

한국 기독교의 선교방송 편성 현황과 운영 개선 필요성

이장형 (백석대학교 기독교윤리학 교수)

I. 들어가며

II. 연구의 필요성

III. 주요 선교방송 편성 현황 분석 및 평가

1. CTS, CBS의 편성 현황 및 설교방송 비중
2. CGN-TV, C3-TV, C채널의 편성 비율과 설교방송 비중
3. 방송 융합시대 다양한 매체를 통한 복음의 활성화

IV. 현행 선교방송의 운영 개선 방안 제안

V. 마치며

• ABSTRACT •

Status of Christian Missionary Television Broadcasting in Korea and Proposals of Desirable and Effective Management

Lee, Jang-Hyung

Christianity in South Korea have plural influential television media and channels, through which a variety of missions, culture, business has developed. Although limited research, the main broadcasters' programming through the analysis of business goals and yet more than half of what most broadcasters configured to preach character and could see that the limits shown. Preaching the gospel of the most important and effective delivery to target an unspecified number of passages, though the church service broadcast live to relay missions to the nature of the topics being preached in many ways, it was confirmed that this is the limit. To do this, from different angles and ways of overcoming and was pointed out that measures be taken, the point is as follows. 1) To do effort to overcome the unbalanced preaching centered programming. 2) To do effort to ensure various broadcast content is needed. 3) To present and share a common goal, it is necessary to differentiate by broadcasters. 4) To need to anti-privatization of broadcasting organizations and financial stability. 5) To reflect on the medium itself, audience education should be emphasized.

Subsequent discussions with a variety of projects and practice of Christian missionary Broadcasting contributes to the creation of a tool and expansion of the kingdom of God is expected to be able to be.

Key words: Christian Media, Broadcasting for Mission, Media Preaching,
Christian Contents, Publicity of Christian Media

I. 들어가며

다양한 매스미디어의 발전으로 인해 그 영향력이 다소 줄어들긴 했지만, 텔레비전 방송은 사회적으로 신문 및 라디오와 함께 여전히 가장 영향력 있는 매체라고 할 수 있다. 현재 공중파는 아니지만, 케이블 및 인터넷 텔레비전을 통해 기독교 선교방송을 표방하는 매체들이 다수 존재하고 있으며, 라디오의 경우는 국영방송과 극소수의 민영 방송만이 있던 때부터 한국기독교교회협의회를 운영 주체로 한 기독교방송이 대표적 민간방송으로서 자리매김 해 온 역사를 갖고 있다.¹⁾ 이런 면에서 한국의 선교방송²⁾들은 선교사적으로만 아니라 방송, 문화사적 측면에서도 매우 중요한 역할을 해오고 있다고 볼 수 있다. 선교학자 맥루한은 선교매체가 갖는 특성에 대해 논의한 대표적인 이론가인데, 그는 매체가 자체의 메시지를 담고 있다고 하며 모든 매체가 동일한 것이 아님을 강조하면서 전통적인 부족주의가 기계적이며 획일적이며 반복적인 매체의 영향에 의해 붕괴된다고 하였다. 구체적으로는 고선명 매체와 저선명 매체를 구분하면서, 고선명 매체인 사진 및 라디오와 달리 저선명 매체에는 간격이 있어 응답자의 참여를 요구하는 점을 지적하였다.³⁾ 물론 이런 주장은 텔레비전에 적용되는 미디어 기술의 발달로 인해 그대로 적용할 수는 없을 것으로 보인다. 그러나 미디어가 결코 중립적인 것이 아니라는 점을 지적한 다음과 같은 주장에 대해서는 현대사회에서 심각하게 고려할 필요가

1) 라디오 기독교방송은 1948년 방송 설립허가를 받았지만, 전쟁으로 인해 방송은 1954년부터 12월부터 송출을 시작했으며, 라디오 한국복음주의방송(현 극동방송)도 1954년부터 시작되었다.

2) 선교방송이란 용어가 공식적인 용어는 아니며 다른 용어의 사용도 가능하다고 보지만, 기독교계의 종교방송, 특수방송을 표현하는 용어로 일반적으로 사용되고 있다고 할 수 있다.

3) David Hesselgrave, 강승삼 역, 『선교커뮤니케이션론』(서울 : 생명의말씀사, 2000), 551.

있다. “만일 매체 자체가 선하지도 악하지도, 적합하지도 부적합하지도, 효과적이지도 혹은 그렇지 못하지도 않다면 그 때 매체는 중립적이며 따라서 우리의 전체 논의의 초점은 메시지와 사용 가능한 다양한 기호들에 맞춰질 수 있을 것이다. 그러나 만일 암호화된 메시지가 어떤 영향을 받는다면, 그 때는 매체가 중립적이지 않으므로 우리는 바로 그 매체들에 주의해야 한다.”⁴⁾

기독교 관련 케이블 텔레비전은 출범 후 한동안 송출 지역 제한과 운영권, 지배구조 등의 문제로 인해 침체기를 겪으면서 위축되기도 하였으나, 현재는 많이 활성화되어 선교적 도구로써 그 가능성과 영향력을 무시할 수 없는 상황이 되었다. 또한 인터넷 텔레비전의 경우에도 여러 한계가 있긴 하지만, 대중매체로 자리잡아가고 있는 상황이 되었다. 그런데 던져지는 질문이 있다. 선교방송임을 표방하고 있으면서, ‘하나님 나라’의 확장을 위하여 운영되고 있다는 다양한 기독교 선교방송들이 과연 목표를 향해 제대로 된 길을 가고 있는가? 좀 더 근본적으로, 다수의 매체들이 무엇을 위하여 혹 누구를 위하여 존재하고 있는 것인가? 기독교의 영상 매체들이 추구해야 할 구체적인 과제들은 무엇일까? 이 논문에서는 기독교 관련 주요 대중매체 가운데 영상 매체인 선교방송을 중심으로 그 편성 현황과 기능, 역할 등을 분석하면서 새로운 이해와 바람직한 운영방안을 제안하는 논의를 진행하고자 한다.⁵⁾

4) David Hesselgrave, 강승삼 역, 548.

5) 매스 미디어의 범주가 다양하고 분석 및 평가할 내용이 양적으로 상당한 상황에서, 미디어의 선정 기준 자체가 문제될 수도 있을 만큼 이 연구는 개인이 감당하기에는 상당히 버거운 주제인 것이 사실이나 이 방면의 연구가 절대적으로 부족한 상황에서 서론적 의미를 부여하는 차원에서 논문을 기획하게 되었다.

II. 연구의 필요성

2007년에 1907년 한국교회 대부흥운동을 기념하는 선교전략 포럼이 기독교계에서 개최되어 선교와 관련한 주요한 논의들이 다양하게 전개되었다. 그 후에 선교전략 포럼을 정리한 보고서도 발간되었는데, 이 책은 세계 선교의 현황과 과제를 제시하면서 혁신적 선교 전략으로 1)전문인 선교사 2)비거주 선교사 3)인터넷 등 첨단 기술을 이용한 적극적인 선교 전략 모색을 강조하고 있다.⁶⁾ 그런데 그 책은 다양한 선교 방안의 현황과 가능성을 논의하고 있지만, 문화선교 맥락에서 방송 선교와 관련된 구체적인 논의를 한 대목을 거의 찾을 수 없었다.⁷⁾ 아울러 전통적인 다양한 선교 방법이 여전히 유효하긴 하지만, 현대 사회에 있어서 미디어의 이용 중요성은 새삼 강조할 필요가 없을 것이다. 특히 선교적 목표와 가치를 표방하는 미디어 매체들이 상당히 활발하게 움직이고 있다. 그러나 선교의 현장에 있는 이들과 선교학적 관점에서 볼 때, 그런 미디어 매체들이 얼마나 목표에 충실하고 있으며 그 가치와 신뢰를 얻고 있는가하는 문제는 상당히 다른 차원의 문제라고 볼 수도 있다. 이런 면에서 선교방송 혹은 미디어 등에 대해 다양한 각도에서 근본적인 질문을 던져볼 필요가 있는 것이다. 아울러 이 연구를 필요로 하는 또 다른 이유는 기독교계 방송(선교방송)에 대한 연구가 절대적으로 부족하기 때문이다. 선교, 문

6) 문상철, “세계선교의 현황과 과제”, 선교분과위원회 편, 『선교전략포럼논총』(서울:대양미디어,2007), 984-985.

7) 이 때의 행사자료, 논문들이 『선교전략포럼논총』으로 출간되었다. 주요 행사인 세계선교 포럼에서는 총 9개의 이슈그룹으로 나뉘어 논의가 진행되었다 1)복지와 멤버 케어 영역 2)선교와 책무 3)선교리더쉽 4)MK사역 5)국내 이주민 사역 6)디아스포라와 선교동원 7)지역교회 선교동원 전략 8)중국선교 9)북한선교 등이 논의되었고, 미디어 관련 논의는 선교의 전략 논의 중 시니어 선교를 논하면서 “미디어 선교의 이해와 미전도 종족을 향한 전략적인 방안” 논의가 유일했다고 할 수 있다. 선교분과위원회 편, 『선교전략포럼 논총』, 950-954.

화적 측면에서는 지극히 전문성을 요하는 부분이기에 연구가 활발하지 못했고, 방송 미디어 연구자들 입장에서는 종교 방송의 특수성이 관련되는 문제여서 많은 연구들이 나오지 못한 것으로 사료되기 때문이다.

우선, 연구자는 이미 발표된 논문 가운데 현재 상황에서도 반영될 수 있는 논문들과 그 주요 내용을 살펴보면서 연구에 참고하였다. 윤선희는 「기독교 방송의 이념 성향과 수용자의 시청 양식에 대한 문화연구」에서 종교의 문화적, 정치 경제적 영향력은 크다고 언급하면서, 실용적인 측면에서도 종교채널과 시청자의 규모가 커짐을 대중문화와 정치경제적 토대에서 살펴보고 있다. 이 논문은 한국보다는 미국의 기독교방송을 중심으로 하고 있으나, 한국 상황에 적용 가능한 부분 및 관련된 언급도 적지 않다. 특히 결론부에서 한국 방송 자체에 대한 연구 필요성을 제시하고 있음에 주목할 필요가 있다.⁸⁾ 이성민, 강명구는 「기독교 방송의 초기 성격에 관한 연구 1954~1960」에서 기독교 방송 설립주체의 성격, 프로그램 편성 분석 등을 통해 기독교방송이 반공주의를 견지하면서 1956년을 전환점으로 선교방송보다는 대중성 있는 매체로 변화하였음을 주장하며, 1980년 언론 통폐합에서 종교계가 운영하는 방송이 특수방송으로 규정되어 논의에서 제외되는 경우가 많았다고 지적한다.⁹⁾ 조성준, 이승선은 「CBS 기독교 방송의 저널리즘 기능 수행에 관한 연구」에서 기독교방송의 설립 및 방송 수행 과정을 고찰하는 가운데, 한국 사회와 문화 속에서 어떤 영향을 끼치며 자리매김 해 왔는가를 논의하고 있다.¹⁰⁾ 전문적인 학술연구라고 할 수는 없지만 ‘현대교회와 매스컴’이란 글에서, 현직이나

8) 윤선희, 「기독교 방송의 이념 성향과 수용자의 시청 양식에 대한 문화연구」, 『韓國言論學報』 제51권 6호, (2007-12) 참조.

9) 이성민, 강명구, 「기독교 방송의 초기 성격에 관한 연구 1954~1960」, 『한국방송학보』 통권 제21-6호, (2007-11) 참조.

10) 조성준, 이승선, 「CBS 기독교 방송의 저널리즘 기능 수행에 관한 연구」, 2004년 한국방송학회 가을 정기학술대회 자료집, (2004-11) 참조.

운서였던 임택근은 대전문화방송을 통한 천주교의 방송선교를 돌아보면서, 문화적 영향력 등에 대해 분석적으로 소개하고 있다. 그는 “과거의 종교방송은 소수 종교인들만의 방송이었고 그보다 수적으로 훨씬 많은 일반대중과는 거리가 먼 것이었다. 이것은 물론 제작상의 테크닉 문제이겠으나 ‘딱딱한 설교, 듣기 싫은 종교프로’라는 인상을 주면서 일반대중과 동떨어져 몇몇 사람에게 국한된 협소한 방송이었다”라고 지적하면서, 폐쇄적이고 보수적인 자세에서 벗어나서 일반 대중에게 복음을 들고 다가서는 방법을 찾아야 한다고 제안한 바 있다.¹¹⁾ 그런데 그의 이런 평가는 수십 년이 지난 상황에서 한국의 기독교 선교방송들에게 그대로 적용되는 지적이었는데 우리의 고민이 있다. 최근 기독교윤리적 차원에서 미디어의 윤리를 구체적으로 논한 연구는 유경동의 ‘미디어의 윤리적 문제점’이라고 할 수 있는데, 그는 시각주의, 미디어 중독, 미디어 권력이라는 세 차원에서 논의를 전개하고 있다.¹²⁾

포스트모던적 문화 상황과 급속한 기독교의 교세 위축 등으로 인해 기독교의 선교 환경은 크게 변하고 있다. 한국 기독교의 상황도 성장이 멈추고 이미 양적인 감소가 시작되었다는 주장이 지배적인 것이 사실이다. 선교가 위축되기 쉬운 이러한 상황 속에서, 효과적인 방안은 무엇일까? 무엇보다도 문화 환경의 다양한 변화는 선교적으로 볼 때 미디어 등 기술적 매체들을 효과적으로 사용할 것을 요청하고 있다. 미셸 포코크는 이 문제와 관련 이렇게 설명하고 있다. “저렴한 통신료, 인터넷, 핸드폰, 이메일, 인터넷 메신저, 위성 텔레비전, 저비용의 라디오 송수신기 그리고 dvd 등은 모두 지난 반세기 동안 발생한 전 세계적인 의사소통 형태의 변화의 일부이다. 이러한 흐름에 지구상의 거의 모든 사람들이 영향을

11) 임택근, 「현대교회와 매스컴 - 교회와 방송」 307.

12) 유경동, 「기독교 미디어윤리」, 『神學과 世界』 제59호, (2007-07) 참조.

받았지만 이미 전 세계적으로 분산되어있던 선교 공동체는 일반적인 사람들보다 더 많은 영향을 받았다. 연결 된다는 것은 이제 선교사와 그들의 지지자 모두를 위한 선교활동의 영역으로 기대되어지고 있다.”¹³⁾ 여러 문제점들과 약점에도 불구하고, 기독교 관련 매스미디어들은 여러 면에서 유용한 도구들이므로 비판적 논의를 통해 좀 더 목표에 부합하는 기구로 개편되고, 효과적으로 사용될 필요가 있는 것이다.

III. 주요 선교방송 편성 현황 분석 및 평가

우리는 수많은 커뮤니케이션 매체들, 특히 많은 기독교 관련 매체들을 접하게 되며, 중요한 선교방편으로서의 여러 유용함과 그 영향력을 부정할 수 없다. 그러나 특히 이런 매체들이 일반적인 대중매체들과 마찬가지로 여러 유익과 함께 위해적 요소를 갖고 있는 부분에 대해서도 깊이 살펴볼 필요가 있다. 이런 관점의 성찰이 중요한 것은 많은 매체들이 현대사회에서 대중문화가 갖는 영향력과 특성을 그대로 답습하고 있는 문제가 있기 때문이다. 현대 사회의 대중문화 가운데 대중전달(mass communication)의 특징은 우선 대중매체(mass-media)와 깊은 연관이 있다. 많은 사람들이 매스컴과 매스미디어를 혼동 내지 동의어로 쓸 정도로 대중 전달은 미디어 매체를 특징으로 하고 있는데, 이는 상업 자본주의와 깊은 관련을 갖고 있다. 즉 극단적으로 말하면 상업적인 매체들은 프로그램 사이에 광고를 내보내는 것 같지만 사실은 광고를 내보내기 위해 프로그램을 편성하고 있다고 표현해도 틀리지 않을 것이다. 대중매체의 질과 관련된 문제 제기가 계속되는 것도 결국은 상업적 논리에서 자유롭지 못

13) Michael Pocook, 박영환 외 역, 『변화하는 내일의 세계선교』(서울: 바울출판사, 2008), 415.

하기 때문에 생기는 문제들이 대부분이다. 과연 기독교의 선교 방송들은 이런 문제들로부터 얼마나 자유로울 수 있단 말인가? 일반 매체에 비하면 외형적인 면에서 광고 방송의 시간과 범주가 제한되고 있는 것이 사실이다. 그러나 내적으로 보면 프로그램 자체가 후원자들에게 영향을 받거나 근본적으로 종속되는 오히려 심각한 측면을 보여주고 있는 것이다. 뿐만 아니라 기독교의 복음 메시지를 방송매체를 통해 전달할 때 생기는 왜곡과 한계도 발생할 소지가 있다는 주장도 가능하다. 이런 이중적인 측면의 문제를 어떻게 극복할 수 있을 것인가?

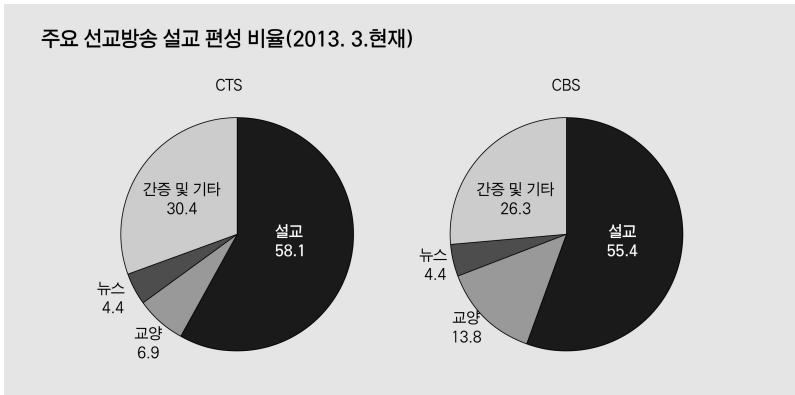
로이드 존스 목사는 조금 진부한 이야기로 들릴 수도 있겠지만 라디오나 텔레비전 방송의 목사 출연에 대해 매우 부정적인 언급을 한 적이 있는데, 설교의 본질과 관련된 중요한 지적이라고 할 수 있다. “오늘날 꼭 다루어야 할 문제 중에 라디오나 텔레비전 설교의 문제가 있습니다. 이 연속 강의 서두에서 언급했던 이야기를 또다시 꺼내는 것은 오늘날 대부분의 설교자들이 이 문제에 부닥쳐 있기 때문입니다. 저는 아주 특별했던 한두 번의 예외 상황을 제외하고는 라디오나 텔레비전 설교를 거부해 왔습니다. 그런 방식으로 진리를 전달하는 것은 참된 설교에 배치된다는 관점을 가지고 있었기 때문입니다. 저는 지금도 같은 관점을 고수하고 있습니다. 토론이나 그 밖의 다른 주제에 대해 대담 및 인터뷰를 하는 것은 다른 범주라고 생각합니다. 사실 저는 여기에서도 한걸음 더 나아가, 라디오나 텔레비전 설교가 1920년 이래 설교에 대한 불신을 조장해온 주된 요인이었다고까지 말하고 싶습니다.”¹⁴⁾ 제한된 시간에 맞추어야 하기에 성령의 인도하심을 방해한다는 로이드 존스의 이론에 전적으로 동의하지는 않지만, 여전히 설득력이 있는 대목이라고 생각한다.

이제 기독교계 선교방송들이 올바른 방향으로 가고 있는지, 대중문화

14) 로이드 존스, 정근두 옮김, 『설교와 설교자』, (서울 : 복있는사람, 2005), 379-380.

적 경향성에 기인한 여러 왜곡의 요소는 없는지 논의하기 위한 가장 기본적인 작업으로 비교적 널리 알려져 있다고 볼 수 있는 케이블 TV 두 개의 채널과 인터넷 방송 세 개의 프로그램을 분석, 통계를 내보게 되었다.¹⁵⁾ 결과는 막연하게 생각했던 것보다 훨씬 더 설교 프로그램의 비중이 높았다. 물론, 이렇게 설교 프로그램 비중이 높은 것은 프로그램의 제작에 투입될 수 있는 예산 부족 등 여러 요인이 복합적으로 작용한 것으로 보이지만, 각 방송국의 목표나 비전 등을 고려해 볼 때 설교 프로그램이 뉴스, 교양, 드라마, 음악 등 설교 외 프로그램 비중에 비해 지나치게 높다는 점은 재고할 필요가 있는 문제이다.

물론 방송 매체를 통한 예배와 설교 프로그램의 필요성과 순기능을 부정하는 것은 결코 아니다. 병원 입원 환자와 노약자 등 거동이 불편한 자들이 원격으로 예배에 참여할 수 있으며, 공산권 국가 등 선교 및 종교의 자유가 보장되고 있지 못한 국가 및 지역에는 효과적인 복음전파의 수단이 되고 있는 것도 사실이다. 그러나 비교적 역사를 갖고 있는 케이



15) 이 논문에서는 프로그램명, 모니터링을 통해 뉴스, 간중 및 기타, 설교 프로그램 등으로 프로그램을 분류하여 범주화하였으나, 프로그램을 보는 각도에 따라 다양한 범주 설정은 가능할 수 있을 것이다.

블 방송 매체가 인터넷 매체 보다도 설교 프로그램 비중이 더 높은 것으로 나오고 있다. 방송 콘텐츠의 제작 여건이 소요되는 경비를 감당하기 용이하지 않기 때문인 것으로 보인다. 제작 경비 면에서 보면 목사들의 설교를, 그것도 해당 교회의 장비로 녹화하여 방송으로 송출하는 것은 가장 효과적이고 편리한 방송 콘텐츠 확보 방법이기 때문이다.

기독교 신학에서 보편적으로 인정되고 있는 하나님의 문화 명령을 고려한다면, 다양한 매체가 생활 속에서 사용되고 있는 사회 속에서 효과적으로 문화적 도구 및 언론 매체를 통한 복음 전파의 책임이 요청되고 있다고 말할 수 있다. 선교 방송의 프로그램 별 편성 비율의 적정성 등을 논하려면 각 방송사의 방송 목표를 확인해 볼 필요가 있는데, 우선 각 방송사가 제시하고 있는 방송의 목표와 편성 내용들은 다음과 같았다.

1. CTS, CBS의 편성 현황 및 설교방송 비중

텔레비전 방송으로서는 가장 오래된 매체인 CTS(기독교텔레비전)의 방송 목표는 다음과 같다.¹⁶⁾

① 채널 특성 : 한국 개신교 1,200만 성도들의 신앙성숙은 물론 정보화 시대 비신앙인들에게 복음을 전하는 첨단 선교매체로 선교와 교육, 문화와 예술, 생활과 정보 등의 프로그램을 편성 제작하는 한국 유일의 종합복음 영상매체이다.

② 편성 방침

- 편성기본 이념

본 방송은 첨단 정보화시대를 향한 예언자적 선교매체로서 그리스도의 부활과 구속의 은총을 널리 전하고 정의와 평화 창조 질서의 보전을 선도하는 한국교회의 동반자가 된다.

16) 이하 내용은 CTS홈페이지(cts.co.kr)에 게시된 내용을 정리한 것임.

- 편성지침

- 복음전파의 영상매체: 그리스도의 문화를 이 사회에 심는 프로그램 편성
- 인류공영의 이상실현: 하나님의 창조질서를 회복시키는 프로그램편성
- 한국교회의 화해일치: 한국교회의 성장과 연합 및 교제를 위한 프로그램 편성

라디오 방송으로 시작되어 선교방송, 민간방송으로서의 오랜 역사를 갖고 있고, 인터넷 뉴스 ‘노컷뉴스’를 통합 운영하고 있는 CBS(기독교방송)의 방송 목표는 다음과 같이 파악되었다.¹⁷⁾

- C (Christianity): CBS는 Media scramble 속에서 기독교 신앙을 바탕으로 한 정도 언론 정체성을 확고히 하고 크리스천 문화의 글로벌 허브로 도약을 추구합니다.

- B (Broadcasting): CBS는 라디오, TV, 신문 등 기존 매체의 영향력을 높이고 Smart Media 시장을 선도하는 멀티미디어로서의 위상을 추구합니다.

- S (System Maker): 올바르고 따뜻한 사회적 agenda를 선제적으로 제시함으로써 건강한 여론 형성 및 균형있는 사회발전 기제를 만들고 있습니다.

17) 이하 내용은 CBS홈페이지(cbs.co.kr)에 게시된 내용이다. 방송목표를 명시하지 않았기에 소개 부분을 정리한 것이며, CEO 메시지에서는 "앞으로 CBS는 언론 본연의 역할인 권력에 대한 감시와 견제, 균형 잡힌 비판과 대안제시를 통한 건강한 여론형성과 사회적 희망, 아젠다를 이끌어내는 정도언론으로서의 역할에 충실하겠습니다. 우리 사회에 희망과 기쁨을 줄 수 GOOD NEWS를 발굴하고 시청자 중심의 건강한 프로그램을 제작함으로써 바르고 따뜻한 세상을 만드는 언론이 되겠습니다."라고 제시하고 있다.

두 방송사의 편성 방향 및 설교방송 비중 등을 파악하기 위하여 주간 방송 내용 중 주일, 월요일, 화요일 3일간의 방송 중 설교 관련 방송 내용을 정리해 보면 다음과 같다.

1) CTS 주요 설교 관련 방송 내용(2013년 3월)

① 주일

소강석목사의 CTS 철야예배 - 50분 / 생명의 말씀 - 미주편(코너스톤(이종용))-30분

CTS 경건예배 <박광보목사/시화세계로> - 30분 / 클래식 생명의 말씀(김상복)-30분

생명의 말씀<금란(김홍도/김정민)>-30분 / 명성의 시간(김삼환)-60분
생명의 말씀<남포(박영선)> - 30분/ 생명의 말씀<청주상당(정삼수)>-30분

김진홍목사의 새벽을 깨우리로다 - 30분, 생명의 말씀<새사람(김중기)> - 30분

중문의 시간(장경동)-50분 / 생명의 말씀<충정(옥성석)>-30분
생명의 말씀<지구촌(이동원/진재혁)> - 30분, 행복으로의 초대(영어) - 30분

윤석전목사의 영혼의 때를 위하여 - 60분, 생명의 말씀<왕성(길요나)> - 30분

생명의 말씀<오륜(김은호)> - 30분, 생명의 말씀<소망(김지철)> - 30분, 사랑의 시간(오정현) - 60분, 광림의 시간(김선도/김정석) - 60분, 생명의 말씀<대학연합(김형민)> - 30분

스캇브래너 목사의 말씀속으로 - 30분, 김학중 목사의 행복한 변화 - 30분,

명성의 시간(김삼환) - 60분, 생명의 말씀<안산제일(고훈)> - 30분, 생명의 말씀<성락성결(지형은)> - 30분, 생명의 말씀<하늘비전(오영택)> - 30분

행복으로의 초대(조용기 목사) - 60분, 생명의 말씀<강남(김성광)> - 30분, 생명의 말씀<분당우리(이찬수)> - 30분, 김양재목사의 공동체 고백 - 30분

② 월요일

서세원 목사의 Healing Worship - 50분, 콩희 목사의 얼라이브 - 30분, 김성혜총장의 비전투데이 - 30분, 생명의 말씀 - 미주편<감사한인(김영길)> - 30분, CTS 새벽예배(최이우) - 30분, 김진홍목사의 새벽을 깨우리 로다 - 30분, 생명의 말씀<청주서문(박대훈)> - 30분, 생명의 말씀<중앙성결(한기채)> - 30분, 생명의 말씀<전주북문(이기창)> - 30분, 생명의 말씀<예향(백성훈)> - 30분, 생명의 말씀<용인기쁨의(정의호)> - 30분, 삶이 변하는 시간 25분 <김문훈 목사 50강> - 30분, 4인 4색 - 20분, 생명의 말씀<영통영락(고홍식)> - 30분, 생명의 말씀<경산중앙(김종원)> - 30분, CTS 특강 <이배용 총재 2강> 생명의 말씀<포항제일(이상학)> - 30분, 호산나의 시간(최홍준) 삶이 변하는 시간 25분 <박은조 목사 18강> - 30분, 생명의 말씀<금란(김홍도/김정민)> - 30분, 존비비아 목사의 구원 - 30분, 생명의 말씀<광진(민경설)> - 30분

③ 화요일

행복으로의 초대 - 60분, 생명의 말씀 - 미주편 <LA한인 침례(박성근)> - 30분, 윤호균목사의 CTS 금요철야예배 - 50분, 스캇브래너 목사의 말씀속으로 - 30분, 생명의 말씀<새사람(김중기)> - 30분, 광선희목사의 예수

소망의 삶 - 30분, 생명의 말씀<지구촌(이동원/진재혁)> - 30분, 생명의 말씀<영동제일(김혜자)> - 30분, 생명의 말씀<예수사랑(이강평)> - 30분, 생명의 말씀<든든한(장향희)> - 30분, 생명의 말씀<영광제일(이기웅)> - 30분

삶이 변하는 시간 25분 <김병삼 목사 49강> - 30분, 4인 4색 - 20분, 생명의 말씀<대은(전명구)> - 30분, 생명의 말씀<제주영락(김정서)> - 30분, 삶이 변하는 시간 25분 <김문훈 목사 50강> - 30분, 4인 4색 - 20분, 생명의 말씀<한소망(류영모)> - 30분, 행복으로의 초대(조용기) - 30분, 삶이 변하는 시간 25분 <김인중 목사 18강> - 30분, 4인 4색 - 20분

생명의 말씀<화광(윤호균)> - 30분, 생명의 말씀<성령의능력(김재선)> - 30분

생명의 말씀<순복음영산(강영선)> - 30분

2) CBS 주요 설교 관련 방송 내용(2013년 3월, 팔호 안은 방영시간)

① 주일

말씀의 힘 - 30분, 꿈의 강단 - 40분, 이찬수목사의 함께 울고 함께 웃는 우리 - 60분, 은혜 - 할렐루야(김승욱) - 30분, TV강단 - 30분, 생명의 양식<백주년기념(이재철)> - 30분, TV강단 - 30분, 스캇브래너 목사의 요한이 본 예수 - 30분, 광림의 말씀(김정석/김선도) - 50분, 중문의 말씀<장경동> - 60분, TV교회순례 - 50분, 명성의 말씀<명성교회 김삼환 목사> - 60분, 꿈의 강단 - 40분, 행복으로의 초대(조용기 목사) - 60분, 영혼_동역교회 - 10분, 천관웅목사의 뉴젠위십 - 30분, 윤호균 목사의 축복의 통로 - 60분, 남서울중앙교회 <피종진 목사> - 30분, TV강단 - 30분, TV강단 - 30분, 소강석 목사의 새에덴의 언약 - 60분, 영혼의 때를 위하여(윤석전) - 60분, 산정현강단(김관선) - 30분, 잠실동(백광진) - 30분, TV강단

- 30분, TV강단 - 30분, TV강단 - 30분, TV강단 - 30분, 금요철야(새에덴교회) - 60분

② 월요일

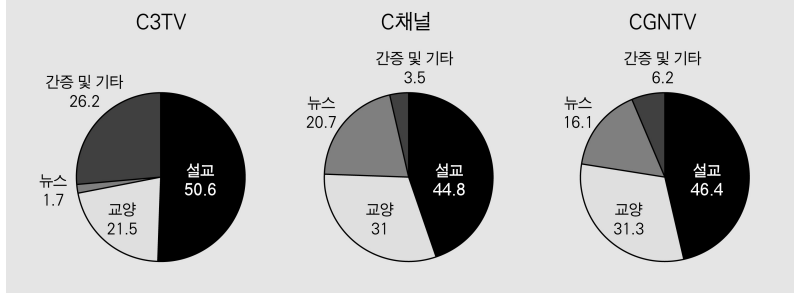
희망행진 8090설교특선 - 30분, 글로벌 타임 - 30분, 말씀의 힘 - 30분, 지구촌 강단(이동원/진재혁) - 40분, CBS 파워특강 스페셜 - 50분, 은혜 - 영동제일(김혜자) - 30분, TV강단 - 30분, 생명의 양식 <대한(윤영민)> - 30분, 명성의 말씀(명성교회 김삼환 목사) - 60분, TV강단 - 30분, 수정의 향기 - 50분, 말씀의 힘 - 30분, CBS 비전특강 - 50분, 영혼_전인치유(박관) - 10분, 조용기목사의 월드미션 투데이 - 30분, 영혼의 양식 - 10분, 영혼의 때를 위하여(윤석전) - 60분, 생명의 양식<강남(전병금)> - 30분, TV강단 - 30분

CBS 파워특강 스페셜 - 40분

③ 화요일

행복으로의 초대(조용기) - 60분, 말씀의 힘 - 30분, CBS 비전특강 - 50분, TV교회순례 - 60분, CBS 파워특강 스페셜 - 50분, 은혜-춘천중앙(권오서) - 30분, TV강단 - 30분, 생명의 양식<해오름(최낙중)> - 30분, TV강단 - 30분, 중문의 말씀<장경동> - 50분, TV강단 - 30분, 말씀의 힘 - 30분, CBS 비전특강 - 50분, 영혼의 양식 - 10분, TV강단 - 30분, 영혼_요나3일(이에스터) - 10분, TV강단 - 30분, TV강단 - 30분, 생명의 양식<든든한(장향희)> - 30분, TV강단 - 30분, CBS 파워특강 스페셜 - 40분

주요 선교방송 설교 편성 비율(2013. 6.현재)



2. CGN-TV, C3-TV, C채널의 편성 비율과 설교방송 비중

우선 빛과 소금, 목회와 신학 등 출판매체를 통해 활발한 선교활동을 펼친 경험이 축적된 기관인 재단법인 두란노에서 운영하고 있는 CGNTV 방송 목표는 다음과 같다.¹⁸⁾

저희 CGNTV도 그 부르심에서 출발했습니다. 급속도로 발전하는 각종 미디어의 현장을 보며 복음에서 소외된 세계 곳곳 더 많은 영혼을 향한 전과선교의 꿈을 발견했습니다. 선교지마다 때를 얻든지 못 얻든지 복음을 전파하고 오지 선교사들, 이민자들의 가까이에서 그들의 영적 필요를 돕는 친구가 되고, 다음세대들에게 복음으로 새로운 비전, 꿈을 제시하는 것입니다.

CGNTV는 거저 주는 하나님의 은혜처럼, 언제, 어디에 있는 누구나, 복음의 생명과 기쁨을 나누는 영적 허브가 되고자 합니다. 끊임없는 생명력으로 주님의 향해를 이어갈 수 있도록 많은 분들께서 CGNTV를 위해 더욱 기도해 주시고 아껴주시길 부탁드립니다.

다른 매체에 비해 조금 늦은 출발을 한 C-채널의 방송 목표는 다음과

18) 이하 내용은 CGNTV 방송국홈페이지에 게시된 내용이다. (<http://about.cgntv.net>)

같다.¹⁹⁾

“하나님의 사랑과 공의를 전하는 C 채널방송이 되겠습니다.”

C 채널의 정체성은 미디어입니다. 성경을 관통하고 있는 사랑의 공의는 사실 미디어의 핵심 가치입니다. C 채널은 세례 요한처럼 하나님의 사랑과 공의를 전달하고 상기시키는 역할에 충실 하겠습니다. 시청자에게 감동과 참신함, 진실을 알리며 올바른 정보를 제공 하겠습니다. 이를 통해 진실을 향한 담대함과 합리적인 비판과 변화가 있는 기독교 저널리즘을 확립하도록 하겠습니다. 복된 소식을 가져오고 평화를 공포하며 하나님의 통치하심을 증언하겠습니다. 하나님의 섭리와 역사하심을 기도하겠습니다. 오직 예수 그리스도의 가르침을 따르며 하나님의 일을 하는 C 채널이 되겠습니다. 하나님이 주신 귀한 사명인 미디어 선교를 통해 온 천하에 따뜻한 불을 밝히고 환한 빛을 발하겠습니다.

인터넷 기반 부분에 있어서 상당한 지명도를 확보하고 있는 C3TV의 방송 목표는 다음과 같다.²⁰⁾

1987년 열린방송, 좋은방송을 모토로 개국한 순수한 복음방송으로 GoodTV채널을 통하여 IPTV의 실시간(Ch.602) 및 CUG(Ch.888)방송과 디지털케이블TV 등의 매체를 통하여 송출하고 있으며, C3TV채널은 인터넷방송, 모바일방송 등의 다양한 매체에 서비스 하고 있습니다.

1. GoodTV는 뉴미디어 복음방송의 산증인입니다.
2. GoodTV는 신뢰할 수 있는 기업입니다.

19) 이하 내용은 C 채널 방송국홈페이지에 게시된 내용이다.(<http://www.cchannel.com>)

20) 이하 내용은 C3TV 방송국홈페이지에 게시된 내용이다(<http://company.c3tv.com>)

3. 방송 융합시대 다양한 매체를 통한 복음의 활성화

1) CGNTV 편성표를 통해 본 주요 설교 관련 방송 현황

① 월요일

파워타임 - 박은조 목사(40분), 존 파이퍼의 더 바이블(30분), 90일 <성경통독>(30분), 그레이그 그로셴의 예수님은 누구신가(30분), 비전타임 - 지형은 목사(40분), 새벽기도회(40분), 생명의 삶(20분), 파워타임 - 이재철 목사(40분), 파워타임 - 서정오 목사(40분), 파워타임 - 강준민 목사(40분), 내 인생을 바꾼 말씀(20분), 하용조 목사의 사랑(40분), 비전타임 - 김형준 목사(40분), 비전타임 - 양준길 목사(40분), 비전타임 - 박성민 목사(40분), 맥스 우케이도의 10분의 혁명(30분), 햇블 트리니티 성경강좌(50분), 비전타임 - 이규현 목사(40분), 파워타임 - 유소진 목사(40분), 새벽기도회(40분), 켈센 프랭클린의 부흥(30분),

② 화요일

이어령, 이재철의 성서스토리텔링(60분), 파워타임 - 김지철 목사(40분), 이동원 목사의 영성의 길(50분), 비전타임 - 장덕순 목사(40분), 새벽기도회(40분), 생명의 삶(20분), 파워타임 - 이재훈 목사(40분), 파워타임 - 권성수 목사(40분), 파워타임 - 라준석 목사(40분), 파워타임 - 유기성 목사(40분), 파워타임 - 홍정길 목사(40분), 생명의 삶 (20분), 비전타임 - 정근두 목사 (40분), 비전타임 - 박성근 목사 (40분) 비전타임 - 김병삼 목사(40분), 존파이퍼의 더 바이블(40분), 비전타임 - 전재혁 목사(40분), 하용조 목사의 사랑(40분), 새벽기도(40분), 그레이그 그로셴의 예수님은 누구신가(30분)

2) C 채널 편성표를 통해 본 설교 관련 방송 현황

① 월요일

노영상 교수와 성경산책(30분), 밥 코이 목사의 갈릴리 호숫가에서(30분), QT 말씀묵상(10분), 금란의 말씀(50분), QT 말씀묵상(10분), 새벽을 여는 아침(30분), 복음강단-월광교회 김유수 목사(30분), 날마다 주님과 함께(10분), 따뜻한 동행 조니 앤 프렌즈(30분), 김양재 목사의 공동체 고백(50분), 비전메시지 - 청운교회 이필상 목사(30분), 말씀의 창 - 신길교회 이신웅 목사(30분), QT 말씀 묵상(10분), 라이프처치 워십-크레이그 그로헬(30분), 복음강단-지구촌교회 이동원 목사(30분), 비전메시지-부산제일교회 정찬석목사(30분), MANNA Worship(60분), 브라이언 휴스톤의 힐송워십(30분), 날마다 주님과 함께(10분), 말씀의 창-서문교회 한진환 목사(30분), 밥 코이 목사의 갈릴리 호숫가에서(30분), 비전메시지-선한목자교회 유기성 목사(30분), QT 말씀묵상(10분), 말씀의 창-동송교회 서정오 목사(30분), 복음강단-군포제일교회 권태진 목사(30분), 새에덴 강단(60분), 변화산 기도회(50분)

② 화요일

복음강단-신촌성결교회 이정익 목사(30분), 노영상 교수와 성경산책(30분), 영상채플비전(20분), 힐링토크 회복(50분), 날마다 주님과 함께(10분), 새벽을 여는 아침(30분), 복음강단-포항중앙교회 서임중 목사(30분), 라이프처치 워십-크레이그 그로헬(30분), 비전메시지-안양제일교회 홍성욱 목사(30분), 말씀의 창-해오름교회 최낙중 목사(30분), 복음강단-예수소망교회 광선희 목사(30분), 비전메시지-두레교회 이문장 목사(30분), 따뜻한 동행 조니 앤 프렌즈(30분), 김학중 목사의 드림워십(60분), 밥 코이 목사의 갈릴리 호숫가에서(30분), 말씀의 창-소망교회 김지철

목사(30분), 기쁨으로의 초대 조이스 마이어(30분), 비전메시지-기쁨의 교회 박진석 목사(30분), 말씀의 창-신길교회 이신웅 목사(30분), 복음강단-영통영락교회 고흥식 목사(30분), 조용기 목사의 행복으로의 초대(60분)

3) C3TV의 편성표를 통해 본 설교 관련 방송 현황

① 월요일

젊은이의 예배-수영로교회 이규현 목사(말씀,60분), 말씀의 샘-한강교회 최낙규 목사(말씀,30분), 말씀의 샘-여의도순복음분당교회 이태근목사(말씀,30분), 명설교-우리들교회 김양재 목사(말씀,50분), 말씀의 샘-포도나무교회 여주봉목사(말씀,60분), 명설교-신촌성결교회 이정익목사(말씀,30분), 명설교-수영로교회 정필도목사(말씀,30분), 명설교-지구촌교회 이동원/진재혁목사(말씀,30분), 말씀의 샘-광은교회 김한배목사(말씀,20분), VISION설교-구로순복음교회 김봉준 목사(말씀,25분), 말씀의 샘-남서울중앙교회 피종진목사(말씀,30분), 주일예배실황-명성교회 김삼환목사(말씀,60분), VISION설교-분당우리교회 이찬수목사(말씀,60분), 행복으로의 초대(말씀,60분), 주일예배실황-금란교회 김홍도 감독(말씀,60분)

② 화요일

스캇브래너목사의 요한복음강해(말씀,30분), 수정교회 예배실황(말씀,60분), 조용기 목사의 성서강해2012(강좌/세미나,60분), 말씀의 샘-크라이스트앰버시교회 김진호 목사(말씀,30분), 말씀의 샘-삼마교회 이일성 목사(말씀,30분), 동안교회 특별새벽집회(말씀,30분), VISION설교-포항기쁨의교회 박진석 목사(말씀,35분), 말씀의 샘-수원순복음교회 이재창목사(말씀,25분), 말씀의 샘-온누리비전교회 김동국목사(말씀,30분), 명설교-

대구동부교회 김서택목사(말씀,60분), VISION설교-영락교회 이철신 목사(말씀,60분), 말씀의 샘-신길교회 이신웅 목사(말씀,20분), 포이에마-순복음늘푸른교회 김현기 목사(말씀,25분), 말씀의샘-한중사랑교회 서영희 목사(말씀,30분), 주일예배실황-오륜교회 김은호목사(말씀,60분), 말씀의샘-여의도순복음성동교회 박의섭목사(말씀,30분), 세계의 명설교:크라이스트멤버시교회(말씀,30분), 주일예배실황-여의도순복음교회 이영훈목사(말씀,60분), 말씀의샘-예수소망교회 박요섭목사(말씀,30분), 젊은이의 예배-신촌장로교회(말씀,65분), 名설교-LA새생명비전교회 강준민 목사(말씀,55분)

IV. 현행 선교방송의 운영 개선 방안 제안

1. 선교방송의 설교 편중 편성을 극복할 수 있어야 한다.

앞서 살펴본 대로 각 방송국의 편성 현황 분석을 통해 현재의 선교방송 대부분이 ‘설교방송’이라고 해도 틀리지 않을 만큼 설교가 중요한 비중을 차지하고 있다는 점을 발견할 수 있다. 그렇다면 편성 상 가장 많은 비중을 차지하는 설교들이 설교 본연의 목적과 가치에는 충실하다고 볼 수 있는가? 즉 현장에 따라 역사하시는 성령의 인도하심에 맡겨져야 하는 설교 행위를 놓고 볼 때, 과연 방송 설교를 어떻게 이해할 수 있을 것인가 하는 문제가 제기된다. 즉 제기되는 문제는 방송설교가 회중들의 현장을 의식해야하는 설교에 있어서 회중들을 구체적이고 섬세하게 고려할 수 없는 한계로 인해, 이미 전형적인 설교와는 상당한 차별성을 가질 수밖에 없다는 것이다. 이런 상황을 종합적으로 고려해 볼 때, 가장 많은 비중을 차지하는 설교 중심의 프로그램에서 ‘온전한 설교’가 가능할 것인가 하는

문제와 함께 선교 방송의 편성 체제 전반과 그 제작 과정 전반을 돌아볼 필요가 있다.

구체적으로 설교 관련 방송에 등장(출연)하는 설교자들은 어떤 사람들인가? 물론 한국교회의 귀감이 되고 존경받는 목사(설교자)들이 많다고 생각한다. 그러나 현실적으로 가장 중요한 출연자의 선택 배경은 교회의 재정적 후원일 것이다. 그 구체적인 과정을 알 수는 없으나, 대부분의 방송사는 선교비 후원 비중에 따라 시간을 할애하여 설교 방송을 내보내는 것으로 일반적으로 알려져 있다. 어떤 면에서 보면 사실 교회 홍보를 위한 시간을 배정받는 것으로 보는 것이 훨씬 더 구체적인 표현일 것이다. 사실 이런 관점에서 본다면, 과연 누구를 위한 선교방송인가라는 질문 제기도 가능하다. 물론, 설교에 따라 대상이 항상 제한되는 것은 아니지만, 방송 편성 상 가장 많은 비중을 차지하는 지역 교회들의 예배 설교 중 일부분을 편집하여 내 보내는 방식이 효과적인 선교의 방법이 아니라는 데는 상당수가 공감할 것이다.

2. 다양한 방송 콘텐츠 확보를 위한 노력이 필요하다.

설교는 기독교의 '복음'의 선포이며 가장 중요한 요소이기도 하다. 신자·불신자 모두를 향할 수 있으며, 다양한 대상 및 시기에 따라 형태가 가능함을 부정할 수 없다. 그러나 지나치게 전형적이고 단일한 형태의 설교가 선교방송의 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것은 크게 아쉬운 부분이다. 특히 기독교는 문화와 깊은 관련을 갖고 있으므로, 설교를 방송하는 경우에도 방송 콘텐츠로서의 설교는 문화적 행위로서의 예배 및 설교에 대한 반성적 시각들을 통해 재해석되는 과정을 거칠 필요가 있다. 즉 교회 공동체 밖에 있는 이들은 기독교의 설교를 어떻게 보고 있는가에 대답이 필요하며, 이를 바탕으로 좀 더 호소력 있고 매력 있는 예배, 설교를 담은

방송 콘텐츠가 제작 되어야 한다. 대부분의 방송들이 방송 목표에 적합하지 못한 편성을 하고 있다. 조금 막연하긴 하지만, 최소한 종교적 경외감이라도 제시해 줄 수 있는 접근 방법 및 태도가 절실하다고 볼 수 있다. 한국교회와 방송의 운영주체들은 방송을 통한 기독교의 설교, 다양한 콘텐츠 제공이 결국 문화 전반에 영향을 끼치게 될 수 있음을 고려해야 한다. 종교와 문화의 관련성은 이미 많은 학자들이 언급한 바 있으나 종교 철학자 헤센도 이렇게 언급하고 있다. “문화의 내용에 관해서 뿐만 아니라 문화의 담지자와 창조자에 관해서도 종교는 인간의 문화 활동을 그 목표로 이 끌어가는 힘임이 증명된다. 종교는 인간을 완성함으로써, 결국은 문화를 완성한다. 이 완성은 ‘참된 인간으로 됨’에, 즉 인간의 이념의 실현에 성립한다. 그것은 인간이 그의 정신적 본질을 전개함으로써 이루어진다. 또 이러한 일은, 인간이 정신적 가치들을 그의 자연적인 심리 생활 안에 받아들여, 이 자연적인 마음을 정신적 가치로 가득 채워서 그것을 정신적 존재의 단계로 까지 고양시킴으로써, 가득하게 된다.”²¹⁾

3. 공동의 목표 제시 및 공유, 방송사별 차별화가 필요하다.

기독교계 방송은 교단, 교회 차원에서 접근하기 어려운 공동, 공공의 문제를 효과적이고 영향력 있게 다룰 수 있는 가능성을 가지고 있다. 특히 현재와 같이 소위 한기총 사태로 야기된 문제가 완전히 수습되지 못하여 교회 연합기관이 제 기능을 감당하지 못하고 있는 상황 속에서²²⁾ 기독교

21) J. 헤센, 윤재운 옮김, 『종교 철학의 체계적 이해』, (서울 : 서광사, 1977), 108.

22) 한국교회의 연합기관으로는 한국기독교교회협의회(NCCK), 한국기독교총연합회(약칭: 한기총), 한국교회연합(CCİK) 등 3기관으로 볼 수 있다. 한국 교회연합은 ‘복음주의 신학과 신앙의 정체성을 굳게 붙잡고 민족 복음화와 교회의 부흥, 성장과 성숙을 책무로 삼으며, 이를 통해 이 땅에서 하나님의 나라의 실현을 위해 최선을 다할 것입니다’ 취지에서 설립되었다. (<http://www.ccik.kr>)

교 방송 매체들의 ‘신천지 공동대책’, ‘기아문제 해결 및 선교 지원’의 강구 등은 매우 호소력 있게 전개되고 있다고 볼 수 있다. 이런 영향력 도출이 가능한 것은 기독교계 방송이 역사 속에서 확보하고 있는 일종의 신뢰가 크게 작용하고 있다고 볼 수 있다. 가깝게는 독재 정권과 맞서 싸운 1970년대에 있어서는 기독교방송이 중요한 역할을 담당하였고, 현재 운영되고 있는 선교방송 기관들도 다른 기독교계 연합기관보다는 교파, 신학 및 이념적 편향성, 개인의 영향력 등이 덜하다는 인식이 한국 교회 안에 자리잡고 있기 때문이라고 볼 수 있다.

선교방송은 설립 취지를 놓고 볼 때, 복음을 믿지 않는 이들을 향해 복음을 전파해야 하는 일차적인 과제를 가지고 있다. 이제 CTS, CBS 등 쉽게 접근할 수 있는 케이블 방송들이 일반 방송 매체들과 효과적으로 경쟁 할 수 있는 경영적 안정과 프로그램의 차별화를 위한 기독교계의 적극적이고 효과적 지원책이 절실하다고 하겠다. 인터넷을 기반으로 하는 방송들은 기존의 교인들, 선교지 사역자들을 대상으로 하는 매체별 차별화를 깊이 있게 연구 및 실행할 필요가 있다고 본다. 근본적으로는 모든 선교방송 매체들이 과연 현재의 주 시청자들과 흡인하고자하는 시청 대상들이 누구인지 근본적인 질문을 던져볼 필요가 있을 것이다.²³⁾ 오랜 역사를 가진 라디오 기독교방송의 경우에도 상당한 논쟁과 갈등이 내부, 외부에서 있었던 것으로 보이는데, 결국은 좁은 의미의 종교방송이나 상업적 오락방송의 사이에서 교양성 강조라는 중도적인 입장을 설정하게 된 것으로 보인다. 고민 끝에 확보한 라디오 기독교방송의 수용자 확보와 방송의 영향력은 선교 방송사들이 가져야할 세심한 고찰의 필요

23) 텔레비전 매체에 비해 기독교계 라디오 방송은 분명한 목표를 설정한 것으로 보인다. CBS의 경우 표준FM방송은 보도 기능의 강화로 비기독교인들도 많이 청취하는 전문방송으로, 음악FM은 상당히 청취율이 높은 대중음악, 교양방송으로 자리매김하였으며, 극동방송은 공산권, 중국, 북한 등을 향한 선교방송에 역량을 집중하고 있는 것으로 평가받는다.

성을 보여준다고 하겠다. 기독교 텔레비전 매체들은 향후 진로 설정을 위해 방송의 목표들을 다시 한번 점검하고 돌아보아야 하며, 이를 통해 실현가능한 방안을 제시할 수 있을 것이다.

4. 선교방송 기관들의 공영성 확보와 재정적 안정이 필요하다.

대부분의 방송이 언론 매체의 속성상 시청률, 운영 재정 확보로부터 자유롭지 못하다. 그러나 선교방송은 상업주의 방송의 문제점들과 한계를 극복할 수 있어야 한다. 이런 면에서 기독교계 방송에 있어서의 상업 광고 문제도 재고할 필요가 있다. 방송에 있어서 광고는 재정확보의 가장 효과적이고 중요한 수단이기 때문에 무시할 수 없으며, 심지어는 프로그램 편성 자체에 까지도 영향을 미칠 수 있는 요소이기도 하다. CTS, CBS의 경우 광고 내용의 제한이 있는 것은 사실이지만, 더 나아가 교계의 재정적 지원 및 기타 경영 자립방안을 모색하여 상업 광고 없는 방송 편성 및 송출을 모색할 필요가 있다. 이렇게 되면 불교, 천주교 등 인접 종교방송과 형식적인 면에서 근본적인 차별성을 도모할 수도 있기 때문이다. 이 문제는 한 두 교회나 개인이 해결할 수 없는 문제이다. 일반 방송마저도 재벌의 영향, 장악 노력 등으로부터 자유롭지 못한 상황 속에서 기독교계 방송은 더욱 쉽게 작은 자본에 의해서도 영향 받을 수 있는 형편인 것이 사실이다. 이를 위해선 방송사의 지배 구조를 좀 더 민주적으로 개방하여 유지하고, 이사진 구성의 투명성을 확보하기 위한 지속적인 노력이 요구된다. 방송사에 후원한 만큼 영향력을 행사하려하고, 또 실질적으로 이런 의도를 가시화할 수 있는 허약한 구조 속에서는 방송의 공정성과 건강한 영향력을 기대하기 힘들기 때문이다. 기업 공개나 다양한 방법을 모색하여 교인, 시민들의 지속적인 참여를 유도하는 방안이 모색되어야 한다.

5. 매체 자체에 대한 성찰, 수용자 교육이 확대되어야 한다.

여러 매체 중 텔레비전은 현재 가장 선명하면서도 편리한 정보 전달 수단이 되고 있는 강점이 있다. 그러나 매체는 중성적인 것이 아니고 매체 자체의 한계와 성격에 따라서 전해지는 메시지를 왜곡 또는 재해석하는 기능이 있음을 항상 간과해서는 안 된다. 전에는 미디어 교육이라고 하면 ‘미디어를 통한 교육’을 의미했으나, 지금은 미디어 비판 혹은 수용자 교육이 더욱 중요한 비중을 차지하고 있다. 민간방송으로 가장 먼저 허가된 라디오 기독교방송의 역사 속에서 볼 수 있듯 방송의 지향성에 대해 지속적인 반성과 성찰이 신뢰도 높은 영향력 있는 방송매체를 만들어 가는데 중요한 관건이 된다. 다양한 선교 방송들의 콘텐츠와 메시지들이 기독교 내외에 어떤 영향을 끼치고 있는지 항상 비판적, 반성적 질문을 던질 수 있어야 한다. 물론 결론을 도출하기는 쉽지 않지만, 매체와 다양한 프로그램에 대한 지속적인 문제 의식이 필요하다는 말이다. 구체적으로는 선교방송이 설교 등 좁은 의미의 복음적 메시지를 전달하는 전도의 도구인지 혹은 일반 방송과 경쟁하며 보도, 교양, 문화 콘텐츠를 전달하는 도구인가에 대한 대답도 제시할 수 있어야 할 것이다.

V. 마치며

한국 기독교는 영향력 있는 매체 가운데 하나인 텔레비전 채널을 여럿 보유하고 있으며, 이를 통해 다양한 선교, 문화 사업을 전개하고 있다. 제한적 연구이긴 하지만, 주요 방송사들의 경영 목표를 살펴보고 프로그램 비중의 편성 분석을 통하여 아직은 대부분 방송사들이 절반 이상의 내용을 설교로 구성하는 특징이자 한계를 보이고 있음을 볼 수 있었다.

설교는 복음전파의 가장 중요하고 효과적인 전달 통로이긴 하지만 불특정 다수를 대상으로 하고 있는 선교방송이 교회 예배실황을 중계하는 성격의 설교 내용으로 구성되는 것은 여러 면에서 극복되어야 하는 문제임을 확인하게 되었다. 그리고 이를 위해서는 다양한 각도에서의 극복 방안 및 대책이 강구되어야 함을 지적하였는데, 그 요점은 다음과 같다. 1) 선교방송의 설교 편중 편성을 극복할 수 있어야 한다. 2) 다양한 방송 콘텐츠 확보를 위한 연구와 노력이 필요하다. 3) 기독교계 방송사 공동의 목표 제시 및 공유, 방송사별 특성화 및 차별화가 필요하다. 4) 선교방송 기관들의 공영성 확보와 재정적 안정이 필요하다. 5) 기독교 매체 자체에 대한 폭넓은 성찰, 수용자 교육이 시행되어야 한다.

다양한 후속 논의와 실현 가능한 과제들의 실천을 통해 한국의 기독교 선교방송들이 하나님 나라의 확장과 기독교 문화 창출에 크게 기여하는 도구가 될 것을 기대한다.

참고문헌

- 고원석, 『현대 미디어철학의 관점과 기독교교육의 과제』. 장로회신학대학교 출판부, 『장신 논단』 제4집, 2011.
- 선교분과위원회 편, 『선교전략포럼논총』. 서울:대양미디어, 2007.
- 이석철, 『주제 : 새 천년과 복음주의 신학의 과제: ‘복음주의에 기초한 기독교 미디어 교육의 방향성 연구’에 대한 논평』, 기독교교육정보 제1집, 2000-09.
- 이성민, 강명구, 『기독교 방송의 초기 성격에 관한 연구 1954~1960』. 『한국방송학보』 통권 제21-6호, 2007-11.
- 유경동, 『기독교 미디어윤리』. 『神學과 世界』 제 59호, 2007-07.
- 윤선희, 『기독교방송의 이념 성향과 수용자의 시청 양식에 대한 문화연구』, 『韓國言論學報』 제51권 6호, 2007-12.
- 조성준, 이승선, 『CBS 기독교 방송의 저널리즘 기능 수행에 관한 연구』. 『2004년 한국방송학회 가을철 정기학술대회 논문집』, 2004-11.
- 조정민, 『기독교 선교 방송의 새 지평을 연 하용조 목사』. 『목회와신학』 9월호, 2011-9.
- 정동우, 『뉴스 룸 통합이 언론인의 뉴스 가치에 대한 인식과 취재행위 및 언론사 경영에 미치는 영향』, 『韓國言論學報』 제51권 4호, 2007-08.
- 편집부, 『기독교 방송 개국 23주년』, 『새가정』 2월호(통권 267호), 1978-02.
- Hesselgrave, David., 강승삼 역, 『선교커뮤니케이션론』. 서울: 생명의말씀사, 2000.
- Hessen, Johannes., 윤재운 옮김, 『종교 철학의 체계적 이해』. 서울: 서광사, 1977.
- Lloyd-Jones, Martin., 정근두 옮김, 『설교와 설교자』. 서울: 복있는사람, 2005.
- Pocook, Michael., 박영환 외 역, 『변화하는 내일의 세계선교』. 서울: 바울출판사, 2008.

논문투고일: 2013. 6. 30.

심사개시일: 2013. 7. 15.

게재확정일: 2013. 8. 12.

• 국 문 초 록 •

한국 기독교는 영향력 있는 매체 가운데 하나인 텔레비전 채널을 여럿 보유하고 있으며, 이를 통해 다양한 선교, 문화 사업을 전개하고 있다. 제한적 연구이긴 하지만, 주요 방송사들의 경영목표와 프로그램 편성 분석을 통하여 아직은 대부분 방송사들이 절반 이상의 내용을 설교로 구성된 특징이자 한계를 보이고 있음을 볼 수 있었다. 설교는 복음전파의 가장 중요하고 효과적인 전달 통로이긴 하지만 불특정 다수를 대상으로 하고 있는 선교방송이 교회 예배실황을 중계하는 성격의 설교 내용으로 구성되는 것은 여러 면에서 한계가 있음을 확인하게 되었다. 그리고 이를 위해서는 다양한 각도에서의 극복 방안 및 대책이 강구되어야 함을 지적하였는데, 그 요점은 다음과 같다. 1) 선교방송의 설교 편중 편성을 극복할 수 있어야 한다. 2) 다양한 방송 콘텐츠 확보를 위한 노력이 필요하다. 3) 공동의 목표제시 및 공유, 방송사별 차별화가 필요하다. 4) 선교방송 기관들의 공영성 확보와 재정적 안정이 필요하다. 5) 매체 자체에 대한 성찰, 수용자 교육이 강조되어야 한다.

다양한 후속 논의와 실현 가능한 과제들의 실천을 통해 한국 기독교의 선교방송들이 하나님 나라의 확장과 기독교 문화 창출에 크게 기여하는 도구가 될 수 있을 것을 기대한다.

주제어: 기독교미디어, 선교 방송, 방송 설교, 방송 콘텐츠, 기독교방송의 공영성,
