

‘새미르통신’ | ‘새미르’는 ‘용화회상’과 ‘미륵’을 뜻하는, 전법성지 ‘신용동’의 ‘신용(新龍)’에 대한 순우리말 표기이고, ‘통신(通信)’은 초기 교단의 소통을 담당했던 불법연구회 기관지 ‘월말통신’에서 모셔왔습니다.

외부환경에 대한 민감성은 진화의 조건 | 원불교정책연구소 환경분석분과에서는 출가교역자의 사회 흐름과 교단 파악에 도움을 드리고자 ‘새미르통신’을 발행합니다. 본지는 시대정신을 반영하는 중범위의 시사적 주제로 구성되며, 1~2개월 주기로 교화단보와 함께 배포될 예정입니다. 궁금하신 내용이나 건의사항이 있으신 분들은 연구소로 알려주시기 바랍니다.

1. 조사배경 및 목적

현대사회의 종교는 과거에 비해 그 영향력이 축소되었습니다. 그럼에도 불구하고, 개인에게는 삶의 의미를 부여하고, 사회에는 통합적 가치를 제시하는 정신적 지도력을 발휘하고 있습니다. 특히, 물질만능주의와 그에 따른 소외의식에 대한 반작용으로 오히려 현대인들의 종교적 욕구가 확대되는 현상까지 나타나고 있습니다.

하지만 원불교는 교세의 취약성 탓에 종교 선택의 가장 큰 조건 중 하나인 ‘사회적 신뢰’ 형성에 어려움을 겪고 있고, 그 결과 개벽시대의 주세종교로서 충분한 교화성과를 거두지 못하고 있는 실정입니다.

한국사회에서 문화적 기반이 취약했던 천주교나 개신교가 종교적 정당성을 획득하고 폭발적인 교세 확장을 이룬 것은 신앙적 차원으로 승화된 종교의 ‘사회적 역할’에 대한 관심과 실천, 그리고 이에 대한 교단적 지원이 있었기 때문입니다.

따라서 원불교가 원기 100년 교화대불공의 성업을 성취하기 위해서는 ‘사회적 평판’을 제고하는 데 노력해야 합니다. 또한, 사회교화 정책의 타당성을 실증적으로 뒷받침할 수 있는 객관적인 자료의 생산도 절실합니다.

이러한 취지에서 본 조사는 원불교의 사회적 평판에 대한 총체적 질문을 담아 주기적으로 실시될 예정이며, 보고서 발간을 통해 교화정책 수립의 근거를 제공하고자 합니다.

*〈새미르통신〉 10호는 개괄적인 검토만 가능하도록 요약보고서 형식으로 구성되어 있습니다. 보다 구체적인 분석과 원자료(raw data)가 담긴 정식 보고서는 추후에 발간될 예정입니다.

원기 95년
원불교 사회
연구조사
요약보고서

II. 조사 설계

조사명	원기 95년 원불교 사회여론조사 - 인지도, 이미지, 호감도
조사주체	원불교정책연구소
예산지원	원불교100년기념성업회
실시기관	(주) 한국 리서치 전화조사팀
조사일시	원기 95년 3월 8일 ~ 11일까지(4일간)
조사지역	전국: 7개 권역(서울, 부산, 대구, 광주, 대전, 경기, 전북)
조사방법	구조화된 질문지를 이용한 전화 면접 조사 방식 (전문업체 조사원 활용)
모집단	만 19세 이상 성인 남녀 (전화조사 방식의 한계로 청소년 조사는 유보)
표본크기/표본오차	유효표본 1000명, 표본오차는 95% 신뢰수준에 $\pm 3.1\%$
표본추출방법	지역별 / 성별 / 연령별 인구수 비례할당 후 무작위추출

* 표본추출 비례할당표

구분	계	20대		30대		40대		50대		60대	
		남자	여자	남자	여자	남자	여자	남자	여자	남자	여자
전체	1000	108	107	127	125	125	123	88	88	53	56
서울특별시	328	37	37	42	41	37	38	29	30	18	19
부산광역시	113	12	12	12	12	13	14	12	12	7	7
대구광역시	77	8	8	9	9	10	10	7	7	4	5
광주광역시	41	5	5	5	5	5	5	3	4	2	2
대전광역시	46	5	5	6	6	6	6	4	4	2	2
경기도	339	35	34	47	46	47	44	28	26	15	17
전라북도 (전주 / 익산 / 군산)	56	6	6	6	6	7	6	5	5	5	4

* 광역시급 도시 중 인천은 경기, 울산은 부산으로 통합, 원불교 교세가 집중되어 있는 전북 추가.

III. 조사 내용

- ① 한국사회의 선호 종교 · 선호이유
- ② 한국사회의 원불교 인지도 수준 · 인지경로
- ③ 한국사회의 원불교 이미지 인식(느낌/대상)
- ④ 한국사회의 원불교 호감도 수준 및 이유 · 접촉의향
- ⑤ 한국사회의 종교에 대한 요구 · 사회활동

* 각 항목은 인구속성(성별 / 연령 / 지역 / 학력 / 소득 / 직업 / 종교 등) 변수에 따라 분석됨.

IV. 조사 결과

1. 인구사회학적 특성

세부직업군

화이트칼라:

사무 / 관리 / 전문직 32,3%

블루칼라:

자영업 / 개인사업 19,2%,

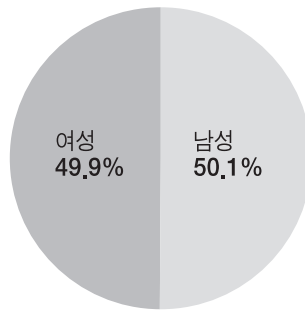
판매 / 서비스직 4,9%

생산 / 기능 / 노무직 2,4%,

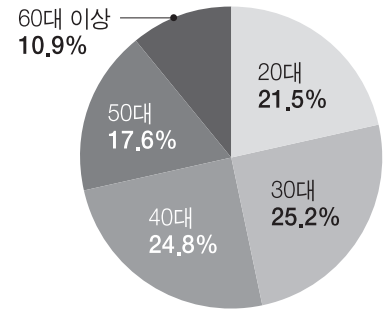
농 / 임 / 어 / 축산업 0,6%,

운전기사 0,3%

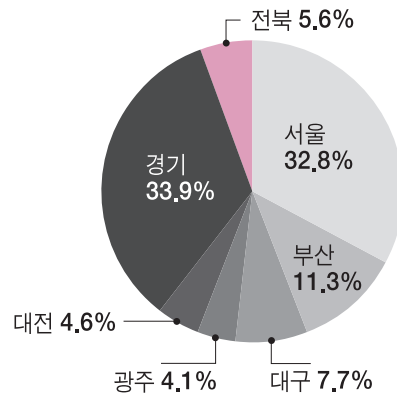
성별



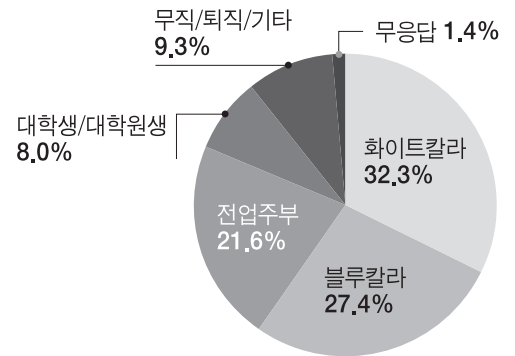
연령



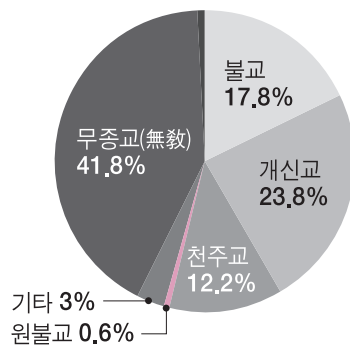
지역



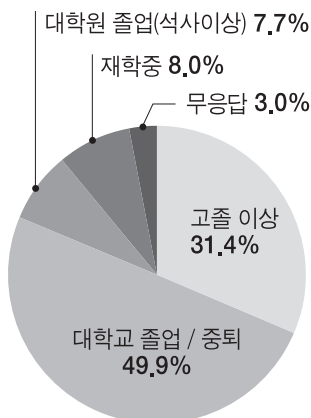
직업



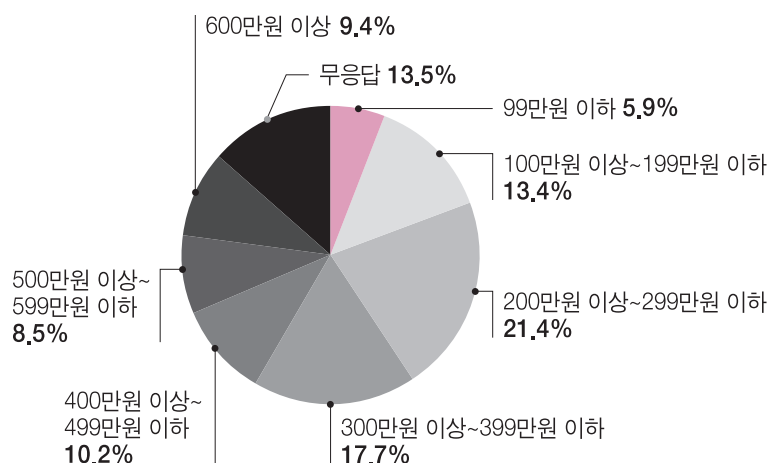
종교



학력

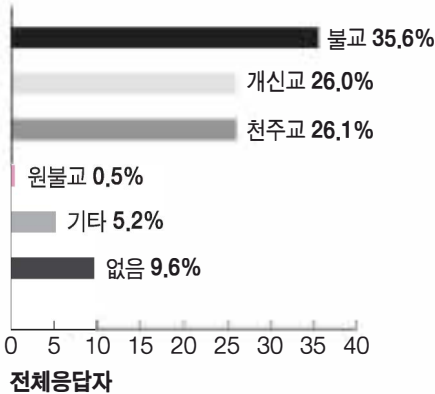


소득



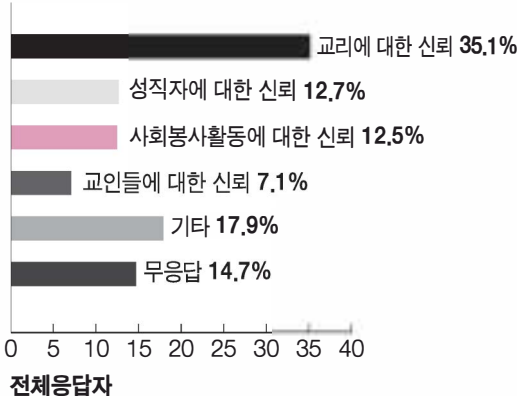
■ 응답자의 종교 비율이 불교 17.8%, 개신교 23.8%, 천주교 12.2%, 원불교 0.6%, 기타 3%, 무종교 41.8%, 무응답 0.8%로 나타남. 이는 **2005년 인구센서스** 당시 파악된 종교인구 비율 불교 22.8%, 개신교 18.3%, 천주교 10.9%, 원불교 0.3%, 기타 0.7%, 무종교 46.9%와 다소 차이가 있음. **개신교(5.5%p)**는 **과대표집**, **불교(5.0%p)**와 **무종교(5.1%p)**는 **과소표집**되었고, 천주교와 원불교는 유사하게 나타났음. 이는 실제적인 종교인구 변동을 반영한 결과라기보다는, 전화조사라는 조사방식의 특수성에 따른 **종교별 자기종교 표출 성향이 반영된** 결과로 볼 수 있음.

2. 가장 호감을 가지고 있는 종교



■ 호감 종교에 대한 응답 결과를 응답자의 종교와 비교해 볼 때, 자신 종교에 대한 호감도는 **천주교(93.4%) > 불교(93.3%) > 개신교(88.7%)** 순이었음. 한편, **무종교인들은 불교(41.4%) > 천주교(21.5%) > 개신교(10.0%)** 순으로 호감을 갖고 있음. **원불교**의 경우 표집의 규모가 작아 큰 의미는 없지만 자신 종교에 대한 호감도는 50.0%로 나타남. 비교도 중에서는 불교 1인과 무종교인 1인만이 원불교에 호감을 보여 **대중적 관심으로부터 유리**되어 있는 것으로 파악됨.

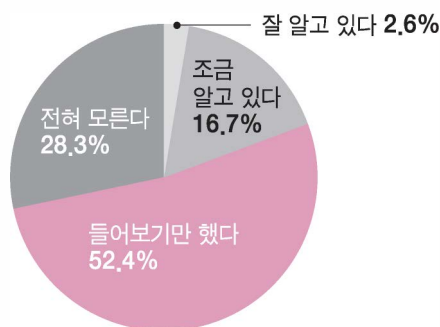
3. (2번 답변에 대해) 호감을 갖는 이유



■ **불교신자**는 교리(44.4%) > 교인(9.6%) > 사회봉사(6.7%) > 성직자(5.6%), **개신교신자**는 교리(54.2%) > 사회봉사(13.0%) > 성직자(8.8%) > 교인(5.5%), **천주교신자**는 성직자(28.7%) > 사회봉사(24.6%) > 교리(23.0%) > 교인(5.7%) 순으로 호감 종교에 대한 이유를 밝힘. **무종교인**의 경우에는 교리(23.9%) > 성직자(14.1%) > 사회봉사(11.0%) > 교인(7.9%) 순을 보임.

기타 응답에는 공통적으로 **'본인이나 지인이 그 종교를 믿기 때문'**이라는 응답이 6.1%로 가장 많음. 종교별로 볼 때 불교신자는 자연, 전통, 편안, 자유로움 등을, 개신교신자는 하나님에 대한 믿음을, 천주교신자는 자유로움 및 분위기를 호감의 이유로 꼽았음.

4. '원불교'에 대한 인지도

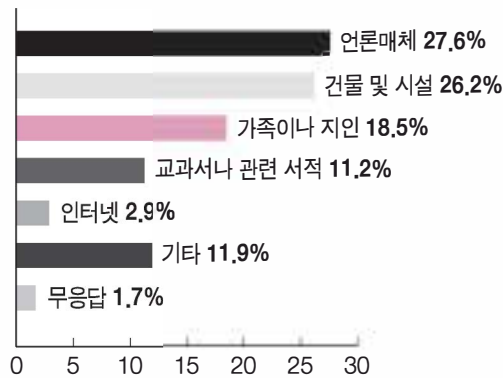


■ 인지도와 관련한 응답에 대해서는 **두 가지 해석**이 가능함. 긍정적 차원에서 본다면 어쨌든 원불교에 대해 알고 있다는 응답이 71.7%에 달한다는 것이고, 비판적 차원에서 본다면 아직도 80.7%(들어보기만 했다 + 전혀 모른다)가 원불교에 대한 기초적 인지도 없다는 것임.

초기 교단이 한 사회에 정착하기 위해서는 우선적으로 **'사회적 존재감'**을 획득해야 함. 하지만 조사 결과에 따르면 교단의 사회적 인지 수준은 기대 이하임. 따라서 원불교 100년을 앞 둔 지금 양적인 면에서 **'사회적 인정'**을 위한 홍보 노력과 더불어, **'사회적 신뢰의 확산'**이라는 질적인 홍보 방식을 병행해야 함.

5. (3번 질문의 ①, ②, ③번 응답자)

'원불교' 인지 경로

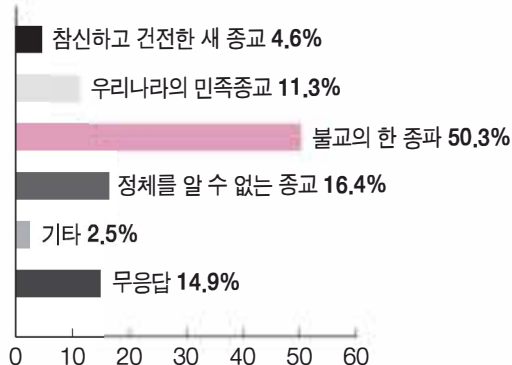


■ 원불교를 접하게 된 경로에 대해서는 TV, 라디오, 신문, 잡지와 같은 **대중매체**라고 응답한 사람이 가장 많았음(27.6%). 특히, 두 전직 대통령 장례식이 방송된 후 원불교에 대한 사회적 관심이 일시적으로 급상승한 사례를 통해 알 수 있었듯이, 대중매체에 노출될 수 있는 **뉴스 및 기사의 공급**을 지속적으로 할 필요가 있음. 교단 언론매체도 교단 홍보의 파급력을 키울 수 있는 자체역량을 강화해야 함.

또한 건물 및 시설을 통해 원불교를 접하는 비율도 26.2%로 매우 높음. 따라서 **교단 건물 및 시설에 대한 브랜드화** 정책이 요청됨. 교통방송 시 서울 강변지역의 랜드마크로 하루에도 수십 번씩 방송에 등장하는 서울회관의 사례는 시사하는 바가 큼.

이밖에도 **인터넷을 통한 홍보가 미흡한** 것으로 드러남(2.9%). 우리교단의 정보 인프라 구축은 상당한 수준에 올라 있지만, 네티즌들이 자발적으로 찾아올 수 있는 **콘텐츠 확보**는 이루어지지 못하고 있음. 또한, 인터넷에 접속 가능한 연령대의 한계를 지적하며 매체의 특수성을 언급하는 경우도 있지만, 유비쿼터스 환경의 조성과 정보기기 활용을 위한 사회교육이 활성화됨에 따라 **고령 인터넷 활용자**의 수가 급속도로 증가하고 있기 때문에 보다 적극적인 대처가 필요함.

6. '원불교' 하면 먼저 떠오르는 느낌

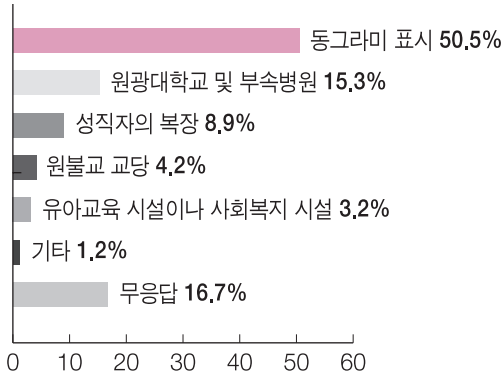


■ 한국사회 일반 대중들의 원불교에 대한 느낌은 **'불교의 한 종파(50.3%)'**가 압도적임. 이는 교명에서 나타나는 불교적 색채의 영향 때문인 것으로 추측됨. 또한 '정체를 알 수 없는 종교'로 보는 시각이 16.4%, 이와 유사한 감정으로 답변을 회피한 비율도 14.9%에 달하는 것으로 볼 때, 원불교에 대한 **대중들의 경계심이 아직까지는 잔존**해 있는 것으로 파악됨. 하지만 '사이비 종교'로 느끼는 응답자가 0.3%에 불과해 한국사회에서 **일반종교로서의 지위는 어느 정도 획득**한 것으로 나타남.

종교별 응답을 살펴보면, 개신교가 '새 종교(2.5%)', '민족종교(5.9%)' 항목에 대한 응답이 가장 낮았고, 반면 천주교는 '새 종교(6.6%)', '민족종교(17.2%)' 항목에 대한 응답이 가장 높았음. 불교는 '새 종교(6.2%)', '민족종교(12.4%)', 무종교인은 '새 종교(3.1%)', '민족종교(13.2%)'로 중간 수준의 응답을 보여 줌.

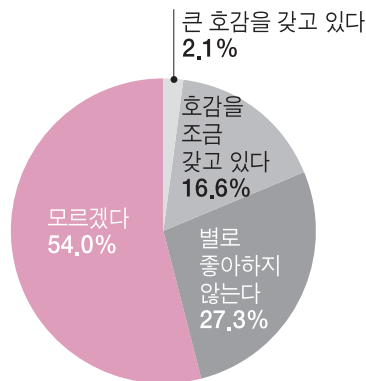
연령별 응답은 **60대 이상**이 '새 종교' 항목에 9.2%가 응답해 다른 연령대에 비해 상대적으로 **높은 수준**을 보임, **20대**는 '민족종교'에 17.2%로 다른 연령에 비해 가장 많은 수가 응답해 **역사교육을 통한 학습효과**가 드러난 것으로 사료 됨.

7. '원불교' 하면 먼저 떠오르는 대상



■ 원불교와 연관되는 '대상'에 대한 질문에 일원상을 떠올리는 응답자가 50.5%로 가장 많았음. 이는 교명에서 이미지를 유추한 결과로 특별한 의미를 부여할 순 없음. 실질적으로 원불교 이미지를 강하게 심어준 대상은 '원광대학교'로 나타남(15.3%). 상대적으로 '성직자의 복장', '교당', '교단 시설' 등은 큰 영향을 주지 못하고 있음. 이는 **절대적인 수의 부족** 혹은 **사회적 활동의 부족**으로 나타난 결과로 볼 수 있음. 또한, 기타 응답에 **원음방송이나 한방TV**가 전혀 언급되지 않아 아직까지는 **대중성을 확보하지 못하고 있는 것**으로 파악됨. 이러한 결과는 원불교를 상징할 수 있는 **능동적 지역사회 프로그램**의 활성화와 효율적 **관리-지원 시스템** 확충이 시급한 과제임을 보여줌.

8. '원불교'에 대한 호감도



■ 긍정적 이유(총 187명)

원불교인에 대한 평가 때문 11.2%, 불교를 좋아해서 10.7%
민족/토속종교이기 때문에 5.9%, 예전 원불교인/관련 학교 다님 5.9%
좋은 사회활동을 많이 해서 5.3%, 교리가 마음에 들어서 5.3%
편안하고 친근한 분위기 4.3%, 원불교 성직자들에 대한 평가 3.7%,
타종교에 대한 인정/융화 1.6%, 기타 27.8%, 무응답 17.1%

■ 부정적 이유(총 273명)

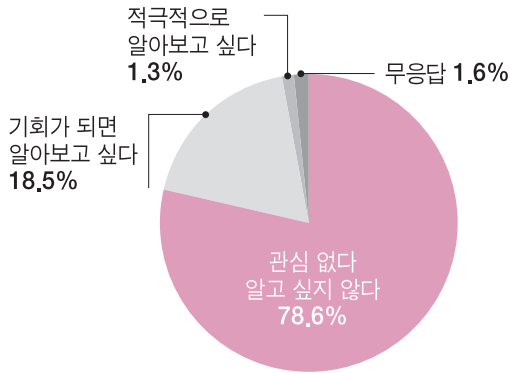
다른 종교를 갖고 있어서 15.0%, 원불교에 대해 잘 알지 못해서 14.3%
사이비 종교 같아서 5.1%, 불교를 싫어해서 3.7%
정통성 문제 2.9%, 원불교인에 대한 평가 때문에 2.2%
교리가 마음에 들지 않아서 1.5%, 기타 12.5%, 무응답 42.9%

■ 원불교에 대해 호감을 갖고 있는 응답자는 18.7%인데 비해, 비호감 정서를 갖고 있는 응답자는 27.3%에 달하고 있음. 54.0%의 응답자는 '모르겠다'고 응답해 원불교 자체에 대한 관심이 없기 때문에 유보적 태도를 보이는 것으로 나타남.

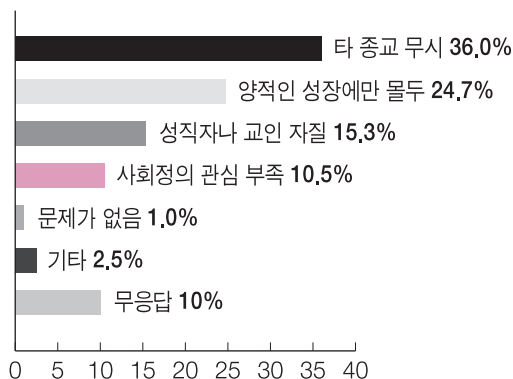
성별로 보면 여성(15.6%)보다는 남성(21.8%)이 호감도가 높고, 연령별로는 50대(27.8%)>60대 이상(26.6%)>40대(18.5%)>30대(14.3%)>20대(12.6%)로 나이가 많을수록 우호적 태도를 보이고 있음. 지역별로 보면 전북(37.5%)>광주(29.2%)>대전(21.8%)>부산(19.4%)>경기(16.8%)>서울(16.1%)>대구(15.6%) 순으로, 종교별로 보면 불교(26.4%)>천주교(26.2%)>개신교(9.6%)로 호감도가 높은 것으로 나타남. 또한, 수입별로 보면 600만원 이상이 24.4%, 500만원 이상이 23.6%로 다른 계층들보다 높은 호감도를 보이고 있음.

문제는 미래의 주역이 될 젊은 층과 인구의 대부분이 몰려 있는 서울/경기 지역의 호감도가 떨어진다는 점임. 이는 장기적인 교화 전망을 어렵게 하는 요인들로서 특단의 대책이 강구되어야 함. 한편, 고소득층과 저소득층의 호감도 차이도 기존의 교단 정책을 성찰할 수 있는 좋은 기회임. 그리고 모든 정책과 활동을 펼쳐 나갈 때, 원불교에 대한 호감 요인 1위가 '원불교인에 대한 평가(11.2%)'라는 사실을 고려하여 인격적 관리에 소홀함이 없어야 하겠음.

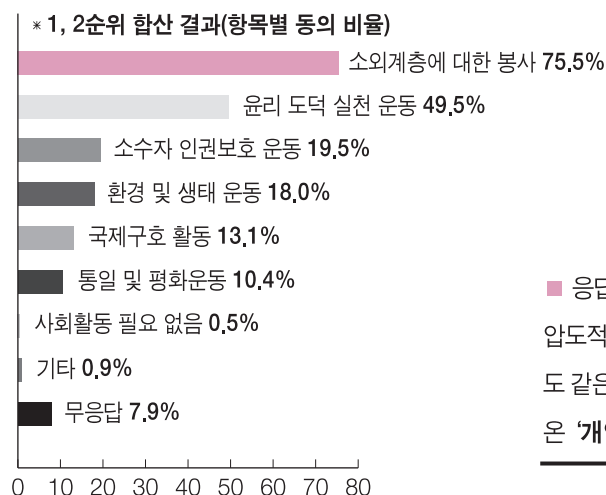
9. '원불교'에 대해 알아볼 의향



10. 한국사회 종교의 가장 큰 문제점



11. 한국사회 종교가 가장 관심을 가져야 할 사회활동



■ 원불교에 대해 관심이 있는 응답자는 19.8%인데 반해, **무관심층은 78.6%**에 달함. 기본적으로 종교적 성향이 없는 개인들은 물론이거니와 종교적 성향이 있더라도 이미 종교를 가진 개인들은 타 종교에 대한 관심이 떨어지게 마련임. 그렇다고 할지라도 78.6%의 응답자가 원불교에 대한 관심 자체가 없다는 것은 세부적인 통계 분석의 의미가 무의미할 정도로 **대사회적인 원불교의 매력**이 형성되어 있지 않음을 보여줌. 결국, 원불교에 대한 지속가능한 관심을 불러일으킬 수 있는 방법은 대중 속에서 헌신하며 진정으로 행복한 삶에 대한 표본을 보여줄 수 있는 **'실천적 호소력'** 즉, 소구력(appealing power) 증진에 있음.

■ 응답자들은 **'타 종교를 무시'** 하는 종교에 대해 가장 부정적인 입장을 포함. 이는 공격적 선교를 지향하는 방식에 대한 거부감의 표현으로 볼 수 있음. 이 항목에 대한 종교별 응답을 살펴보면, 원불교 66.7% > 천주교 53.3% > 불교 45.5% > 무종교 37.8%로 문제의 심각성을 토로하고 있는 반면, **개신교는 불과 19.3%만**이 문제라고 보고 있음. 상대적으로 개신교는 '양적 성장만 추구' 항목에 대해 36.6%가 응답하여 천주교 18.5%, 불교 19.7%, 무종교 20%보다 높은 수치를 기록했다.

응답자들은 한국사회 종교의 문제를 **종교 내의 독선이나 타락**으로 보고 있음. 이러한 현상은 우리 교단에도 시사점을 줌. 우리 교단이 양적으로 성장할수록 교단적 윤리를 뛰어 넘는 **사회적 윤리의 잣대**가 보다 엄격하게 적용될 수밖에 없음. 이 때 사회적 규범과 상충되는 내적 논리를 고집할 경우 오랜 시간 쌓아온 교단적 신뢰가 한 순간에 무너질 수 있음. 따라서 겸손과 청렴을 생활화했던 초기교단의 정신을 잃지 말고 **도덕성의 힘을 확장**시켜 나아가는 교화성장을 지향해야 할 것임.

■ 1순위 결과

소외계층에 대한 봉사 64.6%, 윤리 도덕 실천 운동 15.2%, 환경 및 생태 운동 5.4%, 소수자 인권보호 운동 4.5%, 통일 및 평화운동 3.1%, 국제구호 활동 2.1%
사회활동 필요 없음 0.3%, 기타 0.2%, 무응답 4.6%

■ 응답자들이 종교에 바라는 사회활동은 '소외계층에 대한 봉사(75.5%)'가 압도적임. 이는 두 번째 지지도가 높은 항목인 '윤리 도덕 실천 운동(49.5%)'과도 같은 맥락에서 이해할 수 있음. 즉, 전통적 관점에서 종교의 역할로 인식되어 온 **'개인구제'와 '사회통합'**에 대한 관점이 반영되고 있는 것임.

12. 조사의 함의

● 한국사회의 **원불교 인지도**는 교세와 비교할 때 양적인 면에서는 상당한 진전을 보이고 있으나 질적인 면에서는 4대 종교로서의 위상을 획득하지 못하고 있음. 이 문제를 극복하기 위해서는 무엇보다 **‘대중매체’ 활용**에 대한 효율적 교화방안을 강구해야 함. 특히, 이벤트성 활동 중심의 간접홍보에 치중하기보다는 **원불교의 장점**을 직접적으로 드러낼 수 있는 적극적이고 다양한 매체노출 방안이 제시되어야 할 시점임.

● 한국사회에서 **원불교 호감도**는 극히 미미한 수준임. 이를 극복하기 위해서는 우선 교도들의 소속감과 자긍심을 향상시킬 수 있는 **내적 통합 프로그램**을 가동해야 함. 더불어 확충된 내적 역량을 대사회적인 활동들과 연계하는 교화 방안도 보강해야 함. 특히, 호감도에 가장 큰 영향을 미치는 요인인 **‘교리’에 대한 재해석 및 실천방안**에 대한 연구가 활성화되어야 할 것임.

● 원불교에 대한 **인지도와 호감도는 직접적인 상관성**이 있음. 대중들이 원불교에 비호감을 갖는 이유는 원불교의 교리나 교인의 문제라기보다는 **‘잘 모르기’** 때문임. 따라서 호감도를 끌어올리기 위해서는 인지도 상승이 필수적인 요소임. 즉, **젊은 세대와 대도시 지역**의 무관심한 대중들이 원불교에 매력을 느낄 수 있도록 지역별 세대별 인구를 표적으로 한 전략적 교화방안이 마련되어야 함.

● 한국사회가 원불교에 대해 갖고 있는 **종교적 이미지**는, 사이비 논란으로부터는 벗어나 있지만 여전히 ‘불교’의 그늘에서 벗어나지 못하고 있는 실정임. 장기적 관점에서 볼 때 정체성을 살려나가는 교화정책이 필요함. 특히, 응답자의 과반수가 원불교와 연관되는 대상으로 꼽은 **‘일원상’**에 대한 사회적 교감을 확장하는 교화활동을 강화할 필요가 있음.

● **한국사회의 종교활동에 대한 평가**는 종교의 **사회적 밸러스트(ballast)¹⁾** 기능에 대한 욕구를 담고 있음. 따라서 종교의 독선이나 성장 추구와 같은 세속적 욕구 표출을 혐오스럽게 생각함. 원불교의 교단운영과 사회활동 역시 이러한 **대중의 욕구**를 반영하여 탈세속적인 목표와 세속적인 목표 사이의 괴리감을 해소할 수 있는 방향으로 나아가야 함.

1) 선박에서 적당한 복원성(復元性)을 유지하고 흡수(吃水)와 트림(trim:배의 앞뒤 경사)을 조절하기 위해 배의 하부(下部)에 싣는 중량물. 여기서는 세속적 사회의 탈세속적 균형을 맞춰주는 기능으로서 종교를 바라보는 입장을 뜻함.