‘힙한 불교’, 자비 향한 ‘수행의 언어’로 여물어야

언어로 읽는 불교의 풍경

⑥ 밈이 된 목탁, 굿즈가 된 불상
: 불교 흥행의 언어를 다시 묻다



현재의 불교 유행은 ‘기표’만 화려하게 부활했을 뿐, 수행과 해탈, 깨달음이라는 본질적 ‘기의’는 실종된 상태에 가깝다. 거룩한 뜻은 사라진 채 ‘힙한 기호’로 소비되는 현상이 자칫 본질적 의미를 잃은 소란함만 남지는 않을지 우려된다. 이미지 출처=Gemini 생성 이미지

저잣거리로 내려온 불교

몇 주 전, 서울 봉은사에서 ‘2026 야단법석, 마음을 밝히는 밤’ 페스티벌이 열렸다. 천년 고찰의 단청을 화려하게 수놓은 레이저 조명, 그리고 DJ의 강렬한 비트에 맞춰 몸을 흔드는 남녀노소와 외국인들의 모습은 그 자체로 신선한 충격이었다. 종교의 영향력이 쇠퇴하는 ‘탈종교 시대’에, 유독 불교만이 이토록 생동감 넘치는 에너지를 뿜어내며 대중들 사이로 걸어 들어온 모습은 무척 인상적이었다. 마치 1300년 전, 원효 대사가 법복을 벗어 던지고 박을 두드리며 저잣거리를 누볐던 ‘무애무(無碍舞)’가 현대적으로 재현되는 듯한 환희마저 느껴졌다.

같은 날 코엑스에서 열린 서울국제불교박람회 역시 인산인해를 이루며 젊은 층의 폭발적인 관심을 증명했다. 형형색색으로 디자인된 목탁과 불상, ‘깨달음’이라는 문구가 새겨진 티셔츠와 생활용품이 진열된 부스마다 젊은 관람객들의 발길이 끊이지 않았다. MZ세대의 ‘힙한’ 성지로 거듭난 그곳에서 불교 중흥의 새로운 서막을 보는 듯했다. 대중과 호흡하기 위한 이러한 변신은 한국 불교사의 중요한 변곡점이 될 혁신적인 시도임이 분명해 보인다.

하지만 이 벅찬 감동의 여운이 잦아든 자리에서, 하나의 질문을 던져본다. “왜 대중은 지금의 불교에 열광하는가?” 이 찬란한 흥행이 일회성 축제로 끝나지 않기 위해, 우리는 지금의 이 힙한 불교의 본질을 엄격하게 짚어보아야 한다.

왜 ‘스님’은 매력적인 밈이 되었는가

최근 몇 년 사이 한 연예인이 ‘뉴진 스님’이란 이름으로 활동하며 큰 호응을 얻었다. 과거에는 단순한 희화화의 대상으로 소비되던 스님 캐릭터가 이제는 포교의 전면에 등장했고, 종단의 공식적인 지지까지 얻으며 대중적 영향력을 확장했다. “극락도 락(樂)이다”, “번뇌컷”, “부처 핸즈 업”과 같은 표현들은 SNS와 숏폼 콘텐츠를 통해 빠르게 확산되며 하나의 문화적 코드로 자리 잡았다.

여기서 흥미로운 질문이 생긴다. 왜 하필 ‘스님’인가. 만약 다른 종교의 성직자 캐릭터가 동일한 방식으로 등장했다면 과연 지금과 같은 반응이 가능했을까. 단정할 수는 없으나, 이 정도의 폭발적인 에너지를 만들어내기는 쉽지 않았을 것이다.

스님은 현대 밈 문화에서 매우 강력한 기호다. 그 이유는 스님이 가진 극단적인 ‘정적 이미지’와 클럽이라는 ‘동적 공간’ 사이의 거대한 괴리에 있다. 침묵과 수행을 상징하는 존재가 강렬한 비트 위에 올라서는 순간, 대중은 그 파격적인 간극에서 유머와 해방감을 동시에 경험한다. 여기에 삭발과 승복이라는 시각적 요소는 이러한 대비를 더욱 선명하게 만든다.

이 구조는 과거 속담 속 ‘중’을 다루던 방식과 닮아 있다. 과거에는 그것이 주로 ‘비하와 조롱’으로 나타났다면, 지금은 ‘즐거움과 트렌디함’이라는 외피를 입었을 뿐 작동 방식은 크게 다르지 않다. 대중은 불교의 교리를 깊이 이해해서가 아니라, 불교라는 권위가 해체되는 지점에서 쾌감을 느끼는 것이다. 원효의 무애무가 진리를 전하기 위해 스스로를 낮춘 ‘투신’이었다면, 지금의 밈은 이미지의 충돌이 주는 재미를 소비하는 ‘연출’에 가깝다. 춤이 끝난 자리에 ‘염불’을 남기려 했던 원효와 달리, 지금의 비트가 멈춘 자리엔 무엇이 남을지 물어야 하는 이유가 여기 있다.

희화에서 열광으로, 문화 코드 된 ‘스님’
수행 침묵 깬 비트서 대중들 해방 맛봐
불교 언어, 거룩함 잃고 유희로 소비돼
빠르게 소비·휘발되는 ‘스낵 콘텐츠’ 위험
삶 관통할 ‘제2의 불교 언어’ 준비해야

기표와 기의의 이별

언어학적으로 볼 때, 현재의 불교 흥행은 ‘기표(시니피앙)’와 ‘기의(시니피에)’의 분리 현상으로 설명할 수 있다. ‘기표’가 눈에 보이거나 들리는 형식(이미지·소리)이라면, ‘기의’는 그 안에 담긴 개념과 본질이다. 지금의 불교 흥행은 ‘기표’는 화려하게 부활했으나 ‘기의’는 실종된 상태에 가깝다. 불상, 목탁, “아제아제 바라아제” 같은 진언은 ‘힙한 기호’로 활발히 소비되지만, 그 안에 담긴 수행과 해탈, 깨달음이라는 본질적 의미는 설 자리를 잃어가고 있다.

가장 상징적인 예가 바로 ‘야단법석(野壇法席)’이라는 단어다. 원래 이 말은 ‘야외에 단을 세워 부처님의 법을 듣는 엄숙하고 귀한 자리’를 뜻했다. 하지만 지금은 그저 ‘시끄럽고 정신없는 상태’를 가리키는 일상어가 되어버렸다. 지금의 불교 유행이 이 단어처럼 본래의 거룩한 뜻은 사라지고 왁자지껄한 소란함만 남게 되는 전철을 밟고 있는 것은 아닐지 우려된다.

이런 불교 언어의 가벼운 소비는 일상의 영역으로도 깊숙이 침투하고 있다. 수행자들이 목숨을 걸고 도달하려 했던 ‘해탈’은 금요일 저녁의 ‘정시 퇴근’과 동의어가 되었고, 존재의 근원적인 고통을 상징하던 ‘번뇌’는 ‘오늘 무엇을 먹을까’ 하는 사소한 고민의 수식어가 됐다. 언어가 가벼워진 자리에서 불교적 의미 또한 함께 가벼워지고 있다.

“이 또한 지나가리”, “부처 핸즈 업”과 같은 유희적 표현들은 불교의 언어를 일상으로 끌어내리는 데 공헌했으나, 동시에 그 언어가 지니던 무게를 희석시켰다. 종교적 언어가 유희로만 소비될 때, 불교는 삶을 직면하게 하는 사유 체계가 아니라 현실을 잠시 잊게 해주는 ‘예쁜 장식품’이나 ‘새로운 오락거리’로 전락할 위험이 있다.

한국불교는 어디로

불교가 대중과 악수하는 방식은 문화권마다 제각각이다. 서구, 특히 북미 지역에서 불교는 철저히 실용적인 도구로 재해석되고 있다. ‘캄(Calm)’과 같은 명상 앱이 대표적인데, 여기엔 복잡한 교리도, 연기나 번뇌 같은 어려운 용어도 없다. 그저 ‘스트레스 완화’와 ‘집중력 향상’이라는 과학의 언어로 무장한 채, 현대인의 지친 정신을 수리하는 효율적인 도구로 최적화됐다.

이웃 나라 일본의 변화는 한층 더 과감하고 생활 밀착적이다. 도쿄의 ‘보즈 바’처럼 승려가 칵테일을 만들며 방문자의 고민을 들어주는 식이다. 자칫 파격적인 퍼포먼스로만 비칠 수 있으나 그 본질은 ‘상담’에 있다. 이는 종교적 권위를 내려놓는 대신 승려를 시민의 곁에 배치함으로써, 사찰을 지역 사회의 정서적 거점으로 재정립하려는 시도다.

서구가 ‘효능’을, 일본이 ‘위로’를 취했다면, 지금 한국불교의 키워드는 단연 ‘재미’와 ‘힙함’이다. 오랫동안 산중 엄숙주의를 고수해온 반작용일까. “극락도 락이다”라는 외침은 수행의 결과라기보다 EDM 비트 위에서 터져 나오는 유희적 함성에 가깝다. 이 파격은 젊은 층과의 접점을 넓히는 데는 성공했으나, 동시에 가장 빠르게 소비되고 휘발되는 ‘스낵 콘텐츠’가 될 위험도 함께 안고 있다.

축제, 그다음을 준비하며

지금의 불교 대중화는 분명 유의미한 성취다. 사찰과 불교박람회 관계자들이 보여준 파격적인 시도는 불교라는 거대한 보물 창고의 문을 여는 결정적인 열쇠가 되었다. 그들의 노고 덕분에 젊은 세대는 불교를 ‘쿨하고 매력적인 것’으로 인식하기 시작했다.

그러나 소비되면 빠르게 소멸하는 밈의 속성상, 우리는 이 흥행에만 안주하지 말고 ‘제2의 불교 언어’를 준비해야 한다. 가벼운 웃음으로 문을 열어주었다면, 이제는 그 안으로 들어온 이들에게 삶을 관통하는 묵직한 존재론적 질문을 던질 수 있어야 한다.

트렌디한 감각으로 문턱을 낮춘 것은 ‘수단’이지 ‘목적’이 아니다. 이제 남은 과제는 그 ‘힙한 옷’을 입고 어떤 대화를 이어갈 것인가이다. 대중이 스님의 파격에 ‘좋아요’를 누르는 것을 넘어, 자신의 고통을 직시하고 삶의 실체를 파악하며 자비를 실천하는 구체적인 수행의 언어로 나아갈 수 있도록 이끌어야 한다.

목탁 소리는 오늘도 울린다. 그 소리가 공허한 메아리로 끝나지 않으려면, 이제는 ‘힙함’ 이후에 무엇을 말할 것인지 준비해야 한다. 진짜 깨달음은 EDM 비트 속에 있는 것이 아니라, 그 비트가 멈춘 뒤 마주하는 자기 자신 속에 있기 때문이다. 축제는 끝났고, 이제는 진짜 공부를 시작할 시간이다.



김지오
동국대 다르마칼리지 조교수

해썹(HACCP) 인증업체
식품안전관리인증 HACCP 식품의약품안전처
현대해상 식품배상책임보험 3억원
국내산 암컷흑염소와 30가지의 전통원료로 소화잘되는 진액
국내산 진짜 흑염소 진액 100%
(흑염소 높은 함량38%, 정제수 49%, 전통약재 13%)
2박스 (60포) 240,000원
농업회사 (주)미성팜 택배가능
충주시 주덕읍 충청대로 2236-1 나동
043)845-5596 / 010-2136-9889

좋은인연 대출안내
대출이 더 필요하십니까?
불사자금이 부족하십니까?
사찰구입자금이 필요하십니까?
1980년 설립하여 전국의 많은 사찰과 인연을 맺고 있는 사찰전문 은행인 형산새마을금고와 의논해주시면 좋은 인연이 되어 드리겠습니다.
사찰을 매매하실때 문의해 주세요~
부동산권리분석 · 매매관련세금 · 감정평가
· 대출기간 최장30년
· 설정비,감정료 면제
· 제주도까지 전국가능
· 타은행대출 전환가능
· 법인,단체사찰 가능
· 종단사찰 가능
형산새마을금고 본점 전경
경북 포항시 북구 중흥로 159
365 친절상담
이사장 이강욱 ☎ 010-9842-4200
상 무 김상민 ☎ 010-7314-2522
형산새마을금고 본 점 054)282 9600 제1지점 054)282-9601 제2지점 054)282-9602

향로용 유리알 수정모사(향운정주)
▣ 상품명 향운정주 (수정모사)
▣ 재 질 크리스탈 유리알
▣ 용 도 법당향로, 개인향로, 법당 조화용 화병, 크리스탈 꽃병 등 다양한 곳에 반영구적으로 사용가능
▣ 규 격 1kg 13 x 15 x 3.5cm (종이박스) / 5kg 14 x 15.5 x 18.5cm (종이박스)
▣ 특별공급가격 1kg 10,000원 (배송비 별도)
5kg 1BOX (1kg X 5ea) 50,000원/세트 (배송비 포함)
▣ 구입처 전화 02-732-1520 , 팩스 02-737-0696
▣ 계 좌 신한은행 100-036-429749 (예금주 현대불교신문사)
▣ 판매원 마하몰 (www.mahamall.co.kr) / 제조원 ㈜바이넥스 / 원산지 대한민국
상품특성
● 향운정주(수정모사)는 맑고 투명한 작은 구슬로 향로에 사용하던 쌀 등 곡식이나 모래, 흙 등을 대체한 제품입니다.
● 모양과 빛이 아름다워 보는 이로 하여금 정결하고 정성스러운 마음을 갖게 합니다.
● 향운정주(수정모사)는 향이 잘 꽂아지고 부러지지 않으며, 물로 씻어 정갈하게 대를 물려 영구적으로 사용할 수 있으며, 일정 온도에서 원적외선이 방출되어 인체에도 유익합니다.
● 조화용 화병이나 크리스탈 꽃병에 사용하시면 투명한 빛이 아름답게 보입니다.
※ 향로에 들어가는 향로용 유리알 수량 (스텐 향로 기준)

종류		크기			수량
향로(스텐)	特大	지름 20cm	높이 18.5cm	내부 13cm	5kg
향로(스텐)	大	지름 17.5cm	높이 18.5cm	내부 11.5cm	3kg
향로(스텐)	中	지름 13.5cm	높이 16cm	내부 10cm	1.5kg
향로(스텐)	小	지름 12cm	높이 12.5cm	내부 8.5cm	1kg