

# 빅데이터 분석에서 나타난 종교의 이해

김도관\* · 진찬용\*

\*원광대학교

## Identity of Religions in Big-Data Analysis

Do-Goan Kim\* · Chan-Yong Jin\*\*

\*Wonkwang University

(School of Information and e-Commerce · Institute of Convergence and Creativity)

E-mail : kimdg@wku.ac.kr

### 요 약

현재의 빅데이터 환경은 비즈니스 목적뿐 아니라 다양한 목적을 위해 활용될 가능성이 있다. 이러한 점에서 본 연구에서는 빅데이터를 해 일반 대중들의 종교에 대한 인식 등을 분석하여, ICT 환경에서의 종교의 모습을 되돌아 보고, 나아가 종교적 측면에서의 ICT활용에 대한 방안을 제시하고자 한다.

### ABSTRACT

Big Data environments have much more potential in not only business purpose and other various purposes. In this point, through the big-data analysis, this study is to show the identity of religions in big-data and to suggest the ways of ICT environments usage in the view of religions.

### 키워드

Big-Data, Identity, Religion, Analysis

## 1. 서 론

우리는 현재의 사회를 정보사회(Information Society)라 부른다. 이러한 정보사회를 보다 세분하면 컴퓨터와 같은 정보기술(IT : Information Technology, 이하 IT)이 사회 전반에 응용되어 사회 변화를 이끌었던 IT 주도형 정보사회와 IT와 커뮤니케이션 기술이 결합하여 수많은 정보의 이동과 공유가 가능한 정보통신기술(ICT : Information & Communication Technology, 이하 ICT) 주도형 정보사회로 나눌 수 있다. 이러한 관점에서 본다면 현재 우리는 ICT가 주도하는 정보사회에 살고 있다고 할 수 있다.

용어의 의미에서 본다면 단순히 IT와 Communication의 결합으로 해석할 수 있지만, 여기서 Communication의 결합은 의사소통의 방식, 기회, 결과측면에서 우리의 사회문화 전반에 있어서 상상 이상의 큰 변화를 가져왔다. 현재 ICT 환경은 산업 전반에 걸쳐 시간과 공간의 제약이 해소함으로써 끊임없는 산업활동과 세계화

는 결과를 가져왔으며, 정보, 조직, 개인들에게는 ICT 기반의 새로운 의사소통 방식을 제공하고 있으며, 이미 그 활용이 일반화가 되어 가고 있다. 이러한 관점에서 현대의 문화와 소통을 이해하는데 있어서 ICT 환경에 대한 이해는 필수적이라 할 수 있다.

현재의 ICT 환경은 단순히 새로운 소통의 방식과 기회를 제공하는 것뿐만 아니라, 새로운 사회현상에 대한 이해와 미래에 대한 예측의 기회를 제공하고 있다. 그것이 바로 빅데이터의 활용이다.

이와 같이 ICT 환경에서 생성된 방대한 규모의 데이터는 미래 경쟁력의 우위를 좌우하는 중요한 자원으로 활용될 수 있다. 즉 ICT 환경에서의 빅데이터는 양은 물론 질과 다양성 측면에서 대규모 데이터를 분석하여 의미있는 정보를 찾아냄으로써, 이를 활용하여 현재와 미래에 대한 예측을 할 수 있다는 점에서 산업혁명 시기의 석탄과 같이 혁신과 경쟁력 강화, 생산성 향상을 위한 중요

한 원천으로 간주되는 패러다임의 전환을 맞이하게 된 것이다[1].

현대인의 정보, 지식, 사상, 문화의 소통이 ICT 환경을 기반으로 이루어지고 있고, 그러한 환경 속에서 생성되는 빅데이터에 대한 분석을 종교 분야로 적용하였을 때 소통의 방식뿐만 아니라, 현재의 종교의 정체성과 현실을 이해하는데 보다 실질적인 데이터를 제공할 것으로 여겨진다. 이러한 관점에서 본 연구는 국내 4대 종교를 키워드로 하여 빅데이터를 분석하여, 빅데이터 속에서 나타난 국내 4대 종교의 특징과 정체성을 정리하고, 나아가 원불교의 소통과 사상의 전파 측면에서 ICT 활용을 위한 제언을 하고자 한다.

## II. 본 론

본 연구에서는 변화된 커뮤니케이션 환경에서 일반 대중들이 생산해내는 빅데이터 분석 결과를 가지고서 국내 4대 종교의 모습들을 이해하고자 한다. 현실적으로 모든 빅데이터를 분석하기는 현실적으로 어려움이 있다. 따라서 본 연구에서는 트위터와 블로그에서 언급된 4대 종교의 명칭을 기반으로 하여 나타난 결과를 활용하고자 한다. 이러한 빅데이터의 수집과 분석결과는 소셜메트릭스라는 빅데이터 분석 사이트에서 제공하는 결과를 사용하였다. 수집된 결과는 2014년 11월 30일에서 12월 31일까지의 데이터 분석 결과이다.

제공되는 분석 결과는 해당 키워드에 대한 블로그와 트위터에서의 언급 건수, 연관어에 대한 특성 분류, 해당 키워드 관련 여론에 대한 특성 분류와 같은 정보들이 제공된다.

표 1. 종교 키워드 검색 건수

키워드	블로그	트위터	합계
천주교	2,714건	8,063건	총 10,777건
기독교	11,830건	35,839건	총 47,669건
불교	8,334건	9,794건	총 18,128건
원불교	225건	322건	총 547건

천주교라는 해당 키워드와 동시에 언급된 10대 연관어의 내용을 보면 신자라는 연관어가 1,309건으로 가장 높은 것으로 나타났다. 또한 10대 연관어의 내용을 살펴보면 신자, 신부, 성당과 같은 연관어들이 포함되어 있어, 상당부분 직접적으로 천주교의 정체성과 관련된 내용들이 블로그나 트위터에 게재되는 것을 알 수 있다.

기독교와 동시에 언급된 10대 연관어를 살펴보면, 교회가 6,211건으로 가장 높게 나타났으며, 교

회, 목사와 같은 기독교를 상징하는 용어들이 포함되어 있어 블로그와 트위터의 기독교 관련 내용들이 기독교의 정체성과 다수 관련이 있음을 알 수 있다. 또한 동성애, 인권, 사회, 폭력과 같은 기독교 관련 연관어가 10대 연관어에 포함되어 있는 것을 볼 때, 기독교가 상당부분 다양한 사회적 문제와 관련하여 참여하고 활동하고 있다는 것을 짐작해볼 수 있다.

불교 키워드와 관련된 가장 높은 빈도를 나타낸 연관어는 스님으로 총 2,548건으로 나타났다. 또한 스님, 신자와 같은 단어가 10대 연관어에 포함되어 있으며, 연관어를 15개로 확장하여 살펴보면 승려와 사원과 관련 불교를 상징하는 단어들이 포함되어 있어 블로그와 트위터의 내용들이 불교와 직접적으로 관련되어 있음을 알 수 있다. 그리고 마음, 의미, 삶과 같은 단어들이 10대 연관어에 포함되어 있다는 것은 기본적으로 불교에서 추구하는 교리와 관련된 내용들이 직접적으로 블로그와 트위터에 게재되고 있다는 것을 짐작해볼 수 있다.

원불교에 대한 블로그와 트위터의 연관어 분석 결과는 다소 의외의 결과를 나타내고 있다. 원불교와 가장 높은 빈도를 나타낸 연관어는 천주교로서 총 65건이 검색되었으며, 10대 연관어에서도 원불교의 정체성을 직접적으로 나타내는 용어는 찾아볼 수가 없었다. 또한 15대 연관어로 확장하여 검색한 결과에서도 원불교를 상징하는 용어는 나타나지 않았다. 천주교가 원불교와 가장 연관성이 높게 나타난 것은 내용면에 있어서 원불교와 천주교가 직접적으로 관련이 되었다고 해석하기 보다는 대체적으로 다른 종교단체와의 활동에 대한 보도자료 등에 있어서 종교의 명칭이 동시에 나타남에 따른 영향이라고 볼 수 있다. 즉 이러한 결과에서 볼 때 그 언급횟수와 내용면에 있어서 직접적으로 원불교와 관련된 내용들이 블로그나 트위터에 아주 미미한 수준으로 게재된다는 것을 의미한다.

이러한 결과를 통하여 볼 때 전반적으로 원불교의 각종 단체 및 신도들의 입장에서 종교적 차원에서의 블로그와 트위터의 활용 수준이 매우 낮다는 것으로 해석할 수 있다.

## III. 결론

과거의 유선 기반의 매체와 차이점은 시간과 공간의 제약을 받지 않는다는 점에서 메시지의 즉각적인 생성, 전파, 공유가 이루어지는 특성을 가지고 있다. 이러한 장점들 때문에 사회 다양한 분야에서 다양한 목적을 위해 새로운 커뮤니케이션 방식이 활용되고 있고, 컴퓨터와 유선에 의존

하여 세상과 소통하던 시대에서 스마트 폰과 같은 새로운 매체를 통해 세상과 소통하고 공유하는 시대이다. 때문에 종교의 관점에서도 이를 교화의 수단 및 다양한 목적을 위해 적극적으로 활용할 필요성이 제기된다.

### 참고문헌

- [1] McKinsey, Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity, (2011).
- [2] IDC, Worldwide Big Data Technology and Services 2012-2016 Forecast, (2012. 12.)
- [3] 방송통신위원회, 스마트워크 활성화 추진계획, (2011).
- [4] 정용찬, 빅데이터 혁명과 미디어 정책 이슈 (KISDI Premium Report 12-02), 정보통신정책연구원, (2012).
- [5] 정용찬, 데이터, 빅브라더, ISDI 전문가컬럼. 정보통신정책연구원, (2012.6.)
- [6] Executive Office of the President, Designing a Digital Future. President's Council of Advisors on Science and Technology, (2010).
- [7] O'Reilly Radar Team, Planning for Big Data. O'Reilly, (2012).
- [8] Vital Wave Consulting, Big Data, Big Impact: New Possibilities for International Development, World Economic Forum, (2012).