

碩士學位論文

觀光產業發展에 있어서 매스미디어의  
役割에 관한 研究

— 濟州地域을 中心으로 —

指導教授 金 敬 昊



濟州大學校 經營大學院

經營學科 觀光經營專攻

吳 京 鎬

1992

# 觀光産業發展에 있어서 매스미디어의 役割에 關한 研究


— 濟州地域을 中心으로 —

指導教授 金 敬 昊

吳 京 鎬

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함

1992年 12月

 제주대학교 중앙도서관  
吳京鎬의 經營學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 \_\_\_\_\_

委 員 \_\_\_\_\_

委 員 \_\_\_\_\_

濟州大學校 經營大學院

1992年 月

# 目 次

第 I 章 序 論 .....	1
第1節 研究의 目的 .....	1
1. 問題의 提起 .....	1
2. 研究의 目的 .....	4
第2節 研究方法과 範圍 .....	5
1. 研究方法 .....	5
2. 研究範圍 .....	5
3. 論文의 構成 .....	5
第 II 章 濟州地域 觀光産業現況 및 言論媒體現況 .....	6
第1節 觀光産業의 概念體系 .....	6
1. 觀光의 定義 .....	6
2. 觀光産業의 概念 및 類型 .....	9
第2節 觀光資源 現況 .....	13
1. 自然資源 .....	14
2. 人文資源 .....	14
第3節 觀光産業體 現況 .....	16
1. 宿泊業 .....	16
2. 旅行業 .....	17
3. 觀光客 利用施設業 .....	18
4. 輸送施設業 .....	18
第4節 濟州地域 言論媒體現況 .....	19
1. 매스미디어의 概念體系 .....	19
2. 新聞媒體 .....	22
3. 放送媒體 .....	23

第Ⅲ章 觀光產業發展과 매스미디어와의 理論的 接近 .....	27
第1節 地域社會 發展과 觀光產業과의 關聯性 .....	27
1. 地域社會의 概念 .....	27
2. 地域發展의 意義 .....	29
3. 地域發展과 觀光產業과의 關聯性 .....	30
第2節 매스미디어의 機能과 地域發展의 關係 .....	34
1. 매스미디어의 機能 .....	34
2. 매스미디어와 地域發展의 關係 .....	36
第3節 觀光產業發展과 地域 매스미디어의 役割 .....	38
第Ⅳ章 매스미디어가 觀光產業發展에 미치는 役割에 關한 實證研究 .....	42
第1節 假說의 設定 .....	42
1. 假說의 設定 .....	42
2. 操作的 定義 .....	43
第2節 研究方法 .....	44
1. 研究設計 .....	44
2. 資料收集 方法 .....	44
3. 人口統計學的 屬性 .....	46
4. 미디어關聯 問題 .....	47
5. 觀光關聯 問題 .....	48
第3節 假說의 檢證과 結果의 要約 .....	49
1. 假說의 檢證 .....	49
2. 分析結果 要約 및 示唆點 .....	60
第Ⅴ章 結 論 .....	62
參考文獻 .....	65
設問紙 .....	69
ABSTRACT .....	75

## 그림目次

<그림 II-1> 觀光의 概念體系 .....	9
<그림 II-2> 觀光의 構造 및 觀光市場 形成圖 .....	11
<그림 II-3> 커뮤니케이션 모델 .....	21

## 表目次

<표 II-1> 宿泊業所 現況 .....	16
<표 II-2> 旅行業 現況 .....	17
<표 II-3> 觀光客 利用施設業 現況 .....	18
<표 II-4> 運輸業體 現況 .....	19
<표 II-5> 濟州地域 發行 日刊紙 .....	23
<표 II-6> 新聞社別 從事者 現況 .....	23
<표 II-7> 放送社別 從事者 現況 .....	24
<표 II-8> TV主體別 編成現況 比較 .....	25
<표 II-9> TV로컬 部門別 編成現況 比較 .....	26
<표 III-1> 濟州地域 經濟 및 住民所得 展望 .....	32
<표 III-2> 年度別 産業就業構造 .....	33
<표 IV-1> 設問의 構成 .....	45
<표 IV-2> 人口統計學的 分布 .....	46
<표 IV-3> 미디어 접촉동기(신문) .....	47
<표 IV-4> 미디어 접촉동기(TV) .....	47

<표 IV-5> 觀光産業發展展望 및 參與度, 觀光情報 滿足度 .....	48
<표 IV-6> 監視機能에 의한 住民의 意見 .....	51
<표 IV-7> 감시기능에 대한 Kolmogorov-Smirnov test .....	52
<표 IV-8> 감시기능에 대한 Chi-Square test .....	52
<표 IV-9> 寄與度에 대한 住民의 意見 .....	53
<표 IV-10> 기여도에 대한 Kolmogorov-Smirnov test.....	53
<표 IV-11> 기여도에 대한 Chi-Square test .....	53
<표 IV-12> 住民意識提高에 대한 住民의 意見 .....	54
<표 IV-13> 주민의식제고에 대한 Kolmogorov-Smirnov test .....	55
<표 IV-14> 주민의식제고에 대한 Chi-Square test .....	55
<표 IV-15> 輿論收斂에 대한 住民의 意見 .....	56
<표 IV-16> 여론수렴에 대한 Kolmogorov-Smirnov test.....	56
<표 IV-17> 여론수렴에 대한 Chi-Square test .....	56
<표 IV-18> 性別分析 .....	57
<표 IV-19> 年齡別 分析 .....	58
<표 IV-20> 職業別 分析 .....	59
<표 IV-21> 學歷別 分析 .....	60

# 第 I 章 序 論

## 第 1 節 研究의 目的

### 1. 問題의 提起

우리 나라를 포함한 선진 諸國에서의 觀光은 오늘 날 각 나라 국민생활의 일부로서 또는 일반 大衆生活의 需要 불가결한 한 부분으로서 큰 몫을 담당하고 있다. 이는 곧 國民所得과 餘暇의 增大, 教育水準의 向上 및 交通手段의 飛躍의 發達로 인하여 國際觀光은 괄목할만한 成長을 하였고, 各國의 국민관광도 대중의 생활 가운데 정착되어 가고 있으며 그 需要도 매년 增大해 가고 있다.

오늘 날 세계관광객 수는 4억5천만명, 世界觀光外貨消費額은 약 2조6천만달러로 推計되고 있어<sup>1)</sup> 관광산업은 이미 세계 最大 산업이 되고 있고<sup>2)</sup> 이른바 대량관광(Mass Tourism)의 시대로 전개되고 있다. 오늘날 관광산업이 세계 최대 산업이라고 할 수 있는 의미는 관광산업이 商品交易보다 더 빠른 成長率을 기록했다는 측면에서도 그렇지만, 國家利益의 측면에서도 큰 의미를 찾아 볼 수 있다. 따라서 各國에서는 外貨獲得 및 국가 이미지부각의 중요한 戰略産業으로 관광산업을 保護, 育成하기에 이르렀다.

濟州道에서 觀光産業이 구체적으로 싹트게 된 背景은 1957년 남제주군에서의 南濟州郡 觀光施設推進委員會의 設立, 1958년 KNA의 서울-제주의 定期航空路線의 開設, 1959년 任意團體인 제주도관광사업협회의 창립 그리고 1959년 말 제주도관광개발 3개년 계획의 成案 등을 들 수 있다. 그 후 제주도의 관광개발은 1962년 擴張整備에 들어가서 1966년 포장을 마친 제주-서귀포의 한라산 제1횡단도로의 開通, 1963년의 제주-부산, 제주-목포의 여객선 개항과 정기운항, 1961년말의 대한항공의 취항 등 교통수단의 확충을 비롯하여 道路, 用水, 通信 등 지역개발의 기반구조가 갖추어지면서 급격하게 추진되었다. 또한 제주도를 관광지로 개발한다는 方針아래 1962년 서울과 부산에서의 제주도

1) 韓國經濟新聞, 1992년 12월 11일자.

2) 최태광, 「관광마케팅론」, 백산출판사, 1988, p.11.

관광사진 전시회, 公企業인 대한여행사 제주지사 설치 등이 이루어졌다. 또한 1962년 3월에는 사단법인 제주도관광협회가 설립되었다.<sup>3)</sup>

政府도 1961년 8월 22일 관광사업진흥법을 法律 제689호로 制定·公布하였고, 1964년 12월 제주도는 직제개편을 통해 관광운수과를 신설하면서 본격적으로 관광행정을 펴기 시작하였다. 그 후 제주도는 관광종합개발계획(1973-1982)을 樹立하게 되었고, 1975년 2월에 정부는 관광산업을 국가주요전략사업의 하나로 발전시킨다는 기본정책방향을 정하여 관광산업에 대한 金融·行政面에서의 적극적인 지원책을 펴왔으며, 제주도의 관광호텔도 1963년 10월 30室 規模의 제주관광호텔이 開館되었고, 1974년 2월 310실의 제주도 KAL관광호텔을 위시하여 제주관광종합개발계획의 일환으로 많은 관광호텔과 여관들이 開館하여 영업하고 있다.<sup>4)</sup> 또한 제주도에 관광객이 언제부터 찾아왔는지 文獻上 기록은 없지만 概略的으로 보면, 1960년에 1만명도 안되던 관광객이 6년 후인 1966년에는 10만여명, 1977년에는 50만여명이었으나 1983년에는 마침내 100만명을 넘었으며 1989년에는 260만여명 그리고 1991년에는 320만명으로 계속 急增하여 왔다.

이러한 背景下에서 지난 20여년 간 제주도는 中央政府主導아래 관광을 先導産業으로 하는 地域開發이 수행되어 온 것이 사실이다. 지금까지의 관광개발은 경제효과에 치중하여 추진된 나머지 사회, 문화적 측면을 소홀히 함으로써 주민복지와의 連繫부족, 환경의 훼손과 오염, 주민참여의 制約 등 여러 가지 심각한 문제가 야기되고 있다.<sup>5)</sup> 존 네이스빗(John Naisbitt)은 미국사회가 현재 경험하고 있는 10대 경향의 하나로서 중앙화(centralization)로의 경향을 설득력있게 제시하고 있다.<sup>6)</sup> 그는 이러한 경향에 언급하면서 ‘사회적 경향은 밑에서부터 위로, 유행은 위에서부터 아래로’(Trends are bottom-up, fads top-down)라는 흥미로운 표현을 사용하고 있다.

3) 高永琪, “濟州道 觀光開發의 어제와 오늘”, 제주도지 제80호, 1986, p. 94.

4) 金敬昊, “濟州圈 旅行業의 市場細分化에 관한 考察”, 濟州大學校 論文輯 제33집, 1991, p. 254.

5) 부만근, “제주지역개발의 현재와 미래”, 「사회발전연구」 제3집, 제주대학교, 사회발전연구소, 1987, p. 442.

6) John Naisbitt, *Megatrends: Ten New Directions Transforming Our Lives*, New York: Warner Communications Co., pp. 103-141.

서정우, “지방자치시대의 지방방송의 기능과 과제”, 방송위원회 (제7회 방송세미나 종합보고서) 1986, pp.11-12 재인용.



이러한 관점에서 지방언론의 役割의 중요성을 인식하지 않을 수 없다. 觀光産業發展이 지역사회발전의 수단으로서 큰 비중을 차지한다면 지방화 시대에 맞는 지역발전은 그 지방을 잘 알고, 또 스스로가 적극적으로 참여하는 관광지 주민들에 의해서 추진되어야 하며 지방주민과 밀착된 지방언론이 그러한 일을 가장 효율적으로 담당할 수 있을 것이다. 지방언론은 지역사회가 발전하는데 필요한 發展情報를 提供함으로써 지역사회의 발전에 기여하는 기능을 수행하게 되는데 윌버 슈람(Wilber Schramm)에 의하면 효율적인 매스커뮤니케이션은 한 국가의 경제적, 사회적 발전에 크게 공헌하며 나아가 자유롭고 적절한 정보는 그 자체가 사회발전의 목적이 될 뿐만 아니라 사회발전의 효과적인 手段이 된다.<sup>7)</sup>

言論媒體는 언론활동 그 자체로서의 중요성 뿐만 아니라 다른 여타 분야들을 자극하고 促進시키는 구실을 하기 때문에 진정한 지역발전을 위해서는 우선 지방언론매체의 活性化가 前提되어야 한다. 현대사회는 그 구조의 복잡화와 기능의 다양화, 조직의 거대화 등으로 인해 그 어느 때보다도 더욱 신속하고 원활한 정보의 流通을 필요로 한다. 커뮤니케이션은 지역발전과 관련된 여러부문의 발전을 촉진시키는 가장 강력하고 필수적인 媒體 또는 手段이다. 즉 매스미디어는 우리가 느끼지 못하는 가운데 모든 분야에 커다란 영향을 미치고 있고, 社會構造가 복잡해짐에 따라 다양하고 차별화된 情報에 대한 욕구가 증가하고 있기 때문에 지역 매스미디어의 役割이 그 어느 때보다 중요시 되고 있다.

일반적으로 매스미디어의 機能과 役割은 시대적 상황이나 사회적 환경 등이 안고 있는 여러 조건에 따라서 달라진다. 그러나 지역사회발전에 先導的인 역할을 담당해야 할 지역 언론매체가 채구실을 다하지 못한다면 固有한 지역의 전통과 문화를 暢達할 수 없을 뿐만 아니라 存在意義까지도 찾을 수 없을 것이다.

매스미디어는 지역주민의 發展意慾을 고취시킬 수 있을 뿐만 아니라 발전과정에서 환경감시 및 여론수렴기능을 충실히 수행함으로써 存在意義를 갖는 것이다. 그러나 제주지역 관광산업이 발전해 오는 과정에서 신문, 텔레비전과 같은 지역 言論媒體가 지역 주민

7) Wilber Schramm, *Mass Media and National Communication*, UNESCO, 1964, pp. 3-20.

들을 위한 중요한 발전정보의 제공을 다했는지, 또한 관광산업의 발전과정에서 그 역할을 원활히 수행했는지에 대한 論議는 이 時點에서 연구해야 할 課題라 생각된다.

## 2. 研究의 目的

한라산국립공원을 비롯하여 곳곳에서 목격되는 牧歌的인 草原과 구룡의 展開, 신비를 자아내는 동굴과 폭포의 立地, 절묘한 모습의 海岸景觀의 出現 등 천혜의 自然資源과 자연조건이 고루 잘 갖추어져 있는 제주도는 국내외적으로 지명도가 높은 관광지로 인식되고 있으며 未來의 관광명소로 각광받고 있는 곳이기도 하다. 지역개발의 手段으로는 1차산업, 2차산업 및 3차산업 등의 戰略産業育成이 考慮될 수 있으나 濟州의 地域特性과 潛在性을 감안해 볼 때 관광산업을 지역발전 수단으로 선정할 수 밖에 없을 것이다.

지역개발의 궁극적인 목적이 지역주민의 福祉向上에 있다면, 이러한 개발사업이 지역주민들에게 어떠한 영향을 미치는가 하는 점에도 관심을 가져야 한다. 지역간 갈등, 소득의 격차, 환경파괴 및 오염 등 발전과정에서 나타날 수 있는 제 문제점을 그 지역주민들은 어떻게 받아들이는지에 대한 체계적인 檢討가 선행되어야 한다.

지금까지 제주지역 관광산업발전과 관련된 論文은 量的으로 많은 부분을 차지하고 있는데, 관광개발의 문제점, 지역소득의 증대방안, 외래관광객 유치를 위한 관광 마케팅 戰略 등이 主流를 이루고 있으나 그 과정에서 지방언론은 어떠한 역할을 수행하였는지에 대한 연구논문은 全無한 실정이다.

따라서 제주지역 관광산업이 발전해 오는 과정에서 特性化된 記事의 메시지를 전달받는 受信者 즉 발전과정의 중요한 변인인 地域住民들은 지방언론매체에 대하여 어떠한 역할을 기대하며 아울러 지역발전의 파수꾼으로서의 매스미디어는 지역사회발전에 어떠한 영향력을 행사하고 있는지에 대한 연구는 지방언론의 지위 發見과 濟州地域 觀光産業發展에 一翼을 담당할 것으로 思料된다.

## 第2節 研究方法과 範圍

### 1. 研究方法

본 논문의 연구의 焦點은 일정한 지역을 대상으로 하는 지방신문과 방송이 그 지역의 현안문제에 얼마나 관심을 가지며 어느 정도 적극적으로 관광산업발전에 기여하는가를 분석함으로써 그 문제점과 개선방향을 찾는 데 있다. 따라서 본 연구에서는 先行연구 및 문헌을 중심으로 이론적 고찰을 하고, 實證的 연구에서는 이론체계에서 提起된 假說을 설문조사에 의한 統計分析을 통해 연구결과를 檢證하고자 한다.

### 2. 研究範圍

관광산업발전과 매스미디어와의 관계를 實證的 研究를 통하여 考察하는 본 연구를 수행함에 있어 연구대상지역을 제주도내로 限定하고 설문조사의 標本抽出을 제주도내 거주자로 한정하였다. 그리고 지역 매스미디어는 제주지역에 所在하고 있는 新聞, 放送으로 하였고 관광산업 및 매스미디어 현황은 1992년 10월말 現在로 確定하여 諸般 引用資料의 내용을 이에 맞도록 補完하였다. 그러나 설문의 내용에서 중앙신문과 지방신문의 內容區分 및 중앙방송과 지방방송의 구분을 명확하게 하지 못한 연구범위의 制約性이 있음을 밝혀두는 바이다.

### 3. 論文의 構成

본 논문은 다음과 같은 순서로 전개되었다. 제1장의 序論에서는 問題의 提起와 研究의 目的을 敘述하였으며, 제2장에서는 연구범위내의 觀光産業 現況과 言論媒體의 現況을 살펴보고, 제3장에서는 관광산업발전과 매스미디어와의 관계를 도출하기 위하여 지역발전과 관광산업의 개념 및 매스미디어와의 相互關係를 理論的으로 考察하였다. 그리고 제4장에서는 이론적 연구에서 얻은 결과를 근거로 研究假說을 설정한 후 표본조사에 의하여 檢證하고, 제5장에서는 연구의 결과를 요약함으로써 종합적인 提案을 하는 견지에서 結論을 맺었다.

## 第 II 章 濟州地域의 觀光産業現況 및 言論媒體現況

### 第 1 節 觀光産業의 概念體系

#### 1. 觀光의 定義

오늘 날 우리가 사용하고 있는 觀光이란 말의 어원은 중국의 五經 가운데 하나인 '周易'의 「觀國之光, 利用賓于王」 즉 '나라의 光華를 보는 것은, 王의 손님이 되기에 족하다' 라는 귀절 중 「觀國之光」에서 淵源된 것으로, 다른 나라의 실정을 視察하여 見聞을 넓힌다는 의미를 가지고 있다.<sup>8)</sup> 이와 같이 語源의으로는 教養을 높이는 것을 뜻하는 觀光이라는 用語가 東洋에서 사용된 것은 近代에 들어와서 시작했다고 전해지고 있다. 그런데 현재 우리가 사용하고 있는 觀光이라는 말은 英語의 투어리즘(Tourism)의 번역어로, 이 말이 영어에서 처음 사용된 것은 1811년 The Sporting Magazine 이라는 잡지였다.<sup>9)</sup> Tourism은 Tour의 派生語이고 初期에는 巡廻旅行을 뜻했다고 한다.

이상에서 보는 바와 같이 용어상으로 볼 때 東洋語에서는 '光華를 보다'라는 행동의 목적을 나타내고 있는데 반하여, 영어에서는 '旅行'이라는 행동의 형태를 표현하고 있음을 알 수 있다.

관광에 대한 정의는 아직까지 다양하게 내려지고 있다. 따라서 관광에 대한 언급은 정확하게 하는 것이 중요하다.<sup>10)</sup> 문제는 관광(travel), 위락(recreation), 여가(leisure), 스포츠(sports)같은 용어들의 상호간의 무분별한 混用이라 생각된다. 그래서 이러한 隣接用語에 대한 區劃에서부터 출발이 필요하다.<sup>11)</sup> Oxford Dictionary에 의하면 'Leisure란 인간이 자유롭게 될 수 있는 時間을 갖고 있는 狀態이고, 또 인간이 자유로이 이용할 수 있는 시간, 그리고 자유로운 시간 혹은 他人에 의하여 점유될 수 없는 시간이다'라고 정의하고 있다. 우리나라의 경우는 Leisure를 餘暇로 번역하고 있으며

8) 岡庭 博, 「觀光論概要」, 法律文化社, 1969, p. 1.

9) New English Dictionary, 김진섭, 「관광학개론」, 남영문화사, 1980, p. 12.

10) R.Christie Mill, *Tourism: The International Business*, Prentice-Hall, New Jersey, 1990, p. 17.

11) 吳南三, "관광지 주민의 관광행태에 관한 연구", 박사학위논문, 서울대학교, 1990, p. 17.

그 뜻은 '일을 하다가 쉬는 시간', '틈', '겨울' 등으로 정의하고 있다. 그러나 관광학에 있어서 레저라고 하는 것은 보통 '時間'이라고 하는 概念과 '活動'이라고 하는 개념을 內包하고 있는 것으로 보고 있다.

時間概念으로서의 여가는 勞動時間과 生理的 必需時間을 제외한 나머지 시간으로 인간의 생활시간을 1일 24시간의 단위로 본다면 크게 ①생리적 필수시간, ②노동시간, ③자유시간의 3부분으로 대별할 수 있다. 여기에서 생리적 필수시간이란 인간이 생물체로서 생명을 維持하는데 필요한 睡眠, 식사 그리고 身邊의 일을 위한 시간 즉 생리적인 생존을 위해 필요한 시간이다. 활동개념으로서의 여가는 자유시간에 행할 수 있는 자유스러운 활동의 형태로서 自由를 강조하는 정의로 각자가 任意로 행하는 활동의 總體이다.

이상과 같이 Leisure란 인간의 생활시간속에서 생리적 필수시간과 노동시간, 즉 拘束시간을 제외한 나머지 시간 즉 자유시간에 휴식을 위해, 기분전환, 자기표현, 자발적인 사회참가, 혹은 문화창조 등을 자유스러운 선택에 의해 행하는 활동의 총체라고 정의할 수 있다.<sup>12)</sup>

위락(Recreation)은 개인의 여가시간동안 행하여지는 것으로 임의대로 가질 수 있는 시간을 말하는 것으로<sup>13)</sup> 관광까지도 포함한 개념이라 말할 수 있다. 로제 카이요와 (Roger Caillois)는<sup>14)</sup> '놀이와 인간'이라는 논문에서, ①자유로운 시간에서 자발적으로 행한다, ②즐거움을 찾아 행동한다, ③생산성을 목적으로 하지 않는다고 말하고 있다. 이를 바탕으로 해서 여가를 「관광」, 「레크리에이션」, 「스포츠」로 세분할 수 있는데, 본래의 기능적 측면으로부터 여가활동을 정신적·육체적, 발전적·회복적이라는 두 개의 軸으로 구분하여 이를 관광, 레크리에이션, 스포츠 등과 비교 분석하면 관광은 정신적 발전, 레크리에이션은 육체적·정신적 발전, 스포츠는 육체적 발전에 중점을 둔 활동이라 생각할 수 있을 것이다.

12) 金敬昊, '觀光經營論' 강의노트, 1990년 2학기.

13) R. Cristie Mill, op. cit., Prentice-Hall, New Jersey, 1990, p. 17.

14) Roger caillois, "놀이와 인간" (Le Jeux et les Hommes, 1958), 김태영, 「現代觀光學概論」, p. 47에서 再引用.

이상에서 본 바와 같이 관광은 여가 가운데서 여행을 수반한 활동으로서, 일상생활과는 다른 생활환경에서 행하여지는 여가활동인 점에 최대의 특징이 있다.

여기에서 관광에 대한 몇몇 學者의 정의를 살펴보기로 한다.

鈴木忠義는 관광의 정의를 사람이 일상생활권으로부터 떠나 다시 돌아올 예정으로 이동하여 타국이나 타지역의 문물, 제도 등을 시찰하고 풍경 등을 感想, 유람할 목적으로 여행하는 것<sup>15)</sup>이라고 말하고 있다.

볼만(A. Bormann)은 「관광이란 기본전환, 위락, 직무 등의 목적을 위하여 정주지를 한 때 떠나는 여행의 총체적인 개념」이라고 했으며,<sup>16)</sup> 그릭스만(R. Glücksmann)은 「관광이란 체제지에 일시적으로 머무르고 있는 사람과, 그 지역에 살고 있는 사람들과의 여러 가지 관계의 총체」라고 하였다.

이 밖에도 井上萬壽藏은 「사람이 다시 돌아올 예정으로 일상 생활권을 떠나 레크리에이션을 얻기 위하여 이동하는 것」<sup>17)</sup>이라고 정의하고 있다.

이와 같이 관광의 개념은 학자에 따라 다르게 정의하고 있으나, 이를 종합해 보면 다음과 같은 공통점을 찾아낼 수 있다. 즉 ①여가활동이라는 사실, ②일상생활권밖이라는 사실, ③임의적이며 생활상의 구속요소는 없다, ④정신적 만족감을 찾는다. ⑤다른 지방의 풍물, 풍속, 자연 등을 감상한다는 것으로 요약할 수 있을 것이다. 따라서 지금까지의 논의를 정리하여 보면, 관광은 일상생활권 밖에서의 여가활동<sup>18)</sup>이라고 규정지을 수 있다.

그런데 여가활동으로서의 여행은 자발적 행동으로 업무여행, 출장, 상용여행, 휴식이나 신체적인 위락활동, 문화유적지 등을 둘러보기 위한 여행 또는 친구나 친지 방문, 상용여행 등은 물론, 여행동기측면에서 보면, 연구를 위한 단기간의 해외연수, 올림픽 대회 참가를 위한 운동선수들의 여행, 건강증진을 위한 여행 그리고 종교활동을 위한 여행 등도 관광의 範疇에 포함하고 있으며,<sup>19)</sup> 廣義의 觀光概念은 <그림 II-1>과 같다.

15) 鈴木忠義, 현대관광론, 동경, 有朋閣雙書, 1974, p. 4.

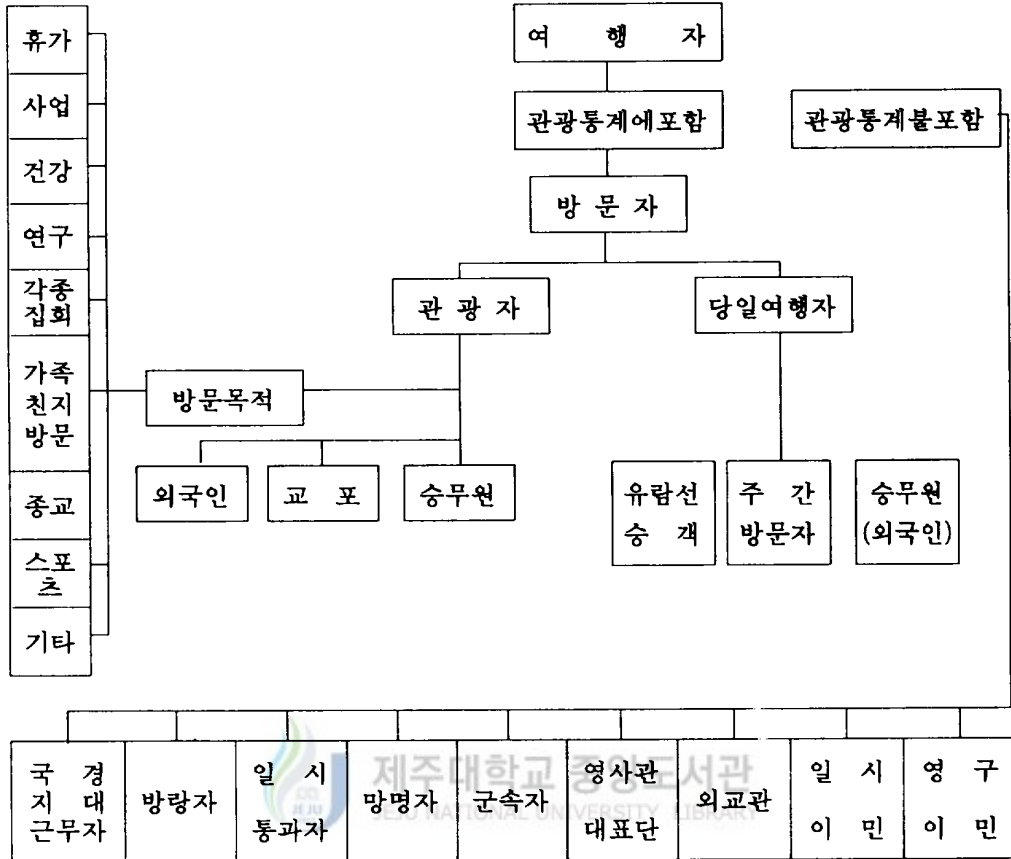
16) A. Bormann, 독일인 학자, 관광학개론을 발표함, 김태영, 전개서, 재인용.

17) 井上萬壽藏, 김태영, 상계서, 재인용.

18) 金敬昊, 관광경영론 강의노트(1990년 2학기).

19) J. C. Holloway, *The Business of Tourism*, Macdonald and Evans LTD, 1985, pp.46-53.

〈그림 II-1〉 관광의 개념체계



資料 : WTO, Methodological Supplement to World Trade Statistics, 1978.

*The Business of Tourism*, Macdonald and Evans, 1985, p. 4.

## 2. 觀光産業의 概念 및 類型

### 가. 觀光産業의 概念

관광여행은 현대인의 餘暇活動 중 最上의 것으로 국민소득증가, 週 5일 근무제 확산추세로 관광여행은 계속적으로 증가하고 있다. 이러한 증가에 따른 支出經費도 國民經濟上 무시할 수 없는 존재가 되었으며 거대한 마켓(market)을 형성하고 있는데 이 마켓

담당의 산업분야를 모두 觀光産業이라 부르고 있다.<sup>20)</sup> 그러나 관광산업이 서기 2000년까지는 가장 거대한 산업이 될 것이며 향후 20년동안 연간 4.5% 내지 5.5%의 성장을 보일 것으로 세계관광기구(WTO)는 推算하고 있다.

또한 국제적으로 가장 급속한 成長産業으로 부각되고 있을 뿐 아니라 국가경제정책 차원의 주요관심산업으로 대두되고 있는 점을 감안한다면 그 개념정립은 매우 중요하다.

특히 제주지역의 경우 관광산업은 地域内에서 가장 급속하게 성장하는 산업의 하나로 서<sup>21)</sup> 지역개발 차원에서 중요한 관심영역이 되고 있으므로 관광산업에 대한 개념정립의 필요성은 매우 높다고 하겠다. 따라서 관광산업이라는 개념을 분명히 하는 것은 본 연구에서 매우 중요한 의미를 갖는다.

觀光産業이란 관광시장을 대상으로 관광상품의 下位商品을 제공하거나 제공하려는 활동을 총칭하여 다종다양한 업종이 하나의 산업으로 종합된 포괄적인 용어이다. 관광산업은 그 효과면에 있어서도 국제관광왕래를 통한 국위선양 및 국제친선에 기여하고 觀光外貨獲得을 통한 國際收支改善, 經濟成長, 輸出增大에도 기여하는 등 국민경제 및 지역경제개발에 貢獻하는 바가 매우 크다.

觀光産業은 흔히 觀光事業과 동의어로 사용하고 있다. 그런데 일반적으로 관광사업은 관광의 효용과 사업이 가져다 줄 사회적, 문화적, 경제적 효과를 合目的的으로 촉진하기 위한 인간활동으로서 관광현상에 대처하는 모든 활동을 의미하고 있다.<sup>22)</sup> 즉 관광사업은 민간기업에 의한 경영사업과 公的機關에 의한 公共 또는 협동사업의 통합 내지 결합에 의해서 성립된다. 반면에 관광산업은 관광객의 욕구를 충족시켜주는 기능을 가진 경제의 일부로서 관광경제에 대처하는 기본활동이라고 할 수 있다. 즉 관광산업은 관광사업의 중추적 역할을 하는 諸營業의 총체, 또는 관광객에게 다양한 관광행동에 대응하여 財貨와 서비스를 제공하는 營業의 總體<sup>23)</sup>라고 정의할 수 있다.

20) 정의선, "한국 관광산업의 구조와 문제점 분석", 「호텔관광경영연구」 제7집, 세종대학교 한국관광산업 연구소, 1992, p.199.

21) 金泰保, "濟州經濟의 構造的特性과 成長展望", 박사학위논문, 중앙대학교 대학원, 1989, 12, p. 90.

22) 鈴木忠義, 「現代 觀光論」, 有斐閣雙書, 1974, p. 92.

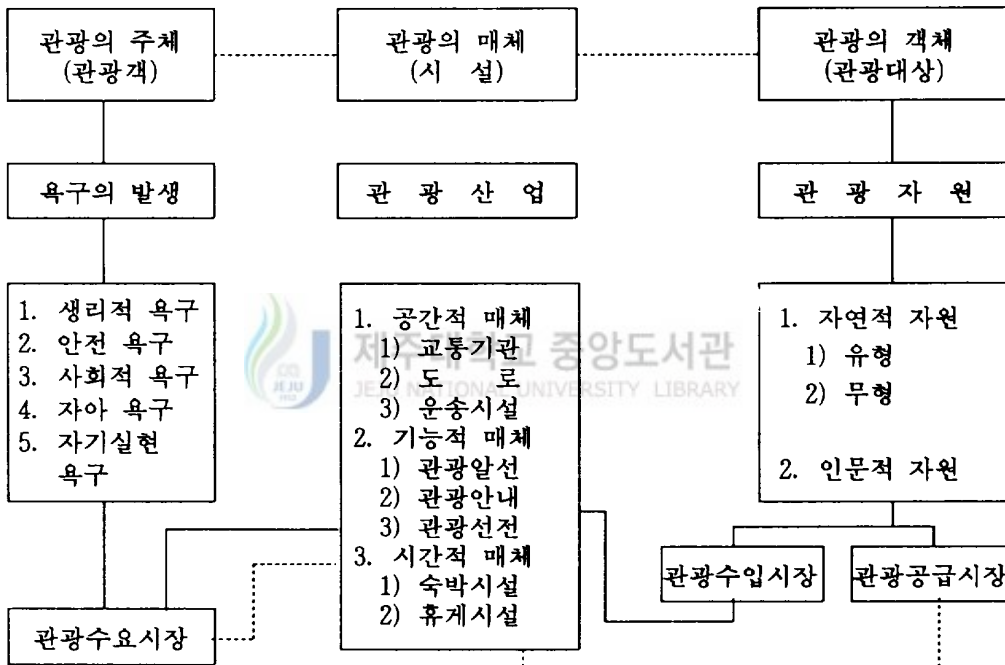
23) 김태보·허향진, "제주도 지역관광소득분석연구", 「사회발전연구」, 제주대학교 사회발전연구소, 1987, p. 358.



이와 같은 관광산업은 <그림 II-2>에서 보는 바와 같이 관광의 구조가운데서 관광의 주체인 관광객과 관광의 객체인 관광자원을 연결시켜주는 관광의 媒體로서의 役割을 한다.<sup>24)</sup> 관광매체에는 空間的 매체로서의 교통업, 時間的 매체로서의 숙박 휴게시설, 機能的 매체로서의 여행업 등이 있다.

한편 관광산업은 他産業에 비해 人的·物的 서어비스성, 다양한 분야를 망라한 종합성, 여건변화에 민감한 반응을 보이는 변화성, 생산의 비연속성등의 특성을 갖고 있으며 지역주민의 소득증대 및 고용증대 등의 경제적 효용이나 사회문화적 효용에서 뿐만 아니라 전 산업적 측면에서의 그 비중이나 역할은 최근에 더욱 강조되고 있다.<sup>25)</sup>

<그림 II-2> 관광의 구조 및 관광시장 形成圖



資料：全東煥, "觀光마케팅의 理論的 接近", 「社會科學研究」, 강원대학교 社會科學研究所, Vol. 16, 1982, p. 230.

24) 全東煥, "觀光마케팅의 理論的 接近", 「社會科學研究」, 강원대학교 社會科學研究所 Vol. 16, 1982, p. 230.

25) 김태보·허항진, 전개논문, p. 358.

#### 나. 觀光産業의 分類

前述한 바와 같이 觀光産業은 새로이 출현하는 業종으로 獨立된 産業으로 자리를 굳혀 가고 있으나 그 종류가 多種多樣하여 現행 한국표준산업분류상 하나의 獨立된 事業이 되지 못하고 있다.<sup>26)</sup>

이러한 觀光産業은 分類에 있어서 明確한 기준은 없으나 여러 학자들에 의하여 다소 相異한 체계로 分類되고 있다.

##### 1) 末武直義의 分類<sup>27)</sup>

末武直義는 觀光기능을 기준으로 한 分類와 觀光관련産業을 포함하여 廣義로 재화의 공급에 의한 구분을 하고 있다

##### 가) 觀光기능에 의한 分類

(1) 이동기능 : 운수업

(2) 접대기능 : 여행업, 숙박업, 음식점, 토산품업, 유흥업 등

##### 나) 觀光관련産業을 포함한 廣義의 分類

(1) 觀光서비스를 제공하는 産業

시설관광서비스産業으로 교통업, 숙박업, 각종 觀光레크리에이션 시설업과 정보관광 서비스産業으로 여행업이 있다.

(2) 觀光관련 유형재를 제공하는 産業

내구소비재 提供産業으로 유통업인 음식점·토산품판매업, 내구소비재 提供産業으로 여행용품업·레저용품업으로 나누고 있다.

##### 2) J. Christopher Holloway의 分類<sup>28)</sup>

Holloway는 觀光産業을 서비스의 공급과 생산의 기능에 따라 다음과 같이 구분하고 있다.

가) 서비스 공급부문 : 여행업, 여행출판업, 여행보험 및 금융서비스 등

나) 생산부문 : 교통업, 숙박업, 음식점, 오락휴양업 등

26) 김태보·허향진 전제논문, p. 92.

27) 末武直義, 「觀光事業論」, 法律文化社, 1984, pp. 95-96.

28) J. Christopher Holloway, op. cit., p. 78.

### 3) Harssel의 분류<sup>29)</sup>

Harssel은 관광산업을 크게 숙박업, 교통업, 관광알선업의 3부문으로 분류하고, 이러한 관광산업은 가장 바람직한 관광경험의 획득을 위한 시간적, 공간적, 정보적 욕구를 각각 충족시킬 수 있는 성격을 가져야 한다고 하였다.

### 4) 觀光振興法上의 分類<sup>30)</sup>

우리나라의 관광진흥법에서는 관광사업의 종류를 크게 세가지 범주로 구분하여 그 업종을 세분화하고 있다.

가) 관광숙박업 : 관광호텔업, 청소년 호텔업, 해상관광호텔업, 휴양콘도미니엄업, 가족호텔업.

나) 여행업 : 국내여행업, 국제여행업, 여행대리점업.

다) 관광객이용시설업 : 골프장업, 종합휴양업, 음식점업, 관광기념품업, 관광사진업 등.

관광산업에 대한 이상의 분류체계에서도 알 수 있는 바와 같이 관광산업의 종류가 多種多樣하나, 본 연구에서는 통상 관광산업으로 분류되는 관광숙박업, 여행업, 관광객 이용시설업 등 이외에 교통시설업을 관광산업의 범주에 포함시켰다.

## 第 2 節 觀光資源 現況

觀光産業에서 필요한 것은 관광대상으로서의 관광자원이다. 觀光資源이란 일반적으로 관광산업측면에서는 경제적 가치를 갖고 있으며, 관광객 측으로 보서는 위락적이고 문화적인 가치, 나아가서는 교육적 가치까지도 지닐 수 있는 관광대상물이라고 할 수 있을 것이다.<sup>31)</sup> 즉 관광대상물로서의 요소를 구비하고 관광재로서의 가치를 갖기 때문에 관광사업에 활용가능한 자연물과 인문상의 것을 가리키고 있는데,<sup>32)</sup> 관광자원의 총체를 체계

29) 김태보, 전제논문, p. 91에서 재인용.

30) 觀光振興法 第3條 (1986. 12. 31 법률 제3910호) 참조.

31) 鈴木忠義, 「현대관광론」, 백산출판사, 1987, p. 73.

32) 오정환, 「관광학개론」, 도서출판 技文社, 1986, pp. 46-54.

적으로 구분한다는 것은 너무 광범위하고 학자에 따라 주관적으로 분류하고 있어서 난해한 입장에 있으나 제주도의 관광자원도 2大요소로 구분하여 놓고 있음을 발견할 수 있다.<sup>33)</sup>

제주도는 관광자원의 寶庫이다. 위치적으로 볼 때 제주도는 우리나라의 최남단 도서로서 본토와는 상당히 다른 기후 및 지리적 조건과 자연경관을 가지고 있다. 제주도는 본토와는 96마일 남쪽에 위치하고 있어서 기후상으로 볼 때 溫帶南部와 亞熱帶北限에 위치하며 이에 따라 본토와는 다른 동식물 분포를 보이고 있다. 또한 제주도 지형은 화산활동에 의해 한라산이 생성된 까닭에 본토와는 다른 독특한 경관을 갖고 있다. 제주 지역 관광자원을 자연자원과 인문자원으로 나누어 고찰해 보면 다음과 같다.<sup>34)</sup>

## 1. 自然資源

제주도는 화산활동으로 인한 지형상의 특수성과 함께 남부해안의 瓊海的인 위치관계에서 오는 온화한 기후조건으로 말미암아 국제 어느 곳에서도 찾아보기 힘든 자연적 驚異가 그 도처에 산재해 있다. 이러한 자연자원은 나뉠대로의 경관가치를 가지고 있으나, 관광자원의 범주에 속할만큼 개발가치가 있는 대상은 110개소에 이르고 있다. 이를 資源類型別로 분류해 보면 해안경관지 20개소, 산악 15개소, 섬 12개소, 해수욕장 10개소, 계곡 11개소, 동굴 10개소, 폭포 9개소, 동굴 10개소, 폭포 9개소, 高原 7개소, 植生군락 6개소, 분화구 5개소, 호수 및 하천 4개소 등으로 매우 多種多樣하다고 할 수 있다.

이와 같은 관광대상 가운데 현재 적극 활용되고 있는 자원은 약 30개소 정도이며 그 이외의 것은 이용실적이 극히 미미한 실정이다.

## 2. 人文資源

제주도에는 도처에 수려한 자연자원이 散在하고 있는데 반해 관광욕구를 충족시켜줄

33) 李 根, 「관광자원론」, 한일문화사, 1984, p. 47.

34) 이 부분은 張聖洙, 「圈域別 觀光資源實態의 比較 考察」, 제주대학교 논문집 제20집, 1985, pp. 133-142의 내용을 발췌하였음.

만한 문화적 대상이 극히 빈약한 상황이며<sup>35)</sup> 그나마 대부분은 자연경관 및 식물로서 史蹟 문화재는 매우 빈곤하다. 그리고 육지부와는 달리 史蹟문화재중에서도 寺刹문화재가 비교적 적은 반면 성지 등 防護施設이 많은 몫을 차지하고 있다. 1991년말 현재 國家指定文化財로는 천연기념물 17점, 중요민속자료 7점 등 29점이 있으며, 지방문화재는 기념물이 36점으로 가장 많고 有形文化財 9점, 無形文化財와 민속자료가 각각 4점이 있다. 이러한 문화재들은 북제주군 지역에 24점으로 가장 많은 부분을 차지하고 있음을 알 수 있다.

한편 제주도내에는 제주대학교부설 민속박물관, 제민속박물관, 제주도민속자연사박물관 등의 박물관과 성읍민속마을, 보성민속마을, 표선제주민속촌, 월령민속마을 등 4개소, 그리고 민속행사로는 10월의 한라문화제를 비롯하여 삼성혈제(12월), 삼성사제(봄, 가을), 칠죽제와 유채꽃 큰 잔치 등 복합적 문화자원이 여럿 소재하고 있다. 그러나 이 중에서 주요 관광자원이 되고 있는 人文觀光資源<sup>36)</sup>으로는 중문관광단지내에 있는 아열대 식물원인 여미지와 중문해양수족관, 안덕조각공원과 신천지 미술관, 한림공원, 표선민속촌, 제주도 민속자연사박물관과 목석원을 제외하고는 거의 활용되지 않고 있다.

또한 위락적 관광자원의 필요성도 增大되고 있는바 도시공원, 어린이공원, 골프장, 캠프장, 수렵장, 낚시터, 해수욕장 등의 자연조성지구에 레크리에이션 시설을 첨가한 것을 관광레크리에이션 시설이라 할 수 있는데, 이러한 시설은 근대사회의 급격한 발전에 따른 인구공해, 都市公害의 만연, 그리고 대중관광의 보급에 따른 대규모의 수요에 부응하기 위해 새로이 조성된 인공적 자원이라 할 수 있다<sup>37)</sup>. 제주도는 섬 전체가 하나의 관광지의 場으로서 바다낚시, 수영, 해상스키, 윈드서핑, 스킨스쿠버다이버링 등의 해양성 레크리에이션자원과 수렵, 골프, 등산, 승마, 캠핑 등의 한라산을 중심으로한 레크리에이션자원들을 들 수 있는데, 제주도내의 위락적 관광자원으로는 골프장 3개소, 수렵장1개소, 해수욕장 10개소, 그리고 최근에 부쩍 증가하고 있는 사설승마장을 꼽을 수 있다.

35) 宋成大, "관광자원분포성향에 의한 제주도의 지역별 관광성", 제주대학교 논문집(사회과학편), 제18집 1984, p. 525.

36) 鄭恩碩, "제주지역관광산업의 마케팅전략에 관한 실증적 연구", 석사학위논문, 세종대학교 대학원, 1989, p. 24.

37) 徐庚林, "제주도의 관광자원 이용실태와 과제", 제주대학 논문집, 제3집, 1976, p. 238.

### 第3節 觀光產業體 現況

제주도의 관광산업은 관광개발과 관광수요의 증가에 힘입어 상당한 成長을 이룩했으며 관광산업체도 괄목할만한 성장을 보이고 있다. 본 절에서는 관광진흥법에서의 분류내용 중 관광숙박업, 여행업, 관광객이용시설 및 수송시설 현황을 살펴보고자 한다.

#### 1. 宿泊業

관광산업의 중추적인 역할을 담당하고 있는 숙박업은 매년 증가하여 1991년말 현재 제주도내 총 업체수는 643개소로서 14,967실을 확보하고 있다. 이것을 유형별로 살펴보면 관광호텔이 37개소에 4,563실(30%), 일반호텔 70개소에 2,798실(20%), 여관 314개소에 5,352실(35%), 콘도미니엄 1개소에 216실(1.5%), 전통호텔 1개소에 30실, 국민호텔 1개소에 113실이 있는데, <표 II-1>에서 처럼 최근 수년간에는 숙박시설의 전반적인 질적수준의 향상을 가져오고 있다.

<표 II-1>

숙박업소현황

제주대학교 중앙도서관  
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

1992년 8월말 現在

특1등급	특2등급	1 등 급	2 등 급	3 등 급	국민호텔	콘도미니	전통호텔
3	6	10	10	5	1	1	1
1,078	1,266	1,266	649	252	113	216	30

資料：濟州道 觀光課

한편 숙박시설의 현황을 지역별로 살펴보면 일반호텔 이상의 고급 숙박시설은 제주시와 서귀포시에 집중되어 있다.

## 2. 旅行業

여행업은 여행자를 위하여 운송시설, 숙박시설, 기타 여행에 수반되는 시설이용의 斡旋 기타 여행의 편의를 제공하는 業을 말하는 것으로 우리나라의 경우 관광진흥법 제3조에 규정되어 있듯이 일반여행업, 國外여행업, 國內여행업으로 區分되어진다.

<표 II-2>에서 보는 바와 같이 내국인의 국내여행을 알선하는 국내여행업체는 1980년에 1개소 업체에 불과했으나 1982년에 許可制에서 登錄制로 轉換되면서 대폭 증가하여 1992년 9월말 현재 제주도청에 등록하여 영업중에 있는 여행업자는 모두 110개 회사에 이르고 있고, 1982년 제3차 개정내용은 여행업의 발전에 일익을 담당할 것으로 思料되나, 등록제에 의한 부작용도 나타나고 있어서 不實運營과 함께 난립현상의 소지가 존재하고 있다. 이들 업체가 유지한 관광객수는 1991년에 230만 5,545명 뿐으로 전체 관광객 320만 4,400명중 약 72%를 점유하고 있을 뿐이다.

<표 II-2> 旅行業 現況

1992년 10월말 現在

年度및市郡別	일반여행업	국외여행업	국내여행업	計
1982	-	9	6	15
1985	2	8	11	21
1988	5	8	24	37
1990	11	6	56	73
1992	13	10	87	110
제주시	13	9	84	-
서귀포시	-	1	2	-
북제주군	-	-	1	-
남제주군	-	-	-	-

資料：濟州道 觀光課

### 3. 觀光客 利用施設業

관광객을 위하여 위하여 운동, 오락, 음식 또는 휴양 등에 적합한 시설을 갖추어 관광객에게 이용하게 하는 관광객이용시설업은 <표 II-3>에서 보는 바와 같이 종합휴양업 6개 업체, 골프장 3개 업체, 유흥음식점 3개 업체 등 모두 21개 업체가 있다. 기타 외국인 전용 면세점 4개 업체에 이르고 있다.

<표 II-3> 관광객 이용시설업 현황

1992년 8월말 現在

전문휴양업	관광음식점업	외국인전용 관광기념품업	골프장업
6개소	3개소	11개소	3개소

資料：濟州道 觀光課

이들 업체의 지역별 분포를 보면 종합휴양업인 대유수련장과 카지노 3개 업체가 서귀포시에, 유흥음식점 2개 업체가 서귀포시에 위치하고 있으며, 그 이외에는 모두 제주시에 집중 소재하고 있다.

이상에서 보는 것처럼 제주도에는 보는 관광에서 참여하는 관광으로 轉換된 관광객들의 욕구성향을 충족시켜줄만한 시설이 부족하므로 각종 레크리에이션시설과 스포츠시설을 개발해야 할 것이다.

### 4. 輸送施設業

이용 가능한 輸送施設의 형태는 旅行者가 도달할 수 있는 목적지를 결정하게 되며<sup>38)</sup> 편의시설의 위치가 수송시설의 발전을 초래했다. 오늘날 도로교통 및 항공수송시설의 발달은 國民觀光의 현상적 發源에 크게 기여했으며 관광지의 번영을 규정하는 가장 큰 요소로 되어있다고 말할 수 있다. 관광객의 輸送을 담당하는 운수업은 운송수단별로 관광 전세버스, 택시, 렌터카, 버스 등으로 구분할 수 있는데 제주지역의 관광객의 증가와

38) R. C. Mill, op. cit., Prentice-Hall, N. J., p. 12.



더불어 여객 운수업체의 차량이 급속히 증가하여 1992년 9월말 현재 <표 II-4>에서 나타  
나듯이 업체수가 총 55개에 달하며 차량보유대수는 전세버스 588대, 택시 2,477대(개인  
택시 1,178대 포함), 렌터카 1,636대에 이르고 있다.

1992년 9월 현재 제주와 다른 지방을 잇는 카페리호는 부산-제주간에 4척, 목포-제주,  
완도-제주 등 3개 항로에 7척이 있으며, 항공편은 제주-서울간 1일 39편, 제주-부산  
20편 등 총 72편이 운항되고 있다.

<표 II-4> 운수업체 현황

1992년 9월말 現在

업종별	연도별	1983	1986	1989	1992
합 계	업 체 수	36	37	39	55
	보유대수	1,270	1,647	2,801	3,545
전세버스	업 체 수	5	5	5	10
	보유대수	176	251	376	588
택 시	업 체 수	30	30	31	35
	보유대수	1,064	1,285	1,997	1,299
렌 터 카	업 체 수	1	2	3	10
	보유대수	30	105	428	1,658

資料：濟州道 觀光課

#### 第 4 節 濟州地域 言論媒體現況

##### 1. 매스미디어의 概念體系

人間은 커뮤니케이션을 통하여 서로 공통된 의미를 조성하고 또한 서로의 행동에 영향을 미침으로써 서로 협동하면서 사회생활을 영위해 나가고 있다. 최근에 이러한 커뮤니케이션에 대해 公衆 또는 大衆(Mass)이 그 인식을 새롭게 하고있는 것도 커뮤니케이션의

중요성을 자각했기 때문이다.

신문, 잡지, 라디오, 텔레비전, 영화 등의 매스 미디어가 없는 현대 産業社會 및 後期 産業社會<sup>39)</sup>란 거의 생각할 수 없게 되었듯이<sup>40)</sup> 현대사회에서 커뮤니케이션의 한 수단인 미디어의 발달은 산업 및 인간의 정신문화와 행동양식의 변화를 가속화하게 되었다.<sup>41)</sup>

이러한 커뮤니케이션이란 유기체(사람, 동물)들이 記號(sign)를 통하여 서로 정보나 메시지를 전달하고 수신해서 공통된 의미를 수립하고, 나아가서는 서로의 행동에 영향을 미치는 과정 및 행동<sup>42)</sup>으로써, 送信者(또는 정보의 원천)로부터 受容者(目標)에게로 의미를 전달하는 과정이라 볼 수 있다. 이 경우 송신자는 個人일 수도 있고 人間集團일 수도 있으며, 더 나아가서는 生物이나 UFO같이 우주에 存在하는 것일 수도 있다. 커뮤니케이션의 형태는 직접적 커뮤니케이션인 Personal-Communication과 매체를 통하여 이루어지는 Mass-communication으로 나눌 수 있다. 그런데 현대와 같은 대중사회에서는 매스 커뮤니케이션이란 수단이 없이는 인간들 사이의 협동이 불가능하게 되며, 협동이 없이는 사회란 존재할 수 없으므로<sup>43)</sup> 매스 커뮤니케이션이야말로 중요한 형태로 등장한다.

샤논(C. E. Shannon)과 위버(W. Weaver)는 人間系, 生物系, 기계계를 일괄한 「一般 커뮤니케이션모델」을 제시했다. <그림 II-3>에서도 볼 수 있는 것처럼 送信者(정보원)와 수용자(목적지, 목표)를 맺어주는 과정의 각 요소는 채널에 해당하는 신문, TV, 또는 임의의 구체적인 미디어로 交替할 수 있다.

39) 앨빈 토플러는 그의 저서 "제3의 물결(The Third Wave)"에서 미래사회(후기산업사회)의 변혁구조를 다음과 같이 세 단계로 나누고 있다.

제1단계 : 농업사회(농업중심의 대가족주의)

제2단계 : 산업사회(핵가족화, 분업화, 전문화를 특징으로 하는 공장생산체제)

제3단계 : 후기산업사회(정보집약경제로 특히 지방분권주의, 탈경제적 가치체제를 강조하고 있음)

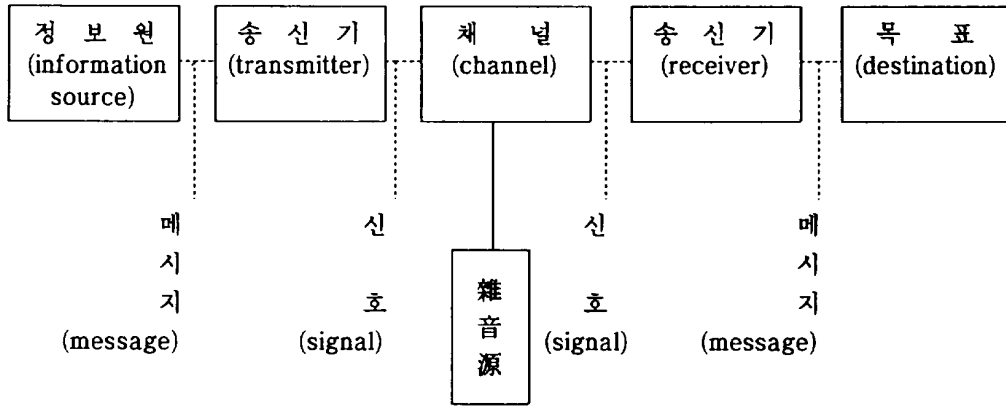
40) Werner J. Sever, James W. Tamkard 共著, 「커뮤니케이션概論」, 장형익·김홍규 共역, 나남, 1987, p. 279.

41) 김기문, "사회발전에서 방송매체의 기능에 관한 연구", 석사학위논문, 중앙대학교 사회개발대학원, 1988, p. 15.

42) 차배근, 「커뮤니케이션學概論」, 세영사, 1976, pp. 22-26.

43) Gerald Barry, *Communication and Language* (Englewood Cliffs, N. J. : Responsive Environments Co.) 1965, p. 16.

〈그림 II-3〉 Shannon과 Weaver의 커뮤니케이션 모델



資料 : C. E. Shannon and W. Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, 1949.

이 모델에서 雜音源이란 채널에 항상 존재하는 物理的인 잡음뿐 아니라 意味的 잡음 및 심리적인 不注意現象 또는 選別的 露出 등에 의한 受信上의 障礙요소도 포함된다.

그런데 커뮤니케이션에는 미디어(수단, 도구)가 필요하다. 매스커뮤니케이션의 수단으로는 기존의 인쇄매체(신문, 잡지 등)와 방송매체(텔레비전, 라디오 등)<sup>44)</sup>가 있으며 현재 뉴 미디어(New-Media)<sup>45)</sup>까지 등장하여 매스 커뮤니케이션을 촉진시키고 있다. 앞서의 샤논 모델에서도 볼 수 있듯이 送信者와 受容者 사이에 메시지 또는 記號를 운반하는 도구를 미디어라고 부르며 視覺的 媒體(visual media)와 聽覺的 매체(audio media) 및 視聽覺 매체(audio-visual media)를 일컬어 매스미디어라 한다.<sup>46)</sup> 쉬람과 피터슨은 매스미디어가 갖는 특성 중 機能面에 주목하였는데, 그들은 미디어의 기능을 報道, 論評, 娛樂의 세 가지로 나누고 미디어에 따라 어느 기능이 중심이 되는가에 의해 분류를 하였다. 예를 들면 「신문은 주로 論評機能을 하는데 비해 영화는 오락기능이 중심이다」

44) 1927년 라디오 방송이 시작된 이래 1961년 텔레비전이 출현하였음. 최장섭, 방송원론, 나남, 1986, p. 68.

45) 기존 미디어 이외 새로운 미디어로 CATV, Videotex, 위성방송, 고품위 텔레비전(HDTV) 등을 들 수 있다.

46) 본 논문에서는 매스미디어를 신문, 텔레비전, 라디오로 지칭한다.

라는 식이다. 물론 뉴스영화는 보도기능이, 신문의 스포츠란은 오락기능이 있지만, 그 미디어가 담당하는 주요기능을 강조한 것이다.

이상과 같이 매스미디어의 개념에 대해 살펴보았듯이 관광산업발전에 있어서도 매스미디어는 중요한 역할을 수행할 수 있으며 지방화시대를 맞은 時點에서 지역사회가 지방언론에 바라는 사항 또한 매우 큰 것이다. 그러나 우리나라 전체를 통하여 지방언론이 중앙에 비하여 劣惡한 상황에서 활동하고 있음은 사실이다.<sup>47)</sup>

본 절에서는 실제 본 연구의 분석대상이 된 제주지방언론의 현황을 살펴보고자 한다.

## 2. 新聞媒體

지역이 發展하려면 국민의 관심을 끌어야 하고 관심을 끌려면 그 지역의 사정이 국민에게 보다 많이 알려져야 한다. 중앙지에서는 지방뉴스가 전체기사의 4.8%를 차지하는데 비해 지방지에서는 서울발 중앙뉴스가 30.7%를 차지한다.<sup>48)</sup>

해방후 제주도내 신문의 嚆矢는 타블로이드판 편면으로 발행되었던 「제주時報」이며 한국전쟁이후 제주에서는 신문발행허시를 이루었다.<sup>49)</sup> 1952년 「영주시보」와 「탐라신보」가 각각 주간, 격일간으로 창간되고 1956년에 「제민時報」가 週刊誌로 발행되면서('60년 일간지로 등록) 보기도문 보도경쟁 시대를 맞이하게 된다. 그 후 '62년 11월 20일 「제주신문」이 새롭게 출범되었으며 '60년대 중반 「濟南新聞」이 탄생했으나 제5공화국의 언론자유화 조치에 따라 '80년 11월 27일 終刊을 맞이하게 된다.

이처럼 浮沈을 거듭해온 제주지역신문은 '80년대말 정부의 언론정책 완화로 '92년 10월 현재 濟州新聞을 비롯하여 漢拏日報, '90년 6월 2일 창간된 濟民日報 등 3社體制에 들어서서 현재에 이르고 있다(표 II-5참조).

47) 姜相旭, "地域社會發展과 地方言論의 役割에 관한 研究", 중앙대학교 대학원 연구논집 제8집(사회과학편), 1989, p. 206.

48) 朴容圭, 지방화시대의 발전과제, 지역신문의 역할과 과제, 대구문화방송, 1989, p. 321.

49) 漢拏年鑑, 한라일보사, 1991, p. 480.

〈표 II-5〉 濟州地域 發行 日刊紙

1992년 9월 現在

제 호	발행인	발행지	등록일	창·복간일
제주신문	김대성	제주시 연동 2,036	1961. 1. 1	
한라일보	강영석	제주시 이도 2동 1176-76	1988.12. 5	'89. 4.22
제민일보	김지훈	제주시 연동 290-64	1990. 5.30	

資料：韓國新聞放送年鑑(1991).

한편 제주지역에 所在하고 있는 新聞社別 從事者 現況은 다음과 같다.

〈표 II-6〉 신문사별 종사자 현황

1992년 9월 現在

	1989	1990	1991	1992
제주신문	170(14)	125(25)	152(32)	160(29)
한라일보	—	126(34)	126(29)	128(27)
제민일보	—	—	139(25)	134(23)

資料：韓國新聞放送年鑑('89, '90, '91, '92)

주：괄호안은 여자임.

3. 放送媒體

放送의 불모지였던 제주에 방송국이 開局된 것은 제주방송국으로 1950년 9월 10일이었  
다. '71년에는 텔레비전을 방영하기 시작하였으며 '73년 한국방송공사 제주방송국(지금은  
제주방송총국)으로 개편되어 오늘에 이르고 있다. 한편 1968년에는 民間商業放送으로서  
南洋放送이 開局되어<sup>50)</sup> 라디오 방송이 電波를 타기 시작하였으며 1970년에는 제주지역에

50) 南洋文化放送은 1983년 12월 "제주문화방송 주식회사"로 바뀌었음.

서는 최초로 텔레비전방송을 시작하였다. 公營化體制를 갖춘 '80년대의 방송문화는 컬러 TV방송, FM방송과 교육방송실시 등으로 새로운 변혁을 맞이하였다.

그러나 내용면에서는 우리나라 지방방송 전체의 문제와 같이 방송기자재의 부족과 인력 부족현상은 여전하며 자체 프로그램의 비율도 전체 방송시간대에 비하여 훨씬 낮은 수준에 머물고 있다.

〈표 II-7〉 방송사별 종사자 현황

1992년 9월 現在

區 分	1980	1983	1986	1989	1992
제주 KBS	126	111	95	150 (17)	161 (19)
제주 MBC	85	95	121 (10)	156 (13)	158 (13)

資料 : 韓國新聞放送年鑑 ('80, '83, '86, '89, '92)

주 : 괄호안은 여자임.

한편 로컬(Local) 방송현황은 〈표 II-8〉에서 보는 바와 같이 1992년 10월 현재 라디오의 경우는 KBS가 14%, MBC가 25.3% 수준에 머물고 있으며, TV의 경우는 KBS 1TV가 6.3%이며, MBC는 8.5%로 극히 낮은 실정인바 우리나라의 공영방송은 예나 지금이나 획일적 방송물의 중앙제작, 지방배급이라는 舊習에서 벗어나지 못하고 있다.<sup>51)</sup> 양 방송사의 연중 행사중에서 관광산업발전과 관련있는 것으로는 KBS의 유채꽃 큰잔치와 감귤아가씨 선발대회가 있을 뿐이며, 부정기적으로 편성되는 특집방송이 있다.

제주지역 텔레비전 편성 현황과 내용을 살펴보면 다음과 같다.<sup>52)</sup>

51) 박홍서·정수만, "지역발전을 위한 지방방송의 활성화 방안에 관한 연구", 방송연구논집(제2집), 문화방송, 1990, p.190.

52) KBS年紙 및 MBC年紙.

1) 主體別 編成現況 分析

〈표 II-8〉 TV 主體別 編成現況比較

년도및 매체 주체별	'89년		'90년		'91년		'92년	
	MBC	KBS1	MBC	KBS1	MBC	KBS1	MBC	KBS1
릴레이	5,430분	5,370분	5,430분	5,370분	5,430분	5,400분	5,430분	5,400분
로컬	468분	245분	500분	245분	460분	335분	460분	340분
로컬비율	8.6%	4.5%	9.2%	4.5%	8.6%	6.2%	8.5%	6.3%
'88년 기준	+1.1%	+1.3%	+1.9%	+1.3%	+1%	+3%	+1%	+3.1%

資料 : KBS, MBC 放送年紙

위 〈표 II-8〉에서 보는 바와 같이 주체별 편성현황의 경우 릴레이는 전체적으로 볼 때 1989년에 5,400분(KBS와 MBC의 평균임)이었던 것이 1992년 10월 현재 5,415분으로 증가하고 있으나 이것을 방송사별로 비교해보면 1989년을 기준으로 해 1992년 10월 현재 MBC의 경우 增減이 없고 KBS의 경우 30분의 증가를 보였다.

다음 로컬의 경우 1989년 331분(KBS와 MBC의 평균임)이었던 것이 1992년 10월 현재 400분으로 17% 증가하고 있다.

또 이것을 방송사별로 비교해 보면 1989년 기준, 제주KBS의 경우 1.8%증가, 제주MBC의 경우 오히려 減少추세를 보이고 있다.

이를 종합적인 관점에서 전국방송의 프로그램 편성시간과 비교해 볼 때 1989년 對比 KBS의 경우 適當 30분 增加에 그치고 있다. 이와 같은 현상은 지방화시대에 상당히 거리가 먼 編成이라고 여겨진다.

2) 로컬 부문별 편성현황 분석

〈표 II-9〉 TV로컬 부문별 편성현황비교(週間)

연도	'89년				'90년				'91년				'92년			
	제주MBC		제주KBS		제주MBC		제주KBS		제주MBC		제주KBS		제주MBC		제주KBS	
부문별	분	%	분	%	분	%	분	%	분	%	분	%	분	%	분	%
보 도	275	65.8	154	62.8	285	64.8	145	59	275	58	185	55	265	58	190	56
교 양	143	34.2	91	37.2	155	35.2	100	41	195	42	150	45	195	42	150	44
오 락																
계	418	100	245	100	440	100	245	100	470	100	335	100	460	100	340	100
'89년 기준 대비증감						+22				+52		+90		+42		+95

資料 : KBS편성제작국, MBC편성국.

위 〈표 II-9〉의 로컬 부문별 편성현황을 살펴보면 報道의 경우 1989년기준 제주MBC가 65.8 %를 나타냈고, 제주KBS의 경우 62.8 %에서 56%로 나타났으며, 敎養의 경우 1992년 10월 현재 제주 MBC의 경우 34.2%에서 42%를 나타냈고, 제주 KBS의 경우 37.2%에서 44%로 나타났으며, 오락은 편성자체가 全無한 실정이다.

이상에서 보듯이 兩 방송사는 報道부문은 줄어듦과 敎養부문은 증가하는 추세를 보이고 있다.



### 第 Ⅲ 章 觀光産業發展과 매스 미디어와의 理論的 接近

#### 第 1 節 地域社會 發展과 觀光産業과의 關聯性

##### 1. 地域社會의 概念

一般的인 意味에서 地域社會란 英語의 community로서 라틴어의 'common', 'communal'과 같은 語源을 가지고 있으며 이는 '공동체', '공동소유', '공동운명체' 등의 의미를 지니고 있다.<sup>53)</sup>

많은 학자마다 community에 대하여 다양한 견해와 정의를 내리고 있는데, 힐러리(G. A. Hillery)는 "지역사회는 어떤 地理的 領域안에서 사회적 상호작용을 하며 한 가지 이상의 共同紐帶를 가지는 사람들로 이뤄졌다고 주장하고 있는데, 이 정의는 地理的 變因(지리적 영역), 社會學的 變因(사회적 상호작용), 心理文化的 變因(공동의 유대)을 포함하고 있는 것이다."<sup>54)</sup> 넬슨(L. Nelson)은 "지역사회란 일반적으로 제한된 지역에 거주하면서 共同意識을 가지고 組織關係(organized relationship)를 통하여 공통된 이익을 추구하고 여러가지 활동을 분담 수행하는 인간집단<sup>55)</sup>이라고 하여 일정 地域性을 강조하고 있다.

그러면 地方과 地域은 어떤 개념적인 차이가 있는가부터 살펴봐야 할 것 같다. 우선 地方은 단순히 지역적인 위치만을 뜻하는 것이다. 특정지역의 의미보다는 全國의 地域을 포괄적으로 가리키는 집합명사일 뿐이다. 그러나 地域의 의미는 보다 적극적인 개념으로서 特定 地理的인 區域의 의미는 물론이고 고유한 행정체제와 문화양식을 지니는 단위, 그리고 構成員의 同質性이 강조되는 개념인 것이다.<sup>56)</sup>

여기에서 지역사회에 대한 우리나라 학자들의 정의<sup>57)</sup>를 간략히 파악하므로써 이해를

53) Edward G. Olsen, etal School and Community, and ed Engliwood cliffs (N. J. : Prentice Hall Inc. 1961) p.51.

54) 정하성 외, 「지역사회개발론」, 백산출판사, 1991. p.19.

55) Lowry Nelson, *Rural Sociology* (American book Co. 1948) p.71.

56) 변동현교수는 방송 '89에 기고한 '지방방송을 할 것인가, 지역방송을 할 것인가'에서 지역주민들은 고립이 아니라 다른지역과의 교류나 중앙과의 적극적인 접촉을 꾀하며 살아간다고 강조하고 있다.

57) 최재원 외, 「지역사회개발론」, 백산출판사, 1991, pp.17-21 참조.

돕기로 한다. 권태준, 김광웅은 지역사회는 첫째, 일정한 空間性을 기반으로 하여, 둘째, 그 속에서 사회적 相互作用이 이루어지고, 셋째, 상호작용 가운데서 공통된 結束體를 형성하는 것을 골자로 한 空間的 테두리에 같이 모여 사회조직을 이룩하고 單一文化를 共有하면서 그 공동체에 대한 一體感을 지니는 생활터전이라고 정의하고 있다. 김영모는 지역사회의 개념이 다양한 형태로 구분될 수 있지만 사회복지 이론에 있어서 사용된 지역사회의 개념은 주로 利益集團과 사회적 지역집단이다. 地域社會는 地理的 領域과 共同生活 要因을 同時에 구비한 人間集團으로 보고 있다.

또 김한구는<sup>58)</sup> 일정한 지역의 주민들이 사회경제적인 同類意識속에서 공통적인 욕구를 추구하면서 살아가는 集團이라고 정의하고 있다.

또한 포괄적인 정의를 보면, 김재홍교수는<sup>59)</sup> 지역사회란 사람들의 집단으로 일정한 지역에서 공동적인 문화를 共有하며, 組織的으로 행동할 수 있는 空間的, 心理的 單位를 일컫는 것으로 정의하고 있다.

이외에 지역사회를 커뮤니케이션체계로 설명하려는 견해가 있다. 朴基成교수는 지역사회란 커뮤니케이션을 통하여 相互作用이 일어나는 일종의 組織으로 보았으며, 이를 커뮤니케이션網(Communication Network)과 커뮤니케이션밀도 (Communication Density)로 설명하고 있으며, 커뮤니케이션망이란 일상생활에서와 같은 대인 커뮤니케이션 뿐 아니라, 매체가 매개된 커뮤니케이션의 경우에 커뮤니케이션을 확산시켜 가는 통로의 체계라고 말하며, 커뮤니케이션밀도는 한 사람이 사회의 구성원으로 일상생활에서 커뮤니케이션을 하는 과정에 접하게 되는 커뮤니케이션의 量을 말한다.<sup>60)</sup>

지역사회는 전통사회로부터 일정한 커뮤니케이션망을 형성해 왔으며, 사회발전에 따라 커뮤니케이션網도 점점 복잡해져 왔다. 그리고 커뮤니케이션밀도를 결정하는 요소로는 인구밀도, 交通과 道路의 確保率, 通信施設, 教育水準, 新聞, 잡지의 發刊 및 配布의 量과 速度, 放送社의 設立 및 受像機 普及 과 수용정도 등의 밀집도를 말한다. 사회가 발전할 수록 커뮤니케이션網이 복잡해지게 되고 이에 따라 사회속의 개인이 가지는 커뮤

58) 김한구, "지역사회개발과 매스컴의 역할", 중앙대학교 사회개발대학원 석사학위논문, 1992, p. 4.

59) 金在弘, "지방화시대의 발전과제", '커뮤니케이션과 지역발전', 대구문화방송, 1989, p. 288.

60) 朴基成, "한국 지역방송문화의 연구방법", pp.12-14.

니케이션밀도는 점점 높아진다. 지역사회는 커뮤니케이션망이 조밀한 지역으로부터 희소한 지역으로까지 문화활동을 통한 場이 형성되며, 커뮤니케이션밀도가 높은 지역으로부터 낮은 지역으로까지 변화해 간다.

따라서, 지역사회란 대도시, 중 소도시, 농촌, 어촌으로 구성되는 지형적으로 일정한 區劃의 사회조직을 일컬으며, 서울특별시, 직할시, 도와 같은 대단위 지역사회를 중심으로 하고, 주위의 중, 소도시로 연결되고, 농, 어촌으로 통하는 커뮤니케이션망이 구조적으로 조직되며, 이러한 커뮤니케이션망을 통하여 일정한 공동 문화영역을 지니게 된다.

이상과 같은 개념들을 종합하여 볼 때, 지역사회란 일정한 지역에서 지역 구성원들이 공동의 의식을 가지고 영위되는 지형적 사회이며, 커뮤니케이션 특히 매스커뮤니케이션 및 對人커뮤니케이션의 網(Network)과 그에 따른 정보의 유통과정으로 인하여 일정하게 限界지어 지는 문화적 공간이라고 정의할 수 있다.

한편 지역사회는 그 형태에 따라 相異한 특징을 가지고 있으나 그 공통성은 1)地緣性 2)공통적 생활방식 3)공동운명체 의식으로 集約될 수 있으며 이것은 곧 지역사회를 형성하는 중요한 요소가 되고 있다.<sup>61)</sup>

## 2. 地域發展의 意義



發展이란 용어는 開發, 擴張 등의 의미로도 바꾸어 사용되기도 한다. 발전 혹은 개발이란 말은 모두 영어의 development라는 단어의 번역에서 나왔으며 이는 成長(growth)과 變化(change)의 의미를 동시에 내포하고 있다. 그러나 일반적으로 개발은 경제개발, 산업개발 혹은 자원개발 등과 같은 물량적 성장 또는 물리적 성장(physical growth)의 의미를 나타내며, 발전은 복합적 성격을 가진 사회나 문화의 발전까지도 포함하는 보다 폭넓은 성장과 변화의 의미를 지니고 있다.<sup>62)</sup>

사회발전이라는 개념을 한마디로 정의할 수는 없겠으나 일반적으로 이 용어는 진화적 과정(evolutionary process) 또는 도시화나 산업화(industrialization), 근대화

61) Lloyd Allen Cook, A Sociological approach to education, New York, McGraw-Hill 1950, p. 48.

62) 박희식, 지역발전과 지방언론, 지역사회와 지방언론, 신아출판사, 1987, p. 175.

(modernization)와 같은 의미로 사용되고 있으며 廣義로는 위와 같은 것을 포함한 긍정적 변화를 의미하기도 한다.<sup>63)</sup> 그러나 엄밀한 의미에서 발전이라는 개념이 각 학문의 영역마다 다르게 정의될 수 있을 뿐만 아니라 近代化라는 개념과 한데 묶여 사용되어 진다는 점에서 보면, 地域社會發展이란 말은 대체로 두 가지 용어가 복합된 것으로 말할 수 있는데 그 하나는 地緣的 생활공동체라는 지역사회를 말하며 다른 한 가지는 의도된 사회변화의 추진, 즉 開發(development)을 의미한다.

1956년 UN 經濟社會理事會에 제출된 전문가들의 합동위원회의 보고서에는 지역사회 개발이란 국제용어는 지역주민들 자신이 정부의 노력과 협력하여 자기들의 마을을 경제적, 사회적, 문화적으로 향상시키고 이렇게 향상된 지역사회를 나라의 생명력으로까지 끌어들이어 國家發展에 전체적으로 기여하게 되는 과정을 말한다고 정의했다.<sup>64)</sup>

따라서 지역사회발전이란 일정한 地域單位에서 그 지역주민들이 스스로 노력에 의하여 그 지역사회의 資源을 개발하여 더 잘살 수 있도록 하고 그 지역사회가 주민들의 경제, 사회, 문화활동의 공동체적 기본단위가 되도록 만드는 과정인 것이다.

### 3. 地域發展과 觀光產業과의 關聯性

관광산업이 지역사회발전에 미치는 영향은 몇 가지로 나뉘볼 수 있으나 여기서는 관광의 地域開發效果와 地域經濟效果에 대하여 살펴보기로 한다. 관광은 긍정적인 측면에서 볼 때 낙후된 지역을 발전시키는 효과를 갖는다. 대부분의 경우 지역경제의 공업화를 통해 그 지역을 발전시키는 것이 긍정적인 지역개발이라 할 수 있으나<sup>65)</sup> 광지로 불리어지는 곳은 대부분 원래는 낙후지역으로 미개발지역이 대부분이었다.

自然的 觀光資源이 풍부한 곳은 관광지로서 높은 가치를 발휘한다고 말할 수 있으나 그곳은 대개 공업개발의 대상지로서는 立地上 적당하지 못한 지역일 경우가 많다. 그러므로 이러한 지역의 개발수단으로서의 관광개발은 매우 유효하고 또한 그 효과도 크다고

63) 김기문, 前揭論文, p.6.

64) UNESCO, Fundamental and Adult Education Bulletin, vol.IX No-2 (April, 1957), p.52.

65) 俞炳林, "國民總餘暇時代", 都市情報 제3권 제7호, 1984, p.5.

말할 수 있다. 아울러 관광개발계획에 따라 투자가 이루어지게 되면 어느 정도 지역개발의 불균형을 시정시켜 주게 된다.

일반적으로 볼 때 우리나라의 지역개발은 工業을 先導産業으로 하여 추진되는 경우가 대부분이다. 그러나 제주지역은 地理的, 自然的 여건에서 볼 때 1, 2차 산업은 불리하며 陸地部와의 경쟁에 있어서도 취약성을 면하지 못하고 있다. 이에 반해서 관광자원은 풍부하여 地域全體가 고도의 관광적 가치를 지니고 있다. 이런 점에서 지금까지 수행해 온 觀光主導型 제주지역개발은 그 妥當性이 인정되는 것이며,<sup>66)</sup> 제주지역에 있어서의 地域開發은 곧 관광산업발전을 의미하는 것이라 할 수 있다.

지역개발의 방법으로는 여러 가지 수단이 동원될 수 있으나 천혜의 자연조건을 이용한 관광개발은 賦存資源이 빈약한 산업구조의 상황에서 긍정적 측면에서 강조되어온 것이 사실이다. 제주지역개발에 관한 정부차원의 계획은 관광종합개발계획의 수립, 추진으로 일관되어 왔으며 1980년대에 들어와서는 제2단계로 새로운 차원에서 제주지역의 개발방향이 모색되기 시작하였다. 이 계획은 개발기본방향을 관광개발을 根幹으로 한 지역개발의 促進에 중점을 두어 추진되었다.

특히 관광개발계획은 관광이 제주지역개발의 先導的 역할을 담당하여 타 부문의 개발을 유도할 수 있도록 하기 위해 관광자원의 활성화, 관광자원시설의 확충, 관광지원 체제의 정비에 관한 방향을 제시하고 있다. 제주지역 개발은 지난 20여년간 위와 같은 계획들을 통하여 수행되었는데 그 특색은 관광을 先導産業으로 하고 지역경제효과를 극대화하는 방향으로 추진되었다는 사실이다.<sup>67)</sup>

<표 III-1>에서 보는 것처럼 1989년의 지역 총생산액 1조 3천940억원 중 3차산업이 차지하는 금액은 8천 640억원(62.0%)으로 절반이 훨씬 넘는 금액이 3차산업에서 이루어졌음을 확인할 수 있으며, 이러한 현상은 해가 거듭될 수록 더욱 深化되어 2001년도에는 제주도 총생산액 5조 9천400억원 중 3차산업이 4조 5천50억원을 생산함으로써 전체의 75.9%를 담당하게 될 것으로 예상하고 있다. 이러한 豫測은 제주도가 관광지 조성으로 3차산업의 의존도를 提高시키고 국제관광지로 집중 개발하고자 의도하는데 前提한 것으로 여겨진다.

66) 夫萬根, "濟州地域開發의 現在와 未來", 社會發展研究 第3집, 제주대학교 사회발전연구소, 1987, p. 446-447.

67) 夫萬根, 상계논문, p. 444.

〈표 Ⅲ-1〉 제주지역 경제 및 주민소득 전망

(단위 : 10억원, %)

GNP (GRP)	구 분	1989	1996	2001
지역 총 생 산 액	1차산업	488 (35.0)	818 (24.2)	1,227 (20.6)
	2차산업	42 (3.0)	116 (3.5)	2.8 (3.5)
	3차산업	864 (62.2)	2,440 (72.3)	4,505 (75.9)
	계	1,394	3,374	5,940

資料 : 국토개발연구원, 제2차 제주도 종합개발계획(案), 1991.

관광산업이 일반수출산업 보다 유리한 점을 비교하여 보면 외화가득율 및 취업유발효과는 관광산업이 유리한 것으로 평가된다. 즉 일반 수출업의 외화가득율은 63.5%인데 비해 관광산업은 82.8%를 나타내고 있으며, 고용면에서도 관광산업의 취업유발도는 수출산업에 비해 2.6배 이상으로서 고용효과가 높은 것으로 나타나고 있다.<sup>68)</sup>

관광객 유치로 인한 관광소비는 地域經濟圈內를 순환하면서 과급되고 전체적으로 지역 발전에 質的, 量的인 영향을 미치게 된다. 첫째, 都市生活者의 관광소비로 그 지역에서 얻어지는 수입과 소득에서 재분배를 이루게하여 소득의 격차를 해소해 해줄 수 있다. 둘째, 고용의 기회를 증대시킨다. 관광에 관한 사업은 서어비스 노동을 필요로 하기 때문에 그 노동력을 빠른시간 내에 활용이 가능하게 되어 他産業보다 직접적인 효과를 볼 수 있다. 셋째, 관광소비의 증대와 관광사업은 직접, 간접으로 지방 稅收를 증대시킨다. 관광재화 및 서어비스에 대한 소비세, 관광산업에 대한 소득세를 부과하는 경우와 공공시설의 이용에 따른 입장세 수입으로 구분할 수 있다. 넷째, 관광산업의 발전은 道路, 상하수도 등 생활 기반시설의 정비에 관계된다.

이와 같이 관광산업이 그 지역주변의 생활환경을 改善 내지는 現代化하는데 기여하게 된다.

68) 鄭頌重, "관광사업이 지역사회에 미치는 영향에 관한 고찰", 관광개발연구 제4집, 관동대학부설 관광개발연구소, 1987, pp. 81-82.

한편, 관광산업의 지역경제효과를 살펴보면, 1960년대부터 꾸준히 추진되어온 제주관광개발은 주민소득을 크게 증대시켜 地域經濟成長에 결정적인 역할을 하였는데, 1인당 GRP도 1972년의 412,000원에서 1982년에는 853,000원으로 증가되었고 1990년에는 3,634,000원으로 증가하였다. 이 기간동안의 산업부문별 연간 성장율은 1차산업이 5.5%, 2차산업이 6.3%인데 비해 3차산업은 무려 12.3%에 이르고 있다. 이 같은 산업구조의 변화는 관광을 중심으로 한 3차산업이 제주지역경제를 주도하는 成長先導産業으로서의 역할을 하고 있음을 증명해 주는 것이라고 하겠다.

濟州道の 産業構造를 고용면에서 살펴보면 <표 Ⅲ-2>에서 나타나듯이 1989년 기준으로 1차산업인구는 11만 5천명(54.3%), 2차산업인구 7천명(3.5%), 3차산업인구 9만명(42.2%)이며, 1996년에는 3차산업인구가 12만 7천명(53.1%)으로 늘어나 3차산업에 종사하는 고용의 비중이 높음을 인식할 수 있다.

<표 Ⅲ-2> 연도별 산업취업구조

(단위 : 천명, %)

	1989	1996	2001
취업인구	213	239	257
1차산업인구	115 (54.3)	103 (43.1)	97 (37.7)
2차산업인구	7 (3.5)	9 (3.8)	10 (3.9)
3차산업인구	90 (42.2)	127 (53.1)	150 (58.4)

資料 : 국토개발연구원, 제2차 제주도 종합개발계획(案), 1991.

이와 같이 취업인구나 總生産額의 비중에서 3차산업이 높게 나타난 것은 제주지역의 산업중 관광에 직접·간접으로 연관된 산업이 높은 비중을 차지함으로써 관광산업이 제주지역의 산업을 主導하면서 이 지역에 미치는 영향력이 크다는 것을 증명해주고 있는 것이며, 제주지역에서 2000년대 이후의 산업별 취업구조는 제1차 및 제2차 산업인구는 41.6%에 지나지 않으며 58.4% 이상이 관광·위락서비스를 주축으로 하는 제3차산업에 종사

하게 될 것으로 전망해 볼 수 있을 것이다.

제주 지역경제에서 生産額, 附加價値, 고용, 수출 등 모든 면에서 관광산업이 차지하는 비중과 역할은 막대하다.<sup>69)</sup> 제주도 관광수요의 증가는 직접적으로 관광산업의 생산, 고용, 소득을 증가시키는 물론 관광산업의 後方연관산업들의 생산, 고용, 소득을 연쇄적으로 유발시킴으로써 지역경제 전체적인 파급효과를 일으킨다. 따라서 이는 제주지역의 관광산업이 지역내 他産業과 높은 關聯關係를 가지고 있음을 의미하는 것으로서 관광산업의 발전이 지역내 다른 많은 산업들의 발전을 誘發할 수 있을 것임을 示唆하는 것이다.

## 第 2 節 매스미디어의 機能과 地域發展의 關係

### 1. 매스 미디어의 機能

매스 미디어는 사회 내에서 다음과 같은 네 가지 주요활동을 수행한다.<sup>70)</sup> 즉 환경의 감시, 환경에 대응하기 위한 사회구성원들간의 상관조정, 한 세대로부터 다음 세대로의 사회유산의 전수, 오락활동 등이 그것이다.

#### 가. 환경감시 기능

정보를 주고 뉴스를 제공하는 기능으로 이 기능을 수행하면서 미디어는 위험한 기상조건이나 무력상황의 위협(쿠바 미사일 위기 등)과 같이 예상되는 위험을 우리에게 경고한다. 환경감시 기능은 또한 증권시세, 도로사정에 관한 보도 등 경제와 공중, 그리고 사회에 필수적인 뉴스 제공활동을 포함한다.

사회학자 라자스펠트(F. Lazarsfeld)와 머튼(R. Merton)은 매스미디어를 매개로 하는 뉴스의 두 가지 중요한 기능을 얘기한 바 있는데,<sup>71)</sup> 첫째, 지위부여의 기능과 둘째,

69) 金泰保, 전계논문, p. 99.

70) Charles R. Wright, Mass Communication : A Sociological Perspective (New York : Random House, 1966), pp. 16-20. 차배근, 전계서, p. 27에서 재인용.

71) Paul F. Lazarsfeld and Robert Merton, "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action", in Bryson, The Commuincation of Ideas, pp.95-118.



사회규범의 윤리화 또는 보강기능이 그것이다. <지위부여>라는 것은 인물들, 예를 들어 정치인이나 가수와 탤런트 같은 연예인들이 新聞과 放送에 자주 출연할수록 일반인들은 그들이 유명한 사람, 중요한 사람으로 인식한다는 것이다. 어떤 사회적 쟁점들에 대한 보도에 있어서도 마찬가지이다. 신문이나 방송에서 중요하게 취급하는 이슈는 일반인들 역시 중요한 것으로 생각하게 된다는 것이다. 이렇게 매스미디어에서 중요하게 취급되는 이슈는 일반인들도 역시 중요하게 인식하게 되는 기능을 論題設定 기능이라 한다.<sup>72)</sup> 이러한 기능은 報道된 쟁점들이 공공의 議題로 취급되어 사회적 조치를 취할 수도 있다는 점에서 사회에 유일하게 작용할 수도 있다. 서귀포 중문 호텔 제주신라 앞 해안 절벽에 철제다리를 가설하다 매스미디어에 집중 보도되자 이를 철거하기로 결정한 것은 매스미디어의 환경감시 기능의 좋은 예라 할 수 있다.

<사회규범의 윤리화>는 뉴스를 통해 사회의 탈선적 형태를 폭로함으로써 공중의 사회통제를 강화할 수 있다는 것이다. 이런 방법을 통해서 매스미디어의 뉴스보도는 사회적 통제를 강화하고 사회 내의 탈선적 행위를 들춰내어 이를 바로 잡는 방법들을 제시해 주게 된다.

#### 나. 사회조직의 연결기능

두 번째 機能인 相互連結이란 환경에 대한 情報의 선택과 해석을 의미한다. 미디어는 종종 비판과 함께 사건에 어떻게 대처할 것인가를 사전에 처방하기도 한다. 그것은 사실과 미디어선전 내용이다. 상호연결 기능을 수행하면서 미디어는 사회안정에 대한 위협을 저지하고 여론을 수렴하거나 조정한다. 또한 수용자들로 하여금 보다 폭 넓은 맥락에서 사태들을 이해하고 평가하는 것, 보도된 사실을 어떻게 볼 것인가를 시사해 주는 것 역시 미디어의 중요한 활동의 하나가 된다.

#### 다. 문화傳受者로서의 기능

한 世代로부터 다음 세대로 혹은 한 社會 構成員으로부터 새로운 성원에게 정보

72) 최정호 외, 「매스미디어와 사회」, 나남, 1992, p. 49.

가치, 규범을 전달하는 것이다. 이러한 과정에 있어서 미디어는 공통적 경험의 기반을 넓혀 주어 사회응집력을 향상시킨다. 취학 전부터 시작하여 정규 교육이 끝난 이후까지도 社會化를 계속함으로써 個人을 社會로 結束시켜 준다. 미디어는 그 사회에 正體性을 제공함으로써, 개인들의 소외감, 또는 뿌리가 없는 듯한 감정을 해소시켜 주는 것으로 알려졌다.

#### 라. 오락제공기능

미디어 오락은 日常問題로부터 탈피해 휴식을 제공하며 餘暇時間을 메꾸어 준다. 미디어는 수많은 사람들을 미술과 음악의 大衆藝術에 노출시켜 예술에 있어 公衆의 취향을 향상시킨다는 것이다.

이상과 같은 매스미디어의 네 가지 주요 기능은 서로 별개의 존재가 아니라는 점이다. 한 가지 기능의 수행이 다른 기능에도 영향을 줄 수 있기 때문이다. 결국 매스미디어의 기능에 관한 논의는 이제 미디어에 접촉하는 大衆의 입장에서 그 생리적, 심리적, 문화적 욕구를 충족시켜주는 연속적 과정에 초점을 맞추어야 할 것으로 보인다.<sup>73)</sup>

## 2. 매스미디어와 지역발전의 관계

發展理論이 풍미하던 '60-70년대를 통하여 「커뮤니케이션」은 국가 및 사회발전에 있어서 어떤 역할을 할 것인가에 대한 논의가 매우 활발하게 진행되었던 것이 사실이다.<sup>74)</sup> 말하자면 커뮤니케이션은 국가나 사회발전에 있어서 발전의 원동력이 된다는 점에서는 異論이 있을 수 없고 다만 그 영향이 어느 정도인가가 문제가 될 뿐이라고 인식한 근대화론이 주류를 이루던 시기의 발전 對 커뮤니케이션 관계로 요약할 수 있다.

국가발전 특히 개발도상국의 발전에 있어서 매스 미디어가 큰 역할을 할 수 있다는 쉬람의 논의는 매우 유명한 것이다. 쉬람에 의하면 매스커뮤니케이션은 한 국가의 경제적, 사회적 발전에 크게 貢獻하며 나아가 자유롭고 적절한 정보는 그 자체가 사회발전의

73) 元佑鉉, 「한국미디어文化批評」, 나남, 1987, p. 344.

74) 박소웅, "지역사회발전과 지방언론의 역할에 관한 연구", 석사학위 논문, 경남대학교 경영대학원, 1988, p

목적이 될 뿐만 아니라 사회발전의 效果的인 手段이 된다.<sup>75)</sup> 또한 커뮤니케이션은 신속한 정보기능을 수행하여 국민들이 국가발전에 기여할 수 있도록 새로운 技術을 普及하고 생활방식을 攄得할 수 있도록 국가계획을 알리는(the voice of national planning) 역할을 하여야 한다고 주장한다.

이 밖에도 커뮤니케이션은 국민들로 하여금 새로운 역할에 대비할 준비를 하도록 도와 주어야 하며 나아가 국제사회관계에 대응할 준비를 할 수 있게 해주어야 한다는 것이다.<sup>76)</sup>

결국 슈람은 커뮤니케이션 즉 매스미디어를 통하여 개발도상국은 국가발전을 기약할 수 있다고 보는데 그의 논문에 따르면 매스미디어는 새로운 시대를 지키는 파수꾼으로서 국민들의 시야를 넓혀주고, 발전적인 문제에 대한 관심을 가중시켜 발전에 필요한 조건을 조성할 수 있다고 본다.<sup>77)</sup>

한편 발전 혹은 사회변동과 관련하여 매스미디어를 세가지 측면에서 볼 수 있다.<sup>78)</sup> 첫째, 사회변동의 作用者(agent of social change), 즉 독립변수로서의 측면 둘째, 社會變動의 지수(Index of social change), 즉 종속변수로서의 측면이며 셋째, 效果增幅채널(multiplier channel), 즉 媒介變數로서의 측면이 있다.

발전커뮤니케이션의 古典이라고 할 수 있는 러너와 쉬람의 모델을 살펴보면 ① 매스미디어가 사회보다 선행하며, ② 매스미디어와 발전은 상호관련성이 있으며 ③ 매스미디어는 반드시 발전에 결정적인 영향을 미친다고 가정하는 것이다. 또한 Rogers는 발전과 커뮤니케이션 연구에서 Self-development라는 개념을 도입했는데,<sup>79)</sup> 어떤 지역이 단위가 되어 自治的으로 발전을 계획하고 수행하는 것을 뜻하는데, 이에는 社會構成員의

75) Wilber Schramm, Mass Media and National Communication, UNESCO, 1964, pp. 3-20. 崔南植, "지방방송이 지역발전에 미치는 영향에 관한 실증적 연구", 석사학위논문, 청주대 행정대학원, 1988, pp. 4-5에서 再引用.

76) 박소용, 앞의 논문에서 재인용.

77) W. Schramm 著, 金一鐵, 趙明翰 譯, "매스미디어와 국가발전" (서울: 乙西文化社, 1981), pp. 233-235.

78) 오인환, George Won, 이상희, "언론인과 발전커뮤니케이션", 「신문학」 제10호, 1978, p. 259

79) Everett M. Rogers, "Communication and Development: The Passing of the Dominant Paradigm", Communication Research, Vol3, No. 2, 1976, pp. 231-235, 金榮鎬, '지역사회와 지역언론', '지역커뮤니케이션론', p. 10, 재인용.

참여(participation), 大衆動員(mass mobilization)이 중요한 요소이다. 이 과정에서는 매스미디어의 주된 역할이 ③ 각 지역단위의 특수한 요구에 응하면서 발전문제와 그 가능성을 타진하고 그에 적합한 技術的 情報를 제공하거나, ② 그 부류에 속하는 재문제에 대한 다른 집단의 경험이나 업적 대한 정보를 제공함으로써 그 집단이 발전계획을 수행하는데 助力한다. 따라서 진정한 의미의 발전이란 발전의 혜택이 온 국민이 골고루 누릴 수 있는 상태라는 점을 염두에 둔다면 커뮤니케이션을 통한 발전 전략 역시 국가단위에서 지역단위 중심으로 바뀌어져야만이 커뮤니케이션이 사회발전에 긍정적으로 작용할 수 있을 것이다.

### 第 3 節 觀光産業發展과 매스미디어의 役割

1970년대에 들어서면서 매스미디어가 폭발적으로 增加 보급되면서 정보전달에 중요한 역할을 하게 되었다. 「지방의 시대」<sup>80)</sup>를 맞아 지역 매스미디어의 역할에 대한 중요성이 認知되고 있는바, 매스미디어 역할에 대한 W. Schramm의 일반론은 「매스미디어와 관광산업발전」이라는 문제에 대해서도 축소, 적용할 수가 있을 것이다. 즉 지방언론 역시 지역발전을 위해 첫째 파수꾼 기능(알려주는 기능), 둘째 결정을 내리는 기능, 셋째 가르쳐 주는 기능을 수행할 수 있을 것이다. 그러한 의미에서 관광개발은 地域發展이라는 목적에 대한 개발수단으로서 위치를 차지하고 있기 때문에<sup>81)</sup> 지역개발의 목적에 접근하기 위한 방법으로서 고찰해 보지 않으면 안될 것이다.

지역사회개발의 目的이 複合性과 多目的性을 띄고 있으며 인간생활의 터전을 풍요롭고 행복하게 하는데 있으므로<sup>82)</sup> 지역사회발전의 파수꾼으로서의 지방언론(local journalism)의 역할을 살펴보아야 할 것이다.

80) 1975년 5월 일본 요코하마에서 열린 수도권지방자치 연구회 심포지움에서 이 말이 처음 쓰였다. 지방의 시대가 도래하는 징조로 첫째, 인구의 "U-turn" 또는 "J-turn"현상의 정착 둘째, 공업의 지방분산 셋째, 지역 소득격차의 축소 넷째, 고용격차의 축소 다섯째, 지방주민환경의 중실 등을 들었고, 나아가서 지방거주의 희망증대, 여가의 증대에 따른 지역체재시간의 증대, 정보격차의 시정, 지방 생활환경의 개선이 앞으로 나타나게 될 것으로 전망했다

81) 金太永, 前掲書, p.220.

82) 정하성, 전계서, p.62.

앞에서 살펴본 바와 같이 국가나 사회발전에 있어서 커뮤니케이션 즉 언론체계가 대단히 중요한 역할을 한다는 것은 널리 알려진 것이다. 그런데 발전과 커뮤니케이션의 상호 관련성을 도출하는 데는 그것이 어디에 초점을 맞추고 있는가에 따라 현저한 차이가 있을 수 있다. 커뮤니케이션과 발전의 문제를 논의하면서 거기에 포함되는 커뮤니케이션의 개념은 거의 모두가 전국적 수준에서 정의되는 것이었다.

그러나 선진국으로 향하는 국가에 있어서 근대화나 발전이 절실히 요청되는 지역은 중앙 등 대도시 보다는 地方이다. 따라서 오히려 그 초점이 지방에 맞추어져야 함에도 불구하고 都市的으로만 취급되어 왔기 때문에 결과적으로 중앙과 지방간의 격차 혹은 都農間의 격차를 더욱 크게 만들었다고도 생각할 수 있다.<sup>83)</sup>

지역사회발전에 미치는 매스미디어의 역할 가운데 먼저 지방방송의 역할에 대하여 변동현교수<sup>84)</sup>는

- 1) 지방민의 참여를 자극해야 한다.
- 2) 지방문화를 육성하고 선도해야 한다.
- 3) 발전 정보를 제공해야 한다.
- 4) 지방 행정기관에 대한 비판과 감독을 소홀히 해서는 안된다고 지적했으며,

金智子<sup>85)</sup>는

- 1) 주민들의 思考나 태도 행동양식에 변화를 초래할 수 있는 觸媒의 역할
- 2) 발전 또는 개발의 의지 고취
- 3) 지역주민의 정서 및 언론문화의 啓發, 전통문화의 발굴 보급
- 4) 여론의 환기를 통한 여론지도자(opinion leader)적 역할을 들고 있으며,

지방신문의 역할에 대하여 金敏洙<sup>86)</sup>는

- 1) 개발의욕의 高揚

83) 金榮鎭, "지역사회발전에 있어서 지방방송의 역할", 전주우석대 논문집 제6집(1984), p. 186.

84) 변동현, "지방방송의 활성화를 위한 조사연구", 「신문연구」, (1982, 여름), p. 245.

85) 김지자, "지역사회발전과 로컬방송", 「방송연구」(1984, 가을), pp. 145-146.

86) 김민수, "지방신문이 지역사회발전에 미치는 영향에 관한 연구", 석사학위논문, 동국대학교 행정대학원, 1991, pp. 52-53.

- 2) 지역사회이익의 보호
- 3) 지역개발의 제도
- 4) 지역사회의 인물, 문화의 발굴 및 보존
- 5) 지역사회의 평균화 및 통합
- 6) 지역사회의 변천을 알린다고 주장하고 있다.

또한 지역발전과 매스미디어의 역할에 대하여 吳斗凡교수<sup>87)</sup>는

- 1) 지역개발계획을 홍보한다.
- 2) 지역개발에 필요한 기술을 습득케 한다.
- 3) 개발에 참여하는 사람들의 역할 분담과 역할변화에 기여한다고 열거하고 있으며,

강상욱<sup>88)</sup>은

- 1) 주민들로 하여금 새로운 역할에 대비할 준비를 하도록 도와준다.
- 2) 기업과 시민에게 정보를 제공함으로써 활발한 거래관계를 이루게 하여 유효송요를 확대시킬 수 있는 역할을 들고 있다.

이상과 같은 지역개발과 매스미디어의 관계에 대한 국내 연구들의 공통점을 관광산업발전에 적용시켜 본다면 다음과 같이 정리해 볼 수 있다.

- 1) 매스미디어는 관광관련 情報를 제공해야 한다.
- 2) 매스미디어는 지역주민들로 하여금 관광산업분야의 긍정적인 참여를 刺戟할 수 있다.
- 3) 매스미디어는 지역개발 즉 관광산업발전 과정에서 관광지 주민의 발전의욕을 高揚시킬 수 있다.
- 4) 매스미디어는 관광개발이 진행되는 과정에서 환경감시기능 및 지역주민의 여론수렴기능을 수행할 수 있다.
- 5) 매스미디어는 다양한 정보를 제공하므로 해서 관광지 주민들로 하여금 새로운

87) 오두범, "지역사회발전에 있어 매스컴의 역할에 관한 연구", 새마을연구논문집, 청주대학교 새마을연구소, 1985, pp. 52-53.

88) 강상욱, "지역사회발전과 지방언론의 역할에 관한 연구", 중앙대학교 대학원연구논문집 제8집(사회과학편), 1989, pp. 194-198.

역할에 대비할 준비를 하도록 도와준다.

그런데 지역사회의 발전에 진정한 도움이 되는 지방언론이란 전국단위의 미디어와 相互 조화를 이루면서 한편으로는 지방성(locality)과 지방적 이익 즉 지방주민의 이익에 부합하는 활동을 할 수 있는 능동적 미디어로 존재하여야 한다. 그러나 발전은 단순히 경제적 조건에 의해서만 이루어지는 것은 아니기 때문에 지방언론이 지역사회발전과 관련하여 어느 국면을 강조하느냐 하는 것은 매우 중요하다. 즉 지방문화와 경제, 환경, 복지, 의식 등 여러 측면에서 서로 다른 특수성이 있기 때문에 지방언론이 발전문제를 다룸에 있어서 어떤 측면을 강조할 것인가는 언론의 論題設定 (agenda-setting) 기능으로 보아 대단히 큰 의의를 지닌다.<sup>89)</sup> 따라서 지방언론은 단순히 지역주민의 발전욕구를 대변하는 것에 머물러서는 안되며 발전의 사실에 관한 정보를 제공해야 한다.

한편 지방언론에 대한 發展要因의 직접적 統制는 지역사회발전에 대한 끊임없는 監視機能에 의하여 이루어진다. 또한 발전과정에서 나타나는 反社會的 요소도 언론의 끊임없는 감시와 비판적 시각에 의해서 初期에 발견될 수 있고 또 치유될 수 있기 때문에 지방언론에 대한 관심이 중요하다.



---

89) 정범모, 「국가발전의 문제와 인간요인」, 발전론서설, 박영사, 1965, pp.17-19.

## 第Ⅳ章 매스미디어가 觀光産業發展에 미치는 役割에 關한 實證研究

### 第1節 假說의 設定 및 操作的 定義

#### 1. 假說의 設定

매스미디어는 수용자의 視野를 넓혀주는 同時에 수용자의 認識變化에도 영향을 줄 것이다. 따라서 매스미디어가 地域社會의 特定事안에 대해 地域주민의 인식에 變化를 가져 오게 함으로써 地域發展與件을 造成할 수 있다는 점에서 매스미디어의 역할이 重要하다 할 수 있다. 특히 觀光産業이 比較적 比重이 높은 地域에서는 地域 매스미디어의 여러가지 機能을 통해 地域주민의 觀光産業분야에 대한 關心이나 參與 등의 認識에 영향을 줄 수 있을 뿐만 아니라 주민의 여론수렴을 통해서 주민이 원하는 방향으로의 觀光産業발전이 이루어 지도록 영향을 줄 수 있는 역할 또한 매스미디어가 擔當하고 있다고 본다. 따라서 본 論文의 假說은 地域 매스미디어의 役割이 地域 觀光産業에도 影響을 미칠 수 있는가를 地域주민의 평가를 통해서 찾아보고자 하는 데 目的이 있다. 그리고 觀光産業에 대한 매스미디어의 役割(감시기능, 기여도, 주민의식제고, 여론수렴)은 人口통계학적 특성에 따라 차이가 존재할 것이라는 가정에서 이를 科學적으로 檢證하기 위하여 다음과 같은 研究가설을 設定하였다.

假說1 : 地域 매스미디어는 地域의 觀光産業분야에 긍정적인 影響을 줄 것이다.

假說1-1 : 觀光産業분야에서 地域 매스미디어는 監視機能의 역할을 擔當하고 있을 것이다.

假說1-2 : 地域 매스미디어는 觀光産業 발전을 위한 방향으로 影響을 줄 것이다.

假說1-3 : 觀光産業분야에서 地域 매스미디어는 住民意識提高를 위한 역할을 擔當하고 있을 것이다.

假說1-4 : 觀光産業발전을 위해 地域 매스미디어는 輿論收斂機能의 역할을 擔當하고



있을 것이다.

假說2: 위와 같은 역할에 대한 평가는 人口統計學的特性에 따라 서로 다르게 나타날 것이다.

## 2. 操作的 定義

본 연구에서 사용되는 主要 用語는 다음과 같이 操作的으로 定義한다.

### 가. 지역 매스미디어

個人을 대신해서 사회에 대한 모든 정보를 蒐集하고 分析해서 일반대중에게 전달해주는 전문적인 媒介組織 또는 媒介人을 매스미디어라 한다.<sup>90)</sup> 시각적 매체, 청각적 매체, 시청각 매체로 구분되는 매스미디어의 대표적인 것으로 신문, 잡지, 텔레비전, 라디오, 영화, 비디오 등을 들 수 있으나 본 논문에서 언급되는 지역 매스미디어는 제주지역에서 발행되는 지방 日刊紙 및 제주지역에서 放送되는 텔레비전과 라디오로 定義한다.

### 나. 관광산업

관광산업이란 관광수요를 창출하고 관광객의 다양한 욕구를 충족시켜주는 사업을 통하여 관광의 효용과 효과를 촉진함을 목적으로 하는 公的·私的 組織활동을 말하는 것으로,<sup>91)</sup> 제주지역인 경우 지역총생산액(GRP) 중 3차산업부문의 지속적인 증가와 산업취업구조 중 3차산업인구의 증가 등에서 관광산업이 꾸준히 발전하고 있음을 확인할 수 있다. 본 연구에서는 관광숙박업, 여행업, 관광객이용시설업 등과 이외에 교통시설업을 포함하여 관광산업이라 정의한다.

### 다. 지역주민

대부분의 주민이 일상생활과 주요부분을 지역사회안에서 영위하는 地理的 생활 공간안에서 진행되는 사회관계에 의한 住民集團을 지역사회라고 한다면,<sup>92)</sup> 그 지역에 거주하는 사람들을 지역주민이라 한다.

90) 車培根, 「커뮤니케이션學概論(上)」, 世英社, 1983, p. 212.

91) 尹大淳, 「觀光經營學原論」, 백산출판사, 1992, pp. 200-204.

92) 鄭夏聖, 地域社會開發一般論, 「地域社會開發論」, 백산출판사, 1991, pp. 17-18.

## 第2節 研究方法

### 1. 研究設計

본 연구에서는 지역의 매스미디어가 제주지역 관광산업발전에 미치는 영향을 알아 보고자 하는데 목적을 두고 있기 때문에 前述한 假說을 檢證하기 위하여 설문지에 의한 應答者 記入式 社會調查方法(Self-Administered Social Survey Method)을 사용하였다.

본 연구에서 주요 연구문제는 지역의 매스미디어가 관광산업발전에 미치는 영향을 알아 보고 각 人口社會學的 變因들에 대한 差異檢證을 알아 보고자 함에 있다. 따라서 본 연구의 주요 관심대상인 매스미디어의 影響과 관광산업발전에 대한 評價를 알아보고자 각 변인들은 Likert Type의 5점 合算評定尺이 사용되었으며 인구사회학적 변인은 폐쇄형 설문지법이 이용되었다. 리커트 척도는 1에서 5까지의 값을 부여하는 방법으로 각 개인의 척도 값은 각 진술에 대한 값의 평균을 사용하였다.

본 논문에서는 각 변인간 차를 명확히 하기 위하여 5점 척도를 사용하였다.

### 2. 자료수집 방법

#### 1) 조사대상 標集

지역의 매스미디어가 제주지역 관광산업발전에 미치는 영향을 알아 보고자 하는 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 제주시와 서귀포시, 성산읍과 한림읍에 살고 있는 주민을 조사대상으로 하였는데, 이와 같이 區分한 이유는 제주도내 주요 관광지 중에서 이 지역이 주요 대상 관광지일 뿐 아니라 제주 KBS와 제주 MBC의 텔레비전과 라디오의 可視 聽 지역이기 때문이며, 표집방법으로는 조사의 편의를 위해서 편의추출법(convenience sampling)을 사용하여 자료를 수집하였다.

#### 2) 설문지 배포 및 수집

관광지 주민을 대상으로 9월 23일부터 10월 3일까지 12일간에 걸쳐 조사자가 직접 방문 하여 설문지를 배포하고 3일 후에 回收하는 방법을 사용하였는데, 총 450부의 설문지 가운데 실제 회수된 설문지는 432부로 96%의 회수율을 보였으며, 그 중에서 응답이 불량

한 7부를 제외한 425부를 최종 자료분석에 사용하였다.

### 3) 設問의 構成 및 資料分析

본 연구의 설문은 31개의 문항으로 구성되어 있다. 이들 각 문항은 크게 매스미디어의 情報提供과 그에 따른 영향을 묻는 문항과 미디어에 대한 住民의 態度和 評價를 묻는 문항 및 기타 인구통계학적 속성 (성별, 연령별, 응답자집단 등)에 관한 문항으로 이루어졌다. 設問의 構成에 있어서 反應誤謬(response set)를 최소화 하기 위하여 설문지의 순서를 무작위로 섞어 배열하였다.

蒐集된 자료의 分析은 SPSS/PC+ (Statistical Package for the social Science/PC plus)를 이용하였으며, 각 연구문제의 성격에 따라 기초통계결과를 제고해 주는 단순 빈도(Simple Fequency), 조사대상자들을 背景變數에 따라 分類하여 비교, 分析하는 交叉分析(Cross Classification Analysis), 그리고 假說檢證을 위해서는 Mass Media의 각 역할에 대한 Kolmogorov-Smirnov test를 이용한 정규분포 적합도 검증과  $\chi^2$  분석(Chi-square analysis)을 통해 부정적인 견해와 중립적 견해 그리고 긍정적인 견해를 보인 응답자간에 비율에서 차이가 있는가를 알아보았다. 본 연구에서 사용한 설문지는 부록에 첨부되어 있으며, 각 설문에 대한 의미 부여는 아래와 같다.

〈표 IV-1〉 設問의 構成

구 분		설문지 항목번호
매스미디어의 역할	감 시 기 능	3, 5, 10
	정 보 제 공	2, 4, 6, 7, 8
	주 미 의 식 제 고	14, 15
	여 론 수 령 기 능	11, 17
관광산업에 대한 주민 참여도		16, 18
관광정보에 대한 주민 만족도		9, 12, 13
관광산업발전에 대한 전망		1

### 3. 人口統計學的 屬性

본 研究의 設問에 응답한 調查對象者의 人口 통계학적 分포는 <표 IV-2>에 나타나 있는 것처럼 性別에서는 일반적으로 남자의 응답자(69%)가 여자(31%)보다 높고, 年齡은 20대와 30대가 각각 39.5%, 39%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 學歷은 中卒이하가 매우 작은 부분을 차지하고 있기 때문에 高卒이하, 大在, 大卒 등 세 그룹으로만 分類되어 있다. 그리고 職業別 分布에서 會社員이 전체의 41%로 가장 많은 비율을 차지하고 있는 이유는 인구의 分포가 제주시와 서귀포가 높기 때문이며, 공무원 및 서비스업 종사자의 비율이 각각 18.4%, 17.6%로 그 다음의 비중을 차지하고 있으나, 1차산업 종사자는 少數에 불과한 3.3%로 나타났다.

<표 IV-2> 인구통계학적 分포

구 분	總 計	425名 (100%)
성 별	男	294명 (69%)
	女	131명 (31%)
연 령 별	20 - 29세	166명 (39%)
	30 - 39세	168명 (39.5%)
	40 - 49세	72명 (17%)
	50 - 59세	19명 (4.5%)
학 력 별	고졸 이하	145명 (34.9%)
	대 재	70명 (16.8%)
	대졸 이상	201명 (48.3%)
직 업 별	농, 어업	14명 (3.3%)
	상 업	27명 (6.3%)
	공 무 원	78명 (18.4%)
	회 사 원	173명 (40.7%)
	학 생	50명 (11.8%)
	서어비스업	75명 (17.6%)
	기 타	8명 (1.9%)

#### 4. 미디어 관련문제

##### 1) 미디어 접촉동기

미디어 수용자 (지역주민)들의 미디어 접촉동기를 매체별로 조사한 결과는 다음과 같이 나타났다.

신문을 접하는 이유로는 세상소식을 알기위해서라고 응답한 사람이 77.2% (328명)로 가장 많고, 방송을 접하는 이유로는 뉴스를 듣기 위해서가 52.7% (224명)로 역시 1위를 차지하고 있다.

〈표 IV-3〉 미디어 접촉동기 (신문)

---

건강정보를 얻기 위해서 .....	1.1%
지식과 교양을 얻기 위해서 .....	12.0%
세상소식을 알기 위해서 .....	76.5%
직업과 관련된 정보를 얻기 위해서 .....	10.4%

---

〈표 IV-4〉 미디어 접촉동기 (TV)

---

생활의 긴장감을 해소하기 위해서 .....	16.3%
유익한 정보를 얻기 위해서 .....	20.5%
여가와 관련된 정보를 얻기 위해서 .....	4.9%
오락을 즐기기 위해서 .....	5.6%
주요 뉴스를 듣기 위해서 .....	52.7%

---

##### 2) 미디어 접촉빈도

응답자 중 하루평균 신문읽는 시간은 1시간 이내가 74.8% (318명)로 대부분을 차지하고 있으며, TV시청시간은 30분 이상 2시간까지가 61% (263명)로 나타났으며 2시간 이상 시청하는 응답자도 17.6% (75명)이나 되었다.

##### 3) 嗜好하는 프로그램 및 紙面

가장 많이 보는 TV프로그램으로는 뉴스, 시사물이 62.4% (265명)로 가장 많고, 드라

마도 22.6% (96명)로 2위를 차지하고 있다. 신문의 경우는 사회면을 가장 많이 읽는다고 응답한 경우가 35% (150명), 정치면 24% (102명) 그리고 경제면 15% (64명) 순으로 나타나고 있다.

## 5. 觀光 關聯問題

### 1) 觀光産業 展望 및 參與度

실문의 문항중 리커트형 5점척도로 구성된 문항에 대한 응답자 평가의 평균값을 구해본 결과 표 4-5에 나타나 있는 것 처럼 조사 대상자들의 地域 觀光産業 發展展望에 대한 평가는 긍정적으로 응답한 비율이 78.8%로 가장 높았으며, 부정적으로 응답한 比率은 불과 2.8%로써 앞으로의 관광산업분야 발전에 높은 기대감을 가지고 있다. 또한 장래 관광산업분야의 參與에 대해서 68.7%가 기회가 주어 진다면 참여하겠다고 긍정적으로 응답을 하여 높은 관광산업 발전전망과 더불어 관광지 주민의 관광산업분야에 대한 높은 기대와 관심이 있는 것으로 보여진다.

### 2) 觀光情報에 대한 滿足度

지역 매스미디어가 제공하는 관광에 관련된 정보의 만족에 대해서는 조사대상자의 57.1%가 만족한다고 긍정적으로 답변을 하였고, 다만 소수에 불과한 2.6%가 불만을 보였다 <표 IV-5>. 그러나 긍정도 부정도 아닌 중립적 견해를 나타낸 비율도 40.3%에 이르고 있다. 따라서 매스미디어의 수용자들은 관광에 관련된 정보의 제공면에서 불만족한다는 데에는 동의하지 않으나 높은 만족도를 가지고 있다고 볼 수는 없다.

<표 IV-5> 관광산업 발전 전망 및 참여도, 관광정보 만족도

(단위: 명, %)

구 분	부 정 적	중 립	긍 정 적
관광산업에 대한 참여도	12 (2.8)	120 (28.5)	290 (68.7)
관광산업 발전 전망	34 (8.0)	22 (13.2)	369 (78.8)
관광정보에 대한 만족도	11 (2.6)	170 (40.3)	241 (57.1)

### 第3節 假說의 檢證과 結果의 要約

#### 1. 假說의 檢證

##### 가. 假說1의 檢證

본 논문은 ‘지역 매스미디어는 지역의 관광산업분야에 긍정적인 영향을 줄 것이다’는 것을 주 가설로 하고 있다. 매스미디어는 政治, 經濟, 社會, 文化, 敎育 등 모든分野에서 正의 방향이든 부의 방향이든 영향을 미치고 있다. 특히 오늘날은 情報의 蒐集과 餘暇의 많은 부분을 매스미디어에 依存하고 있기 때문에 그 역할에 대한 중요성이 널리 강조되고 있다. 매스미디어는 그 영향을 미칠 수 있는 대상의 폭이 넓은 관계로 특정 사안에 대해 여론을 수렴할 수도 있고, 輿論의 向方을 바꿀 수도 있으며, 올바른 方向으로 變化가 이루어지도록 주민의식제고를 통하여 사회에 이바지할 뿐만아니라, 일종의 감시기능역할도 담당하고 있다. 따라서 특정지역의 매스미디어도 그 지역의 특정분야에서 매스미디어의 기본적 역할인 감시기능, 기여도, 주민의식제고 그리고 여론수렴기능의 역할을 담당한다고 볼 수 있다.

假說 1에서는 지역매스미디어가 관광관련 정보의 제공을 통해서 관광산업 발전에 긍정적인 영향을 줄 수 있다는 가정에서, 세부적으로 매스미디어의 감시기능(가설 1-1), 기여도(가설 1-2), 주민의식제고(가설 1-3), 여론수렴기능(가설 1-4) 등을 각각 獨立的으로 조사함으로써 가설 1에 대한 종합적인 결론을 도출 하는 방법을 사용하였다.

假說에 대한 결론을 얻고자 사용한 설문내용에 대한 設計는 調查對象者에게 직접적인 質問을 통하여 구하였다. 예를들면, 지역 매스미디어가 관광산업발전을 위하여 감시기능을 한다고 생각하십니까? 하는 直接語法의 意見을 통하여 서로 다른 견해를 보인 응답자 그룹간의 비율에서 차이가 있는가를 알아보았다. 신뢰성을 높이기 위하여 세가지 관점에서 그룹 또는 범주(Category)간의 비율에서 차이가 존재하는가를 살펴보았다.

첫째, 설문지의 구성이 Likert의 5점 척도를 사용하였기 때문에 응답유형이 대체로 정규분포를 보일 것으로 본다.<sup>93)</sup> 즉 각 범주간의 응답자의 분포가 일정하리라는 기대와는

93) 홍두승, 「社會調查分析」, 제2판, 다산출판사, 1992.

달리 정규분포를 보이고 있을 경우 각 범주간의 비율에서는 차이가 없는 것으로 보았다. 즉 강한 부정, 약한 부정, 중립적 견해, 약한 긍정, 강한 긍정 등 5개의 범주에서 응답자의 비율이 중립적 견해를 정점으로 정규분포를 보이고 있다면 5개 그룹에의 의견의 차이는 존재하지 않는다. 만약 어느 한 범주에 응답자의 비율이 높게 나타나 있다면 이는 정규분포가 아니며 응답자들의 견해에 높은 비율을 보인 범주에 대체로 의견의 일치가 있는 것을 의미하기 때문이다. 정규분포의 적합성 검증은 Kolmogorov-Smirnov test를 사용하였다.<sup>94)</sup>

둘째, 5점 척도 또는 5개의 범주로 구성되어 있는 응답자들의 견해를 다시 3범주로 그룹화하여 각 그룹간의 비율에 차이가 있는가를 알아보았다. 즉 부정적, 중립적 그리고 긍정적 견해로 분류된 그룹간의 비율에서 차이가 존재하는가를 알아보았다. 만약 응답자간의 견해에서 차이가 존재하지 않는다면 각 그룹의 응답자 비율은 비슷하게 나타날 것이며, 응답자들의 견해가 한 쪽으로 치우쳐 있다면 그룹간의 비율에서는 차이가 존재할 것이다.

셋째, 두번째 방법에서 얻은 결과는 세 그룹의 비율을 동시에 비교하였기 때문에 어느 한곳의 비율이 지나치게 낮고 나머지 두 곳의 비율이 비슷한 경우 응답자들의 견해가 한곳으로 치우쳐 있다는 결론을 얻기에는 부적합하며, 이런 경우 응답자들의 견해가 한곳으로 치우쳐 있지 않다는 결론을 얻을 수는 있다. 예를 들면, 부정적 견해의 비율이 지나치게 낮고 중립적 견해와 긍정적 견해의 비율이 비슷한 경우 응답자들은 부정적 견해를 가지지 않고 있다는 결론을 얻을 수는 있지만 중립적 견해와 긍정적 견해와의 사이에 차이가 존재하는가에 대한 결론을 얻을 수는 없다. 따라서 한곳의 비율이 지나치게 낮은 경우 그곳의 응답자 수를 제외하고 나머지 두 그룹간의 차이가 존재하는가를 알아 보았다. 비율간의 차이 검증은 Chi-Square test를 이용하였다.

#### 1) 假說 1-1의 檢證

가설 1-1은 지역의 매스미디어가 관광산업에 대한 정보를 제공함으로써 관광산업분야에서 監視機能의 役割을 하고 있는지에 대한 견해를 살펴보고자 한 것이다. <표 IV-6>에서

94) W. J. Conover, *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, 1980.



보는 바와 같이 감시기능을 하고 있다는 견해를 약한 긍정으로 표현한 경우가 전체 조사 대상자의 36.5%를 차지하고 있으며, 강한긍정의 표현이 29.1% 그리고 중립적 견해가 28.5%를 차지하고 있다.

정규분포의 적합도 검증에서는 P 값이 0.000으로 조사대상자들의 견해가 정규분포를 이루고 있지 않은 것으로 나타났다 <표 IV-7>. 이는 감시기능에 대한 견해가 어느 한 곳으로 치우쳐 있다는 것을 의미한다. 표 4-8의 부정적 견해, 중립적 견해, 긍정적 견해 등 세 범주로 된 제 1분류에서 P-값 역시 0.000으로 지역주민들의 견해차이가 있는 것으로 나타나 있다. 그러나 이러한 결과는 부정적 견해를 보인 비율이 지나치게 낮기 때문에 가설 1-1이 유의한 것으로 나타났다고 볼 수 있으며 주민들의 견해가 부정적이지 않다는 결론을 얻을 수 있지만 그들의 견해가 중립적인지 긍정적인가에 대한 결론을 얻을 수가 없다. 따라서 부정적 견해를 보인 범주를 제외한 후 중립적 견해와 긍정적견해를 보인 범주들 간의 비율에서도 차이가 있는가를 알아 보았다. 표 4-8의 제 2분류의 P 값도 0.000으로 역시 견해의 차이가 존재하는 것으로 보인다. 중립적 견해와 긍정적 견해를 보인 그룹간의 비율에서는 차이가 존재하며 중립적 견해보다는 긍정적견해로의 의견을 갖고 있다는 결론을 얻을 수 있다. 즉 가설 1-1은 지지된 것으로 나타났으며 부정적 견해보다는 중립적 견해 또는 긍정적 견해, 중립적 견해보다는 긍정적 견해로 감시기능에 대한 주민들의 평가가 있음을 알 수 있다. 결론적으로 지역 주민들의 관광산업에대한 지역 매스미디어의 감시기능 역할에 대한 평가는 분명히 역할을 하고 있다고 긍정적으로 생각 하는 사람이 支配的이라 할 수 있다.

〈표 IV-6〉 감시기능에 대한 주민의 의견

주 민 의 견	빈 도 (명)	구 성 비 (%)
강 한 부 정	5	1.2
약 한 부 정	20	4.7
중 립	121	28.5
약 한 긍 정	155	36.5
강 한 긍 정	123	29.1

〈표 IV-7〉 감시기능에 대한 Kolmogorov-Smirnov test

평 균	표준편차	K-S Z	양측 검증시 p	결 과( $\alpha=.05$ )
2.597	0.600	10.296	0.000	비정규분포

〈표 IV-8〉 監視機能에 대한 Chi-Square test

구 분	제 1 분 류			제 2 분 류	
	부정적	중 립	긍정적	중 립	긍정적
빈도	25	121	278	121	278
%	5.9	28.5	65.6	30.3	69.7
Chi-Square	230.835			61.777	
P 값	0.000			0.000	

2) 假說 1-2의 檢證

가설 1-2는 지역 매스미디어가 地域社會 發展에 이바지할 것이라는 가정에서 지역 매스미디어의 관광산업발전에의 기여도를 알아 보고자 하는 것이다. 관광산업분야에서 매스미디어의 기여도에대한 지역주민들의 意見은 표 IV-9에 나타난 것처럼 약한긍정의 견해를 표시한 경우가 52.5%로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며, 강한긍정의 견해가 18.5%, 중립적 견해가 20.4%, 그리고 약한 부정의 비율이 5.6%를 차지하고 있다.

매스미디어의 지역사회 기여도에 대한 지역주민의 見解의 分布는 표 IV-10에 나타난 것처럼 정규분포가 아님을 알 수 있다. 이는 기여도에 대한 주민의 견해가 어느 한 곳에 치우쳐 있음을 의미한다. 부정적, 중립, 긍정적 등 세 범주로 분류를 했을때 P-값은 0.000으로 세개의 그룹간 비율에서 차이가 있는것으로 나타났다 <표 IV-11>. 그러나 부정적 견해의 비율이 비교적 낮기 때문에 P-값이 지나치게 작은 숫자를 보여주고 있으며 주민의 견해가 부정적은 아니라는 것만을 확인할 수 있다. 따라서 부정적 견해를 제외하고 중립적 견해와 긍정적 견해 두 범주에서 차이가 있는가를 나타내는 <표 IV-11>의 제2 분류 P-값 역시 0.000으로 나타났다. 즉 부정적 견해와 중립적 또는 긍정적 견해, 그리

고 중립적 견해와 긍정적 견해 등 두 개의 그룹간 비교는 차이가 있는 것으로 나타났으며, 가설 1-2에 대한 檢證은 유의한 것으로 나타난다. 결론적으로 지역 매스미디어가 관광산업분야에서 기여를 하고 있다는 견해를 지역주민들은 갖고 있는 것으로 볼 수 있다.

〈표 IV-9〉 기여도에 대한 주민의 의견

주 민 의 견	빈 도(명)	구 성 비(%)
강 한 부 정	13	3.0
약 한 부 정	24	5.6
중 립	88	20.4
약 한 긍 정	221	52.5
강 한 긍 정	75	18.5

〈표 IV-10〉 기여도에 대한 Kolmogorov-Smirnov test

평 균	표준편차	K-S Z	양측 검증시 p	결 과( $\alpha=.05$ )
2.619	.641	10.308	0.000	비정규 분포

〈표 IV-11〉 審異度에 대한 Chi-Square test

구 분	제 1 분 류			제 2 분 류	
	부정적	중 립	긍정적	중 립	긍정적
빈도	37	88	300	88	300
%	8.7	20.7	70.6	22.7	77.3
Chi-Square	274.621			111.835	
P 값	0.000			0.000	

### 3) 假說 1-2의 檢證

가설 1-2는 관광산업분야에서 지역매스미디어가 주민의식제고를 위한 역할을 담당하고

있는지를 알아보기 위함이다. 주미의식제고란 관광분야에 대한 주민들의 의식에 변화를 줌으로써 관광분야에 관심을 갖게 할 수도 있으며 관광지역 주변의 주민에게 관광의 발전에 직접 또는 간접적인 참여를 고양시키는 것을 말한다.

〈표 IV-12〉에 의하면 주미의식제고의 역할을 하고 있다고 약한 긍정으로 견해를 보인 비율이 32.6%, 중립적 입장이 43.8%, 역할을 하지 않고 있다고 약한부정 및 강한긍정으로 표현한 경우가 11.3%, 10/9%로 나타났다.

주미의식제고 견해에 대한 정규분포 적합도 검증에서도 주민들의 견해가 정규분포를 보이고 있지 않다는 것을 알 수 있으며 〈표 IV-13〉, 부정적 견해, 중립적 견해 그리고 긍정적 견해 등 세 범주로 분류를 했을 때 P-값은 0.0000으로 비율에서 차이가 있는 것으로 나타났다. 감시기능이나 기여도에서와 마찬가지로 부정적 견해의 비율이 지나치게 낮은 결과이며, 부정적 견해를 보인 범주를 제외한 나머지 두 범주에서의 차이가 있는가를 알아 보았다. 중립적 견해와 긍정적 견해에서는 비율이 각각 43.8%, 32.6%이고, P-값 역시 0.959로 높게 나타나 있다〈표 IV-14〉. 결과적으로 매스미디어가 지역주민의 의식제고역할을 하지 않는다는 견해에는 동의하는 숫자가 작으나 그렇다고 이들의 인식이 의식제고역할을 한다는 것에도 동의하지 않은 것으로 보인다. 라서 매스미디어가 의식제고역할을 한다는 결론을 얻지는 못했으나 하지 않았다는 견해에는 반대입장을 보이고 있는 것으로 보아 주미의식제고에 대한 매스미디어의 역할이 크지 않음을 알 수 있다.

〈표 IV-12〉 주미의식제고에 대한 주민의 의견

주 민 의 견	빈 도(명)	구 성 비(%)
강 한 부 정	6	1.4
약 한 부 정	48	11.3
중 립	186	43.8
약 한 긍 정	139	32.6
강 한 긍 정	46	10.9

〈표 IV-13〉 주민의식제고에 대한 Kolmogorov-Smirnov test

평균	표준편차	K-S Z	양측 검증시 p	결과 ( $\alpha=.05$ )
2.308	0.684	10.308	0.000	비정규 분포

〈표 IV-14〉 주민의식제고에 대한 Chi-Square test

구분	제 1 분류			제 2 분류	
	부정적	중립	긍정적	중립	긍정적
빈도	54	186	185	186	185
%	12.7	43.8	43.5	50.1	49.9
Chi-Square	81.379			0.003	
P 값	0.000			.959	

#### 4) 假說 1-4의 檢證

가설 1-4는 매스미디어의 기능 중 여론수렴에 관한 것이다. 관광의 개발분야는 지역 주민들의 利害關係가 높기 때문에 민감한 반응을 보일 수가 있다. 관광산업분야에서의 여론수렴이란 관광에 관한 政策의 樹立時 또는 관광지 개발 등 이에 따른 지역주민의 意思를 지역 매스미디어가 收斂하고 傳達하는 역할기능을 여론수렴이라 할 수 있다.

이에 대한 지역 주민들의 견해는 감시기능, 기여도, 주민의식제고 등과는 다른 결과를 보여주고 있다. 위에서는 긍정적 견해가 가장 높은 비율을 보이고 있으나 여론수렴에 대해서는 중립적 견해가 41.6%로 가장 높고, 그 다음으로 약한 긍정적 견해가 23.5%이며 약한 부정적 견해 역시 약한 긍정적 견해와 같이 23.0%로 나타났다 <표 IV-15>.

여론수렴에 대한 지역주민들의 견해 역시 정규분포를 보이지 않고 있으며<표 IV-16>, 부정적, 중립적, 긍정적 등으로 분류된 세 범주간에는 분명히 차이가 존재함을 알 수 있다<표 IV-17의 제 1 분류>. 그러나 부정적 견해를 제외한 중립적 견해와 긍정적 견해와의 차이에서는 P 값이 0.033으로  $\alpha$ 가 0.05일때는 比率에서 差異가 有意하나  $\alpha$ 가

0.01일 경우에는 유의하지 않은 것으로 나타났다<표 IV-17의 제 2 분류>. 지역주민들의 견해는 여론수렴을 하지 않고 있다는 견해에는 동의할 수 없으나, 그렇다고 여론수렴을 한다는 데도 동의할 수 없다는 견해를 보인 것으로 볼 수 있다.

<표 IV-15> 여론수렴에 대한 주민의 의견

주 민 의 견	빈 도(명)	구 성 비(%)
강 한 부 정	11	2.6
약 한 부 정	98	23.0
중 립	177	41.6
약 한 긍 정	100	23.5
강 한 긍 정	39	9.3

<표 IV-16> 여론수렴에 대한 Kolmogorov-Smirnov test

평 균	표준편차	K-S Z	양측 검증시 p	결 과( $\alpha=.05$ )
2.071	0.762	12.496	0.000	비정규 분포

<표 IV-17> 여론수렴에 대한 Chi-Square test

구 분 견해 구분	제 1 분 류			제 2 분 류	
	부정적	중 립	긍정적	중 립	긍정적
빈도	109	177	139	177	139
%	25.7	41.6	32.7	56.0	44.0
Chi-Square	16.395			4.570	
P 값	0.000			0.033	

나. 假說2의 檢證

가설1의 검증에서는 매스미디어가 관광산업분야에 대한 정보제공을 통해서 매스미디어의 역할을 담당하고 있는가를 관광지역 주민의 평가에 의해서 이루어졌다. 이러한 사항들

이 人口統計的 特性上 差異가 있는지의 與否를 檢證하기 위한 것이 가설2이다. 가설2에 서는 인구통계적 특성으로 성별, 연령별, 직업별, 학력별로 분류되어 있으며, 이러한 분 류가 매스미디어 각각의 기능에 대하여 차이가 있는가를 검증해 보고자 한다.

매스미디어의 4가지 기능과 인구통계학적간의 교차분석은 Chi-Square test를 사용하여 비율에서 차이가 있는가를 알아 보았고, 매스미디어의 4가지 기능 모두 비교적 비율이 낮은 부정적 견해를 제외한 중립적 견해와 긍정적 견해 두 범주만을 비교하였다. 따라서 가설 2의 목적은 매스미디어의 역할에 대한 평가에서 중립적 견해와 긍정적 견해사이에 인구통계적 특성에 따라 차이가 있는가를 살펴보고자 하는 것이다.

1) 性別 分析

감시기능, 기여도, 주민의식제고, 여론수렴 등 매스미디어의 4 가지 기능 중 성별에 따른 차이를 나타내는 P값은 주민의식제고의 0.1235가 가장 낮은 숫자이다. 따라서 네가 지 경우 모두  $p < 0.05$  ( $\alpha = 0.05$ )이기 때문에 性別에서 차이가 없음을 알 수 있다. 比率에 있어서도 네가지 기능 모두 남자와 여자간에 비슷한 분포를 보이고 있다.

<표 IV-18> 性別分析

제주대학교 중앙도서관 (단위: 名, 列%, 行%)

구 분	감시기능		기 여 도		주민의식제고		여론수렴	
	중 립	긍정적	중 립	긍정적	중 립	긍정적	중 립	긍정적
남 성	82	197	56	218	124	137	12	102
	67.8	71.6	64.4	73.2	67.0	74.9	71.2	75.5
	29.4	70.6	20.4	79.6	47.5	52.5	55.3	44.7
여 성	39	78	31	80	61	46	51	34
	32.2	28.4	35.6	26.8	33.0	25.1	28.8	25.0
	33.3	66.7	27.9	72.1	57.0	43.0	60.0	40.0
Chi-Square	0.43236		2.12360		2.37270		0.38906	
P-값	0.5108		0.1450		0.1235		0.5328	

2) 年齡別 分析

연령별 분석에서도 감시기능의 p 값이 0.1508, 기여도가 0.2579, 주민의식제고 0.7033 그리고 여론수렴의 p값이 0.3355로 유의하지 않음을 알 수 있다. 즉 性別에서와 마찬가지로 매스미디어의 역할에 대한 평가가 연령에서도 차이가 없다. 그러나 비율면에서 감시기능의 경우 긍정적이라고 응답한 경우가 30대미만이 61.6%, 30대는 66.6%, 40대이상 75.0%로 높게 나타나고 있어서 연령이 많을 수록 긍정적으로 평가하는 性向이 있음을 볼 수 있다. 이와 같은 현상은 기여도면에 대한 평가를 제외한 주민의식제고 그리고 여론수렴기능에서도 비슷한 결과를 찾아 볼 수 있다.

〈표 IV-19〉 年齡別 分析

(단위: 名, 列%, 行%)

구 분	감시기능		기 여 도		주민의식제고		여론수렴	
	중 립	긍정적	중 립	긍정적	중 립	긍정적	중 립	긍정적
30대미만	53	101	39	105	72	66	68	46
	43.8	36.3	44.37	35.0	38.7	35.7	38.4	33.1
	34.4	65.6	27.1	72.9	52.2	47.8	59.6	40.4
30대	49	111	30	126	76	75	76	58
	40.5	39.9	34.1	42.0	40.9	40.5	42.9	41.7
	30.6	69.4	19.2	80.8	50.3	49.7	56.7	43.3
40대이상	19	66	19	69	38	44	33	35
	15.7	23.7	21.6	23.0	20.4	23.8	18.6	25.2
	22.4	77.6	21.6	78.4	46.3	53.7	48.5	51.5
Chi-Square	3.78306		2.71002		0.70383		2.18431	
P-값	0.1508		0.2579		0.7033		0.3355	

3) 職業別 分析

직업별 분석에서는 주민의식제고에 대해 p값이 0.0929로서  $\alpha$ 가 0.10일때 유의한 것으로 나타났다 <표 IV-19>. 즉 주민의식제고에 대한 지역주민의 평가는  $\alpha=0.10$ 일 때 직업



에 따라 다르다고 볼 수 있다. 비율면에서 주민의식제고의 경우 회사를 제외한 모든 직업에서 중립적 견해보다는 긍정적 견해가 높게 나타나 있으나 회사는 중립(58.1%)이 긍정(41.9%) 보다 비교적 높게 나타나 있다. 이러한 현상은 관광산업 종사원의 직업이라 할 수 있는 서비스업으로 따로 분류되어 있고 비교적 회사원으로 분류되어 있는 응답자들이 관광에 관심이 적기 때문으로 보인다. 여론수렴에 있어서는 비교적 긍정보다는 중립이, 감시기능과 기여도면에서는 중립보다는 긍정이 직업에 따라 고른 분포를 보이고 있다.

〈표 IV-20〉 職業別 分析

(단위 : 名, 列%, 行%)

구 분	감시기능		기 여 도		주민의식제고		여론수렴	
	중 립	긍정적	중 립	긍정적	중 립	긍정적	중 립	긍정적
농·어·상업	9	25	7	26	15	16	18	11
	7.4	9.0	8.0	8.7	8.1	8.6	10.2	7.9
	26.5	71.4	21.2	78.8	48.4	51.6	62.1	37.9
공 무 원	18	57	14	63	29	39	27	27
	14.9	20.5	15.9	21.0	15.6	21.1	15.3	19.4
	24.0	76.0	18.2	81.8	42.6	57.4	50.0	50.0
회 사 원	45	117	39	113	86	62	69	48
	37.2	42.1	44.3	37.7	46.2	33.5	39.0	34.5
	27.8	72.2	25.7	74.3	58.1	41.9	59.0	41.0
서어서비스업	25	45	16	54	34	34	38	27
	20.7	16.2	18.2	18.0	18.3	18.4	21.5	19.4
	35.7	64.3	22.9	77.1	50.0	50.0	58.5	41.5
주부 및 학생	24	34	12	44	22	34	25	26
	19.8	12.2	13.6	14.7	11.8	18.8	14.1	18.7
	41.4	58.6	21.4	78.6	39.3	60.7	49.0	51.0
Chi-Square	6.47312		1.74888		7.96353		2.81106	
P-값	0.1665		0.7818		0.0929		0.5899	

4) 學歷別 分析

학력별 분석에서도 職業別 分類에서와 마찬가지로 주민의식제고에 대한 P 값이 0.0638로서  $\alpha$ 가 0.10일때에만 有意한 것으로 나타났다. 大在 이상에서는 주민의식제고에 대한 평가가 중립보다는 긍정이 높은 반면 高卒以下에서 중립이 긍정보다 높은 비율을 보이고 있다. 여론수렴에서는 大學在學이 중립보다는 긍정이 높으나 그 밖의 학력에서는 중립이 긍정보다 높은 비율을 보이고 있다. 감시기능과 기여도에서는 모든 學歷水準에 대해 중립보다는 긍정의 비율이 비교적 높게 나타나 있으며 比率 역시 모든 학력에 대해 비슷한 分布를 보이고 있다.

〈표 IV-21〉 學歷別 分析

(단위 : 名, 列%, 行%)

구 분	감시기능		기 여 도		주민의식제고		여론수렴	
	중 립	긍정적	중 립	긍정적	중 립	긍정적	중 립	긍정적
고졸이하	37	104	33	107	78	56	67	46
	30.6	37.4	37.5	35.7	41.9	30.3	37.9	33.1
	26.2	73.8	23.6	76.4	58.2	41.8	59.3	40.7
대 재	25	40	15	48	29	36	27	31
	20.7	14.4	17.0	16.0	15.6	19.5	15.3	22.3
	38.5	61.5	23.8	76.2	44.6	55.4	46.6	53.4
대졸이상	59	134	40	145	79	93	83	62
	48.8	48.2	45.5	48.3	42.5	50.3	46.9	44.6
	30.6	69.4	21.6	78.4	45.9	54.1	57.2	42.8
Chi-Square	3.15505		0.22745		5.50266		2.68916	
P-값	0.2965		0.8925		0.0638		0.2606	

2. 分析結果 要約 및 示唆點

지역 매스미디어는 지역의 관광산업분야에 긍정적인 영향을 줄 것이라는 가설1과 이와 같은 사실은 인구통계학적 특성에 따라 차이를 보일 것이라는 가설2를 검증한 결과를 요

약하면 다음과 같다.

가설1에 대해서는 부분적 支持가 있는 것으로 나타났다. 감시기능 및 기여도에서는 매스미디어가 관광산업분야에서도 그 역할을 긍정적으로 하고 있다고 할 수 있으나 주민의 식제고나 여론수렴역할에 대한 주민의 평가가 다른 역할에 비교하여 낮다는 것을 알 수 있다. 일반적으로 매스미디어가 주민의식제고 역할을 하지 않고 있다는 견해에는 反對意見を 분명히 하고 있으나, 중립적 견해와 긍정적 견해 사이의 비율이 거의 차이가 없다는 것은 역할을 하고 있다는 견해에도 同意할 수 없음을 의미한다. 이와 같은 결론은 응답자가 자체평가를 했기 때문에 매스미디어에 영향을 받았다는인식을 스스로 인정하는 것에 거부감을 가질 수도 있다는 점을 고려해야 할 것이다. 여론수렴기능에 대해서도 주민의식제고에서와 마찬가지로 여론수렴기능을 하고 있다 없다는 것에는 동의할 수 없으나 여론수렴역할을 하고 있다는 것에도 상당히 동의할 수 없음을 의미한다. 이는 지역 주민이 매스미디어의 여론수렴역할에 대해서 不滿足을 나타내고 있음을 알 수 있으며, 最低의 濟州道開發特別法の 開發方向에 대해 論難이 많은 점을 考慮할 때 示唆하는 바가 크다 할 수 있다.

가설2에 대해서는 지지를 얻지 못하고 있다. 즉 관광산업분야에서 매스미디어의 역할에 대한 평가가 人口統計學的으로 차이가 나타나지 않았다. 다만 住民意識提高면에서 職業이나 學歷에 따라  $\alpha$ 가 0.10일 때에만 차이가 있으나, 그 밖의 매스미디어의 역할에 대한 住民의 評價는 性別, 年齡別, 職業別 그리고 學歷別에 따라 차이점이 없는 것으로 나타났다.

이와 같은 결과는 가설1에 대한 조사대상자들의 인구통계학적 특성간에 매스미디어에 대한 고른 인식분포를 가지고 있다는 것을 알 수 있다.

이상의 假說 分析結果에서 살펴보았듯이 매스미디어와 지역발전, 특히 관광산업발전의 관계는 매스미디어의 報道的 機能 또는 環境監視機能을 통해서 지역 주민들이 事實의 情報習得 뿐만 아니라 態度나 行動의 變化도 초래될 수 있다는 점을 확인할 수 있다. 그러나 매스미디어가 수용자에게 새로운 정보를 제공했다고 해서 그 모든 정보가 습득되는 것은 아니기 때문에, 매스미디어의 順機能적인 측면에서 매스미디어가 지역 주민에게 관광관련정보를 제공하는 데 노력해야 할 것이다.

## 第 V 章 結 論

이 研究는 觀光産業을 先導産業으로 하고 있는 濟州地域의 地域發展 즉 觀光産業發展에 있어서 매우 중요한 要因으로 작용하리라 생각되는 지역 매스미디어의 役割을 實證的으로 考察함과 아울러 관광지 주민들은 지역 매스미디어의 역할을 어떻게 평가하고 있으며, 매스미디어는 住民의 認識變化에 어떻게 기여하고 있는가를 알아보려고 하는 것이 목적이었다. 國家組織에 立法, 行政, 司法의 기능을 수행하는 3府 외에도 이들을 有機的으로 調整하고 統合하는 제4부로서의 言論이 存在한다는 사실은 이제 당연한 것으로 받아들여 지고 있는 것이다.

地方自治의 時代가 열리면서 지역 매스미디어에서도 中央言論이 수행하는 諸機能이 부여될 것이며 지역주민 역시 매스미디어에 대한 關心이 增大될 것이다. 아울러 제주지역 관광산업이 발전해오는 과정에서 신문, 텔레비전, 라디오 등의 지역 매스미디어가 諸機能을 수행하면서 發展過程에 미치는 영향은 크게 작용되어 왔다. 본 연구는 이러한 要素에 主안점을 두고 실시되었으며 이러한 연구를 實證的으로 수행한 결과 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 제주지역의 관광산업발전 과정에서 매스미디어는 環境監視機能을 충실히 수행하고 있는 것으로 나타났다. 즉 관광지 주민들은 지역 매스미디어가 觀光關聯 분야에 비교적 비중을 두는 것으로 認識하고 있으며, 제주관광의 展望을 긍정적으로 평가하면서 기회가 주어진다면 관광산업발전을 위하여 참여하고 싶은 주민이 많은 것으로 나타났다.

둘째, 지역주민들은 관광산업발전을 위해서 지역 매스미디어가 중요한 역할을 하고 있으며 관광산업발전에 寄與하고 있는 것으로 생각하고 있다. 그러나 생활에 필요한 정보를 전달해 주는 기능 외에 관광산업발전에 필요한 정보는 충분히 제공하지 못하고 있는 것으로 받아들여지고 있다.

셋째, 관광지 주민들은 지역 매스미디어가 취급하는 관광관련 뉴스나 프로그램에 대한

비중에 있어서 만족할만한 수준이 아니라고 평가하고 있다. 이와 같은 사실은 매스미디어에서 다루는 관광관련 情報提供回數의 增加與否와 함께 관련 뉴스나 프로그램면에 있어서 수용자의 욕구에 미치지 못하고 있음은 물론 주민의 인식변화에도 기여하지 못하고 있음을 알 수 있다.

넷째, 관광산업발전과 관련된 분야에 있어서 관광지 주민들의 輿論을 제대로 收斂하지 않고 있는 것으로 분석되었는데, 이러한 사실은 최근에 부각되고 있는 濟州道開發特別法 등 懸案問題를 다룸에 있어서 지역주민과 밀접한 관계에 있는 지역 매스미디어의 역할에 問題點을 부여하고 있다. 또한 이와 같은 사실은 지역 매스미디어의 역할에 대한 중요성과 아울러 수용자들의 기대가 매우 높음을 알 수 있다. 다섯째, 관광산업발전에서 매스미디어가 긍정적인 역할을 할 것이라는 평가에 있어서 人口統計學의 特性上의 차이는 없는 것으로 밝혀졌다.

이러한 연구결과를 綜合해 보면 지역발전에서 매스미디어의 역할은 매우 중요하며 특히 관광산업발전에서 發展 情報를 제공하고 住民參與를 유도하는데 있어서 언론매체의 역할은 긍정적인 것으로 받아들여지고 있다. 따라서 관광관련 정보 프로그램의 多樣化와 地域特性을 살릴 수 있는 프로그램 및 特輯記事에 비중을 두는 한편 中央과 地方의 發展隔差 및 住民의 異質感을 解消하기 위한 努力이 뒤따라야 할 것이다.

그러나 본 연구는 다음과 같은 몇 가지 制限點을 안고 있다.

첫째, 연구대상 지역을 연구 여건상 4개 지역으로 국한시킴으로써 研究結果를 전체 대상주민에게 適用하는데 制限이 따르고 있다는 점이다.

둘째, 設問紙 調査時 조사의 便宜를 위해서 비확률표본으로 편의추출법을 사용하므로써 調査對象者 選定의 基準을 明確히 하지 못하였음을 밝혀둔다.

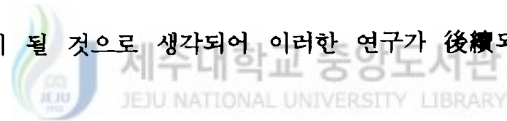
셋째, 設問內容에서 中央과 地方의 具體的인 記事나 프로그램 내용을 제시하지 않고 放送內容을 모두 접할 수 없는 점을 고려하지 않으므로써 어떤 분야에 있어서는 事實判

斷에 있어서 正確性이 부족했다고도 볼 수 있다.

넷째, 본 연구범위내의 수용자 집단의 職業이나 學歷, 교육수준이 완전히 통제되지 못하여 각 변인에 대한 차이를 해석하는데 있어서 제한점이 있다.

제주 관광산업발전과 관련된 연구는 그동안 끊임없이 이루어져 오고 있다. 그러나 관광산업발전과 매스미디어의 역할에 관련된 연구는 없을 뿐만 아니라, 더우기 地方化 時代가 열리면서 지역발전 특히 관광산업발전에 기여할 수 있는 역할을 지역 매스미디어가 수행해야 하는 점에서 앞으로 많은 연구자들이 體系的이고 多角的인 연구를 해야 할 것이다. 그래서 본 연구를 수행하는 과정에서 理論體系研究에 어려움을 경험하였으며 따라서 이 연구는 관광산업발전에 미치는 매스미디어의 役割研究에 기초 연구로서의 자료밖에 되지 않을 것이다.

지역 매스미디어 중에서도 특히 신문 및 텔레비전의 地域關聯 記事나 프로그램의 관광 관련 部門이 실제 제주지역 관광산업의 발전과정에서 얼마나 비중을 두고 취급해 왔는지를 比較 分析해 본다면 관광산업발전과 지역 매스미디어의 活性化 方案을 提示하는데 많은 도움이 될 것으로 생각되어 이러한 연구가 後續되기를 기대하는 것이다.



## 參 考 文 獻

### 1. 國 內 文 獻

〈단행본〉

1. 김경동, 한국의 지방자치와 지역사회발전, 서울대학교출판부, 1989.
2. 金相勳, 관광학개론, 集文堂, 1986.
3. 김영석, 현대사회와 뉴미디어, 나남, 1989.
4. 김지운, 매스커뮤니케이션론, 나남, 1987.
5. 金震燮, 현대여가론, 형설출판사, 1991.
6. 박서호 외, 지역발전론, 녹원출판사, 1988.
7. 吳政煥, 관광학개론, 技文社, 1988.
8. 오진환 역, 매스커뮤니케이션 이론, 나남, 1990.
9. 元佑鉉, 한국 미디어 문화비평, 나남, 1987.
10. ———, 매스미디어와 문화발전, 범우사, 1984.
11. 劉載天, 매스미디어 조사방법론, 나남, 1989.
12. ———, 한국의 언론과 언론문화, 나남, 1990.
13. 尹大淳, 관광경영학원론, 自由出版社, 1992.
14. 李正春, 커뮤니케이션 사회학, 범우사, 1984.
15. ———, 매스미디어 효과이론, 나남, 1986.
16. 李治白 編著, 지역사회와 지방언론, 新亞出版社, 1987.
17. 전경수 역, 관광과 문화, 도서출판 까치, 1987.
18. 최윤희, 현대 PR론, 나남, 1992.
19. 車培根, 커뮤니케이션學概論(上), 世英社, 1983.
20. 한국관광협회, 한국관광발전사, 1984.
21. 한국신문학회 역, 커뮤니케이션, 심구당, 1981.

〈學術誌 및 定期刊行物〉

1. 김우룡, “우리나라 CATV개념과 역할”, 정보문화 겨울호, 1991.
2. 大邱文化放送, 地方化時代의 發展課題, 1989.
3. 李大龍, “地域社會發展과 커뮤니케이션”, 新聞學報 제10호, 1978.
4. 한국언론연구원, 신문과 방송 7월호, 1992.
5. 韓國言論研究員, 환경보도(연구서17), 1990. 20.

〈논 문〉

1. 강대인, “로컬프로그램의 편성과 앞으로의 방향”, 방송연구, 1988 겨울호
2. 高南旭, “제주지역의 관광산업 진흥방안”, 탐라문화, 제 4 호, 제주대학교 탐라문화 연구소, 1985.
3. 金敬昊, “제주권 관광산업의 진흥방안”, 논문집 제 20 집, 제주대학교, 1985.
4. 金榮鎭, “지역사회 발전에 있어서 지방방송의 역할”, 논문집 제 6 집, 전주우석대학, 1984.
5. 金在佑, “커뮤니케이션유통과 미디어의존론에 관한 연구”, 석사학위논문, 중앙대학교 대학원, 1990.
6. 金泰保, “관광산업의 지역산업관련분석”, 논문집, 제 33 집, 제주대학교, 1991.
7. 박홍석, 정수만, “지역발전을 위한 지방방송의 활성화 방안에 관한 연구”, 방송연구 논문집 제 2 집, 문화방송, 1990.
8. 변동현, “지방방송을 할 것인가, 지역방송을 할 것인가”, 방송 '89 7월호, 방송위원회, 1989.
9. 夫萬根, “제주지역개발의 현재와 미래”, 제주대 사회발전연구 제 3 집, 1987.
10. 徐正宇, “지방자치시대의 지방방송의 기능과 과제”, 제7회 방송세미나 종합보고서, 방송위원회, 1986.
11. 손용, “뉴테크놀로지의 발전과 방송의 미래”, 부산MBC 심포지움 1989년 8월26일 〈미래의 한국방송〉.



12. 吳南三, "관광지주민의 관광행태에 관한 연구", 박사학위논문, 서울대학교대학원, 1991.
13. 유성화, "지역라디오의 제작방향", 방송문화 3월호, 한국방송협회, 1991.
14. 정의선, "한국관광산업의 구조와 문제점 분석", 세종대학교 한국관광산업 연구소, 1992.
15. 정윤식, "뉴미디어의 변화요인에 관한 이론적 고찰", 방송연구 1989년 여름호
16. 丁碩重, "관광사업이 지역사회에 미치는 영향에 관한 연구", 관광개발연구 제4집, 관동대학부설 관광개발 연구소, 1987.
17. 한승엽, "관광산업의 marketing mix에 관한 연구", 호텔관광 경영연구 제2집, 한국관광산업연구소, 세종대학교, 1986.
18. 황우권, "지역사회와 지방신문의 역할", 석사학위논문, 서울대학교 대학원, 1971.
19. 許光旭, "지역발전과 지방신문의 역할에 관한 연구", 석사학위논문, 전남대학교 행정대학원, 1982.

## II. 外國文獻

1. Bukart, A. J. and Medlik, S., *Tourism: Past, Present, Future*, Heineman, London, 1980.
2. Cleverdon, R. and Edwards, A., *International Tourism to 1990*, Abt Associates, Massachusetts, 1982.
3. Denis McQuail, *Mass Communication theory*, 2th(eds), London, SAG publication, LTD, 1987.
4. David M. Heer, *Society and Population*, Prentice-Hall, New Jersey, 1975.
5. Emanuel de Kedt, *Tourism Passport to Development*, Oxford University Press, 1976
6. Evertt M. Roggers(ed), *Communication and Development*, Berverly Hills : Sage, 1976.

7. G. Cleveland Wilhoit (ed.), *Mass Communication Review Yearbook*, Vol. II (Calif. Sage Publication, 1981)
8. J. Christopher Holloway, *The Business of Tourism*, Macdonald and Evans, 1985.
9. Klapper Joseph, *The Effects of Mass Communication*, New York, The Free Press, 1960.
10. Lasswell, reprinted in Schramm and Roberts, *The Process and Effects of Mass Communication* 2nd ed. (Urbana : University of Illinois Press, 1971).
11. Lerner, D. and Schramm W., *Communication Change in the Developing Countries*, Honolulu, East - West Center Press, 1957.
12. Mathieson, A. and Wall, G., *Tourism: economic, physical and social impacts*, Longman, New York, 1982.
13. Manuel Baud-Bovy and Fewd Lawson, *Tourism and Recreation Development*, The Architectural Press LTD, London, 1977.
14. Michael Peters, *International Tourism*, Hutchinson and Co LTD, 1969.
15. McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley and Sons, New York, 1984.
16. Melvin L. Le Fleur, Sandra J. Ball - Rokeach, *Theories of Mass Communication*, Longman, New York, 1982.
17. Parkes, D. N. and Thrift, N. J., *Times, Spaces and Places*, John Wiley and Sons, Chichester, 1980.
18. R. Christie Mill, *Tourism*, Prentice-Hall International Editions, N. J., 1990.
19. Schramm, W., *Mass Media and National Development*, Stanford : Stanford University, 1964.
20. \_\_\_\_\_, *Responsibility in Mass Communication*, New York, Harper and Row, 1959.
21. 末武直義, 「觀光論入門」, 法律出版社, 京都, 1980.

## 조사설문지

안녕하십니까?

저는 제주문화방송 아나운서부에 근무하고 있는 오경호입니다. 방송사에 근무하면서 언론매체의 역할에 관하여 늘 관심을 가져오던중 제주지역 매스미디어와 관광산업 발전에 관한 연구를 하게 되었습니다. 다소 불편하시더라도 본 연구의 정확한 결과를 위하여 성의있는 귀하의 응답을 부탁드립니다.

귀하의 응답은 무기명으로 통계처리되어 절대 비밀이 보장되며 순수연구목적으로만 사용됩니다. 많은 협조를 부탁드립니다.

1992년 9월

제주대학교 경영대학원 석사과정

관광경영전공 오 경 호

\* 각 항목마다 가장 적절하다고 생각되는 □에 V 표를 하여 주십시오.

1. 귀하는 앞으로 제주지역의 관광산업에 대한 발전가능성이 어떻다고 보십니까?

- 아주 비관적이다       비관적이다       그저 그렇다  
 낙관적이다       아주 낙관적이다

2. 귀하는 지방언론(TV, 라디오, 신문)의 보도내용이 지역주민들에게 어느정도 도움이 되고 있다고 보십니까?

- 전혀 도움이 안된다       별로 도움이 안된다       그저 그렇다  
 도움이 된다       매우 도움이 된다

3. 귀하는 제주지역의 매스미디어(TV, 신문)가 제주지역 관광산업발전에 어느정도 기여하고 있다고 보십니까?

- 전혀 기여하지 않는다     기여하지 않는다     그저 그렇다  
 기여한다     매우 기여한다
4. 귀하는 제주지역의 매스미디어(TV, 신문)와 관광산업발전의 관계를 어떻게 보십니까?
- 전혀 중요하지 않다     중요하지 않다     그저 그렇다  
 중요하다     매우 중요하다
5. 귀하는 제주지역 매스미디어(TV, 신문)가 지역관광산업발전에 끼치는 영향을 어떻게 평가하십니까?
- 전혀 영향력이 없다     영향력이 거의 없다     그저 그렇다  
 조금 영향력이 있다     매우 영향력이 많다
6. 관광산업발전을 위하여 마련하는 언론매체의 각종 행사(예 : 유채꽃 큰 잔치)는 어느 정도 도움이 된다고 보십니까?
- 전혀 도움이 안된다     별로 도움이 안된다     그저 그렇다  
 도움이 된다     매우 도움이 된다
7. 귀하는 제주지역 매스미디어(TV, 신문)가 관광산업발전에 관한 정보를 어느정도 제공하고 있다고 보십니까?
- 전혀 제공하고 있지 않다     거의 제공하고 있지 않다     그저 그렇다  
 조금 제공하고 있다     충분히 제공하고 있다
8. 지방언론(TV, 신문)이 관광에 관한 정보를 제공하고 있다면 정보제공 회수는 매년 증가하고 있다고 보십니까?
- 전혀 그렇지 않다     그렇지 않다     그저 그렇다  
 그렇다     매우 그렇다
9. 관광산업과 관련된 현안문제를 다룸에 있어서 언론매체(TV, 신문)의 기사내용에 어느

정도 만족하십니까?

- 아주 불만족스럽다     불만족스럽다     보통이다  
 만족스럽다     매우 만족스럽다

10. 지방언론은 지역적인 관심사인 제주도개발특별법에 관한 내용을 어느정도 취급한다고 보십니까?

- 전혀 비중을 두지 않는다     비중을 두지 않는다     보통이다  
 비교적 비중을 두고 취급한다     매우 비중을 두고있다

11. 지방언론(TV, 신문)은 제주지역의 관광산업에 관한 현안문제에 대하여 지역주민의 여론을 어느 정도 반영하여 보도하고 있다고 보십니까?

- 전혀 반영하지 않는다     거의 반영하지 않는다     보통이다  
 반영하고 있다     적극 반영하고 있다

12. 귀하는 제주에서 제작 방송되는 지역 프로그램에 대하여 어느 정도 관심을 가지고 계십니까?

- 전혀 관심이 없다     관심이 없다     보통이다  
 관심이 있다     매우 관심이 있다

13. 귀하는 지방신문이 다루는 지역뉴스에 대하여 어느 정도 관심을 가지고 있습니까?

- 전혀 관심이 없다     거의 관심이 없다     그저 그렇다  
 조금 관심이 있다     매우 관심이 많다

14. 귀하는 제주지역 매스미디어(TV, 신문)가 주민들의 지역의식을 높이는데 어느정도 기여하고 있다고 생각하십니까?

- 전혀 기여하지 않는다     거의 기여하지 않는다     보통이다  
 조금 기여한다     매우 기여한다

15. 귀하는 제주지역 언론매체(TV, 신문)가 관광산업발전과 관련된 문제점에 대하여 비판 기능을 제대로 수행하고 있다고 보십니까?

- 전혀 아니다                       아니다                       보통이다  
 그렇다                               매우 그렇다

16. 귀하는 기회가 주어진다면 제주지역 관광산업발전에 참여할 의사가 있습니까?

- 전혀 없다                       없다                       그저 그렇다  
 조금 있다                       매우 많다

17. 지역 매스미디어가 제주지역 산업방향을 관광산업위주로 유도하는 것에 긍정적으로 평가하십니까?

- 전혀 아니다                       아니다                       보통이다  
 그렇다                               매우 그렇다

18. 귀하는 평소 제주의 관광산업발전에 어느 정도 관심을 가지고 계십니까?

- 전혀 관심이 없다                       거의 관심이 없다                       보통이다  
 조금 관심이 있다                       매우 관심이 많다

\* 다음은 연구에 필요한 기초자료에 관한 조사입니다.

1. 귀하가 하루에 신문을 읽는 평균 시간은 얼마나 되십니까?

- 10분 이내                       10분 - 30분                       30분 - 1시간  
 1시간 - 2시간                       2시간 이상

2. 귀하가 하루에 TV를 시청하는 평균 시간은 얼마나 되십니까?

- 30분 이내                       30분 - 1시간                       1시간 - 2시간  
 2시간 - 3시간                       3시간 이상

3. 귀하가 하루에 라디오를 듣는 평균 시간은 얼마나 되십니까?

- 10분 이내                       10분 - 30분                       30분 - 1시간  
 1시간 - 2시간                       2시간 이상

4. 귀하가 평소 가장 많이 보는 TV 프로그램은 무엇입니까?

- 뉴스, 시사보도물                       드라마, 영화                       교양물  
 쇼, 오락물                       기 타 (구체적으로:                      )

5. 귀하가 평소 많이 읽는 신문란은 무엇입니까?

- 정치면                       경제면                       사회면  
 문화면                       스포츠, 연예면                       지역관련뉴스

6. 귀하가 평소 많이 듣는 라디오 프로그램은 무엇입니까?

- 뉴스, 시사보도물                       교양물                       드라마  
 오락물                       기타

7. 귀하가 평소 신문매체를 접하는 주된 이유는 무엇입니까?

(우선순위대로 번호를 매겨주십시오)

- 직업과 관련된 정보를 얻기 위해서(   )                       건강정보를 얻기 위해서 (   )  
 지식과 교양을 얻기 위해서(   )                       세상소식을 알기 위해서(   )

8. 귀하가 평소 방송매체를 접하는 주된 이유는 무엇입니까?

(우선순위대로 번호를 매겨주십시오)

- 생활의 긴장감을 해소하기 위해서(   )                       유익한 정보를 얻기 위해서(   )  
 여가와 관련된 정보를 얻기 위해서(   )                       오락을 즐기기 위해서(   )  
 주요뉴스를 듣기 위해서(   )

\* 다음은 연구에 필요한 귀하의 인적 사항입니다 \*

(1) 귀하의 성별은?      ① 남 (      )              ② 여 (      )

(2) 귀하의 연령은?

- ① 20세 미만              ② 20 - 29세              ③ 30 - 39세  
④ 40 - 49세              ⑤ 50 - 59세              ⑥ 60세 이상

(3) 귀하의 직업은?

- ① 농, 어업              ② 상업              ③ 자영업              ④ 공무원  
⑤ 회사원              ⑥ 주부              ⑦ 학생              ⑧ 무직

(4) 귀하의 월 평균 수입은?

- ① 50만원 미만              ② 50만원 - 70만원              ③ 70만원 -100만원  
④ 100만원 이상

(5) 귀하의 학력은?

- ① 중졸이하              ② 고졸              ③ 대재              ④ 대졸이상



대단히 수고하셨습니다.



---

ABSTRACT

A Study on the Role of Mass Media for Tourism  
Industry Development

Oh Kyung-ho

Department of Business Administration

Graduate School of Business Administration

Cheju National University

Supervised by Professor Kim Kyung-ho

This study is aimed at assessing mass media of which how to influence for tourism industry development in Cheju area.

Therefore, this study looks into the role of local mass media which will affect regional development, specially tourism industry development in Cheju area. It also looks over the differences in demographic factors such as sex, age, education and job in terms of the effect of mass media on the tourism industry.

An analysis of data obtained from 31 questionare circulated to 450 residents of 4 major areas on Chejudo in September and October, 1992, has produced the following conclusions.

1. Residents have a comparatively correct understanding of mass media and have a bright opinion of the future tourism industry in Cheju area.

2. Local mass media discharges its function of monitoring on tourism industry development.
3. Contributions of the local mass media to the tourism industry are turned out affirmatively in all fields.
4. Local mass media does not enhance the residents' consciousness for the tourism development.
5. Local mass media does not lead public opinion properly for the tourism development.

In the past, there were not studies simultaneously on tourism industry development and mass media.

This study will be helpful to explain the role of local mass media and its effect on the regional development.

