

제1회 한국기독교영상미디어학회 학술대회

2022.12.1(목) 오후2시

무궁교회 그레이스홀
(서울시 동대문구 한천로 214)

"포스트 팬데믹,
기독교 영상 콘텐츠의 제작과 활용"

발표

아름다운 예배영상을 위한 영상 사역자로서의 제언 - 안상현

기독교 영상 제작에서 작가의 역할 - 김주영

신앙인을 위한 영상 제작 교육의 세팅과 내용 구성 - 이준구

효과적인 예배 영상 조명에 대한 이해 - 양동수

변화하는 시대의 영상활용을 통한 목회 전략 - 송섭



(명칭)

한국기독교영상미디어학회

The Korean Association of Christian Visual Media

(목적)

본 학회는 기독교 영상미디어에 관련한 방송, 제작, 교육, 문화, 보급 등을 포괄적으로 연구하여 한국교회 및 성도들에게 양질의 정보를 제공함은 물론 회원 상호 간의 정보교환 및 전문 지식을 넓혀 한국 기독교 영상미디어 전반을 발전시키는 것을 목적으로 한다.

(사업) 본 학회는 위의 목적을 위하여 다음과 같은 사업을 한다.

- 학술 모임
- 학술지 발간 및 세미나
- 학술 자료의 수집 및 보관
- 국내외 관련 학회와의 교류
- 기독교 영상미디어 제작 교육

발간사

한국 기독교 영상 콘텐츠의 역사에서 가장 중요한 순간을 꼽으라면 아마 1995년 케이블방송이 시작되면서 채널 42번, CTS 기독교TV를 통해 기독교 프로그램이 본격적으로 제작되고 방송되었던 순간이라고 할 수 있을 것입니다. 지금이야 각종 미디어 플랫폼을 통해 다양한 기독교 영상들을 접할 수 있지만 당시에는 얼마 안 되는 영화나 열악한 환경에서 제작한 VHS 비디오테이프용 또는 DVD용 영상이 전부였습니다.

2022년 현재, 무려 5개의 기독교 TV 방송사가 케이블이나 IPTV를 통해 정기적으로 기독교 영상 콘텐츠를 방송하고 있고 방송국 못지않은 장비와 시설, 영상 전문 스태프들로 영상 콘텐츠를 제작하는 교회들도 쉽게 찾아볼 수 있습니다. 더욱이 코로나 19 팬데믹의 여파로 대부분의 한국교회가 영상 콘텐츠를 제작하면서 유튜브 같은 플랫폼을 통해 수많은 영상이 쏟아져 나왔고 크리스천 크리에이터 또는 크리스천 유튜버라 불리는 영상 제작자들이 엄청난 양의 기독교 영상 콘텐츠를 만들고 있습니다.

그런데 이런 환경이 되었음에도 그동안 기독교 영상 미디어만을 집중적으로 연구하는 학술단체가 없었습니다. 일반 방송이나 미디어 학회, 또는 기독교 문화나 신학 관련 학회에서 간간히 기독교 영상 콘텐츠를 다루는 내용을 발표하기도 했고 기독교 미디어 컨퍼런스나 교회 음향 및 장비 관련 협회에서 주최한 행사를 통해 소개된 내용들도 꽤 있었지만 순수하게 학문적인 측면에서 기독교 영상 콘텐츠의 기획, 제작, 보급, 활용 등 전 과정을 분석하고 이를

통해 얻은 유용한 결과물들을 한국교회에 제공한 단체는 없었습니다.

‘한국기독교영상미디어학회’는 그래서 설립되었습니다. PD와 작가로서, 그리고 조명과 촬영 등 영상 제작 전문가로서 20년 이상 꾸준히 활동해온 기독교 영상 콘텐츠 전문 제작자들이 학회에 대한 필요를 느끼고 함께 마음을 모아 2022년 봄에 설립했습니다.

그리고 이렇게 제1회 학술대회라는 뜻깊은 행사를 개최하게 되어 너무나도 기쁩니다. 더 많은 전문가가 모여서 다루어야 할 주제들이 많겠지만, 담대하게 첫발을 내딛고 앞으로 나아가고자 합니다.

오늘 학술대회의 발표와 진행, 자료집의 내용이 부족하고 보완될 사항이 많지만, 이제 막 출발한 학회임을 감안하여 너그럽게 이해해주시고 그동안 영상 콘텐츠로만 메시지를 전달했던 제작자들이 남기는 기록들을 보시고 아낌없는 격려를 부탁드립니다.

앞으로 더 좋은 주제와 내용, 더 학문적이고 전문적이며 유용한 정보로 한국교회에 꼭 필요한 학회가 되도록 최선을 다할 것을 약속드립니다. 격려의 눈빛으로 지켜봐 주시고 사랑의 마음으로 기도해주시면 감사하겠습니다. 그리고 뜻을 같이할 기독교 영상 미디어 전문가들과 관심 있는 분들의 참여 또한 기대합니다.

2022년 12월 1일

한국기독교영상미디어학회 회장 **송섭**

CONTENTS

한국기독교영상미디어학회

- | | |
|----|-------------------------------------|
| 5 | 아름다운 예배영상을 위한 영상 사역자로서의 제언
- 안상현 |
| 10 | 기독교 영상 제작에서 작가의 역할
- 김주영 |
| 19 | 신앙인을 위한 영상제작교육의 세팅과 내용 구성
- 이준구 |
| 30 | 효과적인 예배 영상 조명에 대한 이해
- 양동수 |
| 36 | 변화하는 시대의 영상활용을 통한 목회 전략
- 송섭 |



안상현

교육이사

한국기독교영상미디어학회

아신대학교(ACTS) 신학과 학사
중앙대학교신문방송대학원 영상매체(언론학) 석사

전> CTS기독교텔레비전 제작PD
KCMC한국기독교방송문화원 제작실장

현>사랑의교회 콘텐츠실 실장
아신대학교 선교대학원 미디어선교학 외래교수
사랑글로벌아카데미(SaGA)예배아카데미 강의교수

주요작품

- 평양대부흥 다큐
- 한국장로교총회100주년 기념 다큐
- CTS <크리스천 매거진>, <예수사랑 여기에>, <내 영혼의 찬양> 등
- 영화"실제상황"(시퀀스 감독)
- 플래닛쉐이커즈 라이브 인 서울 등 중계연출

수상및 언론보도

- 제1회 대한민국영상대전 장려상
- 제7회 대한민국종교예술제 단편영화 부문 문화관광부장관상

"영상으로 복음을 담는 남자"(들소리신문)

"안상현PD, 영상선교로 21세기 대부흥 꿈꿔요(동아일보)

아름다운 예배영상을 위한 영상 사역자로서의 제언

예배에서 영상 활용의 시작과 긍정적, 부정적 요소

현대 예배는 프리젠테이션 기술을 도입하였다. 80년 중 후반에 OHP라는 장비로 가사를 이동용 스크린을 설치하여 찬양 가사를 보여 주었다. 이런 프리젠테이션 기술은 젊은이들이 현대 음악으로 예배를 드리게 되면서 더욱 보편화되고 동시에 기술의 발전으로 OHP가 컴퓨터 프로그램인 파워포인트가 되고 이후에는 방송용 전문 자막기로 가사를 보여주게 되었다. 찬양 가사를 보여주는 형태도 빔프로젝트에서 지금은 LED전광판으로 발전하여 예배당 전면 혹은 한쪽 면에 LED전광판을 설치하는 것이 예배 공간 건축에 필수가 되고 있다. LED전광판을 설치하면서 실황중계 영상을 위한 카메라, 스위처 등 방송 장비들이 구비되고 방송실이라는 조정실이 구축하는 것이 예배 공간 설치의 기본이 되었다. 이런 영상 기술 형태는 찬양 가사, 사진, 짧은 동영상 등을 활용하는 멀티미디어적 콘텐츠를 예배 순서에 적용하는 '멀티미디어예배'라는 예배 형태로 나타나게 되었다(진선호 2010).

예배를 실황중계 하는 형태는 교회의 부흥과 무관하지 않다. 한국교회는 80년 후반, 90년대 급속도로 성도들이 증가하면서 본당 수용의 한계를 넘기 위해 부속실에 모니터를 설치하고 본당에 들어오지 못하는 성도들이 부속실에서도 본당에서 드리는 것 같은 현장감을 주기 위해 여러 카메라를 설치하는 영상 중계 시스템이 지금의 예배 현장(실황)중계 시스템으로 자리매김하게 되었다.

또한 교회 음악이 클래식 중심의 전통 음악에서 다양한 현대 음악 장르로 찬양 음악이 불리게 되고 기타, 드럼, 베이스, 키보드 등의 악기들로 찬양팀이 결성되어 CCM이라는 찬양 음악이 대중화된 것도 예배에 영상을 활용하는 데 역할을 했다고 볼 수 있다.

현재는 디지털 기술이 발전되면서 더욱이 손쉽게 유튜브로 실시간 스트리밍을 할 수 있게 되고 코로나 시대를 지나면서 영상 실황 중계 시스템을 갖추는 것은 교회의 크기와 상관없는 매우 보편화된 상황이 되어 가고 있다.

예배에서 영상 활용을 긍정적으로 볼 수 있는 것은 시간과 공간을 초월하여 예배를 전달 할 수 있게 되고 전도나 선교, 교육에 적극 할 수 있다는 것이다. 이러한 긍정적인 요소는 포괄적인 내용이지만 구체적인 사례를 두지 않아도 대부분 긍정적으로 받아들일 것이다. 그런데 영상 활용에 대한 비판적인 요소도 놓쳐서는 안 될 것이다. 영상매체를 통한 커뮤니케이션 목표는 설득이다. 그러기에 기독교는 하나님과 인간이 인격적으로 만남을 중요시하는데 일방적인 설득의 특징을 가지고 있는 영상매체를 예배에 활용하는 것은 오히려 기독교적이 않다는 것이다(신광은, 1998). 설득을 위해 예배 실황 중계화면에 설교자의 얼굴을 예배당 전면에서 채우게 되면 하나님보다 사람의 모습이 부각될 수 있다. 그리고 영상은 직관적이기 때문에 추상적, 내재적, 멀리 떨어져 있는 것을 다루기에는 적합하지 않다고 보고 있다(Postman, 1985; 신광은, 1998에서 재인용). 다시 말해 영적인 것을 영상의 언어로 담기에는 한계 있다는 것이다.

영상을 활용하는 것에 대해 에드워드스가 영상 매체를 전적으로 선호든지, 전적으로 악하든지 믿는 것은 비현실적이라고 주장한 것(Edward, 1950; Quentin, 1995에서 재인용)처럼 영상에 대한 무조건적인 수용이나 극단적인 비판 보다는 경계선을 유지하면서 영상으로 기독교 진리를 찾으려는 노력이 선행되어야 할 것이다. 그리고 영상으로 하나님을 만나는 준비 단계로써 활용하는 것은 가능하다는 입장에서 예배를 위한 것인지 사람을 돋보이려는 것이 목적인지를 구분하는 가치 판단과 좋은 효과가 나올지 나쁜 효과가 나올지를 고민하는 자세가 필요하다.

아름다운 예배를 위한 영상의 역할

기독교 신앙에서 가장 중요시하는 것은 하나님과 인간이 만나는 예배이다. 왜냐하면 예배는 먹는 것, 입는 것, 몸과 영혼 등 모든 사물의 아름다움을 보다 잘 인지할 수 있는 능력을 인도하며(심광섭, 2010) 하나님에 대한 경배를 통해 자신이 새롭게 되는 의식의 내용을 갖게 하기 때문이다. 인간이 창조자가 부여 주신 은사와 아름다움을 감사함으로 수용하고 춤, 노래와 그림 등 예술로 표현하는 날이

안식일이라고 여기는 근간으로 인간이 창조자에게 최고의 표현으로 드리는 것이 예배이다(James, 2003). 또한 예배는 하나님 아버지와의 관계를 표현하며 하나님 자신과 예수 그리스도 안에서 사랑이 드러나 성령님이 예배를 베푸시고 우리는 믿음과 순종, 그리고 감사로 반응하는 것이다(Robert Schaper). 학자들의 예배에 대한 정의에서 공통된 단어가 표현, 반응이다. 아름다운 예배를 위한 영상도 표현하고 반응해야 한다. 영상은 어떻게 반응하고 표현해야 하는 것인가 바로 예술적 가치로서 하나님께 예배를 드리는 예배자로서 반응하며 표현되어야 한다. Growley은 예전적 매체 예술이라는 표현을 했는데, 영상이 ‘예전적 매체 예술적’ 기능을 해야 한다 그 기능은 첫째, 예배 환경을 창출하는 기능, 둘째, 정보를 전달하는 기능, 셋째, 커뮤니케이션을 강화하는 기능, 넷째, 참여를 권장하는 기능, 다섯째, 세상에서 계신 하나님과의 관계를 초대하는 기능이다(퀸틴 솔츠, 2006 재인용). 영상이 예전적 매체로서 기능을 예배안에서 ‘조화롭게’ 수행한다면 성도들은 하나님께 아름다운 예배로 반응하며 표현할 수 있게 될 것이다.

퀸틴 솔츠는 기술을 예배에 조화시키기 위해서 제시하는 것으로 명확성, 방해물을 방지, 어색함과 어려움을 유발 해서는 안 된다고 말하고 있다(퀸틴 솔츠, 2006). 그래서 영상을 다루는 데 있어서 카메라 앵글의 부자연스러움, 자막의 오타와 노출 타이밍 불일치, 심미적인 일치감이 부족하지 않도록 해야 한다.

예배 실황 중계에서 실재적으로 개선되어야 할 것을 몇 가지 살펴보고자 한다. 카메라 위치가 설교자의 눈높이보다 위에 설치되는 경우가 있다. 이렇게 되면 수평앵글(standard angle)이 아니라 하이앵글(high angle)이 되어 성도들과 아이컨택(eye contact)이 이루어지지 않게 되어 집중도가 떨어지게 된다. 그리고 카메라를 일괄적으로 같은 높이로 설치하고 리모트로 조정하는 시스템이 되면 다양한 앵글 표현이 어렵게 된다. 자막은 디자인적 요소가 가미되어야 한다. 엣지(edge)를 너무 진하게 하여 80년대 화면처럼 보이게 될 수 있다. 자막은 가독성을 높이는 것이 아니라 디자인화된 가독성을 지녀야 함을 잊지 말아야 한다.

예배의 영상 중계에서 중심 역할을 하는 스위칭 기능에 대해 몇가지 언급하고자 한다. 우선 예배 현장감을 위한 카메라는 최소 3대 이상을 갖추어야 한다. 센터 카메라, 좌측 카메라, 우측 카메라 여기에 성도들을 모습을 담을 수 있는 카메라가 설치된다면 현장감 있는 예배 중계가 될 것이다. 예배 영상 중계에서 스위칭은 기본적으로 화면의 원활한 전환, 화면의 연속성, 리듬을 가지며 성도들이 보고 싶다고 생각하는 것을 바로 보여주는 것을 원칙으로 삼는다. 그리고 액션(action)과 리액션(reaction)이다. 말하는 사람을 화면에 담는다면 바로 듣는 사람이 모습이 화면에 나와야 하며 행동하는 사람을 비추고 바로 그 행동에 반응하는 모습이 화면에 나오는 것이 기본적인 스위칭 방법이다. 그리고 스위칭에서 금지해야 할 것으로 찬양의 리듬과 박자에 맞지 않게 맹목적으로 생각나는 대로 화면 체인지, 피사체의 사이즈가 비슷한 화면 간의 체인지, 디졸브 길이가 짧아서 컷과 구분이 안 되는 화면체인지, 화이트 밸런스가 서로 다른 화면 체인지, 방향성이 다른 화면 체인지 등의 스위칭으로 예배의 집중에 방해해서는 안 된다.

영상은 장비 구축과 기술이 필요하다. 전부는 아니지만, 교회들은 하드웨어 구축을 우선순위를 두는

경향이 있다. 장비를 구축하기 전에 예배 기획과 예배 영상에 대한 운영 계획이 선행되고 그것에 따른 장비와 시스템을 설치해야 한다.

하지만 이 순서를 바꾸어서 진행하여 고가의 장비를 우선 구입하거나 기술적 운영을 받쳐주지 못하여 예산 낭비와 예배 영상을 조화롭게 구현하지 못하는 예가 발생 되기도 한다. 또한 장비에 대해서는 잘 알지만, 예배에 대해 알지 못하는 기술자를 고용하는 경우도 있다.

예배영상PD의 필요성

예배를 기획하고 인도, 설교하는 것은 담임목사가 가장 중요하게 여기는 목회이다. 그래서 예배 영상을 운영하는 사람은 담임목사의 목회 방향, 철학, 예배의 주제를 잘 이해하고 있어야 하며 그것을 영상에 담는 데 필요한 예전 지식, 기술적 능력을 동시에 갖추어야 한다. 그래서 예배영상에 복음적 명료함을 분명히 해야 하며 기술적 남용으로 산만함이 발생하지 않으며 목회자와 영상 사역자의 소통 부재로 어색함으로 예배의 진행을 방해해서는 안 된다. 이를 위해 주일예배를 위한 예배기획 회의가 이루어져야 하며 영상 사역자도 함께 기획에 참여해야 한다.

무엇보다 영상 사역자를 단순 기술자의 위치가 아닌 예배 예전을 담당하는 예배 청기기로 역할 을 감당하도록 해야 한다. 중,대형 교회에서는 영상 간사를 두고 기술적 역할만을 감당하게 하는 경우가 있다. 이렇게 되면 위에서 언급한 아름다운 영상으로 예배를 드리는 데 한계를 가져 오게 된다. 예배와 영상의 전문성을 동시에 갖춘 예배영상PD의 역할을 할 수 있도록 교육해야 한다. 코로나 시대를 지나면서 예배 영상을 위한 전문 인력이 부족하여 부교역자가 운영하고 있으며 부교역자는 영상 기술, 온라인 기술을 제대로 배우지 못하여 시행착오를 겪는 어려움이 있다고 한다(국민일보 2022. 8. 18 기사). 이렇듯 현재 교회에서는 예배 영상 전문가가 절실히 요구되고 있다.

그렇다면 왜 PD라는 역할이 필요한 것인가? 일단 PD는 창조적 예술가이며 이를 가능하게 하는 기술 적 지식을 가지고 있는 기술자이다. 그리고 PD로서 요구되는 자질로서 지도력과 협동 정신으로 의식 소통 기술과 인화술을 가지고 원만한 인간관계 형성을 해 나갈 수 있는 리더십과 시간, 비용, 인력 등이 많이 소요되는 영상 작업에 대한 계획성, 예리한 판단력, 결단력을 지녀야 한다(김정아, 2007). 정리하자면 PD는 창의성, 기술 습득 능력, 관리 능력, 인화력을 갖춘 사람이라고 볼 수 있다. 이러한 자질은 예배영상PD에게도 필요한 것이다. 담임목사의 목회적 방향, 철학을 이해하여 예배를 영상으로 담아낼 수 있는 창의성, 기술 능력, 동시에 목회자, 성도들과 원활하게 소통할 수 있는 인화력으로 ‘예전 예술적 예배영상’을 완성해 나갈 수 있다는 것이다. 결국 예배 사역의 충분한 이해와 기독교 미디어 지식과 실력을 갖춘 예배영상PD가 요구되는 것이다.

중요한 것은 예배영상PD를 양성해야 한다. 이제 목회자들이 직접 영상 미디어를 활용하게 되는 상황이 도래하였다. 신학교에서 예배영상에 대한 커리큘럼이 신설되어야 한다. 본인 설교를 실시간 스트리밍하거나 설교를 3분 클립으로 제작하여 공유하는 형태가 유행처럼 이루어지고 있다. 이렇듯 예배와 영상이 목회적, 사역적으로 밀접한데 이를 위한 교육이 부재하다면 하나님과 만나는 예배를 자칫 방

해하는 어리석음을 유발할 수 있다.

결론

아름다운 예배를 위한 영상은 하나님께 드리는 제물로서, 하나님 앞으로서 초청으로서, 예배자를 돕는 가이드로서 활용되어야 한다. 아름다운 예배는 예배영상으로 자신을 드리는 사람으로서 거듭난 사람, 예배를 사모하는 아름다운 예배자가 섬겨야 한다. 예배영상PD는 예배 청지기로서 역할을 감당하며 그에 따른 덕목으로 지혜, 중용, 인내, 협동정신을 갖추도록 노력해야 한다. 무엇보다도 예배영상 예술가, 예전 소통가, 영상 선교사로서 본인의 정체성을 확립해 나가는 것이 매우 중요하다.

참고문헌

- 김정아(2007), “방송사PD 전문성의 계발과정 및 구성 요소에 관한 연구”. 서울대학교 대학원 박사학위논문
 신광은(1998), “진리는 영상매체를 통하여 계시될 수 있는가”. 침례신학대학교 신학대학원 석사학위논문
 심광섭(1999), “설교의 전달에 있어서 커뮤니케이션의 역할”. 기독교신학대학원대학교 석사학위논문
 진선호(2010), “멀티미디어 예배에 관한 연구”. 목원대학교 신학대학원 석사학위논문
 Schultze, J. Quentin. High-Tech Worship?, 박성창 역(2006). 예배의 본질을 회복하는 하이테크 예배



김주영 총무

한국기독교영상미디어학회

고려대 응용동물과학/ 국어국문학 졸업

MBC, KBS, SBS, KTV(국립방송), 국악방송 등 방송기획, 구성작가로 24년 활동
국립문화재연구소(유네스코 인류무형문화유산)다큐 시리즈 영상 구성 및 대본

전> 정철영어TV 개국멤버, 총괄책임작가
방송제작 프로덕션 <만복상회> 기획팀장

현> 방송작가 (프리랜서)
다일공동체(기독교NGO) 홍보사업실 작가

***기독교 영상미디어 활동 경력**

CTS(기독교TV), CBS, C채널, GOODTV, CGN,극동방송(라디오) 기독교방송 20년 활동

2017년 국가조찬기도회 영상구성 및 대본

<사랑의 복지관>, <장신대>, <명성장학관> 등 홍보영상 제작, 다수 참여

전> CTS 유튜브 채널 프로그램 기획 및 총괄 책임

수상
단편 <테레비> (공동감독, 대본), 장애인영화제 및 기독교 영화제 등 다수 수상

기독교 영상 제작에서 작가의 역할

I. 서론

1995년 케이블 방송시대가 도래하면서 방송뿐만 아니라 영상제작의 활력을 갖게 되었다. 특별히 CTS기독교TV가 출범되면서, 기독교 영상제작에 새로운 방향성을 제시해 주었다고 해도 과언은 아니다. 필자는 1998년부터 영상 구성작가로 활동하며, 현재까지 영상 기획, 구성작가로 24년째 활동하며 일반 방송뿐만 아니라 기독교 영상을 기획, 구성작가로 활동하고 있다. 이 글에서 기독교 영상 제작(방송, 홍보영상, 유튜브 등)을 경험하며 기독교 영상에서 갖추어야 할 작가의 덕목과 소명뿐만 아니라 장르별 영상제작 현장에서의 활동적인 측면에서의 역할을 함께 나누고자 한다.

II. 본론 (1)

1. 기독교 작가란?

가장 중요한 질문이다. 기독교 작가라는 정의는 자칫 기독교 영상제작만 한다고 속단할 수도 있지만, 궁극적으로 말하면 기독교 작가는 신앙이 기독교, 특히 개신교 작가인 경우를 말한다. 물론 한국

교회에서 이단이라고 칭하는 교회까지 말하기는 힘들 수 있다. 의외로 일반 공중파와 케이블 방송사에서 개신교인 작가들을 많이 만난다. 필자는 기독교 영상제작을 하고 있지 않지만, 이들 역시, 순전한 신앙관을 가지고 있다면, 기독교 작가라는 범주에 넣고 싶다. 기독교 작가라는 것은 단순히 어떤 것을 제작하고 있느냐가 아니라 그의 신앙의 주체가 누구이며 어떤 마음으로 제작 현장에서 임하는가가 중요하다고 생각하기 때문이다.

거꾸로 기독교 영상제작을 하고 있지만, 온전한 기독교 신앙관을 가지고 있지 않거나, 잘못된 성경 해석을 가지고 있다면 진정한 기독교 작가라 할 수 없다. 그런 의미에서 기독교 작가는 그리스도인으로 바른 믿음을 쌓아가며, 정진해 나가야 할 뿐만 아니라, 끊임없이 자신의 신앙을 점검하며 성경에 대한 올바른 지식과 배움에 게으르면 안 되는 위치에 있다.

작가는 영상제작의 기본 밑그림인 섭외와 대본, 자막은 향해하는 배의 지도와 같기 때문에 올곧은 믿음과 신앙적인 토양이 없으면 배는 쉽게 좌초되거나 풍랑을 만나 표류하기 쉽기 때문이다.

2. 기독교 작가가 갖추어야 할 덕목

1> 사명감

하나님의 부르심을 입은 그리스도인이라면 맡겨진 ‘사명’이 있다. 신앙훈련의 가장 기본인 ‘나는 누구인가?’를 깨닫고 작가라는 역할에 대한 분명한 ‘사명’이 있어야 한다. 내가 달려갈 길과 주 예수께 받은 사명 곧 하나님 은혜의 복음을 증언하는 일을 마치려 함에는 나의 생명조차 조금도 귀한 것으로 여기지 아니하노라(행 20:24) 말씀을 품고 있지 않다면, 진정한 기독교 작가가 아니다.

기독교 영상은 궁극적으로 ‘복음 증거’를 하는 것이기 때문이다. 그 사명감이 없다면, 영상의 목적과 방향성이 흔들리기 쉽고, 작품 전체에 부정적인 영향을 미칠 수밖에 없다. 기독교 작가는 항상 ‘왜 일하고 있는가?’에 대한 ‘사명감’이 없다면 결코 오랫동안 할 수 없다는 것을 강조하고 싶다.

2> 성경에 대한 배경지식

영상제작의 경우, ‘단거리 경주’로 비유한다. 정해진 기간에 프로젝트를 완수하거나 방송의 경우 편성 시즌에 맞춰서 프로그램 제작이 연장되는 경우도 있지만, 중간에 폐지되거나, 다른 제작팀을 꾸려서 진행된다. 그래서 필자의 경우, 주어진 시간 내에, 작가는 ‘코끼리처럼 먹고, 개미 똥처럼 싸다!’ 즉, 많은 시간을 투자해서 많이 알아보고, 취재하지만, 결과물은 그만큼 적지만, 그 모든 것이 내포되도록 최선을 다한다는 말이다.

기독교 영상의 경우, 성경과 기독교에 대한 상식을 매일 꾸준히 채워가지 않는다면, 영상제작에 있어서 쉽게 발현되지 못한다. 영상에 맞는 적절한 성경 말씀 구절뿐만 아니라, 기독교 위인들의 주옥같은 명언들을 담기가 쉽지 않다. 익히 많이 아는 성경 구절을 인터넷에서 찾아 인용한다고 해도, 그

배경을 몰라 영상과 맞지 않은 구절을 넣는 경우가 많다.

가장 많이 인용되는 성경 구절, ‘내게 능력 주시는 자 안에서 내가 모든 것을 할 수 있느니라’ (빌 4:13) 은 우리에게 큰 힘을 주지만, 이 말씀의 배경이 되는 사도 바울이 처했던 상황과 빌립보 교회 성도와의 관계, 그리고 4장 11절, 12절 전반에 비천에 처할 줄도, 풍부에 처할 줄 아는 바울이 말하는 ‘일체의 비결’을 이해하고 있어야 한다. ‘선데이 크리스천’ 작가라면, 영상에 깊이 있게 말씀이 스며들게 할 수 없다는 점이 바로 그것이다.

3> 하나님의 관점

기독교 영상제작에 참여하는 작가들이 가장 어려워하는 것 중의 하나는 기독교적인 ‘관점’이라고 단언하고 싶다. 그 관점은 어떤 장르이건 간에 진행자의 입과 영상의 내레이션, 영상자막으로 표현되기 때문이다.

가령, 암에 걸린 한 홀로된 사모님이 시각장애인 어머니와 장애아동을 키우고 있다면 어떤 마음이 드는가? 일반 방송에서는 긍휼의 프레임을 씌워서 동정하고 안타까운 마음을 호소하도록 작가는 포장할 것이다. 반면에 기독교 영상을 만드는 작가라면 그 관점은 달라진다. 사모님의 입에서 나오는 ‘기도’와 신앙과 현실 사이의 ‘갈등’과 그럼에도 불구하고 의지할 수 있는 하나님을 ‘찬양’하는 모습을 찾고 또 찾게 된다. 그녀를 통해, 세상이 줄 수 없는 평안과 은혜를 발견하면서, 영상을 보는 대상에게 ‘감동’이 아닌 ‘은혜’를 선물하게 된다.

그래서 기독교 작가라면, ‘하나님이라면 어떻게 보실까?’ ‘예수님이라면 어떻게 하실까?’라는 것을 항상 염두하고 영상에 답을 사람과 사건과 현상들을 바라보는 습관이 필요하다. 기독교 작가는 자신의 수려한 글발로 ‘감동을 주는 사람’이 아니라 영상에서 글과 소리로, 하나님의 말씀과 관점으로 ‘대언하는 자’라는 점을 잊지 않아야 한다.

4> 섭외력

영상제작에 있어서 가장 중요한 요소 중의 하나가, 바로 ‘섭외’다. 제작진이 가장 심혈을 기울이는 부분이기도 하다. 어떤 인물을 출연하느냐, 어떤 스토리를 가지고 있느냐에 따라, 영상의 분위기와 관심, 재미 등이 판가름 나기 때문이다.

대부분의 섭외 작업은 작가가 하는 경우가 많다. 영상에 출연했으면 하는 사람들의 약력이나 기사를 정리하고 난 뒤, 제작팀이 회의하고 1차로 자체 선별을 한 사람들에게 전화를 걸거나 이메일로 공문을 보내서 섭외를 한다. 막내작가들이 기본 섭외를 하지만 중요 인물이거나, 프로그램 취지 등은 메인작가가 2차로 섭외하거나 설득한다.

‘작가는 프로그램과 방송사, 영상제작 전반의 첫 얼굴이다!’라는 마음을 갖고 있기 때문에 작가의 언변이나 태도에 따라 섭외 여부, 영상제작에 판가름이 나기도 한다. 출연자와 영상제작에 도움을 주셨던 분을 소중히 여기고, 겸손한 마음으로 섬기려 하는 마음이 없다면, 소중한 관계성은 유지되기 어렵다. 방송을 하다 보면, 다시 섭외를 하는 경우가 많은데, 좋은 기억으로 다시 믿고 출연해 주시는 경우가 이와 같다. 출연자의 직분이나 명예를 떠나 예수님께서 가장 낮은 곳에서 섬기려고 오신 그 마음이 기독교 영상 작가가 섭외할 때, 가져야 하는 기본 소양이다.

5> 현실적인 문제, 해결 능력

기독교 영상을 제작하다 보면, 일반 방송 때보다 더 큰 인내심이 필요하다. 기독교 영상은 일반 영상보다 제작비와 제작환경이 열악하거나 부족한 경우가 많다. 기독교방송사들의 경우, 현금과 후원으로 운영하는 경우가 많은데다, 상업적인 광고를 배제하는 경우가 다수이다 보니, 그만큼 현실적인 벽을 넘지 못하는 경우가 많다.

그래서, 작가료의 경우 일반 방송의 30~40%인 경우가 많고, 업무량이 많은 데도 불구하고 서브작가(또는 막내작가)를 제작 초기부터 배제하는 경우가 대다수다. 그러다 보니, 2~3배의 업무량 대비 상대적으로 적은 작가료 때문에, 방송작가협회에서 배제당하는 일이 허다하고, 작가들 사이에 ‘사명감’이라는 명분으로 혹사당한다는 댓글 세례를 받아, 방송작가협회 구인란에 게시조차 하지 못하는 일도 있었다.

MZ세대의 경우, 옳고 그른 것이 분명하기 때문에, 20년 전과 달라지지 않은 기독교 영상제작 환경을 불공정하게 생각해서, 장기적인 안목을 가지고 참여하는 경우가 극히 드물어졌다. 막내작가가 메인작가가 될 때까지 교육하고 정착시키던 ‘도제 시스템’은 어느 순간, 사라지고 있다. 특별히 4대 보험, 최저임금제가 부담스러운 기독교 방송사의 경우, 막내작가에게 녹화 때 출근만 요청하고, 재택근무를 유도하고 다른 일을 겸업할 수 있도록 허락하는 시스템이 정착되고 있다.

막내작가를 면접 볼 때, 우스갯소리로 ‘집이 부자세요? 경제적 여유가 있나요?’라고 물었던 경험 이 있다. 다른 직업에 비해, 영상작가는 대부분 프리랜서로 활동, 불규칙한 수입으로 배고프기도 하지만, 기독교 영상 작가의 경우는 더욱 배고프고 날마다 사명감과 현실 사이에 영적 훈련을 경험하기 때문이다.

3. 기독교 영상 제작 분야 및 작가의 역할

1> 기독교방송 (방송프로그램)

기독교 방송사(영상송출)는 CTS(기독교TV), CBS(기독교방송), CGN(온누리TV), C채널, GOODTV(굿티비) 이렇게 다섯 곳이 있다. 간증, 선교, 강연, 후원 및 다큐멘터리 프로그램 등 많은 프로그램이 제작되고 있다. 방송사 안에서 작가는 프로그램 기획부터 섭외, 구성대본 작업, 녹화현장 참여, 자막 작업뿐만 아니라 다큐멘터리의 경우 더빙 대본까지 그 역할이 다양하다.



▲ GOODTV 휴먼다큐 '사랑은 강물처럼'



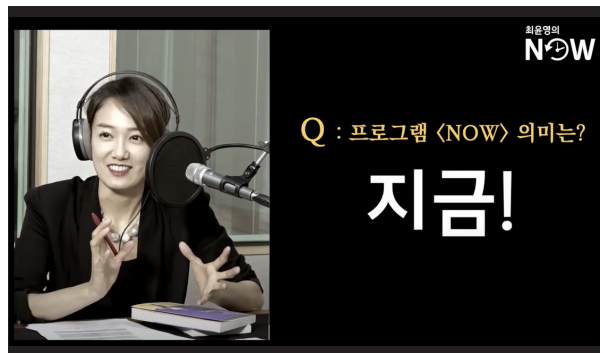
▲ C채널 강연프로그램 'Cseed' (씨드)

2> 유튜브 채널 (영상)

최근 들어, 제작비가 많이 드는 영상제작보다는 유튜브 제작이 훨씬 활발하다. 1인 크리에이터나 교회, 기독교 기관에서 유튜브 영상제작을 전문적으로 하고 있어서, 필자의 경우 각 단체에서 직접 제작 참여한 예시를 들어, 작가의 역할에 대해 전하고자 한다.



▲ 다음세대를 위한 '사이다 수다'



▲ 최윤영 아나운서의 NOW

① CTS 기독교TV 유튜브 채널

CTS 기독교TV에서 기존 방송 영상을 올리는 것 말고, 새롭게 런칭한 CTS CNN이라는 채널에서 총괄책임을 맡았었다. (현재는 다른 이름으로 전환). 유튜브용 콘텐츠를 새로 제작하거나, 아카이브에 저장된 우수 콘텐츠를 업로드했었다. 다음 세대를 위한 젊은 목사들의 수다 프로그램 (10분 전후), 추억의 CTS (7~8분), 최윤영 아나운서의 NOW라는 시사 프로그램 등을 기획하고 대본을 쓰고 구성했다. 20여 년 동안 CTS에서 제작한 우수 다큐멘터리를 선별하고, 시청자 영상공모 등 모든 영상을 기획, 구성 대본과 자막을 맡았었다.

특별히 유튜브 채널에서 제작한 영상이지만, 다시 방송으로 송출해서 6개월 동안 자체 시청률 1위를 하기도 하고, 25주년 창사 기념으로 방송되기도 했다. 기존에 방송영상을 유튜브에 업로드하던 것에 역행, 큰 호응을 얻으면서 좋은 영상이라면 어떤 플랫폼에서나 사랑받을 수 있다는 것을 깨닫게 되었다.



▲ 최일도TV '꿈퍼, 꿈은 이루어집니다'

② 최일도TV (다일공동체)

국내 토종 NGO, 다일공동체 대표 최일도 목사의 사역과 말씀, 수요일라이프로 실시간 30분 메시지, NGO 행사영상 등을 올리고 있다. 여기서 작가는 말씀 원고 정리, 주제 의견 나누기 등을 맡고 있으며, 행사영상과 관련해서는 구성 대본, 자막 등 담당하고 있다.

특별히 해외사역에서 일대일 아동결연 동영상 <꿈퍼, 꿈을 이루어드립니다>를 통해서 해외 각 분원에서 보내오는 아동의 가정과 환경을 소개하고 아동의 '꿈'을 알려 주고 있다. '가난하다는 이유로 꿈을 포기하지 않게 해 주세요!'라는 취지로 일대일 아동결연으로 아동에게는 꿈을 가정에는 희망을 전하게 된다는 영상이다. 1년여 이 영상을 유튜브로 업로드하면서, 거의 대부분의 아동결연이 성사되었다. 작가는 여기서 글만 쓰는 것이 아니라 기획하고 컨셉을 잡는 중요한 역할을 한다는 것도 전하고 싶다. 이 유튜브 영상은, 동정과 긍휼만을 강조하는 것이 아니라 '꿈'과 동행해 준다는 컨셉으로 여러 NGO에서 벤치마킹하는 영향을 주기도 했다.

③ 교회영상

코로나19 팬데믹 현상으로 온라인 예배가 불가피한 가운데, 교회 방송실에 인력난 및 자원봉사자 요청이 급증하였다. 하지만 촬영과 편집을 담당하는 분들은 늘었지만, 작가 역할을 맡아서 섬길 사람이 부족하다고 하소연하는 경우가 많았다.

이 기간, ‘강남중앙침례교회’에서 수요일예배를 토크쇼 분위기로 만들어 보고 싶다는 계획을 세웠으나, 교회 안에 전문 작가가 없어서 필자에게 연락이 왔고, 1시간 분량의 토크예배 대본을 직접 작성하고, 섭외와 녹화방법 등의 노하우를 알려 드린 적이 있다. 그 후에 ‘스토리워십’이라는 명칭으로 교인들이 게스트가 되어, 수요일예배가 지속되었고 호평을 받았었다.



▲ 강남중앙침례교회 ‘스토리워십’

교회 영상을 제작할 때, 작가의 역할은 중요하다. 필자가 출석하고 있는 ‘동안교회’ (서울 동대문구)에서 비전센터 건립을 놓고 교인과 장로님들을 설득하기 위해 4부작 시리즈 영상을 만들었다. 사전에 부서 담당자에게 전화를 하고, 각 부서가 공간을 놓고 어려움을 겪고 있는 등 친밀한 가운데 그들의 원하는 점과 문제점을 자연스럽게 담아냈다. 작가는 같은 성도이지만, 객관적인 마음으로 치우치지 않도록 인터뷰하고 의견수렴을 했다. 결과적으로 영상을 통해 비전센터를 지어야 하는 이유와 필요를 제시하면서, 건축하는 데 잡음을 덜어내는 역할을 했다.

2008년에는 ‘동안방송아카데미’를 담당 교역자와 방송부 간사님들과 함께 준비, 기획, 섭외, 평가까지 맡았었다. 매주 피디, 촬영감독, 작가, 아나운서, CG디자이너 등을 섭외, 강의를 듣고, 조별 영상제작을 돕고, 마지막에는 영상 시사까지 했었다. 작가의 영역보다는 방송 책임자로 그동안의 방송 노하우를 함께 나누고 격려하는 시간 갖는 데 주력했다. 아카데미 후에, 방송실 봉사자와 영상 창작자들이 배출되는 결실을 갖게 되었다.

④ 선교단체 영상

역사 깊은 선교단체의 경우, 기념비적인 영상을 준비하면서 답답함을 호소하는 경우가 많다. 대부분

사진과 영상 보존에 대한 관심이 미비해서, 작가인 필자에게 도움을 요청하는 경우가 종종 있다. 무엇인가 구성을 하고 싶어도 대부분의 선교단체 홍보담당 간사들이 자주 바뀌거나, 퇴사하거나, 사무실이사를 자주 다녀서, 자료를 잃어버리는 경우가 많기 때문이다. 이런 경우, 작가는 과거보다는 현재와 미래에 중점을 두어 기획을 하고, 그림보다는 자막과 인터뷰에 더욱 힘을 실어서 영상을 구성한다. 궁극적으로 하나님이 보여주신 비전과 앞으로의 방향제시를 기본으로 내레이션 대본을 쓰게 된다.

특히, 코로나 영향으로 유튜브 시대가 본격화되면서, KWMA(한국세계선교협의회)에서 선교사님들을 대상으로 영상기획과 구성 등에 대해 자문해 드린 적이 있다. 열심히 해외에서 영상은 촬영하지만, 밋밋하고 단조로운 영상을 찍다 보니, 작가의 역할이 필요하다는 것을 새삼 느끼게 된다고 하시면서 질문을 하시고, 답변해드리는 시간을 가진 적이 있다. ‘무엇을 찍을 것인가?’에 대한 고민부터 제시하는 시간을 가졌다. 선교 이야기 외에 현지 문화나 사람들에 대한 다양한 컨셉을 기획해 보라 정리해 드렸다. ‘영상 선교사’ 이자, ‘해외 특파원’이라는 생각으로 리포트 형식을 제안하기도 했었다. 선교사 파송할 때에 영상 제작이 필수 요소임을 새삼 느꼈으며, 선교사를 위한 전문 영상교육 시스템이 절실히 필요하다는 것을 깨닫게 되었다.

⑤ 기독교 기관 홍보영상

작가는 다양한 홍보영상을 함께 기획하고 구성하며, 인터뷰하고 대본을 쓰게 된다. 기독교 관련 기관과 교회, 대학교, 사회복지관에서 영상을 필요로 하는 경우가 많다. 방송에 비해 비교적 짧은 영상 시간 안에 역사와 소개, 비전을 담는 것이 쉽지 않다. 작가는 영상에서 ‘어떻게 컨셉을 잡고, 상징화, 의미화 할 것인가?’ 고민을 먼저 해야 한다.

가령, 사랑의 교회 부설 ‘사랑의 복지관’의 경우는 ‘사랑’이라는 컨셉으로 다양한 관계자와 이용자, 그리고 부모의 인터뷰를 넣고, 각 기관을 자막과 내레이션으로 영상 구성을 했다. 명성교회 부설 ‘명성장학관’의 경우는 ‘꿈’이라는 컨셉으로 장학관 출신과 청년들을 인터뷰해서 장학관에서 어떻게 꿈을 꾸고, 실현했는지를 보여주면서, 그 필요성과 방향을 소개했다. ‘장로회신대학교’ 30초 광고영상은 ‘디딤돌’이라는 컨셉으로 역사를 징검다리 해 온 것과 학문과 세상을 이어준다는 컨셉으로 호평받았다.



▲ 명성장학관(장학선교) 홍보영상

⑥ 기독교 행사 영상

기독교 작가의 영역은 정말 다양하다. 필자는 영광스럽게 2017년 ‘국가조찬기도모임’(코엑스)에서 행사 영상 및 구성, 대본 담당(생방송)을 했고, 모든 기독교 매체에서 생중계되었던 2017년 ‘국가와 민족, 평화를 위한 연합기도회’(잠실종합운동장)에서 영상 및 구성, 대본을 맡아 한국 교계의 VIP들을 담당하며 의전을 했을 뿐만 아니라, 프로그램이 생중계된 만큼 중계차와 현장을 잇는 역할을 했다.

한국교회의 손꼽히는 대표 행사에서 작가로서의 긍지와 자부심을 느낄 수 있었으며 책임감을 가질 수 있는 기회였다.



▲ 2017년 국가조찬기도회 모습 (출처: 파이낸셜뉴스)

III. 결 론

이 글을 통해서, 기독교 작가가 갖추어야 할 덕목과 일반방송과 달리 기독교 영상제작에서 작가가 느끼는 어려움과 보람이 있었던 점 등을 정리했다.

영상제작 분야에 1인 크리에이터 활동이 활발한 가운데, 기독교 영상 콘텐츠도 다양한 영역에서 폭발적으로 제작되고 있다. 1인이 기획, 작가, 제작, 편집 등 총괄하고 있는 이 시대에 작가에 대한 부분이 단순히 기능적인 것이 아니라, 향해를 위한 지도를 만드는 사람이라고 강조하고 싶다.

앞으로 1인 기독교 영상 제작이 더욱 활성화되기 위해, 작가의 덕목과 활동과 방향을 바르게 이해하고 그 중요성을 인지할 수 있기를 마지막으로 소망해 본다.



이준구 연구이사

한국기독교영상미디어학회

경희대학교 사회학과 학사
연세대학교 언론홍보대학원 방송영상 석사

전> 경인방송 iTV, 기독교텔레비전 CTS, 기독교방송문화원 PD 역임

현> CMC프로덕션 제작이사, 피디

제작

CTS “내영혼의 찬양”, CTS “세계의 영유아 보육현장을 가다”
CTS 7000미라클 <월드비전-탄자니아편> <월드비전-과테말라편>
CBS 다큐 <제주 기독교 100년사>
MBC 다큐 2부작 “휴전선 너머 희망을 심는 사람들”
SBS 다큐 <수목원 숲의 미래를 만든다>
코이카 동아시아 10개국 ODA지원현황 제작

신앙인을 위한 영상 제작 교육의 세팅과 내용 구성

1. 교회에서 영상 제작 교육이 필요한 이유

코로나 팬데믹이 장기화하면서 사람 간의 접촉이 제한되고 이를 대체하는 비대면과 영상의 활용이 폭발적으로 증가했다. 학교와 교회에서는 온라인 수업의 확대와 유튜브 송출로 오프라인의 모임을 대체하는 상황이다. 이같이 영상물의 활용이 높아가는 시기에 영상 제작의 능력을 갖추고 다양한 방식으로 소통하는 것은 커뮤니케이션의 확장이며 동시에 디지털 시대의 필요 충족 요건이다.

실제로 교회마다 예배 실황을 카메라로 중계해서 실시간 유튜브로 송출하는 시스템을 갖추느라 애쓰는 실정이다. 장비를 갖추는 것에도 재정이 소요되지만, 시스템을 운용하는 데에도 전문적인 교육이 필요하다. 주일학교와 중고 청년부는 기존에 제작된 영상물을 신앙교육에 활용하고 있으며 필요에 따라서는 설교용 영상을 제작해서 사용하는 곳도 늘었다. 단순히 카메라를 세워놓고 이야기를 나누는 방식에서 드라마 타이즈 형식의 제작에 이르기까지 영상의 퀄리티가 천차만별로 다양해지는 추세다.

디지털 기술의 발달은 미디어 환경을 빠르게 변화시켰고 모바일은 사람들에게 가장 사랑받는 매체로 자리 잡았다. 유통되는 정보의 양은 폭발적으로 늘었고 속도는 더욱 빨라졌으며 정보를 만들어내는 과정에서도 생산자와 소비자의 구별이 없을 정도로 접근이 자유로워졌다. 중세의 리터러시가 성서를 읽을 수 있는 능력을 지칭한 것이며 극소수의 학자와 성직자들만이 이를 독점했다면 이제는 모두의 손에 성경책이 드리운 것 같은 상황이다.

구텐베르크의 인쇄술이 극소수의 성직자들만 가지고 있던 성경을 모든 이의 손에 쥐여준 결과를 가져왔다면, 모바일이야말로 소비자의 위치에 있었던 시청자들을 메시지의 생산이 가능한 길을 열어 놓았다. 개인의 손에는 4K와 8K 퀄리티를 장착한 핸드폰이 쥐여 있고 가정에는 컴퓨터가 널려있다. 언제든지 바로 SNS에 올릴 수가 있고 맘만 먹으면 조금 더 정교한 편집을 거쳐 유튜브에 영상을 업로드 할 수도 있다.

미디어의 기본인 읽기 쓰기를 기반으로 하는 텍스트의 중요성은 여전히 유효한 상황에서 소리와 이미지 영상 등이 추가로 발전하며 주된 미디어로 작용하고 있다.

이처럼 과거의 리터러시 교육에는 읽고 쓰는 능력에 초점을 맞추었다면 오늘날에는 문자와 소리 이미지 동영상이 혼합된 디지털 리터러시를 이해하고 활용하는데 것으로 확대되고 있다. 미디어 리터러시 교육은 신뢰할 만한 정보를 취사선택하는 능력과 더불어 자기 생각과 가치를 표현하는 것까지를 말하는데 이제는 글을 넘어 영상 제작으로 나아가며, 일상을 담아낸 영상을 브이로그나 짧은 틱톡의 형태로 제작하고 있다.

이처럼 누구나 자유롭게 영상물을 생산해 내는 때에, 기독교 세계관이라는 렌즈로 세상을 바라보며 창조와 타락과 회복이라는 거대한 역사의 흐름 속에서, 신앙의 관점에서 매체를 분석하고 메시지를 생산해 내는 능력이 그 어느 때보다 시급하게 요청되는 때이다.

2. 교회 내 영상 제작 강좌 개설 및 커리큘럼

영상 제작 교육은 대개 방송사나 지방의 미디어 센터 도서관 또는 마을의 미디어 단체와 학교의 특별활동 등을 통해 진행되고 있다. 대체로 1일 2시간 6 ~ 10회 차의 강의로 구성되어 영상 제작 이론과 촬영, 편집 실습 과정을 거쳐 최종적으로 작품을 완성하는 과정이다. 기독교계에서도 교회마다의 필요를 충족시키기 위해 각 교단과 대형교회를 중심으로 영상 제작 교육 프로그램을 만들어 실행하고 있다. 규모가 큰 교회에서는 영상 제작 교육 프로그램을 개설하고 있고 교회 내의 스튜디오와 방송실의 기자재를 활용해서 촬영과 편집 실습이 가능한 곳이 있다.

수강 인원은 대략 20명 미만으로 구성하며 주 강사 외에도 보조강사를 두면 이론과 실습을 진행할 때 좀 더 밀착된 수업 진행이 가능하다. 대개 카메라 장비와 편집 장비가 마련되지 않은 곳에서는 핸드폰으로 촬영하는 방법을 배우고 장비가 있거나 렌탈이 가능한 단체에서는 캠코더로 촬영법을 배운다. 촬영 이후 편집 단계에 들어가면 핸드폰 베이스의 애플리케이션 ‘키네마스터’를 다운받아 가르칠 것인가? 전문가용인 파이널 컷이나 프리미어로 강의할 것인가 선택해야 한다. 아무것도 없다면 어플용 편집 툴을 사용하겠지만 수강생 중의 일부라도 노트북에 설치된 편집 프로그램을 갖추고 있다면 후자의 것을 가르치려고 노력한다. 당연히 영상의 완성도와 전문성에서 차이가 나기 때문이다. 그러나 값을 지불하고 비용을 치러야 하는 선택인지라 강요할 수는 없다. 향후 장비를 갖추라고 권유하게 된다.

애플리케이션은 작은 모니터에서 모든 편집을 진행해야 하기에 중장년과 노년층에게는 눈의 피로도가 높아 집중의 어려움이 있고 디테일한 작업엔 아무래도 어려움이 따른다. 촬영한 데이터를 처리하려면 외장 하드와 좋은 성능의 편집 장비 (노트북, 컴퓨터)가 필요하기 마련이다.

강좌 알림

1.강좌명

“나도 유튜브 제작자! 우리가 제작하는 교회 영상 (마을영상)

2.기획의도

영상 제작에 대한 관심과 열기가 고조되는 시점에서 교회의 홍보영상, 절기 영상, 부서의 소식을 성도 스스로가 만들 수 있는 능력을 갖춘다.
미디어의 수용자에서 주도적 제작자에 도전한다.

3.강의 목표

누구나 가진 핸드폰을 통해서 영상 촬영을 익히고 모바일 앱인 키네마스터로 편집의 기본을 배운다.
편집 장비와 캠코더를 갖춘 교회라면스튜디오와 장비 및 시설을 활용해서 가르치고 익힌다.
자신의 생각과 가치를 영상으로 표현하고 주도적으로 미디어를 활용하는 신앙인으로 훈련한다.
(조별 5분 내외의 영상물 제작)

4.주 교재

이준구 / 브런치북 “미디어리터러시에서 다큐제작까지”

brunch.co.kr/brunchbook/ejungu-69

“촬영과 편집의 즐거움”

brunch.co.kr/magazine/ejungu2

5.수업 기간

2시간씩 7차시 수업

6.강사진

주강사 (1~7)차시 수업, 실습강사와 7차시 수업 : 촬영과 편집 튜터
(촬영과 편집 실습에 들어가면 팀별로 주강사와 실습강사가 맞춤 학습을 실시)

7.수강인원 : 20명 이내

-7차시 커리큘럼

차시	교육 목표	교육 내용	수업방식	교육자료 및 과제물
1	미디어의 변천과 영상 제작 전반의 체계를 이해한다.	전통 미디어와 뉴미디어의 변천사를 이해하고 영상 제작(기획 제작 후반작업) 과정을 이해한다. (프리프로덕션, 프로덕션, 포스트 프로덕션) - 참여자 소개 및 제작할 내용 나눔	이론 및 영상 감상	유인물 PPT
2	영상 제작의 설계도인 제작기획서를 이해하고 작성해 본다.	제작의 기본이 되는 기획안 작성을 익힌다. 제작 의도, 시청 대상, 아이템 선정, 제작 일정, 예산 등을 고려해서 기획안을 작성하고 어떤 내용을 촬영하고 담을 것인가 내용 구성안을 작성한다.	실습 및 팀 구성	캠코더나 핸드폰 활용
3	캠코더나 핸드폰으로 영상 촬영의 기초를 배운다.	캠코더와 핸드폰으로 촬영하는 방법 트라이포트와 와이어리스 마이크 사용 카메라의 사이즈, 구도, 앵글, 무빙을 익히고 연습해 본다.	실습	유인물 PPT
4	교육 목표촬영 실습을 통해서 실전 감각을 익힌다.	현장 실습을 통해 실전 감각을 익힌다. 특정 장소에 가서 건물과 인물 그룹샷, 스케치 등 다양한 사이즈와 카메라 워킹을 실습하고 피드백 한다.	실습	교육자료 및 과제물
5	영상편집의 기본을 익힌다.	다양한 편집 툴과 편집 방법 소개 폴더를 생성하고 불러와서 순차적으로 자르고 붙이면서 영상을 편집해 본다.	실습	파이널컷 또는 키네마스터 (참여자들이 가진 프로그램 사용)
6	편집의 심화 단계를 익히고 후반작업을 이해한다.	편집하기, 효과 넣기, 자막 넣기, 오디오 조절, 음악 넣기, 내레이션을 넣어 보고, 매력적으로 이야기를 풀어나가는 스토리텔링을 배운다.	실습	
7	상영회 및 제작 영상 유튜브에 올리기	팀별로 완성한 제작물을 감상하고 결과물이 의도한 기획에 부합한지를 살펴서 평가 분석 하는 시간을 갖는다. 유튜브에 올리는 방법과 썸네일 제작법 강의		

3. 강좌에서 다루는 내용

1) 미디어의 정의와 역사

미디어란 정보를 전송하는 수단인 매체를 말한다. 문자 기록이 없던 선사시대 (pre-history)에는 동굴의 벽화 그림 등으로 메시지를 전했다. 중요한 내용은 사람의 기억에 의존한 구전으로 전승되고 문자가 만들어진 이후에는 문자를 통해 그 뜻을 전했다. 문자는 이를 해독하고 구사하는 능력이 구비된 배운 사람들의 전유물이었기에 교육받지 못 한 사람들에게는 여전히 구전이 주된 매체가 되었다.

글로 메시지를 생산하는 사람이나 필사자들은 상당한 훈련과 교육을 받은 지식인으로 당시의 지식과 정보를 주도적으로 활용할 수 있는 위치에 있었다. 1440년 구텐베르크가 인쇄술을 발전시키면서 책의 전파 속도를 올렸을 때 필사자들은 자신의 신분과 지위가 박탈되는 위협에 직면했다. 최초의 인쇄신문은 1609년 독일에서 주간으로 발행되었고 1800년대 기차 등 교통수단의 발전으로 신문은 순식간에 전국으로 배포되었다.

1827년, 프랑스 석판 기술자이자 발명가 조셉 니엡스(Joseph N. Niepce)는 세계 최초로 사진술을 선보였고, 1860년 미국의 신문은 남북전쟁으로 처참히 죽은 병사들의 사진을 실었다. 생생한 한 장의 사진이 전쟁의 참혹함을 보여주었으며, 이후 사진은 신문의 주된 이미지로 자리 잡았다. 1920년대에 만들어지기 시작한 라디오 방송국은 1950년대 TV 시대가 도래하기 전까지 주된 매체로 뉴스와 정보를 전했다. 라디오를 가장 적극적으로 활용한 사람이 미국의 루스벨트 대통령이다. 신문과 사진으로만 접하던 대통령의 육성을 가정에서 들을 수 있었다.

TV는 1936년 영국의 BBC 방송국이 세계 최초로 흑백 텔레비전 방송을 시작했고 1950년대 대중화의 길로 접어들어 지금까지 음성과 영상을 통한 주요 정보 전달 매체로 자리매김하고 있다. 1960년 미국의 대통령 선거에서 공화당의 닉슨 후보는 인지도에서 앞섰지만, 젊은 케네디 후보가 TV를 통해 방송된 토론회에서 신선하고 개혁적인 이미지메이킹에 성공하면서 대중들의 호감을 사는 데 성공하며 35대 대통령에 당선되었다.

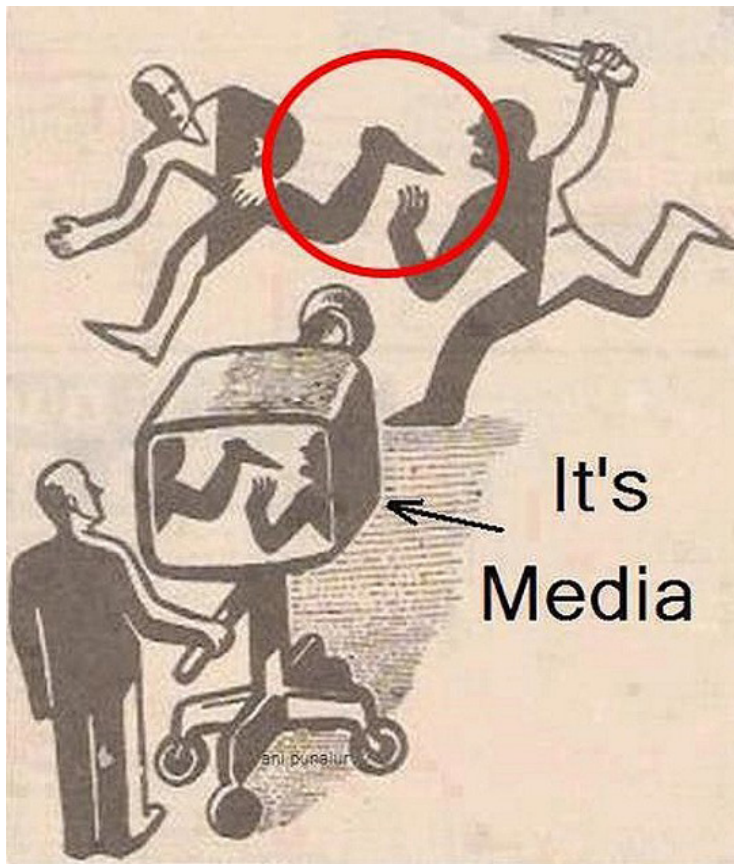
영화는 1920년대 유성영화의 등장으로 대중의 사랑을 받으며 지금껏 이어지고 있다. 1980년대에 등장한 컴퓨터는 데스크톱과 노트북으로 발전되었고 포탈(네이버, 다음)과 서치 엔진(구글)은 현재 전 세계를 인터넷(internet)으로 연결한 망을 통해 정보를 실시간으로 지구촌 곳곳에 전하고 있다. 전 세계 정보의 허브이며 통로가 되는 구글의 정보 독점은 편리함이며 동시에 두려움이다.

2007년 아이폰 아이패드 아이팟 등은 포터블과 모바일의 혁명을 불러일으키며 이제는 핸드폰이 가장 강력한 통신과 정보의 주된 플랫폼으로 자리매김하게 되었다. 이로써 모바일을 중심으로 한 소셜 네트워킹인 페이스북, 유튜브, 인스타, 트윗은 우리의 일상으로 자리 잡았다.

마셜 매클루언이 1946년 출판한 '미디어의 이해' (understnding media)에서 미디어는 인간의 확장이라고 정의하며 모든 미디어는 인간에게 영향을 준다고 밝혔다.

미디어는 인간의 심리적, 육체적 연장이다. 미디어는 인간의 신경과 두뇌의 연장이다. 바퀴는 발의 연장이고, 책은 눈의 연장이며 의복은 피부의 연장이고 전기는 중추 신경의 연장이라고 기록하고 있다. 미디어 개념은 언어, 문자, 돈, 자전거, 도로, 숫자 등 사람들이 만들어 낼 수 있는 모든 도구와 기술까지도 미디어라고 말한다. 곧 미디어는 인간의 확장이며 인간의 몸과 감각을 확장하는 모든 도구와 기술이 미디어고 미디어는 메시지를 전달하는 도구이다. 라스웰의 커뮤니케이션 모델은 SMCRE로 축약되는데, 누가 무엇을 어떤 채널을 통해서 누구에게 어떤 효과로 전달하는가를 분석한다. 발화자 (sender, source)가 (message) 정보를 (channel) 어떤 채널로 (receiver) 수신자에게 전해서 (effect) 어떤 효과를 끌어내는 지를 분석한다.

2) 미디어 리터러시의 중요성



▲ 그림1

미디어를 통해서 접하게 되는 메시지에 대해 비판적인 시각으로 바라보고 맥락 속에서 이해하려는 노력이 필요한 것은 모든 내용이 진실에 기반한 팩트가 아닐 수 있기 때문이다.



▲ 그림2

뒤쪽의 상황이 실제이고, 앞의 모니터가 우리에게 보이는 영상이다. 우리는 실체를 알지 못한 채 모니터에 보이는 이미지만을 본다. 이럴 경우, 바지와 맨발 지저분한 휴지들과 물병의 화면이 전체이고 본질이라면 우리는 상황을 모른 채 비치는 것만을 보게 되는 것이다. 언론사는 전부를 보여준 것이 아니며, 일부만을 편집해서 보여 준 것이다. 이것은 전체를 가리고 보여주고 싶은 부분만을 선택한 것으로 진실을 왜곡하는 것이 될 수 있다. 정치인으로 따지자면 그의 과오와 약점은 가린 채, 장점만을 부각해서 보여준 편향된 시선과도 같다.



▲ 그림3

한 장의 사진을 편집해서 사용하는 것만으로도 다른 메시지를 생산해낼 수 있다. 2003년 3월 20일, 미국과 영국군은 이라크를 침공해서 빠른 속도로 바그다드로 진격하기 시작했다. 한 명의 이라크 병사가 포로로 잡혔고 미군 병사는 자신의 수통을 열어 그의 목을 축여 주었다. 그런데 이 원본은 특정한 목적과 의도에 따라 교묘히 편집된다. 미국은 자신들이 포로로 잡은 적국의 병사들을 인도주의적으로 대우하고 있다고 하면서 오른쪽의 사진을 근거로 제시했다. 총을 겨누었던 모습은 사라지고 자기 물을 적군에게 나누어 주는 미군 병사의 모습엔 따스한 인간미마저 일게 한다.



▲ 그림4



▲ 그림5

반면, 이라크는 왼쪽의 사진을 제시하면서 죽음을 불사한 항쟁을 하라고 군대를 격려한다. 이 사진엔 물을 주려던 병사와 수통이 사라지고 차가운 총구 앞에서 두려움에 떠는 병사의 표정이 부각되어 있다. 손이 보이지 않지만, 포승에 묶여 있음을 유추할 수 있으며 포로로 잡히면 바로 처형을 당하니 목숨을 걸고 항전하라는 결의를 부추긴다.

동일한 원본을 누가 어떤 목적으로 어떻게 편집해서 보여 주느냐에 따라 내용이 극적으로 바뀌는 것이 놀랍다.



▲ 그림6

이번에는 의도적인 편향에 관한 영국 왕실 관련 사진이다.

어느 날 엘리자베스 여왕의 세손인 윌리엄 왕자는 사람들을 향해서 손을 들어 제스처를 취했다. 이 사진은 옐로 저널에게 아주 좋은 먹잇감이 되었다. 사람들의 이목을 집중시키고 선정적인 기사를 쏟아내어 왕실에 반감을 갖던 사람들의 공감을 불러일으켰다.

“평소에도 왕자가 예의가 없어서 실수가 잦았다, 엄마 없이 자라서 교육에 문제가 있다. 왕실 사람들의 씹씹이가 커서 돈을 함부로 쓰고 다녔다.” 온갖 루머를 만들어 확대 재생산했다.



▲ 그림7

그런데 다른 각도에서 찍은 사진이 있었다.

손가락으로 셋을 들어 표하며 3번째 자녀를 낳았다는 소식을 알린다. 부인을 얻을 때도 사랑을 따라 평민 가문을 택했고, 공군으로 복무했으며 일반인과 같이 스스럼없이 생활해 온 왕자가 성실한 가정 생활을 이으며 그 결실을 얻었음을 축하하는 기사로 이어졌다.

이렇듯 각 미디어는 자신의 정치적 입장과 시각에서 메시지를 여과해서 보여주게 된다. 때로는 팩트 체크 없이 속보 경쟁에 내몰려서 진실이 아닌 정보를 생산해 내기도 한다.

3) 기획 : 영상 제작의 밑그림

강의 첫 시간이면 수강생 모두가 자신을 소개하는 시간을 갖는다. 개 교회나 교단을 대상으로 한 수업에는 다양한 연배의 사람들이 모이기 때문에 자신의 이름과 나이 관심사를 발표하고 나누는 것이 필요하다. 애칭을 지어, 이름을 대신해서 부르면 나이와 성별의 벽이 사라져 편안한 분위기가 조성된다. 20여 명의 수강생이 4~5개의 조로 나누어졌고 몇 주간의 시간을 통해 4분 내외의 영상물을 제작하게 된다.

이제는 자신이 만들고 싶은 영상을 이야기해서 팀별로 하나의 영상 제작 기획안을 작성해야 한다. 기획안에는 무엇보다 기획 의도가 명확하게 담겨야 하는데 영상을 왜 만드는가? 어떻게 만들 것인가? 제작 기간과 촬영 횟수, 예산을 정하고 누구에게 보여줄 것인가를 정리해야 한다. 수강생들은 대체로 자신의 교회 홍보 영상이나 부서 활동 소개 및 자신의 일상을 담아내고 싶어 한다. 교회에서도 때때로 절기 영상이나 교우들의 소식 또는 부서별 교육 영상이 필요하니 영상을 제작할 수 있는 능력을 갖춘 교인이 있다는 것은 여간 반가운 일이 아니다.

수강생들은 자신이 선호하는 분야의 아이템을 정해서 조를 편성하고 피디와 카메라, 작가와 성우 등의 역할을 나눠본다. 이렇게 역할을 나누다 보면 한두 가지 이상을 감당하게 되는데 촬영은 서로가 함

께 도와 실습한다.

같은 조 안에서도 각자 제작하고 싶은 아이템이 다르니, 서로가 조율해서 하나의 주제로 마음을 합치는 협의의 시간이 필요하다. 왜 자신의 아이템을 함께 만들어야 하는지, 서로에게 설득하는 과정을 거쳐야 하는 것이다. 방송 제작에서도 다수의 아이템 중에서 가장 적합하고 타당한 하나를 선정해야 하는 것과 동일한 과정이다.

구성안은 오디오와 비디오의 항목을 나누어 담고 싶은 모든 것을 채워간다. 오프닝을 어떤 것으로 시작해서 중간 타이틀 제목은 무엇으로 정할지, 본 내용의 시작과 전개부와 최종 엔딩은 뭐로 마무리 지을지를 구상해야 한다. 물론, 구성안대로 전개되지 않더라도 촬영 후에 다시 순서와 구성을 바꿀 수가 있으니 브레인스토밍만으로도 의미가 크다.

촬영 구성안에 의해서 촬영이 이뤄지고 담고자 하는 내용이 인터뷰로 녹음되면 편집 구성안에 의해서 편집하고 최종 대본을 쓰게 된다. 대본은 기획 의도에 맞게 내용이 녹여진 일관성 있는 메시지를 기술되어야 한다.

4) 촬영 : 영상 제작의 구체화 과정

영상 제작의 출발은 카메라를 통해서 사물을 보고 촬영하는 것에서 시작한다. 우리가 두 눈을 통해서 사물을 보고 이해하듯 모든 영상은 여러분이 보는 뷰 파인더를 거치게 된다. 무엇을 담고 포착해서 강조할지는 우리가 정하는 것이다. 이미 우리는 핸드폰으로 스틸과 동영상을 찍어봤기 때문에 별다른 것은 없겠다.

군에 들어가서 M16 소총을 쏘고 총기 분해와 청소하는 법을 배우면 나중에 눈을 감고도 분해 조립이 가능하듯, 모두 열심히 카메라를 살피고 만진다. 카메라의 배터리 탈부착과 메모리카드 확인, 삼각대의 높이 조절과 수평 조절 등도 연습한다. 삼각대를 쓸 때는 수평을 잘 맞춰야 빠들어지지 않은 영상을 얻을 수 있고, 손으로 직접 들고 찍을 때도 안정된 자세는 필수다. 두 발은 어깨너비를 취하되 왼손은 카메라의 아랫부분을 떠받치고 오른손으로 움켜쥐면 된다. 카메라는 줌 기능이 있어서 빠르게 피사체의 크기를 조절할 수 있지만 영상의 사이즈는 몸을 직접 움직여서 정하는 것이 좋다.

“화이트 밸런스”라는 개념이 있다. 카메라는 인간의 눈과 같이 정교한 것이 못되어 빛의 양에 따른 기준을 설정해 줘야 한다. 흰색 A4 용지의 색감을 그대로 표현하려면 빛의 양에 따라 다른 기준을 제시해 주어야 한다. 한낮의 태양과 밤의 차이를 무시하고 주간에 맞춘 화이트밸런스로 저녁 썬과 실내 썬을 촬영하면 색감이 이상하게 바뀐다.

또한 샷, 씬, 시퀀스의 개념은 알아야 한다. 샷은 영상물에 있어서 가장 기본적인 영상 단위다. 씬은 대체로 동일 시간과 동일 장소에서 일어나는 사건을 말한다. 시퀀스는 하나의 에피소드가 시작되고

끝나는 독립적인 구성단위다.

촬영에는 사이즈가 중요하다. 가령 사람을 인터뷰할 때 전체를 보여주는 풀샷이나, 무릎까지 나오는 니 샷, 허리까지인 웨이스트 샷, 가슴인 바스트 샷, 얼굴이 딱 찬 타이트 샷 등을 정확하게 구분해서 촬영해야 한다. 다양하게 촬영해야 편집도 다이나믹하게 붙일 수 있다. 헤드룸과 룩 스페이스도 적정하게 주어야 영상을 편하게 볼 수 있다. 적어도 롱 샷, 미디엄 샷, 클로즈업 등 사이즈를 다양하게 찍으려는 개념을 갖는다면 편집이 쉬워진다. 포커스는 수동으로 연습해야 하지만 어려우면 자동으로 찍어도 무방하다. 어차피 실력이 늘면 자신의 의도에 영상을 담아내려 할 것이고 자연스럽게 수동으로 놓고 시도할 것이니 말이다.

카메라의 앵글도 고려해야 한다. 가령 유치원 아이들을 찍는다고 했을 때, 어른들이 실수하는 것은 늘 자신의 눈높이에서 아이를 바라보기 때문에 위에서 아이를 내려찍는다는 점이다. 그것은 아이를 더 왜소하게 만들고 작고 유약한 존재로 그리는 것이다. 만약 아이의 시선과 같은 눈높이에서 아이를 담아낸다면 비로소 아이를 평등한 주체로 대하는 것이며 새로운 시각과 지평에서 세상을 기록하게 되는 것이다. 또한 아이를 좀 더 유능하고 진취적으로 표현하려면 여러분이 카메라를 아이의 눈높이보다 낮추면 역동성을 부여할 수 있다. 단상을 높여서 그 위에 오른 사람은 우러러보게 한다던가, 고위 관료들을 TV 중계 등으로 담아낼 때 카메라는 반드시 그 사람의 시선보다 낮은 위치에서 (앙각) 피사체를 포착해 대상을 높여주는 데 이는 기본 예의와도 같다.

카메라 워킹은 팬, 틸 업, 틸 다운, 줌인 등으로 다양하니 상황에 따라 연습하면 된다. 시작지점과 끝지점을 마음에 두고 일정한 속도로 카메라를 움직여야 한다. 일정한 속도로 출발점에서 움직여서 부드럽게 엔딩에서 멈춰주고 마음속으로 8까지는 세어야 한다. 틸 업 다운도 마찬가지다. 그래야 편집할 때도 안정감 있게 화면을 붙일 수 있다.

영상을 촬영하면 역광을 피해야 한다는 것은 누구나 아는 사실이다. 태양을 향해서는 좋은 영상을 얻을 방법이 없다. 태양빛을 받은 피사체를 담아야 원하는 색감을 얻을 수 있을 뿐이다. ND 필터를 써서 카메라에 선글라스를 씌운다고 해도 태양을 직접 바라볼 수는 없는 노릇이고 그만큼 광량을 잘 조절해서 촬영해야 한다. 물론, 밤에는 적절한 광량이 필수다.

5) 편집 : 영상 제작의 최종 과정

‘구슬이 서 말이라도 꿰어야 보배’라는 말이 있다. 편집을 앞두고 이보다 더 좋은 비유는 없을 것 같다. 조별로 여러 차례에 걸쳐 현장 촬영을 진행했다. 나름 OK 컷을 담아내느라 촬영한 분량도 늘어났다. 이제는 옥석을 가리는 작업이 남았다. 편집에도 기본 원칙이 있으니 가장 큰 범주인 시퀀스와 씬 샷을 염두 해서 편집 구성을 잡는다. 가구성과 촬영 구성을 기초로 다시 편집 구성안을 작성한다. 편집에 돌입하면서 달라진 부분이 많기 때문에 최종 촬영된 내용을 기초로 다시 구성을 정리한다. 내용이 많다면 촬영 리스트와 프리뷰 내용을 정리해야 편하다.

먼저 그림을 순서에 맞게 이어간다. 전체적인 흐름과 리듬은 나중에 조절하더라도 일단 길게 붙여야 한다. 그런데 영상이 루즈하고 완급조절이 안되어 긴장감이 없다. 가끔 점프 컷도 보이고 편집의 순서가 안 맞는 것이 보이지만 그것은 서로 보면서 다듬고 정리하면 된다. 길이는 어느 정도 맞췄지만, 비디오 위주의 편집이라 현장음이 담긴 오디오의 정리가 안 되어있다. 비디오 편집에 점프 컷이 없어야 하듯 오디오도 레벨을 일일이 정리해 주어야 한다. 편집자는 다시 각 샷마다의 오디오를 정리하느라 정신이 없다. 손떨수룩 영상은 완성도가 높아지기에 밤늦도록 편집에 매달리게 되는 경우가 허다하다. 영상과 오디오가 어느 정도 깔끔해지면 이제는 내레이션을 입히고 배경음악도 넣고 자막을 입력해야 한다.

오디오는 채널이 늘어나고 비디오는 레이어가 높이 싸이기 시작한다. 자막은 충분히 읽을 시간을 주어 넣어야 하고 배경 음악도 자연스럽게 스닉 인과 아웃으로 빠져나와야 한다. 현장음과 전하고자 하는 소리가 배경음악에 묻혀서는 안 된다. 오디오를 믹싱할 때 세심하게 음을 섞어주어야 한다. 오디오 레벨을 보면서 피크를 넘지 않게 때론 너무 작지 않게 일정한 수준을 유지해 주어야 한다. 이 모든 과정을 세심히 유의하며 하나의 영상을 완성했는데, 구성면에서도 기승전결의 유기적 흐름을 갖췄는지 살펴봐야 한다. 내용의 전개도 자연스러워야 한다. 어쨌든 이런 세세한 과정을 거치는 동안 수강생들은 영상에 대한 안목이 쑥 자라나 있다. 영상을 제작하는 능력과 감상하는 것은 큰 차이가 있지만, 시청자로서의 눈이 높아진 것은 확실하다. 드디어 영상을 상영하고 수료하는 날이 찾아온다.

수강생들은 자기 작품과 다른 조의 영상을 집중해서 감상했고 수고한 땀과 노력에 박수로 격려한다. 하나의 완성된 영상이 나왔다는 것만으로도 모두가 애를 쓴 훌륭한 제작자가 되었다. 아쉬운 점은 다음에 제작할 때 보완하면 그만이다. 지금은 긴 시간 동안 함께 희로애락을 나눈 동료들과 결과물을 남기는 데 성공했다는 점에 주목하기로 한다. 이제 각자의 자리로 돌아가 배운 영상 제작법을 잘 활용하면 된다.

4. 글을 맺으며

규모가 큰 교회나 작은 교회나 영상을 제작하고 관리하며 활용하는 것이 그 어느 때보다 중요한 시기를 맞았다. 한마디로 추수할 것은 많으나 일꾼이 없으니 보내달라고 기도할 수밖에 없는 것이 우리의 시급한 현실인지도 모르겠다. 당장 영상을 활용해야 하는 교역자나 방송 운영자들을 훈련해서 방송 중계도 하고 필요한 영상을 제작해 보지만 완성도 면에서 늘 아쉬운 것이 사실이다. 그럴 수밖에 없는 것이 글도 써봐야 늘고 영상도 많이 만들어봐야 멋진 작품이 나온다. 하물며 그냥 영상도 아닌 영성이 담긴 작품을 만들 때는 얼마나 큰 공력이 들어갈 것인가?

이에 대한 개인적인 답은 청년층에게 투자하면 좋겠다는 생각이다. 교회의 중추를 담당할 미래세대와 청년들 그리고 중장년층을 교육하고 훈련해서 장학금도 주고 영성과 제작 스킬을 두루 섭렵한 일꾼을 만들어내야 한다는 것이다. 이를 위해선 개교회의 노력뿐만 아니라 범 교단적인 투자와 협의가

필요하다는 것이다.

잘 갈린 칼을 쓰는 것은 요리하는 사람에게 큰 기쁨이다. 누군가는 예리한 칼날이 위협적이지 않으나
고 우려할 수도 있겠지만 그 칼을 쥔 사람이 강도나 도둑이 아닌 이상 그것은 지극히 효용이 높은 도
구일 것이다. 요리사의 손에 들린 칼을 거쳐서 만들어진 음식이 가족과 테이블에 앉은 사람들을 건강
하고 행복하게 만들 것이니 말이다. 그리스도의 가치와 시선으로 만들어내는 따스하고 알찬 한 끼의
양식을 떠올려본다.

음식을 정성껏 빚고 함께 나누는 모습엔 숭고한 아름다움이 있다.
그 건강한 맛과 풍미를 교회가 만들어 사회에 흘려보낼 수 있다면 그 얼마나 향기롭고 그윽함 가득한
세상일까?

참고문헌

- 르테흐스, "디지털 미디어 리터러시 수업". 학이시습, 2021
- 마샬맥루현. "미디어의 이해", 커뮤니케이션, 2012
- 오택섭외 3인, "뉴미디어와 정보사회", 나남, 2018
- John vivian, "The media of mass communication 12th", pearson, 2017
- 심길중, "텔레비전제작론", 한울, 2011
- 김혁조, "방송기획과 제작의 이해", 한울. 2015
- 이찬우. "방송제작 연출", KBS 미디어, 2015
- Sonja Schenk "The digital filmmaking handbook", cengage learning, 2017- Bill kovach & Tom Rosenstiel "The elements of Journalism", Treeriverspress, 2014
- Bernard, Sheila "Documentary Storytelling", 커뮤니케이션북스, 2009



양동수

감사

한국기독교영상미디어학회

일본 코우가쿠인(工學院)대학교 방송학과 학사
일본조명협회 회원

전> KBS 영상사업단
CTS 기독교TV 기술국
국제대학교(방송제작과) 강사

현> 한국특수조명 대표
교회, 스튜디오, 야외조명, 찬양집회,
콘서트 조명 디자인 및 설비 전문

주요 실적

사랑의교회, 금란교회, 한성교회, 주안감리교회,
CTS 기독교TV, C채널 스튜디오 등 다수 설계 시공

효과적인 예배 영상 조명에 대한 이해

@ 조명(빛)이란?

1. 빛은 생명, 에너지를 제공한다.

빛은 생명의 첫 번째 조건이다.

2. LED (light emitting diode) = 자체 발광 다이오드

이사무, 히로시, 슈지 일본인 3인이 최초로 LED라는 원리를 발명하였다.

3. 빛은 여러 가지 DNA를 가지고 있다,

밝기(Lux), 색온도(Kelbin), 직진성(Lumen), 연색성(Cri), 파장(Spectrum)

4. 빛으로 색(Color)을 만들 때는 3요소가 필요하다. (Red, Green, Blue)

빛의 3요소 (빨강, 녹색, 파랑)의 배합으로 모든 컬러 빛이나 화이트 빛을 만들 수가 있다.

5. 조명 종류에 따른 용어

조명은 빛의 종류에 따라서 각각의 이름을 갖는다.

Spot, Base, Fill, Back, Top, Under, Fallow, Moving (spot, wash, beam, bar), Color, White (warm, cool)

예배 조명의 기본

1. 성도가 강단에 집중할 수 있는 조명

교회는 믿음의 공동체가 함께 모여서 예배하는 처소이다. 성도들이 강단을 바라보고 말씀을 듣고 함께 찬양하며 기도하며 교제하는 곳이다. 또한 강단에서 목사님이나 인도자들이 회중석을 향하여 가르치거나 함께 공유하는 무대이기도 하다. 그래서 일반적인 공간보다 더 세밀한 빛의 강도를 통하여 집중력을 강조하기도 하고 또 암전을 주어서 기도에 집중할 수 있도록 지원하기도 한다.

강단의 집중을 해야 할 경우에는 우선 성도가 강단에 집중하는데 불필요한 주변 환경을 조명의 조도를 통해 시선 탈피를 유도한다. 가령 강단 후방을 너무 강조한 나머지 목사님보다 배경이 더 드러나는 경우가 있을 때, 혹은 곳곳이를 과하다 할 만큼 풍성하여 오히려 시선이 분산되는 환경이 되었다면 조명 빛의 밝기에 층을 주어 강단을 강조하고 주변의 조도를 자연스럽게 낮추어 강단에 시선이 몰입되도록 디자인 한다. 그러기에는 무엇보다 꼭 있어야 할 조명 위치가 중요하고 그 위치에 맞는 조명 기구의 디자인이 필요하다.



▲ 그림1

조명의 종류는 다양해서 전체 빛의 색 온도를 결정짓는 것이 가장 우선적으로 설정이 되어야 하고 다음은 정한 색 온도에 맞는 적절한 베이스 조명(광량) 구성이 매우 중요하다. 그 후에 ‘스포츠 조명’의 위치와 용량을 체크하여 그곳에 빛을 디자인 하면 된다. 또 강단위에서 찬양 리더를 하는 경우는 말씀의 강단 집중형 조명과는 달리 보다 와이드하고 고른 밝기를 만들어야 한다. 요즘에는 LED Color를 자유롭게 만들 수 있는 조명 기구들의 발전으로 더욱 집중된 컬러 분위기를 연출 할 수 있는 것도 장점이 된다.



▲ 그림2



▲ 그림3

2. 강단에서 회중석을 바라볼 경우 눈부심이 적은 조명

성도들의 강단 집중이 중요한 만큼 목사님의 시선 또한 자연스럽게 성도들과 눈을 마주칠 수 있는 조명은 중요한 대목이다. 그래서 목사님의 ‘스폿 조명’의 위치가 가장 중요하고 조명의 종류도 중요하다. 그리고 성도석의 조도 밝기도 강단과 자연스러운 조합이 이루어지는 조명 구성이 필요하다. 가령 강단의 조도가 너무 밝은데 회중석 조도가 상대적으로 약하면 성도가 목사님을 집중하기는 좋을 수 있지만 목사님의 시야는 밝기 차이만큼 불편이 따르게 된다.

그래서 교회가 새로 건축 하거나 리노베이션(개보수)을 계획한다면 강단과 성도석의 켈빈도(광원의 색을 절대온도를 이용해 숫자로 표시한 것)와 조도(어떤 면이 받는 빛의 세기를 나타내는 값)를 반드시 체크 할 필요가 있다.



▲ 그림4

3. 공간이 좁거나 천고가 낮은 예배당 조명

만약, 공간이 협소하거나 높이가 낮은(3m 이하) 장소일 경우에는 일반 조명만 잘 활용해도 인물이나 영상에 좋은 효과를 가질 수가 있다. 낮은 공간에서의 ‘베이스 조명’은 면 조명을 주로 사용하고 인물을 강조할 스폿 조명은 cob 타입의 파30 같은 ‘레일 조명’을 사용하면 된다. 단지, 모든 조명의 위치나 종류 및 배열에 따라 그 느낌이나 환경의 차이가 크기 때문에 조명의 특성들을 먼저 이해할 필요가 있다. 그리고 교회라는 특성상 빛의 밝기를 조절할 수 있는 최소한의 장치인 ‘DMX디밍 조명’이나 ‘조광기’를 사용하면 좋겠다.



▲ 그림5

4. 광원이 필요한 장면(scene)별 조명 구성과 Control Console 메모리

예배를 진행하면서 여러 형식의 퍼포먼스가 나타나는데, 그에 따른 장면(씬)을 미리 조율하여, ‘컨트롤 콘솔’에 메모리 해 놓고 꺼내어 사용하는 지혜가 필요하다. 가령 말씀 조명을 1번 채널에 메모리 하고서 2번에는 찬양을 3번에는 성가대 등등 교회에서 예배 때 사용되는 다양한 형식대로 씬(scene) 메모리를 저장하고, 때에 맞추어 꺼내어 사용하면 된다.

영상(카메라)에 적합한 조명구성

1. 광원(빛)에 민감한 카메라의 생리

영상(카메라)에는 빛의 ‘색온도’ (kelbin) 값이 얼마인가를 알고 정하기 위하여 조명을 켜놓고 ‘화이트 밸런스’의 값을 측정한다. 화이트 밸런스는 현재의 공간에 빛의 컬러 값이 어느 정도인지를 알기 위하여 카메라의 전자적 데이터로 측정하는 행위이다.

사람의 눈으로 보아서 따뜻한 빛과 흰색 빛이 있는데 과거에 주로 썼던 할로젠 조명이나 전구(필라멘트) 색 기준은 3200K이고 형광등이나 백색 다운라이트의 화이트 빛의 기준은 5600K의 기준값이 있다. 흔히 3200K의 전구색(할로젠)과 5600~6500K의 주광색(태양 빛) 기준으로 설정되기는 하나 요즘 LED조명들이 만들어내는 컬러 기준은 미세하게 다른 컬러 값을 가지고 있다. 화이트 값의 기준을 정했다면 다음은 강단의 전체 확장 ‘조도(lux)값’을 어느 정도로 갖추느냐가 중요하다. 어찌면 인물의 결정적 역할이 있는 조명이 있다면 바로 이 ‘확장조명(base light)값’을 어느 정도 잘 배분 하느냐에 따라 결정된다고 해도 과언이 아니다.

가장 중요한 베이스 조명 구성이 되었다면 이제는 위치별 (정면, 측면, 배면) ‘스포츠 조명’이 필요하다. 스포트 조명은 생리적으로 무언가를 강조하기 위해 만들어진 조명인 만큼 무대에 선 사람의 시선이나 카메라의 렌즈에는 매우 불편을 끼칠 수 있는 여지가 강하다. 그래서 조명의 위치와 빛의 강도를 매우 민감하게 결정해야 한다. 이렇게 강단이나 회중이나 모두가 불편하지 않게 조명이 설치되었다면 영상 모니터와 카메라를 연결하여 반드시 체크해 보아야 한다. 강단의 조명 빛은 밝은 듯하나 영상 속의 얼굴은 검게 보이고 반대로 사람의 시선으로 볼 때 빛이 약한듯하나 영상에는 좋아 보이는 현상들이 있을 수 있기 때문에 현장과 영상과 모두가 만족할 답을 찾아야 한다.

결국 베이스 조명의 광량과 스포트 조명의 광량의 조합과 위치적인 문제에서 초래되는 현상들이다. 그래서 광원의 종류를 선별함과 조명 기구의 선택이 중요하며 빛의 투광 위치도 민감할 수밖에 없다.



▲ 그림6



▲ 그림7

과거의 강단은 여러 형식들을 갖추느라 복잡했지만, 요즘의 교회 강단은 심플하다. 무대나 강단은 누군가가 서서 무언가를 전달하는 곳이다. 조명은 그 사람만 잘 보이면 되고, 그럴수록 집중도도 높아진다.

급변하는 요즘, 현대인들은 정보의 홍수에서 살아가고 있다. 질문과 답변이 넘치는 시대에서 아직도 미완성의 자리에 머물고 있는 조명의 세계에 조금이나마 이해를 돕는 역할이 됐으면 하는 마음이 든다.



송섭 회장

한국기독교영상미디어학회

Arizona State University 방송학과(Broadcasting) 졸업
Talbot School of Theology 석사(M.Div.) 및 박사(D.Min.) 졸업

전> CTS 기독교TV PD
서울장신대학교대학원 현대예배와 영상 강의

현> 더바인미디어 대표
미래교육콘텐츠개발원 연구위원
크리스천 크리에이터 아카데미 전임 강사
CTS, C채널, 국악방송, 산업방송 외주제작PD

주요 작품

CTS 특집다큐 <존 웨슬리의 발자취를 따라서>, <유럽교회의 위기, 한국교회 본다>, <거룩한 순종: 토마스 선교사와 평양 대부흥>, <워십코리아>, <CTS 스페셜> 등
C채널 <힘내라 고향교회>, <성경이 답이다>, <진짜영성공부>, <C채널 스페셜> 등
국악방송 <국악콘서트 판>, <영재한음회>, <소리를배웁시다2>, <영재한음회> 등
산업방송 <백전무패>, <셀위토크>, <혁신특강> 등

변화하는 시대의 영상 활용을 통한 목회 전략

코로나19 팬데믹 이후, 전 세계 교회가 시급하게 해결해야 했던 문제는 대면 중심이었던 예배, 목회, 사역을 비대면 방식으로 전환하는 일이었다. 대부분 물리적인 현장(Off Line)에서 이루어지던 활동을 인터넷으로 연결된 디지털화 상태(On Line)로 대체해야 했는데 이미 온라인 사역과 이를 위한 영상 제작 시스템을 구축했던 교회들은 큰 문제가 되지 않았지만, 미처 대비하지 못한 교회들은 당황할 수밖에 없었다. 기술적으로 온라인 예배 중계를 하는 일도 쉽지 않았지만, 성도들에게 필요한 영상 콘텐츠를 효율적으로, 그리고 정기적으로 제작하는 일은 더 어려운 일이었기 때문이다.

사실 미국의 새들백교회(Saddleback Church)나 라이프교회(Life Church)만큼은 아니었지만 일부 교회들은 코로나 사태 이전부터 이미 온라인 사역을 강화하고 있었다. 다만 거의 모든 교회가 온라인 사역을 전면적으로 시행해야 할 시기가 예상보다 훨씬 더 빨리, 갑작스럽게 찾아왔을 뿐이다. 관심 있는 이들은 알고 있겠지만 2016년부터 2019년까지 CTS가 주최하고 ‘한국교회방송기술인연합회’가 주관하여 만나교회에서 개최된 <ICMC 국제기독교방송미디어 컨퍼런스>라는 행사가 있었다. 당시 컨퍼런스에 참석한 이들도 꽤 많았고 유튜브 채널에 올라와 있는 주제 강연 및 세부 강의를 살펴보면 지금 참고해도 도움이 될만한 내용이 많이 있다.

물론 교회마다 회중의 규모도 다르고 목회 철학이나 비전, 성향, 환경 등이 다르기 때문에 각 교회에 맞도록 적용해야겠지만 기독교 영상과 미디어 제작 및 활용 전반에 대해 이해하고 싶다면 꼭 들어야 할 이슈들을 많이 다루고 있다.

올라인(All Line) 목회, 정말 필요할까?

요즘 교계에서 이슈가 되고 있는 용어 중에 올라인 교회 또는 올라인 사역이라는 용어가 있는데 여기서 올라인은 영어로 All Line, 즉 온라인(On Line)과 오프라인(Off Line)이 결합된 것을 의미한다. 또 다른 표현으로 하이브리드 교회(Hybrid Church)라고 부르기도 한다.

어쨌든 대면과 비대면 사역이 똑같이 중요하다는 뜻인데, <2021 컴패션 글로벌 목회자 컨퍼런스>에서 미국 바나그룹(Barna Group)의 연구 책임자 사바나 킴벌린(Savannah Kimberlin)은 설문조사에 참여한 성도의 63%가 ‘팬데믹 이후에도 영성훈련 및 제자훈련에 디지털 자원을 사용해야 한다’고 답했다고 발표했다. 그리고 ‘목회데이터연구소’가 한국 성도들을 대상으로 한 조사에서는 참여자의 47%가 온라인 시스템 구축과 온라인 콘텐츠 개발을 코로나19 이후 교회가 가장 강화해야 할 사항이라고 답했다. 다시 말해, 코로나 사태 이전의 상태로 돌아간다고 하더라도 교회는 온라인 사역을 멈추지 않고 계속 이어 나갈 것을 다수의 성도들이 기대한다는 의미이다. 라이프웨이리서치(Lifeway Research)의 대표 톰 라이너(Thom S. Rainer)는 온라인 사역을 중단하지 않아야 할 7가지 이유를 다음과 같이 정리했다.

1. 처음에는 저조할 수 있지만 서서히 성장할 것이다.
2. 물리적으로 예배에 올 수 없는 이들에게 엄청난 대안이다.
3. 현장예배를 보완할 수 있다.
4. 지역사회에 다가가는데 도움을 준다.
5. 기도를 위한 놀라운 도구로 쓰일 수 있다.
6. 사도행전 1장 8절을 진정으로 행하는 사역이다.
7. 예배처소가 여러 곳인 교회를 응집시킨다.

이 이외에도 더 많은 이유가 있지만 중요한 것은 효과적인 올라인 목회를 하기 위해서는 온라인 사역을 더욱 체계적이고 능률적으로 발전시켜야 한다는 사실이다. 그리고 온라인 사역에는 웹사이트, 앱(App), SNS, 게임, 영상 등 다양한 형태가 있겠지만 이 중 가장 핵심은 영상이라고 할 수 있다. 소통과 메시지 전달, 그리고 활용을 위한 확장성을 고려할 때 영상이 가장 효율적인 수단이기 때문이다.

이제 한국교회는 규모에 상관없이 영상을 활용한 목회가 필수가 되었고 변화하는 시대에 맞춰 보다 더 능동적으로 영상을 기획하고 제작해야 한다.

영상 목회, 가장 먼저 할 일은?

교회에서 제작하는 영상은 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 첫 번째는 라이브 중계를 위한 영상이고 두 번째는 사전에 제작하는 영상이다. 먼저 라이브 중계를 위한 영상 제작은 다음과 같은 특징이 있다.

1. 정해진 시간에 불특정 또는 특정 시청자들을 대상으로 진행되는 실시간 영상을 제작한다.
2. 카메라, 조명, 음향, 자막, 중계 시스템 등 필요한 장비 및 기기를 구비,
사전 협의가 이뤄진 콘티에 따라 관련 스태프들이 조직적으로 움직여 영상을 제작한다.
미리 제작된 영상을 같이 활용할 수 있으며 아예 처음부터 끝까지 사전 제작된 영상을
라이브 중계로 방송할 수 있다.
3. 현장의 상황이 그대로 송출되기 때문에 사고 발생 시 대처 방안을 마련해야 한다.

두 번째는 사전 제작 영상 또는 라이브 중계 이외의 영상 제작이 있는데 특징은 다음과 같다.

1. 특정 웹사이트 방문, 영상 링크 공유, 파일 전송 등을 통해 시청이 가능하다.
2. 생방송을 제외한 대부분의 TV 프로그램이나 VOD, OTT에서 사용하고 있는 방식이다.
3. 충분한 시간, 예산, 장비, 인력을 활용할 수 있으며 완성도 높은 영상 제작이 가능하다.

이제 방식에 따른 영상 제작의 차이가 이해되었다면 가장 먼저 할 일은 영상 목회를 위해 우리 교회가 어느 정도 준비되어 있는지 파악하는 것이다. 다음 질문들을 구체적으로 생각해보자.

1. 영상 사역의 중요성 및 필요성을 전 교인이 공감하고 있는가?
2. 영상 사역 전문가를 고용할 예산이 있는가?
3. 영상 제작이 가능한 사람 또는 스태프(Staff)가 있는가?
4. 영상 제작에 필요한 장비와 운영자금이 충분한가?
5. 영상 활용을 위한 구체적인 목회 계획과 전략이 있는가?

목회자들이 영상 사역의 중요성을 알고 있다면 다른 교인들 또한 이에 공감하고 적극적으로 참여할 수 있어야 영상 목회는 성공할 수 있다. 특히 목회자 외에 어린 세대에 속한 평신도 리더들이 대면 예배와 대면 사역, 즉 오프라인 사역만 중요하게 생각한다면 그들이 이해할 수 있도록 설득해야 한다. 그래야 영상 제작에 필요한 예산이 지원되고 필요한 인력과 장비가 마련될 수 있기 때문이다. 지금은 너무나도 당연히 여기는 찬양팀 시스템도 70, 80년대 교회에 처음 도입되었을 때는 반발이 심했다. 그도 그럴 것이 찬양 인도자부터 음향 장비, 악기, 지원 스태프 등 필요한 것들이 많았고 새로운 변화를 받아들이는 일 또한 쉽지 않았다. 그런 과정을 겪었던 찬양팀처럼 이제 영상 미디어팀은 한국교회에 꼭 필요한 요소가 되었다. 그리고 이 사실을 전 교인이 공감하고 이해하고 참여해야 영상을 활용한 목회는 본격적으로 펼쳐질 수 있을 것이다.

첫 번째 질문에 대한 문제가 해결되었다면 그다음 질문들은 어떻게 해결해야 할까?

답이 없다면 답을 만들면 된다. 사실 스스로 영상 제작이 가능하고 스태프 교육까지 가능한 영상 사역 전문가를 고용하는 것이 가장 좋은 방법이었지만 이런 전문가를 고용할 예산이 없고 영상 제작이 가능한 인원도 교회 내에 없다면 제작이 가능한 사람을 발굴, 육성하면 된다. 물론 쉽지 않은 일이고 많은 시간과 예산이 필요하다. 사실 코로나 사태 이후, 많은 목회자와 성도들이 평소 가지고 있던 활용

과 편집 기술을 발휘해서 어떤 모양으로든 영상을 제작했을 것이다. 두 번째, 세 번째 질문에 대한 해결책을 나름 강구했던 것이다. 하지만 엄밀히 말하면 이런 주먹구구식으로 만든 영상을 가지고는 효율적인 영상 목회가 불가능하다. 찬양팀과 마찬가지로 목회를 적극적으로 지원할 수 있는 영상 미디어팀이 작든 크든 존재해야 한다. 영상 제작이 가능한 인원 또는 스태프를 발굴, 육성하는 방안에 대해서는 글 후반에 더 구체적으로 다루어보도록 하겠다.

영상을 제작할 수 있는 사람이 담임 목회자밖에 없는 미자립 교회라면 1인 제작 시스템을 갖춰야 하겠지만 그 외의 교회라면 단 몇 명이 있더라도 영상미디어팀이 필요하다. 부교역자와 같은 목회자들이 영상 제작을 전담하고 있다면 평신도들이 참여한 팀을 구축하여 함께 영상을 만들도록 해야 한다. 영상 제작은 기본적으로 시간과 노동이 많이 들어가기 때문에 혼자만 감당하게 해서는 안 된다는 인식이 필요하다. 전임 사역자라면 영상 제작에 뺏기는 시간 때문에 맡은 사역을 충분히 잘할 수 없다.

필요한 인력이 준비되었다면 이에 따른 장비 구입과 촬영 장소 및 시스템 구축, 기타 운영에 필요한 자금을 마련해야 한다. 흥미로운 사실은 코로나로 인해 예배 참석이 엄격히 통제되던 시기에도 많은 교회가 온라인 영상 예배를 위해 기존의 텅스텐 조명을 LED 조명으로, 프로젝터 투사 스크린을 LED 스크린으로 교체했다. 촬영 장비를 새로 구입하거나 방송 전용 스튜디오를 꾸민 교회도 많다. 무리해서 과도한 예산을 영상 제작 시스템 구축에 사용하는 것은 문제겠지만 어느 정도 투자가 필요하다는 것을 인식할 필요가 있다.

영상 제작 시스템이 갖춰졌다면 그다음은?

교회에 영상미디어팀이 있고 또 제작 시스템이 구축되었다면 그다음은 육하원칙에 따라서 영상을 언제, 어디서, 누가, 무엇을, 어떻게, 왜 만들어야 하는지 파악해야 한다. 적어도 전체 부서에서 예배를 포함, 일주일에 몇 개의 영상을 제작하는지 알고 있어야 한다. 실시간 영상, 사전 제작 영상, 줌 같은 화상회의 등 영상으로 표현되는 모든 방식이 포함하는 것이 좋는데 예를 들면, 다음과 같은 표로 정리할 수 있다.

구분	언제 (제작일시)	어디서 (장소)	누가 (제작담당)	무엇을 (형식)	어떻게 (방식)	왜 (목적)
전체교인	주일 예배	본당	영상팀	설교/찬양/기도	라이브/녹화	예배
	수요 예배	본당	영상팀	설교/찬양/기도	라이브/녹화	예배
	금요 예배	본당	영상팀	설교/찬양/기도	라이브/녹화	예배
	새벽기도회	새벽기도실	영상팀	설교/찬양/기도	라이브/녹화	예배
	성경 공부	소예배실	목회자/스텝	성경 공부	줌	예배
	기타 행사	본당	영상팀	설교/찬양/기도	라이브/녹화	양육
	성경읽기	어디나	목회자/스텝	말씀 함께 읽기	사전 영상	양육/교제
	Q.T	어디나	목회자/스텝	묵상과 나눔	사전 영상	

장년부	소그룹 모임 제자양육	교회 카페 사무실	목회자 목회자	소그룹 교재 양육 교재	줌 줌	양육/교제 양육/교제
청년부	주일 예배 소그룹 모임 제자양육 리더교육	청년부실 청년부실 사무실 사무실	영상팀 목회자/교사 목회자 목회자	설교/찬양/기도 소그룹 교재 양육 교재 교육 교재	라이브/녹화 줌 줌 줌	예배 양육/교제 양육/교제 양육/교제
청소년부	주일 예배 소그룹 모임 제자양육	중고등부실 소예배실 사무실	영상팀 목회자/교사 목회자	설교/찬양/기도 소그룹 교재 교육 교재	라이브/녹화 줌 줌	예배 양육/교제 양육/교제
주일학교	주일 예배 소그룹 모임	부서실 부서실	영상팀 목회자/교사	설교/찬양/기도 소그룹 교재	라이브/녹화 줌	예배 양육/교제
기타 부서 및 모임	주일 예배 소그룹 모임	부서실 부서실	영상팀 목회자/교사	설교/찬양/기도 소그룹 교재	라이브/녹화 줌	예배 양육/교제

위와 같이 표로 구분해보면 부서에 따라 일주일에 어느 정도 라이브 중계나 사전 제작으로 영상을 제작하고 있는지 한눈에 파악할 수 있다. 그래서 어느 정도의 인력과 시간, 비용이 영상 제작을 위해 쓰이고 있는지 전체적으로 이해할 수 있다. 그런데 부서별이나 라이브 중계 여부와 상관없이 사역에 따른 영상 제작 분류를 해보는 것이 어쩌면 더 중요할 수도 있다. 위에 작성된 표와 비교해서 겹치는 내용이 있지만, 아래와 같이 정리해 볼 수 있다.

사역에 따른 영상 제작 구분 예시

구분	형식	내용	비고
예배	정기예배 새벽기도회 부흥회	주일, 수요, 금요일예배 새벽예배 담임 교역자 및 초청 강사	온오프 동시 / 필요시 사전제작 외부 강사는 영상을 사전에 받아 검수, 편집한 후 방송 가능
양육	제자훈련 영적성장 리더훈련 아버지/어머니 학교 특강	제자훈련 신청자 교육 Q.T, 신앙상담, 문화읽기 속장 훈련, 신임 직분자 교육 지역 본부와 연계해 교육 이단, 자녀, 기독교 세계관	온오프 동시 / 필요시 사전제작 줌 등 화상채팅 가능하지만 영상 시청만으로도 수료 가능 (시청 후 퀴즈, 리포트 등 수료 위한 요건 필요)

교제	소그룹 신앙간증 콘서트	속회별, 부서별 그룹 활동 회심 및 은혜 나눔 교회 내외 공연 행사	온오프 동시 / 필요시 사전제작 간증은 사전제작이 효과적 콘서트는 사전 홍보가 중요
기도	전교인 기도회 어머니 기도회 태신자 걱정 기도회 기도요청 영상	함께 기도제목 나누고 기도 어머니들만 함께 기도 태신자 걱정 및 전도 결단 교회 전체를 위한 중보	온오프 동시 가능 필요시 사전 제작한 영상 송출 기도요청 영상은 짧게 사전 제작
찬양	새찬양 배우기 찬양 율동	예배시 부를 찬양 익히기 주일학교 찬양 함께 배우기	자막, 악보 등 사전제작이 효과적 교육국 영상 콘텐츠 활용 가능
말씀	설교 성경공부 성경읽기	정기 예배 설교 교재 및 성경 사용 성경 본문 함께 읽거나 듣기	편집 후 업로드 / 3분 축약본 등 온오프 동시 / 필요시 사전제작 온오프 동시 / 드라마 바이블 활용
전도 / 선교	전도훈련 선교훈련 온라인 전도 선교사 보고	전도폭발훈련, 일상전도훈련 해외 선교 및 선교 정보 온라인 SNS를 활용한 전도 선교사역 나눔 영상	온오프 동시 / 필요시 사전제작 선교사 및 전문가 연계 가능 짧게 요약한 사전제작 영상 효과적 사전 제작 영상
다음세대	성경퀴즈 성경학교	온라인 성경 골든벨 등 여름/겨울 성경학교	온오프 동시 / 필요시 사전제작
기타	교회 소개 장례 설립 기념 예배 세례식 은퇴 예배 기독교 성지 순례	교회 소개 영상 추모 영상 설립 기념 영상, 다큐 등 세례자 간증 및 축하 영상 담임 목회자 등 은퇴 영상 국내외 성지 탐방	온오프 동시 / 필요시 사전제작

사역에 따라 간단히 구분한 표이지만 이를 참고하여 각자 교회에서 시도해볼 만 한 프로그램은 없는지 그리고 오프라인 사역을 온라인 사역과 어떻게 효과적으로 결합할 수 있을지 생각해보아야 한다. 또한 온라인 사역 병행 시, 이를 위한 인력과 장비가 갖추어져 있는지 살펴보고 필요한 시간과 인력, 예산 계획을 구체적으로 세워야 한다. 어느 정도 영상 제작 능력이 있는 교회라면 시간이 흐름에 따라 더 효율이고 안정적인 제작 시스템, 그리고 다양한 영상 콘텐츠를 갖출 수 있지만 그렇지 못한 교회라면 효과적인 대처 방안을 마련해야 한다. 그 대처방안은 크게 두 가지로 생각해볼 수 있는데 첫 번째는 영상 콘텐츠 큐레이션(Curation) 방안이고 두 번째는 영상 제작 인원 발굴 및 육성 방안이다.

영상 콘텐츠 큐레이션(Curation)을 하고 있는가?

사전에 따르면 큐레이션은 ‘다른 사람이 만들어놓은 콘텐츠를 목적에 따라 분류하고 배포하는 일을 뜻한다’고 되어 있다. 직접 영상 콘텐츠를 제작하기 어렵다면 사역에 활용할만한 좋은 콘텐츠를 찾아 보고 정리한 후, 교회 홈페이지나 카페, 페이스북, 네이버 밴드 등에 큐레이션 하면 된다. 다른 사람이나 단체가 제작한 영상을 다운로드 한 후, 내 유튜브 채널이나 서버에 내가 만든 것처럼 올리면 저작권 위반이 되지만 이미 공개된 영상의 링크를 공유하는 일은 아무 문제가 되지 않는다. CTS, CBS, CGN 등 기독교 방송사들이 그동안 제작한 각종 영상은 물론 감리회 교육국이나 미래교육콘텐츠개발원, 대형교회 및 기타 기독교 단체에서 제작한 영상 콘텐츠는 링크를 공유하는 방식으로 얼마든지 사용할 수 있다. 우리 교회의 목회철학과 사역 방향, 이단성 여부, 정서 및 교리에 맞는지 살펴보고 검증한 후 활용하면 된다. 그래서 영상 콘텐츠 큐레이션을 위해 가장 먼저 할 일은 어떤 사역 분야에 외부 영상 콘텐츠가 필요한지 파악하고 알맞은 영상을 찾을 때까지 많은 시간을 들여 조사하고 선별해야 한다. 내가 생각한 것보다 훨씬 더 잘 만들어졌고 활용범위가 많은 영상 콘텐츠가 의외로 많다.

두 번째 할 일은 큐레이션이 단순하고 직관적이어야 한다는 것이다. 요즘 대중들이 가장 많이 영상 콘텐츠를 소비하고 있는 유튜브나 넷플릭스 같은 OTT(Over-The-Top)에 접속하면 인공지능이 사용자의 기호에 맞는 영상을 판단하고 큐레이션 한 결과를 보여준다. 해당 영상을 설명하는 썸네일(Thumbnail)이 보기 쉽게 직관적으로 나열되고 사용자는 클릭 한 번으로 간단히 영상 콘텐츠를 소비하게 된다. 성도들 또한 이런 OTT 시청 방식에 익숙해져있기 때문에 교회 홈페이지 디자인을 OTT와 비슷한 스타일로 해보는 것도 좋은 방법이라 생각한다.

마지막으로는 수준 높은 수만 개의 기독교 영상 콘텐츠를 구비, 가입한 회원교회가 원하는 대로 큐레이션하여 성도들의 영적 성장과 훈련을 도울 수 있도록 하는 기독교 온라인 플랫폼, 라잇나우미디어(RightNow Media)를 사용할 수도 있다. 매달 교회 성도 수에 따라 일정 금액을 지불해야 하고 아직은 콘텐츠 대부분이 영어로 되어 있어 번역 자막을 봐야 하지만 적은 비용으로 큰 효과를 볼 수 있기에 전 세계 많은 교회와 단체가 사용하고 있다. 우리나라에서도 한국 목회자 및 교수들의 강의를 제작하며 본격적으로 회원을 늘려가고 있는 것으로 보인다.

어떻게 영상 제작 인력을 발굴하고 육성할 것인가?

필자는 20년 이상 기독교 영상 제작에 관해 많은 이들을 대학교, 대학원, 기독교 단체 영상 아카데미, 교회 영상팀 등에서 교육한 경험이 있다. 영상 제작에 관련한 기초 이론과 실습 방식은 크게 달라진 바가 없으나 장비 및 기기가 더욱 다양해지고 단가는 낮아졌으며, 관련 정보 습득 방법과 교육 기관의 확대로 더 쉽고 더 많이 영상 제작에 뛰어드는, 소위 누구나 영상 제작이 가능한 시대가 되었다. 하지만 촬영 및 편집 기술만 있다고 효과적인 교회 영상 콘텐츠를 제작하는 것은 아니다. 기독교 영상이 세상에서 만드는 영상과 다른 점이 무엇인지 잘 알아야 하고 성경적 세계관 및 가치가 중심이 된 콘텐츠를 제작할 수 있어야 한다.

온라인 사역에 필요한 영상 콘텐츠를 제작하기 어려운 상황에 대처할 수 있는 두 번째 방안, 즉 교회 내에서 영상 제작이 가능한 인원 및 스태프를 발굴, 육성하는 방법은 다음과 같이 정리해 볼 수 있다.

- 1.교회 내 영상 담당 전문가가 있다면 자체 영상 아카데미를 열어 필요 인원을 발굴한다.
- 2.교회 내 전문가가 없다면 외부 강사를 초빙하여 영상 아카데미를 개최한다.
- 3.외부 기관이나 학교에서 운영하는 영상 아카데미에 보내 교육받도록 한다.
- 4.교회 내에서 상금 또는 상품이 푸집한 영상 콘테스트를 열어 인재를 발굴한다.
- 5.담임 목회자가 영상 제작 스태프의 중요성을 강조하고 많은 이들이 참여하도록 독려한다.
- 6.영상미디어팀 자원봉사자들에게 격려금 및 장학금을 자주 지불한다.
- 7.영상미디어팀에 충분한 예산을 배정하고 담당 사역자를 두어 관리하도록 한다.

이러한 방법들을 사용해도 재능 있는 영상 제작자를 발굴하고 육성하기란 쉽지 않다. 그래서 많은 교회가 영상 제작 전문 사역자를 구하지 못해 애를 먹고 있다는 소리가 많이 들려온다. 높은 연봉에 좋은 근무 환경을 제공한다면 쉽게 구할 수 있겠지만 모든 교회가 그렇게 할 수 없기에 각자 형편에 맞게 적절한 방법을 찾아야 할 듯 보인다. 어쨌든 다수의 영상 콘텐츠가 매주 만들어져야 하고 이를 만들어야 하는 인원 또한 부족하기에 어쩌면 영상 콘텐츠 제작자 발굴 및 육성은 찬양팀 모집이나 주일 학교 교사 모집보다 더 우선하여야 할 수도 있다.

좋은 영상 콘텐츠와 영상 목회의 성패는?

좋은 영상 콘텐츠는 기술만으로 탄생할 수 없다. 좋은 기획력이 뒷받침되어야 한다. 기획을 잘하기 위해서는 기존에 제작된 영상 콘텐츠를 많이 시청하고 아이디어를 얻어야 한다. 그래서 다른 교회나 기독교 단체에서 만든 영상 콘텐츠들을 관심 있게 살펴보는 것이 중요하다. 이를 참고하여 비슷하게 만들어 보는 것 또한 물론 좋은 방법이다. 방송국이나 라잇나우미디어만큼의 퀄리티가 아니더라도 성도들은 우리 교회만의 오리지널 콘텐츠에 더 큰 공감과 반응을 보인다는 것을 명심하기를 바란다.

영상 목회는 결국 사역에 필요한 영상 콘텐츠가 무엇인지 파악하고 이를 어떻게 기획하고 어떻게 만드느냐에 성패가 달려있다고 볼 수 있다. 코로나로 인해 찾아온 변화의 시대, 하나님께서는 우리에게 필요한 지혜와 자원을 분명히 주실 것이다. 하지만 우리 또한 영상 목회를 위한 과감한 결단과 투자가 필요하다. 지금 어떻게 하느냐가 앞으로 엄청난 차이를 만들 것이기 때문이다.

“새 포도주를 낚은 가죽 부대에 넣지 아니하나니 그렇게 하면 부대가 터져 포도주도 쏟아지고 부대도 버리게 됨이라 새 포도주는 새 부대에 넣어야 둘이 다 보전되느니라” - 마태복음 9장 17절

참고문헌

- 김도인, 『온택트와 교회』, 서울: 글과길, 2021.
 김병삼 외, 『올라인 교회』, 서울: 두란노, 2021.
 유지혜, 『우리 교회 온택트 주일학교』, 서울: 생명의말씀사, 2021.
 이상훈, 『뉴노멀 시대, 교회의 위대한 모험』, 서울: 교회성장연구소, 2021.
 이상훈, 『온라인 사역혁명』, 서울: 교회성장연구소, 2021.
 캐빈 리, 『온라인 사역을 부탁해』, 서울: 두란노, 2021.
 테레사 베르거, 『예배, 디지털 세상을 만나다』, 서울: CLC, 2020.
 Jeffrey H. Mahan, 『Church as Network』, Lanham: Rowman & Littlefield, 2021.
 Michael Beck and Rosario Picardo, 『Fresh Expressions in a Digital Age』, Nashville: Abingdon Press, 2021.
 Thom S. Rainer, 『The Post Quarantine Church』, Carol Stream: Tyndale, 2020.

참고 영상 Youtube 링크



ICMC 국제기독교방송
미디어컨퍼런스



대한민국 목회 컨퍼런스



포스트 코로나와
미래교회 컨퍼런스



글로벌 로드맵 컨퍼런스



위드 코로나 시대, 목회를 말하다 | 2021 국민미션포럼



제3차 미래전략컨퍼런스



속회연구원 / 2021 속장
인도자 세미나



감리교교육국: 비대면 시대
손에 잡히는 속회 활동



한국교회를 위한 미디어포
럼 다시 잇는 미디어 사역

부록

무료 이미지 소스 사이트 목록

픽사베이 (<https://pixabay.com>)
언스플래쉬 (<https://unsplash.com>)
프리픽(<https://www.freepik.com>) *무료 검색 및 출처 표시
프리레인지(<https://freerangestock.com>)
스플릿샤이어(<https://www.splitshire.com>)
픽업이미지(<https://pickupimage.com>)
Let's CC(<http://www.letsc.net>)
구글 및 Flickr *검색 옵션 상업 용도로 지정
공유마당(<https://gongu.copyright.or.kr>)
공공누리(<https://www.kogi.or.kr>)

무료 음원 소스 사이트 목록

(출처 표시 및 라이선스 조건 확인 필요)

유튜브 오디오 라이브러리 (<https://www.youtube.com/audiolibrary/music>)
벤사운드(<https://www.bensound.com>)
DigCCMixer(<http://dig.ccmixer.org>)
자멘도(<https://www.jamendo.com/en>)
프리사운드(<https://freesound.org>)
프리뮤직아카이브(<https://freemusicarchive.org>)

무료 영상 소스 사이트 목록

(출처 표시 및 라이선스 조건 확인 필요)

Coverr(<https://coverr.co>)
Pexels(<https://www.pexels.com>) *무료 이미지도 가능
Videezy(<https://www.videezy.com>)
Videvo(<https://www.videvo.net>) *무료 음악, 효과음 가능
Pixabay(<https://pixabay.com/ko/videos>)
Mixkit(<https://mixkit.co>)
Mazwai(<https://mazwai.com>)
Splitshire(<https://www.splitshire.com/category/video>)
Dareful(<https://dareful.com>)
Life of Vids(<https://lifeofvids.com>)

유료 영상, 음원, 이미지, 템플릿 소스 사이트 목록

(매월 또는 연간 구독료 지불 / 저작권 위반 걱정 없이 1개 이상 구독 권장)

Shutter Stock (<https://www.shutterstock.com>)
Getty Images (<https://mbdrive.gettyimageskorea.com>)
Storyblocks (<https://www.storyblocks.com>)
Motion Array (<https://www.motionarray.com>)
Motion Elements (<http://www.motionelements.com>)
Envato Element (<https://elements.envato.com>)
Artgrid (<https://artgrid.io>)
필름팩 (<https://filmpac.com>)
사운드스트라이프 (<https://www.soundstripe.com>)

부록

아트리스트(<https://artlist.io>)

BGM 팩토리(<https://bgmfactory.com>) *국내 크리스천 기업

Motionvfx (<https://www.motionvfx.com>) *Plugin, LUT 등

Pixelfilmstudios.com (<https://store.pixelfilmstudios.com>) *Plugin, LUT 등

한국기독교영상미디어학회

The Korean Association of Christian Visual Media

