

## 페르소나의 기원

고대 그리스에서 배우들이 쓰던 가면을 일컫는 말이었는데 구스타프 융이 이것을 심리학에 차용해 인간은 1천개의 페르소나를 가지고 있어서 적절한 페르소나를 바꿔가며 산다고 설명했다. "멀티 페르소나"는 최근의 사회 변화를 이해하는 '만능키'라고도 할 수 있다. multi-persona(여러 개의 가면)

같은 사람이지만, 직장에서의 모습과 퇴근 후의 모습이 다르다. 직장에서 막내이지만, 퇴근 후에는 인싸(insider)의 삶을 산다. 정체성의 '모드전환'이 이루어지는 것이다. 일상에서의 정체성과 SNS를 할 때의 정체성이 다르다.

## 페르소나의 개념과 배경

### 노마디즘(nomadism)의 시대, 다원화하는 정체성

전통적으로 사람의 정체성은 혈통과 직업을 기반으로 형성되었다. 현대 사회가 개인화하면서 혈통의 의미가 퇴색하고 직업적인 영역에도 여러 일을 동시에 수행하는 노동자가 급증하게 되었다.

멀티 페르소나는 시공을 초월하여 순간순간이 업데이트가 되며 상호작용을 통해 끊임없이 변화하고, 리셋이 가능해 완전히 다른 모습으로 빠르게 '모드전환' 할 수 있다. 즉, 정체성이 상대적이며 유동적인 개념으로 변화한다.

복싱하는 여배우(이시영), 보디빌더 소방관, 연기하는 가수(장나라, 임창정, 비), 예능 프로그램의 아나운서(김성주, 전현무), 씨름선수 출신 예능인(강호동), 평범한 시민의 TV출연(한끼줍쇼) 이러한 사례는 현대인이 다양한 정체성의 조합으로서 '모듈형 인간'을 지향하고 있음을 보여 준다. 모듈형이란 정체성이 크고 작은 레고 블록처럼 개별성을 유지한 상태로 서로 합쳐지고 변화되고 확장되면서 항상 수정이 가능한 상태로 이루어지는 것을 지칭한다. SNS 시대 사람들은 이러한 모듈형 방식을 통해 유동적으로 자기 정체성을 구현해 나간다.

## 온라인 공간의 트랜스 아이덴티티

온라인 플랫폼이 발달하면서 정체성의 다양한 조합이 가능해졌다. 온라인 게임에서 유저들은 나이를 속이는 경우가 종종 있다. 얽잡아 보이지 않고 또래처럼 보이기 위함이다. 게임 공간 속에서 트랜스젠더가 되기도 한다. 다중 사용자 롤플레이팅게임 속에서 가족이나 친구의 주민번호를 사용해 트랜스젠더가 되는 경우가 많다. 사이버 공간에서는 이처럼 유연한 자아를 가질 수 있다. 온라인 공간에서는 일반인도 현실과 가상을 오가면서 **히어로**가 될 수 있다.

## SNS 시대의 다계정성

이제는 각종 SNS 플랫폼을 통해 자기를 표현하고 소통하는 시대다. 실친보다 페친(페이스북 친구), 인친(인스타 그램 친구)을 더 신뢰한다. SNS 자체가 새로운 정체성을 만드는 플랫폼이 되고 있는 것이다. 관심사 별로 '전문 계정' 부터 '취향계정'까지 다양한 계정이 등장했다. 취향이 비슷한 사람과 해시태그를 통해 연결되고 소통하며 향유하는 수단이 된다. 예를 들면 반려견 SNS 콘텐츠를 만들어 반려견을 통해서 자아의 모습을 보여주는 것이다.

페이스북은 텍스트나 오프라인 인맥 관리 위주이고 인스타그램은 이미지 위주의 포스팅, 트위터는 정치적인 의견을 피력하는 통로로 삼는다. 과거 SNS 게시물과 달리 이제는 "누가 멋지게 자기 일상을 올리는가?" 가 중요해지면서 부계정의 중요성이 더욱 커졌다.

'린스타'(Real Instagram Account)와 '핀스타'(Fake Instagram Account)가 있다. '린스타'는 세련되고 이상적인 자신의 모습을 노출시키는데 쓰이고, '핀스타'는 진실되고 자연스러운 모습을 보여주는 데 쓴다. 진짜 계정에는 과장과 거짓이, 페이크 계정에는 오히려 진실과 현실이 엇갈려 표현되는 모순과 역설이 나타난다.

## 프라이버시 SNS의 등장

부계정을 넘어 '뒷계정'이라는 말이 등장하기도 했다. 이는 부계정보다 더욱 은밀히 말 못할 고민을 털어놓거나 타인이 이해하기 어려운 특이한 취미를 펼치거나 자신만의 성적인 욕망을 이야기 하는 곳이다. 이런 뒷 계정에서

익명성을 바탕으로 자신의 솔직한 생각과 정체성을 표현한다. 또 어떤 사람들은 깊은 사람들 몇 명과만 소통하는 계정을 만들기도 한다.

뒷계정 혹은 익명공간의 탄생은 SNS의 역할이 연결보다는 스스로를 자유롭게 표현하고 정체성을 만들어가는 사적인 공간으로 바뀌어 가고 있음을 의미한다. 따라서 **개방형 플랫폼보다 프라이버시 중심의 커뮤니케이션 플랫폼이 중요해질** 것으로 보고 있다.

### 셀피 시대와 다원화 시대의 정체성

고다르는 “나는 셀피(selfie/ 셀카)한다 고로 존재한다.”고 말했다. 요즘은 다양한 앱을 통해서 자신의 모습을 보정, 변형한다. 타인에게 보이는 나의 모습을 중요하게 생각하기 때문이다. 그 결과 현실과 사이버공간의 자기 모습과 차이가 커진다.

오스트리아 철학자 이졸데 카림(Isolde Charim)은 그의 책 “나와 타자들”에서 현시대를 다원성의 시대로 규정한다. 카림에 따르면 현대인들 곁에는 늘 정체성이 서로 다른 이들이 함께 살아간다. 동질성이 파괴된 시공간에서 인간은 곁에 누가 있느냐에 따라 끝없이 자기를 재구축하는 실천을 한다. 이른바 미추에이션(me와 situation의 합성어)시대에 살고 있는 것이다. 카림은 ‘우리는 매일매일 다르게 살 수 있고, 완전히 다른 존재가 될 수 있다.’고 말했다. 결국 다원화 시대에 개인들의 정체성의식은 극도로 감소하고 동질적인 ‘우리’라는 의식은 줄어들다. 과거의 동질사회와 다르게 이제 모든 정체성은 불안정해졌다. 결국 고도화된 사회에서 사람들은 나는 나를 누구라고 생각해야 하는가? 라는 질문을 끊임없이 던진다.

### 멀티 페르소나의 여러 모습

#### 양면적 소비의 증가

예전에는 부유한 소비자가 비싼 상품을 가난한 소비자는 초저가를 구매한다고 생각했지만, 요즘에는 한 소비자가 저가와 프리미엄 버거를 모두 소비한다.

예) 삼성 이재용부회장이 145만원짜리 빨간색 아크테릭스 패딩을 입지만, 2,300원짜리 립밤(Lipbalm)을 사용(청문회 때)하기도 했다. 이제 소비의 양극화 보다는 ‘양면화’라는 표현이 더 적절한 것 같다. 한 사람이 어떤 품목은

럭셔리를 추구하고 나머지는 극도로 절약하기도 한다. 소비자가 가면을 바꿔 쓰고 페르소나 성격에 따라 가성비나 프리미엄이냐가 결정되는 것이다.

### 정체성 발현의 도구, 취향

전통사회에서는 직업을 기반으로 이름이 지어지던 시절이 있었지만, 요즘은 직업정체성보다는 소확행(소소하지만 확실한 행복)을 목표로 인생을 즐기고자 하는 '취향 정체성'이 더욱 중요해지고 있다. 자신의 취미를 직업으로 만드는 사람도 늘었다. 취미를 발전시킨 창업(hobby-preneur)이나 취미와 직업을 결합한 hoccupation 말이 생겼다. 취향이 중요해지면서 '네가 좋아하는 것을 하라'는 경향이 강해졌다.

### 나를 표현하는 캐릭터와 굿즈(goods) 열풍

취향 정체성이 중요해지면서 자신의 다면적 정체성을 소비로 표현하는 대표적인 예가 '나 자신의 캐릭터화'다. 자신이 만든 스마트폰 안의 이모지 캐릭터는 현실의 나와 유사하면서도 또 다른 멀티 페르소나인 셈이다.

굿즈도 과거에 비해 전통적 굿즈는 감소하는 추세이지만, 자신의 가치관과 정체성을 표명하고 공유할 수 있는 굿즈는 늘고 있다. 특히 카카오톡이나 라인 등 메신저 앱의 캐릭터가 실생활에서도 뜨거운 반응을 얻고 있다. HS애드의 빅데이터 분석에 의하면 굿즈가 소비물을 통한 자기 정체성의 확장으로 이어지는 '확장자아'로서 기능한다고 해석할 수 있다. 결국 캐릭터 열풍의 핵심에는 자신의 정체성을 표현하고자 하는 사용자의 열망이 담겨 있다.

### 젠더 프리 트렌드

구찌는 2019 F/W 컬렉션 패션쇼 주제를 '페르소나'로 정했다. 모델이 가면을 쓰고 벗음에 따라 남녀의 구분이 모호한 무성 혹은 양성적인 분위기였다. 구찌뿐만 아니라 많은 패션 브랜드에서 최근 가장 중요한 트렌드는 바로 성중립성, '젠더 뉴트럴'(성별을 벗어나 개인의 취향에 따라 자유롭게 변화하는 젠더 정체성을 일컫음)이다. 예) 화장하는 남자들, 여성의 탈 코르셋 현상의 등장

### 디지털 허언증과 '느슨한' 연대

자기 일상을 중계하는 브이로그가 인기를 끌고 있다. 이런 것이 인기를 끄는 것은 자신의 삶과 흡사하다는 일종의 연결과 동일시의 감정을 느낄 수 있기 때문이다. 온라인에서는 실제 현실 자아와 다른, 자신의 이상적 자아를 자유롭게 구현할 수 있다는 것이다. 문제는 이러한 브이로그가 있는 그대로만 보여주지 않는다는 점이다. 보여주기 좋은 장면만 연출. 편집되어서 현실 자아와 다른 모습을 보여주는 것으로 일종의 '디지털 허언증'이다. 따라서 보여주는 사람이나 보는 사람이 멀테 페르소나 가면을 쓰고 거짓을 진짜로 믿게 되는 것이다.

## 시사점

### 큐레이션이 만들어주는 페르소나의 문제점

**큐레이션이란 개인의 취향을 분석해 적절한 정보를 추천해 주는 일을 말한다.** AI 알고리즘이 나의 취향을 분석하고 정체성을 큐레이션 해주는 것인데 나의 취향이 기계에 의해 편향되고 그것이 더 심화되기도 한다. 내가 정말 좋아하지 않아도 특정 취향을 바탕으로 특정한 취향을 강요받는 상황이 생길 수도 있다.

### 커뮤니케이션의 패러다임 변화

SNS 시대에서 가상의 나와 실제의 나를 지혜롭게 연계하여 받아들여야 할 것이다. 가상의 세계에서도 타인과 진정한 관계를 어떻게 맺어야 하는지 고민하며 온라인 공간을 책임감 있게 자아를 실현할 수 있는 마당으로 활용해야 한다. 멀티 페르소나 시대, 인간의 다원성은 확장 되었지만 역설적으로 정체성의 기반은 불안해졌다. 어떻게 견고한 정체성을 가제 해 줄 것인지가 핵심 과제가 되었다.

### 발제자의 들어가는 말(제안)

자신을 표현하고자 하는 욕구의 뿌리는 자기애의 모습이라고 생각한다. 온라인상에서 보여주는 자기 모습에 만족하는 것이 현실의 자기를 잃어버리거나 피폐하게 만들 수 있다는 우려가 있다. 뒷계정을 만들어 속 깊은 이야기를 안전하게 나누려는 시도는 안전한 영적 가족을 그리워하는 것으로 해

석할 수 있을 것이다. 소확행을 추구하고 취향 정체성을 갖는 것을 목회의 그릇에 담을 필요가 있다고 본다. 멀티 페이스스를 발표를 준비하면서 많은 사람이 진정한 자아실현과 행복에 목이 말라 있구나!라는 생각하게 되었다. 목회의 패러다임의 변화가 절실하다고 생각이 되었다. 진리가 아닌 것에는 유연한 관점을 가져야 함도 느끼게 되었다. 다양성을 고려하되 정체성을 바로 갖게 하는 것이 숙제이다.

목회자의 고유영역이 깨지고 있다. 목사의 전유물이었던 대중적 치유사역, 설교사역이 성도(손기철 장로)의 사역으로 확산되고 있다. '이정훈 교수'의 강의와 메시지도 비슷한 맥락이다. multi-persona 시대에서 성도의 다양한 필요를 목사가 다 채워줄 수 있을까? 건전한 SNS 활용에 눈을 돌릴 필요가 있다. 또한 성도들이 SNS로 숨지 않도록 건전하고 영적인 나눔의 장, 마련도 요구된다. 성도들로 하여금 다양한 장을 만들게 하고 책임과 보람을 느끼게 해줄 필요가 있다. 나눔의 장뿐만 아니라 다양한 섬김의 장도 열어갈 수 있는 토양을 만들어야 할 것이다.

'NCD 자연적 교회성장'의 슈바이처 박사가 건강한 교회의 특징 중 하나가 '건강한 소그룹'이라고 했다. 100% 공감과 지지를 얻을 수 있는 안전한 나눔의 장이 있어야 한다는 것이다. '우리들 교회'(김양제 목사)의 목장 나눔, 예배 간증, 목욕탕 목회 세미나 등에서 아이디어를 얻을 수 있겠다.

### 빌3:8b-9a

**“내가 그를 위하여 모든 것을 잃어버리고 배설물로 여김은 그리스도를 얻고 그 안에서 발견되려 함이니”**

성도들로 하여금 그리스도 안에서 정체성을 갖게 하는 방안이 필요하다.

많은 사람들의 무의식 속, 욕구는 자신의 가면을 벗고 '쌍얼'을 드러내어도 편안하고 따뜻한, 어머니 품 같은 교회를 그리워하는 것은 아닐까? 하는 생각을 해 본다.

### 보광교회의 사례

#### 담임목사와 만남

SNS : 담임목사가 새벽에 성도를 위해 중보기도 하다가 받은 감동을 바로 카톡으로 성도에게 보내고 피드백을 받는다. 수시로 기도요청을 할

수 있는 분위기를 만든다.(강소형교회의 강점)

개방된 오프라인 만남 :

강대상 담임목사의 기도 의자 옆에 빈 의자를 놓아 성도가 수시로 담임목사에게 기도 받을 수 있게 하고 있다.(강소형교회 성도의 특권)

성경통독 단톡방 :

단톡방에 개인이 하루분량 성경통독 녹음파일을 매일 올린다. 2017년 12월 시작해서 다음 주 월요일에 10독, 9독을 마치는 팀 등...8개의 성경통독 팀이 운영되고 있다.(평신도가 주관)

성경 암송 단톡방 :

매일 암송 성경구절을 올리면 150번 아멘! 100번 아멘! 하며 암송에 동참한다. 로마서 8장 전체 암송, 영어성경 암송 등...(성도가 담당)

긴급 기도제목과 소식 카톡방 :

긴급기도제목과 소식을 실시간으로 올린다. 성도는 기도에 동참하고 교회 소식에 공감하며 참여한다.(섬김 부장이 담당)

사역부장, 목자들, 선교회장 단톡방 운영 :

교회의 기도제목이나 중요 안건에 대해서 주중에 알리거나 의견을 수렴한다. 중요한 기도제목도 나눈다.(시무장로회장이 담당)

사역의 벽 없애기

주일 오전 경배와 찬양(예배)인도 : 목회자가 아닌 **권사가 담당한다.**

기도모임인도(월요일, 목요일, 주일예배를 위한 중보기도) : **권사들이 담당.**

주일예배 담당자 기도모임 인도 : **시무장로 회장이 담당한다.**

말씀 묵상방, 일대일 제자훈련 인도 : 평신도가 담당한다.(양육부장과 성도)

교회 문 개방, 잠금, 음향기기 준비 : 먼저 오는 성도가 한다.(3-4명이 담당)

담임목사 새벽에 깨우기 : 일정시간이 되어도 나타나지 않으면 전화한다.

담당 성도가 있다.