

numbers 제 68호



주요 내용

2020. 10.23

1. 이번 주 주제 : [트로트 유행 문화 분석]
‘트로트 전성시대!’
2. 1) 코로나19 이후 한국인 생활의 변화, ‘체중 증가/운동량 감소’
2) 가장 신뢰하는 언론 매체, ‘유튜브’ 1위

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

2020 대한민국 트렌드

트로트 전성시대!

문:케이블TV 사상 가장 시청률이 높은 프로그램은?

답:미스터 트롯!

문:역대 예능 시청률 2위 프로그램은?

답:미스터 트롯!

트로트 광풍이 불고 있다. 트로트 음악의 붐은 ‘미스트롯’이 열고 ‘놀면 뭐하니-유산술’이 끌고 ‘미스터트롯’이 열매를 맺었다. 트로트를 싫어하던 좋아하던 TV만 틀면 들을 수 밖에 없을 정도로 트로트 노래가 많이 나온다. 트로트 붐은 ‘미스트롯’과 ‘미스터트롯’을 제작한 TV조선으로부터 시작되었지만 지금은 어느 방송국이든 트로트 프로그램을 하지 않은 방송이 없을 정도이다.

그런데 왜 흘러간 음악이라고 치부되던 트로트가 새삼 유행일까? 트로트는 누가 왜 좋아할까? 그리고 그것이 주는 사회 문화적 의미는 무엇일까?

이번주 목회데이터연구소 [넘버스] 제 68호에서는 트로트가 유행하게 된 배경과 그 의미를 구체적 통계 결과를 가지고 살펴 본다

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



한국인이 가장 좋아하는 TV 프로그램(9월) 1위, '사랑의 콜센타'

- 한국인이 좋아하는 TV 프로그램(9월)으로 '신청곡을 불러드립니다-사랑의 콜센타'가 선호도 8%로 가장 인기가 있는 프로그램으로 꼽혔다. 전국의 시청자로부터 트로트 노래 신청곡을 즉석에서 받아 노래를 들려주는 '신청곡을 불러드립니다-사랑의 콜센타'는 '미스터트롯'의 인기로 힘입어 1위로 발돋움 한 이래 5개월째 1위를 지키고 있다.
- '신청곡을 불러드립니다-사랑의 콜센타'과 같은 트로트 가수들이 출연하는 '뽕숭아 학당' 역시 계속 인기가 높아져서 9월에 5%로 한국인이 좋아하는 TV 프로그램 2위로 올라섰다.

[그림] 한국인이 좋아하는 TV 프로그램 1위와 2위(2개까지 자유 응답) (%)



*자료 출처 : 한국갤럽, '한국인이 좋아하는 TV프로그램', 2020. 09.22(전국 만 18세 이상 남녀 1,000명, 전화 조사, 2020.09.15-17)

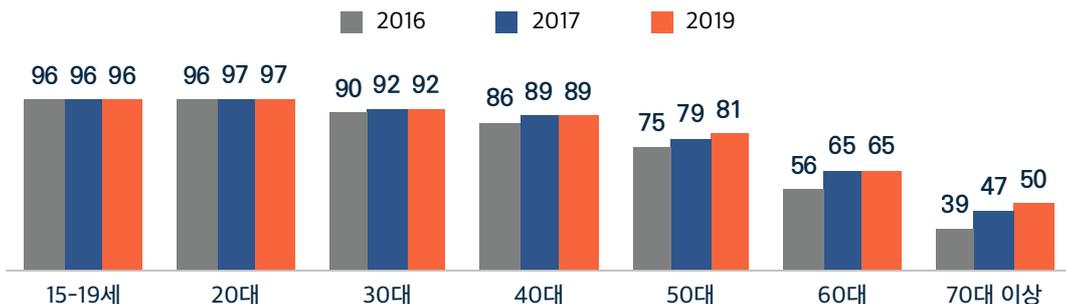
2



트로트의 인기, '신중년'이 주도한다

- 트로트가 갑자기 부상하게 된 데에는 우선 40대 이후의 문화 예술에 대한 욕구가 크게 증가한 것이 한 원인이다. 30대 이하 연령대는 최근 3년간 문화 예술 행사 관람은 90%대에서 별 변화가 없는데 40대 이상 연령대에서는 계속 증가하고 있다.
- 이들 문화 향유에 관심이 많은 중장년 가운데 문화 소비를 주도하는 50~60대가 새로운 '신중년층'으로 부상하였다. '신중년층'은 자기가 좋아하는 음악, 자기가 좋아하는 가수가 나오면 젊은이 못지 않게 열광하며 팬클럽 활동도 하고 공연장에서 응원봉을 흔들며 몰입한다. 주말이면 진도의 송가인 고향집에 팬들이 1,000명씩이나 찾는다고 한다. 이들이 새로운 트렌드를 주도하며 트로트에 대한 인기를 불려왔다.

[그림] 연령별 문화 예술 행사 관람률 (%)



*자료 출처 : 한국갤럽, '한국인이 좋아하는 TV프로그램', 2020. 09.22(전국 만 18세 이상 남녀 1,000명, 전화 조사, 2020.09.15-17)

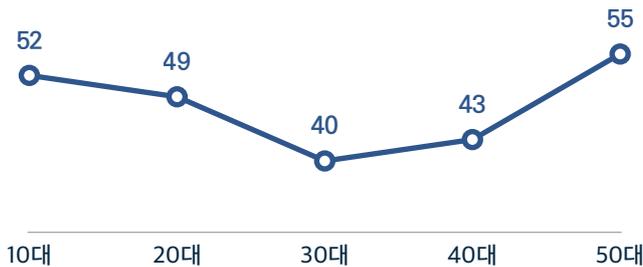
3



트로트, ‘10~20대’가 열광한다

- 최근 방송된 ‘미스터트롯’ 본 방송 시청 경험을 보면, ‘50대’가 55%로 시청한 적이 있어서 모든 연령대에서 제일 높았으며, 그 다음으로는 ‘10대’와 ‘20대’가 각각 52%와 49%로 두 번째로 높은 시청 경험을 보였다. 즉 트로트는 ‘50대’ 이상이 주도하고 ‘10대’와 ‘20대’의 젊은이들이 뒤를 따르면서 온 국민의 관심을 모

[그림] 최근 방송된 미스터트롯 본 방송 시청 경험 (%)

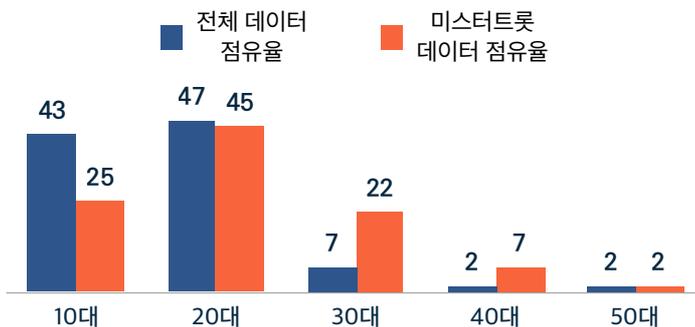


*자료 출처 : SM C&C 킬리언 프로, 대한민국의 2020년 트로트 열풍, 2020. 04.21(전국 14~59세 남녀 1,165명, 온/모바일 조사, 2020.03.31)

● 10~20대가 트로트에 관심이 많다

- 빅데이터 분석 결과를 보면, ‘20대’의 ‘미스터트롯’ 정보량 점유율이 가장 높고 ‘50대’의 점유율은 매우 낮다. 이 결과는 ‘20대’와 ‘10대’의 젊은 세대에게 트로트라는 장르가 새롭고 신선한 경험이어서 그만큼 관심이 높다는 것을 알 수 있다.
- ‘30대’는 전체 접속하는 데이터 점유율이 7%인데 ‘미스터트롯’ 데이터 점유율이 22%로 3배나 더 높았다. 20~30대가 트로트에 대해 매우 적극적인 태도를 보였다는 것을 알 수 있다.

[그림] 연령대별 정보량 점유율(전체 데이터 vs 미스터트롯 데이터) (%)



*자료 출처 : 글로벌빅데이터연구소, ‘트로트는 장년층 전유물?, 이제는 옛말... 20~30대 미스터트롯 포스팅 70% 육박’ (2020. 2.18)(빅데이터 분석)

4



중년층은 '추억'과 '편안함'을, 젊은층은 '새로운 경험'을 즐긴다

- 그러면 왜 중년층과 젊은층이 모두 함께 트로트에 열광할까?
 신중년에게 트로트는 익숙함에서 오는 편안함과 추억을 불러 일으킨다. 트로트의 매력을 묻는 질문에 '50대'의 38%가 '친근한 멜로디'라고 응답해서 나이가 들수록 트로트가 익숙한 음악이라 좋아한다는 반응을 보였다.
- 그러면 젊은이는 왜 트로트에 열광할까? 20~30대는 트로트의 매력을 50대와 마찬가지로 '친근한 멜로디'를 꼽았지만 중장년과 비교해서 가장 큰 차이는 '매력적인 가사'(20대 11%, 30대 13%)와 '노래/가수의 비하인드 스토리'(20대 10%, 30대 11%)라고 응답했다.

[그림] 트로트의 매력(상위 7위)



[그림] 트로트의 매력(연령별)



*자료 출처 : SM C&C 톨리언 프로, 대한민국의 2020년 트로트 열풍, 2020. 04.21(전국 14~59세 남녀 1,165명, 온/모바일 조사, 2020.03.31)

5

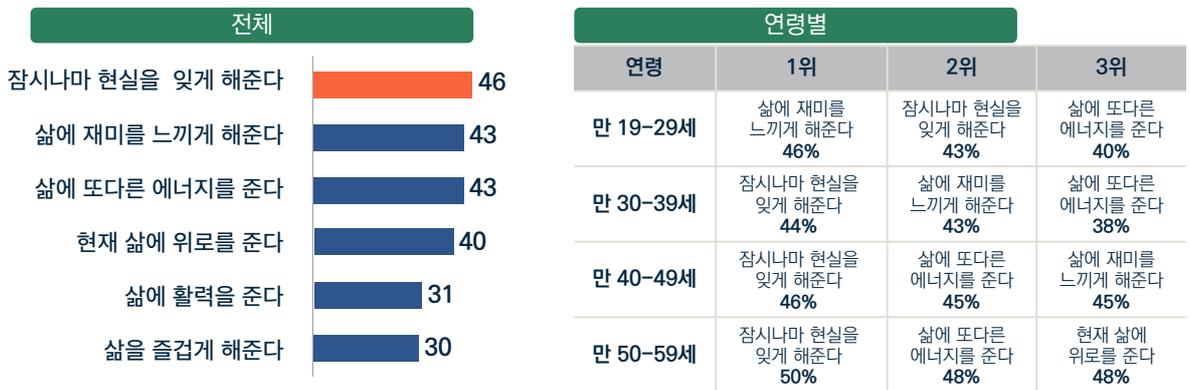


‘레트로’ 즐기는 중년층, ‘뉴트로’ 즐기는 젊은층

- 트로트가 주목받고 각광받는 것은 요즘 새롭게 주목받는 ‘복고’ 트렌드, 즉 레트로 트렌드이다.
- 복고 문화 경험이 우리의 일상생활에 어떤 영향을 줄까? 가장 큰 영향은 ‘현실을 잊게 해 준다’는 것이다 (46%). 과거에 대한 추억과 즐거움이 현실의 각박함을 잊게 해줘서 편안함과 위로 그리고 에너지를 준다.
- 그런데 연령별로 조금 차이를 보인다. 50대는 ‘현실을 잊게 해준다’(50%), ‘삶에 또 다른 에너지를 준다’(48%), ‘현재 삶에 위로를 준다’(48%)고 응답했는데, 20대는 ‘삶에 재미를 느끼게 해 준다’가 46%로 가장 큰 영향을 주는 요인이었다. 새로운 문화, 새로운 경험을 찾는 것은 20대의 기본 속성인데, 20대가 새로 경험하는 복고(레트로)는 과거의 단순 반복이 아니라 새로운 요소가 가미된 복고라는 점에서 ‘뉴트로’(New+Retro)라고 부른다.

[그림] 복고 문화 경험이 일상생활에 미치는 영향(상위 6개/복수 응답)

(%)



*자료 출처 : 트렌드모니터, '복고문화 관련 인식조사', 2015. 9.30(전국 만19-59세 남녀 2,000명, 온라인 조사, 2015.07.21-24)

- 왜 하필 레트로 문화 가운데 트로트가 주목받게 되었을까?
그것은 레트로 문화 가운데 ‘노래’를 사람들이 가장 좋아하기 때문이다. 응답률을 보면 1위가 ‘옛날 노래’(54%)였으며, 2위는 ‘과거를 배경으로 한 드라마’(43%)와 ‘영화’(43%), 그리고 3위는 ‘옛날 간식’(24%)과 ‘옛날 식품’(23%)이었다.

[그림] 가장 선호하는 복고 문화/콘텐츠(상위 6개, 중복 응답)



*자료 출처 : 트렌드모니터, '복고문화 관련 인식조사', 2015. 9.30(전국 만19-59세 남녀 2,000명, 온라인 조사, 2015.07.21-24)

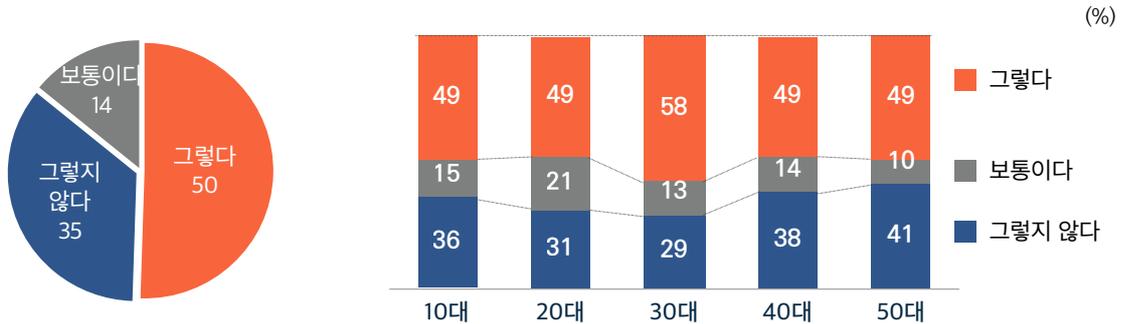
6



트로트, 세대와 세대를 이어준다

- ‘트로트는 전 연령대가 즐길 수 있는 장르이다’라는 질문에 50%가 ‘그렇다’고 응답했고, 35%는 ‘그렇지 않다’고 응답해서 트로트는 전 연령대가 공감을 하고 즐길 수 있는 음악인 것으로 드러났다.
- 트로트가 전 연령대가 즐길 수 있는 장르라는 응답은 ‘10대’의 49%, ‘20대’의 49%, ‘30대’의 58%, ‘40대’의 49%, ‘50대’의 49%로 연령대를 불문하고 모두 높게 응답되었다.

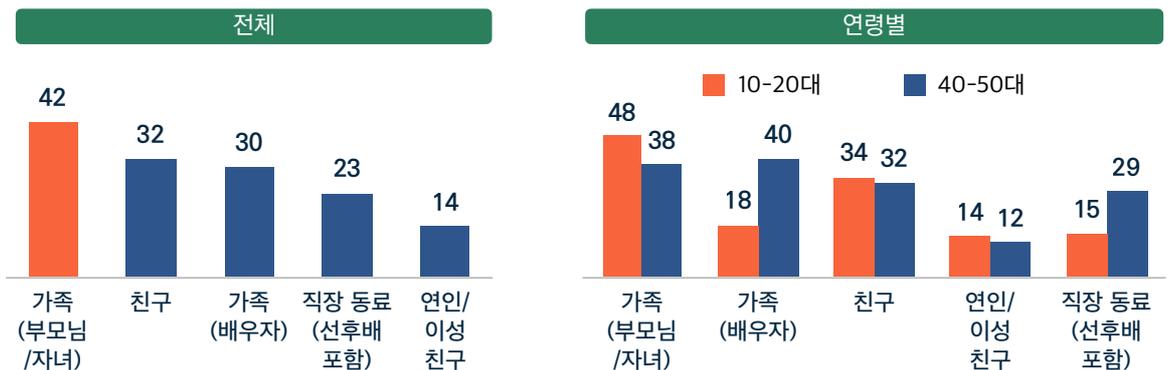
[그림] ‘트로트는 전 연령대가 즐길 수 있는 장르이다’ 응답률(연령별)



*자료 출처 : SM C&C 톨리언 프로, 대한민국의 2020년 트로트 열풍, 2020. 04.21(전국 14~59세 남녀 1,165명, 온/모바일 조사, 2020.03.31)

- 트로트가 모든 연령대의 공감과 사랑을 받으면서 가족간의 연결 매개체가 되고 있다. 트로트를 주제로 이 이야기를 한 대상을 보면 가족이 가장 많았다. 특히 ‘10~20대’는 거의 절반이 트로트를 주제로 부모님(가족)과 이야기를 나눠 본 경험이 있다고 했다. 트로트라는 새로운 경험을 함께 하면서 트로트가 대화가 단절된 가족을 이어주고 가족 간의 소통을 촉진시키고 있다.

[그림] 트로트를 주제로 이야기 나눠 본 대상(최근 6개월 이내, 중복 응답)



*자료 출처 : SM C&C 톨리언 프로, 대한민국의 2020년 트로트 열풍, 2020. 04.21(전국 14~59세 남녀 1,165명, 온/모바일 조사, 2020.03.31)



시사점

트로트가 대 유행이다. '미스트롯'에서 시작되어 유재석의 예능 프로그램인 '놀면 뭐하니?'가 관심을 모은 후 '미스터트롯'에서 폭발한 트로트 열풍은 온 나라를 뒤덮었다. 다채널 시대에 예능 시청률 5%만 넘어도 대단하다는 시절에 '미스터트롯'은 최고 시청률 35%라는 어마어마한 기록을 냈으며 최종 문자투표에 773만 명이 참여할 정도로 전 국민의 관심을 모았다. 773만 명이면 우리나라 전체 인구가 갓난아이까지 포함해서 전 인구의 15%가 참여한 것이다.

트로트의 유행은 요즘 사회문화 트렌드인 복고 즉 '레트로 현상'으로 해석할 수 있다. 그러면 복고 현상은 왜 생길까? '복고'란 과거에 있었던 것의 반복 혹은 변형이므로, 복고의 특징은 익숙한 것이다. 사람들이 익숙한 것을 찾는다는 것은 현실이 어렵기 때문인 경우가 많다. 경제가 어려운 시기에 현실에서 해결책을 찾지 못하고 전전긍긍할 때 사람들은 과거를 찾는다. 각박한 현실에서 살기 힘들어지면 온갖 스트레스를 받는다. 불경기에서 벗어나기 위해 이리저리한 궁리를 하고 탈출구를 모색할 때 정신적, 육체적 에너지를 써야 한다. 그래서 불경기가 닥쳐 오면 어느 사회건 복고 현상이 두드러진다.

처음 가는 길을 가거나 새로운 사람을 만나거나 새로운 일을 맡았을 때 거기서 낯섬, 익숙하지 않은 것을 접할 때 오는 불편함이 있다. 그 새로운 것을 배우고 친숙해지려 그만큼 에너지를 써야 한다. 그래서 낯선 것은 피곤하다. 그러나 익숙한 것은 에너지를 요구하지 않는다. 익숙한 것은 낯선 것을 접할 때 생기는 경계심을 발동할 필요도 없고 새로운 노력이 필요없다. 그냥 있는 그대로 받아들이면 된다. 익숙한 것은 위로를 주고 힘을 주며 새로운 힘을 준다. 그래서 최근 우리 주변에는 트로트 같은 레트로 문화가 확산되었던 것이다.

우리 모두 다 어려운 시절을 지나고 있다. 그렇다고 뚜렷한 길이 보이지도 않는다. 사람들은 혼란스럽고 어떻게 살아야할지 모른다. 경제적 어려움 때문에 살기 힘들다. 나의 가치관이 도전받고 사회적 기준이 정립되지 못하고 혼돈을 겪을 때, 그래서 어떻게 하는 것이 옳은 것인지 판단이 안 설 때 살기 힘들다. 이럴 때 위로가 필요하다. 이런 위로와 새로운 힘을 교회가 주어야 한다.

교회는 하나님의 은혜와 사랑에 기초한다. 교회 구성원과 사회에 대해서 교회는 하나님으로부터 받은 그 은혜와 사랑을 전해주어야 한다. 비록 현재 코로나19로 인해 교회가 위기에 대응하는데 급급할 수 밖에 없는 상황이지만, 그래도 조금 눈을 들어서 교회의 도움이 필요한 사람들을 보아야 하고 그들에게 다가가야 한다. 비록 우리 사회에서 교회의 위상이 떨어져서 교회의 소리에 귀담지 않는 세상이 되었다고 하더라도 교회가 세상의 위로와 희망의 근거가 되어야 한다는 목표는 달라지지 않을 것이기 때문이다.

최근 언론 보도 통계

1. 코로나19 이후 한국인 생활의 변화, '체중 증가/운동량 감소'
2. 가장 신뢰하는 언론 매체, '유튜브' 1위

언론 보도 및 이슈 큐레이션

1



코로나19 이후 한국인 생활의 변화, ‘체중 증가/운동량 감소’

- 한국건강증진개발원이 한국 갤럽에 의뢰해 코로나19 이후 생겨난 생활 영역의 변화에 대해 물어본 결과, ‘배달 음식 주문 빈도 증가’(22%), ‘집에서 직접 요리해 먹는 빈도 증가’(21%)가 높게 나타났고, 다음으로 ‘체중 증가’ 13%, ‘운동량 감소’ 11% 등 순으로 나타남
- 코로나19 이후 주로 식습관과 관련된 항목에서 변화가 큰 것으로 나타남

[그림] 코로나19 이후 생활 영역의 변화 (%)

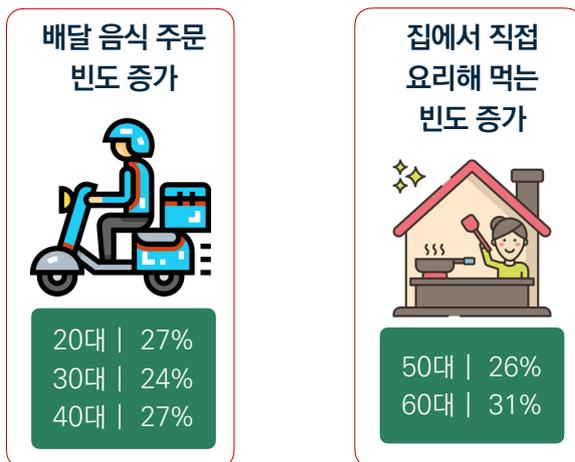


*자료 출처 : 한국건강증진개발원, ‘코로나19 이후 체중 증가/운동량 감소’, 2020.10.12.
(한국 갤럽, 만20-65세 이하 성인남녀 1,031명, 온라인조사, 2020.08.11~24.)

● 40대 이하 ‘배달 음식 주문’ 증가, 50대 이상 ‘집에서 직접 요리’ 증가

- 코로나19 이후 생활 영역 변화를 연령별로 살펴보면, 젊은층인 ‘20-40대’에서는 ‘배달 음식 주문’이 증가했다는 응답이 높고, 반면, ‘50대 이상층’에서는 ‘집에서 직접 요리해 먹는 비율이 높음

[그림] 코로나19 이후 생활 영역 변화 (연령별 1위)



*자료 출처 : 한국건강증진개발원, ‘코로나19 이후 체중 증가/운동량 감소’, 2020.10.12.
(한국 갤럽, 만20-65세 이하 성인남녀 1,031명, 온라인조사, 2020.08.11~24.)

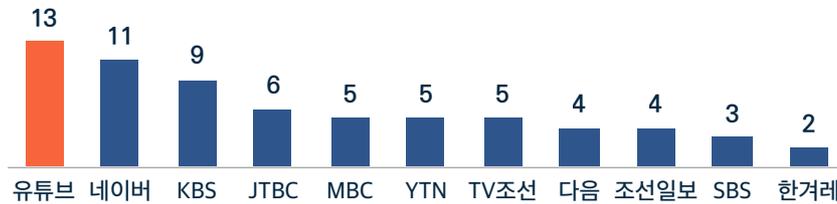
2



가장 신뢰하는 언론 매체, '유튜브' 1위

- 시사IN이 칸타코리아에 의뢰해 가장 신뢰하는 언론 매체를 조사한 결과, 우리 국민은 '유튜브'를 13%로 가장 많이 꼽았고, 다음으로 '네이버' 11%, 'KBS' 9%, 'JTBC' 6%, 'MBC' 5% 등의 순으로 응답함
- 전통적인 언론매체인 신문이나 공중파 TV가 아닌 유튜브 같은 동영상 플랫폼이나 네이버와 같은 인터넷 포털이 가장 신뢰하는 언론매체 1위로 나타난 것은 그만큼 시대적인 트렌드의 급격한 변화가 읽혀지는 대목임
- 동일 조사에서 지난 3년간 부동의 1위였던 'JTBC'가 올해 6%로 4위로 하락한 점과 '네이버'가 지난 해 8%에서 올해 11%로 3%p 상승한 점이 눈에 띄

[그림] 가장 신뢰하는 언론 매체 (상위 10위) (%)

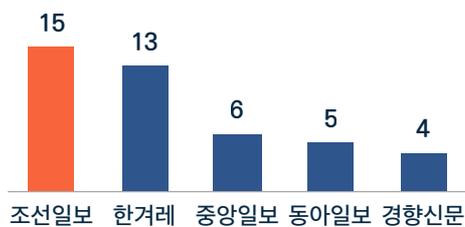


*자료 출처 : 시사IN, '신문 대신 유튜브 보고, 성향 같아야 신뢰', 2020.10.09.
(전국 만 19세 이상 남녀, 1,000명, 전화 면접 조사, 2020.09.18.~20일)

● 가장 신뢰하는 신문 매체, '조선일보'와 '한겨레신문'

- 가장 신뢰하는 신문매체는 조선일보 15%, 한겨레 13%, 중앙일보 6% 등의 순으로 나타났는데, 조선일보와 한겨레라는 보수와 진보의 대표적인 언론매체가 표본오차 안에서 1위권으로 나타남
- 한편 가장 신뢰하는 신문 매체 응답 중 '없다/모름/무응답' 비율은 46%로, 국민 2명 중 1명 가까이가 신문 매체에 대해 불신하거나 무관심한 것으로 나타났는데, 이는 2015년 이후 그 비율이 매년 상승하고 있어 전통 미디어에 대한 신뢰도와 존재감이 약해지고 있는 것으로 보임

[그림] 가장 신뢰하는 신문 매체 (상위 5위) (%)



[그림] 연도별 가장 신뢰하는 신문 매체 응답 중 '없다/모름/무응답' 응답률 (%)



*자료 출처 : 시사IN, '신문 대신 유튜브 보고, 성향 같아야 신뢰', 2020.10.09.(전국 만 19세 이상 남녀, 1,000명, 전화 면접 조사, 2020.09.18.~20일)



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

코로나
19

[코로나로 인한 일상의 영향, "일상의 절반이 날아가버렸다"](#)

중앙일보_2020.10.20.

[무인화 시스템 도입으로 일자리 사라질 것](#)

조선일보_2020.10.19.

사회
일반

[한국의 이슬람교_ 토종 무슬림' 6만 시대 맞았다](#)

연합뉴스_2020.10.20.

[2년 뒤 '한국인 5000만' 깨진다](#)

머니투데이_2020.10.15.

[부산대도 4명 중 3명 입학 포기... 지방대들 '눈물의 신입생 유치'](#)

한국일보_2020.10.20.

["한국, 음식배달 서비스 이용률 세계 1위"...왜 그런가 보니](#)

연합뉴스_2020.10.22.

['맞춤법-띄어쓰기 잘못된 글 봤을 때 내용도 비호감' 65%](#)

플리뉴스_2020.10.07.

경제
및
환경

[월급쟁이 10명 중 3명, 월 200만원 못 번다...금융·보험은 '고소득'](#)

아주경제_2020.10.20.

[IMF, 올해 2분기 경제성장 전망 하향 조정..."韓 경제 내년 2.9% 성장"](#)

조선일보_2020.10.23.

[올해 지구 역사상 가장 뜨거운 9월 기록했다...온난화 추세 뚜렷](#)

연합뉴스_2020.10.21.

[환경문제, 미세플라스틱으로 인해 인간이 1주일에 신용카드 한 장씩 먹는 꼴](#)

경향신문_2020.10.16.

큐
레
이
션

[대학 졸업자의 계층이동 분석 - 8개 최상위권대 나온 취업자, 부모 찬스 22% 흡수저 6%분](#)

중앙일보_2020.10.17.

[북한 관련 뉴스 댓글 빅데이터분석](#)

한국일보_2020.10.21.

역대 주간 리포트 주요 내용

1-33호

- 제 1호 | 인구 절벽, 그리고 개신교 인구 변화
- 제 2호 | 대한민국은 갈등 공화국(사회적 신뢰도, 갈등지수) | 종교 스위칭
- 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 기독교인 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 홀릭 | 한일 분쟁
- 제 10호 | 흡연, 성인 남성 하루 100명 죽는다 | 55세 이상 고령층 취업 희망자
- 제 11호 | 기독교인 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 1년간)
- 제 17호 | 장애인, 문화 활동 거의 못하고 있다 | 한국 부자 보고서 분석
- 제 18호 | 장애인 실태 2, '장애인 근로자, 고용 기업의 만족도 높다!' | 미국 기독교인의 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 기독 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 기독교인, 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
- 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'

역대 주간 리포트 주요 내용

33-58호

- 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)
- 제 53호 | 한국 교회 유튜브 최다 조회수는 '찬양 콘텐츠!' | 한국인 5명 중 1명 '외롭다', 교회 학교 여름 사역 계획 조사
- 제 54호 | 한국 교회 리더십, 디지털 정보 격차 문제에 부딪히다! | 체벌하는 한국 부모, 72%, 올 여름 휴가, 코로나19로 인해 '안전한 바캉스 선택' 64%
- 제 55호 | 한국 개신교, '가족 종교화'되고 있다! | 코로나19 확진자, '아무런 증상 없었다' 36%
- 제 56호 | 우후죽순 '○○데이' 문화, '소통의 계기가 된다' 50% | 서울 초중고학생, '사교육 받고 있다' 78%, 레깅스, '최근 한 달간 입은 적 있다' 37%, 내년 최저 임금, '8,720원'
- 제 57호 | 직장 내 성희롱 실태, '지방 자치 단체'가 가장 심각! | 한국인, '뉴스 신뢰도' 세계 40개국 중 최하위, 청년층(19~34세), 혼자 살고 있는 '1인 가구'는 5명 중 1명 꼴(19%)
- 제 58호 | [미래 종교] 2070년 이후 이슬람교가 기독교를 제치고 세계 종교 1위로 부상! | 미국, 매주 교회 가던 개신교인 3명 중 1명, 코로나19로 인해 '교회 안 간다'

역대 주간 리포트 주요 내용

59-66호

- 제 59호 | '국민 절반(48%), 코로나 블루 상태에 놓여 있다' | 밀레니얼 세대, '집 사기 위해 돈 모은다' 61%, 원격 수업, '학습 부진아 지도 안 된다' '초등 교사' 73%, '중·고등 교사' 75%
- 제 60호 | 밀레니얼 세대, 그들은 누구인가? '밀레니얼 세대의 관계 핵심은 취향이다!' | 보이스피싱 피해 실태, 대통령 지지도 하락 요인 분석
- 제 61호 | 코로나19 이후 개신교인을 바라보는 일반 국민의 시선, '거리를 두고 싶은', '사기꾼 같은' | 코로나19 이후, '체중 증가했다'
- 제 62호 | 한국인의 환경 문제 인식 '과거보다 현재 더 나빠졌고, 미래는 현재보다 더 나빠질 것' | 올해 2사분기 합계출산율, '0.84명으로 역대 최저!'
- 제 63호 | 대학생 거의 절반인 44%, '생활 속 무력감' 느껴 | 정당 지지도 기반 유권자 분석, '더불어민주당'이 '국민의힘(미래통합당)'보다 핵심 지지층이 더 많아!
- 제 64호 | 한국인의 일상생활, 코로나19 이전 대비 44% 수준으로 위축된 삶 살고 있다! | 올 추석에 어른께 가장 듣고 싶은 말, '추석에 안 와도 된다' 46% | '동영상 플랫폼' 이용률, '10대' 청소년이 전 연령대에서 가장 높다(87%)
- 제 65호 | 택배 노동자의 하루, '12시간 노동, 점심시간 12분, 2분 50초마다 1개 물량 처리' | 한국, 8월말 기준 OECD 국가 중 경제와 코로나19 방역 양쪽 모두 1위 | 방탄소년단 빌보드 차트 1위, 경제적 효과로 1조 7천억 원 규모! | 우리 국민 추석, '부담/염려 더 큼' 60%
- 제 66호 | 비대면 시대, 교회의 공동체성은 소그룹 활동에 달려있다! | 한국인의 91%, '현재 고민거리 갖고 있다!'
- 제 67호 | 교인 수 50명 이하 교회가 전체 교회의 절반 차지 | 코로나19 우울증 진단, 20대 여성 전년 대비 38% 증가, 코로나19 이후 화상회의 앱 '줌(ZOOM)' 이용자, 9월 한 달간 707만 명으로 역대 최대!

목회데이터연구소 후원자

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

후원 기관 | 고려신학대학원, 교회성장연구소, 광주지식포럼, (사)사단법인아시아미션, (사)새길과새일, 알파코리아, 대한예수교장로회총회(통합), 미래목회와말씀연구원, 장로회신학대학교, 한목회, 제이제이경제연구소, 지앤컴리서치, 한국 교회탐구센터, 한국기독교사회문제연구원, 한빛누리, 한국기부문화연구소, (재)CBS, CCC 사역연구, CBMC 행복한지회 (가나다 순)

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

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

신규후원자 | 예정 통합(2020년)

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.

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

김은선 | 목회데이터연구소 간사 | mhdata@mhdata.or.kr

MOU 기관 | (사)교회성장연구소, 기독교윤리실천운동, 기독교통일지도자훈련센터(송실대학교), 대한예수교장로회 통합 교단총회, 마크로밀엠브레인, 문화선교연구원, 실천신학대학원대학교, 한국기독교목회자협의회 (한목협), 햇불회