

신문을 통해 본 조경의 정책과 인식 변화에 관한 연구

김한배* · 김효수**

*서울시립대학교 조경학과 · **서울시립대학교 대학원 조경학과

I. 서론

최근 우리 사회에서는 환경의 중요성에 대한 인식과 쾌적한 자연환경 및 여가공간에 대한 도시주민들의 욕구 또한 가치관의 변화와 함께 급증하고 있다. 이와 함께 지방자치제 이후 민선시장들은 공원녹지 현황과 문제점을 파악하고 도시내의 녹지 확대와 시민참여를 통한 쾌적한 도시환경을 만들기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 이러한 배경 속에 도시환경을 개선하고 지속 가능한 도시를 만들어 가는데 핵심적인 역할을 하는 요소 중의 하나인 조경에 대해 보다 능동적·적극적인 행정이 절실히 요구되고 있다. 이러한 과정에서 도시민의 조경에 대한 인식을 바탕으로 한 정책이 추진되어야 하며 이에 본 연구가 필요하다. 도시민은 직접적인 경험을 통해 현실을 인식하기보다는 매스미디어 중의 하나인 신문에 의존하여 현실세계를 보는 경우가 많다. 또한 정책은 도시민의 인식에 기초하여 수립되기도 하지만 신문에 홍보됨으로써 해서 도시민의 인식 제고와 참여를 촉구하기도 하여 일반 시민 여론 내지 인식이 신문 기사를 통해 집약되기도 한다. 따라서 본 연구에서는 신문기사의 분석을 통해서 지방자치제 전후한 조경의 정책과 도시민들의 인식변화를 찾아보고자 하였다.

II. 연구범위 및 방법

연구의 시간적 범위는 지방자치제도를 수립한 1995년 전후 5년과 민선시장에 의해 공원녹지정책이 활발하였던 기간을 포함한 총 16년 동안의 기간(1990~2005)이며, 내용적 범위는 신문기사 중 조경 관련 특집·연재·사설 기사를 대상으로 정책과 시민인식과 관련된 내용을 중심으로 삼았다.

연구의 방법으로는 문헌조사를 통하여 자료를 얻고

각 대학 및 특수대학원의 교과과정의 키워드를 선정하여 신문검색을 통해 전체 경향분석과 키워드별 빈도 및 내용분석을 통해 시정단계별 조경의 정책과 인식 변화의 해석 및 전망을 하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 기사의 주제별 분류

먼저 일간신문에서 조경을 어떤 주제로 바라보고 있는가에 대해서 주제별로 분류하였다. 주제별 세부내용은 표 1과 같다.

주제는 크게 '공원녹지 총량확충', '공공조경 신경향', '민간조경 신경향', '시민참여 및 유도'의 4가지로 분류되었고 나머지 기사는 '기타'로 나누어 분석되었다. 첫 번째로 공원녹지 총량확충기사는 90년대부터 현재까지 조성된 공원 및 녹지와 총량 확충을 다룬 기사를 의미한다. 두 번째로 공공조경 신경향기사는 민선시장의 공원녹지정책에 힘입어 공공주도의 조경관련사업에서 나타나는 신경향을 말하며, 생태공원 조성, 이전적지 공원화, 마을마당 조성, 담장 허물기, 옥상녹화 사업을 그 예로 들 수 있다. 세 번째는 민간조경 신경향기사는 IMF

표 1. 주제별 세부 내용

주제별 분류	세부 내용
공원녹지 총량확충	-공원 및 녹지 조성 -공원녹지 문제점 및 보존 주장
공공조경 신경향	-걸고 싶은 거리 -자투리땅 녹화
민간조경 신경향	-아파트 조경 -생태마을 및 농촌관광
시민참여 및 유도	-각종 NGO의 환경운동 -서울그린트러스트운동

라는 사회적 계기를 통해 아파트 미분양률을 해결하기 위한 민간기업의 노력인 아파트 조경 및 실내 정원의 차별화 전략과 생태마을, 농촌관광 등의 기사를 예로 들 수 있다. 마지막으로, 시민참여 및 유도기사는 지방 자치제와 함께 시민참여에 대한 관심과 및 시행의 필요성이 증대됨에 따라 나타나는 기사였다.

2. 기사의 주제별 분석

신문의 조경 관련 기사 중 공원녹지 총량확충기사가 가장 많은 비중을 차지하였으며, 공공조경 신경향, 민간조경 신경향, 시민참여 및 유도기사 순으로 나타났다. 단계별 주제의 빈도는 그림 1과 같다.

공원녹지 총량확충기사는 1단계에는 그린벨트 해제, 북한산, 남산 등 녹지훼손과 2~4단계에는 민선시장의 공원녹지정책과 함께 공원녹지조성이 활발하게 되어 이루어져 단계에 따라 기사량이 점점 증가하는 것을 볼 수 있다. 보도기사뿐만 아니라 연재 및 특집, 사설을 통하여 공원녹지의 중요성과 총량확충에 대해서 지속적으로 주장하여 도시민들이 공원녹지에 대한 중요성을 인지하게 되었고, 이런 도시민의 수요를 민선시장의 공원녹지 정책을 통하여 공원녹지가 공급되었다고 볼 수 있다. 공공조경 신경향기사는 1~4단계에 이르기까지 공원 및 녹지 조성, 친환경관련기사가 꾸준히 증가하였다. 2단계부터 증가하기 시작한 시민참여 및 유도기사는 대대적인 도시녹화사업을 시민과 함께한 「생명의 나무 1000만그루 심기」와 생활권녹지와 민·관 협력을 강화하는 「생활권녹지 100만평 늘리기」사업에 힘입어 기사가 증가하였다. 이는 단계에 따라 조경과 관련된 녹지 환경에 대한 중요성과 수요가 증가하고 단순공급

에서 벗어나 시민참여를 통한 민·관 협력으로 진행되고 있음을 볼 수 있다.

1) 키워드별 분석

신문을 통한 조경의 정책과 인식변화를 알아보기 위해서는 조경을 대표하는 각 키워드를 찾아 검색을 통한 기사선정이 필요하다. 이 과정을 통해 선정된 키워드는 10개이며, 각 단계별로 선정된 키워드의 변화가 어떤 특징과 변화를 조사·분석하였다.

공원은 민선시장의 적극적인 공원녹지정책과 함께 많은 양의 기사와 함께 변동폭도 컸다. 녹지는 공원과 함께 공원녹지로 사용되며, 공원과 마찬가지로 단계에 따라 기사량의 변화를 볼 수 있다. 특히 경관은 지자체 이후 민·관에서 각각의 특징이 나타내는데, 먼저 관차원에서 무분별한 도시개발에 따른 도시경관 파괴를 인식하고 지역 인프라 지역사회 업그레이드를 위해 각 도시의 아름다운 경관을 조성하는데 관심을 가지기 시작하였고, 민간 차원에서는 3단계부터 나타나기 시작한 경관과 개방감 좋은 아파트의 인기와 조망 관련 소송 등으로 인해 잦은 빈도수를 보여 주었다.

복원과 생태는 3단계부터 나타나기 시작하여 4단계에 이르기까지 많은 빈도의 기사량이 나타났다. 이것은 환경문제와 지속 가능한 개발·생태관련 이슈들이 단순한 화두로서의 의미를 넘어서서, 새로운 세기를 준비하는 가장 심각하고도 중요한 문제로 대두되었기 때문이다. 특히, 생태와 환경에 대한 중요성이 날로 부각되고 시민들의 의식도 전환되는 시점에서 종말처리장·쓰레기소각장·쓰레기매립장 같은 과거 혐오시설들이 공원화 작업이라는 새로운 패러다임을 통해 자연 학습 시설로 변화된 것을 들 수 있다.

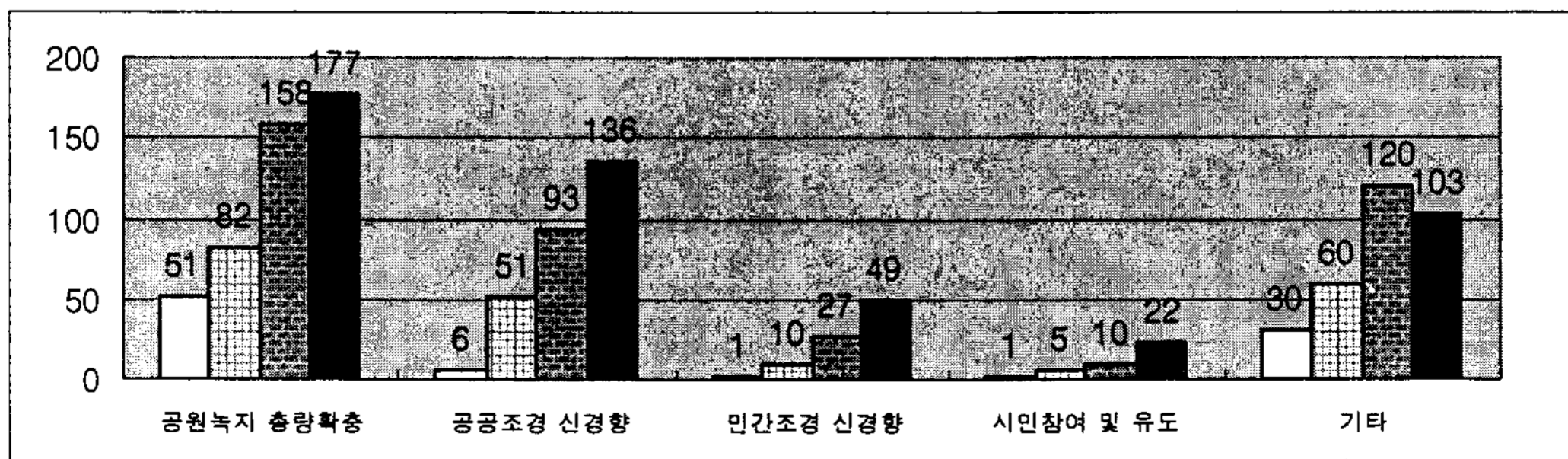


그림 1. 단계별 주제빈도

범례: □ 1단계(90~94) ▣ 2단계(95~97) ▤ 3단계(98~01) ■ 4단계(02~05)

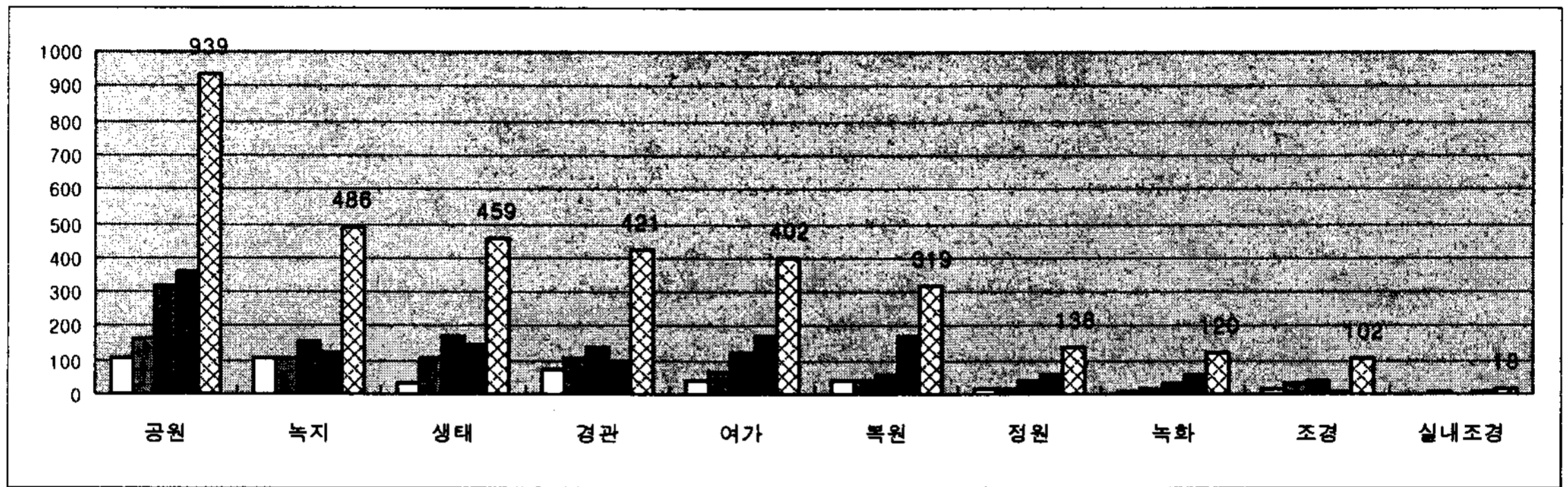


그림 2. 키워드별 빈도

범례: □ 1단계(90~94) ■ 2단계(95~97) ▒ 3단계(98~01) ■ 4단계(02~05) ▨ 빈도총량

여가는 조경과 직접적으로 관련이 있는 개념들은 아니지만 경제성장과 삶의 질에 대한 관심의 증가와 주 5일 근무제 실시에 따라 여가활동시간이 늘어나면서 기사랑이 점진적으로 늘어남을 볼 수 있다.

2) 시정단계별 정책과 인식변화의 해석

1단계(민선이전)에는 녹지파괴에 따른 녹지 및 공원의 보호 및 확충을 의식하여 녹지, 공원의 키워드가 주를 이루고 여기에 자연경관, 원형경관, 하천경관, 도시경관을 의미하는 경관이 남산경관회복사업의 일환인 외인아파트 철거에 의해서 특징적으로 나타났다. 이처럼 1단계에서는 국가 정책적으로 도시공원, 녹지 및 도시경관개선에 관심을 가지기 시작하였고 도시공원 및 녹지가 중요 도시정책 이슈로 등장하였다.

2단계(민선1기)에서는 지방자치제도를 통한 민선시장의 「공원녹지 확충 5개년계획」을 통해 공원 및 녹지 조성과 많은 이전적지들의 공원화 사업으로 공원 및 녹지의 키워드가 증가하였고, 도시의 오염된 하천의 생태적 복원사업으로 생태 키워드가 증가하였다. 또한 조망상태에 따른 아파트 가격 차이와 조망권 침해소송 등 경관이 조망권이라는 개념으로 등장하게 되었다. 즉, 민선시대 초반에는 공원녹지 및 경관에 대한 시민인식 증진이 이루어졌고, 시민참여 증대와 생태공원개념이 등장하였으며, 시민운동에 의해 담장 허물기, 걷고 싶은 거리, 마을마당 등 기존 공원녹지 개념이 확장되었다.

3단계(민선2기)에서는 공원, 생태, 녹지, 경관, 여가의 키워드가 주를 이루었고 2단계에 착공된 이전적지 공원들이 개장하면서 언론의 조명을 받았다. 특히, 「생명의 나무 1000만 그루심기」정책 사업을 통해 생활주

변녹화, 희망의 숲 조성사업, 숲속여행 프로그램 등 시민 참여형 녹화운동이 증가하여 시민참여활동이 본격화 되었다.

마지막 4단계(민선3기)에서는 공원, 복원, 여가, 생태, 녹지, 경관의 키워드가 나타났고, 공원은 생태공원, 옥상공원, 농업공원, 학교 공원화 등의 내용이 나타났다. 특히, 청계천 복원을 통해 복원의 키워드가 급증하였고 주5일 근무제의 실시로 인한 여가시간 및 활동량이 증가하여 각종 테마파크, 관광사업 등 여가의 키워드가 증가했다. 이 단계에서는 「생활권녹지 100만평 늘리기정책」 사업을 통해 시민들의 참여와 협력으로 본격적인 시민사회가 도래하였다. 한편, 2002년 월드컵을 계기로 시민들의 응원 문화 욕구가 증가하여 서울광장이 조성되었으며, 2003년에는 시민단체와 시민사회가 파트너십 형태로 참여하여 서울 그린트러스트가 창립되었다. 특히 웰빙개념의 유행과 주 5일 근무제 실시를 통해 여가공간의 요구도가 증가하였고 푸른도시국이 신설되었으며, 조망경관의 가치인식이 급속히 확산되었고 환경인식이 질적으로 심화되고 다변화 되었다.

이처럼 1~4단계에서 정책 및 인식 변화는 생태적인 접근, 공급효율적인 접근, 도시경관적인 접근, 시민 참여적인 접근 등 다차원적인 접근의 수요가 나타나게 되었으며 특히, 조경관련 정책을 추진하는데 있어 시민의 참여와 협력은 가장 중요한 원동력이 되고 있어 향후 이에 대한 객관성 있고 타당성 있는 조사를 통해서 시민수요의 파악이 지속되어야 할 것으로 생각된다.

IV. 결론

단계별로 수립된 민선시장별 조경관련 정책은 양적

접근에서 질적 접근으로, 행정 중심에서 도시민의 인식을 기초로 한 쾌적성과 친밀성을 함께 할 수 있는 방향으로 변화해왔다고 보인다. 특히, 3단계에는 경제성장과 주 5일근무제의 시행과 함께 여가를 친환경적으로 소비하기 위한 새로운 형태의 사업과 생태도시를 지향하는 일련의 변화가 일어나 현재도 진행되고 있다. 이러한 도시민들의 환경·생태적인 인식의 변화로 본격적인 시민이 참여하는 공원 만들기가 이루어지면서 시민들이 공원의 중요성을 인식하고 그 혜택을 실감하게 되었다. 이에 이름뿐인 자연공원을 밀어내고 생태공원이 주목받기 시작하였고 셋강, 한강, 나아가서 버려진 난지도 일대를 건강한 생태환경을 조성하고 가꾸는 사업이 착수되었다. 아울러 시당국은 물론이고 학계, 시민단체, 전문가들 모두 미래의 서울을 생태도시로 이루려는 목표를 세웠다. 이제 생태도시는 해도 좋고 안해도 좋은 선택이 아니라, 시민의 건강한 삶을 위해서 그리고 세계적 대도시로서 자격을 갖추기 위해서 반드시 실천해야 할 목표가 되고 있다. 또한, 소규모 자투리 토지를 활용하여 소공원으로 조성하여 공원이용을 확대

하고, 시가지내 잔존녹지공간을 녹지보전지구로 지정하여 관리하며 중점녹화지구를 설정하여 관리하는 등 도시녹색공간이 확대될 것으로 기대된다.

인용문헌

1. 강준만(2001) 대중매체이론과 사상, 나남출판.
2. 김대현(2004) IMF 기간 일간신문 분양광고에 나타난 아파트 단지 옥외공간의 차별화 내용 및 요소에 관한 연구, 한국조경학회지 32(4).
3. 대한주택공사(1997) 주택단지 옥외공간의 설계 특성화 방안에 관한 연구(주택연구원: 연구97-7).
4. 박소연, 신경주(1993) 신문을 통해 본 아파트관리문제의 변천, 한국주거학회지 1(4).
5. 서울특별시(1995) 서울시 공원녹지 정책방향 연구.
6. 이규목(2002) 한국의 도시경관, 열화당미술책방.
7. 이동화(2000) 홍보매체의 변천과 특성에 관한 연구, 한양대학교 석사학위 논문.
8. 차혜경(1993) 행정홍보의 활성화 방안에 관한 연구, 연세대학교 석사학위논문, p.9.
9. 최일홍, 배중남, 이규목(1998) 아파트 옥외공간 특성에 대한 거주자의 인지 특성에 관한 연구, 한국조경학회지 26(3).
10. 최용호(2004). 공원녹지정책의 분석 및 방향설정 연구, 고려대학교.