“콘텐츠 봐야할 이유 만드는 게 화두”


불광미디어 사무실에서 단행본과 월간지 제작이 한창이다.



불광미디어 공식 유튜브 채널. 구독자는 12만5000명을 넘어섰다.


2016년 6월, 월간 〈불광〉 500호 발간을 기념하며 선보인 전시.

B1면에 이어

결국 불광출판사는 더 나은 미래를 위한 고민 끝에 2016년 주식회사 불광미디어로 전환했다. 사실상 개인사업자에서 공신력을 갖춘 법인체로 변화를 도모한 것. 이와 동시에 종이매체에 국한하지 않고 전자책, 오디오북, 강연, 여행, 영상 등 다방면의 활동을 전개했다. 회사 수익은 새로운 파트에 과감히 투자해 현재 20여 명의 직원을 둔 미디어 사가 됐다.

그 결과 출판이 주력사업임에도 불광미디어 유튜브 채널은 어느덧 구독자 12만5000명을 넘어섰다. 저자 인터뷰, 인문학 강연, 명상 등을 주제로 한 수준 높은 영상이 밑바탕이 됐다.

특히 2019년 여름, 일본 불매운동 ‘노 재팬(No Japan)’이 확산되던 당시 경제학자인 최배근 건국대 교수의 ‘한일 경제전쟁 긴급진단’ 영상은 500만회가 넘는 조회수를 기록했다. 이뿐만 아니라 월간 〈불광〉 500호를 기념해 시작한 유명 연사들의 강연 ‘붓다 빅 퀘스천’은 대중의 지속적인 관심을 얻어 올해부터 월간 행사로 발전했다.

“종이책에 대한 대중의 관심은 줄어들어도 본질을 생각하고 공부하고자 하는 뜻은 시대변화를 막론하고 존재합니다. 그런 기회를 만들어드리는 게 불광미디어의 역할 중 하나죠. 기존방식에 머무르지 않고 우리의 콘텐츠를 봐야할 이유를 만드는 일, 그게 늘 화두입니다.”

출판사 호황 누리던 시기 지나
‘종이매체 위기’ 속에 고민 거듭
주식회사·종합미디어사로 전환
‘원 테마’ 잡지는 시판 점차 늘어
올 10월엔 〈불광〉 600호 발간도

‘원 테마’ 적용…〈불광〉 600호 앞둬

불광미디어의 모태인 〈불광〉은 2021년 1월호부터 ‘원 테마(One Theme)’를 적용했다. 인물·역사·문화·인문·교리·라이프스타일 등 여러 분야에서 선정한 하나의 주제를 전체 콘텐츠 가운데 70%이상 비중으로 집중 조명한 것. 대형사찰의 사보들도 높은 퀄리티를 보이는 요즘, 차별성을 두고 시장의 선택을 받기 위한 도전이었다. 하지만 대중으로부터 “좋다”는 평가를 받으면서도 구독자는 크게 늘어나지 않았다. 그런데 예상치 못한 서점 판매량이 매년 큰 폭으로 늘어났다. 한 호에 하나의 주제를 집중적으로 다뤘기 때문에 과월호에 관심 갖는 사람들도 생겼다. 한 권을 살 때 시중 구매가가 정기구독보다 비싸더라도 읽고 싶은 주제가 담겼다면 그만한 지출을 하는 현대 소비 트렌드에 맞아떨어진 셈이다.

“원 테마로 잡지를 만들면서 지역 불교의 위상이 높아지는 효과도 생겼습니다. 특정 사찰 홍보보다는 지역의 역사적 맥락을 담아내고, 여러 지식정보도 담겨 있기 때문에 지자체에서 관심 갖는 경우도 있었죠. 때론 콘텐츠를 만들며 새로운 사실들이 발견되기도 합니다. 〈불광〉의 시판은 매년 두 배씩 늘어나고 있는데, 이 기세가 이어진다면 보다 안정적으로 발행할 수 있을 겁니다.”

2016년 6월호 발간으로 500호라는 역사를 쓴 〈불광〉은 이제 600호를 앞두고 있다. 창간 이후 한 호도 휴간 없이 써내려온 역사다. 2024년 10월호가 600호, 창간 50주년을 맞는 11월호가 601호가 된다. 500호 발간 당시 한국불교역사문화기념관 1층 로비에서 그동안 펴낸 〈불광〉으로 부처님 형상을 표현한 기념전을 선보였던 불광미디어. 600호 발간에는 어떤 이벤트로 대중을 찾아갈지 기대를 모은다.

“본질 잊은 생존경쟁은 무의미”

2024년 창간 30주년을 맞아 서른이 된 〈현대불교〉와 쉰의 〈불광〉. 매체는 다르지만 같은 문서포교를 하는 입장에서 조언을 구하고 싶었다. 탈종교화 시대에 불교를 기반으로 한 종이매체가 살아가는 길, 불광은 그 길을 걸으며 무엇을 느꼈는지 궁금했다. 류 대표는 일말의 고민도 없이 대답했다.

“생존의 문제가 걸려있다고 해도 본질을 놓쳐선 안 됩니다. 생존을 위해 존재 의미를 포기하거나 타협하는 건 정말 아니라고 생각합니다. 모든 행위들이 생존을 위한 것이라고 한다면 그 매체는 왜 존재해야 하는지 다시 돌아봐야겠죠. 제가 창간정신을 계속 언급하는 이유입니다. 존재 이유를 뒤로 하고 생존만 우선시한다면 너무 서글프지 않겠습니까?”

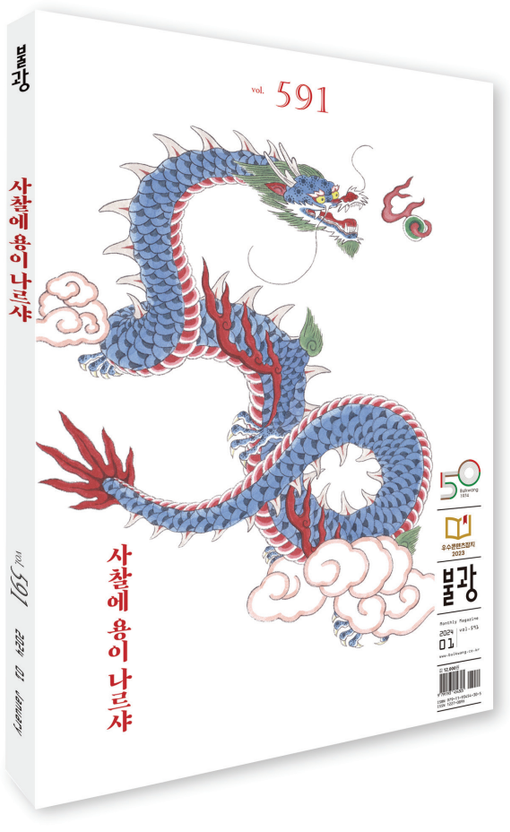
아파트에서 분리수거를 할 때도 신문이나 잡지는 찾아보기 힘든 시대. 경쟁력이 있어도 종이매체로서 살아남기란 만만치 않은 일이다. 〈불광〉은 위기상황에서 가격을 올리고 그만큼 질을 높이는 길을 택했다. 정체성을 지키면서도 시장논리에서 살아남기 위한 치열한 고민을 매순간 담아내기 위해서다. 류 대표는 ‘5천원 더 비싸더라도 좋게 만들어달라는 시장 요구’에 귀를 기울였다. 〈불광〉의 월간 구독료 9000원, 시중에선 한 권에 1만2000원이다. 그럼에도 시판이 늘어난다는 건 가격 대비 소비 가치가 충분하다는 뜻이다.

“불광미디어의 시작은 광덕 스님이었고 오랜 세월 불광사의 지원도 있었습니다. 하지만 제가 주간으로 부임할 때부터는 자립이 전제였죠. 출판, 잡지, 미디어사로서 불교를 대표한다는 건 귀중한 선례라고 생각합니다. 이런 사례가 더 많았으면 하고요. 물론 그에 따르는 책임감도 막중합니다.”

대한민국 현대불교사에서 전법의 역사를 새로 써온 전법운동의 선두주자 〈불광〉, 그리고 불광미디어. 세상이 종교를 걱정하는 시대에도 보현행원을 닦아 세상을 아름답게, 삶을 행복하게 만드는 지혜는 ‘불광’의 걸음에서 피어나고 있다.

Bulkwang 1974
우수콘텐츠잡지 2023

1974~
2024년 갑진(甲辰)년은
월간 「불광」 창간 50주년 신년호로
힘차게 시작해보세요!
2024~



청룡의 해, 불교와 용龍은 어떤 관계일까?

사찰에 용이 나르샤

수신水神 신앙과 용 글. 김희진
용, 부처님을 외호하다 글. 강희정
용, 경전을 수호하다 글. 이승희
용, 사찰을 수호하다 글. 노승대
관음보살이 탄 용 글. 주수완
육룡이 ᄂᆞᄅᆞ샤 글. 유현주
용왕과 용신 글. 이경덕
백제 금동대향로의 용 글. 조경철

김희진 외 지음 | 176쪽 | 올컬러 | 12,000원

정기 구독 및 구매 안내
정기구독(1년) ~~144,000~~ → 108,000원(25%할인)
정기구독문의 02-420-3200
단권 구매 안내 교보문고, 예스24, 알라딘 온라인 서점이나 네이버 ‘월간 불광 스마트스토어’
불광미디어 홈페이지 www.bulkwang.co.kr
페이스북 @m.bulkwang
인스타그램 @monthly_bulkwang
네이버 쇼핑 monthlybulkwangshop