서원, 우리 삶을 바꾸는 지름길

현불논단



석길암 교수
동국대 WISE캠퍼스 불교학부

불자라면, 그리고 불교에 관심이 있는 사람들이라면 "부처님은 어떤 분이고, 어떻게 하면 부처님을 따라 우리도 부처가 될 수 있을까"란 질문을 멈추지 않는다. 만약 이 글을 읽고 있는 분이 그러한 질문을 멈췄다면, 혹여 오랫동안 놓치고 있었다면, 불자로서 자신의 삶이 어디에 머물고 있는지 다시 한번 질문을 던졌으면 좋겠다.

불자들은 경전과 스님들을 통해서 부처님을 만나고, 그의 가르침을 듣는다. 그러나 막상 부처님처럼 살아가는 일은 쉽지 않다.

〈화엄경〉 보살문명품에 등장하는 대화에서도 이러한 이야기가 나온다. 문수 보살이 물었다. "부처님의 말씀처럼 어떤 중생이 바른 법을 받아 지니면 모두 온갖 번뇌를 끊을 수 있는데 무슨 이유로 바른 법을 받아 지니고도 끊지 못하며, 바른 법을 능히 받아 지니면서도 무슨 이유로 마음속에 다시 번뇌를 일으킵니까?" 법수 보살이 대답했다. "당신의 질문이 사실이니, 단지 많이 보고 많이 들었다는 것만으로는 여래의 법 가운데 들지 못할 것입니다."

눈으로 자주 부처님을 보고, 귀로 자주 부처님의 가르침을 듣지만, 막상 부처님이 행하거나 말씀하시는 대로 살지 않는다면, 부처님과 나 스스로 사이에 존재하는 간격이 좁혀지지는 않을 것이라는 이야기다.

그래서 〈화엄경〉은 보살문명품의 다음 순서에 정행품(淨行品)을 배치한다. 여기서 정행(淨行)

행하지 않는 삶, 부처님 가르침 멀어져
몸·말·마음 씀씀이 깨끗이 해야
찰나의 언행도 허투루 하지 않아야

은 '깨끗한 행'이라는 의미가 아니라 '행을 깨끗하게 하는 품'이라는 의미이다. 부처와 나 스스로의 간격을 좁히기 위해서는 몸과 말과 마음 씀의 행동을 깨끗하게 하는 과정이 필요하다. 정행품은 그 과정의 핵심을 바람, 곧 서원이라고 강조한다. 품 전체가 출가 보살과 재가 보살이 매일 부딪히는 사소한 일과마다 어떤 바람, 곧 서원을 일으켜야 하는지를 설명한다. 즉 일상생활의 모든 순간을 그냥 흘러가는 대로 두는 것이 아니라, 그때마다 바람(서원)을 일으켜 의지로서 개입하는 노력이 필요하다는 것이다. 옷을 입는 것을 예로 들면, '옷을 입을 때는', '옷을 정돈하고 띠를 맬 때는', '윗옷을 입을 때는', '가사를 입을 때는' 등으로 구분한다. 옷을 걸치는 순서에 따라 그 옷의 의미와 기능에 따라 부끄러움을 놓치지 않고 흐트러진 마음을 단속하며 최상의 선근을 얻고, 중생을 향한 자비심을 일으켜 놓지 않기를 바라는 서원을 일으키기를 요청한다. 한순간 한 찰나의 행동과 말과 마음의 움직임에도 정성과 바람을 담아 허투루 살지 말라는 의미이다.

물론 그렇게 살기란 쉽지 않다. 하지만 그런 마음가짐이 늘 일어나서 내 행동과 말과 마음 씀씀이를 신중히 하는 고삐가 우리 마음을 채우게 해야 한다. 나아가 그 서원이란 고삐가 우리 삶을 채울 수 있도록 다짐을 거듭해야 한다.

중추가절(仲秋佳節)! 가을 한가운데 들어 선선한 바람이 옷자락을 헤치고 드는 때다. 더위는 가을바람에 물러서고 곳간이 가득해 여유를 부리며 푸른빛 가득한 하늘이 답답한 마음을 풀어놓는 계절이기도 하다. 가족이 오랜만에 만나 정담을 나누고, 친지며 친구들을 만나 잊고 지낸 시간의 회포를 풀어내기도 하는 명절의 즈음이다. 만나는 이들 모두에게 평온함을 서원한다면, 더 아름다운 명절일 것이다.

클릭을 넘어 관계로

세간과 출세간



이화행 교수
동명대 미디어커뮤니케이션학과

K-POP의 글로벌 인기가 더 이상 음악 장르에 국한하지 않고 있다. 최근 개봉한 '케이팝 데몬 헌터스(K-POP Demon Hunters)' 같은 작품은 단순한 아이돌 서사를 넘어, 팬덤과 판타지 세계를 접목한 확장 콘텐츠로 진화하고 있다. 아이돌은 현실 속 무대에서 노래하고 춤추지만, 웹툰 속에서는 초월적 존재와 싸우는 헌터로 다시 태어난다. 음악 산업과 스토리텔링의 결합이 어떻게 새로운 시장을 창출할 수 있는지를 상징적으로 보여 준다.

웹툰 산업이 세계적으로 각광 받는 이유도 여기에 있다. 성공한 웹툰에는 몇 가지 공통점이 있다. 먼저, 캐릭터의 강렬한 정체성이다. K-POP 아이돌이 무대에서 각자 콘셉트를 가지고 팬들과 관계를 맺듯, 웹툰 속 주인공도 독자에게 나만의 이야기를 각인시킨다. 둘째, 연속적 서사 구조다. 매주 업데이트 되는 웹툰은 팬들이 기다림을 즐기게 만들고, 지속적 몰입을 가능케 한다. 셋째, 참여형 소비 문화다. 독자는 단순한 수용자가 아니라, 댓글, 팬아트, 2차 창작을 통해 작품의 세계관을 확장한다.

뿐만 아니라 웹툰은 모바일 친화성이라는 강점을 지닌다. 한 손가락으로 스크롤만 하면 이야기가 펼쳐지고, 짧은 시간에도 충분히 즐길 수 있다. 이처럼 일상 속 빈틈을 파고들어 가는 친

이용자 클릭할 만한 정보 선제시
'보여 주는 뉴스' 소비하는 시대로
독자 소통 창구 제공에 신뢰·몰입

근한 형식은 대중의 이탈을 막는 힘이 된다. 결국 웹툰은 한 번 클릭한 독자를 붙잡는 것이 아니라, 일상에 스며든 독자를 만드는 데 성공한 것이다.

이 지점에서 언론이 주목해야 할 현상이 '제로 클릭(Zero Click)'이다. 검색 엔진이 이용자의 맥락을 예측해 클릭할 만한 정보를 먼저 제시함으로써 독자는 더 이상 여러 사이트를 방문해 정보를 수집하고 비교할 필요가 없다. 이용자들은 검색 결과 페이지에서 제공한 요약 정보로 시간과 노력을 절약한다. 뉴스 사이트에도 직접 들어가지 않는다.

과거에는 포털 사이트에서 검색을 통해 기사를 클릭해 읽는 비중이 높았다면, 제로 클릭 시대에는 유튜브·틱톡·인스타그램·페이스북 같은 플랫폼에서 짧은 클립으로 뉴스를 접하는 방식이 주류로 자리 잡았다. 검색에서 '탐색하는 독자'가 주도권을 쥐던 시대에서, 알고리즘이 '보여 주는 뉴스'를 소비하는 시대로 옮겨 간 것이다.

이는 마치 웹툰이 본문보다 '짤', 명장면, 캐릭터 '밈'을 통해 확산되는 것과 닮아 있다. '케이팝 데몬 헌터스' 역시 SNS에서 '밈'으로 소비되며 인지도를 넓혔다. 결국 중요한 것은 '얼마나 클릭을 유도했는가'가 아니라 '어떻게 관계를 확장했는가'다.

전통 미디어가 웹툰과 K-POP의 성공을 통해 배워야 할 교훈은 명확하다. 독자를 단순한 조회 수로 계산하는 순간, 관계는 끊긴다. 반대로 웹툰처럼 캐릭터를 매개로 세계관을 열어 주고, K-POP처럼 팬덤과 소통하는 창구를 제공할 때 비로소 신뢰와 몰입이 쌓인다. 제로 클릭 시대의 저널리즘은 클릭을 강요하는 것이 아니라, 독자와의 관계를 구축하는 게 관건이다.

社 說

AI시대, 불교의 길을 묻는다

창간 31주년 'AI' 특집호
지혜 · 자비 담는 언론될 것

인공지능(AI)이 국가 경쟁력과 미래를 좌우하는 시대다. 현대불교신문은 창간 31주년을 맞아 'AI와 미래불교'를 주제로 특집 기획을 마련했다. 기술 담론을 넘어, 불교계가 이 거대한 전환의 흐름 속에서 어떤 길을 걸어야 할지를 묻고자 함이다.

이미 불교계 곳곳에는 AI가 깊이 들어와 있다. 법회와 의식 준비를 보조할 뿐만 아니라 직접 예불을 준비하고 집전하는가 하면, 신도들의 신행·인생 상담을 맡고, 명상 등 수행을 지도하는 등 그 활용 폭을 넓혀가고 있다. 그러나 편의성 이면에는 기술 의존이 초래하는 윤리적 문제와 수행자 역할의 약화, 공동체 붕괴 등이라는 그늘이 자리고 있음도 간과할 수 없다.

이번 특집호에서는 불교적 가치와 시대적 과제를 연결하고자 했다.

첫째, 불교계 현황을 점검했다. 이미 많은 사찰·단체가 행사 준비와 번역, 콘텐츠 제작 등에 AI를 활용하고 있다. 그러나 활용은 초기 단계에 머물고 있고 법적·윤리적 기준 또한 불분명하다. 인터넷에 AI로 손쉽게 만든 비불교적·상업적 콘텐츠가 범람하는 점을 지적했다.

둘째, 이웃 종교의 사례는 거울로 삼고자 했다. 가톨릭과 개신교는 AI 윤리선언을 발표하며 기술 발전이 인간 존엄을 침해하지 않도록 기준을 세우려 노력하고 있다. 이러한 움직임이 불교계에 주는 함의를 살폈다.

셋째, 'AI와 미래불교' 좌담회에서는 학계와 현장 전문가들이 머리를 맞댔다. 우리가 AI에 무엇을 담느냐에 따라 미래불교의 모습도 달라질 것이다. 특히 전문가들은 불교계 역시 부처님의 자비와 지혜의 가르침을 담은 '불교 AI 윤리선언'을 마련해야 한다고 입을 모았다.

넷째, 불교계 최초로 AI그림 공모전을 개최해 불자와 대중이 직접 AI를 경험하고, 불교와 디지털 예술의 융합 가능성을 보였다.

이러한 논의를 거쳐 만난 결론은 분명하다. 'AI를 어떻게 활용할 것인가'와 'AI시대에 불교는 어떤 가치를 지켜 내고 드러낼 것인가'라는 근본 질문을 함께 던져야 한다는 것이다. 기술은 그 자체로 좋고 나쁨을 판단할 수 없다.

그러나 그것을 사용하는 인간의 마음가짐과 제도가 방향을 결정한다.

그러므로 불교계는 더 늦기 전에 AI 문제를 공론화하고, 사회적·윤리적 논의에 주체적으로 참여해 스스로 기준을 세워야 한다. 무조건적인 효율과 속도를 좇는 시대에, 자비와 생명존중, 인간 존엄이라는 불교의 가치를 선명히 드러내야 한다.

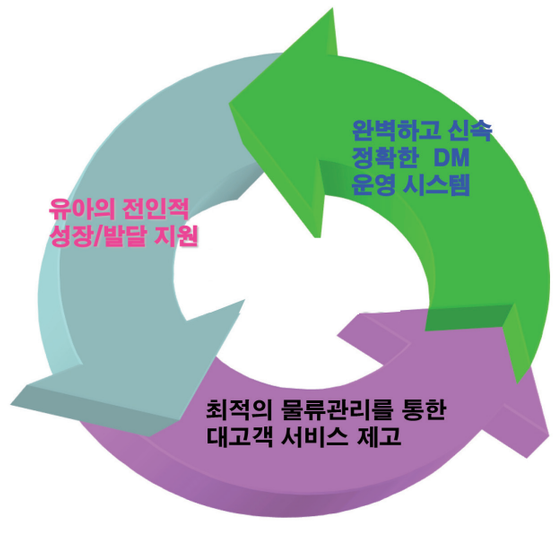
현대불교신문은 창간 이래 31년 동안 시대의 변화 속에서 불교의 길을 묻는 언론이 되고자 노력해 왔다. 이제 AI시대라는 전환기를 맞아, 우리는 시대의 흐름을 바르게 읽고, 불교계의 AI 논의와 윤리 기준 마련에 함께하며, 불교의 지혜가 사회를 밝히는 길잡이가 되도록 앞장설 것이다. 그것이 곧 현대불교신문의 창간 사시인 불교의 생활화·현대화·세계화를 이루는 길이다.

현대불교 불교의 생활화 · 현대화 · 세계화 1994년 10월 15일 창간
발행인 : 혜도 스님 대표 겸 편집인 : 한명우 인쇄인 : 배성한
(우)03131 서울시 종로구 율곡로 6길 36, 606호 (운니동, 월드오피스텔) 대표전화(02)2004-8200 / 대표팩스(02)737-0698
편집국 02)2004-8257 회사홈 현불닷컴 www.hyunbul.com
광고국 (02)2004-8204 실시간 뉴스 현불뉴스 www.hyunbulnews.com
FAX (02)737-0698 쇼핑몰 마하몰 www.mahamall.co.kr
현대불교 지사안내
부 산 지 사 : 010-5640-8883 광주전남지사 : 010-2629-1508
충 청 지 사 : 010-8341-0560 전 북 지 사 : 010-8642-7733
경 남 지 사 : 010-3860-7008 강 원 지 사 : 010-7339-8688
구독신청 · 배달안내 (02)2004-8212 구독료 : 1개월 5천원
등록일:2007년 3월 9일 · 등록번호:서울다 07641(주간) 본지는 신문윤리강령 및 그 실천 요강을 준수합니다

창간 31주년을 축하합니다
AI전법에 함께 합니다
국내 최초 DM 서비스 제공
45년 경험의 전문 기업
덕성기획(주)



덕성기획㈜는
DM 및 물류 사업을
고객 입장에서
언제나 한결같이
임하겠습니다.
-2025년 10월 15일-



미래를 여는 덕성기획(주)
경기도 부천시 범안로 219번길 87
TEL : (02)2615-0183(대) FAX : (02)2689-3139 www.duksungdm.co.kr
▶ DM사업본부 ▶ 물류사업본부 ▶ 유아교육사업본부(노벨과 개미)
유아교육사업본부 덕성기획(주) 노벨과 개미+
미래를 여는 (주)덕성C&B
직배사업부 : 서울 수도권 및 지방 대도시 직배서비스 운영
TEL : (02)2615-3296(대) FAX : (02)666-3139
※광고 홈페이지 QR. 수익 일부는 AI전법에 활용됩니다.