

21세기 디지털 콘텐츠 영역의 불교문화 콘텐츠 개선 방안 -청소년 대상 포교 전략을 중심으로 불교교육을 시사점을 중심으로-

정경식(정행)

동국대학교 경주캠퍼스 불교학과 박사과정 수료

A Plan to improve Buddhist Cultural Contents in the area of 21st century digital contents -Focusing on Missionary Strategies for Youth and Implication for Buddhism Education-

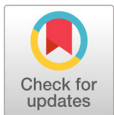
Jeong, Gyeongsik(Ven. Jeonghaeng)

Dongguk University Gyeongju

jksbws@hanmail.net

Abstract

The youths's excessive consumption of digital media is recognized as a problem. It's not enough to say that they are addicted to games, sensational videos, and media dealing with violent themes. In fact, they are inferior in quality for their amount. There is an urgent need to come up with measures to grow youths who are blind consumers and victims of the media designed solely for commercial purposes to be independent and creative and to keep them from losing their morality. This study aimed to present directions and alternatives for youth missionary activities through innovations in the development of digital content of Buddhist culture. Therefore, it has first confirmed that Buddhist cultural content should achieve all of religiosity, publicity, and popularity, the basic directions (定向) of religious cultural content. Next, it has confirmed various backgrounds, such as the characteristics of youths's consumption behaviors, activeness in interactions, emotional anxiety, following idols recklessly, psychosocial support, etc., concerning the consumption of digital content. As a result, it has confirmed that the current digital content of Buddhist culture satisfy some of youths's characteristics. However, it has been confirmed that limitations, such as lack of customized content for each level, insufficient reflection of interests, and lack of management through the use of content, are still significant to fully respond to such characteristics. Some measures have been proposed to promote religiosity, publicity, and popularity, which were previously presented as the basic directions of digital content of Buddhist culture, for the improvement of those limitations. First, for the improvement of religiosity, the following five improvement plans have been suggested, taking the 24-hour internet audio service "Empathy(Gonggam)" as an example. They include providing music to Buddhist youths depending on whether they are elementary, junior, or high school students, selectively providing youths with gentle songs that purify their emotions in pop songs that teenagers prefer, performing mental health mentoring with active communication optimized for youths and providing them with a useful advice for psychological and social support through DJs only for them, providing youths



OPEN ACCESS

KJRE. 2021 February, 65(1): 127-146

DOI: <https://doi.org/10.12972/kjre.20210007>

Received: January 6, 2021

Revised: February 19, 2021

Accepted: February 25, 2021

Copyright: © 2021 Korean Journal of Religious Education



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

with content customized for their levels and that reflects their interests, securing a management system for youths while using that content, etc. Second, for the improvement of publicity, the following four improvement plans have been suggested, taking “Buddhist creators” as an example. They include using youths’s creations in a way suitable for theme songs of Buddhist games, considering their interests, the necessity of struggling with the expansion of the scope, in the meantime, promoting friendship by holding a variety of events such as youth camps, etc., supporting the expense for activities to get better ideas, the creation of more sustainable and ideal creatures through support for promoting friendship among selected youths, and providing comments along with various mentoring services so that public interests and social justice are sufficiently reflected in the digital environment, regarding the creation of ideas. Third, for the improvement of popularity, the following four improvement plans have been suggested, taking the Buddhist game “AVALO” as an example. They include presenting the link on how the 42 hands of Avalokitesvara are applied in human relationships in real life through a pop-up window, etc. when conveying the Buddha’s enlightenment with the game, organizing a story that resolves conflicts in human relations while encountering the various image characters of celebrities in the development of a game story based on adventure, activating communication among various users by opening website, presenting and selecting real-life problems of users to provide prizes, etc. in the future, providing education on etiquette by applying various conflicts that occur online to show the main character’s process of solving them wisely at the Buddhist level, and gamification with a series of processes that create and improve given content in the desired direction. In conclusion, it aimed to present plans for successful youth missionary activities by establishing the direction for effective Buddhist education for them while presenting specific measures to overcome the above-mentioned limitations faced by the current digital Buddhist cultural content, such as lack of customized content for each level, insufficient reflection of interests, and lack of management through the use of content, according to the three basic directions of religious culture: religiosity, publicity, and popularity. The author of this paper firmly believes that saving youths who are in danger of abuse and misuse of digital cultural content depends on the educational innovation of the digital content of Buddhist culture. It is expected that the specific measures presented in this paper will contribute to the creation of a new paradigm in relation to Buddhist education and missionary activities for youths.

Key Words : Digital content of Buddhist culture, Customized content by level, Reflection of youth’s fun and interest, Enhanced management of youth, and New paradigm for Buddhist education and missionary activities for youth

I. 머리말

불교 문화콘텐츠의 역할은 궁극적으로 포교에 있다.¹ 현재 불교가 다양한 유형, 무형의 창작물을 청소년에게 적합하게 활용하지 못하여 불교의 기본 가르침에 대한 메시지를 청소년들에게 효율적으로 전하지 못하고 있다. 불교에서 멀어지는 청소년들을 불교로 끌어 올 수 있는 연결고리가 필요하다.² 바로 이 점에서 이 논문은 불교 문화콘텐츠 개선 방안에 주목하고자 한다. 우리의 정신문화와 긴밀한 연관성을 갖는 불교 문화를 전파하여 우리 삶의 질을 증진하는 작업은 피할 수 없는 우리의 과제이다.³ 특히, SBS News(2012)에 따르면, 청소년 범죄의 심각성을 제시하면서, 이들 범죄의 주된 배경 요인은 환경이 아니라 도덕성 결여임을 역설하였다. 케임브리지 대학교 범죄 연구소가 영국 내 거주하는 약 700명의 청소년 대상으로, 10년간 연구 관찰한 결과, 도시 환경이 일부 청소년의 범죄를 촉진하지만, 가장 큰 요인은 도덕성 문제라는 것이다.⁴

붓다의 교육 철학은 ‘담마빠다’에 잘 반영되는데, 여기서 붓다는 ‘모든 일은 마음이 먼저 가고, 마음이 가장 중요하며, 마음으로 이루어진다’고 하면서 ‘악행을 하지 않는 것에서 시작하여 선한 행동을 하는 것’을 우선순위로 하여, 인간이 살아가는데 필요한 기본적 윤리와 도덕 문제의 중요성을 피력하였다.⁵ 붓다의 철학이 근간이 되는 불교를 도덕성이 부족한 청소년에게 전하여 그들의 도덕적 해이를 각성시키는 작업은 현대 불교계의 중요한 과제다.⁶

현대의 청소년들은 인터넷과 디지털 기기로 점철된 디지털 문화 세대이다.⁷ 하지만 자라나는 청소년들의 디지털 매체 소비는 너무 과도하여 문제다. 게임중독, 스마트폰 과다사용, 영상매체가 전하는 폭력적, 주제의 매체에 대해 상당한 청소년들이 중독의 수준을 넘고 있다. 또한 양에 비해서 그 품질은 심각할 정도로 저급하다. 상업적으로 기획된 이들 매체의 맹목적 소비자이며 희생자인 청소년들을 주체적이고 선별적인 매체 소비자로 성장시키고, 그들의 도덕성을 지켜내야 할 방안이 절실하게 요청된다.⁸ 이러한 필요성에 따라, 본 연구 목적은 첫째, 불교문화 디지털 콘텐츠 개념과 현황 분석에 따라, 그 속성을 파악하여 지향해야 할 가치를 도출하고, 둘째, 청소년의 특성, 불교문화 디지털 콘텐츠의 긍정적 영향과 한계를 규명하여 개선 전략을 위한 기준을 구축할 것이며, 셋째, 성공적인 포교를 위한 불교문화 콘텐츠 개선 전략 방안으로서 불교문화 디지털 콘텐츠 속성과 지향 가치로 판별된 종교성, 공공성, 대중성 개선 전략을 제시하여 청소년 특성을 충족시킬 불교문화 디지털 콘텐츠 방향성을 정립할 것이다.

본 연구의 주된 방법은 문헌분석이다. 첫째, 불교문화 디지털 콘텐츠 개념과 속성을 규명하여 그 지향해야 할 가치 기준을 구축하고, 둘째, 현재 청소년에게 제공되는 불교문화 디지털 콘텐츠 사례를 제시, 이를 분석하여 청소년기 개념과 특성을 기준으로 긍정적 영향과 한계를 도출할 것이며, 셋째, 성공적인 포교를 위한 불교문화 콘텐츠 개선 전략을 제시함에 있어 상기에서 도출한 불교문화 디지털 콘텐츠의 지향해야 할 가치, 즉, 종교성, 공공성, 대중성을 기준으로 사례분석에 따른 긍정적 영향과 한계를 감안하여, 이러한 한계들을 각각 극복할 대안을 필자의 생각에 따라 기술할 것이다. 본 연구의 주된 방법은 문헌분석이나, 그 논지를 전개함에 있어 핵심이 되는 가치 기준, 긍정적 영향과 한계 그리고 극복할 대안의 도출은 필자의 생각과 사유에 따른 논리적 전개로 작업하였다.

불교문화는 인문학의 정신적 가치로 인정받아 청소년 마음과 정신을 치유하고, 자아 성장의 계기로 활용할 수 있으며, 궁극적으로 훌륭한 도덕성을 갖춘 인격체로 성장하도록 지지할 충분한 잠재력이 있다.⁹ 따라서, 불교문화를 디지털 콘텐츠에 접목하여 딱딱하고 경직되기 쉬운 부처님 말씀을 흥미롭고 재미있게 풀어 청소년에게 전달한다면, 포교의 효과는 물론 현재 청소년의 올바른 디지털 매체 활용 능력을 위한 방향성을 제공할 것임은 자명하다. 따라서, 본 연구는 디지털 미디어를 활용하는 불교문화 콘텐츠의 현황을 분석하고, 그 긍정적, 부정적 영향을 도출하여 긍정적 영향을 극대화하고 부정적 영향을 만회할 수 있는 성공적 포교를 위한 불교문화 콘텐츠 개선 전략을 제시하고자 한다.

II. 디지털 콘텐츠와 불교문화 콘텐츠

1. 디지털 콘텐츠와 불교문화 콘텐츠 개념

1) 디지털 콘텐츠 개념

디지털 콘텐츠란 기존의 아날로그 형태 문자, 음성, 음향, 이미지, 영상 등 콘텐츠를 디지털 형식으로 제작 가공한 것으로 정의한다. <온라인 디지털 콘텐츠 산업발전법>에 따르면, 디지털 콘텐츠란 ‘부호, 문자, 음성, 음향, 이미지, 영상 등으로 표현된 자료나 정보로서 그 보존 및 이용에 있어서 효용을 증진할 수 있는 전자적 형태로 제작 처리된 것을 의미한다.’라고 규정한다.¹⁰ 따라서, 오늘날 발현되는 디지털 콘텐츠 형태는 온라인, 모바일 게임, 애니메이션, 다양한 모바일 콘텐츠, DMB와 같은 디지털 영상, 이러닝 등의 전자학습, 실제 책을 디지털 문서화한 전자책, MP3의 대중화가 가져온 디지털 오디오 등이며, 이러한 디지털 콘텐츠를 구성하기 위한 3가지 기본요소는 콘텐츠, 디자인, 기술이다. 이 세 가지 구성요소를 통칭하여 콘텐츠디자인리지(ContentDesignology)라고 하는데, 이는 디지털 콘텐츠 개발에 있어 가장 핵심적인 요소로서, 디지털 콘텐츠를 효과적으로 전달하기 위해서는 사용자 특성을 잘 반영하는 콘텐츠, 디자인, 기술을 적합하게 적용해야만 한다.¹¹

디지털 콘텐츠의 특성은 크게 아날로그와 비교되는 점에서의 특성, 물리적, 경제적 관점에서 본 특성으로 구분할 수 있

다.¹² 아날로그와 비교되는 점에서의 특성은 디지털 콘텐츠는 항상성을 갖는다는 것이다. 즉, 비소모성, 비 파괴성 개념으로, 콘텐츠 자체의 마모나 품질에 변함이 없고, 아무리 복제해도 무제한으로 유지된다는 것이다. 또한, 디지털 콘텐츠는 변형 가능하며, 자유롭게 정보를 추가, 삭제, 형태를 변경할 수 있다. 더 나아가, 보관이 편리하고, 압축이 가능하며, 원하는 여러 곳에 분산해 저장 가능하므로, 기존 아날로그에 비해 보관에 드는 비용이 낮은 편이다. 이 외에도, 디지털 콘텐츠는 전송하더라도 원형의 변화가 없으므로, 타인에게 전송하더라도 원형은 소유주에게 남아 있어 무한한 재전송이 가능하다는 점, 결합성을 보유하여 소량의 디지털 콘텐츠를 결합함으로써 가치를 증진할 수 있다는 점 등이 그 특성이므로, 디지털 콘텐츠의 가치는 대상에 따라 상대적일 수 있다.

물리적 관점에서 디지털 콘텐츠는 비 파괴성을 갖는다. 즉, 손상되지 않는 특성으로 인해 이론적으로 영구히 소장 가능하다는 것이다. 따라서 디지털 콘텐츠 제공자 관점에서 그 개발은 신중해야 하며, 다양한 전략의 필요성이 요구된다. 즉, 동일한 디지털 콘텐츠를 다양한 경험으로 연결할 수 있도록 개발하여 기존 구입 고객이 다시금 구매 할 수 있도록 하는 방안이 필요하다. 또한, 디지털 콘텐츠는 편집 가능하여 내용을 추가하고 수정함으로써 새로운 콘텐츠를 창출할 수 있다. 경제적 관점에서 디지털 콘텐츠는 경험재이다. 이는 기존의 다양한 문화 콘텐츠와 유사한 부분으로, 사용자가 직접 경험하기 전에는 그 가치를 정확하게 인지할 수 없다. 또한, 생산 비용을 고려할 때, 디지털 콘텐츠는 최초에는 많은 비용이 투입되지만, 한 번 만들어 놓으면 복제가 무한히 가능하여 추가 비용이 발생하지 않는다. 이는 장점이자 단점으로 디지털 시장의 가장 큰 문제인 불법 복제의 문제가 그 단점의 대표적 사례이다.¹³

따라서, 디지털 콘텐츠에 있어 지적 재산권을 보호하는 관리 방안은 매우 중요하다. 마지막으로, 디지털 콘텐츠는 공공재다. 즉, 특정 사용자가 어떤 디지털 콘텐츠를 사용하는 것이 다른 디지털 콘텐츠 가치를 저하하지 않는다. 예로, 한 영화를 다수의 관중이 보거나, 동일한 게임을 많은 사람이 함께 이용하는 것은 오히려 해당 디지털 콘텐츠 가치를 증진하게 된다. 따라서, 디지털 콘텐츠란 기존의 아날로그 형태 문자, 음성, 음향, 이미지, 영상 등과 같은 콘텐츠를 디지털 형태로 제작, 결합, 가공함으로써 온라인, 모바일 게임, 애니메이션, 모바일 콘텐츠, 디지털 영상, 전자학습, 전자책, 디지털 오디오 형태로 발현되는 것이며, 최소한의 비용으로 쉬운 편집, 수정이 가능하여 가치를 증대한 재창출을 함으로써 최대한 많은 소비자에게 가치를 인정받아 수익이 극대화되는 기술 집약적 콘텐츠의 한 형태이다.¹⁴

2) 불교문화 콘텐츠 개념

불교에서 바라보는 문화가 ‘고통을 최소화하고 즐거움을 극대화하는 것’이라는 주장은 문화의 가치지향을 논의하는 것으로 매우 중요한 의미다. 즉, 불교에서는 내면적 가치에 역점을 두는데, 물질적 욕망을 충족시키기보다는 헛된 욕망을 되돌려 마음의 평화를 찾아 고통을 제거하는 것을 가장 중요한 가치로 삼는다. 그리하여, 자비를 모든 생명에게 넓혀가는 ‘심성 문화’ 혹은 ‘열반 문화’가 현대 소비 대중문화를 대신해야 한다는 주장은 문화에 대한 불교적 성찰을 보여주는 대표적 관점이라고 판단한다. 불교문화는 ‘귀일심원의 인격적 노력과 이익중생의 실천적 윤리의식이 그 기반’이 된다. 이는 문화가 갖는 내면적 가치와 이를 외화시키는 불교적 실천이 전제되어야 함을 의미한다. 따라서, 불교문화 콘텐츠는 ‘불교 철학적 입장에 서서 불교의 가치를 지향하며, 불교 문화유산, 불교 생활양식, 이와 연관된 사회 제반 현상을 소재로 하여 창의적 방법으로 제작된 문화 콘텐츠’이다. 이러한 개념 정립은 불교의 가치지향에 분명히 서서 불교 철학을 전하는 것이 불교문화 콘텐츠의 핵심이며, 더 나아가, 불교에 기초한 다양한 사회현상을 분석, 소재로 삼아 기획, 제작, 유통하여 공공성 증진에 기여되어야 함을 의미한다.¹⁵

이러한 핵심 내용을 전제로, 불교문화 콘텐츠는 문화상품의 일종이므로, 다양한 활용성, 상업성, 가치관, 예술성, 상상력,

생활양식, 재미를 담아야 한다.¹⁶ 더욱이 다양한 볼거리, 놀거리, 쓸거리 등 정신, 감성, 생활적인 가치를 담아야 한다. 이러한 불교문화 콘텐츠의 불교적 철학을 반영하는 종교성, 다양한 사회현상을 반영하는 사회성 그리고 대중의 삶을 재미있고 다양한 볼거리로 제공하는 대중성을 이재수(2013)는 강조하면서 불교문화 콘텐츠는 종교문화 콘텐츠 가치체계인 종교성, 공공성, 대중성 세 가지 특성을 모두 지니고, 이 가치를 모두 성취해야만 함을 역설하였다. 즉, 불교문화 콘텐츠를 기반으로 불교계는 대중성을 얻게 되고, 이 콘텐츠를 향유 하는 개인은 종교성에 쉽게 접근하며, 이러한 과정에서 사회 전체적으로 공공성이 증진된다는 것이다.

상기 <그림1>을 분석하면, 불교계는 불교를 기반으로 문화와 콘텐츠가 만나는 지점에서 대중성을 성취하고, 사회는 문



<그림1> 불교문화 콘텐츠의 삼각 구조와 향유 주체

출처: 이재수. (2013). 불교문화콘텐츠학의 연구방향과 교육방법 고찰. 종교문화연구, (20), 243-277.

화를 매개로 한 불교 콘텐츠를 통해 공공성을 증진하며, 개인은 콘텐츠를 통해 불교와 문화를 향유 하면서 종교성을 갖게 된다. 따라서 불교문화 콘텐츠란 불교 철학의 입장에서 불교적 가치가 반영된 문화유산, 불교적 생활양식, 이와 연관된 사회적 제반 현상을 소재로 다양한 활용성, 상업성, 가치관, 예술관, 상상력, 생활양식, 재미가 담긴 창의적인 문화상품을 창출하여 종교성, 대중성, 사회성을 성취함으로써 역사와 함께 대중의 삶의 모습을 담아내어 감동을 전달하는 콘텐츠의 한 형태라고 할 수 있으며, 본 연구는 이러한 가치를 청소년에게 전달함으로써 청소년 대상으로 효과적인 포교를 제공할 방안을 모색하고자 한다.

2. 디지털 콘텐츠로서 불교문화 콘텐츠의 현황

스마트폰, 태블릿 PC 등의 기기가 일상에서 콘텐츠를 향유하고 공유하는 주체가 되었다. 이에 따라 등 하교길, 출퇴근 시간, 저녁 시간 등에 독서, 여가, 콘텐츠 소비문화 등 멀티 태스킹이 보편화되었다. 즉, 책을 읽으면서 음악을 청취하고, 마음에 드는 구절은 SNS에 올리거나 메일 등을 확인하며, TV, 책, 인터넷 등 복합적 정보를 전방위적으로 소비하고 있다. 따라서 본 연구는 이러한 스마트 미디어 시대에 주목되는 불교문화 콘텐츠는 무엇인지 분석하여 시사점을 제시하고자 하는데, 현재 청소년 대상 불교문화 콘텐츠가 매우 미비하여 본 연구는 일반적인 불교문화 디지털 콘텐츠를 현황과 사례로 구분하여 고찰해 보고, 이에 관한 시사점을 청소년 포교를 위한 긍정적 측면과 한계 차원에서 고찰하고자 한다.¹⁷

1) 현황

현재<표1> 불교 SNS 콘텐츠 현황을 보면, 기독교나 가톨릭에 비해 압도적으로 활성화되고 있다. 하지만 좀 더 구체적인

로 보면, 불교 SNS 콘텐츠는 명언, 좋은 글, 풍경소리, 템플 스테이 정보와 같이 단순화된 콘텐츠 형태가 지배적임을 알 수

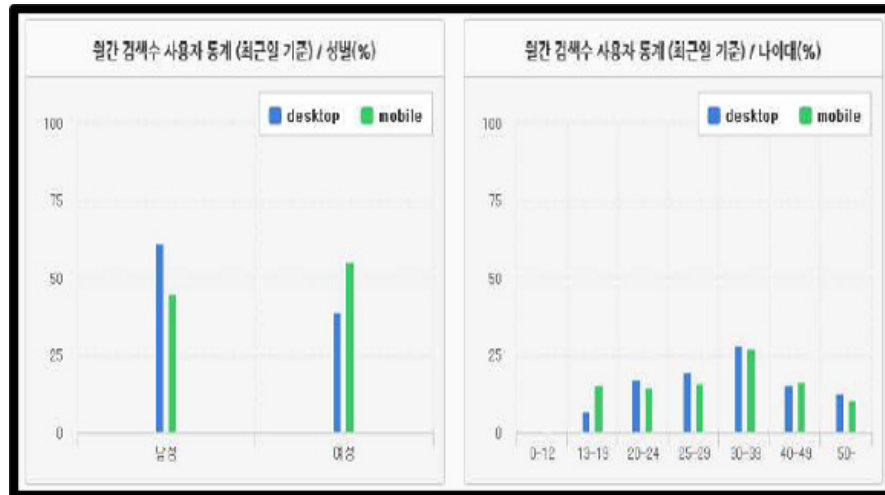
혜민스님 명언	22,289	기독교 포럼	4,191	가톨릭교우회	3,862
혜민스님 명언보 기	10,043	NIV성경공부	3,902	빠다깅 신부	2,019
혜민스님 좋은 글	5,255	함께 큐티	3,851	위례성대례사성 당	781
템플스테이	3,500	기독교일링	3,232	가톨릭사랑방	569
불광미디어	4,575	기독교 좋은글	2,682	천주교대전교구	293
법륜스님 희망편 지	3,122	모든 것이 선행때	2,602	천주교대구대교 구	226
월도스님	2,786	기독교CCM	2,359		
대한불교SNS전법 단	1,652	한국교회 성숙	2,141		
법화사	1,124	기독교인들의 말씀	2,091		
한국풍경소리	1,069	아침성경	2,071		

<표1> 불교, 기독교, 가톨릭 SNS

출처:대한불교조계종 제75차 포교정책위원회(2018)참조

있다. 반면, 기독교를 보면, 함께 큐티, 성경공부, 기독교인들의 말씀과 같이 상호작용을 추구하는 형태가 많아 청소년 대상 포교에는 기독교가 불교보다 더 유리한 SNS 형태를 가짐을 알 수 있다.

<표2>명상은 청소년의 불안정한 정서와 심리에 탁월한 효과가 있으나, 상기 표를 보면, 명상이라는 키워드를 가장 많이 입력한 층은 30대로 규명되고, 이는 현재 불교문화 디지털 콘텐츠가 기존 신앙의 지속과 강화에 초점이 있음을 시사한다.



<표2> 네이버에 '명상' 검색결과

출처:대한불교조계종 제75차 포교정책위원회(2018)

반면, 청소년은 pc에서는 가장 저조한 비율, 스마트폰에서는 두 번째로 저조한 비율임이 확인된다. 이러한 결과는 현재 불교문화 디지털 콘텐츠가 청소년 대상 포교 목적으로서의 활용도가 저조함을 시사하며, 따라서 청소년에게 유익한 불교문화를 적절하게 전달하지 못하고 있어 실질적 인지도와 활용도가 낮음을 추정할 수 있다.

2) 사례

(1) 무지갯빛 변주가 가능한 스토리텔링 플랫폼으로서 대장경

창조적 지식생산 플랫폼으로서 고려대장경을 들 수 있다. 대장경은 목판 인쇄 문화의 최정점에 서 있고, ‘critical editing’의 전범으로 고려인 관점에서 대장경을 비판적으로 확립한 glocality(세방성)의 정점에 서 있다. 대장경은 가장 완벽한 형태의 교정과 교감, 한자의 고려적 발현으로 이체자라는 새로운 해석의 문화적 결정체, 경판과 판전의 완벽한 형태의 과학기술과 건축술의 진액이 하나로 조합된 명품브랜드인 것이다.

동국대학교 불교학술원이 이행하는 불교기록문화유산 아카이브(ABC: Archives of Buddhist Culture)는 대장경이 보유한 플랫폼 기능을 21세기에 계승하여 확장시킨 모델을 지향한다. 이를 성취하기 위해 대장경 인경본 이미지와 한자 원문 텍스트, 한글 대장경 번역문 내용을 중심으로 통합한 통합대장경으로 한 화면에서 연동하여 열람이 가능하고, 검색을 통해 다양한 정보를 얻는다. 또한, 제조 플랫폼으로서 대장경은 수많은 기록문화의 바다에서 원전을 해석하고 분류해 이차적 저술을 통해 집적한 기록문화유산을 통해 이용자가 각자의 사상, 문화의 저작도구로 활용할 수 있으며, 차후 자신이 만들어낸 콘텐츠를 이곳에 탑재하고 관리할 수 있는 열린 아카이브로서 자리를 잡아야 한다. 또한, 현재 아카이브 서비스는 일반 사용자의 활용도를 유인하기 위한 통합 검색 시스템을 제공하고 있다. 즉, 한국교육학술정보원의 학위논문, 국내 학술지 논문, 단행본 등의 검색과 네이버의 전문 자료 및 뉴스 검색이 가능하다.¹⁸

(2) 불교문화 디지털 콘텐츠 게임

아바로는 대상 웹 게임으로서, 이 게임에 등장하는 동자승 캐릭터는 게임 배경을 설명하는 카툰 등에 등장하여 47세 게임 사용자와 동자승 간 인식적 공감과 게임에 관한 동기와 몰입을 강화하는 역할을 한다. 또한, 이 캐릭터는 속세에 영향을 받지 않은 순수한 본성을 지녀 중생을 교화하고 구제할 목적으로 세상에 등장한 보살과 부처의 가르침을 실천하는 수행자 모습을 상징하여 아동에게 불교 철학을 무의식적으로 전달할 목적을 갖는다. 게임 스토리를 보면, 단선형이 아닌 게임 사용자가 선택 가능한 3개의 복선적 구조, 즉 강원도 양양의 ‘홍련암’, 강화도의 ‘보문사’, 전라남도 담양의 ‘보리암’과 같은 불교 문화의 대표적 설화 및 공간을 제시하며 이 중 하나를 선택하면 각 이미지에 따른 모험 중심의 게임 스토리가 전개된다. 또한, 스토리 과정에서 게임 아이템은 관세음보살 42 수주를 디자인적으로 형상화한 것이며, 관세음보살 42 수주는 중생이 희망하는 소원에 따라 간단하게 염송할 수 있도록 구체적인 필요를 구분하여 제시함으로써 불교 수행에서 보편적인 기도 수행의 자세를 자연스럽게 익히도록 하고 있다.¹⁹

(3) 디지털 사찰건축 전시

<경주세계문화엑스포>에서는 디지털 기술을 적용하여 신라 시대의 대표적 불교문화를 콘텐츠로 재현하였다. 신라시대 불교는 사상, 정치, 문화, 외교, 국민 생활까지 지대한 영향을 미쳤으며, 건축, 공예방면에서도 영향을 주어 신라 문화가 찬란하게 빛나는 핵심적 역할을 하였다. 불교사찰은 고건축 중 최고의 아름다움과 환상적인 정신세계를 표현하는 문화재로서 매력적 산업 활용 가치를 지닌다고 주체측은 강조하면서 ‘신라의 예술’이라는 주제로 원효대사, 각종 석탑, 해초의 왕오천축국전 그리고 삼국유사 속 재미있는 이야기들을 3D 입체 기술로 표현, 새로운 불교 콘텐츠로 거듭나게 함으로써 관객에게 큰 호응을 얻고 있다.²⁰

(4) 불교방송 모바일 앱 ‘BBS 불교방송’, ‘BBS보리’

BBS 불교방송은 2017년에 불교방송에서 생산한 모든 방송 콘텐츠를 마음대로 즐길 수 있는 모바일 앱인 통합형 앱 ‘BBS 불교방송’과 라디오전용 앱 ‘BBS보리’ 두 가지 버전을 선보였다. 통합형 앱인 ‘BBS불교방송’은 FM, RADIO, BBS TV, BBS NEWS, 만공회 등 BBS 불교방송에서 제공하는 모든 콘텐츠가 포함된다. 특히 FM RADIO에서는 24시간 인터넷 오디오 서비스인 ‘공감’ 채널을 신설하여 찬불가, 법문, 독경 등 불교 콘텐츠를 심층적으로 강화하였다. 또한, 세계의 명상음악과 뉴에이지 음악, 올드팝송 등 다양한 음악을 선보여 불자의 음악적 욕구를 충족하고자 하였다. 라디오 전용 앱인 ‘BBS보리’는 FM RADIO의 또 다른 이름으로 하루를 치유하는 힐링 음악과 노래, 다양한 불교 이야기, 마음공부를 위한 법문 등을 모바일 환

경에서 즐길 수 있도록 한다. BBS 불교방송과 BBS 보리는 불교의 생활화, 생활의 불교화를 추구하며 불자들의 진정한 도반이 될 것을 목적으로 하며, 풍부한 설교 콘텐츠와 세련된 디자인, 손쉬운 조작 방법으로 많은 불자에게 큰 사랑을 받을 것을 기대한다²¹

(5) 불교문화 사이트인 ‘한국 불교문화사업단’

한국 불교문화사업단은 전통 불교문화 콘텐츠 개발을 위한 조직으로, 해당 사이트를 방문하면 템플스테이의 개념과 운영하는 사찰 정보, 사찰음식에 관한 정보, 전통 불교문화 관광 콘텐츠 등의 불교문화상품 소개, 전통 사찰 순례를 위한 자료, 템플스테이 홍보관 등을 제공하여 현대와 함께 호흡하는 불교문화 콘텐츠 현황 소개와 개발에 앞장서고 있다. 또한, 한국 불교문화사업단 블로그, 페이스북 등을 연동하여 방문자가 해당 기관의 관련 사이트를 총체적으로 둘러볼 수 있는 장을 제공한다. 이들 조직은 이러한 활동을 통해 불교의 풍부한 문화적 전통과 자원을 현대에 재생산 하여 그 가치와 우수성을 알리고, 문화융성의 시대를 함께 열어갈 것이다.²²

(6) SNS를 통해 대중들에게 불교 콘텐츠를 소개하는 ‘불교 크리에이터’

포교원은 2019년에 유튜브, 인스타그램 등 SNS 콘텐츠의 확산과 파급력을 고려하여 ‘2019 불교 SNS 채널 운영 전문가 지원사업 공모’를 열고, 기발한 아이디어로 불교문화 콘텐츠를 창작한 크리에이터를 모집하였다. 이를 통해, 사찰여행, 성지순례, 찬불가, 경전말씀 등 다양한 분야의 콘텐츠가 최종 선정되었다. 선정된 콘텐츠는 뮤직비디오 ‘안녕 불교’, 커버송 ‘Popular Buddhist Music’, ASMR ;명상으로 깨어나고 명상하다 잠들다’, 컷툰 ‘별세음공주 공덕연’, 캘리그래피 ‘쓰는 아도르’, 브이로그 ‘자현 스님과 쏘대끼기 등’ 등의 형식으로 창작된다. 이들 선정된 크리에이터는 각 개인이나 팀이 운영하는 유튜브, 인스타그램, 네이버블로그를 통해 공개하며 활동하게 된다. 조계종포교원장 지홍 스님은 이러한 재미있는 콘텐츠를 창작하여 작품을 통해 대중이 불교를 만나고 불교가 대중을 만날 수 있기를 희망한다.²³

3. 시사점

상기 불교문화 디지털 콘텐츠 현황을 보면, 빅데이터, 3D, 앱, 웹사이트 그리고 SNS 등을 활용하여 불교문화를 접목하여 현대화함으로써 불교문화와 정신의 가치를 전달하고, 더 나아가 일반 대중에게 다가가 포교의 효과를 창출하려는 움직임으로 정리한다. 하지만, 이러한 불교문화 디지털 콘텐츠가 정말 실효성 있는 포교 효과를 거두고 있는지는 의문이다. 상기에서 제시한 콘텐츠 대다수는 기존 불자의 신앙을 지속하고 강화하기 위한 수단으로 활용되고 있음을 알 수 있으며, 일반 대중에게 부처님 말씀과 불교 교리를 설득력 있게 전달하여 실효성 있는 포교 성과를 거두고 있는 콘텐츠는 매우 미비한 실정이다. 노덕현(2018)은 오늘날 뉴미디어 사회에서 포교에 초점을 둔 콘텐츠의 생태계가 절실함을 강조하면서 뉴미디어 불교 콘텐츠는 기술 중점이 아닌 크리에이터에 역점을 두고 사람이 중심이 되는 포교 활동을 전개하는 것이 핵심이라고 하였다. 또한, 온라인상에서 활발하게 활동하는 청소년을 설득하여 오프라인 공간인 사찰에 가고 기종 고령층 불자들과 어울리게 하기가 쉽지 않음을 우려하면서 디지털과 같은 뉴미디어를 활용하는 포교는 각 세대층을 아우르는 소통에서 시작해야 함을 강조하여 청소년을 위한 더욱 다양한 뉴미디어 포교 방법론 창출의 필요성을 역설하였다.

한 예로, 현재 제공되는 불교기록문화유산 아카이브는 불교와 연관된 다양한 자료와 함께, 학술 자료를 제시하여 활용도를 높이고 있으나, 정작 청소년의 학습에 도움이 되는 초, 중, 고등학교 과정 관련 학습자료는 전무하여, 청소년과는 무관한 콘텐츠로 보인다. 이는 상기에서 지적한 각 세대층을 아우르는 소통의 부재로, 지식을 추구하는 집단에만 역점을 두고, 지식을 준비하는 집단의 중요성을 간과하여 발생하는 현상으로 판단된다. 하지만, 지식생산 플랫폼으로서 불교기록문화유산 아카이브는 다양한 불교 빅데이터와 광범위한 학술자료를 보유하여 청소년을 위한 효과적인 활용의 방향성을 정립한다면 매우 유용한 포교적 수단이 될 수 있다고 판단한다. 따라서 본 연구는 이와 같은 맥락에서, 현재 진행되고 있는 상기 불교문

화 디지털 콘텐츠 형태가 청소년에게 미치는 긍정적 영향과 한계를 고찰하여 현재 제공되는 불교문화 디지털 콘텐츠가 과연 청소년에게 이익이 되는지 분석하고, 장점을 극대화하고, 한계를 만회할 수 있는 콘텐츠 개선 전략을 종교성, 공공성, 대중성 측면에서 제시하고자 한다.

III. 디지털 콘텐츠 속 불교문화 포교 콘텐츠의 영향

1. 불교문화 디지털 콘텐츠의 긍정적 영향

1) 청소년기의 특성

청소년기는 아동에서 성인에 이르는 과도기로서 의존적 아동기와 독립적인 성인기의 심리적 차원을 모두 보유한다. 따라서 아동도 성인도 아닌 주변인으로서 제2의 탄생기, 부적응 시기, 제2의 반항기, 고민, 고통의 시기, 행동의 중용이 없는 시기, 질풍노도의 시기와 같이 어려운 시기라고 불린다.²⁴ 인간 성격 구조와 발달에 큰 영향을 미친 프로이트(Freud)는 정신 안에 일어나는 현상도 우연한 것이 아니라 반드시 인과법칙을 갖는다는 정신 결정론과 무의식 개념을 가설로 인생 초기가 생식기에 들어섬, 성적 발달이 발생하고, 성적 문제로 갈등을 경험하는 시기로 간주한다.²⁵ 에릭슨(Erickson)은 청소년 시기가 자아정체성이 구축되는 시기라고 하였으며, 이 시기에 발달과업을 원만히 성취하면 자아정체성이 구축되지만, 그렇지 못하면 자아정체성 혼란이 발생한다.²⁶

(1) 신체, 생리적 특성

사춘기 동안 가장 급격한 신체 변화는 신장과 체중 증가이다. 남자 청소년은 약 16-17세까지 신장, 체중이 급성장하다가 이후 그 증가폭이 완만해지는 반면, 여자 청소년은 남자보다 2년 정도 앞선 약 14~15세까지 신장과 체중의 급성장이 발생한 후 증가폭이 크게 둔화한다. 호르몬 분비도 왕성해져서 성인으로 성장하는 징후를 함께 보인다.²⁷ 여자 청소년은 여자답게, 남자 청소년은 남자답게 외형적 면모를 형성해가며, 가임기에 진입해서는 변화를 경험한다. 이 시기에 청소년은 신체 변화를 인지함으로써 자신 신체에 관한 관심이 증가하고, 주변 친구와 변화를 비교하거나, 자신의 신체적 열등감을 갖기도 한다. 이에 따라 청소년 성격이나 인지, 정서적 발달, 사회성 발달 등에 영향을 미칠 수 있다. 또한 성호르몬 분비는 성적 욕구 발달을 초래하여 성에 관한 부정적 요소를 가질 수 있게 한다.²⁸

(2) 인지, 정서적 특성

인지란 지식의 구성과 획득, 유지와 활용 등을 포함하고 사고나 상상력, 창의력, 추리력, 문제해결력, 개념화 범주화 같은 고등정신과정으로 정의된다. 사람이 어떻게 지식을 구성하며, 해당 지식을 활용하는가에 관한 인지적 발달을 포괄적으로 설명한 피아제(Piaget)의 인지발달 이론이²⁹ 대표적이다. Piaget 이론에 의하면, 청소년기는 형식적 조작기에 해당한다. 이 시기는 자신이 경험하지 못한 가상의 세계, 추상적인 것에 관한 사고가 증진하여 체계적이고 논리적인 문제해결을 시도한다. 그래서 자아정체감이 구축함과 동시에 정체감 형성에 있어 위기를 경험하기도 하고, 자기중심적 사고가 발달하여 자신을 특별한 존재로 인지하기도 하고, 자신은 특별하여 위험에서 안전하다고 생각하는 경우가 있다. 또한, 이 시기에는 타인을 배려하고 책임지려는 이타적 부분이 크게 발달하는 시기이기도 하다. 사회적 이해력이 발달하여 직접적인 자신의 경험이 없어도 타인의 느낌과 감정을 정확하게 파악하여 대인 상호 교환 작용이 활발하게 발생한다. 반면에 사회적으로 요구되는 과업과 급격한 신체적 발달로 인해 정서적으로 불안한 상태를 보일 수도 있다. 감정 기복이 심해지고, 예민해지며 남을 의식하므로 수줍음이 많아진다. 쉽게 흥분하며 열성적이고, 모방심과 호기심이 증가하고 우상을 만들어 맹목적으로 추종하는 경향을 보일 수도 있다.³⁰

(3) 사회적 특성

청소년기는 부모에게서 분리되는 시기로서, 부모와 정서적 유대를 지속하면서, 자신을 부모와는 다른 한 사람의 인격체

로 인지해가고, 경험하여 부모로부터 개별화되고자 한다. 이때 애착 대상이 부모에서 친구들로 바뀌기도 하며, 또래 집단과 관계를 형성하여 친밀감을 유지하려고 노력한다. 비슷한 발달단계에서 유사한 경험을 공유하는 또래와의 관계 속 심리, 사회적 지지는 자신의 정체감을 구축하고 유지함에 필요하다. 이 시기에 또래 친구들로부터 충분한 심리적, 사회적 지지를 받지 못하면 부정적 자아상 확립은 물론 사회적 거부와 배척의 감정 혹은 고립감을 가질 수도 있다.³¹

2) 불교문화 디지털 콘텐츠가 청소년에게 미치는 긍정적 영향

배상률, 고은혜(2015)의 연구에 따르면, 다수 청소년은 소셜 미디어와 같은 디지털 콘텐츠를 통해 다양한 기능적, 심리적 혜택을 얻고 있음을 피력하였다. 디지털 콘텐츠를 통한 학업 및 그 외에 유익한 대량한 정보를 얻을 수 있고, 사회적 핫 이슈를 발 빠르게 파악하여 여론 형성에 기여하며, 개개인의 개성 차이를 확인하고, 이것의 이해를 통한 공감대 형성 뿐만 아니라, 이러한 과정에서 즐거움을 얻고 스트레스를 해소할 수 있다는 것이다.³² 그렇다면, 불교문화 디지털 콘텐츠는 청소년에게 어떻게 이러한 긍정적 영향에 기여하는가?

상기 내용에 따라, 청소년의 주된 특성으로 도출할 수 있는 것은 첫째, 상호 교환 작용이 활발하게 발생한다는 것, 둘째, 사회적 과업과 급격한 신체적 변화에 따른 정서적 불안으로 인해 감정 기복이 심하다는 것, 셋째, 호기심과 모방심이 증가하여 우상을 만들어 맹목적으로 추종하는 성향이 있다는 것, 넷째, 충분한 심리, 사회적 지지가 필요하다는 것으로 구분할 수 있으며, 따라서, 각 항목에 불교문화 콘텐츠가 기여하는 양상을 분석하자면 다음과 같다.

(1) 건강한 상호 교환 작용의 촉진

웹툰 작가는 이제 대중의 이목이 집중되는 스타가 되었다. 불교계도 미약하지만, 만화에 관한 관심이 증대하고 있으며, 그 대표적 작품으로는 2019년 콘텐츠대상 시상식에서 문체부장관상을 받은 ‘극락왕생’이 있다. 극락왕생은 제목에서 짐작할 수 있듯이, 불교의 윤회사상에 기초하여 억울하게 죽은 이가 불보살의 자비로 자기 인생에서 가장 중요한 한 해를 다시 살게 되는 과정에서 겪는 일을 그린 것이다. 작가의 목표는 완전히 새로운 여신 신화 쓰기였다. 작품을 구상할 시 여성주의를 공부하다 우연히 불교미술에 접하였고, 한국 불교는 민간 설화 같은 것들이 섞이면서 인도, 일본 불교와 매우 다른 양상을 띄어 한국의 여신신화를 다시 발견하기에 불교가 제격이라고 생각한 것이다. 이 작가는 웹툰 대상인 청년층을 대상으로 일상적 경험과 소재를 활용하여 불교의 진리를 전달하고 있다. 현재 이 웹툰은 다양한 블로그에서 화제가 되며, 청소년들 간의 의견의 공유, 공감대 형성을 위한 장이 되고 있다. 사건을 만들어 낸 귀신들에 관한 이야기나, 일어나는 문제를 해결하기 위해 등장하는 호법신, 보살과 같은 인물들의 설정 또한 불교에 관한 지식을 확장해 주며, 권선징악이라는 주제에 관한 건강한 상호교환작용을 촉진하는 대표적인 예라고 할 수 있다.³³

(2) 효과적인 정서 불안의 극복

불교음악은 마음을 편안하게 하는 리듬이 있으므로 인간이 살아가는 리듬과 깊은 연관성이 있는 인체 리듬과 맥을 같이 한다고 볼 수 있다. 이러한 리듬은 평온함, 안정감을 제공하는 자극으로 구성되는데, 이 리듬과 같은 뇌파가 알파로서 이는 명상상태나 의식을 집중할 때 발생한다. 불교음악이 제공하는 소리 중 자연의 소리, 즉, 새소리, 비소리 등에서 자연적인 알파파가 가장 많이 발생하는 것으로 알려졌다. 따라서, 현재 다양한 앱과 온라인 상에서 제공되는 불교음악을 청소년이 접할 때, 사회적 과업과 급격한 신체적 변화에 따른 정서적 불안은 크게 위로받을 수 있으며, 이를 통한 정신적 회복은 청소년이 다시 일상생활을 정진할 수 있도록 지지할 것이다. BTN 불교라디오 앱은 24시간 불교음악, 명상음악을 제공하는 ‘울림’ 앱을 출시한 바 있는데, 가청자가 이미 100만 명을 돌파하였고, 젊은 층의 활용도를 증진하기 위해 아트홀에서 대규모 힐링 콘서트를 개최하는 등 다양한 노력을 이행하고 있다.³⁴

(3) 부처님을 공경하는 자세 확립에 따른 올바른 정신적 멘토 형성

우리불교신문(2019)은 청소년 문화탐방 프로그램 멘토와 멘티를 모집함을 알렸다. 재단법인 아름다운 동행은 ‘세계문화

유산 탐방&나의 유산 만들기' 프로그램을 삼성 지원을 받아 2012년부터 현재까지 진행하고 있으며, 중학생 청소년이 참가 대상이며, 성인들은 이들을 인솔하는 멘토로 참가한다는 것이다. 이에 청소년들은 불교적 문화를 포함한 문화적 소양을 쌓음과 동시에 다양한 직업군의 성인 멘토들과 함께 교감하며 건강한 자아정체성을 확립할 수 있을 것이 기대된다. 이러한 과정을 통해 청소년이 경이로운 문화유산을 경험하며, 해당 문화 건립 배경에 부처님 말씀과 교리가 있음을 깨우쳐 나간다면, 자연스럽게 부처님을 배우고 공경하는 자세 확립을 가질 수 있을 것이 기대되며, 청소년을 이끄는 성인 멘토의 촉진제 역할에 따라, 그들은 부처님 교리와 진리라는 올바른 멘토를 형성할 것이다.³⁵

(4) 충분한 심리적, 사회적 지지의 제공

2015년에 SNS로 포교활동을 전개하는 사이버전법단이 공식 출범한 바 있다. SNS 전법단은 '정보화 시대와 함께 사이버 공간 활용을 통한 포교와 종교 활동 중요성이 날로 증대된다'며, '누구나 참여할 수 있는 SNS 전법단 단원들은 부처님 깨달음을 받들어 온 국민의 행복과 상생 도모는 물론, 불교정토 실현을 위해 헌신할 것'을 다짐했다. 특히, 현재 한국불교는 청소년과 소통의 문제가 있음을 우려하면서 '어려운 경전의 한글, 과학화, 현대화하는 작업을 SNS 전법단에서 하고 있으며, 트위터, 페이스북, 밴드, 카카오톡 등을 통해 전법활동을 전개하고 있다'. SNS 전법단은 젊은 불교활동가 배출을 목표로 하는데, 청소년이 온라인 상 불교 모임에 참여하여 활동하면, 포교를 이행하면서 불심을 키우는 것은 물론 뜻을 같이 하는 다양한 사람들을 만나서 이들과의 친목도모를 통해 자연스럽게 심리, 사회적 지지를 받을 수 있다.³⁶

2. 불교문화 디지털 콘텐츠의 한계

상기 불교문화 디지털 콘텐츠들의 청소년에 대한 긍정적 영향 전제는 청소년이 적극 이를 수용하여 활용함에 있다.³⁷ 하지만, 현실적으로 청소년이 불교문화 디지털 콘텐츠를 활용하는 현황은 매우 암담하다. 불교문화 디지털 콘텐츠의 한계로는, 첫째, 수준별, 맞춤형 콘텐츠가 제공되지 못하고 있다는 것이다. 요즘은 학교 현장에서도 수준별 수업과 과정중심수업 등 다양하게 변화하고 있다. 포교 역시 청소년 계층과 연령에 따라 그 흥미수준과 난이도를 고려하여 구성해야 한다. 상기에서 검토된 불교문화 콘텐츠는 일반적인 청소년 성향과 속성에 기초하여 구축한 형태인데, 부처님 말씀과 불법 자체가 청소년에게 어려운 내용이다. 이를 수준별로 이해시키기 위한 세분화 전략이 필요하다.

둘째, 청소년의 흥미와 재미를 충분히 반영하지 못하고 있다. 불법은 깊고 심오하게 구성하여 청소년에게 깊은 감동을 제공하는 것이 마땅하나, 청소년의 흥미 수준을 반영한 형식과 구성은 매우 미흡하다. 한 예로, 청소년들은 항상 새로운 것에 흥미와 호기심을 가지므로, 내용은 물론, 형식과 구성에 있어서도 지속적 업데이트를 통한 최신성 유지가 기본이다. 하지만, 박수호(2012)는 대부분 불교 사이트에 게재된 콘텐츠의 새로운 업데이트가 매우 미비함을 지적하여 불교문화 콘텐츠의 최신성 부족을 시사하였다.³⁸

셋째, 불교문화 디지털 콘텐츠를 활용하는 청소년 불자에 관한 관리 미흡이다. 한 예로, 상기에서 소개한 불교음악 앱인 '울림'의 경우, 24시간 불교음악을 제공한다는 장점이 있으나, 음악을 듣는 청소년 불자에 관한 관리는 전무한 상황이다. 한 예로, DJ를 상정하여 청자들과 다양한 해당 불교음악에 관한 이야기를 나누고, 불교음악에 숨겨진 깊은 진리를 전달하여 상호 공감대를 형성하며, 청소년 고민 상담도 함께 진행하여 청소년을 위한 실질적인 필요를 충족하는 것이 미흡하다. 마지막으로, 상기 불교문화 콘텐츠들은 청소년에게 적합한 디지털 리터러시를 갖출 수 있는 기회를 제공하지 않고 있다.

수준별, 맞춤형 콘텐츠의 제공, 흥미와 재미를 충분히 반영, 청소년 불자에 관한 관리 미흡은 하드웨어적 차원이며, 불교문화 디지털 콘텐츠를 통해 청소년들이 익혀야 할 소프트 웨어적 차원은 디지털 리터러시이다. 즉, 미디어에 관한 이해와 활용 그리고 이를 통한 불법의 이해뿐만 아니라, 디지털 환경에서 살아가는 시민에게 요구되는 권리와 책임, 기술을 포괄하는 디지털 시민역량의 증진 기능을 수행하고 있지 못하다는 것이다. 요컨대, 현재 청소년 대상 불교 디지털 콘텐츠의 하드웨어적 한계는 수준별, 맞춤형 콘텐츠의 부재, 청소년의 재미와 흥미 반영 미흡, 해당 콘텐츠를 활용한 청소년에 관한 관리

미흡으로 정리할 수 있고, 소프트웨어적 한계는 이러한 증진된 접근성을 통해 온라인 상에서 불심을 키워 나가면서 지켜야 할 올바른 미디어 리터러시, 즉 그들의 새로운 환경에 관한 책임과 의무를 배양하도록 하는 기능이 전무한 실정이라는 것이다.

불교문화 디지털 콘텐츠의 가장 핵심적 목적은 청소년에게 익숙한 디지털이라는 수단을 통해 그들에게 불심을 전파하고, 교화하여 기존 청소년 불자에게는 신앙 성장의 기회를 그리고 불자가 아닌 청소년에게는 불자가 되는 기회를 제공함이 가장 핵심적 사안임은 자명하다. 하지만, 차후 디지털 세대의 주역인 청소년들이 디지털 콘텐츠를 통해 불심을 배양함에 있어 불교계가 이들을 올바른 디지털 환경의 시민으로 인도하여 디지털 기술에 관한 권리는 물론 책임의식을 갖게 하여 미래의 청소년을 위한 주된 환경인 건강한 디지털 환경을 차후 조성해 나가게 해야 할 책임도 있음이 자명하다. 이는 청소년 포교의 핵심 이념 중 하나인 이타적 대승 이념을 실현하는 것이다. 따라서 이를 기준으로 성공적인 포교를 위한 불교문화 콘텐츠 개선 전략을 종교성, 공공성, 대중성 개선 차원에서 제시하면 다음과 같다.

IV. 성공적인포교를 위한 불교문화 콘텐츠 개선전략

1. 종교성 개선을 위한 전략

종교성이란 불교문화 디지털 콘텐츠를 통해 청소년이 불교교리와 부처님 말씀을 이해하고 삶에 적용할 수 있는 수준이다. 종교성 개선을 위한 전략을 상기에서 사례를 든 24시간 인터넷 오디오 서비스인 ‘공감’을 통해 제시하면 다음과 같다. 대한불교조계종사회복지재단(2015)은 이러한 형태의 불교음악을 24시간 들을 수 있는 서비스는 불안장애 청소년 치료에 탁월하며, 이러한 과정을 통해 청소년 종교성 개선에 큰 도움이 될 수 있음을 시사하였다.³⁾ 첫째, 수준별, 맞춤형 콘텐츠의 부재이다. 이 앱의 강점은 24시간 불교음악을 제공한다는 것이나 청소년 불자의 지적 수준, 불심의 정도를 고려한 다양한 음악을 제공하지 못하고 있다. 불교음악, 명상음악은 그 자체가 단순한 음악이라고 생각할 수 있으나, 명상음악 위주로 선곡되는 것은 쉬운 난이도, 불교음악 위주로 선곡되는 것은 음악 배경에 관한 이해가 필요한 난이도 있는 것이라고 간주할 수 있다. 따라서, 이 두 가지를 기준으로 초급, 중급, 고급 난이도로 구분하여 선곡의 비중을 결정한다면 청소년들이 자신이 난이도에 적합한 불교음악, 명상음악을 즐기므로써 마음에 평정을 찾을 수 있을 것이다.

둘째, 청소년의 재미와 흥미 반영 미흡이다. 가청자가 이미 100만을 돌파한 인기있는 앱이지만, 청소년을 배려하여 그들이 선호하는 팝, 가요 등에서 부드러운 곡을 선별하여 함께 제공하는 전략이 필요하다. 셋째, 청소년 가청자에 관한 관리 미흡이다. 청소년이 필요로 하는 의사소통, 정신적 멘토기능, 심리, 사회적 지지를 통합적으로 제공하기 위해 청소년 섹션에 DJ를 두어 함께 살아가는 이야기와 고민을 수용하고 부처님 교리에 기반한 유용한 충고와 조언을 한다면 청소년 층의 가청자를 더 많이 확보할 수 있음은 자명하다.

넷째, 디지털 리터러시 배양 기능의 부재이다. 불교음악 등이 배경으로 하는 불교적 교리와 부처님 말씀을 그들의 다가올 미래 환경인 디지털 환경에 적용하여 디지털 시민으로서 책임의식을 갖도록 해야 한다. 따라서 온라인 상에서 청소년들이 일상적으로 저지르는 무책임한 행동들(무분별한 타인 비방 등)이 해당 불교음악 이념 중 어떤 부분에 위배되는지 교육하고 이에 대응하는 이타주의, 구성주의 관점의 온라인 상에서의 책임성 있는 행동들을 하루에 한 사례씩 코너를 신설하여 제시한다면 청소년들이 불교문화 콘텐츠를 통해 불교의 세계를 이해하고 나아가 종교적인 실천행동을 유발하는데 일조하게 할 것이다.

2. 공공성 개선을 위한 전략

공공성이란 불교문화 디지털 콘텐츠를 통해 청소년이 공익과 사회적 정의를 추구하게 되는 정도를 의미한다. 불교는 사

회적 공공성을 통해 사회를 이롭게 함과 동시에 불교의 교리를 더 효과적으로 대중에게 전파할 수 있다. 상기 사례에서 ‘불교 크리에이터’를 통해 공공성 개선 전략을 제시하면 다음과 같다. BZN불교공뉴스(2016)는 이러한 형태의 크리에이터 교육과정이 건전한 콘텐츠 활용 문화 조성에 이바지함으로써 공공성 개선에 큰 도움이 될 수 있음을 시사하였다.⁴⁰ 첫째, 수준별, 맞춤형 콘텐츠의 부재이다. 불교 크리에이터는 기발한 아이디어로 불교문화 콘텐츠를 창작한 이를 대상으로 해당 창작물을 뮤직비디오, 커버송 등으로 발현하여 활동을 촉진, 지원하는 것인데, 청소년이 창작한 불교문화 콘텐츠를 발현하는 수단에 있어 그 범위가 뮤직비디오, 커버송 등으로 매우 협소함을 알 수 있다. 청소년들의 흥미를 십분 고려하여 그들의 창작물을 각종 불교 게임의 테마송 등에 적절히 활용하고 그 범위 확장을 위해 꾸준히 고심할 필요가 있다.

둘째, 청소년의 재미와 흥미 반영 미흡이다. 이 콘텐츠는 청소년의 기발한 아이디어를 매체화시켜 더 효율적으로 활동할 수 있도록 지원하는 방식인데, 그 과정에 있어 청소년 캠프 등 다양한 이벤트를 개최하여 청년 불자 간 친목을 도모하게 한다면 구전효과까지 기대할 수 있다. 셋째, 청소년에 관한 관리 미흡이다. 콘텐츠 형태는 청소년이 고안해 낸 결과물에 주목하는 경우가 많은데, 기발한 아이디어로 당선된 청소년 불자들의 차후 더 나은 아이디어 고안을 위해 활동비 지원, 당선된 청소년 불자 간 친목도모 지원 등을 전개한다면 더 지속 가능한 이상적인 창작물 성취를 기대해 볼 수 있을 것이다.

넷째, 디지털 리터러시 역량 증진의 기능 부재이다. ‘불교 크리에이터’가 상기와 같은 전략과 함께, 차후 청소년들의 새로운 환경인 디지털 환경에 있어서 공익과 사회적 정의는 무엇인지 알게 하는 것은 매우 중요하다. ‘불교 크리에이터’의 경우, 청소년들의 참신한 아이디어를 고취하는 것이 목적이므로, 특정한 아이디어를 창출함에 있어 디지털 환경에서 공익과 사회적 정의가 십분 반영되도록 다양한 멘토기능을 제공하여 그들이 창작한 창작물의 측면에서의 한계와 개선점에 관한 코멘트를 제공한다면 차후 청소년들은 건전한 디지털 활동에 역량을 증대해 나갈 것이다.

3. 대중성 개선을 위한 전략

본 연구에서는 대중성이란 불교문화 디지털 콘텐츠를 통해 청소년이 그들을 둘러싼 친구, 가족, 사제간 관계를 돈독히 하여 유대를 강건하게 지속하여 인간관계에 막힘이 없는 정도라고 규정하고자 한다. 대중성의 사전적 의미를 보면, 첫째가 대중매체적 개념이지만 둘째는 일반 대중이 친숙하게 느끼며 동감할 수 있는 성질이라고 규정하고 있다. 이러한 차원에서 대중성 개선을 위한 전략을 상기 사례 중 불교문화 디지털 콘텐츠 게임인 대상 웹 게임인 아바로를 통해 제시하면 다음과 같다. 백성호(2019)는 이러한 형태의 PC게임을 통해 불자가 대중과 원활하게 소통할 수 있음을 피력하여 불교게임이 대중성 개선을 증진할 수 있음을 시사하였다⁴¹

첫째, 수준별, 맞춤형 콘텐츠의 부재이다. 게임 아바로는 어린 청소년들에게 적합한 게임으로, 중, 고등학생이 즐길 수 있는 수준별 콘텐츠가 부재하다. 더 나아가, 이러한 콘텐츠가 부처님의 선을 전달함에 있어 실생활의 인간관계에서 과연 관세음보살 42수주를 어떻게 적용하면 될지 그 연결고리가 부재하다. 한 예로, 친구와 갈등관계에 있을 때 어떤 수주가 적합하며 그 기도암송이 해결에 어떤 역할을 하는지 팝업 창등을 활용하여 설명한다면 대중성 측면에서 크게 개선될 것으로 기대한다.

둘째, 청소년의 재미와 흥미 반영 미흡이다. 청소년들이 흥미있어 하는 대상은 연예인이나 유명 영화배우, 개그맨 등이다. 따라서, 각 아이템의 이미지를 이러한 유명인을 활용하여 카툰화하면 청소년의 흥미를 끌 수 있다. 더 나아가, 모험 중심의 게임 스토리를 전개함에 있어 다양한 유명인 이미지의 캐릭터를 만나면서 여러 인간관계 갈등을 해결하는 식의 스토리를 구성한다면 청소년들의 실제 인간관계 갈등 해결을 위한 실마리를 효과적으로 제공할 수 있다. 셋째, 청소년에 관한 관리 미흡이다. 게임 유저들 간 웹상에서 게시판 등을 통해 간단한 의사소통조차 할 수 있는 공간이 부재하다.

따라서 아바로가 스마트폰 게임이지만 웹 상에 홈페이지를 개설하여 다양한 유저들 간 의사소통 기능(채팅, 게시판, 등)을 제공할 필요가 있다. 더 나아가, 차후 인간관계에 관한 아바로 식의 불교게임 구축 시 각 유저들이 힘들어 하는 사연이나

갈등상황을 공개적으로 제시하고 이에 관해 해당 유저가 흡족한 대답을 채택하게 하여 경품 행사 등을 진행한다면 그들의 인간관계 개선에 긍정적 영향을 미칠 수 있을 것이다. 마지막으로, 디지털 리터러시 기능의 부재이다. 아바로와 같은 불교 게임이 게임 상에서 온라인 상에서 발생하는 다양한 갈등 상황을 설정하고, 이를 해결해 나가는 주인공 모습을 통해 청소년에게 온라인 상에서의 예절을 통한 대중성을 교육하고, 더 나아가, 주어진 디지털 콘텐츠를 수용하는데 제한되지 않고, 이를 건강한 방향으로 창작, 개선하여 더 나은 결과물을 창출하는 일련의 과정과 그 결과가 대중사회에 미치는 긍정적 영향을 묘사해 나간다면, 청소년들은 그들의 새로운 세상인 디지털 세상에서 단지 수동적으로 디지털 콘텐츠를 수용하는데 제한되지 않고, 이를 더욱 창의적인 방향으로 발전시켜야 할 대중적 책임을 느낌으로써 차후 그들이 직면하고 경험하는 디지털 불교문화 콘텐츠를 계승받아 더욱 창의적 방향으로 발전한다.

V. 맺음말

현대 청소년들의 오늘날 게임중독, 스마트폰 과다사용, 영상매체가 전하는 폭력적, 선정적 주제의 매체에 대해 상당한 청소년들이 중독의 수준을 넘고 있다. 상업적으로 기획된 이들 매체의 맹목적 소비자이자 희생자인 청소년들을 주체적이고 선별적인 매체 소비자로 성장시키고 그들의 도덕성을 지켜내야 할 과제가 제시되는 실정인바, 본 연구는 청소년 마음과 정신을 치유하고, 자아성장을 촉진하며, 훌륭한 도덕성을 갖춘 인격체로 성장하도록 지지하게 부족함이 없는 불교문화를 청소년 성향에 따라 디지털콘텐츠에 효과적으로 접목하는 방안을 제시함으로써 오늘날 청소년 포교 활성화를 위한 유용한 제언을 하고자 하였다. 불교문화 콘텐츠는 종교문화 가치체계인 종교성, 공공성, 대중성 특성을 모두 지니며, 이 가치를 모두 성취해야 할 사명이 있음이 확인되었고, 청소년 특성 분석 결과, 그들의 신체, 생리적 특성, 인지, 정서적 특성, 사회적 특성에 따라 첫째, 상호교환작용이 활발하고, 둘째, 정서적 불안으로 인해 감정기복이 심하며, 셋째, 우상을 맹목적으로 만들어 추종하고, 넷째, 충분한 심리, 사회적 지지가 필요함을 확인함으로써 본 연구 전개를 위한 기준들을 구축하였다.

이러한 배경에 따라, 불교문화 디지털 콘텐츠가 청소년에게 미치는 긍정적 영향을 검토한 결과, ‘극락왕생’ 등 웹툰 형태를 통해 건강한 상호교환 작용이 촉진될 수 있고, BTN 불교라디오 앱인 ‘울림’ 등을 통해 효과적인 정서적 불안 극복이 가능하며, 청소년 문화탐방 프로그램인 ‘세계문화유산 탐방&나의 유산 만들기’ 등을 통해 부처님을 공경하는 자세 확립에 따른 올바른 정신적 멘토 형성이 가능하고, SNS로 포교활동을 전개하는 사이버전법단 등을 통해 청소년이 충분한 심리, 사회적 지지의 제공을 받을 수 있음을 확인하였다. 이러한 장점에도 불구하고 현재 청소년 대상 불교 디지털 콘텐츠 한계는 수준별, 맞춤형 콘텐츠 부재, 청소년 재미와 흥미 반영 미흡, 해당 콘텐츠를 활용한 청소년에 관한 관리 미흡 그리고 디지털 리터러시 교육 부재라는 한계가 규명되어, 본 연구는 종교성, 공공성, 대중성 개선 차원에서 해당 한계를 극복할 대안을 제시함으로써 성공적인 포교를 위한 불교문화 콘텐츠 개선 전략을 제시하였다.

첫째, 종교성 개선을 위한 전략으로는 24시간 인터넷 오디오 서비스인 ‘공감’을 기준으로 제시했는데, 첫째, 청소년 불자의 지적수준과 불심의 정도를 고려하여, 불교음악, 명상음악 이 두 가지를 기준으로 초급, 중급, 고급 난이도로 구분하여 선곡 비중을 결정함으로써 난이도에 적합한 음악을 제공할 것, 둘째, 청소년이 선호하는 팝, 가요 등에서 부드러운 곡을 선별하여 함께 제공할 것, 셋째, 청소년이 필요로 하는 의사소통, 정신적 멘토기능, 심리, 사회적 지지를 통합적으로 제공하기 위한 DJ를 두어 부처님 교리에 기반한 유용한 충고와 조언을 제공할 것 넷째, 불교음악 등이 배경으로 하는 불교적 교리와 부처님 말씀을 디지털 환경에 적용하여 디지털 시민으로서 책임의식을 갖도록 할 방안을 제시하여 청소년들이 불교문화 콘텐츠를 통해 얻는 불도의 마음이 디지털 삶에도 정착하는데 일조하게 할 것을 각각 제시하였고, 이러한 과정을 통해 음악의 주특성인 정서와 감성의 자극을 통해 청소년 불자의 종교성 개선이 가능할 것을 시사하였다.

둘째, 공공성 개선을 위한 전략으로는 ‘불교 크리에이터’를 사례로 제시했는데, 첫째, 청소년들의 흥미를 심분 고려하여 그들 창작물을 각종 불교 게임의 테마송 등에 적절하게 활용하고 그 범위 확장을 위해 꾸준히 고심할 것, 둘째, 그 과정에 있

어 청소년 캠프 등 다양한 이벤트를 개최하여 청년 불자 간 친목을 도모하여 구전효과를 기대할 것, 셋째, 기발한 아이디어로 당선된 청소년 불자의 차후 더 나은 아이디어 고안을 위해 활동비 지원, 당선된 청소년 불자 간 친목도모 지원으로 더 지속 가능한 이상적 창작물 성취를 기대할 것, 넷째, 특정 아이디어를 창출함에 있어 디지털 환경에서 사회적 공익과 정의가 심분 반영되도록 다양한 멘토기능을 제공하여 이러한 차원에서 한계와 개선점에 관한 코멘트를 제공할 것을 각각 제시하였고 이러한 과정을 통해 사회적 영향력이 큰 불교 크리에이터가 올바른 공공성을 성취해 나갈 것을 기대하였다.

셋째, 대중성 개선을 위한 전략은 디지털 콘텐츠 게임인 ‘아바로’를 사례로 제시했는데, 첫째, 이러한 콘텐츠가 부처님 도를 전달함에 있어 실생활의 인간관계에서 과연 관세음보살 42수주를 어떻게 적용할지 연결고리를 팝업창 형태로 제시할 것과, 둘째, 청소년들이 흥미있어 하는 연예인 등을 각 아이템 이미지에 적용하고, 모험 중심 게임 스토리를 전개함에 있어 이러한 다양한 유명한 이미지 캐릭터를 만나며 다양한 인간관계 갈등을 해결하는 식의 스토리를 구성할 것과, 셋째, 웹상에 홈페이지를 개설, 다양한 유저들 간 의사소통 기능을 제공하고, 차후 유저들이 힘들어하는 사연이나 갈등상황을 공개적으로 제시, 채택하게 하여 경품 행사 등을 진행할 것과, 넷째, 온라인상에서 발생 가능한 다양한 갈등상황을 게임에 적용하고 이를 해결하는 주인공 모습을 통해 온라인 상의 예절을 통한 대중성을 교육하거나 주어진 콘텐츠를 건강한 방향으로 창작, 개선해 나가는 일련의 과정을 게임화한다면 이러한 과정을 통해 대중성이 큰 게임 형태의 불교 게임이 더 나은 대중성을 확장할 수 있을 것을 기대하였다.

지식정보플랫폼 운판(2019)은 청소년의 특성을 고려치 않은 불교계의 다그치는 질문이 학생들을 두렵게 한다고 하였고, 청소년을 논리의 힘으로만 변화시키려고 해서는 안된다고 하여 현 불교의 위기 극복을 위한 청소년 불교교육의 새로운 패러다임이 필요함을 역설하였다.⁴² 본 연구에서 제시하고 있는 수준별, 맞춤형 콘텐츠 개발, 청소년 재미와 흥미를 반영한 콘텐츠 개발, 해당 콘텐츠를 활용한 청소년에 대한 관리에 관한 실무적 시사점이 이러한 불교교육의 새로운 패러다임은 물론 이를 통한 원활한 포교활동을 창출하는데 일조할 수 있기를 희망한다.

요약

청소년들의 디지털 매체 소비는 너무 과도하여 문제다. 게임, 선정적 영상, 폭력적 주제의 매체에 대해 상당한 청소년들이 중독의 수준을 넘고 있다. 그러나 양에 비해서 그 품질은 심각할 정도로 저급하다. 오로지 상업적으로 기획된 이들 매체의 맹목적 소비자이자 희생자인 청소년들을 주체적이고 창의적인 소비자로 성장시키고, 그들의 도덕성을 지켜낼 방안이 시급하게 요청된다. 이 논구의 목적은 불교문화 디지털 콘텐츠의 발전적 혁신을 통한 청소년 포교의 방향과 대안의 제시이다. 이에 본 연구는 먼저 불교문화 콘텐츠가 종교문화 콘텐츠의 기본 정향(定向)인 종교성, 공공성, 대중성을 모두 성취해야 함을 확인하였다. 다음으로 디지털 콘텐츠의 소비와 관련하여, 청소년 소비행동 특성, 상호교환 작용의 활발성, 정서적 불안심리, 맹목적 우상추종, 사회심리적 지지 필요 등의 배경을 확인하였다.

이러한 배경에 따라서, 현재의 불교문화 디지털 콘텐츠가 청소년 특성을 일부 만족시키고 있음이 확인되었다. 그러나 이러한 특성에 온전히 대응하기에는 아직 수준별 맞춤 콘텐츠 부재, 흥밋거리 반영 미흡, 콘텐츠 활용을 통한 관리 미흡 등의 한계를 더 크게 확인하였다. 이들 한계에 대한 개선책으로서 앞서 불교문화 디지털 콘텐츠 정향으로 제시한 종교성, 공공성, 대중성을 증진할 대안을 제시하였다.

첫째, 종교성 개선을 위해서, 24시간 인터넷 오디오 서비스인 ‘공감’을 예로 삼아 다음 5개 개선책을 제시하였다. 청소년 불자들을 위한 불교 명상음악을 초·중·고급의 수준에 따라 선곡함으로써 난이도에 따른 음악 제공하기, 청소년이 선호하는 팝, 가요 등에서 감정을 순화하는 부드러운 곡들을 선별적으로 제공하기, 청소년 전용 DJ를 두어 청소년에 최적화된 의사소통, 정신적 멘토기능, 심리·사회적 지지를 위한 유용한 어드바이스 제공하기, 수준별 맞춤 콘텐츠와 청소년의 흥미를 반영하는 콘텐츠 제공하기, 그리고 해당 콘텐츠를 활용한 청소년에 관한 관리체계 확보하기 등이다.

둘째, 공공성 개선을 위해서는, ‘불교 크리에이터’를 예로 삼아 다음 4개 대안을 제시하였다. 청소년 흥미를 고려해 그들 창작물을 각종 불교 게임 테마송 등에 적합히 활용, 그 범위를 확장하기 위한 고심의 필요성, 그 과정에 있어 청소년 캠프 등 다양한 이벤트 개최를 통한 친목도모, 더 나은 아이디어를 위해 활동비 지원, 당선된 청소년 간 친목도모 지원으로 더 지속 가능한 이상적 창작물 기대, 아이디어 창출에 있어 디지털 환경에서 사회적 공익과 정의가 심분 반영되도록 다양한 멘토기능과 코멘트 제공을 제안하였다.

셋째, 대중성 개선을 위해서는, 불교게임인 ‘아바로’의 경우 다음과 같은 4개의 개선된 대안을 제시하였다. 예컨대 부처님도를 게임을 통해 전달함에 있어 실생활 인간관계에서 과연 관세음보살 42수주를 어떻게 적용할지 연결고리를 팝업창 등을 통해 제시할 것, 모험 중심 게임 스토리 전개에서 다양한 유명한 이미지 캐릭터를 만나며 인간관계 갈등을 해결하는 식의 스토리 구성, 홈페이지를 개설하여 다양한 유저 간 의사소통 활성화, 차후 유저들의 실생활 문제를 제시, 채택하여 경품 제공 등 진행, 온라인상에서 발생하는 다양한 갈등을 게임에 적용, 이를 불교적 차원에서 현명하게 해결하는 주인공 모습을 통해 온라인 상의 예절 교육, 주어진 콘텐츠를 건강한 방향으로 창작, 개선해 나가는 일련의 과정의 게임화이다. 이 논문은 결론적으로, 수준별 맞춤 콘텐츠 부재, 흥미거리 반영 미흡, 콘텐츠 활용을 통한 관리 미흡 등의 현재는 디지털 불교문화 콘텐츠의 한계를 극복할 구체적 대안을 종교성, 공공성, 대중성이라는 종교문화의 세 가지 기본 정향에 따라 제시하여 효과적인 청소년 대상 불교교육 방향성을 정립함으로써 포교를 달성할 방안을 제시하고자 하였다. 필자는 디지털 문화콘텐츠의 남용과 오용으로 위기에 처한 청소년들을 구하는 길이 디지털 불교문화 콘텐츠의 이같은 교육적 혁신에 있다고 믿는다. 이 논문에서 제시된 구체적 대안들이 청소년 대상 불교교육과 포교의 새로운 패러다임 창출에 일조하기를 기대한다.

주요어

불교문화 디지털 콘텐츠, 수준별, 맞춤별 콘텐츠, 청소년 재미와 흥미 반영, 청소년에 관한 관리 강화, 청소년 불교교육과 포교의 새로운 패러다임.

References

- 곽은섭, 「청소년의 여가활동과 또래관계가 생활 만족도에 미치는 영향」, 대전대학교석사학위 논문. 대전대학교 대학원, 2003.
- 김윤이, 「청소년 포교 활성화 방안 연구 :청소년 포교를 위한 불교복지프로그램을 중심으로」, 동국대 학교석사학위 논문, 동국대학교 대학원, 2017.
- 김철우, 「오대산 월정사 불교문화 콘텐츠 구축방안」, 경주대학교석사학위논문, 경주대학교대학원, 2016.
- 노영희, 『디지털콘텐츠의 이해』, 서울: 건국대학교 출판부, 2006.
- 노혁, 『청소년 복지론』, 파주: 교육과학사, 2010.
- 박영균외3인, 『청소년 복지론』, 파주: 교육과학사, 2014.
- 배상률, 「디지털 시대의 청소년 미디어교육 제도화 방안 연구」, 한국청소년정책연구원 연구보고서, 1-316, 2014.
- 신광철, 「인문학과 문화콘텐츠」, 『국어국문학』 제143집, 서울: 국어국문학회, 2006.
- 신상기 · 김효용, 「디지털 콘텐츠 제작을 위한 불교문화원형 활용 사례연구: 스마트 폰 앱 게임< 아 바로> 를 중심으로」, 『애니메이션연구』 제11집, 서울: 애니메이션연구학회, 2015.

- 오세진외11인, 『인간행동과 심리학』, 서울: 학지사, 2012.
- 이재수(2007), 「유비쿼터스 시대의 불교문화콘텐츠 연구」, 동국대학교 박사학위논문, 동국대학교 대 학원, 2007.
- 이재수, 「고려대장경의 문화콘텐츠 활용 방안」, 『선학』 제30집, 서울: 한국선학학회, 2011.
- 이재수, 「불교문화콘텐츠학의 연구방향과 교육방법 고찰」 『종교문화연구』 제20집, 서울: 종교문화 연구학회, 2013.
- 이언배 외 4인, 『컴퓨터의 이해』, 서울: 한국방송통신대학교 출판부, 2012.
- 이혜숙, 「불교계의 청소년 지원을 위한 정책적 제언」 『佛敎研究』 제46집, 서울: 한국불교연구원, 2017.
- 우혜란, 「종교문화콘텐츠에 대한 또 다른 ‘종교학적’ 접근」 『신종교연구』 제38집, 서울: 한국신종교학회, 2018.
- 장윤선, 「불교문화를 활용한 콘텐츠 개발 방안 연구」, 동방문화대학교 박사학위논문, 동방문화대학원 대학교, 2016.
- 추홍성, 「디지털 문화소비 활동 영향요인 연구: 문화 참여 다양성을 중심으로」, 서울시립대학교 석 사학위논문, 서울시립대학교 대학원, 2018.
- 홍봉선, 남미애, 『청소년 복지론』, 고양: 공동체, 2016.
- Erstad, O. (2012). The learning lives of digital youth—beyond the formal and informal. *Oxford Review of Education*, 38(1), 25-43.
- Shaoguang, Y. (2006). An informal discussion on Internet matters: Moral construction for children and young people. *Chinese Education & Society*, 39(1), 6-83.
- Verchery, L. (2010). The Woodenfish Program: Fo Guang Shan, Canadian Youth, and a New Generation of Buddhist Missionaries. *Wild Geese: Buddhism in Canada*, 210-35.
- 김현태, 「SNS로 전하는 부처님 말씀 사이버 전법단 출범」 『종교신문』 (2015.12.22.)
- 「BBS, 모바일앱 ‘BBS불교방송’, ‘BBS보리’ 출시」 『법보신문』 (2017.04.25.)
- 김혁, 「청소년 문화탐방 프로그램 멘토, 멘티를 모집합니다!」 『우리불교신문』 (2019.02.26.)
- 노덕현, 「불교콘텐츠 새지평, 우리가 연다」 『현대불교』 (2016.10.10.)
- 박수호, 「소셜미디어의 등장과 포교」 『불교평론』 (2020.09.01.)
- 백성호, 「PC게임하며 대중과 소통하죠」 『중앙일보』 (2019.10.31.)
- 신희정, 「붓다는 무엇을 어떻게 가르쳤는가」 『불교평론』 (2018.03.18.)
- 이재수, 「스마트 미디어 시대, 불교는 어떤 콘텐츠를 제공할 것인가」 〈불교평론〉 (2014.12.01.)
- 이창윤, 「“24시간 언제 어디서나 불교음악 들어요”」 『불교저널』 (2015.10.06.)
- 이한배, 「1인 미디어방송 크리에이터 교육 과정 운영」 『불교공뉴스』 (2016.11.15.)
- 운판, 「[정평포럼] “한국 불교의 미래, 청소년 포교”」 『지식정보플랫폼 운판』 (2021.02.08.)
- 임은호, 「SNS를 강타할 재미있는 불교 콘텐츠 기대하세요」 『법보신문』 (2019.09.20.)
- 원금희, 「디지털콘텐츠과, 4차 융합산업의 대표 학문」 『시사경제신문』 (2018.07.02.) 참조.

용태영, 「'가난이 죄?...청소년범죄는 '도덕성' 문제」 『연합뉴스』 (2012.06.25.)

홍다영, 「'온라인 명상토크, 지화연꽃도 만들고」 『불교신문』 (2020.08.11.)

위키백과 디지털 콘텐츠 - 위키백과, 우리 모두의 백과사전 (wikipedia.org)

월간 디자인(2015), 한국불교문화 사업단 불교문화 콘텐츠 개발.

http://mdesign.designhouse.co.kr/article/article_view/104/69400?per_page=27&sch_txt= (2020.11.12.)

한국콘텐츠진흥원

http://www.culturecontent.com/html/htmlPage.do?page=case/exhibit_01.html(2011.11.14.)

한국불교문화사업단<http://www.kbuddhism.com/>(2011.11.14.)

BTN 홈페이지<http://btn.co.kr/index.asp>(2011.11.14.)

Endnote

- 1 이재수, 「유비쿼터스 시대의 불교문화콘텐츠 연구」(동국대학교박사학위논문, 2007), 129쪽.
- 2 이해숙, 「불교계의 청소년 지원을 위한 정책적 제언」 『佛敎研究』 제46집 (서울: 한국불교연구원, 2017), 334쪽 참조.
- 3 장윤선, 「불교문화를 활용한 콘텐츠 개발 방안 연구」, 동방문화대학교 박사학위논문, 2016), 33쪽 참조.
- 4 용태영, 「'가난이 죄?'...청소년범죄는 '도덕성' 문제」 『연합뉴스』 (2012.06.25.)
- 5 신희정, 「붓다는무엇을어떻게가르쳤는가」 『불교평론』, 73호.
- 6 Verchery(2010), 210-235쪽.
- 7 Erstad(2012), 25-43쪽.
- 8 Shaoguang(2006), 6-83쪽.
- 9 우해미, 「한국불교문화 사업단 불교문화 콘텐츠 개발」 『디자인하우스』 (2015년2월호)
- 10 추홍성, 「디지털 문화소비 활동 영향요인 연구: 문화 참여 다양성을 중심으로」 (서울시립대학교 석사학위논문, 2018) 7-8쪽.
- 11 원금희, 「디지털콘텐츠과, 4차 융합산업의 대표 학문」 『시사경제신문』 (2018.07.02.) 참조.
- 12 노영희, 『디지털콘텐츠의 이해』, (서울: 건국대학교 출판부, 2006), 13-16쪽.
- 13 이연배 외 4인, 『컴퓨터의 이해』, (서울: 한국방송통신대학교 출판부, 2012), 318쪽.
- 14 우혜란, 「종교문화콘텐츠에 대한 또 다른 '종교학적' 접근」 『신종교연구』 제38집 (서울: 한국신종교학회, 2018), 6쪽 참조.
- 15 이재수, 「불교문화콘텐츠학의 연구방향과 교육방법 고찰」 『종교문화연구』 제20집 (서울: 종교문화연구학회, 2013), 243-277쪽
- 16 신광철, 「인문학과문화콘텐츠」 『국어국문학』 제143집(서울: 국어국문학회, 2006) 211-234쪽.
- 17 이재수, 「스마트 미디어 시대, 불교는 어떤 콘텐츠를 제공할 것인가」 『불교평론』 (2014.12.01.)
- 18 이재수, 「고려대장경의 문화콘텐츠 활용 방안」, 『선학』 제30집 (서울: 한국선학학회, 2011), 103-134쪽.
- 19 신상기·김효용, 「디지털 콘텐츠 제작을 위한 불교문화원형 활용 사례연구: 스마트폰 앱 게임 <아바로> 를 중심으로」, 『애니메이션연구』 제11집 (서울: 애니메이션연구학회, 2015), 195-210쪽.
- 20 http://www.culturecontent.com/html/htmlPage.do?page=case/exhibit_01.html(2020.11.14.)
- 21 김현태, 「BBS, 모바일앱 'BBS불교방송'·'BBS보리' 출시」 『법보신문』 (2017.04.25.)
- 22 <http://www.kbuddhism.com/>(2020.11.10.)
- 23 임은호, 「“SNS를 강타할 재미있는 불교 콘텐츠 기대하세요”」 『법보신문』 (2019.09.20.)
- 24 박은섭, 「청소년의 여가활동과 또래관계가 생활 만족도에 미치는 영향」 (대전대학교석사학위 논문, 2003), 9쪽.

- 25 오세진 외 11인, 『인간행동과 심리학』, (서울: 학지사, 2012), 272-279쪽 참조.
- 26 노혁, 『청소년 복지론』, (파주: 교육과학사, 2010), 12-13쪽.
- 27 오세진 외 11인, 『인간행동과 심리학』, (서울: 학지사, 2012), 205-208쪽 참조.
- 28 김윤이, 「청소년 포교 활성화 방안 연구 :청소년 포교를 위한 불교복지프로그램을 중심으로」 (동국대학교석사학위 논문, 2017), 14-15쪽.
- 29 오세진 외 11인, 『인간행동과 심리학』, (서울: 학지사, 2012), 208쪽
- 30 박영균 외 3인, 『청소년 복지론』, (파주: 교육과학사, 2014), 21쪽.
- 31 홍봉선, 남미애, 『청소년 복지론』, (고양: 공동체, 2016), 21-23쪽.
- 32 배상률&고은혜, 「청소년문화 활성화를 위한 소셜 미디어 활용 연구」. (한국청소년정책연구원연구보고서2015), 1-336.
- 33 이지용, 「불교신화 세계관과 일상이라는 환상, 웹툰 <극락왕생>」 『한국콘텐츠진흥원』 (2019.11.22.) 참조.
- 34 홍다영, 「‘온라인 명상토크, 지화연꽃도 만들고」 『불교신문』 (2020.08.11.) 참조.
- 35 김혁, 「청소년 문화탐방 프로그램 멘토, 멘티를 모집합니다!」 『우리불교신문』 (2019.02.26.) 참조.
- 36 김현태, 「‘SNS로 전하는 부처님 말씀’ 사이버 전법단 출범」 『종교신문』 (2015.12.22.)
- 37 이재수, 「스마트 미디어 시대, 불교는 어떤 콘텐츠를 제공할 것인가」 『불교평론』 (2014.12.01.)
- 38 박수호, 「소셜 미디어의 등장과 포교」 『불교평론』 (2012.09.01.)
- 39 대한불교조계종사회복지재단, 「“24시간 언제 어디서나 불교음악 들어요”」 『불교저널』 (2015.10.06.)
- 40 이한배, 「1인 미디어방송 크리에이터 교육 과정 운영」 『불교공뉴스』 (2016.11.15.)
- 41 백성호, 「PC게임하며 대중과 소통하죠」 『중앙일보』 (2019.10.31.)
- 42 운판, 「[정평포럼] “한국 불교의 미래, 청소년 포교”」 『지식정보플랫폼 운판』 (2021.02.08.)