

ISSN: 2800-051X

HankookResearch

한국리서치 주간리포트(제282-1호)

여론속의 여輿론論

기획: 연예인의 역할 및 대중의 알 권리에 대한 인식조사

2024. 05. 29.

담당자 신하은 책임연구원

전화 | 02-3014-1027

e-mail | heshin@hrc.co.kr

한국리서치 주간리포트

- 한국리서치가 기획하고 운영하는 자체 조사입니다.
- 격주로 시행하는 정기조사입니다.
- 특정 의제를 다각도로 조사하고 분석하는 심층 여론조사입니다.
여론의 현상과 함께 흐름을 추적하고, 여론 속의 민심을 파악하고자 합니다.
- 정가지표-기획조사 등으로 구성합니다.
- 정가지표는 국가, 사회, 개인과 관련한 국민들의 인식 추이를 제시합니다.
- 기획조사는 한국리서치 연구원이 기획하고 분석합니다. 주제에 따라 외부 전문가와 함께 기획하고 분석 및 보도를 함으로써, 여론에 대한 심층적인 이해를 돕고자 합니다.
- 궁금하신 사항은 아래 에디터들에게 문의하여 주십시오.

운영책임

이동한 수석연구원

전화 | 02-3014-1060

e-mail | dhlee@hrc.co.kr

연구진

이소연 연구원

전화 | 02-3014-1062

e-mail | lee.sy@hrc.co.kr

저작권 정책

- 본 보고서에서 제공하는 모든 콘텐츠(텍스트, 차트 및 그래프)는 저작권법에 의하여 보호받는 저작물로서, 별도의 저작권 표시 또는 다른 출처를 명시한 경우를 제외하고는 원칙적으로 (주)한국리서치에 저작권이 있습니다. 따라서 본 보고서의 콘텐츠를 무단 복제, 배포하는 경우에는 「저작권법」 제136조의 지적재산권침해죄에 해당하여 5년 이하의 징역 또는 5천 만원 이하의 벌금에 처해질 수 있습니다.
- 본 보고서의 콘텐츠는 (주)한국리서치가 상당한 투자나 노력으로 만든 성과물입니다. 출처를 명기하지 않고 이를 무단으로 사용하는 행위는 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」에 위반되므로 위 행위자에 대해 해당 법률에 따른 조치 및 손해배상을 청구할 수 있습니다.
- 본 보고서로 연결되도록 링크하는 것은 허용합니다. 다만, 이 경우에도 출처는 반드시 명기하여야 합니다.
- 보도, 연구, 교육 등 정당한 범위 안에서 공익적 목적을 위해 본 보고서를 인용할 수 있습니다. 그러나 이 경우에도 인용은 저작물의 일부분에 한정되어야 하며, 전체 내용의 10% 이상을 인용하는 경우에는 이를 저작권 침해로 판단할 수 있습니다.
- 본 보고서의 콘텐츠를 영리 목적 없이 개인적으로 이용할 경우에는 복제가 가능합니다.
- 본 보고서의 콘텐츠로 수익을 얻거나 이에 상응하는 혜택을 누리고자 하는 경우에는 (주)한국리서치와 사전에 별도의 협의를 하거나 허락을 얻어야 하며, 협의 또는 허락을 얻어 자료의 내용을 게재하는 경우에도 출처가 (주)한국리서치임을 반드시 명시하여야 합니다.
- 본 보고서의 콘텐츠를 적법한 절차에 따라 다른 인터넷 사이트에 게재하는 경우에도 단순한 오류 정정 이외에 내용의 무단변경을 금지하며, 이를 위반할 때에는 형사 처분을 받을 수 있습니다.

일러두기

- 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 보고서 상에 표기된 값의 합이 100%가 되지 않을 수 있습니다.
- 복수응답 문항의 빈도는 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 응답 사례 수가 적은 경우 해석에 유의하여 주십시오.

연예인의 역할 및 대중의 알 권리에 대한 인식조사

주요 결과

- K-POP과 K-DRAMA 등 한국의 대중문화예술이 전 세계적으로 큰 흥행을 일으키고 있으며, 한국 연예인에 대한 인기와 관심도 높다. 인기만큼이나 연예인의 사생활이나 언행, 또는 비윤리적인 행동에 대한 논란도 많은 것을 보면, 사람들은 연예인에게 단순히 노래나 연기를 잘하는 것 이상의 사회적 책임을 기대하는 것으로 보인다. 연예인의 역할은 무엇이며, 연예인의 생활 중 어디까지가 사생활이고, 어디까지 국민의 알 권리일까? 한국리서치 <여론 속의 여론>팀은 지난 4월 5일 ~ 8일 전국 만 18세 이상 남녀 1000명을 대상으로 연예인의 역할과 사생활, 그리고 대중의 알 권리에 대한 조사를 진행하였다.
- 연예인이 공인이라는 응답은 71%, 사회에 영향을 준다는 응답은 84%로 연예인을 정치인 다음으로 영향력 있는 공인이라고 인식했다.
- 연예인의 공식적 생활만큼이나 그들의 연애 여부 및 연애 상대에도 관심이 높았다. (관심도 각 공식 활동일정 66%, 봉사/기부활동 61%, 연애여부 및 연애 상대 61%)
- 비공식적인 연예인의 활동에 대해서는 국민의 알 권리가 없다는 인식이 대다수였으며 가장 개인적인 사생활인 전화/문자/카톡 내용이 알 권리라는 응답은 3% 였다.
- 다만 연예인의 생활 중 범죄 혹은 비윤리적인 행동의 경우 알 권리라는 응답이 70% 이상이었으며, 그것이 단순히 '의심되는 정황' 이더라도 60% 이상이 알 권리가 있는 정보라고 평가했다.
- 연예인의 전화/문자/카톡 내용이 범죄 및 비윤리적인 행동이 의심되는 상황에서 공개되는 것에 대해서는 '알 권리'와 '사생활 침해'로 양분되는 경향이다.

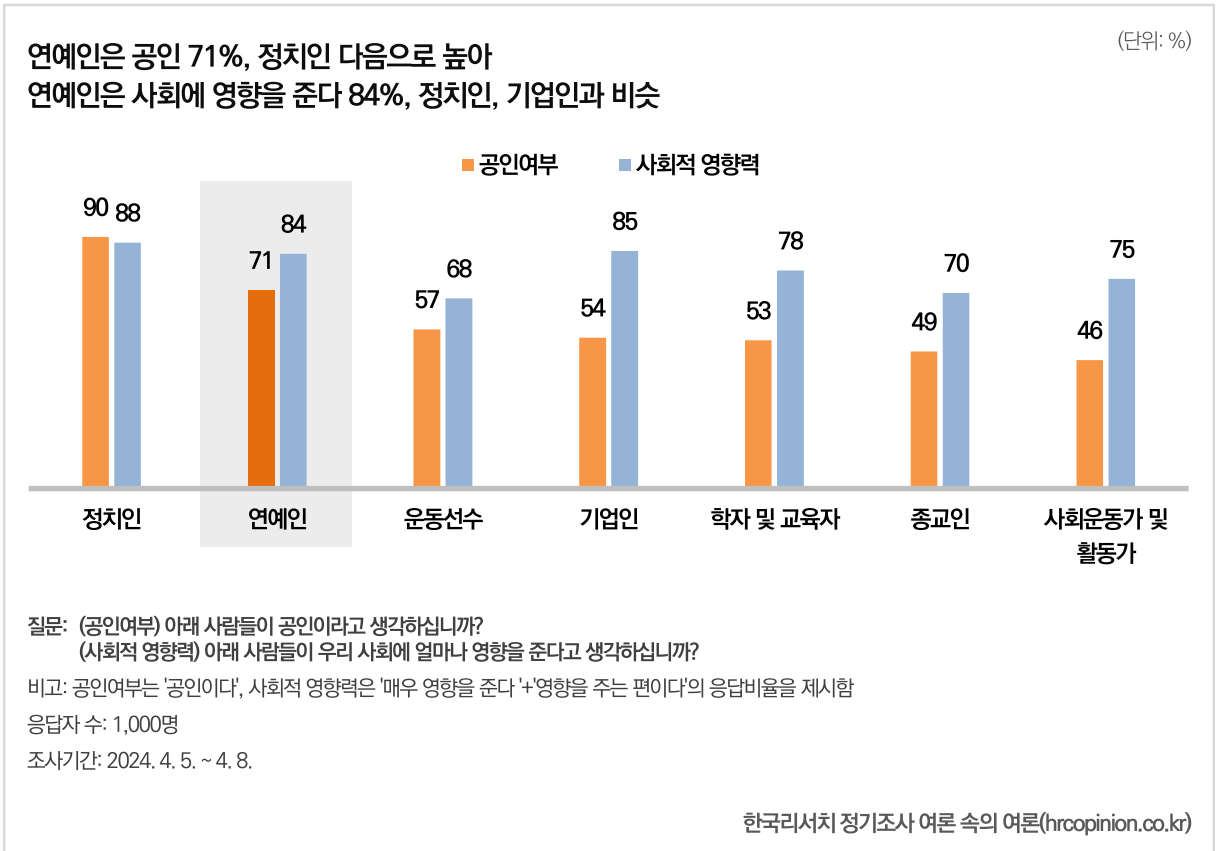
1

연예인 공인론에 대한 인식

연예인은 정치인 다음으로 영향력 있는 공인이라고 인식

사람들은 연예인을 공인(公人)이라고 생각할까? 만약 그렇다면, 연예인에게도 공인에게 기대하는 높은 수준의 도덕성과 책임을 요구할까? 이번 조사에서, 전체 응답자의 71%는 연예인을 공인으로 간주하였다. 이는 공인의 사전적 의미(공적인 일에 종사하는 사람)에 정확히 부합하는 정치인(90%) 다음으로 높은 수준이다. 또한 기업인(54%), 운동선수(57%), 학자/교육자(53%), 종교인(49%)을 공인이라고 간주하는 사람보다, 연예인을 공인으로 보는 사람이 더 많다.

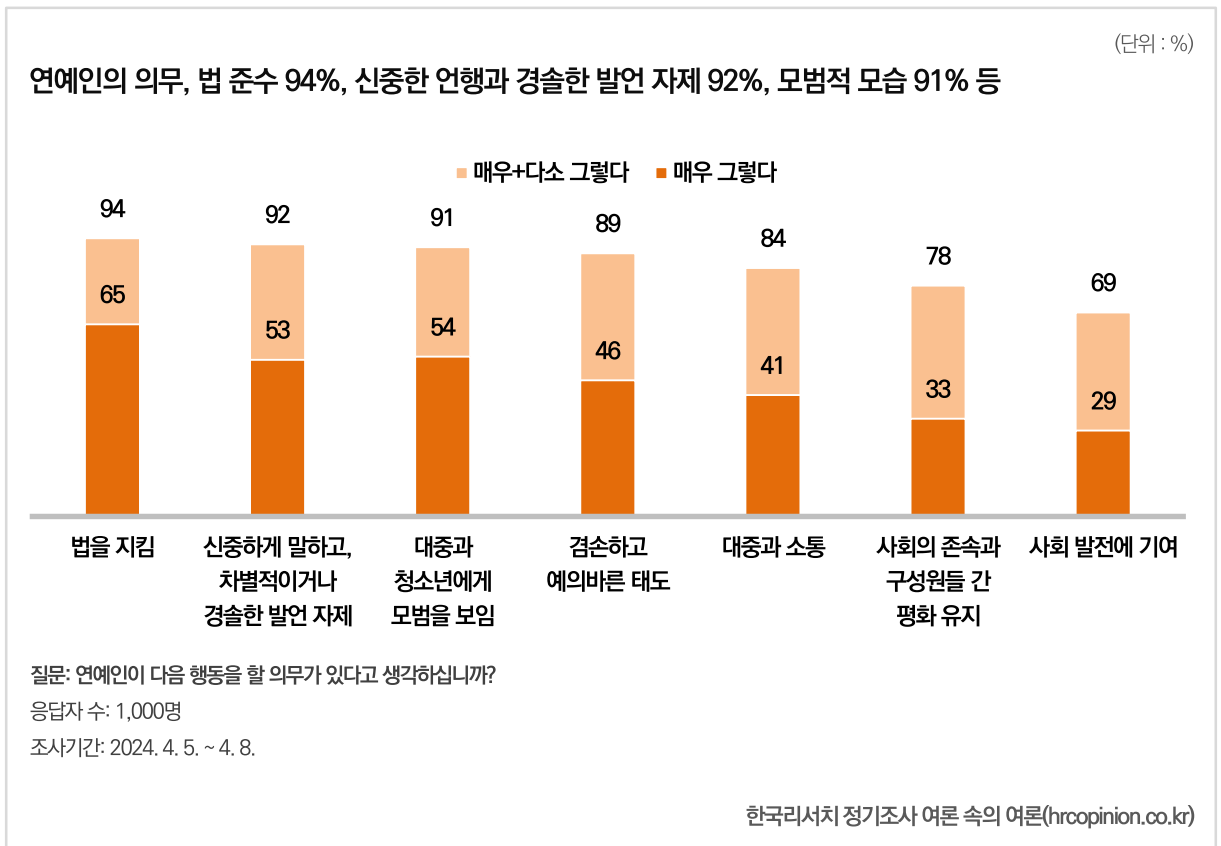
연예인이 우리 사회에 영향을 준다고 평가하는 사람은 전체의 84%로, 정치인(88%)이나 기업인(85%)의 영향력과 유사하다. '매우 영향을 준다'는 응답만 놓고 보면 정치인 53%, 연예인 39%, 기업인 32% 순으로, 사회에 미치는 영향력 역시 정치인 다음으로 높다.



10명 중 9명은 연예인의 신중한 언행과 모범적 태도가 의무 사항이라고 응답, 사회발전 기여나 사회 존속과 평화 유지 의무는 그보다 낮은 70%대이나, 전반적으로 사회의 모범이 되는 연예인의 모습 기대

연예인에게 기대하는 행실에 대해서도 물었다. 10명 중 9명은 연예인이 신중한 언행과 경솔한 발언을 자제(92%)하고, 대중과 청소년에게 모범(91%)을 보이며, 겸손하고 예의바른 태도(89%)를 취해야 한다고 생각한다. 사회 존속과 구성원들 간 평화를 유지(78%)해야 하고 사회 발전에 기여(69%)해야 한다는 응답은 개인적 차원의 행동거지보다 낮으나, 10명 중 7~8명 정도는 연예인이 사회에도 기여해야 한다고 본다.

이를 종합해 볼 때, 대중은 연예인을 단순히 유명한 직업인 혹은 셀럽으로만 보는 것이 아니라 사회에 영향력을 끼칠 수 있고 모범적인 행동을 보여야 하는 ‘공인’으로 여기고 있다.

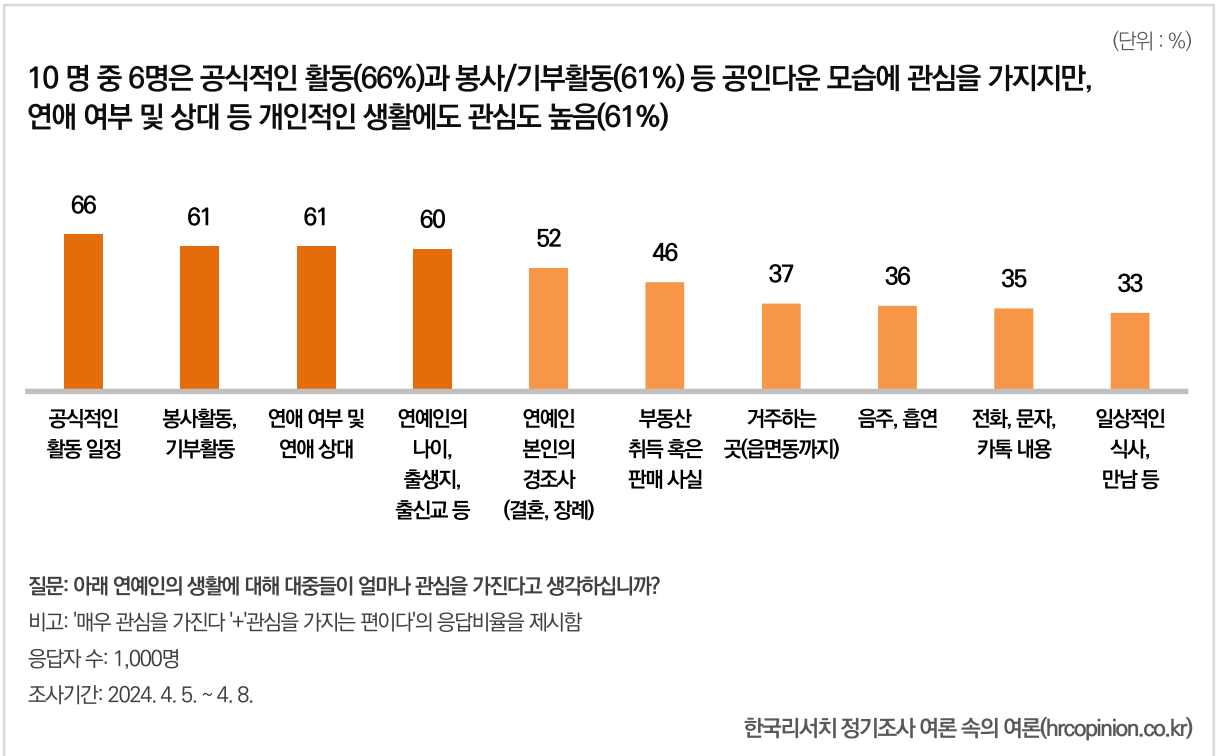


2

연예인에 대한 관심 양상

10명 중 6명, 대중들이 연예인의 공적 생활에 대해 관심을 가진다고 생각하며 그만큼 연애 등의 사생활에도 관심(61%)

대중들은 연예인의 직업적 성취에도 관심을 가지지만, 그들의 사생활에 호기심을 보이는 사람도 적지 않다. 대중이 연예인의 공식적인 활동일정(66%), 봉사활동 및 기부활동(61%) 등 공식적·공익적 생활에 관심을 가진다고 보는 사람이 다수이고, 동시에 가장 개인적인 사생활이기도 한 '연애 여부 및 연애 상대'(61%)에 대해서도 비슷한 수준의 응답을 보인다. 뿐만 아니라 사적 정보라고 볼 수 있는 연예인의 전화·문자·카카오톡 내용(35%), 거주하는 곳(37%), 일상적인 식사·만남(33%), 음주·흡연 여부(36%)에 대중들이 관심을 갖는다고 보는 사람도 3명 중 1명이다.



3

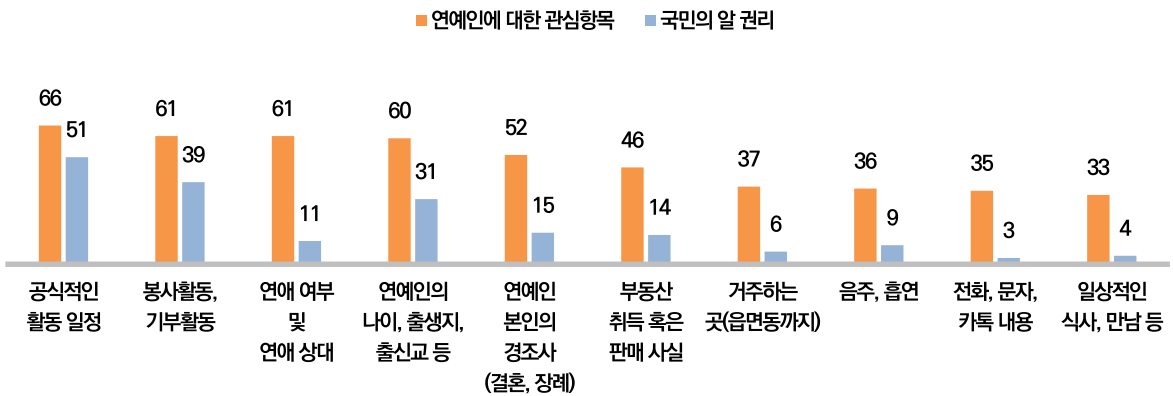
대중의 알 권리

대중의 관심은 알 권리를 넘어서는 범위까지 미친다는 응답 비공식적인 연예인의 활동에 대해서는 대중이 알 권리가 없다는 인식이 다수

연예인은 공인이기 때문에, 그들의 직업적 성취 뿐만 아니라 개인적·사적 정보까지도 사람들에게 당연히 알려져야 하는, 소위 말해 '알 권리'가 있는 정보라고 볼 수 있지 않을까? 사람들의 생각은 다르다. 연예인의 공식적인 활동 일정(51%), 봉사·기부활동(39%)에 대해서만 알 권리가 있는 정보라고 평가하는 사람들이 많고, 그 외 다른 개인적·사적 정보를 '알 권리'가 있는 정보라고 평가하는 사람은 현저히 적다. 가장 관심도가 높은 사생활 중 하나였던 연예인의 연애 여부 및 연애 상대가 국민이 알 권리에 해당하는 정보라는 사람은 11%로, 관심도(61%)에 비해 현저히 낮다. 연예인의 전화·문자·카카오톡 내용(3%), 일상적인 식사, 만남(4%), 음주·흡연(9%) 등 가장 개인적인 차원의 사생활 정보를 알 권리가 있는 정보로 판단하는 사람도 소수이다. 연예인은 영향력 있는 공인이기는 하나, 한편으론 흥미로운 가십(gossip)을 위한 존재로 소비되고 있다.

(단위: %)

연예인의 공식적인 활동, 봉사 및 기부활동이 국민 알 권리에 해당하는 정보라는 인식 높아
메세지 내용, 일상적인 만남, 음주·흡연 여부를 알 권리로 인식하는 사람은 소수



질문: 아래 연예인의 생활에 대해 대중들이 얼마나 관심을 가진다고 생각하십니까? // 아래 연예인의 생활 중 무엇이 국민이 알 권리라고 생각하십니까?
비고: 관심도는 '매우 관심을 가진다'+'관심을 가지는 편이다'의 응답비율을 제시함

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2024. 4. 5. ~ 4. 8.

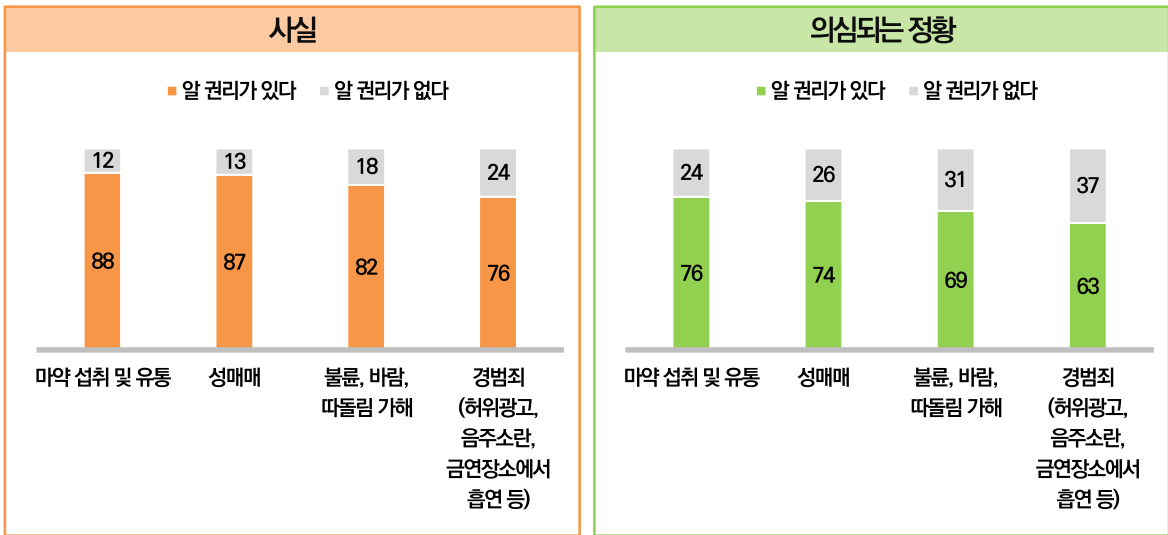
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

범죄 혹은 불륜·바람·따돌림 등 비윤리적인 행각은 대중의 알 권리 10명 중 6~7명은 단순히 의심되는 정황이라 할지라도 알 권리라고 인식

그런데 연예인의 사생활이 범죄 혹은 비윤리적인 행동과 연결된다면, 알 권리가 있는 정보라는 인식이 크게 높아진다. 연예인의 ‘마약 섭취 및 유통 사실(88%)’, ‘성매매 사실(87%)’, ‘불륜·바람·따돌림 사실(82%)’에 대해서는 10명 중 8명 이상이 알 권리가 있는 정보라고 평가하며, ‘허위광고·음주소란·금연장소에서 흡연’ 등 상대적으로 가벼운 수준의 범죄 사실에 대해서도 76%가 알 권리가 있는 정보라고 평가한다. 뿐만 아니라 사실로 확인된 범죄나 비윤리적인 행동을 넘어 단순히 범죄나 비윤리적 행동이 ‘의심되는 정황’ 일 때에도 10명 중 6~7명이 알 권리가 있는 정보라고 본다. 이는 앞서, 다수의 사람들이 연예인을 공인으로 인식하고, 사회에 모범이 되는 행실을 요구하는 것과 이어지는 결과이다.

(단위 : %)

연예인의 각종 범죄 및 비윤리적 행동에 대해서는 알 권리에 해당하는 정보라는 인식 다수
사실로 확인되지 않은, 의심되는 정황에 대해서도 알 권리로 인식



질문: 아래 연예인의 생활 중 무엇이 국민이 알 권리라고 생각하십니까?

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2024. 4. 5. ~ 4. 8.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

다만 연령대별로 ‘사실’을 알 권리라고 인식하는 경향은 다소 차이를 보인다. ‘의심되는 정황’이 알 권리가 있는 정보라는 인식은 연령대별로 큰 차이를 보이지는 않는다. 반면 ‘사실’이 알 권리가 있는 정보라는 인식은 2·30대가 다른 연령대에 비해 다소 높다. 결과적으로, 연령대가 높을수록 ‘의심되는 정황’과 ‘사실’을 엄격하게 구분하지 않으며, 연령대가 낮을수록 ‘의심되는 정황’ 보다는 ‘사실’이 더 중요한 알 권리라는 인식을 갖는다,

또한, 18-29세에서 ‘불륜·바람·따돌림 의심 정황’이 알 권리라는 응답이 71%로, ‘마약 섭취 및 유통 의심 정황’(70%)과 비슷하고, ‘성매매 의심 정황’(67%)보다 높다. 요즘 연예인 논란이 많은 ‘학폭’ 이슈가 젊은 세대에서 마약 혹은 성매매 등의 중범죄만큼 중요하게 인식되고 있음을 유추할 수 있다.

**60세 이상에서는 ‘사실’과 ‘의심되는 정황’이 알 권리가 있다는 인식 비슷
18-29세는 ‘의심되는 정황’ 보다는 ‘사실’이 알 권리라는 인식 높아**

(단위 : %)

	사례수 (명)	사실(A)				의심되는 정황(B)				GAP (A-B)			
		마약 섭취 및 유통 사실	성매매 사실	불륜, 바람, 따돌림 가해 사실	경범죄 (허위광고, 음주소란, 금연장소 에서 흡연 등) 사실	마약 섭취 및 유통이 의심되는 정황	성매매가 의심되는 정황	불륜, 바람, 따돌림 가해가 의심되는 정황	경범죄 (허위광고, 음주소란, 금연장소 에서 흡연 등)가 의심되는 정황	마약 섭취 및 유통이 의심되는 정황	성매매가 의심되는 정황	불륜, 바람, 따돌림 가해가 의심되는 정황	경범죄 (허위광고, 음주소란, 금연장소 에서 흡연 등)가 의심되는 정황
전체	(1,000)	88	87	82	76	76	74	69	63	+12	+13	+12	+13
연령													
18-29세	(161)	95	94	90	87	70	67	71	63	+25	+26	+19	+24
30대	(149)	91	90	87	83	77	79	72	69	+14	+12	+15	+14
40대	(179)	86	83	78	70	70	69	63	52	+15	+15	+15	+18
50대	(195)	88	89	81	74	77	76	69	61	+11	+13	+12	+13
60대	(173)	84	84	79	71	82	78	69	68	+2	+6	+10	+3
70세 이상	(143)	86	82	76	71	83	77	74	66	+3	+5	+3	+5

질문: 아래 연예인의 생활 중 무엇이 국민이 알 권리라고 생각하십니까?

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2024. 4. 5. ~ 4. 8.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

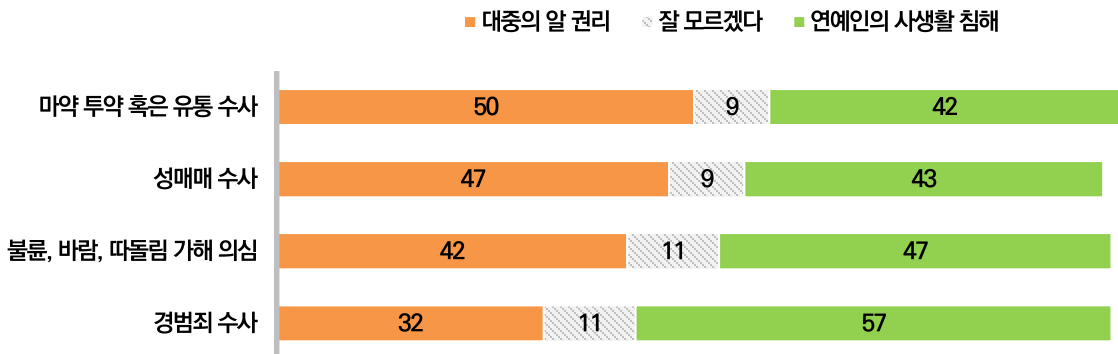
연예인 개인의 사생활과 알 권리가 충돌하는 상황에서는 '알 권리'와 '사생활 침해' 중 공통된 의견 없어

그렇다면, 가장 민감한 사생활이라고 볼 수 있는 '전화, 문자, 카카오톡 내용'과 범죄 혹은 비윤리적 행동이 '의심되는 정황'이 충돌하는 경우에 사람들의 판단은 어떨까? 사생활 보호를 위해 메시지 내용을 공개하지 말아야 한다고 생각하는 의견과, 국민 알 권리를 위해 내용을 공개해도 된다는 의견이 양분되는 경향을 보인다.

'마약 투약 혹은 유통'의 수사 과정에서 언론 등에 공개되는 메시지 내용을 사생활 침해라고 보는 사람은 42%, 알 권리에 해당하는 정보라는 사람은 50%이다. '성매매' 관련 메시지는 사생활 침해가 43%, 알 권리에 해당하는 정보 47%이다. 마약과 성매매에 대해서는 메시지 내용이 알 권리에 해당하는 정보라는 응답이 사생활 침해보다 소폭 더 높다. 반면 '불륜, 바람, 따돌림 가해' 관련 메시지 내용은 알 권리에 해당하는 정보 42%, 사생활 침해가 47%이고, 경범죄에 관련 메시지는 알 권리가 32%, 사생활 침해가 57%이다. 연예인이 개인적으로 주고받은 메시지의 내용을 알 권리에 해당하는 정보로 보는 사람은 3%로 극소수이나, 그것이 범죄 혹은 비윤리적인 행동과 연결될 때는 '알 권리'와 '사생활 침해' 인식이 첨예하게 대립한다.

범죄 의심 수사 중 증거의 일부로 발견되는 연예인의 전화·문자·카톡에 대해서는
'대중의 알 권리'와 '연예인의 사생활 침해' 양분

(단위 : %)



질문: 수사 중 증거의 일부로 발견되는 연예인 개인의 전화, 문자, 카톡 내용이 언론에 보도되는 것이 '알 권리'라고 생각하십니까, '사생활 침해'라고 생각하십니까?

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2024. 4. 5. ~ 4. 8.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

연예인은 공인이기 전에 한 인간이며, 피의자로 의심되더라도 무죄추정의 원칙에 따라 확정판결 전까지는 그들을 범죄자로 취급해서는 안 된다. 하지만 현실에서는 판결의 결과와는 상관없이 의심 대상이 되었다는 사실만으로도 강도 높은 비난을 받기도 한다. 전화, 문자, 카카오톡 내용 등 아주 개인적인 사생활이 범죄의 핵심 내용이 아님에도 언론에 공개되어 사생활이 침해되는 일도 빈번히 일어난다. 물론 연예인은 공인으로서 사회에 모범을 보여야 한다. 하지만 연예인을 향한 지나친 관심, 공인으로서 요구하는 의무를 사생활 간섭과 동일하게 여기고 있는 것은 아닌지 고민이 필요하다.

조사개요

구분	내용
모집단	• 전국의 만 18세 이상 남녀
표집틀	• 한국리서치 마스터샘플(24년 3월 기준 전국 92만여 명)
표집방법	• 지역별, 성별, 연령별 비례할당추출
표본크기	• 1,000명
표본오차	• 무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.1\%p$
조사방법	• 웹조사(휴대전화 문자와 이메일을 통해 url 발송)
가중치 부여방식	• 지역별, 성별, 연령별 가중치 부여(셀가중) (2023년 12월 행정안전부 발표 주민등록 인구 기준)
응답율	• 조사요청 26,846명, 조사참여 1,428명, 조사완료 1,000명 (요청대비 3.7%, 참여대비 70.0%)
조사일시	• 2024년 4월 5일 ~ 4월 8일
조사기관	• (주)한국리서치(대표이사 노익상)

한국리서치 주간리포트

여론속의

여輿論論

Hankook **Research**

