2008년 수행된 ‘창조도시 대전 만들기’(대전발전연구원 2008)는 중요한 의미를 가진다고 볼 수 있다.⁵⁾

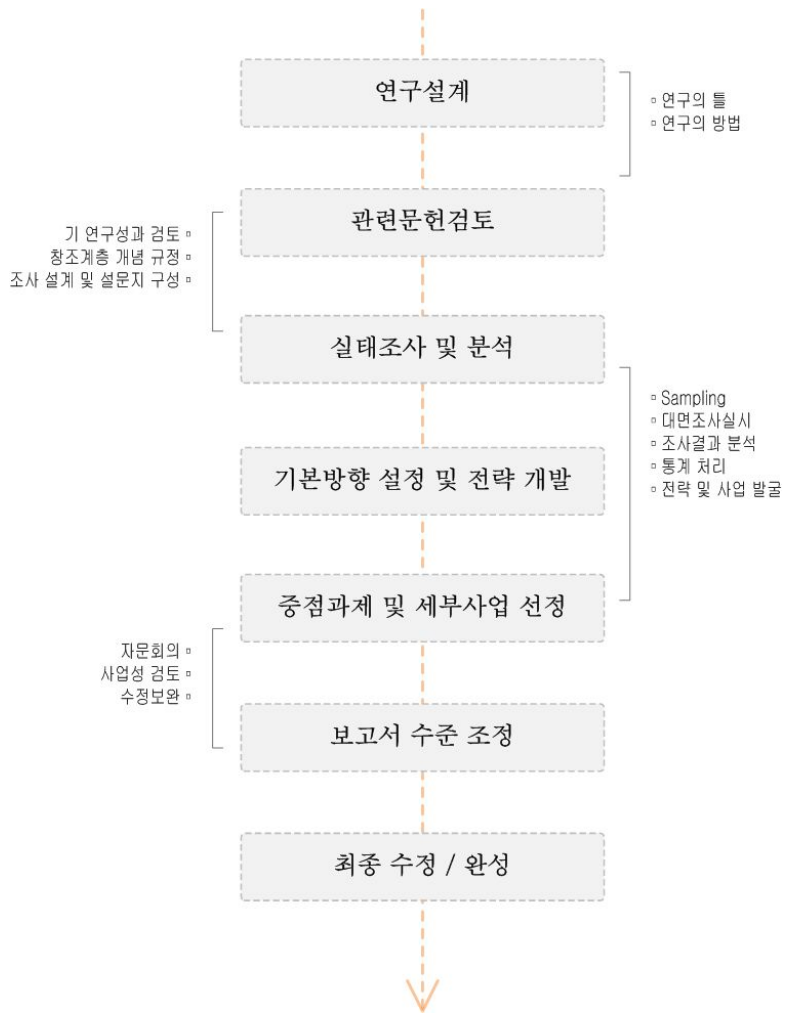
물론 대전발전연구원(2008)에서 수행한 창조도시 관련 연구는 그 선구적인 의미에도 불구하고 아직 ‘창조계층’에 대한 명확한 범주 설정이나 구체적인 경험조사에 기초한 문화정책을 제공하지 않고 있다. 따라서 본 연구는 다음과 같이 ‘창조계층’ 개념에 대한 명확한 규정 및 그에 기초한 구체적인 경험 조사를 통해서 대전의 문화정책을 발굴·제안하고자 한다.

첫째, 도시의 창의성 제고라는 관점에서 협의의 문화 개념을 벗어나 광의의 문화 개념에 기초한 폭넓은 시각을 가지고 접근한다. 둘째, 기 연구된 국내외 연구 성과에 기초해서 ‘창조도시’ 및 ‘창조계층’ 개념을 재검토하고, 특히 국내의 지역적 특성을 반영한 개념 범주를 조작적으로 정의·활용한다.

셋째, 엄격하게 조작적으로 정의된 창조계층 개념 범주에 기초해서 설문 문항의 설정 및 Sampling을 설계한다. 넷째, 창조계층을 타깃집단으로 한 구체적인 경험조사 설문지에 기초해서 대면 조사를 실시한다.

다섯째, 구조화된 설문지를 통해서 수행된 조사 결과를 분석하여 창조계층이 선호하는 문화 성향을 도출하고, 그에 기초한 정책 수단을 검토한다. 여섯째, 분석·도출된 결론에 기초해서 창조집단 유인을 위한 문화 정책을 제시한다.

5) 창조계층에 관한 연구는 2000년대 이후 국내외적으로 크게 유행하고 있으나 정작 개념의 정의·적용은 연구자의 관심이나 지역의 특성에 따라 차이가 있다.



<그림 4> 연구진행도

2) 분석틀

본 연구는 ‘창조도시 대전’ 조성을 위한 문화 정책을 개발·제안하기 위한 연구이며, 창조계층의 유무가 창조도시의 성장에 가장 중요한 요소라는 전제로부터 출발한다. 그런 점에서 본 연구는 무엇보다 창조계층의 선호하는 문화·예술적 취향(taste)에 기초한 현실성 있는 정책을 발굴·제안하고자 한다.

첫째, 본 연구는 일차적으로 문헌검토를 통해 창조계층 개념의 이론적 근거를 검토해 보면서 동시에 경험적 적용이 가능하도록 개념의 범주를 조작적으로 정의·분석틀을 구성하고자 한다. 이를 위해서 기 수행된 연구의 성과를 활용하되 국내의 지역적 특성을 고려한 조작적 개념을 활용하고자 한다.

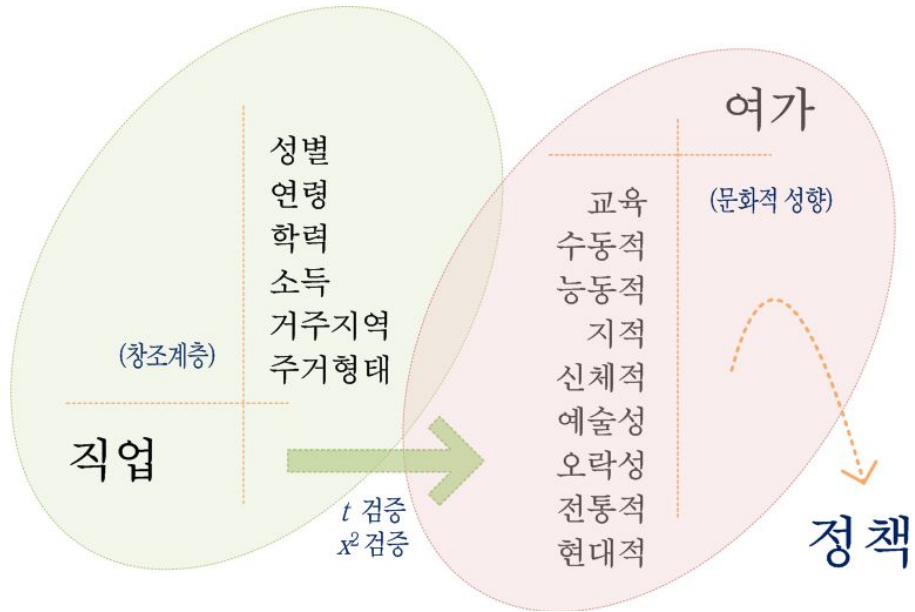
둘째, 본 연구는 창조계층을 ‘비슷하게 생각하고, 느끼고, 행동하는 성향을 가진 집단’이라는 관점에서 출발한다. 그런 관점에서 창조산업 직업 범주에 속하는 노동자 집단을 ‘독립변수’로 설정하고, 그들의 여가활동에서 나타나는 집단적인 특성을 ‘종속변수’로 파악하고자 한다. 이는 기본적으로 ‘창조계층은 집단적으로 유사한 문화적 성향을 가지고 있을 것이다’라는 가설로부터 출발한다.

셋째, 본 연구는 단순히 창조계층이라는 하나의 집단을 조사하여 결과를 일반화하는 오류를 벗어나기 위하여 ‘육체노동’ 집단을 비교집단으로 설정하고자 한다. 이는 ‘육체노동에 의존하는 집단’이 ‘지적 창의력에 의존하는 집단’과 차별적 특성을 가지고 있을 것이라는 가설에 기초하고 있다.

넷째, ‘창조노동자의 문화적 취향은 집단적 차이가 있다’라는 가설 검증을 위해서 본 연구에서는 통계적으로 χ^2 및 t 검증을 시행하고자 한다. t 검증은 리커트 5점 척도로 측정된 7개의 ‘교육’ 변수에 적용하게 될 것이다.

다섯째, 조사를 위한 설문지 구성은 섬세한 문화적 성향 차이를 포착하기 위해서 주

로 ‘열린 문항’을 활용하고자 한다. 왜냐하면 ‘열린 문항’은 피 면접자가 가지고 있는 지식·정보를 함께 측정할 수 있다는 이점을 가지기 때문이다.



<그림 5> 분석틀

3) 조사 개요

본 연구에서 활용된 1차 자료는 구조화된 설문지를 이용한 개별면접 방식으로 측정된 것이며, 표본의 추출은 유의표집(Purposive Sampling)과 할당표집(Quata Sampling)이 적용되었다.

우선, 1단계는 총 600개의 표본 중에서 창조계층 범주에 기초한 직업 종사자를 300개 그리고 육체노동에 종사하는 노동자 300개를 할당하였다. 조사는 면접원이 근무처나 업체를 직접 방문하여 조사를 실시하였다.

<표 5> 표본의 연령별 특성

| 30대 미만 | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 이상 | 계(%) |
|----------|-----------|-----------|----------|--------|------------|
| 98(16.4) | 229(38.3) | 193(32.3) | 74(12.4) | 4(0.7) | 598(100.0) |

<표 6> 표본의 학력별 특성

| 초등학교 | 중학교 | 고등학교 | 전문대학 | 학사 | 석사 | 박사 | 계(%) |
|--------|---------|-----------|----------|-----------|-----------|---------|------------|
| 2(0.3) | 20(3.3) | 136(22.7) | 88(14.7) | 194(32.4) | 101(16.9) | 57(9.5) | 598(100.0) |

조사는 2009년 10월 23일부터 11월 1일까지 총 10일간 수행되었으며, 창조계층은 대덕연구단지, 대학교, 첨단문화산업단지, 벤처단지, 문화예술관련 기관 및 단체 등을 직접 방문하였고, 육체노동자 계층은 대전1·2공단, 대전3·4공단 지역의 업체를 중심으로 조사를 실시하였다.

설문지 문항은 여가활동 관련 문항 4개, 문화취향 관련 문항 17개, 교육관련 문항 7개, 인구사회학적 변수 문항 7개 등 모두 36개로 구성되었다. 자료의 활용은 비교분석을 위해서는 부분적으로 2008년 수행된 ‘창조도시 대전 만들기’의 조사 결과를 활용하였으며, 특히 지역의 전문가 심층면접 결과를 참조하였다.

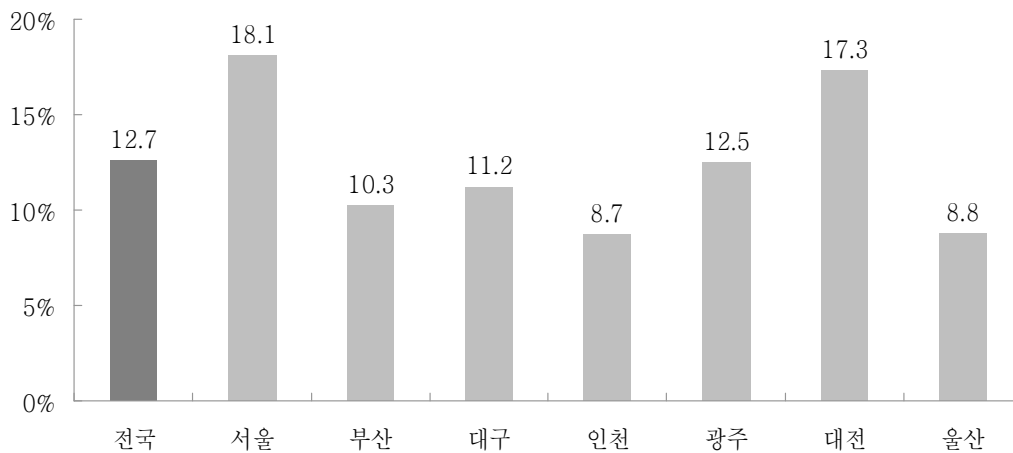
III. 창조계층의 문화취향

1. 대전의 창조계층 현황

1) 인력기반

대전의 창조산업 종사자 비율은 7대 광역시 중에서 서울(18.1%) 다음으로 두 번째 많은 17.3%로 높게 나타나고 있다. 전국 창조산업 인력 비율은 12.7%이고, 인천 8.7%, 울산 8.8%, 부산 10.3%, 광주 12.5%, 대구 11.2% 등으로 여타 지역과 비교해서도 크게 높다는 것을 알 수 있다.

<그림 6> 전국 및 7대 광역대도시 창조산업 인력 비율



* 자료 : 2007년 기준 15세 이상 취업자 중 창조산업 종사자의 비율(통계청 2009)

2008년도 기준으로 대전광역시 창조산업관련 인력양성 인프라 현황을 보면 관내 대학의 문화예술 및 첨단과학 관련 학과에 한 해에 11,733명씩 모집하고 있다. 좀 더 구체적으로 구분해서 보면 2년제는 4개 대학에서 문화예술관련 인력 926명과 첨단과학

관련 인력 2,574명 등 해마다 3,680명씩 모집하고 있으며, 4년제는 9개 대학에서 매년 문화예술관련 1,538명과 첨단산업관련 6,695명을 합해서 8,233명씩 모집하고 있다.

<표 7> 대전광역시 창조산업관련인력 양성 현황

| 2년제 대학 | 창조인력관련학과 | | 4년제 대학 | 창조인력관련학과 | |
|-------------|----------|------|-----------|----------|-------|
| | 첨단과학 | 문화예술 | | 첨단과학 | 문화예술 |
| 우송정보대 | 860 | 340 | 충남대학교 | 1,211 | 153 |
| 대전보건대 | 264 | 160 | 한밭대학교 | 1,261 | 115 |
| 대덕대 | 820 | 101 | 한남대학교 | 930 | 175 |
| 혜천대 | 630 | 325 | 목원대학교 | 501 | 532 |
| | | | 배재대학교 | 787 | 259 |
| | | | 대전대학교 | 633 | 147 |
| | | | 우송대학교 | 432 | 75 |
| | | | 침례신학대학교 | - | 67 |
| | | | 한국과학기술원 | 850 | 15 |
| | | | 한국정보통신대학 | 90 | - |
| 소계(3,680) | 2,574 | 926 | 소계(8,233) | 6,695 | 1,538 |
| 총계 (11,733) | | | | 9,269 | 2,464 |

* 자료 : 2008학년도 대학입학정원(2009)

<표 8> 창조산업관련학과 분류

| 구분 | 전공 |
|-------------|--|
| 건축·조경 설계 관련 | 건축공학부/토목, 환경 공학부 |
| 음반, 기타 미술관련 | 음악과/관현악/회화과/조소과 |
| 전문디자인업 | 산업미술학과/산업디자인과/시각디자인과/공업디자인과/의류학과/뷰티디자인학과 |
| 공연산업 | 예술 문화과(무용)/성악뮤지컬학부/연기(영화전공)/연기뮤지컬과 |
| 애니메이션관련 | 만화, 애니메이션과 |
| 컴퓨터공학관련 | 멀티미디어공학/게임멀티미디어학과/컴퓨터공학부/IT경영학부 |
| 온라인정보제공산업 | 정보통신공학전공/전과공학전공 |
| 방송제작관련 | 방송제작과/영상예술학전공/방송통신시스템학과 |
| 자연과학관련 | 수학, 정보통계학/물리, 천문우주과학부/지구환경과학부 |
| 공예관련산업 | 도자기디자인과/전통조리과 |
| 광고업 | 광고홍보학과 |

2) 창조산업 인프라

2007년 기준 대전의 창조산업관련 업체는 총 7,124개이고, 종사자 수는 모두 73,465명으로 전체 산업종사자의 17.3%를 차지하고 있다. 사업체의 비율은 전체 산업에서 대략 8%를 차지하고 있으며, 종사자 비율에 비해서 상대적인 산업비중이 미흡함을 알 수 있다.

<표 9> 7대 광역시 창조산업 사업체 및 종사자 현황 비교(통계청 2009)

(단위: 개, 명)

| 구분 | 사업체 | | | 종사자 | | |
|----|---------|-----------|------|-----------|------------|-------|
| | 창조산업 | 전체산업 | 비율 | 창조산업 | 전체산업 | 비율 |
| 전국 | 233,306 | 3,189,181 | 7.31 | 1,990,392 | 15,728,028 | 12.65 |
| 서울 | 63,888 | 712,876 | 8.96 | 716,535 | 3,956,546 | 18.11 |
| 부산 | 16,635 | 256,885 | 6.47 | 117,038 | 1,140,057 | 10.26 |
| 대구 | 13,506 | 175,699 | 7.68 | 80,645 | 720,611 | 11.19 |
| 인천 | 8,664 | 154,598 | 5.60 | 65,642 | 754,842 | 8.69 |
| 광주 | 8,650 | 94,706 | 9.13 | 56,392 | 450,018 | 12.53 |
| 대전 | 7,124 | 88,907 | 8.01 | 73,465 | 428,702 | 17.33 |
| 울산 | 5,511 | 65,236 | 8.44 | 35,196 | 401,581 | 8.76 |

* 자료: 통계청 2009, 전국사업체조사(2007)

대전은 전체 창조산업 영역 중에서도 'R&D', '방송', '교육 및 예술관련 서비스업', '사진촬영 및 처리업' 등의 비중이 비교적 높게 나타나고 있으며, 타 지역에 비해 창조산업관련 인력비중이 높음에도 불구하고 디자인, 영화, 비디오, 방송 등 주요 콘텐츠산업의 비중은 낮은 편이라고 볼 수 있다.

<표 10> 창조산업의 분야별 사업체 및 종사자 비율

| 구분 | 사업체 수 | | | 종사자수 | | |
|--------------------------------|---------|-------|------|-----------|--------|------|
| | 전국 | 대전 | 비율 | 전국 | 대전 | 비율 |
| 서적,잡지 및 기타인쇄출판업 | 4,369 | 51 | 1.16 | 58,097 | 1,199 | 2.06 |
| 사진촬영 및 처리업 | 9,104 | 289 | 3.17 | 18,962 | 641 | 3.38 |
| 오디오품 출판 및 원판녹음업 | 409 | 4 | 0.97 | 1,840 | 5 | 0.27 |
| 소프트웨어 개발 및 공급업 | 6,559 | 233 | 3.55 | 124,914 | 2,564 | 2.05 |
| 전기통신업 | 1,625 | 62 | 3.81 | 56,536 | 1,730 | 3.05 |
| 컴퓨터프로그래밍, 시스템통합 및 관리업 | 2,380 | 81 | 3.40 | 45,428 | 812 | 1.78 |
| 자료처리, 호스팅, 포털 및 기타인터넷정보매개 서비스업 | 536 | 16 | 2.98 | 14,639 | 114 | 0.77 |
| 기타정보서비스업 | 772 | 14 | 1.81 | 12,725 | 111 | 0.87 |
| 자연과학 및 공학 연구개발업 | 2,234 | 163 | 7.29 | 90,863 | 16,091 | 17.7 |
| 인문 및 사회과학 연구개발업 | 762 | 23 | 3.01 | 11,481 | 340 | 2.96 |
| 법무관련 서비스업 | 10,701 | 329 | 3.07 | 56,671 | 1,540 | 2.71 |
| 회계 및 세무관련 서비스업 | 8,117 | 193 | 2.37 | 54,031 | 1,193 | 2.21 |
| 시장조사 및 여론조사업 | 273 | 9 | 3.2 | 5,364 | 73 | 1.36 |
| 회사본부, 지주회사 및 경영컨설팅 서비스업 | 2,524 | 54 | 2.13 | 23,738 | 564 | 2.37 |
| 건축기술, 엔지니어링 및 기타 관련기술 서비스업 | 15,443 | 403 | 2.60 | 193,044 | 3,832 | 1.98 |
| 기타 과학기술 서비스업 | 3,315 | 84 | 2.53 | 52,230 | 1,465 | 2.80 |
| 전문 디자인업 | 2,493 | 46 | 1.84 | 12,703 | 169 | 1.33 |
| 그 외 기타 전문,과학 및 기술 서비스업 | 1,066 | 15 | 1.40 | 7,966 | 80 | 1.00 |
| 영화, 비디오, 방송프로그램 제작 및 배급업 | 3,136 | 65 | 2.07 | 25,694 | 431 | 1.67 |
| 라디오 방송업 | 58 | 3 | 5.17 | 1,521 | 79 | 5.19 |
| 텔레비전 방송업 | 719 | 14 | 1.94 | 24,144 | 631 | 2.61 |
| 광고업 | 5,835 | 162 | 2.77 | 31,929 | 560 | 1.75 |
| 창작 및 예술관련 서비스업 | 8,178 | 241 | 2.94 | 46,055 | 1,420 | 3.08 |
| 도서관, 사적지 및 유사 여가 관련 서비스업 | 6,378 | 214 | 3.35 | 32,491 | 1,194 | 3.67 |
| 중등교육기관 | 5,260 | 144 | 2.73 | 291,393 | 9,187 | 3.15 |
| 고등교육기관 | 1,213 | 64 | 5.27 | 209,795 | 12,488 | 5.95 |
| 특수학교, 외국인학교 및 대안학교 | 228 | 6 | 2.63 | 12,442 | 536 | 4.30 |
| 일반교습학원 | 51,064 | 1,473 | 2.88 | 281,581 | 8,304 | 2.94 |
| 기타교육기관 | 77,328 | 2,636 | 3.40 | 186,490 | 5,971 | 3.20 |
| 교육지원 서비스업 | 1,227 | 33 | 2.68 | 5,625 | 141 | 2.50 |
| 총 계 | 233,306 | 7,124 | 3.05 | 1,990,392 | 73,465 | 3.69 |

* 자료 : 통계청 2009, 전국사업체조사(2007)

대전의 창조산업은 R&D 분야가 크고, 특히 CT관련 인력 및 산업 인프라가 강하기 때문에 향후 지역 산업의 성장 동력을 디지털 특수효과 관련 산업에서 찾는 것도 유망할 것으로 판단된다.

<표 11> 대전의 창조산업 부문별 매출액

(단위: 백만원, %)

| 구분 | 산업부문 | 대전광역시 | 전국 | 비중 |
|-------------|----------------------|-----------|-------------|-------|
| 제조업 | 출판, 인쇄 및 인쇄관련산업 | 118,113 | 12,977,086 | 0.91 |
| | 방송수신기 및 영상, 음향기기제조 | 608,468 | 146,764,323 | 0.41 |
| | 안경, 사진기 및 기타 광학기기제조 | 297,124 | 9,940,010 | 2.99 |
| | 기타 제품제조업 | 122,540 | 12,366,087 | 0.99 |
| | 소계 | 1,146,245 | 182,047,506 | 0.63 |
| 사업서비스 관련 | 컴퓨터시스템설계 및 자문업 | 11,139 | 7,081,689 | 0.16 |
| | 소프트웨어자문, 개발 및 공급업 | 214,730 | 14,787,501 | 1.45 |
| | 자연과학연구개발업 | 2,557,564 | 9,458,914 | 27.04 |
| | 인문 및 사회과학연구개발업 | 10,697 | 918,571 | 1.16 |
| | 건축기술 및 엔지니어링서비스업 | 214,763 | 9,298,148 | 2.31 |
| | 광고업 | 45,236 | 3,865,338 | 1.17 |
| | 전문디자인업 | 11,807 | 781,546 | 1.51 |
| | 기타전문, 과학 및 기술서비스업 | 29,800 | 493,460 | 6.04 |
| | 기타 사업지원서비스업 | 387,047 | 6,135,076 | 6.31 |
| | 소계 | 3,482,783 | 52,820,243 | 6.59 |
| 문화관련 | 영화산업 | 72,764 | 3,263,856 | 2.23 |
| | 방송업 | 155,299 | 6,111,963 | 2.54 |
| | 공연산업 | 33,514 | 719,818 | 4.66 |
| | 뉴스제공업 | 4,361 | 122,249 | 3.57 |
| | 도서관, 박물관 및 기타 문화관련산업 | 45,026 | 1,267,312 | 3.55 |
| | 소계 | 310,964 | 11,485,198 | 2.71 |
| 합계 | | 4,939,992 | 246,352,947 | 2.01 |

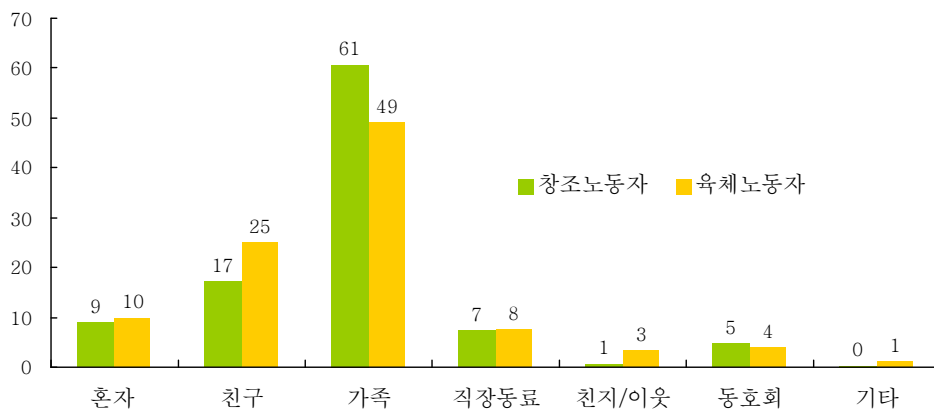
* 자료: 통계청(2007), 2006광업·제조업 통계조사보고서, 2005 서비스업총조사보고서.

2. 창조계층의 문화취향

1) 여가의 특성

창조노동자가 여가 시간에 주로 같이 보내는 집단은 가족이 61%로 가장 높았고, 육체노동자와 차이점이 보이는 점은 창조노동자가 더 많은 동호회 활동을 통해서 여가를 보낸다는 점이었다.

<그림 7> 여가 시간에 함께 보내는 사람



<표 12> 여가 시간에 함께 보내는 사람

| 구분 | 혼자 | 친구 | 가족 | 직장동료 | 친지/이웃 | 동호회 | 기타 | 합계 |
|----------|--------|--------|---------|-------|-------|-------|------|----------|
| 창조노동자(%) | 27(9) | 51(17) | 181(61) | 22(7) | 2(1) | 14(5) | 1(0) | 298(100) |
| 육체노동자(%) | 30(10) | 75(25) | 147(49) | 23(8) | 10(3) | 12(4) | 3(1) | 300(100) |

창조노동자와 육체노동자의 여가시간에 함께 보내는 놀이 집단의 특성별 차이는 <표 13>처럼 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다($\chi^2=14.757$, $p < .05$). 따라서 창

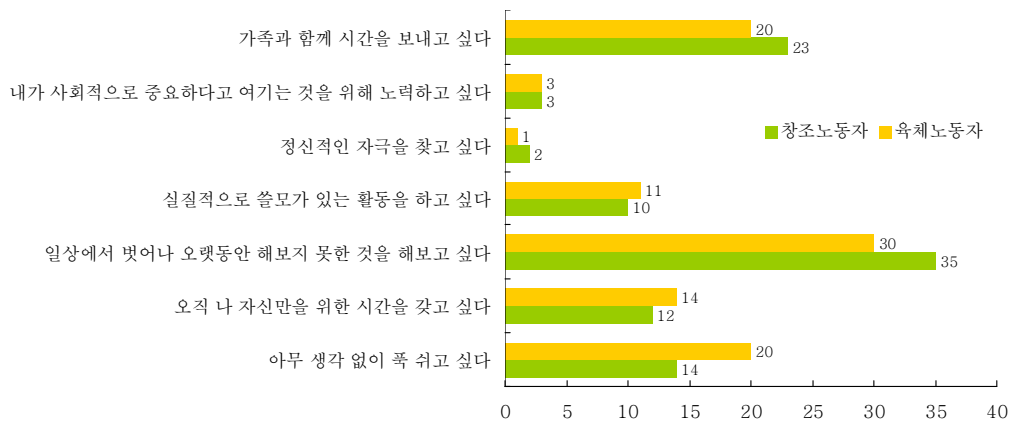
조적인 노동을 하는 사람은 여가 시간에 함께 보내는 집단이 육체노동자 집단과 다른 특성을 보인다고 판단할 수 있다.

<표 13> 집단별 따른 여가 선호집단

| 교차집단 | χ^2 값 | N | df | p |
|-------------|------------|-----|----|------|
| 창조노동자*육체노동자 | 14.757 | 598 | 6 | .022 |

‘여가 시간에 가장 하고 싶은 것’에 대해서는 육체노동자가 창조노동자에 비해서 ‘쉬고 싶다’는 응답이 높게 나왔는데 이는 육체노동을 하는 특성에서 비롯된 것으로 판단된다. 창조노동자 집단은 ‘일상에서 벗어난 경험해 보지 못한 새로운 것’이나 ‘정신적인 자극’을 추구하는 경향이 육체노동자 집단에 비해서 높게 나타났는데 이는 지적(창조적) 활동을 하는 집단의 특성에서 비롯된 것으로 판단된다.

<그림 8> 여가 시간에 가장 하고 싶은 것



그러나 창조노동자와 육체노동자의 여가활동 선호의 부분적인 차이에도 불구하고 t 검증을 통한 변수 ‘여가시간에 하고 싶은 것’에 대한 양 집단간 특성적 차이는 통계적

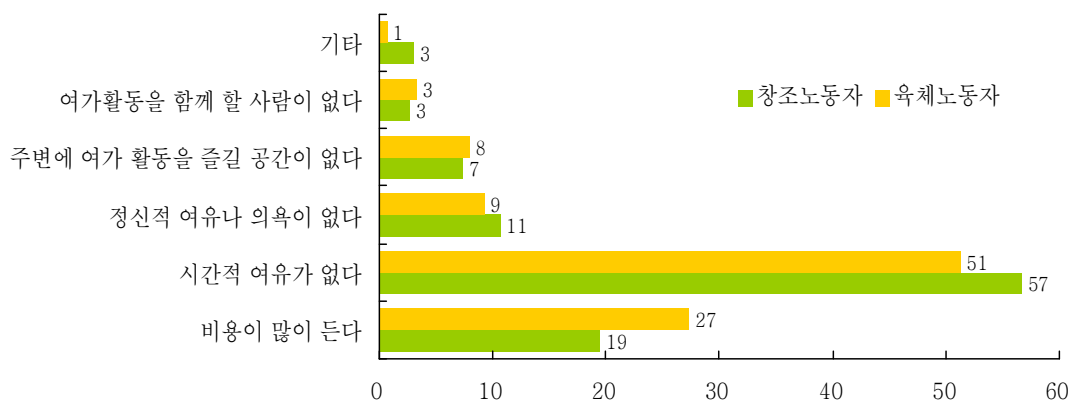
으로 유의미하지 않은 것으로 나타나고 있다($\chi^2=6.243, df=6, p > .05$)

<표 14> 여가시간에 가장 하고 싶은 것

| 여가시간에 가장 하고 싶은 것 | 창조노동자(%) | 육체노동자(%) |
|----------------------------------|----------|----------|
| 아무 생각 없이 푹 쉬고 싶다 | 42(14) | 60(20) |
| 오직 나 자신만을 위한 시간을 갖고 싶다 | 37(12) | 43(14) |
| 일상에서 벗어나 오랫동안 해보지 못한 것을 해보고 싶다 | 104(35) | 91(30) |
| 실질적으로 쓸모가 있는 활동을 하고 싶다 | 29(10) | 33(11) |
| 정신적인 자극을 찾고 싶다 | 7(2) | 4(1) |
| 내가 사회적으로 중요하다고 여기는 것을 위해 노력하고 싶다 | 10(3) | 9(3) |
| 가족과 함께 시간을 보내고 싶다 | 69(23) | 60(20) |
| 합계 | 298(100) | 300(100) |

‘여가 활동을 하는데 어려운 점’은 육체노동자 집단보다 창조노동자 계층이 ‘시간적 여유가 없다’는 응답을 더 많이 하고 있으며, ‘정신적 여유’도 더 없는 것으로 나타나고 있다. 아마도 이는 창조노동자에게는 일반적으로 ‘노동’과 ‘비노동’의 영역이 뚜렷하게 구분되는 것이 아니고, 일상에서도 항상 새로운 아이디어 발굴 및 자기개발이 요구되는 직업적인 특성 때문이 아닌가 생각된다.

<그림 9> 여가 활동에 어려운 점



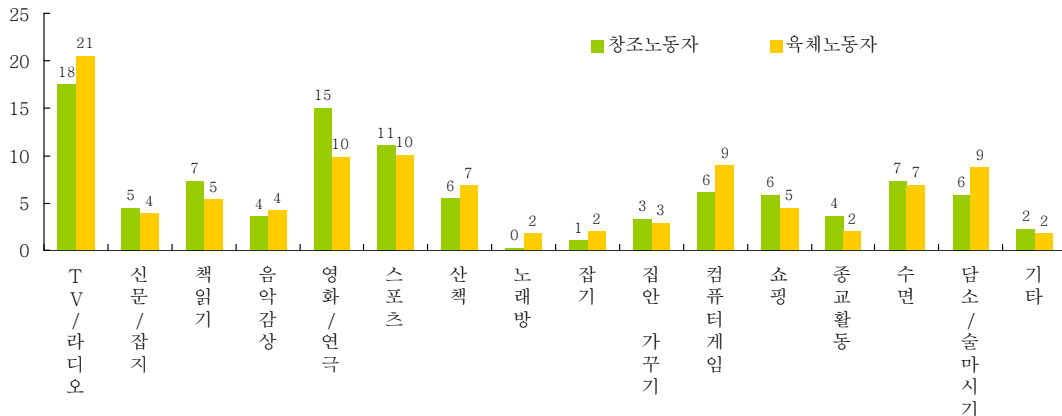
그러나 노동의 특성상 ‘여가활동을 하는데 어려운 점’에서 나타나는 차이에도 불구하고 t 검증을 통한 창조노동자와 육체노동자 집단간 특성적 차이는 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타나고 있다($\chi^2=10.671, df=6, p > .05$)

<표 15> 여가 활동에 어려운 점

| 여가활동의 어려움 | 창조노동자(%) | 육체노동자(%) |
|----------------------|----------|----------|
| 비용이 많이 든다 | 58(19) | 82(27) |
| 시간적 여유가 없다 | 169(57) | 154(51) |
| 정신적 여유나 의욕이 없다 | 32(11) | 28(9) |
| 주변에 여가 활동을 즐길 공간이 없다 | 22(7) | 24(8) |
| 여가활동을 함께 할 사람이 없다 | 8(3) | 10(3) |
| 기타 | 9(3) | 2(1) |
| 합계 | 298(100) | 300(100) |

3개까지 응답할 수 있는 다중응답 문항을 통해서 ‘여가 시 가장 즐기는 취미활동’을 살펴 본 결과 창조노동자는 ‘영화/연극’, ‘스포츠’, ‘책읽기’, ‘신문/잡지’ 등의 항목이 높게 나타난 반면에 육체노동자의 경우는 ‘TV/라디오’, ‘컴퓨터게임’, ‘담소/술마시기’ 등에서 높게 나타나고 있다.

<그림 10> 여가 시 취미활동



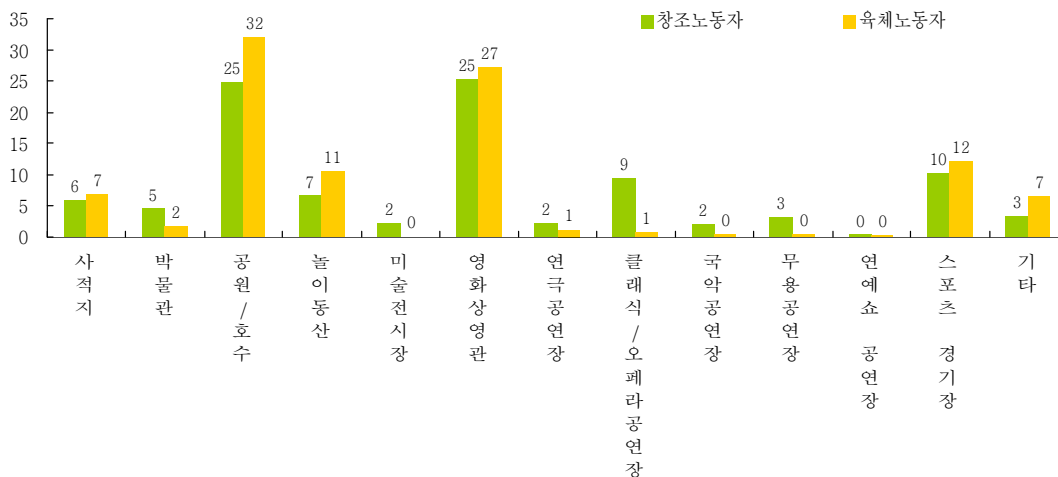
전반적으로 보면 창조노동자 계층이 지적인 활동이나 건강 관련 활동이 높게 나타나지만, 이처럼 지나치게 포괄적으로 변수를 범주화 한 취미활동 측정에서는 창조노동자와 육체노동자의 집단별 특성적 차이가 통계적으로 유의미하게 나타나지 않는다($\chi^2 = .098$ $df=596$, $p > .05$). 그런 점에서 취향의 측정은 변수를 좀 더 세분하여 측정할 필요성이 있다고 판단된다.

‘지난 1년간 주로 이용했던 곳’에 대한 문항에 대해서 창조노동자는 ‘클래식/오페라 공연’, ‘박물관’, ‘무용공연’, ‘연극공연’, ‘국악공연’, ‘미술전시’ 등 좀 덜 대중적인

<표 16> 여가시 취미활동

| 여가 시 취미활동 | 창조노동 (%) | 육체노동 (%) |
|------------------|-----------|-----------|
| TV/라디오 시청취 | 156(17.5) | 184(20.5) |
| 신문/잡지 읽기 | 40(4.5) | 34(3.8) |
| 책읽기 | 65(7.3) | 48(5.3) |
| 음악감상 | 32(3.6) | 38(4.2) |
| 영화/연극 감상 | 134(15.0) | 88(9.8) |
| 스포츠 | 99(11.1) | 91(10.1) |
| 산책 | 49(5.5) | 62(6.9) |
| 노래방 | 3(0.3) | 15(1.7) |
| 잡기(바둑, 화투) | 9(1.0) | 18(2.0) |
| 집안 가꾸기(화초, 정원 등) | 29(3.3) | 26(2.9) |
| 컴퓨터 게임 | 54(6.1) | 81(9.0) |
| 쇼핑 | 52(5.8) | 40(4.5) |
| 종교활동 | 32(3.6) | 18(2.0) |
| 수면 | 66(7.4) | 61(6.8) |
| 담소, 술마시기 | 52(5.8) | 78(8.7) |
| 기타 | 20(2.2) | 16(1.8) |
| 합계 | 892(100) | 898(100) |

<그림 11> 주로 이용하는 곳



문화·예술 이벤트에 관심을 보이고 있는 반면에, 육체노동자 집단은 ‘영화관람’, ‘스포츠경기관람’, ‘놀이동산’ 등 좀 더 대중적인 문화 이벤트에 더 많은 시간을 할애하는 것으로 나타나고 있다.

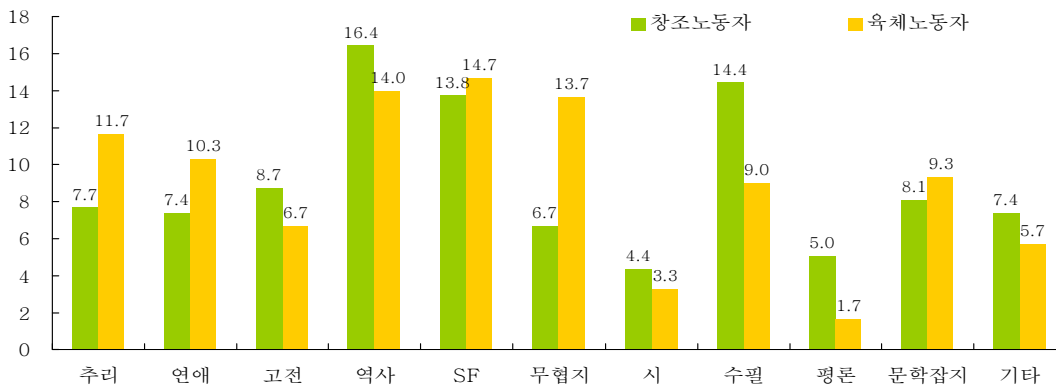
<표 17> 여가 시 자주 가는 곳

| 여가 시 자주 이용 | 창조노동자(%) | 육체노동자(%) |
|------------|-----------|-----------|
| 사적지 | 35(5.9) | 41(6.8) |
| 박물관 | 27(4.5) | 11(1.8) |
| 공원/호수 | 148(24.9) | 192(32.1) |
| 놀이동산 | 40(6.7) | 63(10.5) |
| 미술전시장 | 13(2.2) | -(0.0) |
| 영화상영관 | 150(25.3) | 163(27.2) |
| 연극공연장 | 13(2.2) | 7(1.2) |
| 클래식/오페라공연장 | 55(9.3) | 5(0.8) |
| 국악공연장 | 12(2.0) | 2(0.3) |
| 무용공연장 | 19(3.2) | 2(0.3) |
| 연예쇼 공연장 | 2(0.3) | 1(0.2) |
| 스포츠 경기장 | 60(10.1) | 73(12.2) |
| 기타 | 20(3.4) | 39(6.5) |
| 합계 | 594(100) | 599(100) |

2) 창조계층의 취향

여가시간에 나타나는 ‘문학 취향’에 대한 문항을 보면 창조계층이 ‘역사’, ‘수필’, ‘고전’, ‘평론’, ‘시’ 등 좀 덜 대중적인 문학적 지향성을 보여주고 있는 반면에 육체노동자의 경우는 ‘무협지’, ‘추리’, ‘연애’ 등 좀 더 대중적인 문학적 취향을 보여주고 있다(그림10).

<그림 12> 집단별 문학 취향



<표 18> 집단별 문학 취향

| 구분 | 추리 | 연애 | 고전 | 역사 | SF | 무협지 | 시 | 수필 | 평론 | 문학잡지 | 기타 | 합계 |
|-----------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|----------------|
| 창조노동자 (%) | 23 (7.7) | 22 (7.4) | 26 (8.7) | 49 (16.4) | 41 (13.8) | 20 (6.7) | 13 (4.4) | 43 (14.4) | 15 (5.0) | 24 (8.1) | 22 (7.4) | 298 (100.0) |
| 육체노동자 (%) | 35 (11.7) | 31 (10.3) | 20 (6.7) | 42 (14.0) | 44 (14.7) | 41 (13.7) | 10 (3.3) | 27 (9.0) | 5 (1.7) | 28 (9.3) | 17 (5.7) | 300 (100.0) |

이처럼 창조노동자와 육체노동자의 집단별 문화 취향은 <표 19>가 보여주는 것처럼 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=22.658$, $p < .05$). 따라서 창조적인 노동을

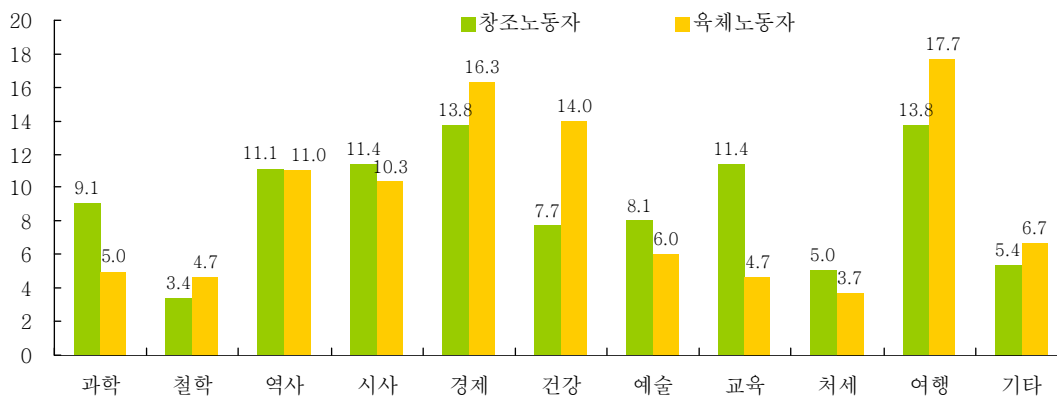
하는 집단과 육체노동을 하는 집단간의 문학 취향은 특성적 차이가 있다고 판단 할 수 있다.

<표 19> 노동성격에 따른 집단별 문학 취향의 χ^2 검증 결과

| 교차집단 | χ^2 값 | N | df | p |
|-------------|------------|-----|----|------|
| 창조노동자*육체노동자 | 22.658 | 598 | 10 | .012 |

집단별 독서취향을 보면, 창조계층의 경우는 상대적으로 ‘교육’, ‘예술’, ‘시사’, ‘과학’, ‘처세’ 등에 관한 책을 선호하고 있는 것으로 나타나고 있으며, 육체노동자의 경우는 무엇보다 ‘건강’, ‘여행’, ‘경제’ 등에 관한 저서에 더 관심을 두고 있는 것으로 나타나고 있다(그림11).

<그림 13> 집단별 독서 취향



<표 20> 집단별 독서 취향

| 구분 | 과학 | 철학 | 역사 | 시사 | 경제 | 건강 | 예술 | 교육 | 치세 | 여행 | 기타 | 합계 |
|-----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-------------|
| 창조노동자 (%) | 27 (9.1) | 10 (3.4) | 33 (11.1) | 34 (11.4) | 41 (13.8) | 23 (7.7) | 24 (8.1) | 34 (11.4) | 15 (5.0) | 41 (13.8) | 16 (5.4) | 298 (100.0) |
| 육체노동자 (%) | 15 (5.0) | 14 (4.7) | 33 (11.0) | 31 (10.3) | 49 (16.3) | 42 (14.0) | 18 (6.0) | 14 (4.7) | 11 (3.7) | 53 (17.7) | 20 (6.7) | 300 (100.0) |

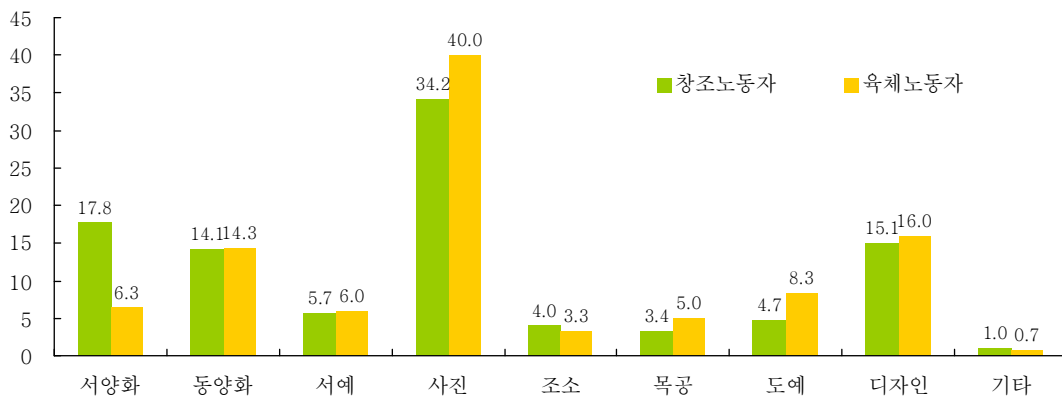
위 <표 20>에서 볼 수 있는 것처럼 가지적으로 나타나는 노동집단별 독서 취향에 대한 χ^2 검증 결과는 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=22.274$, $p < .05$). 따라서 창조적인 노동을 하는 집단의 독서취향은 육체노동자의 독서취향과 차이가 있다고 해석할 수 있다.

<표 21> 노동성격에 따른 집단별 독서 취향의 χ^2 검증 결과

| 교차집단 | χ^2 값 | N | df | p |
|-------------|------------|-----|------|------|
| 창조노동자*육체노동자 | 22.274 | 598 | 10 | .014 |

집단별 미술취향은 창조계층의 경우 ‘서양화’를 두드러지게 선호하고 있으며, 다음으로 조소에 관심을 보이고 있는 것으로 나타나고 있다. 반면에 육체노동자의 경우는 ‘사진’, ‘목공’, ‘도예’ 등에 관심을 더 두고 있는 것으로 나타나고 있다(그림 12).

<그림 14> 집단별 미술취향



<표 22> 집단별 미술취향

| 구분 | 서양화 | 동양화 | 서예 | 사진 | 조소 | 목공 | 도예 | 디자인 | 기타 | 합계 |
|--------------|--------------|--------------|-------------|---------------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------|----------------|
| 창조노동자 (%) | 53 (17.8) | 42 (14.1) | 17 (5.7) | 102 (34.2) | 12 (4.0) | 10 (3.4) | 14 (4.7) | 45 (15.1) | 3 (1.0) | 298 (100.0) |
| 육체노동자 (%) | 19 (6.3) | 43 (14.3) | 18 (6.0) | 120 (40.0) | 10 (3.3) | 15 (5.0) | 25 (8.3) | 48 (16.0) | 2 (0.7) | 300 (100.0) |

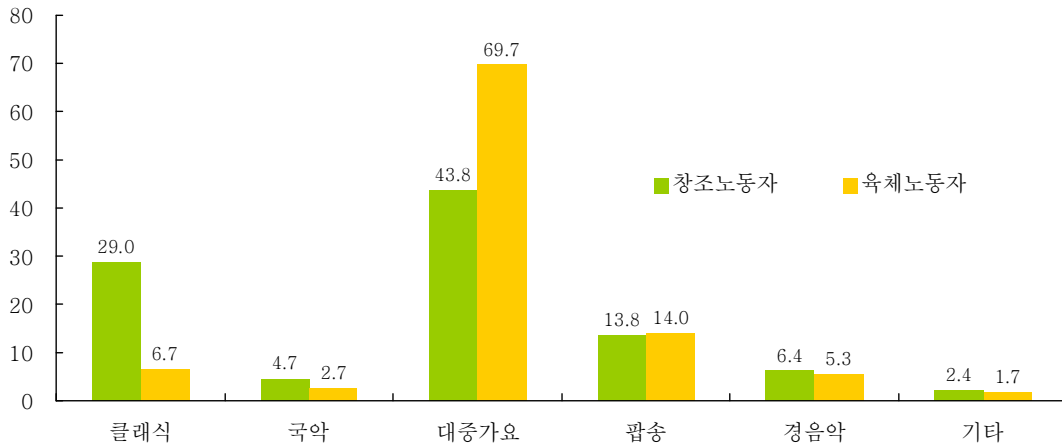
<표 23>이 보여주는 것처럼 노동집단별 미술취향은 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다($\chi^2=22.130, p < .05$). 따라서 창조적인 노동을 하는 집단의 미술 취향은 육체노동자의 미술취향과는 다른 특성이 있다고 해석할 수 있다.

<표 23> 노동성격에 따른 집단별 미술 취향 χ^2 검증 결과

| 교차집단 | χ^2 값 | N | df | p |
|-------------|------------|-----|----|------|
| 창조노동자*육체노동자 | 22.130 | 598 | 8 | .005 |

노동 집단별 음악취향은 창조계층의 경우 ‘클래식’, ‘국악’ 등에 대해서 선호하는 것으로 나타나고 있는 반면에 육체노동 계층의 경우는 ‘대중가요’에 더 큰 관심을 두고 있는 것으로 나타나고 있다.

<그림 15> 집단별 음악취향



<표 24> 집단별 음악취향

| 구분 | 클래식 | 국악 | 대중가요 | 팝송 | 경음악 | 기타 | 합계 |
|-----------|--------------|-------------|---------------|--------------|-------------|------------|----------------|
| 창조노동자 (%) | 86 (29.0) | 14 (4.7) | 130 (43.8) | 41 (13.8) | 19 (6.4) | 7 (2.4) | 297 (100.0) |
| 육체노동자 (%) | 20 (6.7) | 8 (2.7) | 209 (69.7) | 42 (14.0) | 16 (5.3) | 5 (1.7) | 300 (100.0) |

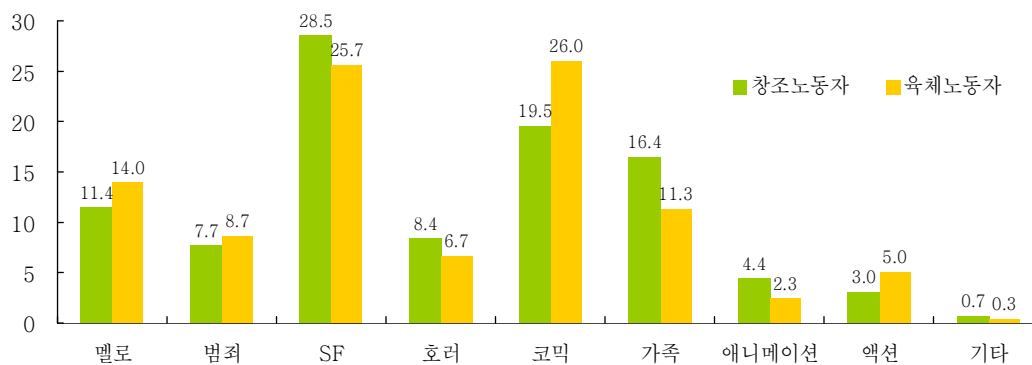
<표 25>에서 볼 수 있는 것처럼 창조계층과 육체노동 계층의 노동집단별 음악취향은 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=61.730, p < .005$). 따라서 창조적인 노동을 하는 집단의 음악취향은 집단적 특성을 가지고 있다고 해석할 수 있다.

<표 25> 노동성격에 따른 집단별 음악 취향 χ^2 검증 결과

| 교차집단 | χ^2 값 | N | df | p |
|-------------|------------|-----|----|------|
| 창조노동자*육체노동자 | 61.730 | 597 | 5 | .000 |

집단별 영화취향의 차이는 창조노동자의 경우 ‘가족’, ‘애니메이션’, ‘SF’ 등에 관심을 두고 있는 반면에 육체노동자의 경우는 ‘코믹’, ‘멜로’, ‘범죄’ 등을 더 선호하는 것으로 나타나고 있다.

<그림 16> 집단별 영화취향



<표 26> 집단별 영화취향

| 구분 | 멜로 | 범죄 | SF | 호러 | 코믹 | 가족 | 애니메이션 | 액션 | 기타 | 합계 |
|-----------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|-------------|------------|----------------|
| 창조노동자 (%) | 34 (11.4) | 23 (7.7) | 85 (28.5) | 25 (8.4) | 58 (19.5) | 49 (16.4) | 13 (4.4) | 9 (3.0) | 2 (0.7) | 298 (100.0) |
| 육체노동자 (%) | 42 (14.0) | 26 (8.7) | 77 (25.7) | 20 (6.7) | 78 (26.0) | 34 (11.3) | 7 (2.3) | 15 (5.0) | 1 (0.3) | 300 (100.0) |

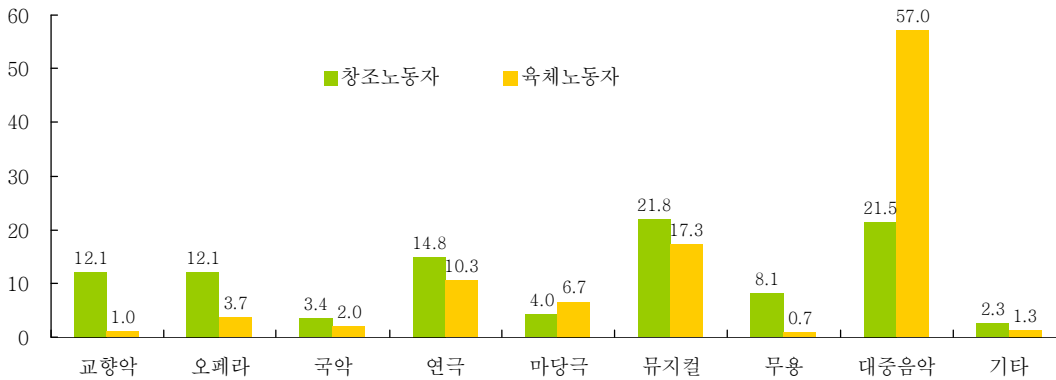
<표 27>에서 볼 수 있는 바와 같이 창조계층과 육체노동 계층의 노동집단별 영화 취향은 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다($\chi^2=11.255$, $p > .005$). 따라서 다른 문화활동 영역과는 달리 영화 분야는 창조적인 노동을 하는 집단의 취향적 특성이 나타나지 않는다고 해석할 수 있다.

<표 27> 노동성격에 따른 집단별 영화취향 χ^2 검증 결과

| 교차집단 | χ^2 값 | <i>N</i> | <i>df</i> | <i>p</i> |
|-------------|------------|----------|-----------|----------|
| 창조노동자*육체노동자 | 11.255 | 598 | 8 | .188 |

집단별 공연취향을 보면 창조계층의 경우 ‘교향악’, ‘오페라’, ‘뮤지컬’, ‘무용’, ‘연극’, ‘국악’ 등 거의 전통적인 예술공연 장르에 대해서 관심을 보이고 있는데 반하여, 육체

<그림 17> 집단별 공연취향



노동자의 경우는 대중음악 공연을 크게 선호하는 것으로 나타나고 있다(그림15).

<표 28> 집단별 공연취향

| 구분 | 교향악 | 오페라 | 국악 | 연극 | 마당극 | 뮤지컬 | 무용 | 대중음악 | 기타 | 합계 |
|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|---------------|------------|----------------|
| 창조노동자 (%) | 36 (12.1) | 36 (12.1) | 10 (3.4) | 44 (14.8) | 12 (4.0) | 65 (21.8) | 24 (8.1) | 64 (21.5) | 7 (2.3) | 298 (100.0) |
| 육체노동자 (%) | 3 (1.0) | 11 (3.7) | 6 (2.0) | 31 (10.3) | 20 (6.7) | 52 (17.3) | 2 (0.7) | 171 (57.0) | 4 (1.3) | 300 (100.0) |

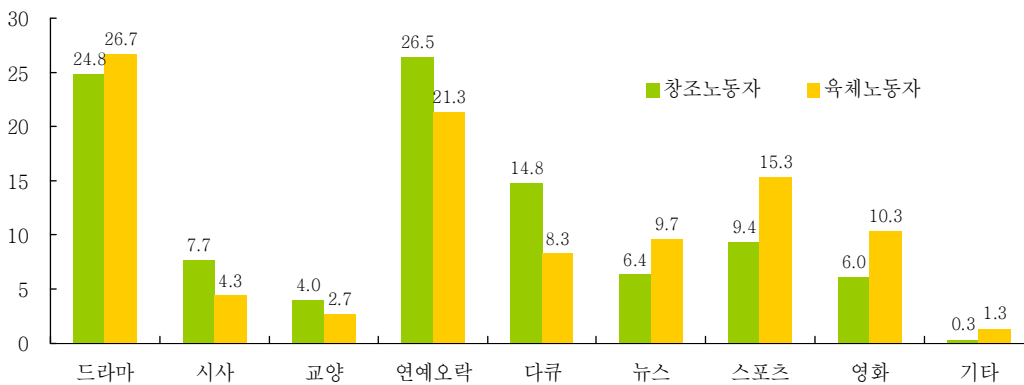
<표 29>에서 볼 수 있는 것처럼 창조계층과 육체노동 계층의 노동집단별 공연취향은 통계적으로 유의미한 차이를 보여준다($\chi^2=116.066$, $p < .005$). 그런 점에서 창조노동자의 공연취향은 집단적 특성을 가지고 있다고 해석할 수 있다.

<표 29> 노동성격에 따른 집단별 공연취향 χ^2 검증 결과

| 교차집단 | χ^2 값 | N | df | p |
|-------------|------------|-----|----|------|
| 창조노동자*육체노동자 | 116.066 | 598 | 8 | .000 |

(그림 16)에서 볼 수 있는 것처럼 집단별 TV 프로그램 선호 취향은 창조계층의 경우 ‘다큐’, ‘시사’, ‘교양’, ‘연예오락’ 등에 관심을 두고 있는 반면에 육체노동 계층의 경우

<그림 18> 집단별 TV 프로그램 취향



우는 ‘드라마’, ‘스포츠’, ‘영화’, ‘뉴스’ 등에 관심을 크게 두고 있는 것으로 나타나고 있다.

<표 30> 집단별 TV 프로그램 선호 취향

| 구분 | 드라마 | 시사 | 교양 | 연예오락 | 다큐 | 뉴스 | 스포츠 | 영화 | 기타 | 합계 |
|--------------|--------------|-------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|------------|----------------|
| 창조노동자 (%) | 74 (24.8) | 23 (7.7) | 12 (4.0) | 79 (26.5) | 44 (14.8) | 19 (6.4) | 28 (9.4) | 18 (6.0) | 1 (0.3) | 298 (100.0) |
| 육체노동자 (%) | 80 (26.7) | 13 (4.3) | 8 (2.7) | 64 (21.3) | 25 (8.3) | 29 (9.7) | 46 (15.3) | 31 (10.3) | 4 (1.3) | 300 (100.0) |

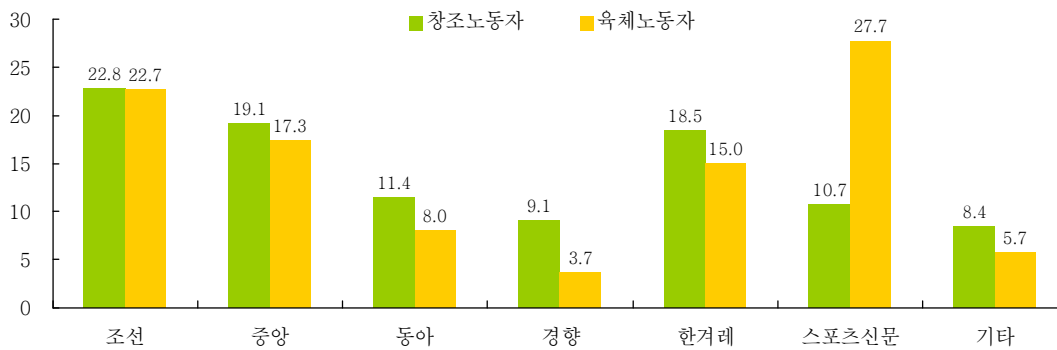
<표 21>에서 보여주는 것처럼 창조계층과 육체노동 계층의 노동집단별 TV 프로그램 선호 취향은 통계적으로 유의미한 차이를 보여주고 있다($\chi^2=22.321$, $p < .005$). 따라서 창조적인 노동을 하는 집단의 TV 프로그램 취향에는 집단별 차이가 있다고 판단할 수 있다.

<표 31> 노동성격에 따른 집단별 TV취향 χ^2 검증 결과

| 교차집단 | χ^2 값 | N | df | p |
|-------------|------------|-----|----|------|
| 창조노동자*육체노동자 | 22.321 | 598 | 8 | .004 |

(그림17)에서 볼 수 있는 것처럼 창조계층과 육체노동 계층의 신문 선호 취향은 전자의 경우 ‘한겨레’, ‘경향’, ‘동아’, ‘중앙’ 등의 신문에 더 큰 관심을 두고 있는 반면에

<그림 19> 집단별 신문취향



후자의 경우는 ‘스포츠신문’에 더 많은 관심을 두고 있는 것으로 나타나고 있다.

<표 32> 집단별 신문취향

| 구분 | 조선 | 중앙 | 동아 | 경향 | 한겨레 | 스포츠신문 | 기타 | 합계 |
|-----------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|----------------|
| 창조노동자 (%) | 68 (22.8) | 57 (19.1) | 34 (11.4) | 27 (9.1) | 55 (18.5) | 32 (10.7) | 25 (8.4) | 298 (100.0) |
| 육체노동자 (%) | 68 (22.7) | 52 (17.3) | 24 (8.0) | 11 (3.7) | 45 (15.0) | 83 (27.7) | 17 (5.7) | 300 (100.0) |

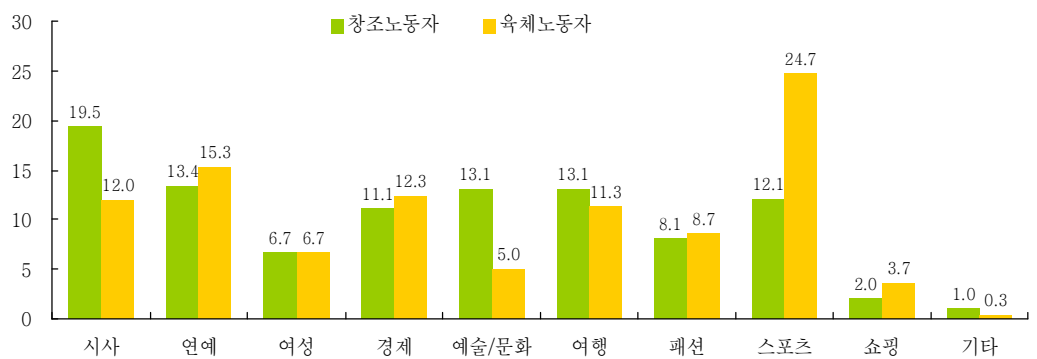
<표 33>에서 볼 수 있는 것처럼 창조계층과 육체노동계층의 노동집단별 신문선호 취향은 통계적으로 유의미한 차이를 보여준다($\chi^2=33.825$, $p < .005$). 따라서 창조적인 노동을 하는 집단의 신문선호에는 집단별 차이가 있다고 해석할 수 있다.

<표 33> 노동성격에 따른 집단별 신문선호 χ^2 검증 결과

| 교차집단 | χ^2 값 | <i>N</i> | <i>df</i> | <i>p</i> |
|-------------|------------|----------|-----------|----------|
| 창조노동자*육체노동자 | 33.825 | 598 | 6 | .000 |

(그림 18)이 보여주는 것처럼 창조계층과 육체노동계층의 집단별 잡지 취향을 보면 창조계층의 경우는 ‘시사’, ‘예술/문화’, ‘여행’ 등에 관한 잡지에 관심을 보이고 있고,

<그림 20> 집단별 잡지 취향



육체노동자의 경우는 ‘스포츠’, ‘연예’ 등과 관련한 잡지에 더 관심을 보이고 있는 것으로 나타나고 있다.

<표 34> 집단별 잡지선호 취향

| 구분 | 시사 | 연예 | 여성 | 경제 | 예술/문화 | 여행 | 패션 | 스포츠 | 쇼핑 | 기타 | 합계 |
|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|---------|-------------|
| 창조노동자 (%) | 58 (19.5) | 40 (13.4) | 20 (6.7) | 33 (11.1) | 39 (13.1) | 39 (13.1) | 24 (8.1) | 36 (12.1) | 6 (2.0) | 3 (1.0) | 298 (100.0) |
| 육체노동자 (%) | 36 (12.0) | 46 (15.3) | 20 (6.7) | 37 (12.3) | 15 (5.0) | 34 (11.3) | 26 (8.7) | 74 (24.7) | 11 (3.7) | 1 (0.3) | 300 (100.0) |

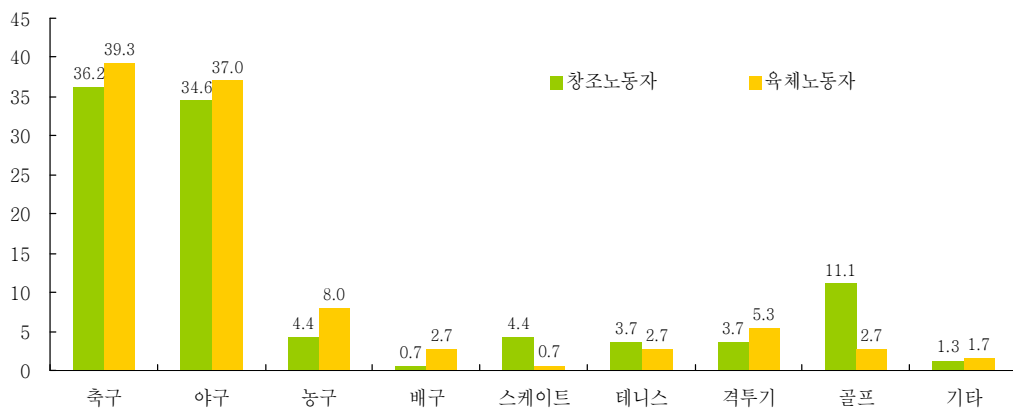
<표 35>에서 볼 수 있는 것처럼 창조계층과 육체노동계층의 노동집단별 잡지선호 취향은 통계적으로 유의미한 차이를 보여주고 있다($\chi^2=32.477$, $p < .005$). 따라서 창조적인 노동을 하는 집단의 잡지선호에는 집단적 특성이 있다고 해석할 수 있다.

<표 35> 노동성격에 따른 집단별 잡지선호 χ^2 검증 결과

| 교차집단 | χ^2 값 | <i>N</i> | <i>df</i> | <i>p</i> |
|-------------|------------|----------|-----------|----------|
| 창조노동자*육체노동자 | 32.477 | 598 | 9 | .000 |

(그림 19)에서 볼 수 있는 것처럼 창조계층과 육체노동 계층의 집단별 스포츠 경기

<그림 21> 집단별 경기관람 취향



관람 취향의 차이는 전자의 경우 ‘골프’, ‘스케이트’, ‘테니스’ 등에 더 관심을 보이고 있는 반면에 후자의 경우는 ‘축구’, ‘야구’, ‘농구’, ‘배구’, ‘격투기’ 등 격렬한 스포츠 종목의 관람을 선호하는 경향을 보이고 있다.

<표 36> 집단별 경기관람 취향

| 구분 | 축구 | 야구 | 농구 | 배구 | 스케이트 | 테니스 | 격투기 | 골프 | 기타 | 합계 |
|-----------|---------------|---------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------|----------------|
| 창조노동자 (%) | 108 (36.2) | 103 (34.6) | 13 (4.4) | 2 (0.7) | 13 (4.4) | 11 (3.7) | 11 (3.7) | 33 (11.1) | 4 (1.3) | 298 (100.0) |
| 육체노동자 (%) | 118 (39.3) | 111 (37.0) | 24 (8.0) | 8 (2.7) | 2 (0.7) | 8 (2.7) | 16 (5.3) | 8 (2.7) | 5 (1.7) | 300 (100.0) |

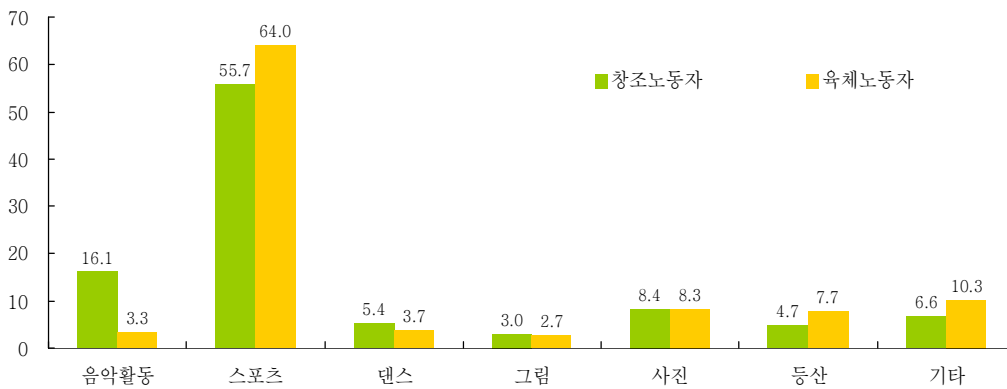
<표 37>에서 볼 수 있는 것처럼 창조계층과 육체노동계층의 노동집단별 경기관람 선호는 통계적으로 유의미한 차이를 보여준다($\chi^2=32.427$, $p < .005$). 따라서 창조적인 노동을 하는 집단의 스포츠관람에는 집단적 차이가 있다고 해석할 수 있다.

<표 37> 노동성격에 따른 집단별 스포츠경기관람 선호 χ^2 검증 결과

| 교차집단 | χ^2 값 | N | df | p |
|-------------|------------|-----|----|------|
| 창조노동자*육체노동자 | 32.427 | 598 | 8 | .000 |

(그림 20)에서 볼 수 있는 것처럼 창조계층과 육체노동계층이 집단별로 선호하는 활

<그림 22> 집단별로 선호하는 여가활동



동은 전자의 경우에는 ‘음악’, ‘댄스’, ‘그림’ 등과 관련된 활동을 선호하는 반면에 후자의 경우는 ‘스포츠’, ‘등산’ 등 좀 더 활동적인 취향을 보여주고 있다.

<표 38> 집단별로 선호하는 여가활동

| 구분 | 음악활동 | 스포츠 | 댄스 | 그림 | 사진 | 등산 | 기타 | 합계 |
|--------------|--------------|---------------|-------------|------------|-------------|-------------|--------------|----------------|
| 창조노동자 (%) | 48 (16.1) | 166 (55.7) | 16 (5.4) | 9 (3.0) | 25 (8.4) | 14 (4.7) | 20 (6.6) | 298 (100.0) |
| 육체노동자 (%) | 10 (3.3) | 192 (64.0) | 11 (3.7) | 8 (2.7) | 25 (8.3) | 23 (7.7) | 31 (10.3) | 300 (100.0) |

<표 39>에서 보여주는 것처럼 창조계층과 육체노동계층의 노동집단별 여가활동 선호는 통계적으로 유의미한 차이를 보여주고 있다($\chi^2=33.952$, $p < .005$). 따라서 창조적인 노동을 하는 집단의 여가활동의 선호는 집단적 특성이 있다고 해석할 수 있다.

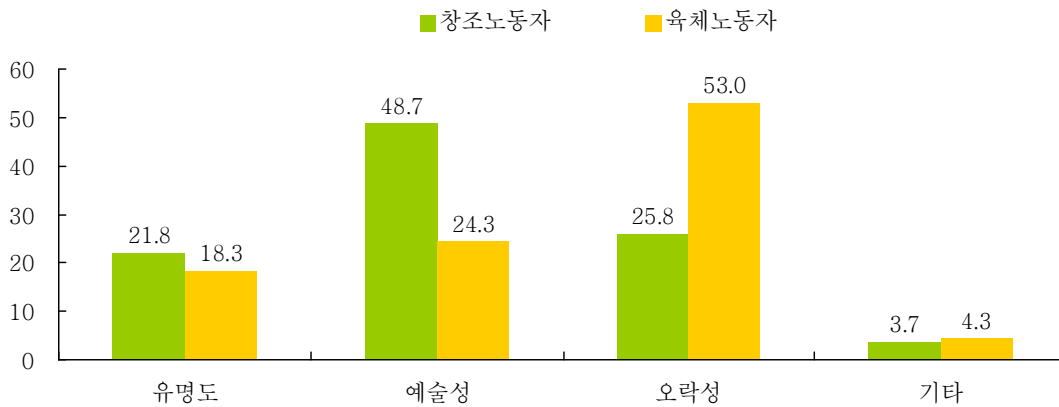
<표 39> 노동성격에 따른 집단별 선호 활동 χ^2 검증 결과

| 교차집단 | χ^2 값 | N | df | p |
|-------------|------------|-----|------|------|
| 창조노동자*육체노동자 | 33.952 | 598 | 8 | .000 |

3) 집단별 행위의 전략적 특성

창조계층과 육체노동계층이 문화예술프로그램을 선택하는 집단적 선호 특성은 전자의 경우는 무엇보다도 ‘예술성’을 우선시하고 있으며, 다음으로 ‘유명도’를 고려하고 있다. 반면에 후자의 경우는 일차적으로 오락성을 기준으로 해서 문화예술프로그램을 선택하는 경향성을 보여주고 있다(그림 21).

<그림 23> 문화예술 프로그램을 선택하는 집단별 기준



<표 40> 문화예술 프로그램을 선택하는 집단별 기준

| 구분 | 유명도 | 예술성 | 오락성 | 기타 | 합계 |
|-----------|--------------|---------------|---------------|-------------|----------------|
| 창조노동자 (%) | 65 (21.8) | 145 (48.7) | 77 (25.8) | 11 (3.7) | 298 (100.0) |
| 육체노동자 (%) | 55 (18.3) | 73 (24.3) | 159 (53.0) | 13 (4.3) | 300 (100.0) |

<표 41> 노동성격에 따른 집단별 문화예술 취향 χ^2 검증 결과

| 교차집단 | χ^2 값 | N | df | p |
|-------------|------------|-----|----|------|
| 창조노동자*육체노동자 | 53.265 | 598 | 3 | .000 |

<표 41>에서 볼 수 있는 것처럼 창조계층과 육체노동계층의 노동집단별 공연 및 문화예술프로그램을 선택하는 기준의 차이는 통계적으로 유의미한 차이를 보여주고 있다($\chi^2=53.265, p < .005$). 따라서 창조계층과 육체노동계층의 문화예술 활동에는 취향의 차이가 존재한다고 판단할 수 있으며, 이런 취향의 차이는 이 두 집단의 여가 활동 전략에도 영향을 미친다고 가정할 수 있다.

<표 42>와 같이 리커트 5점 척도로 측정된 ‘교육 취향’ 관련 문항을 *t*검증 한 결과를 분석해 보면, 우선 ‘자녀 교육의 중요성’(①, ②, ③)에 대한 창조노동자와 육체노동자의 견해에는 집단적 차이가 존재하지 않는다($p > .05$).

<표 42> 집단별 자녀교육 전략 *t* 검증 결과

| 자녀교육 전략 | 변수 | 평균 | 표준편차 | <i>df</i> | <i>t</i> | <i>p</i> 값 |
|---|-------|------|------|-----------|----------|------------|
| ① 자녀에게 조기교육을 시키는 것이 좋다 | 창조노동자 | 3.53 | 1.06 | 596 | 0.200 | .841 |
| | 육체노동자 | 3.51 | 1.00 | | | |
| ② 자녀가 특목고 등 명문고에 진학하기를 원한다 | 창조노동자 | 3.31 | 1.05 | 596 | 0.649 | .517 |
| | 육체노동자 | 3.25 | 1.16 | | | |
| ③ 자녀의 성적보다는 개성을 키워주는데 주력한다 | 창조노동자 | 3.95 | 0.95 | 595 | 1.128 | .260 |
| | 육체노동자 | 3.86 | 0.93 | | | |
| ④ 재수를 시켜서라도 명문대에 보내기를 원한다 | 창조노동자 | 2.81 | 1.16 | 596 | 2.315 | .021 |
| | 육체노동자 | 2.59 | 1.15 | | | |
| ⑤ 박물관, 전시회, 음악회 등에 자녀와 함께 간다 | 창조노동자 | 4.00 | 0.95 | 596 | 5.774 | .000 |
| | 육체노동자 | 3.50 | 1.16 | | | |
| ⑥ 자녀의 시간을 절약하기 위해 숙제나 봉사활동을 대신해 줄 때도 있다 | 창조노동자 | 2.56 | 1.19 | 596 | 2.352 | .019 |
| | 육체노동자 | 2.33 | 1.14 | | | |
| ⑦ 자녀가 원한다면 취업이 어려운 순수 기초 학문을 전공하더라도 개의치 않는다 | 창조노동자 | 3.54 | 1.05 | 596 | 3.230 | .001 |
| | 육체노동자 | 3.24 | 1.19 | | | |

그러나 <표 42>의 문항 ④, ⑤, ⑥, ⑦의 분석결과가 보여주는 것처럼 창조계층과 육체노동계층이 교육 성취도를 달성하기 위한 행위 전략과 관련해서는 분명한 집단적 선호의 차이를 보여주고 있다($p < .05$ or $p < .005$).

더 나아가 창조계층의 경우는 자녀의 교육을 위해서 ‘박물관’, ‘전시회’, ‘음악회’ 등과 같은 문화·예술적 경험을 전략적으로 매우 중요하게 여기고 있으며(문항 ⑤), 필요한 경우에는 자녀의 학습에 대해서 부모가 개입하는 행위도 필요하다고 인식하고 있는 것으로 나타나고 있다(문항 ④, ⑥).

<표 40>과 <표 42>에서 나타나는 것처럼 분명 창조계층의 집단별 문화 취향의 차이는 존재하고 있으며, 따라서 ‘창조계층’ 개념은 이론적인 측면에서 어떤 집단적 취향 특성을 반영하는 ‘개념 범주’로서 적용이 가능하다는 결론을 내릴 수 있다.

그리고 이러한 전제가 만족되면 이 창조계층의 집단적 취향 특성을 반영한 어떤 전략적 문화정책을 도출·시행할 수 있을 것이며, 이를 기반으로 하여 대전을 창조계층이 유입·정주하고 싶은 매력적인 장소로 바꿀 수 있을 것이다.

IV. 창조계층을 위한 문화정책

1. 창조계층의 집단적 특성

1) 경험적 범주로서 창조집단

그 동안 ‘창조계층’ 개념에 대한 중요한 비판 중 하나는 그 개념이 기존의 전통적인 ‘계급’ 또는 ‘계층’ 개념과 달리 다양한 직업집단을 포함하는 지나치게 포괄적인 범주라는 지적이었다. 이러한 지적은 그것이 벨(Bell 1973)이나 굴드너(Gouldner 1979)가 주장했던 ‘신계급’(New Class) 개념과도 일정한 차이가 있어 분명 전통적인 ‘계층·계급’ 이론의 관점에서는 벗어나 있다고 볼 수 있기 때문이다.

이러한 비판에 대해 창조계층 개념을 방어하기 위해서는 무엇보다 그 개념이 구체적인 집단범주로 확인할 수 있어야만 한다. 이는 벨이 ‘과학자’, ‘기술자’, ‘고급관료’ 등을 포괄하는 것으로 사용했던 ‘테크노크라트’(Technocrat) 개념이나 굴드너가 언급했던 상층계층 노동자의 의미로서의 ‘인텔리겐치아’(Intelligentsia) 개념과도 다르다. 따라서 이 개념이 다양한 연구자의 비판으로부터 견디기 위해서는 구체적인 경험범주로서 확인 가능하여야 한다.

이미 앞에서 살펴 본 바와 같이 플로리다의 창조계급(계층)은 ‘전문가’, ‘관리자’, ‘기술자’, ‘문화·예술 노동자’ 등을 포괄하는 개념으로 ‘지적인 창의력에 기초해서 활동하는 모든 노동자 집단’을 의미한다. 따라서 이 개념은 구체적으로 들여다보면 다양한 노동형태와 소득에서도 편차가 큰 이질적인 성격의 다양한 노동자를 모두 포괄하게 된다. 따라서 우리가 ‘창조계급’이라는 용어를 활용하기 위해서는 무엇보다 그 개념 범주가 구체적인 집단으로 확인되어야 할 것이다.

그러나 앞의 IV의 분석에서 볼 수 있는 바와 같이 창조계층 개념 범주의 경험적 적용 가능성에 대해서는 집단적 범주로서 적용할 수 있다는 것이 확인되고 있다. 이미

창조노동자와 육체노동자 집단을 비교한 통계적 검증에서 두 집단의 문화적 취향 및 행위전략 상 차이가 통계적으로 유의미하다는 것이 증명되고 있기 때문이다.

본 연구는 ‘과학(연구)’, ‘공학’, ‘건축’, ‘디자인’, ‘교육’, ‘미술’, ‘음악’, ‘엔터테인먼트’, ‘사업’, ‘금융’, ‘법률’, ‘건강관리’ 등의 다양한 분야에 종사하는 사람을 모두 포괄하는 ‘창조계층’ 개념 범주가 적용 가능하다는 점을 확인하고 있다. 창조계층은 그 범주에 포함되는 노동활동의 다양성에도 불구하고 집단적으로 확인이 가능한 여가활동의 특성, 문화적 취향, 전략적 행위 양태를 보여주고 있다.

2) 집단적 행위양식

○ 여가

창조집단은 여가 시간에 주로 가족과 많은 시간을 보내는 경향이 있으며, 그 외에 친구, 직장동료, 혼자 시간을 보내는 비율도 적지는 않지만, 육체노동집단에 비해서 동호회 활동을 더 즐기는 성향을 보여주고 있다.

또한 창조집단은 여가시간에 ‘지금까지 경험해 보지 못한 새로운 것’이나 ‘어떤 정신적인 자극’을 추구하는 경향을 보이고 있지만 정작 여가 활동을 하는데 ‘시간적 및 정신적 여유가 없다’고 느끼고 있는 것으로 나타나고 있다.

창조집단은 여가 시 주로 ‘영화’, ‘연극’, ‘스포츠’, ‘책읽기’, ‘신문’, ‘잡지’ 등과 관련해서 시간을 보내는 반면에 상대적으로 육체노동집단의 경우는 ‘TV’, ‘라디오’, ‘컴퓨터 게임’, ‘담소’, ‘술 마시기’ 등을 즐기는 것으로 나타나고 있다.

창조집단이 주로 이용하는 곳 ‘클래식 공연’, ‘오페라 공연’, ‘박물관’, ‘무용 공연’, ‘연극 공연’, ‘국악 공연’, ‘미술 전시회’ 등으로 더 전통적이며, 덜 대중적인 문화·예술 장르에 관심을 보이고 있는 반면 육체노동집단의 경우는 ‘영화 관람’, ‘스포츠경기 관람’,

‘놀이동산’ 등 좀 더 대중적인 문화 이벤트를 즐기는 것으로 나타난다.

○ 문화 취향

창조집단은 문학적으로 ‘역사’, ‘수필’, ‘고전’, ‘평론’, ‘시’ 등 더 지적이고, 덜 대중적인 지향성을 보여주는 반면에 육체노동집단의 경우는 ‘무협지’, ‘추리’, ‘연애’ 등 좀 더 대중적인 취향을 보여준다.

창조집단은 독서를 할 때 주로 ‘교육’, ‘예술’, ‘시사’, ‘과학’, ‘처세’ 등에 관한 글을 선호하는데 반하여 육체노동자의 경우는 ‘건강’, ‘여행’, ‘경제’ 등에 더 관심을 두고 있는 것으로 나타난다.

창조집단은 미술 장르 중에서 서양화를 선호하는 경향이 크며 또한 조소에도 관심을 보이는 데 반하여 육체노동집단은 ‘사진’, ‘목공’, ‘도예’ 등에 관심을 더 두는 것으로 나타나고 있다.

창조집단은 음악 장르 중에서 ‘클래식’, ‘국악’ 등에 더 관심을 두는 반면에 육체노동집단은 ‘대중가요’를 더 선호하는 것으로 나타나며, 팝송에 대해서는 두 집단이 비슷한 정도의 선호도를 보이고 있다.

문예공연과 관련해서 보면, 창조집단은 주로 ‘교향악’, ‘오페라’, ‘뮤지컬’, ‘무용’, ‘연극’, ‘국악’ 등 거의 고전적이고 예술성이 높은 장르의 공연에 관심을 보이고 있는데 반하여, 육체노동집단의 경우는 대중음악 공연과 같은 대중적이고 오락적인 공연을 선호하는 것으로 나타난다.

창조집단의 선호 TV 프로그램은 ‘다큐’, ‘시사’, ‘교양’, ‘연예오락’ 등 인데 반하여 육체노동 집단은 ‘드라마’, ‘스포츠’, ‘영화’, ‘뉴스’ 등에 관심을 크게 두고 있는 것으로 나타나고 있다.

신문과 관련해서 창조집단은 ‘한겨레’, ‘경향’, ‘동아’, ‘중앙’ 등 좀 더 비판적인 정보를 제공하는 지면에 더 관심을 두고 있는 반면 육체노동 집단의 경우는 주로 ‘스포츠신문’ 등 오락적인 내용에 더 많은 관심을 두는 것으로 나타난다.

창조집단이 선호하는 잡지는 주로 ‘시사’, ‘예술’, ‘문화’, ‘여행’ 등에 관한 것인데 반하여 육체노동 집단의 경우는 ‘스포츠’, ‘연예’ 등과 같이 좀 더 오락적인 잡지에 더 관심을 보이고 있는 것으로 나타난다.

스포츠 경기 관람에 대해서 창조집단은 ‘골프’, ‘스케이트’, ‘테니스’ 등에 관심을 보이는 데 반하여 육체노동 집단의 경우는 ‘축구’, ‘야구’, ‘농구’, ‘배구’, ‘격투기’ 등 구기 종목 관람을 더 선호하는 것으로 나타난다.

선호하는 여가활동에서도 창조집단은 ‘음악’, ‘댄스’, ‘그림’ 등과 같은 예술적인 활동에 더 큰 관심을 보이는 데 반하여 육체노동 집단은 ‘스포츠’, ‘등산’ 등과 같이 더 육체적인 활동을 더 선호하는 것으로 나타난다.

<표 43> 노동 성역에 다른 집단별 문화취향 χ^2 검증 결과

| 창조집단의 취향 (교차집단) | χ^2 값 | <i>N</i> | <i>df</i> | <i>p</i> |
|---------------------|------------|----------|-----------|----------|
| 문학취향 (창조노동자*육체노동자) | 22.658 | 598 | 10 | .012 |
| 독서취향 (창조노동자*육체노동자) | 22.274 | 598 | 10 | .014 |
| 미술취향 (창조노동자*육체노동자) | 22.130 | 598 | 8 | .005 |
| 음악취향 (창조노동자*육체노동자) | 61.730 | 597 | 5 | .000 |
| 공연취향 (창조노동자*육체노동자) | 116.066 | 598 | 8 | .000 |
| TV취향 (창조노동자*육체노동자) | 22.321 | 598 | 8 | .004 |
| 신문취향 (창조노동자*육체노동자) | 33.825 | 598 | 6 | .000 |
| 잡지취향 (창조노동자*육체노동자) | 32.477 | 598 | 9 | .000 |
| 스포츠관람 (창조노동자*육체노동자) | 32.427 | 598 | 8 | .000 |
| 여가활동 (창조노동자*육체노동자) | 33.952 | 598 | 8 | .000 |

3) 행위 전략

앞 장(IV)에서 분석한 결과에 따르면 창조집단은 전반적으로 전통적인 장르나 예술성이 높은 프로그램에 더 집단적으로 선호하는 특성을 보여주고 있으며, 반면에 육체노동 집단의 경우에는 더 대중적이고 오락성이 큰 프로그램에 대해서 더 관심을 보이는 것으로 나타나고 있다.

이처럼 창조집단과 육체노동집단이 여가, 문화, 예술 활동이나 공연을 선택하는 취향의 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 나타나고 있다. 그런 점에서 우리는 창조집단이 선호하는 특징적인 문화적 취향이 존재한다고 해석할 수 있으며, 이 창조집단의 취향적 특성은 그들의 여가 활동 전략에도 영향을 미친다고 판단할 수 있다.

우리 사회에서 가장 중요한 관심사 중에 하나인 자녀교육과 관련해서 분석된 집단의 행위전략을 보면, 창조집단도 육체노동 집단과 마찬가지로 자녀의 교육 성취도를 중요하게 여기고 있으며, 어떤 점에서 육체노동집단보다 더 자녀의 교육에 대한 관심을 크게 가지고 있는 것으로 측정되고 있다.

그러나 자녀의 교육과 관련해서 이 두 집단이 보여주는 공통적인 관심에도 불구하고 그 성취를 위한 전략에는 두 집단 간에 분명한 차이가 있음이 드러나고 있다. 우선 창조집단의 경우는 자녀의 학습성취를 위해서는 부모의 개입조차도 가능하다고 보고 있으며, 특히 자녀의 교육을 위한 문화·예술적 경험을 전략적으로 매우 중요하게 여기고 있음이 드러나고 있다.

그런 점에서 이제 대전을 창조집단이 선호하는 생활여건을 가진 삶의 질이 높은 도시로 조성하기 위해서는 무엇보다도 그들의 자녀가 원하는 바대로 교육을 받을 수 있는 환경과 창조계층의 문화적 취향을 만족시킬 수 있는 생활 여건을 제공할 수 있어야만 한다.

2. 창조계층 유인을 위한 문화정책

1) 창의적인 문화예술 활동여건 조성

창조집단의 문화적 취향은 오락적이고 대중적인 내용보다는 좀 더 전통적이고 높은 수준의 문화·예술적 내용을 기대·선호하는 경향을 보인다. 따라서 대전이 창조집단의 수준 높은 문화적 향수 욕구를 충족시키기 위해서는 무엇보다 지역내 문화·예술 향수 여건을 한 단계 높일 필요가 있다. 그리고 이를 위해서는 다음과 같은 정책을 추진할 필요가 있다.

첫째, 지역의 기초창작 예술인의 처우 및 활동 여건을 획기적으로 개선하여 많은 예술인이 대전을 무대로 해서 활동하고 생활할 수 있도록 예술적인 창작 활동의 환경을 조성해야만 한다. 지역의 문화·예술이 활성화하기 위해서는 무엇보다 그것을 기반으로 해서 삶을 영위하고 있는 문화·예술인의 교류와 활동이 활발하게 이루어질 수 있어야만 한다.

둘째, 앞 장에서 살펴 본 바와 같이 창조집단의 가장 주요한 특징 중 하나는 자라나는 자녀의 문화·예술 체험이 교육적으로 매우 중요하다고 생각하는 점이다. 따라서 창조계층을 유인하기 위해서는 자라나는 세대의 감수성을 자극하고, 그들이 창의적인 두뇌로 자라날 수 있도록 지역의 교육기관과 협력하여 어린이와 청소년이 일찍부터 수준 높은 문화예술 공연·전시 이벤트를 체험할 수 있도록 문화예술 향수 인프라를 구축·운용해야 한다.

셋째, 지역의 젊은 문화·예술인들이 기량을 닦고, 다양한 장르의 문화·예술 활동을 할 수 있도록 ‘블랙박스형’ 소규모 공연 및 전시 공간을 확충하여야 한다. 이를 통해서 전문·아마추어 예술인이 스스로 공연장 내부를 자유롭게 개조하여 자신의 새로운 아이디어를 손쉽게 실험해 볼 수 있도록 해야 한다. 이러한 문화·예술 활동 여건

은 지역의 문화·예술 발전의 기반을 제공해 줄 뿐만 아니라 시민이 생활 속에서 손쉽게 문화·예술 공연 체험을 할 수 있도록 해 준다.

넷째, 전문적인 문화·예술 관련 인력을 교육·배출할 수 있는 고등 아카데미를 설립·운영하여 새로운 창작 예술인의 교육만이 아니라, ‘조명’, ‘무대장식’, ‘전시기획’ 등 문화·예술 관련 전시 및 공연 전문 스태프를 양성·배출·활용할 수 있는 여건 조성이 중요하다.

2) 감수성을 자극하는 수준 높은 문화예술 향수(관광)여건 조성

대전이 창조집단이 선호하고 정주하고 싶은 매력적인 지역이 되기 위해서는 무엇보다 도시의 문화·예술적 상상력과 창의성이 풍부해야만 한다. 이를 위해서는 무엇보다 대전이 다양한 이질적 문화가 함께 허용되는 생활공간으로서 색다른 것을 포용할 수 있는 관용적인 문화적 풍토가 필요하다.

첫째, 다양한 국제적 문화·예술 교류 및 협력 이벤트 개최를 적극 장려·지원하여 대전에서 다양한 세계 여러 국가의 특성 있는 문화·예술 이벤트를 상시적으로 경험할 수 있는 생활 여건을 조성한다. 그리고 이를 통해서 대전시민이 세계의 다양한 문화를 상시적 체험하고, 이질적인 문화적 경험을 관용적으로 수용할 수 있는 국제적인 문화·예술도시로 발전해야 한다.

둘째, 창조집단 문화취향은 대중적인 것보다는 예술성이 높은 작품에 대한 체험을 더 선호하는 것으로 나타난다. 따라서 이들을 유인하기 위해서는 ‘대전문화예술의전당’, ‘대전시립미술관’ 등 관내에 소재하고 있는 국제적 수준의 공연·전시 시설을 적극 활용하여 예술성 높은 기획 공연·전시 프로그램을 상시적으로 운용하여야 한다. 이렇게 상시적으로 개최되는 국제적 수준의 문화·예술 공연·전시 프로그램은 새롭고 자극

적인 문화·예술적 체험을 선호하는 창조집단을 유인하는 가장 매력적인 요소 중 하나가 될 수 있다.

셋째, 공식영역과 비공식 영역이 만나는 ‘저녁시간대’의 문화·예술적 공간화가 중요하다. 낮의 공식적인 활동의 영역과 달리 밤의 시간은 자유롭게 자신이 원하는 활동을 찾아서 보낼 수 있는 개성의 영역이기 때문에 다양한 문화적 특성이 더욱 강하게 나타나는 공간이다. 따라서 창조집단이 원하고 선호하는 문화적 생활공간이 되기 위해서는 무엇보다도 ‘사교’를 위한 술집, 카페, 소극장 등 다양하고 색다른 ‘밤의 교류 문화 공간’이 활성화되어야 한다.

넷째, 대전이 의욕적으로 추진하고 있는 시민이 생활 속에서 체감·향유할 수 있는 문화·예술 환경을 조성하는 정책을 더욱 강화할 필요가 있다. 따라서 ‘소규모 공연장 확충·지원’, ‘학교 공간의 문화 센터화’, ‘작은 도서관 조성·운영 활성화’, ‘시민 문화·예술 향유기회 확대’, ‘대청호주변 문화·예술 체험 공간 조성 및 관광 자원화’, ‘시민 생활체육센터 건립’ 등과 같은 시민의 일상적 문화·예술 체험 인프라 조성을 위한 사업에 대한 적극적인 지원이 중요하다.

다섯째, 지역의 특성을 살린 다양한 먹거리와 명소를 개발하여 시민과 방문객이 체험하고 즐길 수 있는 관광자원으로 활용하고, 특히 다양하고 색다른 문화·예술 행사를 적극 유인·개최하여 시민과 방문객의 문화적 상상력을 자극할 수 있는 지역 특성의 관광 환경을 조성할 필요가 있다.

3) 지식기반사회의 경쟁력을 확보를 위한 첨단문화산업 육성

지식기반사회는 무엇보다 인간의 지적 상상력이 경쟁력이 되는 사회이다. 그런 점에서 대전과 같이 지적 창의력에 의존해서 생활하는 창조집단이 밀집해서 거주하는 지

역은 다른 도시에 비해 미래 발전에 매우 유리한 고지를 점하고 있다고 볼 수 있다.

첫째, 대전의 미래는 우수한 창조인력 자원을 어떻게 효과적으로 산업과 연계할 수 있는가에 달려 있다고 볼 수 있다. 바로 첨단문화산업은 앞으로 매체 네트워크가 획기적으로 발전하면서 급속한 수요 증가가 기대되는 분야이다. 대전은 우수한 IT·CT 전문 인력을 확보하고 있어 미래의 첨단문화산업 발전에 가장 유리한 고지를 점하고 있다고 평가되며, 따라서 이 IT·CT 인프라가 미래 첨단문화산업과 접목·발전될 수 있도록 정책적 지원을 강화해야 한다.

둘째, 첨단문화산업은 급속하게 변하는 IT·CT 기술과 창작에 의해 만들어진 다양한 문화·예술 작품의 접목을 기반으로 하는 분야로서 지식집약형이고, 친환경적이면서, 고용창출효과가 큰 도시형 미래 산업이다. 따라서 대전은 우수한 IT·CT의 인프라를 효과적으로 활용하여 미래형 첨단문화산업을 적극적으로 지원·육성할 필요가 있다.

셋째, 대전이 미래형 첨단문화산업 도시로 성장하기 위해서는 무엇보다 자라나는 세대가 미래를 이끌어 갈 창의적 인재로 성장할 수 있어야 한다. 따라서 이를 위해서는 지역의 어린이와 청소년이 일찍부터 변화하는 IT·CT를 체험하면서 동시에 다양한 문화·예술적 감수성을 키울 수 있도록 성장해야만 한다. 바로 일상적인 생활에서 즐겁게 체험하는 과학과 문화는 자라나는 세대가 미래의 창작 인력으로 성장하는 데 중요한 ‘밑거름’이라 할 수 있다.

4) 과학·문화 학습도시 여건 조성

창조집단은 미래를 짊어지고 갈 새로운 자녀세대의 교육에 매우 적극적인 관심을 보이며, 따라서 대전이 이들을 유인·정주시키기 위해서는 무엇보다 자라나는 세대를

창의적인 인재로 교육·양성하고, 이들이 자긍심을 가지고 미래의 창조인력으로 자라나 활동할 수 있는 여건을 조성하는 것이 무엇보다 중요하다.

첫째, 넓은 의미에서 ‘문화’ 개념은 ‘과학’, ‘교육’, ‘학습’, 등의 범주를 포괄한다. 그런 의미에서 대전은 ‘과학기술’과 ‘문화예술’이 결합된 ‘과학문화학습도시’를 구현하는 전략이 필요하다. 물론 이는 단순히 기존의 학교나 교육기관 기능을 개선해서 달성될 수 있는 것이 아니라 오히려 그 좁은 울타리를 넘어 지역 전체가 하나의 교육자원으로 활용되는 ‘학습지역(Learning Region)’ 개념을 통해서만 실현될 수 있다.

둘째, 대전이라는 도시 전체가 하나의 창의적인 ‘학습 공동체’로 조성되어야 한다. 최근 대전도 교육 문제를 지자체의 중요한 정책 과제 중 하나로 인식하고, 학교와 지역사회의 협력을 강화하면서 다양한 교육 지원 사업을 추진하고 있다. 하지만 그와 더불어 쉽게 눈에 들어오지 않는 이러한 미시적인 생활공간의 학습적 중요성을 인식하고 지원하는 것도 중요하다. 즉 ‘동네’, ‘동아리’, ‘도서관’, ‘박물관’, ‘미술관’, ‘과학관’, ‘문화센터’, ‘연구자’ 등 대전이 가지고 있는 자원에 의해 일상의 생활 영역에서 생성되는 풀뿌리 학습문화가 매우 중요하다.

셋째, 창조집단은 무엇보다 창의적 역량과 상상력을 키워주는 교육을 중요하게 생각한다. 미래 사회는 획일적인 인재가 아니라 삶의 다양한 영역에서 창의적으로 활동할 수 있는 서로 다른 특성을 가진 인재를 필요로 하며, 따라서 대전은 삶의 다양성과 색다름을 허용하는 관용적이고 창의적인 인재가 배출될 수 있도록 지역의 교육 인프라를 선진적으로 구축하고, 다양한 교육 프로그램 운용해야만 한다.

넷째, 대전의 경쟁력 있는 IT·CT 인프라가 미래 산업이라 불리는 콘텐츠 산업과 접목·상징할 수 있도록 창의적인 교육여건을 조성·지원하여 미래를 위한 기초 창작인력을 양성·배출해야만 한다. 이를 위해서 대전은 과학과 문화가 접목된 ‘과학문화 학습도시’ 인프라를 구축·운용하여야 한다.

다섯째, 물론 어린이와 청소년이 미래 대전의 콘텐츠 산업에서 필요로 하는 창의적인 인력으로 자라나기 위해서는 단순히 IT·CT 관련 기능·기술의 습득만이 아니라, ‘예술’, ‘인문’, ‘사회’, ‘철학’ 등 폭넓은 소양과 상상력을 가진 인재로 성장해야 한다. 그런 의미에서 지역의 자라나는 어린이와 청소년이 일찍부터 문화·예술적 감수성과 상상력을 키울 수 있도록 일상적인 생활 속에서 다양하고 색다른 문화적 경험이 가능하도록 지역의 문화·예술 토양을 가꾸는 것이 무엇보다 중요하다.

V. 요약 및 제언

대전이 미래 도시 전략으로 설정하고 있는 ‘창조도시(Creative City)’를 성공적으로 실현하기 위해서는 대전이 창조인력을 유인할 수 있는 매력적인 장소가 되어야 한다. 대전이 창조집단이 선호하는 매력적인 생활공간이 되기 위해서는 무엇보다 예술적 상상력과 감수성을 자극하는 수 있는 도시의 문화적 토양을 가꾸는 것이 중요하다.

창조집단의 여가 특성은 주로 가족과 많은 시간을 보내는 경향이 있으며, ‘클래식 공연’, ‘오페라 공연’, ‘박물관’, ‘무용 공연’, ‘연극 공연’, ‘국악 공연’, ‘미술 전시회’ 등 주로 예술성이 있는 전시공연 이벤트를 선호하는 것으로 나타난다. 따라서 대전이 창조집단이 선호하는 생활공간으로 바뀌기 위해서는 무엇보다 다음과 같은 일련의 문화·예술 지원정책이 추진되어야 한다.

첫째, 도시의 창의적인 문화예술 활동이 활발하게 이루어질 수 있는 환경을 조성할 필요가 있다. 창조집단이 선호하는 수준의 높은 문화·예술 향수 욕구를 충족시키기 위해서는 지역의 문화·예술 수준을 한 단계 끌어 올릴 필요가 있으며, 이는 무엇보다 지역 문화·예술인의 창작 활동 및 교류 활동이 활성화됨으로써만 가능하다.

둘째, 우수한 IT·CT 인프라를 활용한 첨단문화산업을 적극 육성하여 창조적인 활동을 하는 사람에게 일자리와 생활 터전을 제공하여야 한다. 문화콘텐츠 산업은 친환경적이고 고부가가치의 산업이며, 창조인력을 흡수하는 분야이기 때문에 이 산업영역의 확충이 창조집단을 유인하는데 극히 중요하다.

셋째, 창조집단은 자녀교육에 대해 많은 관심을 기울이므로, 창의적 인재가 성장할 수 있는 교육 환경을 조성하는 것이 무엇보다 중요하다. 따라서 지역에 ‘국제중학교’, ‘국제고등학교’, ‘예술고등학교’ 등을 설립·운영하여 자라나는 세대가 다양한 교육을 받을 수 있는 생활환경을 조성할 필요가 있다.

넷째, 세계 여러 나라의 다양하고 색다른 문화 행사를 체험할 수 있고, ‘카페’, ‘소극장’, ‘펍’(pub) 등 ‘저녁시간’의 문화 환경을 조성하여 도시의 관광 및 ‘사교’ 문화를 활성화해야 한다. 특히 독특한 지역의 먹거리 및 명소를 발굴·지원하여 외래객이 색 다르게 체험할 수 있는 지역 특성의 관광 환경을 조성해야 한다.

<참고문헌>

○ 국내문헌

- SERI/대전발전연구원 (2008) 『창조도시 대전만들기』, 대전광역시
- 대전발전연구원 (2008) 『창조도시 대전비전 2030』, 대전광역시
- 정선기 (2008) 『창조도시 학습자료』, 대전발전연구원
- 사사키 마사유키 (2001) 『창조하는 도시 : 사람, 문화, 산업의 미래』, 한림신서

○ 외국문헌

- Bell, Daniel (1973), *The Coming of Post-Industrial Society*, New York
- Florida, Richard (2002), *The Rise of the Creative Class*, London
- Florida, Richard (2005), *Cities and the Creative Class*, London
- Hartley, John ed. (2007), *Creative Industries*, Blackwell
- Hospers, Gert-Jan (2003), *Creative Cities : Breeding Places in the Knowledge Economy*, in *Knowledge, Technology & Policy*, Fall Vol.16
- Gouldner, A. (1979), *The Future of Intellectuals and the Rise of New Class*, New York
- Landry, Charles (2000), *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*
- Scott, Allen J. (2006), *Creative Cities : Conceptual Issues and Policy Questions*, *Journal of Urban Affairs*, Vol. 28

대전시민의 문화취향 조사를 위한 설문지

안녕하십니까?

본 조사는 창조도시를 지향하는 대전광역시 문화정책의 방향설정을 위해서 대전시민의 문화예술욕구를 파악하려는 것입니다.

본 조사와 관련한 귀하의 응답은 통계처리 이외의 목적에는 사용되지 않으므로 평소에 품고 계시던 생각을 부담 없이 말씀해 주시기를 바랍니다. 귀하의 소견은 대전광역시 문화·예술 정책 발굴의 소중한 밑거름으로 활용될 것입니다.

감사합니다.

2009. 10.

대전발전연구원

※ 연구책임자 : 정 선 기 (011-209-3763 : jsg3763@megapass.net)

| | | | |
|-------|---------------------------|-------|--|
| 면 접 원 | | 검 증 원 | |
| 에 디 팅 | | 코 디 원 | |
| 면접일시 | 2009년 10월 _____ 일 _____ 시 | | |

Q-1) 귀하는 주로 누구와 함께 여가시간을 보내십니까?

- ① 혼자 ② 친구 ③ 가족 ④ 직장동료 ⑤ 친지, 이웃
⑥ 동호회 ⑦ 기타 (_____)

Q-2) 귀하가 여가시간에 가장 하고 싶은 것은 무엇입니까?

- ① 아무 생각 없이 푹 쉬고 싶다.
② 오직 나 자신만을 위한 시간을 갖고 싶다.
③ 일상에서 벗어나 오랫동안 해보지 못한 것을 해보고 싶다.
④ 실질적으로 쓸모가 있는 활동을 하고 싶다.
⑤ 정신적인 자극을 찾고 싶다.
⑥ 내가 사회적으로 중요하다고 여기는 것을 위해 노력하고 싶다.
⑦ 가족과 함께 시간을 보내고 싶다.

Q-3) 귀하가 여가시간에 가장 하고 싶은 활동은 무엇입니까? (_____)

예) 사교, 독서, 여행, 미술, 음악, 영화, 연극, 취미, 자기개발, 산책, 등산, 스포츠, 오락, 노래방, 컴퓨터게임, TV/비디오시청, 종교활동 등.....

Q-4) 귀하가 여가활동을 하는데 가장 어려운 점은 무엇입니까?

- ① 비용이 많이 든다. ② 시간적 여유가 없다.
③ 정신적 여유나 의욕이 없다. ④ 주변에 여가활동을 즐길 공간이 없다.
⑤ 여가활동을 함께 할 사람이 없다. ⑥ 기타(_____)

Q-5) 귀하는 시간이 날 때 어떤 취미활동을 가장 즐기십니까?(세 개까지 선택가능)

- ① TV/라디오 시청취() ② 신문/잡지읽기() ③ 책읽기()
- ④ 음악감상() ⑤ 영화/연극 감상() ⑥ 스포츠() ⑦ 산책()
- ⑧ 노래방() ⑨ 잡기(바둑, 화투)() ⑩ 집안 가꾸기(화초, 정원 등)()
- ⑪ 컴퓨터 게임() ⑫ 쇼핑() ⑬ 종교활동() ⑭ 수면()
- ⑮ 담소, 술마시기() ⑯ 기타 ()

Q-6) 귀하가 지난 1년간 주로 이용했던 곳은 어디입니까?

- ① 사적지() ② 박물관() ③ 공원/호수() ④ 놀이동산()
- ⑤ 미술전시장() ⑥ 영화상영관() ⑦연극공연장()
- ⑧ 클래식/오페라공연장() ⑨ 국악공연장() ⑩ 무용공연장()
- ⑪ 연예쇼공연장() ⑫ 스포츠경기장() ⑬ 기타 ()

Q-7) 귀하가 다음 항목과 관련하여 여가시간에 주로 접하는 것은 무엇입니까?

- ① 문학() ← (예: 추리, 연애, 고전, 역사, SF, 무협지, 시, 수필, 평론, 문학잡지 ...)
- ② 독서() ← (예: 과학, 철학, 역사, 시사, 경제, 건강, 예술, 교육, 처세, 여행 ...)
- ③ 미술() ← (예: 서양화, 동양화, 서예, 사진, 조소, 목공, 도예, 디자인 ...)
- ④ 음악() ← (예: 클래식, 국악, 대중가요, 팝송, 경음악 ...)
- ⑤ 영화() ← (예: 멜로, 범죄, SF, 호러, 코믹, 가족, 애니메이션 ...)
- ⑥ 공연() ← (예: 교향악, 오페라, 국악, 연극, 마당극, 뮤지컬, 무용, 대중음악 ...)
- ⑦ TV () ← (예: 드라마, 시사, 교양, 연예오락, 다큐, 뉴스, 스포츠, 영화 ...)
- ⑧ 신문() ← (예: 조선, 중앙, 동아, 경향, 한겨레, 스포츠신문 ...)
- ⑨ 잡지() ← (예: 시사, 연예, 여성, 경제, 예술문화, 여행, 패션, 스포츠, 쇼핑 ...)
- ⑩ 경기관람() ← (예: 축구, 야구, 농구, 배구, 스케이트, 테니스, 격투기, 골프 ...)
- ⑪ 직접활동() ← (예: 소설창작, 파노연주, 스포츠축구, 야구, 농구등, 댄스, 그림, 사진, 작곡등)

Q-8) 귀하가 공연이나 문예 프로그램을 선택하는 기준은 무엇입니까?

- ① 유명도() ② 예술성() ③ 오락성() ④ 기타()

Q-9) 귀하가 성인이 된 후 가보았던 여행지나 유적지 중 가장 좋았던 곳은 어디입니까?

() ← 국내/외 관계없이

Q-10) 귀하가 성인이 된 후 보았던 가장 인상 깊었던 공연이나 전시는 무엇입니까?

() ← 음악, 미술, 연극 등등 모든 장르를 포함해서

Q-11) 귀하가 즐겨 부르는 애창곡은 무엇입니까? ()

Q-12) 다음은 교육에 대한 질문입니다.

| 문항 | 매우 그렇다 | 그런 편이다 | 반반 이다 | 그렇지 않은 편이다 | 전혀 그렇지 않다 |
|---|-----------|-----------|----------|------------------|-----------------|
| 12-1. 자녀에게 조기교육을 시키는 것이 좋다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 12-2. 자녀가 특목고 등 명문교에 진학하기를 원한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 12-3. 자녀의 성적보다는 개성을 키워주는데 주력한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 12-4. 재수를 시켜서라도 명문대에 보내기를 원한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 12-5. 박물관 전시회, 음악회 등에 자녀와 함께 간다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 12-6. 자녀의 시간을 절약하기 위해 숙제나 봉사 활동을 대신해 줄 때도 있다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 12-7. 자녀가 원한다면 취업이 어려운 순수 기초 학문을 전공하더라도 개의치 않는다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

G-1) 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남성(_____) ② 여성(_____)

G-2) 귀하의 연령은 어떻게 됩니까?

- ① 30대 미만(____) ② 30대(____) ③ 40대(____) ④ 50대(____) ④ 60대 이상(____)

G-3) 거주하시는 곳은 어느 지역입니까?

- ① 동 구 (_____ 동 _____ 구역)
② 중 구 (_____ 동 _____ 구역)
③ 서 구 (_____ 동 _____ 구역)
④ 유성구(_____ 동 _____ 구역)
⑤ 대덕구(_____ 동 _____ 구역)

G-4) 귀하의 직업은 무엇입니까? (_____)

G-5) 귀하의 학력은 어떻게 됩니까?

- ① 초등학교(____) ② 중학교(____) ③ 고등학교(____) ④ 전문대학(____)
⑤ 대학(____) ⑥ 대학원 석사(____) ⑥ 대학원 박사(____)

G-6) 현재 거주하고 있는 주거의 형태는 어디에 해당됩니까?

- ① 자가(단독주택)(____) ② 자가(아파트)(____) ③ 자가(다세대주택)(____)
④ 전세(단독주택)(____) ⑤ 전세(아파트)(____) ⑥ 전세(다세대주택)(____)
⑦ 월세(____) ⑧ 임대아파트(____) ⑨ 기타(_____)

G-7) 귀하 가정의 월평균 가계소득(임금, 보너스, 수당, 이자 등 포함)은 어느 정도 되십니까?

- ① 100만원 미만(____) ② 100~200만원(____) ③ 200~300만원(____)
④ 300~400만원(____) ⑤ 400~500만원(____) ⑥ 500~600만원(____)
⑦ 600~700만원(____) ⑧ 700~800만원(____) ⑨ 800만원 이상(____)

