

정체성과 네트워크기반 교회경영: 복음의 사회 확산 단계*

이규현(한남대학교 경영학과 교수)

논문초록

복음의 사회 확산을 위해 교회경영을 하고자 할 때, 정체성과 네트워크의 문제에 직면하게 된다. 본 연구는 복음의 사회 확산에 관련된 이론들을 탐색하고, 사례연구를 통해 정체성과 네트워크기반 교회경영에 관한 모형과 시사점들을 제시한다. 우선 이론적 배경으로 사회과학 분야에서는 중요성이 입증된 혁신확산 연구, 사회정체성이론, 사회네트워크이론에서 나타난 주요 이론들을 기독교적인 관점에서 제시한다. 이러한 이론들을 기초로 미국에서 한인교회를 세우고 복음을 전파하는 한 교회를 대상으로 한국과 미국의 두 정체성이 교회경영에 어떻게 나타나고, 이러한 정체성을 기반으로 네트워크가 어떻게 활성화되고 있는가를 사례로서 제시한다. 그리고 이들 연구들을 결합하여 정체성과 네트워크 기반 교회경영을 도입기, 정교화기, 강화기, 증식기로 나누어 제시한다. 도입기에서 교회는 명확한 정체성을 구축하는 것이 가장 중요한 과제이며, 다양한 행동과학적인 프로그램개발이 이루어진다. 정체성을 확고하게 할수록 그 이후의 단계에서 네트워크를 활용하고 클러스터로 발전하여도 안정적인 확장이 된다. 명확한 정체성을 기반으로 주변으로 약한 연결을 다양하게 가지는 단계가 정교화기이며, 강화기에는 주변의 대학, 연구소, 산업계, 그리고 정부로부터 오는 이들을 연결시키면서 교회중심의 클러스터를 구축한다. 이때 집단창조성이 요구된다. 마지막으로 기존에 구축한 사회적 자본을 이용하여 새로운 교회를 증식하는 단계로 발전하며, 또 다시 정체성을 구축하는 과제로 넘어간다. 본 연구에서 사회정체성이론과 사회네트워크이론을 연결하는 것이 복음의 사회 확산을 위한 기관으로서 교회의 바람직한 성장을 이해하기 위한 거대한 잠재력을 가진 연구라는 것을 보여주고 있다.

주제어: 교회경영, 혁신확산, 사회정체성, 사회네트워크, 클러스터

* 2010년 10월 30일 접수, 12월 15일 수정, 12월 17일 게재확정.

이 논문은 2010학년도 한남대학교 학술연구구성비 지원에 의하여 연구되었음

I. 서론

예수님은 우리에게 ‘온 천하에 다니며 만민에게 복음을 전파하라’고 하셨다(마가복음 16:15). 복음을 전파하기 위해 사회과학 연구로부터 도움을 받으려면 어떠한 이론에서 찾을 수 있을까? 본 연구는 혁신확산(diffusion of innovations)연구에서 찾고자 한다. 이는 하나의 혁신이 창출되어 시간이 경과함에 따라 여러 사회구성원들에게 수용되면서 확산이 이루어지고, 장기적으로 사회변화가 나타나는 현상에 대한 연구이다. 이 연구는 사회과학 분야에서 그 중요성이 입증되었으며, 복음의 사회 확산에도 많은 시사점을 찾을 수 있을 것으로 본다. 본 연구는 이 혁신확산의 틀 속에서 사회집단 구성원들의 마음속에 집단이 어떻게 자리하고 있는가를 분석하는 사회정체성이론(social identity theory)과 사회구성원의 연결망을 분석하는 사회네트워크이론(social network theory)을 연결하고자 한다.

이제까지 복음 전파에서 네트워크의 적용에 관한 연구는 소수로 나타나고 있으나(김성엽, 2010, 이규현, 2003a, 2003b), 사회정체성과 네트워크를 결합하여 복음의 확산단계별로 교회성장 전략을 체계적으로 제시한 연구는 나타나지 않고 있다.

그러나 사회전반에 글로벌화가 진행되면서 복음 확산에서 정체성의 문제가 크게 대두되고 있다. 국내적으로는 다문화가정이 중요한 주제로 등장하고, 다른 나라에 교회를 설립하는 경우 현지 문화에 적응하는 과정에서 정체성의 문제가 중요하게 나타나고 있다. 본 연구 사례연구에서는 미국 미시건주 앤아버(Ann Arbor)시에서 교회를 설립한 한인 교회를 택하여 정성적 연구를 가미하고자 한다. 이 교회를 택한 것은 미국 땅으로 건너간 한국인들이 미국 문화 속에서 복음을 확산시켜가는 사례로서 중요성이 있고, 본 연구에서 다루고 있는 복음의 사회 확산에서 정체성과 네트워크의 모습을 잘 보여주고 있다고 판단되기 때문이다.

본 연구는 이론과 사례를 결합하여 해외로 진출한 교회뿐만 아니라 국내 교회에서도 일반화될 수 있는 성장전략을 확산단계별로 찾아보고자 한다. 본 연구에서 사회과학의 세 가지 연구흐름, 사례연구, 복음의 사회 확산 단계별 성장전략을 제시하여 이 분야에서 신앙과 학문을 연계하려는 연구자들과 실제 교회경영에 종사하는 실무자들에게 도움을 주고자 한다.

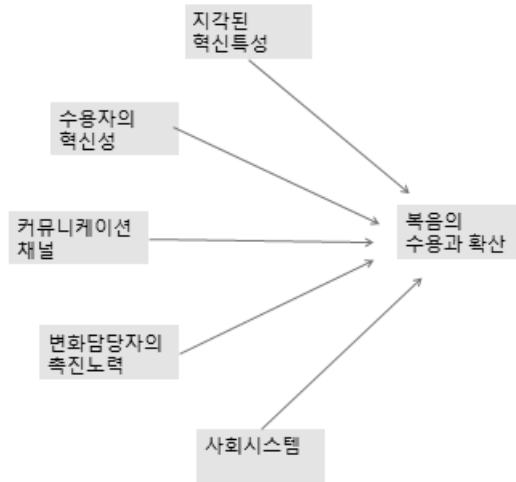
II. 복음의 사회 확산에 관련된 이론

1. 혁신확산연구

혁신확산(diffusion of innovations)은 하나의 혁신이 창출되고 사회에 전파되는 과정에 대하여 관심을 가진다. 이 연구는 농촌사회학에서 라이언과 그로스(Ryan and Gross, 1943)가 발표한 ‘두 아이오와 공동체에서 잡종옥수수 수확과 확산(Acceptance and Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities)’에서 시작되었다. 미국의 아이오와(Iowa)주 농촌지역에서 잡종옥수수는 새로운 품종이 혁신이 되어 초기에는 소수의 혁신수용자들에게 천천히 수용되다가 시간이 경과함에 따라 구전커뮤니케이션을 통하여 주변으로 정보가 전달되면서 주변 이웃들에게 보다 넓은 수용이 이루어지면서 전체적으로 농촌사회에 확산되어가는 과정을 성공적으로 보여주었다.

이 연구는 사회과학 여러 분야에서 수많은 연구를 자극하였으며, 이 분야의 대가인 로저스(Everett Rogers, 1995)에 의해 잘 정리되었다¹⁾. 그는 확산을 특정 사회시스템의 구성원들 사이에서 시간이 경과함에 따라 특정 채널을 통하여 커뮤니케이션되는 과정으로 정의하였다. 수용은 특정 혁신을 받아들이는 개인결정이며, 확산은 시간이 경과하면서 많은 사람들에게 의해서 수용되는 집합적인 현상으로 보았다. 혁신확산 연구 전통에서 나타난 이론들을 복음의 수용과 확산과의 영향관계로 보면 [그림1]과 같은 도식이 가능하다.

1) 이 연구는 커뮤니케이션학, 공중보건 및 병리사회학, 교육학, 지리학, 인류학, 경영학 등 여러 사회과학 학문들에서 각자의 관점에서 새로운 혁신이 어떻게 주변으로 전파되어 가는가에 관한 연구들을 촉발시켰다. 이 분야의 대가이며 커뮤니케이션 연구자인 로저스는 이 분야의 연구들을 잘 정리하여 새로운 체계를 제시하였다.



[그림1] 복음의 수용과 확산에 영향을 미치는 요인들

(1) 지각된 혁신 특성

혁신을 수용자관점에서 보면 ‘새로운 아이디어, 지식, 실무’이다(Rogers, 1995: 206). 복음과 관련된 프로그램들은 비기독교인들에게 새로운 것으로서 혁신으로 볼 수 있다. 이는 수용자들의 삶에 이로움을 제공하고, 가치에 부합하게 되고 항상 읽고 배울 수 있게 된다. 크리스텐슨(Christensen, 1997)교수가 주장하는 와해성 혁신(disruptive innovation)처럼 수용자들의 삶과 생활패턴에 변화를 가져다준다.

(2) 수용자의 혁신성

혁신을 수용하는 데는 수용자의 혁신성의 정도가 영향을 미친다. 로저스는 혁신성(innovativeness)을 ‘개인이나 다른 수용단위가 한 시스템의 다른 구성원들보다 새로운 아이디어를 수용하는 데 상대적으로 빠른 정도를 정의하고 있다(Rogers, 1995: 252)’. 그는 혁신성에 따른 수용자 범주를 혁신수용자, 선각수용자, 전기다수수용자, 후기다수수용자, 지각수용자들로 나눈다.²⁾이들 사이의 특성이 달라서 수용과 확산에 영향을 미

2) 혁신수용자(innovator)들은 새로운 것에 열광하는 이들이지만 소수이며, 선각수용자(early adopter)들은 여론선도자이며, 이 두 층은 진보적인 성향을 지닌다. 그러나 뒤따르는 전기다수수용자(early majority)들은 실용주의자이며, 후기다수수용자(late majority)들은 회의적인 보수주의자들이기 때문

친다.

무어(Geoffrey Moore, 1991)는 선각수용자들과 전기다수수용자들이 특성이 크게 달라 대단절, 즉, 캐즘(chasm)이 나타날 수 있음을 제기한 바 있다.

이는 복음의 사회 확산과정에서 잠재 수용자들의 특성 차이가 있어 복음의 확산이 정지될 수 있다는 아이디어를 준다. 주류시장을 형성하고 있는 대부분의 사람들³⁾은 자신의 삶에 의미 있거나 실용적인 것들을 수용하는 보수적인 사람들이다. 특정 지역에 교회를 설립하고 복음의 빠른 확산을 위해서는 수용자들의 혁신성에 관심을 두고 접근할 필요가 있다.

(3) 커뮤니케이션 채널

혁신은 커뮤니케이션 채널을 통하여 수용자들에게 전달된다. 커뮤니케이션 채널은 정보원으로부터 수용자에게 메시지가 전해지는 경로이다(Rogers, 1994: 194). 이 채널은 대중매체 채널과 대인 채널로 나눈다. 전자는 TV, 신문, 잡지, 라디오이며, 후자는 준거집단 사람들 사이에서 말로서 전해지는 구전(word-of-mouth)을 말한다. 확산과정의 초기에는 혁신에 대한 정보를 광범위하게 알려야 하기 때문에 대중매체가 중요한 역할을 하지만 시간이 경과하면서 구전이 중요한 역할을 수행한다. 오늘날 인터넷과 사회매체(social media)가 정보를 빠르게 확산시키는 데 중요한 역할을 하고 있다.

복음의 확산에서 메시지로서 성경은 그 자체로 생명체로서 역할을 한다. 성경에서 전달되는 복음은 하나이지만 문화에 따라 다양한 이미지와 은유로 수용자들에게 전달된다. 다른 문화권에 복음을 확산시키고자 할 때 이 메시지는 수용자들의 문화에 맞게 각색되기도 한다. 복음은 대중매체를 이용하기도 하지만 사람들을 통해서 구전에 의해서 이루어지는 경우가 많다. 하나님 은혜를 받은 이들이 성경의 권위와 구원의 확신을 가지고 전파하면서 이루어진다.

에 새로운 것에 빠르게 반응하지 않는다.

3) 로저스의 수용자범주에서 주류시장을 형성하고 있는 전기다수수용자들과 후기다수수용자들은 각각 34%를 형성하고 있어 전체적으로 68%를 차지하는 다수들이다.

(4) 변화담당자들의 촉진노력

수용과 확산에 변화담당자들의 촉진노력이 영향을 미친다. 변화담당자들은 그들이 영향을 미치는 확산네트워크를 가지고 있다. 수용자범주에서 의견선도자들(opinion leaders)은 변화담당자 역할을 하면서 추종자들에게 영향을 미친다⁴⁾. 확산 초기에 조직은 대중 매체를 이용하는 데, 혁신자에게서 여론선도자에게 정보가 흘러가고, 여론선도자들이 받은 정보는 추종자들에게 흘러가면서 빠른 확산이 이루어진다. 여기서 여론선도자와 같은 변화담당자들의 촉진노력이 수용과 확산에 결정적인 역할을 한다.

말콤 글래드웰(Malcolm Gladwell, 2000)은 모든 계층을 막론하고 친구나 아는 사람을 만드는데, 극히 예외적인 솜씨를 가진 소수의 사람들이 있다고 보았다. 이들은 유행을 만들고 전파시키는 역할을 하는 이로서 커넥터(connector)라 명했다.

(5) 사회시스템

로저스는 사회시스템을 사회에서 공통 목적을 달성하기 위해 상호 관련된 단위들의 집합으로 정의하였다(Rogers, 1995: 23). 사회시스템 내부에는 사회구조가 존재하며 이 구조는 확산에 영향을 미친다. 카츠(Elihu Katz, 1961)는 혁신의 잠재적 수용자들이 위치한 사회구조를 모르고 확산을 연구하는 것은 동맥과 정맥의 구조를 모르고 피의 흐름을 연구하는 것과 같다고 한 바 있다.

특정 지역에 교회를 설립하고 복음을 전파하고자 할 때, 사회구조를 이해하려는 노력이 필요하다. 선교사가 해외에 가서 정착하면서 선교를 시작할 때 선교사와 동역하는 자국인 지도자간의 관계에서 이중문화적다리가 놓인다. 이 이중문화적 다리는 두 문화 사람들 간의 관계이기도 하고, 그 자체가 새로운 문화를 형성한다(폴 히버트, 2000: 356). 선교사의 선교행위는 다른 문화 사람들과 관계와 네트워크를 형성하고, 시간이 지나면서 사회정체감을 형성하게 되고, 이렇게 심리적이고 사회적으로 변화는 다시 선교사의 행동에 영향을 미치는 이중구조를 가지고 있다. 이 과정에서 문화차이를 이해하고 연결시키고자 하는 협력적인 사고가 중요해진다.⁵⁾

4) 여론선도자들은 준거집단으로부터 그 전문성과 지식을 인정받고 있는 지도자적인 사람들로서 많은 추종자들에게 영향을 미치고 있다. 따라서 이들이 특정 혁신에 대한 정보를 흘리면 이들이 자체적으로 형성하고 있는 준거네트워크에서 권위있게 받아들여지면서 빠르게 확산된다.

5) 경영학에서는 경쟁이 수용과 확산에 크게 영향을 미칠 수 있다고 분석한다(Gatignon and Robertson

앞으로 본 연구는 사회적 존재로서 사람들이 가족, 조직, 교회, 국가 등 사회구조 내에서 서로 관계를 맺으면서 사회심리학적으로 어떻게 사회정체감을 형성하고, 사회학적인 사회네트워크를 형성하는가를 이해하고자 한다.

2. 사회정체성이론

(1) 사회정체성의 형성과 발달

사람들에게는 개인정체성과 사회정체성이 있다. 터너(Turner, 1985)에 의하면, 개인정체성은 개인의 성격, 육체적, 지적 특질 등에서 개인적 자아가 형성되어 나타나지만, 사회정체성은 한 개인이 사회집단에 소속되어 생활하면서 그 집단과 정서적 유대를 가지면서 나타난다. 즉, 전자는 개인적 특성에 관한 것이고 후자는 그 개인이 속한 사회집단의 특성과 관련된 것이다. 사람들이 속한 사회집단은 가족, 대학, 교회, 직장과 같이 다양하게 나타난다. 이러한 사회집단에서 상대방과 교류하면서 마음 내부에 이들 사회집단이 자리하게 되면서 사회정체성이 형성된다. 즉, 사회정체감은 구성원 개인의 내부에 위치를 형성하는 집단이 어떻게 작용하는가에 관심을 둔다(Tajfel and Turner, 1986; Abraham and Hogg, 2001).

사회정체성이론을 정초시킨 타즈펠(Henry Tajfel, 1978)은 사회정체성을 “한 개인이 사회집단(집단들)의 구성원이 되어있음을 알고, 그와 연관된 가치와 감정적 중요성을 함께 가지게 됨으로써 나타나는 한 개인의 자아개념의 일부”이라고 정의하고 있다⁶⁾. 한 개인은 가족, 교회, 직장, 국가 등 사회집단에 소속하게 되면서 구성원의식을 가지게 되고, 그 사회집단이 자신에게 감정적으로 중요하게 되면서 사회적 자아(social self)를 형성한다. 사회적 자아는 자신으로부터 소속된 집단이 자신에 가까운 쪽에서부터 먼 범위로 넓게 배치된다(Brewer, 1991). 가족에 대한 정체감, 교회에 대한 정체감,

(1978, 1991). 그러나 복음의 사회 확산의 관점에서는 사회구조에서 관계를 경쟁이라는 개념으로 파악하기 보다는 협력이라는 개념이 더욱 더 중요할 수 있다. 사랑의 공동체를 창출하기 위해서는 서로 협력하여 선을 이루어야 하기 때문이다.

6) 원문은 다음과 같다. “...that part of an individual's self-concept, which drives from his knowledge of his membership of a social group (or groups) together with the value and emotional significance attached to that membership”(Tajfel, 1978: 63).

직장에 대한 정체감 등이다.

이러한 사회정체성은 형성되고 발전되어간다. 자기를 둘러싸고 있는 사회 세계를 두 가지 범주, 즉, ‘우리’와 ‘그들’로 나누면서 사회범주화에서 시작한다. 한국인과 미국인, 기독교와 불교, 내가 속한 조직과 다른 조직 등으로 나타난다. 이때 자신이 속한 집단을 내집단, 자신이 속하지 않은 집단을 외집단으로 구별하게 되는 경향이 나타난다. 내집단에 대한 소속감이 강해지면 내집단과 동일시하게 되고, 개인적인 개성에 대한 강조는 약해지는 비개성화(depersionalization)가 나타난다. 비개성화가 강해지면 개인적 자아에서 사회적 자아(social self)가 강해져가면서 사회정체성이 형성된다.

사회정체성은 세 가지 요소로 형성된다. 특정 집단의 구성원이 되어 그 집단과 다른 집단을 인지적으로 범주화시키는 인지적 차원, 구성원으로서 집단이 지닌 가치와 규범에 순응하면서 기쁨과 행복을 찾아가는 감정적 반응, 더 크게는 집단에 기반을 둔 자기존경이 그것이다. 사회정체성이 발전하면 내집단과 외집단 사이의 사회비교심리가 강해지며, 이 비교는 집단규범과 관계하여 저항과 수용행동이 나타난다.

(2) 집단규범의 영향

특정 집단에 소속감과 정서적 유대가 강화되어 사회정체감이 강화되면, 집단규범에 대한 순응성이 높아진다. 펠드만(Feldman, 1984)은 집단규범(group norm)을 집단과 집단 구성원들의 행동을 규제하기 위한 비공식적인 규칙들이라고 정의하고 있다. 이와 같이 특정 사회 집단의 구성원들 사이에 확립하고 있는 특정 행동 패턴은 특정 혁신을 수용하고 저항하는 데 영향을 미친다. 특정 혁신이 특정 집단의 구성원들에 노출될 때, 구성원들이 형성하고 있는 규범과 부합될 경우에는 쉽게 수용하지만, 규범을 어길 때는 강한 저항에 부딪친다. 저항은 기존의 습관과 지각된 위험(perceived risk)에 따라 강도가 결정된다. 즉, 기존의 습관이 뿌리 깊고, 새로운 것에 지각된 위험이 깊을수록 새로운 것을 받아들이지 않고 저항하려는 경향이 강하다(Sheth, 1991; Sheth and Ram, 1987).

저항은 개인적 저항과 집단적 저항의 형태로 나타난다. 기독교인들은 기독교관점에서 집단규범을 정확하게 형성하여가면 무엇에 저항하고 무엇에 수용할 것인가를 결정하기가 쉽다. 특정 지역 사회로 복음의 사회 확산을 고려하고자 할 때 잠재적 수용자 집단들이 가지고 있는 집단규범(group norms)을 이해하면 그들이 복음에 대해서 얼마나

강하게 저항하고, 얼마나 쉽게 수용할 것인가를 예측할 수 있다.

(3) 사회정체성의 문화차이

다른 나라에 복음을 확산시키고자할 때 문화에 따라 사회정체성에서 차이가 존재한다는 것을 이해할 필요가 있다. 마커스와 기타야마(Markus and Kitayama, 1991)는 독립적 자아와 상호의존적인 자아(independent self and interdependent self)라는 도식을 가지고 미국인과 일본인 사이에서 자아구성이 다르다는 것을 성공적으로 보여주어 문화차이에 따른 자아연구의 기초를 제공해주었다.

니스벳(Richard Nisbett, 2003)은 동양과 서양이 세상을 바라보는 다른 시선을 가지고 있다고 보아, 비교연구를 통해 동양과 서양의 차이를 제시하였다. 동양인들은 자신들이 속한 내집단에 대해서는 강한 애정을 보이지만, 외집단이나 그저 아는 사이인 사람들에게는 상당한 거리를 둔다고 보았다. 반면 서양인들은 자신과 내집단 사이에도 일정한 거리를 두고 내집단과 외집단 사이에도 거리가 동양인보다 멀지 않다고 보았다.

이규현과 리차드바고찌(2009a, 2009b)는 한국과 미국의 대학생들이 식당선택행동에 관한 실증적 비교연구에서 집단정체성이 행동의도에 미치는 영향이 한국인에게는 강하게 나타나지만, 미국인에게는 상대적으로 약하게 나타난다는 것을 보여주었다.

기독교인의 정체성의 뿌리에는 예수님이 있다. “두 세 사람이 내 이름으로 모인 곳에는 나도 그들 중에 있느니라(마태복음 18:20)”라는 말씀에 따라 믿음을 가진 이들이 집단으로 모여 기도하는 곳에는 예수님이 함께 있다. 또한, 예수님의 의도와 행동을 알 수 있는 성경이 있다. “성경은 인간성의 가장 깊은 욕구에 답하는 하나님의 해답을 포함하고 있으며, 이 세계를 살아가는 우리 인간들에게 빛을 비추어주고 우리에게 영원한 복지로의 길을 제시해 주고 있다”⁷⁾는 믿음은 문화차이를 넘어선다.

그리고 하나님과 굳건한 관계의 강도는 개인정체성과 사회정체성에 영향을 미친다. 기도생활과 성경공부를 통해 개인정체성을, 교제와 교회생활을 통해 사회정체성에 영향을 미친다. 믿음을 가지기 전에는 자아와 예수님이 분리되어 있었으나 기독교 믿음을 가지게 된 이후에는 자아와 예수님이 분리되지 않는다(이규현, 2007: 163-164). 교

7) 이는 NIV(New International Version) 성경의 서문에는 번역에 참여한 이들이 성경에 대한 믿음의 표현임.

회생활을 통해 내집단의식이 나타나고 교회가 가르치는 집단규범에 순응하려고 한다. 이 정체성은 방향성을 가지고 있다. 이웃으로 복음을 확산시키는 과제이다.

3. 사회네트워크이론

인간은 사회적 존재이다. 사회생활에서 여러 관계를 맺고, 그 관계는 네트워크로 발전한다. 이러한 ‘사람들이 연결되어있는 관계망’을 사회네트워크(social networks)라고 한다(손동원, 2002). 이는 사회교환관점에서 두 개 이상의 연결된 교환관계들의 집합(Cook와 Emerson, 1978)으로 볼 수 있다. 이는 개인단위에서 연결되고 있을 뿐만 아니라 집단단위에서도 연결되고 있다. 이 관계망은 혁신확산에 중요한 역할을 한다. 복음을 사회로 확산시키기 위해서 사회네트워크이론에서 도움을 받을 수 있다.

이러한 네트워크 개념은 교회경영의 문제에서는 자주 등장하지 않았지만, NGO연구, 교회성장연구, 신학연구 등에서 소수로 등장하였다(최유미·심성지, 2007; Larance, 2001; 송호근·김우식·이재열, 2004; 폴 히버트, 2000; 바클레이, 1973; 이규현, 2003a, 2003b). 네트워크를 전 학문 분야에서 다룬 바라바시(Barabasi, 2002)는 사도바울이 사회네트워크의 대가였다고 분석하고 있다.⁸⁾

(1) 구조의 이중성

사회학자 기든스(Anthony Giddens, 1984)는 구조의 이중성(duality of structure)을 주장한다. 특정 행위자가 선택하는 행위의 결과로서 네트워크가 형성되지만, 일단 타인과 네트워크 관계를 형성하게 되면 이 네트워크는 개인의 지각, 태도, 행위에 영향을 미친다. 심지어 건강에도 영향을 미친다(앤 해링턴저, 조윤경 역, 2009). 이는 사회적 관계의 맥락 안에서 행동을 보려고 하며, 맥락 변화에 따라 개인적 속성은 달라지지 않으나 관계성은 맥락 의존적(context specific)이라는 것을 보여주고 있다.

이를 수용자의 관점에 적용시키면 수용자들이 어떠한 사회관계에서 그들의 행위가 관

8) 사도바울은 1세기에 당시의 신앙을 전파하기 위하여 사회적 종교적 네트워크를 잘 활용하였다. 그는 12년 동안 10,000마일 가까이 걸었는데, 무작위적으로 돌아다닌 것이 아니라, 당시의 가장 큰 공동체들에 도달하고자 했고, 가장 효과적으로 전파될 수 있는 장소와 사람들을 접촉하려고 하였다(Barabasi, 2002).

런되어 있는가를 볼 수 있게 하고, 교회에 적용시키면, 교회가 주변 기관들과의 관계를 맺으면서 어떠한 구조를 형성하며 이 구조가 교회 행동에 어떠한 영향을 미치는가를 볼 수 있게 한다.

(2) 약한 연결의 힘과 구조적 틈새

사회네트워크이론에 가장 크게 영향을 미친 학자는 사회학자 마크 그라노베터(Mark Granovette, 1973, 1995)이다. 그의 약한 연결의 힘(the strength of weak ties)이라는 논문은 역사상 가장 많은 영향력을 미친 사회학 논문 중의 하나로 평가받고 있다(바바라시 지음, 강병남, 김기훈 옮김, 2002: 74). 그는 사회적 관계에 참여하고 있는 사람들의 관계의 강도를 기준으로 강한 연결(strong tie)과 약한 연결(weak tie)로 구분 지었다. 강한 연결은 부모와 자식의 관계, 부부 간의 관계와 같이 참여 행위자들 모두가 그 관계를 중요하게 생각하고 그 관계를 유지하는 것에 시간과 돈 등 자원을 투자하는 경우이다. 약한 연결은 참여자에게 그 관계가 일상생활의 작은 부분이거나 제한적이고 관계를 유지하기 위한 헌신도가 낮은 경우이다.

그는 약한 연결은 관계 자체에 대한 참여 행위자들의 헌신과 관계의 강도는 낮더라도 다양한 사람들과 관계를 맺음으로써 새로운 정보를 가져올 수 있다고 보았다. 반면에 강한 연결에 의해서 얻어지는 정보는 그 확실성은 높아도 주로 유사한 사회적 환경에서 밀접하게 상호작용하는 사람들 간에 형성되기 때문에 그 정보가 중복된 정보일 가능성이 높다고 보았다. 강한 연결 이상으로 다양한 약한 연결을 만들어 새로운 정보를 입수하면서 확산을 용이하게 할 수 있다고 본 이 이론은 사회네트워크를 분석하는 데 강력한 영향력을 미쳤다.

버트(Burt, 1992a, 1992b, 1998)는 사회네트워크이론에서 구조적 틈새(structural hole)라는 기념비적인 연구를 제시하였다. 구조적 틈새는 한 사람이 여러 네트워크를 가질 때, 네트워크 사이에서 그 중심에 있는 사람과는 어떠한 방식으로든지 연결이 되지만, 다른 사람들 사이에서는 관계가 없는 상태를 말한다. 구조적 틈새에 위치한 행위자는 네트워크의 중심에 있는 사람들로 부터 중복되지 않는 신선한 정보를 다른 사람보다 먼저 접하게 된다. 즉, 다양하고 양질의 정보를 얻을 수 있으며, 빠르게 얻을 수 있다(Powell and Grodal, 2005).

(3) 사회적 자본

사회네트워크이론들은 사회적 자본(social capital)과 연결하여 힘을 얻었다. 사회적 자본은 사회학자 제임스 콜맨(James Coleman, 1988)과 정치학자 로버트 퍼트남(Robert Putnam, 1993, 1995)의 연구를 통해 사회과학 용어로 부각되었다(손동원, 2002: 79).

린(Lin, 2001)은 사회적 자본을 ‘사회네트워크에 내재되어 있는 자원, 네트워크 내 연결을 통해 접근되거나 동원될 수 있는 자원’으로 정의하였다(Lin, 2001: 제1장). 버트(Burt, 2000)는 행위자가 사회적 관계를 통해 동원할 수 있는 자원으로 정의하였다. 이러한 자본은 정보, 아이디어, 영향력, 사업기회, 금융자본, 파워와 영향력, 감정적 지원, 신뢰, 협력 등이 포함된다(Baker, 2000: 1).

사회적 자본은 밀도와 구조적 틈새라는 두 개념이 중요하다. 밀도는 한 네트워크에 참여한 사람들 간의 관계가 얼마나 응집되고 있는가를 보여준다. 밀도가 높아지면 감정적 지원과 교류 활성화가 이루어지고 신뢰가 쌓이면서 배신행위가 줄어든다. 신뢰는 거래비용을 줄이면서 사회적 자본으로 작용한다. 사회적 자본을 가진 사람들 사이에는 공통의 목적을 향하여 가치관과 규범을 공유하고 단결력을 창출하여 사회적 자본의 가치를 높인다. 제임스 콜맨(James Coleman, 1988)은 폐쇄적인 집단일수록 사회적 자본이 증대된다고 본 바 있는 데, 이를 사회적 자본의 ‘단합 주장’이라고 불러진다.

버트는 구조적 틈새이론에서 네트워크의 전체적인 구조에서 행위자의 위치에 의해 사회적 자본이 달라진다는 것을 보여주었다. 구조적 틈새에 위치한 행위자는 중복되지 않는 다양한 정보를 다른 사람보다 앞서서 빠르게 접하는 점이 사회적 자본으로 작용한다.

III. 사례연구

한국인으로서 한국 국적을 가지고 미국으로 건너가 한인 교회를 세우고 미국 사회에 복음을 확산하는 사례는 한국교회의 관점에서 의미 있는 사례가 될 수 있다⁹⁾. 본 사

9) 이 사례연구는 1997년부터 수년 동안 필자가 참여하여 참여관찰을 한 것이며, 대화를 통해 정성적 연구를 수행하였다. 대화에 응해준 주요 구성원들은 배현석 목사, 박동진 집사, 오창권 집사, 김충일, 김관덕 형제 등 목사와 신도들이었다.

레에서는 미국 미시건주의 앤아버시에 위치한 한 한인교회를 중심으로 복음의 사회 확산 과정에서 정체성과 네트워크가 어떻게 나타나는가를 살펴보고자 한다.

1. 배경

한인 장로교회인 소망교회(Ann Arbor Hope Church)는 미국 미시건주 앤아버시의 사회문화적 배경에서 목회를 하고 있다. 앤아버시의 사회배경에서 교회가 설립되는 중요한 요인은 이 도시에 미시건대학교(University of Michigan, Ann Arbor)라는 명문대학교가 있고, 주변에도 여러 질이 높은 중학교과 고등학교들이 있어 한국에서 유학하러오는 학생들과 부모들, 그리고 짧은 기간이지만 교환교수로 오는 한인들과 가족들이 많이 있다는 것이었다.

이러한 배경 속에서 한국에서 대학을 졸업하고 미시건주의 캘빈대학교(Calvin College)대학원에서 신학을 공부한 배헌석 목사는 앤아버시의 이러한 사회문화적 배경에 주목하였다. 앤아버시를 전도하면 명문대학인 미시건대학교에 공부하러온 엘리트들을 중심으로 한 한국인들을 변화시켜 이들이 복음을 통한 사회변화의 주역이 될 수 있다고 믿었다. 이들이 학업을 마치면 미국 전역으로 직업을 가지고 나아갈 것이고, 기독교 믿음이 약해져가고 있는 미국인 사회에 영향을 미칠 수 있으며, 장기적으로는 미국 전역으로 복음을 전파할 수 있는 모형이 될 수 있는 교회가 될 수 있다고 판단하였다. 이는 미국이 선교사를 파견하여 한국을 복음화시킨 것처럼, 믿음이 약해져가는 미국에 한국의 지성인들이 역할을 할 수 있다는 모형이었다. 성경의 지식과 기도로 신도들을 강건하게 하면서 선각수용자들에게 파고들어가고 구전커뮤니케이션을 통해 지역사회에 파고들어가기 시작하였다.

2. 두 정체성: Twin Church

한국에서 미국으로 건너가 생활하는 신도들은 두 문화 속에서 두 정체성을 가지고 있었다. 한국에서 미국으로 건너가 생활하는 이들의 고독과 정체성에서 어려움을 겪는 과정은 어쩔 수 없는 것이었다.¹⁰⁾ 한국에서 미국으로 건너가면 문화가 다르고 정보부족 등으로 생활하는 환경이 미국에서 정착해서 살아가는 한국인들과의 교류를 통해서

정보교류가 가능해지기 때문에 한국인들과 생활하는 사람들이 많았다. 초기에는 소수의 사람들이지만, 기도와 교회생활을 중심으로 신도들이 교회에 사회정체감을 강하게 가지고 외로움을 극복하고, 삶의 동력을 주고자 했다. 신도들은 교회를 중심으로 하여 삶을 구성하기 시작했다.

초기에는 한국인 국적을 가지고 있고, 언어에서도 한계가 있어 한인들을 중심으로 전도를 할 수 밖에 없었다. 교회로 모여드는 한인들 중에는 부모들은 특히 영어와 미국 문화 속에서도 한국의 정체성을 가지고 살아가고 있었다. 가정에서 모국어인 한국어를 가족들이 사용하고 있었지만, 자녀들의 경우에는 미국 학교에서 수학하고 있기 때문에 영어로 미국역사와 문화에 대한 정체성을 쌓아가고 있었고, 한국문화와 미국문화가 한 가정에 공존하고 있어 어려움을 느끼는 이들도 존재했다. 이민을 온 이들은 이러한 정체성의 갈등이 뚜렷했고, 잠시 교환교수로 온 이들은 한국의 정체성 속에서 미국에서 살았기 때문에 미국 사회에서 살아가는 데 어려움이 있었으나 정체성의 갈등까지는 나타나지 않고 있었다. 그러나 도시에서 오래 동안 지내는 가정에서 이러한 문제는 심각하게 대두되었다.

이는 목회에서 어려움을 야기했다. 학교에서 미국인들과 함께 학업을 하는 자녀들은 빠르게 자유롭게 영어를 하고 미국문화 속에서 동화되었으나 부모들이 동화되는 속도가 느렸다. 한국으로 목회를 할 때 나이 든 부모들은 편하였으나, 이곳에서 태어나 자란 이들은 영어발음으로 한국어를 발음하는 정도로 한국어에 능통하지 않는 이들이 많아, 한국어로 진행되는 목회를 불편하게 느꼈다. 결국 장기적인 관점에 영어를 말하는 원어민들도 수용하고, 한국어와 영어 양쪽을 사용하는 두 문화를 수용하여야한다고 보아 Twin Church라는 비전을 설정하였다. 이는 한국과 미국 문화를 쌍둥이처럼 함께 하는 교회라는 개념이다. 이는 마커스와 기타야마(1991), 니스벳(2003)의 연구에서

-
- 10) 국가를 넘어서서 활동을 하는 많은 이들에게서 이러한 고독과 정체성의 혼란을 경험한다. 박지향(2008)은 그의 저서 ‘슬픈 아일랜드’에서 아일랜드출신 작가들인 와일드, 쇼, 예이츠가 영국 런던으로 건너와 작품 활동을 하면서 나타난 정체성 문제를 설명하고 있다. 한국인으로서 미국에서 생활하고 있는 이들에게서도 이와 같은 정체성 문제에 직면해있다. 그러나 이 정체성은 바클레이(1973)가 주장하듯이 사도 바울이 유대인의 세계와 헬라인의 세계의 정체성을 가지고 살아갔기 때문에 이스라엘과 로마를 연결하기에 좋았던 것처럼 확산에서 좋은 방향으로 작용할 수 있다. 한국인으로서 미국 문화 속에서 복음을 전파하는 경우, 도입기에는 두 정체성의 모습이 고독과 어려움으로 교차하지만, 시간이 지나면서 이 두 정체성이 조화를 가지고, 두 문화를 네트워크로 연결하는 역할을 한다.

제기한 동양과 서양의 문화차이에서 정체성의 차이를 인정한 접근이었다. 한국 문화와 미국 문화 차이에서 오는 사회정체성을 인정하면서, 기독교인으로서 개인정체성에서 갈등을 줄이려고 하였다. 한국인뿐만 아니라 미국인들도 수용하기 위한 여러 프로그램을 만드는 데 고심하기 시작하였다.

3. 정체성기반 네트워크

당회는 신도수가 확장되고 교회 헌금도 어느 정도 경영을 할 수 있도록 접근하고 있다고 판단하고, 진정한 Twin Church라는 이념을 실현하기 위해서 2003년 들어 미국인 목사인 탐 험프리 목사를 협동목사로 영입하게 되고, 원어에 익숙한 자녀들과 젊은 이들을 중심으로 원어로 설교하는 예배를 만들어 한국 문화와 미국 문화의 공존을 실현하기 시작하였다.

이 Twin Church라는 새로운 개념 속에서 사회정체감을 형성하고 사회네트워크를 강화하기 시작하였다. 교회 신도 생활을 하다가 한국으로 건너간 신도들로 부터, 또는 현재 교회에 출석하고 있는 신도들로부터 앤아버시의 대학교나 주변 중학교나 고등학교로 공부하러 오는 가족에 대한 정보를 얻게 되면, 교회에 출석하고 있는 대학생들이 서로 조직화하여 디트로이트 공항으로 나가는 등 봉사하기를 즐거워하였다. 이렇게 연결된 유학 온 학생들과 가족들이 교회를 떠나지 않고 지속적으로 나오도록 관심을 기울이고 서로 도와가는 공동체적인 접근을 하기 시작하였다. 처음으로 미국으로 오는 학생이나 가족들에게 이러한 노력들은 신앙생활을 정착시키는 데 크게 도움이 되었다. 한국에서 도시로 새로이 들어온 이들은 교회를 중심으로 한 공동체 생활을 통하여 새로운 문화에 빠르게 적응할 수 있었다. 그리고 이들 새로운 신도들이 새로운 문화에 적응하는 과정에서 새로운 마음으로 교회생활에 임하였기 때문에 조직의 역동성이 높아졌다.

새로 들어온 신도들에 대한 확고한 유지프로그램이 실행되었다. 학생들이 새로 온 신도들에 대한 봉사활동을 확대하였다. 공과대 학생들이나, 직장 생활을 하는 이들은 주일 오후 차 오일을 교환하는 봉사를 하는 등, 봉사생활을 습관화하는 데 많은 시간을 할애하였다. 성경에 나오는 1세기 고정화되지 않은 1세기 신앙공동체의 모습이 나타났다. 공동체 활동을 활발하게 하면서 서로 감정적 교류가 깊게 되어 유학생들 사이에 결

혼을 하는 가족도 나타나기 시작하였고, 신도들도 증가하였다. 각종 축구대회, 연합합창제, 부흥회, 여름 성경학교 등을 연합으로 행하면서 소집단 내 정체성을 강화시켰다.

대학에서 공부하는 학생들의 고뇌로 파고들어가 믿음을 강화시키는 전략을 펼치기 시작하였다. “제자 되어 제자 삼자”라는 표어를 걸고 그리스도의 진정한 제자가 되어야 함을 강조하였다. 이 가운데 계기가 나타났다. 한국의 잘못된 대학문화의 관행으로 신도 한명이 세상을 떠났다. 21살 생일파티에서 주변의 친구들로부터 21잔의 폭탄주를 마시도록 강압당하여 결국 쓰러져 일어나지 못하는 불행한 사고가 나타났다. 이를 계기로 대학생들의 갈등과 고뇌를 믿음으로 해결하기 위한 방안이 필요하다고 판단하였다. 공부에 지치고 외로운 한인대학생들이 믿음 속에서 성장하도록 각종 대학생 중심 프로그램을 만들면서 조직문화는 대학생 중심으로 변환되었고, 대학교 선교를 위한 사명을 보다 강하게 하는 계기가 되었다.

미시건대학교 학생들의 모임인 ‘시나보르’라는 사물놀이패에 적극 참여하도록 장려하고 공연을 하면 전교인들이 함께 동참하도록 격려했다. 대학내부에 United Praise and Pray(UPP)라는 모임을 적극 권장하면서 서로 공동체가 되어 함께 찬양하고 기도하는 것을 강조하였다. 교회를 지탱하는 대부분의 젊은 대학생들이 활기를 찾기 시작했고, 사명감을 가지고 내부가 결속되어 교회생활과 학업성취도도 높아지는 학생들이 많아졌다.

4. 교육과 연구 중심 클러스터와 네트워크

강해져가는 정체성을 기반으로 이 교회가 대학과 연구소 중심의 클러스터 속에 있다는 것을 인식하기 시작하였다¹¹⁾. 선교의 협력자들로서 주변 교회와 네트워크를 강화시킬 필요를 인식하기 시작하면서 주변 교회뿐만 아니라 대학과 연구소 중심의 클러스터의 중요성을 인식하였다.

이 교회에서 정의될 수 있는 클러스터는 미시건대학교와 연구소가 교회와 연결된 교

11) 클러스터(cluster)란 관련 기업과 기관(대학, 연구소), 지원서비스(금융, 법률, 회계 등)가 모여 네트워크를 통한 상호작용으로 시너지를 발휘하는 일정 지역을 말한다. 근접거리에 위치하고 있어 거래비용을 줄이고, 대면접촉을 통한 정보교류와 지식창출의 흐름이 원활하다(복득규 외, 2003; 14-15).

육과 연구중심의 클러스터였다. 이 클러스터를 중심으로 미시건 주, 미국 내, 그리고 한국으로까지 강한 연결과 약한 연결로 네트워크를 연결하여 사회적 자본을 강화시키는 전략을 구사하기 시작하였다. 목사를 중심으로 하여 대학원생들과 대학원을 졸업한 이들 속에서 창조적인 집단이 형성되기 시작하였다.

먼저, 앤아버시 주변에 흩어져서 사역을 하는 개신교들과 협력관계를 형성하기 시작하였다. 교회끼리 야외에서 식사하는 모임 등 서로 만날 수 있는 기회를 통해 선교의 아이디어를 교환하면서 경쟁이 아니라 협력관계를 넓혀갔다. 그리고 미국 내에서 기독교 단체들과 연결을 시작하였다. 한국유학생 기독교인들의 모임인 KOSTA와 믿음이 약해져 가는 미국이 다시 깨어나야 하며, 한국인이 주체가 되어야 한다는 모임인 JAMA와 같은 미국 내 모임에 연결하기 시작하였다. 교인들이 적극 참여하도록 하여 이들 프로그램을 교회 내부화시키기 시작하였다. 많은 대학생들과 대학원생들이 돈을 저축하여 시카고와 캘리포니아 등에 열리는 집회에 참여하면서, 미국 내의 기독교인들 사이의 네트워크를 형성하기 시작하였다. 미시건대학교를 졸업하고 다른 주로 대학원을 가거나 직장을 잡아나간 신도들과도 지속적으로 연결 관계를 유지하도록 하였다. 서로 이메일이나 전화 등을 통해 커뮤니케이션을 지속적으로 하면서, 신도들 사이의 관계를 유지하거나 끈고히 하면서 교회의 범위를 넓혔다.

2004년부터 한국으로 범위를 넓혔다. 앤아버시에서 거주하면서 학업을 한 후 신도들이 다시 한국으로 돌아간 이들의 동창모임을 만들기 시작하였다. 서울, 대전, 대구 등에서 모임을 조직하기 시작하였다. 미국에서 신앙생활에서 동지로서 역할을 한 이들이 한국에 들어온 이들이 산발적으로 관계하고 있는 것을 소망교회가 네트워크의 허브로서 적극적인 역할을 하기 시작하였다. 이러한 연결은 미국으로 학업을 하러가는 이들이 소망교회와 연결하기가 쉽도록 하는 역할도 하였다. 이 결과 많은 이들이 이 교회에서 믿음을 강화시키고 미국과 한국 등으로 퍼져갔고, 선교의 사명을 마음에 두거나, 선교에 직접 뛰어들었다.

교회 내 대학생들의 해외 단기선교 프로그램이 증가하였다. 대학생들이 방학이 되면 여러 교회와 연합으로 도미니카 공화국, 하이티, 중국 등 1달가량의 기간을 잡아 단기선교를 가는 것을 장려하였고, 전교인들은 중고품 판매 베품시장 등을 열어 이들 단기선교를 도와주기 위한 선교헌금을 만들었다. 2010년 현재 태국 케이족에 단기 선교 팀이 사역하고 교회가 없는 곳에 교회가 세워지기를, 예배가 없는 곳에 예배가 드려지기

를 매일 오전 5시30분에 열리는 새벽 기도회와 토요일 오전 8시부터 9시에 선교에 초점을 맞추어 기도하면서 새로운 증식을 준비하고 있다.

IV. 정체성과 네트워크기반 교회경영

이제까지 살펴본 이론연구와 사례연구를 중심으로 복음전파를 시작하는 교회의 성장을 네 단계로 나누어 경영학적인 관점에서 정체성과 네트워크기반 교회 성장전략을 제시하고자 한다.¹²⁾

1. 도입기의 전략

도입기는 교회 창립단계이다. 이 단계에서는 신도들 사이에서 기독교 정체성을 구축하도록 도우는 것이 일차적으로 중요하다. 사례연구에서 나타났듯이 외국에 있는 한국인들을 중심으로 하여 복음을 확산하는 경우 두 문화 정체성을 경험할 수 있다. 이러한 문화차이에서 나타나는 정체성의 혼란을 극복하고 기독교 정체성을 명확하게 잡아 가는 과정이 없이는 신도개인과 교회성장에 문제가 나타나게 된다. 기독교세계관을 명확하게 정립할 필요가 있게 된다. 개인적으로 믿음의 차별화가 이루어지면서, 집합적으로 조직화된 차별화가 이루어진다. 브랜드관리에서 브랜드정체성을 명확하게 보여줘야 하는 것처럼, 교회지도자는 신도와 조직이 명확한 정체성을 가지고 움직일 수 있도록 이끌어가는 리더십이 필요하다.

그러므로 도입기는 신도 개개인들이 믿음에 굳건히 서서 하나님과 올바른 관계성이 잡혀야 할 뿐만 아니라, 신도들의 마음속에 교회와 교회 내 소집단 공동체에서 사회정체감을 형성하여야 하는 단계이다. 교회공동체의 기초단위로서 교회 안의 작은 공동체인 셀(cell)로부터 전체 교회로 사회정체성이 잡혀가는 단계이다. 교회에 들어온 신도

12) 성장단계에 대한 분류는 미국 남가주대학의 박충환 교수와 그의 동료들(Park, Jaworski and MacInnis, 1986)은 전략적 브랜드개념과 이미지관리(Strategic Brand Concept-Image Management)에서 제기한 도입기, 정교화기, 강화기라는 분류를 받아들이고, 교회의 사명과 연관하여 새로운 시작기인 증식기를 첨가하여 네 단계로 나누었다.

들이 작은 공동체에서 정체감이 형성되지 못하여 떠나가지 않도록 하는 프로그램을 개발하는 단계이다. 교회경영자들은 새로 들어온 신도들이 작은 공동체에서 기독교인으로 개인정체성과 소집단 구성원으로서 사회정체성을 높이면서 교회생활을 안정적으로 하는 것을 도와주어야하며, 작은 공동체와 함께 교회공동체에 대한 애착이 형성되면서 강한 사회정체감을 형성하도록 프로그램화하는 것이 도입기의 전략으로 볼 수 있다. 이러한 정체성이 안정되면 복음의 사회 확산이 폭발적으로 이루어지기 위한 준비가 성공적으로 이루어진다.

교회에 대한 정체감이 높아지면 목회자에 대한 신뢰가 강해지고, 교회에 대한 자부심이 강해지고, 교인들과 성경공부와 교제가 재미가 있어진다. 이른 바 GWP(Great Work Place)개념이 교회에서 활성화된다. 그러므로 이 단계에서는 신도들 마음속에 교회와 교회 내 소그룹의 의미가 깊이 있게 들어올 수 있도록 사회정체감을 강화시키기 위한 인지적, 애정적, 행동적 프로그램을 개발할 필요가 있다.

신도들이 소집단에 대한 사회정체감이 강화되면 소그룹에서 만남이 빈번해진다. 신도들 사이에 창조와 은혜의 하나님을 중심으로 한 기독교 세계관도 발전한다¹³⁾. 그리고 서로 함께 선교하려는 의도와 행동도 나타나기 시작한다. 이 도입기에서는 목회자는 자신의 교회가 가야하는 방향과 비전, 전략을 정체감을 형성하고 발전시키는 것을 중심으로 설정하고, 구성원들을 소집단으로 세분화하여 다르게 접근하면서 그들이 소속감을 높이는 프로그램개발에 관심을 기울여야 한다. 들어온 신도들을 유지하고 성장시키고, 그들이 새로운 신도들을 연결시키도록 하는 프로그램이다. 신도들은 교회전체가 가야하는 비전과 방향을 이해하고 그들이 속한 소집단과 교회 전체에 대한 소속감을 높이면서 사회정체감을 높여간다.

이 시기에는 대부분의 목회자들이 자신의 교회 내부를 중심으로 바라보는 경향이 있고, 내부중심으로 보기 때문에 경영을 좁게 바라볼 위험이 존재한다. 내부의 사회정체감이 강화되어 내부 결속이 높아지면 다음 단계인 외부로 약한 연결을 넓히면서 사회네트워크를 보다 다양화시킬 필요가 있게 된다. 이는 정교화기로 넘어가는 단계인데,

13) 세계관형성에 대하여 딜타이(Dilthey)는 개개인들이 생활세계(Lebenswelt)에서 세계상(Weltbild)을 축적하면서 후에 보다 공식화된 세계관(Worldview: Weltanschauung)으로 발전한다고 보았다(Holmes, 1983: 32). 신도들이 주일, 수요일, 성경공부, 기도생활, 교제를 통해 만나도록 유도하는 것은 창조주 하나님을 중심으로 한 정체성이 있는 삶을 살아가도록 도와준다.

이 경우 내부의 강한 연결 없이 외부의 약한 연결을 지나치게 강조하다가는 외부의 영향이 내부로 들어와 내부를 흐트러트릴 위험이 발생할 수 있다. 대부분의 세속화되어 버리는 교회가 경험하는 현상이다.

2. 정교화기의 전략

교회 구성원들이 기독교인으로서 개인정체성과 교회구성원으로서 사회정체성이 확고하게 되면 정교화기로 발전한다. 즉, 강한 정체성을 기반으로 하여 다양한 네트워크 활동이 시작된다. 교회 중심의 사회정체성이 잘 잡혀있기 때문에 외부와의 네트워크가 위협하지 않다. 도입기에서 신도들은 마음속에 예수님과 교회가 깊이 있게 자리하고 있어 개인 자아와 교회에 소속한 구성원으로서 사회적 자아가 형성되어 있어 복음의 사회전파를 적극적으로 하려는 동기를 가지게 된다.

사회정체감이론에서 사회정체감이 강해지면 내집단과 외집단을 구별하고 지나치게 내집단을 선호하고 외집단을 배척하는 심리가 나타난다고 제기한 바 있다. 정교화기에서는 외부와의 연계성을 높여가기 때문에 외집단 배척의 심리를 줄이고 보다 오픈된 마음으로 교회생활을 할 수 있게 된다. 그러나 아직 다양한 네트워크가 활성화되는 단계는 아니다.

경영학을 발전시킨 바야나드(Barnard, 1938)는 대내적 균형과 대외적 균형을 함께 이루어야 경영에 성공한다는 것을 밝힌 바 있다. 대내적 균형은 조직 내에서 구성원들과 대화와 수용을 통해 동기부여 시키고 그들의 협력을 얻어내면서 조직 내 균형을 이루는 것을 말하며, 대외적 균형은 조직뿐만 아니라, 조직에 투입을 주는 고객, 투자자, 조직이 속한 사회와 관계를 잘 가져 균형을 이루는 것을 말한다. 이 시기에서는 정체성을 기반으로 주변으로 네트워크가 이루어지기 때문에 대내적 균형과 대외적 균형에서 변화가 나타나고, 점차적으로 대외적 균형이 중요하게 대두된다.

교회경영자들은 이 시기에 사회와의 관계성을 조심스럽게 접근하면서 비성경적인 요소들이 교회로 침투해 들어오는 것을 경계해야한다. 사회의 중요 조직으로서 교회가 사회와 관련성을 가지되 도입기에서 강조한 신도들이 기독교인으로서의 개인정체성과 사회정체성이 더욱 강화되도록 프로그램을 개발해야 한다.

3. 강화기의 전략

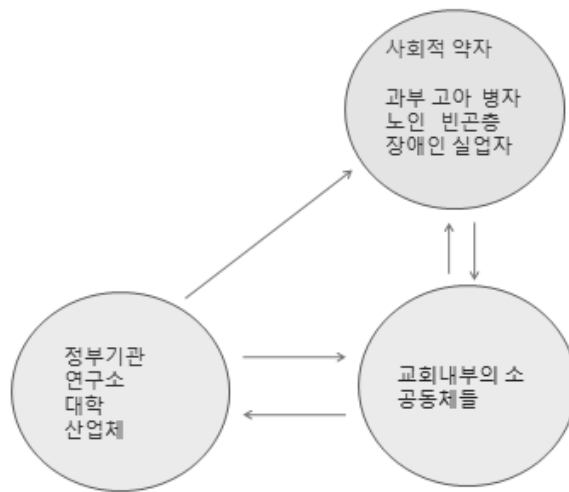
이 단계는 교회가 정체성이 정확하게 잡혀져 안정된 가운데 지역사회에 뿌리를 내리고, 주변으로 다양한 네트워크를 형성하면서 창조적인 조직으로 변해간다. 핵심 신도들이 기독교에 대한 강한 개인정체성을 확립하고 있고, 소집단들과도 강한 사회정체감을 형성하고 있어 교회와 선교프로그램에 적극적인 반응을 하면서 참여하는 단계이다. 켈러(Kevin Keller, 1993)가 브랜드공명모형(brand resonance model)에서 브랜드에 공명이 이루어지는 것처럼, 교회와 선교프로그램에 애착을 가지고 접근한다. 적극적인 복음전파를 향한 마음을 가진 창조적인 집단이 나타나는 단계이다. 이 단계에서는 교회를 지탱하는 강한 정체감을 가진 이들이 소집단의 지도자 역할을 하도록 지도자 양성 프로그램도 활성화된다. 소집단들은 일상적으로 자주 만나면서 감정적인 교류를 하고 있기 때문에 강한 연결로 이루어지고, 주변의 다른 소집단들과 약한 연결이지만 다양한 정보가 흘러들어오면서 소집단들을 창조적으로 만들어가고 있는 단계이다. 교회의 규모가 커져있지만, 셀과 같은 소집단활동으로 보면 소교회로서 강해져있는 단계라고 볼 수 있다.

교회 외부기관들과 인적, 물적 자원교류를 통한 협력이 활성화되면서 보이는 자산과 보이지 않는 자산을 넓혀가고 있어 이 단계에서는 외부 클러스터에서 다양한 전공의 사람들이 들어오면서 내부 공동체가 다양화 된다(이규현, 2007: 110-137). 이 공동체 활동은 방향성을 가지게 된다. 사회에서 소외된 사회적 약자들에 관심을 기울이고 사회봉사활동을 적극적으로 펼치면서 사회봉사와 복음의 확산이 적극적으로 연결된다. 정부와 사회가 못하는 중요한 활동을 교회가 함으로써 교회가 사회의 중요한 기관으로서 가치를 부여받는다.

이 단계에서는 정부기관, 대학, 연구소, 산업체들이 네트워크 관계를 이루고 있는 클러스터에서¹⁴⁾, 교회가 영적기관과 사회봉사기관으로서 중요한 역할을 수행하게 된다. 교회입장에서 보면 교회를 중심으로 한 클러스터가 형성되고 관련 기관들과 네트워크

14) 클러스터(cluster)란 관련 기업과 기관(대학, 연구소), 지원서비스(금융, 법률, 회계 등)이 모여 네트워크를 통한 상호작용으로 시너지를 발휘하는 일정 지역을 말한다. 근접거리에 위치하고 있어 거래비용을 줄이고, 대면접촉을 통한 정보교류와 지식창출의 흐름이 원활하다(복득규외, 2003: 14-15).

를 형성하게 된다. 여러 분야의 사람들이 서로 협력하면서 사회적 약자들과 이웃을 위한 방향성을 가지고 복음을 확산시켜가기 위해서는 창조적인 사고가 필요해진다. 서로 만나 얼굴을 맞대고 전문화된 암묵지를 교회성장에 활용하는 것을 즐거워하는 이들 사이에 집합적 창조성(collaborative creativity)이 나타난다.



[그림2] 교회중심 클러스터와 네트워크

여기서 창조성은 기업들이 소비패턴을 변화시키는 신제품을 개발하는데 창조적인 능력을 발휘하는 것처럼, 복음을 효율적으로 확산시키기 위한 새로운 프로그램을 개발하는 능력이다. 교회 내부로 다양한 전공의 사람들이 들어와서 다양성이 나타나고 있어 조화롭게 집단 창조성을 발휘해나가는 능력이 중요해진다. 집단 창조성을 발휘하도록 강한 믿음을 기반으로 한 열정 팀이 구성된다. 이 팀은 주인의식을 가지고, 성과달성에 헌신하고, 성취감을 중요시여기고, 다양성을 존중하면서, 외부세계의 동향을 조사하는 능력을 지닌 이들로 구성된다. 유연성, 팀워크, 브레인스토밍(brainstorming)에 익숙한 팀이다(톰 켈리와 조너던 리트먼, 2002 참조). 이 팀은 강한 믿음을 기반으로 하여 서로 다른 영역으로 구성하여 이질적인 아이디어가 만나는 교차창조성(cross-creativity)을 창출하는 능력을 가지게 된다(Johansson, 2004).

이 강화기에서는 외부와의 관계와 상호작용성이 높아지고 외부의 도전에 의해서 조직

갈등도 나타날 수 있기 때문에, 조직 갈등이라는 장벽을 큰 틀 속에서 타개해나갈 수 있도록 행동과학적 지식과 경영학적인 지식의 수용이 필요해진다.

4. 새로운 증식기

이 단계에서는 교회가 다른 지역에 새로운 교회를 설립하면서 확장하는 단계이다. 모교회가 허브역할을 하지만 지배하지 않고 자교회에게 전도와 교육으로 지원하는 단계이다. 이 경우에는 도입기처럼 새로운 지역에 새로운 정체성에 대한 도전이 직면하게 된다. 그러나 초기에는 모교회와 강한 연결이 있어 모교회가 축적한 사회적 자본이 자교회로 연결되고 있어, 정체성을 구축하고 주변으로 약한 연결을 빠르게 만들고, 시행착오를 줄이면서 정교화기와 강화기로 넘어가기가 쉬워지는 단계로 볼 수 있다. 한 교회가 새로운 증식기를 통해 여러 자교회로 확장하고, 자교회는 또 다시 새로운 증식기를 맞이하면서 ‘땅의 모든 끝이 여호와를 기억하고 돌아오며 열방의 모든 족속이 주의 앞에 경배하리니’라는 시편 22장 27절의 말씀이 실현되도록 하는 방향성을 가지게 된다.

V. 결론

존 칼빈(John Calvin, 1536)은 그의 주저 『Institutes for the Christian Religion』에서 하나님에 대한 지식과 인간에 대한 지식은 연결되어 있다고 시작하고 있다. 본 연구는 사회과학에서 연구되어온 세 가지 연구흐름이 하나님 나라의 확장이라는 현상을 설명하는 데 유용한 틀을 제공해 줄 수 있다는 것을 보였다.

복음의 사회 확산과정에서 사회정체성 형성이 내연적 성장과 관계된다면, 사회네트워크 형성은 외연적 성장과 관계된다. 내연적 성장이 기반이 되어 외연적 성장이 이루어져야 안정된 성장이 될 수 있다. 교회성장을 위해서 네트워크를 형성하고 발전시켜가는 과정에서 믿음이 적은 이들이 교회로 들어오기 때문에 성장 단계별로 정체성 형성과 발전을 체크하여야한다.

예수님은 생의 마지막 순간에 “우리(성삼위 하나님)와 같이 그들 (모든 성도)도 하나

가 되게 하옵소서”(요한복음 17: 11)라고 아버지 하나님께 기도하셨다. 교회는 다른 삶의 배경에서 온 신도들이 하나님과 자신과의 관계에서 개인정체성이, 교회 집단과의 관계에서 사회정체성이 성령의 힘으로 연결되어 믿음 안에서 하나가 될 수 있도록 도와주어야 한다. 이는 전체적으로 도입기에서 이루어야 할 가장 중요한 과제일 뿐만 아니라 정교화기, 강화기에서도 교회내부로 유입되는 신도들과의 관계에서 지속적으로 이루어야 할 과제이기도 하다. “겨자씨 한 알과 같이 땅에 심길 때는 땅 위의 모든 씨보다 작은 것이로되 심긴 후에는 자라서 모든 나물보다 커지며 큰 가지를 내니 공중의 새들이 그 그들에 깃들일 만큼 되느니라(마가복음 4: 31)”라고 하셨다. 복음 전파노력이 처음에는 겨자씨 한 알과 같지만 나중에는 창대하게 될 수 있다는 것을 가르치고 있다.

이러한 정체성이 잡히면 정교화기에서 교회는 사랑을 기반으로 한 협력단체로서 사회에 나타난다. 네트워크를 펼쳐가고, 강화기에서 교회 중심으로 지역사회에 있는 여러 기관들과 클러스터를 형성하고, 사회적 약자들을 도와주는 영향력 있는 영적기관으로서 역할을 담당해 나가는 창조적인 조직으로 변해갈 수 있다.

이와 같이, 정체성이 약한 가운데 네트워크를 지나치게 강조하면 외부의 영향을 받아 자칫 정체성을 혼란시킬 수 있는 위험이 있다는 것을 경계하고, 개인정체성과 사회정체성을 강화시키면서 네트워크를 살려가야 진정으로 사회적 자본을 넓혀가는 교회경영을 펼칠 수 있다. 본 연구에서 제기된 강화기에서 클러스터와 네트워크 개념이나 집단창조성 등의 개념들은 정체화되어 가는 교회를 보다 창조적인 조직으로 변화시킬 수 있는 방향을 제시하고 있다. 또한, 사회정체성이론은 집단심리가 강한 우리나라 사람들의 행동을 분석하는 데 유용한 틀을 제공할 뿐만 아니라, 국내에서나 국외에서 한 국민들의 교회 경영에서 매우 중요한 이론적 기반을 줄 수 있다고 본다.

본 연구는 하나님 나라 확장을 위해서 사회과학에서 나타난 세 가지 연구흐름을 도입하였지만, 각 연구마다 다음과 같은 과제들을 남겨두고 있다.

첫째, 혁신확산이론은 특정 지역에 교회를 세우고 복음을 전파할 때 미시적인 수용과 거시적인 확산이 어떻게 이루어질 수 있는가를 이해하는 데 도움을 주지만, 이 이론의 대부분이 혁신이 잘 확산될 것이라고 보고 있다. 그러나 실제 현실에서는 험난한 길로써 장벽과 저항이 도사려있다. 이는 앞으로 저항과 장벽극복에 대한 연구가 필요함을 말해준다.

둘째, 사회정체감이론은 교회라는 조직에 소속한 신도들이 교회와 교회내부의 소집단 활동을 하면서 정체감을 형성하고 안정을 찾아갈 수 있는 사회심리학적 이론적 근거를 제시해주고 있지만, 교회 내부의 정체감을 지나치게 강조하면 집단 심리로서 내집단을 선호하고 외집단을 배척하는 편견을 노출할 수 있는 위험이 발생할 수 있다. 이러한 편견을 극복하기 위해서 기독교인으로서 하나님과의 관계에서 개인정체성을 명확하게 잡으면서 교회와의 관계에서 사회정체성이 뒤따르도록 프로그램 개발과 함께 교회와 관련된 주변의 사회네트워크를 수용하는 프로그램을 개발할 필요가 있다.

셋째, 사회네트워크이론은 교회의 외연적 확장에 도움을 주는 이론을 제시하여 주고 있지만, 잘못 연결되면 세속적인 정보가 교회내부로 들어올 수 있는 여지를 줄 수 있기 때문에 외집단 포용의 범위를 어느 선까지 할 것인가를 고려해야한다. 또한 네트워크가 형성되면서 네트워크 포지션에 따라 교회의 위상에서도 변화가 올 수 있기 때문에 교회의 지속가능경영에 대한 비전과 함께 전략적 네트워크를 고려해야한다.

넷째, 본 연구의 사례연구는 기독교문화를 바탕으로 하는 미국사회에 교회를 설립하고 성장시키는 과정에서 문화차이에 따른 정체성과 네트워크 문제를 다루었지만, 이슬람문화로 진출할 경우 정체성확립과 네트워크 활성화 과정에서 상당한 저항에 직면할 것으로 보아, 혁신 저항의 관점에서 새로운 연구를 필요로 한다. 마지막으로 국내에서 다문화가정에서 정체성 문제를 교회경영에서 다룰 필요도 있음을 제기한다.

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

참고문헌

- 김성엽(2010). “대학캠퍼스선교를 위한 교회 공동체의 네트워크 체계에 관한 연구”. 『로고스경영연구』 8(2). 137-158.
- 바클레이 저. 서기산 역 (1973). 『바울의 인간과 사상』. 서울: 기독교문사.
- 박지향 (2008). 『슬픈 아일랜드』. 서울. 기파랑.
- 복득규외 지음 (2003). 『한국산업과 지역의 생존전략, 클러스터』. 삼성경제연구소.
- 손동원(2002). 『사회네트워크 분석』. 서울: 경문사.
- 송호근. 김우식. 이재열(2004). 『한국사회의 연결망 연구』. 서울대학교출판부.
- 앤 해링턴 저. 조윤경 역 (2009). 『마음은 몸으로 말을 한다: 과학과 종교를 유혹한 심신의학의 문화사』. 서울: 살림.
- 이규현 (2003a). “혁신확산과 사회네트워크의 교회경영에의 적용.” 『기독교문화연구』. 한남대학교 기독교문화연구원. 8. 243-267.
- 이규현 (2003b). “우리는 우리의 group에 예수님을 초대하고 있는가?” 『온전한 지성』. 11월과 12월. 10-13.
- 이규현 (2007). “기독교 경영관”, 기독교문화연구원 편저. 『기독교 세계관』. 글누리. 157-187.
- 이규현. 리차드바고찌 (2009). “태도의 사회적 영향력: 집단 의도에 미치는 집단 정체감의 효과.” 『소비문화연구』. 12 (1). 95-121.
- 폴 히버트 (2000). “사회구조와 교회성장.” 『미션 퍼스펙티브』. 랄프 윈터. 스티븐 호돈 지음. 정옥배 옮김. 예수전도단.
- 톰 켈리. 조너던 리트맨 지음. 이종인 옮김 (2002). 『유쾌한 이노베이션』. 서울: 세종서적.
- Abraham D. and M.A. Hogg (ed.) (2001). *Social Identity and Social Cognition*. Oxford. U.K; Blackwell Publisher.
- Bagozzi, Richard P. and Kyu Hyun Lee (1999). “Consumer Resistance to, and Acceptance of, Innovations.” *Advances in Consumer Research*. 26. 218-225.
- Barabasi, Albert Laszlo (2002). *LINKED: The New Science of Networks*, East-Asia Publishing Company.
- Barnard, Chester I. (1938). *The Functions of the Executive*. Harvard University Press.
- Brewer, M. B. (1991), “The Social Self: On Being the Same and Different at the Same Time,” *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17 (5), 475-482.
- Burt, R. S. (1992a). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- _____ (1992b). “The Social Structure of Competition,” in Nitin Nohria and Robert G. Eccles. eds. *Networks and Organizations: Structure. Forms, and Action*. Harvard Business School Press. 57-91.
- _____ (2000). “The Network Structure of Social Capital, In B.M. Staw & R.I. Sutton (eds.)”. *Research in Organizational Behavior*. Greenwich. CT; JAI

- Press. 22, 345-423.
- Calvin, John. *Institutes of the Christian Religion*. edited by John T. McNeill. The Westminster Press. 이형기역(1999). 『기독교강요』. 서울: 크리스찬 다이제스트.
- Coleman, J. (1988). "Social Capital in the Creation of Human Capital." *American Journal of Sociology*. 94. 95-120.
- Cook, K. S. and R. M. Emerson (1978). "Power, Equity and Commitment in Exchange Networks." *American Sociological Review*. 43. 721-739.
- Christensen, Clayton M. (1997). *The Innovator's Dilemma*. Harvard Business School Press.
- Feldman, Daniel C. (1984). "The Development and Enforcement of Group Norms." *Academy of Management Review*. 9(1). 47-53.
- Gatignon, Hubert and Thomas S. Robertson (1985). "A Propositional Inventory for New Diffusion Research." *Journal of Consumer Research*. 12 (March). 849-867.
- Giddens, Anthony (1984). *the Constitution of Society*. Berkeley: The University of California Press.
- Gladwell, Malcolm (2000). *The Tipping Point*. (NY: Little Brown).
- Granovetter, Mark S. (1973). "The Strength of Weak Ties," *American Journal of Sociology*. 78. 1360-1330.
- _____ (1995). *Getting A Job: A Study of Contacts and Careers*. 2nd edition. Chicago. IL: University of Chicago Press.
- Holmes, Arthur F. (1983). *Contours of A World View*. William B. Eerdmans Publishing Company.
- Johansson, Frans (2004). *The Medici Effect: Breakthrough Insights at the Intersection of Ideas, Concepts & Cultures*. Harvard Business School Press.
- Katz, Elihu (1961). "The Social Itinerary of Technical Change: Two Studies on the Diffusion of Innovations." in Wibur Schramm (ed.). *Studies of Innovation and Communication to the Public*, Standford, California, Standford University. Institute for Communication Research.
- Larance, Lisa Young (2001). "Fostering Social Capital through NGO Design: Grameen Bank Membership in Bangladesh." *International Social Work*. 44 (January). 7-18.
- Lin Nan (2001). *Social Capital: A Theory of Structure and Action*. London and New York: Cambridge University Press.
- Markus, Hazel R. and S. Kitayama (1991). "Culture and the Self," *Psychological Review*. 98(2). 224-253.
- Nisbett, Richard E. (2003). *The Geography of Thought*. Brockman Inc.
- Keller, Kevin Lane (1993). "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity." *Journal of Marketing*. 57 (January). 1-22.
- Moore, Geoffrey A. (1999). *Crossing the Chasm*. 유승삼. 김기원 옮김(2002). 『캐

- 즈마케팅』. 서울: 세종서적.
- Powell, Walter W. and Stine Grodal (2005). Networks of Innovators, in *The Oxford Handbook of Innovation*. edited by Jan Fagerberg, David C. Mowery, and Richard R. Nelson. The Oxford University Press. 56-85.
- Park, C. W. B. J. Jaworski and D. J. MacInnis (1986). "Strategic Brand Concept-Image Management." *Journal of Marketing*. 50 (October). 135-146.
- Portes, Alejandro (1998). "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology." *Annual Review of Sociology*. 2. 1-24.
- Putnam Robert (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- _____ (1995). "Bowling Alone: America's Declining Social Capital." *Journal of Democracy*. 6(1). 65-78.
- Rogers, Everett M. (1995). *Diffusion of Innovations*. the 4th edition, The Free Press.
- Ryan, Bryce and Neal C. Gross (1943). "The Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities." *Rural Sociology*. 8(1). 15-24.
- Sheth, Jagdish N. (1991). "Psychology of Innovation Resistance." *Research in Marketing*. 4. 273-282.
- _____ and S. Ram (1987). *Bringing Innovation to Market*, John Wiley & Sons Inc.
- Tajfel, Henry (1978). *Differentiation between Social Group*. NY: Academic Press.
- _____ and John. C. Turner (1986). "The Social Identity Theory of Intergroup Behavior." In S. Worchel and W. Austin (eds.) *Psychology of Intergroup Relations*. Chicago: Nelson-Hall.
- Turner, John C. (1985). "Social Categorization and the Self-Concept: A Social Cognitive Theory of Group Behavior." In E. L. Lawler (ed.). *Advances in Group Processes: Theory and Research*. 2. Greenwich. CT: JAI Press. 77-122.
- www.aahope.net

Abstract

Identity and Network-based Church Management: The Social Diffusion Stage of the Gospel

Kyu Hyun Lee(Han Nam University)

To explain social diffusion of the Gospel, this paper approached adoption and diffusion from the church organizational setting and developed a model of identity and network-based church management. To construe identity and networks, this paper investigated three well-established research traditions in social science: diffusion of innovations, social identity theory, and social network theory. Then this study integrated these theories into a case study on Ann Arbor Hope Church, a Korean-American church in Ann Arbor, Michigan, USA. This church has been developed by extending social networks based on building twin church identity in a research focused cluster.

To suggest desirable church management based on identity and network, a four stage model is developed. Building a clear social identity is a major task in the introduction stage. After building a strong social identity within a church, various weak ties are connected and social capital accumulates. During the fortification stage, church-focused cluster connects people who come from a university, industry, research institutes, and government and has a spiritually clear direction for socially weak people with group-creativity. Finally, new churches are reproduced by using the social capital this existing church has established. Three research streams in social science show immense potentials for understanding the desirable growth of the church.

Key words: Church Management, Diffusion of Innovations, Social Identity, Social Network, Cluster