



높은 의욕 불구 투자·참여·전문성 '결핍'

이탈리아 로마 카톨릭의 사목 훈련에는 다음과 같은 구절이 있다.

"신앙을 깊게 하는데 힘 있는 수단인 매스미디어를 사용하지 않는다면 하늘님 앞에 죄스럽지 않을 수 없다." (현대의 복음선교 45항)

이미 수십 년 전부터 활발한 포교활동을 벌여온 종교답게 매스미디어를 적극적으로 이용할 것을 당부하는 '지침'을 구체적으로 명시하고 있다. 이 구절은 매체를 활용한 포교의 중요성을 압축적으로 보여준다. 이미 각 종교는 매체의 급속한 발달을 주시하면서 매스미디어를 이용한 전도 활동에 다양한 '수단과 방법'을 동원하고 있다. 가히 '전쟁'에 임하고 있다고 해도 지나치지 않을 만큼 현장 분위기는 뜨거워지고 있다.

불교계에서도 오래 전부터 포교를 기치로 신문, 잡지, 사보 등이 발행되고 있으며, 1990년대를 넘어 서면서부터는 텔레비전과 라디오 방송이 전파를 타고 있다.

그러나 이웃 종교의 활발한 움직임에 비해 불교계의 매체 포교는 더디다. 높이 낮은 불자들의 관심과 경영 구조의 열악성을 이유로 들지만, 무엇보다 매체 포교의 중요성에 대한 인식의 결핍이 가장 먼저 버려야 할 구태다.

●인쇄매체

2004년 10월 현재 종합 일간지를 제외하고 문화관광부에 등록된 정기간행물은 주간 2395개, 월간 2478개, 격월간 372개, 계간 757개 등이다. 이중 불교계 매체들은 대략 120여종에 이르고 있다. 그리 많은 숫자는 아니다. 또 긴 역사에 비해 매체들의 종류가 다양하지 못한 것도 특징 중의 하나이다.

불교계 인쇄 매체의 역사는 비교적 오래전부터 시작됐다. 1910년 일본인에 의해 창간된 '원종'을 근대의 첫 포교지라 할 수 있지만 관련 자료는 전해지지 않는다. 이후 '조선불교월보', '해동불보', '조선불교', '불교', '선원' 등이 일제 압축기를 거쳐 포교매체 역할을 했다. 포교를 위한 신문이 처음 등장한 것은 1946년이다. 1946년 5월 1일 창간된 월간 '불교신보'는 4면으로 36호까지 발행됐고, 뒤를 이어 1947년 1월에는 '대중불교', 1949년 5월에는 '불교공보'가 각각 창간됐다.

불교계 신문 역사에 획기적인 전기를 마련한 것은 1960년 '대한불교'가 창간되면서부터다. 1980년부터는 제호를 '불교신문'으로 바꿔 현재에 이

고 있다.

'불교신문' 이후에도 각 종단의 기관지와 '법보신문' '주간불교' '대한불교' '현대불교' 등의 주간 신문들이 꾸준히 창간됐다.

이러한 100여년 가까운 역사에도 불구하고 잡지와 신문 매체는 불교계라는 범주를 벗어나지 못하고 있다. 내부적으로 경영의 영세성과 독자개발의 한계, 취재 편집의 역량 강화 노력 부족 등 여러 요인이 잠재되어 있기 때문이다. 거기에 인터넷의 발달과 일반 언론의 공격적인 마케팅 전략 등 외부 요인도 불교계 매체 환경을 갈수록 압박하고 있다.

동국대 신문방송학과 장하용 교수는 "신문 산업의 전반적인 불황은 당분간 지속될 것"이라며 "급속하게 변하고 있는 언론환경에서 불교계 신문들은 '종교'의 전문성을 살리고 문화 교양 분야를 강화하는 등 강력한 지구력을 마련하지 않으면 안 된다"고 강조한다.



컴퓨터 그래픽=최정근

신문·잡지 등 인쇄분야 '불교계뛰어넘는 매체'로 거듭나야

방송매체 분야 첨단장비·양질의 프로그램이 열쇠

인터넷 분야 네티즌 눈길 잡을 콘텐츠 확보 절실

●방송매체

불교계의 방송매체는 1990년 '세계 최초의 방송 포교'라는 기대 속에 출범한 불교방송과 1994년 출범한 불교텔레비전(bm)이 대표하고 있다. 두 방송 매체는 개국 직후 포교의 침범으로 불자들의 열띤 호응을 이끌어냈다. 그러나 출범 10여년이 지난 지금 '경영'과 '방송' 면에서 초발심에 미치지 못한다는 평을 듣고 있다.

불교방송은 개국 초창기부터 유명불자연예인을 중심으로 편성한 방송과 수천여명에 달하는 후원자들의 적극적인 지원에 힘입어 높은 청취율을 기록하는 등 '승승장구'했다. 그러나 1998년을 전후로 불어 닦은 외환위기 바람과 사내 직원에 의해 발생한 '경리사고'가 터지면서 내리막길을 걷기 시작했다. 앞선 데 덮친 격으로 불자들이와 종단들의 무관심으로 청취율 저조와 수익 감소로까지 이어지

는 위기를 맞았었다. 그러나 2000년을 넘기면서 '상처'가 아물기 시작해 정상궤도를 회복했다. 하지만 아직 불교방송의 시스템은 디지털 시대를 따라가지 못하고 있다. 첨단 방송을 위한 자체적인 확신이 필요한 시점이다.

불교텔레비전의 경우 케이블 방송의 전반적인 환경이 열악한 상황에서 더욱 고전하고 있다. 재방송 비율이 높고 자체적으로 제작한 방송이 많지 않아 시청률이 1%에도 미치지 못하는 것으로 집계되고 있다.

방송의 매체 확산은 양질의 프로그램과 첨단 장비의 활용에 의해 이뤄질 수 있다. 이에 대한 각별한 노력과 투자가 없이는 '유비쿼터스 시대'를 앞두고 있는 시대 흐름을 따라갈 수 없다. 이런 맥락에서 태고종의 불교위성방송 진출 의지는 불교계의 방송 환경에 적잖은 자극 요인이 될 것으로 기대되고 있다.

●인터넷 활용

2002년에 실시된 '불교정보화 실태조사'에 의하면 전국의 사찰과 불교단체 가운데 절반이 컴퓨터를 사용하고 있고 사용자들의 75% 가량이 인터넷을 접속하는 것으로 드러났다. 이는 불교계 인터넷 활용 비율이 40%선이라는 결과로 이어진다. 물론 2년 전에 비해 활용도가 증가 했을 것으로 보이지만, 사찰의 위치가 도심에서 먼 경우가 많은 등의 이유로 인터넷 활용 저변은 더디게 확산되는 현실

이다.

그런 가운데 불교계 인터넷의 운영 실태는 운영 주체에 따라 상당한 편차를 보이고 있다. 예를 들어, 언론사가 운영하는 경우와 개별 사찰이 운영하는 경우 사이트의 활성화 수준이 상당한 차이를 보이는 것. 투자와 전문성의 부족이 인터넷 운영에 큰 장애물로 작용한다는 게 관련 업계의 분석이다. 글로벌 포털 사이트의 부재와 콘텐츠의 개발, 공격적 마케팅을 위한 거시적 전략 부족이 불교계 인터넷 환경의 현주소인 셈이다.

때문에 불자 네티즌들은 불교계에서 운영하는 사이트가 아닌 일반 포털에서 수천 개의 카페 활동을 하고 있는 것이다. 인터넷 포교가 뿌리 내리기 위해서는 투자와 전문성 확보 양질의 콘텐츠 양산, 치밀한 마케팅 전략 등이 어우러져야 한다.

인터넷 방송의 경우 뜻있는 스님이나 불자들이 나름대로 컨셉과 콘텐츠를 가지고 운영하고 있지만 '고전'하기는 마찬가지다. 원력에 비해 투자 역량과 콘텐츠의 생산 및 관리 능력은 미약한 셈이다. 현재 인터넷 방송을 운영하는 모든 사람들이 "인터넷 방송에 있어서 가장 큰 애로사항은 투자부족과 장비부족·인력부족"이라고 입을 모은다. 조계종 포교원장 도영 스님은 "전반적으로 상황이 열악하지만 지금부터라도 전문가들의 분석을 토대로 개선점을 마련하고 대안을 찾는다면 인터넷을 포교의 획기적 수단으로 활용할 수 있을 것"이라고 말했다.

유철주 기자 yjc@buddhapia.com



현대불교신문 창간 10주년을 축하합니다

HYUN DAE BUKKYO



중량 : 일만삼천관

세계 최고의 종을 꿈꾼다

천년을 이어갈 맑은 「범음」



鐘宗社

대표 : 범향 전병식 합장

공 장 : 충북 청원군 북이면 석성리 460 ☎ 043)212-0903

연구소 : 충남 금산군 군북면 내부리 465 ☎ 02)725-0878 H·P : 011)266-8639