

http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2024.10.4.743

JCCT 2024-7-87

옥외광고물 광화문 글판의 게시글 분석

Analysis of Messages Displayed on Gwanghwamun Billboard as Outdoor Advertisements

한승규*

Han Seungkyu*

요약 이 연구는 1997년 여름부터 2020년 봄까지 광화문글판 게시글의 언어적 의미를 분석한다. 광화문글판은 현대 한국 사회의 문화적, 사회적 변화를 반영하는 중요한 미디어로, 다양한 문학적 인용구와 감성적인 메시지를 통해 대중에게 희망과 위로를 전달해 왔다. 본 연구는 게시글의 키워드 빈도 분석을 통해 각 계절별로 자주 등장하는 주제와 메시지를 도출하였다. 연구 결과, 봄과 여름은 새로운 시작과 도전, 사랑과 인간관계, 자연의 아름다움을 강조하는 메시지가 주를 이루며, 가을과 겨울은 성찰과 성장, 인내와 강인함을 중심으로 한 메시지를 전달함을 확인할 수 있었다. 이를 통해 광화문글판이 계절적 특성에 맞춘 다양한 메시지로 독자들에게 긍정적인 삶의 태도를 독려하고 있음을 밝혔다.

주요어 : 옥외광고물, 광화문글판, 키워드 빈도, 메시지, 한국 사회

Abstract This study analyzes the linguistic meanings of the messages displayed on the Gwanghwamun Billboard from summer 1997 to spring 2020. The Gwanghwamun Billboard, an important medium reflecting cultural and social changes in contemporary Korean society, has conveyed hope and solace to the public through various literary quotes and emotional messages. This research identifies frequently appearing themes and messages by analyzing the frequency of keywords in the postings for each season. The results reveal that spring and summer primarily feature messages emphasizing new beginnings, challenges, love, and human relationships, as well as the beauty of nature, while autumn and winter convey themes of reflection, growth, endurance, and resilience. This study demonstrates that the Gwanghwamun Billboard encourages readers to adopt a positive outlook on life through seasonally tailored messages.

Key words : Outdoor Advertisements, Gwanghwamun Billboard, Frequency of Keywords, Messages, Korean Society

1. 서론

이 연구에서는 대표적인 옥외광고물인 광화문글판에 나타나는 게시글을 분석하는 것을 목적으로 한다. 광화문글판은 1991년 1월 ‘우리 모두 함께 뭉쳐 경제 활력

다시 찾자’라는 첫 문안부터 시작하여 나태주 시인의 ‘자세히 보아야 예쁘다 / 오래 보아야 사랑스럽다 / 너도 그렇다’라는 <풀꽃> 글판, 그리고 방탄소년단의 노랫말을 담은 특별편에 이르기까지 다양한 메시지를 담아왔다. 광화문글판은 90년대부터 현재까지 당시를 살

*정회원, 호남대학교 교양대학 조교수 (단독저자)
접수일: 2024년 5월 13일, 수정완료일: 2024년 5월 30일
게재확정일: 2024년 6월 15일

Received: May 13, 2024 / Revised: May 30, 2024
Accepted: June 15, 2024
*Corresponding Author: iu@honam.ac.kr
Dept. of Liberal Arts, Honam Univ, Korea

아가는 현대인들에게 많은 메시지를 전달하며 시대의 변화를 반영해 왔다.

광화문광장은 지난 한때 코로나바이러스 감염확산으로 인해 한산한 적이 있었지만 많은 사람들이 한국의 국가대표 선수들을 응원하고, 한국의 민주화를 위해 시위를 벌였으며, 수많은 관광객들이 지나간 한국의 대표적인 공간이라 할 수 있다. 또한 이곳에 설치된 광화문글판은 단순히 게시물의 성격을 넘어 한국인의 공감과 이해를 나타내는 중요한 미디어로 작용해 왔다. 따라서 이 연구는 옥외광고물 광화문글판의 게시글이 가지는 언어적 의미를 탐구하고, 이를 통해 한국 사회의 문화적, 사회적 변화를 이해하는 데 기여하고자 한다.

‘인문학적 리터러시(Humanistic literacy)’라는 인문학적 아젠다는 인문학이 인간, 사회, 세계의 맥락을 이해하고 이를 넘어서 총체적인 소통과 합의를 이끌어내는 힘과 동력이어야 한다는 의미로 해석할 수 있다. 광화문글판은 짧은 문구로 이루어져 있으나 개인에게는 응원의 메시지를, 사회에는 희망의 메시지를 전하며 30년 이상 한국 사회와 지속적으로 소통해 온 사례라고 할 수 있다. 따라서 광화문글판은 인문학적 리터러시를 구현하는 미디어로 볼 수 있으며 이러한 미디어를 분석함으로써 우리가 속한 사회를 이해하고 사회에 참여하여 재창조하는 데에 필요한 리터러시 역량을 다시 생각해 볼 수 있다.

II. 연구방법 및 연구자료

이 연구에서는 1997년 여름부터 2020년 봄까지의 광화문글판의 게시글을 분석한다. 1997년 여름 이전의 게시물은 <표 1>과 같이 경제 회복과 성장을 중심으로 한 메시지들을 전달하며, 국가적 경제 발전과 개인적 행복의 상관관계를 강조하고 있다.

표 1. 1997년 여름 이전의 광화문글판 게시글
Table 1. Messages Prior to Summer 1997

시기	게시글
1991-1994	우리 모두 함께 뭉쳐 경제활력 다시 찾자
1991-1995	아직도 늦지 않다 다시 뛰어 경제성장
1991-1996	훌륭한 결과는 훌륭한 시작에서 생긴다
1997	나라경제 부흥시켜 가정행복 이룩하자
1997	오늘의 교보생명 내일의 경제부흥

1997년 여름의 게시글은 이슬우화에서 ‘개미처럼 모이라 여름은 길지 않다’라는 내용을, 1998년 봄의 게시

글은 공자의 <춘추>에서 ‘봄에 밭을 갈지 않으면 가을에 거둘 것이 없다’라는 내용을 인용하여 초기에는 다소 경제와 연관된 내용들로 구성되었다. 그러나 이후의 문구들은 보다 다양한 주제와 감성적, 문화적 요소들을 반영하게 된다.

이후의 광화문글판은 문학적 인용구나 시, 명언 등을 포함하여 예술적이고 감성적인 메시지를 전달하는 데 중점을 두었다. 이는 대중들에게 경제적인 메시지뿐만 아니라 정서적이고 문화적인 공감을 이끌어내기 위함이었다. 또 경제적인 주제에서 벗어나 사회적, 환경적, 인문학적 주제들로 확대되었다. 이는 다양한 사회적 가치와 이슈들에 대한 인식을 높이고 전반적인 사회의 가치 문화에 기여하려는 의도로 볼 수 있다.

이 연구에서는 2020년 여름 이후 코로나19 팬데믹의 영향으로 인해 광화문글판 게시글 분석을 2020년 봄까지로 제한한다. 광화문글판은 사회적 메시지를 통해 대중과 소통하는 중요한 역할을 해 왔으나 2020년 여름 이후 코로나19의 확산으로 인해 사회적 분위기와 메시지의 주제가 이전과는 다르게 변화하게 되었다. 팬데믹으로 인해 사회적 거리두기, 방역 지침, 비대면 활동 등이 일상화되면서 광화문글판의 게시글 역시 이에 맞춘 새로운 주제와 메시지를 담아야 했다. 이에 따라 기존의 메시지에서 벗어나 코로나19 극복과 사회적 연대, 희망을 담은 메시지로 변화하였다. 이러한 변화는 팬데믹 상황에 적응하고자 하는 사회적 노력의 일환으로 볼 수 있다. <그림 1>은 2021년 8월 역대 100번째 광화문글판으로 BTS의 노래 ‘퍼미션 투 댄스’의 ‘춤만큼 마음 가는 대로, 허락은 필요 없어’라는 노랫말을 인용한 것이다. 이는 평소보다 12배 큰 크기로 제작된 것인데 2020년 8월 BTS의 노래 ‘런’을 인용한 게시글에 이



그림 1. 100번째 광화문글판

Figure 1. The 100th Gwanghwamun Billboard
출처: kocis 한국문화홍보서비스(<https://www.kocis.go.kr/>)

어 K팝이 접목된 게시물이다. 이렇게 팬데믹 시기에는 그동안 주로 서정적인 문학을 출처로 한 게시글과는 성격이 다른 양상을 보인다. 따라서 본 분석에서는 팬데믹 이전인 2020년 봄까지의 광화문글판 게시글을 중심으로 분석하도록 한다. 이후의 변화된 메시지와 주제에 대해서는 별도의 연구가 필요하다는 것을 밝힌다.

1997년 여름부터 2020년 봄까지의 광화문글판의 게시글은 총 87개로 광화문글판에 게시된 문구들은 대부분 국내 시인들의 작품에서 인용된 경우가 많다. 현대 한국 시인의 시가 주를 이루며 이들 작품에서 대중에게 감성적 위로와 철학적 성찰을 할 수 있는 문구를 인용하였다. 반면 외국 작가의 작품들도 일부 포함되어 있으며 주로 시에서 발췌한 문구들이다.

2회 이상 게시글에서 인용된 작가는 <표 3>과 같다.

표 3. 게시글에서 다수 인용된 작가
 Table 3. Authors Most Frequently Cited in Posts

작가	게시글 수
고은	7
정현중, 정호승	4
김용택	3
도종환, 신경림, 안도현, 윤동주	2

광화문글판은 계절에 따라 게시글이 변경되는데 광화문글판에 게시된 메시지들을 계절별로 분류한 결과를 제시하면 <표 4>와 같다.

표 4. 계절별 게시글 수
 Table 4. Number of Posts by Season

계절	게시글 수
봄	22
여름	23
가을	21
겨울	21

2000년 이전인 1997년에는 1개의 게시글만 게시되었지만 1998년부터 2000년까지는 연도별로 각각 3개의 게시글이 게시되었다. 이후에는 해마다 계절에 따라 4개의 게시글이 꾸준히 게시되었다.

이러한 광화문글판의 게시글을 연구자료로 하여 이 연구는 먼저 종합적으로 광화문글판에 고빈도로 나타나는 키워드를 분석하고 이후 계절별로 고빈도로 나타나는 키워드를 분석하여 광화문글판 게시물의 메시지를 체계적으로 이해하고자 한다. 이를 통해 광화문글판이 21세기 한국에 어떤 메시지를 강조하고 있는지, 계절별

로 어떤 주제를 강조하고 있는지를 파악할 수 있다.

III. 연구결과

1. 광화문글판 게시글의 종합적 키워드 분석

연구자료로 삼은 게시글은 총 87개로 976개의 어절, 1,934개의 형태소로 구성되어 있다. 어미와 조사, 접사를 제외한 고빈도의 형태소는 다음과 같다.

표 5. 게시글에서의 고빈도 형태소
 Table 5. High-Frequency Morphemes in Posts

형태소	품사	빈도	형태소	품사	빈도
이다	지정사	81	사람	일반명사	13
것01	의존명사	28	너01	대명사	13
있다01	형용사	22	없다01	형용사	13
있다01	보조용언	22	길01	일반명사	12
나03	대명사	18	꽃01	일반명사	12
오다01	동사	16	가다01	동사	12
오다01	보조용언	16	가다01	보조용언	12
사랑하다	동사	15	아름답다	형용사	11
않다	보조용언	14	되다01	동사	10

<표 5>는 어미와 조사, 접사를 제외하고 10회 이상 나타난 형태소들로, '나, 너'와 같은 대명사, '사랑하다, 오다, 가다' 등의 동사, '사람, 길, 꽃' 등의 일반명사들이 빈도가 높게 나타났음을 보인다. 광화문글판 게시글이 인간 중심의 주제를 강조하고 있으며 특히 사람 간의 관계, 자연의 아름다움, 그리고 삶의 여정을 주요 주제로 삼고 있음을 알 수 있다.

(1)그대를 사랑한다며 나를 사랑하였다. 이웃을 사랑한다며 나를 사랑하고 말았다. 가만히 푸른 하늘이 내려다 본다

(2001년 여름, 출전: 고은, <순간의 꽃>)

(2)흔들리지 않고 피는 꽃이 어디 있으랴. 그 어떤 아름다운 꽃들도 다 흔들리며 피었나니

(2004년 봄, 출전: 도종환, <흔들리며 피는 꽃>)

(3)길이 없으면 길을 만들며 간다. 여기서부터 희망이다

(2000년 여름, 출전: 고은, <길>)

(1)의 게시글은 '사랑'이라는 키워드가 많이 나타나며 사람 간의 관계를 강조하는 주제와 관련이 있다. (2)의 게시글은 '꽃'이라는 키워드가 나타나며 자연의 아름다움과 삶의 역경을 상징적으로 표현한다. (3)의 게시

같은 '길', '가다'와 같은 키워드를 통해 새로운 길을 만들어가며 희망을 찾는 삶의 여정과 노력을 보여주고 있다.

5회 이상 나타나는 일반명사는 <표 6>과 같다.

표 6. 고빈도 일반 명사
Table 6. High-Frequency Common Nouns

명사	빈도	명사	빈도
사람	13	삶	6
길	12	마음	6
꽃	12	세상	6
봄	9	별	5
숲	8	속	5
곳	6	바람	5
나무	6		

먼저 '사람', '마음', '손', '젊은이' 등과 같은 명사는 인간과 감정을 중심으로 한 메시지로 자주 등장한다. 이는 인간관계와 인간의 내면에 대한 성찰을 강조하는 내용을 반영한다. 다음으로 '꽃', '봄', '숲', '나무', '가을', '겨울' 등의 명사는 게시글이 자연의 아름다움과 계절의 변화를 많이 다루고 있음을 나타낸다. 이는 자연을 통해 삶의 희망과 아름다움을 전달하려는 메시지와 연결하여 생각할 수 있다. 또 '길', '삶', '희망', '여정', '하루', '새날' 등의 명사는 삶의 여정에서 희망을 찾고 앞으로 나아가려는 메시지를 전달한다. 이는 독자들에게 긍정적인 삶의 태도를 권장하는 내용을 담고 있다. 그리고 '세상', '존재', '순간', '빛', '안', '말', '생각' 등의 명사는 깊은 철학적 성찰을 담은 메시지가 많음을 시사한다. 이는 삶의 의미와 본질에 대한 탐구를 독려하는 내용을 이룬다. '사랑', '숨결', '소리', '눈물', '기운' 등의 명사는 감정적 경험과 관련된 메시지가 자주 나타남을 보여준다. 이는 개인의 감정과 경험을 통해 독자와 공감하고 독자들에게 위로를 전하려는 의도를 반영한다.

5회 이상 나타나는 동사는 <표 7>과 같다.

표 7. 고빈도 동사
Table 7. High-Frequency Verbs

동사	빈도	동사	빈도
오다	16	피다	8
사랑하다	15	하다	8
가다	12	살다	5
되다	10	보이다	5
보다	9		

먼저 '오다'(16회), '가다'(12회), '되다'(10회) 등의 동사가 자주 등장함으로써 광화문길의 메시지가 주로 행동과 변화를 강조하는 경향이 있음을 알 수 있다. 이는 독자들에게 적극적인 행동과 변화를 촉구하는 메시지를 전달하려는 의도를 반영한다. 또 '사랑하다'(15회)라는 동사가 빈도 높게 나타나는 것은 사랑과 감정을 중심으로 한 메시지가 많다는 것을 의미한다. 이는 인간관계와 감정적 교류를 중요시하는 내용에 포함되고 있다.

그리고 '가다'(12회), '떠나다'(4회), '오다'(16회) 등의 동사는 삶의 여정과 여행을 상징하는 메시지를 게시글이 자주 포함하고 있음을 시사한다. 독자들에게 새로운 길을 찾고 도전하는 삶의 태도를 권장하는 내용이 많이 담겨 오고 있다. '피다'(8회), '흔들리다'(4회), '불다'(3회), '떠오르다'(3회) 등의 동사는 자연과 관련된 동작을 자주 언급함으로써 자연의 변화와 그 속에서의 삶을 묘사하는 메시지를 전달한다. 이는 자연의 아름다움과 계절의 변화를 통해 삶의 의미를 성찰하게 한다. 그리고 '되다'(10회), '변화하다'(2회), '변하다'(2회), '자라다'(1회) 등의 동사는 변화와 성장을 중심으로 한 메시지를 강조하고 있음을 보여준다. 이는 독자들에게 긍정적인 변화를 통해 성장하는 삶을 추구하도록 격려하는 내용을 담고 있다.

5회 이상 나타나는 형용사는 '있다'(22회), '없다'(13회), '아름답다'(11회), '푸르다'(6회), '좋다'(5회) 등이다. '있다'와 '없다'의 빈도는 존재와 부재를 강조하는 메시지가 많이 나타남을 시사한다. 이는 삶의 다양한 측면에서 무엇이 존재하고 무엇이 부재하는지에 대한 성찰을 포함한다. '아름답다', '좋다', '푸르다' 등의 형용사는 자연과 삶의 아름다움을 강조하며, 독자들에게 주변의 아름다움을 발견하고 긍정적인 감정을 느끼도록 하는 메시지를 전달한다.

또한 '새롭다'(3회), '낯설다'(2회), '낯다'(2회) 등의 형용사는 새로운 경험과 변화에 대한 메시지를 포함하고 있다. 이는 변화에 대한 두려움을 극복하고 새로운 도전을 받아들이도록 독려하는 의미를 담고 있다. '고맙다', '따뜻하다', '환하다' 등의 형용사는 감사와 따뜻한 감정을 강조하며, 긍정적인 마음가짐과 따뜻한 인간관계를 중요시하는 메시지를 포함하고 있다. '평화롭다', '고요하다', '적막하다' 등의 형용사는 평화와 안정에 대한 메시지를 전달하며, 바쁜 일상 속에서 마음의 평

화와 안정을 찾도록 독려하는 내용을 담고 있다. '힘들다', '뜨겁다', '어마어마하다' 등의 형용사는 삶의 어려움과 그 극복을 다루는 메시지를 포함하여, 어려움을 견디고 극복하는 힘을 독려하는 의미를 전달한다.

2. 광화문글판 게시글의 계절별 키워드 분석

광화문글판의 게시글은 계절별로 다양한 주제와 메시지를 담고 있다. 이를 계절별로 분석함으로써, 각 계절이 지니는 특성과 그에 따른 메시지의 변화를 이해할 수 있다. 이 장에서는 봄, 여름, 가을, 겨울로 나누어 각 계절에 자주 등장하는 키워드를 분석하고, 이를 통해 광화문글판이 전달하고자 하는 주요 메시지를 파악하고자 한다.

1) 봄

봄에 게시된 게시글은 총 22개로 235개의 어절, 459개의 형태소로 구성되어 있다. 2회 이상 나타나는 일반명사와 동사, 형용사는 <표 8>과 같다.

표 8. '봄'에 자주 나타나는 키워드

키워드	품사	빈도	키워드	품사	빈도
꽃01	명	9	있다01	형용사	2
봄01	명	7	순간03	명	2
피다01	동	6	되다01	동	2
사랑하다	동	5	속삭이다	동	2
삶	명	3	사랑01	명	2
푸르다	형	3	봄비	명	2
살다01	동	3	반07	명	2
사다	동	3	웃다	동	2
보다01	동	3	마을01	명	2
없다01	형	2	그러다	동	2
최고02	명	2	산01	명	2
오르다	동	2	지다04	동	2
평화롭다	형	2	자리01	명	2
흔들리다	동	2	있01	명	2

'봄', '꽃', '희망' 등의 단어는 봄의 생동감과 함께 새로운 시작을 상징한다. 이러한 키워드를 통해 봄에 시작되는 새로운 생명과 도전을 나타내며 독자들에게 희망과 용기를 불어넣는 메시지를 전달한다. 예를 들어 "봄이 속삭인다 꽃 피라 희망하라 사랑하라 삶을 두려워하지 말라"(2007)는 문구는 독자들에게 새로운 시작과 긍정적인 변화를 장려한다.

'사랑하다', '관계', '가슴' 등의 단어는 인간관계와 감정적인 교류를 강조한다. 이러한 키워드를 통해 봄의

따뜻한 감성과 사랑을 반영하며 독자들에게 사랑과 배려를 중요시하는 삶을 권장하는 메시지를 담고 있다. "당신을 사랑하는 것은 우리 관계에 창의력을 불어 넣는 것이며 갈등 속에서 일치하고자 주력하는 것입니다. 사랑한다는 것은 최고의 삶이며 최고의 삶은 사랑한다는 것입니다."(1999)라는 문구는 사랑의 중요성을 강조한다.

'자라다', '피다', '새롭다' 등의 단어는 성장을 상징하며, 봄의 생명력이 넘치는 계절적 특성을 반영한다. 이는 독자들에게 끊임없는 성장과 변화를 추구하도록 독려하는 메시지를 전달한다. "꽃 피기 전 봄산처럼 꽃핀 봄산처럼 누군가의 가슴 울렁여 보았으면"(2015)이라는 문구는 성장과 변화를 통한 삶의 풍요로움을 나타내는 예로 볼 수 있다.

'고맙다', '평화롭다' 등의 단어는 감사와 평화를 강조한다. 이는 봄의 따뜻한 날씨와 평화로운 분위기를 반영하며, 독자들에게 감사하는 마음과 평화로운 삶을 유지하라는 메시지를 전달한다. "하루를 살더라도 평화롭게 이를 사흘을 살더라도 온 세상이 평화롭게"(2003)라는 문구는 평화롭고 감사하는 삶의 태도를 권장한다.

이와 같이 봄에 나타나는 키워드들은 새로운 시작과 희망, 사랑과 관계, 성장과 변화, 감사와 평화를 중심으로 메시지를 전달한다. 이는 봄의 계절적 특성을 반영하여 독자들에게 긍정적이고 희망찬 삶을 살도록 독려하는 내용을 담고 있다.

2) 여름

여름에 게시된 게시글은 총 23개로 245개의 어절, 494개의 형태소로 구성되어 있다. 2회 이상 나타나는 일반명사와 동사, 형용사는 <표 9>와 같다.

표 9. '여름'에 자주 나타나는 키워드

키워드	품사	빈도	키워드	품사	빈도
사람	명	8	숲01	명	3
길01	명	6	종다01	형	3
사랑하다	동	6	곳01	명	2
있다01	형	6	바다	명	2
가다01	동	5	푸르다	형	2
세상01	명	5	보이다01	동	2
아름답다	형	4	나무01	명	2
보다01	동	4	앉다	동	2
바라보다	동	3	오다01	동	2
없다01	형	3	갈다	형	2
쉬다03	동	3	건네주다	동	2
강물	명	3	사라지다	동	2
마음01	명	3	구부러지다	동	2

'떠나다', '변화하다' 등의 단어는 독자들에게 일상에서 벗어나 새로운 경험을 통해 도전과 변화를 추구할 것을 말한다. 예를 들어 "떠나라 낯선 곳으로 그대 하루하루의 낯은 반복으로부터"(1998)라는 문구는 새로운 환경에서의 변화와 도전을 강조한다.

'길', '희망', '보이다', '만들다' 등의 단어는 독자들에게 희망을 가지고 목표를 설정하며 나아가도록 독려한다. "길이 없으면 길을 만들며 간다. 여기서부터 희망이다"(2000)라는 문구는 길을 개척해 나가는 정신을 보인다.

'사랑하다', '사랑', '마음' 등의 단어는 인간관계와 사랑의 중요성을 강조한다. 이는 여름의 따뜻한 감성과 맞물려 독자들에게 서로를 배려하고 사랑하는 삶을 살도록 메시지를 전달한다. "그대를 사랑한다며 나를 사랑하였다. 이웃을 사랑한다며 나를 사랑하고 말았다"(2001)라는 문구는 사랑과 관계의 소중함을 보여준다.

'푸르다', '강물', '숲' 등의 단어는 여름의 자연과 관련된 아름다움과 조화를 나타낸다. 이는 독자들에게 자연 속에서의 평화와 균형을 느끼며 살아가도록 권장하는 메시지를 담고 있다. "내 마음 초록 숲이 굽이치며 달려가는 곳 거기에 바다는 있어라 뿔뿔이는 가슴 너는 있어라"(2007)라는 문구는 자연과 함께하는 인간의 모습을 보인다. 여름의 자연은 역동성과 활기를 보여 독자들에게 열정과 에너지를 가지고 삶을 살아가도록 독려한다. "오늘은 반짝이는 은어가 되어 푸른 강물을 헤엄쳐 보는 건 어떨까, 친구?"(2006)라는 문구는 여름의 활기와 생동감을 잘 표현하고 있다.

이와 같이, 여름에 나타나는 키워드들은 도전과 변화, 희망과 목표, 사랑과 인간관계, 자연과의 조화, 열정과 에너지를 중심으로 메시지를 전달한다. 이는 여름의 계절적 특성을 반영하여 독자들에게 적극적이고 열정적인 삶을 살도록 독려하는 내용을 담고 있다.

3) 가을

가을에 게시된 게시글은 총 21개로 253개의 어절, 500개의 형태소로 구성되어 있다. 가을에 게시된 글은 다른 계절보다 다소 텍스트 분량이 많고 다양한 어휘들이 나타나는 양상을 보인다. 2회 이상 나타나는 일반명사와 동사, 형용사는 <표 10>과 같다.

표 10. '가을'에 자주 나타나는 어휘
Table 10. Keywords Frequently Appearing in 'Fall'

키워드	품사	빈도	키워드	품사	빈도
있다01	형	5	위하다01	동	2
별01	명	5	사랑하다	동	2
가다01	동	4	감다01	동	2
들다01	동	4	주다01	동	2
오다01	동	4	먹다02	동	2
아름답다	형	4	존재	명	2
나무01	명	4	감01	명	2
바람01	명	4	날01	명	2
하나	명	4	나뭇잎	명	2
보이다01	동	3	속01	명	2
없다01	형	3	여치	명	2
고맙다01	형	3	말01	명	2
숲01	명	3	안01	명	2
물01	명	3	일01	명	2
가을01	명	3	결01	명	2
사람	명	3	곳01	명	2
길01	명	3	책01	명	2
낙엽	명	3	귀뚜라미	명	2
되다01	동	2	사이01	명	2
변하다	동	2	비행기	명	2
들다01	동	2			

'숲', '나무', 등의 단어는 가을의 자연을 나타낸다. "모여서 숲이 된다 나무 하나하나 죽이지 않고 숲이 된다 그 숲의 시절로 우리는 간다"(1998)라는 문구를 보면 변화와 성장, 그리고 자연과의 조화를 통해 독자들에게 자신의 삶과 환경에 대한 성찰을 하도록 한다. 또한 '변화'는 가을의 계절적 변화와 맞물려, 독자들에게 변화를 받아들이고 성장하는 삶의 자세를 강조하는 메시지를 담고 있다. "낙엽이 지거든 물어보십시오 사랑은 왜 낮은 곳에 있는지를"과 같은 문구에서 '가을', '낙엽', '추억'은 가을의 계절적 특성과 관련된 키워드로, 자연의 변화를 통해 삶의 의미를 성찰하게 한다. 이는 독자들에게 가을의 풍경 속에서 자신의 추억과 감정을 되새기도록 한다.

'물', '바람', '흙' 등의 단어는 자연의 변화를 통해 삶의 깊이와 의미를 성찰하게 한다. "나뭇잎은 흙으로 돌아갈 때에야 더욱 경건하고 사람들은 적막한 바람 속에 서서야 비로소 아름다운가"(2002)와 같은 문구는 자연의 순환과 변화를 상징한다. 이는 가을의 계절적 특성과 맞물려 독자들에게 자연의 아름다움과 그 속에서의 삶의 의미를 되새기도록 한다. 또 "바람에게도 길은 있다. 나는 비로소 나의 길을 가느니 길은 언제나 어디에나 있다"(2003)와 같은 문구에서 '길'과 '나'는 자신의 삶의 방향과 목표를 의미한다. 이는 가을의 숙고와

성찰의 시기와 맞물려 독자들에게 자신의 길을 찾아 나아가도록 격려하는 메시지를 담고 있다.

'사람', '사랑', '마음' 등은 인간 관계와 감정의 깊이를 강조한다. "착한 당신, 피곤해도 잊지 말아요 아득하게 멀리서 오는 바람의 말을"(2005)과 "가장 아름다운 열매를 위하여 가장 외로운 낙엽을 위하여 오늘을 사랑하게 하소서"(2006)와 같은 문구에서 이러한 의미가 잘 나타나는데 가을의 쓸쓸함과 동시에 따뜻한 인간관계를 강조하며, 독자들에게 서로를 배려하고 사랑하는 마음을 가지도록 한다.

이와 같이 가을에 나타나는 키워드는 자연과의 조화, 인간관계와 감정, 그리고 자신의 삶의 방향을 중심으로 메시지를 전달한다. 이는 가을의 계절적 특성을 반영하여 독자들에게 성찰과 성장을 강조하는 내용을 담고 있다.

4) 겨울

겨울에 게시된 게시글은 총 21개로 243개의 어절, 461개의 형태소로 구성되어 있다. 2회 이상 나타나는 일반명사와 동사, 형용사는 <표 11>과 같다.

표 11. '겨울'에 자주 나타나는 어휘
 Table 11. Keywords Frequently Appearing in 'Winter'

키워드	품사	빈도	키워드	품사	빈도
있다01	형	9	기다리다	동	2
오다01	동	9	더디다01	형	2
되다01	동	5	좋다01	형	2
없다01	형	5	아침	명	2
하다01	동	5	맞다02	동	2
겨울	명	4	사랑하다	동	2
눈04	명	4	흔들리다	동	2
하루01	명	3	갈대	명	2
떠나다	동	3	새해	명	2
삶	명	3	가다01	동	2
마음01	명	2	손01	명	2
꽃01	명	2	아름답다	형	2
내일	명	2	깊다	형	2

겨울에 나타나는 키워드들은 독자들에게 변화와 도전을 촉구하고 새로운 경험을 통해 더 나은 미래를 향해 나아가도록 한다. 예를 들어 "하루하루의 낡은 반복으로부터 낡은 습관으로부터 떠나야 합니다"(1999)라는 문구는 일상에서 벗어나 새로운 습관과 도전을 통해 변화를 추구하라는 메시지를 전달한다.

'기다리다', '오다' 등의 단어는 기다림과 인내를 통해 희망을 잃지 않고 더 나은 미래를 맞이하라는 의미

를 담고 있다. "기다리지 않아도 오고 기다림마저 잃었을 때에도 너는 온다. 더디게 더디게 마침내 올 것이 온다"(2001)라는 문구는 인내와 희망의 중요성을 강조한다.

'사랑하다', '사람', '마음' 등의 단어는 인간 관계와 사랑의 중요성을 강조한다. 이는 겨울의 차가운 날씨 속에서도 따뜻한 인간 관계와 사랑이 중요하다는 메시지를 전달한다. "떠난 사람들 모두 돌아와 다 함께 눈을 맞자 눈 맞으며 사랑하자"(2004)라는 문구는 사랑과 관계의 소중함을 보여준다.

'눈', '얼음', '갈대' 등의 단어는 겨울의 자연과 관련된 아름다움과 강인함을 나타낸다. 이는 독자들에게 자연 속에서의 평화와 균형을 느끼며 나아가도록 권장하는 메시지를 담고 있다. "흔들리지 않는 갈대가 되리 겨울강 눈보라에 내 몸이 쓰러져도 흔들리지 않는 갈대가 되리"(2005)라는 문구는 겨울의 강인함과 인내를 잘 표현하고 있다.

이와 같이 겨울에 나타나는 키워드들은 도전과 변화, 희망과 인내, 사랑과 인간관계, 자연과의 조화와 강인함을 중심으로 메시지를 전달한다. 이는 겨울의 계절적 특성을 반영하여 독자들에게 강인하고 인내하는 삶을 살도록 독려하는 내용을 담고 있다.

V. 결 론

광화문글판은 30년 이상의 역사 동안 다양한 메시지를 통해 한국 사회의 변화와 대중의 정서에 깊은 영향을 미쳤다. 이 연구는 광화문글판이 전달하는 메시지가 인간 관계, 자연의 아름다움, 삶의 여정, 그리고 계절적 특성 등을 반영하여 다양한 주제와 가치를 담고 있음을 밝혔다. 이러한 메시지는 독자들에게 희망과 용기, 사랑과 배려, 성장과 성찰을 강조하며, 인문학적 리터러시의 구현을 통해 사회적 소통과 이해를 증진하는 중요한 역할을 하고 있음을 확인하였다.

광화문글판은 앞으로도 계속해서 변화하는 사회 속에서 대중과 소통하며, 시대적 가치와 정서를 반영하는 중요한 미디어로서의 역할을 지속할 것으로 기대된다. 이러한 연구는 광화문글판의 역사와 그 의미를 재조명하고, 더 나아가 인문학적 리터러시의 중요성을 다시 한번 되새기는 계기가 될 것이다.

References

- [1] M.C. Lee, S.W. Kang and J.H. Kim, "A Study on the Expression of Outdoor Advertising - Analysis of 'Kwanghwamoon Gulpan' Topics and Rhetoric Expression," *Journal of OOH Advertising Research*, Vol. 7, No. 3, pp. 89-120, 2010.
- [2] Y.R. Lee, "Counseling Implications of Gwanghwamun Bulletin Board and Bowangsammaeron from the Perspective of Post-traumatic Growth," *Korean Journal of Religious Education*, Vol. 64, pp. 171-184, 2020.
- [3] Y.R. Lee, "Metaphor in the Gwanghwamun Billboard Quote Episodes of Citizens Viewed from the Perspective Poetry Therapy," *The Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 12, No. 3, pp. 2921-2934, 2021.
- [4] Gwanghwamun Billboard Text Selection Committee, *Reading, Walking, and Feeling in Gwanghwamun*, Paju: Kyobo Book Centre, 2010.
- [5] Kyobo Life Insurance Blog, <https://kyobolifeblog.co.kr/>
- [6] "Gwanghwamun Billboard" Homepage, <https://www.kyobogulpan.com/>

<p>※ 이 논문은 2021년도 호남대학교의 학술연구비 지원을 받아 연구되었음. This study was supported by research fund from Honam University, 2021.</p>
