

# 뉴 노멀 시대 기독교 유튜브 콘텐츠의 기능과 가능성 - 국내 크리스천 1인 미디어 채널을 중심으로\*

## Functions and Possibility of Christian YouTube Contents in New Normal Era - Focused on Christian Personal Media Channels in Korea

김태 룡 (Tae-Ryong Kim)\*\*

안승 범 (Soong-Beum Ahn) (교신저자/corresponding author)\*\*\*

### ABSTRACT

This study aimed to identify current state and functions of Christian YouTube Contents and look into Christian values and use of YouTube platform in new normal era. Personal Media format channels have been selected as study targets and participation in culture aspects of users have been analyzed by applying media research methodology based on active user theory. As a result, it has been found that Christian YouTube channels contribute to strengthening religious identity through sympathy and identification, change in social perception of Christianity through cultural means, and forming stage of sharing Christian information among believers. On the other hand, limitations including differences in standpoints regarding using YouTube in a Christian manner, reverse effects in unproductive debates, and stagnation of convergence phenomenon have also been identified. In conclusion, this study argued that support by existing churches and Christian organizations for expansion of Christians' participation in culture and invigoration of contents literacy education being conducted at seminaries and churches are necessary. Even after the termination of the COVID-19 pandemic, using YouTube and MeMedia in a Christian manner have to be discussed continuously.

**Key Words:** New Normal, Christian Youtube, Christian Personal Media, Convergence Culture, Christian Cultural Contents

\* 2021년 2월 19일 접수, 3월 15일 최종수정, 3월 15일 게재확정

\*\* 경희대학교(Kyung Hee University) 인문학연구원 학술연구교수, 서울시 동대문구 경희대로 26, ryongworld@hanmail.net

\*\*\* 경희대학교(Kyung Hee University) 국어국문학과 부교수, 서울시 동대문구 경희대로 26, instory@khu.ac.kr

## I. 서론

본 연구는 기독교 유튜브 콘텐츠의 현황과 기능을 파악하고 뉴 노멀(New normal)<sup>1)</sup>(McNameee 2004: 135-138) 시대 유튜브 플랫폼의 기독교적 가치와 활용을 성찰하는 데 목적을 둔다. 연구 대상은 가장 활발한 담론장을 거느리고 있는 1인 미디어 형식의 채널을 선별할 것이며, 능동적 수용자론을 기반으로 한 미디어 연구 방법론을 적용하여 수용자들의 문화참여 양상을 분석하는 데 집중하고자 한다.

초고속 통신망의 광범위한 확산 이후 디지털 문명으로의 세계적 전환은 필연적인 귀결이었다. 오늘날 현대인은 인터넷을 중심으로 전면화 된 디지털 기술을 활용하여 새로운 ‘접속 경제’의 시대를 살아내고 있다. 스탠 데이비스(Stan Davis)가 말한 ‘속도’, ‘접속’, ‘무형의 가치’라는 키워드는 비단 경제의 영역에만 통용되는 것이 아니다(Davis, 2001/2002:59-70). 개별 주체의 의식과 소통 방식의 변화 양상을 적확하게 꿰뚫는 용어라고 할 만하다. 특히 코로나19가 초래한 비상 상황을 견뎌내면서 ‘비대면·비접촉’이라는 조건 속에서 미시적으로 분화하고 있는 디지털 소통 창구의 편리성과 효율성을 경험하는 중이다. 이러한 팬데믹 환경 안에서, 비정상적인 것이었거나 보조적인 것으로 취급되던 소통 방식이 지극히 일상적이고 표준적인 질서로 재편되는 ‘뉴 노멀’의 상황을 목도하고 있다.

돌이켜 보면, 한국 기독교는 교회문화의 특성상 디지털 문명의 진화 과정을 적극적으로 해석·수용하는 데 인색한 편이었다. 대부분의 교회가 전통적 가치와 관습을 존중하면서 디지털 기술에 대한 ‘선택적 배제’의 태도를 취해 왔다고 할 수 있을 것이다. 그러나 세속적 문화의 틈입에 대한 방어적 입장에서 행한 ‘선택적 배제’가 때론 사회로부터 교회가 ‘단절적 소외’를 경험하는 결과로 이어지곤 했다. 물론 예배문화에서부터 선교와 교제 문화에 있어서도 디지털 소통 방식을 접목·수용하는 과정이 점진적으로 진행되어 온 것은 부인하기 어렵다. 특히 4차 산업혁명의 본격화는 이에 대한 기독교적 대비와 새로운 비전의 수립을 앞당겼으며(류은정: 2018:91-117), 여기에 코로나19라는 급격한 충격이 가해지면서 이제 한국 기독교는 새로운 대응 방안을 고려할 수밖에 없는 상황에 내몰리게 되었다.

코로나19 사태 초반, 한국 교회는 정부의 대면 예배 제한 조치에 대하여 공적 예배 축소의 우려를 표명한 바 있다. 하지만 2020년 8월, 특정 교회의 일탈적 행동으로 인해 기독교계 전체가 사회적 지탄의 대상이 되는 사건이 발생했다. 이에 더해 교회에서 확진자가 발생하는 빈도와 비율이 높아지면서 의도치 않게 기독교계 안팎에서 반성과 변화의 필요성이 촉구되기에 이르렀다. 이때의 ‘변화’는 비대면 예배의 타당성 및 필요성에 대한 담론의 부상에 한정되지 않는다. 기독교적 가치가 집약된 예

1) ‘뉴 노멀’이란 용어는 2000년대 중반 경제·금융계에서 시작되었다. 로저 맥나미(Roger McNameee)는 2004년 『The New Normal』에서 ‘올드 뉴멀’과 분기되는 새로운 반성적 질서를 이야기하면서 ‘새로운 기준’이 일상화 되는 미래의 모습을 전망한다. 이 용어는 위험이 점증한 만큼 기회도 늘어난 새로운 시대를 지칭한다. 국내에서는 코로나19로 야기된 팬데믹 ‘이후’의 사회를 가늠하면서 광범위하게 언급되고 있다.

배와 예식을 포함해 교회 내 교제와 다양한 선교 활동에 이르기까지 임시적으로나마 새로운 방법론을 찾아야 하는 상황에 이르게 되었다.

학계에서도 코로나19 사태와 관련하여 목회 및 교회 교육에 대한 다양한 의견들이 제시되고 있다. 상당수의 연구자들은 온라인 혹은 비대면 예배의 불완전성을 우려하면서도 현재의 상황에서 다른 대안이 없음을 인정하며, 비대면 예배가 필연적으로 지닐 수밖에 없는 결핍을 보완하기 위한 방안들을 다각도로 제시하고 있다. 세부 내용을 살펴보면 온라인 성만찬의 도입 주장(이은경 2020:295-322), 온라인 예배 형태에 적합한 예배 및 설교 방식 연구(김성중, 2020:39-64; 윤성민, 2020:67-89; 손동식, 2020:33-60), 교육을 위한 온라인 플랫폼 및 프로그램 개발(마은희 외, 2020:197-220; 유재덕, 2020:13-37; 정희정, 2020:147-172)등이 이루어지고 있음을 알 수 있다. 또한 비대면 예배가 진행되는 가운데 복음의 본질을 수호하고 올바른 신앙적 태도를 유지하기 위한 목회 방향을 제시한 연구 또한 존재하였다(최동규, 2020:171-200; 김순환, 2020:37-60). 각각의 제안하는 바는 다르지만 다수의 연구자들은 교역자 및 성도들의 디지털 리터러시 강화와 온라인 매체의 적극적 활용, 온·오프라인 형식의 상호보완적 활용 등이 필요하다는 점에는 보편적인 공감대를 형성하고 있는 것으로 보인다.

본 연구 역시 그러한 공감대에서 논의를 출발하고자 한다. 특히 성도 간의 공동체성 형성 및 선교 방식과 창구의 다각화를 염두에 두고, 현재 디지털 플랫폼의 활용이 비공식적으로 ‘어떻게’ 이뤄지고 있는지 진단해보고자 한다. 최근 교회 내 모든 모임이 비대면으로 전환되면서 위기를 맞이한 분야는 예배와 교육뿐만이 아닐 것이다. 나눔과 교제의 장을 상실한 성도들은 서로의 신앙적 경험과 삶의 은혜를 나눌 수 없게 되었다. 이는 곧 교회 공동체의 위기로 이어질 가능성이 크다. 또한 교회 밖에서 비기독교인과 접촉할 기회가 사라졌기에 복음을 전달할 직접적인 통로는 크게 위축된 상태라고 할 수 있다. 그 때문에 예배의 뉴 노멀을 고민하고 있는 만큼, 그에 못지않게 교제와 선교의 방식에 대한 뉴 노멀을 고민하는 것은 시의성있는 주제라고 판단된다.

그러한 관점에서 기독교인의 정체성을 전면에 내 건 유튜브 속 1인 미디어 채널들이 비공식적·사적·수평적·비정형적 소통 창구를 어떻게 마련하고 있는지 분석해보고자 한다. 미리 밝힐 것은, 다수의 선행 연구자들이 유튜브의 기독교적 활용에 대해 주장해온 것은 사실이다. 예컨대 구성모는 당시 보편적으로 통용되던 세대 개념 중 하나인 ‘N세대’에 대한 선교 방법에 대하여 연구하며 유튜브의 선교적 유용성에 대해 논한 바 있다(구성모, 2014: 11-41). 이와 같은 맥락에서 이현주는 인터넷 세계를 선교지로 간주하고 새로운 선교전략이 필요함을 주장하며 유튜브가 선교 수단으로 활용될 수 있음을 주장하였다(이현주, 2018a:113-152; 2018b:107-147). 임병학은 교회 목회자의 설교 동영상상이 유튜브에서 공유되는 네트워크의 양상을 살피고(임병학, 2014:35-48) 설교 주제와 댓글의 상관관계에 대해서도 분석한 바 있다(임병학, 2019:67-82). 전수희는 유튜브를 활용한 선교 플랫폼 개발의 필요성을 주장하며, 방탄소년단 유튜브 채널에 대한 사례분석을 바탕으로 1인 미디어의 활성화, 새로운 콘텐츠

개발, 기독교적 크리에이터 양성 등의 방안을 제시하였다(전수희:2019). 가장 최근의 연구사례로 보이는 강진구의 논문에서는 유튜브를 통한 기독교 변증 실천 전략에 대해 다루고 있다. 그는 기독교의 유튜브 활용에 있어 평신도 전문가들의 참여, 이중 언어의 사용, 상업주의의 극복 등이 필요하며, 교회의 인식변화와 새로운 문화전략 수립이 우선되어야 함을 주장하였다(강진구, 2020: 5-29).

선행 연구자들의 논의를 검토한 결과, 유튜브의 선교적 활용에 대한 논의는 ‘위드 코로나’, ‘포스트 코로나’ 시대의 뉴 노멀 질서의 등장과 맞물려 현재보다 더욱 확장될 것으로 보인다. 이에 본고는 유튜브가 선교의 장으로 기능할 뿐만 아니라 뉴노멀 시대 개인 영성의 강화와 새로운 공동체 형성에 일정한 역할을 감당할 수 있음을 논하고자 한다.

재차 강조하면, 기존 연구와는 달리 본 연구가 주목하고자 하는 분야는 ‘1인 미디어’의 형식을 취하고 있는 유튜브 채널 콘텐츠이다. 1인 미디어란 개인이 콘텐츠를 직접 기획·제작하고 공유하는 온라인 매체 형태를 말한다. 1인 미디어에 주목하고자 하는 이유는 현재 크리스천 유튜버를 표방하고 있는 이들의 사적·자발적 채널들이 기성 교회, 선교단체, 기독교 방송국 등이 수행하던 것과는 차별화된 역할을 담당하고 있는 것으로 보이기 때문이다. 이는 스마트 폰의 대중적 보급, 유튜브의 영향력 확대 등 문화적 환경의 대대적인 변화와 이를 바탕으로 한 성도들의 디지털 리터러시의 확보가 이루어졌기 때문에 가능한 것으로 보인다. 이러한 현상이 의미있는 것은, 첫째, 성도 간의 교제 및 문화적 활동이 교회(장소), 목회자(인물), 행사(사건)를 중심으로 수직적·교조적·정기적으로 이루어지던 과거로부터 큰 변화가 나타나고 있다는 것을 의미한다. 둘째, 동일한 신앙 공동체 내에서 정서적 유대감을 바탕으로 행해지던 대면 접촉 중심의 교제가 제한되고 있는 것은 물론, 이러한 현상이 일시적·임시적이지 않을 수 있다는 것을 시사한다. 셋째, 비기독교인을 포함해서 타종교인, 반기독교인 등 불특정 다수와의 일상적 커뮤니케이션 창구가 능동적으로 확대될 수 있다는 것을 방증한다.

오해를 피하기 위해 미리 말하면, 본 연구는 1인 미디어 방식으로 운영되는 기독교 유튜브 채널(이하 ‘크리스천 1인 미디어’)의 확산을 탈교회중심적 현상으로 단정하진 않는다. 한국교회 성도들의 문화적 능동성 증대와 기독교 문화의 다중 참여적 형태로의 전환을 자연스러운 흐름으로 보면서, 팬데믹으로 인한 뉴 노멀 질서 속에서 기독교인이 주체가 된 온라인 참여문화의 현재를 성찰하는 데 주력할 것이다.

## II. 이론적 배경: 컨버전스 시대와 유튜브

미국 MIT의 미디어학자 헨리 젠킨스(Henry Jenkins)는 2006년 저서 <컨버전스 컬처(Convergence culture)>를 통해 현 시대의 미디어 현상을 바라보는 하나의 시각으로 ‘컨버전스’ 개

념을 제시한 바 있다. 그가 말하는 컨버전스란 다양한 미디어 플랫폼으로 전환되는 콘텐츠의 흐름, 여러 미디어 산업 간의 협력, 미디어 수용자들의 능동적인 이주성 행동을 종합적으로 지칭하는 용어이다. 그는 현 시대가 컨버전스 문화의 시대임을 주장하였다. 올드미디어와 뉴 미디어가 충돌·교합하고 풀뿌리 미디어와 기업 미디어가 교차하고 있으며 미디어 생산자와 소비자가 예측할 수 없는 방식으로 상호작용하고 있다고 본 것이다(Jenkins, 2006/2008a: 17). 그의 주장에 따르면 이러한 컨버전스 시대 미디어 콘텐츠의 순환은 소비자의 적극적인 참여에 의존하고 있다. 이는 문화 수용자들을 수동적인 존재로 바라보는 일각의 시선이 더 이상 유효하지 않음을 의미한다.

실제로 오늘날 미디어 시장의 흐름은 기업 중심의 하향식 과정이 한 축을 이루긴 하지만, 대중 및 소비자 중심의 상향식 과정이 상호 복합적인 층위를 이루고 있다(Jenkins, 2006/2008a: 377-378). 이러한 과정에서 미디어 권력, 내지는 대중문화의 주도권은 필연적으로 분산화·민주화된다. 대중들이 컨버전스 컬처에 참여하는 이유 중 하나는 이제 거대 미디어로부터 자신들의 목소리를 되찾아오기 위함이다. 기업 및 거대 미디어 역시 자신들의 권력이 분산되는 것을 감수하고도 컨버전스에 참여한다. 젠킨스는 그 목적이 경제적 계산에 있다고 보았다(Jenkins, 2006/2008a: 359). 컨버전스로 인하여 대중문화 내 권력관계는 상생적 형태로 전환되었으며 이로 인하여 미디어의 흐름이 상호적이고 쌍방향적으로 흘러가게 되었다는 것이 젠킨스의 요지라고 할 수 있다. 실제로 무선 광대역 통신 서비스가 일상화 된 2010년대 이후 한국사회는 젠킨스의 예견대로 대중들의 삶, 관계, 기억, 환상, 욕망들이 미디어 채널들을 횡단(Jenkins, 2006/2008a: 38)하면서 중층적인 ‘하이퍼리얼’의 세계를 이루고 있다고 봐도 무방할 것이다.

유튜브 문화는 이 같은 거시적 변화의 특징적 국면을 집약하는 표지라고 할 수 있다. 2005년 데이트 주선 사이트를 목적으로 창립된 유튜브는 당대에 난립하던 동영상 공유 사이트들을 압도하며 이용자들의 절대적인 지지를 얻는 데 성공한다(김진수, 2018: 65-68). 그 후 2006년 구글로 인수되고, 2010년 본격적으로 흑자 운영으로 전환되며 전 세계 미디어 시장의 중심에 위치하게 된다. 유튜브에서 제공하는 보도자료에 따르면 현재 유튜브의 월 사용자는 20억 명 이상이며, 일일 시청 시간은 10억 시간에 달한다. 휴대기기를 통한 유튜브 시청률에 한정해도 미국 내 타 TV 방송국보다 높은 수치를 기록하고 있으며, 100개가 넘는 국가에서 현지화된 버전으로 출시되고 있다.<sup>2</sup> 국내의 상황 또한 이와 다르지 않다. 2020년 9월 기준 한 달간 유튜브 앱 사용자 수는 4319만 명을 기록했으며, 1인당 월 평균 사용 시간은 29.5시간인 것으로 나타났다.<sup>3</sup> 이로 미루어 보았을 때 유튜브는 현재 미디어 생태계의 최상위에 위치하고 있다고 판단해도 무리는 아닐 것이다.

2) Youtube about 보도자료, <https://www.youtube.com/intl/ko/about/press/> (검색일: 2021년 1월 2일).

3) 조선일보 2020. 10. 08. “못말리는 한국인의 유튜브 사랑...4300만명이 한달 30시간 본다” [https://www.chosun.com/economy/tech\\_it/](https://www.chosun.com/economy/tech_it/) (검색일: 2021년 1월 2일).



이러한 현상에 대한 문화적 해석을 내놓은 케빈 알로카(Kevin allocca)는 관계성을 새롭게 포맷하는 미디어로 유튜브의 특징을 재규정한 바 있다. 유튜브가 여타 웹사이트나 어플리케이션과 구별되는 지점은, 사람과 사람을 연결하는 새로운 형식의 메커니즘이라는 것이다. 유튜브의 연결 체계는 개인과 개인의 경험을 공유하는 방식으로 이루어진다. 또한 유튜브는 시스템 자체가 아닌 참여하는 사람들의 결과물을 통해 평가받는다라는 특성을 지니고 있다. 따라서 유튜브는 현대인들의 의식과 가상 경험의 집합체로서 문화적 경향성을 판단하는 가장 유력한 통로가 된다.

알로카는 유튜브의 가장 큰 혁신을 민주적인 배분의 힘이라고 주장한다. 그에 따르면, 종래엔 문화적 권력을 가진 소수의 사람들만이 자신의 아이디어를 전파할 수 있었다. 그러나 유튜브로 인해 각 개인의 창의성이 광범위하게 생산·유통·공유되는 장이 만들어졌다고 본다(Allocca, 2017/2018: 54-55). 유튜브의 CBO인 로버트 킨슬(Robert kyncl)과 구글 수석 작가인 마니 페이반(Maany Peyvan) 역시 이와 같은 맥락에서 유튜브가 창작자와 수용자의 유대관계 형성은 물론, 양측에 유례없는 소속감을 제공한다고 보았다(Kyncl · Peyvan, 2017/2018: 67).

여기에 헨리 젠킨스의 논의를 접목하면, 유튜브는 오늘날 컨버전스 컬처의 가장 첨예한 국면을 보여준다고 할 수 있을 것이다. 이를테면 유튜브는 참신한 향유 플랫폼을 제공하고 있을 뿐 콘텐츠를 생산하는 주체는 ‘참여하는 대중’들이다. 그들은 유튜브에서 수용자인 동시에 생산자로 활동할 수 있는 다양한 수단을 획득할 수 있다. 선호하는 영상을 통해 자신의 삶과 욕망, 기억 등을 공유하며 기존 레거시 미디어에 의존하고 있던 정보의 생산, 수집, 수정, 교환을 스스로 수행하고 자체적인 목소리를 유통한다. 대중들은 유튜브를 통해 주류 미디어에서 결락되거나 소략적으로 다뤄진 지식과 정보, 정서의 틈을 스스로 메우고, 때론 문제를 제기하면서 미디어 컨버전스의 새로운 가능성을 확장해간다. 이는 오늘날 미디어 권력의 재편과 분산을 압축적으로 보여주는 장면이다.

크리스천 1인 미디어를 중심으로 한 기독교 유튜브 역시 주류 담론장에서 목소리를 갖지 못했던 주체들의 다양한 상호작용이 벌어지는 장으로 기능하고 있다. 이때 유념할 것은, 발신자가 생산하는 텍스트의 의미에만 관심을 둘 것이 아니라 수신자의 참여 양상 및 텍스트의 활용 방식에도 주목해야 한다는 것이다. 알로카는 영상의 내용보다도 그것의 역할이 중요하다는 주장(Allocca, 2017/2018: 348-349)을 펼친 바 있다. 이를 유튜브 소비의 장에 적용하면, 생산자의 의도보다도 수용자의 수용과 해석, 참여의 입장이 중요하다는 것을 시사한다.

본 연구가 존 피스크(John Fiske)의 학술적 방법론에 주목한 것은 그러한 이유에서다. 이를테면 수용자들이 텍스트(유튜브 콘텐츠)를 어떠한 방식으로 사용하는지 고찰하여 해당 문화의 기능 및 역할에 대해 고찰할 필요가 있다. 이 관점은 이른 바, 능동적 수용자론으로 불린다. 피스크의 경우 TV 시청자들이 대중문화로부터 자신만의 의미를 구성하는 현상을 그와 같은 논점에서 풀어낸 바 있다. 그

의 주장에 따르면 대중문화 텍스트는 의미 구조가 고정되어 있지 않으며 다의성을 지닌다. 이때 수용자는 의미 산출의 주체이면서 자율적인 의미 생산 활동을 행하는 주체이기도 하다(Fiske, 1988/2017: 159-193). 덧붙여 피스크는 민족지학적 연구와 텍스트의 기호론적 분석이 연결될 때 만족스러운 문화 분석을 해낼 수 있다고 하였다(Fiske, 1989/2016: 142-143).

실제로 그는 이러한 연구방법론에 입각하여 미디어·대중문화 연구에 의미있는 결과들을 남긴 바 있다. 그는 TV프로그램, 대중음악 등을 연구하며 콘텐츠에 담긴 메시지를 읽는 것뿐만 아니라 소비자들의 대중문화 수용방식에 주목하였다. 그는 민족지학적 연구방법론을 대중문화 분야에 안착시키는 데 성공한다. 직접 관찰, 팬레터 내용 분석, 인터뷰 등의 방법을 통해 수용자의 수용 행위를 해석하였다. 그 결과 미디어 수용자들이 대중문화로부터 새로운 의미를 생성하여 자신의 사회적 정체성을 정립하는 데 기능적으로 활용하고 있다는 사실을 확인할 수 있었다. 이러한 그의 연구 방식은 현재까지 미디어 연구 및 문화연구 영역에 큰 영향력을 행사하고 있다. 앞서 거론한 헨리 젠킨스 역시 존 피스크의 연구를 계승하고 있음을 밝힌 바 있다(Jenkins, 2006/2008b: 22). 헨리 젠킨스는 피스크의 방법론을 계승하여 디지털 민족지학적 연구를 시도한다. 젠킨스는 대중문화의 수용자들이 문화를 향유하고 재생산하는 양상을 관찰하기 위해 여러 차례 해당 커뮤니티 내부로 진입한 바 있다. 이 때 진입이란 대체로 온라인상의 개입을 의미한다. 그는 수용자들 개개인이 생산해내는 의미들과 수용자와 수용자 간의 상호작용에 주목하였다. 그 방법은 수용자들이 작성한 게시물 및 게시물들에 대한 피드백을 종합하는 방식으로 이루어진다. 젠킨스는 이러한 민족지학적 방식이 ‘실재와의 대면’을 추구하는 것이 아니라 담화 분석 그 자체에 목적을 두어야 한다고 주장한다(Jenkins, 2006/2008b: 49). 즉 커뮤니티 내부에서 수용자들이 발화하는 다양한 층위의 담론들을 파악해내고 그것의 양상을 그려내는 것만으로도 문화적 의의를 도출할 수 있다고 본 것이다. 이러한 방식에 착안하여 본고에서 역시 디지털 민족지학적 방법론을 통해 크리스천 1인 미디어를 둘러싸고 있는 담론장을 분석하여 그것의 기능적 측면을 밝혀내고자 한다. 크리스천 유튜버들이 게시한 콘텐츠의 댓글 창을 하나의 커뮤니티로 간주하여 내부로 진입할 것이다. 이러한 탐구방식을 통해 수용자들이 크리스천 1인 미디어를 어떤 방식으로 소비하고 있는지 파악할 수 있을 것이다. 구체적인 진행 과정은 다음과 같다. 먼저 유튜브 상의 크리스천 1인 미디어 중 가장 많은 구독자 수를 기록하고 있는 채널 10개를 연구대상으로 선정·제시할 것이다. 그 후 각 채널에서 조회 수가 가장 높은 영상 10개씩을 선정하여 내용 및 형식에 대해 분석할 것이다. 또한 각 영상에 달린 댓글에 대한 분석을 통해 수용자들이 해당 콘텐츠를 어떤 방식으로 소비하고 있는지 이해를 도모할 것이다. 이 때 분석의 대상이 되는 댓글 선정에는 특정한 기준이 필요할 것으로 보인다. 그 이유는 해당 댓글이 단순한 개인적 발화에 그치는 것이라면 분석의 의의가 퇴색될 수 있기 때문이다. 그렇기에 담론장 내에 존재하는 다수의 의견들 중 보편성을 지니며 상당수의 지

지를 얻는 댓글들을 선별해야 할 것이다. 이를 위해 해당 콘텐츠의 댓글들을 일정한 유형들로 분류하고 각 유형들 중 타 수용자들의 공감(좋아요)을 다수 얻고 있으며, 기타 동일유형 댓글들의 내용을 포괄하는 스탠스를 취하는 사례를 대표로 선정하여 분석하도록 할 것이다. 이 과정에서 연구자의 주관 을 통한 질적인 평가가 개입될 수 있음을 밝힌다.

이러한 과정을 통해 크리스천 1인 미디어가 현재 수행하고 있는 사회문화적 기능을 알아보고 뉴 노멀 시대 기독교 유튜브의 역할과 가능성을 논해보도록 하겠다. 이와 같은 시도는 기독교 유튜브가 지니는 현재적 의의를 밝혀내는 것에 그치는 것이 아니라, 박진규가 주창하였던 개신교 공동체와 대중 문화에 간의 새로운 관계 설정 및 미디어학 분야에서의 신앙과 학문의 통합에도 기여할 수 있을 것으로 보인다(박진규: 2012: 181-209).

### III. 주요 크리스천 1인 미디어 채널의 현황

Table 1. Major Christian 1 person media channel in Youtube<sup>4</sup>

채널명	구독자수	영상수	첫 업로드일	Top10 영상의 평균 조회수	주제
달빛마을TV	139,000	243	2013.9.27.	1,110,000	CCM
현이의 일상 Jinun	129,000	132	2018.12.23.	533,000	브이로그
책읽는사자 채널	115,000	182	2018.10.18.	214,000	책 소개, 기독교정보
kei is loved	77,200	125	2018.7.3.	206,000	브이로그, CCM, 기독교 이슈
붓소핸섭- ButsoHandsUp	66,200	83	2019.11.1.	197,700	CCM, 전도, 상담
리얼메시지	37,100	138	2019.1.17.	215,500	기독교 이슈
강림의 사이비 톡톡	35,500	20	2020.2.6.	168,900	이단 정보
Dmascus TV	34,300	398	2017.11.28	184,200	기독교 이슈
크리스천 신앙가이드	32,700	103	2019.8.3.	124,400	기독교 정보
심리학하는 교회언니 hepsibah	25,400	107	2018.9.19.	77,000	크리스찬의 사랑, 연애, 결혼

Table 1은 본고에서 분석이 이루어질 유튜브 채널의 선정 목록이다. 선정의 기준은 다음과 같다. 첫째는 유튜버 스스로 기독교인임을 분명히 밝히고 있으며 개인적 차원에서 채널이 운영되는 경우에

4) 2021년 1월 11일 기준.



한하였다. 교회 등 공식적인 기관에서 운영하는 채널이나 이미 인지도를 확보하고 있는 목회자 또는 대학 교수 등의 사례는 배제하였다. 이는 유튜브 플랫폼의 성격에 부합하는 형태, 곧 비공식적·사적·수평적·비정형적 소통의 특징에 기반한 채널을 대상으로 논지의 구성성을 확보하기 위함이다. 둘째는 영향력과 가치를 판독하기 위해 구독자 수 순으로 사례를 선별하되, 담론장의 활성화 정도를 보완적으로 검토하였다.<sup>5</sup>

이렇게 선정된 10개의 채널에서 조회 수를 기준으로 상위 10개의 영상을 다시 추렸다. 이는 수용자들의 참여 양상을 살펴보는 데 있어, 대표성이 가장 높은 텍스트가 무엇인지 이해하기 위한 작업이라 할 수 있다. 단, 비기독교적 주제를 다룬 경우와 유튜버 본인이 개입하지 않은 외부의 영상을 그대로 게시한 경우는 제외하였다. 이는 기독교 유튜버들과 크리스천 1인 미디어의 수용자들 간에 이루어지는 소통의 범주를 벗어난 것으로 판단하였기 때문이다. 이러한 기준을 통해 100개의 영상을 선정하였고, 형식 및 주제의 유형을 다음과 같이 분류하였다.

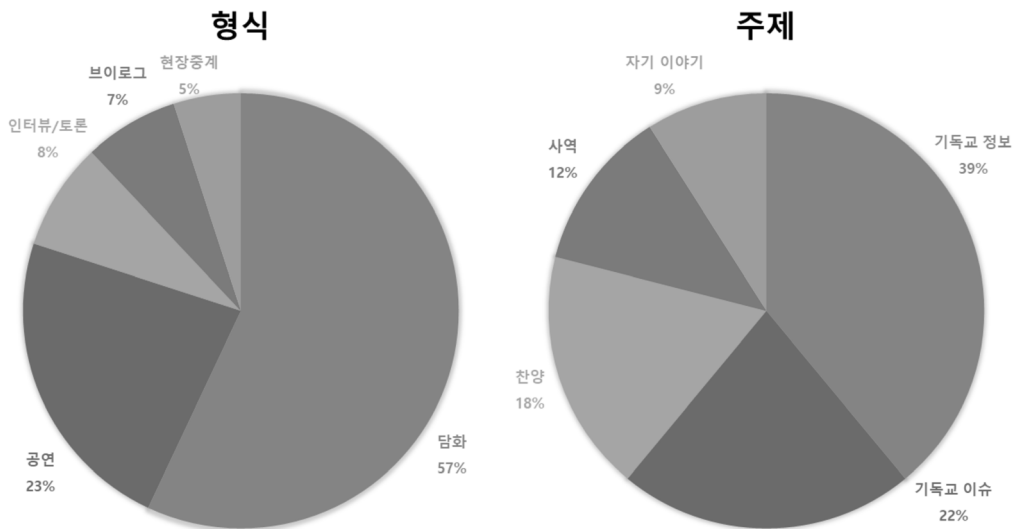


Figure 1. Format and subject of selected videos

5) 이 과정에서 함께 검토되었던 크리스천 1인 미디어 채널은 다음과 같다. [Church\_Sister교회언니], [HeyMary 안녕메리야], [Juntto 준또], [LA교회오빠], [Way home], [YANGYANG PIANO], [교회형아], [기뎌], [길치목사], [네이트 김], [노아네 이야기 Noah's Family], [만나TV MannaTV], [민춘잘롱], [바이블레이션], [본어게인 이희영 Heeyoung Lee], [산나의 하나님 말씀], [서목TV-쉽게 배우는 기독교교육], [선사인 목이 TV], [성래와복음], [소희감성SHGS], [승승스토리], [양치기 소년 SHEPHERD BOY], [오늘의 신학공부], [위쉽드림 콩TV], [에델과바이스\_Edel], [이간사], [이들목], [임TV], [잇톡TV], [잼니], [종리스찬TV], [주언이설], [찬만빠], [청년목사 TV], [하나님의 잔소리], [하친 [HACHEEN]], [한세 TV], [헤븐리 정간사]. 유튜브 채널은 플랫폼 특성상 구독자 변동이 잦으며, 새로운 채널의 개설을 즉각 인지하기가 매우 어렵다. 또한 크리스천 1인 미디어를 전체적으로 정리한 형태의 정보가 존재하지 않기에 조사에 어려움을 겪을 수 밖에 없었다. 따라서 불가피하게 조사하지 못한 채널이 있을 수 있으며, 연구시점의 정보와 논문 발간시점의 정보에 차이가 있을 수 있음을 미리 밝힌다.

Figure 1의 경우, 현재 활성화 된 크리스천 1인 미디어 채널 전부를 종합하고 분석한 결과가 아니기 때문에 각각의 수치가 절대값을 갖는다고 볼 수 없다. 하지만 수용자들이 어떤 성격의 텍스트를 선호하고 활용하고 있는지 이해하기에는 유효한 시각을 제공한다. 주관적 비평의 위험을 무릅쓰고 말하면, 선정된 10개의 채널 외 기타 채널을 포괄적으로 살펴본 결과, 대부분의 채널이 위의 분류에서 크게 벗어나진 않으리라는 확신이 들었다.

영상의 형식은 크게 5가지 종류로 나타난다. 가장 많은 유형은 담화형식의 영상이다. 이 형식의 경우 유튜버가 직접 등장하거나 목소리만 출연하며, 본인의 이야기 혹은 주장을 개진한다. 담화형식의 영상이 가장 많은 것으로 나타나는 이유는 다음과 같이 추정된다. 1인 미디어의 특성상 영상 제작에 관한 분업화 된 체계를 갖추긴 쉽지 않으며, 기술적 노하우가 충분히 못한 상태에서 가장 쉽게 선택할 수 있는 유형이 담화형식일 것이다. 이 형식은 접근성이 뛰어나지만 아니라 시의성있는 이슈에 순발력있게 대응하기 좋으며, 유튜버 본인의 메시지를 가감없이 전달하는 데에도 가장 효과적이다. 두 번째로 많은 유형은 공연 유형이다. 공연유형에 속하는 절대 다수 영상은 CCM을 연주하거나 노래하는 모습이 담겨져 있다. 이 중에서도 유형이 나누어지는데, 유튜브 영상 촬영을 목적으로 스튜디오 혹은 집에서 연주하는 유형과 예배나 집회, 버스킹 현장에서 공연이나 찬양팀 활동을 하는 모습을 보여주는 유형이 있다. 이러한 공연유형의 영상은 담화유형과 함께 크리스천 1인 미디어의 주류를 이룬다. 세 번째는 인터뷰/토론 유형이다. 이 유형은 구독자들이 제시한 질문에 답하는 QnA형식을 취하거나, 게스트를 초대하여 대담 및 토론을 나누는 형식으로 진행된다. 이는 앞의 두 유형보다 덜 권위적이고, 수평적 소통의 과정을 전시해서 보여주는 특징이 있다. 네 번째는 브이로그 형식이다. 브이로그란 자신의 일상을 비디오 형태로 제작한 콘텐츠를 말한다. 브이로그 형식을 활용하는 크리스천 유튜버의 경우 주로 교회에서 사역하는 모습이나, 혼자서 성경을 묵상하는 모습 등을 그린다. 비공식적, 비전문적, 비권위적, 비정형적인 특징을 나타내는 스케치 영상들이 많다. 다섯 번째는 현장 중계 유형으로 사역 등의 현장에서 강의, 전도, 교제 등의 모습을 담은 경우가 일반적이다. 앞선 브이로그 유형과의 차이점은, 브이로그는 유튜브 영상 제작을 목적으로 하루의 일과를 기록하는 성격을 가지고 있다면, 현장 중계형 영상의 경우 주목적이 유튜브 영상 제작이 아닐 수 있다는 것이다. 중계의 대상에 따라 활동이 다소 공적인 성격을 띠는 경우도 있다.

이상 5개의 유형이 크리스천 1인 미디어의 대표적 내용 형식이라 할 수 있는 바, 본 연구에서 다 다루지 못한 예외적인 경우도 간혹 존재하고 있음을 미리 밝히고자 한다.<sup>6)</sup>

주제에 따른 분류 역시 5가지로 나뉜다. 먼저 절대 다수의 영상이 기독교 정보 제공 유형에 속한다고 할 수 있다. 이 유형은 기독교인들의 신앙 성장에 유용한 정보들을 제공하고자 하는 목적을 지닌

6) 대표적인 예로 [산나의 하나님 말씀] 채널에서는 동화구현의 방식으로 성경 이야기를 전달한다. [이간사] 채널은 교회음향기술과 관련한 정보를 제공하고 있는데, 기술시연 등의 형식을 취한 영상을 공유하기도 한다.

다. 다만 정보의 내용에 따라 보편적 화제에서부터 매우 내밀하고 주관적인 화제까지 다양한 스펙트럼으로 나타난다. 예를 들면 기독교인의 연애와 결혼, 초신자를 위한 기도 방법, 이단 관련 정보, 신앙 성장을 위한 정보, 신학적 내용 및 교리에 대한 합리적 해설 등을 제공하곤 한다. 두 번째로 많은 유형은 기독교 관련 이슈를 다루는 영상이다. 이 경우 역시 세부 주제의 스펙트럼이 넓은데, 생활 속 고민에서부터, 교계의 큰 사건을 다루기도 한다. 기독교인의 음주, 대중문화비평, 한국교회의 대사회적 이슈 등이 그 예다. 기독교 정보와 기독교 이슈를 다루는 영상들은 대부분 담화형식을 활용한다는 공통점을 갖는다. 굳이 차이를 말하면, 기독교 정보제공 유형 영상의 경우 정보의 정확성, 보편성에 집중하는 한편, 기독교 이슈를 다루는 영상은 주로 논쟁적인 사건에 개인적 견해를 피력하는 형태를 띠는 경우가 많다. 세 번째는 음악을 수단으로 하는, 이른 바 찬양유형이다. 대부분의 공연형식 영상이 여기에 해당하며, 주로 하나님의 능력에 대한 찬미, 은혜에 대한 감사, 신앙인으로서 믿음의 결단 등을 주제로 한 CCM을 들려준다. 네 번째는 사역유형으로, 교회 및 사역 현장에서 유튜버가 자신의 역할(사역)을 수행하는 과정을 보여준다. 대체로 현장중계 형식이나 브이로그 형식으로 전달된다는 특징이 있다. 끝으로 자기 이야기 유형이 있다. 이 유형 속 유튜버는 자신의 경험담을 들려주는 데 집중한다. 자신의 일상적인 삶을 보여주거나 간증을 들려주는 경우가 가장 많다.<sup>8</sup>

이상으로 크리스천 1인 미디어의 기능과 역할을 이해하기 위한 사전 작업으로서 분석 대상 설명과 형식적·내용적 유형 분석을 진행하였다. 4장에서는 수용자들이 주어진 텍스트를 어떠한 방식으로 활용·소비하고 있는지에 대해 분석하고자 한다. 이를 위해 선정된 100개의 영상에 달린 댓글 및 답글의 사례를 조사하였다. 이 또한 좋아요(공감)의 수치가 높거나 다수의 답글(댓글 아래에 달린 댓글)을 보유한 댓글창을 중심으로 살펴보겠다. 하나의 댓글이 다수의 공감을 얻었다면 해당 텍스트는 단순한 개인의 의견이 아닌, 보편적 수용자들의 담론 층위에서 파악해야 할 사안이라는 관점에서 접근할 것이다.

## IV. 수용자들의 참여 양상을 통해 본 크리스천 1인 미디어의 기능

### 1. 공감과 동일시를 통한 신앙적 정체성의 강화

크리스천 1인 미디어의 콘텐츠를 소비하는 수용자들은 온라인상에서 이중적 관계망을 형성한다. 우선적으로 유튜버와의 관계를 형성하며, 그 외 불특정한 수용자와도 관계를 형성할 수 있다. 크리스천

7) 유튜브 영상의 형식 및 주제에 대한 분류는 학문적으로 합의가 되지 않은 것으로 보인다. 그나마 일반 온라인 방송이나 유튜브의 장르에 대한 분류 시도는 존재하였으나, 기독교적 사례에 그대로 적용하기엔 무리라고 판단하였다. 따라서 본 연구자가 100개 이상의 사례조사를 통해 5개씩의 형식 및 주제 분류 기준을 수립하여 적용하였음을 밝힌다.

1인 미디어의 수용자들은 신앙생활의 규범 등을 제시하는 유튜버들의 가치관 및 태도에 호응하거나 의견을 보태는 방식으로 담론장을 형성한다. 이를 통해 수용자들은 자신의 내면에 자리한 신앙적 지침을 점검한다. 더 구체적으로 보면, 댓글을 통해 자신과 다른 수용자에게 의무를 부여하거나 유튜버에게 지지를 표명하는 한편, 유튜버에게 다음 영상의 주제와 내용을 주문하기도 한다. 또한 공연, 음악 등을 통해 신앙을 강화할 기회를 찾거나 일상 속에서 기독교적 문화를 누릴 수 있는 시간을 마련한다. 때론 전통적인 예배, 또는 예식을 통해 얻을 수 있는 영적 교훈 등을 자신이 원하는 시간대에, 자신이 선택한 강도, 빈도, 속도로 누리며 불특정한 사람들과 불확정적인 영적 공동체를 형성하기도 한다.

본 연구보다 앞서 1인 미디어에 대하여 연구한 이소희는 ‘상호수동성’의 개념으로 1인 미디어 생산자와 소비자의 관계를 설명하고자 하였다. 상호수동성은 로버트 팔러(Robert Pfaller)가 제시한 개념으로, 자신의 즐거움을 타인에게 위임함으로써 오는 즐거움을 소비하는 행위로 설명된다(이소희, 2018:17). 이소희는 1인 미디어 콘텐츠의 미학적 즐거움은 일종의 대리만족에서 오는 것이며, 소비자가 필요한 감정을 직접 소비할 수 없을 경우 타자에게 이를 위임함으로써 해당 감정의 일부라도 경험하는 것으로 만족을 얻게 된다고 주장하였다. 즉 1인 미디어 콘텐츠는 소비자가 특정한 행위에 연루되어 있던 욕망을 다른 행위에 투자함으로써 본래 목적이었던 행위를 다른 행위로 대체할 수 있게 해주는 대체제가 된다는 것이다(이소희, 2018:20-21).

이소희의 연구는 비록 게임 방송과 먹방 콘텐츠를 중심으로 이루어진 것이긴 하나, 본 연구에도 유효한 시각을 제공하고 있다. 물론 단순 유희나 생리적 욕구 해소를 위해 게임방송과 먹방을 소비하는 수용자들의 사례와, 때에 따라 종교적 행위로 간주될 수 있는 크리스천 1인 미디어의 소비를 수평적으로 비교하는 것은 다소 조심스러운 것이 사실이다. 하지만 신앙인의 정체성에 기반한 여러 행위도 그 저변에 영적 갈망과 욕구<sup>8</sup> 등이 잠재되어 있다는 것을 이해할 필요가 있다. 물론 크리스천 1인 미디어의 수용자들은 콘텐츠 소비 이후 2차적 행위를 시도한다는 점에서 먹방 및 게임방송의 수용자들보다 능동적인 자세를 취하고 있다고 볼 수 있다. 대표적인 사례들을 살펴보면 다음과 같다.<sup>9</sup>

① 저는 처음에 이 전도사님보고 아, 이분이 과연 믿음이 있는 분일까. 그저 외모와 전도사라는 것을 통해 자신의 이익을 보려는 게 아닐까 했는데, 이 영상을 보고 아니라는 것을 알게 되었습니다. 정말 너무나도 죄송할 따름입니다. 하나님의 일을 하시는 분을 제가 사람의 기준으로 평가했습니다. 이분을 통해 많은 분들이 하나님을 믿고 하나님 앞으로 나아가길 주님의 이름으로 축복합니다. (종아요 299개) [현이의 일상 Jinun] <교회 전도사가 인스타그램 스타? 유튜버까지?> 2019년 3월 29일자 영상.

8) 하나님이어 주는 나의 하나님이라 내가 간절히 주를 찾되 물이 없어 마르고 황폐한 땅에서 내 영혼이 주를 갈망하며 내 육체가 주를 앙모하나이다 (시편 63:1)

9) 본 장에서 소개될 댓글들은 댓글창에 있는 내용들을 그대로 옮기되, 맞춤법에 크게 어긋나는 경우는 최소한의 교정을 거쳤다.

② 언니는 진짜 너무 멋진 거 같아요. 크리스천임을 밝히고 당당하게 유튜버로 활동하는 게 너무 멋져요. 제가 어제 교회 수련회에 갔다 와서 우연히 이 동영상을 보게 되었는데 바로 구독 눌렀어요ㅠㅠ 저도 나중에 이런 유튜버가 되고 싶어요. 제가 꼭 기도할게요! 하나님이 함께하십니다!! (좋아요 1천개) [kei is loved] <기독교인은 술 마시면 안 되나요?> 2018년 7월 3일자 영상.

③ 이 악한 시대에 이렇게 소신있게 말할 수 있는 분이 있다는 거 참 감사한 일이네요. 혼전 성관계를 너무 당연하게 말하고 하지 않는 것을 오히려 이상한 거라 말하는 메스미디어의 악행... 정말이지 걱정스러워요. (좋아요 833개) [책읽는사자 채널] <결혼 전, 기독교 커플 스킨십은 어디까지 해야 하나요?> 2019년 4월 10일자 영상.

④ 동성애는 짱이다. 그러나 교회는 그들을 품기 위해서 기도해야 합니다. 품는다는 것은 절대 동성애를 인정해야 한다는 게 아니라 그들이 도움을 요청하면 내치지 말고 동성애를 껴줄 수 있도록 도와야 한다는 뜻입니다. (좋아요 1.1천개) [Damascus TV] <분당우리교회 동성애 설교 사태 총 정리와 나의 생각> 2019년 6월 18일자 영상.

①번 댓글은 최진현 전도사의 QnA영상에 대한 피드백이다. 이 영상은 자기 이야기를 주제로 한 인터뷰 유형의 영상이라고 할 수 있겠다. 그는 이 영상에서 유튜브 채널 운영을 시작하게 된 계기와 목회자가 되려는 이유 등을 설명한다. ①번 댓글에서는 지지와 속죄의 태도가 나타난다. 유튜버의 메시지 취지 및 신앙관에 대한 공감을 표명하며, 세속적인 관점으로 해당 유튜버에 대해 비판적 태도를 취한 바 있음을 고백한다. 이를 통해 자신의 신앙인으로서의 관점 및 입장을 재정비한다. ②번 댓글은 기독교인의 음주와 관련한 kei의 영상에 대한 반응이다. 이 글에서도 공감과 지지의 의사가 나타나고 있으며, 영상 내용을 바탕으로 동경심 등이 표출되어 있다. 또한 유튜버에 대한 선망과 동일시가 엿보인다. ①, ②번 댓글의 경우 유튜버의 태도에 주목하여 신앙적 동기를 부여받는 모습을 보여준다. 한편 ③번과 ④번 댓글의 경우 유튜버의 주장에 대한 강한 동의가 나타난다. ③번 댓글이 달린 영상의 주제는 연인과의 스킨십 및 혼전 성관계에 대한 성경적 관점이며, ④번 댓글은 동성애 이슈와 관련이 되어 있다. 이 두 댓글은 모두 영상의 내용에 대한 축약 및 보충적 설명의 역할을 수행하고 있다. 이와 동시에 신앙 공동체의 공통적 규범 내지는 지침을 선언적으로 제시한다.

이들 담론장이 흥미로운 것은, 교회로부터 피상적으로 배운 지침이나 명확히 교육받지 못한 신앙적 기준 등을 유튜버 및 불특정 다수와 공유·토론하는 장으로 기능한다는 것이다. 유튜버는 기독교와 비기독교(반기독교 포함), 교회 문화와 세속 문화, 사회적 이슈와 성경적 원리 등이 교섭하는 장을 만들면서 담론장의 위치, 강도, 성격을 형식화한다. 구독 및 신규 콘텐츠 알림 신청, ‘좋아요’ 표시, 댓글 등으로 참여하는 수용자들은 채널의 성격에 따라 향유공동체, 학습공동체, 놀이공동체를 자발적으로 형



성한다. 개인적 흥미를 중심으로 느슨하게 결속되는 리즘적 형태의 가상공동체가 만들어지는 것이다. 흥미로운 것은, 유튜브뿐만 아니라 적극적인 수용자들이 이 가상공동체의 귀속 요인을 확대·재생산하는 주체가 된다는 사실이다.

⑤ 고3이라는 핑계로 주님을 잊었습니다. 운동한다는 핑계로 주님을 잊었습니다. 이제는 잊고 싶지 않습니다. 돌아가고 싶습니다. 나를 위해 십자가 못 박혀 돌아가신 여호와께 돌아가고 싶습니다. (좋아요 1.9천개) [kei is loved] <[KEI COVER] J-US - 여호와께 돌아가자> 2019년 6월 25일자 영상.

⑥ 안녕하세요 저는 5학년 어린이입니다. 저는 오늘 이 찬양을 듣고 처음으로 모르는 영어가 저절로 나오고 눈물을 흐르는 그런 감명을 받았습니다. 온몸에 전율이 온 것 같이 몸이 찌릿했습니다. 정말로 하나님을 찬양하고 감사하는 조셉을 통해 저는 오늘 여러 은혜와 감사를 느껴습니다. 조셉. 평생 잊지 못할 겁니다..” 주님 이 찬양을 주심에 감사합니다. 평생 주님을 찬양하는 어린이가 되겠습니다. 주여, 감사합니다. 주님!!” (좋아요 739개) [봇소핸섭-ButsoHandsUp] <Way Maker (길을 만드시는 주) Covered by 조셉 봇소(Joseph Butso)> 2020년 8월 28일자 영상.

⑦ 저는 자살하려고 했던 죄인입니다.. 교회를 7년을 다녔지만 믿음이 오질 않아서 늘 방황하던 죄인이었습니다.. 그리고 엄청난 두려움과 공포를 느끼고 나는 아무것도 할수 없다는 두려움 속에서 크게 방황하고 괴로워했습니다. 그 모든 게 예수님을 믿지 않아서 비롯된 죄였습니다. (중략) 아직 저는 부족한 것이 너무 많습니다. 모르는것도 너무나 많습니다... 그러나 확실한것은 하나님은 존재하시고 분명히 살아 계시다는 것입니다.. 아무리 어려운 환경, 고난 속에서도 절대 인생을 포기하지 마세요. 더욱 더 주님께 매달리세요. 그렇게 하시면 분명히 하나님께서 당신을 도와 주실 겁니다...(좋아요 514개) [달빛마을TV] <골방라이브> 집니 - 나의 약함은 나의 자랑이요> 2018년 10월 16일자 영상.

⑤-⑦번 댓글은 음악을 통해 신앙을 고백하는 유튜버들에게 자신을 이입한 결과물 중 대표적 사례라고 할 수 있겠다. ⑤번 댓글이 게시된 영상에서 유튜버 kei는 하나님의 사랑을 찬양하고 회심을 촉구하는 내용의 CCM을 커버하고 있다. ⑤번 댓글의 작성자는 자신이 현재 신앙인으로서의 정체성을 상실하였지만, 다시 그것을 회복하고자 하는 의지가 표명한다. 이를 통해 신앙을 고백하는 유튜버를 대상으로 자신의 상황을 이입했다는 것을 알 수 있다. ⑥번의 경우 유튜브 콘텐츠를 통한 종교적 체험을 서술하고 있다. 이어서 유튜버와 같이 찬양하는 삶을 살 것을 결단한다. ⑦번 댓글의 작성자는 자신의 삶 전반에 걸친 간증을 시도한다. 이 역시 자신의 약함을 고백하고 믿음을 선택하는 내용을 담고 있는 해당 콘텐츠의 맥락과 부합한다. 이러한 사례들은 수용자들이 크리스천 1인 미디어 콘텐츠를 통해 신앙적 정체성의 회복 및 확립에 활용하고 있음을 말해준다. 또한 ⑥번과 ⑦번 댓글을 비롯한 자기

고백적 댓글에는 보통 십수 개의 답글이 수반되고 있음을 확인할 수 있었다. 그 내용을 살펴보면 비판적 반응은 거의 찾아보기 힘들며, 대부분 격려와 위로를 통해 댓글 작성자의 결단을 지지하고 있다.

앞에서도 언급했듯이, 유튜브 콘텐츠 소비는 수용자가 원하는 시간, 환경, 욕구에 따라 언제 어디서나 가능하다. 위의 댓글들을 보면, 시공간적 제약이 따르는 오프라인 만남 형식의 교회 공동체 모임에서 즉각적으로 충족 받을 수 없는 신앙적 체험과 동기부여가 확인된다. 그들은 유튜버의 신앙적 실천을 함께 수용하면서 동질감을 형성하고 정체성 강화의 순간을 경험하고 있다.

## 2. 문화매개를 통한 기독교의 사회적 인식 변화

본 연구에 앞서 김정현과 김보영은 디지털 문화매개자로서 1인 미디어를 연구한 바 있다. 그들의 논의는 피에르 부르디외(Pierre Bourdieu)가 제시한 ‘문화매개자(Cultural Intermediaries)’ 개념에 바탕을 둔다. 문화매개자는 문화의 생산과 수용과정에 개입하는 새로운 사회적 계급을 시사한다. 그들의 활동은 최근 디지털 영역으로 전이되어 나타나고 있다. 특히 그들은 디지털 문화매개자에 대한 이상길의 정의를 1인 미디어 영역에 적용한다. 그 정의에 따르면 문화매개자는 ‘디지털상에서 문화 생산자와 수용자 사이에서 문화를 번역하거나 변형 및 생산하는 주체’로 활동한다. 김정현과 김보영은 이러한 관점으로 국내에서 활동 중인 외국인 유튜버들의 문화매개 방식을 분석하여 의미있는 논점들을 제시하였다(김정현, 김보영, 2018:51-51).

국내의 외국인 유튜버들이 한국의 문화와 외국인들을 연결하는 매개체의 역할을 담당하고 있는 것과 같이, 크리스천 1인 미디어의 경우 기독교의 문화와 기독교의 울타리 밖에 위치한 사람들을 매개하고 있는 것으로 보인다. 이때 이루어지는 문화적 번역 작업은 1인 미디어라는 매체적 특성에 기대고 있는 측면이 크다. 크리스천 1인 미디어 채널을 운영하는 유튜버들 중 상당수는 자신의 종교적 정체성을 뚜렷하게 드러내는 동시에 채널 운영의 목적에 따라 선교적 의도를 숨기지 않는다. 그럼에도 불구하고 비기독교인 수용자들의 참여가 이루어지고 있음을 발견할 수 있다. 그들이 가질 법한 종교에 대한 거부감을 상쇄할 수 있었던 이유는 1인 미디어라는 플랫폼이 지니고 있는 친연성, 접근성 등에 있다. 내용에 대한 선택과 소비 패턴 조절 가능성이 ‘나’에게 있고 소비 과정이 강제되거나 비용이 발생하는 것도 아니다. 비기독교인의 입장에서 보면, 조직적인 포교의 의도가 배제되거나 희석되어 있다는 점에서, 진정성을 기대하기 쉬운 것도 사실이다.

① 저는 종교가 없는 사람인데요. 노래가 참 듣기 좋네요. 목소리도 예쁘시고 마음이 편해져요. 찬송가를 찾아 듣게 될 줄이야! 말씀도 재밌게 잘 하셔서 기독교인이 아닌데도 불구하고 다른 영상도 조금 봤어요. 이런 게 진짜 좋은 전도인 것 같아요..ㅎ 평생 예수님? 하나님 안에서 행복하시길 바라요. 화이팅.(기

독교인 아니라면서 너무 호의적으로 써서 이상할 수도 있겠지만 저는 진짜 무교입니다 ㅋㅋ) (좋아요 380개) [kei is loved] <[Kei cover] J-US - 날 사랑하는 이 + 예수 사랑하심은> 2019년 3월 7일자 영상.

② 무신론자입니다 영상 초반부부터 말도 안돼. 헛소리. 쏘대! 이런 생각으로 눈살 찌푸리며 보다가 후반 갈수록 점점 수긍되고 맞는 말 같다는 생각이 듭니다. 말씀을 너무 잘 하시는 거 같아요. 배우고 갑니다! (좋아요 281개) [책읽는사자 채널] <결혼 전, 기독교 커플 스킨십은 어디까지 해야 하나요?> 2019년 4월 19일자 영상.

③ 강림 전도사님 자식을 키우는 부모 입장에서 정말 큰 일을 하시고 계신 것 같아 감사하고 고맙습니다. 한참 꿈을 펼치고 좋은 추억을 만들고 밝고 건강하게 자라야 할 어린 학생들이 바른 정신을 저당 잡혀 시들어가고 있다는 걸 생각하면 자다가도 벌떡 일어나게 되네요. 자는 애도 다시 보고 대화 많이 하고 때로는 의심도 해봐야겠어요. 뱀처럼 꼬리를 틀고 있다가 어느 틈에 내 귀한 자녀들을 공격할지 알 수 없는 일이니깐요. 무섭네요. 저는 불교지만 고3 딸 아이 엄마라서 남 얘기 같지가 않아요. 애한테도 영상 보여줄래요. 강림 전도사님 오늘도 말씀 잘 들었습니다 파이팅 하세요 (좋아요 329개) <[신천지 탈퇴자 이야기 2] 신천지에서 혈서를 쓰게 했다고요? 대구 다대오 지파 구역장 출신 형제가 전하는 충격적인 이야기들!> 2020년 3월 11일자 영상.

④ 24년 동안 흔들림 없는 무교였는데 처음으로 종교를 가지고 싶어지게 하는 영상이군요. (좋아요 4.7천개) [현이의 일상 Jinun] <전도사의 하루/ 주일 브이로그/ 교회 브이로그> 2019년 4월 17일자 영상.

①번 댓글이 달린 영상에서는 유튜버 kei가 찬양팀 제이어스의 음악을 노래하는 모습이 담겨 있다. 작성자는 자신을 ‘무교’라고 밝히면서도 해당 콘텐츠가 좋은 전도의 방식이 될 수 있을 것이라고 언급한다. 찬송가를 찾아 듣게 된 자신의 모습에 놀라움을 표현하는 모습을 통해 해당 채널이 기독교 문화와의 접촉점을 제공했음을 알 수 있다. 이는 크리스천 1인 미디어가 CCM을 포함한 기독교문화의 우수성을 전파하는 수단으로 활용될 수 있음을 확인시켜준다. ②번 댓글은 유튜버 ‘책 읽는 사자’의 영상에 대한 반응이다. 기독교인의 스킨십에 대해 가이드 라인을 제시하는 이 영상에 대해 작성자는 유튜버에 대한 편견을 가지고 있었으나 영상을 시청한 후 그의 주장에 수긍하였음을 언급하였다. 이는 한국사회 내 존재하는 기독교인에 대한 부정적 인식이 작성자에게 작용하고 있었으나, 해당 콘텐츠로 인하여 그것이 일정 부분 상쇄되었음을 보여준다. ③번은 자신이 불교신자임을 밝히고 있는 사용자가 김강림 전도사의 영상을 시청한 후 작성한 글이다. 해당 영상은 당시 코로나 확산과 관련하여 사회적 물의를 일으킨 신천지교회의 포교 수법에 대한 정보를 제공하고 있다. 이에 작성자는 관련 정보

의 유용함에 고마움을 표시하며, 가족들에게도 영상을 공유할 것임을 밝힌다. 작성자의 언급대로 해당 영상이 가족들에게도 공유되었는지 확인할 방법은 없다. 하지만 한국교회의 전도사가 유튜브를 통해 한국사회의 건전성 유지에 기여하고 있으며, 타 종교의 신자들에게 긍정적 영향력을 끼치고 있음을 추측할 수 있다. ④번 댓글은 최진헌 전도사의 사역 브이로그에 달린 댓글이며, 압도적인 공감 숫자를 보이고 있다. 댓글 상에 구체적으로 명시되어 있지 않지만 타 댓글 내용을 고려할 때, 최진헌 전도사의 외모에 대한 칭찬이 먼저 암시된다. 이 같은 시각적 소비는 kei나 김강림 전도사의 영상에서도 유사한 반응으로 확인 가능하다. 그 때문에 ④번 댓글의 경우, 진지한 태도가 나타나는 ①-③번에 비하여 다소 팬덤에 가까운 태도가 나타난다고 볼 수 있다. 그렇다고 해서 해당 영상의 의도와 가치가 평가 절하될 필요는 없다. 지극히 평범한 전도사의 주일 사역현장이 전달되면서 일상적인 교회 생활에 친근감을 높이고, 인격적 관계가 이뤄지는 현장을 마주하게 되는 효과도 주어진다. 이는 비기독교인들이 가지고 있는 교회에 대한 편견 해소에 도움이 될 수 있다.

그 밖에도 이들 채널의 담론장을 보면, 수용자의 자발적 행위를 통해 특정 콘텐츠가 성격이 매우 다른 SNS에 전이되는 사례를 찾아볼 수 있다. 이는 미디어를 통한 문화 ‘재매개’와 볼특정 대상을 향한 전도 가능성이 어떻게 교용하는가를 성찰하게 한다. 볼터와 그루신 “하나의 미디어가 갖고 있는 속성을 취해 그것을 다른 미디어에서 재사용하는” 재목적화(repurposing) 방식“(Bolter, Grusin, 1999/2006: 53)을 통해 콘텐츠 소비문화가 확산된다는 것을 설명한 바 있다. 따라서 능동적 실천력을 가진 댓글 공동체는 문화 매개자이자, 프로슈머로이면서, 미디어 선교사로서 기능할 수 있다고 판단된다.

### 3. 성도 간의 기독교 정보 공유의 장 형성

분석 대상 중에는 기독교에 관한 복합적인 정보를 제공하는 채널이 다수 포함되어 있다. [책읽는사자 채널]은 기독교인의 이성교제 및 개인의 신앙 성장과 관련한 복잡 다단한 정보들이 포함되어 있다. [강림의 사이비 톡톡]은 신천지를 비롯한 이단종교에 대한 정보를 제공하고 있다. [크리스천 신앙가이드]는 초신자들을 중심으로 교회 생활 및 개인 경건 생활에 유용한 정보들을 제공한다. [심리학하는 교회언니 hepsibah]는 기독교인의 사랑, 연애, 결혼에 대한 주제를 다루고 있다. 이러한 유튜브 채널들이 다수의 수용자들에게 선호되고 있다는 사실은 교회나 지인들로부터 습득할 수 없는 신앙적 지식을 좀 더 수월하게 습득하고 싶은 욕구의 존재를 일깨운다.

특히 [강림의 사이비 톡톡]을 운영하는 김강림 전도사와 [심리학하는 교회언니 hepsibah]의 헵시바의 경우 각각 해당분야 전문가 및 전공자로 활동한 이력을 가지고 있다. 그들은 상당한 전문성에 기반한 지식을 생산하고 있으며, 일반 교회에서 제공하기 어려운 내용에 대한 집중성을 보여준다. 이들

채널은 크리스천 1인 미디어가 유튜버-수용자 및 수용자-수용자 간의 정보 공유의 장으로 작동하고 있음을 가장 확실히 보여주는 사례 중 하나다.

① 책 읽는 거랑 음악이 진짜 효과가 있는거 같아요. 방 치우는 것도 깨끗함의 변화를 느끼기까진 효과가 있고. 저녁에 졸리기 전까지 성경 읽고 찬양 틀어놓으니까, 내 안에 채워지는 콘텐츠가 달라지니까 제 경우에는 유혹이 잘 안 오고 와도 뭔가 신기하게 잠깐 생각났다가 그 생각을 벗어나기가 자연스러워졌어요. (좋아요 95개) [책읽는사자 채널] <야동과 자위를 어떻게 하면 끊을 수 있을까요?> 2019년 5월 15일자 영상.

② 저는 남친(s)과 결혼을 준비를 할 때에 기도제목 적어 기도한 사람(a)이 갑자기 나타났어요. s랑 결혼준비를 시작했는데 배우자 기도에 완벽히 100% 맞아 떨어지는 a가 나타나다니! 다시 하나님께 여쭙봤어요. 저는 주님께서 저에게 가장 좋은것으로 주시는 걸 믿으니 s와 a중 누가 제 짝인지 응답해주시고 인도해달라고 했어요. 결론은 저는 s와 결혼해서 아주 잘 살고있어요. 기도했더니 하나님께서 아주 정확하게 s라고 알려 주셨거든요.(중략) 혹여, 별말씀이나 감동이 없으시더라도 내가 주님을 사랑하고 전적으로 믿고 의지하면 주님은 상상도 못 할 최고의 응답을 주실 거예요(고전 2:9). 기도는 “이미 응답받고” 시작 하는 거예요. 5년 전에 꿈으로 보여주시고 시간이 지나고 현실로 보여주시는 걸 경험하고 나니. 장래의 내 미래도 분명 주님 계획 안에 있구나, 확신해요. 그래서 주님 곁에 꼭 붙어 있을려고요 (좋아요 151개) [심리학하는 교회언니 hepsibah] <배우자기도 1편 | 배우자 기도 얼마나 응답 되었을까? | 배우자기도를 하지 말라니요??> 2019년 6월 14일자 영상.

③ 이 영상때문에 엄마가 성경 공부하시는 곳이 위장교회인걸 알게 됐고 바로 대처할 수 있었답니다. 그 당시 전화상담도 받았는데 다행히 본인이 가신 곳이 신천지라는 거 바로 깨달으시고 그 위장교회 목사님 들이받고, 빠져 나오셨어요. ㅋ (좋아요 647개) [강림의 사이비 톡톡] <구리이단상담소 김강림전도사 신천지 탈퇴 간증 및 예방강의(순복음원당교회 2019년 3월 24일 예배)> 2020년 2월 26일자 영상.

①번 댓글은 작성자가 해당 영상에서 제공된 경건의 수칙들을 삶에 적용하고 목적을 달성한 내용을 후기로 남겨놓은 것이다. 이는 수용자들이 크리스천 1인 미디어를 소비하는 목적 중 하나가 신앙적 동기부여가 될 만한 지적 자극이란 사실을 일깨워준다. 그릇의 댓글 참여행위는 유튜버의 주장을 뒷받침하는 보충적 텍스트로 기능하지만, 때론 유튜버를 통해 전달된 지식에 관해 다른 습관과 지식, 정서를 가진 이들과 교류하며 담론의 충위를 끊임없이 옮기는 역할도 한다. 정보의 신뢰도를 함께 검증하고, 경험에 기반해 부가 정보를 재생산하는 기능도 수행한다. ②번 댓글은 유튜버 헵시바의 영상에 대한 피드백이다. 해당 영상에서는 기존 교회에서 행해지던 일명 ‘배우자 기도’의 효용성과 주의할 점에



대해 설명하고 있다. ②번 댓글의 작성자는 유튜브의 주장에 적극 동조하며 자신의 경험에 대한 구체적 간증을 시도한다. 이는 ①번 댓글과 마찬가지로 유튜브의 주장에 대한 부록으로 기능하고 있다. 다만 차이점은 ①번 댓글은 수용자와 유튜브의 소통에 초점을 두고 작성된 것이라면, ②번 댓글은 수용자와의 소통의지가 뚜렷하게 나타나고 있다는 것이다. 이는 더 완전한 지식을 함께 만들어가는 ‘댓글 공동체’의 역동성을 환기시킨다. ③번 댓글은 김강립 전도사가 제공하는 정보를 통해 가족이 입을 뻔한 실제적인 피해로부터 벗어나게 되었다는 증언이다. 이는 유튜브를 통한 기독교 연관 정보 공유의 유효성을 뒷받침하는 사례라고 판단된다.

이처럼 수용자는 크리스천 1인 미디어를 통해 자신이 찾는 최적의 정보들을 규합하면서, 지식을 연결하고 실천적 지침을 확정해 간다. 눈여겨 볼 것은, 오프라인 교회 모임이나 예배, 교제의 장에서는 공여받을 지식과 정보를 스스로 결정할 수 없고, 퀄리티 등을 검증하기도 어렵다는 사실이다. 그렇다면 이들 채널의 기능은 상대적으로 공적 성격을 띠는 오프라인 모임에서 채워주지 못한 지적 욕구들의 틈새를 스스로 메우는 데, 매우 유용하다고 할 것이다.

## V. 크리스천 1인 미디어의 가능성과 활용에 대한 제언

크리스천 1인 미디어의 가능성을 논하기 전에 이를 둘러싼 상이한 관점을 점검할 필요가 있겠다. 우선 유튜브 댓글 게시판 등을 보면, 교회문화와 대중문화 사이의 절충적 대화 공간이 늘어났다는 점은 긍정적이라 할 수 있다. 그러나 새로운 도구적 기술과 신앙적 태도가 만나는 공간은, 보수적 신앙관을 가진 이들이나 기독교(혹은 ‘종교’)에 대한 편견을 가진 이들로부터 공격을 받기 십상이다. 그래서 근본적인 갈등부터 이야기하자면, 유튜브의 기독교적 활용에 대해서도 다양한 입장 차이가 발견된다. 이를테면 최진현 전도사가 운영하는 [현이의 일상 Jinun]채널은 그의 사역활동 영상 외에도 일상적 외부 활동도 보여준다. 이에 몇몇 수용자들은 그러한 영상들을 세속적이고 상업적인 시도로 간주하여 비판적인 댓글을 작성하기도 한다. 일부는 교회사역 관련 영상에서도 그의 외모에 대해 지적하며 진정성을 의심한다. 이러한 비판 중 일부는 목회자 및 기독교인들이 ‘성(聖)’의 영역에 위치한 존재(여야 하)며, 유튜브를 비롯한 대중문화 속 기술적 도구는 ‘속(俗)’의 영역으로 간주되거나 폄하되는 데서 비롯된다. 최진현 전도사에게 사역자로서의 공적 역할만을 주문하는 압력이 존재한다는 건, 교계 일각에서도 크리스천 1인 미디어의 기능과 역할을 애초에 긍정하지 않으리란 예측이 가능하다. 그러나 현대인의 일상 자체가 일반은총의 영역에 속하며, 공감, 위로, 지적 자극과 영적 각성을 얻는 방식이 목회자 중심, 교회 중심, 건물 중심, 공적 모임 중심, 대면 접촉 중심이어야 할 이유는 없다.

한편 기독교인-비기독교인 간, 기독교인-기독교인 간 대화의 장이 확대된 것은 긍정적이지만, 아직 주제 범위가 넓지 않고, 비생산적 토론의 역효과에 대한 우려도 존재한다는 것을 언급하고자 한다. 이를테면 크리스천 1인 미디어 채널을 둘러싸고 있는 담론장에서는 수준 높은 신학적 토론이 이루어지거나 새롭고 참신한 논점이 제시되는 경우가 많은 것은 아니다. 예컨대 기독교인의 음주 문제([kei is loved] <기독교인은 술 마시면 안 되나요?>, [DamascusTV] <기독교인이 술 마셔도 되나요? 이런 질문은 이제 그만합시다>), 찬양의 형식에 대한 문제([리얼메시지] <성경보다 음악에 중독 된 교회들>), 신의 존재 여부([DamascusTV] <기독교 유튜버 VS 하버드, MIT생 | 1부: 신에 대해 토론할 수 있을까?>), 예정론에 대한 문제([책읽는사자 채널] <하나님의 뜻 vs 내 뜻! 어떻게 구별하나요?>), 여성 안수에 대한 문제([리얼메시지] <성도들은 잘 모르는 교단에 대한 설명 (장로교, 감리교, 침례교, 성결교)>), 동성애 이슈를 다루는 태도의 문제([DamascusTV] <분당우리교회 동성애 설교 사태 총 정리와 나의 생각>) 등은 신학적 배경이 필요한 근본적인 논제에서부터 일상의 지침에 대한 단순한 논제들을 포함한다. 때론 식상하고 생산성있는 결론에 이르기 쉽지 않은 주제이기도 하다. 경우에 따라 교회와 공적 모임에서 해결 받지 못한 호기심이나 궁금증을 덜어낼 기회가 되기도 하겠지만, 담론장에서 공유되는 정보의 정확성과 퀄리티가 보장되는 것은 아니다. 또 익명성의 환경과 비대면 소통이 대화의 효과를 반감시키는 주제도 존재한다. 형식적인 차원에서 보면, 상호존중이 결여된 일부 수용자들의 문제적 태도가 담론장의 질서를 무너뜨릴 여지도 항상 존재한다.

추가적으로 고민이 필요한 부분은, 성도를 중심으로 하는 컨버전스의 현상이 유튜브 담론장 밖으로 확산되는 속도가 아직은 더디다는 것이다. 앞서 논하였듯이 크리스천 1인 유튜버의 등장 및 활동이 활발해지고 있는 상황은 한국 기독교 내부에 문화적 컨버전스가 발생하고 있음을 보여준다. 수용자들에게서 나타나는 유튜브 콘텐츠에 대한 능동적 선택·활용 역시 마찬가지다. 다만 연구를 수행하는 과정에서 확인한 바, 크리스천 1인 미디어의 콘텐츠가 유튜브 담론장 밖에서 재생산되거나 2차 콘텐츠로 전환되어 기타 미디어 혹은 수용자들에게 공유되는 사례는 일부에 한정된 것으로 파악되었다. 이는 코로나19 사태와 맞물려 급격한 주목을 받게 된 기독교 유튜브가 지닌 현재적 한계점으로 보인다. 그럼에도 불구하고 유튜브를 중심으로 한 한국 기독교의 컨버전스가 확장의 가능성을 지니고 있는 것으로 판단되는 이유는 다음과 같다. SNS등을 통한 사적 차원의 콘텐츠 공유가 증대되고 있으며, 기독교 매체 및 언론의 1인 미디어에 대한 주목도가 증가하고 있다는 사실, 그리고 크리스천 1인 미디어 채널의 양적 확장이 가속화되고 있다는 점이다.

팬데믹이 초래한 뉴노멀의 질서는 기독교계에 새로운 전환을 요구하고 있다. 봉원영은 심화되는 개인주의 사회, ‘각자도생’의 시대 속에서 사회 보편의 가치와 대화하며 민주적 시민으로서 역량을 가진 ‘개인’들을 만들어내야 하는 책무가 생겼다고 본다(봉원영, 2020:578-579). 최동규는 디지털 활용 능

력에 기반한 비대면 커뮤니케이션 역량의 강화, 건물 중심의 목회에서 사람 중심의 목회로 전환이 필요하다고 말한다. 모이는 교회뿐만 아니라 흩어지는 교회의 방법을 찾아야 하며, 목회자에게 의존하는 신앙에서 스스로 책임지는 신앙으로, 집단 중심의 목회에서 한 영혼에게 집중하는 질적 목회로의 전환을 도모해야 한다(최동규, 2020: 177-193). 그러한 논의에 공감하면서 성찰하건대, 현대인이 가장 오래 머무는 온라인 플랫폼으로 부상한 유튜브는 새로운 공동체의 이합과 집산이 어떻게 일어나는지, 공적 공동체와 느슨하게 연결된 개인이 자발적인 사적 공동체를 어떻게 만들어 가는지를 볼 수 있는 중요한 통로다. 사적 공동체와 공적 공동체, 현실 공동체와 가상 공동체 사이에서 멤버십의 강도와 질을 어떻게 조절해 가는지를 가늠할 수 있는 예각적인 장소다. 그 때문에 크리스천 1인 미디어를 효과적으로 기획·수용·활용하면서 참여와 감시에 있어서의 능동성을 확보할 수 있는 방안, 소통과 비판의 유연성을 스스로 갖춰가게 하는 권면이 매우 절실하다고 할 수 있다.

‘포스트 코로나’ 시대에 앞서 ‘위드 코로나’ 시대를 생각해야 한다. 이미 장기화되고 있는 팬데믹 상황 속에서 기독교인 일부는 영적인 노숙자(spiritual homeless)로 전락하고 있는 상황이다. 그 때문에 기독교인 스스로 커뮤니케이션의 내용과 성격에 따라 하이테크, 로테크, 노테크(언플러그드)의 적절한 활용(오현철, 2020: 139) 능력을 기르면서 비대면 가상 공동체의 건강성을 만들어가려는 노력이 뒷받침되어야 한다. 크리스천 1인 미디어를 둘러싼 담론장은 그 ‘균형적 절충’이 실험되고 있는 현장이라고 판단된다. 추후 학문적 배경이 다른 연구자들이 이에 대한 연구를 함께 집적해가야 할 이유는 충분해 보인다.

## VI. 결론

주요 크리스천 1인 미디어 채널의 수용자 참여양상을 분석한 결과 다음과 같은 사실을 확인할 수 있었다. 크리스천 1인 미디어의 기능은 첫째, 공감과 동일시를 통한 신앙적 정체성의 강화를 유도한다는 것이다. 둘째, 비기독교인들과 기독교인 간의 문화매개를 통하여 기독교의 사회적 인식 변화에 기여한다는 점이다. 셋째, 성도들 간의 기독교 정보 공유가 이루어질 수 있는 장(場)을 형성한다는 것이다. 이러한 기능적 측면으로 미루어 보았을 때 유튜브를 통한 크리스찬 1인 미디어 공간에 대한 공적·사적 관심이 확장될 필요가 있어 보인다.

온택트 시대를 건너고 있다는 건, 기업 및 방송국이 누리고 있던 문화권력을 능동적으로 분산·수용한 대중들의 시대를 살아간다는 말이다. 이제 기성교회와 공신력있는 기독교 기관들이 권위에 기대어 가르치고, 전달하고, 기르고 내보내는 일방적 기능에 매몰될 필요는 없다. 일반 성도들이 일상의 온오프라인 환경 속에서 건강하게 생활할 수 있도록 지원해주는 역할도 매우 중요하다. 그 예로 유튜버 조

셉붓소와 kei의 채널을 재검토할 필요가 있다. 조셉붓소가 운영하는 유튜브 채널의 경우, 온누리교회가 설립한 비영리 방송국인 CGNTV의 후원으로 제작되고 있다. 별도의 프로듀서가 투입되고 촬영 및 편집 등의 작업도 CGNTV에서 담당하고 있는 것으로 보인다. 이는 힘을 가진 교회와 방송국의 인프라가 새롭게 활용될 수 있는 가능성을 시사한다. 또한 kei는 유튜브를 통해 얻은 인지도를 바탕으로 극동방송의 프로그램인 <미드나잇 가스펠>의 사회자로 발탁되어 현재 프로그램을 진행 중이다. 이는 레거시 미디어와 뉴미디어, 공적 소통 창구와 사적 소통 창구 사이의 기능적·기술적 이분법이 무너져 가고 있는 현실을 그대로 보여준다.

본 연구를 마무리하며 결론적으로 제안하고 싶은 것은, 개교회에서의 적극적인 유튜브 활용이 필요하다는 것이다. 서론에서 언급한 바, 현재 한국교회는 나눔과 교제의 장을 상실하였으며, 이로 인한 공동체의 위기를 겪고 있다. 또한 비기독교인들에게 복음을 전달할 통로 역시 크게 위축되었다. 또한 교육과 예배를 위한 디지털적 시도 또한 지속적으로 고려해야 하는 상황이다. 이러한 문제에 유튜브의 활용이 대안으로 제시될 수 있는 것은 앞서 밝힌 바 그것이 신앙적 정체성 강화의 수단, 문화매개의 수단, 정보 공유의 수단으로 기능할 수 있기 때문이다. 본 연구 수행 도중 알게 된 내용 중 하나는, 개별 교회가 유튜브 활용에 매우 미온적이라는 사실이다. 절대 다수의 교회가 예배 실황을 중계하거나 목회자의 설교영상을 공유하는 정도만 유튜브를 활용하고 있었다. 하지만 현재 대부분의 교회는 코로나 상황을 맞이하여 일정수준 이상의 방송 및 촬영 장비를 구비해놓은 상태이다. 또한 대부분의 개인마다 스마트폰을 소지하고 있다. 이는 높은 퀄리티의 영상은 아닐지라도, 최소한의 소통을 위한 영상촬영 및 제작은 가능한 환경이 갖춰졌음을 의미한다. 유튜브를 통해 수익을 창출하거나 셀러브리티가 되고자 하는 목적을 지닌 것이 아닌, 개교회 내 소통과 교제를 위한 차원의 채널 운영은 충분히 가능한 상황이 되었다. 본고에서 소개된 유튜버들 역시 높은 수준의 촬영 및 편집 기술을 통해 콘텐츠를 제작하지 않는다는 점에서 이는 현실적인 제안이라고 할 수 있겠다. 성도들 간의 안부 인사, 각 부서의 봉사하는 모습, 목회자의 QT지도 등이 유튜브를 통해 공유된다면 비대면 신앙생활로 인한 결핍을 일정부분 채울 수 있을 것으로 생각된다.

이를 위해서는 신학교 및 개교회에서 콘텐츠 리터러시(Contents literacy) 교육의 활성화에 관심을 가져야 할 것이다. 차세대 기독교 리더라면, 뉴미디어 소통 창구에 어울릴 만한 다양한 문화콘텐츠를 제작하고 향유할 수 있는 능력을 가져야 한다. 이제 교회 역시 소통 대상, 목적, 성격에 따라 온라인 창구를 다각도로 활용할 수 있는 능력을 축적해야 한다. 또한 유튜브를 비롯한 디지털 콘텐츠에 대한 가치판단 기준을 전 성도들에게 보급할 필요가 있다. 기독교세계관에 입각한 분별의 기준을 교육해야 하는 것은 물론이며, 교회 공동체에서 유튜브 및 디지털 정보를 서로 공유하고 평가해줄 수 있는 관계가 활성화되어야 할 것이다.

아직까지는 한국교회에서 이루어지고 있는 유튜브 등은 대체적·임시적 성격의 도구로 인식되고 있는 것이 사실이다. 그러나 코로나19 상황을 건너는 중에도, 바이러스를 이겨낸 이후에도 유튜브 및 1인 미디어의 기독교적 활용은 지속적으로 논의되어야 한다. 기독교적 관점에서 ‘뉴노멀 시대’란, 오프라인 대면 문화만을 상정하고 ‘일상에서의 영성 회복’을 외칠 수 없는 시대를 의미하는 것이기도 하다.

“이 논문은 다른 학술지 또는 간행물에 게재되었거나 게재 신청되지 않았음을 확인함.”



## 참 고 문 헌

- R. McNamee (2004) *The New Normal: Great Opportunities in a Time of Great Risk*. USA: Portfolio.
- 강진구 (2020), 프란시스 쉐퍼의 기독교 변증학에 따른 유튜브의 이해와 활용. **신앙과 학문**, 25(4), 5-29.
- [Kang, J. G. (2020), Understanding and Utilizing of YouTube by Francis Schaeffer's Christian Apologetics. *Faith & Scholarship*, 25(4), 5-29.]
- 곽한주 역. (2017). **텔레비전 문화**, John Fiske (1987). *Television Culture*, 서울: 컬처룩
- [Kwak, H. J. (2017). *Television Culture*, Seoul: Culture Look. Trans. John Fiske (1987). *Television Culture*. London: Loutledge.]
- 구성모 (2014), 사이버스페이스 안에서 N세대를 위한 선교 방법. **선교신학**, (37), 11-41.
- [Koo, S. M. (2014), Mission Methods for the Net Generation in Cyberspace. *Theology of Mission*, (37), 11-41.]
- 김성중 (2020). 코로나19 시기 이후의 기독교교육의 방향. **기독교교육 논총**, (63), 39-64.
- [Kim, S. J. (2020). The Direction of Christian Education in the Post COVID-19. *Journal of Christian Education in Korea*, (63), 39-64.]
- 김순환 (2020), 문명 교체기의 촉매(觸媒), 코로나19 상황의 온라인 예배와 성찬 모색. **신학과 실천**, (72), 37-60.
- [Kim, S. H. (2020), A Study for Online Worship and the Eucharist under the Covid19. *Theology and Praxis*, (72), 37-60.]
- 김승욱 역. (2002). **미래의 지배**, Stan Davis (2001). *Lessons from the Future: Making Sense of a Blurred World from the World's Leading Futurist*, 서울: 경영정신.
- [Kim, S. W. (2002). *Lessons from the Future..* Seoul: Kyungyung Jungsin. Transe. Stan Davis (2001) *Lessons from the Future: Making Sense of a Blurred World from the World's Leading Futurist*. North Mankato: Caostone.]
- 김정현·김보영 (2018), 디지털 문화매개자로서 1인 미디어, 유튜브 채널 <영국남자>. **한국콘텐츠학회 논문지**, 18(6), 50-62.

- [Kim, J. H. and Kim, B. Y. (2018), Personal Media as Cultural Intermediaries, YouTube Channel <Korean Englishman>. *The Journal of the Korea Contents Association*, 18(6), 50-62.]
- 김정희원, 김동식 역. (2008a). **컨버전스 컬처: 올드 미디어와 뉴 미디어의 충돌**, Henry Jenkins (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, 서울: 비즈앤비즈.
- [Kim, J. H. W., Kim D. S. (2008a). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Seoul: VizandBiz. Transe. Henry Jenkins (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.]
- 김진수 (2018), 유튜브 플랫폼의 변천 양상 연구. **한국문화기술**, 13(2), 61-91.
- [Kim, J. S. (2018), A Study on Transition of Youtube Platform. *The Journal of Korea Culture Technology*, 13(2), 61-91.]
- 류은정 (2018), 산업혁명의 변화에 따른 기독교교육: 산업혁명과 주일학교운동의 관계를 중심으로. **신앙과 학문**, 23(2), 91-117.
- [Ryu, E. J., (2018), Industrial Revolution & Christian Education - Sunday School Movement -. *Faith & Scholarship*, 23(2), 91-117.]
- 마은희·김남임 (2020), 코로나 시대 웹(web)기반 유아-부모 세대통합 예배 전략과 실제 : 기독교 유아사회정서인성 개발 프로그램을 중심으로. **기독교교육정보**, (66), 197-220.
- [Ma, E. H. and Kim, N. I. (2020), Web-based child-parent integrated worship practice and strategies in COVID 19 era : Focusing on Christian social emotional character developing program for young children. *Christian Education and Information Technology*, (66), 197-220.]
- 박만준 역. (2016). **대중과 대중문화**, John Fiske (1989). *Reading the Popular*, 서울: 커뮤니케이션 북스.
- [Park, M. J. (2016) *Popular and popular culture*, Seoul: Communication Books. Trans. John Fiske (1989). *Reading the Popular*. London: Loutledge.]
- 박진규 (2012), 미디어학(media studies)에서 신앙과 학문의 통합 - 한 개인의 연구여정 사례를 중심으로 -, **신앙과 학문**, 17(3), 181-209.
- [Park, J. K., (2012), Integration of Faith and Scholarship in Media Studies - A Researcher's Personal Journey -, *Faith & Scholarship*, 17(3), 181-209.]

- 봉원영 (2020), 뉴노멀 시대의 기독교 민주적 시민성 재고, **한국콘텐츠학회 논문지**, 20(12), 567-581.
- [Bong, W. Y. (2020), A Reconsideration of Christian Democratic Civility in the New Normal Era, *The Journal of the Korea Contents Association*, 20(12), 578-579.]
- 손동식 (2020), 코로나19 시대와 효과적인 온라인 설교에 관한 연구. **대학과 선교**, (45), 33-60.
- [Sohn, D. S. (2020), A Research on Effective Online Preaching in COVID-19. *University and Christian Mission*, (45), 33-60.]
- 신솔잎 역. (2018). **유튜브 레볼루션**, Robert Kyncl, Maany Peyvan (2017). *Streampunks: YouTube and the Rebels Remaking Media*, 서울: 더 퀘스트.
- [Sin, S. I. (2018), Youtube Revolution, Seoul: The Quest. Trans. Robert Kyncl, Maany Peyvan (2017). *Streampunks: YouTube and the Rebels Remaking Media*, New York: Harper Business.]
- 엄성수 역. (2018). **유튜브 컬처: 유튜브는 왜 항상 이기는가?**, Kevin Allocca (2018). *Videocracy: How YouTube Is Changing the World ... with Double Rainbows, Singing Foxes, and Other Trends We Can't Stop Watching*, 서울: 스타리치북스.
- [Uhm, S. S. (2018). Youtube Culture, Seoul: Star Rich Books. Trans. Kevin Allocca (2018). *Videocracy: How YouTube Is Changing the World ... with Double Rainbows, Singing Foxes, and Other Trends We Can't Stop Watching*, New York: Bloomsbury Publishing.]
- 오현철 (2020), 뉴노멀 시대 설교의 변화. **복음과 실천신학**, 57, 117-144.
- [Oh, H. C. (2020), The Change of Sermon in the New Normal Era. *Journal of Evangelical Practical Theology*, 57, 117-144.]
- 유재덕 (2020), 포스트 코로나 시대의 교회교육. **기독교교육 논총**, (63), 12-37.
- [YU, J. D. (2020), Church Education in the COVID-19 Era. *Journal of Christian Education in Korea*, (63), 12-37.]
- 윤성민 (2020). 코로나19 사태에서의 미디어 영상예배를 위한 실천신학적 방법론 - 헬무트 쉬비어 (Helmut Schwier) 중심으로 -. **신학과 실천**, (69), 67-89.
- [Yoon S. M. (2020). Practical Theology-based Methodology for Video Media Worship in Corona19 Crisis -Centering on Helmut Schwier-. *Theology and Praxis*, (69), 67-89.]
- 이소희 (2018), 1인 미디어 시대의 상호수동성. **동아시아문화연구**, (73), 11-27.

- [Lee, S. H. (2018), Interpassivity of Personal Webcasting media epoch, *Journal of East Asian Cultures*, (73), 11-27.]
- 이재현 역. (2006). **재매개: 뉴미디어의 계보학**, Jay David Bolter, Richard Grusin (1999). *Remediation: Understanding New Media*, 서울: 커뮤니케이션북스.
- [Lee, J. H. (2006) *Remediation: Understanding New Media*. Seoul: Communication Books. Trans. Jay David Bolter, Richard Grusin (1999). *Remediation: Understanding New Media. Cambridge: The MIT Press.*]
- 이현주 (2018a), 4차 산업혁명 시대 새로운 선교전략의 필요성. **복음과 선교**, 41(1), 113-152.
- [Lee, H. J. (2018a), Necessity of New Mission Strategy in the 4th Industrial Revolution. *Evangelical Missiology*, 41(1), 113-152.]
- 이현주 (2018b), 인터넷 뉴미디어 선교 상황화에 대한 고찰. **복음과 선교**, 44(4), 107-147.
- [Lee, H. J. (2018b), A Study on Contextualization of Internet New Media Missions. *Evangelical Missiology*, 44(4), 107-147.]
- 임병학 (2014), 유튜브의 설교 동영상 방문횟수에 대한 동영상 네트워크의 영향. **로고스경영연구**, 12(1), 35-48.
- [Leem, B. H. (2014), An Impact of Pastors' Sermon Video Network on Views on Youtube. *Logos Management Review*, 12(1), 35-48.]
- 임병학 (2019), 토픽 모델링을 이용한 유튜브 설교 동영상 리뷰 분석. **로고스경영연구**, 17(4), 67-82.
- [Leem, B. H. (2014), Using Topic Modeling to Analyze Sermon Video Reviews on Youtube. *Logos Management Review*, 17(4), 67-82.]
- 전수희 (2019). 디지털 시대의 선교: 유튜브를 활용한 새로운 선교 플랫폼 연구. 석사학위논문. 장로회 신학대학교.
- [Jeon S.H. (2019). Mission in the digital age: Research on a new mission platform using YouTube. Masters Dissertation. Presbyterian University, Seoul, Korea.]
- 정현진 역. (2008b). **팬, 블로거, 게이머: 참여문화에 대한 탐색**, Henry Jenkins (2006b). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*, 서울: 비드앤비즈.
- [Jung, H. J. (2008b). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. Seoul: Vizandbiz. Trans. Henry Jenkins (2006b). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring*

*Participatory Culture*. New York: NYU Press.]

정희정 (2020), 포스트 코로나 시대의 기독교 유아교육 방향 모색. **성경과 신학**, 95, 147-172.

[Chung, H. J. (2020), Finding the direction of Christian early childhood education in the post-corona era. *Bible and Theology*, 95, 147-172.

최동규 (2020), 코로나19 사태로 인한 뉴노멀 시대의 목회. **선교와신학**, (52), 171-200.

[Choi, D. K. (2020), Christian Ministry in the New Normal Era Due to the COVID-19 Pandemic. *Mission and Theology*, (52), 171-200.]

Youtube about 보도자료. <https://www.youtube.com/intl/ko/about/press/> (검색일:2021년 1월 2일).

조선일보 2020. 10. 8일자면 “못말리는 한국인의 유튜브 사랑…4300만명이 한달 30시간 본다”  
[https://www.chosun.com/economy/tech\\_it/](https://www.chosun.com/economy/tech_it/) (검색일: 2021년 1월 2일).

# 뉴 노멀 시대 기독교 유튜브 콘텐츠의 기능과 가능성 - 국내 크리스천 1인 미디어 채널을 중심으로\*

## Functions and Possibility of Christian YouTube Contents in New Normal Era - Focused on Christian Personal Media Channels in Korea

김태룡 (경희대학교)

안승범 (경희대학교/교신저자)

### 논문초록

본 논문은 기독교 유튜브 콘텐츠의 현황과 기능을 파악하고 뉴 노멀 시대 유튜브 플랫폼의 기독교적 가치와 활용을 성찰하는데 목적을 둔다. 연구의 대상으로는 1인 미디어 형식의 채널을 선별하였으며, 이를 능동적 수용자론을 기반으로 한 미디어 연구 방법론을 적용하여 수용자들의 문화참여 양상을 분석하였다. 그 결과 현재 기독교 유튜브는 공감과 동일시를 통한 신앙적 정체성 강화, 문화매개를 통한 기독교의 사회적 인식 변화, 성도 간 기독교 정보 공유의 장 형성에 기여하고 있음을 알 수 있었다. 반면 유튜브의 기독교적 활용에 대한 입장 차이, 비생산적 토론의 역효과, 컨버전스 현상의 미확산 등의 한계점 또한 발견할 수 있었다. 결론적으로는 일반 성도들의 문화참여 확대를 위한 기성교회 및 기독교 기관들의 지원, 신학교와 개교회에서 이루어지는 콘텐츠 리터러시 교육의 활성화가 필요함을 주장하였다. 코로나19 상황이 극복된 이후에도 유튜브 및 1인 미디어의 기독교적 활용은 지속적으로 논의되어야 할 것이다.

주제어: 뉴 노멀, 기독교 유튜브, 크리스천 1인 미디어, 문화 컨버전스, 기독교문화콘텐츠