

유튜브의 기독교세계관적 이해와 활용 (Understanding and Utilizing of the Christian Worldview on YouTube)

강진구 (고신대학교 국제문화선교학과교수)

1.서론-유튜브는 미디어 혁명이다

미국의 동영상 사이트 유튜브(YouTube)가 한국을 포함해서 세계의 인터넷 문화를 장악하고 있다. 2005년 유튜브가 세상에 태어난 이후로 2018년 현재 전 세계인 4명 가운데 한 명, 즉 18억 명 이상이 유튜브 영상을 시청한다. 불과 1분 안에 400시간이 넘는 유튜브 동영상들이 새롭게 업로드 되고 있으며, 1일 시청량은 무려 10억 시간이 넘는다.¹⁾

한국에서의 유튜브 활약 또한 놀랍다. '강남 스타일' 뮤직비디오를 통해 온 세상에 '싸이'란 한국가수의 존재를 알린 것도 유튜브를 통해서였다. '방탄소년단'의 경우는 경이롭기까지 하다. 방탄소년단이 제작한 2019년 앨범 '멤 오브 더 솔:페르소나'의 타이틀 곡 '작은 것들을 위한 시' 뮤직비디오가 삼시간에 세계적 인기를 끈 것도 유튜브를 통해서였다. 이 뮤직비디오는 유튜브에 공개된지 불과 37시간 37분 만에 조회 수 1억 뷰를 달성했다.²⁾ 그야말로 방탄소년단을 좋아할 뿐만 아니라 유튜브를 손에서 놓을 수 없는 사람들이 세상에 얼마나 많은지를 가늠할 수 있는 수치인 셈이다.

유튜브가 단지 엔터테인먼트 수준에서만 세계인의 주목을 받는 것은 아니다. 구글이나 네이버 같은 검색사이트가 제공했던 지식과 정보의 창구역할도 아울러 하고 있다. KT그룹 산하의 디지털 미디어랩 나스미디어가 발표한 '2019 인터넷 이용자 조사(NPR)'에 따르면 대상자 중 60%는 유튜브에서 정보를 검색한다고 응답함으로써 오락을 목적으로 유튜브를 시청한다는 생각을 넘어 유튜브가 검색 영역까지 확대되었음을 알 수 있다. 한마디로 유튜브에는 궁금한 모든 것과 더불어 온갖 세상이 담겨 있다고 봐도 무방하다.

유튜브의 가장 강력한 특징인 1인 미디어로서의 기능은 폭발적인 대중의 관심과 참여를 일으키기도 했다. 1인 크리에이터(유튜브 운영자)의 롤 모델로 최고의 수익을 올리는 '대도서관' 경우 게임해설로 시작한 그의 유튜브 방송은 구독자수 170만 명이 넘는데다 누적 시청시간만 1억5천만 시간을 넘기며 한국인에게 유튜브가 그 어떤 매체보다도 강력하게 현대인의 눈을 사로잡는 미디어 문화의 중심에 섰음을 보여주었다.

유튜브의 발상지 미국의 경우는 문화충격에 가까운 기록을 보여준다. 미국의 7살 어린 아이 라이언이 유튜브를 통해 장난감 리뷰를 담은 영상을 보여주는 '라이언 토이스 리뷰'는 2018년 한 해 동안 무려 2200만 달러(약 244억 8600만원)를 벌어들여 유튜브 수익 1위를 차지했다. 포브스지에 따르면 유튜브를 통해 수익을 낸 크리에이터 1위부터 3위까지는 모두 2천만 달러 이상의 수익을 올려 유튜브가 디지털시대의 '황금알을 낳는 거위'임을 세상에 알렸다.³⁾

1) 「전 세계에서 18억명 시청 '유튜브 제국' 포털 꺾고 온라인 제패 '손안의 TV」, 매경이코노미 제1963호, 2018. 06.20~26일자

2) 「또 BTS!, 37시간 만에 1억뷰 앨범 300만장 예약」, 서울신문, 2019. 4.15일자, 1면

3) 「7살 꼬마 유튜버 지난해 장난감 리뷰로 244억 벌어」, 연합뉴스, 2018.12.04., 출

이러한 유튜브 열풍의 현상들은 그리스도인들에게 숙제를 남긴다. 천지의 주관자인 하나님을 믿는 가운데 하나님 나라의 문화를 이루려는 현대의 그리스도인들은 유튜브를 어떻게 바라보고 어떻게 개입해야 하는지에 대한 지식이 요구되고 있는 것이다. 여기서 '유튜브에 대한 지식'이란 유튜브의 현황을 인식하는 단순한 정보취득에 머무르지 않는다. 기독교 신앙 안에서 유튜브를 분석·판단하여 구체적인 참여와 행동에 이를 수 있는 수준에 이르러야 온전한 지식이라 할 수 있다.

지금까지 성경에 기초하여 기독교인 삶을 인식하는 틀인 기독교 세계관 입장에서 유튜브를 체계적으로 조망하는 논문은 나와 있지 않으며, 기독교 잡지에 교양 수준의 단편적인 글들만이 게시되고 있는 형편이다. 시간이 흐를수록 유튜브의 영향력을 가속화되고 있고 심지어 초등학생의 장래 희망직업순위에서 유튜브 크리에이터가 상위를 차지하는 현실에서⁴⁾ 유튜브에 대한 기독교 세계관적인 조망은 시급히 요청되고 있다.

이를 위해 본 논문은 대중문화를 바라보는 전통적인 기독교세계관 방식인 비판과 창조 의 시각을 적용하여 유튜브가 제공하는 유익함과 문제점을 분석함과 동시에 그리스도인이 유튜브를 창조적으로 활용할 수 있는 방안에 대해 모색하고자 한다.

II. 유튜브에 대한 성경적 문화이해의 기초

새로운 문화가 세상에 등장할 때 마다 그리스도인들이 기독교 세계관의 입장에서 늘 생각해 왔던 것은 성경에 언급된 두 가지 명령이었다. 하나는 창세기 1장 28절에 기록된 '문화명령 (Culture Mandate)'으로 하나님의 형상으로 창조된 인간은 하나님이 창조한 세계를 온전히 잘 관리하는 청지기로서의 역할과 본분을 다해 야 한다는 사명감을 갖는 일이었다.

하나님이 그들에게 복을 주시며 하나님이 그들에게 이르시되 생육하고 번성하여 땅에 충만하라, 땅을 정복하라, 바다의 물고기와 하늘의 새와 땅에 움직이는 모든 생물을 다스리라 하시니라(창1:28)

하나님의 창조 영역에서 제외된 부분은 없으며 인간의 죄로 어그러진 세상 문화를 예수 그리스도를 따르는 신앙 가운데 회복해야 할 책임이 그리스도인에게 있음을 강조하는 '문화명령'은 세상의 문화를 생각 없이 따라가기 보다는 성경의 가르침에 어긋난 점이 있는지를 살피는 비판적 사고를 촉발시켜왔다. 인간의 죄성은 문화를 통해 발현될 수 있으며, 잘못된 문화는 인간의 죄성을 자극할 수 있기 때문이다. 인간의 죄성이 얼마나 지독한지 사도 바울조차도 '자신이 마음으로는 하나님의 법을 육신으로는 죄의 법을 섬긴다'(롬8:25)고 말함 스스로를 '곤고한 사람이라도 이 사망의 몸에서 누가 나를 건져내겠는가'(롬8:24)라고 언급한 것은 문화에 담긴 인간의 죄성을 분별하며 그것을 온전하게 만드는 노력이 쉽지 않지만 그래도 그리스도인에게 있어야 함을 나타낸다.

또 한가지의 명령은 선교명령(Mission Mandate)으로 예수 그리스도가 제자들에게 남긴

처:<https://www.yna.co.kr/view/AKR20181204055300009?input=1179m> (2019.4. 25 검색)

4) 교육부가 2018년 전국의 초·중·고생 27,265명을 대상으로 조사한 희망직업순위 조사에 따르면 초등학생의 경우 유튜브 크리에이터는 운동선수, 교사, 의사, 조리사에 이어 5위에 오르기도 했다. 재미도 있고 돈도 잘 벌고 무엇보다도 하고 싶은 것을 마음껏 할 수 있다는 점이 매력으로 작용했음을 알 수 있다. 「초등생 꿈 1위 '교사'→운동선수'...유튜버, 첫 10위권 진입」, 서울경제, 2018.12.13. 출처 : <https://www.sedaily.com/NewsView/1S8G7AKA1K> (2019 4.25 검색)

대위임령(Great Mandate)으로 불려지기도 한다. 즉 하나님의 말씀을 모든 사람에게 전해야 하는 의무가 제자들과 마찬가지로 현대를 사는 그리스도인에게도 있음을 뜻한다.

그러므로 너희는 가서 모든 민족을 제자로 삼아 아버지와 아들과 성령의 이름으로 세례를 베풀고 내가 너희에게 분부한 모든 것을 가르쳐 지키게 하라 볼지어다 내가 세상 끝날까지 너희와 항상 함께 있으리라 하시니라(마28:19-20)

일반적으로 선교학에서 언급하는 선교의 대상에는 두 종류가 있다. 하나는 예수를 믿지 않는 불신양자들로 기독교문화에 익숙하지 않고 세상의 논리에 지배를 받는 사람들이다. 다른 하나는 예수를 믿는 형식은 갖추고 있지만 헌신하지 않고 대개 선교명령에 대한 신앙적 실천에 이르지 못하는 사람들이다. 마태복음 18장 19절에 나타난 “모든 민족을 제자로 삼고 세례를 베푸는 일”은 예수를 알지 못하는 미전도 종족이나 불신자들에게 다가가서 복음을 전해야 하는 ‘확산(to expand)’ 명령의 의미를 보여준다고 한다면, 20절에 기록된 “분부한 모든 것을 지키게 하라”의 뜻은 이미 알고 있는 사람들이 선교의 가치와 의미를 충실하게 실천할 수 있도록 한다는 점에서 ‘계승(to inherit) 명령’이라 할 수 있다.⁵⁾ 선교명령이 단지 불신양인 뿐만 아니라 교회 내에 있는 미성숙한 신앙인들을 향한 것일 수 있다는 인식은 성인뿐만 아니라 청년들을 포함한 다음 세대를 향할 수 있어야 한다는 점에서 새로운 세대의 문화에 관심을 기울일 필요가 있는 것이다.

유튜브 안에서 문화명령과 선교명령은 통합적으로 이루어질 수 있다. 특히 문화선교(Cultural Mission)의 개념을 적용했을 때 문화명령과 선교명령은 함께 이해될 수 있다. 왜냐하면 문화선교의 개념은 좁은 의미로는 ‘문화를 통한 선교’로서 문화예술이나 매체를 도구로 삼아 행하는 선교로 인식할 수 있지만, 넓은 의미로는 ‘문화를 향한 선교’로서 수단이 아닌 목적으로 추구되어 함을 아울러 가지고 있기 때문이다.(박양식, 14-16)

즉 유튜브에 대해서 가질 수 있는 그리스도인의 생각에는 유튜브를 복음전파의 도구로 삼으려는 좁은 의미와 문화선교와, 유튜브와 유튜브가 만드는 세상 문화를 하나님 나라의 문화로 변혁시키려는 목적의 의미를 지닌 넓은 의미의 문화선교를 모두 있을 수 있다. 이러한 생각의 성경적 근원에는 세상문화에 대해 방관자로 살아가지 않고 책임있는 관리자로서의 의식을 보여주는 문화명령과, 모든 민족을 제자로 삼고 예수 그리스도의 가르침을 전파하고 지키도록 하는 선교명령이 함께 내재해 있음을 알 수 있는 것이다.

III. 대중문화의 기독교 세계관적 평가에 따른 유튜브 판단

유튜브에 대한 기독교 세계관적 판단은 문화라는 영역 안에서 포괄적으로 다룰 수 있을 뿐만 아니라 대중문화 혹은 미디어문화 안에서 보다 세부적으로 논의할 수 있다.

유튜브를 미디어로 볼 것인가의 문제는 다소 논쟁을 일으킬 수 있다. TV나 라디오와 같은 전통적인 의미의 미디어와 달리 인터넷 기술을 기반으로 정보와 통신이 결합된 유튜브는 ‘콘텐츠와 네트워크의 결합체’라는 매우 독특한 특성을 갖고 있기 때문이다(김영환, 16). 즉 유튜브에서 개인과 집단이 올리는 영상물들은 콘텐츠가 되지만 이 콘텐츠들은 유통망을 통하여 상호작용을 한다는 점에서 전통미디어가 지니는 방송국과 같은 조직화된 생산자가 일

5) 남정우, 『선교란 무엇인가』(서울: 웨키나 출판사, 2010), 38. 남정우는 『선교란 무엇인가』에서 전자는 미전도종족 선교 명령이고, 후자는 미전도세대 선교명령으로 해석하고 있다.

방향으로 내용물을 전달하는 것과는 매우 다를 수밖에 없다.

IT산업에서는 유튜브를 미디어로 간주하기 보다는 플랫폼(Platform)으로 이해하고 있다. 플랫폼이란 글이나 사진 혹은 동영상 같은 콘텐츠를 실어 나르는 수단을 말하는데 이 플랫폼이야말로 글로벌 IT기업의 미래로 여기고 있는 추세다. 플랫폼은 사용자들을 서로 연결시켜주고 상품과 서비스의 교환을 통해 참여자들이 가치를 창출하게 해주는데 그 목적이 있다(Parker, Geoffrey, 49). 이것은 플랫폼이 공공성이나 공익성을 중요하게 생각하는 전통 미디어의 가치관과는 달리 사적이며 경제적 이익이 우선될 수 있는 구조를 갖고 있다는 점에서 변화된 시대에 미디어에 대한 새로운 이해를 촉구하는 일이기도 하다. 페이스북이나 이베이, 위키피디아, 인스타그램은 우리에게 익숙한 대표적인 플랫폼들이며 이 가운데 유튜브는 가장 혁신적인 플랫폼으로 인정받고 있다.

미디어 대신 플랫폼으로 유튜브를 이해하는 이유는 정보 통신기술의 적극적인 개입을 통해 사람과 조직, 자원을 연결시키는 인터랙티브한 생태계가 형성되어 있는 까닭이다. 플랫폼이 보여주는 다수와 다수간의 연결구조는 불특정 다수를 향한 동시다발적인 파급효과를 가져오는 매스미디어의 특징을 간직함과 동시에 극히 개인적인 선호에 따른 편향적 수용과 전파가 가능한 1인 미디어로서의 기능을 함께 보여주고 있는 것이다.

그러나 아날로그 시대에 전통적인 미디어 혹은 매스 미디어가 사회현상을 주도하며 문화의 중심 역할을 해온 것과 마찬가지로 오늘날 다양한 플랫폼을 활용한 활동들이 사회의 핵심 문화로 등장했다는 사실에서 대중문화의 관점을 적용하는 점은 유효할 수 있다. 이것은 기독교 세계관으로 이미 대중문화에 대한 판단을 내려 본 일이 있는 까닭에 유튜브와 같은 플랫폼 문화를 분석하는데 적지 않게 활용할 수 있다. 유튜브의 문화는 개인과 집단 모두를 아우르며 생산자와 소비와의 경계를 무너뜨린 혁신적 미디어인 동시에 현대사회의 일반 대중들이 즐겨하는 대중문화의 중심에 서있다고 볼 수 있다.

대중문화에 대한 기독교세계관적 분석이 체계적으로 이루어진 것은 기독교윤리실천운동의 문화전략위원회가 구성되면서부터다. 88서울올림픽으로 인해 대한민국은 세계화의 발걸음을 내딛으며 외국 문화를 개방하기 시작했고 이어진, '서태지 아이들'로 대변되는 신세대 문화는 기성세대 중심의 한국교회를 문화 충격에 빠트리기 시작했다. 거기다 일본문화 개방 정책과 각종 검열의 폐지로 인해 한국은 자유로운 대중문화의 홍수시대를 맞이했고 한국교회는 적절한 대응 전략을 세우는데 어려움을 겪어야 했다. 이 때 기독교윤리실천운동 산하의 문화전략위원회는 세계관과 각 문화 분야의 기독교인 전문가들이 모여 1988년도에 '대중문화, 더 이상 침묵할 수 없다'는 제목의 책을 발간하게 되었다. 기독교 세계관의 시각으로 조망한 대중문화에 대한 첫 책이자 이전에 없었던 가장 체계적이고 현실적인 이해를 도모하는 의미있는 세계관 운동의 열매였다.

이 책에서 분석한 대중문화에 대한 기독교 세계관에 따른 분석은 오늘날 대중문화의 핵심으로 자리 잡은 유튜브를 분석하는 도구로 삼을 만 하다.

이정석은 이 책에서 대중문화를 긍정적 시각과 부정적 시각으로 나누어 기독교 세계관적 이해를 촉진시키고 있다. 이것은 유튜브를 평가하는데 좋은 적용점의 역할을 하고 있다. 대중문화의 긍정적 견해와 부정적 견해는 각각 4가지씩이다(강영안 외, 29-38).

대중문화의 긍정적 견해

- ① 문화적인 대중의 시대가 도래했음을 의미
- ② 정치적 민주주의 발전

- ③ 일반은총의 특성을 반영
- ④ 과학과 기술 그리고 경제 발전의 결과

대중문화의 부정적 견해

- ① 획일성에 따른 공동체와 자아상실 유발
- ② 현대성에 따른 인간소외의 위험성
- ③ 대중문화가 의존하고 있는 테크놀로지의 문제
- ④ 대중문화의 세속성

1. 유튜브에 대한 긍정적 견해

유튜브는 대중문화의 '대중'이 사회적 지위나 계급, 학력, 재산 등의 사회적 장벽을 초월해서 구성되는 사람들이란 개념을 심화시킨다. 유튜브 이용자들은 남녀노소나 민족과 종교, 인종적인 차별도 넘어설 뿐만 아니라 소수 엘리트만이 주도했던 미디어 권력을 개인도 소유할 수 있게 함으로써 어떠한 차별이나 사회적 장벽을 모두 걷어냈다. 특히 국가권력이 주도하는 언론의 편향성이나 통제로부터 벗어나 다양한 개인 콘텐츠를 통해 진실을 접할 수 있게 만드는 것은 보다 민주주의 정치를 활성화시키는데 기여할 수 있다. 적어도 유튜브가 활성화된 사회라면 독재정치의 위험으로부터 벗어난 자유민주주의 이념이 실현되었음을 뜻한다고 볼 수 있다.

유튜브의 기능이 만인에게 제한 없이 제공되는 면은 신학에서 말하는 일반은총(common grace) 차원에서 이해될 수 있다는 점도 긍정적인 면으로 이해될 수 있다. 즉 하나님은 신앙인과 비신앙인 모두에게 베푸시는 은총처럼 유튜브는 시스템을 국가가 통제하지 않는 한 어떠한 차별도 없이 활용이 가능하다.

특히 유튜브를 자유롭게 이용하기 위해서는 언제 어디서든지 유무선 인터넷에 연결될 수 있는 기술적인 인프라가 갖춰져 있을 뿐만 아니라 고화질 동영상의 업로드와 다운로드가 가능하기 위해서는 정보통신 기술의 발전이 뒤 따를 수밖에 없다. 유튜브가 제공하는 기술력은 어떤 SNS 보다도 뛰어난 소통의 도구로서 지식과 정보 그리고 표현에 있어서 가장 빠르고 원활한 전달력을 확보하고 있는 것이다. 따라서 유튜브에 적용된 다양한 기술들은 디지털 문명사회가 추구하는 편리성을 제공할 가능성이 높은 것도 긍정적이다.

그러나 무엇보다도 유튜브는 보편성과 개별성 모두를 만족시킬 수 있는 문화의 다양성과 창조성을 갖고 있다는 사실이다. 사람들은 극히 사적이고 특별한 관심을 유튜브를 통해 드러내며 일반 제도적인 미디어가 보여주지 못한 창의적인 콘텐츠가 제공되는 환경도 유튜브는 제공하고 있다. 그러나 동시에 사람들의 마음을 움직이는 공감대가 형성될수록 인기조회수가 높아진다는 점에서 인간이 가지고 있는 보편적 가치에 주목하지 않을 수 없다.

즉 유튜브는 분열과 갈등의 세계 속에서 인간의 공통성(commonness)을 부각시킬 수 있다는 사실이다. 조회수를 통한 공감의 표현은 지금 이 시대에 현대인의 생각에 자리 잡고 있는 공통성을 드러내는 도구로 유튜브를 바라볼 수도 있다. 이것은 믿는자와 믿지 않는자 사이의 공통분모를 그리스도인들에게 인식시키고 그리스도의 선함을 비신앙인들에게도 전달할 수 있음을 의미한다. 이것이야말로 성경의 메시지를 전면 부인하는 자들에게 그들이 우리 그리스도인과 어떤 공통점이 있는지를 기독교 기본 진리를 통해 분명히 이해시킬 수 있는 것이다(Mouw, Richard. 23). 다양성이 극명히 부각되는 유튜브 안에서 우리는 공통성

을 발견하며 그것이 기독교의 진리 안에서 이해될 수 있는 기회를 맞고 있는 중이다.

2.유튜브에 대한 부정적 견해

유튜브에 대한 부정적 평가도 아울러 존재한다. 첫째 기술의존도를 심화시킨다는 점이다. 콘텐츠의 내용도 중요하지만 그것을 보다 현실적으로 제작하고 수용하기 위해서는 발전된 기술에 의지하는 경향이 짙을 수밖에 없다. 유튜브의 처음 시작은 스마트폰 촬영과 무료앱을 통한 편집으로도 가능했지만 지금은 제작과 편집전문가를 기용할 만큼 신기술확보가 중요해졌고, 수용의 측면에서 역시 5G시대가 열리면서 빠른 속도로 영상을 볼 수 있는 새로운 스마트폰 구입 욕구가 증가하는 현실이다.

자크 엘룰(Jacques Ellul)이 염려했던 기술문명의 문제점은 유튜브 안에서도 나타난다. 그는 기술이 사회변화의 원동력이 된다고 믿는 기술결정론자에 가까운 인물이다. 그가 기술결정론자의 모습을 보이는 이유는 기술이 지닌 자기확장성 때문이다. 모든 기술의 발명은 다른 기술적 발명을 이끌어낸다는 것이 그가 말한 자기확장성의 의미이다. 자크 엘룰은 기술의 자기확장성을 다음의 두 가지 법칙으로 공식화 시켰다.

① 주어진 문화에 있어 기술발전은 뒤집을 수 없는 사실이다.

② 기술진보는 산술적이 아니라 기하급수적으로 이루어지는 경향이 있다.(Ellul, Jacques, 106)

기술결정론자로서 기술의 자기확장성은 인간을 기술에 종속된 노예로 살아가게 만들 가능성이 있다. 흔히 말하는 미디어 중독이나 과몰입은 유튜브 세계에서도 나타나는 경향이 있다. 자크 엘룰이 제시한 해결방안은 기술의 제거가 아니라 개인이 자유로운 의지와 행위로 그것을 초월하는데 있다(Ellul, Jacques,13).

유튜브가 이미 활성화된 세계에서 자크 엘룰의 이와 같은 판단은 유튜브의 부정적 기능의 문제의 해결방안을 개인의 책임으로 전가시키는 것처럼 보인다. 그러나 TV세대가 당시 새로운 기술에 느끼는 위험에 대해서 내놓았던 대책이 미디어 교육(media literacy)이었던 사실임을 생각해 볼 때 유튜브 세대를 향한 공적인 교육의 실행은 개인에게만 책임을 지우지 않고 사회가 문제점을 해결할 수 있는 길을 열어놓는 방안이 될 수 있을 것이다.

둘째, 선정성과 상업성의 성향이 강한 점은 유튜브가 자본주의 사회의 대중문화의 부정적 기능을 그대로 보여주고 있음을 알 수 있다. 유튜브는 조회수와 구독자수에 따라 광고가 붙고 이익이 창출되는 시스템으로 흥미를 끌기 위한 자극적인 내용들이 적지 않다.

현재 유튜브에는 신천지의 문제점을 고발하는 콘텐츠들도 꽤 있지만 신천지를 홍보하는 영상 또한 적지 않다. 신천지가 제공하는 공식 유튜브 방송의 구독자 수는 2019년 3월 현재 3만2천5백 명을 상회한다. 또한 사람들의 시선을 끌고 조회수를 늘리기 위한 방편으로 선정적인 기독교관련 영상들도 급증하고 있다. 세대주의 종말론을 다루는 영상들이 대표 격이다. 666이야기는 기본이고 베리칩과 그림자 정부 등 옛날에 이미 끝난 이야기를 음모론에 기대어 바른 성경의 이해나 근거 없이 유튜브를 통해 퍼뜨리고 있는 것이다. 홍수가 나면 물은 많지만 마실 물이 부족한 것처럼 유튜브 콘텐츠를 선별하는 가이드가 필요한 시대가 되었다.

셋째, 지나친 사적이고 주관적 유튜브 방송 콘텐츠는 사실에 대한 왜곡을 일으키며 공익

을 해칠 수 있는 위험성을 갖고 있다. 1인 미디어의 특성상 크리에이터의 주관성은 유튜브의 강력한 특징인 동시에 객관성 및 사회적 공익성을 훼손시킬 우려를 안고 있다.

한국에서의 50대 이상 시니어 세대가 유튜브 열풍에 참여한 것도 이와 무관하지 않다. 한국인터넷기업협회가 2018년 3월 만 15~60살 남녀 1000명의 모바일 서비스 이용 행태를 설문조사한 결과 '모바일로 동영상 시청시 유튜브앱을 이용한다'고 답한 비율이 50대(79.1%)가 30대(77.3%)나 40대(77.4%)보다 높았다. 기존 방송에서 시니어들을 위한 프로그램을 제공하지 못한 이유도 있고 보수 성향에 맞는 채널들이 유튜브에는 적지 않은 것도 한몫했을 것으로 보고 있다. 홍준표 자유한국당 전 대표의 유튜브 채널 '홍카콜라'와 유시민 노무현재단 이사장의 '알릴레오'로 대변되는 보수와 진보의 유튜브 정치방송이 개설된 이유도 세대를 아우르는 유튜브의 효과를 알았기 때문이었다.

그러나 이 정치적 색채가 강한 유튜브 채널들은 매우 주관적일 수 밖에 없다. 이것은 달리 말하자면 유튜브 콘텐츠의 생산자와 소비자 모두는 편향성을 가질 수 있음을 뜻하는 일이기도 하다. 객관적이며 사실에 입각한 방송이 아니라 편향된 시각이 유튜브를 통해서 제공되며 또한 그것만을 선호하는 수용자들은 다른 시각을 제공하는 콘텐츠는 무시해버리기 일쑤다.

IV. 프란시스 쉐퍼와 한국교회의 유튜브 활용 방안

기독교 철학자이며 복음주의 운동가였던 프란시스 쉐퍼(Francis A. Schaeffer)는 현대사회에서 문화가 어떻게 기독교사상을 전파하고 지지하는데 활용될 수 있는지를 잘 보여주고 있다. 쉐퍼는 1976년, 아들 프랭키 쉐퍼(Frank E. Schaeffer, Jr)와 함께 자신의 명저 <그러면 우리는 어떻게 살 것인가?>(How Should We Then Live?)를 카메라에 담아 동명의 영화로 만들어 북아메리카 전역을 순회강연하며 이 영화를 함께 상영한 일이 있었다. 쉐퍼의 전기 작가인 콜린 듀리에즈에 따르면 청중들의 반응은 대단히 좋았던 것으로 알려져 있다(Duriez, Colin, 325)

현대의 세속적이며 상대주의적인 문화를 기독교의 역사적 철학적 관점으로 바라본, 결코 쉽게 읽혀지지 않은 이 책을 영화화한 사실은 쉐퍼의 문화관의 중요한 특징인 '변증학(Apologetics)'을 몸소 실천한 사례로 볼 수 있다. '변증학'이란 일종의 기독교 신앙을 '변호'하는 것을 뜻한다. 쉐퍼는 '변증학'의 목적을 방어(defense)와 전달(communication)이라고 말한바 있다. 방어는 비기독교 혹은 반기독교적 메시지에서부터 기독교 신앙을 보호하기 위한 논증적 방어이다(성인경 1996, 119-122). 그러나 쉐퍼는 그의 다양한 저술과 강연, 영화제작 활동이 의미하듯이 방어보다 전달에 관심이 많았다. 즉 그는 어떤 특정한 세대가 이해할 수 있는 형식으로 기독교를 전달하는데 심혈을 기울였던 것이다.

쉐퍼의 이같은 변증학은 일종의 '문화 선교' 로써 유튜브 안에서 살아가는 현대인들에게 기독교 진리를 문화로 소통하고자 하는 지혜를 엿볼 수 있게 한다.

또한 쉐퍼는 자신의 문화변증학에 대한 성경적 예로써 사도행전 17장에 나타난 바울의 아덴설교 장면을 제시하기도 했다. 이것은 현시대의 유튜브 문화를 고려한 문화선교의 한 측면을 보여주는 일이기도 하다.

사도바울은 우상이 가득 찬 아덴의 문화를 보며 마음에 분함이 일어났지만(16절) 우상을 파괴하는 격한 행동을 벌이거나 회피하기 보다는 그들의 문화적 양태를 관찰하고 그것을 이용하는 방향으로 선교의 맥을 잡아갔다.

바울이 아레오바고 가운데 서서 말하되 아덴 사람들아 너희를 보니 범사에 종교심이 많도다 내가 두루 다니며 너희가 위하는 것들을 보다가 알지 못하는 신에게라고 새긴 단도 보았으니 그런즉 너희가 알지 못하고 위하는 그것을 내가 너희에게 알게 하리라(행17:22-23)

사도 바울은 우상이 가득 찬 아덴의 문화를 보며 그 안에 살고 있는 아덴 사람들의 문화적 성향을 발견했다. 그리고 특별히 '알지 못하는 신'이라고 쓰여진 단을 구체적으로 언급하며 아덴 사람들에게 복음을 증거했다. 그리스의 다신(多神)문화는 일종의 기능적 개념으로 자신들의 삶에 필요한 부분마다 신을 만들고는 그것에 의지하여 심리적 안정을 얻으려는 경향을 가지고 있었다. 따라서 혹시라도 그들이 미처 생각하지 못한 신상이 있을 경우를 대비해서 '알지 못하는 신'을 만들었다. 사도 바울은 바로 '이 신'을 거론하며 아덴 사람들의 관심을 끌었고 예수 그리스도의 부활사상을 설교했다.

사도바울의 복음전략은 문화적 이해를 동반하며, 그 문화 안에 사는 사람들의 성향을 파악하고 그들이 관심을 가질 만한 사항을 접촉점으로 삼아 복음을 증거하는 문화선교의 전형을 보여주고 있다. 쉐퍼연구소장을 역임한 제람 바즈(Jerram Barrs)는 그의 책 「현대문화 속의 전도」에서 사도행전 17장에 나타난 사도바울의 에덴 설교를 언급하며 문화를 접촉점으로 하는 전도에 대해서 이렇게 말하고 있다.

이렇게 바울의 설교를 자세히 살펴보면, 설교의 대상자들과 다리를 만들어 가는 작업을 먼저 한다는 것을 알 수 있습니다. 그 다리를 통해서 하나님께서 더 위대하다는 것을 인식하게 합니다. 그리고 우상을 믿는 믿음이 가지는 문제점을 깨닫게 합니다.

예수님과 바울이 복음을 전하던 첫 번째 방법은 그 사람이 갖고 있는 옳은 것이 무엇인가에서부터 접근하는 것입니다. 우리가 복음을 전할 때도 그가 갖고 있는 옳은 것, 잘하는 것, 접근이 가능한 것을 먼저 이야기해야 합니다(Barrs, 77).

이것은 유튜브가 일상생활이 되고 있는 현대인들, 그리고 젊은이들에게 유튜브가 복음소통의 도구로서 어떤 역할을 할 수 있는지를 생각하게 만드는 일이 아닐 수 없다. 즉 유튜브가 가져 온 의식의 변화는 한국교회가 사회와 소통하는데 보다 전략적인 접근을 필요로 하는 것이다.

그러나 한국교회가 유튜브를 활용하는 방식은 예배와 설교에 집중되어 있다. 예배실황을 중계하거나 설교녹화 동영상을 유튜브에 올리는 일이 가장 흔하다. 어느 정도 규모가 있는 교회라면 설교를 녹화할 수 있는 카메라를 갖추고 기본적인 자막기 활용이 가능한 까닭에 별다른 편집 없이도 설교동영상은 예배가 끝난 후 손쉽게 유튜브에 업로드가 가능하다.

그러나 만일 교회가 설교라는 콘텐츠를 유튜브를 통해서 효율적으로 전파될 수 있기 위해서는 사전에 유튜브라는 플랫폼에 맞게 사전 기획을 해야 하는 준비가 필요하다. 효과적인 편집과 사전 기획을 통해 경쟁력을 갖춘 콘텐츠를 제공할 필요가 있는 것이다.

이에 관한 좋은 예가 두 가지가 있다. 하나는 호기심과 선정적인 콘텐츠에 관심을 갖는 유튜버들의 관심을 이끌어 낼수 있는 기독교 변증 전략이고 다른 하나는 즐거움을 추구하는 새로운 유튜버 세대를 향한 드라마 전략이다.

1. '다마스쿠스 TV'와 기독교 변증

'다마스커스 TV'로 기독교변증이 주요 콘텐츠의 내용이다. '이성적인 신앙과 변증'을 모토로 삼는 '다마스커스 TV'의 주요한 특징은 첫 방송에서부터 나타났다. 2017년 11월 27일 <만들어진 신>의 저자이자 무신론자들의 대표격인 리처드 도킨스와 기독교 신앙의 입장에서 과학을 가르치는 옥스퍼드대 수학교수 존 레녹스와의 토론을 한글자막을 넣어 라이브로 생중계한 것이 시작이었다. 이어서 하나님의 존재와 기독교의 의문점들에 대한 논리적 답변들을 다룬 영상들이 이어졌다. 윌리엄 레인 크레이그의 '크리스천이 왜 기독교 변증을 배워야만 하는가'와 존 파이퍼 목사와 팀 켈러 목사의 'C.S. 루이스를 말하다'와 같은 대담 영상들도 한글자막을 입혀 비록 4천 명이 채 되지 않는 조회수를 기록했지만 매우 의미있는 기독교 유튜브의 행보를 보여주었다.

<표1> '다마스커스 TV'의 주요 유튜브 동영상 콘텐츠(2019.04.28.일자 기준)

게시일자	제 목	조회수	상영시간
2015.10.07	「만들어진 신」에 대한 응답(feat.알리스터 맥그래스)	2,028	02:32
2017.11.27	어느 철학자의 일침, 리처드 도킨스는 낙제 수준이다	1,992	02:28
2018.02.10	기독교인으로서 백워드마스킹에 대해 폭로합니다	8,118	40:38
2018.03.29	[무신론자와의 대화 3] "하나님은 왜 안 믿으면 지옥에 보냅니까?"	1,844	34:31
2018.04.02	뉴욕 힐송교회의 충격적인 부활절 예배 근황 (직촬)	17,861	02:36
2018.10.29	왜 세계관과 철학이 중요한가? (기독교인들 7분 안에 설득해드립니다)	2,556	07:15
2018.11.27	토론:신은 존재하는가? 다마스커스 vs 천문학도 무신론자	2,900	1:09:46
2019.04.07	국내 최고 권위자 모셨습니다.. 기독교를 구한 인류학자, 르네 지라르의 세 가지 기둥을 알아보자	371	40:39

다마스커스 TV는 쉐퍼의 기독교변증 가운데 주로 '방어'적 성격이 강하다. 불신앙자들이 가질 수 있는 기독교 진리에 대한 의문에 대해서 변증하고 있음을 알 수 있다. 처음에는 유명 기독교인사가 출연한 외국 동영상에 한글자막을 입히는 수준으로 시작했지만 점차 콘텐츠를 다양화하여 토론장면을 올리거나 국내 유명 교수를 초청하여 대담하고 강의를 녹화 편집하는 등 적극적인 유튜브 활동을 하고 있다.

고무적인 것은 이러한 그리스도인 유튜버의 나이가 젊다는 사실이다. 이것은 유튜버의 형식과 감성을 이해하고 그것을 잘 활용할 수 있는 문화를 갖고 있는 까닭에 유튜버를 문화선교전략에 활용할 수 있는 남다른 능력이 있음을 나타낸다.

2.케어코너즈(Care Corners)의 기독교 웹드라마

전문인 팀사역 단체 케어코너즈(Care Corners)는 30대의 이보람 감독을 내세워서 기독교 역사상 처음으로 유튜브를 통해 웹드라마를 선보였다. 2015년부터 2017년까지 40분 내외 분량으로 각각 8편 씩 총16편의 드라마 <라이프>(LIFE) 시즌1,2를 제작한데 이어서 2018년 5월부터 7월 까지는 8편 구성으로 <라이프> 시즌3을 유튜브를 통해 공개하기도 했다. 크리

스천 드라마를 표방하듯 기독교인이라면 신앙과 부딪히는 현실에서의 갈등을 진솔하게 담아 즐거운(?) 성찰에 이르게 한다. 영상이 제공하는 가벼운 터치 속에서도 신앙을 되돌아보게 만드는 크리스천 웹드라마는 지금까지 영화나 TV에서는 볼 수 없었던 일이다.

<표2>LIFE 시즌3(2019.04.28.일자 기준)

게시일자	제 목	조회수	상영시간
2018.05.24	1화 "(Prologue) 이곳은 케어박스입니다"	20,381	03:17
2018.05.31	2화 "사장님이 죽을 뻔 했어요"	13,405	07:00
2018.06.07	3화 "저희 회사가 교회가 된 것 같아요"	15,822	09:08
2018.06.14	4화 "한국 사람들은 야구를 좋아합니다"	12,423	08:46
2018.06.22	5화 "이 회사가 부담스럽지 않니?"	12,021	12:46
2018.06.29	6화 "무조건 싫다고 해야 돼"	12,686	12:14
2018.07.20	7화 "크리스천 회사도 똑 같네요"	14,730	13:44
2018.07.27	8화 "영어 할 줄 몰라요?"	12,631	10:40
2018.08.10	9화 "What's your name?"	14,471	16:22
2018.08.17	10화 "선교사님들이 얼마나 힘든지 알아요"	12,859	14:28
2018.08.24	11화 "애매한 관계 만들지 말아요"	15,322	14:42
2018.08.31	12화 "우리가 비정상이라고요?"	16,000	18:52
2018.09.15	13화 "제 성격이 문제가 있나요?"	12,987	15:49
2018.09.29	14화 "본인에 대해 얼마나 알고 계신가요?"	15,883	18:13
2018.10.06	15화 "선교가 뭐라고 생각하세요?"	24,139	21:44

'LIFE 시즌 3'의 경우 주문한 제품을 포장하고 배송하는 물류창고 회사를 배경으로 하고 있다. 어느 날 사장이 창고의 물품 밀이 갈려 죽음의 위기를 겪는 가운데 그는 하나님께 기도하게 되고 이후 외국인 종업원에 의해 발견되어 살아나면서 인생과 기업경영이 선교적 방향으로 전화되는 이야기를 펼쳐나가고 있다.

그리스도인들에게 이미 익숙한 현실이지만 드라마를 통해서 볼 때 새롭게 느껴지고 깊이 있는 생각으로 이끄는 것은 이 웹드라마의 장점이다. 특히 비기독교인들이나 교회의 젊은 세대도 드라마에 나타난 문화와 언어가 그들에게 낯선 것이 아니어서 흥미롭게 볼 수 있다.

유튜브에 출현한 이러한 기독교 웹드라마는 쉐퍼의 문화변증법 가운데 '전달'에 해당한다고 볼 수 있다. 이 시대의 언어와 문화적 접촉점을 가지고 그리스도의 진리를 소통하는 방식이다.

프란시스 쉐퍼의 문화선교론을 가능케 만드는 요인은 근본적으로 예술이 효율적인 메시지 전달의 수단임을 인식하는데서 출발한다. 그는 '예술은 모든 유형의 메시지에 사용될 수 있다'고 언급하며 예술을 단지 비판적 수용의 대상으로뿐 만아니라 복음을 전파하는 훌륭한 도구로서의 역할에도 주목했었다. 아울러 그는 '예술로 표현된 것은 그 세계관을 더욱 강화시킨다'고 보았다. 그 예로서 쉐퍼는 렘브란트가 그린 "푸주간에 매달린 쇠고기의 옆면"이

6) 프란시스 쉐퍼 저, 김진홍 역, (2001), 『예술과 성경-프란시스 쉐퍼시리즈 제9권』, 생명의말씀사, 47-48쪽

란 그림을 제시했었다. 즉 그는 실제 현실에서 푸주간에 걸려있는 쇠고기를 볼 때와는 다르게 미술작품으로서 감상할 때는 더욱 강렬한 인상을 주며 이전처럼 피상적으로 볼 수 없음을 언급했던 것이다. 이는 웹드라마와 같은 대중예술 또한 매우 강력한 커뮤니케이션의 도구로서 일상의 것을 특별한 것으로 인식시킬 수 있음을 뜻하는 일이기도 하다.

따라서 그가 우리가 현대 커뮤니케이션의 도구로 유튜브에 주목하는 것은 어쩌면 당연한 일이었는지도 모른다.

V. 결론

‘나의 문화유산 답사기’를 통해 400만부의 베스트셀러 작가 유홍준은 2019년 중국편을 낸 후 가진 기자 인터뷰에서 그는 “실크로드를 보면서, 이 죽음의 길을 뚫은 힘은 돈과 종교였다는 생각이 들었는데, 대상(隊商)은 돈을 벌려고 실크로드를 오갔고 불자는 불경을 얻으려고 길을 떠났다”며 “돈과 종교가 인간 역사의 가장 강한 에너지였던 셈”이라고 말한바 있다.⁸⁾

현대인들은 인생전환을 위해 유튜브라는 새로운 실크로드를 걷고 있는 듯한 느낌을 받는다. 유튜버들을 움직이는 가장 큰 힘은 돈이었다. 그러나 흥미롭게도 세상의 다양한 종교들 또한 이 가상의 실크로드 공간을 오가며 세상에 영향력을 주고 있는 중이다. 다만 정통기독교 신앙을 추구하는 한국 교회의 대다수는 이 새로운 길에 무관심하다.

이 논문은 유튜버가 만드는 새로운 사회현상에 대해 교회의 관심을 촉구하며, 이를 위해 문화명령과 선교명령에 기초한 분석과 대안을 시도했다. 기독교 관점에서 이루어진 유튜버에 대한 논문이 부재한 현실에서 본 논문은 전체를 조망하고 새롭고 창의적이며 무엇보다도 성경에 충실한 유튜버 관련 논문이 나오기를 기대하는 마음으로 쓰여졌다고 할 수 있다.

온 세상이 유튜버와 연관지어져 있는 만큼 다양한 영역에서 기독교 세계관에 따른 평가가 이루어져야 하며 또한 복음을 전파하려는 시도 또한 다각적으로 진행되어야 할 것이다.

그러나 이를 위해서는 두 가지가 꼭 필요함을 알게 된다. 하나는 교회의 지속적인 관심과 지원이며, 다른 하나는 유튜브의 현실에 맞는 문화전략을 수립하는 일이다. 교회는 유튜브를 통해 세상과 소통할 수 있어야 하며, 소통의 방법은 새로운 유튜브라는 새로운 문화에 어울려야 할 것이다. 항상 문화선교전략을 수립하고 실현하는 일은 세속화의 위험성을 내포하고 있지만 예수님이 제자들에게 당부하셨던 말씀을 새기며 나아가지 않으면 안된다는 사실 또한 분명해 보인다.

“보라 내가 너희를 보냄이 양을 이리 가운데로 보냄과 같도다 그러므로 너희는 뱀같이 지혜롭고 비둘기같이 순결하라” (마10:16)

7) 앞의책, 37-38쪽

8) 「유홍준 “실크로드는 돈과 종교가 뚫었다”」, 문화일보, 2019.04.25, <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2019042501032539173003> (2019. 04. 27 확인)

참고문헌

- 강진구, "한국 선교다큐멘터리 영화의 현황과 문화선교적 역할 연구", 「복음과 선교」제39집, 서울:2017
- 강영안 외(1998), 『대중문화 더 이상 침묵할 수 없다』. 서울:예영커뮤니케이션
- 김아미(2018), 『초등학생의 유튜브 경험 및 인식에 대한 탐색적 연구』. 2018 한국어린이미디어학회 춘계학술대회.
- 김영한(2007), 『미디어 삼국지-미디어 환경 변화를 읽는 하나의 시각』. 서울: 삼성경제연구소
- 남정우 (2010). 『선교란 무엇인가』. 서울: 쉐키나출판사.
- 문화선교연구원 엮음 (2003).『문화선교의 이론과 실제』. 서울: 예영커뮤니케이션
- 박양식(2002), 『성경에서 찾은 문화선교전략』. 서울:예영커뮤니케이션
- 박한철, 강진구 (2002). 『감성세대의 영화읽기』. 서울: 예영커뮤니케이션.
- 성인경(1998), 『아담과 문화를 논할 때』, 서울: 낮은울타리
- ____ 엮음(1996), 『프란시스 쉐퍼 읽기』, 서울: 예영커뮤니케이션.
- 신국원(2002), 『신국원의 문화이야기』, 서울: IVP
- 윤영훈 엮음 (2010).『문화시대의 창의적 그리스도인』. 서울: 두란노아카데미
- 장훈태(2012), 『한국교회와 선교의 미래』, 서울: 도서출판 대서, 278-297
- 한국언론정보학회 엮음(2006), 『현대사회와 매스커뮤니케이션』, 파주: 한울아카데미
- Barrs, Jerram(1991), Learning Evangelism from Jesus, 한국라브리 번역위원회 역(현대문화속의 전도), 서울:예영커뮤니케이션
- Allocca, Kevin(2018), YouTube Culture, 엄성수 역(2018), 『유튜브 걸쳐』, 서울:(주)스타리치 북스
- Duriez, Colin(2008), Francis Schaeffer: An Authentic Life, 홍병룡 역(2009), 『프란시스 쉐퍼』, 서울:복있는 사람
- Ellul, Jacques(1964), The Technological Society, 박광덕 역(1996), 『기술의 역사』, 서울:한울
- Greene Jr, Albert E.(1990), Thinking Christianity: New Patterns for New People, 안경상 역(2001), 『알버트 그린 박사의 기독교 세계관으로 살아가기』, 서울:CUP
- Mouw, Richard J.(2001), He Shines In All That's Fair, 권혁민 역(2012), 『문화와 일반은총』. 서울:새물결플러스
- Naugle, David(2002), WORLDVIEW, 박세혁 역(2018), 『세계관 그 개념의 역사』. 서울:CUP
- Parkhurst, Louis Gifford(1985), Francis Schaeffer, 성기문 역(1995), 『프란시스 쉐퍼』. 서울:두란노
- Parker, Geoffrey(2016), Platform Revolution, 이현경 역(2017), 『플랫폼 레볼루션』, 서울:부키(주)