

새미르

2014 Vol. 28

행복발전소
원불교정책연구소
원기 99년 08월

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 ‘월말통신’에서 모셔왔습니다.

외부환경에 대한 민감성은 진화의 조건 | 원불교정책연구소 환경분석분과에서는 출가교역자의 사회흐름과 교단 파악에 도움을 드리고자 ‘새미르통신’을 발행합니다. 본지는 시대정신을 반영하는 중범위의 시사적 주제들로 구성되며, 교화단보와 함께 배포될 예정입니다. 궁금하신 내용이나 건의사항이 있으신 분들은 연구소로 알려 주시기 바랍니다.

새미르통신 28호
요약보고서

조사배경 및 목적

배경

정책연구소는 원기95년과 96년 그리고 97년에 이어 “제4차 원불교 사회여론조사”를 실시하였습니다. 조사는 1차 조사를 시작한 이후 동일한 조건하에서 진행하였습니다.

매년 조사를 실시하는 목적은 원기100주년을 앞두고 한국 사회에서의 원불교 위상에 대한 점검과 원불교 인식 및 호감도를 객관적으로 평가함으로써 교화정책수립의 방향 설정과 교화 · 교육 · 복지활동에 도움을 주기 위해서입니다. 비록 매년 뚜렷한 변화가 나타나지는 않았지만 원불교에 대한 인식의 변화와 그 추세를 장기적인 관점에서 바라 볼 수 있을 것입니다.

사회의 인식은 교세의 성장과 밀접한 관련을 가집니다. 이번 ‘4차 원불교 사회여론조사’를 통해서도 원기 100년을 맞아 교화대불공의 성업을 성취하기 위해 보다 적극적인 사회교화 정책과 다각적인 홍보 정책이 필요함을 확인할 수 있었습니다. 이에 호감도, 접촉의향, 문제점 등을 분석하는데 있어 교구별 수치를 구분에 분석함으로써 각 교구별 홍보전략의 방향을 모색하는데 유용한 조사가 되고자 했습니다.

특히 이번 조사에서 원불교인들이 관심 있게 보아야 할 사항은 한국사회 종교의 가장 큰 문제는 무엇인가 라는 질문에 대한 응답 결과입니다. 그 응답자들은 ‘성직자나 교인의 자질’, ‘양적인 성장에만 몰두’, 하는 것이 한국 종교의 가장 큰 문제라고 지적하였습니다. 또한 종교가 한국사회에서 가져야할 사회활동은 무엇인가 라는 질문에는 여전히 ‘소외계층에 대한 봉사’가 가장 중요하다고 응답하였습니다.

아무쪼록 이번 조사들이 정책입안자와 모든 원불교 구성원에게 의미 있는 동기부여가 되어 실질적인 교단 발전에 도움이 되길 기대해 봅니다.

*〈새미르통신〉28호는 요약보고서입니다. 보다 상세한 분석자료를 담은 정식 보고서를 참고하시기 바랍니다.

I 조사 개요

01. 조사명 | “원기 99년 원불교 사회여론조사 - 인지도, 이미지, 호감도”

02. 조사주체 및 예산지원 | 조사주체 : 원불교정책연구소, 예산지원 : 원불교100년기념성협회

03. 실시기관 | (주) 한국 리서치 전화조신팀

04. 조사대상 | 만 19세 이상 성인 남녀(전화조사 방식의 한계로 청소년 조사는 유보)

05. 조사기간 | 원기 99년 6월 9일 ~ 12일 까지(4일간)

06. 실시지역 | 전국 : 7개 권역(서울, 부산, 대구, 광주, 대전, 경기, 전북)

07. 조사방법 | 구조화된 질문지를 이용한 전화 면접 조사 방식(전문업체 조사원 활용)

08. 표본추출 | 성 / 연령 / 지역별 인구수 비례할당 후 무작위추출

09. 표본 수와 표본 오차 | 유효표본 1000명, 표본오차는 95%, 신뢰수준에 $\pm 3.1\%$

10. 조사내용 |
① 한국사회의 선호 종교(+선호이유)
② 한국사회의 원불교 인지도 수준(+인지경로)
③ 한국사회의 원불교 이미지 인식(+느낌 / 대상)
④ 한국사회의 원불교 호감도 수준(+접촉의향)
⑤ 한국사회의 종교에 대한 요구(+사회활동)

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

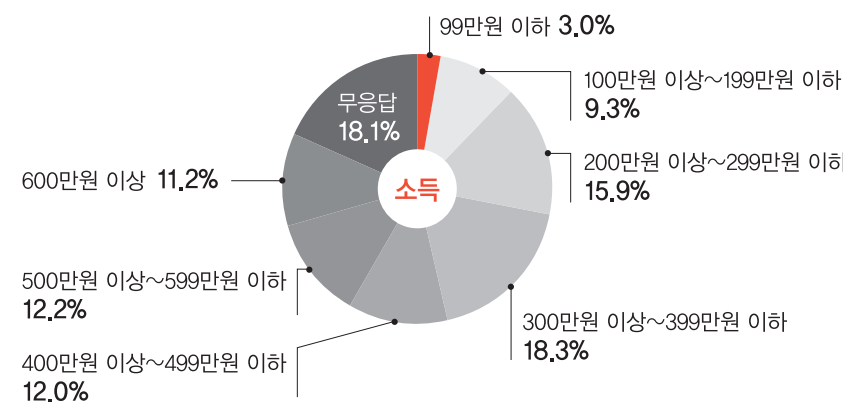
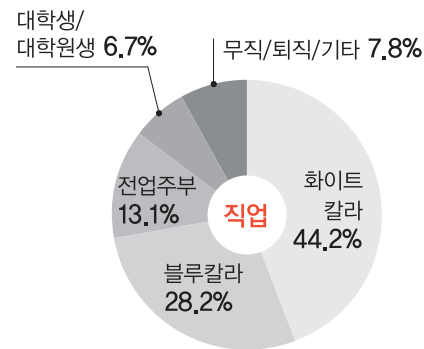
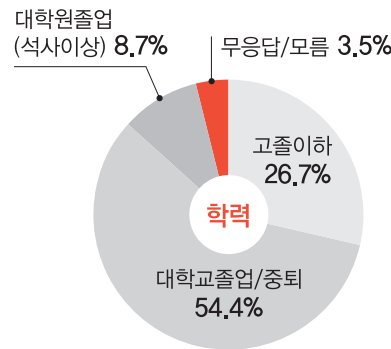
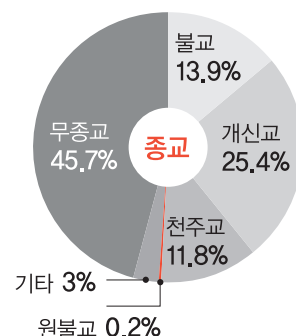
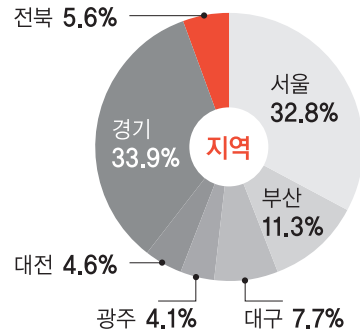
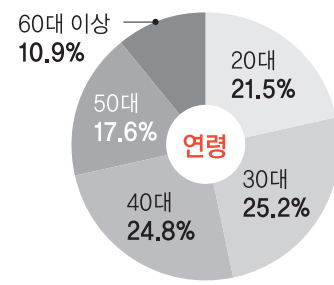
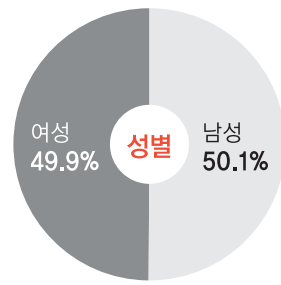
II 조사 결과

01. 인구 사회학적 특성

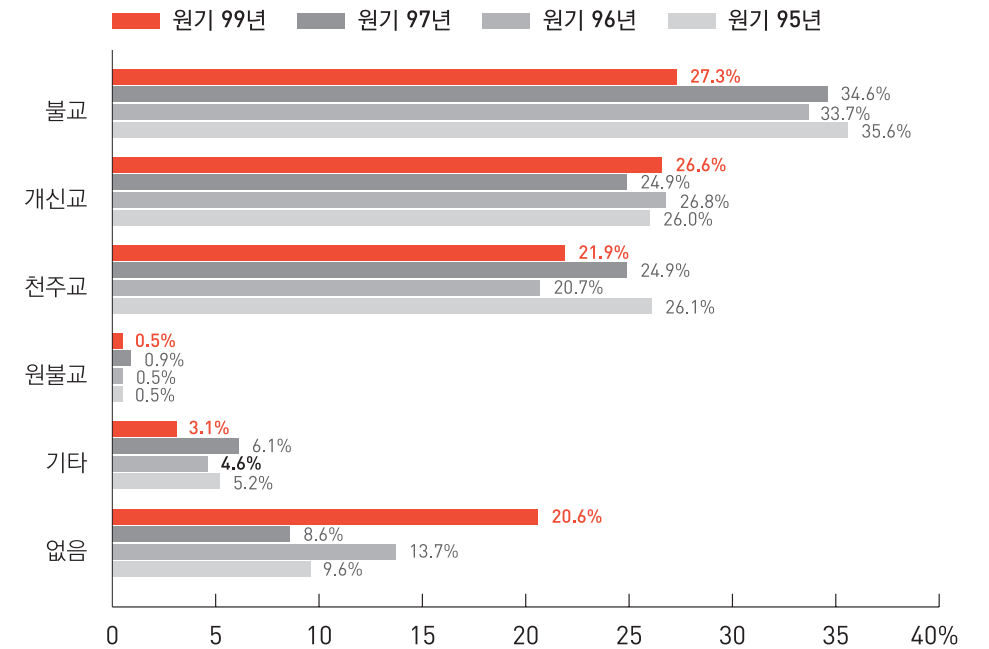
성별 · 연령 · 지역별 응답자 수는 비교를 용이하게 하기 위해 첫 조사와 동일하게 할당하였음. 조사 결과 응답자의 종교 비율은 불교 신자가 19.3%에서 13.9%로 다소 줄었고, 그 외 개신교, 원불교 줄었고, 천주교, 기타, 무종교는 소폭 늘었으나 통계적으로 거의 의미가 없는 수준으로 표집되었음.

그밖에 직업에서 화이트 칼라가 26.2%에서 44.2%로 18%p로 늘었고, 주부가 26.0%에서 13.1%로 12.9%p로 감소하였음. 학력은 고졸이하는 30.7%에서 26.7%로 줄어든 반면, 대학교 졸업은 44.9%에서 54.4%로 9.5%p로 늘었음.

소득 범주에서 99만원 이하와 200만원 이상 299만원 이하는 각각 4.1%, 2.1% 줄었으며 그 외는 소폭의 변동이 있었음.



02. 가장 호감을 가지고 있는 종교



■ 전체적으로는 불교가 7.3% 감소하고 천주교가 3% 가량 감소했음. ‘없음’ 응답자가 12% 가량 늘어났음. 원불교는 95년 96년 조사때 0.5%에서 97년에 0.9%로 조금 늘어나다 다시 0.5%로 감소하였음.

■ 자신 종교에 대한 호감도를 보면, 불교(91.4%)>천주교(89.8%)>개신교(89.4%) 순으로 나타나 작년과 마찬가지로 개신교가 자기 종교에 대해 거부감을 느끼는 신자가 가장 많은 것으로 나타남. 한편, 무종교인은 불교(28.7%)>천주교(19.5%)>개신교(7.9%) 순의 호감도를 보여주어 작년과 순위 변동은 없지만 불교의 호감도가 7.3% 정도 하락했음. 원불교는 표집 규모가 작아 통계적 의미를 찾긴 힘들지만 원불교 신자 2명 모두와 무종교 3인이 원불교를 가장 호감이 가는 종교로 선택했음.

■ 연령대별로 호감도 순위를 보면

20대 : 불교(28.8%) > 개신교(24.7%) > 천주교(16.7%) > 원불교(0.9%)
30대 : 불교(23.8%) > 개신교(24.6%) > 천주교(22.6%) > 원불교(0%)
40대 : 개신교(29.8%) > 불교(26.6%) > 천주교(22.6%) > 원불교(0%)
50대 : 불교(30.7%) > 개신교(26.1%) > 천주교(25.0%) > 원불교(0.6%)
60대 : 불교, 개신교(28.4%) > 천주교(23.9%) > 원불교(1.8%)

대부분의 연령대에서 불교가 1순위였고, 40대만 개신교가 1순위였음. 원불교는 30대와 40대에서 호감도 0%임을 감안할 때 이유를 분석해 볼 필요가 있음.

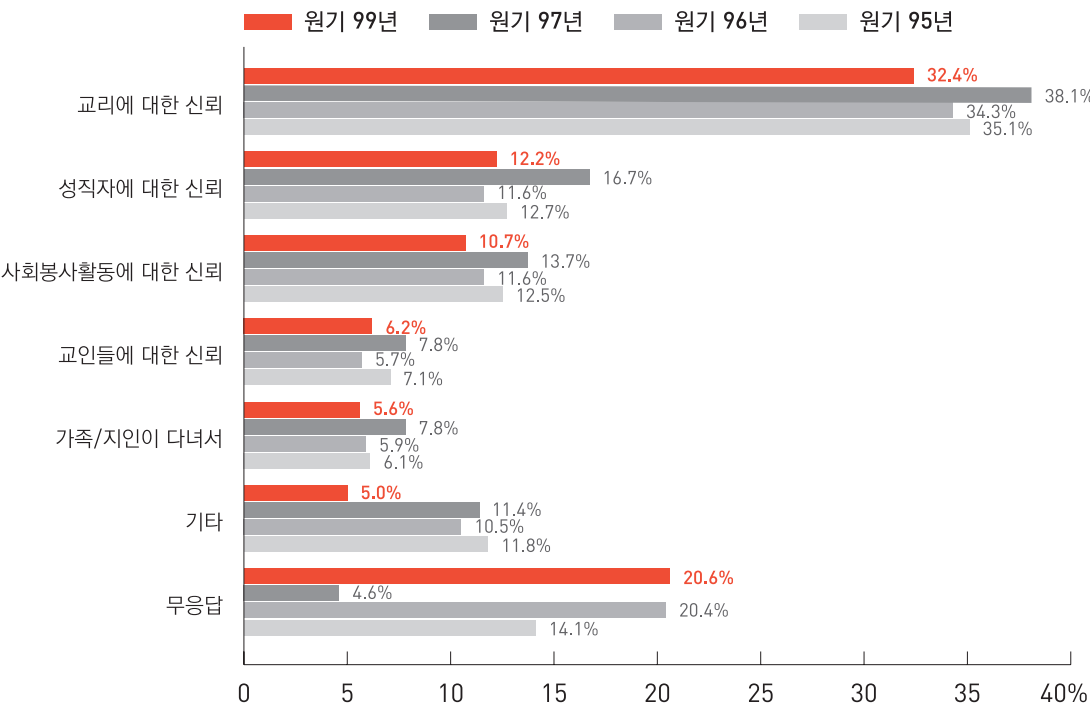
■ 지역별 호감도 1순위를 살펴보면 다음과 같다.

서울 : 개신교(29.0%) > 천주교(27.1%) > 불교(20.1%) > 원불교(0.3%)
부산 : 불교(48.7%) > 개신교(23.0%) > 천주교(8.8%) > 원불교(0%)
대구 : 불교(36.4%) > 개신교(19.5%) > 천주교(15.6%) > 원불교(0%)
광주 : 불교(34.1%) > 개신교, 천주교(12.2%) > 원불교(0%)
경기 : 개신교(30.1%) > 천주교(24.2%) > 불교(23.9%) > 원불교(0%)
대전 : 불교(43.5%) > 천주교(19.6%) > 개신교(10.9%) > 원불교(2.2%)
전북 : 개신교(32.1%) > 천주교(21.14%) > 불교(16.1%) > 원불교(5.4%)

지역별로 불교가 1순위가 4곳(부산, 대구, 광주, 대전)이고, 개신교가 1순위인 곳은 3곳(서울, 경기, 전북)으로 나타났으며, 원불교는 전북이 가장 많고 0%도 4곳(부산, 대구, 광주, 경기)임. 현 지역별 교세를 감안하여 지역별 교세를 다시 점검해 볼 필요가 있음.

■ 종교인별로 원불교에 대한 호감도를 살펴보면 원불교 2명만이 가장 호감있는 종교로 선택했을 뿐 무종교나 타종교는 0%로 나타났음. 원기 100년을 1년 앞두고 다시 고심해 봐야 함.

03. (2번 답변에 대해) 호감을 갖는 이유



■ 전체적인 추세는 지난 조사와 유사함.

■ 이를 종교별로 분석하면,

불교신자 : 교리(48.6%) > 교인(9.4%) >

가족 / 지인(8.7%) > 사회봉사(7.2%) >

성직자(5.8%)

개신교신자 : 교리(60.9%) >

사회봉사(15.6%) > 성직자(6.6%) >

가족 / 지인(5.3%) > 교인(2.9%)

천주교신자 : 성직자(36.2%) >

교리(32.8%) > 사회봉사(12.1%) >

교인(6.9%) > 가족 / 지인(5.2%)

원불교신자 : 교리에 대한 신뢰(100%)

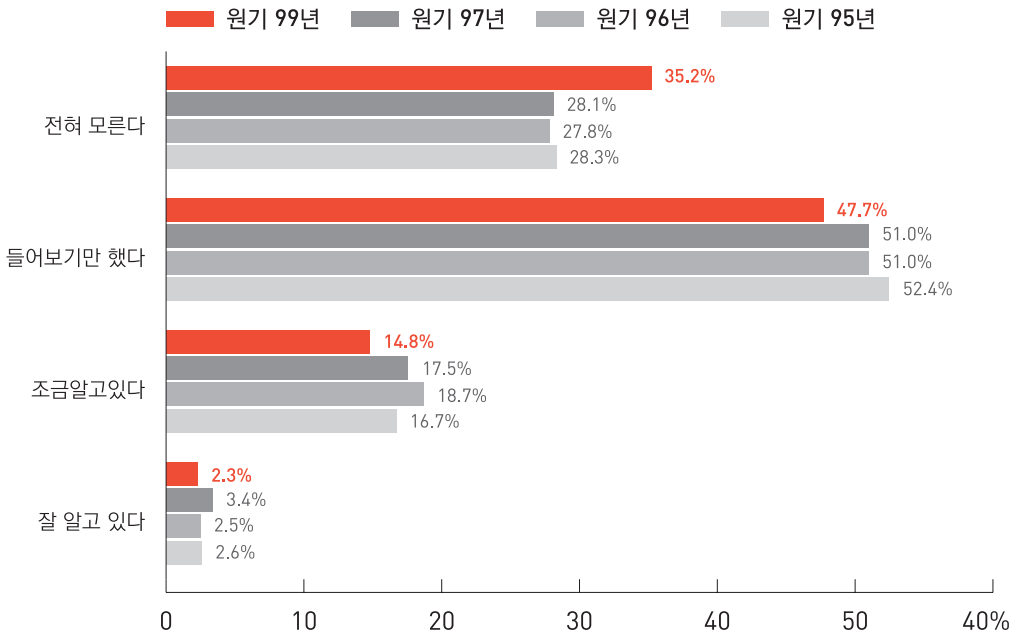
무종교인 : 교리(22.3%) > 성직자(19.3%) > 사회봉사(15.3%) > 교인(12.0%) >

가족 / 지인(8.4%)

지난 번 조사와 비교해 보면, 불교는 성직자의 신뢰가 지난 97년에 12.6%에서 5.8%로 감소하여 6.8%가 낮아졌음을 상기해야 함. 개신교과 천주교는 비슷한 추세를 보이고 있음. 원불교는 지난번 조사에서 교리, 교인, 사회봉사신뢰로 조사되었던 것이 교리로만 한정되었음. 무종교도 지난 번 조사와 추세는 비슷함. 무종교인은 여전히 교리와 성직자에 대한 호감을 주는 이유임.

전체적으로 교리에 대한 호감이 높고, 천주교만 성직자에 대한 호감이 높음. 다만, 불교와 개신교가 지난 조사와 달리 성직자에 대한 호감도가 많이 낮아졌음을 상기해 봐야 함.

04. ‘원불교’에 대한 인지도



■ 지난번 조사에 비해 원불교에 대한 인지도(들어보기만 했다, 조금 알고 있다, 잘 알고 있다)가 7.1%가량 떨어졌음. 또한 들어보기만 했다는 것과 조금 알고 있다 항목도 3.7%p, 3.7%가량 떨어졌음. 전혀 모른다도 지난 3번의 조사때 28%가량에서 이번에는 35.2%로 다소 증가해 갔음 볼 때 전체적으로 원불교에 대한 인지도가 낮아진 것으로 판단해 볼 수 있음.

원불교에 대해 ‘들어보기만 했다’고 응답한 47.7%의 대중을 표적으로 한 적극적 교화활동이 필요함. 민족종교로서의 이미지와 건전한 대안종교로서의 이미지를 결합시킬 수 있는 교단적 차원의 복합적 홍보방안이 마련되어야 함.

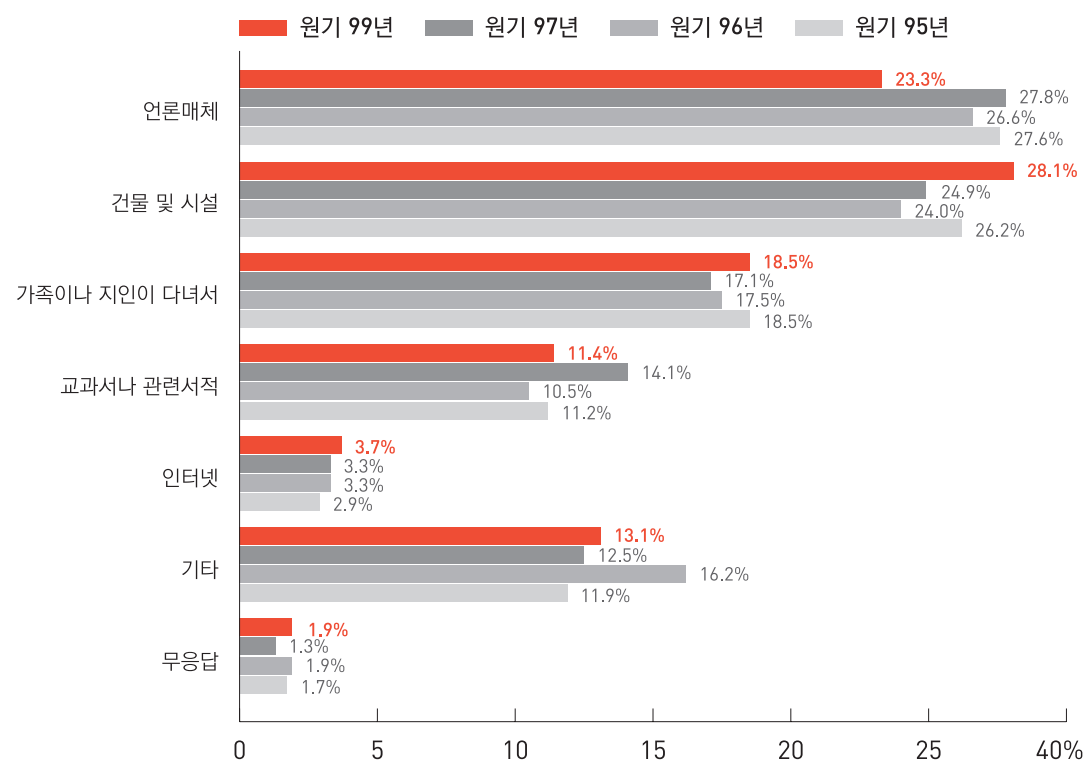
■ 원불교를 전혀 들어보지 못한 응답이 전년도에 비해 증가하였는데 **성별로는 여성(38.9%)**이 남성(31.5%)보다 원불교를 전혀 모른다고 응답했으며, 반면에 원불교에 대해 “안다”(조금 알고 있다 + 잘 알고 있다)는 남성(20.0%)이 여성(14.2%)에 비해 인지 정도가 높았음.

■ 원불교를 전혀 들어보지 못한 응답은 연령대별로 60대(42.2%) > 50대(39.2%) > 20대(36.7%) > 40대(31.9%) > 30대(31.3%)로 나타났으며, 반면에 원불교를 잘 안다고 응답한 경우는 60대(7.3%), 20대(0.9%)로 조사되었음.

■ 원불교를 전혀 들어보지 못한 응답은 직업별로 무직·기타(47.4%) > 주부(37.4%) > 학생(34.3%) > 화이트칼라(33.9%) > 블루칼라(33.0%)순으로 조사되었음.

■ 원불교를 전혀 들어보지 못한 응답은 지역별로 대구(41.6%) > 경기(39.2%) > 부산(38.1%) > 서울(33.2%) > 대전(32.6%) > 광주(22.0%) > 전북(19.6%)로 나타났음. 기관이나 교당이 전북지역에 편중되어 있는 것을 감안한다면 이러한 결과는 당연한 것이라고 할 수 있음. 원기96년부터 교구자치화가 실행됨에 따라 지역별 인지도와 호감도 결과를 참고해 각 교구별로 교화와 홍보에 대한 정책 마련을 해 나가야 할 것임. 우리나라 인구의 대부분이 살고 있는 서울과 경기 지역의 교화가 살아나기 위해서는 수도권을 중심으로 원불교 인지도를 개선할 수 있는 홍보 전략이 필요함.

05. ‘원불교’ 인지 경로



■ 원불교를 접하게 된 경로의 순위는 **건물 및 시설(28.1%) > 언론매체(23.3%) > 가족이나 지인이 다녀서(18.5%) > 교과서나 관련서적(11.4%) > 기타(13.1%) > 무응답(1.9%)**순으로 나타났음. 전체적으로 건물이나 시설이미지와 언론매체가 큰 영향을 알 수 있음.

또한, 지난번 조사와 비교해 볼 때, 원기 97년 조사 때 ‘언론매체’가 높았다가 이번에는 ‘건물 및 시설’로 바뀔음을 알 수 있음. 언론매체에서 원불교가 다뤄짐이 줄어든 것인지, 건물 및 시설의 통일성을 높여서 인지도가 바뀌었는지를 면밀히 살펴봐서 홍보에 더욱 공략하면 좋을 듯 함.

■ **연령별**로 살펴보면,

20대 : 건물 및 시설(25.0%) > 교과서 및 서적(23.5%) > 언론매체(19.1%)

30대 : 건물 및 시설(37.6%) > 언론매체(27.7%) > 가족이나지인(10.4%)

40대 : 건물 및 시설(25.4%) > 언론매체(23.7%) > 가족이나지인(23.1%)

50대 : 가족이나지인(26.2%) > 건물 및 시설, 언론매체(24.3%)

60대 : 가족이나지인(30.2%) > 건물 및 시설(22.2%) > 언론매체(17.5%)

전체적으로 볼 때 ‘건물 및 시설’과 ‘언론매체’를 통해서 인식하게 되는데, 연령대별로 보면, 20대는 ‘교과서 및 서적’이 높았으며, 50대와 60대는 ‘가족이나 지인’을 통해서 인지함을 알 수 있음. 연령대별 교화정책을 펼 때 잘 참고하면 좋을 듯 함.

■ **지역별**로 살펴보면,

서울 : 건물 및 시설(27.9%) > 언론매체(24.7%) > 가족이나지인(14.6%)

부산 : 건물 및 시설(28.6%) > 언론매체(24.3%) > 가족이나지인(20.2%)

대구 : 언론매체(33.3%) > 건물 및 시설(22.2%) > 가족이나지인(17.8%)

광주 : 건물 및 시설(31.3%) > 가족이나지인(25.0%) > 언론매체(15.6%)

대전 : 가족이나지인(25.8%) > 건물 및 시설, 언론매체(16.1%)

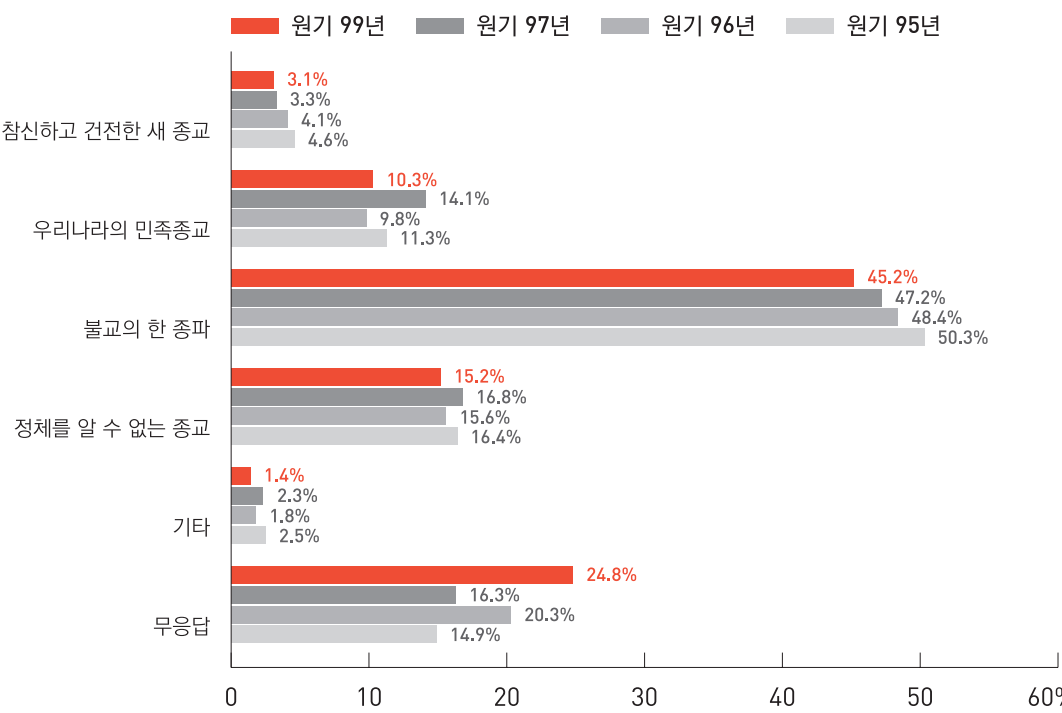
경기 : 건물 및 시설(32.0%) > 언론매체(25.2%) > 가족이나지인(16.5%)

전북 : 가족이나지인(35.6%) > 건물 및 시설(22.2%) > 언론매체(6.7%)

지역별로 분석시 대구는 언론매체, 대전과 전북은 가족이나 지인이 높았으며, 그 외는 건물 및 시설로 나타났음. 전북은 원음방송이 일찍부터 시작했음에도 불구하고 낮은 경로였음.

■ 인터넷을 통한 홍보 전략도 집중적으로 할 필요가 있음. 인터넷 홍보를 최근 활발하게 진행되고 있으나, 아직 인지경로는 3.7%밖에 없어서 어떻게 하면 국민들에게 인터넷을 통한 교화가 활성화 될지 고려해야 할 듯 함.

06. ‘원불교’ 하면 먼저 떠오르는 느낌

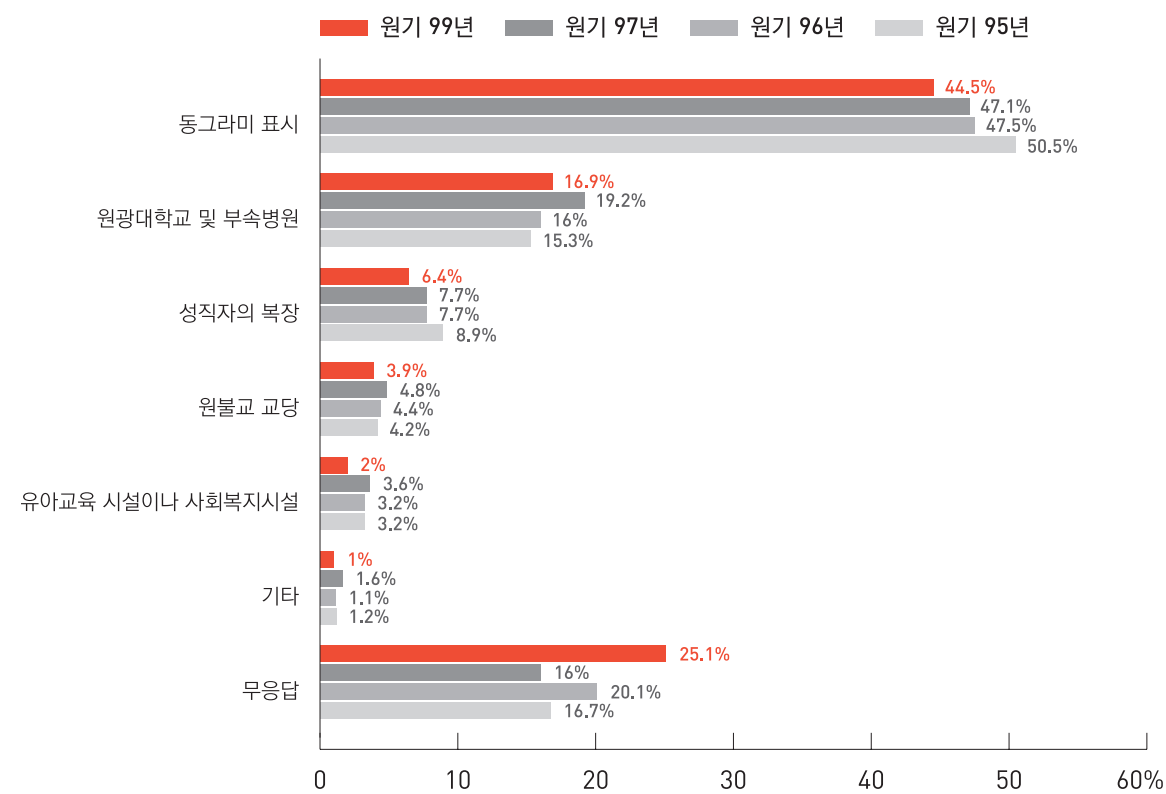


■ 원불교에 대한 한국사회 일반 대중들의 느낌 역시 ‘무응답’이 8.5%p 가량 증가했음. 여전히 ‘**불교의 한 종파(45.2%)**’로 보는 입장이 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 비추어 볼 때 아직 원불교의 정체성이 제대로 뿌리내리지 못한 것으로 파악됨. 더불어 ‘정체를 알 수 없는 종교’와 사실상 이 항목과 유사한 태도를 보여주는 ‘무응답’ 비율이 각각 15.2%와 24.8%로 나타나, 원불교에 대한 **무지에서 오는 거부감**도 상당 부분 존재하고 있는 것으로 분석됨.

종교별 응답을 살펴보면, **개신교인**이 ‘불교종파’ (48.4%), ‘정체불명’ (16.9%), ‘민족종교(4.7%)’로 원불교에 대한 이해가 가장 낮았고, **천주교인**은 ‘불교종파’ (39.0%), ‘민족종교’ (18.6%), ‘정체불명’ (16.1), ‘새 종교’ (4.2%) , 그리고 **불교인**은 ‘불교종파’ (51.8%), ‘민족종교’ · ‘정체불명’ (11.5%), ‘새종교(3.6%)’ 순으로 나타남. **원불교인**의 입장은 ‘새종교’ (50%), ‘민족종교’ (50%)로 나타났으며, **무종교인**의 입장은 ‘불교종파’ (42.9%), ‘정체불명’ (16.0%), ‘민족종교’ (10.3%), ‘새종교’ (3.5%) 로 다른 종교인들과의 인지도와 크게 다르지 않았음.

지역적으로 보았을 때 주목할 만한 사항은, 원불교 교세가 가장 강한 **전북 지역**에서조차 ‘불교종파’ (44.6%), ‘정체불명’ (16.1%), ‘민족종교’ (14.3%), ‘모름 / 무응답’ (14.3%), ‘새종교’ (8.9%)로 나타남. 전북 지역의 교화 인프라를 활용한 적극적 교화정책이 시급함. 전체적으로 원불교적 정체성을 적극적으로 알릴 필요가 있음.

07. ‘원불교’ 하면 먼저 떠오르는 대상



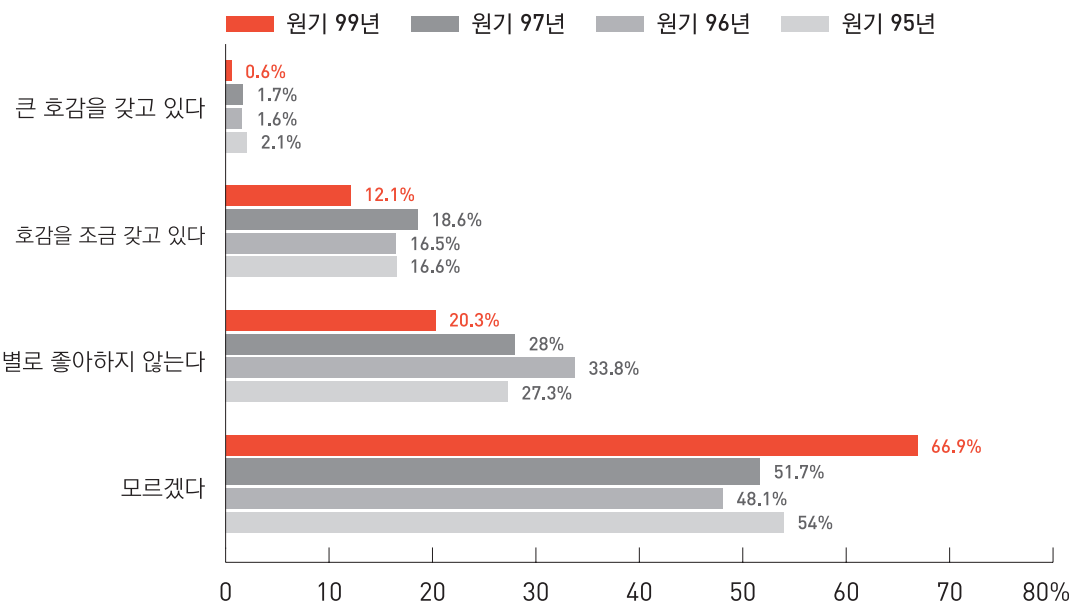
■ 매 조사 때와 비슷하게 ‘원불교와 연관되는 대상’에 대한 응답은 ‘원불교’를 ‘원’ 불교로서 인식하고 있는데, 이는 일원상 상징이 갖고 있는 시각적 효과와 맞물린 결과로 볼 수 있음.

교리적으로 보면 이러한 대중들의 무지가 답답할 수 있지만 긍정적으로 해석할 여지도 있음. 즉, 불교의 ‘卍’ 자나 기독교의 ‘✝’와 같이 대중들에게 쉽고 친근한 도상(icon)으로서 ‘ㅇ’ 표시를 원불교에서 전유(專有)할 수 있는 가능성이 있음. 그렇다면 일원상을 개략터화한 다양한 교화도구를 제작하여 파급할 필요성이 매우 큼.

■ 원광대학교 및 부속 의료기관의 매회 조사 때 마다 증가하고 있어 사회적 신뢰는 이미 상당한 수준에 올라 있다고 볼 수 있음. 또한 이는 원광대학교 및 부속 의료기관이 교단과의 관련성도 어느 정도 알려져 있다고 추측해 볼 수 있음. 따라서 이 기관들은 특별한 사명감을 갖고 이윤추구를 목적으로 하는 다른 일반 시설에서 찾아볼 수 없는 **교립기관만의 차별적 서비스**를 대중들에게 제공할 수 있어야 함.

■ 위에서 인지경로에서 ‘건물이나 시설’과 ‘언론매체’와 맞물려서 “원광”이라는 브랜드를 잘 살려야 함을 알 수 있음. 원광대학교, 원광의료원, 원광한의원, 원광00복지센터 등을 통한 인지경로와 인식대상임은 원불교 브랜드로 키워야 함을 알 수 있고, 또한 타인이 사용할 수 없도록 상표등록 등으로 보호해야 할 필요함.

08. ‘원불교’에 대한 호감도



긍정적 이유(총 128명)

특별한 이유 없음 31명, 교리가 마음에 들어서 17명, 사회적 문제가 없어서 14명, 좋은 일 / 사회활동을 많이해서 12명, 가족 / 지인이 믿는 종로라 11명, 편안하고 친근한 분위기 9명, 예전 원불교인 / 관련 학교 다님 8명, 원불교 신자 좋은 평가 8명, 불교를 좋아해서 6명, 참신해서 4명, 언론에 좋은 이미지가 비춰짐 3명, 천주교와 비슷한 부분 2명, 타종교와 융화 / 원불교 성직자 평가 / 우리나라 민속종교 1명

부정적 이유(총 203명)

특별히 관심 없음 95명, 다른 종교를 갖고 있어서 33명, 원불교에 대해 잘 알지 못해서 31명, 이단 종교 15명, 사이비종교 같아서 7명, 교리가 마음에 들지 않아서 5명, 강압적인 느낌 5명, TV언론에서 부정적으로 비춰짐 4명, 신도와 성직자에 대한 불신 3명, 상업적이어서 3명, 불교가 싫어서 2명

■ 지난 3번의 조사에 비해 원불교에 대한 대중의 호감도는 **낮아진 것으로** 나타남. 원불교에 대해 조금이라도 호감을 갖고 있는 응답자는 12.7% 수준으로 지난 번 조사 20.3%비해 낮아졌으나, ‘**별로 좋아하지 않는다**’는 28.0%에서 20.3%로 **낮아져서** 비호감 정서는 개선되고 있는 반면 ‘**모르겠다**’의 비율이 51.7%에서 66.9%로 **대폭 늘어남**을 알 수 있음. 즉, 무관심 층은 높아지고, 비호감 층과 호감 층이 낮아지고 있음을 알 수 있음.

■ **성별**로 보면 남성(18.2%)보다는 **여성(22.4%)의 비호감도**가 높음.

■ **연령별**로는 보면 40대(22.2%) > 50대(21.6%) > 30대(21.4%) > 60대 이상(20.2%) > 20대(15.8%) >로 대체로 중년층의 비호감도가 더 높은 것으로 나타남.

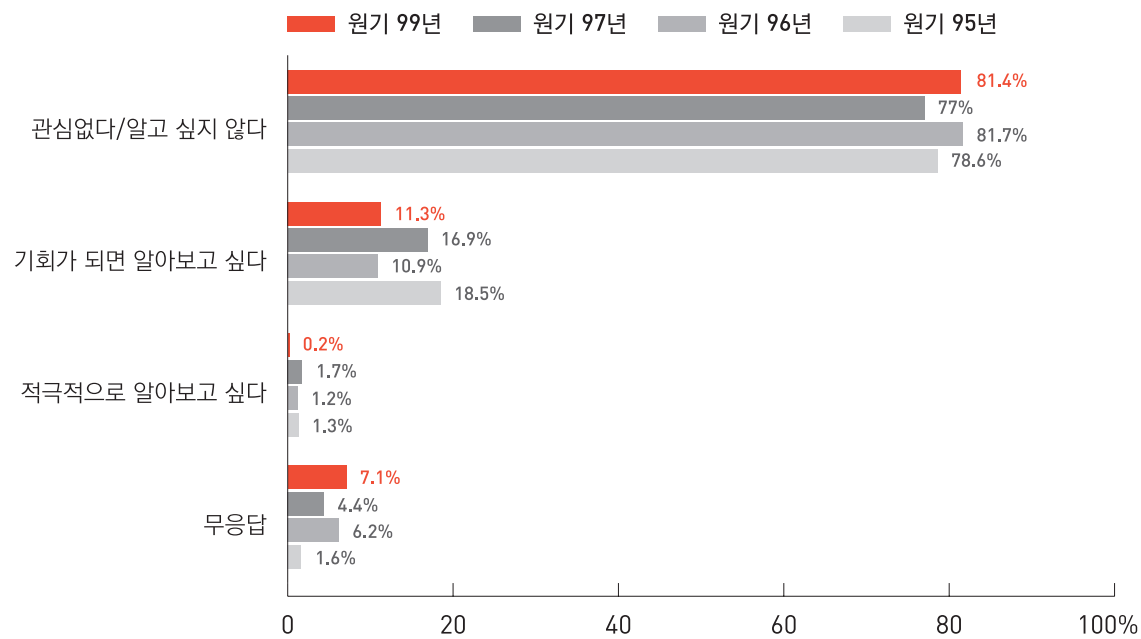
■ **지역별**로 보면 전북(23.2%)이 원불교에 대해서 비호감도가 가장 높은 지역으로 나타났으며, 서울(21.6%) > 경기(19.8%) > 부산(19.5%) · 대구(19.5%) > 대전(17.4%) > 광주(17.1%) 순으로 비호감도가 높았음.

■ **종교별**로 보면 개신교(33.5%) > 천주교(21.2%) > 불교(17.3%) 순이며,

■ **학력별**로는 대학원졸(23.0%) > 대학교졸(21.7%) > 고졸이하(16.1%) 순으로 비 호감도가 높았음.

■ **수입별** 집단에서는 400만원대(23.3%) > 500만원대(22.1%) > 100만원대(20.4%) > 300만원대(19.7%) > 600만원이상(17.9%) > 200만원대(17.0%) 순으로 나타났음.

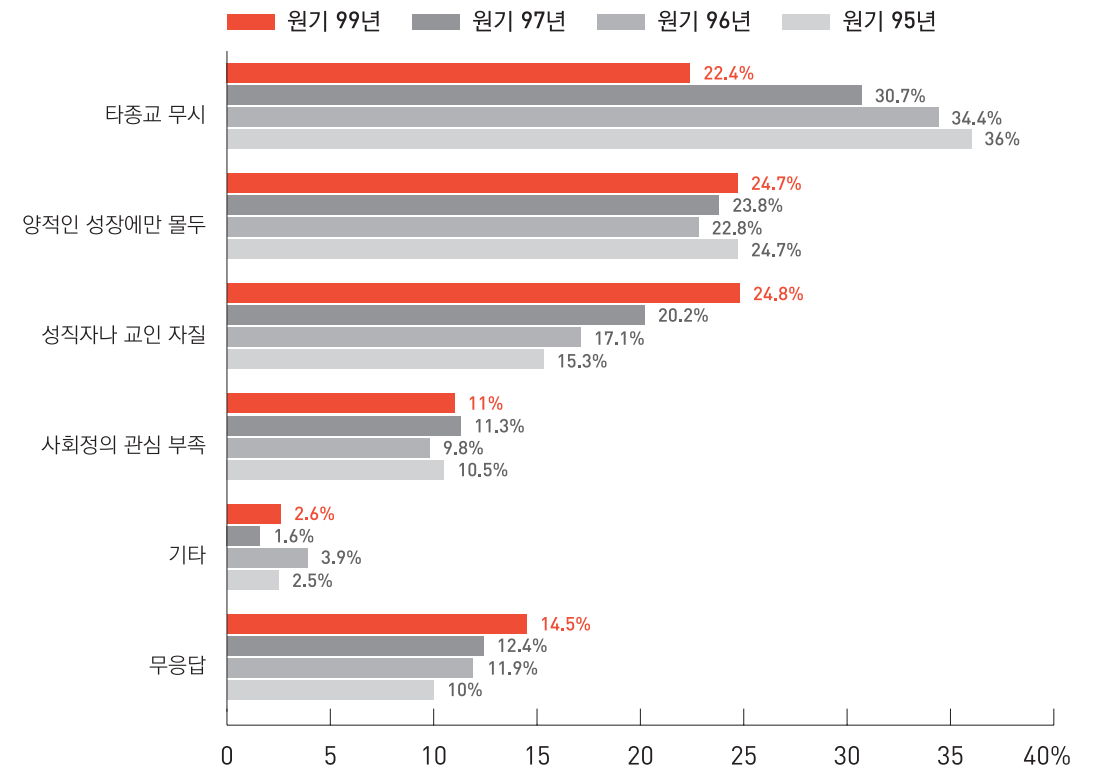
09. ‘원불교’에 대해 알아볼 의향



■ 대중들의 원불교에 대한 관심 수준을 알 수 있는 ‘접촉의향’이 11.3%로 나타남. 접촉의향을 가진 11.5%를 인구비례로 본다면 403만 명(2005년 총인구조사 기준, 19세 이상 성인 인구수 약 3천5백만 명)이상의 국민들이 원불교와 만나고 싶어 하는 것으로 볼 수 있음.

이는 이번까지 4회 조사에서 계속적으로 매우 비슷한 결과를 보이고 있음. 이런 조사를 토대로 11.5%를 어떻게 하면 지속적 관심으로 유도하여 교화 할 수 있을지 연마가 필요함.

10. 한국사회 종교의 가장 큰 문제점



■ ‘성직자나 교인의 자질’ 24.8%, ‘양적인 성장에만 몰두’ 24.7%, ‘타종교 무시’ 22.4%로 비슷하게 나타났으며, 이는 지난 97년 조사 때 ‘타종교무시’ (30.7%), ‘양적인 성장에만 몰두’ (23.8%), ‘성직자나 교인의 자질’ (20.2%) 순으로 나온 것에 비하여 많은 변화를 보임. 이는 ‘타종교 무시’는 낮아진 반면, ‘양적인 성장에만 몰두’와 ‘성직자나 교인 자질’은 높아지고 있는 추세를 보임.

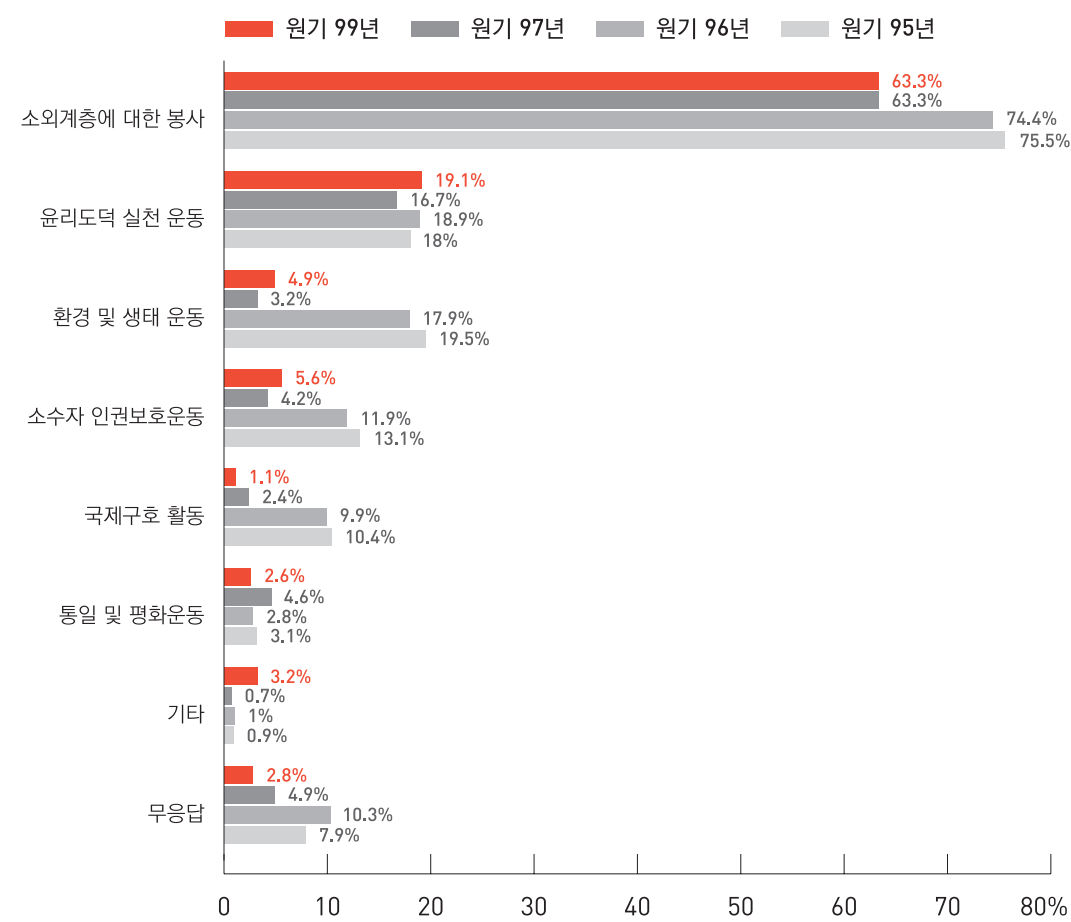
■ **종교별** 응답을 살펴보면, 불교 : ‘타종교무시’ (30.9%) > ‘양적 성장’ (23.0%) > ‘성직자나 교인자질’ (20.1%) > ‘사회정의 관심부족’ (11.5%)
개신교 : ‘양적 성장’ (31.9%) > ‘성직자나 교인자질’ (24.8%) > ‘타종교 무시’

(15.0%)’, ‘사회정의 관심부족(8.7%)’
천주교 : ‘타종교무시’ (35.6%) > ‘양적성장’ (23.7%) > ‘성직자나 교인자질’ (19.5%) > ‘사회정의 관심부족’ (6.8%)
원불교 : ‘양적 성장’ (50%), ‘성직자나 교인자질’ (50%)
무종교 : ‘성직자나 교인자질’ (27.6%) > ‘양적성장’ (21.2%) > ‘타종교무시’ (21.0%) > ‘사회정의 관심부족’ (13.8%)

■ 종교별로 살펴보면, 불교과 천주교는 ‘타종교 무시’가 여전히 많았으며, 개신교와 원불교는 ‘양적성장’이 가장 많음. 무교종인은 ‘성직자나 교인자질’이 가장 높아 종교별로 조금씩 차이가 있음을 알 수 있음.

■ 지난 3번의 조사와 함께 추이를 살펴보면, ‘양적성장 몰두’와, ‘성직자나 교인 자질’은 매 조사마다 높아지고, ‘타종교 무시’는 2~8%씩 매 조사마다 낮아지고 있음을 볼 수 있음.
■ 요약하면, ‘타종교 무시’는 점점 낮아지고, ‘양적성장’과 ‘성직자나 교인자질’에 문제가 높아지고 있음을 알 수 있다. 이에, 교단에서도 양적성장을 지양하고, 성직자나 교인의 자질 향상에 더욱 집중하면 좋을 듯 함.

11. 한국사회 종교가 가장 관심을 가져야 할 사회활동



■ 응답자들은 종교의 사회활동이 **순수한 자선**의 차원에서 혹은 **도덕적 계몽기관**으로서의 역할을 수행하는 방식으로 전개되기를 바라고 있음. 이 때문에 ‘소외계층에 대한 봉사(63.3%)’ 나 ‘윤리 도덕 실천 운동(19.1%)’ 항목에 대한 지지 수준이 매우 높게 나타남. 특히, 사회운동이 갈수록 전문화되어 가고 있기 때문에 **종교인에게는 좀 더 보편적인 인도주의**를 실천하는 사회참여 방식을 선택해 주길 바라고 있음. 그러나 활동의 종류에 대한 선호의 차이는 있어도 **종교의 사회참여에 대해서는 80% 이상이 찬성**하고 있기 때문에 각 종교의 특성에 걸맞은 사회교화 형태가 모색되어야 함.

■ 매 조사마다 ‘소외계층에 대한 봉사’는 높아지는 반면, **교단 정책에서 자선복지**는 줄여가려는 움직임이 있음. 이는 응답자와 정반대되는 정책으로 다시한번 고려해야 함. 자선복지를 활성화하기 위해서 복지시설 적극적으로 활용하고 국민들에게 다가가 수 있도록 **교정원에 복지부원장이나 공익복지부내의 복지사업국을 두어 원불교 이미지를 높이는 방안을 검토할 필요**가 있음.

조사의 함의

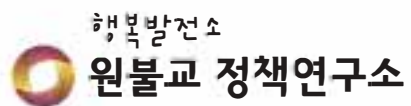
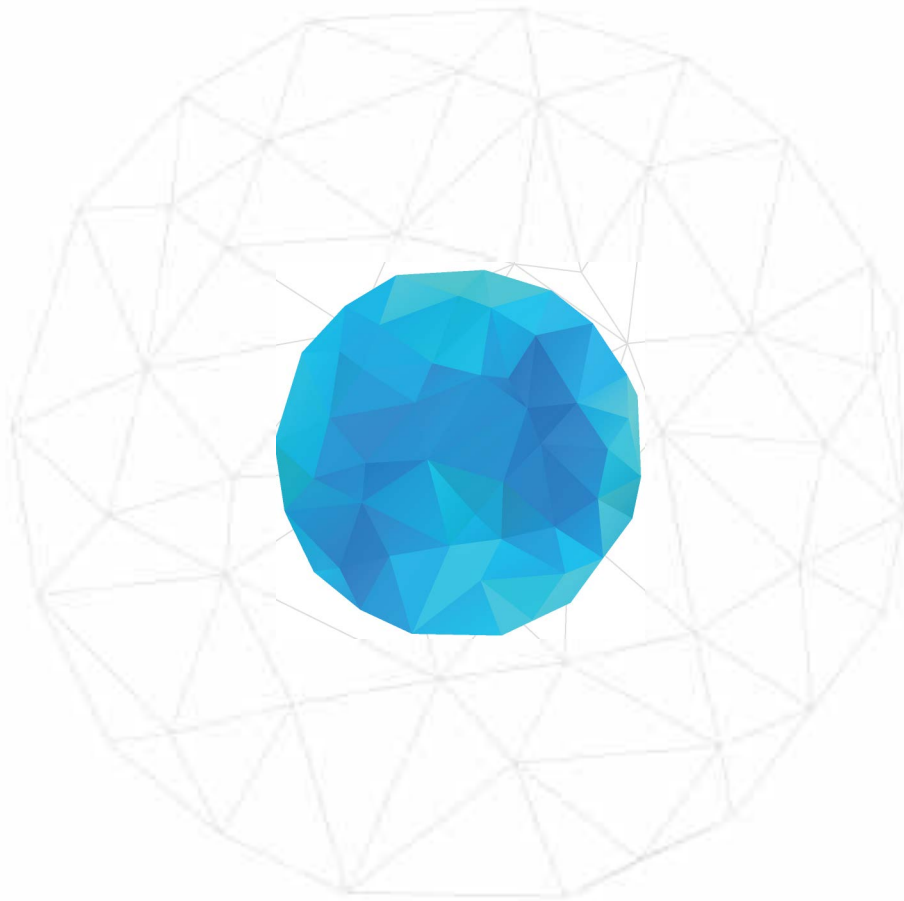


요약

- 지난 3번의 조사에서 한국사회에서 **원불교의 호감도는 비슷**하였음.
- 호감이 가는 이유는 지난 3번의 조사와 같이 ‘**교리에 대한 신뢰**’가 가장 높았음.
- 원불교에 대한 **인지도**는 **지난 조사에서 21.3%에서 17.1%로 4.2% 낮아졌으며**, 전혀 모른다고 7.4% 증가하였음.
- 인지경로는 ‘**건물 및 시설**’이 28.1%로 **지난 조사 24.9%에서 3.2% 증가**한 반면, 언론매체는 4.0% 감소하였음. 지역별 인지경로는 다소 차이가 있음.
- ‘원불교’ 하면 먼저 떠오르는 느낌은 ‘**불교의 한 종파**’라는 인식이 지난 번 조사와 같이 여전히 가장 높았음.
- ‘원불교’ 하면 먼저 떠오르는 대상은 ‘**동그라미 표시**’가 여전히 44.5%로 가장 높았으며, ‘**원광대학교 및 부속병원**’이 15.3%(원기95년), 16.0%(원기96년), 19.2%(원기97년), 16.9%(원기99년)로 매 조사마다 오르고 있음을 알 수 있음.
- ‘원불교’에 대한 **호감도는 비호감이 28.0%에서 20.3%로 낮아졌음**.
- ‘원불교’에 대해 알아볼 의향에서는 ‘**기회가 되면 알아보고 싶다**’와 ‘**적극적으로 알고 싶다**’가 지난 번 조사보다 7.1% 감소했으며, ‘**무관심**’도 80%대로 높음. 종교에 대한 무관심으로 해석할지 원불교에 대한 관심이 멀어지는 실태를 필요 있음.
- 한국사회 **종교의 가장 큰 문제**는 ‘**성직자나 교인의 자질**’, ‘**양적인 성장에만 몰두**’, ‘**타종교 무시**’가 비슷하게 나왔으며, 이는 지난 조사에서 ‘**타종교 무시**’가 가장 높았음.
- 종교가 한국사회에서 가져야할 사회활동은 여전히 ‘**소외계층에 대한 봉사**’가 가장 높음.

제언

- 호감도에서 30대와 40대의 호감도가 0%라는 사실을 각인하고 이를 대상으로 하는 교화전략을 구상할 필요가 있음. 또한 지역별에서도 부산, 대구, 광주, 경기에서 0%로 조사되었음. 지역별 인지경로는 부산 · 광주 · 경기는 ‘건물 및 시설’, 대구는 ‘언론매체’로 나타났음. 이를 활용하여 지역별 맞춤형 교화전략을 구상하면 좋을 듯 함. 또한 호감을 갖는 이유가 교리가 1순위로 조사되었음. 이를 활용하여 교리에 대한 더욱더 체계화된 홍보도 필요함.
- 원불교하면 떠오르는 것이 동그라미표시와 원광대학 및 부속병원임. 동그라미는 원불교상징으로 이제 어느 정도 자리를 잡아가고 있으며, 원광대학 및 부속병원도 점점상승하고 있음. 앞으로 원광을 브랜드로 하는 교육 · 자선복지사업을 위해서 ‘원광’을 브랜드화하는 상표 보호정책이나 육성정책을 연마할 필요가 있음.
- 한국종교의 큰 문제점으로 양적성장과 성직자의 자질 등이 조사되어 있고, 한국사회에서 종교가 관심 갖기를 바라는 것은 ‘소외계층에 대한 봉사’가 두드러지게 높음을 감안할 때, 교단에서는 교단의 양적성장보다 내실화로 성직자와 교도의 자질향상에 집중하며, 자선복지의 강화를 어떻게 할 것인가 고민해야 할 때임. 국내 어려운 소외계층에 대한 교단적인 복지사업을 자체적으로 펴내기 위해서는 실질적인 연구활동을 할 수 있는 연구인원 충원도 또한 필요함.



행복발전소

원불교 정책연구소

tel 063. 850. 3382 fax 063. 850. 3383

570-754 전북 익산시 신용동 344-2 원불교 중앙총부