

유튜브 조회수에 따른 주일예배 설교 영상의 성경 본문 및 제목에 대한 경향 분석

강경우 백석대 교수

논문초록

국내 중대형교회들은 대부분 유튜브를 통해서 예배의 설교 영상을 공유하고 있다. 공유되는 설교 영상에는 설교 제목과 성경 본문 정보가 포함된 경우가 많다. 본 연구에서는 국내 28개 중대형교회 유튜브 채널에서 4,854개 설교 영상의 조회수와 설교 제목, 성경 본문을 자동으로 수집하는 프로그램을 개발하였고 프로그램을 통해 추출된 정보를 바탕으로 설교 영상의 조회수와 성경 본문과의 관계 그리고 조회수와 설교 제목과의 관계를 살펴보았다. 첫 번째, 수집된 전체 주일 설교의 성경 본문의 출처비율은 신약과 구약이 67:33이었다. 이 비율은 과거 관련 연구의 결과인 75:25에 비해 구약 비율이 증가한 것임을 알 수 있었다. 더 나아가 설교 영상의 조회수와 출처비율 관련성에 관한 연구를 진행했는데 조회수가 낮을수록 신약 비율이 증가하였고 조회수가 높을수록 신약 비율이 감소하였다. 두 번째, 설교 영상의 조회수와 설교 제목에 사용되는 키워드의 관련성을 살펴보았다. 조회수가 낮은 설교 일 때 설교 제목에 교회 안에서 사용하는 용어들이 많이 포함되었고 조회수가 높은 경우에는 비신앙인들도 사용하는 단어들 다수 포함되고 있음을 알 수 있었다.

주제어: 유튜브, 주일설교, 조회수, 성경본문, 설교제목

I. 서론

요즘은 인터넷 사용이 일반화되어 있어서 교회에서도 인터넷을 통한 사역이 크게 이루어지고 있다. 성도들 사이 교제뿐만 아니라 설교와 찬양을 인터넷을 통해 공개함으로써 많은 사람에게 신앙적인 도움을 주고 있다. 이와 같은 현상은 2020년 COVID-19의 확산과 맞물리면서 가속화되었다. 더구나 스마트폰 사용이 보편화 되면서 스마트폰을 통한 인터넷 접속은 폭발적이라고 할 수 있다. 스마트폰을 이용해서 서로 연락하고 스마트폰을 통해 소식을 듣기도 하고 여가를 즐기는 등 이제는 스마트폰이 없는 사회를 상상도 할 수 없는 상황이 되었다. 특히, 요즘은 사진을 공유하고 동영상을 공유하는 SNS 플랫폼들이 인기가 있다. 그중에서도 유튜브는 스마트폰에서 가장 많이 사용하는 앱 중 하나이다. 와이즈앱·리테일·굿즈가 한국인 만 10세 이상을 대상으로 시행한 설문조사에는 안드로이드와 iOS 스마트폰 양쪽 모두 다 유튜브가 제일 많이 사용하는 앱으로 조사되었다¹⁾.

유튜브의 사용이 확대되면서 한국교회들도 설교 영상이나 찬양 집회 영상을 유튜브를 통해 공개하고 있다. 이런 현상은 코로나가 확산하던 2020년부터 2021년에 두드러지게 나타났다. 수많은 설교 영상이나 찬양 영상이 유튜브를 통해 공개되면서 이들 영상에 대한 조회수도 매우 증가하고 있다. 2020년 COVID-19가 한창 기승을 부릴 때 이미 1억뷰가 넘는 조회수를 가진 교회 채널이 등장하기도 했다. 현재 조회수 1억뷰 이상 교회는 2곳이지만 조회수가 1억뷰에 육박하는 교회도 여럿 존재하고 있다²⁾. 조회수가 젊은 층에는 설교자에 대한 인기 척도가 되는 상황이라 대부분 교회가 유튜브 채널관리에 신경을 쓰고 있다. 유튜브를 통해 설교 영상이 공개되면서 사람들은 자신이 출석하는 교회의 설교뿐만 아니라 타 교회의 설교까지 볼 기회가 생겼다. 이런 환경적인 변화는 성도들이 직접 교회에 가지 않고 유명한 설교자들의 설교를 찾아다니는 현상을 만들어 냈다. 상황이 이러하다 보니 지금은 상당수 교회가 유튜브 상에서 교회의 공식 채널을 운영하고 설교 영상과 찬양 영상을 정기적으로 게시하고 있다. 이들 영상은 자기 교회의 성도들 신앙 성장에게도 도움이 될 뿐 아니라 타 교회 교인과 기독교 신앙에 관심이 있는 일반인들에게도 선교적인 관점에서 유용하다(윤성민, 2020). 10년 전 설문조사의 결과이긴 하지만 교회 내 새 가족들이 출석할 교회를 선택하는 데 영향을 준 것으로 담임목사의 설교를 1순위로 뽑았다. 이 연구 결과는 웨스트민스터신학대학원의 김선일 교수가 2014년 '새세대아카데미 콘퍼런스'에서 발표한 것으로 10년 동안 회심한 266명을 대상으로 시행한 설문조사 결과이다³⁾. 이 연구 결과를 바탕으로 본다면 설교 특히 주일예배의 설교는 매우 중요하다고 하겠다.

1) <https://www.etoday.co.kr/news/view/2401756>

2) <https://veritas.kr/news/37296>

3) <https://www.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0922853973>

COVID-19 이후로 확산한 성도들의 교회 이탈 현상과 함께 인터넷을 통해서 여러 교회의 설교를 듣거나 예배를 탐방하는 현상이 발생하였다. 소위 '가나안' 신자(Unaffiliated Christian)의 발생과 이들의 회복이 중요한 쟁점이 되었다(이재근, 2023). 개신교인 중 비 출석인 비율은 2018년 23.3%이었던 것이 2023년에는 29.3%나 되었다. 코로나를 거치면서 많이 늘어난 것이다. 그러나 이들은 교회 모임을 떠났어도 나름의 방법대로 신앙을 유지하려고 하고 있음이 조사결과 알게 되었다. 이들을 대상으로 앞으로 예배를 어떻게 할 것 인가를 조사해 보았을 때 온라인 예배나 TV를 통한 예배 쪽 의향이 증가하고 있음을 알 수 있었다. 이들이 비록 교회 모임에 출석하고 있지는 않지만 향후 교회로 돌아오게 하려면 기성 교회와의 연결된 채널이 있어야 하는데 이 부분이 온라인 예배 또는 TV 예배가 될 것이다. 더구나 온라인 예배는 미디어 기술의 발전으로 쌍방 소통도 가능해졌기 때문에 잘 활용한다면 이들을 다시 교회로 돌아오게 하는 귀한 도구가 될 수 있다.

본 연구에서는 한국의 주요교회 주일예배 설교 영상에서 사용된 성경 본문과 설교 제목에 대한 경향성을 유튜브 영상의 조회수와 연관 지어 연구를 진행하였다. 한국교회 주일예배에서 사용된 성경 본문과 관련된 연구가 과거에도 진행된 적이 있지만, 연구 환경의 한계점으로 인한 제약이 있었다. 기존 연구의 수행 방식은 설교자들이 출간한 설교집을 활용하거나 설교자들을 대상으로 설문 조사를 하는 방식이었다. 이와 같은 연구 방식은 시간도 오래 걸리고 정확성도 떨어진다. 최근 한국의 대부분 중대형 교회들은 유튜브 상에 설교 영상을 공개하고 있다. 따라서 웹 크롤링 기술을 이용하면 이러한 연구의 수행 기간을 단축시킬 수 있고, 더 정확한 결과를 얻을 수 있다. 이와 같은 연구의 동기로 본 연구는 2023년부터 시작되었고 연구의 중간 결과를 2024년 초에 발표한 바 있다. 기 발표된 연구에서는 14개 대형교회의 주일설교에서 사용된 성경에 대한 조사와 설교제목에 대한 워드 클라우드 결과를 발표하였다(강경우, 권오병, 2024). 본 연구에서는 기 연구를 확대하여 웹 크롤링 대상 교회의 수를 28개로 늘렸고 기 연구에서 활용하지 않았던 설교 영상의 조회수를 활용하였다. 본 연구에서는 설교 영상의 조회수와 성경 본문 및 설교 제목 사이에 어떤 관계가 존재하는지 데이터 분석 기법으로 분석해 보았다.

II. 관련 연구

1. 한국교회 주일설교 관련 연구

첫 번째 관련 연구는 한국교회 주일 설교에서 사용하는 성경 본문에 관한 연구이다. 1982년 장일선에 의한 연구에서는 그 당시 대표적인 설교자들이 출간한 설교집을 통하여 어떤 성경 본문을 설교에 주로 사용하였는지 연구하였다. 이 연구에 따르면 전체 설교의 75%가 신약성경을 성경 본문으로 채택하였고 25%의 설교에서 구약성경을 성경 본문으로 활용하였다고 한다. 그 이후

이상규는 2013년 고신 신학에서 비율이 계속 지속하고 있다는 연구 결과를 발표하였다(이상규, 2013).

두 번째 관련 연구는 목회자를 대상으로 설교에서 어떤 성경이 주로 사용되었는지 물어보는 설문으로 이루어졌다. 2015년에 수행한 이 연구에서는 설문결과 설교 본문으로 가장 많이 사용한 신약성경으로 요한복음, 로마서, 마태복음, 사도행전, 에베소서라고 주장 하였다. 또한, 구약성경에서는 창세기를 설교 본문으로 가장 많이 사용했다고 한다. 2015년 연구 결과에서도 설교 본문으로 사용하는 성경 본문이 신약에 편중되어 있음을 주장하였다⁴⁾.

세 번째 관련 연구에서는 담임목사들을 대상으로 설문을 통해 주일 설교가 어떤 내용을 다루어야 하는지를 물었다. 이 연구조사는 2023년 크리스천 투데이가 시행하였다⁵⁾. 자신의 설교가 어떤 내용을 주로 담고 있는지 물어보는 질문에 담임목사들은 신앙성숙과 교훈 그리고 결단과 사명의 내용을 담고 있다고 답했다. 2017년 조사결과와 비교해 볼 때 2023년 설교에서는 결단과 사명의 내용을 더 많이 포함하고 있다고 응답하였다. 또 다른 조사결과로 담임목사들은 설교 주제를 정하는 데 있어 오직 하나님의 말씀만 전한다는 생각으로 정한다고 67%가 답을 했고 시대에 맞는 주제를 다룬다는 응답도 25%나 되었다. 이 조사결과를 바탕으로 볼 때 대부분 담임목사는 자신의 주일설교에 성도들의 신앙성숙을 위한 하나님의 말씀을 담고 있다고 생각하고 있었다.

네 번째 관련 연구는 본 연구의 선수 연구로써 국내 14개 대형교회의 주일설교 정보를 유튜브에서 추출하여 성경본문의 출처와 설교제목에 나타난 키워드 분석을 수행하였다(강경우, 권오병, 2024). 유튜브에서 정보를 추출하는 방법은 본 연구에서 사용한 기법과 동일한 웹 크롤링 기술을 이용하였고 키워드 분석은 워드 클라우드 방법을 이용하였다. 연구수행 결과 최근 한국의 14개 대형교회 주일 설교에서는 복음서, 시편, 창세기 등을 설교본문으로 많이 활용되고 있었다. 워드 클라우드 기법으로 설교제목을 분석해 보았을 때 성삼위 하나님에 대한 호칭 외에는 ‘사랑’, ‘삶’, ‘믿음’, ‘기도’, ‘은혜’의 순으로 많이 등장한 것을 알 수 있었다.

2. 웹 크롤링 기술

유튜브상에 웹 크롤링 기술을 활용하면 유튜브 플랫폼에서 공개된 동영상, 채널, 사용자 상호 작용 및 기타 관련 정보와 관련된 다양한 자료수집이 가능하다(유재필, 2023). 웹 크롤링을 통해 얻을 수 있는 정보를 살펴보면 다음과 같다.

- 동영상 정보: 개별 동영상에 대한 자세한 정보를 수집할 수 있다. 여기에는 비디오 제목, 설명, 게시 날짜, 기간, 조회수, ‘좋아요’ 수, ‘싫어요’ 수, 댓글 및 비디오 태그와 같은 데이터가 포함된

4) http://www.sermon66.com/news_print.html?s=index&no=204254

5) <https://www.christiantoday.co.kr/news/357566>

다.

- 채널 세부 정보: 웹 크롤링은 유튜브 채널에 대한 데이터를 얻어올 수 있다. 여기에는 채널 이름, 채널에 대한 설명, 구독자 수, 동영상 총수 및 기타 관련 메타데이터가 포함된다.
- 사용자 상호작용: 만일 유튜브 댓글을 크롤링하면 비디오에 대한 사용자 상호작용을 수집할 수 있다. 여기에는 시청자가 게시한 댓글, 댓글에 대한 ‘좋아요’ 및 ‘싫어요’, 댓글에 대한 답변이 포함된다.
- 비디오 추천: 크롤러는 유튜브의 추천 알고리즘을 분석하여 주어진 비디오 또는 채널에 대한 비디오 추천을 검색할 수 있다. 이 데이터는 사용자 행동 및 콘텐츠 검색 가능성을 이해하는 데 사용할 수 있다.
- 인기 동영상: 크롤링 유튜브의 인기 섹션을 사용하면 다양한 지역 및 카테고리에서 가장 인기 있고 유행하는 동영상에 대한 데이터를 추출할 수 있다.
- 비디오 메타데이터 및 통계: 크롤링 유튜브 API는 비디오 해상도, 프레임 속도, 캡션 가용성 및 비디오 처리 상태를 포함하여 비디오 메타데이터 및 통계에 대한 데이터를 제공할 수 있다.
- 사용자 활동: 웹 크롤링을 사용하면 좋아하는 동영상, 재생 목록 및 구독과 같은 사용자 활동에 대한 자료를 수집할 수 있다. 이 정보는 사용자 기본 설정 및 동작을 이해하는 데 유용할 수 있다.
- 동영상 카테고리 및 태그: 크롤러는 특정 동영상과 관련된 동영상 카테고리 및 태그에 대한 데이터를 추출하여 콘텐츠를 분류하고 범주화하는 데 도움을 줄 수 있다.
- 비디오 대본: 크롤링을 통해 비디오 대본을 추출하면 콘텐츠 작성자가 감정 분석 및 키워드 추출과 같은 텍스트 기반 분석을 수행할 수 있다.
- 콘텐츠 분석 및 트렌드: 웹 크롤링을 통해 수집된 데이터를 분석하면 콘텐츠 트렌드, 사용자 참여 패턴, 인기 있는 주제에 대한 통찰력을 얻을 수 있다.
- 감정 분석: 특정 동영상이나 채널에 대한 시청자의 전반적인 인식과 피드백을 이해하기 위해 감정에 대해 유튜브 댓글을 분석할 수 있다.
- 콘텐츠 추천 시스템: 사용자 상호작용 및 비디오 추천에 대한 크롤링 데이터를 사용하여 개인화된 사용자 경험을 위한 콘텐츠 추천 시스템을 개선할 수 있다.

III. 연구 범위

1. 활용된 정보통신기술

본 연구에서는 과거의 연구와 달리 정보통신기술을 이용하였다. 2020년 이후 대부분의 교회는 설교 영상을 유튜브에 매 주일 게시하고 있다. 이 연구에서는 유튜브에 게시되고 있는 주일 설교

영상에 대한 정보를 획득하고 분석함으로써 한국교회 주요 강단에서는 어떤 성경을 가지고 말씀이 선포되고 있는지 알아보았다.



그림1. 유튜브 영상 정보 추출 과정

이 연구에서 사용하는 정보통신기술은 크게 2단계로 나뉜다. 첫 번째는 웹 크롤링이라는 기술을 이용하여 유튜브에 공개된 주일 설교 영상 정보를 가져오는 단계이다. 웹 크롤링은 인터넷상에 정보를 수집하는 정보통신기술 중 하나로써 거미가 거미줄 위를 기어 다니며 먹이를 모으는 것처럼 소프트웨어로 작성된 로봇이 인터넷 위를 다니며 정보를 수집한다는 의미로 정의되었다. 여기서는 모든 인터넷상에서 정보를 가져오는 방식이 아니라 유튜브 안에서만 가져오는 것이기 때문에 구글에서 제공하는 Data API를 이용하였다. 웹 크롤러가 Data API를 이용하기 위해서는 먼저 구글에서 인증키를 받아야 한다. 유튜브에는 데이터 크롤링 및 API 사용에 관한 정책 및 지침이 있고 개발자는 웹 크롤링을 수행하는 동안 이러한 규칙을 지켜야 한다. 웹 크롤러에 정보를 제공하면 API를 통해 유튜브 사이트에 데이터를 요청할 수 있다. 요청하는 방법은 다양하다.

- 검색어 기반: 검색어를 이용하여 관련 비디오 정보를 얻어올 수 있다. 제시된 검색어를 기반으로 제공하기 때문에 제공된 비디오 정보가 사용자가 찾는 것일 수도 있고 아닐 수도 있다.
- 채널 아이디 기반: 채널의 아이디를 제공하면 채널에서 제공하는 비디오와 재생 목록의 정보를 얻어올 수 있다. 재생 목록은 비슷한 종류의 비디오를 모아놓은 저장소로 채널 관리자가 만들고 관리한다. 이 연구에서는 채널 아이디를 기반으로 수행하였다.
- 재생 목록 아이디 기반: 재생 목록 아이디는 재생 목록을 구분하기 위한 구분자로 이것을

이용하면 재생 목록 내에 속해있는 비디오 정보를 얻어올 수 있다.

웹 크롤러가 얻어온 정보는 JSON이라는 파일 형식을 가지고 있다. 하지만 이후 체계적인 정보 처리를 위해서는 JSON 형식보다는 리스트 형식이 낫기 때문에 파이썬 라이브러리를 이용하여 JSON 형태를 리스트 형태로 변환하였다. 이렇게 해서 얻어진 영상에 대한 정보는 동영상 제목, 설명, URL, 조회수, 좋아요, 싫어요, 댓글, 사용자 프로필, 채널 정보 등이 있다. 이 정보 중 연구에서 사용한 것은 동영상 제목, 설명, 조회수 등이다. 설교 영상에 대한 자세한 정보는 동영상 제목과 설명에 일반적으로 표시한다. 그런데 이들 정보는 해당 동영상에 대한 서술형 정보 형태로써 표준화되어 있지 않다. 심지어 같은 채널에서도 작성규칙에 대한 일관성이 없을 때도 있다. 따라서 연구에서 원하는 정보인 설교 제목, 설교날짜, 설교자, 성경 구절, 예배종류 등을 얻기 위해서는 두 번째 단계인 정보프로세서가 필요하다. 정보프로세서는 정형화되지 않은 형태로 서술된 동영상 정보에서 설교 제목, 설교날짜, 설교자, 성경 구절, 예배종류와 같은 정보를 추출하는 역할을 한다. 또한, 정보프로세서에서는 추출된 정보를 바탕으로 통계처리를 하고 그를 바탕으로 의미 있는 정보를 만들어 낸다. 정보기술 분야에서는 그림의 웹 크롤러와 정보프로세서를 합하여 웹 크롤링 기술이라고 부르기도 한다. 본 연구에서도 이하에서 웹 크롤링이란 용어를 두 가지 모두를 합한 것으로 사용하겠다.

2. 연구 대상 교회 선정 및 영상 분류

표1은 이 연구에서 크롤링 대상으로 정한 설교 영상이 어느 교회, 어느 설교자의 주일 설교인지를 보여주고 있다. 이 교회들을 선정한 기준은 다음과 같다.

- 주일설교 청취 인원이 많은 교회: 본 연구에서는 유튜브 주일설교 영상의 조회수가 높은 교회와 주일예배 출석 교인이 많아서 설교를 듣는 인원이 많은 교회를 선정하였다.
- 유튜브에 주일설교 영상을 많이 게시한 교회: 본 연구에서는 지난 4~5년 동안 주일설교 영상을 충분히 많이 게시한 교회만 선정하였다.
- 설교 영상 정보가 충분한 교회: 본 연구에서는 설교 영상에 설교날짜, 설교자, 성경 본문, 설교 제목 등을 함께 게시한 교회만 선정하였다.

본 연구에서 웹 크롤러를 통해 얻어올 정보는 28개 교회의 28명의 설교자가 최근 4~5년간 설교한 영상에 대한 것이다. 설교자들은 모두 해당 교회의 현직 담임목사이거나 전직 담임목사이다. 담임목사의 설교로 한정된 이유는 담임목사 설교에 대한 조회수가 다른 설교자의 설교 조회수에 비해 매우 크기 때문이다. 영상 개수는 해당 채널에서 지정된 기간 설교자가 설교한 주일 설교 영상 중 웹 크롤러와 정보프로세서가 설교 제목과 성경 본문을 추출할 수 있는 영상의 숫자이다. 이 연구에서 정보를 추출한 설교 영상의 개수는 총 4,854개이다.

표1. 웹 크롤링을 통해 정보를 추출한 교회 리스트

| 교회 | 설교자 | 영상 개수 | 기간 |
|----------|-----|-------|--------------------|
| 광림교회 | 김정석 | 161 | 2020년 2월~2024년 7월 |
| 꽃동산교회 | 김종준 | 86 | 2021년 9월~2024년 7월 |
| 꿈의교회 | 김학중 | 215 | 2020년 1월~2024년 7월 |
| 남가주사랑의교회 | 노창수 | 98 | 2021년 6월~2024년 7월 |
| 만나교회 | 김병삼 | 204 | 2020년 1월~2024년 7월 |
| 명성교회 | 김하나 | 136 | 2021년 1월~2024년 7월 |
| 베이지교회 | 조정민 | 217 | 2020년 1월~2024년 7월 |
| 분당우리교회 | 이찬수 | 214 | 2020년 1월~2024년 7월 |
| 사랑의교회 | 오정현 | 181 | 2020년 1월~2024년 7월 |
| 삼일교회 | 송태근 | 98 | 2021년 8월~2024년 7월 |
| 새문안교회 | 이상학 | 190 | 2020년 1월~2024년 7월 |
| 새에덴교회 | 소강석 | 213 | 2020년 1월~2024년 5월 |
| 선한목자교회 | 유기성 | 118 | 2020년 2월~2023년 8월 |
| 소망교회 | 김경진 | 226 | 2020년 1월~2024년 7월 |
| 수영로교회 | 이규현 | 220 | 2020년 1월~2024년 7월 |
| 수원중앙침례교회 | 고명진 | 203 | 2020년 1월~2024년 8월 |
| 신광두레교회 | 김진홍 | 130 | 2021년 11월~2024년 7월 |
| 여의도순복음교회 | 이영훈 | 229 | 2020년 1월~2024년 7월 |
| 연세중앙교회 | 윤석진 | 118 | 2021년 8월~2023년 11월 |
| 영락교회 | 김운성 | 180 | 2021년 1월~2024년 7월 |
| 오륜교회 | 김은호 | 202 | 2020년 1월~2024년 7월 |
| 온누리교회 | 이재훈 | 218 | 2020년 1월~2024년 7월 |
| 인천순복음교회 | 최용호 | 239 | 2020년 1월~2024년 7월 |
| 주안장로교회 | 주승중 | 101 | 2021년 8월~2024년 7월 |
| 지구촌교회 | 이동원 | 184 | 2020년 11월~2024년 7월 |
| 청파감리교회 | 김기석 | 107 | 2020년 10월~2024년 3월 |
| 충현교회 | 한규삼 | 153 | 2020년 6월~2024년 7월 |
| 할렐루야교회 | 김승욱 | 213 | 2020년 1월~2024년 6월 |
| 합계 | | 4,854 | |

그림2는 전체 설교영상에 대한 조회수 분포도를 나타내고 있다. 설교영상 조회수의 범위가 최소 28부터 최대 100만까지 광범위하지만 사실상 조회수 6만 이상인 영상 개수가 많지 않기 때문에 그래프에는 조회수 6만까지만 나타내었다. 가로축에 나타난 숫자의 범위는 조회수 범위이고 300씩 나누었다. 그래프의 세로축은 조회수 범위에 몇 개의 설교 영상이 속하는지를 나타낸다. 많은 설교영상들이 유튜브 상에서는 조회수 1000미만임을 알 수 있다. 1000에서 1만 사이 조회수

영상들이 비슷한 수준으로 있다가 1만 이상 조회수에서 2만까지 떨어지고 있음을 알 수 있다.

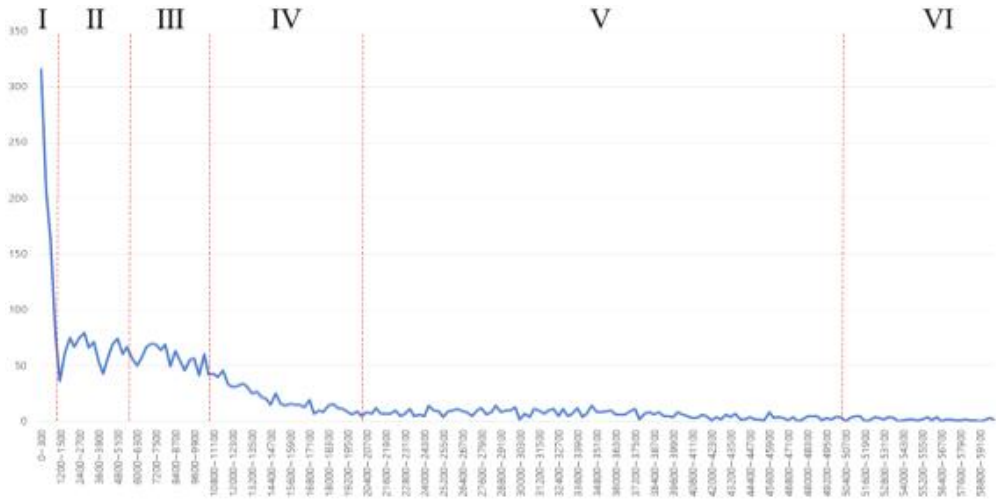


그림2. 조회수 범위에 대한 설교 영상 개수

본 연구에서는 그림2 그래프를 바탕으로 통계분석을 위해 약 600~900개의 비슷한 조회수를 가진 영상들끼리 상, 중, 하 6개의 그룹을 만들었다.

표2. 조회수 기반 설교 영상 분류

| 그룹 | | 조회수 | 영상 개수 |
|----|-----|---------|--------|
| 상 | VI | 5만 이상 | 882개 |
| | V | 2만 ~ 5만 | 652개 |
| | IV | 1만 ~ 2만 | 760개 |
| 중 | III | 5천 ~ 1만 | 998개 |
| | II | 1천 ~ 5천 | 837개 |
| 하 | I | 1천 미만 | 726개 |
| 계 | | | 4,855개 |

IV. 연구 결과

1. 신약과 구약 비율

과거 관련 연구에서도 주일설교에서 사용되는 성경 본문에 대한 신약과 구약의 비율을 조사하여 발표한 바 있다(이상규, 2013). 이 연구에서는 크롤링 된 4,854개 전체 설교 영상의 성경 본문을

신약과 구약으로 분류해 보았다. 전체 영상의 성경 본문에 대한 신약과 구약의 비율은 그림3에서 보는 바와 같이 63:37이었다. 관련 연구에서는 75:25라고 주장했었는데 이에 비하면 구약의 비중이 과거와 비교하여 증가했음을 알 수 있다. 하지만 아직도 신약에 대한 편중이 큰 상황이고 성경의 크기를 고려한다면 신약에 대한 의존도가 훨씬 더 큰 편임을 알 수 있다. 성경 분류표에 따라 좀 더 세부적으로 분류해 보면 복음서를 설교에서 가장 많이 사용하고 있고 그 뒤를 이어 바울서신, 모세오경과 구약 역사서 순으로 주일설교의 성경 본문으로 많이 활용되고 있음을 알 수 있었다.

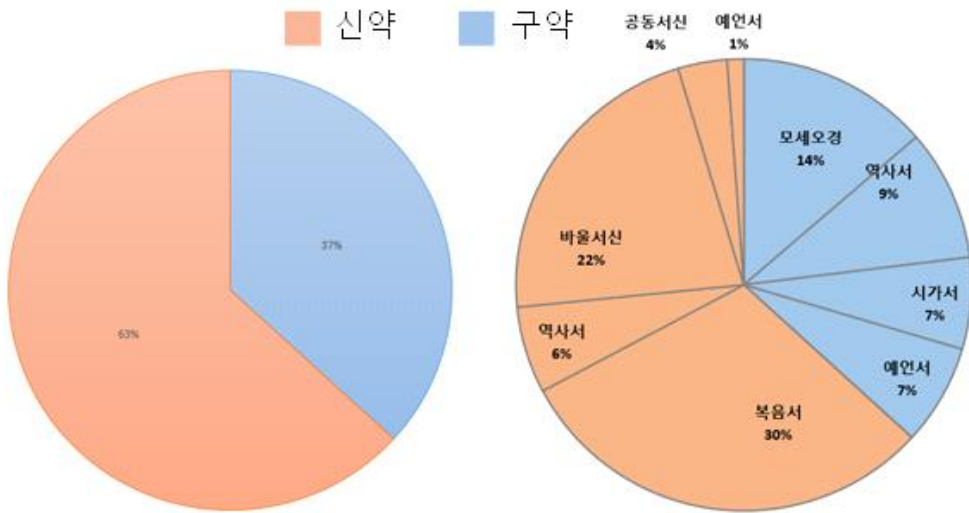


그림3. 주일설교의 성경본문에 대한 성경분류별 비율

다음으로 표2의 그룹별로 설교 영상의 성경 본문을 분류하여 어떤 성경을 기반으로 설교가 주로 이루어졌는지 살펴보았다. 먼저 그룹 I에 속한 726개 설교 영상들에 대한 정보이다. 그룹 I에서는 그림4에서 보는 바와 같이 신약의 비율이 76%에 달하였고 구약은 24%에 불과했다. 그룹 I에 속한 설교는 주로 바울서신서와 복음서를 이용한 설교가 많았다. 2013년 이상규가 고신신학에서 주장한 신약 대 구약 비율과 비슷한 비율을 보여주고 있었다.

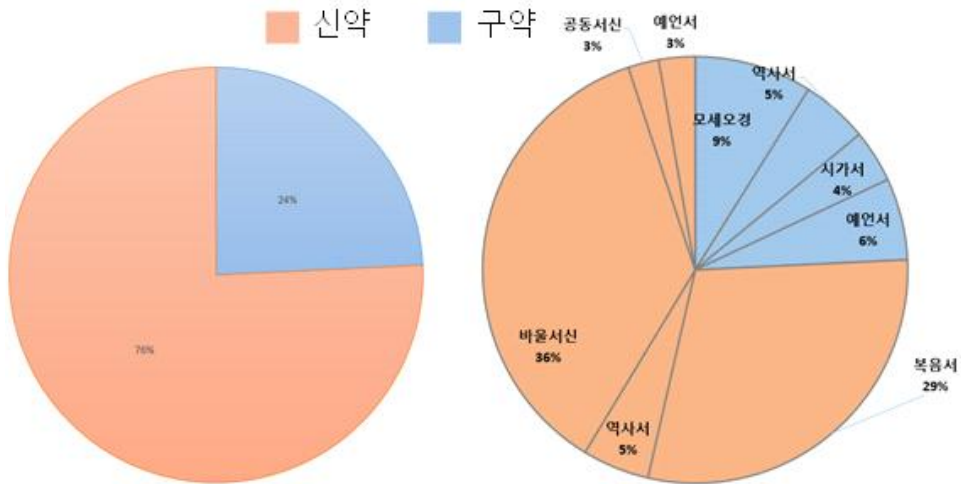


그림4. 그룹 I 주일 설교 영상의 성경본문에 대한 성경분류별 비율

그림5는 그룹 II에 속한 837개 설교 영상들에 대한 정보이다. 여기에 속한 설교 영상들은 조회 수가 1천 이상인 영상이다. 그룹 II의 결과는 그룹 I보다 구약의 비율이 33%로 매우 증가하였다. 구약의 모세오경과 시가서가 증가하였고 신약의 바울서신이 매우 감소하였다.

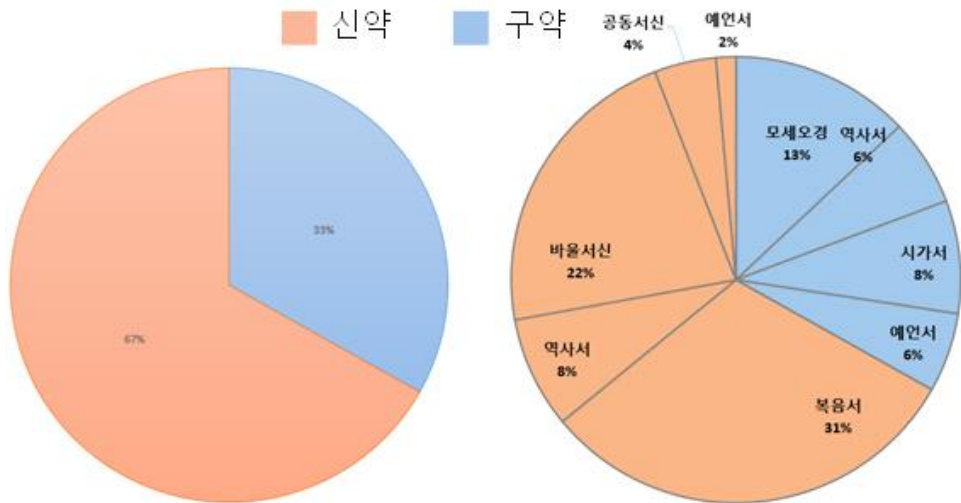


그림5. 그룹 II 주일 설교 영상의 성경본문에 대한 성경분류별 비율

그림6은 그룹 III에 속한 998개 영상에 대한 정보이다. 그룹 III 설교 영상에서 사용한 성경 본문은 신약과 구약의 비율이 66:34이었다. 그림5에 나타난 그룹 II와 큰 차이를 보이지 않았다.

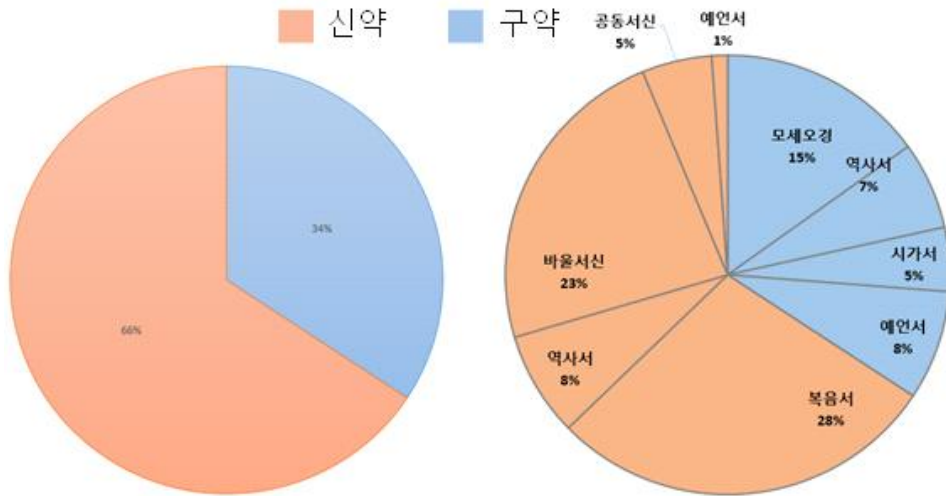


그림6. 그룹 III 주일 설교 영상의 성경분문에 대한 성경분류별 비율

다음으로는 조회수가 1만 이상인 그룹 IV 760개 영상에 대한 정보를 분석해 보았다. 그림7에서 보는 바와 같이 그룹 IV에 속한 영상들은 신약과 구약의 비율이 55:45였다. 그룹 III보다 구약의 비율이 매우 증가하고 있었다. 여기서는 구약의 역사서, 시가서, 예언서 모두 증가하였다. 대신 신약에서는 바울서신을 활용한 설교의 비중이 크게 줄었다.

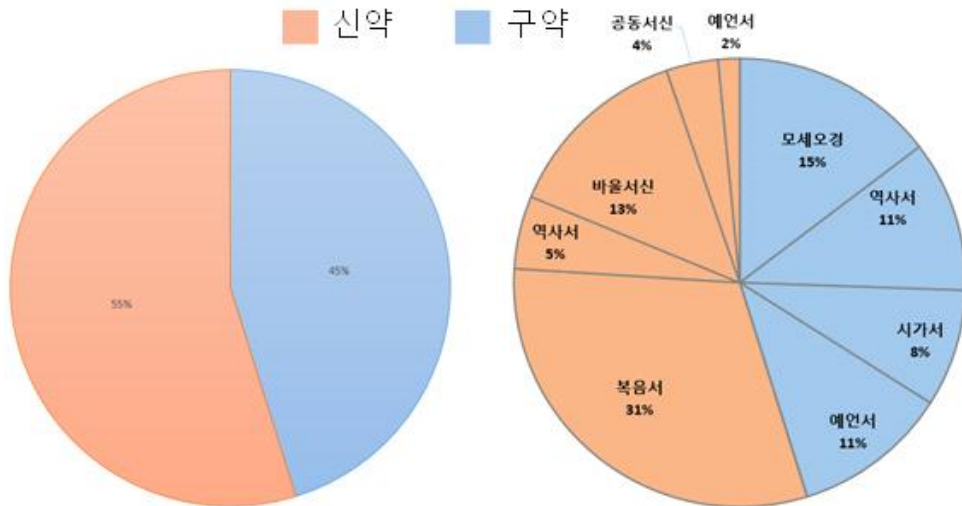


그림7. 그룹 IV 주일 설교 영상의 성경분문에 대한 성경분류별 비율

그림8에서는 그룹 V에 속한 652개 영상에 대한 정보를 보여주고 있다. 조회수가 증가함에 따라 그룹 IV보다 구약의 비율이 더 증가할 것으로 예상했으나 오히려 그룹 VI보다 구약 비율이 소폭 감소하여 신약과 구약의 비율이 59:41이었다. 사용한 성경을 좀 더 세부적으로 보면 구약은 전반적으로 줄었지만, 역사서만 다소 증가하였고 신약에서는 바울서신서가 다소 증가하였다.

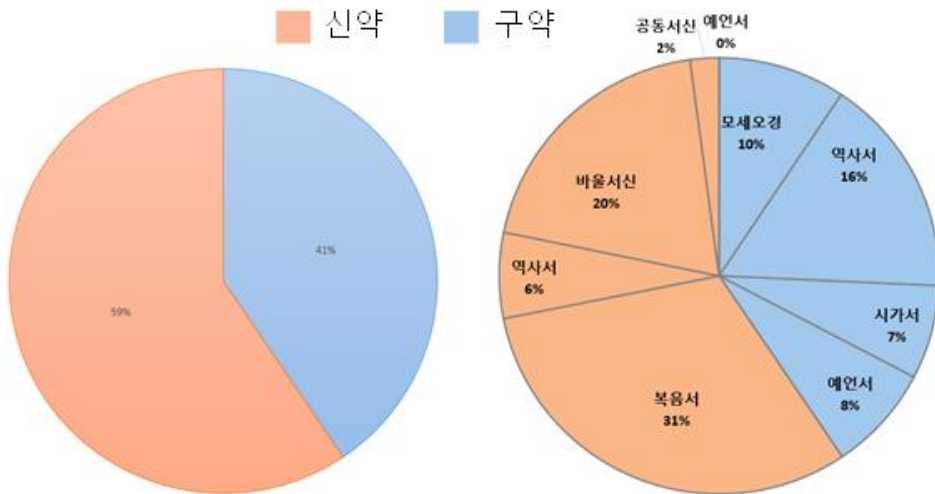


그림8. 그룹 V 주일 설교 영상의 성경분류별 비율

마지막으로 그룹 VI의 882개 영상을 대상으로 성경 본문을 조사해 보았을 때 신약과 구약의 비율이 57:43으로 그룹 IV와 그룹 V의 중간 정도의 결과를 보였다. 구약 내에서 세부적으로 살펴 본다면 모세오경이 증가하였고 역사서는 감소하였다. 신약 부분에서만 본다면 복음서는 약간 증가하였고 바울서신은 감소하였다.

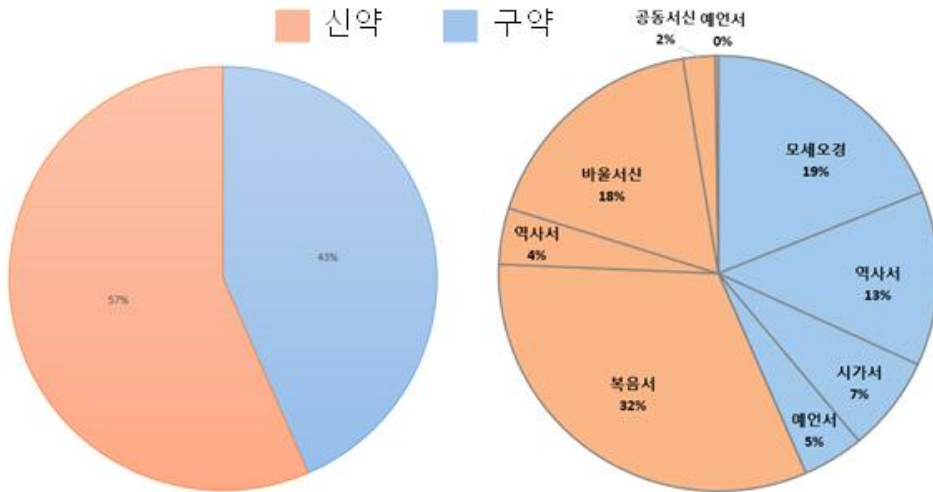


그림9. 그룹 VI 주일 설교 영상의 성경본문에 대한 성경분류별 비율

이처럼 조회수를 기준으로 설교 영상들을 6개 그룹으로 나누어 성경 본문 사용 경향을 살펴보면 그룹 II와 그룹 III이 비슷한 결과를 보이고 그룹 IV, 그룹 V, 그룹 VI이 서로 비슷한 비율을 보여주고 있다. 조회수가 높은 그룹의 설교 영상에서는 구약을 사용하는 횟수가 증가하였고 조회수가 낮은 그룹의 영상에서는 감소한 것을 알 수 있었다. 조회수가 높을수록 구약의 모세오경과 역사서를 많이 사용하였고 조회수가 낮을수록 신약의 바울서신서를 많이 사용하고 있음이 나타났다.

2. 성경 권별 사용 빈도 및 조회수 분포

그림10에서는 또한 주일설교 본문으로 채택된 성경 권별 빈도수를 나타내고 있다. 그래프에서 보는 바와 같이 마태복음, 요한복음, 창세기, 누가복음, 사도행전, 마가복음, 에베소서, 시편 순으로 사용 빈도가 높았다. 신약에서는 사복음서, 사도행전, 에베소서가 높고 구약에서는 창세기와 시편이 주로 설교 본문으로 사용되었음을 알 수 있었는데 이런 현상은 대부분 교회에서 공통으로 나타났다. 반면에 나훔, 오바댜, 요한1,2,3서, 유다서 등은 거의 사용하지 않고 있었다.

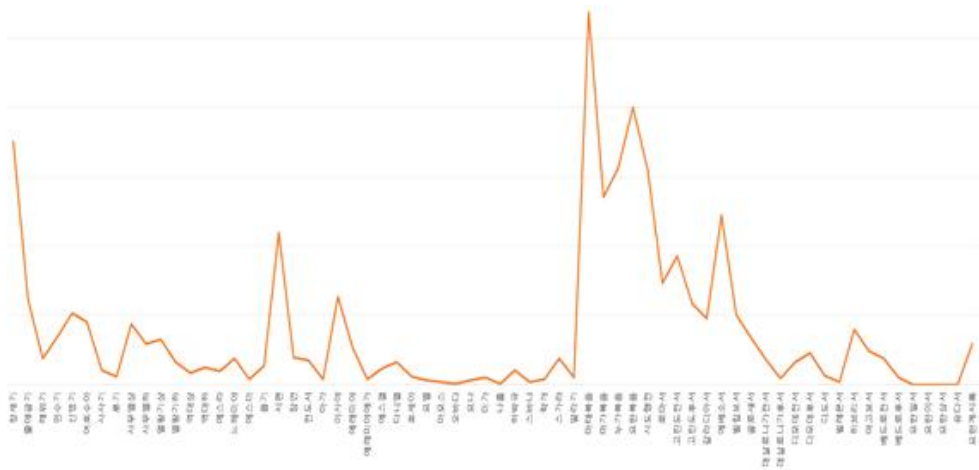


그림10. 주일 설교 영상의 성경본문에 대한 성경 권별 빈도 그래프

그림11에 나타난 그래프는 설교 영상들이 각 성경 권별로 조회수 어느 영역에 많이 분포하는지 그래프로 나타낸 것이다. 가로축은 성경의 각 권을 나타내고 세로축은 조회수로써 0부터 2만까지만 나타내었다. 이 그래프에 찍힌 각 점은 해당 성경을 사용한 설교 영상의 조회수 위치를 나타낸 것으로 위쪽에 점들이 몰려 있으면 해당 성경을 이용한 설교 영상의 조회수가 대체로 높았다는 뜻이고 아래쪽에 몰려 있으면 조회수가 대체로 낮았다는 의미이다. 이런 관점에서 볼 때 구약을 본문으로 하는 설교 영상들의 조회수는 위아래 골고루 분포하고 있음을 알 수 있다. 그러나, 신약에서 복음서를 제외하면 설교의 조회수는 아래쪽에 더 많이 분포하고 있음을 볼 수 있었다.

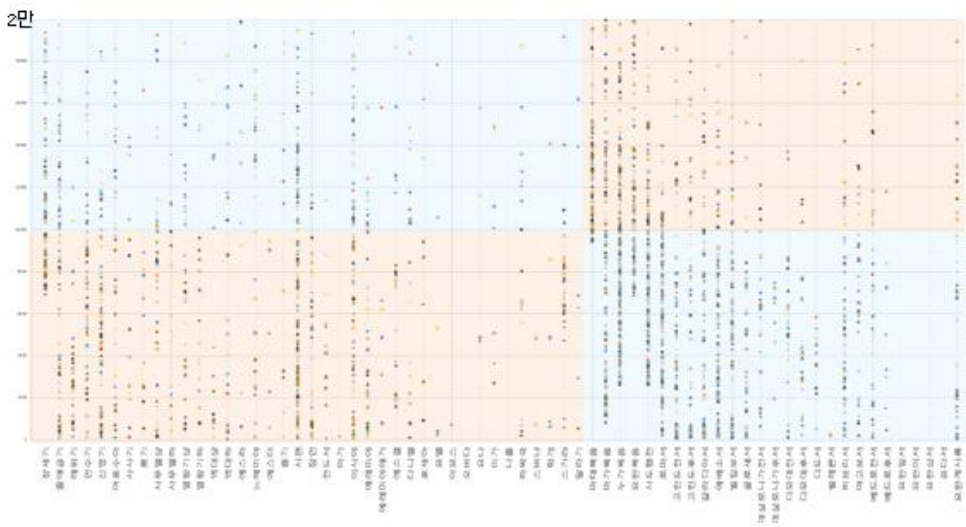


그림11. 성경 권별 조회수 분포

3. 설교 제목 키워드 경향

다음으로는 설교 제목에 주로 나타나는 키워드 분석 연구를 해 보았다. 그림12는 설교 제목에 사용된 명사들을 빈도수를 기반으로 워드 클라우드로 표현한 것이다. 교회에서 많이 사용하는 용어들이 설교 제목에도 주로 나오는 것을 볼 수 있다. 최근 45년 동안 설교 주제에 주로 나타났던 주요 키워드와 사용 횟수를 나타내면 '하나님': 387, '예수':194, '우리': 171, '사람': 151, '믿음': 136, '사랑': 125, '교회': 109, '인생': 107, '은혜': 105, '주님': 103 임을 알 수 있다.

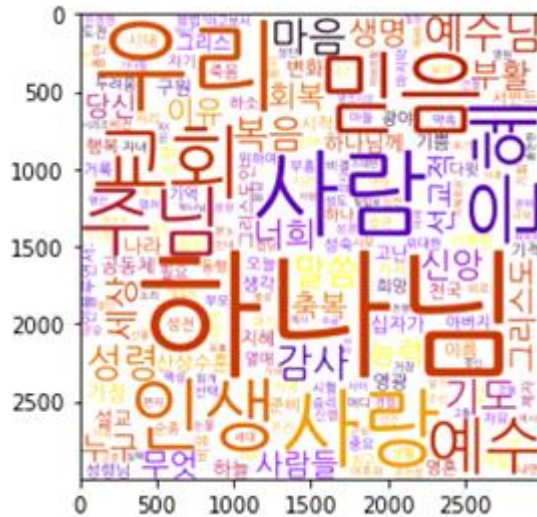


그림12. 주일설교 설교 제목에 주로 나타나는 키워드

조희수 크기에 따라 설교 제목을 분류하고 워드 클라우드를 만들어 보았다. 그림13은 그룹 I, 그룹 II, 그룹 III에 속한 설교의 제목을 가지고 워드 클라우드를 만들어 본 것이다. 그룹 I의 경우 주요 키워드를 빈도수로 나타내보면 '우리': 50, '하나님': 48, '설교': 33, '교회': 30, '믿음': 30, '사람': 26, '주님': 20, '사랑': 20, '복음': 18, '그리스도': 17, '감사': 16, '예수': 15 순으로 나타났다. 기독교인들이 교회 내에서 주로 사용하는 단어들이다. 두 번째로, 그룹 II 영상일 때 나타나는 주요 키워드는 '하나님': 70, '선교적': 39, '예수': 35, '성령': 30, '사랑': 27, '사람': 27, '은혜': 27, '우리': 26, '교회': 23, '인플루언서': 23, '서번트': 23, '믿음': 21 등이다. 여기서도 교회 내에서 사용하는 단어가 많이 등장하고 있다. 그룹 III에서 주로 사용된 키워드는 '하나님': 91, '우리': 35, '사람': 33, '교회': 30, '예수님': 29, '예수': 27, '사랑': 27, '믿음': 27, '산상수훈': 23, '너희': 19, '인생': 18, '복음': 18, '주님': 18 등이다. 여기서도 기독교적인 단어가 많이 등장하고 있다.

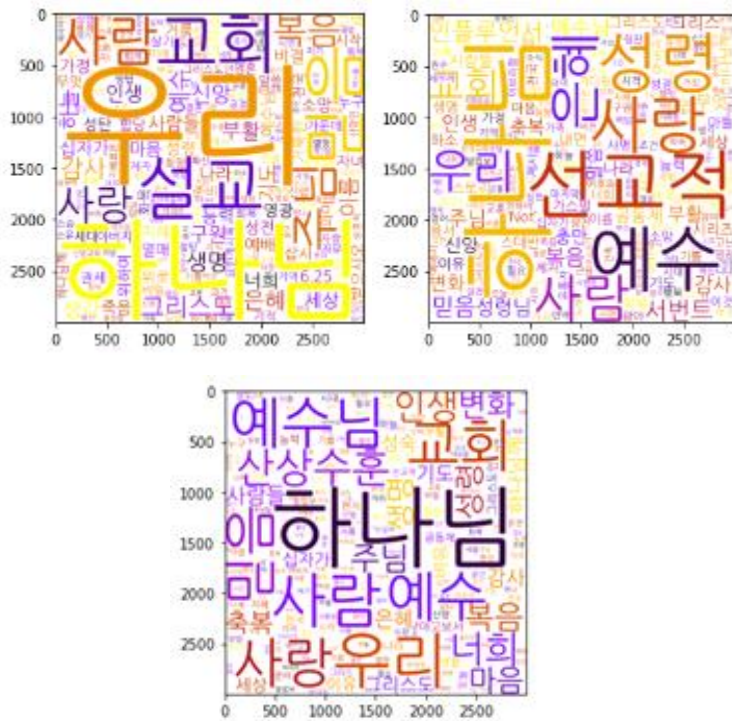


그림13. 그룹 I, 그룹 II, 그룹 III 주일설교 설교 제목에 주로 나타나는 키워드

그림14는 그룹 IV, 그룹 V, 그룹 VI에 속한 설교의 제목에 대한 워드 클라우드이다. 그룹 IV에 속한 설교의 제목만으로 한정했을 때 주로 사용되었던 키워드는 '하나님': 73, '우리': 29, '믿음': 28, '주님': 27, '은혜': 26, '사람': 26, '사랑': 19, '기도': 18, '인생': 18, '예수님': 17, '성령': 14, '마음': 14 등이다. 그림13의 워드 클라우드와 비교해 보았을 때 그룹 IV에서는 교회 밖에서도 사용하는 단어들도 등장하고 있음을 볼 수 있다. 그룹 V의 설교 제목 워드 클라우드를 수행한 결과 '하나님': 50, '기도': 20, '사람': 18, '믿음': 16, '다윗': 16, '교회': 16, '말씀': 15, '누구': 13, '회복': 13, '이유': 12, '우리': 12, '신앙': 11, '마음': 10 순으로 설교 제목에 등장하였다. 그룹 IV와 비교해 보았을 때 그룹 V에서는 교회 밖에서도 사용하는 단어들도 좀 더 등장하고 있음을 볼 수 있다. 마지막으로 그룹 VI의 영상의 설교 제목에서 사용되었던 주요 키워드와 사용 횟수를 나타내면 '하나님': 55, '인생': 40, '마음': 30, '사랑': 23, '예수님': 22, '사람': 21, '당신': 19, '주님': 19, '우리': 19, '감사': 18, '은혜': 18, '행복': 15 등이다. 여기서 하나님, 예수님, 주님, 은혜를 제외하면 교회에서만뿐만 아니라 비신앙인들도 사용하는 단어임을 알 수 있다. 또한, 여기에 등장하는 키워드들은 결단, 헌신 보다는 신앙생활을 통해 얻게 되는 효과를 표현한 단어임을 알 수 있다.

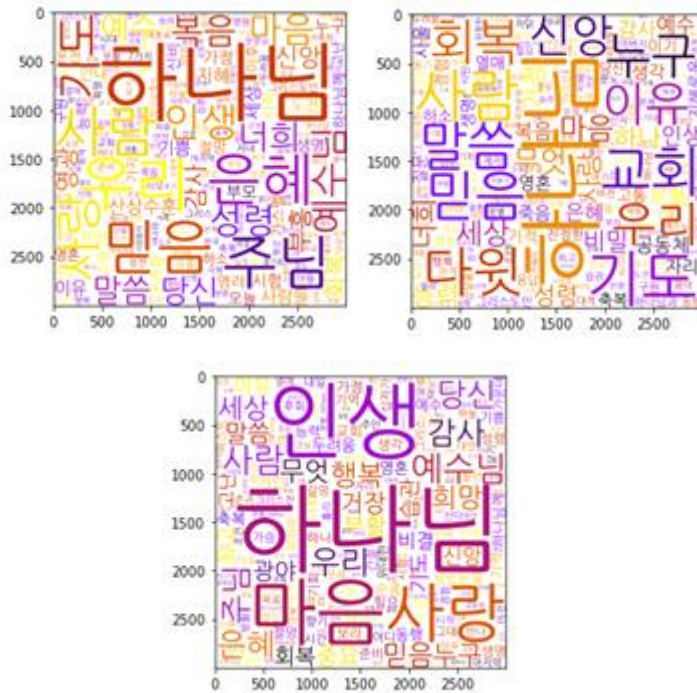


그림14. 그룹 IV, 그룹 V, 그룹 VI 주일설교 설교 제목에 주로 나타나는 키워드

V. 결론

본 연구에서는 웹 크롤링 기술을 이용하여 유튜브에 게시된 설교 영상 정보를 얻어왔고 이를 기반으로 설교에서 사용한 성경 본문의 설교 제목에 나타난 키워드들이 어떤 것들이 있는지 살펴 보았다. 연구에서는 크게 2가지로 나누어 살펴보았는데 첫 번째는 전체 설교 영상에 대한 분석이다. 이를 통해 28개 교회 28명의 설교자의 최근 5년간 설교가 어떤 경향성을 가지는지 알 수 있었다. 전체 영상을 대상으로 분석해 보았을 때 설교자들이 최근 5년간 가장 많이 사용한 성경은 마태복음이었다. 마태복음 다음으로는 요한복음과 창세기가 그 뒤를 이었다. 반면에 요한 1,2,3서와 유다서 나훔, 오바다 같은 성경은 설교본문으로 거의 사용하지 않고 있음을 알 수 있었다. 다음으로, 설교제목에 나타난 주요 키워드를 살펴보면 하나님, 예수, 우리, 사람, 믿음, 사랑, 교회, 인생, 은혜, 주님 등과 같이 교회에서 많이 사용하는 용어들이 나타나고 있었다.

표3. 조회수 그룹별 신구약 비율과 설교 제목 키워드 정보

| | 그룹 I (~1천) | 그룹 II (1천~) | 그룹 III (5천~) | 그룹 IV (1만~) | 그룹 V (2만~) | 그룹 VI (5만~) |
|--------------|---|--|--|--|---|--|
| 신약: 구약 비율 | 76:24 | 67:33 | 66:34 | 55:45 | 59:41 | 57:43 |
| 주요 키워드 | '우리' '하나 님' '설교' '교회' '믿음' '사람' '주님' '사랑' '복음' '그리 스도' '감사' '예수' | '하나님' '선교적' '예수' '성령' '사랑' '사람' '은혜' '우리' '교회' '인플루 언서' '서번트' '믿음' | '하나님' '우리' '사람' '교회' '예수님' '예수' '사랑' '믿음' '산상수 훈' '너희' '인생' '복음' | '하나님' '우리' '믿음' '주님' '은혜' '사람' '사랑' '기도' '인생' '예수님' '성령' '마음' | '하나 님' '기도' '사람' '믿음' '다윗' '교회' '말씀' '누구' '회복' '이유' '우리' '신앙' | '하나 님' '인생' '마음' '사랑' '예수님' '사람' '당신' '주님' '우리' '감사' '은혜' '행복' |

두 번째로 조회수에 따라 6개 그룹으로 분류한 이후 그룹별로 신약과 구약 비율 차이와 설교 제목에 나타난 키워드 경향성을 분석해 보았다. 표3에서 보는 바와 같이 신약과 구약 사이 비율은 조회수가 높은 설교일수록 구약 비율이 증가하였고 조회수가 낮은 영상일수록 구약 비율이 낮아짐을 알 수 있었다. 조회수에 따른 설교 제목 키워드 분석을 살펴보면, 조회수가 높은 설교일수록 설교 제목에 교회 밖에서도 사용되는 단어들 많이 등장하였다. 반면에 조회수가 낮은 설교 영상의 제목에는 주로 교회에서 사용하는 단어들로 구성되어 있음을 알 수 있었다.

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

참고문헌

- 강경우·권오병(2024). 유튜브 상의 대형교회 설교 성경 본문 및 제목 분석과 시사점, 로고스경영연구, 22(1), 25-39.
- 박성환. (2012). 이상근 목사의 설교 분석: 사도신경의 연속 설교를 중심으로, 한국개혁신

- 학, 36, 132-177.
- 반재훈, 하중수, 김동현(2020). 빅데이터 분석도구 R을 이용한 성경 데이터의 빈도와 소셜 네트워크 분석, 24(2), 166-171.
- 손동식(2020). 코로나19 시대와 효과적인 온라인 설교에 관한 연구, 대학과 선교, 45, 33-60.
- 안치영, 문상용, 신은혜, 김홍준(2021). 효율적인 웹 크롤링, 데이터 분석 및 시각화 서비스 연구, 디지털문화아카이브지, 4(2), 113-122.
- 양낙홍(2013). 손양원 목사의 설교 분석. 한국기독교와 역사, (38), 127-153.
- 염창훈, 구국원, 권오병(2018). 빅데이터 분석에 의한 주요 종교간 ‘평화’ 및 ‘통일’ 활동 관련 이슈 비교 분석과 기독교 경영, 로고스경영연구, 16(4), 99-116.
- 유재필, 김문선(2023). 유튜브 기반 데이터 분석을 통한 주가 선행성 분석. 정보화연구, 20(3), 193-201.
- 윤성민(2020). 코로나19 사태에서의 미디어 영상예배를 위한 실천신학적 방법론, 신학과 실천, 69, 67-89.
- 이경배(2019). 빅데이터 분석 방법에 의한 사복음서 텍스트의 비교 분석, 제주대학교 석사 학위논문.
- 이상규(2013). 한국교회 설교는 어떠했을까? : 한국교회에서의 설교, 그 역사와 평가, 고신신학, 15, 57-99.
- 이재근(2023). 코로나 19 이후 한국교회의 정체성. 종교문화학보, 20(1), 29-54.
- 이종화(2018). Python을 이용한 SNS 크롤링 시스템 구축, 한국산업정보학회논문지, 23(5), 61-76.
- 이현웅(2011). 현대 기독교 설교 패러다임의 변화에 대한 분석평가와 한국교회에서의 적용에 관한 연구, 신학과 실천, 26(1), 195-249.
- 임병학(2019). 토픽 모델링을 이용한 유튜브 설교 동영상 리뷰 분석. 로고스경영연구, 17(4), 67-82.
- 임병학(2020). 토픽모델링과 의미네트워크분석을 이용한 설교내용 분석: Y 교회 L 목사 2016 년 설교를 중심으로, 로고스경영연구, 18(1), 1-20.

유튜브 조회수에 따른 주일예배 설교 영상의 성경 본문 및 제목에 대한 경향 분석
Analysis of trends in Bible text and titles of Sunday sermon videos according to the
number of views on YouTube

ABSTRACT

Most mid- to large-sized churches in Korea share worship sermon videos through YouTube. Shared sermon videos often include the sermon title and Bible text information. In this study, we developed a computer program that automatically collects the views, sermon titles, and Bible text of 4,854 sermon videos from the YouTube channels of 28 mid- to large-sized churches in Korea. Based on the information extracted through the program, we compared the number of views of the sermon videos and the Bible text. We looked at the relationship between the number of views and the title of the sermon. First, the source ratio of the Bible text for all collected sermons was 67:33 between the New Testament and the Old Testament. This ratio was found to be an increase in the Old Testament ratio compared to 75:25, which was the result of past related research. Furthermore, a study was conducted on the relationship between the number of views of sermon videos and the source ratio. The lower the number of views, the higher the proportion of the New Testament, and the higher the number of views, the lower the proportion of the New Testament. Second, we looked at the relationship between the number of views of the sermon video and the keywords used in the sermon title. When the sermon had a low number of views, it was found that the sermon title contained many terms used within the church, and when the number of views was high, the sermon title contained many words that were also used by non-christians.

Key Words: Youtube, Sunday sermon, The number of views, Bible, Sermon title

| 논 찬 문 | | 기독교학문연구회 | |
|------------|---|-------------|---------------------------|
| 발표논문 제목 | 유튜브 조회수에 따른 주일예배 설교 영상의 성경 본문 및 제목에 대한 경향 분석 | 발표자 | 강경우 |
| | | 논찬자 (소속) | 김지원 (백석대학교 / 보건복지대학원장) |

강 경우 교수의 <유튜브 조회수에 따른 주일예배 설교 영상의 성경 본문 및 제목에 대한 경향 분석>은 한국교회 강단에서 전해지는 성경 본문과 설교 제목에 대한 경향성을 분석하고 있다.

하나님께서서는 우리에게 구약 39권과 신약 27권을 주셨다. 성경 66권 중 그 어떤 책도 우리에게 필요하지 않은 책은 없다. 영의 양식으로 하나님께서는 우리에게 66가지의 양식을 주신 것이다. 설교자 또는 성도들의 입맛에 맞는다고 특정한 음식만 먹는다면 그것은 66가지 영의 양식을 주신 하나님의 뜻에 합당하지 않을 것이다. 그런 의미에서 강 경우 교수가 주일예배 설교 영상의 구약과 신약의 성경본문 인용 빈도와 설교 제목을 통한 경향성을 분석한 연구는 한국교회의 설교에서 구약과 신약의 인용상황을 파악하고 올바른 방향을 제시하기 위한 기초연구로 중요한 의미를 가지고 있다.

강 경우 교수의 논문을 읽으며 생각한 내용들을 몇 가지 적으며 논평에 같음하고자 한다.

첫째, 저자는 연구결과를 토대로 “조회수가 높은 설교일수록 구약의 비율이 증가하였고, 조회수가 낮은 영상일수록 구약 비율이 낮아짐을 알 수 있었다”고 언급하고 있다. 하지만 이러한 주장이 타당성이 있는지 생각해볼 필요가 있다. 우리가 유튜브를 통해 설교영상을 볼 때 과연 구약과 신약성경을 검색어로 입력하여 설교영상을 찾는가? 아니면 교회 명칭과 설교자의 이름으로 설교영상을 찾는가? 특정한 성경본문으로 설교내용을 비교하기 위해 전자의 경우로 검색할 수도 있겠지만, 대부분의 경우에는 교회나 설교자의 이름으로 설교영상을 찾을 것이다. 그렇다면 대중에서 잘 알려져 높은 조회수를 가진 상위그룹(그룹4, 5, 6)에 해당하는 설교자들이 다른 그룹에 비해 구약성경을 본문으로 사용하기 때문에 구약 설교를 본문으로 하는 조회수가 높은 것이라고 판단할 수 있다. 조회수가 높은 설교일수록 구약의 비율이 증가한다고 결론을 내리는 것은 자칫 설교 본문으로 구약을 사용하면 더욱 높은 조회수를 얻을 수 있을 것이라는 그릇된 결론으로 이끌 수 있다는 점에서 결론을 수정할 필요성이 있다.

둘째, 조회수에 따른 설교제목 키워드 분석을 통해, 저자는 “조회수가 높은 설교일수록

설교제목에 교회 밖에서 사용되는 단어들 많이 등장하였다. 반면에 조회수가 낮은 설교 영상의 제목에는 주로 교회에서 사용하는 단어들로 구성되고 있음을 알 수 있었다”라고 언급하고 있다. 이러한 주장에 대해 논평자는 앞에서 언급한 내용과 같이, 대중에서 잘 알려져 높은 조회수를 가진 상위그룹(그룹4, 5, 6)에 해당하는 설교자들이 다른 그룹에 비해 ‘교회 밖에서 사용되는 단어들’을 많이 사용한 것이다. 따라서 조회수가 높은 설교일 수록 설교제목에 교회밖에서 사용되는 단어들 많이 등장한다고 결론을 내는 것은 타당하지 의문을 가지게 된다. 그리고 ‘교회 밖에서 사용되는 단어들’과 ‘교회 내에서 사용하는 단어’가 무엇인지에 대한 설명이 모호하다. 이를 표현함에 있어 ‘성경에서 인용한 용어’와 ‘일상에서 사용되는 용어’로 구분하는 것이 어떨까 제안한다.

셋째, 그림 1에서 유튜브 영상 정보 추출 과정을 설명하는 그림을 수정할 필요가 있다. 그림 1의 내용은 자료의 수집과 분석의 과정을 모호하게 보여주고 있다. 유튜브에 있는 주일 설교 영상이 분석을 위한 자료이고, 웹 크롤러와 정보프로세서를 사용하여 분석한 것이기에 이러한 과정을 명확히 보여줄 수 있도록 그림 1의 수정이 필요하다.

넷째, 연구대상 교회의 선정에 있어서 “유튜브 주일설교 영상의 조회수가 높은 교회와 주일예배 출석 교인이 많아서 설교를 듣는 인원이 많은 교회를 선정”하였다고 언급하고 있는데, ‘높은’, ‘많아서’, ‘많은’이라는 주관적인 표현보다는 판단의 객관적인 수치를 제시하며 설명하는 것이 연구의 객관성을 높일 수 있을 것으로 판단한다.

다섯째, 1982년 장일선의 연구 결과를 인용하며 과거에 비해 구약 성경본문을 사용하는 설교 영상의 비율이 높아졌다고 설명하고 있는데, 참고문헌에 장일선(1982)의 논문에 대한 내용이 없어 추가할 필요가 있다.

여섯째, 저자는 그룹 1에서 신약 성경을 설교본문으로 인용하는 비율이 76%이고, 그룹 2에서는 67%, 그룹 3에서는 66%, 그룹 4에서는 55%, 그룹 5에서는 59%, 그룹 6에서는 57%로 각 그룹 간에 조회수를 기반으로 한 신약성경과 구약성경 인용의 차이가 있다고 언급하고 있다. 하지만 각 그룹별 차이와 상중하로 구분한 그룹들의 차이가 통계학적으로 유의한지의 여부를 판단할 수 있는 근거가 없다. 각 그룹간의 차이를 보여주기 위해 ANOVA 분석과 사후검정을 시행하여 설명한다면 보다 의미 있는 설명이 가능할 것으로 판단한다.

일곱째, 그림 12, 13, 14에서 X축과 Y축이 무엇을 의미하는지에 대한 설명이 없고, 그림13, 14에서는 각 그룹에 대한 구분을 하지 않아 이해에 혼선을 줄 수 있으므로 추가적인 설명이 필요하다.

강 경우 교수는 본 논문에서 성경 권별 빈도수 조사를 통해, ‘신약에서는 사복음서, 사도행전, 에베소서, 설교본문 인용이 높고, 구약에서는 창세기와 시편이 주로 설교 본문으로 사용되고 있으며, 나훔, 오바댜, 요한1, 2, 3서, 유다서는 거의 사용되지 않고 있었다.’고 언급하고 있다. 강 경우 교수의 연구가 한국교회의 설교자들에게 구약과 신약의 성경본문 인용의 상황을 돌아보는 계기를 제공하고, 성경 66권을 주신 하나님의 뜻에 맞게 다양한 성경본문을 활용하는 설교가 이어지길 기대한다.

2024년 제41회 기독교학문연구회 연차학술대회