빅데이터 기반의 SOC 이미지 수준 조사를 통한 트렌드 분석

전영훈*, 강태경*
*건설기술연구원 건설정책연구소
e-mail:tkkang@kict.re.kr

Analysis of the trends through image Survey for Social Overhead Capital based on Big Data

Young-Hun Jun*, Tai-Kyung Kang*
*Construction Policy Research Institute, Korea Institute of Civil engineering and building Technology

요 약

건설산업은 직접적인 투자가 무엇보다도 중요하며, 미래 건설산업의 성장성 및 안정성 악화 등이 우려됨에 따라 SOC예산의 확대 편성이 필요한 시점이다. 본 연구의 목적은 SOC 이미지의 진단과 트렌드를 분석하는 것이다. 본 연구에서는 빅데이터 분석을 통하여 SOC 이미지 수준을 조사하고 이미지 키워드를 도출하여 트렌드를 진단하였다. 향후 본 연구의 연구결과가 효율적인 SOC 투자 유도와 건설산업의 성장동력 확충을 위한 기초자료로 활용되길 기대한다.

1. 서론

국내 건설산업은 도로·항만·공항·철도 등 교통시설과 전기·통신, 상하수도, 댐, 공업단지, 하천, 해수 등을 포함하는 사회간접자본(SOC)을 구축하여 제조업, 서비스업 등 타 산업에 직간접적으로 지원하고, 일자리 창출(고용) 등을 통하여 경제성장을 견인하고 있다. 이와 같이 건설산업의 성장은 타 산업의 성장을 견인하지만, 타 산업의 성장이 건설산업의 성장을 견인하지는 못하는 실정이다.[1] 그러므로 건설산업에 대한 직접적인 투자가 무엇보다도 중요하다. 하지만 2019~2023 국가재정운용계획에 따르면[2], 정부는 SOC예산의 삭감을 예고하고 있으며, 2023년 SOC예산 비중은 총지출 대비 3.9% 수준으로 낮은 편이다. 최근 정부는 경기 활성화를 위하여 2020년 SOC분야 재정투자 규모를 23.2조원(비중 4.5%)으로 증액하였으나, 최근 건설산업의 성장성 및 안정성 악화 등이 우려됨에 따라 SOC예산의 확대 편성이 필요한 시점이다[3]. 따라서 효율적인 SOC 투자 유도와 성장동력 확충을 위하여, 일반 국민들이 체감하는 SOC 이미지를 진단할 필요가 있다.

본 연구는 SOC의 이미지 진단과 트렌드를 분석하는 것이 목적이다. 본 연구에서는 언론매체와 소셜미디어의 빅데이터 분석을 통하여 SOC 이미지 수준을 조사하고, 이미지 키워드를 도출하여 트렌드를 진단하고자 한다.

2. SOC 이미지 수준 조사

2.1 SOC 이미지 수준 조사 개요

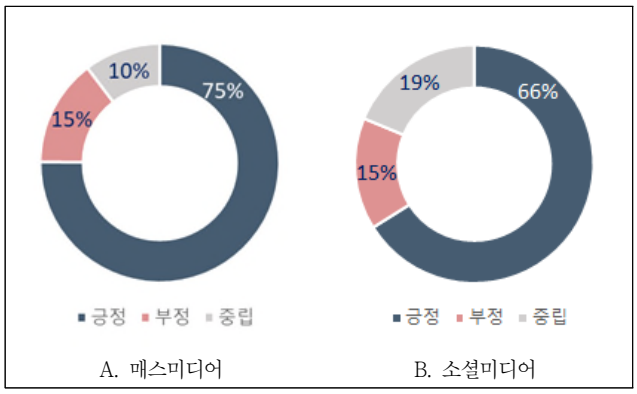
본 연구에서는 4대 일간지 및 경제지, 건설전문지, 소셜미디어, 포털사이트 등 언론매체 및 미디어의 빅데이터를 바탕으로 SOC 이미지 수준 조사를 실시하였으며, 유효데이터는 1차(90,961건), 2차(24,998)에 걸쳐 추출하였다. [표 1]

[표 1] 조사 개요

구분	내용
대상 매체	- 매스미디어 : 4대 일간지 및 경제지(조선, 동아, 중앙, 매경, 한경), 건설전문지 등 인터넷 신문 - 소셜미디어 : 인스타그램, 트위터, 페이스북, 주요 포털사이트 블로그, 커뮤니티 등 소비자 발신채널
대상 기간	2018.11.01.~2019.10.31
조사 방법	빅데이터 분석을 통한 이미지 분석
유효데이터 수	24,998건(매스미디어 기준)

2.2 SOC 이미지 수준 조사 결과

매스미디어에서는 SOC에 대한 '긍정' 비중이 75%로 나타났으며, '부정' 비중은 15%, '중립' 비중은 10%로 나타났다. 소셜미디어에서의 '긍정' 비중은 66%, '부정' 비중은 15%, '중립'은 19%로 나타났다. 이와 같이 SOC 이미지는 높은 수준의 '긍정' 비중이 차지하는 것으로 확인되었다. [그림 1]



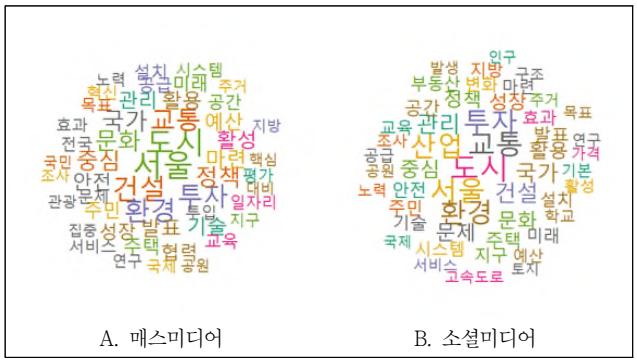
A. 매스미디어 B. 소셜미디어

[그림 1] SOC 이미지 수준 조사결과

3. SOC의 이미지 트렌드 분석

매스미디어의 주요 '긍정' 이미지는 경제성장을 위한 신성장 동력으로써의 SOC 사업효과와 기대감 등이다. '부정' 이미지는 서울과 지방간의 SOC 격차, 붉은 수돗물 등 노후 인프라 등에 대한 비판적 시각 등이다. 또한 소셜미디어의 경우 주요 '긍정' 이미지는 정부의 노후기반시설에 대한 예산 투자와 SOC예산의 증가에 대한 긍정적 시각이 있다. 그리고 '부정' 이미지는 SOC 격차에 대한 비판과 부정여론이 있으며, 이러한 시각은 매스미디어보다 심화되는 경향이 있다. 이러한 차이가 정책 입안에 반영되지 않는 현실에 대한 부정적 이미지도 있다.

빅데이터 분석을 통한 SOC 이미지의 키워드는 매스미디어의 경우 도시, 서울, 건설, 교통, 정책, 투자, 환경, 안전, 문화 등이 있으며, 소셜미디어의 주요 키워드는 도시, 서울, 교통, 환경, 투자, 산업, 관리, 건설 등이 있다. [그림 2]



A. 매스미디어 B. 소셜미디어

[그림 2] SOC 이미지 키워드

신원상, 송창백(2017)[4]에 따르면, 2009년부터 2013년까지 5년간 신문기사에 보도된 건설산업의 긍정적 이미지 키워드는 해외건설수주, 주거환경개선, 타 산업발전기여, 사회기반시설, 친환경건축, 일자리창출, 초고층빌딩, 전문기술, 신기술/신공법, 재개발/재건축, 에너지저감, 기술능력, 기술지원봉사, 경제성장, 노력/성실, 일반사회봉사, 작업환경 등이 있다. 그리고 부정적 이미지 키워드는 부도/법정관리, 비리/뇌물, 환경파괴, 재개발/재건축, 민원, 안전사고, 부실시공, 일자리 부족/감소, 담합, 산업재해, 3D산업, 사회기반시설 등이 있다. 이러한 과거 건설산업의 이미지는 긍정적인 시각보다는 부실시공, 비리, 3D업종 등과 같은 부정적인 이미지가 부각되었다. 국내 건설기관 및 업계에서는 품질 확보, 공정성 개선, 신기술 개발·적용 등을 통하여 이러한 부정적인 이미지를 개선하고자 노력해왔다. 조사결과와 같이, 매스미디어에서 나타난 '긍정' 이미지의 비중은 소셜미디어에서의 조사결과를 상회하는 수치이다. 이러한 결과는 SOC 등과 같은 건설산업의 이미지가 부정적이었던 언론매체의 과거 시각이 긍정적으로 변화하였음을 의미한다. 또한 SOC예산 투자에 대한 국민적 관심이 높고, SOC 격차 해소에 대한 수요가 있음을 나타낸다.

4. 결론

최근 건설산업의 성장성 및 안정성 악화 등이 우려됨에 따라 SOC예산의 확대 편성이 필요한 시점이다. 본 연구의 목적은 SOC 이미지의 진단과 트렌드를 분석하는 것이다. 본 연구에서는 SOC 이미지 수준을 조사하고 이미지 키워드를 도출하여 트렌드를 진단하였다. 트렌드 진단 결과는 SOC 등 건설산업에 대하여 부정적이었던 언론매체의 과거 시각이 긍정적으로 변화하고 있고, SOC예산 투자의 국민적 관심과 SOC 격차 해소에 대한 수요가 확인되었다. 향후 본 연구의 연구결과가 효율적인 SOC 투자 유도와 건설산업의 성장동력 확충을 위한 기초자료로 활용되길 기대한다.

감사의 글

이 연구는 2020년도 한국건설기술연구원 주요사업 연구비 지원에 의한 결과의 일부임(과제번호: 20200220-001)

참고문헌

[1] 한국건설기술연구원, "건설정책연구 발전 전략(2차년도) 연차보고서", KICT 2019-028, pp. 1-73, 12월, 2019년.

[2] 기획재정부, "2019~2023 국가재정운용계획", 11-1051000-00066-10, pp. 1-229, 9월, 2019년

[3] 이재현, "침체터널 갇힌 韓경제 '건설투자 확대'가 열쇠 ", 건설경제, 5월, 2020년.

[4] 신원상, 손창백, "건설산업의 이미지 수준 비교분석 및 개선활동 효율화 방안", 대한건축학회 논문집, 제33권 제7호, pp.33-40, 7월, 2017년