

# 넷플릭스의 한국 드라마 ‘오징어 게임’에 나타난 기독교인의 이미지 연구\*

## A Study on the Image of Christians in Netflix Korean Drama ‘Squid Game’

강진구(Jingoo Kang)\*\*

### ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the image of Christians in Netflix Korean drama <Squid Game> to examine what Korean society thinks of Christians and to suggest alternatives.

The world-famous drama <Squid Game> features three types of Christian characters, all of which have negative images. The first appears in the image of a hypocritical figure. The second is described as the image of a believer who judges others and acts out of context. The Third has an image of a self-centered evangelist who focuses too much on evangelism.

Such negative images are understood to reflect Christians that ordinary people face in the real world, and are also consistent with the results of the Korean Church's social credibility poll released by the Christian Ethics Practice Movement. In particular, it is similar to the results of the Fermi Project, which studied the image of American Christians, giving the impression that Korean Christians are becoming more like evangelical Christians in the United States.

The image of Christians in the drama is subjective and excludes the reality of good Christians. However, the influence of the image is so strong that it may cause obstacles to missionary work.

As an alternative to this, we can think of three things. First, it is to try to live a life based on the Christian Worldview by mirroring the negative image of Christians in <Squid

\* 2023년 11월 8일 접수, 11월 20일 최종수정, 11월 21일 게재확정  
2023 기독교학문연구회 춘계학술대회(2023.06.10.)에서 발표한 논문을 수정, 보완한 것임.

\*\* 고신대학교(Kosin University) 교수, 부산광역시 영도구 와치로 194, moviejin1@naver.com

Game>. The second is to have a good influence on the church by serving the world's neighbors in the public domain. Third, the church is interested in mass media such as movies and dramas and sends Christian pop artists trained in faith to the scene. All of this means correcting the dichotomy between faith and the world.

**Key words:** Squid Game, Netflix's Korean drama, the image of Christian, Unchristian, the social credibility of Korean churches, Francis Schaeffer, Cultural Apologetics

## I. 서론

코로나 팬데믹을 겪은 이후 한국교회가 안팎으로 어려움에 처해 있다. 안으로는 교인들의 수가 급격히 감소하는 가운데 외부에서 교회를 바라보는 시선 또한 우호적이지 않다. 코로나 팬데믹 2년여 동안 한국교회의 주요 장로교단 신자 수가 55만여 명이나 줄어든 것으로 집계<sup>1</sup>됐는가 하면 디지털 시대의 여론의 동향을 살필 수 있는 온라인 여론 분석에 있어서도 한국교회에 대한 부정적 인식이 강하게 나타났다.<sup>2</sup> 특히 디지털 시대의 새로운 대중매체로 각광을 받고 있는 OTT(Over The Top·스트리밍 서비스)의 경우도 한국에서 제작한 드라마 속에서 기독교인은 부정적인 존재로 묘사되는 바람에 한국교회와 목회자들의 우려를 낳기도 했다. 한국교회의 주요 목회자들로 이루어진 국민일보 자문위원회의 경우 <더 글로리>방영 직후 이루어진 모임에서 기독교 비하 풍토가 만연한 현실에 대해 한류열풍 속에서 K-선교에도 어려움을 줄 수 있다는 뜻을 밝혔다(국민일보, 2023).

한국의 기독교인에 대한 부정적 묘사는 글로벌 OTT업체 가운데서 가장 많은 구독자를 가진 넷플릭스(Netflix)가 제공한 콘텐츠에서 매우 두드러지게 나타나고 있다. 넷플릭스에서 투자한 돈으로 만들어 자신의 플랫폼 전용으로 활용하는 콘텐츠를들 ‘넷플릭스 오리지널(Netflix Original)’이라고 하는데, 다른 제작사에서 만든 작품을 사 오거나 빌려 와서 일정 기간 가입 고객들이 볼 수 있도록 서비스하는 것이 아니라 처음부터 작품에 투자해서 만든 콘텐츠를 자신의 전용 플랫폼을 통해 마음껏 활용할 수 있도록 원래부터 저작권을 가지고 있다는 뜻이다. 한국의 제작자들 입장에서는 넷플릭스가 오리지널 드라마를 만드는 경우 충분한 제작비와 더불어 감독이 상상했던 모든 것을 펼칠 수 있는 자유로운 창작환경을 제공받고 있어서 넷플릭스의 제안을 적극적으로 수용하는 추세에 있다.

무엇보다도 국내 제작사 같았으면 방영되기 어려운 장면들도 넷플릭스 안에서는 마음껏 창작의 자유를 누릴 수 있는 점은 넷플릭스가 한국의 영상 콘텐츠를 빨아들이는 블랙홀과 같은 역할을 하도록 만들었다. 현재 부정적인 기독교인에 대한 묘사가 드러난 콘텐츠들은 넷플릭스와 같은 OTT

1) 국민일보가 2022년 9월 21일 한국의 대표적인 장로교단인 대한예수교장로회(예장) 통합·합동·백석·고신·합신 총회와 한국기독교장로회(기장) 등 6개 장로교단으로부터 입수한 최근 3년(2019~2021년)치 교세통계 현황을 분석한 결과에 따르면 2021년 말 현재 이들 교단의 총 교인 수는 688만1766명으로 파악됐다. 이는 코로나19 사태 직전인 2019년 742만7446명보다 7.3%(54만 5680명) 줄어든 숫자다(국민일보, 2023).

2) 목회데이터연구소는 교회를 위한 각종 통계자료를 제공하는 한국의 대표적인 기독교 연구소로 2020년 12월부터 2021년 11월까지 12개월간 네이버 카페와 네이버 뉴스, 네이버 블로그 및 다음카페에 게시된 본문과 댓글에 대해서 ‘기독교’, ‘목사’, ‘교회’의 키워드를 통해 수집한 총 1,256,518건의 데이터를 분석한 결과 ‘코로나 집단감염’(170,368건), ‘목회자 범죄’(131,734건), ‘방역수칙 위반’(119,808건), ‘입양아 학대’(36,809건) 순으로 결과가 발생했다고 발표했다(목회데이터연구소, 2023).

서비스가 아니었다면 제작되기 쉽지 않았을 내용이나 장면들을 포함하고 있다.

그런데 한국에서 제작한 넷플릭스 오리지널 드라마들이 기독교인에 대한 부정적 묘사를 보여주는 일은 궁극적으로는 교회와 기독교에 대한 이미지를 훼손시킴으로 말미암아 전도와 선교를 비롯한 교회사역에 어려움을 초래할 가능성이 제기되어 왔다. 지금까지 한류문화가 해외 선교지에서 갖는 영향력은 매우 크며, 기독교 시각으로 바라봤을 때 긍정적인 콘텐츠들이 나오는 것이 선교에 큰 힘이 된다고 선교사들은 판단하고 있기 때문이다(윤명진, 2022: 141-143). 최근에 제작된 한류 콘텐츠에 등장한 기독교인의 부정적 이미지는 지금까지 해외선교가 누려온 한류문화의 혜택을 반감시킬 수 있다는 점에서 우려스러운 일이 아닐 수 없다.

따라서 기독교 세계관을 바탕으로 OTT서비스에 나타난 부정적인 기독교인의 이미지에 대한 분석은 반드시 필요하며, 여기서 도출된 문제점을 파악하여 적절한 대안의 제시가 절실한 실정이다.

이를 위해 본 연구는 다음과 같은 세 가지의 방법을 사용하였다.

첫째, 최근 3년간 한국에서 제작한 넷플릭스 오리지널 드라마들을 모두 시청한 후 이 가운데 부정적 기독교인의 이미지가 선명히 드러난 콘텐츠들을 선별하였고, 이를 종합하고 대표할 수 있는 핵심 콘텐츠로 <오징어 게임>을 선택하였다. <오징어 게임>에는 기독교인의 부정적 이미지가 매우 현실적으로 제시되어 있을 뿐만 아니라 넷플릭스의 다른 오리지널 콘텐츠의 문제 장면들을 포함하여 분류, 해석할 수 있는 다양한 이미지들을 산출하고 있기 때문이다.

둘째, 넷플릭스 한국 드라마에 표현된 기독교인의 부정적 이미지의 특징들이 갖는 사회적 의미를 파악하기 위해서 한국의 대표적인 기독교시민단체인 기독교윤리실천운동이 발표한 ‘한국교회의 사회적 신뢰도 여론조사’ 결과를 참조하였다. ‘한국교회의 사회적 신뢰도 여론조사’는 2008년부터 시작하여 2023년 최근의 조사까지 7차례가 이루어졌으며 한국교회에 대한 사회적 평가를 객관적으로 판단할 수 있는 자료로 지금까지 활용되어왔다.

또한 한국보다 앞서 기독교인의 이미지 연구를 실행한 미국의 사례를 소개하여 넷플릭스에 나타난 한국 기독교인의 이미지와 비교하였다. 미국의 경우 미디어에 나타난 특정 집단의 이미지 연구는 주로 흑인이나 성소수자 같은 사회의 소수집단을 대상으로 이루어져 왔다(Harris, 1997: 68-69). 기독교에 대한 이미지 연구의 경우는 미디어에 등장한 모습을 가지고 연구하기보다는 기독교 외부의 사람들이 현실사회에서 마주하는 기독교인의 이미지를 연구한 사례는 있다. Fermi Project로 이름 지어진 미국 기독교인의 이미지 연구는 주로 한국의 대다수를 차지하는 기독교인들처럼 복음주의자들을 바라보는 세상의 시각을 보여준다는 점에서 한국교회가 의미있게 받아들일 수 있는 시사점을 남긴다고 볼 수 있다.

셋째, 넷플릭스에 나타난 기독교인의 부정적 이미지와 현실 속 기독교인에 대한 사회적 신뢰도를 종합적으로 판단하고 대안을 제시하는 방법으로서 프란시스 웨퍼의 변증학을 적용하였다. 현대 문화선교의 중요한 이론가이며 또한 실천가였던 프란시스 웨퍼의 '문화적 변증론(Cultural Apologetics)'은 세상 사람들이 알지 못하거나 잘못 이해하고 있는 기독교 신앙을 '변호'하는 의미로 이해되어왔다. 웨퍼는 '문화적 변증론'의 목적을 방어(defense)와 전달(communication)이라고 말한 바 있으며 방어보다는 전달을 더욱 강조했다(강진구, 2020: 43). 이점은 기독교인의 긍정적 이미지를 산출하는 콘텐츠의 중요성을 새롭게 인식시키는 계기가 될 수 있을 것이다.

## II. 부정적인 기독교인 이미지를 보여준 넷플릭스 한국 드라마 현황

넷플릭스의 오리지널 한국 드라마들은 한류열풍의 당당한 주역이라 할 수 있을 만큼 국내외에서 최고의 인기를 누리고 있다. 테드 서랜드스(Ted Sarandos) 넷플릭스 CEO는 2023년 6월 22일 서울을 방문하여 한국의 콘텐츠 제작에 4년 동안 25억 달러를 투자하겠다는 계획을 발표했다(스포츠통아, 2023). 서랜드스 CEO가 언급한 투자 금액 25억 달러는 넷플릭스가 지난 2016년부터 계획 발표 전까지 투자한 것의 2배에 달하는 금액이다. 이 놀라운 투자가 급속히 이루어지고 있는 이유는 한국에서 제작한 넷플릭스 오리지널, 특히 한국 드라마에 대한 온 세계의 열광적인 호응 때문이다.

넷플릭스의 한국 드라마들이 BTS와 함께 한류열풍의 주역이 되는 현재의 상황에 대해 국민들은 자아도취적인 분위기에 휩싸였고,<sup>3</sup> 정부는 반도체 못지않게 수출전략의 중심으로 한류 콘텐츠 지원에 나서는 등 넷플릭스의 한국 드라마들은 안팎으로 큰 성원을 받고 있다. 그러나 그 안에 표현된 기독교인의 모습을 바라보자면 한국교회와 기독교인들은 심히 우려하지 않을 수 없을 만큼 부정적인 이미지로 일관하고 있다. 세계적으로 주목을 받는 드라마란 점에서는 한국인으로서의 자긍심을 주고 있지만, 복음을 전파하며 살아야 하는 기독교인에게는 오히려 비기독교인들의 부정적 시선의 대상이 되지 않을지 걱정거리가 되기도 한다.

넷플릭스에서 2021년 1월에서 2023년 8월까지 방영된 한국 드라마 가운데 부정적인 기독교인의 이미지를 노출시킨 드라마들은 다음과 같다.

3) 한류문화의 우수성에 열광하며 자아도취에 빠진 사람들을 일컬어 '국뽕'에 빠졌다고 표현한다. '국뽕'은 국가와 히로뽕(philopon)의 합성어로서 과도한 애국심이나 민족주의가 만들어낸 문화라 할 수 있다. 마치 히로뽕을 맞은 사람이 기분이 좋아지듯이 한민족과 대한민국에 대한 좋은 평판 듣는 일에 몰두하고 그것을 즐기며 또한 유튜브를 통해 알리고 있는 사람들의 행태는 '국뽕'이란 말로 표현될 수 있다.

Table 1. Netflix’s original drama list showing negative images of Christians in Korea<sup>4</sup>

번호	드라마 제목	회수	방영 시작일	흥행 기록
1	오징어 게임	9회	2021.09.17	넷플릭스 서비스 190여 개국 모든 국가에서 1위. 에미상 6관왕.
2	지옥	6회	2021.11.19	첫째 주 전체 순위 1위.
3	지금 우리 학교는	12회	2022.01.28	2주간 전세계 넷플릭스 TV시리즈 1위.
4	수리남	6회	2022.09.09	한국 1위, 공개 후 둘째 주 비영어권 1위.
5	더 글로리 <sup>1,2</sup>	1·2부 각8회 총16회	2022.12.30	넷플릭스 아시아권 1위.
6	DP 시즌2	6회	2023.07.28	첫 주 비영어권 순위 5위, 전체 10위.
7	마스크걸	7회	2023.08.18	공개 후 넷플릭스 비영어권 순위 1위.

최근 3년 안에 세계적으로 흥행한 넷플릭스 오리지널 한국 드라마들이 모두 부정적 기독교인의 이미지를 갖고 있다는 사실은 매우 놀랍다. 남녀성별이나 혹은 평신도나 성직자 관계없이 한국 기독교인의 부정적 묘사는 넷플릭스 드라마에서는 쉽게 발견되고 있다. 비록 드라마의 주제와 직접적인 연관성은 없을지라도 한국인의 사회상과 일상을 표현할 때 부정적 이미지를 가진 기독교인들을 등장시키는 일이 잦아진 것은 사실이다.

이것은 한국의 기독교인 숫자가 차지하는 비율이 낮지 않고 사회의 다양한 분야에서 존재하는 만큼 때로는 신앙인답지 않은 모습을 보이는 기독교인들이 있을 수 있지만, 넷플릭스의 한국 드라마에서처럼 천편일률적으로 부정적 묘사가 등장한다면 그 원인과 영향을 생각하지 않을 수 없다. 왜냐하면 드라마를 보는 일반 시청자들은 현실사회 속에 나타나는 교회의 사회적 역할과 신앙인들의 삶 전체를 이해하지 못한 채 드라마를 시청하고 있는 까닭이다. 비록 기독교인의 부정적인 묘사가 현실이 아닌 연출자의 상상력의 결과라 할지라도 그 드라마가 재미있고 높은 시청률을 기록하는 가운데 개연성을 가진 이야기 안에서 인식된다면 기독교인의 부정적 이미지는 시청자들이 현실의 기독교와 기독교인을 바라보는 인식에 영향을 줄 가능성이 높다. 미디어 효과 이론에 따른 검증이 앞으로 필요한 부분이지만 하지만 최소한 기독교를 긍정적으로 볼 수 있는 여지는 줄어들 수 있다. 이것은 OTT가 주도하는 디지털 영상문화의 시대 속에서 한국교회에 숙제를 남겨주고 있는 현실이다.

4) 넷플릭스가 제공하는 각종 순위서비스인 flixpatrol.com을 통해 넷플릭스 전체 및 국가별 순위 등을 확인할 수 있다.

### III. 왜 '오징어 게임'인가?

#### 오징어 게임의 영향력

<오징어 게임>은 흥행성적에 있어서 넷플릭스 오리지널 콘텐츠들 가운데 최고의 기록을 갖고 있다. <오징어 게임>을 2분 이상 시청한 사람은 작품 공개 23일 만에 1억3천200만 명에 달했고, 경제학자들은 <오징어 게임>의 가치를 돈으로 환산하자면 8억9천110만 달러(약 1조원)로 추산하고 있다(경기연합뉴스, 2023). 서비스되는 세계 전지역에서 인기순위 1위를 기록할 만큼 흥행에도 성공하였고, 2022년 9월에는 드라마를 만드는 제작자라면 누구나 꿈꾸는 미국 에미상(E Emmy Award) 시상식에서 감독상(황동혁), 남우주연상(이정재), 여우게스트상(이유미), 시각효과상, 스텐트 퍼포먼스상, 프로덕션 디자인상을 받아서 작품성도 인정받았다.

<오징어 게임>의 영향이 얼마나 컸는지 한국의 아동 놀이문화인 '오징어 게임'이 세계에 유행이 되었는가 하면, 배우들이 입었던 초록색 트레이닝 옷이 미국의 대표적인 인터넷 쇼핑몰 아마존의 인기상품이 되기도 했다. 넷플릭스는 공식 발표에서 <오징어 게임>이 '문화적 시대정신'을 사로잡았다고 표현하며, 전 세계를 아우르는 파급력을 봤을 때 <오징어 게임>을 일종의 사회 현상으로 진단하기도 했다(연합뉴스, 2023).

<오징어 게임>의 사회적 영향과 다양하게 나타나는 파급효과를 볼 수 있는 결정적 증거는 학술논문을 통해 나타난다. 허만섭은 2021년 9월부터 2023년 2월까지 학술 포털사이트인 'Google Scholar(구글 학술)'을 통해 <오징어 게임>의 영문 제목인 'Squid Game'으로 검색한 결과인 1070편의 논문을 발견할 수 있었으며 이 가운데 148편을 선별하여 연구하였는데, 주제별로 나누면 사회(29.1%), 영상 콘텐츠(17.6%), 디지털 미디어(14.2%), 한류(12.2%), 게임(6.8%), 제국주의(6.1%), 언어(6.1%), 윤리·종교(4.8%), 교육(3.4%) 영역 순으로 조사되었다. 사회가 29.1%를 차지해서 제일 많았지만 윤리·종교분야는 4.8%에 불과했다(허만섭, 2023: 715-719).

기독교 관점에서 <오징어 게임>에 나타난 기독교인을 다룬 논문으로는 「넷플릭스 시리즈 속 캐릭터에 투영된 상호교차적 권력관계 고찰」이 있을 뿐이다(김태룡·안승범, 2023:45-46). 이 논문은 <오징어 게임>을 포함하여 넷플릭스의 다른 한국 드라마 속 기독교인 캐릭터들이 사회적 경제적 계급 권력 혹은 젠더 및 세대 권력과 결합되어 나타나고 있음을 밝혀냈다.

기타 <오징어 게임> 관련 국내 문헌의 경우 2023년 8월 6일 기준으로 국내논문검색 사이트인 디비피아를 살펴볼 때 84건이 발견되었다. 주제별로 보면, 신문방송학 9건, 인문학 일반·예술 체육학 일반·문학이 각 7건, 종교학/신학 4건, 법학·디자인 각 3건 등이며 이 가운데 학위 논문도 10건에

이르렀다(경향신문, 2023). 학술적인 논문들이 이토록 전 세계적으로 빠르게 생산되었다는 의미는 <오징어 게임>이 보여준 사회적 영향력이 하나의 문화 현상으로 이해될 만큼 중요함을 보여준다고 할 수 있다.

## 2. 이미지의 위험성

전자영상매체 시대가 도래한 이후 인류에게는 이미지가 매우 중요한 과제가 되었다. 이미지가 무엇인지 정의 내리기는 쉽지 않아도 타인과 어울려 살아가는 세상에서 이미지의 영향력을 과소평가하기란 쉽지 않다. 넷플릭스 드라마에 등장하는 부정적 기독교인의 모습과는 전혀 상관성이 없는 기독교인들이 심리적인 불편함을 갖게 되는 것 또한 이미지의 효과 때문이다. 만일 정반대로 넷플릭스 드라마 속 기독교인의 이미지가 선하고 아름다운 것이었다면 기독교인 시청자들은 크게 기뻐했을 것이다.

일반적으로 이미지는 두 가지의 의미를 갖고 있다.

첫째, 이미지는 사물이나 사람 등 어떤 대상의 외부에 존재하는 사람들의 경험으로부터 획득되는 인상(印象)을 뜻한다는 점이다. 이것은 대상의 본질이나 속성과는 다르게 인식될 수 있음을 의미한다. 즉 실체와 다를 뿐만 아니라 대상의 전부를 의미하지도 않는다.

예를 들어 TV 프로그램에서 오랫동안 악역을 맡았던 배우들은 현실 세계에서 사람들로부터 욕을 먹거나 심지어 자식이 다니는 학교에도 한번 가보지 못하는 수난을 당하기도 한다.<sup>5</sup> 악역을 맡는 일은 단지 작품 활동을 하기 위한 수단이며, 그것이 현실 세계에서 살아가는 자신의 본질, 즉 본래 모습이 아님에도 불구하고 사람들은 TV에 나오는 이미지를 보고 판단하며 비판하는 것이다.

여기서 중요한 사실은 자신의 이미지는 스스로가 인식하는 자신에 대한 인상을 말하는 것이 아니라 남에게 투영되는 자신의 모습이란 점이다. 일반적인 기독교인이라면 넷플릭스 드라마 속의 부정적 기독교인의 이미지에 대해서 수궁하기가 쉽지 않을 것이다. 그것은 어디까지나 제작자의 입장으로 바라보는 피상적인 인상을 담고 있기 때문이다. 그러나 기독교인이 자신의 이미지가 어떠한지를 알려면 결국 타인을 거울로 삼아야만 알 수 있다.

두 번째 이미지의 특성은 언어학자 페르디낭 드 소쉬르(Ferdinand de Saussure)에 연구로부터 나온 것이다. 그에 따르면 이미지란 상상력에 호소하며 무엇인가를 떠올리게 만드는 힘을 갖는 형

5) 악역 단역만 40년을 해온 탤런트 겸 영화배우 변희봉씨는 '수사반장'에서 잡범, 도적놈, 간첩, 도굴꾼, 교주, 등의 역할을 할 때 가정적으로 상당한 어려움을 겪었다고 술회했다. 그 가운데서도 초등학교 6학년 다니는 아이가 아빠의 직업을 이해하면 서도 아빠를 알아보는 친구들로부터 받는 모욕 때문에 탤런트를 그만둘 것을 종용받았다는 아픔을 말하기도 했다(경향신문, 2008).

상으로 정의할 수 있다.<sup>6</sup>

이것은 이미지의 중요한 기능과 역할에 대한 설명이라 할 수 있다. 이미지란 시각적인 영역에만 해당되는 것은 아니다. 청각이나 미각, 후각 또한 상상력을 자극하여 특별한 형상을 형성한다. 드라마에 등장하는 기독교인의 이미지란 그가 말하고 행동하는 내용을 포함할 뿐만 아니라 머리 모양과 의상, 표정 심지어 음성의 톤에 이르기까지 다양한 요소들의 작용에 의해 머리에 떠오른 것을 의미하게 된다.

이미지의 힘과 중요성은 위험성을 함께 내포하고 있다. 송태현은 그의 책 <이미지와 상징>에서 전자 영상 매체가 심각한 독이 될 수 있음을 지적하며, 가장 큰 문제점을 학자들의 견해를 종합하여 세 가지로 분류한 바 있다(송태현, 2005: 64-67).

첫째는 '수동적인 소비자'로 전락시킬 수 있음을 지적한다. 여기서 '수동적'이란 말은 자신이 경험하는 이미지에 대해서 주체적으로 판단하지 못하고 보는 그대로 수용함을 의미한다. 이것은 제작자의 세계관이나 논리가 비판 과정 없이 수용자에게 전달될 수 있음을 뜻한다.<sup>7</sup> 매력적이며 잘 만들어진 <오징어 게임>에 심취한 시청자들로부터 드라마에 나타난 기독교인의 부정적 이미지를 현실과 대조하면서 비판적으로 판단하기를 기대하기란 쉽지 않은 이유다.

둘째는 제작과 유통과정에서 배후에 권력가와 자본가의 개입을 우려할 수 있다. 현재 넷플릭스라는 거대한 다국적 기업과 기업이 가지고 있는 거대한 자본의 힘은 세계 문화콘텐츠 시장을 움직이고 있다. 이것은 자본의 논리에 의해 이미지가 결정될 수 있음을 뜻하는 일이기도 하다. 자본가의 지지를 받을 수 있는 이미지를 중심으로 영상제작에 임할 가능성이 높다는 사실이다. 기독교인의 부정적 이미지가 등장한 넷플릭스의 한국 드라마들은 정도의 차이는 있을지언정 모두 흥행에 성공했다. 이 경우 넷플릭스는 이에 대한 기독교인들의 비판을 의식하기보다는 자신의 자본을 늘려주는 흥행 요소로 인식할 가능성이 있다.

셋째는 영상매체가 제공하는 과도한 정보다. 정보의 과잉이란 내용의 중요성에 상관없이 자극적인 영상들이 무차별적으로 사용자의 뇌에 전달되는 과도한 이미지들을 말한다. 넷플릭스 오리지널

6) 소쉬르의 언어이론이나 기호이론의 주요 개념들을 시각 영역에 적용한 연구들이 오랫동안 진행되어왔다. 소쉬르의 자필 수고를 참조했을 때 그는 세 가지의 이미지 개념을 구분하고 있다고 볼 수 있다. 첫째는 청각영상(image acoustique)이며 둘째는 문자언어로 대표되는 시각적 이미지이고 셋째는 사고와 개념, 즉 관념으로서 사용되고 있다(김우창·성완경 외, 1999: 164-166).

7) 워너브라더스가 2007년 제작한 영화 <300>의 경우 영화 속에 등장하는 스파르타 병사들의 모습이 한국의 TV오락프로그램에서 패러디되며 크게 유행한 반면, 스파르타와 싸웠던 고대 페르시아 제국의 후손인 이란의 언론들은 자신의 조상을 야만인에 가깝게 표현했다며 격분했다. 영화 <300>은 서방의 스파르타군을 영웅으로 묘사한 반면 페르시아의 크세르크세스 왕은 극악무도한 군주로 표현했다는 것이다. 그럼에도 불구하고 한국에서 빨간 망토를 두르고 복근이 빛나는 근육질의 백인 남성들이 인기를 끈 것은 인종차별적이고 미국과 이란의 적대적인 국제관계에 대한 이해 없이 단지 이미지에 수동적으로 반응한 것으로 볼 수 있다(중앙일보, 2023).

한국 드라마들이 천편일률적으로 기독교인을 부정적으로 묘사한다면 한류열풍은 오히려 선교대상자들의 머릿속에 혼돈을 일으킬 수도 있다. 영상 이미지는 이야기의 개연성을 살피거나 옳고 그름을 판단하기 이전에 우리의 머릿속에 느낌의 상태로 먼저 자리 잡기 때문이다.

#### IV. 현상-드라마 ‘오징어 게임’에 나타난 부정적 기독교인의 세 가지 특징

영화 <도가니>(2011)와 <수상한 그녀>(2014) 그리고 <남한산성>(2017) 등을 연출한 황동혁 감독이 넷플릭스(Netflix)를 통해서 공개한 9부작의 드라마 <오징어 게임>(Squid Game, 2021)은 자본주의의 모순과 부조리한 한국사회의 모습을 적나라하게 묘사하여 큰 성공을 거두었다.

황동혁 감독은 사회문제를 감각적인 연출을 통해 공론화시키는 한편, 영화는 영화대로 흥행으로 이어지게 하는 놀라운 재주를 보여왔다. 영화 <도가니>(2011)가 장애인 성폭력범에 대해서 가중처벌을 부여하는 일명 ‘도가니법’을 국회에서 통과시키는 데 결정적인 영향력을 행사할 수 있었던 것도 그가 사회문제를 다루는데 남다른 능력이 있기 때문이다.

<오징어 게임>의 흥행 성공 요인 가운데는 ‘무궁화 꽃이 피었습니다’와 같은 한국 놀이문화가 주는 신선함에서 오는 재미도 있지만, 세계인이 공감할 수 있는 인간과 사회에 대한 성찰이 뒷받침되었다고 볼 수 있다. 즉 외국인들이 보기에는 지극히 한국적인 문화이지만 게임 참가자들의 모습에는 자신들이 살아가는 사회의 공통적인 관심사인 돈에 대한 인간의 욕망이 투영되어 있어서 <오징어 게임>을 통해 인간의 본능과 욕망을 성찰하는 데는 아무런 문제가 없었다.

그런데 황동혁 감독은 <도가니>에 이어서 <오징어 게임>에서도 사회문제를 일으키는 기독교인을 직간접적으로 묘사했다. 드라마에는 세 명의 기독교인 캐릭터가 언급되거나 등장하고 있지만 모두 부정적인 이미지를 갖고 있다. 긍정적인 이미지의 기독교인은 단 한 명도 등장하지 않는다. <오징어 게임>에 등장하는 기독교인 캐릭터는 세 가지의 이미지로 나타난다. 첫째는 위선적인 인물의 이미지로 나타나며, 둘째는 타인을 판단하고 상황과 맞지 않는 행동을 하는 신앙인의 이미지로 묘사된다. 그리고 셋째는 이웃의 고통에 공감할 줄 모르고 전도에 지나치게 집중하는 전도자의 이미지를 갖고 있다.

##### 1. 위선적인 캐릭터로서의 기독교인

<오징어 게임>의 244번 참가자 지영(이유미)은 어머니를 죽인 아버지를 현장에서 살해한 후 교

도소 복역을 끝내자마자 오징어 게임에 참가한 경우다. 탈북민으로 소매치기까지 하며 살아온 강새벽(정호연)과 짝을 이루어 진행되는 4번째 게임에서 지영은 게임을 포기하며 새벽과 과거에 있었던 이야기를 나눈다. 그런데 그녀의 입에서 언급된 아버지는 가정 안에서 성폭력을 일삼는 짐승과 다름없었다.

“그 인간 직업이 목사였어. 엄마를 때리고 나한테 그 짓을 하고 나면 항상 기도를 했어. 우리의 죄를 사하여 달라고.”

이 드라마에서 인식되는 기독교인의 첫 번째 이미지는 위선적인 존재로 묘사된다. <오징어 게임>에 나타나는 위선적인 인물은 목사이며 그는 아내를 폭행하고 딸에게는 성폭행을 저지른 범죄자의 형태로 제시된다. 지영이 살해한 아버지가 목사라는 사실은 단지 출연자의 단 한 번의 대사를 통해 그 이미지를 떠올릴 수 있을 뿐이지만, 그것과 유사한 사건 보도를 언론을 통해 아는 사람들이라면 다시 한번 사회적 공분을 일으키는 대상으로 그 이미지는 살아 움직일 수 있다. 거기다 자살과 다름없는 지영의 죽음을 유도하는 원인이 된다는 점에서 드라마 속에서 언급된 목사는 시청자들의 분노를 일으킬 수 있다. 즉 지영과 새벽이 구슬치기하는 짝으로서 게임을 해야 하지만 지영은 새벽이 이기도록 스스로 게임에서 저준다. 그러한 행동의 원인은 그곳에서 벗어나 살아나갈 이유가 없기 때문이다. 자신을 지지해줄 부모도 없고, 무엇보다도 목사인 아버지의 위선적인 태도로부터 신앙은 자신의 인생을 세워줄 버팀목이 될 수 없다고 판단한 것이다.

기독교인이 반사회적 존재의 이미지로 그려지는 일은 드라마 <수리남>에 와서 더욱 분명해진다. <수리남>에서는 비록 사기꾼이 목사 신분으로 위장한 모습으로 등장하지만 배경(교회)과 행동(예배), 신분(목회자), 의상(성직자 의상, 십자가 목걸이)과 언어(교회언어) 등에서 교회 성직자의 완벽한 모습을 갖추는 바람에 목회자란 이미지가 확연하게 드러나 있다.

## 2. 타인을 판단하고 상황과 맞지 않는 행동을 하는 신앙인의 이미지

<오징어 게임> 속 244번 남성은 ‘기도하는 XX’로 불리운 사람이다. 유리 징검다리를 건널 때 뜬금없이 주기도문을 외우며 가는 도중에 주저앉는 바람에 뒷사람들로부터 욕을 먹을 뿐만 아니라 다른 사람을 밀쳐서 떨어져 죽게 만들기도 한다. 즉 살인을 저지른다는 사실이다. 그 역시 타인에 의한 죽음을 면할 수는 없었지만, “하나님의 호명에는 차례가 없습니다. 심판의 날이 다가왔습니다. 우린 어차피 다 지옥에 가는 겁니다”와 같은 그의 언행에서 시청자들은 현실 상황과 동떨어진 의식을 가진 채 살아가는 비정상적인 기독교인의 이미지를 지켜볼 수 있었다.

이 남성 캐릭터는 참가자들을 향해 설교를 하는 것과 같은 인상을 심어준다. 그러나 그 설교는 위

로나 용기와는 거리가 멀며, 심판의 날을 얘기하지만 정작 자신이 남을 심판하고 있음을 알 수 있다. <오징어 게임>의 극 중 논리는 누가 어떻게 최후의 1인으로 남을 것인가를 겨루는 ‘데스 매치’의 성격이라서 배반과 반칙이 난무하지만 244번 남성의 경우 그 어디서도 기독교인으로서의 구별된 행동은 찾아볼 수 없다.

김은숙 작가와 송혜교 배우의 결합으로 화제가 된 드라마 <더 글로리>의 등장한 기독교인 또한 <오징어 게임> 속 ‘기도하는 XX’로 불리는 남성과 유사하다. <더 글로리>는 학교폭력을 소재로 주인공의 계획적인 복수를 그리고 있다. 여기서 악당역 가운데 한 사람은 아버지가 대형교회 목회자의 딸이다. 드라마의 가장 핵심 악역의 절친 이사라(김히어라)는 부정적 기독교인의 이미지를 모두 갖춘 인물이다. 아버지가 대형교회 담임목사인 까닭에 기도하고 성가대 활동을 하는 등의 신앙적 면모가 겉으로는 묘사되지만, 술과 마약에 찌들어 살며 약자에 대한 성경적 이해는 조금도 갖고 있지 않다. 부정적인 기독교인의 모습을 여기저기서 가져다 모아 놓은 종합세트 같은 캐릭터라 할 수 있다.

### 3. 전도에 지나치게 집중하는 전도자의 이미지

드라마에 등장한 세 번째 기독교인은 주인공 성기훈(이정재)이 눈이 가려지고 양손이 뒤로 묶인 채 비 오는 거리에 버려졌을 때 처음 만나는 인물이다. 비가 오는 날 길거리에 나가 ‘예수 천당, 불신 지옥’이란 글자가 쓰여진 십자가를 들고 전도하는 사람의 모습은 기독교인들에게 고민거리를 안겨 줄 수 있다. 왜냐하면 이 인물을 열심히 있는 신앙으로 볼 수도 있는 반면, 과도하게 전도에 집착하는 인물로 생각할 수 있는 까닭이다. 이 장면은 기독교 변증을 필요로 하는 부분이기도 하다. 구원의 시급성을 알고 있는 기독교 전도자로서 ‘예수 천당, 불신 지옥’을 외칠 때 전도자의 말 자체에는 아무런 문제가 없으며, 오히려 세속적인 사회에서 현대 기독교인들이 잃어버린 선교언어를 재생시켰다는 점에서 칭찬받을 만하다. 그러나 감독은 기독교의 교리적 특성이나 선교에 대한 성경적 이해를 갖고 기독교인을 묘사하기보다는 어려운 처지에 있는 사람을 돌보기보다는 전도에 집착하는 이미지로 기독교인을 희화시키고 있음을 보게 된다.

거리의 전도자는 누가 보더라도 위험한 상태에 놓인 기훈을 보고 입을 연 첫 마디가 “괜찮으세요? 도와드릴까요?”가 아니라 “예수 믿으세요”였다. 지나치게 전도에 집착한 기독교인의 이미지가 나타나는 장면이 아닐 수 없다. 자신이 입고 있던 우비를 벗어주지도 않았고 위급의 상황에서 구급차를 부르거나 쓰러진 사람을 세워 일으키는 등의 약자를 돕는 ‘선한 사마리아인’ 같은 기독교인의 모습은 보이지 않았다. 즉 공감 능력을 잃어버린 채 타인의 처지를 전혀 생각하지 않고 신앙이라는

이름으로 그리고 일방적으로 자신의 신앙적 일에 몰두하는 이기적인 기독교인의 이미지가 제공되는 순간이라 할 수 있다.

## V. 사회적 분석

미디어 중심으로 종교를 바라보는 학자들 가운데는 종교에 대한 미디어의 비판이나 부정적 표현을 이해하기 위해서는 제작에 참여하는 개인의 성향이나 조직의 특성만으로 설명할 수는 없으며, 오히려 제작자의 입장에서 볼 때 일반 대중의 정서에 부합하는지를 세심하게 생각한 끝에 내린 결정이란 사실을 아는 것이 중요하다고 말하고 있다(박진규, 2023: 112-113). 즉 해당 미디어 콘텐츠를 생산해 낸 사회의 문화적, 정치적, 그리고 종교적 맥락 등을 종합적으로 판단할 필요가 있음을 뜻하는 일이다.

<오징어 게임>에 나타난 부정적 기독교인의 모습은 현대사회에서 위치한 종교적 상황이나 기독교인을 바라보는 사회의 시선의 영향과 무관해 보이지 않는다.

현대사회에서 가장 인기 있는 종교는 무종교다. 한국은 종교를 가진 사람보다 무종교인이 더 많은 나라가 되었다. 한국갤럽이 정기적으로 발표하는 '한국인의 종교' 조사에 따르면 무종교인의 비율이 1984년 첫 조사 이후 처음으로 60%를 넘었음을 알 수 있다.

Table 2. Gallup Korea's 'Religion of Koreans' 2021 Survey (%)

조사년도/종교	불교	개신교	천주교	종교 없음
1984	19	17	6	56
1989	21	19	7	51
1997	18	20	7	53
2004	24	21	7	47
2014	22	21	7	50
2021	16	17	6	60

\*그 외의 다른 종교: 1984년 3%, 1989년 2%, 1997 2004년 1%, 그 이후는 1% 미만.

한국갤럽은 무종교인 비율이 증가한 결정적 원인을 청년들의 종교인구가 감소한 데서 찾아냈다. 2004년 조사를 할 당시 20대 종교인구는 45%였는데, 2014년에는 31%, 2021년에는 22%로 조사되

었다. 15년 만에 절반으로 줄어든 것이다.

전통적 가치관으로부터 벗어나 물질의 풍요로움과 세속적 문화에 세례를 받고 자란 청년들은 뜻밖에도 판타지에 익숙하다. 인기있는 온라인 게임의 이미지와 스토리는 신화나 종교적 성격을 가진 판타지가 주류를 형성하고 있다. 교회와 예배에 관심 없는 현대인들이 지옥, 영혼, 심판, 부활과 같은 초월적인 주제를 다루는 영화를 보는 데 관심을 보이고 있다. 이를 박진규는 ‘매개종교(mediated religion)’란 개념으로 이름 붙였다(박진규, 2023: 43-48). ‘매개종교’란 단순한 현실의 투영이나 반영이기보다는 의도적인 선택과 배제에 의해 나타나는 복잡한 과정으로 설명된다. <오징어 게임>과 같은 판타지적인 요소가 들어간 드라마에서 기독교인이 부정적인 이미지로 나타나는 넷플릭스 드라마를 즐겨본다는 사실은 적어도 다음과 같은 해석을 필요로 한다.

첫째 그들은 무종교의 세계관을 가진 사람으로써 종교적 가치나 종교의 거룩함에는 처음부터 관심이 없었고 다만 판타지 영화에 등장하는 원초적 액션과 새로운 이미지에만 관심을 두고 있을 뿐이라는 해석이다. 둘째는 무종교인들에게 기독교인은 영화나 드라마에서 어떻게 나왔든 관심이 없다. 기독교인의 등장은 드라마 속의 소품 역할인 경우가 많고 그 소품은 이야기가 전개되는 과정에서 제자리에 놓일 수도 있고 주인공에 의해 깨질 수도 있는 것이다.

그러나 그럼에도 불구하고 넷플릭스 오리지널 한국 드라마 속의 기독교인 갖는 부정적 이미지를 설명하는 데 있어서 현실적 개연성을 놓칠 수는 없다.

## 1. 현실사회에 나타난 기독교인에 대한 부정적 인식

대중 영상물들은 사회를 비추는 거울처럼 인식되어 왔다. 비록 있는 그대로의 사실을 보여주는 투명한 거울은 아닐지라도 영상을 통해 우리는 사회의 모습을 분간할 수 있다. 우리가 살면서도 미처 알지 못했던 사실이나 새로운 모습을 영상 콘텐츠를 통해 알게 되는 일은 영화나 드라마와 같은 영상물들의 사회적 역할 때문이다. 무엇보다도 사회가 교회와 기독교인을 바라보는 생각을 알게 되는 경우 또한 마찬가지다. 다큐멘터리가 아니라도 극중 표현된 이미지들을 통해 관객이나 시청자는 교회와 기독교인에 대한 사회의 판단이 어떠한지를 대략 짐작할 수 있다.

2023년 2월, 기독교윤리실천운동이 발표한 한국교회의 사회적 신뢰도 여론조사는 최근 넷플릭스의 드라마에 나타난 교회에 대한 사회의 부정적 이미지가 단순한 상상력의 결과가 아닌 사실에 기반한 이유 있는 묘사였음을 보여주었다. 이번 여론조사에 따르면 교회를 신뢰한다는 응답이 21%로 3년 전과 비교해 볼 때 10%가량 줄어든 것으로 나타났다. 한국교회를 신뢰하지 않는다는 응답은 74%로 집계됐는데, 불신한다는 응답은 기운실이 2008년부터 총 7회에 걸쳐 시행해 온 역대 조사

중 가장 높은 수치다.

목회자를 향한 신뢰도 역시 낮게 조사됐다. 목회자를 신뢰한다는 응답은 20.8%에 불과했고, 절반을 훌쩍 넘는 74.6%가 신뢰하지 않는다고 답했다.

한국교회와 목회자에 대한 사회적 신뢰도는 코로나19를 겪으면서 더욱 악화되었다. 온 국민이 방역에 힘을 쏟을 때 종교의 자유, 즉 신앙 공동체가 함께 모여 예배를 드릴 권리를 주장하며 대면 예배를 강조하거나 교회를 통해 확진자가 발생한 일들은 비록 몇몇 교회에서 일어난 예외적인 사례임에도 불구하고 언론에 보도되면서 전체 교회에 대한 부정적 이미지를 양산하기도 했다.

정재영은 이러한 한국교회와 목회자의 신뢰도 조사 결과를 분석하면서 그 의미를 이렇게 언급했다. “교회의 사회적 신뢰도는 매우 중요하다. 그동안 한국교회는 사회와 소통하려 하기보다는 일방적으로 진리를 선포하고, 상대방을 단순히 전도 대상으로 여기는 태도를 보여왔다. 절대 진리를 수호하는 입장에서는 전도의 대상자와 타협하기 어려우며 도덕적 우월감으로 상대를 낮잡아보기 쉽다”(기독교윤리실천운동, 2023: 90).

동북아시아에서 보기 드물게 빠른 교회 성장을 이룬 한국의 기독교인들이 드라마 속에서 부정적인 존재로 비춰지는 현실은 교회와 세상을 이분법적으로 바라보는 세계관의 결과가 가져온 치명적인 결과라 할 수 있다. 거룩한 성도로서의 삶을 교회 생활의 영역에만 가둬둔 채 일상적인 사회생활에서는 거룩성을 상실했고 늘 세상을 세속적인 공간으로 이해하면서 교회와 분리시키는 작업을 진행해온 결과라 할 수 있다(김광연, 2022: 60).

이것은 곧 넷플릭스 드라마에 묘사된 기독교인의 부정적 이미지는 감독의 상상으로 만들어진 것이 아니라 현실사회 속 기독교인의 모습을 일부나마 투영한 것일 수 있다는 판단에 이르게 한다.

## 2. 미국 바나(Barna) 연구소의 'fermi project'와의 비교

현실사회의 교회 밖 사람들을 대상으로 기독교인의 이미지를 연구한 기관은 미국에서 기독교와 관련된 통계 사역을 전문으로 하는 바나 연구소(Barna Institute)이다. 바나 연구소는 비기독교인 젊은 사람들이 기독교에 대해 가지고 있는 부정적인 인식을 발견하고 그것을 뒤집기 위해 무엇을 할 수 있는지 탐구하기 위해 설립한 Gabe Lyons의 'fermi project'를 진행했다. 기독교가 사회에서 외면 받는 현실의 중요한 이유 가운데 하나는 기독교인의 부정적 이미지 때문이라는 판단에서 양적, 질적 연구를 시행하였다. 총 20여 차례에 걸쳐서 유사한 조사를 해온 바나 연구소의 자료와 16세에서 29세 사이의 비기독교인 젊은이들을 대상을 실시한 이 연구는 2007년 <Unchristian>이란 이름의 책으로도 발간이 되었다(Kinnaman, David and Fermi Project, 2008: 435-43).

비록 지금의 본 연구와 시간의 차이가 있고 또한 미디어 콘텐츠에 나타난 기독교인의 이미지가 아닌 현실사회에서 마주하는 미국 기독교인의 이미지를 다루었다는 차이점은 있으나 드라마와 드라마가 비추는 현실이 완벽한 분리 상태가 아닌 상호작용하는 관계일 수 있음을 생각할 때 오늘날 한국 기독교인의 부정적 이미지에 대한 현상과 원인을 파악하는 데 도움을 줄 수 있다. 특히 ‘fermi project’는 교회 밖 사람들을 향해 기독교 진리가 전파될 수 있도록 하는 선교의 목적을 가지고 진행되었다는 점에서 본 연구가 추구하는 목적과도 일치한다.

Table 3. Comparison of the negative images of Christians in <Squid Game> and ‘Permi Project’

<오징어 게임>의 한국 기독교인 이미지	바나 연구소의 ‘fermi project’결과에 나타난 미국 기독교인의 이미지
1. 위선적인 인물의 이미지 2. 타인을 판단하고 상황과 맞지 않는 행동을 하는 신앙인의 이미지 3. 전도에 지나치게 집중하는 전도자의 이미지	1. HYPOCRITICAL(위선적인) 2. JUDGMENTAL(타인을 판단하는) 3. TOO FOCUSED ON GETTING CONVERTS(전도에 지나치게 집중하는) 4. ANTIHOMOSEXUAL(동성애를 혐오하는) 5. SHELTERED(안일한, 고루한) 6. TOO POLITICAL(지나치게 정치적인)

바나 연구소의 ‘fermi project’ 결과를 보면 총 6가지 종류의 기독교인의 부정적 이미지가 도출되고 있음을 알 수 있다. 그런데 이 중 3가지는 <오징어 게임>에서 발견되고 있는 내용과 동일하다. 이것은 <오징어 게임>을 시청한 미국인들 가운데서 교회를 다니지 않는 사람들이라면 자신들과는 다른 문화적 배경을 보여주는 한국 드라마지만 그 속에서 발견한 기독교인의 모습은 자신의 나라에서 볼 수 있는 기독교인과 다르 없다는 생각을 갖게 할 수도 있다.

흥미로운 점은 나머지 3가지의 이미지 또한 아직 한국의 드라마에 등장하지 않았을 뿐 현실 세계에서 마주할 수 있는 한국 기독교인의 모습과 유사하다는 사실이다. 한국인들은 뉴스를 통해 동성애자들의 퀴어축제에 대한 소식을 접하면서 아울러 기독교인들의 동성애 반대 집회 소식을 듣게 된다. 일부 목회자들이 거리에서 정치집회를 열고 적지 않은 성도들이 이 집회에 참여하는 것을 알게 되는 것 또한 뉴스 보도를 통해서다. 한국교회에서 청년들의 숫자가 급감하는 이유가 출생률 저하에만 있지 않고 교회를 지루하게 생각하는 젊은 세대와 기성세대 간 문화 갈등 또한 중요한 원인이 있는데 하나라는 사실을 한국의 교회들은 경험하고 있다. 아직 넷플릭스 드라마에 등장하지 않은 이 세 가지 교회 현상들은 모두 기독교인에 대한 부정적 이미지를 산출할 가능성을 갖고 있다.

그러나 한편으로 성경의 권위 아래서 행해지는 신앙의 정체성과 정당한 행위를 포기할 수도 없는 노릇이다. 세속적인 사회에서 살며 하나님 나라를 추구하는 기독교인으로서의 성경의 삶을 실천하기 위해서 때로는 선지자와 같은 역할을 포기해서도 안 되기 때문이다. 우리 사회에 “오직 정의를 물 같이, 공의를 마르지 않는 강 같이 흐르게”(암5:24) 해야 하는 책임과 더불어 “광야에서 외치는 자”(사40:3, 요1:23)로서의 선지자와 같은 역할은 지속적으로 기독교인들에게 요구되는 사항이다.

따라서 한국교회와 기독교인들의 기독교 신앙의 정체성을 잃지 않으면서도 교회 밖 사람들을 향한 부정적 이미지가 발생하지 않도록 지혜도 필요하며 현실적인 대안도 강구할 필요가 있다.

## VI. 프란시스 웨퍼의 문화적 변증론으로부터의 대안 모색

비기독교적이며 반기독교적인 문화적 분위기로부터 기독교 신앙을 보호하고 전파하는 데 사용되었던 프란시스 웨퍼의 ‘문화적 변증론(Cultural Apologetics)’은 넷플릭스의 한국 드라마 속에 등장하는 기독교인들이 부정적으로 묘사되는 상황에 대한 대안을 모색하는데 적용될 수 있다. 웨퍼는 ‘변증학’의 목적을 방어(defense)와 전달(communication)이라고 말하였는데 여기서 방어는 비기독교 혹은 반기독교적 메시지로부터 기독교 신앙을 보호하기 위한 논증적 방어를 말하며, 전달은 상대방이 이해할 수 있도록 기독교의 진리를 소통시키는 것을 말한다(Schaeffer, 1994:179).

먼저 넷플릭스 한국 드라마에 나타난 기독교인의 부정적 이미지에 대한 논증적 방어를 웨퍼의 이론에 적용하자면 기독교인을 비판하는 사람들의 생각 속의 긴장 지점들(points of intension)을 찾아내어 이것들이 내포하는 더 넓은 의미를 탐구하는 것이 중요하다(McGrath, 2014: 228).

기독교인들을 우선적으로 바라보는 시각은 기독교인과 비기독교인 사이에서 발견되는 가장 큰 긴장점이다. 그러나 기독교인들만 우선적이라고 말할 수는 없다. “모든 사람은 죄를 범하였으매 하나님의 영광에 이르지 못하는”(롬3:23) 즉 죄인 된 인간 존재의 특성에서 우리는 위선이 기독교인뿐만 아니라 모든 인간에서 발견될 수 있음을 알 수 있다.

위선적인 면모를 누구나 가지고 있음에도 불구하고 유달리 기독교인들의 위선을 비난하고 보여주는 미디어에서 우리는 세속적 사회가 기독교인들에게 갖는 ‘기대(expectation)’라는 개념을 발견할 수 있다(박진규, 2023: 113-114). 미디어는 공공의 삶에서 종교가 차지해야 할 바람직한 위치가 무엇인지를 규정하는 인식들을 가지고 있다는 사실이다. 이것은 세속 사회가 일반인들과 달리 기독교인들에 대해서 설정된 가치 기준이 있고 이것에 미치지 못할 때 기독교인은 위선적이라고 판단한다.

또한 <오징어 게임>에서 드러난 기독교인의 위선적인 모습의 원인에는 우리가 자신도 모르게 도덕적인 우월감을 과시하려는 데서 비롯되는 경향이 깔려있다. 세상 사람들이 보기에 기독교인은 낙태나 동성에 반대뿐만 아니라 순결서약과 도박 금지와 금주 등을 얘기하며 도덕적 우월감 속에서 살아가는 사람처럼 보일 수 있다.

기독교인을 포함해서 인간은 누구나 완벽해질 수 없지만 투명해질 수는 있다. 일반인들은 기독교인들이 솔직하기를 바라고 지도자라면 당연히 솔직해야 한다. 투명함의 동기가 남에게 보여주기 위한 것이 아니라면 투명성의 회복은 위선적인 이미지를 바꾸는 데 큰 역할을 할 수 있다(Kinnaman, David and Fermi Project, 2008: 100-105).

쉐퍼는 그의 다양한 저술과 강연 그리고 영화제작 활동이 의미하듯이 ‘방어’보다 ‘전달’에 관심이 많았다. 즉 그는 어떤 특정한 세대가 이해할 수 있는 형식으로 기독교를 전달하는 데 심혈을 기울였다. 쉐퍼의 이 같은 변증론은 일종의 ‘문화 선교’로써 OTT 서비스를 즐기는 현대인들을 대상으로 기독교 진리를 소통할 때 필요한 지혜를 엿볼 수 있다. 이를 위해서는 문화와 예술의 영역에 소명의식을 가진 기독교인들의 활동이 필요하다. 애플TV의 드라마 <파친코>(2022)와 동명의 원작 소설의 흥행은 이에 대한 가장 좋은 예가 될 수 있다. 기독교인의 의미있는 행동을 통한 인생 구원의 역사가 펼친 일을 보여주고 있기 때문이다.

소설에서 이삭 목사는 일본 교회에서 사역 중 중국인 성도가 천황숭배 대신 주기도문을 외웠다는 죄목으로 2년간 투옥되고 가뜩이나 병약한 몸은 이를 견디지 못하고 세상을 떠나고 마는 것으로 설정되어 있다. 신사참배를 반대하다 투옥당하고 고문 끝에 순교한 주기철 목사처럼 그 역시 하나님과 민족에 대한 사랑을 삶 속에서 실천한 인물이었음을 보여줌으로써 일제 치하의 기독교 신앙을 의미있게 다루고 있다.

<파친코>의 원작자인 이민진 작가는 하버드 대학에서의 강연을 통해 자신이 기독교 신앙인이며 원작에는 성경의 내용이 반영되어 있음을 말하기도 했다. 그녀의 할아버지가 평양신학교를 나온 목사라는 사실에서 드라마에 등장하는 평양 백부자의 모델이 바로 자신의 할아버지인 것을 짐작할 수 있게 한다. 평양 백부자에게는 독립운동하다 죽은 큰아들 사무엘과 둘째 요셉 그리고 셋째 이삭이 있다. 이름을 짓는 방식이 기독교 신앙에 기초하고 있고, 여성에 대한 현대적인 사고방식을 보여줌과 동시에 물질의 노예가 되지 않으려는 자세와 독립운동가 집안이라는 암시 등은 일제강점기 당시 기독교인의 높은 위상을 드라마가 적극적으로 수용하고 있음을 보여준다. 이는 전세계를 향한 OTT 드라마라 할지라도 얼마든지 긍정적인 기독교인의 이미지를 담아 재미와 감동을 줄 수 있음을 나타내는 일이다.

## VII. 결론 및 제언

어떤 대상에 대한 이미지는 대상 자신이 본질적으로 혹은 객관적으로 갖고 있는 의미와 가치를 말하는 것이 아니라 타인이 대상에 대해서 갖고 있는 개략적인 인상이나 느낌을 뜻한다. “왕 같은 제사장이며 거룩한 나라이고 하나님의 소유된 백성”(벧전2:9) 이라는 성경에서 규정한 기독교인의 정체성은 교회 안에서 기독교인들끼리 서로가 성경 안에서 존재의 가치를 확인할 때 큰 힘이 되는 메시지임이 분명하지만, 세상 사람들이 바라보는 기독교인의 이미지를 말하는 것은 아니다. 세상 사람들이 미디어에서 발견한 기독교인의 부정적 이미지는 성경에서 얻은 것이 아닌 일상에서 경험 되어진 개인적이며 주관적인 판단에 기인한 것이거나, 아니면 의도된 연출의 결과물일 수 있다. 그러나 문제의 핵심은 이미지가 세상 사람들이 교회나 기독교인에 대해 갖는 판단의 근거가 되거나 기존의 생각을 강화시킨다는 점에 있다. 그래서 교회는 세상의 눈에 비친 기독교인의 부정적 이미지에 대해서 항상 주의를 기울일 필요가 있다. 기독교인의 이미지는 교회가 수행하는 사회적 활동과 복음을 전할 대상들에게 매우 중요한 역할을 할 가능성이 높기 때문이다.

이에 대한 대안으로 우리는 세 가지를 제안할 수 있다. 첫째는 <오징어 게임>을 반면교사(反面教師) 삼아서 세상 사람들의 칭찬을 받을 만하고 성경적으로도 올바른 삶을 살아가는 데 힘을 쓰는 일이다. 기독교 변증학은 단지 이론이 아니라 실천이다(McGrath, 2014: 63). 세상이 기독교인에 갖고 있는 기대감에 부응하는 삶은 분명 기독교인의 이미지를 바꿔 놓을 수 있는 가장 강력한 힘이 될 수 있다.

둘째는 공공의 영역에서 세상의 이웃을 섬김으로써 교회의 선한 영향을 끼치게 하는 일이다. 이웃과의 친절한 교류를 활발히 함으로써 교회의 선한 영향을 끼치게 한다면 분명 그리스도인의 이미지가 좋아질 수 있다. 한국의 근대화 과정에서 정치, 경제 기술, 학문 등의 공공영역을 주도하였던 곳이 바로 교회였으며 성경의 가르침에 근거해서 활동했던 기독교인들이었다. 기독교인들이 영혼의 구원과 개인적 경건에 관심을 기울이는 일뿐만 아니라 인간의 삶을 가장 크게 지배하고 사람들이 관심을 기울이는 공공영역에 이웃사랑의 마음을 가지고 참여한다면 기독교인의 이미지는 좋아질 수 있다(손봉호, 2017: 92-93).

셋째는 교회가 영화나 드라마와 같은 미디어와 대중문화에 관심을 갖고 신앙으로 훈련된 기독교 대중예술가들을 현장에 파송하는 일이다. 이를 위해 시급히 요구되는 일은 신앙과 문화 혹은 교회와 세상을 나눠서 보는 이분법적인 판단은 중지하는 일이다. 하나님이 주신 ‘문화명령’(창1:28)을 실

현할 수 있는 영역으로서 세상과 문화에 대한 관심을 가져야 할 뿐만 아니라 그곳에서 하나님 나라를 건설하는 역량을 보여줄 필요가 있는 것이다.

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

## 참 고 문 헌

- 강진구 (2020). 교회제작 영화 연구. **복음과 선교**, 51, 9-51.
- 기독교윤리실천운동 (2023). **2023 한국교회의 사회적 신뢰도 여론조사 결과 자료집**. 서울: 기독교윤리실천운동.
- 김광연 (2022). 그리스도인들 신앙의 이중적 태도와 선교적 과제-교회와 사회적 삶의 연결부재와 선교방향 모색. **복음과 선교**, 59, 49-79.
- 김우창·성완경 (1999). **이미지는 어떻게 살고 있는가**. 서울: 생각의 나무.
- 김태룡·안승범 (2023). 넷플릭스 시리즈 속 기독교인 캐릭터에 투영된 상호교차적 권력관계 고찰. **신앙과 학문**, 28(3): 29-48.
- 문석호 역 (1994). 기독교 문화관. Schaeffer A. Francis (1980). *The Complete Works of Francis A. Schaeffer A Christian Worldview Volume One*. 서울: 크리스찬 다이제스트.
- 박진규 (2023). **미디어, 종교로 상상하다**. 서울: 컬처룩.
- 손봉호 (2017). **주변으로 밀려난 기독교**. 서울: CUP.
- 송태현 (2005). **이미지와 상징**. 서울: 라이트하우스.
- 유평근·진형준 (2009). **이미지**. 파주: 살림출판사.
- 윤명진 (2022). 중앙아시아 선교와 한류에 관한 고찰. **복음과 선교**, 59: 115-153.
- 이현모 (2022). 포스트 팬데믹 시대의 선교. **복음과 선교**, 57: 115-151.
- 이현주 (2021). 일간신문의 종교보도 현황과 선교적 대응과제. **복음과 선교**, 56: 197-238.
- 피종호·이준서·임상욱 (2002). **영상문화시대에 따른 인문학적 대응전략으로서의 이미지연구**. 서울: 인문사회연구회 교육개발원.
- 허만섭 (2023). 넷플릭스 킬러콘텐츠<오징어 게임>의 해외 연구 동향: 체계적 문헌 고찰. **디지털 콘텐츠학회**, 24(4): 713-723.
- 이창근·김광수 역 (1997). **매스미디어 심리학**. Harris, Richard (1987). *A Cognitive Psychology of Mass Communication*. 서울:나남출판사.
- 이혜진 역 (2008). **나쁜 그리스도인**. Kinnaman, David and Fermi Project (2007). *unChristian*. 파주: 살림출판사
- 경기연합신문 2021. 10. 18일자. “오징어 게임의 경제적 가치는 얼마? 넷플릭스 ‘1조원 이상 평가’  
<https://www.gynews.kr/news/articleView.html?idxno=7489> (검색일 2023.08.01)

경향신문 2008.03.06일자. “악역 단역 40년 만에 꽃피우는 배우 변희봉”

<https://www.khan.co.kr/article/200803061000265>.(검색일 2023.08.18.)

경기연합신문 2023.08.06.일자. “한류·제국주의·반페미니즘 ‘백래시’… 세계 학자들이 연구한 ‘오징어 게임’”

<https://www.khan.co.kr/culture/scholarship-heritage/article/202308061522001>.(검색일 2023.08.06)

국민일보 2022.09.21일자. “팬데믹에 썰물처럼…장로교단 성도 3년새 55만 명 뚝”.

<https://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0017494869>. (검색일 2023.08.11)

국민일보 2023.03.20.일자. “기독교 비하 풍토 만연…세상 속 복음 스며들게 해야”

<https://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0924292445>, (검색일 2023.09.15)

목회데이터연구소 2023.02.08일자. “빅데이터로 본 2022년 한국교회 4대 이슈”

[http://www.mhdata.or.kr/bbs/board.php?bo\\_table=gugnae&wr\\_id=77](http://www.mhdata.or.kr/bbs/board.php?bo_table=gugnae&wr_id=77).(검색일 2023.08.01)

목회데이터연구소 2022.11.02.일자. “개신교인의 교회 인식 조사”

[http://www.mhdata.or.kr/bbs/board.php?bo\\_table=gugnae&wr\\_id=69](http://www.mhdata.or.kr/bbs/board.php?bo_table=gugnae&wr_id=69).(검색일 2023.07.31)

스포츠동아 2023.06.22일자. “넷플릭스 CEO 테드 서랜도스 ‘믿음 보여준 韓, 25억 달러 투자 예정’”

<https://sports.donga.com/article/all/20230622/119886609/1>.(검색일 2023.07.31)

연합뉴스 2021.10.20일자. “넷플릭스, ‘오징어 게임’ 대박에 3분기 신규가입자 438만명”

<https://www.yna.co.kr/view/AKR20211020011700075>. (검색일 2023.07.31)

# 넷플릭스의 한국 드라마 '오징어 게임'에 나타난 기독교인의 이미지 연구

## A Study on the Image of Christians in Netflix Korean Drama 'Squid Game'

강진구 (고신대학교)

### 논문초록

본 연구는 넷플릭스의 한국 드라마 <오징어 게임>에 등장한 기독교인의 이미지를 분석하여 한국 사회가 기독교인을 어떻게 생각하고 있는지를 살펴보고 그에 대한 대안을 제시하는 데 목적이 있다.

세계적인 인기를 끈 드라마 <오징어 게임>에는 세 가지 종류의 기독교인 캐릭터가 등장하며 모두 부정적 이미지를 갖고 있다. 첫째는 위선적인 인물의 이미지로 나타난다.

둘째는 타인을 판단하고 상황과 맞지 않는 행동을 하는 신앙인의 이미지로 묘사된다.

셋째는 지나치게 전도에만 집중하는 자기중심적인 전도자의 이미지를 갖고 있다.

이 같은 부정적 이미지는 일반인이 현실 세계에서 마주하는 기독교인의 모습을 반영하는 것으로 이해되며, 기독교윤리실천운동이 발표한 한국교회의 사회적 신뢰도 여론조사의 결과와도 일치하고 있다. 특히 미국 기독교인의 이미지를 연구한 Fermi Project의 결과와도 유사해서 한국의 기독교인들이 미국의 복음주의 기독교인들을 닮아가는 듯한 인상을 주고 있다.

이러한 드라마 속의 기독교인의 이미지는 주관적이며 선한 기독교인의 실체가 배제되어 있다. 그러나 이미지의 영향력은 매우 강해서 선교에 장애를 초래할 가능성이 있다. 이에 대한 대안으로 우리는 세 가지를 생각할 수 있다.

첫째는 <오징어 게임>에 나타난 기독교인의 부정적 이미지를 거울삼아서 기독교 세계관에 바탕을 둔 삶을 살아가는 데 힘을 쓰는 일이다.

둘째는 공공의 영역에서 세상의 이웃을 섬김으로써 교회의 선한 영향을 끼치게 하는 일이다.

셋째는 교회가 영화나 드라마와 같은 매스 미디어에 관심을 갖고 신앙으로 훈련된 기독교 대중예술품가들을 현장에 파송하는 일이다.

이 모두는 신앙과 세상을 나눠서 이분법적으로 바라보는 시각의 교정이 우리에게서 시급히 필요함을 의미한다.

**주제어:** 오징어 게임, 넷플릭스 한국 드라마, 기독교인 이미지, 나쁜 그리스도인, 한국교회의 사회적 신뢰도, 프란시스 웨퍼, 문화적 변증론