

1. 예배환경개선을 위한 조명의 종류와 필요성

강사 : 이장원 교수
대전보건대학 방송제작과 겸임교수
(주) 스타LVS 대표

우리에게 예배란 예수 그리스도로 말미암아 거듭난 사람들이 그리스도 인격에 나타난 신성과 와전 구속의 역사를 인식하여 찬양, 경배 드리는 것이다. 찬양과 경배는 하나님의 성품을 기억하면서 성령의 인도하심을 따라 입술의 고백이 아닌 성령께서 감동, 감화하시는 찬양이 되어야 한다. 이런 예배 환경 개선을 위한 조명의 필요성에 대해 설명하려 한다.

1. 예배환경에 있어서의 조명(회중)

조명은 우리가 마치 공기를 호흡하듯, 무의식적으로 자연스럽게 일상생활에서 조명을 접하고 있다. 조명이 어떤 영향을 주고 무슨 작용을 하는지 전혀 모르지만, 아무런 관심 없이, 그저 어두움과 밝음만 인식할 정도로 쉽게 조명을 대하고 있다.



예배 공간에서도 조명은 아주 중요한 건축 요소이며 항상 사용되어지는 필수 시설이다. 하지만 그에 비해 설계나 시공, 그리고 활용에 대해서는 너무나 무관심하다. 일반적으로 예배 내에 전기 전문가들은 몇 분계시켰지만 조명 전문가들은 거의 찾아보기 힘들다. 또 전기 시설에 대해서는 아무나 의견을 피력할 수 없지만 조명에 대해서는 “어둡다, 밝다, 눈이 부시다, 색깔이 차갑다” 등 누구나

의견들을 쉽게 피력한다. 이제 예배의 조명은 아주 중요한 전문 분야로 인식되어야 한다. 예배의 편리성이나 전기 요금, 안전사고 등이 고려되는 전기 분야에서의 조명이 아니라, 예배당의 얼굴을 규정하고 예배의 집중도를 이끌어 내는 조명으로 새롭게 인식되어야 한다.

2. 설교에 있어서의 강대상 조명

예배 공간의 조명은 어떻게, 어떤 분야의 조명이 시공되어야 하는가? 예배공간의 특징은 거룩함과 편안함이며 시선 집중적이라는 점이다. 예배는 많은 이들이 모이는 집회 공간이며, 강대상과 회중석으로 나뉜 형태는 시선 집중이 요구되는 전형적인 극장의 무대 조명 양식이다. 카메라나 프로젝터의 활용은 스튜디오 조명 양식이 요구되고, 회중석의 조명은 건축이나 인테리어에서 시공하는 일반 조명 양식을 갖춰야 한다. 때문에 어느

한쪽으로 치우친 조명을 할 수 없는, 각 분야 조명간의 가장 적절한 조화가 요구되는 공간이라 할 수 있다. 그러므로 예배 조명에 대한 이해와 시공은 인테리어, 전기 부문과 유기적으로 연결시켜 설계 시부터 종합적으로 판단함으로써 불필요한 중복 예산을 막고 정확하고 효과적인 조명이 되도록 하여야 한다. **사후 관리 및 조명 활용에 능동적이어야 한다.** 이러한 조명 시설을 갖추기 위해서는 먼저 조명에 대한 운용 마인드를 갖는 것이 중요하다.

아무리 좋은 시설일지라도 활용하지 못한다면 무용지물이 되고 말 것이다. 특히 조명은 많은 변화를 통해 그 아름다움이 표현될 수 있다. 조명이 가지고 있는 4가지 요소, 즉 빛의 밝기, 색상, 조명기의 배치, 그리고 오퍼레이팅, 이 요소들을 예배와 행사에 맞게 바꿔 보고 변화 시키는 능동적인 운용 마인드가 완성도 있는 조명을 이루는 지름길이다.

또한 다른 분야와는 다르게 조명에는 램프(lamp)라는 소모품이 있고 전기적인 위험성을 내포하고 있기 때문에 설치 후의 사후 관리에 대한 능동적인 대처도 필요하다. 이러한 변화 속에서 예배가 빛나고 행사가 더욱 아름다워질 수 있는 것이다. 목사님이나 장로님 등 예배의 지도층에 계신 분들은 여러 예배 방식에 따라 운용되어질 효과들을 계속적으로 협의해야 하며 예배의 특성을 살릴 수 있는 조명 운용 방법을 만들어가야 한다. 그리고 조명 시설을 도입할 때에도 이러한 활용 컨셉트 및 목표를 가지고 있다면 과다하거나 조잡하지 않은 아주 적절한 조명 시설 수준을 확보할 수 있을 것이다.



3. 교회인터넷방송과 교회조명

목사님 설교 방송 및 다양한 프로그램을 제작하기 위하여 카메라의 영상촬영이나 사진촬영을 할 수 있도록 조명의 각도나 조명의 전반적인 컨트라스트를 맞추어 최상의 조건에서 설교 방송이나 다양한 프로그램을 제작 카메라가 촬영시 문제가 안되게 조도와 색온도 화이트 밸런스를 맞춘다. 그 방법으로는 첫 번째, 삼각조명을 기준으로 KEY Fill Back라이트등은 기본적으로 프래즈널 스포트라이트로 되어있고 전반적인 컨트라스트를 맞추어 주는것은 플렉스 라이트로 되어있으며 백그라운드 조명을 하기 위하여 UPPER HORIZONT LIGHT로 구성되어 있다. 두 번째, 볼광기를 조절하고 프로그램 상황의 신에 따라서 묶어서 저장 할 수 있도록 디지털 콘솔과 디지털 덤머로 구성 하였다. 즉, 스튜디오 카메라 촬영시 피사체의 각도에 따라서 조명등기구 각도나 컨트라스트를 쉽게 맞추었고, 목사님 설

교 방송이나 교회의 다양한 프로그램 제작시 쉽게 운영할 수 있도록 제안하기때문에 여러 가지 활용하기가 편리하다.

4. 교회행사와 특수조명



대전새중앙교회 행사조명 사진



대전새중앙교회 행사조명 사진 / 노원순복음교회 행사조명 사진

(1) 퍼넬 스포트 조명기(FRESNEL SPOTLIGHT)



광선의 성격은 빔중양이 매우 밝고 테두리는 매우 부드러운 빛이 나온다. 유리앞면의 절단면이 테두리로 파여 있어서 광선이 통일성을 가지도록 만들고 빔의 가장자리를 부드럽게 만들기도 한다.

(2) PC 스포트 조명기(PLANO-CONVEX SPOTLIGHT)



광선의 성격은 전체적으로 빛의 퍼짐이 고르고, 램프가 렌즈에서 떨어져 초점거리에 가까워지면 필라멘트형태가 빛에 나타난다. 램프에서 발산된 빛도 반사경을 통해 앞부분에 장치된 볼록렌즈에 집중되었다가 다시 꺾여 빛이 확산되게 된다.

(3) 엘립소이달 스포트 조명기(ELLIPSOIDAL REFLECTOR SPOTLIGHT)



엘립소이드 스포트 조명기는 빛의 퍼짐이 크고 강하다. 셔터가 상하좌우에 4개가 있어 빛의 형태를 바꾸지 않고도 크기 모양을 조절할 수 있고 렌즈부를 조절함으로써 빛의 퍼짐을 조절할 수 있다. 광선의 성격은 밝기가 고르고 빛의 테두리는 선명하거나 부드럽다.

(4) PAR LIGHT



알루미늄으로 합금된 포물선형 반사경의 반사원리를 이용하였다. 칼라필터를 사용하여 부드러운 면의 빛도 얻어낼 수 있다. 비교적 조명기의 무게가 가볍고 가격이 저렴하여 가장 널리 쓰이는 조명기구이다.

(5) MOVING LIGHT



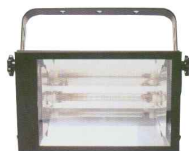
조명기 몸체가 상하좌우 움직이고 몸체가 360° 도 회전을 한다. 팬/틸트, 셔터조정, 빔의 크기, 색상, 초점, 그리고 조명기의 조도등을 오퍼레이터가 조정할 수 있게 컴퓨터 콘솔에서 원격조정이 가능하다.

(6) 팔로우핀 스포트 조명기(FOLLOW PIN SPOT LIGHT)



고출력을 필요로 하는 경우와 목사님의 움직임을 따라가는 조명, 선택적 구역조명이 필요한 경우에 사용되어진다. 광선의 성격은 빔의 테두리가 정확하고 원형의 빛을 만든다.

(8) 스트로보(STROBO)



스트로보는 매우 순간적인 단파장의 빛을 내는 섬광효과를 이용한 조명기이다. 이런 빛에서는 대상물의 움직임이 초기 무성영화의 순간적인 점멸현상과 비슷한 연속적인 움직임을 순간적인 불연속 동작으로 보이게 한다.

5. 영상편집에 있어서의 조명

우선 음향, 영상, 컴퓨터와의 통합적인 멀티미디어 시스템을 구축해야 한다. 현재 한국 예배는 80년대에 유행처럼 확산되었던 음향 장비의 고급화 시대를 지나서 멀티미디어의 초급 단계인 영상 시설의 설치 및 고급화 시대에 있다. 이러한 시설들이 예배 예배에 분명한 일조를 하고 있다는 인식

이 확산되고 영상 시설의 보급이 급속도로 이루어지면서 조명에 대한 필요성이 대두되고 있다. 그러나 아직 예배 조명에 대한 검증이 제대로 이루어지지 않은 상태이기 때문에 단편적이고 독자적인 무대 조명 시스템이 시공되고 있는 실정이고 그러면서 많은 역효과들이 발생하고 있다. 음향 시설의 강한 고주파로 인한 잡음이 생기고, 영상 스크린에 누광이 생겨 화면이 흐려지며, 강대상에서는 눈이 부시는데 회중석은 반사효과로 인해 침침해진다. 이러한 문제점들을 해결하고 뛰어난 조명 효과를 얻기 위해서는 조화 있고 통합적이 멀티미디어 시스템을 구축하는 것이 무엇보다도 중요하다. 이런 통합 멀티미디어 시스템이 구축되면 방송실 운영이 음향, 영상, 컴퓨터와의 통합 제어 방식으로 전환되고, 그동안 마찰을 빚었던 부분들이 해소되며, 시설비용 절감의 효과도 얻을 수 있다.

결론적으로 예배환경개선을 위해서 교회는 더욱 활동적이고 적극적인 문화로 발전해 나가고 있으며 이또한 교회의 부흥에 큰 영향을 미치는 역할을 하게 되었다. 이로써 교회 문화 행사로 이어지는 시점에서 무대조명의 중요성은 더욱 중요한 위치에 서게 되었다고 할 수 있다.

2. 디지털 디스플레이를 통한 전도와 교회홍보전략

강사 : 김성열 안수집사

삼성전자 삼마b2b 사장
여의도순복음교회 송파교회

1. 현재의 아날로그 전도 및 홍보실태

(1) 전도 및 홍보의 매체

- 1) 주보, 전도지, 교회신문, 포스터, 책갈피, 엽서, 편지(DM)
- 2) 티슈, 물티슈, 볼펜, 수지침볼펜, 부채, 행주,
- 3) 음료수(커피, 녹차, 켄), 빈대떡, 떡볶기, 껌, 사탕,

(2) 전도 및 홍보의 다양한 방법

- 1) 학교, 병원, 공원, 놀이터, 학원, PC방, 미장원, 정거장 등
- 2) 스포츠동호회(축구, 탁구 등), 문화 및 복지회관 등
- 3) 어머니학교, 어린이문화학교, 노인학교, 영어교실, 컴퓨터교실, 음악교실 등
- 4) 부흥집회

2. 디지털 디스플레이장비의 종류 및 구매 포인트

교회영상장비에는 대형TV, 프로젝터, 스크린, 컴퓨터(인터넷), 휴대폰, MP3, 디지털카메라, 캠코더등이 있으나 이번 강의에는 우선 대화면을 구사하고 있는 대형TV(LCD, PDP), 디지털 게시판, 프로젝터(LCD, DLP), 스크린(벽걸이, 스탠드, 전동)등 Hardware제품을 위주로 소개한다.

(1) 대형 TV (LCD / PDP)

1) LCD TV와 PDP TV의 비교

구 분	PDP TV	LCD TV	비 고
잔상	유리		응답속도 문제로 잔상발생
화소수		유리	50" 이상은 동일
명암비		유리	최고의 밝은부분과 최고의 어두운부분 구분
밝기	유리		
색감/화질	유리		
소비전력	비슷함		
전자파발생		유리	브라운관 TV 비교 / PDP(1/3), LCD(1/10)
측면시청 시 왜곡	유리		
가격	유리		

2) 제품 및 가격

구 분	참고가격(신제품)	구입 시 참고사항
-----	-----------	-----------

LCD TV 70 "	4천만원대 후반~	1. 부가가치세 포함여부
52 "	3백만원대 초반~	2. 배달/설치비 포함여부
46 "	1백만원대 후반~	3. 벽걸이형 기준
40 "	1백만원대 초반~	(기타사항)
PDP TV 63 "	4백만원대 후반~	4. 스탠드형 / 천정형
58 "	3백만원대 중반~	5. 전동 벽걸이형
50 "	1백만원대 초반~	6. 수량에 따라 가격변동
42 "	9십만원대 중반~	

(2) LFD(Large Format Display)대형 모니터를 활용한 디지털 게시판

1) LFD / TV 비교

항 목	LFD 대형모니터	LCD / PDP TV
제 작 용 도	정보 디스플레이 기기	가정용 TV
전 시 타 입	가로/세로형 모두가능	가로형 가능
원 격 제 어	가능(RS-232C in/out단자)	일부지원(RS-232C in/out단자)
다 중 전 시	심플하고 견고한 베젤로 용이	다중전시 부적합
P C 기 능	내장(운영자 없이 제어가능)	없음(운영자 필요)

2) 기대효과

구 분	기 대 효 과
정보전달력 향상	신속한 정보전달 및 확산 전달 메시지 인식이 높고 명확해짐 단순 홍보물을 넘어선 정보전달+전시효과
서비스 향상	교회의 이미지 제고, 가치상승 및 정보의 고급화된 이미지 각인 공지, 정보, 홍보영상물의 자산화 및 체계적인 관리 일관된 정보를 각 지역에 배포하기 위한 번거로운 업무생략
비용절감	각종 문화행사 관련 인쇄, 홍보비용 절감 관련업체 통한 광고수익 발생 및 장기적인 제품수명 PC, DVD, CAMERA, 외장메모리 없이 운영되어 장비비용절감

3) 제품 및 가격(PC내장형 기준)

구 분	참고가격(신제품)	구입시 참고사항
82 "(PC내장)	5천만원대 초반~	1. 부가가치세 포함여부
70 "(PC내장)	2천만원대 초반~	2. 배달/설치비 포함여부
57 "(PC내장)	7백만원대 후반~	3. 스탠드형 기준
50 "(PC내장)	4백만원대 중반~	(기타사항)
46 "(PC내장)	2백만원대 후반~	4. 벽걸이형 / 천정형
40 "(PC내장)	2백만원대 초반~	5. 고급 스탠드형
		6. 수량에 따라 가격변동

(3) PROJOTOR(DLP/LCD)

1) 구입 시 사양 검토

항 목	기 능 설 명
밝기	스크린에 투사한 프로젝터의 밝기 기준 / 안시(ansi)표시가 높을수록 밝다
해상도	S-VGA(800X600), XGA(1024X768), U-XGA(1280X1024) 해상도가 높을수록 보다 선명하고 입자가 또렷한 영상을 구현함

명암비 (컨트라스트)	최고로 밝은부분과 최고로 어두운 부분의 명암비를 표시함 프로젝터의 선명성을 좌우하는 가장 중요한 사양임
렌즈 전동 줌 포커스 전동 줌	매뉴얼기능은 수동으로, 전동줌기능은 리모콘으로 작동 설치 및 세팅에 전동줌기능이 있는 제품이 편리함
키스톤	비대칭화면을 보정하는 기능으로서 사다리모양 등의 화면을 바로 교정시켜줌
렌즈 쉬프트	스크린에 투사된 화면을 상하로 움직여 주는 기능임
램프수명	보통 2,000시간 이상을 사용하며 유지관리에 따라 증감됨 소모품인 램프가격도 검토
리모콘 작동	저가형에는 리모콘이 채용되어 있지 않다
부피와 설치	사용방법(이동 및 고정)에 따라 달라 질 수 있다
정품과 A/S	수입제품 사용 시에 정식수입확인이 필요함 제품의 수명이 장기간 사용하기 때문에 단종으로 인한 불편 전국 A/S 센터조직 구축

2) DLP 프로젝터와 LCD 프로젝터의 비교

구 분	DLP 프로젝터	LCD 프로젝터
방식	DMD(Digital Micromirror Device)반사식	LCD(Liquid Crystal Display) 투과식
색 표현	컬러휠(4~6분할)을 통한 색 표현	액정패널(LCD)을 통한 색 표현
색감	백색/흑색의 재현성 우수 (색감에서 원색과 차이가 다소 있음)	3LCD방식으로 색감이 원색에 가깝게 표현
명암비 (콘트라스트비)	1500:1 ~ 2000:1	300:1 ~ 800:1
사용용도	영화 및 스포츠 등의 영상관람이 주용도임 (선명도, 이동성, 관리의 이성이 장점)	프리젠테이션 등의 밝은 화면 사용이 주용도 (색감과 밝기 위주의 사용 시 장점)
유지보수	엔진의 투사내부공간이 진공상 태이기 때문에 별도의 청소나 관리가 필요 없음	주요부품(LCD패널)부분이 개방 되어 있어서 내부 크리닝 및 패 널청소 등 주기적인 관리필요

3) 제품 및 가격

구분	기본 사양		참고가격(신제품)	비고
	해상도	명암비		
1,000ansi급	Full HD	10,000:1	1백만원대 중반~	홈시어터용 1. 설치비 별도 2. 벽걸이형, 천정형 엘리베이션형 다양함 3. 설치조건 사전 검토
3,500ansi급	XGA	2,000:1	1백만원대 초반~	
4,000ansi급	XGA	2,000:1	1백만원대 초반~	
5,000ansi급	XGA	2,000:1	3백만원대 초반~	
6,000ansi급	XGA	2,000:1	6백만원대 후반~	

(4) SCREEN(스크린)

1) 원단재질 비교

- 매트화이트(정면밝기: 0.8 gain / 측면밝기: 0.8 gain)

매트화이트는 일반적으로 가장 많이 사용되어지는 원단이다. 정면과 측면밝기 모두 동일하게 보여지기 때문에 장소에 구애받지 않고 선택해 사용할 수 있다. 단점이라면, 밝기가 다른 재질보다는 약간 낮다.

- 글라스비드(정면밝기: 2.0 gain / 측면밝기: 0.7 gain)

글라스비드는 스크린 표면에 유리가루를 도포한 것으로 이 입자들의 반사도에 의해 매트화이트보다 밝게 보여진다. 하지만 정면에서 봤을 때와 측면에서 봤을 때의 밝기가 서로 다르기 때문에 넓은 장소에서는 가급적 사용하지 않는 것이 좋다.

- 울트라비드(정면밝기: 2.5 gain / 측면밝기: 0.7 gain)

울트라비드는 스크린 표면에 세라믹을 도포한 것으로, 글라스비드보다 표면이 매끄럽고, 더 밝은 개인치수를 가지고 있다. 하지만 글라스비드처럼 정면과 측면의 각각의 밝기가 글라스비드보다도 더 차이가 나기 때문에 웬만한 협소한 장소가 아니고서는 가급적 사용하지 않는 것이 좋다.

- 무암막

무암막 스크린은 최고 20배의 Gain값을 표출하는 밝기에 있어서는 최고의 제품으로 알루미늄 재질을 사용하여 스크린의 반사면을 만들기 때문에 밝기는 무척 밝지만 색상의 왜곡이 심하고 거칠은 단점이 있다.

2) 제품 및 가격(한국산 원단 / 배달설치비 별도)

규격(국산)	전동형(노출)	이동형(필름)	벽걸이형	리어형	액자형
80인치 (1800X1800)	2십만원중반~	2십만원후반~	1십만원중반~	8십만원중반~	2십만원후반~
100인치 (2100X1800)	2십만원후반~	3십만원초반~	1십만원후반~	9십만원초반~	3십만원초반~
120인치 (2400X1800)	2십만원후반~	3십만원후반~	2십만원중반~		3십만원중반~

3. 디지털 디스플레이장비를 이용한 전도 및 홍보전략

칠판(분필가루)세대 → 화이트보드세대 → OHP(OverHead Projector) 세대를 지나 다양화된 영상세대가 되었다. 고효율의 영상제품들을 옛날의 OHP용으로 사용하고 컴퓨터를 옛날의 타자기 정도로 사용하고 있다. 교회의 전도 및 홍보전략에 활용할 수 있는 디지털 영상장비에는 앞에서 소개드린 대형디지털TV(LCD, PDP, LED), 디지털 게시판, 프로젝터, 스크린 이외에도 PC(인터넷, 홈페이지, 이메일), 휴대폰(메시지), MP3(찬양 저장), PMP[Portable Multimedia Player], 디지털카메라, 캠코더 등이 있다.

첫째로 고가의 디지털 영상장비를 교회의 전도 및 홍보에 얼마나 활용하느냐? 둘째로 Hardware(장비)에 어떤 Software(자료)를 준비하여 디지털장비의 효율을 극대화시키느냐? 셋째로 개인들이 사용하고 있는 PC(인터넷), 휴대폰, MP3, 디지털카메라, 캠코더 등에 어떠한 방법으로 활용할 수 있느냐?

이 3가지가 매우 중요한 사항이다.

1) 디지털 영상장비의 다각적인 활용

- 예배측면 :

* 교회의 주요 행사, 성도의 광고 등을 디카 또는 캠코더를 활용하여 스틸사진 및 동영상을 제작하여 활용합니다.

* 찬송가, 성경말씀, 광고 등 자막을 큰글씨로 안내한다.

* 교회학교(장애인부, 유아유치부, 초등부, 중등부, 고등부) 및 청년대학부는 필수적으로 활용하여야 한다.

- 교육측면 :

* 수련회, 새성도교육, 성경학교, 성경대학, 성경대학원, 교사대학, 노인대학 등 교육내용을 사전에 충분한 시간을 가지고 메시지와 이미지를 준비한다.

* 교회에 기 설치된 영상장비 및 음향장비 등의 교육을 성도 및 일반인들에게 교육시킨다.

- 전도측면 :

* 교회내에서 성화상영 및 외부장소에서의 영화상영을 한다.

* 주요 외부장소에는 교육기관, 노인정, 부녀회, 복지관, 병원, 대형마트, 관광명소, 정류장 행사장, 박물관, 전시장, 호텔 등이 있다.

* 디지털 게시판에 말씀 및 교회 홍보물을 제작하여 길거리 및 공공장소에 활용한다.

* 홈페이지 관리, 이메일, 휴대폰(문자, 동영상), 디카, 캠코더 등을 다양도로 활용하여 전도도구로 활용 할 수 있다.

- 관리측면 :

* 교회(지, 구역) 및 성도관리에 있어서 교회에 준비된 영상장비를 활용할 수 있다.

* 지,구역예배 시에 장비활용(주일예배 시의 활용과 동일)

* 성도관리(가족과 이름을 모르는 경우가 있음)에 있어서 디카로 가족사진 등에 활용한다. 이 모든 과정도 육하원칙(When?, Who?, What?, Where?, Why?,How?)에 의한 세밀한 기획이 필요하다.

2) Software(자료) 활용 시 유의사항

- 영상은 메시지를 목적으로 제작·활용되어야 한다. 영상을 혼란한 기술로 제작·활용되어서는 안되며, 교회메시지보다는 기술들만 난무한 교회영상을 볼 수가 있다. 이런 영상은 복음전달 기능이 현저하게 떨어지며 오히려 교회에 방해를 가져온다. 다시 말씀드리면 교회영상은 말씀을 전달하는 수단이 되어야 하는데 영상이 주가 되고 메시지는 부가 되는 주객전도의 현상이 나타날 수 있다.

결론

2008년도 총회자료 준비시에 과거 1990년~2008년까지의 년도별 재적 및 새성도 전도실적을 분석해 보았다. 1990년과 2004년을 비교하여볼 때 재적 및 새성도 전도실적이 감소하였는데 2005년부터 2008까지는 재적 및 새성도 전도실적이 꾸준히 늘어나고 있다. 이는 2005년도에 영상장비를 보완하여 영상목회를 철저히 시행하였고 부서별로 분석해 볼 때에도 영상목회를 철저히 시행하는 부서 일수록 더욱 상승추세에 있었다.

현재의 아날로그 전도방법에다 디지털 장비를 이용한 전도방법을 융합시킬 때는 그 결과가 열매로 맺어지는 것을 경험하였다.

우리가 원하는 원치 않던 우리가 처해있는 환경은 아주 급속하고 다양하게 변해가고 있으며 이런 변화에 살아남기 위해서는 다양한 방법으로 미래지향적인 전략이 필수적일 것이다. 마찬가지로 우리의 목회환경도 이러한 현상을 외면한다면 우리의 미래는 어느 순간엔가 가로막히게 될 것이다.

3. 예배에 있어서의 교회자막 필요성과 활용방안

강사 : 차형준 대리
(주) 컴픽스

서론

현대를 흔히 멀티미디어 시대라고 한다. 이러한 시대적 흐름에 발맞추어 학교나 교회 같은 단체에서도 멀티미디어 장비의 사용이 늘어가고 있다. 교회에서는 멀티미디어 장비를 이용하여 중요한 행사나 예배 시에 사용함으로써 그 효과를 입증하고 있으며, 그에 따라 영상매체를 이용한 멀티미디어 영상 목회의 중요성이 크게 부각되고 있다. 또한 기존에는 대규모의 교회에서만 사용하여 왔으나, 현재는 일반 교회에서도 그 활용성을 넓혀가고 있다.

현대는 멀티미디어 시대로 시각적인 효과를 줄 수 있는 영상 매체의 활용성이 증가하고 있으며, 시대 변화에 따라 세대도 변화되어 가고 있다. 따라서 현재의 영상세대 욕구에 맞는 예배시스템이 필요하다. 그리고 방송 장비의 수요층이 점차로 넓어지면서 대중화 되어가고 있으며, 이에 가격대 또한 저렴해지고 있다.

본론

1. 교회자막의 필요성

(1) 참여도 높은 예배 - 대형 스크린의 영상을 통해 자막을 송출함으로써 신도들의 참여도를 높일 수 있다

(2) 이해도 높은 목회 - 말로만으로는 이해가 되지 않던 부분을 자막을 통해 해결 할 수 있다.

(3) 복음전파의 효과 증대 - 비디오테이프나 인터넷방송을 통한 복음전파에 자막을 삽입함으로써 효과를 증대시킨다.

(4) 파워포인트 한계 해결 - 프로젝트만으로 제공되던 파워포인트 화면을 직접 TV화면으로 송출할 수 있다.

2. 교회자막기의 발전현황

90년대 까지만 해도 교회에서 큰 종이에 성경 및 찬송을 글로 직접 적어서 한장씩 넘기면서 사용한 기억들이 있었을 것이다. 수많은 내용들을 직접 써서 사용하다보니 많은 시간들이 소요되어 지고, 수정작업도 용의하지 않아서 많은 어려움이 있었다. 또한 보관도 쉽지 않아서 쉽게 훼손이

되었다. 그 후에 OHP 필름을 이용한 출력을 사용했었는데 그 또한 직접 쓰거나 복사기에 필름을 인쇄해서 확대기로 스크린에 투과 한 것으로 필름 보관 중 분실 및 또한 수정작업도 용의 하지 않아 많은 어려움이 있었다. 그리고 지금까지 많이 사용하고 있는 것이 POWER POINT는 쉬운 접근방법으로 널리 사용되었고 지금도 중소 교회에서 많이 사용하고 있지만 파워 포인트는 문자로만 표현되고 영상과 같이 실시간으로 사용할 수 없는 단점이 있어 영상예배를 하는 데는 부족한 부분이 있어왔다. 그후 교회가 점차 대형화되어 신도들이 늘어남에 따라 영아를 동반한 모자실 등으로 영상예배가 보편화되기 시작함으로 자막기가 점차 보급화 되기 시작하였다. 처음에는 대형교회에서 위주로 사용하기 시작하여 지금은 중.소 교회까지 보편화 되고 있는 것이 현실이다. 또한 국내외 많은 외국인성도들 및 청각 장애인 성도 등에게도 복음을 전파하는 좋은 도구로 사용되고 있으며, 또한 선교영상 및 전도용 영상 작업을 할때에도 용의하게 사용되고 있으며, 교회에 성혼 예식 등의 행사에도 사용할 수 있어서 그 사용분야가 점차 확대 되고 있다.

3. 교회자막의 종류

(1) 소프트웨어 자막기 :

- 1) 장점 : 가격이 저렴하다.
- 2) 단점 : 영상과 함께 사용할 수 없다.

(2) 하드웨어 자막기 :

- 1) 장점 : 방송용 문자발생기의 특성대로 고품질의 영상출력과 다양한 효과로 자막을 송출할 수 있어 영상예배를 가능하게하며, 예배는 물론 선교영상 및 전도용 홍보영상, 성혼 예식 등 다양한 행사에도 활용될 수 있다.
- 2) 단점 : 소프트웨어형 자막기 보다 가격이 비싸다.

4. 교회자막기의 활용범위

(1) 예배에 있어서의 설교자막

목사님 설교 시 성경 말씀과 적절한 예시를 자막으로 제시하여 예배의 집중을 높이고 있으며 다 함께 성경을 찾아 읽던 예전의 방식보다 자막을 바로 띄워서 함께 읽을 수 있어 짧은 예배시간의 진행을 돕고 있으며, 예배시작 전에 광고와 알맞은 시작 화면으로 예배의 진행을 도울수 있다.

(2) 찬양예배에 있어서의 교회자막

찬송가나 악보를 보기 위해 고개를 숙이지 않고 화면을 보며 찬양을 부를 수 있으며, 은혜로운 영상과 함께 찬양을 할 수 있으며 나아가 찬양예배 진행시 준비된 자막은 악보를 찾거나 모르는 가사에 대한 상황을 피할 수 있어 집중도를 더해 준다.

(3) 각종 교회행사에 있어서의 교회자막

성탄절, 부활절 칸타타, 성찬식, 결혼식 등 절기에 대한 그림을 제공하여 은혜로운 묵상을 도울 수 있다.

(4) 영상 콘텐츠 제작을 위한 교회자막

단기선교, 수련회 등에 제작되는 콘텐츠 영상물에 손쉽게 자막을 입력

할 수 있으며 편집시 넌리어 프로그램과 연동(tga파일 저장)하여 작업 할 수 있어 이중작업의 어려움과 시간절감등을 할 수 있다.

5. 교회자막기 현황(컴팩스중심)

대형교회를 위주로 처음 시작 되어 지금은 중.소 교회 등으로 점차 보급화 되고 있으며, 지금은 예배에 있어서 하나의 도구로 자리를 잡아 가고 있고 인터넷의 발달로 교회 홈페이지 설교영상 등의 작업 등 많은 분야에서 사용되고 있다.

방송 신호의 발전에 따라 교회자막기도 그에 맞추어 발전해 나아갔는데, 컴포지트(MIX) → 컴포지트(KEY) → 컴포넌트(MIX) → 컴포넌트(KEY) → SD-SDI → HD로 발전해 감에 따라 교회의 자막기도 점차 업그레이드 되어가고 있다. 따라서 교회 규모와 예산에 맞추어 구매하는 것이 좋으며, 현재 한국교회에서는 컴포지트(MIX) 방식의 보드타입 자막기(천하통일 1000)도 많이 사용되고 있으나 장기적인 측면에서는 HD로 가는 추세이기도 하다.

결론

구약시대에는 비파와 수금으로 예배를 드렸다면 지금은 영상, 소리, 자막 등도 예배에 필수로 필요한 도구가 되었다. 1455년 쿠텔베르크의 성경 인쇄로 기독교가 빠르게 전파 되었듯 자막기의 보편화로 해외 선교영상, 전도용 영상등을 쉽게 제작을 할 수 있게 되었다. 이는 쿠텔베르크의 인쇄술을 대신하여 교회의 복음을 전파하는데 훌륭한 도구로 널리 사용될 것으로 본다.

4. 중소형교회와 상가교회를 위한 교회인테리어

강사 : 문재만 집사
예원건축 인테리어

서론

"인테리어(interior) "란 인간이 거처하는 실내공간을 아름답고 능률적이며 쾌적한 환경으로 창조해 내는 계획이며 실행과정의 결과라고 할 수 있다. 다시말해 실내를 인테리어 한다는 것은 건물의 구심이 되는 내부공간을 사용하고자 하는 목적과 요구 기능을 충족시키면서 개성도 있고 아름다우며 합리적인 마무리를 짓는 행위를 일컫는다.

교회 인테리어의 초점은 가식적으로 꾸미는 "실내장식" (interior Decoration)과는 달리 공간, 형태는 물론 조명, 색채, 음향 등과 같은 요소들을 의식적으로 조정함으로써 고무적이고 쾌적한 예배 환경을 창조해 내는 것이다.

본론

1. 실내 인테리어 3대요소

- (1) 인테리어 디자인: 생활공간의 크기와 동선을 고려한 배치등
실내 기본을 설계하는 일(DSIGN)
- (2) 인테리어 엘레먼트 : 실내공간의 필요한 생활설비 즉 가구와
생활용구 장식을 같은 실내요소를 설계 하는 일(ELEMENT)
- (3) 인테리어 데코레이션 : 실내공간의 마감재와 가구 및 액세서리와
형태,디자인색채 패턴등의 디자인 요소를 잘 조화시키는 일
(DECORATION)

*교회 인테리어 프로젝트가 실행되기 전에 많은 교회 인테리어 전문서적들을 통하여 사전 지식을 취하는 것이 많은 도움이 되며, 교회 인테리어 프로젝트가 시작되면 인테리어 디자이너와 회의를 거쳐 기본구상, 설계, 시공제작, 실내연출의 단계로 처리해야 한다.

*너무나 아름답고 그럴 듯 한데 예배인도자와 예배자가 불편을 느끼거나 안전하지 않다면 그것은 잘못된 인테리어이며 예술성, 실용성, 편리성 그리고 나아가서는 경제성이 적절하게 혼합 되었을 때 좋은 인테리어이다.

2. 예배실에서 얻고자 하는 인테리어의 목적

- (1) 경건한 분위기의 획득
- (2) 말씀을 전하는 설교자의 대한 주목
- (3) 예배자들간의 교제

- 과도한 성상이 높이고 불필요한 장식이 부가된다거나 너저분한 방충기거나 조명 기구들이 매달린다면 기독교적 상징도, 설교자와 성도들도 주연은 되지 못하고 건축적인 장식의 조연으로 전락해 버릴 것이기 때문이다 오늘날 많은 교회들이 과도한 장식을 제거하고 강단에 복잡하게 조각된 권위적인 가구들을 없앤 것은 그런 의미에서 아주 고무적인 일이다.

- 높은 강단을 우러러 보던 방식에서 서로를 가까이에서 바라보며 자연스러운 예배와 교제가 가능한 방식으로 예배 인도자와 예배자의 친밀한 관계 회복에 초점을 두는 인테리어 디자인이 필요하다

- 교회의 다양하고 현대적인 기능이 무시되고, 예배의식의 분위기만을 고조시키기 위해 어두운 내부를 만들어서는 안 된다 이제 예배실은 밝고 쾌적한 강연실처럼 인테리어화 할 필요가 있다 오늘 날 교회에서 일어나는 여러 가지 퍼포먼스를 효과적으로 수용하려 한다면 이는 너무나 당연한 선택이다 현대의 교회는 다양한 방식의 예배 도구들이 용이하게 활용되는 강의실로도 쓰이고, 청소년들의 찬양이나 연극의 무대가 되기도 한다. 이에 부합하는 인테리어 디자인이 필요할 것이다

3. 상가교회를 위한 인테리어

(1) 지상 상가 교회를 위한 인테리어

*자연 채광으로 인한 예배 집중도를 떨어트리지 말라.

- 암막 스크린, 적절한 조명

*외부 창문의 활용도를 높여라

*방음, 방풍에 신경써라

-유리 16mm pair, 하이샷시 사용

*천장높이에 따른 강단높이를 설정하라

*건물 구조에 맞는 적절한 설비를 선택하라

- 아무리 내부 인테리어가 아름다울지라도 예배에 방해가 되는 소음, 채광등이 해결 되지 않으면 무의미한 인테리어가 된다

(2) 지하 상가 교회를 위한 인테리어

*전기 설비에 각별히 신경써라 (누전으로 인한 화재 대비)

*비상구를 확보하라 (비상구 확보 미필시 소화기 준비)

*방수, 방습을 확실히 개선하라

- *충분한 환기 시설 및 공기 정화에 신경써라
- *인테리어 마감재는 방염 제품을 사용하라
- *지하 입구 통로는 밝은 색채로 구성하라
- *답답하지 않은 내부구조를 디자인 하라

— 지하 교회의 최대 취약점은 화재, 방수, 방습 등으로 자유롭지 못하고 탁한 공기로 예배 집중도가 떨어지게 마련이다.
예배에 집중할 수 있는 인테리어가 필요할 것이다.

(3) 임대 교회를 위한 인테리어

- *복잡한 구조를 피하라 (추후 원상복귀 etc)
- *단순하며 저가형의 마감재를 사용하라
- *인테리어 소품을 적절히 사용하라
- *최대한 볼락이 형태가 아닌 이동이 가능한 인테리어가 필요하다

4. 중소형 교회를 위한 인테리어

(1) 대 예배실

- *다양한 기능으로 사용 가능한 영상, 음향 설비를 디자인하라
- *크기와 기능에 맞는 강대 단상을 디자인하라
- *내부 구조를 단순화하며 건물외관과 어울리는 마감재를 사용하라
- *예배 인도자에게 시선이 집중되는 구조로 디자인하라
- *신앙적인 행사에 어울리는 조명을 디자인하라

(2) 로비와 홀

- *천장 구조를 높이하라
- *조명을 밝게 설치하라
- *외부가 보이는 넓은 창호를 확보하라

(3) 소 예배실

- *그룹별 예배와 간단한 세미나와 행사를 열 수 있는 복합 공간으로 디자인하라
- *간접 조명을 활용하라
- *좁음에 유의하라

(4) 목회실 / 사무실

- *채광, 동선에 필요한 집기 배치를 하라
- *집기 위치에 따른 조명을 설치한다
- *심리적으로 편안한 마감재를 사용한다 (무광계통)

(5) 유아.유치부 / 자무실.탁아실

- *바닥 마감의 턱을 만들지 말라
- *친환경 소재의 마감 재료를 선택하라
- *외부에서 내부가 보이도록 디자인하라

- 강화유리, 안전유리 사용

*아이들의 두뇌 발전에 도움이 되는 색조를 선택하라

(6) 식당

*배식 동선을 고려한 가구를 배치하라

*주방 내부 일부가 보이도록 설계하라

*주방 동선을 최소화 하는 주방가구 배치를 설계하라

*자연통풍 시설을 확보하라

*청소가 용의하며 미끄럼이 방지되는 마감재를 사용하되

벽체 상부 및 천장 마감재는 도장 및 인테리어 도배를 이용하라

(7) 카페

*주위 환경에 어울리는 시설을 갖추어라

*가능하면 자연친화 지역 주민들과 조화롭게 어울릴 수 있는
공간으로 연출하라

*간단한 교제와 말씀묵상 다과를 할 수 있도록 설계하라

*교회 환경에 어울리는 인테리어 소품을 활용하라

(8) 다목적실

*사용목적을 정확히 하여 알맞은 설계를 의뢰하라

5. 교회 인테리어시 고려해야 할 일들

(1) 색상

*인테리어 마감에 있어 색상은 아주 중요한 부분을 차지한다
인테리어에서는 주로 색상, 명도, 채도에서 색조를 결정하지
만 사실상 인테리어 마감재의 특성상 비전문가가 색상조화를
이루기는 어렵다주조색이 선택되면 인테리어 전문가와 협의하에 색상을 맞춰
나가는 것이 바람직하다

(2) 방음

*외부로부터 들려오는 소음으로부터 예배의 집중도가 떨어지게 되고
또한 찬양등 음향기기 사용으로 인한 지역주민들의 불만도 있는게
현실이다

소리는 창문과 문을 통하여 가장 많이 유출된다

인테리어 공사가 진행되면 이부분에 보수가 필요하다

(3) 흡음

*안정적인 음향 사용을 원한다면 흡음 시설은 필수이다

소리의 반향을 줄여 주기 때문이다

현재 많은 종류의 흡음재가 시중에 유통되는데 정확한 흡음재
사용은 음향 전문가와 상의가 필요하다

(4) 방충

*방음과 마찬가지로 창문과 문을 통하여 바람이 가장많이 유입된다
알루미늄 창문과 예배당 전실이 없는 경우에 특히 심하다
겨울에 추위로 인한 과도한 난방비를 줄이기 위하여 꼭 필요하다

(5) 단열

*냉.난방을 위하여 꼭 필요한 시공이다
특히 조적조로 지은 오래된 교회에서 필요하다
방풍과 더불어 쾌적한 예배 환경을 위하여 필요한 시공이며
냉.난방비 절감에도 많은 영향을 미친다

결론

현재 교회들이 인테리어로 인하여 과다한 지출을 하는 것이 현실이다
시설의 아름다움 보다는 예배가 중심이 되는 진정한 인테리어가 되기를
바란다 교회 인테리어 프로젝트가 시작되기 전 공사 진행자가 사전 지식
을 습득 하는 것도 중요하며 (비용도 절감됨) 인테리어 업체 담당자와
충분한 협의를 통한 설계를 바란다

5. 고효율, 저비용에 맞춘 디지털 냉난방시스템

강사 : **이원일** 집사
원일공조 대표

서론 : 교회 냉난방과 환기

교회는 요일, 시간대, 존(Zone) 별로 '무부하' 또는 '피크부하' 로 냉난방 부하변동이 극심하고, 대부분 높은 천정이라 기류가 바닥까지 도달하려면 상당한 풍량과 풍속을 가져야 하지만, 예배 분위기를 위하여 소음 또한 낮아야 하므로 제한을 받는다

작은 교회 일수록 한 실에서 예배 외에 친교, 교육등 다양한 용도로 사용하고, 수용밀도가 높음에도 불구하고 대부분 창을 폐쇄하고 있어 환기가 부족하며, 건축 마감재 또한 대부분 합성수지, 화학시트, 화학 도료를 쓰고있어 실내 공기질 또한 매우 심각한 것이 현실이다

이러한 다양한 요구를 충족 하기위한 냉난방과 환기방법에 대하여 상가 교회등 중·소형교회를 중심으로 알아보자

본론

1. 기초 이론

(1) 열

- 현열(감열) : 상태변화 없이 온도변화시의 열.
물 1 kg을 1℃ 올리는데, 1kcal 필요.
- 잠열 : 상태변화에 사용되는 열.
같은 온도의 물 1 kg을 수증기로 변화시 539kcal 필요.



(2) 히트펌프

압축하면 쉽게 액화되는 냉매를 이용하여 액체상태의 냉매가 기화시 빼앗는 열로 냉방을 하며, 난방시는 반대로 기체화된 냉매를 압축하여 액화시 방출하는 열로 난방을 한다. 이렇게 열을 이동시키는 열기관을 열펌프 (Heat Pump ; 히트펌프)라 한다.

- EHP (Electric Heat Pump) : 전기로 모터를 돌려 압축기 가동.
- GHP (Gas Heat Pump) : 가스로 자동차엔진을 돌려압축기가동.

※ 냉난방기는 동일한 장비로 사이클을 반대로 돌려 냉방과 난방을 함.

(3) 호칭 열량

- 냉방 : 냉방력 350 kcal/h (407 w) 를 3.3㎡(1평)형으로 호칭.
- 난방 : 난방력 500 kcal/h (581 w) 를 3.3㎡(1평)형으로 호칭.

(4) 호칭 마력과 중량

- 냉방 : 냉방력 2,490 kcal/h (2.9 kw) 를 1 마력이라 호칭.
- 난방 : 난방력 2,800 kcal/h (3.26 Kw) 를 1 마력이라 호칭.

※ 법적 냉동마력과 다르다.

- CMH : (m³/hr) 시간당 중량 / CMM (m³/min) : 분당 중량

(5) 간과 할 수 없는 사항 : 냉난방능력은 다음 조건에서의 값

- 냉방 : 실내 27°CDB / 19.5°CWB, 실외 35°CDB / 24°CWB
- 난방 : 실내 20°CDB / 15°CWB, 실외 7°CDB / 6°CWB 일때의 능력

※ 냉난방기의 호칭은 냉방기준으로 부른다.

※ 외기의 온도가 낮아지면 난방능력도 작아진다.

∴ 냉난방 겸용장비 선택시 냉방호칭의 1.43 배 + α 이상 필요하다.

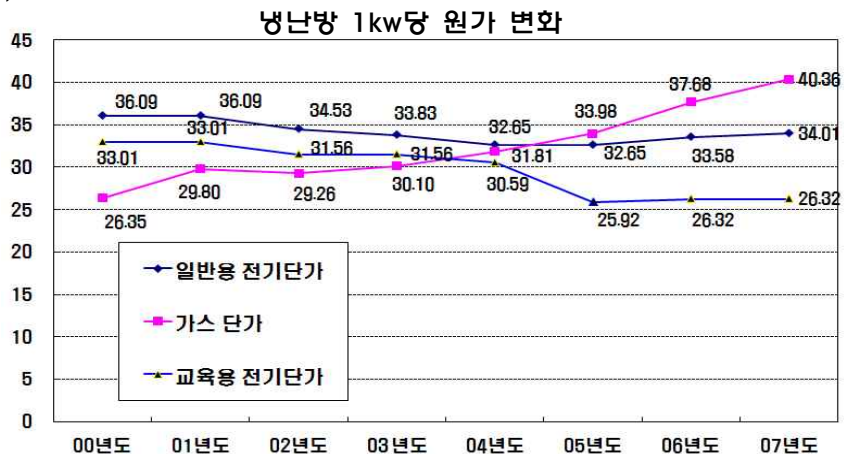
2. 경제적 냉난방기 선택방법

(1) COP (성적계수 Coefficient Of Performance)

투입(IN)된 에너지 와 출력 (OUT)되는 에너지의 비 이며,
냉난방기의 성능을 비교선택하는 가장 중요하고 보편화된 기준이다.

구 분	C O P	구 분	C O P
가솔린엔진	0.28	흡 수 식	냉방 1.0 ~ 1.2
		냉온수기	난방 0.95 ~ 0.98
디젤 엔진	0.36	G H P	냉방 1.03~1.29 공랭식 분
			난방 1.24~1.45 공냉식 분
보일러 열효율	0.86	LG의 E H P	냉방 3.5~4 공냉식 / 5.0 수냉식
			난방 4. ~4.4 공냉식 / 5.43 수냉식

(2) 에너지원의 원가추이



※ 전기가 가스대비 15.7 % (교육용은 34.8%) 더 저렴

(3) 최근 전기 및 가스요금 변화추이

전기 요금	00대비 '02년	00대비 '03년	02대비 '04년	04대비 '06년	06대비 '07년	00대비 '07년
기 본 요 금	- 4.4%	- 2.0%	- 3.4%	2.8%	0 %	- 6.96%
여 름 철	- 4.3%	- 2.1%	- 3.6%	2.8%	0 %	- 7.03%
봄·가을철	- 4.5%	- 2.0%	- 3.5%	2.8%	0 %	- 7.13%
겨 울 철	- 4.3%	- 2.0%	- 3.4%	2.9%	4.2%	- 2.93%

※ 전기요금은 원자료등 안정적 발전으로 안정, 보합추세

가스요금	00대비 '01년	01대비 '02년	02대비 '03년	03대비 '04년	04대비 '05년	05대비 '06년	06대비 '07년	00대비 '07년
주택/난방	23.4%	- 9.6%	5 %	4 %	8.5%	7.3 %	3.5%	31.9%
냉 방 용	-2 %	17.4 %	0 %	11.5 %	5.7%	20 %	10.6%	44.4%

※ 가스요금은 화석연료(化石燃料)로 유가(油價)연동 지속적 인상추세

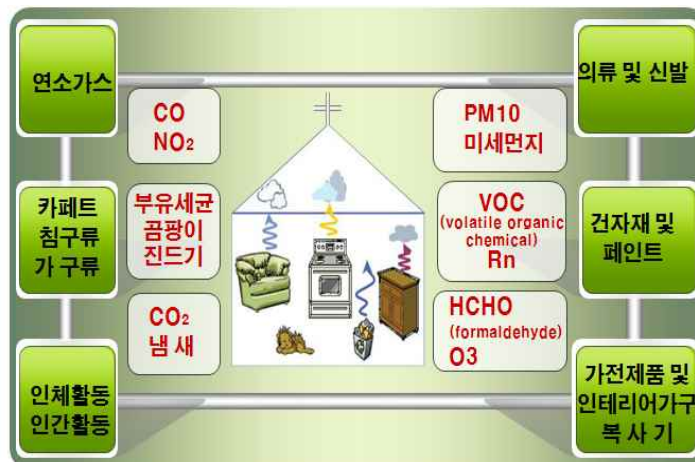
(4) 신재생에너지 :

- 신에너지 : 연료전지, 석탄 액화가스화, 수소 에너지
- 재생에너지 : 지열, 태양열, 태양광 발전, 바이오 매스, 풍력, 소수력, 해양에너지, 폐기물 에너지

3. 환기와 공기조화

(1) 환기의 필요성

- 인체호흡으로 인한 탄산가스(CO₂) 제거 및 산소(O₂) 보충,
- 미세먼지, 부유세균(TBC), 진드기, 곰팡이등 의 제거
- 건자재, 페인트, 카펫 등에서 포름알데히드(HCHO), 휘발성 유기 화합물 (TVOC),라돈(Rn),오존(O₃), 국소 오염물질이나 냄새제거
- 열 배출 이나 연소공기의 배출



(2) 필요한 환기량

$$Q = M / [C_{IN} - C_{OUT}]$$

$$= 0.0176 / [0.001 - 0.0003]$$

$$= 25.2 = 25 [m^3/h]$$

여기에서,

Q : 외기환기량 [m³/h]

C_{IN} : 실내 CO₂ 허용농도
1,000ppm [0.001%]

C_{OUT} : 공기중 CO₂ 농도
300 ppm [0.0003%]

구 분	CO ₂ 발생 m ³ /h	환기량 m ³ /h
휴 식 중	0.011	16
사무 (하)	0.013	18
사무 (중)	0.0176	25
집 회	0.021	30
경 작 업	0.023	33
중 작 업	0.030	43

※ 즉, 호흡만으로도 1 인당 25 CMH [M³/h] 의 환기가 필요.

(3) 전열 환기장치

급배기시 열교환으로 배출열을 회수하는데, 현열외에 잠열까지 모두 회수할 수 있어 전열(全熱) 환기장치라 한다.

$$\text{전열(全熱)} = \text{현열(顯熱)} + \text{잠열(潛熱)}$$



(4) 전열환기장치시 효과

- 환기와 함께 냉난방 에너지를 25.7 ~ 33.6 % 까지 회수.
- 신선한 공기 공급과 오염물질을 제거.
- 조작이 쉽고, 시스템에어컨과 연동 및 다양한 중앙제어 가능.
- 청소나 유지보수 간편.

(5) 공기조화 (Air Conditioning)

- 공기 조화의 4 대 요소 : 공기의 온도, 습도, 청정도 및 기류분포
- 열적 쾌적성의 영향인자 : 평균복사온도, 활동량 및 착의상태

구 분	규 제 치	여 름	겨 울
온 도	17 ~ 28 °C	26~28 °C	20~22 °C
습 도	40 ~ 70 %	50 %	50 %
기류제 어	기류속도 0.5m/s 이하	0.1~0.25 m/s	0.13~0.18 m/s
	상 하 온 도 차	1.7 °C	2 °C
청 정 도	부유 분진 : 0.15mg/m ³ • 일산화 탄소(CO) : 10ppm • 이산화탄소(CO ₂) : 1,000ppm	이산화 탄소 (CO ₂) • 실내 조건 : 1,000 ppm 이하 (상한치 3,000 ppm 이하)	

4. 교회의 용도에 따른 실별 고려

(1) 대예배실

- 높은 천정과 대공간에 따른 부하와 환기에 대응 필요.
- 사용시간은 간헐적이지만, 사용한다면 일시에 대응량.
- 새벽예배와 대예배처럼 시간대별 부하의 현저히 차이 고려.
- 예배환경을 위한 저소음과 쾌적기류 및 균일한 온도분포가 요구 됨.

(2) 로비 및 홀

- 높은 천정과 전면유리로 인한 일사부하가 대단히 큼.
- 건물 내 · 외면의 현저한 온도차와 잦은 출입으로 침입열량이 큼.

(3) 소예배실

- 대공간에 따른 부하와 환기에 대응 필요.
- 간헐적 사용이지만 일시에 대응량, 시간대별 부하에 현저한 차이.

(4) 목회실 / 사무실

- 장비/덕트의 소음과 온도분포 및 쾌적 기류에 각별히 신경 쓸 것.
- 별도의 존(Zone) 구성과 독립적 운전시간에 대응 필요.

(5) 유아 · 유치부 / 자모실 · 탁아실

- 장비/덕트의 소음과 온도분포 및 쾌적 기류 필요.
- 시간대별 부하 및 복사난방의 필요 검토.

(6) 식당

- 대형공간과 일시적 냉난방 부하 및 환기량 큼.
- 잦은 출입으로 침입열량 과 창측 일사부하가 큼.

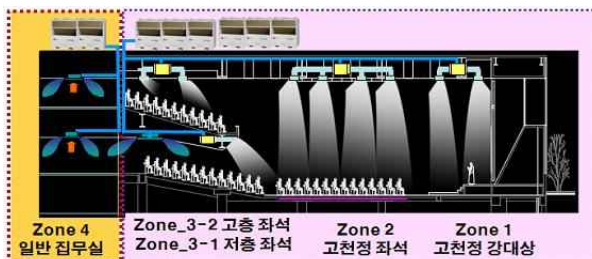
(7) 기도실 / 소모임실 / 카페 등

- 장비/덕트의 소음과 온도분포 및 쾌적 기류에 각별히 신경써야 함.

(8) 헬스 / 운동실 등 / 다목적 공연장

- 장비/덕트의 소음과 온도분포 및 쾌적 기류 요구
- 용도에 따라 별도의 존(Zone) 구성과 독립적 운전시간 대응 필요.

5. 교회의 실별 장비선택



(1) 교회의 천고에 따른 실내기 - 실별 특징에 따라 선택



- 10 평이하 : 벽걸이, 액자형, 1way , 2way 천정형, 상치형
- 8~25평 : 2way, 4way 천정형, 스탠드형, 덕트형, 공조기
- 20평이상 : 4way 천정형, 스탠드형, 덕트형, 공조기

(2) 교회의 실별 실외기



6. 시스템 에어컨

실외기 1조에 다양한 실내기를 여럿연결하여 각 실의 특성에 맞게 운영.



(1) 전부하, 부분부하, 저부하에 탁월 - 각기 개별운전가능



(2) 기계실,보일러실,냉각탑,열교환기,물탱크,축열조,펌프,물배관 불필요.



(3) 전세계 최고의 효율, DC인버터 압축기로 선형제어

- 2007년도 10대 신기술상 선정

(4) 전 세계 최장배관의 융통성



(5) 다양한 실내기, 실외기, 멀티 및 싱글 시리즈

(6) 다양한 수냉식,지열,열병합,코젠(발전.급탕),공기조화기(AHU),환기

(7) 자동 냉내 누설 감지 및 자동 냉매충전

(8) 펌프다운(Pump Down) 및 펌프아웃(Pump Out) 기능

(9) 백업(Back-Up) 운전 - 어떤 압축기 고장시에도 자동운전



7. 규모별 냉난방 소요금액 예

구 분	성 도 (평)	면 적 (평)	용 량 (마력)	도입비용 (만원)		비 고	전 력 냉방 kw	피크시 냉방/월 전기료
				냉난방	환 기			
소 형	150	85	16Hp	1,150	-	스탠드 형	19 kw	24 만
	300	170	36Hp	2,900	1,500	싱글 CST	31 kw	41 만
	500	290	59Hp	5,400	2,700	덕트+CST	48 kw	64 만
중 형	600	420	95Hp	8,800	3,800	덕트+CST	89 kw	111 만
중 형	1,000	700	168Hp	15,200	6,600	덕트+CST	152 kw	226 만
(복층)	1,500	1,030	248Hp	22,700	9,800	덕트+CST	227 kw	294 만
대 형 (복층)	1,600	1,100	256Hp	28,000	12,000	덕트+CST AHU	253 kw	329 만

※ 관련 사무실, 문화 교육관등 포함

8. 냉난방시스템 구축에 대한 Q & A

- (1) 시스템에어컨과 일반에어컨은 다른가?
- (2) 우리교회에는 어떤 냉난방이 좋을까? 그 비용이나 운전비는?
- (3) 임대상가의 개척교회에는 어떤 점에 유의 해야 할까 ?
- (4) 상가 지하층 교회의 냉난방과 환기는 ?

결론

중소형교회를 중심으로 포괄적으로 표현하였으나, 환기를 창으로 대신 할 수 있는 소규모 상가 교회처럼 용도와 여건에 맞는 냉난방과 환기를 선택하여 보다 쾌적하고 은혜로운 교회로 주님의 지상명령을 수행 할 수 있어야 하겠다.

6. 예배환경개선을 위한 리모델링과 교회건축

강사 : 선진 교수
부천대 겸임교수
야간건축설계 이사

서론

교회가 성장함에 따라 리모델링이나 교회건축을 준비하는 교회가 늘어가고 있으나 리모델링과 교회건축 진행과정을 몰라 어려움을 호소하는 경우가 있다. 본 강좌에서는 이러한 교회의 어려움을 해결하는데 초점을 두어 강의를 진행하고자 한다.

교회리모델링(교회건축)의 진행과정은 다음과 같다.

교회건축결정-건축부지선정 및 매입-건축기본계획의뢰(결정)-건축실시설계-건축허가 신청 및 인허가-착공-시공-사용검사신청 및 사용검사-유지관리순으로 이루어진다.

본론

1. 리모델링과 교회건축(이하 건축)

(1) 건축과 비전

지역중심예배, 선교, 교육, 전도, 구제, 봉사등의 비전과 목적에 초점

(2) 건축시기와 건축비 조달방법

(3) 건축위원회구성

위원회구성, 1인에 의한 결정지양, 외부전문가 영입도 고려

(4) 건축부지선정 및 매입

위치분석, 자연 및 인문환경분석, 경과 및 조망분석, 소음 및 진동 요소분석, 교통시스템분석, 도시기반시설 분석, 도시계획적 내용분석

(5) 건축(리모델링) 기본계획 의뢰 및 결정

건물규모 형태 결정, 건폐율, 용적율,

대지안의 공지규정(2006년5월9일 이후 법개정)

기반시설부담금(2006년7월12일 이후 법개정)

(6) 건축설계(리모델링)의 허가신청(인허가)

1) 건축설계 - 주차장설치, 건물면적100M²당1대설치, 주차구획, 진입도로, 도로폭등을 파악하여 설계

2) 건축허가 신청 및 인허가

건축 규모에 따라 허가기간 상이하며, 허가협약에 따라 허가시, 계획, 형태를 수정해야 한다.

2. 교회리모델링과 교회건축 시공

(1) 업체선정 방법과 공사비 지불방법

1) 시공자선정방법 - 시공자선정시 재무재표에 의한 부채비율, 건설공제조합 신용등급, 교회실적평가, 최근완공된 교회 방문평가, 시공능력평가액, 어음사용영부, 견적서작성 산출근거 및 성실도, 공사금액등을 파악해야 하며 상기조건을 각각 교회상황에 맞게 퍼센트로 배분하여 시공자를 결정하는 것이 좋으며, 공사비 지불방법은 현장설명시 지불방법을 제시하여, 선금금은 10%내외로 한다.(계약이행증권, 선금금 이행증권 수령후) 기성은 1-2개월에 한번씩 감리자 확인후 지급하고 15%내외로 사용승인후 준공급 지급한다.(사용검사후 하자이행증권 받고 지급)

(2) 계약시 고려하여야 할 사항

건설교통부 표준계약서로 계약하며, 총액계약으로 한다.

물가상승연동제는 없는 것으로 한다. 너무 낮은 가격의 내역은 부실의 우려가 있으므로 제외하며 특기사항은 계약시 반드시 문서로 첨부한다.

(3) 리모델링과 시공 - 안전, 재해예방, 주민민원해결, 공정, 하자점검, 중간공사등을 체크한다.

(4) 사용검사 신청과 사용승인

사용검사 신청후 7일이내 사용승인, 동별 임시사용 승인이 가능하다.

(5) 유지관리

준공도면 준비, 사용시 문제점 검토, 피드백,

건축, 구조, 토목, 설비, 소방별로 관리대장 기록하며 문제점과 기록을 토대로 건물을 보수한다.

3. 재개발 및 재건축, 리모델링시 절차에 따른 교회체크사항

기본계획수립-재개발 정비사업구역 지정-추진위원회 설립인가-조합설립 인가-사업계획 승인-시공자 선정-관리처분 계획-이주 및 철거-분양 및 착공-입주 및 조합해산

결론

교회리모델링과 교회건축은 많은 예산과 시간이 필요로 한다. 많은 예산을 투자하여 리모델링과 건축을 하였으며 법적인 문제로 준공허가가 떨어지지 않아 골치 아픈 경우가 많다. 미리 이러한 법적인 문제를 파악하여 대비한다면 본 강의가 작은 도움이 될 것으로 본다. 특히 리모델링시 발생할 수 있는 경우의 수와 리모델링후에 해야 할 일들을 체계적으로 잘 준비한다면 예산의 절감과 빠른 공사가 이루어 질 것으로 본다.

7. 중소형 교회와 상가교회를 위한 예배시스템 구축과 활용

강사 : 허재호 집사
교회정보기술연구원 이사

서론

교회음향이란 교회 내부의 음향을 다루는 것이며 구체적으로는 교회 내부구조나 체적뿐만 아니라 기존의 벽, 천장, 시창, 가구, 비품 등을 포함한 홀 내부에서 일어나는 소리의 물리적인 현상을 음향 (Acoustics)이라고 하며, 교회의 주된 음원으로선 스피커 시스템, 악기, 독창, 합창, 공조소음, 교인들끼리 나누는 대화, 내부움직임으로 발생하는 환경적 잡음, 외부로부터 들려오는 환경적 잡음 등을 들 수 있다.

음향을 설계하기 이전에 먼저 그 용도와 목적이 분명해야 하는데, 요즘 교회는 설교나 찬양뿐만 아니라 연극, 강연회, 영화 등 다목적 용도로 사용하는 경우도 많으며, 각 용도나 목적에 있어서 잔향시간이 중요한 결정요소가 되는데, 교회의 경우, 설교나찬양에 그 초점을 맞추어 잔향시간을 계산 하는것이 바람직하다. 좋은 실내음향이란 음량이 풍부해야하고, 적절한 잔향감과 확산감이 좋아야하며 작은 음도 섬세하게 들리며 그 소리가 명료해야 한다.

본론

1. 교회건축구조와 소리

스피치(Speech)의 명료도를 높이는 데는 음향적인 디자인이 필요하다. 보편적으로 소리는 한방향 즉 스피커 시스템에서 시작하지만 거의 모든 곳에 퍼지게 된다. 이렇게 분산된 소리들은 공간 전체에 혼탁한 잔향을 일으켜 문제를 발생한다. 교회음향에 주로문제가 되는것은 저음주파수이다. 발코니 밑이나 뒤에 앉으면 에코현상은 덜 느껴지지만 소리가 시원하게 들리지 않고 앞좌석에 앉으면 소리는 크지만 에코현상이 크게 느껴지므로 중간좌석이 비교적 양호한편인데 면적(SweetSpot)범위가 넓지 않아 많은 사람이 앉을 수 없다. 공간의 소리 에너지 진행을 분석해서 어느 부분에 Echo 또는 FlutterEcho의 반사가 중점적으로 이루어지는지 분석하여 거기에 대응하는 음향기구(AcousticsTools)를 꼭 필요한 위치에 필요한 양만큼만 설치하여 이런 문제를 충실히 개선할 수 있다.

교회가 높은 천장일수록 풍부한 잔향이 보장되며 반사면의 구조에서도 좋은 음향 조건을 충족시키는 잘 설계된 교회건축 구조를 보여준다. 노래하는 환경은 울림이 풍부할수록 노래하는 자신이기 분을 더 느낄 수 있

고 풍부하게 노래를 부를 수 있는 것이다. 어떤 공간에 공간감을 형성 하는 데는 울림이 반드시 필요한데 그 울림, 즉잔향은 고주파(HighFrequency) 잔향이 필요하다. 즉고음(HighFrequency)을 모두 흡수하면 찬양소리가 뱃뱃해지고 풍성한 울림을 만들어 낼 수 없다. 풍부한 고주파 잔향이 모두 사라진다면 노래하는 사람의 입장에선 노래와 연주가 전체적으로 조화를 지 않고 돌출되어 있다는 느낌이 들 것이다. 고주파 잔향을 보장하는 방법 중에는 고음진행 방향을 적절한 음향구조나 음향기구(Acoustics Tools)를 을 이용하여 신도석 쪽으로 반사 방향을 유도하는 것이다. 무엇보다 중요한 것은 필요하고 유익한 고음(HighFrequency)주파수들은 가급적 필요한만큼 살려줘야 하고 음의품질을 손상하거나 마이크를 운용하는데 저해되는 중저음(Mid-Low), 저음(LowFrequency)은 성가대밴드, 제대등 스테이지부분에 해당하는곳에서는 중점적으로 제거(BassTrapping)해줘야한다.

찬양밴드는 다른 파트의 연주 소리보다 자신의 연주를 더 주도적으로 틀어야 하기 때문에 본인의 연주볼륨을 더욱더 올리려고 하는 경향이 있다. 그러다 보면 전체적으로 하모니 구성은 깨지고 각자의 소리만 커지게 마련이다. 먼저 음향에 저해되는 Standing Wave를 적절한 정도로 처리해야 하고 음질과 자연스러움을 극대화할 수 있는 고주파 잔향을 유도하여 밴드 스테이지에 반사시켜 주어야 한다. 하지만 음향 환경조건이 우선되어야 한다.

2. 설교용 스피커와 음악용 스피커 시스템

(1) 설교용 스피커 시스템 (Speech) 설계 - 본당 사운드 시스템 디자인에서 가장 먼저 생각해야 할 것은 설교의 명료도 확보으로 본당 내부 어느 곳에서도 설교의 명료도가 확보 되어야한다. 청취자가 어느 곳에 위치해 있더라도 분명하고 명료한 설교를 들을 수 있어야 한다.

(2) 음악용 스피커 시스템(Music) - 현대 예배는 멀티미디어의 총 집산이다. 그중에 사운드 시스템은 특히 현대찬양(CCM)형태의 예배를 충족하는데 매우 중요하다. 여기에 적용하는 사운드시스템은 설교용과는 많은 차이를 보여주는데 멀티 혹은 좌,우(또는 스테레오) 시스템들은 전 대역 주파수(Full Range)의 폭넓은 재생과 설교시보다 더 많은 음압(SPL)을 요구한다. 그래서 일반 컨서트 형식의 스피커 군(Array)을 좌우(L-R System)에 설치하여 활용해야 한다. 이것은 좌우 스피커에서 나오는 소리를 어느 좌석에서 들을 수 있다 는 전제이다.

(3) 설교 적용 시스템과 음악용 시스템은 설명한대로 많은 입장 차이를 보여 주는데 이는 건축공간에서는 감상용 오디오의 스테레오 청취와는 입장이 다르다는 것 또한 알아야 한다. 건축 공간에서는 모든 음원이 모노 개념이기 때문에 특별히 필요한 효과 외에는 스테레오에 의미를 둘 필요가 없다. 좌우 이미지 이동효과가 필요하다면 좌우에 효과용 스피커를 별도로 배려하면 된다.

3. 예배시스템 구축과 운영

(1) 교회에 비치된 장비를 파악과 재설치하라

교회내에 있는 기존의 음향장비(마이크, 믹스, 이퀄라이저, 파워앰프, 스피커), 영상장비(카메라, 프로젝터(대형TV), 스크린)등을 장비의 종류와 성능등을 파악하는 것이 중요하다. 무조건 좋은 장비만을 고집할 것이 아니라 기존의 장비를 파악한 후 꼭 필요한 장비를 구매하는 것이 현명하다.

(2) 보이는 부분보다 보이지 않는 부분을 파악하라

일반적으로 시스템을 구축시 보이는 부분인 음향장비를 구매하는 것으로 모든 것이 끝난 것으로 생각한다. 그러나 중요한 것은 보이는 부분이 아닌 보이지 않는 부분에 신경을 쓰야하는 경우가 많다. 특히 음향배선이나 영상라인등은 음향과 영상의 음질과 화질에 직접적인 영향을 준다.

(3) 장비구입보다는 전문인력을 양성하라

중소형교회의 가장 큰 고민은 장비를 다룰 인력이 부족하다는 것이다. 아무리 좋은 장비를 구매하였다고 할지라도 교회예배시스템을 운영할 인력이 없다면 이보다 더 큰 고민은 없다.

(4) 교회상황에 맞추어 교회예배시스템을 구축하라.

아무리 좋은 시스템이라고 할지라도 A교회와 B교회의 상황과 예배환경이 다르다. 예를들면 상가교회의 예배시스템(지하교회), 상가교회의 예배시스템(지상교회), 중소형교회의 예배시스템이 다르다는 것을 먼저 생각해 두어야 한다. 그러므로 교회구조와 예산등을 고려하여 교회예배시스템을 구축하는 것이 좋다.(강대상, 외중석, 방송실, 성가대, 자모실등)

(5) 브랜드나 실용이냐에 선택하라

소형교회나 상가교회의 경우 유명브랜드만을 따진다면 초기 설치비용이 많이 들게 된다. 교회예산과 장기적인 안목을 가지고 선택하겠지만 초기에는 중저가 브랜드를 선택하가는 것이 좋다. 그렇다고 저가용 브랜드를 사용하거나 허접한 장비를 구매하여 사용할 경우에는 추후 재건축시에는 사용할 수 없는 경우가 많다. 교회음향시스템 구축시 예산도 중요하지만 중장기적인 측면을 고려하여 구매하는 것이 지혜이다.

결론

중소형교회나 상가교회의 음향시스템은 교회예배환경에 의해 영향을 받는다. 교회의 예배환경을 먼저 파악하고 교회의 예산과 중장기적인 구매포인트를 생각해야 한다. 특히 음향배선은 보이지 않는 부분이지만 무엇보다도 중요하며 장비구매에 있어서는 교회상황에 맞추어 구매하는 것이 포인트다. 결론적으로 교회예배시스템 장비, 운영인력, 목회자의 관심이 교회음향에 있어서 제일 중요하며 좋은 소리의 시작이 될 것이다.

8. 현대 목회환경 이해와 IT

강사 : 이동현 목사
교회정보기술연구원 원장

목회란 농사짓는 일에 비유될 수 있다. 농사를 잘하기 위해서는 다섯 가지 요소가 필요한데 첫째 땅이 좋아야 한다. 토양이 좋다는 것은 교회가 위치한 지역이 좋아야 한다. 둘째로 씨앗이 좋아야 한다. 목회의 씨앗은 설교말씀으로 메시지가 좋아야 교회가 성장한다. 셋째로, 기후가 좋아야 한다. 영적으로 성령이 역사하는 분위기가 되어야 교회가 성장한다. 넷째로, 기술이 좋아야 한다. 성령의 은사와 목회 기술이 효과적이어야 교회가 성장할 수 있다. 다섯째로 농부가 좋아야 한다. 목회자와 사역자가 훌륭해야 교회가 성장한다. 토양과 씨앗과 기후와 기술과 농부, 이 다섯가지 요소 중에서 토양과 기후가 환경적 요소라고 할 수 있다. 아무리 훌륭한 농부에 좋은 씨앗이 있고 농사 기술이 효과적이라 하더라도 토양과 기후 즉 환경이 척박하면 농사는 실패할 수 밖에 없다. 이처럼 목회도 교회의 외적, 내적 환경이 좋아야 성공한다. 외적 환경 즉 지역의 위치와 사회문화적 분위기가 복음에 수용적이어야 하고 내적 환경 즉 교회의 영적 분위기와 성도들의 구성성분이 성장에 긍정적이어야 한다. 여기서 우리가 간과해서는 안되는 것이 있다. 그것은 하나님의 섭리와 은혜이다. 교회의 부흥과 성장은 바로 하나님의 도우심이 없어서는 안된다.

본 장에서는 원론적인 이해 접근보다는 사회적인 접근(마케팅기법)을 통해 교회목회환경을 외부환경과 내부환경으로 나누어 분석하고자 한다. 개선방안을 제시하고자 한다.

1. 목회 외부환경

(1) 목회환경에 대한 중요도 인식

목회환경조사의 중요성을 인식해야 한다. 손자병법의 가장 중요한 원리는 나를 알고 적을 알아야 백전백승한다. 우리가 목회하는 지역에 대해서 얼마나 알고 있는지가 복음전파의 승패를 좌우한다. 그럼에도 불구하고 대다수의 교회와 목회자들은 자신이 목회하고 있는 지역에 대해서 놀랄 정도로 무지하다. 지역에 대해서 잘 모르는 것보다 더 큰 문제는 교회성장을 위해서 지역을 이해해야 한다는 사실의 중요성을 느끼지 못하는 것이다.

오늘날의 시장은 공급자중심이 아닌 소비자중심의 시장으로 소비자가 필요한 것이 무엇인지를 알고 마케팅해야 성공하는 시대이다. 무조건 물건만 만들면 팔리는 시대가 아닌 소비자와 고객의 필요를 채우는 물건을 만들어야 기업이 성공하는 시대이듯 교회도 마찬가지이다. 과거에는 교회가 있는 곳에 사람들이 몰려들었지만 현재는 사람들이 교회를 선택하는 시대

가 되었다. 특히 신도시 같은 지역에서는 한 사람이 교회를 선택하기 전에 평균 다섯교회 이상을 돌아보는 것이 보통이다. 이러한 때 교회는 그러한 현상을 한탄만 할 것이 아니라 적극적으로 극복하는 전략을 세워야 한다. 교회의 세속화를 우려할 것이 아니라 오히려 현대인들의 고민과 필요를 정확히 파악하고 그리스도의 복음으로 해결해 주려는 목회자의 생각의 전환이 필요하다.

(2) 지역 환경에 대한 이해

교회가 소속된 지역적 요소는 개교회가 처해 있는 환경적인 상황이다. 목회자의 설교와 행정력이 아무리 탁월하더라도 지역 자체의 상황이 절망적이면 교회성장은 쉽지 않다. 예를 들어 인구가 급격하게 감소하는 농어촌과 같은 지역은 교회 자체가 아무리 준비가 잘 되어 있어도 괄목할 만한 성장은 어렵다. 이에 비해 신도시와 같이 개발이 활발한 지역이나 인구의 이동이 많은 지역 등이 그렇지 않은 지역보다 성장 가능성이 높다. 담임목회자는 지역 내의 인구상황에 대한 자세한 정보가 있어야 하며 연령별, 경제수준별, 직업별, 종교유형별 기초통계가 있으면 매우 유익하다. 인구에 관한 전반적인 정보는 지방자치단체의 통계부서에 문의하면 얻을 수 있다. 그러나 통계적인 정보보다 중요한 것은 수치로 나타나지 않는 사실로 지역사회의 문화와 전통, 주거환경의 패턴과 인구이동의 흐름, 생활수준과 지역사회 전체의 숙원사업, 경제활동과 재정상태, 민간신앙과 역사적 유산 등에 대한 전반적인 이해가 필수적이다. 이러한 흐름을 파악하는 방법 중의 하나는 지역 유지를 찾아 대화를 나누거나 관공서 등과 자주 접촉하는 것이다.

(3) 지역주민의 성향이해

지역주민의 성향이란 주로 교회와 복음에 대한 태도로 목회현장이 교회 주변의 지민성향을 파악해야 하며, 부정적인 부분이 있다면 긍정적인 방향으로 바꾸기 위한 조치가 뒤따라야 한다.

(4) 지역사회내 교회의 이미지

지역사회내 교회의 이미지에 대한 것이다. 교회 이미지를 좋게 하기 위해서 교회의 홍보와 광고이다. 공격적인 광고는 효과적인 프로그램과 적극적인 초청행사와 함께 사람들을 끌어들이는 중요한 수단이다. 예를들면 명사초청, 경로잔치, 문화축제, 소년소녀돕기, 무의탁돕기, 겨울김장나누기 등과 같은 행사를 통한 교회이미지 개선프로그램을 도입하여 적용하는 것이 필요하다.

(5) 교회와 지역의 유기적인 유대관계

교회 이미지를 좋게 하기 위해서는 광고와 홍보못지 않게 중요한 것이 있는데 그것은 지역사회와 지속적으로 유기적인 유대관계를 가지는 것이다. 지역사회와 고립된 교회는 더 이상 교회로서의 존재 가치와 사명을 감당할 수 없다. 세상의 빛과 소금으로서의 교회는 사회가 필요로 할 때 도움을 줄 수 있어야 하고, 사회가 중요한 결정을 내릴 때 참여해야 하며, 사회가 부패할 때 그 부패를 방지하고 치유할 수 있어야 하며, 나아가 영적리더십을 발휘할 수 있어야 교회는 지역사회로부터 인정받을 수 있다.

2. 교회 내부환경

(1) 교회내 교인들의 특성

교인들의 특성을 그룹별로 이해해야 한다. 교인들은 일반적으로 그 취향과 특성에 따라 다섯 가지 그룹으로 구분될 수 있다.

1) 친교그룹. 이들은 개인적이고 상호적인 인간관계를 가장 큰 가치로 알고 교회에 오는 사람들이다. 이들은 친구를 사귀는 일에 우선권을 두고 비공식적인 활동을 통해서 자신들의 필요를 충족시키려고 한다.

2) 전통그룹. 전통적인 관습과 가치에 애착을 가지고 믿음과 교회생활에도 그것을 적용하려는 사람들이다. 교회의 역사와 전통에 매달리기 때문에 변화에 쉽게 적응하지 못한다. 그리고 변화를 추구하는 사람들을 급진주의자로 생각하는 경향이 있다.

3) 학습그룹. 성경공부와 같은 학습에 관심을 가지고 또 배운 지식을 적용하려고 노력하는 사람이다. 같은 관점을 가지고 있지 않은 성도들과도 좋은 관계를 유지하고 있기 때문에 교회 내에서 지도자적인 위치를 차지하는 경우가 많다.

4) 봉사그룹. 교회안에서 혹은 밖에서 교회와 사람을 섬기는 일을 즐겨한다. 특히 교회 밖에서 기독교를 통해 사회를 변화시키는 대리인이 되고자 하는 사람들은 교회가 그들이 속한 공동체와 세상의 문제에 깊이 관여하여 변화를 주도하기를 원하는 경향이 있다.

5) 종합그룹. 앞의 네 가지 그룹, 즉 교제그룹, 전통그룹, 학습그룹, 봉사그룹 중에서 두 가지 이상의 특성을 함께 가지는 교인들로 구성된 그룹이다. 대다수의 일반 평신도들은 이 종합그룹에 속해 있다고 볼 수 있다. 교회는 이들 각 그룹에 속한 성도들의 관심과 필요 그리고 세계관과 가치관을 끊임없이 연구하고 평가해야 한다.

(2) 교인들의 영적 욕구와 생활적 필요 이해

교인들의 영적 욕구와 생활적 필요를 이해하는 것이다. 교회가 성장하려면 모든 프로그램과 활동이 목사중심에서 성도중심으로 바뀌어져야 한다. 예를 들어 설교를 준비할 때에도 목사의 마음에만 들거나 목사가 확신하고 있는 것만을 추구해서는 실패한다. 듣는 성도들을 섬기고 그들의 삶의 문제를 실제적으로 해결해주는 자세가 되어야 한다.

(3) 교인들의 교회에 대한 평가

교인들의 삶의 필요는 교인들의 교회에 대한 평가를 살펴봄으로써 알 수 있다. 교인들이 교회에 대해서 어떻게 생각하는가를 철저히 알수록 목회의 성공 가능성은 높아진다. 목회자로서는 매우 괴로운 일일지 몰라도 교인들이 목사의 설교와 리더십 그리고 교회의 각종 프로그램에 대해서 어떻게 생각하는지를 수시로 점검하고 조사해 볼 필요가 있다.

교인들의 교회에 대한 평가를 알기 위해서는 조금만 신경써도 큰 효과를 얻을 수 있습니다. 심방이나 상담시에 자연스럽게 성도들의 생각을 청취하거나 정기적으로 제직들의 소리를 듣는 설문조사나 여론조사를 가지는 것도 좋은 방법 중의 하나다. 어떤 방법이든지 교회에 부정적인 분위기를 조성하지 않으면서 성도들의 교회에 대한 의견을 청취하는 것은 목회 내부환경 진단에 필수적입니다.

(4) 교회 내의 갈등구조 이해

목회의 가장 어려운 점은 인간관계에서 비롯된 갈등문제이다. 목회자와 당회원간의 갈등, 성도들끼리의 갈등, 기신자와 새신자와의 갈등 때문에 교회의 성장이 정체되고 심지어는 교회가 깨지는 경우도 얼마든지 있다. 목회자는 일 때문에 피곤하기보다는 인간관계의 갈등때문에 엄청난 스트레스를 받고 있다. 교회는 갈등의 원인이 될 수 있는 교인들의 다양한 차이점을 이해하고 그 차이점을 진지하게 통합하여 처리해야 한다.

3. 현대 목회를 돕는 도구로서의 IT**(1) 검색엔진과 교회홈페이지**

과거 목회는 목회자의 설교와 열정에 의해 결정되어졌다면 오늘날에는 IT라는 목회도구가 추가되어 진다. 앞서 살펴본 것처럼 지역환경, 지역주민의 성향, 지역속의 교회의 이미지등을 알기 위해서는 인터넷이라는 기본적인 매체를 이용하는 방법이다. 검색엔진을 통해 목회지역의 상가, 아파트단지, 교육시설등을 확인할 수 있으며, 나아가 주변교회의 정보등을 파악할 수 있다. 이러한 정보를 바탕으로 하여 전도와 심방, 성경공부와 설교등을 준비하는데 도움을 줄 수 있다. 특히 교회홈페이지는 지역주민들이 교회에 대해 알기 위한 가장 기초적인 매체이기도 하다. 교회소식이나 교회의 다양한 홍보매체로서의 홈페이지를 잘 활용하는 것도 필요하다.

(2) 해당 분야의 전문가와의 상담

오늘날의 교회 시설은 교회 성장에 중요한 요소중에 하나이다. 사람들의 생활수준이 높아지면서 자신의 생활환경보다 못한 교회는 기피하는 현상이 강화되고 있다. 가장 큰 관심을 기울여야 하는 시설은 예배실, 교육실, 그리고 주차시설이다. 예배실에서는 편안한 의자와 잘 들리는 음향시스템이 단연 최고의 진단항목이다. 명확하면서도 기분 좋게 들리는 음향시스템은 설교의 내용을 잘 전달하기 위한 필수적인 도구이다. 교육실은 갈수록 소그름이 강조되고 있는 것을 염두에 두어야 하며 인테리어에도 신경을 쓰야 한다. 주차시설은 가장 어려운 문제이지만 또한 가장 시급한 요소임에 틀림없다. 이처럼 교회기반시설의 진단은 예산과 직결되는 것이기 때문에 목회자에게 가장 무력감을 주는 항목이지만 돈으로만 해결할 수 있다는 자세부터 바꾸어야 한다. 돈이 모자라도 아이디어가 풍부하면 얼마든지 해결할 수 있는 요소가 우리 주위에는 너무나 많다. 예를 들어 수십평에 불과한 작은 임대교회의 경우 불필요하게 큰 강대상과 너무 촘촘하게 놓은 장의자들은 현대인의 취향을 생각해서 재고할 필요가 있는 항목이다. 좁은 공간을 많이 차지하지 않으면서도 현대인들에게 매력적인 인테리어가 필요하다. 교회의 공간이 부족하여 교제실이나 교육실이 없다면 예배실의 강대상을 아예 없애거나 장의자는 예쁜 접의자로 대체하여 교제실이나 교육실로 변형할 수 있도록 하는 아이디어가 교회를 성장시키는 것이다. 창조의 기초는 돈이 아니라 아이디어가 필요로 한다. 이를 위해 관련 분야의 전문가의 상담을 통해 중장기적인 계획을 세워 나가는 것이 중요하다.

1) 예배당과 관련 - 영상, 음향, 조명등의 전문가와 상담하여야 하면

각각의 전문분야의 전문기업과 상담하는 것이 중요하다. 예를들어 음향분야의 전문가에게는 음향을 영상분야의 전문가에게는 영상만을 의뢰하는 것이 좋다. 현재 중소형교회에서는 일반적으로 음향이나 영상분야의 전문가에게 두 분야를 한꺼번에 의뢰하는 경우가 많으나 결코 권하고 싶지 않는 방법이다.

2) 교육관, 친교실, 식당 - 기본적인 음향시설과 함께 조명시설과 인테리어가 필요하다.

3) 통신관련 - 성도들이 인터넷을 통해 메일을 확인할 수 있는 장비와 시설은 교인복지라는 관점에서 필요로 한다. 또한 무선인터넷지역을 통해 교회내 대학생들이나 성도들이 교회에서 인터넷을 할 수 있도록 지원하는 것도 필요하다.

결론

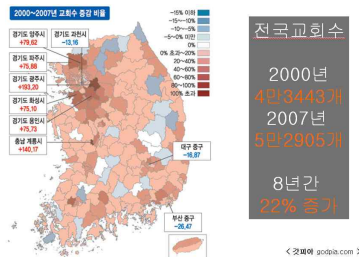
하나님의 역사는 사람을 통해 하신다. 모세를 통해 출애굽하시기 전에 모세가 애굽과 광야에서 수련하게 하신 것처럼 모세가 지도자로서 세워지기까지는 많은 어려움과 시간의 연단이 있었다. 오늘날의 목회자도 마찬가지일 것이다. 먼저 자신을 알고 목회환경을 이해하고 하나님께서 주신 이 시대의 도구인 IT를 적절히 사용할 수 만 있다면 목회에 많은 유익을 줄 것으로 확신한다. IT라는 도구가 성도의 영혼을 변화시킬 수는 없다고 할지라도 오늘날의 성도들에게 복음을 잘 전할 수 있는 도구임에는 틀림없을 것으로 본다.

9. 한국교회 총회홈페이지 운영현황과 개선방안

강사 : 인형우 이사
교회정보기술연구원 이사
(주)한솔루션 대표

전세계 웹사이트 개수가 2006년 말 1억 개를 돌파하고 현재 수억 개에 이를 것으로 예상되며 오늘날의 홈페이지들은 새로운 기술과 아이디어로 끊임없이 변화하며 발전되어 가고 있다. 우리나라의 인터넷 인구는 2009년 6월 현재 한국인터넷진흥원 통계에 의하면 만3세 이상을 대상으로 76.5%에 이르고 있으며, 2008년도 기준으로 인터넷 이용자 수는 3,530만 명을 넘어섰다. 이러한 변화와 진보의 중심은 사람이라 할 수 있는데 사용자의 관심을 끌고 접근성을 용이하게 하고 사용을 편리하게 만들기 위한 노력들은 대부분 보다 많은 사람들에게 보다 많은 정보를 주기 위해 서라고 할 수 있다. 본 강의에서는 한국교회와 총회 홈페이지의 운영현황을 살펴보고 문제점과 개선방안을 제시하고자 한다.

1. 통계로 살펴보는 한국교회



전국교회 수는 2000년 43,443개에서 2007년 52,905로 8년 동안 9462개 증가했다. 증가율로는 약 22%가 증가했으며, 교역자 숫자로 기준으로 교회를 구분했을 때 소형교회(교역자 1~4명), 중형교회(교역자 5~9명), 대형교회(교역자 10명 이상)로 나누어 보면 소형교회가 49,192개로 92.98%이며, 중형교회가 2,752개로

5.20%이고, 대형교회는 961개로 1.81%이었다. 2007년도 통계청 조사에 의하면 대한민국의 기독교 성도 수는 약 862만 명이며, 이는 대한민국 전체 인구 4900만 명의 17.6%에 해당하며, 같은 기간 교역자 수는 94,615명으로 성도 수 대비 교역자수의 비율은 1.10%였다. 이 기간 조사된 기독교 교단 수는 124개였으며, 한기총에 등록된 교단은 64개였다.



2. 웹의 진화와 한국교회

우리가 살고 있는 이 시대는 이미 유비쿼터스 시대로 접어들었다. 우리 사회의 정보통신 인프라는 우리가 모르는 사이에도 엄청난 속도로 변화하고 있으며, 우리의 삶과 생활 패턴을 변화 시키고 있다. 더욱이 웹 2.0시대를 맞은 한국교회는 과거와 달리 더욱 많은 변화를 경험하게 되었다. 그렇다면 웹2.0이란 무엇인가? 웹 2.0이란 이용자 참여 중심의 인터넷 환경을 뜻하는 개념이다. 기존 인터넷이 세계를 하나로 묶어주는 웹 1.0 환경이었다면, 인터넷 망의 광대역화와 디지털 기기의 발달에 따라 누구나 손쉽게 멀티미디어 콘텐츠를 생산해 인터넷에서 공유할 수 있도록 한 차원 업그레이드된 환경이 바로 웹 2.0이라고 할 수 있다. 그리고 이러한 웹 2.0 환경에서 수많은 이용자들이 만들어낸 콘텐츠가 바로 UCC였다. UCC의 등장과 함께 플랫폼의 변화의 변화로 이어졌으며, 이를 통해 교회 홈페이지와 커뮤니티에도 많은 변화를 주었다. 특히 UCC의 핵심정인인 참여, 공유, 개방을 통해 교회에도 영향을 주게 되었다. 아래 표는 시대별로 교회 웹 사이트의 특징들을 정리한 표입니다.

〈교회 및 기독교단체 홈페이지의 변화〉

	Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0	Web 4.0
연대	1990~2000	2000~2010	2010~2020	2020~
교회의 웹	홍보 / 정보수집 / 게시판 수준의 커뮤니티 / 일방적 정보의 흐름	홈페이지 사용자(교역자&성도)의 정보 공유 / 사용자의 능동적 사역 참여 (조직과 행정관리) / 입체적인 교회 커뮤니티 형성 /	사역자의 역할에 맞춰서 필요한 정보를 웹이 제공 (개인화된 웹) / 만들어진 정보에 웹이 의미 부여 (상황을 인식하는 웹) /	

현재 교회와 기독교단체의 홈페이지들은 소수를 제외하고 거의 대부분이 웹 1.0 에 머물러 있다. 그러나 많은 교회들이 이제는 웹 2.0 개념의 특징인 공유, 개방, 참여의 웹 사이트를 만들어가고 있다. 홈페이지, 교적, 커뮤니티, 재정관리 등 각각 독립적이던 시스템들을 웹을 중심으로 통합하는 사례가 많아지고 있으며, 사역자의 역할에 맞게 권한을 주어 웹을 통해서 사역에 참여하게 하는 조직관리와 행정관리 등을 볼 수 있다. 여기에 웹 3.0 시대 교회와 기독교단체의 홈페이지들이 어떻게 달라질까 생각해 보면 현재 무엇에 관심을 가지고 어떤 준비를 해야 하는지도 생각할 수 있다. 웹 3.0 이 교회에 적용이 된다면 사역과 역할에 맞춰서 정보를 제공하고 상황을 인식하고 분석해주는 일들을 감당할 수 있을 것으로 예측된다. 가령, A라는 사역자가 B성도를 심방하려 한다면 웹1.0 시대에서는 홈페이지에서는 특별히 할 수 있는 일이 없었다. 그러나 현재 웹2.0 의 개념을 갖고 있는 홈페이지에서는 A사역자의 권한에 따라서 B성도의 신앙 정보와 심방이력을 보여주고 심방 후에는 보고서를 작성하고 관리할 수 있게 되었다. 여기서 더 나아가 앞으로 다가올 웹3.0 시대에서는 축적된 DB의 정보를 통해서 의미를 찾게된다. 즉 심방을 해야 할 필요가 있는 성도를 찾아서 언제 어디로 누구와 함께 심방하는 것이 좋을 지 등을 A사역자의 스케줄을 고려해서 추천해준다. 또한 교회가 위치한 지역 정보와 뉴스정보들을 교회솔루션과 매시업되고 지역과 연령에 맞는 전도 및 선교

전략을 현재의 상황에 대한 인식을 통해 제시해주는 서비스를 해줄 수 있다.

따라서 미래에 구현될 웹3.0에 대비함에 있어서 중요한 것 중에 하나는 DB관리로 현재 홈페이지가 웹1.0 수준에 머물러 있다 하더라도 나중에 얼마든지 웹2.0, 웹3.0의 홈페이지로 업그레이드 될 수 있다. 그러나 그동안 축적된 DB를 컨트롤 할 수 없다면 아무 소용이 없을것이다. 그러나 안타깝게도 많은 교회와 기독교단체들이 운영하는 홈페이지의 DB를 소유하지 못하고 서비스를 제공하는 회사에 종속되어있는 경우가 많다.

포털의 카페, 클럽을 이용해서 부서커뮤니티를 이용하고 무료 홈페이지를 제공하는 곳에서 홈페이지 서비스를 받지만 정작 독립해서 교회나 기독교단체만의 홈페이지로 서비스를 하려 할 때 DB를 백업 받을 수 없어서 난감해 하는 경우가 많다. 지금 당장에 필요한 것이 아닐지라도 미래의 웹이 변화하고 발전하는 것을 생각해보면 교회와 기독교단체의 홈페이지에 있는 모든 정보의 창고인 DB를 소유하는 것은 아무리 강조해도 지나치지 않은 문제임에 틀림없다.

3. 한국교회 총회 홈페이지 운영현황과 문제점

한기총에 등록되어있는 교단을 중심으로 조사한 바에 의하면 (포털 사이트 네이버, 다음, 구글, 야후에 정식교단명칭 검색) 아래 표와 같다. 전체 교단 124개 중 홈페이지 운영교단은 33개로 26.61%였으며 한기총에 등록된 교단 64개중 21개로 32.82% 였다.



(1) 익스플로러 웹브라우저외의 다른 웹브라우저 접속시 에러가 생기는 현상

교단 홈페이지에서 중요 사항을 짚어보면 조사한 21개 사이트 중 Firefox에서 에러가 나는 곳이 11개로 전체의 50%를 넘고 있다. 인터넷 접속을 위한 웹브라우저의 시장 지배력은 한국에서는 마이크로소프트사의 인터넷익스플로러의 비중이 98.7% (2009년 3월 기준)로 절대적이나 전 세계적으로 보면 인터넷익스플로러의 시장점유율은 66.82% (2009년 3월 기준)으로 나타난다.. 특히, 파이어폭스의 이용자는 22%로 나타나고 있어

서 결코 무시할 수 없는 수치이다. 실제로 해외에 있는 한인교회들을 상담하다 보면 파이어폭스에서 기존 홈페이지들이 보이지 않는다고 한다. 다양한 환경에서 홈페이지에 접근하는 사람들을 고려하고 배려한다면 사이트 개발 시에 이런 다양한 웹브라우저에서도 이상 없이 접속이 되도록 고려해야 할 것이다.

참고로 본 조사를 하다가 잘 알려진 대형교회들의 홈페이지들은 어떠한가 테스트를 해본 결과 상당수의 교회 홈페이지가 파이어폭스 같은 웹브라우저에서 에러가 나고 있다.



▲ 넷어플리케이션즈의 2009년 3월의 총시장 점유율
(출처 : Net Applications홈페이지)

(2) 총회홈페이지를 통한 개인정보 유출

또한 개인 정보보안 문제에 있어서도 문제점이 발견되었다. 조사한 21개 사이트 중 3곳을 제외한 다른 곳에서는 검색 기능을 지원하고 있지 않았으며, 5곳에서는 심각한 개인정보노출이 있었다. 교단 회원의 개인 정보를 검색하는 기능은 교단 홈페이지에서 꼭 필요한 기능으로 여겨지는데 이때에는 일반일들과 검색포털의 로봇에 정보가 노출 되지 않도록 신경을 써야 한다. 좋은 방법은 그림과 같이 검색할 사람의 권한을 제한하고 필요한 사람만 조건 검색하도록 만드는 것이다.

(3) 총회자료 검색과 데이터베이스화



이 밖에도 교단 홈페이지에 필요한 기능 중에 하위 기관인 노회(지방회) 안내와 검색 업데이트, 그리고 각 지역교회의 DB화는 거의 찾아보기 어려웠다. 정보의 공유, 개방, 참여를 통한 교단 홈페이지의 활성화를 위해서 시급한 과제라고 생각된다. 단순히 노회(지방회)소개에서 끝나는 것이 아니라 각 노회(지방회) 홈페이지와 연계하고 지역교회의 홈페이지 주소와 정보를 스스로 업데이트하고 참여할 수 있게 하는 시스템으로 만들면 보다 쉬운 관리와 함께 업무의 효율성도 기대할 수 있으며 보다 많은 사용자들을 홈페이지로 유도할 수 있다.

4. 총회홈페이지 구축과 개선방안

교단 홈페이지를 운영하고 새롭게 구축하려는 분들에게는 내부적 환경 요인에 의해서 강점도 있고 약점으로 생각되는 부분들이 있다. 또한 외부적 환경에 의해서 새로운 기회가 될 수도 있으며, 피해야 할 위협요소들이 있음을 간과하지 말아야 한다.



< 교단 홈페이지 구축에 있어서 SWOT분석의 예 >

(1) 홈페이지 구축 시 고려해야 할 점들

1) 재정 및 관리능력 - 홈페이지는 디자인과 기능에 따라서 서비스 환경에 따라서 구축비와 관리비의 차이가 많다. 가용할 수 있는 재정의 범위 안에서 홈페이지의 역할을 생각하며 구축해야 할 것이다.

2) 무엇을 제공하고 무엇을 할 것인가 - 홍보를 위주로 한다면 디자인적인 요소를 기능적인 부분을 중시한다면 필요한 솔루션에 우선해서 접근해야 한다. 또한 만들어지고 나서의 관리능력 또한 비용을 발생케 하는 요소를 살펴보아야 할 것이다. 홈페이지 관리자가 어느 정도 웹디자인과 HTML과 같은 관리에 도움이 되는 지식을 가지고 있으면 관리비용을 아낄 수 있으며, 시간도 절약될 수 있다.

3) 메뉴와 네비게이션 - 홈페이지를 구축시 가장 어려운 것은 무엇부터 해야 할 지 모르겠다는 것이다. 홈페이지를 처음 구축하시는 경우는 메뉴를 먼저 정해야 하고 메뉴들을 분류하고 배치해봄으로써 전체적인 윤곽을 잡을 수 있다. 교회에서 주로 많이 사용되는 카테고리에는 교회소개, 교인관리, 정보제공, 교육, 전도, 커뮤니티 등이 있는데 네비게이션을 만들어 봄으로써 일종의 시나리오를 얻을 수 있다. 그리고 나서 메인과 서브 페이지의 레이아웃을 정한다. 이 때 고려해야 할 사항은 나 아닌 다른 사람도 쉽게 찾을 수 있어야 함으로 다른 사람들에게 보여주어 같은 생각을 하는지 확인을 해야 할 것이다.

4) 디자인 벤치마킹 - 메뉴가 정해지고 레이아웃을 어느 정도 확정

했으면 디자인을 어떻게 할 것인가를 생각해야 한다. 교회나 기독단체의 디자인 컨셉과 스타일 가이드가 작성되어 있다면 그것으로 커뮤니케이션 하면 되겠지만 웹 기획 전문가가 없는 경우라면 다른 홈페이지를 벤치마킹 해서 장단점을 파악하고 적용할 사항들을 정리해서 작업자에게 요청하는 것이 좋다. 디자인은 매우 주관적인 작업이기 때문에 말과 글로써 커뮤니케이션 하기에 한계가 있기 때문이다. 또한 잘 만들어진 홈페이지를 보는 것만으로도 홈페이지 구축 뿐 아니라 운영에 대해서도 좋은 아이디어를 얻을 수 있다.

5) 활성화 방안을 세울 것 - 홈페이지는 구축 30 운영 70이라는 말이 있듯 그만큼 만드는 것보다도 운영하고 관리하는 것이 더 힘들고 어렵다는 말이다. 홍보 위주로만 홈페이지를 만들면 개점휴업이라는 말을 떠올릴 만큼 잠깐 반짝하다가 거의 사용되지 않을 수 있다. 따라서 홈페이지는 구축의도에 맞게 활용할 수 있는 방안을 만들고 지속적인 관심과 관리를 해야 한다. 사용자들이 꾸준히 관심을 가지고 새로운 정보를 업데이트 하게하고 공유하며 참여케 하는 것이야 말로 웹 2.0의 기본 개념이면서 홈페이지의 활성화 방안이라고 할 수 있다. 그래서 교회와 기독단체의 홈페이지는 웹을 통해서 사역에 참여케 하는 방법이 활성화를 위한 가장 좋은 방안이라고 할 수 있다. 홈페이지에 설교동영상, 글, 사진들을 업데이트 하는 것 뿐 아니라 교적관리, 교육, 교회학교관리, 주소록관리, 메시지관리, 조직관리, 심방관리 등의 사역을 지원해주는 도구로 쓰일 때 홈페이지의 활성화가 일어날 것이고 이는 곧 오프라인의 교회와 기독단체의 활성화로도 연결될 것입니다.

결론

한국교회의 부흥과 인터넷 인프라의 발전은 세계가 놀랄 만큼의 발전이 있어왔다. 그러나 인터넷의 발전과 사회의 변화가 있음에도 불구하고 대형교회나 일부교회를 제외하고는 이러한 변화를 따라가기란 참으로 어렵다. 특히 총회홈페이지 운영과 관리라는 측면에서 보면 일부 대형교회보다 못한 운영인력과 자원으로 인해 참으로 안타까움을 가지게 한다. 재정확보를 통해 시대에 맞는 홈페이지를 구축할 수 있지만 이를 운영하고 관리하는 전문인력과 총회차원의 관심이 부족함에 따라 운영에 어려움이 있다. 총회산하 전문사역자나 신학생들을 훈련하고 교육하여 총회홈페이지의 활성화를 통해 한국교회의 부흥과 발전이 있기를 바란다.

10. 인터넷속의 안티기독교, 그들은 누구인가

강사 : 안희환목사
예수비전교회 담임목사
밝은인터넷세상만들기 운동본부

다빈치코드가 인기를 끌 무렵의 일이다. 그 책을 읽은 한 기독교 청년이 고민을 가지고 저를 찾아왔다. 다빈치코드를 읽고 나니 자신의 신앙생활에 회의가 든다는 것이었다. 소설 한 편을 읽고 흔들리는 그 청년을 보면서 속상한 마음이 들었다. 그렇게 책 한권 읽을 때마다 흔들리는 신앙이라면 앞으로 어떻게 신앙생활을 해나갈 것인가 하는 안타까움이 들었던 것이다. 사실 성경은 그 책과 비교할 수 없는 권위를 가지고 있다. 역사상 수많은 사람들이 성경의 영향력을 축소시키려고 했고 심지어는 성경이 세상에서 사라질 것이라고 공언하기도 했지만 성경은 여전히 세계에서 가장 많이 팔리는 베스트셀러이며 성경을 통해 인생이 놀랍게 변한 사람들의 간증은 끊이지 않는다.

1. 문화의 파괴력이 크다

다빈치코드와 관련된 에피소드를 통해 생각하게 된 또 하나의 주제는 문화의 파괴력이 크다. 인기를 끌거나 유명해진 책이나 영화 등은 더 많은 사람들에게 읽히면서 영향력을 급속도로 넓혀간다. 그리고 그 내용이 안티 기독교적인 내용일 경우 아직 체험적인 신앙이 아니며 부리가 깊지 않은 교인들은 타격을 받을 수밖에 없다. 그렇게 받는 타격은 때로 그 동안 쌓아올리던 신앙을 송두리째 무너뜨리는 역할을 하기도 한다. 신앙생활을 하다가 교회를 떠난 사람들을 우리는 주변에서 많이 찾아볼 수 있는데 어떤 면에서 그들은 아예 교회를 나와 보지 않았던 사람들보다 전도하기가 더 어렵다. 교회에 다녀왔는데 별 볼일 없다는 생각이 뿌리 내리거나 교회에 대해 이미 잘 알고 있다고 자만하기도 하는데 그것이 다시 교회를 찾아 나오게 하는데 걸림이 되는 것이다. 신앙생활을 하기 시작했을 때 교회에 잘 뿌리를 내리도록 양육하는 것이 얼마나 중요한지를 알게 해주는 대목이다.

문화는 공기와도 같아서 사람들을 향시 둘러싸고 있으며 영향을 미치는데 이제 그 문화의 중심에 인터넷이 당당하게 자리를 잡고 있으니 인터넷이 어떤 방향으로 힘을 미치느냐에 따라 많은 사람들의 삶의 방향을 좌지우지할 수 있다고 해도 과언만은 아닐 것이다. 이제 의식 있는 목회자들과 평신도 지도자들은 이런 문화적 흐름을 잘 파악하고 있어야 하며 그에 대한 대안을 구체적으로 마련해가야 할 것이다.

2. 인터넷을 장악하고 있는 안티기독교

목회자들의 경우 인터넷을 사용한다는 것이 신문을 읽거나 예화자료와 설교자료를 얻는 것이 고작인 경우가 많다. 교회적으로 인터넷을 사용하는 경우에도 홈페이지를 운영하거나 유명무실한 카페를 개설해놓고 있는 경우가 대부분이다. 보다 심각한 경우는 오늘날 세계에서 인터넷이 미치고 있는 영향력이 얼마나 크고 파괴적인지에 대해 파악조차 하지 못하는 사람들이 많다. 그에 반해 안티기독교인들은 일찍이 인터넷의 폭발적인 능력을 인식하고 있었고 오래 전부터 인터넷을 활용하여 반기독교적인 정서를 일으키는데 큰 공을 들여왔다. 아프카니스탄에서 한국 단기선교팀이 인질로 잡히고 두 사람이 살해를 당했을 때 인터넷상의 여론은 무참한 짓을 저지른 테러범들에 대한 비난보다 단기선교팀에 대한 비난이 넘쳐났다. 이러한 현상의 중심에는 안티기독교인들이 있었다. 오래 전부터 인터넷 상에서 깊이 부리를 내려온 안티기독교인들은 영향력을 확보하고 있었고 인터넷 상에서 효과적으로 여론을 확산시키며 법을 터득하고 있었다. 그 결과가 아프카니스탄 인질 사건 때으로 인해 한국교회는 많은 어려움을 당하기도 하였다.

3. 안티기독교들은 교회를 욕하지만 근본적으로 하나님을 부정한다.

어떤 교인들이나 목회자들은 말한다. 안티기독교인들이 하는 말이 틀리지 않다는 것이다. 기독교인들의 비리나 목회자들의 부정이 없다면 안티기독교인들이 더 이상 교회를 공격하지 않을 것이라는 것이라고 말하지만 교회가 잘 해도 안티기독교인들은 교회를 향한 비난을 멈추지 않을 것이라는 점을 잊지 말아야 한다. 사실 세상을 향해 선한 일을 행하는 교회들을 많이 찾아볼 수 있다. 그러나 안티기독교인들은 그런 일들에 대해 전혀 언급하지 않으며, 자신들이 가지고 있는 부정적인 자료들을 끊임없이 반복해서 되풀이한다. 예수님을 공격하는 것이 아니라 예수님의 가르침을 따르지 않는 교회를 공격하는 것이라고 말하는 것은 참으로 순진한 생각이다. 안티기독교인들은 예수님 자체를 공격한다. 안티기독교인으로 활동하면서 기독교 카페에서 마치 교회개혁자인 것처럼 활동하던 안티기독교인이 있다. 그는 [예수 그리스도의 향기]라는 기독교 카페에서 “갓데바울”이라는 필명을 사용하였고 다음 아고라에서는 “울집개이름예수”라는 필명으로 안티 활동을 하였다. 교인들을 경멸해도 예수님을 존경하는 사람이라고 한다면 저런 식으로 예수님을 모독하는 필명을 사용하지는 않았을 것이다. 어떤 안티기독교인은 예수님을 가리켜 ‘깡패’라고 묘사하였다. 성전 청결사건을 비판한 버트란트 헛셀을 인용하면서 것처럼 주장한다. 어떤 사람은 예수님을 서양 무당이라고 하였으며, 한국 무당은 가치라도 있는데 서양 무당인 예수는 아무런 가치조차 없다는 말을 서슴지 않고 인터넷 상에서 말한다. 하나님을 가리켜 ‘사막의 잡신 야훼’라고 말하기도 하는 것이 안티기독교인들이다. 교인을 때문에 안티가 된 것이 아니라 삼위일체 하나님 자체를 모독하는 안티기독교이다.

4. 인터넷 세상을 점령한 안티기독교

안티기독교인들의 말도 맞다 교회가 문제다라며 순진한 발상을 하고 있는 동안 안티기독교인들은 인터넷 전 분야를 더 깊숙이 잠식해 들어가고 있다. 이미 인터넷 게시판은 안티기독교인들이 다 장악하고 있는 것이 현실이다. 다음 아고라의 종교방에 들어가 보면 종교방임에도 불구하고 종교들에 대한 비판이 아니라 기독교에 대한 비판으로 가득 차 있음을 발견한다. 토론방이라고 하는 말이 무색할 정도의 글들이 쏟아지듯이 올라오는데 비판이 아닌 비난의 글이 가득하다. 기독교인이 등장할 경우 대화를 나누는 것이 아니라 일방적인 이지메를 감행하고 있으며, 막말이나 반말, 욕설을 기본적으로 사용하는 안티기독교인들이 많으며 활동하려고 마음먹고 뛰어드는 기독교인들은 그들의 위세에 눌려 위축되기가 일수이며 심지어 깊은 상처를 입는 일들도 발생하고 있다.

한겨레신문은 토론마당인 한토마는 전통이 깊은 안티기독교인들의 집합 공간입니다. 기독교를 비난하는데 사용하는 용어인 “개독교”라는 표현이 널리 퍼지는 역할을 한 곳이 한토마이기도 하다. 일간지의 토론마당이라고 보기에 어려울 만큼 한 종교에 대한 난도질이 버젓하게 벌어지는 한토마를 보면서 IT 강국 대한민국의 어두운 면을 생각해 본다.

블로그 역시 안티기독교인들이 잘 활용하는 인터넷 도구로 블로그는 개인 홈페이지의 성격을 지니는데 새로운 글을 올리면 그 글이 제일 위에 보이는 기능을 가지고 있다. 글이나 영상을 자유롭게 올릴 수 있으며 트랙백을 통해 다른 사람들과 의견을 교환할 수도 있다. 다음이나 네이버등의 포털 사이트 뿐만이 아니라 조선일보나 중앙일보 등 신문을 역시 블로그를 운영하고 있는데 블로그 사용자는 갈수록 늘어가고 있다.

안티기독교인들은 이런 블로그 역시 교회를 파괴하기 위한 목적으로 잘 사용하고 있다. 전문 블로그 사이트인 미디어몹의 옴나리는 교회를 폄하하고 깎아내리는 목적으로 블로그를 운영하고 있는데 교회가 잘 하는 분야는 철저하게 침묵하다가 문제가 포착되면 즐기치게 그것을 물고 늘어지는 행태를 보이고 있다. 포털 등에서 자료검색을 하면 블로그의 글도 화면에 뜬다고 할 때 안티기독교를 위한 블로그가 얼마나 잘못된 정보를 줄 수 있는지 알 수 있다.

결론

문학, 교육, 음악, 미술, 영화 등 각 문화의 최전방에서 귀한 역할을 감당할 수 있는 일꾼들을 키워내지 못한 한국 교회는 이제라도 그쪽 분야에 관심을 기울여야 한다. 각 분야에서 전문성과 함께 신앙적인 열기를 간직한 채 저마다의 역할을 감당해 나간다면 문화 각 분야에서 교회가 역을하게 매도당하는 것을 상당 부분 막을 수 있다. 더 나아가 기독교에 대한 긍정적인 이미지를 세상 속에 심어줄 수가 있다. 그리고 이제 문화의 강력한 세력으로 등장한 인터넷 분야를 복음전달의 통로로 활용할 수 있는 전략과 실질적인 준비를 진행해 나가야 한다. 만약 인터넷의 중요성을 인식하지 못한 채 방치해놓는다면 교회는 인터넷의 안티기독교적인 영향으로 인해 전도할 수 있는 기회를 점점 박탈당하게 될 것이다. 지금 겪고 있는 어처구니없는 상황들마저 별 것 아니라 생각할 정도의 심각한 처지로 굴러떨어 질 수 있는 것이다.

기드온에게는 300명의 용사가 있었습니다.

IT 선교의 300인의 후원자가 되어 주세요

1. 교회정보기술연구원

사단법인 교회정보기술연구원은 하나님께서 주신 IT 라는 도구를 통해 하나님나라 건설을 위해 세워진 정보통신부 허가기관(현재 지식경제부)으로 교회IT 인프라구축과 교회관련 IT프로그램 연구, 개발, 보급과 목회자, 신학생, 평신도 IT 사역자들을 양성하는 기관으로 교회 IT 세미나, IT컨퍼런스, 교회 IT교실, IT컨설팅, 상설교육등을 통해 선교하고 있다.

2. 연구원 활동

1999년 처치포유넷으로 온라인으로 활동시작(http://www.church4u.net)
 2005년 제 1회 교회정보화세미나(주관 : 본원, 장소 : 영안교회)
 2006년 제 2회 교회정보화세미나(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소 : 백석대학교)
 2007년 제 3회 교회정보화세미나(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소 : 고신대학교)
 2007년 제 1회 IT컨퍼런스(주최 : FMnC, 공동주최 : 본원, 장소 : 건대세션년관)
 2007년 제 4회 교회정보화세미나(주최 : 한기총, 대전극동방송, 본원 : 주관, 장소:대전극동방송국)
 2007년 제 5회 교회정보화세미나(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소 : CTS방송국)
 2008년 제 6회 교회정보화세미나(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소 : 해오름교회)
 2008년 제 7회 교회정보화세미나(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소 : 고신대학교)
 2008년 교회IT솔루션데이(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소 : 한국과학기술회관)
 2008년 제 8회 교회정보화세미나(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소 : 중앙성결교회)
 2008년 제 9회 교회정보화세미나(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소 : 수원명성교회)
 2008년 제 10회 교회정보화세미나(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소 : 필리핀현지)
 2009년 제 11회 교회정보화세미나(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소 : 중국단둥지역현지)
 2009년 제 12회 교회정보화세미나(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소 : 해오름교회)
 2009년 총회 및 노회 전산실무자교육(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소 : 한기총 세미나실)
 2009년 제 13회 교회정보화세미나(주최 : 한기총, 주관 : 본원, 장소, 평화교회)

그 외 (사)한국기독교총연합회 교회정보기술대학 운영함.

3. 회원종류

- (1) 개인회원 - 교회정보화에 관심을 가진 목회자, 평신도사역자(1만원이상)
- (2) 기관회원 - IT사역에 비전을 같이하는 교회, 기업, 단체(5만원이상)
- (3) 연구회원 - IT관련 대학교수(기업자)로 본원과 함께 사역하고자 하는 개인

4. 후원방법

개인 및 단체(교회, 기업, 기관)회원이 되어 후원할 수 있습니다.

5. 문의

- (1) 전화문의 : 연구원(070-7001-4569), 이동현목사(010-2984-8138)
- (2) 홈페이지 : <http://www.citi.or.kr>
- (3) 메일주소 : pastor@leedonghyun.com
- (4) 후원계좌 : 우리은행 1005-401-149361 (사)교회정보기술연구원

사단법인 교회정보기술연구원

이사장 유만석목사
원 장 이동현목사

