

효율적 지적 재조사를 위한 홍보 전략

오상영*, 홍성언*

*청주대학교

e-mail: culture@cju.ac.kr, hongsu2005@cju.ac.kr

A Study on the Citizens PR Method for Cadastral Re-surveying Project

Sang-young Oh*, Seong-un Hong*

*Cheongju University

요 약

지적재조사사업을 효율적으로 추진·시행하기 위해서는 법안, 소요예산, 소요기간, 적용기술, 소요인원, 청산방법, 수행조직 등 다양한 제반 요소들에 대한 계획의 수립 및 정립이 필요하다. 그간 많은 연구와 노력에 힘입어 사업추진을 위한 제반 요소들에 대해서는 어느 정도는 정립이 되어있다. 그럼에도 불구하고 지속적으로 사업의 타당성 부족 등이 언급되는 원인에 대해서는 시각을 달리하여 볼 필요성이 있다. 지적재조사사업의 경우, 지적재조사에 대한 국민들의 올바른 인식과 사업의 필요성에 대한 공감대의 형성이 최우선이나 기존 지적재조사사업의 수립에 있어서는 이 부분에 대한 고려가 미흡하였다고 본다. 본 연구에서는 지적재조사 사업 수행을 위해 기존에서 제기되고 있는 일반적인 홍보 전략들과 이에 대한 문제점들을 고찰해 보고 이를 통해 보다 실질적인 홍보 전략을 모색하고자 하였다.

1. 서론

우리나라는 1990년대부터 최근까지 지적불부합지의 문제를 해결하고자 많은 노력을 경주하고 있다. 지적불부합지를 간략하게 말한다면 실제 현황과 지적공부의 현황이 불일치하는 것으로서, 이러한 지적불부합지는 각종 토지행정에 많은 문제를 발생시키고 있다. 지적불부합지의 해결은 지역적으로 축적변경사업을 통해 정리하는 방법, 그리고 불부합 대상 필지에 대하여 주변 환경(현황)을 토대로 조정하는 방법 등 다양한 방법이 있을 수 있다. 그러나 이러한 방법은 국지적이며 단기적인 처방에 지나지 않는다. 전 국토에 산재한 지적불부합지를 근본적으로 해결하기 위해서는 지적재조사사업이 해결책으로 대두되고 있다.

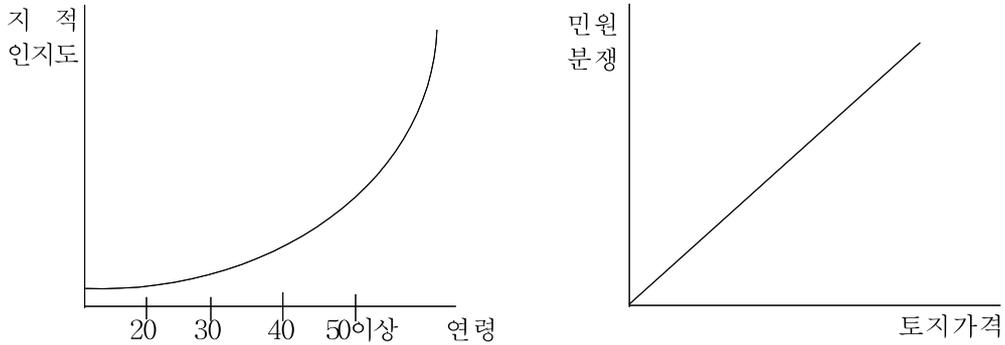
지적재조사사업은 우리나라 전국토를 새로이 조사·측량하여 지적공부에 등록하는 것으로서 많은 국가 예산과 장기간이 소요되는 국가적인 사업이다. 그렇기 때문에 최소의 비용과 사업기간을 단축하기 위해서는 사전 철저한 계획과 준비가 필요하다.

지적재조사사업을 시행하기 위해서는 법안, 소요예산, 소요기간, 적용기술, 소요인원, 청산방법, 수행조직 등 다양한 제반 요소들에 대한 계획의 수립 및 정립이 필요하다. 그간 많은 연구와 노력에 힘입어 사업추진을 위한 제반 요소들에 대해서는 어느 정도는 정립이 되어있다. 그럼

에도 불구하고 지속적으로 사업의 타당성 부족 등이 언급되는 원인에 대해서는 시각을 달리하여 볼 필요성이 있다. 즉, 기존까지의 지적재조사사업 계획의 수립은 계획수립 주체인 국토해양부와 사업을 시행하는 지적측량수행자 중심으로 이루어져 왔다. 그러나 사업의 직접적인 객체인 대상자는 국민들이다. 그러므로 우선적으로 지적재조사사업에 대한 국민들의 올바른 인식과 사업의 필요성에 대한 공감대의 형성이 최우선이나 기존 지적재조사사업의 수립에 있어서는 이 부분에 대한 고려가 미흡하였다고 본다. 따라서 국민들에게 지적재조사사업의 취지, 방법, 기대효과 등에 대해 지속적인 홍보로 국민공감대를 형성한 후에 지적재조사사업의 계획이 수립된다면 사업의 타당성 부족의 문제는 자연스럽게 해결이 가능할 것으로 본다.

그간 지적재조사 사업을 위한 홍보전략으로써 제기되고 있는 방법론들은 지극히 일반적인 홍보전략 즉, TV나 언론매체 등을 통한 홍보 등만이 제안되고 있다. 이러한 홍보 전략들은 당연히 있어야 하는 홍보 전략이다. 따라서 이러한 홍보 전략들은 필연적으로 수반되는 홍보전략으로 보다 실질적인 홍보 전략이 모색되어야 한다.

본 연구에서는 효율적인 지적재조사 사업 수행을 위해 기존에서 제기되고 있는 일반적인 홍보 전략들과 이에 대한 문제점들을 고찰해 보고 이를 통해 보다 실질적인 홍보 전략을 모색하고자 한다.



[그림 1] 연령대별 지적인지도 변화와 토지가격에 따른 민원분쟁률

2. 지적재조사의 이론적 고찰

2.1 지적재조사의 의의

지적재조사(Resurvey of Cadastre)란 토지이용 증진과 국민의 재산권 보호에 구조적 장애를 가져와 지적관리에 막대한 지장을 가져오는 지적불부합지 문제를 해소하고 토지의 경계복원력을 향상시키며 일필지의 표시를 명확히 함으로써 능률적인 지적관리체제로 개편하는 것과 과거 토지조사시에 이루어진 지적공부의 질적 향상을 피하고 현행 법적·기술적 기준을 보다 완벽하게 하여 지적관리를 현대화시키고자 하는 것이다. 여기서 지적공부의 질적 향상이라 함은 지적측량성과의 정확도를 제고함은 물론 지적에 포함되는 요소들의 확장과 개편을 의미한다.

또한 현재까지 국지적으로 사용해오던 측량원점(測量原點)의 개선과 측량 기준점을 새로이 구축 통일된 좌표계로 일원화하여 측지학적으로 정확한 위치를 등록하고 일필지의 경계점 확정을 도면에 표시하는 도해지적(Graphical Cadastre)에서 수치(좌표)로 표시하는 수치지적(Numerical Cadastre)으로 변환하는 것이다.

지적의 재조사는 이러한 지적의 목적별 요소를 현재보다는 개량·확장함으로써 지적의 범위를 넓혀 효율적인 토지관리체제로 발전시키려는 노력을 의미한다. 지적관리의 현대화는 지적의 형태와 관리적 관점에서 기술적으로 동질화해야 하므로 도해적 정보제공은 지적공부의 오손·마멸로 질적 저하를 가져오고 이로 인한 지적불부합지를 해소하여 토지기록전산화를 통한 지적관리의 합리화와 효율화를 도모하는 것이다. 따라서 지적재조사는 첫째, 특정지역에 대하여 새로운 지적측량의 시행을 의미하게 되며 이것은 결국 새로운 경계의 확정이나 경계의 설정을 뜻한다. 둘째, 지적측량방법이나 지적요소의 수정을 요한다. 셋째, 가능한 지역에 대하여는 현행 도해지적도의 수치화(Digitalization)를 필요로 한다.

2.2 지적재조사의 필요성

지적재조사는 지적불부합지 문제를 해결하기 위한 것이다. 지적불부합지는 현실의 상황과 지적공부에 등록된 사항이 일치하지 않는 것으로서 이로 인하여 지역주민간의

끊임없는 토지분쟁이 발생하여 토지거래질서의 문란은 물론 토지소유권의 권리행사에 지장을 초래하고 있다. 또한 더 나아가서는 토지행정, 등기행정, 조세 및 건설행정 등 국가행정전반에 영향을 주고 각종 공익사업이나 공공사업 등에 많은 지장을 초래하고 있다. 실제 지적관련 민원발생 추이를 보면 1988년을 기준으로 지적민원이 급격하게 증대되고 있는 것으로 나타나고 있다.

그리고 최근 사회각분야에서 정보화사업을 추진하고 있다. 이는 토지관련 분야도 마찬가지로 국가GIS사업의 일환으로서 다양한 정보화 사업들이 진행되고 있다. 그런데 토지정보의 가장 기본이 되는 지적정보가 불완전하여 동일한 지적정보를 각각의 사업 또는 각 기관의 활용 용도에 적절하게 수정, 편집, 재가공하여 사용하고 있어 정보의 공유가 되지 않는 실정이다. 이로 인하여 국가재정의 낭비를 가져오고, 지적정보의 신뢰성이 저하되는 문제가 발생하고 있다.

따라서 국민의 토지소유권의 안정적인 보호, 각종 정보화사업에서 정확한 지적정보의 활용 및 공유로 인한 국가재정 낭비의 최소화, 정확한 지적정보의 생산·운영으로 인한 지적제도의 선진화 등을 위해 지적재조사는 반드시 추진되어야 한다.

3. 주민 홍보 전략

3.1 주민 홍보의 필요성

가장 일반적인 주민 홍보는 일반적으로 언론매체 등을 통한 홍보일 것이다. 그러나 현 지적분야에서 필요한 것은 현행 업무를 실질적으로 주민들에게 실무자들이 설명하여 주고 이에 민원의 소지가 있는 지역에 대해서는 최대한 당사자의 이해를 도출해 내는 것이 향후 지적재조사를 위해서 실질적인 도움을 줄 수 있을 것이다. 따라서 현 시점에서 가장 필요한 실질적인 홍보 전략의 기반은 실제 지적측량업무를 수행하고 있는 대한지적공사의 지사 단위별 업무처리의 탄력성 제고와 고객 서비스 질 개선이다. 그리고 공사와 주민간의 지적업무 가교적 역할 기능을 통한 공공성 제고 및 지적재조사 사업 홍보의 기틀 마련이 필요하다.

지적에 대한 국민적 인식 및 이해도 부족에 기반하여 지적재조사 사업의 저해요인으로 작용하는 것을 예를 들어 설명하여 보면, [그림 1]과 같이 국민의 토지에 대한 인식은 경제적 가치보다 법적인 소유권 가치를 낮게 인식하는데 기인한다. 이를 보다 구체적으로 설명하여 보면, 20-30대의 연령층은 지적에 대한 인지도가 상당히 낮고 연령이 고령화 될수록 그나마 지적을 알고 이해한다고 할 수 있다. 즉, 연령에 따른 지적의 인지도 수준은 반비례 관계라 할 수 있다. 그리고 토지가격과 민원분쟁 사례를 예를 든다면 토지가격과 민원분쟁은 비례관계로 일반적으로 고지가를 형성하는 토지에 대해서 민원분쟁이 많이 발생하게 된다. 즉, 토지가격과 민원분쟁과의 관계는 일반적으로 비례관계가 성립할 것이다.

상기와 같은 문제로 인하여 직접적인 홍보 즉, 직접 민원인 방문을 통한 측량 접수 운영 방식 등이 필요하다. 이는 지적 민원인의 고령화 인지도에 따른 web service 접수 한계 등의 문제점이 발생하기 때문이다. 그런데 이러한 직접적인 홍보의 문제점은 특유의 지역적 여건에 대한 시간적 인력 낭비 및 민원 불편 초래의 우려가 있어 이들 양자의 문제점을 상호 보완할 수 있는 홍보 전략이 필요하다.

3.2 기존 주민 홍보 전략

국가적인 대사업인 지적재조사는 국민의 절대적인 협조 없이는 사실상 불가능한 일이다. 그리고 최근까지 여러 설문조사에도 조사된 바와 같이 정확히 이해하지 못하고 있으므로 대민홍보차원에서 재조사사업의 필요성과 중요성을 인식시킬 필요성이 있다. 그리고 재조사사업의 필요성과 중요성을 인식시킬 필요성이 있다. 또한 재조사사업과 관련한 대민홍보는 가급적 선전이 아닌 추진계획과 사실적 행정활동을 모든 국민에게 알려주어야 한다. 또한 국민이 원하는 바가 무엇인지를 알아서 정책에 반영시키는 대민관계로 발전시키는 것이 필요하다. 특히 지적문제와 같이 국민들에게 적극적으로 정확하게 이를 홍보하여야 뿌리 깊은 불신풍조와 오해를 해소시킬 수 있다고 본다.

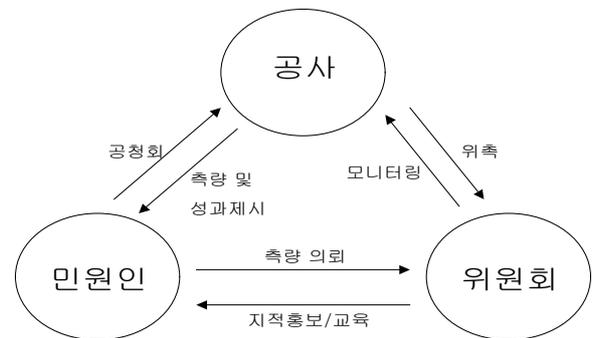
상기와 같은 지적재조사 홍보의 중요성을 인식하여 제기되고 있는 홍보 전략으로는 다음과 같다. 적재조사사업의 필요성, 목적, 내용 등을 적극적으로 홍보하여 국민들의 공감대를 형성하여야 하는데 그 방법으로 중앙정부 차원에서는 TV, 신문 방송 등 매스컴을 통한 전국적인 홍보를 실시하고 지방정부도 반상회보, 시·군보, 강연회, 주민 설명회, 개별통보를 통하여 홍보를 실시 지적재조사사업을 반드시 시행하여야 한다는 당위성을 심어주어야 한다. 홍보과정에서 특히 고려되어야 할 것은 어떠한 내용이 어떠한 방법으로 국민들에게 홍보상황에 따라 대민관계의 목적에 따라서 각 분야의 우선순위가 결정될 것이며, 보다 구체적인 내용은 그 지역의 특성에 따라 충분히 검토된 다음에 결정되어야 할 것이다.

이상과 같은 주민 홍보 전략들이 기존에 제기되고 있는

홍보 방법론 들이다. 그러나 이러한 홍보 전략들은 지적재조사 사업 시행을 위해서 국가 차원에서 반드시 수반되어야 할 사항으로 사료되고 궁극적으로 민원인들에게 직접 다가서서 홍보가 이루어 질 수 있는 전략이 필요하다.

3.3 직접적인 주민 홍보 전략

본 연구에서는 직접적인 주민 홍보 전략으로 가칭 지적실무 위원회 창설(안)을 제안하고자 한다. 즉, 국민에게 공사 및 지적행정을 올바르게 인지시킬 수 있는 공사와 민원인들 간에 가교적 역할을 수행하는 기구(지적실무 위원회)의 창설을 제안한다. 자청은 실무위원회는 민간 조직이며, 새마을 지도자나 마을 이장으로 주민의 뜻을 대표할 수 있는 자로서 대한지적공사의 지사장이 위촉함을 원칙으로 한다. 그리고 이의 역할은 위원장은 공사로부터 담당 지역의 지적 제반적 상황을 인수받아 주민들에게 전달하며, 노약자와 장애자를 우선으로 측량 의뢰를 대행 접수한다. 공사는 정기 방문을 통한 설명회 및 공청회를 통하여 지적에 대한 민원 혼란을 최소화함을 목적으로 한다. 이와 같은 내용을 개략적인 도식으로 표현하면 [그림 2]와 같다.



[그림 2] 가칭 지적실무 위원회 창설(안)의 개요도

4. 결론

본 연구에서는 성공적으로 지적재조사 사업을 완료하기 위해서 사전에 가장 중요하다고 판단되는 주민 홍보 전략을 모색하여 보았다. 이를 위해 기존에 제기되고 있는 일반적인 홍보 전략들에 대하여 고찰하여 보고 이를 통하여 보다 실질적인 공사가 수행하여야 할 홍보 전략을 제안하였다.

구체적으로 연구에서는 가칭 지적실무 위원회를 창설을 제안하였는데 만일 이러한 직접적인 홍보 전략을 모색할 경우 잠재된 고객 창출 효과가 있고, 지적행정의 공개를 통한 지적재조사 사업의 국민적 공감대 형성에 있어 기틀을 마련할 수 있으며, 서비스 질에 대한 모니터링 제도 도입으로 직원들의 자질 향상이 기대된다.

재조사 사업에 있어 주민 홍보야 말로 사업의 성패를 좌우할 만큼 상당히 중요한 부분이다. 그런데 현재 제기되고 있는 방법들은 어찌보면 당연히 이루어져야 하는 홍보

전략들로 사료된다. 따라서 이러한 일반적인 홍보 전략과 더불어 보다 실질적이고 직접적인 홍보전략이 필요한데 이를 위해서 연구에서 제안하는 가칭 지적실무 위원회의 창설 방안이 대안이 될 수 있을 것이다.

참고문헌

- [1] 강태석, “지적제조사의 실행전략”, 한국지적학회지, 제 21권 제2호, pp. 1-20, 2005.
- [2] 강원효, “우리나라 지적제조사사업의 개선방안”, 석사학위논문, 경상대학교 산업대학원, 2005.
- [3] 김재복, “지적제조사의 당면과제와 해결방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 경일대학교 산업대학원, p. 3, 2006.
- [4] 김정심, “지적제조사 사업추진을 위한 기반조성에 관한 연구(쟁점사항을 중심으로)”, 석사학위논문, 명지대학교 산업대학원, pp. 20-21, 2004.
- [5] 김홍택, 이범관, 서철수, “地籍再調査를 위한 國民共感帶形成 方案 研究”, 한국지적학회지, 제22권 제2호, pp. 1-10, 2006.
- [6] 대한지적공사, 지적제조사사업의 환경분석 및 지적제조사법(안) 작성 연구, 2005, pp. 14-17.
- [7] 박순표, 최용규, 강태석, 지적학개론, 형설출판사, pp. 420-421, 1993.
- [8] 이동현, “지적제조사사업의 성공요인 분석”, 박사학위논문, 청주대학교 대학원, 2000.
- [9] 이주현, “우리나라 지적제조사사업계획의 문제점과 개선방안”, 석사학위논문, 대구대학교 사회복지개발대학원, pp. 8-9, 2000.
- [10] 장우진, “지적제조사사업계획의 신 모델에 관한 연구(쟁점사항을 중심으로)”, 한국지적정보학회지, 제2권 제1호, pp. 139-161, 2000.
- [11] 최한영, 홍성언, “임야지역 지적제조사를 위한 KLIS 데이터의 활용 가능성 연구”, 한국지형공간정보학회지, 제14권 제3호, pp. 23-30, 2006.
- [12] 홍성언, “AHP 기법을 이용한 지적제조사사업 시행요소의 중요도 분석”, 지리학연구, 국토지리학회, 제42권 제1호, pp. 149-158, 2008.