쌍방향 소통으로 '설법포교' 이끈다

BTN 유튜브 '광우 스님 마음수행 법회' 현장

10월 7일 서울 종로 견지동 전법회관 지하 1층. 월요일 오후 2시였지만, 40여 명의 대중이 스님의 강의를 경청하고 있다. 조금 다른 점이 있다면 간단한 촬영 장비가 강의를 촬영하고 있다는 것이다.

그렇다. 여기는 BTN불교TV(대표이사 구본일, 이하 BTN)의 유튜브 채널 전용 콘텐츠인 '광우 스님의 마음수행 법회' 제작 현장이다. PD 2명, 카메라 2대의 단촐한 인원과 장비이지만 강의 촬영에는 크게 문제가 돼 보이지 않았다.

광우 스님의 강의는 〈천태소지관〉을 교재로 한 불교 교리 강좌로, 이날 스님은 6근 · 6경 등 마음작용에 대해 알기 쉽게 설명했다. 간간히 별다를 게 없어 보이지만, 이미 두터운 팬 층이 생겼다.

지난 6월 첫째주 월요일에 첫 녹화를 했지만, 인원이 늘어서 장소를 조계사 불교대학 소강의실에서 전법회관 지하로 옮겼다. 1시간여 강의는 유튜브에 맞게 편집해 2편으로 나눠 채널에 올라간다. 1편당 조회 수는 평균 3~4만회에 이른다. 스님의 눈높이 강의와 좋은 호응에 '마음수행 법회'는 유튜브 전용 콘텐츠에서 TV 정규 편성으로 올라가기도 했다.

강의 참가자들의 반응도 매우 긍정적이었다. 현장뿐만 아니라 유튜브에서도 강의를 들을 수 있다는 점을 높이 평가했다.

수강생 김도피안(30) 씨는 "기존 강의는 놓친 것이 있으면 확인이 불가능했다. 피치 못한 사정으로 강의에 결석하면 해당 내용을 들을 수 없다"면서 "유튜브에 강의가 올라가니 언제 어디서나 필요한 부분을 다시 볼 수 있어서 좋다. 쌍방향으로 소통하는 점도 강점"이라고 설명했다.

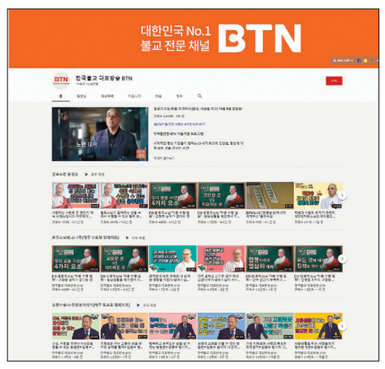
〈천태소지관〉 강의 담아내
유튜브 전용서 정규 편성돼
"언제 어디서나 강의 들어요"

채널 구독자 12만명 돌파해
종교방송 중 최대 구독 기록

광우 스님은 "유튜브 제작을 겸하는 강의는 수강생들의 복습뿐만 아니라 불자들의 접근성을 높이는 데 용이하다"면서 "사찰에 찾아가 법문을 듣는 것이 기존의 포교였다면, 이제는 유튜브 등의 미디어를 통해 법문을 들을 수 있게 된다. '설법 포교'의 대중화 · 전국화 · 글로벌화가 이뤄지는 것"이라고 강조했다.



BTN 유튜브 전용 콘텐츠 '광우 스님의 마음수행 법회' 제작 현장.



BTN 유튜브 채널. 12만명의 구독자를 보유하고 있다.

이 같은 양질의 콘텐츠들은 BTN 유튜브 채널 발전의 원동력이다. BTN은 올해 1월 뉴미디어 전담 부서를 구성하고 본격적으로 채널을 운영했다. 개점 휴업 중이었던 채널은 지난 7월 구독자 10만명을 돌파했고 이제는 12만8000명의 구독자를 보유하고 있다. 이는 종교방송 유튜브 채널 중 최대 구독자 수를 기록한 것이다.

BTN 유튜브 채널은 단순히 기존 프로그램을 업로드하는 게 아니라 유튜브에 맞게 편집하고 TV에서 미처 보지 못한 다양한 콘텐츠를 추가하는 데 중점을 두고 있다.

채널 구성도 다채롭다. 스님들의 법문과 강의를 비롯해 인문학 · 명상 · 사찰순례 · 불교문화들을 다양하게 영상으로 보고 들을 수 있는 불교종합채널로 자리매김하고 있다.

지난 4월부터 선보이고 있는 유튜브 전용 콘텐츠는 BTN 유튜브 채널의 자랑이다. 생생하게 불교역사와 문화재에 대해 낱낱이 알려주는 '자현스님의 쏘댕기기', 도심근교의 사찰과 자연의 풍경과 소리를 그대로 담은 ASMR '쌩백색소음', 20~30대를 겨냥하여 특색 있는 사찰들을 소개하는 '안녕, 템플 톡톡' 등이 그것이다.

한효진 BTN 뉴미디어부장은 "유튜브에도 가짜 불교 상식들이 범람하고 있다. 유튜브 다운 콘텐츠이면서도 제대로 된 불교를 알려나가는 데 최선을 다하겠다"면서 "불교를 쉽게 만날 수 있는 플랫폼도 고민하고 있다. 이를 기존 미디어에서 찾을 수 없었던 차별화되고 다양한 콘텐츠를 제공하며 불교를 소재로 한 크리에이터들의 허브로 활용할 수 있도록 할 것"이라고 밝혔다.

신성민 기자 motp79@hyunbul.com

이제는 '유튜브'로 잡지를 보고 듣는다

융합미디어 그룹으로 거듭나는 '불광미디어'

불교계 전통미디어 중 하나인 '잡지'와 '불교서적'. 이른바 종이매체의 변화는 어떻게 진행되고 있을까. 그 변화는 40년이 넘는 역사를 자랑하는 불광출판사의 또 다른 이름 불광미디어 그룹이 이끌고 있다.

불광미디어 그룹은 뉴미디어 활용에 적극 나서고 있는 대표적인 불교미디어다. 불광미디어는 오래전부터 E북 제작 등 월간지와 단행본 출판에서의 변화를 꿈꿔왔다.

본격적인 변화는 2017년 6월. 자신들의 홈페이지를 통합하며 큐레이션이란 사용자 맞춤형 홈페이지로 개편했다. 당시 불광미디어 홈페이지는 대중강연과 스님들의 법회영상 등을 비롯한 영상콘텐츠와 디지털화된 기존 잡지 내 콘텐츠를 선보여 화제가 됐다.

여기서 더 나아가 최근에는 유튜브 채널과 페이스북과 인스타그램, 네이버밴드 등 다양한 매체를 통해 불자들에게 새로운 정보를 전하고 있다.

불광미디어가 이처럼 새로운 미디어 환경에 적극 대응해 나가는 것은 융합미디어의 필요성에 대한 판단과 투자가 이어졌기 때문이다.

본격적인 투자는 올해 초 개설한 유튜브에 맞춰져 있다. 불광미디어는 이를 위해 콘텐츠국을 두고 전담인력을 배치했다.

기존 잡지 취재인력이 영상을 함께 찍어오면 이를 편집, 재가공하여 유튜브만의 독점 콘텐츠로 업로드한다. 각 매체간 차별화를 위해 페이스북과 인스타그램용 콘텐츠도 따로 제작하고 있다.


불광미디어 콘텐츠 회의 모습.



2017년 큐레이션 서비스를 선보인 불광미디어 홈페이지.

중요한 점은 미래에 대해 투자한다는 생각으로 차근차근 변화를 시도하고 있다는 점. 10월 8일 불광미디어 회의실에서 진행된 콘텐츠국 회의에서는 이러한 부분이 여실히 잘 드러났다.

"현재 구독자 수는 5500여명 수준으로 10월에만 지난달 대비 22%의 구독자가 늘어날 정도로 조금씩 성과를 내고 있습니다."

담당자의 보고에 류지호 불광미디어 대표는 "조회수에 일희일비하는 것보다는 독자들이 필요로 하는 불교콘텐츠를 쉽게 접할 수 있게 하는데 집중해 달라. 최근에는 유튜브 광고도 시작되는 등 긍정적인 모습이 많다"며 격려했다.

불광미디어가 진행하는 다매체를 통한 콘텐츠 전달은 뉴미디어를 통한 수익창출 외에 기존 미디어에 대한 긍정적 효과도 불어넣고 있다.

큐레이션 홈페이지를 담당하는 남형권 편집부 과장은 "홈페이지가 젊어진 것이 인스타와 유튜브의 영향과 무관치는 않은 것 같다"며 "젊은 층의 유입이 이뤄지고 기존의 출판에 대한 구독자 층도 넓어지는 효과가 있다"고 전했다.

현재 불광미디어는 출간되는 서적마다 QR코드를 넣고 있다. QR을 통해 서적 정보와 작가 인터뷰 영상 등 독자들이 궁금해 할 정보를 함께 전한다.

정승채 콘텐츠국 주임은 "뉴미디어 접근은 결국 직원들이 적응해야 한다. 대표님을 비롯해 회사 차원에서 재교육에 대한 관심으로 직원들의 역량이 커가고 있다"며 "조직문화에 있어서도 젊은 사람들이 유입되고 아이디어를 모으는 과정에서 소통이 증가한다. 새로운 도전을 하고자 하는 의지가 생기는 등 긍정적 효과가 많다"고 말했다.

노덕현 기자 noduc@hyunbul.com

불교계 뉴미디어 선도 매체 현장 탐방

뉴미디어 전성시대다. 유튜브를 비롯한 뉴미디어를 통해 사람들은 정보를 얻고 여가를 즐긴다. 불교계 미디어 중에도 발빠르게 뉴미디어에 진출한 곳이 있다. BTN불교TV와 불광미디어다. 불교 뉴미디어 선도 매체들의 현장을 찾아가봤다.

〈편집자 주〉

현대불교신문 창간 25th을 축하합니다

강남한양재활의학과의원

원장 허재균 합장

서울 서초구 신반포로 23길 30 반원상가 2층 전화 02)533-9058

