

어깨동무사역원에서 주최한

Media & the Family 리더십 컨퍼런스

지난 11월 3일 토요일 어깨동무사역원 Nameless Hall에서 “Media & the Family 리더십 컨퍼런스”가 열렸습니다. 대중문화 및 미디어의 위력과 영향력에 대하여, 그리고 미디어를 통해 이 땅의 그리스도인들에게 전달해야 할 메시지와 스마트 시대의 소통 방법에 대해 나누는 시간을 가졌는데,

여기에는 미국 할리우드에서 20년 넘게 기독교적 가치를 전하는 건강한 영화 제작과 영화 평론가로 섬겨온 Movie Guide 회장 테드 베어(Ted Baehr)와 부회장 로버트 베어(Robert Baehr) 부자, 그리고 가정과 교회, 학교 등에서 사용할 최고의 멀티미디어 성경교재를 제작해온 Faith Inkubators 대표 리치 멜하임(Rich Melheim) 목사, 에콰도르 순교자 5인의 이야기를 다룬 영화 ‘창끝’(End of Spear, 2006)과 그 속편 ‘Beyond the Gates of splendor’(2002) 등 영향력 있는 기독교 휴먼 다큐멘터리 성격의 할리우드 영화를 제작한 빌 오슬러(Bill Oechsler) 회장 등이 함께하였습니다.

월드뷰는 특별히 기독교 휴먼 다큐멘터리 성격의 영화를 제작하는 빌 오슬러 대표의 강연을 중점적으로 소개하고자 합니다.



Guest Speaker 소개



Dr. Ted Baehr (테드 베어 박사)

기독교적 시각의 영화 전문 잡지인 무비가이드의 설립자이자 발행인이다. 미디어 콘텐츠의 선한 영향력을 전파하는 선두주자로 건강한 콘텐츠 개발에 역량을 쏟고 있다.

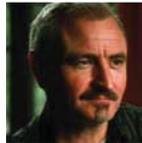
- 무비가이드 설립자이자 발행인
- 기독교 영화 TV 위원회 회장



Rev. Rich Melheim (리치 멜하임 목사)

기독교 교육의 싱크탱크 역할을 하는 Faith Inkubators의 설립자이다. 기독교 가정 교육 전문가로 CNN, WNBC 등에서 가정 컨설턴트로 활약 중이며 다양한 프로젝트를 진행하는 한편 왕성한 저술 활동을 펴고 있다.

- Faith Inkubators 설립자
- Preschool Incubators Project 설립자



Bill Oechsler (빌 오슬러)

종교적 분쟁이나 사회적 문제 등 이 시대의 이슈를 영화 및 다큐멘터리로 제작하여 시민들의 의식을 일깨우고 실제적인 참여를 독려하고 있다.

- Ethno Graphic Media 대표
- West Virginia University 교수
- XLER 마케팅 & 컨설턴트



Dr. Byoungchul Joseph(BU) Jun (전병철 목사)

- 아세아연합신학대학교 기독교교육학과 교수
- 아세아연합신학대학교 국제 협력 실장
- 어깨동무사역원 글로벌 리더십 연구소장



청년, 미디어 우리가 어떻게 리드할 것인가

제가 오늘 이 강연에서 이야기하고자 하는 것은 세 가지입니다.
이 시간이 청년문화와 현대문화의 '다름'을 발견하고 이해하는 시간이 되었으면 좋겠습니다.

🎤 강연: 빌 오슬러 (E.G.M 대표, 영화「창끝」 제작자), 정리: 편집부

미디어, 기술, 이야기

At first Glance

청년. 그들은 우리와 무엇이 '다른가'

첫 번째 특징은 자유일 것입니다. 그들은 의심도, 궁금한 것도 많습니다. 또한 회의적인 태도도 청년들의 큰 특징이기도 합니다. 청년들은 자신이 속한 가정과 사회에 불만을 품고 반항하는 세대입니다. 또 어떤 면에 있어서는 소위 '귀차니즘'이라 할 정도로 '도대체 내가 무슨 상관이야' 하는 생각을 갖고 있기도 합니다. 특별히 신앙, 전통, 역사관에 있어서 기준이 없

는 세대이기도 합니다. 역사적, 신학적 관점에서 우리가 가치 있게 여겼던 도덕적 가치들을 그들은 더 이상 중요하게 여기지 않습니다. 여기서 중요한 것은, 이것이 잘못된 것이 아니라 우리 세대와 '다르다'는 것을 아는 것입니다.

변화는 불가피합니다. 그러나 성장은 우리가 선택할 수 있습니다. 가정을 좀 더 견고하게 성장시키는 것, 공동체와 사회를 성숙하게 만드

는 것 등은 우리가 선택할 수 있습니다. 여러분은 영화 <타이타닉>을 보면서 어렵게 살아남은 생존자들이 단순히 생존하기만을 원하십니까? 우리는 그들이 잘 되길 바랍니다.

마찬가지로 우리 인생도 근근이 살아가는 것이 아니라 충만하게 누리는 인생이었으면 좋겠습니다. 단 한 번뿐인 우리의 인생이 열매 맺는 인생이었으면 좋겠습니다. 그러기 위해 우리는 하나님께서 우리에게 주신 창의성과 발달된 기술을 통해 다음 세대에게 이 좋은 이야기들을 어떻게 전달할 것인가를 고민해 보아야 합니다. 이것은 굉장히 부담스러운 일이지만 우리의 몫이며 우리가 할 수 있는 일입니다.

오늘날은 과거에 비해 결정을 내리기까지 꽤 복잡합니다. 우리는 뉴스와 미디어를 통해 24시간 정보가 끊이지 않고 공급되는 복잡한 시대를 살고 있습니다. **현재가 나쁘다는 말이 아닙니다. 지금 이 시대와 이전 세대는 '다릅니다'.** 따라서 지금 이 시대에 필요한 것은 과거와는 다르며 또한 다른 접근법으로서의 미디어가 필요하다는 겁니다.

과거와 달리 오늘날은 모든 채널을 통해 뉴스와 소식을 접하는 시대입니다. 미국의 경우 더더욱 자본주의라 그래서인지 갈등, 소비주의, 인기 추구하는 성향 등이 강합니다.

절대 팔지 말아야 하는 것

저는 20여 년간 맥도날드, 월트 디즈니, 말보로 등의 상업 광고를 기획했습니다. 맥도날드나 월트 디즈니에서 일할 때는 선물을 많이 들고 오니까 아이들이 아빠를 매우 자랑스럽게 여겼습니다. 그러나 말보로 광고를 할 때에는 선물을 들고 올 수 없었습니다. 그랬더니 아이들은 아빠가 실직자가 된 줄 알았답니다. **광고 기획은 모든 걸 팔 수 있도록 합니다. 그러나 한 가지 팔지 말아야 할 것이 있는데 바로 우리의 영혼입니다.**

20년 만에 그 광고 회사를 떠나 비영리 단체들만 전문적으로 홍보하는 회사에 들어갔습니다. 저는 그때 하나님의 말씀을 내 삶을 통해 살아냈으면 좋겠다는 사명감으로 일했습니다. 이 회사에서는 술, 담배 등 좋지 않은 것들에 대한 광고나 기획 요청이 들어오면 거절하였습니다. 그렇게 한 것은 그것들이 불법적인 상품이어서가 아니었습니다. 사실 그것들을 광고 기획해서 판매한다고 해서 그것이 양심을 파는 것은 아닙니다. 중요한 것은 우리들의 영혼이 이것을 용납하지 못한다는 겁니다.

미디어가 좋아하는 것

저는 신문방송학으로 석사학위를 받았는데 신문 방송에서는 갈등을 좋아합니다. 여자와 돈, 그리고 전쟁. 이 세 가지는 언론에서 논문의 주제로 자주 사용됩니다. 분열, 갈등 등 이런 자극적인 것들을 추구하는 시대가 요즘의 시대입니다. 지금은 여자를 성적으로 상품화 시키는 시대이며, 돈을 좇고, 부자를 좇는 시대입니다. 실제로 사회가 꼭 그런 요소만으로 구성되어 있는 것은 아닌데 미디어에서는 소위 '잘 팔린다'는 이유로 이런 것들만을 팔려고 합니다. 그래서 여자, 돈, 전쟁 이 세 가지는 검색 포털 상위에 랭크된 단어입니다. 누가 평화를 검색



하며 평안을 검색합니다. 사람들은 평화나 평안에 관심이 없습니다.

그래서 영화나 예술 등에서 대상(타겟)을 선정할 때, 가장 민감한 세대인 18-25세의 청년을 주(主)소비자로 잡습니다. 그리고 이들을 위한 콘텐츠들을 만듭니다. 이들을 주 고객으로 삼아야 오랫동안 이들에게 팔아먹을 수 있기 때문입니다.

부족함을 기술이 채워준다

예전에는 교회에서 신앙뿐 아니라 문화, 예술을 배우던 시대가 있었습니다. 그러나 요즘은 기술에서 사람들이 만족을 찾으려고 합니다. 수많은 채널과 미디어들이 우리에게 영향을 줍니다. 사실 미디어의 중심은 여론을 반영하기에 앞서 조장합니다. '이것이 중요하다'라는 가치마저 '강요'합니다. 기술의 발달로 세상은 엄청나게 빠른 속도로 발전하고 있습니다. 옛날에는 효율성을 따졌지만 새로운 기술은 '빨리빨리' 바뀌기 때문에 소비성을 자극합니다. 필요가 없음에도 계속 소비를 강요합니다.

다시 말하지만 이것이 나쁜 것이 아니라 이전 사회와 '다른 것'입니다.

어떤 이야기로, 어떻게 소개할 것인가

이 시대의 중요한 화두 중 하나가 '이야기(사연)'입니다. 이러한 사연들을 미디어와 기술을 통해서 계속해서 만들어 내야 합니다. 한국에 오기 전부터 한국 이야기를 들었는데, 그것이 바로 강남스타일이었습니다. 전 세계 9억명이 싸이의 강남스타일을 봤다고 합니다. 이 비디오 한 편 때문에 해외에 있는 저 역시 한국을 좀 더 가깝게 느꼈습니다. 그 속에 그런 힘이 있습니다! 저는 가사의 뜻도, 한국의 문화도 잘 이해하지 못하지만 비디오 클립을 통해 한국 사회의 단면을 알게 되었습니다. '싸이'라는 하나의 이야기가 한국을 알린 것입니다. 중요한 것은 '우리가 이야기를 갖고 있느냐'가 아니라 '어떤 이야기를 나를 알지 못하



는 이들에게 소개할 것이며 어떻게 소개할 것인가입니다.

지금은 이야기를 들려주는 시대이며 이야기가 힘을 갖는 시대입니다. 우리 같은 사역자들에게는 이것은 그 자체로 매우 부담이 되지만, 한편으로 위대한 기회가 될 수도 있습니다.

To Go A Bit Deeper

어떻게 하면 이 세대에, 이 연령대의 사람들과 접촉점을 만들어 낼 것인가

우리 회사는 이 사회적 현상을 좀 더 깊이 들여다보았습니다. 관련 연구소에 의뢰해 18-25세에 대한 사회적 현상을 심층 면담을 통해 깊이 있게 연구했습니다. 젊은 청소년들이 어떤 생각을 갖고 있는지, 어떤 가치관을 갖고 있는지 연구하고 그들에게 다가가는 방법을 연구했습니다. 미국의 2,150명의 청소년에게 무작위로 접근하여 남녀 성비, 다양한 인종과 문화, 그들의 경제적인 상태까지도 고려하여 최대한 다양하게 균형을 맞춰 인터뷰를 진행했습니다. 광고기획자들은 이런 말을 합니다. 누군가를 충족시키기 위해 광고를 만드는 것이 아니라 우리가 대상으로 잡고 있는 사람들이 무엇을 고민하는지 그들의 생각을 '들을' 필요가 있다는 것입니다. 일을 진행할 때 우리는 이 질문을 절대 잊지 않으려 합니다. 어떻게 하면 이 세대에, 이 연령대의 사람들과 접촉점을 만들어 낼 것인가 고민하지 않고 그들에 대해 아는 바 없이 막연히 그럴 것이라고 추측하면 반드시 실패합니다. 우리는 이런 부담을 갖고 그들에게 귀기울였습니다.

그들의 특징 중 하나는 '나'

청년들은 '나' 곧 자신이 믿는 바대로 살고 싶어 합니다. 그들은 믿는 것을 넘어 행동합니다. 그들에게 중요한 것은 신념이 아니라 행동입니다. 기성세대는 젊은 세대에 비해 위선적입니다. 가치가 있고 그것이 신념이라고 '말'은 하지만 행동으로 드러나지 않을 때가 많습니다. 청년들은 그런 기성세대에 질려버립니다. 청년들이 우리가 말하는 것을 받아들이지 않는다고 해서 그들이 성장하지 않거나 수용하지 않는 것은 아닙니다. 그러나 말하는 과정 가운데서 우리가 '보여주지' 못한다면 그들은 우리가 원하는 모습으로 성장하지 않을 것입니다.

그들에게는 '실천'이 가장 중요한데 이 실천에는 세가지 특징이 있습니다. 첫 번째가 자율성, 두 번째가 소속감, 그리고 마지막으로 의미가 있거나 목적 지향적이라는 것입니다. 자율성이란 타인이 나에게 이래라 저래라 하는 것은 싫다는 것입니다. '내가 느끼고' '내가 선택합니다. 좋은 것이든 나쁜 것이든 공통분모를 가지는 것을, 공동체에서 의미 있게 여기고 보람 있어 하는 일을 추구합니다. 자신들이 하는 일들을 중요하게 여기고 인정받고 싶어 하



며 변화의 촉매제가 되고 싶어합니다. 기성세대가 선택이 중요하니 신중하라고 말한다면 이들은 비웃습니다. 중요한 것은 말이 아니라 그들이 좋은 선택을 할 수 있도록 우리가 그들을 준비시키고 있는가의 문제입니다. 좋은 선택을 한다는 것은 자신이 가지고 있는 것 가운데 좋고 그르코의 분별력을 가지고 있는가의 문제입니다. 또 소속된 공동체 사람들의 영향으로 자신을 견고하게 하고 있는지 혹은 파괴하고 있는지를 분별할 수 있느냐는 것입니다. 그들의 목적 지향적인 성향을 기성세대인 내가 악용하여 내가 의도하는 것으로 조작하고 있는 것은 아닌지 기성세대는 늘 자문해야 합니다. 이러한 모든 소통의 매개체의 지향점들을 이용하여 우리는 다음 세대에게 자율성과 소속감과 목적의식을 가질 수 있도록 구비시켜 줘야 합니다.

이야기를 통해 이야기 속에 밀어 넣다

우리가 연구하며 발견한 또 하나는 ‘사람 가운데 실천하는 것’입니다. 사람들은 독특한 이야기를 가지고 있고, 들려주며 접촉하는데 능숙한 사람들을 좋아합니다. 예수님의 교육법과 교수법의 특징은 이야기를 잘 사용하셨다는 겁니다. 모든 은유와 비유가 당시의 환경과 상황에 적절히 빗대어 있어 당시의 사회적

이슈들을 이야기를 통해 사람들에게 관심을 갖도록 하셨습니다. 예수님은 이야기를 통해 긴장감을 조성하여 궁금증을 유발하고 사람들을 이야기 속으로 밀어 넣으셨습니다. 그리고 한적한 곳에서 다시 이야기를 풀어내셨습니다.

우리들은 청년들의 상황이 어디에 있든지 이야기를 통해 그들의 통찰력을 끄집어 낼 수 있도록 적절한 긴장감을 주고, 이야기 속에서 궁금해 하고 갈증을 느낄 수 있도록 도와주어야 합니다. 그리고 기호를 풀어낼 수 있도록 교회나 공동체로 인도해야 합니다. 이야기에서 빠져나와 홀로 남겨졌을 때 이해하지 못하는 청년들을 교회나 지도자들이 인도할 수 있도록 돕는 것이 우리의 사역입니다.

연구를 통해 알아낸 청년들의 이 세 가지 특성, 즉 자율성, 소속감, 목적의식을 가지고 이야기와 영상 매체를 통해 그들과의 접촉점을 만들어 내는 것이 우리 사역이 지향하는 바입니다. 그리하여서 우리가 청년 세대들에게 감동 뿐만 아니라 통찰력을 주어 자신들 안에 보이지 않는 잠재능력을 끌어내어 사랑에서 실천으로 옮길 수 있도록 영상을 통해 돕는 것이 우리의 사역입니다.



탁월함을 추구하라

이 일은 기술을 사용하기에 전문성을 갖춰야 합니다. 미디어(매개체)를 사용할수록 더욱 탁월함을 추구해야 합니다. 그러나 탁월함을 칭찬받는 것이 우리 사역의 목적은 아닙니다. 우리는 우리의 영화를 본 사람들이 스스로 감동적이라고 감탄하기를 바랍니다.

인도를 방문했을 때, 인도의 한 여자아이가 <창끝>을 보고 영화속 등장인물인 여자아이를 통해 자신의 삶을 투영하여 자신의 삶이 어떻게 변화되었는지 나에게 말해주었습니다. 그 아이는 또 다른 자신의 이야기 속에 우리를 밀어 넣어 더 풍요로운 이야기를 나누게 하였습니다. 제작자인 나에게 매우 특별한 경험이었습니다. 이처럼 우리와 같은 평범한 사람들이 영화 속의 메시지를 보며 평범함 속에서 의미를 찾고 그 이야기 속에 스스로를 밀어 넣어 메시지를 자신에게 적용하는 것입니다. 영화 속 이야기에서 또 다른 나를 발견하게 하는 일, 그것이 우리의 사역입니다. 그래서 탁월함을 추구하는 일은 매우 중요합니다. 그러나 진짜 중요한 것은 우리의 대상이 누구이고 어떤 기술을 사용했는지나 우리가 알려지는 것이 아니라, 이야기를 통해서 그들을 이야기 속으로 초대하고 그들의 삶이 변화되도록 하는 일 그 자체입니다.

이야기를 다음 세대에 전달하지 않는 문명은 지속될 수 없다

우리는 어떤 문화 속으로 들어가 그 문화 속의 이야기꾼들을 만들어내고 그 이야기를 통해 다큐멘터리를 만듭니다. 그 이야기의 주인공을 존중하는 마음으로 있는 그대로를 이야기로 만들어 냅니다. 때로는 전혀 다른 문화 속의 이야기를 발굴해서 그 이야기를 알지 못하는 또 다른 문화 속의 사람들에게 전달하는 사역을 하기도 합니다.

그런데 우리가 영화를 만들면서 깨닫게 된 것은 언어와 환경과 문화를 초월해서 공감할 수 있는 내용들이 있다는 겁니다.



이야기를 전달하는 매개체는 영상으로써 이 영상이 마지막 전달물은 아닙니다. 우리의 마지막 전달물은 '이야기'입니다. 테드 박사(DR. Ted)의 말처럼, 이야기를 다음 세대에게 전달하지 않는 문명은 지속될 수 없습니다. 오랜 시간을 견디어낸 이야기들만이 다음 세대에 전달됩니다. 시간이 지나도 변질되지 않는 시공을 초월한 이야기는 바로 성경입니다.

이러한 문화적 특성을 갖고 있는 청년 세대에게 우리가 신앙이라고 하는 가치를 어떻게 효과적으로 전달할 수 있을까. 이것이 우리의 궁극적인 궁극 중입니다.

우리가 지금 믿고 있는 것이 진리이고 이것을 전달하는 것이 중요하다면, 돈과 물질과 시간을 어떻게 활용해서 그들에게 어떻게 접근할 것인가 고민하는 것이 매우 중요합니다. 이것이 바로 청지기 정신이며 현명하며 효과적인 사역입니다. 우리가 아무리 전달하려 해도 받아들이는 사람들의 입장을 배려하지 않는다면 그것은 계승이 아닙니다.

우리에게 어떤 이야기가 유산으로 남아 있습니까.

EGM필름(빌 오슬러 대표) www.egmfilms.org



다음세대를 세우는
한국어깨동무사역원

어깨동무사역원 소개

어깨동무사역원은 지구촌의 1.5세대와 2세대 사역자들 그리고 평신도 지도자들을 양육하는 차세대 한국교회 사역의 실험실과 같은 역할을 감당하기 위하여 1999년 5월 20일에 설립되었습니다. 어깨동무사역원은 팀 사역의 실제적인 훈련과 양육을 통해 지구촌에 흩어진 10,000여 디아스포라 한인 교회의 건강한 네트워크와 성장을 도모합니다. 21세기 태평양 시대를 맞이한 한국교회의 시급한 과제는 예수 그리스도의 몸 된 교회의 올바른 건전한 부흥과 성장한 열매를 다음 세대들에게 성공적으로 전수하는데 있다고 보고 이를 준비하고 있습니다.

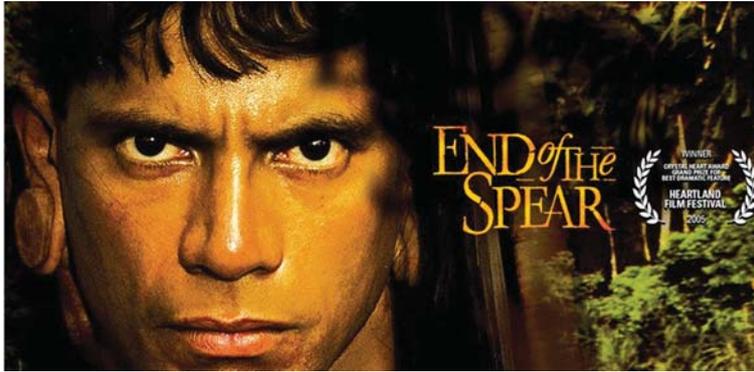
2005년 8월 개원한 한국 어깨동무사역원은 여름 컨퍼런스를 시작으로 한국교회 청년들을 위한 리더십학교와 사역자들을 위한 사역자 컨퍼런스 등



을 진행해 왔으며, 디아스포라 시대를 준비하는 어깨동무사역원 국제 컨퍼런스와 통일한국 시대를 준비하는 통일한국 역사탐방, 세계 기독교 부흥과 선교 역사탐방을 진행해 왔습니다. 한국 어깨동무사역원은 앞으로 한국교회, 한국사회, 세계선교를 위해 구체적으로 사역하고자 합니다. 또한 PFFF(환태평양 기독교 영화제), 아름다운 윤동주 음악회, 기독교 뮤지컬 및 성극, 콘서트 개최, 기독교 다큐 및 영화제작 지원 등을 진행하며, 앞으로 어깨동무사역원의 철학과 비전을 공유하는 젊은이들 중심의 협력교회를 개척하여 차세대 리더 양성의 실험장이자 요람으로 세워 가려 합니다.



어깨동무사역원 홈페이지 www.s2skorea.org



영화소개

창끝 & Grandfathers

빌 오슬러의 BGM필름에서 제작하여 국내에 알려진 기독교 다큐멘터리 영화 <창끝 End of the Spear>, 그리고 청년세대의 눈높이에 맞춰 구성, 제작한 후속편 <the Grandfathers>을 소개합니다.

창끝 End of the Spear

용서를 모르는 부족에게 복음을 전하기 위해 남미 정글 에콰도르의 아우카(와다니) 족을 찾아가다 그들에게 죽임당한 선교사들. 살아남은 그들의 가족이 남편이자 아버지를 죽인 와다니 족 속으로 다시 들어가 복음을 전하는 이야기로, 짐 엘리엇(Jim Elliot)의 실화를 바탕으로 하고 있다. 이들은 서로를 죽이는 부족 간의 전쟁으로 상대 부족을 제압하는데 자신의 아버지가 적에게 죽임을 당하면 그 아들이 복수를 해야만 하는 불문율이 있다. 부족이 자멸할 지라도 그 싸움을 멈추지 않는다. 와다니 족에 의해 선교사가 죽고 그 아들과 선교사의 아내들이 찾아왔을 때, 부족장 민카야니는 선교사의 아들이 자신을 죽일 것이라 생각한다. 자신들의 가족을 죽인 부족의 가족이 된 용서와 구원의 영화 <창끝>.

“내 아버지는 창끝에서 목숨을 잃으셨습니다. 그리고 그것은 그들의 복수의 끝이기도 했습니다.”

the Grandfathers

<창끝>의 후속편으로 같은 이야기를 청년 세대에 맞춰 다르게 만들었다. 똑같은 이야기도 환경에 따라 익숙하지만 낯설게 이야기할 수 있다는 것을 보여주며 어떻게 청년사역을 해야할지, 같은 메시지로 어떻게 다른 방법으로 접근할지 제안한다. 아버지의 이야기 속에 같은 맥락으로 그 아들의 아들인 손자가 청년인 자신의 이야기를 풀어낸다. <창끝>과 달리 속도감, 그래픽, 음악 등 변화된 세대에 맞게 다른 컨텍스트를 사용하였다. 같은 이야기지만 새로운 이야기, 영화 <the Grandfathers>.

“나의 할아버지를 죽인 사람들에게 나는 그들을 살리러 그곳으로 간다.”

