

공단 근로청소년의 문화수용과 문화의식*

강현두** · 홍두승*** · 강명구****

<目 次>	
I. 서 론	3. 라디오
1. 문제의 제기	4. 영화
2. 자료 및 연구방법	5. 비디오
3. 응답자의 일반적 특징	IV. 문화의식과 문화운동
II. 문화수용의 현황	1. 문화적 소외의식
1. 고급문화의 수용	2. 전통문화에 대한 인식
2. 대중문화의 수용	3. 경제적 박탈감
III. 언론매체의 수용실태	4. 문화운동에 대한 인지
1. 신문	5. 사회의식과 문화의식
2. 텔레비전	V. 요약 및 결론

I. 서 론

1. 문제의 제기

한국사회는 지난 한 세대 동안 크나큰 사회변동을 겪으며 급속한 경제성장을 이루하여 왔다. 1960년대의 근대화정책에서 시작된 경제부문에서의 성장은 1970년대의 수출주도형 성장정책에 힘입어 지속되었으며 이는 1980년대의 정치적 소용돌이 속에서도 꾸준히 계속되어 왔다.

그러나 한국경제의 의형적 성장에도 불구하고 우리나라의 근로자들은 성장의 과실을 정당하게 분배받지 못한 채 저임금과 열악한 작업환경 속에서 크게 희생되어 왔다는 점도 꾸준히 지적되어 왔다. 저임금과 전근대적 노사관계를 기반으로 이루어진 고도 경제성장은 1980년대 후반에 들어서면서 그

* 본 연구는 한국문화예술진흥원의 연구비지원에 의하여 이루어진 것이다. 자료수집 및 분석과정에서 대학원 박사과정 이창현군과 석사과정 김형운·한창록군의 도움이 커음을 밝혀둔다.

** 서울대, 신문학

*** 서울대, 사회학

**** 서울대, 신문학

한계를 드러내었고 근로자들은 근본적인 정치경제적 변혁과 나아가 삶의 조건을 향상시키고자 하는 욕구를 갖게되었다.

그동안 삶의 질의 향상을 위해 끊임없이 분출되어 왔던 근로자들의 욕구는 비단 정치, 경제적 영역에서 뿐만 아니라 문화생활 전반에 이르기까지 근본적인 개선을 추구하는 방향으로 나타나게 되었다. 문화생활의 전반적인 개선없이 진정한 의미에서 삶의 질은 향상될 수 없고, 또한 건전하고 바람직 스러운 의식과 태도를 가질 수 없다는 것이다.

이러한 맥락에서 살펴보았을 때 최근 노동문화운동은 노동운동의 전위로서 근로자의 삶의 조건을 개선시키고자 오늘의 근로환경을 비판하며 노동의 새로운 미래를 지향하고 있다. 그러므로 노동문화운동은 기존의 문화환경을 거부하고 새로운 문화의 생산을 추구하면서 그들의 일상적 생활문화가 그들의 현장에서 살아 숨쉬도록 기대하고 있는 것이다.

그러나 이러한 근로자의 욕구는 현실적 삶 속에서 구가되지 못하고 그들은 고된 하루하루의 작업에 종속되고 있는 것이 사실이다.

결국 우리의 근로자들은 고도의 노동분업구조 속에서 노동의 참 의미와 성취감을 박탈당하였고, 나아가 공동체 문화형성의 경제적 조건이 충족되지 않음으로써 경제적 소외와 더불어 문화적 소외현상마저 감수하지 않으면 안 되게끔 된 것이다. 문화정책의 차원에서 살펴보건데 이러한 근로자의 문화적 소외현상은 정부의 문화정책이 고급문화위주의 순수예술 부문에 치우침으로서 오히려 강화되었고 문화정책의 기초가 문화적 다원주의나 하위문화 편성(subcultural programming)의 원칙에 기반하지 않은채 전체 국민 일반을 획일화된 대상으로 한 문화정책에 기초함으로서 상대적으로 문화적 자원이 빈약한 처지에 있는 공단 근로청소년의 문화적 소외는 강화·발전될 수밖에 없었다.

그 결과 공단 근로청소년들은 그들을 위한 하위문화층족이 결핍되어 있는 상태에서, 삶의 조건이 다른 부문에서 생성된 이질적인 대중문화의 홍수속에 놓여있다고 해도 과언이 아니다. 특히 텔레비전과 영화 등의 대중매체는 근로청소년의 생활조건과 유리된 소비주의적이고 향락적인 외래 청소년문화를 제공함으로서 근로자의 문화적 소외감은 배가되고 있으며 일상적인 생활문화의 상황 역시 공단 근로청소년들에게는 적합하지 않은 형식으로 수용되고 있음을 본다.

따라서 근로자들은 아직도 문화수용혜택의 외지에 남아있게 되며 이들 계층은 우수문화의 유산도, 우수문화의 현대적 창작물도 거의 소비하지 못하며 심지어 널리 알려진 범속문화의 문화내용물까지도 거의 이들 계층에게는 닿지 못하고 있다. 매스 미디어에 실리는 문화내용이 이들 문화생활의 대부분을 차지하고 있는 것이 현실이며 이러한 매스미디어 내용 역시 고된 노동시간 이후의 제한된 여가 시간 속에서 주로 오락적 프로그램만을 시청하는 것으로 나타나고 있다.

본 논문에서는 근로자의 문화활동을 제대로 파악하기 위해 문화활동을 삶의 총체적 양식으로 파악하고(Williams, 1982), 이를 구체적으로 문화시설 및 언론매체를 매개로 한 대중문화의 일상적 삶 속의 대중적 생활문화로 나누어 파악해보고자 한다. 우선 문화시설과 언론매체에 의해 매개되는 대중문화부문은 현대문화가 문화시설 및 문화산업에 의한 대량적 생산체제를 갖고 있음으로서 이의 생산물이 갖는 사회적 의미나 근로자의 수용양태를 분석하는 것은 중요하다(Girard, 강현두 편, 1987).

우선 매스 미디어는 그 자체가 하나의 문화용기로서 현대의 문화정책에 텔레비전매체를 포함한 매스 미디어 일반을 살펴보는 것은 어쩌면 당연할 것이며 이는 ‘일렉트로닉스’(electronics) 시대를 맞이하는 오늘날의 문화생활에 있어서 중요하다(강현두, 1984).

그리고 대중생활문화를 살펴보는 것은 우리의 삶의 질이 대중적 문화장르로서만이 아니라 우리의 생활문화일반의 향상이 전제되어야만 하는 것이기 때문이다. 특히 우리의 삶의 총체적 양식인 생활문화에 대한 관심은 거의 없었다. 이제 생활문화는 한국사회를 살아가는 국민대중 각자의 ‘문화적 환경’의 일부로서 우리의 일상생활의 삶 안으로 통합되어야 한다는 것이다(강명구, 1987). 그러므로 만화나 전자오락, 술, 디스코장, 스포츠, 여가 등의 일상적 생활문화의 총체를 이해해야만 하는 것이다. 이러한 일상적 삶의 문화는 근로자들의 하루하루의 삶과 긴밀하게 관련되어 있다는 것만으로도 아주 중요하며 생활문화의 현상분석없이 다른 문화물의 분석만이 의미를 가질 수 없기 때문이다.

이러한 문제의식에서 출발한 본 연구는 근로청소년을 대상으로 하여 이들의 포괄적인 문화수용실태를 분석하고 이와 관련하여 문화의식 및 정치사회 의식을 알아보고자 함을 그 목적으로 하고 있다.

2. 자료 및 연구방법

(1) 조사대상 및 표집방법

본 연구는 근로청소년을 주 연구대상으로 하되 이들의 위상을 평가하기 위하여 대학생을 비교집단으로 설정하고 있다. 공단근로자의 경우 전국의 대표적인 공단지역인 한국수출산업공단(구로 및 인천지역), 대전공단, 광주공단(하남공단 포함), 구미공단(전자 및 섬유단지) 등 4개 공단의 근로자들을 조사모집단으로 설정하고, 이곳에서 일하는 16~29세의 생산직 종사자를 표집대상으로 삼았다.

〈공단청소년근로자〉

표집은 전국의 공단지역을 1차표집단위로 선정한 다음, 각 권역(수도권, 중부, 호남, 영남)을 대표할 수 있도록 공단을 하나씩 선정하였다. 각 권역별 표본수는 같은 수로 하되 수도권지역은 그 규모를 고려해서 타지역의 1.5배가 되도록 하였다. 표본의 크기는 조사대상의 성격, 예산범위 등을 고려하여 900명으로 계획하였다(표 1).

각 공단내에서의 단지 선정은 한국수출산업공단의 경우 6개 단지 중 3개 단지를, 대전공단은 1, 2단지 모두를, 광주공단은 3개 단지 중 2개 단지를 선정하고 여기에 최근에 확정되고 있는 하남공단을 추가하였으며, 구미공단은 2개 단지 중 1개 단지를 선택하였다.

각 단지내에서의 대상업체의 선정은 〈공단명부〉에서 원칙적으로 무작위추출로 하되, 종업원 300인 이상 대기업과 300인 미만의 중소기업이 각각 반반씩 되도록 하고, 단지의 성격을 고려하여 가급적 여러 업종이 골고루 대표되도록 고려하였다.

업체별 표본수는 1개 업체당 20명을 원칙으로 하였으나 소기업의 경우 하

〈표 1〉 공단근로청소년의 권역별 목표표본수

권 역	공 단 명	단 지 명	목표표본수 (단위:명)
수 도 권	한국수출산업공단	1, 3, 5단지	300
중 부 권	대전공단	1, 2단지	200
호 남 권	광주공단, 하남공단	광천, 본촌, 하남	200
영 남 권	구미 공단	1단지(전자, 섬유)	200
전 체			900

향조정 할 수 있도록 협용하였다.

업체내에서의 개별 근로자의 선택은 연령은 16세에서 29세까지, 그리고 성별은 남녀 동수가 되도록 계획하였다. 업종에 따라서는 남녀비율이 큰 차 이를 보이는 경우가 있을 수 있기 때문에 남녀 비율은 단지내에서 전체적인 비율로 조정토록 하였다. 이러한 기준에 따른 개별응답자는 회사나 노조측의 도움을 받아 무작위로 선택하였다.

〈대학생〉

청소년근로자들의 위상을 평가하기 위해서는 비교의 집단이 필요하다고 판단되어, 근로청소년과 비슷한 연령층의 대학생을 통제집단으로 선정하였다. 대학생은 목표표본수를 500명으로 정하고, 표집은 서울 및 수도권의 10개대학 재학생으로 국한시켰다. 각 대학별 표본수는 1개교 당 50명으로 계획하였으나 각 대학의 사정에 따라 40~60명 사이에서 조정 가능토록 하였다.

(2) 본조사 및 분석방법

본 조사에 앞서 1989년 4월 5일부터 4월 10일까지의 5일간 공단근로청소년을 대상으로 1차 사전검사를 실시하였고 4월 15일부터 4월 20일까지의 5일간 2차 사전검사를 실시하였다. 이 결과를 검토하여 문항의 타당성을 최종 점검하고 이에 따라 질문문항을 수정, 보완하여 최종문항을 확정하였다. 본 조사는 근로청소년의 경우 1989년 4월 24일부터 5월 6일까지 그리고 비교집단으로서의 대학생은 5월 8일부터 5월 20일까지 실시하였다.

본 조사는 공단 근로청소년의 경우 면접조사를 원칙으로 하였으나 불가피한 경우에는 자기기입방식도 병행하였다. 대학생은 조사대상대학의 교수들의 도움으로 이들이 강의실에 들어가 질문지 기입요령을 주지시킨 후 학생 스스로가 기입하도록 하는 방법을 택하였다.

회수된 질문지는 부실한 경우 면접원에게 연락하여 보완하도록 하는 것을 원칙으로 하고 이것이 불가능할 경우는 분석에서 제외시켰다. 이 중 질문지 작성이 잘못되었거나 미흡한 경우를 제외하고 최종분석에 사용된 표본수는 공단 청소년근로자가 877명, 대학생이 503명으로서 전체는 1,380명이다(조사대상이 된 회사 및 대학에 관한 상세한 내용은 부록참조).

수집된 질문지는 자료검색, 편집 및 부호화과정을 거친 후 서울대학교 전자계산소에서 VAX-11/780 시스템을 사용하여 SPSS-X 패키지프로그램으로 분석하였다.

3. 응답자의 일반적 특징

응답자는 남녀가 대략 반반씩이나 남자가 약간 더 표집되어 있다. 연령을 살펴보면 전체평균은 23.1세이고, 성별로 보면 남자가 25.0세, 여자가 21.1세로 남자가 여자보다 약 4세 높다. 교육수준을 보면 고등학교 졸업이상의 학력을 가진 사람이 대부분이고, 중졸이하는 10%를 약간 상회하는 정도이다. 월평균 수입은 30만원미만인 사람이 60% 가까이 되며, 20~29만원대가 43%로 가장 많다.

기술수준은 숙련공이 53%로 가장 많고, 반숙련공이 24%, 그리고 미숙련공 및 견습공이 각각 10%, 5%이다. 전체응답자의 86%가 미혼이고, 1/3가량이 기숙사에 거주한다. 사업체 규모는 종업원수 300인 이상 대기업과 300인 미만의 중소기업이 표집계획대로 반반씩 대표되고 있다. 이 가운데 노조

〈표 2〉 응답자의 일반적 특성 (N=877)

변수	항 목	%(N)	변수	항 목	%(N)
성 별	남	52.2 (458)	사 업 체 규 모	30~ 99명	13.9 (122)
	여	47.8 (419)		100~299명	37.7 (331)
연 령	16~19세	15.7 (138)		300~999명	28.8 (253)
	20~23세	37.7 (330)		1,000명 이상	19.5 (171)
	24~26세	25.7 (226)		생산감독	7.0 (61)
	27~29세	20.9 (183)		숙련공	52.5 (460)
교 육 수 준	중학교 이하	13.1 (115)		반숙련공	24.2 (212)
	고등학교(인문)	31.8 (279)		미숙련공	10.0 (88)
	고등학교(실업)	48.7 (427)		견습공	4.8 (42)
	초급대학	5.1 (45)		기타, 무용답	1.6 (14)
	4년제대학	1.3 (11)			
월 평 균 수 입	20만원 미만	16.7 (146)	노 조 가 입 여 부	가입	61.1 (536)
	20~29만원	42.7 (372)		미가입	13.3 (117)
	30~39만원	23.1 (201)		무용답	.9 (8)
	40~49만원	11.4 (99)		노조가 없음	24.6 (216)
	50~59만원	4.1 (36)	속 소	자기집	23.7 (208)
	60만원 이상	1.9 (17)		전세(독채)	9.4 (82)
결 혼 여 부	미 혼	86.1 (755)		전세(방)	18.6 (163)
	기 혼	12.0 (105)		월세	12.2 (107)
	기타(동거포함)	1.9 (17)		기숙사	32.4 (284)
				기타	3.8 (33)

가 결성된 기업은 75%이고, 노조가 있는 경우 대다수가 노조에 가입하고 있다(표 2 참조).

II. 문화수용의 현황

1. 고급문화의 수용

현대의 문화활동은 대중적 문화활동이다. 대중적 문화활동을 영위하기 위해서는 이와 관련된 문화시설이나 문화공간이 필요하다. 문화시설 및 문화공간은 대중문화생활을 영위하는 중요한 전제가 되며 이러한 측면의 층족은 곧 문화층족의 필수적인 것이다.

문화시설로서는 고궁과 사적지, 박물관, 도서관, 미술관등이 있는데 이 중 고궁, 사적지, 박물관 등은 전통문화의 현대적 수용을 가능하게 해주는 역할을 담당하고, 도서관, 미술관 등은 지적인 문화 및 고급한 문화의 중요한 매체로 등장하고 있으며, 문화정보의 중요 제공처로서 또한 기능하고 있다. 나아가 공연예술로서 대표될 수 있는 연극, 음악회, 무용, 미술 등은 고급문화수용의 중요한 매개가 되며 한 사회의 고급한 문화의 발전을 위해 중요한 기능을 담당한다.

특히 이러한 문화시설과 공연예술 부문은 한국의 문화정책이 중점을 두고 추진하던 부문으로서 많은 문화적 투자가 뒤따르고 지방의 관련부문의 성장 또한 기획되고 있다. 그러나 이러한 문화부문의 실질적 수용은 아주 제한된 계층에만 한정되어 있다고 해도 과언은 아니다. 공단 근로청소년의 경우 이러한 부문의 문화생활 향수는 아주 제한적이라고 할 수 있다.

공단 근로청소년은 대중문화의 현장속에 존재하면서 이제까지 문화적 소외감은 공공부문의 문화시설이나 공연예술부문에 있어서도 마찬가지였던 것이다. 공단 근로청소년의 구체적인 문화수용 분석을 위해 조사자료를 통해 수용실태를 분석해 보고자 한다.

(1) 문화시설

문화시설의 이용실태를 알아보고자 ‘귀하가 지난 1년간 이용해 보신 적이 있는 문화시설을 모두 골라 주십시오’라고 질문하여 집계하였다. 그 결과 청소년 근로자의 32%가 고궁, 사적을 찾아보았고, 박물관은 25%, 도서관은 19%, 미술관은 11%가 이용한 적이 있는 것으로 나타나 전반적으로 근

〈표 3〉 연령 및 교육수준별 문화시설 이용경험비율

단위 : % (근로자 N=877, 대학생 N=503)

문화시설		고궁/사적	박물관	도서관	미술관
근로자전체		32.4	24.6	19.2	10.7
연령	16~19세	26.8	33.3	31.9	14.5
	20~23세	33.9	23.6	20.6	11.8
	24~26세	36.7	25.7	18.1	9.7
	27~29세	28.4	18.6	8.2	7.1
교육수준	고졸미만	21.0	32.9	19.0	11.4
	고 졸	35.5	21.7	17.1	10.0
	초대이상	42.9	26.8	42.9	16.1
대 학 생		65.6	46.7	91.5	39.0

로자들이 문화시설에 접근하기가 용이하지 않음을 보여준다(표 3). 그러나 연령이 낮을수록 박물관, 도서관, 미술관의 이용비율이 높아지는 것으로 나타난다. 또한 교육수준이 높을수록 고궁, 사적, 도서관 이용비율이 높다. 이 경향을 통제집단인 대학생과 비교해 볼때 대학생의 경우 근로자에 비해 2배 정도로 높은 이용비율을 보인다.

(2) 공연예술

문화예술공연의 이용실태를 알아 보고자 '귀하가 지난 1년간 보신 적이 있는 문화예술공연을 모두 골라 주십시오'라고 질문하여 집계하였다. 그 결과 연극공연은 20%가, 미술전시회는 12%가 가쁜 적이 있는 것으로 나타난 반면, 음악회는 7%, 무용공연은 3%만이 가쁜 적이 있는 것으로 나타난다.

〈표 4〉 문화예술 공연 참가비율

단위 : % (N=877)

문화시설		연극공연	미술전시회	음악회	무용공연
근로자 전체		19.5	12.3	7.0	2.7
연령	16~19세	23.9	16.7	10.0	5.1
	20~23세	22.7	15.5	7.6	2.4
	24~26세	17.7	8.8	6.2	3.1
	27~29세	12.6	7.7	4.4	1.1
교육수준	고졸미만	19.0	10.0	6.2	2.9
	고 졸	19.0	12.2	6.6	3.0
	초대이상	26.8	23.2	14.3	—

연령별로는 10대와 20대 초반의 근로자들이 20대 중후반의 근로자들보다 더 자주 문화예술공연을 보러가는 것으로 나타난다. 교육수준이 높을수록 문화예술공연의 경험비율이 높다.

요약하면 공단 근로청소년들의 문화시설 및 공연예술 이용 현황은 극히 제한적인 것으로 나타났다. 문화시설 이용의 측면에서 볼 때, 전체 근로청소년의 32% 정도가 고궁, 사적을 찾아보았으며, 박물관은 25%, 도서관은 19%, 미술관은 11% 만이 이를 이용해 본 경험이 있었다. 더욱기 공연예술 분야의 경우, 그 경험은 더욱 제한적이어서 연극공연은 전체 응답자의 20% 가, 미술전시회, 음악회, 무용공연 등은 불과 10% 안팎 만이 이를 경험해 본 것으로 나타났다.

2. 대중문화의 수용

문화는 생활양식의 총체(total modes of life)라고 한다. 윌리암즈(Williams, 1982)는 문화를 인간적 삶의 구성과정으로 보았고 문화가 특정하고 상이한 생활방식을 만들어내는 구성적인 사회과정이라고 정의한 바 있다. 요컨대 그는 문화를 의미나 가치의 사회적, 물질적 생산과정으로 규정하고 일상적 삶 자체를 문화라고 규정하고 있는 것이다.

문화의 의미가 비단 문화시설이나 문화공간에서 행해지는 고급한 문화예술만을 의미하는 것이 아니라 인간이 생활하는 일상의 환경속의 삶 자체로 확대될 수 있다는 것이다. 그러므로 문화현상을 분석함에 있어서 매스 미디어나 문화시설에 의해 매개되는 문화부문 이외의 생활문화 일반을 다루는 것은 아주 중요하다고 할 수 있다. 왜냐하면 일상의 삶 그 자체가 아주 중요한 문화생활이며 이것이 우리에게 가치와 의식을 제공해주기 때문이다.

그러므로 인간에게 있어서 대중생활문화일반은 노동에서 벗어나 단순히 휴식을 취한다는 의미뿐만 아니라 이를 통해 신체적, 정신적인 양식을 얻고 나아가 새로운 생산활동이 가능하도록 활력을 불러일으켜 준다는 의미를 갖는다.

1970년대 이후 문화일반에 대한 대중의 욕구가 늘어나면서 한국사회의 경우 ‘문화적 폭발’(cultural explosion)현상이 나타나게 되었다(강현우, 1988). 이에 따라 일상생활의 문화도 대중생활문화로 변화되어 나가게 되었고 전국민이 획일화되어진 모습을 갖게 되었다.

그 결과 한국의 생활문화는 대중생활문화의 형태를 띠고 나타나게 되었다. 그러므로 대중생활문화의 소외는 문화적 소외를 의미하게 되는 것이다. 특히 공단 근로청소년의 경우 비교적 힘든 노동에 비해 짧은 여유시간을 어떻게 활용하고 있는가를 살펴보는 것은 중요하며 이는 공단 근로청소년의 의식과 행위를 이해하는 데 보탬이 될 수 있을 것이다. 이상의 문제의식을 바탕으로 대중생활문화의 전형적 형태인 만화, 전자오락, 스포츠, 여가 활동 등 의 부문을 통해 공단 근로청소년의 대중생활문화를 이해해 볼 필요가 있다.

(1) 만화

종래에는 만화는 주로 어린이들이 보는 것이라는 생각이 일반적이었지만 최근에 들어서는 성인용 만화가 보급되면서 만화가 문화의 한 장르로 간주되고 있어서 청소년 근로자들이 만화를 어떻게 접촉하고 있는가를 알아보는 것은 의미있는 일이라고 할 수 있겠다.

〈표 5〉 연령별 만화책 접촉빈도 단위 : %(N) 누적백분율

응답범주	근로자					대학생 <누적백분율>
	전체 <누적백분율>	16~19	20~23	24~26	27~29	
거의 매일	1.6 < 1.6>		2.4	2.3	.5	1.8 < 1.8>
일주일에 1~2번	5.6 < 7.2>	8.7	5.5	4.5	4.9	9.9 < 19.7>
한달에 1~2번	12.2 <19.4>	17.4	12.2	10.0	11.5	15.5 < 35.2>
어쩌다 1~2번	53.2 <72.6>	58.0	57.8	52.9	44.0	53.7 < 88.9>
전혀 안본다	26.6 <99.2>	15.9	22.2	30.3	39.0	19.1 <100.0>
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

‘귀하는 만화책을 얼마나 자주 보십니까?’라는 질문에 대해 한 달에 한 두번 이상을 보는 사람이 19%에 이르고 있으며 어쩌다 한두번 보는 사람까지 포함하면 73%가 어떤 형태로든 만화와 접촉하고 있는 것으로 나타난다. 연령별로는 나이가 많을수록 전혀 안본다의 비율이 높아지는 것으로 나타나고 있다.

대학생 집단과 비교해 본 결과 대학생의 경우 한달에 한두번 이상을 보는 사람이 35%에 이르고 어쩌다 한두번 보는 사람까지 포함하면 거의 9할 가까이가 만화책을 접촉하고 있는 것으로 나타난다. 만화접촉빈도가 대학생이 청소년 근로자보다 더 높은 것은 매우 흥미로운 일이다(표 5).

(2) 전자오락

〈표 6〉 전자오락실 출입빈도

단위 : % (N)

응답범주	근로자			대학생	
	전체<누적백분율>	남	여	<누적백분율>	
거의 매일 간다	1.3	〈1.3〉	2.0	.5	12.1 〈12.1〉
일주일에 한두번	4.0	〈5.3〉	6.4	1.5	19.1 〈31.2〉
한달에 한두번	8.2	〈13.5〉	11.5	4.8	6.8 〈38.0〉
어쩌다 한두번	42.9	〈56.4〉	49.8	36.3	49.9 〈87.9〉
한번도 한적이 없다	42.5	〈98.9〉	30.4	56.9	11.9 〈99.8〉
합계	100.0		100.0	100.0	100.0

‘귀하는 오락실에 자주 가십니까?’라는 질문에 대하여 한달에 한두번 이상이 14%이며 어쩌다 한두번 가는 사람까지 포함하면 56%가 오락실에 가는 것으로 나타난다. 성별로는 남자가 여자에 비해 오락실을 자주 가고 있는 것으로 나타난다. 어쩌다 한두번 가는 사람까지 포함하면 남자는 70%가 여자는 43%가 오락실에 가본 경험이 있는 것을 알 수 있다. 대학생과 비교해보면 대학생의 89%가 오락실에 간다고 응답하여 대학생이 앞서의 만화가게 출입과 마찬가지로 전자오락실에 더 노출되어 있는 것으로 나타난다.

(3) 스포츠와 여가활동

1) 스포츠

다음으로 스포츠를 하는지의 여부, 주로 하는 스포츠, 스포츠를 하는 빈도, 즐겨보는 스포츠에 대해 알아보고자 하였다. ‘귀하는 스포츠를 하십니까?’

〈표 7〉 스포츠활동에 참여하는 비율

범주	하위범주	%
전체		72.4
연령	16~19 세	67.9
	20~23 세	62.6
	24~26 세	78.8
	27~28 세	86.3
성별	남자	85.4
	여자	58.5
교육수준	고졸미만	71.3
	고졸	72.2
	초대이상	82.1

〈표 8〉 성별·연령별 스포츠 선호종목

선호종목	전체	성별		연령별(세)			
		남	여	16~19	20~23	24~26	27~29
탁구	25.1	24.0	26.4	19.7	27.1	27.0	23.5
축구	13.7	25.8	.5	3.6	4.9	22.6	26.2
배구	12.8	12.4	13.2	18.2	12.2	13.3	9.3
달리기(조깅)	5.8	4.1	7.7	11.7	5.5	2.2	6.6
야구	3.3	6.3		2.9	.9	4.4	6.6
농구	1.5	2.2	.7	.7	.9	1.8	2.7
기타	10.3	10.5	10.1	10.9	11.2	7.5	11.5
스포츠안함	27.4	14.6	41.5	32.1	37.4	21.2	13.7
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

라는 질문에 대해 청소년 근로자 중의 72%가 한다고 응답하여 대체로 운동을 하는 것으로 나타난다. 연령별로는 나이가 많을수록 성별로는 남자가 여자보다 더 스포츠활동에 적극적이다. 교육수준별로는 초대이상의 학력자가 다소 높으나 고졸자나 중졸이하자에 있어서는 별다른 차이가 보이지 않는다.

주로 하는 스포츠는 탁구가 가장 많고(25%), 다음으로 축구(14%), 배구(13%)의 순으로 되어있다(표8). 특히 20대 중반 이후에는 축구를 즐기는 근로자의 비율이 높으며, 10대의 근로자는 배구(27%)를 즐기는 것으로 나

〈표 9〉 연령별 스포츠관람 종목(방송시청, 청취 포함)

관람종목	연령(세)				
	전체	16~19	20~23	24~26	27~29
야구	40.0 (616)	30.5	38.8	41.8	46.9
농구	18.1 (278)	26.7	24.3	13.1	7.7
축구	17.8 (274)	19.8	14.4	20.0	19.0
권투	15.7 (241)	7.8	11.9	19.0	23.4
배구	3.0 (47)	7.4	4.0	1.7	
탁구	2.7 (41)	3.7	3.7	2.2	.9
체조	.5 (7)	1.2	.5	.2	
기타	2.2 (34)	2.9	2.4	1.7	2.1
계	100.0(1,538)*	100.0	100.0	100.0	100.0

* 복수응답 허용으로 N이 표본수보다 커짐

타난다. 남녀별로 볼때 남자는 주로 축구, 탁구를, 여자는 주로 탁구, 배구를 즐기는 것으로 나타난다. 여자의 경우 스포츠를 안하는 사람을 제외하면 반수가량이 탁구를 즐기고 있다.

‘귀하는 다음 스포츠경기 종목중 직접 보시거나 중계방송(TV 하일라이트 포함)을 통해 즐겨 보시는 것이 있습니까?’라는 질문에 대해 2개 이내로 선택하게 한 결과, 앞서의 직접하는 경우와는 달리 야구(35%)가 수위이고 그 다음이 농구(16%), 축구(16%), 권투(14%) 등의 순서로 나타났다. 즉 직접하는 스포츠와 관람하는 스포츠는 크게 차이를 보인다. 연령별로는 나이가 많을수록 야구, 권투를, 적을수록 농구, 배구를 주로 관람하고 있다.

2) 여가활동

‘귀하는 주말에 여가시간이 나면 주로 어떻게 보내고 계십니까?’라는 질문에 2개 이내로 응답하게 한 결과 친구만남(27%), 잠(16%), 가사일(15%), 등산(11%) 등의 순서로 나타나 여가시간에 취미나 문화생활을 즐기지 못하고 있는 것을 알 수 있다. 이러한 경향을 대학생 집단과 비교해 보면 대학생은 근로자에 비해 친구만남(35%), 독서(16%) 등이 상대적으로 많고, 잠(12%), 가사일(11%)는 상대적으로 적게 나타나지만 큰 차이를 보이지는 않는다.

여가활동을 즐기지 못하는 이유로는 시간이 없어서가 65%, 돈이 없어서가 23%로 나타나 직장생활로 인한 시간적 제약과 경제적 제약때문에 여가시간을 마음대로 활용하지 못하는 것임을 알 수 있다.

〈표 10〉 주말 여가생활유형

단위 : %

유 형	근 로 자	대 학 생
친구만남	26.6 (452)	34.8 (347)
잠	16.5 (279)	12.4 (120)
가사일	14.7 (250)	10.8 (105)
등산	11.0 (186)	3.3 (31)
독서	9.4 (160)	15.8 (153)
영화구경	6.8 (116)	11.5 (111)
유원지	5.7 (96)	2.3 (22)
낚시	4.5 (76)	.4 (4)
기타	4.8 (81)	7.7 (75)
합 계	100.0(1,696)*	100.0 (968)*

* 복수 응답허용으로 N이 커짐.

〈표 11〉 여가활동을 즐기지 못하는 이유

응답범주	비율(N)
시간이 없어서	64.6 (545)
돈이 없어서	23.3 (196)
같이 할 사람이 없어서	8.3 (70)
기타	3.8 (32)
계	100.0 (843)

〈표 12〉 근로자의 희망 여가활동

희망여가활동	빈도(명)	%
스포츠	152	17.3
관광	126	14.4
등산	120	13.7
도예, 그림그리기, 사진찍기	67	7.7
낚시	64	7.3
독서	45	5.1
음악활동, 피아노, 무용, 춤	45	5.1
영화, 연극보기, 음악감상	32	3.7
펜글씨, 붓글씨, 서예	26	3.0
공부	21	2.4
친구만나기, 데이트	20	2.3
장기	7	.8
기술습득, 속기, 컴퓨터	7	.7
드라이브	6	.7
분체, 원예	6	.6
가족만남, 대화	5	.5
스포츠 관람	3	.3
사회봉사	2	.2
잡	34	3.9
기타(요리, 음주, 게임)	40	4.5
무용답	49	5.6
합계	877	100.0

만약에 이들에게 시간적·경제적 제약이 덜어진다면, 무엇을 할 것인가에 대해 물어본 결과, 관광, 스포츠, 등산 등의 매우 다양한 반응을 보이고 있으며 특히 취미생활에 대한 욕구가 두드러지게 나타난다.

결론적으로 공단 근로청소년들은 전반적으로 매우 제한된 문화생활을 하고 있다. 그들은 여가시간의 대부분을 친구를 만나거나, 자는 데, 혹은 집

안일을 하는 테 보내고 있다. 그러나 이들은 실제로는 매우 다양한 형태의 취미, 문화생활을 원하고 있으며 다만 시간부족과 경제적 압박 때문에 그것을 하지 못하고 있을 뿐이다.

Ⅲ. 언론매체의 수용 실태

오늘날 한국 사회에서 언론매체가 갖는 막대한 영향력에 관해서는 새삼 재론의 필요가 없을 것이다. 언론매체의 영향은 인간의 의식에서부터 행동 규범의 형성에 이르기까지 일상생활과 불가분의 관계를 가지고 있기 때문이다. 대표적인 언론매체인 텔레비전 방송의 경우 전국민을 모집단으로 한 서울대학교 사회과학연구소의 최근 연구보고서에 의하면 응답자의 99.7%가 텔레비전 수상기를 소유하고 있으며 평일의 경우 하루평균 2시간 50분씩 텔레비전을 보는 것으로 나타나고 있다(강현두·이민웅·홍두승, 1989). 이와 같이 일반인의 생활에서 언론매체의 영향력을 강력하다고 할 수 있다.

언론매체는 오늘날 중요한 문화매체이며 대중문화에 지배적인 영향력을 행사하고 있다. 이들 언론매체는 중요한 문화용기로서 언론매체의 수용행태는 곧 대중문화의 수용행태와 맥을 같이 할 수 있다. 따라서 모든 매스 미디어는 대량적으로, 효과적으로 문화를 담을 수 있는 그릇이다. 따라서 책이 좋은 학문과 예술의 내용을, 예술의 내용을 담는 문화그릇이듯이 영화도 그렇고 텔레비전도 그렇다. 음반이 좋은 문화예술의 내용을 소리로서 담는 그릇이듯이 비디오도 그렇다. 모든 뉴스 미디어는 문화예술의 그릇인 것이다(강현두, 1988).

문화매체로서 매스 미디어의 중요성은 공단 근로청소년의 경우 더욱 중요하다. 공단 근로청소년은 값싸게 접근할 수 있는 매스 미디어를 통한 문화물 이외의 다른 문화활동은 제한되어 있기 때문이다. 언론매체의 문화내용은 곧 이들의 전체 문화환경을 규정한다고 볼 수 있다. 여기서는 공단 근로청소년의 매스미디어 문화수용실태를 구체적으로 살펴보고자 한다.

1. 신 문

‘귀하는 신문을 주로 어떻게 보십니까?’라는 질문에 대해 조사대상 근로자의 38%가 <정기구독>이라 응답하고 25%는 <길거리에서 사서 본다>라고

〈표 13〉 신문구독형태

단위 : %

하 위 집 단		정기구독	직장에서	가 판	안 본 다	계
전 체		38.2	25.3	24.9	11.6	100.0
성 별	남 자	48.5	23.1	22.5	5.9	100.0
	여 자	27.0	27.7	27.4	17.9	100.0
연 령	16~19세	12.3	27.5	30.4	29.7	100.0
	20~23세	31.2	26.1	30.9	11.8	100.0
	24~26세	41.6	28.3	22.1	8.0	100.0
	27~29세	66.1	18.6	13.1	2.2	100.0
교육수준	고졸미만	23.8	28.6	27.6	20.0	100.0
	고 졸	41.4	24.6	24.5	9.5	100.0
	초대이상	58.9	21.4	17.9	1.8	100.0

응답함으로써 9할 가까이가 신문을 보며 단지 1할을 약간 상회하는 정도가 신문을 보지 않는다. 신문구독 방법은 연령집단별로 크게 차이가 나서 연령이 높을 수록 정기구독이 많아지며 낮을수록 안보는 사람이 많아진다. 특히 10대 근로자는 30%가 신문을 보지 않음으로써 신문을 통한 정보획득이 제한적이다. 성별로 보면 남자는 정기구독이 많고 여자는 신문을 안보는 경우가 많다. 이러한 성별 차이는 앞에서 살펴 본 바대로 여성근로자의 평균연령이 남성보다 낮기 때문인 것으로 해석된다. 교육수준별로는 고학력자가 저학력자 보다 정기구독이 많다. 고졸미만의 경우 신문을 보지 않는 사람이 20%에 이른다.

다음으로 '귀하가 주로 보시는 일간신문은 무엇입니까?'라는 질문에 자유롭게 기재하게 한 다음, '그 신문이 근로자의 입장과 쳐지를 대변해 준다

〈표 14〉 구독신문의 근로자 입장대변정도

응 담 벌 주	% (빈 도)
잘 대변한다	8.1 (71)
그저 그렇다	39.5 (346)
잘 대변하지 못한다	27.9 (245)
잘 모르겠다	10.9 (96)
무응답	1.9 (17)
신문안봄	11.6 (102)
계	100.0 (877)

〈표 15〉 각 구독신문별 입장대변도 단위 : %

주로 보는 신문	잘대변한다	그저 그렇다	대변못한다	모르겠다	계
중앙지 A	4.0	46.3	41.6	8.1	100.0 (149)
중앙지 B	7.0	52.3	28.1	12.5	100.0 (128)
중앙지 C	2.6	51.3	33.3	12.8	100.0 (39)
중앙지 D	3.2	53.8	34.4	8.6	100.0 (93)
중앙지 G	48.2	27.1	22.4	2.4	100.0 (85)
지방신문	4.6	46.3	32.4	16.7	100.0 (108)
스포츠신문	4.5	38.6	30.7	26.1	100.0 (88)
기타	5.0	45.0	25.0	25.0	100.0 (20)

* 중앙지는 동아일보, 조선일보, 중앙일보, 한겨레신문, 한국일보임(가나다 순)

〈표 16〉 근로자들의 기사별 신문접촉 경향 단위 : %(N=877)

기사 내용	자세히본다	대충본다	거의 보지않는다	신문안봄/ 무응답	계
비 문 화 면	사건, 사회기사	55.4	33.3	5.6	100.0
	정치소식	34.2	48.8	11.3	100.0
	경제소식	27.8	51.0	15.5	100.0
	외국소식	14.0	53.7	26.3	100.0
문 화 면	스포츠관계	45.6	31.2	17.4	100.0
	TV연예란	34.7	41.4	18.0	100.0
	문화관계	31.7	43.1	19.7	100.0
	연재소설	13.9	28.6	51.5	100.0

고 생각하십니까?'라는 질문을 던져 보았다. 그 결과 근로자의 8%가 <잘 대변한다>에, 40%가 <그저 그렇다>에 응답한 반면, <잘 대변하지 못한다>에는 28%가 응답하였다.

이것을 주로 보는 일간신문별로 보면 근로자의 입장과 차지를 <잘 반영한다>는 응답이 하나의 일간지만을 제외하고는 중앙지의 경우 10%에 크게 못 미치고 있음을 알 수 있다. 중앙지 G의 경우 반수 가까이가 <잘 대변하고 있다>고 응답하고 있는 점은 눈여겨 보아 두어야 할 부분이다. 그러나 나머지 신문의 경우 <그저 그렇다>나 <모르겠다>는 응답이 각각 50%, 20%정도에 이르는 것은 신문의 보도에 대하여 전반적으로 부정적으로 보고 있음을 나타낸다.

다음의 질문은 분야별 기사를 얼마나 잘 보고 있는지에 대하여 알아보고자 하였다. 각 분야를 비문화관계 기사와 문화관계 기사로 구분했을 때, 비

〈표 17〉 근로자들의 신문접촉성향

단위 : %

기사 내용	비문화관계기사				문화관계기사			
	사회	정치	경제	외국	스포츠	연예	문화	소설
성별	남자	63.1	42.2	37.5	17.5	66.4	30.3	19.1
	여자	53.7	29.3	20.2	12.1	27.3	44.5	50.4
교육수준	고졸미만	43.2	23.6	17.6	11.5	49.2	51.1	28.4
	고졸	62.1	38.5	32.0	15.4	48.1	33.8	35.2
	초대이상	75.0	53.6	42.9	21.4	48.2	21.4	33.9
연령	16~19세	44.6	2.5	16.1	10.8	41.1	58.9	42.9
	20~23세	53.7	30.7	19.9	13.7	38.7	43.9	41.6
	24~26세	66.5	44.5	36.2	15.1	56.9	25.7	31.2
	27~29세	67.0	45.9	46.4	19.2	59.3	24.3	17.6

문화관계 기사의 경우 자세히 본다는 사람이 사건 및 사회관계 기사(55%)에 가장 많고, 다음으로 정치소식(34%), 경제소식(28%), 외국소식(14%)의 순이고, 문화관계 기사의 경우 스포츠관계 기사(46%)에 가장 많고 다음으로 TV연예란(35%), 문화관계 기사(32%), 연재소설(14%)의 순이다.

이 경향은 연령별로 차이가 나서 고연령층의 경우는 비문화관계 기사를 더 주의 깊게 보고 있고 반면에 낮은 연령층에서는 스포츠관계 기사를 제외한다면 문화관계 기사를 더 선호하여 보고 있다. 특히 10대 근로자들은 TV연예란을 매우 주의 깊게 본다. 성별로는 비문화관계 기사는 남자가 많이 보고 문화관계 기사는 스포츠기사를 제외하고는 여자가 많이 보는 것으로 나타난다. 특히 남자는 여자보다 월등하게 스포츠관계 기사를 선호한다.

교육수준별로 볼 때 비문화관계 기사는 학력이 높을 수록, 반면에 TV연예란과 연재소설은 학력이 낮을 수록 자세히 보는 것으로 나타난다. 스포츠관계 기사는 학력과 관계없이 전반적으로 자세히 보는 경향이 있다. 대체로 문화관계 기사는 성별에 의해 크게 좌우되어 문화란은 여자가, 스포츠기사는 남자가 더 많이 보는 것을 알 수 있다.

신문구독경향에서 우리는 다른 변수를 동시에 고려하였을 때 성과 연령이 단일 변수로서 가장 큰 설명력을 가지고 있음을 알 수 있었다. 1) 연령의 경우 조사의 대상자 자체가 16~29세에 한정되어 있고 전체인구구성에서 본다면 매우 동질적이라 볼 수 있겠으나 그럼에도 불구하고 이들간에 내부적·문화적 다양성이 나타난다는 점은 눈여겨 보아 두어야 할 대목이다. 2) 성

별차이에서 우리는 중요한 시사점을 찾아낸다. 즉 성별 문화적 이질성은 차후 문화정책을 마련함에 있어 필히 고려되어야 할 변수이다. 문화정책은 획일적으로 이루어질 수 있는 것은 아니다. 3) 성과 연령에 비해 교육은 부차적이다.

2. 텔레비전

언론매체의 두 번째 형태로서 TV시청 현황을 알아 보았다. TV는 평일의 경우 하루 평균 1시간 56분(중앙값 2시간)을, 공휴일의 경우 하루 평균 4시간 7분(중앙값 4시간)을 시청하는 것으로 나타났다.

TV는 45%가 가족과 함께, 32%가 직장동료 및 친구와 함께, 18%가 혼자서 시청한다고 응답하였는데, 이는 연령별로 큰 차이를 보이고 있다. 연령이 높을수록 가족과 함께, 10대 근로자는 직장동료나 친구와 함께 TV를 보는 것으로 나타난다. 이는 앞의 표에서도 볼 수 있는 바와 같이 10대 근로자는 미혼으로 기숙사 거주가 많고 따라서 직장동료나 친구와 함께 보며, 반면에 연령이 높을 경우 기혼으로 자가에서 가족과 함께 본다고 평가된다.

〈표 18〉 근로자와 대학생집단의 텔레비전 프로그램 선호도

선호 프로그램	근로자	대학생
주간 및 일일 드라마	34.6 (908)	32.8 (493)
쇼 및 가요	11.6 (304)	5.4 (81)
뉴스	11.6 (303)	11.6 (176)
코메디	8.5 (223)	13.4 (202)
스포츠	4.2 (121)	2.1 (31)
영화	3.2 (84)	4.4 (66)
사극	3.0 (79)	.6 (9)
생활정보 및 취미활동	2.2 (56)	5.8 (86)
수사극	1.7 (46)	.7 (10)
다큐멘터리	1.4 (39)	2.2 (33)
토론 등	.9 (24)	3.7 (56)
만화 및 아동프로그램	.4 (11)	.6 (9)
TV대학, 과외	.4 (10)	.3 (4)
기타	.0 (1)	.8 (12)
무응답	11.8 (310)	5.1 (77)
비해당	2.4 (63)	.0 (0)
합계	100.0(2,631)	100.0(1,509)*

* 복수 선택 허용으로 N이 커짐

특히 여성근로자의 53%가 기숙사에 거주하고 있다는 점은 유념해 두어야 한다. 이것은 기숙사에 있는 미혼의 근로자들이 친구들과 함께 기숙사에서 TV를 많이 보는 단조로운 생활을 하고 있음을 보여 준다.

여자는 주로 직장동료나 친구와 함께 텔레비전을 시청하는 경우가 많고 남자는 가족과 함께 또는 혼자 보는 경우가 많다. 이 결과는 앞의 표에서 본 바와 같이 남자는 기혼으로 가족과 함께 사는 경우가 많고 여자는 미혼으로 기숙사에서 사는 경우가 많기 때문이기도 하다.

다음으로 즐겨보는 프로그램의 제목을 3개만 적도록 하여 이를 순서에 관계없이 모두 더한 빈도를 〈표 18〉에 제시하였다. 그 결과 주간 및 일일드라마에 대한 선호가 가장 높으며, 이 경향은 통제집단인 대학생과도 큰 차이를 보이지 않는다.

3. 라디오

다음으로 언론매체의 세 번째 형태로서 라디오 청취현황을 알아보고자 하였다. 라디오는 평일의 경우 하루 평균 2시간 1분(중앙값 1시간)을, 공휴일의 경우 하루 평균 1시간 55분(중앙값 1시간)을 청취하는 것으로 나타난다. 그리고 미세한 차이이기는 하나 공휴일에 오히려 라디오를 더 적게 듣는 것으로 나타나 텔레비전을 평일보다 공휴일에 더 많이 시청하는 것과 대조적이다. 이는 라디오를 주로 직장에서 작업중에 듣기 때문인 것으로 보인다.

라디오는 집에서 주로 듣는 사람이 45%, 직장에서 주로 듣는 사람이 28%인데, 이러한 경향도 연령별로 큰 차이를 보이며, 특히 10대의 근로자는 집보다 직장에서, 반면에 20대 근로자는 직장보다는 집에서 더 자주 듣는 편이다. 20대 후반의 근로자들은 출퇴근길의 대중교통수단 내에서 많이 듣기

〈표 19〉 근로자의 라디오 듣는 장소

듣는 장소	% (N)
집	45.2 (396)
직장	28.1 (246)
버스, 전철	11.3 (99)
기타장소	4.6 (40)
안듣는다	9.5 (83)
무응답	1.5 (13)
계	100.0 (877)

〈표 20〉 라디오 프로그램 선호도

하 위 접 단		응답 범주						
		대중가요	팝 송	뉴 스	스포츠	생활정보	서양고전음악	기타
성 별	남	35.3	15.2	21.8	20.8	1.8	1.8	2.8
	여	56.7	20.8	9.7	.5	3.8	3.6	4.9
연령	16~19	65.4	17.3	3.9	3.9	—	2.4	7.1
	20~23	55.0	22.3	9.3	4.7	3.0	2.3	3.4
	24~26	37.0	16.3	20.7	15.4	5.3	2.9	2.4
	27~29	24.8	12.1	32.2	22.1	1.3	3.4	4.1
교육수준	고졸미만	60.4	15.5	9.1	7.1	.5	.5	6.9
	고 졸	42.6	18.8	17.3	11.6	3.9	3.1	2.6
	초대이상	32.1	17.0	24.5	15.1	—	5.7	5.7

도 한다.

주로 듣는 라디오 프로그램은 대중가요가 41%로 압도적인 다수이고 다음으로 팝송(16%), 뉴스(14%), 스포츠(10%)의 순이다. 특히 대중가요는 10대 및 20대 초반의 근로자들이 즐겨 듣고, 반면에 뉴스나 스포츠는 20대 중반 및 후반의 근로자들이 즐겨 듣는다. 대중가요, 팝송, 서양고전음악 등의 음악 관계 프로그램을 모두 더하면 60%에 이르고 있다. 특히 10대의 근로자는 85%, 20대 초반은 80%로서 10대 및 20대 초의 근로자들은 거의 라디오를 통해 음악을 듣는다.

성별로 볼 때 대중가요는 여자가 압도적으로 많이 들으며 스포츠나 뉴스는 남자가 많이 듣고 있는 것으로 나타난다. 여자는 57%가 대중가요를 즐겨 듣고 있다고 응답하였다. 교육수준별로는 대중가요는 학력이 낮을수록 즐겨 들으며 뉴스나 스포츠 프로그램은 학력이 높을수록 즐겨 듣고 있는 것으로 나타난다.

4. 영 화

다음은 근로자들에게 ‘최근 6개월 동안 영화관에 몇 번이나 가셨습니까?’라는 질문을 던져 영화관람의 빈도를 알아 보고자 하였다. 전체 청소년 근로자 중 20%는 전혀 안본다고 응답하고, 1~2회 정도가 38%, 3~4회 정도가 23%이고, 한달에 한번 꼴인 5~6회 이상도 19%나 되었다. 그러나 전체적인 경향은 연령이 낮을수록 영화관의 빈도가 높아지고 있음을 볼 수 있다.

〈표 21〉 연령별 영화접촉 빈도(최근 6개월 동안)

단위 : %

빈도	연령(세)				
	전체	16~19	20~23	24~26	27~29
영화안봄	20.3 (178)	13.8	13.6	23.3	33.9
1~2	37.7 (331)	39.1	37.0	36.8	39.9
3~4	22.9 (201)	23.9	27.9	21.5	15.3
5~6	9.2 (81)	8.0	10.9	9.4	7.1
7회 이상	9.5 (83)	15.2	10.6	9.0	3.8
무응답	.3 (3)				
계	100.0 (877)	100.0	100.0	100.0	100.0

〈표 22〉 선호영화 프로그램

단위 : %(N)

선호프로그램	근로자	대학생
홍콩 액션, 무술 영화	10.4 (183)	3.8 (38)
성애물	8.5 (149)	4.4 (44)
전쟁물	7.5 (131)	3.3 (33)
중국, 한국 사극	5.4 (96)	5.8 (58)
헐리웃 영화	3.9 (67)	22.0 (221)
한국영화	3.2 (54)	1.2 (12)
폭력, 쟁, 경찰 영화	3.2 (56)	8.7 (87)
애정영화, 멜로물	2.9 (50)	5.2 (52)
코믹영화	2.4 (41)	.4 (4)
사회주의 국가 영화	2.3 (40)	1.2 (12)
사회비판영화	2.1 (38)	6.5 (65)
괴기, 공포영화	2.0 (39)	.6 (6)
오락물 (007, 공상과학)	2.0 (36)	3.4 (34)
유럽영화, 제3세계영화	1.1 (19)	1.4 (14)
기타	.3 (6)	1.6 (16)
무응답	22.3 (391)	9.1 (91)
영화안봄	20.3 (356)	20.9 (210)
계 (N)*	100.0(1,754)	100(1,006)

* 복수응답 허용으로 N이 표본 수보다 커짐

공단근로청소년을 대상으로 '최근에 가장 재미있게 보신 영화 제목 2개만 적어주시시요'라는 질문에 '홍콩액션영화', '성애물', '전쟁물', '사극류' 등이 5% 이상으로 나타났고 그 다음은 헐리웃영화나 한국방화, 경찰물, 멜로물, 코믹류 등으로 이어진다(표 22). 대학생은 헐리웃 영화가 22%로 가장

높아 좋은 대조를 보인다.

5. 비디오

다음은 비디오를 접촉하는 정도, 비디오를 보는 장소, 즐겨보는 비디오 프로그램에 대하여 알아 보았다. 전체 청소년 근로자 중 전혀 안보는 경우가 51%, 1~2편이 31%, 3~4편이 10%이고 5편 이상 보는 사람도 7%인 것으로 나타나 반수가량은 어떤 형태로든 비디오에 노출되어 있다. 연령별로는 거의 차이가 없게 나타난다. 비디오를 보는 장소는 집이 27%, 만화가게가 10%로 나타났다.

공단근로청소년을 대상으로 '(비디오를 보시는 경우) 주로 즐겨보시는 비디오는 무엇입니까?'라는 질문을 해보았다. 이 결과 홍콩액션 무술영화가 22%로서 가장 높게 나타나고 있으며 그 다음으로 성애물, 폭력물, 오락물, 경찰물 등이 이어지고 있다. 이는 비디오가 폭력과 성, 오락물을 주로 전달하고 있으며 공단 근로청소년이 이를 이용하고 있는 것으로 나타난 것이다. 대학생과 비교해 보았을 때 거의 차이가 없이 비슷한 프로그램을 즐기고 있

〈표 23〉 비디오 시청빈도 (한달 평균) 단위 : % (N)

시청빈도	근로자	대학생
안봄	50.9 (446)	53.9 (271)
1~2편	31.0 (272)	36.6 (184)
3~4편	10.3 (90)	6.0 (30)
5편이상	7.2 (63)	2.8 (14)
무응답	.7 (6)	.8 (4)
계	100.0 (877)	100.0 (503)

〈표 24〉 근로자와 대학생의 비디오 접촉장소 단위 : % (N)

접촉장소	근로자	대학생
안봄	51.1 (446)	53.9 (271)
집	27.5 (240)	38.0 (191)
만화가게	10.3 (90)	3.8 (19)
여관	.8 (7)	1.0 (5)
기타	10.2 (89)	3.0 (15)
무응답	.6 (5)	.4 (2)
계	100.0 (877)	100.0 (503)

는 것으로 나타나고 있는데 이는 비디오 산업의 프로그램 공급이 대중의 기호에 부응하는 성과 폭력으로 기우는 성향을 갖고 있기 때문이기도 하다.

요약하면 공단근로자들의 일상생활에서 언론매체는 매우 중요한 위치를 차지하고 있다. 전체의 9할 가까이가 어떤 형태로든 신문을 보고 있으며, 바쁜 생활 가운데서도 평일 하루평균 2시간, 주말 하루평균 4시간을 텔레비전 시청하는데 보내고 있다. 텔레비전은 주로 드라마, 쇼 등의 오락프로그램을 시청하고 있는 것으로 나타났다. 라디오는 평일이나 주말에나 하루평균 2시간 정도 듣고 있다. 이들은 라디오를 대중가요, 팝송 등을 듣기 위한 음악 매체로서 이용하고 있는 경향이 있다. 또한 전체 응답자의 80% 정도가 영화를 한달에 한 두 편 이상 보고 있으며 그 내용은 액션, 애정, 폭력 등의 오락물이 주종을 이룬다. 비디오는 반 정도가 이를 경험해 본 것으로 나타났다.

IV. 문화의식과 문화운동

한 사회의 급격한 변화는 사회의식 변화의 폭과 깊이를 결정한다. 한국사회는 지난 한세대 동안 급격한 사회발전과정을 겪으면서 사회의식의 변화는 계속되었으며 특히 근로자의 의식변화는 과행적 경제발전의 결과 더욱더 심화된 노·자간의 대립구조 속에서 첨예화 되고 있다.

1980년대 후반에 접어들면서 급격히 진행되어온 노동운동의 결과 근로자의 노동자의식은 보다 선명해졌으며 새로운 국면에 접어들게 되었다. 이 때 근로자의 정치, 사회, 문화의식의 현 위치를 정확히 진단해 보는 것은 아주 중요하다. 특히 공단 근로청소년은 앞으로 한국사회의 노동중추세력이 된다는 의미에서 이들의 정치, 사회, 문화의식을 살펴보는 것은 더욱 의미있는 일이다. 문화의 개념을 문학, 미술, 음악, 공연예술 등의 제한적 의미에 한정하지 않고 넓은 의미로 해석할 때 문화는 다음의 영역까지 확대된다. 넓은 의미에서 문화는 곧 세계에 대한 일상적 인식의 공통성의 토대를 마련해 주고, 개개인의 동기와 사회전체의 도덕적 지향의 근거를 제공한다. 상징적 형식의 영역으로서의 문화와 의미의 영역으로서의 문화는 서로 밀접한 관계에 있다는 점을 유의할 필요가 있다. 왜냐하면 흔히 상징적 형식으로 표현될 수 밖에 없으며 따라서 상징적 형식으로서의 문화는 의미로서의 문

화의 중요한 부분을 구성하기 때문이다. 이렇게 보면 문화란 한 공동체를 구성하는 개개인에게 삶의 존엄성과 보람을 일깨워주며, 동시에 그 공동체가 지향하는 전체적 목표가 그 개인에게 있어서도 가치있는 것임을 인식케 하는 인간행위와 제도의 총체라고 말할 수 있겠다(김여수, 1988).

문화란 한 공동체의 가치지향일반을 내포하고 있다고 할 수 있다. 그러므로 정치사회의식과 문화의식을 살펴보고 이것을 문화이용유형과 관련지워 살펴보는 것은 중요하다. 여기서는 공단 근로청소년의 정치, 사회, 문화의식을 알아보고자 한다.

1. 문화적 소외의식

근로자들이 느끼는 대중문화의 외래성을 알아보기 위해 ‘오늘날 우리문화는 지나치게 서양을 따라가는 것 같다’라는 진술을 제시하고 의견을 물어보았다. 그 결과, 〈전적으로 동의한다〉 33%, 〈동의한다〉 54%로서 전체의 87%가 이에 동의하는 것으로 나타났다. 이는 대학생 94%에 비하면 상대적으로 낮은 것이기는 하지만 그래도 높은 수치이다.

다음으로 대중문화의 지배적 전달형태인 매스 미디어의 향락성에 대한 의견을 알아보기 위해 ‘우리 주변 가까이에서 흔히 접하게 되는 텔레비전 쇼나 드라마, 영화 등을 보면 지나치게 향락적인 것 같다.’라는 진술에 대한 찬반 의견을 물어보았다. 그 결과 〈전적으로 동의한다〉 34%, 〈동의하는 편이다〉가 50%로서 대중문화의 향락성에 대해서 매우 비판적인 견해를 지니고 있음을 알 수 있다.

공단 근로청소년의 정치, 사회, 문화의식의 형성은 문화수용형태와 아주 깊은 관련을 맺고 이루어지고 있다. 그러나 의식의 평가 및 측정은 인간의 내면적 측면이므로 단순한 기술형 설문지만으로는 여러가지 제한된 면이 있으므로 이를 본 장에서는 사진을 통해 측정해보고자 한다.

이러한 방법의 이용은 기존의 수동적 수용자를 능동적인 수용자, 주체적인

〈표 25-1〉 문화관계 전술에 대한 찬성비율—I 단위 : %

진 술	근로자	대학생
오늘날 우리문화는 지나치게 서양을 따라 가는 것 같다	86.9	93.7
우리 주변 가까이에서 흔히 접하게 되는 텔레비전 쇼나 드라마, 영화 등을 보면 지나치게 향락적인 것 같다	88.3	89.1

수용자로서 재개념화하고 수용자와 메시지간의 상호작용의 차원을 고려하게 된 것이다. 예를 들어 사진에 나타나고 있는 의미가 수용자의 주관적인 성향이나 의식의 지도에 따라 다르게 해석될 수 있다는 입장이다.

몰리(Morley, 1980)의 연구에 의하면 노동자를 대상으로 해서 텔레비전 프로그램을 보여준 후 반응을 분석했는데 그 결과 첫째 지배적 해독, 둘째 교섭적 해독, 세째, 반대적 해독이라는 3가지 차원으로 나누어지는 것이 발견되었다. 즉 동일한 메시지에 대해 수용자가 다르게 반응을 보여준다는 것이다. 그러므로 이러한 분석의 틀을 이용하여 동일한 그림에 대한 응답자의 반응을 알아보고자 기존의 기술형 질문지의 뒷면에 사진을 보여주고 그 사진에 대한 3가지 차원에 대한 질문에 답하도록 하였다.

우선 관련된 부문의 특정한 사진을 보여주고 이에 관련된 질문을 함으로써 관련사항의 일상적 경험을 현재화 시키고 이러한 응답자의 상태를 바탕으로 질문항목을 물어보기로 하겠다. 구체적인 항목은 노사관계에 대한 견해, 노동운동에 관한 견해, 경제적 기회에 대한 인식, 문화적 소외에 관한 인식, 전통문화에 대한 인식 등이다.

한국문화의 외래성을 나타내주는 중요한 측면인 서양 고급문화예술에 대한 근로자들의 문화적 소외감의 정도를 알아보기 위해 발레 사진을 제시한 뒤 ‘위와 같은 문화는 단지 서양 사람들을 위한 것일 뿐 우리 노동자와는 상관이 없다’라는 진술문에 대한 찬반 여부를 물어보았다. 그 결과 동의 46%, 반대 48%로 대학생의 동의 12%, 반대 84%에 비해 상대적으로 외래적 문화에 대한 비판의 정도가 높은 것으로 나타났다. 나이에 따라서는 통계적으로 유의하지 않으나 전적으로 동의하는 편이다의 항목을 살펴볼 때 나이가 많을수록 외래문화에 대한 반대의사가 높은 것으로 나타나고 있다.

서양고전예술의 미적 가치에 대한 견해를 알아보고 이것에 대한 문화적 동질성을 느끼는 지의 여부를 살펴보고자 서양 발레의 사진을 보여주고 이에

〈표 25-2〉 문화관계 진술에 대한 찬성비율—Ⅱ 단위 : %

진	술	근로자	대학생
위와 같은 문화는 단지 서양 사람들을 위한 것일 뿐 우리와는 상관이 없다		45.9	12.1
참 아름답다. 역시 아름다움에는 동양과 서양의 차이가 없는 것 같다		74.9	78.8
우리도 이런 것을 볼 수 기회가 자주 있었으면 좋겠다		83.5	83.9

대한 평가를 얻고자 했다. 그 결과 서양고전예술의 미적 가치에 대해 근로자와 대학생은 모두가 75% 이상의 동의를 나타냄으로서 미적가치를 인정하는 견해였고 나이에 따라서는 전혀 차이가 없었다.

근로자들이 서양 고전예술문화를 접할 기회를 원하는지의 여부를 알아보기 위해서 ‘우리도 이런 것을 자주 볼 수 있는 기회가 있었으면 좋겠다.’라는 진술을 주고 찬반의사를 물어 보았다. 그 결과 <전적으로 동의한다> 41%, <동의하는 편이다> 42%로서 전체 82%가 이에 동의하여 상당수가 서양 고전 예술문화의 접촉을 희망하고 있는 것으로 나타났다. 근로자들의 서양 고전예술에 대한 접촉희망의사는 서양 고전예술의 이해를 바탕으로 한 자발적 욕구라기 보다는 기존의 문화교육에 의해 유포된 이른바 ‘서양고전문화=고상한 문화’라는 등식에서 비롯된 사고의 반영이며 나아가 공단 청소년근로자의 문화적 소외감을 극복해보고자 하는 의도적 표현이라 볼 수 있겠다.

2. 전통문화에 대한 인식

전통문화에 대한 기본적인 태도를 알아보기 위해 ‘우리의 전통문화는 고리타분하다’라는 진술문에 대한 찬반여부를 물어보았다. 그 결과 <반대하는 편이다> 48%, <전적으로 반대한다> 25%로서 전체 73%가 이에 반대하는 것으로 나타났다. 이는 대학생의 전체 81%에 비하면 상대적으로 낮은 수치이지만 근로자들의 전반적인 전통문화에 대한 인식은 호의적이라고 할수 있다.

근로자들의 전통문화에 대한 기본적 태도를 알아보기 위해 농악사진을 보여준뒤 ‘이러한 문화유산이 제대로 꽂파워지지 못하는 것이 안타깝다’라는 진술문에 대한 찬반여부를 물어보았다. 그 결과 95%라는 절대다수가 이에 동의하는 것으로 나타났다. 대학생 역시 97%의 동의로서 차이가 없으며 연

〈표 26-1〉 전통문화에 대한 찬성비율-I

단위 : %

전 술	근로자	대 학생
이러한 문화유산이 제대로 계승되지 못하는 것이 안타깝다.	95.0	96.6

〈표 26-2〉 전통문화에 대한 찬성비율-II

단위 : %

전 술	근로자	대 학생
텔레비전에서도 이러한 문화물을 자주 방영해야 할 것이다	91.2	89.3
이러한 유형의 문화가 오늘로 이어질 수는 없다.	19.9	8.4

령별로도 별다른 차이를 드러내지 않는다. 이 문항에 대한 절대다수의 동의는 이들의 전통문화에 대한 애착의 표현이라고도 볼 수 있겠으나 문항자체가 규범적 서술이었다는 점도 작용했으리라 생각된다.

근로자들의 우리 전통문화에 대한 접촉기회에 대한 욕구의 정도를 알아보기 위해 ‘텔레비전에서도 이러한 문화물을 자주 방영해야 할 것이다’라는 진술에 대한 찬반여부를 알아보았다. 그 결과 〈전적으로 동의한다〉 42%, 〈동의하는 편이다〉 49%로서 전체의 91%라는 절대적 다수가 이에 동의하는 것으로 나타났다. 이 점은 대학생의 경우에도 마찬가지이다.

전통문화가 오늘의 문화에 수용발전되어야 하는지의 여부를 물어보기 위해 ‘이러한 유형의 문화가 오늘의 우리문화로 이어질 수는 없다.’라는 진술의 찬반여부를 물어보았다. 그 결과 〈반대하는 편이다〉 43%, 〈전적으로 반대한다〉 30%로서 전체 73%가 이에 반대하는 것으로 나타났다. 대학생의 경우에는 반대 89%로서 근로자에 비해 다소 높게 나타났다.

3. 경제적 박탈감

근로자들이 경제적 기회에 대해 가지고 있는 욕구의 정도를 알아보기 위하여 프라이드 자동차 광고를 보여준 뒤, ‘나도 빨리 돈 벌어서 프라이드 하나를 사야 되겠다는 생각이 든다.’라는 진술에 대한 찬반여부를 물어보았다. 그 결과 〈전적으로 동의한다〉 23%, 〈동의하는 편이다〉가 43%로서 전체의 66%가 동의하는 것으로 나타났다. 이는 대학생 51%와 비교해 볼 때 상대적으로 높은 수치로서 근로자들이 보다 높은 소비욕구를 가지고 있음을 알 수 있다. 그리고 나이가 많을수록 동의하는 비율이 높아진다. 이는 노동운동에 관한 견해에 있어서나 체제의식에 있어서 나이가 많을 수록 비판적인 것과 맥을 같이하는 것으로서 나이를 먹어감에 따라 근로자의 욕구의 좌절이 많아짐을 알려주는 것이라고 할 수 있다.

근로자들이 경제적 욕구충족의 가능성에 대해서 어느 정도의 희망을 가지

〈표 27〉 경제적 박탈감에 대한 찬성비율

단위 : %

진 술	근로자	대학생
나도 빨리 돈 벌어서 프라이드 하나를 사야 겠다는 생각이 든다.	66.4	51.3
나는 언제나 돈 벌어서 프라이드 한대 살 수 있을까 하는 생각이 든다.	65.0	36.8
이런 광고만 보면 괜히 화가 난다.	44.0	18.5

고 있느냐를 알아보기 위해 ‘나는 언제나 돈 벌어서 프라이드 한대 살 수 있을까 하는 생각이 든다’라는 진술에 대한 찬반여부를 물어보았다, 그 결과〈전적으로 동의한다〉 24%, 〈동의하는 편이다〉가 41%로서 전체 60%가 비관적인 생각을 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. 이는 대학생의 비관적 견해가 37%인 절을 감안했을 때 상대적으로 비관적 견해가 높은 것을 보여 준다. 나이가 많을수록 더욱 비관적인 견해가 지배적인 것이 나타나고 있다.

경제적 기회에 대한 욕구좌절이 분노의 차원으로 연결되는지의 여부를 알아보기 위해 ‘이런 광고만 보면 팬히 화가 난다’라는 진술에 대한 찬반여부를 물어보았다. 그 결과 〈동의한다〉 44%, 〈반대한다〉 34%로서 동의하는 응답자의 비율이 높게 나타났다. 이는 대학생의 동의하는 비율 18%, 반대하는 비율 67%와 비교해 볼 때 상대적으로 분노의 정도가 크게 높음을 보여주는 것이다.

결론적으로 공단 근로청소년들은 일반적으로 전통문화에 대해 매우 호의적인 태도를 지니고 있으며, 그것을 오늘날에도 계승-발전시켜야 하는 것으로 여기고 있다. 서양문화에 대해서는 상당부분 문화적 소외감을 느끼고 있기도 하나 그것을 접촉해 보고자 하는 욕구 또한 가지고 있다. 기업주에 대해서는 기본적으로 함께 힘을 합쳐야 할 존재로 인식하고 있으나, 현실적으로 강한 불신감을 지니고 있으며, 우선 기업주가 양보해야 한다고 생각하고 있다. 노동운동에 대해서는 전체의 8할이 그 필요성에 공감하고 있으나, 극한적 형태의 투쟁방법에 대해서는 부정적 태도를 지니고 있다. 앞으로의 경제적 개선의 기회라든가 전망에 대해서는 상당수가 비관적 태도를 보인다.

4. 문화운동에 대한 인지

1980년대 이후 우리의 대중문화현상 속에 나타난 중요한 문화적 변화는 기존 대중문화현상의 비판에서 시작된 대항적 문화운동이라고 할 수 있다. 이는 역사적 가치의식의 전환기에 나타나는 문화적 현상으로 지배적 대중문화의 한계성에서 비롯된 것이다(임현영, 1988).

기존의 지배적 대중문화가 고급하지 못하고 세련되지 못하여 저급하며, 또 전통적이지 못하고 외래적이라는 사실이 문제가 되는 것이다. 이에 따라 우리도 전통문화 나아가 대항적 문화운동의 중요성을 사회적으로 인식하게

되었고 이의 재발견에 적극적인 자세를 보였다(강현두, 1988).

이러한 전통문화 및 대항문화에 대한 가치부여는 민중문화의 발달과 함께 급속히 발전했으며 이는 대항적 문화운동의 진전에 따라 더욱 널리 번지게 되었다. 이는 최근 들어 노동자의 계급의식을 고양하기 위한 구체적인 노동자문화운동으로까지 진전되고 있으며 공단 근로청소년의 생활 깊숙히 파고 들어 가게 되었다.

1980년대 대항문화운동현상의 일환으로 본격화된 탈춤, 마당극, 소형영화, 미술, 노래공연, 노동자 문학 및 신문등을 중심으로 공단 근로청소년의 수용행태 및 평가를 살펴보고자 한다.

문화운동의 접촉정도를 알아보기 위해 지난 일년간 직접 보거나 참여한 경험이 있는 것을 모두 선택하게 한 결과, 소형영화(23%), 노동자신문(16%), 노래공연(16%), 판화·그림·사진(13%), 풍물(11%), 마당극(11%), 노동자문학(11%), 탈춤(5%), 촌극(4%), 민요(4%)의 순으로 참여해본 적이 있는 것으로 나타났다.

연령별로는 문화매체에 따라 큰 차이는 보이지 않는다. 또한 학력이 높을수록 풍물, 노동자 문학, 마당극의 경험비율이 높게 나타나고 그 외의 것에는 학력별로 별다른 차이를 보이지 않는다. 그러나 노조가입여부에 따라서는 큰 차이가 나타나는데 소형영화, 노동자신문, 풍물, 노동자문학의 경우는 노조에 가입하고 있고 근로자가 더 많이 경험한 것으로 나타나, 노동조합이 이를 장르를 통한 교육에 노력을 하고 있음을 짐작할 수 있다. 나머지

〈표 28〉 근로자와 대학생간의 문화운동 참여 경험 단위 : %

응답 범주	노동자	대학생
소형영화	23.1	42.9
노동자 신문	16.2	12.3
노래공연	16.1	47.3
판화, 그림, 사진	12.7	49.9
풍물	11.4	28.0
마당극	11.2	29.0
노동자 문학	10.9	22.7
탈춤	5.4	19.3
촌극	4.8	26.8
민요	4.0	10.5
계	100.0(877)	100.0(503)

〈표 29〉 연령별 문화운동에 대한 느낌

응답범주	연령(세)				
	전체	16~19	20~23	24~26	27~29
노동자의 세계를 잘 나타냈다	15.1 (132)	14.9	24.3	27.1	34.6
다소 신선하다는 느낌이다	27.8 (244)	54.3	55.6	42.1	30.8
딱딱하고 재미가 없었다	5.8 (51)	9.6	5.3	12.0	15.4
나와는 상관없는 것 같았다	7.5 (66)	13.8	10.1	14.3	14.4
기타	3.1 (27)	7.4	4.8	4.5	4.8
무응답	1.7 (15)				
비해당	39.0 (342)				
계	100.0 (877)	100.0	100.0	100.0	100.0
통계값		X ₂ =29.00 df=12 p<.01			

부문의 경우는 노조가입여부에 따라서 별다른 차이를 보이지 않는다. 노동조합이 있는데도 가입하지 않은 근로자가 노동조합이 없는 근로자보다 소형영화, 노동자신문을 제외한 다른 모든 부문에 대해 조금 더 많이 참여해 본 적이 있는 것으로 나타나, 노동조합이 있는 것이 근로자들이 이를 프로그램에 참여할 수 있게 하는데 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

문화운동에의 접촉여부가 의식에 영향을 미치는가를 알아보기 위해 여기에 참가해 본 적이 있는 사람에게 경험한 후의 느낌을 물어본 결과 ‘노동자의 세계를 잘 나타내주어 가슴벅찼다’가 15%, ‘다소 신선하다는 느낌을 받았다’가 28%로 나타난 반면 ‘딱딱하고 재미가 없었다’는 6%, ‘나와는 상관없는 것 같았다’는 8%로 나타나 문화운동에 참여한 경우 그에 대해 긍정적으로 평가하고 있음을 알 수 있다. 연령별로는 나이가 많을수록 ‘노동자의 세계를 잘 나타내주어 가슴 벅찼다’의 응답이 많아진다. 노동조합 가입여부에 따라서 보면 노동조합에 가입하고 있는 근로자가 다른 근로자에 비해 문화운동에 대해 긍정적으로 보고 있음을 보여 준다. 노동조합에 가입하고 있는 근로자의 경우 32%가 ‘노동자의 세계를 잘 나타내 주어 가슴벅찼다’고 응답하고 45%가 ‘다소 신선하다는 느낌을 받았다’고 응답함으로써 절대 다수가 이를 프로그램에 대해 동일시하고 있다고 평가할 수 있겠다.

요약하면 공단 근로청소년들의 문화운동 관련분야에 대한 참여경험은 양적인 측면에서 보았을 때 그리 높지 않은 것으로 나타났다. 전체의 23%가 소형영화를 본 경험이 있으며, 약 1할 이상이 노동자신문, 노래공연, 판화,

그림, 사진, 풍물, 마당극, 노동자문학 등을 접촉해본 경험이 있다. 그러나 질적인 측면에서 보았을 때, 그것을 경험해 본 사람들은 이에 대해 상당히 호의적인 태도를 지니고 있었다. 이것은 앞으로 이러한 분야의 문화적 체험이 근로자들 사이에 확산, 증가될 가능성이 큼을 시사해 주는 것이라 하겠다.

5. 사회의식과 문화의식

앞에서 우리는 우리 사회가 가지고 있는 전반적인 배분구조와 기회구조에 대해서 근로청소년들이 어떻게 인지하고 평가하는지를 살펴보았고, 또한 전통문화, 서구문화 그리고 대중매체를 통한 대중문화 등을 어떻게 평가하고 있는지를 개별적으로 살펴보았다.

이제 우리의 관심은 문화의식을 결정짓는 요인은 과연 무엇인가에 모아진다. 사회의식이란 매우 포괄적인 함의를 지니는 것으로 사람마다 각기 다른 차원으로 규정지을 수 있으리라 생각된다. 여기서는 사회의식을 편의상 체제비판의식과 노동자의식으로 구분짓고 각각을 개별문항의 복합지수로 재구성하였다.

체제비판의식은 3개의 문항으로 그리고 노동자의식은 5개의 문항으로 구성하였으며, 각 하위개념간의 비교를 위하여 전체의 점수는 문항의 수로 나누어 평균점수로 표시하였다. 체제비판의식이란 부익부현상이나 귀속적 지위의 중요성 그리고 사회이동통로의 개방성 등에 대한 평가를 포함하고 있다. 원래 개별문항의 척도는 1점에서 4점까지 이르는 것이었으나 각 문항의 점수를 보다 비판적인 사람이 보다 높은 점수를 가지도록 응답법주들을 재구성하였다.

한편, 노동자의식이란 근로자들이 기업가와의 관계에서 그들 스스로를 어떻게 위치시키고 있으며 그들의 이익이 기업가들의 이익과 어떻게 공존 또는 상충하는가에 대한 근로자들의 인식을 가리킨다. 나아가 근로자들의 사회경제적 지위향상을 위하여 사회구조는 어떻게 변화되어야 하는가 이를테면 보다 근본적으로 개혁되어야 하는가 여부에 대한 근로자들의 견해를 반영하는 것이다. 노동자의식도 체제비판의식과 마찬가지로 점수가 높을수록 보다 더 강한 의식을 반영하도록 척도를 재구성하였다. 물론 체제비판의식과 노동자의식은 많은 부분에 있어서 중복되는 것으로 서로간의 인과적 관

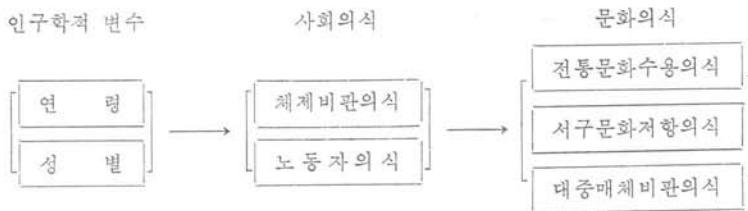
계를 설정하는 일은 그리 간단치 않다. 우리는 이러한 사회의식을 통하여 문화의식을 조망해 보고자 하는 것이다.

문화의식은 전통문화수용의식, 서구문화저항의식, 대중매체비판의식 등 3개의 하위개념으로 구성되고 있다. 사회의식에서와 마찬가지로 각각의 하위 개념은 2개에서 4개까지의 개별문항으로 구성하였다. 전통문화수용의식이란 우리가 전통적으로 지녀왔던 문화유산에 대하여 근로자들이 어떻게 이를 수용하고자 하는가 다시 말하자면 전통문화에 대한 선호여부를 측정하고자 하는 것이다. 서구문화저항의식이란 도입된 외래문화 특히 서구문화에 대한 근로자들의 반응을 보는 것이다. 물론 전통문화의 수용과 서구문화에 대한 저항이란 서로 표리관계에 있을 수도 있으나, 일단 별개의 차원으로 개념화시키고자 한다. 대중매체비판의식은 특히 영화나 텔레비전의 내용을 문화적인 측면에서 근로자들이 어떻게 인지하고 평가하고 있는가를 측정하는 것이다. 즉 텔레비전 방영물이 과연 특정계층에 편중됨이 없이 보편타당성을 갖

〈표 30〉 하위개념과 사용된 문항

개념	하위개념	문항
사회	체제비판의식	<ul style="list-style-type: none"> 우리사회에서 가난한 집안의 자녀들은 커서도 가난할 수 밖에 없다. 우리사회는 부자들만 더 잘 살게 되어있다. 우리사회에서는 연줄이나 집안배경이 없으면 출세하기 힘들다.
	노동자의식	<ul style="list-style-type: none"> 기업가들은 노동자들을 희생시키면서 이익을 위해 왔다. 노동자가 잘 살 수 있기 위해서는 사회가 근본적으로 바뀌어야 한다. 노동자계급의 영웅적 투쟁만이 노동자의 이익을 보호한다. 노동운동은 우리사회의 발전을 위해서 필요하다. 이러한 투쟁은 오히려 국가경제의 파멸만을 초래한다.
문화	전통문화수용의식	<ul style="list-style-type: none"> 우리의 전통문화는 고리타분하다. 이러한 문화유산이 제대로 꽂피워지지 못하는 것이 안타깝다. 텔레비전에서도 이러한 문화물을 자주 반영해야 할 것이다. 이러한 유형의 문화가 오늘의 우리 문화로 이어질 수는 없다.
	서구문화저항의식	<ul style="list-style-type: none"> 오늘날 우리문화는 지나치게 서양을 따라가는 것 같다. 위와 같은 문화는 단지 서양사람들을 위한 것일 뿐 우리 노동자와는 상관이 없다. 찰 아름답다. 역시 아름다움에는 동양과 서양의 차이가 없는 것 같다. 우리도 이런 것을 자주 볼 수 있는 기회가 있었으면 좋겠다.
의식	대중매체비판의식	<ul style="list-style-type: none"> 영화나 텔레비전 드라마를 보면 ‘가진 자’의 모습만 나오는 것 같다. 우리 주변 가까이에서 흔히 접하게 되는 텔레비전 쇼나 드라마, 영화들을 보면 지나치게 향락적인 것 같다.

〈그림 1〉 사회의식과 문화의식의 개념적 모형



는 것인지 또는 방영내용물이 상업주의에 편승하여 지나치게 향락적인 것은 아닌지 등에 대한 근로자들의 반응이다. 지금까지 서술한 하위개념과 각 하위개념을 구성하는 개별문항들은 아래의 〈표 30〉에서 보는 바와 같다.

이렇게 해서 구성한 5개의 하위개념들과 연령 및 성 등 인구학적 변수들을 기초로 사회의식과 문화의식의 개념적 모형을 다음과 같이 구성해본다.

위에서 구성한 5개의 하위개념들과 연령 및 성 등 인구학적 변수들간의 상관계수를 계산해 보면 아래의 〈표 31〉과 같다.

위의 상관계수표에서 예견했던 바와 같이 체제비판의식과 노동자의식은 높은 상관을 보이고 있다($r=.32$, $p<.001$). 위에서 눈여겨 보아 두어야 할 것은 전통문화수용의식과 서구문화저항의식이 서로 부적인 상관을 보인다는

〈표 31〉 하위개념들간의 상관계수표 (N=858~877)

	1)	2)	3)	4)	5)	6)	7)	8)
1) 체제비판의식	1.00							
2) 노동자의식	.32**	1.00						
3) 전통문화수용의식	-.02	.14**	1.00					
4) 서구문화저항의식	.13**	.06	-.11**	1.00				
5) 대중매체비판의식	.35**	.22**	.05	.14**	1.00			
6) 연령	.21**	.12**	-.00	.10*	.14**	1.00		
7) 성	.17**	.11**	-.04	.19**	.08*	.57**	1.00	
8) 교육	-.01**	.08**	.01	-.12**	.04	.18**	.06	1.00
평균	3.04	2.99	3.30	2.46	3.18	23.15	.52	3.93
표준편차	.69	.53	.48	.58	.58	3.37	.50	.52

주 : 성은 남성 1, 여성 0으로 가변수로 전환.

교육은 '학교에 다닌적이 없다'를 1, '국민학교 졸업'을 2, '중학교 졸업'을 3, '고등학교(인문계, 실업계) 졸업'을 4, '초급·전문대 졸업'을 5, '4년제대학이상 졸업'을 6으로 전환.

* $p<.01$

** $p<.001$

점이다($r=-.11$, $p<.001$). 이것이 갖는 뜻은 전통문화수용의식이 높을수록 서구문화저항의식이 낮다는 것이다. 이는 전통문화의 수용과 서구문화의 수용이 서로 배타적이지 않다는 것을 의미한다. 다시 말하자면 전통문화와 서구문화는 문화의 틀속에서 서로 공존하며 보완될 수 있다는 사실을 가리킨다고도 볼 수 있다. 전통문화와 서구문화를 서로 선택적으로 설정하는 도식은 그 자체가 그릇된 것이라는 잠정적 결론을 도출할 수가 있다.

다음으로, 사회의식과 문화의식의 관계를 보면 체제비판의식과 대중매체비판의식은 높은 상관을 가지고 있다($r=.35$, $p<.001$). 그렇다면 체제에 대해서 보다 비판적인 사람이 대중매체를 통해 전달되는 방영물에 대해서도 보다 더 비판적인 안목을 가진다는 뜻이 된다. 정도는 다소 약하나마 체제비판의식이 높은 사람이 서구문화저항의식도 높다($r=.13$, $p<.001$). 여기서 연령과 성을 고려해 본다면 연령이 높을수록 체제비판의식이 높고($r=.21$, $p<.001$), 남성이 여성보다 더 비판적이다($r=.17$, $p<.001$).

개별문화의식을 체제비판의식, 노동자의식, 교육, 성, 연령 등의 변수를 통해 설명해 보고자 회귀분석을 실시하였다.

각각을 세개의 회귀식으로 분석하는데 체제비판의식, 교육수준, 성, 연령을 독립변수로 넣고, 두번째는 체제비판의식 대신에 노동자의식을 넣어 분석하고, 세번째는 체제비판의식과 노동자의식을 더하여 사회의식지표를 만든 다음 분석을 실시하였다. 전통문화수용의식, 서구문화비판의식, 대중매체

〈표 32〉 '서구문화저항의식'을 종속변수로 한 회귀분석표

독립변수	회귀식 1	회귀식 2	회귀식 3
체제비판의식	.078**(.093)a)		
노동자의식		.060 (.054)	.102* (.084)
사회의식b)			-.149**(-.134)
교육수준	-.145**(-.130)	-.151**(-.136)	
성	.212**(.182)	.224**(.193)	.216**(.186)
연령	-.002 (-.001)	.009 (.005)	-.002 (-.001)
회귀상수	2.689	2.734	2.628
R ²	.062	.058	.061
N	867	853	852

** $p<.01$ * $p<.05$

a) 팔호 안의 수치는 표준화회귀계수임.

b) 사회의식은 체제비판의식과 노동자의식을 더하여 만든 복합지수임.

〈표 33〉 '대중매체비판의식'을 종속변수로 한 회귀분석표

독립변수	회귀식 1	회귀식 2	회귀식 3
체제비판의식	.281**(.333)a)		
노동자의식		.226**(.205)	
사회의식b)			.391**(.324)
교육수준	.031 (.028)	.003 (.002)	.010 (.009)
성	-.024 (-.021)	-.007 (-.006)	-.022 (-.019)
연령	.013* (.078)	.021**(.120)	.015* (.086)
회귀상수	1.909	2.020	1.630
R ²	.125	.061	.120
N	874	858	857

** p<.01 * p<.05

a) 팔호안의 수치는 표준화회귀계수임.

b) 사회의식은 체제비판의식과 노동자의식을 더하여 만든 복합지수임.

비판의식을 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 전통문화수용의식은 이들 독립변수들에 의해 거의 설명되지 못하여 표제시에서 배제시켰다. 그 결과는 〈표 32〉, 〈표 33〉에 제시된다.

위의 〈표 32〉의 회귀식 1에서 보면 체제비판의식, 교육수준과 성이 통계적으로 의미있는 것으로 나타난다. 표준화회귀계수를 보면 성(.182)이 가장 큰 설명력을 갖고 그 다음이 교육수준(-.130), 체제비판의식(.093)의 순으로 되어있다. 즉 남성이 여성보다 서구문화에 대해 더 큰 저항감을 가지고 있다. 그 다음으로 성과 체제비판의식을 통제했을 때 교육수준이 높을수록 서구문화에 대한 저항의식은 오히려 낮아지고 있다. 그리고 교육과 연령과 성을 통제했을 때 체제비판의식이 높을수록 서구문화에 대한 저항의식 또한 높다고 할 수 있다. 회귀식 2에서 보면 전체적 유형은 회귀식 1과 대동소이 하나 단지 노동자의식의 회귀계수가 통계적으로 의미없게 나타난다. 회귀식 3에서도 회귀식 1과 마찬가지로 유사한 유형을 보인다. 회귀식 1, 회귀식 2, 회귀식 3을 종합해 보면 서구문화에 대한 저항은 남성이 여성보다 높고, 교육수준이 낮을수록, 그리고 사회의식이 강할수록 저항의식이 강하게 나타난다. 회귀식 1, 회귀식 2, 회귀식 3에서 모두 R²은 .06 정도이다.

다음으로 〈표 33〉에서 대중문화비판의식을 종속변수로 한 회귀분석의 결과를 보면 〈표 32〉에서의 유형과는 다소 상이한 결과를 보여준다. 회귀식 1, 회귀식 2, 회귀식 3 모두 사회의식과 연령이 통계적으로 의미있는 변수이고

〈표 32〉에서 의미있는 변수였던 교육수준이나 성은 통계적으로 의미없는 것으로 나타난다. 〈표 33〉을 되새겨 보면 대중문화비판의식은 체제비판의식이나 노동자의식에서 결정적으로 설명되고 다음으로 연령과의 관계에서 보면 연령이 높을수록 비판의식이 더 큰 것으로 나타난다. 회귀식 1과 회귀식 3에서는 R^2 이 .12로 〈표 32〉에서 보다는 훨씬 높게 나타나고 있다. 대중매체에 대한 비판이란 결국 보다 포괄적인 의미에서의 사회비판의식의 한 부분이라 생각된다.

이제 앞서의 상관분석과 회귀분석의 결과를 바탕으로 우리는 잠정적 결론 겸 가설로서 다음과 같은 점을 제시해 볼 수 있겠다.

성, 연령, 교육수준 등 인구학적, 사회경제적 변수를 통제하였을 때,

첫째, 사회의식이 높을수록 서구문화에 저항하는 경향이 크다.

둘째, 사회의식이 높을수록 대중매체에 보다 비판적이다.

셋째, 서구문화와 전통문화는 서로 배타적이지 않으며 전통문화를 수용할수록 서구문화에 대한 저항의식도 약화된다. 다시 말하자면, 문화는 전통과 외래의 구분없이 수용될 수 있는 가능성이 큰 것이다.

V. 요약 및 결론

〔요 약〕

이 연구의 목적은 공단 근로청소년의 문화수용실태를 파악함으로써 문화발전을 위한 정책수립의 기초자료를 제공하기 위한 것이었다. 따라서 본 연구는 근로 청소년들에 의해 수용되는 문화를 제도화된 공연예술 뿐만 아니라 대중문화, 여가문화 등과 같은 생활문화를 연구대상에 포함시켰다. 동시에 문화활동이 근로청소년 집단의 사회정치의식에 따라 어떻게 다르게 나타나는가를 밝히고자 하였다.

공단 근로청소년들의 문화시설 및 공연예술 이용 현황은 극히 제한적인 것으로 나타났다. 문화시설 이용의 측면에서 볼 때, 전체 근로 청소년의 32% 정도가 고궁·사적을 찾아보았으며, 박물관은 25%, 도서관은 19%, 미술관은 11%만이 이를 이용해 본 경험이 있었다. 더욱이 공연예술 분야의 경우, 그 경험은 더욱 제한적이어서 연극공연은 전체 응답자의 20%가, 미술전시회, 음악회, 무용공연 등은 불과 10% 만이 이를 경험해 본 것으로 나

타났다.

문화생활의 측면에서 볼 때, 공단근로청소년들은 전반적으로 매우 제한된 문화생활을 하고 있다. 그들은 여가시간의 대부분을 친구를 만나거나, 수면을 취하는 데, 혹은 집안일을 하는 데 보내고 있다. 그러나 이들은 실제로는 매우 다양한 형태의 취미, 문화생활을 원하고 있으며 다만 시간부족과 경제적 압박때문에 그것을 하지 못하고 있을 뿐이다. 스포츠는 주요한 문화생활의 일부로서, 주로 탁구, 축구, 배구 등의 구기종목을 즐기고 있는 것으로 나타났다.

공단근로자들의 일상생활에서 대중매체는 매우 중요한 위치를 차지하고 있다. 전체의 9할 가까이가 어떤 형태로든 신문을 보고있으며, 바쁜 생활 가운데서도 평일 하루평균 2시간, 주말 하루평균 4시간을 텔레비전 시청하는데 보내고 있다. 그러나 그 내용 면에서 볼 때 이들의 대부분이 신문의 보도내용에 대해서 불만족을 느끼고 있으며, 텔레비전은 주로 드라마, 쇼 등의 오락프로그램을 시청하고 있는 것으로 나타났다. 라디오는 평일이나 주말에나 하루평균 2시간 정도 듣고 있다. 이들은 라디오를 대중가요, 팝송 등을 듣기 위한 음악매체로서 이용하고 있는 경향이 있다. 영화는 전체의 80% 정도가 한달에 한 두 편 이상 보고 있으며 그 내용은 액션, 애정, 폭력 등의 오락물이 주종을 이룬다. 비디오는 반 정도가 이를 경험해 본 것으로 나타났다.

공단 근로청소년들의 문화운동 관련 분야에 대한 참여 경험은 양적인 측면에서 보았을 때 그리 높지 않은 것으로 나타났다. 전체의 23%가 소형영화를 본 경험이 있으며, 약 1할 이상이 노동자신문, 노래공연, 판화, 그림, 사진, 풍물, 마당극, 노동자문학 등을 접촉해본 경험이 있다. 그러나 질적인 측면에서 보았을 때, 그것을 경험해 본 사람들은 이에 대해 상당히 호의적인 태도를 지니고 있었다. 이것은 앞으로 이러한 분야의 문화적 체험이 근로자들 사이에 확산, 증가될 가능성이 많다는 점을 시사해 주는 것이라 하겠다.

공단 근로청소년들은 우리문화가 향락적, 서구지향적이라고 생각하고 있으며, 전통문화에 대해서는 강한 애착을 느끼고 있다. 정치사회의식의 측면에서 보았을 때 이들은 우리사회의 협존 배분구조, 기회구조에 대해 강한 불만을 가지고 있다. 그러나 교육기회에 관해서 만큼은 집안 배경 등의 귀속

적 지위보다 개인의 노력, 능력 등 업적적 지위가 더 중요하다고 생각하고 있다. 체제의식 면에서 볼 때, 기본적인 자본주의 경제질서에 관해서는 대다수가 인정하고 있으나 현재의 노사관계나 임금 등에 관해서는 매우 비판적이다. 기업주에 대해서도 기본적으로 함께 힘을 합쳐야 할 존재로 인식하고 있으나, 현실적으로 강한 불신감을 지니고 있으며, 우선 기업주가 양보해야 한다고 생각하고 있다. 노동운동에 대해서는 전체의 8할이 그 필요성에 공감하고 있으나, 극한적 형태의 투쟁방법에 관해서는 부정적 태도를 지니고 있다. 앞으로의 경제적 개선의 기회라든가 전망에 관해서는 상당수가 비관적 태도를 보인다.

〔정책적 시사〕

전체적으로 보아 조사의 결과가 문화정책의 입안을 위해 시사하는 점은 세가지로 요약될 수 있다.

첫째, 근로청소년들이 제도화된 문화공간(박물관, 도서관, 미술관 등)과 연극, 음악 등의 공연예술에 참여하고 있지 않다는 사실은 기존의 문화정책에 일정한 변화가 필요함을 시사하는 것이다. 근로청소년들이 접근하기 어려운 문화공간과 공연예술의 진흥에 집중되어 있던 이제까지의 문화정책에 이들 집단을 위한 새로운 정책입안이 필요하다는 것이다.

문화단체가 주관하는 것이든 기업에서 제공하는 것이든 문화행사에 참여한 경험이 있는 근로 청소년이 전체의 22%에 불과했다. 그것도 최근 활발해진 문화운동단체나 노동조합이 제공하는 문화행事が 주류를 이루고 있었다. 이러한 사실은 문화행사나 문화공간이 이들 청소년 집단의 참여를 수동적으로 기다리는 것이 아니라 이들에게 가까이 다가갈 수 있어야 함을 의미한다. 문화공간을 설치할 경우 대규모 문화원이나 공연장 보다는 공단 안이나 가까운 거리에 소규모의 공간이 이를 집단의 참여를 유도할 수 있다는 것이다.

둘째, 근로청소년 집단의 대중문화수용에 대한 조사결과는 제도화된 예술문화에 비해 상당히 다양한 활동이 이루어지고 있음을 보여준다. 영화, 비디오, 텔레비전 등의 대중매체를 한 문화의 수용이 두드러진 것으로 나타났다. 영화와 비디오의 경우 폭력물이나 음악물을 가장 많이 관람하는 것으로 나타났고 텔레비전의 경우 드라마, 가요쇼, 뉴스 등을 주로 시청하고 있었다.

이들 결과에서 보듯 근로청소년 집단에게는 이들 대중문화들이 쉽게 접근할 수 있고 또 즐길 수 있는 문화활동인 것이다. 이러한 조사결과에서 흔히 경제적, 교육적 수준이 낮은 이들 집단이 퇴영적 문화활동에 탐닉하고 있다는 결론을 내리기 쉽다. 따라서 ‘폭력적’이고 ‘저질적’인 대중문화는 추방되어야 하며, 보다 예술적인 문화활동을 향유할 수 있도록 해야한다는 식으로 결론짓는다. 많은 대중문화들이 폭력과 성범죄의 한 원인이 될 수 있는 것도 사실이다. 그러나 여기에서 연주, 음악회, 무용 등 제도화되고 고답적인 예술문화를 근로청소년들에게 제공하려는 시도는 일종의 문화적 억압이며 그 동안의 문화정책실패를 반복할 따름이다.

이점에서 우리는 대중문화의 언어와 형식이 근로청소년 집단에게 대단히 친숙하다는 사실에 주목할 필요가 있다. 근로청소년집단에 제공되는 문화의 내용은 절제되고 세련되고 추상적 언어와 형식이 아니라 대중문화를 통해 쉽게 만날 수 있는 형식과 언어를 통할때 수용될 가능성이 높아진다는 것이다. 따라서 이들 공단근로청소년들을 위한 문화적 활동은 만화, 비디오 카세트 테입들의 매체를 적극적으로 활용할 필요가 있다.

셋째, 산업사회에 있어 노동하는 집단의 문화는 ‘일’과 ‘놀이’가 분리된다. 노동자집단은 단조롭고 어려운 노동을 벗어나기 위해 놀이문화를 필요로 한다. 조사대상인 근로청소년들의 놀이문화는 앞서도 지적되었듯이 현실 도피적이고, 퇴영적 오락문화에 집중되고 있었다. 이는 산업社会의 노동하는 집단에 맞는 문화의 형식이 발전되고 있지 못한데도 그 원인이 있다. 다시 말해 농악이 농민들의 공동작업 과정에서 파생되었듯이 산업화된 공단의 노동현장에 적절한 문화형식이 개발될 필요가 있다는 것이다. 더우기 본 조사결과는 많은 근로청소년들이 전통문화에 애착을 보이고, 기회가 있으면 전통문화 활동에 참여해보고 싶다는 의사를 지니고 있음을 보여주고 있다. 이점에서 문화정책 입안자들은 산업사회에 있어 노동과 놀이의 분리가 지니는 문화적 합축, 전통적 놀이문화의 변화와 상업화된 오락문화의 유포 등에 관심을 기울여야 한다. 동시에 근로청소년 집단을 위한 문화정책은 현대 산업사회 노동현장에 어떻게 전통문화가 새로운 형식으로 수용될 수 있는가 하는 문제에 관심을 기울일 필요가 있을 것이다.

넷째, 일상생활의 삶과 관련된 구성되는 문화의 문제이다. 여가생활, 스포츠 등의 활동은 제도화되지는 않았음에도 인간의 삶에 커다란 부분을 차지

하는 일상생활의 문화이다. 전통적으로 문화정책은 이러한 일상생활의 문화에는 별다른 관심을 보이지 않았다. 문화발전이란 이름아래 무형문화로서 이를 직업적 공동체집단의 일상생활문화(음식, 의복, 언어, 여가 등등)는 정책의 대상에서 제외되어왔던 것이다. 문화정책의 차원에서 이들 생활문화를 고려한다는 것은 구체적으로 문화공간이 근로청소년 집단의 생활상의 요구(예를 들어 재교육, 건강진단과 치료, 운동, 친구교제 등등)와 연결될 수 있는 방안을 강구함을 의미한다.

이러한 맥락에서 우리는 공단근로자를 위한 통합적 문화공간망(integrated cultural network)의 설치를 하나의 정책적 대안으로 제시하고자 한다. 앞서도 지적되었듯이 문화공간이란 음악, 미술, 무용, 연극 등의 예술문화활동을 위한 공간으로 여겨져왔다. 이러한 전통적 의미에서의 문화시설 개념과는 달리 통합된 문화공간은 학교생활, 사회적·문화적 활동, 지역사회的大민업무활동(보건소, 탁아소, 사회복지업무) 그리고 상업적 활동을 하나의 시설내부에 뮤는다는 것을 의미한다.

참 고 문 현

강영구

1987 “문화보존과 문화시설관리정책”, 「문화공간」, 서울 : 한국문화예술진흥원.

강현두

1984 「일렉트로닉스 시대의 대중문화」, 서울 : 현암사.

1987 「대중문화론」, 서울 : 나남.

1988 “문화매체와 매체산업”, 「문화예술논총」 제 1집, 서울 : 한국문화예술진흥원.

1988 “매스 미디어와 문화정책”, 「문화예술논총」 제 1집, 서울 : 한국문화예술진흥원.

1988 “현대한국사회와 대중문화”, 강현두 편, 「한국의 대중문화」, 서울 : 나남.

강현두, 이민웅, 홍두승

1989 「방송정책조사연구보고서」, 서울 : 서울대학교 사회과학연구소.

김여수

1988 “문화정책의 이념과 방향”, 「문화예술논총」 제 1집, 서울 : 한국문화예술진흥원.

임현영

1988 “민중문화와 대중문화”, 강현두 편, 「한국의 대중문화」, 서울 : 나남.

Gans, Herbert J.

1974 *Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste.*

New York: Basic Book

(「대중문화와 고급문화-현대문화의 사회학적 분석」, 강현두 역, 서울 : 삽영사,

- 1979).
- Girard, August
 1972 *Cultural Development: Experience and Policies*. Paris: UNESCO
 (“문화산업-문화의 장애인가 새로운 가능인가”, 강현두 편, 「대중문화이론」, 서울 : 나남, 1987).
- Morley, David
 1980 *The 'Nationwide' Audience*. London: British Film Institute.
- Shils, Edward.
 1964 “Mass Society and its Culture,” *Culture for Millions?* ed. Norman Jacobs,
 Van Nostrand Co.
 (“대중사회와 대중문화”, 노먼 제이콥스 편, 강현두 역, 「대중시대의 문화와 예술」, 서울 : 흥성사, 1986).
- Williams, Raymond
 1982 *Marxism and Literature*. 이일환 역, 「이념과 문학」, 서울 : 문학과 지성사.
 1982 *The Sociology of Culture*. New York: Schoker Books.

부 록

조사대상업체 및 대학

(1) 조사대상업체

〈부-1〉 조사대상업체 명단

공단명	단지명	회사명	종업원수 (명)	표본수	주생산품목	노조 유무
한국 수출 산업 공단	1 (서울)	한국지퍼	100	20	지퍼, 단추	유
		삼정통상	289	20	밍크, 여우코트	무
		광동제약	450	20	광동탕, 청심환	유
		아남정밀	250	20	카메라	유
한국 수출 산업 공단	3 (서울)	롯데파이오니아	750	20	오디오세트	유
		경방상사	80	20	와이셔츠	무
		삼덕전자	170	20	전자부품	무
		서울엔진베어링	210	10	자동차베어링	유
	5 (인천)	한일합섬	320	11	염색옷감	유
		요업개발	700	21	도자기	유
		원방	115	10	페크, 폴리백	무
		삼선공업	750	8	알미늄샷시, 훈	유

공단명	단지명	회사명	종업원수 (명)	표본수	주생산품목	노조 유무
		신성무역 봉신기계 유일설업 태평양물산 코리아하이답프	1,000 78 45 164 288	20 10 10 10 10	의류 금속기, 기아생산 실내 장식용조화 텐트, 비닐, 면가방 싱크대 및 가구	유 무 무 무 유
대전공단	1	모나미 동영산업 태평양화학 대성 동양강철	251 370 800 720 1,050	21 20 17 19 9	펄기구 자동차, 자전거부품 치약치솔샴푸등 피혁제조 알미늄삿시, 건축물	유 유 유 유 유
		한국특수주강 대화제지공업 한암	230 120 200	20 20 18	주물, 기계 라면상자 섬유	유 유 무
		대전타올염색 동양철강 한국전지 내쇼날합성	80 1,300 350 190	18 17 16 8	타올염색 박판무늬강판 축전지 락카 및 신나	유 유 유 유
		금성전선 금성사 오리온전자 한국전기음향 제일모직 코오롱	1,400 8,000 1,280 55 1,050 4,000	13 13 12 12 12 12	전선 텔레비전 텔레비전모니터 텔레비전부품 소모사, 모포 섬유 및 고분자제품	유 유 유 유 무 유
		동국방직 동국합성 신영공업사 동양전자초자 한국 I G 모터 협우실업 대경 대하통산 한승 금광직물공장	3,000 980 50 314 200 110 190 112 143 150	13 13 12 13 13 12 13 13 12 12	면사포, 혼방사포 폴리에스터사 금속, 주물 유리블럭 소형모터 전자부품 쿄세트, 가카드 나일론, 폴리에스터 쿄세트, 트로피칼 나일론계통	유 유 무 유 유 무 무 무 무 무
광주공단	하남	화천기공 하남전자 대우캐리어	450 110 1,100	20 20 20	선반, 기어, 샤프트 전해콘덴서등 공조기	유 유 유
		광천	금성기계 서울차체	80 200	기계, 자동차부품 자동차적재함	유 유

공단명	단지명	회사명	종업원수 (명)	표본수	주생산품목	노조 유무
본 촌		일신방직	1,700	20	면사, 면직물	유
		동양맥주	450	20	O B 맥주	유
		광성타올	60	20	수건	무
		롯데칠성음료	150	20	사이다	유
		해태제과	600	20	양과류, 캔디	유

(2) 조사대상대학

〈부-2〉 조사대상 대학명단

대 학 명	대 학 명
서울대학교	서울시립대학교
중앙대학교	국민대학교
성심여자대학교	숙명여자대학교
한양대학교(안산)	세종대학교
고려대학교	동국대학교