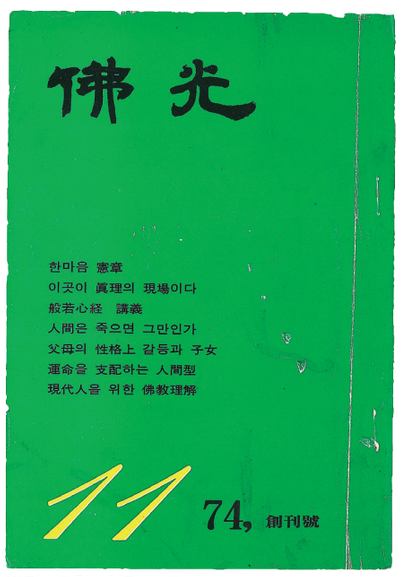
반세기 전법의 역군…브랜드가 된 佛光



2024년 11월에 창간 50주년을 맞이하는 월간 〈불광〉. 출판사를 거쳐 미디어사로 거듭난 불광미디어는 '콘텐츠로 사람을 연결하고 세상을 이롭게 한다'는 사명으로 운영된다. 류지호 대표(사진 왼쪽 첫 번째)와 불광미디어 임직원들이 한 해 동안 펴낸 〈불광〉을 각각 손에 들었다.

Interview **창간 50주년 맞는 월간 〈불광〉, 그리고 불광미디어**



월간 〈불광〉 창간호 표지.

이에 本誌(본지) 〈佛光(불광)〉은 감히 우리 역사와 생활 속에 부처님의 威光(위광)을 전달하는 使命(사명)을 自擔(자담)하고 나선다. 이로써 조국의 발전이 기초할 정신적 基盤(기반)과 動力(동력)을 공여하기를 기도하며 前進(전진)하는 민족사의 方向(방향)과 底力(저력)을 부여함에 보탬이 되기를 기약한다.

–1974년 11월 월간 〈불광〉 창간호 발행인 광덕 스님 창간사 '순수불교선언' 중에서–

윤호섭 기자 sonic027@hyunbul.com

무려 반세기 전이다. 월간 〈불광〉이 사바세계에 뛰어든 날. 50년 전 광덕 스님은 월간 〈불광〉을 창간하며 그 존재 이유를 이같이 밝혔다. 세상에 부처님 가르침을 전하는 사명을 당당히 짊어지겠다고. 스스로의 전법선언이자 마주할 이들을 일깨우는 사자후였다.

그로부터 50년이 지난 2024년, 〈불광〉은 여전하다. 시대가 바뀌고 세상이 바뀌고 사람들의 의식구조도 바뀌었지만 〈불광〉 제1의 정신인 '전법'은 그대로다. 흑백사진이 컬러로, 작은 판형이 커졌을 뿐 창간 당시의 존재 이유는 반세기가 지난 오늘날까지 이어졌다. 전성기에는 문서포교 선구자로서 큰 영향력을 발휘하고, 최근엔 종이매체의 위기라는 질곡을 견뎌낸 지천명(知天命)의 〈불광〉. 그리고 잡지와 단행본을 내던 불광출판사를 넘어 이제는 하나의 미디어사로 변모한 불광미디어. '불광'의 반세기 역사를 듣기 위해 지난해 12월 18일, 서울 종로구 내자동에 위치한 불광미디어 사무실에서 류지호 대표를 만났다.

광덕 스님이 남긴 창간정신

1974년 11월 창간호를 시작으로 50주년을 맞이한 〈불광〉. 대한민국 잡지 역사에서도 흔치 않은 일이라 소회부터 물었다.

"무거운 책임감을 느낍니다."

2007년 2월부터 주간을 맡아 일을 시작해 17년째 불광미디어를 이끄는 류 대표에게서 기념비적인 일에 대한 감격보다는 리더로서 짊어진 사명감이 느껴졌다.

"10년이면 강산도 변한다고 하지만 50년 전과 비교했을 때 지금의 사회 의식구조나 환경은 정말 어마어마한 변화를 이뤘습니다. 그럼에도 전법의 소명은 끝없이 이어져야 하기 때문에 어떤 콘텐츠를 어떻게 만들어갈 것인가 늘 고민했습니다. 지금은 잘하고 있는 건지, 미래 지속가능한 콘텐츠를 생산하는 회사로서 역할과 전망은 어떤지 창간정신을 돌아보며 점검하고 있습니다."

불광미디어의 시작은 월간 〈불광〉이다. 광덕 스님이 창간했다는 사실도 이미 널리 알려진 얘기. 하지만 1975년 불광법회 창립보다도 잡지 발간이 한 해 빨랐다는 건 모르는 사람이 많다. 물론 둘 다 같은 시기에 추진되긴 했지만 그만큼 잡지의 중요성을 일찍부터 깨달은 광덕 스님이었다. 무엇이 스님을 움직이게 했을까.

"사찰과 신도 숫자도 중요하지만 광덕 스님께서는 무엇보다 인간의 정신·사상적인 면을 강조하셨습니다. 불광운동이 무엇이고 무엇을 지향하느냐를 분명히 하고 싶으셔서 잡지를 만드신 게 아닐까 생각합니다. 인터넷은 물론이고 컬러TV조차 없던 시절에 신문과 잡지는 큰 영향력을 미치는 매체였으니까요. 스님의 탁월한 혜안을 느낍니다."

불광출판사는 월간 〈불광〉 발행과 함께 〈육조단경〉 〈지장보살경〉 등의 경전, 불광선문총서 시리즈를 발간하며 조금씩 출판사로서의 입지를 다졌다. 2000년대에 들어서기 전 인문서를 기획하기 위한 도서출판 한강수 브랜드를 등록하고, 이동식·이중표 교수 등 저명학자의 책 발간을 비롯해 신진 필자를 발굴하며 불교출판을 선도하는 매체로 거듭났다.

2000년대에는 달라이라마와 틱낫한 스님 등 세계적인 영적 지도자의 저서, 존 카밧진과 잭 콘필드 등 명상 지도자의 책을 펴내며 종합출판사로 성장했다. 매년 문화체육관광부가 선정하는 우수교양도서에 빼놓지 않고 출판물 이름을 올렸고, 불교출판문화협회의 '올해의 불서 10'에 꼽히는 단골손님이 됐다. 학술서들은 대한민국학술원 우수학술도서에, 명상이나 수행 이야기는 한국출판문화협회 올해의 청소년 도서로 선정됐다. '불광'이라는 이름은 어느새 불교를 넘어 일반사회에서도 이른바 '먹히는' 브랜드가 됐다.

'종이매체 위기'에 미디어社 전환

출판물의 호황을 누리던 불광출판사는 2010년대 뉴미디어 시대에 접어들며 등장한 '종이매체 위기론'을 실감했다. 2016년 개최한 〈불광〉 500호 발간 기념 세미나에선 부정적인 지표가 수면 위로 드러났다. 불교출판의 마이너스 성장률, 법륜·혜민 스님 등 저명인사에 의존하는 저자 쏠림 현상까지. 게다가 스마트폰의 혁신과 유튜브를 비롯한 소셜 미디어(SNS) 확대로 종이매체를 향한 대중의 관심은 점차 낮아졌다.

분야를 막론한 여러 잡지의 폐간도 이어졌다. 가장 큰 반향을 불러왔던 건 2019년 재정난으로 인한 월간 〈샘터〉의 무기한 휴간 검토였다. 〈불광〉의 선배 격으로 1970년 창간한 〈샘터〉가 50주년을 앞둔 상황에서 사실상 폐간한다는 보도가 나오자 많은 이들이 우려했다. 다행히 보도 이후 후원이 늘어나 발행을 이어가고 있지만 월간지가 처한 현실이 얼마나 냉혹한지 여실히 보여준 사건이었다.

이런 종이매체의 위기는 〈불광〉도 피해갈 수 없었다. 더구나 불교라는 전문분야를 다루는 입장에선 보다 혹독한 환경이었다. 월간 〈법시〉 〈법륜〉 등 20세기를 함께한 동종업계 잡지 대부분은 이보다 훨씬 전에 역사의 뒤안길로 사라졌다. 대중의 눈은 높아지고 이를 충족하기 위해선 더 많은 투자가 필요했다.

B2면에 계속



최근 펴낸 월간 〈불광〉들.

50년 세월 지나 세상 변해도
'전법'의 소명은 변하지 않아
컬러TV 없던 1970년대 지나
뉴미디어 시대 발맞춰 변화해
사회서도 통하는 브랜드 입지
"미래 내다본 광덕 스님 혜안"