

# numbers 제 112호



## 주요 내용

2021.09.17

### 1. 이번 주 주제 : [2021 대한민국 트렌드]

- 세상의 중심, 나!

### 2. 최근 언론보도 통계

- [추석 명절 국민 인식] 추석 연휴, '1박 이상 고향 방문 계획 있다' 19%로 작년(16%)보다 높아!
- [성인 문해능력 수준] 우리나라 성인 중, '기본적 읽기·쓰기·셈하기 불가능한 사람' 4.5%(약 200만 명)!
- [우리나라 자영업 분석] 우리나라 자영업자 비중 25%, 미국(6%)에 비해 4배 높아!

우리는  
더 나은 정보가  
더 나은 세상을 만든다고  
믿습니다

### 목회데이터연구소 주간리포트

홈페이지 | [www.mhdata.or.kr](http://www.mhdata.or.kr)  
E-mail | [mhdata@mhdata.or.kr](mailto:mhdata@mhdata.or.kr)  
전화 | 02.322.0726

## 대한민국 트렌드

# 세상의 중심, '나'

'모난 돌이 정 맞는다', '가만히 있으면 중간이나 간다'. 이 말들이 널리 쓰여졌다는 것은 공감을 얻었다는 것이고, 그것이 곧 우리 사회의 특징을 압축적으로 잘 표현했다는 것을 의미한다.

우리나라에서는 튀는 개인을 싫어했다. 서열을 중시하던 전통사회의 유산 뿐만 아니라 획일성을 근간으로 하는 군사 문화가 사회 곳곳에 배어있던 시대에는 더욱 그러했고 민주화 이후에도 그 문화의 잔재가 여전히 남아 있었다.

그런데 시대가 달라졌다. '개인'이 등장한 것이다. 부모들은 어린 자녀를 기를 때 이제는 '튀기' 원한다. 자녀의 개성을 마음껏 살려 주려고 노력한다. 이렇게 자란 이들은 회사에서도 상사의 지시에 순종하거나 '알아서 순종하는' 선배들을 따라가지 않고 당당하게 자기 의견을 내 놓는다.

목회데이터연구소 [넘버즈] 112호에서는 자기를 중심에 놓고 세상을 바라보는 현대인의 모습을 살펴 보고자 한다. 이것이 현대인 특히 20-30대 젊은이를 이해하는 단초가 되기 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.

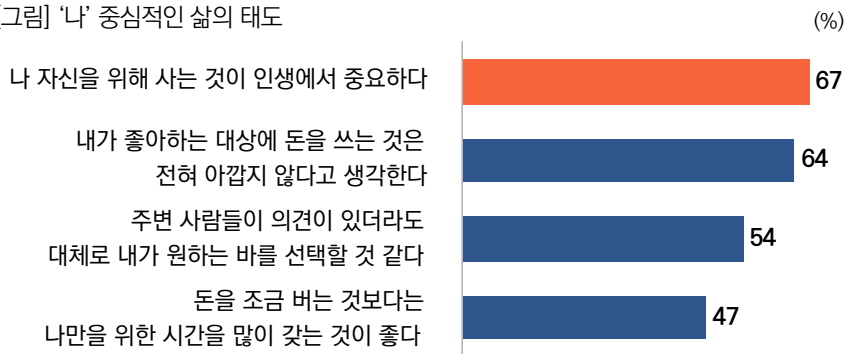
1



## ‘나 자신을 위해 사는 것이 인생에서 중요하다’ 67%

- 1960-1970년대 박정희 정권에서 학생들은 ‘나는 민족중흥의 역사적 사명을 띠고 이 땅에 태어났다’라는 국민교육헌장을 외워야 했다. 현대인들은 이 말에 코웃음 칠 것이다. 왜냐하면 나 자신을 위해 사는 것이 중요하다고 생각하기 때문이다(67%).
- 그래서 나의 문제는 내가 결정하며(54%), 내가 좋아하는 대상에 돈을 쓰는 것은 전혀 아깝지 않다고 생각한다(64%) 그래서 이들은 평소 돈은 아끼더라도 자기가 원하는 명품은 과감하게 구입하는 선택적 사치도 서슴지 않는다.

[그림] ‘나’ 중심적인 삶의 태도

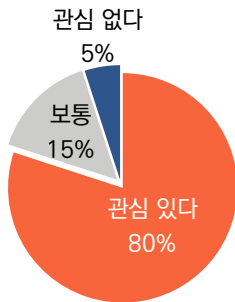


\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, ‘평판 및 관心目구 관련 인식조사’, 2021.07.23(전국 만13-59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30-5.4)  
 \*\*5점 척도 질문으로 ‘매우+약간’ 그렇다 비율임

## ● 나에 대한 관심, ‘사회적 돌보임’ 때문!

- 현대인들은 ‘나’에 대해 얼마나 관심있을까? 평소 ‘나(자신)’에 대해 얼마나 관심이 있으신 편이십니까?라는 질문에 대부분의 사람들(80%)이 ‘관심있다’고 응답했다.
- 그리스 신화의 나르시스는 호숫물에 비친 자기 외모에 취했다는데, 현대인들은 자신의 무엇에 관심있을까? 나이에 따라 관심사가 다른데 10대는 외모와 학업성적, 30대 이상은 건강과 재력에 관심이 많았다.
- 이 요소들은 해당 연령대에서 자신을 사회적으로 돌보이게 만들어 주는 것들이다. 즉 현대인들은 자신을 사회적으로 돌보이는 데 관심이 많다는 것을 뜻한다.

[그림] 나에 대한 관심도\*\*



[그림] 나(자신)에 대한 관심 영역

	건강	성격	외모	가치관	재력	취업 (직업)	친구 관계	스타일/패션
전체	46	32	28	27	23	19	18	16
10대	20	36	49	20	6	15	40	26
20대	32	32	29	30	22	33	17	20
30대	51	29	23	30	31	21	10	12
40대	57	33	20	28	32	16	12	15
50대	72	31	19	30	27	12	15	10

\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, ‘평판 및 관心目구 관련 인식조사’, 2021.07.23(전국 만13-59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30-5.4)  
 \*\* 5점 척도 질문으로 (매우+약간) 관심있다, (별로+전혀) 관심 없다 비율임

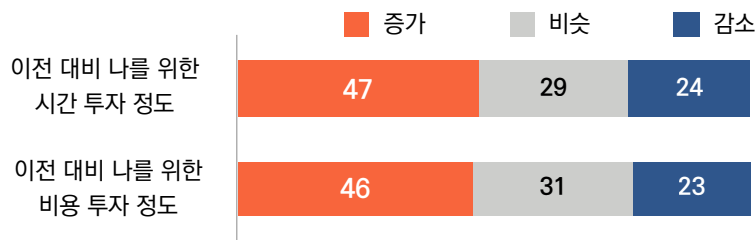
2



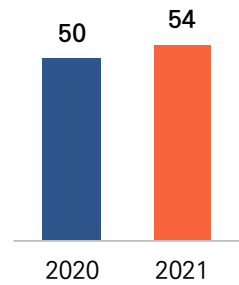
## 국민의 절반 가까이, 이전보다 나를 위해 시간과 비용 투자 늘렸다!

- 어떤 대상에 대한 관심은 구체적으로 어떻게 표현될까? 돈과 시간이다. 실제로 자신을 위한 시간(47%)과 비용(46%) 투자를 이전보다 늘렸다
- 그리고 '나'를 위한 투자를 아끼지 않고 싶어하는 마음이 늘어났다(50%→54%).

[그림] 이전대비 나를 위한 시간과 비용 투자 증감률 (%)



[그림] 나를 위한 투자는 아끼지 않고 싶다 : 동의율\*\* (%)



\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '평판 및 관심욕구 관련 인식조사', 2021.07.23(전국 만13-59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30-5.4)  
 \*\*5점 척도로 '훨씬+그런 편' 많아졌다 수치임

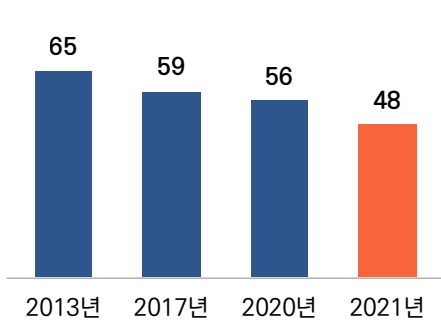
3



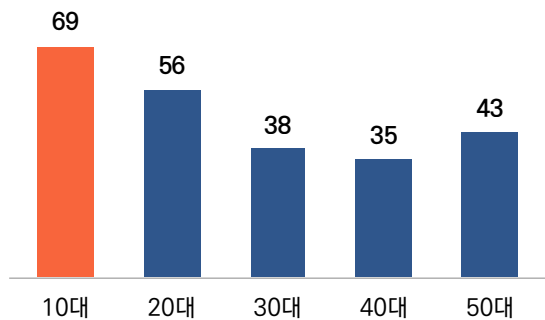
## 반면, 타인에 대한 관심은 점점 낮아진다!

- '나'에 대한 관심은 높는데, 반면에 '타인'에 대한 관심은 해마다 점점 낮아진다.
- 그런데 주목할 것은 자신에 대한 관심이 높아져 타인에 대한 관심은 낮을 것 같은 10대와 20대가 타인에 대한 관심은 가장 많았다.

[그림] '타인'에 대한 관심도(시계열) (%)



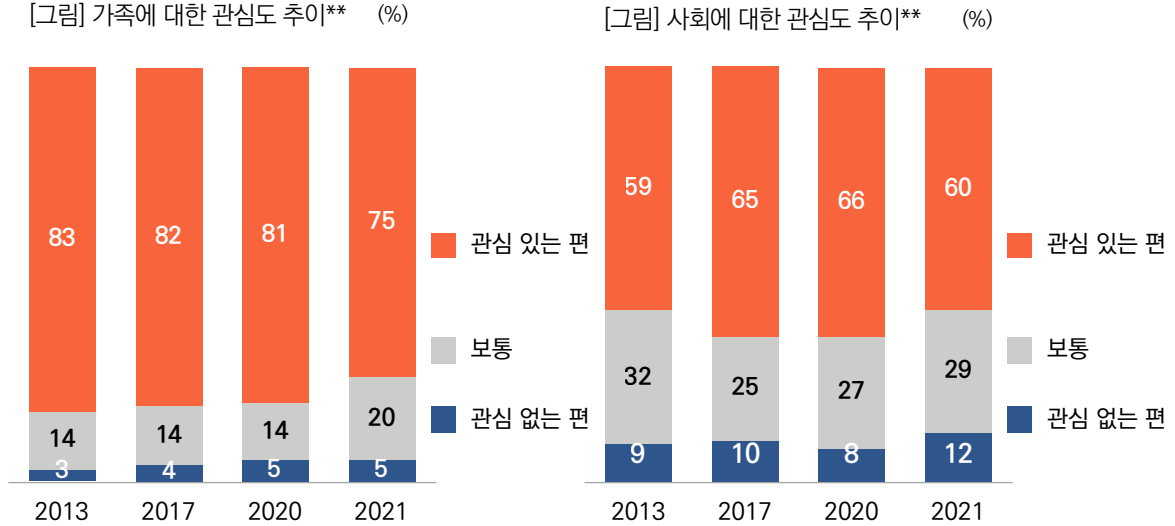
[그림] '타인'에 대한 관심도(연령) (%)



\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '평판 및 관심욕구 관련 인식조사', 2021.07.23(전국 만13-59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30-5.4)  
 \*\*5점 척도 질문으로 '매우+약간' 그렇다 비율임

## ● 타인 뿐 아니라 가족과 사회에 대한 관심도도 점점 하락!

- 앞에서 한국인의 타인에 대한 관심도가 점점 하락하고 있음을 보았는데, 이뿐만 아니라 가족과 사회에 대해서도 관심도가 하락하는 추세이다.

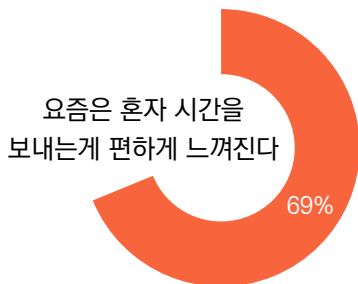


\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '평판 및 관심육구 관련 인식조사', 2021.07.23(전국 만13~59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30~5.4)  
 \*\*5점 척도 질문으로 '매우+약간' 관심있다, '별로+전혀' 관심 없다 비율임

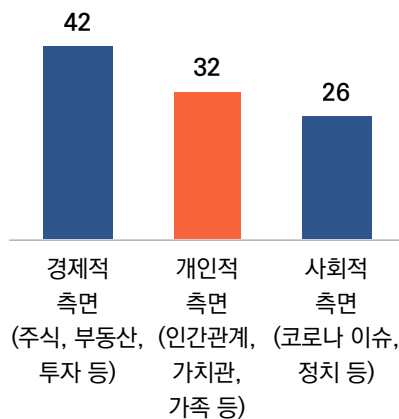
## ● '타인'에 대한 관심이 낮은 것은 개인 취향과 관심사 때문

- 타인에 대한 관심도가 줄어드는 것은 첫째, '나홀로 라이프' 취향이 늘어나는 것(69%)과 둘째, 관심사가 타인과의 관계(32%)보다는 자신의 경제적 이익에 몰리기 때문이다(42%).
- 즉 자신 외에는 별로 관심을 가질 계기, 이유가 없으므로 타인에 대한 관심도가 낮아지는 것이다.
- 특히 코로나 사태로 거리 두기 정책이 시행되면서 자주 만나지 못하는 주변 사람들 및 타인에 대한 관심도가 더 많이 줄어들고 있다는 것을 짐작할 수 있다.

[그림] 요즘은 혼자 시간을 보내는게 편하게 느껴진다 (동의율)\*\*



[그림] 현 한국 사람들의 주요 관심사 (%)



\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '평판 및 관심육구 관련 인식조사', 2021.07.23(전국 만13~59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30~5.4)  
 \*\* 5점 척도로 '매우+약간' 그렇다 수치임

4

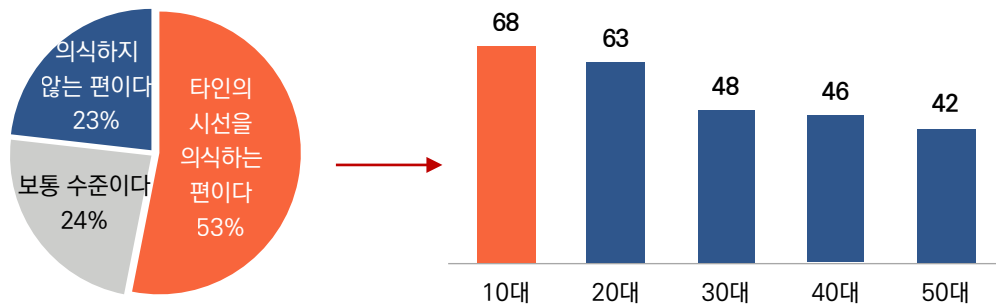


## 그렇다고 타인의 시선에서 자유로운 것은 아니다! - ‘나는 타인의 시선을 의식하는 편이다’ 53%

- 현대인들은 타인에 대해 관심은 낮지만 타인이 나를 어떻게 바라보는지는 상당히 의식한다(53%). 이것도 결국은 나에 대한 관심이 높다는 것의 또 다른 측면이다.
- ‘타인의 시선을 의식하지 않는 편이다’라는 ‘독불장군’형 스타일은 23% 밖에 되지 않는다. 아무리 자신을 중심으로 세상을 바라본다고 하더라도 타인의 시선을 무시할 수 없다는 것을 잘 보여주는 결과이다.
- 타인의 시선을 의식하는 것은 10대와 20대가 기성세대보다 더 심하다.

(%)

[그림] 평소 타인(주변인)의 시선 의식 정도\*\*



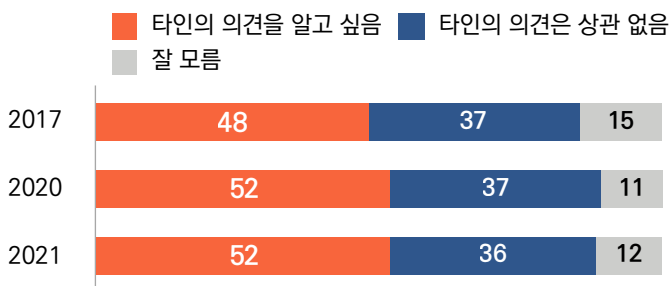
\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '평판 및 관심욕구 관련 인식조사', 2021.07.23(전국 만13-59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30~5.4)

\*\* 5점 척도 질문으로 '매우+약간' 의식한다, '별로+전혀' 의식하지 않는다 비율임

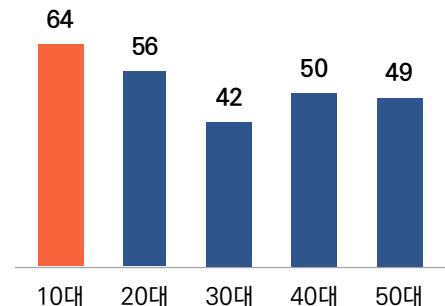
## ● 타인의 ‘나’에 대한 평가가 궁금하다 52%

- 타인의 시선을 의식한다는 것은 구체적으로 사람들은 나에 대해 다른 사람들이 어떻게 생각하는지, 평가하는지에 대해 궁금해 하는 것(52%)으로 나타난다. 자기가 주체적으로 자신을 위해 판단하고 결정하지만 그것을 다른 사람이 어떻게 평가하는지에 대해서는 주의를 기울인다.
- 왜 다른 사람의 평가를 신경 쓸까? 아마도 인간은 사회적 동물이기 때문에 그럴 것이다.

[그림] ‘나’의 행동 및 태도에 대해 타인의 의견을 알고 싶다 (동의율)\*\* (%)



[그림] ‘나’의 행동 및 태도에 대해 타인의 의견을 알고 싶다(동의율, 연령별, 2021년)\*\* (%)



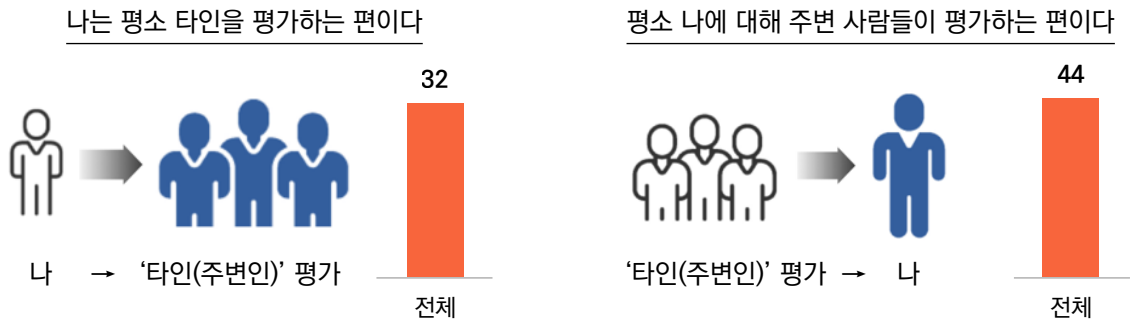
\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '평판 및 관심욕구 관련 인식조사', 2021.07.23(전국 만13-59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30~5.4)

\*\* 5점 척도로 '매우+약간, 전혀+약간' 수치임

## ● 실제로 한국인은 자신이 타인을 평가하는 것보다는 타인이 자신을 평가한다는 인식이 더 강함

- 평소 응답자 본인이 타인을 평가하는 편이라고 응답한 비율은 32%인데 반해, 평소 타인이 본인을 평가하는 편이라고 응답한 비율은 44%로 사람들은 자신을 향한 사람들의 시선에 보다 민감해 한다.

[그림] '나와 타인에 대한 평가 태도\*\*' (%)



\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '평판 및 관심육구 관련 인식조사', 2021.07.23(전국 만13~59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30~5.4)  
 \*\*5점 척도 질문으로 '매우+약간' 그렇다 비율임

### 5



## 타인의 '나'에 대한 평판, 내 생각과 행동에 영향을 미친다 50%!

- 다른 사람들의 나에게 대한 평가를 의식하면 자연스럽게 내 행동에 영향을 미친다. 평소 내 행동이 어떤 결과를 가져올지 항상 생각하게 되고(58%) 일상생활에서 자신의 행동이 다른 사람에게 어떤 영향을 미치는지를 잘 알고 행동하게 되며(50%), 어떤 일을 결정할 때 '사회적 시선'을 의식하면서 결정하게 된다(41%).
- 또 다른 사람들의 평가에 의해 생각이나 결정이 바뀔 때가 많다는 응답자(36%)도 적지 않았다.

[그림] 타인의 시선에 따른 생각과 행동\*\* (%)



\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '평판 및 관심육구 관련 인식조사', 2021.07.23(전국 만13~59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30~5.4)  
 \*\*5점 척도 질문으로 '매우+약간' 그렇다 비율임

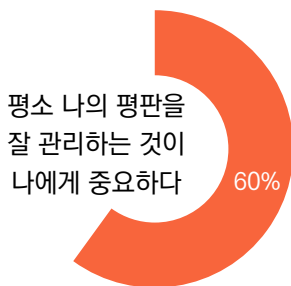
6



## 타인의 시선을 신경 쓰는 이유, 1. 인정 욕구

- 사람들은 타인의 시선을 신경쓰므로 자신의 이미지, 평판을 관리하려고 한다(60%).
- 그 첫째 이유는 타인의 시선을 신경쓰는 것은 남들로부터 인정받고자 하는 사회적 동물로서의 인간이 갖는 본능이기 때문이다.
- 사람들은 자신이 다른 사람으로부터 좋은 사람, 괜찮은 사람으로 비춰지기를 바란다.

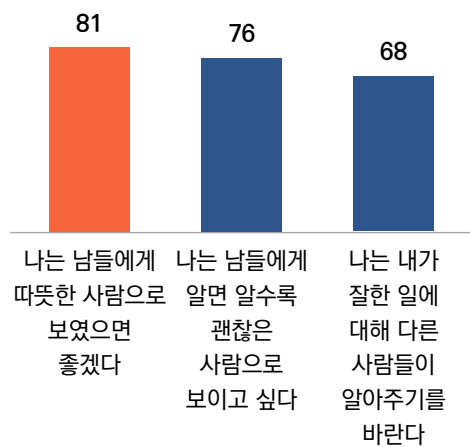
[그림] 평판 관리의 중요성



\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '평판 및 관심욕구 관련 인식조사', 2021.07.23 (전국 만13~59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30~5.4)

\*\*5점 척도 질문으로 '매우+약간' 그렇다 비율임

[그림] 인정 욕구 (%)

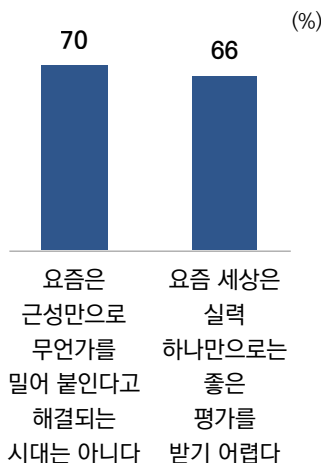


\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '2018 인간 관계 및 대인 관계 관련 인식 조사', 2018.7.18(전국 15~59세 남녀 1,000명, 온라인 조사, 2018.06.18~25)  
\*\*5점 척도 질문으로 '매우+약간' 그렇다 비율임

## ● 타인의 시선을 신경 쓰는 이유 2. 평판

- 흔히 열정과 실력이 있으면 성공한다고 하지만 정말 그럴까? 사람들은 그렇지 않다고 생각한다. 열정만으로는 되지 않으며(70%), 실력만으로도 안 된다(66%)고 생각한다.
- 어떤 면에서는 능력이 걸림돌이 될 수도 있다고 생각한다(48%).
- 자신을 포장하는 능력, 즉 평판 관리가 사회적 경쟁력 관리라고 생각하는 것이다(63%).

[그림] 사회적 성공 가능성(동의율)\*\*



\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '평판 및 관심욕구 관련 인식조사', 2021.07.23(전국 만13~59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30~5.4)

\*\*5점 척도로 '매우+약간' 그렇다 수치임

너무 뛰어난 사람은 남에게 미움 받기 십상이다 48%

말로 자신을 포장하는 능력은 실제 그 사람의 능력보다 더 좋은 평가를 받을 수 있는 기회를 준다 63%

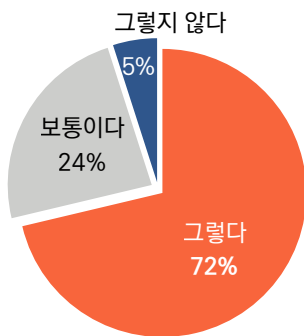


### ● 타인의 시선을 신경 쓰는 이유 3. 한국 문화

- 평판이 중요한 이유는 한국사회 문화와 깊게 관련이 있다.
- 사람들은 한국사회가 남들에게 보이기 위한 행동을 해야만 하는 경우가 많은 사회라고 생각한다(72%).
- 혈연, 지연, 학연으로 맺어진 좁은 인맥 사회에서 평판이 나빠지게 되면 한국사회에서 생존하기 어렵다. 비록 '나'를 중시하는 개인주의가 팽배해진다고 하더라도 한국 사회는 서구 사회에 비해 여전히 타인의 시선을 의식하고 그에 맞춰 살기를 요구하는 사회적 압박과 개인의 내면화된 문화가 여전히 많이 남아있다.

[그림] 타인의 시선에 민감한 한국 사회

한국 사회는 남들에게 보이기 위한 행동을 해야만 하는 경우가 많다.



\* 자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '평판 및 관심욕구 관련 인식조사', 2021.07.23(전국 만13~59세 남녀 1000명, 온라인조사, 2021. 4.30~5.4)  
 \*\*5점 척도 질문으로 '매우+약간' 그렇다 비율임



## 시사점

[넘버즈] 이번 호에서 다루어진 '나'에 대한 관심이 많아졌다는 조사는 흥미로운 결과를 보여주었다. '나' 자신에 대한 관심이 있다는 응답을 한 비율이 응답자의 80%였으며, 응답자의 67%가 나 자신을 위해 사는 것이 인생에서 중요하다고 응답했고, 54%는 주변 사람들의 의견이 있더라도 대체로 내가 원하는 바를 선택할 거 같다고 응답했다. 현대인들은 자기 꾸밈, 자기 만족 또는 자기 계발을 위해 자신을 위한 시간과 비용 투자를 과감하게 늘렸다는 응답도 50% 가까이 되었다. 자신에 대한 관심은 늘어났지만 반면에 남에 대한 관심은 줄어들었다. 타인에 대한 관심이 2013년에는 65%였는데 해마다 줄어들어서 2021년에는 48%까지 낮아졌다는 것은 우리 사회에서 타인에 대한 관심이 얼마나 빨리 떨어지는가를 잘 보여준다.

자신에 대한 관심이 높아지고 타인에 대한 관심이 낮아지는 이 현상을 어떻게 해석해야 할까? 우선 생각할 수 있는 것은 개인주의의 강화이다. 근대 역사는 개인의 발견 역사라고도 한다. 전통사회에서는 개인이 집단에 가려져서 어떤 일을 결정하거나 행동할 때 개인보다 집단을 앞세웠지만, 근대로 넘어와서는 개인의 중요성이 점점 더 부각되어 개인이 집단의 구속으로부터 벗어났다. 우리나라는 산업화 역사가 짧고(개인주의는 산업사회에서 발현된다) 장유유서라는 서열 관계를 기본적 사회 관계로 하는 유교 문화의 영향으로 개인보다 집단주의가 사회구조의 기저를 이루는 사회이다. '튀는 돌이 정 맞는다', '가만히 있으면 중간이나 간다'라는 말이 우리사회의 그런 문화를 대변한다.

개인주의는 사람들에게 어떤 이미지로 다가올까? 가족에서, 직장에서 나보다는 집단을 앞세우도록 교육받고 요구받으며 살아온 기성 세대에게는 개인주의는 이기주의와 비슷한 말로 해석되어 부정적 이미지로 받아들인다. 그렇지만 요즘 세대는 다르다. 그들에게는 개인주의가 긍정적이다. 2018년 직장인을 대상으로 한 조사에 따르면<sup>1)</sup> 직장인 10명 중 8명(83%)은 갈수록 사내 개인주의 문화가 증가한다고 느끼는 것으로 나타났다. 그런데 이런 사내 개인주의 문화에 대해 부정적으로 생각하는 사람은 29% 밖에 되지 않았고 긍정적으로 생각하는 비율은 72%라고 나타났다. 개인주의가 동료 의식을 약화시킨다든지 이기주의로 변질된다든지 하는 부작용이 있을 수 있지만 전반적으로 환영받는 것이 대세이다.

자신에 대한 관심이 높아진 현상에 대해 또 다른 해석은 '주체성'이다. 고려대학교 심리학과와 허태균 교수는 그의 책 「어쩌다 한국인」에서 한국인의 특성을 6가지로 정리하는 가운데 첫 번째 특성을 '주체성'이라고 분석했다. '주체성'은 쉽게 표현하면 내가 주인공이 되는 것이다. 허태균 교수는 일본의 이누미야 요시유키 교수의 '일본인들에 비해서 한국인들은 자신을 드러내는 편이고, 자신의 판단을 강하게 주장하며, 특히 스스로 무언가를 결정내리는 자율성이 강하다'는 말을 빌려 주체성을 설명한다. 허 교수가 보는 한국인은 '타인이 정해준 대로 조용히 따라가기 보다는 자신이 스스로 판단하고 그 판단에 따라 자율적으로 행동하고 그 와중에 자신의 존재감을 확인하고 드러내는 것을 좋아한다'

교회는 공동체이다. 오랫동안 같은 울타리에서 신앙생활을 하면서 이제는 '누구 집에 숟가락이 몇 개인지 안다'고 할 정도로 서로를 속속들이 안다. 그래서 기쁜 일이 같이 기뻐하고 슬픈 일에 같이 슬퍼하며 짐도 나누어 진다. 공동체로서 교회가 이런 장점도 있지만 부정적인 점도 있다. 교회라는 이름으로, 신앙이라는 명목으로 개인의 생각을 자유롭게 펼치지 못하게 하거나 자기 개성을 드러내는 것을 암묵적으로 금지하거나 그런 분위기가 형성되어 있는 것 또한 지금의 현상이다. '나'에 대한 관심이 높아지는 현상을 개인주의의 강화로 해석하든, 주체성의 발현이라고 해석하든 개인을 존중하고 개인을 드러내 주어야 한다는 것은 동일하다. 이제는 교회의 문화도 개인의 생각과 발언을 자유롭게 드러낼 수 있도록 바뀌어야 한다. 때로는 그 생각이 전통적인 생각, 다른 사람의 생각과 달라서 구성원들에게 마음의 불편을 끼치더라도 복음의 울타리 안에서 그것을 감내하며 수용해 주는 문화가 교회에 필요하다. 그래야 '나' 자신을 중심에 두고 생각하는 현대인들이 교회에서 편안함을 느끼며 즐겁게 생활할 수 있을 것이다.

1) 디지털조선일보, '직장인 81% 사내 '개인주의 문화' 증가, 개인주의 문화에 대한 반응은?' 2018. 7. 9  
([http://digitalchosun.dizzo.com/site/data/html\\_dir/2018/07/09/2018070912135.html](http://digitalchosun.dizzo.com/site/data/html_dir/2018/07/09/2018070912135.html))

## 최근 언론 보도 통계

1. [추석 명절 국민 인식]  
추석 연휴, '1박 이상 고향 방문 계획 있다' 19%로  
작년(16%)보다 높아!
2. [성인 문해능력 수준]  
우리나라 성인 중, '기본적 읽기·쓰기·셈하기 불가능한 사람'  
4.5%(약 200만 명)!
3. [우리나라 자영업 분석]  
우리나라 자영업자 비중 25%, 미국(6%)에 비해 무려 4배가 높아!

## 언론 보도 및 이슈 큐레이션

1. 추석 명절 국민 인식

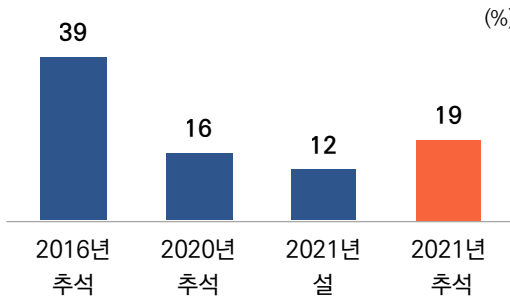


추석 연휴,

# ‘1박 이상 고향 방문 계획 있다’ 19%로 작년(16%)보다 높아!

- 한국 갤럽이 일반 국민 대상으로 이번 추석 연휴에 1박 이상 고향 방문 계획에 대해 국민의 의견을 물었는데, ‘고향 방문 계획 있다’ 19%로 나타나 코로나 사태 후 작년 추석 때 16%보다 미세하지만 3%p 증가하였고, 올해 설 때 12%보다는 7%p 높아져, 국민들의 고향 방문 이동량이 증가할 것으로 예상된다.
- 하지만 2016년엔 고향 방문 계획 있다는 응답이 39%여서 여전히 코로나19가 고향 방문에 영향을 주고 있는 것으로 나타났다.

[그림] 이번 추석 때 1박 이상 고향 방문 계획 (연도별)

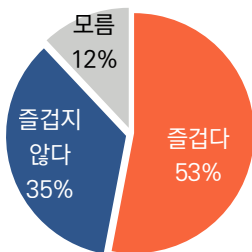


\*자료 출처 : 한국 갤럽, '데일리 오피니언 제 464호(2020년 9월 2주)', 2021.09.10(전국, 만 18세 이상 일반국민 1,001명, 전화 면접, 2021.09.07.-09)

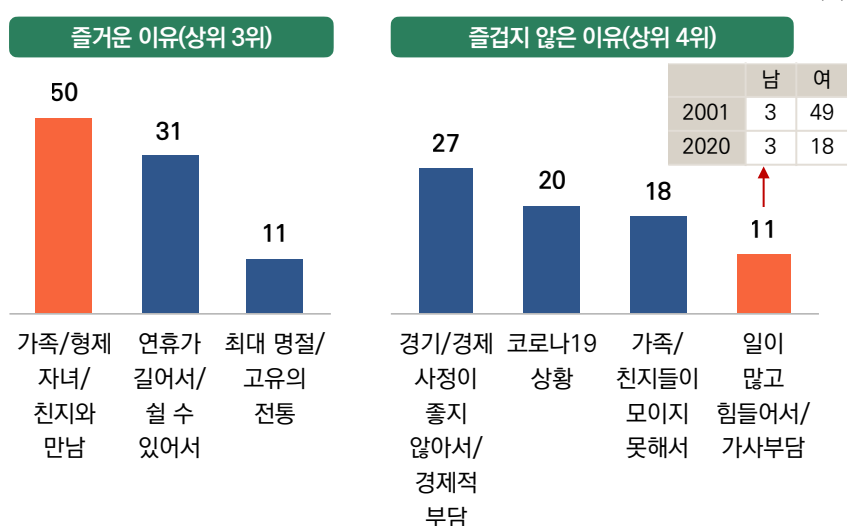
## ● 추석 명절맞이 기분, ‘즐겁다’ 53%, ‘즐겁지 않다’ 35%

- 추석 명절맞이 기분으로는 ‘즐겁다’ 53%, ‘즐겁지 않다’ 35%였는데, 즐거운 이유로는 ‘가족/자녀와 만남’ 50%로 가장 높았고, 즐겁지 않은 이유로는 ‘경제적 부담’ 27%가 가장 높았다.
- 즐겁지 않은 이유 중에 4위인 ‘일이 많고 힘들어서/가사 부담’(11%)에 대해 남녀의 응답률 차이가 흥미로운데, 2001년 ‘남자’는 3%, ‘여자’는 49%로 큰 차이를 보였지만 2021년은 남성은 3%로 큰 변화가 없는 반면, 여성은 18%로 2001년보다 대폭(31%p) 낮아졌다. 이는 명절 때 제사 문화의 쇠퇴와 더불어 여성의 가사 노동량이 크게 줄어든 영향으로 보인다.

[그림] 추석 명절맞이 기분 (%)



[그림] 명절맞이 즐거운 이유와 즐겁지 않은 이유 (%)



\*자료 출처 : 한국 갤럽, '데일리 오피니언 제 464호(2020년 9월 2주)', 2021.09.10(전국, 만 18세 이상 일반국민 1,001명, 전화 면접, 2021.09.07.-09)

2. 성인 문해능력 수준



## 우리나라 성인 중, '기본적 읽기·쓰기·셈하기 불가능한 사람' 4.5%(약 200만 명)!

- 교육부가 3년 주기로 우리나라 국민을 대상으로 '읽기·쓰기·셈하기의 문해 능력'을 측정했는데, 올해 초 조사한 결과(만 18세 이상 성인 10,429명)에 따르면, '문해 능력 수준1(읽기·쓰기·셈하기가 불가능한 수준)\*\*이 4.5%(약 200만 명)였고, '수준 4' 이상(일상생활에 필요한 충분한 문해력을 갖춘 수준)'은 80%로 조사되었다.
- 전체적으로 국민적 문해 수준은 점차적으로 상승하는 것으로 나타났다.

[그림] 문해 능력 수준 비교(2014 vs 2017 vs 2020) (%)



\*자료 출처: 교육부 보도자료, '제 3차 성인문해능력조사 결과 발표 및 문해의 달 선포식 개최', 2021.09.06.(전국 만 18세 이상 남녀 10,429명, 면접조사, 2020.10.12.-2021.

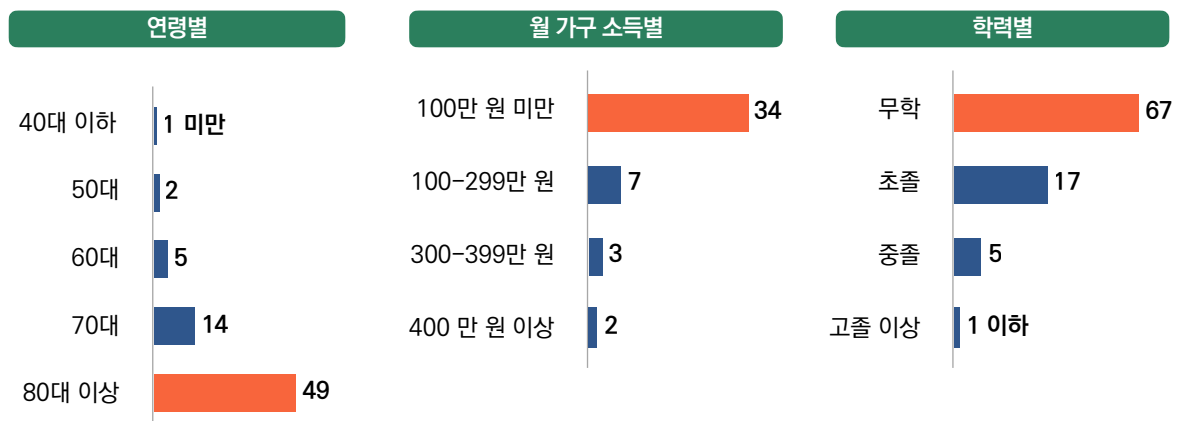
\*\* 문해 능력 수준 기준

구분	수준 정의
수준 1	일상생활에 필요한 기본적인 읽기, 쓰기, 셈하기가 불가능한 수준(초등 1~2학년 학습 필요 수준)
수준 2	기본적인 읽기, 쓰기, 셈하기는 가능하지만, 일상생활에 활용은 미흡한 수준(초등 3~6학년 학습 필요 수준)
수준 3	가정 및 여가생활 등 단순한 일상생활에 활용은 가능하지만, 복잡한 일상생활에는 미흡한 수준(중학 1~3학년 학습 필요 수준)
수준 4 이상	일상생활에 필요한 충분한 문해력을 갖춘 수준(중학 학력 이상 수준)

### ● 기본적 읽기·쓰기·셈하기 어려운 성인, '노년층·저소득층·저학력' 층에서 많아

- 우리나라 성인의 문해능력은 연령이 높을수록, 월 가구소득이 낮을수록, 학력이 낮을수록, 농산어촌에 거주할수록 낮은 것으로 나타났으며, 학력별 문해능력 격차가 가장 크게 나타났다(학력별 격차 65%p).
- 교회가 '노년층', '저소득층', '저학력층'을 대상으로 학습 기회를 열어주는 등의 봉사 활동 또는 문화 센터가 있는 교회는 적극적으로 학습 프로그램 개발을 고려해 볼 수 있다.

[그림] 문해 능력 수준1(읽기·쓰기·셈하기 불가능한 성인) 비율(계층) (%)



\*자료 출처: 교육부 보도자료, '제 3차 성인문해능력조사 결과 발표 및 문해의 달 선포식 개최', 2021.09.06.(전국 만 18세 이상 남녀 10,429명, 면접조사, 2020.10.12.-2021.

\*\* 문해 능력 수준 기준

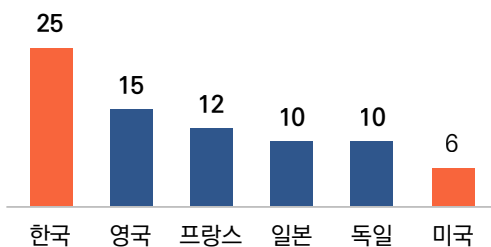
3. 우리나라 자영업 분석



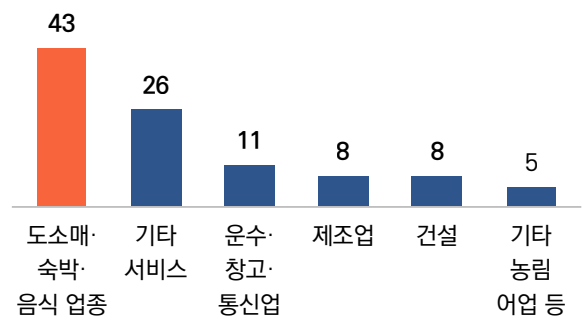
## 우리나라 자영업자 비중 25%, 미국(6%)에 비해 무려 4배가 높아

- 한국경제연구원이 우리나라 고용시장을 분석했는데, 2019년 기준 우리나라 자영업자 비중이 25%로 나타났는데, 이는 OECD 주요국 중 영국 15%, 프랑스 12%, 일본 10%, 미국 6%보다 훨씬 높은 비율인데, 특히 미국과는 무려 4배 차이가 나고 있다.
- 우리나라 자영업은 일부 업종에 집중되는 게 문제로 지적되고 있는데, ‘도소매·숙박·음식업’ 43%, ‘기타 서비스’ 26%, ‘운수·창고·통신업’ 11% 등의 순으로 구성되어 있다. 생활밀접업종인 ‘도소매·숙박·음식업’이 절반 가까이 차지하는 한국 자영업의 특징 상 코로나로 인한 타격을 받을 수밖에 없는 구조이다.

[그림] 자영업자 비중(한국 vs OECD 주요국\*\*) (%)



[그림] 한국 자영업 업종 분포\*\*\* (%)

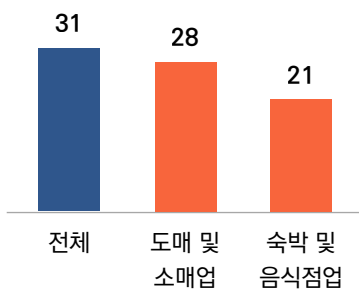


\*자료 출처 : 한국경제연구원, '한 대기업 비중 미의 1/7에 불과, 중소기업 종사자 비중은 미의 두 배', 2021.09.09  
 \*\* 한국, 독일, 영국은 2019년, 프랑스, 일본 미국은 2020년 기준  
 \*\*\* 위 한국경제연구원 보도자료 내 '2020년 국세청 자료 분석'  
 Note) 자영업자 비중은 전체 취업자 중 자영업자가 차지하는 비율을 말함

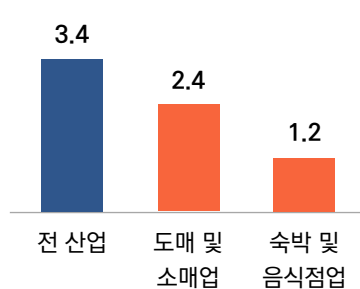
### ● 숙박/음식점업, 전 산업 대비 5년 생존율 2/3수준, 영업 이익률 1/3수준!

- 도소매, 숙박, 음식업은 진입장벽이 낮은 반면 여러 가지 불리한 영업환경을 지니고 있는데, 5년 생존율을 보면, 전체 기업이 31%인데 반해, 숙박 및 음식점업은 21%로 전체 기업 대비 지속 가능성이 크게 떨어지는 것으로 나타났다.
- 또 업종별 매출액 영업이익률을 살펴보면, 전산업이 3.4%인데 반해, 숙박/음식점업은 1.2%로 숙박/음식점업의 수익성이 타 업종에 비해 크게 떨어지고 있어, 코로나19로 인한 생활밀착형 자영업자의 어려움을 보여주는 데이터라 할 수 있다.

[그림] 신생기업 5년 생존율\*\* (%)



[그림] 매출액 영업이익률\*\*\* (%)



\*자료 출처 : 한국경제연구원, '한 대기업 비중 미의 1/7에 불과, 중소기업 종사자 비중은 미의 두 배', 2021.09.09  
 \*\* 위 한국경제연구원 보도자료 내 '통계청(2018)' 자료 인용  
 \*\*\* 위 한국경제연구원 보도자료 내 '한국은행(2019, 중소기업기준)' 자료 인용



## 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 제465호\(2021년 9월 3주\) - 차기 정치 지도자 주요 인물별 호감 여부, 대선 양자 가상](#)

[전국지표조사 리포트 제46호 \(2021년 9월 3주\)](#)

[이재명, 추진력 최고-도덕성 최저... 윤석열은?](#)

문화일보\_2021.09.15.

사  
회

[올해만 22명 극단적 선택...끝나지 않는 '자영업자의 비극'](#)

한국경제\_2021.09.15.

[알바 없는 '나홀로 사장' 5만 6000명 증가](#)

경향신문\_2021.09.15.

[집콕시대, 유튜브 66배 폭발적 성장](#)

전자신문\_2021.09.14.

[20대 '주식 빛투', 2년새 4배로 폭증...60대도 꺾춤](#)

동아일보\_2021.09.13.

[비혼 동거인 63% "관계 만족"...'배우자 만족' 비율보다 높아](#)

연합뉴스\_2021.09.15.

일  
반

[친족은 몇 촌까지일까...전경련 "3촌까지라는 의견 가장 많아"](#)

연합뉴스\_2021.09.14.

[워킹맘 2명 중 1명, 코로나19로 돌봄공백 경험](#)

여성신문\_2021.09.13.

[10만 청년 "3년 이상 집에서 쉬었다"](#)

경향신문\_2021.09.14.

[로켓배송에 '갈리는' 노동자 ... 10명 중 7명 "근육통·전신피로"](#)

한국일보\_2021.09.16.

[드라마 'D.P.'에는 분개하면서, 왜 여자 때리는 남자는 봐주나](#)

한국일보\_2021.09.11.

경  
제

[2분기 국내기업 매출 작년동기대비 18.7% ↑ ...'역대 최고'](#)

연합뉴스\_2021.09.15.

[상반기 최대 실적이라더니...상장사 절반은 직원 줄였다 왜?](#)

중앙일보\_2021.09.13.

경제

[8월 취업자 52만명 늘었지만...도소매·음식숙박 -15.1만명](#)

연합뉴스\_2021.09.15.

[브랜드택시 10대 중 8대 '카카오 블루'...'가맹사업시장 독점'](#)

연합뉴스\_2021.09.15.

국제

[한국인 넷 중 한명 "中, 한국 안보에 위협"](#)

매일경제\_2021.09.13.

["페이스북, 인스타그램 유해성 알고도 쉬쉬"](#)

한국경제\_2021.09.03.

기후환경

[기온 50도 넘는 무더운 날 40년 전보다 2배 늘었다](#)

BBC뉴스\_2021.09.14.

[평년보다 장마 2주 짧은 올해 여름...서울 폭염일수 역대 3위](#)

연합뉴스\_2021.09.15.

이슈 큐레이션

[〈초저출생 관련〉; "책임 못질 아이를 왜 낳아요?"...절망 빠진 청년들](#)

노컷뉴스\_2021.09.14.

[ 기획기사 ] 코로나가 바꾼 추석 - 중앙일보

[코로나 속 세 번째 비대면 명절, 이혼은 되레 줄었다](#) 2021.09.11.

[설·추석 뒤 이혼, 형제간 송사 급증...언제까지 놔둘 건가](#) 2021.09.11.

[베이비부머 "간소화" vs MZ세대 "없애자"...공감대 먼저](#) 2021.09.11.

[나물·탕·국 없는 종가 차례상 "간소하게 차리는 게 전통"](#) 2021.09.11.

[팬데믹이 불러온 랜선 차례·배달 상차림...명절 풍경 확 달라졌다](#) 2021.09.11.



# 목회데이터연구소 후원자

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

**후원 기관** | 고려신학대학원, 교회성장연구소, 기독교대한성결교회총회, (재)기독교선교햇불재단, 기아대책, 대한예수교장로회총회(통합), (사)사단법인 아시아미션, 서대문ESP, 서울노회아동부연합회(예정통합), (사)새길과새일, 아드폰테스(예정 통합 목회자 모임), 알파코리아, 미래목회와말씀연구원, 장로회신학대학교, 제이제이경제연구소, 지앤컴리서치, 한국교회탐구센터, 한국기독교사회문제연구원, 한목회, 한빛누리, 한국기부문화연구소, 햇불회, (재)CBS, CBMC 광주지식포럼, CBMC 행복한지회, CCC 사역연구, GoodTV, IFJC 가정의 힘(가나다 순)

**후원 기업** | (주)그랑블루, 동광에스아이, (주)마뜨, 메가리서치, (주)바이텍테크놀로지, (주)셀파 C&C, (주)시스코프, (주)예증세무법인, (주)자연인(아이소이), (주)참튼건강과학, (주)하츠/(주)백산 CNP코퍼레이션 (가나다 순)

**후원 개인** | 고영관, 고재환, 고현권, 구영생, 구정오, 금교성, 김관상, 김동하, 김명준, 김상근, 김상래, 김상로, 김석철, 김성렬, 김성민, 김성은, 김숙정, 김시은, 김연진, 김영훈, 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, 성창민, 송섭, 송오뜸, 심기식, 안정호, 안태근, 양수민, 엄정석, 여삼열, 우애라, 유성민, 유형창, 윤동하, 윤여민, 윤여민, 이광호, 이대식, 이덕희, 이만민, 이미경, 이병희, 이삼열, 이상호, 이성근, 이성진, 이승철, 이영선, 이완중, 이윤찬, 이은라, 이인성, 이일영, 이재열, 이정규, 이정아, 이주일, 이지형, 이창준, 이창현, 이춘봉, 이현, 이현구, 이현식, 이효택, 이훈희, 임성민, 임현주, 장명희, 장병우, 장부식, 장우성, 장형철, 전응림, 전치영, 정부활, 정용철, 정종섭, 정준, 정준, 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)

**신규 후원** | 이윤찬

매월 신규후원자는 **당월 마지막 주에 취합하여 홈페이지에 게시하여 드립니다.**

## 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](#)

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](mailto:ykji@mhdata.or.kr)  
김진양 | 목회데이터연구소 부대표 | [marpro@mhdata.or.kr](mailto:marpro@mhdata.or.kr)  
김준영 | 목회데이터연구소 실장 | [jy0113@mhdata.or.kr](mailto:jy0113@mhdata.or.kr)  
박태영 | 목회데이터연구소 간사 | [mhdata@mhdata.or.kr](mailto:mhdata@mhdata.or.kr)

## MOU 기관

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