

# 구어적 매체가 16세기 종교개혁에 미친 영향과 현대 기독교의 적용

## An Effect of Oral Media on the Reformation in the Sixteenth Century and its Application to the Present Christianity

봉원영

삼육대학교 신학과

Won Young Bong(bong10@syu.ac.kr)

### 요약

본 연구의 목적은 구술성과 문자성이 결합된 구어적 매체의 특징과 그것이 16세기와 21세기에 미친 영향을 각각 분석하여 현대 기독교에로의 적용점을 찾아보려는 것이다. 오늘날의 전자시대는 전화, 라디오, 텔레비전 등과 같은 이차적인 구술성에 의해서 형성되었으면서도 그 존립을 쓰기와 인쇄에 힘입는 구술성의 시대라고 할 수 있다. 역사적으로, 구술성에서 문자성으로 전환, 나아가서 전자 시대로의 전환은 사회적, 경제적, 정치적, 종교적 구조 및 그 밖의 여러 구조와 서로 맞물려 있다는 것은 잘 알려진 사실이다. 이러한 관점에서, 본 연구의 첫 부분에서 1차적 구술문화가 가지는 특징을 분석하고 그것이 어떻게 문자매체와 결합하여 구어적 매체가 되었으며 나아가 16세기 종교개혁자들이 얼마나 시의 적절하게 그 새로운 매체를 활용함으로써 종교개혁에 큰 힘을 발휘하였는가를 살펴보았다. 두 번째로는 문자성에 기반한 전자매체가 구술성과 결합하여 전혀 새로운 현대 구어적 매체를 이루었다는 사실을 살펴보고 현대 기독교에 적용할 수 있는 몇 가지 대안들을 제시하였다.

■ 중심어 : | 구술성 | 문자성 | 구어적 매체 | 전자시대 | 이차적인 구술성 |

### Abstract

The purpose of this study was to see the characteristics of oral media, which is orality and literacy combined, in order to analyze its effect on the age of Reformation and today, and to draw applicable points on the present Christian mission. The electronic age is an age of secondary orality, the orality of telephones, radio, and television, which depends on writing and print for its existence. Historically, it is a well-known fact that the shift from orality to literacy and on to electronic processing has engaged in social, economic, political, religious and other structures. With this perspective, the study was divided into two parts. In the first part, researchers dealt with the characteristics of primary oral culture, examined how it combined with media literacy and became oral media, and witnessed how reformers in the sixteenth century utilized it timely along with what the ending result was. In the second part, researcher observed the characteristics of electronic media based on literacy and orality, and presented several applicable points to the present state of the Christianity.

■ keyword : | Orality | Literacy | Oral Media | Electronic Age | Secondary Orality |

## I. 서론

과울슈티히는 매체가 사회적 조정 및 방향 설정의 역할을 담당하기 때문에 과거에 매체였던 것이 그 기능을 상실하면 자연히 매체로서의 성격도 상실하게 된다고 했다[1]. 이러한 과울슈티히의 매체 개념에서 우리가 논의할 구어적(口語的) 매체는 기술적인 특성을 가지고 “사회적 조정 및 방향 설정의 기능”을 수행하는 매체라고 할 수 있다. 또한 여기서 언급하고 있는 구어(口語)는 Ong의 1차적 구어 개념이 아닌, 구어가 문자나 이미지, 영상과 같은 다른 매체와 결합하며 확장을 이룬 복합적이고 결합적인 매체를 의미한다[2].

구어는 발화함과 동시에 사라지는 소리의 한계를 가지기 때문에 인간은 정보를 기억하고 저장하기 위해 표음문자를 만들어 목소리를 시각적으로 변환하는 방법을 고안했다. 하지만 대다수가 문맹인 1차적 구술문화의 연장 속에서 문자는 낭독이라는 구어적 방법에 의존할 수밖에 없었다[3]. 결국 구술문화가 그것을 기억하고 재생산하기 위해 사용했던 정형구, 반복, 대구의 사용과 같은 1차적 구술성의 흔적은 늘 낭독이라는 구술적인 방법을 염두에 두어야 했던 과거의 쓰기문화 속에 오래도록 남아있을 수밖에 없었다[3].

이는 인쇄술의 발전으로 문자 매체의 양은 폭발적으로 증가 하였던 16세기에도 그러했다. 인쇄매체는 사회의 주요한 매체로 자리매김 하였지만, 아이러니하게도 민중의 대다수는 글을 읽지 못했고 그 엄청난 보급량에도 불구하고 여전히 공적인 장소에서 구술적인 방법과 결합하지 않을 수 없었던 것이다[1]. 이런 시대적 배경에서 서적은 민중이 구입하기에는 너무 비쌌을 뿐만 아니라 높은 문맹률로 인해 읽을 수도 없었고 낭독되기에는 너무 길었다. 결국 이런 이유로 종교개혁자들은 소책자라는 16페이지 이내의 낭독되기 쉽고 값싼 매체를 만들어 보급하였는데[4], 이렇게 출간된 방대한 인쇄물들은 설교와 같은 구어적 콘텐츠를 낭독이라는 형태로 전달하는 구어적 매체로써 사회적 조정 및 방향 설정의 기능을 담당했고 사회와 종교개혁운동에 강력한 영향력을 행사하기도 했다[1].

하지만 시간이 지남에 따라 문맹률은 점점 낮아졌고

민중의 읽기가 낭독에서 묵독으로 옮겨가는 점진적인 변화 속에 활자와 기계는 우리 시대를 지배하는 매체로 군림했다[5]. 그런데 이런 문자성의 시대는 전자 테크놀로지를 기반으로 한 전자 시대의 등장으로 인해 큰 변화와 도전을 받고 있다. McLuhan은 현대의 전기 기술은 전문화된 글자이기보다 사람을 포용하고 참가를 촉구하는 구어에 더 친근한 것 같다고 평가하였고, Ong은 그것을 “쓰기와 인쇄의 사용에 끊임없이 기반을 두고” 있는 “2차적인 구술성의 시대”라고 정의했다[2][3]. 따라서 그들의 진단이 맞다면, 우리는 과거 16세기의 종교 개혁자들이 구술성의 시대에서 문자성의 시대로의 전환을 겪었던 것과 반대로 문자성의 시대에서 구술성의 시대로 회귀하는 시대에 살고 있는 것이다.

16세기 종교 개혁자들은 문자성의 시대를 맞이하며 소책자와 같은 16세기 구어적 매체의 도움으로 큰 성공을 거두었다. 그렇다면 현대 기독교는 2차적 구술성의 시대를 맞이하며 블로그나 SNS 같은 현대 구어적 매체의 영향력을 어떻게 받아들이고 또 활용하고 있는가? 그래서 본 연구는 지난 16세기의 구어적 매체와 현대 구어적 매체가 종교개혁과 현대 기독교에 미치는 영향을 비교함으로써 지난 종교개혁자들의 성공과 한계를 분석하고 현대 기독교의 방향을 건주어 제시해보고자 한다. 이 연구에서는 구어적 매체의 범위가 너무 넓은 까닭에 구어적 매체의 연구 범위를 구어와 문자성의 결합의 사례로 제한하고 그 대표적인 사례로써 16세기에는 구어적 매체로서의 소책자를, 현대에서는 구어적 매체로서의 블로그와 SNS로 범위를 좁혀 연구하고자 한다.

## II. 구어적 매체가 16세기 종교개혁에 미친 영향

### 1. 1차적 구술 문화의 특징

쓴다는 것은 음성언어로서의 말의 성격 없이는 결코 가능하지 않기 때문에 언어의 기본 단위는 말이라고 할 수 있다. 그런데 이처럼 쓰기와 같은 말에 의한 표현의 근거에 구술성이 잠재하고 있음에도 불구하고 고도로 문자화된 시대를 살아가는 우리는 그 사실을 자주 망각한다. 인간이 문자성과 구술성의 차이를 인지하기 시작

한 것도 겨우 전자시대에 들어오면서 부티였다[2].

그러므로 2차적 구술성의 시대에 돌입한 우리가 16세기 구어적 매체를 연구하기에 앞서 문자의 영향을 전혀 받지 않은 1차적 구술성의 시대를 되짚어 보는 것은 의미 있는 일이다. 우리는 여기서 거리적/시간적 한계를 지나는 1차적 구술성의 기본적인 특징을 Ong의 정리를 참고하여 몇 가지만 생각해봄으로 16세기 구어적 매체와 관련한 연구에 도움을 얻고자 한다[5]. 그에 따르면, 1차적인 구술문화에서의 사고와 표현은 다음과 같은 특징을 가진다.

첫째로, 1차적 구술성은 내러티브에 있어 종속적이기보다 첨가적인 특징을 보인다. 그 가장 대표적인 예로 1610년에 출간된 두에(Douay)판 성서의 창세기 1장 1-5절의 번역을 들 수 있는데, 이것은 아직 구술문화의 영향을 많이 받고 있던 17세기에 번역된 성경인 만큼 구술문화가 가지는 첨가적인 특징을 잘 드러내 보여주고 있다.

“In the beginning God created heaven and earth. And the earth was void and empty, and darkness was upon the face of the deep; and the spirit of God moved over the waters. And God said: Be light made. And light was made. And God saw the light it was good; and he divided the light from the darkness. And he called the light Day, and the darkness Night; and there was evening and morning one day.”

이처럼 두에판 성경은 히브리어의 “그리고”, “그래서”의 뜻을 가지는 we나 wa를 모두 and로 번역하여 열번씩이나 반복하였다. 이러한 번역은 현대인의 감각에 비추어볼 때 다소 어색하고 엉뚱하게까지 보일 수 있지만, 과거의 구술적 세계에서는 오히려 이것을 더 자연스럽게 친숙하게 느꼈음을 보여주고 있다[2].

1차적 구술성의 두 번째 특징은 장황하거나 다변적이라는 것이다. 책은 비록 주위가 산만해서 잠시 문맥을 놓쳤더라도 언제든 처음으로 돌아가 읽으면 문맥을 다시 찾을 수 있다. 그렇기에 책을 쓰는 작가는 아무런 부담 없이 논리적이고 직선적으로 담론을 풀어내는 경향

이 있다. 하지만 1차적 구술문화에서 말은 책과 같이 되돌아갈 곳이 없으므로 화자는 청자를 자신의 담론 속에 잡아두기 위해 끊임없이 이야기를 되풀이하며 천천히 앞으로 나아갈 수밖에 없는데, 그것이 이야기를 장황하게 만드는 이유이다.

또한 화자는 말을 하고 있는 중에도 다음에 무엇을 말해야 할지에 대해 끊임없이 생각해야 한다. 머뭇거림은 화자를 서툴게 보이게 하는 까닭에 화자는 말을 중단하기보다 이야기를 되풀이하며 다음에 무엇을 말할 것인지 생각할 시간을 벌고자 하는 경향이 있다. 그런 이유로 구술문화는 강렬하고 리드미컬하고 균형 잡힌 패턴이거나, 반복이나 대구이거나, 두운과 유운이나, 형용구와 그 외의 정형구적인 표현이나, 혹은 그 밖의 기억을 돕는 형식을 적극 활용하여 유창하지만 장황하고 다변적인 특징을 가지게 되었다[5].

세 번째 특징은 내러티브의 적극적인 활용이다. 구술문화에서의 내러티브는 매우 기능적이다. 구어의 빠른 소멸적 한계를 보완하기 위해 구술문화는 그것을 기억하고 재생산하기 쉽도록 정보를 이야기 속에 보관하고 조직, 전달하는 체계를 만들 수밖에 없었다. 고대 그리스인들의 신화나 트로이 전쟁 이야기, 미국 원주민들의 늑대 이야기, 건국 신화와 같은 이야기들은 재미있게 듣고 쉽게 반복할 수 있는 이야기 형식인데 이것은 많은 양의 정보와 전승을 그 안에 묶어둘 수 있었다[2].

마지막으로 1차적 구술문화에서의 내러티브는 항상 청중을 의식하고 있다는 특징을 가지고 있다. 1차적 구술문화에서는 자신의 이야기를 듣는 실제적인 청중이 없다면, 내러티브가 존재할 수 없다. 이것은 내면화된 문자성에 익숙해진 현대인들에게는 무척 이상한 이야기이지만, 구술문화의 영향을 받던 지난 시대에는 그러했다. 그것은 나아가 쓰기에에도 상당한 영향을 주었는데, McLuhan은 고대 그리스인들이 작품을 출판한다는 것은 청중들을 모아놓고 작가가 그것을 낭독하는 것이었으며 작가는 늘 청중을 의식하며 글쓰기에 임했다는 사실을 이야기하며 이를 지적하고 있다[3].

Goody는 구어와 문어의 차이점을 어휘 및 통사적 측면에서 보다 구체적으로 언급했는데 이것을 표로 나타내면 다음과 같다[6].

표 1. 구술문화와 문자 문화의 차이점

	구술문화	문자문화
어휘 관점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동사 표현이 많음.</li> <li>• 구체적이고 체험적인 개념의 언어를 사용하는 경우가 많음.</li> <li>• 어휘의 중복이 심함.</li> <li>• 인칭대명사의 사용이 상대적으로 많음.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다음절의 어휘를 사용하는 경우가 많음.</li> <li>• 개념을 명사의 형태로 표현하거나 추상적으로 나타내는 경우가 많음.</li> <li>• 해당 언어의 원형 언어에 의존한 표현이 많음.</li> <li>• 문장 요소로서의 형용사 사용이 빈번함.</li> </ul>
통사 관점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통사 규칙이 비교적 단순함.</li> <li>• 관사보다는 지시적 수식어의 사용이 많음.</li> <li>• 의문문, 감탄문이 많음.</li> <li>• 간투사로 말의 흐름을 조절하는 경우가 많음.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음성언어보다 복잡한 통사 규칙있음.</li> <li>• 종속 구조를 이루는 경우가 많음.</li> <li>• 단언문이나 가정법, 수동태의 쓰임이 많음.</li> <li>• 동명사, 분사, 조동사의 사용이 많음.</li> </ul>

문자문화에 비해 구술문화는 소통의 과정에서 친교성이 중시되고 논쟁에 감정이 실리는 경향이 있다[7]. 구술은 또한 구술자 개인의 주관적이면서도 부분적 경험과 기억을 토대로 말을 통해 이루어지기 때문에 비객관적이라는 비판도 존재한다[8].

## 2. 구어적 매체로서의 소책자

### 2.1 소책자의 등장과 특징

16세기 초 종교개혁 시기에 독일의 전체 인구 2천만 명 가운데 학문적 교육을 받고 책의 구매자 혹은 독자로 간주될 수 있었던 사람은 단지 5만 명밖에 되지 않았다. 그 5만 명 중에서도 대략 60%가 성직자, 재판관, 교사, 관리, 의사와 같은 지식인 그룹에 속했던 것으로 간주되고 있다[1]. 물론 그 당시에 글을 읽을 수 있는 사람은 독일 인구 중 약 100만 명 정도로 추산되지만, 책의 구매자가 될 수 없었던 가장 큰 이유 중 하나는 가격이었다. 당시 출간된 루터의 독일어 신약 성경의 가격은 당시 하녀의 일 년치 봉급에 해당할 정도로 비쌌다 [1]. 1524년까지 독일어 인쇄물 종의 수는 1511년과 비교해서 거의 6배 이상 증가하였고 평균발행부수로 계산하면 전체적으로 거의 10배에 이를 정도였다. 그러나 이러한 책들 중 대부분은 얇은 두께의 책이거나 혹은 소책자들이었다. 그래서 2절판이나 100쪽 이상의 인쇄물은 이 시기에 드물었으며, 1519년까지 전체 인쇄량의 10% 정도를 차지했던 8절판 서적들은 1520년에 3분의 1까지 증가하였다가, 1530년대에 이르러서는 절반 이상을 점유하게 되었다. 그리고 이러한 서적들은 비교적 싼 가격에 구입할 수 있었다[9].

서적의 영향력을 제한했던 두 번째 요인은 너무 낮은 문자 해독률이었다. 당시의 문자 해독률은 농촌과 소도

시의 경우 5%, 학교가 있는 대도시의 경우에도 30%를 넘지 못했다[10].

셋째로 묵독보다 소리 내어 읽는 낭독에 익숙한 당대의 관행 또한 길고 어려운 서적의 영향력을 제한했다 [3]. 이런 시대적인 한계 속에서 종교 개혁자들은 엄청난 양의 인쇄물을 쏟아내는 인쇄기술과 설교자의 역할을 결합한 새롭고 값싼 매체를 보급하기 시작했는데, 그중 하나가 바로 소책자였다[1].



그림 1. 16세기 종교개혁 시기의 소책자[11]

소책자는 대체로 성직자들의 주도로 이루어졌으나, 광범위한 시민계층이 참여한 특수한 소통과정이며 종교개혁의 결정적 영향을 끼친 핵심매체였다[10]. 그것은 특히 농민과 같이 문자를 잘 알지 못하는 하층민들 사이에서 엄청난 인기를 끌었다[4]. 역사가들이 종교개혁 시기의 시대적 상황을 연구하는 자료로 소책자를 빼놓을 수 없는데 이는 당시에 출판된 소책자의 수가 대단히 방대해 다양한 연구를 가능하게 하는 까닭이다. 이러한 사실은 종교개혁 초기의 소책자에 대한 연구를

수행했던 쾰러(Hans-Joachim Köhler)가 1501-1530년 사이의 독일어권 지역에서 출판된 독일어, 라틴어 소책자 가운데 최소 3만 5천부의 소책자에 대한 색인 작업을 한 데서도 알 수 있다[4].

소책자는 16페이지를 넘지 않았고 50% 이상이 8장 이하의 낱장 문서들로 이루어져 있었다. 그것은 제본되지 않은 가철본의 형태를 띠고 있었고 텍스트만을 포함하고 있는 대중적 의사소통 수단으로, 공공영역 전체를 지향하면서 공개적으로 선동하거나 영향력을 발휘하고자 하는 독립적이고 비정기적인 인쇄물이었다[1]. 또한 소책자는 책에 비해 매우 저렴한 가격으로 판매되었는데, 이 소책자의 가격은 인쇄의 질이나 내용보다는 페이지의 수로 결정되었기 때문에 가장 긴 16장짜리 소책자의 경우 수공업에 종사하는 직공이 받는 하루 일당의 1/3정도 수준이었다. 충동적으로 구입하기에는 부담스러웠지만, 당시 하나의 일 년치 봉급과 맞먹던 서적의 가격에 비해서는 전혀 사지 못할 수준은 아니었다[4].

가장 인기 있었던 마틴 루터의 소책자로서, 독일 민족과 독일 교회의 자주성을 주장하면서 더 이상 로마제국과 로마 가톨릭교회의 교권적인 외세에 독일이 예속될 수 없다는 내용을 담은 <독일 기독교 귀족에게 고향>의 경우, 초판 4천부가 몇 일만에 품절되어 5일 만에 2쇄가 나왔을 정도로 인기가 높았다. 그것이 출간된 1520년 당해에만 15쇄를 거듭했을 정도였다[1]. 농민전쟁이 발발하기 전인 1525년 2월 말에 독일 남부 슈바벤(Schwaben) 지역의 농민들이 개혁안으로 제시한 <12개 조항>은 해당연도에만 적어도 15곳의 서로 다른 도시들에서 24개의 판본이 발행되었다. 또한 1521년 초에 인쇄되어 그 당시 대중적으로 가장 영향력이 있었던 소책자 <카르스탄 대화집>(Karsthans)에서도 성경에 대한 루터의 교리는 대중들이 이미 소책자를 통한 낭독의 형태로 귀로 들어서 알고 있었음을 말하고 있는데 이 모든 사실들은 종교개혁 초기에 소책자가 얼마나 대중적이었는지를 보여주고 있다.

## 2.2 구어적 매체로서의 소책자의 형태

소책자는 다분히 구어적인 성격을 가진 구어적 매체로서 활약했다. 이는 당시 읽기가 큰 소리로 낭독하는

것으로 이어지는 1차적 구술문화의 잔재 때문이기도 했고 그것을 작성하는 작가들의 의식 속에 1차적 구술문화의 영향력이 남아있기 때문이기도 했다[2]. 이러한 사실은 소책자의 가장 대표적인 형태가 설교였다는 점에서 확인할 수 있다. 많은 소책자들은 유명인의 설교를 받아 적거나 가상의 청중을 상대로 작성된 설교문의 형태를 가지고 있었다. 따라서 소책자에는 설교가 가지는 구어적 특성이 대부분 반영되어 제대로 훈련받지 못한 낭독자도 쉽게 읽을 수 있고 주의 깊게 듣지 않는 청중도 대략적인 내용을 이해할 수 있도록 구성하는 경우가 많았다[4]. 그래서 소책자의 설교문은 관계절을 포함하지 않은 단순한 구문이나 직접화법, 감탄문의 잦은 활용과 같은 구술적 방법들이 대거 포함되어 있었다[11]. 결국 소책자는 설교자의 목소리를 인쇄된 표음문자에 담아 그것을 낭독하는 화자와 듣는 청자가 있는 곳이라면 시간과 공간의 제약 없이 저자가 의도한 설교를 사람들에게 전할 수 있도록 하였다. 이러한 특성은 종교 개혁자들의 의견을 쉽고 정확하게 전달하여 종교 개혁의 성공을 불러온 핵심 요인 중에 하나였다[4]. 소책자가 설교자의 설교가 교회의 설교단에서 벗어나 설교자와 청중이 새로운 생각을 교환할 수 있는 자유로운 분위기를 창출했으며 결과적으로 청중의 집중력을 높일 수 있게 하는 수단이 되었기 때문이었다.

이처럼 낭독을 통한 정보전달 방식은 소책자의 1차적 독자들뿐만 아니라 문맹자들까지도 그 정보를 공유할 수 있었으므로 그들도 소책자의 수용자 집단에 포함시킬 수 있을 것이며, 정말로 그렇다면 종교개혁 시기의 소책자가 미친 영향은 우리가 생각하는 것보다 훨씬 더 컸다고 할 수 있다. 뿐만 아니라, 이것은 종교개혁 당시에 어떻게 루터 개인의 사상이 길지 않은 기간 동안에 다양한 계층의 대중들과 공유되고 그들로부터 지지를 이끌어 낼 수 있었는지에 대한 이해를 가능하게 한다.

소책자의 두 번째 유형은 서신이었다. 서신의 형태를 가진 소책자들은 처음부터 대중 의사소통적, 즉 여러 곳에 흩어진 사람들에게 유포한 공개서한의 형식을 가지고 있었으며 회람 문서로서 여러 곳에서 돌아가며 낭독되어졌을 것으로 추정된다. 그것은 대체로 바울의 서신처럼 설교적 어조를 띠고 있었고 설교와 마찬가지로

여러 구술적인 성질을 가지고 있었다[1].

세 번째 유형은 대화문으로, 이것은 대다수의 소책자를 이루던 형식이다. 이는 우리가 앞서 살펴본 구어의 내러티브적 성격과 매우 닮아있다. 이야기를 통해 쉽게 전달하고 기억하게 하며 다시 재생산 되도록 유도하는 기능을 가지고 있었다. 대화체의 소책자는 대체로 적대 진영의 인물이 대화가 진행됨에 따라 점점 궁지에 몰린다는 내용을 담고 있었다. 또한 평민도가 직접 선술집이나 교회 등지에서 벌여졌던 실제 논쟁을 바탕으로 각색한 것을 소책자로 만들어 출간하기도 하였을 정도로 지극히 노골적인 구어적 방식으로 기술되었으며 쉽게 저술되었고 또한 쉽게 소비되었다[4].

### 3. 소책자가 16세기 종교개혁에 미친 영향

이제까지 살펴본 것처럼 소책자는 구술적 특성을 가지면서도 동시에 1차적 구술성의 한계를 극복한 구어적 매체였다. 구어적 매체로서 소책자는 무엇보다 쉬웠고 이 때문에 종교 개혁자들은 계층과 지역의 구분 없이 빠르게 그들의 사상을 전파할 수 있었다.

예컨대, 루터는 소책자 <신약 성경과 거룩한 미사에 대한 설교>(1520년)를 통하여 거룩한 미사의 무의미함을 주장했고, <독일 기독교 귀족에게 고함>(1520년)을 통해서 신과 신 사이의 핵심적 중재자로서의 성직자 또는 교황의 역할에 대하여 이의를 제기하면서 모든 기독교인은 하나님의 자녀들이고 그 앞에 평등하여 누구나 제사장이 될 수 있다는 만인사제주의(萬人司祭主義, allgemeine Priestertum)를 주장했다. 이러한 소책자를 통해서 루터는 간결하고 직접적이며 설득력 있게 대중적으로 모든 사람들이 이해할 수 있도록 자신의 사상과 논조를 전달하였다. 결과적으로 억압과 착취, 교회의 부조리 등에 지쳐있었던 민중은 자연스럽게 저자의 생각에 동조하거나 지지하게 되었다.

1500년과 1530년 사이에는 최소한 1만 2천 종의 소책자 인쇄물이 존재했으며 이를 비율로 환산해보면, 당시에 글을 읽을 수 있었던 모든 사람들이 대략 15-20부 정도의 소책자를 가지고 있었을 것으로 추산된다[12]. 이처럼 광범위하게 유포된 소책자는 당시의 시급한 문제들에 대한 일반적인 정보수준을 빠르게 향상시켰을

뿐만 아니라, 종교 개혁가들의 지지자 집단을 창출했다. 이것은 소책자가 당시에 불안, 불만, 개혁 요구로 대표되는 주민들의 막연한 의견들을 이데올로기적인 단일화를 통해 집단을 안정시키는 역할을 해냈던 까닭이었다[13].

그런데 이처럼 쉬움에서부터 오는 영향력은, 대조적으로 가톨릭에서 출간한 반종교개혁적인 소책자들이 철저히 외면 받았다는 점에서 부각된다. 가톨릭 성직자들은 독일어 같은 통속어로 신학적 견해를 설명하는 것에 수치심을 느꼈고 더욱이 무식한 농민과 수공업자들에게 그것을 쉽게 전달해야 할 필요성을 느끼지 못했다. 그들의 독일어 작품이 몇몇 출간되긴 했으나 대체로 무겁고 현학적이었으며 분량이 길어 낭독되지 쉽지 않았고 인기가 없어 판매고를 끌어올리기 쉽지 않았다[4].

전체 소책자 중에 1/8의 저작들이 구두 수선공이나 모피 가공업자, 원예사, 직조공 같은 평민들에 의해 저술되었다는 점은 주목할 만하다[4]. 소책자의 1/8이라는 적지 않은 부분이 평민의 직접적인 생산에 의해 이루어졌다는 사실은, 평민들의 이 구어적 매체에 대한 접근이 상당히 쉬웠다는 점을 다시 한 번 반증한다. 그리고 그 쉬움은 종교 개혁에 관심을 가지고 있는, 남녀 노소를 불문한 국민 전체를 대상으로 쏠라 피데(Sola Fide, 오직 믿음), 쏠라 그라시아(Sola Gratia, 오직 은혜), 쏠라 스크립투라(Sola scriptura, 오직 성경)를 외치며 만인사제주의를 주장했던 루터의 가르침에 입각한 사상의 단일화의 몫을 단단히 해냈고 그것은 곧 종교개혁의 성공으로 이어졌다[1]. 소책자는 역사적으로 1517년을 지나면서 그 출판이 폭발적으로 증가했다가 1524년부터 1525년 사이 중부 유럽의 독일어 권역에서 광범위하게 확산되었던 농민들의 항쟁이 패배로 끝난 이후 다시 극적으로 감소했는데 이것은 평민들이 광범위하게 참여했던 종교개혁 운동과도 어떠한 형태로든지 밀접한 관계가 있음을 보여주고 있다.

실제로 종교개혁 시기에 출판된 소책자들은 종교와 신앙의 문제를 핵심가치로 지니고 있는 경우가 대부분이었다. 루터 등을 포함한 종교개혁자들의 글은 차치(且置)하고서라도 농민운동 시에 결의되어 배포되었던 <12개 조항>마저도 그 전문(前文)에서 영주를 적으로 대항함은 본의가 아님을 밝히고 제조항(諸條項)들이 신

교의 교리에 따라 사랑, 화목, 인내, 평화의 정신으로 수락될 것을 기대한다는 뜻을 적어 이를 거부한다는 것은 신교의 정신에 어긋나는 삶이라는 것을 지적했으며, 마지막 12번째 조항에서는 이 모든 조항은 성서에 의하여 검증되어야 하고 만일 하나님의 말씀과 반대되는 부분이 있다면 폐기되어야 한다고 언급하였다[14]. 이것은 당시의 소책자가 당시의 종교개혁에 얼마나 많은 영향을 미쳤는지를 가능하게 한다.

하지만 소책자가 민중을 단일화된 사상으로 묶고 종교개혁을 선동하는 데는 큰 영향력을 행사했음에도 불구하고 민중의 삶에 완전히 내면화되지는 못했다. 그들은 사실 종교개혁의 교리는 커닝 기독교의 기본 교리에도 무지했으며 사람은 행함이 아닌 믿음으로 의로움을 경험하게 된다는 이신칭의(以信稱義, Justification)에 대한 미숙한 이해는 종교적 방종으로 치달았다. 이처럼 구어적이며 짧고 자극적인 소재로 채워진 소책자는 종교개혁자들의 심오한 사상을 다 전달하지는 못했으며 결국 농민전쟁의 실패와 함께 곧 외면 받았고 이후에는 신학자들 사이에 신학적인 논쟁을 벌이는 도구로 전락하게 됨으로 매체적 성격을 서서히 잃어갔다.

그럼에도 불구하고 여기서 우리가 주목해야 할 또 한 가지 특징은 이전까지 사제와 같은 인간매체나 축제와 같은 제의들을 통해 일방적으로 정보를 전달받기만 하던 민중들이 그들에게 쏟아져 나오는 콘텐츠 중에서 자신이 듣고 싶은 주제의 담론을 취사선택하였다는 사실이다[15]. 그리고 그들의 선택이 곧 매체의 성공과 실패, 나아가 강령과 같은 형태로 매체의 변화를 이끌어냈다는 점 등은 현대사회의 구성원들의 변화와 매우 닮아 있다. 또한 이 시대에 소책자들에 대한 평민들의 이용과 접근, 저술이 가능했었다는 사실은 현대 2차적 구술성 문화인 블로그나 SNS가 생산자이면서도 소비자적 특성을 가지고 있는 것보다 주목할 만한 공통점이라고 할 수 있다[16].

### III. 구어적 매체와 현대 기독교

#### 1. 현대의 2차적 구술 문화의 특징

오늘날 현대 사회는 활자와 기계의 시대를 지나 전자

시대에 돌입했으며 구어적인 새로운 형상과 구조의 시대에 접어들었다[3]. 그런데 이러한 전자 시대의 새로운 구술성은 예전의 구술문화와 대단히 유사하기 때문에 우리는 이 현대사회를 “2차적인 구술성의 시대”라고도 표현할 수 있다[2].

2차적 구술성이 가지는 특징 중의 하나는 “쓰기와 인쇄의 사용에 끊임없이 기반을 둔 구술성”이라고 할 수 있다[2]. 사실 이러한 특징이 오늘날만큼 우리 앞에 뚜렷하게 다가온 적은 없었다. 인터넷의 발달은 사람들에게 빠르고 안정적인 데이터 교환을 가능하게 해주었고 사람들은 텍스트와 이미지를 결합한 문서들을 쉽게 생산하고 유포하며 그것들을 공유할 수 있게 되었다. 이는 곧 개인 홈페이지를 넘어서 블로그나 SNS와 같은 문자화된 일상적인 구어를 즐겨 사용하는 문화를 이끌어 냈다[17]. 이처럼 현대의 사람들은 자신들의 일상생활에서 읽고 쓰는 방식에 아무런 문제가 없음에도 불구하고 새로운 정보를 습득하는 데는 구술적 방법을 선호하는 특징이 있다[18].

이것은 결과적으로 독서율의 감소라는 현상을 초래하게 되었다. 실제로 미국인들의 독서율이 모든 계층에서 빠르게 감소하고 있으며 그 현상은 계속해서 가속화되고 있는데 그 이유는 그들이 오락과 정보를 얻는 대부분의 방법으로 전자 미디어 매체를 이용하기 때문이라는 연구 보고가 있다[19]. 이것은 미국만의 이야기가 아니다. 대한민국 역시 지난 2012년을 국민 독서의 해로 지정하면서, 최근 인터넷, 영상 매체 등의 뉴미디어의 영향이 국민 독서율을 하락시켰다고 분석한 바 있다. 이러한 사실은 오늘날 독서량의 감소와 전자 매체를 이용한 정보습득이라는 두 가지 특징을 보이는 2차적 구술집단에 대한 구술 선교의 필요성을 상기시키고 있다[20]. 그러므로 이제 2차적 구술문화를 기반으로 발전한 현대 구어적 매체의 특징에 대해서 알아보고 그것과 현대 기독교 선교에의 효과적 적용점에 대해 생각해 보고자 한다.

#### 2. 현대 구어적 매체의 특징

현대 구어적 매체의 첫 번째 특징은 인터넷을 통한 특정 매체의 이용자들 간의 직접적인 소통이다. 이것은

인터넷 초기의 개인 홈페이지와 블로그의 단순 비교를 통해서도 아주 쉽게 드러난다. 홈페이지는 개인이나 기업이 전달하고 싶은 정보를 단순 게시하는 성격이 크다. 따라서 홈페이지의 이용자는 운영자가 일방적으로 게시한 페이지에서 자신이 필요한 정보를 찾아 이용하기만 한다[17]. 하지만 블로그는 대체로 온라인 일기 형식의 포스팅 중심의 구조로 이루어져 있다. 따라서 가장 최신의 자료가 가장 상위에 올라오며 방대하고 조밀하게 퍼져있는 네트워크를 통해 최신 소식을 받아보는 방문자들에게 빠르게 전달된다. 그리고 다시 블로그의 방문자들은 댓글을 통해 그 게시물에 참여하고 평가하며 트랙백과 스크랩, 링크 등으로 끊임없이 재생산하고 유포한다. 자료를 생산하고 게시하는 사람뿐만 아니라, 그것을 소비하는 방문자들 역시 정보의 생산에 참여하고 의견을 개진하며 수정하고 유포하는 것이다. 그리고 이 모든 것이 시간과 공간의 제약 없이 실시간으로 이루어진다는 것이 블로그와 홈페이지의 가장 큰 차이이며 곧 현대 구어적 매체의 특징이기도 하다[17].

현대 구어적 매체의 두 번째 특징은 주된 정보 생산의 도구가 전문화된 용어가 아닌, 일상 언어와 경험이라는 점이다. 과거 출판문화는 단순 정보를 나열하고 종류별로 묶어 전달하는 것에 중점을 두었다. 하지만 개인 블로그를 운영하는 블로거들은 그들의 정보를 공유함에 있어 전문용어가 아닌, 대단히 주관적인 일상 언어를 활용해 정보를 생산한다. 그래서 블로거들은 전통적인 출판물과는 달리, 블로거 자신의 경험을 토대로 정보를 생산하는 경향이 있다. 블로거들이 이렇게 자신의 일상적인 말투를 문자화하고 그들의 경험을 누군가와 대화하듯 작성하는 것은 과거의 구술문화가 그러했듯이 인격적 관계를 맺고 있는 다수의 독자화된 청자를 의식하는 까닭이다. 그리고 블로거가 올린 게시물에는 독자화된 청자들의 경험과 피드백이 게시됨으로 운영자와 방문자 사이의 실제적인 소통이 이루어진다.

현대 구어적 매체의 세 번째 특징은 SNS 시스템을 통해 자기 자신에 대한 이야기와 느낌, 생각을 짧고 일상적인 언어를 통해 확산시키는 것에 있다. 그 대표적인 예로 전체 가입자수 12억 명을 넘어선 페이스북(facebook)을 들 수 있다. 페이스북은 기본적으로 익명

간의 교류가 아닌, 대부분 실명을 기반으로 한 네트워크이다. 실명을 기반으로 오프라인의 관계가 고스란히 온라인으로 옮겨진 탓에 페이스북에 올라오는 글의 주제와 형식은 블로그보다 훨씬 사적이고 일상적이다. 불특정 다수에게 전달하는 메시지가 아닌, 나와 직접적인 관계를 맺고 있는 이들에게 대화를 걸듯 보내는 메시진 까닭이다[17].

이처럼 SNS는 개인의 일상과 인맥을 기반으로 하고 있으며 대체로 단문으로 이루어져 있기에 전문적인 지식을 얻거나 영향력을 행사하기 어렵다. 하지만 그것이 100만 명의 친구를 거느린 유명인이거나 친구의 친구를 통해 연쇄적으로 공유되어 확산된다면 이야기는 달라진다. 12억 명의 사용자가 얽히고설킨 복잡한 SNS의 관계망은 어느 전달매체보다 확산력이 빠르고 강한 영향력을 가지기 때문이다. 한 영업직원이 대리점주에게 폭언을 일삼은 동영상이 해당 제품의 불매운동으로 번져 매출에 큰 타격을 주었던 사건은 개인의 경험이 SNS에서 담론화 되기 시작했을 때 얼마나 큰 영향력을 미칠 수 있는가를 보여준 대표적인 사례이다.

### 3. 현대 구어적 매체에 대한 현대 기독교의 적용

옥스퍼드 영어사전이 오늘날의 개신교를 기독교(Christianity)와 교회교(Churchianity)로 구분하고 있는데 이것은 오늘날 교회의 현실을 매우 잘 반영하고 있다. 스스로 기독교인임을 밝히면서도 교회는 ‘안 나가’는 이들을 일컫는 ‘가나안’ 교인(Unchurched)이 세간의 화제였던 적이 있었다. 그러나 최근에는 교회의 필요성을 인정하지 않는 ‘교회 없는 기독교’(Churchless Christianity) 그룹이 소리 없이 증가하고 있다. ‘교회 없는 기독교’(Churchless Christianity)란 남 인도에서 가장 큰 도시인 체나이(Chennai)라는 도시에 대한 조사 중에 생겨난 용어로서, 체나이에 거주하는 수백만 인구 중에서 약 25%가 매일 성경을 읽은 그리스도 추종자들이지만 그리스도를 따르기는 하면서도 소규모 성경공부 등을 가지며 교회로는 모이지 않고 있는 현상을 보고 생겨난 신조어이다.

그런가 하면, Barna와 Kinnaman은 오늘날 청소년들이 교회를 떠나는 여섯 가지 이유를 언급하면서 고립된



교회(isolationism), 극단적인 선택 요구(exclusivity), 교회 안 의문자들에 대한 비용납(Doubters) 등을 포함시켰다[21]. 젊은이들의 눈에 비치는 지금의 교회는 교회 밖 음악, 영화, 문화, 테크놀로지 등의 세상 문화 전체와 그 자체를 악의 요소로 치부해 버리고, 궁금한 것이나 의문점들을 허심탄회하게 내어 놓고 질문할 수 있는 열려진 환경이 교회 안에 조성되어 있지 않다고 생각하는 것이다.

이것은 기독교인들조차 더 이상 기독교의 메시지에 주목하지 않는다는 것이고, 그것은 기독교가 생산하는 담론과 그 전달방법과 소통에 문제가 있음을 나타낸다. 이러한 상황에서 현대 기독교가 가지고 있는 진리들을 얼마나 효과적으로 세상에 전달하느냐 하는 문제는 대단히 중요하므로 현대 기독교 선교에 대한 보다 구체적인 적용점들을 다음에서 제시하고자 한다.

### 3.1 선형적 사고에서 비선형적 사고로의 전환

종교개혁 시기에 소책자가 대중들에게 폭발적인 영향력을 행사할 수 있었던 이유는 소책자가 가지는 기능적 특성과 당시 대중의 가치관이 적절하게 반영된 까닭이었다. 소책자는 대외적으로는 정치/선동의 기능을, 대내적으로는 연대 기능을 가지고 있었으므로 당시에 전단지나 소책자를 읽는 것은 지극히 개인적이었던 것이 아니라 낭독, 경청, 들여다보기와 같이 일종의 사회적 행동이었다. 당시에 인쇄된 소책자의 저자들 중 1/8에 해당하는 사람들이 평민 그룹이었다는 점과 농민전쟁 등의 정치·사회학적인 이슈들로 인해 사회적으로 불안정한 가운데서도 신앙교리를 강조하는 소책자들이 다수였다는 점, 그리고 당시 억압과 착취 속에 있었던 민중들의 마음을 시원하게 긁어주었던 루터의 만인사제주의 등은 이러한 현상들을 가능하게 했다. 이것은 시대적 흐름과 대중의 생각을 올바르게 이해하는 것이 얼마나 중요한 것인지를 일깨워 주고 있다.

최근 들어 정보통신을 포함한 디지털기술이 빠른 속도로 발전하면서 인터넷 네트워크 등을 통해 시간과 공간의 제약에서 벗어나 사람들이 자신의 원하는 콘텐츠를 자유롭게 능동적으로 선택하고 소통할 수 있게 되었다. 결과적으로 미디어의 사용주체가 정보 제공자 중심

에서 이용자 중심으로 옮겨지게 되었는데 이것은 20세기 이후로의 인간의 사유 체계로 정의내릴 수 있는 포스트모더니즘의 영향과 무관하지 않다. 과거에 모더니즘은 “직선이 되라”(Get Linear)고 말했지만 현재의 포스트모던 세계에서는 “고리가 되라”(Get Looped)고 애기한다. 인터넷은 신뢰, 상호성, 호혜주의의 원칙에 기반을 두고 세워졌는데 이것은 모두 소통에 그 기저를 두고 있다고 할 수 있다.

기독교 역사에서 나타난 큰 영적 부흥은 설교자들이 설교단에서 내려와 통로에서, 들에서, 길에서, 방송전과 등을 통해서 말씀을 전하면서 이루어졌다. 이것은 교회 안에서 설교가 여전히 확실하고 역동적인 형태의 의사 전달 방식이기는 하지만, 수용자들의 삶의 현장에서 그들의 문화와 언어로 소통하기 위해서는 보다 더 문화 친화적(culture-compatible)일 필요가 있다는 말이다. 따라서 교회는 이러한 시대적 이해를 충분히 하고 보다 적극적으로 수용자 중심의 선교정책을 개발할 필요가 있다.

종교개혁 시기의 사회적 변화는 그 상당 부분이 매체의 변화를 통해 촉진되었을 뿐만 아니라, 심지어 매체의 변화를 통해 비로소 초래되었다고 할 수 있다. 특히 근대 초기의 매체들은 문화적, 사회적 변화의 촉매제로 나타났다[1]. 예를 들어 로마 가톨릭교회가 여전히 성직자, 연사, 설교자 등과 같은 인간 매체를 신뢰했던 반면에 종교개혁은 대체로 인쇄 매체들을 사용했기 때문에 성공을 거둘 수 있었다[22]. 이것은 당시에는 획기적인 매체를 통한 선교가 얼마나 효과적이었는지를 잘 보여 주고 있다.

오늘날 디지털과 인터넷이라는 또 하나의 구텐베르크 혁명은 문자와 책이 갖는 정보전달과정을 급격히 변화시키면서 그 독점적인 지위와 지배적인 체계들을 과감히 해체시켰다. 포스트모던 사회의 탈 담론이 가속화되는 현상 속에서 본격적으로 진입한 정보지식사회는 문자중심의 산업사회에서 이미지, 네트워크, 쌍방향, 상호작용적, 가상성 등을 핵심개념으로 설정하는 수 있는 새로운 신질서를 열었다. 이처럼 미디어로 커뮤니케이션하는 21세기 정보사회에서 대상을 올바르게 분석하여 그 대상에 효과적으로 접근하는 것이 교회의 역할이라

면, ‘이미지’, ‘감성’, ‘쌍방향’ 등으로 특징지어지는 오늘날의 영상세대를 위해 그들에게 맞는 선교교육적 매체의 과감한 변화가 필요하다[23]. 그런 의미에서 본질을 깨뜨리지 않으면서도 오늘날 세대의 문화적인 패러다임에 대한 분명한 이해와 분석을 통해 일방적인 시청각 미디어를 넘어 문자, 소리, 영상 등의 다양한 이미지를 기반으로 하는 쌍방향 미디어를 예배, 교육, 선교, 문화행사 등에 적극 수용하고 그러한 멀티미디어와 담화 등을 설교와 선교에 접목하는 교회들이 늘어가고 있는 것은 대단히 반가운 일이 아닐 수 없다.

그럼에도 불구하고 여전히 대상을 고려하지 않는 일방적 선포나 복음 전도 방식을 고수하는 기성세대로 인해 선교 대상들의 관심을 이끌어내고 그들과의 소통에 실패하는 경우가 더 많은 것이 사실이다. 현대 커뮤니케이션의 특성은 영상과 화면이다. 청중의 집중도가 단축되기 때문에 경청 중심의 수동적 방법으로는 미흡하다. 설교자는 기별을 명확하게 전달할 뿐 아니라 설득력 높은 방법을 사용해야 한다. 이해하려는 의지, 의미를 찾으려는 노력, 소속감과 희망을 발견하고 열정을 되찾으려는 결심들이 설교단에서도 시도되어야 한다[24]. 그러므로 교회 안에서 보다 효과적인 설교 전달 방법을 위해 더욱 고민하면서 대상에 따른 다양한 방식의 예배나 프로그램을 계획하는 것처럼, 교회 밖 선교 대상자들을 위해서도 그들이 익숙한 매체를 활용하는 적극적인 자세가 필요하다.

### 3.2 교회 안 브랜드 정체성의 확립

종교개혁 초기에 대중의 마음을 하나로 묶을 수 있었던 또 다른 이유는 당시 대중의 생각과 어느 정도 일치된 내용들이 소책자로 등장하여 그들 속에서 보이지 않은 공동체 의식을 형성했기 때문이었다. 종교개혁 초기에 인쇄된 소책자의 저자들 중 평민 그룹이 1/8을 차지하는 했지만 여전히 저자들의 다수가 도시의 성직자들이었음은 부인할 수 없는 사실이다. 그러나 그렇다고 해서 그 당시 소책자의 내용이 모두 글을 쓴 저자들의 견해일 것으로만 생각하는 것에는 다소 무리가 있다. 소책자가 분명 일부 저자들에 의해 여론 형성이나 선동을 목적으로 작성된 것이 상당수였지만, 소책자가 대중

으로부터 많은 관심과 인기를 누렸던 이유는 저자들이 자신들의 영향력을 극대화하기 위해서라도 당시 대중들의 생각과 욕구를 충족시킬 수 있는 내용으로 구성했던 까닭이었다.

소책자 <카르스탄 대화집>(Karsthans)에 등장하는 주인공 카르스탄스는 종교개혁 초기에 변화를 갈망했던 당시 농민들의 마음을 대변했다. 그리고 실제로 이 책자로부터 영감을 받은 한수 마우러(Hans Maurer)를 포함한 많은 평신도 설교자들이 농민들을 대상으로 그들의 생각을 고취시키는 설교를 하러 떠돌아다니기도 하였다[4]. 이처럼 소책자는 당시 대중들에게 동질적인 생각의 장(場)을 열어주는 계기가 되었고 그들만의 이야기가 포함된 공동체적인 의식을 공유할 수 있도록 도와주었다.

기업들은 오늘날 ‘브랜드 프랜차이즈’와 ‘브랜드 정체성’을 통한 ‘브랜드 경험’(brand experience)이라 불리는 것을 제공하여 그 제품을 사용하는 사람들로 하여금 공동체 의식을 가지도록 하고 있다. 나이키 사(社)는 자신들이 단순히 운동화를 제조하는 것이 아니라 사람이 경험할 수 있는 영웅들의 이야기와 도전 정신을 만들고 있음을 강조하는 나이키주의(Nikeism)를 이끌어 내고 있다. 또한 “Just Do It”이라는 용어를 통해 누구나 나이를 통하여 운동귀족(athletistocracy)이 될 수 있음을 이야기하고 있다.

코카콜라는 단순한 청량음료 정도가 아니라 그들은 자신들만의 문화를 만들어 내고 있다. 그들이 만든 로고는 사람들에게 경험을 공유하게 하고 공동의 정체성과 분명한 소속감을 제공한다(Cocacolonization). 볼보(Volvo)의 “The Volvo Saved My Life Club”은 차량 사고를 겪은 실제의 이야기를 아름답고 감동적인 애착과 겸허한 경험담으로 변모시켰고, 새턴(Saturn)의 ‘홈커밍’(Homecoming)은 수만 명의 사람들을 테네시 주의 한 곳으로 끌어 모은다. 그리고 할리 데이비슨(Harley-Davidson) 소유자 모임(HOG, Harley Owners Group)은 90회 생일을 축하하기 위해 콘서트, 공장 견학, 모터사이클 퍼레이드 등의 포함된 4일 간의 쇼를 제 공함으로써 그들만의 이야기와 소속감을 경험하도록 하고 있다.

브랜드는 이 시대 젊은이들의 삶의 일부가 된 웹문화에서 가장 중요한 요소이기 때문에 교회는 교회만의 교회다운 브랜드를 창출하여 이야기를 만들어가면서 공동체의식을 가질 수 있도록 도와야 할 것이다.

Wright는 우리 모두는 세상을 경험하는 체계를 제공하는 이야기들의 저장소를 가지고 있기 때문에 사람의 깊은 곳을 변화시키기 위해서는 그가 가진 이야기를 변화시켜야 한다고 했다[25]. 1차적 구술집단에서 의사소통하는 가장 중요한 열쇠가 '이야기'인 것처럼 2차적 구술 집단 역시 그러하다.

이야기는 힘이 있고 논리보다 좋은 대화 방법이다. 오늘날의 포스트모던 시대의 사람들은 이야기식 화법에 익숙하여 개념, 이론, 교리에 이르기까지 이야기 형태로 듣기 원한다. 스토리텔링 스타일은 듣는 사람에게 편안함을 줄 뿐 아니라 감성적, 직관적 사고를 함양하고 전하는 기별에 힘을 실어 주고 관련성을 높여 준다[26]. 그러므로 성서에 기록된 수많은 이야기를 잘 활용할 때 사람들의 마음을 여는 기별이 될 수 있다.

예수께서는 이미지와 이야기를 결합하여 비유라고 부르는 구술 아이콘(oral icon)을 만드셨다. 포스트모던 시대의 교회는 이미지와 이야기의 결합과 함께, 공유된 문화적 준거점을 첨가하여 비유라고 불리는 멀티미디어 아이콘(multimedia icon)을 만들어야 한다.

### 3.3 효과적인 구술선교 방식의 개발

사실 기독교는 현대 구어적 매체가 현대 기독교와 어떻게 관계를 맺고 있으며 교회는 그것을 어떻게 효과적으로 활용하고 있는지에 대해서 이야기할 것이 그리 많지 않다. 한국 기독교가 현대 구어적 매체들인 SNS와 블로그를 선교/교육적 수단으로 활용하고는 있지만, 그것을 통해 눈에 띄게 유의미한 생산물을 만들어 내거나 사회적 담론의 중심에 있지도 않기 때문이다. 가장 단순한 예로, 한국의 대형교회 목회자들의 SNS 이용 현황과 팔로워(follower)의 수만 봐도 그러하다. 교회 밖 커뮤니티를 향해 페이스북이나 트위터를 개설해 운영하는 목회자가 그리 많지 않고, 교회나 단체 이름으로 개설된 SNS도 팔로워의 수는 만 명도 넘지 못하며 메시지의 내용도 대체로 교회 구성원들을 향하고 있는 실

정이다. 결국 매주 20억 개의 콘텐츠가 공유되고 있는 페이스북에서 한국 기독교의 메시지는 현대 사회에 별다른 영향력을 미치지 못하고 있다.

그렇다면 기독교가 이처럼 현대 구어적 매체에서 주도권을 잡지 못하는 이유는 무엇일까? 그것은 기독교의 메시지가 현대 구어적 매체가 요구하는 표준, 곧 구어화를 이루지 못한 까닭이라고 할 수 있다. 우리는 그것을 불교계의 헤민 스님의 경우를 통해 살펴볼 수 있다. 활발한 온라인 활동을 하고 있는 헤민 스님의 경우, 2015년 1월 현재 무려 415,000여명의 팔로워를 거느리고 있다. “끌리는 사람일수록 그 사람을 소유하려고 하지 말고 같이 있는 시간을 그냥 즐기려고 해 봐요. 그래야 다음번에도 만날 수 있어요. 잡으려고 하지 않고 바라보는 것이 없이 그냥 즐거울 때 그 인연은 계속됩니다.” 라는 짧은 언급에 17,342명이 “좋아요”를 눌러 반응했고, 518개의 댓글이 달렸으며 2,263명이 다른 이들에게 공유했을 정도로 인기가 많다. 헤민 스님은 자신이 올리는 그의 일상적인 사진과 말, 자신의 게시물에 달리는 댓글을 통해 415,000명과 직접적으로 소통하고 이야기를 나누고 있다. 그리고 그것은 다시 팔로워 개개인의 인맥 시스템으로 연결된 어마어마한 수의 사람들에게 크고 작은 영향력을 행사하고 있는 것이다.

헤민 스님은 어떻게 이만한 영향력을 갖추게 되었을까? 우리가 지금까지 논의한 현대 구어적 매체의 관점에서 볼 때, 이것은 그가 사용하는 메시지가 구어적인 까닭이다. 그의 책은 온통 구어체로 쓰여 있다. 왜냐하면 그의 책에 담긴 것은 그가 이미 SNS를 통해 팔로워들과 함께 나눈 이야기를 엮어 만든 것이기 때문이다. 그는 어려운 종교적인 담론을 일반인의 일상 언어로 쉽게 풀어냈으며 그것은 대단히 성공적이었다. 다시 말해, 헤민 스님은 대다수의 블로그와 SNS가 추구하는 소통의 형태인 구어적 방식을 통해 구어화된 그의 지식과 통찰을 독자화된 청자들에게 이야기하고 있으며 많은 이들이 그의 말에 귀를 기울이고 있다는 것이다. 그리고 이러한 방식은 대중들과 교감을 가능하게 했다.

OECD 국가 중 자살률 1위 8년 연속에 오른 대한민국 서울에서 지난 2007-2011년까지 한강 교량에서의 투신 사고는 933건으로 마포대교에서 108건, 한강대교에서

72건이 발생돼 각각 1, 2위를 차지했다. 이러한 상황에서 지난 2012년 9월 26일, 마포대교 ‘생명의 다리’가 마침내 완공되어 일반인들에게 공개되었다. 세계 최초의 쌍방향 스토리텔링 다리인 생명의 다리는 구간마다 감지기가 설치되어 보행자의 움직임을 감지하고 조명과 메시지가 보행자를 따라 반응하며 친근하게 말을 거는 힐링의 다리이다.

교각 초입부터 중간 지점까지 구성된 에피소드는 총 20여 개인데 삶의 희망과 용기, 사랑에 대한 사랑과 위로 등의 다양한 형식으로 배치되어 마치 한 편의 영화를 보는 듯한 즐거움과 감동을 선사하고 있다. 교각의 초입엔 ‘밥은 먹었어?’, ‘별일 없지?’, ‘바깥바람 쐬니까 좋지?’ 와 같이 보행자에게 말을 걸어주는 문구가 있다. 이런 문구들은 마치 대화를 하는 것 같은 즐거운 분위기를 선사한다. 또한 일상의 행복과 사랑을 위트 있게 묘사한 내용과 용기와 희망의 노래 가사, 맛있는 음식 사진 등 일상의 행복을 담은 메시지를 전달하고 있다. 자살을 생각했던 사람들에게 대화하듯 접근한 따뜻한 정겨운 아날로그감성의 구술적 문구가 그들의 마음을 열어주도록 하는 것이다[27].

한편 포털 사이트 네이버에 “복음”을 검색하면 지식 in이란 사이버 공간에 많은 이들이 기독교를 향해 궁금증을 가지고 질문하고 있다. “개신교에서 말하는 복음이란 무엇인가요?”, “복음이 무엇인가요?”와 같이 기독교를 향해 구어적인 방법으로 직접 물어오는 이들이 있다. 이들을 향해 기독교는 무엇을 어떻게 대답하고 있는가? 많은 이들이 구어적으로 물어온 질문을 향해 길고 읽기 힘든 성경절들을 붙고 굵은 글씨로 강조하여 지극히 문어적인 방법으로 그것을 제시하고 있는데 이것은 현대의 사람들에게는 덜 익숙한 소통 방식이어서 오히려 더 혐오스럽게까지 하고 있다. 문해성의 선교 방법으로 많은 성과를 거두지 못하는 것은 단순히 수신자들이 복음에 대하여 부정적이기 때문이 아니라, 복음의 전달 방법이 현대 구어적 매체의 모습과는 전혀 동떨어진 소통 방식이기 때문임을 무시할 수 없다[28].

그러므로 오늘날 기독교는 이러한 SNS 등의 현대 구어적 매체의 중요성을 깊이 인식하고 이것들의 효과적 활용을 위한 노력을 기울여야 할 것이다. 앞에서 살펴

본 것처럼, 문자가 없거나 문자 보급률이 현저히 떨어지는 선교지뿐만 아니라, 대한민국과 같이 2차 구술집단에게도 구술선교 전략은 대단히 효과적이다. 물론 이것은 문해 선교적 전략이 전혀 필요하지 않다는 의미가 아니다. 지금까지 치중하여 왔던 문해 선교의 문제점을 분석하고 수신자들이 가지고 있는 구술 학습 문화에 적합한 구술 선교 전략이 효과적임을 말하는 것이다.

우리는 인쇄문화의 사고 패턴을 가지고 그것을 사이버 공간에서 강요해 보겠다는 유혹에 저항할 수 있어야 한다. 그것은 하나의 의사소통의 범주를 또 다른 의사소통 스타일에 강조함으로써 그것을 지배하려고 하는 범주적 제국주의(categorical imperialism)의 우를 범하는 것이기 때문이다. Gravelle는 1세기 초대교회 당시에 구술과 문서 모두가 권위 있는 양식으로 받아들여져 선교 사역에서 역할을 담당했던 것처럼 오늘날 웹과 같은 통신 기술의 발달로 구술과 문서 모두 상호 협력하여 모두 권위 있는 선교 양식으로 사용되기 시작했으며 그렇게 하는 것이 앞으로 주력해야 할 선교의 방향으로 제시했다[29]. 그러므로 우리는 단순히 설득이 아닌 교제가 우선해야 함을 기억하고 그들의 언어와 방식으로 소통하면서 인터넷과 SNS와 같은 오늘날 멀티미디어 시대에 가장 효과적이며 전략적인 선교가 무엇인지를 고민해야 한다[30].

대학생선교회(CCC)는 이러한 이해를 토대로 이 시대 대표적인 2차적 구술 집단인 대학생 연령대의 청년들에게 복음을 전하는 데 문자 교재와 함께 이야기를 사용하고 있다. 그들이 사용하는 이야기는 크게 네 가지로 분류될 수 있다. 첫째는 성서의 본문에서 나오는 내러티브 그 자체로서의 하나님의 이야기이다. 둘째로 전도자들이 하나님을 만나 그분과 동행하며 느끼는 자신들의 경험 이야기이고, 셋째로는 다른 이들이 살아가는 삶의 이야기이며, 마지막으로 훈련받는 사람들의 이야기이다. 이처럼 이야기를 통해 복음을 전달하고 훈련하여 건강한 영적 재생산이 가능하게 하고 있다[31].

이처럼 전달자는 먼저 청중의 주의를 끈 다음, 청중이 쉽게 이해할 수 있도록 메시지를 전달해야 하는데 그 과정에서 청중이 상상력을 동원하게 하고 호기심과 즐거움을 줄 수 있는 이야기로 재해석함으로써 효과적인

소통을 이끌어 내고 있다[32]. 그러므로 다양한 성서 이야기식 전도 자료를 개발해야 한다. 성경 이야기 전도 방식은 미전도종족의 75%를 차지하는 구전문화권 사람들에게도 매우 효과적이지만, 복음에 대하여 처음부터 거부적 반응을 보이는 현대인들이나 전 세계 67%의 구전적 의사소통 선호자들에게 기록된 성경이 없이 복음을 전할 수 있다는 장점을 가지고 있기 때문이다.

아울러 오래된 표현의 문어체의 성경을 현대적 용어와 표현으로 전환하여 현대인들이 복음을 보다 쉽게 이해할 수 있도록 하는 노력도 필요하다. 유진 피터슨(Eugene Peterson)의 메시지 성경(The Message)을 포함하여 현대적 언어로 번역된 다양한 성서 번역본은 그 좋은 예라고 할 수 있다. 모퉁이돌 선교회에서는 북한어로 신약성경을 번역하였으며 구약성경은 1차 번역을 마치고 교정 중에 있다. 이처럼 청자들이 사용하는 모어로 성경 이야기가 전달될 때 보다 효과적인 결과를 가져올 수 있다.

또한 구술성은 단순히 복음을 전하는 것에서뿐만 아니라 제자화, 지도자 훈련, 교회 개척 등 재생산을 위한 교육 분야에 있어서도 매우 효과적이다. 왜냐하면 그리스도의 복음을 접하고 삶이 변화된 그리스도의 제자들이 말씀을 따라 살아가면서 다른 이들에게 그 복음을 나누고자 할 때에 역시 구술 학습자들을 대상으로 해야 하기 때문이다. 그러나 이처럼 재생산을 위한 구술적 제자훈련자료들의 개발이 필요함에도 불구하고 현재까지 개발된 자료들은 주로 어린이들을 대상으로 하거나 번역된 것들이 대부분인데 이마저도 번역의 과정에서 많은 부분이 문어적인 표현으로 바뀌었다[31]. 그러므로 앞서 언급한 것과 같이 모든 계층을 대상으로 한 이야기식 전도/교육 자료를 개발하는 것은 대단히 중요하다. 또한 성경을 이야기 방식으로 가르치려 할 때에 말하는 사람이 아닌 듣는 사람이 설명하도록 기회를 주어 관찰적 질문의 과정을 통해 스스로가 답을 찾아가도록 하는 이야기식 성경공부 전도훈련(Simple The Story)을 통하여 구술적인 방법을 통한 전도방법에 대한 장려도 매우 중요하다.

요즘에는 2차적 구술집단의 특징을 염두에 둔 이야기식 독서토론도 화제가 되고 있다. 이야기식 독서토론은

이야기의 일반화가 가능하고 모든 계층에 대해서도 적용 가능한 독서토론 방식으로, 독서내용에 대한 단순한 토의과정의 차원을 넘어서 소감도 나누고 대안도 모색해 보며 찬반토론과 가능한 것이 특징이다. 이것을 기독교 선교/교육적인 차원에서 보다 적극적으로 이용할 수도 있을 것이다.

#### IV. 결론

16세기 종교개혁의 성공은 민중이 관심을 갖고 있는 콘텐츠를 그들에게 친숙한 구어적 방법과 인쇄매체를 결합한 구어적 매체를 적극 활용함에 있었다. 그러므로 현대 기독교는 이런 16세기 종교개혁자들이 구어적 매체를 활용하여 효과적으로 운동을 전개해나갔던 모습을 유의 깊게 살펴야 할 것이다. 왜냐하면 16세기의 종교개혁자들이 경험했던 상황과 오늘날의 21세기는 문화의 패러다임의 변화 과정에 있어서 많은 부분 닮아 있기 때문이다.

첫째로, 우리가 살펴보아야할 부분은 구어적 매체를 중심으로 생산자와 소비자가 일치되는 현상이다. 예를 들어 낭독이라는 독특한 관행으로 소책자의 소비자가 다시 생산자가 되는 현상이나 일반 민중 스스로가 출판물을 감행하는 일, 그것을 스스로 취사선택 하는 일들이 현대 사회에서 다시 일어나고 있기 때문에 그렇다. 과거의 TV와 신문과 같은 정시적이고 일방적인 매체의 시대에는 민중 스스로가 답론을 취사선택할 수 없었다. 하지만 새로운 매체의 시대에 우리는 우리가 보고 싶은 것을 원하는 시간에 무한정으로 보고 취사선택할 수 있는 삶을 살아가고 있다. 이처럼 무엇이 자신에게 중요한 것인지를 민중 스스로 선택하는 시대가 다시 도래하고 있는 모습은 분명히 16세기와 맞닿아 있다고 할 수 있다. 따라서 설교나 책을 통해 목사나 교단이 일방적으로 콘텐츠를 생산하고 전달하는 지금 방식은 매체적인 성격과 의미를 잃어버리게 될 위험이 매우 크다.

둘째로, 우리는 16세기 구어적 매체의 큰 틀에 맞추어 메시지와 형식을 갖추지 못함으로 도태되었던 가톨릭 사제들의 사례를 우리는 기억해야만 한다. 이것은 오늘날 현대 기독교가 현대 구어적 매체의 답론을 주도

하거나 그것에 뛰어들지 못하고 있기에 더욱 그러하다. 민중이 이해할 수 있는 언어와 선호하는 매체의 형식을 갖추는 일은 소통에 있어 매우 중요하다. 현대 기독교는 민중들이 선호하는 새로운 매체에 민중들에게 친숙한 표현들을 적극 활용하여 자신들의 메시지를 전달하였던 종교개혁자들의 성공을 기억하고 기독교의 메시지를 현대 구어적 매체의 형식에 맞추어 변환하는 작업에 뛰어들어야 할 것이다.

셋째로, 초기 종교개혁자들의 큰 성공과 더불어 찾아온 한계점에 우리는 주목해야 한다. 민중이 선호하는 선동적인 메시지와 이신칭의(以信稱義)의 기별이 그들에게 전달되었지만, 적대 세력과 의 비방전과 소책자의 제한적인 분량, 민중의 지적 한계로 인해 종교개혁자들의 본래 의도는 왜곡되고 교회가 병드는 일이 벌어졌다. 우리가 이것에 주목해야 하는 이유는 이것이 짧고 주관적인 정보들을 선호하는 현대인들의 특성과 맞아 있는 까닭이다. 그러므로 기독교는 자신의 메시지를 현대 구어적 매체에 수정하여 담는 작업에 있어서 신자들의 진정한 영적 성숙을 위한 도구로 현대 구어적 매체를 활용할 수 있도록 주의를 기울여야 할 것이다.

그러나 지금까지 살펴본 것처럼 대중의 마음을 열 수 있는 효과적인 복음 전달 방법의 개발이 분명 중요한 것이기는 하지만, 교회가 그 복음 자체에 대한 이해가 부족하게 되면 어떠한 노력도 의미가 없음을 기억해야 한다. 루터의 종교개혁 시기에 구어적 매체였던 소책자가 매우 큰 종교개혁의 파급효과를 가져왔던 것이 사실이다. 그러나 무엇보다도 그 내용 자체가 가진 의미와 중요성이 그것을 가능하게 했음을 간과하지 말아야 한다. 이것은 복음에 대한 철저한 이해가 전제될 때에야 비로소 그 속에서 전달방법이 빛을 발할 수 있음을 의미하는 것이다. 따라서 오늘날의 교회는 시대적 요청에 따른 복음전달 방법의 변화도 중요하지만 복음의 본질적 요소들에 대한 회복이 가장 우선할 수 있도록 해야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 베르너 파울슈티히, *근대 초기 매체의 역사*, 황대현 역, 지식의 풍경, 2007.
- [2] W. J. Ong, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, Routledge, 2012.
- [3] M. McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, University of Toronto Press, 2010.
- [4] 황대현, “독일 종교개혁 초기의 소책자”, 역사교육, 제107권, pp.191-216, 2008.
- [5] 윤태진, *문자문화, 구술문화, 영상문화의 진화와 상호작용*, 정보통신정책연구원, 2004.
- [6] J. Goody, *The Interface Between the Written and the Oral*, Cambridge University Press, 1987.
- [7] 진중권, *호모 코레아니쿠스*, 지식하우스, 2007.
- [8] 김명훈, “기록학적 관점에서의 구술의 의미와 역할에 관한 연구”, 기록학연구, 제24권, pp.73-112, 2010.
- [9] 최경은, “종교개혁이 서적인쇄에 미친 영향”, 독일언어문학, 제57권, pp.239-264, 2012.
- [10] 황대현, “도시수공업자는 종교개혁을 어떻게 수용했는가?”, 서양사론, 제100권, pp.155-186, 2009.
- [11] 조기연, “종교개혁자들의 예배개혁: 얻은 것과 잃은 것”, 신학과 실천, 제12권, pp.129-164, 2007.
- [12] 니콜 하워드, *책, 문명과 지식의 진화사*, 송대범 역, 플래넷 미디어, 2007.
- [13] E. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent for Change*, Cambridge University Press, 1979.
- [14] E. W. Gritsch, *Thomas Muntzer: A Tragedy of Errors*, For tress, 1989.
- [15] 박준철, “종교개혁의 수용과 거부”, 서양사론, 제92권, pp.41-64, 2007.
- [16] 김영국, “문자를 활용한 매체광고의 감성적 표현”, 한국콘텐츠학회논문지, 제10권, 제3호, pp.166-174, 2010.
- [17] 김대중, *SNS시대 새로운 기회를 창조하는 소셜 리더가 되라*, 다음생각, 2011.

- [18] S. E. Chiang, "Editor's notice," *Orality Journal* Vol.1, pp.7-9, 2012.
- [19] T. Bradshaw, "Reading At Risk: A Survey of Literary Reading in America," In *Research Division Report #46*, National Endowment for the Arts, 2004.
- [20] S. Chiang (Ed.), *Making Disciples of Oral Learners*, ION with Elim Publishing, 2005.
- [21] G. Barna and D. Kinnaman, *Churchless*, Tyndale Momentum, 2014.
- [22] S. H. Steinberg, *Five Hundred Years of Printing*, Penguin Books, 1974.
- [23] 김명찬, "새로운 모바일(소셜네트워크서비스) 디지털 시대의 변화에 대한 예배의 세대별 대응 모색", *신학과 실천*, 제38권, pp.337-365, 2010.
- [24] 한재동, "경-속-부제와 동-멸-입재의 설교학 - 설교에서 문어와 구어의 문제", *신학과 실천*, 제28권, pp.169-203, 2011.
- [25] N. T. Wright, *The New Testament and the People of God*, Fortress Press, 1992.
- [26] 전영미, "디지털 스토리텔링의 종교교육적 활용", *기독교교육정보*, 제28권, pp.143-166, 2011.
- [27] 손현지, "디지털미디어를 기반으로 하는 디자인에서의 아날로그감성 커뮤니케이션", *한국콘텐츠학회논문지*, 제10권, 제11호, pp.146-153, 2010.
- [28] G. Lovejoy, "The Extent of Orality," *Orality Journal*, Vol.1, pp.11-39, 2012.
- [29] G. Grevelle, "Literacy, Orality, and the Web," *Orality Journal*, Vol.2, pp.11-25, 2013.
- [30] 봉원영, "자아탄력성의 이해화 기독교대학에서의 소그룹 활동을 통한 적용", *한국콘텐츠학회논문지*, 제14권, 제3호, pp.509-521, 2014.
- [31] 성훈경, *현대선교의 구술성 연구*, 충신대학교 석사학위논문, 2012.
- [32] 맹명관, *메시지 전달 혁명*, 규장, 1999.

저 자 소 개

봉 원 영(Won Young Bong)

정회원



- 1998년 2월 : 삼육대학교 신학과 (신학석사)
- 2010년 5월 : 미국 Andrews University (목회학박사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 삼육대학교 신학과 조교수

<관심분야> : 청소년, 리더십, 교육 콘텐츠