

---

碩士學位論文

新聞이 地域住民의 觀光認識에 미치는 影響에  
관한 研究

— 濟州地域 新聞을 中心으로 —

指導教授 金 敬 昊



濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科 觀光經營 專攻

金 同 燾

1995

新聞이 地域住民의 觀光認識에 미치는 影響에  
관한 研究

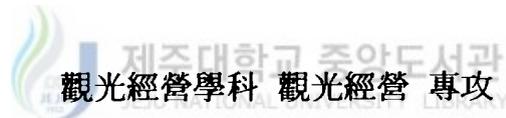
— 濟州地域 新聞을 中心으로 —

指導教授 金 敬 昊

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함.

1996年 6月 日

濟州大學校 經營大學院



金 同 燮

金同燮의 經營學 碩士學位 論文을 認准함.

1996年 6月 日

委員長 \_\_\_\_\_ (인)

委 員 \_\_\_\_\_ (인)

委 員 \_\_\_\_\_ (인)

# 목 차

第 1 章 序 論 .....	1
第 1 節 問題의 提起 .....	1
第 2 節 研究의 目的 .....	3
第 3 節 研究의 範圍 및 方法 .....	4
第 2 章 매스미디어에 대한 理論的 考察 .....	5
第 1 節 매스커뮤니케이션 .....	5
1. 매스커뮤니케이션의 概念 .....	5
2. 매스커뮤니케이션 현상의 領域 및 그 機能 .....	6
第 2 節 新聞의 概念 .....	12
1. 新聞의 定義 .....	12
2. 新聞의 機能 .....	13
第 3 節 現代社會와 新聞 .....	15
1. 現代社會와 新聞 .....	15
2. 觀光과 新聞 .....	16
第 4 節 地方新聞의 發展과 現況 .....	17
1. 地方新聞의 發展 .....	17
2. 濟州地域 新聞의 發展과 現況 .....	19
3. 濟州地域 新聞의 觀光關聯 記事의 취급현황 .....	27
第 3 章 觀光에 대한 理論的 考察 .....	32
第 1 節 觀光의 概念 .....	32
第 2 節 觀光의 構成要素 .....	33
第 3 節 觀光과 이미지 .....	36

1. 이미지의 概念 및 形成 .....	36
2. 觀光과 이미지 .....	38
第 4 節 觀光이 地域社會에 미치는 影響 .....	39
1. 觀光의 經濟的 影響 .....	42
2. 觀光의 社會·文化的 影響 .....	43
3. 觀光의 環境的 影響 .....	46
第 5 節 地方新聞 및 觀光과 住民과의 關係 .....	47
1. 地域住民과 地方新聞 .....	47
2. 地域住民과 觀光 .....	49
第 4 章 研究方法 .....	52
第 1 節 研究의 概要 .....	52
1. 資料의 一般의 特性 .....	52
2. 標本 및 調查節次 .....	52
3. 設問의 構成 .....	53
第 2 節 研究假設 .....	54
第 3 節 分析方法 .....	56
第 5 章 實證分析 .....	58
第 1 節 關聯變數의 分析 .....	58
1. 地方新聞에 대한 態度 .....	58
2. 觀光의 影響 .....	59
第 2 節 假設의 檢證 .....	60
1. 假設 1 .....	60
2. 假設 2 .....	62
3. 假設 3 .....	64
4. 假設 4 .....	65



第 3 節 實證分析의 要約 .....	67
1. 地方新聞에 대한 態度 .....	67
2. 假說檢證 結果 .....	67
第 4 節 言論媒體가 나아갈 方向 .....	69
第 6 章 結論 .....	72
參考文獻 .....	74
Summary .....	78
設問 .....	82



## 표 목 차

<표 II-1> 커뮤니케이션 내용에 따른 영향 .....	11
<표 II-2> 대중매체기능 .....	15
<표 II-3> 지방일간신문의 현황 .....	26
<표 IV-1> 자료의 특성 .....	52
<표 IV-2> 표본의 배포 및 회수현황 .....	53
<표 IV-3> 설문문의 구성 .....	54
<표 V-1> 지방신문에 대한 행태 .....	59
<표 V-2> 관광의 영향 .....	60
<표 V-3> 신문의 접촉에 따른 관광의 영향 .....	61
<표 V-4> 신문의 신뢰정도에 따른 관광의 영향 .....	63
<표 V-5> 신문의 관심정도에 따른 관광의 영향 .....	65
<표 V-6> 지방신문의 기능 평가정도와 관광 관련 기능 평가정도의 차이 .....	66
<표 V-7> 가설의 요약 .....	69



## 그림목차

<그림 II-1> 연도별 창간/복간된 지방신문의 갯수 .....	27
<그림 III-1> 관광요소의 기능적 시스템 .....	34
<그림 III-2> 이미지 형성 과정 .....	38
<그림 III-3> 관광의 영향 .....	40



# 第 1 章 序 論

## 第 1 節 問題의 提起

매스커뮤니케이션은 人間의 意識內容이 大衆媒體를 통해 多數의 大衆에게 소통되는 전 과정을 지칭하는 概念인데<sup>1)</sup>, 現代社會에서 매스커뮤니케이션은 전통적으로 정치적 역할뿐만 아니라, 經濟·文化 등 社會 전반에 걸쳐 점점 더 그 영향력이 증가되어 가고 있다. 따라서 人間の 모든 社會的 行爲에 있어서 커뮤니케이션의 개입은 필수적이며, 커뮤니케이션이 없이는 人間の 社會的 關係의 成立과 維持가 불가능하다고 할 수 있다.

매스커뮤니케이션은 大衆媒體를 통해 이루어지는데, 이러한 大衆媒體는 그 기술적 특성에 따라, 新聞, 雜誌 및 出版 등의 印刷媒體, 라디오, 텔레비전 등의 電波媒體 등이 포함된다. 이 중 新聞은 歷史가 가장 오래된 매스커뮤니케이션의 한 형태로서 오랫동안 大衆에 대한 영향력을 각 분야에 걸쳐 발휘해 왔다. 그럼으로써 社會의 構成員들은 거의 習慣的으로 新聞을 접하게 되고, 新聞에 게재된 각종 정보는 독자의 사물에 대한 意識 變化에 까지 影響을 미치게 되었다.

濟州地域은 전통적으로 1次 産業인 農業과 漁業이 주를 이루어 왔으나 1957년 南濟州郡 관광시설 추진위원회의 설립, 1958년 KNA의 서울-濟州간 정기항공노선의 개설, 1959년 임의단체인 濟州道觀光事業協會의 창립 그리고 1959년말 濟州道 觀光開發計劃의 成案 등을 계기로 觀光産業은 濟州발전의 주요 산업으로 각광받으며 발전하기 시작한다. 이후 濟州道の 觀光開發은 1962년 확장 준비에 들어가서 1966년 포장을 마친 濟州-西歸浦간 漢拏山 제1횡단도로의 개통, 1963년의 濟州-부산, 濟州-木浦의 여객선 개항과 정기운항, 1961년말의 大韓航空의 취항등 교통수단의 확충을 비롯하여 道路, 用水, 通信 등 地域開發의 基盤構造가 갖추지면서 급격히 추진됐다. 또한 濟州道를 관광지로 개발한다는 방침아래 1962년 在日僑胞의 財産搬入에 따른

1) 한국사회언론연구회, 「현대 사회와 매스커뮤니케이션」, 한울아카데미, 1995, p.19.

濟州 첫 濟州觀光호텔이 시설됐고, 같은해 서울과 부산에서의 濟州道 관광사진 전시회, 공기업인 대한여행사 濟州支社 설치등이 이루어졌다. 또한 이때 사단법인 濟州道觀光協會가 설립되었다. 이처럼 관광에 대해서 사회적 관심이 고조되는 것과 맞추어 政府에서도 1961년 법률 제689호로 觀光振興法을 제정·공포하였고, 1964년 濟州道는 직제개편을 통해 觀光運輸課를 신설하면서 본격적인 관광행정을 펴기 시작하였다. 그후 濟州道는 觀光綜合開發計劃(1973년-1982년)을 수립하였고, 1975년 2월 政府는 관광산업을 국가 주요 전략산업의 하나로 발전시킨다는 기본 정책방향을 정하여 관광산업에 대한 금융·행정면에서의 적극적인 지원을 펴왔으며, 濟州道の 관광호텔업도 1963년 10월 30室(현재 57室) 규모의 濟州觀光호텔(지금의 하나관광호텔)이 개관되었고, 1974년에는 濟州 KAL관광호텔을 비롯한 많은 관광호텔이 개관 영업하고 있다.

이같은 社會的 背景아래 外來觀光客도 꾸준히 늘어 1960년도에 6천5백90명(외국인 1백72명)에 불과하던 관광객이 1966년엔 10만8천여명, 1977년에는 50만3백490명(외국인 3만3천3백명), 5년후인 1983년에는 1백2만5천명(외국인 4만5천명), 1988년에는 2백만4백명(외국인 15만8천명), 1991년에는 3백20만명(외국인 27만5천명), 1994년에는 3백70만명으로 급증, 濟州道가 국내는 물론 국제관광지로 부상하게 되었다.<sup>2)</sup>

觀光客의 내도에 따른 觀光收入도 1960년 1천4백만원이던 것이 1965년에 1억5천6백만원, 1971년에 23억6천6백만원, 6년후인 1977년에는 1백30억원, 1984년에는 1천12억원으로 경증 뛰었고, 1988년에는 2천3백82억원, 89년 3천4백42억원, 90년 4천3백19억원, '91년 5천1백32억원, '92년 7천9백70억원, '94년에는 8천8백95억원으로 최근에는 매년 1천억원 이상씩 수입액이 늘고 있다. 이같은 觀光收入 규모는 한때 濟州산업의 근간으로 삼아왔던 감귤 소득액 보다도 높은 수치로서 이제 觀光産業은 명실상부한 濟州道の 선도산업으로서 자리를 굳히게 되었다.

1950년대말~1960년대 초부터 싹트기 시작한 觀光産業이 불과 30여년만에 3백70만명의 觀光客을 유치하고 그에 따라 9천억원 정도의 수입을 올릴 만큼 급성장한 배

2) 김경호, "제주권 여행업의 시장세분화에 관한 고찰-제주관광을 중심으로", 「제주대학교 논문집」, 제33집, 1991, pp. 253-254.

경에는 마스크의 역할이 크다고 보아진다. 濟民日報 및 濟州新聞, 漢拏日報 등 도내 3개 일간지와 KBS, MBC 등 2개 방송사는 편집국 및 보도국에 관광부 또는 레저·특집 부를 두고 部長 또는 팀長을 주축으로 관광 관련 기사를 매일 취재 보도하도록 제도화 하고 있다. 이들 언론사들중 인쇄매체는 전체분량 16면-20면 가운데 1개면을 레저와 觀光面으로 구성, 觀光관련 보도를 하고 있고, 放送社도 특집보도를 통해 觀光과 관련한 기사를 내보내고 있다. 또한 觀光 레저면이 주로 觀光 홍보성 기사인 반면 관광면이 아닌 社會面이나 經濟面에서도 관광기사는 비중있는 기사로 취급되고 있다. 이는 濟州道가 관광업도를 지향하고 있고, 觀光에 대한 住民들의 관심이 그만큼 많아졌다는 것 이외에도 이른바 Social Tourism이 의미하듯 現代社會에서의 觀光의 役割이 社會福祉 具現의 한 手段으로 다뤄지고 있기 때문이다. 따라서 觀光과 관련한 行政部署나 事業場, 觀光地는 언론의 집중적인 취재대상이 될 수 밖에 없고, 결국 觀光과 관련한 行政機關, 事業體, 地域住民들은 觀光發展을 위한 자체적인 노력을 경주하지 않으면 안되게 되었다.

이처럼 濟州道에서 觀光産業은 주요한 산업으로 자리잡고 있다. 따라서 觀光産業 發達에 의한 社會·文化가 변해오면서 地域住民들의 行態變化도 중요한 研究主題가 되고 있다. 특히 지역주민이 사회변화의 주요 요인인 觀光에 대하여 가지는 認識은 觀光産業의 발전과도 긴밀한 관계를 가질 수 있다. 이러한 측면에서 濟州 地域住民의 觀光에 대한 認識 및 理解度에 대해서 研究·分析할 필요가 있고, 그리고 이들의 형성에 영향을 주는 新聞의 役割을 연구하는 것은 매우 중요한 일일 것이다.

## 第 2 節 研究의 目的

본 연구는 新聞의 觀光관련 記事가 독자인 地域住民의 觀光 理解度 형성에 영향력이 클 것으로 보고, 그 영향력의 실태를 파악하여 新聞産業과 觀光産業이 한 사회 구조 안에서 發展的인 共存을 영위할 수 있도록 方向을 設定하는데 그 目的이 있다.

觀光産業을 육성하기 위해서는 觀光資源과 利用施設 및 制度등 가시적인 外的 觀光與件 조성은 물론 地域住民들이 觀光에 대해 어떤 認識을 갖고 있는지도 중요하다. 즉 長期的인 측면에서 觀光産業이 成長·發展하려면 地域住民들의 觀光에 대한

關心과 利害增進이 先行되어야 할 것이다.

이를 위해 본 연구는 첫째, 地域住民의 觀光에 대한 認識 또는 理解도를 파악하여 觀光산업이나 開發計劃 樹立에 도움을 주며, 둘째 地域住民의 觀光에 대하여 가지는 認識 및 理解도에 영향을 끼치는 言論媒體가 궁극적으로 濟州지역 觀光産業 發展에 기여할 수 있는 方向이 무엇인지를 제시하려고 한다.

### 第 3 節 研究의 範圍 및 方法

본 연구는 觀光의 基本的 概念을 중심으로 이루어졌다. 즉, 地域住民이 거의 매일 접하게 되는 情報의 원천 중의 하나인 新聞과 地域住民의 觀光에 대한 理解度 形成과의 관계를 살펴보기 위해 理論的 高찰과 實證的 高찰로 나누어 研究되었으며, 理論的 高찰인 言論의 概念과 機能, 觀光과의 관계, 觀光의 概念 및 觀光과 지역 住民間의 관계 등은 문헌조사에 의해 연구하였다.

또한 實證的 高찰에서는 濟州지역 住民을 대상으로 觀光에 대한 認識 및 新聞情報의 接觸, 利用행태에 관한 設問調査를 실시하여 社會科學 통계 패키지인 SPSS/PC+를 이용해 자료분석을 하였다. 자료의 분석은 地域住民을 대상으로 유효표본 351개를 대상으로 그들의 新聞利用 行태와 觀光에 대한 認識을 측정하였다. 특히 地域住民들의 觀光에 대한 理解도는 그들의 新聞의 接觸정도 및 情報의 受容程度, 關心程度 등에 차이가 있는지, 그리고 新聞의 評價와 觀光과 관련한 地方新聞의 機能의 차이를 파악해 보기 위해 쌍체비교를 포함한 T-TEST 및 ANOVA분석 기법을 이용하였다.

## 第 2 章 매스미디어에 대한 理論的 考察

### 第 1 節 매스커뮤니케이션

#### 1. 매스커뮤니케이션의 概念

인간은 커뮤니케이션을 통해 서로 공통된 의미를 조성하고 또한 서로의 행동에 영향을 미침으로써 서로 협동하면서 社會生活을 영위해 나가고 있다. 최근에 이러한 커뮤니케이션에 대해 公衆 또는 大衆이 認識을 새롭게 하고 있는 것도 커뮤니케이션의 중요성 때문이다.

매스커뮤니케이션의 概念은 그 觀點에 따라 多樣하다. 그러나 一般的으로 이전에 定義되었던 개념들은 대중매체인 매스미디어와 거의 동일시됐거나, 그렇지 않으면 그 기능에 중점을 두고 定義되었다. 그것은 대중매체 종사자, 커뮤니케이션 연구자 그리고 一般人들의 매스커뮤니케이션에 대한 認識이 제한되어 있었기 때문이다.

커뮤니케이션은 人間이나 動物들이 기호를 통하여 서로 情報나 메시지를 전달하고 受信해서 共通된 의미를 인식하고 나아가서는 서로의 행동에 영향을 미치는 過程 및 行動이며, 情報나 메시지를 보내는 發信者로부터 이를 받는 受容者에게로 의미를 전달하는 과정이라 볼 수 있다.<sup>3)</sup> 즉 매스커뮤니케이션은 인간의 意識內容이 大衆媒體를 통해 大衆에게 소통되는 전 과정을 지칭하는 概念이지만 이를 基礎科學 및 應用科學의 견지에서 定義하면 “매스커뮤니케이션은 大衆媒體와 관련되는 제반 社會現象으로서 個別媒體로서의 大衆媒體 보다는 上位概念이고, 人間 삶에 대한 總體的 概念인 인간 커뮤니케이션 보다는 下位概念”이라고 할 수 있다.<sup>4)</sup>

新聞, 잡지, 라디오, 텔레비전, 映畵 등은 情報나 메시지를 전달하는 대표적인 유형들이다. 이러한 매스미디어가 없는 現代 産業社會란 생각할 수 없듯이 現代 社會에서 커뮤니케이션의 한 수단인 미디어의 발달은 産業 및 人間의 정신문화와 행동

3) 차배근, 「커뮤니케이션학 개론」, 세영사, 1976, pp.22-26.

4) 한국사회언론연구회, 전개서, p.28.

양식의 변화를 가속화시켜 가고 있다.<sup>5)</sup>

## 2. 매스커뮤니케이션 현상의 領域 및 그 機能

### 1) 매스커뮤니케이션 현상의 영역

매스커뮤니케이션이 매스미디어, 즉 大衆媒體를 통해 이루어진다는 사실은 앞서 살펴본 바와 같다. 매스커뮤니케이션 현상은 여러 大衆媒體와 그 내용 전반을 다 포함하고 있으며, 시대의 흐름에 따라 커뮤니케이션 현상을 가능하게 해주는 多樣的 媒體가 생성되어 오고 있다.

大衆媒體는 그 기술적 특성에 따라, 新聞, 雜誌 및 出版 등의 印刷媒體, 라디오, 텔레비전 등의 電波媒體 등이 포함된다. 인간의 認知感覺을 기준으로 하는 경우엔 이상의 인쇄매체들과 만화, 사진 등이 視覺媒體로, 그리고 라디오와 音盤媒體 즉 유선텔레비전, 문자 다중방송, 팩시밀리, 고선명 텔레비전, 컴퓨터 통신 등이 존재하고 있다.<sup>6)</sup>

이상과 같은 대중매체중 대표적인 매체 중의 하나인 新聞은 역사가 가장 오래된 매스커뮤니케이션의 한 형태로서 그 의미는 다양하게 규정되고 있다.

英語로 “newspaper”, “press”, “journalism” 등으로 표기되는 新聞은 “press”나 “journalism” 등과 같은 여타 언론을 총칭하는 넓은 의미로 보다는 매스커뮤니케이션의 한 매체로서 신문지(newspaper) 또는 그 신문지를 매개로 하는 매스커뮤니케이션 현상 자체를 의미하는 말로 많이 쓰인다. 대부분 新聞發刊 시간대가 날짜 단위로 고정되어 있지만 최근 情報量의 과잉 및 타 매체와의 경쟁으로 그 간격이 짧아지고 있는 추세이다. CTS(computerized typesetting system)체제와 윤전기술의 개발은 이러한 新聞의 生産力 擴大를 가능케 하는 요인이 되고 있다.

5) 김기문, “사회발전에 있어서 방송매체의 기능에 관한 연구”, 석사학위논문, 중앙대학교 사회개발대학원, 1988, p.15.

6) 한국사회언론연구회, 전게서, p.19.

## 2) 매스미디어의 효과와 기능

매스미디어의 效果란 意圖的 및 非意圖的인 모든 커뮤니케이션 행위의 必然的 및 自然的 結果라고 할 수 있다.<sup>7)</sup> 따라서 效果에는 發信者의 의도적 행동의 산물인 現 在的 效果는 물론 비의도적인 潛在的 效果와 사회에 바람직한 肯定的 效果 그리고 그렇지 못한 역기능적인 否定的 效果까지 모두 포함된다.

매스미디어의 效果와 機能을 설명해 주는 하나의 포괄적인 이론을 찾으려는 연구가 지속되어 오고 있다. 이러한 과정에서 매스미디어의 효과와 기능을 설명하는 이론들은 多樣하며 전체적으로 效果가 強力하다는 의견과 效果가 微弱하다는 의견이 주기성을 갖고 강조되어 왔다. 매스미디어의 효과와 기능에 관한 연구의 진행은 시간의 흐름에 따른 매스미디어의 효과가 강력하다는 彈丸理論(bullet theory)으로 부터 시작하여, 選別效果理論과 2段階 流通理論으로 정리해 볼 수 있는 制限效果理論(limited effect theory), 利用과 充足理論 및 議題設定理論이 포함되는 中效果이론(moderate effect theory) 그리고 文化啓發效果理論과 침묵의 와선이론이 포함되는 強力效果理論(powerful effect theory) 등이 어느 정도의 주기를 갖는다. 이들 이론들은 매스미디어의 효과와 기능의 정도의 차이에 따라 구분되고 있으며, 주요 이론들을 요약해 보면 다음과 같다.

첫째, 彈丸理論이란 매스미디어가 受容者에게 彈환이 날아가서 박히듯이 效果를 미친다는 의미에서 붙여진 이름이다. 이 이론에 따르면 매스미디어는 그가 의도한 방향대로 수용자에게 效果를 미치게 된다는 것이다. 즉 發信者가 원하는 내용 그대로가 수용자에게 전달되어 效果를 얻게 되는 것이다.

이 이론이 나타나게 된 시대적 배경은 1920년대 신문, 잡지의 발전과 새로운 대중매체인 라디오의 출현에 따라 일반인이 매스미디어 효과에 대한 관심이 높아졌기 때문이며 실질적으로 매스미디어의 위력을 과시한 사건들을 일반인들이 체험하게 되면서 부터이다. 예컨대 1898년 美國 신문계열인 풀리처계와 허스트계의 선정적 신문 보도 경쟁은 美國과 스페인의 전쟁을 촉발시켰으며 제1차 世界大戰 당시 나치 獨逸과 불세비키의 선전전은 매스미디어의 위력을 과시하였다.

7) 한국사회언론연구회, 상계서, p.231.

탄환이론에 이론적 토대를 만들어 준 것은 1920년대의 이른바 “大衆社會論(mass society theory)”이었다. 大衆社會論에서 말하고 있는 大衆社會란 傳統社會에 대한 상대개념으로 18세기말부터 전통적 형태의 西洋社會에 급격한 구조적 변동이 일어나기 시작한 후의 사회적 특징을 말하는 것이었다. 大衆社會의 가장 중요한 경향은 産業化, 都市化, 近代化 등을 들 수 있다.

둘째, 選別效果理論은 매스미디어의 효과가 획일적이지도 않고, 강력하지도 그리고 직접적이지도 않으며, 그 효과 내지 기능은 그 受容者 개인들의 心理的 差異와 社會 階層的 影響 및 社會的 關係 등에 의해 제한을 받기 때문에 그 효과는 단지 選別的이고 限定的으로 나타난다는 것이다. 이 이론의 배경은 新行動主義 심리학이 美國에서 등장하면서 체계화된 개인차 이론이다. 新行動主義는 행동주의와는 달리 행동을 단순한 자극과 반응의 관계에서 고찰하지 않고 刺戟-有機體-反應 즉 S-O-R(stimulus organism response)이라는 관계에서 파악하고자 한 것이다. 이것은 人間이 자극의 단순한 被動的 受容자가 아니라 오히려 能動的 受容자라는 사실들을 강조한 것으로서 심리학자들은 개인들의 개인차, 즉 人間の 慾求, 態度, 價值觀 그리고 性格 등의 個人差를 강조하게 되었다.

셋째, 2단계 유통이론은 매스미디어로 부터 情報나 影響力이 일단 의견지도자를 거친 후, 그 궁극적인 受容者들에게로 전달 또는 流通된다는 것이다. 2단계 유통이론의 근거가 된 것은 일차적 사회집단의 재발견이었다. 이 개념은 Cooley에 의해 제시된 개념으로 大衆은 획일적이고, 동질적인 존재로서 상호 고립되어 있는 것이 아닐 뿐 아니라 인간들 간의 일차적 사회관계가 대중들의 행동양식 결정의 중요한 요인이 된다는 것이다. 특히 하버드대학의 Mayo, E.는 美國 시카고의 웨스턴 電氣會社 호오돈 工場 전자 부품조립 노동자들을 대상으로 이뤄진 Hawthorne연구(Hawthorne 조사)를 통해, 노동자들이 서로 긴밀한 개인적 유대관계를 맺고 있으며, 이러한 동료 근로자들간의 情感과 상호간의 기대가 그들의 行動에 중요한 영향을 끼치고 있음을 발견하였다. 즉 이러한 연구는 매스미디어의 효과가 직접적으로 사람들에게 전달되기 보다는 社會集團內의 의견 선도자를 통해 2차적으로 전달된다는 논리를 입증한 것이다.

넷째, 이용과 충족이론은 매스미디어가 사람들에게 무엇을 하느냐라는 문제에 초

점을 맞추었던 기존의 입장에서 탈피하여 사람들이 매스미디어를 가지고 무엇을 하느냐라는 관점에서 연구를 해야 한다고 강조한 것이다. 즉 매스미디어를 통해 인간들의 상호작용은 그들이 미디어의 내용을 어떻게 이용하며 또한 그 이용으로 부터 어떠한 충족을 얻고 있는가에 대한 고찰에서 정확하게 설명될 수 있다고 보는 것이다.

이용과 충족이론의 대표적인 연구는 McQuail과 Blumler<sup>8)</sup>가 1964년 英國 總選舉에서의 텔레비전의 政治的 效果를 알아보려고 한데서 비롯되었으며, 그 구체적인 연구목적은 왜 유권자들이 정당에 관한 텔레비전 방송을 시청하거나 회피하고 있으며, 유권자들은 그 방송내용을 어떻게 이용하고, 그 이용으로 부터 어떠한 충족을 얻고 있느냐 하는 것을 밝히는 것이었다. 연구 결과 나타난 政治放送의 시청이유는 첫째, 만약 어떤 정당이 집권했을 경우 어떻게 할 것인가를 알아보기 위하여, 둘째, 그날 그날의 중요 정치이슈가 무엇인가를 알기 위하여, 셋째, 정치지도자들이 어떤 인물인가를 평가하기 위하여 등으로 나타나고 있다.

이외에도 매스미디어가 特定이슈를 선택하고 강조하여 결국 大衆이 이것을 중요한 것으로 認知하게 만들어 간다는 議題設定理論, 매스미디어가 현실세계에 대한 인간들의 모습 내지 관념을 매스미디어적인 방식으로 구성해 준다는 文化啓發理論, 매스미디어의 효과는 오랫동안 누적되어 쌓이면서 강력해지며, 어느 곳이나 도달하는 편재성(ubiquity)도 그 효과를 강력하게 한다는 沈默의 와선횬과이론 등이 있다.

매스커뮤니케이션은 방송, 신문, 잡지 등의 매스미디어라는 근대적인 기술적 수단을 통하여 大衆에게 大量으로 전달되는 커뮤니케이션이므로 인간은 이러한 커뮤니케이션을 통하여 서로 공통된 의미를 조성하고 또한 서로의 행동에 영향을 미침으로써 서로 협동하면서 사회생활을 영위해 간다. 따라서 커뮤니케이션은 무엇 보다도 사회구성원들 사이의 협동을 통한 사회유지를 하는 기능을 발휘한다고 할 수 있다.<sup>9)</sup>

매스미디어의 하나인 新聞媒體는 이를 이용하는 대상인 讀者와의 커뮤니케이션을 통하여 社會的 機能으로서 監視의 기능, 敎育의 기능, 文化的 機能 그리고 娛樂的

8) D. McQuail & Blumler, *Mass Communication Theory: an introduction*, 2nd ed., London: SAGE, 1964, p.162.

9) Gerald Barry, *Communication and Language*, Englewood Cliffs, New York: Responsive Environments, 1965, p.16.

기능 등을 수행한다. 특히 지역주민이 독자가 되고 지방신문이 정보의 제공자가 되어 지역현안에 대해 커뮤니케이션이 이루어 질 때에는 지역주민과 직접 관련되기 때문에 커뮤니케이션 내용에 대한 관심도가 더욱 커진다. 뿐만 아니라 지역주민의 생활과 시간적 공간적으로 가장 근접해 있고, 新聞媒體가 생긴 이래로 지속적으로 상호작용해 오는 과정에서 지역주민의 가장 세밀한 내용까지 다루게 됨으로써 자연스럽게 지역주민의 관심을 끌어 들이게 되는 것이다.

방송매체가 커뮤니케이션을 통하여 지역주민에게 행해지는 대표적인 기능을 살펴보면 다음과 같다.<sup>10)</sup>

첫째, 環境監視의 기능이다. 이는 지역주민의 주위환경에서 일어나고 있는 일들에 대한 情報를 수집·傳達하므로써 지역주민들이 그러한 사회환경에 대처하고 적응하도록 만드는 커뮤니케이션의 역할을 말한다.

둘째, 教育的 機能이다. 한 사회의 문화나 전통, 가치, 규범 등은 새로운 사회구성원들에게 전달하는 커뮤니케이션의 社會教育的 役割을 의미한다. 즉 지역주민들은 커뮤니케이션을 통하여 주위환경에서 일어나는 사건에 대한 정보를 제공받고 그것에 대처하며 나아가서는 새로운 세대를 교육해 나가고 있는 것이다.

셋째, 文化的 機能이다. 문화란 인간이 본래 가지고 있는 이상을 실현하려는 인간활동의 과정이라고 볼 수 있다. 어떤 사회든지 공통된 행동양식, 공통된 가치의식이 있어야만 사회가 진보, 발전하는 것인데 이와 같은 공통의 행동양식, 공통의 가치관을 문화라고 말할 수 있다. 매스미디어는 한 사회의 공통된 행동양식을 만들 수 있고 공통된 가치관을 형성하도록 도움을 주기도 한다.

넷째, 娛樂的 機能이다. 현대 대중사회에서는 신문이나 방송에 있어서 순수보도의 기사로 부터 즐거움을 주는 오락기능 까지 수행한다.

이상에서 살펴본 바와 같이 언론매체는 지역주민으로 하여금 생활환경에 대한 지식을 공유시키고 새로운 사회구성원을 교육시키며 즐거움을 주고 서로 설득 및 통제를 함으로써 합의를 얻게 하는 역할을 담당한다.

커뮤니케이션의 내용에 따라 변화의 내용도 달라지게 되는데 <표 II-1>은 환상적 내용과 그에 따른 현실적 내용을 보여주고 있다.

10) 김세중, "TV와 주민의식에 대한 연구", 석사학위논문, 석사학위논문, 경북대학교 행정대학원, 1985, p.16.

<표 II-1> 커뮤니케이션 내용에 따른 영향

환상적 내용	현실적 내용
1. 실제 세계의 문제로부터 수용자를 해방시킨다.	1. 수용자로 하여금 실제세계의 문제를 항상 참조하게 만든다.
2. 복종감, 긴장해소, 수동적 성향을 가져오게 한다.	2. 경계심, 노력, 활동을 초래한다.
3. 정서감을 조장한다.	3. 인지적 태도에 영향을 미친다.
4. 현실세계의 규칙을 벗어나서 행동하게 한다.	4. 현실적 사실과 상황속에서 행동하게 만든다.
5. 감정적이나마 위협과 불안감으로부터 도피시키며 환상의 세계로 몰아넣는다.	5. 위협의 존재를 인식시키고 문제에 대처하게 만든다.
6. 감정적 즐거움을 제공한다.	6. 정신적으로 계몽시킨다.

자료 : Schramm, Lyle and Parker, "Leisure Roles", M.W.Riley and A. Foner(eds.), *Aging & Society*, Vol.1, N.Y., Rusell Sage Foundation, 1968, pp.63-64.

매스컴의 영향은 일반적으로 受容者에게 일어나는 모든 것이라는 廣義의 包括的 概念, 즉 매스커뮤니케이션의 受容에서 일어나는 觀察 可能한 일체의 行動과 經驗의 과정이라 할 수 있다.<sup>11)</sup>

매스컴의 효과문제를 논하게 되면 문제설정의 차원이나 범위와 문제분석의 각도 같은 것을 유형화해 볼 필요가 있다. 먼저 개인적 차원과 집단적 차원, 단기적 효과와 장기적 효과, 방송매체 전반에 걸친 영향과 특정한 프로그램 분야에서의 영향, 매체 상호간의 영향력 비교 등 여러 가지 측면에서 구분해 볼 수 있다.<sup>12)</sup>

受動的 영향은 個人的·心理的 차원에서 장기적으로 누적되는 효과를 말하는 것이며, 선거에 대한 정치면에서의 효과는 비교적 단기간에 발생하는 개개인의 의견형성과 투표행동에 미치는 역할을 뜻하는 것이다. 또한 廣告에 대한 영향은 消費生活을

11) Gerhard Maletzke, *Psychologie der Massen Kommunikation*, Hamburg: Hans Bredow Verla, 1963, p.357.

12) 김규, 「방송매체론」, 법문사, 1986, p.246.

자극, 조장하고 생활수준을 변화시키는 個人的次元에서의 측면과 경제활동, 문화, 사상 등의 社會的次元에서의 측면은 장기적으로 논의될 수 있을 것이다.

## 第 2 節 新聞의 概念

### 1. 新聞의 定義

Croth는 狹義의 의미에서 신문의 구비요건을 定期的인 發行, 기계적인 복제, 공개적인 발행, 多樣性, 관심의 一般性, 現實性, 그리고 職業的 製作 등을 언급하였다. 또 Dovifat는 신문이란 더욱 새로운 현재의 사상을 더욱 짧은 규칙적 연속으로 더욱 넓은 공중에게 공개·전달하는 것으로 정의하였다.<sup>13)</sup>

新聞은 발행지역에 따라 鄉土新聞, 地方新聞, 中央新聞, 全國新聞, 國際新聞 등 여러 가지로 나누어 볼 수 있으며,<sup>14)</sup> 구분된 신문에 따라 그 내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 鄉土新聞(Town Paper)은 한 마을 또는 邑, 面 소도시 그리고 郡까지 포함하는 소규모 사회의 독자를 대상으로 하여 지역내의 정보를 전달하는 신문을 가리킨다. 이 향토신문은 주로 주간 또는 월간으로 발행된다. 둘째, 지방신문(Community Paper, Local Paper)은 향토신문에 비해 그 범위가 넓은 것으로 대개 한 道(道) 또는 두개의 道를 대상으로 신문이 발행된다. 셋째, 中央新聞(Central Paper)은 전국 신문이라고도 하며, 한 나라의 首都에서 發行되어 전국적인 독자를 상대로 보도와 논평, 광고 등을 게재하는 신문이다. 넷째, 全國新聞(National Paper)은 그 발행지역이 중앙인 首都이거나 地方이거나 상관없이 全國의 讀者를 상대로 發行되는 新聞을 의미한다. 다섯째, 國際新聞(International Paper)은 그 영향이 國內는 물론 外國에까지 미치는 신문으로 美國의 New York Times나 Washington Post, 英國의 The Time, 프랑스의 Le Monde 등이 그 예이다.

지방신문은 앞서 살펴본 신문 중 2번째에 속하는 유형인데, 美國의 신문학자인

13) 이치백, “지방사회와 지방언론”, 신아출판사, 1987, p. 53.

14) 최진우, “이론적 측면에서 본 타운페이퍼의 존재의의”, 「신문과 방송 3월호」, 한국언론연구원, 1983, pp. 66-67.

Kenneth Byerly는 지방신문을 그 단위에 따라 Town은 Weekly Newspaper로, Suburb는 Semi-weekly Newspaper로 그리고 Small City는 Daily Newspaper로 나누고 있다. 우리나라의 경우 지방지란 서울 이외의 지역에서 발행되어 그 취재와 배포망이 주로 해당지역에만 제한된 신문을 말한다.<sup>15)</sup> 한 연구<sup>16)</sup>에 의하면 우리나라의 중앙지에는 지방뉴스가 전체기사의 4.8%를 차지하고 있는 반면 지방지에서는 서울발 중앙뉴스가 30.7%를 차지해 지방지의 상당부분이 지방관련 기사를 다루고 있음을 보여준다.

따라서 지방지 또는 지방신문이란 중앙지와 전국지에 대립되는 개념으로서 순수한 어떤 한정된 지역의 주민, 독자를 대상으로 하여 신문의 기능을 발휘하는 Local Paper라고 할 수 있다.

## 2. 新聞의 機能

新聞은 大衆媒體의 한 형태이므로 그 役割과 機能도 大衆媒體의 一般의 役割이나 機能과 유사하다.

Harold, D. Lasswell<sup>17)</sup>은 1940년대 말 巨視的인 입장에서 大衆媒體의 機能을 3가지로 분류하였다. 즉 공동사회나 공동사회내의 구성요소의 가치설정에 영향을 주는 기회나 위협을 폭로하는 環境監視機能, 환경에 대한 반응에 있어서 사회구성요소간의 상관관계를 의미하는 合意成就機能 그리고 한 세대에서 다음 세대로 사회적 유산을 전승하는 社會化機能 등이다.

한편 F. Fraser Bond<sup>18)</sup>는 1954년 발행한 저서에서 大衆媒體의 機能을 첫째, 인간

15) 박정규, “지방신문의 역할”, 「신문과 방송」, 1982.12, p.86.

16) 박용규, “지방화시대의 발전과제”, 「지역신문의 역할과 과제」, 대구문화방송, 1989, p.321.

17) Harold, D. Lasswell, “The Structure and Function of Communication in Society”, in Wilbur Schramm and Donald F. Roers(eds.), *The Process and Effects of Mass Communication*, Urbana: University of Illinois Press, 1971, p.85.

18) F. Fraser Bond, *An Introduction to Journalism*, Rev. ed., New York, Macmillan Co., 1961, p.7.

의 행동, 느낌, 생각을 전달하는 報道機能, 둘째, 여러 분야에서 각기 전문지식을 소유한 자에 의해 제반사항을 독자에게 유요적절한 해명을 주는 解說機能, 셋째, 인간의 정신을 지도하거나 영향력을 주는 指導機能, 넷째, 인간에게 즐거움을 주는 娛樂機能 등으로 구분하였다. 이외에도 Bond는 부차적인 기능으로 廣告機能을 들고 있다. 또한 그는 뉴스제공시의 報道機能을 제일 중요시 하였으며 娛樂機能이 점점 강조되고 있다고 보았다.

Chales R. Wright<sup>19)</sup>는 사회전체와 사회성원 개개인에 대한 正機能과 逆機能으로 나누어 체계적으로 설명하였다. 그는 환경감시기능, 환경에 대한 해설과 처방기능, 오락제공기능 등을 언급하였다.

W. Schramm<sup>20)</sup>은 1964년 그의 저서에서 외계에서의 일을 지켜보고 사회성원에게 보고하는 파수군의 기능, 사회성원에게 정보와 설득을 제공해 줌으로써 중요한 정책 결정의 기반을 넓혀 주는 政策決定機能, 그리고 사회성원을 새롭게 사회화시키고 있는 가르치는 기능 등 3가지로 대중매체의 기능을 언급하였다.

이규중<sup>21)</sup>은 環境監視機能과 合意 成就機能을 복잡하고 항상 변화하고 있는 사회 환경의 변화를 보도 또는 평가함으로써 인간이 환경에의 적응을 용이하게 하는 기능으로 보아 報道的 機能으로 묶었으며, 社會化 機能은 축적된 문화를 다음 세대에 전하고 이를 교육한다고 보아 教育的 機能으로 보았고, 제3의 기능으로 娛樂機能을 추가하였다.

차배근<sup>22)</sup>은 環境監視와 合意成就機能을 우리의 주변환경에서 일어나고 있는 일들에 대한 정보를 수집·전파해서 사람들로 하여금 그러한 사회환경에 대처하고 적응하도록 만든다고 보아 情報蒐集, 傳播機能으로 보는 한편, 社會化 機能은 한 사회의 문화나 전파, 가치, 규범 등을 새로운 사회구성원들에게 전달하는 것으로 생각하며 社會教育的 機能으로 간주하고 있다.

19) Chales R. Wright, *Mass Communication: A Sociological Perspectives*, New York: Random, House, 1959, 1960, pp.605-620.

20) W. Schramm著·김일철·조명한 共譯, 「매스미디어와 국가발전」, 을유문화사, 1974, pp.79-87.

21) 이규중, “매스컴 과학의 발전과 개념정립에 관한 연구”, 「경희대논문집」, Vol.8, 1974, p.180.

22) 차배근, 「커뮤니케이션학 개론(상)」, 세영사, 1976, p.27.

이들의 大衆媒體에 대한 機能은 공통적으로 包括的인 面이 없지 않다. 따라서 이와 같이 여러 學者들의 新聞의 機能을 요약해 보면, 첫째, 광범위한 사실들에 대한 迅速하고 公正한 報道의 機能, 둘째, 해설이나 사실을 통한 指導機能, 셋째, 의식주 등 생활전반에 걸친 실용적인 정보와 상식을 확충시켜 주는 教養機能, 넷째, 휴양과 오락, 예술활동을 통한 健全한 精神, 健康, 文化의 暢達 등으로 볼 수 있다. 이를 학자별로 요약한 것이 <표 II-2>에 나타나 있다.

<표 II-2> 대중매체기능

Lasswell	Bond	Wright	Schramm	이 규 중	차 배 근
환경감시	보도해설	환경감시	파 수 균	보 도	정보수집 및 전파
합의성취			정책결정		
사 회 화	지 도	사 회 화	사 회 화	교 육	사회교육
	오 락	오 락		오 락	
	광 고				


**제주대학교 중앙도서관**  
 NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

### 第 3 節 現代社會와 新聞

#### 1. 現代社會와 新聞

現代의 社會를 大衆社會, 大衆民主主義 또는 大衆國家라고 일컫는다.<sup>23)</sup> Tarde는 19세기를 公衆社會, 현대를 大衆社會로 변모했다고 하였는데, 여기에는 2가지 어원이 있다. 첫째는 19세기 유럽, 특히 프랑스사회의 혁명적 변화에 대한 반작용에 근거한 것이며, 둘째는 민주주의적 비판에 그 근거를 두고 있는 것이다.<sup>24)</sup> 前者는 대중사회를 엘리트가 대중의 압력에 눌리우는 일련의 상황으로 해석하고, 後者는 대중

23) 임채화, “신문이 현대인의 여가선용에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 경희대학교 경영대학원, 1990, p.41.

24) 박유봉, “매스커뮤니케이션과 대중사회”, 『매스커뮤니케이션』, 일조각, 1965, p.166.

사회를 엘리트가 엘리트의 압력으로 눌러는 일련을 상황으로 간주하는 것이다. 여기에서 兩者가 공통적으로 생각하는 것은 사회의 구성단위가 외부의 여러 세력에 직접적으로 눌러주기 때문에 자유가 위태롭게 된다는 사실이다.

大衆社會論의 대표적인 학자로는 K.Mannheim과 C.W.Mill을 들 수 있는데 이들은 大衆社會의 概念에 세 가지 중요한 조건을 포함시키고 있다. 첫째, 平等主義의 증대, 둘째, 反貴族的인 支配形式을 支持하는 경향의 보급, 셋째, 大衆에 의한 支配 등이다. 이처럼 大衆社會는 貴族主義的 질서의 반대물이며, 엘리트의 排除性이 상실된 사회, 즉 지배집단에 자유로이 접근할 수 있는 기회가 많은 사회구조를 말한다.

따라서 現代社會는 신문, 방송, 라디오 등의 大衆媒體와 함께 하며, 대중은 대중매체의 핵심에서 생활하고 있고, 大衆媒體를 통해 생활의 영역을 확대하고 나아가 지식, 정보 등을 풍부하게 얻고 있다.

## 2. 觀光과 新聞

매일매일 쏟아져 나오는 새로운 상품은 물론 觀光地, 각종 觀光과 관련한 이벤트 등 지구촌의 현상을 그대로 전달해주는 것이 新聞이나 放送등 매스컴 매체가 행하는 주요역할의 하나이다. 매스컴을 통해 전달되는 개개의 내용을 일반적으로 情報이라고 하는데, 情報은 人間, 生物, 機械 등을 感知할 수 있고 그것을 理解하고 나서 行動에 반영시키는 신호<sup>25)</sup>라고 할 수 있다. 즉 情報은 知識의 증가를 통해 지식이 증가되기 전과 동일한 刺戟이나 條件에 대하여 相異한 認識을 할 수 있게 하는 요인이므로 결과적으로 觀光을 포함한 다양한 情報은 인간의 理性的 行動에 변화를 줄 수 있는 모든 것이라고 말할 수 있다.

앞에서 고찰한 바와같이 新聞의 基本役割은 報道, 指導, 娛樂, 廣告의 役割 등으로 앞서 살펴본 바가 있다. 이 役割들은 觀光관련 情報提供과 관계를 맺고 있다. 즉 新聞이 대중을 상대로 하는 大衆媒體의 수단이라면 그 어느 것을 막론하고 大衆에게 情報과 知識을 報道하고 또 오락도 提供하는 機能을 하기 때문이다.

新聞의 娛樂的 內容은 인간의 知性보다는 感情의 慾求充足에 그 바탕을 두고 있

---

25) 중앙일보사, 「중앙대백과」, 제1편 중앙일보사, 1985, p.1602.

기 때문에 新聞記事의 素材와 그 表現은 많은 變化를 초래하였고, 이러한 變化는 뉴스의 文字化, 문자의 大衆化 등으로 나타나게 되었으며, 이들의 내용은 소설, 읽을거리, 영화, 연극, 유행, 관광안내 등을 위한 기사내용이 주를 이루고 있다. 이것을 신문에서는 雜報(feuilleton)라 하는데, 이것이 신문독자들에게 즐거움을 주는 요인이다. 이 娛樂的 役割은 날로 複雜·多様해져 가는 사회생활의 메커니즘 속에서 쌓이는 스트레스, 즉 긴장과 권태의 기분을 전환시켜 주는 돌파구로 작용하고 있다. 한편 觀光客으로 하여금 관광객체인 觀光地, 기타 施設物들의 利用을 촉진시키는 것이 觀光媒體의 役割인데, 신문의 이러한 역할은 첫째, 관광객에게 새로운 관광욕구를 불러 일으킬 수 있는 觀光情報 提供, 둘째, 각종 觀光 關聯企業에 經濟的 利益을 가져올 수 있다.

오늘날의 新聞이 특수층만을 위한 것이 아니고 一般大衆 모두의 것으로 그들에게 읽혀지고 있으며, 특히 관광과 관련하여 본다면, 첫째, 자기주변의 생활에 환기작용을 하고, 둘째, 독자의 文化的 水準을 향상시키며, 셋째, 관광 관련 사업체에 영향을 주어 經濟的 成長을 촉진시킨다.

## 第 4 節 地方新聞의 發展과 現況

### 1. 地方新聞의 發展

우리 나라 最初의 地方新聞은 淸州에서 1909년 創刊된 「慶南日報」이나 日帝치하에서 발행되었던 각 지방 지방신문들은 모두 언론의 역사에서 기록될 수 있는 진정한 의미에서의 오늘날과 같은 지방지는 아니었다.<sup>26)</sup> 이는 대부분 일본인들에 의해서 일본어로 발행되었고, 일제식민통치의 합리화를 위해 시책홍보에 주력했기 때문이다. 따라서 우리 나라 최초의 지방신문의 역사는 1945년 해방이후에 본격적으로 시작되었다고 볼 수 있다.<sup>27)</sup>

해방후 미군정 법령 19호를 통해 지방신문발행의 자유가 허용되었으나, 1945년 5

26) 이증배, “지방화시대의 지방신문의 역할과 활성화방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 중앙대학교 신문방송대학원, 1994, p.20.

27) 정진석, 「자율경쟁시대의 지방신문」, 편집인회보 230호.

월에 공포된 軍政法令 88호에 의해서 모든 定期刊行物이 許可制로 바뀌어, 정치·경제적인 통제가 시작되었다. 그러나 1948년 분단국가 형성과, 그 이후 韓國戰爭의 복구과정에서 한국언론은 지배권력의 통제와 타협을 통해 어느 정도 자유경쟁이 가능해졌다. 그러나 대부분의 地方新聞은 규모의 영세성 때문에 경영면에서 많은 어려움을 겪어야 했으며, 특히 4.19이후에는 신문의 난립현상을 통해서 言論의 自由가 남용되는 경우가 많았다. 결국 第2共和國시정의 언론자유에 따른 양적 팽창은 지방신문에도 혼란과 방종의 부작용을 야기시켜 국민적 불신의 대상이 되었으며, 자체정화 노력에도 불구하고 5.16후의 군사정권에 의한 언론통제 정책에 따라 통폐합이 이따랐다.

第3共和國의 1960년대는 한국언론의 기업화 정책에 따라 신문발행의 단간제가 시행되고 신문용지 및 세제특혜가 주어졌으며, 新聞協會를 중심으로 지면과 구독료가 결정되는 카르텔이 형성되었고<sup>28)</sup>, 이러한 상황은 언론기업의 매체집중화 현상을 두드러지게 하였다. 그러나 維新後 「1道 1社制」 언론정책에 따라 지방신문의 통폐합이 추진됨으로써 1975년 1월 전국지방지는 모두 21개에서 14개로 축소되는 수난을 겪었다.

1980년 제5공화국 수립과 더불어 독점자본의 강화속에서 권력의지에 의해 韓國言論은 공영언론의 일부로 전환되는 진통을 겪었는데<sup>29)</sup>, 특히 사회안정과 국민화합이라는 정권유지적 차원에서 언론정책은 체제에 자진협조 또는 동반자적 역할을 요구하였으며, 言論基本法 制定과 700여명의 언론인 숙청, 그리고 언론통폐합을 통해 한국언론도 편집내용이 획일화되고 대중조작을 통해 무관심과 무비판적 사고를 조장시킴으로써 사회 분위기를 경직시키는데 제도권 언론으로 국민의 지탄과 불신을 키워갔다.

한편 言論基本法의 폐지와 새로운 신문 등록법의 제정에 따라 발행이 상대적으로 자유로워진 여건 속에서 地方紙도 역시 民主化와 地方化의 실천을 내걸고 새로운 신문이 창·복간됨으로써 1道1社제의 타율적인 독점적 체제가 무너지고 언론통폐합 이전과 같은 자율경쟁시대가 전개되기 시작하였다.

28) 정진석, 상계서, p. 6.

29) 언론연구원, 「지방자치와 언론」, 1990, p. 239.

1993년 1월 현재, 기존의 10개 지방신문 외에도 창·복간된 신문은 전국적으로 29개사에 달하고 있으며, 연대에 따라 창·복간된 신문의 수가 큰 차이로 이루어졌음을 알 수 있다(〈표 II-3〉 및 〈그림 II-1〉 참조).

이를 행정구역별로 살펴보면, 京畿·仁川지역에서는 1988년 이후 7개의 신문이 창간되어 기존의 京仁日報와 경쟁을 벌이고 있고, 江原지역은 1945년 春川에서 창간된 江原日報와 1992년 창간된 江原道民日報가 있으며, 忠南은 3개신문이, 忠北은 기존의 忠靑日報 이외에 中部每日과 東洋日報가 경쟁을 하고 있고, 全北지역은 全北每日과 湖南日報를 통합해 독점적 지위를 누려 왔던 全北日報를 포함해 5개 신문이 경쟁을 벌이고 있으며, 全南지역도 유사한 양상을 보이고 있다. 또한 濟州地域도 1990년 6월 참언론동지회가 주축이 되어 창간된 濟民日報를 비롯해서 濟州新聞, 漢拏日報 등 3개社가 경쟁적으로 발행되고 있다.

## 2. 濟州地域 新聞의 發展과 現況

### 1) 濟州道의 지방신문 변천

#### (1) 陣中新聞 濟州新報

제주지역에서 처음으로 발간된 신문은 1945년 7월 일본 주둔군에 의해 만들어진 陣中新聞 濟州新報다. 일본은 제2차 세계대전에서 패망하기 직전 일군의 승전보를 알림으로서 군의 사기를 높여 전쟁을 독려하기 위해 이 신문을 만들어 각 군부대와 관청, 주민들에게 배포하였다. 긴박한 전황과 주민들의 동요가 심한 가운데 전세를 알리는 각종 신문 수송이 중단되어 군내부뿐만 아니라 사회전체가 새로운 뉴스를 갈망하던차에 만들어진 신문이다. 타블로이드판 2면에 일본어로 발행되었고, 미군이 1945년 9월28일자로 제주에 상륙 이신문발행 통제권을 이양받으며 더 이상의 발행이 중단되었다.

## (2) 濟州新報(濟州民報) 창간

1945년 10월1일 창간된 제주신보는 순수하게 지역주민들에 의해 만들어진 제주지방 언론사상 최초의 지방신문이다. 당초 「濟州民報」라는 제호 아래 타블로이드판으로 발행된 이신문은 본문을 5호활자로 사용, 발행하였으나 용지난과 인쇄시설 사정으로 동년 12월25일을 전후하여 3호까지 발행했다. 일부 의욕과 신념을 앞세운 기자들이 주축이 되어 창간된 제주민보는 얼마안돼 운영난에 부딪치자 창간요원들은 京城日報 목포특과원으로 활동하던 金鑣洙를 발행인으로 끌어들이었다. 金鑣洙는 미군정청에 「濟州新報」로 등록을 하고 사장에 취임하였다. 계속되는 운영난을 타개하기 위해 濟州新報는 지방유지들을 주주로 영입, 1946년 10월에는 제2대 사장에 金錫祐를 선임하고 1947년 1월1일 부터 주식회사 체제로 새출발한다. 濟州新報는 당초 격일간 발행을 표방하였으나 1946년말 까지 1백37호를 발행함으로써 3·4일에 한 번씩 발행한 셈밖에 안된다.

4·3사건 직후인 48년 8월에는 공산 게릴라 선전 유인물 인쇄 혐의로 당시 편집국장이던 金昊辰과 공무국 간부 2명이 군당국에 구속되었다가 처형되고, 3대 편집국장이던 金路洙도 서북청년단에 강제연행되어 린치 당한다. 또한 10월 부터 이듬해인 1949년 10월까지 서북청년단이 신문사를 접수하고 변칙 운영하다가 계엄령이 해제되자 경영권이 정상화 되었다.



## (3) 耽羅新報

耽羅新報는 1952년 8월12일자로 창간되었다. 이 신문은 격일간으로 발행, 휴간일에는 증간호까지 내면서 일간 형태로 발행하다가 1954년 2월 운영난으로 자진 폐간하였다.

## (4) 白鹿日報

1945년 11월 청년이념단체인 「백록회」가 타블로이드판 4면크기로 창간호만을 발

행하고 한달만에 제주신보에 흡수됐다.

#### (5) 瀛州時報

瀛州時報는 1953년 10월 23일 창간했다. 처음 이 신문은 주간지 타블로이드판으로 발행하다가 브랑케트판으로 바뀌었다. 또 이 신문은 다음에 발행일을 부정기적인 주간에서 월 3회, 5·15·25일을 정기발행일로 발행하였다. 1961년 5월, 5·16이후 언론정비 과정에서 폐간되었다.

#### (6) 濟民時報(濟民日報)

濟民時報는 1956년 4월 창간되었다. 濟民時報가 창간된때는 일간지 濟州新報와 주간지 瀛州時報가 濟州지역의 여론을 주도하면서 경쟁체제를 구축할 때이다. 4년여 동안 주간발행을 해온 濟民時報는 1960년 4·19이후 신문 발행허가가 등록제로 완화되자 그해 7월 일간지인 「濟民日報」로 등록 발행함으로써 제주신보와 함께 도내에는 2개의 일간지가 탄생하게 되었다.

이 濟民日報는 브랑케트판 4면, 일반 종합지로 발행하다가 1962년 11월 18일 제주신보와 통합하였다.



#### (7) 再建타임스 濟州版

1959년 6월 서울에서 발행되고 있던 주간지 「再建타임스」제주판이 타블로이드판 4면으로 발행되었다. 신문제작은 제주지사가 독자적으로 지방기사를 전면 취급하였고, 사실도 실어 종합지 형태로 발행하였다.

#### (8) 濟鄉時報

재향군인회 기관지인 재향시보가 1959년 10월 재향군인회에 의해 주간지로 창간되었다가 1961년 5·16후에 폐간되었다.

### (9) 議會報

의회보는 1960년 12월 5일 창간호를 발행하였다. 타블로이드판 11단 4면의 주간지였다. 道議會 중심의 기사를 다뤘고 문화기사에 치중하다가 1961년 5월 언론정비 과정에서 폐간되었다.

### (10) 濟州每日新聞

1961년 3월1일 「嚴正中立 社會先導」를 사시로 내세우고 창립하였다. 이로서 濟州 지역에는 濟州新報 및 濟民日報과 더불어 3개 일간지가 공존하게 된다. 이신문은 도내 처음으로 사진동판기와 자동주조기를 갖추고 신문제작에 임하였다. 판형은 브랑케트판 2면으로 발행하였고, 주요 읍면인 한림 신창 조천 세화 서귀 모슬포 남원 표선 등에 지국을 설치 보급망에 힘썼다. 그러나 다른 신문들과 마찬가지로 5·16이후 언론 정비과정에서 폐간되었다.

### (11) 濟州新聞

5.16이후 정부는 대대적인 언론정비를 편다. 1962년 6월 28일에는 25개항의 언론정책을 발표하고 이어 7월31일에는 언론정책 시설기준을 공포하였다. 이런 언론 정비과정에서 정부는 시설기준을 적용 濟州新報와 濟民日報에 통합종용을 한다. 이에 양사는 통합추진위를 구성하고, 통합회사의 주식은 제주 45%, 제민 40%, 나머지 15%는 관계당국이 특별관리하기로 합의하였다. 또한 제호는 「濟州新聞」, 지령은 역사가 오랜 제주신보의 지령을 따르고, 통합창간일은 1962년 11월 20일로 정하였다.

### (12) 濟南新聞

제남신문은 신문등록을 제한하던 1967년 8월 10일 제3공화국 당시에 주간지로 창간되었다가 80년11월 27일 언론자유정화 조치에 따라 폐간되었다. 브랑케트판 4면으로 주 2회 발행하면서 한때는 간지 발행으로 일간지 형태의 기사처리를 하기도 하였다. 제남신문은 경영상의 어려움에도 전도국민학교 대항 야구대회 및 음악제, 미스

제주선발대회등 지역개발을 위한 많은 문화·체육행사를 주최했었다.

### (13) 漢拏日報

漢拏日報는 1989년 4월 22일 「정의구현·복지추구」를 사시로 내걸고 창간되었다. 창간당시 논설위원실, 편집국, 총무국, 광고국, 판매국, 제작국등 1실5국의 기구로 출발하였다. 또한 서울과 부산, 일본 오사카등 3곳에 지사를 두고 13개지국 5개보급소를 설치 신문을 보급하고 있다. 창간때 8면을 발행하다가 1990년 10월부터 12면으로 증면하였다.

### (14) 濟民日報

濟民日報는 제주신문에서 이탈한 현역 언론인 1백15명으로 구성된 제주참여언론동지회(회장 金志勳)가 창간멤버가 되어 1990년 6월2일 창간되었다. 濟民日報는 이들 참여언론동지들이 5억2천8백만원을 주식으로 투자하고, 이후 2천7백35명의 道民들로부터 17억2천만원의 주식을 공모, 이를 기초자본금으로 출발하였다. 濟民日報는 「人間重視·正義具現」을 사시로 표방하고 있다. 창간당시 기구는 논설위원실, 편집국, 총무국, 광고국, 제작국등 1실5국체제를 갖추었고, 보급망으로는 서울을 비롯한 釜山, 도쿄, 오사카등 4개지사와 20개 지국, 80개 보급소를 두고 있다. 濟民日報는 창간당시 석간 12면으로 출범, 지방기사 게재율이 높은 신문을 지향하고 있다.

濟民日報는 창간당시 제주시 이도2동 1171-2번지 옛 제주감귤협동조합 제주시소 건물을 임대 사용해오다가 1994년 6월2일 창간 4주년 부터는 현재의 사옥인 제주시 연동 290-64번지에 지상5층, 지하 2층, 연건평 6백40평 규모의 건물을 지어 이전했다.

## 2) 濟州地域 신문현황

濟州地域의 언론상황은 전국의 상황과 맞물려 부침을 계속하였다. 광복이후 일제

통치가 중단되고 미군정의 언론자유 보장에 대한 기본정책이 발표되자 앞에 소개한 것 처럼 수많은 신문·주간지가 창간된다. 그러나 4·3과 4·19, 6·25동란, 5·16, 10·26이후의 언론통폐합 등의 시대적 시련을 겪으며 오늘에 이르렀다.

현재 도내에서 발행되는 지방신문은 90년 6월에 창간된 濟民日報를 비롯해서, 1962년 11월 濟州新報와 濟民日報가 통합한 濟州新聞, 1989년 4월에 창간한 漢拏日報가 있다.

濟民日報는 편집국에 국장과 부국장, 그 아래로 편집부와 정치부, 경제부, 사회부, 제2사회부, 교육 체육부, 문화부, 특집부, 레저부, 사진부 등의 부를 두고 부장들이 업무를 관장하고 있다. 관광관련 기사는 특집부 또는 레저부에서 취급하며 총괄 데스크인 부국장은 기사와 관련한 사항을 총괄적으로 관할하고 있다. 한편 기사 내용에 따른 지면배정은 1면 정책관련, 2면 국내 정치 및 경제, 3면 해설 및 사설, 4면 의신, 5면 특집, 6면 주식, 7면 도내 경제, 8면·9면 문화, 10면 레저·관광 11면 스포츠, 12면 주요 인사 동정, 13면 종합지방, 14면 제2사회, 15 사회, 16면 TV프로 및 오락기사로 편집되고 있다. 매 주마다 3-4회씩의 20면 증면 발행때는 지면 배정의 기본틀은 그대로 두고 여론광장이나 레저·관광면이 추가되는 경우가 많다.

濟州新聞은 1962년 11월 통폐합 이후 다른 지방의 경우처럼 신문용지의 관세율 인하조치로 인한 정부의 혜택과 경쟁사 없는 광고시장의 확보 등을 통해 안정된 지방언론 기업으로 성장해왔다. 그러나 10·26 이후 제5공화국의 언론정책에 휘말려 발행인이 金瑄熙에서 金大成으로 교체되는등 우여곡절을 겪었다. 1988년 6월에는 기존 舊제주 소재 사옥에서 현재의 제주시 연동 2036번지에 신사옥을 마련 이전하며 제2의 창업을 내세워 11월 20일의 창간일을 6월2일로 변경하는 대혁신을 꾀한다. 이후 87년 8월 편집국 기자들은 편집과 경영의 분리, 처우개선, 80년 해직언론인 복직을 촉구하는 결의문을 채택했다. 이어 88년 金大成사장은 일선에서 물러나고 1년여후인 89년 11월의 임시 이사회에서 서울지사장 겸 상무인 梁主廈를 사장 직무대행으로 선임하자 사원들은 이에 반발하였다. 이후 사측과 사원들은 대결구도로 이어졌고 그해

12월 26일 소집된 주주총회 및 이사회에서는 대표이사 사장으로 金大成 전임사장을 재선임, 분위기가 극한대결로 이어졌다. 결국 제주신문은 이듬해 1월 5일자로 폐업을 단행하였고, 이에 맞서 사원들은 「제주신문 수호 비상대책위원회」를 구성하고 폐업신고 이후 18일 동안인 1월23일 중간 호외판 2만부를 발행하고 회사에서 철수한다.

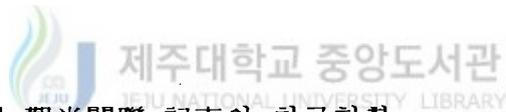
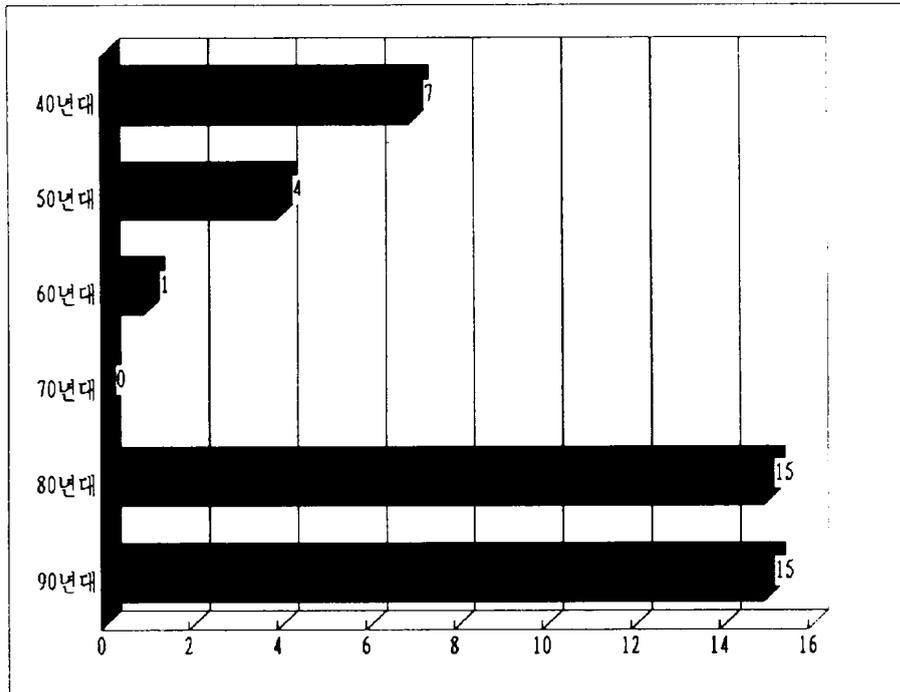
濟州新聞도 역시 편집국에 편집부, 정경부, 사회부, 제2사회부, 교육 체육부, 문화부, 사진부, 교열부로 편성돼 있고 관광관련 기사는 사회부와 제2사회부에서 맡고 있다. 기사 내용별 지면배정은 1면 정책, 2면 국내정치 외신, 3면 해설, 4면 정치해설, 5면 특집, 6면 주식시세, 7면 주요인사 동정, 8면 레저, 9면 오락, 10면·11면 문화, 12면 광고, 13면 스포츠, 14면·20면은 광고에 따라서 전면이 TV프로 및 오락, 15면 지방, 16면 지방인사 동정, 17면 지방, 18면 제2사회, 19면 사회기사로 꾸며지고 있다.

漢拏日報도 편집국 편성은 앞의 두 신문사와 비슷하다. 또한 기사의 내용에 따른 지면 배정도 1면 도내 주요 정책, 2면 국내정치 경제, 3면 해설, 4면 주식시세, 5면 지방경제, 6면·7면 레저·관광, 8면·9면 문화, 10면 스포츠, 11면 주요 인사 동정, 12면·13면 지역 뉴스, 14면 제2사회, 15면 사회, 16면 TV 및 오락 등으로 편집하고 있다.

<표 II-3> 지방일간신문의 현황

발행지	신문명	창간일	간별	발행지	신문명	창간일	간별
강원	강원도민일보	1992.11.26	조간	대전	대전매일	1990.6.11	조간
	강원일보	1955.11.11	석간		대전일보	1950.11.11	석간
경기	경기일보	1988.8.8	조간	부산	중도일보	1951.9.1	석간
	경인매일	1989.12.15	조간		국제신문	1947.9.1	석간
	경인일보	1960.9.1	석간		부산매일	1989.1.25	조간
	중부일보	1991.2.5	조간	부산일보	1946.9.10	석간	
	한국수도권일보	1991.2.12	조간	인천	기호일보	1988.7.20	석간
경남	경남매일	1988.12.9	석간		인천일보	1988.7.15	석간
	경남신문	1946.3.1	석간	한서일보	1992.3.14	조간	
	경상일보	1989.5.15	석간	전북	전라일보	1988.8.15	조간
	동남일보	1991.1.15	석간		전북도민	1988.11.22	조간
	신경남일보	1990.10.15	조간		전북일보	1950.10.15	석간
	울산매일	1992.1.30	조간		전주일보	1991.7.31	조간
경북	경북매일	1991.9.23	조간	호남매일	1991.7.25	석간	
광주	광주매일	1991.11.1	조간	제주	제민일보	1990.6.2	석간
	광주일보	1980.12.1	석간		제주신문	1945.10.1	조간
	무등일보	1988.10.10	조간		한라일보	1989.4.22	석간
	전남매일	1989.1.7	석간	충북	동양일보	1991.12.29	조간
	전남일보	1989.1.7	석간		중부일보	1990.1.20	조간
대구	경북일보	1988.7.30	조간	충청일보	1946.3.1	석간	
	대구일보	1989.11.1	조간				
	매일신문	1946.3.1	석간				
	경상일보	1945.10.11	석간				

<그림 II-1> 연도별 창간/복간된 지방신문의 갯수



### 3. 濟州地域 新聞의 觀光關聯 記事의 취급현황

앞에서 살펴보았던 바와같이 濟州地域에서는 光復이후 많은 일간지와 주간지가 속속 창간되어 발행되었다. 그 중에서 濟州新報와 제민일보가 1962년 11월 20일 濟州新聞으로 통합하여 오늘에 이르고 있다. 그러므로 본 研究에서는 1960년대 이후 지역언론의 관광관련 기사는 濟州新聞의 내용을 인용하여 다음과 같이 그 현황을 밝히기로 한다.

관광관련 기사의 취급 추이에 관한 파악을 위해서 본 研究는 1960년 이후 1996년 까지를 10년 주기로 크게 4개의 시간적 구분을 하고, 각 구분간의 標本으로 중간인 1965년, 1975년, 1985년, 1995년을 선택했다. 그리고 구간별 月과 日은 관광성수기인 5월 1일부터 6일까지 일주일간 게재하였던 기사를 중심으로 하였다.

분석내용은 우선 신문발행 전체면수 가운데 어느 면에 관광기사를 배정하였는가, 그리고 건수, 뉴스평가(단수), 특집기사로 분류하여 연구하였다.

### (1) 1960년대

1965년도의 신문은 매주 일요일을 제외한 週 6일 체제로 발행하였다. 그리고 전체 발행면수는 신문용지 크기의 4개면으로 1면과 2면에는 국내외 정치 경제, 3면에는 지역 사회 기사, 4면에는 지방 문화기사를 게재하였다.

1965년도 5월1일 이후 6일 까지 일주일 동안 濟州新聞의 관광관련 기사는 4건을 게재하고 있다. 5월5일자 3면 5호활자 제목의 1단 「馬羅島 어린이들 서울구경 출발」을 비롯해서 「명승호텔 주인 張圭철씨가 馬羅島 어린이들의 여비에 보태 쓰라며 2천원을 보내온것」을 역시 같은 날짜 5호제목 크기의 1단기사로 게재하고 있다. 또 같은 날짜 3면에는 1호활자 크기의 2줄제목 3단기사로 「종잡을 수 없는 예보, 여객선 발목기 일췌」를 싣고 있다.

5월 6일자 2면에는 「제주도 종합개발 계획의 여건과 전망」이란 장기 기획물이 상자 기사로 게재되고 있다.

### (2) 1970년대



1975년 5월에도 지역신문은 週 6일에 4면 발행체제였다. 1면에는 국내외 정치·경제기사 및 사설, 2면에는 행정기사, 3면에는 사회기사, 4면에는 문화기사로 편집되었다.

5월 1일 부터 7일까지(4일이 일요일이므로 6일치를 분석하기 위해 7일까지로 함) 일주일 동안 연륙 교통을 포함해서 관광과 관련되는 기사는 15건을 게재하고 있다. 5월 1일자는 사회면에 「船賃인상」기사가 4단기사로 게재되었다. 5월 2일자는 사회면 주제 「수요 못따르는 항공편」, 부제로 「운항횟수 줄었는데 결항도 잦아」란 제목의 5단 기사를 게재했다. 같은 날 사회면에 또한 초호 크기 활자의 가로 제목의 「觀光러시-하루 1344명 입도」란 기사를 게재하고 있다. 기사 내용은 “4월30일 하룻동안 육지부 38개 단체에서 1344명이 들어와 봄철관광이 절정에 이르렀다”는 것이다. 또 같은 날 “濟州觀光

旅行社 대표 柳夏永씨가 방위성금 5만원을 기탁했다”는 내용이 5호활자 1단으로 실려 있다. 5월 3일자에는 2면에는 「觀光團 단체명 명시토록, 道 철저한 식중독 예방등도 지시」란 5단 크기의 기사와 「濟州港 택시 때문 혼란」이란 2단 크기의 기사가 게재되어 있다. 5월 4일자에는 사회면에 5호활자 제목 1단 크기의 「관광객이 폭행」기사가 게재되어 있다. 5월 5일자에는 행정기사를 다루는 2면에 컷 「陸上交通 한계」, 부제 「觀光客 밀릴때는 정기항로도 끊겨」란 기사가 準머릿기사로 게재하고 있다. 같은 날짜 3면에는 「船便도 법석」제하의 기사가 3단 크기로 게재되고 있다. 5월6일자에는 「관광 새마을 운동 전개, 모든 접객업소등 스스로 참가」란 제하의 기사가 사회면 머릿기사로 게재된 것을 비롯해서 이 날짜 사회면에는 초호활자 크기의 4단기사 「高聲放歌도 예사, 빈축사는 수학여행단」, 5호활자 1단 「한라산 등반로 표지판, 퇴색된 것 많아」란 제하의 기사가 게재되어 있다. 같은 날 2면에는 「實錄 光復濟州 30년」제하의 상자기사중 관광분야의 기사를 게재하고 있다. 5월 7일자의 2면 가십란 「記者席」에는 관광관련 가십이 읽을거리로 게재돼 있다. 사회면인 3면에는 「예절 3운동, 상량한 인사등」이란 제하의 기사가 게재되어 있다.

### (3) 1980년대

1985년도에는 지방신문이 8개면으로 증면된다. 1면에는 국내외 정치·경제기사, 2면에는 사실과 외신기사, 3면에는 해설, 4면과 5면에는 문화기사, 6면은 지방 행정기관 관련 기사, 7면 사회기사, 8면에는 스포츠 기사를 게재하고 있다.

5월 1일부터 7일까지(5일 일여일) 일주일 동안 사실 2회를 포함, 20건의 관광관련 기사를 게재하고 있다. 5월 1일자 6면에는 가십란인 「記者席」과 사회면에 미니 화제 「횡단로」가 관광관련 기사로 편집되어 있다. 5월 2일자 2면에는 「숙박업소란」 제하의 사실이 게재되었고, 행정면인 6면에는 「記者席」란에 가십과 항만공사관련 기사가, 사회면에는 「新山·三梅峰 공원조성」 기사와 1단크기의 「관광객 집단 식중독」, 그리고 「횡단로」기사가 관광관련 기사로 편집되었다. 5월 3일자 사회면에는 초호활자 크기의 「수학여행 야영활동중, 학생탈선 업단」제하의 3단 기사와 「日관광 요트 입항」과 관련한 횡단로 기사, 「용담공원 조성」제하의 1단 기사가 게재되어 있다. 5월 4일자는 가십기사의

일종인 「주간낙수」란에 “관광객으로 인한 피해 유채밭에 대해 보상한다”는 내용의 기사가 게재되었다. 지방행정과 관련한 6면의 「의돌괴」란에 「관광유람선 등하교」제하의 기사가 게재되었다. 5월 6일자는 사실 「환경보전과 고구마」를 통해 전분박으로 인한 바다 관광자원의 오염을 다루었고, 4면에는 「濟州觀光 불핀사례 많다」란 제하의 상자 기사를 게재하고 있다. 6면에는 4단 크기의 주제「관광철 맞아 배 부르다」, 부제로 「여객선들 낙도 기항 외면」의 기사가, 7면에는 「횡단로」란에 사회면 화제가 각각 편집되었다. 또한 5면에는 “도민체전 기간 동안 전통문화를 집중 소개하는 방안을 찾겠다”란 기사를 게재하고 있다. 5월 7일자는 6면 「記者席」의 가십과 1단 크기의 「관광 선전문, 사진에 검토」란 제하의 기사를 게재하였다. 사회면에는 「西歸浦 도시계획 확정」제하의 기사가 머릿기사로 게재되어 있다.

#### (4) 1990년대

1995년도에는 지난 10년전에 비교해서 신문의 양과 질에서 커다란 발전을 이룩한 것으로 연구되었다. 우선 이전 비교시점의 발행면수가 8면에서 20면으로 늘어났고 관광과 레포트 관련 고정면이 신설되었다.

지방지의 20개 면별 취급기사는 1면 도내 정치 종합기사, 2면에는 전국의 정치 경제 사회기사, 3면에는 해설기사, 4면과 5면에는 기획 발굴기사, 6면에는 전국기사, 7면에는 도내 각급 인사들의 동정, 8면에는 전면광고, 9면과 10면·11면에는 문화기사, 12·13면에는 전면광고, 14면에는 「열린마당」제하의 의료 봉사 건강 관광·레포트 동호인 활동, 15면에는 스포츠, 16면과 17면에는 지역관련 기사, 18면과 19면은 사회기사, 20면에는 방송프로그램이 게재되고 있다.

5월 2일(화요일·신문발행일을 조간체제로 바뀌면서 월요일인 1일자는 휴간일임)부터 7일까지 일주일 동안 관광관련 기사는 2일자 7건, 3일자에 5건, 4일자 3건, 5일자는 14면 「열린마당」전면이 관광관련 기사로 편집돼 있고 이외에도 사회면등 4개면에 4건의 기사를 게재하고 있다. 6일자에는 2건, 7일자 2건을 게재하고 있다.

5월 2일자는 10면에 「관광호텔 숙박료 제각각」및 16면의 「나무심어 추억 만들기, 항공 유적지 관리」제하의 상자 기사를 비롯해서 11면에 「국제공항 협회 太지역 총회참석」,

17면에 「송악산 환경훼손 “몸살”」제하의 3단기사가, 18면에 「관광복권 발행」제하의 가로기사가, 19면 「準머릿기사로」전세버스 무리한 운행이 화부른다」가, 그리고 「봄관광 5만 명 “출렁”」제하의 4단 기사가 게재돼 있다. 5월 3일자에는 「관광호텔 비품 관광기념품 아닌데요」제하의 상자기사로 많은 호텔에서 투숙객들이 호텔 객실용 타월이나 재떨이를 슬쩍하는 기사를 게재하고 있다. 10면에는 제5차 국제공항협회 太平洋지역 총회의 「공항 출입국 절차와 서비스개선」세미나를 역시 상자기사로, 18면에는 「골프장 입장객 증가추세」제하의 4단기사와 「記者席」란에 濟州-仁川항로의 세모 고속철리 운임의 비싼 것을 게재하고 있다. 19면에는 「라곤다호텔 카지노 문체부 결정에 달렸다」란 제하로 당시 카지노 업종의 신규허가를 둘러싸고 허가권자인 경찰의 불가방침에 대한 관광사업 관장기관인 문체부의 갈등을 사회면 주요 상자기사로 게재하였다. 5월 4일자는 13면에 주제「해외여행 부추기기 과열」이란 제하의 타시도 여행업체가 해외여행 자제결의를 외면하고 과대광고를 일삼아 상대적으로 濟州관광의 타격이 예상됨을 「準머릿기사로」, 14면의 열린 마당에 「濟州환경 우리가 지킵니다」란 제하의 환경기사가 상자기사로 게재되어 있다. 18면에는 「4월 濟州기점 항공편 이용객 87만명」이란 제하에 월단위로 최고 많은 항공승객이 濟州를 오갔다는 내용의 기사가 「準머릿기사로」 게재하고 있다. 5월 5일자 13면에는 「日 여행사들 美洲 여행상품 가격인하」란 제하에 국내 여행업체가 日 여행객 유치에 타격이 예상된다는 내용의 4단기사가 게재되어 있다. 14면의 「열린 마당」에는 주간 호텔소식등 관광관련 기사로 전면이 할애되어 있다. 16면에는 「돈네코 지구 조성계획 확정」제하로 이 지구의 콘도미니엄과 스포츠센터시설을 위해 민간자본 3백억원이 투자된다는 내용의 기사를, 18면에는 「국제공항 태평양지역 총회 폐막」기사를 2단으로 게재하고 있다. 19면에는 가로 기사로 「특급호텔들 긴급 시설 점검」이란 기사를 다루고 있다. 5월 7일자 16면에는 「城山邑 旻照港 방파제위 까지 관광객을 태운 버스들이 통행함으로써 위험하다」는 내용의 기사를 다루고 있고, 18면에는 5일의 어린이날과 6일의 토요일과 7일의 석가탄신일로 이어지는 연휴동안 관광객 이 濟州에 밀린다는 내용의 「징검다리 연휴 온섬 “출렁”-관광객 45000명 내도, 숙박 교통업계 호황」제하의 기사가 머릿사로, 「濟州港 여객선 선석 포화상태」란 제하의 기사가 「準머릿기사로」 게재하고 있다.

### 第 3 章 觀光에 대한 理論的 考察

#### 第 1 節 觀光의 概念

일상용어로 사용되고 있는 觀光이란 療養, 遊覽 등의 慰樂의 目的을 가지고 旅行하는 것을 뜻하는데 東洋에서 쓰이는 觀光의 어원은 古代 中國의 周나라시대의 「易經」의 내용 중 觀國之光에서 비롯된다.<sup>30)</sup>

현대에 들어서 觀光이란 자기의 자유시간 내에서 鑑賞, 知識, 體驗活動, 參加, 精神的 鼓舞 등 生活的 變化를 추구하려는 人間의 基本的 慾求充足을 위한 行爲 중 日常生活圈을 떠나서 未知의 自然이나 文化 등의 環境을 배경으로 移動과 慰勞慾求充足, 心身의 疲勞回復, 人間性 回復의 수단으로 觀光地를 觀光 또는 觀覽하려는 바람직한 일련의 행위를 말한다.<sup>31)</sup> 이와 같이 觀光은 사회현상의 총체적이나 협의의 측면에서 요약해 보면 첫째, 사람이 日常生活圈으로 부터 떠나며, 둘째, 다시 돌아올 예정으로 移動하고, 셋째, 營利를 目的으로 하지 않으며, 넷째, 風物 등을 가까이하는 것 등이라고 볼 수 있다.<sup>32)</sup>

觀光旅行이 발달함에 따라 이에 대응하는 여행 관련산업의 기능이 부각되기 시작하였다. 이러한 발전은 시대적으로 큰 변화를 겪어 오게 되었고, 현대에 들어 비로소 觀光産業이나 觀光事業의 概念으로 발전해 오고 있다.

觀光事業의 概念을 파악해 보면 다음과 같다. 먼저 廣義로 해석하면 公益的인 활동에 중점을 두고 행해지는 觀光事業, 觀光行政과 營利를 目的으로 하는 觀光事業 즉, 觀光企業으로 분류할 수 있으며, 狹義의 觀光事業을 公益的인 것에 한정하고, 公益을 目的으로 한 사업 가운데서도 觀光에 관계되는 것만을 편의상 觀光産業이라고 부른다.<sup>33)</sup> 즉, 觀光産業이란 “觀光事業의 중추적 지위를 차지하는 産業 혹은 觀光客을 대상으로 한 그 사업의 대부분을 차지하는 營業만에 한한다.”는 뜻을 포함한

30) 前田勇, 「觀光概論」, 學問社, 昭和 56, p.3.

31) 김상훈, 「관광학개론」, 집문당, 1985, p.38.

32) 鈴木忠義, 「現代觀光論」, (東京: 白山出版社), 1990, p.16.

33) 김상훈, 전계서, p.181.

다.

이러한 觀光産業은 일반적으로 첫째, 觀光往來의 그 일부 또는 모두를 위해 공헌할 수 있는 영업이고, 둘째는 觀光客 수용태세상의 여러 기능을 높이고 관광안내로 인하여 지탱해 가는 영업 등으로 구분된다고 볼 수 있다.

따라서 前者는 交通業, 宿泊業, 旅行斡旋業 등이 이에 속하고, 後者는 料食業, 觀光紀念品 販賣業, 娛樂·遊興業, 綜合休養業, 기타 각종 觀光客利用施設業 등이 이에 속하게 되는데 이들 각종 영업을 총칭하는 것이 觀光産業이라 할 수 있을 것이다.

觀光産業과 유사하게 쓰이는 용어가 觀光事業인데, 이는 영리를 목적으로 직접 또는 간접적으로 관람객에게 재화나 서비스를 제공하는 사업, 또는 관광현상에 대처하여 觀光의 效用성과 觀光事業이 안겨 줄 社會的·文化的·經濟的 效果를 종합적 목적으로 촉진하기 위한 조직적 人間活動이다. 따라서 觀光事業은 觀光往來에 대처하는 활동인 반면 觀光産業은 觀光經濟에 대처하는 活動이라고 할 수 있다.

## 第 2 節 觀光의 構成要素

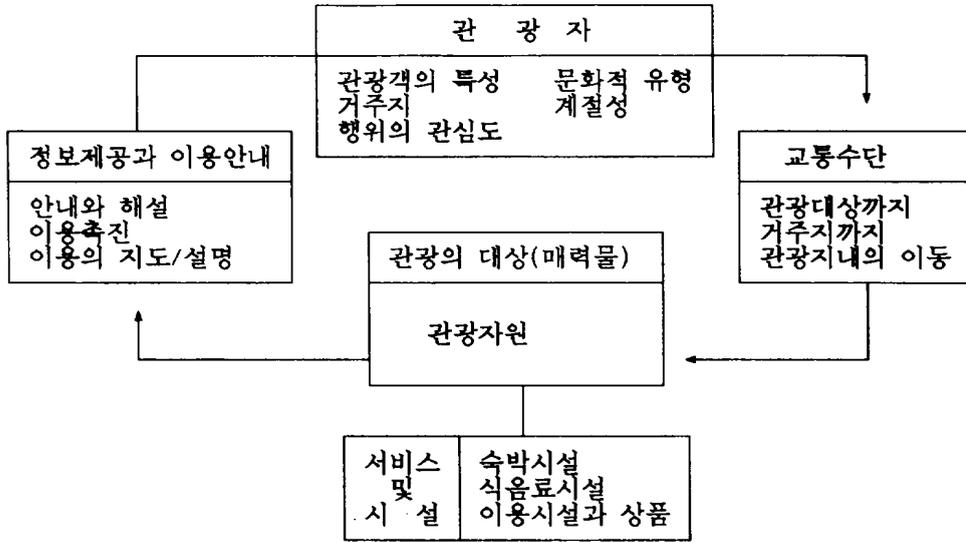
觀光은 政治, 經濟, 社會, 文化 등의 여러 環境과 有機的인 관계를 맺는 複合的인 現象이기 때문에 이 모든 현상이 觀光對象이 될 수 있으며<sup>34)</sup>, 이러한 관련 분야의 각 要素들이 機能的으로 연결되어 새로운 觀光對象을 만들어 내기도 한다.

Clare A. Gunn<sup>35)</sup>은 觀光의 環境을 <그림 III-1>과 같이 觀光計劃에 중점을 두어 5가지 요소로 설명하고 있다.

34) 이창근, “축제의 관광자원화 방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 동아대학교 경영대학원, 1993, p. 6.

35) Clare A. Gunn, *Tourism Planning*, New York: Crane, Russak & Company, Inc., 1979, p. 36.

<그림 III-1> 관광요소의 기능적 시스템



자료: Clare A. Gunn, *Tourism Planning*, New York: Crane, Russak & Company, Inc., 1979, p. 36.

이 요소들은 서로 機能的 關係를 가지고 있는 觀光客, 交通手段, 觀光資源, 觀光施設과 서비스, 情報提供과 利用案內로 구성되며 이들은 相互依存性이 강하고 서로 複合的인 機能을 갖기도 하는 閉鎖的인 시스템이라고 주장하고 있다.

여기서 나타난 구성요소에 대해 살펴보면 다음과 같다.

- ① 觀光者: 관광욕구와 참가할 수 있는 능력을 지닌 관광객이 없이는 관광은 발전·번영할 수 없는데 여기서 고려하는 사항은 관광객의 거주지, 그들의 선호, 참가하는 형태, 그리고 지출규모를 들 수 있다.
- ② 觀光對象: 각종의 물리적 환경이 결국 관광지까지 여행자들을 오게 하는데 관광의 기능적 체계에서 보면 관광대상물인 자원을 식별하고 계획·관리해야 한다. 이 자원은 누가 소유하고 있고 또 누가 공급을 하든 간에 관계없이 방문객을 유치하여 활동에 참가하게 한다.
- ③ 서비스 및 施設: 경제적 투입이라는 점에서 보면 가장 중요한 것은 호텔, 모텔, 음식점, 음료시설 등의 서비스 및 시설이다. 관광객이 이들 서비스와 시설을 얼마

만큼 이용하느냐가 이들 시설의 공급에 관건이 된다.

④ 交通手段: 관광객 거주지와 관광지를 연결시켜 주는 교통기능은 매우 중요하다. 陸上, 航空, 水상에 갖추어진 교통시설, 교통수단의 다양성, 교통편의 편리성 등이 어느 정도 구비되어 있는가 하는 점이 곧 接近性에 해당되며, 이것은 觀光地의 번영에 중요한 성패요인이 된다. J.Christopher Holloway<sup>36)</sup>도 한지역이 관광지로 성공하기 위해 갖추어야 할 요소로 3가지 즉 觀光資源, 觀光施設, 그리고 觀光市場에서 觀光地까지의 接近性(교통)을 제시하고 있다.

⑤ 情報提供과 利用案内: 일반적으로 사람들은 관광경험에 관한 정보를 수집하고 가치를 평가하여 이를 근거로 목적지와 하고자 하는 일에 대한 의사를 결정한다. 이들에게 정확하고 유익한 정보를 제공하고 안내 및 설명을 통하여 관광객들의 만족수준을 높임은 물론 관리도 용이하게 할 수 있다.

觀光計劃에 중점을 둔 것 외에도 觀光마케팅에 중점을 둔 견해는 Mill, Robert C.과 Alastair M. Morrison<sup>37)</sup>을 들 수 있는데, 그들은 관광현상을 觀光市場, 觀光地, 旅行 그리고 마케팅 등 4가지 요소로 구성된 체계로 간주하고 있다. 또한 관광산업 영역에 중점을 둔 견해로는 Leiper<sup>38)</sup>의 것을 들 수 있는데, “觀光은 단지 활동이지 産業은 아니다”라고 말한 Mill과 Morrison의 의견과는 약간 달리 관광과 관련된 생산·수송·판매 활동은 또 한가지의 산업으로 영역 지을 수 있는 것으로 인식하고 있는데 이러한 견해를 분명히 하면서 관광체계를 觀光客, 觀光市場, 交通루트, 觀光地 그리고 觀光産業 등의 5개 요소가 空間的 機能的으로 상호 연관되어 있다고 보고 있다.

이상과 같은 觀光의 構成要素들은 특정 要素를 중심으로 살펴보고 있어 그 重點에 따라 조금씩 차이를 보이고 있다. 즉, 마케팅에 重點을 둔 견해와는 달리 計劃에 중점을 둔 견해는 觀光資源과 下位 서비스 및 施設要素로 구분하고 있고, 情報 및

36) J.Christopher Holloway, "The Business of Tourism", Macdonald and Evans, 1985, p.9.

37) Mill, Robert C. and Alastair M. Morrison, "The Tourism System", Prentice Hall, Inc., 1985, pp.17-19.

38) N. Leiper, "The Framework of Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol.6, No.4, p.404.

指導要素는 마케팅에서는 무시되고 있으며, 産業領域에 중점을 둔 견해는 活動의 空間的 領域을 구분·제시하고 있다. 따라서 이들 견해를 포괄하여 計劃 및 마케팅의 兩側面을 중시하여 새로운 觀光體系를 수립할 수 있다. 즉, 觀光客, 交通機關, 觀光資源, 마케팅등이 有機的인 관계를 갖도록 양방향으로 相互作用하는 체계구성을 해야 할 것이다.

### 第 3 節 觀光과 이미지

#### 1. 이미지의 概念 및 形成

이미지란 像·映像·心象 등을 나타내는데, 그것은 外的刺戟과는 관계없이 과거의 經驗으로 부터 具體的·感覺的으로 마음속에 再生되는 像이라고 풀이할 수 있다. 즉, 이미지는 感覺對象에 대한 직접적인 자극이 없이도, 意識中에 만들어지는 像이라고 말할 수 있다. 그러나 이미지가 意識에 나타날 때는 무엇인가에 의한 刺戟이 작용하였다고 간주할 수도 있다. 가령 檢事에 관한 이미지는, 檢事란 말에서 오는 자극이나 다른 어떤 형태로 檢사를 의식할 만한 상황적인 자극에 의하여 意識속에 檢사의 이미지가 나타난다고 볼 수 있다. 따라서 이미지는 인간이 事物에 관하여 품고 있는 個性 概念으로서의 想像이며, 더욱이 그것은 知覺的인 것과 感覺的인 것이 합쳐진 것이라 말할 수 있다. 이미지로서의 心象은 단지 知覺的인 印象에 그치지 않고 “知覺 플러스 感覺的 映像”이라는 뜻이다. 이처럼 映像에 感情이 붙게되는 것은 聯想에 의하기 때문이다. 知覺的 映像 자체가 물리실체를 충실하게 구사하지 못한다는 것은 여러 가지 실험을 통하여 밝혀졌는 바, 이미지 처럼 지각적 영상뿐 아니라 감정적 영상마저 겹치게 되면, 특정개인이 지니는 이미지는 물리실체로 부터 더욱 유리될 가능성이 커진다. 때문에 心象으로서의 이미지는 客觀性이 결여되어 있거나 혹은 막연한 映像이라고도 말할 수 있다.

이미지는 心理學的인 용어로 최근에는 마케팅 분야를 포함한 여러분야에 적용되는 경향이 있음은 주지의 사실이다. 또 이미지의 뜻도 더욱 확대되어 心理學的·哲學的인 뜻 뿐만 아니라 感情·態度·觀念·價值 등의 뜻도 포함하게 되었다. 마케팅

에서의 이미지는 顧客 내지 消費者가 특정기업체 및 그제품에 대해 품고있는 좋고 나쁜 느낌을 가리킨다. 따라서 이미지는 消費者들의 特定商品을 選擇하고 購買하는데 영향을 미치는 것으로 보아지고 있다.<sup>39)</sup>

D.Dobni와 G.M.Zinan은 관련 논문들을 검토하여 이제까지 제시된 이미지의 概念的 定義를 總體的인 印象 또는 總體的인 印象의 合 等 包括的인 定義를 내리는 집단과 象徵性을 강조하는 집단, 意味와 메시지를 강조하는 집단, 個性을 강조하는 집단, 느낌 태도 등과 같은 認知的 또는 心理的 구성요소를 강조하는 집단의 다섯가지의 범주로 구분하였고<sup>40)</sup>, T.J.Reynolds와 J. Gutman은 이미지를 정의하는 방법에 대해 어떤 대상에 대한 一般的 特性과 製品知覺, 信念과 態度, 製品·商標의 個性및 特性, 느낌·感情 사이의 結合 등 다섯 가지로 구분하였다.<sup>41)</sup>

여러 학자들의 이미지 定義를 보면, 느낌, 印象, 心象, 個性, 情緒, 聯想 등의 용어가 다양하게 사용되고 있으며, 이 이미지는 個人이 대상의 客觀的인 實體를 그 特性과 관련하여 知覺過程에 의해 형성되는 것이다. 따라서 어떤 것에 대한 사실이 아니라 人間의 生活價値, 욕구, 經驗, 背景들이 다르기 때문에 동일한 대상에 대해서도 다른 이미지가 형성될 수 있는 主觀的이고 때로는 部分的이며, 불충분한 情報에 근거하여 형성되므로 實體와 遊離될 가능성도 있다. 또한 이미지는 개인의 어떤 대상에 대한 物理的인 知覺的 要素와 좋아하거나 그렇지 않은 感情的 評價要素가 複合된 人間의 內的 反應과 관련된 概念으로 그들의 기억속에 남아 있으므로 정보처리 과정에서 특정 대상에 대해 聯想 또는 屬性들의 評價過程과 行動에까지 지속적으로 영향을 주는 요소이다.

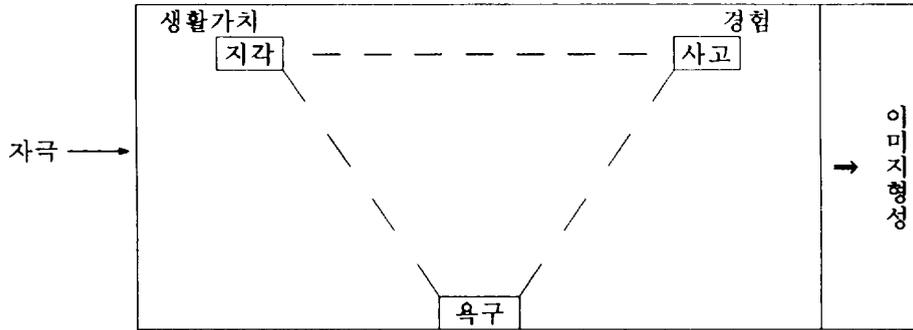
인간이 동일한 대상에 대해 각기 다른 이미지를 가지게 되는 이유는 사람마다 그 生活價値, 經驗 또는 背景, 그리고 慾求 등이 다르기 때문일 것이다. 이러한 生活價値, 經驗, 慾求등은 個人의 知覺, 思考, 感情의 心理的 過程등에 영향을 주기 때문이다.<sup>42)</sup> 이러한 관계는 (그림 III-2)와 같이 나타낼 수 있다.

39) 潘柄吉, 「마케팅管理論」, 博英社, 1988, pp.722-723.

40) D.Dobni & G.M.Zinan, "In Search of Brand Image : A Foundayion Analysis," *Asvences in Consumer Research*, Vol.17.1990, pp.110-118.

41) T.J.Reynolds and J.Gutman, "Advertising is Image Management", *Journal of Advertising Resrarch*, February/March 1984, pp.27-29.

<그림 III-2> 이미지 형성 과정



자료: William J.E.Crissy, "Image : What is it ?", MSU Business Topics, Winter, 1971. p.78.

따라서 이상과 같은 이미지의 概念을 고려해 보면, 觀光 이미지에 부합되는 意味는 “個人이나 集團이 어떤 대상과 장소에 대해 갖는 對象의 知識, 印象, 偏見, 豫想力과 情緒的 思考의 表現”이라 볼 수 있고, 觀光地에 대한 觀光客의 이미지는 有機的 組織體와 誘導的 刺戟에 의한 두가지 수준에서 발전된다. 즉 前者는 학생의 교과서와 텔레비전이나 신문 등의 뉴스보도와 같은 일반적인 커뮤니케이션 과정에 의해서 형성되고, 後者는 개발·촉진·광고 등의 의도적인 노력에 의해서 형성된다.



## 2. 觀光과 이미지

앞서 살펴본 바와 같이 이미지는 명확한 정의는 내려져 있지 않지만 다의적인 개념이며, “姿, 形, 像, 映像, 心象” 등의 뜻으로 해석되고 있다.<sup>43)</sup>

觀光客들은 觀光地에 대한 이미지에 기초하여 관광지를 선정할 것이며, 관광지에 대한 이미지는 관광경험이 있는 친구의 이야기, 광고, 신문기사, 소설, 텔레비전 프로그램과 같은 다양한 매체를 통하여 형성되는 것이다.<sup>44)</sup> 때로는 認識地圖의 결과

42) 김형길, “신제품 광고정보에 의한 소비자이미지 변화 연구”, 박사학위논문, 한남대학교 대학원, 1995, pp.56-58.

43) Richard E.Stanley, *Promotion*, 2nd ed., Prentice Hall, pp.257-258.

에 의해서 이미지가 형성되기도 한다.

觀光地의 이미지는 일반적으로 사진, 친구의 이야기, TV쇼를 통해서나 가장 인상적인 경험인 실제 방문을 통해서 이미지를 형성한다. 유도된 이미지는 마케팅 커뮤니케이션 믹스에 의해 개발되며, 廣告는 관광객을 끌어들이기 위한 유도 이미지를 창출하는데 기여하며, 이러한 요인 이외에도 觀光地에 대한 이미지는 觀光客이 접하는 작은 情報에 의해서도 형성될 수 있다.

따라서 觀光地에 대한 이미지는 觀光客의 기대를 충족시켜 觀光客의 만족도를 높일수도 있으며, 반면 기대에 못 미쳐 해당관광지의 생명주기를 단축할 수도 있게 된다.

1960년대에서 1970년대까지 대부분의 기업들이 특정한 상품의 특성뿐만 아니라 명성이나 이미지를 매우 중요한 요소로 고려한 것이나, 1980년대 이후 이미지 戰略의 概念을 발전적으로 수용하여 효과적인 포지셔닝을 한 것은 현대인들의 마음이나 머릿속에 이미지가 차지하는 비중이 크다는 것을 단적으로 암시하고 있다.

#### 第 4 節 觀光이 地域社會에 미치는 影響

觀光의 영향은 관련된 집단간의 접촉이 갖는 특유한 성격에서 생기는 것이며, 觀光地에 대한 觀光의 영향은 외부로부터 새로운 社會·文化的 실체가 導入되는 데서 생긴다. 또한 大都市에 대한 관광의 영향은 移動性 有閑階級과 그 有閑階級을 뒷받침하는 下部構造의 창출 및 존재에서 생긴다.<sup>45)</sup>

觀光이 地域住民의 意識變化에 미치는 영향은 연구자의 시각에 따라 여러 가지로 분류될 수 있으나 그 영향의 한계는 불분명하다. 그러나 대체적으로 A.Mathieson과 G.Wall<sup>46)</sup>이 구분한 觀光의 結果的 要素, 經濟的 影響, 物理的 影響(환경적 영향) 그

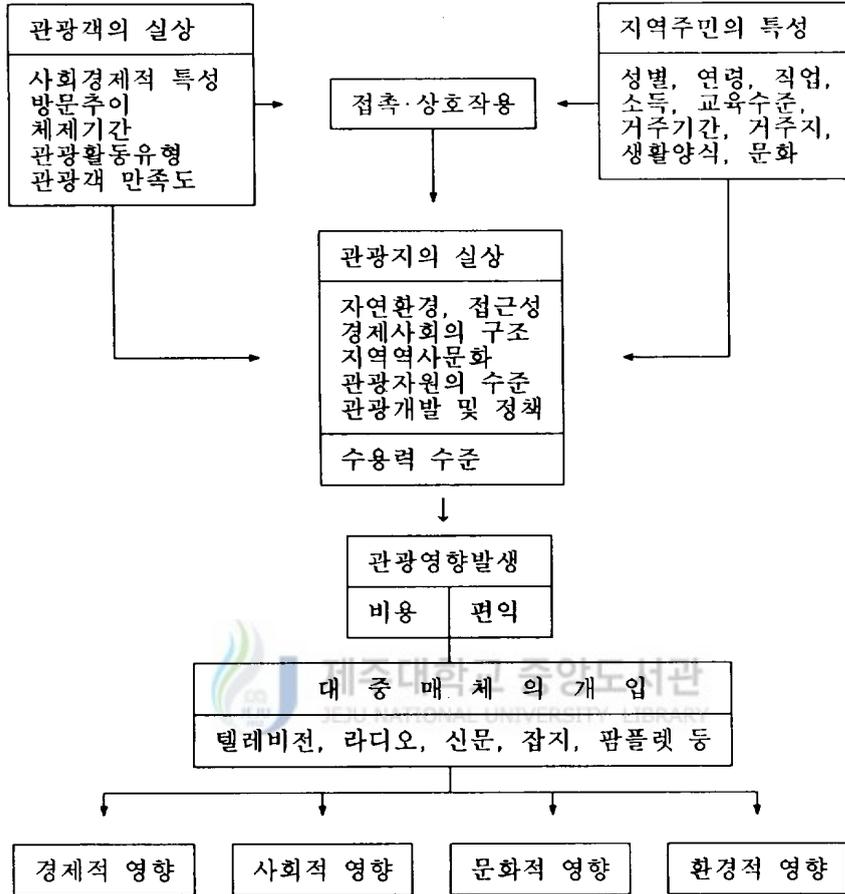
44) Robert, C.M., *Tourism : The International Business*, N.J. : Prentice Hall, 1990, p.63.

45) Dennison Nash, "Tourism as a Form of Imperialism", *HOSTS and GUESTS*(Univ. of Pennsylvania Press, 1977), V.K.Smith, ed., pp.42-44.

46) A. Mathieson and G. Wall, *Tourism : Economic, Physical Impacts*, New York, Longman, Inc., 1982, p.14.

리고 社會的 영향 등이 포함되어 있다.

<그림 III-3> 관광의 영향



자료 : 조배행, “관광영향에 대한 경주지역주민 태도연구”, 박사학위 논문, 한양대학교 대학원, 1986, p.9.

觀光의 영향에 대한 概念的 형태를 설정해 보면 (그림 III-3)과 같으며, 여기에 서 觀光客이 觀光 目的地에 도착하여 地域住民과 接觸·相互作用하면서 觀光活動을 행한 결과, 觀光地에 관광영향이 발생되며, 그 영향은 經濟的 影响, 社會的 影响,

文化的 영향, 環境的 影響 등으로 나누어 볼 수 있고, 이러한 영향은 매스미디어에 의해 그 영향력이 커지거나 또는 감소할 수 있을 것이다.

濟州地域의 거의 모든 觀光商品이 遊覽型的 屬性을 지니고 있다.<sup>47)</sup> 따라서 觀光客과 地域住民은 잦은 접촉이 있고 이것은 주민의 의식을 변화시키는 자극이 될 수 있다. 意識이란 심리학적으로 感覺, 知覺, 感情, 表象, 情緒, 意慾 등 심적 체험의 일체를 포함하는 개념<sup>48)</sup>인데, 주민의 의식이 변화되기 위해서는 그에 상당한 자극이 이루어져야 하며, 그러한 자극은 주민이 그 자극에 대하여 민감한 반응을 보일 때 또는 그에 대해 커다란 관심이 있을 때 더욱 크게 나타난다. 刺戟에 대한 민감한 반응이나 住民의 關心은 住民의 日常生活과도 밀접한 관계를 보인다.

이러한 관계는 觀光의 特性上 地域住民과 접하는 觀光客과 大衆媒體를 통하여 더욱 증대된다. 특히 刺戟에 대한 주민의 관심이나 反應은 情報의 양이 증가하고 신속성을 요할 때 더욱 필요하게 되며, 따라서 매일 접하게 되는 신문매체의 영향도 커지게 되는 것이다. 大衆媒體의 영향은 미디어가 존재하는 결과로서 생기는 것이므로 讀書·聽取·視聽의 결과로서 생기는 것을 미디어의 효과라고 할 수 있을 것이다.

觀光地에서 觀光客과 그 地域住民과의 만남은 필연적이다. 이러한 만남은 첫째, 觀光客이 상품 구입시 또는 주민으로 부터 서비스를 받을 때, 둘째, 관광객과 주민이 해변가나 나이트 클럽 공연 등에서 만날 때, 셋째, 관광객과 주민이 정보와 아이디어 교환을 목적으로 대면할 때 이루어진다.<sup>49)</sup>

觀光客과 住民은 근본적으로 서로의 입장과 목적이 다르므로 각각 독특한 특징을 지닌다. 즉 觀光客은 可變的이고 여유로우며 자유롭게 소비하고 餘暇를 즐기며 觀光地에서의 경험을 얻는 반면 地域住民은 비교적 靜的이고, 특히 觀光業體에 고용되어 있다면 觀光客의 요구와 필요에 따라 많은 시간을 제공해야 된다. 이러한 관광객과 주민의 접촉에 대하여 유네스코에서는 다음의 4가지 특징을 언급하였다. 첫째, 일시적이다. 둘째, 觀光客은 가능한 짧은 시간에 많은 것을 보고 행동하려 하는 특성 때

47) 김경호, “제주권 관광산업의 진흥방안 : 시장세분화를 중심으로”, 「제주대학교 논문집」 제20집, 1985, p.127.

48) 「세계백과대사전」, 교육도서 제15권, 1990, p.264.

49) Emmanuel de kadt, *Tourism : Passport to Development?*, Oxford Univ. Press, 1979, p.50.

문에 時間的 空間的 구속을 받으며, 관광관련 사업자는 이런 관광객의 특성에 대비해 現地民과 觀光客 사이에 二重的 體系의 價格과 서비스를 발달시키게 된다. 셋째, 관광은 일종의 비공식적이고 전통적인 인간관계를 경제활동의 영역으로 유도시켜 관광객에게 일시적인 환대를 제공함으로써 상업적 거래가 성립되는 것이므로 자발성이 결핍되어 있다. 넷째, 觀光客의 消費 및 態度에서 住民은 종종 열등감을 느끼며, 서로의 관계로 부터 느껴지는 만족감의 수준에도 차이가 있다.

특히 國際觀光客의 경우라면 國內觀光客에 비해 만족감의 정도는 더 다르게 나타날 수도 있다. 즉 外國人 觀光客과의 접촉에 의해 지방과 지방, 나라와 나라 사이의 문화의 전달에 이바지할 수도 있으며, 이에 따른 民間外交로서의 역할도 하게 된다.<sup>50)</sup> 뿐만 아니라 國際觀光을 통해 국가간의 人種, 言語, 宗教, 生活習慣 등 相互理解의 기초가 될 수 있으므로 世界平和로 가는 데 기여할 수도 있는 것이다.

반면 觀光客과 地域住民은 상호접촉이 빈번하지 않을 때는 誤解나 固定觀念이 형성되기 마련이다. 즉 觀光客은 住民에 대해 또 住民은 觀光客에 대해 어떤 특정한 생각으로 固定觀念化 하게 된다. 이러한 현상은 觀光客과 地域住民에게 모두 바람직하지 못한 결과이며, 상호간의 커뮤니케이션 부재에서 비롯되는 것이므로 양자간의 의견충화를 위한 매체가 해야 할 역할이 생기게 되는 것이다. 특히 地域住民의 固定觀念化한 사고방식은 觀光産業의 發展을 저해함으로써 결국 地域經濟 발전에 대한 장애요인으로 작용되는 것이며, 그 피해는 결국 지역주민에게 돌아오게 되는 사이클이 형성되는 것이다. 따라서 이러한 思考方式을 肯定的인 방향으로 전환시키기 위한 役割은 大衆媒體의 主要機能이라 할수 있다.

## 1. 觀光의 經濟的 影響

觀光開發은 관광지의 地域社會와 住民에게 經濟的으로 커다란 편익을 제공하는 것이 사실이지만 한편으로 經濟的 費用을 발생시키기도 한다. 그러나 대개 경제적 비용은 간과되어 왔고 경제적 편익만이 강조되는 경향이 강한 것은 주지의 사실이다.

50) 김태영, 「현대관광학개론」, 백산출판사, 1991, p.121.

觀光的 經濟的 便益은 所得發生, 雇傭創出, 地域經濟 發展, 地方 財政收入의 增大, 外貨獲得 등에 있다. 그리고 外部效果로서 中央政府의 계속적인 行政 및 財政的 지원이 뒤따르게 되며, 기반시설에 대한 대규모 투자는 주민생활에도 큰 편익을 제공하게 된다.

觀光으로 인한 經濟的 逆機能은 土地, 建物 및 기타 觀光施設 등 고정자산에 대한 과중한 투자비용이 소요되고, 투자초기에는 낮은 수익률을, 그리고 투자비용에 대한 회수기간이 장기화하는 현상을 보인다는 점이다. 또한 地價上昇과 인플레이션, 계절적 失業, 開發의 不均衡 등도 나타내며, 특히 주요 觀光施設이 外地資本에 의해 주로 투자되는 경우 觀光收入의 혜택이 지역주민에게 돌아가지 않고 域外로 유출되어 地域住民에게 상대적인 박탈감을 가져다 줄 수 있다.<sup>51)</sup>

관광의 經濟的 影響을 긍정적으로 평가하는 경제학자나 정부관리 및 관광개발 계획가들은 觀光이 外貨獲得으로 특히 國際收支를 改善하고, 雇傭이 創出되고, 觀光客 支出이 乘數效果가 발생하고, 경제의 각 부문간의 연계가 강화되고, 外部經濟의 창출이 이루어진다고 주장해 왔다. 반면, 관광의 경제적 영향을 부정적인 시각에서 보는 학자들도 많다. 즉 관광이 植民主義와 帝國主義의 새로운 형태로서 開途國에 등장한다는 極端的인 否定論이 제기되어 왔다. Dennison Nash는 開途國이 國際觀光의 도입으로 인해 발생하는 量的, 質的 變化의 증거를 제시하면서 관광은 신식민주의의 한 형태라는 假說을 세웠다. 이와 같은 비난은 ① 開途國이 外貨 확보의 수단으로 조세와 수입제한을 철폐하고, 환경보호 조항을 완화한 점, ② 관광수입의 커다란 비율이 선진국으로 유출되는 점, ③ 전문직·관리직의 외국인 고용 등에 그 근거를 두고 있다.<sup>52)</sup>

## 2. 觀光의 社會·文化的 影響

觀光地의 社會·文化的 構造는 관광객의 지속적이고 급속한 유입에 의해 변화를 겪게 된다. 社會構造는 地域社會, 人口, 職業, 家族 構造에 걸쳐 변화가 나타나며, 文

51) E. Inskip, *Tourism Planning*, New York, 1991, pp.131-161

52) A. Mathieson and G. Wall, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, New York: Lonaman, 1982, pp.75-76

化構造 즉 文化的 變動, 價値觀 變化, 展示效果, 文化的 商品化, 傳統文化 및 現代文化 등이 변화하게 된다. 즉 觀光開發의 社會·文化的 影響은 다음과 같은 여러 부분에서 발생된다. 53)

- ① 地域住民의 構造 - 주민 수, 성, 가족 크기, 인구이동 등
- ② 職業의 變化 - 계절노동 증가, 직업구조, 여성 노동력
- ③ 言語에 대한 변화
- ④ 價値의 變形 - 정치적, 사회적, 종교적, 도덕적 가치
- ⑤ 傳統의 生活方式의 變化 - 음악, 민속, 관습, 일상생활
- ⑥ 소비패턴의 수정 - 질적 양적의 변화

社會·文化的 影響은 受容 地域社會의 住民과 觀光客과의 직·간접적인 접촉으로 발생되는 인간영향<sup>54)</sup>이므로 이러한 영향은 다양하고, 관광객은 물론 지역주민과 지역 사회에도 깊은 영향을 주고 있다.

이러한 변화는 긍정적인 면도 있고 동시에 부정적인 면도 있으므로 균형적인 시각을 가질 필요가 있다. WTO에서 연구한 관광객 이동의 社會的 影響<sup>55)</sup>을 보면, 社會的 影響중 긍정적인 면은 雇傭構造가 농업 등 1차산업에서 3차산업인 서비스 부문으로의 변화, 토산품 산업의 발전, 그리고 所得隔差 解消 및 教育機會 增加, 女性의 地位向上, 자녀에 대한 관용 등을 들 수 있고, 否定的인 면으로는 관광산업 종사자와 타부문 종사자 사이의 소득격차 발생, 住民의 兩極化 現象, 離婚增加 및 性開放에 의한 가정의 파괴 등을 들 수 있다.

또한 文化的인 영향 중 긍정적인 면은 地域文化가 발전하고 歷史遺蹟을 보존하는 효과가 있는 반면 부정적인 측면은 土着文化의 燒滅 및 文化的 商業化, 과도한 관광객 방문에 의한 遺蹟地 破壞 등을 들 수 있다.

---

53) Douglas Pearce, *Tourist Development*, Hongkong : Lonaman Group, 1989, p. 218.

54) 이숙, "관광이 지역사회에 미치는 영향연구", 석사학위논문, 경희대학교 대학원, 1991, p.100.

55) WTO, *Social and Cultural Impact of Tourist Movements*, Madrid:WTO, 1981, p.12.

즉 앞서 언급한 바와 같이 社會·文化的 영향은 外部로 부터 새로운 社會·文化的 實體가 觀光地에 導入되어 주민과 直接·間接的으로 커뮤니케이션됨으로써 발생하는 것이다. 56) 따라서 관광은 價値體系, 個人行動, 家族關係, 集團的 生活方式, 安全水準, 道德的 行動, 創造的 표현, 傳統의 양식, 地域社會 組織에 변화를 가져오게 하는 것이다.

사회·문화적 영향의 내용은 人口統計的 구조, 社會的 快適性<sup>57)</sup>, 단체의 회원, 개인적 안전과 사생활, 심리적 특성, 문화적 영향 등이 포함된다. <표 III-1>은 관광객 이동에 따른 사회·문화적 효과를 긍정적인 측면과 부정적인 측면으로 구분하여 요약·정리해 보여주고 있다.

<표 III-1> 觀光의 社會·經濟的 效果

구분	긍정적 효과	부정적 효과(
사회적 효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 사회구조의 변화</li> <li>◦ 농업에서 서비스 고용으로, 토산품 산업발전, 소득격차 해소, 교육 기회 증가</li> <li>◦ 가족제도의 현대화</li> <li>◦ 여자의 지위향상, 자녀에 대한 관용</li> <li>◦ 원래 주민의 시야가 넓어짐, 윤리적 태도의 변화, 편견 해소</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주민의 양극화</li> <li>• 소득격차, 관광산업 종사자 유리</li> <li>• 가정의 파괴</li> <li>• 이혼증가, 성문란</li> <li>• 소비지향사회</li> <li>• 매춘, 약물남용, 알콜중독, 퇴폐</li> </ul>
문화적 효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지역문화의 발전(민속예술, 박물관)</li> <li>◦ 자연환경의 보호</li> <li>◦ 경관을 좋게 함</li> <li>◦ 역사유적 보존</li> <li>◦ 현대건축양식 도입</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 토착문화소멸(수입문화의 대치)</li> <li>• 문화의 상업화</li> <li>• 자연환경의 파괴</li> <li>• 훼손으로 인한 경관파괴</li> <li>• 과도한 관광객으로 유적지 훼손</li> <li>• 전통적 건물과 비인간화된 현대 건물의 병존</li> </ul>

자료 : WTO, *Social and Cultural Impact of Tourist Movements*, Madrid:WTO, 1981, p.12.

56) A. Mathieson and G. Wall, *op.cit.*, p.133.

57) 교통, 교육시설 등의 편의시설과 서비스에 대한 지각.

### 3. 觀光의 環境的 影響

환경보호문제가 국제적인 정치현안으로 부각되고 있으며 관광이 자연생태계에 미치는 영향에 대한 우려가 높아지고 있다. 관광은 지역사회에 상당한 經濟的 利得을 가져다 주는 한편, 觀光客들에 의한 自然破壞 행위, 등산객들에 의한 山岳地域의 훼손 등 自然環境에 상당한 피해를 주고 있는 것은 주지의 사실이다.

관광의 역사를 보면 그 지역의 환경이 관광의 발전과정에 크게 기여한다는 것을 명확히 알 수 있다. 景觀特性, 적합한 氣候 등은 특정 지역이나 특정 국가의 觀光發展에 중요한 영향을 미쳐 왔다. 관광사업은 遺物과 遺蹟의 재건에 그리고 경제적 수단의 달성뿐만 아니라 자연자원의 보전에도 그 역할이 크지만, 그로 인한 관광현상은 그 지역의 環境保存에 逆機能을 초래하고 있다.

E. Cohen<sup>58)</sup>은 觀光의 環境的 영향요인으로 관광객의 관광지 이용과 觀光開發의 강도, 生態系의 탄력성, 관광개발업자의 관광에 대한 태도, 관광개발에 의한 변형의 성격등을 지적하고 있다.

즉, 環境에 주는 영향<sup>59)</sup>은 첫째, 새로운 도시의 개발, 고속도로의 건설 등으로 인하여 환경의 물리적 조건 및 생태계의 변화를 가져왔는데 이것은 자연환경의 커다란 변화이다. 둘째, 눈에 띄게 증가하고 있는 쓰레기 등 폐기물의 심각한 발생이다. 여기에서 관광지에 가장 문제가 되는 것은 부주의하게 방류되는 오염물질로 인해 수질 등이 함께 오염되는 문제이다. 셋째, 가장 심각한 영향중의 하나가 레크레이션 활동에 의한 환경의 변화도 포함된다. 넷째, 계절에 따른 인구의 집중문제로 여러 가지 자원수요가 늘어나는데 이것은 쓰레기 등의 폐기물을 산출하는 결과를 만들어 낸다.

이상과 같은 환경적 영향을 긍정적인 측면과 부정적인 측면으로 요약하면 다음과 같다. 긍정적 측면은 첫째, 觀光의 需要를 충족시키기 위한 基盤施設의 건설로 物理的 環境의 개선이 있을 수 있다. 둘째, 史蹟地 등 관광자원의 보전과 관리를 고무시

58) E. Cohen, "The Impact of Tourism on the Physical Environment", *Annals of Tourism Research*, Vol.5(2), 1978, p.215.

59) A.S.Travi, "Physical Impacts. : Trends Affecting Tourism," *Tourism Management* (12), 1982, pp.44-53.

킨다. 셋째, 관광대상의 정비 등을 통해 자연환경의 보호 및 보전에 관심이 고조된다. 반면 否定的 측면은 첫째, 觀光需要를 충족시키기 위한 시설의 확대 등으로 自然景觀, 生態系, 遺蹟地 등이 파괴되거나 주변환경과 부조화를 초래한다. 둘째, 관광수요에 따른 폐기물 발생으로 수질오염이 예상되거나, 유동인구의 증가로 교통혼잡, 소음공해 등이 발생할 수 있고, 셋째, 관광지의 무질서한 팽창이나 관광객 급증에 따른 시설들의 초과수요가 나타나고 있다.

이처럼 관광산업은 다른 어떤 산업보다도 자연환경의 활용이 가장 많은 산업이므로 향후 지속적인 存立과 發展의 보장을 위해서는 환경보전이 중요한 일이 아닐 수 없다. 대부분의 지역에서 관광개발과 환경간에 점차 갈등적 관계가 많아지고 있고, 관광객의 수가 증가함에 따라 환경보전책에 대한 연구가 더욱 강화되고 있는 것은 이상의 내용을 보면 알 수 있을 것이다.

## 第 5 節 地方新聞 및 觀光과 住民과의 關係

### 1. 地域住民과 地方新聞

매스미디어를 통하여 地域住民이 觀光에 대하여 갖게 되는 意識은 여러 가지 측면에서 살펴볼 수 있다. 즉 지역내의 觀光産業의 부흥으로 社會環境이 變化함에 따라 그 環境의 지배를 받게 되는 地域住民의 생활에도 變化를 가져오는 당연하다 할 것이다. 따라서 地域住民은 자신들의 生活이 더 나아져 가고 있다고 느낀다면 자신을 둘러싸고 있는 環境에 대하여 더 好意的이거나 肯定的인 意識을 가질 수 있고, 반대로 그렇지 못할 경우에는 非好意的이거나 否定的인 意識을 갖게 될 것이다. 地域住民의 地域環境에 대한 肯定的이고 好意的인 의식은 地域社會 전체에 바람직한 일이며, 따라서 이러한 意識變化를 유도하는 것은 대단히 중요한 일이다. 그러나 地域住民의 意識變化에 대한 연구는 미미한 편이며 더구나 特定媒體를 통해 특정분야에 대한 研究는 全無한 편이다. 그럼에도 불구하고 濟州지역은 현실적으로 觀光産業이 주요 산업의 하나이므로 이에 대한 研究는 절실히 필요한 실정이다.

人間은 독립적인 개체로 존재하지만 社會組織 속에서는 縱的, 橫的인 밀접한 관

계를 이루며 생존을 위한 방법으로 情報의 중요성을 깨닫게 된다. 新聞은 신문的基本역할인 報道機能, 指導機能, 娛樂機能, 廣告機能 등을 통하여 필요한 정보를 觀光주체인 觀光객 뿐만 아니라 지역주민 등의 여러 독자가 쉽게 접할 수 있도록 해준다.

地方新聞은 신문의 기본적인 기능 이외에 地域社會의 開發과 福祉增進이라는 조건이 附加되어야 하고, 地域住民의 최대 관심사를 두루 수렴해야 한다는 점에서 全國紙와의 성격이 다르다고<sup>60)</sup> 할 수 있다.

地方紙는 정치·경제·문화 등 일상적 보도에서 地方色을 짙게 풍겨야 하며, 地方紙를 읽지 않고는 지역사회의 움직임에 대하여 알 수가 없고, 사회적인 접촉이나 대화의 자리에서 화제의 公憤을 느끼도록 地域住民에게 必須不可缺한 존재가 되도록 해 가야 한다. 따라서 地方新聞은 첫째, 지역의 여론형성층의 의견을 종합적으로 수렴, 유도하여 반영해야 하고, 여기서 얻어진 愛郷心을 바탕으로 地域住民의 合議를 도출해야 하며, 둘째, 광범위하고 다양한 해설을 통하여 다른 지방에서 일어나는 뉴스와 지역사회와의 관련성을 상세하게 해석해 주는 기능도 강구해야 된다. 셋째, 地域住民의 진정한 利益이 어디에 있는가를 능동적으로 발견해야 함과 동시에, 넷째, 行政機關에 대한 批判과 監視機能을 강화해야 한다.

일반적으로 外國의 경우는 日刊新聞의 경우 대부분이 처음부터 地方에서 발간되었으나, 우리 나라의 경우는 시작에서부터 지금까지 서울중심으로 발행됨으로써 地方新聞의 상대적 취약성은 여러 부분에서 나타나고 있다. 따라서 지방신문에 대한 올바른 인식을 위해서는 韓國言論의 구조적 파행성에서 연유한 상대적 낙후성에 대한 정확한 문제파악을 하는데서 비롯된다 할 것이다.<sup>61)</sup>

특히 韓國은 중앙집중화 현상에 따라 사회구조 측면에서의 편집상 제약조건이나, 재정의 상대적인 영세성과 이데올로기적 측면에서의 자본의 질적 성격은, 산업구조의 취약성에 따른 광고시장의 개발문제와 더불어 지방신문의 경영난을 타개하기 위해선 시급히 해결해야 될 문제중의 하나이다. 또한 人的 資源이 부족할 뿐만 아니라

60) 박재업, "지방신문 독자의 구독행태에 관한 조사연구", 석사학위논문, 청주대학교 대학원, 1990, p.6.

61) 김세길, "지방제시대의 지방지의 역할", 매일신문, 1989.3.2, 22면.

그 동안 독과점으로 경쟁상대가 없이 無事安逸主義의 타성에 젖은 일부 地方言論人의 의식문제와 新聞社의 양적 팽창에 따른 전문 언론인의 과부족현상이 가져온 記者의 資質과 品位問題, 그리고 비좁은 사옥과 열악한 근로조건등은 기업의 재정적 문제를 더욱 심각하게 하고 있음은 주지의 사실이다. 따라서 이러한 문제는 궁극적으로 地域住民과 地方新聞의 관계개선의 장애요인이 되고 있다고 볼 수 있다.

## 2. 地域住民과 觀光

觀光이 地域에 미치는 영향에 관한 연구는 상당히 활발하게 진행되었다. 특히 1970년대 중반까지는 대부분 觀光開發이 가져다주는 經濟的 편익을 밝혀 내는데 집중되어 오다가 1970년대 후반 부터는 觀光으로 인해 발생하는 利得과 費用 양자를 고려하는 쪽으로 흘렀다.<sup>62)</sup> 즉 觀光이 地域에 미치는 영향에 대한 관심의 영역을 經濟的 측면 뿐만 아니라 社會·文化的 그리고 環境的 영향까지 확대된 것이다.

이와 관련된 외국의 연구를 살펴보면, F.J.Belisle과 D.R.Hoy<sup>63)</sup>는 “콜롬비아 觀光地 Santa Marta 住民의 관광영향에 대한 認智水準을 조사한 결과, 관광영향에 대한 認智水準은 住民의 社會·經濟的 특성보다는 觀光地와의 거리에 의해 차이가 나타났으며, 觀光地에 근접한 地域에 거주하는 주민 집단일 수록 觀光에 대하여 더 肯定的인 평가를 하고 있는 것으로 나타났다. V.T.Kendal과 E. Tarakcioglu<sup>64)</sup>는 터키 관광지 주민을 대상으로 한 연구에서 觀光의 영향에 대한 住民의 평가와 特定 觀光客 집단에 대한 住民의 評價가 조사되었는데, 觀光의 社會·經濟的인 영향에 대해서는 肯定的인 반응을 보였으며 정부의 관광에 대한 적극적인 개입을 바라고 있는 것으로 나타났다. 또한 觀光과 犯罪의 증가에는 相關關係가 없다는 반응을 보였다. 또한 스

62) 김월호, “관광의 사회·문화적 영향에 대한 의식연구”, 석사학위논문, 경희대학교대학원, 1989, pp.8-10.

63) F. J. Belisle, D. R. Hoy, “The Perceived Impact of Tourism by Residents-A Case Study in Santa Marta, Colombia”, *Annals of Tourism Research* 7(1), 1980, pp.83-101.

64) V. T. Kendal, K. W. and E. Tarakcioglu, “Resident Attitudes Towards Tourists in a Turkish Resort Town”, *Annals of Tourism Research* 8(4), 1985, pp.652-658.

코틀랜드 Skye섬의 Sleat지역 주민들을 대상으로 觀光의 社會的 影響에 관한 태도를 연구한 J.E.Brougham과 R.W.Butler<sup>65)</sup>는 연구 결과로서 觀光의 影響에 대한 주민의 태도는 住民의 個人的, 입지적 특성, 觀光客과의 接觸정도, 연령, 거주기간, 언어에 따라 차이를 보이고 있음을 밝히고, 觀光이 지역에 보편적으로 이익을 가져다 주는 지역개발 수단이며 이에 대한 주민의 태도 또한 긍정적일 것이라는 주장은 합당치 못하다고 주장하였다.

國內의 경우는 1980년대 중반 이후에 觀光의 社會·文化的인 影響 및 環境的 影響에 대한 연구가 다수 발표되었다. 즉 1986년 “濟州道 원주민의 지역사회에 미치는 觀光의 社會·문화적 影響에 관한 연구”를 한 심상도<sup>66)</sup>는 觀光의 影響에 관한 15개의 항목에 대한 설문조사를 한 결과, 肯定的인 影響으로는 濟州市 發展, 外部人에 대한 理解, 鄉土愛 그리고 否定的인 影響으로는 청소년 教育環境의 惡化, 風紀紊亂, 三無精神 및 耽羅精神의 弱化, 文化的 意味喪失 등임을 밝히고, 이러한 影響의식은 性別, 年齡別, 教育水準別, 職業別로 차이를 보인다고 하였다.

한동효와 김영성<sup>67)</sup>은 수도권 주변의 천마산 스키장과 포천 스키장이 입지한 지역을 사례로 하여, 觀光開發로 인해 나타나는 所得, 고용, 地價變化, 人口變化 등의 직접적인 影響과 觀光의 影響에 대한 住民의 主觀的인 認識을 밝혀 냈다.

김월호<sup>68)</sup>는 雪嶽山지역의 觀光客 중사주민을 대상으로 하여 觀光의 社會·文化的 影響에 대한 주민의 의식을 연구한 결과, 주민들에게 있어 肯定的인 影響으로는 就業機會 增加, 公共施設 惠澤, 愛鄉心 鼓吹, 외부인에 대한 이해, 그리고 否定的인 影響으로는 美風良俗 破壞, 教育環境 惡化, 消費性向 增加가 인식되고 있으며, 주민의 사회경제적인 특성에 따른 의식의 차이에는 직종에 따라 차이가 있음을 밝혔다.

65) J. E. Brougham and R. W. Butler, "A Segmentation Analysis of Resident Attitudes to the Social Impact of Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol.8, 1981, pp.569-590.

66) 심상도, "관광현상이 원주민 지역사회에 미치는 사회·문화적 영향-제주도를 중심으로", 석사학위논문, 경기대학교 대학원, 1986, pp.82-92.

67) 한동효·김영서, "스포츠위락시설의 입지가 주변지역에 미치는 영향", 「상명지리(5)」, 1987, pp.1-30.

68) 김월호, 전계논문, pp.8-10.

김영양<sup>69)</sup>은 관광지의 특성과 관광객의 관광활동이 결합되어 발생하는 관광의 경제적, 사회·문화적, 환경적으로 영향을 미쳐 관광지 주변 농촌지역에 어떻게 작용되어 변화를 가져오는가 하는 것을 밝혔다. 그는 이 연구를 통하여 관광지에 대한 주민의 평가 및 관광산업과의 관련 정도를 비교하며, 관광지의 특성, 관광개발이 지역에 미치는 영향 그리고 지역주민의 의식간의 상호관계를 파악하여 농촌지역 개발에 미치는 관광의 영향에 대한 체계를 밝히는데 주요 초점을 맞추었다.

최이태<sup>70)</sup>는 都市勤勞者의 觀光意識에 대한 實證的 研究에서, 근로자의 관광의식, 관광활동, 관광시 관광의사 결정 형태 그리고 관광 만족도 등을 파악하는 데 중점을 두어 연구하였다. 또한 吳景昊<sup>71)</sup>는 관광산업의 비중이 높은 지역에서 지역 매스미디어는 여러 가지 기능을 통해 지역주민의 관광산업분야에 대한 관심이나 참여 등의 인식에 영향을 줄 뿐만 아니라 주민의 여론수렴을 통해 주민이 원하는 방향으로 관광산업 발전이 이루어지도록 영향을 줄 수 있다는 가정하에서 지역주민의 매스미디어의 평가를 통해 그 역할을 찾아보는데 중점을 두어 연구하였다.

이상과 같이 觀光産業이 地域住民에 대해 미치는 영향을 주로 經濟的, 社會·文化的, 環境的 측면에서 연구해 오고 있다. 그러나 이들 연구가 觀光의 直接的인 影響만을 파악하는데 중점을 두는 반면 觀光이 地域住民에게 영향을 줄 때, 이를 加速化시키거나 또는 鈍化시키는 역할을 하는 또다른 變數의 影響은 크게 다루지 못하고 있다. 따라서 본 研究는 觀光이 地域住民에게 영향을 미친다는 전제하에 매스미디어, 특히 新聞媒體가 地域住民의 觀光에 대한 認識에 영향을 주고 있는지 그리고 新聞媒體가 觀光에 대한 地域住民의 태도를 肯定的으로 형성해갈 수 있는 방향을 모색해 보는데 중점을 두어 연구한 것이다.

69) 김영양, "관광지화가 주변농촌지역과 주민의식에 미친 영향", 석사학위논문, 서울대학교 대학원, 1991, pp.3-4.

70) 최이태, "도시근로자의 관광의식에 관한 실증적 연구", 석사학위논문, 동아대학교 경영대학원, 1993, pp.2-3.

71) 오경호, "관광산업발전에 있어서 매스미디어의 역할에 관한 연구", 석사학위논문, 제주대학교 경영대학원, 1992, pp.24-26.

## 第 4 章 研究方法

### 第 1 節 研究의 概要

#### 1. 資料의 一般의 特性

본 연구의 실증분석에 이용한 표본은 <표 IV-1>에 나타난 바와 같이, 총 351매의 유효표본 중 性別로는 여성(55.6%)이, 年齡別로는 30대(51.0%), 學歷別로는 고졸(43.9%), 生活水準別로는 중류(57.0%), 職業別로는 농어업(26.8%) 및 주부(24.2%), 觀光事業 關聯與否에 따라서는 비관련자(78.9%)가, 그리고 居住地別로는 西歸浦지역의 응답자(55.3%)가 각각 많은 비율을 차지하고 있다.

<표 IV-1> 자료의 특성

변수 구분		사례수 (명)	백분율 (%)	변수 구분		사례수 (명)	백분율 (%)	
성별	남성	156	44.4	직업	농·어업	94	26.8	
	여성	195	55.6		회사원	54	15.4	
연령	20대 이하	74	21.1		공무원	44	12.5	
	30대	179	51.0		주부	85	24.2	
	40대 이상	98	27.9		자영업	60	17.1	
학력	중졸이하	138	39.3		기타	14	4.0	
	고졸	154	43.9		관광사업 관련	74	21.1	
	전문대졸 이상	59	16.8		관광사업 관련유무 비관련	277	78.9	
생활 수준	하류	40	11.4		거주지	제주시	157	44.7
	중류	200	57.0			서귀포시	194	55.3
	상류	111	31.6	-	-	-	-	

#### 2. 標本 및 調査節次

본 연구의 實證分析은 設問紙調査法에 의하여 이루어졌으며, 설문대상은 濟州市와 西歸浦市에 거주하는 일반인을 대상으로 하였다.

본 설문은 1996년 5월 1일부터 5월 11일까지 11일간에 걸쳐 이들을 대상으로 총

400매를 배포하였다. 이 중 360매를 회수하였고, 불성실한 설문 9매를 제외한 351매를 실증분석에 이용하였다(<표 IV-2> 참조).

<표 IV-2> 표본의 배포 및 회수현황

구 분	설문배포/회수 내역			
	배포량 (매)	회수량 (매)	불성실 (매)	유효표본 (매)
道南洞	100	88	2	86
健入洞	100	92	4	88
孝敦洞	100	87	1	86
正房洞	100	93	2	91
합계	400	360	9	351

### 3. 設問의 構成

設問은 크게 2부분으로 구성되어 있다. 첫 번째 부분은 地方新聞에 관한 태도이며, 두 번째 부분은 地域住民에 대한 관광의 영향이다.

地方新聞에 대한 태도는 地方新聞의 接觸, 지방신문의 受容程度, 지방신문에 대한 關心程度 그리고 濟州地域 신문의 機能別 評價와 관광 관련보도의 희망정도를 포함시켰고, 地域住民에 대한 觀光의 影響은 觀光의 經濟的 影響, 社會·文化的 影響 그리고 環境的 影響을 다루었다(<표 IV-3> 참조).

從屬變數로 이용된 觀光의 影響요소는 肯定的인 측면과 否定的인 측면에서 각각 3개의 설문 문항을 통해 조사되었다. 그 중 肯定的인 經濟要因은 관광관련 분야의 雇傭機會擴大, 地域開發의 促進, 所得의 增加 등이며, 否定的인 要因은 관광사업자에 대한 經濟的 惠澤의 偏重, 地域經濟의 觀光에 대한 依存度 增加, 物價/土地價의 上昇 등이다. 그리고 肯定的인 社會·文化要因은 餘暇活動機會의 增加, 지역주민의 自矜心 增加, 다른 文化의 理解 등이며, 否定的인 社會·文化要因은 물질주의·상업주의 심화, 매춘·범죄·도박 등 頹廢主義 增加, 주민간 의견대립 심화 등이다. 또한 肯定的인 環境要因으로는 環境保存의 關心高調, 도로·상하수도·전력·통신 등 기반시설 발달, 사적지·기념물 등의 보존 등이며, 否定的인 環境要因으로는 쓰레기 등 오염물

질 증가, 거리의 혼잡 및 소음증가, 자연경관 및 생태계의 훼손 등으로 구성되었다.

<표 IV-3> 설문지의 구성

변수구분	변수내용	조사척도	문항수	비고
신문관련	신문의 접촉도	명목척도	1	
	신문의 수용도	등간척도 (5점 리커트스케일)	3	
	신문의 관심도	"	3	
	신문의 기능평가	"	6	
	관광관련보도의 기능별 희망정도	"	6	
관광관련	경제적 영향	"	6	
	사회·문화적 영향	"	6	
	환경적 영향	"	6	
합계	-	-	37	

## 第 2 節 研究假設

觀光의 영향은 기존 연구를 통하여 알려진 바와 같이 그 내용에 따라 크게 經濟的인 영향, 社會·文化的인 영향, 環境的인 영향 등으로 구분할 수 있다.

대부분의 선행연구들은 관광의 이러한 영향을 否定的인 면과 肯定的인 면으로 구분하여 연구하고 있으나, 觀光의 影響 自體가 다른 변수의 영향을 받고 있는지에 대한 연구는 미흡하다.

따라서 본 연구에서는 觀光의 影響을 假定하고, 이를 地域住民에게 영향을 줄 수 있을 것으로 보이는 新聞媒體가 실제로 영향력을 행사하는지 파악하고자 다음과 같은 假說을 설정하였다.

<가설 1> 地域社會 住民들에게 미치는 觀光影響의 정도는 新聞의 接觸유무에 따라 다르다.

<가설 1-1> 地域住民이 받는 觀光의 經濟的 영향 정도는 新聞의 接觸유무에 따라 다르다.

<가설 1-2> 地域住民이 받는 觀光의 社會·文化的 영향 정도는 新聞의 接觸유무에 따라 다르다.

<가설 1-3> 地域住民이 받는 觀光의 環境的 영향 정도는 新聞의 接觸유무에 따라 다르다.

<가설 2> 地域社會 주민들에게 미치는 觀光의 影響은 新聞의 受容程度에 따라 다르다.

<가설 2-1> 地域住民이 받는 觀光의 經濟的 영향 정도는 新聞의 受容程度에 따라 다르다.

<가설 2-2> 地域住民이 받는 觀光의 社會·文化的 영향 정도는 新聞의 受容程度에 따라 다르다.

<가설 2-3> 地域住民이 받는 觀光의 環境的 영향 정도는 新聞의 受容程度에 따라 다르다.

<가설 3> 地域社會 주민들에게 미치는 觀光의 영향은 新聞의 關心程度에 따라 다르다.

<가설 3-1> 地域住民이 받는 觀光의 經濟的 영향 정도는 新聞의 關心程度에 따라 다르다.

<가설 3-2> 地域住民이 받는 觀光의 社會·文化的 영향 정도는 新聞의 關心程度에 따라 다르다.

<가설 3-3> 地域住民이 받는 觀光의 環境的 영향 정도는 新聞의 關心程度에 따라 다르다.

<가설 4> 地方新聞의 一般적 기능정도는 지방신문의 觀光관련 기능정도와 차이가 있을 것이다.

<가설 4-1> 지방신문의 報도기능 정도는 觀光 相關 報도기능의 정도와 차이가 있을 것이다.

<가설 4-2> 지방신문의 指도기능 정도는 觀光 相關 指도기능의 정도와 차이가 있을 것이다.

<가설 4-3> 지방신문의 非判기능 정도는 觀光 相關 非判기능의 정도와 차이가 있을 것이다.

<가설 4-4> 지방신문의 사회감시기능 정도는 관광 관련 감시기능의 정도와 차이가 있을 것이다.

<가설 4-5> 지방신문의 광고기능 정도는 관광 관련 홍보기능의 정도와 차이가 있을 것이다.

<가설 4-6> 지방신문의 오락기능 정도는 관광 관련 오락기능의 정도와 차이가 있을 것이다.

### 第 3 節 分析方法

地域住民의 新聞이용 태도와 觀光에 대한 認識을 먼저 분석하였고, 觀光의 영향을 新聞의 이용행태별로 그리고 新聞의 일반적인 보도 기능과 관광 관련 보도 기능의 차이를 검증하였다.

즉 新聞의 接觸, 情報의 受容程度, 關心程度 변수에 따라 觀光産業의 經濟的 影響, 社會·文化的 影響, 環境的 影響 등의 차이가 있는지 분석하였다.

이들 변수의 차이검증을 위하여 독립변수가 2개 집단으로 이루어진 지방신문의 접촉 변수는 T검증을 하였으며, 地方新聞의 受容度 및 지방신문의 關心程度 등 3집단 이상으로 구성된 변수는 일원변량분석(Oneway Anova)을 하였다. 지방신문의 기능 정도와 관광 관련 보도 기능의 2개변수의 차이를 직접 비교하기 위해 쌍체비교를 이용하였다. 또한 T검증시에는 集團間 分散이 동일한 경우, 즉 F값과 관련된 확률치가 유의수준 0.05보다 큰 경우, F값이 棄却域 밖에 있으면 결합된 분산추정치를 이용한 T검증을 하였고, 반면 集團間 分散이 다른 경우, 즉 F값과 관련된 확률치가 유의수준 0.05보다 작은 경우인 棄却域 안에 있을 때는 分離된 分散推定値를 이용한 T검증을 실시하였다.<sup>72)</sup> 뿐만 아니라 일원변량분석에서 다중비교가 이루어진 경우, 사후검증의 방법은 평균의 차이검증에 민감한 Duncan방식의 사후검증 방법을 이용하였으며, 검증 유의수준은 0.05로 설정하여 실시하였다.

설문은 응답자의 편의를 위하여 각 문항에 대해 “매우 그렇다”인 경우 1로, “전혀 그렇지 않다”는 5로 표시하도록 하였으나, 分析時에는 “매우 그렇다”인 경우는 5점으로, “전혀 그렇지 않다”는 1점으로 변환하였다. 觀光의 肯定的인 影響은 “매우

72) 채서일·김범중·이성근, 「SPSS/PC+를 이용한 통계분석」, 학현사, 1992, p.96.

그렇다"가 5점으로, "전혀 그렇지 않다"가 1점으로 하여 이용되었으나, 觀光의 否定的인 影響은 "매우 그렇다"가 1점, "전혀 그렇지 않다"가 5점으로 할당되어 이용되었다.

地方新聞의 受容度, 觀心程度 등의 변수는 해당문항을 합한 값을 평균하여 중위수를 기준으로 3개의 집단으로 구분하였다. 즉 地方新聞의 수용도의 경우 중위수보다 낮은 응답자는 낮은 신문 수용집단으로, 중간인 응답자는 중간 신문 수용집단, 중위수보다 높은 응답자는 높은 신문 수용집단으로 구분하였다.

또한 新聞接觸度의 경우, 구독하고 있는 지방신문 개수가 없는 경우와 1개 이상인 2개의 집단으로 구분하였다.



## 第 5 章 實證分析

### 第 1 節 關聯變數의 分析

#### 1. 地方新聞에 대한 態度

응답자들의 地方新聞接觸度는 <표 V-1>에 나타난 바와 같이 지방신문을 구독하고 있는 경우와 그렇지 않은 경우를 구분하였는데, 응답자 중 구독자는 72.65%인 255명이며, 구독하지 않는 응답자는 27.35%인 96명이다.

地方新聞에 대한 수용정도는 “수용한다”와 “전적으로 수용한다”인 높은 수용집단은 전체응답자의 20.8%인 73명이었고, “보통이다”라는 중간의 수용집단은 61.0%인 214명, 그리고 “수용하지 않는다”와 “전혀 수용하지 않는다”라는 낮은 수용집단은 18.2%인 64명이었다.

地方新聞에 대한 관심정도는 “관심있다”와 “매우 관심있다”인 높은 관심집단은 전체응답자의 19.1%인 67명이었고, “보통이다”라는 중간의 관심집단은 58.1%인 204명, 그리고 “관심없다”와 “전혀 관심없다”라는 낮은 관심집단은 22.8%인 80명이었다.

신문의 기능별 평가에서 濟州地域 지방신문은 5점척도를 사용하여 평균이 2.8~3.4사이를 나타내고 있다. 지방신문의 기능중 보도기능과 광고기능이 상대적으로 뛰어난 반면 오락기능은 가장 낮게 나타났다. 또한 관광과 관련한 지방신문의 보도기능은 전반적으로 강화되어야 한다는 응답을 보였는데 특히 홍보(광고)기능과 보도기능이 강화되어야 하는 것으로 응답하였다.

<표 V-1> 지방신문에 대한 행태

구분	비구독자 (%)	구독자 (%)	합계 (%)			
지방신문의 접촉정도	96 (27.35)	255 (72.65)	351 (100)			
구분	낮은 수용 (%)	중간 수용 (%)	높은 수용 (%)	합계 (%)		
지방신문의 수용정도	64 (18.2)	214 (61.0)	73 (20.8)	351 (100)		
구분	낮은 관심 (%)	중간 관심 (%)	높은 관심 (%)	합계 (%)		
지방신문에 대한 관심정도	80 (22.8)	204 (58.1)	67 (19.1)	351 (100)		
구분	지방신문의 기능정도			관광광련기능정도		
	평균	표준 편차	표준 오차	평균	표준 편차	표준 오차
보도기능	3.0798	.7517	.0401	3.4103	1.366	.073
지도기능	2.9658	.7775	.0415	3.3932	1.228	.066
비판기능	2.9202	.8380	.0447	3.2934	1.210	.065
사회감시	3.0655	.6622	.0353	3.3675	1.264	.067
광고기능	3.0798	.9224	.0492	3.4587	1.372	.073
오락기능	2.8547	.9313	.0497	3.0912	.987	.053

## 2. 觀光의 影響

앞서 언급한 바와 같이 觀光의 肯定的인 要素는 5점에 가까울수록 肯定的이며, 否定的인 要素는 1점에 가까울수록 否定的으로 나타난다. 觀光의 肯定的인 影響 要素나 否定的 要素에서 環境部分이 가장 큰 영향을 받는 것으로 응답하였다(<표 V-2> 참조).

특히 觀光으로 인해 環境保存에 대한 관심이 고조되고, 도로, 상하수도, 전력, 통신 등 각종 기반시설이 개선되며, 사적지, 기념물의 보존 효과가 있다는 등 環境에 대한 肯定的 要素가 평균 3.2963으로써 다른 요소들 보다 높게 나타났다. 반면 쓰레기 등 오염물질의 증가, 거리의 혼잡 및 소음증가, 자연경관 및 생태계의 훼손

등 環境의 否定的 要素는 평균 2.6087로 나타나 다른 요소보다 더 否定的인 影響이 있는 것으로 응답하였다.

<표 V-2> 관광의 영향

구분		평균	표준편차	표준오차
경제적 영향	긍정적 요소	3.2298	.9774	.0522
	부정적 요소	2.7797	.8531	.0455
사회·문화적 영향	긍정적 요소	3.0503	.7026	.0375
	부정적 요소	2.7217	.9975	.0532
환경적 영향	긍정적 요소	3.2963	.9493	.0507
	부정적 요소	2.6087	1.2391	.0661

## 第 2 節 假設의 檢證

### 1. 假設 1

<가설 1>은 地域社會 주민들에게 미치는 觀光의 影響이 地方新聞을 구독하는 경우와 그렇지 않은 경우의 집단간에 서로 다르게 나타나는 지를 파악해 보기 위한 것이다. 즉, 觀光의 影響은 앞서 언급한 바와 같이 肯定的인 經濟的 影響, 否定的인 經濟的 影響, 肯定的인 社會·文化的 影響, 否定的인 社會·文化的 影響, 肯定的인 環境的 影響 그리고 否定的인 環境的 影響으로 구분하여, 이들 변수의 영향정도가 新聞을 구독하는 집단과 그렇지 않은 집단간에 차이가 있는지를 검증한 것이다.

집단간 차이를 검증한 결과 <표 V-3>에 나타난 바와 같이 사회·문화적 요소중 긍정적 요소에 대해서만 구독자와 비구독자간의 평균차이가 없고 나머지 변수에 대해서는  $\alpha=0.01$ 수준에서 유의적인 차이를 보였다. 즉 지방신문을 구독하지 않는 집단이 지방신문을 구독하는 집단 보다 고용기회 확대, 지역개발의 촉진, 소득의 증가 등 관광의 경제적 요인에서 긍정적인 영향을 받고 있다. 반면 지방신문 구독 집단은 비구독 집단 보다 관광의 경제적 요소인 물가상승, 관광사업 의존도 증가 등의 부정적인 영향이 덜한 것으로 분석되었다.

地域住民이 받는 관광의 社會·文化的 影響에 대한 정도는 비구독 집단이 구독

집단 보다 물질주의 심화, 매춘, 도박, 범죄 등 퇴폐주의에 대해 더 부정적으로 보고 있다.

뿐만 아니라 관광의 환경적 영향에 대한정도도 비구독 집단이 오히려 구독 집단 보다 환경보존의 관심이 높을 뿐만 아니라 도로나 상하수도 전력 통신등 기반시설이 발달해지고 사적지나 기념물 등의 보존 등에 도움이 되고 있는 것으로 인식하고 있는 반면, 구독집단이 비구독 집단 보다 쓰레기 등 오염물질의 증가, 거리혼잡·소음, 자연경관 및 생태계의 파괴가 덜한 것으로 인식하고 있다.

<표 V-3> 신문의 접촉에 따른 관광의 영향

관련변수		통계치	N	Mean	S.D.	T-value	df.	prob.
경제적 영향	긍정적 요소	비구독	96	3.5382	.8804	3.69***	349	.000
		구독집단	255	3.1137	.9884			
		전 체	351	3.2298	.9774			
	부정적 요소	비구독	96	2.5486	.7524	-3.15***	349	.002
		구독집단	255	2.8667	.8737			
		전 체	351	2.7797	.8531			
사회· 문화적 영향	긍정적 요소	비구독	96	3.0243	.6348	-.43	349	.671
		구독집단	255	3.0601	.7274			
		전 체	351	3.0503	.7026			
	부정적 요소	비구독	96	2.4167	.8405	-3.91***	207.69	.000
		구독집단	255	2.8366	1.0288			
		전 체	351	2.7217	.9975			
환경적 영향	긍정적 요소	비구독	96	3.5521	.8148	3.41***	203.91	.001
		구독집단	255	3.2000	.9795			
		전 체	351	3.2963	.9493			
	부정적 요소	비구독	96	2.1840	.9451	-4.63***	233.94	.000
		구독집단	255	2.7686	1.2991			
		전 체	351	2.6087	1.2391			

주) \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

## 2. 假設 2

<가설 2>는 新聞의 信賴程度에 따라 地域社會 住民들에게 미치는 觀光의 影響이 다른지를 파악해 보기 위한 것이다.

<표 V-4>에 나타난 바와 같이 新聞의 信賴程度에 따라 肯定的인 經濟的 要因과 社會·文化的 要因 그리고 環境的 要因에 대해서  $\alpha=0.01$ 수준에서 유의적인 차이를 보이고, 否定的인 社會·文化的 要因에 대해서는  $\alpha=0.05$ 수준에서 유의적인 차이를 보였다.

즉, 新聞에 대한 信賴度가 낮은 집단은 肯定的인 經濟的 影響要素의 평균이 2.7760인데 반하여, 중간인 집단은 3.2134, 그리고 높은 집단은 3.6758로 나타나, 新聞에 대한 信賴度가 클수록 雇傭機會擴大, 地域開發 促進 그리고 所得의 增加 등 觀光의 經濟的 影響에 대해 긍정적인 것으로 나타났다.

또한 新聞에 대한 信賴度가 낮은 집단은 肯定的인 社會·文化的 影響要素의 평균이 2.5885인데 반하여, 중간인 집단은 3.1012 그리고 높은 집단은 3.3059로 나타나, 新聞에 대한 信賴度가 클수록 餘暇活動機會 增加, 地域住民의 自矜心 增加, 다른 文化의 理解 등 觀光의 社會·文化的 影響에 대해 더욱 긍정적으로 보았다. 반면 지역주민에게 미치는 否定的인 社會·文化的 影響은 信賴度가 낮은 집단의 평균이 2.9479인데 반하여 중간인 집단은 2.7414, 그리고 높은 집단은 2.4658로 나타나, 新聞에 대한 信賴度가 큰 집단이 信賴度가 작은 집단보다 물질주의 및 상업주의 심화, 매춘·범죄·도박 등 퇴폐주의 증가 그리고 주민간 의견대립 심화 등의 부정적인 인식을 더 가지는 것으로 분석되었다.

환경적인 영향을 살펴보면, 지방신문에 대한 신뢰도가 낮은 집단은 3.0104, 중간인 집단은 3.2944 그리고 높은 집단은 3.5525로 각각 나타나, 지방신문에 대한 신뢰도가 높을수록 환경보존에 대한 관심고조, 각종 기반시설의 개선, 사적지 및 기념물 등의 보존과 같은 긍정적인 영향이 더 큰 것으로 분석되었다.

<표 V-4> 신문의 신뢰정도에 따른 관광의 영향

중속변수	수용 정도	N	Mean	S.D	df	S.S	M.S.	F	p.
긍정적인 경제적 영향	낮다	64	2.7760	.9724	2	27.7558	3.8779	15.7521***	.0000
	중간	214	3.2134	.9465	348	306.5943	.8810		
	높다	73	3.6758	.8836	350	334.3501			
	전체	351	3.2298	.9774					
부정적인 경제적 영향	낮다	64	2.9479	.9338	2	3.6525	1.8263	2.5311*	.0810
	중간	214	2.7835	.8325	348	251.0870	.7215		
	높다	73	2.6210	.8209	350	254.7395			
	전체	351	2.7797	.8531					
긍정적인 사회·문화 적 영향	낮다	64	2.5885	.7436	2	18.9721	9.4861	21.4631***	.0000
	중간	214	3.1012	.6083	348	153.8054	.4420		
	높다	73	3.3059	.7469	350	172.7775			
	전체	351	3.0503	.7026					
부정적인 사회·문화 적 영향	낮다	64	2.9479	1.0030	2	8.1406	4.0703	4.1645**	.0163
	중간	214	2.7414	.9980	348	340.1278	.9774		
	높다	73	2.4658	.9473	350	348.2684			
	전체	351	2.7217	.9975					
긍정적인 환경적 영향	낮다	64	3.0104	1.1111	2	10.0235	5.0117	5.7111***	.0036
	중간	214	3.2944	.8840	348	305.3839	.8775		
	높다	73	3.5525	.9217	350	315.4074			
	전체	351	3.2963	.9493					
부정적인 환경적 영향	낮다	64	2.7656	1.1799	2	7.5854	3.7927	2.4913*	.0843
	중간	214	2.6558	1.2926	348	529.7923	1.5224		
	높다	73	2.3333	1.0943	350	537.3777			
	전체	351	2.6087	1.2391					

주 1) \* P<0.1, \*\* P<0.05, \*\*\* P<0.01

주 2) N: 사례수      Mean: 평균      S.D.: 표준편차      d.f.: 자유도  
       S.S.: 자승합      M.S.: 평균자승합      F: F-value      p.: probability

### 3. 假設 3

<가설 3>은 新聞의 關心程度에 따라 地域社會 住民들에게 미치는 觀光影響이 다른지를 파악해 보기 위한 것이다.

<표 V-5>에 나타난 바와 같이 新聞의 關心程度에 따른 집단간에 긍정적인 사회·문화적 영향요소와 부정적인 사회·문화적 영향요소, 그리고 부정적인 환경적 영향요소 등에서  $\alpha=0.01$ 수준의 유의적인 통계적 차이를 보이고 있다.

즉 新聞에 대한 關心度가 낮은 집단은 긍정적인 사회문화적 영향요소의 평균이 2.7125인데 반하여, 關心度가 중간인 집단은 3.0768 그리고 關心度가 높은 집단은 3.3731로 나타나, 地方新聞에 대한 關心度가 클수록 여가활동기회의 증가, 지역주민의 자긍심 증가, 다른 문화의 이해 등 사회·문화에 대한 긍정적인 영향을 더 받는 것으로 나타났다.

또한 新聞에 대한 關心度가 낮은 집단은 부정적인 사회·문화적 영향요소의 평균이 2.4250, 중간인 집단은 2.6993, 그리고 높은 집단은 3.1443으로 각각 나타났다. 따라서 地方新聞에 대한 關心度가 클수록 물질주의 및 상업주의의 심화, 매춘·범죄·도박 등의 퇴폐주의 증가, 그리고 주민간 의견대립의 심화 등 社會·文化的으로 부정적인 영향을 덜 받는 것으로 분석되었다.

부정적인 환경적 영향요소의 경우도 地方新聞에 대한 關心程度에 따라 차이를 보이고 있다. 즉 지방신문에 대한 관심도가 낮은 집단은 평균이 2.2750, 중간인 집단은 2.6111 그리고 높은 집단은 3.0000으로 각각 나타나, 지방신문에 대한 관심도가 클수록 쓰레기 등 오염물질의 증가, 거리의 혼잡 및 소음증가 그리고 자연경관 및 생태계의 훼손 등이 덜할 것으로 보고 있다는 분석이 나오고 있다.

<표 V-5> 신문의 관심정도에 따른 관광의 영향

종속변수	관심 정도	N	Mean	S.D	df	S.S	M.S.	F	p.
긍정적인 경제적 영향	적다	80	3.1042	.9437	2	2.3778	1.1889	1.2463	.2888
	중간	204	3.2369	.9948	348	331.9723	.9539		
	많다	67	3.3582	.9593	350	334.3501			
	전체	351	3.2298	.9774					
부정적인 경제적 영향	적다	80	2.6875	.8458	2	1.5033	.7517	1.0329	.3570
	중간	204	2.7794	.8434	348	253.2362	.7277		
	많다	67	2.8905	.8903	350	254.7395			
	전체	351	2.7797	.8531					
긍정적인 사회·문 화적 영 향	적다	80	2.7125	.7589	2	16.2548	8.1274	18.0698***	.0000
	중간	204	3.0768	.6217	348	156.5226	.4498		
	많다	67	3.3731	.7024	350	172.7775			
	전체	351	3.0503	.7026					
부정적인 사회·문 화적 영 향	적다	80	2.4250	.9851	2	19.1088	9.5544	10.1013***	.0001
	중간	204	2.6993	.9097	348	329.1597	.9459		
	많다	67	3.1443	1.1315	350	348.2684			
	전체	351	2.7217	.9975					
긍정적인 환경적 영향	적다	80	3.3208	.9116	2	.6334	.3167	.3501	.7048
	중간	204	3.3154	.9676	348	314.7740	.9045		
	많다	67	3.2090	.9461	350	315.4074			
	전체	351	3.2963	.9493					
부정적인 환경적 영향	적다	80	2.2750	1.1273	2	19.1684	9.5842	6.4362***	.0018
	중간	204	2.6111	1.2269	348	518.2093	1.4891		
	많다	67	3.0000	1.3040	350	537.3777			
	전체	351	2.6087	1.2391					

주) \* P<0.1, \*\* P<0.05, \*\*\* P<0.01

#### 4. 假設 4

<가설 4>는 地方新聞의 일반적 機能 評價程度와 觀光과 관련한 보도 및 기사 評價程度가 차이가 있는지를 파악해 보기 위한 것이다.

<표 V-6>에 나타난 바와 같이 地方新聞의 일반적 機能 評價程度와 觀光과 관련한 보도와 기사 評價程度는  $\alpha=0.01$ 수준에서 모두 유의적인 차이를 보이고 있다. 즉 지방신문의 보도기능, 지도기능, 비판기능, 감시기능, 홍보(광고)기능, 그리고 오락기능 등이 평균 2.8~3.0 정도로 나타나는 반면, 관광과 관련한 지방신문의 기능은 평

균 3.0~3.4 정도로 나타나 지방신문은 이에 대한 기능을 대폭 강화해야할 것을 보여준다 하겠다. 특히 지방신문의 기능 중 보도기능과 광고기능이 다른 기능에 비해 상당히 호의적인 평가를 받고 있으나, 관광과 관련해서는 아직도 훨씬 강화되어야 한다. 특히 지도기능의 경우, 일반적인 평균치는 2.9658인데 반해, 관광과 관련한 지방신문의 지도기능은 3.3932정도가 되어야 한다고 나타나 가장 큰 차이를 보였다.

이상과 같은 결과는 현실적으로 지방신문의 일반적 보도기능에 비해 관광과 관련한 지방신문의 기능은 대폭 강화되어야 함을 통계적으로 나타내주고 있다.

<표 V-6> 지방신문의 기능 평가정도와 관광 관련 기능 평가정도의 차이

관련변수		통계치	N	Mean	S.D.	df.	t value	prob.
보도 기능	일반적 기능평가		351	3.0798	.752	350	-4.32***	.000
	관광관련 기능평가		351	3.4103	1.366			
지도 기능	일반적 기능평가		351	2.9658	.778	350	-5.48***	.000
	관광관련 기능평가		351	3.3932	1.228			
비판 기능	일반적 기능평가		351	2.9202	.838	350	-4.37***	.000
	관광관련 기능평가		351	3.2934	1.210			
감시 기능	일반적 기능평가		351	3.0655	.662	350	-3.99***	.000
	관광관련 기능평가		351	3.3675	1.264			
광고 기능	일반적 기능평가		351	3.0798	.922	350	-4.66***	.000
	관광관련 기능평가		351	3.4587	1.372			
오락 기능	일반적 기능평가		351	2.8547	.931	350	-3.07***	.002
	관광관련 기능평가		351	3.0912	.987			

주) \* P<0.1, \*\* P<0.05, \*\*\* P<0.01

### 第 3 節 實證分析의 要約

#### 1. 地方新聞에 대한 態度

地域住民들의 地方新聞에 대한 신뢰도, 관심정도 등은 3점대를 전후하여 나타나 전체 응답자의 지방신문 수용정도, 관심정도는 적극적이지는 않았지만, 지방신문의 접촉도는 긍정적인 편이었다. 지방신문의 기능별 평가에서 濟州地域 지방신문은 전반적으로 5점척도를 사용할 때 중간정도를 나타냈는데, 지방신문의 일반적 기능중 오락기능이 가장 떨어지고 있다. 이들 평가치와 비교해 볼 때, 관광과 관련한 지방신문의 보도기능은 모두 높게 나타났고, 통계적으로 유의적이어서 기능 강화가 요구되고 있다.

觀光의 肯定的인 影響 要素나 否定的 要素에서 지역주민들은 環境部分에서가 가장 큰 영향을 받는 것으로 인식하였다. 특히 觀光으로 인해 環境에 대한 肯定的 要素의 평균이 다른 요소들 보다 높게 나타났을 뿐만 아니라 쓰레기등 오염물질이나 소음증가, 거리혼잡, 자연경관·생태계의 파괴등과 관련해서는 더욱 부정적으로 보고 있다.

#### 2. 假說檢證 結果

(가설1)의 검증 결과 新聞의 接觸與否에 따라 肯定的인 經濟的 要因, 否定的인 經濟的 要因, 否定的인 社會·文化的 要因, 肯定的인 環境的 要因, 그리고 否定的인 環境的 要因에 대해서 유의적인 차이를 보였다. 즉 지방신문을 구독하지 않는 집단이 지방신문을 구독하는 집단 보다 경제적·환경적으로 더 큰 긍정적인 영향을 받고 있다. 또 부정적인 경제적 영향요소, 사회·문화적 영향요소 그리고 환경적 영향요소에 대해서는 지방신문 구독집단이 비구독 집단 보다 덜 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

(가설2)의 검증 결과 肯定的인 經濟的인 要因과 肯定的인 社會·文化的 要因 및 否定的인 社會·文化的 要因 그리고 肯定的인 環境的 要因에 대해서 유의적인 차이를 보였다.

즉 新聞에 대한 信賴度가 클수록 雇傭機會擴大, 地域開發 促進 그리고 所得의 增加 등 觀光의 經濟的 影響을 긍정적으로 보는 한편 餘暇活動機會 增加, 地域住民의 自矜心 增加, 다른 文化의 理解 등 社會·文化的 영향과 환경보존의 관심고조, 각종 기반시설의 개선, 사적지 및 기념물 등의 보존과 같은 環境 影響에 대해서도 더 긍정적으로 분석되었다.

반면, 新聞에 대한 信賴度가 큰 집단이 信賴度가 작은 집단보다 물질주의 및 상업주의 심화, 매춘·범죄·도박 등 퇴폐주의 증가 그리고 주민간 의견대립 심화 등의 부정적인 사회·문화적 요소의 영향을 덜 받고 있다.

(가설3)의 검증 결과 新聞의 關心程度에 따른 집단간에 긍정적인 사회·문화적 영향요소와 부정적인 사회·문화적, 환경적 영향요소 등에서  $\alpha=0.01$ 수준의 유의적인 통계적 차이를 보이고 있다.

즉 地方新聞에 대한 關心度가 클수록 여가활동기회의 증가, 지역주민의 자긍심 증가, 다른 문화의 이해 등 사회·문화적 요소에 더 긍정적인 영향을 미치는 반면 물질주의 및 상업주의 심화, 매춘·범죄·도박 등의 퇴폐주의 증가, 그리고 주민간 의견대립의 심화나 쓰레기 등 오염물질의 증가, 거리의 혼잡 및 소음증가 그리고 자연경관 및 생태계의 훼손 등 부정적인 사회·문화적, 환경적 영향을 덜 받는 것으로 분석되었다.

(가설4)의 검증 결과 地方新聞의 機能 評價程度와 觀光과 관련한 機能 評價程度는  $\alpha=0.01$ 수준에서 모두 유의적인 차이를 보이고 있다.

즉 지방신문의 보도기능, 지도기능, 비판기능, 감시기능, 광고(홍보)기능, 그리고 오락기능 등이 관광과 관련한 보도기능 정도와 차이를 보이며, 특히 관광과 관련한 보도 정도의 평균이 통계적으로 높게 나타나 현실적으로 지방신문의 일반기사 수준에 비해 관광과 관련한 지방신문의 기사가 대폭 강화되어야 한다.

이상과 같은 가설의 결과는 <표 V-7>과 같이 정리해 볼 수 있다.

<표 V-7> 가설의 요약

가설	독립변수	주요내용(종속변수)	T-value	prob.
가설 1	지방신문의 접촉 (비구독집단) (구독집단)	긍정적인 경제적 영향요소	3.69***	.000
		부정적인 경제적 영향요소	-3.15***	.002
		긍정적인 사회·문화적 영향요소	-.43	.671
		부정적인 사회·문화적 영향요소	-3.91***	.000
		긍정적인 환경적 영향요소	3.41***	.001
		부정적인 환경적 영향요소	-4.63***	.000
가설 2	지방신문의 신뢰정도 (낮다) (중간) (높다)	긍정적인 경제적 영향요소	15.7521***	.0000
		부정적인 경제적 영향요소	2.5311*	.0810
		긍정적인 사회·문화적 영향요소	21.4631***	.0000
		부정적인 사회·문화적 영향요소	4.1645**	.0163
		긍정적인 환경적 영향요소	5.7111***	.0036
		부정적인 환경적 영향요소	2.4913*	.0843
가설 3	지방신문의 관심정도 (낮다) (중간) (높다)	긍정적인 경제적 영향요소	1.2463	.2888
		부정적인 경제적 영향요소	1.0329	.3570
		긍정적인 사회·문화적 영향요소	18.0698***	.0000
		부정적인 사회·문화적 영향요소	10.1013***	.0001
		긍정적인 환경적 영향요소	.3501	.7048
		부정적인 환경적 영향요소	6.4362***	.0018
가설 4	지방신문의 기능별 평가 : 관광관련 지방신문의 기능별 평가	보도기능	-4.32***	.000
		지도기능	-5.48***	.000
		비판기능	-4.37***	.000
		감시기능	-3.99***	.000
		광고(홍보)기능	-4.66***	.000
		오락기능	-3.07***	.002

주) \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

#### 第 4 節 言論媒體가 나아갈 方向

본 연구의 목적은 궁극적으로 지역주민이 관광에 대하여 가지는 인식 및 이해도에 영향을 미치는 언론매체가 지역 관광산업 발전에 어떻게 기여할 수 있는가의 시사점을 제시하려고 한 것이다. 따라서 본 연구의 결과 지역관광산업의 발전에 기여하는 측면에서 지방언론매체가 나아갈 방향을 요약해 보면 다음과 같다.

첫째, 地方新聞 記事의 否定的 敘述의 止揚과 接觸度를 增加시킨다. 신문기사의

부정적 서술로 인하여 관광의 영향이 긍정적이지 못한 면이 있다. 또한 경제혜택의 편중, 관광에 대한 의존증가, 물가 및 土地價의 상승 등 부정적인 경제적 영향요소와 물질주의 및 상업주의 심화, 매춘·범죄·도박 등 퇴폐주의 증가 그리고 주민간의 견대립 심화 등 부정적인 사회적 요소와 오염물질의 증가, 거리의 혼잡 및 소음증가, 그리고 자연경관 및 생태계의 훼손 등 부정적인 환경적 영향요소 등을 긍정적으로 전환하기 위해서는 지방신문의 접촉도를 증가시킬 필요가 있다.

둘째, 地方新聞의 信賴性 提高方案이 講究되어야 한다. (가설 2)에서 나타난 바와 같이 新聞의 信賴程度에 따라 肯定的인 經濟的인 要因과 社會·文化的 要因 그리고 否定的인 社會·文化的 要因에 대해 유의적인 차이를 보이고 있다. 이는 新聞에 대한 信賴度가 클수록 雇傭機會擴大, 地域開發 促進 그리고 所得의 增加 등의 觀光의 經濟的 要素의 影響이 클뿐만 아니라 餘暇活動機會 增加, 地域住民의 自矜心 增加, 다른 文化의 理解 등 觀光의 社會·文化的 要素의 影響이 크다. 반면 신뢰도가 낮은 집단이 오히려 물질주의 및 상업주의, 퇴폐주의, 주민간의 갈등 등 사회를 부정적으로 보기 때문에 信賴度를 높여야 한다는 것이다.

셋째, 地域住民의 地方新聞에 대한 關心度를 向上시켜야 한다. 즉, 地域住民들의 地方新聞에 대한 관심정도는 3점대를 전후하여 나타나 적극적이지 못하다. 이러한 이유는 지방언론매체가 주민의 관심을 끄는 구성요소의 미비에서 시작된다고 볼 수 있다. 특히 지방신문에 있어 여러 기능중 오락기능이 가장 떨어지고 있는데서도 잘 나타나고 있다. 따라서 지방신문이 지역주민의 관심을 불러일으키기 위해서는 오락기능의 강화가 이루어져야 한다. 예를 들어 정보의 제공도 관련 그래픽의 획기적인 적용으로 독자의 시선을 끌 수 있도록 전문적인 안목에서 기사가 구성되고 편집되도록 해나가는 노력이 필요하다. 특히 (가설 3)에서 나타난 바와 같이 新聞의 關心程度에 따른 집단간에 긍정적인 사회·문화적 영향요소, 부정적인 사회·문화적 영향요소 그리고 부정적인 환경적 영향요소 등에서 유의적인 통계적 차이를 보이고 있다. 따라서 地方新聞에 대한 關心度의 증가가 여가활동기회 증가, 지역주민의 자긍심 증

가, 다른 문화의 이해에 도움이 되며, 물질주의 및 상업주의의 심화, 매춘·범죄·도박 등의 퇴폐주의 증가, 주민간 의견대립의 심화, 쓰레기 등 오염물질의 증가, 거리의 혼잡 및 소음증가 그리고 자연경관 및 생태계의 훼손 등 부정적인 관광의 영향도 완화해 줄 수 있음을 시사해 준다.

넷째, 觀光과 관련한 地方新聞의 機能을 強化해야 한다. (가설 4)에서 나타난 바와 같이 지방신문에 대한 일반적인 보도 평가와 관광과 관련한 지방신문의 보도 평가에는 통계적 차이가 존재하고 있다. 즉 관광과 관련한 지방신문의 기능이 높은 평균치를 보이고 있어, 관광과 관련한 지방신문의 기능이 대폭 강화될 필요가 있음을 말해준다.



## 第 6 章 結論

한국전쟁의 복구과정에서 한국언론은 지배권력의 통제와 타협을 통해 어느 정도 자유경쟁이 가능해졌으나 대부분의 신문매체의 운영이 영세하였고, 4.19이후에는 신문의 난립현상을 통해 언론의 자유가 남용되는 경우가 많았으며, 이후 언론자유와 양적 팽창으로 혼란과 방종의 부작용이 야기되고, 5.16이후에는 군사정권에 의한 언론통제가 이루어졌다. 1960년대는 한국언론의 기업화 정책으로 언론기업의 매체집중화 현상이 두드러졌으며, 유신후에는 언론정책의 변화에 따라 언론매체의 통폐합이 추진되어 양적인 축소나 수난을 겪으면서, 1980년 제5공화국 수립과 더불어 독점자본과 권력의지의 결합으로 한국언론은 편집내용이 획일화되고, 대중조작을 통해 무관심과 무비판적 사고를 조장시켰다. 그러나 1980년 후반부터 다시 창간·복간 되기 시작한 우리나라의 언론매체들은 양적으로 뿐만 아니라 질적으로도 상당히 진보되어 나타나기 시작하여 오늘에 이르고 있다.

이와 같이 우리나라의 언론에 대한 정책방향의 전환과 경제적 여건의 변화로 언론의 환경은 많은 우여곡절을 겪어왔다. 특히 지방신문은 이러한 상황에 대해 민감한 반응을 보여 정책측면이나 경영측면에서 많은 변화를 거듭해 왔다.

오늘날 언론매체는 정보화시대에 걸맞게 거의 모든 국민에게 정보를 전달해주는 대중매체로 자리잡았다. 그럼에도 불구하고 언론매체가 신속하고 사실적인 정보 뿐만 아니라 지역사회의 발전을 위한 계도적 역할을 수행하는 질적인 향상 노력이 꾸준히 요구되고 있다. 특히 지역주민과 매우 밀접한 관계를 맺고 있는 지방신문은 지역사회변화에 있어 주민과 다른 환경과의 연결을 위한 매개자로서의 역할이 중요하다고 할 수 있다. 이러한 측면에서 관광의 긍정적 부분의 영향은 최대화되고, 부정적인 영향은 극소화시키는 역할을 언론 매체가 담당해야 할 것이다.

오늘날 濟州地域은 관광산업으로 급속한 경제적인 발전을 거듭해오고 있으며, 특히 국제회의의 유치 등으로 제주가 널리 홍보됨으로써 국제화에 대한 인식이 확산되고 있다. 이러한 발전은 근본적으로 지역민을 근간으로 하며, 따라서 지역주민의 관광에 대한 인식은 제주발전의 핵심이 될 수 있을 것이다. 따라서 지역주민이 관광을

어떻게 받아들이고 있는지에 대한 고찰과 지역민에 대한 관광의 긍정적인 영향 극대화 그리고 다른 한편으로는 이기주의적인 관광개발에 대한 감시의 체계로써 활발한 활동을 할 때 지속적인 제주발전은 기약될 수 있을 것이다.

향후의 연구는 다음과 같은 사항을 고려하여 행해질 필요가 있다.

첫째, 다양한 계층을 연구대상으로 할 필요가 있다.

둘째, 관광의 영향이 신문뿐만 아니라 텔레비전 및 유선방송 등을 포함한 각종 대중매체에 의해 어느 정도 영향을 미치는지 계량적 연구가 필요하다.

셋째, 신문매체의 이용행태에 대한 연구가 선행되어 이를 바탕으로 한 관광의 영향을 측정하기 위하여 표준화된 설문항목 설정이 이루어져야 할 것이다.

넷째, 대중매체의 특성에 따라 관광의 영향요소 중 어느 분야에 대한 영향이 긍정적이고, 어느 분야에 대한 영향이 부정적인지 또는 덜 효과적인지가 파악되어야 하며, 이러한 연구결과는 지역발전의 측면에서 응용될 수 있을 것이다.



## 참고문헌

### 1. 국내문헌 및 논문

- 교육도서, 「세계백과대사전」, 제15권, 1990.
- 김규, 「방송매체론」, 법문사, 1986.
- 김상훈, 「관광학개론」, 집문당, 1985.
- 김태영, 「현대관광학개론」, 백산출판사, 1991.
- 박석희, 「신관광자원론」, 일신사, 1994.
- 언론연구원, 「지방자치와 언론」, 1990.
- 정진석, 「자율경쟁시대의 지방신문」, 편집인회보 230호.
- 중앙일보사, 「중앙대백과」, 제1편 중앙일보사, 1985, p.1602.
- 차배근, 「커뮤니케이션학 개론(상)」, 세영사, 1976.
- 한국사회언론연구회, 「현대사회와 매스커뮤니케이션」, 한울아카데미, 1995.
- 한라일보사, 「한라연감」, 1991.
- 김경호, “제주권 관광산업의 진흥방안 : 시장세분화를 중심으로”, 「제주대학교 논문집 제20집」, 1985.
- 김기문, “사회발전에 있어서 방송매체의 기능에 관한 연구”, 중앙대학교 사회개발대학원석사학위논문, 1988.
- 김세길, “지방제시대의 지방지의 역할”, 매일신문, 1989.3.2, 22면
- 김세중, “TV와 주민의식에 대한 연구”, 경북대학교 행정대학원 석사학위논문, 1985.
- 김영양, “관광지화가 주변농촌지역과 주민의식에 미친 영향”, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1991.
- 김월호, “관광의 사회·문화적 영향에 대한 의식연구”, 경희대학교대학원 석사학위논문, 1989.

- 김형길, “신제품 광고정보에 의한 소비자이미지 변화 연구”, 한남대학교 대학원 박사학위논문, 1995.
- 박용규, “지방화시대의 발전과제”, 「지역신문의 역할과 과제」, 대구문화방송, 1989.
- 박유봉, “매스커뮤니케이션과 대중사회”, 「매스커뮤니케이션」, 일조각, 1965.
- 박재업, “지방신문 독자의 구독행태에 관한 조사연구”, 청주대학교 대학원 석사학위논문, 1990.
- 박정규, “지방신문의 역할”, 「신문과 방송」, 1982.12.
- 심상도, “관광현상이 원주민 지역사회에 미치는 사회·문화적 영향-제주도를 중심으로”, 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1986.
- 오경호, “관광산업발전에 있어서 매스미디어의 역할에 관한 연구”, 제주대학교경영대학원 석사학위논문, 1992.
- 이규종, “매스컴 과학의 발전과 개념정립에 관한 연구”, 경희대논문집 Vol.8, 1974.
- 이숙, “관광이 지역사회에 미치는 영향연구”, 경희대학교 대학원 석사학위논문, 1991.
- 이중배, “지방화시대의 지방신문의 역할과 활성화방안에 관한 연구”, 중앙대학교 신문방송대학원 석사학위논문, 1994.
- 이창근, “축제의 관광자원화 방안에 관한 연구”, 동아대학교 경영대학원 석사학위논문, 1993.
- 이치백, “지방사회와 지방언론”, 신아출판사, 1987.
- 임채화, “신문이 현대인의 여가선용에 미치는 영향에 관한 연구”, 경희대학교경영대학원 석사학위논문, 1990.
- 최이태, “도시근로자의 관광의식에 관한 실증적 연구”, 동아대학교 경영대학원 석사학위논문, 1993.
- 최진우, “이론적 측면에서 본 타운페이퍼의 존재의의”, 「신문과 방송」 3월호, 한국언론연구원, 1983.
- 한동효·김영서, “스포츠위락시설의 입지가 주변지역에 미치는 영향”, 상명지리(5), 1987.

## 2. 외국문헌 및 논문

- Barry G., *Communication and Language*, Englewood Cliffs, New York: Responsive Environments, 1965.
- Emmanuel de Kadt, *Tourism : Passport to Development?*, Oxford Univ. Press, 1979.
- Fraser Bond F., *An Introduction to Journalism*, Rev, ed., New York, Macmillan Co., 1961.
- Gunn C.A., *Tourism Planning*, New York: Crane, Russak & Company, Inc., 1979.
- Inskip E., *Tourism Planning*, New York, 1991.
- Maletzke G., *Psychologie der Massen Kommunikation*, Hamburg: Hans Bredow Verla, 1963.
- Mathieson A. and Wall G., *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, New York: Lonaman, 1982.
- McQuail D. & Blumler, *Mass Communication Theory: an introduction*, 2nd ed., London: SAGE, 1964.
- Pearce D. *Tourist Development*, Hongkong : Lonaman Group, 1989.
- Robert C.M., *Tourism : The International Business*, N.J. : Prentice Hall, 1990.
- Schramm W., *Mass Media and National Development*, Stanford, Calif.: Stanford Univ. Press, 1964.
- Wright C.R., *Mass Communication: A Sociological Perspectives*, New York: Random, House, 1959, 1960.
- WTO, *Social and Cultural Impact of Tourist Movements*, Madrid:WTO, 1981.
- 鈴木忠義, 「現代観光論」, 東京: 白山出版社, 1990.
- 前田勇, 「観光概論」, 學問社, 昭和 56.
- Belisle F.J., Hoy D.R., "The Perceived Impact of Tourism by Residents-A Case Study in Santa Marta, Colombia", *Annals of Tourism Research* 7(1), 1980.

- Brougham J.E. and Butler R.W., "A Segmentation Analysis of Resident Attitudes to the Social Impact of Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol.8, 1981.
- Cohen E., "The Impact of Tourism on the Physical Environment", *Annals of Tourism Research*, Vol.5(2), 1978.
- Dobni D. & Zinan G.M., "In Search of Brand Image : A Foundayion Analysis," *Asvences in Consumer Research*, Vol.17.1990.
- Kendal V.T., and Tarakcioglu E., "Resident Attitudes Towards Tourists in a Turkish Resort Town", *Annals of Tourism Research* 8(4), 1985.
- Lasswell H.D., "The Structure and Function of Communication in Society", in Wilbur Schramm and Donald F. Roers(eds.), *The Process and Effects of Mass Communication*, Urbana: University of Illinois Press, 1971.
- Leiper N., "The Framework of Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol.6, No.4.
- Nash D., "Tourism as a Form of Imperialism", *HOSTS and GUESTS*(Univ. of Pennsylvania Press, 1977), V.K.Smith, ed..
- Reynolds T.J. and Gutman J., "Advertising is Image Management", *Journal of Advertising Resrarch*, February/March 1984.
- Travi A.S., "Physical Impacts. : Trends Affecting Tourism," *Tourism Management* (12), 1982.

A Study of Newspaper's Influence on Tourism  
Awareness of Local People

- Focusing on Local Newspapers -

*By Tong-Hun Kim*

*Department of Business Administration  
Graduate School of Business Administration  
Cheju National University*

**Summary**

Today, information is a major part of our daily lives and that is why we are said to be an "Information Society". There are many kinds of mass media which inform us of a variety of information. Newspapers are one major aspect of mass media. Particularly, local papers tell in great detail local information.

In Cheju, the tourism industry has developed very much. This creates much material for local papers to inform local people about the tourism industry and the data given by local papers may change readers' minds.

The purpose of this study is to report the influence of newspaper on tourism awareness of local people.

To accomplish this purpose, 400 Cheju people were given questionnaires of

---

which 360 were returned of which 351 were used for empirical analysis.

This study consists of 5 chapters:

- (1) Introduction
- (2) Theoretical Backgrounds : Mass Media
- (3) Theoretical Backgrounds : Tourism
- (4) Empirical Research
- (5) Conclusions.

Based on the theoretical backgrounds, major hypotheses were established as follows;

- <Hypothesis 1> The degree of tourism influence on local people will differ according to the degree of newspaper contact.
- <Hypothesis 2> The degree of tourism influence on local people will differ according to the degree of newspaper acceptance.
- <Hypothesis 3> The degree of tourism influence on local people will differ according to the degree of interest in newspapers.
- <Hypothesis 4> The actual degree and the future degree of newspaper assessment will differ.

Frequency, the T-test, Paired T-test and Oneway ANOVA by a statistical package, SPSS/PC+(Ver 3.1), were used to analyze each variable.

As the result of the data analysis above the major hypotheses were proven as follows;

1. According to the first hypothesis test, the degree of tourism influence on positive socio-cultural factors is different statistically according to the degree of

contact with newspapers. That is, people who read more are more influenced than those people who read less and those who read more are more influenced positively in connection with factors such as leisure, self-praise and understanding of other culture.

2. According to the second hypothesis test, the degree of tourism influence in positive economic and socio-cultural factors differs statistically according to the degree of newspapers acceptance. That is, people who trust newspapers are more influenced positively in connection with factors such as employment, regional development, income, leisure, self-praise and understanding of other culture than people who have less trust.

3. According to the third hypothesis test, the degree of tourism influence in positive and negative socio-cultural factors and negative environmental factors are different statistically according to the degree of the reader's interest in newspapers. That is, people who are interested in newspapers are more influenced positively in connection with factors such as leisure, self-praise, understanding of other cultures, materialism, decadence, mental conflict between local people, environmental pollution, traffic congestion, ecological disruption by noise more than people who are not so interested.

4. According to the fourth hypothesis test, the future degree of newspaper assessment is higher than the actual degree of newspaper assessment. That is, articles related to tourism industry should be stressed.

Limitations to this study are as follows:

- (1) Samples of data were collected only in the Cheju area, so the results of this study may have the limits of application for other area.
- (2) This study focused on newspapers only. So further studies should include not only newspapers but also such as television, cable television, etc.

- 
- (3) It should find out which one of tourism influence factors will be more positive for local people according to the kind of mess media.



## 설문지

안녕하십니까?

저는 제주대학교 경영대학원에서 석사과정을 밟고 있는 대학원생입니다. 본 설문지는 제주지역 도민들이 관광에 대해 가지는 태도에 지방신문이 어떠한 역할을 하는지 파악하여 연구자료로 활용하고자 하는 것입니다. 응답되지 않은 문항이 포함된 설문은 이용성이 떨어지게 되므로 바쁘시더라도 협조해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

본 설문지는 무기명으로 조사되며, 이를 통해 얻어진 자료는 학술적 목적으로 이용될 것입니다.

응답자 여러분의 가정에 즐거움과 건강이 함께 하시기를 빌며, 설문응답에 협조해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

1996.5.  
제주대학교 경영대학원  
김 동 훈

I. 다음사항은 지방신문에 관한 것입니다.

1. 현재 지방신문은 구독하고 있습니까?

- ① ( ) 그렇다      ② ( ) 그렇지 않다

2. 각 문항에 얼마나 찬성하시는지 해당번호에 ○표해 주십시오.

지방신문의 수용(신뢰)정도	1.매우그림 3.보통 5.전혀안그림다
1) 보도내용과 실체가 다른 경우가 많다	←-1-2-3-4-5→
2) 지방신문은 지방산업발전에 기여한다	←-1-2-3-4-5→
3) 나의 의견과 지방신문의 사실, 쏘점, 해설이 일치할 때가 많다	←-1-2-3-4-5→

3. 각 문항에 얼마나 찬성하시는지 해당번호에 ○표해 주십시오.

지방신문의 관심정도	1.매우그림 3.보통 5.전혀안그렇다
1) 지방신문은 여론을 반영한다	←-1-2-3-4-5→
2) 지방신문 기자들의 자질이 높다	←-1-2-3-4-5→
3) 지방신문의 체계가 잡혀져 있다	←-1-2-3-4-5→

4. 제주지역 신문들(제민일보, 한라일보, 제주신문)은 다음의 각 기능이 어느 정도라고 생각하십니까? 해당번호에 ○표해 주십시오.

지방신문의 기능	1.매우좋다 3.보통 5.극히나쁘다	지방신문의 기능	1.매우좋다 3.보통 5.극히나쁘다
1) 보도기능	←-1-2-3-4-5→	4) 사회감시	←-1-2-3-4-5→
2) 지도기능	←-1-2-3-4-5→	5) 광고기능	←-1-2-3-4-5→
3) 비판기능	←-1-2-3-4-5→	6) 오락기능	←-1-2-3-4-5→

5. 제주지역의 신문들이 관광관련보도에 대해 어느 정도라고 생각하십니까? 해당번호에 ○표해 주십시오.

보도성격	1.강조돼야 3.보통 5.약화돼야	보도성격	1.강조돼야 3.보통 5.약화돼야
1) 보도기능	←-1-2-3-4-5→	4) 감시기능	←-1-2-3-4-5→
2) 지도기능	←-1-2-3-4-5→	5) 홍보기능	←-1-2-3-4-5→
3) 비판기능	←-1-2-3-4-5→	6) 오락기능	←-1-2-3-4-5→

Ⅱ. 귀하는 제주지역이 관광산업에 의하여 지역사회 및 주민에게 미치는 영향에 대해서 어떻게 생각하십니까?

1. 각 문항에 얼마나 찬성하시는지 해당번호에 ○표해 주십시오.

설문내용	1.매우그렇다 3.보통 5.전혀안그렇다
1. 관광관련분야의 고용기회확대	←1---2---3---4---5→
2. 지역개발의 촉진	←1---2---3---4---5→
3. 소득의 증가	←1---2---3---4---5→
4. 경제적 혜택이 관광사업자에 편중	←1---2---3---4---5→
5. 지역경제의 관광에 대한 의존도 증가	←1---2---3---4---5→
6. 물가/토지가 등의 상승	←1---2---3---4---5→
7. 여가활동기회의 증가	←1---2---3---4---5→
8. 지역주민의 자긍심 증가	←1---2---3---4---5→
9. 다른문화의 이해	←1---2---3---4---5→
10. 물질주의/상업주의 심화	←1---2---3---4---5→
11. 매춘/범죄/도박 등 퇴폐주의 증가	←1---2---3---4---5→
12. 주민간 의견대립 심화	←1---2---3---4---5→
13. 환경보존의 관심고조	←1---2---3---4---5→
14. 도로/상하수도/전력/통신 등 기반시설발달	←1---2---3---4---5→
15. 사적지/기념물 등의 보존	←1---2---3---4---5→
16. 쓰레기 등 오염물질 증가	←1---2---3---4---5→
17. 거리가 혼잡/소음증가	←1---2---3---4---5→
18. 자연경관/생태계의 훼손	←1---2---3---4---5→

Ⅲ. 다음은 응답자의 사회통계학적 내용입니다.

1. 귀하의 성별은?

- ①( ) 남성                      ②( ) 여성

2. 귀하의 현재 연령은 어디에 해당됩니까?

- ①( ) 20세 이하              ②( ) 21-30세              ③( ) 31-40세  
④( ) 41-50세              ⑤( ) 51-60세              ⑥( ) 61세 이상

3. 최종적으로 졸업하신 학교는 다음중 어디에 속합니까?

- ①( ) 없음                      ②( ) 초등학교              ③( ) 중학교  
④( ) 고등학교              ⑤( ) 초급/전문대              ⑥( ) 대학이상

4. 귀하의 생활수준은 다음중 어디라고 생각하십니까?

매우높다 ← 1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5 → 매우낮다

5. 귀하가 현재 하고 계신 일(직업)은 무엇입니까?

- ①( ) 농업/어업              ②( ) 회사원              ③( ) 학생  
④( ) 공무원              ⑤( ) 주부              ⑥( ) 자영업  
⑦( ) 기타 (                      )

6. 귀하 또는 귀댁에서 하시는 일은 관광사업(예문참조)과 직접적으로 관련되어 있습니까?(예문: 숙박업, 여행업, 관광객이용시설업, 식당, 유흥업소, 관광농원, 운수업 등)

- ①( ) 그렇다                      ②( ) 그렇지 않다