불교, ‘호감 시대’ 넘어 ‘신행 시대’로

호감이 관심으로, 관심이 신행으로

1. [프롤로그] ‘힙 불교’의 확장

불교는 더 이상 낯설고 어려운 종교가 아니다. 현재 불교는 일상 속에서 마음의 안정을 찾고 삶의 방향을 모색하는 문화이자 수행의 장으로 주목받고 있다. 그러나 불교를 향한 관심과 호감이 실제 신행 활동으로 이어지고 있는지에 대해서는 보다 면밀한 점검이 필요하다. 일시적인 유행과 문화적 소비를 넘어 사찰 방문과 법회 참여, 신행 단체 활동, 새신도 등록 등으로 연결되고 있는지 살펴볼 필요가 있기 때문이다.

이번 기획은 최근의 ‘힙한 불교’ 현상이 한국불교에 어떤 변화를 가져오고 있는지 현장의 목소리와 통계를 통해 진단하고자 한다. 사찰과 신행 단체의 변화, 새신도들의 요구와 특징, 청년층과 무종교인의 유입 현황 등을 분석함으로써 불교에 대한 사회적 호감이 생활불교와 신행 문화로 확장될 가능성을 모색해 보고자 한다. 〈편집자 주〉



지난 4월 2~5일 열린 ‘2026 서울국제불교박람회’에서 관람객이 불교 굿즈를 살펴보고 있다. 현대불교신문 자료사진

신중일 기자 motp79@hyunbul.com

최근 한국불교를 향한 대중의 시선이 달라지고 있다. 한때 불교는 ‘오래된 종교’, ‘어렵고 낯선 가르침’, ‘어른들의 신앙’이라는 이미지 안에 머물러 있었다. 그러나 지금 불교는 명상, 치유, 쉼, 전통문화, 라이프 스타일이라는 언어를 통해 대중의 일상 안으로 다시 들어오고 있다. 사찰은 단순한 종교시설을 넘어 마음을 내려놓는 공간으로 인식되고, 법회와 수행은 거창한 종교 행위가 아니라 삶의 균형을 회복하는 방식으로 받아들여지고 있다.

이 변화는 단순한 분위기만이 아니다. 수치도 이를 뒷받침한다. 한국불교문화사업단에 따르면 2025년 템플스테이 참가자는 내국인 29만3721명, 외국인 5만5515명 등 총 34만9236명으로 집계됐다. 이는 2024년보다 5.1% 증가한 수치이자 역대 최고 기록이다.

특히 주목할 점은 참가층이다. 템플스테이는 더 이상 중장년층만의 전통문화 체험이 아니다. 템플스테이 20·30대 참가자는 코로나 회복 초기인 2022년에는 8만5236명이었지만 2025년에는 13만359명으로 늘었다. 20·30대 참가 비중도 2025년 기준 37.33%에 달한다. 올해 6월까지 이미 7만2000여 명의 20·30대 청년들이 템플스테이를 찾은 것으로 집계됐다.

한국불교문화사업단은 “템플스테이에 대한 청년층의 관심이 높아지면서 사업단 차원에서 청년 대상 이벤트를 확대 운영 중”이라며 “2026년 6월 20·30대는 현재 전체 참가자의 41%에 달할 정도로 템플스테이가 청년들에게 많은 관심을 받고 있음이 확인된다”고 설명했다.

불교문화에 대한 호감은 도심형 축제에서도 확인된다. 올해 서울국제불교박람회는 나흘 동안 25만명이 찾으며 역대 최대 관람객을 기록했다. 지난해 약 20만명보다 약 25%가량 늘어난 규모다. 관람객 구성도 의미심장하다. 올해 박람회 방문객 가운데 2030세대 비중은 72%에 달했다. 2025년에도 20대와 30대 비중이 각각 37.2%, 36.2%로 합계 73.4%였다.

이는 불교가 ‘종교 내부의 언어’만으로 소비되는 것이 아니라는 점을 보여준다. 이들은 명상, 사찰음식, 불교 굿즈, 전통공예, 수행 콘텐츠, 마음 돌봄 프로그램을 통해 불교를 접한다. 다시 말해 불교는 지금 ‘믿음의 대상’이기 이전에 ‘경험 가능한 문화’로 먼저 다가가고 있다. 이것이 최근 불교 호감 현상의 핵심이다.

불교에 대한 관심은 출판계와 독서 지형에서도 포착된다. 국립중앙도서관이 도서관 정보나루 자료를 바탕으로 분석한 2025년 공공도서관 대출 동향에 따르면 코이케 류노스케의 〈초역부처의 말〉이 1만9889건 대출로 비문학 대출 3위에 올랐다. ‘불교’ 관련 도서 대출량도 2024년 22만9760건에서 2025년 26만4692건으로 15.2% 증가한 것으로 집계됐다. 이에 대해 국립중앙도서관은 “최근 10년 내 종교 서적이 비문학 분야 대출 상위 5위권에 진입한 첫 사례”라고 분석했다.

대중문화의 영역에서도 불교적 언어와 상징을 차용한 콘텐츠가 잇따라 등장하고 있다. 블랙핑크 제니는 2025년 솔로 앨범 수록곡 ‘ZEN’을 통해 ‘선(禪)’이라는 불교·명상적 이미지를 전면에 내세웠다. 세계적 K팝 스타가 ‘젠’이라는 언어를 자기 서사의 핵심 키워드로 호출했다는 사실은 불교가 더 이상 낡은 종교적 기호가 아니라, 동시대 대중문화 속에서도 매력적인 감각과 세계관으로 소비되고 있음을 보여준다.

르세라핌의 신곡 ‘BOOMPALA’ 역시 주목할 만하다. 멤버 허윤진은 언론과의 인터뷰에서 곡의 영감을 〈반야심경〉에서 받았다고 했고 실제 가사들도 무상(無常), 공(空)을 담아내고 있다. 이처럼 노래의 세계관을 〈반야심경〉의 공 사상, 집착의 해체, 두려움을 넘어서는 자기 응시의 과정으로 읽을 수 있다는 점에서 불교 철학은 K팝 안에서도 새로운 상상력의 자원으로 활용되고 있다.

이는 불교가 오늘의 청년세대에게 반드시 ‘종교적 소속’으로만 다가가고 있지 않다는 사실을 말해준다. 이들에게 불교는 때로 명상이고, 때로 디자인이며, 때로 음악과 퍼포먼스의 모티프다. 연꽃, 만다라, 합장, 참선, 공, 무아, 자비 같은 상징은 교리서 안에만 머물지 않고 굿즈와 패션, 영상, 노래, SNS 콘텐츠 속에서 재해석되고 있다.

대학 현장에서도 변화가 감지된다. 대학 불교동아리가 최근 청년 포교의 주요 거점으로 주목받고 있어서다. 2025년 교수붓다회 전법회가 개최한 대학생 불교동아리 우수사례 발표회에서 주현우 한국대학생불교연합회 전 회장의 발표에 따르면 3년 전 60여 곳 수준이었던 불교동아리(각 대학 지회)가 올 3월 기준 120여 대학으로 2배 가까이 증가했다.

종립대학인 동국대의 사례는 보다 뚜렷하다. 올해로 설립 5주년을 맞은 동국대 건학위원회가 중심이 돼 2024년부터 추진한 단과대학 불교동아리 창립과 활성화 사업을 추진했고, 이를 통해 동국대는 ‘대학 전법’의 중심으로 자리매김했다.

실제 시행 초기 중앙동아리 ‘동불’ 회원이 168명에 불과했으나, 현재 서울·WISE캠퍼스 27개 동아리 7738명(서울 5152명·WISE캠 2440명·DUICA 146명)으로 급증했다. 3년 만에 회원 수 4506% 증가라는 놀라운 성장세를 보여준 것이다. 이런 성장세에 힘입어 지난해 9월 개최된 영캠프에서는 서울·WISE캠퍼스 학생 6700명이 오계를 받고 불자로 거듭났다. “올해 1만명 수계 시대를 열겠다”는 게 동국대의 계획이다.

이 같은 흐름은 한국불교에 분명한 기회다. 템플스테이를 통해 사찰을 찾고, 박람회를 통해 불교문화를 접하며, 불교 동아리와 독서를 통해 불교적 사유에 접근하는 이들이 늘고 있다. 하지만 호감과 관심은 가능성일 뿐 귀의가 아니다. 현재 한국불교가 직면한 과제는 ‘사람들이 불교를 좋아한다’는 호감이 신행의 삶으로 이어지도록 길을 놓는 일이다.

이를 위해 가장 먼저 필요한 것은 ‘첫 신행 경험’의 문턱을 낮추는 일이다. 많은 청년과 무종교인은 사찰을 좋아하지만 법회는 낯설어한다. 명상에는 관심이 있지만 예불과 독경은 어렵게 느낀다. 불교 굿즈는 친근하지만 교리 공부는 부담스러워한다. 그렇다면 사찰은 이들의 첫걸음을 받아낼 수 있는 완충지대를 마련해야 한다. 초심자를 위한 짧은 법회, 30분 명상회, 스님과의 차담, 불교 입문 강좌, 소모임, 사찰 봉사 프로그램 등이 유기적으로 연결될 필요가 있다는 게 전문가들의 제안이다.

김응철 중앙승가대 교수는 “현재 대중들은 불교를 문화적으로 접근하고 있다. 이들에게 문화적 체험의 기회를 늘려 자연스럽게 사찰에 올 수 있게 만들어야 한다”며 “일반 시민과 불자 사이에 완충지대를 강화해 접촉면을 확장하는 것이 필요하다”고 설명했다.

또한 청년과 무종교인들은 교리의 정답보다 삶의 해답을 묻는다는 점에서 포교의 언어도 변화해야 한다는 의견도 나왔다. 왜 괴로운지, 어떻게 마음을 볼 것인지, 타인과 어떻게 연결될 것인지, 불교의 가르침이 삶에 어떤 힘이 되는지를 생활 언어로 풀어내야 한다는 것이다.

이명호 인드라망연구소장은 “불교 굿즈를 구매하고 템플스테이를 즐기는 젊은이들은 전통적 불교에 호감을 느끼는 젊은이들이 아니다. 이들은 불교의 새로움을 요구하고 있는 것”이라며 “단편적인 이미지만 소비시키는 게 아닌 이들의 고민들을 생활 언어로 불교적 가르침에 맞춰 풀어줄 수 있어야 한다”고 강조했다.

템플스테이 참가자
34만9236명(2025년)

20·30대 참가자 13만359명(37.33%)

서울국제불교박람회 참가자
25만명

20·30대 참가자 비중 72%

대학 불교동아리
120여 개(3년간 2배 증가)

동국대 단과대학 불교동아리
27개 · 회원 7738명

템플스테이 지난해 최다 인원
20·30대 참가자 37%에 달해
박람회 관람객 72%, 20·30대
대학 불교동아리 3년간 2배↑
동국대 “올해 1만명 수계 목표”
호감은 가능성, 신행 이어져야
초심자 위한 ‘완충지대’ 필요

지장보살 영옥함



지장보살 좌대에 영옥으로 봉안

사찰 납골의 혁신

• 유골이 보석화 되어 깨끗하고 변질이 없습니다.
• 납골의 곰팡이, 변질, 벌레 발생 근본적 해결함.
• 친숙한 사리 형상으로 거부감이 없습니다.

• 모시는 환경과 장소에 구속 받지 않고 경제적
• 관리가 어려워진 산소 정리 후 개장 유골도 가능
• 변질되어 악취 발생 및 물이 찬 유골도 가능함

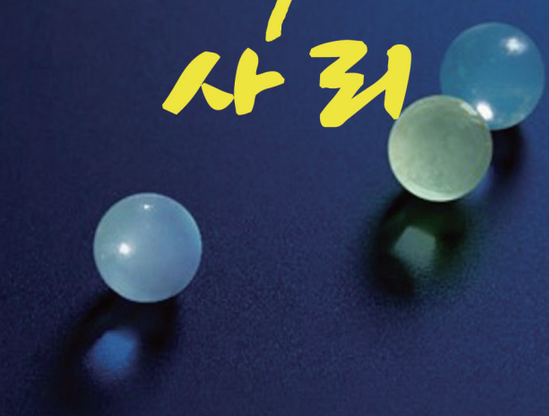
• 고인별로 영옥의 색상이 다르게 발현됨
• 22년간 기술을 발전시켜 고인 고유의 아름다운
• 색상을 발현시키는 기술이 검증된 원조 회사

• 생성 소요 시간 60분 소요
• 납골을 모셔오고 생성 후 모셔 드리는 서비스 있음
• 영옥의 색상과 량은 고인 별로 다르게 발현됩니다.

깨끗한 오리지널 유골보석

직통상담 010-5235-2677
홈페이지 www.holytec.com

깨끗한 오리지널 유골보석
영옥(靈玉) 사리



SINCE 2002
오리지널 유골보석 전문업체
주식회사 본 향

NAVER 영옥사리 검색