

2015-04호

# 세월호 참사 1주기 진단 : 저신뢰 넘어 불신사회 진입 기로

---

정한울

동아시아연구원

2015년 4월 7일



## 세월호 참사 1주기 진단 : 저신뢰 넘어 불신사회 진입 기로 정부-대기업-언론-노조-종교단체 신뢰도 총체적 하락

본 보고서는 <데일리한국>에 기고한 “세월호 참사 1주기...저신뢰 넘어 불신 사회 진입의 기로” (2015년 4월 6일자) 기사의 원본 보고서이다. <데일리한국>의 양해 하에 보고서로 발간한다.

정한울\_EAI 사무국장, 여론분석센터 수석연구원  
2015. 4. 7

### 세월호 참사 1주기 대한민국 민낯 드러낸 세월호

지난 해 4월 16일은 대한민국을 큰 충격과 좌절에 빠뜨린 날이다. 인천을 떠나 제주도로 수학여행을 가고 있던 단원고 학생들과 각기 나름의 사연을 싣고 진도 앞바다를 지나던 세월호의 침몰 과정을 전 국민이 지켜본 날이다. 승선자 476명 중 295명이 희생됐고 9명은 실종됐다. 500여명의 생명과 대형 화물을 실은 대형선박이 침몰한 것은 안전 대신 이윤을 택한 선박운항사의 탐욕, 당국의 허술한 안전점검 및 부실한 예방관리 체제로 빚어진 결과였다.

충격적인 것은 사고 당일부터 11월까지 진행된 수색과정을 통해 가운데 단 한명도 추가로 구조하는 데 실패했다는 점이다. 승객들에게는 “가만히 있으라”는 안내방송을 내보내고 자신들은 구조선에 몸을 싣은 선장과 선원들의 납득할 수 없는 대응, 대형 안전사고에 대한 체계적이고 전문성 갖춘 구조대응체계를 구축하지 못해 우왕좌왕하던 정부 재난대응의 안이함과 무능이 대형 참사로 키웠다. 사고 당일 오후 쯤이면 구조소식을 들을 수 있겠지 기대했던 게 대부분의 국민들이 갖고 있던 일반적인 생각이었다. 세계10위권 경제대국 진입, 국민소득 3만불을 외치던 대한민국의 자부심에 큰 균열을 가져왔다.

### 대한민국 거버넌스의 현 주소 저신뢰 사회 넘어 불신 사회로 전락하나

세월호 참사는 대한민국 정부, 기업, 시민사회 등 한국사회 국정 거버넌스 전반에 대한 불신과 불안감을 증폭시켰다. 동아시아연구원이 글로벌스캔과 매년 진행하는 한국사회 주요 거버넌스 행위자들에 대한 신뢰도 조사결과를 보면 정부, 대기업, 언론, 시민단체 등 하나같이 불신의 대상으로 전락하고 있다. 저신뢰를 넘어 불신사회로 접어드는 양상이다. 조사 결과는 글로벌스캔이 주관하고 동아시아연구원이 한국측 연구파트너로 참가하여 매년 전 세계 25~30개국에서 동시 진행





하는 기업의 사회적책임에 대한 국제비교 조사 시리즈인 <RADAR>에 포함된 제도신뢰 질문지 세트를 비교한 결과이다.<sup>1)</sup>

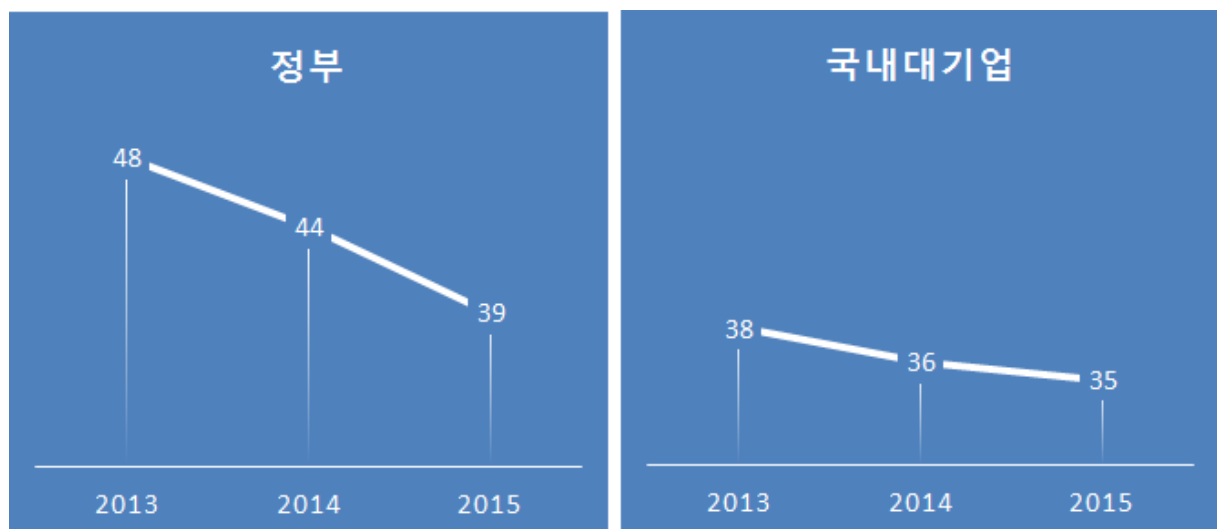
**정부 신뢰 2013년 48% → 2015년 39%**

**대기업 신뢰도 2013년 38% → 2015년 35%**

무엇보다 정부의 신뢰도 하락이 두드러진다. 박근혜 정부 취임1년차인 2013년만 해도 정부를 신뢰한다는 응답이 48%로 과반에 육박했지만, 세월호 참사 전인 2014년 2월 조사에서 44%로 떨어지고, 올 2월 조사에서는 39%로 급격한 하락세를 보여주었다.

한편 현 정부 들어와 초기부터 각종 비자금 사건과 갑질 논란의 중심에 섰던 대기업에 대한 신뢰도는 2013년 이미 38%로 다른 기관에 비해 낮은 편이었고, 2015년 조사에서는 35%를 기록했다. 반대로 열 명 중 여섯 명 이상이 한국의 대기업에 대해 못 믿겠다고 말하고 있는 셈이며, 지속적으로 하락세를 보이고 있다는 점에 주목할 필요가 있다.

[그림1] 현 정부 시기 정부-대기업 신뢰도 : “매우+대체로 신뢰” 한다고 응답한 비율(%)



출처 : 글로벌스캔 · 사회적기업연구소 · 동아시아연구원(2013.2~2015.2)

**언론매체 신뢰도 2013년 41% → 2015년 34%**

**시민단체 2013년 60% → 2015년 55%**

정부와 대기업에 대한 견제역할을 해야 할 언론매체 신뢰도도 2013년 41%에서 2013~15년 거치며

1) 한국조사는 전국 만19세 성인남녀 대상으로 지역, 성, 연령 기준 비례할당방법으로 무작위로 추출한 1000명 대상으로 조사가 이루어졌다(응답율 14.9%). 2015년 2월 6일~9일까지 4일간 유무선 임의전화걸기(RDD)를 이용한 전화면접조사(CATI)로 조사를 진행하였다. 본 제도신뢰문항은 전체 샘플의 절반인 500명 대상으로 진행한 결과이며, 500명 하위표본집단 역시 지역, 성, 연령 구성비에 맞게 비례할당하여 추출하였다. 표본오차는 무작위추출을 전제할 때 95% 신뢰수준에  $\pm 4.4\%$ p이다.

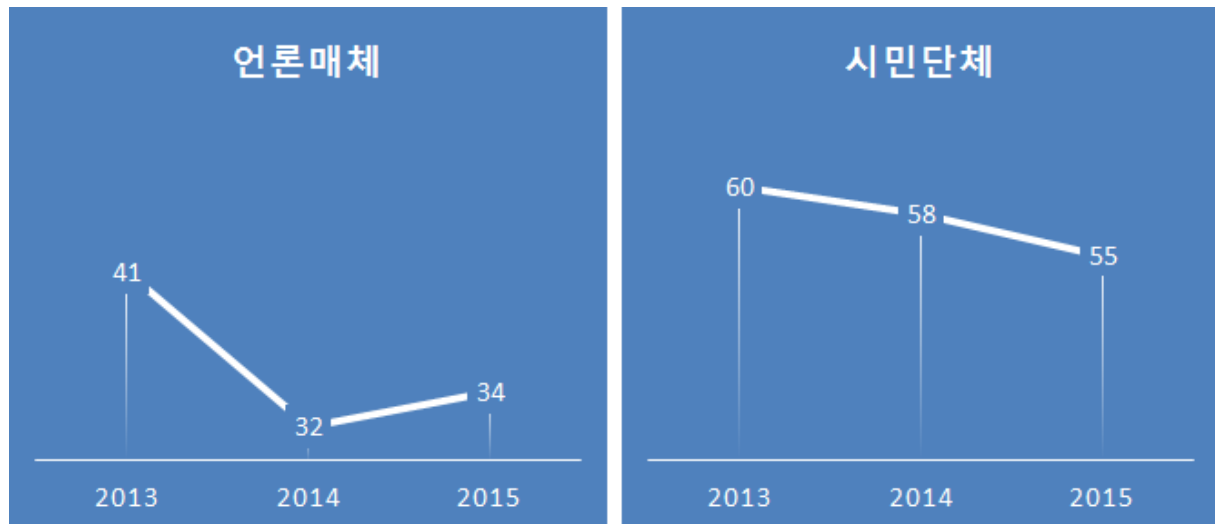




32~34%까지 떨어졌다. 세월호 사건 과정에서 보여준 언론보도의 선정성, 당파성 논란 과정에서 ‘기레기’라는 불명예스런 신조어가 탄생하기도 하였다. 특히 기존 매체는 물론 온라인 매체 등 장하면서 정보독점구조를 약화시키는 긍정적인 영향도 과소평가할 수 없지만, 동시에 각종 음모론과 진영론적 사고의 확대재생산에 대한 우려도 키우고 있음을 부정할 수 없다.

한편, 정부와 시민사회를 매개하는 시민단체(NGO)들은 상대적으로 사정이 낮기는 하다. 과반이상이 신뢰한다고 답해 국내 기관으로는 유일하게 신뢰한다는 응답이 신뢰하지 않는다는 응답을 상회하는 집단이다. 그러나 정부와 대기업 신뢰도 하락이 시민단체에 대한 기대로 이어지지 못하고, 마찬가지로 시민단체 역시 신뢰도 하락 경향을 보여주고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 시민단체(NGO)에 대한 신뢰도는 2013년 60%, 2014년 58%, 2015년 55%로 완만하지만 하향추세를 보여주고 있다.

[그림2] 현 정부 시기 언론-시민단체 신뢰도 : “매우+대체로 신뢰” 한다고 응답한 비율(%)



출처 : 글로벌스캔 · 사회적기업연구소 · 동아시아연구원(2013.2~2015.2)

#### 약자 대변 노동조합 신뢰도 39%

#### 사회통합 상징, 종교단체 신뢰도 32%로 가장 낮아

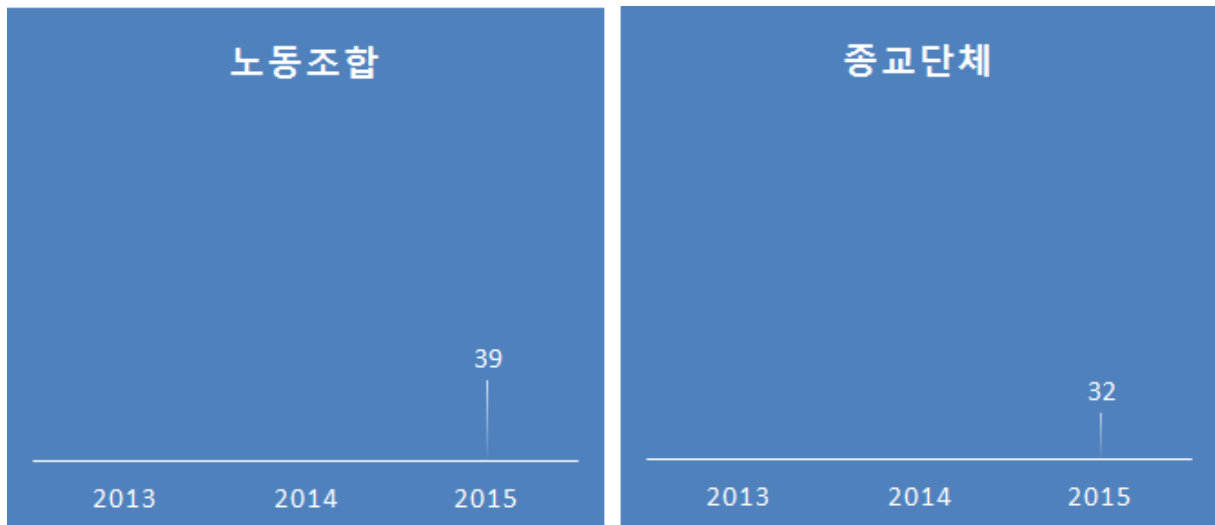
과거 시민단체와 함께 한국사회에서 높은 신뢰를 받던 노동조합이나 종교단체에 대한 불신 수준도 주목해야 한다. 이들 기관에 대한 신뢰도 평가는 동아시아연구원 2015년 신뢰도 조사에 처음 포함하였다. 우선, 기업 횡포에 맞서 노동자 권익을 대변한다는 노조에 대한 신뢰도는 39%로 불신의 대상으로 전락한 대기업(34%)과 큰 차이가 없는 집단으로 인식되고 있다는 점은 노조 입장에서 뼈아픈 대목이다.

정치, 경제, 사회적 갈등을 치유하고 사회 통합 과정에 중요한 역할을 하는 종교단체에 대한 불



신은 심각한 상황이다. 32%가 종교단체를 신뢰한다고 답한 반면, 신뢰하지 않는다는 응답은 64.2%로 나타났다. 교황 방문 이전까지 종교가 세월호 치유 과정에서 이렇다 할 위로와 치유의 기능을 하지 못했던 점을 기억할 필요가 있을 듯하다. 세월호 치유와 해법을 두고 교단이 갈라지고, 분란을 겪었던 모습이 작용한 결과인 듯하다. 이번 조사대상에 포함된 한국사회의 영향력 있는 행위자들 중 가장 불신이 큰 집단으로 나타났다. 치유와 통합의 기능이 절실한 시기에 기대에 못 미친 것이 더 큰 냉소를 부른 것으로 보인다.

[그림3] 현 정부 시기 언론-시민단체 신뢰도 : “매우+대체로 신뢰” 한다고 응답한 비율(%)



출처 : 글로벌스캔 · 사회적기업연구소 · 동아시아연구원(2013.2~2015.2)

## 세월호가 던진 질문에 답해야 할 때

### 선장-항해사-승객 신뢰 복원 시급

지난해 4월 이후 세월호의 침몰은 대한민국의 침몰로 이해되어왔다. 참사를 겪은 후 전 사회적으로 작게는 대한민국의 안전시스템 점점부터 크게는 성장시대의 패러다임 전반에 대한 진단과 근본적인 대책이 필요하다는 공감대가 형성되었다. 그러나 1년이 지난 지금 이러한 공감대가 얼마나 현실 개혁의 힘으로 전환되었는지 의문이다. 대통령까지 나서서 약속했던 문제 진단, 특단의 대책, 중장기 구조개혁 등의 조치 중 어느 것 하나 속 시원하지 않다. 아직까지 진상규명, 책임자 문책, 보상 및 제도 개선, 중장기 구조개혁의 과제들이 뒤엉켜 실마리를 찾지 못하고 있다.

불신이 사회전반에 확산되고 고착되고 있다. 또 다른 비극을 막기 위해 대비해야 할 시간이 흘러가고 있다. 이런 상황에서 제2의 세월호는 없다고 자신할 수 있겠는가. 극단적인 불신사회에서 참사가 재현된다면, 그 때는 무책임한 선장과 선원, 무능한 구조시스템에 대한 순응 때문이 아닌 극단적인 불신과 불복 때문에 발생할 것이다. 선장, 항해사, 선원, 승객이 힘을 모아야 하는 데

누가 선장인지, 누가 항해사이고 선원인지 알 수 없다. 누구를 믿고 따라야 할지 총체적인 불신 구조가 공고화되고 있다. 아픔을 딛고 일어서야 할 세월호 1주기를 더욱 무겁게 맞이하게 되는 이유가 여기에 있다(끝).

## [ 조사개요 ]

모집단	전국 만19세 이상 성인남녀
표본크기	1,000명 (본 제도실행 질문세트는 500명 대상 조사 결과임)
응답율	14.9%
표본추출	2015년 1월 주민등록인구현황에 따라 성별, 연령별, 지역별 비례할당 후 무작위추출
표본오차	무작위 추출을 전제했을 경우, 조사표본 1,000명의 최대허용 표본오차는 95% 신뢰수준에서 $\pm 3.1\%p$ (500명 조사의 경우 $\pm 4.4\%p$ )
조사방법	유·무선전화 RDD(임의번호걸기·Random Digit Dialing)를 이용한 전화면접조사(CATI)
조사기간	2015년 2월 6일~2월 9일 (4일간)
조사기관	(주)한국리서치 (대표이사 노익상)

I 이 보고서는 보고서에 실린 견해는 저자 개인의 것으로 EAI나 EAI 여론분석센터 전체의 의견을 대표하지 않습니다. 이 보고서에 실린 내용의 일부나 전체에 대한 무단 사용을 금하며, 인용 시에는 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

I ISBN 979-11-86226-22-3 95300







## 2014-2015 EAI 여론분석연구

### EAI 오피니언리뷰 (워킹페이퍼 시리즈)

- 2014-01호, “여론으로 본 2014 정국 전망” 정한울 (2014-01-07)  
2014-02호, “고공행진 대통령 지지율의 함정” 정한울 (2014-02-28)  
2014-03호, “국정지지율로 본 2014년 평가와 2015년 정국 전망” 정한울 (2014-12-30)  
2015-01호, “KOREAN VIEWS 2014: 달라진 한국의 위상과 대외인식의 딜레마” 정한울 (2015-01-20)  
2015-02호, “경고등 들어 온 3년차 박근혜 정부의 국정 과제: 약효 떨어진 민생우선노선, 국민 체감 여부가 관건” 정한울 (2015-03-04)  
2015-03호, “국정소통의 4대 성공조건” 정한울 (2015-03-19)  
2015-04호, “세월호 참사 1주기 진단: 저신뢰 넘어 불신사회 진입의 기로” 정한울 (2015-04-07)

### EAI · 사회적기업연구소 공동 <CSR Monitor> (워킹 페이퍼 시리즈)

- Vol. 1 “국민 여론으로 본 한국 CSR의 4대 딜레마” 대표집필: 정한울 (2013-09-03)  
Vol. 2 “반기업 정서와 CSR 인식의 국제비교: 다양성과 유형별 특성” 대표집필: 정한울 (2013-11-01)  
Vol. 3 “기업 신뢰도의 영향 요인: 공유가치창출(CSV)을 중심으로” 대표집필: 조희진 (2013-12-31)  
Vol. 4-1 “국민들의 대기업 불신에서 나타나는 세 가지 특징” 대표집필: 정원철 (2014-02-28)  
Vol. 4-2 “반기업 정서의 결정요인: CSR과 정치변수의 영향력” 대표집필: 정한울 (2014-02-28)  
Vol. 5 “한국 기업의 사회적 책임활동 평가와 사회적 기업화 전략” 대표집필: 김보미 (2014-08-29)

### EAI 여론브리핑 (여론조사결과 요약 보고서)

- 137호 “EAI · 일본 言論NPO 공동 동아시아 지역 갈등과 민간외교의 역할” 정원철 (2014-04-04)  
138호 “BBC 17개국 자유에 대한 인식조사” 김보미 (2014-04-08)  
139호 “세계가 본 17개 파워국가의 국가 이미지” 정한울 (2014-12-31)  
140호 “한국이 본 세계와 세계가 본 한국의 국가이미지” 정한울 (2014-12-31)  
[특별호] “제2회 한일공동여론조사 비교 데이터” EAI · 言論NPO (2014-07-16)  
[특별호] “제2회 한일국민상호인식조사 한일비교분석 결과 보고서” EAI · 言論NPO (2014-07-16)

### 단행본

서재혁 · 장용석 · 정재관 공편 (가제) <사회적 책임, 사회적 기업> (근간)



