

numbers 제 121호



주요 내용

2021.11.26

1. 이번 주 주제 : [새신자 조사]

새신자가 교회를 찾는 시점, 76%가 삶의 어려움 있었다!

2. 최근 언론보도 통계

- [17개 경제선진국의 삶의 가치 비교]

“삶을 의미있게 만드는 것”, 경제선진국 17개국 중 한국만 유일하게 ‘물질적 풍요’가 1위!

- [미국 Z세대의 복음 전도에 대한 인식]

미국 Z세대(13~18세)가 가장 편안함을 느끼는 복음전도자, ‘판단하지 않고 경청하는 자’!

우리는
더 나은 정보가
더 나은 세상을 만든다고
믿습니다

목회데이터연구소 주간리포트

홈페이지 | www.mhdata.or.kr
E-mail | mhdata@mhdata.or.kr
전화 | 02.322.0726

기독교 통계

새신자가 교회를 찾는 시점, 76%가 삶의 어려움 있었다!

우리나라 기독교인의 교회 섬김의 열심은 대단하다. 그 열심 가운데서도 특히 전도의 열심은 매우 크다. 한 연구자는 한국 개신교인 수가 1961~1970년의 10년 사이에 무려 412%라는 놀라운 성장을 이루었고, 1971~1985년의 15년 사이에는 그전보다는 줄어들었지만 그래도 100%라는 높은 성장을 이루었다고 분석했다.(이원규, 「한국교회의 사회학」, 131쪽) 그러한 폭발적인 성장을 가능하게 한 것이 '전도'의 열심이었다는데는 이론의 여지가 없다.

그러나 1990년대 들어 교회 성장이 둔화되었는데, 가장 큰 이유는 전도가 예전처럼 잘 되지 않기 때문일 것이다. 하지만 전도가 잘 되지 않는 환경임에도 불구하고 교회를 새로 찾는 사람들이 소수이지만 꾸준히 있다. 다들 전도가 안된다고 하는데 이들은 어떻게 전도된 것일까? 이들을 대상으로 왜 교회에 나오려고 했는지, 어떻게 나오게 되었는지, 또 교회에 정착하는 과정은 어떠했는지 들여다 보면, 전도에 대한 새로운 시사점을 얻을 수 있다.

최근 한국교회탐구센터에서 지난 5년 사이에 교회에 출석한 새신자들을 대상으로 조사를 실시하여 발표했는데, 목회데이터연구소 주간리포트 「넘버즈」에서 이번 주와 다음 주 두 차례에 걸쳐서 그 결과들을 신고자 한다. 이번 121호에서는 새신자가 전도받으면서부터 교회에 출석하기까지의 과정을, 다음 122호에서는 교회에 출석해서 정착하기까지의 실태를 실을 것이다. 이 보고서가 전도가 되지 않는 시대에, 한국교회가 전도에 대해 다시 생각하는 기회가 되기를 바란다.

일러두기

- 본 리포트에서 사용한 자료는 저작권법을 준수합니다.
- 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 보고서 상에서 표기된 값의 합이 100%가 되지 않을 수 있습니다.
- 복수 응답 문항의 빈도는 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 본 리포트는 저작권법에 의해 각각의 통계마다 그 자료의 출처(생산자)를 의무적으로 명기하고 있습니다. 자료를 인용하실 경우, 원 자료 출처(생산자)를 반드시 밝혀주시기 바랍니다.

이번 121호의 내용은 한국교회탐구센터가 지앤컴리서치에 의뢰하여 이루어진 '새신자의 교회 출석 경로 및 교회 생활 실태 조사 보고서'에서 주요 내용을 발췌한 것으로 조사의 개요는 아래와 같다.

조사 개요

- 조사 대상 : 만 19세 이상 개신교인으로서 교회 출석 최근 5년 이내 남녀
- 조사 지역 : 전국
- 조사 방법 : 온라인패널을 대상으로 한 온라인 조사(이메일을 통해 URL 발송)
- 표본 규모 : 총 458명 (유효 표본)
- 표본 추출 : 무작위 추출
- 표본 오차 : 95% 신뢰수준에서 $\pm 4.6\%$ p
- 자료 처리 : 수집된 자료는 통계패키지 SPSS 18.0 for Windows로 분석함
- 조사 기간 : 2021년 8월 20일 ~ 9월 13일(23일간)
- 조사 의뢰 기관 : 한국교회탐구센터
- 조사 수행 기관 : (주)지앤컴리서치

본 조사 결과는 지난 10월 29일에 있었던 한국교회탐구센터의 '교회탐구포럼'에서 발표되었다. 이 포럼에서는 설문조사 결과와 함께 새신자 7명을 대상으로 한 심층조사 결과도 함께 발표되었는데, 모든 발표 내용은 한국교회탐구센터 홈페이지의 「11차 교회탐구포럼 자료집」에 실려 있다.

(http://www.tamgoo.kr/board/bbs/board.php?bo_table=b_resources_2_1&wr_id=141&wr_1=)

※ 포럼 발표 동영상은 유튜브에 3편으로 나뉘어 업로드 되어 있다.

- 정량조사 : <https://www.youtube.com/watch?v=gaGxNyifCHY>
- 정성조사 : <https://www.youtube.com/watch?v=xPoZ8TmbXc0>
- 패널토의 : <https://www.youtube.com/watch?v=U4iJSsZgj1o>

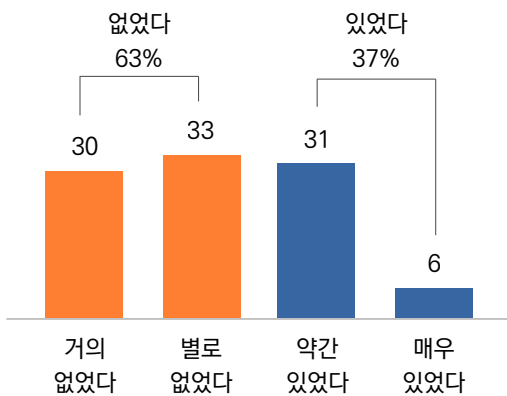
1



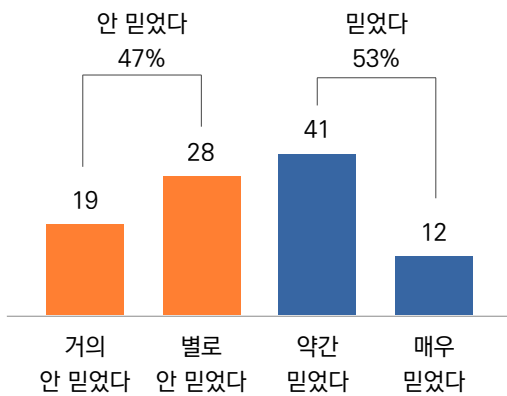
교회를 찾는 사람들(새신자), 종교에 대한 관심과 무관하다!

- 교회를 찾는 사람들은 누구일까? 종교에 관심이 많은 사람? 초월적 존재와 세계에 관심이 많은 사람?
- 아니다. 최근 5년 이내 교회에 출석한 새신자들을 조사한 결과, 오히려 평소 종교에 관심이 없는 사람이 더 많았다. 귀신, 천국, 지옥 등 초월적 존재와 세계에 대해 관심이 있는 사람이 많기는 했지만 큰 차이는 아니었다.
- 즉 평소 종교에 대한 관심이나 초월에 대한 관심이 종교를 찾게 하는 것과 별 관련이 없었다.

[그림] 교회 출석 전 종교에 대한 관심 (%)



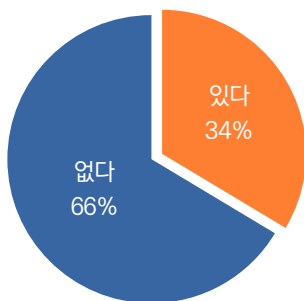
[그림] 교회 출석 전 귀신, 천국, 지옥 등 초월 세계 및 초월적 존재에 대한 인식 (%)



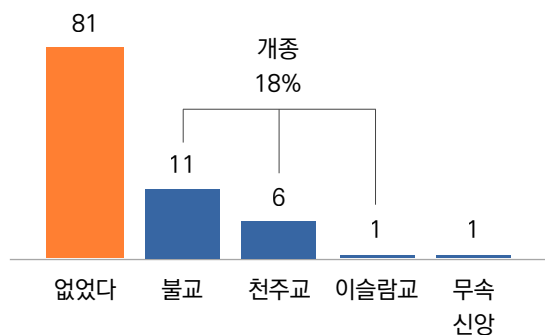
● 교회를 찾는 사람들, 종교를 비교하지 않는다!

- 교회를 찾는 사람들은 여러 종교를 비교해서 그 결론으로 교회를 찾는 것일까?
- 아니다. 사람들은 여러 종교에 대한 비교 탐색 활동의 결론으로 기독교를 찾은 것이 아니다. 교회에 오기 전에 타 종교 집회/활동에 참여해 봤던 사람은 34% 밖에 되지 않았다.
- 이전에 다른 종교를 믿은 적이 없었고(81%), 다른 종교에서 개종한 비율(18%)은 얼마 되지 않았다.

[그림] 교회 출석 전 타 종교 집회 및 활동 참여 경험

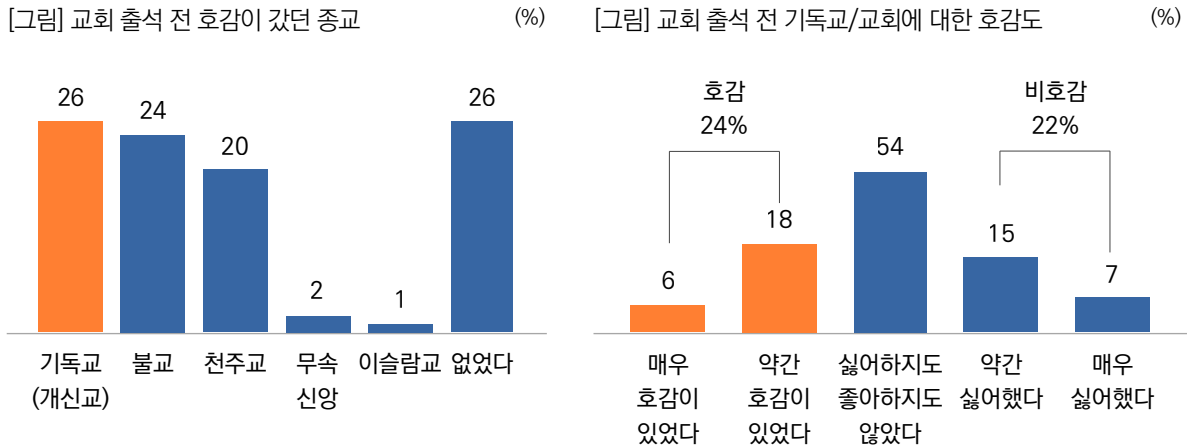


[그림] 기독교 이전에 믿었던 종교 (%)



● 교회를 찾는 사람들, 교회에 대한 호감이 결정적이지 않다!

- 그러면 새신자들은 평소 기독교(개신교)에 대한 호감이 많아서 교회를 찾는 것일까?
- 기독교에 대한 호감도가 타 종교보다 많았던 점에서는 ‘그렇다’라고 할 수 있지만, 교회에 대한 호감도가 교회 출석에 있어 결정적으로 작용한 것 같지는 않다.
- 왜냐하면 교회 출석 전 평소 호감이 갔던 종교로 기독교가 가장 많이 꼽혔지만 그 비율이 26% 밖에 되지 않았고, 기독교에 대한 호감도 자체도 24%에 그쳤다.

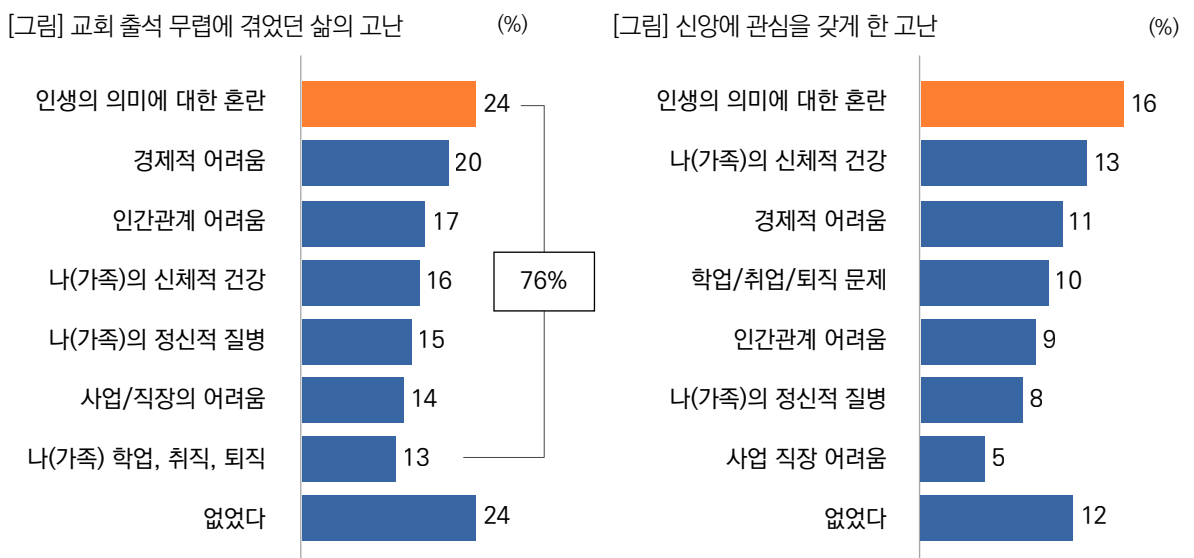


2



새신자가 교회를 찾는 시점, 76%가 삶의 어려움 있었다!

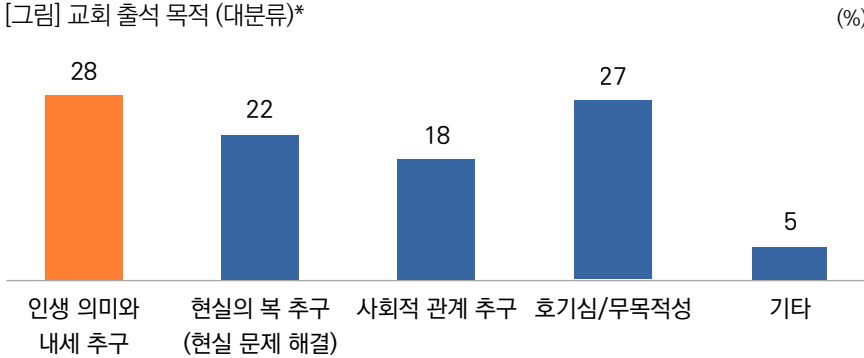
- 그렇다면 교회를 찾는 사람들은 누구일까? 이러저러한 삶의 어려움과 고난을 겪고 있던 사람들이다.
- ‘인생의 의미에 대한 혼란’을 가장 많이 겪었는데(24%), 이것이 신앙에 관심을 갖게 한 가장 큰 고난이었다 (16%).
- 전체적으로 76%가 인생의 의미성에 대한 혼란 이외에 경제적 어려움, 건강의 어려움 등을 겪었던 시기에 교회를 찾은 것으로 나타났다.



● 교회를 찾는 사람들, 현실 문제 해결보다 ‘인생의 의미/내세추구’ 목적이 높다!

- 교회 출석 목적으로는 ‘인생 의미와 내세 추구’형(인생의 의미를 알고 싶어서, 내세에 관심이 있어서 등)이 28%로 가장 많았다. 그 다음으로 ‘현실의 복 추구’하는 유형(건강, 가족, 사업과 직장 문제 해결 등)이 22%였다.
- 그 다음으로는 ‘사회적 관계 추구’하는 유형(친밀한 인간 관계, 훌륭한 인격/교양을 위해)이 18%였다.
- 그런데 ‘호기심/무목적성’ 유형(특별한 목적없이, 호기심으로)이 27%나 되었는데, 꼭 특별한 계기나 목적이 있어야만 교회를 찾은 것이 아님을 알 수 있다.

[그림] 교회 출석 목적 (대분류)*



*교회 출석 목적에 대한 응답 보기항목을 11개 제시한 후, 주제별로 묶어 분석한 결과임.

[표] 교회 출석 목적

분류	비율	내용	상대적으로 응답이 높은 층
인생 의미와 내세 추구	28%	인생의 의미를 알고 싶어서 21% 내세에 관심이 있어서 6% 하나님/말씀이 궁금해서 1%	여자 33% 50대 33% 주부 37%
현실의 복 추구 (현실 문제 해결)	22%	건강, 가족, 사업/직장의 문제 해결을 위해 19% 사업상 인맥을 쌓기 위해 3%	50대 30% 블루칼라 32%
사회적 관계 추구	18%	친밀한 인간관계를 맺기 위해 10% 훌륭한 인격 혹은 교양을 갖추기 위해 8%	20대 26%
호기심/무목적성	27%	주위 권유로 특별한 목적없이 18% 그냥 호기심으로 9%	20대 36% 60대 36% 학생 33% 자영업 32%
기타	5%	마음의 안정 위해 2% 기타 3%	

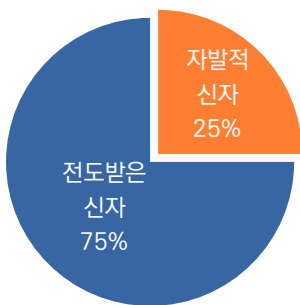
3



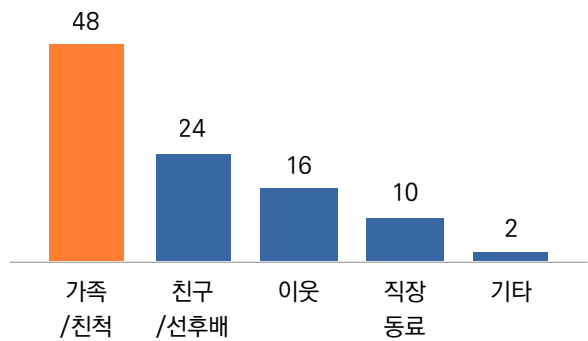
전도자, ‘가족/친척’이 압도적으로 높아!

- 새신자 중 스스로 교회 출석한 자발적 신자와 전도받은 신자 비율은 25:75 정도로 4명 중 3명 정도가 전도자의 전도를 받아 교회에 출석한 것으로 나타났다.
- 전도받은 신자 기준으로 전도자는 ‘가족/친척’이 압도적으로 많았다. 따라서 향후 전도 전략 수립시, ‘가족/친척’을 타겟으로 하는 것이 보다 효과적일 것으로 판단된다.

[그림] 새신자 중 자발적 신자와 전도받은 신자 비율



[그림] 전도자 (전도받은 자 기준)



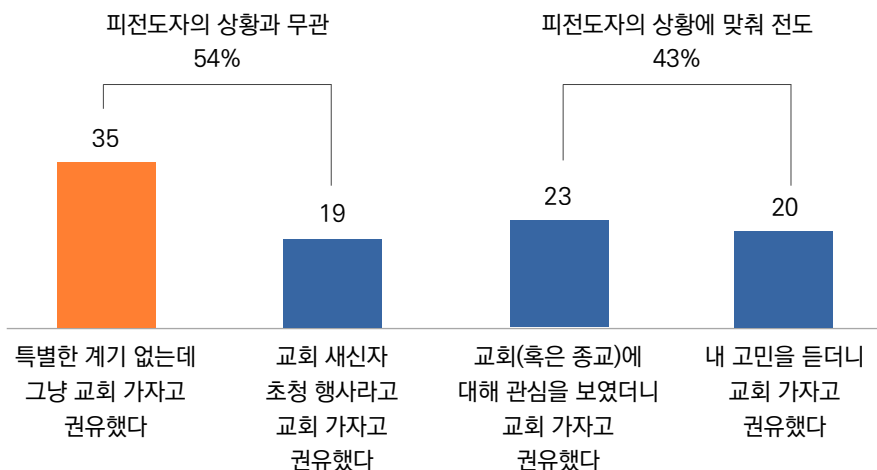
4



교회 출석 시 전도자와의 접촉 상황, ‘새신자 초청 행사’ 19%!

- 피전도자와의 상황과 무관하게 전도를 한 경우, 즉 ‘특별한 계기 없는데 교회 가자고 권유했다’(35%)와 ‘새신자 초청행사라 교회 가자고 권유했다’(19%)를 합한 비율은 54%였다.
- 피전도자의 상황에 맞춰 전도한 경우, 즉 ‘교회에 관해 관심을 보였더니 교회 가자고 권유했다’(23%), ‘내 고민을 듣더니 교회 가자고 권유했다’(20%)를 합한 비율은 43%로 조금 낮았다.
- 새신자들은 이런저런 삶의 문제를 안고 있었는데, 그런 상황에 맞춰 전도하는 것이 더 요구된다.

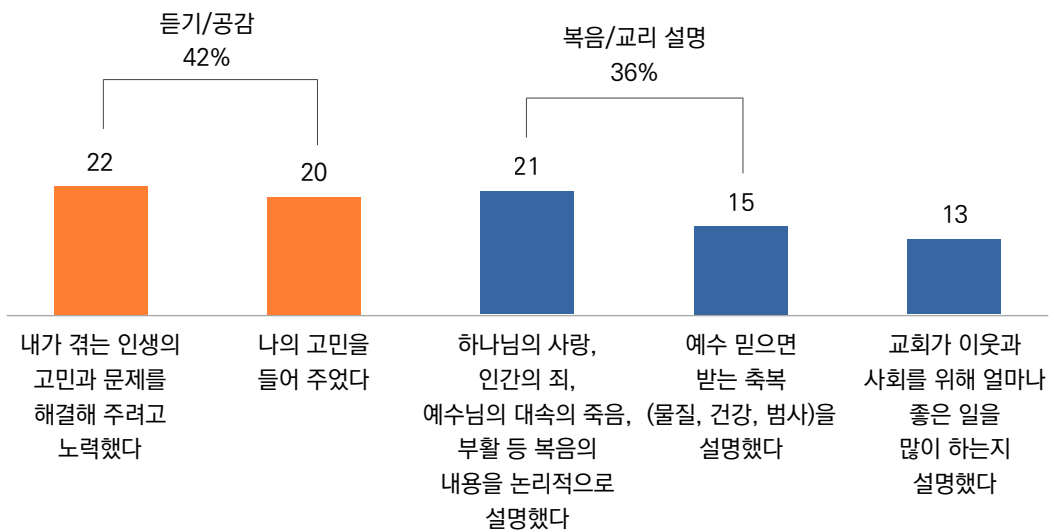
[그림] 교회 출석 시 전도자와의 접촉 상황



● 새신자의 교회 출석에 결정적 영향을 미친 전도자의 전도내용/방식, '듣기/공감' 42%!

- 전도자가 어떤 전도 내용/방식을 취했을 때 피전도자가 교회 출석을 결정하게 되는가는 전도 전략에 있어 매우 중요한 요소이다. 새신자가 교회 출석하는데 결정적 영향을 미친 전도자의 전도 내용을 물어본 결과 '인생의 고민과 문제를 해결해 주려고 노력했다'(22%)와 '나의 고민을 들어주었다'(20%)와 같이 피전도자와 공감하고 돕는 방식의 전도가 '복음의 내용을 논리적으로 설명'(21%), '예수 믿으면 받는 축복을 설명'(15%)과 같은 복음과 관련 논리 중심의 설명보다 더 많이 행해졌다.

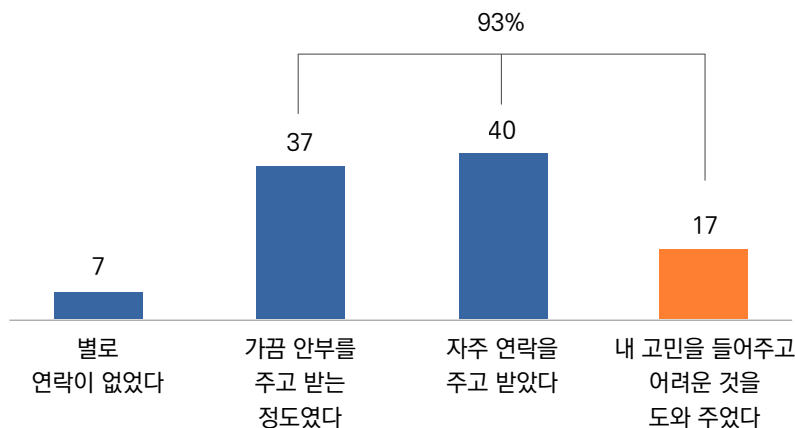
[그림] 교회 출석에 결정적 영향을 미친 전도자의 전도 내용/방식 (%)



● 전도자의 전도 이후, 교회 출석까지 지속적 교류가 효과적!

- 전도자가 피전도자의 '고민을 들어주고 어려운 것을 도와주는 것'(17%)도 있지만 계속 연락을 주고받으며 관계를 지속시켜 나가는 가운데 교회에 출석한 것으로 조사되었다.
- 이는 자주 연락을 주고 받은 것은 전도자가 가족 등 가까운 관계에 있는 사람이라서 자주 연락을 하기도 하지만 지속적인 교류가 전도에 효과적이라는 것을 입증해 주는 수치이다.

[그림] 전도자의 전도 이후 교회 출석 전까지 전도자와의 관계 (%)



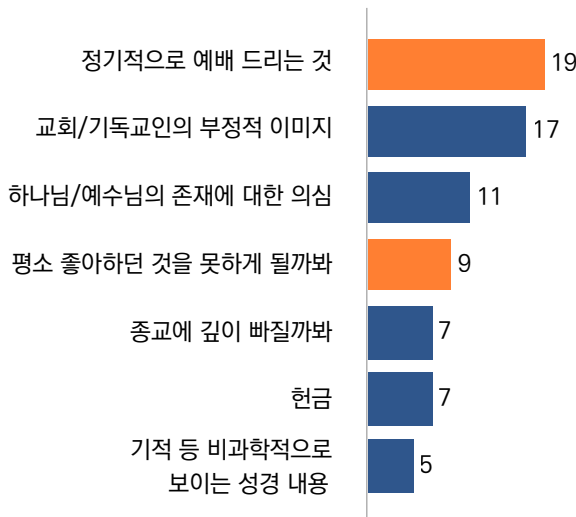
5



교회 출석하기 전까지의 최대 장애물, 생활 습관을 변화시키는 것!

- 전도를 받은 후 교회에 나가기로 결정할 때 가장 큰 걸림돌은 ‘정기적으로 주일예배 드리는 것’(19%)과 ‘평소 좋아하던 것을 못 하게 될까봐’(9%) 등 생활 패턴 및 습관을 변화시키는 것이었다.
- 두 번째 장애 요인은 ‘교회/기독교인의 부정적 이미지’(17%)였고, 세 번째로는 ‘하나님/예수님의 존재에 대한 의심’(11%)과 ‘기적 등 비과학적으로 보이는 성경의 내용’(5%)과 같이 신비적 영역에 대한 의심이었다.
- 20~30대는 생활 습관을 변화시키는 것, 40~50대는 교회의 부정적 이미지, 60세 이상은 신비적 영역에 대한 의심이 가장 큰 장애 요인이었다.

[그림] 교회 출석 결정할 때 망설이게 한 요인(상위 7위) (%)



[그림] 교회 출석 결정할 때 망설이게 한 요인(연령별, 1위)

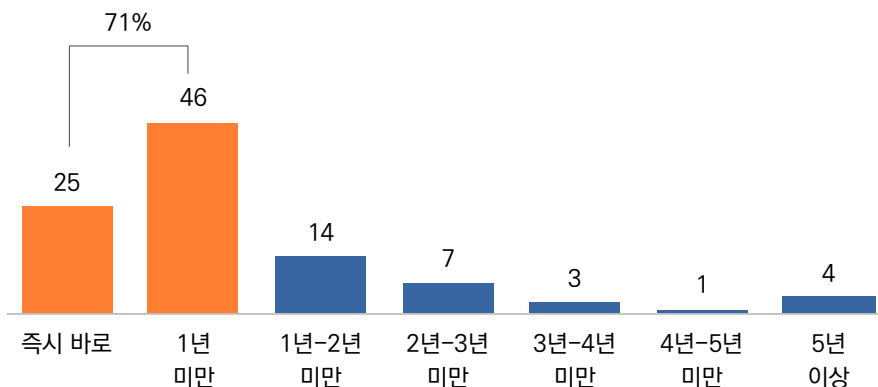
연령	1위
20~30대	정기적으로 주일예배 드리는 것
40~50대	교회/기독교인의 부정적 이미지
60대 이상	하나님/예수님의 존재에 대한 의심

● 전도 후 교회 출석, 1년 미만 71%!

- 전도로 교회에 출석한 새신자들은 전도 받은 후 1년 이내에 교회에 나간 비율이 71%였으며, 시간이 길어질수록 교회에 나가는 비율은 떨어졌다.
- 전도 초기에 집중적으로 설득하는 것이 효과적임을 알 수 있다.

[그림] 전도자의 전도로부터 교회 출석까지 걸린 기간

(%)





시사점

‘너희는 가서 모든 민족을 제자로 삼아 아버지와 아들과 성령의 이름으로 세례를 베풀고’(마 28:19)
 ‘오직 성령이 너희에게 임하시면 너희가 권능을 받고 예루살렘과 온 유대와 사마리아와 땅 끝까지 이르러 내 증인이 되리라 하시니라’(행 1:8)

위 성경 구절을 접할 때 ‘그래, 전도해야지’하는 굳은 결심을 안해 본 그리스도인은 별로 없을 것이다. 그래서 노방전도도 하고, 가가호호 방문 전도도 했다. 심지어 모 대학생 선교단체는 ‘거지 전도’라고 해서 예수님이 12제자를 아무 것도 못가지게 하시고 전도하려 파송한 것을 본 딴 전도도 실시했다. 하여간 때를 얻든지 못 얻든지 항상 말씀을 전파하라는 명령을 잘 수행했다.

그런데 이제는 전도 열정이 사그러들었다. 스스로 전도하는 사람도 별로 없고, 교회에서 전도 행사를 해도 참여하는 사람이 많지 않다. 전도 열정이 떨어져서 전도가 안되는 것인지, 전도가 안되므로 전도 열정이 떨어진 것인지 명확하게 알기는 어렵지만, 전도는 ‘사람’이 하는 것이므로 전도 열정이 없으면 전도가 아예 되지 않는다. 그렇다고 해서 전도 열정을 회복한다고 해서 전도가 되는 것도 아니다. 전도 환경이 달라졌기 때문이다. 그러므로 이제는 좀 더 정교하고 전략적인 전도 방법이 필요하다.

이번 넘버스의 분석 결과를 보면 전도 방법 측면에서 주목할 것이 있다. 첫째로는 종교심이 강한 사람이라고 전도가 더 잘되는 것이 아니라는 점이다. 초월적 관심이 많은 사람이 아니라 오히려 현실의 문제를 겪는 사람일수록 전도하기 쉽다. 둘째, 종교를 선택할 때는 합리적 선택을 하지 않는다. 즉 종교를 두루 비교해서 자신이 가장 마음이 가는 종교를 선택하는 것이 아니라는 것이다. 그래서 전도의 순간에 전도 대상자의 마음을 움직이는 것이 중요하다. 셋째, 전도를 하면 대개 1년 이내에 교회에 출석한다. 그러므로 전도를 하면 초기에 집중적으로 설득하는 것이 효과적이다. 물론 그 사이에 지속적 교류를 해야 하는 것은 당연하다. 넷째, 교회 이미지는 전도의 결정적 무기는 아니다. 그렇지만 지금처럼 교회가 사회로부터 비난을 받는다면 전도의 걸림돌이 되므로 교회 이미지는 개선해야 한다. 다섯째, 전도는 다양한 상황 하에서 다양한 내용으로 이루어진다. 어떤 방법이 옳고 어떤 방법이 그른 것이 아니다. 구체적인 이유와 목적을 가지고 교회에 나오는 새신자도 있지만 그런 것이 전혀 없이 호기심으로 나오는 새신자도 많다. 따라서 다양한 상황에 맞게 전도해야 한다. 여섯째, 전도자가 동료/이웃보다는 가족/친척이 압도적으로 많다. 1차적으로 가족/친척을 대상으로 전도하는 전략이 효과적이다.

그러므로 전도 전략을 수립할 때는 우선 각 교회가 자기 교회를 찾는 새신자들을 파악해야 한다. 도시교회와 농촌교회, 대형교회와 소형교회에 오는 새신자가 다를텐데, 우리교회에 오는 새신자는 어떤 사람인지, 왜 교회에 나오게 되었는지에 대한 간단하지만 핵심적 질문을 하는 설문을 해서 자기 교회에 오는 새신자의 특성을 이해하여야 한다. 자기 교회에 출석하는 새신자 특성을 이해했다면, 그 다음으로는 새신자 유형(나이, 교회 출석 목적 등등)을 나누어서 각 유형별로 적합한 전도 전략을 짜고 우리 교회만의 특화된 전도 방법론을 만들어야 한다. 누구에게 어떻게 접근해서 어떤 메시지를 전달할 것인지를 구체화해야 한다. 그 후에는 각 교회에 맞는 전도 방법론을 교인들에게 교육시켜야 한다. 그래서 교인들이 언제 어떤 상황에서든 거기에 맞게 전도할 수 있도록 무장시켜야 할 것이다.

현대 사회는 매우 복잡하고 다양화된 사회라서 모든 분야에서 무조건적인 열심히는 일의 성과를 거둘 수 없다. 대신 정보가 중요하다. 얼마나 필요한 정보를 모아 잘 분석해서 솔루션을 만드는지가 현대 사회에서 성공할 수 있는 길이다. 전도도 마찬가지다. 전도는 교인들을 닦달하는 것으로 되지 않는다. 사명감으로는 한계가 있다. 전도 전략이 중요하다. 그래서 전도가 잘 안되는 것도 목회자의 책임이다. 좀 더 지혜롭게, 전략적으로 전도를 실행하기를 기대한다.

최근 언론 보도 통계

1. [17개 경제선진국의 삶의 가치 비교]
“삶을 의미있게 만드는 것”,
경제선진국 17개국 중 한국만 유일하게 ‘물질적 풍요’가 1위!
2. [미국 Z세대의 복음 전도에 대한 인식]
미국 Z세대(13~18세)가 가장 편안함을 느끼는 복음전도자,
‘판단하지 않고 경청하는 자!’

1. 17개 경제선진국의 삶의 가치 비교



“삶을 의미있게 만드는 것”, 경제선진국 17개국 중 한국만 유일하게 ‘물질적 풍요’가 1위!

- 최근 미국 여론조사 기관 퓨리서치센터가 발표한 17개 경제선진국을 대상(18,850명)으로 실시한 ‘삶의 가치’에 대한 조사에 따르면, 17개국 중 유일하게 한국이 ‘삶을 의미있게 만드는 것(What Makes Life Meaningful?)’으로 ‘물질적 풍요(material well-being)’를 1순위로 꼽았다.
- 이는 17개국 중 다수인 14개국이 ‘가족’을 1순위로 꼽은 것과 매우 대조적이다. 한국은 두 번째가 ‘건강’이었고, ‘가족’은 세번째였다.

[그림] 삶을 의미있게 만드는 것(What makes life meaningful?, 17개국별 상위 3위)

국가	1위	2위	3위
대한민국	물질적 풍요	건강	가족
호주	가족	직업	친구
뉴질랜드	가족	직업	친구
스웨덴	가족	직업	친구
프랑스	가족	직업	건강
그리스	가족	직업	건강
캐나다	가족	직업	물질적 풍요
싱가포르	가족	직업	사회
네덜란드	가족	물질적 풍요	건강
벨기에	가족	물질적 풍요	직업
일본	가족	물질적 풍요	직업
영국	가족	친구	취미
미국	가족	친구	물질적 풍요
독일	가족	직업/건강	
이탈리아	가족/직업		물질적 풍요
스페인	건강	물질적 풍요	직업
대만	사회	물질적 풍요	가족

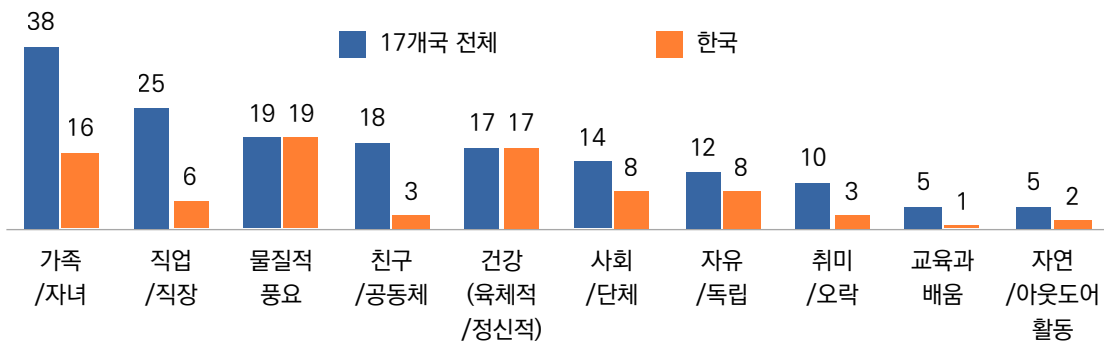
*자료출처 : Pew Research Center, "What Makes Life Meaningful? Views From 17 Advanced Economies, 2021.11.18. (17개 경제선진국 성인남녀 18,850명, 전화/온라인조사, 2021.02-05)

**본 조사는 삶을 의미있게 만드는 것(What Makes Life Meaningful?)을 주관식으로 질문하여 3개까지 응답을 받아, 20개 항목으로 분류하여 항목별 응답률을 집계한 것임

● “삶을 의미있게 만드는 것”, 17개국 전체적으로는 ‘가족’이 압도적으로 높고 다음으로 직업, 물질적 풍요 순임

- 퓨리서치센터가 ‘삶을 의미있게 만드는 것’ 대한 응답(주관식)을 분석한 결과, ‘한국’이 가장 높게 응답한 주제는 위에서 언급한 대로 ‘물질적 풍요/안정적 삶의 질’(19%)였다. 한국은 각 주제에 대해 17개국 평균 보다 대체로 낮은 응답률을 보였는데, 이는 한국인에게서 삶의 의미를 주는 것이 다른 나라에 비해 다양하지 않음을 보여주는 데이터이다.
- 17개국 전체 기준 ‘삶을 의미있게 만드는 것’에 대한 응답은 ‘가족/자녀’가 38%로 가장 높았고, ‘직업/직장’ 25%, ‘물질적 풍요’ 19% 등의 순이었다.

[그림] ‘삶을 의미있게 만드는 것’ (17개국 전체 vs 한국, 상위 10위) (%)



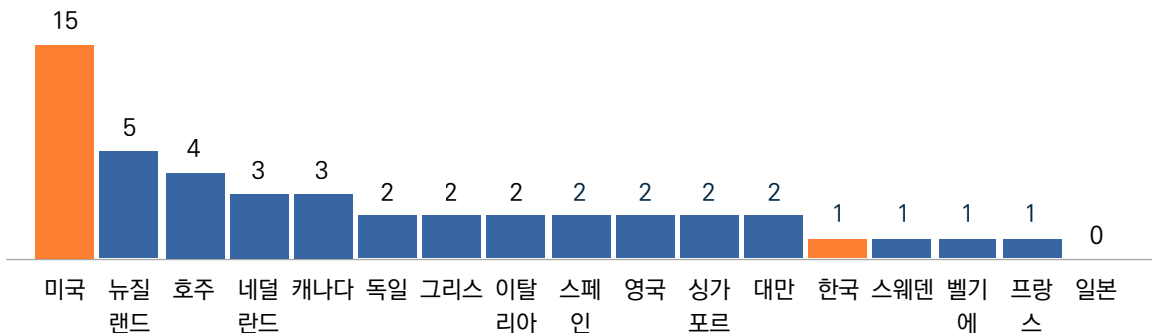
*자료출처 : Pew Research Center, "What Makes Life Meaningful? Views From 17 Advanced Economies, 2021.11.18. (17개 경제선진국 성인남녀 18,850명, 전화/온라인조사, 2021.02-05)

**본 조사는 삶을 의미있게 만드는 것(What Makes Life Meaningful?)을 주관식으로 질문하여 3개까지 응답을 받아, 20개 항목으로 분류하여 항목별 응답률을 집계한 것임

● ‘삶을 의미있게 만드는 것’으로써 ‘종교/영적생활’, 미국이 가장 높고 한국은 최하위권!

- “삶을 의미있게 만드는 것”으로 ‘종교/영적생활’을 언급한 비율로는 ‘미국’이 15%로 가장 높고, 나머지 국가들은 5% 이하의 낮은 비율을 보여 미국과 큰 차이를 보였다. 한국은 1%로 최하위권으로 응답됐다. 삶의 의미라는 측면에서 한국인에게 종교가 차지하는 부분이 미국과 비교해 큰 차이가 있음을 알 수 있다.

[그림] 삶을 의미 있게 만드는 것으로 ‘종교/영적생활’ 비율(17개 경제 선진국) (%)



*자료출처 : Pew Research Center, "What Makes Life Meaningful? Views From 17 Advanced Economies, 2021.11.18. (17개 경제선진국 성인남녀 18,850명, 전화/온라인조사, 2021.02-05)

**본 조사는 삶을 의미있게 만드는 것(What Makes Life Meaningful?)을 주관식으로 질문하여 3개까지 응답을 받아, 20개 항목으로 분류하여 항목별 응답률을 집계한 것임

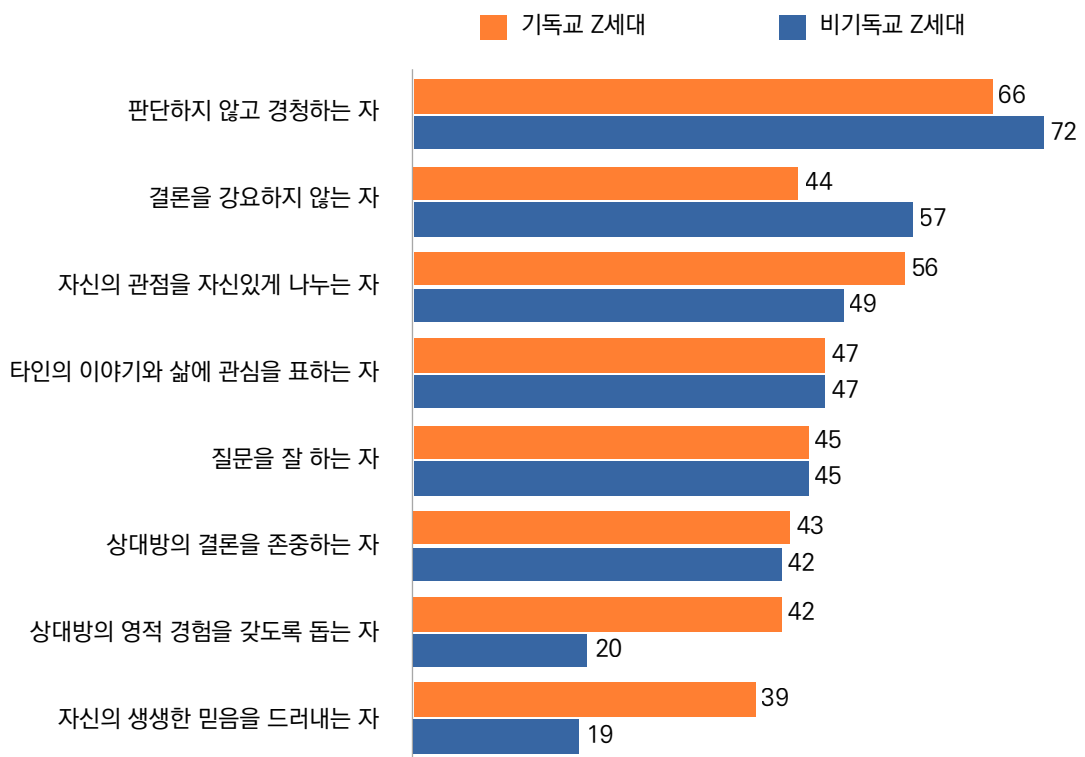
2. 미국 Z세대의 복음전도에 대한 인식



미국 Z세대(13-18세)가 가장 편안함을 느끼는 복음전도자, '판단하지 않고 경청하는 자'!

- 미국의 바나그룹(Barna Group)이 미국의 Z세대, 즉 10대 청소년(13세-18세)을 대상으로 복음전도에 대한 인식조사를 실시하여 최근 그 결과를 발표했는데, '가장 편안함을 느끼는 복음 전도자'에 대해 기독교 청소년과 비기독교 청소년 모두 '판단하지 않고 경청하는 자'를 가장 선호하는 것으로 나타났다.
- 비기독교 청소년의 경우 '결론을 강요하지 않는 자'에 대한 선호도가 상대적으로 높았다.

[그림] 가장 편안하게 느끼는 복음 전도자(미국 기독교 Z세대*** vs 비기독교 Z세대, 상위 8위) (%)



*자료 출처 : Barna Group, 2021.11.10., 'What Makes an Engaging Witness, as Defined by Gen Z'. (미국에 거주하는 13-18세 남녀 청소년 1,324명, 온라인 조사, 2021.3-5-4.16) (<https://www.barna.com/research/gen-z-witness/>)

** 크리스찬타임스, 'Z세대가 정의하는 매력있는 전도자는?', 2021.11.12. (<http://kctusa.org/detail.php?number=17664&thread=22r07#>)

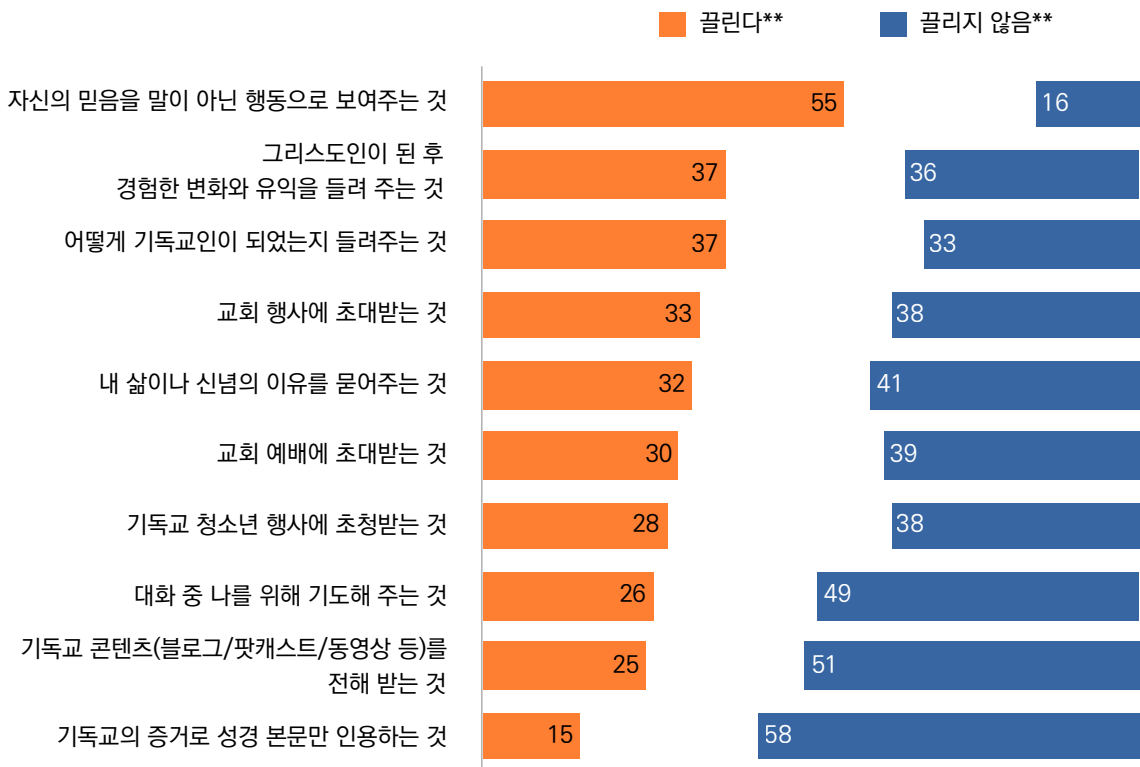
***기독교 Z세대 : 자신의 삶에 신앙을 중요하게 생각하며 최소 한 달에 한번 이상 교회에 출석하는 청소년.

● 미국의 비기독교 청소년이 생각하는 가장 끌리는 전도방법 : ‘자신의 믿음을 말이 아닌 행동으로 보여주는 것’ 가장 끌리지 않는 전도방법 : ‘기독교의 증거로 성경 구절을 언급하는 것’

- 비기독교 청소년이 가장 끌리는 전도 방법으로는 ‘자신의 믿음을 말이 아닌 행동으로 보여주는 것’이 55%로 가장 높았다.
- 반면에 가장 끌리지 않는 전도 방법은 ‘기독교의 증거로 성경 본문만 인용하는 것’이 58%로 가장 높았고, 다음으로 ‘기독교 콘텐츠(블로그/팟캐스트/동영상 등)를 전해 받는 것’ 51%, ‘대화 중 나를 위해 기도하는 것’ 49% 등의 순으로 꼽아, 성경적 말씀을 직접적으로 말로 하거나 기도하는 것에 대해서는 거부감이 큰 것으로 나타났다.
- 이와 같은 결과는 효과적인 전도 방법이 삶으로 보여주는, 말이 아닌 행동으로 보여주는 것이라는 것을 일깨워주고 있다.

[그림] 미국의 비기독교 청소년이 생각하는 전도방법 선호도

(%)



*자료 출처 : Barna Group, 2021.11.10., 'What Makes an Engaging Witness, as Defined by Gen Z'. (미국에 거주하는 13-18세 비기독교 남녀 청소년 393명, 온라인 조사, 2021.3-5-4.16) (<https://www.barna.com/research/gen-z-witness/>)

**5점 척도 중 '매우+다소' 매력적, '전혀+별로' 매력적이지 않음 수치임



언론 보도 기사 큐레이션

언론 보도 기사 큐레이션

*아래 밑줄의 제목을 누르면 해당 기사를 볼 수 있습니다. 해당 기사를 누른 후 언론사 메인 페이지가 보인다면 뒤로가기를 눌러주세요

정
치

[데일리 오피니언\(한국갤럽\) 제474호\(2021년 11월 4주\) - 경제 전망 등](#)

[전국지표조사\(4개 주요 조사기관\) 리포트 제55호 \(2021년 11월 4주\) - 대통령 국정 운영 평가 등](#)

사
회
일
반

[3분기 출산율 0.82명, 역대최저...합계출산율 4년째 1.0명 밑돌듯](#)

연합뉴스_2021.11.24.

[한국인 흑자 인생은 고작 32년... 60세 지나면 다시 '적자'](#)

한국일보_2021.11.25.

[부부 10쌍 중 6쌍은 따로 잔다... 이유는 바로...](#)

조선일보_2021.11.20.

[1인 가구의 식사... 아침 굶고 배달 음식 좋아해](#)

헬스조선_2021.11.24.

[경기도, 급격히 증가하는 1인 가구 실태조사 했더니](#)

국민일보_2021.11.01.

[기혼여성 6명 중 1명은 '경력 단절'... 45%가 30대](#)

국민일보_2021.11.23.

[조세연 "가정환경 어려우면 명문대 못 갈 확률 최소 70%"](#)

동아일보_2021.11.08.

[국민 1000명 중 26명 매일 항생제 복용... "내성 심각성 알아야"](#)

동아일보_2021.11.18.

[플랫폼 중고장터 사기거래 활개... 작년 12만명이 897억 떴었다](#)

동아일보_2021.11.25.

[한국인 52% "코로나 머지않아 끝날 것".. 일본인은 28%·미국인은 30%](#)

조선일보_2021.11.22.

[日和 접종률 비슷한데 한국 확진자 36배... 전문가들이 든 4가지 이유](#)

조선일보_2021.11.26.

기
후
-
환
경

[국민 69% "탄소중립 안다"...절반은 "2050 목표 달성 가능"](#)

매일경제_2021.11.18.

["나는 잘하는데..." 기후위기 행동 세계인 인식조사 '너는 왜...'](#)

한겨레_2021.11.08.

청
년

[한경연 "대졸 청년 취업률 75%...OECD 37개국 중 31위"](#)

연합뉴스_2021.11.18.

[일은 하지만 현실은 팍팍, 2030 40%가 '단시간 근로자'](#)

국민일보_2021.11.24.

[코로나 영향 '청년 니트' 사상 최대...10명 중 1명 구직 포기, 여성 많아](#)

경향신문_2021.11.21.

[일자리 찾아, MZ세대 脫부울경](#)

매일경제_2021.11.19.

노
인

[65세 드론 강사, 57세 스타트업 인턴... "정년 없이 계속 도전"](#)

중앙일보_2021.11.20.

[6년 새 은행 점포 1천개 사라졌다...고령층은 어디로](#)

연합뉴스_2021.11.23.

기
업
-
경
제

['주4일제' 찬성 여론 10%P 우세하지만, 임금 유지가 관건](#)

중앙일보_2021.11.20.

[번아웃 퇴사 막아라... '주 4일 근무제' 당근](#)

경향신문_2021.11.24.

[출퇴근 시간 낭비 줄이고 업무 효율적... '영구 재택' 솔솔](#)

국민일보_2021.11.24.

기
독
교

["성범죄 목사 영구 제명해야" 찬성률 보니 성도 10명 중 9명, 목회자는 절반만 응답](#)

국민일보_2021.11.19.

[미 목회자 10명 중 4명 "그만둘까" 고민한다는데...](#)

국민일보_2021.11.19.

* 이슈 큐레이션

[대도시는 폭발, 지방은 소멸...당신의 고향이 사라진다\[서영아의 100세 카페\]](#)

동아일보_2021.11.21.

[다 줘? 골라 줘? 재난지원금 2년째 논쟁 중... "반짝 돈 풀기보다 재기 돕는 대책 세울 때"](#)

서울신문_2021.11.21.

[우리가 망할줄 알았죠? 에어비앤비 퍼펙트 부활시킨 역발상](#)

조선일보_2021.11.18.

목회데이터연구소 후원자

후원 교회 | 강남중앙침례교회, 거룩한빛광성교회, 고현교회, 과천교회, 광림교회, 광주다일교회, 꿈마을엘림교회, 노량진교회, 당진동일교회, 대구내일교회, 대전선창교회, 동행한빛교회, 만나교회, 밀양남부교회, 백주년기념교회, 베다니교회, 새에덴교회, 서울드림교회, 서울서문교회, 서현교회, 선창교회, 성락성결교회, 소망교회, 송학대교회, 수원북부교회, 수원중앙침례교회, 순복음춘천교회, 안산제일교회, 안성중앙교회, 안양감리교회, 여의도순복음교회, 연동교회, 예은교회, 예향교회, 오류동성결교회, 오륜교회, 올리브교회, 이름교회, 일산광림교회, 일산세광교회, 전주기쁨의교회, 주안장로교회, 중앙성결교회, 지구촌교회, 진주삼일교회, 충신교회, 창동염광교회, 탑동감리교회, 포항대도교회, 포항제일교회, 하나마을교회, 한국중앙교회, 한성교회, 한소망교회(가나다 순)

후원 기관 | 고려신학대학원, 교회성장연구소, 기독교대한성결교회총회, 기독교한국침례회총회, (재)기독교선교햇볕재단, 기아대책, 대한예수교장로회총회(통합), (사)사단법인 아시안미션, 서대문ESF, 서울노회아동부연합회(예장통합), (사)새길과새일, 아드폰테스(예장 통합 목회자 모임), 알파코리아, 미래목회와말씀연구원, 장로회신학대학교, 제이제이경제연구소, 지앤컴리서치, 한국교회탐구센터, 한국기독교사회문제연구원, 한목회, 한빛누리, 한국기부문화연구소, 햇볕회, (재)CBS, CBMC 광주지식포럼, CBMC 행복한지회, CCC 사역연구, GoodTV, IFJ 가정의 힘(가나다 순)

후원 기업 | (주)그랑블루, 동광에스아이, (주)마뜨, 메가리서치, (주)바이텍테크놀로지, (주)셀파 C&C, (주)시스코프, (주)예종세무법인, (주)자연인(아이소이), (주)참든건강과학, (주)하츠/(주)벽산, CNP코퍼레이션 (가나다 순)

후원 개인 | 고영관, 고재환, 고현권, 구영생, 구정오, 금교성, 김관상, 김기혁, 김동하, 김명준, 김상근, 김상래, 김상로, 김석철, 김성열, 김성민, 김성은, 김숙정, 김시은, 김연진, 김영훈, 김용섭, 김윤철, 김윤환, 김은선, 김재욱, 김주룡, 김주형, 김지한, 김지현, 김현모, 김형태, 김홍일, 김흥기, 남성태, 류선자, 류지성, 문성준, 박노석, 박미경, 박상윤, 박세용, 박영철, 박영호, 박우빈, 박재찬, 박종철, 박종현, 박준상, 박지훈, 박진규, 박진철, 박찬주, 박형철, 박홍래, 반기민, 방승기, 배수정, 백인범, 서재승, 서해현, 석승호, 석진호, 선원규, 성장민, 송섭, 송은뜸, 신명자, 심기식, 안정호, 안태근, 양수민, 엄정석, 여삼열, 우애라, 유성민, 유형창, 윤동하, 윤여민, 이광호, 이대식, 이덕희, 이만민, 이미경, 이병희, 이삼열, 이상호, 이성근, 이성진, 이승철, 이영선, 이완중, 이윤찬, 이은라, 이인성, 이일영, 이재열, 이정규, 이정아, 이조형, 이주일, 이지형, 이창준, 이창현, 이춘봉, 이현, 이현규, 이현식, 이효택, 이훈희, 임성빈, 임현주, 장명희, 장병우, 장부식, 장우성, 장형철, 전응림, 전치영, 정부활, 정용철, 정중섭, 정준, 정준, 정하규, 정희수, 조병길, 조용민, 조의환, 조준환, 조창오, 주학선, 지용선, 지중배, 진범수, 차용현, 최명영, 최상도, 최상헌, 최용기, 최은아, 최준, 최준혁, 최현갑, 한재웅, 한홍근, 함용태, 호재민, 홍의숙, 홍혜숙, 황태기(가나다순)

후원 방법

본 연구소는 주간리포트를 제작하여 한국 교회와 한국 사회에 무료로 제공함으로써 100% 후원을 통해 운영됩니다. 이 사역에 동참해주시면 감사하겠습니다.

연구소 후원은 공익재단을 통해 기부금 영수증 발행이 가능합니다.

1. 기부금 영수증 발행 후원 계좌 및 안내 → [링크 클릭](#)

- 계좌 : 국민은행 343601-04-128846 (재)한빛누리(목회데이터연구소)

2. 기부금 영수증 발행이 필요하지 않으시다면 직접 계좌 송금으로 후원에 동참하실 수 있습니다. 계좌 안내 : 하나은행 203-910046-18604(목회데이터연구소)

미션

우리는 세상과 교회를 이루고 있는 이슈, 사고방식, 그리고 트렌드를 한국 교회 목회자와 리더십에게 알리는 '정치 중립/가치 중립의 공정한 팩트 탱크'로서, 사회 여론 조사, 공공 통계 등 데이터 기반의 통계 자료를 제공합니다.

우리는 교회-사회의 대화와 소통을 풍요롭게 하고 더욱 견고하고 온전한 의사 결정을 위해 '사실'에 입각한 자료를 제공합니다.

협력 기관

미래목회와말씀연구원
(재) CBS
(재) 한빛누리
한국교회탐구센터

섬기는 이들

김지철 목사 | 운영위원장 (미래목회와말씀연구원 이사장)
류영모 목사 | 후원이사회 회장(한소망교회 담임목사)
신원하 교수 | 연구자문위원장(고려신학대학원 원장)

만든 이들

지용근 | 목회데이터연구소 대표 | ykji@mhdata.or.kr
김진양 | 목회데이터연구소 부대표 | marpro@mhdata.or.kr
김준영 | 목회데이터연구소 실장 | jy0113@mhdata.or.kr
유영민 | 목회데이터연구소 간사 | mhdata@mhdata.or.kr

MOU 기관

교회성장연구소, 기독교대한성결교회총회, 기독교한국침례회총회, 기독교윤리실천운동, 기독교통일지도자훈련센터(송실대학교), (재)기독교선교햇불재단, 기아대책, 대한예수교장로회통합 교단총회, 마크로밀엠브레인 트렌드모니터, 문화선교연구원, 실천신학대학원대학교, 아드폰테스, (사)아시안미션, 한국IFCJ가정의힘, 한국기독교목회자협의회(한목협)