현불 논단

악플에 대처하는 자세



선업 스님
불교상담개발원장

일간지에 쓴 부부상담 칼럼에
"스님이 결혼 상담이냐" 악플
설리 자살 사건에 다시 떠올라

반사회성 · 인지공감 강한 악플러
타인 괴로움, 자기 영향력 착각
두 번째 악플 화살 맞지 않아야

감정 · 생각은 내가 아님을 인식
부정적 감정 인지하고 다스려야

일간지에 칼럼을 연재한 적이 있다. 한 번은 부부상담에 관한 관계치료사로서의 경험을 적었다. 주말 판이라 독자들의 관심도는 상대적으로 많지 않다고 들었는데 인터넷 판에 실린 글에 댓글이 달리기 시작했다. 대부분의 내용이 "스님이 무슨 결혼 상담이냐"는 등의 부정적인 댓글이 주를 이루었다. 설왕설래는 며칠을 두고 계속되었고 처음 경험한 격한 악명의 독자들 반응에 놀라 며칠 동안 가슴앓이를 한 기억이 있다.

얼마 전 스스로 생을 마감한 설리는 세상에 큰 화두를 던졌다. 무자비한 악플 테러와 이를 방기한 사회적 무책임을 어떻게 할 것인가.

악플은 인신공격형 · 낚시형 · 광고형 · 장난형 등의 유형으로 나누어지는데, 익명이란 그늘에 숨어 개인적인 스트레스 해소나 연예인 · 주변인에 대한 감정 표출의 차원, 또는 이목을 집중시키기 위해 악플을 다는 경우가 대부분이다. 여기에 언론의 자극적 보도가 기름을 붓는 형국이다.

심리학적으로 보면 악플에 대한 관점은 두 가지로 분류된다. 악플은 특수한 행동이 아니며 모든 이가 잠재적으로 악플을 다는 사람이 될 수 있다는 사회심리학적 관점과 특정한 성격 장애나 병리적인 심리 역동을 가진 이들이 보이는 문제 행동의 한 가지라는 정신병리학적 관점이 있다.

특히 정신병리적 특성의 연구 결과에서 주목할 점은 악플러들이 일반인들에 비해 월등한 점수를 보인 두 가지 부분이다. 그것은 '반사회성 성격' 영역과 '인지공감능력' 영역이다. 모든 것을 남 탓으로 돌리는 반사회적 성향에 타인의 고통은 알지만 느끼지 못하는 인지적 공감능력이 더해지면, 피해자들이 받을 고통을 예상하고 더 효과적으로 상처를 입힌다. 때린 곳을 집요하게 더 때려서 상처를 내고 그 상처에 괴로워하는 사람을 보면서 자신의 영향력을 확인하는 것이다.

부처님은 〈잡아함경〉에서 "사물을 대하면 좋다거나 나쁘다는 생각을 일으키는 것"이 어리석은 범부의 속성이라 진단하고, 그들은 "그것에 매달려 원망하기도 하고 애착하기도 한다"고 그들의 행동 경향을 언급하고 있다. 악플러의 공격을 당했을 때의 대처방식에 대해 부처님은 상윳따니까야 〈화살(살라)경〉을 통해 사람이 "화살을 맞을 수는 있지만 두 번째 화살에 맞지 않아야 한다"고 기본 원칙을 제시하고 있다.

악플러에 의해 첫 번째 화살에 맞았을 때 쓸 수 있는 명상법을 소개하면 다음과 같다. 우선 마음에 일어난 부정적 감정을 인지하고 손을 꼭 쥐고 이렇게 외친다. "멈춰!" 이어서 손가락을 하나씩 펴면서, "하나, 둘, 셋"이라고 숫자를 센다. 호흡을 하면서 세는 것도 좋은 방법이다. 그러고 나서 다음 문장을 따라한다. "감정은 감정일 뿐 내가 아니다.", "생각은 생각일 뿐 내가 아니다."

악플러는 괴로움을 증폭시키는 사람들의 아픔을 먹고 자라는 특성이 있다. 바로 '자가 증폭 장치'인 '에고(Ego)'를 떼어내는 순간, 두 번째 화살을 맞지 않는 지혜로운 이의 삶을 살게 된다.

악플은 사이버 공간에서 이뤄지는 새로운 형태의 '구업(口業)'이다. SNS에서 이뤄지는 거짓말, 이간질, 욕설과 비방은 구업이기도 하지만 바도 신 · 의업과도 연결된다. 악플은 구업에서 그치는 것이 아니라 생각과 말, 행동 모두에 걸쳐서 악업을 짓는 행위임을 자각할 필요가 있다.

어딘가에서 악플을 달고 있을 사람들에게 말하고 싶다. 지금 올린 악플 하나가 상대방에게 괴로움을 줄 뿐만 아니라 자신을 옭아매는 악업의 사슬이 된다는 점을 알길 바란다. 어렵다면 방금 악플을 소리내어 읽어보라. 얼굴이 붉어질 것이다. 더불어 좋은 말을 하는 것이 복덕을 짓는 구도인 점도 함께 인식하길 바란다.



특별기고

'공존', 바른 장례문화 가는 길

권명길 한국장례문화진흥원장

스님들이 열반하면 봉행되는 다비 의식은 불교만의 장례문화로, 화장(火葬)을 대표하는 장례의식이기도 하다. 이 같은 불교가 전한 화장은 우리나라의 장례문화를 개선하는 데 큰 역할을 담당해 왔다.

20년 전 20%를 조금 넘었던 화장률은 2018년 기준 86.8%에 이르렀다. 이 과정에서 화장을 거부감 없이 수용했던 불자들이 변화의 주요 변수였음은 분명하다. 최근 조사에 따르면, 불교신자들은 타종교 신자들보다 자연장과 산골 등 친자연적 장례문화에 대해서도 훨씬 더 높은 비율로 참여하고 있다.

세계 최고의 저출산 · 고령화 국가인 우리나라는 2043년에 노년부양비(생산가능인구 100명당 고령자 비율)가 현재의 19.7%에서 63.0%로 높아지고, 연간 사망자 수도 30만명에서 60만명으로 늘어나리라 예상된다. 장례를 치르고 묘역을 관리할 후손이 턱없이 부족해지는 것이다.

게다가 우리나라는 국토의 64%가 산지로서 개발 가능한 토지가 극히 부족하다. 그럼에도 묘지가 약 1500만기로 서울시 인구보다 많고, 면적도 서울의 1.2배에 달할 만큼 묘지의 국토 잠식과 자연훼손도 큰 문제다. 지방의 어떤 면은 거주인구보다 묘지가 3.84배나 많다.

이러한 후손 부담 및 자연훼손의 문제점을 해소하기 위해 정부는 1990년대 말부터 화장문화 확산을 위해 다각적인 노력을 기울여 왔고, 2008년부터는

불교 다비의식, 전통 화장 문화
한국 장례문화 개선에 큰 역할
국토 64% 산지, 토지 부족 현상
사람 · 자연 '공존'하는 장례 필요

잔디장, 수목장, 화초장 등 자연장을 권장하고, 58개소의 공설자연장지를 조성하여 국민의 자연장 선호율이 45%까지 상승했으며 이용률도 25% 수준에 이르렀다.

화장 및 자연장 이용이 대세가 됨에 따라 정부는 체계적인 대국민 지원을 위하여 2013년에 한국장례문화진흥원(보건복지부 장사지원센터)을 설립하고 화장 · 자연장 확대 및 장례서비스 질 제고를 위해서 노력하고 있다.

'e하늘 장사정보시스템'을 운영하며 △365일 24시간 장사상담 △장사정책 및 콘텐츠 개발 △장사시설 종사인력 교육 △친자연적 장례문화 홍보 및 지역순회 설명회 △국가재난 사망자 장례지원 등을 통해 구태의연한 장례문화와 공급자의 상술 속에 방치되어 오던 장례서비스를 국민의 눈높이에 맞게 공정하고 편리한 것으로 변모시키고 있다.

불교가 공존과 화합의 종교인 것처럼, 바람직한 장례문화도 '공존'에 답이 있다. 삶과 죽음의 공존, 사람과 자연의 공존, 그리고 모든 계층과 세대의 공존을 위한 장례문화 개선은 계속되어야 한다. 지금까지 그랬던 것처럼 불교와 장사정책 당국은 장례문화 개선과 취약계층 장례지원 등 장사정책을 노인복지정책의 중심부로 끌어들이기 위하여 손을 맞잡고 함께 노력해야 할 것이다.

社說

불교 유튜버 지원기금 조성해야

뉴미디어 시대다. 새로운 형태의 불교 포교가 중요해지고 있는 가운데, 시장 확대를 위해 진흥기금 등 지원을 확대해야 한다는 목소리가 나오고 있다.

조계종 포교원이 10월 24일 개최한 포교종책연찬회서는 다양한 목소리가 제기됐다. 이중 눈길을 끄는 것은 유권준 BBS불교방송 뉴미디어 팀장의 뉴미디어 전략과 과제. 유 팀장의 분석에 따르면 불교계 상위 30개 채널의 총 구독자 수는 187만여명에 불과하다. 물론 3대 종교 중 가장 앞서 있지만, 1~2위를 차지한 법륜 스님의 채널을 빼고나면 내실은 긍정적이지 않다. 법륜 스님 채널 외 총 구독자는 77만명으로 최근에 이른바 잘 나간다는 유튜버들의 1/3에 불과하다. 유튜브는 100만 구독자시 연 23억원의 수익이 발생하는 것으로 알려져 있다.

법륜 스님 외 전체 콘텐츠가 77만 구독이니 5000명의 수익발생 기본 수치를 제하면 20억원이 채 안된다는 풀이가 나온다. 일반 기업에서 1명당 1억 5000만원은 벌어야 지속가능 운영이 가능하다는 점에서 15명 남짓 정도가 먹고 살만한 시장이란 것이다. 이런 협소한 시장은 새로운 크리에이터들의 진입을 저해한다. 아무리 신심이 높아 유튜브에서 포교를 하고 싶어도 먹고 살 것이 있어야 하지 않는가.

이를 극복하기 위해서는 불교 뉴미디어 생태계가 크기까지 일종의 인큐베이팅이 필요하다. 범 종단 차원의 불교 콘텐츠 진흥기금을 조성하고, 각종 공모 등을 지속 개최해야 한다.

또한 청년 유튜버 양성을 위한 아카데미 운영, 편집 지원을 위한 공동센터 구성 등도 필요하다. 유튜브를 축으로 한 뉴미디어 도래는 이제 시대의 흐름이다. 시대에 뒤쳐진 불교는 미래가 없다.

한국불교, '공동체 정신' 회복을

고성 옥천사 청련암 만일계가 올해로 창립 100주년을 맞았다고 한다. 이를 기념하는 학술세미나가 10월 26일 열렸다. 이날 세미나에서는 옥천사 청련암 만일계와 옥천사 사찰계를 조명하는 논문들이 발표돼 눈길을 끌었다.

청련암 만일계는 당대 강백이었던 서응 스님이 발원해 창립했으며, 하루 4번 염불을 하고 봄 가을로 불공을 올릴 것을 독려했다. 이 같은 청련암 만일계는 6.25 한국전쟁 이후인 1957년까지 이어지며 염불수행을 이어갔다.

1957년 이후 잠시 단절됐던 만일계는 지난 9월 2일 입적한 故승욱 스님에 의해 다시 이어졌다. 1996년 승욱 스님은 만일계를 '정토만일봉사회'로 새롭게 조직됐고 현재까지 운영 중이다. 만일봉사회는 염불수행뿐만 아니라 사회봉사와 아동복지 등의 사업도 함께 병행하고 있다.

'사찰계'와 관련된 연구도 눈길을 끌었다. 사찰계는 조선 후기 억불의 시대에 경제적 자구책을 모색하는 과정에서 발전했다. 옥천사에서도 11건의 사찰계가 1744년부터 1966년까지 활동했다. 이를 통해 옥천사는 어려운 사찰 재정을 극복했다. 서울과 일본으로 유학승을 보냈으며, 부산대 설립기금도 낼 정도였다고 한다.

이 같은 연구를 통해 확인할 수 있는 것은 다양한 사찰계들은 어려움을 기회를 만들기 위한 공동체였다는 점이다. 함께 정진하며 바른 신앙활동을 이루고, 나아가 사찰을 보호할 수 있는 재정도 만들어졌다.

한국불교가 위기라고 한다. 출가자도 신도도 줄어들고 있다. 위기의 시대, 한국불교에는 다양한 '사찰계'들이 만들어져야 한다. 이를 통해 대승보살행이 이뤄질 필요가 있다. 작지만 강한 원력의 공동체인 '사찰계'가 현대적 모습으로 화현되길 기대한다.

현대불교 불교의 생활화 · 현대화 · 세계화 1994년 10월15일 창간
발행인 : 혜도 대표이사 : 박종수 편집국장 : 김주일 인쇄인 : 배성한
(우)03131 서울시 종로구 율곡로 6길 36, 606호 (운니동, 월드오피스텔) 대표전화(02)2004-8200 / 대표팩스(02)737-0698
편집국 02)2004-8257 FAX (02)737-0698
광고국 (02)2004-8213~6 FAX (02)737-0696
회사홈 현불닷컴 www.hyunbul.com
실시간 뉴스 현불뉴스 www.hyunbulnews.com
쇼핑몰 현불샵닷컴 www.hyunbulshop.com
현대불교 지사안내
부 산 지 사 : (051)405-9402
경 남 지 사 : (051)512-1761
광주전남지사 : (062)512-5003
대 구 지 사 : (053)768-8008
영 주 지 국 : (054)634-3429
전 북 지 사 : (063)910-8977
구독신청 · 배달안내 (02)2004-8212 구독료 : 1개월 5천원
등록일:2007년 3월 9일 · 등록번호:서울다 07641(주간)
본지는 신문윤리강령 및 그 실천 요강을 준수합니다