“불교 언론, 그 자체가 포교…가르침·문화 전파가 핵심”

뉴미디어 시대와 불교 언론

전문가가 본 불교 언론의 뉴미디어 접근 방향

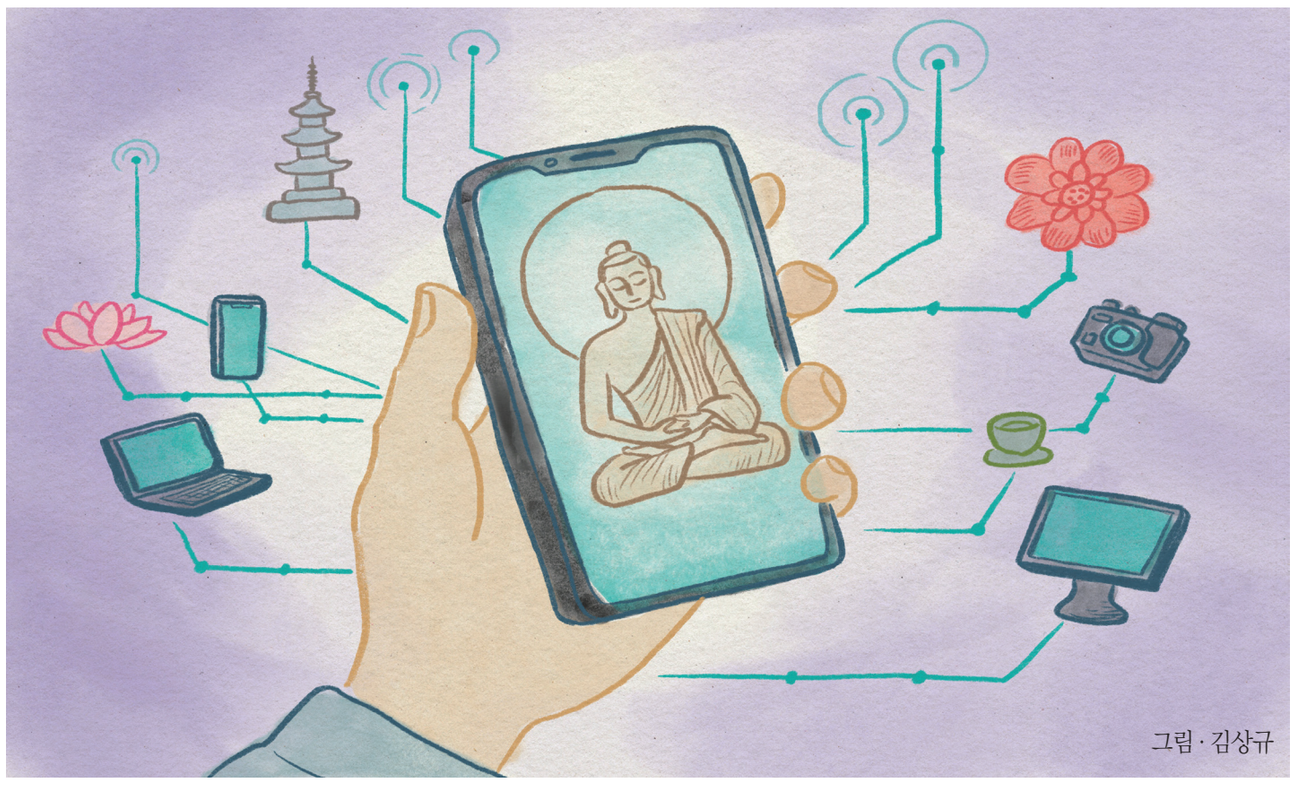


그림 · 김상규

스마트폰과 인터넷의 보편화는 대중 매체의 영향력을 크게 약화시켰다. 이제는 누구나 손쉽게 정보를 생산하고 소비할 수 있으며, 시공간의 제약 없이 언제든 원하는 콘텐츠를 접할 수 있는 시대가 열렸다. 이러한 변화는 전통적인 대중 매체에 새로운 도전과 변화를 요구하고 있다.

이처럼 급변하는 미디어 환경은 종교계에도 큰 영향을 미쳤다. 종교와 미디어, 특히 불교와 언론에 대한 논의는 오랫동안 학계에서 조차 주목받지 못했다. 이는 종교와 미디어를 ‘성(聖)’과 ‘속(俗)’으로 나누는 이분법적 사고에서 비롯된다. 뒤르켕이 말한 바와 같이, 종교는 성스러운 영역, 미디어는 세속적인 영역에 속한다고 여겨졌기 때문이다. 이러한 이분법적 사고는 종교와 미디어의 교차점에 대한 논의를 오랫동안 배제해왔다.

그러나 뉴미디어 시대가 도래하면서, 이런 구분은 더 이상 유효하지 않다. 오늘날 종교를 접하는 가장 쉬운 창구는 바로 미디어다. TV, 라디오, 신문 같은 전통적인 미디어는 물론, SNS와 유튜브 같은 뉴미디어에서도 종교 콘텐츠가 쉽게 소비되고 있다. 미디어와 종교의 경계가 점점 허물어지고 있는 현시대에는 불교와 언론의 관계를 새로운 시각에서 재해석할 필요가 있다.

종교와 미디어를 바라보는 두 가지 관점

종교와 미디어를 바라보는 시각에는 두 가지 관점이 존재한다. 첫 번째는 ‘미디어 속 종교’다. 이는 저널리즘 미디어가 종교를 어떻게 다루고 재현하는지를 설명하는 방식이다. 미디어는 객관성과 공정성을 목표로 하며, 종교 기관과 종교인의 사회적 역할을 비판적 시각에서 감시한다. 때로는 탐사보도를 통해 부패나 비리를 폭로하며, 종교의 공공성과 책임을 묻기도 한다.

또한 미디어는 종교를 다룰 때 종종 반복적인 패턴을 보여 왔다. 사회가 절망적인 상태에 있다고 전제하고, 그 대안으로 종교의 역할을 기대하는 것이다. 종교는 사회적 불합리와 병리적 요소를 극복할 수 있는 대안적 가치로 제시되며, 새로운 질서와 가치를 창출할 존재로 인식된다. 이러한 맥락에서 종교는 사회 변화를 이끄는 중요한 역할로 재해석된다.

두 번째 관점은 ‘종교 속 미디어’로, 종교가 미디어를 어떻게 활용해 왔는지 조명한다. 종교계가 운영하는 미디어가 그 대표적인 예다. 오랜 세월 종교는 미디어를 통해 가르침을 전파하는 데 집중해왔으며, 불교의 금속활자 발명은 그 대표적인 사례라 할 수 있다. 불교 경전을 보다 널리 전파하기 위한 금속활자는 메시지 확산의 중요한 전환점이 되었으며, 이는 구텐베르크의 활자 발명이 성경의 대중화에 기여한 것과 동일한 맥락이다. 이처럼 종교 미디어는 종교가 더 많은 신도에게 다가갈 수 있는 강력한 수단으로 작용해왔다.

불교 언론 정체성 확립과 불교 저널리즘 정립

불교 언론이 뉴미디어 시대에 살아남기 위해서는 세속적인 언론과는 차별화된 정체성을 확립해야 한다. 일반 언론이 뉴스 전달과 비판적 시각을 강조하는 반면, 불교 언론은 불교 문화와 가르침을 전파하는 것을 사명으로 삼아야 한다. 이는 불교적 가치와 철학을 통해 대중에게 깊은 정신적 교훈을 제공하는 역할을 의미하며, 불교 언론이 불교의 가르침을 현대 사회에 맞게 재해석하고 적용하는 데 중점을 두어야 한다는 것이다.

불교 언론은 이러한 차별화를 바탕으로, 불교적 관점에서 현대 사회의 다양한 이슈를 다루어야 한다.

불교 저널리즘 관점에서 불교 언론이 수행해야 할 가장 중요한 역할 중 하나는 정확한 정보 제공과 가짜 뉴스에 대한 철저한 검증이다. 과거 아날로그 시절에도 불교계를 놀라게 했던 사건들은 많았지만, 그중에서도 대표적인 것은 훼불 사건이었다. 당시 사회적으로 큰 충격을 준 이러한 사건들은 불교계에 대한 오해와 편견을 불러일으키기도 했다. 하지만 그 시절의 훼불 사건과 비교해 보면, 현재 디지털 환경에서 불교계를 위협하는 요소는 더욱 교묘하고, 영향력 또한 훨씬 크다. 바로 가짜 뉴스가 그 주범이다.

세속 언론과 차별화된 정체성 확립

호법신장 · 기록관 · 포교사 역할해야

‘모바일 퍼스트’ 개념 도입이 중요

가짜 뉴스는 단순히 불교에 대한 오해를 불러일으키는 데 그치지 않는다. 이는 불교의 가르침과 가치를 왜곡시키고, 불교 신도들과 대중의 신뢰를 떨어뜨리는 심각한 문제로 작용할 수 있다. 이런 상황에서 불교 언론이 해야 할 가장 중요한 일은 정확한 정보 제공과 팩트체크 기능의 강화다. 디지털 시대에서 넘쳐나는 잘못된 정보 속에서 불교 언론은 불교를 비방하거나 왜곡된 정보에 신속하게 대응할 수 있어야 한다. 단순히 반박하는 것에서 그치지 않고, 명확한 사실을 근거로 한 검증 과정을 통해 불교의 가르침과 진실을 보호해야 한다. 즉 디지털 호법신장 역할을 수행해야 한다는 것이다.

더불어 불교 언론은 불교 문화와 역사를 기록하고 보존하는 중요한 역할을 해야 한다. 현대인의 뉴스와 정보 소비 패턴을 살펴보면, 대부분이 검색 엔진을 통해 필요한 정보를 찾아 해당 미디어로 이동하는 경향이 두드러진다. 이러한 흐름 속에서 검색 엔진에서 가장 먼저 노출되는 정보가 바로 불교 언론에서 제공하는 뉴스일 가능성이 크다. 이는 불교 언론이 디지털 불교 문화의 기록관으로서, 대중과 불교를 잇는 가교 역할을 하고 있음을 보여준다. 더 나아가, 불교 언론은 그 자체로 하나의 포교 수단으로 기능하고 있다.

그러나 불교 언론의 많은 자료들이 아직도 디지털화되지 않고 있다는 점은 매우 아쉬운 부분이다. 디지털 영역으로 진입하지 못한 자료는 마치 도서관의 서재에서 아무도 읽지 않은 책과 같은 신세가 된다. 내용이 아무리 훌륭하더라도, 디지털화되지 않으면 대중의 손에 닿지 못해 잊히게 될 뿐이다.

따라서 불교 언론이 보다 활발하고 효율적으로 포교 활동을 수행하기 위해서는 적극적인 디지털화가 필요하다. 이를 통해 불교 언론은 과거의 유산을 보존하고, 미래 세대에게 불교 문화를 지속적으로 전달할 수 있을 것이다.

불교 저널리즘 영역에서 빼놓을 수 없는 것이 바로 의제 설정 기능이다. 불교 언론은 의제 설정을 통해 불교적 관점에서 중요한 사회적 이슈를 다루고, 담론을 형성해야 한다. 불교 공동체를 결집시키는 콘텐츠를 제작해 현대 사회에서 불교의 역할을 논의하고, 이를 공론화해 사회적 여론을 형성하는 역할을 수행해야 한다. 이는 불교가 현대 사회에서 나아갈 방향을 제시하는 중요한 과정이며, 불교 언론이 사회적 영향력을 강화하는 데 핵심적인 역할이다.

뉴미디어 시대의 불교 언론의 변화 방향

뉴미디어 시대에서 불교 언론이 살아남기 위해서는 몇 가지 필수적인 변화가 필요하다.

우선, ‘모바일 퍼스트’ 개념을 도입하는 것이 가장 중요하다. 오늘날 대부분의 사람들이 스마트폰을 통해 뉴스를 소비하기 때문에 불교 언론도 이러한 트렌드에 맞춰 콘텐츠를 모바일 환경에 최적화해야 한다. 예를 들어, 텍스트뿐만 아니라 이미지와 동영상을 효과적으로 결합한 콘텐츠가 필요하며, 간결하고 시각적으로 풍부한 전달 방식을 통해 독자에게 쉽게 다가갈 수 있어야 한다.

스마트한 서비스와 소셜 미디어 연계도 필수적이다. 뉴미디어 환경에서는 콘텐츠가 단순히 제공되는 것만으로는 부족하다. SNS와 검색 엔진에서 자연스럽게 노출될 수 있는 구조를 만들어야 한다. 특히 불교 언론은 젊은 세대가 주로 사용하는 플랫폼에서 더욱 활성화되어야 하며, 그들의 일상 속에서 불교적 메시지를 접할 수 있도록 콘텐츠를 맞춤형으로 제작해야 한다. 이와 함께 실시간 소통이 가능한 소셜 미디어 전략도 강화해야 한다.

콘텐츠 경쟁력과 신뢰성을 높이는 것도 매우 중요하다. 플랫폼과 기술의 발전이 계속되더라도, 불교 언론이 신뢰를 얻기 위해서는 콘텐츠의 질이 핵심이다. 신속하게 전달되는 정보의 시대 속에서 불교적 가치를 바탕으로 한 깊이 있는 분석과 균형 잡힌 정보를 제공함으로써 독자들의 신뢰를 구축해야 한다.

마지막으로, AI 기술과 데이터 저널리즘을 적극적으로 도입해야 한다. AI 기자 도입을 통해 기사를 자동화한다면 보도자료를 기반으로 한 기사들은 간단히 처리할 수 있다. 또한 사진을 위주로 간단한 쇼츠를 만든다든지, 데이터 분석을 통해 불교적 가르침을 현대적으로 해석하고 시각화하는 등의 노력이 필요하다. 이러한 변화들은 기존 불교 언론 환경에서도 변화 가능한 부분으로 불교 언론이 뉴미디어 시대에서도 지속 가능한 성장을 이룰 수 있는 전략적 방향이라 하겠다.

불교 언론이 생산하는 콘텐츠는 단순한 정보 제공을 넘어, 공공재로서의 중요한 역할을 한다. 상업적 미디어가 수익을 목표로 운영되는 것과 달리, 불교 언론은 불교적 가치를 널리 전파하고 대중에게 전달하는 것을 그 핵심 목표로 삼는다. 따라서 불교 언론을 세속 언론의 논리로 접근해서는 안 된다. 불교 언론을 운영하는 종단이나 관련 기관들은 포교라는 본래의 사명을 달성하기 위해 적극적으로 자본을 투자하고, 뉴미디어 환경에 적응할 수 있도록 지원을 아끼지 않아야 한다. 이러한 관점의 변화가 있어야만 불교 언론이 뉴미디어 시대에서도 지속 가능한 미래를 열어갈 수 있을 것이다.



김두식
동국대 커뮤니케이션연구소 연구원

현대불교신문 창간 30주년을 축하합니다

사단법인 한국불교선교종

종 정 경보 혜만 총무원장 대풍 범각
원로원장 성도 종회의장 도정
승정원장 도신 사정원장 도경

전종도 일동



중앙총무원 경남 밀양시 산내면 산내용전4길 29-67 대표전화 : 055)352-3104
부산총무원 부산광역시 해운대구 마린시티3로 1 선프라자 417호 대표전화 : 051)892-5000/Fax : 051)462-6652

현대불교신문 창간 30주년을 축하합니다
대한불교조계종 대운사
재) KUmuda 문화재단
KUmuda 문화를 넘어 행복을 만들어가는 곳



대운사와 KUmuda 문화재단은
전통불교문화로써 새로운 현대불교문화를 만들면서
불교의 사회적 역할에 기여하고 있습니다

부산 해운대구 송정광어골로 41 Tel. 051-702-1300