

유튜브로 대체할 수 없는 것, ‘코이노니아’!

현대 사회는 그야말로 유튜브 전성시대다. 남녀노소를 막론하고 많은 이들이 유튜브를 빈번하게, 그리고 장시간 이용하고 있다. 실제 ‘유튜브에 푹 빠진 대한민국 리포트’(아이지아이웍스)에 따르면 한국인 10명 중 9명(88%)이 유튜브를 시청하고 있으며, 1인당 하루 평균 시청 시간은 2시간 가량에 달한다. 오늘날 교회와 신앙의 영역도 예외없이, 유튜브의 영향을 받고 있다. 이제는 유튜브가 말씀을 듣고, 찬양하고, 기도하는 데 유용한 플랫폼이 되고 있는 것이다.

작년 9월 발표된 한국교회 트렌드 2025에서는 이와 같은 흐름을 가리켜 ‘유반젤리즘(You-vangelism)’이라는 용어로 제시했다. 과거 텔레반젤리즘(Televangelism)이라는 텔레비전(Television)을 통한 복음 전파 활동이 있었다면, 이제는 유튜브(YouTube)가 복음 전파와 신앙생활의 핵심 플랫폼으로 부상했음을 의미한다.

이번 넘버즈에서는 유튜브가 가져온 신앙생활 지형의 변화를 짚어본다. 유반젤리즘 시대에 교회는 무엇을 해야 할지, 유튜브가 대체할 수 없는 교회의 기능과 사역은 무엇일지 그리고 이 변화가 목회 현장에 던지는 메시지가 무엇인지 함께 고민해 보고자 한다.



일러두기

- 본 리포트에서 사용한 자료는 저작권법을 준수합니다.
- 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 보고서 상에서 표기된 값의 합이 100%가 되지 않을 수 있습니다.
- 복수 응답 문항의 비율은 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 본 리포트는 저작권법에 의해 각각의 통계마다 그 자료의 출처(생산자)를 의무적으로 명기하고 있습니다. 자료를 인용하실 경우, 원자료 출처(생산자)와 목회데이터연구소 자료임을 반드시 밝혀주시기 바랍니다.

유튜브 신앙 실태 조사

조사개요

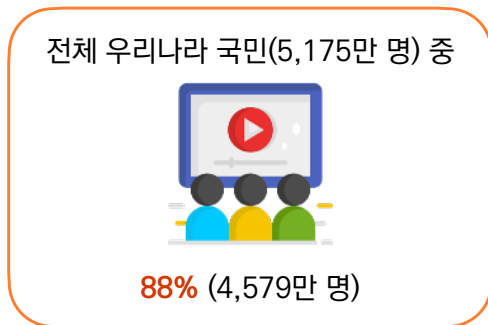
구 분	일반국민	기독교인	담임목사
조사 대상	전국의 만 19세 이상 남녀	전국의 만 19세 이상 기독교인 남녀 (교회 출석자)	전국의 담임목사
조사 방법	온라인패널을 대상으로 한 온라인 조사 (이메일을 통해 URL발송)	온라인패널을 대상으로 한 온라인 조사 (이메일을 통해 URL발송)	온라인 조사(이메일 및 카톡을 통해 URL발송)
표본 규모	총 1,000명 (유효 표본)	총 1,000명 (유효 표본)	총 500명 (유효 표본)
표본추출 방법	주민등록인구통계 기준 지역/성/연령별 비례할당	지역/성/연령별 개신교인 비례할당	편의추출(Convenience Sampling)
표본 오차	무작위추출을 전제로 할 경우, 95% 신뢰수준에서 $\pm 3.1\%p$	무작위추출을 전제로 할 경우, 95% 신뢰수준에서 $\pm 3.1\%p$	-
자료 처리	수집된 자료는 통계 패키지 SPSS 20.0 for Windows로 분석함 (목회자 조사의 경우 교회 규모를 고려한 가중치 부여)		
조사 기간	2024년 5월 20일 ~ 5월 27일 (총 7일간)	2024년 5월 14일 ~ 5월 22일 (총 9일간)	2024년 5월 17일 ~ 5월 20일 (총 4일간)
조사 주체	목회데이터연구소 / 기아대책 / 월드비전		
조사 기관	(주)지앤컴리서치		

01

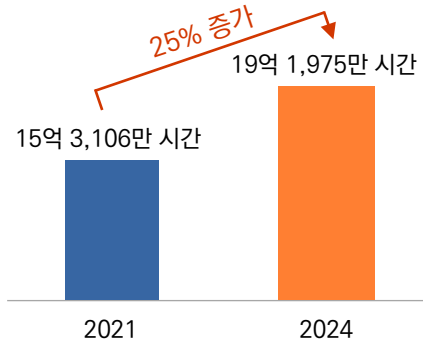
[한국인의 유튜브 이용] 한국인 10명 중 9명, '유튜브 이용 중'!

- 유·초등생부터 노인에 이르기까지 유튜브를 시청하는 모습을 심심치 않게 보게 된다. 한국인의 유튜브 사용은 어느 정도일까? 2024년 5월 기준 국내 유튜브 사용자 수는 4,579만 명으로 우리나라 전체 인구의 88%에 달했다. 한국인 10명 중 9명 정도는 유튜브를 시청하는 것이다.
- 또, 유튜브 총 사용 시간은 2024년 5월 기준 19억 1,975만 시간으로 2021년 동월 대비 25% 증가한 것으로 나타났다.

[그림] 국내 유튜브 사용자 비율 (2024년 5월 기준)



[그림] 유튜브 총 사용 시간 (각 연도 5월 기준)

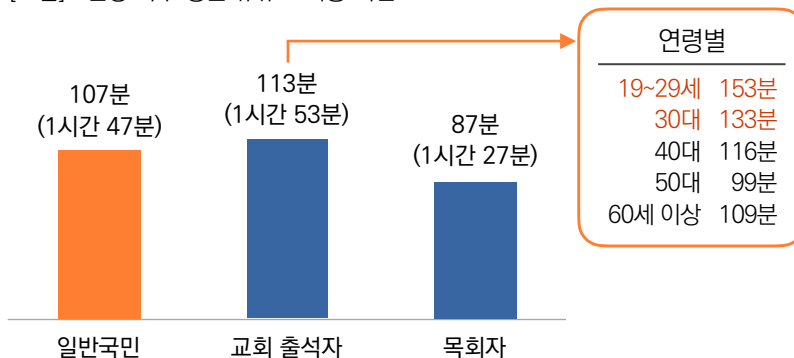


※출처 : 아이지아이웍스 모바일인덱스, '유튜브에 폭 빠진 대한민국' 리포트, 2024.06.27. (<https://www.mobileindex.com/insight-report?pid=316>)

'유튜브' 시청하는 한국인, 하루 평균 2시간!

- 우리 국민의 유튜브 이용 시간은 하루 평균 107분(1시간 47분)으로 하루 2시간 가량을 유튜브 시청에 사용하고 있었다.
- 교회 출석자와 목회자의 일 평균 유튜브 이용 시간은 각각 113분(1시간 53분), 87분(1시간 27분)으로, 교회 출석자가 일반국민, 목회자보다 약간 더 높은 편이었다.
- 한편, 연령별(교회 출석자 기준)로는 20~30대 젊은 연령층에서 유튜브 이용 시간이 상대적으로 높았다.

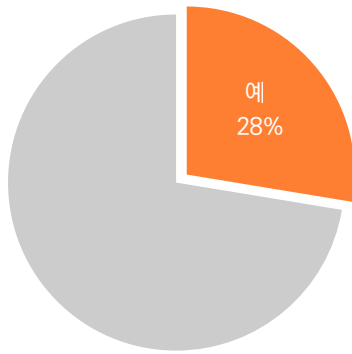
[그림] 1인당 하루 평균 유튜브 이용 시간



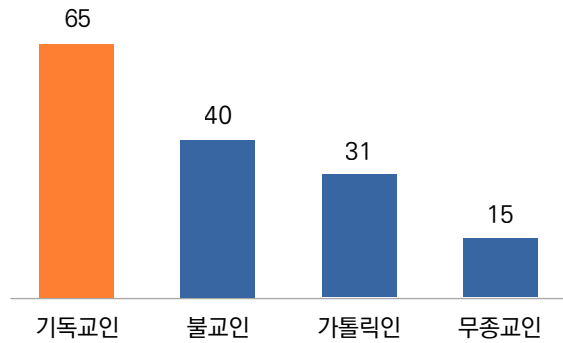
기독교인, 종교 유튜브 이용률 타 종교 대비 훨씬 높아

- 일반국민을 대상으로 지난 1년간 종교 유튜브 콘텐츠 시청 경험을 조사한 결과, 전체의 28%가 '종교 유튜브를 본 적이 있다'고 응답했다.
- 이를 종교별로 보면 '기독교인'의 이용률이 65%로 '불교인' 40%, '가톨릭인' 31%에 비해 크게 높은 수치를 보였다. 기독교인이 다른 종교인보다 유튜브를 통한 신앙 콘텐츠 소비에 더 적극적임을 보여주는 데이터이다.

[그림] 지난 1년 사이 종교 유튜브 시청 경험 (일반국민)



[그림] 지난 1년 사이 종교별 종교 유튜브 시청 경험 (종교별, %)



02

[기독교인의 유튜브 신앙활동 실태]

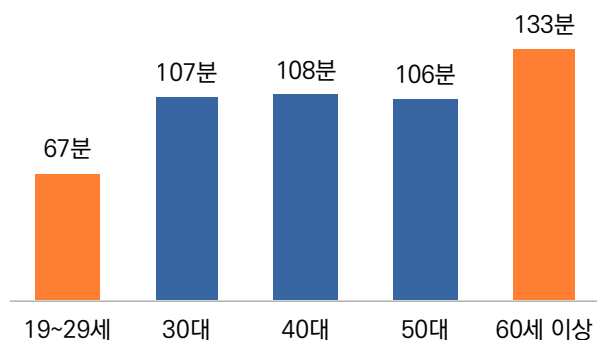
60대 이상 고령층, 기독교 유튜브 상대적으로 더 본다!

- 교회 출석자의 기독교 유튜브 일주일 평균 이용 시간은 117분(1시간 57분)으로 나타났다. 연령별로는 60세 이상 고령층의 이용 시간이 133분으로 가장 높은 반면, 20대는 67분으로 전 연령대 중 가장 낮았다. 이는 고령층에서 기독교 유튜브 시청이 상대적으로 활발히 이루어지고 있음을 보여준다.

[그림] 지난 일주일간 기독교 유튜브 이용 시간
(교회 출석자, 일주일 평균)



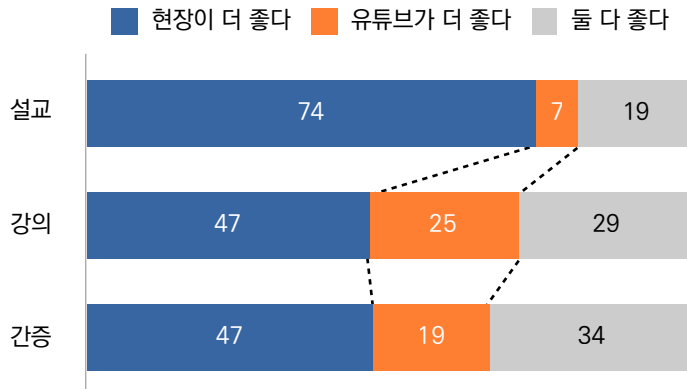
[그림] 지난 일주일간 기독교 유튜브 이용 시간
(교회 출석자, 연령별)



설교는 '현장' 선호, 강의/간증은 '유튜브'도 좋다!

- 이번에는 성도들을 대상으로 설교, 강의, 간증을 현장과 유튜브 중 어떤 방식으로 이용하는 것이 더 좋은지를 물은 결과, 설교는 현장(74%)이 유튜브(7%)보다 더 좋다는 의견이 압도적으로 높았다. 강의(현장 47%, 유튜브 25%)와 간증(현장 47%, 유튜브 19%) 역시 현장을 더 선호하는 응답이 많았지만, '둘 다 좋다'는 응답까지 포함하면 유튜브 선호도가 절반이 넘는 것으로 나타나 강의/간증의 경우 유튜브 수용도도 꽤 높은 수준임을 알 수 있다.

[그림] 현장 vs 유튜브 선호도 (교회 출석자, %)

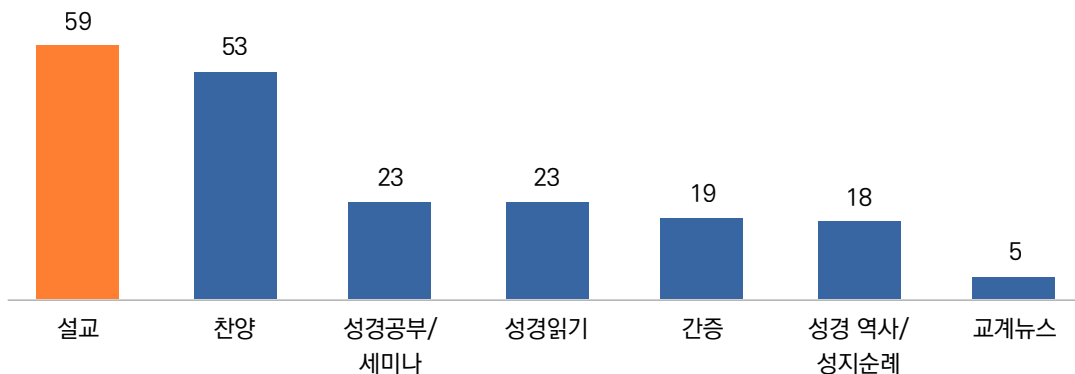


Note) 합이 100이 안되는 것은 Rounding Error로 인한 것임.

가장 많이 보는 기독교 콘텐츠, '설교'(59%)!

- 기독교 유튜브를 시청하는 성도들에게 자주 이용하는 기독교 유튜브 콘텐츠(1+2순위)를 물은 결과, '설교'가 59%로 가장 높았고, 이어 '찬양' 53%, '성경공부/세미나' 23%, '성경읽기' 23% 순이었다. 말씀 중심 콘텐츠 선호가 가장 높으며, 찬양과 성경 관련 학습 콘텐츠에 대한 관심도 상당수 존재함을 보여준다.

[그림] 자주 이용하는 기독교 유튜브 콘텐츠 (기독교 유튜브 시청자, 1+2순위, 상위 7개, %)



유튜브 기독교 콘텐츠 이용 이유, ‘접근 편의성’이 핵심!

- 설교, 찬양, 성경공부 등 기독교 콘텐츠를 제시하고(기독교 유튜브 시청자 대상), 이 콘텐츠를 왜 이용하는지를 물었다. 그 결과(1+2순위), 모든 항목에서 ‘언제 어디서든 필요할 때 볼 수 있어서’가 공통적으로 가장 높게 나타났다. 2순위 응답은 콘텐츠 유형에 따라 차이를 보였는데, 설교의 경우 ‘유명 목사님/사역자들의 설교를 들을 수 있어서’, 설교 외 콘텐츠는 ‘내가 원하는 콘텐츠를 찾을 수 있어서’였다.
- 기독교 유튜브 콘텐츠 이용자들이 시간과 장소에 구애받지 않는 접근성과 개인의 필요에 맞는 정보 선택 가능성을 가장 큰 장점으로 인식하고 있음을 보여준다.

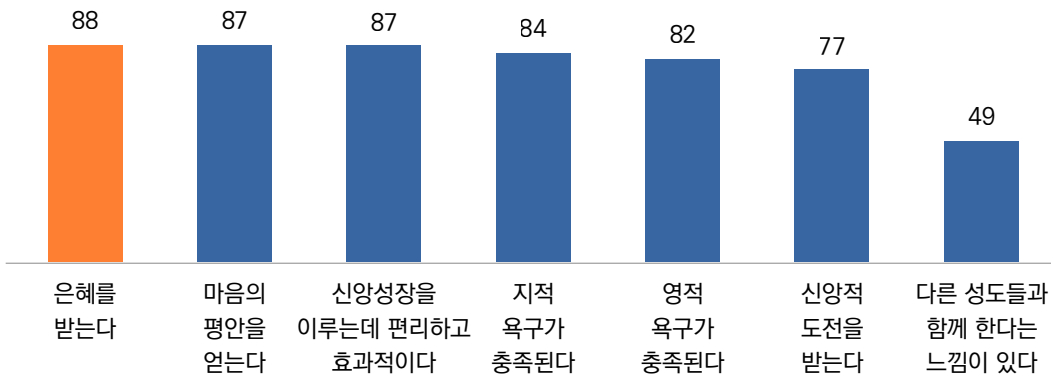
[표] 기독교 콘텐츠별 유튜브 이용 이유 (기독교 유튜브 시청자, 1+2순위, 상위 3개)

	설교	찬양	성경공부 /세미나	성경읽기	간증
1위	언제 어디서든 필요할 때 볼 수 있어서 75%	언제 어디서든 필요할 때 볼 수 있어서 83%	언제 어디서든 필요할 때 볼 수 있어서 55%	언제 어디서든 필요할 때 볼 수 있어서 65%	언제 어디서든 필요할 때 볼 수 있어서 71%
2위	유명 목사님/ 사역자들의 설교, 강의, 간증을 들을 수 있어서 64%	내가 원하는 콘텐츠를 찾을 수 있어서 64%	내가 원하는 콘텐츠를 찾을 수 있어서 54%	내가 원하는 콘텐츠를 찾을 수 있어서 38%	내가 원하는 콘텐츠를 찾을 수 있어서 43%
3위	내가 원하는 콘텐츠를 찾을 수 있어서 38%	유명 목사님/ 사역자들의 설교, 강의, 간증을 들을 수 있어서 29%	유명 목사님/ 사역자들의 설교, 강의, 간증을 들을 수 있어서 37%	유명 목사님/ 사역자들의 설교, 강의, 간증을 들을 수 있어서 29%	유명 목사님/ 사역자들의 설교, 강의, 간증을 들을 수 있어서 38%

유튜브 신앙 콘텐츠의 유익, '신앙 성장 도움 효과' 뚜렷

- 기독교 유튜브를 시청하는 성도들에게 유튜브 신앙 콘텐츠를 이용하면서 얻는 유익을 묻은 결과, '은혜를 받는다' 88%, '마음의 평안을 얻는다' 87%, '신앙성장을 이루는데 편리하고 효과적이다' 87%, '지적 욕구가 충족된다' 84%, '영적 욕구가 충족된다' 82%가 모두 80% 이상의 높은 동의율('매우+약간 그렇다' 비율)을 보였다. 또한, 신앙적 도전을 받는다는 응답도 77%에 달했다.
- 이상과 같은 내용들은 오프라인에서 얻어지는 신앙적 효익과 비슷한 수준으로 유튜브 이용자들의 경우 오프라인 이용시와 거의 비슷한 신앙적 효익을 얻고 있음을 알 수 있다.
- 반면, '다른 성도들과 함께 한다는 느낌이 있다'는 49%로 타 항목보다 상대적으로 낮았는데 유튜브 콘텐츠가 개인 신앙에는 효과적이지만, 공동체성 측면에서는 한계가 있음을 시사하고 있다.

[그림] 기독교 유튜브를 통해 얻는 유익 (기독교 유튜브 시청자, '매우+약간 그렇다' 비율*, %)



*4점 척도

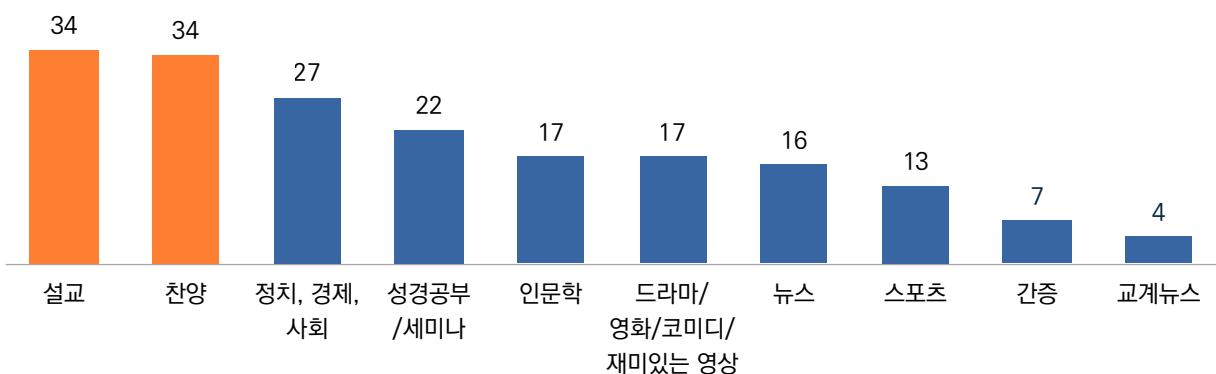
03

[목회자의 유튜브 활용과 인식]

목회자 유튜브 이용, '설교·찬양'부터 정치·인문까지 다양!

- 이번에는 목회자들의 유튜브 이용실태에 대해 알아본다. 유튜브를 이용하는 목회자(담임목사)를 대상으로 자주 이용하는 유튜브 콘텐츠를 묻은 결과(1+2+3순위), '설교'와 '찬양'이 각각 34%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '정치, 경제, 사회' 27%, '성경공부/세미나' 22%, '인문학' 17%, '드라마/영화/코미디/재미있는 영상' 17% 등의 순이었다. 이는 목회자의 경우 설교와 찬양 중심의 일반 성도와 달리 신앙 콘텐츠뿐 아니라 사회/문화적 콘텐츠를 폭 넓게 활용하고 있음을 보여준다.

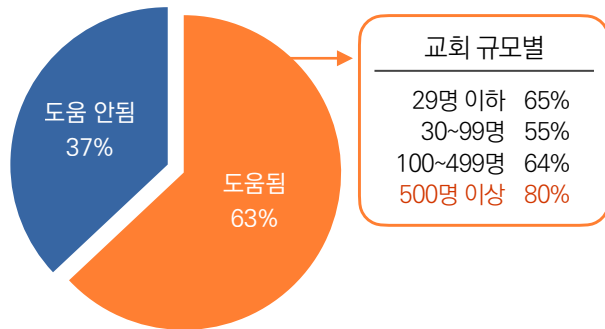
[그림] 자주 이용하는 유튜브 콘텐츠 (목회자, 유튜브 시청자, 상위 10개, 1+2+3순위, %)



목회자, '유튜브가 목회에 도움 된다' 63%

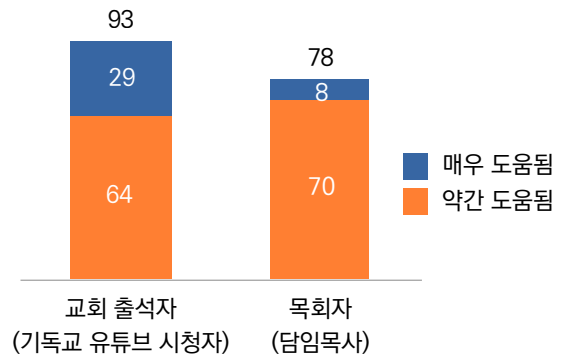
- 유튜브가 목회에 도움이 되는지를 목회자(담임목사)들에게 묻은 결과, 목회자 3명 중 2명 가까이(63%)가 도움이 된다고 응답했으며, 교회 규모가 '500명 이상'(80%) 대형교회에서 그 비율이 더 높았다.
- 유튜브의 이용이 성도의 신앙생활에 도움이 되는지 성도와 목회자(담임목사)에게 각각 묻은 결과, 성도의 93%가 '도움이 된다'(매우+약간)고 응답해 목회자의 응답률(78%)을 크게 웃돌았다. 특히 '매우 도움됨' 비율이 성도는 29%, 목회자는 8%로 나타나 유튜브의 긍정적 영향에 대한 인식 차이가 뚜렷하게 드러났다. 성도들이 목회자들보다 유튜브를 통한 신앙적 유익을 더 높게 평가하고 있음을 보여준다.

[그림] 유튜브 이용이 목회에 도움이 되는 정도* (목회자)



*4점 척도

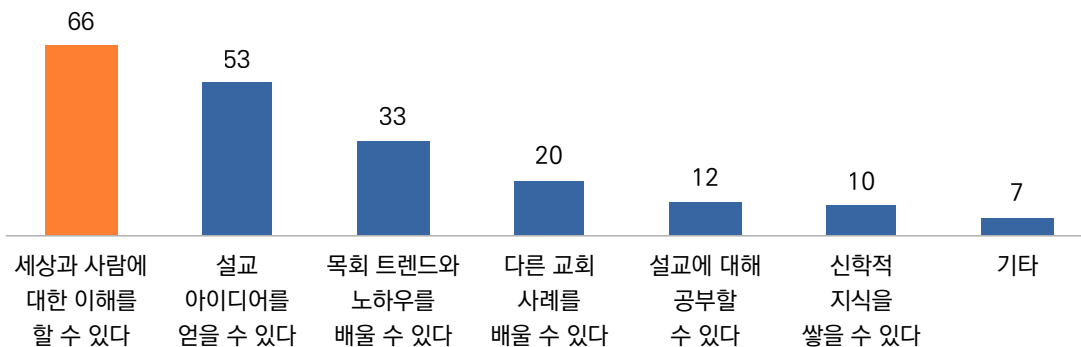
[그림] 유튜브 이용이 성도 신앙에 도움이 되는 정도 ('도움된다' 비율*, %)



목회자에게 유튜브는 '세상과 사람을 이해하는' 통로로써 유익

- 유튜브를 이용하는 목회자(담임목사)에게 유튜브가 목회에 어떤 도움을 주는지를 물었다. 그 결과(1+2순위), '세상과 사람에 대한 이해를 할 수 있다'가 66%로 가장 높았고, 이어 '설교 아이디어를 얻을 수 있다' 53%, '목회 트렌드와 노하우를 배울 수 있다' 33%, '다른 교회 사례를 배울 수 있다' 20% 등의 순이었다.
- 목회자들은 유튜브를 단순 설교 참고 도구를 넘어, 사람과 사회를 이해하고, 목회 트렌드 등 목회의 방향성을 파악하는 통로로 활용하고 있음을 보여준다.

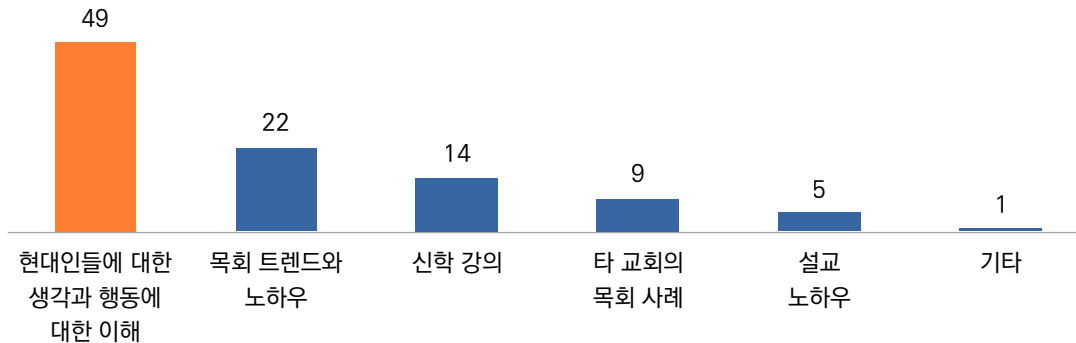
[그림] 유튜브가 목회에 주는 도움 (목회자, 유튜브 시청자, 1+2순위, %)



목회자가 원하는 유튜브 콘텐츠, ‘현대인 이해’!

- 유튜브를 이용하는 목회자(담임목사)에게 목회를 위해 강화되었으면 하는 콘텐츠가 무엇인지 묻은 결과, ‘현대인들의 생각과 행동에 대한 이해’를 돕는 콘텐츠가 49%로 가장 높게 나타났다. 그다음으로는 ‘목회 트렌드와 노하우’ 22%, ‘신학 강의’ 14%, ‘타 교회의 목회 사례’ 9% 등의 순이었다.
- 이러한 결과는 목회자들이 목회 역량 강화보다도 현대인을 더 깊이 이해할 수 있는 콘텐츠를 유튜브에서 가장 필요로 함을 시사한다. 앞서 유튜브에서 얻는 가장 큰 목회적 유익으로 ‘세상과 사람에 대한 이해’를 꼽은 것과 같은 맥락에서 해석할 수 있다.

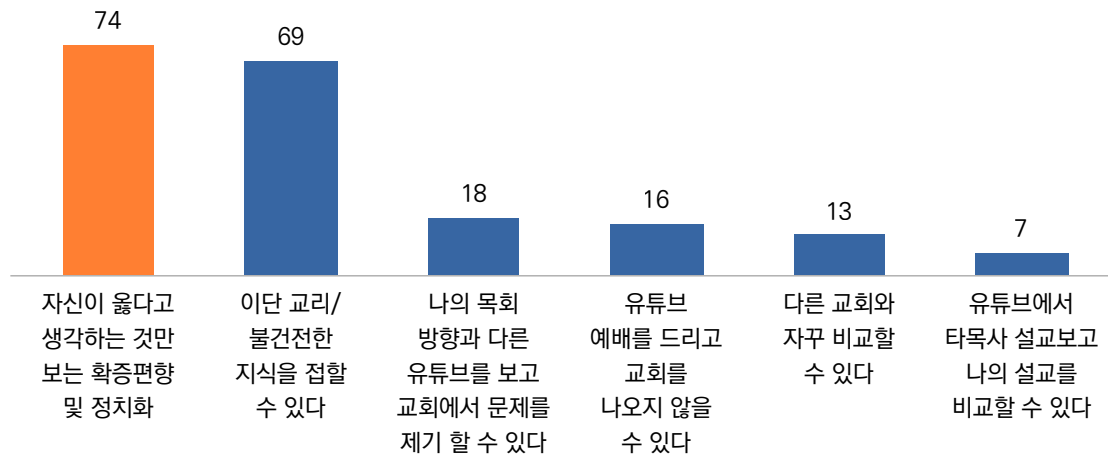
[그림] 목회를 위해 강화되길 바라는 유튜브 콘텐츠 (목회자, 유튜브 시청자, %)



목회자, 성도들의 유튜브 이용 시 ‘확증편향 및 정치화’ 가장 우려!

- 성도들의 유튜브 이용에 대해 우려되는 점이 무엇인지 목회자(담임목사)에게 물었다. 그 결과(1+2순위), ‘자신이 옳다고 생각하는 것만 보는 확증편향 및 정치화’(74%)를 가장 우려되는 점으로 꼽았고, 다음으로 ‘이단 교리/불건전한 지식을 접할 수 있다’ 69%, ‘나의 목회 방향과 다른 유튜브를 보고 교회에서 문제를 제기할 수 있다’ 18% 등이 우려 요인으로 지목됐다.

[그림] 성도들의 유튜브 이용 시 우려되는 사항 (목회자, 1+2순위, 상위 6개, %)

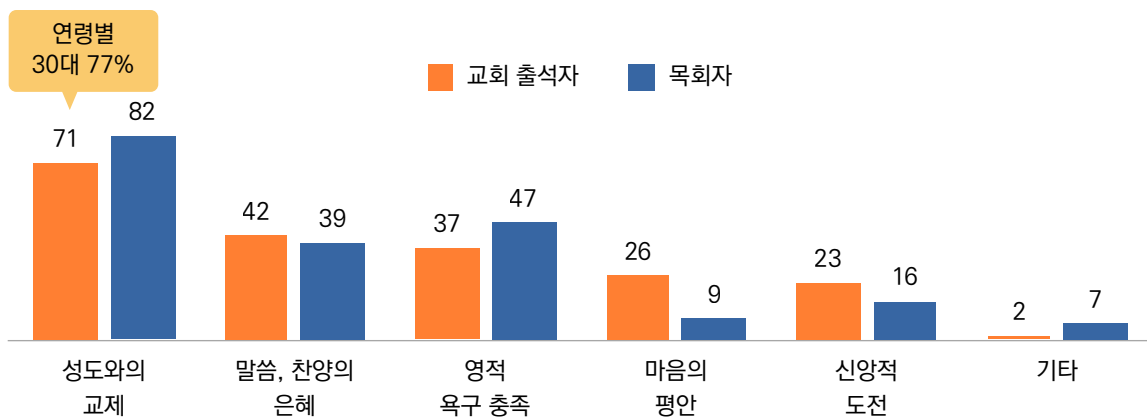


04

[유튜브와 교회의 관계] 유튜브로 대체할 수 없는 것, ‘코이노니아’!

- 앞에서 살펴본 바와 같이 유튜브가 대세인 환경에서 거꾸로 유튜브로 대체할 수 없는 교회의 기능이 무엇인지 성도들에게 물어보았다. 그 결과 ‘성도와의 교제’(71%)가 가장 높게 응답됐다. 연령별로는 30대에서 ‘성도와의 교제’를 교회의 중요 요소로 인식하는 경향이 비교적 강했다.
- 같은 질문을 목회자(담임목사)에게 한 결과, 담임목사 역시 1순위로 ‘성도와의 교제’(82%)를 꼽았고, 다음으로 ‘영적 욕구 충족’ 47%, ‘말씀, 찬양의 은혜’ 39% 등이 뒤를 이었다.
- 두 그룹 모두 성도와의 교제가 단연 1위로 나타난 것은 향후 유튜브 수요가 점점 더 증가하는 상황에서 미래교회의 관건으로 성도와의 교제, 즉 코이노니아가 매우 중요함을 보여주고 있다.

[그림] 유튜브로 대체할 수 없는 교회의 기능 (1+2순위, %)



이번호 요약

1. 가장 많이 보는 기독교 콘텐츠, '설교'(59%)!

- 기독교 유튜브를 시청하는 성도들에게 자주 이용하는 기독교 유튜브 콘텐츠(1+2순위)를 물은 결과, '설교'가 59%로 가장 높았고, 이어 '찬양' 53%, '성경공부/세미나' 23%, '성경읽기' 23% 순이었다.

2. 목회자, 성도들의 유튜브 이용 시 '확증편향 및 정치화' 가장 우려!

- 성도들의 유튜브 이용에 대해 우려되는 점이 무엇인지 목회자(담임목사)에게 물은 결과(1+2순위), '확증편향 및 정치화'(74%)를 가장 우려되는 점으로 꼽았고, 이어 '이단 교리/불건전한 지식을 접할 수 있음' 69% 등의 순이었다.

3. 유튜브로 대체할 수 없는 것, '코이노니아'!

- 유튜브가 대세인 환경에서 거꾸로 유튜브로 대체할 수 없는 교회의 기능이 무엇인지 성도와 목회자(담임목사)에게 각각 물어보았다. 그 결과, 성도의 경우 '성도와의 교제'(71%)가 가장 높았고, 담임목사 역시 1순위로 '성도와의 교제'(82%)를 꼽았다.

함께 보면 좋은 자료

*아래 제목을 누르면 전체 내용을 보실 수 있습니다.

- ▶ [서적] 디지털 바벨론 시대의 그리스도인 (데이비드 키드먼/마크 매틀록 저, 생명의말씀사)

관련 성경 구절

서로 돌아보아 사랑과 선행을 격려하며, 모이기를 폐하는 어떤 사람들의 습관과 같이하지 말고, 오직 권하여 그날이 가까움을 볼수록 더욱 그리하자 (히브리서 10:24~25)

목회 적용점

유튜브가 복음 전파와 신앙생활의 핵심 플랫폼으로 떠오른 '유반젤리즘(You-vangelism)' 시대이다. 이제는 유튜브로 말씀과 찬양을 듣고, 기도하는 게 자연스러운 신앙의 일상이 되었다. 이러한 변화 속에서 교회의 역할은 무엇인지에 대한 성찰이 필요하다.

이번 조사 결과를 보면, 유튜브 신앙 콘텐츠는 '은혜를 받는다' 88%, '마음의 평안을 얻는다' 87%, '신앙성장을 이루는데 편리하고 효과적이다' 87% 등 높은 긍정률을 보였지만, '다른 성도들과 함께 한다는 느낌이 있다'는 49%로 비교적 낮았다. 이는 공동체성과 교제 측면에는 유튜브의 한계를 드러낸다. 특히 유튜브로 대체할 수 없는 교회의 기능으로 성도와 목회자 모두 '성도와의 교제'를 가장 높게 꼽은 점은 코이노니아가 교회의 본질적 사명임을 시사한다.

유튜브 콘텐츠의 한계점이자 결코 대체할 수 없는 교회의 본질적 기능이 바로 코이노니아라는 점에 주목하자. 그렇다면 성도의 교제가 가장 활성화되는 곳이 어디인가? 바로 '신앙 소그룹 모임'이다(한국 교회 진단 리포트의 '친교' 편 참조). 이런 측면에서 보면, 미래 교회의 관건은 코이노니아, 즉 소그룹 또는 공동체적 사역활동을 통한 교인 간의 진정성 있는 관계/교제가 얼마나 활성화되어 있는가에 달려있다고 해도 과언이 아니다.