

# 새미르통신

## Vol. 20

행복발전소  
원불교정책연구소  
원기 96년 05월

E S I  
통신

'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 '월밀통신'에서 모셔왔습니다.

**외부환경에 대한 민감성은 전화의 조건** | 원불교정책연구소 환경분석분과에서는 출가교역자의 사회흐름과 교단 파악에 도움을 드리고자 '새미르통신'을 발행합니다. 본지는 시대정신을 반영하는 중범위의 시사적 주제들로 구성되며, 1~2개월 주기로 교화단보와 함께 배포될 예정입니다. 궁금하신 내용이나 건의사항이 있으신 분들은 연구소로 알려주시기 바랍니다.

## 원기 96년 원불교 사회여론조사 요약 보고서

### I. 조사배경 및 목적

원불교정책연구소에서는 원기 95년 1차 조사에 이어 1년 간격을 두고 동일한 조건 하에서 '2차 원불교 사회여론조사'를 진행하였습니다. 본 조사는 한국사회의 원불교에 대한 인식 수준을 객관적으로 평가함으로써 교단의 위상을 확인하고, 그 결과를 토대로 효과적인 사회교화 활성화 방안을 모색하고자 실시되었습니다.

일반적으로 종교 분야는 사회의 어떤 영역보다도 보수적 문화가 강하게 작용합니다. 그러나 보니 대중들에게 '새로운 종교' 더 정확히 표현해서 '낯선 종교'는 아무리 내적으로 우수한 교리와 인적 자원을 갖고 있더라도, 사회적 신뢰를 쌓는 과정을 제대로 밟지 못한다면 가시적 교화 성과를 얻기가 어렵습니다.

교화성과의 평가는 양적·질적 평가의 두 측면에서 이루어질 수 있습니다. 먼저 양적인 측면의 교화성과는 교도·교화단·교당 및 기관 수의 증가 등으로 파악이 가능합니다. 이 방식은 교화의 본질적 의미보다 산출(output)에만 집착하는 오류를 범하기 쉽습니다. 한편, 질적인 측면의 교화성과는

법력·만족도·이미지 개선 등에 대한 측정을 통해 파악할 수 있습니다. 이 방식 역시 자칫 주관적 평가에 치우칠 수 있어 주의가 필요합니다. 따라서 보다 합리적인 교단 현실의 진단을 위해서는 두 가지 이상의 방법론을 동원하여 도출한 각각의 결과를 조합·보완하는 방식인 사회과학적 '삼각측량법(triangulation method)'을 동원해야 합니다. 본 실증조사 역시 사회교화의 성과를 평가하기 위한 삼각측량의 일환으로서 그 의미를 찾을 수 있습니다.

한편, 작년과 비교하여 크게 달라지지 않은 조사 결과는 원기 100년 성업봉찬을 준비하고 있는 우리에게 또 하나의 깨달음을 줍니다. 그것은 바로 교단 내적인 성숙과 외적인 발전이 둘이 아니라는 사실입니다. 우리가 준비하는 원기 100년의 성과도 교단과 사회의 만남과 교섭을 통해 극대화될 수 있을 것입니다.

\*〈새미르통신〉 20호는 요약보고서입니다. 보다 상세한 분석자료가 담긴 정식 보고서는 추후에 발간될 예정입니다.

## II. 조사 설계

조사명	“원기 96년 원불교 사회여론조사 – 인지도, 이미지, 호감도”
조사주체	원불교정책연구소
예산지원	원불교100년기념성업회
실시기관	(주) 한국 리서치 전화조사팀
조사일시	원기 96년 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 대상 조사는 제외)
표본크기/표본오차	유효표본 1000명, 표본오차는 95% 신뢰수준에 ±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

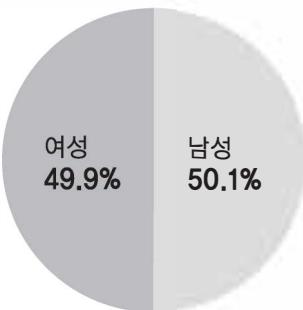
- ① 한국사회의 선호 종교 · 선호이유
- ② 한국사회의 원불교 인지도 수준 · 인지경로
- ③ 한국사회의 원불교 이미지 인식(느낌/대상)
- ④ 한국사회의 원불교 호감도 수준 및 이유 · 접촉의향
- ⑤ 한국사회의 종교에 대한 요구 · 사회활동

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

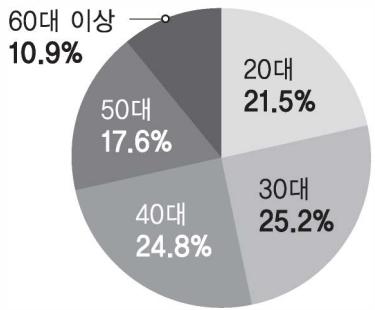
# IV. 조사 결과

## 1. 응답자의 인구통계학적 특성

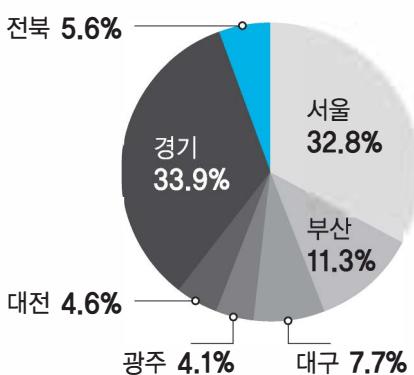
■ 성별



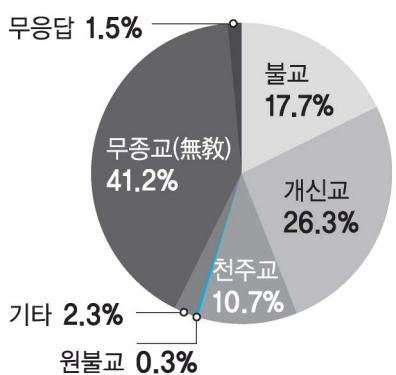
■ 연령



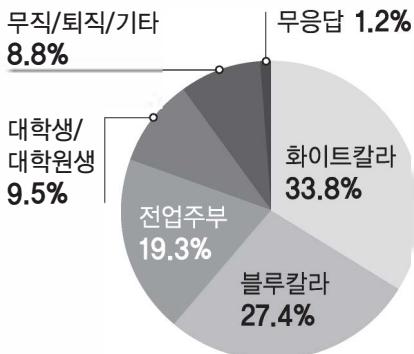
■ 지역



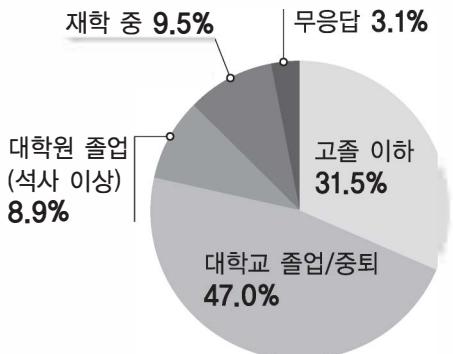
■ 종교



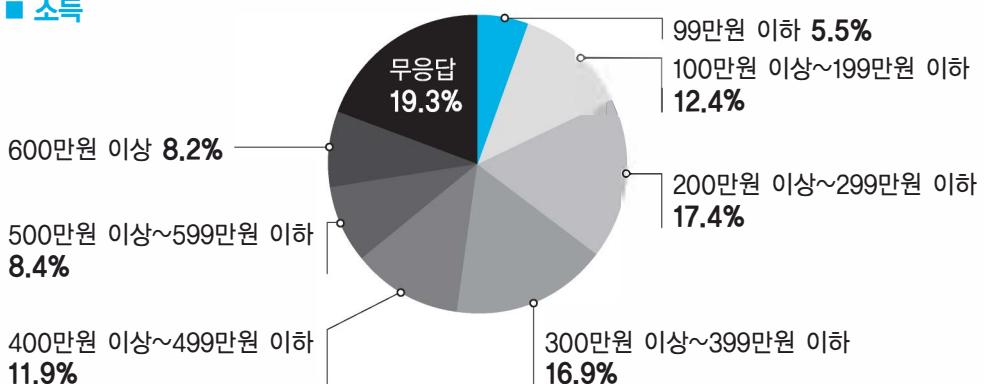
■ 직업



■ 학력



■ 소득

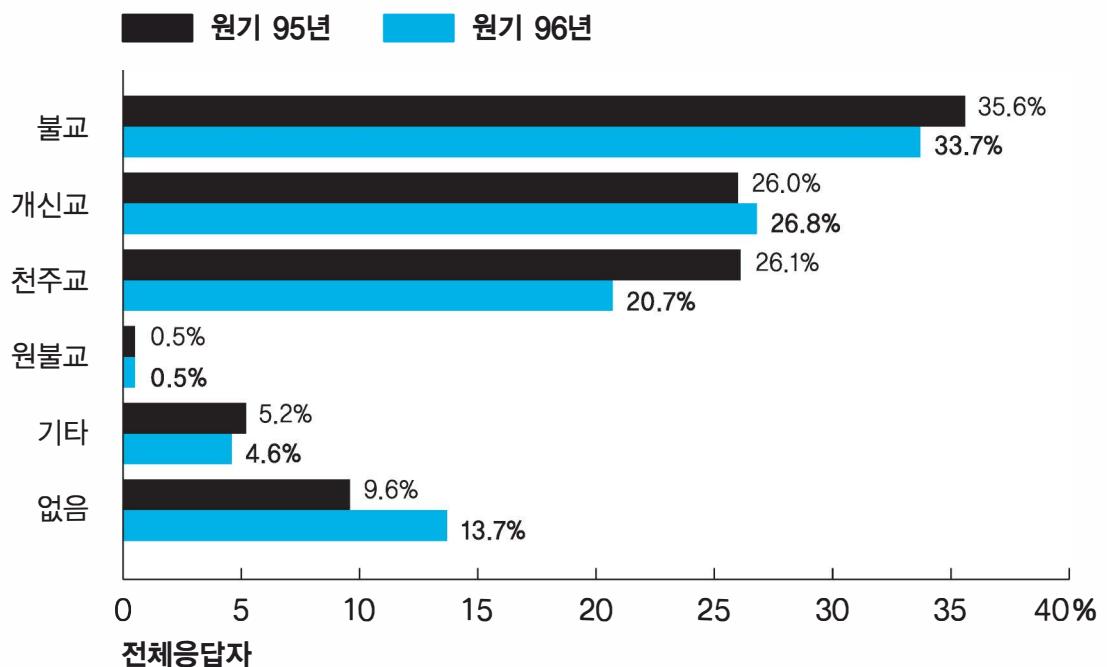


- 성별 · 연령 · 지역별 응답자 수는 비교를 용이하게 하기 위해 작년과 동일하게 할당하였음. 조사 결과 응답자의 종교 비율은 개신교 신자만 23.8%에서 26.3%로 늘어났고 나머지 종교 신자 비율은 소폭 감소하였음. 원불교 신자도 6명에서 3명으로 줄어 통계적으로 거의 의미가 없는 수준으로 표집되었음.

2005년 인구센서스 결과인 불교 22.8%, 개신교 18.3%, 천주교 10.9%, 원불교 0.3%, 기타 0.7%, 무종교 46.9%와 비교하면 개신교는 8.0%p 과대표집, 불교와 무종교인은 각각 5.1%p와 5.7%p 과소표집되었고, 천주교와 원불교는 유사하게 나타났음.

그밖에 다른 집단 범주에서는 특별한 차이가 나타나지 않음. 다만, 소득 범주에서 200만원 이상~299만원 이하 집단이 작년보다 4%p 가량 줄어들었고(21.4%→17.4%), 무응답 총이 6% 가까이 늘어난 것이(13.5%→19.3%) 가장 큰 변화임.

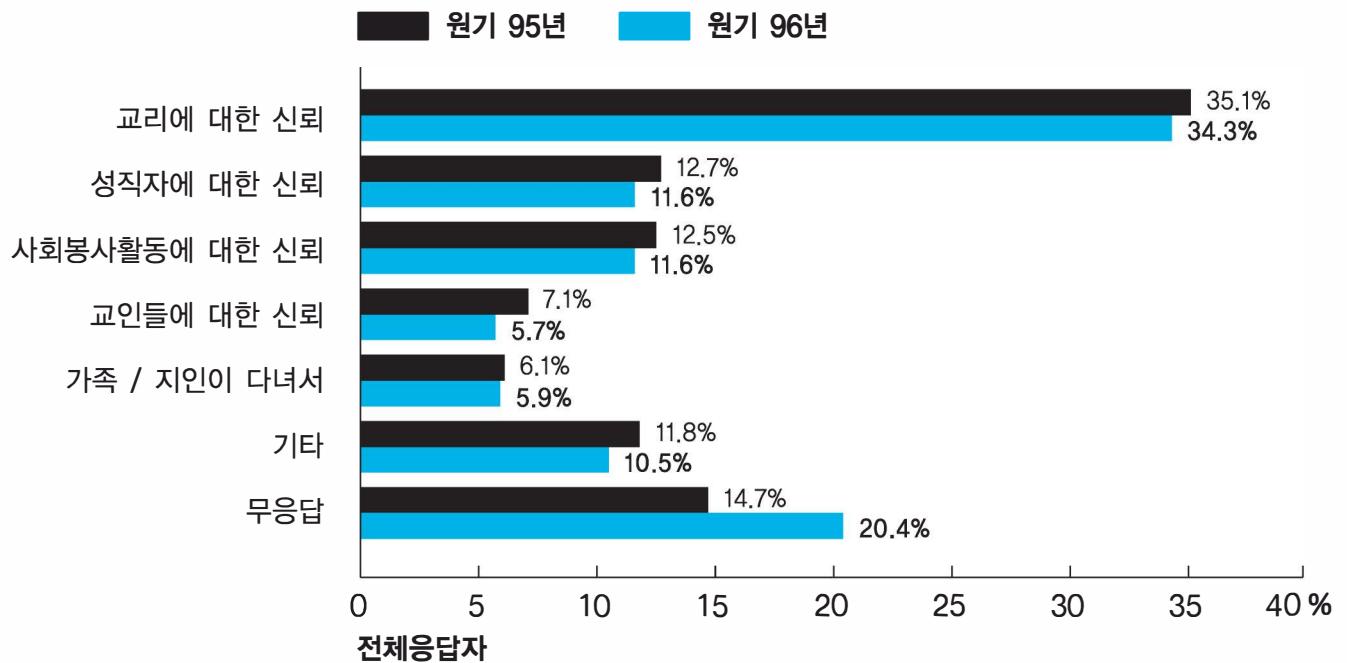
## 2. 가장 호감을 가지고 있는 종교



- 전체적으로는 천주교와 불교가 각각 5.4%p, 1.9%p 감소하고 ‘없음’ 응답자가 4%p 가량 늘어났음. 자신 종교에 대한 호감도는 천주교(95.3%)>불교(93.8%)>개신교(85.9%) 순으로 나타나 작년과 마찬가지로 개신교가 자기 종교에 대해 거부감을 느끼는 신자가 가장 많은 것으로 나타남. 한편, 무종교인은 불교(36.7%)>천주교(19.7%)>개신교(8.7%) 순의 호감도를 보여주어 작년과 순위 변동은 없지만 불교의 호감도가 상당 정도 하락했음(4.7%p).

원불교는 표집 규모가 작아 통계적 의미를 찾기 힘들지만 원불교 신자 3명 모두 와 개신교, 무종교 각 1인이 원불교를 가장 호감이 가는 종교로 선택했음.

### 3. 종교에 대해 호감을 갖는 이유

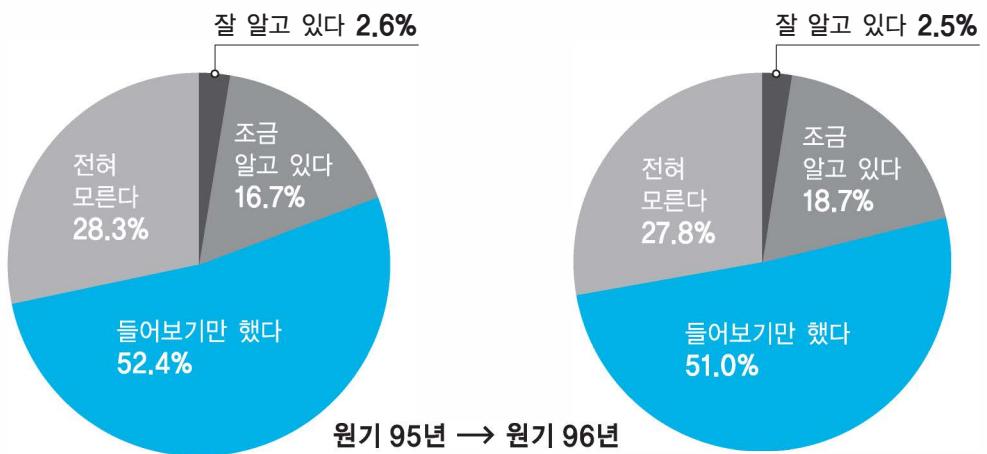


- 전체적인 추세는 작년과 유사함.

종교별로 분석하면, 불교신자는 교리(48.6%)>성직자(8.5%)>사회봉사(7.3%)>가족/지인(7.3%)>교인(6.8) 순으로 작년에 비해 성직자 항목 응답자는 3%p 가량 많아진 반면, 교인 항목은 3%p 가량 떨어져 순위 변동이 있었음. 개신교신자는 교리(49.8%)>사회봉사(13.7%)>성직자(8.0%)>가족/지인(7.6%)>교인(4.2%) 순으로 순위에는 변동이 없지만 교리 항목에 대한 응답이 4.4%p 가량 감소함. 천주교신자는 성직자(34.6%)>교리(29.9%)>사회봉사(17.8%)>교인(3.7%)>가족/지인(3.7%) 순으로 나타나 작년에 비해 성직자와 교리 항목에 대한 응답자는 각각 6%p와 7%p 정도 많아진 반면, 사회봉사 항목 응답자는 7%p 가까이 떨어진 것으로 나타났음.

무종교인의 경우에는 교리(19.4%)>사회봉사(10.7%)>성직자(8.7%)>교인(7.3%)>가족/지인(5.1%) 순으로 작년에 비해 교리와 성직자 항목 응답자가 각각 4.5%p, 5.4%p 떨어져 근래의 종교와 종교인의 행태에 대한 비판적 흐름을 보여 주고 있음.

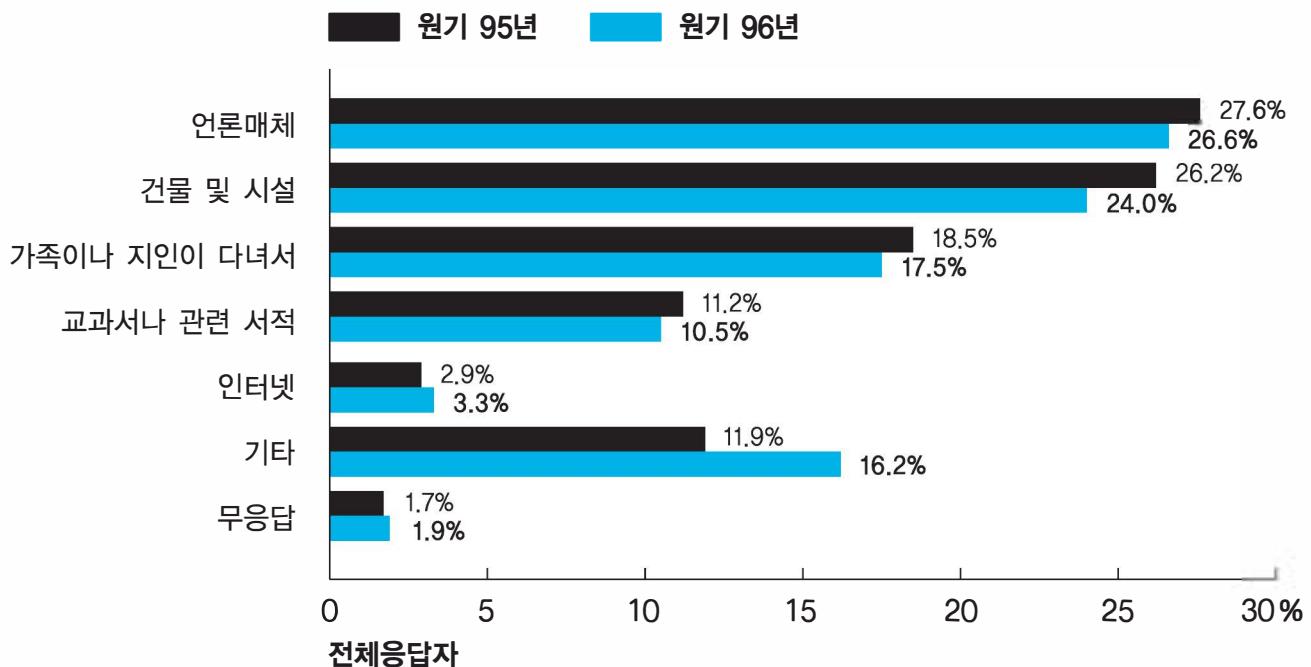
#### 4. ‘원불교’에 대한 인지도



■ 인지도 역시 작년과 비교해 통계적으로 유의미한 차이는 없는 것으로 나타남. 지지부진한 인지도 수준은 원기 100년을 앞두고 있는 우리에게 지금이야말로 사회적 인식 변화를 위한 대 사회적 프로그램의 가동 시기임을 알려주고 있음.

두 대통령의 장례식 공식 참여로 교단의 위상이 높아짐. 이 같은 계기를 놓치지 않기 위해서는 원불교에 대해 ‘들어보기만 했다’고 응답한 절반 이상의 대중을 표적으로 한 적극적 교화활동이 필요함. 민족종교로서의 이미지와 건전한 대안종교로서의 이미지를 결합시킬 수 있는 교단적 차원의 복합적 홍보방안이 마련되어야 함.

## 5. ‘원불교’ 인지 경로



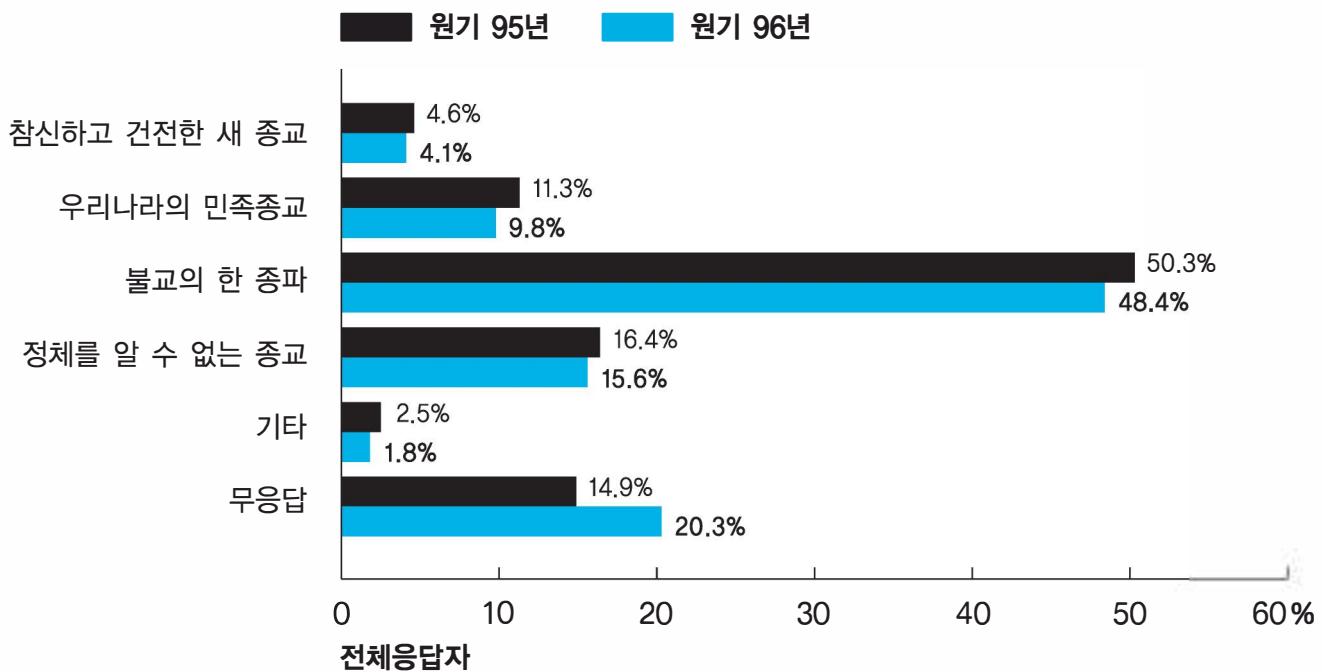
■ 작년 조사 결과와 비교할 때 원불교를 접하게 된 경로의 순위는 거의 변동이 없음. 우선, 미디어 홍수 시대에 걸맞게 대중매체를 통해 원불교를 알게 된 사람이 가장 많은 것으로 나타난 만큼 원기 100년 성업봉찬 사업을 중심으로 사회적 영향력을 발휘할 수 있는 사안들을 개발하고 이를 브랜드화하기 위한 준비를 하루빨리 시작해야 함.

또한, 지역사회의 교단 건물 및 시설에 대한 일제 점검을 실시하여 원불교를上げ는 통일된 시각적 요소들을 개발·설치함으로써 종교적 정체성(RI: religious identity) 구축에 힘써야 함. 아울러 교당과 기관을 지역활동의 중심지로 개방하는 방안에 대해서도 지역 특성에 맞춰 고민할 필요가 있음.

개인들이 가장 손쉽게 참여할 수 있는 원불교 홍보 방안은 역시 가족과 지인에 대한 안내임. 모든 교도들은 최소한 가족교화에 대한 서원을 세워야 할 것이고, 교당에서는 신입교도용 특별 프로그램을 준비하여 잠재교도들의 어려운 걸음을 헛되게 하지 말아야 할 것임.

인터넷을 통한 홍보 전략도 집중적으로 논의할 필요가 있음. 기본적으로 비교 대중들이 흥미롭게 원불교에 대한 기초 지식을 쌓을 수 있는 교단 홍보 사이트를 개설해야 함. 또한, 종교색을 배제한 영성계발 및 정신적 휴식 사이트로 우회적인 교화를 시도하는 방안도 필요함. 이를 위해서는 수십억 인구가 상주하고 있는 광활하고 편견 없는 사이버 공간을 마음공부의 장으로 활용할 수 있는 콘텐츠 개발이 시급함.

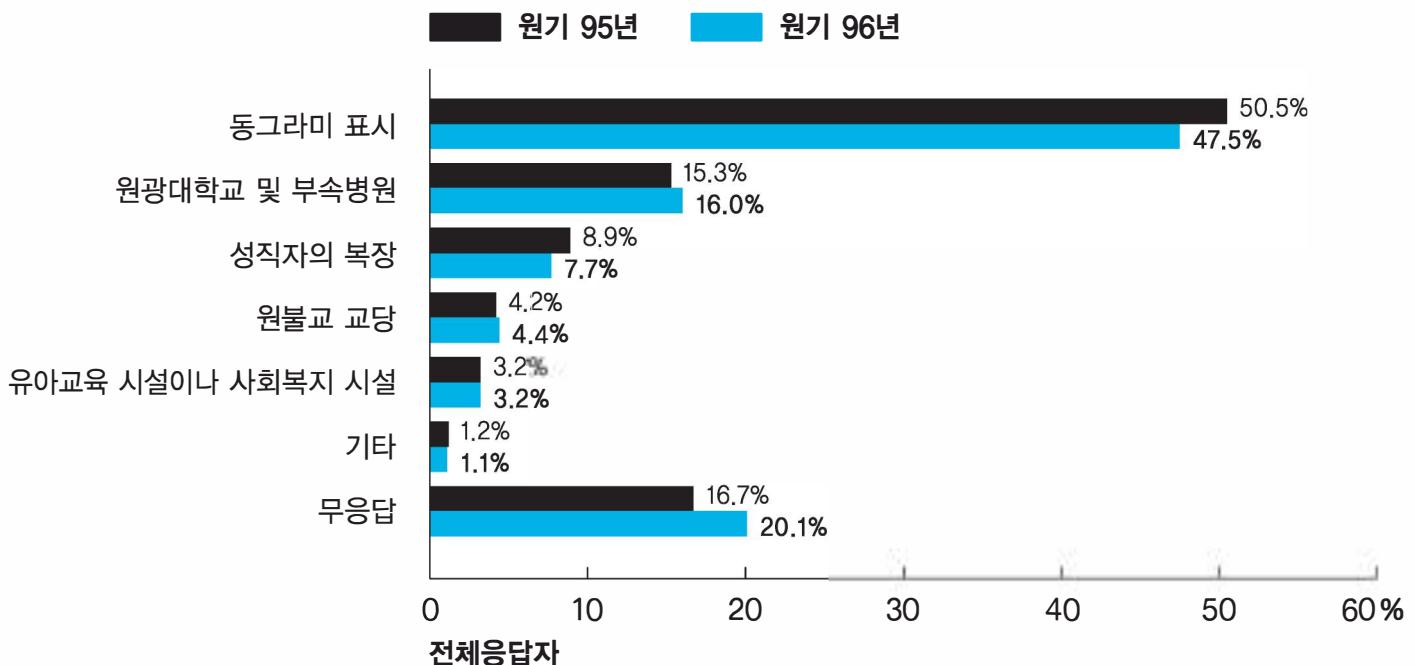
## 6. ‘원불교’ 하면 먼저 떠오르는 느낌



■ 원불교에 대한 한국사회 일반 대중들의 느낌 역시 ‘무응답’이 5% 이상 증가한 것을 제외하고는 큰 변화가 없음. 여전히 ‘불교의 한 종파(48.4%)’로 보는 입장이 절반을 차지하는 것으로 볼 때 아직 원불교의 정체성이 제대로 뿌리내리지 못한 것으로 파악됨. 더불어 ‘정체를 알 수 없는 종교’와 사실상 이 항목과 유사한 태도를 보여주는 ‘무응답’ 비율이 각각 15.6%와 20.3%로 나타나, 원불교에 대한 무지에서 오는 거부감도 상당 부분 존재하고 있는 것으로 분석됨.

종교별 응답을 살펴보면, 개신교인이 ‘새 종교(2.3%)’, ‘민족종교(9.5%)’, ‘불교종파(47.1%)’, ‘정체불명(19.4%)’로 원불교에 대한 이해가 가장 낮았고, 천주교인은 ‘새 종교(3.7%)’, ‘민족종교(12.1%)’, ‘불교종파(54.2%)’, ‘정체불명(12.1%)’, 그리고 불교인은 ‘새 종교(9.0%)’, ‘민족종교(9.6%)’, ‘불교종파(54.2%)’, ‘정체불명(10.2%)’ 순으로 나타남. ‘모름/무응답’ 응답자 역시 개신교(20.5%), 천주교(17.8%), 불교(15.3%) 순으로 원불교에 대한 이해도와 역순으로 나타남. 무종교인의 입장은 ‘새 종교(2.9%)’, ‘민족종교(10.0%)’, ‘불교종파(45.4%)’, ‘정체불명(16.5%)’, ‘모름/무응답(22.3%)’로 특별한 결과는 나타나지 않음. 지역적으로 보았을 때 주목할 만한 사항은, 원불교 교세가 가장 강한 전북 지역에서조차 ‘새 종교(14.3%)’, ‘민족종교(10.7%)’, ‘불교종파(46.4%)’, ‘정체불명(7.1%)’, ‘모름/무응답(16.1%)’로 나타남. 전북 지역의 교회 인프라를 활용한 적극적 교화 정책이 시급함. 전체적으로 원불교적 정체성을 적극적으로 알릴 필요가 있음.

## 7. '원불교' 하면 먼저 떠오르는 대상

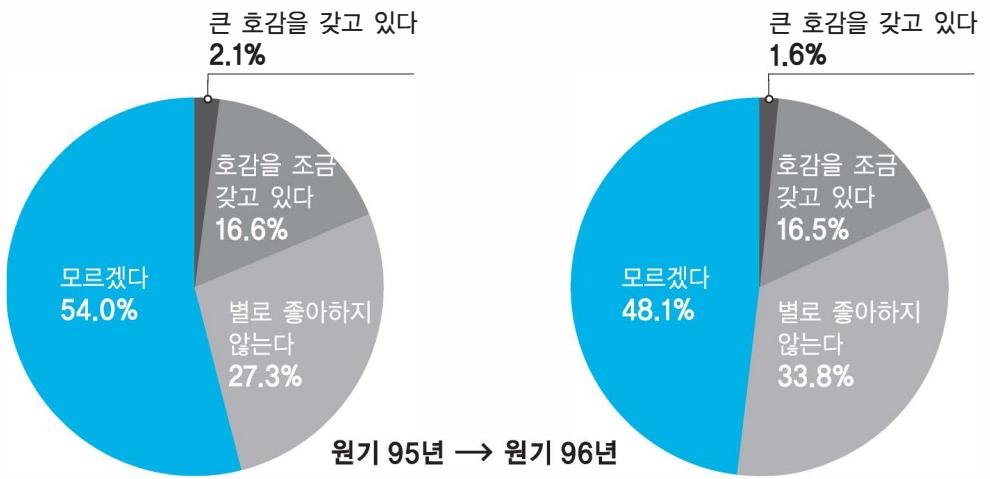


작년과 비교하면 '원불교와 연관되는 대상'에 대한 응답은 거의 유사한 결과를 보이고 있음. 응답자의 반수 정도는 '원불교'를 '원' 불교로서 인식하고 있는데, 이는 일원상 상징이 갖고 있는 시각적 효과와 맞물린 결과로 볼 수 있음. 교리적으로 보면 이러한 대중들의 무지가 답답할 수 있지만 긍정적으로 해석할 여지도 있음. 즉, 불교의 '卍' 자나 기독교의 '十' 와 같이 대중들에게 쉽고 친근한 도상(icon)으로서 'O' 표시를 원불교에서 전유(專有)할 수 있는 가능성은 있음. 그렇다면 일원상을 캐릭터화한 다양한 교회도구를 제작하여 파급력이 높은 어린이 · 청소년에게 보급하는 아이디어도 적극적으로 발굴할 필요가 있을 것임(새미르통신 11호, WWJD 팔찌 사례 참조).

원광대학교 및 부속 의료기관의 사회적 신뢰는 이미 상당한 수준에 올라 있고, 교단과의 관련성도 어느 정도 알려져 있음. 따라서 이 기관들은 특별한 사명감을 갖고 이윤추구를 목적으로 하는 다른 일반 시설에서 찾아볼 수 없는 교립기관만의 차별적 서비스를 대중들에게 제공할 수 있어야 함.

요컨대, 원불교를 상징하는 'O' (일원상)을 아이콘 삼은 종교적 정체성 (RI: religious identity) 구축에 노력해야 하고, 인터넷 등 첨단 미디어를 활용한 새로운 교회 전략을 수립하여 불특정 다수의 대중들에게 원불교적 이미지를 전파하여 원불교에 대한 친근감을 높여야 함.

## 8. ‘원불교’에 대한 호감도



### • 긍정적 이유(총 181명)

불교를 좋아해서 24명, 원불교인에 대한 평가 때문 22명,  
좋은 사회활동을 많이 해서 12명, 편안하고 친근한 분위기 10명,  
참신해서 8명, 교리가 마음에 들어서 6명,  
민족/토속종교이기 때문에 4명, 예전 원불교인/관련 학교 다님 4명,  
원불교 성직자들에 대한 평가 3명 등

### • 부정적 이유(총 273명)

원불교에 대해 잘 알지 못해서 61명, 다른 종교를 갖고 있어서 43명,  
정통성 문제 8명, 사이비 종교 같아서 8명, 불교를 싫어해서 4명,  
원불교 내부 갈등으로 3명, 원불교인에 대한 평가 때문에 2명,  
교리가 마음에 들지 않아서 2명 등.

■ 작년에 비해 원불교에 대한 대중의 호감도는 악화된 것으로 나타남. 원불교에 대해 조금이라도 호감을 갖고 있는 응답자는 18% 수준으로 비슷했지만 ‘모르겠다’의 비율이 줄어들면서 비호감 정서를 갖고 있는 응답자가 27.3%에서 33.8%로 6.5%p나 늘어남. 또한, 여전히 절반 정도는 ‘모르겠다’고 응답해 호불호를 따질 수도 없는 무관심층이 가장 많은 것으로 나타났음.

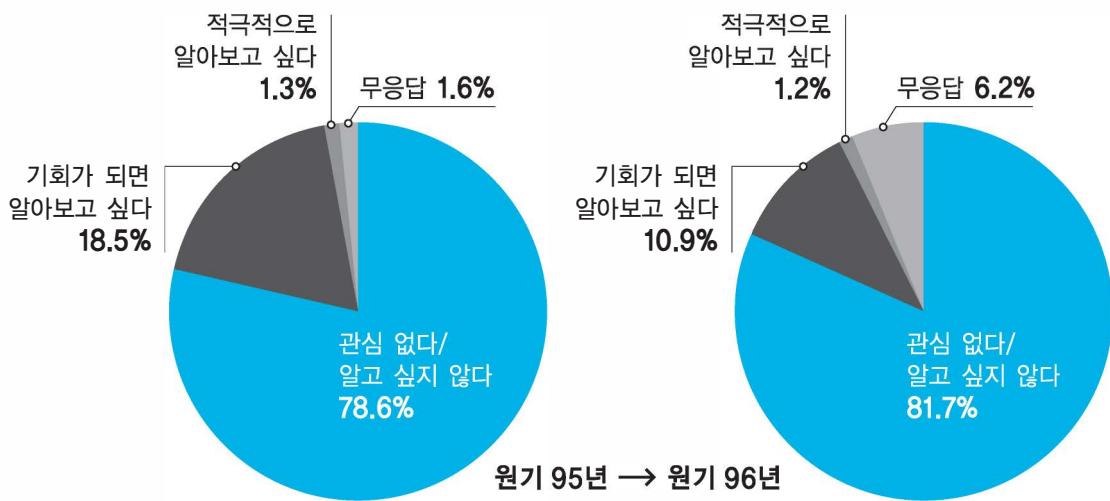
성별로 보면 남성(29.5%)보다는 여성(38.1%)의 비호감도가 높았고, 연령별로는 20대(39.1%)>40대(35.5%)>30대(32.9%)>50대(30.1%)>60대 이상(27.5%)로 대체로 젊은 층의 비호감도가 더 높은 것으로 나타남. 지역별로 보면 대구(46.8%)가 원불교에 대해서 비호감도가 가장 높은 지역으로 나타났으며, 대전(39.1%)>경기(36.9%)>서울(32.3%)>광주(26.8%)>전북(25.0%)>부산(24.8%) 순으로 비호감도가 높았음.

종교별로 보면 개신교(41.8%)>천주교(32.7%)>불교(27.1%) 순으로, 학력별로는 대학교졸(36.8%)>고졸(32.4%)>대학원졸(21.3%) 순으로 비호감도가 높았음. 수입별 집단에서는 99만원 이하와 600만원 이상의 양극단 집단만 20%대 비호감도를 보였고, 나머지 집단에서는 30%대 후반의 비호감도를 보였음.

이러한 결과는 교회 전망에 심각한 문제를 제기하고 있음. 특히, 원불교가 가정에서 종교생활을 주도하는 여성과 교단의 미래와 직결되는 20대에게 10% 남짓한 호감도밖에 얻지 못한다는 사실은 교회현장의 어려움을 여실히 드러내고 있음. 그리고 학력집단 전체의 반수 정도를 차지하는 대학교졸업 집단과 서민·중산층의 비호감도가 높은 현실도 교회에 큰 부담이 됨.

이를 해결하기 위해서는 원불교에 대한 비호감의 원인을 심층적으로 조사연구할 필요가 있음. 하지만 현재의 응답내용을 곰곰이 살펴보면 결국 원불교에 대한 거부감은 ‘원불교에 대한 무지’로부터 나오는 막연한 경계심 때문임을 추측해볼 수 있음. 따라서 호감도를 높이기 위해서는 원불교에 대한 올바른 인식과 친근감을 심어줄 수 있는 적극적인 대 사회 활동방안을 모색해야 함.

## 9. ‘원불교’에 대해 알아볼 의향

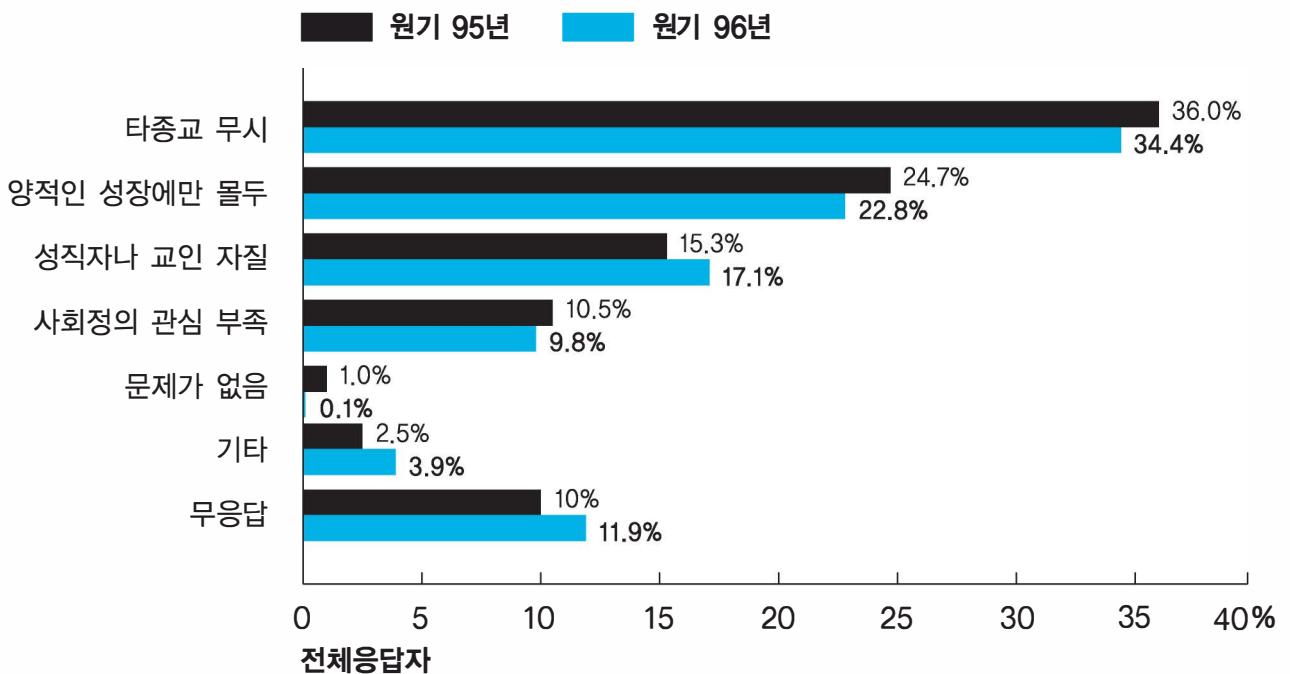


■ 대중들의 원불교에 대한 관심 수준을 알 수 있는 ‘접촉의향’이 12%로 나타남. 접촉의향을 가진 12%를 인구비례로 본다면 420만 명(2005년 총인구조사 기준, 19세 이상 성인 인구수 약 3천5백만 명)이상의 국민들이 원불교와 만나고 싶어한다고 할 수 있음. 우리 교단은 이들을 위해 어떤 준비를 하고 있는지 돌아볼 필요가 있음.

적극적 홍보와 매체 활용으로 대중과의 접점을 확대하고 유인의 통로를 마련해야 함. 또한 대중들이 관심을 가질만한 질 높은 콘텐츠 개발이 선행되어야 함.

사람뿐 아니라 조직도 ‘매력’이 있어야 대중의 관심을 유발시킬 수 있음. 눈앞에 놓인 수많은 선택 속에서 바쁘게 살아가는 대중들에게 우리 교단은 어떻게 소프트파워(soft power)를 발휘할 수 있는지 고민해야 함. 소프트파워란 남이 하기 싫은 일을 억지로 하게 만드는 것이 아니라, 내가 원하는 일을 상대가 똑같이 원하게 만드는 힘을 의미함. 교단이 수많은 대중의 욕구를 수용하여 충족시킬 수 있는 다양한 길을 제시할 수 있다면 그들은 원불교에 매력을 느끼고 스스로 귀의할 것임.

## 10. 한국사회 종교의 가장 큰 문제점



■ 작년과 비교할 때 거의 유사한 응답이 나옴. 대중들이 가장 거부감을 갖는 한국 종교의 행태는 역시 ‘타종교를 무시’ 하는 독선적 모습이었음. 이와 더불어 ‘양적인 성장에만 몰두’ 해 본연의 목적을 상실한 채 부유하고 있는 한국종교의 모습도 심각한 비판의 대상이 되었음.

종교별 응답을 살펴보면, 불교는 ‘타종교 무시(42.4%)’ > ‘양적 성장(24.3%)’ > ‘성직자 자질(11.9%)’ > ‘사회정의(7.9%)’ 순으로 문제점을 지적한 반면, 개신교는 ‘양적 성장(32.3%)’ > ‘타종교 무시(21.7%)’ > ‘성직자 자질(17.9%)’ > ‘사회정의(10.6%)’ 순으로 문제의 심각성을 인식함. 천주교는 ‘타종교 무시(48.6%)’ > ‘양적 성장(15.9%)’ > ‘성직자 자질(14.0%)’ > ‘사회정의(11.2%)’ 순으로 불교와 동일한 입장을 보여 주었음. 무종교인의 경우에는 ‘타종교 무시(37.1%)’ > ‘성직자 자질(19.9%)’ > ‘양적 성장(18.2%)’ > ‘사회정의(9.5%)’ 순으로 문제를 지적해 상대적으로 종교인들보다 성직자의 자질 문제를 중시 여기는 것으로 나타남.

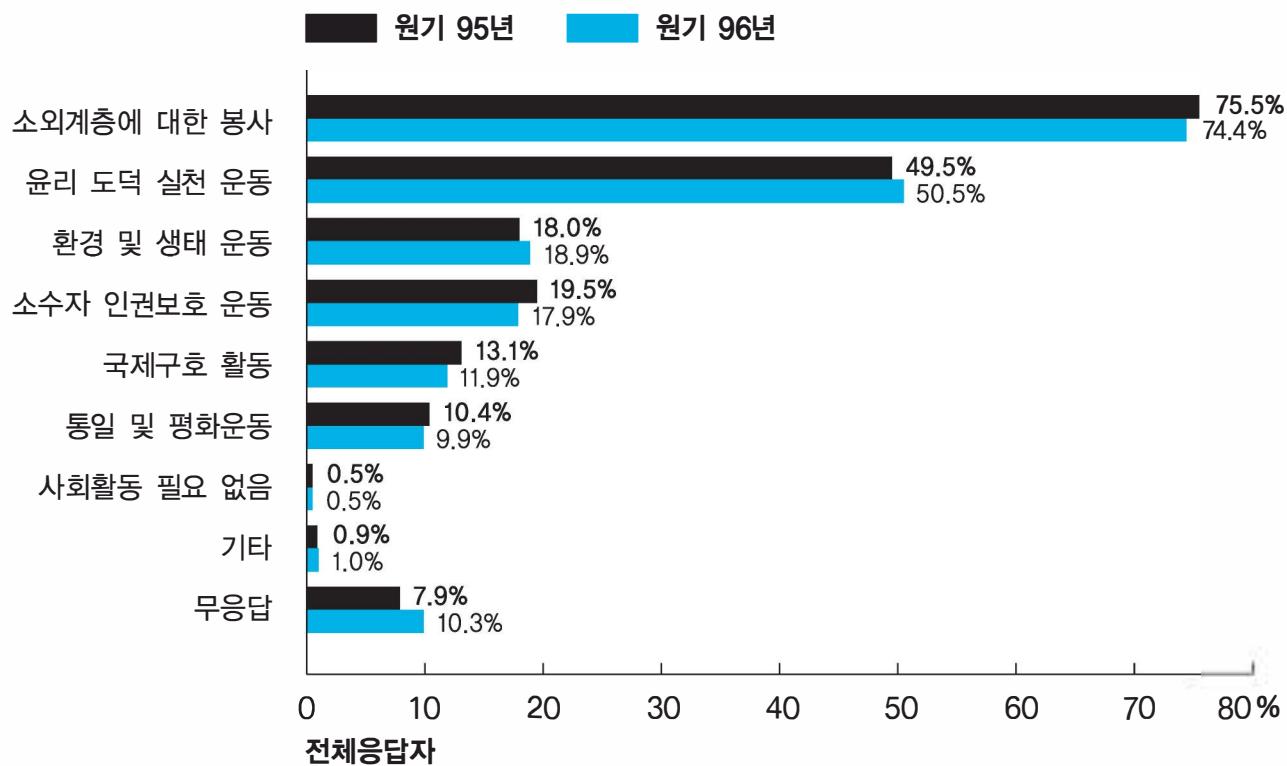
요약하면, ‘타종교 무시’ 항목에 대해서는 배타적 선교방식에 피해를 보고 있는 불교와 천주교 측에서 개신교보다 10%p 이상 응답이 더 나왔음. 반면 개신교는 자신들의 발전 과정에서 나타나고 있는 ‘양적 성장’을 가장 경계하고 있음. 한편, 무종교인들의 경우에는 종교와 종교인에 대한 비판적 성향이 강하기 때문에 종교의 독단적 모습이나 성직자의 자질에 대한 지적을 강하게 하고 있음.

## 11. 한국사회 종교가 가장 관심을 가져야 할 사회활동

### • 1순위 결과(괄호 안은 작년 수치)

소외계층에 대한 봉사 63.0(64.6%), 윤리 도덕 실천 운동 18.1(15.2%), 환경 및 생태 운동 5.7(5.4%),  
소수자 인권보호 운동 3.2(4.5%), 통일 및 평화운동 2.8(3.1%), 국제구호 활동 1.8(2.1%),  
사회활동 필요 없음 0.3(0.3%), 기타 0.4(0.2%), 무응답 4.7(4.6%)

### • 1, 2순위 합산 결과



■ 응답자들은 종교의 사회활동이 순수한 자선의 차원에서 혹은 도덕적 계몽기관으로서의 역할을 수행하는 방식으로 전개되기를 바라고 있음. 이 때문에 ‘소외계층에 대한 봉사(74.4%)’나 ‘윤리 도덕 실천 운동(50.5%)’ 항목에 대한 지지 수준이 매우 높게 나타남. 특히, 사회운동이 갈수록 전문화되어 가고 있기 때문에 종교인에게는 좀 더 보편적인 인도주의를 실천하는 사회참여 방식을 선택해 주길 바라고 있음. 그러나 활동의 종류에 대한 선호는 있어도 종교의 사회참여에 대해서는 90% 이상이 찬성하고 있기 때문에 각 종교의 특성에 걸맞은 사회교화 형태가 모색되어야 함.

## 12. 조사의 함의

- 96년의 조사 결과는 지난 1년 동안 한국사회에서 원불교의 사회적 인지도 및 호감도가 전혀 개선되지 못했다는 사실을 적나라하게 보여주고 있음. 내적인 발전과 외적인 발전은 결코 분리될 수 없는 유기적인 관계를 지니고 있음. 따라서 이 두 가지 과제를 단계적으로 접근해서는 안 됨. 교단적 사업들은 언제나 사회교화를 염두에 두고 기획되어야 하고, 사회교화 프로그램들은 곧 교단 내적인 성숙과 연계될 수 있어야 함.
- 한국사회에서 원불교의 인지도를 높이는 길은 ‘접촉빈도’를 늘리는 것임. 따라서 대중과의 소통에 도움이 될 수 있는 효율적인 미디어를 선정하고 이용할 수 있는 적극적 자세가 필요함. 특히, 수요자 중심의 맞춤형 매체 활용 방안으로서 사이버 공간에 대한 능동적 공략이 절실히. 쌍방향 통신의 장점을 살린 사이버 공간에서의 홍보 및 교육활동이 정상궤도에 오르게 되면 기존의 교화 패러다임은 획기적인 전환점을 맞이하게 될 것임.
- 종교의 호감도는 사회교화의 내용과 직접적인 연관이 있음. 대중들이 원하는 역할을 헌신적으로 그리고 지속적으로 펼칠 때 비로소 교단에 대한 ‘사회적 신뢰’가 쌓일 수 있고, 정체성을 의심 받지 않게 됨. 특히, 대중들이 애매하게 인식하는 불교와의 관계도 이론적 설명이 아니라 사회 속에서의 교법실천을 통해 자연스럽게 변별될 수 있을 것임.
- 이와 같은 맥락에서 종법사님께서 천명하신 원불교 100년 기념성업의 5대지표도 사회교화의 관점으로 조명해 볼 수 있음. 즉, 대중의 시대적 요구를 충족하는 ‘교화대 불공’, 대중의 신뢰와 존경을 이끄는 ‘자신성업봉찬’, 대중의 보편적 가치에 부합하는 ‘세계주세교단건설’, 대중의 고통과 갈등을 감싸 안는 ‘대자비교단’, 대중에게 희망과 평화의 길을 제시하는 ‘보은대불사’의 실천은 결복기 원불교의 존재가치를 만방에 드러내는 계기가 될 것임.



원불교 정책연구소

tel 063-850-3382 fax 063-850-3383

570-754 전북 익산시 신용동 344-2 원불교 종암총부