

포스트 팬데믹 시대의 온라인 교회 콘텐츠 개발 방향 연구
: 광주양림교회 사례를 중심으로

목회학 박사학위를 취득하기 위한 요건의 하나로서
드루대학교 신학교에 제출된
전문적 논문임.

지도교수:
조병호 철학박사
김영래 철학박사
레너드 스윗 철학박사

이사야

드루대학교

매디슨, 뉴저지

2023년 5월

Copyright © 2023 Saya Lee

All rights reserved.

ABSTRACT

A RESEARCH ON THE DIRECTION OF ONLINE CHURCH CONTENT DEVELOPMENT IN THE POST-PANDEMIC ERA : FOCUSING ON THE CASE OF YANGLIM CHURCH IN GWANGJU

Saya Lee

Yanglim Church, Gwangju

Early Korean churches had difficulties in missionary work.

The difficulty was that men and women worship in one space for them who People of that era could not understand this. However, the Korean church overcame this difficulty through wisdom. The wisdom was to make two separated entrances for men and women in a church. When entering and exiting the church, people's rejection could disappear because men and women entered and exited through different doors. Thus, the church could reach people more easily. However, this was not something the church unconditionally accepted and adapted to the circumstances of the times. This is because these two doors do not separate the space for men to worship and the space for women to worship. This is because the Korean churches at that time kept the value that they must abide by, the value of being equal brothers and sisters in the Lord.

The changes initiated by COVID-19 put the Korean church in crisis. This crisis made the Korean church think about the direction of ministry in the post-pandemic era.

Among these concerns, it made me think a lot about the direction of the church's content development. In this crisis, this study attempts to reestablish the old wisdom 'two doors' through which the early Korean churches overcame the crisis of the times as a new strategy. These are 'the door of consumer-oriented online content' and 'the door of small groups'. Through these two doors, the Korean church will have to keep the essence of the church, 'gathering' and 'preaching the gospel'.

In this study, the case of Gwangju Yanglim Church, which developed contents through the strategy of 'two doors', was selected and studied. Gwangju Yanglim Church's 'Yangrim On' content development process was introduced and the strengths and weaknesses of each case were discussed. While conducting this study, I've discovered the need for unity among local churches which was not thought at the beginning of the study. This discovery was expressed as 'two GATES' in this study. These are the 'GATE of Base Cooperation' and 'GATE of Part Collaboration'. When the local church creates and develops the two GATES, it is predicted that a channel will be prepared to bring many people to the church community and deliver the gospel to the world with a bigger door.

I expect that this paper will be contributed to one of the ways to help churches and pastors who living in the post-pandemic era.

국문 초록

포스트 팬데믹 시대의 온라인 교회 콘텐츠 개발 방향 연구

: 광주양림교회 사례를 중심으로

이사야

광주양림교회, 광주

초기 한국교회는 선교에 있어서 어려움에 직면하였다. 왜냐하면 남자와 여자가 한 공간에서 예배를 드리는 것이 당시 사람들에게 납득이 가지 않았던 일이었기 때문이다. 그러나 한국교회는 지혜를 통해 이 어려움을 극복하였다. 바로 한 예배당에 남성과 여성이 따로 출입하는 출입문을 만들었던 것이다. 다른 출입문으로 남성과 여성이 출입하였으니, 사람들이 보기에 교회라는 공동체는 자연스러웠고 쉽게 다가올 수 있었다. 그렇다고 이 두개의 문은 남성들이 예배 드리는 공간과 여성들이 예배 드리는 공간으로 분리시키지 않았다. 당시 한국교회가 지켜야 하는 가치, 주님 안에서 똑 같은 형제와 자매라는 가치를 지켜낸 것이다.

코로나19가 촉발한 변화는 한국교회에게 위기로 다가왔다. 따라서 지금의 한국교회로 하여금 포스트 팬데믹 시대의 목회의 방향성을 모색하도록 하였다. 특별히 교회의 콘텐츠 개발의 방향성에 있어서 많은 어려움에 직면 하였다. 이 위기

앞에서 본 연구는 초기 한국교회가 상황의 위기 앞에서 극복한 지혜 두개의 문 전략을 다시 세워보고자 한다. ‘수요자 중심의 온라인 콘텐츠에 문’ 과 ‘소그룹의 문’ 이다. 이 두개의 문을 통하여 한국교회는 교회의 본질인 ‘모이는 것’ 과 ‘복음을 전달하는 것’ 을 지켜야 한다.

이 연구에서는 두개의 문 전략을 통해 콘텐츠를 개발하였던 광주양림교회의 사례를 선택하여 연구하였다. 광주양림교회의 양림온의 콘텐츠 개발 과정이라는 입장을 소개하고 각 사례의 장점과 단점을 논하였다.

이 연구를 진행하면서 처음에 생각하지 못했던 지역 교회 간의 연합의 필요성을 발견하게 되었는데 이것을 ‘두개의 GATE’ 로 표현하였다. ‘거점 협력의 GATE’ 와 ‘파트 협업의 GATE’ 를 지역교회가 만들고 협업 할 때 더욱 더 큰 문으로 교회공동체에 많은 사람들을 불러 모으고 복음 세상에 전달하는 통로가 마련 될 것으로 본다.

본 논문이 포스트 팬데믹 시대를 살아가는 교회와 목회자들에게 도움을 줄 수 있는 방법의 하나로 기여되기를 기대한다.

목 차

표 목차	ix
그림 목차	x
감사의 글	xiii
I. 서론	1
연구의 목적	1
연구의 의의	6
연구의 범위와 방법	7
II. 온라인 콘텐츠의 필요성	8
상황의 변화 앞에서	8
교회 안의 변화	12
변화에 필요한 두 가지 전략 - 두개의 문	18
III. 지켜야 할 핵심가치	24
교회의 본질	25
복음의 의미: 체험과 재생산	31
IV. 콘텐츠 개발 사례연구(광주양림교회의 사례를 중심으로)	35
상황 인식	36
콘텐츠 개발 방향성 - 양림ON	38
콘텐츠 개발 및 운용과정	47
V. 결론	72
요약 및 평가	72

제언과 결론	73
참고문헌	75

표 목차

<표1> 양립온 콘텐츠 예시1(스토리 보드).....	50
<표2> 양립온 콘텐츠 예시2(스토리 보드).....	52
<표3> 양립온 콘텐츠 최종기획 프로토콜.....	54

그림 목차

<그림1> 거리두기 완화 이후 여가시간의 변화.....	10
<그림2> 코로나19 이후 예배 이탈률.....	13
<그림3> 코로나19 이후 종교 이탈률	14
<그림4> 2023년도 한국교회 목회자 목회방향성	15
<그림5> 유튜브 내 기독교 콘텐츠 중 상위 조회수 분포도.....	18
<그림6> 10대 청소년의 지식 습득에 대한 경로	22
<그림7> 양림온 개념도.....	39
<그림8> 2022년 광주양림교회 성도 구성 분포도	41
<그림9> 광주양림교회 양림온 콘텐츠 개발 과정도.....	48
<그림10> 성경읽기 BT 소개영상 캡처.....	56
<그림11> 성경읽기 BT 강의영상 캡처.....	57
<그림12> 광주양림교회 BTS 온라인 강의영상 캡처.....	60
<그림13> 광주양림교회 교육부서 온라인 예배영상 캡처.....	61
<그림14> 광주양림교회 슬기로운 신앙생활 “힐링캠프 - 옥상수다in 양림” 영상 캡처	63
<그림15> 광주양림교회 사목사목 홍보영상 캡처.....	65

감사의 글

목회의 현장에서 치열하게 부목사 사역을 감당하면서, 많은 생각이 들었습니다. 지금 내 자신이 감당하고 있는 이 일이 하나님께 보시기에 합당한 사역인지 아니면 사람들에게 잘 보이기 위해 감당하고 있는 일인지에 대한 질문이었습니다. 코로나19로 온라인 콘텐츠를 기획하고 만들면서 매일 감당하였던 야근 가운데 특별히 이 질문을 스스로에게 많이 하였던 것 같습니다. 때때로 이 질문에 올바른 답을 찾지 못하여 좌절하였던 시간들도 있었습니다. 그러나 선한 하나님께서는 이런 부족한 목회자를 내버려두지 않으시고 제가 경험하였던 콘텐츠에 대한 고민과 그 결과를 논문을 통해 나누게 하셨습니다. 부족한 저를 통해 이루신 선한 하나님의 뜻에 감사와 영광을 돌립니다.

목회의 자리에서 공부를 할 수 있도록 배려해 주시고 물질적인 도움도 아끼지 않았던 광주양림교회 김현준 위임목사님과 당회에 감사를 드립니다. 부족한 저를 응원해 주시고 기도로 함께해 주신 광주양림교회 모든 성도님들께도 감사드립니다.

깊이 있는 강의와 지도를 통해 이 과정의 의미를 더욱 풍성하게 해주신 조병호 교수님과 레너드 스윗 교수님께 감사를 드립니다. 논문의 시작부터 마지막까지 함께 고민해 주시고, 아낌없는 조언과 지도로 논문의 완성도를 높여 주신 김영래 교수님께도 감사를 드립니다.

언제나 든든한 후원자가 되어 주신 제주도에 계신 부모님과 목회에서 은퇴하신 장모님께도 감사를 드립니다. 무엇보다 당근(?)과 채찍(?)으로 논문을

쓰도록 격려해 준 특별한 사람 이슬에게 감사의 마음을 전합니다. 논문을 쓰느라
시간을 많이 못 보낸 사랑하는 라온이에게도 미안함과 감사의 마음을 전합니다.

2023. 3

이사야

제 1 장

서 론

연구의 목적

요즘 유튜브를 통해서 인문학을 강의하는 온라인 강의를 유행하고 있다. 이런 온라인 강의를 유행하는 이유에 대하여 생각을 해 본다면, 여러 가지 원인을 찾을 수 있을 수 있다. 그 원인 중 하나를 꼽는다면, 각 분야의 전문가들이 자신이 연구한 주제에 대하여 사람들에게 이야기하기 때문에 강의를 듣는 사람에게 있어서는 생소한 분야에 대한 지식을 얻을 수 있다는 장점을 그 원인으로 꼽을 수 있다. 또한 강의를 듣는 사람들은 생소한 분야에 대한 지식을 얻는 동시에 강의를 통하여 새로운 관점으로 나 자신과 인간을 이해할 수 있다는데, 다시 말해 인문학적 경험을 할 수 있다는데 더 큰 매력이 있을 것으로 생각된다. 이런 이유 때문에 현재 우리나라에서는 유튜브 인문학 강의를 유행하고 있다.

이렇게 유행하는 인문학 강의 중에서 본인의 시선을 사로잡은 강의를 있었는데, 바로 『셜록현준』이라는 채널¹을 운영하고 있는 유현준 교수²의

¹ 유튜브 셜록현준의 채널의 주소는 [youtube.com/@Sherlock_HJ](https://www.youtube.com/@Sherlock_HJ) 이다.

² “유현준 교수”를 검색 포털인 네이버에서 검색을 하면, 건축과와 대학교수 그리고 교수 출신 유튜브 버로 소개하고 있다. tvN 방송국의 알쓸신잡2(알아 두면 쓸데없는 신비한 잡학사전)에 출연하며 유명해졌다.

강의이다. 유현준 교수는 이 채널을 통하여서 사람들이 궁금해하는 각 건축물들의 특징을 이야기해준다. 그런데 그의 강의에는 다른 건축 관련 강의자와의 차별점이 존재한다. 다른 건축 관련 강의자들은 건축에 대하여 설명을 할 때, 건축에 사용된 기술인 건축기법에 대하여 설명한다. 그리고 건축이 표현하고자 하는 아름다움을 미학적인 관점에서 설명하는 것에 집중을 한다. 하지만 유교수의 강의는 이런 정보를 전달하는 것에 관심이 있는 것이 아니라, 공간을 통하여 사람들은 어떤 삶을 살아가는 지, 어떻게 살고자 하는지, 그리고 어떤 방향으로 공간을 고쳐 살아가야 더 좋은 삶을 추구할 수 있는지를 이야기한다. 다시 말해서 인간이 삶을 통해 만들어낸 건축을 분석하여, 인간의 삶을 탐구하고, 인간이 나아가야 하는 길에 대한 통찰을 제시한다는 점에서 그의 강의는 특별하다 할 수 있을 것이다.

2019년 11월에 처음 보고가 되고 우리의 삶의 영역과 신앙의 영역에서 꾸준히 영향력을 끼쳤으며 지금도 우리에게 영향을 끼치고 있는 사건이 있다. 바로 “코로나 바이러스 감염증-19(이하 코로나19)”가 촉발하였던 여러 상황들이다. 2020년 초반, 코로나19가 대한민국에 점차 퍼지기 시작하였다. 이 때, 대한민국 정부는 2020년 2월 23일에 코로나19 확산을 막기 위하여 대대적으로 노력을 하였으며 그 노력의 일환으로 사회적 거리두기를 진행한다.³ 정부가 진행한 이 사회적 거리두기 정책으로 인하여 대한민국의 교회 공동체는 정부의 지침과 사회적 분위기로 인해 예배를 드릴 수 없는 초유의 상황을 겪어야만 하였다. 이에 많은 교회들은

³ “코로나바이러스감염증-19/국가별 대응, 대한민국의 의료, 대한민국의 사건사고,” (2023), <https://namu.wiki/w/%EC%BD%94%EB%A1%9C%EB%82%98%EB%B0%94%EC%9D%B4%EB%9F%AC%EC%8A%A4%EA%B0%90%EC%97%BC%EC%A6%9D-19/%EA%B5%AD%EA%B0%80%EB%B3%84%EB%8C%80%EC%9D%91/%EC%95%84%EC%8B%9C%EC%95%84/%EB%8C%80%ED%95%9C%EB%AF%BC%EA%B5%AD> [2023. 2. 13. 최종 접속]

온라인예배에 주목하고 온라인예배를 현 상황을 타결할 대안으로 지목하였다. 그러했기에 각 교회들은 서둘러 온라인을 통하여 예배를 드릴 수 있도록 기자재와 인력 그리고 시스템을 구축하기 위해 노력하였다. 그리고 온라인 예배를 드리기 위한 노력과 더불어, 코로나19 시대, 한국교회의 대안으로 부상한 온라인 예배의 정당성을 확보하기 위하여 노력하였다. 때문에 교회 공동체와 그 유관기관에서 주관하는 학술모임과 논문 그리고 많은 기고의 글에서 신학적인 근거를 만들어 내는 작업들이 이뤄졌다. 2020년부터 지금까지 대한민국 교회공동체의 화두는 말 그대로 코로나19⁴ 이었다.

한편, 동 기간 코로나19가 촉발한 위기를 순교자의 각오로 이겨내야 한다는 교회공동체들 또한 존재하였고 이들은 정부의 시책에 반하여 지속적으로 대면예배를 강행하기도 하였다. 또한, 공동체가 처한 상황 때문에 온라인 예배를 구축할 수 없었던 교회공동체들 역시 대면예배를 계속해서 진행하였다. 이런 상황 속에서 필연적으로 대면예배를 강행하였던 교회공동체 안에서는 산발적으로 코로나19가 집단감염이 되는 사례가 발생하였다. 그런데 이 과정이 언론을 통하여 여과 없이, 혹은 사건에 대한 보도수준이 아니라 더욱 자극적으로 재생산이 되어 전달되는 일들이 발생하게 되었다. 이런 일들 때문에 대한민국사회에서 교회공동체는 갖고 있었던 이미지가 지역사회는 물론 불특정 다수의 사람들에게 실추당하는 상처를 경험하기도 하였다.⁵ 지금까지 살펴본 것과 같이 코로나19는 자의적이든 타의적이든

⁴ 목회데이터연구소, “기독교 통계(178호) - 빅데이터로 본 2022년 한국교회,” (2023),

http://mhdata.or.kr/bbs/board.php?bo_table=gugnae&wr_id=77 [2023. 3. 1. 최종 접속]

⁵ 본인이 섬기고 있는, 1904년 12월 25일 유진벨(배유지) 선교사의 사택 앞에서 200명의 광주시민이 모여 예배를 드린 것에서 시작된 교회로, 광주양림교회는 한국장로교회의 분립의 역사에 따라 기독교장로회, 예수교장로회 통합측, 예수교장로회 합동측으로 분립된 교회이다. 이 세 교회는 같은 교회이름을 사용하지만 세 개로 분립된 교회이다. 코로나19 기간 세 교회 중, 두 개의 교회는 온라인 예배로 전환하였다. 하지만 한 교파의 교회는 대면예배를 고수였다. 이러던 중, 교회 내에서 코로나19 확진자

교회 공동체에게 변화를 요구하였다. 그리고 교회공동체는 이런 시대적인 요구 앞에서 온라인이라는 새로운 방법을 신앙의 영역 안에서 자연스럽게 접하게 되었다.

그리고 시간이 흘러, 우리는 이제 다사다난하였던 이 모든 일들을 보내고 2023년을 살아가고 있다. 지금 교계의 화두는 코로나 19의 다음을 이야기하는 “포스트 코로나⁶” 혹은 포스트 팬데믹이다. 완화된 방역정책이 시행되면서 이전에 급하게 만들었던 온라인 목양 프로그램들을 어떻게 유지할 것인지? 아니면 코로나19 이전에 했던 것처럼 오프라인 모임 회복을 위해 전력을 쏟을 것인지를 각 교회 공동체가 고민하고 있다. 이 고민들의 내용을 잠깐 살펴보면, 한쪽은 온라인 목양 프로그램들을 성도들이 이미 접하였으니, 이전으로 돌아가기 힘들 것이라 예측하면서 오히려 공격적으로 온라인 목양 프로그램을 개발하여 미래세대에 대한 선교를 감당하여야 한다고 주장한다. 반면에 다른 한편에서는 온라인 목양프로그램이 성도들에게 시간과 장소에 있어서 자유를 허락하였고 이 자유가 시간이 지남에 따라 변질되어 교회의 공동체성을 약화시키는 원인으로 지목하였다. 따라서 교회공동체는 온라인 목양 프로그램의 개발을 지양하여야 하며 더욱 더 열심히 오프라인 모임에 힘을 써야 한다고 주장한다. 이런 양극단의 주장 속에서 요즘 주목을 받는 중도적 목양의 입장이 온라인⁷ 목양이다. 온라인 목양이란,

가 발생하였다. 당시 광주지역은 코로나19 확진자가 많지 않았던 초창기 상황이었기 때문에 지역 언론은 물론 중앙의 언론들의 관심이 뜨거웠다. 당시 이 사건을 보도한 대다수의 언론은 직접적인 취재가 없었다. 이들은 인터넷에 검색되는 사진자료를 통해 기사를 만들고 기사를 유포하였다. 따라서 사실관계 확인 없이 주변에 다른 양림교회의 이미지가 사용되게 되었다. 확진자가 나오지 않았던 광주양림교회 두 곳은 이런 기사들에 이미지가 사용되었다는 이유로 전국적으로 협박전화와 항의전화로 교회업무가 마비되는 일이 발생하였다. (2020년 3월 20일) 이후 지역사회 상가에서는 “광주양림교회 교인 출입금지” 라는 뜻말이 등장하기도 하였으며, 교회차량이 지나 갈 때, 위협을 가하거나 민원을 제기하는 사람들도 등장하였다.

⁶ 포스트(post, 이후)와 코로나(코로나 바이러스 감염증-19)의 합성어, 감염증 극복 이후에 다가올 상황을 통칭하는 말로 사용하고 있다.

⁷ On Line + Off Line의 합성어.

온라인 목양과 오프라인 목양 방식을 연계하겠다는 입장이다. 그러나 이렇게 주목을 받는 온라인 목양도 인적자원이 풍부하거나 물질 자원이 뒷받침되는 교회에서 꿈꿔 볼 수 있다는 한계가 존재한다. 이 진입장벽이 존재하기에 많은 교회 공동체들이 온라인 목양의 필요성을 통감하지만 시도를 하지 못하는 실정이다.

서론의 첫 머리에 한 교수님의 건축 강의를 언급하며, 공간을 통하여 사람들은 어떤 삶을 살아가는 지, 어떻게 살고자 하는지, 그리고 어떤 방향으로 공간을 고쳐야 더 좋은 삶을 추구할 수 있는지를 이야기하는 한 교수의 관점이 본인의 시선을 사로잡았다고 언급한바 있다. 코로나19가 한국교회공동체에 던져준 질문인 '포스트 코로나 시대 다시 말해 포스트 팬데믹 시대에 교회공동체는 어떤 방향으로 온라인 목양을 이어갈 것인가?' 라는 질문 또한 앞에 질문과 동일한 관점으로 분석해 볼 수 있다고 생각한다. 코로나19를 통하여 교회 공동체는 어떻게 변화였고 무엇을 추구하고 있는지, 그리고 어떤 방향으로 공동체의 방향성을 고쳐야 더욱 더 만족스러운 결과를 만들어 낼 수 있는지에 대한 관점 말이다. 따라서 효과적이고 실현가능한 온라인 목양을 만들어 가기 위해 온라인 목양 콘텐츠와 오프라인 콘텐츠에 대해서 고민을 하게 되었다. 이런 와중에 우연히 한 책을 접하게 되었다. 『왜 조선 교회는 두 개의 문을 만들었는가?』라는 책이다. 이 책의 내용은 한국교회 선교 초창기에 유교문화의 영향으로 남성과 여성에 대한 보수적인 인식이라는 시대상황을 복음의 현장에서 한국교회가 지혜롭게 적응하고 발전시킨 사례를 이야기한다. 바로 남자와 여자가 따로 출입할 있도록 두 개의 문을 만들고 예배당에 들어와서는 함께 예배를 드릴 수 있도록 배려한 역사적 이야기이다.⁸ 당시

⁸ 최석호, 옥성삼, 『예배당으로 본 한국 교회 100년사-왜 조선 교회는 두 개의 문을 만들었는가?』 (서울: 시루, 2019), 10.

교회는 남녀가 함께 예배 드린다는 세간의 비판을 상쇄하고 복음을 이루고자 노력하였다. 그 노력의 결과가 바로 두 개의 문이었던 것이다. 이 두 개의 문을 당시의 교회들이 만들었을 때 주목할 점이 있다. 그것은 당시의 시대적인 인식대로 남성에게 크고 우월한 출입문을 만들어 주지 않고 똑같은 크기와 모양의 출입문을 두 개 만들었다는 점이다. 교회공동체는 두 개의 문을 통하여 사회적인 상황에 그리고 통념에 순응을 하였지만 동시에 그리스도 안에서 한 형제자매라는 평등의 사상을 포기하지 아니하고 실현했다는 것이다. 이 책을 읽으면서 교회 콘텐츠 개발방향에 대한 해답을 얻은 것 같았다. 한국교회가 코로나19에 직면하여 사회적인 상황과 변화에 순응을 하여야 할 것이다. 방법에 있어서는 순응하고 적응하여야 하겠지만, 평등정신을 포기하지 않았던 초기 한국교회의 모습처럼 그 표현 양식 안에 우리가 바라고 추구해야 하는 것을 반드시 담아야 한다는 것이다.

이처럼 포스트 코로나, 포스트 팬데믹 시대로 불리고 있는 작금의 상황에서 목회의 방향과 방법과 그리고 목회 및 교육 콘텐츠 개발에 대해 고민하는 한국교회에게 근대화시기 한국교회가 보여주었던 두 개의 문 전략은 시대 상황에서 지켜야 할 복음을 전하는 방법을 고민하고 있는 우리에게 깊은 통찰력을 준다.

연구의 의의

따라서 이 연구에서는 온라인 콘텐츠 개발과 오프라인 콘텐츠 개발을 그 옛날 한국교회가 시대 상황에서 복음을 지키기 위해 선택하였던 두 개의 문으로 상징하고 이것을 통하여 한국교회가 새로운 시대에 지켜야 하고 전해야 것이 무엇인지를 생각해 보고자 한다. 그리고 포스트 팬데믹 시대 한국교회의 콘텐츠

개발에 대한 방향성을 광주양림교회의 콘텐츠 개발 사례를 통하여 한국교회에 제언해 보고자 한다. 광주양림교회라는 교회모델이 한국 땅에서 역사가 오래된 교회, 지방 중소도시에 위치한 교회, 800여명의 성도가 출석하고 있는 교회를 상징하는 모델인 만큼 이 연구가 온라인 목양 사역의 불모지라고 불리는 지방의 중형교회에서 어떻게 이뤄갈 수 있는지에 대한 방향성에 있어서 도움이 되었으면 한다. 이 연구가 포스트 팬데믹 시대에 각 지방에서 광주양림교회의 모습처럼 온라인 목양을 꿈꾸는 교회 공동체들에게 건전한 발전 방향을 제시하기를 소망한다.

연구의 범위와 방법

이 연구는 이론적인 접근 외에 광주양림교회에서 콘텐츠를 개발하고 진행해 본 경험으로 연구를 이어가고 있다. 따라서 본 연구는 광주양림교회라는 개별교회의 임상이라는 한계가 존재함을 밝힌다. 또한 코로나19에 대응하는 한국교회의 현황에 관련한 연구와 진단 그리고 대안이기에 때문에 찾을 수 있는 자료의 한계가 명확하게 존재한다. 이 문제에 대하여 시대가 쌓여 학술적인 논문이 축적이 될 되었기 때문이다. 따라서 비교적 최신의 진단들을 확보하고자 얻었던 자료가 신학과 신앙관련 월간지 그리고 설문조사가 주된 자료라는 한계가 있다.

제 II 장

본 론

1. 온라인 콘텐츠의 필요성

1). 상황의 변화 앞에서

①. 뉴노멀의 등장과 매체의 변화

포스트 팬데믹 시대에서 기존 질서는 붕괴되고 있다. 그리고 새로운 시대를 이끌어 갈 새로운 표준인 뉴노멀⁹의 등장할 것이라고 많은 사람들이 이야기한다. 이렇게 회자되고 있는 뉴노멀은 우리나라 사회의 각 분야에 걸쳐 경험되고 있다. 우선 우리 사회에서 노멀이라고 여겼던 기존의 매체가 변화하고 있다. 이 변화의 현상은 지식을 얻는 매체가 활자를 독해하는 영역에서 영상의 영역으로 대체되고 있음으로 알 수 있다. 현재 많은 사람들이 지식을 습득하는 양은 독서나 신문을 통해서 습득하는 양 보다. 유튜브를 통해서 자신들이 원하는 정보를 비교적 짧은 시간에 얻고 소비를 하는 방향으로 치우치고 있다. 이렇게 주목을 받고 있는

⁹ 2008년 금융위기 이후 사용된 말이나, 코로나19에 관련하여서는 포스트 코로나에 적절이 될 표준을 지칭하는 말로 사용하고 있다. 최근 챗GPT 등장 이후에는 이 뉴노멀이 AI 기술과의 공존을 나타내는 단어로 사용되는 경향이 있다.

영상매체 안에서도 변화가 일어나고 있는데, 기존 미디어의 대표적인 공급자였던 TV방송국에서 제작한 30~45분짜리의 완결된 영상 콘텐츠의 소비보다는 3분에서 4분으로 축약한 정보 제공 영상을 선호하고 많이 소비하는 경향이 일어나고 있다. 이런 현상은 영상소비에 대한 연령에도 변화를 불러 일으키고 있다.¹⁰

기존 온라인에서 접할 수 있는 영상 콘텐츠가 젊은 세대의 전유물이라고 생각이 되었다면 이제는 더 어린 연령은 물론이고 고령층에서도 폭 넓게 온라인 콘텐츠에 접근하고 있음을 알 수 있다.¹¹ 이런 상황이다 보니, 기존 독점적인 매체였던 신문사나 방송사는 이제 유튜브나 틱톡 그리고 OTT와 같은 온라인 영상매체 간의 협업을 통하여 생존의 길을 모색하고 있다.

즉 매체의 변화는 기존에 매체를 독점하고 있던 사람으로부터 그 독점권을 빼앗아 새로운 사람들에게 기회를 나눠주고 있는 상황을 만들게 되었다. 이에 따라 새로운 매체에서는 기존의 자금력이나 기술력이 아닌, 매체를 소비하는 소비자들의 니즈(needs)를 파악하고 그들에게 그 얼마나 그 니즈(needs)를 잘 파악하였는지 어필하는 아이디어가 더욱 더 중요하게 되었다.

②. 뉴노멀의 등장과 대면인식에 대한 변화

코로나 인하여 촉발된 또 하나의 뉴노멀은 대면의 문제이다. 사람들은 코로나 19의 확산으로 인하여 대면을 하면서 만남이 이뤄지는 대면상황을 극도로

¹⁰ CBS크리스천 노컷뉴스, “목회&엔 데이터 - 유튜브, 목회 활용방안은?,” (2019), <https://www.youtube.com/watch?v=631fdCvAspE> [2023. 3. 4. 최종 접속]

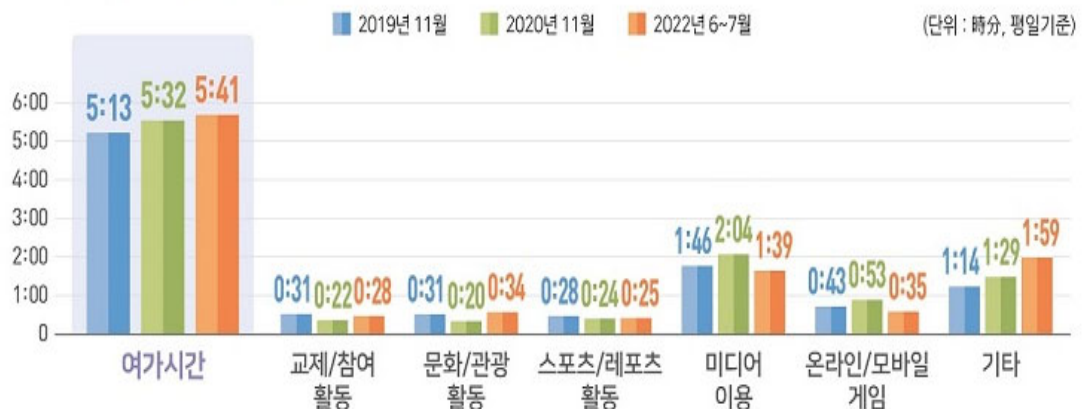
¹¹ 방송통신 위원회, “2022 방송매체 이용행태조사 보고서,” (통계 보고서), 21.

꺼리게 되었다. 이런 현상으로 인하여 식사자리나 회식 등 불필요한 대면문화를 지양하게 되었다. 그리고 이런 현상은 취업난과 같은 다른 사회적 현상과 맞물리면서 대면활동이 허용된 시대에도 스스로 고립을 택하는 사람들을 양산하였다.¹²

하지만, 그럼에도 불구하고 잘 이뤄지는 대면활동들은 언제나 존재하였다. 사람들은 이런 표면적인 현상과 달리 자신이 의미 있다고 생각하는 활동에 대해서는 대면일지라도 강행하는 모습을 보여주곤 하였다. 코로나 19사태와 관련하여서도 사람들이 몰렸던 종교행사, 공원에서 나들이를 즐기고 있는 가족모임과 같은 경우이다. 그리고 대면모임이 가능해진 이후 사람의 삶의 패턴의 변화는 이런 사람들의 성향을 아주 잘 보여주고 있다.¹³

여가 시간

■ 여가 시간은 평균 9분 증가(교제/참여 활동, 문화/관광 활동, 스포츠/레포츠 활동 시간 증가, 미디어 이용, 온라인/모바일 게임 시간 감소)



¹² 이영규, “증가하는 고립청년에…서울시, 1200명의 사회생활 지원,” (2022), https://blog.naver.com/chosun_edu/222695322148 [2023. 3. 3. 최종 접속]

¹³ 서울특별시, “사회적 거리두기 조치 해제 이후 서울시민의 생활시간 변화분석,” (2022), <https://data.seoul.go.kr/dataService/statView.do> [2023. 3. 4. 최종 접속] - 가장 많이 증가한 활동은 회식 및 각종모임, 국내여행, 대중공연 관람, 개인 취미 활동, 스포츠 경기 관람 순이었다.

<그림 1> 거리두기 완화 이후 여가시간의 변화

이런 현상들을 분석해 보면, 결국 사람들은 만남이 제한된 코로나의 상황 속에서 그리고 포스트 팬데믹의 상황에서 대면 만남을 할 때, 그 만남 안에서 얻을 수 있는 실리를 따라 모일 것인지 말 것인지를 결정하는 경향이 있음을 알 수 있다. 팬데믹의 상황에서도 자신에게 종교 활동이 자신의 건강보다 의미가 있는 일이라고 생각이 된다면 더욱 더 열심히 종교활동에 참석하게 되고, 가족과의 시간이 건강보다 의미 있는 일이라고 생각하면 이런 상황 속에서도 가족들과 나들이를 즐긴다는 것이다.

따라서 사람들은 코로나 19사태를 경험하면서 본인에게 정말로 필요한 대면상황이 어떤 것인지를 생각하게 되었고 필요 없는 대면상황은 극단적으로 줄이지만 꼭 필요한 대면 모임은 위험을 감수하고도 참여하는 모습을 보여주게 되었다.

위의 글에서 언급한 상황의 변화와 교회 안의 변화를 통하여 우리에게 촉발된 포스트 팬데믹 현상들은 우리 사회의 구성원들의 삶을 변화시켰음을 알 수 있다. 이 변화를 다시 정리해 보면, 공급자 중심의 매체 공급에서 소비자의 필요(Needs)를 맞춰야 하는 매체의 변화 그리고 할자보다는 영상, 짧은 시간동안 많은 정보를 줄 수 있는 영상에 대한 수요의 변화를 촉발시켰다는 것을 알 수 있었다. 또한 코로나19를 겪으며 매체 뿐 아니라 사람이 사람을 대하는 방식, 만남에 대한 방식과 인식에 있어서도 변화를 끼치게 되었다는 것을 알 수 있었다. 팬데믹 이후 사람들은 만남의 필요성과 만남을 통해 얻을 수 있는 가치에 집중을 하고 있으며 이런 가치 부여가 되지 않을 경우 습관적으로 해 오던 만남을

거부하려는 경향을 보이고 있음을 알 수 있다.

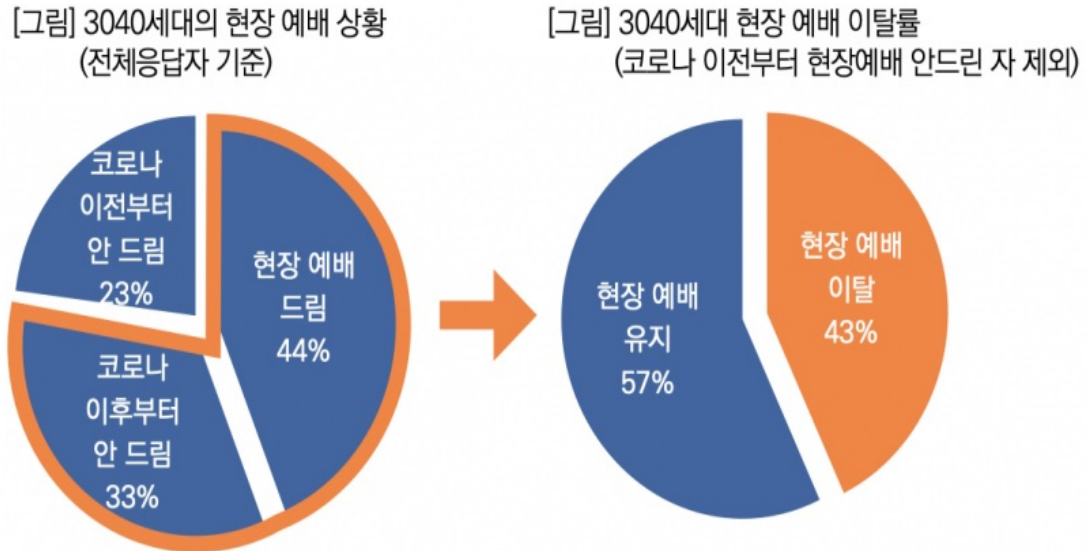
2). 교회 안의 변화

우리는 이런 포스트 코로나 시대 예상되는 사회 뉴노멀 현상들을 살펴보았다. 이런 변화는 과연 사회에서만 벌어지고 있는 일일까? 한국교회 안에서도 많은 변화들이 포착되고 있다.

①. 온라인 예배 송출과 비대면 예배의 등장

코로나 19와 관련한 정부의 거리두기의 지침에 따라 한국의 모든 교회는 잠시 동안 대면예배가 금지된 초유의 사태가 발생하게 되었다. 이에 많은 교회들은 초유의 사태에 대응하게 위해 급하게 방송장비를 갖춰 온라인으로 예배를 송출하는 시스템을 구축하였다. 이렇게 구축된 시스템들은 대면예배 금지가 풀린 다음에도 계속 사용이 되고 있다. 예배실황을 송출하여 가정에서 예배를 드릴 수 있도록 전환이 되었는데, 이로 인하여 상당수의 성도들은 대면모임이 가능해진 이후에도 주일에 가정에서 예배를 드리고 온라인으로 헌금을 하는 문화가 형성되고 있다. 교회 일각에서는 이런 문화가 부정적인 것으로 판단하였고 온라인 예배를 폐쇄하여야 한다는 의견을 피력하기도 하였다. 실제로도 코로나19 이후 시작된 온라인 예배를 한국교회에서 성도들에게 제공하면서부터 대면예배에 대한 참석자 이탈률이 많아졌다.¹⁴

¹⁴ 목회데이터연구소, “기독교 통계(173호)-3040세대 개신교인 신앙의식 조사,” (2022),



<그림 2> 코로나 19 이후 예배 이탈률

이 때문에 이런 현상을 목도한 기존 교회공동체의 구성원들의 온라인 예배 존속과 온라인 예배 자체에 대한 부정적인 여론이 거세지고 있는 것도 사실이다.

②. 이후 온라인 사역에 대한 방향성에 대한 의견대립

코로나19 시기동안 많은 한국의 교회들은 대면인원의 출석수가 코로나19 전 시기보다 급감하였다. 전년 대비 개신교 교회에서는 출석교인의 13%가 종교를 이탈한 것으로 알려져 있다.¹⁵

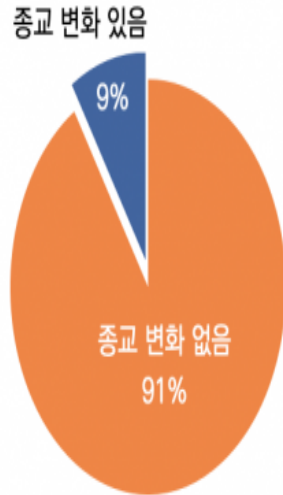
http://mhdata.or.kr/bbs/board.php?bo_table=gugnae&wr_id=76 [2023. 3. 2. 최종 접속]

¹⁵ 목회데이터연구소, “기독교 통계(172호)-기독교인의 기독교 이탈 통계,” (2022),

http://www.mhdata.or.kr/bbs/board.php?bo_table=gugnae&wr_id=74&page=1

[2023. 3. 5. 최종 접속] - ‘종교 변화가 있다’ 응답자의 종교 변화를 살펴보면 1년 전 개신교

[그림] 최근 1년간 종교 변화 여부(%)**



[그림] 최근 1년간 종교 변화 (주요 종교, %)

1년 전 종교	현재 무종교로 변화	현재 타종교로 변화	종교 변화 없음
개신교	12	1	87
불교	9	1	90
천주교	8	1	90

*자료 출처 : 한국리서치 여론속의 여론, 2022년 종교인식조사: 종교인구 현황과 종교활동, 2022.12.14. (전국의 만 18세 이상 남녀 1,000명, 웹조사, 2022.11.25.-11.28)

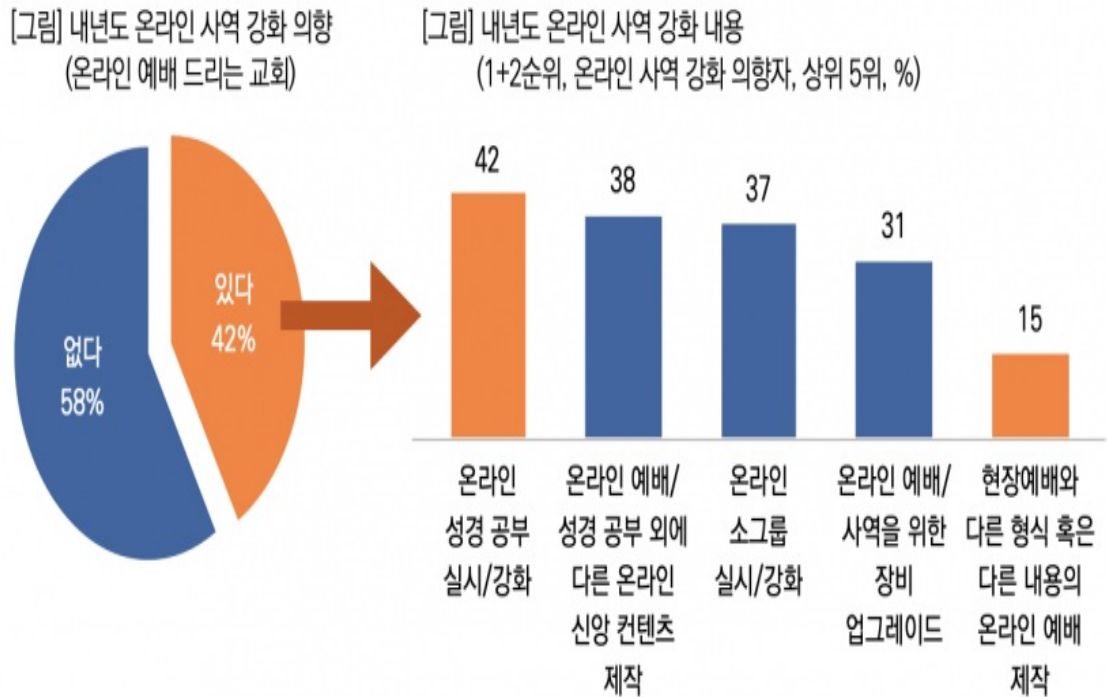
**종교 변화 없음(1년 전과 동일한 종교+1년 전, 지금 모두 종교 없음), 종교 변화 있음(1년 전 믿는 종교 있었으나 현재는 없음+1년 전 믿는 종교 없었으나 현재는 있음+1년 전과 현재 믿는 종교 다름)

<그림 3> 코로나 19 이후 종교 이탈률

따라서 각 교회에서는 교인 수를 코로나 이전으로 회복하는 문제를 당면한 가장 큰 이슈로 생각하게 되었다. 때문에 각 교회에서 교인 수 회복을 위한 대책에 이견이 생기기 시작하였는데, 그것은 온라인 콘텐츠 확보를 통하여 온라인을 통한 교회의 기능을 강화해야 한다는 의견과 대면교회가 약해진 것은 교회의 온라인 사역 때문이니 온라인 사역을 폐지하고 오프라인 사역에 집중해야 한다는 의견이다.¹⁶

(12%), 불교(9%), 천주교(8%)를 믿었던 사람 중 ‘현재는 믿는 종교가 없다’ 로 바뀐 비율, 즉 무종교인이 된 비율이 10명 중 1명꼴이었고, 1년 전 개신교 신자였던 사람 중에서 개신교를 이탈한 경우는 13%로 나타났다.

¹⁶ 목회데이터연구소, “기독교 통계(169호)-한국교회 목회자의 2023년도 목회전망,” (2022), http://www.mhdata.or.kr/bbs/board.php?bo_table=gugnae&wr_id=69 [2023. 3. 4. 최종 접속]



<그림 4> 2023년도 한국교회 목회자 목회방향성

어쩌면 이 과정은 한국교회가 코로나19 교회에서 일어났던 변화를 스스로 정리해 보면서 대책을 마련하고 있는 과정으로 보인다. 때문에 한국교회는 이후, 그러니까 포스트 팬데믹 시대 교회가 나아갈 방향성에 대한 뉴노멀의 정립을 위한 진통을 겪고 있는 것이다. 온라인 예배 송출이 한국교회에 가지고 온 비대면 예배의 문제를 어떻게 해결할 것인가? 그리고 이런 문제를 안고 앞으로의 온라인 사역을 어떻게 이끌어 갈 것인가를 고민하고 있는 것이다. 이것이 이전에는 전혀 생각하지 않았던 문제로 한국교회를 고민하게 만든 코로나19 이후, 교회 안의 변화이다.

③. 올라인 교회(All-line Church)의 등장

한국교회는 이런 상황에서 사회의 기술발전 중, 특별히 통신기술의 발전에 영향을 받아 기존에 제시되었던 교회의 모델 “온라인 교회(Online Church)”와 “메타버스 교회(Metaverse Church)”로의 변화를 꿈꾸었다. 여기서 온라인 교회란, 초창기 전파를 이용한 매체를 통하여 교회공동체를 구성하려 하였으나 시대의 발달에 따라 인터넷이라는 온라인 네트워크를 통하여 교회공동체를 구성하려는 시도를 통칭한다. 온라인 네트워크가 교회의 새로운 사역과 활동의 장으로 구성될 수 있다는 견해를 말하는 것이다. 그리고 메타버스 교회란, 온라인 교회에서 더욱 더 네트워크 기반 기술에 적용된 교회의 형태로 인터넷 공간 안에 눈에 보이고 느낄 수 있는 가상의 공간과 가상의 경험들을 체험하게 할 수 있게 하는 기술을 교회에 접목한 개념이다. 가상의 교회를 가상의 공간에 만들고 VR기기를 통해 가상의 경험을 함께 나누면서 아바타와 같은 부가적인 장치로 감정표현과 행동 같은 좀 더 현실감 있는 의사소통을 할 수 있는 메타버스 프로그램 안에 교회를 구현한다는 것이 메타버스 교회의 요지이다.¹⁷

하지만 이런 두 가지의 대안 모두 한국교회가 코로나19상황과 포스트 팬데믹 상황을 겪으며 대두하였던 온라인 교회에 대한 갈등의 문제와 대면모임의 침체에 대한 확실한 대안을 제시해 주지 못하였다. 그리고 메타버스 교회에 대한 평가 역시, 기독교 진리는 실체성 있는 것인데 어떻게 가상의 경험으로 이것을 담을 수 있는가? 라는 측면에서 온라인 교회를 지지하는 입장에서조차도 엇갈리는 평이 나오고 있다.¹⁸

¹⁷ 이승찬, 『팬데믹 시대의 한국교회 온라인(All-line) 사역 방법론에 대한 연구 - 총신교회 온라인(All-line) 사역을 중심으로』 (박사학위논문, 장신대학교), 56-61

¹⁸ 이진형, “새로운 세계 메타버스, 위기인가 기회인가,” (2021),

이런 단점들을 해결하고 뉴노멀, 새로운 대안으로 등장한 개념이 바로 “올라인 교회(All-line Church)”이다. 올라인 교회는 이 분야를 사역을 선도하였던, 한국의 만나교회가 온라인과 오프라인 사역의 균형점을 찾는 시도들을 통칭하는 개념으로 사용하였다.¹⁹ 하지만 이런 시도들은 인적자원이 풍부한 수도권 지역에 위치하고 재정적으로도 충분한 뒷받침이 될 수 있는 교회에서 가능한 사역이라는 점이라는 명백한 한계가 존재한다. 그리고 또한 선도적인 교회공동체가 만들어 내는 콘텐츠의 종류를 살펴보면 그 한계점이 명확하게 존재한다. 바로 그 콘텐츠를 공급하는 교회공동체들이 가장 많이 생산하는 콘텐츠는 설교 혹은 성경강의에 대한 콘텐츠이지만, 이 콘텐츠를 소비하는 소비자의 필요(Needs)를 보여주는 지표인 조회 수는 찬양 콘텐츠에 몰려 있다는 사실이다.²⁰

<https://www.igoodnews.net/news/articleView.html?idxno=66846> [2023. 3. 5. 최종 접속]

¹⁹ 김병삼 외, 『올라인 교회』 (서울: 두란노, 2021), 23.

²⁰ 목회데이터연구소, “기독교 통계(53호)-한국교회 유튜브 통계- 1억뷰 교회 등장,” (2020), http://www.mhdata.or.kr/bbs/board.php?bo_table=gugnae&wr_id=38&page=3 [2023.3.1. 최종 접속]

[그림] 상위 4위 교회별 최다 누적 조회수 유튜브 콘텐츠(2020년 6월 24일 기준) (백만 뷰)

순위	한성교회		2위		3위		4위	
	구분	조회수	구분	조회수	구분	조회수	구분	조회수
1	찬양	10.90	찬양	1.50	설교	0.61	찬양	1.20
2	찬양	4.00	찬양	0.93	설교	0.48	찬양	1.00
3	찬양	3.40	찬양	0.86	설교	0.47	찬양	0.42
4	찬양	3.30	찬양	0.84	설교	0.42	찬양	0.38
5	찬양	3.00	찬양	0.61	설교	0.26	찬양	0.23
6	찬양	2.90	찬양	0.60	설교	0.25	찬양	0.22
7	찬양	2.40	찬양	0.59	설교	0.24	찬양	0.22
8	찬양	2.30	찬양	0.53	설교	0.24	찬양	0.17
9	찬양	1.90	찬양	0.53	설교	0.22	찬양	0.17
10	찬양	1.90	찬양	0.51	설교	0.22	찬양	0.17

*자료 출처 : <http://socialbnde.com>(주요 교단별 교인 수 1,000명 이상 교회 400여 개 교회 검색)

<그림 5> 유튜브 내 기독교 콘텐츠 중 상위 조회수 분포도

이 지표는 온라인 교회를 지향하는 공동체들이 교육과 성경지식에 대한 전달에 많은 힘을 쏟고 있지만, 그 전달 방법에 있어서 콘텐츠를 소비하는 사람들에게 외면을 받고 있는 모습이라 할 수 있겠다. 사회적 매체의 흐름은 뉴노멀을 향하여 방향전환을 하고 있는데 교회 콘텐츠에 있어서는 이 뉴노멀에 흐름에 따라가 못하는 것으로 볼 수 있다.

3). 변화에 필요한 두 가지 전략 - 두 개의 문

지금까지 논의를 통하여 한국사회와 한국교회가 직면하고 있는 변화에 대하여 살펴보았다. 한국사회는 매체의 변화와 대면모임에 대한 인식 변화가 있었다면, 한국교회에서는 코로나19로 촉발된 온라인교회에 대한 방향성 그리고

교인수의 감소에 따른 위기감이 큰 변화로 다가온 것으로 보인다. 실제로 한국교회의 미래를 예측하는 학자의 견해에 따르면 한국교회는 교인 수에 있어서 이미 쇠퇴기에 접어들었으며, 2030년 대형교회의 부도와 함께 2035년 지방교회는 소멸할 것이라는 암울한 전망을 내 놓고 있다.²¹ 이런 암울한 전망을 타계하기 위해서는 한국교회가 초창기 두 개의 문을 세워 당시의 사람들을 모았던 그 옛날의 전략이 오늘날 우리에게 필요하다. 그렇다면 사람들을 불러 모아 그리스도교의 진수를 나누게 할 도구, 두 개의 문은 무엇이냐 하는가? 이 부분에 많은 이견들이 있겠지만 우리가 전에 살펴보았던 사회와 교회가 직면한 문제를 통하여 우리가 세워야 할 문의 실체를 찾을 수 있는데 그 중 하나는 바로 ‘수요자 중심의 온라인 콘텐츠라는 문’이다. 수요자 중심의 온라인 콘텐츠가 앞으로의 교회공동체 콘텐츠 개발의 대표적이 문이 되는 이유는 무엇인가? 포스트 팬데믹 시대, 사회에서 통용되는 매체들의 변화경향과 방향성이 같기도 하지만 포스트 팬데믹 시대에 있어서 부정적인 교회에 대한 인식²² 속에서 점점 좁아지고 있는 전도와 선교의 자리를 확장 시킬 수 있는 대안이기 때문이다.

현 상황에서 우리가 세워야 하는 두 번째 문은 바로 ‘소그룹의 문’이다. 소그룹의 문이 현 상황에 순응하고 미래를 담보할 수 있는 문이 될 수 있는 이유는 바로 앞서 언급한 모임에 대한 사람들의 인식변화 때문이다. 코로나19를 경험한 사람들은 모임의 의미에 근본적인 물음을 제기하였다. 그동안 사람들이 습관적으로 모임에 참석을 해 왔다면, 포스트 팬데믹 상황에서는 이 모임이 나에게 주는 유익이 무엇인지를 따지고 그 이익에 따라 참석하는 것으로 삶의 방향으로 바뀌었기

²¹ 최윤식, 최현식, 『빅체인지 한국교회』(서울: 생명의말씀사, 2021), 315-336.

²² 최은영, “코로나19 장기화에 교회 신뢰도 급락…76% 신뢰 안 해,” (2021),

<https://www.asiae.co.kr/article/2021013014104406679> [2023. 3. 4. 최종 접속]

때문이다. 따라서 이런 시대에 교회공동체는 각 구성원에게 모임이 참석자에게 주는 유익을 충분히 설명하여야 하는 시대적인 과제를 부여 받았다. 하지만 이런 설명이 설교의 자리 혹은 대그룹이 모여 있는 자리에서 진행이 된다면 이것은 듣고 잊어버리는 짧은 교훈과도 같은 이야기가 된다. 교회공동체가 참석하는 공동체 구성원 한 명 한 명에게 이런 의미를 부여해 주고 목양하는 일은 대그룹을 가지고는 사실 상 불가능 하다. 따라서 소그룹을 통해 이들에게 모임에 대한 의미부여를 하고 이들 한 사람 한 사람을 교회로 불러 모아야 하기 때문이다. 이런 이유로 변화하는 한국교회가 만들어야 하는 두 가지의 문으로 ‘수요자 중심의 온라인 콘텐츠라는 문’ 과 ‘소그룹의 문’ 을 상정하고자 한다. 이제 이 두 가지 문들에 대하여 더 알아보도록 하겠다.

①. 첫 번째 문: 수요자 중심의 온라인 콘텐츠

현재, 매주 약 800여명이 출석하고 있는 광주양림교회의 주일설교 혹은 수요기도회 설교영상은 업로드를 한 후, 일주일 지났을 때 그 조회수가 대략 200회 안팎이 된다. 이 조회수가 의미하는 것은 무엇일까? 많은 교회에서 가장 신경을 쓰며 만들고 업로드 하는 영상 콘텐츠인 설교영상은 교회의 기대와는 달리 기존 성도들에게 그렇게 큰 요구(Needs)가 없다는 것을 의미한다. 그런데 신기하게도 약 3분의 분량에 30~40여명이 모여서 찬양을 하는 찬양대의 영상에는 업로드 후, 일주일이면 150회라는 조회 수가 찍힌다. 설교 영상과 조회 수를 단순 비교하였을 때, 이 숫자는 별 의미가 없는 숫자인 것 같아 보인다. 하지만 설교는 구역모임에 교재로 사용되는 점, 그리고 예배가운데 가운데 비중이 높았던

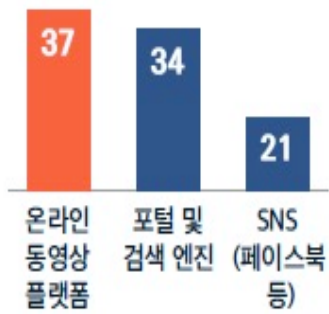
콘텐츠였던 점을 생각해보면 이 찬양대의 영상은 상당히 많은 조회 수를 기록한 것으로 해석된다. 실제로 양림교회 유튜브 채널에서 가장 많은 조회 수를 기록한 영상 또한 찬양영상이다. 사실 목회자들은 영상을 준비하면서 설교영상을 통해 성도들과 홈페이지에 들어온 사람들이 질적으로 양적으로도 은혜를 받기 위하여 영상을 준비한다. 하지만 성도들이 더 원하고 있는 영상은 듣기 쉽고 짧으며 그 내용 안에 신앙적 내용이 들어있는 찬양영상을 원하고 있는 것이다.

이 사례는 우리에게 무엇을 의미하는가? 공급자 중심에서 콘텐츠를 만들고 유통해 왔던 교회의 현실을 적나라하게 말해준다. 실제로 유튜브에 “교회”를 검색해 보면 설교영상, 찬양영상 그리고 뉴스에서 언급된 교회의 영상들이 등장한다. 분명 교회공동체가 세상에 보여 주어야 하는 것이 말씀선포와 찬양의 삶이 포함된다. 하지만 왜 모이는 공동체가 되려고 하는지, 교회가 세상에 다른 것은 무엇인지, 성도들이 신앙생활을 하며 궁금해하는 것에 대한 성경적인 답은 무엇인지에 대한 질문에 답들도 분명 필요할 것이다. 실제로 다음의 통계는 10대 청소년들이 관심이 있거나 흥미 있는 주제를 찾을 때 포털이나 검색 엔진을 사용하는 것이 아니라 동영상 플랫폼을 이용한다는 것을 보여준다.²³

²³ 목회데이터연구소, “다음세대통계 통계(33호)-10대 청소년, 관심/흥미 있는 주제 찾을 때 ‘유튜브 등 온라인 동영상 플랫폼 가장 많이 이용,” (2020),

http://www.mhdata.or.kr/bbs/board.php?bo_table=uses&wr_id=30 [2023. 3. 4. 최종 접속]

[그림] 관심·흥미 있는 주제 있을 때 주 이용 경로(상위 3위) (%)



[그림] 관심·흥미 있는 주제 있을 때 주 이용 경로(학급별 상위 3위) (%)

순위	초등학생	중학생	고등학생
1	온라인 동영상 플랫폼 50%	온라인 동영상 플랫폼 34%	포털 및 검색 엔진 41%
2	포털 및 검색 엔진 30%	SNS 31%	온라인 동영상 플랫폼 28%
3	SNS 8%	포털 및 검색 엔진 29%	SNS 24%

*자료 출처: 한국언론진흥재단, '2019 10대 청소년 미디어 이용 조사, 2020.01.06(전국, 초등학교 4학년~고등학교 3학년 2,363명, 대면면접조사, 2019.07)

<그림 6> 10대 청소년의 지식 습득에 대한 경로

이 사실은 우리에게 무엇을 이야기하는 것일까? 지금 시대의 동영상 콘텐츠는 단순히 흥미나 시간을 때우기 위한 수단을 뛰어넘어 사람들의 다양한 관심에 대한 질문에 답을 해주는 모습으로 변모하고 있음을 보여준다. 예전 텍스트를 통해 지식을 전달하였던 포털의 검색엔진과는 다르게 영상으로 이 모든 질문에 답을 전달하고 있는 것이다. 이것이 수요자 중심의 온라인 콘텐츠의 방향성이다. 수요자의 질문에 답을 하는 것이다.

따라서 교회공동체의 온라인 콘텐츠가 수요자 중심으로 변모해야 한다는 말은 교회공동체가 접근하기 쉬운 콘텐츠를 만드는 것이 아니라 이 세대를 살아가는 사회의 구성원들이 교회공동체에게 궁금한 모든 것에 대답을 하는 것으로 변하는 것에 있다. 구체적인 예를 들자면, 현 유튜브의 과학채널들이 난해한 양자역학이나 천문학의 새로운 가설들을 사람들에게 대중화시키고 있다면 교회공동체의 콘텐츠는 이 문제들을 신앙의 영역에서 어떻게 바라볼 것인가? 에 대한 질문에 답을 해야

한다고 본다. 그 기독교인으로 현 시대가 제기하고 있는 문제에 어떻게 대답을 해야 하는지를 고민하고 대답을 하자는 것이다. 그런데 이 답을 이전에 신학이 해 왔듯이 활자를 통하여 진지하게 방대하게 답하는 것이 아니라 요즘 영상 콘텐츠의 특징인 “흥미”와 “짧은 시간” 안에 답을 해 줘야 하는 것이다. 짧은 시간에 현상에 대한 교회공동체의 대답을 재미를 통해, 진입장벽을 낮춘 콘텐츠라면 스스로 교회 콘텐츠에 찾아오고 교회공동체에 관심을 갖게 되는 선순환이 일어날 것이다.

②. 두 번째 문: 소그룹

한국교회의 목회자들은 소그룹 사역을 중요하게 생각하고 있다.²⁴ 통계에 따르면 2023년도 목회계획 중점강화 사항을 묻는 질문에 응답한 목회자 중, 36%의 목회자들이 소그룹의 강화를 꼽기도 하였다.²⁵ 그렇다면 왜 한국교회의 목회자들은 소그룹을 목회의 중요한 요소로 생각하고 있는 것일까? 클라이드 레이드(Clyde Reid)는 인간관계의 필요성을 이야기하면서 소그룹이야 말로 대그룹이 참여자들에게 제공할 수 없는 사랑과 용납과 정서적인 인간관계를 제공해 준다고 말하였다.²⁶ 소그룹은 대그룹이 줄 수 없는 친밀감을 준다는 것이다.

코로나19는 사람들의 정서에도 많은 영향을 끼쳤다. 코로나19 이후

²⁴ 목회데이터연구소, “기독교통계 통계(156호)-부목사가 보는 한국교회,” (2022),

http://www.mhdata.or.kr/bbs/board.php?bo_table=gugnae&wr_id=66 [2023. 3. 5. 최종 접속]

²⁵ 목회데이터연구소, “기독교통계 통계(169호)-한국교회 목회자의 2023년도 목회 전망,” (2022),

http://www.mhdata.or.kr/bbs/board.php?bo_table=gugnae&wr_id=72 [2023. 3. 4. 최종 접속]

²⁶ Ron Nicholas/신재구 옮김, 『소그룹 운동과 교회성장』 (서울: IVP, 1986), 15, 안재은, 『소그룹 목회를 통한 성장계획 -충신교회를 중심으로-』 (박사학위논문, Fuller Theological Seminary), 6 에서 재인용

‘기분장애’에 관련한 질병코드에서 발병률이 전반적으로 높아졌다.²⁷ 이 원인으로 지목되는 것이 미래에 대한 불확실성과 감염에 대한 사회적 혐오 그리고 관계의 단절이었다. 교회 공동체의 일각에서는 이런 관계의 단절된 사회현상을 파편화된 나노사회로 규정하고 이런 나노사회에서 공동체성을 담보할 유일한 도구가 소그룹이라는 사실을 밝히고 있다.²⁸ 그렇다면 이런 아픔을 겪고 있는 포스트 팬데믹 시대의 한국교회는 어떻게 이 사회를 이끌 수 있겠는가? 바로 소그룹을 통하여 미래의 불확실성에 있는 사람들에게 희망을, 혐오에 시달리는 사람들에게는 사랑을, 관계의 단절을 경험한 사람들에게 관계를 심어 주어야 할 것이다.

소그룹이 줄 수 있는 친밀감을 통하여 그리고 소그룹 나눔을 통해 다시금 삶에서 재생산되는 복음의 가치들을 통하여 병든 사회를 살아가는 사람들을 자유롭게 만들게 되는 것이다.

따라서 소그룹은 포스트 팬데믹 시대 교회 공동체가 모이는 명확한 이유를 소그룹에 속해 있는 사람들에게 심어 줄 수 장점과 동시에 관계를 통하여 교회 공동체가 전하고자 하는 현 시대의 예수그리스도의 복음의 참된 의미를 실현할 수 있다. 이런 이유로 포스트 팬데믹 시대, 교회 공동체의 콘텐츠 개발의 방향성을 상징하는 문의 두 번째는 이 소그룹이 되어야 한다.

2. 지켜야 할 핵심가치

²⁷ 한국과학기술단체총연합회, “코로나 -19 장기화로 인한 정신건강과 사회에 미치는 영향,” (2021), <https://tv.naver.com/v/20072341> [2023. 3. 4. 최종 접속]

²⁸ 이대웅, “파편화된 나노사회, 교회 소그룹은 투 트랙으로,” (2023), <https://www.christiantoday.co.kr/news/352739> [2023. 3. 4. 최종 접속]

지금까지 우리는 코로나19가 촉발한 포스트 팬데믹 시대에 한국교회가 어떤 방향성을 가지고 나아가야 하는지 살펴보았다. 필자는 이 방향성을 한국교회의 초창기 선교모델인 두개의 문을 설치하였던 교회역사를 차용하여, ‘수요자 중심의 콘텐츠 개발의 문’ 과 ‘소그룹의 문’ 을 통하여 한국교회는 포스트 팬데믹의 위기를 극복하여야 한다고 주장하였다. 그러면서 이 문들을 통하여 사람들을 교회공동체 안으로 출입하게 하여야 한다고 말하였다. 그렇다면 여기서 한 가지 질문이 생긴다. 초대 한국교회 공동체가 두개의 문을 통하여 지키고자 하였던 것이 분명히 있었을 것인데, 그렇다면 포스트 팬데믹 시대에 한국교회가 새로운 두개의 문으로 지켜야 하는 것은 무엇인가? 라는 질문이다. 선교 초창기 한국교회는 두개의 문을 통하여 사회적 통념으로부터 복음을 수호하고자 하였고, 복음을 세상에 전달하는 것을 목표로 삼았다. 그렇다면 포스트 팬데믹 시대에 한국교회는 ‘수요자 중심의 콘텐츠 개발의 문’ 과 ‘소그룹의 문’ 을 통하여 무엇을 표현하면서 무엇을 지켜가야 하는지 생각해 보는 시간을 갖도록 하겠다.

1). 교회의 본질

코로나19가 시작되고 온라인 예배가 시작되면서 성도들은 급작스럽게 형태가 달라진 예배를 맞이하였다. 항상 당연하게 여기며 주일이 되면 정한 시간에 교회로 나아가 예배를 드렸던 성도들의 그 당연한 일상이 흔들렸기 때문이다. 한편으로는 흔들린 일상을 자연스럽게 받아들이고 오히려 바뀐 일상의 장점을 발견한 성도들도 있었다. 그러나 또 한편에서는 이전의 예배를 기억하고 추억하며 그리워하는 성도들도 생겼다. 이렇게 코로나19로 촉발된 예배에 대한 일상의 변화는 우리로 하여금 자연스럽게 그 동안 밀어 왔던 공동체에 대한 본질적인 질문에 마주하게

하였다. 공동체에 대한 본질적인 질문은 바로 "교회란 무엇인가?" 라는 질문이다. 나 자신이 신앙생활을 하고 있는 신앙공동체 그리고 지금 온라인으로 혹은 오프라인으로 예배를 드리고 있는 이 예배 공동체는 도대체 무엇이며, 어떤 모습이 올바른 교회공동체의 모습인가? 라는 질문이다.

①. ‘교회’ 의 어원

교회 공동체가 무엇인지 그 본질을 살펴보기 위해서는 먼저 “교회” 라는 단어의 어원을 살펴볼 필요가 있다. 우선 교회라는 단어는 예수님의 부활 이후 생겨난 개념이니 구약성경에서 그 기원을 찾을 수 없을 것이라고 생각 할 수 있을 것이다. 하지만 구약성경에 등장하는 믿음의 공동체가 스스로를 규정하는 단어들을 이미 구약성경에서 사용하였기에 이 단어들이 교회의 본질을 규정하는 단어가 될 수 있겠다. 그래서 믿음의 공동체가 구약성경에서 스스로를 규정하며 사용한 단어를 교회의 어원으로 보고 생각하고자 한다. 이 단어는 히브리어 ‘카알(קָאָל)’ 과 ‘에다(אָדָּא)’ 이다. ‘카알’ 은 ‘부른다.’ 라는 뜻을 갖고 있는 단어이고 ‘에다’ 는 ‘택한다.’ 라는 단어²⁹이다. 결국 구약성경이 이야기하는 교회는 하나님의 부름을 받거나 택함을 입은 사람들의 공동체라는 뜻이 된다. 신약성경에 있어서 교회는 ‘에클레시아(ἐκκλησία)’ 인데 '불러 모으다.' 라는 뜻이다.³⁰ 이 역시 하나님의 부름을 받은 사람들의 공동체라는 뜻이 된다. 신약성경에서 사용되었기 때문에 하나님 대신에 ‘예수 그리스도를 주인으로 고백하는 사람들의

²⁹ 이종성, 『조직신학대계7, 교회론1』 (서울: 대한기독교출판사, 1995), 19-211

³⁰ ‘밖으로 불러 모으다’ 는 뜻. 죄악 세상에서 불러 모아진 성별(聖別)된 자들의 모임, 곧 그리스도를 구세주로 고백하는 성도들의 모임(엡 1:22-23; 히 2:12)을 가리킨다. - 라이프성경사전

공동체’ 라는 뜻으로 구약의 정의보다 더욱 더 구체화 되었다고 볼 수 있다. 한자로 교회는 ‘교’ (敎, 가르칠 교)와 ‘회’ (會, 모임 회)가 합해진 단어이다. 직역을 하면 ‘가르치는 모임’ 이 교회가 되는데, ‘敎’ 가 가르치다 라는 뜻 말고

‘본받다.’, ‘훈련하다.’ 라는 뜻이 있으므로 이 모든 것을 해석해 보면 교회를 더욱 더 풍성하게 해석할 수 있다. 하나님을 사람들에게 가르치는 모임, 하나님의 뜻을 사람들에게 가르치는 모임, 예수 그리스도를 가르치는 모임, 예수 그리스도의 삶을 본받는 자들의 모임, 하나님의 백성으로 훈련을 받는 사람들의 모임 등등이 바로 한자가 말하는 교회의 본 뜻이 된다.

결국 우리가 교회의 어원을 통해 정의해 보면, 어떤 언어로 교회를 규정하여도 변하지 않는 한 가지가 있음을 알 수 있다. 교회는 ‘모임’ 이라는 것이다. 모임은 무엇을 말하는가? 둘 이상의 사람들이 모인 공동체이다. 하나님의 부르심을 받은 사람들의 공동체가 바로 교회인 것이다.

②. ‘교회’ 의 신학적 의미

우리는 교회의 어원을 통하여 교회가 부름 받은 자들의 공동체라는 사실을 다시금 알게 되었다. 결국 교회가 교회되게 하는 중요한 행위는 바로 모이는 것에 있다. 그렇다면 하나님의 백성이 모이는 것으로 교회의 사명을 다 했다고 할 수 있을까? 교회라는 용어가 정의하지 못한 교회가 무엇인지에 대한 부분을 교회역사에서 많은 신학자들이 부연설명을 해 주고 있다. 한스 쾅은 종교개혁자들이 주창한 교회의 본질은 예배와 같은 예전에 방점이 있는 것이 아니라 하나님의 말씀이 올바르게 선포되고 성찬, 성례전이 잘 이루어지는 것이 참된 교회라고

주장하였음을 설명하였다.³¹ 종교개혁자들은 예전과 더불어 말씀 그리고 성례전을 교회가 해야 하는 주요한 기능이라고 설명하고 있는 것이다. 교회의 종교적인 기능, 그 사명에 대하여 이야기한 것이다. 종교개혁자 중 칼뱅은 교회의 목적을 부름 받은 자들이 하나님의 부르심에 응하기 위한 것으로 보았기 때문에 교회는 성도가 성화를 이루는데 필요한 도움을 제공하는 곳 이어야 한다고 생각하였다. 또한 교회는 하나님의 나라 그 자체를 모사하여 형질이 같은 공동체는 아니지만, 하나님의 나라를 목표로 삼고 있고 하나님의 나라를 인간의 삶가운데 만들어 가기 위한 중요한 도구로 보았다.³² 따라서 교회공동체는 이런 신앙적이고 종교적인 순수성을 지키기 위해 노력해야 하는 공동체이다. 위르겐 몰트만은 종교적인 기능이 아닌 다른 측면에서 교회 공동체의 특수성을 이야기하였다. 바로 교회는 역사 안에 존재하지만 그리스도의 부활이라는 특별함 안에서 보증되는 공동체라는 사실이다.³³ 따라서 교회 공동체는 현재를 살고 있는 역사 안에 공동체이지만 예수그리스도의 부활이라는 선형적인 체험과 보증 때문에 하나님의 희망 안에 거하는 공동체 라는 것이다. 따라서 교회는 이런 특수한 자기 이해를 통해, 특수성에 알맞은 사명을 감당하여야 한다.

그렇다면 이렇게 교회가 종교적인 사명 기독교의 진리의 순수성을 지키고 감당한 것으로 교회의 모든 사명을 다 감당했다고 볼 수 있을까? 이 질문에 네덜란드 선교 신학자였던 호켄다이크(J.C. Hoekendijk)는 그의 저서, 『흠어지는

³¹한스캅, 정지련 역, 『교회』(서울: 한들출판사, 2007), 이정희, 『온라인 예배와 교회 변화에 대한 신학적 연구-김교신의 '무교회주의'의 적용을 중심으로』(신학사상 191호, 2020), 471 에서 재인용.

³² 최윤배, 『칼뱅신학 입문』(서울: 장로회신학대학출판부, 2012), 379-383.

³³ 위르겐 몰트만, 박봉량 외 4인 옮김, 『성령의 능력 안에 있는 교회』(서울: 한국신학연구소, 2007), 291.

교회』에서 교회공동체의 사회참여를 이야기하였다. 올바른 교회공동체란, 교회공동체에서 사명을 부여 받은 성도들이 다시 사회로 나아가서 하나님의 방식을 삶속에서 마주하는 사람들에게 가르쳐야 한다고 주장한 것이다. 교회와 사회와의 관계에 대한 이런 고찰은 이후 많은 신학자들이 설명하였던 교회에 대한 설명에서 잘 들어 나고 구체화되고 있다. 존 스토틀트는 교회와 사회의 관계에 대하여 더욱 구체적으로 이야기하고 있는데 교회는 변화하는 세상 속에서 비전, 근면, 인내 등 선한 이웃으로 섬김의 리더십을 발휘해야 한다고 교회의 책무를 이야기하였다.³⁴

여기까지 신학적 논의를 이어가다 보면, 교회를 정의하는 신학의 담론에 있어서 크게 두 가지의 주된 부류가 있음을 알 수 있다. 하나는 교회 본연의 종교적인 임무나 교회가 갖고 있는 특수성에 관심을 두고 교회의 순수성을 지키고 강화해야 한다는 입장과 다른 하나는 교회공동체와 사회의 관계를 연결하여 생각하는 입장이다. 교회공동체의 순수성과 관계성에 대한 관심의 비중에 따라 신학적인 논의의 입장에 나뉘고 있는 것이다. 이런 양극단의 담론에서 무엇을 택해야 하는지 고민이 되지 않을 수 없는데, 이 부분에 대하여 볼프하르트 판넨베르크의 신학에 대한 견해는 우리에게 포괄적인 시각을 허락한다.

“신학은 세계와 인간에 대해서 다루고, 또한 하나님에 대한 언급을 인간과 세계의 현실성에 대한 전체 이해와 연관시킬 때만 하나님과 그의 계시에 대해서 정확하게 말할 수 있다.”³⁵

³⁴ 존 스토틀트, 정옥배 옮김, 제4판 『현대사회 문제와 그리스도인의 책임』 (서울: IVP, 2006), 551-569.

³⁵ 볼프하르트 판넨베르크/정용섭 옮김, 『신학과 철학』 (서울: 한들출판사, 2010), 435.

따라서 하나님의 계시에 입각한 교회공동체란 종교적 · 신앙적 순수성을 갖고 지켜 나가야 하지만 인간과 세계의 현실성에 대한 이해 그리고 그 이해를 통한 교회공동체의 대답이 있어야 하는 것이다. 그렇다면 교회공동체는 간직하면서 동시에 세상에 전달해야 하는 것은 무엇일까? 이 물음에 디트리히 본 회퍼의 이야기가 해답에 대한 단초가 된다.

“첫째, 그리스도인은 예수 그리스도 때문에 다른 사람을 필요로 한다. 둘째, 그리스도인은 오직 예수 그리스도를 통해서만 다른 사람에게 나아 갈 수 있다. 셋째, 우리는 예수 그리스도 안에서 영원으로부터 택함을 받았고 시간 안에서 받아들여졌으며 영원히 하나가 되었다.”³⁶

바로 교회공동체의 특수성이자 순수성이며, 사회와 관계를 맺고 전달해야 하는 것은 바로 예수 그리스도이다. 예수 그리스도를 통해 변화한 모습이며, 예수 그리스도 때문에 꾸는 꿈인 것이다. 그렇다면 예수 그리스도 때문에 꾸는 꿈 이자 전달해야 하는 예수 그리스도를 포괄하는 하는 단어는 무엇일까? 교회 공동체가 교회 공동체이기 때문에 전달해야 하는 것 바로 ‘복음’이다. 교회는 이 복음을 전달하는 공동체이다. 따라서 교회 공동체가 반드시 간직해야 하는 것은 바로 복음 전달의 책무이다. 이 복음의 전달은 복음의 외연에 있어서도 확장된 복음이 전달되어야 할 것이다. 이 사례에 대해서는 이미 성경에서 언급되었다. 복음은 신약시대 사도바울에 이르러 선민에서 이방인으로 이스라엘에서 땅끝으로 대상과 장소에 있어서 외

³⁶ 본회퍼/손규태 옮김, 『디트리히 본회퍼 선집 신도의 공동생활 성서의 기도서』 (서울: 대한기독교서회, 2010), 25.

연의 확장을 이루었기 때문이다.³⁷

2). 복음의 의미: 체험과 재생산

우리는 지금까지의 논의를 통하여 어원을 통해 ‘교회’란 모이는 공동체라는 사실을 알게 되었다. 또 신학적인 여러 담론을 통하여 교회는 교회가 간직해야 하는 독특성이 있는 데 그것은 바로 예수 그리스도를 전달하는 것, 바로 복음을 전달하고 발전시키는 사명을 갖고 있는 공동체라는 것을 알게 되었다. 그렇다면 여기서 우리는 또 다른 한 가지의 질문에 봉착하게 된다. 예수 그리스도의 사건은 몇 옛날 역사적으로 벌어진 사건일 뿐이고, 각 개인에게 있어서 회심 또한 복음을 인격적으로 받아들이는 순간 벌어지는 일인데, 교회 공동체가 인류 역사에서 교회 공동체를 유지해 오던 오랜 시간 동안 이 사건에만 관심을 가져야 하며 똑 같은 신앙고백을 매주 되풀이하는 것이 무슨 의미인가? 라는 질문이다. 확실히 이 질문은 묘한 설득력이 있다. 과거에 역사 안에 존재하였다가 돌이 된 화석은 화석을 연구하는 학자에게만 의미 있는 연구자료 일 뿐이지, 오늘을 살아가는 대다수의 사람들에게는 한 낮 돌에 불과하기 때문이다.

① . 복음의 역동성

복음을 과거에 사건으로 보고 교회공동체는 이 과거의 사건을 단순하게 다시 재생하는 공동체라는 견해에 많은 신학자들은 이견을 제시한다. 칼 바르트는 61년과

³⁷ 조병호, 『통 성경 길라잡이』 (서울: 통독원, 2012), 315.

62년에 바젤 대학교에서 강의하였던 강의에서 하나님께서는 복음의 사건에 간섭 계신 분이 아니라, 하나님께서는 끊임없이 인간 실존에 관여하고 계시고 삶을 살아가는 인간에게 신앙을 불러 일으키시며 신앙인을 성장시킨다. 라고 이야기하였다.³⁸ 그의 견해에 의하면 하나님께서는 역사적 한 시점에 간섭 있는 분이 아니라 현재와 미래에도 사람의 삶에 관여하시면서 신앙인을 성장시키는 존재하는 것이다. 판넨베르크 또한 하나님에 대한 정의를 모든 것을 규정하는 현실로 정의하면서 하나님께서는 예수 그리스도 안에서 인간과 함께 하시기 때문에 시간과 공간을 초월한다고 하여도, 이 하나님에 대하여 질문을 한다면 누구나 하나님을 현실의 힘으로 인격적인 존재로 경험할 수 있다고 주장하였다.³⁹ 이 주장들에 따르면 우리가 신앙하고 있는 하나님은 시간과 공간을 초월하여 인간의 삶에 관여하시는 분이라는 사실을 알 수 있다. 따라서 그 하나님의 뜻과 계획 가운데 벌어진 복음의 사건과 복음의 내용을 과거의 화석으로 우리에게 재생되고 전승되는 것이 아니라 시공을 초월하시는 하나님에 의하여 끊임이 없이 재 창조되면서 우리를 성장시킨다는 것을 알 수 있다. 복음은 시공을 초월하여 하나님의 뜻을 묻는 자에게 그의 삶에서 하나님의 삶을 규정하고 이끄는 역동적인 삶의 가이드가 되는 것이다. 복음은 예수님의 죽음으로 끝나는 것이 아니라 예수님의 삶을 말과 행동으로 증언하는 사람들을 통해 더욱 힘이 있게 다시 일어난 것이 때문이다.⁴⁰

② . 복음의 재생산

³⁸ 칼바르트/이형기 옮김, 『복음주의 신학입문』(서울: 크리스찬다이제스트, 2003), 29.

³⁹ 최성수, 『볼프하르트 판넨베르크 신학연구』(서울: 한국학술정보㈜, 2007), 63-66.

⁴⁰ 조병호, 『통 성경 길라잡이』(서울: 통독원, 2012), 302.

위의 글에서 우리는 복음이 역동성을 어떻게 갖게 되는지, 그리고 역동성을 갖는 복음은 어떤 의미를 갖게 되는지 알게 되었다. 따라서 교회 공동체는 인류의 역사에서 발생하였던 예수님의 탄생과 사역, 죽음과 부활이라는 사건의 총체인 복음을 끊임없이 재생산하여야 한다. 여기서 재생산이라는 말의 의미는 현대인에게도 이 내용이 진부한 옛 이야기가 아니라 역동성을 갖고 있는 이야기로 나의 삶과 연관이 있는 일이 되도록 만드는 일을 의미한다. 본질과 의미에 있어서는 철저히 보존하되 형태와 방법에 있어서는 끊임없이 재창조되어야 함을 말하는 것이다. 그렇다면 복음의 재생산의 방향성은 어떻게 잡아야 할 것인가? 리차드 니버는 그의 저서 “그리스도교와 문화”에서 예수 그리스도는 창조주 하나님과 동떨어진 분이 아시라는 사실과 창조주 하나님 또한 인간의 삶을 살고 있었던 예수그리스도와 동떨어진 분이 아니시라는 사실을 근거로 기독교 신앙이 문화의 여러가지 방향으로 재생산될 수 있음을 이야기하였다.⁴¹ 니버가 문화라는 재창조의 방향성을 우리에게 제시해 주었다면 슈바이처는 그의 저서 “문화의 윤리”에서 관계에 대하여 이야기한다.

신비의 체험, 즉 존재의 현상과 내가 관계를 맺은 체험을 통해서만 나의 존재는 무한한 존재와 교류하게 된다. 존재와 관계 맺기를 통한 '가까움'이 나로 하여금 존재에 대한 긍정과 존재의 생명에 대한 외경을 품게 된다.

나는 생명이다.

나는 살려고 하는 의지를 가진 생명이다.

나는 살려고 하는 생명 가운데 있는 살려고 하는 생명이다.

⁴¹ 리차드 니버/김재준 옮김, 『그리스도교와 문화』(서울: 대한기독교서회, 1958), 152.

⇒ 그러므로 나는 나 외의 존재/생명체의 생의 의지를 존중하여야
한다.

⇒ 따라서 모든 것은 관계 안에서 형성되어야 한다.⁴²

위의 논의를 통하여 우리는 역동성을 갖춘 복음을 문화라는 도구와 관계성 측면에서 접근하며 재생산하여야 한다는 사실을 알 수 있었다. 그렇다면 교회공동체 안에서 이 복음은 어떤 식으로 표현되어야 하는 것일까? 존 스토틀은 세상을 하나님께서 자신을 닮은 존재들이 사는 세상으로 만들었으니, 그리스도의 복음을 전해 받은 사람들은 다시 세상으로 나아가 살고, 사랑하고, 증거하고, 섬기고, 그리스도를 위해 고난을 받고 죽어야 한다고 이야기한다.⁴³ 교회공동체의 구성원이 교회공동체에서 복음의 역동성을 체험하였다면, 그것이 교회 공동체 안에서 끝나면 안되고 세상에 표현이 되어야 함을 이야기하고 있는 것이다. 이 표현의 방법이 문화의 방법이든지 관계의 방법이든지 세상에 표현이 되어야 하며, 이 표현으로 세상을 변화시키고 세상의 구성원으로 서의 책임을 감당하는 역할까지 감당하여야 함을 말해 주고 있다. 하나님의 공동체의 구성원들은 예수그리스도의 복음을 통하여 새로운 존재로 부름을 받은 사람들이기 때문에 지금까지의 삶의 양식을 청산하고 새로운 역사와 새로운 세상 동참하여 새로운 삶을 만들어 내야 하는 존재이기 때문이다.⁴⁴

따라서 복음의 재생산의 올바른 방향성이란, 문화와 관계성과 같은 형태로 사람들에게 끊임없이 전달되어야 하는데 그 핵심의 요지는 바로 역동성을 갖고 있는

⁴² 강영성, 『기획특집, ‘언택트 시대의 문명과 교회의 전환’ “코로나 19 이후 문명과 사회 생태적 전환과 신학의 과제”』(세계와 선교 제234호), 34-35. 에서 재인용

⁴³ 존 스토틀/정옥배 옮김, 『현대사회 문제와 그리스도인의 책임』(서울: IVP, 2005), 51.

⁴⁴ 김희성, 『아직도 교회 다니십니까』(서울: 대한기독교서회, 2015), 157.

복음이 교회공동체에서 끝나지 않게 하는 것에 있다 하겠다. 역동성을 갖고 있는 복음이 교회공동체를 넘어서 개인의 삶을 변화시키고 개인의 변화를 통하여 세상을 변화시킬 수 있도록 복음은 그 본질을 지키며 형태적으로 끊임없이 변화하는 재생산의 과정을 겪어야 하는 것이다. 이 과정을 포스트 팬데믹 시대를 살아가고 있는 한국교회에게 귀중한 깨달음을 준다. 이 어려움의 시기 한국교회가 교인수의 감소와 외적인 감소세에 전전긍긍하며 이것에 대한 대안을 만들어 갈 것이 아니라 교회의 본질 모이는 공동체와 복음을 전하는 공동체의 사명을 잘 감당하기 위해 먼저 노력해야 할 것이다. 그리고 복음 전달에 있어 단순한 지식적인 복음전달이 아니라 사람들의 삶과 문화 안에서 어떻게 사회적 책임감을 갖춘 변화하는 존재로 살게 할 것인지에 대한 고민이 우선되어야 함을 지적한다.

3. 콘텐츠 개발 사례연구(광주양림교회의 사례를 중심으로)

우리는 지금까지의 논의를 통하여 한국교회가 포스트 팬데믹 시대에 지키고 발전시켜야 할 것이 무엇인지 살펴보았다. 한국교회가 지켜야 할 것은 교회가 친교모임이 아닌 하나님을 믿는 사람들의 모임이라는 특유의 공동체성을 지켜야 한다. 또한 우리는 복음을 계속해서 지켜내야 한다. 우리가 믿는 복음이라는 것이 과거에서 전해진 화석화 된 유물이 아니라 현 시대를 살아가는 사람들에게 끊임 없이 전달되어야 한다. 그리고 끊임 없이 복음이 재생산되어 역동성을 갖고 있는 것이라는 것을 현 시대의 사람들에게 전달되어야 한다. 한국교회가 선교 초창기에 모이고 전하기 위해 두 개의 문을 설치한 역사가 있는 것처럼 현 시대에도 모이고 전하는 공동체, 끊임없는 복음의 체험과 재생산을 위한 공동체를 지향하기 위해

수요자 중심의 온라인 콘텐츠라는 출입문과 소그룹이라는 출입문을 세워야 한다. 이 문을 통하여서 사람들에게 교회라는 공동체의 진입장벽을 낮춰야 하며 계속해서 그들을 초대하여야 한다.

지금까지 이론적인 접근을 해 보았다. 지금까지의 논의가 현실 속에는 어떤 시도로 나타나는 임상 사례를 광주양림교회의 사례를 통하여 제시해 보고자 한다. 이 사례의 연구는 광주양림교회가 어떤 방향성을 가지고 두 개의 문을 만드는 계획을 수립하였으며 이 일들이 어떤 방식으로 진행되었는지를 실례를 통해 알려준다. 구체적으로 어떤 콘텐츠들이 개발되어 광주양림교회에 어떤 영향을 끼치게 되었는지를 알 수 있다. 그리고 현장에서 콘텐츠를 개발하고 소그룹을 강화시키기 위해 노력한 사람으로 느끼는 한계와 새로운 방향성에 대한 제언을 해보고자 한다.

1). 상황인식

광주양림교회는 2019년 6월 30일 제17대 담임목사의 부임으로 새로운 변화를 맞게 되었다. 교회에 새롭게 부임한 17대 담임목사는 미디어 사역에 대하여 비전이 있었다. 그래서 부임 후 기자재와 스튜디오를 마련하기 위해 노력하였고 교회 본당 리모델링을 통해 전면에 LED 스크린 설치를 하였으며 교회 자투리 공간에 작은 스튜디오를 마련하였다.⁴⁵ 당시에는 온라인 사역에 방점이 있었기 보다는 미디어 사역을 통해 성도들을 교육하는데 방점이 있었다. 하지만 이런 상황가운데

⁴⁵광주양림교회, “양림스튜디오 소개(1편),” (2022), <https://youtu.be/56K0zhoVrxo> [2023. 3. 9 최종 접속]

코로나19가 광주지역에 확산되었고 본 교회도 선제적으로 비대면 예배를 드리는 것으로 결정하였다. 이 결정이 되었을 때만 하여도 2주 정도의 비대면 예배를 드린 이후 대면예배로의 복귀를 예상하였지만, 이후 정부의 거리두기 정책으로 인하여 온라인 예배만 기약 없이 드리는 상황이 발생하였다.

①. 앞으로의 방향성에 대한 나눔

이런 상황 앞에서 17대 담임목사는 코로나19가 광주양림교회 교회사역에 있어서 어떤 변화를 주게 될 것인지에 대한 자유토론회를 주최하였다. 처음에는 코로나19로 인한 현실에 대한 인식에 대한 내용을 나누었다. 교인들의 감소세를 우려하였고 온라인 예배가 이 감소세를 더 가속화 시킬 것이라는 데 의견을 모았다. 하지만 이런 현실을 타계하기 위해서 선택할 수 있는 방법은 역설적이게도 온라인 콘텐츠와 더불어 소모임이라는 사실에 동의하였다. 이 토론회에서 광주양림교회 부목회자들이 입을 모아 이야기 한 내용을 정리하면 다음과 같다.

- ㉠. 우리의 사역(온라인과 오프라인)의 목적을 분명하게 하여야 한다.
- ㉡. 교회 구성원간 정서적 유대감을 강화 시켜야 한다.
- ㉢. 모든 사역에 흥미가 있어야 한다.
- ㉣. 교회와 삶의 자리가 분리되지 않게 연결할 수 있는 수단이 필요하다.

㉔. 온라인은 콘텐츠는 현 상황에 대한 단순한 대안이 아니라 새로운 시대의 효과적인 선교적 전략이다.

㉕. 다각화된 미디어를 활용하여야 한다.

㉑. 새로운 스튜디오 확보계획

부목회자들의 회의를 통해 광주양림교회 사역에 대한 방향성을 타진한 이후 다양한 콘텐츠들을 제작하기 위해 노력하였다. 하지만 다양한 콘텐츠를 제작하기에는 기존 스튜디오의 여건에 대한 한계들을 느끼게 되었다. 협소한 공간에서 할 수 있는 제작할 수 있는 프로그램의 한계, 늘어나는 미디어 장비 때문에 일어나는 크고 작은 방송사고 및 안전사고들이다. 그런데 때 마침 코로나19로 교구사역과 다른 교회사역이 멈추면서 재정적인 여유가 발생하였고 당회의 적극적인 협력으로 새로운 스튜디오를 확보할 계획을 가지게 되었다.⁴⁶ 이런 계획에 따라 광주양림교회는 새로운 조직을 통하여 체계적인 온라인 미디어 사역을 구축하자고 하였다. 그래서 새로운 조직을 구상하였는데 그 조직이 바로 ‘양림온국’이다.

2). 콘텐츠 개발 방향성 - ‘양림ON’⁴⁷

⁴⁶ 광주양림교회, “양림스튜디오 소개(2편),” <https://youtu.be/IKgokBIobGs> [2023. 3. 9 최종 접속]

⁴⁷ 2023년에 광주양림교회가 국체제에서 위원회 체제로 바뀌면서 미디어 사역 위원회로 개편되었다.

‘양림온’이라는 말을 접하게 되면, 광주양림교회에서 온라인 사역을 담당하는 기관이 때문에 양림온이라는 이름이겠구나? 라고 생각을 할 것이다. 그런데 이 명칭은 단순하게 이런 뜻만 갖고 있는 것이 아니다. 광주양림교회의 콘텐츠를 앞으로 어떻게 개발할 것인지에 대한 방향성을 담고 있는 개념이다. 광주양림교회가 어떤 생각을 가지고 콘텐츠 개발에 접근했는지 살펴보도록 하겠다.



<그림 7> 양림온 개념도

①. 兩(두 양)

먼저 양림온의 양은 한자로 살펴보면 많은 뜻의 글자들을 찾을 수 있게지만, 숫자 2를 나타내는 ‘두 양’이라는 글자가 있다. 이 두 가지는 처음에 온라인과 오프라인 두가지의 방법을 통해 교회를 세운다. 라는 의미로 채택하였다.

하지만 프로그램을 개발하는 과정에서 이 두 가지의 개념은 계속해서 변해 갔다. 대그룹과 소그룹, 예배와 모임, 즐거움과 의미 등등의 개념이 계속해서 추가되었다. 따라서 계속해서 추가되는 두 양의 개념을 포괄하는 개념이 필요하게 되었는데 이것이 이 연구의 초기에 제시한 두 개의 문 수요자 중심의 온라인 콘텐츠의 문과 소그룹의 문이다.

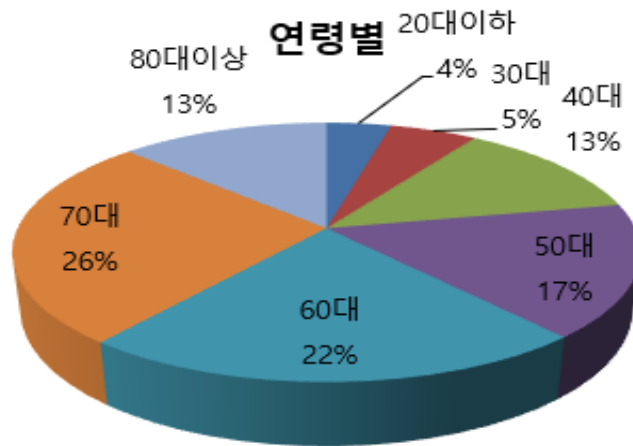
②. 量(헤아릴 양)

두 번째 양의 개념은 바로 ‘헤아리다.’이다. 코로나19와 포스트 팬데믹 시대의 광주양림교회 사역을 고민함에 있어서 무엇을 헤아려야 하는지 많은 고민이 있었다. 그것은 바로 필요(Needs)였다. 성도들이 콘텐츠를 통하여 무엇을 원하고 있는지, 유튜브나 교회 홈페이지를 통하여 이 콘텐츠를 접하게 될 사람들이 무엇을 원하고 있는지에 대하여 헤아림이 필요한 할 것이라 여겨졌다. 따라서 이 헤아림은 수요자 중심의 방향성에 대한 구체화된 모습이라 할 수 있겠다. 이런 헤아림의 대한 노력으로 기독교인으로서 사회적인 이슈와 현상에 어떤 답을 해야 하는 하는지에 대한 방향성의 제와 하루하루 성도로서 어떻게 살아야 하는지 그리고 혼자 읽기 힘든 성경을 좀 더 쉽게 읽을 수 있을지에 대한 고민들을 성도들과 함께 나누는 프로그램들이 기획되었다.

③. 養(기를 양)

세 번째 양의 개념은 바로 ‘기르다.’이다. 광주양림교회의 성도의 구성은

노령화가 아주 심각하게 진행된 상황이다. - 광주양림교회 당회가 파악한
내부문건(2022년 자료)에 의하면, 예배에 출석하는 연령분포는 다음과 같다.



- 세대별 예배출석은 70대>60대>50대>80대>40대>30대>20대순
- 50대 이상이 78%로 10명중 8명의 비중을 차지
- 20~40대는 22%로 심각한 수준임
- 현 상태가 지속될 경우 10년후 20~40대가 10%이하로 추정
- 30~40세대 회복을 위한 특단의 대책이 필요함

<그림 8> 2022년 광주양림교회 성도 구성 분포도

위와 같은 사실로 볼 때, 광주양림교회의 미래사역은 은퇴자들에 케어하고 새로운 세대가 교회에 잘 정착할 수 있도록 이끌 수 있는 중 장년 40~50대의 역할일 크다고 할 수 있다. 따라서 교회의 상황에 맞춰 40~50대의 일꾼을 기르는 사역에 집중해야 함을 깨닫고 이런 방향성을 잡게 되었다.

④. 陽(밝을 양)

네 번째 양의 개념은 바로 “밝다.”이다. 햇빛이 잘 들어 생명이 움트는 땅을 양지(陽地)라고 하듯이 교회공동체에게 있어서 양지라 함은 복음에 입각한 기독교적 세계관을 통해 전인적인 그리스도인을 잘 길러 낼 수 있는 토양을 의미한다. 따라서 이 양의 개념은 광주양림교회의 사역이 단순한 복음의 전달자의 효과적인 도구의 수준을 넘어서 이 시대를 살아가는 사람들이 기독교적 세계관을 가지고 세상의 도전에 이겨 나갈 수 있는 토대를 제공하는데 있다 하겠다. 따라서 성경적인 내용 전달에만 얽매이는 것이 아니라 삶의 여러 가지 질문에 답을 고민하는 사역방향을 의미한다.

지금까지 ‘양’ 두 개의 문으로 성도들과 사람들의 마음을 헤아리고 일꾼을 기르고 신앙적 양지를 만들어 가겠다는 양림온의 목표를 살펴보았다. 그렇다면 이 목표를 향해 나아가면 어떤 결과가 이뤄지는지 궁금해질 것이다. 이 목표를 향해 나아가면 얻을 수 있는 결과들에 대한 논의는 ‘양림온’의 다음 글자 ‘림’에 담아 보았다.

⑤. 林(수풀 림)

‘양’이란 사역 목표를 향해 나아갔을 때 예상되는 결과는 건강한 ‘숲’이다. 숲은 자세히 들여다보면 하나의 나무가 모여서 이룬 공동체이다. 그러나 이 숲은 한 그루의 나무로는 도저히 생각하지 못하였던 일들을 해낸다.

건강한 숲은 많은 생명을 보호하며 그 생명들이 찬란하게 자랄 수 있는 요람이 된다. 숲이 각 나무들을 보호하며 예상치 못한 많은 생명들을 불러들이기 때문이다. 광주양림교회의 양림은 사역도 마찬가지이다. 하나의 객체, 하나의 사역방향으로는 너무나 미미하겠지만 이런 노력이 모이고 모여 숲이 된다면 많은 생명들을 잉태하고 세상을 변화시키는 숲이 될 가능성이 있는 것이다.

㉟. 淋(물 뿌릴 림)

물은 생명을 자라게 한다. 물을 통해 지구상의 모든 생물들은 노폐물을 걸러내고 생존에 필요한 영양분을 얻는다. 교회 공동체에게 있어서 이 물과 같은 역할을 하는 것은 무엇일까? 바로 하나님의 뜻, 말씀이다. 말씀은 죽어가는 사람을 살리는 능력이 있으며 그리스도인을 성장하게 만드는 놀라운 능력이 있다. 하지만 이 말씀이 시대적인 상황에 대한 고려 없이 정형화된 모습으로 공급이 된다면 많은 형태의 삶을 살아가는 사람들에게 큰 울림을 주지 못할 것이다. 물을 흡수하는 방법에는 생명체에 따라 많은 방법이 존재한다. 직접 물을 입으로 흡수하는 방법도 있지만 삼투압 현상을 이용하여 흙 속에 들어 있는 물을 흡수하기도 하고 기체형태의 물을 피부나 그 외의 기관을 통해 흡수하기도 한다. 물이 하는 일을 똑같지만 상황에 따라 물을 흡수하는 방식이 달라진 것처럼 교회 공동체가 전달하려는 하나님의 말씀 또한 상황에 따라 전달방법이 다양화되어야 하는 것이다.

따라서 양림은의 양을 통하여 길러진 교회의 일꾼들이 자신들이 습득한 하나님의 말씀과 세계관을 가지고 자신의 방식대로 서로에게 물을 준다면 그 방식에 있어서 다양성이 확보될 것이다.

⑦. 臨(임할 임)

‘양’을 통한 사역을 이끌어 갔을 때 또한 기대되는 결과는 ‘임재’이다.
출애굽기 40장 34절과 35절의 말씀을 살펴보면 다음과 같다.

34. ○구름이 회막에 덮이고 여호와의 영광이 성막에 충만하매

35. 모세가 회막에 들어갈 수 없었으니 이는 구름이 회막 위에 덮이고 여호와의
영광이 성막에 충만함이었으며

이스라엘 백성들이 정성껏 준비한 성막을 준비하였을 때, 하나님의 임재를 경험하였다. 이 하나님의 임재를 경험한 순간을 출애굽기는 하나님의 영광이 충만하였다고 표현하고 있다. 하나님의 임재는 감춰진 하나님 그러니까 인지할 수 없는 하나님을 온 이스라엘 백성들이 느끼고 바라보게 된 사건이다. 정성껏 준비한 성막을 하나님께 드릴 때 이런 하나님의 임재가 벌어진 것이다. 광주양림교회의 목양의 방향인 “양”을 실현하였을 때도 이런 하나님의 임재를 기대해 볼 수 있겠다. 나의 삶과 멀리 떨어진 곳에 계시며 교회의 울타리 안에만 계시던 하나님을 각자의 삶의 자리에서 체험하고 하나님의 느끼게 될 것이기 때문이다.

⑧. 琳(아름다울 립)

‘양’을 통한 사역을 통하여 양육된 일꾼들이 가득한 공동체가 된다면,
그리고 소그룹을 통하여 관계단절의 세상에서 관계를 맺고 복음을 나누는 공동체가

된다면 그 모습은 아름답지 않으려 하더라도 아름다울 수밖에 없다. 각자의 삶에 고민에 대하여 기독교적 세계관으로 답을 하려 노력하고 그 답을 서로에게 나눈다. 나의 고민이 상대방의 고민이 되고 이 것은 서로의 해결책으로 다가오기 때문이다. 서로의 삶의 관심을 갖고 그 관심 속에 신앙의 기준으로 살아가는 것 이것이 아름다운 성도의 삶이 아니겠는가?

지금까지 ‘양’의 방법을 통하여 이룰 수 있는 결과 ‘림’에 대하여 조망해 보았다. 그렇다면 현재 양림교회의 상황에서 우선 집중적으로 키워 나아가야 할 비전은 무엇인가? 이 것에 대한 답이 ‘ON’이다.

⑨. ON(~위에)

교회공동체는 하나님을 아버지로 고백하는 사람들의 모임이라는 독자적인 정체성을 가지고 있지만, 동시에 많은 관계 안에서 존재한다. 광주양림교회의 경우에도 예수그리스도를 구주로 시인한 사람들의 공동체인 하지만, 교회의 역사에서 분열한 기독교장로회 광주양림교회와 대한예수교장로회 통합측의 광주양림교회와의 관계를 맺으며 존재한다. 또한 광주광역시 남구 양림동에서 존재하며 이웃과의 관계를 맺고 있으며, 한국교회의 역사에서 119년 된 교회라는 관계를 맺으며 살고 있다. 따라서 콘텐츠를 개발할 때 이런 관계 위에 있음을 인지하고 시행해야 할 것이다.

또한 이 ‘위에’는 우리의 신앙의 정체성을 다시한번 상기시켜 주는 용어이다. 세상이 코로나와 뉴노멀이라는 급변의 시대라 할지라도 우리가 지켜야

하는 것은 교회 공동체의 정체성이며 복음위에서 있어야 한다는 기준점을 제시하는 것이다.

⑩. 濫(따뜻할 온)

코로나19가 촉발한 비대면의 상황에서 대면 심방의 길이 막혔고 대면이 허락된 작금의 상황에도 심방에 대한 심리적인 거부감이 생겨났다. 이런 상황 속에서 온라인 콘텐츠의 역할은 사람과 사람의 만났을 때 느끼는 정서적인 안정감을 전달하는 도구가 되어야 한다는 것이다. 평소 거리가 멀게 느껴졌던 목회자가 온라인 콘텐츠에 출현한 모습을 보면서 다 가깝게 느껴져야 하며, 성도들과의 관계도 그러해야 한다는 것이다. 이것이 직접적인 방법은 아닐지라도 심리적인 거리감을 줄이는 것에는 효과적인 방법이기 때문에 끊임없이 이 따뜻함을 담기 위해 노력하여야 한다.

⑪. 穩(평온할 온)

사실 이런 교회의 방향성을 세우면서 한 번에 순조롭게 진행되지는 않았다. 기자재를 확보하기 위해 많은 예산이 편성이 되면서 반대하는 구성원들이 있었으며, 또 온라인 사역에 집중하는 모습에서 고령의 성도들은 목양적 소외감을 느끼기도 하였다. 이들에 따르면, 새로운 매체에 적응하기 쉽지 않기 때문에 교회공동체의 모든 사역에서 제외되고 있다는 생각이 들었기 때문이다. 따라서 이런 문제들을 해결하기 위해 노력해야만 했다. 온라인 콘텐츠를 개발함과 동시에 오프라인을

통해서도 고령층들이 함께 참여할 수 있는 방법을 연구해야만 했다.

교회 공동체 안에서 평온한 상황을 위해 노력하며 그 방법을 연구하는 것이 바로 이 평온할 운이 되겠다.

⑫. ON(Online)

그럼에도 불구하고 현재 사역의 주안점은 당분간 온라인 사역과 콘텐츠 육성이 되어야 한다. 왜냐하면 이제 막 이 사역이 태동하였기 때문이다. 광주양림교회의 유구한 역사 안에서 많은 오프라인 프로그램들이 진행되었다. 전도훈련과 새 신자 양육에 대한 프로그램, 구역모임과 알파코스 등등이 그것이다. 이렇게 오프라인 기반의 교회공동체에서 두 개의 동일한 문을 새우기 위해서는 잠시 동안은 온라인 사역에 무게를 두고 집중하여야 한다. 오프라인 콘텐츠 육성에도 소홀히 할 수 없지만 잠시 동안 온라인 콘텐츠 육성에 힘을 쏟아야 한다는 것이다.

2). 콘텐츠 개발 및 운용과정

이런 양림온이라는 방향성을 가지고 광주양림교회는 두 개의 문을 확보하였다. 실제로 어떤 콘텐츠들이 개발되었는지 살펴보면서 각 콘텐츠들이 갖는 의의와 한계를 분석해 보고자 한다. 우선 콘텐츠의 개발과정은 사역자들의 브레인 스토밍을 통하여 콘텐츠의 콘셉트가 결정되었으며 정기프로그램과 비 정기 프로그램으로 나누어 개발이 되었다. 방송사의 파일럿 프로그램처럼 비 정기 프로그램으로 제작을 하였다가 반응을 정기 프로그램으로 기획을 바꾸는 개념을

자주 사용하였다. 각 프로그램의 제작의 순서는 다음의 표와 같다.

양림온 콘텐츠 개발 과정도



<그림 9> 광주양림교회 양림온 콘텐츠 개발 과정도

-목양적 필요 및 사회적 이슈 발생

양림온에서 콘텐츠를 제작하려고 하였을 때, 가장 먼저 시작되는 일은 바로 목양적 필요 혹은 사회적인 이슈가 발생하기 때문이다. 이 말이 무엇이나 면, 교회 공동체를 양육하면서 성도들을 교육시키는 교육 프로그램이 필요하거나 성도들의 마음을 어루만져 줄 돌봄의 프로그램이 필요한 상황이 발생한다는 것이다. 주로 이런 필요는 담임목회자를 통하여 양림온국에 지시되기도 하며, 성도들의 요청으로 접수되기도 한다. 또한 목회자 회의에서 이런 필요들을 이야기하고 구성하기도 하였다. 이런 일이 가능했던 이유는 대형교회의 미디어 팀들과는 달리, 영상사역을 처음 접해보면서 함께 배워 모든 목회자가 영상을 편집할 수 있는 능력을 함께

만들었기 때문이다.⁴⁸ 그리고 사회적으로 발생한 이슈 중에서 성도들이 궁금할 만한 일들이 발생하면 그 일에 대한 목회자의 시각을 제시하는 것도 양림온의 사역으로 생각하였기 때문에 이런 이슈들이 던지는 질문이 있으면 회의를 하게 되었다.

-콘텐츠 기획회의

모양적 필요이든, 사회적인 질문이든 이런 이슈가 발생하고 어느 정도의 공감대가 형성되면 다음 단계로 콘텐츠 기획회의가 시작된다. 콘텐츠 기획회의에서 주로 이야기되는 내용은 먼저 이 프로그램의 타겟은 누구인가? 라는 질문이었다. 이 콘텐츠를 통하여 교감을 이룰 대상이 교육부서를 대상으로 하는 것인지, 성인을 대상으로 진행하는 것인지, 신앙의 연차가 깊은 향존직을 대상으로 진행하는 것인지 아니면 새가족을 대상으로 만드는 것인지 그리고 편안한 분위기로 전달할 것인지 아니면 격식을 갖춰 전달해야 하는지 등이 고려되었다. 콘텐츠의 타겟이 선정되면 그 다음으로 생각이 되었던 것은 콘텐츠를 통하여 우리가 콘텐츠를 접하는 사람들에게 전하고자 하는 것은 무엇인가? 라는 것이다. 우리가 개발하려는 콘텐츠가 무엇을 담고 있고, 무엇을 전달하려고 있는지를 명확하게 정리해 보는 것이다.

⁴⁸ 영상사역 초반, 광주양림교회 목회자들은 전문적인 영상 편집 프로그램인 프리미어나 파이널 컷 등의 프로그램을 다룰 수 있는 인원이 전무하였다. 본인들이 다룰 수 있는 영상에 관한 기본적인 프로그램(아이무비, 무비메이커 등)을 서로 공유하였고 그것을 통하여 하나 하나 영상 콘텐츠를 제작하였다. (파워포인트, 아이무비, 반디캠으로 만든 초기영상-<https://vimeo.com/391657134>) 이후 전문적인 영상 프로그램의 필요성을 실감하였고, 모든 목회자들이 유튜브 강의를 통하여 각 프로그램의 사용법을 익혔다. 이후 전문적인 지식을 갖춘 인원이 필요해지자 교회에서는 전도사님 한 분을 방송국에서 운영하는 영상아카데미에 보내어 에프터 이펙트와 포토샵 일러스트와 같은 영상유관 프로그램들을 배우게 하였다.

-NEEDS 충족요소 점검

콘텐츠 기획회의를 통해 콘텐츠의 타겟과 담아야 하는 내용이 정해지면, 이제는 그 내용을 어떤 형식으로 담을 것인가에 대한 고민을 이어갔다. 먼저 횡수에 있어서 단발적인 콘텐츠 형식으로 제작을 할 것인지, 아니면 시즌제로 진행을 하면서 조금씩 변형을 줄 것인지를 고민하였다. 그리고 콘텐츠의 횡수와 방식이 정해지면 제공할 콘텐츠가 영상으로만 제공할 것인지 혹은 교재와 함께 제공이 되는지를 정한다. 그리고 나서 비로서 영상 콘텐츠의 장르를 결정한다. 강의인지, 뉴스인지, 코믹인지, 토크인지, 음악방송인지, 혼합의 형태인지를 정하게 된다. 이 모든 것이 결정이 되면 비로서 콘텐츠의 스토리의 아이디어와 윤곽이 잡히게 된다.



이 때, 영상을 접한 사람들이 지루해지지 않도록 흥미의 요소와 교훈의 요소 그리고 공감의 요소는 무엇이며 이 콘텐츠를 참여한 성도 및 시청자들이 얻어갈 것은 무엇인지를 항상 생각하면서 반영할 수 있도록 노력하였다. 이 덕분에 양림온에서 만들어낸 영상 콘텐츠들을 일반적인 교회 콘텐츠와는 색이 다른 콘텐츠들이 만들어 지게 되었다. 이런 경향성은 각 콘텐츠를 홍보하는 홍보영상에 잘 드러난다.


예시 1

타이틀: 2021 성경읽기 BT 광고

필요이슈: 성경읽기 BT에 대한 안내 및 모집, 카카오톡을 통한 성경공부 홍보,
어르신들 카카오톡 사용 독려

타겟: 성경공부를 하고 싶은 노년층 성도, 노년층을 부모로 둔 중 장년 성도




<p>표현형태: 익숙한 고전 광고 패러디</p> <p>목적: 경동보일러 “아버님 댁에 보일러 놔 드려야 겠어요!” 라는 카피를 통해 노년의 성도들에게 친숙함으로 다가가 감과 동시에 전도사님의 노인분장이라는 흥미 요소를 더 한다. 동시에 노년층을 부모로 둔 성도들에게 카카오톡을 통한 광주양림교회 목회사역에 자발적인 참여를 할 수 있도록 유도한다.)</p>	
<p>내 용</p>	
	<p>시골 집과 같은 분위기에 집 안에서 할아버지 분장을 한 전도사님이 이부자리를 펴고 있고, 그 옆에는 할머니 분장을 한 여 전도사님이 안스럽게 바라보고 있다.</p>
	<p>그럼에도 추워하는 할아버지 온기를 갈구 하는 눈빛이다.</p>

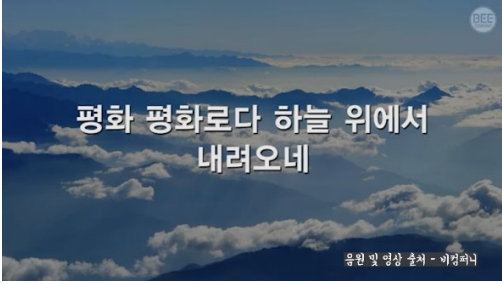
 <p>“여보 아버님 폰에 카카오톡 깔아 드려야겠어요”</p>	<p>익숙한 카피가 흘러나온다.</p> <p>여보, 아버님 폰에 카카오톡 깔아 드려야겠어요~</p>
<p>따뜻하게 말씀을 묵상합니다.</p> <p>2021하반기 성경읽기BT</p>	<p>이번 성경읽기 비티는 자녀들의 관심과 서로에 대한 관심으로 따뜻하게 말씀 할 수 있다는 것을 어필 하였다.</p>

<표 1> 양림온 콘텐츠 예시 1(스토리보드)

예시 2

<p>타이틀: 목마름 오프닝 광고</p> <p>필요이슈: 매주 목요일, 코로나로 소모임이 불가능 했던 성도들을 보살필 필요가 생겨났다. 그래서 찬양으로 성도들의 하루를 마무리하며 서로의 생각을 나누고 서로를 위해 중보기도를 나누는 프로그램을 기획하였고 이름을 ‘목’ 요일 밤 하루를 ‘마’ 무리하는 찬양 ‘음’ 악방송이라 하여 목마름이라 명명하였다. 하지만 이 목마름이 생소하기 때문에 이 콘텐츠를 알려야 하는 광고 콘텐츠가 필요하게 되었다.</p>

<p>타겟: 목마름이 무엇인지 궁금한 성도, 목마름 라이브 방송에 참여할 것을 고민하는 성도</p> <p>표현형태: 일상에서 찬양이 필요한 순간들에 대한 공감 vlog 스타일의 포트영상</p> <p>목적: 일상에서 찬양으로 위로 받는 순간이 어떤 순간인지를 밝히고 이 부분에서 성도들과 정서적인 공감을 한다. 그리고 성도들은 어떤 순간 찬양의 위로를 받는지를 물어서 자연스럽게 목마름 실시간에 참여를 유도한다. 이런 콘텐츠를 통하여 구성원 간의 정서적인 교류를 자연스럽게 꾀한다.</p>	
<p>내 용</p>	
	<p>간만에 외출로 신난 전도사님 열심히 화장을 한다. 콧노래를 부른다.</p>
	<p>드디어 화장이 끝나고 나가려고 하니, 폭우가 와서 약속을 취소할 상황이 되었다.</p>
	<p>절망하는 전도사님의 귀에 찬양이 흘러나오고 곧 위로를 받는다.</p>

	<p>찬양 재생</p> <p>*이 영상의 경우 이런 에피소드를 3개로 구성하여 방영하였다.</p>
---	--

<표 2> 양립은 콘텐츠 예시 2(스토리보드)

-최종기획

위의 단계를 거치며 콘텐츠의 스토리 라인까지 완료되었다면 이제 콘텐츠 제작을 위한 실질적인 단계인 최종기획을 진행하게 된다. 최종기획의 단계에서는 콘텐츠 촬영의 구체화를 진행하며 완성된 스토리 라인에 따라 역할을 분담하고 촬영하게 된다. 이 단계에서는 총책임자를 명확하게 정하고 총책임자의 관리감독에 따라 일관되게 콘텐츠를 제작하는 것이 중요하다. 콘텐츠 내용과 구성에 대한 조율은 이전 단계에서 충분히 진행되어야 콘텐츠가 의도한 대로 잘 진행될 수 있다. 부족한 부분이 보여서 이 시기에 콘텐츠의 구성에 추가 혹은 제거를 한다면 결국 목표한 콘텐츠와 전혀 다른 콘텐츠가 나올 가능성이 커지기 때문이다. 최종기획 단계 이후 콘텐츠 제작은 다음과 같이 이뤄진다.

번호	타 이 틀	소요시간	세 부 내 용
1	기획 회의	1~2시간	콘 텐 츠 제 작 에 있 어 서 각 담 당 을 정 하 고 최 종 의 점 검 을 한 다. 이 때 는 콘 텐 츠 의 무 리 한 추 가 제 거 를 시 도 하 기 보 다 는 각 자 맡 은 담 당 으 로 서 할 수 있 는 조 언 을 중 심 으 로 생 각 을 나 누 다 .

2	담당자 및 준비과정 정리	1-2시간	시 나 리 오 제 작 촬영 장소 / 촬영 장비 구성 / 시나리오 제작 / 촬영 담당자 / 편집 담당자 세우기
3	촬영장비 세팅	1시간	1. 영상 콘텐츠에 맞게 카메라를 몇 대 설치 할 것인지 (1대 사용 OR 2대 이상 사용) 2. 녹화 방식 (카메라메모리 OR 컴퓨터를 통한 OBS 녹화) 3. 촬영장소 (실내 : 스튜디오 / 크로마키 OR 실외) 4. 조명사용여부: 실외촬영시 조명을 사용할 것인지 효과 조명/ 파라이트 조명
4	촬영	1-2시간	촬영 전 , 스튜디오 세팅 시 나 리 오 에 맞 게 제 작
5	초기 편집	4시간	프리미어 , 파이널 컷 작업
6	렌더링 및 검수	1-2시간	편집한 동영상을 동영상으로 조합하는 시간 (컴퓨터 사양에 따라 달라짐)
7	재편집 및 최종편집	1시간	자막에 오, 탈자 검수 및, 영상 음향 상태 체크 및 수정
8	업로드	1시간	비메오, 홈페이지, 유튜브, 888 등 링크 *88849은 편성까지 4-5시간 소요
9	문자 발송	30분	U R L 문자 발송

<표 3> 양림은 콘텐츠 최종기획 프로토콜

①. 실시 콘텐츠

광주양림교회 양림은 사역으로 만들어 낸 온라인 콘텐츠는 많은 수의 콘텐츠가 존재한다. 이 모든 것을 이 자리에서 언급하기에는 한계가 있기 때문에 대표적인 콘텐츠들을 소개하고자 한다. 본인은 콘텐츠 개발과정에 있어서 양림은국 지도교역자로 사역하고 특별히 많은 콘텐츠의 메인 PD 역할을 감당하여서 콘텐츠

⁴⁹ 인터넷 티비, 올레tv의 채널 이름으로 코로나 시기 각 교회들이 비대면 예배를 드릴 수 있도록 무료로 제공하였던 채널이다. 올레tv의 가입자는 888번에서 광주양림교회의 온라인 콘텐츠를 볼 수 있다.

개발의 실무적인 측면을 잘 알고 있다. 따라서 이번 챕터에서는 광주양림교회가 개발하고 실행하였던 대표적인 콘텐츠들을 소개하고 각 콘텐츠들을 개발하였던 의도와 특이점 그리고 한계에 대하여 이야기를 진행하고자 한다.

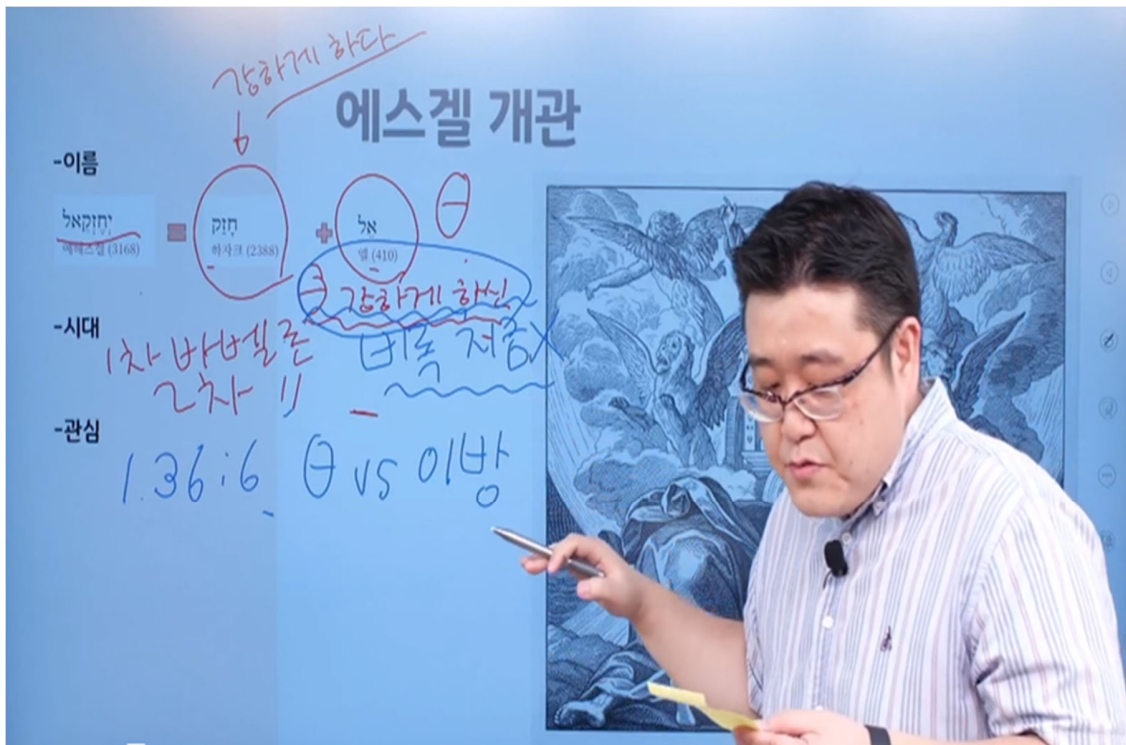
-성경읽기 BT



<그림 10> 성경읽기 BT 소개영상 캡처

‘성경읽기 BT’ 라는 프로그램 명 중, BT는 ‘Bible Trainer’ 에서 따온 말이었다. 성경통독은 혼자 진행하다가 중도에 포기하기가 쉬우니, 바이블 트레이너 즉, 목회자가 성경통독을 진행하는 사람들에게 도움을 주는 컨셉이라는 속 뜻을 가지고 개발된 것이다. 하지만 콘텐츠를 개발하는 과정 중에서 이 콘텐츠가 단순한 도움을 성도들에게 제공하는 것을 넘어 소그룹 상호간 독려를 통하여 이 일을 진행하는 방향으로 프로그램의 방향이 수정되었다. 따라서 BT의 개념이 ‘Bible

Trainer’ 에서 ‘Bible Training’ 으로 바뀌게 되었고, 상호간 성경읽기를 독려하고 나누는 방향으로 콘텐츠가 추가되었다. 성경읽기 BT의 진행과정은 먼저 성도들에게 영상으로 각 성경의 개관 및 난해 구절에 대한 설명을 강의한 영상을 제공한다.



<그림 11> 성경읽기 BT 온라인 강의영상 캡처

이렇게 강의 영상이 성도들에게 제공되면 성도들은 본인이 신청한 방식을 통해 나뉜 소그룹을 통하여 나눔에 참여한다. 우선 줌 BT반은 화상회의 프로그램인 줌을 통해서 정해진 시간, 정해진 조에서 소그룹 모임을 진행하며, 그 자리에 참석한 목회자와 함께 소그룹을 이루어 목상한 말씀과 궁금한 점을 나누게 된다. 이 곳에서 이뤄지는 소그룹 모임의 순서는 ‘시작기도-> 주일 설교 나눔 -> BT말씀 나눔 ->기도 나눔-> 마침 기도’ 순으로 진행되었다. 카카오톡 BT반은

화상회의 프로그램인 줌에 거부감을 갖고 있거나 줌이 어려운 성도들을 대상으로 진행되는 소그룹 반이었다. 매주 정해진 시간 카카오톡 라이브 특으로 모였으며 목회자가 진행하였다. 목회자가 주도적으로 전달해야 하는 한계가 줌 모임에 비하여 있긴 하였으나, 채팅을 통하여 기도제목을 내어 놓고 본인의 생각을 짧게나마 이야기 할 수 있었다. 카카오톡 소그룹 모임 또한 ‘시작기도-> 주일 설교 나눔 -> BT말씀 나눔 ->기도 나눔-> 마침 기도’ 순으로 진행되었다. 말씀노트 BT반은 줌과 카카오톡(라이브 특) 사용이 불가능한 분들을 위해 제일 마지막에 신설이 된 반이다. 이 반은 사실 목회자들 회의에서는 계획이 없었으나, 성경읽기 BT에 참석하고 싶으셨던 교회의 노년층들의 요구로 생기게 되었다. 말씀노트 BT반은 카카오톡으로 영상강의를 듣고 영상강의를 본 내용으로 교회에서 나눠드린 말씀 노트에 본인의 묵상과 궁금한 점을 적어 교회에 제출하는 방식이다. 성도들이 적은 묵상에 대한 내용과 궁금증을 담당 목회자가 읽고 친필로 피드백을 달아서 돌려주는 형식으로 진행하였다.⁵⁰

이 성경읽기 BT는 광주양림교회 온라인 사역에 모범적인 사례로 손 꼽힌다. 이 논문의 초기 언급한 올바른 콘텐츠 개발 방향성인 ‘온라인의 문’ 과 ‘소그룹의 문’ 이 양 문을 가장 잘 발전시킨 콘텐츠 이기 때문이다. 사실 이 콘텐츠를 진행하면서 목회자들은 성도들의 성경에 대한 관심에 놀랐다. 말씀에 대한 갈급함이 목회자의 생각보다 더 컸던 것이다.

이 성경읽기 BT는 구약성경과 신약성경 모두를 읽는 과정이기 때문에 계획에 따라 수년에 걸쳐 진행되었다. 그런데 진행되면서 중단이 될 뻔한 일이 생겼다. 그것은

⁵⁰ 참여한 성도님에게 노트에 쓰고 돌려받는 것이 번거롭지 않느냐고 물었는데, 학창시절에서 숙제를 하는 기분이 든다며 너무 좋아하셨다. 친필로 목회자들과 생각을 나눌 수 있어서 행복하다고 말씀하셨다.

바로 성경읽기 BT가 진행되는 와중에 공동의회에서 광주양림교회 17대 담임목회자의 위임이 부결되었고, 담임목회자가 공석이 되었다. 뿐만 아니라 담임목회자를 따르는 성도들이 교회를 이탈하는 초유의 사태가 발생하였기 때문이다. 이 때 광주양림교회의 심방을 제외한 모든 사역은 중단이 되었는데, 성도들의 요구로 성경읽기 BT는 다시 재개되었다. 평신도의 요청으로 중단된 사역이 다시 시작된다는 점에 고무되어 개인적으로 성경읽기 BT에 참석한 성도들에게 성경읽기 BT에 어떤 점이 좋아서 교회에 사역재개를 요구하였는가를 물었다. 그 물음에 말씀을 읽고 말씀을 소그룹에서 나누니, 비로서 자신이 그리스도인이 된 것 같다는 생각을 하였다는 것이다.

성경읽기 BT가 갖고 있는 한계점을 평가해 보자면, 모든 소그룹 모임에서의 문제이긴 하겠지만, 소그룹이 고착화되는 현상이 발생한다는 점이다. 처음 성경읽기 BT를 계획하였을 때는 각 성경읽기가 진행되는 각 시즌별로 이 소그룹을 재편하고 운용하는 것을 원칙으로 하였다. 하지만 운영이 되다 보니, 각 소그룹마다 원하는 사람들끼리 모이고, 그 소그룹을 정식으로 인정해 달라는 요구가 점점 거세 졌다. 이에 어느 순간부터는 한 소그룹이 쪽 고착화되어 가는 현상이 생겼다. 하지만 오랜 시간동안 실질적인 구역활동이 전무하였던 광주양림교회에서 소그룹에 대한 열망을 불러 일으키고 운용하였다는 점에서는 큰 의의를 갖는다. 또한 목회자 중심에서 사역을 시작하였으나 평신도들이 이 사역을 요구하고 다시 운용되게 만들었다는 점에서도 의미하는 바가 크다고 하겠다.

‘BTS’ 라는 프로그램명을 봤을 때, 유명한 아이돌 그룹을 모방한 작명이구나 할 것이다. 솔직히 말하면 모방을 하였다. 아이들에게 친숙한 이름이기 때문에 교육부서의 콘텐츠를 만드는데 이 이름을 사용하였다. 그렇다고 아이돌 그룹과 관련한 프로그램은 아니고 ‘Bible Training School’ 에서 따온 말이다. 성경을 아이들에게 쉽고 재미있게 가르친다는 목적으로 개발된 프로그램이다.



<그림 12> 광주양림교회 BTS 온라인 강의영상 캡처

당시 광주양림교회 교육부서는 코로나 19로 인하여 아이들이 현장예배에 참석할 수 없는 상황이 되었다. 그래서 온라인 예배를 아이들의 Needs에 맞춰 최대한 흥미 있게 만들려고 노력하였다. 아이들의 흥미를 끌기 위해 참고를 한 프로그램이 EBS 방송국에서 방영하였던 “생방송 톡톡 보니 하니” 라는 프로그램과 어린이 유튜브 채널인 “헤이 지니” 였다. 그래서 당시에 제작된 교육부서의 예배

콘텐츠의 영상을 보면 예배이기는 하지만 예능 프로그램과 같은 효과를 적극 사용함으로 아이들이 온라인 예배를 드리면서 흥미를 느끼고 예배에 집중할 수 있도록 제작되었다.



<그림 13> 광주양림교회 교육부서 온라인예배 영상 캡처

예배와 관련하여 이런 콘텐츠를 만들 수 있게 되자, 온라인 콘텐츠를 활용하여 편하게 접하면서도 흥미를 갖고 가정 안에서 신앙교육이 일어날 수 있도록 돕는 프로그램의 필요에 대하여 생각해 보게 되었다. 그래서 교회에서 진행되는 공과활동처럼 주제에 맞는 만들기와 활동을 병행하고 그것을 서로 나눌 수 있는 프로그램을 디자인하였다. 이것이 바로 BTS다. 따라서 이 BTS는 만들기 및 그리기와 같은 여러가지 체험 활동을 할 수 있도록 준비된 키트를 미리 제작하여 각 가정에 택배로 보냈다. 그리고 그 키트를 정해진 시간에 줌 혹은 유튜브 실시간 방송을

통하여 만들게 하였고 아이들과 함께 교감하면서 진행하였다. 아이들을 부서 목회자의 인도에 따라 활동에 참여하면서 신앙교육에 참여할 수 있었다. 부모님들도 함께 참여하면서 좋은 반응을 얻을 수 있었고, 코로나 시기 자칫하면 서먹해 질 수 있는 선생과 학생과의 관계가 가까워질 수 있는 기회를 제공하기도 하였다. 이 BTS 콘텐츠는 CTS 방송국이 주관한 어린이 콘텐츠 앤 크리에이터 콘테스트에서 수상하기도 하였다.

BTS 콘텐츠 또한 ‘온라인의 문’ 과 ‘소그룹의 문’ 을 통하여 교회공동체를 지켜가는 귀한 프로그램으로 생각한다. 하지만 아쉬운 점들도 존재하였는데, 첫째, BTS가 계속해서 진행됨에 따라 한정된 개발 인원의 한계를 들어낸다는 점이다. 부서의 목회자들이 계속해서 콘텐츠를 생산하다 보니, 좀 더 쉬운 방법을 찾게 되었고 지금의 BTS는 초창기의 목적과는 많이 달라진 모습을 보인다. 초창기 BTS가 가정안에 신앙교육이 목적이었다면 지금은 절기 행사의 개념으로 변질되었다. 두 번째, 코로나19 이후 방향성의 상실이다. 대면 모임이 진행되면서 훌륭한 콘텐츠였던 BTS가 방향성을 잃은 모습이 보인다. 온라인 모임을 통하여 BTS는 모이는 즐거움을 아이들에게 알려 줄 필요가 있으며, 오프라인 모임에서 구현이 불가능한 콘텐츠 개발을 연구해야 할 것이다.⁵¹ 세 번째, 목회자의 이동의 문제이다. 결국 콘텐츠는 사람이 만든다. 각 부서의 목사 전도사의 이동은 콘텐츠의 연관성을 깨뜨리게 하는 결과를 초래한다. 꾸준히 콘텐츠가 개발이 될 수 있도록 콘텐츠 개발과 관련한 인사에 대한 체계정비가 필요해 보인다.

⁵¹ 아이들의 눈 높이에 맞춘 성경지리에 대한 내용(VR 장비를 활용한) 혹은 이스라엘의 문화에 대한 내용들을 콘텐츠에 담는 것도 좋은 생각 일 듯하다.

-슬기로운 신앙생활 “힐링 캠프 - 옥상수다 in 양림”



<그림 14> 광주양림교회 슬기로운 신앙생활 “힐링 캠프 - 옥상수다 in 양림” 영상 캡처

매주 금요일, 금요 기도회를 대신하여 성도들과 소통을 할 수 있는 프로그램을 제작해 보라는 의뢰가 담임목사님으로부터 들어왔다. 본인은 교회 콘텐츠가 찬양과 관련한 콘텐츠가 대량으로 양산되고 있다는 것을 알았기 때문에 찬양과 관련한 콘텐츠가 아닌 다른 방향성의 콘텐츠를 구상해 보고 싶었다. 그리하여 목요일에 하는 프로그램을 시즌제로 구상을 하였고 그 시즌의 시작을 “슬기로운 신앙생활” 이라고 명명하였다. 당시 “슬기로운 의사생활”, “슬기로운 감빵생활” 등의 드라마가 유행하고 있기도 하였지만, 성도들에게 각양 각색의 주제로 성도들이 고민할 법한 이야기를 콘텐츠로 담겠다는 의도였다.

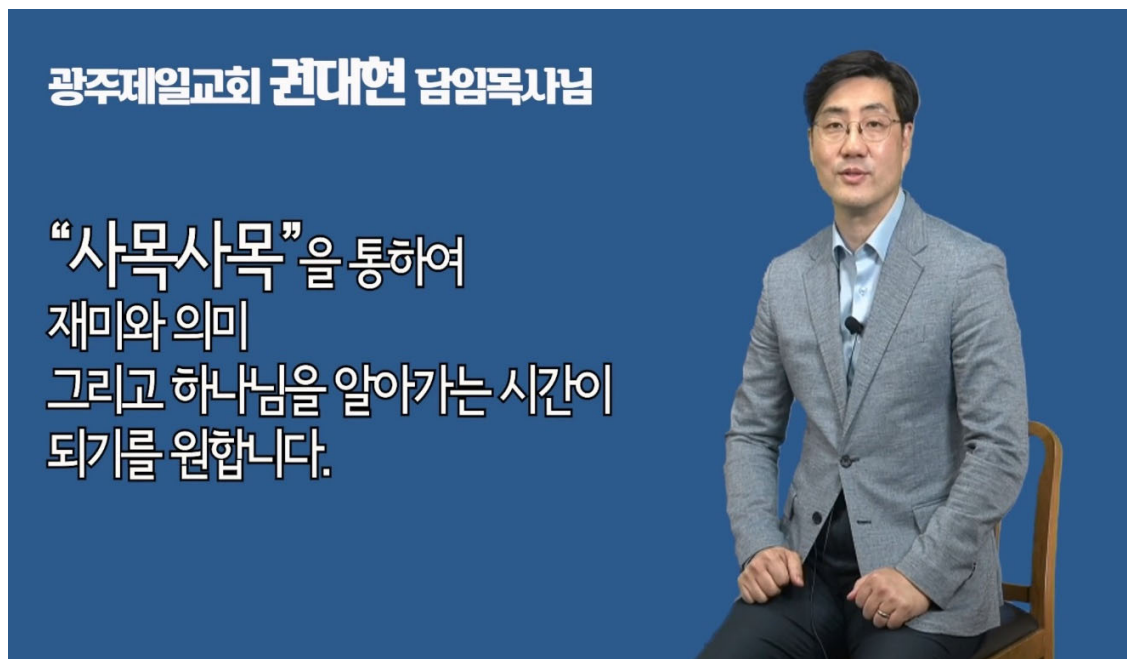
이렇게 프로그램의 방향성을 정하고 그 시작을 하려 하였는데, 때 마침 캠핑 붐이 불었다. 그래서 캠핑장 컨셉으로 무대를 꾸미고 담임목회자는 그 캠핑장에서 게스트로 등장한 성도 한 분과 캠핑음식도 먹고 찬양도 하고 사는 이야기도 하고 신앙생활에 궁금한 점들을 목사님께 물어보는 방송을 구상해 보았다. 캠핑장에서 진행되는 담임목사님과 의 실시간 데이트가 이 방송의 시놉시스였다. 이 방향성에 맞춰 콘텐츠를 준비하였다. 이야기 나눈 주제 선정을 위해 성도들이 신앙생활을 하며 궁금했던 것을 구글 설문지를 통하여 물어보고 통계를 만들었다. 그리고 성도님을 초대하여 자연스러운 대화가 이끌어 지도록 구상하였다. 방송의 순서는 ‘흥미를 유발하는 인트로 영상 -> 오늘 방송의 내용 소개 -> 초대 성도님 소개와 토크 -> 찬양 -> 간식을 드시면서 토크 -> 찬양 -> 신앙의 문제에 대한 Q n A -> 마무리’의 순서로 진행되었다. 참석한 성도들의 진솔한 이야기를 통하여 성도들 간의 교제의 시발점이 되었다는 점에서 의의가 있었다.

하지만 콘텐츠로서 많은 한계들이 있었는데, 첫 번째는 한 콘텐츠 안에 너무 많은 것을 담으려고 욕심을 부렸다는 것이다. 사실 이 콘텐츠의 주된 컨셉은 온라인과 오프라인으로 이뤄지는 심방이었다. 온라인으로 이 콘텐츠를 시청하는 성도들은 목사님과 이뤄지는 심방을 통하여 정서적인 교감을 하고, 심방을 받는 성도와도 교감이 일어나도록 하는 것이 주된 포인트였다. 물론 신앙생활을 하는데 생겨난 질문을 해결하는 것도 이 콘텐츠의 목적이긴 하였는데, 이것은 어디까지나 심방을 통해 진솔한 이야기 가운데 등장하는 것을 해결하는 부차적인 개념이었다. 그러나 최종 기획회의에서 콘텐츠 개발자의 의도와는 다르게 찬양이 추가되고, 신앙의 문제에 대한 Q n A가 한 섹션을 차지하면서 어느 하나 집중하지 못한 콘텐츠가 되었다. 둘째로 이 콘텐츠를 시청하는 타겟에 대한 분석이 없었다. 금요일

저녁 이 콘텐츠를 시청하는 분들은 금요 기도회를 못하기 때문에 온라인 금요 기도회를 기대하는 분들이었다. 그런 분들에게 신앙 예능 형식의 콘텐츠를 제공하였으니 좋은 반응을 얻기 힘들었다. 셋째, 시즌제로 프로그램을 기획하였는데, 시즌 이후 다시 새로운 컨셉으로 ‘슬기로운 신앙생활’을 시작하려 하였을 때 콘텐츠 제작자의 의도와는 다르게 종영을 결정하고 찬양 컨셉으로 새로운 이름의 방송을 시작했다는 점이 매우 아쉽다. 한 콘텐츠가 정착하기 위해서는 많은 시도 끝에 방향성을 모색하여야 하는데 그러지 못하였다는 것이 아쉽다.

온라인으로도 성도들의 사정을 살피고 그들과 공감할 수 있다는 것을 확인해 준 귀한 경험을 주었다는데 의의가 있겠다.

-사목사목



<그림 15> 광주양림교회 사목사목 홍보영상 캡처

‘사목사목’은 ‘네 명의 목사님의 네 가지의 목회이야기’를 줄인 말과 전라도 방언인 ‘사목사목’ - ‘여유롭게 천천히’라는 뜻을 갖은 단어를 모티브로 탄생한 프로그램 명이다. 네 명의 목사님을 모시고 여유롭게 듣는 네 가지의 목회 이야기라는 뜻이 되겠다. 광주양림교회가 속해 있는 광주지역의 중형교회 목사님들(광주제일, 신안, 광주다일, 광주양림)을 모시고 진행하였다. 프로그램을 기획하게 된 이유는 광주양림교회가 만들어 놓은 양림은 스튜디오가 광주양림교회의 콘텐츠만 생산하는데 그 목적이 있지 않고 이 지역사회의 콘텐츠 개발의 허브역할을 감당하는 데에 목적이 있었기 때문이다. 각 목사님들은 한 주 씩 돌아가면서 본인들의 삶과 목회이야기를 하였다. 지역사회의 목사님들을 초대하였기 때문에 각 목사님들께서 속해 있는 교회에서도 많은 반응이 있었고, 본 교회 성도들 또한 색다른 시도에 관심이 많았다. 이 콘텐츠를 송출한 이후, 광주양림교회 스튜디오에 대한 타 기관의 문의가 생겨났다. 그래서 실제로 지역사회의 한 교회에서는 온라인 여름 수련회를 본 교회 스튜디오에서 진행을 하기도 하였다.

원래 계획으로는 이 사목사목은 연중행사로 기획이 되어 있었다. 그리고 광주양림교회가 한국 장로교의 분열 역사에 따라 기독교 장로회 광주양림교회, 대한예수교 장로회 통합측 광주양림교회 그리고 대한예수교 장로회 합동측 광주양림교회로 분열이 되었던 역사가 있는 만큼 이 세교회의 목사님들이 출현하는 사목사목과 유사한 콘텐츠를 제작하기로 계획 되어 있었다. 하지만 이전에 언급하였던 것 처럼 교회공동체의 리더십이 변화함에 따라 이 콘텐츠는 지속되지 못하고 표류하였다.

지금까지 광주양림교회 양림은 국에서 기획하고 개발한 콘텐츠들을 소개하였다. 충분하지는 않았지만 그래도 주어진 환경에서 한국교회가 지키야 하는 모이는 것과 전하는 것을 잘 간직하며 수요자 중심의 온라인 콘텐츠의 문을 만들고 소그룹의 문을 만들려고 노력하였음을 알 수 있다. 이런 노력의 결과 리더십의 전환기에서도 큰 흔들림 없이 공동체를 지켜온 것이 아닌가 한다.

②. 미 실시 기획 프로그램

기획을 하였으나 실시되지 못한 양림온의 콘텐츠들도 존재한다. 제작하지 않았던 콘텐츠였기 때문에 임상은 되지 않았으나, 교회 공동체의 콘텐츠를 고민하고 있는 사람이라면 도움이 될 듯 하여, 이 자리에서 몇 가지 정리해 보려고 한다. 실시되지 못하였던 이유들도 함께 정리하도록 하겠다.

1). 360도 카메라를 활용한 VR 예배 및 소그룹 콘텐츠

광주양림교회의 연령구성은 초 고령 교회이다. 일년이 지날수록 요양병원에 입원하시는 성도들의 수가 참 눈에 띄게 늘어나고 있다. 이 분들을 심방 하여 보면 하나 같이 이야기하는 것이 있는데, 그것은 바로 광주양림교회에서 한번이라도 예배를 드리는 것이 죽기 전 소원이라고 말 한다. 따라서 이 분들을 위해 360도 카메라를 구입하고 그 것으로 예배 실황을 찍어 입원하신 어르신들에게 VR로 예배와 소그룹에 참석하게 하면 어떨까? 라고 생각하고 카메라를 구입하였다. 그러나 기존

콘텐츠 제작에서 우선 순위가 밀렸고, 잠정 보류되었다.

입원하신 성도들의 가정이 교회에 대한 이미지가 좋아질 것으로 보이고, 성도에게 잊지 못할 기억을 선물해 줄 것으로 예상된다. 모이는 것과 복음전하는 것에 아주 특화된 콘텐츠라 할 수 있겠다.

2). 선교사 네트워크를 통한 성지순례

세계 각국에 있는 선교사님들과 협업하여 성지순례용 영상을 찍고 편집하고 선교사님들 에게 설명을 듣는 방식이다. JTBC 방송국의 '특파원 25시'와 비슷한 포맷인데 성지순례 버전이 되겠다. 기획 단계에서 인적자원과 물적자원 등 동원해야 하는 자원이 많아 좌초하였다.

이 콘텐츠는 개교회를 넘어 거점협력과 파트 협력을 이뤄 낼 수 있다는 데에 의미가 있겠다고 하겠다.

3). 성도 브이 로그

성도들의 일상을 카메라로 담고 교인들 및 사람들에게 공개하는 내용 컨셉이다. 그리스도인으로 어떤 삶을 살고 있는지에 대한 탐구이다. 각 직업에 대한 궁금증과 삶에 대한 궁금증이 해결될 수 있기 때문에 좋은 반응일 것으로 예상된다. 하지만 아직까지 교회의 분위기가 자신을 공개하는 것이 힘들어서 좌초되었다. 추후 소그룹이 활성화되면 도전해 볼만한 콘텐츠이다.

성도 상호간 이해를 하는데 도움이 되는 소그룹을 살리는 귀한 콘텐츠가 될

것으로 본다.

4). 목회자 브이 로그

목회자들의 일상엔 성도들에게 궁금한 영역이다. 언제 일어나 어떻게 출근하고 어떻게 퇴근하는지 그리고 평일에 어떤 업무를 보는 지 궁금하기 때문이다. 이 점에 대해서 속 시원하게 이야기해주고 목회자의 비전에 대해서도 나누는 컨셉이다. 이 콘텐츠도 타 사역에 밀려 잠정 보류되었다.

③. 한계 및 제언

본인은 논문의 초반에 포스트 팬데믹 시대, 한국교회의 위기는 두개의 문으로 극복되어야 한다고 주장하였다. 수요자 중심의 온라인 콘텐츠의 문과 소그룹의 문을 통해 교회로 사람들을 불러 모아야 하고 교회에서 복음으로 새롭게 된 사람들을 다시 교회밖으로 내보내야 한다고 말하였다. 따라서 본인은 이 관점에서 양립론에 대한 전체적인 디자인과 콘텐츠 개발을 하면서 이 문을 만들어 가는 시도를 하였다. 이 임상을 진행하면서 새롭게 알게 된 사실이 있다. 한국교회 즉, 개교회가 두개의 문을 준비하였다면 그 다음 단계가 무엇이 필요한지를 바라보게 된 것이다. 그것은 바로 ‘게이트’ - 대문이다. 각 개교회가 두개의 문으로 사람들을 모은다고 한다면 그 문은 아무리 크더라도 교회의 크기보다 클 수 없는 구조적인 한계가 있다. 때문에 수요자 중심의 온라인 콘텐츠의 문과 소그룹의 문을 아무리 잘 만들어도 그 문의 크기는 교회의 역량 안에 묶인다고 보아야 한다.

그렇다면 어떻게 이 문제를 극복할 것인가? 지역교회의 연합 게이트가 필요한 것이다. 이 게이트 또한 두개의 게이트가 필요하다. 하나는 거점 게이트이며 또 하나는 파트 게이트이다. 이 개념이 무엇인지 하나 하나 설명을 하도록 하겠다.

1). Gate1. 거점협력

필자는 ‘사목사목’ 콘텐츠를 기획하는 당시에 광주지역에서 광주양림교회 양림온 스튜디오 수준의 시설을 갖추는 것이 어려운 사실이라는 것을 알게 되었다. 교회의 규모가 크다고 자연스럽게 이런 스튜디오가 갖춰지는 것이 아니라 구성원들의 동의가 있어야 하기 때문이다. 따라서 이런 현실에서 단기간 두개의 문을 완성하기 위해서는 각 지역에서 온라인 콘텐츠 개발을 할 수 있도록 돕는 거점 교회공동체들이 있어야 한다고 본다. 이 거점 교회를 지역교회의 게이트로 만들고 이 거점교회를 통하여 지역사회의 교회들이 다양한 콘텐츠들을 제작할 수 있는 여건이 되어야 하다는 것이다. 거점교회는 지역사회의 교회들에게 시설과 방법을 제공하고 지역사회의 교회는 이 거점 교회를 이용하면서 아이디어와 제작된 프로그램을 공유하는 것이다. 이 개념에 대하여 구체적인 예를 들자면, 한 교회가 양림온 스튜디오에서 교육부서용 율동영상을 제작하였다고 하자. 그러면 광주양림교회는 그 콘텐츠를 제작한 교회와 협의하여 콘텐츠의 사용권을 지역사회 교회에게 열어주는 것이다. 그렇게 되면 지역사회 교회는 교회자료의 허브인 광주양림교회 양림온 스튜디오의 데이터 뱅크를 통하여 콘텐츠를 제작 혹은 유포하게 하게 되는 것이다.

2). Gate2. 파트 협업

거점 협업과 더불어 필요한 것은 파트 협업이다. 광주양림교회 양림온을 통해 콘텐츠를 개발하며 느낀 어려움 중 가장 큰 부분을 차지하는 어려움은 바로 인력의 부족에 대한 고민이었다. 개발해야 할 콘텐츠는 분야별로 대상별로 방대한데 이것을 실행할 사람은 한계가 있기 때문이다. 모든 사역자가 콘텐츠를 기획하고 개발할 수 있는 역량을 가지고 있는 광주양림교회에서조차 이 부분은 쉽게 해결이 되지 않았다. 따라서 이 문제를 해결하기 위해서는 교회 간 파트 협업이 필요하다. 위에서 거점협력에 대한 개념을 이야기하였는데 파트 협업은 거점이 협업이 완료된 순간 쉽게 이를 수 있는 개념이다. 거점을 통하여 콘텐츠를 만들어내는 교회들이 모이게 되면, 자연스럽게 교회들 마다 콘텐츠 개발에 있어서 강점을 갖는 분야들을 확보하게 된다. 예를 들자면 광주양림교회가 성인 성도들을 대상으로 진행하는 신앙예능을 잘 만든다고 한다면, 이 분야에 대한 것은 광주양림교회가 전담하여 제작을 하는 것이다. 그리고 참신한 저 예산 콘텐츠나 교육부서 콘텐츠를 잘 만드는 교회가 있다면, 그 교회에서는 본인들의 강점을 극대화한 콘텐츠를 만들면 되는 것이다. 이것을 거점 교회의 데이터 뱅크에 넣어 놓고 공유를 한다면, 그리고 필요한 콘텐츠를 강점을 갖고 있는 교회에게 의뢰한다면, 두개의 문보다 훨씬 크고 아름다운 두개의 게이트가 건설될 것이다.

제 3 장

결 론

나가며

요약 및 평가

코로나 19는 우리의 삶 뿐만 아니라 우리의 신앙생활에 있어서도 많은 변화를 가지고 왔다. 이런 변화의 상황에서 세상은 코로나 이후의 표준을 찾는 움직임 뉴노멀을 찾는 시도를 하고 있다. 한국교회 역시 포스트 팬데믹 시대를 맞이하며 살아남기 위해서는 새로운 뉴노멀을 찾고 있는 실정이다. 필자는 앞의 논의에서 밝힌 바와 같이 포스트 팬데믹 시대를 살아남기 위해서는 한국교회가 변화해야 한다는 것에 동의한다. 그러나 그 변화는 “흔들리는 터전”에서 폴 틸리히가 지적하였던 것처럼 문화적 창의성이나 정치적인 진보나 정치제도나 종교체계에 의지한 변화가 되어서는 안 될 것이다.⁵² 왜냐하면 교회 공동체는 예수 그리스도로 인하여 하나님 안에서 새로운 존재들이 모이는 공동체 이기 때문이다.⁵³ 때문에 이런 변화 앞에서 교회의 본질이 모이는 공동체와 복음을 전달하는 공동체라는 사실을 깨닫고 이를 중심으로 변화를 주도해 나아가야 한다.

⁵² 폴 틸리히/김광남 옮김, 『흔들리는 터전』 (서울: 뉴라이프, 2008), 21.

⁵³ 폴 틸리히/남정우 옮김, 『문화의 신학』 (서울: 대한기독교서회, 2007), 218.

한국교회가 초창기 한국 땅에 뿌리를 내리려 하였을 때, 당시의 유교 문화 때문에 많은 반대에 부딪혀 왔다. 사회현실이 복음의 표현을 따르지 못하였던 것이다. 이에 선교사들과 신앙의 선배들은 복음의 순수성을 간직하고 사회적 현실을 두개의 문으로 수용함으로 이 위기를 극복하였다. 이에 포스트 팬데믹 시대를 살아가는 우리 또한 온라인이라는 사회적 현실을 받아들여야 할 것이다. 수용자 중심의 온라인 콘텐츠의 문의 문을 교회공동체에 세워 온라인 공간에서 정처없이 떠도는 영혼들을 교회로 불러들이고 하나님의 부르심을 그들에게 전해야 할 것이다. 또한 소그룹의 문을 통하여 온라인 공간에서 드리는 예배와 모임에 만족하고 있는 새로운 신앙세대에게 공동체의 즐거움과 아름다움 그리고 복음의 역동성과 복음의 사회적 책임을 전해야 할 것이다. 그리고 이런 문들이 포스트 팬데믹 시대를 살아가는 한국교회에 세워지게 된다면 더 나아가 더욱더 큰 문 게이트를 만들어 가는데 지역교회가 협력하여야 한다. 지역교회가 협력하여 세워야 하는 큰 문, 게이트는 거점을 통한 협업의 문과 파트 협업을 통한 다양성의 확보이다. 거점 협업을 통하여 각 교회는 콘텐츠 개발에 대한 진입장벽을 낮춰 많은 콘텐츠를 통하여 교회공동체를 사람들에게 노출시켜야 할 것이다. 또한 파트 협업을 통하여 생산된 콘텐츠의 다양화와 더불어 전문성을 확보하여야 할 것이다. 두개의 게이트와 두개의 문을 이뤄서 포스트 팬데믹 시대를 한국교회가 살아간다면, 한국교회는 좀더 건강하고 다양해질 것이다. 김영례 교수는 미래교회의 방향성에 대하여 본질 회복을 위한 이야기를 나누는 공동체가 되어야 한다고 이야기하였다.⁵⁴

제언과 결론

⁵⁴ 김영례, 『김영례 교수의 미래교육목회』(가평: 통독원, 2016), 21.

지금까지의 논의가 한국교회의 바른 미래를 꿈꾸기 위해 나누었던 이야기가 되기를 바란다. 이 연구는 광주지역에서 온라인 콘텐츠를 기획 개발하고, 진행해 온 사람으로 서의 견해를 담은 글이었다. 서두에 밝힌 대로 현재 진행되고 있는 일에 대한 진단과 이론작업이기 때문에 자료수집에 대한 어려움이 있었다. 또한 광주양림교회가 리더십 교체를 경험하게 되면서 소개하였던 콘텐츠에 대한 객관적인 결과를 제시하지 못했던 것도 이 연구의 한계라고 할 수 있겠다. 이런 한계에도 불구하고 본 연구를 통하여 지역사회에서 온라인 교회 콘텐츠 개발을 위해 불철주야 노력하는 목회자들에게 작은 희망과 방향성을 제시한 연구가 되었으면 한다.

참고문헌

참고논문

강영성, 『기획특집, ‘언택트 시대의 문명과 교회의 전환’ “코로나 19 이후 문명과 사회 생태적 전환과 신학의 과제”』 (세계와 선교 제234호)

이승찬, 『팬데믹 시대의 한국교회 온라인(All-line) 사역 방법론에 대한 연구 - 충신교회 온라인(All-line) 사역을 중심으로』 (박사학위논문, 장신대학교)

안재은, 『소그룹 목회를 통한 성장계획 -충신교회를 중심으로-』 (박사학위논문, Fuller Theological Seminary)

참고서적

길희성, 『아직도 교회 다니십니까』 (서울: 대한기독교서회, 2015)

김병삼 외, 『온라인 교회』 (서울: 두란노, 2021)

김영례, 『김영례 교수의 미래교육목회』 (가평: 통독원, 2016)

리차드 니버/김재준 옮김, 『그리스도와 문화』 (서울: 대한기독교서회, 1958)

본회퍼/손규태 옮김, 『디트리히 본회퍼 선집 신도의 공동생활 성서의 기도서』 (서울: 대한기독교서회, 2010)

볼프하르트 판넨베르크/정용섭 옮김, 『신학과 철학』 (서울: 한들출판사, 2010)

이종성, 『조직신학대계7, 교회론1』 (서울: 대한기독교출판사, 1995)

위르겐 몰트만, 박봉량 외 4인 옮김, 『성령의 능력 안에 있는 교회』 (서울: 한국신학연구소, 2007)

조병호, 『통 성경 길라잡이』 (서울: 통독원, 2012)

- 존 스토트, 정옥배 옮김, 제4판 『현대사회 문제와 그리스도인의 책임』 (서울: IVP, 2006)
- 최석호, 옥성삼, 『예배당으로 본 한국 교회 100년사-왜 조선 교회는 두 개의 문을 만들었는가?』 (서울: 시루, 2019)
- 최성수, 『볼프하르트 판넨베르크 신학연구』 (서울: 한국학술정보(주), 2007)
- 최윤배, 『갈뎡신학 입문』 (서울: 장로회신학대학출판부, 2012)
- 최윤식, 최현식, 『빅체인지 한국교회』 (서울: 생명의말씀사, 2021)
- 칼바르트/이형기 옮김, 『복음주의 신학입문』 (서울: 크리스찬다이제스트, 2003)
- 폴 킬리히/김광남 옮김, 『흔들리는 터전』 (서울: 뉴라이프, 2008)
- 폴 킬리히/남정우 옮김, 『문화의 신학』 (서울: 대한기독교서회, 2007)
- 한스킹, 정지련 역, 『교회』 (서울: 한들출판사, 2007)
- Ron Nicholas/신재구 옮김, 『소그룹 운동과 교회성장』 (서울: IVP, 1986)

잡지, 신문기사

- CBS 크리스천 노컷뉴스, “목회&앤 데이터 - 유튜브, 목회 활용방안은?,” (2019)
- “코로나바이러스감염증-19/국가별 대응, 대한민국의 의료, 대한민국의 사건사고,” (2023)
- 방송통신 위원회, “2022 방송매체 이용행태조사 보고서,” (통계 보고서)
- 목회데이터연구소, “기독교 통계(53호)-한국교회 유튜브 통계— 1억뷰 교회 등장,” (2020)
- 목회데이터연구소, “기독교통계 통계(156호)-부목사가 보는 한국교회,” (2022)

목회데이터연구소, “기독교 통계(169호)-한국교회 목회자의 2023년도 목회전망,” (2022)

목회데이터연구소, “기독교 통계(172호)-기독교인의 기독교 이탈 통계,” (2022)

목회데이터연구소, “기독교 통계(173호)-3040세대 개신교인 신앙의식 조사,” (2022)

목회데이터연구소, “기독교 통계(178호) - 빅데이터로 본 2022년 한국교회,” (2023)

목회데이터연구소, “다음세대통계 통계(33호)-10대 청소년, 관심/흥미 있는 주제 찾을 때 ‘유튜브 등 온라인 동영상 플랫폼 가장 많이 이용,’” (2020)

이대웅, “과편화된 나노사회, 교회 소그룹은 투 트랙으로,” (2023)

이진형, “새로운 세계 메타버스, 위기인가 기회인가,” (2021)

이영규, “증가하는 고립청년에…서울시, 1200명의 사회생활 지원,” (2022)

최은영, “코로나19 장기화에 교회 신뢰도 급락…76% 신뢰 안 해,” (2021)

서울특별시, “사회적 거리두기 조치 해제 이후 서울시민의 생활시간 변화분석,” (2022)

한국과학기술단체총연합회, “코로나 -19 장기화로 인한 정신건강과 사회에 미치는 영향,” (2021)

V I T A

PERSONAL DATA

Full Name: Saya Lee

Place and Date of Birth: Jeju-si, Jeju-do, Republic of Korea, July 28, 1981

Parent`s Names: Yunheung Lee / Chunja Jung

EDUCATIONAL INSTITUTIONS

<u>School (Name and Address)</u>	<u>Degree</u>	<u>Date</u>
Secondary: Ohyeon High School 101, Iljudong-ro, Jeju-si, Jeju-do, Republic of Korea	Diploma	Feb 21, 2000
Collegiate: Hanshin University 137, Hanshinda-gil, Osan-si, Gyeonggi-do, Republic of Korea	Th.B	Feb 14, 2006
Graduate: Honam Theological University 77, Jejung-ro, Nam-gu, Gwangju, Republic of Korea	M.div	Feb 14, 2012
Presbyterian University and Theological Seminary 25-1, Gwangjang-ro 5-gil, Gwangjin-gu, Seoul, Republic of Korea	Th.m	Feb 20, 2018

I understand that the Drew University Library may make this document available to scholars and other Libraries.

Signature



Saya Lee

Name typed

March 15, 2023

Date