

불교이미지와 불교신뢰의 인과관계에 관한 연구

권정만 (충남대학교 행정학과 박사수료)

국문요약

그간 선행연구에서도 간과되었던 불교이미지와 불교신뢰간의 인과 관계를 파악해 불교 신뢰를 높일 수 있는 방안을 도출해 보고자 한다.

불교 관련 연구 이외의 조직(특히, 기업), 마케팅 등의 차원에서 이미지와 신뢰, 그리고 만족, 충성도 등의 변수들 간의 인과 관계를 파악하는 연구는 많이 있어왔기 때문이다.

본 연구에서는 특성 용어를 통한 불교 이미지의 개념적 구성 요인과 불교 신뢰 간의 인과관계 분석을 통해 불교 이미지 개념적 구성 요인의 요인 분석을 통한 재명명과 측정변수들간의 상관관계를 통한 분석, 특히 불교이미지와 불교신뢰 간의 인과관계 파악을 통한 분석 등을 통한 함의를 파악해

보고자 한다.

본 연구의 시도는 불교이미지 제고를 위한 토대가 될 것이며, 그간의 조사들에서 단순 현황 파악을 넘어, 그 인과관계 및 영향력을 수치화 파악해 봄으로써 막연히 알고 있는 것을 검증·확인해 볼 수 있는 계기도 될 것이다.

주제어: 불교이미지, 불교신뢰, 인과관계

I. 서론

최근 들어 개인 생활에서 종교가 차지하는 비중이 점차 감소하고 있으며, 종교를 갖는 이유에 대하여 ‘마음의 평안을 얻기 위해서’라는 응답이 계속 증가하고 있다. 이러한 현상은 특정 종교와 관계없이 나타나는 보편적인 현상이 되고 있다. 또한 종교 활동을 중지하거나 다른 종교를 다시 선택하는 경우도 늘고 있으며, 종교 단체 및 그 활동에 대하여 비판적인 사람들도 증가하고 있다.

이런 차원에서 불교에 대한 이미지 차원의 접근 시도(권정만, 2009, 2010)와 불교포교매체와 불교신뢰간 연구(최종석·권정만, 2010)를 통해, 불교 이미지에 대한 개념적 요인 도출을 통한 개념 구성과 불교 포교 매체의 분류 및 이들의 불교 신뢰에 어떠한 영향 관계가 있는지를 살펴보았다.

그런데, 조계종 불교미래사회연구소가 한국리서치에 의뢰해 2011년 9월 26일부터 20일간 전국 16~69세 남녀 1512명을 대상으로 ‘한국의 사회문화 및 종교에 관한 대국민 여론조사’ 결과에 의하면, 종교가 대기업에 대한 신뢰도보다도 낮았으며, 종교계의 폭행, 성범죄, 이권과 자리다툼, 고

소·고발사건이 끊임없이 이어져 사회의 비난대상이 되고 있는 가운데 그나마 국회·정당 등 정치계의 신뢰도보다는 아직 높은 점수를 받고 있는 것이 다행이지만, 5점 만점의 신뢰도에서 종교계는 3.00으로, 의료계(3.22), 시민사회(3.22), 학계(3.16), 대기업(3.12) 등보다 낮았으며, 국회·정당(2.17)과 정부·지자체(2.48), 언론계(2.86)와 금융계(2.88)의 신뢰도보다는 높았다. 한편, 종교별 신뢰도는 가톨릭이 4.11로 가장 높았고, 불교(4.05), 개신교(3.34), 원불교(2.31), 이슬람(1.20) 순이었으며, 자기 종교 지도자에 대한 신뢰도는 신부(4.91), 스님(4.83), 목사(4.64) 순으로 나타났다.

이러한 조사 결과를 접하게 되면서, 그간 선행연구에서도 간과되었던 불교이미지와 불교신뢰 간의 인과 관계를 파악해 불교 신뢰를 높일 수 있는 방안을 도출해 볼 수 있지 않을까하는 생각이 들게 되었다. 이미 불교 이외의 조직(특히, 기업), 마케팅 등의 차원에서 이미지와 신뢰, 그리고 만족, 충성도 등의 변수들간의 인과 관계를 파악하는 연구는 많이 있어왔기 때문이다.

이에, 본 연구에서는 특성 용어를 통한 불교 이미지의 개념적 구성 요인과 불교 신뢰간의 영향 관계, 특히 인과관계분석을 통해 그 잠재변수의 영향력 정도 파악을 통한 치중할 점과 측정변수들 간의 상관관계를 통한 불교 이미지들과 불교 신뢰 간의 상관관계 분석을 통한 변수 간의 상관을 통한 이미지 제고 방안, 그리고 특성용어의 적절성이 높은 연구 모형과 특성용어의 적절성이 낮은 연구 모형의 적합성 정도 등을 파악해 보고자 한다.

본 연구의 시도는 불교이미지 제고를 위한 토대가 될 것이며, 그간의 조사들에서 단순 현황 파악을 넘어, 그 인과관계 및 영향력을 수치화 파악해 봄으로써 막연히 알고 있는 것을 검증·확인해 볼 수 있는 계기도 될 것이다.

II. 이론적 배경

1. 불교이미지의 이해

이미지 관련 기존의 연구 흐름을 살펴보면, 이미지라는 개념이 초기에는 ‘대상에 대한 심적인 상태’라는 의미로 심리학에서 논의되었다가, 경영학에서 이미지의 개념을 확장하여 ‘사람의 태도 형성 및 잠재적 행동요인’으로 정의하고, 기업의 이미지와 연결지어 기업이미지를 많이 연구하였다(민형동, 2007:4).

하지만, 불교에 관련한 이미지, 즉 불교이미지에 관한 연구는 단순히 불교에 관한 인식이나 이해 차원에서의 연구 내지 비교종교학에서 기독교, 불교, 천주교, 기타 종교의 비교 차원에서 부수적으로 연구된 부문만 있을 뿐이며,¹⁾ 단순 불교에 관한 인식이나 이해 차원은 불교 경전이나 교리의 이해에 관한 연구에서 불교학 관련 연구가 대부분이거나, 간략한 인구통계학적 특성상 종교로써 불교를 빈도 분석 차원으로 살펴보는 보고서 차원의 형식으로 정부기관이나 중단 차원의 필요에 의해 만들어지는 것들이 대부분이었다.

다만, 비교종교학적 차원에서 학술적으로 연구된 선행연구에서도 타 종교와의 비교 차원에서 접근된 연구가 있었으며, 더 나아가 불교 자체를 이미지의 주체로 인식하고 파악한 연구(권정만, 2009, 2010; 최종석·권정만, 2010)가 있기는 하지만 아직 시작 단계에 있을 뿐이다.

1) 불교에 대한 이미지를 파악하는 연구는 전무하다고 할 수 있겠다. 여러 가지 이유가 있겠지만, 윤원철(2007)은 “그간의 불교학은 부처님이 가르친 것이 무엇인지를 경전을 바탕으로 해서 파악하고, 그 뜻을 이해하는 것, 또는 어떤 인물의 사상을 문헌을 통해 파악하고 이해하며 평가하는 것이 중심적인 관심사이다. 그러다보니, 상징과 의례라든가, 사회, 경제, 정치, 예술 등의 부문을 통해서 실제로 표현되는 자기 종교의 현상에 대한 관심은 비교적 주변부에 위치한다”고 말하고 있다.

불교이미지를 본격적으로 살펴보기에 앞서, 불교의 종교적 표상을 불교, 스님, 사찰, 보살이라는 불교의 종교적 차원의 구성요소로 구분하여 살펴볼 수도 있으며, 이와 관련하여 불교이미지는 인식적 수준에서 타종교, 특히 기독교와 대적점에 있으며, 그 구분을 어떻게 하느냐에 따라 달라질 수 있겠지만, 선행연구를 통해 불교이미지의 구성요소를 살펴보면, 적절성이 높은 긍정적 측면으로는 사찰(스님), 신도, 활동적 이미지로 나누어 구별해 볼 수 있을 것이며, 적절성이 낮은 부정적 측면으로는 관계성 이미지, 비과학적 이미지, 무속(미신)적 이미지로 나누어 살펴볼 수 있을 것이다(권정만, 2009).²⁾

부연하면, 불교라는 이미지의 대상을 하나의 역동적인 체계로 조직과 같이 간주할 수 있다고 전제하고, 알버트와 휘튼(Albert & Whetten, 1985)은 조직의 정체성을 정의하기 위하여 세 가지 준거를 들었다. 이들은 조직이 하나의 독립된 존재로서의 정체성을 지니기 위해서는 핵심적인 성격을 지녀야 하고, 비교되는 다른 조직과 구별되는 독특성이 있어야 하고, 시간적으로 계속 존재하는 영속성을 지녀야 한다고 하였다.

우리에게 친숙한 조직들도 핵심적인 성격을 지니고 독특성과 영속성이 있기 때문에 독자적인 정체성을 가지고 있다. 따라서 우리는 사람들에게 대하여 이미지(예를 들어, ‘보수적이다.’, ‘이지적이다.’ ‘박력있다.’ 등)를 형성 하였듯이, 정체성을 지닌 조직들에 대해서도 이미지를 지닐 수 있다. 즉, 각 조직들은 조직이념, 조직운영정책, 조직주력분야, 조직인사정책, 최고경영자의 이미지, 조직이미지 광고 등에서 서로 다르기 때문에 조직 외부의

2) 불교교리에 대한 인식은 점점 낮아지고 있다. 불교교리가 과학적이라든지, 인과관계적 측면이 있다는 불교교리 탐구를 통한 학문적 논의는 일반 사람들의 인식에는 미치지 못하고 있는 실정이다(한국갤럽, 2005). 결국 불교교리를 제외하고 일반적인 분류법인 사람, 일, 방법의 분류구성요인에 불교적 측면을 고려하여 사람은 신도, 스님, 사찰, 일은 활동, 방법은 관계성 기타 등으로 구분하여 살펴보고자 한다.

사람들은 특정 조직에 대해 독특한 이미지를 형성하게 된다.³⁾

결국, 불교이미지는 불교에 대한 개인적·사회적·종교적 이미지를 종합한 이미지라 할 수 있으며, 불교이미지는 이미지에 영향을 미치는 모든 요인(불교의 구성 주체(절, 스님, 신도), 불교의 활동, 불교의 교리 등)을 통해 형성되어 만들어지는 불교에 대한 긍정과 부정을 혹은 좋고 나쁨을 모두 포괄하는 종합적 이미지이다. 이를 불교 자체를 이미지의 주체로 인식하고 이를 파악하는 연구는 권정만(2009)의 결과를 통해 살펴보면, 불교이미지는 긍정적으로는 기대감, 사찰이미지, 부정적으로는 비관계성, 비과학성으로 개념적 인식 요인으로 분류해 볼 수 있다.

2. 불교에 대한 신뢰

역사적으로 한국사회는 특정 종교가 특정시대를 종교적으로 지배하고 막대한 영향력을 행사하는 특성을 지녔다. 고대에서는 원시종교가 통일신라에서 고려시대는 불교가 그리고 조선시대에서는 성리학이 종교적인 영향력을 끼쳤다. 유교이후시대인 현대사회에서는 다시 불교와 서구의 종교인 그리스도교가 한국사회에서 지배적 종교로 존재한다. 한국사회는 종교에 대하여 개방적이고 긍정적인 태도를 갖고 신뢰하고 있다. 이 종교들은 한국사회에서 종교적인 역할뿐만 아니라 사회·문화적으로도 기여를 하였다. 불교는 삼국시대부터 한국인의 미적의식이나 윤리관, 내세관 형성에 지대한 영향을 주었다. 조선의 유교사상은 교육의식이나 사회적 윤리관과 가치관을 형성하게 하였다. 개화기에는 서구의 그리스도교가 신교육과 의료사업을

3) 부연하면, 조직의 정체성과 조직의 이미지는 동전의 양면과 같이 매우 밀접하게 관련되어 있다. 조직이 정체성을 가지고 있으면 조직 외부에 있는 사람들은 그 조직에 대해 자연스럽게 이미지를 형성하게 된다.

통하여 한국 현대사회의 발전에 기여하였다. 종교가 종교적인 영향뿐만 아니라 사회·문화에도 많은 영향을 주고 있다(김동기, 2003).

그렇기 때문에 종교를 사회·문화·종교 현상으로 인식하고 연구를 해야 한다는 주장이 나오고 있다(Park & Kim, 2004). 앞에서 살펴본 바와 같이 사회에서 신뢰는 중요한 것 중의 하나로서 믿고 의지함으로 해석하고 있다. 또한, 신뢰는 종교에 대한 인식에 대하여 연구하고 분석할 수 있는 장을 마련할 수 있다(박준성·김의철, 2005).

한편, 신뢰를 ‘믿고 따르며, 의미하여 행동하는 것’으로 이해할 때, 이 개념을 종교에 적용하여, 종교에 대한 신뢰적 정도에 따라 개인의 삶이 여러 측면에서 다를 수 있다는 것을 찾아낼 수 있을 것이다.

결국, 불교에 대한 신뢰는 불교에 대한 개인적·사회적·종교적 이미지를 종합한 이미지라 할 수 있으며,⁴⁾ 불교이미지는 이미지에 영향을 미치는 모든 요인(불교의 구성 주체로서 절, 스님, 신도 그리고 불교의 활동, 불교의 교리 등)을 통해 형성되는 불교에 대한 긍정적 혹은 선호하는 이미지라고 할 수 있다(권정만, 2010).

불교에 대한 신뢰에 대한 연구로 종교를 보다 구체적이고 체계적인 개념으로 인식하고 분석하기 위해서 심리학의 개념 중 신뢰(trust)의 개념을 활용하여 연구한 결과에 의하면(박준성·김의철, 2006)⁵⁾, 사회에서 신뢰는 중요한 것 중의 하나로 믿고 의지함으로 해석하고 있다.

4) 이에 대한 자세한 내용에 대해서는 권정만, 「대학생들의 불교이미지에 관한 연구—특성용어를 통한 적절성과 호오도 분석을 중심으로—」, 『불교학리뷰』 Vol.6(충남 논산: 금강대학교 불교문화연구소, 2009)가 있음.

5) 반면, 불교에 대한 불신에서는 개인적 사회적 불신보다 종교적 불신이 더 많았다. 종교적 불신의 근거로는 ‘불교를 종교로 인정할 수 없다.’, ‘사이비 같다.’, ‘종교 활동이 적다.’ 등이었으며, 개인적 불신에서는 ‘불교를 믿지 않기에’, ‘미신적 행위’ 등이 그 근거로 나타났으며, 사회적 불신에서는 ‘돈을 강조하고’, ‘기업화가 되었기에’ 등이 그 이유로 제기되었다(박준성·김의철, 2006).

또한, 신뢰는 종교에 대한 인식 연구를 이해하고 분석할 수 있는 장을 마련할 수 있다고 전제할 때, 종교 중에서 불교에 대한 신뢰가 가장 높게 나타났다. 불교에 대한 신뢰도는 개인적 및 종교적 차원보다는 사회적 차원에서 더 높았다. 그 사회적 신뢰의 근거는 ‘한국적이고’, ‘한국역사이다.’, ‘타종교에 관대하고 긍정적이다.’, ‘동양 문화적이다.’ 등이었다. 개인적 신뢰에서는 ‘불교인이므로’, ‘불교가 좋기에’ 등의 근거가 나타났으며, 종교적 신뢰에서는 ‘참된 신앙의 종교’, ‘불교교리’ 등이 그 이유로 나타났다.

한편, 불교에 대한 신뢰에서 종교인 간에 차이는 불교인의 반응 중 본인의 종교인 불교에 대한 신뢰도 상대적으로 가장 높았으며, 그 다음으로 천주교인, 비종교인, 개신교인의 순으로 나타났다. 반대로, 불교를 불신하는 반응은 상대적으로 개신교인이 가장 많이 나타났고, 그 다음으로 비종교인, 천주교인, 불교인의 순이었다. 세대 간 비교의 경우, 불교를 신뢰하는 반응으로는 대학생의 신뢰 반응이 상대적으로 가장 많았고, 그 다음으로 성인, 고교생의 순이었다.⁶⁾

III. 분석 모형과 조사 설계

1. 분석모형의 설정

1) 불교 이미지와 불교 신뢰의 관계

불교 이미지와 불교 신뢰의 관계에 대해 살펴보기에 앞서, 조직(특히, 기업) 차원에서의 이미지와 신뢰간의 관계에 대해 살펴보면, 많은 제품이나 서비스는 해당 기업의 브랜드가 대표하고 있다. 따라서 상품을 만드는 차

6) 반면, 불신의 경우 상대적으로 고교생이 가장 많았으며, 그 다음으로 대학생, 성인의 순서로 나타났다(박준성·김의철, 2006).

원에서 기업의 신뢰도와 상품을 대표하는 브랜드의 신뢰도가 밀접한 관계를 가지다고 볼 수 있다.

최근에는 인터넷이 확산되어 전자상거래의 규모가 빠르게 성장하고 있는데, 이에 따라 브랜드, 즉 이미지의 중요성이 더욱 커지고 있다. 이러한 이미지는 기업의 제품의 생산과 관련된 것은 아니며, 사회적인 요인과의 관련된다.

한편, 국가 차원의 이미지 관련해서는 소비자들이 제품에 대한 아무런 정보를 가지고 있지 않고 지각된 위협이나 인식이 없을 경우 소비자들은 제품을 평가하는데 있어 국가 이미지가 중요한 요인으로 작용한다. 이는 결국 신뢰가 고객과의 관계를 형성하고 개발하며 발전시키는 데 중요한 경험적 변수라는 것이다.

이처럼 이미지는 신뢰에 영향을 미친다는 전제로 불교이미지와 불교신뢰 관계를 살펴보면, 불교이미지의 인식적 개념 구성요인들을 바탕으로 불교이미지가 구성된다면, 다음과 같은 형성영향요인에 의해서 형성되고 변화된다고 할 수 있을 것이다.

종교를 신뢰할 때 종교에 대하여 개인적·사회적·종교적 이미지로 신뢰를 한다. 즉, 종교를 신뢰할 때 종교적 이미지(Oates, 1973; St. Clar, 1994; 박준성·김의철, 2003) 뿐만 아니라 개인의 경험(Collins, 1981; James, 1929; 사미자, 2001)과 사회적 자본이나 영향력 이미지 등에 따라서 종교를 신뢰하는 것으로 알 수 있으며, 이는 상술한 불교이미지의 조작적 정의에서도 밝힌 바와 같이 불교이미지를 종합적 이미지로 보았을 때 불교와 관련된 모든 것, 그리고 불교에 대해서 인식의 매체역할을 하는 모든 것들이 불교이미지의 형성에 영향요인이 될 수 있을 것이다.

이와 같이 관련 선행연구를 통해 불교이미지 형성영향요인을 살펴보면, 불교의 신뢰에 관한 영향요인으로는 불교에 대한 신뢰를 불교 교리 및 종교

적 규율(대효, 1995; 박준성, 2004; 한국갤럽, 2005), 불교지도자(대효, 1995; 박준성, 2004), 수행방법(한국갤럽 2005, 박준성, 2004; 조계종 포교원 포교연구실, 1999), 사찰 및 불교기관/단체(조계종 포교원 포교연구실, 1999; 박준성, 2004), 가족·주변사람(박준성, 2004; 한국갤럽, 2005; 조계종 중앙종회 교육분과위원회와 조계종 교육원 불학연구소, 2009), 언론(박준성, 2004) 등을 뽑을 수 있으며, 이는 결국, 후술할 특성용어를 통해 도출된 불교 이미지와도 맥락을 같이 한다고 할 수 있겠다.

2) 본 연구의 모형 설정

본 연구에서는 실증 분석을 위해 대학생이 불교이미지에 영향을 미치는 모든 요인(불교의 구성 주체(절, 스님, 신도), 불교의 활동, 불교의 교리 등)에 통해 형성되어 만들어지는 긍정과 부정을 혹은 좋고 나쁨을 모두 포괄하는 종합적 이미지로 보아 특성용어의 적절성이 높은 불교이미지와 특성용어의 적절성이 낮은 불교이미지로 분류하고, 특성용어를 통해 도출된 개념적 불교이미지와 불교 신뢰, 즉 불교에 대해 얼마나 신뢰하는지를 직접 묻는 것으로 조작적 정의를 하여 실증분석을 하고자 한다.

상술한 바와 같은 불교이미지와 불교신뢰를 관계를 바탕으로 연구의 모형을 설정해 보면, 크게는 불교이미지를 독립변수로 하고, 불교신뢰를 종속변수로 하고자 한다.

이를 특성용어의 적절성이 높은 연구모형에서는 불교인에 대한 기대감과 종교표상에 대한 인식을 잠재변수로 설정하고, 이 잠재변수가 불교 신뢰에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고자 하는 연구모형을 설정한다.

또한, 특성용어의 적절성인 낮은 연구모형에서는 불교의 사회관계성과 불교의 과학성을 잠재변수로 설정하고, 이 잠재변수가 불교신뢰에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴보고자 하는 연구모형을 설정한다. 상술한 바와 같

은 두 가지 연구 모형을 제시해 보면 다음 그림 1과 같다.

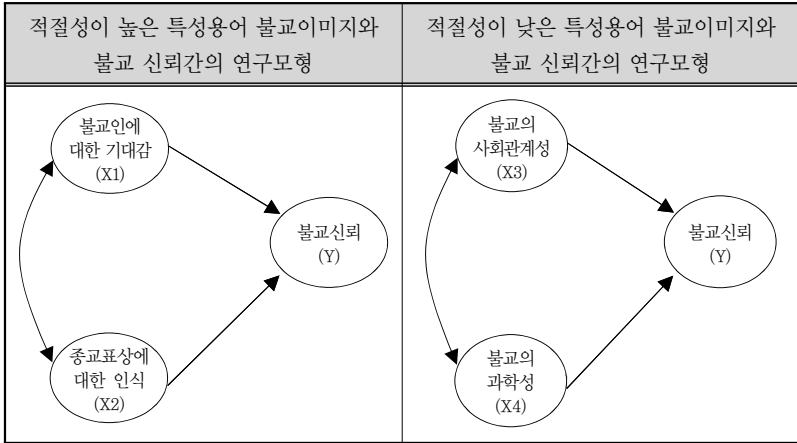


그림 1. 본 연구의 분석모형

2. 조사의 방법 및 내용

각 집단에 대한 이미지와 신뢰 수준을 실증적으로 측정하기 위한 방법으로는 객관적 지표를 이용하는 방법과 주관적 의견을 묻는 방법이 있으나, 본 연구에서는 설문지를 통해 주관적 판단을 묻는 방법을 택했다.

설문지는 2009년 10월 26일부터 11월 13일까지 불교종립대학(금강대학교), 일반대학(충남대학교, 청양대학)의 대학생들을 대상으로 배포하고 이를 회수하였다. 회수된 설문지는 201부가 되나, 이 중 통계적 활용 가치가 떨어지는 일부 응답은 분석에서 34부를 제외하고 총 177부를 가지고 조사설계에 의해 실증분석을 위해 SPSS 17.0버전(Version)과 Amos 17.0을 활용하여 통계분석을 하였다.⁷⁾ 본 연구에서는 검증의 유의수준을 $P < 0.05$ 수

7) 설문 표본 추출의 중요성을 두말할 것이 없으나, 대학생으로 한정하여 수업시간을 활용해서 담당교수의 도움을 받은 것은 타 설문에 비해 설문 자체의 난이도를 고려하였으며, 설문에 대

준으로 정하고 이에 따라 분석 결과를 해석하고자 한다.

본 연구의 목적을 달성하기 위해 먼저, 불교이미지 관련 그간의 연구(권정만, 2009)를 토대로 특성용어 풀(Pool)과 인식개념 구성요인을 검토한다. 불교이미지와 관련한 특성용어의 풀을 인식개념 구성요인과 연계하여 제시해 보면 다음 표 1과 같다.

표 1. 불교이미지와 관련한 특성용어 풀(pool)

특성용어	비고
건전하다, 검소하다, 겸손하다, 깨끗하다, 부지런하다, 신중하다, 자비롭다, 자제력이 있다, 역사가 깊다, 예술적이다, 전통적이다, 한국적이다.	적절성이 높은 단어
현실적이다, 자유롭다, 사회적이다, 민주적이다, 사교적이다, 생산적이다, 명량하다, 재미있다, 과학적이다, 미래지향적이다.	적절성이 낮은 단어

먼저, 상기와 같은 22개의 특성 용어를 바탕으로⁸⁾, 이에 대한 호오도(好惡度) 분석을 한다.⁹⁾ 여기서 호오도는 불교이미지와 관련해 좋고 나쁨의

한 성실성을 제고하고자 하였기 때문이다. 이러한 의도된 설문배포로 인해 전체 대학생을 대표하는가에 대한 의문과, 지역적, 성별적, 연령적 한계를 지닌다고 할 수 있으나, 본 연구의 목적이 설문자 참여의 일반적 특성 중 지역, 성별, 연령 등에 크게 영향을 미치지 않다고 판단되므로 큰 문제는 없을 것으로 사료된다.

8) 본 연구에서 사실상 가장 중요한 것은 특성용어의 선택이다. 이와 같은 특성용어는 비교종교학적 측면에서 접근한 연구와 중무행정을 연구한 연구 등, 그리고 특성용어와 관련한 불교신자 등에 대한 사전조사 등을 통해 상술한 바와 같이 특성용어의 풀(pool)을 만들고, 사전조사의 성격으로 학생 및 불교신자들에게 불교이미지에 관한 조사를 위해서 특성용어의 추출을 요청하였고, 이를 토대로 본 22개의 특성용어를 추출하고 이를 통해 설문하도록 하였다. 추출에는 긍정적인 단어를 위주로 하였으며, 단순하고 명료한 형용사나 동사 위주의 단어로 하여 특성용어를 추출하고 이를 선택하는 데에 신중을 기하였다.

9) 이와 같이 특성용어를 통해 이미지를 파악하는 연구를 몇 가지 살펴보면 다음과 같다. 단어의 구조를 조사할 목적으로 오스굿(Osgood) 등이 개발한 것으로 서로 상반되는 의미를 지니는

정도를 묻는다. 결국, 이를 통해 분류된 불교이미지에 적절성이 높은 특성 용어와 적절성이 낮은 특성 용어를 바탕으로, 추출된 특성용어의 좋고 나쁨에 대한 정도를 나타내며, 이를 통해 요인분석과 신뢰도 분석을 통해 신뢰성과 타당성을 고려해 본다. 이와 더불어, 측정문항(특히, 도출된 요인별 잠재변수인 불교이미지들과 불교 신뢰의 상관관계 분석을 한다.

둘째, 적절성이 높음과 적절성이 낮음으로 나누어 불교이미지와 불교 신뢰간의 인과관계분석을 위해 구조모형분석을 통해 모형의 적합도와 경로계수를 파악하여 본다.

이와 같은 불교이미지와 불교신뢰의 관측(측정)변수의 측정은 각 특성용어에 대한 호오도에 대해서, 그리고 불교신뢰는 본인이 주관적으로 신뢰하는 정도에 대해 동의하는 정도를 7점으로 하여 등간척도(Scale)를 묻는 문항으로 구성하였다. 예를 들어 불교 신뢰의 경우 제시된 명제에 대하여 '매우 높다'를 7점으로 '매우 낮다'를 1점으로 하여 동의 정도를 확인하고 점수화하였다. 이를 통해 불교이미지의 탐색적 요인분석을 통한 범주화 및 신뢰성 검증, 그리고 상관관계분석과 구조모형분석을 통한 회귀분석과 모형의

형용사를 평가적으로 사용한다. 즉 평판이 좋다. 나쁘다 등과 같이 상반되는 형용사가 중심이 되며, 이를 토대로 하나 이상의 대상을 평가하게 한 다음 각 형용사 대한 평균값을 구하여 이미지 프로필을 나타내준다. 혹시 이때 상반되는 용어가 없거나 명확치 않을 때의 문제점을 해결하기 위해 스태펠법(Stapel Scale)인 어의차이법이 개발되었으며(민형동, 2007:41), 유태용(1994, 1995)은 오스굿(Osgood)의 기법을 토대로 특성단어에 관한 적절성과 호오도로 기업의 이미지를 측정하였으며, 유태용·이종구(1996, 1997)은 오스굿의 기법을 토대로 특성단어에 관한 적절성과 호오도로 대학의 이미지를 측정하였다. 이장송·김성경·정현숙(2003)은 오스굿(Osgood)의 3가지 요소들에 준하여 76개 형용사를 20개 개념에 적용시킨 문항으로 자신의 종교와 타 종교에 대한 태도를 측정하였다. 유우열(2006)은 기독교 중심이기 하지만 종교적 이미지를 종교대학생에 대한 이미지를 분석하였는바, 특히 여러 차원의 다른 이미지 중에서 교회 이미지에 대한 질문을 36개 질문으로 물어 분석하였다. 한편, 정원철(2000), 조은희(2003), 이혜경(2006)의 연구는 특성단어를 중심으로 행정이나 정부의 이미지를 도출하는 연구 등을 진행하고 있다.

적합지 등을 살펴보고자 한다. 인구통계학적 변수는 성별, 연령, 학교특성, 부모(아버지) 종교, 부모(어머니) 종교, 본인 종교 등 5가지 변수로 정하여 명목척도를 구성하였다. 이와 같이 불교이미지와 불교신뢰, 그리고 인구통계학적 변인들에 대한 측정 설문문항과 집단간 배분은 다음 표 2와 같다.

표 2. 변수의 구성과 설문문항

구분	관측변수	잠재변수	척도	구분	변수명	집 단	척도	
종속 변수	불교에 대한 신뢰(y)	불교 신뢰(Y)			성 별	남		
						여		
독립 변수	적 절 성이 높은 단어	건전하다(Word 1), 검소하다(Word 2), 겸손하다(Word 3), 깨끗하다(Word 4), 부지런하다(Word 5), 신중하다(Word 6), 자비롭다(Word 7), 자제력이 있다(Word 8)	불교인에 대한 기대감(X1)	7점 등간 척도	인구 통계 학적 변수	연 령	20세 이하	명목 척도
							21-22세 이하	
							23-24세 이하	
							25세 이상	
	학 교 특 성	불교종립대학 일반대학	종교 표상에 대한 인식 (X2)			부모님 (아버지) 종교	불교	
							기독교	
	적 절 성이 낮은 단어	역사가 깊다(Word 9), 예술적이다(Word 10), 전통적이다(Word 11), 한국적이다(Word 12)	불교의 사회관계성 (X3)			부모님 (어머니) 종교	천주교	
							기타	
	과 학 적 이 다 (Word 21), 미 래 지 향 적 이 다 (Word 22)	불교의 과학성 (X4)	본인 종교			본인 종교	불교	
							기독교	
					천주교			
					기타			

IV. 불교이미지와 불교신뢰의 실증 분석

1. 조사 대상

본 연구의 대상인 대학생의 인구통계학적 특성, 즉 통계적으로 유의한 설문 참여 대학생의 현황을 살펴보면 다음 표 3과 같다.

표 3. 표본집단 구성

변 수	집 단	빈도	비율	누적비율
성 별	남	74	41.8	41.8
	여	103	58.2	100.0
연 령	20세 이하	44	24.9	24.9
	21-22세 이하	66	37.3	62.1
	23-24세 이하	35	19.8	81.9
	25세 이상	32	18.1	100.0
학교특성	불교종립대학(금강대)	74	41.8	41.8
	일반대학(충남대, 청양대)	103	58.2	100.0
부모(아버지) 종교	불교	67	37.9	37.9
	기독교	25	14.1	52.0
	천주교	8	4.5	56.5
	기타	77	43.5	100.0
부모(어머니) 종교	불교	70	39.5	39.5
	기독교	35	19.8	59.3
	천주교	17	9.6	68.3
	기타	55	31.1	100.0
본인종교	불교	39	22.0	22.0
	기독교	31	17.5	39.5
	천주교	11	6.2	45.8
	기타	96	54.2	100.0

2. 불교이미지의 도출 및 신뢰성과 타당성, 상관분석 검정

1) 불교이미지의 도출 및 측정변수의 신뢰성과 타당성 검정

불교이미지와 불교 신뢰의 관측변수들의 탐색적 요인분석을 통해 각 측정 변수들의 신뢰성과 타당성을 검증한다. 본 연구에서 신뢰성은 내적 일관성법(internal consistency method)의 신뢰계수(coefficient alpha or Crnbach's alpha)를 사용하고, 타당성은 탐색적 요인분석을 실시하여 검토한다.¹⁰⁾

먼저, 적절성이 높은 특성용어의 요인분석 및 신뢰성에서 신뢰성 분석결과 신뢰계수가 0.984로 보여 신뢰성이 확보되었으며, 탐색적 요인분석 결과 누적 분산은 61.085이며, KMO는 0.886로 KMO의 판단기준(≥ 0.5)에 따라 요인분석의 표본은 적절한 것으로 판단된다.

표 4. 적절성이 높은 특성용어의 요인분석

특성용어	성분행렬		Cronbach's alpha
	요인 1	요인 2	
겸손하다(word 1).	0.855	0.159	0.984
겸소하다(word 2).	0.837	0.178	
건전하다(word 3).	0.831	0.105	
깨끗하다(word 4).	0.783	0.105	
신중하다(word 5).	0.774	0.272	
자제력이 있다(word 6).	0.721	0.200	
자비롭다(word 7).	0.656	0.380	
부지런하다(word 8).	0.584	0.241	
역사가 깊다(word 9).	0.128	0.864	
예술적이다(word 10).	0.121	0.739	
전통적이다(word 11).	0.306	0.693	
한국적이다(word 12).	0.168	0.621	

주 : KMO=0.886, Bartlett구형성 검증 유의도=1098.508***(* $p < 0.5$, ** $p < 0.01$, $p < 0.001$)

10) 탐색적 요인분석에 사용된 모형은 주성분분석(principal component model)이며, 요인구조의 회전방법은 요인간의 상관관계가 없을 것으로 가정함으로써 해석의 간명함을 위해 요인구조의 간명함을 상실할 우려가 있는 직각회전(orthogonal rotation)방법 대신 사각회전(oblique rotation)을 사용하였다(김계수, 2007:200-201).

성분행렬을 요인적재치로 0.5기준으로 어느 요인에 속하는지 결정하는 바 요인 1은 ‘겸손하다.’, ‘검소하다.’, ‘건전하다.’, ‘깨끗하다.’, ‘신중하다.’, ‘자제력이 있다.’, ‘자비롭다.’ ‘부지런하다.’가 공통된 범주로 묶일 수 있다는 것이 설명되었다.

요인 2는 ‘역사가 깊다.’, ‘예술적이다.’, ‘전통적이다.’, ‘한국적이다.’가 공통된 범주로 묶일 수 있다는 것이 설명되었다.

또한, 적절성이 낮은 특성용어의 요인분석 및 신뢰성에서 신뢰성 분석결과 신뢰계수가 0.900으로 신뢰성이 확보되었으며, 탐색적 요인분석 결과 누적 분산은 63.750이며, KMO는 0.912로 KMO의 판단기준(≥ 0.5)에 따라 요인분석의 표본은 적절한 것으로 판단된다.

표 5. 적절성이 낮은 특성용어의 요인분석

특성용어	성분행렬		Cronbach's alpha
	요인 1	요인 2	
사교적이다(word 13)	0.840	0.203	9.00
자유롭다(word 14)	0.787	0.033	
사회적이다(word 15)	0.772	0.208	
민주적이다(word 16)	0.734	0.213	
생산적이다(word 17)	0.712	0.442	
명랑하다(word 18)	0.666	0.393	
재미있다(word 19)	0.662	0.411	
현실적이다(word 20)	0.549	0.373	
과학적이다(word 21)	0.146	0.839	
미래지향적이다(word 22)	0.243	0.807	

주 : KMO=0.912, Bartlett구형성 검증 유의도=878.913***(* $p < 0.5$, ** $p < 0.01$, $p < 0.001$)

성분행렬을 요인적재치로 0.5기준으로 어느 요인에 속하는지 결정하는 바 요인 1은 ‘사교적이다.’, ‘자유롭다.’, ‘사회적이다.’, ‘민주적이다.’, ‘생산

적이다.’, ‘명량하다.’, ‘재미있다.’, ‘현실적이다.’가 공통된 범주로 묶일 수 있다는 것이 설명되었으며, 요인 2는 ‘과학적이다.’, ‘미래지향적이다.’가 공통된 범주로 묶일 수 있다는 것이 설명되었다.

이와 같이, 상술한 요인분석을 토대로 도출된 불교이미지를 불교인에 대한 기대감, 종교 표상에 대한 인식, 불교의 사회관계성, 불교의 과학성으로 재구성해 보면, 다음 표 6과 같다.

표 6. 불교이미지의 개념적 구성 요인

불교이미지 개념 요인 구분	특성용어	비고
불교인에 대한 기대감(X1)	건전하다, 검소하다, 겸손하다, 깨끗하다, 부지런하다, 신중하다, 자비롭다, 자제력이 있다.	적절성이 높은 특성용어
종교 표상에 대한 인식(X2)	역사가 깊다, 예술적이다, 전통적이다, 한국적이다.	특성용어
불교의 사회관계성(X3)	현실적이다, 자유롭다, 사회적이다, 민주적이다, 사교적이다, 생산적이다, 명량하다, 재미있다.	적절성이 낮은 특성용어
불교의 과학성(X4)	과학적이다, 미래지향적이다.	특성용어

한편, 본 연구의 종속변수에 해당하는 불교 신뢰, 즉 불교에 대한 신뢰는 하나의 관측변수로 측정하므로 그 신뢰도와 타당도를 염두에 두지 않았다.¹¹⁾

11) 구조모형을 단일항목을 통해서도 분석할 수도 있다. 그러나 이 경우 Cronbach's α 를 계산할 수 없으므로 신뢰도 값은 추정치를 사용할 수밖에 없다. 추정치로 0.8을 사용하여서 잠재요인 불교신뢰와 측정항목 간의 관계에 신뢰도 추정치의 제공근 값인 0.8944를 지정하고, 오차항의 분산에 0.2를 지정하였다(이학식·임지훈, 『구조방정식 모형분석과 AMOS 6.0』(서울: 법문사, 2007), pp.262-263).

2) 측정변수의 상관 분석

본 설문문의 모든 측정변수에 잠재변수의 상관 분석을 실시해 보면 다음 표 7과 같고, 전반적으로 낮지만 유의함을 보이고 있다.

특히, 불교인에 대한 기대감(X1)과 불교의 사회관계성(X3), 불교의 사회관계성(X3)과 불교의 과학성(X4), 불교인에 대한 기대감(X1)과 불교 신뢰(Y)의 상관관계는 다른 상관관계 값보다도 0.589, 0.556, 0.492로 다소 높게 나타나 이들에 대해 분석 결과에 대해 깊게 분석해야 할 것이다(〈표 7〉 참조).

표 7. 측정변수의 상관분석 결과(Pearson 상관계수 값)

측정변수	불교인에 대한 기대감(X1)	종교 표상에 대한 인식(X2)	불교의 사회관계성(X3)	불교의 과학성(X4)	불교 신뢰(Y)
불교인에 대한 기대감(X1)	1				
종교 표상에 대한 인식(X2)	0.476**	1			
불교의 사회관계성(X3)	0.589**	0.233**	1		
불교의 과학성(X4)	0.367**	0.153*	0.556**	1	
불교 신뢰(Y)	0.492**	0.351**	0.413**	0.309**	1

주) **표시의 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의합니다. / *표시의 상관계수는 0.05 수준(양쪽)에서 유의합니다.

3. 불교이미지와 불교신뢰의 인과 관계 연구모형 분석

1) 적절성이 높은 용어의 인과관계 연구 모형 분석

적절성이 높은 용어의 불교이미지와 불교신뢰의 인과관계 연구모형에 관한 검증을 위해 다음과 같은 적합지수를 얻었다. $\chi^2=141.152$, $df=63$, $p=0.000$,

GFI=0.892, AGFI=0.844, RMR=0.099, NFI=0.882, NNFI=0.913, CFI=0.930
 으로 나타났다. NNFI와 CFI만이 권장수준을 만족하고, 다른 지수들은 권장
 수준에 약간씩 미달하지만, 종합적으로 보았을 때 그 미달함의 차이가 적
 고, NNFI와 CFI는 권장수준을 만족하기 때문에 전반적으로 연구모형은 적합
 한 것으로 판명하였다. 이것을 그림으로 나타나내면 다음 그림 2와 같다.

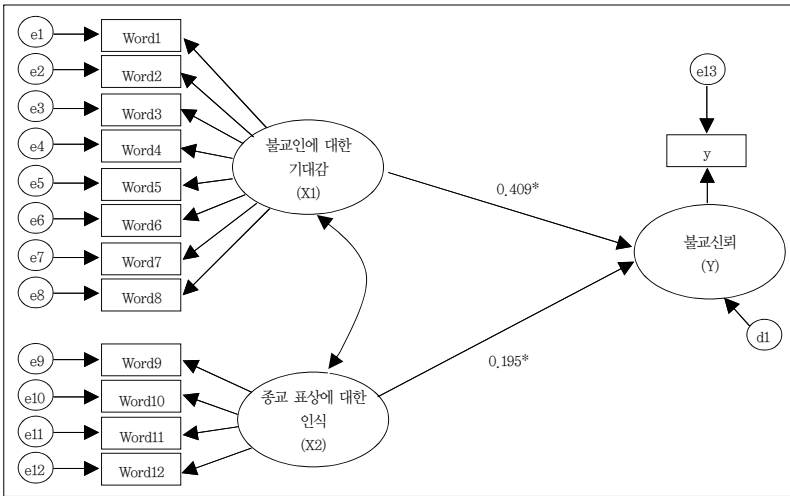


그림 2. 적절성이 높은 특성용어의 불교이미지와 불교신뢰 간의 인과관계 모형의 분석 결과

$\chi^2=141,152(df=63, P=.0000)$, GFI=0.892, NNFI=0.913, CFI=0.930

주) *는 $\alpha=0.05$ 에서 유의함을 나타냄.

한편, 분석결과를 토대로 경로 계수에 대한 내용을 정리해 보면(〈표 8〉 참조), 불교인에 대한 기대감이 불교신뢰에 긍정적인 영향을 미치고 있음 ($t=4.407 \pm 1.96$)과 종교 표상에 대한 인식이 불교신뢰에 긍정적인 영향을 미치고 있음($t=2.163 \pm 1.96$)을 알 수 있다.

표 8. 경로분석 결과

구분	경로	표준화계수	표준오차	t	채택여부
X1 → Y	불교인에 대한 기대감 → 불교신뢰	0.409	0.162	4.407	채택
X2 → Y	종교표상에 대한 인식 → 불교신뢰	0.195	0.222	2.163	채택

2) 적절성이 낮은 경우의 인과관계 연구모형 분석

적절성이 낮은 용어의 불교이미지와 불교신뢰의 인과관계 연구모형에 관한 검증을 위해 다음과 같은 적합지수를 얻었다. $\chi^2=88.953$, $df=42$, $p=0.000$, $GFI=0.918$, $AGFI=0.872$, $RMR=0.117$, $NFI=0.906$, $NNFI=0.931$, $CFI=0.947$ 로 나타났다. χ^2 의 확률값(0.05보다 커야함)과 GFI, NFI, NNFI, CFI값이 권장수준을 만족하고, 다른 지수들은 권장수준에 약간씩 미달하지만, 종합적으로 보았을 때 그 미달함의 차이가 적기 때문에, 전반적으로 연구모형은 적합한 것으로 판명하였다. 이것을 그림으로 나타내면 다음 그림 3과 같다.

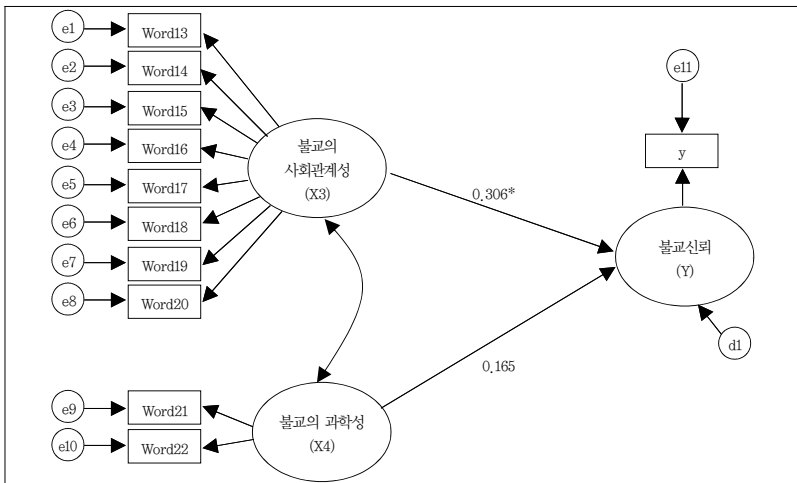


그림 3. 적절성이 낮은 특성용어의 불교이미지와 불교신뢰 간의 인과관계 모형의 분석 결과

$\chi^2=88.953(df=42, P=.0000)$, $GFI=0.918$, $AGFI=0.872$, $CFI=0.947$, $NFI=0.906$

주) *는 $\alpha=0.05$ 에서 유의함을 나타냄.

한편, 분석결과를 토대로 경로계수에 대한 내용을 정리해 보면(표 9 참조), 불교의 사회관계성이 불교신뢰에 긍정적인 영향을 미치고 있음($t=2.327 > \pm 1.96$)을 알 수 있고, 불교의 과학성이 불교신뢰에 영향을 미치고 있음 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다($t=1.147 < \pm 1.96$).

표 9. 경로분석 결과

구분	경로	표준화계수	표준오차	t	채택여부
X3→Y	불교의 사회관계성 → 불교신뢰	0.306	0.201	2.327	채택
X4→Y	불교의 과학성 → 불교신뢰	0.165	0.164	1.147	기각

V. 분석 결과 및 함의

1. 불교이미지 도출을 위한 요인분석을 통한 분석의 결과 및 함의

권정만(2009)의 연구결과에서는 기대감, 사찰이미지, 비관계성, 비과학성으로 명명하였으나, 명명이 부적합하다고 판단되어, 기대감은 불교인에 대한 기대감으로, 사찰이미지는 종교 표상에 대한 인식으로, 비관계성은 불교의 사회관계성으로, 비과학성은 불교의 과학성으로 변경하였다.

적절성이 높은 특성용어의 경우에는 불교의 구성요소 중에서 일반적 분류법에 해당되는 사람에 해당하는 인적요인에 대한 기대감과 사찰이라는 그 대상이 일정부분 구체적인 것이 가장 큰 요인으로 대학생들에게 인식되고 있다. 특히, 기대감, 즉, 불교신도(자)나 스님은 '이래야 한다'라는 것과 종교적 표상의 경우 물리적으로 보이는 것이며, 더불어 고승의 경우 이러한 이미지를 포함할 수 있는 것으로 보인다.

또한, 적절성이 낮은 특성용어의 경우 부정적인 측면을 포함하고 있는 것으로 일반적으로 불교의 사회관계에 대한 인식에 관해 사회 및 정치적 활

동이나 포교활동, 봉사 활동이 등이 매우 미약하고, 영향력이 적어 이에 대해 매우 적절성이 낮은 것으로 인식하고 있으며, 또한, 불교 교리상으로는 과학적이고, 인과성을 지니고 있다고는 하지만, 인과관계라든지, 과학적이거나 미래지향적이지 못하다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

2. 상관관계 분석을 통한 분석의 결과 및 함의

불교에 대한 기대감이 높으며, 불교의 사회 관계성에 대한 인식도 높게 나타났으며, 반대로 불교에 대한 기대감이 낮으면, 불교의 사회 관계성에 대한 인식도 낮게 나타난다.

한편, 불교의 사회관계성에 대한 인식이 높으면 불교의 과학성에 대한 인식도 높게 나타나며, 반대로 불교의 사회관계성에 대한 인식이 낮으면 불교의 과학성에 대한 인식도 낮게 나타난다.

그리고, 불교인에 대한 기대감이 높으면 불교의 신뢰도 높게 나타나며, 불교인에 대한 기대감이 낮으면 불교의 신뢰도 낮게 나타남을 알 수 있다.

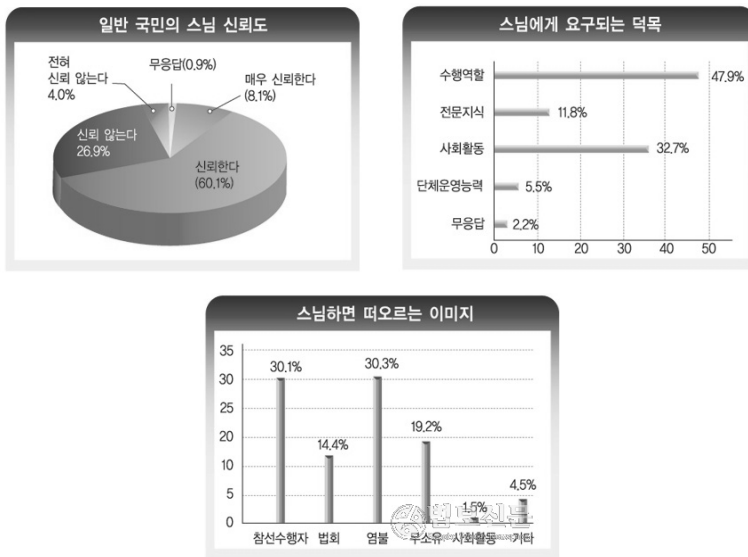
이러한 상관관계분석의 결과에서 주목해야 할 것은 특히, 불교인에 대한 기대감에 따라 불교 신뢰는 물론 불교의 사회관계성에 대한 인식 등에 상관관계를 보인다는 것이다. 달리 말해보면, 불교인(특히, 스님에 대한 인식)에 따라 신뢰와 사회관계성은 상관관계를 보인다는 것이다.

따라서, 불교에 대해 잘 인식하고(알고) 있는 것이 중요함을 알 수 있다. 왜냐하면, 불교의 사회관계성에 대한 인식과 불교의 과학성에 대한 인식은 적절성이 낮은 특성용어로 분류되는 즉, 부정적 인식이 강한 것인데, 이 둘의 잠재변수가 상관관계가 유의미하다는 것은 불교를 믿는 사람들과 믿는 않는 사람들로 그 상관관계가 나타나는 것이며, 불교인에 대한 기대감과 불교의 사회관계성에 대한 것은 적절성이 높은 것과 적절성이 낮은 분류가 혼재되어 있다는 것이다. 즉, 불교를 믿는 사람과 불교를 믿지 않는 사람들

의 구분이 어렵다는 것이다. 달리 생각해 보면, 불교를 너무 잘 알아서도 부정적 인식을 가질 수도 있고, 긍정적 인식을 할 수도 있다는 것이다.

최근의 조사는 이러한 상관관계에 시사하는 바가 있는바 이를 제시해 보면 다음 표 10과 같다.

표 10. 일반 국민이 생각하는 스님에 대한 인식



자료 : 법보신문 2011.04.04일자
 (출처: http://beopbo.com/news/news_print.html?section=93&category=98&item=&no=65253)

이처럼, 스님은 수행자로서 이미지를 가지고 있고, 사회활동은 매우 적은 이미지 인식을 하고 있어 이는 현실에서의 스님의 역할에 대한 인식을 말하고 있는 바, 본 연구의 맥락과도 같다고 볼 수 있으며, 스님에게 요구되는 덕목으로 사회활동이 수행역할 다음으로 순위를 차지하고 있는 것은 스님에 대한 희망 사항이 반영되었다고 볼 수 있어 사회활동이 스님의 인식

이나 불교의 신뢰를 높이기 위해 꼭 필요한 필요조건은 아닌 듯해 보인다.

결국, 이미지와 덕목으로 수행역할이 가장 높은 인식을 차지하고 있다는 것은 이를 스님에 대한 가장 기본으로 생각한다는 것이며, 불교 신뢰를 위해서 이 기본이 잘 지켜져야 되며, 이를 벗어나지 않는 선에서의 그 기타 활동이 필요하다 할 것이다.

3. 불교이미지와 불교 신뢰의 인과 관계 분석의 결과 및 함의

적절성이 높은 용어에 따른 불교이미지와 불교 신뢰의 인과관계 분석을 통해 불교인에 대한 기대감과 종교 표상 이미지가 불교신뢰에 영향을 미친다는 모형은 적합함을 실증적으로 검증해보았으며, 다들 알다시피, 불교인에 대한 기대감(특히, 스님)의 불교에 대한 신뢰에 영향을 미치는 정도는 더 크다고 생각되어진다.

본 연구를 통해 불교인에 대한 기대감과 관련된 특성용어는 결국, 불교인(특히 스님)에 대한 기대감과 일치함으로 이를 다시 한 번 제시해보는 것으로 스님에 대한 이상적인 이미지가 다시금 상기시킬 수 있을 것이라 생각이 든다.

첫째, 건전하다. 둘째, 검소하다. 셋째, 겸손하다. 넷째, 깨끗하다. 다섯째, 부지런하다. 여섯째, 신중하다. 일곱째, 자비롭다. 여덟째, 자제력이 있다.

한편, 적절성이 낮은 용어에 따른 불교이미지와 불교 신뢰의 인과관계 분석을 통해 불교의 사회관계성이 불교 신뢰에 영향을 통계학적으로 유의미하게 미치고 있음을 파악할 수 있었고, 과학성은 그렇지 못한 것으로 나타났다. 불교가 과학적이나 과학적이지 않느냐가 불교의 신뢰를 영향을 미치지 않는 것은 불교를 학문이나 과학적으로 믿기보다는 신앙으로 종교로써 보고 있다는 반증일 수가 있으며, 적절성이 낮은 용어에서 불교이미지

개념적 요인 구성요소 중 불교에 대한 사회관계성이 영향을 미친다는 것은 불교가 사회관계성에 고려를 하지 있지 못하다고 볼 수도 있다.

VI. 결론

지금까지 불교이미지와 불교신뢰간의 영향력 정도를 특성용어 도출을 통한 불교이미지의 개념 요인 구성해 보고, 이를 통해 불교신뢰의 상관관계를 살펴보았으며, 더 나아가 이들의 인과관계를 구조모형분석을 통해 살펴보았다.

불교이미지와 불교신뢰간의 인과관계를 살펴보는 시도 그 자체가 의미가 있는 일이 될 것이며, 이를 양적인 검증을 하는 실증적 분석을 해보았다는 것이 더 큰 의미가 될 것이며, 막연하게나마 알고 있는 것들에 대한 실증적 검증을 통한 확인을 해 보았다는 것도 또한 의미가 있는 연구가 되었다고 판단된다.

더 나아가, 불교이미지와 불교 신뢰에 대한 전략 도출을 위한 기초자료로도 활용될 수 있을 것이라 기대해 본다.

한편, 본 연구는 대전·충남 지역 3개 대학을 대상으로 한 통계적 한계와 각각의 연구모형을 제시된 연구모형의 설명력이 조금은 낮다는 것, 이는 그만큼 ‘불교’라는 것이 일반적으로 다른 개념이나 대상, 문제보다도 복잡하고 다기함을 시사한다고 할 수 있겠다. 향후, 이러한 통계적 한계점을 보완하기 위해서는 지속적인 연구가 필요하다 하겠다.

참 고 문 헌

- 권정만(2009), 대학생들의 불교이미지에 관한 연구-특성용어를 통한 적절성과 호오도 분석을 중심으로-, 불교학리뷰, Vol. 6.
- _____(2010), 대학생들의 불교이미지에 관한 연구(II), 불교학리뷰, Vol. 7
- 김계수(2007), New Amos 7.0 구조방정식모형 분석, 서울: 한나래 출판사.
- 김동기, 『종교심리학』 (서울: 학지사, 2003).
- 대효(1995), 불교개혁과정에서 나타나는 불교인식 조사 연구, 승가, Vol.12.
- 민형동(2007), 경찰에 대한 국민의 이미지 형성에 관한 연구, 동국대학교 대학원 박사학위논문.
- 박준성(2004), 한국사회의 종교에 대한 신뢰와 불신 인식 연구: 토착심리학적 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 박준성·김의철(2003), 한국교회의 목회자와 신자간의 신뢰 인식 연구, 한국심리학회 연차 학술발표 논문집, pp.197-198.
- _____(2006), 한국사회의 종교에 대한 신뢰에 대한 요인분석: 토착문화심리학적 접근, 한국심리학회 연차학술발표대회 논문집, Vol.2006.
- 사미자(2001), 종교심리학, 서울: 장로회신학대학교출판부.
- 유우열(2006), 중고등학생의 기독교에 대한 이미지 분석, 성결대학교 신학전문대학원 박사학위논문.
- 유태용(1994), 기업이미지를 나타내는 특성용어들의 요인구조 탐색, 한국심리학회지 산업 및 조직, Vol.7 No.1.
- _____(1995), 기업이미지 측정을 위한 모델개발 연구, 한국심리학회지 산업 및 조직, Vol.8 No.1.
- 유태용·이종구(1996), 대학이미지를 나타내는 특성용어들의 요인구조 탐색, 한국심리학회지 산업 및 조직, Vol.9 No.2.

- _____ (1997), 대학이미지 측정을 위한 모델개발 및 대학간 이미지 비교, 한국 심리학회지 산업 및 조직, Vol.10 No.2.
- 윤원철(2007), 불교학과 종교학, 불교학 연구, 제18호.
- 이장송·김성경·정현숙(2003), 종교간 상호 인식 양태에 관한 연구: 한 특수대학 학생들의 종교간 태도를 중심으로, 커뮤니케이션한 연구, Vol.11, No.1.
- 이학식·임지훈(2007), 구조방정식 모형분석과 AMOS 6.0, 서울: 법문사.
- 이혜경(2006), 행정이미지의 형성요인과 제고방안에 관한 연구-민원행정서비스를 중심으로-, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 정원철(2000), 정부이미지의 측정 및 비교에 관한 실증적 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 조계종 중앙종회 교육분과위원회와 조계종 교육원 불학연구소, 「바람직한 승가상 정립을 위한 조계종 승려 의식 성향 조사, 『불교신문』 (서울 : 불교신문, 2009. 10. 19자)(출처:http://wooribulgyo.com/new_view.jsp?ncd=1870.)
- 조계종 포교원 포교연구실(1999), 청소년 종교 의식 조사, 현대불교 불기2549년 9월 1일 236호(출처:<http://www.buddhapia.co.kr>)
- 조은희(2003), 정부브랜드 이미지의 측정에 관한 연구-척도개발을 중심으로-, 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 최종석·권정만(2010), 불교포교매체가 불교신뢰에 미치는 영향에 관한 연구, 불교연구, Vol.33.
- 한국갤럽(2005), 2004 한국인의 종교와 종교의식, 서울: 한국갤럽.
- 법보신문 2011.04.04일자(출처: http://beopbo.com/news/news_print.html?section=93&category=98&item=&no=65253)
- Albert, S. and Whetten, D. A.(1985), Organizational identity, *Research in Organizational Behavior*, 7.
- Collins, G. S.(1981), *Psychology and Theology: Prospects for integration*,

Nashville: Abingdon Press.

James, W.(1929), *The varieties of religious experience: A study in human nature*, New York: Modern Library.

Oates, W. E.(1973), *The Psychology of religion*, Texas: Word books.

Osgood, C. E., Suci, G. J., et. al.(1965), *The measurement of meaning*, Urbana, III: University of Illinois Press.

Park, J. & Kim, U.(2004), “The basis of trust and distrust between Christian ministers and believers in Korea: Indigenous psychological analysis”, Paper presented at the 17th International congress of the International Association for Cross-cultural Psychology, August 2-6., Xian, China: Shannxi Normal University.

St. Clar, M.(1994), *Human relationships and the experience of God: Object relations and religion*, New York: Paulist Press.

Abstract

The study on analysing casual relation between image and trust of buddhism

Kwon, Jeong-man

Chungman National University

Because of have been verified through review between image and trust, satisfaction and loyalty in previous study (especially, organization research section), this study try to rising (or drafting) index or plan for trust of buddhism through research for relationship between image of buddhism and trust of buddhism which the previous research and survey have limitations.

This study try to re-naming for image of buddhism through factor analysis for conceptual consist factor for image of buddhism, correlating for all observation variation, and analysing casual relation between image and trust of buddhism.

This trial is based on the improvement for image of buddhism. furthermore, verifying for casual relation between image and trust of buddhism thorough not simply understanding but statics.

Key Words : Image of buddhism, Trust of buddhism, Casual relationship

2011년 11월 21일 투고
2011년 12월 26일 심사완료
2011년 12월 28일 게재확정