

건설 산업발전과 건설문화 혁신

김 명 수 | 가톨릭대학교 경제학과 교수

I. 문제제기

건설산업은 오랫동안 국가경제의 기간산업으로서 중요한 역할을 수행해 왔다. 건설 산업은 지난 40여 년간 경부고속도로 건설, 인천국제공항 건설 등과 같은 국가 사회간접자본시설을 구축해 오면서 국가성장의 견인차 역할을 해 왔다. 경제개발 시대에는 개발의 주체로서 도로, 철도, 공항, 항만 등 주요 사회간접자본 시설을 구축하였다. 또 70년대 중동 붐이 일어났을 때는 해외건설을 통해 많은 외화를 획득하여 경제발전엔 기여한 바 있다.

최근 3년간 건설생산액(부가가치 기준)은 GDP의 8%내외를 차지하고 있으며, 2003년 건설수주액은 102.4조원 그리고 2004년에는 94.6조원 규모로 집계되고 있다. 건설 산업의 생산 및 투자증가는 다른 어떤 산업보다도 많은 고용의 증가를 초래하는데, 건설 산업의 취업자가 전체 취업자 중에서 차지하는 비중은 2004년 8.1% 수준에 이르고 있다. 건설 산업의 수입유발계수(0.169)는 제조업(0.304)의 절반에 불과해, 불경기시 건설투자의 확대를 통

해 경상수지에 대한 부담을 별로 주지 않고 경기를 부양시킬 수 있는 장점이 있다. 이러한 특성 등으로 국민경제 침체기에는 건설경기의 활성화를 유도하여 경기를 부양하는 유용한 수단으로 활용되고 있다¹⁾.

하지만 최근 들어 국민들의 건설 산업에 대한 이미지는 악화되고 있는 것으로 나타난다. 건설 산업의 국민경제적 비중이 감소하면서, GDP에서 건설투자가 차지하는 비중은 물론 전체 취업자 중 건설 산업의 취업자 비중도 하락하는 추세이다. 무엇보다 이러한 계량적 지표 외에 건설 산업은 대표적인 3D산업의 하나이며, 각종 부패와 비리 등에 만연된 산업이라는 인식이 팽배해 있다.

거시경제 상황 등 경제여건 변화로 인한 건설경제의 위축은 할 수 없다 하더라도, 건설 산업에 대한 부정적인 인식은 많은 자기반성을 요구한다. 건설 산업의 위상 추락은 외형적 규모가 축소했기 보다는 건설 산업의 내부적 문제와 대외적 이미지 등에 기인한 것으로 볼 수 있다. 국민들의 과민한 반응 내지는 오해의 여지도 있지만, 건설 산업 내부에서 보다 냉철하

1) 김준한 외(2001), p. 30

〈표 1〉 국민경제와 건설 산업

(단위 : 조원, %)

구 분	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	
건설수주액 ¹⁾	47.1	51.1	60.2	67.8	83.1	102.4	94.6	
생산액 구성비 (건설산업/GDP) ²⁾	10.1	8.8	7.6	7.9	7.2	7.6	7.4	
성장률 ²⁾	GDP	-6.7	10.9	9.3	3.8	7.0	3.1	4.6
	건설산업	-8.6	-10.1	-3.1	5.5	2.8	8.6	1.7
건설산업의 경제성장 기여도 ²⁾	-0.9	-1.1	-0.3	0.4	0.9	1.3	0.2	
취업자구성비 (건설업/전산업)	7.9	7.3	7.5	7.3	7.9	8.2	8.1	

주 : 1)은 각년도 경상가격 기준이고, 2)는 1995년도 불변가격 기준임.
자료 : 대한건설협회, 민간건설백서(2005)

게 자신을 되돌아보고 그 원인과 해결방안을 모색해보아야 한다.

되돌아보면, 누구도 건설 산업이 자기 혁신에 충실했었다고 말하기 힘들 것이다. 과거의 구태의연한 제도에 안주하고 자신의 지대 추구에만 혈안이 되어 있었다. 아울러 산업발전에 필수적 요소인 기술경쟁력에도 소홀하였다. 이를 위한 제도적 기반을 확충하지 못했고, 개별 건설업체들의 노력도 미흡하였다. 자신의 이익을 극대화시킬 수 있는 현재의 건설생산체계에 어떠한 변화도 허용하지 않았다. 10여 년 전부터 줄기차게 주장되고 논의되고 있는 건설 산업 구조개편은 아직도 실현되지 않은 상태이다. 건설 산업의 문제를 건설경기 및 수주 규모 등의 외형에서만 찾는 행태도 변하지 않고 있다.

결국 건설 산업의 내부적 문제, 그리고 대외적으로 부정적 인식의 팽배는 건설문화의 문제로 귀결된다. 흔히들 언급되는 건설 산업에 대한 부정적 이미지는 먼저 건설 산업(특히 시공 부문)은 사양 산업으로 낙후되고, 직업 선호도가 낮다는데서 찾을 수 있다. 또한 고상하지 못

한 기피 산업이라는 인식이 널리 퍼져있다. 건설 산업은 비체계적, 비합리적, 비윤리적, 환경 파괴적 '노가다문화' 라는 인상을 가지고 있다. 나아가 건설 산업은 부조리와 부정부패의 온상이라는 사회적 선입관과 편견이 보편화되어 있는 실정이다.

따라서 본 원고에서는 기본적으로 건설 산업에서 건설문화운동이 왜 필요한지를 알아보고자 한다. 건설 산업의 위상 하락과 이미지 실추, 부정적인 인식의 팽배 등을 적시함으로써 건설 문화 운동의 필요성을 도출해 보고자 한다.

II. 건설 산업과 건설문화

1. 문화 일반론

건설문화를 이야기하기 전에 먼저 문화에 대한 논의가 필요하다. 사전적 의미의 문화(Culture)는 “삶의 유형 혹은 생활양식 그 자체”를 의미한다. 굉장히 함축적이지만 내포하는 바는 광범위하다. 인간 사회가 자연 상태에

서 벗어나 일정한 목적 또는 생활 이상을 실현 하려는 활동의 과정 및 그 과정에서 이루어 낸 물질적·정신적 산출의 총칭이라고 정의하고 있다.²⁾ 학술적 의미로는 사회질서를 정당화시키는데 봉사하는 이데올로기들, 이해관계, 공유하는 믿음 체계 등등을 함의한다. 또한 개인과 집단간의 관계를 규정하고, 공동문화 조성의 기반이 되는, 의무를 바탕으로 하는 상호성의 원칙을 도출한다. (크리스 젠크스, 문화란 무엇인가? p.47)³⁾

따라서 문화란 관습, 경험, 교육, 인간의 의지, 제도·정책 여건에 따른 인간의 사고방식 및 행동방식을 의미하는 것으로 함축할 수 있다. 다양한 요인으로 인해 나타나는 문화의 핵심적 요소는 사고방식(thinking), 행동양식(behavior), 산출물(product)라고 할 수 있다.

2. 건설문화란?

건설문화란 건설 산업에서 나타나는 고유의 사고방식, 행동양식과 건설 생산물의 총체라고 정의할 수 있다. 이들이 단순하게 생겨났다가 아니라, 원래의 모습을 지닌 것이 아니라 습관, 정신적, 도덕적 변화, 지식과 경험의 축적 과정을 통해 오랜 시간을 걸쳐 형성된 것임은 물론이다. 다시 말해 건설 산업의 발전(변천)과정에서 습득하고 축적한 지식과 경험이 건설인의 가치관에 의해 생산된 건설 생산물을 통해 표출됨으로써 사회적 공감대를 형성해 온 생활양식이라 할 수 있다. 건설문화는 건설 산업 내부적 변화뿐만 아니라, 외부와 끝없는 교류를 통해

형성된 것이다. 건설문화에 직·간접의 영향을 미치는 윤리·도덕가치, 법·제도, 경제체제 및 기술 등과 같은 사회문화가 개별문화인 건설문화에 지대한 영향을 미치게 된다.

건설문화는 건설 산업 고유의 산업 활동적 특성을 반영한다. 건설문화는 제품과 고객, 기술 산업구조 등 건설 산업 고유의 특성 그 자체임과 동시에 그로부터 나타나는 건설기업 및 종사자들의 사고, 행동양식 특성과 결과물을 의미한다. 대표적으로 첫째, 수주산업이면서 공공부문 의존성이 강한 산업 활동 특성이 건설업 고유의 문화를 형성하고 있다. 둘째, 단발성의 프로젝트 중심이어서 표준화 실현이 어렵고, 다양한 생산요소의 효율적 결합을 요구하는 기술적 특성이 있다. 셋째, 경기 의존적 특성이 강하고, 시장진입을 위하여 자본 투입 보다는 사업경험과 노하우의 축적을 더 많이 요구하는 산업 구조적 특징이 있다. 건설문화는 외부와 서로 영향을 주고받으면서 건설인들이 창조, 공유 및 전승하는 가운데 형성된 독자적인 문화체계로서 보편성과 다양성을 갖추고 동시에 변화하는 속성을 가진다.

건설문화는 건설 산업 내부에서만 만들어지는 것은 아니다. 건설 산업을 둘러싸고 있는 환경, 정치, 경제적 여건, 그 사회의 가치, 관습, 그리고 물리적 환경 등과 밀접한 연계 속에서 형성된다. 즉, 건설문화는 건설 산업과 관련된 다양한 인적, 물적, 제도적 주체들의 교류를 통해 창출되는 것이다.

건설 산업의 종사자 개인은 건설문화의 제일 중요한 구성요소로서 건설문화를 창출하고

2) 민중국어사전

3) 이상은 「건설문화 혁신」, 한국건설산업연구원, 2006에서 재인용

수용한다. 종사자 개인의 가치관과 장래 비전, 직업 선호도와 직업의식 등은 건설문화의 근간을 형성하게 된다. 종사자들은 상호의존적인 집단 또는 조직 활동을 통해 건설문화의 특성을 창출한다. 건설기업도 기업의 종사자들을 조직하고 훈련시키는 과정을 통해 건설문화를 형성하는 역할을 수행한다. 아울러 다양한 건설 산업 관련 제도와 정책도 문화를 만들어 나가는 중요한 층을 제공한다.

Ⅲ. 건설 산업 발전과 이미지 형성

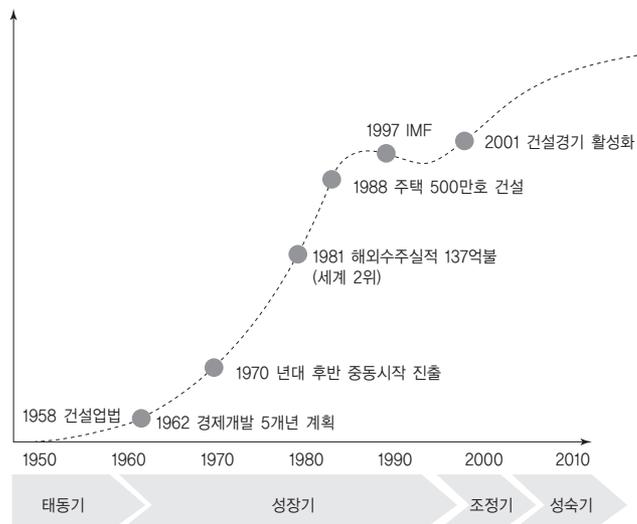
건설문화의 형성은 결국 건설 산업의 이미지로 투영된다. 건설 산업에서의 사고방식, 행동양식, 결과물은 모두 이미지로 형상화된다. 따라서 건설문화를 이해하고 파악하려면 건설 산업에 대한 이미지를 분석해 보아야 한다.

건설 산업 발전에 따라 건설 산업에 대한 이

미지는 시간의 경과에 따라 변화해 왔다. 우리나라 건설 산업은 광복이후 근대적인 산업 활동으로서 국가성장에 기여하기 시작한 이래 1970년대 후반의 해외건설 진출, 1980년대 후반의 500만호 주택건설, 1990년대 후반 IMF 시련기 등을 거치면서 국민들에게 그 시대마다 다양한 형태의 이미지를 갖게 하였다.

우리나라 제도권내의 건설 산업은 광복이후 미군정 귀속재산으로 처리된 61개 건설업체로부터 시작된다. 이후 한국전쟁 복구사업이 활성화 되면서 1958년 “건설업법”의 제정으로 면허제도와 도급한도액제도가 도입되면서 난립하고 있던 건설업체를 정비하고 영세한 건설업체를 육성하고자 하였다. 이후 1960년대에 접어들면서 경제개발 5개년 계획이 추진됨에 따라 건설산업은 수출산업과 함께 국가 경제의 양대 축으로 자리매김 하게 되었다. 그 이후 월남전 특수와 중동 건설시장 개척을 통하여

〈그림 1〉 한국건설 산업의 성장



1980년대 초반까지 초 호황기를 맞게 된다.

건설 산업의 성장기로 볼 수 있는 1960~1990년대는 건설 산업이 국가경제의 큰 축이며, 외화를 획득하는 중요한 산업으로 인식되었다. 이는 건설 산업이 “외화획득과 경제성장에 기여”한다는 이미지로 각인시키는 주요한 요인이 된다. 이 시기는 국가의 균형발전과 환경보존 보다는 성장 중심의 국가정책과 지역개발이라는 사회적인 요구가 일치하였던 시기이다. 이러한 사회적인 공감대를 바탕으로 건설 산업의 비약적인 성장과 긍정적 이미지 형성이 가능하였다.

하지만 1988년 독립기념관 화재를 시발로 행주대교 붕괴(1992), 우암상가 아파트 붕괴(1993), 구포열차 전복사고(1993), 성수대교 붕괴(1994), 대구지하철 가스폭발(1995), 삼풍백화점(1995) 등 부실공사가 원인으로 추정되는 대형 건설안전 사고가 연달아 발생하면서 과거의 고도성장의 이면에 감추어진 부실공사라는 부정적인 이미지가 형성되게 되었다. 이러한 대형 건설안전사고 발생이 계기가 되어 그간 정부의 건설제도에서 다소 소외되었던 품질, 안전, 기술개발과 관련된 제도 등이 정비되었으며 이후 1999년 건설시장의 개방에 맞추어 국가계약법, 건설산업기본법 등이 정비되게 되었다.

수주산업과 하도급 산업이라는 건설 산업의 특성 또한 부정적 이미지 형성에 기여하고 있다. 해마다 수주와 관련된 담합이나 로비, 비자금 조성 등과 관련된 사건의 발생빈도가 높아 부정·부패의 이미지를 형성하고 있다. 이는 같은 수주산업인 조선 산업과 비교해 보더라도, 건설 산업이 비리성 사건에 자주 노출됨에

따라 건설 산업의 이미지를 부정적으로 형성하도록 작용하게 된다.

아울러 1990년대 이후 국민의 삶의 질이 향상되고 정보통신분야의 기술이 비약적으로 발전하면서 상대적으로 인력 집약적 산업구조로 기술의 발전 속도가 더딘 건설 산업이 사양 산업, 기피산업으로 인식되게 된다.

IV. 건설문화의 이미지 실추

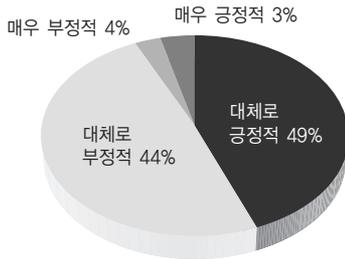
건설문화에 대한 부정적 인식을 불식하고 진정한 건설문화의 참모습을 구현하려면, 우선 건설 산업이 당면하고 있는 현실과 실상을 정확하게 짚어 보아야 한다. 이를 통해 건설 산업 내부 및 외부에 대한 이미지를 파악할 수 있고, 건설문화 운동이 왜 필요한지 그 당위성을 도출할 수 있다. 아래에서는 이러한 점들을 감안하여 2004년 건설문화원이 실시한 설문조사를 중심으로 건설문화에 대한 실상을 분석해 보고자 한다.

1. 일반국민의 건설 산업에 대한 이미지

건설 산업계와 정부에서는 대체로 건설 산업이 다소 문제는 있지만, 그래도 우리 경제에 기여하는 바가 크다고 보고 있다. 나아가 일각에서는 문화산업으로서의 역할을 충분히 하고 있으며 최근에는 청렴도도 향상되고 있다고 보고 있다. 하지만, 언론매체 등에서 보도되고 있는 내용을 보면 국민들의 인식과 이미지가 반드시 건설 산업에서 생각하는 바와 엄연히 다르게 나타난다. 그러면 과연 일반 국민들은 건설 산업에 대해서 어떠한 인식과 이미지를 갖

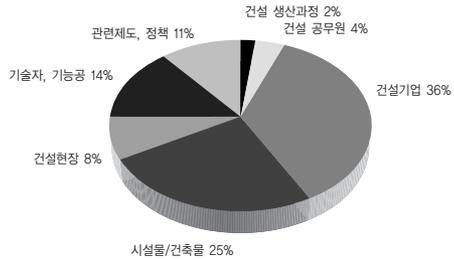
고 있을까?

먼저 일반 국민들의 건설 산업에 대한 총체적인 인식은 어떨까? 국민들의 건설 산업에 대한 인식은 긍정적인 시각이 강하나 부정적인 시각도 만만치 않게 매우 긍정적인 시각 3%보다 약간 높게 나타났다. 그리고 대체로 긍정적이 49%로 대체로 부정적 44%보다 많이 나타났다.



그리고 국민들은 건설 산업에 대한 이미지는 건설기업을 통해서(36%), 다음으로 시설물과 건축물(25%)을 통해서 형성되고 있는 것으로 나타났다. 국민들의 건설기업에 대한 이미지는 부정적인 인식(53%)이 긍정적 인식(47%)보다 약간 많았다. 이에 반해, 건설의 결과물이라 할 수 있는 건축물/시설물에 대한 인식은 긍정적이라는 응답(63%)이 많았다. 이는 우리 국민들이 최근 시설물과 건축물의 품질이 향상되고 있다는 것을 체감적으로 느끼고 있음을 의미한다. 반면에, 건설기업과 관련된 부패나 부조리는 아직도 개선되지 않고 있다고 인지하고 있음을 시사한다.

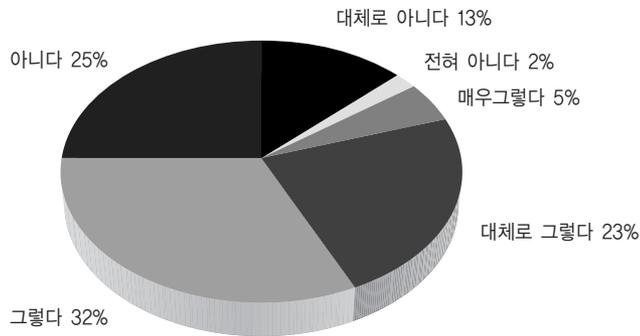
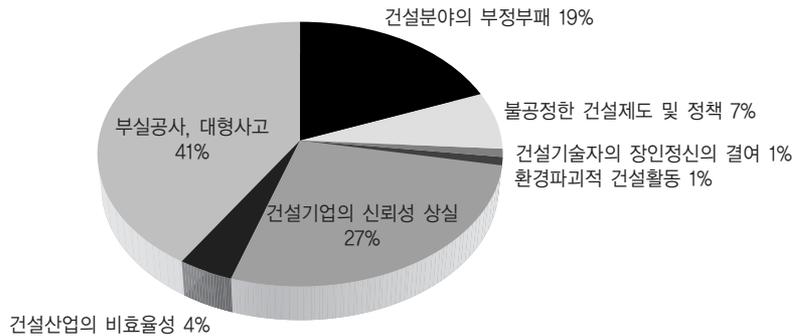
건설 산업이나 건설기업에 대한 부정적 이미지를 형성하는 주요인이라 할 수 있는 부정·부패에의 연루 등에 대한 조사결과는 다음



과 같다. 상당수의 국민들이(79%) 부정·부패와 연루되어 있다고 인식하고 있었다. 건설 산업의 부정적 이미지를 개선하기 위해 많은 응답자가 '건설 분야의 부정부패' (31.0%)와 '건설기업의 신뢰성 제고' (30.1%)를 우선으로 지적하였다. 아울러 건설 산업의 부정적 이미지를 개선하기 위해서는 '건설기업'의 역할이 중요하다는 응답이 26.6%로 가장 많았으며, 그 다음으로 정치인(24.1%), 관련 공무원(21.8%) 순으로 나타났다. 이러한 결과는 단편적인 현상에 대한 인식에 의한 오해라 할 수 있으나, 이러한 인식을 불식시키기 위한 건설기업의 신뢰성 회복이 필요함을 시사한다. 아울러 부실공사대형사고 등도 국민들이 부정적 이미지를 가지게 하는 중요한 요인으로 작용하고 있었다.

국민들의 기존 건설문화에 대한 인식도 다소 부정적으로 나타났다. 건설 산업에 대한 이미지가 이른바 노가다문화인가라는 질문에 대해서 그렇다는 응답이 60%나 되었다. 이 결과는 건설 산업이 기술 집약적이고 미래 지향적이며, 문화 지향적 산업이 되도록 노력해야 하고, 또 이를 국민들에게 적극 알려야 할 필요가 있음을 시사한다.

마지막으로 이러한 부정적 이미지에도 불구



하고 우리 국민들은 건설 산업이 고용이나 연관 산업에 파급효과가 크고 국민생활과 연관되어 있다고 매우 긍정적인 평가하고 있다. 따라서 이러한 결과는 보다 적극적으로 홍보하여 국민들의 우리 건설 산업에 대한 긍정적 이미지를 확산시키는데 활용하여야 할 것이다.⁴⁾

2. 언론보도에 비친 건설 산업 이미지

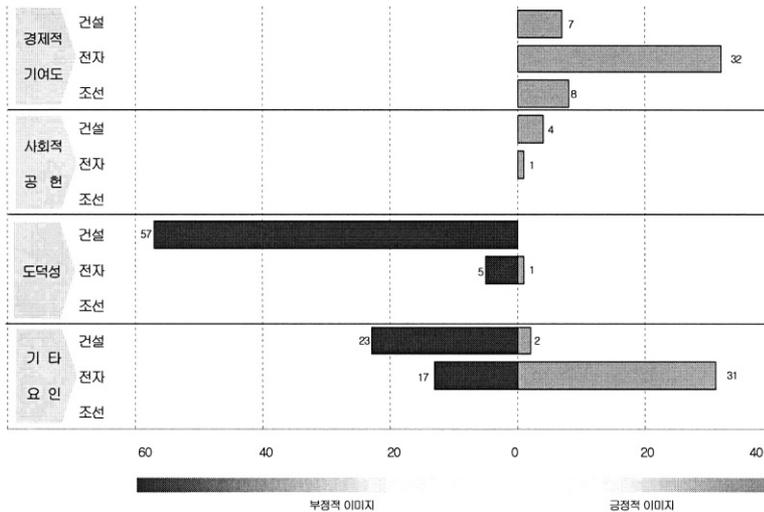
언론의 보도는 건설 산업의 이미지에는 굉장히 중요한 영향을 미친다. 하지만 건설 산업에 대한 언론보도를 장기간에 거친 다양한 매체의 종합적인 분석은 현실적으로 많은 어려움이 있다. 따라서 여기서는 최근 1년간 신문에

4) 1995년의 한국건설산업연구원 조사에서도 유사한 내용을 찾아 볼 수 있다. 이 조사에서 건설산업에 대한 전반적인 이미지는 국민경제기여도, 사회적 공헌도 및 종사자 호감도에서 모두 긍정적으로 인식되고 있었다. 하지만, 도덕성과 장래성에 있어서는 제조업과 비교하여 상대적으로 좋지 않은 인식을 가지고 있으며, 특히 건설업의 도덕성 이미지(-1.4)는 제조업의 그것(-0.55)과 비교하여 상당히 부정적인 것으로 분석되었다.

〈표 2〉 세부항목별 이미지 조사 결과

구분	주요 내용
국민경제 기여 및 잠재성	경제성장, 고용증대, 타산업 발전기여, 외화획득/해외수주 유망산업, 기술발전, 고부가가치, 첨단산업
사회적 공헌	지역사회 발전, 사회적 봉사, 문화활동
도덕성	부실공사(불량 품질), 담합, 부동산투기/분양가, 뇌물공여/수수료비/비자금/정치자금, 기타(도박, 허위문서, 사기, 자격증, 상도덕, 시세조작)
기타 요인	친환경, 위상(영향력), 노사문화, 취업선호도 부당한 저가입찰, 환경파괴, 자금난/경영난, 부도, 시비 논란(특혜 등), 파업, 불법광고 관행, 난개발 배상, 사전분양, NGO 관계
단순보도	인사, 경기동향, 단순 사실보도

〈그림 2〉 건설 산업의 신문보도 분석



보도된 건설 산업 관련 기사를 건설 산업의 이미지 측면에서 살펴보았다.⁵⁾

최근 1년간(2003. 8. 1 ~ 2004. 7. 30) 동아일보의 기사 중 제목에 “건설”이 포함되어 있는 기사를 검색하여 〈표 2〉에 제시된 분류기

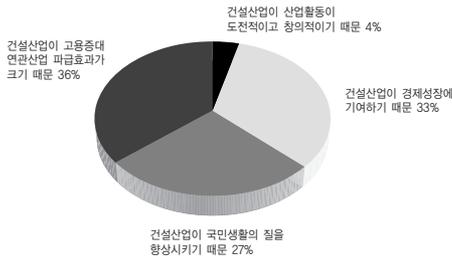
준을 바탕으로 긍정적/부정적 이미지 영향도를 분석하였다.

“건설” 검색어의 검색결과 479건이 검색되었는데 이중 제목이 중복되는 1건을 제외한 478건을 대상으로 분석 실시 결과, 385건은 산

5) 조훈희·박우열, 『건설산업 이미지 향상 전략개발을 위한 해외 벤치마킹 연구』, 건설문화원, 2005

업동향 및 인사 등에 대한 단순보도 및 행정수도 건설관련 정치적 이슈가 담긴 385건을 제외한 97건의 기사를 분석해 보았다.

분석결과 이미지에 긍정적 영향을 미칠 수 있는 보도는 단지 13건(14%), 부정적은 87건(86%)으로 부정적인 이미지를 형성할 수 있는 보도가 압도적이었다. 특히 도덕성 분야에서는 분양가, 뇌물공여, 수주로비, 비자금, 기타(도박, 허위문서, 자격증 등)와 관련된 보도가 57건으로 비교대상인 전자 및 조선 산업분야와 비교할 때 큰 차이를 보였다. 기타요인에서도 노사문화 및 친환경 시공과 관련된 2건의 기사를 제외하고는 부당 저가입찰, 환경파괴, 자금난/경영난, 부도, 시비 논란(특혜 등), 파업, 불법광고 관행, 난개발 배상, 사전분양 등과 같은 부정적 기사가 압도적인 것으로 분석되었다.



전자산업 관련보도의 경우는 전체 576건의 기사 중 493건이 단순보도였다. 이중 긍정적인 이미지에 영향을 주는 기사는 65건(78.3%)이 보도되었으며, 부정적인 이미지에는 18건(21.7%)의 보도가 있었다. 전자산업 관련 보도 중 긍정적 이미지는 대부분 첨단기술과 매출액 세계시장 점유율, 외국 전문지의 보도자료 인

용, 취업희망과 관련된 것이었다. 특이한 점은 사회적 공헌(지역사회 발전, 사회적 봉사, 문화 활동) 분야에 대한 긍정적인 보도가 단 1건으로 오히려 건설 산업에서 보다 적은 것으로 나타나 현실적인 기여와 대국민의 이미지간의 괴리를 보여주고 있었다.

한편, 조선 산업 관련보도는 전체 196건의 기사 중 188건이 단순보도였다. 이중에서 이미지에 직접적 영향을 주는 기사는 8건이 보도되었는데 8건 모두 해외수주, 생산직 고용증대, 호황, 해외공장 설립, 경영혁신 등 모두 긍정적인 영향의 보도로 분석되었다.

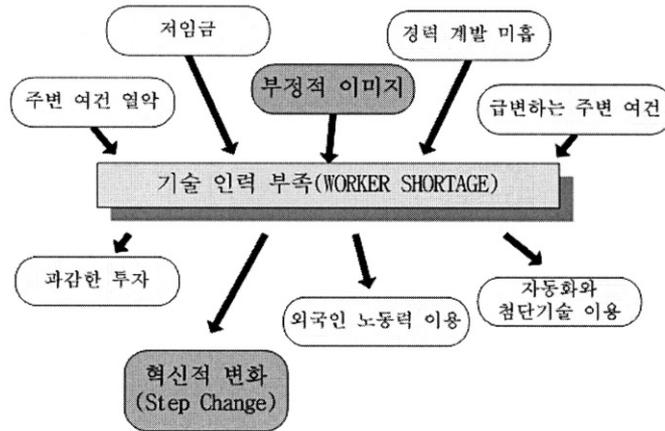
이는 같은 수주산업으로 종종 자주 비교되는 조선 산업의 경우는 부정적인 이미지를 줄 수 있는 보도, 특히 부정과 비리와 관련된 보도가 단 1건도 없었다는 점에서 많은 시사점을 던져 주고 있다.

V. 해외에서 건설 산업의 이미지

세계의 많은 국가에서도 건설 산업은 기간 산업으로서 국가 경제의 주요한 비중을 차지하고 있으며 수많은 성공적인 업적들을 가지고 있다. 하지만 이러한 공적에도 불구하고 매우 부정적인 이미지를 가지고 있는 것이 현실이다. 해외에서 건설 산업에 대한 이미지 실태와 건설 산업에 대한 부정적 이미지가 보편화되어 있다.

해외에서도 건설 산업은 일반적으로 지저분하고, 원시적이고, 더럽고, 비기술적이고, 전문적이지 않으며, 위험하다는 등의 부정적인 이미지를 가지고 있다. 건설 산업의 긍정적 파급효과와 관련된 역할은 비중 있게 다루어지지

〈그림 3〉 건설 전문 인력부족의 원인과 해결책



않는 반면 건설과 연계되는 부실과 관련된 문제, 잦은 사고, 재난, 낮은 생산성 등의 문제들을 쉽게 노출되고 있는 것이 현실이다. 이러한 문제들로 인하여 일반 대중의 건설 산업에 대한 이미지는 부정적인 견해가 대부분을 차지하고 있다. 건설 산업 이미지의 추락은 여러 가지 부작용을 초래하고 있는데, 그 중 가장 심각하게 다루어지고 있는 부분이 인력 공급에 관한 부분이라 할 수 있다.

실제로 2002년 미국의 CCIS에서 건설업계의 CEO를 주축으로 하여 개최한 회의에서 건설 산업의 당면문제 토론에서 인력 부족이 가장 심각하게 논의되었다는 것은 주목할 만하다. 이와 관련하여 Tucker⁶⁾(2001)은 건설 산업의 전문 건설인력 부족 현상에 대한 해결 방안에 대한 연구를 수행하였는데 건설 산업 인력 수급에 가장 큰 걸림돌의 하나로서 산업에 대한 부정적인 이미지, 낮은 임금, 경력 개발

과정 미흡, 질 낮은 작업 환경 등이 부각되었다(〈그림 3〉 참조).

언론을 통한 건설 산업에 대한 부정적인 보도 또한 쉽게 찾을 수 있는데, 이는 대중에게 산업에 대한 부정적 이미지만을 부각시키는데 주요한 역할을 하고 있다.

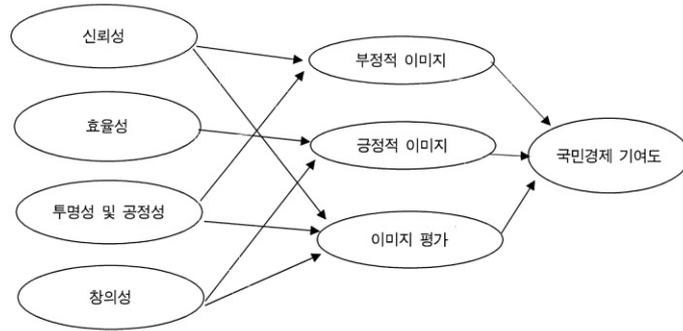
VI. 건설문화운동 왜 필요한가?

1. 건설문화운동의 당위성

건설 산업에 대한 긍정적/부정적 이미지가 어떠한 요인에 의해서 형성되는가? 한국건설문화원이 이러한 이미지 형성의 경로를 분석한 바에 따르면, 먼저 건설 산업의 신뢰성과 투명성과 공정성 등이 건설 산업의 부정적 이미지 형성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또 건설 산업의 효율성과 창의성 등은 건설 산업의

6) Richard L. Tucker의 Construction Project Improvement(CPI) Conference 2001에서의 Tier Work Force Strategy Presentation 자료 참조

〈그림 4〉 건설 산업 이미지 형성 경로



긍정적 이미지 형성에 영향을 미치고 있었다. 건설 산업의 신뢰성과 투명성과 공정성 그리고 창의성이 건설 산업의 이미지 평가에 영향을 주는 것으로 밝혀졌다. 마지막으로 건설 산업에 대한 총체적 이미지는 부정적 이미지, 긍정적 이미지, 그리고 이미지 평가 등이 종합적으로 작용하여 형성되는 것으로 나타났다.

이러한 경로분석결과는 다음과 같은 중요한 바를 시사하고 있다. 먼저, 부정적 이미지를 개선하기 위해서는 기업경영의 신뢰성과 투명성 시장 진·출입의 공정성의 확보가 요구된다는 것이다. 긍정적 이미지를 유지하기 위해서는 건설생산체계의 효율성제고, 건설기업과 기술자 등의 창의성 개발을 위한 노력을 하여야 한다. 이는 결국 건전한 건설기업문화와 건강한 건설 산업 문화가 만들어지기 위해서는 선진화된 건설시장문화가 형성되어야 한다는 것이다.

2. 건설문화운동 왜 필요한가?

1) 문화 위기의 극복

건설 산업에서 문화적 위기는 외형적 물량에 있는 것이 아니다. 오히려 내부의 혁신이 필

요하다. 그러기 위해서는 최근에 우리 건설 산업계에 만연해 있는 패배의식, 자조주의 등에서 벗어나서 새로운 건설문화를 창출해야 한다. 외형적으로도 사양 산업이라는 인식에서 벗어나야 한다. 건설 산업은 지속가능한 성장이 가능하다고 인식하고 또 이를 위해 노력해야 한다. 성장 동력이 없는 낙후산업이라는 자괴감에서 벗어나야 하고, 항상 정부의 보호가 필요하다는 나약한 의식을 탈피해야 한다. 건설 산업도 내부 혁신을 통해 시장경쟁체제에서 생존해 나갈 수 있는 방식을 찾아야 한다.

2) 이미지의 제고

이미 앞서 언급했듯이, 건설 산업은 국민경제 및 산업 활동에 접하는 비중이 높고, 경기부양, 일자리 창출에 크게 기여하고 있다. GDP 비중은 약 18%를 차지하고 있고, 건설투자 1조 원이 타 산업에 1조원의 파급효과를 가지고 있으며 일자리를 약 2만 개 창출할 수 있다. 이러한 사실을 국민들에게 보다 적극적으로 알리기 위해 다양한 사업을 전개하여야 한다.

가장 시급한 것이 언론매체에게 우리 건설 산업의 현실을 바로 알리는 것이다. 건설 산업

에 대한 이미지는 주로 언론매체를 통해서 54%가 형성되는데 반해, 실질적인 경험에 의해서 형성되는 사례는 25%에 불과하다. 무엇보다 건설 산업이 신뢰를 받기 위해서는 상생과 공존을 위한 건전한 건설문화가 형성되어야 한다. 즉 '문화가 숨 쉬는 건설 산업'이라는 새로운 이미지를 각인시켜야 한다.

아울러 건설경영의 투명성을 제고하는 한편, 건설 산업의 긍정적 가치를 국민들에게 적극적으로 홍보하여야 한다. 특히 국민경제적인 위상을 홍보하여 '국민경제를 선도하는 건설 산업'이라는 인식을 심어줘야 할 것이다.

3) 건설 산업의 역할 재정립

건설 산업도 IT, BT 등 첨단기술과 새로운 경영기법을 접목시킨 새로운 건설수요를 창출하는 미래 산업으로 거듭나야 한다. 이를 통해 젊은이들이 도전하는 건설 산업으로 변모할 수 있을 것이다. 건설 산업은 내부 혁신 운동과 가치 재발굴 운동의 전개를 통해 차세대 주역들에게 직업 비전을 제시할 수 있을 것이다.

미래 국가 경쟁력은 문화적 가치에 기반을 둔 기술경쟁력에서 비롯될 것이다. 어떤 사회 혹은 산업이건 가장 중요한 구성 인자는 사람일 수밖에 없고, 결국 다원적 민주주의 사회에서 생각의 변화는 생산과 소비의 가치를 변화시킬 것이기 때문이다. 그리고 행동양식의 변화 또한 기술의 변화를 촉진시킬 것이다.

VII. 결론

아직도 건설 산업의 미래는 밝다. 다만 이는 건설 산업의 자기 혁신과 노력이 전제되어야만 가능하다. 건설 산업의 문제는 수주가 잘 된다든지 건설경기가 좋다는 데에 있지 않다. 건설 산업 전반에 퍼져 있는 의식과 관습, 즉 사고방식과 행동방식을 개혁해야 한다. 이것이 바로 건설문화운동이다.

기존의 건설문화에서 만연해 있는 부실과 부패의 주범이라 할 수 있는 한탕주의와 적당주의, 3D산업이라는 열등의식, 노가다 문화로 불리는 편협하고 일방적인 행태들이 혁신되어야 한다. 그리고 건설 산업이 사회 및 국민경제에 기여하는 바를 널리 알려야 한다. 이것이 바로 건설문화운동이 필요한 이유이다.

이를 통해 보다 미래 지향적인 새로운 건설 산업이 태어날 수 있다. 산업의 경쟁력이 제고되고 글로벌 경쟁력을 갖출 수 있을 것이다. 아울러 건설 산업에서도 투명한 윤리 경영과 계약 관행이 정립되고, 윈-윈의 상생문화가 가능할 것이다. 나아가 건설 산업에서 미래가치의 확립은 물론 인간과 자연이 조화를 이루는 친환경적 문화도 가능할 것이다. 🏡