

자신의 '정체성'에 대한 생각

■ 주관, 사고방식 형성에 중요한 요인

- _ '인생 경험', '인간 관계', '심리적 특성' 중요
- _ 20대 남자와 30대 여자, 더 많은 요인 영향 받아
- _ 50대 많은 요인 영향 받고, 60대는 적어
- _ 서울, 거의 모든 요인에 걸쳐 중요도 가장 높아
- _ 보수층, 모든 요인에 대해 영향 많이 받아

■ 자신을 표현하는 데 중요한 것들

- _ '다른 사람 대하는 태도' 가장 높아
- _ 20대 '패션', 30대 '사는 곳'으로 자신 표현
- _ 4060세대, 모두 '정치성향'으로 자신을 표현
- _ 보수·진보층 '정치성향', 중도층 '패션'

■ 정체성 형성에 중요한 외부 요인

- _ '가족' 가장 중요하고, 다음은 '친구'와 '동료'
- _ 2030 남자 '대중문화', 여자 '단체 내 시선' 꼽아
- _ 4060세대, '단체 내 시선' 중요하다고 생각
- _ 이념성향별 응답, 모두 '단체 내 시선' 가장 중시

■ '나'에 대한 내 생각과 타인의 생각

- _ '나에 대한 다른 사람 의견', 중요시 여겨
- _ '내 진짜 모습', 사람들 생각과 다르다 46%
- _ '나 같은 사람 많다' 62% vs '적다' 38%

조사개요

조사기간	2022년 8월 12일(금) ~ 8월 14일(일)
조사방법	구조화된 설문지를 이용한 온라인 웹 조사
조사기관	케이스탯
표본추출	지역별, 성별, 연령별 비례 할당 추출
표 본 틀	케이스탯 K-패널
유효표본	총 1,010명
표본오차	95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차 $\pm 3.08\%$
가 중 치	지역별, 성별, 연령별 셀 가중 부여 (2022년 7월말 행정안전부 주민등록인구 기준)

일러두기

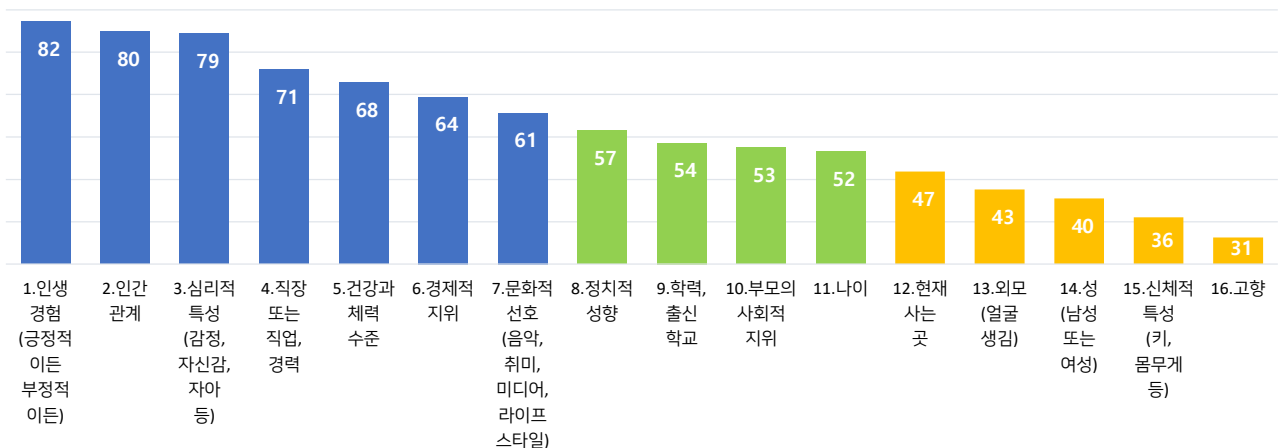
- _ 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 세부항목의 합이 100%가 되지 않거나 넘을 수 있습니다.
- _ 중복 응답 문항의 경우 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- _ 본 리포트에서 n은 유효 표본크기를 의미합니다.
- _ 응답 사례수가 적은 경우 해석에 유의하여 주십시오.

주관, 사고방식 형성에 중요한 요인

‘인생 경험’, ‘인간 관계’, ‘심리적 특성’ 중요

- 우리 국민들은 자신의 주관이나 생각하는 방식을 형성하는데 중요한 요인으로, ‘인생 경험’(82%), ‘인간 관계’(80%), ‘심리적 특성’(79%) 등이라고 응답함
 - “선생님 자신의 주관이나 생각하는 방식을 형성하는데, 다음 각각의 요인이 얼마나 중요하다고 생각하십니까?”라는 질문 후 각 요인별 중요도를 응답 받은 결과임
 - 아래 그림에서 각 요인 앞의 숫자는 중요도 순위임
- 다음은 ‘직장 또는 직업, 경력’(71%), ‘건강과 체력 수준’(68%), ‘경제적 지위’(64%), ‘문화적 선호’(61%) 순으로 나타남
- 중요도가 가장 낮은 요인은 ‘고향’(31%)이었고, 다음으로 ‘신체적 특성’(36%), ‘성’(40%), ‘외모’(43%), ‘현재 사는 곳’(47%) 등임

'내 주관, 사고방식 형성' 관련 요인별 중요도 : 국민전체 (자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



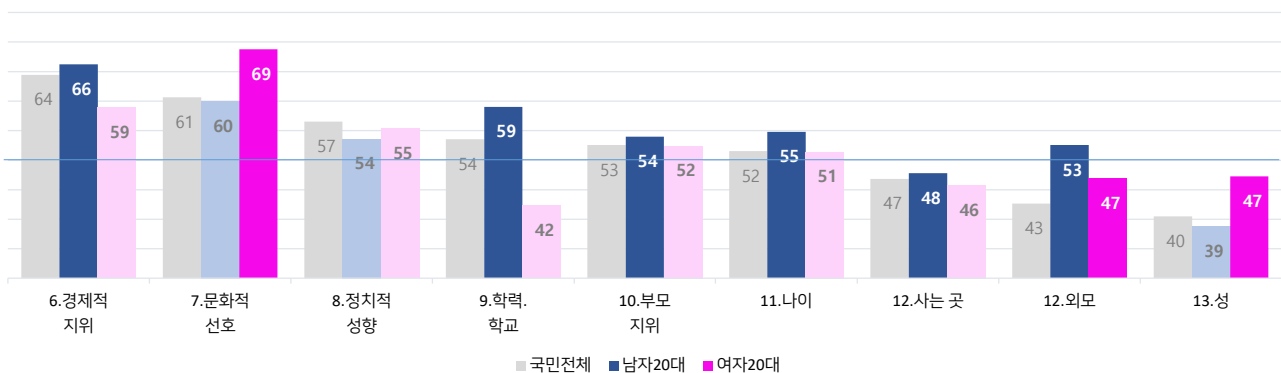
Kstat Point

- ☑ 우리 국민들은 세상을 바라보는 관점과 사고방식 형성에 있어 경험, 인간관계, 심리적 특성이 중요하다고 생각함
 - : 이들 요인은 모두 출생 후 사회화 과정에서 획득되는 외부요인이라는 공통점이 있음
 - : 이에 비해 출생 시 갖게 된 요인들(신체적 특성, 성, 외모 등)에 대해서는 중요도가 낮다고 응답함
- ☑ 선천적 요인보다 사회화 과정을 통해 자신의 사고방식이 형성된다고 생각하는 점은 긍정적임
 - : 선천적 요인은 ‘우연’적으로 획득된 것인데, 이에 따라 자신의 주관과 사고방식이 형성된다고 생각하는 것은 결정론적 사고방식으로 문제가 있음
- ☑ 다만, 개개인의 차이(선천적 요인)에서 비롯되는 ‘다양성’에 대한 관심이 지나치게 낮다는 우려적인 지적도 있음
 - : 같은 조사 문항에서 미국인들이 중요하게 생각하는 요인은 ‘나이’, ‘인생경험’, ‘사는 곳’, ‘건강’, ‘성’, ‘신체적 특성’ 등의 순서로 나타남(입소스 글로벌, 2022년 3월 조사)
 - : 이번 조사(한국인)에서 하위권에 위치한 ‘나이’, ‘성’, ‘신체적 특성’이 최상위권에 있음
- ☑ 성장과정에서의 사회화 과정이 중요하지만 선천적 요인 역시 고려해야 하며, 이 지점에서 ‘사회적 다양성’이 형성되고 인정받는다라는 것임
 - : 선천적 요인을 무시할 경우 차별과 배제의 논리가 정당화될 수 있다는 점에서 유의할 필요가 있음

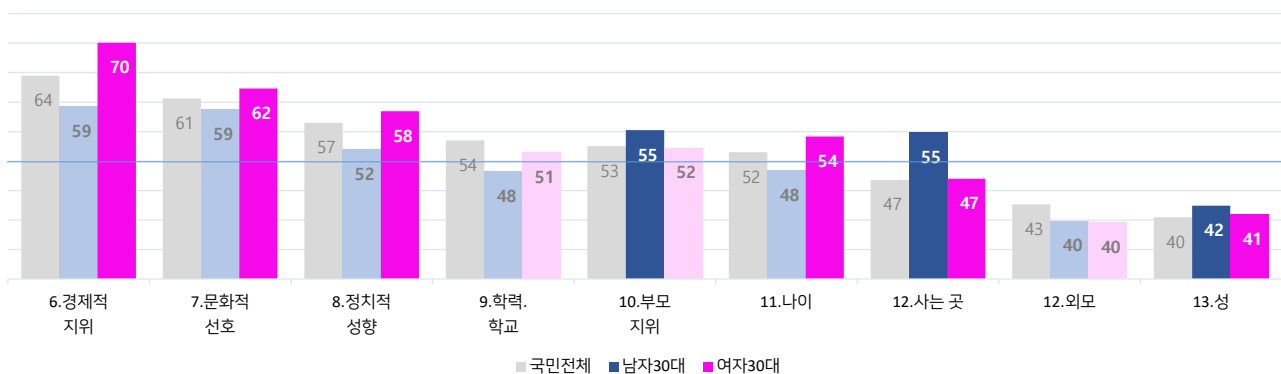
□ 20대 남자와 30대 여자, 더 많은 요인 영향 받아

- 2030세대의 주관과 사고방식 형성 요인을 살펴보면, 20대 남자와 30대 여자가 상대적으로 더 많은 요인에서 영향을 받는 것으로 나타남
 - 상위 요인(인생경험, 인간관계, 심리적 특성, 직장, 건강 등)에 대해서는 높은 중요도를 기록, 분석에서 제외함
 - 아래 그림은 중요도 6위부터 13위까지의 요인별 중요도이고, 가로 선은 50% 기준선임
 - 국민전체 수치보다 낮으면 옅은 색 막대이고, 높으면 짙은 색 막대로 표시함
- 20대 남자는 국민전체에 비해 '경제적 지위', '학력', '부모 지위', '나이', '외모'가 중요하다고 응답함
 - 20대 여자의 경우 '문화적 선호'가 상대적으로 높았고, '외모'와 '성'이 중요하다는 응답도 상대적으로 높게 나타남
- 30대 여자는 국민전체에 비해 '경제적 지위', '문화적 선호', '정치적 성향', '나이'가 중요하다고 생각함
 - 30대 남자가 국민전체보다 높은 중요도를 보인 항목은 '부모 지위', '사는 곳', '성' 등임

'내 주관, 사고방식 형성' 관련 요인별 중요도(상위 요인 제외) : 20대 남, 20대 여 (자료:케이스탯,2022.08.14조사,단위:%)



'내 주관, 사고방식 형성' 관련 요인별 중요도(상위 요인 제외) : 30대 남, 30대 여 (자료:케이스탯,2022.08.14조사,단위:%)



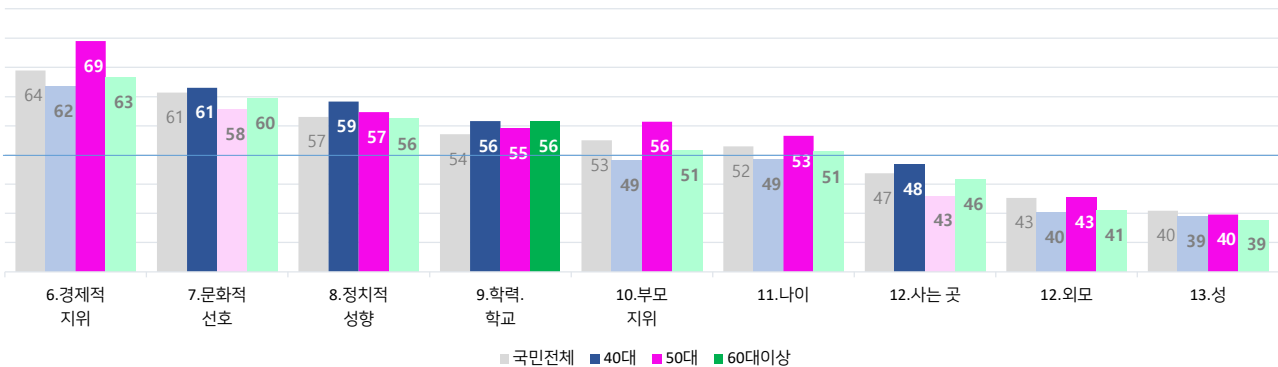
Kstat Point

- ☑ 20대 남자는 자신의 주관과 사고방식 형성에 중요한 영향을 미친 요인들이 많다고 생각함
 - : 20대 남자는 자신과 다른 사람들을 비교하는 사고방식에 익숙하고, 출생 시 획득한 선천적 요인들도 중요시 여김
 - : 이른바 '흙수저, 금수저' 담론이 20대에 광범위하게 형성되어 있는데, 20대 남자가 주도하는 것으로 판단됨
 - : 20대 여성의 경우 모든 성/연령에 걸쳐 '성' 중요도가 가장 높아(47%), 젠더 이슈에 민감한 특성을 재현함
- ☑ 한편, 30대 남자의 경우 '사는 곳'이 중요하다는 응답이 모든 성/연령대 중 가장 높음(55%)
 - : 작년에 이른바 '영끌 주택구매'를 주도한 연령층이 30대였던 것을 볼 때, 30대 남자가 중심이었던 것으로 분석됨

□ 50대 많은 요인 영향 받고, 60대는 적어

- 4060세대의 주관과 사고방식에 영향을 준 요인을 살펴보면, 50대가 가장 많은 요인에 영향을 받고, 60대이상은 적은 것으로 나타남
 - 40대는 그 중간에 위치해 있음
 - 상위 요인(인생경험, 인간관계, 심리적 특성, 직장, 건강 등)에 대해서는 높은 중요도를 기록, 분석에서 제외함
 - 아래 그림은 중요도 6위부터 13위까지의 요인별 중요도이고, 가로 선은 50% 기준선임
 - 국민전체 수치보다 낮으면 옅은 색 막대이고, 높으면 짙은 색 막대로 표시함
- 50대는 '경제적 지위', '정치적 성향', '학력.학교', '부모 지위', '나이' 등 많은 요인에 걸쳐 중요하다고 응답함
 - 특히 '경제적 지위'는 모든 성/연령에 걸쳐 가장 높은 수치(69%)를 기록했고, '부모 지위' 역시 가장 높은 수치(56%)를 나타냄
- 60대이상은 '학력.학교' 요인에 대해서만 국민전체보다 높은 중요도(56%)를 보임
- 40대는 50대보다 적은 요인에 걸쳐 국민전체 대비 높은 중요도를 기록함
 - '정치적 성향'에 대한 중요도는 59%로, 모든 성/연령 중 가장 높은 중요도를 나타냄

'내 주관, 사고방식 형성' 관련 요인별 중요도(상위 요인 제외) : 40대, 50대, 60대이상 (자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



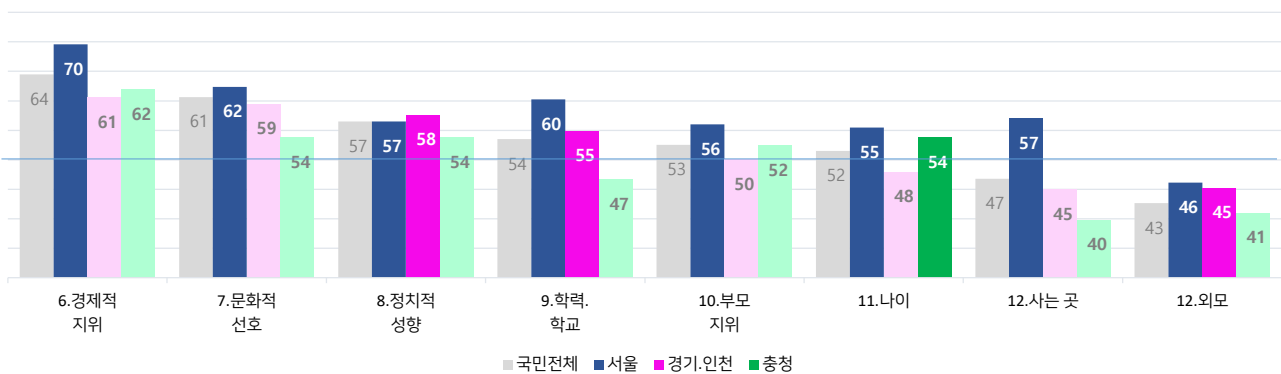
Kstat Point

- ☑ 자신의 주관과 사고방식 형성에 미치는 중요 요인이 많다고 생각하는 성/연령은 20대 남자, 30대 여자, 50대 등임 : 이들 성/연령대는 많은 요인에 걸쳐 다른 사람과 비교하는 특성이 있는 것으로 보임
- ☑ 또한, '경제적 지위'가 거의 모든 성/연령에 걸쳐 가장 중요한 요인으로 꼽힘(중요도 6위 이하 중) : '경제적 지위'에 대한 성/연령별 중요도를, 높은 순서로 정리하면 다음과 같음 : 30대 여자 70% > 50대 69% > 20대 남자 66% > 60대 63% > 40대 62% > 20대 여자와 30대 남자 59% : 앞서 중요 요인이 많다고 생각하는 성/연령인 20대 남자, 30대 여자, 50대가 앞에 위치함 : 이른바 '물질 만능주의' 시대로 불리는 지금의 대한민국 현실에 대해, 특히 이들 성/연령이 적극적으로 동의하는 모습임(긍정적이든, 부정적이든)

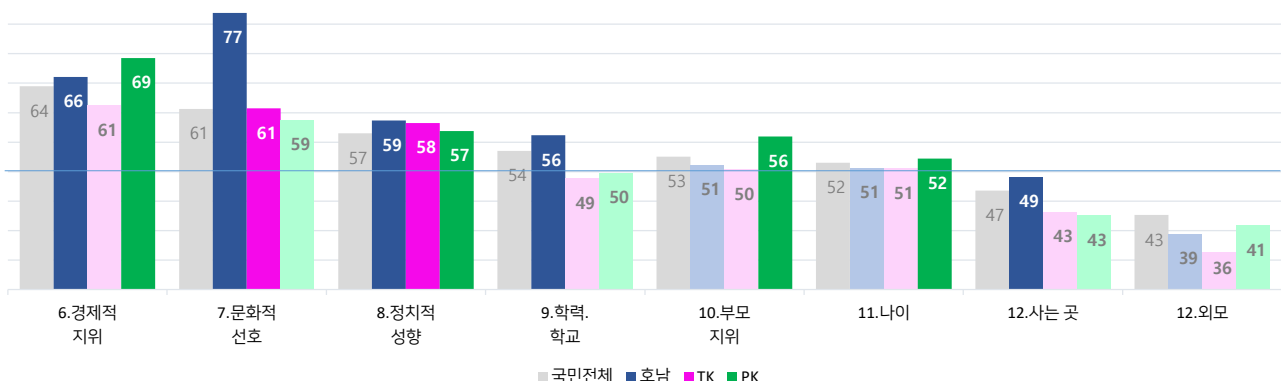
□ 서울, 거의 모든 요인에 걸쳐 중요도 가장 높아

- 주관과 사고방식 형성과 관련된 요인별 중요도를 지역별로 살펴보면, 거의 모든 요인에 걸쳐 서울지역이 가장 중요도 수치가 높음(중요도 6위 이하 중)
 - 한 가지 요인에서만 최고 수치를 기록치 못했는데, '정치적 성향'임
 - 상위 요인(인생경험, 인간관계, 심리적 특성, 직장, 건강 등)에 대해서는 높은 중요도를 기록, 분석에서 제외함
 - 아래 그림은 중요도 6위부터 12위까지의 요인별 중요도이고, 가로 선은 50% 기준선임
 - 국민전체 수치보다 낮으면 옅은 색 막대이고, 높으면 짙은 색 막대로 표시함
- 거의 모든 요인에 대해 국민전체보다 낮은 수치를 기록한 지역은 충청권과 TK임
 - 충청권은 '나이'를 제외한 모든 요인이 국민전체 수치보다 낮음
 - TK는 '문화적 선호'와 '정치적 성향'을 제외한 모든 요인이 국민전체보다 낮은 수치를 나타냄

'내 주관, 사고방식 형성' 관련 요인별 중요도(상위 요인 제외) : 서울,경기,인천,충청 (자료:케이스탯,2022.08.14조사,단위:%)



'내 주관, 사고방식 형성' 관련 요인별 중요도(상위 요인 제외) : 호남,TK,PK (자료:케이스탯,2022.08.14조사,단위:%)



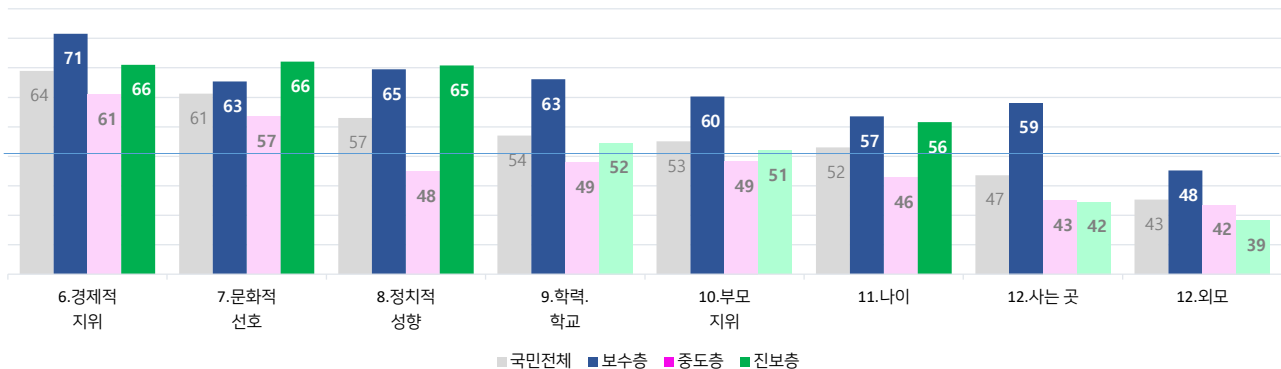
Kstat Point

- ☑ '내 주관, 사고방식 형성' 관련 지역별 응답에서 주목되는 요인은 '사는 곳'임
 - : 서울시민들은 현재 '사는 곳'이 중요하다는 응답이 57%로 매우 높음(국민전체 47%보다 10%p 높음)
 - : 그러나 호남을 제외한 다른 모든 지역은 국민전체보다 낮은 수치를 기록함
 - : 이는 서울시민들이 현재 서울에 거주하는 것에 대해 높은 만족감을 갖고 있기 때문으로 분석됨

□ 보수층, 모든 요인에 대해 영향 많이 받아

- 주관적 이념성향별로 살펴보면, 보수층은 모든 요인에 걸쳐 높은 중요도를 나타냄
 - 상위 요인(인생경험, 인간관계, 심리적 특성, 직장, 건강 등)에 대해서는 높은 중요도를 기록, 분석에서 제외함
 - 아래 그림은 중요도 6위부터 12위까지의 요인별 중요도이고, 가로 선은 50% 기준선임
 - 국민전체 수치보다 낮으면 옅은 색 막대이고, 높으면 짙은 색 막대로 표시함
- 진보층은 보수층보다 중요하다고 생각하는 요인이 적고, 중도층은 진보층보다 더 적음
 - 진보층이 국민전체보다 높은 중요도를 기록한 요인은 '경제적 지위', '문화적 선호', '정치적 성향', '나이' 등임
 - 중도층은 모든 요인에 걸쳐 국민전체보다 낮은 중요도를 기록함

'내 주관, 사고방식 형성' 관련 요인별 중요도(상위 요인 제외) : 주관적 이념성향별 (자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



Kstat Point

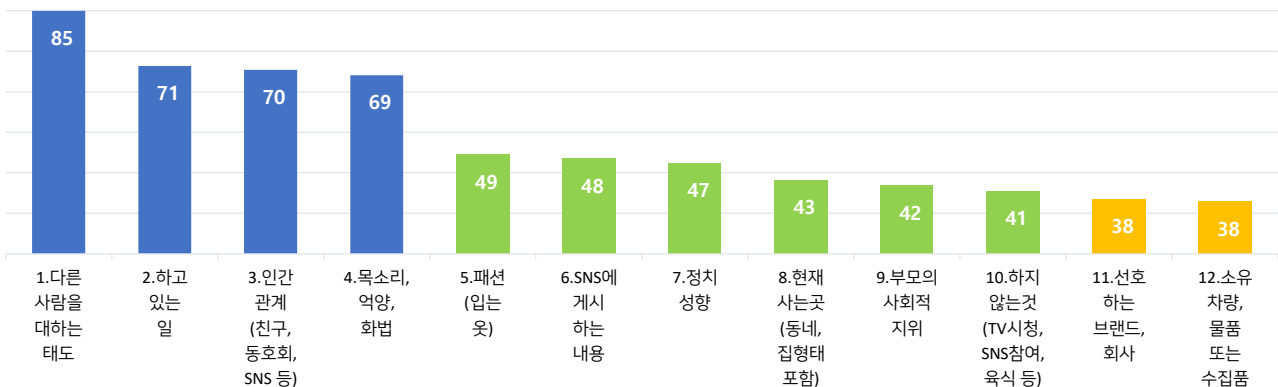
- ☑ 보수층은 자신의 주관과 사고방식 형성에 있어, 대부분 요인이 중요한 영향을 미쳤다고 생각함
 - : 경제적 지위는 물론 문화, 정치, 학력, 부모, 나이, 사는 곳 등이 중요하다는 응답 비중이 50% 이상임
 - : 그만큼 보수층은 다양한 요인에 걸쳐 다른 사람과 비교하고, 출생시의 선천적 요인에 대해서도 중요시 여김(긍정적이든, 부정적이든)
- ☑ 진보층 역시 경제적 지위, 문화, 정치, 학력, 부모, 나이 등이 중요하다고 생각함(50% 이상 기록)
 - : 다만, 상대적으로 보수층보다는 낮은 중요도를 나타냄
- ☑ 이에 비해 중도층은 경제적 지위와 문화 요인만 50% 이상의 중요도를 기록함
 - : 또한 모든 요인에 걸쳐 국민전체보다 낮은 수치를 보임
- ☑ 자신의 주관과 사고방식에 있어 보수층이 가장 뚜렷한 지향을 보이고, 다음은 진보층, 중도층 순인 것으로 분석됨
 - : 중도층은 현재 자신의 생각에 대해, 다소 자신감이 부족한 것으로 보임

자신을 표현하는 데 중요한 것들

□ '다른 사람 대하는 태도' 가장 높아

- 우리 국민들이 생각할 때, 자신이 누구인지를 표현하는 데 가장 중요한 것은 '다른 사람을 대하는 태도'로 나타남(85%)
 - "선생님이 누구인지를 표현하는데, 다음 각각의 요인이 얼마나 중요하다고 생각하세요?"라는 질문 후 각 요인별 중요도를 응답 받은 결과임
 - 아래 그림에서 각 요인 앞의 숫자는 중요도 순위임
- 다음은 '하고 있는 일'(71%), '인간관계(친구,동호회,SNS 등)'(70%), '목소리,역양,화법'(69%) 순으로 조사됨
- 중요도가 가장 낮은 요인은 '소유 차량, 물품 또는 수집품'과 '선호하는 브랜드, 회사'가 공히 38%로 가장 낮았고, '하지 않는 것(TV시청,SNS참여,육식 등)'(41%), '부모의 사회적 지위'(42%) 순임

'내가 누구인지 표현하는 것' 관련 요인별 중요도 : 국민전체 (자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



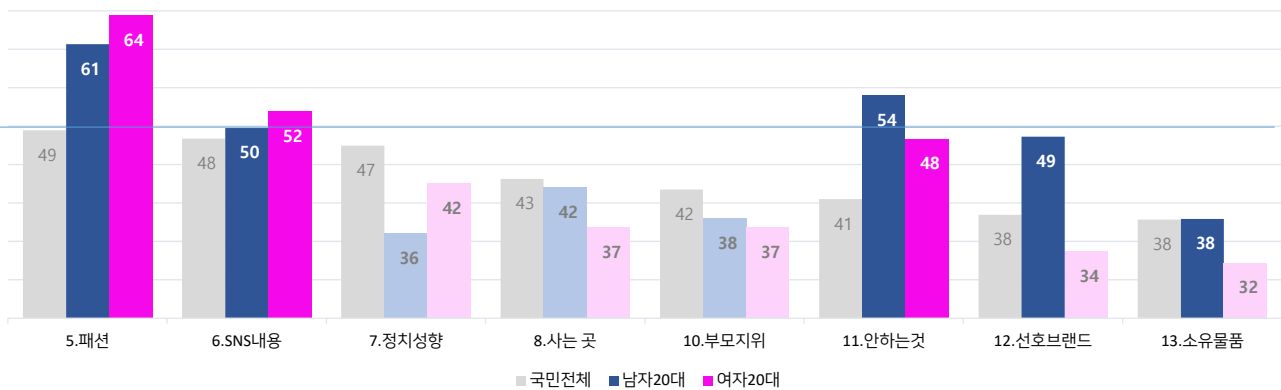
Kstat Point

- ☑ 우리 국민들은 자신이 누구인지를 표현하는 것에 있어 자신을 중심에 두고 생각하기보다, 다른 사람과의 관계 속에서 생각하는 경향이 강한 것으로 보임
 - : '다른 사람을 대하는 태도'가 85%로 다른 요인보다 월등히 높음
 - : 물론 이러한 경향은 미국인도 동일한데, 입소스 글로벌 조사에서(앞서 2022년 3월 조사결과) 가장 높은 중요도를 기록한 요인은 '다른 사람을 대하는 태도' 였음
- ☑ '인간은 사회적 동물'이라는 말처럼, 사회적 관계 속에서 자신이 누구인지 표현하고자 주력하는 모습임
 - : 특히 소셜 미디어의 발달로 언제 어디서든 자신의 말과 행동이 실시간으로 광범위한 대중에게 노출될 수 있는 시대에 살고 있다는 특성도 영향을 미친 것으로 보임
 - : 그 내용이 사회적 통념을 넘어서는 말과 행동일 경우 '내가 받는 타격이 막대하다는 것을 대부분 인식하고 있음
- ☑ 한편, '내' 입장에서 어떤 사람에게 호감을 느끼는지 조사한 결과에서도 '성격과 태도'가 가장 중요한 요인으로 나타남
 - : 중요도 5점 만점에서 '성격과 태도'는 4.42점으로 가장 높았고, 다음은 '얼굴생김.인상'과 '지적능력'이 공히 3.70점을 기록했고, '옷,머리 등 스타일' 3.47점, '키와 체형' 3.21점 순이었음
 - : 이에 대한 자세한 내용은 케이스탯 리포트 30호 『'호감' 관련 국민의식 집중 분석』 참고
 - : 이러한 점을 인식하기에 자신을 표현할 때 '다른 사람을 대하는 태도'를 중요시 여기는 것으로 판단됨

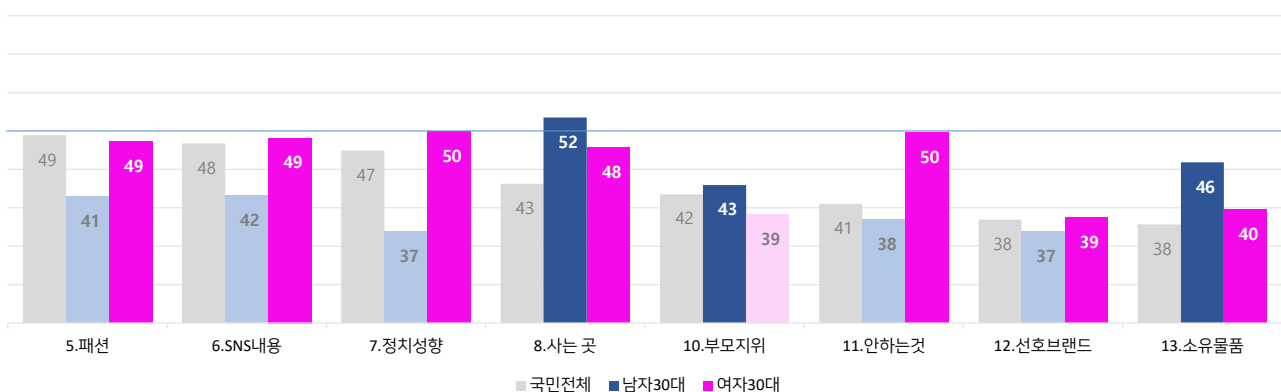
□ 20대 '패션', 30대 '사는 곳'으로 자신 표현

- 2030세대가 자신을 표현하는데 가장 중요시 여기는 것이 다른데, 20대는 '패션'이고 30대는 '사는 곳'으로 조사됨
 - 상위 요인(사람 대하는 태도, 하는 일, 인간관계, 목소리.화법 등)에 대해서는 높은 중요도를 기록, 분석에서 제외함
 - 아래 그림은 중요도 5위부터 13위까지의 요인별 중요도이고, 가로 선은 50% 기준선임
 - 국민전체 수치보다 낮으면 옅은 색 막대이고, 높으면 짙은 색 막대로 표시함
- 20대는 남녀 모두 '패션'을 가장 중요한 자기 표현 방법으로 생각함
 - 20대 남자는 61%, 20대 여자는 64%로 비슷한 비중으로 높음
- 30대는 '사는 곳'을 중요한 자기 표현 방법으로 생각하는데, 남성이 상대적으로 더 강함
 - 30대 남자는 52%이고, 30대 여자는 48%임
 - 30대 여자가 가장 중요한 자기 표현 방법으로 생각하는 것은 '정치성향'과 '안하는 것'으로 공히 50%를 기록함

'내가 누구인지 표현하는 것' 관련 요인별 중요도(상위 요인 제외) : 20대 남, 20대 여 (자료:케이스탯,2022.08.14조사,단위:%)



'내가 누구인지 표현하는 것' 관련 요인별 중요도(상위 요인 제외) : 30대 남, 30대 여 (자료:케이스탯,2022.08.14조사,단위:%)



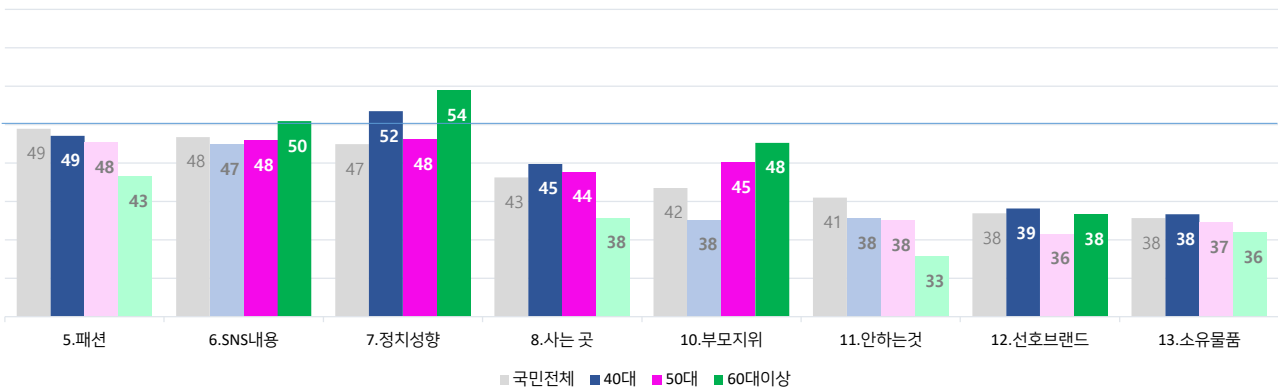
Kstat Point

- ☑ 자기 표현 방법에 있어 20대와 30대를 가르는 중요 기준은 '패션'인 것으로 분석됨
 - : '패션' 중요도를 비교해 보면, 20대 남자는 61%인데 비해 30대 남자는 41%로 급감함
 - : 20대 여자 역시 64%인데 비해 30대 여자는 49%로 낮아짐
- ☑ 30대 남녀 중 특히 남성은 '사는 곳'과 '소유 물품'으로 자신을 표현하고 함
 - : 30대 여성은 '사는 곳'을 비롯해 매우 다양한 요인을 통해 자신을 표현하고 있음(패션, SNS, 정치, 안하는 것 등)

□ 4060세대, 모두 '정치성향'으로 자신을 표현

- 4060세대는 자신을 표현하는 데 가장 중요한 것으로 '정치성향'을 꼽음
 - '정치성향'을 통해 자신을 표현한다는 응답은 40대 52%, 50대 48%, 60대이상 54% 등임
 - 상위 요인(사람 대하는 태도, 하는 일, 인간관계, 목소리.화법 등)에 대해서는 높은 중요도를 기록, 분석에서 제외함
 - 아래 그림은 중요도 5위부터 13위까지의 요인별 중요도이고, 가로 선은 50% 기준선임
 - 국민전체 수치가 낮으면 옅은 색 막대이고, 높으면 짙은 색 막대로 표시함
- 4060세대 모두 자기 표현 요인 중에서 '정치성향'이 가장 높음(중요도 5위 이하 중)

'내가 누구인지 표현하는 것' 관련 요인별 중요도(상위 요인 제외) : 40대, 50대, 60대이상 (자료:케이스탯,2022.08.14조사,단위:%)



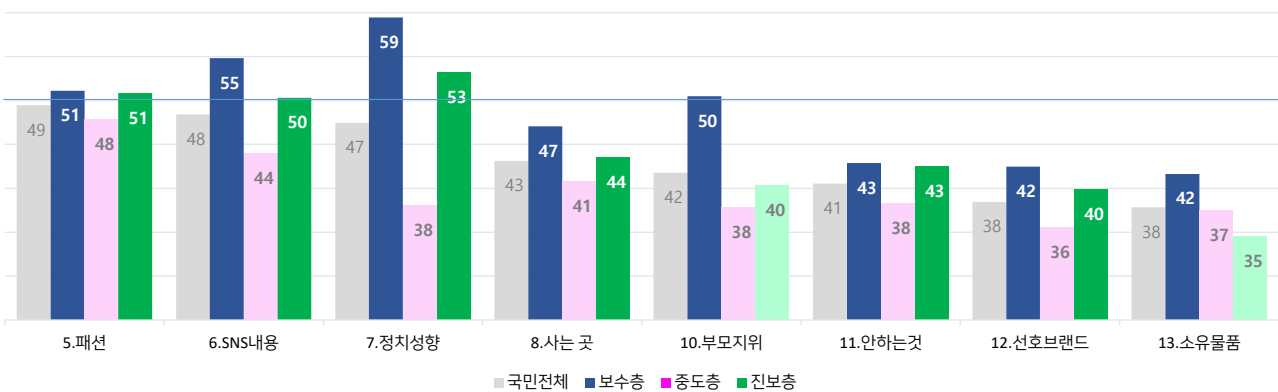
Kstat Point

- ☑ 성/연령별로 자신을 표현하는 데 가장 중요하게 생각하는 요인이 뚜렷하게 대비됨(중요도 5위 이하 중)
 - : 20대 '패션', 30대 '사는 곳', 4060세대 '정치성향'
 - : 앞서 30대 남자는 자신의 주관과 사고방식에 가장 중요한 영향을 주는 요인으로 '사는 곳'을 꼽았는데, 자기 표현 방법으로도 '사는 곳'을 중시하고 있음
- ☑ 특히 4060세대의 자기 표현법이 '정치성향'이라는 점이 특징적임
 - : 이들 세대는 '정치성향'을 통해 자신을 표현하는 만큼, 정치 이슈에 관심이 많은 것으로 분석됨
 - : 대부분의 미디어(유튜브 포함)들이 정치와 관련한 콘텐츠 기획시 '정치 고관여층'으로 불리는 4060세대에 초점을 맞출 수밖에 없는 이유이기도 함
- ☑ 다만, 2030세대의 '정치성향'을 통한 자기 표현 비중도 적극적으로 반영되어야 한다는 지적임
 - : 30대 여자의 경우 50%로 절대적으로 높고, 20대 여자도 42%로 높은 수준임
 - : 2030 남자는 상대적으로 중요도 수치가 낮음(30대 남자 37%, 20대 남자 36%)

□ 보수·진보층 '정치성향', 중도층 '패션'

- 주관적 이념성향별로 살펴보면, 보수층과 진보층은 '정치성향'을 통해 자신을 표현하고, 중도층은 '패션'임
 - 상위 요인(사람 대하는 태도, 하는 일, 인간관계, 목소리.화법 등)에 대해서는 높은 중요도를 기록, 분석에서 제외함
 - 아래 그림은 중요도 5위부터 13위까지의 요인별 중요도이고, 가로 선은 50% 기준선임
 - 국민전체 수치보다 낮으면 옅은 색 막대이고, 높으면 짙은 색 막대로 표시함
- 보수층과 진보층은 모든 요인에 걸쳐 '정치성향'이 가장 높은 중요도를 기록함
 - '정치성향'을 통해 자신을 표현한다는 응답은 보수층 59%, 진보층 53%, 중도층 38%임
- 이에 비해 중도층은 '패션'이 48%로 가장 높음
 - 중도층이 '패션'을 가장 중요한 자기 표현 방법으로 생각하지만, 보수층과 진보층 보다 낮음(공히 51%)

'내가 누구인지 표현하는 것' 관련 요인별 중요도(상위 요인 제외) : 주관적 이념성향별 (자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



Kstat Point

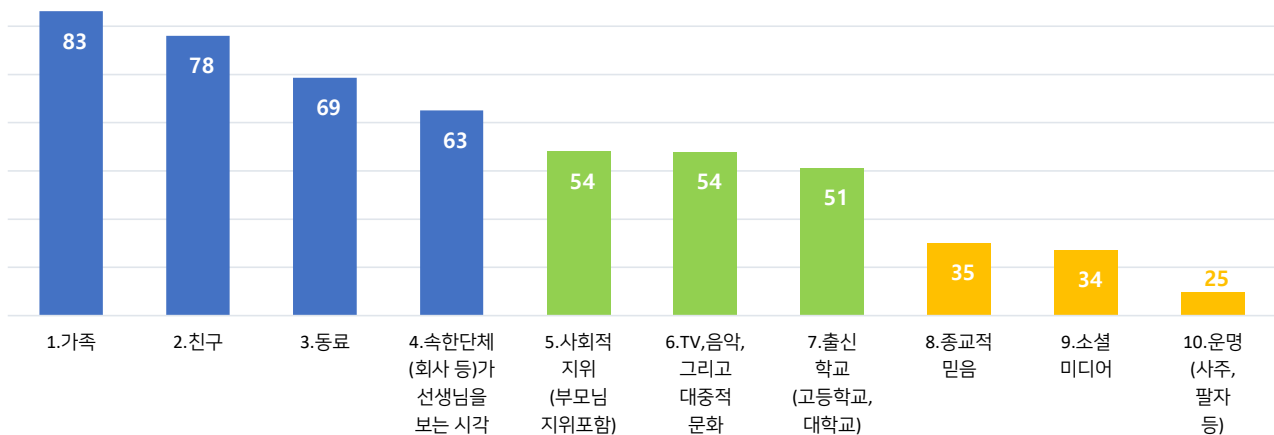
- ☑ 보수층과 진보층이 중요하게 생각하는 자기 표현 방법은 '정치성향'이기에, 각종 정치·사회 이슈를 둘러싸고 보수층과 진보층이 대립하는 것은 자연스러운 현상으로 보임
 - : 보수층과 진보층의 대립 속에 중도층은 정치적 의견을 표현하기보다 '패션', 'SNS' 등으로 자신을 표현하고 있음
- ☑ 한편, 보수층은 모든 요인에 걸쳐 국민전체보다 높은 수준의 중요도를 나타냄
 - : 진보층 역시 거의 모든 요인에서 국민전체보다 높은 수치를 기록함
 - : 이에 비해 중도층은 국민전체보다 낮은 수치를 보여, 자신을 표현하는 것에 다소 소극적인 것으로 보임

정체성 형성에 중요한 외부 요인

□ '가족' 가장 중요하고, 다음은 '친구'와 '동료'

- 국민들이 자신의 정체성 형성에 가장 중요한 외부·주변 요인으로 꼽은 것은 '가족'으로 83%가 중요하다고 응답함
 - "다음 각각의 외부 또는 주변 요인이 선생님의 정체성 형성에 얼마나 중요하다고 생각하세요?"라는 질문 후 각 요인별 중요도를 응답 받은 결과임
 - 아래 그림에서 각 요인 앞의 숫자는 중요도 순위임
- 다음은 '친구'(78%), '동료'(69%), '속한단체(회사 등)가 선생님을 보는 시각'(63%) 순으로 조사됨
- 중요도가 가장 낮은 요인은 '운명'(25%)이고, 다음은 '소셜 미디어'(34%), '종교적 믿음'(35%) 순임

'정체성 형성' 관련 외부·주변요인별 중요도 : 국민전체 (자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



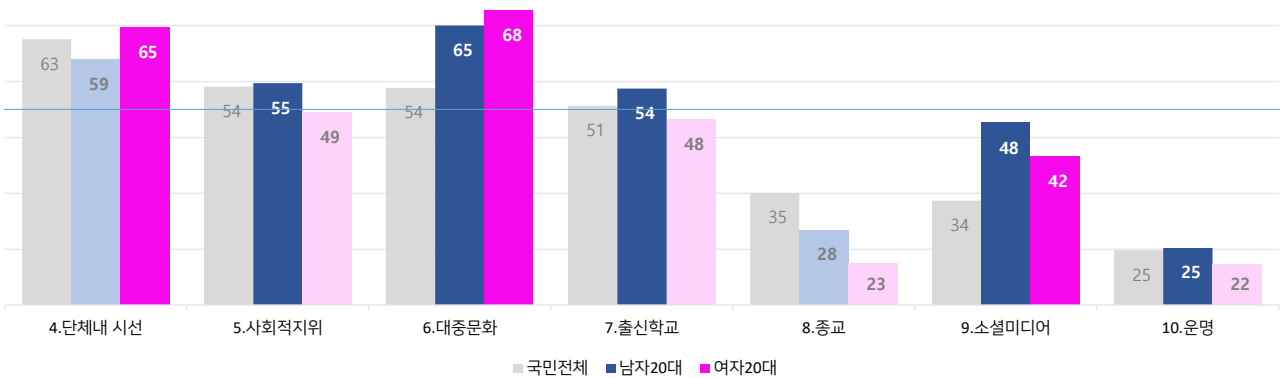
Kstat Point

- ☑ 우리 국민들은 자신의 정체성 형성에 있어 가장 중요한 외부요인은 '가족'이고, 다음은 '친구'라고 생각함
 - : 앞서의 입소스 글로벌 조사 결과를 살펴보면(2022년 3월 조사결과), 미국인은 '친구'를 가장 중요한 외부요인으로 생각하고, 다음이 '가족'임
 - : 이러한 차이는 '가족'과 '개인' 중에서 '가족'을 중시하는 한국과 '개인'을 중시하는 미국 간의 문화적 차이 때문으로 보임
 - : 하지만 한국인과 미국인 모두 '가족'과 '친구'를 매우 중요한 요인으로 생각한다는 점은 일치함
- ☑ 이전 케이스탯 조사에서도 한국인의 가족 중시 경향은 매우 뚜렷함
 - : 우리 국민들은 '살아가면서 소중히 여기는 것'에 대해 '가족의 행복'이 가장 높았고, 다음은 '내 개인의 행복', '사회 전체의 행복' 순으로 조사됨
 - : 다만, 20대의 경우 '내 개인의 행복'이 소폭 더 높은 차이를 보임
 - : 이에 대한 자세한 내용은 케이스탯 리포트 15호 『사회·가족·개인에 대한 국민의식 분석』 참고
- ☑ 국민들의 '정체성' 형성에 중요한 요인을 종합하면, '자신의 주관과 사고방식 형성'에는 인생경험과 인간관계가 중요하고, '자신을 표현하는 방법'으로 다른 사람을 대하는 태도를 배우고 일을 하며, '외부요인' 중에서는 가족과 친구가 중요한 영향을 미친다고 생각함(하위 순위 중에서는 계층별 특성에 따라 중요도가 달라짐)

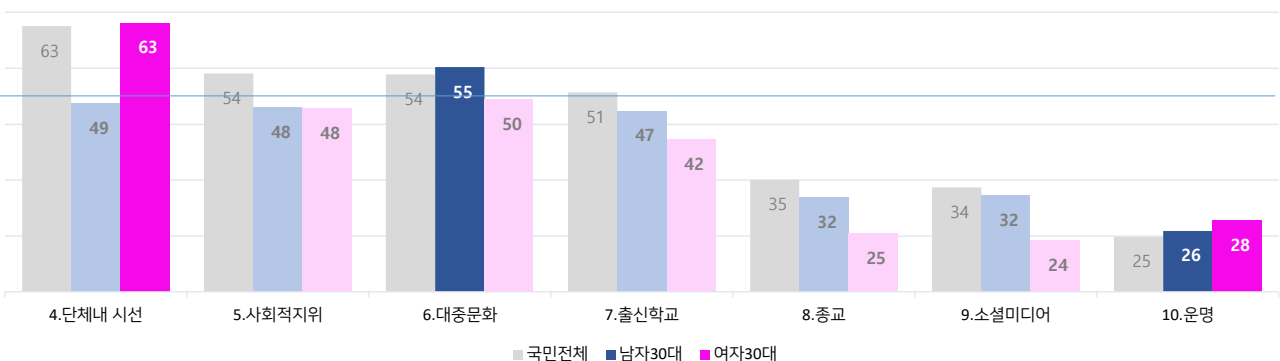
□ 2030 남자 '대중문화', 여자 '단체 내 시선' 꼽아

- 2030세대가 자신의 정체성을 형성하는 데 영향을 주는 외부요인을 살펴보면, 남자는 '대중문화'이고, 여자는 '단체 내 시선'인 것으로 나타남
 - 상위 요인(가족, 친구, 동료 등)에 대해서는 높은 중요도를 기록, 분석에서 제외함
 - 아래 그림은 중요도 4위부터 10위까지의 요인별 중요도이고, 가로 선은 50% 기준선임
 - 국민전체 수치보다 낮으면 옅은 색 막대이고, 높으면 짙은 색 막대로 표시함
- 20대 남자는 '대중문화' 중요도가 65%이고, 30대 남자는 55%로 조사됨
- '단체 내 시선'을 중시하는 여성의 경우, 20대 여자는 65%, 30대 여자는 63%를 기록함
 - 다만, 20대 여자의 경우 '대중문화'가 중요한 영향을 미친다는 응답도 68%로 높음

'정체성 형성' 관련 외부, 주변요인별 중요도(상위 요인 제외) : 20대 남, 20대 여 (자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



'정체성 형성' 관련 외부, 주변요인별 중요도(상위 요인 제외) : 30대 남, 30대 여 (자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



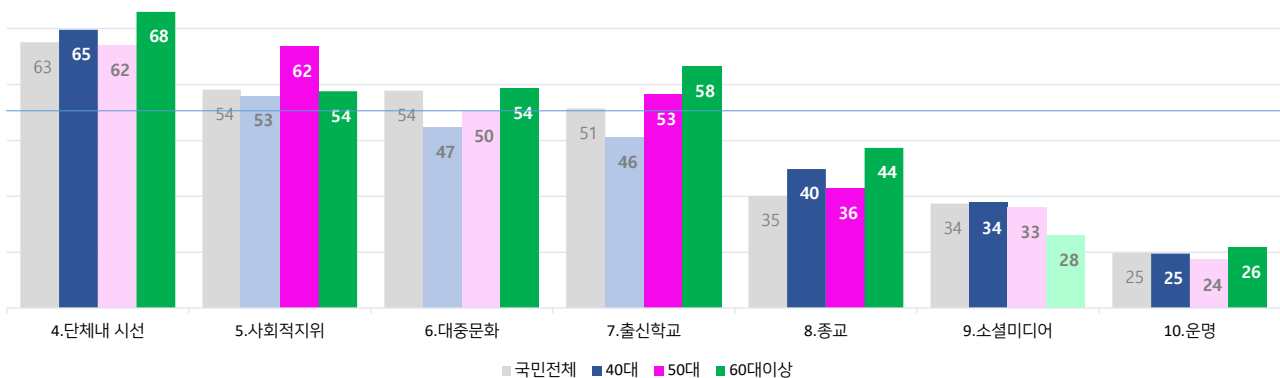
Kstat Point

- ☑ 2030세대는 정체성 형성에 중요한 외부요인에 대한 생각이 남녀간에 조금 다른 것으로 나타남
 - : 남자는 '대중문화'이고, 여자는 '단체 내 시선'임
 - : 20대 여자는 '단체 내 시선'과 더불어 '대중문화'도 중요한 영향을 미친다는 점에서 2030 남자와 공통점을 가짐
- ☑ 또한 30대보다 20대가 더 많은 외부요인에 영향을 받는 것으로 나타남
 - : 20대는 '대중문화', '단체 내 시선', '사회적 지위', '출신학교', '소셜미디어' 등 많은 요인에 영향을 받고 있음
 - : 이는 20대가 자신의 정체성을 만들어가는 시기라는, 세대 특성 때문으로 분석됨

□ 4060세대, '단체 내 시선' 중요하다고 생각

- 4060세대는 정체성 형성과 관련해 중요한 외부요인은 '단체 내 시선'이라고 응답함
 - '단체 내 시선'이라는 응답은 40대 65%, 50대 62%, 60대이상 68% 등임
 - 상위 요인(가족, 친구, 동료 등)에 대해서는 높은 중요도를 기록, 분석에서 제외함
 - 아래 그림은 중요도 4위부터 10위까지의 요인별 중요도이고, 가로 선은 50% 기준선임
 - 국민전체 수치보다 낮으면 옅은 색 막대이고, 높으면 짙은 색 막대로 표시함
- 한편, 50대는 '단체 내 시선' 외에도 '사회적 지위'(62%)와 '출신학교'(53%)도 중요한 외부요인이라고 생각함
- 60대이상 역시 '사회적 지위'(54%)와 '출신학교'(58%)가 중요한 외부요인이라고 응답했으며, 여기에 '대중문화'(54%)도 중요시 여기는 것으로 나타남
 - 60대이상은 '종교'라는 응답 비중도 44%로, 모든 성/연령에 걸쳐 가장 높은 수치를 기록함

'정체성 형성' 관련 외부, 주변요인별 중요도(상위 요인 제외) : 40대, 50대, 60대이상 (자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



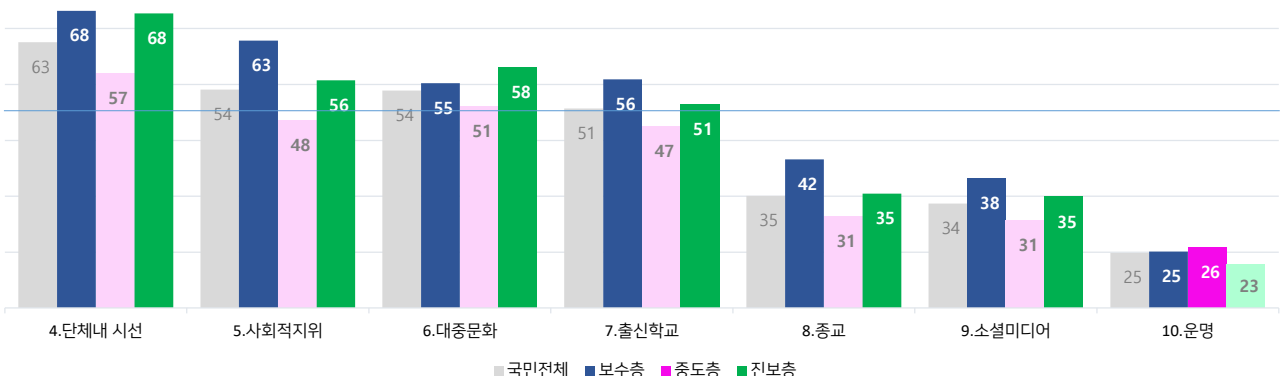
Kstat Point

- ☑ 자기정체성 형성에 미치는 외부 요인에 대해 4060세대는 '단체 내 시선'을 중시 여김
 - : 이 점에 대해 2030 여성은 동일한 생각을 하는 데 비해, 2030 남성은 '대중문화'가 더 중요하다고 생각함
 - : 이러한 차이는 2030 여성이 남성에 비해 사회성을 더 빨리 습득하기 때문으로 보임
- ☑ 한편, '소셜 미디어'가 중요한 외부요인이라는 생각은 20대에만 있는 특징적인 생각임
 - : '소셜 미디어'의 영향력 중요도는 국민 전체적으로 34%인데, 20대 남자는 48%로 14%p 높고, 20대 여자는 42%로 8%p 높음
 - : 30대는 물론 4060세대 모두 '소셜 미디어'가 중요하다는 응답은 국민전체보다 낮음
- ☑ 이와 관련, 성/연령별 '일상적 정보 획득 방법'을 살펴보면 20대 남녀의 'SNS 이용'이 두드러짐
 - : 20대 남성의 SNS 이용 비율은 44%이고, 20대 여성은 49%임
 - : 다른 성/연령의 SNS 이용 비율은 20%대 초반으로 차이가 많이 남
 - : 이에 대한 자세한 내용은 케이스탯 『2022년 8월 사회지표』 중 '뉴스 및 정보취득 방법' 참고
- ☑ 앞으로도 20대의 SNS 이용 및 소셜 미디어 의존도는 더욱 높아질 것으로 보이며, 이는 다른 성/연령과 다른 20대만의 세대 특성으로 정착될 것으로 보임

□ 이념성향별 응답, 모두 '단체 내 시선' 가장 중시

- 주관적 이념성향별로 정체성 형성에 영향을 미치는 외부요인을 살펴보면, 보수·중도·진보층 모두 '단체 내 시선'이 가장 중요한 요인이라고 응답함
 - 보수층 68%, 중도층 57%, 진보층 68%로 조사됨
 - 상위 요인(가족, 친구, 동료 등)에 대해서는 높은 중요도를 기록, 분석에서 제외함
 - 아래 그림은 중요도 4위부터 10위까지의 요인별 중요도이고, 가로 선은 50% 기준선임
 - 국민전체 수치보다 낮으면 옅은 색 막대이고, 높으면 짙은 색 막대로 표시함
- 보수층은 '단체 내 시선' 외에도 '사회적 지위'(63%), '대중문화'(55%), '출신학교'(56%) 등이 50% 이상의 중요도를 나타냄
- 진보층 역시 '사회적 지위'(56%), '대중문화'(58%), '출신학교'(51%) 등이 50% 이상의 수치를 기록함
- 이에 비해 중도층은 전반적으로 중요도 수치가 낮음

'정체성 형성' 관련 외부, 주변요인별 중요도(상위 요인 제외) : 주관적 이념성향별 (자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



Kstat Point

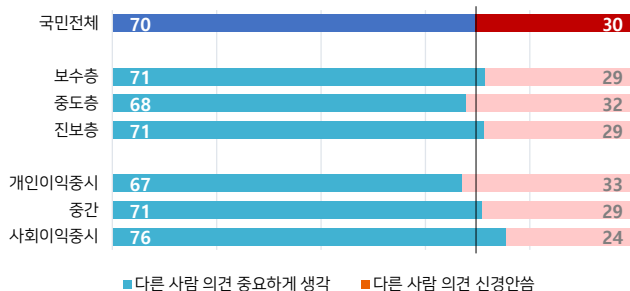
- ☑ 보수층과 진보층 모두 '단체 내 시선'이 중요하다는 응답이 68%로 높게 나타남
 - : 이에 비해 중도층은 57%로 상대적으로 낮은 수치를 기록함
 - : 이번 조사에서 전반적으로 나타나는 특징은, 보수층과 진보층은 자신의 의견을 뚜렷하게 밝히는 데 비해 중도층은 조심스럽고 소극적인 모습임
- ☑ 한편, 보수층의 경우 '종교'가 중요한 요인이라는 응답이 42%로, 국민전체에 비해 7%p 높음
 - : 진보층은 국민전체와 같은 35%임
 - : 이는 기독교인 중에서 보수적 색채를 가진 경우가 많은 이유 때문으로 추정됨(교단 포함)

▶ '나'에 대한 내 생각과 타인의 생각

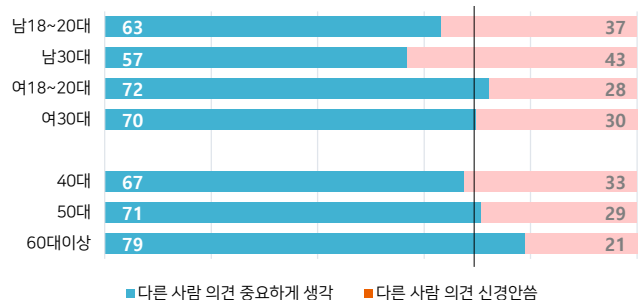
□ '나'에 대한 다른 사람 의견, 중요시 여겨

- 우리 국민들은 전반적으로 '나에 대한 다른 사람 의견'을 중요하게 생각하는 것으로 조사됨
- '나는 나에 대한 다른 사람들의 의견을 중요하게 생각한다'는 주장에 70%가 동의하고, '나는 나에 대한 다른 사람들의 의견에 신경쓰지 않는다'는 주장에 30%만 동의함
 - 아래 그림에서 검은색 세로 선은 국민전체 수치 기준선임
- 계층별로 살펴보면 모든 계층에서 '다른 사람 의견 중요하게 생각' 한다는 응답이 우세하고, 특히 우세한 계층은 △사회이익 중시층 △여자 20대 △60대이상 △충청, TK △자영업, 은퇴.무직자 등임
- '다른 사람 의견 신경 안씀' 의견이 상대적으로 높은 계층은 △개인이익 중시층 △남자 2030세대 △블루칼라 등임

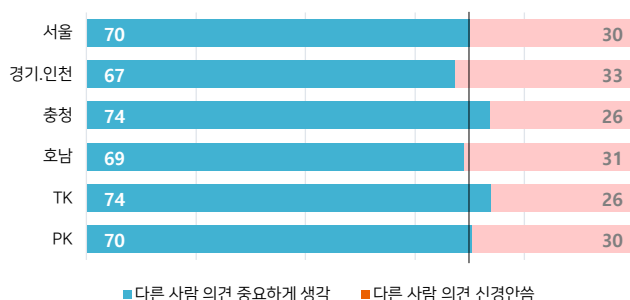
'나에 대한 다른 사람 의견' 주장별 동의도 : 국민전체, 이념별, 이익중시별
(자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



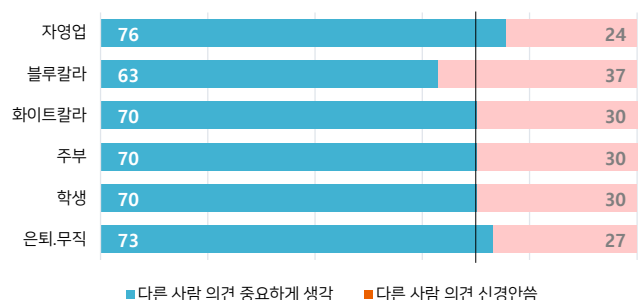
'나에 대한 다른 사람 의견' 주장별 동의도 : 성/연령별
(자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



'나에 대한 다른 사람 의견' 주장별 동의도 : 지역별
(자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



'나에 대한 다른 사람 의견' 주장별 동의도 : 직업별
(자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



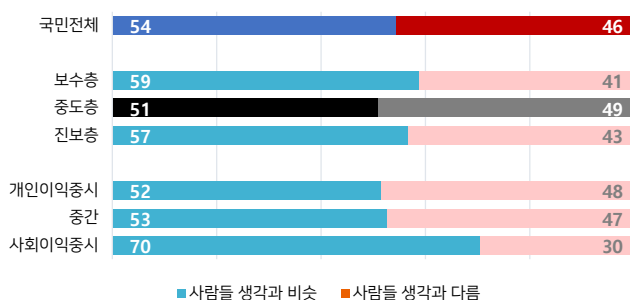
Kstat Point

- ☑ 개인의 '정체성'은 사회화 과정을 거쳐 만들어지고, 사회적 관계를 위해 형성되는 측면이 강함
: 앞서 보듯 국민 다수는 내 주관과 사고방식은 '인생경험'과 '인간관계'에서 만들어지고, 나를 표현하는 방법도 '다른 사람을 대하는 태도'가 최우선이며, 외부 요인으로 '가족'과 '친구', '동료'가 중요한 영향을 미친다고 생각함
- ☑ 이 연장선에서 국민 다수는 '나에 대한 다른 사람 의견'을 중요하게 생각하는 것으로 분석됨

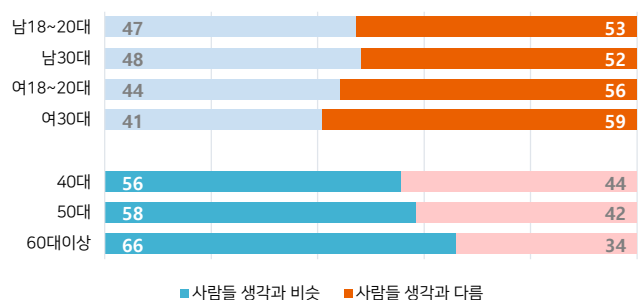
□ '내 진짜 모습', 사람들 생각과 다르다 46%

- 자신의 '진짜 모습'에 대해 '사람들 생각과 같다'는 생각이 우세하지만, '사람들 생각과 다르다'는 의견도 상당함
- '사람들이 생각하는 나와, 진짜 나는 비슷하다'는 주장 동의도는 54%이고, '사람들이 생각하는 나와, 진짜 나는 다르다'는 주장 동의도는 46%로 조사됨
- 계층별로 우세한 의견이 다른데, 먼저 '사람들 생각과 비슷하다'는 의견이 우세한 계층은 △보수층, 진보층 △개인이익 중시층, 중간층, 사회이익 중시층 △4060세대 △서울, 경기.인천, 충청, 호남, TK △화이트칼라, 주부, 학생, 은퇴.무직자 등임
 - 중도층은 '사람들 생각과 비슷' 51% vs '사람들 생각과 다름' 49%로 의견이 팽팽함
- '사람들 생각과 다르다'는 의견이 우세한 계층은 △2030세대 △PK △자영업, 블루칼라 계층 등임

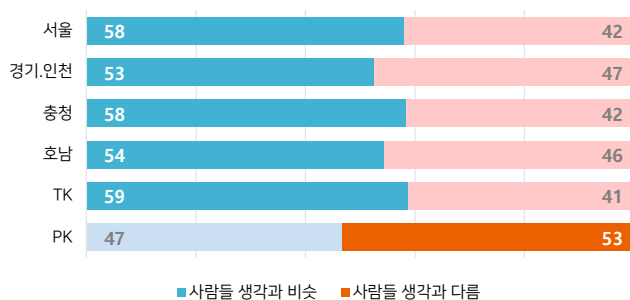
'내 진짜 모습' 주장별 동의도 : 국민전체, 이념별, 이익중시별
(자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



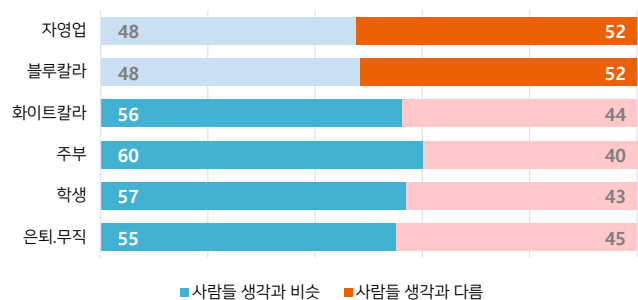
'내 진짜 모습' 주장별 동의도 : 성/연령별
(자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



'내 진짜 모습' 주장별 동의도 : 지역별
(자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



'내 진짜 모습' 주장별 동의도 : 직업별
(자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



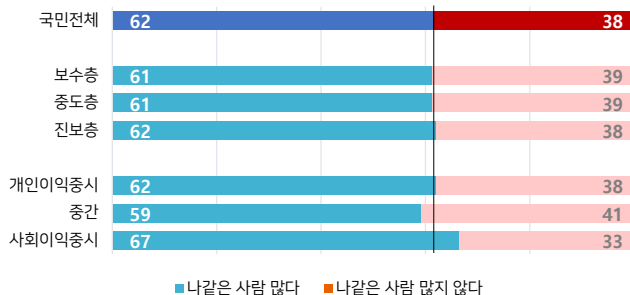
Kstat Point

- ☑ '내 진짜 모습'과 '사람들이 생각하는 나'에 대한 세대 간 의견이 다름
 - : 2030세대는 '진짜 나'와 '사람들 생각속 나'는 '다르다'는 의견이 우세하고, 4060세대는 비슷하다는 생각이 우세함
- ☑ 전통적으로 개인의 '정체성'이란 사회화 과정을 통해 형성되고, 사회적 관계 속에서 외화되기에 '내 모습'과 '보여지는 모습'(사람들 생각속 나)이 일치해야 한다는 관념이 강하게 유지되어 왔음
 - : 하지만 2030세대는 두 가지가 구분될 수 있다고 생각하며, '사람들이 보고 싶은 모습' 대로 행동할 수 있다고 말함
 - : 실제로 2030세대는 이른바 '부캐(부 캐릭터)'를 만들어, '상황에 따라 다른 여럿의 나'를 즐기고 있음
 - : '정체성'에 대한 기존 관념에 2030세대는 다른 의견을 제시하고 실천하고 있는 양상임

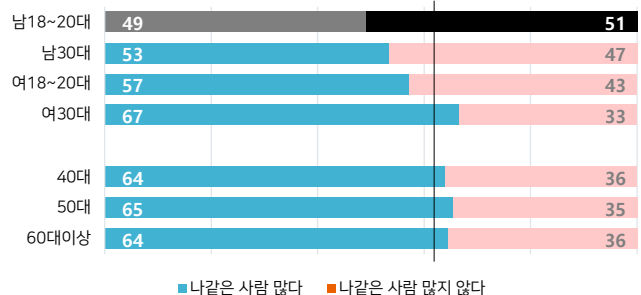
□ '나 같은 사람 많다' 62% vs '적다' 38%

- 국민 다수는 자신의 '정체성'에 대해 옹호하는 것으로 조사됨
- '우리 사회에 나 같은 사람이 많다'는 주장 동의도는 62%이고, '우리 사회에 나 같은 사람이 많지 않다'는 주장 동의도는 38%로 나타남
 - 아래 그림에서 검은색 세로 선은 국민전체 수치 기준선임
- 계층별로 살펴보면 거의 모든 계층에서 '우리 사회에 나 같은 사람이 많다'는 응답이 우세하고, 특히 우세한 계층은 △사회이의 중시층 △여자 30대 △호남 △주부 등임
- '우리 사회에 나 같은 사람이 많지 않다'는 의견이 상대적으로 높은 계층은 △남자 2030세대, 여자 20대 △충청 △블루칼라, 은퇴.무직자 등임
 - 남자 20대의 경우 '나 같은 사람 많다' 49% vs '나 같은 사람 많지 않다' 51%로 팽팽함

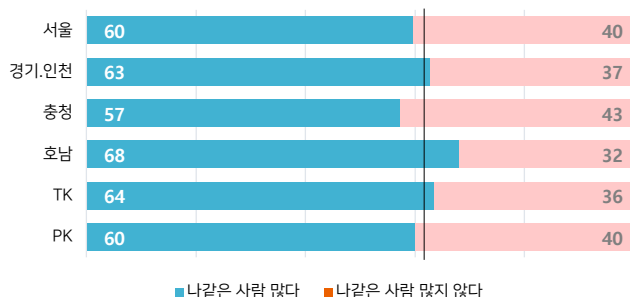
'자기 정체성 옹호' 주장별 동의도 : 국민전체, 이념별, 이의중시별
(자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



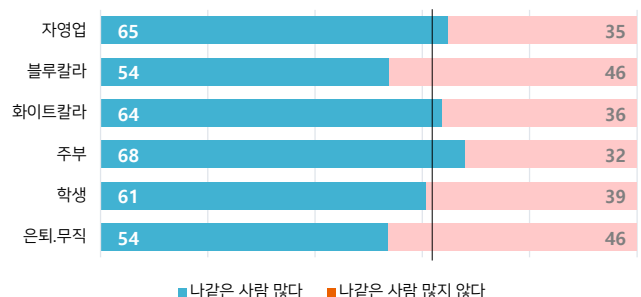
'자기 정체성 옹호' 주장별 동의도 : 성/연령별
(자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



'자기 정체성 옹호' 주장별 동의도 : 지역별
(자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



'자기 정체성 옹호' 주장별 동의도 : 직업별
(자료:케이스탯, 2022.08.14조사, 단위:%)



Kstat Point

- ☑ 국민 다수는 자신의 정체성을 옹호하면서, '우리 사회에 나 같은 사람이 많다'고 생각함
 - : 하지만 2030 남자와 20대 여자의 경우 '나 같은 사람이 많지 않다'는 의견이 상당한 수준임
 - : 앞서의 '진짜 나'와 '사람들 생각 속 나'는 '다르다'는 의견이 우세한 계층 역시 이들임
 - : 이들 세대 안에서도 '진짜 나'와 '사람들 생각 속 나'를 일치시켜야 한다는 생각과, '달라도 된다'는 생각이 혼재되어 있는 것으로 보임
- ☑ 향후 '메타버스'로 대표되는 가상세계가 급속히 활성화되는 과정에서, '가상세계 속 나'와 '현실세계 속 나'를 둘러싼 정체성 논란은 불가피하다는 지적임
 - : 더불어 현실세계에 있는 '진짜 나'와 '사람들 생각 속 나'에 대한 정체성 논란도 확대될 것으로 전망됨

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 58, 59호] 발간 안내

케이스탯 리포트 58호와 59호는

각각 9월 15일(목요일), 9월 29일(목요일)에 발간되며,

케이스탯 9월 사회지표는 9월 22일(목요일)에 발간됩니다.

