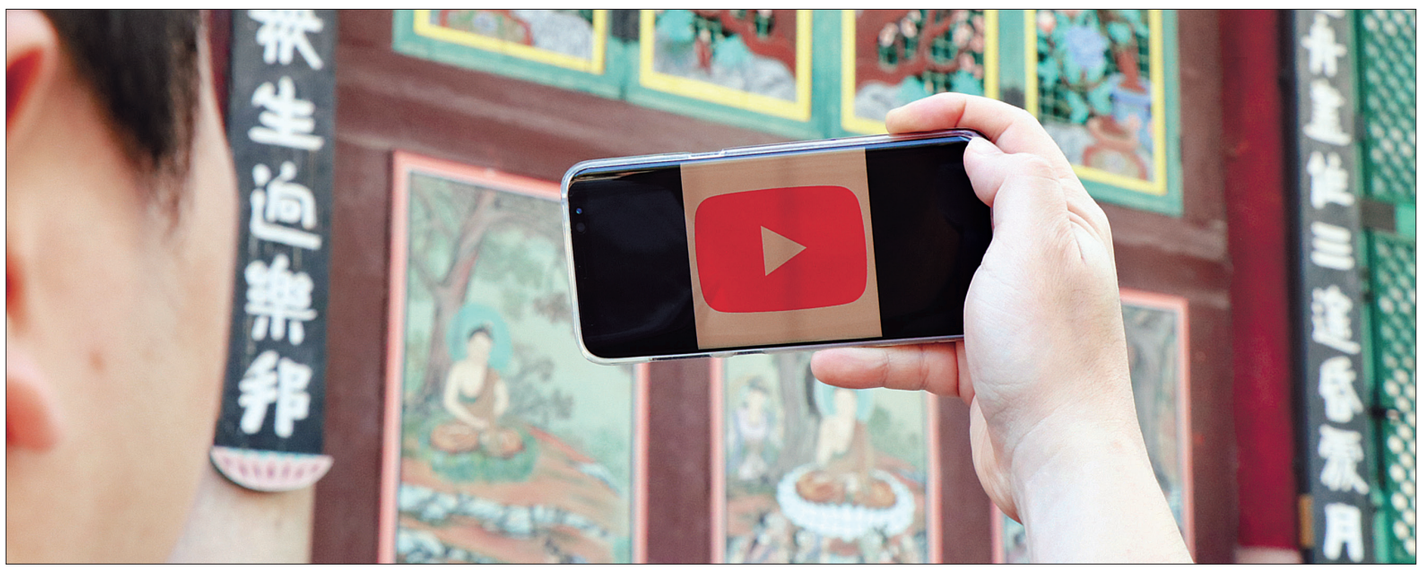
‘모바일’ ‘영상’, 불교미디어 생존 키워드

불교 미디어의 뉴미디어 현주소는



뉴미디어 도래로 전통미디어 쇠락

“우리는 두 개의 집을 갖고 있다. 한 집은 불타고 있고, 다른 한 집은 건설 중이다.”

가디언 칼럼니스트인 제프 자비스는 전통미디어가 처한 위기에 대해 이렇게 말했다. TV와 신문을 비롯한 전통미디어는 위기에 처해 있다. ‘뉴미디어’로 대변되는 위기의 탈출구는 전통적인 미디어의 형태를 유지시켜 줄지 불투명하다.

뉴미디어의 도래는 전통미디어의 쇠락을 의미한다. 오랜 시간 4대 매체로 불린 TV, 라디오, 신문, 잡지는 모두 공통의 위기를 겪고 있다. 뉴스 생산량은 과거보다 폭발적으로 늘었고 소비량도 늘지만 전통미디어를 통한 소비는 점차 줄고 있다.

이런 변화는 미디어 소비에 따른 수익구조에서 확연히 드러난다. 글로벌 미디어 시장조사업체인 제니스옵티미디어에 의하면 세계 모바일 광고 시장 점유율은 2018년에 2015년 대비 두배 가까이 성장한 것으로 나타났다. 또 인터넷 광고 영역에서도 모바일 인터넷이 데스크톱 인터넷 광고시장을 추월했다.

인터넷 부문 시장 성장세는 연평균 14%로 그 원동력은 모바일이다. 글로벌 광고시장 매체별 비중을 살펴보면 모바일은 2015년 9.2%에서 2018년 18.7%로 9.5%의 비중 증가를 이뤄냈다. 반면 TV는 2015년 37.2% 대비 2018년 34.1%로 3.1% 감소를 기록했으며, 신문은 12.8%에서 9.9%로 2.9%가 감소했다.

모바일 뉴스도 영상 플랫폼으로 귀결

모바일을 주축으로 한 뉴미디어는 영상 플랫폼으로 점차 귀결되고 있다. 정확히 얘기하자면 유튜브 플랫폼으로의 귀결이다. 전통미디어들이 다양한 시도를 하고 있지만 미디어 수용자의 외면 속에 시행착오를 겪고 있다.

전통미디어와 다른 미디어의 접점은 2012년 뉴욕타임즈가 선보였다. 뉴욕타임즈는 온라인 기사 ‘스노우폴(snowfall)’을 통해 마치 영화를 보는 듯한 영상, 인터뷰, 게임을 하는 듯한 콘텐츠 등을 내보였다. 이후 우리나라에서는 조선일보 ‘와글와글 합창단’, 경향신문 ‘그놈 손가락’ 등 벤치마킹한 콘텐츠들이 쏟아졌다.

하지만 이러한 콘텐츠는 곧 한계에 닥쳤다. PC에서 모바일로 빠르게 이용패턴이 변화하며 PC에서 제대로 소화 가능한 다양한 콘텐츠들이 모바일 환경에 맞지 않게 된 것이다. 구글의 연구결과를 보면 사람들의 주의집중 시간은 8초에 불과하다. 바쁜 현대인들이 장문의 텍스트로 된 뉴스나 긴 영상을 보지 않는 이유다.

영상 플랫폼으로 너도나도 진출

이런 까닭에 다양한 매체들이 앞다투어 유튜브 채널을 개설하고 뉴스서비스를 하고 있다. SBS는 2015년 서브 브랜드인 비디오 머그를 런칭했다. 비디오머그는 기존 뉴스 촬영 영상 중 뉴스화 되지 않은 자투리 영상을 재가공하는 ‘자투리 저널리즘’으로 존재감을 넓혔다. 특히 페이스북과 유튜브 등 외부 플랫폼을 적극 활용하는 버티컬 브랜드 전략으로 순항하고 있다.

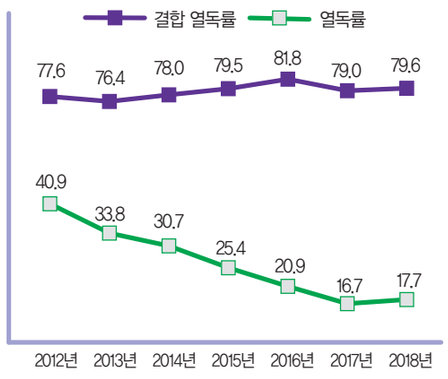
JTBC 또한 JTBC뉴스룸과 JTBC소셜스토리라는 버티컬 브랜드를 통해 새로운 변화를 적극 공략하고 있다.

2019년 1월부터 3월까지 보도 목적의 뉴스, 미디어로 분석툴 빅풋9에 등록된 언론사들의 유튜브 지형을 살펴보면 동영상 플랫폼에 최적회된 콘텐츠를 생산하는 방송사들의 강세다. YTN뉴스를 필두로 JTBC뉴스, 비디오머그(SBS), SBS뉴스, KBS뉴스 순으로 순위가 형성됐다.

한국일보의 프란, 국민일보의 취재대행소 왱, 헤럴드경제의 인스파이어 등 종이신문의 영상플랫폼에 맞는 버티컬 브랜드를 선보이고 있지만 도전이 이어지고 있지만 노력에 비해 큰 효과를 보고 있지 못하다.

영상 미디어에 대한 수요는 유튜브 외의 새로운 플랫폼의 탄생으로도 이어지고 있다. 최근에는 숏 비디오 플랫폼 ‘틱톡’으로 진출이 이어지고 있다. 파이낸셜뉴스의 경우 ‘뉴스쿨(Newschool)’을 런칭하며 “30초 안에 설명해 줄게, 뉴스 좀 봐줘”란 캐치프레이즈를 걸었다. 1020세대를 공략하기 위해 30초의 짧은 동영상을 전하겠다는 의미다.

신문 열독률 추이 (2012~2018) 한국언론진흥재단



인터넷 시장 성장 근간 ‘모바일’
긴 시간, 조작 필요한 콘텐츠 도태
유튜브 비롯해 짧은 영상 ‘각광’

굼뜬 불교계 움직임, 새싹 움틀까

그렇다면 불교계 미디어들의 뉴미디어에 대한 접근은 어떨까. 결론부터 말하자면 불교계 대응은 더디기만 하다. 전통미디어인 TV, 라디오, 신문, 잡지 영역에서 소규모지만 나름의 경쟁력을 지녔던 불교계 미디어들은 조금씩 새로운 환경 변화에 대처하고 있다.

적극적으로 뉴미디어에 대응하고 있는 곳은 월간지와 단행본 출판에서 최근 콘텐츠 유통까지 사업영역을 확장하고 있는 불광미디어 그룹이다. 불광미디어는 2017년 6월 사용자 맞춤형 큐레이션 홈페이지를 선보인데 이어 그동안 쌓아온 잡지와 출판 콘텐츠 역량을 유튜브, 인스타그램 등 디지털 미디어를 통해 적극 전하고 있다.

홈페이지뿐만 유튜브 채널, 블로그, 페이스북, 네이버 밴드, 팟캐스트 등 다양한 매체를 운영하고 있다. 교계 최다인 불광미디어 페이스북의 팔로워는 최근 1만5000명을 넘어섰다.

BTN불교TV는 유튜브 채널에 역량을 집중하고 있다. 올해 1월 뉴미디어 전담 부서를 신설했으며, 이후 4월부터 유튜브 전용 콘텐츠를 제작·편성하기 시작했다. 이후 유튜브 구독자가 폭등했고, 현재는 12만8000명의 구독자를 보유하고 있다. 이는 종교 방송 유튜브 채널 중 최대 인원이다.

BBS불교방송은 뉴미디어 T/F를 운영하고 있다. 전담 팀장 아래 관련부서에서 파견된 11명이 긴밀한 협조체제를 이루고 있다. 현재는 라디오·TV프로그램을 유튜브용으로 다이제스트해서 업로드하고 있다. 구독자는 4만3000여 명이다.

이외의 불교계 언론들은 뉴미디어로의 접근, 확장이 이뤄지지 않고 있다. 불교신문 정도만이 최근 유튜브 채널을 개설하고 시험 영상을 업로드했다.



불교미디어의 뉴미디어 활로, 융합

불교계 미디어의 미래에 대해 많은 전문가들은 융합을 통한 결합 열독률을 높이고, 수요자 중심으로 경계를 허물어야만 살아남을 수 있다고 말한다.

신문의 경우 인터넷 뉴스를 활용하여 2000년대 종이신문에 닥친 위기를 돌파한 바 있다. 앞서 밝힌 감소하는 열독률 속에 인터넷 뉴스와 결합한 열독률은 2012년 77.6%에서 2018년 79.6%까지 꾸준함을 유지했다.

강재원 동국대 언론정보대학원장은 “영상플랫폼 진입과 인터넷 뉴스, 종이신문을 통해 최종적으로 전달되는 열독률을 유지하는 것이 관건”이라고 말했다.

많은 미디어 전문가들은 전통적인 미디어의 변화는 곧 생존에 직결된다고 말한다. 최근 미디어의 변화는 유튜브를 축으로 한 영상플랫폼으로의 급격한 이동으로 자리하고 있다. 영상플랫폼을 중심으로 한 뉴미디어의 도래는 기존 전통미디어에 어떤 변화를 초래할까. 빠른 속도로 변화하는 미디어계에서 불교계 미디어는 어떤 생존전략을 택할 수 있을까. 지금까지의 모습에서는 어두운 미래만이 비친다.

노덕현 기자

‘융합’으로 콘텐츠 전달력 유지

해외 불교미디어의 뉴미디어 진출 현황

해외의 불교미디어는 다양한 변화를 시도하고 있다. 태생적으로 역사가 짧기에 뉴미디어 환경에서 불교콘텐츠를 전하는 것도 있지만, 전통적인 미디어의 변화도 감지된다.

대표적인 불교잡지인 ‘트라이시클’의 경우 종이잡지와 함께 웹을 통해 불교콘텐츠를 제공한다.트라이시클은 잡지형태지만 명상 수행 교육과 대담 프로그램 등 현장체험의 장을 통해 복합적인 미디어 활동을 펼치고 있다. 가장 유명한 것이 트라이시클이 2012년부터 5월에 개최하는 붓다페스트다. 명상관련 법문, 강의, 영화상영과 음악회 등이 진행되는 자유분방한 대회다. 최근에는 온라인으로도 진행되고 있다.

자제공덕회가 운영하는 대만의 유력 TV방송인 대애TV는 유튜브와 페이스북, 인스타그램 등을 통해 다양한 자사 콘텐츠를 전송하고 있다. 특히 총 구독자 28만명의 유튜브 채널은 대애채널 1,2와 WORLD 등 총 3개 채널을 통해 실시간으로 송출하고 있으며 하루 평균 30개의 동영상을 올린다. 대부분의 영상은 건강과 환경보호와 같은 불교사상의 실천과 불자들의 삶에 맞춰져 있다. WOLRD 채널의 경우 영문 자막과 유튜브 자동번역 기능 등을 활용해 해외 불자들도 영상을 볼 수 있도록 한 것이 특징이다.

미국의 경우에는 최근 명상이 각광을 받으며 최근에는 다양한 오프라인에서의 융합 서비스도 제공되고 있다. 뉴욕에서 활동 중인 명상 스튜디오 비타임은 LED조명 버스에서 이동하며 음악과 함께 명상세션을 할 수 있게 한다. 뉴욕의 루빈 뮤지엄의 경우 미술작품을 보며 명상을 할 수 있다. 루빈뮤지엄은 명상프로그램 참가가 힘든 이들을 위해 팟캐스트도 운영하고 있으며, 뉴욕 통찰명상센터와 파트너십을 맺고 명상프로그램을 진행 중이다.



대만 대애TV 유튜브 채널.

현대불교신문 창간 25th을 축하합니다
성 원 사
신도일동
충북 영동군 용산면 율리2길 2-17 TEL 043)742-7098

한마음선원은
불법의 궁극적 목표인 한마음을 깨닫게 하는 도량으로서
모든 중생이 본래로부터 지니고 있는 불성을 밝혀
성불하도록 인도하고 있습니다.
25th 현대불교신문 창간 25주년을 축하합니다

대한불교조계종
한마음선원 부산지원
부산시 영도구 함지로 79번길 23-26 전화 051)403-7077
부설 한마음유치원
www.한마음유치원.kr