



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

신문방송학석사 학위논문

부산 시민의 문화기사 이용행태 분석을 통한
문화 관련 보도의 개선방안 연구 :
부산지역 구독자 인식의 IPA 분석을 중심으로



2015년 01월

부 경 대 학 교 대 학 원

신 문 방 송 학 과

서 기 량

신문방송학석사 학위논문

부산 시민의 문화기사 이용행태 분석을 통한
문화 관련 보도의 개선방안 연구 :
부산지역 구독자 인식의 IPA분석을 중심으로

지도교수 이상기

이 논문을 신문방송학석사 학위논문으로 제출함.

2015년 01월

부 경 대 학 교 대 학 원

신 문 방 송 학 과

서 기 량

서기량의 신문방송학석사 학위논문을
인준함

2015년 01월



주 심 철 학 박 사 김 무 규 (인)

위 원 정치학 박 사 한 혜 경 (인)

위 원 문 학 박 사 이 상 기 (인)

- 목 차 -

ABSTRACT

제1장 서론 : 연구의 목적과 연구문제	1
제2장 이론적 배경과 선행연구 고찰	3
1. 문화격차	4
2. 이용과 충족 이론	7
3. 문화보도의 개념과 범주	12
4. 문화보도에 대한 기존연구 동향	14
제3장 연구방법	16
제4장 조사결과	20
1. 조사대상자의 인구통계현황	20
2. 문화격차에 대한 인식	23
3. 문화기사 읽기 실태와 인식 실태	44
4. 문화기사에 대한 IPA 분석 및 활성화방안	58
제5장 결론 및 제언	75

- 표 차례 -

<표 1> 카즈와 블럼러, 결비치가 제시한 연구모형	9
<표 2> 설문문항 구성을 위한 선행연구와 구분방법	16
<표 3> IPA분석을 통한 4분면의 결과 그래프	18
<표 4> 설문지 주요 내용 및 구조	19
<표 5> 조사대상자의 인구통계현황	21
<표 6> 문화정보 습득경로와 일간지 문화보도 평가	23
<표 7> 인구통계학적 특성에 따른 문화정보 습득 경로	24
<표 8> 지난 1년간 문화생활 실태	26
<표 9> 지난 1년간 전통예술공연 관람 횟수	28
<표 10> 지난 1년간 연극 관람 횟수	28

<표 11> 지난 1년간 대중음악공연 관람 횟수	29
<표 12> 지난 1년간 영화 관람 횟수	30
<표 13> 지난 1년간 무용공연 관람 횟수	31
<표 14> 지난 1년간 클래식, 오페라 공연 관람 횟수	32
<표 15> 지난 1년간 미술전시회 관람 횟수	32
<표 16> 지난 1년간 뮤지컬 관람 횟수	33
<표 17> 부산-수도권 문화 수준 비교	34
<표 18> 부산의 문화 수준에 만족하는가	36
<표 19> 수도권과 비교한 부산의 문화 발전 정책 지원 정도	37
<표 20> 문화인프라에 대한 인식 조사	38
<표 21> 지역 문화행사 참여 시 어려운 점	39
<표 22> 현 거주지의 문화시설, 공연 체험기회가 충분한가	41
<표 23> 문화시설, 체험기회가 충분하지 않다고 생각하는 이유	42
<표 24> 문화기사 읽기 실태 현황	45
<표 25> 어떤 측면에서 읽는가	47
<표 26> 문화기사를 볼 때 어떤 기사를 먼저 보는가(3가지 선택)	49
<표 27> 문화기사를 더 중요하게 다룬다고 생각하는가	51
<표 28> 문화기사는 재미있다고 생각하는가	52
<표 29> 문화기사는 정확하다고 생각하는가	53
<표 30> 문화기사는 내용이 풍부하다고 생각하는가	54
<표 31> 나는 문화기사, 보도 등에 대해 관심이 많다	56
<표 32> 나는 문화기사, 보도를 자주 본다	57
<표 33> 문화기사 유형의 평균값과 표준편차	58
<표 34> 문화기사 내용의 평균값과 표준편차	60
<표 35> 문화기사 유형과 종류의 선호도·만족도에 대한 중앙지·지역신문 간 차이	62
<표 36> 문화보도 발전을 위해 기자에게 필요한 것	65
<표 37> 문화보도에 대한 개선점과 문제점에 대한 인식	68
<표 38> 구독 중인 일간지의 문화보도 개선점은	70
<표 39> 문화기사에서 지방지의 문제점은	71
<표 40> 문화보도 관련, 가장 중요한 언론의 역할은	74

- 그림 차례 -

<그림 1> 지난 1년간 문화생활 실태	27
<그림 2> 부산과 수도권의 문화수준 비교	35
<그림 3> 어떤 측면에서 문화기사를 읽지 않는가	48
<그림 4> 문화기사에 대한 응답자의 인식	50
<그림 5> 문화보도 관심 정도	55
<그림 6> 문화기사 유형의 IPA 4분면 산점도	59
<그림 7> 문화기사 내용의 IPA 4분면 산점도	61
<그림 8> 문화보도의 활성화 방안	66
<그림 9> 문화기사와 관련한 언론의 역할에 대한 인식	72
참고문헌	77



국문초록

과거와 달리, 교통 및 통신수단 등의 발달로 인해 문화 접근성과 생활환경이 기하급수적으로 커지게 되었지만, 매스미디어는 여전히 서울에 집중되어 있고, 문화시설 역시 서울에 집약되어 있어 비수도권 지역민들은 문화적 박탈감을 느끼고 있다. 지역사회의 문화는 매스미디어를 통해 발전한다. 그럼에도 지역의 문화를 다루는 신문보도는 심층성 결여 등에 대한 비판이 이어져왔고, 그 원인을 규명하는 연구 역시 활발히 이루어져 왔다. 이에 따라 기존 연구에서 드러난 문제의식에 입각하여 부산지역 신문구독자를 대상으로 수용자 의식조사 연구를 하게 되었다. 먼저, 부산시민의 문화향수실태조사와 문화격차에 대한 인식 조사를 실시했다. 문화생활 관련 정보 습득 경로 등과 함께 부산시민들은 문화생활을 얼마나 하고 있고, 수도권과 부산지역의 문화격차에 대해서는 어떻게 생각하는지를 알아보았다. 이어, 문화기사에 대한 독자들의 구독실태와 문화보도에 대한 인식을 조사했다. 특히 지역신문은 전국을 대상으로 하는 중앙지 보도행태와 달리 지역밀착형 뉴스 제공을 통해 지역사회의 대변자 역할을 한다는 연구자의 의식적인 배경이 깔려있다. 또, 신문의 문화적 기능에 대한 기존 연구에 의거해서 아래와 같이 3가지 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1: 부산 시민들의 문화격차에 대한 인식은 어떠한가?

연구문제 2: 부산 시민들의 문화기사 읽기와 인식 실태는 어떠한가?

연구문제 3: 문화기사에 대한 IPA 분석은 어떠하며, 개선방향은 무엇인가?

연구문제 1의 분석을 위해 문화정보 습득경로와 문화보도에 대한 평가는 어떤지 알아보고 문화경험 등에 관한 설문을 실시했다. 그 결과, 문화관련 정보 습득 경로에 대해서는 인터넷, 신문, TV 순으로 응답해 여전히 신문이 주요 경로가 되고 있음을 알 수 있었다. 그러나 지역문화행사 참여에 있어 가장 어려운 점을 설문한 결과에서는 ‘관련 정보 부족’이라는 응답이 가장 높은 응답률을 나타냈다. 또, 문화격차에 대한 인식은 부산과 수도권의 문화 수준 비교에서 거의 모든 항목에 대해 ‘불만족’ 응답률이 가장 높게 나타났다. ‘수도권과 비교한 문화 수준’, ‘문화인프라 구축 정도’, ‘문화 접근성’, ‘문화발전 정책 지원 정도’, ‘개최되는 문화 행사의 다양성’ 모두 ‘불만족’ 응답률이 확연히 높게 나타났다.

연구문제 2의 분석 결과, 지역신문 구독자를 대상으로 ‘지역문화기사 중 관심을 끈 기사가 있는가’라는 질문에 ‘없다’는 응답자가 ‘있다’는 응답자 보다 3배 정

도 많은 것으로 조사되었다. 또, 부산지역 구독자를 대상으로 문화기사에 대한 다양한 설문 문항의 종합적인 결과를 요약해보니 문화기사가 별로 중요하지 않게 다루어지고 있음을 알 수 있었다. 우선 문화기사에서 직접 취재하지도, 기사 작성에 전혀 관여하지도 않는 ‘통신사에서 제공하는 기사’를 빈번하게 활용하는 것을 확인할 수 있었고, 주로 접한 문화보도의 유형은 기자의 시각이 담긴 기사가 아닌, 문화행사나 생활 등에 대한 단순보도라는 것이다. 또, 5점 척도 설문결과에서도 문화기사의 내용이 풍부하지 않다는 것을 확인할 수 있었다.

문화보도 인식 조사에서는 문화기사에 대한 관심도와 문화기사 구독시간, 문화기사 구독빈도 등을 알아보았다. 그 결과 주로 ‘보통’응답이 많았지만, 다음으로 ‘오래 읽는다’와 ‘자주 본다’는 ‘아니다’라는 응답 역시 높게 나타났다. 또, 문화기사에 대한 관심과 구독빈도를 중앙지와 지역신문으로 나누어 조사한 결과 중앙지 구독자가 지역신문 구독자보다 문화기사에 대한 관심과 구독빈도가 높은 것으로 조사되었다.

연구문제 3은 문화기사의 유형과 내용에 대한 선호도·만족도 조사이다.

일시 문화기사 유형을 보도, 해설·칼럼·비평, 인터뷰·대담, 기획·연재, 기타(통계·르포·가십)으로 구분했다. 이들 중 기획·연재, 인터뷰·대담, 보도는 선호도와 만족도가 모두 높은 ‘좋은 성과의 지속관리 요망’이라는 결과가 나왔다. 반면 해설·칼럼·비평은 선호도는 높으나 만족도가 낮은 것으로 나타나 ‘적극 관리 요망’이라는 결과가 나왔고, ‘기타’는 선호도와 만족도가 모두 낮은 영역으로 ‘낮은 우선순위’영역을 나타냈다. 또, 문화기사 내용별 분석에서는 영화, 가요, 연극이 선호도와 만족도가 모두 높은 것으로 나타났다. 반면, 역사문화유산과 서양음악, 전통예술, 무용은 선호도와 만족도가 모두 낮게 나왔다. 미술과 문학은 선호도는 낮는데 만족도는 높아 ‘과잉노력 지양’의 결과를 기록했다. 또, 중앙지 구독자와 지역신문 구독자의 선호도·만족도 비교 결과, 해설·칼럼·비평과 인터뷰·대담의 선호도·만족도는 중앙지 구독자가 지역신문 구독자보다 더 높은 것으로 나타났고, 보도기사의 경우는 반대로 지역신문 구독자가 중앙지 구독자보다 더 높은 것으로 결과가 나왔다.

제1장 서론 : 연구의 목적과 연구문제

문화는 그 사회를 이해하는데 있어서 중요한 부분이 된다. 오랜 기간 지역민들이 서로 공유한 생활양식이기 때문이다. 고숙희(1997)는 지역적 특성을 담고 있는 문화는 해당 지역민에게 자긍심과 자부심을 제공하는데 이는 지역민간의 다양한 문화 공유 경험으로 구성된다고 설명했다. 또, 우리가 공유하는 문화는 매스미디어를 통해 발전하고 있다(마정미, 2009). 오랜기간 지역민들이 공유한 생활양식이 문화라면, 매스미디어는 불특정다수에게 대량의 정보를 전달하는 매체로, 문화 공유의 수단이 되기 때문이다. 그러나 막상 문화를 다루는 신문 보도의 경우, 심층성 결여 등에 대한 비판이 이어져 왔다. 그 원인을 규명하는 연구 역시 그동안 활발히 이루어져 왔다.

지역의 고유한 문화적 색채가 뚜렷했던 과거와 달리, 현대 사회는 통신 및 대중교통수단 등이 발달하면서 문화에 대한 접근성과 생활반경이 기하급수적으로 커지게 되었다. 그러나 여전히 대중문화의 주 생산지인 매스미디어는 서울에 집중되어 있고, 문화시설 역시 서울에 집약되어 있다. 이로 말미암아 비수도권 지역민들은 문화적 박탈감을 느끼고 있다. 이와 함께 전국이 일일생활권이 된 오늘날에는 수도권과 지역 간의 문화 격차에 대한 관심이 증대되고 있다.

이러한 상황에서 본 연구는 문화기반시설에 대한 수도권과 부산의 차이에 대해 부산지역 주민들의 인식을 먼저 살펴보고, 이러한 문화격차 해소를 위해 언론의 문화관련 보도(중앙지 및 지역지)가 어떻게 개선되어야 할 것인지를 밝혀보고자 한다. 동시에 부산 지역에서도 동서 격차를 언급하는 만큼 부산지역 주민을 크게 두 집단으로 대별하여 문화에 대한 인식 및 문화기사 이용 실태 등을 살펴볼 것이다.

김선남·최용준·이영원(2010)은 문화 관련 보도 담당 부서의 경우 기자 수가 다른 분야에 비해 인력이 부족한 실정이라고 지적했다. 실제로 일부 일간지 문화부는 한두 명의 기자가 문화 분야를 모두 담당해 기사를 작성하는 경우도 많다. 이러한 취재 시스템에서는 현장 취재가 거의 불가능하기 때문에 풍부한 리뷰나 르포, 해설 또는 기획 기사를 충분히 제공할 수 없다. 이는 문화 보도가 다른 분야에 비해 중요하지 않게 다루어진다는 사실을 방증한다. 신문사의 문화부는 대부분 별도의 출입처 없이 보도 자료에 의존하는 비생산적인 취재시스템으로 운영된다. 심지어 보도자료의 잘못 적힌 글귀나 단어가 검증되지 않고 그대로 기사에 실리는 경우도 많다. 과중한 업무량은 문화부의 조기마감 시간제와 맞물려 문화 보도의 ‘한계’를 낳게 되는 것이다.

이와 유사한 맥락에서 많은 연구자들(고영철, 2006; 이미숙, 2004; 장호순, 2004;

김민주,2003; 박선영,1999 등) 역시 신문이 지역문화 활성화에 그 역할을 다하지 못한다고 지적했다. 이들은 신문의 문화보도가 지역 고유의 문화를 소개하는데 소홀함을 실증적으로 규명하고 문화보도가 단순 홍보기사에 불과하다고 비판했다. 특히 지역신문은 지역사회 주민들에게 지역 이슈를 전달하는 지역의제 설정에 효과적이며, 지역사회 내의 정책 결정자들의 소통에 효율적임에도 불구하고 그 역할을 다하지 못하고 있다는 지적이다.

이러한 기존 연구는 신문의 문화 지면 분석에 치중되어 있고, 수용자 의식에 관한 구체적인 조사는 거의 다루고 있지 않다.

이에 따라, 본 연구의 목적은 신문의 문화보도에 대한 독자의 인식이 어떤지 알아보고 응답자의 인식과 실제 취재·보도 실태를 비교 검토하기 위해 수행되었다. 이같은 연구목적을 달성하기 위해 본 연구는 다음과 같은 연구문제를 다루고자 한다.

첫째, 부산 시민들의 문화격차에 대한 인식은 어떠한가?

먼저, 수도권과 지방간의 문화 불균형 현상의 심화에 있어 무엇이 그러한지 구체적인 이유와 근거를 살펴보고자 한다. 실제로 우리는 수도권과 지방간의 문화 불균형 현상이 더욱 심화되고 있다고 하면서도 구체적인 근거를 제시하지 못하고 있다. 이러한 현상은 지역문화현상에 대한 실증적 연구의 부족 때문에 생기는 문제라고 할 수 있다. 이에 따라 지역주민들이 그간 어떤 문화를 향유해 왔고 부산 지역의 문화접근성과 문화인프라 등에 대해서 어떻게 생각하는지 알아본다.

둘째, 부산 시민들의 문화기사 읽기와 인식 실태는 어떠한가?

부산지역 구독자들이 읽고 있는 중앙지와 지역신문이 문화적 기능을 잘 하고 있는지 알아보기 위해 먼저 독자들이 문화 기사를 얼마나 읽고 있는지 알아볼 필요가 있다. 신문의 문화적 기능이란 사회의 각 체계와 구성원들에게 필요한 문화 정보를 수집·전달해줌으로서 각 체계가 서로에게 효과적으로 적응하면서 전체사회로 조화를 이루도록 하는 것이다. 신문의 문화적 기능 발현은 문화적 생산물의 내용, 즉 보도내용을 통해 이루어진다고 볼 경우 문화기사 읽기 실태가 어떠한지 살펴볼 필요가 있다.

셋째, 문화기사에 대한 IPA분석은 어떠하며, 개선방향은 무엇인가?

문화기사의 내용별·유형별 선호도와 만족도 조사를 통해 문화기사의 개선방향을 살펴보고자 한다. 이에 따라 선행연구를 참고하여 문화기사의 유형분류는 보도, 해설·칼럼·비평, 인터뷰·대담, 기획·연재, 통계·르포·가십 으로 구분하고 문화기사의 내용분류는 문학, 미술, 서양음악, 전통예술, 무용, 연극, 영화, 가요·연예, 역사문화유산 등으로 구분하여 t-test 등을 실시하고자 한다. 이와 함께 문화보도의 개선방향을 짚어보고자 한다.

이러한 문제를 밝히고자 하는 목적에서 부산지역의 중앙지와 지역일간지 구독자들이 신문의 문화기사를 얼마나 읽는지를 알아보고 신문의 문화보도 경향과 개선점, 보도의 활성화 방안 등에 대한 구독자의 생각을 살펴보고자 한다.



제2장 이론적 배경과 선행연구 고찰

1. 문화격차

문화격차에 대한 논의를 위해서는 먼저 문화와 격차의 개념이 무엇인지 분명하게 정의할 필요가 있다(박용치, 2003). 다수 학자들의 다양한 정의에도 불구하고, 문화의 개념에 대해 다수가 동의하는 정의란 아직 이루어지지 못했다(장혜미·김재범, 2014, 재인용). 타일러(Tyler, 1871, 7쪽)는 문화의 정의에 대해 “지식, 신념, 예술, 규범, 법, 관습, 정신적으로 반영된 것들에 관한 사회현상으로, 전통적이지만 자주 변하는, 참여자들의 행동패턴을 말하는 사회의 복잡한 속성”이라고 하였다. 즉, 문화는 다양성, 개성화, 지역자치화 등의 속성을 가진다.

또, 격차에 대해서 박용치(2003)는 동질적인 것 가운데 존재하는 양적인 차이라고 정의했다. 일반적으로 관계대상들이 갖는 어떤 속성의 상이한 정도를 말한다. 따라서 격차는 비교대상이 복수이고 비교 기준이 전체 대상에 동일하게 적용되어야만 측정이 가능하다. 두 가지 개념을 접목하면 문화격차에 대한 정의는 다음과 같다. 문화격차란 “문화 활동에 대한 접근과 이용이 각 개인마다 다르게 작용하는 문화 불평등 현상”이라고 정의할 수 있다. 조권중(2004)은 문화격차를 “경제적, 지역적, 신체적 또는 사회적 여건으로 인해 문화에 접근하거나 향수할 수 있는 기회에 있어서의 차이로 문화 주체 간에 존재하고 인식되는 문화접근도와 향수수준의 차이”로 해석했다. 문화격차에 대한 선행연구는 크게 거시차원과 미시차원으로 나눌 수 있다. 거시차원은 문화격차 현상의 시대적 흐름과 변화를 살펴보는 것이며, 미시차원은 문화격차의 개인별 특성을 분석하는 것이다. 이를 살펴보면 다음과 같다.

1) 거시차원의 연구

이 분야의 연구들은 거시차원에서 문화격차의 시대적 흐름을 분석하고 있다. 특히 시대적 흐름에 따라 사회경제적 격차에 따른 문화향유 불평등성에 주목한다. 예를 들면, 뉴미디어나 인터넷의 활용을 통한 문화격차 해소에 관심을 가지는 연구들이다(Bawden, 2002, p.24-26). 또한 사회자본의 쇠퇴, 가족구조의 변화, 문화예술기술의 변화 등 전반적인 추세흐름을 거시적 조망을 통해 문화예술 향유의 감소현상을 다루는 연구도 있다(DiMaggio and Mukhtar, 2004). 이러한 연구들은 시대별 문화행태에 대한 시계열 자료를 활용하여 문화활동 참여나 격차의

시대적 특성을 분석하는 것이다. 캐나다 예술위원회의 연구보고서도 이러한 부류에 해당된다. 이 보고서에 따르면 지난 1986년부터 1998년까지 대규모 문화예술조직에서 제공한 공연이나 행사가 대폭 감소하고 이로 인한 이들 조직의 수입도 감소했다고 한다. 또한 지난 1992년부터 1998년까지 공연티켓가격은 약 31%전도 상승했음을 보여준다. 또한 문화예술의 공급측면 요소(문화예술 서비스와 상품 수준), 사회인구학적 변화(이민자와 노인 집단의 증가), 여가시간의 선호도 변화도 문화예술 관람변화와 연관되어 있다고 주장한다(The Canada Council for the Arts, 2001). 한편, 거시적 문화흐름에 대한 연구도 있다.

이를 통해 간접적으로 문화격차 현상을 음미할 수 있다. 예를 들면, DiMaggio(1987)의 문화분류 연구는 문화상품서비스의 생산분배 구조와 문화 취향을 중심으로 거시차원의 문화분류체계(artistic classification systems)를 보여준다. 힐리(Healy, 2002)는 문화격차 차원을 넘어 문화예술 부문의 생산과 소유를 신경제 차원의 거대한 흐름 속에서 다루었다. 문화예술 부문의 상품과 서비스를 창조적 부문과 계급의 출현이라는 시각에서 바라보는 것이다.

국내 연구는 이러한 주요 선진국의 학술적 연구흐름과 달리 그동안 문화격차 혹은 문화향수실태 보고서 형태로 이루어져 왔다(문화관광부·문화관광정책연구원, 2000; 2003; 2006). 여전히 문화격차의 시대적 흐름을 종합적으로 조망한 학술 연구는 부족하다. 문화격차는 단발적으로 발생하는 문제가 아니다. 문화격차 과거에도 존재했고, 현재에도 존재하며 앞으로도 존재할 가능성이 큰 것이다. 이에 따라 수용자들의 인식정도를 알아보고 문화보도가 문화격차 해소를 위해 나아가야 할 방향을 모색할 필요성이 있다.

2) 미시차원의 연구

미시차원에서 문화격차에 대한 요인으로 소득과 교육 같은 사회경제적 변수, 성별과 나이와 같은 사회인구학적 변수, 지역과 같은 지리 변수 등을 활용하고 있다. 예를 들면 경제적 변인으로는 가구소득(조현성, 2003; 서울시정개발연구원 공개토론회 자료, 2004; 1997년 미국 NEA 조사자료)을 사용하며, 지리적 요인으로는 문화시설의 분포와 교통시설(Bawden, 2002)에 주목하고 있다. 2006년 서울신문과 한국리서치가 조사한 결과를 보면, 학력과 소득이 높을수록, 전문직일수록, 대도시에 거주할수록 각종 문화예술 행사 관람 비율이 높게 나타났다(서울신문, 2006년 4월 17일 3면). 지난 2005년 교양오락서비스 지출금액에 대한 통계청 가계조사 결과 가구 소득 상위 10%의 경우 월 평균 250,700원인 반면 하위 10%의 경우 31,400원으로 약 8배 정도 높아 문화 소비의 양극화 현상이

심각함을 보여준다(서울신문, 2006년 4월 17일자 3면). 지역간 문화격차 현상도 심각하다. 티켓링크가 2003년부터 3년동안 조사한 티켓 구매현황을 보면, 서울 시민이 54%로 나타났고, 다음으로 경기도가 25%로 이들 수도권이 80%를 차지하고 있다. 그리고 서울의 강남구(15%), 서초구(10%), 송파구(7%) 등 3개 지역이 이 기간동안 판매된 총 티켓의 32%를 차지하고 있다(동아일보, 2006년 11월 23일 15면). 그밖에도 선행연구는 교육, 성별, 나이, 인종과 같은 사회 인구학적 변수 그리고 경험이나 부모의 습관, 교사의 교육변수에 관심을 가졌다(Van Eijck, 1997). 디마지오와 유심(DiMaggio와 Useem, 1978b)의 연구는 지난 1978년 미국에서 문화격차는 화이트 컬러와 블루컬러 직업간, 흑백 인종간, 교육간 격차와 연관되어 있다고 주장한다. 지난 1960년대부터 미국정부의 문화예술이다. 이 연구는 인종 간 문화 민주주의 장애 요인으로 문화예술행사에 대한 정보 부족, 참여동기의 저조, 문화교육의 부족, 문화연결자의 부족 등을 꼽고 있다. 나이 변수도 문화격차의 주요 변인이다. 예를 들면, Stichele&Laermans(2006)의 연구는 나이 변수에 주목하여 벨기에 플란드르(Flanders)지역을 대상으로 한 조사에서 노년층일수록 문화활동이 왕성함을 보여준다. 미국의 경우 인종도 중요한 문화격차 유발요인이다. DiMaggio와 Ostrower(1990)의 연구는 인종간 문화교류가 단절되어 있고 서로 자기 분야의 고유한 문화예술 영역에 편향된 문제점이 있음을 보여준다. 유럽전통의 고급문화예술 부문의 경우 흑백간 교육격차에 따른 문화격차가 그대로 존재하지만 재즈 콘서트나 뮤직 등에서는 흑인의 참여가 높다. 한편, 문화예술가와의 교류나 문화교육의 유무와 같은 개인의 경험도 문화예술에 대한 선호 형성에 영향을 주어 문화활동과 문화비 지출행태에 영향을 준다. 이들은 사회화 과정이나 교육과정에서의 문화경험을 증시한다. 여기서는 다양한 문화나 예술에 대한 선호나 거부감, 이해력과 같은 심리적 요소가 주목받는다(Dumais, 2002). 특히 Hirsch(1987)는 문화문해력(cultural literacy)변수가 생애 과정에서 문화활동에 큰 영향을 준다고 주장한다. 국내에서도 손진은의 연구(2005)가 문화리터러시로서 문학교육의 중요성을 강조한다. 이 연구는 문학과 문화의 결합·전이 양상에 주목받고 대중가요, 시, 문학, 영화 등 문화와 문학텍스트의 통합수단으로서의 문학교육의 역할을 강조한다.

3) 국내연구의 한계

최근 문화격차에 대한 관심은 높아지고 있으나 이에 대한 진단 및 원인파악이 종합적으로 이루어지지 않고 있다. 문화격차 현황을 다루는 보고서는 다수 출간

되고 있지만 실제 학계에서 이와 관련된 엄밀한 분석은 미흡하다(정광호·최병구, 2006, 재인용). 예를 들면, 김경옥의 연구(2003)는 문화민주주의에 대한 개념과 주요 내용을 소개하면서 문화접근성의 중요성을 역설하고 있지만 문화격차에 대한 실증연구가 아닌 이론적 논의에 한정되고 있다. 국내에서 문화격차에 관한 실증연구는 주로 연구원의 보고서 형식으로 제시되어 왔다. 대표적 보고서로는 문화관광정책연구원의 문화향수실태조사와 서울시정개발연구원의 보고서 등이 있다(문화관광부·문화관광정책연구원, 2000). 그 밖에 도농간 교육·문화격차를 다룬 논문(최민호·정지웅·김성수, 1990)이 있고, 도시지역간 경제·문화·사회복지 측면의 지역격차를 다룬 논문(최윤정·이금숙, 2005)이 있을 뿐이다.

2. 이용과 충족 이론

매체의 발달에도 불구하고 신문은 여전히 문화생활의 정보습득에 주요경로가 되고 있다. 따라서 부산 시민들이 어떻게 신문을 이용하고 문화기사의 유형과 내용에 따라 어느 정도 만족하고 있는가 등을 연구하는 것은 가치가 있을 것이다. 이 의문에 대한 유용한 접근은 이용과 충족 모델을 이용하는 것이다. 이 방법론은 미디어 이용자들이 미디어의 선택에 있어 능동적이라고 생각한다. 신문은 사람들이 능동적으로 이용하는 미디어의 대표적인 예다. 따라서 사람들이 신문을 어떻게 이용하고 있는가를 알기 위해 이용과 충족 모델을 이용할 수 있다.

이용과 충족 이론은 커뮤니케이션 과정에 있어 능동적인 이용자의 역할에 중점을 두고 전개된 이론이다. 매스커뮤니케이션의 효과를 과소평가하던 ‘한정효과이론’ 또는 ‘소효과이론’에 대한 반작용으로 나타난 이 이론은 커뮤니케이션 과정에 있어 능동적인 이용자의 역할에 중점을 두고 전개된 이론이다. ‘미디어가 수용자에게 무엇을 하느냐?’가 아니라 ‘수용자들이 미디어로 무엇을 하느냐?’는 관점에서 나온 이론이다. 이용과 충족은 미국의 커뮤니케이션 학자 카츠(Elihu katz)에 의해 1959년 처음 제기됐다. 이는 매스커뮤니케이션 연구를 위한 하나의 접근방법 내지 연구 모형이다. 즉, 미디어를 통한 인간들의 상호작용은 그들이 미디어의 내용을 어떻게 이용하며, 또한 미디어의 내용으로부터 어떠한 충족을 얻고 있는가에 대한 고찰에 의해서 더 정확하게 설명될 수 있다는 것이 카츠가 내세운 소위 ‘이용과 충족 이론’의 요체다. 이런 이용과 충족이론 입장에서 볼 때 미디어의 메시지는 수용자의 욕구와 필요에 반응하는 것이며, 매스미디어가 특정한 메시지를 전달하는 것은 그에 대한 수용자의 필요와 욕구가 존재하기 때문이라는 것이다. 여기에서 ‘이용’이란 이 이론의 가장 핵심적인 부분으로, 수용자의 매체

이용 행위와 그 행위를 구성하는 이유에 대한 이해를 돕는다. 수용자의 대중매체 이용은 여러 가지 의미로 해석될 수 있다. 우선 매체를 단순히 인지하는 행위 그 자체, 그 노출과 동의의 의미로 사용될 수 있다. 다른 측면에서는 특정 매체 이용이 특정 상황에서 수용자에 의해 이용됨으로써 어떤 기능을 수행하고 어떤 만족을 주는가와 같은 일련의 복잡한 과정을 뜻하기도 한다(허상천, 2004).

카츠의 이같은 이용의 개념은 수용자의 능동성에서 비롯됐으며 전체 매스커뮤니케이션 과정을 ‘수용자의 미디어 이용과 그에 따른 욕구 충족과정’으로 설명했다(차배근, 2001). 다시 말해 특정 미디어가 강력한 영향력을 갖더라도 수용자들이 사회적·심리적 환경 등으로 인해 미디어를 사용하지 않는다면 미디어는 그 개인에게 아무런 영향력을 행사할 수 없다는 것이다.

카츠는 이용과 충족 접근 방법이 내재적인 일관성을 갖는 일련의 가정아래에서 연구가 행해지고 있음을 다음과 같이 말하고 있다. ‘이용과 충족이론’의 기본 가정은 다음과 같다.

첫째, 이용자는 능동적인 존재로서 미디어 이용은 대부분이 목적 지향적이다. 이것은 대부분의 미디어 접촉 유형이 미디어 내용에 대한 이용자의 기대에 의해 결정된다는 것이다. 둘째, 커뮤니케이션 과정에서 이용자가 욕구 충족과 관련된 미디어 선택의 결정권을 갖는다. 셋째, 미디어는 욕구 충족에 이용되는 다른 정보원들과 경쟁한다. 즉 미디어가 이용자에게 유일한 욕구 충족원이 아니므로 여러 다른 기능적 대안들이 고려되어야 한다는 것이다. 넷째, 미디어들은 이용자 자신에 의해 제공된 자료로부터 파생되어진 것일 수 있다. 즉, 이용자들은 자신들의 관심과 동기를 표현할 만큼 친숙한 언어로 표현할 수 있는 정보를 제공하고 있으며, 거기서 추출된 자료는 이용자들의 흥미나 동기를 불러일으킨다는 것이다(이정춘, 1986).

커뮤니케이션 효과에 대한 전통적인 연구와 비교해 볼 때 ‘이용과 충족’의 접근 방법은 그 출발점으로서 미디어의 메시지보다는 오히려 미디어 이용자를 취하고 있으며 미디어와의 그들의 직접적인 경험을 통하여 그들의 커뮤니케이션 행동을 탐색해 보자는 것이다. 이 접근 방법은 이용자들을 미디어를 쫓아서 피동적으로 행동하는 존재가 아니라 미디어를 능동적으로 이용하는 존재로 본다.

이러한 가정아래 행해지는 이용과 충족 접근 방법은 수용자의 내적과정을 수용자의 욕구에 의한 미디어 이용과 그에 따른 욕구 충족 과정으로 파악하여 매스커뮤니케이션 과정을 명확히 이해하려는 입장을 취하고 있다.

그리고 이용과 충족 이론에서 나타나고 있는 미디어 이용형태에 관한 연구들에서는 새로운 미디어를 이용하는 수용자들의 소비 행위와 수용자들의 심리적인 미디어 이용 동기는 밀접한 관계가 있는 것으로 보았다. 수용자들의 미디어 선택 행위는 이러한 심리적인 동기와 사회적 경험에 기초한 다양한 욕구에 의해 결정

된다고 하였다(송경희, 1998).

카츠는 앞서 말한 미디어와 관련된 욕구를 다음과 같이 구분하여 설명했다. 첫째, 정보나 지식에 대한 이해를 강화하는 것과 관련된 인지적 욕구. 둘째, 감정적인 경험을 강화하는 것과 관련된 감정적 욕구. 셋째, 믿음이나 확신, 안전, 지위 등을 강화하려는 자신의 통합을 위한 욕구로 인지적 욕구와 감정적 욕구가 복합된 욕구. 넷째, 가족이나 친구집단과 접촉하려는 사회와의 통합을 위한 욕구. 다섯째, 자신과 사회적 역할의 접촉을 약화시키는 도피나 긴장완화 등과 관련된 긴장해소의 욕구 등이 바로 미디어와 관련된 수용자의 욕구다. 이런 이용고 충족이론의 패러다임 또는 연구모형에는 여러 종류가 있다. 그 중 대표적인 것으로는 카츠와 블럼러(Blumler), 걸비치(Gurevitch)가 제시한 연구모형과, 로젠그렌(Rogengren)이 제시한 연구모형이 있다.

<표1> 카츠와 블럼러, 걸비치가 제시한 연구모형



출처: 『매스커뮤니케이션 효과 이론』 (246쪽), 차배근, 2001, 서울 : 나남.

카츠와 블럼러, 걸비치는 1974년 이용과 충족이론의 패러다임을 다음과 같이 설명했다.

첫째, 사회적이고 심리적 근거를 갖는 이용자의 욕구(Need)가

둘째, 미디어 또는 비 미디어에 대한 다양한 기대를 낳고 (Expectation)

셋째, 그 다양한 기대에 따라 미디어 접촉 행위가 달라지고

넷째, 행위의 결과로 욕구가 충족(Gratification)됨으로써

다섯째, 결국에 가서는 또 다른 결과를 낳는다는 것이다.

카츠 등의 연구는 <표1>에서 제시된 것처럼 왼쪽에서부터 오른쪽 방향으로 하나씩 연구해 나갈 수 있고, 반대로 오른쪽에서부터 왼쪽방향의 단계별로 진행시켜 나갈 수도 있다. 단, 어디서부터 출발하든 간에 모든 연구는 기술적, 미학적, 이념적 또는 그 밖의 엘리트주의적 입장보다는 수용자 중심의 입장에서 미디어 소비행동의 탐구에 궁극적 목적을 뒀야 한다고 강조했다(유은정,2005). 이처럼 수

용자의 내적 욕구를 강조한 카츠의 이론은 그 후속 연구라 할 수 있는 기대-평가 이론에서 더욱 견고해진다. 팜그린과 로젠그린은 각각 이용과 충족 연구와 관련해서 미디어의 이용현상을 기대와 평가라는 차원에서 정리했다.

또 이용과 충족이론의 패러다임에서 가장 널리 이용되는 것은 로젠그린의 모형이다. 그는 사람들이 미디어를 이용하는 과정에서 특정 욕구를 만족시키고자 하는 ‘기대’를 가지고 있으며, 미디어 이용 후에는 개인의 가치판단과 평가과정 속에서 만족감을 갖는다는 것이다. 이 과정에는 개인을 둘러싼 심리적·사회적·문화적 변인들과 욕구들이 가치판단에 개입하게 된다는 것이다. 이용과 충족 이론의 연구방법에는 크게 네 가지가 있다. 첫 번째는 수용자의 특정 언론매체나 특정 프로의이용 동기를 고찰해보는 연구다. 두 번째는 이러한 언론매체 이용 동기를 유발하는 사회 심리적 요인을 찾는 연구이다. 세 번째는 언론매체 이용 동기와 언론매체 소비행태와의 관계를 분석하는 연구다. 네 번째는 이용과 충족 이론을 효과이론으로서 확립시키려는 시도 연구다(허상천, 2004). 이처럼 이용과 충족의 시각은 매스미디어와 함께 무엇을 하거나, 미디어에 대하여 주도권을 행사하는 수용자를 능동적 이용자임을 제시하여 매스 커뮤니케이션 과정에 대한 새로운 이해를 가능케 했다. 특히 능동적인 인지적 개입이 수반되는 인터넷이 등장한 이후 매스 커뮤니케이션 학자들은 이용과 충족 접근의 방법론적 연구 및 패러다임 또는 모형들에 크게 관심을 기울이기 시작했다. 이용과 충족 연구는 이러한 개인의 사회적·심리적 변인들을 포함하여 미디어 이용 동기는 무엇인가? 사람들은 그들의 욕구를 충족하기 위해 미디어를 어떻게 이용하는가? 의 이용 동기, 미디어 이용 결과로서 매스미디어의 영향과 기능은 무엇인가? 라는 연구목표에 대한 이해를 추구해왔다. 이렇듯 미디어 이용 동기는 수용자가 자신의 욕구를 충족하기 위한 이유를 가지고 미디어를 구독하거나 청취하거나 또는 시청하게 된다는 것을 직접적으로 측정하기 어려운 욕구를 경험적으로 측정하여 실재화한 것이다. 즉, 미디어 이용 동기란 수용자가 미디어를 이용할 때 어떤 이유 때문에 이용한다는 것을 말한다. 즉 신문을 보는 이유와 텔레비전을 시청하는 이유, 인터넷을 접속하는 이유 등 미디어에 대한 일반적인 이용 이유를 말하는 것이다.

이문자(2005)에 따르면 이용과 충족 연구에서는 미디어의 특성에 따라 충족되는 욕구 종류가 서로 다를 수 있다고 가정한다. 때문에 각 미디어에 따라 매우 다양한 미디어의 이용 동기들을 발견해왔다.

신문의 이용 동기를 분석한 연구들은 연구의 대상이 매체이냐, 내용이냐에 따라 또는 각국의 문화적 차이에 따라 다르게 나타난다고 밝혔다. 베렐슨(Berelson)은 수용자들의 신문 이용 동기로 정보욕구, 사회적 권위, 사회적 접촉, 휴식 등으로 분류했다. 이후 맥콤과 아인시델(MnCombs & Einsicdel)은 첫째, 최근 사건을 알기 위해. 둘째, 무엇이 중요한가를 결정하기 위해. 셋째, 즐기기 위해. 넷째, 시

간을 보내기 위해 등 4가지의 인자로 구분했다(유영돈, 2009, 재인용). 여기에다가 팜그린(Palmgreen)은 일반적 정보추구와 의견 유용성, 오락 대인적 유용성, 유사 사회적 상호작용 등으로 수용자의 동기를 제시하였다. 빈센트와 바실(Vincent&Basil)은 대학생들의 뉴스미디어 소비패턴과 전통적인 뉴스의 만족기능간의 관계를 검증한 연구에서 이용과 충족 이론 틀을 활용했다(유영돈, 2009, 재인용). 대학생들의 뉴스 미디어 이용 동기로 환경감시 욕구와 도피, 지루함 탈피, 오락 등을 제시했다. 연구결과 학년이 높아갈수록 미디어 소비와 그것의 중요성을 인식하게 되며 환경감시 욕구가 높아졌다. 환경감시 욕구는 매체 이용수준과 정적상관관계를 가지며, 오락 욕구가 높을수록 인쇄매체보다는 텔레비전 등 전파매체를 많이 이용하고, 최근 사건을 알기 위해서는 전파매체보다는 신문 등 인쇄 매체를 선호했다(강아름, 2006). 김민기(1998)는 이와 맥을 같이하여 일반적인 신문매체의 이용 동기로는 정보 동기, 오락동기, 습관동기, 긴장해소 동기, 자극충분 동기, 시간보내기 동기, 동반자역 동기, 현실도피 동기, 대인교류 동기, 상징적인 상호교류 동기, 성적 흥미 동기, 학습 동기, 환경감시 동기, 기분전환 동기 등으로 구분한다. 실제로 조성호(2003)는 중앙지와 지역신문에 대한 이용 동기에 대해 연구하며, 두 신문의 구독 요인에 대해 습관적 소일, 대인관계, 지역 및 실생활정보, 환경정보 등의 4가지 요인으로 나누고 그 하위 차원을 다음과 같이 제시했다. 첫째, 습관적 소일에서는 습관적으로, 긴장을 풀기 위해, 복잡한 현실을 잠시 잊기 위해, 흥미 있는 이야기를 찾기 위해, 무료한 시간을 보내기 위해 등이다. 둘째, 대인관계에는 다른 사람의 생각을 알기 위해, 어떤 문제의 해답을 알기 위해, 다른 사람과의 대화를 위해, 다른 사람에게 정보 전달을 위해 등이다. 셋째, 지역 및 실생활정보에는 유익한 생활 정보를 얻기 위해, 다양한 정보를 얻기 위해, 지역 소식을 알기 위해 등이 있다. 넷째, 환경정보에는 국내 뉴스를 알기 위해, 신속한 정보를 얻기 위해 등이 있다. 한국언론재단의 '2008 언론수용자 의식조사'에서 전국 독자들을 대상으로 한 신문 이용 동기는 중앙지나 지역지 공히 '생활정보나 지식을 얻기 위해'가 가장 높았고, 그 뒤를 이어 '습관적으로'와 '뉴스를 보기 위해' 등으로 나타났다. 인터넷 이용 동기 연구는 인터넷 성장과 상호 작용성이라는 특성으로 인해 기존 매체와는 다른 동기요인을 발견했다. 린(Lin)은 TV 이용 동기와 인터넷 이용 동기를 비교하여 도피, 친교, 정체감, 감시, 즐거움 등을 도출했다. 또 인터넷의 상업적인 이용에 초점을 맞춰 현실 탈피, 사회화, 상호작용적 통제, 정보 추구, 경제적 동기 등도 제안됐다. 또, 김가영(2000)은 인터넷 신문 이용 동기를 살펴봄으로써 오락적인 동기나 업무와 직접적으로 관련된 정보를 얻으려는 동기보다는 의사 결정이나 일반적 정보를 얻기 위해 이용한다는 결과를 얻어냈다. 이처럼 각각의 미디어 이용 동기에 따라 그 효과가 차별적으로 형성될 수 있다는 사실은 이용과 충족 이론에서 중

용한 의미를 가진다. 실제로 강명구는 미디어를 접촉하는 동기가 미디어 이용에 영향을 미친다는 것을 검증하기도 했다.

이용과 충족 이론의 또 하나의 핵심 개념인 ‘충족’이란 수용자가 특정 미디어를 이용함으로써 욕구의 일부를 만족시켰을 때 얻어지는 만족을 의미한다. 특정 미디어에 대한 믿음과 평가를 바탕으로 자신이 추구하는 충족을 얻기 위해 미디어를 이용하여 획득한 충족은 수용자가 특정 미디어에 대해서 느끼는 실질적인 만족감을 나타낸다. 다시 말해 충족이란 개인이 가진 욕구의 충족과 기대의 달성, 즐거운 기분의 보강의 정보를 반영하는 개인의 내적 상태를 말한다. 커뮤니케이션 분야에서 충족은 커뮤니케이션에 참여한 쌍방의 커뮤니케이션 행위의 결과를 대변하며, 그 결과는 다른 커뮤니케이션 행위에 많은 영향을 미친다는 것이다. 하지만 초기 대다수 이용과 충족 연구는 이용 동기와 충족 개념을 명확히 구분하지 않고 연구했다.

때문에 수용자가 미디어 소비를 통해 얻고자 하는 것과 실제 노출을 통해 얻은 것의 차이를 고려하거나 측정하는 데는 실패했다(이문자, 2005).

결국 미디어 충족도는 매스커뮤니케이션 현상과 이용자의 미디어 경험 이해를 위해 매우 중요한 변인이라 할 수 있다. 이용자의 미디어 이용과 충족 과정에 대한 심층적 이해를 가능하게 하며, 미디어 충족도의 결과가 향후 미디어 이용에 직접적으로 영향을 미치기 때문이다.

3. 문화보도의 개념과 범주

1) 문화보도의 개념

“사전에 나와 있는 문화의 정의는 문명과 비슷한 뜻을 갖는다. 자연상태에 대항하여 인간이 이룩해 놓은 것을 문화라 일컫는다. 그리고 그 과정에서 이루어낸 지적인 작품이나 실천행위들도 문화에 속하는 것으로 보고 있다. 이같은 사전적 풀이를 원용해 보면 신문의 문화보도는 다양하기 이를 데 없다. 넓은 의미에서는 신문에서 다루어지는 정치, 경제, 사회, 체육 등 모든 분야가 문화보도의 영역에 포함된다고 할 수 있다(박선영, 1997, p.7).”

문화보도의 정의에 대해서 많은 연구자들이 다양한 의견을 제시하고 있다. 이들은 대체로 사전적 의미의 문화보도가 아닌, 저널리즘의 용어범례에 따른 한정된 문화개념을 연구의 대상으로 한다. 문화기사의 정의에 대해 장호순(2004)은 “문화면에 실리는, 즉 정치면, 경제면, 사회면, 스포츠면, 국제면 등에 속하지 않는

부류의 기사들”이라고 정의했다. 또, 그는 문화면에서 다루는 주제에 대해 “우리가 흔히 예술적, 학술적 의미로 파악하는 고급문화, 대중매체를 통한 대중문화, 취미 레저 등의 생활문화와 종교, 건강, 과학 등을 포괄한다”고 설명했다. 장호순에 따르면 이런 주제의 기사들을 통해 문화면은 문화에 대한 정보를 제공하고, 문화에 대한 비평과 논평을 통한 영향력을 행사하며, 다른 주제에 비해 상대적으로 선호도가 높은 오락적 기능을 수행한다고 했다(장호순, 2004, p.63). 또, 김민주(2003)는 신문의 문화보도 역할에 대해 문화창조자의 역할과 문화공중 육성, 읽을 거리를 제공한다고 설명했다. 이중한(1996)에 의하면 「뉴욕 타임즈」를 비롯한 미국의 신문들이 하는 일은 문화계에 갓 데뷔한 신인들을 끊임없이 발굴하는 일이라고 한다. 이런 식의 단호한 질적 감별을 통해 소수의 신인들만을 발굴하며 이를 통해 발굴된 신인들에게는 몇 개월 사이에 전세계적으로 데뷔를 시켜주는 헌신적인 지원을 아끼지 않는다고 한다. 확실하게 선택함으로써 신문 문화면은 곧 새로운 문화의 창조자로서의 역할을 담당할 수 있다는 것이다. 문화보도에 관한 이러한 관점은 문화면의 비평기능을 중시한 시각이라 할 수 있다. 둘째로는 문화공중을 육성한다는 측면이 있다. 문화매체운동의 한 수단으로서 일반 대중들에게 고급문화내지 심미성이 높은 문화를 이해하고 공감할 수 있도록 중간적 역할을 수행하는 것이다. 예술작품의 이해를 위한 안내·해설기사가 대표적이다. 셋째로는 읽을 거리 제공 측면이 있다. 엘리엇(Eliot)은 사람의 마음이 누그러지고 느긋해 질 수 있음은 예술이 복잡하게 엮힌 사람의 삶을 단순화시켜주기 때문이라고 하였다. 그런 단순화를 통해 사람의 삶은 넉넉하고 신선해 질 수 있다는 것이다. 사람들이 문화기사를 읽는 이유 즉 문화보도의 의미도 이런 관점에서 찾을 수 있을 것 같다. 문화기사를 읽음으로써 즐거움을 얻는다는 이러한 관점은 주로 신문의 대중문화적 특성을 연구한 학자들에 의하여 관심의 대상이 되어 왔다(Curran, Sparks, 1991). 이들은 타블로이드 신문의 연예기사나 스포츠 기사를 주로 그 안에 내재된 이데올로기분석과 독자들의 즐거움 수용을 중심으로 하여 연구하였다(김민주, 2003).

2) 문화기사의 기사유형과 보도내용

문화보도에 대한 중앙지와 지역신문의 구독자들 인식을 알아보기 위해 먼저 문화기사의 기사유형과 보도내용을 살펴보았다. 기사 유형은 한국언론연구원의 ‘기사자료 표준분류표’를 참고하여 다음과 같이 분류하였다(김민주, 2003, p.10). 즉, 보도기사, 해설·칼럼·비평 기사, 인터뷰·대담기사, 기획·연재, 통계·르쵸·가십 기사로 구분된다. 다음으로 기사 유형별 보도 내용은 다음과 같다. <보도기사>란

뉴스성 기사, 즉 경성형태의 기사를 말한다. 해설성 기사와는 달리 보도할 사건을 객관적이고 간결한 문장으로 전달해야 한다. 보통 육하원칙에 입각, 역삼각형으로 정리되어 있는 기사다.

<해설, 칼럼, 비평기사>는 스트레이트 기사에 대한 해석이 담긴 기사를 말한다. <해설 기사>는 스트레이트 기사에 대한 이해를 돕고 그 기사에 담긴 내용의 영향과 전망, 또는 그 기사가 발생하게 된 배경과 분석을 기승전결의 마름모 형태로 기사를 풀어가는 방법을 사용하는 기사다. <칼럼>은 정연한 논리를 바탕으로 한다는 점에서 논설과 작문법이 동일하나 표현상 비유나 우화, 고사 등을 사용하거나 재치있는 글귀로 글의 멋을 살릴 수도 있고 문맥에도 부드러움을 준다. 칼럼에는 직유법, 은유법, 의인법 등의 표현방법이 쓰인다. <인터뷰·대답 기사>는 상대의 의견을 한 주제에서 다음 주제로 무리 없이 넘어갈 수 있도록 체계적으로 이끌어나가는 기사다. 기사스타일은 대담자의 얘기를 주고받는 일문일답식이 있고 대담자의 말을 부각시키는 설명식으로 나누어진다. <기획·연재>는 자체적으로 기획해서 심층적 취재를 통해 깊이 있게 보도한 기사다. <통계>는 각 부문에 대한 통계 지수를 나타낸 기사를 말한다. <르포르타주>는 취재기자가 현장에서 직접 보고, 듣고, 느낀 감정을 있는 그대로 묘사하는 것을 말하는 데 이는 기획될 수 있으며 주관이 들어갈 수도 있다. 현장묘사로 사실을 확인하고 판단하며, 기사를 작성하는 일종의 현장보고인 셈이다. 화재, 교통사고 등이 발생했을 때, 피해정도, 목격자 증언 등 분위기를 생동감 있게 캔버스에 그림을 그리듯 회화체 문장으로 작성하기 때문에 스케치기사라고도 한다. <가십>은 뉴스의 뒷얘기를 유머감과 풍자를 곁들여 보도해 줌으로써 스트레이트 기사에서 미처 밝히지 못한 부분을 풀어주는 효과를 거둔다. 자칫 흥미위주로 호를 위험성이 없지 않지만, 불합리성을 막아주는데 기여하는 기사다. 또, 보도 내용을 분석하기 위한 항목을 도출하기 위해 기사 내용은 문화체육관광부와 한국문화관광연구원에서 편찬한 문화향수실태조사와 기존 연구 분석에서 자주 쓰이는 분류방식을 참고하여 문학, 미술, 서양음악, 전통예술, 무용, 연극, 영화, 가요·연예, 역사문화유산으로 구분했다.

4. 문화보도에 대한 기존연구 동향

신문의 문화보도에 대해 많은 연구자들이 다양한 의견을 제시하고 있다.

먼저 지역신문의 경우 이미숙(2004)은 경기지역 일간지 문화면을 분석했다. 그는 지역문화 반영 실태를 통해 문화보도의 불연속성과 심층성이 결여된 단순 홍보성 기사가 빈번하게 보도됐다고 지적했다.

또, 고영철(2006)은 제주지역 일간지 분석 결과를 제시했다. 단순 보도기사가 주를 이루는 문화면의 분석 결과를 통해 상업성을 쫓아가는 지역신문의 문화보도를 지적했다. 그 역시 지역신문의 문화보도가 심층성이 결여되고 비판적이지 못하다고 주장했다. 은수정(2002)은 전북지역 일간지 분석을 통해 문화축제 취재 실태에 대한 의견을 제시했다. 그의 연구에 따르면, 지역신문은 자체 취재원을 확보하지 않고 행사 관련 기관에서 제공하는 보도자료에 의존하고 있었다. 기존 문헌 결과를 종합하여 정리해 보면, 지역신문의 문화 관련 보도는 심층성과 전문성이 결여돼 있고, 단순 보도 기사, 홍보성 기사가 주를 이룬다.

주요 일간지 분석 결과에서도 문화보도의 심층성과 비판성이 결여됐다는 의견이 제시됐다. 김민주(2003)는 문화 관련 보도 중 스트레이트성 보도기사는 62%를 차지한 반면, 해설기사는 10%에 불과했다고 주장했다.

문화보도의 심층성 결여에 대해 정재철(1996)은 1994년 신문증면을 기점으로 분석 결과를 제시한 바 있다. 그의 연구 결과에 의하면 문화면이 양적 측면에서는 2배가 늘었지만 질적 측면에서는 거의 변화가 없었던 것으로 드러났다. 또 정재철은 문화보도의 질적 개선을 위해 전문 기사를 채용하고 그들을 통해 문화분야에 대한 비평 보도를 보완해야 한다고 주장했다. 기존의 문화, 연극, 책, 공연 등의 한정된 소재에서 벗어나 새로운 지역의 문화를 발굴하고 문화분야 관련 능동적인 의제 설정을 실현해야 한다고 덧붙였다.

이와 같이 기존 연구는 신문의 문화지면을 분석하는데 치중되어 있을 뿐, 수용자의식에 관한 구체적인 조사는 거의 이루어지지 않았다. 따라서 기존 연구 문헌을 종합하여 정리한 결과에 따라, 수용자들은 이같은 문화보도의 심층성과 전문성 부족 등에 대해 어떻게 생각하는지, 지역신문의 문화면 수용자들이 문화면을 어떤 목적으로 이용하는지, 문화면 기자들의 역할 지향점 등을 분석하고자 한다.

제3장 연구방법

이 연구는 문화보도에 대한 중앙지와 지역신문 구독자들의 인식을 살펴보기 위하여 다음과 같은 분석방법을 설정하였다.

1. 설문지 구성을 위한 선행연구와 구분방법

신문의 문화보도에 대한 수용자 인식 및 IPA 분석을 위해 설문문항은 다음과 같이 구성했다. 우선 일반적 특성과 신문이용패턴, 문화보도 인식, 문화기사 유형의 선호도와 만족도, 문화기사 내용(장르)의 선호도와 만족도로 구분했다. 일반적 특성은 조사대상자의 성, 연령, 학력, 직업, 월소득, 거주지역으로 구성하였고, 신문이용패턴은 구독종류(중앙vs지역), 구독빈도, 열독시간, 구독장소, 열독방식, 구독동기로 구성하였다. 문화보도 인식은 문화문제 관심정도, 문화기사 열독정도, 문화기사 구독빈도로 구성했다. 그리고 문화기사 유형의 선호도와 만족도는 보도, 해설/칼럼/비평, 인터뷰/대담, 기획/연재, 기타(통계/르포르타주/가십)로 구성하였으며, 문화기사 내용(장르)의 선호도와 만족도는 문학, 미술, 서양음악, 전통예술, 무용, 연극, 영화, 가요/연예, 역사문화유산으로 구성하였다. 설문문항의 개략적인 구성은 다음의 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> 설문문항의 구성을 위한 선행연구와 구분방법

분류	내용	문항수	선행연구
일반적 특성	성, 연령, 학력, 직업, 월소득, 거주지역	6	
신문 구독자	중앙지(조선, 중앙, 동아 등)와 지역신문(부산, 국제 등)으로 구분하고 두가지 다보는 구독자는 제외.	10	
신문이용 패턴	신문종류(중앙vs지역), 구독빈도, 열독시간, 구독장소, 열독방식, 구독동기	6	이낙규(2008)
문화보도 인식	문화문제 관심정도, 문화기사 열독정도, 문화기사 구독빈도	3	이정환(1996)
문화기사 유형	보도, 해설/칼럼/비평, 인터뷰/대담, 기획/연재, 기타(통계/르포르타주/가십)	11	김민주(2003)
문화기사 내용	문학, 미술, 서양음악, 전통예술, 무용, 연극, 영화, 가요/연예, 역사문화유산	36	문화향수실태조사(2010)
선호도	중앙지 또는 지역일간지에서 지면구성, 기사문체, 그리고 기사 내용 중 제시된 내용을 좋아하는 정도	2	이낙규(2008)
만족도	문화보도의 보도 속성(예컨대 다양성, 흥미성, 유익성, 신뢰성과 문화면의 지면배치, 기사 읽기의 편리성) 등에 대해 독자들이 얼마나 흡족한지 그 정도를 측량하는 지수	2	이낙규(2008)
지역구분	부산광역시를 남북으로 가르는 중앙대로를 기준으로 남구, 수영구, 해운대구, 동래구, 금정구는 동부지역으로 분류하고 그 외 지역은 서부지역으로 분류한다.		

2. 분석내용과 분석방법

1) 조사대상자의 인구통계 현황

중앙지와 지역일간지 구독자의 성별·연령·학력·직업·월소득, 거주지역과 같은 인구통계학적 특성을 알아본다. 또, 거주 지역을 동부지역과 서부지역으로 나누어 해당 지역별 구독자 분포현황을 살펴보았다. 조사대상자의 신문 이용동기와 충족, 즉 만족도가 인구통계학적 특성에 따라 어떻게 달라지는지 알아보기 위한 것이다. 이는 독자들의 인구 통계학적 속성이 신문 이용에 영향을 미치는 것으로 기존 연구에서 드러났기 때문이다. 부산지역에 거주하는 일반인을 대상으로 비확률표본추출방식인 할당표집(quota sampling)에 의해 조사대상자를 선정하여 설문조사를 실시했다.

2) 문화격차에 대한 인식

분석에 앞서 먼저 문화 관련 정보를 어떤 경로를 통해 얻고 있는지 살펴보고, 지난 1년간 문화생활 실태는 어떤지를 분석했다. 이어, 부산의 문화가 수도권과 비교하여 어느 정도 수준인지를 알아보기 위해 문화격차에 대한 인식을 조사했다. 이를 통해 부산의 문화수준과 수도권과 비교한 부산의 문화 발전 정책 지원 정도, 부산의 문화 인프라에 대한 생각은 어떤지 연령별·거주지역별·소득수준별·학력별로 분석했다.

3) 문화기사 읽기 실태와 인식 현황

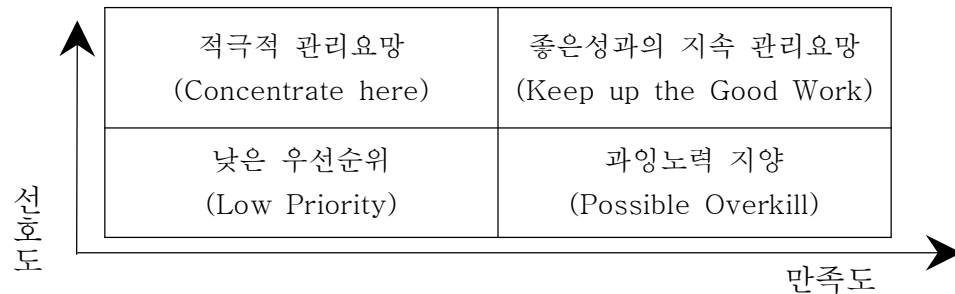
부산지역 구독자가 읽고 있는 신문이 문화적 기능을 잘 하고 있는지 알아보기 위해 먼저 독자들이 문화기사를 어느 정도 읽는지, 어떤 측면에서 읽는지 또는 읽지 않는지, 문화 기획면이 별도로 있는지 등을 조사했다. 이와 함께 조사대상자의 응답을 연령별·소득수준별·학력별·구독신문 종류별로 응답 유형을 분석했다. 문화보도에 대한 인식을 조사하기 위해 관심도와 구독 빈도 등을 알아보았다. 이와 함께 연령별, 구독신문 종류별 분석을 실시했다.

4) 문화보도에 대한 IPA 분석 및 활성화 방안

문화기사의 유형과 종류에 대한 선호도·만족도 분석을 실시하고, 이에 대한 중앙지와 지역신문 간 차이를 검증하기 위해 T-test를 실시했다. 이를 통해 신문의 문화보도가 나아가야 할 방향을 짚어보았다. 또, 문화보도 발전을 위해 기자에게 필요한 것과 전문성 확보를 위한 신문사의 역할 등을 알아보고, 연령별, 거주지역별, 소득수준별, 학력별 응답비율을 분석했다.

참고로 IPA(Importance-performance Analysis)분석은 구독자가 인식한 선호도와 만족도를 분석하여 다음과 같은 4분면의 그래프를 도출하는 방식이다. IPA분석을 통해 도출된 4분면은,

<표3> IPA 분석을 통한 4분면의 결과 그래프



선호도와 만족도 모두 높게 평가된 ‘좋은 성과의 지속관리요망(Keep up the Good Work)’의 영역과, 두 가지 모두 낮게 평가된 ‘낮은 우선순위(Low Priority)’영역, 선호도는 높으나, 만족도가 낮은 ‘적극적관리요망(Concentrate here)’영역과 선호는 낮으나 만족도가 높은 ‘과잉노력지양(Possible Overkill)’영역이 그것이다. 이러한 4분면을 바탕으로 중앙지와 지역신문의 문화보도와 관련한 시사점을 도출할 수 있을 것으로 본다.

5) 설문지 구성

본 연구를 위해 사용한 설문지는 <부록>에 첨부했다. 요약·설명하자면 아래의 <표4>와 같다.

<표4> 설문지 주요 내용 및 구조

질문분류	주요내용	질문수
일반적 특성	성, 연령, 학력, 직업, 월소득, 거주지역	6
문화생활	문화행사 참여 거주지역 문화시설 및 문화행사 체험 기회 문화시설 또는 문화행사 체험기회 불충분 이유	3
문화기사 읽기	문화보도에 대한 관심 문화보도 구독 시간 문화보도 구독 빈도 문화기사 자료화 실태 문화기획면 여부, 난이도·흥미·정확도 등에 대한 반응	5
문화보도 인식	문화기사 난이도·흥미·정확도 등에 대한 반응 문화 관련 보도의 역할에 대한 평가 문화보도에 대한 그 평가와 기준	3
문화보도 활성화	문화부 기자의 소양 문화보도의 전문성 확보방안 문화보도 활성화를 위한 바람직한 취재구조	3
문화기사에 대한 선호도·만족도	문화기사 유형과 내용에 대한 선호도 문화기사 유형과 내용에 대한 만족도	2

제4장 조사결과

1. 조사대상자의 인구통계현황

본 연구의 실증분석을 위하여 300부의 설문지를 배포하였고, 이 중에서 유효하게 수거된 282부의 데이터를 코딩하였다. 설문조사에 참여한 조사대상자의 인구통계현황을 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 5>와 같다.



<표5> 조사대상자의 인구통계현황

		명(%)
성별	남자	143(50.7%)
	여자	139(49.3%)
연령	만15~19세	50(17.7%)
	만20~29세	48(17%)
	만30~39세	51(18.1%)
	만40~49세	65(23%)
	만50~59세	45(16%)
	만60세이상	23(8.2%)
학력	고졸이하	91(32.3%)
	전문대재(졸)	51(18.1%)
	대재(졸)	121(42.9%)
	대학원재(졸)	19(6.7%)
직업	전문직	24(8.5%)
	회사원	89(31.6%)
	자영업	23(8.2%)
	교육직	6(2.1%)
	주부	44(15.6%)
	학생	67(23.8%)
	기타	29(10.3%)
가구당 월평균 소득수준	200만원미만	71(25.2%)
	200~400만원미만	111(39.4%)
	400~600만원미만	51(18.1%)
	600만원이상	49(17.4%)
거주지역	중구	15(5.3%)
	서구	15(5.3%)
	동구	20(7.1%)
	영도구	21(7.4%)
	부산진구	23(8.2%)
	동래구	15(5.3%)
	남구	27(9.6%)
	북구	19(6.7%)
	해운대구	22(7.8%)
	사하구	16(5.7%)
	금정구	18(6.4%)
	강서구	25(8.9%)
	연제구	18(6.4%)
	수영구	6(2.1%)
	사상구	16(5.7%)
	기장군	6(2.1%)
	합계	282(100%)

전체 282명(100.0%) 중에서 성별의 경우 남자가 143(50.7%)명, 여자가 139(49.3%)명이었고, 연령은 만15~19세가 50(17.7%)명, 만20~29세가 48(17%)명, 만30~39세가 51(18.1%)명, 만40~49세가 65(23%)명, 만50~59세가 45(16%)명, 만60세이상이 23(8.2%)으로 나타났다. 학력은 고졸이하가 91(32.3%)명, 전문대재(졸)가 51(18.1%)명, 대재(졸)가 121(42.9%)명, 대학원재(졸)가 19(6.7%)명으로 나타났으며, 직업은 전문직이 24(8.5%)명, 회사원이 89(31.6%)명, 자영업이 23(8.2%)명, 교육직이 6(2.1%)명, 주부가 44(15.6%)명, 학생이 67(23.8%)명, 기타가 29(10.3%)명으로 조사되었다. 가구당 월평균 소득 수준은 200만원미만이 71(25.2%)명, 200~400만원미만이 111(39.4%)명, 400~600만원미만이 51(18.1%)명, 600만원이상이 49(17.4%)명으로 조사되었고, 거주지역은 중구가 15(5.3%)명, 서구가 15(5.3%)명, 동구가 20(7.1%)명, 영도구가 21(7.4%)명, 부산진구가 23(8.2%)명, 동래구가 15(5.3%)명, 남구가 27(9.6%)명, 북구가 19(6.7%)명, 해운대구가 22(7.8%)명, 사하구가 16(5.7%)명, 금정구가 18(6.4%)명, 강서구가 25(8.9%)명, 연제구가 18(6.4%)명, 수영구가 6(2.1%)명, 사상구가 16(5.7%)명, 기장군이 6(2.1%)명으로 조사되었다.



2. 문화격차에 대한 인식

1) 문화 정보 습득 경로

먼저 지난 1년간 문화생활 실태를 통한 문화격차에 대한 인식을 분석하기에 앞서 문화 관련 정보를 어떤 경로를 통해 얻고 있는지 살펴보았다.

<표6> 문화정보 습득 경로와 일간지 문화보도 평가

		명(%)
문화 관련 정보를 주로 어디에서 얻고 있는가	인터넷 검색	118(41.8%)
	언론매체	88(31.2%)
	주변사람과의 대화	44(15.6%)
	팸플릿 등 홍보물	30(10.6%)
	기타	2(0.7%)
주로 어떤 매체를 통해 문화정보를 얻는가 (언론매체 중)	인터넷	79(28%)
	신문	41(14.5%)
	TV	27(9.6%)
	기타	4(1.4%)
	무응답(해당없음)	131(46.5%)
구독 일간지의 문화보도에 대한 평가	수	2(0.7%)
	우	49(17.4%)
	미	137(48.6%)
	양	83(29.4%)
	가	9(3.2%)
	무응답(해당없음)	2(0.7%)
문화보도를 가장 잘 하는 일간지	없다	59(20.9%)
	있다	58(20.6%)
	모르겠다	163(57.8%)
	무응답(해당없음)	2(0.7%)
문화보도를 가장 잘하는 일간지 이름	중앙일보	25(8.9%)
	조선일보	22(7.8%)
	한겨레	7(2.5%)
	동아일보	2(0.7%)
	무응답(해당없음)	226(80.1%)
문화보도를 잘한다는 기준	분석과 대안 제시	72(25.5%)
	문화 행사 홍보	67(23.8%)
	문화 이슈 반영	58(20.6%)
	기자의 전문성	48(17%)
	문화고정면 유무	35(12.4%)
	무응답(해당없음)	2(0.7%)
합계		282(100%)

조사대상자의 문화정보 습득 경로 등을 파악한 결과 매체의 발달 등으로 인해 문화관련 정보 습득 경로에 대한 질문에는 인터넷 검색이라는 응답이 가장 높았다. 그러나 응답률이 언론매체 중 인터넷, 신문, TV 순으로 나타나 여전히 신문이 문화정보 습득에 있어 주요 경로가 되고 있음을 알 수 있었다. 구독 일간지의 문화보도의 질적 평가 기준에 대해서는 ‘분석과 대안제시, 문화행사 홍보, 문화이슈 반영’ 등으로 나타났다.

<표7> 인구통계학적 특성에 따른 문화정보 습득 경로

		문화 관련 정보를 주로 어디에서 얻고 있는가										전체		x²(p)
		언론매체		팸플릿 등 홍보물		주변사람과의 대화		인터넷 검색		기타				
연령	만15~19세	17	34.0%	6	12.0%	10	20.0%	17	34.0%	0	0.0%	50	100.0%	95.232 (.000***)
	만20~29세	18	37.5%	5	10.4%	2	4.2%	23	47.9%	0	0.0%	48	100.0%	
	만30~39세	6	11.8%	0	0.0%	0	0.0%	43	84.3%	2	3.9%	51	100.0%	
	만40~49세	22	33.8%	4	6.2%	12	18.5%	27	41.5%	0	0.0%	65	100.0%	
	만50~59세	15	33.3%	9	20.0%	16	35.6%	5	11.1%	0	0.0%	45	100.0%	
	만60세이상	10	43.5%	6	26.1%	4	17.4%	3	13.0%	0	0.0%	23	100.0%	
소득 수준	200만원미만	21	29.6%	6	8.5%	12	16.9%	32	45.1%	0	0.0%	71	100.0%	22.950 (.028*)
	200~400만원미만	30	27.0%	12	10.8%	20	18.0%	47	42.3%	2	1.8%	111	100.0%	
	400~600만원미만	14	27.5%	2	3.9%	7	13.7%	28	54.9%	0	0.0%	51	100.0%	
	600만원이상	23	46.9%	10	20.4%	5	10.2%	11	22.4%	0	0.0%	49	100.0%	
학력	고졸이하	29	31.9%	14	15.4%	21	23.1%	27	29.7%	0	0.0%	91	100.0%	31.998 (.001**)
	전문대재(졸)	17	33.3%	6	11.8%	13	25.5%	15	29.4%	0	0.0%	51	100.0%	
	대재(졸)	37	30.6%	7	5.8%	10	8.3%	65	53.7%	2	1.7%	121	100.0%	
	대학원재(졸)	5	26.3%	3	15.8%	0	0.0%	11	57.9%	0	0.0%	19	100.0%	
전체		88	31.2%	30	10.6%	44	15.6%	118	41.8%	2	0.7%	282	100.0%	

*p<.05, **p<.01 ***p<.001

문화 관련 정보를 주로 어디에서 얻고 있는가에 대한 교차분석 결과 x²값은 연

령($p=.000$), 가구당 월평균 소득수준($p=.028$), 학력($p=.001$) 간의 관계에서 유의미하게 나타났다.

우선, 문화 정보 습득 경로를 연령별로 살펴보면, 만 15~19세는 ‘언론매체’와 ‘인터넷 검색’을 가장 많이 활용하는 것으로 나타나 매체의 활용이 자유로운 것으로 드러났다. 또, 사회 활동이 가장 활발한 만 30~39세는 주로 컴퓨터를 활용하는 ‘인터넷 검색’을 통해 문화정보를 얻는 것으로 나타났다. 비교적 인터넷 활용빈도가 낮은 만 50세부터 59세까지는 언론매체와 인터넷 활용 대신 주로 주변 사람과의 대화를 통해서, 만 60세 이상 역시 인터넷 대신 언론매체나 홍보물을 통해 정보를 습득하는 것으로 나타났다. 또, 소득 수준별과 학력별로 살펴본 문화 정보 습득경로 역시 인터넷과 언론매체를 통해 정보를 습득하는 것으로 드러났다.



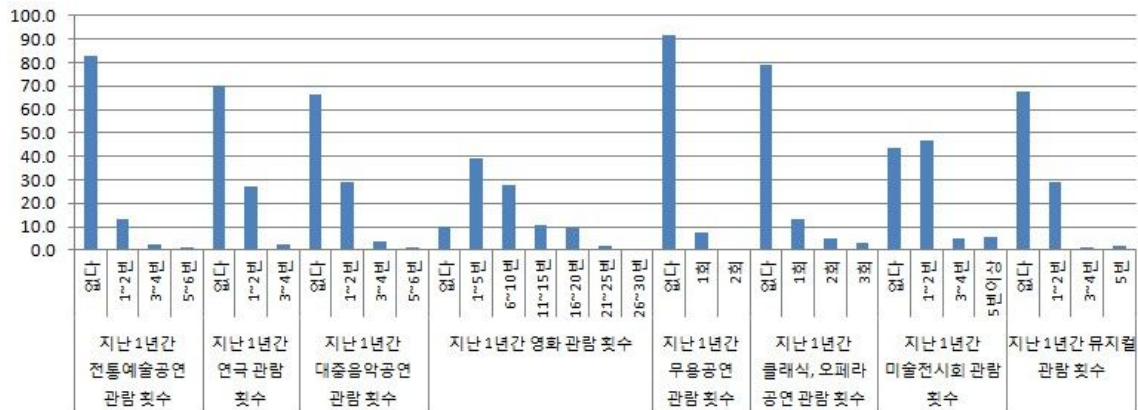
2) 지난 1년간 문화생활 실태

문화정보 습득을 통한 지난 1년간 문화생활 실태를 설문한 결과, 다음과 같은 결과가 나타났다.

<표8> 지난 1년간 문화생활 실태

		명(%)
지난 1년간 전통예술공연 관람 횟수	없다	234(83%)
	1~2번	37(13.1%)
	3~4번	7(2.5%)
	5~6번	4(1.4%)
지난 1년간 연극 관람 횟수	없다	198(70.2%)
	1~2번	77(27.3%)
	3~4번	7(2.5%)
지난 1년간 대중음악공연 관람 횟수	없다	187(66.3%)
	1~2번	81(28.7%)
	3~4번	10(3.5%)
	5~6번	4(1.4%)
지난 1년간 영화 관람 횟수	없다	29(10.3%)
	1~5번	110(39%)
	6~10번	78(27.7%)
	11~15번	30(10.6%)
	16~20번	27(9.6%)
	21~25번	6(2.1%)
	26~30번	2(0.7%)
지난 1년간 무용공연 관람 횟수	없다	259(91.8%)
	1회	21(7.4%)
	2회	2(0.7%)
지난 1년간 클래식, 오페라 공연 관람 횟수	없다	223(79.1%)
	1회	37(13.1%)
	2회	14(5%)
	3회	8(2.8%)
지난 1년간 미술전시회 관람 횟수	없다	122(43.3%)
	1~2번	131(46.5%)
	3~4번	14(5%)
	5번이상	15(5.3%)
지난 1년간 뮤지컬 관람 횟수	없다	191(67.7%)
	1~2번	82(29.1%)
	3~4번	4(1.4%)
	5번	5(1.8%)
합계		282(100%)

이러한 결과를 그래프를 도출하여 살펴본 것이 다음의 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 지난 1년간 문화생활 실태

지난 1년간 문화생활 실태에 관한 설문조사 결과를 살펴보면, 특정 장르에만 관람횟수가 높고, 나머지는 ‘없다’는 응답이 대부분인 것을 알 수 있다. ‘영화’와 ‘미술전시회’의 관람 횟수가 비교적 높은 것으로 드러났고, 그 외 다른 장르의 관람 횟수는 현저히 적은 것으로 나타났다.

지난 1년간 영화를 1~5번 관람한 시민이 110(39%)명, 6~10번이 78(27.7%)명, 11~15번이 30(10.6%)명, 없다가 29(10.3%)명, 16~20번이 27(9.6%)명, 21~25번이 6(2.1%)명, 26~30번이 2(0.7%)명으로 조사되었다. 또, 지난 1년간 미술전시회 관람 횟수에 대해서는 1~2번이 131(46.5%)명, 없다가 122(43.3%)명, 5번이상이 5(5.3%)명, 3~4번이 14(5%)명으로 나타났다.

전통예술공연의 지난 1년간 관람 횟수에 대해서는 없다가 234(83%)명으로 압도적 비율이 나타났고, 1~22번이 37(13.1%)명, 3~4번이 7(2.5%)명, 5~6번이 4(1.4%)명으로 나타났다.

지난 1년간 연극 관람 횟수에 대해서도 없다가 198(70.2%)명, 1~2번이 77(27.3%)명, 3~4번이 7(2.5%)명으로 조사되었다. 지난 1년간 대중음악공연 관람 횟수 역시 없다가 187(66.3%)명, 1~2번이 81(28.7%)명, 3~4번이 10(3.5%)명, 5~6번이 4(1.4%)명으로 나타났다.

지난 1년간 무용공연 관람 횟수에 대해서는 없다가 259(91.8%)명, 1회가 21(7.4%)명, 2회가 2(0.7%)명으로 나타났으며, 지난 1년간 클래식, 오페라 공연 관람 횟수에 대해서는 없다가 223(79.1%)명, 1회가 37(13.1%)명, 2회가 14(5%)명, 3회가 8(2.8%)명으로 나타났다. 지난 1년간 뮤지컬 관람 횟수에 대해서는 없다가 191(67.7%)명, 1~2번이 82(29.1%)명, 3~4번이 4(1.4%)명, 5번이 5(1.8%)명으로 조사되었다.

그리고 응답자의 지난 1년간 문화생활에 대한 질문에 대해서는 다음과 같은 실증분석 결과가 나타났다.

<표9> 지난 1년간 전통예술공연 관람 횟수

		N	평균	표준편차	f	p
지난 1년간 전통예술공연 관람 횟수	만15~19세	50	1.06	.240	6.268	.000***
	만20~29세	48	1.00	0.000		
	만30~39세	51	1.27	.635		
	만40~49세	65	1.23	.425		
	만50~59세	45	1.56	.943		
	만60세이상	23	1.26	.449		
	합계	282	1.22	.556		

*p<.05, **p<.01 ***p>.001 (1: 없다/ 2: 1~2번 / 3: 3~4번/ 4: 5~6번)

지난 1년간 전통예술공연 관람 횟수에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.000)에서 유의미한 차이가 나타났다. 평균값 조사 결과 전체적으로 관람 횟수가 현저히 적은 것으로 조사됐다. 20~29세는 조사대상자 모두 지난 1년간 전통예술공연 관람 횟수가 아예 없는 것으로 드러났고, 전체 연령 중 그나마 만 50~59세의 관람 횟수가 가장 많은 것으로 나타났다. 이는 전통예술공연에 대한 관심 정도와 관람기회의 차이 등에 따른 결과이다.

<표10> 지난 1년간 연극 관람 횟수

			N	평균	표준편차	f	p
지난 1년간 연극 관람 횟수	연령	만15~19세	50	1.12	.328	5.523	.000***
		만20~29세	48	1.52	.505		
		만30~39세	51	1.47	.674		
		만40~49세	65	1.17	.378		
		만50~59세	45	1.33	.477		
		만60세이상	23	1.43	.662		
		합계	282	1.32	.519		
	학력	고졸이하	91	1.22	.467	3.082	.028*
		전문대재(졸)	51	1.49	.505		
		대재(졸)	121	1.32	.551		
		대학원재(졸)	19	1.37	.496		
		합계	282	1.32	.519		

*p<.05, **p<.01 ***p>.001 (1: 없다 / 2: 1~2번/ 3: 3~4번)

지난 1년간 연극 관람 횟수에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과,

연령($p=.000$)과 학력($p=0.028$)에서 유의미한 차이가 나타났다. 평균값 조사 결과 만 20~29세가 지난 1년간 연극 관람 횟수가 가장 많은 것으로 나타났다. 다음으로 만 30~39세의 지난 1년간 연극 관람 횟수가 많은 것으로 나타났으며, 지난 1년간 연극 관람 횟수가 가장 낮은 연령은 만 15~19세와 만 40~49세인 것으로 드러났다. 이는 연극에 대한 관심 정도와 관람 기회 등에 따른 결과이다.

<표11> 지난 1년간 대중음악공연 관람 횟수

			N	평균	표준편차	f	p
지난 1년간 대중음악공연 관람 횟수	연령	만15~19세	50	1.30	.463	6.767	.000***
		만20~29세	48	1.48	.714		
		만30~39세	51	1.04	.196		
		만40~49세	65	1.43	.706		
		만50~59세	45	1.64	.484		
		만60세이상	23	1.70	.974		
		합계	282	1.40	.631		
	소득	200만원미만	71	1.46	.651	2.782	.041*
		200~400만원미만	111	1.27	.587		
		400~600만원미만	51	1.53	.703		
		600만원이상	49	1.47	.581		
		합계	282	1.40	.631		
	학력	고졸이하	91	1.45	.719	2.916	.035*
		전문대재(졸)	51	1.45	.577		
		대재(졸)	121	1.40	.613		
		대학원재(졸)	19	1.00	0.000		
		합계	282	1.40	.631		
			N	평균	표준편차	t	p
	지역	동부	94	1.52	.699	2.288	.023*
		서부	188	1.34	.586		

* $p<.05$, ** $p<.01$ *** $p>.001$ (1: 없다/ 2: 1~2번/ 3: 3~4번/ 4: 5~6번)

지난 1년간 대중음악공연 관람 횟수에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령($p=.000$)과 소득($p=.041$), 학력($p=0.035$), 지역($p=.023$)에서 유의미한 차이가 나타났다. 연령별·소득별·학력별·지역별 분석 결과, 관람횟수가 현저히 낮은 것으로 드러났다. 연령별 분석에서는 만50~60세 이상이 그나마 관람횟수가 많은 것으로 나타났는데, 이는 경제적 상황과 관람 기회에 따른 결과인 것으로 분석된다. 또, 사회활동이 활발한 만30~39세는 관람횟수가 적은 것으로 나타났고, 만20~29세가 비교적 관람 횟수가 많은 것으로 드러났다. 소득별 분석에서는 400~600만원 미만이 가장 관람 횟수가 많은 것으로 조사됐고, 다음으로 600만원 이상이 관람횟수가 많은 것으로 나타났다. 학력별 분석에서는 차이가 거의 없이 관람횟수가 비슷한 것으로 드러났다.

<표12> 지난 1년간 영화 관람 횟수

			N	평균	표준편차	f	p
지난 1년간 영화 관람 횟수	연령	만15~19세	50	2.96	1.228	7.538	.000***
		만20~29세	48	3.54	1.320		
		만30~39세	51	2.33	.993		
		만40~49세	65	2.89	1.404		
		만50~59세	45	2.27	.915		
		만60세이상	23	2.65	.885		
		합계	282	2.79	1.249		
	소득	200만원미만	71	3.07	1.125	15.445	.000***
		200~400만원미만	111	2.27	1.053		
		400~600만원미만	51	2.84	.967		
		600만원이상	49	3.53	1.569		
		합계	282	2.79	1.249		
	학력	고졸이하	91	2.68	1.114	13.229	.000***
		전문대재(졸)	51	2.57	1.204		
		대재(졸)	121	2.72	1.156		
		대학원재(졸)	19	4.42	1.465		
		합계	282	2.79	1.249		
			N	평균	표준편차	t	p
	지역	동부	94	3.02	1.481	2.173	.031*
		서부	188	2.68	1.101		

*p<.05, **p<.01 ***p>.001

지난 1년간 영화 관람 횟수에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.000)과 소득(p=.000), 학력(p=.000), 지역(p=.031)에서 유의미한 차이가 나타났다. 평균값 조사 결과 영화 관람에 가장 관심이 많은 연령대인 만 20~29세 이하가 지난 1년간 영화 관람 횟수가 가장 많은 것으로 나타났다. 또, 경제활동의 주축이 되는 만 30~39세는 여가 시간 등의 부족으로 인해 영화 관람 횟수가 가장 적은 것으로 조사됐다.

소득별 분석에서는 영화 관람 기회의 보편성 등으로 인해 소득이 적은 연령대에서도 다소 관람횟수가 높게 나타났으며, '600만원 이상'이라고 답한 응답자들의 관람횟수가 가장 높게 나타났다. 학력별 분석에서는 '대학원재(졸)'이 관람횟수가 가장 많은 것으로 조사됐으며 다음으로 대재(졸), 고졸이하, 전문대재(졸) 순으로 나타났다.

<표13> 지난 1년간 무용공연 관람 횟수

			N	평균	표준편차	f	p
지난 1년간 무용공연 관람 횟수	연령	만15~19세	50	1.12	.328	2.988	.012*
		만20~29세	48	1.00	0.000		
		만30~39세	51	1.00	0.000		
		만40~49세	65	1.11	.312		
		만50~59세	45	1.18	.490		
		만60세이상	23	1.17	.388		
		합계	282	1.09	.309		
	소득	200만원미만	71	1.17	.447	3.057	.029*
		200~400만 원미만	111	1.08	.274		
		400~600만 원미만	51	1.08	.272		
		600만원이상	49	1.00	0.000		
		합계	282	1.09	.309		
	학력	고졸이하	91	1.18	.437	8.232	.000***
		전문대재(졸)	51	1.18	.385		
		대재(졸)	121	1.00	0.000		
		대학원재(졸)	19	1.00	0.000		
		합계	282	1.09	.309		
			N	평균	표준편차	t	p
	지역	동부	94	1.00	0.000	-3.476	.001**
		서부	188	1.13	.371		

*p<.05, **p<.01 ***p>.001 (1: 없다/ 2: 1회/ 3: 2회)

지난 1년간 무용 공연 관람 횟수에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.012)과 소득(p=.029), 학력(p=0.000), 지역(p=.001)에서 유의미한 차이가 나타났다. 평균값 조사 결과 전체적으로 거의 관람횟수가 없는 것으로 나타났다. 연령별 분석에서는 그나마 만 50~59세가 가장 관람횟수가 많은 것으로 드러났다. 다음으로 만 60세 이상이 관람횟수가 많았고, 만20~39세까지는 관람 횟수가 아예 없는 것으로 조사됐다. 연령별로 관심 있는 문화장르와 관람기회의 차이로 분석된다. 소득별 분석에서는 소득이 높을수록 관람횟수가 적은 것으로 나타났다. 600만원 이상은 무용 공연의 관람 횟수가 아예 없는 것으로 드러났다. 학력별 분석에서는 학력이 높을수록 관람 횟수가 적은 것으로 조사됐고, 대재(졸)과 대학원재(졸)은 아예 관람을 한번도 하지 않은 것으로 나타났고, 고졸이하와 전문대재(졸) 역시 관람 횟수가 현저히 적은 것으로 드러났다.

<표14> 지난 1년간 클래식, 오페라 공연 관람 횟수

			N	평균	표준편차	f	p
지난 1년간 클래식, 오페라 공연 관람 횟수	연령	만15~19세	50	1.06	.240	4.834	.000***
		만20~29세	48	1.60	1.005		
		만30~39세	51	1.12	.431		
		만40~49세	65	1.48	.868		
		만50~59세	45	1.31	.557		
		만60세이상	23	1.26	.449		
		합계	282	1.32	.698		
	학력	고졸이하	91	1.19	.536	3.545	.015*
		전문대재(졸)	51	1.49	.809		
		대재(졸)	121	1.29	.700		
		대학원재(졸)	19	1.63	.895		
		합계	282	1.32	.698		

*p<.05, **p<.01 ***p>.001 (1: 없다/ 2: 1회/ 3: 2회/ 3: 3회)

지난 1년간 클래식, 오페라 공연 관람 횟수에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.000)과 학력(p=0.015)에서 유의미한 차이가 나타났다. 평균값 조사 결과 만 20~29세 이상이 지난 1년간 클래식, 오페라 공연 관람 횟수가 가장 많은 것으로 나타났다. 다음으로 만 40~49세의 지난 1년간 클래식, 오페라 공연 관람 횟수가 많은 것으로 나타났으며, 지난 1년간 클래식, 오페라 공연 관람 횟수가 가장 적은 연령은 만 15~19세와 만 30~39세인 것으로 드러났다. 학력별 분석에서는 대학원재(졸)이 가장 관람 횟수가 가장 많은 것으로 나타났으며, 고졸이하가 가장 관람 횟수가 적은 것으로 조사됐다. 여가 시간과 관람 기회의 차이가 그 원인인 것으로 분석된다.

<표15> 지난 1년간 미술전시회 관람 횟수

			N	평균	표준편차	f	p
지난 1년간 미술전시회 관람 횟수	소득	200만원미만	71	1.83	.737	4.572	.004**
		200~400만원미만	111	1.55	.735		
		400~600만원미만	51	2.00	.748		
		600만원이상	49	1.67	.922		
		합계	282	1.72	.788		
	학력	고졸이하	91	1.56	.778	6.239	.000***
		전문대재(졸)	51	1.55	.856		
		대재(졸)	121	1.83	.637		
		대학원재(졸)	19	2.26	1.147		
		합계	282	1.72	.788		
			N	평균	표준편차	t	p
	신문	중앙지	136	1.85	.839	2.694	.007**
		지역신문	146	1.60	.719		

*p<.05, **p<.01 ***p>.001 (1:없다/ 2:1~2회/ 3:3~4회/ 4: 5회 이상)

지난 1년간 미술전시회 관람 횟수에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 소득(p=.004)과 학력(p=.000), 신문(p=.007)에서 유의미한 차이가 나타났다. 평균값 조사 결과 소득별 분석에서는 400~600만원 미만이 가장 관람 횟수가 많은 것으로 조사됐고, 200~400만원 미만이 관람 횟수가 가장 적은 것으로 드러났다. 학력별 분석에서는 대학원재(졸)이 가장 관람 횟수가 많은 것으로 나타났다, 중앙지 구독자가 지역신문 구독자보다 더 관람 횟수가 많은 것으로 조사됐다.

<표16> 지난 1년간 뮤지컬 관람 횟수

			N	평균	표준편차	f	p
지난 1년간 뮤지컬 관람 횟수	연령	만15~19세	50	1.22	.418	3.618	.003**
		만20~29세	48	1.21	.410		
		만30~39세	51	1.33	.909		
		만40~49세	65	1.46	.561		
		만50~59세	45	1.64	.570		
		만60세이상	23	1.35	.487		
		합계	282	1.37	.608		
	소득	200만원미만	71	1.17	.377	3.694	.012*
		200~400만원 미만	111	1.43	.746		
		400~600만원 미만	51	1.47	.578		
		600만원이상	49	1.43	.500		
		합계	282	1.37	.608		
	학력	고졸이하	91	1.25	.437	2.810	.040*
		전문대재(졸)	51	1.41	.572		
		대재(졸)	121	1.47	.708		
		대학원재(졸)	19	1.21	.631		
		합계	282	1.37	.608		

*p<.05, **p<.01 ***p>.001 (1:없다/ 2:1~2회/ 3:3~4회/ 4: 5회 이상)

지난 1년간 뮤지컬 관람 횟수에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.003)과 소득(p=.012), 학력(p=.040)에서 유의미한 차이가 나타났다. 평균값 조사 결과 연령별 분석에서는 만 15세~59세까지 연령이 높을수록 관람 횟수가 많은 것으로 조사됐다. 만 60세 이상은 관심장르가 달라 관람 횟수가 많지 않은 것으로 조사됐다. 소득별 분석에서는 200만원 미만이 가장 낮은 것으로 조사됐고, 200만원~600만원이상은 비슷한 관람횟수를 나타냈다. 학력별 분석에서는 대학원재(졸)이 가장 낮은 관람횟수를 보였으며, 대재(졸)이 가장 높은 관람횟수를 나타냈다.

3) 부산과 수도권 문화 수준 비교

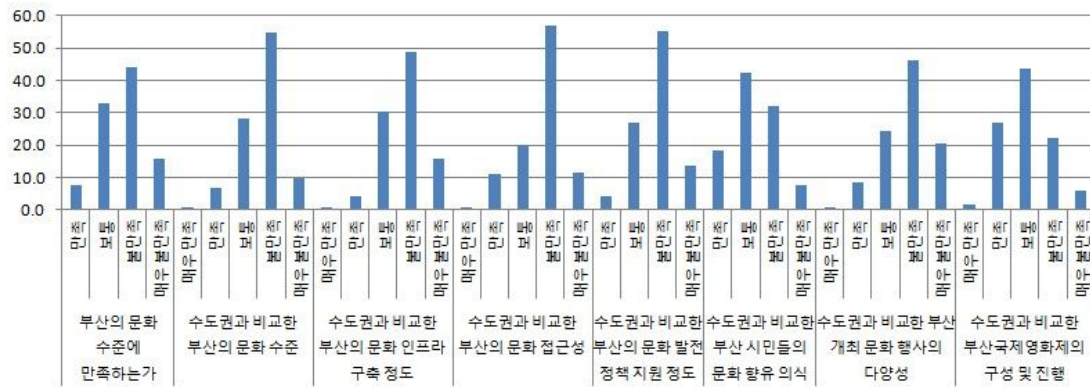
문화경험을 바탕으로, 수도권과 비교한 부산의 문화 수준 비교에 관한 인식은 어떠한가에 대해 살펴보았다.

<표17> 부산-수도권 문화 수준 비교

		명(%)	평균	표준편차
부산의 문화 수준에 만족하는가	만족	21(7.4%)	3.68	.826
	보통	93(33%)		
	불만족	124(44%)		
	매우 불만족	44(15.6%)		
수도권과 비교한 부산의 문화 수준	매우 만족	2(0.7%)	3.66	.772
	만족	19(6.7%)		
	보통	79(28%)		
	불만족	155(55%)		
	매우 불만족	27(9.6%)		
수도권과 비교한 부산의 문화 인프라 구축 정도	매우 만족	2(0.7%)	3.74	.795
	만족	12(4.3%)		
	보통	86(30.5%)		
	불만족	138(48.9%)		
	매우 불만족	44(15.6%)		
수도권과 비교한 부산의 문화 접근성	매우 만족	2(0.7%)	3.67	.844
	만족	31(11%)		
	보통	56(19.9%)		
	불만족	161(57.1%)		
	매우 불만족	32(11.3%)		
수도권과 비교한 부산의 문화 발전 정책 지원 정도	만족	12(4.3%)	3.78	.727
	보통	76(27%)		
	불만족	156(55.3%)		
	매우 불만족	38(13.5%)		
수도권과 비교한 부산 시민들의 문화 향유 의식	만족	52(18.4%)	3.28	.851
	보통	119(42.2%)		
	불만족	90(31.9%)		
	매우 불만족	21(7.4%)		
수도권과 비교한 부산 개최 문화 행사의 다양성	매우 만족	2(0.7%)	3.77	.896
	만족	24(8.5%)		
	보통	68(24.1%)		
	불만족	130(46.1%)		
	매우 불만족	58(20.6%)		
수도권과 비교한 부산국제영화제의 구성 및 진행	매우 만족	4(1.4%)	3.04	.882
	만족	76(27%)		
	보통	123(43.6%)		
	불만족	63(22.3%)		
	매우 불만족	16(5.7%)		
합계		282(100%)		

(1: 매우 만족/ 2: 만족/ 3: 보통/ 4: 불만족/ 5: 매우 불만족)

이러한 결과를 그래프를 도출하여 살펴본 것이 다음의 <그림 2>와 같다.



수도권과 비교한 부산의 문화격차를 파악하기 위해 실시한 분석 결과에서는 거의 모든 항목이 ‘불만족’으로 나타났다. 심지어 ‘부산의 문화수준에 만족하는가’와 ‘수도권과 비교한 부산의 문화 발전 정책 지원 정도’는 ‘매우 만족’이라고 답한 응답자가 한 명도 없었다.

문화 인프라 구축 정도, 문화 접근성, 정책 지원 정도 등 문화격차에 대한 인식 조사에서 대부분 ‘불만족’으로 드러났다. 구체적으로 ‘부산의 문화 수준에 만족하는가’에 대해서는 평균이 3.68로 나타났고, ‘수도권과 비교한 부산의 문화 수준’은 평균이 3.66, 수도권과 비교한 부산의 문화 인프라 구축 정도는 평균이 3.74, 수도권과 비교한 부산의 문화 접근성은 3.67, 수도권과 비교한 부산의 문화 발전 정책 지원 정도는 3.78로 나타났고 수도권과 비교한 부산 개최 문화 행사의 다양성은 3.77로 나타났다.

그리고 부산의 부족한 공공문화 시설에 대해서는 공공도서관이 17.7%, 문화센터가 25.2%, 체육시설이 15.2%, 공원이 8.5%, 공연시설이 31.2%, 기타가 2.1%인 것으로 나타났다. 이를 바탕으로 ‘부산의 문화 수준에 만족하는가’에 대한 인구통계학적 속성에 따른 실증분석 결과는 <표18>과 같이 나타났다.

<표18> 부산의 문화 수준에 만족하는가

		N	평균	표준편차	F	p
부산의 문화 수준에 만족하는가	만15~19세	50	3.70	.839	4.679	.000***
	만20~29세	48	3.31	.993		
	만30~39세	51	4.02	.678		
	만40~49세	65	3.72	.718		
	만50~59세	45	3.49	.661		
	만60세이상	23	3.87	.968		
	합계	282	3.68	.826		

*p<.05, **p<.01 ***p<.001 (1: 매우 만족/ 2: 만족/ 3: 보통/ 4: 불만족/5: 매우 불만족)

부산의 문화 수준에 만족하는가에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.000)에서 유의미한 차이가 나타났다. 평균값 조사 결과 연령은 사회 활동의 주축이 되는 만30~39세가 부산의 문화 수준에 가장 불만족 한 것으로 나타났다. 다음으로 부산지역 거주기간이 상대적으로 높은 만 60세 이상이 부산의 문화 수준에 불만족한 것으로 드러났다. 또, 거의 모든 연령층의 평균값이 3과 4사이에 있어, 수도권과 비교한 부산의 문화수준에 불만족 한 것을 알 수 있다.

<표19> 수도권과 비교한 부산의 문화 발전 정책 지원 정도

			N	평균	표준편차	F	p
수도권과 비교한 부산의 문화 발전 정책 지원 정도	연령	만15~19세	50	3.82	.523	5.798	.000***
		만20~29세	48	3.46	.898		
		만30~39세	51	4.12	.791		
		만40~49세	65	3.91	.605		
		만50~59세	45	3.62	.650		
		만60세이상	23	3.57	.662		
		합계	282	3.78	.727		
	소득	200만원미만	71	3.61	.686	7.301	.000***
		200~400만 원미만	111	3.70	.804		
		400~600만 원미만	51	3.80	.722		
		600만원이상	49	4.18	.391		
		합계	282	3.78	.727		
	학력	고졸이하	91	3.80	.600	11.739	.000***
		전문대재(졸)	51	3.37	.916		
		대재(졸)	121	3.83	.637		
		대학원재(졸)	19	4.42	.692		
		합계	282	3.78	.727		
		N		평균	표준편차	t	p
	지역	동부	94	3.91	.599	2.217	.027*
		서부	188	3.71	.776		
	신문	중앙지	136	3.90	.708	2.806	.005**
		지역신문	146	3.66	.727		

*p<.05, **p<.01 ***p>.001 (1: 매우 만족/ 2: 만족/ 3: 보통/ 4: 불만족/5: 매우 불만족)

수도권과 비교한 부산의 문화 발전 정책 지원 정도에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.000), 소득(p=.000), 학력(p=.000)에서 유의미한 차이가 나타났고, 독립표본 T-test 분석 결과, 거주지역(p=.027), 현재 주로 보는 신문(p=.005)에서 유의미한 차이가 나타났다. 평균값 조사 결과 역시 사회활동의 주축이 되는 만30~39세가 문화 발전 정책 지원 정도에 가장 불만족한 것으로 나타났고, 소득이 높을수록 불만족 정도가 높은 것으로 드러났으며 600만원 이상이 가장 불만족한 것으로 드러났다. 학력은 대학원재(졸)가, 거주지역은 동부가, 중앙지 구독자가 문화 발전 정책 지원에 대한 불만족 정도가 가장 높은 것으로 나타났다.

4) 부산의 문화인프라

앞서 지난 1년간 문화생활 실태에서 문화 장르별 향유 실태 정도가 균등하지 않다는 것을 확인할 수 있었다. 따라서 조사대상자들의 부산의 문화인프라에 대한 생각을 파악한 결과는 다음 <표 20>과 같이 나타났다.

<표 20> 문화인프라에 대한 인식 조사

		명(%)
지역 문화행사 참여 시 어려운 점	관련정보가 부족하다	76(27%)
	관심 있는 프로그램이 없다	71(25.2%)
	비용이 많이 든다	58(20.6%)
	시간이 좀처럼 나지 않는다	53(18.8%)
	시설이 불편하다	17(6%)
	교통이 불편하다	7(2.5%)
현 거주지의 문화시설, 공연 체험기회가 충분한가	매우 그렇다	12(4.3%)
	그렇다	40(14.2%)
	보통이다	91(32.3%)
	그렇지 않다	118(41.8%)
	전혀 그렇지 않다	21(7.4%)
문화시설, 체험기회가 충분하지 않다고 생각하는 이유	수도권에 편중된 문화 예술 시설	76(27%)
	시민들의 관심부족	49(17.4%)
	문화관련 정보 습득 경로 부족	48(17%)
	부족한 문화시설	47(16.7%)
	지자체의 관심부족	29(10.3%)
	비용문제	24(8.5%)
	기타	5(1.8%)
	무응답(해당없음)	4(1.4%)
합계		282(100%)

지역 문화행사 참여 시 어려운 점에 대해서는 관련정보가 부족하다가 76(27%)명으로 가장 높은 응답비율을 나타냈다. 이는 문화관련 정보 습득 경로가 인터넷 다음으로 신문을 많이 활용한다는 설문 결과를 볼 때, 인터넷 매체를 활용하는 언론사를 포함한 지역신문의 문화보도가 문화관련 정보를 제공하는 데 있어 제 역할을 다하고 있지 못하다는 사실을 방증한다.

다음으로, 지역 문화행사 참여 시 어려운 점으로 ‘관심 있는 프로그램이 없다’고 응답한 사람은 71(25.2%)명으로 나타났다. 현 거주지의 문화시설, 공연 체험기회가 충분한가에 대해서도 그렇지 않다가 118(41.8%)명으로 조사되어 부산의 문화 관련 인프라가 부족하다는 것이 드러났다.

문화시설, 체험기회가 충분하지 않다고 생각하는 이유에 대해서는 수도권에 편중

된 문화 예술 시설이 76(27%)명, 시민들의 관심부족이 49(17.4%)명, 문화관련 정보 습득 경로 부족이 48(17%)명, 부족한 문화시설이 47(16.7%)명, 지자체의 관심부족이 29(10.3%)명, 비용문제가 24(8.5%)명, 기타가 5(1.8%)명, 무응답(해당없음)이 4(1.4%)명으로 조사되었다. 시민들이 문화격차를 느낀다는 사실과 함께 시민들의 문화향유를 위해 언론과 지자체의 지역 문화 활성화 관련 역할이 더 강화되어야 한다는 것을 의미한다.

<표 21> 지역 문화행사 참여 시 어려운 점

		지역 문화행사 참여 시 어려운 점												전체		x²(p)
		비용이 많이 든다		시간이 좀처럼 나지 않는다		관심 있는 프로그램이 없다		교통이 불편하다		시설이 불편하다		관련정보가 부족하다				
연령	만15~19세	8	16.0%	14	28.0%	5	10.0%	0	0.0%	3	6.0%	20	40.0%	50	100.0%	75.405 (.000***)
	만20~29세	6	12.5%	5	10.4%	18	37.5%	0	0.0%	10	20.8%	9	18.8%	48	100.0%	
	만30~39세	9	17.6%	7	13.7%	13	25.5%	2	3.9%	0	0.0%	20	39.2%	51	100.0%	
	만40~49세	17	26.2%	7	10.8%	17	26.2%	5	7.7%	4	6.2%	15	23.1%	65	100.0%	
	만50~59세	14	31.1%	10	22.2%	14	31.1%	0	0.0%	0	0.0%	7	15.6%	45	100.0%	
	만60세이상	4	17.4%	10	43.5%	4	17.4%	0	0.0%	0	0.0%	5	21.7%	23	100.0%	
거주 동서	동부	15	16.0%	18	19.1%	31	33.0%	0	0.0%	10	10.6%	20	21.3%	94	100.0%	15.030 (.010*)
	서부	43	22.9%	35	18.6%	40	21.3%	7	3.7%	7	3.7%	56	29.8%	188	100.0%	
소득 수준	200만원미만	5	7.0%	16	22.5%	20	28.2%	0	0.0%	8	11.3%	22	31.0%	71	100.0%	46.790 (.000***)
	200~400만원미만	32	28.8%	22	19.8%	19	17.1%	7	6.3%	2	1.8%	29	26.1%	111	100.0%	
	400~600만원미만	6	11.8%	8	15.7%	16	31.4%	0	0.0%	7	13.7%	14	27.5%	51	100.0%	
	600만원이상	15	30.6%	7	14.3%	16	32.7%	0	0.0%	0	0.0%	11	22.4%	49	100.0%	
학력	고졸이하	20	22.0%	22	24.2%	9	9.9%	5	5.5%	5	5.5%	30	33.0%	91	100.0%	57.794 (.000***)
	전문대재(졸)	13	25.5%	10	19.6%	24	47.1%	2	3.9%	2	3.9%	0	0.0%	51	100.0%	
	대재(졸)	20	16.5%	19	15.7%	38	31.4%	0	0.0%	8	6.6%	36	29.8%	121	100.0%	
	대학원재(졸)	5	26.3%	2	10.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	10.5%	10	52.6%	19	100.0%	
전체		58	20.6%	53	18.8%	71	25.2%	7	2.5%	17	6.0%	76	27.0%	282	100.0%	

*p<.05, **p<.01 ***p<.001

앞서 지난 1년간 문화생활 실태에서 거의 모든 항목의 관람 횟수가 낮은 것으로

나타났다. 이에 대해 연령별·거주지별·소득수준별·학력별 분석 결과 주로 ‘관련 정보 부족’ 또는 ‘관심있는 프로그램이 없다’, ‘비용이 많이 든다’고 응답했다. 구체적으로 살펴보면, 지역문화행사 참여 시 어려운 점에 대한 교차분석 결과 χ^2 값은 연령($p=.000$), 거주지역($p=.010$), 가구당 월평균 소득수준($p=.000$), 학력($p=.000$) 간의 관계에서 유의미하게 나타났다. 연령대별 비교에서는 만20~29세와 만40~49세, 만50~59세는 ‘관심있는 프로그램이 없다’는 응답을 가장 많이 했다. 또 만15~19세와 만30~39세는 ‘관련 정보가 부족하다’는 응답을 가장 많이 한 것으로 조사됐다. 만 60세 이상은 ‘시간이 좀처럼 나지 않는다’는 응답자가 가장 많았다. 거주지역별 분석에서는 동부지역은 ‘관심있는 프로그램이 없다’는 응답이 가장 많았고, ‘관련정보가 부족하다’는 응답이 다음으로 많았다. 다음으로 ‘시간이 좀처럼 나지 않는다’, ‘비용이 많이 든다’, ‘시설이 불편하다’ 순으로 나타났다. 서부지역도 ‘관련정보가 부족하다’, ‘비용이 많이 든다’, ‘관심있는 프로그램이 없다’, ‘시간이 좀처럼 나지 않는다’, 등의 순으로 나타났다. 소득수준별 분석과 학력별 분석 역시 ‘관심 있는 프로그램이 없다’, ‘관련정보가 부족하다’, ‘비용이 많이 든다’ 등의 순으로 나타났다.



<표 22> 현 거주지의 문화시설, 공연 체험기회가 충분한가

			N	평균	표준편차	F	p
현 거주지의 문화시설, 공연 체험기회가 충분한가	연령	만15~19세	50	3.24	.894	2.940	.013*
		만20~29세	48	3.06	.932		
		만30~39세	51	3.53	1.065		
		만40~49세	65	3.42	1.029		
		만50~59세	45	3.18	.806		
		만60세이상	23	3.83	.717		
		합계	282	3.34	.957		
	소득	200만원미만	71	3.38	.884	5.615	.001**
		200~400만원 미만	111	3.53	.971		
		400~600만원 미만	51	3.31	.905		
		600만원이상	49	2.88	.949		
		합계	282	3.34	.957		
	학력	고졸이하	91	3.36	1.049	3.530	.015*
		전문대재(졸)	51	3.67	.792		
		대재(졸)	121	3.25	.924		
		대학원재(졸)	19	2.95	.911		
		합계	282	3.34	.957		
			N	평균	표준편차	F	p
	지역	동부	94	3.09	1.002	-3.221	.001**
		서부	188	3.47	.910		

*p<.05, **p<.01 ***p<.001

(1: 매우 그렇다/ 2: 그렇다/ 3: 보통이다/ 4: 그렇지 않다/ 5: 전혀 그렇지 않다)

현 거주지의 문화시설, 공연 체험기회가 충분한가에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.013)과 소득(p=.001), 학력(p=.015)에서 유의미한 차이가 나타났다, 독립표본 T-test 분석 결과, 거주지역(p=.001)에서 유의미한 차이가 나타났다. 평균값 조사 결과 연령은 해당지역에서 가장 오래 생활했을 가능성이 높은 만60세 이상의 응답 수치가 3.83으로 지역 문화인프라에 대해 부정적 견해를 가진 것으로 나타났다. 또, 소득별로는 200~400만원미만이, 학력은 전문대재(졸)이, 거주지역은 서부 거주자가 동부거주자에 비해 문화시설이나 문화 체험 기회가 적다고 느끼는 것으로 나타났다.

<표 23> 문화시설, 체험기회가 충분하지 않다고 생각하는 이유

		문화시설, 체험기회가충분하지 않다고 생각하는 이유															전체			
		수도권 에 편중된 문화 예술 시설		부족한 문화시 설		시민들의 관심부족		지자체 의 관심부 족		비용문 제		문화관련 정보 습득 경로 부족		기타		무응답(해당없 음)				
연령	만15~19세	10	20.0%	3	6.0%	9	18.0%	6	12.0%	8	16.0%	14	28.0%	0	0.0%	0	0.0%	50	100.0%	107.043 (.000***)
	만20~29세	6	12.5%	15	31.3%	10	20.8%	8	16.7%	0	0.0%	9	18.8%	0	0.0%	0	0.0%	48	100.0%	
	만30~39세	27	52.9%	4	7.8%	7	13.7%	4	7.8%	0	0.0%	9	17.6%	0	0.0%	0	0.0%	51	100.0%	
	만40~49세	10	15.4%	15	23.1%	10	15.4%	9	13.8%	14	21.5%	5	7.7%	0	0.0%	2	3.1%	65	100.0%	
	만50~59세	16	35.6%	6	13.3%	5	11.1%	2	4.4%	2	4.4%	9	20.0%	3	6.7%	2	4.4%	45	100.0%	
	만60세 이상	7	30.4%	4	17.4%	8	34.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	8.7%	2	8.7%	0	0.0%	23	100.0%	
거주 동서	동부	32	34.0%	9	9.6%	12	12.8%	10	10.6%	10	10.6%	17	18.1%	0	0.0%	4	4.3%	94	100.0%	19.972
	서부	44	23.4%	38	20.2%	37	19.7%	19	10.1%	14	7.4%	31	16.5%	5	2.7%	0	0.0%	181	100.0%	(.006**)
가구 당 월평 균 소득 수준	200만원미만	14	19.7%	7	9.9%	14	19.7%	14	19.7%	8	11.3%	14	19.7%	0	0.0%	0	0.0%	71	100.0%	53.51 (.000***)
	200~400만원미만	28	25.2%	25	22.5%	23	20.7%	6	5.4%	7	6.3%	20	18.0%	0	0.0%	2	1.8%	11	100.0%	
	400~600만원미만	20	39.2%	9	17.6%	2	3.9%	9	17.6%	2	3.9%	4	7.8%	3	5.9%	2	3.9%	51	100.0%	
	600만원이상	14	28.6%	6	12.2%	10	20.4%	0	0.0%	7	14.3%	10	20.4%	2	4.1%	0	0.0%	49	100.0%	
학력	고졸이하	14	15.4%	13	14.3%	21	23.1%	8	8.8%	11	12.1%	24	26.4%	0	0.0%	0	0.0%	91	100.0%	57.609 (.000***)
	전문대재(졸)	12	23.5%	15	29.4%	9	17.6%	5	9.8%	4	7.8%	4	7.8%	2	3.9%	0	0.0%	51	100.0%	
	대재(졸)	38	31.4%	17	14.0%	16	13.2%	16	13.2%	9	7.4%	20	16.5%	3	2.5%	2	1.7%	12	100.0%	
	대학원재(졸)	12	63.2%	2	10.5%	3	15.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	10.5%	19	100.0%	
신문 종류	중앙지	29	21.3%	14	10.3%	31	22.8%	16	11.8%	13	9.6%	27	19.9%	2	1.5%	4	2.9%	131	100.0%	20.491
	지역신문	47	32.2%	33	22.6%	18	12.3%	13	8.9%	11	7.5%	21	14.4%	3	2.1%	0	0.0%	144	100.0%	(.005**)

*p<.05, **p<.01 ***p>.001

문화시설, 체험기회가 충분하지 않다고 생각하는 이유에 대한 교차분석 결과, 연령($p=.000$)과 거주지역($p=.006$), 학력($p=.000$), 신문종류($p=.005$)에서 유의미한 차이가 나타났다. 문화시설, 체험기회가 충분하지 않다고 생각하는 이유에 대해 연령별 분석에서는 만 15~19세는 ‘문화관련 정보 습득 경로 부족’에 대한 응답률이 가장 높았으며, 만 20~29세와 만 40~45세는 ‘부족한 문화시설’에 대한 응답률이 가장 높았다. 또, 만 30~39세와 만 50~59세, 만 60세 이상은 ‘수도권에 편중된 문화 예술 시설’이라는 응답이 가장 많았다.

거주지역별 분석에서 동부지역은 ‘수도권에 편중된 문화시설’이라는 응답이 가장 많았으며 다음으로 ‘문화관련 정보습득 경로 부족’과 ‘시민들의 관심부족’이라는 응답 순으로 나타났다. 서부지역 역시 ‘수도권에 편중된 문화시설’이라는 응답이 가장 많았으며, 다음으로 ‘부족한 문화시설’, ‘시민들의 관심부족’ 순으로 응답률이 높게 나타났다.

가구당 월평균 소득수준에서는 200만원 미만은 ‘수도권에 편중된 문화시설’과 ‘시민들의 관심부족’, ‘지자체의 관심부족’등에 대해 균등한 응답률을 보였으며, 200~400만원 미만은 ‘수도권에 편중된 문화시설’, ‘부족한 문화시설’, ‘시민들의 관심부족’ 순으로 나타났다. 400~600만원 미만은 ‘수도권에 편중된 문화시설’이 가장 높은 응답률을 보였으며, 다음으로 ‘부족한 문화시설’, ‘지자체의 관심부족’ 순으로 나타났다. 600만원 이상은 ‘수도권에 편중된 문화시설’의 응답률이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘시민들의 관심부족’과 ‘문화관련 정보 습득 경로 부족’의 응답률이 높게 나타났다.

학력별 분석에서는 고졸 이하는 ‘문화관련 정보 습득 경로 부족’의 응답률이 가장 높았고, 전문대재(졸)은 ‘부족한 문화시설’의 응답률이 가장 높았다. 또, 대재(졸)과 대학원재(졸)은 ‘수도권에 편중된 문화 예술 시설’의 응답률이 가장 높았다. 신문종류별 분석에서는 중앙지 구독자는 ‘시민들의 관심 부족’의 응답률이 가장 높았고, 지역신문 구독자는 ‘수도권에 편중된 문화 예술 시설’의 응답률이 가장 높았다.

3. 문화기사 읽기

1) 문화기사 읽기 실태

지역주민들이 그간 어떤 문화를 창조 향유해왔는지에 이어, 지역주민들이 읽는 신문들은 문화현상을 어떻게 다뤄왔는지 알아보기 위해 문화관련 기사에 대한 수용자의 인식을 실증적으로 분석해 보고자 했다. 오늘날 우리가 공유하고 있는 문화는 주로 매스미디어를 통해서 발전되고 있다. 또, 신문의 문화적 기능의 발현은 문화적 생산물의 내용, 즉 보도자료를 통해 이루어진다고 볼 경우 이러한 분석결과는 부산지역 주민이 읽고 있는 신문이 문화적 기능을 다하고 있는지, 지역주민들이 어떤 문화를 주로 생산 향유하고 있는지를 파악하는데 어느 정도 도움이 될 것으로 판단된다. 이에 따라 조사대상자의 문화기사 읽기 실태를 파악하기 위한 조사의 실증분석 결과는 다음의 <표 24>와 같이 나타났다.



<표 24> 문화기사 읽기 실태 현황

		명(%)
문화관련 기사를 어느 정도 읽는가	모두 읽는다	5(1.8%)
	대부분 읽는 편이다	60(21.3%)
	조금 읽는다	138(48.9%)
	거의 읽지 않는다	63(22.3%)
	전혀 읽지 않는다	16(5.7%)
어떤 측면에서 읽는가	정보가 많아서	54(19.1%)
	문화생활에 도움이 되기 때문에	102(36.2%)
	재미있어서	21(7.4%)
	대화하는데 필요해서	16(5.7%)
	기타	14(5%)
	무응답(해당없음)	75(26.6%)
구독신문 문화기사 분량이 적당한가	매우 적은 편이다	5(1.8%)
	약간 적은 편이다	83(29.4%)
	적당하다	110(39%)
	조금 많은 편이다	9(3.2%)
	무응답(해당없음)	75(26.6%)
문화기사 하단에 특정 통신사 명칭 본적 있는가	있다	54(19.1%)
	없다	153(54.3%)
	무응답(해당없음)	75(26.6%)
개인적으로 문화기사를 스크랩 하는가	대부분 한다	4(1.4%)
	기사에 따라 가끔한다	59(20.9%)
	거의 하지 않는다	47(16.7%)
	전혀 하지 않는다	97(34.4%)
	무응답(해당없음)	75(26.6%)
어떤 측면에서 문화기사를 읽지 않는가	정보가 별로 없어서	14(5%)
	문화생활에 도움이 되지 않기 때문에	2(0.7%)
	재미없어서	13(4.6%)
	시간이 없어서	4(1.4%)
	다른 매체가 문화정보 습득에 더 효율적이라서	48(17%)
	무응답(해당없음)	201(71.3%)
구독하는 신문에 문화 기획면이 별도로 있는가	있다	153(54.3%)
	없다	129(45.7%)
합계		282(100%)

‘문화기사 읽기 실태 현황’ 관련 표를 통해, 인터넷과 휴대폰 등 다양한 매체의 활성화로 인해 문화기사의 스크랩 빈도는 현저히 낮고, 신문의 문화기사를 읽지 않는 이유 중 가장 많은 응답률을 기록한 것 역시 ‘다른 매체가 문화정보 습득에 더 효율적이라서’로 나타난 것을 알 수 있다.

또, 문화기사 하단에 특정 통신사 명칭을 본적 ‘있다’는 응답이 19.1%나 차지했다. 이는, 문화분야 담당기자가 직접 기사를 작성하거나, 취재하지 않았음을 의미한다. 직접 취재하지 않은 기사는 내용이 풍부할 수 없고, 양질의 기사를 제공할 수 없다. ‘어떤 측면에서 읽는가’라는 질문에 26.6%가 무응답을 택한 것 역시 이를 방증한다. 이들은 문화기사를 아예 읽지 않는다는 것을 뜻하기 때문이다.

문화관련 기사를 어느 정도 읽는가라는 질문에 대해서 조금 읽는다가 138(48.9%)명, 거의 읽지 않는다가 63(22.3%)명, 전혀 읽지 않는다가 16(5.7%)명으로 상당수가 문화기사를 잘 읽지 않는다는 사실을 알 수 있다. 대부분 읽는 편이다가 60(21.3%)명, 모두 읽는다가 5(1.8%)명에 불과했다. 어떤 측면에서 읽는가에 대해서는 문화생활에 도움이 되기 때문인가 102(36.2%)명, 정보가 많아서가 54(19.1%)명, 재미있어서가 21(7.4%)명, 대화하는데 필요해서가 16(5.7%)명, 기타가 14(5%)명, 무응답(해당없음)이 75(26.6%)명으로 조사되었다. 이를 통해 문화생활을 하는데 있어 신문이 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 그리고 구독하는 신문에 문화 기획면이 별도로 있는가에 대해서는 있다가 153(54.3%)명, 없다가 129(45.7%)명으로 나타났다.

2) 인구통계학적 특성에 따른 문화기사 구독·비구독 요인

독자들의 인구통계학적 속성이 신문 이용에 영향을 미치는 것으로 기존 연구에서 드러났다. 이에 따라 문화보도의 구독 또는 비구독 요인을 인구통계학적 속성에 따라 조사했다.

<표 25> 어떤 측면에서 읽는가

		어떤 측면에서 읽는가												전체		x²(p)
		정보가 많아서		문화생활에 도움이 되기 때문에		재미있어서		대화하는데 필요해서		기타		무응답(해당 없음)				
연령	만15~19세	15	30.0%	17	34.0%	2	4.0%	0	0.0%	3	6.0%	13	26.0%	50	100.0%	101.652 (.000***)
	만20~29세	7	14.6%	24	50.0%	5	10.4%	0	0.0%	0	0.0%	12	25.0%	48	100.0%	
	만30~39세	0	0.0%	13	25.5%	4	7.8%	0	0.0%	6	11.8%	28	54.9%	51	100.0%	
	만40~49세	14	21.5%	25	38.5%	10	15.4%	6	9.2%	2	3.1%	8	12.3%	65	100.0%	
	만50~59세	14	31.1%	13	28.9%	0	0.0%	4	8.9%	0	0.0%	14	31.1%	45	100.0%	
	만60세이상	4	17.4%	10	43.5%	0	0.0%	6	26.1%	3	13.0%	0	0.0%	23	100.0%	
거주 동서	동부	16	17.0%	28	29.8%	12	12.8%	2	2.1%	5	5.3%	31	33.0%	94	100.0%	12.599 (.027*)
	서부	38	20.2%	74	39.4%	9	4.8%	14	7.4%	9	4.8%	44	23.4%	188	100.0%	
소득 수준	200만원미만	19	26.8%	27	38.0%	7	9.9%	0	0.0%	3	4.2%	15	21.1%	71	100.0%	35.299 (.002**)
	200~400만원미만	19	17.1%	41	36.9%	7	6.3%	10	9.0%	6	5.4%	28	25.2%	111	100.0%	
	400~600만원미만	14	27.5%	15	29.4%	5	9.8%	0	0.0%	5	9.8%	12	23.5%	51	100.0%	
	600만원이상	2	4.1%	19	38.8%	2	4.1%	6	12.2%	0	0.0%	20	40.8%	49	100.0%	
학력	고졸이하	23	25.3%	37	40.7%	5	5.5%	2	2.2%	3	3.3%	21	23.1%	91	100.0%	41.983 (.000***)
	전문대재(졸)	13	25.5%	10	19.6%	7	13.7%	8	15.7%	0	0.0%	13	25.5%	51	100.0%	
	대재(졸)	18	14.9%	50	41.3%	9	7.4%	4	3.3%	9	7.4%	31	25.6%	121	100.0%	
	대학원재(졸)	0	0.0%	5	26.3%	0	0.0%	2	10.5%	2	10.5%	10	52.6%	19	100.0%	
신문 종류	중앙지	27	19.9%	52	38.2%	15	11.0%	10	7.4%	2	1.5%	30	22.1%	136	100.0%	14.703 (.012*)
	지역신문	27	18.5%	50	34.2%	6	4.1%	6	4.1%	12	8.2%	45	30.8%	146	100.0%	
전체		54	19.1%	102	36.2%	21		16	5.7%	14	5.0%	75	26.6%	282	100.0%	

*p<.05, **p<.01 ***p<.001

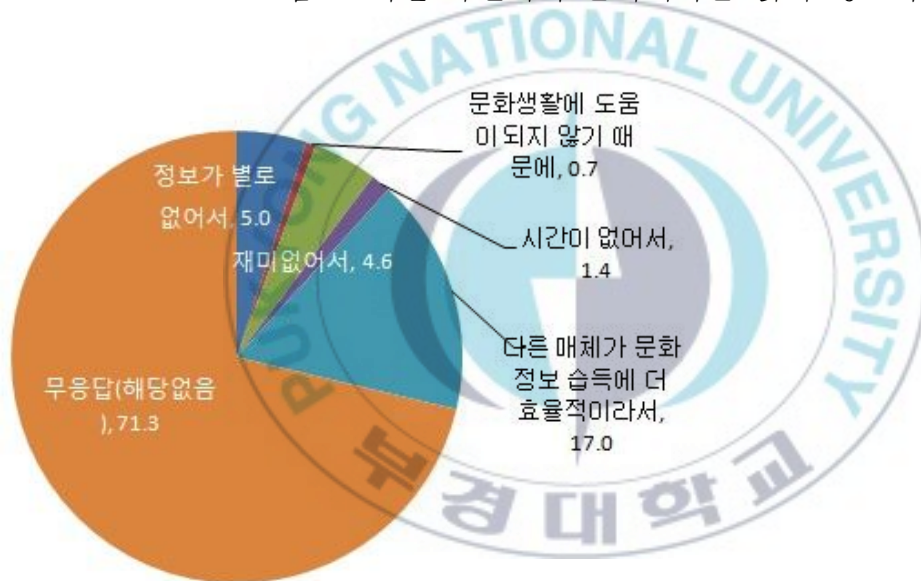
어떤 측면에서 읽는가에 대한 교차분석 결과 x²값은 연령(p=.000), 거주지(p=.027), 가구당 월평균 소득수준(p=.002), 학력(p=.000), 현재 주로 보는 신문종류(p=.012) 간의 관계에서 유의미하게 나타났다.

만 15~19세, 만20~29세, 만40~49세, 만60세 이상은 ‘문화생활에 도움이 되기 때문에’라는 응답이 가장 많았으며, 만 50~59세는 ‘정보가 많아서’라는 응답이 가장 많았다. 그 외 거주지역별, 소득수준별, 학력별, 구독신문별 구분에서도 문화기사의 구독 요인 중 가장 높은 응답률을 보인 응답은 ‘문화생활에 도움이 되기 때문’이었다.

그러나 무응답(해당없음)을 가장 많이 선택한 연령대도 있었다. 만30~39세는 무응답 비율이 가장 높았고 만50~69세 역시 ‘정보가 많아서’와 같은 비율로 무응답 비율이 가장 높은 응답률을 기록했다.

이 세대들은 문화기사를 아예 보지 않는 사람이 그만큼 많다는 것을 의미한다.

<그림3> 어떤 측면에서 문화기사를 읽지 않는가



어떤 측면에서 문화기사를 읽지 않는가에 대한 분석 결과 ‘다른 매체가 문화정보 습득에 더 효율적이라서’라는 응답이 가장 많았고, 다음으로 ‘정보가 별로 없어서’, ‘재미없어서’, ‘시간이 없어서’, ‘문화생활에 도움이 되지 않기 때문’의 응답 순으로 나타났다.

그리고 문화기사를 볼 때 어떤 기사를 먼저 보는가에 대해서는 3가지를 선택할 수 있게 하여 질문했고, 이에 대한 응답을 실증 분석한 결과가 다음의 <표 20>과 같다.

<표 26> 문화기사를 볼 때 어떤 기사를 먼저 보는가(3가지 선택)

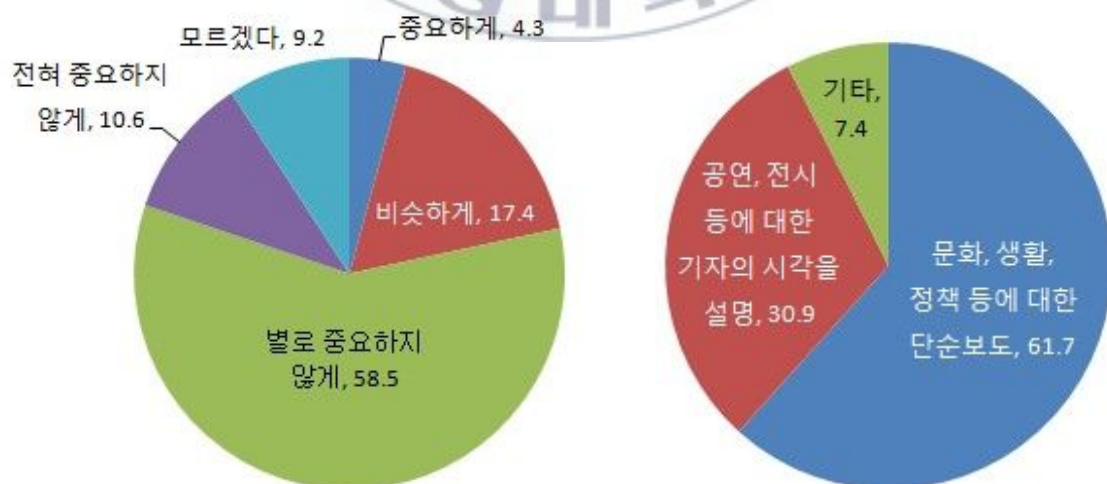
명(%)

		첫번째	두번째	세번째
문화기사 볼 때 어떤 기사를 먼저 보는가	문학행사	47(16.7%)	25(8.9%)	9(3.2%)
	미술	12(4.3%)	10(3.5%)	20(7.1%)
	클래식 음악회 오페라	13(4.6%)	7(2.5%)	18(6.4%)
	전통예술	18(6.4%)	6(2.1%)	12(4.3%)
	연극	7(2.5%)	15(5.3%)	53(18.8%)
	무용	0(0.0%)	2(0.7%)	2(0.7%)
	영화	167(59.2%)	61(21.6%)	34(12.1%)
	대중가요(콘서트 포함)	12(4.3%)	134(47.5%)	60(21.3%)
	기타	6(2.1%)	22(7.8%)	74(26.2%)

문화기사 볼 때 어떤 기사를 먼저 보는가에 대해 각 항목별 첫 번째, 두 번째, 세 번째 응답 빈도를 살펴보면, 첫 번째 선택에서는 영화 및 문학행사가 가장 많고, 두 번째 선택에서는 대중가요(콘서트 포함) 및 영화가 가장 많으며, 세 번째 선택에서는 대중가요(콘서트 포함) 및 연극이 가장 많은 것으로 조사되었다.

3) 문화기사에 대한 인식

문화기사에 대한 ‘쉽다·재미있다·정확하다·풍부하다’에 대한 응답자의 인식을 묻는 질문에 대해서는 다음의 <그림 4>와 같이 응답하였다.





<그림 4> 문화기사에 대한 응답자의 인식

문화기사를 더 중요하게 다룬다고 생각하는가에 대해서는 별로 중요하지 않게
가 165(58.5%)명으로 절반 이상을 차지했다. 또, 비슷하게가 49(17.4%)명이었
고, 전혀 중요하지 않게가 30(10.6%)명, 모르겠다가 26(9.2%)명, ‘중요하게’라
는 응답은 12(4.3%)명에 불과했다. 주로 접한 문화보도는 어떤 유형이였는가라
는 질문에서 역시 문화, 생활, 정책 등에 대한 단순보도가 174(61.7%)명으로 나
타났고, 공연, 전시 등에 대한 기자의 시각을 설명이 87(30.9%)명, 기타가
21(7.4%)명으로 조사되었다.

이는 보도자료에 의존하는 문화보도의 행태를 반영한 결과라 할 수 있다. 그렇다
보니 ‘내용이 풍부하다고 생각하는가’에 대한 질문에 ‘별로 아니다’와 ‘전혀 아니
다’는 응답이 73.8%로 높은 응답률을 기록했다.

실제로, 문화기사는 쉽다고 생각하는가에 대해서는 매우 그렇다가 32(11.3%)명,
그런 편이다가 168(59.6%)명, 별로 아니다가 74(26.2%)명, 전혀 아니다가
6(2.1%)명, 모르겠다가 2(0.7%)명으로 나타났으며, 문화기사는 재미있다고 생각
하는가에 대해서는 매우 그렇다가 12(4.3%)명, 그런 편이다가 147(52.1%)명, 별
로 아니다가 107(37.9%)명, 전혀 아니다가 7(2.5%)명, 모르겠다가 9(3.2%)명으
로 나타났다. 문화기사는 정확하다고 생각하는가에 대해서는 매우 그렇다가
7(2.5%)명, 그런 편이다가 157(55.7%)명, 별로 아니다가 99(35.1%)명, 전혀 아
니다가 3(1.1%)명, 모르겠다가 16(5.7%)명으로 나타났다. 문화기사가 쉽고, 재미
있고, 정확하다고 생각하는 응답자가 비교적 많았다.

그러나 문화기사는 내용이 풍부하다고 생각하는가에 대해서는 그런 편이다가
74(26.2%)명, 별로 아니다가 159(56.4%)명, 전혀 아니다가 49(17.4%)명으로 조

사되었다.

다양한 매체의 발달에도 신문기사가 문화정보 습득에 있어 주요한 경로임에도 불구하고 그 내용은 단순보도 형태를 벗어나지 못하고 있고, 따라서 내용이 풍부하지 않다는 것을 알 수 있다.

4) 인구통계학적 특성에 따른 문화기사에 대한 인식 조사

문화기사에 대한 응답자의 인식을 묻는 질문에 대해서는 다음과 같이 나타났다.

<표 27> 문화기사를 더 중요하게 다룬다고 생각하는가

		N	평균	표준편차	F	p
문화기사를 더 중요하게 다룬다고 생각하는가	만15~19세	50	4.30	.814	5.310	.000***
	만20~29세	48	3.52	.850		
	만30~39세	51	4.27	.695		
	만40~49세	65	4.08	.853		
	만50~59세	45	4.04	1.065		
	만60세이상	23	3.83	1.029		
	합계	282	4.03	.906		

*p<.05, **p<.01 ***p<.001

(1: 매우 그렇다/ 2:그렇다 / 3: 보통이다/ 4: 그렇지 않다/ 5: 전혀 그렇지 않다)

문화기사를 더 중요하게 다룬다고 생각하는가에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.000)에서 유의미한 차이가 나타났고, 평균값 조사 결과 만15~19세와 만30~39세가 가장 부정적인 것으로 나타났다. 대체로 해당 문항에 대해 매우 부정적인 견해를 가진 것을 확인할 수 있다.

<표 28> 문화기사는 재미있다고 생각하는가

			N	평균	표준편차	F	p
문화기사는 재미있다고 생각하는가	연령	만15~19세	50	2.68	.683	2.342	.042*
		만20~29세	48	2.29	.798		
		만30~39세	51	2.41	.572		
		만40~49세	65	2.48	.503		
		만50~59세	45	2.67	1.187		
		만60세이상	23	2.26	.619		
		합계	282	2.48	.760		
	학력	고졸이하	91	2.58	.616	3.881	.010*
		전문대재(졸)	51	2.65	.868		
		대재(졸)	121	2.40	.802		
		대학원재(졸)	19	2.05	.621		
		합계	282	2.48	.760		

*p<.05, **p<.01 ***p<.001

(1: 매우 그렇다/ 2:그렇다 / 3: 보통이다/ 4: 그렇지 않다/ 5: 전혀 그렇지 않다)

문화기사는 재미있다고 생각하는가에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.042), 학력(p=.010)에서 유의미한 차이가 나타났고, 대체로 긍정적인 견해를 가진 것으로 조사됐다. 또, 평균값 조사 결과 60세 이상, 대학원재(졸)이 상대적으로 더 재밌다고 느끼는 것으로 나타났다.

<표 29> 문화기사는 정확하다고 생각하는가

			N	평균	표준편차	F	p
문화기사는 정확하다고 생각하는가	연령	만15~19세	50	2.96	1.009	7.560	.000***
		만20~29세	48	2.23	.425		
		만30~39세	51	2.45	.702		
		만40~49세	65	2.65	.837		
		만50~59세	45	2.13	.661		
		만60세이상	23	2.70	.876		
		합계	282	2.52	.814		
	소득	200만원미만	71	2.77	1.017	3.301	.021*
		200~400만원미만	111	2.43	.696		
		400~600만원미만	51	2.39	.918		
		600만원이상	49	2.47	.504		
		합계	282	2.52	.814		
	학력	고졸이하	91	2.81	.965	6.682	.000***
		전문대재(졸)	51	2.45	.702		
		대재(졸)	121	2.37	.720		
		대학원재(졸)	19	2.21	.419		
		합계	282	2.52	.814		

*p<.05, **p<.01 ***p<.001

(1: 매우 그렇다/ 2:그렇다 / 3: 보통이다/ 4: 그렇지 않다/ 5: 전혀 그렇지 않다)

문화기사는 정확하다고 생각하는가에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.000), 소득(p=.021), 학력(p=.000)에서 유의미한 차이가 나타났고, 평균값 조사 결과 연령별 분석에서는 만 50~59세가 다른 연령대에 비해 상대적으로 더 문화기사가 정확하다고 생각하는 것으로 나타났고, 반면 만 15~19세는 정확하지 않다고 생각하는 것으로 드러났다. 또 소득별 분석에서는 400~600만원 미만이 문화기사가 정확하다고 생각하는 것으로 조사됐고, 200만원 미만이 문화기사가 정확하지 않다고 생각하는 것으로 드러났다. 또, 학력별 분석에서는 대학원재(졸)이 가장 문화기사의 정확도를 신뢰하는 것으로 나타났고, 고졸이하가 문화기사의 정확도를 가장 신뢰하지 않는 것으로 조사됐다.

<표 30> 문화기사는 내용이 풍부하다고 생각하는가

			N	평균	표준편차	F	p
문화기사는 내용이 풍부하다고 생각하는가	연령	만15~19세	50	3.28	.454	11.855	.000***
		만20~29세	48	2.85	.684		
		만30~39세	51	3.06	.645		
		만40~49세	65	2.83	.575		
		만50~59세	45	2.40	.495		
		만60세이상	23	3.13	.815		
		합계	282	2.91	.656		
	소득	200만원미만	71	3.14	.616	5.190	.002**
		200~400만 원미만	111	2.91	.668		
		400~600만 원미만	51	2.73	.695		
		600만원이상	49	2.78	.550		
		합계	282	2.91	.656		
	학력	고졸이하	91	3.12	.612	5.459	.001**
		전문대재(졸)	51	2.71	.642		
		대재(졸)	121	2.84	.633		
		대학원재(졸)	19	2.89	.809		
		합계	282	2.91	.656		
			N	평균	표준편차	t	p
	지역	동부	94	2.77	.537	-2.662	.008**
		서부	188	2.98	.697		
	신문	중앙지	136	2.83	.639	-2.000	.046*
		지역신문	146	2.99	.664		

*p<.05, **p<.01 ***p<.001

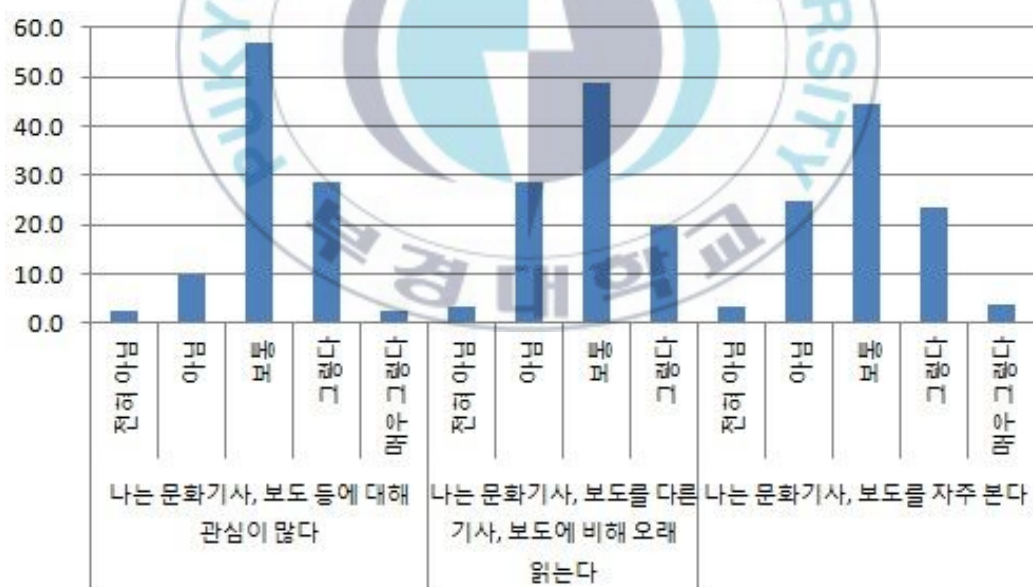
(1: 매우 그렇다/ 2:그렇다 / 3: 보통이다/ 4: 그렇지 않다/ 5: 전혀 그렇지 않다)

문화기사는 내용이 풍부하다고 생각하는가에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.000)과 소득(p=.002), 학력(p=.001)에서 유의미한 차이가 나타났고, 독립표본 T-test 분석 결과, 거주지역(p=.008), 신문종류(p=.046)에서 유의미한 차이가 나타났다.

평균값 조사 결과 연령별 분석에서는 만 50~59세가 가장 문화기사 내용이 풍부하다고 생각하는 반면, 만 15~19세가 가장 문화기사 내용이 풍부하지 않다고 생각하는 것으로 드러났다. 소득별 분석에서는 400~600만원이 문화기사 내용에 대해 가장 풍부하다고 생각하는 반면, 200만원 미만인 가장 문화기사 내용이 풍부하지 않다고 생각하는 것으로 조사됐다. 학력별 분석에서는 전문대재(졸)이 가장 문화기사 내용이 풍부하다고 느끼는 것으로 조사됐고, 고졸이하가 문화기사 내용이 제일 풍부하지 않다고 느끼는 것으로 나타났다. 지역별로는 동부지역 거주자보다 서부지역이, 신문종류별로는 지역신문 구독자가 더 문화기사 내용이 풍부하지 않다고 느끼는 것으로 드러났다.

5) 문화기사에 대한 관심도 조사

조사대상자의 문화보도 관심도를 파악하기 위한 조사의 실증분석 결과는 다음의 <그림 5>와 같이 나타났다.



<그림 5> 문화보도 관심 정도

나는 문화기사, 보도 등에 대한 구독 실태 조사 결과 관심 정도와 구독시간, 구독빈도 모두 ‘보통’ 또는 ‘아님’의 응답률이 높은 것으로 조사되었다.

나는 문화기사, 보도 등에 대해 관심이 많다는 데 대해서는 전혀 아님이 7(2.5%)명,

아님이 27(9.6%)명, 보통이 160(56.7%)명, 그렇다가 81(28.7%)명, 매우 그렇다가 7(2.5%)명으로 나타났고, 나는 문화기사, 보도를 다른 기사, 보도에 비해 오래 읽는가에 대해서는 전혀 아님이 9(3.2%)명, 아님이 81(28.7%)명, 보통이 137(48.6%)명, 그렇다가 55(19.5%)명으로 조사되었다. 그리고 나는 문화기사, 보도를 자주 본가에 대해서는 전혀 아님이 9(3.2%)명, 아님이 70(24.8%)명, 보통이 126(44.7%)명, 그렇다가 66(23.4%)명, 매우 그렇다가 11(3.9%)명으로 나타났다.

<표 31> 나는 문화기사, 보도 등에 대해 관심이 많다

			N	평균	표준편차	F	p
나는 문화기사, 보도 등에 대해 관심이 많다	연령	만15~19세	50	3.22	.679	2.908	.014*
		만20~29세	48	3.15	.652		
		만30~39세	51	2.88	1.032		
		만40~49세	65	3.25	.560		
		만50~59세	45	3.38	.747		
		만60세이상	23	3.39	.499		
		합계	282	3.19	.739		
		N		평균	표준편차	t	p
	신문	중앙지	136	3.29	.709	2.101	.037*
		지역신문	146	3.10	.759		

*p<.05, **p<.01 ***p<.001

(1: 전혀 아니다/ 2: 아니다/ 3: 보통이다/ 4: 그렇다/ 5: 매우 그렇다)

나는 문화기사, 보도 등에 대해 관심이 많가에 대한 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.014)에서 유의미한 차이가 나타났고, 독립표본 T-test 분석 결과, 현재 주로 보는 신문(p=.037)에서 유의미한 차이가 나타났다. 평균값 조사 결과 연령은 만60세 이상이, 중앙지 구독자가 지역신문 구독자에 비해 문화기사에 더 관심이 많은 것으로 나타났다.

<표 32> 나는 문화기사, 보도를 자주 본다

			N	평균	표준편차	F	p
나는 문화기사, 보도를 자주 본다	연령	만15~19세	50	3.00	.833	4.607	.000***
		만20~29세	48	3.25	.758		
		만30~39세	51	2.51	1.102		
		만40~49세	65	3.12	.673		
		만50~59세	45	3.09	.973		
		만60세이상	23	3.04	.562		
		합계	282	3.00	.877		
			N	평균	표준편차	t	p
	신문	중앙지	136	3.16	.896	3.034	.003**
		지역신문	146	2.85	.833		

*p<.05, **p<.01 ***p<.001

(1: 전혀 아니다/ 2: 아니다/ 3: 보통이다/ 4: 그렇다/ 5: 매우 그렇다)

나는 문화기사, 보도를 자주 본다는 일원배치분산분석(One-way ANOVA) 결과, 연령(p=.000)에서 유의미한 차이가 나타났고, 독립표본 T-test 분석 결과, 현재 주로 보는 신문(p=.003)에서 유의미한 차이가 나타났다. 평균값 조사 결과 연령은 만20~29세가, 중앙지 구독자가 지역일간지 구독자에 비해 문화기사를 자주 보는 것으로 나타났다.

앞서 문화보도에 대한 관심정도의 조사 결과와 비교 분석해보면, 문화보도에 대한 관심이 가장 높은 연령층이 문화보도를 가장 자주 보는 것이 아니라는 것을 확인할 수 있다. 이는, 문화보도가 제 역할을 다하지 못하고 있음을 의미한다. 이와 함께, 중앙지 구독자가 지역신문 구독자에 비해 문화보도에 대한 관심정도와 구독빈도 모두 높다는 것을 알 수 있다. 다시 말해, 이는 지역밀착형 뉴스 제공을 통해 지역민들의 문화 공유 수단의 역할을 해야 하는 지역신문이, 중앙지에 비해 문화보도의 역할을 다하지 못하고 있음을 의미한다.

4. 문화기사에 대한 IPA분석 및 활성화 방안

1) 문화기사 유형과 종류의 IPA(선호도-만족도)분석

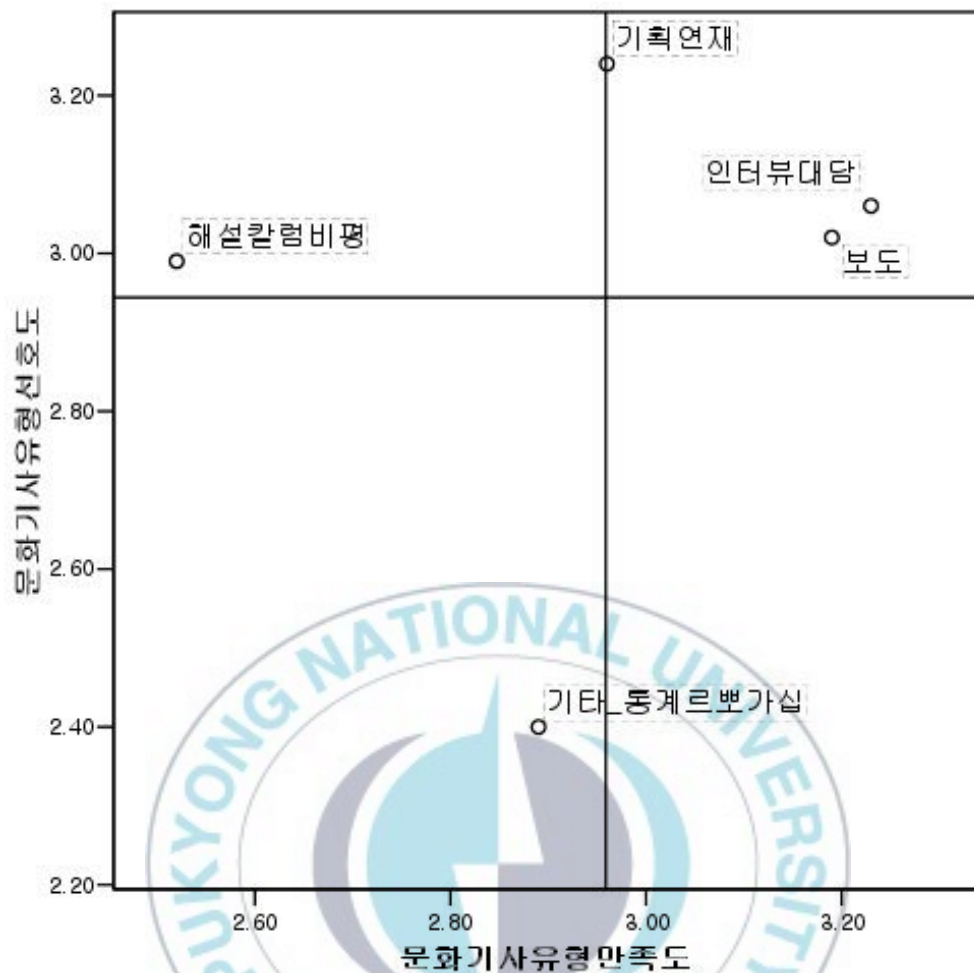
문화기사의 유형과 종류에 대하여 선호도와 만족도 조사를 실시하였고, 이에 대한 IPA분석을 실시하였다. 먼저 문화기사의 유형에 대한 선호도-만족도 IPA 분석을 위하여 문화기사유형 선호도의 평균값 2.9440과 문화기사유형 만족도의 평균값인 2.9589을 도출하였으며, 보도, 해설/칼럼/비평, 인터뷰/대담, 기획/연재, 기타(통계/르뽀/가십)의 각 문항에 대한 평균값을 다음의 <표 IV-32>와 같이 도출하였다.

<표 33> 문화기사 유형의 평균값과 표준편차

	N	평균	표준편차
문화기사 중 보도를 선호하는가	282	3.02	0.690
문화기사 중 해설/칼럼/비평을 선호하는가	282	2.99	1.016
문화기사 중 인터뷰/대담을 선호하는가	282	3.06	0.850
문화기사 중 기획/연재를 선호하는가	282	3.24	1.040
문화기사 중 기타(통계/르뽀/가십)를 선호하는가	282	2.40	0.991
문화기사 중 보도에 만족하는가	282	3.19	0.557
문화기사 중 해설/칼럼/비평에 만족하는가	282	2.52	1.002
문화기사 중 인터뷰/대담에 만족하는가	282	3.23	0.861
문화기사 중 기획/연재에 만족하는가	282	2.96	0.863
문화기사 중 기타(통계/르뽀/가십)에 만족하는가	282	2.89	0.605

(1: 전혀 선호(만족)하지 않는다/ 2: 선호(만족)하지 않는다/ 3: 보통/ 4: 선호(만족)한다/ 5: 매우 선호(만족)한다)

이 값을 근거로 도출한 IPA 4분면 산점도는 다음의 <그림 7>와 같다.



<그림 6> 문화기사유형의 IPA 4분면 산점도

IPA분석결과의 해석을 위하여 그래프로 나타난 4분면에 대한 각 영역을 ‘적극적 관리 요망(Concentrate Here)’, ‘좋은 성과의 지속관리 요망(Keep up the Good work)’, ‘낮은 우선순위(Low Priority)’, ‘과잉노력 지양(Possible Overkill)’으로 나누었다.

먼저 ‘좋은 성과의 지속관리 요망(Keep up the Good work)’은 중요도도 높고 만족도도 높은 경우로서, 기획연재와 인터뷰/대담, 보도가 이 영역을 걸치고 있다.

반면에, ‘낮은 우선순위(Low Priority)’는 중요도와 만족도가 모두 낮은 영역이며, 기타가 이 영역을 걸치고 있다.

한편, ‘적극적 관리 요망(Concentrate Here)’은 중요도는 높으나 만족도가 낮은 영역이며 해설/칼럼/비평이 이 영역을 걸치고 있다.

마지막으로 ‘과잉노력 지양(Possible Overkill)’은 중요도는 낮는데 만족도가 높

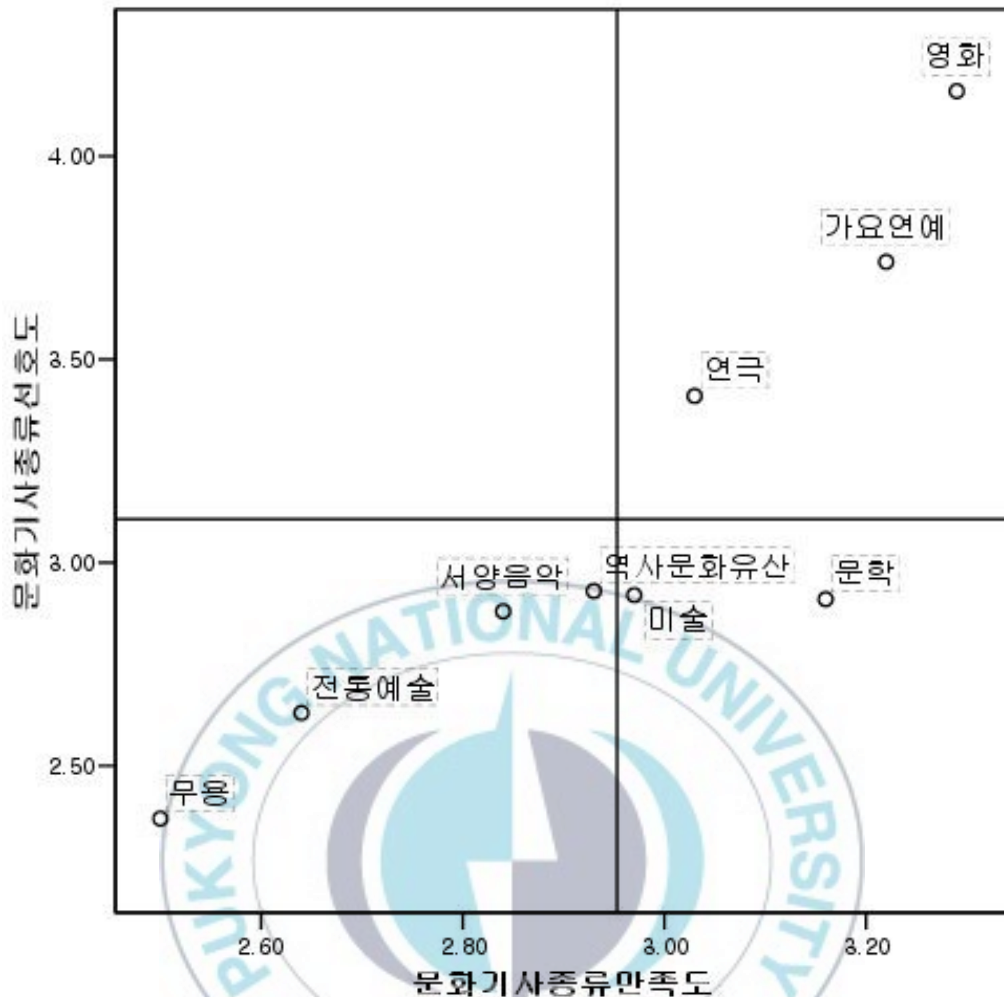
은 영역이며, 해당되는 유형은 없는 것으로 조사되었다.

그리고 문화기사의 내용에 대한 선호도-만족도 IPA 분석을 위하여 문화기사 내용 선호도의 평균값 3.1068과 문화기사 내용 만족도의 평균값인 2.9531을 도출하였으며, 문학, 미술, 서양음악, 전통예술, 무용, 연극, 영화, 가요/연예, 역사문화유산의 각 문항에 대한 평균값을 다음의 <표 28>과 같이 도출하였다.

<표 34> 문화기사 내용의 평균값과 표준편차

	N	평균	표준편차
문화기사 중 문학을 선호하는가	282	2.91	0.898
문화기사 중 미술을 선호하는가	282	2.92	0.893
문화기사 중 서양음악을 선호하는가	282	2.88	1.081
문화기사 중 전통예술을 선호하는가	282	2.63	1.079
문화기사 중 무용을 선호하는가	282	2.37	0.900
문화기사 중 연극을 선호하는가	282	3.41	0.823
문화기사 중 영화를 선호하는가	282	4.16	0.868
문화기사 중 가요/연예를 선호하는가	282	3.74	1.064
문화기사 중 역사문화유산을 선호하는가	282	2.93	0.961
문화기사 중 문학에 만족하는가	282	3.16	0.510
문화기사 중 미술에 만족하는가	282	2.97	0.631
문화기사 중 서양음악에 만족하는가	282	2.84	0.702
문화기사 중 전통예술에 만족하는가	282	2.64	0.825
문화기사 중 무용에 만족하는가	282	2.50	0.697
문화기사 중 연극에 만족하는가	282	3.03	0.862
문화기사 중 영화에 만족하는가	282	3.29	0.792
문화기사 중 가요/연예에 만족하는가	282	3.22	0.935
문화기사 중 역사문화유산에 만족하는가	282	2.93	0.987

이 값을 근거로 도출한 IPA 4분면 산점도는 다음의 <그림 7>와 같다.



<그림 7> 문화기사 내용의 IPA 4분면 산점도

IPA분석결과의 해석을 위하여 그래프로 나타난 4분면에 대한 각 영역을 ‘적극적 관리 요망(Concentrate Here)’, ‘좋은 성과의 지속관리 요망(Keep up the Good work)’, ‘낮은 우선순위(Low Priority)’, ‘과잉노력 지양(Possible Overkill)’으로 나누었다.

먼저 ‘좋은 성과의 지속관리 요망(Keep up the Good work)’은 중요도도 높고 만족도도 높은 경우로서, 영화, 가요연예, 연극이 이 영역을 걸치고 있다.

반면에, ‘낮은 우선순위(Low Priority)’는 중요도와 만족도가 모두 낮은 영역이며, 역사문화유산, 서양음악, 전통예술, 무용이 이 영역을 걸치고 있다.

한편, ‘적극적 관리 요망(Concentrate Here)’은 중요도는 높으나 만족도가 낮은 영역이며 해당되는 종류가 없는 것으로 나타났다.

마지막으로 ‘과잉노력 지양(Possible Overkill)’은 중요도는 낮는데 만족도가 높은 영역이며, 미술, 문학이 이 영역을 걸치고 있다.

2) 문화기사 유형과 종류의 IPA분석에 대한 중앙지·지역신문 간 차이

문화기사 유형과 종류의 선호도·만족도에 대한 중앙지·지역신문 간 차이를 검증하기 위하여 독립표본 T-test를 실시한 결과는 다음의 <표35>와 같다.

(1: 전혀 선호(만족)하지 않는다/ 2: 선호(만족)하지 않는다/ 3: 보통/ 4: 선호(만족)한다/ 5: 매우 선호(만족)한다)

<표 35>문화기사 유형과 종류의 선호도·만족도에 대한 중앙지·지역신문 간 차이

			신문종류	N	M	SD	t	p
선 호 도	유 형	문화기사 중 보도를 선호하는가	중앙지	136	2.93	0.701	-2.065	0.040*
			지역신문	146	3.10	0.672		
		문화기사 중 해설/칼럼/비평을 선호하는가	중앙지	136	3.33	0.903	5.819	0.000***
			지역신문	146	2.66	1.012		
		문화기사 중 인터뷰/대담을 선호하는가	중앙지	136	3.24	0.837	3.329	0.001*
			지역신문	146	2.90	0.833		
		문화기사 중 기획/연재를 선호하는가	중앙지	136	3.28	0.932	0.540	0.589
			지역신문	146	3.21	1.134		
		문화기사 중 기타(통계/트렌드/가십)를 선호하는가	중앙지	136	2.47	0.886	1.085	0.279
			지역신문	146	2.34	1.079		
	종 류	문화기사 중 문학을 선호하는가	중앙지	136	3.01	0.974	1.873	0.062
			지역신문	146	2.82	0.814		
		문화기사 중 미술을 선호하는가	중앙지	136	3.14	0.990	4.057	0.000***
			지역신문	146	2.72	0.740		
		문화기사 중 서양음악을 선호하는가	중앙지	136	3.09	1.158	3.236	0.001**
			지역신문	146	2.68	0.968		
		문화기사 중 전통예술을 선호하는가	중앙지	136	2.80	1.087	2.527	0.012*
			지역신문	146	2.48	1.052		
		문화기사 중 무용을 선호하는가	중앙지	136	2.43	0.832	1.172	0.242
			지역신문	146	2.31	0.958		
		문화기사 중 연극을 선호하는가	중앙지	136	3.33	0.826	-1.659	0.098
			지역신문	146	3.49	0.816		
		문화기사 중 영화를 선호하는가	중앙지	136	4.13	0.906	-0.645	0.520
			지역신문	146	4.19	0.833		
		문화기사 중 가요/연예를 선호하는가	중앙지	136	3.46	1.154	-4.491	0.000***
			지역신문	146	4.01	0.898		
		문화기사 중 역사문화유산을 선호하는가	중앙지	136	2.93	0.998	0.020	0.984
			지역신문	146	2.93	0.930		
만 족 도	유 형	문화기사 중 보도에 만족하는가	중앙지	136	3.04	0.453	-4.318	0.000***
			지역신문	146	3.32	0.610		
		문화기사 중 해설/칼럼/비평에 만족하는가	중앙지	136	2.96	0.906	7.885	0.000***
			지역신문	146	2.11	0.911		

종류	문화기사 중 인터뷰/대답에 만족하는가	중앙지	136	3.41	1.022	3.406	0.001**
		지역신문	146	3.07	0.640		
	문화기사 중 기획/연재에 만족하는가	중앙지	136	3.34	0.781	7.888	0.000***
		지역신문	146	2.60	0.783		
	문화기사 중 기타(통계/트럼프/가십)에 만족하는가	중앙지	136	2.83	0.603	-1.686	0.093
		지역신문	146	2.95	0.603		
	문화기사 중 문학에 만족하는가	중앙지	136	3.14	0.458	-0.518	0.605
		지역신문	146	3.17	0.555		
	문화기사 중 미술에 만족하는가	중앙지	136	2.96	0.625	-0.215	0.830
		지역신문	146	2.98	0.638		
	문화기사 중 서양음악에 만족하는가	중앙지	136	2.76	0.647	-1.672	0.096
		지역신문	146	2.90	0.746		
	문화기사 중 전통예술에 만족하는가	중앙지	136	2.71	0.749	1.476	0.141
		지역신문	146	2.57	0.886		
	문화기사 중 무용에 만족하는가	중앙지	136	2.60	0.693	2.154	0.032*
		지역신문	146	2.42	0.692		
	문화기사 중 연극에 만족하는가	중앙지	136	3.27	0.614	4.681	0.000***
		지역신문	146	2.81	0.992		
	문화기사 중 영화에 만족하는가	중앙지	136	3.51	0.667	4.757	0.000***
		지역신문	146	3.08	0.843		
	문화기사 중 가요/연예에 만족하는가	중앙지	136	3.48	0.750	4.701	0.000***
		지역신문	146	2.97	1.023		
	문화기사 중 역사문화유산에 만족하는가	중앙지	136	2.82	0.952	-1.921	0.056
		지역신문	146	3.04	1.009		

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

분석결과 문화기사 유형의 선호도 중 ‘문화기사 중 보도를 선호하는가’는 $t=-2.065$, $p=.040$, ‘문화기사 중 해설/칼럼/비평을 선호하는가’는 $t=5.819$, $p=.000$, ‘문화기사 중 인터뷰/대답을 선호하는가’는 $t=3.329$, $p=.001$ 로 나타나 중앙지와 지역신문 간 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, ‘문화기사 중 해설/칼럼/비평을 선호하는가’와 ‘문화기사 중 인터뷰/대답을 선호하는가’에 대해서는 중앙지를 보는 응답자가 지역신문을 보는 응답자 보다 선호도가 더 높으며, ‘문화기사 중 보도를 선호하는가’에 대해서는 지역신문을 보는 응답자가 중앙지를 보는 응답자 보다 선호도가 더 높은 것으로 조사되었다.

그리고 문화기사 종류의 선호도 중 ‘문화기사 중 미술을 선호하는가’는 $t=4.057$, $p=.000$, ‘문화기사 중 서양음악을 선호하는가’는 $t=3.236$, $p=.001$, ‘문화기사 중 전통예술을 선호하는가’는 $t=2.527$, $p=.012$, ‘문화기사 중 가요/연예를 선호하는가’는 $t=-4.491$, $p=.000$ 으로 나타나 중앙지와 지역신문 간 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, ‘문화기사 중 미술을 선호하는가’, ‘문화기사 중

서양음악을 선호하는가’, ‘문화기사 중 전통예술을 선호하는가’에 대해서는 중앙지를 보는 응답자가 지역신문을 보는 응답자 보다 선호도가 더 높으며, ‘문화기사 중 가요/연예를 선호하는가’에 대해서는 지역신문을 보는 응답자가 중앙지를 보는 응답자 보다 선호도가 더 높은 것으로 조사되었다.

그리고 문화기사 유형의 만족도 중 ‘문화기사 중 보도에 만족하는가’는 $t=-4.318$, $p=.000$, ‘문화기사 중 해설/칼럼/비평에 만족하는가’는 $t=7.885$, $p=.000$, ‘문화기사 중 인터뷰/대담에 만족하는가’는 $t=3.406$, $p=.001$, ‘문화기사 중 기획/연재에 만족하는가’는 $t=7.888$, $p=.000$ 으로 나타나 중앙지와 지역신문 간 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, ‘문화기사 중 해설/칼럼/비평에 만족하는가’, ‘문화기사 중 인터뷰/대담에 만족하는가’, ‘문화기사 중 기획/연재에 만족하는가’에 대해서는 중앙지를 보는 응답자가 지역신문을 보는 응답자 보다 만족도가 더 높으며, ‘문화기사 중 보도에 만족하는가’에 대해서는 지역신문을 보는 응답자가 중앙지를 보는 응답자 보다 만족도가 더 높은 것으로 조사되었다.

그리고 문화기사 종류의 만족도 중 ‘문화기사 중 무용에 만족하는가’는 $t=2.154$, $p=.032$, ‘문화기사 중 연극에 만족하는가’는 $t=4.681$, $p=.000$, ‘문화기사 중 영화에 만족하는가’는 $t=4.757$, $p=.000$, ‘문화기사 중 가요/연예에 만족하는가’는 $t=4.701$, $p=.000$ 으로 나타나 중앙지와 지역신문 간 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 모두 중앙지를 보는 응답자가 지역신문을 보는 응답자 보다 만족도가 더 높은 것으로 조사되었다.

3) 문화 보도의 활성화 방안

문화보도 발전을 위해 기자에게 요구되는 것을 파악하기 위한 조사의 실증분석 결과는 다음의 <표36>과 같이 나타났다.

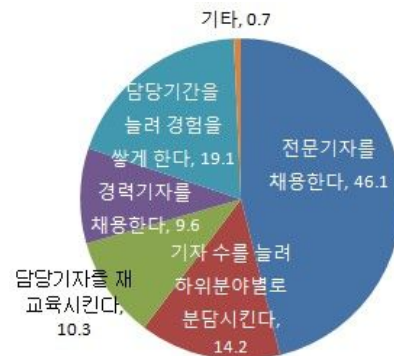
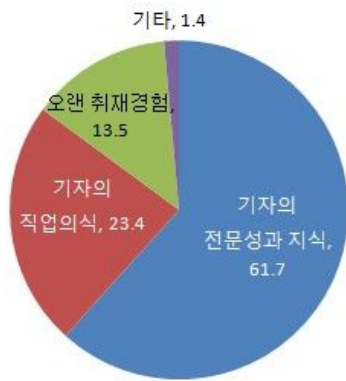
<표 36> 문화보도 발전을 위해 기자에게 필요한 것

		문화보도 발전을 위해 기자에게 필요한 것								전체		x²(p)
		기자의 전문성과 지식		기자의 직업의식		오랜 취재경험		기타				
연령	만15~19세	27	54.0%	14	28.0%	9	18.0%	0	0.0%	50	100.0%	29.442 (.014*)
	만20~29세	39	81.3%	4	8.3%	5	10.4%	0	0.0%	48	100.0%	
	만30~39세	30	58.8%	13	25.5%	8	15.7%	0	0.0%	51	100.0%	
	만40~49세	43	66.2%	14	21.5%	8	12.3%	0	0.0%	65	100.0%	
	만50~59세	25	55.6%	12	26.7%	6	13.3%	2	4.4%	45	100.0%	
	만60세이상	10	43.5%	9	39.1%	2	8.7%	2	8.7%	23	100.0%	
거주 지역	동부	76	80.9%	16	17.0%	2	2.1%	0	0.0%	94	100.0%	26.308 (.000***)
	서부	98	52.1%	50	26.6%	36	19.1%	4	2.1%	188	100.0%	
소득 수준	200만원미만	46	64.8%	14	19.7%	11	15.5%	0	0.0%	71	100.0%	20.879 (.013*)
	200~400만원미만	58	52.3%	28	25.2%	23	20.7%	2	1.8%	111	100.0%	
	400~600만원미만	32	62.7%	15	29.4%	2	3.9%	2	3.9%	51	100.0%	
	600만원이상	38	77.6%	9	18.4%	2	4.1%	0	0.0%	49	100.0%	
학력	고졸이하	41	45.1%	28	30.8%	20	22.0%	2	2.2%	91	100.0%	36.928 (.000***)
	전문대재(졸)	33	64.7%	6	11.8%	10	19.6%	2	3.9%	51	100.0%	
	대재(졸)	81	66.9%	32	26.4%	8	6.6%	0	0.0%	121	100.0%	
	대학원재(졸)	19	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	19	100.0%	
전체		174	61.7%	66	23.4%	38	13.5%	4	1.4%	282	100.0%	

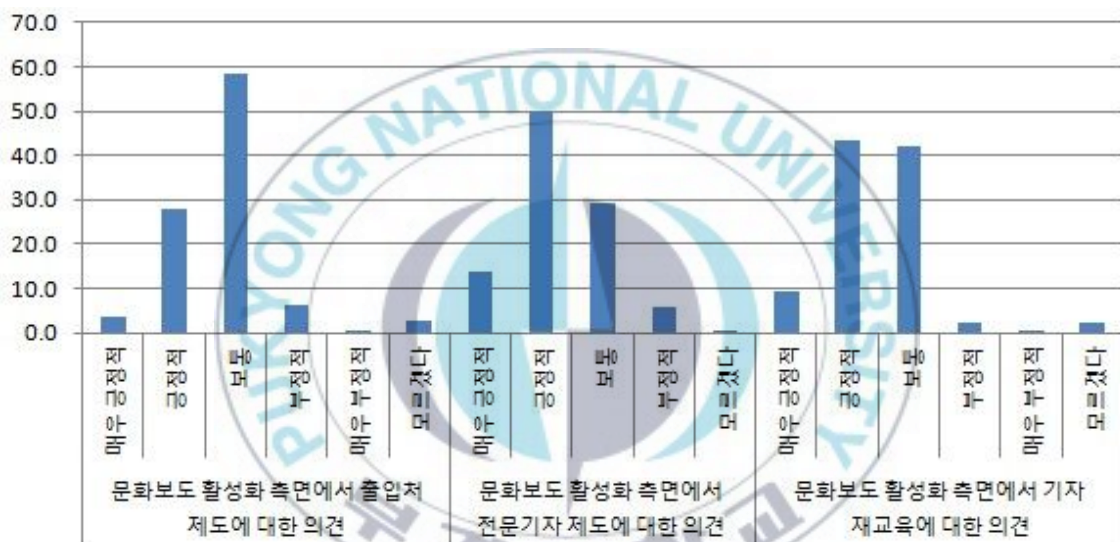
*p<.05, **p<.01 ***p<.001

문화보도 발전을 위해 기자에게 필요한 것에 대한 교차분석 결과 x²값은 연령 (p=.014), 거주지역(p=.000), 가구당 월평균 소득수준(p=.013), 학력(p=.000) 간의 관계에서 유의미하게 나타났다. 먼저, 연령별 분석에서 만 15~19세, 만 20~29세, 만 30~39세, 만 40~49세, 만 50~59세, 만 60세 이상 모두 ‘기자의 전문성과 지식’이라는 응답률이 가장 높았으며, 거주지역별 분석 역시 동부지역과 서부지역 모두 ‘기자의 전문성과 지식’의 응답률이 가장 높았다. 소득수준별 분석에서도 모든 소득계층에서 ‘기자의 전문성과 지식’의 응답률이 가장 높았다. 학력별 분석에서도 ‘기자의 전문성과 지식’의 응답률이 가장 높았고, 대학원재(졸)은 모든 응답자가 ‘기자의 전문성과 지식’이라고 응답했다.

이를 바탕으로 문화보도의 전문성 확보를 위한 방안에 대한 조사의 실증 분석 결과는 다음의 <그림 8>와 같이 나타났다.



문화보도 발전을 위해 기자에게 필요한 것 문화보도의 전문성을 위한 신문사의 역할



<그림 8> 문화보도의 활성화 방안

문화보도 활성화 방안에 대해서 주로 ‘전문성’을 확보해야 한다는 견해가 두드러졌다. 기자에게 필요한 것에 대해서는 ‘기자의 전문성과 지식’이 61.7%, ‘기자의 직업의식’이 23.4%, ‘오랜 취재경험’이 13.5%, ‘기타’가 1.4%으로 나타났다.

이 같은 문화보도의 전문성 확보를 위한 신문사의 역할에 대해서는 ‘전문기자를 채용한다’가 46.1%, ‘담당기간을 늘려 경험을 쌓게 한다’가 19.1%, ‘기자 수를 늘려 하위분야별로 분담시킨다’가 14.2%, 담당기자를 재교육시킨다가 10.3%, 경력기자를 채용한다가 9.6%, 기타가 0.7%으로 조사되었다.

문화보도 활성화 측면에서 신문사의 역할에 대해서는 ‘전문기자 제도’, ‘기자재교육’, ‘출입처 제도’ 순으로 적극적인 응답을 나타냈다. 먼저, ‘전문기자 제도’에 대한 의견에 대해서는 매우 긍정적이 13.8%, 긍정적이 50% 보통이 29.4%, 부정

적이 6%, 모르겠다가 0.7%으로 조사되었다.

다음으로, ‘기자 재교육’에 대한 의견에 대해서는 매우 긍정적이 9.2%, 긍정적이 43.3%, 보통이 42.2%, 부정적이 2.5%, 매우 부정적이 0.7%, 모르겠다가 2.1% 명으로 나타났다. ‘출입처 제도’에 대한 의견에 대해서는 매우 긍정적이 3.5%, 긍정적이 28%, 보통이 58.5%, 부정적이 6.4%, 매우 부정적이 0.7%, 모르겠다가 2.8%로 나타났다

그리고 문화보도에 대한 개선점과 문제점에 대한 인식의 경우는 <표 31>과 같이 나타났다.



<표 37> 문화보도에 대한 개선점과 문제점에 대한 인식

		명(%)
구독 중인 일간지의 문화보도 개선점은	지역성 있는 문화보도를 해야 한다	89(31.6%)
	대중성 있는 문화보도를 해야 한다	51(18.1%)
	더 심층적인 보도를 해야 한다	43(15.2%)
	관련 정보가 많아져야 한다	41(14.5%)
	이해하기 쉬운 문화보도를 해야 한다	32(11.3%)
	문화보도의 빈도를 높여야 한다	19(6.7%)
	기타	7(2.5%)
현재의 문화기사가 문화생활에 어떠한 영향을 주는가	영향을 주는 편이다	108(38.3%)
	거의 영향을 주지 않는다	93(33%)
	모르겠다	73(25.9%)
	영향을 크게 준다	4(1.4%)
	전혀 영향을 주지 않는다	4(1.4%)
문화보도를 통해 문화행사 관람할 때 중요한 기준	내용 및 수준	125(44.3%)
	관람 비용의 적절성	48(17%)
	참가자(작가,출연진)의 유명도	32(11.3%)
	행사에 대한 전문가 의견	20(7.1%)
	교통의 편의성	19(6.7%)
	행사에 대한 주위 의견, 네티즌 의견	18(6.4%)
	행사개최 장소의 유명도	8(2.8%)
	기타	6(2.1%)
	언론보도	4(1.4%)
문화기사에서 지방지의 문제점은	편의시설 구비여부	2(0.7%)
	지역 문화 관련 현안에 대한 발굴기사가 적다	96(34%)
	중앙지와 차이점이 별로 없다	65(23%)
	중요한 문화행사나 이슈가 제대로 보도되지 않는다	56(19.9%)
	모르겠다, 응답거부	32(11.3%)
	기획성 취재가 이뤄지지 않고 있다	29(10.3%)
	섹션 등 편집기술이 떨어진다	4(1.4%)
	합계	282(100%)

구독중인 일간지의 문화보도 개선점에 대해서는 ‘지역성 있는 문화보도를 해야 한다’가 31.6%로 가장 높은 응답률을 기록했으며, ‘대중성 있는 문화보도를 해야 한다’가 18.1%, ‘더 심층적인 보도를 해야 한다’가 15.2%, ‘관련 정보가 많아져야 한다’가 14.5%, ‘이해하기 쉬운 문화보도를 해야 한다’가 11.3%, ‘문화보도의 빈도를 높여야 한다’가 6.7%, ‘기타’가 2.5%로 나타났다. 현재의 문화기사가 문화생활에 어떠한 영향을 주는가에 대해서는 ‘영향을 크게 준다’가 1.4%, ‘영향을 주는 편이다’가 38.3%, ‘모르겠다’가 25.9%, 거의 영향을 주지 않는다가 33%, 전혀 영향을 주지 않는다가 1.4%로 조사되었다.

신문이 영향을 ‘준다’고 응답한 사람이 ‘그렇지 않다’고 응답한 사람보다 더 많은 것을 확인할 수 있다.

그리고 문화보도를 통해 문화행사 관람할 때 중요한 기준에 대해서는 ‘내용 및 수준’이 44.3%, ‘관람 비용의 적절성’이 17%, ‘참가자(작가,출연진)의 유명도’가 11.3%, ‘행사개최 장소의 유명도’가 2.8%, ‘교통의 편의성’이 6.7%, ‘편의시설 구비여부’가 0.7%, ‘행사에 대한 전문가 의견’이 7.1%, ‘언론보도’가 1.4%, ‘행사에 대한 주위 의견’, ‘네티즌 의견’이 6.4%, ‘기타’가 2.1%로 조사되었고, 문화기사에서 지방지의 문제점에 대해서는 ‘중앙지와 차이점이 별로 없다’가 23%, ‘지역 문화 관련 현안에 대한 발굴기사가 적다’가 34%, ‘기획성취재가 이뤄지지 않고 있다’가 10.3%, ‘중요한 문화행사나 이슈가 제대로 보도되지 않는다’가 19.9%, ‘섹션 등 편집기술이 떨어진다’가 1.4%, ‘모르겠다, 응답거부’가 11.3%로 조사되었다.



<표 38> 구독 중인 일간지의 문화보도 개선점은

		구독 중인 일간지의 문화보도 개선점은													전체		x²(p)	
		더 심층적인 보도를 해야 한다		대중성 있는 문화보도를 해야 한다		문화보도의 빈도를 높여야 한다		지역성 있는 문화보도를 해야 한다		관련 정보가 많아져야 한다		이해하기 쉬운 문화보도를 해야 한다		기타				
연령	만15~19세	15	30.0%	14	28.0%	3	6.0%	9	18.0%	2	4.0%	7	14.0%	0	0.0%	50	100.0%	139.878 (.000***)
	만20~29세	12	25.0%	12	25.0%	2	4.2%	8	16.7%	7	14.6%	2	4.2%	5	10.4%	48	100.0%	
	만30~39세	11	21.6%	4	7.8%	0	0.0%	28	54.9%	6	11.8%	2	3.9%	0	0.0%	51	100.0%	
	만40~49세	2	3.1%	10	15.4%	6	9.2%	30	46.2%	2	3.1%	13	20.0%	2	3.1%	65	100.0%	
	만50~59세	0	0.0%	9	20.0%	4	8.9%	6	13.3%	22	48.9%	4	8.9%	0	0.0%	45	100.0%	
	만60세이상	3	13.0%	2	8.7%	4	17.4%	8	34.8%	2	8.7%	4	17.4%	0	0.0%	23	100.0%	
거주 동서	동부	17	18.1%	13	13.8%	2	2.1%	29	30.9%	22	23.4%	9	9.6%	2	2.1%	94	100.0%	14.710 (.023*)
	서부	26	13.8%	38	20.2%	17	9.0%	60	31.9%	19	10.1%	23	12.2%	5	2.7%	188	100.0%	
소득 수준	200만원미만	24	33.8%	15	21.1%	5	7.0%	11	15.5%	4	5.6%	7	9.9%	5	7.0%	71	100.0%	63.314 (.000***)
	200~400만원미만	9	8.1%	15	13.5%	8	7.2%	52	46.8%	15	13.5%	12	10.8%	0	0.0%	111	100.0%	
	400~600만원미만	5	9.8%	14	27.5%	2	3.9%	14	27.5%	10	19.6%	4	7.8%	2	3.9%	51	100.0%	
	600만원이상	5	10.2%	7	14.3%	4	8.2%	12	24.5%	12	24.5%	9	18.4%	0	0.0%	49	100.0%	
학력	고졸이하	15	16.5%	20	22.0%	11	12.1%	24	26.4%	8	8.8%	13	14.3%	0	0.0%	91	100.0%	73.184 (.000***)
	전문대재(졸)	0	0.0%	7	13.7%	2	3.9%	27	52.9%	2	3.9%	8	15.7%	5	9.8%	51	100.0%	
	대재(졸)	22	18.2%	22	18.2%	6	5.0%	31	25.6%	31	25.6%	9	7.4%	0	0.0%	121	100.0%	
	대학원재(졸)	6	31.6%	2	10.5%	0	0.0%	7	36.8%	0	0.0%	2	10.5%	2	10.5%	19	100.0%	
전체		43	15.2%	51	18.1%	19	6.7%	89	31.6%	41	14.5%	32	11.3%	7	2.5%	282	100.0%	

*p<.05, **p<.01 ***p<.001

구독중인 일간지의 문화보도 개선점에 대한 교차분석 결과 x²값은 연령(p=.000), 거주지(p=.023), 가구당 월평균 소득수준(p=.000), 학력(p=.000) 간의 관계에서 유의미하게 나타났다. 연령별 분석에서 만15~19세는 더 심층적인 보도를 해야 한다, 만20~29세는 대중성 있는 문화보도를 해야 한다는 응답률이 가장 높게 나타났다. 만30~39세와 만40~49세, 만60세이상은 지역성 있는 문화보도를 해

야 한다는 응답의 비율이 가장 높았다. 만50~59세는 관련 정보가 많아져야 한다는 응답률이 가장 높았다.

지역별 분석에서는 동부와 서부지역 모두 응답의 비율 중 지역성 있는 문화보도를 해야 한다는 응답률이 가장 높았다.

소득별 분석에서는 200만원미만은 더 심층적인 보도를 해야 한다, 200~400만원 미만, 400~600만원 미만, 600만원 이상은 지역성 있는 문화보도를 해야 한다는 응답이 가장 높았다.

학력별 분석에서는 고졸이하, 전문대재(졸), 대재(졸), 대학원재(졸) 모두 지역성 있는 문화보도를 해야 한다는 응답 비율이 가장 높았다.

<표 39> 문화기사에서 지방지의 문제점은

		문화기사에서 지방지의 문제점은												전체		x²(p)
		중앙지와 차이점이 별로 없다		지역 문화 관련 현안에 대한 발굴기사가 적다		기획성취재가 이뤄지지 않고 있다		중요한 문화행사나 이슈가 제대로 보도되지 않는다		섹션 등 편집기술이 떨어진다		모르겠다, 응답거부				
연령	만15~19 세	6	12.0%	18	36.0%	6	12.0%	14	28.0%	0	0.0%	6	12.0%	50	100.0%	49.737 (.002**)
	만20~29 세	17	35.4%	14	29.2%	3	6.3%	12	25.0%	0	0.0%	2	4.2%	48	100.0%	
	만30~39 세	16	31.4%	16	31.4%	7	13.7%	6	11.8%	2	3.9%	4	7.8%	51	100.0%	
	만40~49 세	8	12.3%	17	26.2%	13	20.0%	14	21.5%	2	3.1%	11	16.9%	65	100.0%	
	만50~59 세	9	20.0%	23	51.1%	0	0.0%	6	13.3%	0	0.0%	7	15.6%	45	100.0%	
	만60세이 상	9	39.1%	8	34.8%	0	0.0%	4	17.4%	0	0.0%	2	8.7%	23	100.0%	
거주동 서	동부	22	23.4%	33	35.1%	4	4.3%	9	9.6%	4	4.3%	22	23.4%	94	100.0%	38.609 (.000***)
	서부	43	22.9%	63	33.5%	25	13.3%	47	25.0%	0	0.0%	10	5.3%	188	100.0%	
학력	고졸이하	14	15.4%	32	35.2%	6	6.6%	27	29.7%	0	0.0%	12	13.2%	91	100.0%	32.354 (.006**)
	전문대재(졸)	15	29.4%	13	25.5%	6	11.8%	12	23.5%	0	0.0%	5	9.8%	51	100.0%	
	대재(졸)	31	25.6%	49	40.5%	12	9.9%	12	9.9%	4	3.3%	13	10.7%	121	100.0%	
	대학원재(졸)	5	26.3%	2	10.5%	5	26.3%	5	26.3%	0	0.0%	2	10.5%	19	100.0%	
신문 종류	중앙지	22	16.2%	51	37.5%	17	12.5%	24	17.6%	4	2.9%	18	13.2%	136	100.0%	13.327 (.021*)
	지역신문	43	29.5%	45	30.8%	12	8.2%	32	21.9%	0	0.0%	14	9.6%	146	100.0%	
전체		65	23.0%	96	34.0%	29	10.3%	56	19.9%	4	1.4%	32	11.3%	282	100.0%	

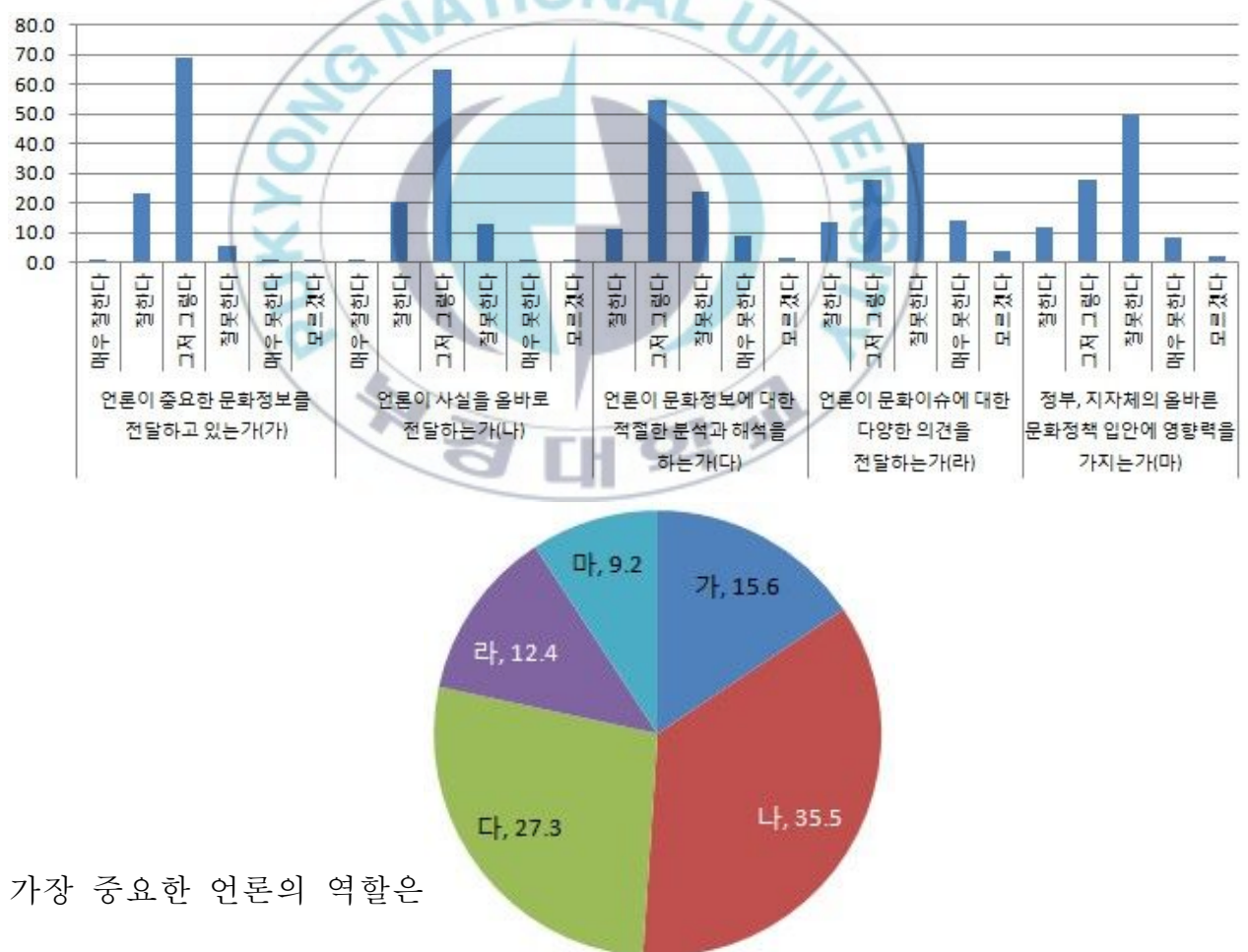
*p<.05, **p<.01 ***p<.001

문화기사에서 지방지의 문제점에 대한 교차분석 결과 x²값은 연령(p=.002), 거주지(p=.000), 학력(p=.006), 현재 주로 보는 신문 종류(p=.021) 간의 관계에서 유의미하게 나타났으며, 연령별 분석에서 만15~19세, 만40~49세, 만50~59세는

지역 문화 관련 현안에 대한 발굴기사가 적다,만20~29세와 만60세이상은 중앙지와 차이점이 별로 없다,만30~39세는 중앙지와 차이점이 별로 없다와 지역 문화 관련 현안에 대한 발굴기사가 적다가 가장 높은 응답률을 나타냈다.

지역별 분석에서는 동부와 서부지역 모두 지역 문화 관련 현안에 대한 발굴기사가 적다는 응답률이 가장 높게 나타났다. 학력별 분석에서는 고졸이하,대재(졸)은 지역 문화 관련 현안에 대한 발굴기사가 적다, 전문대재(졸)과 대학원재(졸)은 중앙지와 차이점이 별로 없다는 응답 비율이 가장 높게 나타났다. 신문 종류별 분석에서는 중앙지와 지역신문 모두 지역 문화 관련 현안에 대한 발굴기사가 적다는 응답률이 가장 높게 나타났다.

그리고 문화기사와 관련한 언론의 역할에 대한 인식조사 결과는 다음의 <그림 10>과 같이 나타났다.



가장 중요한 언론의 역할은

<그림 9> 문화기사와 관련한 언론의 역할에 대한 인식

‘문화기사와 관련한 언론의 역할에 대한 인식’에 관한 질문에서는 문화이슈에 대한 다양한 전달과 정부와 지자체의 올바른 문화정책 입안에 대한 영향력, 문화정보에 대한 적절한 분석과 해석 순으로 부정적인 인식 결과가 나왔다.

언론이 중요한 문화정보를 전달하고 있는가(가)에 대해서는 매우 잘한다가 2(0.7%)명, 잘한다가 66(23.4%)명, 그저 그렇다가 194(68.8%)명, 잘못한다가 16(5.7%)명, 매우 못한다가 2(0.7%)명, 모르겠다가 2(0.7%)명으로 나타났고, 언론이 사실을 올바르게 전달하는가(나)에 대해서는 매우 잘한다가 2(0.7%)명, 잘한다가 57(20.2%)명, 그저 그렇다가 183(64.9%)명, 잘못한다가 36(12.8%)명, 매우 못한다가 2(0.7%)명, 모르겠다가 2(0.7%)명으로 조사되었다. 언론이 문화정보에 대한 적절한 분석과 해석을 하는가(다)에 대해서는 잘한다가 32(11.3%)명, 그저 그렇다가 154(54.6%)명, 잘못한다가 67(23.8%)명, 매우 못한다가 25(8.9%)명, 모르겠다가 4(1.4%)명으로 나타났으며, 언론이 문화이슈에 대한 다양한 의견을 전달하는가(라)에 대해서는 잘한다가 39(13.8%)명, 그저 그렇다가 79(28%)명, 잘못한다가 113(40.1%)명, 매우 못한다가 40(14.2%)명, 모르겠다가 11(3.9%)명으로 나타났다. 정부, 지자체의 올바른 문화정책 입안에 영향력을 가지는가(마)에 대해서는 잘한다가 34(12.1%)명, 그저 그렇다가 78(27.7%)명, 잘못한다가 140(49.6%)명, 매우 못한다가 24(8.5%)명, 모르겠다가 6(2.1%)명으로 나타났고, 이상의 질문인 가, 나, 다, 라, 마 중 가장 중요한 언론의 역할에 대해서는 가의 경우는 44(15.6%)명, 나의 경우는 100(35.5%)명, 다의 경우는 77(27.3%)명, 라의 경우는 35(12.4%)명, 마의 경우는 26(9.2%)명으로 조사되었다.

<표 40> 문화보도 관련, 가장 중요한 언론의 역할은

		문화보도 관련, 가장 중요한 언론의 역할은										전체		x²(p)
		주요 문화 정보		바른 사실 전달		분석과 해석		다양한 의견		문화정책에 영향				
연령	만15~19세	9	18.0%	20	40.0%	12	24.0%	6	12.0%	3	6.0%	50	100.0%	74.486 (.000***)
	만20~29세	0	0.0%	24	50.0%	12	25.0%	12	25.0%	0	0.0%	48	100.0%	
	만30~39세	9	17.6%	18	35.3%	14	27.5%	6	11.8%	4	7.8%	51	100.0%	
	만40~49세	8	12.3%	16	24.6%	27	41.5%	6	9.2%	8	12.3%	65	100.0%	
	만50~59세	18	40.0%	7	15.6%	6	13.3%	5	11.1%	9	20.0%	45	100.0%	
	만60세이상	0	0.0%	15	65.2%	6	26.1%	0	0.0%	2	8.7%	23	100.0%	
소득 수준	200만원미만	11	15.5%	26	36.6%	19	26.8%	12	16.9%	3	4.2%	71	100.0%	41.503 (.000***)
	200~400만원미만	21	18.9%	42	37.8%	30	27.0%	10	9.0%	8	7.2%	111	100.0%	
	400~600만원미만	12	23.5%	12	23.5%	12	23.5%	2	3.9%	13	25.5%	51	100.0%	
	600만원이상	0	0.0%	20	40.8%	16	32.7%	11	22.4%	2	4.1%	49	100.0%	
학력	고졸이하	15	16.5%	38	41.8%	23	25.3%	8	8.8%	7	7.7%	91	100.0%	31.435 (.002**)
	전문대재(졸)	8	15.7%	21	41.2%	14	27.5%	6	11.8%	2	3.9%	51	100.0%	
	대재(졸)	18	14.9%	41	33.9%	32	26.4%	13	10.7%	17	14.0%	121	100.0%	
	대학원재(졸)	3	15.8%	0	0.0%	8	42.1%	8	42.1%	0	0.0%	19	100.0%	
신문 종류	중앙지	22	16.2%	40	29.4%	41	30.1%	26	19.1%	7	5.1%	136	100.0%	17.788 (.001**)
	지역신문	22	15.1%	60	41.1%	36	24.7%	9	6.2%	19	13.0%	146	100.0%	
전체		44	15.6%	100	35.5%	77	27.3%	35	12.4%	26	9.2%	282	100.0%	

*p<.05, **p<.01 ***p<.001

가장 중요한 언론의 역할에 대한 교차분석 결과 x²값은 연령(p=.000), 가구당 월 평균 소득수준(p=.000), 학력(p=.002), 현재 주로 보는 신문 종류(p=.001) 간의 관계에서 유의미하게 나타났다. 연령별 분석에서는 만15~19세, 만20~29세, 만30~39세, 만60세이상은 바른 사실 전달, 만40~49세는 분석과 해석, 만50~59세는 주요 문화 정보를 문화보도 관련, 가장 중요한 언론의 역할로 꼽았다.

소득수준별로는 모든 계층이 바른 사실 전달을 가장 중요한 역할로 생각하고 있었다. 학력별 분석에서는 고졸이하, 전문대재(졸), 대재(졸), 모두 '바른사실 전달'을 가장 중요한 역할로 꼽았고, 대학원재(졸)은 '분석과 해석'을 가장 중요한 역할로 생각하고 있었다. 또, 신문종류별 구분에서는 중앙지 구독자는 '분석과 해석', 지역신문 구독자는 '바른 사실 전달'을 가장 중요한 역할로 했다.

제5장 결론 및 제언

1. 결론

본 연구는 중앙지와 지역일간지 각각의 문화보도에 대한 부산지역 구독자의 인식과 취재실태를 비교 검토하여 활성화방안을 모색하는데 그 목적이 있는 것으로 조사결과 다음과 같은 결론이 도출되었다. 다양한 매체와 이동수단의 발달에도 불구하고 수도권과 부산지역의 문화격차가 여전히 존재하고, 지역신문의 문화보도는 제 역할을 다하지 못하고 있다.

첫째, 부산 시민들의 문화격차에 대한 인식은 어떠한가?

문화격차에 대한 인식 조사를 위해 크게 네가지 항목으로 구분하여 조사를 실시했다. 문화정보 습득 경로와 지난 1년간 문화생활 실태, 부산과 수도권의 문화수준 비교, 부산의 문화인프라 항목으로 구분하였다.

먼저, 문화정보 습득 경로에 대한 조사결과, 매체의 발달 등으로 인해 인터넷 검색을 활용한다는 응답이 가장 높았다. 그러나 응답률이 언론매체 중 인터넷, 신문, TV 순으로 나타나 여전히 신문이 중요한 문화정보 습득 경로가 되고 있음을 알 수 있었다. 이를 바탕으로 연령별·소득수준별·학력별 문화정보 습득 경로에 대한 분석을 실시했다. 그 결과, 연령별 분석에서는 매체의 활용이 비교적 잦거나 사회활동이 활발한 만15~49세는 인터넷을 주로 활용하는 것으로 나타났고, 인터넷의 활용빈도가 비교적 낮은 만50~59세는 주변 사람과의 대화를 통해 문화 정보를 습득하는 것으로 드러났다.

소득수준별 분석에서는 600만원 미만은 주로 인터넷 검색을 많이 활용하는 반면, 600만원 이상은 TV·신문·라디오 등 다양한 언론매체를 활용하는 것으로 드러나, 문화예술행사 관람에 적극적인 것으로 나타났다. 또, 학력별 분석에서는 학력이 높을수록 인터넷 활용빈도가 높은 것으로 드러났다. 또 현재 구독중인 일간지 문화보도는 ‘수·우·미·양·가’ 중 ‘미’라고 응답한 응답자가 가장 많았다. 이러한 구독 일간지의 문화보도의 질적 평가 기준에 대해서는 ‘분석과 대안 제시, 문화행사 홍보, 문화이슈 반영’ 등으로 나타났다.

두 번째, 지난 1년간 문화생활 실태와 관련한 조사결과에서는, ‘영화’와 ‘미술전시회’를 제외한 나머지 장르에 대해서는 ‘없다’는 응답이 압도적으로 높은 비율을 나타냈다. 이에 대해 인구통계학적 특성에 따른 관람횟수를 분석한 결과, 연령별

로 선호하는 관람 장르가 다르다는 것을 확인할 수 있었다. 전통예술과 무용의 경우 20대는 관람횟수가 아예 없는 것으로 드러났고, 50대의 관람횟수가 가장 많은 것으로 나타났다. 반면, 연극과 대중음악, 영화의 경우 20대가 가장 관람횟수가 많은 것으로 드러났다. 또, 문화 장르별 관람 횟수 분석에서 대체로 소득이 높을수록 관람 횟수가 높은 것으로 드러나, 문화생활 빈도에 개인별 소득이 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다.

세 번째, 문화생활 실태를 바탕으로 문화격차에 대한 인식조사 결과, 부산과 수도권 문화 수준 비교에서는 거의 모든 항목에서 ‘불만족’으로 나타나 문화격차에 대한 수용자의 인식 정도를 확인할 수 있었다. ‘수도권과 비교한 문화 수준’, ‘문화인프라 구축 정도’, ‘문화 접근성’, ‘문화발전 정책 지원 정도’, ‘개최되는 문화 행사의 다양성’ 모두 ‘불만족’ 응답률이 확연히 높게 나타났기 때문이다.

심지어, ‘부산의 문화수준’과 ‘수도권과 비교한 부산의 문화발전 정책지원 정도’에는 ‘매우 만족’이라고 답한 응답자가 한명도 없었다. ‘부산국제영화제의 구성 및 진행’과 ‘부산 시민들의 문화향유 의식’만 ‘보통’이라고 답한 응답자가 가장 많은 것으로 확인됐다.

이를 바탕으로 인구통계학적 속성에 따른 분석을 실시한 결과, ‘부산의 문화수준’과 ‘부산의 문화 발전 정책 지원 정도’에 대해 사회 활동의 주축이 되는 30대가 부산의 문화 수준에 가장 불만족한 것으로 나타났다. 다음으로 부산지역 거주기간이 상대적으로 높은 60대가 부산의 문화 수준에 가장 불만족한 것으로 드러났다. 이와 함께 소득이 낮을수록 불만족 정도가 높고 학력은 높을수록 부산의 문화 발전 정책과 문화수준에 불만족 정도가 높을 것으로 나타났다.

네 번째, 부산의 문화인프라 조사에서 지역문화행사 참여에 있어 어려운 점을 설문한 결과, ‘관련 정보 부족’이라는 응답이 27%로 가장 높은 비율을 나타냈고, ‘관심있는 프로그램이 없다’ ‘비용이 많이 든다’ 순으로 나타났다. 다양한 문화 관련 장르에 대한 풍부한 내용이 전달되지 않고 있음을 의미한다. 또, 현 거주지의 문화 체험기회에 대한 설문에서는 ‘충분하지 않다’는 응답이 압도적으로 높은 비율을 차지했다. 그 이유에 대해서는 ‘수도권에 편중된 문화 예술 시설’, ‘시민들의 관심부족’, ‘문화 관련 정보의 습득 경로 부족’ 순으로 응답했다.

연령별 분석에서 영화 장르를 선호하는 20대와 전통예술과 무용을 선호하는 40대, 50대는 ‘관심있는 프로그램이 없다’는 응답을 가장 많이 했고, 클래식과 오페라 등을 선호하는 10대와 30대는 ‘관련 정보 부족’이라는 응답을, 60대는 시간이 좀처럼 나지 않는다’는 응답을 가장 많이 한 것으로 조사됐다.

둘째, 독자들의 문화기사 읽기 및 인식 실태는 어떠한가?

조사대상자들을 지역신문 구독자와 중앙지 구독자로 구분해 ‘문화관련 기사를 어느정도 읽는가’에 대한 설문 결과, 거의 읽지 않거나 전혀 구독하지 않는 응답자는 28%로 나타났다. 이들은 문화기사를 전혀 구독하지 않는 이유에 대해서 ‘다른 매체가 더 효율적’이라는 응답이 가장 많았고, 다음으로 ‘정보가 별로 없어서’, ‘재미없어서’ 등으로 나타났다. 또, 문화기사를 구독한다고 답한 응답자를 대상으로 그 이유를 설문한 결과에는 ‘문화생활에 도움이 되기 때문’이라는 응답의 비율이 가장 높았다.

‘문화기사 바이라인에 특정 통신사 이름을 본 적 있는가’라는 설문에는 ‘있다’는 응답이 19.1%나 차지했다. 바이라인에 통신사 명칭이 적힌 기사는 기자가 취재하지 않고, 작성에도 관여하지 않은, 붙여넣기식 기사를 의미한다.

인구통계학적 속성에 따른 문화기사의 구독요인을 분석한 결과에서는 연령별·거주지역별·소득수준별·학력별·구독신문별 분석에서 모두 ‘문화생활에 도움이 된다’는 응답이 가장 높은 비율을 나타냈다. 신문이 문화생활에 많은 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 그러나 문화기사를 읽지 않는 이유를 분석한 결과 ‘다른 매체가 문화정보 습득에 더 효율적’이라는 응답률을 보였다.

이어 문화기사에 대한 인식을 분석한 결과, 구독자 중 ‘문화기사를 중요하게 다룬다고 생각하는가’에 대해서도 역시 ‘별로 중요하지 않게’라는 응답이 58.5%로 절반 이상의 응답률을 나타냈고, 주로 접한 문화보도의 유형에 대해서 ‘문화·생활·정책 등에 대한 단순보도’라고 답한 응답자가 61.7%였다. 또, 문화기사가 ‘쉽다’, ‘재미있다’, ‘정확하다’에 대한 5점 척도 설문결과를 분석했을 때는 ‘그런편이다’라는 응답률이 가장 높았지만, ‘내용이 풍부하다’에 대해서는 ‘별로 아니다’는 응답률이 가장 높았다. 문화 분야 기사는 단순보도가 주를 이루고 있어 풍부한 내용 전달이 이뤄지지 않고 있음을 알 수 있다. 이와 함께 문화기사에 대한 관심도를 파악하기 위한 분석 결과, 문화기사에 대한 관심은 대체로 높은 편이지만, 관심정도에 비해 오래 읽거나 자주 보지는 않는 것으로 나타났다. 특히 연령별 일원배치분산분석 결과, 문화기사에 대한 관심정도와 구독빈도가 비례하지 않는 것으로 나타나 문화보도가 제 역할을 다하지 못하고 있음을 확인할 수 있었다. 또, 중앙지 구독자가 지역신문 구독자보다 문화보도에 대한 관심과 구독빈도가 더 높은 것으로 조사됐다. 이를 통해 지역신문의 문화보도가 중앙지에 비해 상대적으로 그 역할을 소홀히 하고 있음을 알 수 있었다.

셋째, 문화기사에 대한 IPA분석 및 활성화방안은 어떠한가?

앞서 문화기사 유형을 보도, 해설·칼럼·비평, 인터뷰·대담, 기획·연재, 기타(통계/르쵸/가십)으로 구분했다. 이 중, 기획·연재, 인터뷰·대담, 보도 기사는 ‘좋은 성과의 지속관리 요망’ 영역을 걸치고 있어 선호도와 만족도가 모두 높은 것으로 나타났다. 또, 통계·르쵸·가십은 ‘낮은 우선순위’영역으로, 선호도와 만족도가 모두 낮은 영역으로 나타났다. 반면, ‘해설·칼럼·비평’은 선호도는 높으나 만족도가 낮아 ‘적극적 관리요망’으로 드러났다.

다음으로 문화기사 종류에 대한 선호도·만족도에서는 영화, 가요연예, 연극이 선호도와 만족도가 모두 높은 것으로 나타났다. 반면, 역사문화유산과 서양음악, 전통예술, 무용은 선호도와 만족도가 모두 낮게 나왔다. 미술, 문학은 중요도는 낮는데 만족도가 높아 ‘과잉노력 지양’이라는 결과를 기록했다. 문화기사 유형과 내용의 선호도 만족도에 대한 중앙지·지역신문 간 차이에서는 중앙지의 만족도가 지역신문의 만족도보다 대체로 높게 나왔다. 또, 문화기사 중 해설·칼럼·비평과 인터뷰·대담의 선호도는 중앙지 구독자가 지역신문 구독자보다 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 보도 기사에 대한 만족도는 지역신문을 구독자가 중앙지 구독자보다 높은 것으로 드러났다. 또, 문화기사 내용에 따른 만족도는 전반적으로 중앙지 구독자가 지역신문 구독자보다 높은 것으로 나타났다.

문화보도 발전을 위한 활성화 방안에 대해 기자에게 필요한 것으로 ‘기자의 전문성과 지식’이라고 답한 사람이 가장 많았으며, 다음으로 기자의 직업의식, 오랜 취재경험, 기타 순으로 나타났다. 보도의 활성화 방안으로도 ‘전문기자 채용’ 응답률이 가장 높았으며, 다음으로 ‘담당기간을 늘려 경험을 쌓게 한다’, ‘기자 수를 늘려 하위 분야별로 분담시킨다’ 등의 순으로 나타났다. ‘전문성’이 활성화 방안이라고 생각하는 응답자가 많음을 의미한다.

이를 바탕으로 문화보도에 대한 개선점과 문제점을 조사한 결과, 문제점에 대해서는 ‘지역문화 관련 현안에 대한 발굴기사가 적다’는 응답이 가장 많았으며, 개선점에 대해서도 ‘지역성있는 문화보도를 해야 한다’는 응답자가 가장 많았다.

통신사에서 제공하는 기사 등을 통해 지면채우기식의 보도를 지양하고, 문화 분야에 대한 자발적인 아젠다 설정과 심층 취재가 이루어져야 한다는 것을 알 수 있다. 문화보도 관련 가장 중요한 언론의 역할에 대해서는 ‘올바른 사실 전달’, ‘적절한 분석과 해석’, ‘중요한 문화 정보 전달’, ‘다양한 의견 전달’, ‘정책입안에 대한 영향력’ 순으로 나타났다. 이 중 ‘문화정책 입안에 대한 영향력’과 ‘문화이슈에 대한 다양한 의견 전달’, ‘분석과 해석’에 대해서는 매우 부정적인 평가를 하고 있는 것으로 조사됐다.

2. 연구의 한계점

독자의 인식과 보도실태를 비교분석하는 데 있어 독자의 인식을 다양하게 조사하기 위해 상당수 설문문항을 설정하였다. 이에 따라 방대한 양의 결과를 분석함에 있어서 일부 문항만을 대상으로 심층 고찰하였다. 또, 본 연구의 한계점으로, 연구대상의 선정에 문제점을 갖고 있다. 수도권과 지방의 문화격차와 이에 따른 신문의 문화보도 역할에 대한 수용자 인식에 관한 연구지만, 부산시 거주자를 대상으로 한 지역별 할당표집이 우리나라 지역 언론 전체로 일반화시키는 데는 일정부분 한계를 갖고 있다.



참고문헌

<국내문헌>

- 강아름(2006). 부산지역 대학생의 무료신문 이용과 충족에 관한 연구.
부산대학교 석사 논문.
- 고영철(2006). 지역신문의 문화보도 경향 : 제주지역일간지 문화,
방송 연예면 기사를 중심으로. 『언론과학연구』 제6권 4호.
- 권순우(1993). 신문의 스포츠보도에 대한 대학생 독자의 인식도에 관한
연구. 명지대학교 석사 논문.
- 김가영(2000). 인터넷신문의 이용과 충족: 대구지역 직장인과 대학생을
중심으로. 한국언론정보학보: 제2집. 대경언론학회
- 김경옥(2003). 문화민주주의와 문화정책에 대한 새로운 시각.
「문화경제연구」, 6(2):31-52.
- 김민기(1998). “온라인 광고의 이용과 충족에 관한 연구”
성균관대학교 박사학위 논문
- 김민주(2003). 한국 신문의 문화기사 분석 연구. p.10~12. 중앙대학교 석사논문.
- 김선남·최용준·이영원(2010). 지역신문 문화 관련보도의 심층성에 관한 연구:
전라남·북도 지역신문을 중심으로. p.50~55
- 김세훈 ·조현성(2008). 문화복지 중기계획 연구. 한국문화관광연구원.
- 김신일(1992). 청소년문화론, 서울:한국청소년연구원.
- 김영찬(1980). 생활 문화 교육. 서울: 교육과학사.
- 라도삼·이호영(2003). 문화예술 지원체계 및 프로그램 연구. 서울시정개발연구원.
- 라도삼(2004). 서울시 문화시설 확충방안 연구-뉴타운 및 균형발전촉진지구를
중심으로. 서울시정개발연구원.
- 문화관광부·문화관광정책연구원(2000, 2003, 2006). 각 년도별 문화향수
실태조사 보고서.
- 문화관광부·한국문화정책개발원(2002). 2002 국민문화지수 개발연구 종합보고서.
- 박선영(1999). 한국 신문 문화보도의 변화경향연구 :
「조선일보」와 「동아일보」를 중심으로. p.7~19.
이화여자대학교 석사논문.
- 박용치(2003). 문화격차와 문화산업의 육성. 법률행정논집 제10권.
- 서우석·김정은(2010). 문화격차 해소에 대한 평가와 전망. 『문화경제연구』
제13권 제2호, p.10~11.
- 서울시정개발연구원(2004). 서울시민의 문화격차 실태와 정책과제.
2004년 11월 11일 서울시정개발원 연구원 주최 공개토론회.

- 손진은(2005). 문학교육과 문화의 수용문제. 「새국어교육」, 69:33-59.
- 송경희(1998). 케이블 TV에 대한 틈새시장 분석연구 :수용자 충족을 중심으로. 「한국언론학보」, 42권 3호,100-136.
- 신희일(2009). 이용과 충족이론에 기반을 둔 미디어로서의 검색에 대한 고찰: 네이버를 중심으로. 광운대학교 석사논문. p.8~12
- 유영돈(2009). 지역신문에 대한 지역민 이용과 충족 연구:대전·충남지역 신문 수용자를 중심으로.한남대학교 석사논문. p.38
- 유인화(1999). 국내일간지 문화부기자들의 전문화에 대한 의식조사. 이화여자대학교 석사논문.
- 은수정(2002). 지역신문의 지역문화행사 보도에 관한 연구 : 2001년 전주세계소리축제 이전 ·기간 중 ·이후 전북일보 기사의 내용분석 결과를 중심으로. 전북대학교 석사 논문.
- 이낙규(2008). 대학생의 경제신문 이용에 관한 연구: 이용 패턴, 선호도, 만족도를 중심으로. 단국대학교 정보통신대학원 석사논문
- 이문자(2005). 무료신문의 이용 동기 및 만족요인에 관한 연구: 종합일간지와 비교를 중심으로. 성균관대학교 석사 논문.
- 이미숙(2004). 지역신문의 지역문화 보도에 관한 연구: 경기일보와 경인일보를 중심으로. 수원대학교 석사 논문.
- 이정춘(1986) 매스 미디어 효과이론 (서울:나남).
- 이정환(1996). 신문의 환경보도에 대한 독자의 인식도 조사연구. 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 장호순(2004). 언론과 문화: 한국 언론의 문화 관련 보도 현황과 발전 방향
- 장혜미·김재범(2014). 문화격차의 기존 개념과 정책적 인식의 한계성에 관한 탐색적 연구. 『문화정책』 창간호. p.169~177
- 정광호·최병구(2006). 문화격차 분석과 문화바우처 정책 설계. 『지방정부연구』 제10권 제4호 p.65~68
- 정재철(1996). 문화면 지면 분석; 문화의 이분법화를 조장. 신문과 방송. 통권 307호.
- 조권중(2004). 『서울시민의 문화격차』, 서울시정개발연구원.
- 조성호(2003). 신문구독 유형에 따른 구독동기 및 만족도. 『한국언론학보』 47권 3호.
- 차배근(2001). 커뮤니케이션 효과이론, 나남, 서울, 1986. p.119
- 최민호·정지웅·김성수(1990). 도·농간 교육문화격차와 그 해소방안. 「농업교육과 인적 자원개발」(구 한국농업교육학회지). 22(3):1-21.
- 최윤정·이금숙(2005). 한국도시의 경제·문화·사회 복지적 기회 잠재력의

지역적 격차. 「한국경제지리학회지. 8(1):91-105.

허상천(2004). 지방의회 의원들의 지방신문 이용과 충족요인에 관한 연구 :
부산·울산광역시의회 및 경남도의회 중심의 실태 분석

<외국문헌>

- Bawden, A. B. (2002). Access and The Cultural Infrastructure. Center for Arts and Culture. Art, Culture & the National Agenda Issue Paper.
- Berelson, B.(1949). "what Missing the Newspaper Means", in Lazasfeld, P.F. and Stanson, F. N.(eds), Radio Research 1948-49. N. Y.; Harper and Brothers.
- Curren J. and C, Sparks(1991). Press and 'popular culture. Media, culture and society, v.B No.1, 215-37.
- DiMaggio, P., and Mukhtar, Toqir. (2004). Arts participation as cultural capital in the United States, 1982-2002: Signs of decline? *Poetics*, 32(2):169-194.
- DiMaggio, P. (1982). Cultural capital and school success: The impact of status culture participation on the grades of U. S. high school students.
- DiMaggio, P., and Useem, M. (1978a). Social Class and Arts Consumption: The Origins and Consequences of Class Differences in Exposure to the Arts in America.
- DiMaggio, P., and Useem, M.(1978b). Cultural Democracy in a Period of Cultural Expansion: The Social Composition of Arts Audiences in the United States. *Social Problems*, 26(2):179-197.
- DiMaggio, P(1987). Classification in Art. *American Sociological Review*, 52(4):440-455.
- DiMaggio, Paul and Ostrower, Francie.(1990). Participation in the Arts by Black and White Americans. *Social Forces*, 68(3):753-778
- DiMaggio, P., and Mukhtar, Toir.(2004). Arts participation as cultural capital in the United States, 1982-2002: Signs of decline? *Poetics*, 32(2): 169-194
- Dumais, S. A.(2002). Cultural capital, gender, and school success: The role of habitus. *Sociology of Education*, 75(1): 44-68.
- Greenberg, B. S(1974). "Gratifications of Television Viewing and Their Correlates for British Chi
- Healy, K. (2002). What's New for Culture in the New Economy. *The*

- Journal of Arts Management, Law, and Society*, 2(2):86-103.
- Katz, E, Gurevitch, M., & H(1973). "On the use of the mass media for important things". *American sociological Review*, 38, p164-181.
- Katz, E, Blumler, J. G., & Gurevitch, M(1974). "Utilization of mass communication by the individual". In J. G. Blumler & E. Katy(Eds.), *The uses of mass communication : Current prespectives and ratification research*, p.1-32. Beverly Hills, CA: Sage
- Palmgreen, P., Wernner, L.; & Rosengreen, K. E.(1985). "Uses and Gratifications Research; The Past Ten Years". pp. 11-37. in Rosengren, K. E., Wenner, L.A., and Philip. Palmgreen, P.(Eds.) *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage.
- The Canada Council for the Arts.(2001). *Research Report on Large Performing Arts organizations* September 6.2001.
- Tylor, E.B.(1871). *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art and Custom*, vol. 1, London: John Murray Publishers.
- White Americans. *Social Forces*, 68(3):753-778
- Van Eijck, Koen. (1997). The impact of family background and educational attainment on cultural consumption: A sibling analysis. *Poetics*, 25(4):195-224.

ABSTRACT

Busan citizens feel a sense of cultural deprivation since both mass media and cultural facilities are concentrated in Seoul. Community culture develops through mass media. Nevertheless, newspaper reports on community culture have been criticized for the failure to be in-depth and research has been conducted actively to identify its causes. On the basis of the existing research on the cultural functions of newspapers, the following three questions were set:

Q1: How are Busan citizens aware of the cultural gap?

Q2: In what attitude do Busan citizens read cultural articles and how are they aware of them?

Q3: How is IPA of cultural articles performed and how can it be improved?

To answer Question 1, the most frequent channel for acquiring cultural information was Internet, followed by newspapers and TV. As for awareness of the cultural gap, *dissatisfied* was the most frequent response to almost every item in the comparison of the cultural level between Busan and Seoul.

For Question 2, the comprehensive results from various questions about cultural news among readers in Busan, cultural articles were rarely considered important. The *articles provided by a news agency* were simple report on cultural events or lives, were not containing a reporter's unique perspective. The readers of the capital area newspapers had greater interest in cultural articles and more frequently read them than those of local newspapers.

Question 3 was to investigate preference for, and satisfaction with, the types and contents of cultural articles. Among the contents of cultural articles, films, Korean popular songs, and plays got high preference and satisfaction. In contrast, historical and cultural heritages, Western music, traditional arts, and dances got low preference and satisfaction. *Less excessive effort* was suggested for art and literature with low preference and high satisfaction.



안녕하십니까?

바쁘신 중에도 이렇게 설문에 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

본 설문지는 신문구독자를 대상으로 중앙지와 지역신문의 문화보도 경향을 파악하고자 하는 목적으로 제작되었습니다.

본 설문지를 통해 수집된 자료는 오직 학술적인 연구의 용도로만 사용되며, 설문지에 기입하여 주시는 방식은 무기명으로 처리됩니다.

설문에 응해 주신데 대해 다시 한 번 진심으로 감사드리며, 맥내에 항상 건강과 행운이 깃드시기를 기원합니다.

2014. 7.

* 다음은 귀하의 개인적인 현황에 대한 질문입니다.

1. 다음 중 귀하의 해당 인적 사항에 v표시를 해주십시오.

구분	응답
성별	☐ 남자 ☐ 여자
연령	만 (세) (▶만 15세 이상 조사 가능) ① 만15~19세 ② 만20~29세 ③ 만30~39세 ④ 만40~49세 ⑤ 만50~59세 ⑥ 만60세 이상
학력	☐ 고졸이하 ☐ 전문대재(졸) ☐ 대재(졸) ☐ 대학원재(졸)
직업	☐ 전문직 ☐ 회사원 ☐ 자영업 ☐ 공무원 ☐ 교육직 ☐ 주부 ☐ 학생 ☐ 기타
가구당 월평균 소득수준	☐ 200만원 미만 ☐ 200만원~400만원미만 ☐ 400만원~600만원미만 ☐ 600만원 이상

2. 현재 거주하고 계시는 지역은 어디입니까?

- ①충구 ②서구 ③동구 ④영도구 ⑤부산진구 ⑥동래구 ⑦남구 ⑧북구
⑨해운대구 ⑩사하구 ⑪금정구 ⑫강서구 ⑬연제구 ⑭수영구 ⑮사상구
⑯기장군

[신문읽기] 다음은 귀하가 신문(일간지)을 어떻게 보는지를 조사하기 위한 질문입니다.

A1. 귀하가 현재 주로 보고 있는 신문은 어떤 종류입니까? (보기 중 택1)

- ① 중앙지(조선, 중앙, 동아, 한겨레, 국민 등)
- ② 지역신문(부산일보, 국제신문 등)

** 이하의 질문에 대해서는 위에서 선택하신 신문에 근거해 응답해 주시면 감사하겠습니다 **

A1-1. (A1번 문항의 2번 항목 응답자에 한함) 지역 문화기사 중 귀하의 관심을 끈 기사가 있습니까?

- ① 있다 ② 없다

A2. 귀하는 평소 일간지를 어느 정도 읽고 있습니까?

- ① 거의 매일본다 ② 가끔 본다 ③ 거의 안본다 ④ 보지 않는다

A3. (A2번 문항의 1,2,3번 항목 응답자에 한함) 귀하는 하루 평균 신문을 몇 분 동안 읽으십니까?

()분

[문화기사] 다음은 일간지에 게재되는 문화기사에 대한 귀하의 생각을 묻는 질문입니다.

B1. 귀하는 신문에 보도되는 문화 관련 기사를 어느 정도 읽으십니까?

- ① 모두 읽는다 ② 대부분 읽는 편이다 ③ 조금 읽는다 ④ 거의 읽지 않는다 ⑤ 전혀 읽지 않는다

* B2-1 문항부터 B2-4 문항까지는 B1 문항의 1, 2, 3번 항목 응답자만 설문에 응해주시기 바랍니다. B1 문항의 4, 5번 항목 응답자는 B3번 문항의 설문에 응해주시기 바랍니다.

B2-1. 어떤 측면에서 읽습니까?

- ① 정보가 많아서 ② 문화생활에 도움이 되기 때문에 ③ 재미있어서 ④ 대화

하는데 필요해서

⑤다른 이유가 있다면()

B2-2. 귀하가 구독하는 신문의 문화기사 분량이 적당하다고 생각하십니까?

- ①매우 적은 편이다 ②약간 적은 편이다 ③적당하다 ④조금 많은 편이다
⑤매우 많은 편이다

B2-3. 귀하가 읽은 문화기사 중 기사 하단에 기자이름 대신 특정 통신사 명칭을 본 적이 있습니까?

- ①있다 ②없다

B2-4. 귀하는 개인적으로 문화기사를 스크랩하십니까?

- ① 모두 한다 ② 대부분 한다 ③기사에 따라 가끔한다 ④거의 하지 않는다
⑤전혀 하지 않는다.

B3. (B1. 문항의 4,5번 항목 응답자에 한함) 어떤 측면에서 문화기사를 읽지 않습니까?

- ①정보가 별로 없어서 ②문화생활에 도움이 되지 않기 때문에
③재미없어서 ④시간이 없어서 ⑤다른 매체가 문화정보 습득에 더 효율적
이라서

B4. 귀하가 구독하는 신문의 지면 중 문화 기획면이 별도로 있습니까?

- ① 있다 ② 없다

B5. 귀하가 평소 문화기사를 보실 때 어떤 기사를 먼저 보십니까?

순서대로 3개 항목만 표시해주십시오. (, ,)

- ① 문학행사 ② 미술 ③ 클래식 음악회 오페라 ④ 전통예술 ⑤ 연극 ⑥
무용 ⑦ 영화
⑧ 대중가요 (콘서트 포함) ⑨ 기타

B6. 신문에서 문화기사를 다른 기사에 비해 더 중요하게 다룬다고

생각하십니까?

- ① 매우 중요하게 ②중요하게 ③비슷하게 ④별로 중요하지 않게 ⑤전혀 중요하지 않게 ⑥모르겠다

B7. 귀하가 주로 접한 문화보도는 어떤 유형이었습니까?

- ① 문화, 생활, 정책 등에 대한 단순보도
② 공연이나 전시 등에 대해 기자의 시각에서 설명해주는 기사
③ 기타

B8.귀하는 다음 사항에 대해 어떻게 생각하십니까?

	매우 그렇다	그런 편이다	별로 아니다	전혀 아니다	모르겠 다
문화기사는 쉽다	①	②	③	④	⑤
문화기사는 재미있다	①	②	③	④	⑤
문화기사는 정확하다	①	②	③	④	⑤
문화기사는 내용이 풍부하다	①	②	③	④	⑤

B9. 귀하가 구독하시는 일간지의 문화보도에서 개선해야 될 점은 무엇이라고 생각하십니까?

- ①더 심층적인 보도를 해야 한다.
②대중성 있는 문화보도를 해야 한다.
③문화보도의 빈도를 높여야 한다.
④지역성 있는 문화보도를 해야한다.
⑤관련 정보가 많아져야 한다.
⑥이해하기 쉬운 문화보도를 해야한다.
⑦기타 : ()

B10. 귀하는 현재의 문화기사가 문화생활에 어떤 영향을 준다고 생각하십니까?

- ① 영향을 크게 준다 ② 영향을 주는 편이다 ③ 모르겠다 ④ 거의 영향을 주지 않는다

⑤ 전혀 영향을 주지 않는다

B11. 문화 보도를 통해 문화행사를 관람(참석)하고자 할 때 가장 중요한 기준은 무엇입니까?

- ①내용 및 수준
- ②관람 비용의 적절성
- ③참가자(작가, 출연진)의 유명도
- ④행사개최 장소의 유명도
- ⑤교통의 편의성
- ⑥편의시설 구비여부
- ⑦행사에 대한 전문가 의견
- ⑧언론보도
- ⑨행사에 대한 주위 의견, 네티즌 의견
- ⑩기타

B12. 문화 기사만 놓고 보았을 때 지방지의 문제점이 있다면 어떤 것이 있을까요?

- ①중앙지와 차이점이 별로 없다. 즉, 특색이 없다.
- ②지역 문화 관련 현안에 대한 발굴 기사가 적다
- ③기획성취재가 이뤄지지 않고 있다
- ④중요한 문화 행사나 이슈가 제대로 보도되지 않는다
- ⑤섹션 등 편집기술이 떨어진다
- ⑥기타 ()
- ⑦모르겠다 / 응답거부

B13. 언론이 문화 관련 보도를 할 때 다음의 역할을 잘하고 있다고 생각하십니까?

		매우 잘한다	잘한다	그저 그렇다	잘못한 다	매우못 한다	모르겠 다
가	중요한 문화정보 전달	①	②	③	④	⑤	⑥
나	사실을 올바르게 전달	①	②	③	④	⑤	⑥
다	문화정보에 대한 적절한 분석과 해석을 제공	①	②	③	④	⑤	⑥
라	문화이슈에 대한 각계 의 다양한 의견을 전달	①	②	③	④	⑤	⑥
마	정부나 지자체가 올바른 문화정책을 입안하 도록 영향력을 행사	①	②	③	④	⑤	⑥

B14. 위 질문의 항목 중에서 가장 중요한 언론의 역할을 1개만 골라주세요.

①가 ②나 ③다 ④라 ⑤마

[보도의 활성화] 다음은 문화보도의 활성화에 대한 질문입니다.

C1. 문화보도의 발전을 위해서 기자에게 필요한 것은 무엇이라고 생각합니까?

①기자의 전문성과 지식 ②기자의 직업의식 ③오랜 취재경험
④기타()

C2. 문화보도의 전문성을 확보하기 위해서 신문사에서 어떻게 하는게 효과적이라고 생각합니까?

①전문기자를 채용한다 ②기자 수를 늘려 하위분야별로 분담시킨다
③담당기자를 재교육시킨다 ④경력기자를 채용한다
⑤담당기간을 늘려 경험을 쌓게 한다 ⑥기타 ()

C3. 귀하는 문화보도의 활성화 측면에서 볼 때 다음의 사항에 대해 어떻게 생각합니까?

	매우긍정적	긍정적	보통	부정적	매우부정적	모르겠다
출입처 제도	①	②	③	④	⑤	⑥
전문기자 제도	①	②	③	④	⑤	⑥
기자 재교육	①	②	③	④	⑤	⑥

[문화생활] 다음은 귀하의 문화생활에 대한 질문입니다.

D1. 귀하께서 지역 문화시설의 문화행사에 참여하고자 할 때 가장 큰 어려움은 무엇입니까?

- ①비용이 많이 든다 ②시간이 좀처럼 나지 않는다 ③관심 있는 프로그램이 없다
④교통이 불편하다 ⑤시설(편의시설)이 불편하다 ⑥관련정보가 부족하다
⑦함께 관람할 사람이 없다 ⑧기타

D2. 현 거주지역의 문화시설 혹은 문화예술 공연 체험기회가 충분하다고 생각하십니까?

- ①매우그렇다 ②그렇다 ③보통이다 ④그렇지 않다 ⑤전혀 그렇지 않다

D3. 문화시설 혹은 체험기회가 충분하다고 생각되지 않는 그 이유는 무엇입니까?

- ①수도권에 편중된 문화 예술 시설 ②부족한 문화시설
③시민들의 관심부족 ④지방자치단체의 관심부족 ⑤비용문제
⑥문화관련 정보 습득 경로 부족 ⑦기타

[기타사항] 다음은 문화에 대한 전반적인 질문입니다.

E1. 귀하는 문화 관련 정보를 주로 어디에서 얻고 있습니까?

- ①언론매체 ②팸플릿 등 홍보물 ③주변사람과의 대화 ④인터넷 검색
⑤기타

E2. (E1번 문항의 1번 항목 응답자에 한함) 언론매체 중에서는 주로 어떤 매체를 통해서 얻게 됩니까?

①신문 ②잡지 ③TV ④라디오 ⑤인터넷 ⑥기타

E3. 귀하가 구독하는 일간지의 문화보도를 ‘수우미양가’로 평가한다면?

①수 ②우 ③미 ④양 ⑤가

E4. 어느 일간지가 문화보도를 가장 잘 하고 있다고 생각하십니까?

①신문이름:_____ ②잘하는 신문이 없다 ③모르겠다

E5. 귀하의 ‘문화보도를 잘한다’의 기준은 무엇입니까?

①문화고정면 유무 ②문화 이슈 반영 ③문화 행사 홍보 ④ 기자의 전문성
⑤분석·대안 제시

* 다음은 문화보도에 대한 귀하의 인식을 알아보기 위한 질문입니다.
해당항목에 v표를 해주십시오.

질문	전혀 아님	아님	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 나는 문화기사, 보도 등에 대해 관심이 많다					
2. 나는 문화기사, 보도를 다른 기사나 보도에 비해 오래 읽는 편이다.					
3. 나는 문화기사, 보도를 자주 본다.					

* 다음은 귀하의 문화기사 유형에 대한 선호도를 측정하기 위한 질문

입니다. 해당하는 칸에 V표시해 주십시오.

평소 다음의 문화기사 유형에 얼마나 선호하십니까?	선호도				
	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통	선호한다	매우 선호한다
보도					
해설/칼럼/비평					
인터뷰/대담					
기획/연재					
기타(통계/르뽀/가십)					

* 다음은 귀하의 문화기사 내용에 대한 선호도를 측정하기 위한 질문
입니다. 해당하는 칸에 V표시해 주십시오.

평소 다음의 문화기사 내용에 얼마나 선호하십니까?	선호도				
	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통	선호한다	매우 선호한다
문학					
미술					
서양음악					
전통예술					
무용					
연극					
영화					
가요/연예					
역사문화유산					

* 다음은 귀하의 문화기사 유형에 대한 만족도를 측정하기 위한 질문
입니다. 해당하는 칸에 V표시해 주십시오.

지금 읽고 계신 신문의 문화기사에 얼마나 만족하십니까?	만족도				
	매우 불만이다	불만이다	보통	만족한다	매우 만족한다
보도					
해설/칼럼/비평					
인터뷰/대담					
기획/연재					
기타(통계/르쵸/가십)					

* 다음은 귀하의 문화기사 내용에 대한 만족도를 측정하기 위한 질문입니다. 해당하는 칸에 V표시해 주십시오.

평소 다음의 문화기사에 대해 만족감을 느끼십니까?	만족도				
	매우 불만이다	불만이다	보통	만족한다	매우 만족한다
문학					
미술					
서양음악					
전통예술					
무용					
연극					
영화					
가요/연예					
역사문화유산					

[문화격차]

F1. 귀하는 부산의 문화 수준에 어느 정도 만족하십니까?

①매우 만족 ②만족 ③보통 ④불만족 ⑤매우 불만족

F2. 다음은 수도권과 비교한 부산의 문화 분야에 대한 만족도를 알아보기 위한 질문입니다. 해당되는 곳에 √ 표 하세요.

	문항	매우 만족	만족	보통	불만 족	매우 불만 족
가	부산의 문화 수준	①	②	③	④	⑤
나	부산의 문화 인프라 구축 정도	①	②	③	④	⑤
다	부산의 문화 접근성(공연장 수, 홍보 등)	①	②	③	④	⑤
라	부산의 문화 발전 정책 지원 정도	①	②	③	④	⑤
마	부산 시민들의 문화 향유 의식	①	②	③	④	⑤
바	부산에서 개최되는 문화 행사의 다양성	①	②	③	④	⑤
사	부산국제영화제의 구성 및 진행	①	②	③	④	⑤

F3. 부산에 살면서 부족하다고 생각되는 공공문화 시설은 무엇입니까?

①공공도서관 ②문화센터 ③체육시설 ④공원 ⑤공연시설 ⑥기타 ()

F4. 귀하는 지난 1년간(2013년 8월부터 2014년 7월까지) 다음과 같은 문화 행사를 몇 번이나 관람하셨습니까?

(관람한 적이 없다면 0회라고 기입하여 주시기 바랍니다)

문화행사	관람 횟수
1) 전통예술공연(사물놀이, 국악 등)	()회
2) 연극	()회

3) 대중음악공연	()회
4) 영화	()회
5) 무용공연	()회
6) 클래식·오페라공연	()회
7) 미술전시회(유물, 그림, 조각 등)	()회
8) 뮤지컬	()회

*** F4-1부터 F4-3 문항까지는 F3 문항에서 한가지 행사라도 관람한 경험이 있는 경우에만 답해주십시오.**

F4-1. 그 문화행사는 어떻게 관람하게 되었습니까?

①입장권 구입 ②초대권을 받음 ③무료 행사 ④기타 ()

F4-2. 그 문화행사를 관람하신 가장 큰 이유는 무엇입니까?

①교양을 쌓기 위해서 ②재미있을 것 같아서 ③주변 사람들이 같이 가자고 해서 ④초대권이 생겨서
⑤자녀 교육을 위해서 ⑥기타 ()

F4-3. 그 문화행사는 누구와 함께 가셨습니까?

①혼자서 ②가족과 함께 ③친구와 함께 ④동호회원과 함께 ⑤동료와 함께
⑥기타 ()

F5. 귀하가 생각하시기에 문화행사를 관람하지 않는 원인이 있다면 무엇이라고 생각하십니까?

①시간이 없다 ②자녀/부모를 돌볼 사람이 없다 ③돈이 없다 ④관심/이해 능력이 부족하다 ⑤행사장까지 가기가 불편하다 ⑥함께 갈 사람이 없다
⑦기타 ()

F6. 시간적·경제적 여유가 생긴다면 앞으로 어떤 문화 행사를 가장 관람하고 싶으십니까?

- ①전통예술공연(사물놀이, 국악) ②연극 ③대중음악공연 ④영화 ⑤무용공연 ⑥클래식·오페라 공연
⑦미술전시회 ⑧뮤지컬

F7. 귀하가 문화행사를 관람하고자 할 때 고려하는 가장 중요한 요소는 무엇입니까?

- ①문화행사의 내용 ②비용 ③유명도 ④행사 개최 장소 ⑤교통편의 ⑥주위 사람의 평가
⑦비평가들의 평가 ⑧기타 ()

F8. 귀하가 꼭 관람하고 싶은 문화행사가 있을 때 지불할 수 있는 최대금액은 얼마입니까?

- ①1만원 이내 ②3만원 이내 ③5만원 이내 ④7만원 이내 ⑤10만원 이내 ⑥10만원 초과

F9. 지난 1년간 귀하는 문화시설에 공연 혹은 전시를 보기 위해 몇 번 다녀오셨습니까?

- ①없다 ②1회 ③2회 ④3회 ⑤4회 이상

F10. (이용 경험이 전혀 없는 경우) 지역 문화시설을 한번도 이용해보지 않은 이유는 무엇입니까?

- ①시간이 없어서 / 안 맞아서
②그런 시설 또는 프로그램이 있는지 몰라서
③프로그램이 빈약해서
④거리가 멀어서/ 교통이 불편해서
⑤관심이 없어서
⑥기타

감사합니다.