

한국인 '소속감' 집중 분석

■ 집단에 대한 '소속감'

- _ 한국인 소속감, '가족' 가장 높고, 다음은 '국민'
- _ 연령 높아질수록 집단 '소속감' 높아져
- _ 고소득층과 저소득층간 집단 소속감, 격차 매우 커
- _ 이념별 집단 소속감, 별다른 차이 없어
- _ 소속 집단 만족도, 정신건강에도 영향 미쳐

■ 선호하는 것에 대한 '소속감'

- _ '가치관·이념성향', '좋아하는 음식' 동질감 많이 느껴
- _ 2030세대 : 남자는 '재테크', 여자는 '드라마'
- _ 4060세대 : 국민전체와 큰 차이 없어
- _ 보수층은 '종교활동', 진보층은 '지지 정치인'

■ '소속감'에 대한 사회심리적 접근

- _ 소수자가 되기 두려운 행동, '다른 의견 말하기'
- _ '웃 입기' 소수자 상황 : 18~20대 남자 주목돼
- _ '생각' 소수자 상황 : 의견 팽팽한 계층 많아

조사개요

조사기간	2021년 9월 3일(금) ~ 9월 5일(일)
조사방법	구조화된 설문지를 이용한 온라인 웹 조사
조사기관	케이스탯
표본추출	지역별, 성별, 연령별 비례 할당 추출
표본틀	케이스탯 K-패널
유효표본	총 1,000명
표본오차	95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차 $\pm 3.1\%p$
가중치	지역별, 성별, 연령별 셀 가중 부여 (2021년 8월말 행정안전부 주민등록인구 기준)

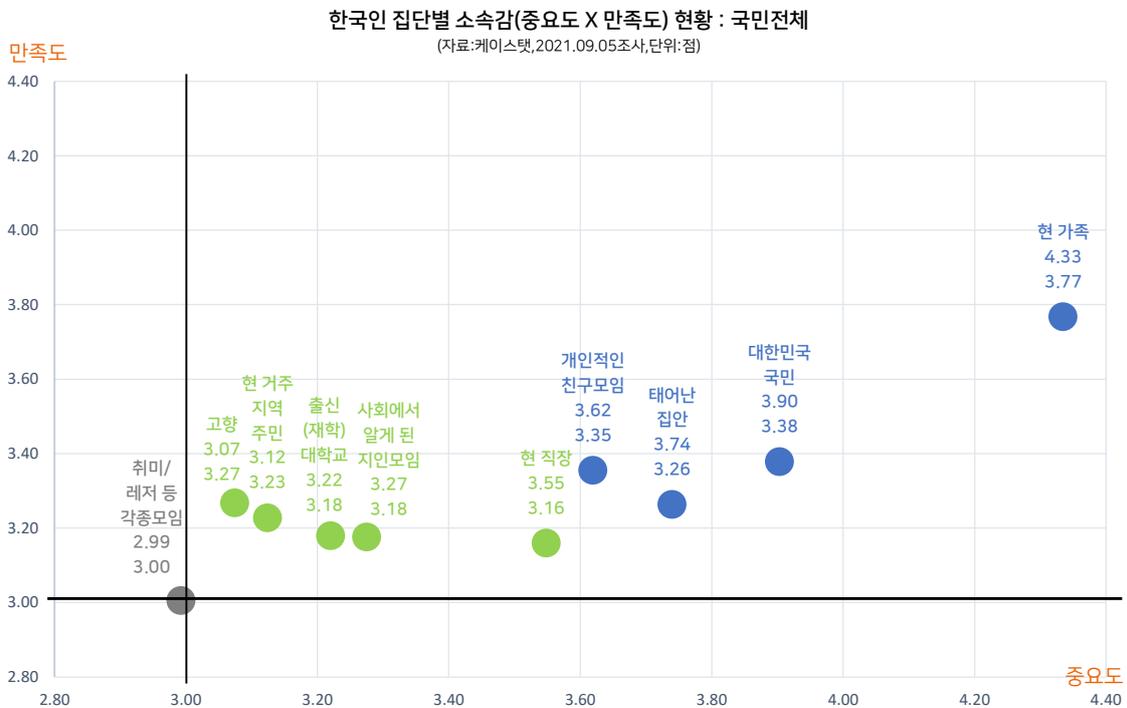
일러두기

- _ 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 세부항목의 합이 100%가 되지 않거나 넘을 수 있습니다.
- _ 중복 응답 문항의 경우 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- _ 본 리포트에서 n은 유효 표본크기를 의미합니다.
- _ 응답 사례수가 적은 경우 해석에 유의하여 주십시오.

집단에 대한 '소속감'

□ 한국인 소속감, '가족' 가장 높고, 다음은 '대한민국 국민'

- 우리 국민들이 가장 높은 소속감을 보이는 집단은 '가족'이고 다음은 '대한민국 국민'인 것으로 조사됨
 - 각 집단에 대한 소속감을 '중요도'와 '만족도'로 각각 질문했으며, 중요도는 '전혀 중요하지 않다' 1점에서 '매우 중요하다' 5점 척도의 점수로 응답토록 함
 - 만족도는 '매우 불만이다' 1점에서 '매우 만족한다' 5점 사이의 점수로 응답토록 한 결과임
 - 아래 그림은 X축 중요도, Y축 만족도에 따른 집단별 위치로, X축 값이 높을수록 중요하고 Y축 값이 높을수록 만족도가 높다는 의미임(수치는 각 집단별 점수이자 좌표값임)
- 다음으로 소속감이 높은 집단은 '태어난 집안'과 '개인적인 친구 모임'으로 나타남

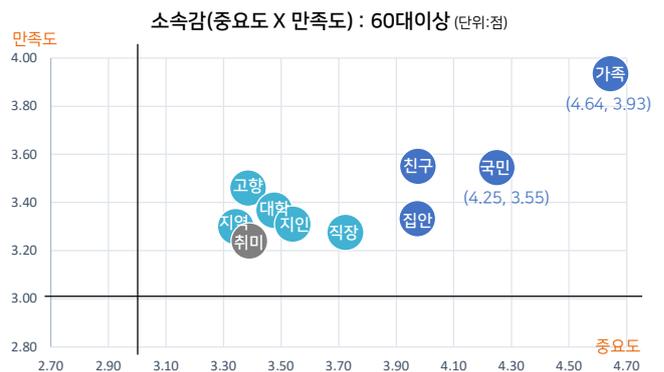
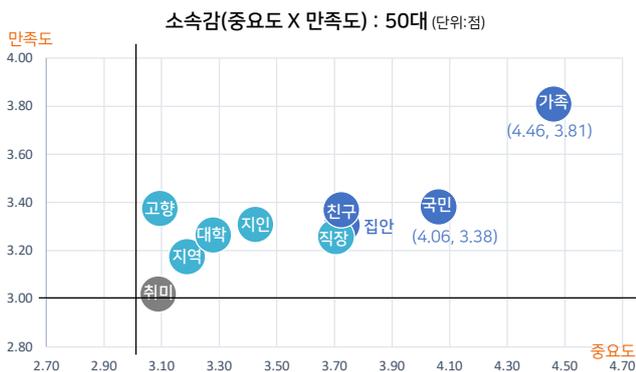
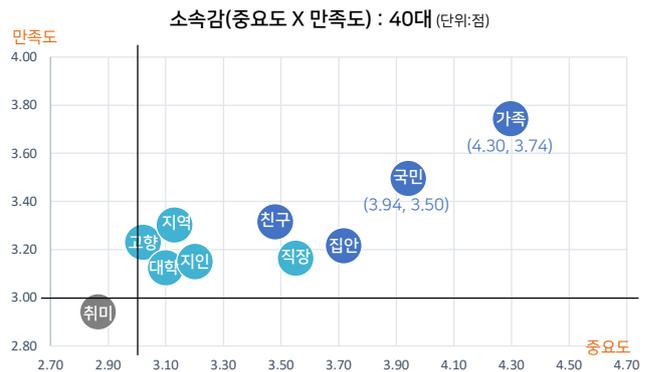
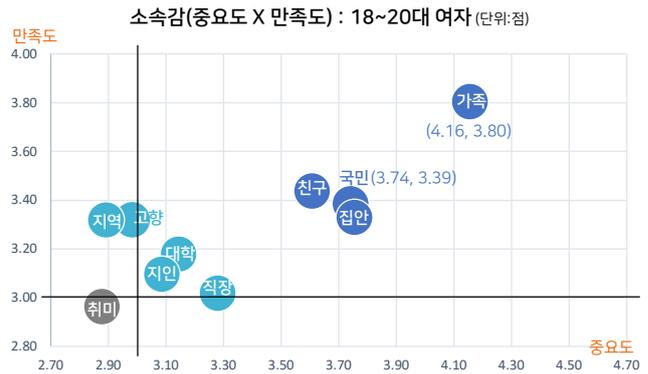
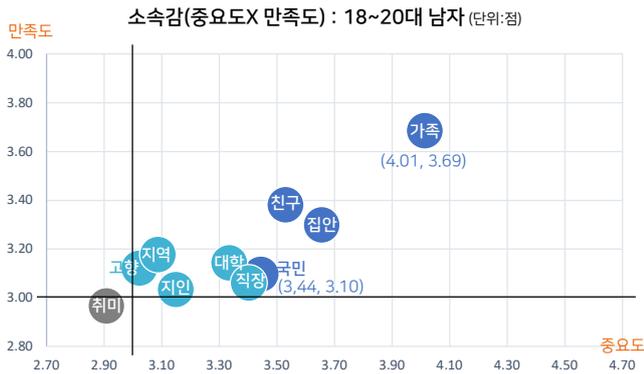


Kstat Point

- ☑ 중요도(X축)는 2.99점(취미 모임)에서 4.33점(현 가족)까지 넓게 분포하는데 비해, 만족도(Y축)는 3.00점(취미 모임)에서 3.77점(현 가족)으로 범위가 좁음
 - : 만족도 3점대 점수는 '보통(3점)과 '만족하는 편이다'(4점)의 중간에 있음을 의미함
- ☑ 우리 국민들의 소속감이 가장 높은 집단은 '가족'으로, 중요도와 만족도 모두에서 다른 집단과의 차이가 큼
 - : '가족' 중시 경향은 '내 개인'이나 '사회 전체' 행복보다 '가족' 행복을 중시하는 과거 조사 결과와 맥을 같이 함
 - : 이에 대한 자세한 내용은 케이스탯 리포트 15호 『사회·가족·개인에 대한 국민의식 분석』 참고
- ☑ 주목되는 점은 '출생 요인'에 따른 집단 소속감은 높지만 '자기발전 요인' 범주의 집단 소속감은 낮다는 점임
 - : '출생 요인' 집단 - 국민, 집안, 가족, 고향, 개인친구 (고향만 유일하게 소속감이 낮음)
 - : '자기발전 요인' 집단 - 대학교, 직장, 지역주민, 사회지인, 취미 모임
- ☑ 장안식 박사(고려대 사회학과 겸임교수)는 "우리 사회에 퍼져있는 '금수저, 흙수저' 담론이 재차 확인된 것으로, 우리 국민들은 출생 요인이 중요하지 자기 노력으로 발전하기 힘들다는 인식이 강하다"고 지적함

□ 연령 높아질수록 집단 '소속감' 높아져

- 집단별 소속감을 연령별로 살펴보면 모든 연령대에서 '가족'이 절대적으로 높게 나타남
 - '가족'을 중시하는 것은 연령을 떠나 우리 국민의 보편적 생각임
- 또한 연령이 높아질수록 각 집단에 대한 '소속감'이 비례해 높아지는 경향을 보임
 - '가족', '국민' 소속감은 물론이고, 다른 집단에 대한 소속감 역시 연령에 비례해 높아짐

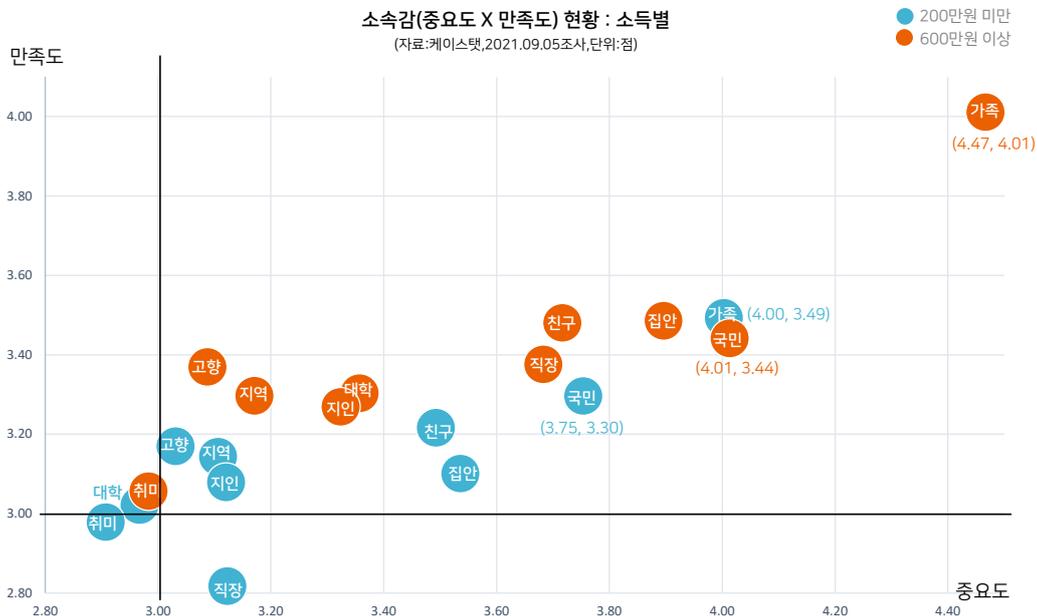


Kstat Point

- ☑ 연령이 높아질수록 '소속감'이 높아지는 것은 사회활동 경험이 많아짐에 따른 당연한 결과로 보임
 - : 하지만, 역으로 우리 사회가 2030 젊은 세대의 사회활동 경험을 박탈한 결과이자, 이들이 소속감을 느끼면서 사회 활동을 할 수 있는 기회를 충분히 제공하지 않은 결과라는 지적임
- ☑ 일례로, '국민' 소속감을 보면 4060세대에 비해 2030세대의 '국민' 소속감이 눈에 띄게 낮은 특징을 보임
 - : 4060세대는 '국민' 소속감이 높고, 다른 중요 집단과 떨어져 독립적으로 위치할 만큼 중요시 여김
 - : 하지만 2030세대는 '국민' 소속감이 낮거나(18~20대 남자), 다른 중요 집단과 비슷한 집단 중 하나로 인식함

□ 고소득층과 저소득층간 집단 소속감, 격차 매우 커

- 소득별로 소속감을 보면, 월소득 600만원 이상 고소득층은 모든 집단에 걸쳐 소속감이 높는데 비해 200만원 미만 저소득층은 소속감이 낮은 특징을 보임
- ‘가족’의 경우 고소득층은 4.47, 4.01점인데 비해 저소득층은 4.00, 3.49점에 그침
 - ‘국민’ 소속감 역시 고소득층은 4.01, 3.44점으로 높은 편이지만 저소득층은 3.75, 3.30점으로 낮음
- 또한 ‘직장’에 대한 고소득층과 저소득층의 소속감도 현저히 차이가 남
 - 고소득층의 ‘직장’ 소속감은 3.68, 3.38점인데 비해 저소득층은 3.12, 2.82점으로 큰 차이를 보임

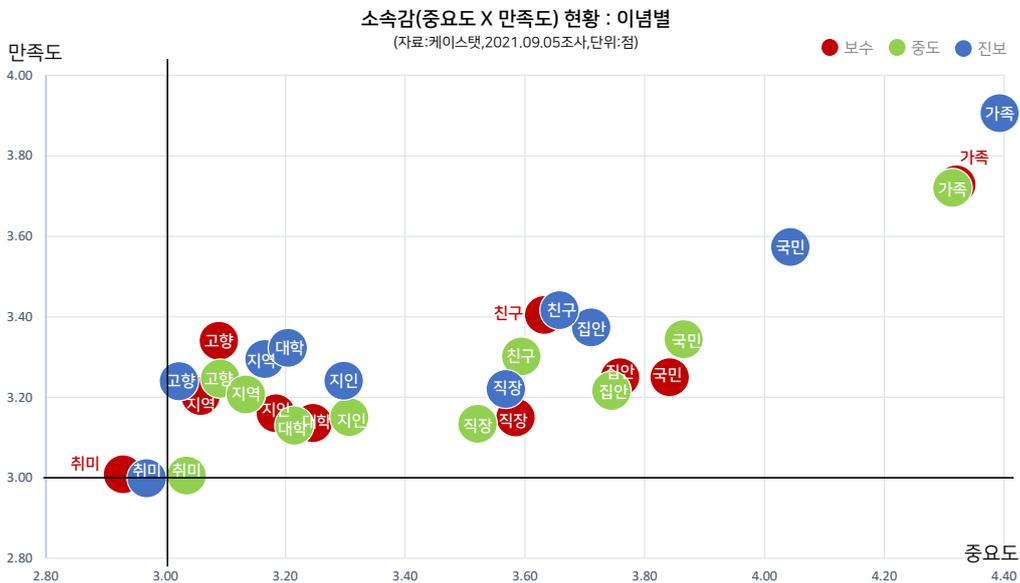


Kstat Point

- ☑ 개인은 국가, 지역사회, 가족, 학교, 직장, 동호회 등 다양한 사회 집단에 소속되어 집단 내에서의 자신의 역할을 배우는 한편, 자신의 사회적 욕구를 충족하게 됨
 - : 이때 중요한 것은 소속감으로, 자신이 집단의 일부이자 중요한 구성원이라고 생각하는 긍정적 감정으로서의 소속감이 높을수록 집단을 통한 사회적 욕구 실현에 적극적으로 나서게 됨
- ☑ 낮은 소속감, 특히 집단에서 배제될 경우 자신의 사회적 욕구를 충족시킬 수 있는 기회가 사라지게 됨에 따라 개인은 소외감과 불안감에 시달리는 경우가 많음
 - : 학교에서의 ‘왕따’, 직장에서의 ‘따돌림’, 사회에서의 ‘차별과 혐오’ 등이 대표적인 배제 사례들임
- ☑ 앞서 언급한 바와 같이 우리 국민들은 ‘출생 요인’에 따른 집단 소속감(국민, 집안, 가족, 개인친구)은 높지만, ‘자기발전 요인’ 범주의 집단 소속감(대학교, 직장, 지역주민, 사회지인, 취미 모임)은 낮음
 - : 즉, 자신의 사회적 욕구를 충족하는데 있어 ‘출생 요인’ 집단이 중요하지, ‘자기발전 요인’ 집단은 도움이 안된다는 생각(금수저, 흙수저 담론)이 국민적으로 공유되고 있는 것임
- ☑ 소득별 소속감은 이러한 금수저, 흙수저 담론을 극적으로 보여주고 있음
 - : 고소득층의 출생 요인 범주 집단에 대한 소속감(가족, 국민, 집안, 개인친구)은 매우 높은 수준이고, 저소득층과 큰 격차를 보이고 있음

□ 이념별 집단 소속감, 별다른 차이 없어

- 소속감을 주관적 이념성향별로 살펴보면, 거의 모든 집단에 대한 소속감이 비슷한 것으로 나타남
- 가족, 집안, 친구, 직장, 지인, 대학, 지역, 고향, 취미 등 각 집단 소속감이 거의 유사함
 - 아래 그림에서 보듯 대체로 집단별/이념별 소속감 그림이 비슷한 지점에 뭉쳐 있음
- 예외적으로 국민에 대한 소속감만 다른데, 진보층의 소속감은 높는데 비해 중도층과 보수층의 소속감은 상대적으로 낮음
 - 진보층 국민 소속감 4.04, 3.57점 / 중도층 국민 소속감 3.86, 3.34점 / 보수층 국민 소속감 3.84, 3.25점

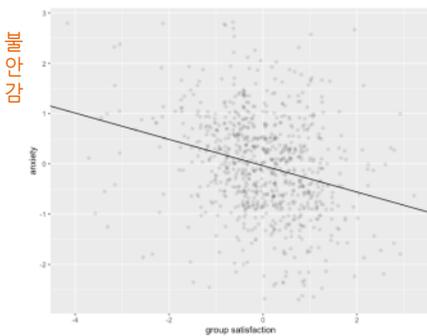


Kstat Point

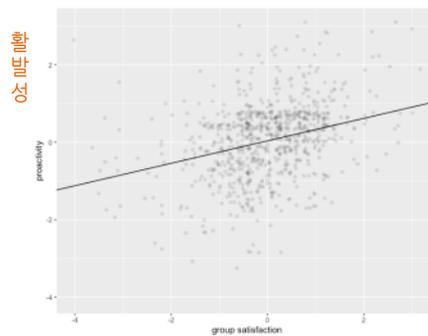
- ☑ 우리 사회 소속감의 문제점은 ‘출생 요인’ 집단이 중요시되고, 개인이 스스로 노력해서 성취를 이뤄가는 ‘자기발전 요인’ 집단은 간과되고 있다는 점임
- ☑ 이는 빈부의 대물림과 이에 따른 빈부 격차 확대를 낳는 것으로 매우 우려되는 지점임
 - : 우리나라의 2019년 소득별 GDP 점유율을 보면 소득 상위 1%가 GDP의 15%를 점유하고 있으며, 이는 소득 하위 50%의 GDP 점유율 16%와 비슷한 수치임(자료, WID : World Wealth and Income Database)
 - : 또한 다른 조사에서 국민들은 우리 사회가 개인의 노력으로 계층상승을 이루기 힘들다는 인식을 분명히 하고 있음
 - : **이와 관련된 자세한 내용은 케이스탯 리포트 『2021년 9월 사회지표』 중 「계층상승 가능성 평가」 참고**
- ☑ 일반적으로 진보층은 빈부의 대물림에 반대하고 계층상승 가능성 확대에 찬성하지만, 집단 소속감을 놓고 볼 때 진보층의 이러한 특징을 찾기 어려움
 - : 국가를 제외한 모든 집단에 대한 이념별 소속감이 거의 유사함
 - : 국가에 대한 소속감만 차이가 있는데 이는 진보 정권이 집권할 경우 진보층의 국가 소속감이 높아지고, 보수 정권이 집권할 경우 보수층의 국가 소속감이 높아지는 특징이 뚜렷한 상황적 차이에 불과함
 - : 한국 사회에서의 보수/중도/진보 구분은 정치권력에 집중될 뿐, 우리 사회문제 해결 및 발전 방향 모색과 전혀 무관하다는 비판적 지적임

□ 소속 집단 만족도, 정신건강에도 영향 미쳐

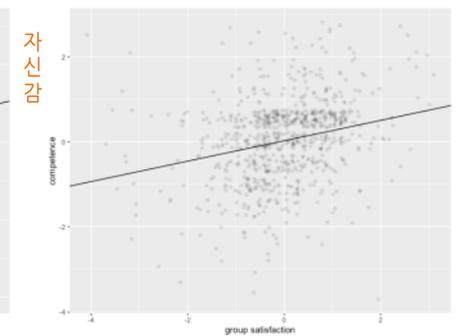
- 케이스탯 리포트 35호 『한국인 정신건강 조사 결과와 사회적 관계 현황 분석』에서 살펴본 바와 같이 우리 국민 중 17%는 정신질환 발병 위험 집단에 속함
 - 조사는 '한국판 일반 정신건강 척도(KGHQ)' 20문항을 사용해 진행됨
 - 조사 결과 정신질환 발병 위험 집단이 상대적으로 많은 계층은 △여자 2030세대 △경기.인천지역 △대학재학 이하 학력층 △주부, 은퇴.무직자 △400만원 미만 소득 계층 등으로 나타남
- 사영준 교수(서강대 지식융합미디어학부)가 정신건강에 영향을 미치는 요인을 추가적으로 분석한 결과, '소속 집단 만족도'가 유의미한 요인인 것으로 나타남 (이하 내용은 사영준 교수의 분석 결과임)
 - 살펴본 요인으로는 '사회적 관계별 소통 정도', '사회적 관계 만족도', '소속 집단 중요도', '소속 집단 만족도' 등이었음
 - 이 중 유의미한 요인은 '소속 집단 만족도'로 나타남
 - '사회적 관계별 소통 정도'와 '사회적 관계 만족도'에 대한 세부 내용은 지난 케이스탯 리포트 35호 『한국인 정신건강 조사 결과와 사회적 관계 현황 분석』 참고
 - '소속 집단 중요도'와 '소속 집단 만족도'는 본 보고서 앞 부분 참고
- 즉, 소속 집단 만족도가 높을수록 '불안감'이 낮고, '활발성'이 높아지고, '자신감'도 높은 경향을 보임
 - KGHQ 중 심리적 불안감 문항 : "2) 걱정 때문에 잠을 잘 못 잔 적이 많았습니까?" "5) 계속해서 긴장감을 느낀 적이 자주 있었습니까?" 등
 - 활발성 문항 : "7) 일상적인 활동을 즐겁게 할 수 있었습니까?" "11) 그 전과 같은 정도로 외출을 하였습니까?" 등
 - 자신감 문항 : "1) 하고 있는 일에 잘 집중할 수 있었습니까?" "3) 자신이 여러 면에서 쓸모 있는 역할을 잘 하고 있다고 느꼈습니까?" 등



소속 집단 만족도



소속 집단 만족도



소속 집단 만족도

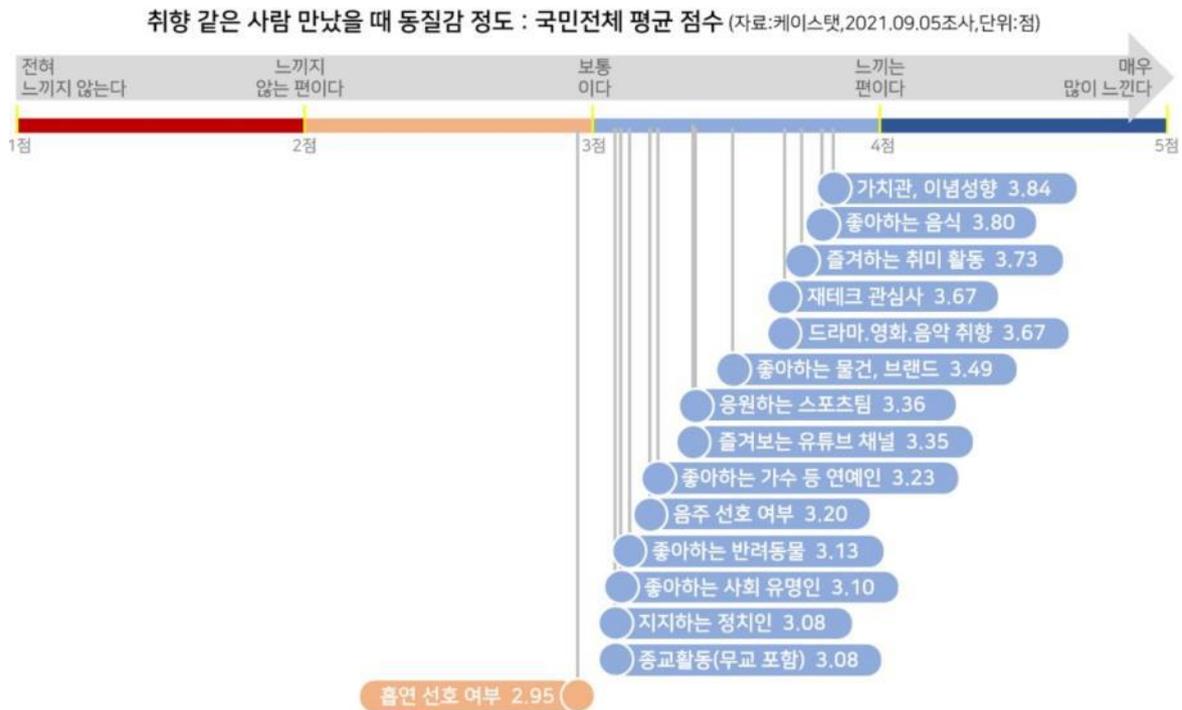
Kstat Point

- ☑ 앞서 소속감이 높을수록 집단을 통한 사회적 욕구 실현에 적극적으로 나서고, 낮은 소속감이나 집단에서 배제된 개인은 소외감과 불안감에 시달리는 경우가 많다고 언급함
- ☑ 사영준 교수(서강대 지식융합미디어학부)의 분석 결과 실제로 소속 집단 만족도에 따라 불안감, 활발성, 자신감 등이 영향을 받는 것으로 나타남

선호하는 것에 대한 '소속감'

□ '가치관.이념성향', '좋아하는 음식' 동질감 많이 느껴

- 우리 국민들은 '가치관.이념성향'이 같은 사람을 만날 때 동질감을 가장 많이 느끼는 것으로 조사됨
 - "사람들의 취향은 아래와 같이 다양합니다. 선생님은 평소 취향이 같은 사람을 만나면, 각각의 경우 어느 정도 동질감을 느끼세요?"라는 질문 후 아래 그림과 같이 5점 척도로 질문한 결과임
- 다음으로 동질감을 많이 느끼는 것은 '좋아하는 음식', '즐거하는 취미 활동', '재테크 관심사', '드라마.영화.음악 취향' 순으로 나타남
- 동질감을 느끼는 정도가 가장 낮은 것은 '흡연 선호 여부'이고, 다음으로 '종교활동', '지지하는 정치인', '좋아하는 사회 유명인' 순이었음



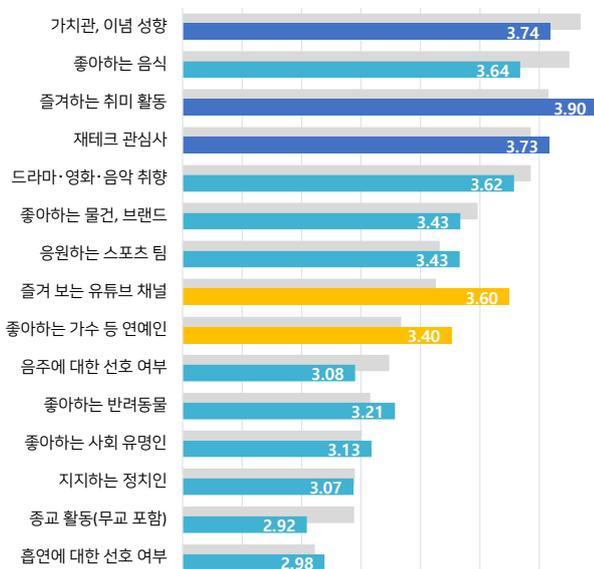
Kstat Point

- ☑ 소속감은 집단에 대한 소속감도 있고, 선호하는 것을 매개로 한 소속감(동질감)도 존재함
- ☑ 조사 결과 국민들은 '가치관.이념성향'을 매개로 할 때, 소속감(동질감)을 가장 많이 느끼는 것으로 나타남 : 하지만 '가치관.이념성향'의 구체적 측면인 '지지하는 정치인'에 대해서는 상대적으로 낮은 동질감을 보여, 정치적 성향을 뛰어넘는 포괄적인 '가치관.이념성향'을 말하는 것으로 보임
- ☑ '좋아하는 음식'이 두 번째로 높은 점수를 얻어 '떡방', '맛집 도장깨기', '집콕' 등 음식을 매개로 한 최근의 트렌드가 국민적 선호도에 기반해 확산된 것임을 알 수 있음
- ☑ 한편, '재테크 관심사'가 네 번째로 높은 점수를 기록한 것은 부동산·주식·코인투자 열풍이 불고 있는 지금의 현실을 반영한 결과로 분석됨

□ 2030세대 : 남자는 '재테크', 여자는 '드라마'

- 연령별로 살펴보면, 먼저 2030세대의 경우 남자는 '재테크 관심사'에서 가장 동질감을 느끼고, 여자는 '드라마.영화.음악 취향'에서 동질감을 느끼는 것으로 나타남
 - 아래 그림에서 짙은 파란색 막대가 동질감 점수 3.7점 이상임
 - 옅은 회색 막대는 국민전체 점수이고, 노란색 막대는 3.7점 이하지만 국민전체 점수보다 많이 높은 취향을 뜻함
- 또한 18~20대의 경우 동질감 점수가 3.7점을 넘어서는 '선호하는 것'이 다양함
 - '즐거보는 유튜브 채널'과 '좋아하는 가수 등 연예인'을 통해 동질감을 느끼는 정도도 상대적으로 높음
- 여자 30대는 '좋아하는 반려동물'에 대한 동질감 점수가 상대적으로 높게 나타남

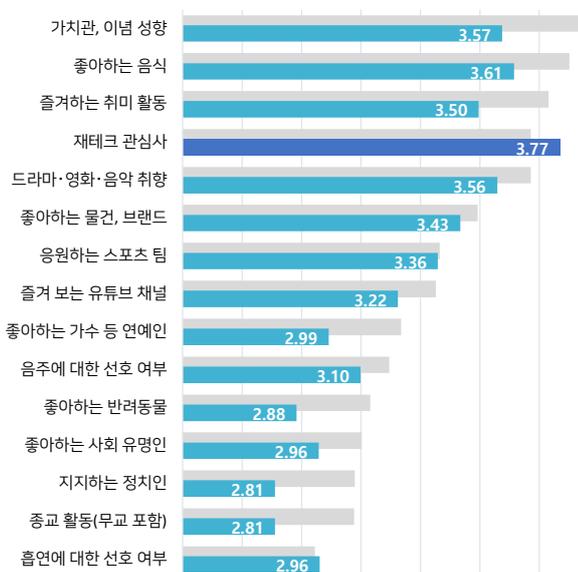
취향같은 사람 동질감 정도 : 남18~20대 (단위:점)



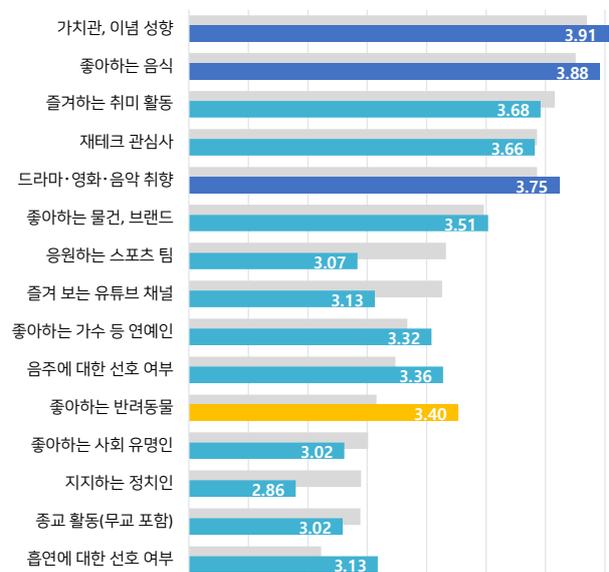
취향같은 사람 동질감 정도 : 여18~20대 (단위:점)



취향같은 사람 동질감 정도 : 남30대 (단위:점)



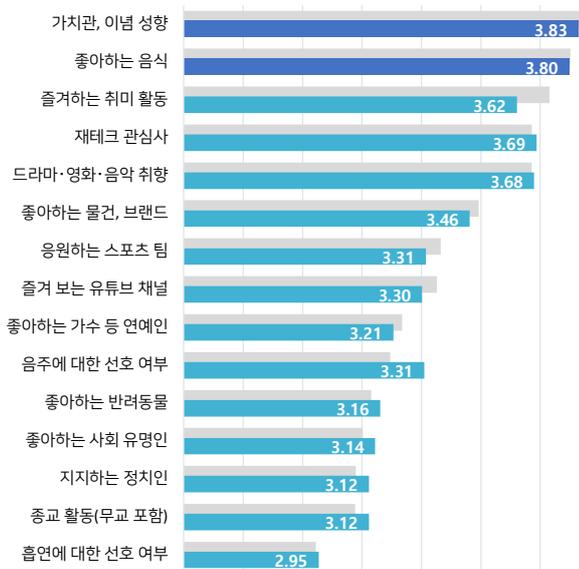
취향같은 사람 동질감 정도 : 여30대 (단위:점)



□ 4060세대 : 국민전체와 큰 차이 없어

- 4060세대는 국민전체 점수 및 순위와 거의 비슷한 점수를 나타냄
- 국민전체에 비해 상대적으로 높은 점수를 기록한 것은 50대의 경우 '지지하는 정치인'이고, 60대 이상은 '종교활동'으로 조사됨
 - 아래 그림에서 짙은 파란색 막대는 동질감 점수 3.7점 이상임
 - 옅은 회색 막대는 국민전체 점수이고, 노란색 막대는 3.7점 이하지만 국민전체 점수보다 많이 높은 취향을 뜻함

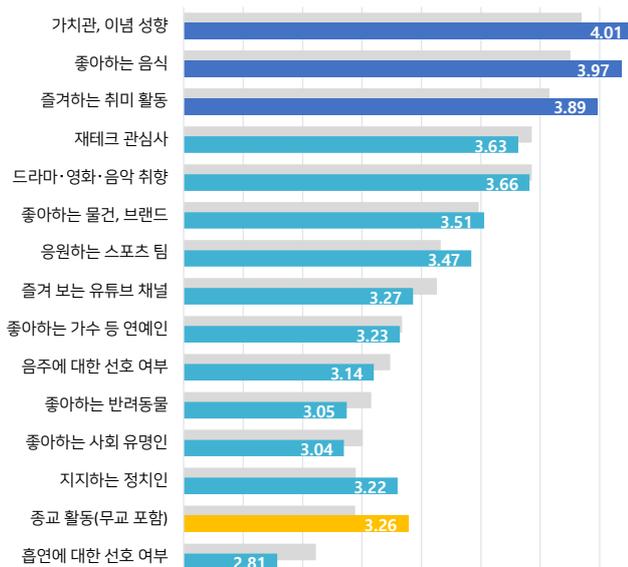
취향같은 사람 동질감 정도 : 40대 (단위:점)



취향같은 사람 동질감 정도 : 50대 (단위:점)



취향같은 사람 동질감 정도 : 60대이상 (단위:점)



Kstat Point

- ☑ 동질감 점수가 3.7점 이상을 기록한 취향 수에 있어 50대가 네 개로 가장 많은데, 이는 50대가 우리 사회 전반의 중심에서 왕성하게 활동하고 있는 세대적 특성이 반영된 결과로 보임

□ 보수층은 '종교활동', 진보층은 '지지 정치인'

- 주관적 이념성향별로 살펴보면 보수층과 진보층 모두 국민전체와 비슷한 가운데, 큰 차이가 없음
- 국민전체에 비해 상대적으로 높은 점수를 기록한 것에서는 차이가 있는데, 보수층은 '종교활동'에서 동질감을 느끼고, 진보층은 '지지하는 정치인'에서 상대적으로 높은 동질감을 느끼는 것으로 나타남
 - 아래 그림에서 짙은 파란색 막대는 동질감 점수 3.7점 이상임
 - 옅은 회색 막대는 국민전체 점수이고, 노란색 막대는 3.7점 이하지만 국민전체 점수보다 많이 높은 취향을 뜻함

취향같은 사람 동질감 정도 : 보수층 (단위:점)



취향같은 사람 동질감 정도 : 진보층 (단위:점)



Kstat Point

- ☑ 18~20대는 다른 세대에 비해 선호하는 취향을 통한 공감대 형성에 가장 적극적인 세대임
 - : 18~20대는 다른 세대에 비해 동질감을 느끼는 취향이 다양하고, 특징도 뚜렷함
 - : 예를 들어 '즐거보는 유튜브 채널'을 보면서 서로 동질감을 느끼고, '좋아하는 가수 등 연예인' 이야기를 나누면서 동질감을 형성하는 것임
- ☑ 이는 각종 집단에 대한 소속감이 상대적으로 약한 이들 세대가 '취향'을 매개로 한 동질감 형성이라는 일종의 '탈출구'를 형성한 것으로 보임
 - : 개인 차원에서 그곳이 어디든지 집단에 소속된다는 것은 소외감, 불안감을 완화시켜 주는 훌륭한 기제가 됨
- ☑ 또한 SNS, 유튜브 등 온라인에 익숙한 세대적 특징도 다양한 취향으로의 소속감 창출에 영향을 미친 것으로 분석됨
 - : 각종 집단은 주로 오프라인 중심인데 비해 '취향'을 통한 동질감은 온라인 중심으로 이뤄지고 있음
 - : 최근 화제가 되고 있는 '메타버스(metaverse)'의 경우 오프라인과 거의 똑같은 집단을 형성하고, 소속감을 누릴 수 있는 기회가 풍부하게 제공된다는 점에서(오프라인에서의 각종 제약에서 자유로움) 18~20대가 가장 열광적으로 호응할 것으로 전망됨

▶ '소속감'에 대한 사회심리적 접근

□ 소수자가 되기 두려운 행동, '다른 의견 말하기'

- 개인이 사회생활을 하면서 '소속감'을 중요시 여긴다는 것은, 역으로 소속되지 못하는 것에 대한 두려움이 크다는 말임
 - 집단에 소속되지 못하는 두려움, 즉 사회적 배제 또는 고립에 대한 두려움은 주로 '소수자'가 될 때 위험성이 높아짐
- 이러한 배경에서 '소속감'에 대한 사회심리적 접근을 '소수자가 되기 두려운 행동'으로 설계함

① 외적으로 드러나는 소수자 상황 :

유행하는 옷 스타일과 내가 입고 싶은 옷 스타일이 다를 때,
'유행하는 옷 스타일에 맞춰서 입는다' vs '내가 입고 싶은 옷 스타일대로 입는다'

② 생각으로 드러나는 소수자 상황 :

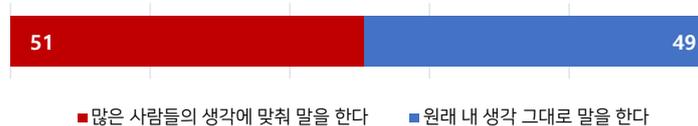
많은 사람들의 생각과 내 생각이 다른 상황에서, 내 의견을 말해야 할 때,
'많은 사람들의 생각에 맞춰 말을 한다' vs '원래 내 생각 그대로 말을 한다'

- 조사 결과 국민들은 옷의 경우, '내가 입고 싶은 옷 스타일대로 입는다'는 의견이 83%로 높게 나타남
- 이에 비해 생각의 경우, '많은 사람들의 생각에 맞춰 말을 한다' 51% vs '원래 내 생각 그대로 말을 한다' 49%로 팽팽하게 나타남

"유행하는 옷 스타일과 내가 입고 싶은 옷 스타일이 다를 때"
행동 : 국민전체 (자료:케이스탯,2021.09.05조사,단위:%)



"많은 사람들의 생각과 내 생각이 다른 상황에서, 내 의견을 말해야 할 때" 행동 : 국민전체 (자료:케이스탯,2021.09.05조사,단위:%)



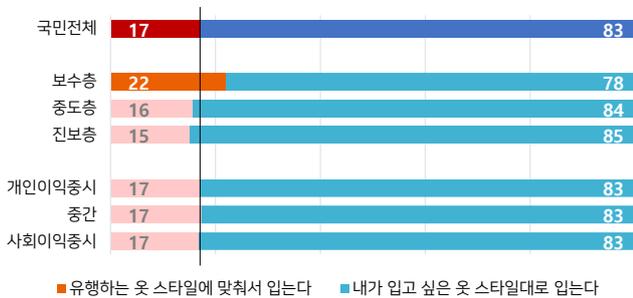
Kstat Point

- ☑ 개인이 사회생활 중에 두려워하는 것으로 이야기되는 대표적인 것이 '사회적 배제' 또는 '사회적 고립'임
 - : 학교에서의 '왕따', 직장에서의 '따돌림', 사회에서의 '차별과 혐오' 등을 당하는 개인은 엄청난 고통에 시달리게 됨
- ☑ 국민들은 외적으로 드러나는 '옷'을 통한 고립에 대해서는 두려워하지 않지만, 내면의 '생각'을 통한 고립은 절반 가량이 두려워 하고 있음
 - : 심리학자 솔로몬 애쉬에 따르면 "사람들은 자신의 생각을 남에게 이야기하는 것보다, 틀린 의견에 동의하는 것을 더 편하게 여긴다"고 하는데 이번 조사 결과는 이러한 솔로몬 애쉬의 실험과 맥을 같이 함

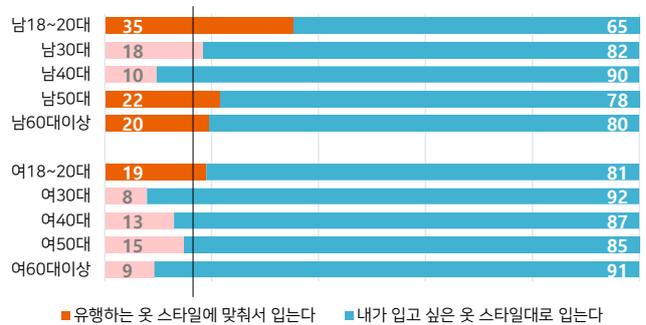
□ '옷 입기' 소수자 상황 : 18~20대 남자 주목돼

- 외적으로 드러나는 소수자 상황, 즉 '옷 입기' 소수자 상황에 대한 조사 결과를 자세히 살펴보면 모든 계층에서 '내가 입고 싶은 옷 스타일대로 입는다'는 의견이 우세함
- 상대적으로 '유행하는 옷 스타일에 맞춰서 입는다'는 의견이 높은 계층은 △보수층 △남자 18~20대, 남자 5060세대 △여자 18~20대 △호남, PK △대학 재학 △자영업, 블루칼라, 학생 △200~400만원 미만 소득계층 등임

"유행 옷 스타일과 내가 입고 싶은 옷 다를 때" 행동 : 국민전체, 이념별, 이익중시별 (자료:케이스탯,2021.09.05조사,단위:%)



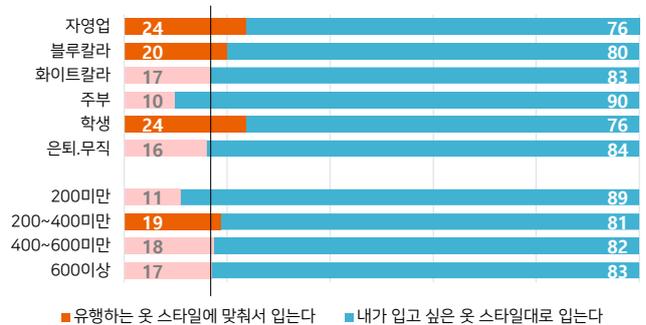
옷 입는 것에 대한 행동 : 성/연령별 (2021.09.05조사,단위:%)



옷 입는 것에 대한 행동 : 지역별, 학력별 (2021.09.05조사,단위:%)



옷 입는 것에 대한 행동 : 직업별, 소득별 (2021.09.05조사,단위:%)



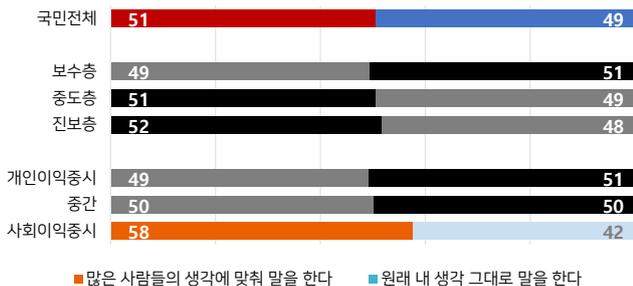
Kstat Point

- ☑ 외적으로 드러나는 소수자 상황에 대해 국민 대다수, 그리고 모든 계층에서 두려워하지 않고 있음
- ☑ 주목되는 점은 18~20대 남자, 이들은 다른 계층에 비해 두려움 정도가 상대적으로 높은 것으로 조사됨
 - : 18~20대 남자 중 35%는 '유행하는 옷 스타일에 맞춰서 입는다'는 의견을 피력함
 - : 18~20대 여자 역시 19%가 같은 의견을 제시함
- ☑ 이는 18~20대에 대한 일반적 평가, 즉 다른 사람의 눈을 의식하지 않고 당당하게 입고 싶은 것을 입고, 하고 싶은 말을 한다는 평가와 대비되는 결과임

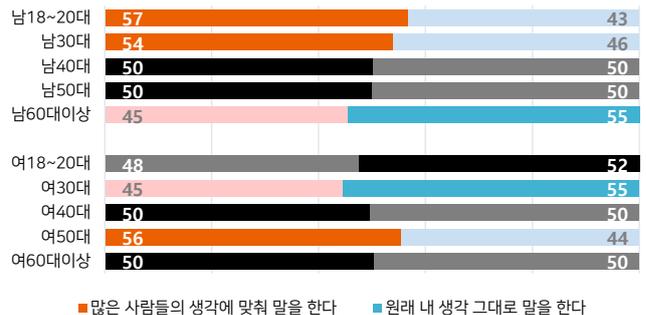
□ '생각' 소수자 상황 : 의견 팽팽한 계층 많아

- 내적인 생각이 드러나는 소수자 상황에서 취하는 행동에 대한 의견은 계층별로도 의견이 팽팽함
- '원래 내 생각 그대로 말을 한다'는 의견이 우세한 계층은 △남자 60대이상 △여자 30대 △서울, TK △학생 등에 그침
- 이에 비해 '많은 사람들의 생각에 맞춰 말을 한다'는 의견이 우세한 계층은 △사회이력 중시층 △남자 2030세대 △여자 50대 △경기.인천, 충청, 호남, PK △고졸이하 △블루칼라, 주부 △400~600만원 미만 소득계층 등으로 많은 계층이 속해 있음
- 또한 두 의견이 팽팽한 계층은 △이념 성향 모두 △개인이력 중시층, 중간층 △남자 4050세대 △여자 18~20대, 여자 40대, 여자 60대이상 △대학재학 이상 학력층 △자영업, 화이트칼라, 은퇴.무직자 △400만원 미만 소득, 600만원 이상 소득계층 등임

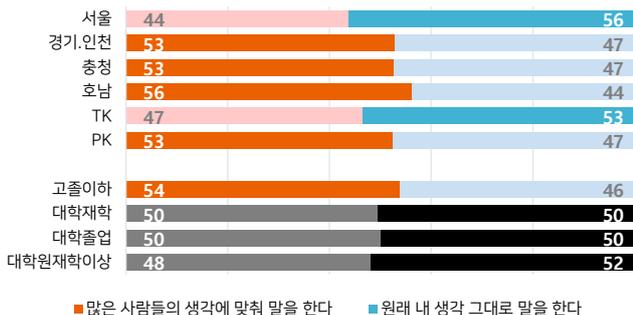
"사람들 생각과 내 생각 다른 상황에서, 말해야 할 때" 행동 : 국민전체, 이념별,이력중시별 (자료:케이스탯,2021.09.05조사,단위:%)



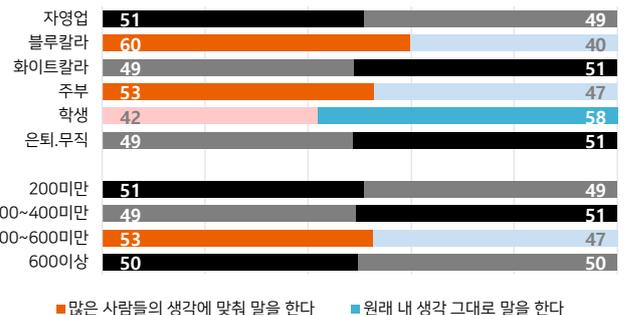
생각 말하는 것에 대한 행동 : 성/연령별 (2021.09.05조사,단위:%)



생각 말하는 것에 대한 행동: 지역별,학력별 (2021.09.05조사,단위:%)



생각 말하는 것에 대한 행동: 직업별,소득별 (2021.09.05조사,단위:%)



Kstat Point

- ☑ 남자 18~20대는 '웃 소수자 상황'에 이어 '생각 소수자 상황'에서도 높은 수준의 두려움을 피력함 : 남자 30대도 고립을 두려워하는 의견이 우세하고, 여자 2030세대 역시 두려워하는 의견이 많음
- ☑ 18~20대 남녀에 두드러진 '사회적 고립'에 대한 두려움, 그리고 30대 남녀에서도 나타나는 두려움은 이들만의 특징이 아니라 모든 세대에 걸쳐 동일한 두려움임 : 그러나 자신의 의견을 활발히 개진할 수 있는 젊은층의 특권이 박탈되어 있는 양상이기에 문제라는 지적임
- ☑ 장안식 박사(고려대 사회학과 겸임교수)는 "2030세대가 사회제도, 그리고 사회제도를 형성하고 주도하고 있는 기성 세대에 억눌려 있는 것으로 보인다. 지금의 2030세대는 기성세대를 향해 '꼰대'라고 비난하는 것 외에 마땅히 할 수 있는 게 없는 것이 현실이다. 전반적인 사회개조가 시급하다"고 평가함



<http://www.kstat.co.kr>
서울 서초구 반포대로 24길 76 월드빌딩
admin@kstat.co.kr ■ 전화 _ 02_6188_6000

케이스탯 리포트는 정기적으로 실시한 여론조사와 빅데이터 버즈(Buzz) 분석을 기반으로 합니다.

케이스탯 리포트는 사회, 경제, 생활, 문화 등 우리 삶과 가까운 주제로 구성됩니다.

케이스탯 리포트는 케이스탯과 컨설팅 전문가의 기획회의를 통해 선정된 주제와 정기지표를 조사함으로써 우리 사회의 중요한 이슈와 여론의 흐름을 파악합니다.

케이스탯 리포트는 심층적인 분석 결과를 발표함으로써 사회조사의 공정성과 가치를 더하고자 합니다.

케이스탯 리포트는 매월 2,4주 목요일에 발행합니다(사회지표는 매월 3주 목요일).

케이스탯 리포트의 정기구독을 원하시면, 문의 메일 report@kstat.co.kr로 이메일 주소를 남겨주세요.

[케이스탯 리포트 37호] 발간 안내

케이스탯 리포트 37호는

10월 14일(목요일)에 발간됩니다.