



I 기획 특 집

경제특별도 충북, 인재가 건설합니다.

- 창조적지식기반사회의 도래와 인적자원개발방향 : 이 희수 / 7
- 국가인적자원개발의 전략적 방향 및 중점 추진과제 : 강일규 / 17
- 지역인적자원개발 정책의 성과와 과제 : 심인선 / 27
- 教育強道 실현을 위한 인재양성전략 : 김진덕 / 37

창조적지식기반사회의 도래와 인적자원개발방향

이 희 수

중앙대학교 글로벌인적자원개발대학원장

1. 정권변화와 국정지표 : “지식사회”를 넘어 “창조사회”로

필자에게 주어진 ‘창조적지식기반사회’를 접하고 보니 국민의 정부 시절이 주마등처럼 스쳐지나간다. 그 당시는 국정지표로서 ‘창조적 지식기반국가’가 관공서마다 액자로 하여 내걸리던 시절이었다. 시계 바늘을 거꾸로 돌려 그 당시 정부출연기관의 연구원으로 잡혀 들어가 일하던 기억을 떠올려본다. 정권이 바뀌면 화두도 바뀐다. 화두를 보면 정권의 풍향계를 읽을 수 있다. 바람의 방향을 잘 읽는 사람이 출세도 잘 한다. 지천명을 바라보는 나이에서도 농업, 공업, 정보사회의 물결을 작은 몸으로 다 겪어냈다. 박정희 시대에는 ‘근대화’, 문민정부에서는 ‘정보화와 세계화’, 국민의 정부에서는 ‘지식’, 참여정부에서는 ‘혁신’을 가장 많이 들은 것 같다.

‘정보화만이 살길이다’라는 구호를 ‘옴매흙 반매흙’처럼 외우고 다닌 지가 엇그제 같은데 오나가나 지식 타령 일색이었다. 국내외를 막론하고 이 시대의 화두는 지식이다. ‘창조적 지식기반국가’, ‘신지식인’, ‘지식경영’, ‘지식기반경제’, ‘지식기반사회’ 등에서 보듯이 정치, 경제, 사회, 교육 등 사회 구석구석에 지식 열풍이 불었으며, 그 바람은 아직도 남아 있다. ‘지식’은 어두침침한 학자들의 서고와 수도원에서 상들리에로 빛나는 기업과 백악관으로 자리를 옮긴지 오래다.

그와 함께 어두운 교회 지하실에서 생쥐와 함께 출발했던 평생학습도 HRD라는 화려한 옷으로 갈아입고 대기업의 이사실로 봄나들이 가고 없다. 지식은 어느 새 ‘국민의 정부’를 이끌어 가는 국가 이데올로기로 자리하였다. 경제를 이끌어 가는 견인차 내지 기반이 되었다. 근면과 근육노동을 강조하던 새마을 노래는 지식과 지식 노동을 강조하는 제2건국의 신지식인 노래로 바뀐 지 오래일 뿐 아니라 벌써 색이 바래고 있다는 기분이 들 정도이다. 1960~70년대 공고의 교문에 붙었던 ‘조국 근대화의 기수’라는 기능공과 기어 돌아가는 모습은 인간의 두뇌와 상징으로 바뀐 지 오래다. 창조적 지식기반사회의 여진은 아직도 남아 있다.

그런데 오늘날에는 ‘지식’이란 말보다 ‘창조’란 말이 우선하는 것 같다. 오늘날 사회를 견인하는 키워드는 ‘창조성(Creativity)’이다. Richard Florida와 Bill Gates는 현대사회를 ‘창조사회(Creative Society)’, ‘창조적 경제(Creative Economy)’, ‘창조적 자본주의(Creative Capitalism)’로 표시하였다. 삼성 이건희 회장은 ‘창조경영’을 주창한다. 여권의 대선 후보자 중의 한 사람은 ‘신 창조국가’를 주창한다. 최근 두바이의 성공사례에서도 창조는 성공을 위한 핵심적인 키워드로 대두된다. 또한 2006년 판 OECD의

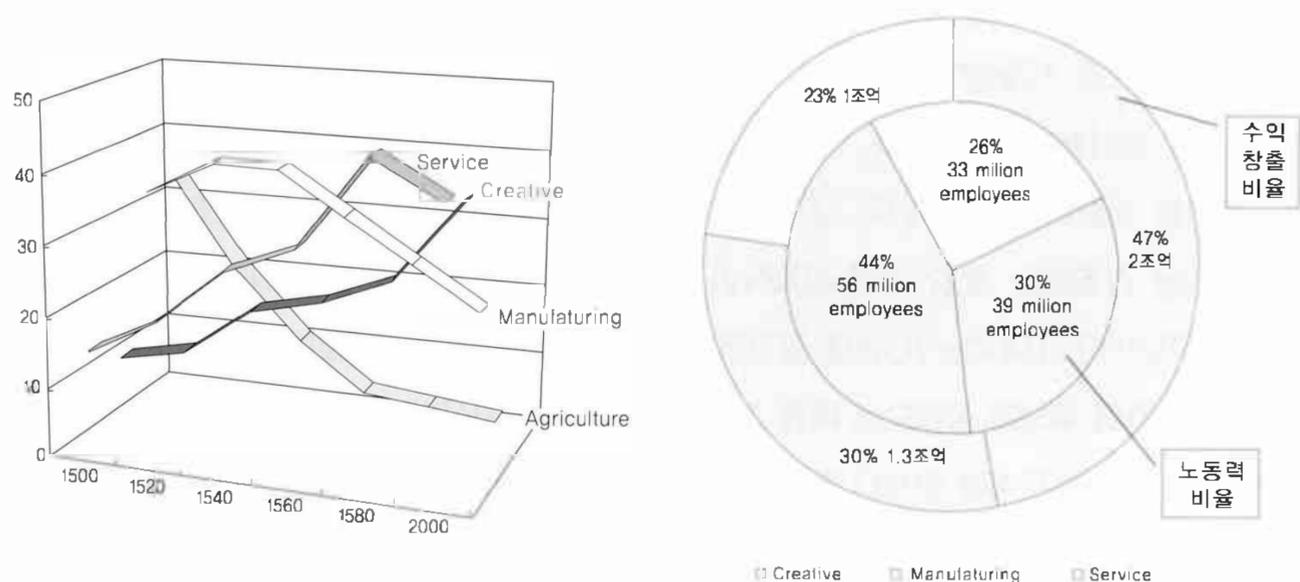
「글로벌 경제에서의 도시의 경쟁력」이란 보고서에서도 ‘창조적 도시’를 경쟁력의 원천으로 보고 있다. 특히 Richard Florida의 Creative Class시리즈에서도 도시의 경쟁력의 원천이 창조성임을 강조하였다. 지금은 지식과 혁신을 넘어 창조로 시대로 가고 있다. 다음 정권의 키워드는 아마 ‘창조’가 될 것 같다는 점에서 여기에서는 인적자원개발과 연계하여 창조와 지역에 무게를 두어서 시대변화의 화두 읽기를 시도한다.

II. 창조경제 및 창조도시론

가. 대학과 3Ts

오늘날 전 세계의 ‘창조 경제’ 논의를 이끌고 있는 Richard Florida에 따르면 이미 미국 산업에서 1, 2차 산업인 농업과 제조업이 차지하고 있는 비율은 1900년대, 1920년 이후 급속히 감소하여, 농업의 경우는 10%에, 제조업의 경우 20%대에 훨씬 미치지 못하는 모습을 보이고 있다고 한다. 놀랄만한 사실은 이미 3차 산업인 서비스 산업의 비율 역시 1980년대를 고비로 감소세로 돌아서고 있다는 사실이다. 미국 전체 산업 중 증가 추이를 보이고 있는 산업 부분은 ‘창조적 산업’이 유일하다. 여기서 Florida가 이야기하는 창조적 산업이란 신규 아이디어, 기술, 콘텐츠 분야를 의미한다.

창조적 경제의 도래와 함께 산업을 이끌어가는 핵심 인력은 과학자, 엔지니어, 아키텍트, 디자이너, 교육자, 예술가, 음악가 등과 같은 창조적 산업에 종사하는 인력이라고 할 수 있다. 미국 전체 산업 인력의 26%가 제조업, 40%가 서비스업, 30%가 창조적 산업에 재직하고 있지만, 44%의 서비스업 재직자가 전체 경제적 수익의 30%를 창출하는 반면, 30%에 불과한 창조적 산업 재직자가 무려 전체 수익의 절반에 육박하는 47%의 수익을 창출하고 있다. 이들이 바로 창조적 계급이다.

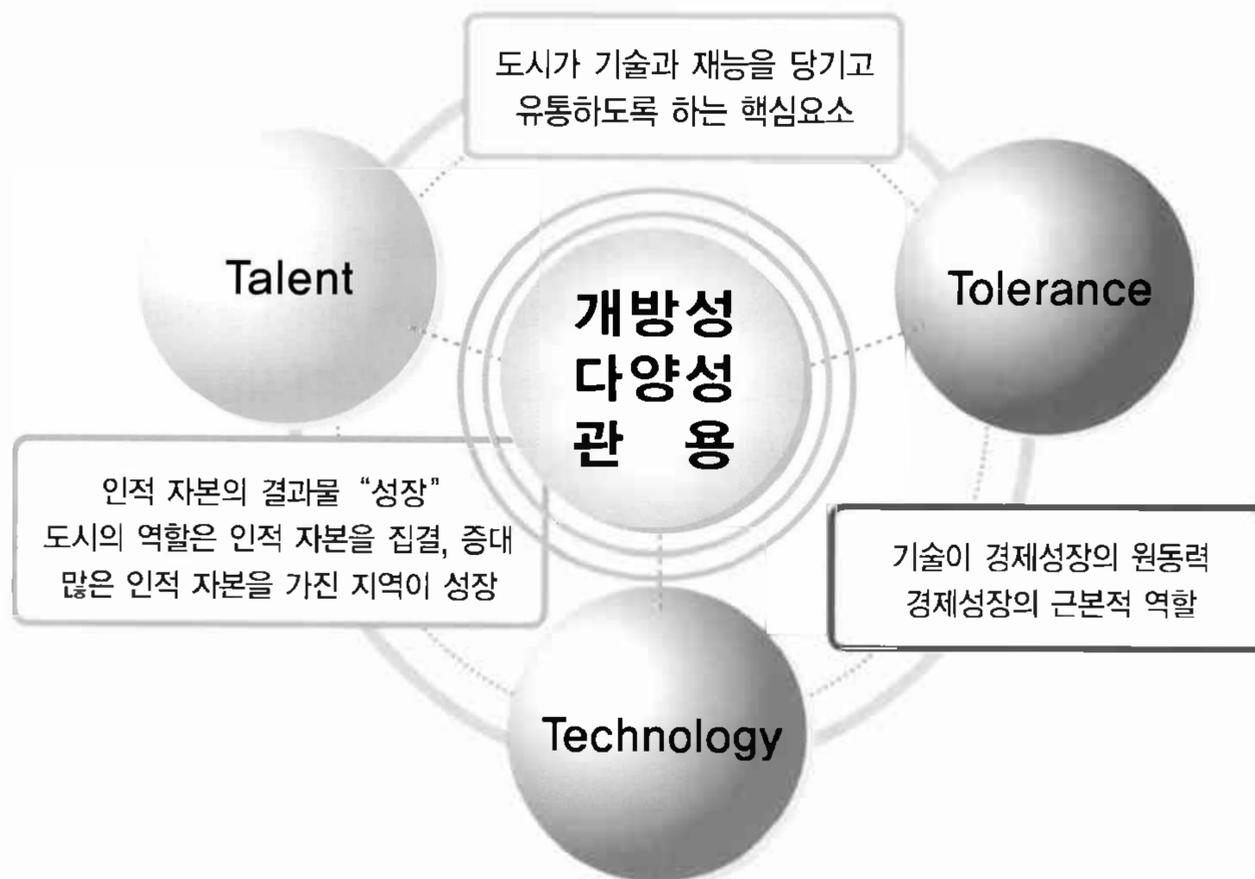


〈그림 1〉 창조적 경제 내에서 산업구조와 인력 구조, 수익 창출 비율

자료 : Richard Florida, The Flight of the Creative Class : The New Global Competition for Talent (New York: Harper Business, 2006), 28~29.

Florida의 창조성에 대한 관점은 경제성장의 3T란 단순한 공식을 중심으로 전개된다. 3T란 기술(Technology), 인재(Talent), 관용(Tolerance)을 말한다. 3T가 지역 및 도시 경쟁력을 좌우한다는 것이다. 첫째, 기술이 경제성장의 열쇠이다. Florida는 경제성장에 있어서 기술이 근본적 역할을 수행하며, 그래서 기술을 첫 번째 T자리에 올려놓고 있다. 기술은 혁신과 첨단 기술 집종의 결과이다. 둘째, 인재는 두 번째 변인이다. 도시의 역할은 인적자본을 모아서 확장시키는 것이며, 인적자본이 더 많은 지역은 적은 지역보다 더 빠르게 성장한다. 도시화는 혁신과 생산성 성장의 중요한 요소이다. 셋째, 관용은 지역(Places)으로 하여금 기술과 인재를 동원하고 끌어들이 수 있게 하는 핵심 요소이다. 기술과 재능은 지역으로의 유입 및 유출이 자유롭고 이동성이 매우 높은 요소이다. 관용은 개방성, 다양성, 포용성을 포함하는 개념이다.

Florida의 핵심 메시지는 인간의 창조성은 경제 성장의 궁극적 원천이며, 모든 개인은 어떤든 창조적이며, 그러한 창조성을 완전히 개발, 이용하기 위해서는 우리는 관용적이어야 하며, 다양해야 하며, 포용적이어야 한다고 말한다. 인재가 가는 곳에 혁신, 창조성, 경제성장이 뒤따른다. 그런데 그런 인재를 끌어들이려면 그 지역에는 관용이 있어야 한다. 이러한 세 가지를 다 갖춘 조직이 바로 대학이다.



〈그림 2〉 지역 발전을 결정하는 3Ts

자료 : Richard Florida, The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent (New York: Harper Business, 2005), 28~29.

이와 함께 3T의 보고인 창조적 중심지로서의 대학의 중요성을 이해해야 한다. 주요 연구대학의 존재는 창조적 경제에 커다란 이점이다. 보스턴 하이테크가 이룬 기적은 대부분 MIT 덕분이다. 실리콘 밸리는 그곳의 오랜 창조적 중심지인 스탠포드 대학 없이는 상상조차 할 수 없다. 창조성 지수에서 높은 점수를 보이는 지역 중 다수는 주요 연구대학의 본거지이다. 주요 연구대학의 존재는 창조적 경제의 기본 인프라 요소 - 과거의 운하, 철도, 고속도로 시스템보다 더 중요하다 - 이며, 경쟁 이점의 엄청난 잠재적 근원이다. 지역발전에 효과적으로 기여하기 위해서 대학은 상호 연관된 세 가지 역할을 해야 한다. 그 역할은 창조적 지역의 3T - 기술, 인재, 관용 - 를 나타낸다.

- 기술 : 대학은 소프트웨어에서 생물공학에 이르는 분야의 첨단 연구 중심지이다. 또한 새로운 기술과 자회사주 배분회사의 중요한 원천이다.
- 인재 : 대학들은 놀랄 만큼 효과적으로 인재를 유치하며, 그 효과는 실로 자성을 띤다. 유명한 연구원과 과학자를 끌어들이므로써 대학은 대학원생들을 끌어들이고, 자회사주 배분회사를 생성하며, 다른 회사들이 자기 강화 발전의 사이클 근방에 위치하도록 장려한다.
- 관용 : 대학은 또한 창조적 계급의 일원을 끌어들이고 그들을 보유하는 데 기여하는 진보적이고 개방적이며 관대한 인간적인 분위기를 창조하는 것을 돕는다. 텍사스주 오스틴에서 아이오와주 아이오와 시티에 이르는 많은 대학 도시들은 항상 그 지역의 게이와 다른 '아웃사이더'들이 안식처를 찾을 수 있는 곳이다.

대학은 이러한 역할을 함으로써 그들이 위치해 있는 공동체 지역의 질을 더욱 광범위하게 설립하는 데 기여한다. 그러나 대학 혼자만이 그것을 할 수는 없다. 주변의 공동체가 대학이 생성하는 혁신과 기술을 흡수하고, 개발할 수 있는 능력을 지녀야 한다. 또한 공동체는 창조적 계급의 사람들이 추구하는 지역의 질과 더 광범위한 일상 여가시설을 갖추는 일을 도와야 한다. 따라서 대학은 하이테크 회사의 발전을 위해 필요하지만 충분조건은 아니다.

나. 지역과 창조적 계급

지역(Place)의 중요성이다. 지역은 우리 시대의 중요한 경제적, 사회적 단위이다. 사람을 일자리에, 일자리를 사람에게 매치시키는 것도 지역이다. 지역은 사람을 일자리에 매치시키는 두터운, 유동적인 노동시장을 제공한다. 지역은 사람들로 하여금 인생의 파트너를 찾을 수 있게 해주는 중매시장도 제공한다. 지역은 인간의 창조성을 개발해서 경제적 가치로 전환시키는 생태체계를 제공한다. 그러기에 요즘은 다니는 직장 보다는 사는 지역을 물어보는 세상이 된 것이다.

본질적으로 Florida의 창조적 자본론의 전제는 지역 경제의 성장은 창조적 인재의 장소 선정에 의해서 추동된다는 것이다. 즉 창조적 자본을 소유한 사람들은 다양하고, 새로운 아이디어 대하여 관용적이고, 개방적인 장소를 선호하는 사람들이다. 따라서 창조적 자본론은 두 가지 점에서 인적자본론과 다르다. 우선 창조적 자본론은 새로운 유형의 인적자본인 창조적 사람들을 경제성장의 열쇠로 파악한다. 다음으로 창조적 자본론은 지역이 창조적 인재들의 어떤 혜택을 받았다고 단순히 말하는 대신에 이들의 장소 선정 결정에 영향을 주는 기저가 되는 요인들을 파악한다. 그러한 요인들은 다음과 같다.

첫째, 두터운 노동시장(Thick Labor Market)이다. 창조적 인재들은 단일의 일자리만 찾는 것이 아니라 많은 고용기회를 찾는다. 그들은 같은 회사에서 오랫동안 일할 것으로 기대하지 않는다. 기업이란 충성스러운 조직이 아니며 경력은 점점 더 수평적으로 되어 가고 있다. 매력적인 지역이 되기 위해서는 지역은 수평적인 경력 경로에 도움이 되는 직업 시장을 제공할 필요가 있다. 지역(장소)은 창조적 사람과 경제적 기회를 매치시키는 일을 촉진시킨다. 따라서 지역은 사람을 필요로 하는 기업에게는 노동 풀을, 일자리를 원하는 사람들에게는 두터운 노동시장을 제공한다. 지역은 우리 경제와 사회의 핵심 조직 단위가 되어가고 있다. 예전에 대기업이 수행했었던 역할을 지역이 떠맡고 있다.

둘째, 생활양식(Lifestyle)을 중시한다. 창조적 인재들은 그들이 어디에서 살 것인가를 결정할 때는 흔히 생활양식이 고용에 우선한다. 그들이 바라는 다양한 “분위기”(scenes)를 제공할 수 있는 지역이 아니면 일자리를 거절하거나 일자리를 찾지 않는다. 즉 그들이 원하는 음악적 분위기, 예술 분위기, 기술 분위기, 야외 스포츠 분위기 등이 맞아야 한다. 우선 라이프스타일에 맞는 곳을 택한 다음 거기서 고용기회를 찾는다.

셋째, 사회적 상호작용이다. 오늘날과 같이 고도의 준 익명사회, 이동사회에서는 사회적 상호작용을 촉진할 수 있는 지역사회의 능력이 중요하다. 현대사회에서는 제삼의 장소(third places)가 중요하다. 즉 제삼의 장소란 가정도 아니고 일터도 아닌 커피숍, 책방, 카페처럼 덜 형식적인 지인관계를 맺을 수 있는 장소이다. 그저 좋은 친구 사귀고 생동감 있는 대화를 나누는 기쁨을 누릴 수 있는 제삼의 장소는 한 지역사회의 사회적 활력의 심장이 된다. 이러한 제삼의 장소들은 지역사회를 매력적으로 만드는 데 핵심이 된다.

넷째, 다양성(Diversity)이다. 창조적 인재들이 지역을 선정할 때 가장 중요한 요인으로 꼽는 것이 다양성이다. 사람들은 사고의 다양성과 마음의 개방성으로 유명한 곳으로 끌리게 된다. 창조적 인재들은 지역 사회를 평가할 때 다양성, 차이를 찾는다. 민족 및 인종의 다양성, 연령의 다양성, 게이문화 등 다른 성적 정향성, 문신과 바디 피어싱과 같은 대안적 외모 등의 다양성을 높이 평가한다. 다양한 이질적인 공동체는 외부인들에게 개방적인 장소라는 사인이다. 예를 들면 게이 지역을 선호하는 이유는 어메니티, 에너지, 안전, 공동체 의식을 나타내기 때문이다. 위대한 도시는 이방인에게는 관용을, 평범성에 대해서는 불용을 특징으로 한다.

다섯째, 독특성(Authenticity)이다. 독특성과 독자성을 갖고 있는 지역의 가치는 높게 평가된다. 독특성은 역사적 건물, 오랜 거주지역(neighborhoods), 독특한 음악 분위기, 특수한 문화적 속성 등이다. 독특성은

일반적인 것과 반대된다. 독특한 것은 리얼한 것과 동일시된다. 실재의 건물, 실재의 사람, 실재의 역사를 말한다. 오센틱한 장소는 독특한 경험과 독창적인 경험을 제공한다. 따라서 체인 가게, 체인 음식점, 나이트 클럽으로 가득 찬 지역은 오센틱한 곳이 아니다. 음악은 한 지역을 오센틱한 곳으로 만드는 데 핵심적인 부분이다. 그러한 곳은 사운드 아이덴티티, 음악 아이덴티티를 제공하기 때문이다.

여섯째, 아이덴티티이다. 지역(장소)은 우리의 아이덴티티의 더욱 더 중요한 차원을 제공한다. 오늘날은 그들이 일하는 회장에서 일생의 아이덴티티를 찾는 사람은 거의 없다. 우리는 많은 제도들이 더 이상 의미, 안정, 지지를 제공하지 못하는 세상에 살고 있다. 어디에서 살고 있으며, 무슨 일을 하느냐의 결합이 아이덴티티의 주요 요소로서 누구를 위하여 일하느냐를 대체하기 시작했다. 즉 전에는 “나는 Trilogy사를 위해 일해.” 하던 사람들이 요즘은 “나는 소프트웨어 개발자이고 오스틴에 살아.”라고 자신의 정체성을 표현하는 세상이다. 10년 전에는 “자네 어디서 일하나?”라고 묻던 데에서 요즘은 “자네 어디서 사나?”라고 묻는다. 회사 중심생활이 붕괴됨에 따라 새로운 종류의 사회적 서열이 일터가 아닌 사는 장소를 중심으로 전개되고 있다. 장소(Place)는 지위의 중요한 원천이 되어가고 있다.

일곱째, 장소의 질(Quality of Place)이다. 장소의 질이란 용어는 전통적인 삶의 질이란 용어와는 대조적으로 쓰인다. 장소의 질이란 한 장소를 규정하는 독특한 특징의 묶음과 그 장소를 매력적으로 만드는 특징을 말한다. 일반적으로 장소의 질은 세 가지 요건을 갖추어야 한다. 첫째는 거기에 뭐가 있느냐(What's there)이다. 지어진 인위적 환경과 자연환경의 결합으로서 창조적 삶을 추구하는 데 적합한 환경을 말한다. 둘째는 거기에 누가 있느냐(Who's there)이다. 어느 누구든 그 지역사회에 들어와서 삶을 영위할 수 있도록 실마리를 제공하고, 상호작용하는 다양한 종류의 사람들을 말한다. 셋째는 거기에서 뭐가 일어나고 있느냐이다(What's going on)이다. 거리 생활의 활력, 카페 문화, 예술, 음악, 야외 활동에 참여하는 사람들, 이 모두가 상당히 적극적이고 흥미 있는 창조적 노력을 말한다. 창조적 계급은 그들의 지역사회의 장소의 질을 형성하는 데 직접 적극적으로 참여하기를 원한다. 장소의 질은 자동적으로 일어나지 않는다. 한 지역사회의 여러 가지 다른 측면들이 어우러져서 모자이크를 만들어내는 지속적이고 역동적인 과정이다.

이와 함께 중요한 것이 창조적 계급의 특성이다. 첫째, 창조적 계급은 전통적인 기업 커뮤니티, 노동자 계급 센터, 심지어 많은 선벨트 지역으로부터 이른바 창조적 센터로 옮겨가고 있다. 둘째, 창조적 센터는 우리 시대의 경제적 승자가 되는 경향이다. 그들은 창조적 계급의 인사들이 집중되어 있을 뿐 아니라 혁신과 첨단산업의 성장과 같은 형태로 창조적 경제 산출량의 높은 집중도를 자랑한다. 셋째, 창조적 센터는 천연 자원과 운송수단에의 접근성과 같은 전통적인 경제적 이유 때문에 번창하는 것도 아니고, 지방정부가 기업을 유인하기 위해 세금감면과 다른 인센티브를 제공하느라고 도산할 지경에 이를 정도여서 번창한 것이 아니다. 성공의 이유는 대체로 창조적인 사람들은 그저 거기에 살기를 원하기 때문이다. 대부분의 경우에 기업이 사람을 뒤따른다. 창조적 센터는 예술, 문화, 경제, 기술 등 모든 형태의 창조성이 뿌리를 내리고 번창할 수 있는 에코시스템, 서식지를 제공한다. 넷째, 창조적 사람들이 찾는 것은 스포츠 스타디움, 자유로, 도시의

시장, 관광, 오락시설과 같은 물리적 매력이 아니라 양질의 풍부한 경험, 모든 종류의 다양성에 대한 개방성, 창조적 인간으로서 자신들의 정체성을 검증할 기회를 찾는다. 창조성과 창조적 계급은 앞에서 말한 3T를 갖춘 장소에서 뿌리를 내린다.

다음으로 지역인적자원개발과 관련하여 중요한 의미를 지니는 것이 “사회적 자본에서 창조적 자본으로의 전환”(from social capital to creative capital)이다. 그동안 지역인적자원개발과 관련하여 사회적 자본을 유난히 강조하였다. 창조적 자본은 인적자본론과도 다르지만 사회적 자본과는 많은 차별화를 시도한다. 독일 속담인 “도시의 공기는 사람을 자유롭게 한다.”는 말로 시작하는 데에서 사회적 자본의 강한 연대와의 일정한 거리감을 읽을 수 있다.

〈표 2〉 사회적 자본에서 창조적 자본으로의 전환

사회자본	▶	창조적 자본
• 강한 연대	▶	• 약한 연대
• 긴밀히 연결된 공동체 사회	▶	• 느슨한 공동체 사회
• Melting pot	▶	• Mosaic
• 위성도시화, 교외화	▶	• 도시로의 회귀
• 취업을 위한 수단으로서의 대학	▶	• 창조적 중심지로서의 대학
• 기업적 분위기(성과, 업무주심)	▶	• 인간적 분위기의 조성

III. 지역 인적자원개발 방향

Florida의 최근 저서인 「창조적 계급의 도피」는 지역인적자원개발 방향과 관련하여 많은 시사점을 준다. 특히 마지막 장인 “창조사회의 건설”을 중심으로 창조시대에 성공하고 번영하기 위해서는 국가와 지역은 그들의 사람들에게 투자하고, 그들의 창조적 자본을 증강시키고, 열린 관용사회를 유지함으로써 산업사회에서 창조사회로 전환할 필요가 있다는 것은 우리의 지역인적자원개발에도 적용된다. 지금은 Florida의 창조적 지역인적자원개발론을 전개해야 할 때이다.

1. 모든 사람의 완전한 창조적 역량을 개발하라.

가장 중요한 것은 모든 인간 개개인의 완전한 창조적 역량을 개발하기 위하여 우리는 노력해야 한다. 사회적으로 확산되고 있는 사회적 소요를 예방하고 최대 다수의 시민들의 창조적 투입으로부터 경제적 혜택을 주기 위해서는 국가와 지역은 제조부문과 서비스 부문을 창조시대에 맞도록 편입시켜야 한다. 국가와 지역이 직면한 도전은 창조시대가 양산하고 있는 계층 양극화와 낭비되고 있는 창조적 자본의 거대한 예비군이다. 이러한 양극화를 해결하는 일은 사회적으로 정의로운 뿐 아니라 장기적인 혁신과 번영에 관심 있는 모든 사회의 경제적 필수품이다. 모든 인간은 창조적이다. 사람들을 위하여 기회를 창조하는 것을 넘어서 진정으로 창조적인 사회는 사람으로부터 나오는 아이디어와 기회를 중히 여기는 것이다. 즉 우리는 우리의 어린이, 노인, 주변 계급의 사람들의 창조적 아이디어에 진지한 관심을 기울여서 교육, 실제 경험, 시민참여의 올바른 결합을 시도해야 한다. 이를 위해 평생학습이 필요하다. 지금은 지역인적자원개발을 통해 창조적 계급을 유지하고 양성할 때이다.

2. 창조적 인프라에 투자하여 지식과 교육의 대운하를 건설하라.

대체로 대학과 예술문화에 대한 예산은 삭감한 대신에 스타디움, 컨벤션센터, 기타 건설공사 프로젝트 예산은 크게 늘리는 경향이 있다. 그런데 건설 근로자가 건설 현장을 떠나자마자 지방자치단체에 남는 것은 적자뿐이다. 혁신과 창조적 인프라에 투자하는 것이 가장 중요하며, 투자 수익률도 높다. 잘 나가는 국가와 지역은 연구개발 및 고등교육에 투자하여 세계 최고의 인재를 받아들인다. 운하, 철도, 고속도로, 기타 물리적 인프라를 건설함으로써 산업성장을 견인하였다면, 앞으로도 계속 성공, 번영하려면 창조적 인프라에 투자해야 한다. 초등학교에서부터 대학에 이르기까지 창조적 자본에 대한 투자가 우리가 해야 할 유일한 가장 중요한 투자다. 우리나라의 지방자치단체도 지금은 창조적 인프라에 투자할 때이다. 지금은 교육과 지식의 대운하를 건설할 때이다.

3. 인재와 관용의 자석인 대학을 지렛대로서 활용하라.

혁신을 유발할 뿐 아니라 일차적으로 인재를 끌어들이고 창출함으로써 경제의 기름을 대는 역할을 하는 대학은 지역 공공정책에 중요한 시사를 준다. 대학은 지역 경제 성장의 결정자인 기술, 관용, 인재의 3T를 융합적으로 보유하고 있는 허브이다. 대학은 창조적 경제의 지적 허브이다. 놀랄 것도 없이 주요 창조적 지역은 좋은 대학을 한 두개씩 갖고 있다. 그럼에도 불구하고 우리는 여전히 산업시대의 마인드사에 갇혀서 스타디움, 도심 쇼핑센터, 산업공원, 창업보육센터 등 건설하기에 쉬운 데에 열을 올리고 있다. 대학과 도시 발전간에는 불가분의 관계가 있다. 지역인적자원개발도 3Ts의 보고이자 지남철인 대학과 긴밀한 네트워킹을 형성해야 한다.

4. 창조시대를 대비하여 모든 사람들을 교육시켜라.

어셈블리 라인 근로자 양성을 위한 산업시대의 유산인 현 교육 시스템을 창조시대의 가치관, 우선순위, 요구를 반영하고 강화시키는 체제로 개혁해야 한다. 교육개혁의 핵심은 인간의 창조성을 배양하고 꽃피우게 하는 데 있다. 학교는 우리의 모든 아동들의 창조적 역량을 고양시키고 동원하는 수단이 될 필요가 있다. 교육을 확장하는 것은 인권의 문제일 뿐 아니라 경제적 필수이다. 교육의 과정에 있어서 부모의 역할을 인정하고 보상해야 한다. 결국 아동이 평생학습자가 되도록 하는 능력과 열망을 갖느냐 못 갖느냐는 부모에게 달려 있기 때문이다. 우리의 미래는 다른 무엇보다 스마트하고 창조적인 아동에게 달려 있다. 모바일 경제의 특성으로 인해 교육받은 장소와 일하는 장소간의 연계성은 깨진지 오래이다. 교육에 대한 지역투자와 지역 경제 성장간의 관계를 깨트린 것이 바로 이동성이다. 두뇌 유출과 두뇌 획득은 지역에 달려 있다. 지금은 두뇌 유출 대 획득이란 이분법 대신에 두뇌 순환의 시대이다.

5. 진정으로 개방적이고 경제적으로 안정된 사회를 유지하라.

사람들에 대한 개방성, 관용성, 다양성은 경제성장의 중요한 요소들이다. 개방적이고, 받아들이고, 다양하고, 포용적인 사회로부터 발생하는 효과는 비용을 크게 앞지른다. 캐나다의 모자이크 사회 대 미국의 용광로 사회는 교육면에서 좋은 비유가 된다. 캐나다는 미국의 용광로 모델을 버리고 모자이크 모델을 채택했는데 인재 주도 경제의 조직 원리가 될 것 같다. 정의된 문화적 규범에 획일적으로 동화시키는 대신에 모자이크 문화는 각각의 인종적, 민족적 특성은 사회에 기여할 수 있는 능력과 차이 그 자체로 환영 받는다. 용광로 사회는 민족적 차이를 지우려고 노력하지만 단지 그 중요성을 강화시킬 뿐이다. 모자이크 문화는 사람들에게 당신 스스로 당신이 원하는 퍼즐 조각을 조각해 내라고 한다. 그 다음에 한 개인으로서 인간 존재를 더 강조하게 되고, 이것은 각 사람과 모든 사람의 창조적 역량을 움직이는 데 중요한 우위가 된다.

창조시대는 세계관의 변화를 요구한다. 창조성은 축재하거나, 싸워서 뺏거나, 사고팔 수 있는 유형의 것, 광물 자원 같은 것이 아니다. 우리는 창조성을 자유 또는 안전과 같은 공공재로 보아야 한다. 창조성은 모든 사람에게 속한 것으로서 잘 배양하고, 새롭게 하고, 유지해야 하는 것이다. 그러지 않을 때 소리 없이 사라져 버릴 것이다. 그러기에 평생학습이 필요한 것이다. 우리도 다양성, 포용성, 관용성을 진작시켜야 한다. 앞으로 톨레랑스 교육을 시켜야 할 것이다.

6. 창조성 지수를 관리하라.

지금은 지수와 지표의 홍수시대이다. Florida는 글로벌 창조성 지수(GCI: Global Creativity Index)를 만들어서 공표했다. GCI는 경제성장의 3T에 기초한 국가 경쟁력의 복합 측정치로서 한국의 GCI는 45개국 중 16위, Global Creative Class는 39개국 중 38위로 나타나 경종을 울린다. 스웨덴인이 1등을 하였

으며, Florida는 창조경제시대에서는 Chindia보다는 스웨덴, 호주, 캐나다, 뉴질랜드의 성장 가능성에 주목하라고 권고한다.

Florida는 도시도 비교한다. 그러면서 베스트 프랙티스로서 텍사스 오스틴을 추천한다. 우리의 지역인적 자원개발 견학지도 좀 수정할 때가 온 것 같다. 지역인적자원개발이 해야 할 일도 도시의 공공재인 창조성 하나를 키워야 할 것이다. 사각지대와 소외계층을 위한 교육복지 사업도 소중하다. 연계도 소중하다. 그러나 창조시대에서는 단 하나, 창조성으로 말한다는 것을 유념해야 한다. 강한연대에서 느슨한 연대로, 사회적 자본에서 창조적 자본으로, 물리적 인프라 조성에서 창조적 인프라 조성으로, 작은 공동체 사회에서 다수의 이질적 사회로, 용광로 모델에서 모자이크 모델로, 지리의 죽음에서 도시의 부활 및 회귀로, 대학무용론에서 3T의 허브 및 인재 지남철로, 비즈니스 분위기에서 인간 분위기(people climate)로 협의의 인적자본에서 기능적 창조적 자본으로 전환해야 한다. 이러한 창조적 자본은 평생학습을 통하여 끊임없이 관리되어야 할 대상인 것이다.

참고문헌

- Florida, R. Cities and 'The Creative Class, New York : Routledge: 2005.
Florida, R. The Flight of the Creative Class, New York : Harper Business: 2005.
Florida, R. The Rise of the Creative Class, New York : Basic Books: 2002.
Florida, R., "Toward The Learning Region", Futures, 27(5), 1995.
Kenichi Ohmae, "The Rise Of The Region State", Foreign Affairs, 1993.
OECD, Cities and Regions in the New Learning Economy, Paris : OECD, 2001.