

한국 기독교 음악 현장과 선교적 가능성 / 한국 기독교 음악 산업과 선교적 가능성

글 / 심도성

1. 시작하면서

한국 교회의 주도적 교단들은 미국 교회의 선교적 영향을 받으며 성장했다.
선교사들의 생활 방식, 문화들을 한국 교회가 수용하며 적용했던 부분들이 많다.
음악 역시 많은 부분 모방하였고 찬송가, 성가대 등이 매우 유사한 모양들을 가지고 있다.
미국교회 음악을 한국교회가 모델로 삼았다고 볼 수 있다.

한국 교회 음악은 80년대 후반을 지나면서 한국교회의 창조적인 움직임이 일어났다.
해외 번안곡들과 해외 위십곡들이 많은 사랑을 받았으며 위십팀들이 다수 생겨나고 자작곡들이 늘어났다.

2006년에 새찬송가가 만들어 지고 국내 자작곡들이 수록되어 더 많은 확산을 기대하고 있다.
이제는 한국 위십곡과 한국 CCM 곡들이 영향을 받는 측면에서 영향을 주는 방향으로 전환 되어 가고 있다.

따라서

한국 교회 음악이 선교지 속으로 스며들어 가는 다음 모델이 되기를 기대하면서 한국 교회 음악의 현재를 알아보고자한다. 긍정적인 부분과 부정적인 부분을 파악하여 선교지에 접목할 수 있는 부분들을 찾는 시간이 되길 기대한다.

2. 찬사연, KCCM

88 서울 올림픽에 해외 운동선수 관광객들을 위해 찬양을 불러 주기 위해 연합이 되었던 찬양사역자연합회가 최근 더 확대된 연합체 구성을 위해 분야별 만남을 가졌다. 한국 기독교음악의 현재와 미래라는 주제를 가지고 만난 대화들을 확인 하면서 현재 한국 기독교 음악의 현장을 알아보자.

1) 기독교 음악대학 교수들과의 만남

참고 (나무위키)

2020년 기준 기독교 음악 대학

고신대학교 : '음악과'로 되어 있음. (몇 년 전 오르간 전공이 없어짐)

광신대학교 : 음악학부로 개편

나사렛대학교 - '기독교학부 - 음악목회학전공'이라는 이름으로 개설하였다.

대신대학교

백석예술대학교 - '음악학부 교회실용음악'이라는 이름으로 개설하였다.

백석대학교

서울기독교대학교 : 음악과로 개편

서울신학대학교

서울장신대학교

성결대학교 - '공연예술음악학부 - 교회음악학전공'이라는 이름으로 개설하였다.

성공회대학교 - 학부에는 존재하지 않고 대학원에 존재한다. 하지만 이름과 달리 성공회 전례음악을 가르치지 않는다.

연세대학교

장로회신학대학교

총신대학교

침례신학대학교

칼빈대학교 : 실용음악과로 개편

한일장신대학교 : 실용음악학과로 개편

호남신학대학교 - 학부에는 없고 대학원에 개설하였다.

전주대학교 - '경배와찬양학과'라는 이름으로 개설하였다.

2020년 기준으로 전국의 대학에 개설된 음악 계열 학부과정 입학정원 6,276명과 전문대학에 개설된 음악 계열 입학정원 3,849명 중에서 단독 학과로 개설된 교회음악과의 입학정원은 282명이다. 기독교학부, 음악학부에 개설된 교회음악전공을 합하면 이보다 더 많다.

초창기 기독교 미션 스쿨의 음악대학의 시초가 된 경우가 많고 일반 음악대학으로 규모가 커진 경우가 많았지만 현재는 종교성의 이유로 그리고 입결, 충원률을 이유로 음악과로 변경되거나 축소 되고 있다. 거의 1년 단위로 인구수 감소 및 입학생들이 줄어 들고 있다. 한해 만명정도의 기독교 음악 관련 된 사람들이 양성되고 있다.

학교들마다 특색이 있지만 학풍은 소속교단, 교파에 따라 나뉘는데 신앙 기본의 음악적 기능을 수련하는 곳과 신앙보다 실력을 우선하고 학문적인 부분을 가르치는 곳으로 구분될 수 있다.

대학 졸업 후 반주자나 찬양사역자로 일하는 경우를 예상하지만 정기적 월급으로 취업하는 경우가 매우 적고 기존 연주자들이 은퇴하지 않는 한 자리가 생기지 않는 것이 일반적이다. 중소형 교회는 성도들이 무급으로 찬양 봉사를 하다보니 신학생이 인턴처럼 반주, 찬양사역을 겸하는 경우가 많다.

21년 11월 8명의 교수들과의 만남

- 인구 절벽의 시대를 체감하며 학생 정원을 모집하는 것에 대한 아이디어와 홍보 고민들을 공유하였다.
- 정기적인 교수들의 모임으로 이어지기를 기대하고 계속되는 연대가 필요하다.
- 졸업 후 진로의 방향과 산업으로의 연계가 부족하고 대안을 제시하지 못하는 실정이다.

2) 워십 리더들과의 만남

참고 (<https://holy9.tistory.com/>

[1576?fbclid=IwAR3NJPoHHzgvTdhU5BgUSQI6X6RHqI0IRsvWyvr29EkFSBidt5wuVOEOvRfHE](https://holy9.tistory.com/1576?fbclid=IwAR3NJPoHHzgvTdhU5BgUSQI6X6RHqI0IRsvWyvr29EkFSBidt5wuVOEOvRfHE))

크리스찬 유튜브 채널 2022년 4월 기준

마커스워십 34만, 다니엘기도회 28만, Welove 19.8만, J-US 19.5만, Anointing 19.2만, 아가파오 워십 18.6만, 한성교회 14.2만, NAM D (예람워십 편곡자) 9.8만, 아이자야썅스티원 7.8만, F.I.A 6.1만, 호흡 RUACH 4.7만, 예수전도단 화요모임 4.6만, 다윗과 요나단TV 4.4만, 갓피플 뮤직 3.3만, 히즈윌 3.2만, 김브라이언 2.9만, 염평안(히스킹덤) 2.8만, TV번개탄 2.2만, 찬미워십 1.5만, 제이워십 1.4만, 장한이 Official 1.3만, 오화평트리오 1.37만, 한웅재 1.35만, 김복유 1.1만, 웅기장이 1.0만 등

한국 워십 음악은 시대별로 그 역할을 담당했던 팀들이 존재한다. 올레이션, 경배와 찬양, 다윗의 장막, 디사이플스, 예수전도단 화요모임, 캠퍼스 워십, 마커스워십, 제이어스, 워십컨퍼런스 다리놓는 사람들, 어노인팅, 위러브, 얼라이브워십, 웅사워십, LEVISTANCE, 팀룩워십, 예람워십, 수상한거리워십,브라운워십, 4Christ, AJ

worship, 아가파오워십, 아이자야썩스티원, F.I.A, 오메가워십 그리고 각 교회들 마다 워십팀들이 생겨나고 있다.

현장 예배가 불가능했던 시기에 더 많은 팀들이 영상으로 예배팀을 구성하였고 다양한 예배 실태들을 접하게 되면서 더 많은 팀들을 알게 되는 기회가 되었다.

유튜브를 통한 영상 송출은 워십팀과 곡들을 널리 알리는 중요한 기회가 되었다.

22년 2월 25명의 워십리더들과의 만남

- SNS, 유튜브를 통해 왕성한 활동을 보여주는 팀들과 직접 만나 대화 하고 고민을 이야기 할 수 있어 좋았다.
- 팀원들의 영성 부분과 기술적인 부분의 성장, 음악 장르와 가사에 대한 고민이 있다.
- 영상 예배로 인해 영상의 기술적 부분에 더 많은 신경을 쓰게 되었다.
- 팀원들의 생계가 고민이다.

3) 기획, 제작자, 방송, 포털 관계자와의 만남

기독교음악의 활성화는 기획사를 만들어 냈다.

녹음실을 운영하고 초청 집회 스케줄을 관리하고 홍보하는 업무를 담당하게 되었고 신인을 발굴하는 등 음반 제작에 많은 비용을 투자하여 의미 있는 결과물들을 만들어 내었다.

예문기획, 록뮤직, 푸른 사람들, 다솔기획, 솔트기획, 시편미디어, 엘기획, 예컴기획, 칼라기획, 비컴퍼니, 팀엔터테인먼트, 에이치스엔터테인먼트, 추미디어앤아트, 조이커뮤니케이션, 유통회사(다윗유통, 시편미디어, 갓피플, 찬미유통, OKCCM, 소니뮤직, 삼스미디어등), 온라인(CCMLOVE, 갓피플등)..

그리고

CBS를 비롯한 기독교 방송에서도 CCM으로 콘텐츠가 만들어 졌다. '사랑의 노래, 평화의 노래', '꿈과 음악사이'에 'CCM 캠프' '밤이 깊은 동산에서' 등 CCM 자체로 트렌디한 많은 것들이 만들어 졌으며 큰 인기를 누렸으며 CCM 가수 이름을 건 콘서트로 다채로운 공연을 함께 하였다.

현재

CD, 음반 시장이 사라지고 데이터, 음원 시장으로 바뀌어서 많은 부분 시장 형태가 바뀌었다.

기획, 제작사들은 사라졌으며 몇몇 개인의 엔터테인먼트 수준의 기획사들만 유지하고 있다.

음원 제작, 콘서트는 뮤지션 본인이 기획하거나 직접 판매 하게 되었다.

21년 9월 11명의 기획, 제작자와의 만남

- 기존 사역자들의 활동 뿐 아니라 신인 양성과 신곡 알리기에 힘을 보태주었으면 한다.
- 전체 플랫폼 정리가 시급하다.
- 한 목소리의 음악 채널 광고 채널이 생겨나길 기대한다.
- 집회, 공연들이 계속 이어져야 한다.

4) 찬양사역자들과의 만남

현재 찬양사역자 연합의 대부분은 90년대 왕성한 활동을 하신 분들이 대부분이며 찬양 사역을 중심으로 하는 가수들로 구성되어 있으며 친목 성격의 모임으로 발전해 왔다. 변화의 모양을 몇차례 시도하였으나 실패의 경험도 있어 다시 결속하는 것에 많은 어려움과 해결해야 할 문제들이 많은 것이 현실이다

21년 10월 2차례 32명과의 만남

- 선배들의 연합 시도가 많았지만 현실에 부딪혀서 성공하지 못했다.
- 바르게 성공한 경험들이 적었으며 연합은 반가우나 바르게 할 수 있기를 기대하고 있다.
- 펜더믹 시대에 생계가 위협한 순간에 광염교회 등 여러 도움의 손길들이 있어 감사했다.
- 더 사역의 의지를 불태울 수 있는 기회를 갖게 되었다.

5) 작사, 작곡, 제작자들과의 만남

기획사 중심으로 녹음실과 작곡, 작사가들의 왕성함은 흥행으로 이어졌고 좋은 성과를 올렸음에도 불구하고 저작권 등록을 하지 않았거나 실연자 등록을 하지 않아 비용적 해택을 누릴 수 없었다.

현재

스스로 자급자족하는 개인 프로듀서, 자작곡자들이 생겨났으며 일반 시장과 기독교음악 시장을 병행하며 탈출구를 마련하는 이가 있으며 일반시장으로 뛰어들어 좋은 매출 성과를 만들어 가고 있는 이들도 생겨났다. 심지어 크리스천을 표방하지만 CCM 보다는 가요 시장에서 더 많은 활동을 하는 경향도 보이고 있다.

22년 3월 2차례 28명의 자작곡, 제작자와의 만남

- 일반 시장과 기독교음악 시장의 병행을 시도하고 있으며 좋은 성과를 가지고 있다.
- 음악 연계의 포털이 필요하다.
- 자신의 곡을 소개할 수 있는 공간, 프로그램들이 필요하다.
- 더 일반 시장으로 도전해야 하지 않을까?

6) 기독 문화부 기자들과의 만남

문화부 기자들이 음악 관련 부분만 따로 관리하고 있지 않고 여러 환경적인 부분까지 함께 관리하고 있는 터라 현장의 목소리를 자세히 들을 수 있는 기회들이 적다. 다양성을 강조한 부분들이 많아 한목소리의 기사가 나가기는 사실상 어려운 부분이 많다.

22년 4월 :

기독교연합신문, 기독교보, 침례신문, 국민일보, Goodtv, 기독교일보, 교회와신앙, CTS,

- 연합체 발대에 적극 환영하는 바이다.
- 보직변경으로 인해 더 적극적으로 나눌 수 있는 기회가 많지 않았다.
- 보도자료들을 만들어서 모두에게 공유할 수 있는 창구를 마련하겠다.

3. 선교적 가능성

우리는 한국 기독교음악의 현장을 간단히 둘러봤다.

분명 현실의 암울함과 절박함이 희망 없음으로 결론 내릴 만한 많은 요소들이었다.

하지만 다른 관점에서 보면 새로운 가능성을 발견하였고 현재 가지고 있는 능력을 발휘 할 수 있는 시스템 구축이 시급함을 깨달았다.

1) 시장의 변화

한국 CCM 발전의 역사 속에서 해답이 있다.

복음송의 시작은 교회 내 음악을 변화시켰고 교회 외부의 사람들의 맘을 감동시켜왔다. 크리스마스 때 공영방송에서 크리스천 가수가 출연하여 찬양하는 장면은 그 시대의 기독교음악의 위상을 보여준 것이라 생각된다.

예배음악은 더 예배 음악답게 그리고 복음이 담긴 일반 음악의 장르를 폭넓게 받아드려야 한다. 이것이 한국 뿐 아니라 케이 팝을 바탕으로 하는 세계로 그 시장을 이어간다면 분명 좋은 성과를 줄 것이라 생각된다.

- 교회를 향한 음악에서 성도를 향한 음악으로 장르와 콘텐츠의 변화를 시도해야 한다.
- 크리스천과 넌 크리스천이 함께 들을 수 있는 음악적 접근이 필요하다.
- 크리스천 일반 가수들의 등장이 자연스럽게 만들어야 한다.
- 한국을 넘어 세계 인류를 향한 메시지 음악들이 만들어져야 한다.

2) 선교를 위한 인적, 물적 기반 시설 확대

한국 음악을 좋아하는 많은 세계인들을 보면서 음악만 보내는 것이 아니라 그 콘텐츠가 만들어지는 과정의 인적 물적 인프라도 함께 보내야 한다. 한국 기독교 음악의 환경을 현지 선교사들과의 유기적 관계를 통해 폭넓은 선교적 환경을 구성해야한다. 이런 과정을 통해 국내 뮤지션들이 해외로 유입될 수 있는 기회를 마련할 수 있다.

- 거점 미디어 센터 구성 및 교육 확대
- 현지 음악교육을 위한 국내 인적 자원의 안전한 연결 마련
- 현지의 랜드마크 및 현지 소식을 국내로 잘 전달할 수 있는 시스템 구축
- 음악 페스티벌을 통해 케이팝과 현지 크리스천 사상의 음악적 결합을 시도

3) 대상에 맞는 시스템 구축

우리가 전달해야 할 복음의 대상에 따라 전달하는 방법의 다양한 환경들을 만들어야 한다.

세상을 향한 메시지 음악, 공동체와 함께 할 수 있는 음악, 복음이 녹아 들어 있지만 겉으로 들어나지 않는 음악 까지 복음을 받아들이는 대상의 성향들이 다양해져 감에 따라 다양한 방법의 환경들이 만들어져야 한다.

크리스천 음악의 장르적 구성, 크리스천 음악 어워즈, 크리스천 음악 포털 사이트 등 구성에 맞는 시스템들을 필요하고 그에 맞는 교회적 이해가 절실하다.

- 선교 현장에서 표현 될 수 있는 다양성을 인정해야 한다.
- 대중가요 속에 녹아있는 크리스천 사상의 음악
- 하나님의 임재를 더 깊이 느낄 수 있도록 하는 예배 음악
- 공동체가 함께 교재하며 부를 수 있는 크리스천 음악
- 세대에 맞는 장르적 음악
- 크리스천 뮤지션들의 가사 없는 음악 등등

4. 마치면서

기독교 음악은 의료 선교의 큰 영향과 또 다른 치유의 능력들을 보여 주었다.

그리고 부흥의 과정에서 복음 확산의 큰 공헌은 기독교 음악이었음을 당연하게 이야기 한다.

성도의 심리적 영향은 찬양하는 자의 삶의 변화로 이어졌고 그 변화를 통해 그리스도가 드러나는 본질적 구조로 이어졌던 단순한 선순환의 과정이 우리의 무관심과 부정직함으로 환경을 잃었고 사람을 잃었다.

그런 과정 속에서도 계속해서 기독교 음악을 하는 사람들을 만나고 있으며 끊임없는 시도와 노력을 하는 이들을 쉽게 만날 수 있다. 그리고 작은 몇번의 성공 사례들이 마련되었고 효과의 경험도 가지고 있다.

(노엘페스티벌, 담쟁이프로젝터, 수상한거리 페스티벌, COS 공연등)

이제

한국 교회의 실수들과 실패들을 정화 할 수 있는 자정 작용의 한계치에 다달았다는 이야기들을 공공연히 듣는 이 시점에 오늘의 모임을 통해 현실을 직시하고 수정하고 보완할 수 있는 기회가 되기를 진심으로 바란다.