

# Study on the design education of the Campustown YouTube creator content production program and its application to the Korean church

Jeung Gwan Lee · Hee Kyoung Kim  
(Anyang University) · (Korea Central Church)

## Abstract

Research purpose : The purpose of this study is to support specialized education in the fields of Christian broadcasting, culture, video, and art to provide learning opportunities for content production and creators, and to inform prospective creators of Christian content production and talent cultivation, church education, and the correct values ??of Christianity through media.

Research content and method : With this purpose, we will first examine the situation of the COVID-19 pandemic and the Korean church. Then, we will present the results of supporting specialized education in the fields of broadcasting, culture, video, and art implemented by the Campustown Business Group of Church Induk University to provide youth with learning opportunities for content production and creators, and to see how it helped in the creation of prospective creators and the cultivation of talent. Next, at this point, churches should actively accept media, educate and actively utilize it in church ministry, and provide media education. Finally, media education will prepare for the untact era that will come in the future, and convey the correct values ??of the church.

Conclusion and Suggestion : The Korean church needs to reconstruct the YouTube environment by educating the MZ generation on YouTube production and upload. The reason is that the Korean church currently needs to restore the essential function of church education. Once again, transitioning to a growing and mature church requires new religious

## Key Words

Artificial intelligence, Church education, Creators, Media, YouTube

## 캠퍼스타운 유튜브 크리에이터 콘텐츠 제작 프로그램 설계 교육과 한국교회에 적용에 관한 연구

이정관\* · 김희경\*\*  
(안양대학교) · (한국중앙교회)

### 논문 요약

연구 목적 : 이 연구의 목적은 기독교 방송·문화·영상·예술 분야의 전문교육을 지원하여 콘텐츠 제작과 창작자에 대한 학습기회를 제공하여 예비 창작자로서 기독교 콘텐츠 제작 및 인재 양성과 교회교육에 활용과 기독교의 올바른 가치관을 미디어를 통해 알리고자 함이다.

연구 내용 및 방법 : 위의 목적을 가지고, 코로나 19 팬데믹과 한국교회의 상황을 살펴볼 것이다. 그리고 인덕대학교 캠퍼스타운 사업단이 실행한 방송·문화·영상·예술 분야의 전문교육을 지원하여 청소년들에게 콘텐츠 작품제작과 크리에이터에 대한 학습기회를 제공하여 예비 크리에이터 창업 및 인재 양성에 어떤 도움이 되었는지를 결과물을 제시할 것이다. 현시점에서 교회는 미디어를 적극적으로 수용하고, 교회 목회와 교육하고 적극적으로 활용할 수 있도록 하며 미디어 교육을 하여야 한다. 또한, 미디어 교육은 미래에 다처울 언택트 시대를 준비하고, 교회의 올바른 가치관과 전달할 수 있을 것이다.

결론 및 제언 : 한국교회는 MZ세대들에게 유튜브 제작과 업로드를 위한 교육을 통해서 유튜브 환경을 새롭게 구축할 필요가 있다. 그 이유는 현재 한국교회는 교회교육의 본질적인 기능 회복이 필요하다. 다시금 성장하고 성숙한 교회로 전환은 미디어 시대를 맞이하여 미디어를 통한 특히, 유튜브를 통한 새로운 신앙교육의 필요성을 갖는다. 즉, 한국교회는 미디어 발달과 함께 미디어를 적극적으로 활용할 수 있도록 수용해야 한다. 한국교회가 기독교 교육에 대한 의지를 갖고 새로운 미디어 플랫폼과 미디어 개발과 제작을 통해서 기독교 교육뿐만 아니라 전도와 선교 등 기독교를 알리는 다양한 정보를 대중에게 전달하는 일을 적극적으로 활용하고 강화해야 한다.

### 《주제어》

교회교육, 미디어, 인공지능, 유튜브, 창작자

□ 2024년 8월 22일 접수, 2024년 9월 28일 심사완료, 2024년 9월 29일 게재확정

\* 주 저 자 : 안양대학교 기독교교육과 교수, arame@anyang.ac.kr

\*\* 교신저자 : 한국중앙교회, newmedia\_art@naver.com

## I. 들어가는 말

2020년 2월 코로나-19가 대규모 감염으로 인한 위기감은 사회적인 큰 변화를 가져왔다. 코로나 19의 경험은 한국교회의 예배와 교육에 커다란 영향을 미쳤고, 예배와 교육 등 빠른 변화를 가져왔다.

코로나 19 팬데믹은 사회 전반에 위기와 커다란 변화와 함께 삶의 방식을 바꾸어 놓았다. 팬데믹이 가져온 변화는 준비되거나 경험 해보지 못한 언택트(un-contact)의 경험이었다. 당시 교회는 유튜브를 통한 비대면 예배를 드리는 어려운 시기를 경험한 것이다. 특히 교회는 얼굴과 얼굴을 마주하며 예배를 드리고, 교육하는 오프라인 방식에서 비대면의 온라인예배와 교육으로의 전환은 커다란 위기를 접하게 된 것이다. 무엇보다 제대로 준비된 것 없는 상황으로의 변화이다. 더욱이 교회교육과 선교, 전도 봉사 등은 근본적으로 흔들리고 마비되는 것을 경험했다. 따라서 언제 다시 닥칠지 모르는 언택트 시대를 철저히 준비할 필요가 있다.

또한, 오늘의 사회는 한국교회를 향한 염려와 함께 비난하고 있다. 그리고 기독교에 대한 왜곡된 시선과 왜곡된 미디어들을 많이 찾아볼 수 있다. 이런 문제를 해결하기 위해서 교회는 적극적으로 대책도 마련해야 한다.

현재 우리는 4차 혁명 시대를 살고 있다. 4차 혁명 시대는 엄청난 미디어의 발달이 이루어졌다. 사회는 발달된 AI 등 미디어를 다방면으로 사용되고 있다. 현시점에서 교회는 미디어를 적극적으로 수용하고, 교회 목회와 교육하고 적극적으로 활용할 수 있도록 하며, 미디어 교육을 하여야 한다. 미디어 교육은 미래에 닥쳐올 언택트 시대를 준비하고, 교회의 올바른 가치관과 왜곡된 성경을 바로 잡는 역할을 할 수 있을 것이다.

또한, 미디어 교육과 활용은 기독교 가치관과 신앙에 유익한 유튜브 제작과 제공을 할 수 있다. 기독교 신앙과 교육에 유익한 동영상 제작은 AI chat GTP를 전도와 선교에 적극적으로 활용하는 효과를 가져올 수 있다. Chat GTP는 인공지능 기업 OpenAI에서 개발한 대화형 언어 모델이다. ‘GPT’(Generative Pre-trained Transformer)는 광범위하게 수집한 대규모 데이터를 기반으로 사전 학습되어 데이터로 주어진 질문에 문장으로 생성된 답을 제시하고, 새로운 콘텐츠를 생성할 수 있는 인공지능 서비스이다. 즉 사용자가 입력한 텍스트에 적절하게 답을 할 수 있다. 그러나 Chat GPT는 많이 학습된 데이터를 기반으로 콘텐츠를 만들기에 항상 올바른 정보를 제공하고 있다고 볼 수 없다. 많은 왜곡된 정보들이 넘쳐나고 있는 것이 Chat GPT가 자지고 있는 한계이다. 따라서 기독교에 대한 올바른 정보를 유튜브 제작과 많은 업로드를 통해서 Chat GPT를 학습하게 하여 기독교에 대한 올바른 이해와 기독교 신앙교육을 제공할 수 있다. 즉 우리의 올바른 기독교 가치관에 따라 제작한

콘텐츠를 많이 업로드함으로써 Chat GTP를 학습하게 하여, 사용자의 질문에 우리의 이야기 생성 콘텐츠로 제공할 수 있게 하는 것이다. 즉 Chat GTP를 전도하는 것이다.

교회에서 미디어 교육과 활용을 위하여 인덕대학교 캠퍼스타운 사업단이 방송·문화·영상·예술 분야의 전문교육을 지역학교 청소년에게 실시한 프로그램을 모델로 삼고자 한다. 인덕대학교 캠퍼스타운 사업단은 방송문화 예술을 기반으로 지역경제 활성화를 위한 사업으로 크게 창업 시설조성과 창업지원, 지역 상생으로 구분하여 진행하였다. 주니어창업 아카데미는 지역 상생 프로그램으로 인덕대학교 특화 분야인 방송·문화·영상·예술 분야의 전문교육을 지원하여 청소년들에게 콘텐츠 작품제작과 크리에이터에 대한 학습기회를 제공하여 예비 크리에이터 창업 및 인재 양성에 도움을 주고자 한 것이다.

이 연구는 코로나 팬데믹이 한국교회에 미친 영향과 변화를 살펴보고 인덕대학교 캠퍼스타운 사업단이 실시한 미디어 전문교육을 통해서 한국교회 예배와 교육 그리고 교회 온라인 프로그램과 교회 콘텐츠 개발에 적극적인 참여와 활용을 제시하고자 한다.

## II. 팬데믹과 한국교회

2020년 2월 코로나-19가 대규모 감염으로 인한 위기감은 사회적인 큰 변화를 가져왔다. 코로나 19의 경험은 한국교회의 예배와 교육에 커다란 영향을 미쳤고, 예배와 교육 등 빠른 변화를 가져왔다. 한국기독교목회자협의회와 한국기독교언론포럼이 여론조사기관 ㈜지앤컴리서치에 의뢰해 실시한 ‘코로나 19로 인한 한국교회 영향도 조사’를 하였다. 이 조사는 2020년 3월 29일을 기준으로, 2020년 4월 2일부터 6일까지 5일간 전국 만 18세 이상 남녀 기독교인 1천 명을 대상으로 실시했으며, 목회데이터연구소가 연구 분석했다. 본인이 출석하는 교회가 주일 예배를 어떻게 했는지 질문한 결과 61.1%의 교회가 온라인예배로 대체했고, 현장예배를 그대로 유지한 교회는 8.6%, 현장예배와 온라인예배를 동시에 드리는 경우는 15.6%로 나타났는데, 전체적으로 현장예배를 드린 교회는 24.2%였다. 교회 규모별로 보면 규모가 클수록 온라인예배 대체 비율이 높게 나타났다. 장년 출석 교인 수 99명 이하 교회는 29.3%, 1000명 이상인 교회는 82.0%가 온라인예배로 대체한 것으로 조사됐다. 99명 이하인 교회의 경우 온라인예배 대체(29.3%)와 현장예배 지속(26.5%) 비율이 엇비슷한 것으로 나타났다(이국희, 2020). 이러한 조사 결과는 비대면 상황에서도 교회교육이 예배뿐만 아니라 다양한 활동을 병행할 수 있어야 한다는 것을 시사한다. 즉, 비대면 상황에서 교회학교가 할 수 있는 현실적이고 실제적인 교육방법에 대한 아이디어와 연구 그리고 설계가 필요한 것이다. 그러나 교회학교 현장에 적용할 수 있는 교육방법이나 프로그램을 다룬 연

구는 부족한 실정이다(임상훈 2020).

코로나 팬데믹은 한국 기독교 200년 역사상 처음으로 예배당 문이 닫히는 것을 보았다. 모든 예배를 비대면으로 드리는 온라인예배라는 초유의 경험을 했다. 이러한 언택트 시대에 다시 한번 예배란 무엇이며, 신앙교육은 어떠해야 하는지에 대한 반성과 성찰이 요구되고 있다(이은경, 2020). 이러한 문제의식하에 본 연구에서는 언제 닥칠지 모르는 언택트 시대의 준비는 물론이고 현재 기독교에 대한 올바른 이해와 선교 또는 전도하는 방법으로서 유튜브 활용과 이를 위한 교육의 필요성이 요구된다.

왜냐하면, 팬데믹이 가져온 사회적 단절과 온라인 커뮤니케이션 그리고 언택트(untact, uncontact)는 우리가 경험해보지 못한 매우 낮은 환경이다. 그러나 미래 세대에는 이것이 점점 더 일상화될 수도 있을 것이다. 이러한 형태의 생활 조건이 일상화되는 순간, 이것은 사회 시스템의 위기로만 그치지 않을 것이다. 우리의 정신세계에도 위기가 닥칠 것이다(이은경, 2020). 언택트는 사회적 단절과 접촉을 금하는 것이 아니다. 개인적이고 사회적으로 접촉하는 방식을 바꾸는 것이다. 따라서 이에 대한 준비가 필요한 것이다. 따라서 언제 팬데믹의 재난이 와도 잘 이겨낼 수 있는 준비가 사회적인 인프라뿐 아니라 교회와 교회 교육적인 인프라가 준비될 필요가 있다. 왜냐하면, 전문가들은 더 이상 인류는 코로나 이전의 삶으로 돌아갈 수 없음을 지적하고 있다. 즉 코로나19 이후의 삶을 새로운 노멀(normal), 즉 뉴 노멀(new normal)로 여기는 그러한 시대를 살게 된다는 것이다(이수인·최술, 2022). 즉, 언택트는 우리의 생활 속에서 이미 새로운 일상이 되었다. 그리고 언제 다시 이런 시대가 돌아올지 모른다. 이런 사회적 네트워크 안에서 한국교회가 적극적으로 대비하고 활용할 필요가 있다.

### Ⅲ. 캠퍼스타운 유튜브 크리에이터 콘텐츠 제작 프로그램 설계

인덕대학교 캠퍼스타운사업단은 방송문화 예술을 기반으로 지역경제 활성화를 위한 사업으로 크게 창업 시설조성과 창업지원, 지역 상생으로 구분하여 진행하였다. 주니어창업 아카데미는 지역 상생 프로그램으로 인덕대학교 특화 분야인 방송·문화·영상·예술 분야의 전문교육을 지원하여 청소년들에게 콘텐츠 작품제작과 크리에이터에 대한 학습기회를 제공하여 예비 크리에이터 창업 및 인재 양성에 도움을 주고자 한 것이다. 크리에이터 관련된 산업은 인기가 매우 높다. 최근 유튜브 방송은 지상파 방송보다 현재 더 인기가 있으며 뉴미디어 홍보 채널로 떠오르고 있다. 본 논문은 서울시 캠퍼스타운 종합형 지역 상생 부분의 하나인 방송문화 예술 콘텐츠 청소년 교육프로그램을 개발하기 위한 프로그램 설계 및 진행

과정, 결과물을 제시하고 유튜브 크리에이터 교육프로그램 진행에 따른 결과와 방향성을 제안하였다.

## 1. 연구배경

2023년 인덕대학교 종합형 캠퍼스타운사업은 방송·문화 예술을 바탕으로 지역경제 활성화를 위한 사업으로 서울시, 노원구, 인덕대학교가 함께 지원하는 사업이다(인덕대학교 창업지원단, 2019). 이 사업은 크게 창업 시설조성과 창업지원 프로그램, 지역 상생 지원 프로그램으로 나뉘게 된다(도시디자인공장, 2020). 주니어창업 아카데미는 지역 상생 중 하나의 프로그램으로 인덕대학교 특화 분야인 방송·문화·영상·예술 분야의 전문교육을 지원하여 청소년들에게 콘텐츠 작품제작 경험과 크리에이터에 대한 학습기회를 제공하여 예비 크리에이터 창업 및 인재 양성을 위한 교육프로그램이다. 이러한 크리에이터 직업은 청소년 사이에서도 인기가 높다. 초등학교 직업 선호도 조사에 따르면, 유튜버(창작자)는 4위 이내로 조사되고 있다(김소연, 2023, 3). 최근 유튜브 방송은 지상파 방송보다 더 인기가 있으며, 구독자 수가 많은 유튜버는 인플루언서 라는 이름으로 뉴미디어 홍보의 채널로 떠오르고 있다.

본 연구는 캠퍼스타운 지역 상생 부분의 하나인 방송·문화 예술 콘텐츠 청소년 교육프로그램을 개발하기 위한 프로그램 설계와 전체 과정 및 결과물을 제시하고자 한 것이다.

## 2. 연구목적 및 방법

인덕대학교 종합형 캠퍼스타운 사업단은 방송·문화예술 콘텐츠를 위한 유튜브 크리에이터 교육프로그램으로 “주니어창업 아카데미”를 진행했다. 이 프로그램 참여자격은 서울 시내 초·중·고등학생을 대상으로 하되 노원구 내 학교를 우선순위로 하였다. 방송 장비 관련 대여 및 견학에 있어 관내에 있는 학교가 적합하다는 기초 연구심사위원들 논의에 따라 최대 5개 학교 또는 단체를 지원기로 하였다.

한국 사회 동향 연구에 따르면, 코로나 19로 인해 교육격차가 가정상황에 따라 심각한 수준으로 벌어짐을 지적하였다(김경근, 2020). 코로나 블루(코로나바이러스 감염증-19의 ‘코로나’와 우울하다는 뜻의 ‘블루(blue)’의 합성어)에 대처할 긴급 부모 양육이 필요하다는 연구가 필요하다고 목소리를 높이고 있다(김상욱, 2020). 지역 사회를 위한 방송·문화예술 및 콘텐츠 관련된 교육사업은 매우 절실한 상황이다. 문화예술교육은 인성, 사회성, 정서성, 창의성, 예술적 능력을 높일 수 있다(신주현·김희연, 2004).

본 연구는 청소년 교육전문가 및 문화예술 전문가 총 3인에게 2023년 3월 기초연구를

먼저 진행하였고, 그 결과를 바탕으로 프로그램 운영 계획, 프로그램 세부내용 수립, 결과물 및 출판작 제출, 심사 평가 기준, 성과 공유회 등 전체 절차를 진행한다.

프로그램을 개발 과정과 결과물을 공유하고 주니어 유튜브 크리에이터 교육 결과와 방향성을 제안하고자 한다.

### 3. 주니어 창업 아카데미 기초연구 및 설계

2023년 3월 초 전문가 3인에게 방송·문화 예술 기반의 캠퍼스타운 사업 배경을 먼저 설명하고 주니어들을 위한 유튜브 관련 창업아카데미 프로그램 진행에 있어 필요한 커리큘럼 항목을 정리하였다. 그리고 중요도 및 실행 가능 여부를 전문가 3인에게 설문하였다.

크게 이론과 실습 프로그램으로 나뉘 이론에 필요한 내용은 유튜브 역사, 인공지능 AI/CHAT GPT, 유튜브 SEO(Search Engine Optimization, 검색 엔진 최적화) 최적화였으며, 실습 프로그램은 장비 활용 및 촬영, 미니 스튜디오 활용법, 앱 편집 방법, 인덕대 캠퍼스타운 전문 장비 활용도로 정리하였다. 그 결과 유튜브 역사와 전문 장비 활용은 주니어들에게 흥미 및 몰입 유발에는 적합하지 않다고 판단하여, 유튜브 역사는 삭제하고 캠퍼스타운 전문 장비 활용은 학교 담당 선생님들과 협의하여 인덕대 캠퍼스타운 사업단 영상촬영편집실 및 1인 미디어실 견학으로 진행하였다. 추후 성과 공유회를 진행하여 학생작품 결과물 제출 및 심사를 통해 상장과 수료증 전달식을 갖도록 하였다. 이러한 행사는 지역 학생들에게 적극적이고 능동적인 프로그램 참여를 유도하게 한다. 단순하게 지식을 전달받는 것이 아닌 타 학생들과 함께 프로젝트, 협력 활동, 토론 등을 기반으로 만들어가는 능동적 학습자가 주도적 학습이다(이주호, 2023).

아래의 [표 1] 전문가 3인 설문조사 내용을 정리한 내용이다.

<표 1> 주요 변인들의 통계치

항 목		A 전문가	B 전문가	C 전문가
이 론	유튜브 역사	-	-	0
	인공지능 AI /CHAT	0	0	0
	유튜브 SEO 최적화	0	0	0
실 습	휴대용 장비 활용 및 촬영	0	-	0
	미니 스튜디오 활용	0	0	0
	앱 편집 활용	0	0	0
	전문 장비 활용	-	-	0
성 과	결과물 제출 및 심사	0	0	-
	성과공유	0	0	0

위 기초연구를 바탕으로 1차시는 이론으로 최근 유튜브 알고리즘과 AI 마케팅을 진행하고, 2차시는 콘텐츠 제작 실습 커리큘럼으로 설계를 완료하였다.

<표 2> 주니어 창업 아카데미 커리큘럼 설계 내용

구분	강의 내용
알고리즘과 AI 마케팅	
알고리즘과 친구가 될 수 있을까?	
1차시 (이론)	알고리즘의 선택, 인공지능의 관심과 사랑받는 노하우 - 유튜브 SEO 최적화 방법 - CHAT GPT와 유튜브 영상 제작 사례 - 스마트폰 속 갤러리에 잠자고 있던 나의 모습과 관심사 찾기
숏츠 밍타기 콘텐츠 제작	
앱을 활용한 채널 배너, 채널아트 만들기	
2차시 (실습)	- 나도 촬영전문가 (프로처럼 촬영하기) - 미니 스튜디오 체험 - Short로 LONG런 하기 - 영상편집 앱에 있는 다양한 기능과 가이드 습득

#### 4. 주니어 창업 아카데미 프로그램 운영 방법 및 내용

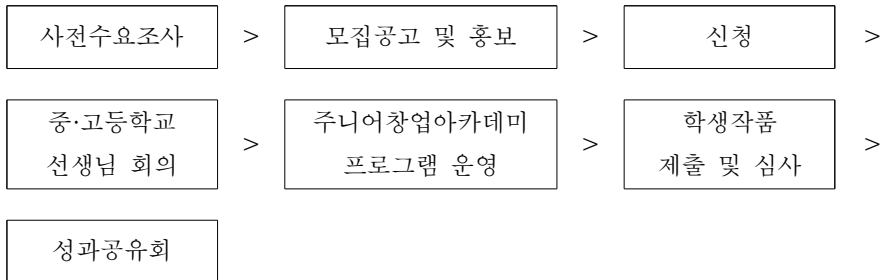
프로그램 진행 절차는 노원구 중·고등학교를 중심으로 외부공문을 통해 2023년 3월 중반부터 사전수요를 진행하였으며, 서울시 전체 중·고등학생 대상으로 모집공고와 홍보를 진행하였다. 신청한 각 학교 선생님들과 개별 회의를 통해 수강인원, 현장 실습수업 장소(각 학교 교실 또는 인덕대학교 내 영상촬영편집실 등) 및 장비를 협의하였다. 교육과정 협의가 끝난 후 학생들에게 일정 기간 작품 제출 시점을 제시하고 추후 전문가들의 심사를 통해 시상 학생들을 선정하였다. 성과 공유회는 유튜브 라이브 및 인덕대 연지스퀘어 B1 회의실에서 동시에 진행하였다.

인덕대학교 캠퍼스타운 사업단 주니어창업아카데미를 신청한 학교와 단체는 노원구 내 총 6개 학교였으나 일정조율이 어려워 상반기에 운영이 가능한 3개 학교를 우선적으로 선발한 후 각 학교에서 신청 인원을 조사하였다. 그중 서울시 노원구 태랑중학교는 10개 클래스, 한국삼육중학교는 1개 클래스, 공릉 청소년문화지원센터 1개 클래스를 신청이 들어왔다. 캠퍼스타운 사업 운영 예산에 따라 총 5개 클래스를 운영할 수 있어 태랑중학교 3개 클래스, 한국삼육중학교 1개 클래스, 공릉 청소년문화지원센터 1개 클래스를 지원하였다. 각 프로그



램 진행 시 이론과 실습을 선택할 수 있도록 하여 이론 또는 실습, 아니면 모두 다 들을 수 있도록 하여 참여방식에 제한을 두지 않았다. 그 결과 이론만 선택한 학생들도 실습까지 모두 참여하였다. 각 클래스는 참여 인원을 최하 20명 내외로 잡았으나, 6월 17일 당일 신청 학생 중 코로나19 감염으로 공릉 청소년문화지원센터는 전체 참여율이 9명으로 나타났다. 나머지 대부분의 학교 참여 인원들은 예상대로 20명이 넘었고, 총 참여 인원은 214명으로 나타났다.

<표 3> 주니어 창업 아카데미 커리큘럼 설계 내용



총 프로그램 10개 강좌와 성과 공유회 1회를 진행하였다.

<표 4> 2023년 주니어 창업 아카데미 프로그램 운영 일정

날짜	차시	시간	소속	참여인원
5월16일	이론	1 H	태랑중 3학년	22
5월16일	실습	1 H	태랑중 3학년	22
5월17일	이론	1 H	태랑중 2학년	25
5월17일	실습	1 H	태랑중 2학년	25
6월 6일	이론	1 H	한국삼육중	26
6월 6일	실습	1 H	한국삼육중	26
6월 7일	이론	1 H	태랑중 1학년	25
6월 7일	실습	1 H	태랑중 1학년	25
6월17일	이론	1 H	공릉 소년문화 지원센터	9
6월17일	실습	1 H	공릉 소년문화 지원센터	9
합 계				214명

이론 수업에서는 유튜브 알고리즘과 SEO 최적화에 관련된 이론과 CHAT GPT와 유튜브 영상제작 사례 진행하고, 채널 기획안을 작성하도록 하였다. 채널 기획에서는 유튜브 검색

과 자신의 스마트폰 갤러리 관심사를 기반으로 진행했으며 실습수업에서는 미니 스튜디오 꾸미기와 오토트래킹 짐벌 및 카메라용 짐벌, 링라이트 촬영 장비, 삼각대, 크로마키 천, 조명등을 활용할 수 있도록 준비하였다.

최근 대학과 초·중·고등학교에서는 방송·문화예술 및 콘텐츠에 관련된 교육에 관심이 높다. 청소년 눈높이에 맞는 체계적인 교육을 설계하고 진행된다면 수업에 동기부여와 흥미를 유발하여 긍정적인 효과가 있을 것이다. 이러한 미디어를 활용한 교육은 학습자 간의 상호작용에 긍정적 영향과 흥미 유발, 지속성에 영향을 미치고, 저소득층과 일반 청소년 간의 교육격차를 해결에 도움이 된다(김영환·김정도, 2001).

## 5. 주니어 창업 아카데미 주요 성과

주니어 창업아카데미 각 수업 별 만족도 조사는 다음과 같다. 5월 16일 태랑중학교 3학년 대상 만족도 참여자는 22명이 참여하였고, 만족도 조사 결과는 4.77/5점으로 나타났으며, 5월 17일 태랑중학교 2학년 대상으로 진행한 수업은 만족도 조사에 23명이 참여하였고, 4.78/5.0점이었다. 6월 6일 한국삼육중학교 대상으로 진행한 수업은 만족도 조사에 23명이 참여하였고, 4.87/5점으로 나타났으며, 6월 7일 태랑중학교 1학년 대상으로 진행한 수업은 만족도 조사에 24명이 참여하였고, 4.75/5점으로 나타났다. 마지막으로 6월 17일 공릉청소년문화센터 수업은 만족도 조사 참여 인원은 7명이었고, 4.71/5점으로 나타났다. 따라서 주니어창업 아카데미 전체 만족도 조사는 4.7/5점으로 높은 점수를 달성하였다.

학생들의 추가 의견으로는 ‘영상을 만들 수 있어서 좋았다.’ ‘자유로운 분위기에서 수업해서 좋았다.’ ‘유튜브를 시작할 때 유리한 점을 알려주셔서 좋았다.’ ‘영상을 직접 만들어 볼 수 있어서 좋았다.’ ‘핸드폰 거치대나 미니스튜디오 장비들이 신기했고, 재미있는 체험이었다.’ ‘유튜브 쇼츠 릴스가 어떤 방식으로 만들어지는지 알게 되어 좋았다.’ ‘다음에도 해보고 싶다.’ 등 대다수 학교 선생님들과 학생들은 주니어 창업 아카데미를 긍정적인 반응으로 지속적인 수업이 가능한지에 대한 문의가 있었다.

<표 6> 주니어창업 아카데미 각 학교별 만족도 조사

만족도 조사	1-1) 강의 내용이 주계에 맞게 잘 전달되었다.	1-2) 강의 수준이 이해하기에 적합했다.	2-1) 강사는 충분한 사전 수업준비를 바탕으로 진행했다.	2-2) 강사는 충분한 전문성을 가지고 강의를 진행하였다.	3-1) 교육에 대한 전체 만족도를 평가한다면 몇점을 줄 수 있을까요?	3-2) 본 강의를 다른 친구들에게 추천할 의사가 있으신가요?
한국삼육중 (23명) 4.87/5점						
태랑중 3학년 (22명) 4.77/5점						
태랑중 2학년 (23명) 4.78/5점						
태랑중 1학년 (24명) 4.75/5점						
공릉청소년문화센터 (7명) 4.71/5점						

## 6. 주니어 창업 아카데미 성과공유회

학생작품 제출은 수강인원 총 214명 중 25팀이 참가하였다. 심사는 인덕대학교 캠퍼스타운 B2 회의실에서 진행되었으며 유튜브 마케팅 전문가, 청소년 교육전문가, 지역 활성화 전문가로 총 3인이 학생들이 제출한 작품들을 시청하고 평가하였다. 심사항목은 채널 콘텐츠의 적합성, 채널 콘텐츠 시의성, 채널 독창성, 채널 지속 가능성으로 구분하였으며 대상 1팀, 최우수상 1팀, 우수상 5팀으로 총 7팀이 수상하게 되었다. 수상자는 ‘대상’ 태랑중학교 1학년 김0훈외 3명, ‘최우수상’ 태랑중학교 2학년 박0현, ‘우수상’ 한국 삼육중학교 김0영, 한국삼육중학교 권0훈, 태랑중학교 김0연 외 4명, 한국 삼육중학교 김0은 외 1명, 태랑중학교 김0승으로 선정하였다.

주니어 창업 아카데미 프로그램 설계 및 수행에 따른 연구를 통해 성과 공유회 행사를 온·오프라인 동시 진행하였다. 온·오프라인 동시 진행을 통해 평일 수업시간 관계로 참여가

어려운 각 학교 선생님들과 학생들이 함께 볼 수 있도록 하였다. 성과 공유회 진행은 각 수상자의 유튜브 콘텐츠 제작물을 감상하고 개별 인터뷰를 통해 이 프로그램에 참여자로 전체 수업 과정과 영상제작과정에 대한 애로사항과 느낀 점을 공유하는 시간을 갖고 그 이후 시상식과 전체 촬영, 견학이 진행되었다.

본 프로그램은 노원구 청소년들이 방송·문화 예술을 위한 주니어 유튜버 개발자 교육프로그램에 참여함으로써 콘텐츠 제작 능력과 참신한 아이디어를 발전시키는 계기를 마련하였고, 방송문화 예술에 관련된 산업과 다양한 문화를 연결하여 새로운 취·창업에 도움이 될 것으로 본다.

서울시 캠퍼스타운사업은 지역경제 활성화를 위해 대학과 자치구, 서울시가 함께 운영하는 사업이다. 캠퍼스타운사업 중 문화 분야는 시민, 학생, 구성원들에게 삶의 질을 높일 수 있고, 시민들에게 정신적인 위로감과 편안함을 줄 수 있어 효과적이다(김문석, 2022).

본 연구는 지역경제 활성화를 위한 유튜브 크리에이터 교육프로그램인 ‘주니어 창업아카데미’를 개발하기 위한 설계과정과 운영프로그램 내용 그리고 결과물을 제시하여 분석하였다.

첫째, 전문가 3인의 기초연구를 바탕으로 커리큘럼과 운영과정을 설계하여 방송·문화 예술에 관련된 AI, CHATGPT 등 트렌디한 이론 과정과 유튜브 크리에이터에 적합한 방송 장비 및 휴대폰 앱 영상촬영 관련 실습 과정을 만들었다.

둘째, 인덕대 캠퍼스타운 사업단의 방송촬영 및 영상 시설공간 및 장비를 활용하여 지역 내 청소년들에게 견학 및 무료 제공하여 방송·문화예술 콘텐츠 교육에 대한 동기부여, 흥미 유발에 도움을 줬다.

셋째, 학생들은 주니어 창업 아카데미 및 성과 공유회에 참여 함으로 자발적이고 적극적인 콘텐츠 제작을 유도했으며 다양한 직종의 유튜버, 1인 크리에이터, 영상감독, 방송 PD 등 취·창업 및 진로 탐색에 도움이 되었다.

본 연구는 노원구 인덕대학교 캠퍼스타운 방송·문화 예술 콘텐츠 사업을 알리고, 지역 주니어들에게 우수한 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지속적인 성장에 도움을 줌으로써 지역 사회에 방송·문화 활성화에 긍정적인 영향을 마련한 우수 프로그램 설계 사례로 볼 수 있다. 이러한 다양한 교육프로그램을 개발과 진행을 위한 정부 지원이 계속되어 지역경제발전에 토대가 되길 제안하는 바이다.

## VI. 유튜브(YouTube)의 발달과 대중성

인덕대학교 캠퍼스타운 사업단이 실시한 미디어 전문교육의 결과와 같이 방송·문화 예술 콘텐츠 사업을 교회에 적용하여 우수한 콘텐츠를 제작할 수 있도록, 기독교 콘텐츠 창작자들에게 지속적인 성장에 도움을 줌으로써 교회 예배와 교육에 긍정적인 방향으로의 영향을 미칠 수 있을 것이다. 그 중 대표적인 것이 유튜브이다. 유튜브는 남녀노소 누구나 쉽게 접근할 수 있는 대중성의 장점이 있다.

## 1. 유튜브(YouTube)의 대중성과 교회

유튜브는 구글이 소유한 미국의 온라인 동영상 공유 플랫폼이다. 사용자가 동영상을 자유롭게 올리거나 시청할 수 있다. 월간 사용자는 38억 명에 달하는 전 세계 최대 규모의 비디오 플랫폼이다. 유튜브라는 명칭은 사용자를 가리키는 ‘You(당신)’와 미국 영어에서 텔레비전의 별칭으로 사용되는 ‘Tube’를 더한 합성어이다. 과거 텔레비전이 브라운관(Cathode-Ray ‘Tube’, CRT)를 사용했기 때문에 텔레비전을 미국 영어에서 다른 말로 ‘튜브’라 부른다. 즉 ‘YouTube’라는 명칭의 어감은 ‘당신을 위한 텔레비전’, ‘당신이 곧 텔레비전’이다. 네모난 YouTube 아이콘의 끝부분은 둥글게 깎여 있고 각 변은 끝부분보다 볼록하게 나와 있는데 옛 텔레비전에 쓰였던 브라운관의 시각상 특징을 아이콘으로 디자인한 것이다. 한국에서는 이른바 너튜브로도 사용된다(나무위키, 2024). 특히 스마트폰의 발달과 함께 대중적 보급은 손쉬운 고화질 영상촬영과 편집, 소셜 플랫폼을 통한 실시간 및 양방향 소통이 가능한 유튜브는 기존 전통적 미디어를 대체해 나가며 영역을 넓히고 있다(변현진, 2018). 유튜브는 동영상 업로드 사이트에서 소셜 미디어 플랫폼으로 발전하였고 기하급수적으로 영상이 축적되면서 구글의 의도대로 전 세계인의 동영상 검색 플랫폼이 되었다(권승태, 2022).

유튜브가 유튜브 레드를 선보인 2015년 10월부터 라이브 스트리밍을 시작함으로써 획기적인 변화를 가져왔다. 유튜브는 일종의 소셜 미디어(social-media)이자 모바일 미디어이다. 매스-미디어(mass-media)가 기자나 방송인의 전문적인 취재를 통해 지정된 시간과 특정 매체로 정보를 전달하는 개념이라면, 소셜 미디어는 자유롭게 생산된 개인의 생각과 경험을 공유하는 것을 의미한다(변현진, 2018). 특히 유튜브는 현대인들 누구나 스마트폰으로 숙련된 기술이 없어도 쉽게 영상촬영과 편집을 하여 업로드하는 편의성과 함께 누구나 쉽게 진입할 수 있다. 현재는 스마트폰과 인터넷 속도, 전자기술 발달로 인한 가성비가 좋은 영상 장비, 다양한 영상편집 앱, 인터넷과 미디어를 통한 편리한 정보 취득 등이 결합 되어 누구나 쉽게 동영상을 촬영하고 편집하고 업로드할 수 있는 시대가 되었다(변현지, 2018). 이러한 특징으로 인해서 유튜브는 영향력이 매우 높은 플랫폼으로 사용된다.

특히 세계 최대의 미디어 플랫폼인 유튜브는 개인 창작자들과 MCN(Multi Chanel Network) 사업자들이 영상의 가치에 따라 수익을 창출하는 미디어 플랫폼 중의 하나이다. 동시에 유튜브는 일종의 소셜 미디어이다. 제작자 편에서 유튜브의 강점은 구글 기반의 검색 편의성 및 글로벌 진출의 편리성, 비교적 낮은 진입 장벽, 광고 수익 보장 등이 있다. 시청자 편에서 유튜브의 강점은 무료 콘텐츠의 다양성이다. 우리나라에서 유튜브 사용량이 최고 순위에 있는 이유도 전 세계에서 제작한 영상이 무료 시청이 가능하고 콘텐츠 내용도 갈수록 폭넓고 다양해지고 있기 때문이다. IT 기술의 발달과 스마트폰 대중화로 인한 콘텐츠의 제작·이용 환경 변화가 유튜브 플랫폼의 변화와 성장에 큰 영향을 주었다. 사진·영상편집 기술이 대중화되었고, 모바일 동영상 콘텐츠 중요도도 증가하였으며, 이에 따라 프로슈머와 인플루언서가 등장하였다. 주거 공간 디자인 트렌드도 변화하였다(변현진, 2018).

특히, 최근 청소년들 사이에서는 ‘크리에이터(creator)’라는 직업군이 인기를 끌고 있다. 크리에이터 즉 장작자들은 멀티미디어를 생산하고 공유하는 일을 한다. 즉, 개인 또는 그룹이 멀티미디어 공유 플랫폼인 유튜브 채널을 운영하는 창작자가 되고, 이런 창작자를 선망하고 장래직업으로 삼고자 하는 젊은이들이 늘어나고 있다. 컴퓨터와 멀티미디어 기술의 발전은 청소년들의 문화 생태계를 바꾸고 있으며, 기성세대들이 경험하지 못한 새로운 형태의 문화와 콘텐츠를 생산하고 소비하는 형태로 변화하고 있다(김수환, 2019). 현재 청소년들은 유튜브를 소비하는 것뿐만 아니라 생산자의 역할을 하는 ‘프로슈머(Prosumer)’로 변화하였다(Toffler, 2006, 236). 이런 현상은 교회교육과 목회 환경에도 영향을 줄 뿐만 아니라 교육과 목회 방향을 전환할 필요성을 갖게 된다. 그래서 교회 성도들과 학생들 그리고 비그리스도인에게 전달하고 전용될 수 있는 수준과 흥미를 고려한 다양한 플랫폼과 콘텐츠 개발과 교육방법이 설계되고 개발되어야 한다.

## 2. 미디어의 발달과 교회

현대 사회는 미디어의 발달로 인하여 어린아이부터 노년에 이르기까지 미디어 역기능에 노출되어 있다. 사회는 미디어 발달로 대량의 정보를 대중에게 신속하고 정확하게 전하고 있다. 유아들의 교육 기관에서부터 대학에 이르기까지 미디어는 교육에 적극적으로 활용하고 있다. 그러나 교회는 미디어의 역기능 때문인지 미디어를 신앙교육에 효과적으로 활용하지 못하고 있다(민장배, 2018). 현재 한국교회는 미디어의 발달과 함께 인공지능 시대로의 빠른 전환이 이루어지고 있음을 인식하고 있다. 그리고 교회 안에서의 목회와 교육, 그리고 선교와 전도, 봉사에 도입 필요성을 인식하고 다양한 연구들이 이루어지기 시작했다. 그러나 아직은 일부에서 연구를 준비하고 시작하는 단계에 있다. 따라서 목회와 교육 그리고 선

교와 전도, 봉사 등에 활용할 수 있는 다양하고 폭넓은 연구의 필요성이 제기된다. 그리고 목회뿐 아니라 교회교육과 선교, 전도 유튜브와 인공지능을 활용한 목회와 교육, 선교, 그리고 전도, 봉사에 올바른 방향성 설정을 위한 목적과 목표가 분명하여야 한다. 이를 위해 먼저 인공지능의 개념과 발달, 그리고 허와 실을 중심으로 한 신학적, 교육학적 그리고 선교적 측면의 고찰을 통해 한국교회 목회와 교회교육에서 활용 가능성 및 방향성이 제시되어야 한다.

### 3. 미디어 플랫폼과 콘텐츠 제작

한국교회가 기독교 교육에 대한 의지를 갖고 새로운 미디어 플랫폼을 통하여 다양한 미디어를 개발하고 제작하여 신앙교육에 활용함으로써 기독교의 다양한 정보를 대중에게 대량으로 전달하여 목회와 교회교육 그리고 전도와 선교의 기능을 발휘하고 대상과 신앙 정도에 따른 교육을 통하여 성숙한 그리스도인으로 인도하게 할 수 있다(민장배, 2016).

기독교 교육에 유익한 동영상 제작하거나 편집하여 유튜브에 게시하여 기독교인만 아니라 누구나 스스로 학습하게 하는 방안이다. 동영상을 활용하는 멀티미디어는 시각과 청각 그리고 촉각을 통한 학습효과를 기대할 수 있다. 제작 내용은 신앙교육에 적합한 기도, 전도, 교제, 봉사, 예배, 선교, 성경공부, 기독교 역사와 기독교 교양 그리고 기독교의 가치관 등 주제별 동영상을 교회력이나 월별 목회계획에 따라 정기적으로 유튜브에 게시하게 된다면 미디어 특성상 손쉽게 반복 시청이 가능하여 반복교육의 효과까지 기대할 수 있다(민장배, 2018)고 하였다.

그런데 기존에 유튜브 콘텐츠에 관한 연구는 많으나 특정 분야 콘텐츠의 내용을 다룬 연구가 대부분이고 유튜브 UGC(User Generated Contents, 사용자 제작 콘텐츠) 자체를 텍스트로 삼아 그 시각적 정체성을 과학적 방법론으로 분석한 연구는 찾기 힘들다. 권승태는 유튜브 UGC의 표현 면과 내용 면의 특징은 자기실현적 가치와 유희적 가치 등 다양한 가치를 추구하는 점에서 유희성과 다양성을, 각본이 없고 관습에서 자유롭다는 점에서 즉흥성과 자율성을, 일상을 있는 그대로 담는다는 점에서 실제성과 일상성을, 콘텐츠를 공유하고 소통한다는 점에서 쌍방향성을 정의할 수 있다고 하였다(권승태, 2022).

### 4. 유튜브 콘텐츠 특징과 제작 시 고려할 점

한국교회가 기독교 교육에 대한 의지를 갖고 새로운 미디어 플랫폼을 통하여 다양한 미디어를 개발하고 제작하고, 기독교 교육에 활용함으로써 기독교의 다양한 정보를 대중에게 대량으로 전달하며, 목회와 교회교육 그리고 전도와 선교의 기능을 발휘하고, 대상과 신앙 정도

에 따른 교육을 통하여 성숙한 그리스도인으로 인도하게 할 수 있다(민장배, 2016). 따라서 콘텐츠 제작자는 시청자 편에서의 시각과 시점 그리고 제작자 편에서의 입체적 시점과 시각을 가져야 한다. 시청자에게는 어떤 콘텐츠가 재미있었는지, 왜 재미있었는지, 왜 이 콘텐츠에 접근했는지 파악해야 한다. 그 후 시청자 편에서 만 보는 것으로 끝내면 안 된다. 제작자의 편에서 콘텐츠를 바라볼 수 있어야 한다. 콘텐츠는 전제적인 통일성과 자신만의 정체성과 가치관을 갖추어야 한다. 시청자 편에서 받아들여지는 콘텐츠 장르는 세 가지로 분류해 볼 수 있다. 첫 번째, 공부, 학습법, 정보, 기술, 지식을 제공하는 장르이다. 두 번째, 부담 없는 분위기 조성용 혹은 분위기 전환용 콘텐츠이다. 세 번째로는 진지한 장르의 콘텐츠이다. 제작자로 콘텐츠의 카테고리를 결정하였다면, 이후에는 어떤 지속 가능한 콘텐츠를 만들 것인지 콘텐츠를 선정을 잘해야 한다. 제작자 편에서 나의 일상을 어떤 장르의 지속 가능한 콘텐츠로 만들 것인지 고민해야 한다(박현진, 2018).

유튜브는 MZ세대가 가장 많이 사용하는 세대로서 가장 활발하고, 소통은 쌍 방향적이다. 그러나 유튜브는 전 세대가 구독하는 미디어 플랫폼으로 여러 가지의 유튜브 특징을 가지고 있다. 첫째 세계 최대의 플랫폼이다. 둘째 구글 기반의 편의성 및 글로벌 진출의 편리성을 갖고 있다. 셋째 무료의 다양한 콘텐츠를 가지고 있다. 네 번째는 비교적 낮은 진입 장벽을 갖추고 있다. 다섯째는 새로운 직업 창출이 가능하다. 여섯째는 모바일 기술에 따른 콘텐츠 중요도가 증가하고 있다. 일곱째 많은 프로슈머와 인플루언서의 등장이다. 여덟째 콘텐츠 제작 이용 환경이 다양하다. 아홉째 편리한 검색과 동영상 시청 사용량 증가와 연령의 하양하가 이루어지고 있다. 열째는 시간과 공간의 무 제약과 풍부한 콘텐츠를 가지고 있으며 누구나 참여할 수 있다(변현진, 2018).

그리고 유튜브는 다양한 콘텐츠를 제작하고 많은 사람과 공유할 수 있는 매우 효과적이고 흥미로운 공간이다. 하지만 기독교 교육적인 영향력 있는 좋은 유튜브 콘텐츠를 제작하고 전달·공유하기 위해서는 분명한 전략과 방법이 필요하다. 첫째로 좋은 유튜브 콘텐츠는 전달하고자 하는 명확한 목표가 설정되어야 한다. 유튜브 콘텐츠는 단순히 시청자들에게 재미를 제공하는 것만 아니라, 신앙 교육적인 메시지 전달에 명확한 목적을 가지고 제작되어야 합니다. 어떤 정보와 내용을 전달하려는 것인지를 고려하여 콘텐츠를 제작하고, 이를 통해 시청자들에게 신앙 교육적 가치가 있는 경험을 제공해야 한다.

둘째로 유튜브 콘텐츠는 구독자들의 공감대 형성과 유용하고 관심 있는 주제 선정이다. 유튜브 콘텐츠 제작을 시작하기 전에, 목적에 따른 주제 선정과 내용을 제작 전달하려고 하는지 결정해야 한다. 그리고 제작자의 관심사나 전문 지식, 경험, 그리고 창의성 등을 고려하여 전달하려는 내용을 신중히 선정해야 한다. 단순히 흥미와 유행에 따른 주제를 선정 제작하기보다는 구독자들에게 신앙적 관심과 영향을 줄 수 있는 주제와 내용을 선택하여야 한



다.

셋째는 구독자들과 원활한 소통을 통해서 일방적인 전달이 아니라 상호작용할 수 있어야 한다. 유튜브는 구독자와의 소통과 상호작용이 활발히 이루어져야 하는 플랫폼이다. 구독자들과의 적극적인 소통을 통해 피드백이나 질문에 대한 답변을 제공하고, 구독자들의 의견이나 요청에도 신속하게 반응하는 것이 중요하다. 구독자와 원활한 소통은 댓글 답변, 라이브 채팅과 소모임 등의 방법을 통해 시청자들과의 상호작용을 유지하는 것이 좋다.

네 번째 유튜브 콘텐츠 내용의 질과 가치는 매우 중요한 요소이다. 내용이 신앙 교육적으로 유익하며 흥미로워야 구독자들이 지속적인 구독을 하게 된다. 따라서 콘텐츠의 내용과 정보의 성격 신학적이고 교육적인 정확성과 표현력 그리고 전달력 등, 질 높은 콘텐츠를 제작하여야 한다. 끝으로 제목과 썸네일(thumbnail)의 중요성이다. 유튜브는 구독자들에게 다양한 영상을 추천하는 방식으로 운영된다. 주제와 제목 그리고 썸네일은 유튜브를 구독자들에게 다가가는 매우 중요한 역할을 한다. 따라서 흥미로운 주제와 명확한 내용을 전달할 수 있는 썸네일을 제작하여 구독자에게 전달할 수 있어야 한다(최고의 작가 블로그, 2024).

## V. 유튜브 활용과 교회교육의 새로운 방향성

우리는 4차 산업혁명 시대에 살고 있다. 4차 산업혁명의 영향을 직간접적으로 크게 받고 있다. 4차 산업혁명의 핵심기술인 인공지능(AI : Artificial Intelligence)은 모든 기술의 핵심 동력으로 주목받고 있다. 인공지능은 인간의 지능이 가지는 학습, 추리, 적응, 논증 따위의 기능을 갖춘 컴퓨터 시스템을 의미한다. 인공지능은 기존 산업이나 서비스에 지능을 부여하여 우리 생활에 활용되고 있는 거의 모든 제품과 서비스 등을 네트워크로 연결하여 우리 사회의 급격한 변화와 혁신을 주도하고 있다. 이미 인공지능은 우리 생활의 전반적인 영역에 삶의 편리성과 질을 높이는 데 활용되고 있다. 그러나 인공지능은 인간의 삶에 새로운 기회와 함께 생각지 않았던 새로운 위기도 가져왔다(남선우, 2023).

인공지능의 발달은 법적, 윤리적 책임 소재의 문제를 만들어 내고 있다. 인공지능 또한 기계이기에 갑작스럽게 발생할 수 있는 오류로 인한 문제 상황들에 대한 법적인 책임의 소재를 어떻게 해야 할 것인지, 또한 윤리적 딜레마의 상황 가운데 어떻게 판단하게 할 것이고, 윤리적 판단에 따른 책임 소재는 어떻게 해야 할 것인지에 대한 법적, 사회적 합의가 아직 이뤄지고 있지 않다. 그렇기에 인공지능 시대는 우리에게 새롭고 무한한 기회이기도 하지만 예측할 수 없는 불확실성의 위기라는 양면성으로 다가오고 있다(남선우, 2023).

AI의 발전은 교회의 사역, 특히 온라인 사역에 여러 가지 긍정적인 영향을 줄 수 있다. 따라서 한국교회는 목회와 교회교육 그리고 선교와 전도에 활용할 수 있도록 인공지능의 양면성에 대한 검증과 보완을 할 필요가 있다. 부정적이고 위기 모습의 인공지능을 긍정적으로 활용할 수 있어야 한다. 그러기 위해서 MZ세대를 비롯한 전 세대에 걸쳐서 세대에 알맞은 역량 교육 및 융합형 인재 양성을 통해 다음 세대를 준비해야만 한다.

최근 온라인 환경에서 빅데이터와 인공지능 그리고 사물인터넷 등 정보통신기술의 발달은 교육환경 변화에 커다란 영향을 미치는 근간이 되고 있다. 그리고 온라인 환경에서는 의사소통 및 교류와 이를 활용한 다양한 형태로 교육을 가능하게 함으로 누구나 양질의 교육환경에 접근할 수 있게 되었다. 온라인 환경에서의 공교육은 2011년 교육부의 스마트 러닝의 도입으로 무선 인프라 환경 사업과 디지털 교과서가 초·중등학교에 지원하기 시작하면서, 온라인 환경을 활용한 다양한 교육이 가능해지고 있다. 교육환경의 변화와 함께 교육콘텐츠와 교육방법도 변하고 있으며, 유튜브나 온라인 콘텐츠를 이용한 교육방법이 시도되고 있다(박정철 외, 2016, 217-219). 현재 공교육은 멀티미디어 및 디지털 교재를 활용하는 등 학생들의 흥미와 관심을 고려한 동기유발 학습방법을 적용하고 있다. 그러나 한국교회는 이런 흐름을 따라가지 못하는 교육환경에서 이루어지는 신앙교육은 학습자의 요구를 충족시켜주지 못하며 학습 동기유발을 하기 어려운 상황이다(김수환, 2019).

현대 사회는 물리적 현실 공간과 가상 공간이 함께 혼재되어 있다. 특히 MZ세대는 디지털 네이티브 세대로 불리며 온·오프라인 경계를 넘나들면서 디지털 미디어를 자유롭게 활용한다. 따라서 오늘날 사회 변화는 역사적 사건에 기반을 둔 세대의식의 실천을 통해 일어나는 것이 아니다. 디지털 세대의 자유로운 선택에 따라 일어나고 있다(박치완, 2019). 일반적으로 세대는 공통의 사회적 경험을 기반으로 동류의식을 가진 코호트 집단으로 간주하지만, 가상 공간에서 활동을 많이 하는 MZ세대의 동류의식은 그들이 주로 소비하는 디지털 콘텐츠에 의해 결정될 가능성이 크다(권승태, 2022). 디지털 네이티브 세대인 MZ세대는 디지털 환경에서 성장한 인터넷과 함께 휴대전화 즉, 셀폰(Cellphone) 이라 불리는 셀룰라 폰(cellular phone)이 스마트 전화로 전환되고, 그리고 소셜 미디어에 익숙한 세대이다. 한국교회는 이들에게 유튜브 제작과 업로드를 위한 교육을 통해서 유튜브 환경을 새롭게 구축할 필요가 있다. 그 이유는 현재 한국교회는 교회교육의 본질적인 기능 회복이 필요하다. 다시금 성장하고 성숙한 교회로 전환은 미디어 시대를 맞이하여 미디어를 통한 특히 유튜브를 통한 새로운 신앙교육의 필요성을 갖는다. 즉, 한국교회는 미디어 발달과 함께 미디어를 적극적으로 활용할 수 있도록 수용하고, 미디어를 통한 신앙교육뿐만 아니라 전도와 선교 등 기독교를 알리는 일을 적극적으로 활용하고 강화해야 한다.

## VI. 나가는 말

유튜브는 우리 생활 속에서 가깝게 다가와 있고 커다란 영향력을 가지고 있다. 누구나 쉽게 스마트 전화기로 영상을 찍고 콘텐츠를 만들고 업로드할 수 있는 환경이다. 그러나 미디어의 급속한 발달은 우리 사회뿐 아니라 교회에 역기능 작용도 하고 있다. 미디어가 인공지능으로까지 발달하면서 대량의 정보를 대중에게 빠르게 전달하고 있다. 모든 공교육에서 미디어는 적극적으로 활용하고 있다. 그러나 한국교회는 미디어의 역기능과 오류 때문인지 미디어를 교회교육에 적극적으로 활용하지 않고 있다

남선우 교수(2023)는 자신의 논문에서 인공지능 활용의 필요성을 논하기도 전에 이미 우리는 인공지능을 자연스럽게 받아들이고 활용하고 있다고 하였다. 그러면서 모든 일에는 공(功)과 과(過)가 있고 정(正)과 오(誤)의 양면성을 말한다. 그러면 인공지능이 현재와 미래의 한국교회에 어떤 영향력을 끼칠 것인지는 다양한 의견이 있다. 그러나 분명한 것은 인공지능은 우리 사회와 교회의 도구라는 것이다. 도구는 누구에 의해서 어떻게 활용되느냐에 따라 긍정적일 수도 부정적일 수도 있다고 하였다(남선우, 2023). 그렇다. 현재도 인공지능은 Chat GTP를 통해서 거짓 콘텐츠를 확산하고 있다. 여기에 대비하여 교회는 미디어와 유튜브 교육을 통한 올바른 기독교 콘텐츠를 제작하고 많이 업로드함으로써 Chat GTP를 학습하게 하는 것이다. 우리의 이야기를 학습한 Chat GTP는 우리의 올바른 소리를 구독자들에게 공유하게 하는 것이다. 이것이 Chat GTP를 전도하는 것이다.

새 술은 새 부대에 담아야 한다는 성경 말씀대로, 미디어가 빠르게 발달하고 변화하는 시대를 대처하기 위해서 한국교회는 미디어에 대한 올바른 이해와 올바른 활용에 대한 교육이 필요할 것이다. 유튜브는 이미 교육에 많이 사용되고 있다. 유튜브나 인공지능은 교회교육에 피할 수 없는 도구이다. 발달 된 미디어를 피할 수 없다면 학습을 통해서 올바로 사용하는 방법을 선택하여야 한다.

이 연구는 교회에서 유튜브 콘텐츠 제작교육과 활용 연구를 인덕대학교 캠퍼스타운 유튜브 크리에이터 콘텐츠 제작 프로그램 설계 통해서 교회교육에 적용을 분석했다. 인공지능 시대에 기독교 교육의 방향성 고찰을 통해서 시대상이 반영된, 변화되는 교회 목회와 교육에 대한 방향성을 제시하였다. 인공지능 시대에 미디어를 적극적으로 사용한 교육은 교회교육에 커다란 변화와 미래를 준비하는 계기가 될 수 있을 것이다. 교회가 해야 할 과제는 하나는 온라인 교육에 대한 방법을 비전과 투자가 필요하다. 다른 하나는 교육하는 것이 아니라 온라인에서의 관계의 의미를 알려주는 것이다. 공통의 관심과 비전은 무엇이며 흥미와 의미를 제공할 수 있어야 한다(홍영기, 2024). MZ세대가 한국교회의 리더들이 될 때 한국교회는 어떤 모습으로 변해 있을까 매우 궁금하다.

## 참 고 문 헌

- 권승태 (2022). 유튜브 사용자 제작 콘텐츠(UGC)의 시각 정체성. **미술문화연구**, 22, 179-199.
- [Kwon, S. T. (2022). Visual identity of Youtube user generated contents. *Journal of art and culture studies*, 22, 179-199.]
- 김경근 (2021). 코로나 19시대 학교 교육의 변화 및 교육격차 실태. **한국의 사회 동향**. 통계청 통계개발원, 13-148.
- [Kim, K. G. (2021). Changes in school education and educational gaps in the COVID-19 era. *Korea Social trends 2021*, Statistics Development Institute 138-148.]
- 김문석, 오은석 (2022). 캠퍼스타운 지역의 문화콘텐츠 발굴을 위한 수업 설계 연구. **한국디자인 리서치학회**, 7(4), 413-419.
- [Kim, M. S., O, E. S. (2022) A Study on the Design of Classes to Discover Cultural Contents in the Campus Town Area. *Korea Institute of Design Research Society*, 7(4), 413-519.]
- 김상욱 (2020). 포스트코로나19 시대 영유아와 부모를 위한 사회정서 지원. 한국유아교육보육 복지학회 추계전국학술대회 (pp. 63-65).
- [Kim, S. D. (2020). Socioemotional Support for Infants and Parents in the Post-COVID-19 Era. *The Korea Association For Early Childhood Education Administration. Fall National Academic Conference* (pp. 63-55)]
- 김소연 (2023.11.27). 중학생 40%는 희망직업 없다... 공무원 인기도 '시들'. **대전일보**. <https://www.daejeonilbo.com/news/articleView.html?idxno=2099138>에서 인출
- [Kim, S. Y. (2023, 11, 27). 40% of middle school students have no desired job... Popularity of civil servants 'declining'. **Daejeon Ilbo**.]
- 김수환 (2019) 청소년대상 교회교육에서 플립러닝의 효과. **신학과 실천**, 64, 203-226.
- [Kim, S. H. (2019). The effectiveness of flipped fir teenagers in Christian education. *Theology and Praxis*, 64, 203-226.]
- 김영환, 김정도 (2001). 교육방송 프로그램 활용률을 높이기 위한 교사연수와 프로그램 홍보의 방안. **교육정보미디어연구**, 7(1), 99-117.
- [Kim, Y. H., Kim, J. D. (2001). Increasing the Utilization of the Educational Broadcasting System - Programming in Elementary School Classrooms with Teacher Training Program and Program Advertisement, *Journal of Korean Association for Educational Information and Media*, 71(1), 99-117.]
- 나무위키 (2024). 유튜브 [https://namu.wiki/w/ 유튜브](https://namu.wiki/w/유튜브) 2024-08-06. 00:58:28에서 인출.
- [Namuwiki (2024). YouTube [https://namu.wiki/w/ from YouTube](https://namu.wiki/w/fromYouTube) 2024-08-06 00:58:28]
- 남선우 (2023). 인공지능 시대의 기독교교육 방향성에 대한 고찰. **기독교교육논총**, 74, 107-134.
- [Nam, S. W. (2023). Implications for the Direction of Christian Education in the Age of Artificial Intelligence. *Journal of Christian Education in Korea*, 74, 107-134.]
- 도시디자인공장 (2020). **2020년 신규 종합형 캠퍼스타운 인덕대학교 실행계획(안)**. 서울: 디자인공장.]
- [Urban Design Factory (2020). 2020 New comprehensive campus town Induk University implementation plan(Draft). Seoul: Design Factory.]
- 민장배 (2016) 미디어를 통한 신앙교육 활성화 방안. **신학과 실천**, 48, 495-518.
- [MIn, J. B. (2016). A research on the way to promote faith education through midia. *Theology and Praxis*, 48, 495-518.]
- 박정철,윤상진,문호진,강대영 (2016). **교실의 미래를 구글하다 구글 클래스룸**. 부천: 프리렉.
- [Park, J. C., Yoon, S. J., Moon, H. J., Kang, D. Y. (2016). *Google the future of the classroom: Google Classroom*. Bucheon: Freelec.]

- 박치완 (2019). 세대론의 르네상스와 디지털 원주민 세대의 이해. **문화콘텐츠 연구**, 16, 7-43.
- [Park, T. W. (2019). Renaissance of generationalism and understanding towards 'The digital primeval'. *The Journal of Culture Contents*, 16, 7-43.]
- 변현진 (2018). 유튜브 콘텐츠의 제작·이용 환경 특성과 인기 채널 분석 및 함의 점 고찰. **조형미디어학**, 21(4), 227-239.
- [Byun, T. H. (2018). Analyzes the characteristics in the content production and usage environment of YouTube and its popular channels; and examination of its implications. *The Treatise on The Plastic Media*, 24(4), 227-239.]
- 신주원, 김희연 (2004). 가정의 음악환경과 예술교육경험이 유아의 음악 능력에 미치는 영향. **아동교육**, 13(1), 5-21.
- [Sin, J. H., Kim, H. Y. (2004). The Effect of Children's Musical Home Environment and Art Discipline On Children's Musical Audiation, *Journal of Korean Association for Educational Information and Media*, 13(1), 5-21.]
- 이국희 (2020). 코로나19, 한국교회에 어떤 영향 미쳤나? '코로나19로 인한 한국교회 영향도 조사'고신뉴스.www.kosinnews.com/news/articleView.html?idxno=12461에서 인출
- [Lee, G. H. (2020). What impact has COVID-19 had on the Korean church? 'Survey of the impact of COVID-19 on the Korean church' *Kosin News*. Retrieved from www.kosinnews.com/news/articleView.html?idxno=12461
- 이수인, 최솔 (2020). 코로나19 이후 비대면 교회교육 현황 연구 : 교회학교 교사들의 인식을 중심으로. **신학과 실천**, 78, 443-468.
- [Lee, S. I., Choe S. (2020). Study on the Experince of Non-face-to-face Church Education after COVID-19: Based on the Perceptions of Church Schol Teachers. *Theology and Praxis*, 78, 433-468.]
- 이은경 (2020). 언택트 시대의 예배와 신앙교육 - 비대면을 넘어 다면(multi-faceted) 교육으로. **기독교교육정보**, 66, 295-322.
- [Lee, E. K. (2020). Worship and Faith Education in an Untact Society: Toward Multifaceted Education beyond the Untact Education. *Journal of Christian education information technology*, 66, 295-322.]
- 이주호 (2023.2.23). 디지털 기반 교육 혁신 방안 발표. **대한민국정책브리핑**. <https://korea.kr/briefing/policyBriefingView.do?newsId=156554289>에서 인출
- [Lee Joo-ho (2023.2.23). Announcement of digital-based education innovation plan. Republic of Korea Policy Briefing.]
- 인덕대학교 창업지원단 (2019). **2020년 인덕대학교 캠퍼스타운 신규 사업계획서**. 서울.
- [Induk University Startup Support Group (2019). 2020 Induk University Campus Town New Business Plan. Seoul]
- 임산훈 (2020). 비대면 예배 상황에서 동영상 콘텐츠 및 SNS를 활용한 영유아 상호작용 활동 연구: 유튜브와 카카오톡 채널을 중심으로. **기독교교육정보**, 67, 299-333.
- [Im, S. H. (2020). A study on development of preschool children's interaction activity based on video content and SNS in Online Worship: Focused on YouTube and Kakao Talk channels. *Journal of Christian education information technology*, 67, 29-34]
- 전병용 (2002). **매스미디어와 언어**. 서울: 청동기출판사총서.
- [Jeon, B. Y. (2002). *Mass Media and Language*. Seoul: Cheongdonggeureo Academic Series.]
- 최고의 작가 블로그 (2024). **유튜브 콘텐츠 제작 시 고려해야 할 10가지 팁**. <https://redtreewriting.com/유튜브-콘텐츠-제작-시-고려해야-할-10가지-팁/>에서 인출.
- [Best Writer Blogs (2024). 10 Tips to Consider When Creating YouTube Content.]
- 홍영기 (2024). 한국의 온라인 교회와 사역에 대한 선교학적 성찰. **복음과 선교**, 66, 259-294.
- [Hong, Y. G. (2024). A missiological reflection on online church and ministry, *Gospel and Mission*, 66, 259-294.]
- Toffler, A. (2006). *Revolutionary Wealth*. **부의 미래**. 김중웅 역. 서울: 청림출판.
- [Toffler, A. (2006). *Revolutionary Wealth*. Tr. by Kim J.W. Seoul: Cheonglim Publishing.]