

종교 오디션 프로그램의 종교성 강화 기제 연구

김수진

(고려대학교 언론학과 석사과정)

초록

오디션 프로그램은 특정 장르에 국한되지 않고 다양한 분야와 지속적으로 접목하면서 인기 포맷으로 자리 잡았다. 이는 비종교방송의 상업논리를 넘어, 설립목적에서 근본적으로 차별된 종교방송에까지 영향을 미쳤다.

본 연구는 기독교 방송사 C채널의 오디션 프로그램 <가스펠 스타C> 중심으로 텍스트 분석을 진행하였으며, 연구 결과 종교 오디션 프로그램은 경쟁과 실제성, 종교성의 세 축이 유기적으로 작동하고 있음을 확인할 수 있었다. 경쟁이 기본이 되는 프로그램 구조를 취하고 있으나, 경쟁을 최소화하여 그 틈으로 화합, 은혜, 성장 등의 긍정적인 개념을 주입하여 결과적으로 종교성의 고양을 취득하고자 하였다. 또한 프로그램의 양식적 측면에는 카메라워킹, 내러티브, 인터뷰 등의 구성을 통한 실제성 강조는 이를 더욱 심화시키는 역할을 담당하였다. 프로그램의 이 모든 요소들은 종교 미디어의 특성상 시청자들의 종교성을 함양하며 선교적 도구로서 활용되기 위함으로 추론이 가능하다.

주제어 : 종교 오디션 프로그램, 가스펠스타 C, 경쟁, 실제성, 종교성

1. 서론

작년 2017년은 <프로듀스 101 시즌2>를 필두로, <더 유닛>, <믹스나인>등의 방영을 통해 한동안 주춤했던 오디션 프로그램 포맷이 재도약의 기회를 얻은 해였다. <프로듀스 101 시즌2>의 우승자 11명으로 구성된 남성 아이돌 그룹 ‘워너원’은 괴물신인이라고 불리며 데뷔와 동시에 최고의 인기를 구사하였으며, <쇼 미 더 머니 6>의 미션 곡들이 유명 음원 사이트의 상위 순위에 랭크되었던 것과 같은 사례들이 그 예시로 작용할 수 있을 것이다. 이는 2009년 <슈퍼스타K>를 시작으로 <위대한 탄생>, <K팝스타> 등의 다양한 오디션 프로그램 포맷이 예능계를 장악하던 시기와 유사한 양상을 보인다. 한국에서 오디션 프로그램 열풍의 시초가 된 <슈퍼스타 K>는 통상 1%를 성공의 기준으로 제시하는 케이블방송에서 8%라는 사상 초유의 시청률을 기록하면서 한국 방송시장에 오디션 프로그램이라는 새로운 지평을 열었다. 그 이듬해에 방영된 차기작 <슈퍼스타 K2>는 전작의 인기에 힘입어 최고시청률 21.1%라는 초유의 기록을 세웠고(김폴잎, 2016), 시청률, 대중성, 화제성 등 모든 면에서 승승장구를 이어나갔다. 오디션 프로그램의 흥행은 비단 음악 뿐 만이 아닌 요리, 모델, 패션, 심지어는 회사 입사까지 다룰 정도로 다양한 소재로 확장되어 방영되었다. 오디션 프로그램의 포맷은 일종의 “문화적 코드”로 위치하게 되었다고 볼 수 있다(양혜승, 2012). 그러나 포맷과 구성, 캐릭터 등의 유사성으로 인해 인기의 침체기를 피할 수 없었다. 오디

선 프로그램 포맷의 명맥은 지속적으로 유지되고 있으나, <슈퍼스타 K 2016>이 1%라는 자체 최저 시청률(임지연, 2016)로 인한 장기 휴방 결정과 시즌 6까지 진행된 <K팝스타>의 종영(유은영, 2017)이 시사해 주듯, 인기가 한풀 꺾인 것은 사실이었다. 관련된 국내 학계의 연구 또한 2011년과 2012년을 중심으로 특히 많은 논의가 이루어졌으며, 양적으로 주춤하면서도 지속적인 관심이 유지되었다는 점에서 비슷한 양상을 보이고 있다. 이러한 시점에서 오디션 프로그램의 재도약은 의미가 있는 신호탄으로 보여 진다.

전술한 오디션 프로그램 포맷의 확장은 종교미디어에도 영향을 미쳤는데, 이는 의례적이지 않은 현상이다. 기존에도 종교 미디어를 중심으로 찬양경연과 그것을 촬영하여 방영하는 형식의 프로그램은 있어 왔다. 그러나 <가스펠 스타 C>는 오디션 프로그램의 구조, 포맷을 유사하게 차용하여, 2011년, 기독교 방송 C채널에서 방영을 시작하여, 현재까지 국내 최대의 CCM 오디션 프로그램이라는 타이틀을 지니고 있다. 포교적 기능을 수행하는 종교 미디어(최창섭, 1991: 백성환, 2003 재인용)에서 방영되었다는 것에 걸맞게, 최근 시즌인 시즌7에서는 “거룩한 올림: 내가 노래하며 찬양합니다” 라는 성경구절(“하나님이여 내 마음을 정하였사오니 내가 노래하며 내 심령으로 찬양하리로다.”, 시편 108:1)을 기반으로 한 문구를 앞세우고 있었다. 그것과 동시에 1차 온라인 예선, 2차 지역 오프라인 예선, 멘토링 캠프, TOP10의 최종 본선이라는 비종교 미디어 오디션 프로그램의 포맷과 유사한 선정과정을 도입하였다는 점은 다소 이질적으로 느껴질 수 있는 지점이라 판단하였으며, 본 연구의 시작지점으로 작용하였다.

2. 문헌검토

1) 종교와 미디어

뒤르켐(Durkeim, 1915/1992)은 종교를 세속과 구분되는 성스러운 요소들의 결합체로 보았다. 그의 연장선으로 종교 연구는 미디어학에서 뿐만 아니라 전반적인 학문에서 엄격하게 분리되었으며, 주변부의 학문영역으로 치부되어왔다(Carey, 2002; 윤선희, 2007). 미디어와 종교는 모두 진실을 전하기 위해 다양한 수단과 방법을 동원한다는 점에서 같은 선상에 있지만, 미디어는 공적영역, 종교는 사적영역으로 구분되어 서로의 영역에 침투되는 것을 금기시한다. 이는 정치와 종교가 분리되어야 한다는 정교분리 원칙이 미디어에 적용되면서 더욱 심화되었다(장석만, 2002). 1980년대까지는 기독교 연구자들이 많은 연구활동을 해왔다(Morgan, 2008; 박진규, 2009). 포교적 도구로써 미디어의 활용방법 혹은 미디어를 반종교적 기구라는 관념을 토대로 진행한 연구들이 중점적으로 진행되었다(박진규, 2009). 그러나, 2001년 9.11테러를 기점으로 하여 종교에 대한 연구가 증가되기 시작하였다(Carey, 2002; 박진규, 2009).

한국에서 종교방송은 1954년 <기독교방송>개국이 시초가 되었으며, 90년대 가톨릭 계열의 <평화방송>과 <불교방송>의 개국으로 인해 더욱 다양해졌다(정희경, 1999). 기본적으로 언론, 매스미디어의 역할을 수행함과 동시에 종교방송에게는 ① 선교의 도구 ② 교육의 도구 ③ 대안 미디어로서 역할 ④ 종교 내부적인 커뮤니케이션 창구 ⑤ 사회공헌 ⑥ 소수자의 대변인의 역할을 다함으로써, 종교방송의 방향성도 놓치지 않아야한다는 당위성이 주어진다(최창섭, 1991: 백성환, 2003 재인용). 즉 다시 말해 종교방송은 하나의 종교단체이자 동시에 ‘방송’이라는 정체성에 걸맞는 사회적 기능이 기대된다.

한국에서 종교방송은 <극동방송>과 같은 복음전파만을 위한 방송의 형태와 종교가 결합되었으나 종합일반방송채널과 유사한 형태의 방송(정희경, 1999), 즉 보도, 교양, 예능프로그램에 광고가 삽입되어있는

형태(김동철, 1990: 정희경, 1999 재인용)로 크게 두 가지로 구분이 된다. 이에 아일렌스(Eilens, 1974: 정희경, 1999 재인용)는 종교 프로그램을 다음과 같은 네 가지 유형으로 구분 지었다.

첫 번째, 설교모델(the pulpit model)로, 종교프로그램은 예언적 설교방송을 가리키며, 구약적 성격을 띠고 유능하고 인기 있는 설교자의 설교를 방영하는 모델로, 1950-60년대에 주로 사용되었던 모델이다.

두 번째, 장엄모델(the spectacle model)로, 종교 프로그램은 설교모델보다는 수용자에게 미치는 효과에 있어서 드라마틱한 구성과 성가대 등을 통한 보다 극대화된 효과를 기대하는 형태로 TV부흥사들의 프로그램이 대표적이다

세 번째, 교육적 모델(the pedagogical mode)로서 주요 종파에서 복음전파를 위해 교리에 대한 강의나, 영화와 함께 다큐멘터리나 드라마 등의 형식을 빌어 제작한 형태이다.

네 번째, 강화모델(the leaven model)로서 스포츠 프로그램을 정규 프로그램안에 삽입함으로써 간단하지만 효과적으로 청취자들에게 말씀을 전달하는 형태이다. 종교관계인사와의 인터뷰 프로그램 등이 이에 속한다 (Eilens, 1974: 정희경, 1999 재인용, 12쪽).

40년가량 시간의 격차가 있음에도 불구하고 아일렌스의 논의는 2017년의 현재 종교방송 프로그램 편성에도 상응하는 내용이 많다. 그러나 전통적으로 기부금과 후원단체들의 지원에 의존해온 재정이 일부 큰 규모의 종교방송사에서는 상업광고로 일부 옮겨지면서(정희경, 1999), 경영상 상업주의에서 자유롭지 못하게 되었다는 점, 종교성에 대한 방송사 내부적인 정의와 범위의 다른 해석 등의 다양한 요인으로 인하여 종교방송의 편성은 비종교방송보다 더욱 복잡한 열개로 이루어졌다고 볼 수 있다(여시중, 2003).

2) 리얼리티 프로그램과 오디션 프로그램

오디션 프로그램은 리얼리티 프로그램의 하부장르이며(이종수, 2008), 리얼리티 프로그램은 출연자의 자기 의식적인 실체가 대중오락과 융합한 상업적인 장르이다. 다양한 장르가 뒤섞여 혼종적이고(박주연, 2005), 스크립트가 없는 평범한 일반인을 그들의 ‘삶’ 혹은 ‘기이한 맥락’에 위치시키며, 이를 통해 불확실성, 관음성, 대중적 즐거움을 생산하는 장르가 리얼리티 프로그램 장르이다(Murray and Ouellette, 2004). 킬본(Kilborn, 1994)에 의하면 리얼리티 프로그램은 휴대성이 뛰어난 카메라로 녹화하고, 실제 삶을 재구성하는 시도를 하며, 실제라 여겨지는 편집물의 통합체이다. 같은 맥락에서 김수정(2010)은 “ ‘실제 인물’이 ‘대본 없는 행위’ “를 하는 것을 리얼리티 프로그램의 중요한 특성으로 꼽으며, 리얼리티 프로그램의 실제성은 창출된 것이고, 텔레비전 송출이라는 전제하에서만 기능할 수 있는 실제인 것이라 주장한다.

이처럼 여타 기존의 오락 프로그램과 구별되는 지점으로 여겨지는 실제성은 사회적인 현실을 반영하고 재현하면서 자체적으로 생성한 또 다른 개념의 리얼리티를 모두 혼합한 개념으로 이는 기본적으로 TV라는 매체가 시청자들에게 익숙하고 자연스럽고 신뢰할 수 있는 매체로 인지되어졌기 때문이다(Couldry, 2003: 박주연, 2005 재인용; 이종수, 2004). 시청자들 또한 이것이 기술을 통해 만들어지고 구성된 실제임을 인지하고 있다(Hutcheon, 1989; L. Williams, 1993; Kilborn, 1994 재인용; 김미라, 2011). 그러나 시청자들은 그 안에서 일어나는 상호작용들, 이를테면 출연자의 삶을 소비하면서 자신과 동일시하기 때문에 리얼리티 프로그램을 시청하는 것이며(이경숙, 조경진, 2010), 이외에도 진실을 찾는 유희(Hill, 2002), 혹은 그 자체에서 재미를 느끼기 때문에 리얼리티 프로그램을 시청한다(윤태진, 2011).

실제성은 ‘경쟁’ 과 ‘갈등’ 을 통해서 강조되는 경우가 많으며(이경숙·조경진, 2010; orbe, 2008), 이는 사회적 차원에서 시민을 경쟁질서에 부합하는 인간상으로 양육하려 하는 신자유주의적인 요구가 깃들여져 있다는 주장으로 이어진다(김수정, 2010; 이경숙·조경진, 2010). 리얼리티 프로그램의 ‘관찰, 감시’, ‘경쟁 포맷’, ‘개인 인터뷰’, ‘전문지식의 개입’ 이라는 포맷적 특성은 이를 강화시켜주고 있으며(김수정, 2010), 신자유주의에서 더 나아가 리얼리티 프로그램이 통제사회와 결을 같이 한다는 논의도 있다(Bratich, 2006).

한편, 리얼리티 프로그램은 스타의 등용문을 확장하면서 “문화적 위계” 에 대한 도전을 이루었고(Holmes, 2006: 김수정, 2011 재인용), 또한 수동적인 위치에만 존재하던 시청자들, 즉 시민들이 출연하는 방송이 가능하게 되었다는 점(Andrejevic, 2004)을 근거로 민주주의의 실천이 이루어지는 장이라는 논의도 존재한다(Hartely, 2008: 김수정, 2011 재인용).

이러한 리얼리티 프로그램적 특성을 지니는 오디션 프로그램은 여기에 평범한 일반인 참가자가 자신의 재능을 선보이면서 리얼리티를 만들어내며, 그 출연의 기회는 누구에게나 제공된다는 점에서 시청자와 참가자의 경계를 불분명하게 만들었다(이경숙, 2011; 김영찬, 김지희, 2012). 뿐만 아니라 참가자가 스타가 되는 과정을 관찰 및 관여할 수 있는 기회가 제공됨에 따라서 시청자와 스타와의 간격도 줄어들게 하였다고 볼 수 있다(Holmes, 2004: 이경숙, 2011 재인용).

프로그램의 구조상, 오디션 프로그램은 수많은 참가자들 가운데서 실력과 외모, 성격 등의 외, 내적 자분을 통한 경쟁에서의 승리를 쟁취해야만 하는 구조를 통해 오락성을 강조하는 결과를 야기하였다(최소망, 강승목, 2012). 주로 미션, 탈락자 선정, 긴장한 참가자의 사적인 정보 전달이 공통적으로 이루어지며, 이는 시청자들로 하여금 관음적 쾌락을 느끼게 하는 기제로 사용되어진다(이희승, 2011).

이러한 기제는 시대를 관통하는 가치 및 관습을 확산하는 데 이용되며, 이 과정에서는 ‘도전’ 혹은 ‘경쟁’ 이 포편적으로 두드러지게 소비되는 양상을 보인다(이경숙, 2010). 김미라(2008)은 오디션 프로그램이 조중, 결과의 신뢰성, 솔직함, 출연자의 기이성 이상 네 가지 요인을 통해 진정성을 확보하였다 주장하였고, 이경숙(2011)은 <슈퍼스타K 시즌2>의 분석을 통하여 시청자가 프로그램의 현장을 경험할 수 있도록 시각적 정보를 제공하고, 대화를 시도하는 방식을 통해 실제감 생산을 가능하게 하였다고 주장한다.

경쟁을 포맷의 주요 요소로 차용한 만큼, 오디션 프로그램은 신자유주의 자기계발, 통치성에 기반하였다는 평을 받고 있다(김미영, 2012; 류응재, 박진우, 2012; 양정혜, 2012). 반면, 한국의 문화적 맥락에서는 경쟁을 순화시키기 위해, 가족주의를 앞세운 공동체 중심적인 관계를 형성하면서 신자유주의와 결을 달리했다는 논의(김수정, 2011), 시청자에 불과하던 수용자가 참가자, 더 나아가 심사자로 까지 위치를 재매김하였다는 점에서 민주주의적인 변화가 있었다는 논의(Kjus, 2009: 이경숙, 2011 재인용) 등 다양한 논의가 오디션 프로그램을 중심으로 이루어지고 있다.

3. 연구방법 및 연구문제

비종교적 맥락에서의 오디션 프로그램에 대한 논의들은 지속적으로 있어왔음을 알 수 있다. 종교적 맥락에서도 음악 경연은 많아왔지만, TV 프로그램으로 오디션 포맷의 형식으로 방영이 된 국내 사례는 <가스펠스타 C>가 처음이라고 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 <가스펠스타 C>를 연구대상으로 선정하여, 종교 오디션 프로그램이 종교성의 어떠한 구성요소를 어떠한 방법으로 극대화하여 포교의 도구로 활용하는가에 대하여 알아보려고 하였다. 이를 탐구하고자 본 연구에서는 다음과 같은 연구문제를 지닌다.

연구문제1: 종교 오디션 프로그램의 종교성 강화를 위한 내용적 구조의 특징은 무엇인가?

연구문제2: 종교 오디션 프로그램의 종교성 강화를 위한 영상적 기법의 특징은 무엇인가?

전술한 바와 같이 본 연구에서는 <가스펠스타 C>를 분석하였다. 그 중에서도 가장 근래에 방영된 시즌 7의 5편(2017년 10월 13일 ~ 11월 10일)과 바로 이전 시즌인 시즌 6의 3편(2016년 10월 13일 ~ 2016년 10월 20일)을 택하였는데, 이는 3차 예선을 포함한 단기합숙훈련인 멘토링캠프가 이 경연의 핵심적인 면모를 잘 보여주었기 때문이다. 한 시즌이 아닌 두 시즌을 선정한 이유는 한 시즌으로는 분석할 분량이 충분치 못하며, 두 시즌이 차이가 있긴 하지만, 구조적으로 비슷하기 때문에 공통적인 면모를 중심으로 분석하는 것이 더욱 타당한 연구를 가능케 할 것이라 판단하였기 때문이다.

이를 분석하기 위해 연구자는 해당 회차를 거듭 시청하면서 보드웰과 톰슨(Bordwell & Thompson, 2010/2011)의 영상 분석 방법과 반데 버그 외(Vande Berg, Wenner & Gronbeck, 1998)의 다중코드 분석법을 이용한 질적 텍스트 분석을 진행하였다. 보드웰과 톰슨은 영상을 크게 서사를 중심으로 하는 ‘형식’과 영상의 기술적 문법, 이를 테면 카메라의 움직임, 편집, 음향 등을 중심으로 하는 ‘양식’으로 구분하였고, 반데 버그 외는 “텍스트를 코드와 사회구성원들의 공통적인 해석 및 경험 그리고 코드가 배열된 기호의 시퀀스”라고 설명하며, 언어, 시각적, 음향적인 코드를 중점적으로 분석하는 틀을 제시하였다. 연구자는 이 두 방법을 종합하여 텍스트의 서사구조, 공간적 배경, 카메라의 앵글, 나레이션, 자막, 대사 등에 초점을 맞추었으며, 이를 통해 “리얼리티가 구축되고 재현되는 관습, 서사구축 과정에서 생산되는 가치, 인물의 위치와 수용자 개입 방식”을 중점적으로 <슈퍼스타K 2>를 분석한 이경숙(2011)의 연구 방법을 차용하여 각각의 요소가 어떻게 유기적으로 작용하여 의미를 만들었는지 탐구하였다.

4. 연구결과

1) 경합과 화합의 경계에 선 종교성

다수의 참가자를 제치고 우승을 하는 과정을 담은 프로그램 포맷인 오디션 프로그램은 경쟁을 기저에 두며, 이는 프로그램의 실제성을 부각하는 기능을 한다(이경숙·조경진, 2010; orbe, 2008). 그러나, 종교, 특히 개신교에서는 사랑을 종교의 기본원리로 내세우며 경쟁하면, 흔히 떠오르는 갈등, 다툼, 시기, 질투와 멀리할 것을 당부한다¹⁾. 이는 종교 오디션 프로그램이 애초에 성립되기가 어렵다고 보는 관점도 가능할 법 하다. 그렇기에 기독교 방송사 C채널에서 기획 및 방영되는 CCM 오디션 프로그램 <가스펠스타 C>는 경합과 화합의 경계를 아슬아슬하게 넘나들면서 모순을 최소화하고자 한다.

그러나 <가스펠스타 C>의 시작은 본 프로그램임이 경연을 전제로 한 프로그램임을 확실히 각인을 시켜주기 위한 정보제공으로 시작된다. 이는 프로그램의 생방송을 제외한 두 시즌 전 회차에 타이틀과 함

1) “사랑하는 자들이 우리가 서로 사랑하자 사랑은 하나님께 속한 것이니” (요한1서 4:7, 개역개정), “그런즉 믿음, 소망, 사랑, 이 세가지는 항상 있을 것인데 그 중의 제일은 사랑이라” (고린도전서 13:13, 개역개정) “사랑은 오래 참고 사랑은 온유하며 시기하지 아니하며 사랑은 자랑하지 아니하며 교만하지 아니하며” 등의 성경 구절에 기초한다.

께 제공되며, <그림 1-1>과 같이 해당 경연의 상금정보를 지난 시즌 우승자의 화면과 동시에 보여준다는 점은 지금부터 경연이 시작됨을 알리는 신호탄과 같다. 뿐만 아니라 <그림1-2>에서 볼 수 있듯이 온라인예선의 지원자수와 전국 각지와 미주 지역에서 치뤄진 1차 예선 영상을 보여주며, 경연의 규모와 방식에 대한 정보를 제공한다. 이는 경연임을 각인 시켜줌과 동시에 경연의 치열함에 대해 강조하는 기능을 하고 있다.



그림 1-1. 경연임을 각인시켜주는 정보제공 1



그림 1-2. 경연임을 각인시켜주는 정보제공 2



그림 1-3. 경연임을 각인시켜주는 정보제공 3



그림 1-4. 경연임을 각인시켜주는 정보제공 4

경쟁이라는 틀은 오디션 프로그램이라는 포맷 상에서만 존재하는 것이 아닌, 프로그램 곳곳에서 은연 중 혹은 직접적으로 드러난다. 이를 테면, “단순한 경연을 넘어 선배 찬양사역자들과...(후략)” 라는 내레이션을 통해 해당 프로그램이 경연임을 직접적으로 인지하게 하며, 조별미션의 우승 보상으로 본선진출의 마지막 관문인 최종 예선의 순서를 정할 기회를 제공하면서 모든 것이 경쟁에 근거함을 직접적으로 알린다. 또한 <그림 1-3>과 같이 개인의 노력을 강조하는 언행을 지속적으로 보여주면서 은연중 경쟁이라는 기본원리가 지속적으로 부여되고 있음을 알 수 있다. 참가자들의 언행²⁾, 내레이션의 멘트에서는 경연이니 만큼 당연하게 수반되는 긴장감 또한 쉽게 찾아볼 수 있다. 긴장의 강조는 경쟁의 치열함을 또 다시 강조하는 부분으로 볼 수 있다.

이러한 경쟁은 경연의 참가자 외에 심사위원들 간에도 볼 수 있다. 직접적으로 심사위원 간의 ‘경쟁’이라는 단어가 언급된 횟수는 적지만³⁾, <그림 1-4>처럼 프로그램 상에서 심사위원을 소개 시, 대표곡과 소

2) 시즌 6 12회에서 한 멘토에 의해 전수된 긴장풀기 요법을 많은 참가자들이 따라하여, 그 부분만 편집가공된 바가 있다.

3) 횟수는 적지만 시즌 6 11회에서 “멘토들끼리 또 경쟁 붙는 거 아니예요?” 라는 멘트가 언급된 바 있다. 이

속기관 등과 같은 인지도와 영향력, 실력을 가늠할 수 있는 지표가 앞세워진다. 시즌 7 1회에서 멘토링 캠프를 시작하며 마음가짐에 대한 인터뷰를 할 때에 다른 심사위원은 참가자들에게 기대하는 바와 평가 기준에 대하여 발화한 것과 비교하여, 기독교 음악에서 두드러진 성과가 없는 대중가수 심사위원의 경우에만 유독 본인의 강점에 대해 어필하는 멘트가 전과를 탔다는 것은 멘토들이 경쟁 체계의 선두에 서서 심사를 감당할 만큼의 정당성이 확보되었는지를 확인하는 것이라 볼 수 있다.



그림 2-1. 경쟁임을 희석하는 언어



그림 2-2. 화합을 강조하는 조별미션

하지만 <가스펠스타 C>는 일반적인 음악이 아닌 종교성이 가미된 음악인 ‘가스펠’, ‘CCM’, ‘찬양’을 통한 경연이라는 점을 강조하면서 경쟁이라는 요소는 상당 부분 감추고 있다. 종교성은 경쟁을 감소시키며, 반감된 경쟁을 대신하여 프로그램의 내용적 부분을 채워주고 있다.

프로그램 구성적으로는 리얼리티 프로그램에서 많이 차용하는 탈락자를 배제하는 형식(이경숙, 조경진, 2010)이 아닌 우승자를 선정하는 형식으로, ‘멘토-멘티 제도’를 도입한 것이 대표적인 예시이다. 물론 <가스펠 스타 C>에도 탈락의 고배를 마시는 장면들이 방영된 바 있다⁴⁾. 하지만 탈락의 과정에서 재미 요소를 찾는 것이 아니라 실력이 우수한 참가자를 찾아내고 성장우승과정을 지켜보는 것이 프로그램의 목적⁵⁾에 부합하며, 단순한 실력만으로 판가름이 나는 것이 아니라, 참가자의 신앙 고백, 진정성과 같은 종교적 태도 또한 중요한 기준으로 작용한다는 점⁶⁾은 기존의 일반적인 경연과 결이 다른 부분이다. 이는 자극적인 경쟁 요소가 상당 부분 희석된 점으로 볼 수 있다.

프로그램 내부적으로는 <그림 2-1>과 <그림 2-2>와 같이 참가자의 종교적 단어선택과 로고송제작이라

를 통해 드러나지 않는 카메라 뒤에서 경쟁이 존재함을 알 수 있다.

4) 분석대상인 시즌6의 11-12, 본선, 시즌7 전편에서는 탈락자 반응에 대한 촬영분이 없었지만, 시즌6 1-10화분인 스튜디오 예선 촬영분에서는 예선통과자의 이름이 호명되는 장면이 방영되었기 때문에 탈락자들이 탈락의 고배를 마시는 장면도 그대로 방영되었다.

5) <가스펠스타 C> 시즌1 개최 당시 한 언론기사에서 <가스펠스타 C>의 목적을 다음과 같이 밝힌 바 있다.

‘가스펠스타C’는 숨어있는 기독교음악 인재를 발굴 육성하고 기존 CCM 찬양사역자들에게는 창작 의욕을 고취함으로써 더욱 수준 높은 찬양으로 하나님께 영광을 돌리고, 세상 가운데 새로운 기독교 문화를 보급해 선교의 지경을 넓히는데 그 목적이 있다(김준섭, 2011).

6) 시즌6에서는 TOP10 선정시, 한 멘토는 동역자로 삼고 싶은 분을 멘티로 삼고 싶다고 밝힌 바 있다. 또한 시즌7에서는 심사위원들이 기성 기독교 음악에서 찾아볼 수 없었던 힙합장르를 선보인 참가자와 종교적 이야기를 나눈 후, “대답을 들으니깐 다르게 보여요”라는 멘트를 하는 등의 장면을 통해 종교성도 실력만큼이나 중요한 심사 기준임을 알 수 있다.

는 화합이 중시되는 미션과제, 종교의식의 내용 등을 통해 경쟁이 희석된다. 특히 단어선택은 비종교 오디션 프로그램과 가장 큰 차이를 지니고 있는 부분이다. 대표적으로 ‘노래’를 ‘찬양’으로 표현하며 단순한 음악 이상의 것으로 상정하는 태도가 있으며, 또한 경쟁자로 볼 수 있는 타 참가자들을 ‘동역자’, 심사위원을 ‘선배’로 표현하며, 참가자와 심사위원 모두 동일한 공동체 소속으로, 같은 미래를 꿈꾸고 있다는 것을 확실히 제시하며 경쟁을 상쇄한다.

<가스펠스타 C>에서 경쟁을 희석하며 대두되는 가치는 ‘성장’이다. <가스펠스타 C>의 최종 예선인 멘토링 캠프는 배움의 장으로 참가자들의 인터뷰와 시공간을 넘나드는 교차편집에서 확인이 가능하며, 참가자의 성장이 많을수록 조금이라도 더 긴 방송분량을 확보할 수 있다. 이러한 배움의 장에서 2박 3일이라는 짧은 기간 안에 많은 성장을 이룰 수 있던 요인은 심사위원들의 지도실력과 개인의 노력의 결과물로 치부되며, 이 모든 상황의 토대인 경쟁은 배제된다. 성장 이외에 화합, 하나님께 집중, 고백, 은혜 등의 단어가 궤를 같이 하며, 종교성에 기초한 가치들의 부각을 통해 본 프로그램의 제작진이 경쟁을 숨기고 갈등을 최소화하는 전략을 살펴볼 수 있다.

2) 영상으로의 초대를 통한 종교성 강화방식

오디션 프로그램은 관찰 카메라와 개인 인터뷰 등의 방법을 통하여 보통사람들에게 주목하게 하여, 시청자를 텍스트에 끌어들이고, 이를 통해 실제성을 강화한다. 이러한 실제성 강화를 위한 영상제공 방식으로는 관찰형식의 카메라워킹, 현장에서의 소감을 이야기하는 인터뷰 영상을 ‘보여주기’와 ‘말하기’⁷⁾, 사회자와 내레이션의 멘트, 자기고백식의 인터뷰를 ‘말걸기’로 카테고리 나눌 수 있다(이경숙, 2011).

이는 <가스펠스타 C>에서도 동일한 양상을 보이며, 개인 인터뷰와 관찰 영상, 내레이션의 기법을 통해 시청자들을 영상으로 불러들이고자 노력한다. 이는 앞서 서술한 ‘경쟁’의 정도를 희석하는 기능을 함과 동시에 직접적으로 종교성 강화 기제로서 기능하고 있다. 개인 인터뷰의 경우, 참가자는 비교적 가볍게 자신의 기대와 소감을 밝히는 경우와 본인의 사적영역을 고백하는 경우로 상황과 발화 내용에 따라서 구분이 가능하다. 종교성 강화 기제로 이용되는 것은 동일하나, 방식에 따라 약간 차이가 있다. 전자는 경쟁을 종교성과 실력의 성장으로 승화하는 내용을 즉석에서 이야기하는 형식의 인터뷰이다. 반면 후자는 발화자 본인이 이제껏 겪어온 어려움, 예를 들면 질병, 가정사 등을 토로함과 동시에 그럼에도 불구하고 감사하는 마음, 신에 대한 사랑, 신뢰 등의 종교적 고백을 표현하는 사전에 준비된 인터뷰이다. 전자가 경쟁의 희석화 기능에 집중된다면, 후자는 종교성 강화기능이 더욱 강조되며, 이는 시청자로 하여금 더욱 실제적으로, 진정성 있게 영상에 빠져들 수 있게 한다는 점에서 작동방식이 다르다고 볼 수 있다.

관찰 영상은 카메라 샷의 크기와 카메라 존재의 인지 여부에 따른 구분이 가능하다. 카메라 샷은 원경 촬영방식인 부감샷(시즌 7) 및 롱샷(시즌6, 시즌7)과 근경 촬영방식인 바스트샷과 웨스트샷이 각각의 카테고리에서 혼재되어 나타나 있기 때문에 샷의 크기를 정확하게 재단하여 구분할 수는 없다. 그렇기에 원

7) “... 최종으로 통과한 분들이든 아니면 탈락의 고배를 마시는 분들이든 캠프 안에서 반드시 자라나고 달라지는 모습들이 보입니다.”, “멘토님들 우리 자화자찬 같지만 너무 훌륭한 것 같지 않으세요?” “어제보다 다 좋아졌어”, “다들 이를 갖고 나왔어” 라는 심사위원들의 발언 및 대화에서 성장이 본 이벤트의 가장 중시되는 가치임을 읽어낼 수 있다.

경과 근경이라는 큰 카테고리로 구분을 할 수밖에 없었다. 프로그램의 공간적 배경을 설정하는 데 사용되는 부감샷(이현울, 2015)과 풀샷의 원경샷은 경연이라는 이벤트가 경연이 지나는 이미지와 상반되게 고요하고 한적한 공간⁹⁾에서 이뤄짐을 직접적으로 보여주면서 경쟁적 요소를 희석한다. <그림 3-1>과 같은 롱샷의 경우, 이에 더불어 카메라가 멀리서 참가자들을 지켜보는 느낌의 영상에 사용되는 샷 크기로 실제성을 강조하는 기능을 한다.

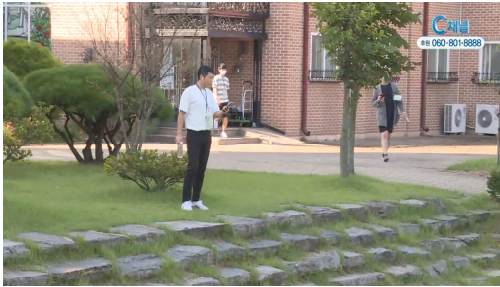


그림 3-1. 원경샷



그림 3-2. 근경샷

반면 근경샷은 관찰 영상으로 이용될 시, 사이즈가 크기 때문에 출연자와 밀착한 느낌, 현장에 있는 느낌을 전달할 수 있으며, 시청자의 이목을 집중시킬 수 있다. <가스펠스타 C>에서는 <그림 3-2>와 같이 종교 활동 중 감동을 받은 출연진들의 모습을 자주 보여주었으며, 출연진들의 감정을 통해 시청자가 감동을 받고, 결과적으로 이는 종교성을 강화시키고자 하는 기제로 사용하고자 하였다고 판단할 수 있다.



그림 4-1. 제 4의 벽을 허무는 장면 1



그림 4-2. 제 4의 벽을 허무는 장면 2

이 외에 관찰 영상에서 흥미로운 지점은 <그림 4-1>와 같이 관찰 카메라를 향해 참가자들이 직접적으로 인사를 하는 지점과 <그림 4-2>와 같이 제작 장비와 이를 조작하는 제작인력이 의도적으로 노출되는 점이다. 제작진이 제 4의 벽을 의도적으로 허물면서 실제성을 강화한다는 이현울(2015)의 논의와 같이 <가스펠스타 C>에서도 카메라의 존재를 상정하면서 현실로 보여지는 이 일련의 과정들이 사실은 이 모든 것이 짜여진 이벤트이고 구성된 현실임을 사전에 드러내어 실제성을 부각한다는 것을 확인할 수 있다.

9) 본격적인 경쟁만이 존재하는 본선 무대는 최대한 화려한 조명과 무대장치를 자랑하며 해당 이벤트가 경쟁 속에서 치러진다는 점을 강조한다.

<가스펠스타 C>에서는 실제성의 강조가 종교에 대한 진실성, 진정성을 부여받기 위함이며, 이는 이내 곧 종교성의 강조로 이어지기 때문에 관찰 영상은 곧 종교성 강조의 기제로 작용한다는 판단이 가능하다.

마지막으로 <가스펠스타 C>에서 나레이션과 진행자¹⁰⁾는 시청자들의 시청 길잡이 역할을 하면서 종교성을 강화한다. 나레이션은 관찰 영상에서는 무심코 넘어갈 수 있는 장면들을 다시 인지시키고, 경연 영상에서는 참가자들의 특징을 집어내준다. 프로그램의 중간 중간에서 정리를 해주고 “과연 누가 그 영예를 얻게 될까요?” 와 같이 시청자들에게 지속적으로 대화를 시도하면서 시청자와 프로그램을 이어주는 유희 유 역할을 하고 있다. 이를 통해 나레이션은 실제성보다는 시청자들로 하여금 영상으로 불러일으키며 몰입할 수 있는 기제로 작용하면서, 프로그램에 대한 밀접성을 높이고 결국 종교성 강조로 귀결될 수 있다고 볼 수 있다.

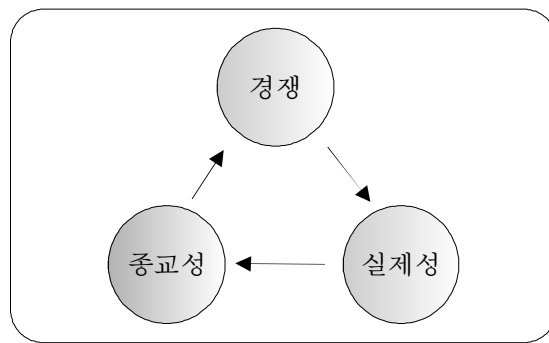


그림 4. 종교 오디션 프로그램의 세 축

연구 결과, 종교 오디션 프로그램은 세가지 축을 중심으로 작동하고 있다. 이는 경쟁과 실제성, 종교성이며, 각 요소가 유기적으로 작동하고 있다. 모든 프로그램의 형식적, 양식적 구성들은 오디션 프로그램의 기본 전제인 경쟁을 적절히 드러내고 감추기 위하여 총동원되었다고 볼 수 있으며, 경쟁은 실제성을 강화하는 기제이고, 실제성은 종교성을 자연스럽게 하면서 강화하는 기제, 종교성은 경쟁을 희석하며 그 대신에 채워지는 요소로 작용한다. 이를 도식화하면 <그림4>와 같은 형태로 이해가 가능하다.

5. 결론

90년대 말, 시장경제를 지향하는 경제 이념인 신자유주의가 전 세계적으로 확산되면서 국내에도 도입되었다. 이는 단순한 경제이념에 불과한 것이 아니라 사회, 문화 전반에 영향을 끼치게 되면서 한국 사회에는 많은 변화를 불러일으켰다. 종교도 문화의 일부분이라는 측면에서 종교 또한 자본과 대중들의 인기를 얻기 위한 상품에 의존할 수밖에 없게 되었으며, “기적, 노래 축제, 제스처 등 비일상적인 매개를 통한 대중 매체의 주목”이 요구되어지고 있다(김향섭, 2003).

오디션 프로그램은 전술한 바와 같이 신자유주의와 무한경쟁주의의 산실이며, 종교 미디어와는 부합되지 않는다고 여겨지기 쉽다. 그러나 종교 오디션 프로그램에서는 경쟁을 대외적으로 내세움과 동시에 희

10) 진행자는 시즌 6에서 별도로 존재한 바 있긴 하다. 하지만 프로그램의 마디 마디에 잠깐 개입하는 정도였다. 그러나 시즌 7에서는 진행자를 두지 않았다.

석화 하면서 경쟁을 감추는 이중적인 구성을 갖추고 있다. 이는 실제성을 강화하고 종교성 강화라는 종교 미디어의 목적에 부합하는 결과를 가져오게 하였다.

이와 같은 이해를 가능하게 하기 위하여 종교 오디션 프로그램에서는 형식과 양식의 양 측면을 동원하였다. 경쟁이 기본이 되는 프로그램 구조를 취하고 있으나, 경쟁을 최소화하여 그 틈으로 화합, 은혜, 성장 등의 긍정적인 개념을 주입하여 결과적으로 종교성의 고양을 취득하고자 하였다. 또한 프로그램의 양식적 측면에는 카메라워킹, 내러티브, 인터뷰 등의 구성을 통한 실제성 강조는 이를 더욱 심화시키는 역할을 담당하였다. 프로그램의 이 모든 요소들은 종교 미디어의 특성상 시청자들의 종교성을 함양하며 선교적 도구로서 활용되기 위함으로 추론이 가능하다.

현재 연구는 텍스트 분석까지만 진행이 되었다. 텍스트만을 통한 연구에서는 텍스트의 이면은 볼 수 없으며 어떻게 수용되고 인지되는지에 대한 연구까지는 불가능하기 때문에 본 연구는 현재까지 다각도의 연구가 진행되지 못한 다는 제한점을 지니고 있다. 향후 연구에서는 제작자 및 시청자의 인터뷰를 통한 실제 제작진의 의도, 혹은 시청자들의 수용 양상을 파악하여 경쟁이 빚어낸 종교성에 대한 보다 심도 깊은 연구가 진행되기를 기대한다.

참고문헌

- 김미라 (2011). 리얼리티 오디션 쇼의 인지된 진정성 차원과 수용자 관여, 재미와의 관계 연구. 한국방송학보, 25(6), 88-124.
- 김미영 (2012). 리얼리티 오디션 프로그램의 복합적 가치지향. 문화와 사회, 13, 101-149.
- 김수정 (2010). 글로벌 리얼리티 게임쇼에 나타난 '자기통치'의 문화정치. 한국 방송학보, 24(6), 7-44.
- 김수정 (2011). 한국 리얼리티 프로그램의 정서구조와 문화정치학. 방송문화연구, 23(2), 37- 72.
- 김준섭 (2011. 09. 02). C채널, CCM오디션 '가스펠스타 C' 개최. URL: <http://m.kmctimes.com/news/articleView.html?idxno=32863>
- 김풀잎 (2016. 05. 03).[리핏@이슈] 효자→아픈손가락... '슈퍼스타K' 7년간 흥망성쇠사. [전자매체본]. <TV REPORT>.URL: <http://www.tvreport.co.kr/?c=news&m=newsview&idx=890286>
- 김향섭 (2003). 신자유주의 문화와 종교에 관한 고찰. 종교문화연구, (5), 121- 137.
- 류용재, 박진우 (2012). 서바이벌 포맷 프로그램에 침투한 신자유주의 경쟁 담론. 방송문화연구, 24(1), 139-165.
- 박주연 (2005). <텔레비전 리얼리티 프로그램>, 서울: 한국언론재단.
- 박진규 (2009). “미디어, 종교, 그리고 문화”. <한국언론학보>, 53(6), 309-329.
- 백성환 (2003). <한국 종교방송의 현대적 역할에 대한 수용자 기대에 관한 연구: 부산 평화방송 청취자 분석을 중심으로>. 서강대학교 대학원 석사학위 논문.
- 여시중 (2003). <부산 평화방송(PBC)의 프로그램 편성 특성에 관한 연구>. 동아대학교 대학원 석사학위 논문.
- 양정혜 (2012). <디지털 신자유주의를 살다: 감수성, 정체성 그리고 신화>. 서울: 리북.
- 유은영 (2017, 08, 30). [초점S] 사라지지 않는, 불멸의 오디션 프로그램. [전자매체본]. <SPOTV STAR>. URL: <http://m.star.spotvnews.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=158416#cb>
- 윤선희 (2007). 기독교 방송의 이념 성향과 수용자의 시청 양식에 대한 문화연구. <한국언론학

- 보>, 51(6), 5-32.
- 윤태진 (2011). 정서적 참여와 실재(reality)의 재구성. *방송문화연구*, 23(2), 7-36.
- 이경숙, 조정진 (2010). 오락프로그램에 차용된 리얼리티와 경쟁의 조합. *방송과 커뮤니케이션*, 11(1), 89-119.
- 이경숙 (2011). 오디션 프로그램의 리얼리티와 경쟁 그리고 참가자의 순환적 위치. *미디어, 젠더 & 문화*, (20), 107-136.
- 이기형 (2010). “현장“ 혹은 “민속지학적 저널리즘“과 내러티브의 재발견 그리고 미디어 생산자 연구의 함의. *언론과 사회*, 18(4), 107-157.
- 이종수 (2008). 오디션 리얼리티쇼와 현대 여성의 ‘통과의례’. *미디어, 젠더 & 문화*, (9), 51-86.
- 이현울 (2015). 한국 리얼리티 프로그램의 실제성 구현 연구. <한국방송학보>, 29(6), 241-272.
- 이희승 (2011). 지상파 리얼 버라이어티의 한국 지역적 특징과 수용의 쾌락. *언론 과학연구*, 11(3), 207-237.
- 임지연 (2016. 12. 09). [종영]한때 시청률 10%→1% '슈퍼스타K' 왜 극비 오디션 됐나.[전자매체 본].<헤럴드 POP>. URL:
http://pop.heraldcorp.com/view.php?ud=201612090949177279507_1
- 장석만 (2002). 매스미디어와 종교 - 텔레비전은 종교문제를 어떻게 다루고 있는가. *사회비평*, 33, 159-177.
- 정희경 (1999). <기독교방송 종교프로그램에 관한 연구> 동아대학교 대학원 석사학위 논문.
- Andrejevic, Mark (2004). *Reality TV: The Work of Being Watched*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield
- Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2010). *Film art: An Introduction* (9th ed.). 주진숙, 이용관 (역) (2011). <Film Art>. 서울: 이론과 실천.
- Berg, L. R. V., Wenner, L. A., & Gronbeck, B. E. (1998). *Critical approaches to television*. Massachusetts, Boston: Houghton Mifflin.
- Carey, J. W. (2002). Preface. *Journal of Media and Religion*, 1(1), 1~3.
- Durkheim, E. (1915). *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. 노치준·민혜숙 (역) (1992). <종교 생활의 원초적 형태>. 서울: 민영사.
- Kilborn, R. (1994). How real can you get?: Recent developments in Reality' television. *European Journal of Communication*, 9(4), 421-439.
- Murray, S., & Ouellette, L. (2004). *Reality TV: Remaking television culture*. New York: New York University Press