

원불교 사회여론조사 분석보고서 요약본

조사주관 · 원불교정책연구소
조사수행 · (주)한국리서치

목 차

보고서를 내며

일러두기

I. 조사 개요

1. 조사명	8
2. 조사 주체 및 예산 지원	8
3. 실시 기관	8
4. 조사 대상	8
5. 조사 기간	8
6. 조사 지역	9
7. 조사 방법	9
8. 표본 추출	9
9. 표본 수와 표집 오차	9
10. 조사 내용	9
▶ 전체응답자와 유효응답자 비교 분석	10

II. 영역별 설문 분석

▶ ▶ 종합 결론 및 제언	14
1. 인구 사회학적 특성	
문항1) 연령	18
문항2) 성별	18
문항3) 거주 지역	19
문항4) 본인 종교	19
문항5) 가족 종교	20
▶ 본인 종교와 가족의 종교 관계 분석	21
2. 인지도 및 태도	
▶ 요약 및 분석	24
문항6) 원불교 인지도	26
문항7) 원불교 인지 경로	26
문항8) 원불교 전반적인 인상	27

문항9) 원불교 전반적 분위기·태도	27
문항10) 원불교 교리·내용 인식	28
문항11) 원불교에 대한 생각	28
문항12) 원불교 경험 희망	29
3. 이미지 및 가치	
▶ 요약 및 분석	31
문항13) 원불교 이미지 인식	33
문항14) 원불교 핵심가치 인식	33
문항15) 원불교 경험 경로 희망	34
4. 사회적 영향력	
▶ 요약 및 분석	36
문항16) 원불교 사회적 영향력 인식	38
문항17) 원불교 활동 인식	38
문항18) 원불교 사회적 역할 인식	39
5. 디지털 종교 콘텐츠	
▶ 요약 및 분석	41
문항19) 디지털 종교 콘텐츠 이용 경험	43
문항20) 종교 콘텐츠 선호 유형	43
문항21) 디지털 종교 콘텐츠 인식	44
문항22) 디지털 교화 활동 효과 인식	44
6. 세대별 심층 분석	
▶ 요약 및 분석	46
문항23) 청년층 종교 선택 기준	48
문항24) 청년 세대를 위한 종교의 우선 역할	48
문항25) 중장년층 종교 선택 기준	49
문항26) 중장년 세대를 위한 종교의 우선 역할	49
문항27) 노년층 종교 선택 기준	50
문항28) 노년 세대를 위한 종교의 우선 역할	50
7. 사회 인식	
▶ 요약 및 분석	52
문항29) 인류 보편 가치	54
문항30) 사회 갈등	54
문항31) 종교 인구 감소 원인	55

보고서를 내며

원기 107년에 이어, 원기 110년에도 「제8차 원불교 사회여론조사」를 실시하였습니다. 이번 조사는 원불교 정책연구소가 주관하고 (주)한국리서치가 수행하였으며, 원기 95년 이후 15년에 걸친 조사 축적 위에서, 시대 변화에 대응한 새로운 질문과 분석 체계를 통해 현대 사회 속 원불교의 위상과 인식 구조를 보다 종합적으로 조명하고자 하였습니다.

그동안의 조사가 주로 ‘인지도와 호감도 변화’에 초점을 맞추었다면, 이번 제8차 조사는 탈종교화 시대, 디지털 전환, 세대별 종교의 역할 변화라는 사회 흐름 속에서 원불교가 오늘의 대중에게 어떻게 인식되고, 무엇을 기대받고 있는가’라는 근본 질문에 답하려 하였습니다.

이번 조사에서는 특히, 청년·중장년·노년 세대별 종교 선택 기준과 종교의 우선 역할, 디지털 교화 및 온라인 수행 콘텐츠에 대한 인식과 효과성, 원불교의 사회적 영향력, 이미지, 핵심가치 인식 등을 체계적으로 분석하였습니다. 그 결과, 원불교는 여전히 ‘넓게 알려졌으나 알게 이해된 종교’이지만, 동시에 ‘합리적이고 개방적인 현대 종교’, ‘마음공부 중심의 생활 수행 종교’로서의 잠재적 신뢰와 기대가 높게 확인되었습니다.

특히 이번 조사에서 주목할 점은, 대중이 원불교에 기대하는 종교의 역할이 신앙의 대상이 아니라 ‘삶의 문제를 함께 해결해 주는 동반자’, ‘마음을 돌보고 사회적 관계를 회복하는 실천적 종교’라는 데 있었습니다. 이는 교화의 방향이 교리 전달 중심에서 체험·공감·실용 중심의 생활 교화로 전환되어야 함을 분명히 보여줍니다.

이 보고서가 담고 있는 다양한 수치와 해석이 단순한 여론의 변화가 아니라, 원불교가 교단 제4대 제1회 설계안을 원만하게 실현해 가기 위한 사회적 나침반이 되기를 바랍니다.

교단의 교화 현장에서 이 결과들이 구체적인 실행 전략으로 이어져, ‘이해되는 교법, 체험되는 진리, 함께하는 종교’로서 원불교의 미래 비전을 확장하는 데 기여하길 기대합니다.

끝으로, 이번 조사와 보고서 발간에 정성을 다해 준 정책연구소 교무들과 기획·분석 전 과정에 함께해 주신 상산 윤관명 교무 그리고 도움 주신 모든 분들께 깊이 감사드립니다.

원기 110년 12월

원불교정책연구소장 진산 전홍진 교무 합장

일 러 두 기

- ① 본 보고서의 모든 연도 표기는 원칙적으로 ‘**원기(圓紀)**’를 기준으로 하며, 필요에 따라 서기(西紀) 연도를 병기하였습니다.
- ② 「제8차 원불교 사회여론조사」는 원기 95년(2010년) 제1차 조사를 시작으로 15년간 축적된 데이터를 기반으로 한 장기 연속조사입니다. 이번 조사는 **원기 110년(2025년)에 실시되었으며**, 시대 변화에 부합하는 새로운 조사 틀을 마련하고, 원불교에 대한 대중의 현실적 인식과 미래적 기대를 통합적으로 분석하고자 하였습니다.
- ③ 조사는 원불교정책연구소가 주관하고, (주)한국리서치가 수행하였습니다. 전국의 만 19세 이상 성인 남녀 1,951명을 대상으로 온라인 패널 조사(웹 기반 설문)를 실시하고, 그 전체 응답자 중 **원불교에 대해 모르는 응답자를 제외한 1,116명을 유효 표본으로 하여 조사를 진행**하였습니다. 연령(청년·중장년·노년), 성별, 지역을 고려한 균등 할당 표본 설계를 적용하여 대표성과 비교 가능성을 확보하였습니다. 특히 **문항 1번부터 4번까지는 응답자의 인구사회학적 특성을 반영하여, 응답 비율(%)과 사례 수(명)를 병기함**으로써 해석의 명확성과 이해도를 높이하고자 하였습니다.
- ④ 기존의 원불교 사회여론조사는 연도별 동일 문항을 활용한 비교 분석 중심의 체계를 유지해왔으나, 이번 제8차 조사에서는 기존 접근을 탈피하여 **시대 변화에 맞춘 새로운 문항들을 개발하고 적용**하였습니다. 특히 ‘**원불교를 알고 있는 사람들**’을 중심으로 **인지 수준, 이해도, 가치 평가, 교화 참여 의향** 등을 정밀하게 분석함으로써, 단순 비교를 넘어 현시대의 인식 구조와 교화 가능성을 통합적으로 조망하고자 하였습니다.
- ⑤ 신규 문항은 다음과 같은 주요 조사 영역을 포함하고 있습니다.
- 1) 디지털 기술을 활용한 교화 방식의 수용도 및 효과성
 - 2) 세대별 종교의 의미와 기대 역할
 - 3) 종교의 사회적 신뢰 및 가치 인식
 - 4) 인류 보편 가치(공감·평화·생명 등)에 대한 인식 구조
 - 5) 원불교의 이미지, 핵심가치, 교화 방향성에 대한 평가
- ⑥ 본 보고서의 모든 수치는 **백분율(%) 단위로 통일하여 제시**하였으며, 본문 내에서는 수치를 가급적 직접 표기하지 않고 도표와 그래프를 통해 해석 중심으로 전달하고자 하였습니다. 반올림 처리로 인해 항목 합계가 100%를 초과하거나 미달할 수 있습니다.

⑦ 일부 문항은 질문 설계상 중복 응답이 가능하도록 구성되어 있어 전체 비율이 100%를 초과할 수 있으며, 이 경우 응답자 수가 아닌 응답 건수를 기준으로 비율이 산정되었음을 함께 안내드립니다.

⑧ 본 보고서는 원불교의 사회 인식 변화를 통해 교단의 정책·교화·교육 방향을 수립하기 위한 실증적 자료로 활용될 수 있습니다. 이에 따라 분석 결과는 단순 여론 통계에 머무르지 않고, 교단의 미래 교화 전략 수립을 위한 기초 자료로 제시되었습니다.

⑨ 본 보고서의 내용을 무단 전재·복제·배포를 금합니다. 보고서의 인용 시에는 반드시 출처를 표기하여야 합니다.

I

조사 개요

I. 조사 개요

1. 조사명

“원기 110년 원불교 사회여론조사 - 인지도, 이미지, 영향력, 콘텐츠, 세대별, 미래”

2. 조사 주체 및 예산 지원

조사 주체: 원불교 정책연구소

3. 실시 기관

(주) 한국리서치

4. 조사 대상

만 19세 이상 성인 남녀

※ 전체 응답자(1,951명) 중 원불교에 대해 모르는 응답자는 설문에서 제외

5. 조사 기간

원기 110년 7월 7일 ~ 10일까지(4일간)

6. 조사 지역

전국: 7개 권역

(1) 서울 (2) 경기도(인천 포함) (3) 강원도 (4) 충청도(대전/세종 포함)
(5) 경상도(부산/대구/울산 포함) (6) 전라도(광주 포함) (7) 제주도

7. 조사 방법

주)한국리서치 온라인 웹설문

- 조사 대상자에게 웹설문 링크가 있는 조사 이메일 또는 문자 발송

8. 표본 추출

1차 할당: 청년층(19~39세), 중장년층(40~59세), 노년층(60세 이상)

2차 할당: 지역별(수도권/비수도권), 성별, 연령별 균등 할당

9. 표본 수와 표본 오차

유효표본 1,116명, 표본오차는 95% 신뢰수준에 $\pm 2.9\%$

10. 조사 내용

- ① 원불교 인지도·태도
- ② 원불교 이미지·가치
- ③ 원불교 사회적 영향력·역할
- ④ 종교 콘텐츠 이용 스타일
- ⑤ 종교에 대한 세대별 중요 선호도
- ⑥ 한국사회가 요구하는 시대정신과 미래방향성

* 각 항목은 인구 속성(연령/성별/지역/종교 등) 변수에 따라 분석됨.

전체응답자와 유효응답자 비교 분석

전체 응답자(1,951명) 대비 유효 응답자(1,116명)의 구성비 변화를 통해 원불교 인지도와 관련된 비교 분석을 진행하였다.

1. 전체 응답자 vs 유효 응답자 인구통계 비교표

구분	항목	전체 응답자 (A)(구성비 %)	유효 응답자 (B)(구성비 %)	증감 (%p)(B-A)	변화 해석
세대	청년층	40.4%	33.4%	-7.0	과표집 해소 및 급격한 비중 축소
	중장년층	32.3%	33.2%	+0.9	구성비 유지 (안정적)
	노년층	27.3%	33.4%	+6.1	인지도 기반 비중 확대
성별	남성	45.3%	49.9%	+4.6	남성 비중 확대
	여성	54.7%	50.1%	-4.6	여성 비중 축소
지역	수도권 (서울/경기)	38.6%	39.4%	+0.8	유사 수준
	충청권	14.4%	9.0%	-5.4	인지도 취약 지역 (급감)
	경상권	25.9%	26.1%	+0.2	유사 수준
	전라권	12.4%	15.7%	+3.3	인지도 우위 지역 (확대)
종교	종교 있음	53.2%	59.5%	+6.3	유종교인 중심 재편
	종교 없음	46.8%	40.5%	-6.3	무종교인 이탈 심화

2. 세대별 분석

세대별 유효 응답자 구성비의 변화는 ‘의도된 불균형에서 결과적 균형으로의 전환’이라 요약할 수 있다. 먼저 청년층은 온라인 조사의 특성상 초기 전체 응답자 중 40.4%로 가장 높은 비중을 차지했으나, 유효 응답자 단계에서는 7.0%나 급감하며 33.4%로 조정되었다.

이는 청년층의 초기 유입은 많았으나 원불교를 전혀 모르는 단순 패널(허수)이 그만큼 많았음을 증명하는 것으로, 인지도 필터링이 가장 강력하게 작동한 구간이라 할 수 있다.

반면 중장년층은 전체(32.3%)와 유효(33.2%) 간의 차이가 +0.9%에 불과해, 탈락률과 유입률이 평이한 수준을 유지하며 전체 데이터의 중심을 잡는 안정적인 ‘허리’ 역할을 수행했다. 가장 주목할 점은 노년층의 부상이다. 초기 비중은 27.3%로 가장 낮았으나 높은 인지도 덕분에 탈락자가 거의 발생하지 않았고, 그 결과 유효 응답자 내 비중이 6.1%p 급증한 33.4%를 기록했다. 결과적으로 유효 데이터 내에서 노년층의 의견은 청년층과 대등한 1:1 비중으로 반영되는 균형을 이루게 되었다.

3. 지역 및 종교적 특성

세대 외 변수에서는 지역과 종교 유무에 따른 뚜렷한 명암이 확인되었다. 지역별로 볼 때 충청권은 5.4%p 감소하여 세대 변수를 제외하면 가장 큰 하락 폭을 보였는데, 이는 청년층의 이탈만큼이나 충청권 내 원불교 인지도 공백이 심각함을 시사한다. 이와 대조적으로 호남권은 3.3%p 증가하며 전체 인구 대비 과대 대표되는 경향을 보였으나, 이는 역으로 원불교에 대한 우호적 여론을 견인하는 핵심 기반임을 방증한다. 또한 종교가 없는 무종교층의 비중은 6.3%p 감소하여 청년층의 감소 추세와 궤를 같이했다. 이는 무종교층에게 원불교가 종교 이전에 하나의 ‘문화’로서도 충분히 인지되지 못하고 있다는 높은 심리적 장벽을 보여준다.

Ⅱ

영역별 설문 분석

종합 결론 및 제언

1. 3대 핵심 과제 진단

1) 신뢰와 효용성의 위기

종교 인구 감소의 원인은 외부가 아닌 종교 내부의 구조적 문제, 즉 '내부의 실패'에 있다. 가장 큰 원인인 “종교 지도자 및 단체에 대한 신뢰 상실”(40.5%)과 “개인의 삶과 현실 문제 해결에 실질적인 도움을 주지 못함”(31.7%)은 원불교가 ‘신뢰의 위기’와 ‘효용성의 위기’라는 두 개의 근본적 문제에 직면했음을 시사한다. 권위적인 가르침보다 구체적인 문제 해결을 원하는 사회의 요구에 응답하여 신뢰와 실질적 가치를 증명하는 것이 최우선 과제이다.

2) 대중과의 소통 미흡

원불교는 대중과의 소통에 장벽이 있음이 드러났다. 응답자의 46.6%가 원불교를 “불교의 한 종파”로 오인하였는바, 원불교가 고유 정체성 전달에 실패하고 있음이 드러났다. 또한 원불교의 사회활동에 대해 과반수(51.4%)가 ‘잘 모르겠다’고 응답하여 브랜딩과 홍보에서 여러 한계가 드러났다.

그러나 원불교 인지도가 높아질수록 원불교에 대한 긍정적 인상이 급격히 증가하는 경향은 매우 고무적이다. 이는 대중의 ‘무관심’이 ‘반감’이 아님을 보여주며, 인지도를 높이는 것이 조직의 생존과 성장을 위한 최우선 투자 과제임을 분명히 한다.

3) 세대별 요구와 기존 접근법의 불일치

획일적인 접근 방식은 각 세대의 상이한 요구를 충족시키지 못하는 구조적 한계를 야기한다.

청년층(19~39세)은 ‘정서적 위로’와 ‘삶의 문제 해결’을 위한 실용적 해결책을, 중장년층(40~59세)은 삶의 전환기에 놓여 ‘인생 2막을 위한 성찰 프로그램’ 등 삶의 의미 탐색을, 노년층(60세 이상)은 ‘몸과 마음의 건강 유지’ 및 복지가 결합된 종합적 돌봄(Care)을 가장 절실히 필요로 하고 있다. 모든 세대에게 동일한 메시지와 프로그램을 제공하는 방식은 실패할 수밖에 없다. 청년에게는 ‘힐링 스테이션’으로, 중장년에게는 ‘인생의 파트너’로, 노년에게는 ‘몸·마음 통합돌봄센터’로 다가가는 ‘세대별 맞춤형 전략’이 필수적이다.

2. 새로운 비전과 원칙

1) 비전 제안 : 마음공부 확산을 통한 정신개벽

마음공부의 확산은 개인의 스트레스·갈등·우울감 등 현대적 고충을 해소하고, 더 나아가 사회적 갈등과 분열을 완화하는 데 기여할 수 있다. 원불교는 마음공부를 통해 개인의 내면을 안정시키고 삶의 활력을 회복하도록 돕는 동시에, 사회 통합에 기여하는 ‘공공적 영성 플랫폼’ 역할을 수행해야 한다.

즉, 개인 삶의 문제 해결을 위해 정기훈련·상시훈련을 누구나 접근할 수 있는 일상적 프로그램으로 확장하여, 마음의 안정·영성 회복을 지속적으로 돕는 대중적 훈련 체계를 구축한다. 이러한 체계적 훈련은 개인의 내적 회복력을 강화하고, 사회 전체의 정서적 건강성을 높이는 기반이 된다.

아울러 사은 사상과 사요 실천을 생활 속에 보편화하여 사은 보은으로 평화의 세상을 이루고, 사요 실천으로 평등 세상을 이루도록 한다. 감사 보은을 생활화하고 사요를 실천함으로써 이해와 공감, 평화와 평등 그리고 생명 존중의 가치가 사회 전반으로 퍼져나가도록 하여 사회통합의 시대적 요구에 응답해야 한다.

이는 물질문명으로 병들어 가는 세상을 마음공부 확산을 통해 치유함으로써 정신개벽을 이루자는 것이다.

2) 비전 실현을 위한 3대 핵심 추진 원칙

첫째, 종교에서 ‘삶의 해법’으로 전환

교리 중심의 전통적 종교 역할에 머물지 않고, 스트레스 관리·관계 개선·마음 건강·삶의 회복 등 현대인이 직면한 구체적 문제 해결을 제공하는 ‘실천적 삶의 해법 기관’으로의 전환이 필요하다. 이는 대중이 종교에서 기대하는 기능 자체가 변화하고 있다는 사회적 흐름을 반영해야 한다는 의미이다.

둘째, 교당 중심에서 생활 거점으로 확장

대중의 종교 접근 방식은 ‘교당 방문’보다 ‘디지털 콘텐츠와 체험 기반 이용’을 더 선호한다. 따라서 교당이라는 물리적 경계를 넘어, 디지털 플랫폼·일상 속 명상 체험·생활 기반 커뮤니티 등으로 활동 무대를 확장해야 한다. 교당은 단일 공간이 아니라, 온라인과 오프라인을 연결하는 ‘하나의 체험 네트워크’로 재정의되어야 한다.

셋째, 일방적 선포에서 쌍방향 소통으로 변화

신뢰 상실의 핵심 원인인 권위주의·불통 구조에서 벗어나, 열린 정보 공개·경청 기반의 소통·참여형 운영을 통해 사회와 수평적으로 교류하는 ‘파트너십 종교’를 지향해야 한다. 현대 사회가 요구하는 것은 ‘말하는 종교’가 아니라 ‘듣고 공감하는 공동체’이다.

3. 3대 핵심 정책 제안 - ‘마음공부’를 핵심 브랜드로 전면화

1) 신뢰받는 종교로의 전환 - 공공성 강화와 마음공부 중심 브랜딩

신뢰 회복의 출발점은 원불교의 사회적 기여 활동을 ‘보여주는 것’이 아니라 ‘전략적으로 체계화해 각인시키는 것’이다.

분산된 사회공헌 활동을 단일 브랜드 아래 통합하고, 전문적인 커뮤니케이션 전략을 마련해 ‘원불교 = 실질적으로 기여하는 신뢰할 수 있는 동반자’라는 명확한 이미지를 구축해야 한다.

특히 원불교의 핵심 역량인 마음공부를 개인 삶의 문제 해결과 사회 갈등을 치유하는 기본 가치로 삼아, ‘교당은 마음공부 체험 공간’이라는 새로운 공간 정체성을 확립해야 한다.

2) 세대의 삶에 응답하다 - 생애주기 맞춤형 지원 체계

획일적 프로그램을 넘어, 각 세대가 당면한 삶의 문제에 실질적으로 응답하는 세대별 맞춤형 전략이 필요하다.

• 청년층(19~39세)

- 스트레스 완화 중심의 '짧고 실용적인 명상 콘텐츠'
- 20대를 위한 진로·취업 멘토링
- 30대를 위한 온라인 기반 마음공부 프로그램
- 청년의 삶을 직접적으로 돕는 '체감되는 효용성'을 제공

• 중장년층(40~59세)

- 40대 번아웃 예방을 위한 '주말 쉼 명상 스테이'
- 50대 은퇴 준비를 위한 '노후 설계·삶의 의미 성찰' 과정
- 중장년에게 '인생 2막을 설계하는 학교' 역할 수행

• 노년층(60세 이상)

- 교당을 '명상·운동·건강관리'가 결합 된 통합 돌봄 공간으로 활용
- 외로움 해소 커뮤니티, 지역 의료·복지 정보 연계
- '몸·마음 통합돌봄센터' 구축으로 종합 돌봄 제공

3) 디지털로 경계를 허물다 - 일상에서 만나는 마음공부 생태계

디지털 공간은 새로운 시대의 교화 중심지이다.

대중의 선호를 반영한 이중 콘텐츠 전략(Dual Track)이 필요하다.

첫 번째는 감성·체험 기반 숏폼 콘텐츠이다. 짧고 실용적이며 공감 가능한 콘텐츠로 진입 장벽을 낮춘다.

두 번째는 해법 중심의 지혜 콘텐츠이다. 교리를 현대인의 문제 해결 방식으로 재구성 하여 깊이 있는 신뢰를 만든다.

또한, 디지털 명상 경험이 자연스럽게 오프라인 교당 프로그램으로 이어지도록 온·오프라인 연계형 융합 플랫폼을 구축해야 한다.

이를 통해 이용자가 일상 속에서 언제든지 마음공부를 경험할 수 있는 생활형 생태계를 형성할 수 있다.

요컨대, 원기 110년 사회여론조사는 원불교가 직면한 신뢰의 위기, 소통의 단절, 세대별 요구 불일치라는 핵심 과제를 명확히 드러냈다.

이에 대한 새로운 해법으로 '마음공부 확산을 통한 정신개벽'이라는 대비전을 제시하고, △마음공부 브랜딩 △세대별 맞춤 지원체계 △디지털 대전환이라는 세 가지 핵심 정책을 제안하였다.

이 정책들의 성공적인 실행을 통해 원불교는 사회 갈등을 완화하고, 각 세대의 삶을 구체적으로 지지하며, 시대의 아픔에 공감하는 '신뢰받는 사회의 동반자'로 굳건히 자리매김할 것이다.

지금이 바로 그 새로운 역할의 문을 열어야 할 때이다.

1 인구 사회학적 특성

문항1) 연령

문항2) 성별

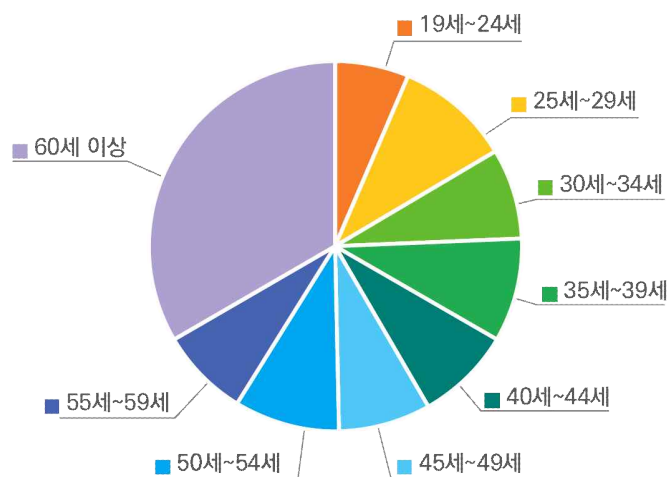
문항3) 거주 지역

문항4) 본인 종교

문항5) 가족 종교

▶ 본인 종교와 가족의 종교 관계 분석

문항1) 연령 귀하의 출생년도는 어떻게 되십니까?

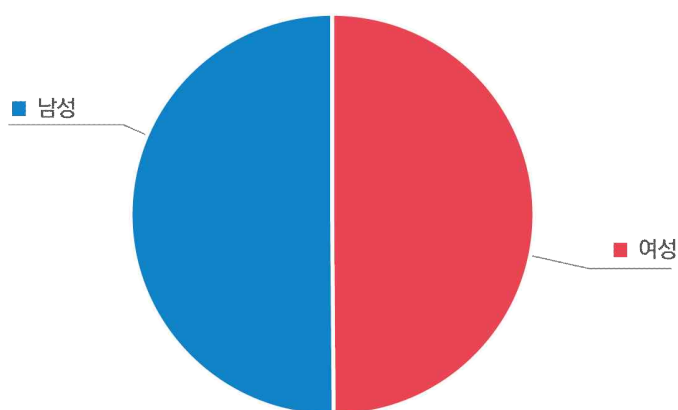


	19세 ~24세	25세 ~29세	30세 ~34세	35세 ~39세	40세 ~44세	45세 ~49세	50세 ~54세	55세 ~59세	60세 이상
전체 (1,116명)	6.4 (71명)	10.0 (112명)	7.9 (88명)	9.1 (102명)	8.3 (93명)	8.0 (89명)	9.1 (101명)	7.8 (87명)	33.4 (373명)

	청년층(19~39세)	중장년층(40~59세)	노년층(60세 이상)
전체	33.4 (373명)	33.2 (370명)	33.4 (373명)

전체 표본 1,116명의 연령 구성은 각 연령대를 약 3분의 1씩 균등할당한 설계의 결과이다.

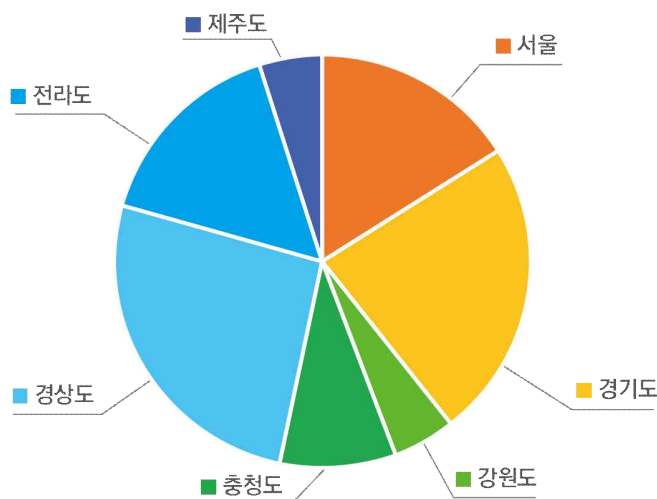
문항2) 성별 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?



	남성	여성
전체 (1,116명)	49.9 (557명)	50.1 (559명)

응답자의 남녀 비율이 거의 1:1 수준으로 균등하게 구성되었다. 이러한 균형은 연령별로도 유사하게 적용되어, 모든 연령층에서 남녀 응답자가 거의 동등한 비율을 유지하였다.

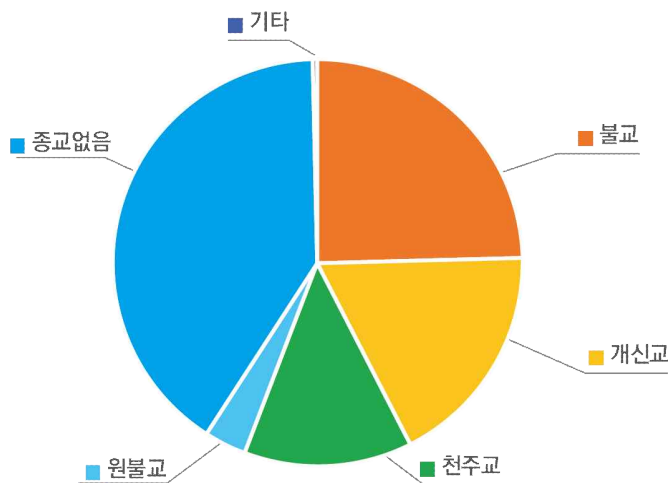
문항3) 거주 지역 귀하께서 거주하시는 지역은 어디입니까?



	서울	경기도	강원도	충청도	경상도	전라도	제주도
전체 (1,116명)	16.0 (179명)	23.4 (261명)	4.9 (55명)	9.0 (100명)	26.1 (291명)	15.7 (175명)	4.9 (55명)

거주 지역은 전국을 7개 권역으로 구분하여 지역별로 표본을 균형 배분하였다. 비교적 인구가 많은 수도권과 영남권에서 약 65%의 표본을 확보하면서도 다른 지역도 일정 비율 포함하여, 특정 지역에 편중되지 않은 표본 구성을 보였다.

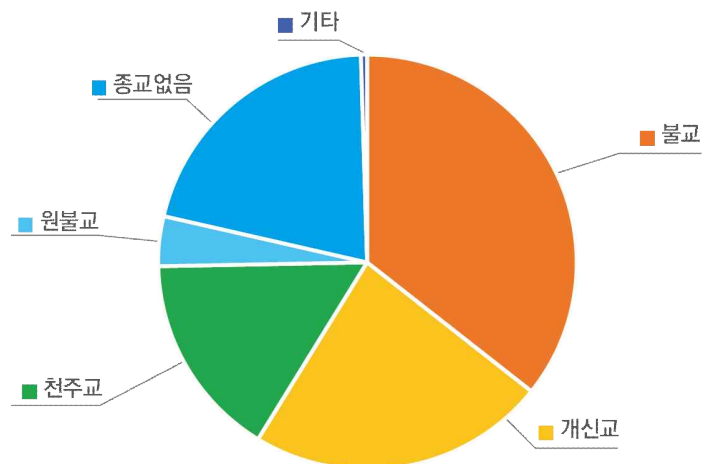
문항4) 본인 종교 귀하의 종교는 무엇입니까?



	불교	개신교	천주교	원불교	종교없음	기타
전체 (1,116명)	24.6 (274명)	17.9 (200명)	13.3 (148명)	3.3 (37명)	40.5 (452명)	0.4 (5명)

응답자의 종교를 보면, 전반적으로 젊은 연령층일수록 무종교 비율이 높고 고령층일수록 불교와 기독교 신자의 비중이 증가하는 경향을 보였다. 참고로 원불교의 경우 전체 응답자에서는 1.9%였으나, 유효 응답자에서는 3.3%가 나왔다.

문항5) 가족 종교 귀하와 가족(부모 또는 직계 가족)이 종교가 있다면 무엇입니까? 모두 선택해 주십시오.



	불교	개신교	천주교	원불교	종교없음	기타
전체 (1,116명)	41.3 (461명)	26.7 (298명)	18.5 (206명)	4.5 (50명)	24.2 (270명)	0.6 (7명)

응답자의 가족 종교는 복수응답으로 조사되었다. 전반적으로 본인의 종교 분포와 유사한 경향을 보이지만, 가족 단위에서는 불교 비중이 다소 높고 무종교 비중이 낮은 특징이 나타난다.
(예: 본인 무종교 40.5% → 가족 무종교 24.2%).

본인 종교와 가족의 종교 관계 분석

1. 무종교 증가 추세

[문항4] 본인 종교와 [문항5] 가족 종교를 비교하면, 대체로 가족 세대보다 자녀 세대에서 종교가 줄고 무종교 비율이 크게 늘어난 경향이 뚜렷하다. 예를 들어 전체 응답자 중 불교는 가족 종교에서 41.3%였으나 본인 종교에서는 24.6%p 감소했고, 개신교 26.7%→17.9%(-8.8%p), 천주교 18.5%→13.3%(-5.2%p), 원불교 4.5%→3.3%(-1.2%p)로 모두 하락했다.

반면 무종교는 가족 세대에서 24.2%였던 것이 본인 세대에서는 40.5%로 16.3%p나 급증했다. 즉, 부모 세대에 비해 자녀 세대의 종교 소속 비율이 전반적으로 낮아지는 대신 무종교 인구가 상당히 늘어나고 있으며, 전통적 신앙의 대물림 구조가 약화되고 있는 것으로 보이고, 앞으로도 젊은 세대의 무종교화가 가속화될 것으로 예측된다.

2. 연령별 종교 전승 및 이탈 양상

연령별로 보면 청년층일수록 무종교화 경향이 더욱 심화된다. 19~29세 응답자의 본인 종교 중 무종교 비율은 50.3%로 나타났는데, 같은 연령대의 가족 종교 무종교 비율(31.7%)보다 훨씬 높다. 즉 젊은 세대에서 절반 정도가 종교가 없는 반면, 기성 세대에서는 종교가 있는 비율이 더 컸다.

가족의 종교 배경이 본인에게 미치는 영향을 분석한 결과, '무종교의 대물림' 현상이 가장 뚜렷하게 나타났다. 무종교 가정의 자녀 세대가 무종교를 유지하는 비율은 77.8%로 조사대상 중 가장 높았던 반면, 개신교(55.7%), 천주교(54.4%), 불교(53.8%) 등 기존 종교의 전승율은 50%대 중반에 불과했다. 이는 부모 세대의 절반가량만 자녀 세대로 믿음이 이어지고 있음을 뜻하며, 특히 청년층에서는 전통 종교 이탈과 무종교화가 두드러짐을 보여준다.

3. 원불교 신앙 유지율 및 이탈 유형

원불교의 경우, 다른 주요 종교보다 세대 간 신앙 유지율이 더 낮은 점이 눈에 띈다. 원불교 가정에서 자란 응답자의 성인 본인 중 원불교를 그대로 신앙하는 비율은 52.0%로 주요 종교 중 가장 낮게 나타났다.

즉 원불교 가정의 자녀 2명 중 1명 꼴로 성인이 되어 원불교를 떠난다. 더 심각한 것은, 원불교 신앙을 이탈한 이들 중 약 60%가 새로운 종교로 개종하기보다 무종교로 전향했다는 사실이다. 이는 원불교에서 이탈한 사람들이 종교간 이동(Brand Switching)보다는 종교 자체에 대한 필요성을 느끼지 못해 무종교를 선택하는 '탈종교화' 현상이 크다는 것을 시사한다.

▲ 참고로 위 분석은 유효 응답자를 대상으로 한 분석인바, 전체 응답자를 대상으로 할 경우에는 전통 종교 이탈과 무종교화 비율이 더 높을 것으로 예상된다.

4. 무종교층 특성과 원불교 대응 방향

무종교층의 특성을 보면, 이들 상당수는 과거에 종교적 배경을 가졌으나 실망하여 떠난 ‘이탈자’다. 현재 종교가 없다고 응답한 이들 중 53.5%는 과거 종교가 있는 가정에서 자랐던 경험이다. 이들은 기존 종교의 권위주의나 비합리성에 실망했으며, 단순한 홍보보다 합리적·실용적 설득을 통해 신뢰를 회복해야 한다고 분석되었다.

또한 원불교 신자의 구성 배경을 보면, 타종교 출신 유입 비율이 21.6%로 상대적으로 높아 ‘대안 종교’로 기능하고 있음을 알 수 있다. 반면 순수 무종교 출신 유입 비율은 8.1%에 불과해, 일반인에게 다가가는 진입 장벽은 여전히 높은 편이다. 이는 기존 기성 종교에 불만족하거나 새로운 영성을 찾는 사람에게는 원불교가 대안이 될 수 있으나, 종교와는 거리를 두는 대다수 무종교층을 끌어들이기 위해선 더욱 개방적이고 현실적인 접근이 필요함을 의미한다.

그렇기에, 가족교화 측면에서는 원불교 가정의 생활 속 마음공부를 강화할 필요가 있다. 예를 들어 법회를 강요하기보다 감사일기, 명상과 같은 생활밀착형 마음공부를 가정에서 보급하고, 30~40대 부모의 심신 케어를 위한 ‘부모 마음학교’ 등을 운영하여 가정 내 원불교적 문화를 조성할 필요가 있는 것이다.

2 인지도 및 태도

▶ 요약 및 분석

문항6) 원불교 인지도

문항7) 원불교 인지 경로

문항8) 원불교 전반적인 인상

문항9) 원불교 전반적 분위기·태도

문항10) 원불교 교리·내용 인식

문항11) 원불교에 대한 생각

문항12) 원불교 경험 희망

[문항6, 7] 원불교 인지도 및 인지 경로

원불교에 대한 대중의 인지 현황을 분석한 결과, ‘폭넓은 인지’와 ‘얕은 이해’라는 상반된 특성이 확인되었다.

전체 응답자의 70.5%가 “원불교라는 이름을 들어본 적이 있다”고 응답하여 대중적인 인지도는 확보된 상태이다. 그러나 “잘 알고 있다”는 응답은 단 3.0%에 불과해, 대다수의 국민에게 원불교는 이름만 친숙할 뿐 구체적인 교리나 활동 내용은 전혀 알려지지 않은 ‘이미지 부재’ 상태임이 드러났다.

인지 경로를 살펴보면, TV·신문 등 전통 매체(Legacy Media)를 통해 접하는 비율이 44.1%로 가장 높았다. 인터넷 검색을 통한 유입은 전체적으로 19.1%에 그쳤으나, 20대에서는 30.1%로 급증하여 청년층에게는 디지털 채널이 가장 중요한 정보 습득 경로임이 확인되었다. 반면, 직접 방문이나 행사 참석과 같은 오프라인 경험은 약 14%에 불과해, 대중이 일상에서 원불교를 직접 경험할 기회 제공이 부족한 편으로 나타났다.

[문항8, 9, 10] 원불교 인상 및 분위기, 교리 내용

원불교에 대한 대중의 인상은 ‘무관심 속 긍정’으로 요약할 수 있다. 응답자의 62.5%가 “특별한 인상이 없었다”고 응답하여 대중의 무관심이 지배적이나, 인상을 형성한 경우(37.5%)에는 긍정적 인상(31.3%)이 부정적 인상(6.3%)보다 약 5배가량 높아 잠재적인 호감도가 높음을 알 수 있다.

긍정적인 신호도 명확했다. 원불교의 분위기에 대해 “폐쇄적이다”(41.5%)는 인식보다 “개방적이다”(58.5%)는 인식이 우세하다. 특히 20대의 68.9%가 원불교를 개방적이라고 평가했는데, 이는 기성 종교에 대해 거부감을 갖기 쉬운 청년층에게 원불교가 ‘열린 종교’로서 접근할 수 있는 잠재력을 가지고 있음을 시사한다.

교리의 난이도에 대해서는 “이해하기 쉽다”(50%)와 “어렵다”(50%)는 평가가 팽팽하게 맞서고 있어, ‘쉬운 생활 종교’를 표방하는 교단의 지향점이 대중에게는 아직 충분히 전달되지 않았음을 보여주고 있다.

[문항11, 12] 원불교 생각 및 경험 희망

대중이 인식하는 원불교의 정체성에는 오해와 긍정적 기대가 공존하고 있다.

가장 큰 오해는 ‘정체성의 혼란’이다. 응답자의 46.6%가 원불교를 독자적인 종교가 아닌 ‘불교의 한 종파’로 인식하고 있었다. 특히 20대에서는 이 비율이 55.2%에 달해, 젊은 층일수록 원불교를 ‘현대적인 불교’ 정도로 이해하는 경향이 뚜렷했다.

원불교에서 경험하고 싶은 프로그램을 묻는 질문에, 응답자의 46.3%가 압도적인 비율로 “마음공부, 좌선 등 수행 프로그램”을 1순위로 꼽았다. 반면, 법회나 천도재 같은 종교 의식(10.5%)이나 교리 학습(19.8%)에 대한 수요는 매우 낮았다.

이는 현대인들이 원불교를 숭배나 신앙의 대상(Religion)으로 바라보기보다, 자신의 스트레스를 해소하고 마음을 관리할 수 있는 실용적인 도구(Mental Tool)로서 소비하고자 하는 강력한 요구를 원하고 있음을 의미한다.

▲ 인지도 및 태도에 관한 제언

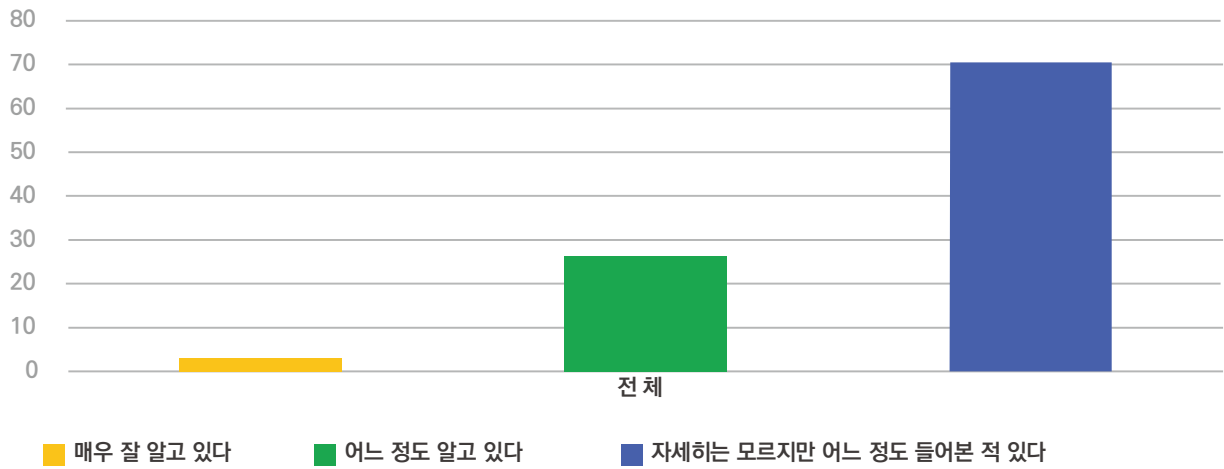
향후 원불교의 대중화 전략은 종교색을 뺀 ‘영성(Spirituality) 콘텐츠’로의 전환이 필요하다.

- **독자성 확립과 활용:** ‘불교의 아류’라는 인식을 탈피하기 위해 ‘한국 자생의 개벽종교’라는 독자성을 강조해야 한다. 단, 20대가 가진 ‘개방적인 불교’라는 인식은 심리적 진입장벽을 낮추는 긍정적 기제이므로 이를 전략적으로 활용할 필요가 있다.

- **마음챙김 콘텐츠:** 2030세대의 주요 유입 경로인 유튜브와 SNS 채널에 무거운 교리 대신, 가볍고 감각적인 ‘마음 챙김(Mindfulness)’ 콘텐츠를 집중적으로 배포하여 접점을 넓혀야 한다.

- **마음공부의 브랜드화:** 교화 방식의 변화가 필요하다. ‘원불교를 믿으세요’라는 종교적 접근보다는, 대중의 요구가 확인된 ‘마음이 힘들 때 원불교 명상을 해보세요’라는 실용적 제안이 훨씬 효과적이다. ‘마음공부’를 원불교를 대표하는 중심 콘텐츠로 전면에 내세울 필요성이 있다.

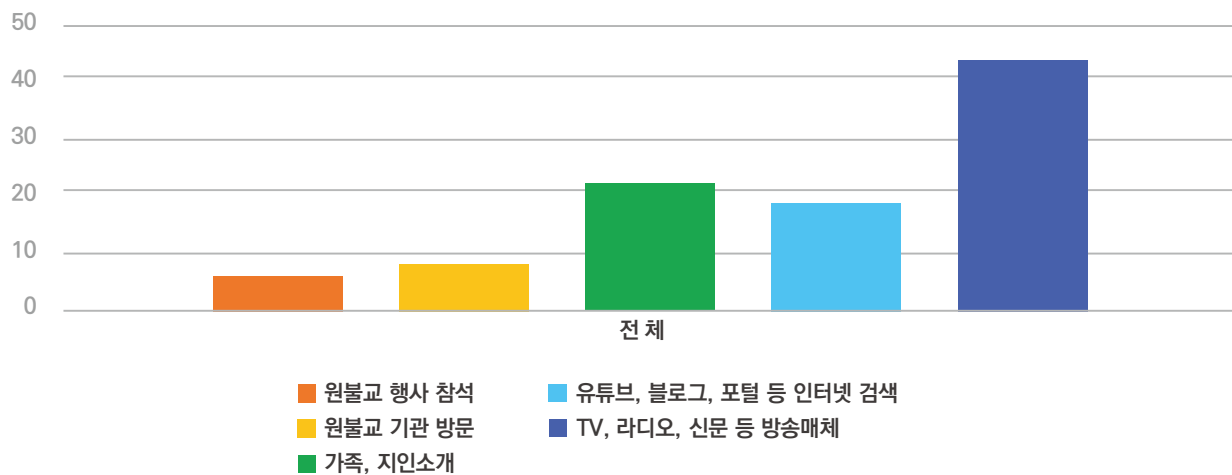
문항6) 원불교 인지도 귀하께서는 원불교에 대해 어느 정도 알고 계십니까?



[원불교 인지도]

	잘 알고 있다	어느 정도 안다	들어본 적 있다
전체	3.0	26.4	70.5

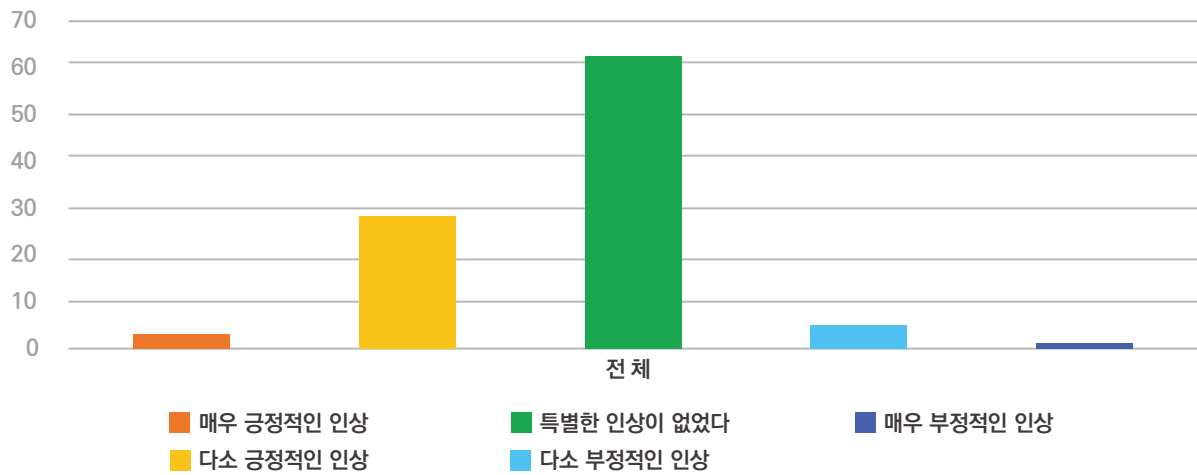
문항7) 원불교 인지 경로 귀하께서는 어떻게 원불교를 처음 알게 되셨습니까?



[원불교 인지 경로]

	행사 참석	기관 방문	가족, 지인소개	인터넷 검색	방송매체
전체	6.3	8.2	22.4	19.1	44.1

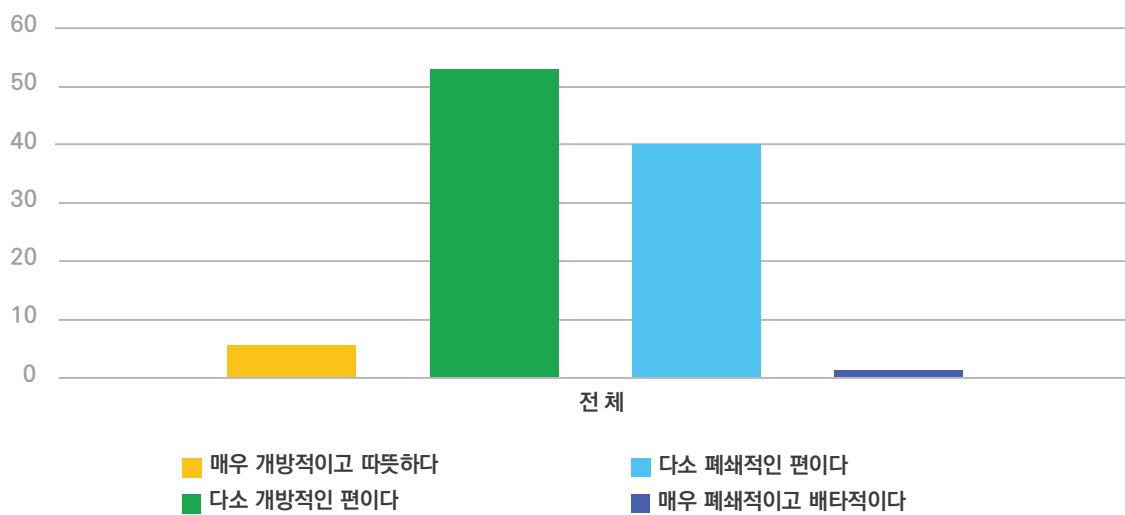
문항8) 원불교 전반적인 인상 귀하께서는 원불교에 대해 알게 된 후, 전반적으로 어떤 인상을 받으셨습니까?



[원불교 전반적인 인상]

	매우 긍정	다소 긍정	특별한 인상이 없음	다소 부정	매우 부정
전체	3.0	28.2	62.5	5.1	1.2

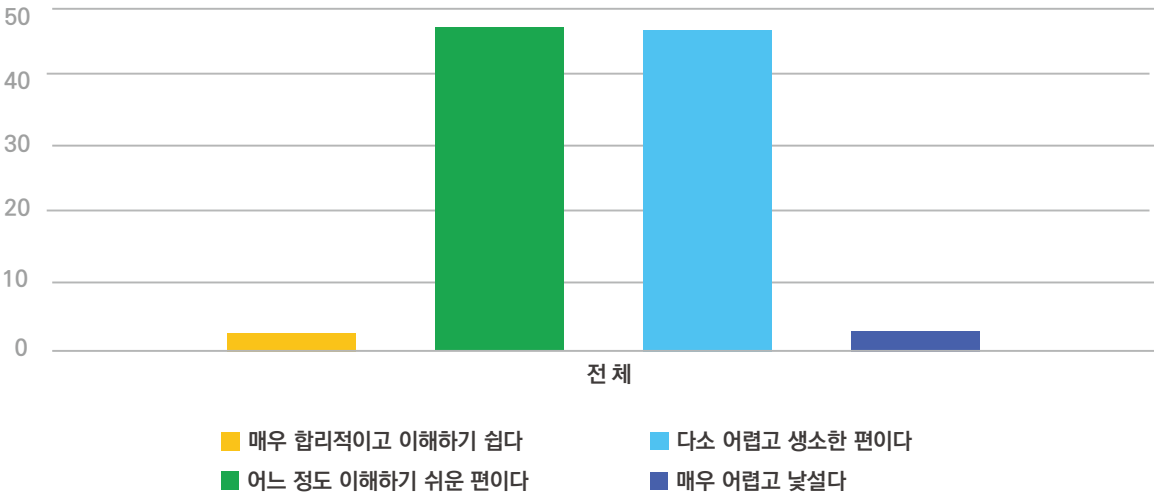
문항9) 원불교 전반적 분위기·태도 귀하께서 느끼시는 원불교의 전반적인 분위기나 태도는 어떠하다고 생각하십니까?



[원불교 전반적 분위기·태도]

	매우 개방	다소 개방	다소 폐쇄	매우 폐쇄
전체	5.6	53.0	40.2	1.3

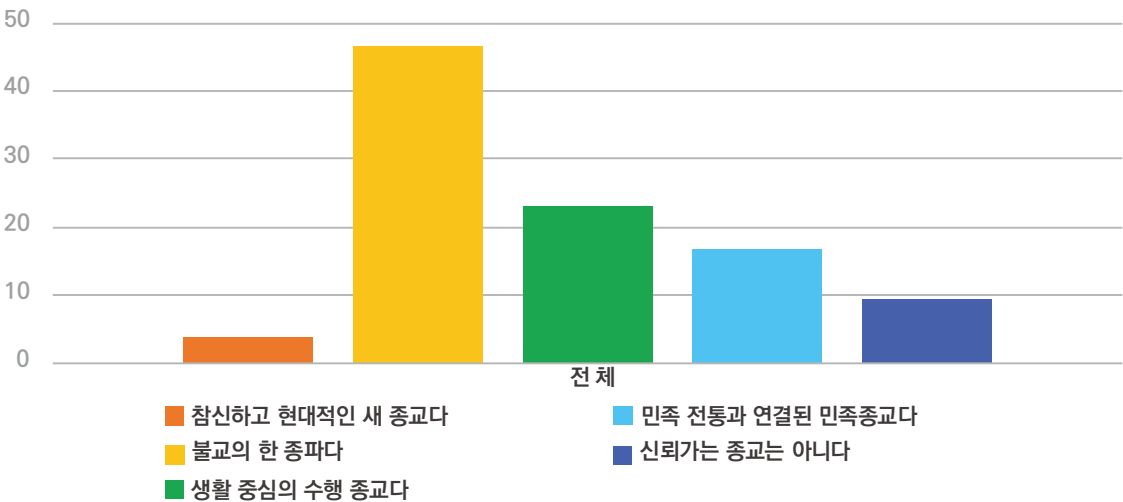
문항10) 원불교 교리·내용 인식 귀하께서 느끼시기에 원불교의 교리나 내용은 어떠하다고 생각하십니까?



[원불교 교리·내용 인식]

	매우 합리적이고 이해하기 쉽다	어느 정도 이해하기 쉬운 편이다	다소 어렵고 생소한 편이다	매우 어렵고 낯설다
전체	2.7	47.3	47.0	3.0

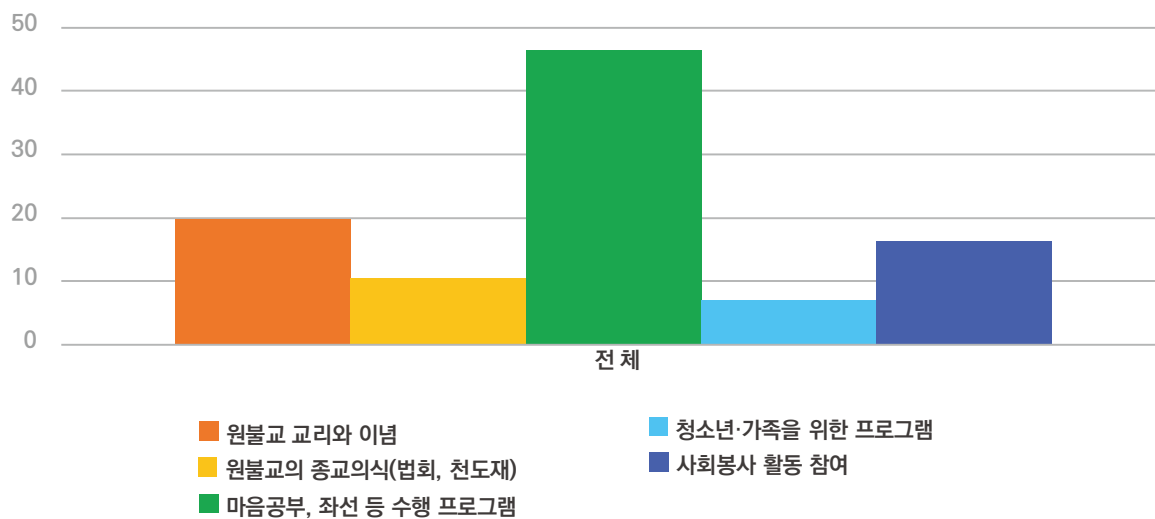
문항11) 원불교에 대한 생각 귀하께서는 원불교가 어떤 종교라고 생각하십니까?



[원불교에 대한 생각]

	참신하고 현대적인 새 종교	불교의 한 종파	생활 중심의 수행 종교	민족 전통과 연결된 민족종교	신뢰가는 종교는 아니다
전체	3.9	46.6	23.1	16.9	9.4

문항12) 원불교 경험 희망 귀하께서 원불교에 대해 경험해 보고 싶은 것은 무엇입니까?



[원불교 경험 희망]

	원불교 교리와 이념	원불교의 종교의식	수행 프로그램	청소년 · 가족 프로그램	사회봉사 활동 참여
전체	19.8	10.5	46.3	7.1	16.3

3 이미지 및 가치

▶ 요약 및 분석

문항13) 원불교 이미지 인식

문항14) 원불교 핵심가치 인식

문항15) 원불교 경험 경로 희망

[문항13] 원불교 이미지 인식

원불교에 대한 대중의 이미지를 분석한 결과, ‘시각적 상징(Symbol)’과 ‘사회적 인프라(Infrastructure)’라는 두 가지 큰 축으로 인식이 양분되어 있음이 확인되었다.

전체 응답자의 55.6%가 원불교를 생각할 때 가장 먼저 떠오르는 이미지로 “일원상(동그라미)”을 1순위로 꼽았다. 이는 십자가(기독교)나 불상(불교)과 같이, 원불교만의 고유한 상징이 대중의 뇌리에 확실하게 각인되어 있다는 긍정적인 신호이다.

주목할 점은 “원불교 관련 기관(학교, 병원 등)”을 떠올리는 비율이 39.9%로 2위를 차지했다는 사실이다.

특히 20대(44.8%)와 30대(45.8%) 청년층에서는 일원상 못지않게 관련 기관을 연상하는 비율이 높게 나타났다. 이는 젊은층에게 원불교가 종교적 실체보다는 ‘원광대학교’, ‘원광대병원’과 같은 거대한 교육·의료재단으로 인식되고 있을 가능성이 큼을 시사한다.

반면, “수행 프로그램”(17.2%)이나 “봉사활동”(7.5%) 등 원불교가 가진 내면적 가치를 떠올리는 비율은 상대적으로 낮아, 이미지의 외연을 건물이나 재단에서 ‘콘텐츠’와 ‘활동’으로 확장해야 할 과제가 확인되었다.

[문항14] 원불교 핵심가치 인식

대중이 인식하는 원불교의 핵심 가치에서 향후 브랜드 전략의 중요한 단초가 발견되었다.

가장 많은 응답은 역시 상징과 연결된 “일원상(진리)”(48%)이었으나, 전략적으로 주목해야 할 지점은 “마음공부”가 29.1%로 2위를 차지했다는 것이다.

특히 미래 세대인 20대에서는 ‘마음공부’를 핵심 가치로 꼽은 비율이 29.5%로 평균보다 높게 나타났다. 이는 앞선 [문항12]에서 청년층이 가장 경험하고 싶은 프로그램으로 ‘수행/명상’을 선택한 결과와 일맥상통하며, 청년 세대에게 소구할 수 있는 원불교의 가장 강력한 무기가 ‘마음공부’임을 재확인시켜 주고 있는 것이다.

반면, “정신개벽”(9.9%)이나 “은혜”(9.7%)와 같은 원불교 고유의 교리 용어는 대중에게 거의 알려지지 않았다는 것이다. 이는 내부적으로 통용되는 종교적 언어를 대중이 이해하기 쉬운 언어로 ‘번역’하여 전달하는 작업이 시급함을 보여주고 있다.

[문항15] 원불교 경험 경로 희망

원불교를 접하고 싶은 경로에 대한 조사는 온-오프라인 하이브리드 전략의 필요성을 명확히 보여주고 있다.

대중은 물리적인 방문보다는 ‘콘텐츠’를 통한 접촉을 선호했다. 1위는 “명상/좌선 체험” (42.1%)으로 구체적인 수행 경험을 원했으며, 2위는 “유튜브/영상 콘텐츠”(38.2%)로 비대면 탐색에 대한 요구가 강했다.

반면, 전통적인 교화 방식인 “교당 방문”(22.9%)이나 “지인 소개”(7.9%)는 후순위로 밀려나, ‘교당으로 오라’는 기존의 교화 방식이 한계에 봉착했음을 드러냈다.

▲ 이미지 및 가치에 관한 제언

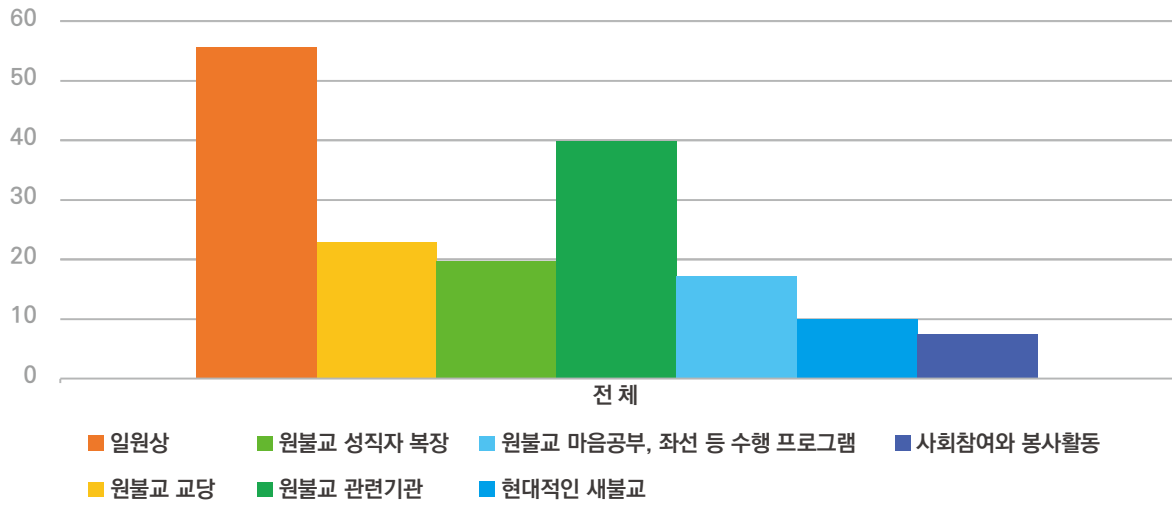
이미지 및 가치에 대한 분석의 핵심은 ‘외면적 이미지(건물, 상징)는 잘 알려져 있으나, 내면적 이미지(정신, 가치)는 아직 대중에게 낯설다’는 것이다.

- **상징의 브랜드화:** 높은 인지도를 가진 ‘일원상’을 종교적 상징의 틀에 가두지 말고, 세련된 브랜드 로고처럼 활용하여 굿즈나 디자인 요소로 활용할 필요가 있다.

- **메시지 단순화:** 대중에게 낯선 ‘정신개벽’ 대신, 이미 인지도가 높고 호감도가 높은 ‘마음공부’를 핵심 메시지로 내세워야 한다. (예: ‘정신을 개벽합니다’ → ‘마음공부 하셨나요?’)

- **온-오프라인 연계:** 온라인에서는 유튜브와 SNS를 통해 ‘생활 속 명상’, ‘마음 치유’ 콘텐츠를 공급하여 유입을 유도하고, 오프라인에서는 교당을 ‘명상 센터’나 ‘문화 공간’으로 개방하여 체험 기회를 제공해야 한다.

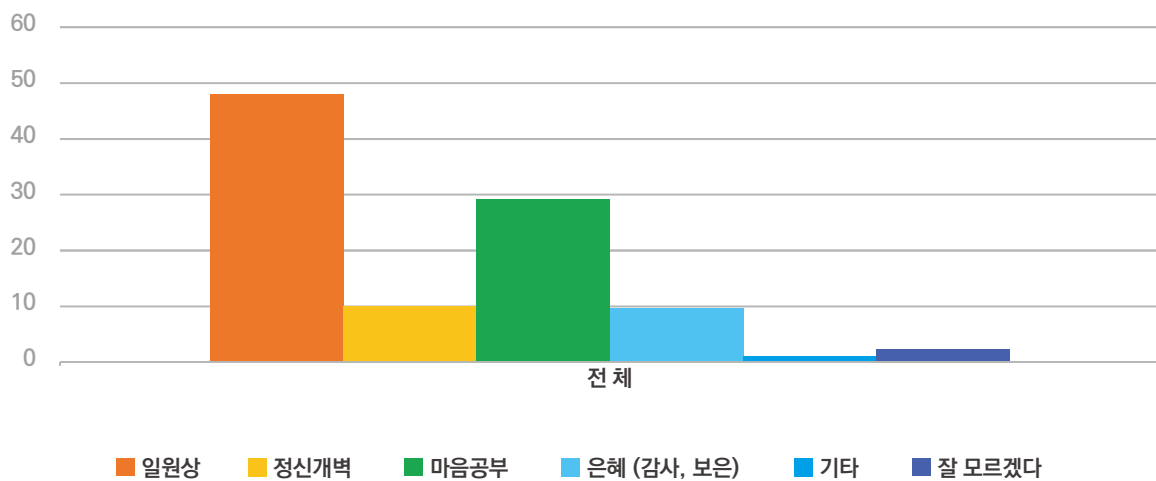
문항13) 원불교 이미지 인식(복수선택) 귀하께서는 원불교하면 가장 먼저 떠오르는 이미지는 무엇입니까?



[원불교 이미지 인식]

	일원상	원불교 교당	원불교 성직자 복장	원불교 관련기관	수행 프로그램	현대적인 새불교	사회참여와 봉사활동
전체	55.6	22.9	19.7	39.9	17.2	10.1	7.5

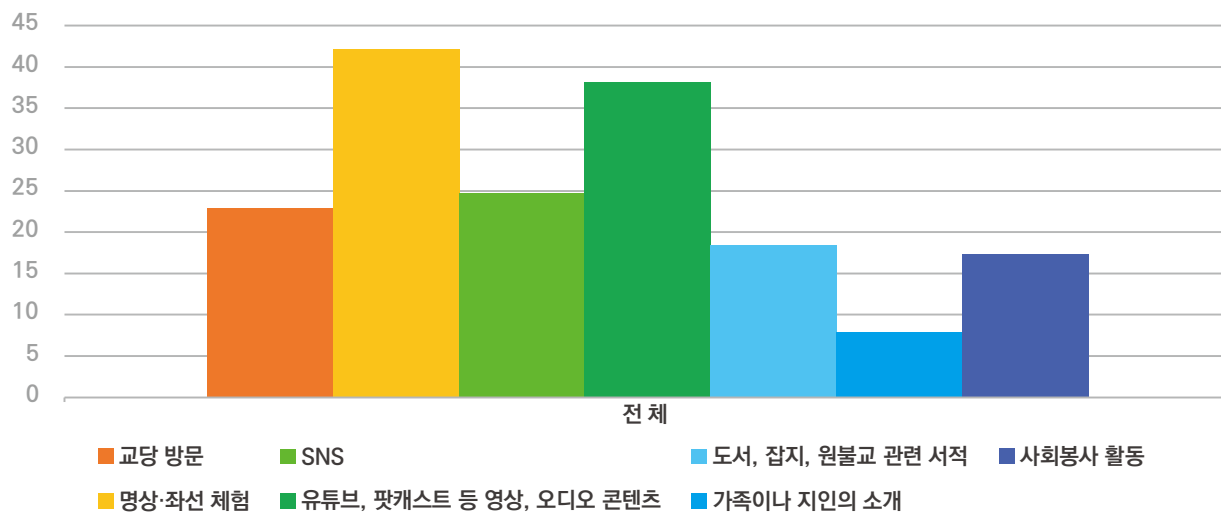
문항14) 원불교 핵심가치 인식 귀하께서 원불교하면 떠오르는 핵심가치는 무엇입니까?



[원불교 핵심가치 인식]

	일원상	정신개벽	마음공부	은혜	기타	잘 모르겠다
전체	48.0	9.9	29.1	9.7	1.1	2.2

문항15) 원불교 경험 경로 희망(복수선택) 귀하께서는 원불교를 어떤 경로로 경험하고 싶으십니까?



[원불교 경험 경로 희망]

	교당 방문	명상·좌선 체험	SNS	영상, 오디오콘텐츠	원불교 관련 서적	가족, 지인의 소개	사회 봉사 활동
전체	22.9	42.1	24.7	38.2	18.5	7.9	17.4

4 사회적 영향력

▶ 요약 및 분석

문항16) 원불교 사회적 영향력 인식

문항17) 원불교 활동 인식

문항18) 원불교 사회적 역할 인식

[문항16] 원불교 사회적 영향력

원불교의 현 사회적 위상에 대한 대중의 평가는 ‘낮은 체감도’와 ‘숨겨진 긍정성’이라는 이중적인 특성을 보인다.

대중의 33.2%는 “기성 종교에 비해 사회적 영향력이 거의 없다”고 응답하여, 원불교가 한국 사회의 주류 종교로서 갖는 힘이나 존재감이 아직 크지 않음을 냉정하게 보여주었다.

그러나 고무적인 점은 “일부 영역에서 긍정적인 영향력을 미치고 있다”는 응답이 36.6%로 가장 높게 나타났다는 사실이다. 이는 대중이 원불교를 거대 담론을 주도하는 힘 있는 종교로 인식하지는 않지만, 사회 곳곳에서 ‘작지만 선한 영향력’을 끼치는 긍정적인 주체로 바라보고 있음을 시사한다.

특히 “사회에 부정적인 영향을 미친다”는 응답은 단 2.5%에 불과했다. 이는 타 종교 대비 사회적 반감이나 이미지 훼손 위험이 거의 없는 ‘안전한 브랜드(Safe Brand)’로서의 이미지가 확고함을 입증하며, 향후 대중적 신뢰를 쌓아가는 데 있어 강력한 자산이 될 것이다.

[문항17] 원불교 활동

원불교가 전개해 온 다양한 사회 활동이 홍보 부족과 소통 방식의 한계로 인해 대중에게 제대로 전달되지 못하고 있는 현실이 드러났다.

가장 심각한 문제는 ‘인지도 부재’이다. 응답자의 과반수인 51.4%가 원불교가 어떤 사회 활동을 하는지 “잘 모르겠다”고 답했다. 이는 교단이 수행하는 활동의 진정성과는 별개로, 대중과의 소통 채널과 방식에 근본적인 점검이 필요함을 시사한다.

그나마 대중에게 각인된 활동은 “세월호·이태원 참사 등 국가적 비극에 대한 추모 의식”(20.3%)과 “재난 구호 및 취약계층 봉사”(18.8%)이었다. 반면, 교단이 시민 사회 활동을 진행하고 있는 “사드 반대 평화운동”(5.7%)이나 “환경·탈핵 운동”(10.9%)은 일반 대중의 인식 속에 거의 자리 잡지 못해, 사회 운동의 방향성과 대중적 공감대 사이의 괴리가 확인되었다.

[문항18] 원불교 사회적 역할

대중이 원불교에게 바라는 미래의 역할은 거창한 사회 변혁보다는, 개인과 사회를 지탱해 줄 ‘정신적 지주’의 모습으로 나타났다.

원불교가 우선적으로 수행해야 할 역할을 묻는 질문에, 1위는 “삶의 지혜와 정신적 안정에 기여하는 영성 지도”(36.2%)였으며, 2위는 “사회의 도덕적 기준 제시”(33.7%)였다. 이는 앞선 항목들에서 일관되게 확인된 ‘마음공부’와 ‘치유’에 대한 요구와 정확히 일치하는 결과로, 혼탁한 사회 속에서 중심을 잡아줄 ‘어른’으로서의 역할을 기대하고 있음을 보여준다.

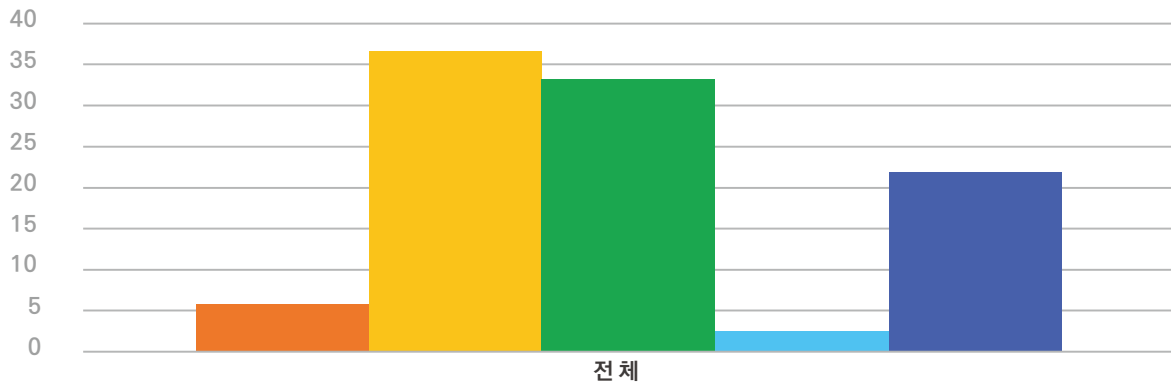
다만, 세대별로 기대하는 바가 달랐다. 20대 청년층은 영성 지도보다 “실질적인 봉사 활동”(37.7%)을 더 중요하게 꼽았다. 청년들에게 종교의 가치는 설교나 말씀이 아닌, ‘행동하는 봉사’와 ‘사회적 실천’을 통해 증명된다는 실용주의적 인식이 반영된 결과이다.

▲ 사회적 영향력에 관한 제언

사회적 영향력에 대한 분석 결과는 원불교의 사회 활동 전략이 ‘백화점식 나열을 멈추고 선택과 집중으로 전환’해야 함을 시사한다.

- **선택과 집중:** 인지도가 확보된 ‘재난 구호’와 대중적 요구가 가장 높은 ‘마음 치유(영성 지도)’라는 두 가지 핵심 축으로 메시지를 단순화하여 전달력을 높여야 한다.
- **국민 멘토:** 대중은 원불교가 정치적 목소리를 내기보다, 불안한 현대인의 마음을 잡아주는 ‘국민 멘토’가 되어주기를 원한다. 사회적 이슈에 대한 대응도 ‘투쟁’의 언어보다 ‘위로’와 ‘치유’의 언어로 접근하는 것이 효과적이다.
- **참여형 봉사:** 청년층을 유입시키기 위해서는 그들이 효능감을 느낄 수 있는 ‘힙(Hip)한 봉사활동’을 기획해야 한다. (예: 플로깅, 유기견 봉사 등 트렌디한 활동과 원불교 브랜드의 결합)

문항16) 원불교 사회적 영향력 인식 귀하께서는 원불교의 활동이 한국 사회에 끼치는 영향력이 얼마나 된다고 보십니까?



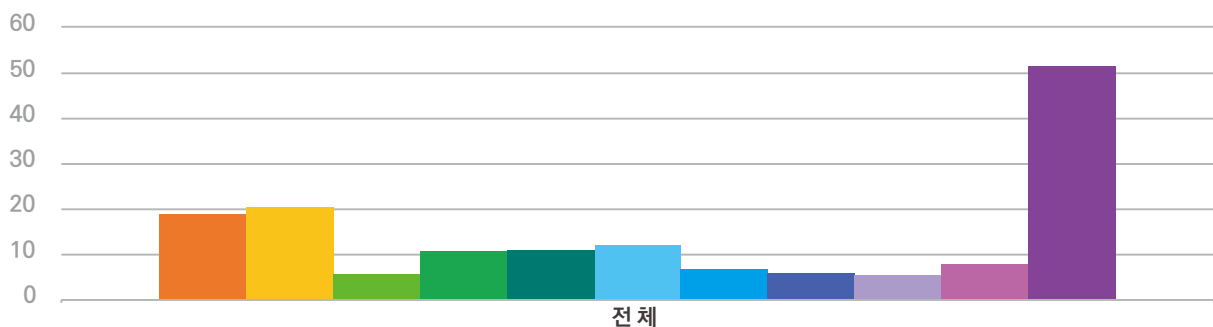
■ 사회 전반에 의미있는 영향력을 미치고 있다
 ■ 일부 영역에서 긍정적인 영향력을 미치고 있다
 ■ 기성종교에 비해 사회적 영향력은 거의 없다
 ■ 사회에 부정적인 영향을 미치고 있다
 ■ 잘 모르겠다

[원불교 사회적 영향력 인식]

	사회 전반에 의미있는 영향력	일부 영역에서 긍정적인 영향력	사회적 영향력은 없다	사회에 부정적인 영향	잘 모르겠다
전체	5.8	36.6	33.2	2.5	21.9

문항17) 원불교 활동 인식(복수선택)

귀하께서 아래 활동 가운데 원불교가 주관하는 것으로 알고 있는 활동을 모두 선택해 주십시오.



■ '원불교 봉공회' 국내외 재난 긴급구호 및 취약계층 지원 사업
 ■ '세계봉공재단' 대학생, 청년 해외봉사활동
 ■ '밋마인드(meet mind)' 명상 컨퍼런스

■ '원불교 교당 및 기관' 국가적 비극에 대한 추모의식
 ■ '원불교환경연대' 햇빛발전소 건립과 탈핵운동
 ■ '심심풀이' 인성교육

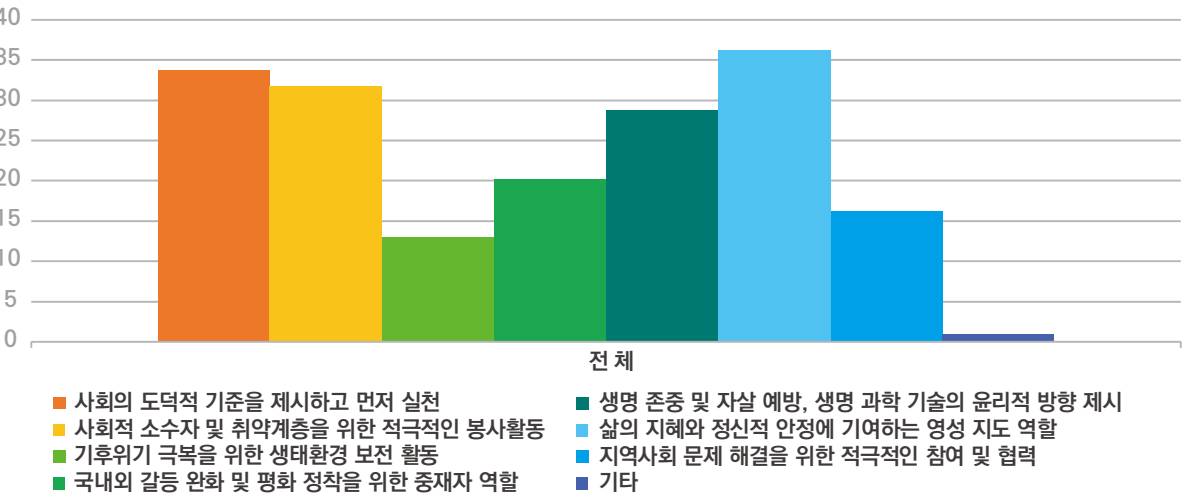
■ 소성리 사드반대 평화운동
 ■ 생명존중 자살예방 '다시살림' 캠페인
 ■ '종교연합 세계 시민회의(ICCGC)' 주최

■ 저출생대응 '다뽏다뽏' 캠페인
 ■ 잘 모르겠다

[원불교 활동 인식]

	원불교 봉공회	원불교 추모의식	사드반대 평화운동	세계봉공재단 해외봉사	원불교 환경연대	생명존중 자살예방 캠페인	저출생 대응 캠페인	밋마인드 명상	'심심풀이' 인성교육	종교연합 세계 시민회의	잘 모르겠다
전체	18.8	20.3	5.7	10.6	10.9	12.0	6.7	5.8	5.4	7.9	51.4

문항18) 원불교 사회적 역할 인식(복수선택) 귀하께서는 원불교가 어떤 사회적 역할을 했으면 하십니까?



[원불교 사회적 역할 인식]

	도덕적 기준 실천	취약계층 봉사활동	생태 환경 보전 활동	갈등완화 중재자 역할	생명 존중 및 자살 예방	정신안정 영성 지도역할	지역사회 문제 해결	기타
전체	33.7	31.8	13.0	20.2	28.7	36.2	16.2	0.9

5 디지털 종교 콘텐츠

▶ 요약 및 분석

문항19) 디지털 종교 콘텐츠 이용 경험

문항20) 종교 콘텐츠 선호 유형

문항21) 디지털 종교 콘텐츠 인식

문항22) 디지털 교화 활동 효과 인식

[문항19] 디지털 종교 콘텐츠 이용 경험

디지털 종교 콘텐츠의 이용 현황을 분석한 결과, 현재의 이용률은 낮지만 향후 성장 잠재력은 매우 높은 것으로 나타났다.

현재 “자주 이용하고 있다”는 적극적 이용층은 전체의 9%에 불과해, 디지털 종교 활동이 아직 일상적인 실행 방식으로 자리 잡지 못했음을 보여준다. 그러나 주목할 점은 “가끔 이용한다”는 적게 쓰는 이용자가 30.3%로 가장 두터운 층을 형성하고 있다는 사실이다. 이는 매력적이고 유용한 콘텐츠가 제공된다면 언제든지 적극적 이용층으로 전환될 수 있는 잠재 고객군이 충분히 존재함을 의미한다.

세대별 이용률에서도 흥미로운 결과가 도출되었다. 디지털에 익숙한 세대인 20대의 적극적 이용률(7.1%)과 디지털 소외 계층으로 여겨지는 60대 이상의 이용률(10%) 사이에 큰 차이가 없었다. 이는 디지털 종교 활동의 활성화가 단순한 ‘디지털 기기 접근성’이나 ‘나이’의 문제가 아니라, 전 세대를 관통할 수 있는 ‘콘텐츠의 질과 매력도’에 달려 있음을 강력하게 시사한다.

[문항20] 종교 콘텐츠 선호 유형

대중이 온라인 공간에서 종교에 바라는 것은 지식 습득이 아닌 정서적 안정이었다.

가장 선호하는 콘텐츠 유형을 조사한 결과, 1위는 “감성적 메시지나 위로를 주는 영상”(37.3%)이었으며, 2위는 “명상·좌선 등 체험형 콘텐츠”(25.6%)가 차지했다. 이 두 가지 ‘소프트 콘텐츠’의 합계가 62.9%에 달하는 반면, 전통적인 종교 콘텐츠인 “교리 해설/경전 강의”에 대한 선호도는 15.9%에 그쳤다. 이는 온라인상에서 대중은 종교적 학습보다는 ‘정서적 케어’와 ‘힐링’을 원하고 있음을 명확히 보여준다.

특히 20대 청년층은 단순 시청을 넘어 “체험형 콘텐츠”(27.3%)와 “실시간 소통”(10.4%)에 대한 선호도가 상대적으로 높게 나타났다. 그들은 일방적으로 정보를 수용하는 시청자가 아니라, 직접 참여하고 소통하는 ‘능동적 참여자’가 되기를 원한다.

[문항21, 22] 디지털 종교 콘텐츠 및 교화 활동 효과

디지털 신앙에 대한 대중의 태도는 매우 유연하고 실용적이었으며, 플랫폼 전략은 ‘본질’에 집중해야 함이 확인되었다.

응답자의 58.2%가 디지털 종교 콘텐츠에 대해 “필요에 따라 이용한다”는 중립적이고 실용적인 태도를 보였다. 특히 미래 세대인 20대는 37.7%가 긍정적으로 평가하여, 디지털 신앙에 가장 열려 있고 거부감이 없는 세대임이 입증되었다.

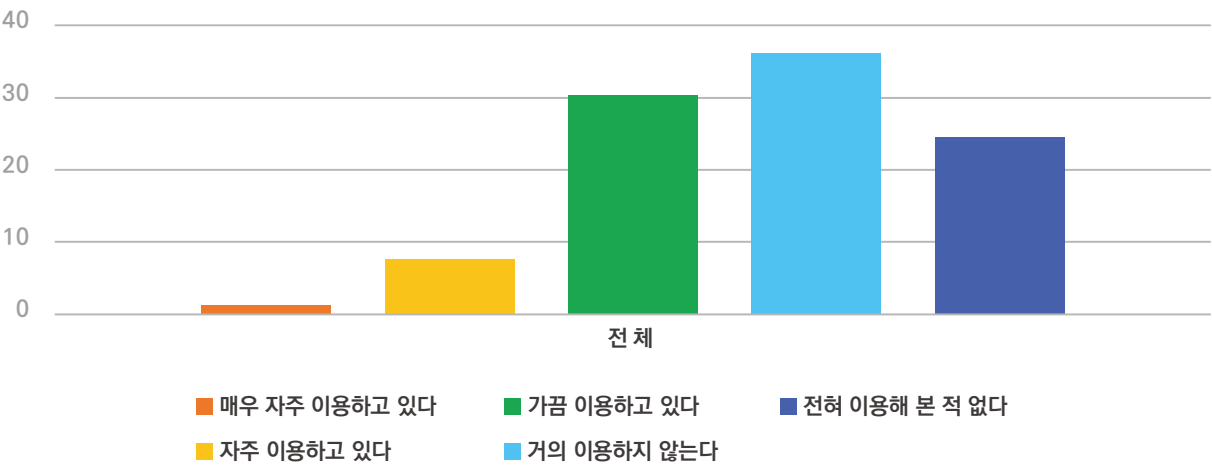
가장 효과적인 디지털 교화 방법으로는 “온라인 명상 체험”(27.4%)과 “유튜브 수행 안내”(25.1%)가 꼽혔다. 반면, “메타버스”(2.8%)나 “AI 신앙상담”(4.6%)과 같은 최신 기술에 대한 기대치는 매우 낮았다. 이는 대중이 화려한 신기술보다는 ‘유튜브’라는 익숙한 플랫폼을 통해 ‘명상’과 같은 본질적인 콘텐츠를 소비하기를 원한다는 것을 의미한다.

▲ 디지털 종교 콘텐츠에 관한 제언

디지털 종교 콘텐츠에 대한 분석의 결론은 ‘기술(Tech)은 수단일 뿐, 핵심은 위로(Healing)에 있다’는 것이다.

- **숏폼 & 위로:** 1시간이 넘는 설교 영상 제작을 지양하고, 3분 내외의 ‘위로 영상’이나 10분 내외의 ‘데일리 명상 가이드’를 주력 콘텐츠로 제작할 필요성이 있다.
- **세대별 맞춤 접근:** 2030 세대에게는 인스타그램 릴스나 유튜브 숏츠를 활용해 감각적인 이미지와 짧은 문구(Wise Saying)로 접근하여 자발적인 ‘공유’를 유도하고, 중장년층에게는 유튜브 채널을 통해 깊이 있는 강의를 제공하되 오프라인 명상 캠프와 연계하는 전략이 필요하다.
- **선택과 집중:** 고비용 저효율인 메타버스 등은 배제하고, 접근성이 가장 뛰어난 유튜브와 카카오톡 채널 활성화에 집중하는 것이 효율적이다.

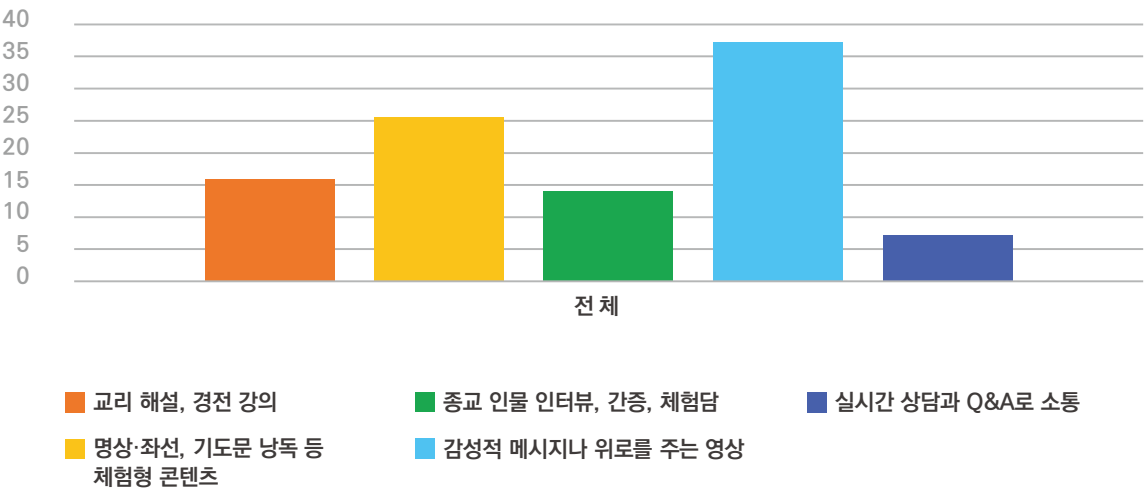
문항19) 디지털 종교 콘텐츠 이용 경험 귀하께서는 디지털 종교 콘텐츠를 이용한 경험이 있으십니까?



[디지털 종교 콘텐츠 이용 경험]

	매우 자주 이용	자주 이용	가끔 이용	거의 이용하지 않는다	전혀 이용해 본 적 없다
전체	1.3	7.6	30.3	36.2	24.6

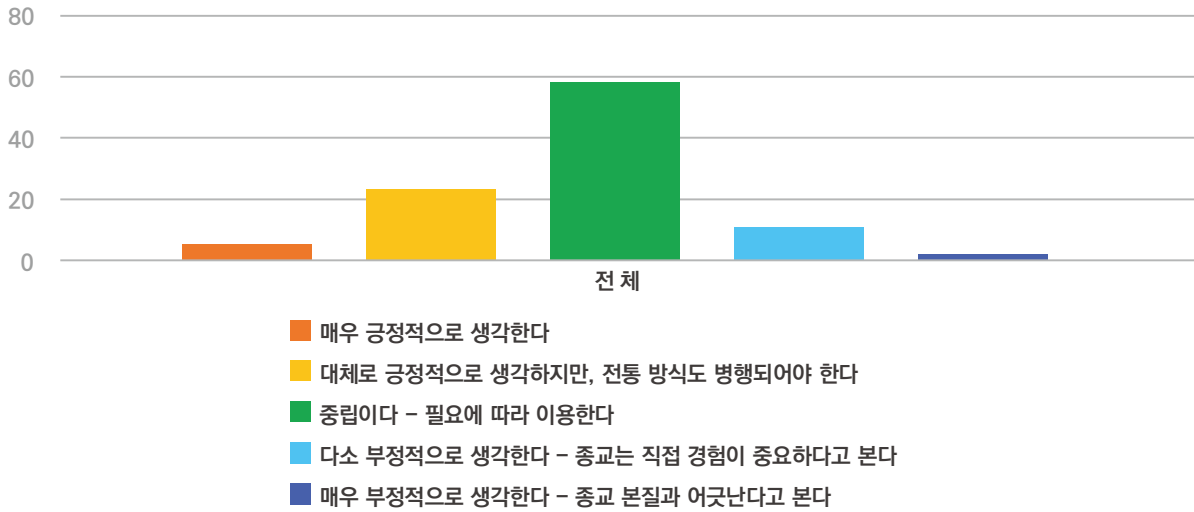
문항20) 종교 콘텐츠 선호 유형 귀하께서는 종교 콘텐츠에서 가장 선호하는 유형은 무엇입니까?



[종교 콘텐츠 선호 유형]

	교리 해설, 경전 강의	체험형 콘텐츠	인터뷰, 간증, 체험담	감성적 메시지 영상	실시간 상담과 Q&A
전체	15.9	25.6	14.1	37.3	7.2

문항21) 디지털 종교 콘텐츠 인식 귀하께서는 온라인 또는 디지털 종교 콘텐츠에 대해 어떻게 생각하십니까?

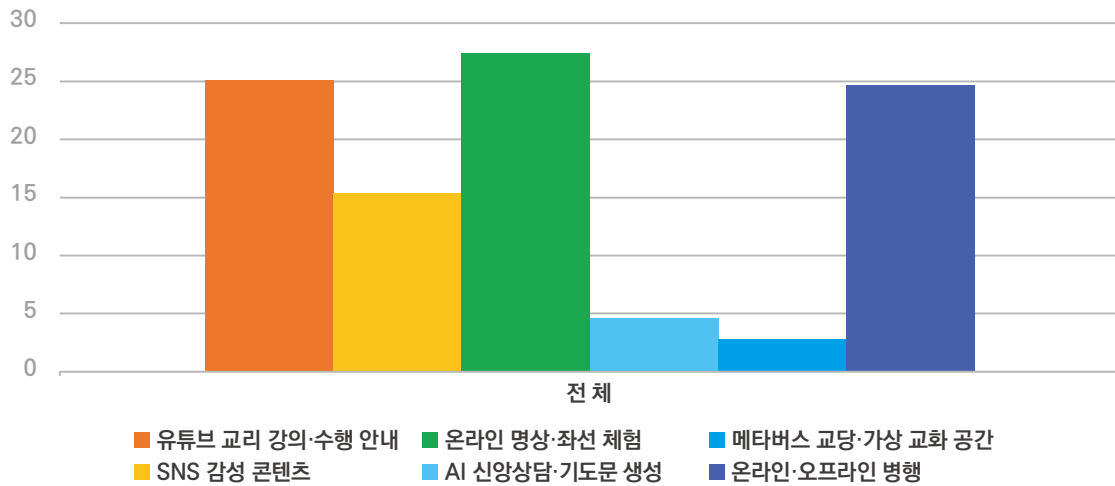


[디지털 종교 콘텐츠 인식]

	매우 긍정	대체로 긍정	중립	다소 부정	매우 부정
전체	5.3	23.3	58.2	10.9	2.2

문항22) 디지털 교화 활동 효과 인식

귀하께서 디지털 기술을 활용한 교화 활동 중 가장 효과적이라고 생각되는 방법은 무엇입니까?



[디지털 교화 활동 효과]

	유튜브 교리 강의·수행 안내	SNS 감성 콘텐츠	온라인 명상·좌선 체험	AI 신앙상담·기도문 생성	가상 교화 공간	온라인·오프라인 병행
전체	25.1	15.4	27.4	4.6	2.8	24.7

6 세대별 심층 분석

▶ 요약 및 분석

문항23) 청년층 종교 선택 기준

문항24) 청년 세대를 위한 종교의 우선 역할

문항25) 중장년층 종교 선택 기준

문항26) 중장년 세대를 위한 종교의 우선 역할

문항27) 노년층 종교 선택 기준

문항28) 노년 세대를 위한 종교의 우선 역할

[문항23, 25, 27] 종교 선택의 기준에 대한 세대 간 공통점과 차이점

청년층, 중장년층, 노년층 세 세대 모두 “정서적 위로와 심리 안정”을 가장 중요한 기준으로 꼽았다는 점에서 현대 한국 사회의 심리적 불안이 종교 선택의 핵심 동인임을 알 수 있다. 그러나 그 강도는 나이가 들수록 높아져, 청년층 32.7%, 중장년층 45.4%, 노년층 43.4%로 나타났다.

“삶의 문제 해결에 도움이 되는 가르침”에 대한 요구 역시 모든 세대에서 나타나지만, 청년층(28.7%), 중장년층 50대(30.3%), 노년층(37.8%)으로 연령이 높아질수록 강해지는 경향을 보이고 있다. 이는 인생 경험이 축적될수록 실천적 지혜에 대한 갈증이 커짐을 의미하는 것으로 해석할 수 있다.

반면 세대 간 뚜렷한 차이도 존재하는데, 청년층은 투명성과 자율성을, 중장년층은 신뢰할 수 있는 지도자를, 노년층은 사회적 자부심을 각각 독특한 선택 기준으로 제시하고 있다. 이는 각 세대가 처한 삶의 단계와 사회적 역할이 종교에 대한 기대를 다르게 형성함을 보여주는 것이다.

[문항24, 26, 28] 종교의 우선 역할에 대한 세대 간 요구의 공통점과 차이점

청년층, 중장년층, 노년층 세 세대 모두 종교에 '마음의 안정'과 관련된 프로그램을 강력히 요구한다는 공통점이 있다. 청년 세대의 스트레스 해소, 중장년 세대의 명상과 성찰, 노년 세대의 정서 안정 지원은 모두 현대 한국 사회의 심리적 불안과 피로가 얼마나 심각한지를 보여준다.

또한 모든 세대가 '실용성'을 중시한다는 점도 주목할 만하다. 추상적인 교리 전달보다는 구체적이고 실질적인 삶의 문제 해결을 도와주는 프로그램을 원하고 있다. 청년 세대의 진로 상담, 중장년 세대의 감정 조절 기술, 노년 세대의 건강 프로그램은 모두 일상에 즉시 적용 가능한 실천적 도구들이다.

그러나 세대별 차이도 분명한데, 청년 세대는 '휴식'과 '사회 참여'를 통한 효능감을, 중장년 세대는 '성찰'과 '인생 재설계'를, 노년 세대는 '건강 유지'와 '존엄한 마무리'를 각각 최우선으로 요구하고 있다. 이는 각 세대가 처한 생애 주기와 발달 과제가 종교적 요구를 근본적으로 다르게 형성함을 보여주는 것이다.

▲ 세대별 통합적 제언

청년층, 중장년층, 노년층 세 세대에 대한 전략을 관통하는 핵심 원칙은 명확하다. 21세기 종교는 '가르치는 곳'에서 '돌보는 곳'으로, '믿음을 요구하는 곳'에서 '필요를 채워주는 곳'으로 정체성을 전환해야 한다.

- **언어와 브랜딩의 현대화:** 종교적 용어를 일상 언어로 번역하고, 종교 시설을 '마음 쉼터', '마음회복 센터' 등으로 새롭게 단장하여 심리적 진입 장벽을 낮추어야 한다.

- **세대별 맞춤형 프로그램 개발:** 청년층에게는 휴식과 사회 참여를, 중장년층에게는 성찰과 재충전을, 노년층에게는 건강과 웰다잉(well-dying)을 제공하는 차별화된 프로그램을 기획해야 한다.

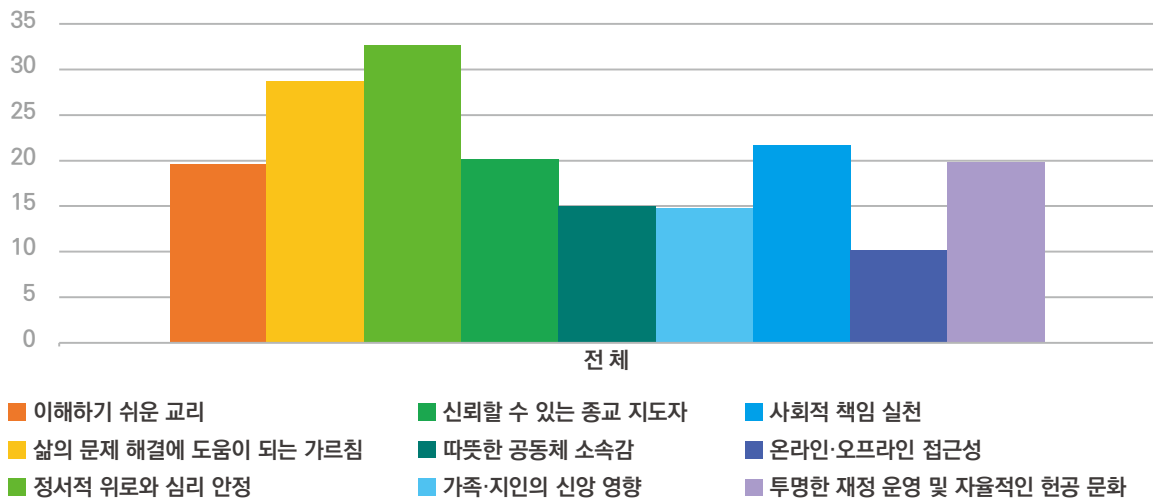
- **운영 방식의 유연화:** 출석과 헌금 강요를 최소화하고, 구독 서비스처럼 자유롭게 참여할 수 있는 시스템을 구축해야 한다. 재정 투명성을 확보하여 신뢰를 구축하는 것이 필수적 요소이다.

- **인프라와 서비스의 통합:** 종교 기관이 보유한 의료, 교육, 복지 인프라를 신자들에게 실질적 혜택으로 연결하여, 종교가 삶의 안전망으로 기능하게 해야 한다.

- **리더십의 재정의:** 성직자는 권위자가 아닌 멘토로, 설교자가 아닌 경청자로, 관리자가 아닌 돌봄 제공자로 역할을 전환해야 한다.

현대인은 종교에 구원의 약속이 아닌 오늘의 위로를, 내세의 보상이 아닌 현재의 해결책을 요구하고 있다. 이러한 요구에 응답할 때, 종교는 비로소 현대 사회에서 의미 있는 역할을 회복하고 지속 가능한 미래를 열어갈 수 있을 것이다.

문항23) 청년층 종교 선택 기준(복수선택) 귀하께서 종교를 선택할 때 가장 중요한 판단 기준은 무엇입니까?

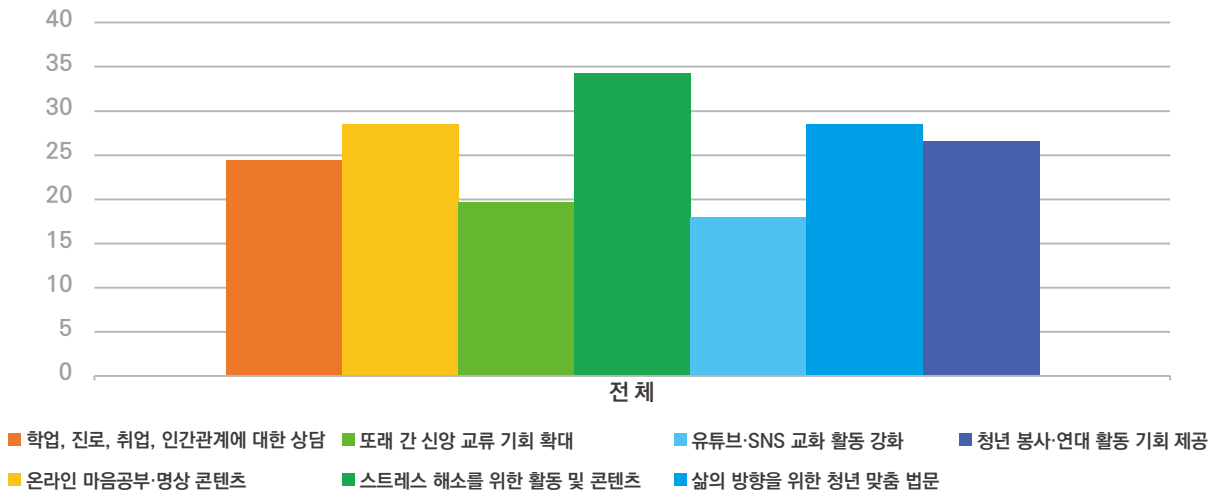


[청년층 종교 선택 기준]

	이해하기 쉬운 교리	삶의 문제 해결	정서적 위로와 심리 안정	신뢰할 수 있는 종교 지도자	공동체 소속감	가족·지인의 신앙 영향	사회적 책임 실천	온·오프라인 접근성	투명한 재정 운영
전체	19.6	28.7	32.7	20.1	15.0	14.7	21.7	10.2	19.8

문항24) 청년 세대를 위한 종교의 우선 역할(복수선택)

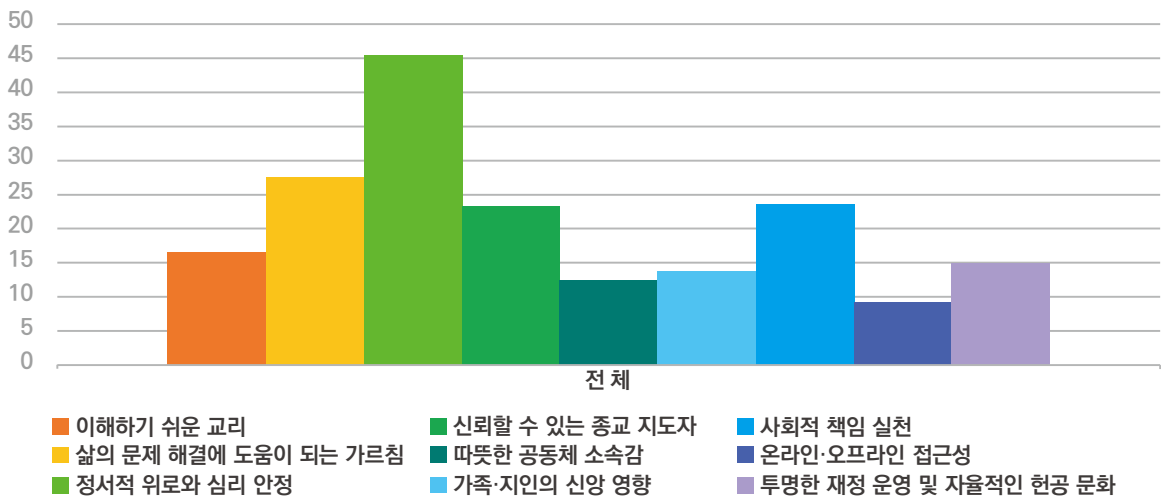
귀하께서는 청년 세대를 위해 종교가 우선적으로 했으면 하는 것이 있다면 무엇입니까?



[청년 세대를 위한 종교의 우선 역할]

	학업, 진로 상담	명상 콘텐츠	또래 간 신앙 교류	스트레스 해소	SNS 교화 강화	청년 맞춤 법문	봉사·연대 기회 제공
전체	24.4	28.4	19.6	34.3	18.0	28.4	26.5

문항25) 중장년층 종교 선택 기준(복수선택) 귀하께서 종교를 선택할 때 가장 중요한 판단 기준은 무엇입니까?

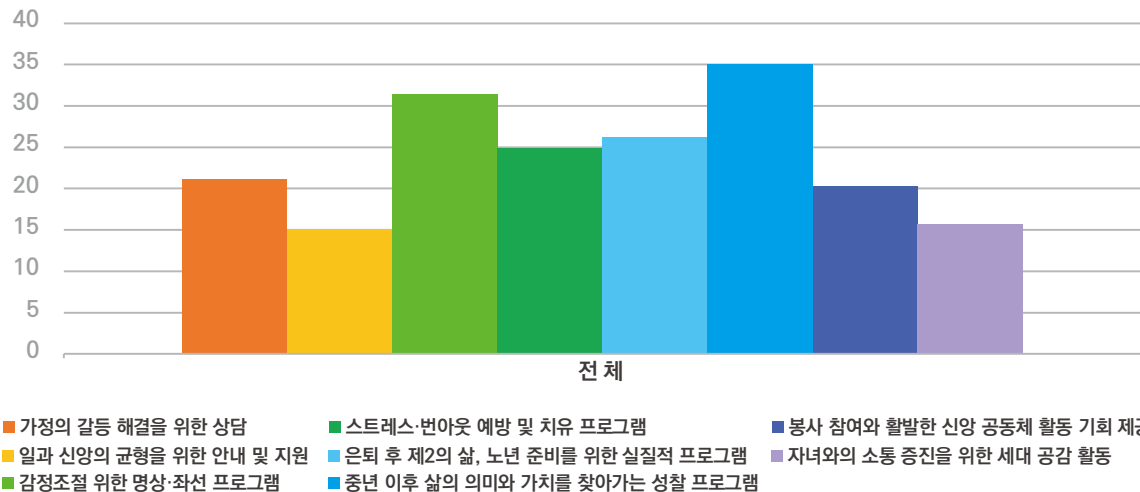


[중장년층 종교 선택 기준]

	이해가 쉬운 교리	삶의 문제 해결	정서적 위로와 심리 안정	신뢰할 수 있는 종교 지도자	공동체 소속감	가족·지인의 신앙 영향	사회적 책임 실천	온·오프라인 접근성	투명한 재정 운영
전체	16.5	27.6	45.4	23.2	12.4	13.8	23.5	9.2	14.9

문항26) 중장년 세대를 위한 종교의 우선 역할(복수선택)

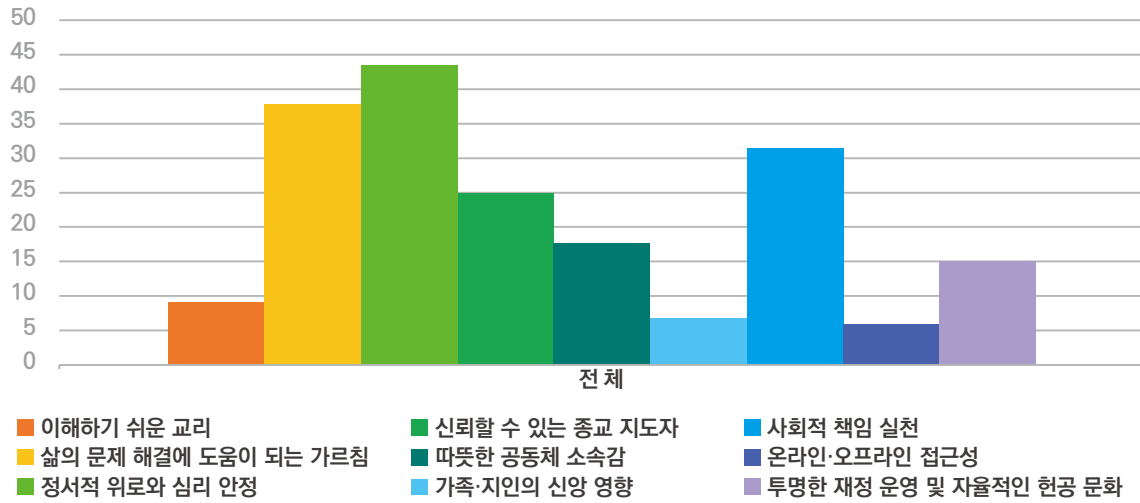
귀하께서는 중장년 세대를 위해 종교가 우선적으로 했으면 하는 것이 있다면 무엇입니까?



[중장년 세대를 위한 종교의 우선 역할]

	가정 상담	균형 지원	명상·좌선	치유 프로그램	노년 준비	성찰 프로그램	활동 기회 제공	세대 공감 활동
전체	21.1	15.1	31.4	24.9	26.2	35.1	20.3	15.7

문항27) 노년층 종교 선택 기준(복수선택) 귀하께서 종교를 선택할 때 가장 중요한 판단 기준은 무엇입니까?

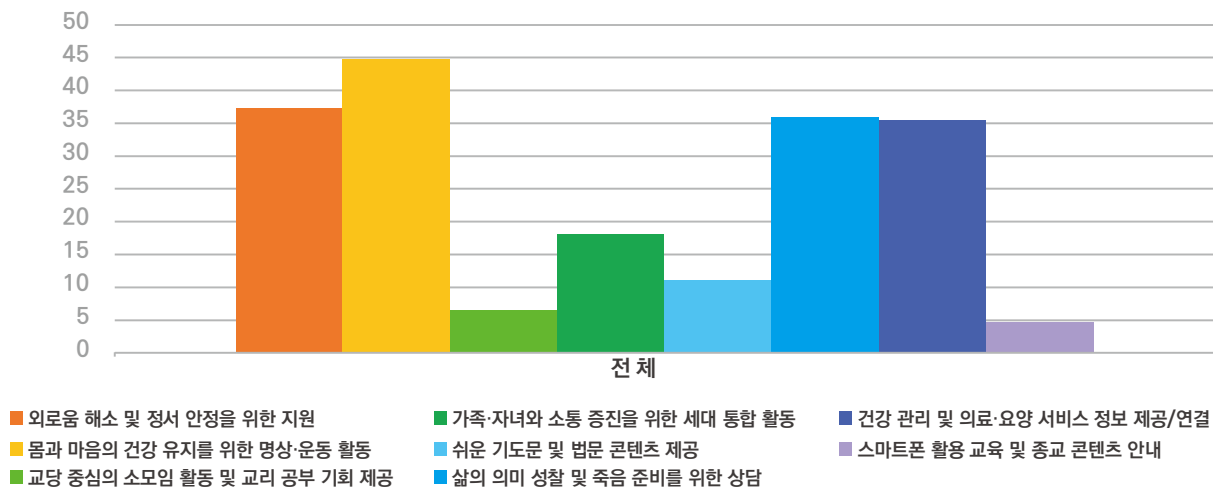


[노년층 종교 선택 기준]

	이해가 쉬운 교리	삶의 문제 해결	정서 심리 안정	신뢰 지도자	공동체 소속감	가족 신앙 영향	사회적 책임 실천	온·오프 라인 접근	투명한 재정 운영
전체	9.1	37.8	43.4	24.9	17.7	6.7	31.4	5.9	15.0

문항28) 노년 세대를 위한 종교의 우선 역할(복수선택)

귀하께서는 노년 세대를 위해 종교가 우선적으로 했으면 하는 것이 있다면 무엇입니까?



[노년 세대를 위한 종교의 우선 역할]

	정서 안정 지원	명상·운동 활동	교리 공부 기회	세대 통합 활동	법문 콘텐츠 제공	죽음 준비 상담	의료·요양 정보 제공	스마트폰 활용 교육
전체	37.3	44.8	6.4	18.0	11.0	35.9	35.4	4.6

7 사회 인식

▶ 요약 및 분석

문항29) 인류 보편 가치

문항30) 사회 갈등

문항31) 종교 인구 감소 원인

[문항29] 인류 보편 가치

현대 한국 사회를 관통하는 인류 보편 가치를 분석한 결과, 과거의 성장 중심 가치에서 ‘관계’와 ‘생존’ 중심의 가치로 거대한 전환이 포착되었다.

현대인이 가장 중요하게 생각하는 가치 1위는 “이해와 공감”(33.2%)이었다. 이는 전통적으로 중시되던 ‘정의’나 ‘자유’, ‘성공’을 앞선 결과로, 혐오와 갈등으로 얼룩진 사회적 피로도 속에서 대중이 서로를 비난하기보다 ‘서로를 이해하고 보듬어주는 문화’를 얼마나 간절히 원하고 있는지를 방증한다.

또한, 전쟁과 기후 위기 등 전 지구적 위기감이 고조되면서 “평화”(29.1%)와 “생명 존중”(29.0%)과 같은 생존 직결 가치들이 상위권에 나타났다.

세대별 특이점으로는 20대 청년층이 유독 “평등”(30.6%)을 중요한 가치로 꼽았다는 점이다. 이는 불공정한 기회와 치열한 경쟁 사회 속에서 청년 세대가 느끼는 깊은 좌절과 분노가 투영된 결과로 해석된다.

[문항30] 사회 갈등

우리 사회의 균열 지점을 바라보는 시선에서 기성세대와 청년 세대 간의 뚜렷한 온도차가 확인되었다.

전체적인 시각에서는 “사회·국가 차원의 이념 및 계층 갈등”(27.4%)과 “경제적 불평등”(21.9%)이 가장 시급히 해결해야 할 과제로 꼽혔다. 이는 정치적 양극화와 심화되는 빈부 격차가 대중에게 가장 큰 거시적 스트레스 요인임을 보여준다.

반면, 청년층의 시선은 훨씬 미시적이고 개인적인 영역을 향해 있었다. 이들은 “지역사회 내 세대 갈등”(20대 23.5%, 30대 18.4%)과 “개인 내면의 심리적 갈등”(20대 15.8%, 30대 17.4%)을 기성세대보다 훨씬 심각하게 받아들이고 있다. 청년들에게 있어 갈등은 뉴스에 나오는 먼 이념 논쟁이 아니라, 직장 상사와의 불통이나 자신의 내면적 불안 같은 '내 옆의 실재하는 문제'인 것이다.

[문항31] 종교 인구 감소 원인

종교 인구가 지속적으로 감소하는 근본적인 원인은 외부 환경의 변화가 아닌, 종교 내부의 '자격 상실'에 있었다.

대중은 종교를 떠나는 압도적인 1위 원인으로 “종교 지도자 및 단체에 대한 신뢰 상실”(40.5%)을 지목했다. 이는 교리가 어렵거나 과학이 발전해서가 아니라, ‘성직자와 교단이 도덕적으로 믿을만하지 않다.’는 뼈아픈 도덕적 파산 선고와 같다. 2위는 “개인의 삶에 실질적 도움을 주지 못함”(31.7%)이었다. 취업, 주거, 마음의 병 등 대중이 겪는 고통스러운 현실 문제에 대해 종교가 아무런 해답이나 위로를 주지 못하고 있다는 '무능함'에 대한 비판으로 볼 수 있다.

“개인주의 확산”(31.1%)이라는 사회적 트렌드 역시 원인 중 하나였으나, 앞선 두 가지 내부적 요인(신뢰 상실, 무능함)보다는 비중이 낮아, 종교계의 자성이 우선되어야 함을 시사한다.

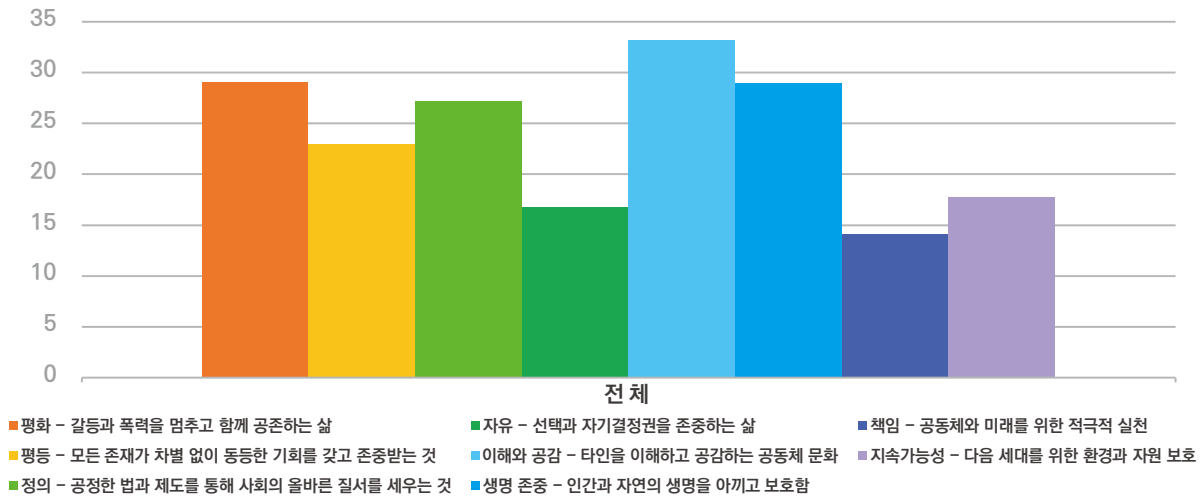
▲ 사회 인식에 관한 제언

사회 인식에 관한 분석을 통해 도출된 원불교의 미래 전략은 ‘신뢰를 회복하고(Credibility), 마음을 공감하며(Empathy), 실질적 해법을 주라(Solution)’는 세 가지 축으로 요약된다.

- **무너진 신뢰의 회복:** 종교 인구 감소의 핵심 원인이 '도덕적 권위의 추락'임을 직시해야 합니다. 투명한 재정 공개, 성직자의 윤리성 강화, 권위주의를 탈피한 수평적 문화를 통해 "한국 사회에서 가장 깨끗하고 민주적인 종교"라는 브랜드 이미지를 구축하는 것이 무엇보다 시급하다.
- **극단적 공감:** 시대정신인 '이해와 공감'을 선점해야 한다. 사회적 약자, 소수자 그리고 고립된 개인들을 판단하지 않고 있는 그대로 들어주는 경청 프로그램을 제안한다.
- **손에 잡히는 효능감:** 대상별로 구체적인 해결책을 제공해야 한다. 20대에게는 '공정한 기회(장학/멘토링)'를, 중년에게는 '마음의 평화(명상)'를, 노년에게는 '건강한 돌봄(요양)'을 제공하여, 말뿐인 설교가 아닌 삶을 변화시키는 효능감을 주어야 한다.

문항29) 인류 보편 가치(복수선택)

귀하께서는 지금 우리 사회와 세계에서 가장 중요한 인류 보편 가치는 무엇이라고 생각하십니까?

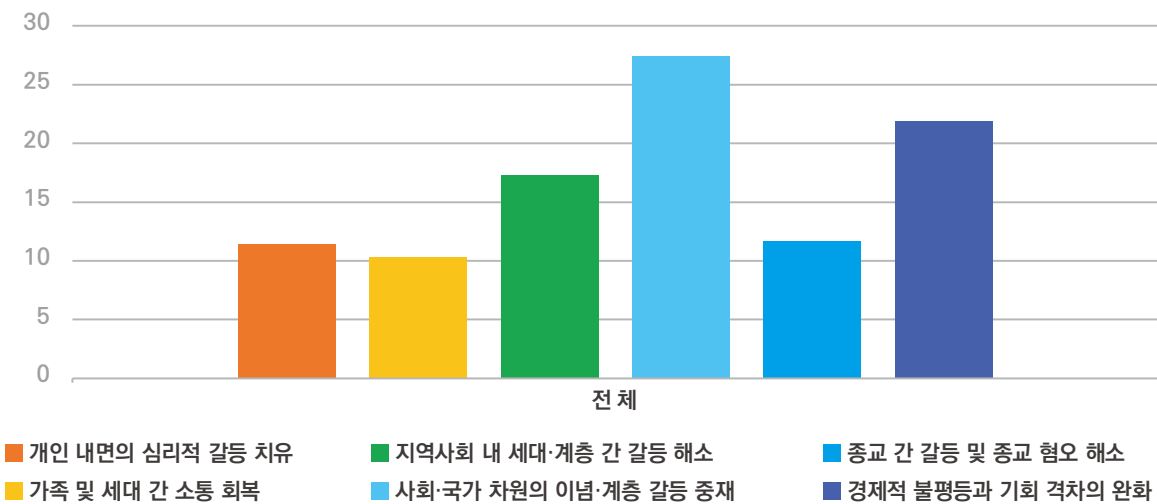


[인류 보편 가치]

	평화	평등	정의	자유	이해와 공감	생명 존중	책임	지속 가능성
전체	29.1	23.0	27.2	16.8	33.2	29.0	14.1	17.7

문항30) 사회 갈등

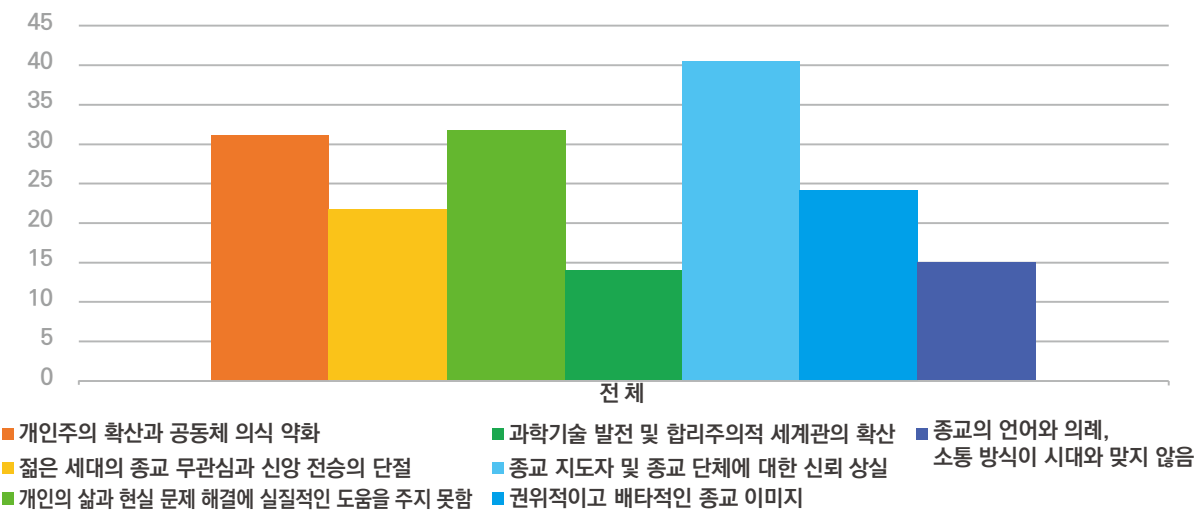
귀하께서는 현대사회에서 가장 시급히 해결해야 할 갈등이 무엇이라고 생각하십니까?



[사회 갈등]

	심리적 갈등 치유	세대 간 소통 회복	지역사회 갈등 해소	이념·계층 갈등 중재	종교 갈등 혐오 해소	경제 불평등 완화
전체	11.4	10.3	17.3	27.4	11.7	21.9

문항31) 종교 인구 감소 원인(복수선택) 귀하께서는 종교 인구가 지속적으로 감소하는 원인이 무엇이라고 생각하십니까?



[종교 인구 감소 원인]

	■ 개인주의 확산과 공동체 의식 약화	■ 젊은 세대 종교 무관심	■ 현실 문제 도움을 주지 못함	■ 과학기술 발전	■ 종교 단체 신뢰 상실	■ 배타적인 종교 이미지	■ 종교의 언어 시대와 맞지 않음
전체	31.1	21.6	31.7	13.9	40.5	24.1	14.9

