

numbers 제 53호



주요 내용

2020. 06.26

1. 한국 교회 유튜브, 최다 조회수는 '찬양 콘텐츠'!
2. 1) 한국인 5명 중 1명 '외롭다'
2) 교회학교 여름 사역 계획 조사

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

한국 교회 유튜브, 최다 조회수는 '찬양 콘텐츠'!

작년 9월 10일자 한국일보에 '한 달에 460억 분! 유튜브에 빠진 한국인'이라는 제목의 기사가 나온 적이 있다. 유튜브 통계 자료를 분석한 기사인데 한국인이 가장 많이 사용하는 앱이 유튜브이고, 특히 10대 청소년의 경우 사실상 스마트폰 이용 시간의 대부분을 유튜브에 사용하고 있다는 사실, 또 유튜브 이용에 있어서 50대 이상 고령층의 이용량이 크게 증가했다는 사실들을 데이터를 기반으로 분석했다. 올해 들어 최근 통계 자료는 코로나 이후 한국인들의 유튜브 사용량이 크게 늘었음을 알려주고 있다.

이 정도의 유튜브 영향력이라면 분명 한국 교회도 영향을 받을 것이라 판단해, 대형 교회 중심으로 자료를 살펴보기 시작했다. 유튜브 통계 자료를 내는 곳 중 대표적인 사이트인 소셜블레이드닷컴(www.socialblade.com)을 통해 국내 주요 교단 내 출석 교인 1,000명 이상, 400여 개 교회의 유튜브 통계를 일일이 검색해서 분석한 결과, 한국 교회에 유튜브 누적 조회수 1억 뷰가 넘는 교회가 있다는 사실과 최상위권에 랭크된 교회들의 최다 조회수 콘텐츠가 '찬양'이라는 사실을 발견하게 됐다.

비대면 시대 전환기에 한국 교회가 유튜브를 적극적으로 활용해야 할 때가 성큼 다가온 것 같다.

목회데이터연구소 [넘버즈] 53호는 국내 유튜브 사용 실태를 먼저 알아보고, 다음으로 한국 교회 유튜브 통계에 대해 살펴보기로 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.

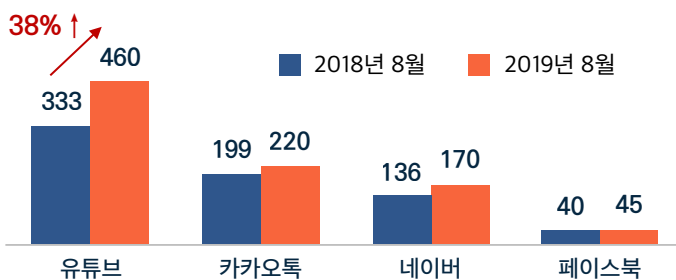
1



스마트폰 사용자가 가장 많이 쓰는 앱, '유튜브'가 압도적 1위

- 국내 스마트폰 사용자가 가장 오래쓰는 앱으로 2019년 기준 유튜브가 월 460억 분으로 1위이며, 다음으로 카카오톡 220억 분, 네이버 170억 분, 페이스북 45억 분 순으로 나타남
- 유튜브는 전년 같은 기간 대비 무려 38%의 증가율을 기록함
- 유튜브는 2017년 8월을 기점으로 국내 앱 이용 시간 1위를 차지하기 시작했는데, 현재 이용 시간이 비약적으로 증가해 2위 카카오톡의 두 배가 넘는 이용량을 보이고 있음

[그림] 스마트폰 앱 월간 총 사용 시간(2019년 8월 기준) (억 분)

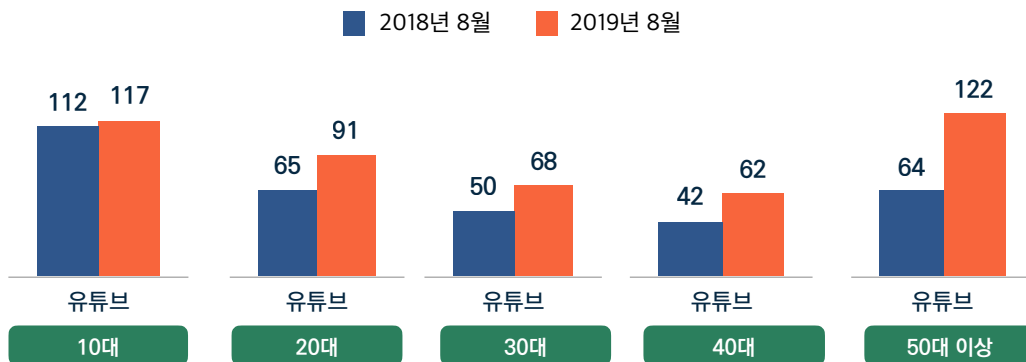


*자료 출처 : 와이즈앤(앱 분석 업체), '안드로이드 스마트폰 이용자의 세대별 앱 이용 현황', 2019.09.10.
(분석 기간 : 2019년 8월 한달간, 4만 명, 안드로이드 스마트폰 사용자 대상)

● 50대 이상 고령층, 1년 사이 유튜브 총 이용 시간 증가율 91%로 폭발적인 상승세

- 연령별 유튜브 총 이용 시간을 살펴보면, 인구수가 상대적으로 많은 50대 이상 층의 월간 이용 시간이 122억 분으로 가장 많은데, 이 연령층에서 전년 동기간 대비 이용 시간 증가율이 무려 91%로 폭발적인 증가세를 보이고 있음
- 10대의 경우 유튜브 총 사용 시간은 117억 분인데, 2위 카카오톡 23억 분과 큰 차이를 보여, 사실상 10대는 스마트폰 이용 시간의 대부분을 유튜브에 할애하고 있는 것으로 조사됨

[그림] 연령별 유튜브 월간 총 이용 시간 비교(2019년 8월 기준) (억 분)

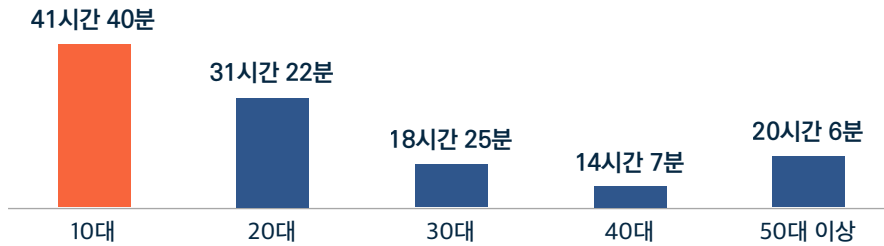


*자료 출처 : 와이즈앤(앱 분석 업체), '안드로이드 스마트폰 이용자의 세대별 앱 이용 현황', 2019.09.10.
(분석 기간 : 2019년 8월 한달간, 4만 명, 안드로이드 스마트폰 사용자 대상)

● 1인당 월 평균 유튜브 이용 시간을 보더라도 50대 이상 고령층이 30-40대를 앞지른 상황임

- 연령별 1인당 월 평균 유튜브 이용 시간을 보면, 10-20대가 가장 많은데, 30-40대 연령층보다 50대 이상 고령층에서 상대적으로 더 많은 점이 주목됨

[그림] 연령별 월 평균 유튜브 이용 시간(2019년 8월 기준)

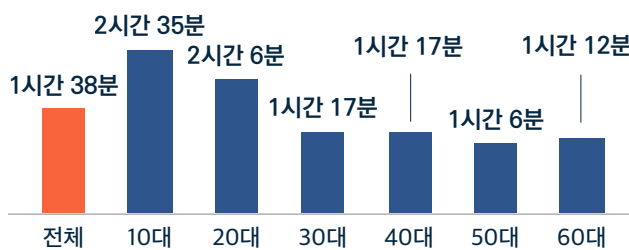


*자료 출처 : 와이즈앱(앱 분석업체), '안드로이드 스마트폰 이용자의 세대별 앱 이용 현황', 2019.05.14.
(분석 기간 : 2019년 4월 한달간, 33,000명 안드로이드 스마트폰 사용자 대상)

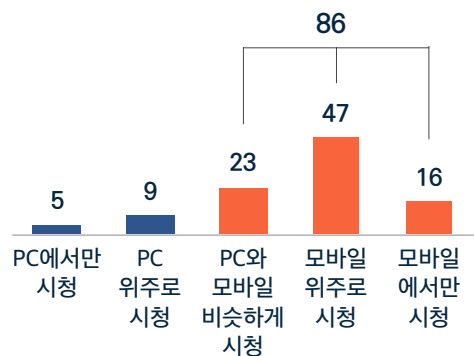
● 온라인 동영상 시청 시간, 일 평균 1시간 38분

- 온라인 동영상을 시청하는 사람의 경우, 하루 평균 어느 정도 보는지 질문한 결과, 평균 1시간 38분으로 나타남
- 10대의 경우 2시간 35분으로 압도적으로 높고, 60대는 1시간 12분으로 50대 1시간 6분보다 약간 더 많은 것으로 조사됨
- 온라인 동영상 시청시 사용 기기는 '모바일 사용' 63%, 'PC와 모바일 비슷 사용' 23%로 86%가 모바일을 사용하는 것으로 나타나, 온라인 동영상은 모바일 중심으로 이용하는 패턴을 보임

[그림] 일 평균 온라인 동영상 시청 시간



[그림] 온라인 동영상 시청 시 이용 기기 (%)



*자료 출처 : 나스미디어, '2020 인터넷 이용자 조사', 2020.04.06. (전국 인터넷 이용자 10-69세, 2,000명, 모바일설문, 2019.12.20.-2020.01.09)

● 코로나19 사태가 본격화된 3월 전후로 유튜브 이용자 수 급증

- 주요 동영상 서비스 방문자 추이를 살펴보면, 유튜브가 넷플릭스나 웨이브보다 월등히 이용이 많은데, 특히 코로나19가 본격화한 3월 전후로 유튜브 이용자의 급증 현상이 나타남

[그림] 주요 동영상 서비스 방문자 수 추이 (1년간) (명)

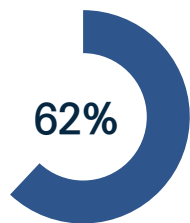


*자료 출처 : 닐슨코리아 모바일 이용행태 측정 데이터에서 추출, 한국일보, "[데이터로 본 한국인] 코로나19 시대 인기 동영상 코드는 오락·지속·단순", 2020.05.08. (<https://www.hankookilbo.com/News/Read/202005071629345081>)

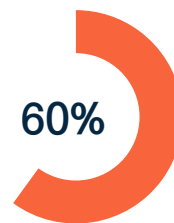
● 일반 국민, 코로나로 인해 늘어난 유튜브 이용, '긍정적 변화다' 60%

- 우리 국민의 62%는 코로나19 이후 유튜브 등의 온라인 동영상 플랫폼 이용 증가가 '지금처럼 변화된 상태가 이어질 것 같다'는 인식을 하고 있는 것으로 나타남
- 또 이러한 변화가 사회 발전을 위해 긍정적 변화라고 인식하는 국민 역시 60%로 절반이 넘는 것으로 나타남

코로나 이후 온라인 동영상 플랫폼 이용 증가에 대해...



지금처럼 변화된 상태가 이어질 것 같다



사회 발전을 위해 긍정적 변화다

*자료 출처 : 한국리서치 '코로나19 6차 인식조사, 2020.05.06. (전국 만 18세 이상 성인 남녀 1,000명, 웹 조사, 2020.04.24~27)

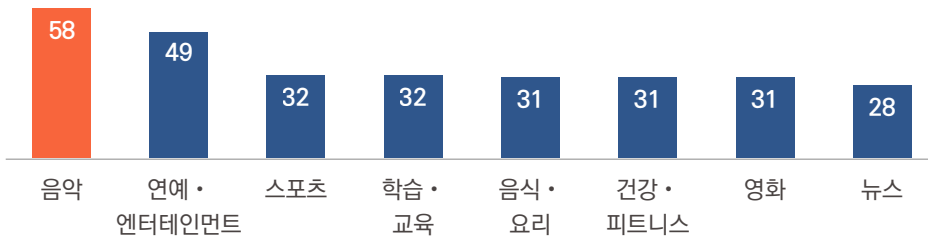
2



평소 유튜브에서 많이 시청하는 동영상 콘텐츠, '음악' 1위

- 유튜브 이용자들을 대상으로 평소 유튜브에서 어느 콘텐츠를 가장 많이 시청하는지 중복으로 응답 받은 결과, '음악'이 58%로 단연 1위로 나타났으며, 다음으로 '연예/엔터테인먼트' 49%, '스포츠' 32% 등의 순임

[그림] 평소 유튜브에서 많이 시청하는 동영상 콘텐츠(중복 응답) (%)

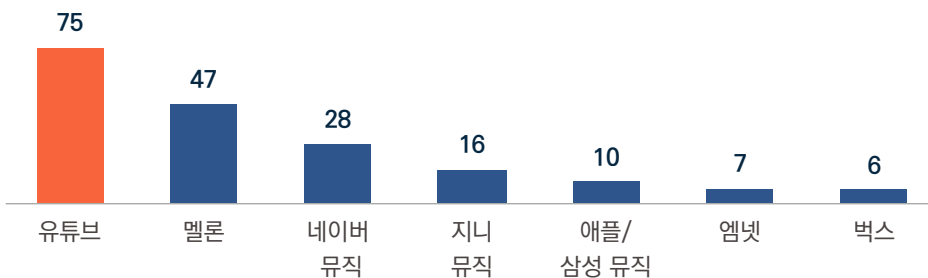


*자료 출처 : 트렌드모니터(www.trendmonitor.co.kr), '2018 유튜브 이용 및 유튜브 인식 관련 조사', 2018. 6(유튜브 이용 경험자 1,000명, 온라인 조사)

● 음악 감상시 주로 이용하는 앱으로 '유튜브'가 압도적 1위

- 모바일 서비스로 음악 감상 시 주로 이용하는 앱을 질문한 결과(1+2순위), 유튜브가 75%로 단연 앞서며, 다음으로 멜론 47%, 네이버 뮤직 28% 등의 순으로 나타남

[그림] 음악 감상시 주로 이용하는 앱(1+2순위) (%)

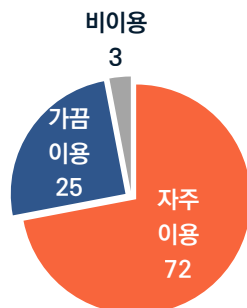


*자료 출처 : 사)한국인터넷기업협회, '모바일서비스 이용행태 조사' 2018.05.16. (전국 만15~60세 미만 남녀, 1000명, 온라인 조사, 2018.03.23.~27)

● 유튜브 몰입력 매우 강하다

- 유튜브는 한번 이용하면 자주 이용하는 사람이 72%나 될 정도로 몰입력이 높은 매체임

[그림] 최근 유튜브 이용 빈도 (%)



*자료 출처 : 트렌드모니터(www.trendmonitor.co.kr), '2018 유튜브 이용 및 유튜브 인식 관련 조사', 2018. 6 (유튜브 이용 경험자 1000명, 온라인조사)

목회데이터연구소는 코로나19로 인해 비대면 문화가 급격히 확산하면서, 온라인 동영상 특히 유튜브 이용률이 증가하는 사회적 현상이 나타나고 있는데, 한국 교회 역시 크게 영향을 받을 것으로 판단해 대형 교회 중심의 유튜브 이용실태를 파악하여 그 결과를 소개한다.

본 조사 결과는 주요 교단별 대형 교회 400여 개를 일일이 전세계 소셜 미디어 통계 및 분석을 추적하는 사이트의 대표적인 소셜블레이드(<http://socialblade.com>)에서 검색하여 정리한 내용임

3

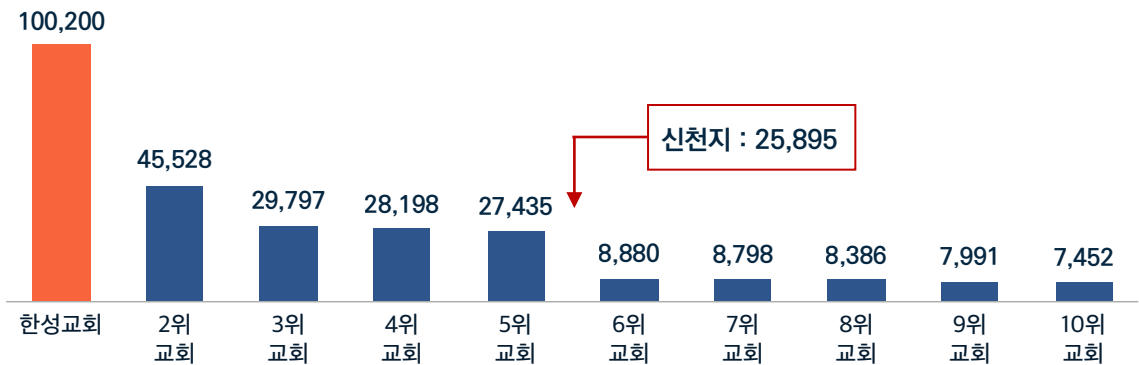


유튜브 누적 조회수, 1억 뷰 교회 등장!

- 한국 교회 유튜브 누적 조회수를 분석한 결과, ‘한성교회’(서울 양천구 소재)가 1억 20만 뷰로 압도적인 1위를 차지하고 있는 것으로 밝혀짐
이는 찬양 사역자로 유명한 김윤진 간사를 중심으로 한 이 교회 찬양 사역팀의 영향으로 판단됨
- 신천지 유튜브는 누적 조회수 2,590만 뷰로 나타나, 전체 교회 순위별로 보면 6위권에 속하는 것으로 나타남

[그림] 한국 교회 누적 유튜브 조회수(2020년 6월 23일 기준, 상위 10위)

(단위:1,000뷰)



*자료 출처 : <http://socialblade.com>(주요 교단 별 교인 수 1,000명 이상 교회 400여 개 교회 검색)

● 한국 교회 유튜브 최다 조회수를 차지한 부문은 ‘찬양’ 콘텐츠임

- 누적 조회수 상위 4개 교회의 개별 유튜브의 최다 조회수를 분석한 결과, 3개 교회는 1~10위 사이 모든 콘텐츠가 ‘찬양’이며, 3위 교회만 1~10위까지 ‘설교’ 콘텐츠임
- 특히 한성교회의 경우, 1,000만 뷰가 넘는 유튜브 콘텐츠가 찬양인 것을 보면 이 교회 찬양팀에 대한 광범위한 팬덤이 어느 정도 형성된 것으로 보임

[그림] 상위 4위 교회별 최다 누적 조회수 유튜브 콘텐츠(2020년 6월 24일 기준) (백만 뷰)

순위	한성교회		2위		3위		4위	
	구분	조회수	구분	조회수	구분	조회수	구분	조회수
1	찬양	10.90	찬양	1.50	설교	0.61	찬양	1.20
2	찬양	4.00	찬양	0.93	설교	0.48	찬양	1.00
3	찬양	3.40	찬양	0.86	설교	0.47	찬양	0.42
4	찬양	3.30	찬양	0.84	설교	0.42	찬양	0.38
5	찬양	3.00	찬양	0.61	설교	0.26	찬양	0.23
6	찬양	2.90	찬양	0.60	설교	0.25	찬양	0.22
7	찬양	2.40	찬양	0.59	설교	0.24	찬양	0.22
8	찬양	2.30	찬양	0.53	설교	0.24	찬양	0.17
9	찬양	1.90	찬양	0.53	설교	0.22	찬양	0.17
10	찬양	1.90	찬양	0.51	설교	0.22	찬양	0.17

*자료 출처 : <http://socialblade.com>(주요 교단 별 교인 수 1,000명 이상 교회 400여 개 교회 검색)

● 한국 교회 유튜브 조회수 높은 단일 콘텐츠(예시)

- 아래 유튜브 URL을 누르면 해당 영상을 볼 수 있습니다.

1. 한성교회 김윤진 간사 찬양(1,090만 뷰)
<https://youtu.be/HJpTxJKZfZ4>
2. 오륜교회 이성경(연예인) 찬양(210만 뷰)
<https://youtu.be/PSntCG735I4>
(해당 영상 채널 ‘다니엘기도회’의 허락을 받아 게시함)

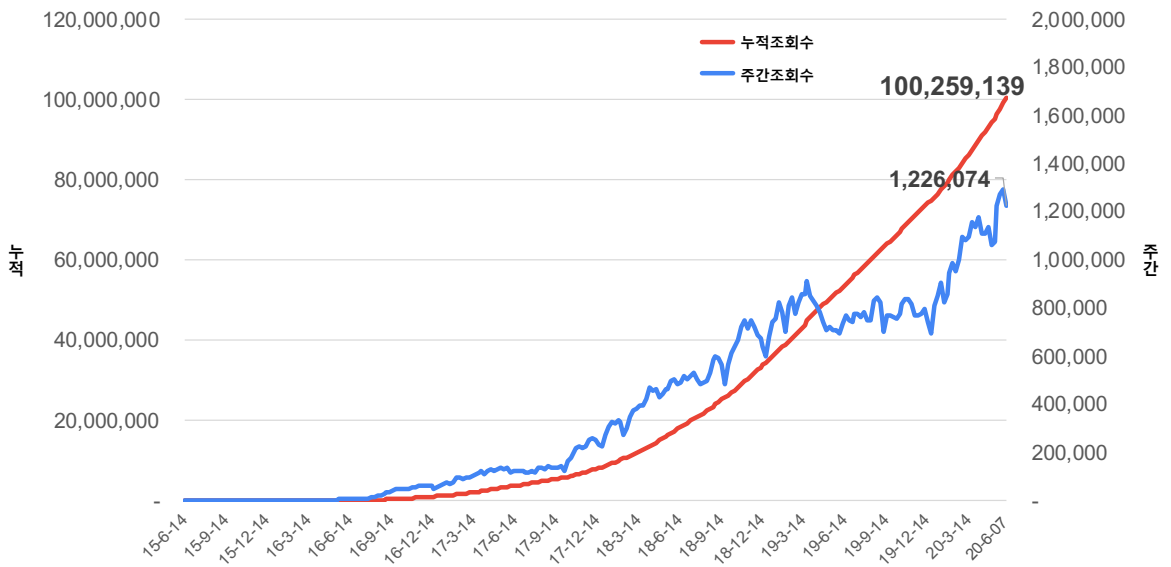
4



주요 교회 유튜브 분석, 코로나19 이후 이용률 급증

- 최다 조회수를 기록한 한성교회를 샘플로 사용하기 위해 한성교회의 협조를 얻어 내부 유튜브 통계 자료를 확보하여 다음과 같이 분석하였음
- 조회수 추이를 보면, 올해 코로나19 사태가 시작되면서 유튜브 이용률이 급증한 것으로 나타남

[그림] 한성교회 유튜브 조회수 추이(2015년 5월 ~ 2020년 6월) (조회수)
조회수(전체누적-주간)

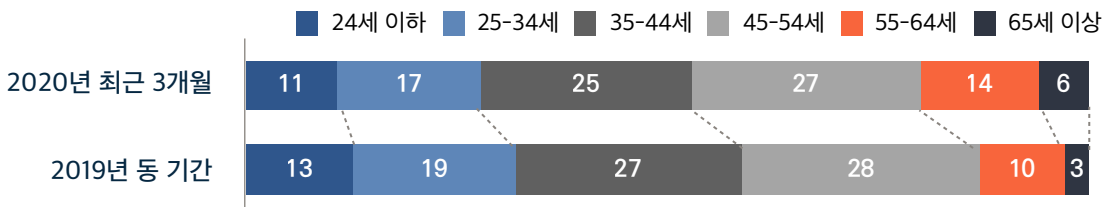


*자료 제공 : 한성교회

● 교회 유튜브 이용자, 코로나 이후 55세 이상 장년층 및 고령층 이용률 급증

- 한성교회의 최근 3개월 이용자 수와 전년도 같은 기간 이용자 수를 연령별 구성비 기준으로 비교해보면, 55세 이상 고령층 비중이 1년 사이에 13% → 20%로 크게 늘어난 것으로 나타남

[그림] 한성교회 유튜브 이용자 연령별 구성비 (백만)



*자료 제공 : 한성교회



시사점

코로나19 이후 유튜브 이용이 급증하였다. 유튜브 사용은 코로나19 이전에도 증가하였지만 코로나19 이후 '비대면' 증가로 인해 야외 활동이 감소하고 집에 있는 시간이 늘어나면서 유튜브 이용이 크게 늘어난 것으로 보인다. 최근 예장통합총회 소속 담임목사 조사 결과(1,135명, 5.28-6.1)에 의하면 현장 예배와 온라인 예배를 병행한 경우를 포함하여 온라인 예배를 드린 비율이 41%로 집계되었다. 또한 19%의 담임목사가 향후 온라인 예배를 현장 예배와 병행하겠다고 응답하였다. 심지어 온라인 상으로만 예배를 드리는 온라인 교회를 공교회로 인정하겠다는 비율도 22%나 되었다(넘버스 52호).

이처럼 온라인 예배는 이제 거스를 수 없는 추세가 되었다. 여전히 현장 예배가 주 예배 형태이겠지만 온라인 예배도 현장 예배의 보완적인 위치를 당당하게 차지한 것으로 보인다. 그렇다면 교회는 현장 예배를 정성스럽게 준비하듯이 온라인 예배도 치밀하게 준비해야 한다. 그런데 아직까지는 유튜브를 통해 온라인 예배/설교를 제공하는 데에만 관심을 기울이지 온라인 예배를 드리는 이용자에 대한 분석은 거의 이루어지지 않는다. 온라인 예배를 제공하는 대부분의 교회는 온라인 예배를 드리는 사람들의 성별과 나이가 어떻게 되는지, 그들이 현장 예배와 같은 시간에 라이브 방송 온라인 예배를 드리는지 아니면 업로드된 영상으로 자기 편한 시간에 드리는지 알지 못한다. 또 온라인 예배 전 과정을 시청하는지, 아니면 설교 부분만 골라서 시청하는지 모른다.

온라인 예배자의 이용 행태를 알아야 온라인 예배자에게 적합한 서비스를 제공할 수 있다. 온라인 예배 이용 행태를 분석하기 위해서는 각 교회에서 유튜브에 온라인 예배를 개설할 때 설정한 관리자 계정이 있는데 이 관리자 계정으로 유튜브에 들어가면 누가 온라인 예배를 이용하는지, 언제 이용하는지, 이용 시간은 어떻게 되는지, 콘텐츠별로 조회 수는 어떻게 되는지 등등 다양한 정보를 얻을 수 있다. 각 교회가 이 정보를 분석하면 교회에 맞는 온라인 예배 및 콘텐츠 운영 계획을 수립할 수 있다.

앞으로의 목회는 오프라인 목회와 함께 온라인 목회도 병행해야만 하는 시대이다. 온라인을 단순히 오프라인을 재현하는 것만으로 여겨서는 안 된다. 온라인 공간은 오프라인 공간과 특성이 다르기 때문이다. 예배당을 영적인 분위기를 자아내는 공간으로 꾸미듯 온라인 예배 공간도 예배자가 예배에 집중할 수 있도록 꾸미는데 노력을 기울여야 한다.

한편으로 온라인 예배와 더불어 앞으로 교회들이 관심 가져야 할 부분이 그 교회만의 특별한 '킬러 콘텐츠'(Killer Contents) 개발이다. 이번 호에서 다루었듯이 코로나19 이후 유튜브 이용률이 급증했고, 특히 50대 이상 고령층의 이용률 증가가 심상치 않다. 이들은 교회의 리더십 그룹이기 때문에 유튜브 제작과 운영이 더욱 중요하다. 한국 교회에도 유튜브 1억뷰가 넘는 교회가 등장하고, 1,000만 뷰가 넘는 개별 유튜브 콘텐츠가 생겨나기 시작했다. 지금까지는 대형 교회 중심으로 이런 현상들이 일어났다면 코로나 이후 시대엔 교회 규모와 상관없이 어느 교회가 킬러 콘텐츠(찬양 등)를 보유하고 확산시키는가 관건일 것 같다. 왜냐하면 앞으로 유튜브가 가장 큰 선교지가 될 것 같기 때문이다.

비대면이라는 교회 환경, 예배 환경의 변화에 전략적으로 대응하는 한국 교회가 되길 기대한다.

최근 언론 보도 통계

- 우리나라 국민 5명 중 1명 '외롭다'
- 교회학교 여름 사역 계획 조사

언론 보도 및 이슈 큐레이션

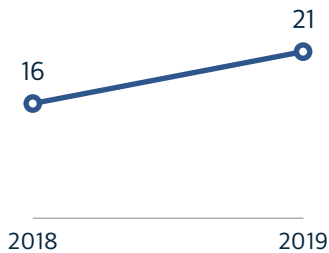
1



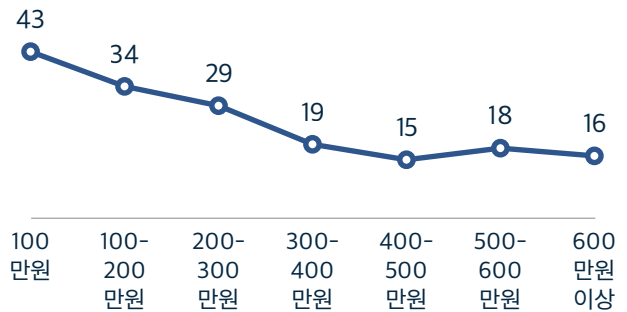
우리나라 국민 5명 중 1명 '외롭다'

- 통계청이 최근 발표(6월 18일)한 '2019 한국의 사회지표'에 따르면 우리나라 국민의 21%가 '외롭다'고 응답하였는데, 1년 전(16%)보다 5%포인트 상승한 것으로 나타남
- 이러한 사회적 고립감은 월 소득 '400만 원 미만 층'에서 더 많이 느끼는 경향이 뚜렷한데, 외로움을 느끼는 정도가 소득이 낮을수록 크게 높아지는 경향을 보임

[그림] 나는 외롭다
('그렇다'*** 응답률, 2018 vs 2019)



[그림] 나는 외롭다
('그렇다'*** 응답율, 2019년 월 소득 수준별) (%)

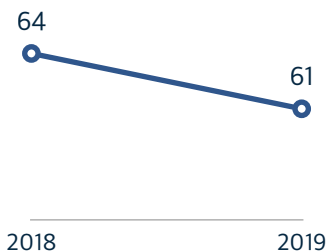


*자료 출처 : 통계청, '2019 한국의 사회지표', 2020.06.18.(한국행정연구원, '2019년 사회통합실태조사', 전국 19-69세 남녀, 8,000명, 2019.09-10)
** '그렇다'는 '약간 그렇다+매우 그렇다' 응답 비율

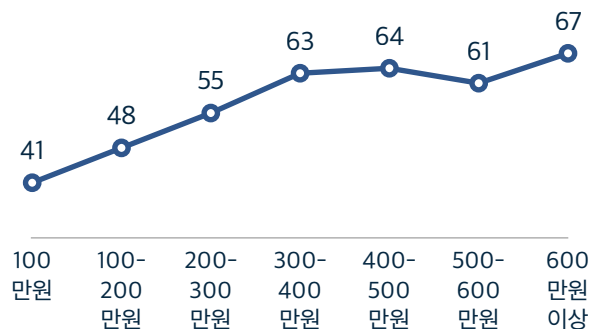
● 우리 국민 삶의 만족도 역시 전년 대비 하락

- 2019년 우리나라 국민 중 '삶에 만족하다'고 응답한 비율은 61%로 나타나 2018년 64%보다 3%p 감소한 것으로 나타남
- 또한 월 소득 400만 원까지는 소득이 높을수록 삶의 만족도가 가파르게 올라가는 추세를 보였지만 400-500만 원 이상이 되면 만족도가 비슷하거나 크게 증가하지 않는 현상이 보임

[그림] 삶에 만족한다**(2018 vs 2019)



[그림] 삶에 만족한다(2019년 월 소득 수준별) (%)



*자료 출처 : 통계청, '2019 한국의 사회지표', 2020.06.18.(한국행정연구원, '2019년 사회통합실태조사', 전국 19-69세 남녀, 8,000명, 2019.09-10)
**0-10점 중 6점 이상 응답 비율

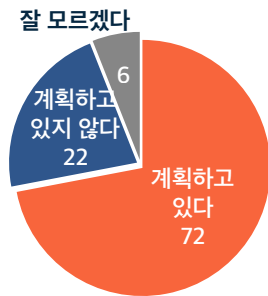
2



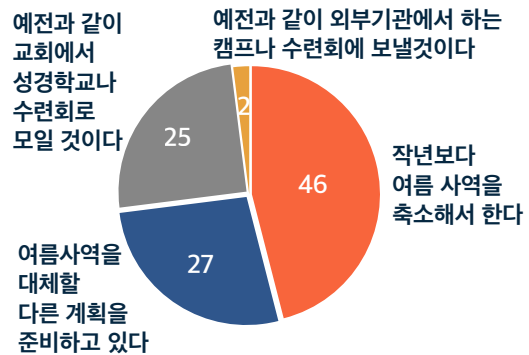
교회 학교 여름 사역 계획 코로나19로 인해, '작년보다 축소하거나 다른 계획으로 대체' 73%

- 주일학교사역자연구소에서 코로나19 여파로 인해 각 교회 학교의 여름 사역(성경학교, 수련회, 캠프 등) 과 관련 전국 62개 교회학교 교사와 교역자를 대상으로 조사를 실시했는데, 올해 여름사역 계획에 대해 '여름 사역을 계획하거나 준비하고 있다'고 응답한 교회는 72%로 나타남
- 여름 사역 방법으로는 '작년보다 여름 사역을 축소해서 한다'는 46%, '여름 사역을 대체할 다른 계획을 준비하고 있다' 27%, '예전과 같이 교회에서 성경학교나 수련회로 모일 것이다' 25%로 응답해, 73%의 교회가 코로나19로 인해 축소하거나 다른 계획으로 대체할 계획이 있는 것으로 조사됨

[그림] 여름 사역 계획하고 있다(그렇다' 비율) (%)



[그림] 여름 사역 방법(여름 사역 계획 있는 교회 대상) (%)



*자료 출처 : 주일학교사역자연구소, '코로나19 여름사역 설문조사', 2020. 06.18(전국 62개 교회 교회 학교 담당 교사와 교역자, 온라인 조사, 2020.06.01.-13)

● 코로나19 관련 주일학교 사역자들의 목소리

“코로나로 인해 작년과 달리 진행방식 중 축소된 부분이 있을 수 있지만 질적 영성교육은 차질 없이 이뤄짐을 목표로 하고 있다.”

“1일 여름성경학교를 계획하고 있다”

“부모 교육을 병행한 온라인 성경학교를 준비하고 있다. 오프라인 성경학교는 현실적으로 불가능 할 것 같다.”

“사회적 거리두기 때문에 활동이 필요한 프로그램은 가급적 제외하고 어린이 눈높이에 맞춰진 인지적 성서학습에 초점을 두려고 한다(오프라인+온라인 병행하려고 함)”

“교사들과 좀 더 충분한 나눔을 가지려고 함”

“실시간 영상으로 진행을 하되, 하루는 함께 모여서 진행을 하려 한다. 숙박과 함께 식사는 어렵다고 생각하여 도시락과 간식도 개인 지급으로... 마스크쓰기, 손씻기, 생활 속 거리두기를 지키며 할 수 있는 프로그램을 고민 중에 있다.”

“주일 예배시간으로 대체 or 토요일 하루 계획 등. 따로 시간 내서 진행은 하지 않고 매 주일 특별프로그램으로 대체할 예정”

3



언론 보도 통계 큐레이션 및 이슈 큐레이션

언론 보도 기사 큐레이션

사
회
일
반

[지난해 마약류 사범, 총 1만6,044명으로 역대 최다 기록](#)

매일경제_2020.06.23.

[인구 · 성장률 추락... 코로나에 더 빨라진 '수축사회'](#)

연합뉴스_2020.06.10.

[저출생 속도, 올해 더 빨라졌다](#)

한겨레_2020.06.24.

['나홀로가구' 600만 넘어섬. 40%는 미취업](#)

한국경제_2020.06.23.

[국민 10명중 8명 '한국 대표그룹? 현대차·SK 아닌 카카오'](#)

중앙일보_2020.06.22.

[북한이 다시 전쟁 일으킬까? 6070과 20대 걱정이 가장 컸다](#)

중앙일보_2020.06.24.

경
제

[외국인인력 쓰는 공장 90%가 생산차질](#)

매일경제_2020.06.22.

[교회가 혁신기업으로부터 배울 점](#)

조선일보_2020.06.23.

[OECD 빈곤율 2위 오명 한국.. 코로나19 경제위기로 악화되나](#)

머니투데이_2020.06.13.

[코로나 장기화하면 76만 가구 1년 내 가진 돈 바닥](#)

중앙일보_2020.06.25.

스토리가 있는 기사

[코로나19 전망](#)

조선일보_2020.06.22.

[미국에서 인종 차별이 사라지지 않는 근본적 이유](#)

중앙일보_2020.06.09.

영상으로 보는 넘버즈 칼럼

목사님 돈을 어떻게 봐야 해요?

방선기

일터개발원 이사장

이번 넘버즈 칼럼은 '일터와 일상' 유튜브 채널에서 일터개발원 방선기 이사장의 동영상 콘텐츠를 공유합니다. 아래 사진이나 링크를 클릭하시면 해당 유튜브 영상을 볼 수 있습니다.

영상 링크 : <https://youtu.be/k8DtewZlgGk>



영상 내용 중.

“...이렇게 유용하고 또 거룩하다고도 할 수 있는 돈이 세상의 죄악에 오염되어 있기 때문입니다. 그렇기 때문에 이 돈을 영적인 관점에서 다시 또 바라볼 필요가 있습니다.

첫째, 돈을 사랑하는 것은 일만 악의 뿌리입니다. 돈이 유용한 도구이고 돈이 사는 데 필요하다 보니까 사람들이 돈을 조금씩 조금씩 사랑하게 되는 겁니다. 돈 그 자체는 결코 악이 아닙니다. 돈을 사랑함은 교회 안에서도 일만 악의 뿌리됩니다. 미가서를 보면 거룩한 제사장이나 선지자들이 돈을 사랑하게 되면서 범죄하는 장면이 아주 잘 묘사가 되어 있습니다.

둘째로는, 돈을 하나님 대신 의지할 수 있습니다. 돈은 유용한 도구이지만 실제로 강력한 힘을 가지고 있습니다. 자크 엘룰(Jacques Ellul)이란 사람은 ‘돈에는 신적인 능력이 있다’고 했습니다. 영어로 divine power라고 표현을 했습니다...사역을 할 때 돈의 필요를 강조하다 보면 자기도 모르는 사이에 하나님을 의지한다고 말을 하지만 돈을 의지하게 되는 겁니다.

셋째, 돈이 우리 삶을 판단하는 모든 기준이 될 수 있습니다. 우리가 돈을 사랑하고 돈을 의지하게 되는 것은 우리 삶에서 모든 것을 평가하고 판단하는 기준이 돈이 되기 때문입니다... 하나님의 복도 돈으로 평가하기 쉽다는 것입니다.”

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
- 제 51호 | 일반 국민, 온라인 종교 활동 '삶에 긍정적 변화다' 53% | 코로나 이후 직장인 점심식사 관련 인식 변화, 최근 10년 간 범죄 유형의 변화
- 제 52호 | 코로나19에 대한 목회자 인식 조사 결과(예장통합 교단)

목회데이터연구소 사역과 함께하는 후원자

후원 교회 | 강남중앙침례교회, 거룩한빛광성교회, 고현교회, 노량진교회, 당진동일교회, 백주년기념교회, 서현교회, 서울서문교회, 성락성결교회, 소망교회, 송학대교회, 수원중앙침례교회, 여의도순복음교회, 오륜교회, 이룸교회, 일산광림교회, 주안장로교회, 진주삼일교회, 창동염광교회, 한소망교회(가나다 순)

후원 기관 | 고려신학대학원, 광주지식포럼, (주)그랑블루, (사)사단법인아시아미션, (사)새길과새일 알파코리아, 대한예수교장로회총회(통합), 미래목회와말씀연구원, 장로회신학대학교, 한목회, 제이제이경제연구소, 지앤컴리서치, 한국교회탐구센터, 한국기독교사회문제연구원, 한빛누리, (재)CBS, CCC 사역연구소, (가나다 순)

후원 기업 | 동광에스아이, (주) 마뜨, (주)바이텍테크놀로지, (주)셀파 C&C, (주)시스코프, (주)예종세무법인, (주)참튼건강과학, (주) 트로인, (주)하츠, 한국피스메이커(가나다 순)

후원 개인 | 고재환, 금교성, 김명준, 김상근, 김상래, 김성렬, 김성은, 김윤철, 김은선, 김재욱, 김주룡, 김현모, 김홍일, 남성태, 류지성, 박노석, 박미경, 박영철, 박준상, 박진철, 박우빈, 박세용, 박홍래, 반기민, 배수정, 석승호, 송섭, 안태근, 엄정석, 유성민, 유형창, 윤여민, 이만민, 이미경, 이완중, 이영선, 이인성, 이정규, 이춘봉, 이현식, 이훈희, 임현주, 장명희, 장우성, 장병우, 장형철, 정종섭, 정준, 전치영, 정희수, 조창오, 최상헌, 최준혁, 최은아(가나다순)

MOU 기관 | 기독교윤리실천운동, 대한예수교장로회 통합 교단총회, 마크로밀엠브레인, 문화선교연구원, 실천신학대학원, 한국기독교목회자협의회

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)

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