

numbers 제 51호



주요 내용

2020. 06.12

1. 일반 국민, 온라인 종교 활동 '삶에 긍정적 변화다' 53%
2. 1) 코로나 이후 직장인 점심 식사 관련 인식과 변화
2) 최근 10년 간 범죄 유형의 변화

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

일반 사회 통계

우리 국민, 온라인 종교 활동, ‘삶에 긍정적 변화다’ 53%

코로나 발생 이후 가장 영향 받은 일상 생활의 1위로 대인 관계가 꼽힐 정도로 가장 큰 변화를 맞이 한건 사람과 거리의 변화다. 그 사회적 거리에 대한 인식은 삶의 전반에 걸쳐 영향을 주었는데, 그에 따른 비대면에 대한 요구 또한 높다.

코로나 이전에도 중·대형 교회 중심으로는 온라인 예배 송출을 겸하고 있었지만 코로나 19로 인하여 현장 예배를 통한 대인 접촉에 대한 불안감이 높아지며 성도의 온라인 예배 요구 또한 높다. 특히 성도와 목회자 사이의 인식 차이 뿐만 아니라 일반인과 기독교인 사이의 인식 차이도 엄연히 존재한다.

온라인 종교 활동이 삶에 있어서 긍정적 변화라고 인식하는 국민이 53%에 달하는 것을 보면, 이번 코로나19 이후 일어난 교회의 온라인 예배와 현장 예배에 대한 새로운 방향을 모색하는 것이 교회의 과제라 하겠다.

과연 교회는 어떻게 응답해야 할까.

코로나가 촉발한 비대면은 이제 일상이 될지도 모를 일이다. 교회의 처한 물리적, 신학적, 목회론적 준비와 가치에 따라 온라인 예배의 의견은 다양하지만 변화하는 세상에서 교회의 성숙한 논의가 무엇보다 중요하다 하겠다.

목회데이터연구소 주간리포트 [넘버즈] 51호는 코로나19로 인해 바뀐 우리 국민의 일상들을 정리해보고, 한편으로 코로나 이후 국민들의 삶이 어떻게 바뀔지, 또 종교에 대한 국민들의 생각의 변화까지 다뤄보고자 한다.

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.

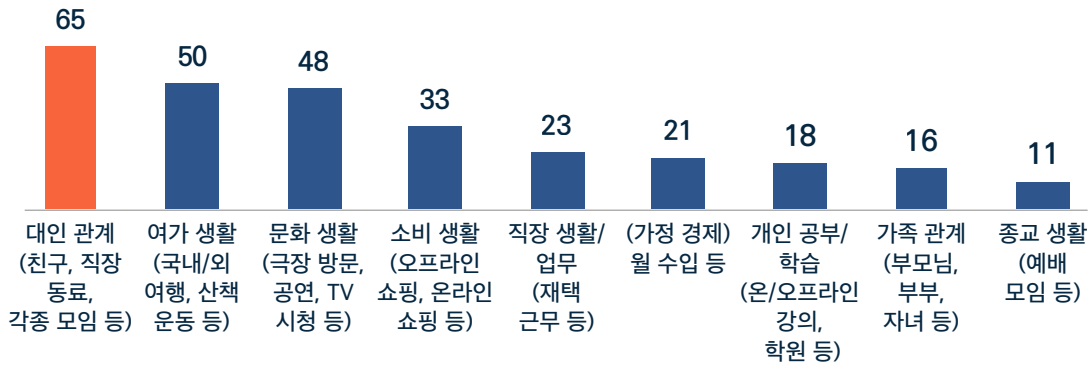
1



코로나19로 가장 영향 받은 일상 생활, 1위 “친구/동료 모임” 65%

- 코로나19가 장기화되면서 한국인의 일상생활에도 많은 변화를 가져왔는데, 그 중 가장 영향 받은 부분은 ‘친구/동료 모임’(65%)임
- 다음으로 여행/산책/운동 등 여가생활(50%), 극장/공연 등 문화 생활(48%) 등의 순임

[그림] 코로나19로 가장 영향 많이 받은 일상생활(중복 응답) (%)

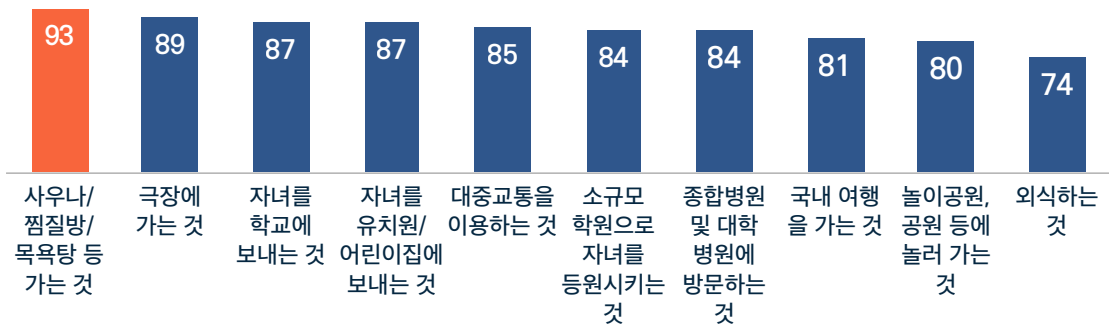


*자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '코로나19 그리고 라이프스타일의 변화 관련 조사', 2020.05.15.(전국 17세~66세 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.04.03.-07)

● 코로나19 발생 이후 외부 활동 염려도, '사우나/찜질방'(93%), '극장'(89%), '자녀 학교 등교'(87%) 등이 가장 높음

- 코로나19 발생 이후 외부 활동이 아무래도 위축되는데, 염려도를 측정한 결과, '사우나/찜질방'이 93%로 가장 높고, 다음으로 '극장'(89%), '자녀 학교 등교'(87%), 대중교통 이용(85%) 등의 순으로 나타남

[그림] 코로나19 발생 이후 외부 활동 염려도 평가 (상위 10위) (%)

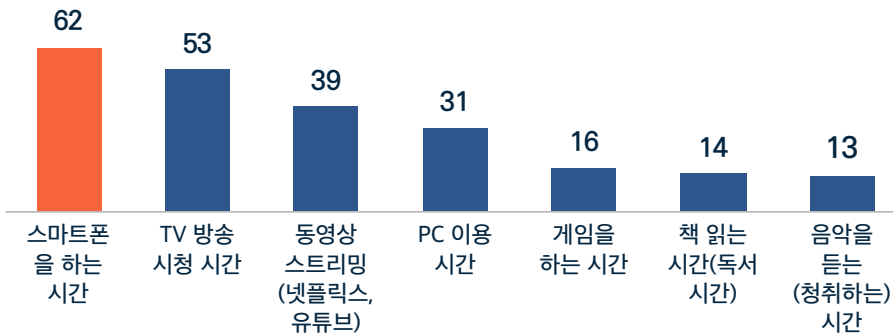


*자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '코로나19 그리고 라이프스타일의 변화 관련 조사', 2020.05.15.(전국 17세~66세 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.04.03.-07)

● 코로나19 발생 이후 미디어 이용 시간 증가 1위, ‘스마트폰’ 62%

- 코로나19 발생 이후 이용 시간이 증가한 미디어/콘텐츠를 질문했는데, ‘스마트폰 하는 시간’이 62%로 가장 높았고, 다음으로 ‘TV 시청 시간’ 53%, ‘동영상(넷플릭스, 유튜브 등) 스트리밍 시간’ 39%, ‘PC 이용 시간’ 31% 등으로 조사됨

[그림] 코로나19 발생 이후 이용 시간이 증가한 미디어 콘텐츠 (상위 7위) (%)

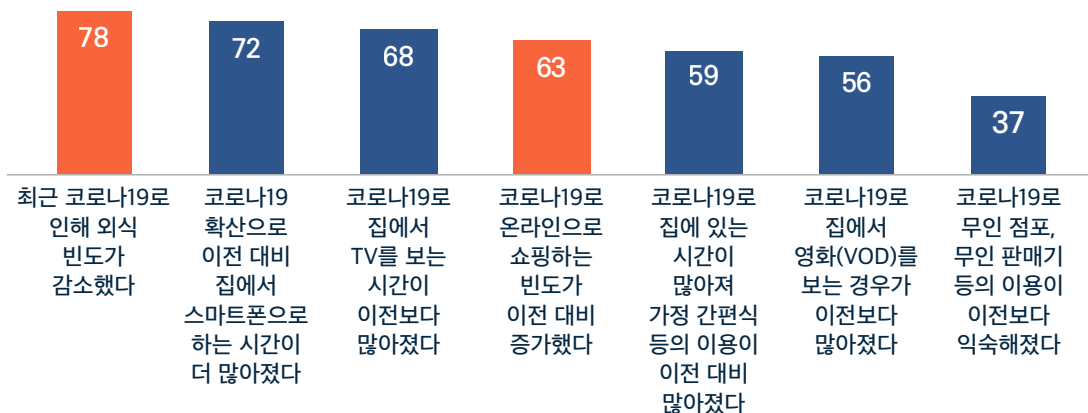


*자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, ‘코로나19 그리고 라이프스타일의 변화 관련 조사’, 2020.05.15.
(전국 17세~66세 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.04.03.-07)

● 코로나19로 인한 소비/여가생활의 변화, ‘온라인 쇼핑 빈도 증가했다’ 63%

- 코로나19로 인해 소비문화도 많이 바뀌고 있는데, 온라인 쇼핑 증가(63%) 등 비대면 소비가 늘어나면서 무인 점포, 무인 판매기 등의 이용이 이전보다 익숙해지는 것(37%)으로 나타남
- 또한 외식 빈도를 줄이는(78%) 등 외부 활동을 자제하고 집에서의 활동이 늘면서 집에서 가정 간편식을 이용하고(59%), 스마트폰을 보고(72%), TV를 보고(68%), 영화(VOD)를 보는 시간(56%) 이전보다 더 증가한 것으로 조사됨

[그림] 코로나19로 인한 소비/여가생활의 변화 (%)



*자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, ‘코로나19 그리고 라이프스타일의 변화 관련 조사’, 2020.05.15.
(전국 17세~66세 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.04.03.-07)

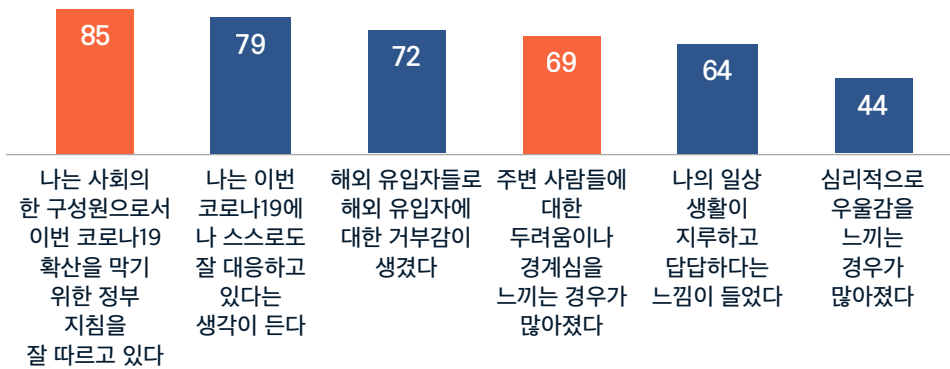
2



코로나19로 인한 개인 감정의 변화 ‘주변 사람들에 대한 경계심 느끼는 경우 많아졌다’ 69%

- 코로나19로 인해 사람들의 감정과 태도에도 변화가 나타나고 있는데, 가장 두드러진 특징은 누가 감염자 인지 모르기 때문에 ‘주변 사람들에 대한 경계심을 느끼는 경우가 많아졌다’는 점임(69%)
- 또한 코로나19로 인해 일상생활이 지루하고 답답하다는 느끼고(64%), 심리적으로 우울감을 느끼는 경우가 많아지는(44%) 현상이 나타남
- 한편으로, 우리 국민은 코로나19 확산을 막기 위해 스스로 정부 지침을 잘 따르고 있고(85%), 또 코로나19에 스스로 잘 대응하고 있다고 생각(79%)하고 있는 것으로 나타남

[그림] 코로나19로 인한 개인의 감정 및 태도 변화 (%)

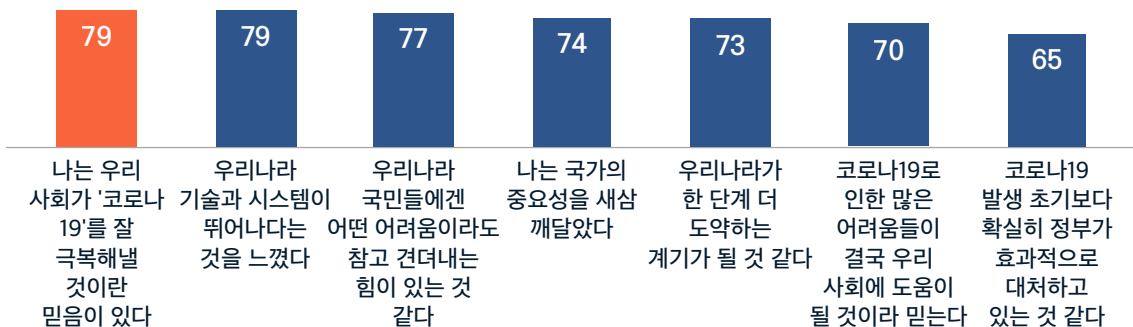


*자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, ‘코로나19 그리고 라이프스타일의 변화 관련 조사’, 2020.05.15.(전국 17세~66세 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.04.03.-07)

● 코로나19로 인한 국가/사회 시스템 인식 변화, ‘나는 우리 사회가 코로나19를 잘 극복할 것이란 믿음이 있다’ 79%

- K방역 등 코로나19 기간 중 한국이 세계적으로 성공적인 방역 국가로 보도되고 있는데, 이와 관련해서 우리 국민 10명 중 8명은 우리사회가 코로나19를 잘 극복할 것이라고 믿음이 있는 것으로 나타남
- 또한 70%의 국민은 이런 어려움이 결국 우리사회에 도움이 될 것이라는 긍정적인 믿음이 있으며, 73%는 우리나라가 이번 코로나19가 한 단계 도약하는 계기가 될 것 같다고 응답함
- 전체적으로 한국인은 코로나19로 어려움을 겪고 있지만, 극복할 수 있고 이를 발판으로 도약할 수 있는 긍정적인 태도를 보임

[그림] 코로나19로 인한 국가/사회 시스템 인식 변화 (%)



*자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, ‘코로나19 그리고 라이프스타일의 변화 관련 조사’, 2020.05.15.(전국 17세~66세 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.04.03.-07)

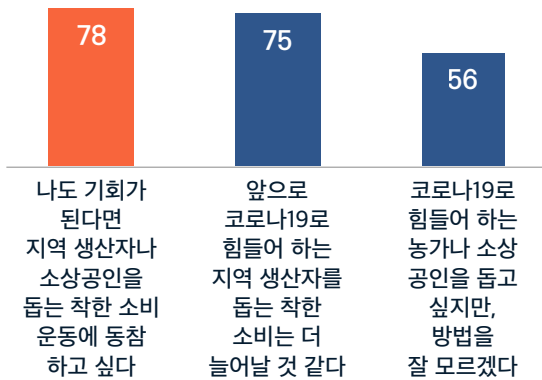
3



코로나19 관련, ‘착한 소비 운동 동참 의향’ 78%

- 코로나19로 어려움을 겪고 있는 자영업자나 소상공인을 돕기 위해 선결제하거나 주위에 구매를 촉구하는 소위 ‘착한 소비’운동이 일어나고 있는데 이에 대한 인식을 알아봄
- 78%의 국민이 ‘기회가 된다면 지역생산자나 소상공인을 돕는 착한 소비 운동에 동참하고 싶다’는 뜻을 밝혔는데, 전국적으로 어려운 이웃을 돕는 마음이 한국인의 정서에 깔려있음을 알 수 있음

[그림] 코로나19 관련 착한 소비 운동 동참 의향 (%)



*자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '코로나19 그리고 라이프스타일의 변화 관련 조사', 2020.05.15. (전국 17세~66세 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.04.03.-07)

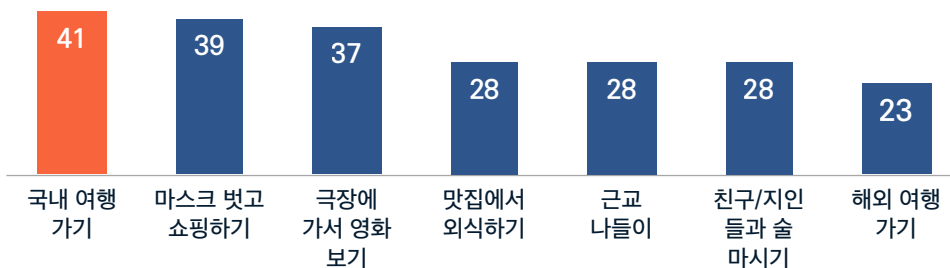
4



코로나19 종식 후 하고 싶은 활동, ‘국내 여행’ 41%, ‘마스크 벗고 쇼핑’ 39%, ‘극장 가서 영화 보기’ 37%

- 코로나19 종식 후 가장 하고 싶은 활동으로는 ‘국내 여행 가기’가 41%로 가장 높고, 다음으로 ‘마스크 벗고 쇼핑하기’ 39%, ‘극장 가서 영화보기’ 37%, ‘맛집에서 외식하기’ 28% 순으로 조사됨

[그림] 코로나19 종식 후 하고 싶은 활동(상위 7위) (%)



*자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터, '코로나19 그리고 라이프스타일의 변화 관련 조사', 2020.05.15.(전국 17세~66세 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.04.03.-07)

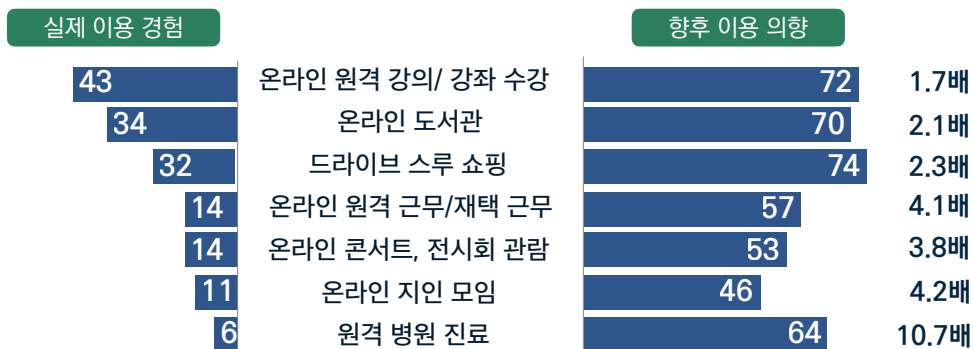
5



향후 비대면 서비스 이용 의향률, 드라이브 스루 쇼핑, 온라인 강의, 온라인 도서관이 상대적으로 높음

- 비대면 서비스 관련 향후 이용 의향률을 비교해 보면, 드라이브 스루 쇼핑(74%), 온라인 강의(72%), 온라인 도서관(70%)로 높게 나타남
- 실제 이용 경험률과 향후 이용 의향률을 비교해서 살펴보면, 원격 병원 진료(10.7배), 온라인 지인 모임(4.2배), 재택 근무(4.1배) 등이 상대적으로 높게 분석됨

[그림] 비대면 서비스 이용 변화(실제 이용 경험 vs 향후 이용 의향) (%)



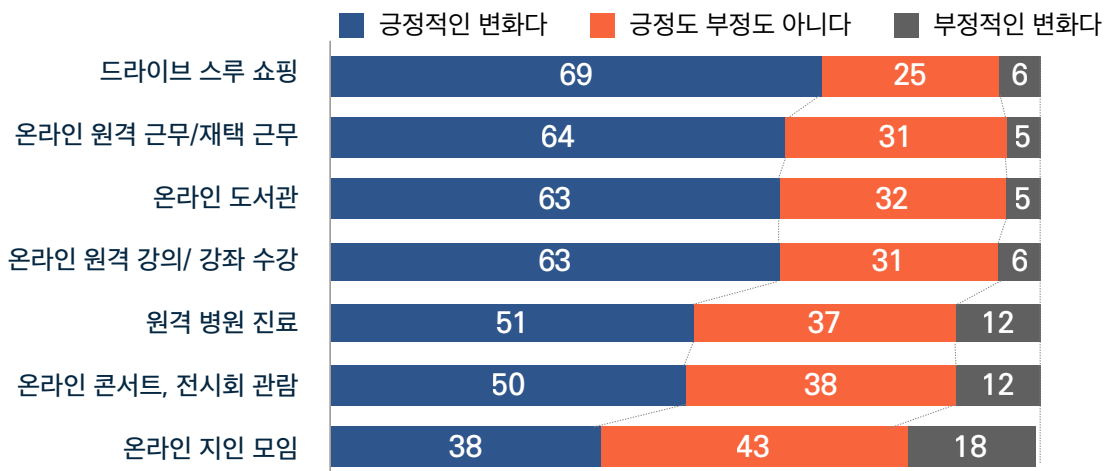
*자료 출처 : 한국리서치 여론 속의 여론, '포스트코로나, 코로나19와 비대면, 디지털사회 전환', 2020.06.03 (전국 만18세 이상 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.05.08.-11)

** □ : 향후 이용 의향률/실제 이용 경험률

● 비대면 서비스 이용률 증가 현상, 국민 대부분 우리 삶에 긍정적인 변화라고 인식!

- 앞에서의 여러 비대면 서비스 이용이 우리 삶에 있어 긍정적인지 부정적인지 질문한 결과, 우리 국민들은 대부분의 항목들에 대해 긍정적인 변화라고 인식하고 있음

[그림] 비대면 서비스 이용 변화 평가 (%)



*자료 출처 : 한국리서치 여론 속의 여론, '포스트코로나, 코로나19와 비대면, 디지털사회 전환', 2020.06.03 (전국 만18세 이상 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.05.08.-11)

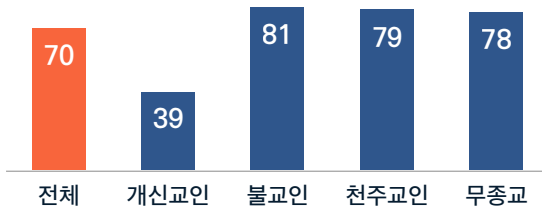
6



일반 국민의 기독교 평가, ‘코로나19 발생 이후 기독교인에 대해 부정적 감정이 생겼다’ 70%

- 일반 국민의 10명 중 7명(70%)은 코로나19와 관련 ‘교회를 중심으로 코로나19가 확산하는 것 같아 기독교인에 대한 부정적 감정이 생겼다’고 응답해 코로나19 발생 후 개신교에 대한 이미지는 하락한 것으로 나타남
- 개신교에 대한 부정적 인식을 종교별로 보면 개신교인만 39%였고, 기타 종교인은 80% 안팎으로 매우 높게 나타남

[그림] 교회를 중심으로 코로나19가 확산되는 것 같아 기독교인에 대한 부정적 감정이 생겼다(그렇다 비율) (%)

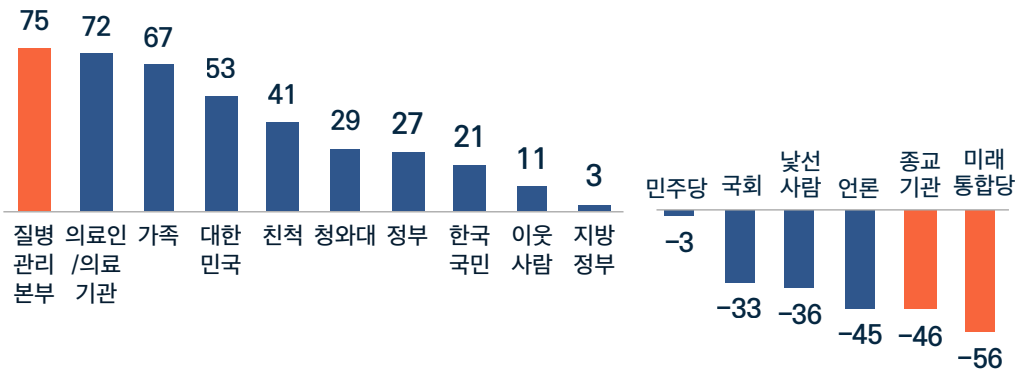


*자료 출처 : 엠브레인 트렌드모니터 ‘코로나19 그리고 라이프스타일의 변화 관련 조사’, 2020.05.15.(전국 17세~66세 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.04.03.-07)

● 일반 국민의 종교 기관 신뢰 지수, 코로나19 이후 하위권 위치

- 시사인과 KBS가 공동으로 일반 국민을 대상으로 코로나19 전후 각 사회 주체별로 신뢰도가 어떻게 바뀌었는지 조사한 결과 종교 기관은 언론, 미래통합당과 함께 하위권에 위치함

[그림] 코로나19 발생 이후 사회 주체별 신뢰도 변화 (%)



*자료 출처 : 시사인/KBS/서울대 임동규 교수팀, ‘포스트코로나 시대 한국사회’ 2020.06.02.(전국 만18세 이상 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.05.07.-08)

** 신뢰지수 산출 : 코로나19 이전보다 신뢰하게 되었다는 응답률에서 불신하게 되었다는 응답률을 뺀 수치임

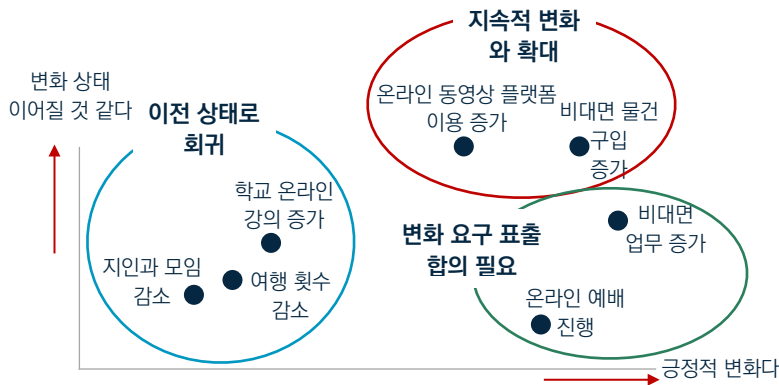
7



코로나 이후 언택트 사회 전망! ‘온라인 예배’는 변화 요구 표출됨, ‘온라인 동영상 플랫폼’은 지속적 확대 예상

- 조사 전문 기관인 한국리서치가 포스트 코로나 관련 언택트 문화가 어떻게 진행될지에 대한 분석을 시도했는데, 현재 변화된 일상생활을 3가지 영역으로 구분하여 각 영역별로 어떤 방향으로 진행될지 전망하였음
- 첫째는 ‘이전 상태로 회귀 가능성이 높은 항목’으로 ‘학교 온라인 강의’, ‘지인과 모임’, ‘여행 횟수’를 들 수 있음
- 둘째는 ‘지속적 변화와 확대 가능성이 높은 항목’으로 ‘비대면 물건 구입’과 ‘온라인 동영상 플랫폼 이용’이 여기에 속함. 오프라인 매장, 극장, 공연계 등이 이에 적극적으로 대비해야 할 것으로 보임
- 셋째는 ‘변화 요구 표출 및 합의 필요 항목’으로 ‘비대면 업무’와 ‘온라인 예배’를 들 수 있는데, 국민들의 변화 요구가 표출되긴 했지만 과거로 회귀 의견과 팽팽하게 맞서고 있어 합의가 필요한 항목들임

[그림] 비대면(언택트) 사회 전망과 평가 종합 산포도

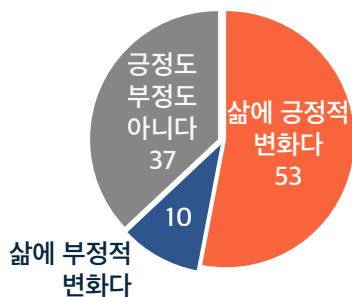


*자료 출처 : 한국리서치 여론 속의 여론, '코로나19 6차 인식조사' 2020.05.06.(전국, 18세 이상 남녀, 1,000명, 온라인 조사, 2020.04-24-27)

● 온라인 종교 활동, ‘삶에 긍정적 변화다’ 53%

- 온라인 종교 활동이 우리 삶에 긍정적인 변화인지 부정적인 변화인지 일반 국민에게 질문한 결과, ‘긍정적 변화’ 53%, ‘긍정도 부정도 아니다’ 37%, ‘부정적인 변화’ 10%로 긍정적인 인식이 부정적 인식보다 훨씬 큰 것으로 나타남

[그림] 온라인 종교 활동 평가 (%)



*자료 출처 : 한국리서치 여론 속의 여론, '포스트코로나, 코로나19와 비대면, 디지털사회 전환', 2020.06.03.(전국 만18세 이상 남녀, 1,000명, 온라인조사, 2020.05.08~11)



시사점

코로나19 이후 사회 변화를 한마디로 정의하면 무엇일까?

요즘 가장 핫한 단어인 ‘언택트(untact)’가 코로나19 이후 사회를 가장 함축적으로 설명하고 있다. ‘언택트(untact)’는 ‘비대면’을 의미하는 단어인데, 이 용어는 서울대소비트렌드분석센터에서 발간하는 「2018트렌드코리아」에서 무인 점포, 무인 판매가 늘어나면서 비대면 상행위를 포함한 비대면 활동이 늘어나는 현상을 설명하면서 만든 조어이다.

코로나19 이전에 ‘언택트(untact)’라는 단어가 나올 정도로 비대면 접촉이 늘어난 것은 비대면 접촉이 기능적 편리성을 제공해 줄 뿐만 아니라 인간 관계를 축소하고자 하는 현대인의 관성([넘버즈] 4호, 14호 참조)에 부합하기 때문이다. 그런데 코로나19로 인해서 주변 사람들에 대한 경계심이 늘어나면서 더욱 사람들과의 대면 접촉을 피하려는 심리와 행동이 더해져서 일부 마케팅 연구자와 트렌드에 관심있는 사람 정도만 알고 있던 ‘언택트(untact)’가 대부분 사람들이 알 정도까지 되었다.

요즘 교회는 ‘언택트(untact)’ 활동의 일종인 온라인 예배를 둘러싼 논의가 활발하다. 비대면 확산에서 온라인 예배를 긍정적 변화로 보는 입장과 전통적 예배를 고수하자는 입장이 맞서고 있다. 이는 교회의 본질, 주일성수의 개념의 차이에서 비롯된 견해의 차이이다([넘버즈] 42호 참조).

그런데 분명한 것은 ‘언택트(untact)’가 시대적 변화와 사회적 변동에 의해서 촉진된 현상이므로 온라인 예배 현상을 피하기는 어렵다는 점이다. 대개 온라인 예배가 오프라인 예배를 전적으로 대체할 수 없다는 것에 대해서는 의견을 같이하는 사람들이 많다. 그렇다고 해서 코로나19 이전 상태로 돌아가기는 어렵다고 보아야 한다. 내가 온라인 예배를 찬성하든 혹은 반대하든 상관없이 온라인 예배는 우리에게 성큼 다가왔고 친숙해졌으며, 그 나름의 장점이 있어서 쇠퇴하지 않을 것으로 예측된다.

그렇다면 교회는 온라인 예배의 타당성을 따질 것이 아니라 온라인 예배를 어떻게 디자인하고 어떻게 활용해서 교인들의 영적 욕구와 교회의 유익(개 교회의 유익이 아니라 보편적 교회의 유익)을 충족시킬 것인가를 고민해야 한다. 교회가 온라인 예배만 제공할 것인지, 온라인 콘텐츠(성경공부, 친교 등)도 제공할 것인지 결정해야 한다. 온라인 예배와 콘텐츠를 어떤 형식으로 제공해야 디지털에 익숙한 세대에게 거부감없이 다가갈 수 있는지 연구해야 한다. 그 외에 온라인 예배와 온라인 콘텐츠를 제공하는데서 오는 부정적 요소가 있다면 그것을 어떻게 보완할 것인지를 고민해야 한다.

시대의 변화를 전통적 관습에 얽매어 외면하기 보다는 본질을 고수하면서 시대 변화에 맞춰 나가려는 노력이 전환기에 있는 교회에게 요구되는 과제이다. 본질을 고수하면서 시대 변화에 적응해야 한다는 이 어려운 고차 방정식을 잘 풀어간다면 교회는 새로운 시대에 하나님의 나라를 더 확장해 나갈 수 있을 것이다.

최근 언론 보도 통계

- 코로나 이후 직장인 점심 식사 관련 인식과 변화
- 최근 10년 간 범죄 유형의 변화

언론 보도 및 이슈 큐레이션

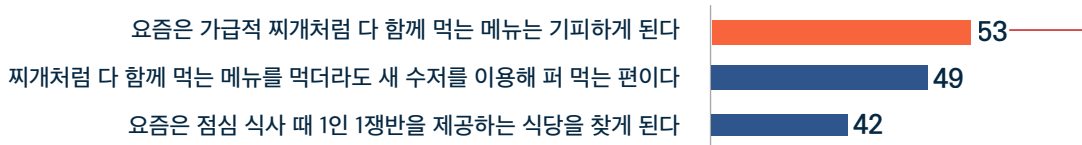
1



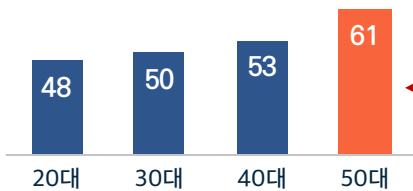
코로나 발생 후 직장인 점심 식사 인식 변화, ‘찌개처럼 다 함께 먹는 메뉴는 기피하게 된다’ 53%

- 직장인들에게 코로나 발생 후 점심 식사를 어떻게 하는지 물어 보았는데, 찌개처럼 다 함께 먹는 메뉴는 피하게 되거나(53%), 다 같이 먹는 음식이면 새 수저를 이용하거나(49%), 1인 1쟁반 음식을 제공하는 식당을 선호하는(42%) 등의 변화가 일어난 것으로 나타남
- 특히 ‘찌개처럼 다 함께 먹는 메뉴는 기피하게 된다’는 의견에 대해 연령별 응답률을 보면 50대가 61%로 가장 높았는데, 음식 공유 문화에 익숙한 중장년에서 오히려 함께 먹는 음식에 대해 부담스러워 하는 것으로 보임

[그림] 코로나19 발생 후 직장인의 ‘점심 식사’ 관련 인식 변화 (%)



[그림] 찌개처럼 다 함께 먹는 메뉴는 기피하게 된다
(‘그렇다’ 비율, 연령별) (%)

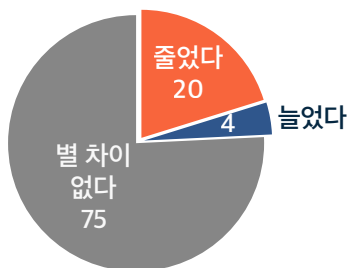


*자료 출처 : 트렌드모니터, '2020 직장인의 점심식사 관련 인식 조사', 2020.06.03.(전국 만 19-59세 직장인 남녀, 1,000명, 온라인 조사, 2020.05.12.-15)

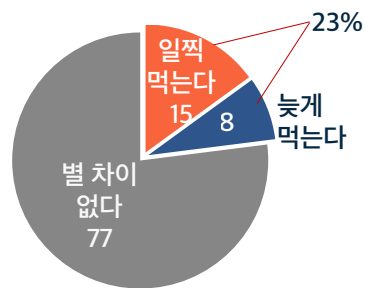
● 코로나 이후 점심 식사 ‘함께 동행하는 숫자 줄었다’ 20%

- 코로나 이후 점심식사 동행자 변화에 관해서는 직장인 5명 중 1명(20%)은 ‘함께 동행하는 숫자 줄었다’고 응답함
- 또한 점심식사 시간을 빨리하거나 늦추는 등 점심식사 시간을 탄력적 운영한다는 응답자는 23%로 나타남

[그림] 점심시간 동행자수 변화 (%)



[그림] 점심시간 운영의 변화 (%)



*자료 출처 : 트렌드모니터, '2020 직장인의 점심식사 관련 인식 조사', 2020.06.03.(전국 만 19-59세 직장인 남녀, 1,000명, 온라인 조사, 2020.05.12.-15)

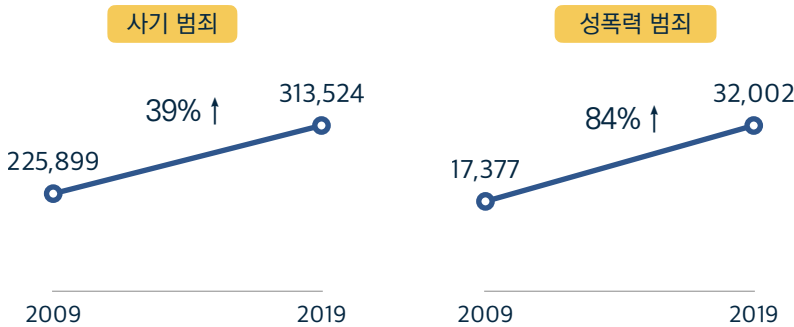
2



범죄 유형 중 최근 10년 새, 10년 전에 비해 '성폭력' 84%, '사기' 39% 증가함

- 대검찰청의 '2019 범죄 분석'에 따르면, 성폭력 범죄는 2019년 한 해 동안 32,002건이 발생했는데 이는 2009년(17,377건) 대비 약 84%가 늘어난 것으로, 10년간 두 배 가까이 증가한 것으로 나타남
- 사기 범죄 또한 작년에 313,524건이 발생했는데 이는 2009년 224,899건 대비 39%가 증가한 것으로 나타남

[그림] 주요 범죄 유형별 발생 건수 (건) (%)

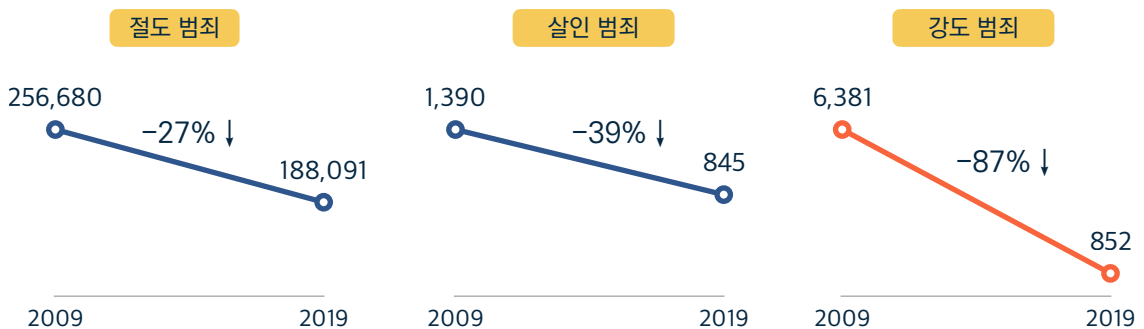


*자료 출처 : 대검찰청, '2019 범죄 분석', 2019년 12.
**2019년 수치는 '분기별 범죄 동향 리포트(2019년 4분기, 제 13호)', 2020.04.17

● 절도, 살인, 강도는 10년 전 대비 대폭 줄어듦

- 절도(-27%), 살인(-39%), 강도(-87%) 범죄는 과거 10년간 꾸준히 줄어든 것으로 나타남
- 특히 강도의 경우 10년간 무려 87%가 감소하여 가장 큰 감소폭을 보인 것인 눈에 띄. 이는 폐쇄회로(CC) TV의 역할이 지대한 것으로 추측되는데, CCTV가 전국에 촘촘히 깔리며 '저지르면 무조건 잡힌다'는 인식이 확산한 것으로 보임

[그림] 주요 범죄 유형별 발생 건수 (건)



*자료 출처 : 대검찰청, '2019 범죄 분석', 2019년 12.
**2019년 수치는 '분기별 범죄 동향 리포트(2019년 4분기, 제 13호)', 2020.04.17

3



언론 보도 통계 큐레이션 및 이슈 큐레이션

언론 보도 기사 큐레이션

사회
일반

[3개월째 자소서 수십장 쓰는 20代...고깃집 알바도 41대 1](#)

매일경제_2020.06.08.

[한국 자영업자 비중 25.1%...미국의 4배·일본의 2.4배](#)

연합뉴스_2020.06.10.

[‘인공지능 돌봄’이 어르신 안전·정서 지킨다](#)

한겨레_2020.06.08.

[청소년 성매매, 피해자 15세, 강요자 18세, 알선자 21세](#)

머니투데이_2020.06.05.

[시·군·구 43%가 ‘소멸위험’](#)

세계일보_2020.06.10.

경제

[5월 실업자 127만8000명, 99년 통계 개편 이래 최다](#)

머니투데이_2020.06.10.

[도산 위기 몰린 호텔...성수기 6월에도 객실 75%가 비었다](#)

매일경제_2020.06.05.

기타

[한일 국민 10명 중 6명 “美가 中보다 중요”... 군사 위협국 1위는 北](#)

한국일보_2020.06.09.

[잘키운 디지털 콘텐츠 하나, 반도체 안 부럽다... 한국의 콘텐츠 역량](#)

조선일보_2020.06.11.

스토리가 있는 기사

[최고의 팀이나 최악의 팀이나...딱 하나로 갈린다, 관리자 당신!](#)

매일경제_2020.06.11.

[코로나보다 더 두려운 청년 백수](#)

중앙일보_2020.06.08.

역대 주간 리포트 주요 내용

- 제 1호 | 인구 절벽, 그리고 개신교 인구 변화
- 제 2호 | 대한민국은 갈등 공화국(사회적 신뢰도, 갈등지수) | 종교 스윙칭
- 제 3호 | 모바일 시대가 온다(개신교인 미디어 이용 실태) | 청년층 운세보기 | 황혼 이혼
- 제 4호 | 나홀로 Life, 나는 혼자여도 좋다 | 함께 일하고 싶은 리더
- 제 5호 | 다문화 가족, 그들도 우리의 이웃이다(이주 여성 실태) | 북한 비핵화 인식
- 제 6호 | 위기의 크리스천 대학생(대학생 종교 실태) | 불법 촬영(몰카) 실태
- 제 7호 | 하루 13명, 술 때문에 죽는다(음주실태) | 청년 취업 실태
- 제 8호 | 여름휴가, 어떻게 보내십니까(교회 수련회 통계) | 남성 육아 휴직
- 제 9호 | 유튜브 훌릭 | 한일 분쟁
- 제 10호 | 흡연, 성인 남성 하루 100명 죽는다 | 55세 이상 고령층 취업 희망자
- 제 11호 | 크리스천 4명 중 1명, 교회 안 나간다 | 한국인, 정신·심리 관련 조사
- 제 12호 | 북한이탈주민, 연 가구 소득 2,000만 원 미만 40% | 2019 대한민국 영향력 있는 인물 순위
- 제 13호 | 추석, 즐겁지만 여성에게는 힘든 명절, 89% | 2040 아빠 육아경험, 고령화 통계
- 제 14호 | 한국인, 인간관계를 축소하고 있다 | 합계 출산율, 전국 초중생 방과후 학원 이용 실태
- 제 15호 | 한국인 행복도, '돈'에 과도하게 영향받고 있다 | 임금 근로자 연봉 상하위 격차 14.4배
- 제 16호 | 한국인 1일 37명 자살 | 우리나라 기부 참여율 40%(최근 1연간)
- 제 17호 | 장애인, 문화 활동 거의 못하고 있다 | 한국 부자 보고서 분석
- 제 18호 | 장애인 실태 2, '장애인 근로자, 고용 기업의 만족도 높다!' | 미국 크리스천의 담임 목사 인식 조사, 한국 국가 경쟁력 순위
- 제 19호 | 한국 사회 혐오, 심각하다 96% | 100세 시대 인식조사
- 제 20호 | 특별판(1-19호) 종합 정리
- 제 21호 | 개신교인, 전광훈 목사 긍정적 평가 13% | 한국 사회 공정성 평가 조사
- 제 22호 | 당신은 '꼰대' 입니까? | 문재인 대통령 임기 반환점, 주요 여론조사 통계
- 제 23호 | 학벌 중심 사회, 국민 절반 가까이 학력 콤플렉스 '느낀 적 있다' | 평생직장 인식 변화, 우리나라 커피 소비 인식 조사 결과
- 제 24호 | 가족 호칭, '가부장 문화가 반영됐다' 72% | 한국인이 좋아하는 인물편(분야별)
- 제 25호 | 한국인의 결혼·가정관 빠르게 변하고 있다 | 한국인이 좋아하는 브랜드(일반 국민 vs 개신교인 비교), 우리 국민 절반은 '나는 가난하다' 생각한다)
- 제 26호 | 개취를 아십니까? | 전세계 기독교 청년의 교회 인식 조사, 한국인의 기대 수명
- 제 27호 | 한국인의 기부, 불투명성이 발목 잡는다! | 2019 초중등 진로 교육 현황 조사 결과, 1인당 노동소득과 소비 간 비교
- 제 28호 | 2019 [넘버즈] Top 7
- 제 29호 | 2020년 1인 가구 대세 시대 | 미국 크리스천, 교회 출석 이유, '목사의 설교 내용' 절대적임, 한국 사회, 빈익빈 부익부 현상 뚜렷하게 나타남
- 제 30호 | 50년 뒤 한국, '국민 2명 중 1명이 노인!' | 한국인 새해 경기 및 살림살이 전망, 작년 전국시도지사 직무 평가 결과

역대 주간 리포트 주요 내용

- 제 31호 | 어려울 때 가장 먼저 찾는 대상, '가족' | 2020 새해 목표, 성격 변화
- 제 32호 | 이제는 착한 소비의 시대! | 2019년 한국 파송 선교사 현황, 한국인 4명 중 1명 '사소한 일에 화가 난다'
- 제 33호 | 빅데이터로 본 2019 한국 교회 | 10대 청소년, 관심·흥미 주제 찾을 때, 유튜브가 압도적, 한국인 5명 중 1명 '종종 소외감을 느낀다'
- 제 34호 | 생활의 기쁨, 가족보다 '반려동물'에서 더 얻는다! | 코로나19 사태가 가져온 일상의 변화
- 제 35호 | 외로운 대한민국, 한국인 고독 지수 78점 | 밀레니얼 세대 직장인 분석
- 제 36호 | 코로나19 관련 개신교인 여론조사 결과 분석 | 코로나19 관련 국내 주요 신학교 권고의 글 모음
- 제 37호 | 가짜 뉴스, 심각하다 89% | 총선 40일 현재 국민 여론
- 제 38호 | 한국인, 부자가 가난한 자보다 오래 산다! | 우리나라 헌혈 통계 분석, 코로나19 이후 일상의 변화들
- 제 39호 | 한국인 정치 만족도 16% | 우리나라 대학생 81%, 고등학교는 사활을 건 전장, 미혼자, '주례 없는 결혼식' 선호도 67%
- 제 40호 | 악플도 범죄다, 65% | 코로나19 이후 마스크 5부제 찬성 68%
- 제 41호 | 성인 2명 중 1명, 사이버 폭력 '피해 경험 있다' | 우리 국민 필수와 선택
- 제 42호 | '코로나 19의 한국 교회 영향도 조사' 결과
- 제 43호 | 코로나19 이후 한국 사회 신뢰도 올랐다! | 40년간 국내 주요 물품/서비스 가격 변화, 한국인의 의심병
- 제 44호 | 한국의 여성 가사노동, 부담스럽다' 57% | 코로나19 관련 미국 여론조사 분석 결과
- 제 45호 | 한국의 아동 행복도, OECD 최하위권! | 21대 총선 결과 분석
- 제 46호 | 한국의 부모, '다시 태어나도 내 자녀의 부모로 태어나고 싶다' 69% | 코로나19 관련 6개국 비교 조사 결과, 외모·성형에 대한 국민 인식 조사 결과
- 제 47호 | 우리의 가난한 이웃, 한부모 가정 | 기혼자 30%, 불륜 경험 '있다', 트로트 매력 '친근한 멜로디' 32%
- 제 48호 | 우리들의 아버지, 대한민국의 퇴직자들의 삶 | 포스트 코로나 시대, 통계로 보는 언택트 사회 전망
- 제 49호 | 새로운 소모임 공동체 살롱 문화의 부활! | 사회적 소수자에 대한 한국인의 인식 조사, 역사 왜곡에 대한 국민 인식 조사
- 제 50호 | 우리 사회 갑질, '심각하다' 86% | 코로나가 가져온 식품 소비의 변화, 미국 개신교인들의 목사 설교 시간에 대한 인식

목회데이터연구소

서울시 강남구 역삼로8길 17 현빌딩 2층

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.

후원 방법

본 연구소는 주간리포트를 제작하여 한국 교회와 한국 사회에 무료로 제공함으로써 100% 후원을 통해 운영됩니다. 이 사역에 동참해주시면 감사하겠습니다.
(현재 후원 교회, 기관, 개인은 홈페이지에서 게시하고 있습니다).

문의 : 02-322-0726, 계좌 안내 : 하나은행 203-910046-18604(목회데이터연구소)
후원 링크 → [클릭 하기](#)

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 연구원 | jy0113@mhdata.or.kr