

원불교 문화교화 활성화 방안

－ 교단 3대 말과 4대를 위한 《교육·문화분과:문화》핵심과제

양용원 교무

(수위단회 교육문화분과 전문위원/원음방송)

1. 개 요

- 1) 현 시대와 문화적 종교
- 2) 원불교 2세기 교화 중심축

2. 문화교화의 산업적 접근

- 1) 문화와 산업
- 2) 문화교화의 산업화

3. 문화교화의 활성화 방안

- 1) 제3대 제3회(97~108) 설계보고서 점검 및 회고
- 2) 제3대말, 4대 문화교화 핵심과제
 - (1) 문화사회부 구조개편을 통한 역할의 전문화
 - (2) 문화예술방면 전문기관 신설 - 원불교 중앙문화원 재발족
 - (3) 문화관련 재단의 효율적 통합운용
 - (4) 언론, 미디어 통합 운영방안 모색
 - (5) 교화현장 문화교화 기반 확대

4. 맺음말

1. 개 요

1) 현 시대와 문화적 종교

21세기의 다양한 말 들 중 가장 두드러지는 것 중 하나가 ‘문화의 시대’라는 말이다. 이는 경제의 시대를 넘어 문화의 시대를 지향한다는 것이다. 이는 종교문화 측면에서도 매우 의미 있게 받아들여야 한다. 먹고 사는 문제를 넘어 사람다운 삶이 지니는 가치를 추구하기에 이르렀음을 뜻한다. 21세기 종교문화 또한 문화의 시대정신을 공유해야 한다. 그렇지 않으면 이 시대에 도태되기 때문이다. 적극적 의미에서 종교문화는 이러한 시대정신을 선도해야 종교 본연의 역할을 잘 하고 있다 할 것이다. 이 시대 종교문화는 문화의 시대에 걸맞는 문화적 종교를 지향할 수 있어야 한다.

문화적 종교란?

첫째 개인의 삶에 빛을 비출 수 있어야 한다. 빛은 종교적 진리의 빛인 동시에 개인의 삶을 따뜻하게 덥히는 생명의 빛이 되기 때문이다.

둘째 공생의 문화를 빚어내야 할 것이다. 공생은 단순히 함께 걷는 걸음에 머물지 않고 서로의 역사와 문화로부터 창조적 기운을 불어넣는 운동이 되어야 한다.

셋째 미래의 역사에 대한 우주적 비전을 제시함으로써, 삶의 주체요 역사의 주도자로서의 인간의 존재론적 가치를 제시할 수 있어야 한다. 결국 이 시대 종교문화의 지향 가치는 빛, 공생, 비전이라는 키워드를 갖고 접근해야 한다.

4차 산업혁명을 목전에 두고 있는 시점에서 종교는 인류가 지향해야 하는 미래적 가치를 부여할 수 있어야 한다는 것이다.

원불교는 생활종교를 지향하며 개인의 삶의 가치를 중요하게 조명해 왔다. 이웃 종교와의 연합 운동도 선도적 역할을 해 왔다. 이제 한 발 더 나아가 빛·공생·비전이라는 21세기 종교 문화에 대한 진단과 전망을 중심으로 문화를 확장해 나가야 할 때이다. 즉 미디어를 통한 문화교화, 사이버교화의 강화 등 생활 종교적 측면과 정보화 역량 강화에 중점을 두어야 한다. 또 마음공부의 디지털 확산에도 주력해야 한다. 그리고 문화종교로서의 원불교의 이정표를 제시해야 한다.

2) 원불교 2세기 교화 중심축

2세기는 원불교 ‘문화 창조기’가 돼야 한다. 창업기가 정체성 형성에 주력했다면 제도정착기에는 경전편찬, 교단 통합 도모, 사회적 확산에 전력해 왔다. 그럼 원불교 2세기, ‘문화 창조기’에는 무엇을 해야 하나. 교법과 교화를 문화예술로 꽃 피워야 한다. 한국은 문화지향사회(culture-oriented society)로 진입해 문화시대, 문화산업시대를 맞이했다. 시대적 상황에서 문화는 문화경제, 문화상품, 문화마케팅, 문화콘텐츠 등으로 확장되고 있고, 종교의 신앙생활의 방식과 실천에도 영향을 주고 있다. 종교는 문화의 부분이기도 하지만 문화에 의해 영향을 받기도 하고, 문화를 형성하기도 한다. 문화는 일반대중에게 종교적인 감성을 자극하는 데 효율적일 수

있기 때문에 종교가 문화 증진에 기여하고 있다고도 할 수 있다.

원불교 문화는 ‘일원 문화’로 정의된다. 일원의 진리에 바탕한 원불교 문화는 시대성, 대중성, 세계성을 띠며 미약하지만 독창적인 문화를 만들어 왔다. 그렇다고 대대적으로 일원문화를 창조해 왔다고 평가하고 싶지는 않다. 원불교 문화 창조기(2세기)는 종교문화콘텐츠 시대라 정의될 것이다. 때문에 교단이 보유한 문화예술관련 모든 역량을 한데 모아 선제적으로 문화예술 시대를 대비해야 한다. 시대화생활화대중화를 표방했듯이 원불교 문화의 방향도 세상과 적극적인 호흡을 위해 이를 총괄할 문화기관이 요청된다.

2. 문화교화의 산업적 접근

1) 문화와 산업

- 문화 [culture, 文化]

자연 상태에서 벗어나 일정한 목적 또는 생활 이상을 실현하고자 사회 구성원에 의하여 습득, 공유, 전달되는 행동 양식이나 생활양식의 과정 및 그 과정에서 이룩하여 낸 물질·정신적 소득을 통틀어 이르는 말. 의식주를 비롯하여 언어, 풍습, 종교, 학문, 예술, 제도 따위를 모두 포함한다. <국어사전>

문화라는 단어의 개념에서 보듯이 문화영역은 그 범위와 상태가 너무나 광범위해서 어떤 특정 분야를 논하기에는 어려움이 있다. 하지만 편의 상 인문예술영역과 사회생활영역 두 가지 큰 영역을 구분해서 접근할 수 있는데 우리가 문화교화를 이야기할 때 주로 인문예술영역을 중심에 두고 있으므로 오늘 이 자료에서는 이 부분을 중점적으로 논의의 대상으로 하고자 한다.

앞서 개요에서 전제 했듯이 문화 활동(인문예술)은 현대사회의 중심축이자 일상이 되었다. 기본적인 의식주를 해결해가기도 어려웠던 시절에는 문화 활동은 일종의 사치로 여겨지거나 여유 있는 이들이 즐기는 특정 영역이었다. 현대사회에서는 문화를 통하지 않고는 개인과 개인, 사회와 소통이 불가능한 시대가 되었다. 어쩌면 현대사회에서 문화영역은 생존의 필수요소가 되버렸다고 해도 과언이 아닐 것이다.

예를 들어 ‘사람은 음식을 먹어야 살아갈 수 있다’는 본능적인 영역은 바뀌지 않았으나 그 음식을 취하는 방법은 엄청난 변화를 가져왔다. 원시사회에서 사냥과 채취를 통해 취해왔다면 농업사회는 경작을 통해 자립할 수 있었고, 산업화는 더 많은 수확물 증대와 가공, 확장을 위해 공장이 생겨났다. 그리고 이윤 극대화를 위해 생산된 많은 식량들을 판매하고 소비하는 서비스 사회를 지나왔다. 이에 반해 현대사회는 문화적 요소(TV, 인터넷, 스마트폰 등에 노출된 문화 콘텐츠)들을 통해 음식이 선택되어지고 소비된다.

이러한 시대상황에서 문화교화를 바라보는 우리 구성원들의 인식은 어느 정도 수준에 머물고 있을까. 교화현장에서 문화교화는 여전히 직접 교화를 뒷받침하고 활성화시키기 위한 부수적 소재로만 활용되어지는 것은 아닐까? 교단 내 대중들이 만나는 모든 교화 활동에서 문화적 요소들이 과거에는 어떤 위치에 있었고, 어떻게 발전을 해왔는지 점검해 볼 필요가 있다.

“교 단 3대 말, 4대의 희 망을 찾아서”

- 산업 [industry, 産業]

인간의 생활을 경제적으로 풍요롭게 하기 위하여 재화나 서비스를 창출하는 생산적 기업이나 조직.

<국어사전>

산업이란 단어가 가지고 있는 의미는 위와 같으나 오늘 본 연구에서 집중해 생각해봐야할 내용은 산업이 가지고 있는 근본적 틀을 이해하는 것이다. 필요한 재화를 생산하는 것은 과거 농경사회에서도 있었던 일이다. 하지만 산업혁명 이후 생산된 물품을 어떤 과정을 통해 소비자에게 전달되는지 그 과정 자체를 주목할 필요가 있다. 산업 활동의 일반적 과정은 아래와 같다.

첫째, 필요한 것을 생산해야 한다는 것.

둘째, 생산에 필요한 요소를 확보해야한다는 것.

셋째, 유통망을 갖추어야 한다는 것.

넷째, 소비자들의 접근성을 높여야 한다는 것.

산업은 곧 체계화를 의미하며 체계화는 곧 순환을, 순환은 곧 지속성을 의미한다. 그리고 가장 중요한 지속성을 유지하기 위해서는 끊임없는 창의적인 발전을 거듭해야 한다는 사실이다.

이제 우리는 문화교화를 산업이라는 관점에서 접근해야할 시기를 맞이하게 되었다. 과연 원불교 문화교화는 산업적이었나? 다른 말로 문화교화의 영역이 체계적이면서 생산자와 소비자를 효율적으로 연결시키는 시스템을 갖추고 있었느냐 하는 부분이다.

소태산 대종사의 위대한 교법과 선진들의 탁월한 식견과 활동은 이제 갓 100년을 넘긴 ‘원불교’라는 신생종교를 세상에 드러내기에 충분했다. 지금까지의 교화활동은 교당과 기관이라는 공간을 통해서 교화자가 꾸준히 사람들과 일대일로 접하면서 생활을 함께 공유하며 이루어졌다. 가족과 소규모 중심의 사회가 중심이 되었던 사회적 구조에서 헌신적인 선진들의 노력으로 빠른 시간 내에 전국화, 세계화 되었고 안정적으로 뿌리를 내렸다. 하지만 어느 순간 교화는 정체의 그늘에 가리어져 있다. 사회가 빠르게 변화한 것처럼 교법의 전달과 실천의 방법들도 새롭게 대체되어야 한다는 논의가 지속되고 있는 이러한 시점에서 문화교화의 산업화는 더 주지해야하는 영역이 되었다.

예를 들어 매년 신년이 되면 종법사의 신년법문을 받들게 된다. 문화교화의 영역에서 보면 원소스 즉 원석을 받아들게 되는 셈이다. 이 원석을 어떻게 가공해 교도들과 일반인들에게 어떤 방식으로 전달해 법문을 실천하게끔 할 것인가 하는 고민을 하게 한다. 현재 신년법문을 가공, 생산하는 방법은 다음과 같다.

→ 종법사 휘호 이미지 전달, 신년법문 노래, 신년 하례시 목판법문 선물, 교당에서 신년법문으로 설교 진행, 언론미디어에서 신년법문을 소개.

이 같은 방법을 십여 년째 진행하고 있다. 이는 한정적이며 더 이상 창의적이지 않다. 그리고 신년법문의 소비는 1월에 한정되어 마감되며 더 이상 소비되지 않으며, 새로운 형태로 재가공되지 않는다. 문제는 그나마 전개되는 위 활동들이 각각 별개의 기관에서 이루어지고 있다는 것

“교 단 3대 말, 4대의 희 망을 찾아서”

이다. 휘호이미지는 정보전산실, 노래는 교화훈련부, 목판법문은 법무실, 교화용품 센터의 자체 개발품 등등 각 기관의 역할대로 최선을 다해보지만 매년 새롭지 못한 한계를 드러내고 있으며, 내용만 바뀌었을 뿐 형태는 동일하게 접근하고 있다.

그리고 무엇보다도 교도 외 일반인들에게 신년법문이 전달되지 못하고 있다. 일반화, 대중화라고 하는 부분에서 소통이 매우 약하다. 그나마 일반인들을 대상으로 하는 원음방송에서 TV와 라디오 방송을 통해 인지시키고 있을 뿐이다.

그동안 교단 내 문화교화활동은 이와 같이 체계적인 시스템을 갖추지 못한 채 그때그때 마다 필요한 문화 콘텐츠를 양산하며 단기적인 효과를 꾀했다. 지속성과 창의적인 발전을 도모할 수 없는 구조였다. 이런 아쉬운 점은 문화교화의 산업적 접근으로 풀 수 있을 것 같다.

2) 문화교화의 산업화

앞서 제시한 것처럼 산업화란 곧 전문적 시스템에 의한 체계화이다. 재화가 소비자의 요구와 맞도록 생산되고 소비되기 위해서는 다음과 같은 단계를 거쳐야 한다. <시장조사 - 기획 - 생산 - 유통 - 소비> 이러한 과정들을 하나하나 살펴보면 문화교화 영역에서의 산업화를 어떻게 추진해야 할지 점검해 보고자 한다.

(1) 시장조사

산업화의 첫 단계는 조사와 연구로 시작된다. 즉 시장조사를 통해 소비자가 무엇을 원하는지 정확히 파악하고 이를 제공할 수 있는 여건이 조성되어있는지 확인하는 일이다. 여기에서 소비자는 문화교화 콘텐츠를 소비하는 모든 이들을 말한다.

교당현장의 교화자일 수도 있고 이제 막 교도가 된 신입교도일 수도 있다. 아니면 원불교에 관심 있는 일반인, 불특정 다수들일 수도 있다. 교화 외 교육, 복지, 산업기관 등 각 대상별로 그 필요한 부분들이 각기 다르기 때문에 소비자에 대한 실질적인 조사와 연구가 필요하다. 더불어 현재 문화교화 콘텐츠로 만들어져 소비되고 있는 것들에 대한 호응도 및 만족도에 대한 정확한 데이터를 만들어 보강해야할 부분과 버려야할 부분, 신규로 추가해야할 부분을 세밀하게 분석하는 작업이 이루어져야 분명한 방향성을 가지고 다음 단계를 실행할 수 있다.

현재까지 이러한 조사와 연구들은 개별 관련기관에서 진행해왔다. 이는 다양성이라는 측면에서는 긍정적인 효과는 있으나 전문적이지 못하고 중복적일 수 있다는 문제점이 있으며 조사와 연구가 바로 실제 결과물로 산출하는데 어려움이 있다. 다행히 교단에서는 원기79년에 설립된 일원문화연구재단에서 이 같은 역할을 담당해 왔다. 하지만 원기94년부터 정책연구소 지원 사업으로 10년간 중단해오다가 작년 11월 11일에 “21세기가 2세기 원불교에게”란 제목의 학술대회를 개최해 호응을 얻은 바 있다. 서울에서 개최된 이번 학술대회에서는 21세기 종교문화의 새로운 모색, 2세기 원불교와 문화 인프라의 재구축, 2세기 원불교의 문화예술일상 기획 등 향후 문화교화의 방향성을 제시해 줬다는 평가를 받았다.

“교 단 3대 말, 4대의 희 망을 찾아서”

연구영역은 더 나아가 포괄적인 연구에서 실질적 연구로 확장되어야 하며 연구에 그치지 않고 실제로 결과물을 산출할 수 있는 데까지 접근해야 한다. 과거에도 일원문화연구재단을 통해 수많은 연구결과들이 나왔지만 실지 실행부서를 통해 구현된 부분들이 미약했던 점은 시스템의 한계를 고스란히 드러낸 것이다. 연구가 교정원과의 협업이 아니라 학술 영역에 머물렀기 때문이다.

(2) 기획

시장조사의 결과를 바탕으로 문화교화의 밑그림을 그려내는 기획 작업에서 가장 중요한 것은 기획주체가 누구냐 하는 것이다. 이 기획주체의 위치와 역할에 따라 막상 실행에 들어갔을 때 인력 및 재원이라는 요소들을 이끌어 내기도 하고 그렇지 않기도 하다.

작년 학술대회에서 원불교사상연구원 허남진 교수는 ‘2세기 원불교와 문화인프라의 구축’이라는 연구발표에서 이 점을 매우 중요하게 강조했다. 허 교수는 원불교 일원문화가 성장발전하기 위해서는 원불교 문화 사업을 주도할 수 있는 독립적이고 명확한 중심기구가 필요함을 역설하며 대한불교 조계종에서 불교문화의 육성과 지원을 위해 불교문화진흥법을 제정한 사례를 제시했다.

불교문화진흥법에서는 “불교문화진흥을 위한 기관, 단체, 위원회 설치, 불교문화 콘텐츠의 종단적 공동 활용방안 마련, 불교문화진흥기금 설치, 불교문화진흥을 위한 각종 지원내용과 절차, 불교문화단체 등록 조건과 절차 등”을 명시해 불교문화진흥의 제도적 기틀을 마련했다. 이 같은 노력으로 현재 대한불교 조계종에서 시행하는 모든 불교문화콘텐츠의 확산작업이 이루어졌고 실질적 역할을 하며 그 영향력은 대내외 많은 성과를 내고 있다. 그 대표적 콘텐츠로 ‘템플스테이’를 제시하고 있다.

현재 문화사회부 문화과가 이 역할을 하고 있으나 행정인력 2명으로 접근할 수 있는 영역은 한계가 있다. 문화교화의 영역이 확대되고 있는 시점에서 어쩌면 모든 교화영역에 접근할 수 있는 권한을 가진 중심축이 되는 기관이 필요함은 주지해야 한다. 문화교화콘텐츠가 연구과정에서 끝나지 않고 이를 기획해 실행으로 연결될 수 있는 실행력(권한·인재·재원)을 가진 주체적인 기구가 생겼을 때 비로소 일원문화 창달이라는 목적을 실현해 갈 수 있다.

(3) 생산

생산 요소들은 원료, 인력, 기술, 시설 등이 있다. 하지만 이러한 요소들을 결집시키기 위해서 생산 전에 꼭 필요한 요소가 있는데 그것은 자본의 투자이다. 어떠한 사업이든 초기 기획서를 구현하기 위한 물리적 투자비용은 선행과제이다. 경제적 선순환을 마련하지 못한 상태에서는 그 손익분계선을 넘어가기 위해 적절한 투자는 필수불가결한 요소로 교단적으로 기금이나 문화재단의 운영 등으로 뒷받침을 해줘야 하는데, 현재 문화사업회와 일원문화연구재단, 용원문화재단의 통합 운용 움직임은 고무적인 일이다.

문화교화 콘텐츠 생산자는 크게 두 가지 종류가 있다.

“교 단 3대 말, 4대의 희 망을 찾아서”

첫 번째는 간접문화 교화자. 전문성을 갖추고 있으나 오롯이 일원문화 생산자로 일하는 것이 아니고 대부분 보조적 입장(서포터즈)에서 문화교화 관련 일을 돕고 있는 이들이다, 자신들이 생계를 위해 다른 일을 하면서 문화교화 콘텐츠를 만들어 가고 있거나 교단의 다른 곳에서 일 하면서 별 외에 업무를 하는 재가,출가 교도들이다. 원불교 문화예술단체 총연합회나 개인적 취미활동으로 일하는 교도들이 모두 여기에 해당한다. 지금까지 일원문화는 이러한 교도들의 열정과 노력으로 성장해왔다고 해도 과언이 아닐 것이다.

두 번째는 직접문화 교화자이다. 실지로 문화관련 전문성을 보유하고 있고 정식으로 근무지 발령을 받아 활동하는 교역자나 교도들을 의미한다. 하지만 현재 교단내에서 이러한 교역자나 교도들은 언론미디어 관련 업종을 빼고는 없다는 사실을 주지해야 한다. 이러한 상황은 특히 생산적 측면에서 바라보았을 때 현재 원불교 문화교화가 어려울 수밖에 없는 현실을 단적으로 보여주고 있다. 직접문화 교화자가 없다는 것은 그동안 이 분야에 대한 인식이 낮았다는 것을 보여주고 있으며 문화교화의 산업적 입장에서 보면 생산 주체가 되는 구심점이 없다는 것으로 볼 수 있다. 그러기에 직접문화 교화자들의 양성과 더불어 문화 교역자들이 전문영역에서 근무를 보장받을 수 있는 인사처의 적극적인 배려가 필요하다. 더 나아가서는 국가에서 예산을 투자해 전문적으로 운영되는 국립예술단처럼 원불교 문화예술인이 안정적으로 활동할 수 있는 기반(공간과 시간, 자원)을 만들어 내는 것이 앞으로 문화교화 발전에 디딤돌이 될 것이다.

재원과 인력이 존재하더라도 이를 수용할 물리적 공간이 없다면 떠돌아다니는 방랑객이나 다름없다. 우리는 대산종법사 당대 때 문화교화의 큰 꿈을 중앙문화원이라는 기관에 담아낸 선진들의 혜안을 기억하고 있다. 중앙문화원이라는 기관을 만들고 건물을 세워 문화관련 기관들이 한 건물에서 활동했던 전례가 있다. 이를 통해 개별기관들(원음방송·원불교신문·원불교출판사·월간원광 등)이 이곳에서 성장했다. 그러나 정작 중심에 있었던 중앙문화원은 성장하기 못한 채 현재는 존재하지 않는다. 다시 말해 생산라인의 재가동을 위해서는 중앙문화원이라는 폐쇄된 공장(시설)을 다시 살려내야 하는 것이다.

(3) 유통

유통이란 상품 따위가 생산자에서 소비자, 수요자에 도달하기까지 여러 단계에서 교환되고 분배되는 활동을 말한다. 하지만 문화적 유통은 단순히 물품이 전달되는 중간 체계만을 의미하지는 않는다. 문화적 유통은 기본적 기능에 덧붙여 홍보·공유·소통 기능을 망라한 차원으로 현대사회에서 가장 큰 유통망은 종합플랫폼 역할을 하고 있는 구글, 유튜브, 네이버, 다음 등과 같은 회사들이다. 기술발전에 따른 멀티미디어가 중심이 돼 정보와 재화 등이 생산자와 소비자를 연결시켜 주고 있으며 문화콘텐츠가 더해지면서 더욱 활성화되고 확장되고 있다. 이 같은 관점에서 교단이 보유하고 있는 내부 유통기관들을 나열해보면 원음방송·원불교신문·월간원광 같은 언론미디어 기관과 교화훈련부 사이버교화과의 원불교 포털사이트(원포털)와 정보전산실이 제공하는 각종 웹사이트, 어플 등이 있으며 원불교출판사, 교화용품 센터 등이 있다.

미래 산업으로 주목받고 있는 미디어 분야는 각각의 특성을 중심으로 발전했던 시대를 지나 통합된 멀티미디어 형태로 전환된 지 이미 오래되었다. 마찬가지로 우리가 가진 인프라 역시 어

는 시점에서는 통합 혹은 교류할 수 있는 규모화가 필요하다. 방송은 방송만, 신문은 신문만, 출판사는 출판만 담는 나누어진 현재의 기관형태를 과감히 탈피해 통합·활용의 종합유통망으로 거듭나야 한다. 미디어 통합이 이루어진다고 해서 개별 미디어가 가지고 있는 특성이 사라지는 것은 아니다. 종합 운영의 방식으로 규모화하면, 좀 더 안정적인 기관운영을 통해 많은 대중(교화)을 만날 수 있기 때문이다.

내부 유통망의 규모화로의 변화만큼이나 중요한 부분은 대중들이 많이 몰려드는 곳을 활용하는 외부 유통망에도 관심 있게 접근해야 한다. 처음 기획 단계부터 원불교를 전혀 모르는 이들을 대상으로 원불교 문화콘텐츠를 기획, 교법의 일반화·대중화 콘텐츠를 개발해야 한다. 초입자나 일반인들이 온라인(포털사이트 등)과 오프라인 공간(전시, 공연 등)에서 만나도 어색하지 않은 원불교 문화콘텐츠 제작에 공격적으로 투자할 필요가 있다.

(4) 소비

결국 종착점은 소비에 있다. 문화콘텐츠를 기획하고 제작해 소비자들에게 전달되지 못한다면 생산의 목적은 훼손되고 만다. 그러기에 소비되는 곳에서 문화콘텐츠가 활용될 수 있도록 기반을 마련하고 정보를 제공하는 과정이 필요하다. 또한 소비처에 대한 관리가 없으면 콘텐츠는 재고로 남아있게 된다. 이른바 영업과 관련된 부분이다.

소비영역을 이야기 할 때 우리는 시장이 작다는 표현을 많이 한다. 현재 교당과 교도수로는 경제적 효과를 거둘 수 있는 여건이 안된다는 뜻이다. 과연 그럴까? 소비처가 그 정도도 없다는 것인가. 하지만 면밀히 분석해 보면, 교당과 교도 수만으로는 작다고 할 수 있겠다. 시야를 넓혀 교육·복지·산업 기관으로 확대하면 이야기가 달라진다. 결코 작은 시장이라 정의할 수 없다. 여기에 일반 대중을 소비자로 보고 접근할 때 소비 시장은 훨씬 커진다. 그동안 우리가 직접 교화용 문화콘텐츠(원불교 관련 용품)에 관심을 갖고 접근하다보니 주입식 교화상품을 판매할 수밖에 없었고, 이는 내부 소비로만 마감되어 재생산의 기틀을 마련하지 못했다.

예를 들어 법문을 사람들에게 전달함에 있어 주로 많은 서적들이 법문해의에 집중해서 출판된다. 원불교에 막 입문해 공부를 시작하는 이들에게는 도움이 될 수 있으나 관심 없는 이들에게는 이를 선물로 준다고 소비되지 않는다. 그러나 그들이 필요한 부분을 해결할 수 있는 법문집 <죽음을 맞이할 때 읽는 말씀>, <사랑을 시작할 때 읽는 말씀>, <결혼할 때 읽는 말씀> 같은 형태의 소비자 중심의 접근방식으로 법문 상품을 만든다면 이야기가 달라진다. 소비영역의 확대는 물론 소비자 욕구를 충족시키게 될 것이다.

교단 내 소비자가 많이 찾는 곳 중 하나가 교화용품센터이다. 총부 옆 교화용품센터는 전국의 교당과 기관에 원불교 교화관련 상품을 판매하고 이윤을 얻는다. 그 담당부서가 현재 재정산업부로 되어 있는데 이 점도 사실상 제고의 대상이 된다. 왜냐하면 교화용품이란 결국 문화상품의 영역에 있기 때문이다. 어쩌면 유일한 교화상품점인데 이윤을 창출하는 재정과 연관되어 있다하여 이 기관이 재정산업부에 소속되어 있다는 것은 조율할 필요가 있을 것이다. 혹 총부 재정자립의 역할을 해야 한다면 산업기관처럼 교금을 납부하면 된다. 중요한 것은 새로운 물품들이 기

“교단 3대 말, 4대의 희망을 찾아서”

획되고 이를 판매하는 소비지이므로 문화교화의 연계성을 수용할 필요가 있을 것으로 보인다.

소비영역에서 중요 포인트는 결국 소비자가 선택할 수 있는 장소와 내용을 확장하고 끊임없이 관리해주는 데 있다. 특히 소비자들과 맞닿아 있는 판매자들에게 정보 제공과 활용을 적절히 안내했을 때 효과는 더욱 크다.

3. 문화교화의 활성화 방안

1) 제3대 제3회(97~108년) 설계보고서 점검 및 회고

원기 97년부터 시작된 교단 제3대 3회(97~108) 설계에 문화영역의 과제들은 다음의 표와 같다.

1	3대 3회말 설계비전	교법실현으로 온 생명을 살리는 정신개혁 공동체
2	문화영역목표	일원문화확산
3	실천과제	1) 원불교 의식, 생활 문화 확산 2) 원불교 문화, 예술 활동 활성화 3) 사적, 유물, 기록물 보존체계 구축 4) 국가등록, 지정문화재 추진
4	기반과제	원불교TV 설립

위와 같이 시작된 제3대 3회 설계에 대한 추진은 총 4기로 시기별 과제에 올해(103)부터 제 3 기가 시작해 진행되고 있다. 추진 중간을 지나 이제 3회 말로 향해가는 시점에서 문화영역에 실천과제들은 진행 중이거나 추진되는 사업들이 많이 있음이 발견된다.

제시된 실천과제 중 1),2)는 추진 평가의 기준이 모호한 점이 있고, 그 범위가 커서 대체적 평가에 머물러야 하는 한계점이 있고, 3),4)는 이에 비해 과제 추진의 달성도를 객관적으로 평가할 수 있는데 그 실질적 성과로 사적, 유물 등은 소태산 박물관을 중심으로 이루어지고 있으며, 특히 기록물 보존체제구축과 관련해서는 법제를 신설 개편해 기록관리실이 운영되었고, 원불교의 사적지들이 근대문화유산으로 등록되어 운영되고 있다.

기반과제로 제시되었던 원불교TV 설립 또한 원기 103년 이후 추진해 105년에 설립을 추진하는 계획이었으나, 원불교 100년 성업과 맞물려 원음방송이 중심이 되어 조기 추진해 원음방송 TV가 원기 100년에 개국되었음은 실질적 성과로 판단된다.

하지만 이와 같은 성과에도 불구하고 원불교 2세기를 맞이하며 문화영역은 그 가치와 중심이 원불교 교화 활동이라는 큰 카테고리 안에서 중심적 역할을 해내지 못하고 부수적 활동으로 멈

“교 단 3대 말, 4대의 희 망을 찾아서”

춘 것은 아닌지 반성해 보아야할 할 것이다. 현대의 사회는 기술적 발전에 따라 생활영역이 미디어 중심(스마트폰, 인터넷)의 활동으로 이루어지고 있으며, 그 중심내용은 정보와 문화예술임을 감안할 때 문화활동이 원불교 2세기 교화의 중심축으로 자리해야할 과제가 남아있다.

2) 제3대 3회말, 4대 문화교화 핵심과제

교단 제3대 3회말, 4대에 문화교화에 제시된 과제들을 해결하기 위해서는 세부적 과제 해결보다 더 우선시되어야하는 부분은 문화교화의 큰 틀을 재편성하는 것으로 앞으로 문화교화영역을 성장시키는 동력이 될 것으로 판단하고 이를 위해 아래와 같이 핵심과제를 선정해 보았다.

(1) 문화사회부 구조개편을 통한 역할의 전문화

통합 미디어 시대로 대변되는 현시대적 환경은 미디어와 문화예술이 가지는 기능과 역할이 사회를 뒷받침하는 역할에서 벗어나 중심으로 나오게 되었다. 사회적 활동 통계에서 보면 문화 활동 비율이 종교 활동 비율을 넘어서고 있다. 이러한 사회 변화속에서 교당 중심의 교화를 어떻게 하면 문화 교화영역으로 확장할 수 있는지에 대한 고민이 있어야 한다.

우선 과제로서 조직개편을 먼저 이야기 하는 이유가 바로 여기에 있다. 현재 문화사회부가 가지는 업무적 한계를 인식하고 이를 개선함으로써 문화교화영역의 확장을 도모하고자 한다.

현 교헌상 밝혀진 문화사회부의 업무분장 내용은 아래와 같다.

제10장 문화사회부

제20조(업무분장) 문화사회부의 분장업무는 다음과 같다.

1. 문화, 학술, 예술, 체육, 사적 및 사료관리, 방송, 출판, 문화법인·기관·단체의 관장 및 교정지도에 관한 업무
2. 홍보, 공보, 대외협력업무, 종합업무, 사회활동 및 시민단체에 관한 총괄업무
3. 문화사회부 직무에 관한 연구업무

제21조(과의 설치) 문화사회부의 업무를 효율적으로 수행하기 위하여 문화과와 사회과를 둔다.

제22조(기록관리실) 사료, 문서, 도서, 각종 자료의 수집 및 보존관리를 위하여 기록관리실을 둔다.(개정 98.4.11)

문화의 시대를 맞이하여 원불교도 또한 이러한 사회적 변화에 적절히 대응하기 위해서는 현재 문화과와 사회과를 나누어진 업무분장의 체계를 바꿀 시점에 와있으며 이러한 요구들이 계속적으로 나타나고 있다. (원기 102년 “21세기가 2세기 원불교에게” 학술대회 발표내용참조)

이러한 요구사항들을 반영하기 위해서 문화사회부의 발전적 해체안을 제안하고자 한다.

“교 단 3대 말, 4대의 희 망을 찾아서”

첫째, 우선 문화과에서 담당하고 있던 문화, 학술, 체육 등의 문화예술활동은 그 전문성을 강화하고 직접 문화교화 인프라(재원,인재 등)를 이루기 위해 행정조직으로서가 아니라 문화예술 창출 기관으로서 <중앙문화원>을 재발족 해서 재가, 출가 문화인재를 양성하고 직접 문화교화자(전담자)에 대한 지원을 해가며, 문화계 인사를 내부 순환형으로 진행해 각 해당 업무별 전문성을 확보한다.

둘째, 사회과에서 담당했던 홍보,공보,대외협력,종합 등은 그 활동자체가 교단의 대표성을 띄기 때문에 교정원장과 직접적 연계성을 가진 대외협력실을 만들어 대응할 수 있도록 한다.

셋째, 교단의 역사적 가치와 관련된 사적 및 사료관리, 역사박물관, 기록물관리실 등의 업무는 그 업무적 고유성과 전문성을 인정해 이를 효율적으로 관리 보존할 수 있는 전문기관 신설이 요청된다.(예:문화재청)

넷째, 문화정책(행정)은 모든 것이 교화와 연관되어지므로 교화훈련부에서 중심이 되어 진행할 수 있도록 행정적 지원체계를 구축한다.

현 교정원 시스템에서 문화사회부의 구조개편을 이루어지기 위해서는 부단한 연구가 요구될 것으로 보이며 단순히 하나의 부서를 조율할 뿐만 아니라 연관되는 모든 부분들에 대한 충분한 논의가 필요한 사항이고, 법제 또한 변경해야할 부분들이 있으므로 단시간에 결론에 도달하기에는 어려움이 있기에 위와같은 해체안이 완성되기까지 많은 어려움이 보인다. 하지만 문화를 통한 교화력 증대라는 대의를 세우고 이를 중심으로 풀어간다면 문화교화의 장이 새롭게 열릴 것으로 보인다.

(2) 문화예술방면 전문기관 신설 - 원불교 중앙문화원 재발족

원불교 2세기 문화인프라의 핵심은 바로 원불교 중앙문화원 재발족에 있다. 이는 문화사회부로 대표되는 교정원 조직을 문화과와 사회과로 나누고, 중앙문화원으로 문화과의 업무와 조직을 통합하는 것을 말한다. 사회과는 ‘교정원 서울이전 기획단’에서 대외협력부로 조직개편을 한 적이 있다.(가안)

국가가 문화기관을 운용하는 형태를 보면 예술의 전당과 같은 문화시설과 더불어 국립, 도립, 시립 예술단과 같은 인적 인프라를 확보하고, 이를 바탕으로 문화예술활동을 진행한다고 봤을 때 지금까지 우리는 교단의 공식적 인프라가 아닌 간접적인 형태로 일들이 진행되어왔다. 그러나 앞으로는 문화가 교화의 중심역할을 한다고 봤을 때 전문적 기관의 설립이 대두된다. 원기 68년 대산종법사님의 유시에 따라 설립된 중앙문화원의 기능과 역할을 다시금 재조명 이를 확대 발전시킨다면 문화예술방면의 전문성이 확보될 수 있다. 새로운 원불교 중앙문화원은 문화종교로 거듭날 수 있는 토대로, 문화예술정책은 물론 전문작가 그룹, 생활문화예술, 교화상품 개발, 문화 디자인, 문화예술인 발굴 육성 등을 총괄 관리할 수 있는 곳이 돼야 한다. 원기64년(1979) 중앙문화원이 설립됐지만, 5년 전에 폐쇄되면서 그 명맥이 사라졌다. 물론 중앙문화원으

“교 단 3대 말, 4대의 희 망을 찾아서”

로써 기능을 온전히 수행했다고 볼 수 없는 부분들이 많다.

중앙문화원은 ‘일원문화의 창조, 문화예술활동 증진, 일원문화 배양, 창작기능 개발, 종교예술창작 토양 조성’을 지표로, 교단 문화의 정체성을 확립해 가야 할 것이다. 현재 한류가 서울 중심으로 이뤄지고 있는 것처럼 원불교중앙문화원도 과거와 같은 익산이 아닌 서울을 거점으로 활동하는 문화원이 돼야 한다.

이미 소태산 기념관에 ‘원불교역사기념관’ 명목으로 국고 50여억원을 받았다. 이 국고를 온전히 중앙문화원 설립에 투자돼야 한다. 소태산 기념관(본관) 1층과 2층은 ‘원불교 역사기념관’이 들어서 이곳을 중앙문화원 산하로 두고, 넓은 의미에서 포괄적으로 활용되도록 해야 할 것이다. 여기에는 고품격 전시장을 비롯해 역사기념관 등 원불교 문화관련 기관과 단체들이 활동할 수 있도록 해야 한다. 중앙 일간지 중심의 홍보활동은 현 지식정보화 시대에 뒤떨어지는 형태다. 적극적인 원불교 홍보를 위해서라도 중앙문화원을 활용한 문화 예술적 다양한 홍보를 펼쳐야 할 것이다.

이 같은 내용들이 효율적으로 진행되기 위해서는 중앙문화원이 담아내야 할 기능과 내용을 선정하고, 신규 기관신설에 따른 인사와 재정, 그리고 시설, 법규에 이르기까지 종합적 계획이 마련되어야 하는 어려움이 예상되며, 특히 현 교단적 역량이 이를 추진할만한 인프라가 과연 있을 것인가 하는 과제를 안고 있다.

하지만 중앙문화원 신설의 핵심은 독립성과 전문성을 구현하는 것으로 현재 행정조직인 문화사회부에서 진행해온 업무내용들을 파악해 초기에는 조직을 구성하는 것에 중점을 두고 기존 업무내용을 정리하는 정도에서 시작. 중앙문화원의 실질적 장단기 계획을 세워 추진해 나갈 수 있으며 시설 또한 현재 추진 중인 소태산 기념관을 활용할 수 있다면 서울 중심의 문화원 운용이 가능할 것으로 보인다.

(3) 문화관련 재단의 효율적 통합운용

자본주의 사회에서 문화는 재정과 밀접한 연관이 있고, 문화기관은 유형의 재화가 아닌 무형의 재화를 창출하는 곳이다 보니 여러모로 재원확보에 어려움이 있으므로 이를 타개하기 위해 안정적 재원이 뒷받침 할 수 있는 지원이 절실한 상황이다. 현재 운영되는 문화재단들의 효율적 관리가 필수적이며 이 재단의 자산들을 더 확대할 수 있는 방안들이 필요하다.

문화사회부는 문화교화의 중요성이 대두되고 있는 상황에서 현재 문화사업회 관리 및 재단 운용의 비효율성을 확인하며 통합문화재단 설립을 계획 중이다. 원불교 문화발전의 동력을 만들기 위한 행보로 보여진다. 문화사회부에는 문화사업회(회장 박양서)+일원문화연구재단(이사장 한은숙)+용원문화재단(이사장 정인성)이 각기 다른 목적으로 설립돼 고유사업을 해 왔다. 하지만 관련 활동이나 기금의 규모에 비해 조직이 분산되어 있다는 것이 관계자들의 설명이다. 문화사업회의 경우 회원 40명(재가출가)의 회비로 운영되는 데, 문화사회부의 전반적인 행사만 지원해 오다가 지난해(원기101년)부터 ‘원불교 문화예술 장학생’을 선발해 교육비를 후원하는 방향으로 선회했다. 일원문화연구재단은 연구와 학술에 대한 지원 재단이다. 용원문화재단은 음악창작 활동과 장학금 지원을 위해 설립된 재단이다. 두 재단의 자산은 부동산과 현금을 합쳐 17억원 정

도다. 문화사업회의 회비 수입도 2천만이 조금 넘는 수준이다.

향후 통합문화재단이 설립되면 원불교 문화행사의 기획과 추진을 담당하고, 원불교 홍보물 제작, 문화예술인 인재 발굴, 문화기관협의체 운영 활성화, 문화교류 확산 등을 맡을 것이다. 법등 축제, 원불교문화예술축제, 원불교문화상품공모전, 원불교 문화가 있는 날(Won-day), 문화공연 콘텐츠 기획 및 추진 등을 통해 원불교 문화예술 분야를 창조적으로 계승 발전시키고, 가치를 극대화시킬 것이다.

또한 문화재정의 안정화란 측면에서 기금화하는 용도와 활용목적(지원, 연구 등)에 따라 명목을 확실히 구분하도록 하며, 재단의 사업적 역량을 강화해 국가지원에 대한 인프라 형성 및 자금 마련을 위한 사업을 전개해야만 한다.

(4) 언론, 미디어 통합 활용 운영방안 모색

지난 5월 15일부터 18일까지 서울 코엑스에서는 매년 제28회 국제방송,음향,조명기기 전시회가 열렸다. 매년 열리는 이 행사는 향후 미디어가 지향하는 방향을 선정하고 이것에 맞는 기기들의 전시 뿐만 아니라 세미나를 통해 미디어 환경변화를 가장 잘 알 수 있는 행사이다. 특히 올해 개최된 컨퍼런스의 주제로 내놓은 슬로건은 “미디어, 모든 것을 연결하다 (Media, Connected Everywhere)”이다. 4차 산업혁명이 가져올 변화들과 더불어 미디어 영역이 물질적 통합과 더불어 콘텐츠의 통합양상이 두드러지고 생산자와 소비자가 관계가 모호해지면서 생산이 곧 소비가 되고 소비가 곧 생산이 되는 복합성의 시대에 살고 있다.

이러한 미디어 환경변화에 과연 교단의 언론미디어는 적절하게 부합하고 있는지 점검할 필요가 있다. 교단도 또한 언론, 미디어 관련 기관들이 있고, 이를 통해 교화현장 혹은 외부로 문화 콘텐츠가 노출되고 있는데 그 역할에 따라 각각 분리되어 운영되고 있어 통합 미디어가 가지는 역할의 한계가 있다.

운영적 측면에서도 개별기관이 모든 부분을 책임져야하는 상황이다 보니 이는 재정적으로도 어려움을 있을 뿐만 아니라 서로 시너지를 못 내고 있는 면이 있어서 이를 효율적으로 통합 운영할 수 있는 토대가 필요하다. 원음방송, 원불교신문, 월간원광, 원불교출판사, 사이버 교화, 각 교구보에 이르기까지 각각의 특성을 최대한 살리고 미디어 환경변화에 경영적 어려움도 극복하면서 세상과 소통하는 중심 매체로서의 가치를 더욱 키울 수 있도록 통합미디어 활용과 운영에 대한 논의의 장이 반드시 있어야 할 것이다.

교단내 언론미디어 정책방향이 이같이 되기 위해서는 실지 기관들의 협력과 소통이 필요하며 그 조율과정 역시 쉽지 않을 것으로 예상된다. 하지만 언론,미디어 우선 정책방향은 해당 기관들이 통합, 활용이 가지는 사항들을 서로 긍정적으로 인지하고 각 기관이 가지는 공통과제(운영, 인력, 재정)에 대한 충분한 논의의 장이 마련되어 각자의 고유영역과 역할들을 가져가되 미디어 환경변화에 따른 공통 대응과제를 제시하고 이를 해결해나가는 쪽으로 가야하리라 본다.

(5) 교화현장 문화교화 기반 확대

중앙문화원이 메인이 됨과 동시에 직접 소비가 이루어지는 교구나 교당 단위의 지역문화원 운영도 검토할 필요가 있다. 문화원 운영시 프로그램이 활성화 될 수 있는 다양한 공모제도를 두고 교당인근 지역 주민들이 쉽게 접근 할 수 있는 장치가 필요하다.

- 교당의 풀뿌리 문화예술 확산

전문작가 그룹이 작가주의를 표방한다면, 교당의 문화예술은 생활예술을 지향한다. 일원문화가 교당 안으로 들어와야 하는데, 그 중심이 교도(어린이, 청소년, 일반)여야 한다. 현재 부산·서울·어양·화산·남중·평화·마산·강남·수원·이리·전주·진북교당 등에서 연말을 맞아 자체 문화제 혹은 전시회를 개최하는 경향이 뚜렷해지고 있다. 이는 교도들의 문화예술 활동이 다양해지고, 폭이 깊어지고 있다는 방증이다. 원불교 문화예술을 발전시키기 위해서는 교도들의 예술역량을 키우는 것이 무엇보다 중요하고, 예술역량을 양성하는 시스템이 필요하다.

교당 내 예술인 양성 시스템으로 교화단 조단을 제안한다. 가령 출가교화단이 특성화단을 조직해 분야별 역량을 학습하고 극대화하는 것처럼 교당에서 문화예술 특성화단을 조단해 이 분야를 키우는 것이다. 취미와 예술의 경계는 모호하다. 취미가 깊어지면 예술이 되는 것이다. 자신만의 독특한 창발성이 가해진 작품은 취미에서 일순간에 예술로 승화된다. 문화예술 쪽 취미를 가진 교도들을 교화단으로 조단해 교당의 예술문화 역량을 높이자. 교당의 문화적 마인드는 한 순간에 형성되지 않는다. 교당 문화예술 교화단이 조단되기 위해서는 주임교무의 전략적인 후원이 필요하다. 성숙하고 세련된 종교문화를 만들어 가기 위해서는 문화예술가들의 안목과 디자인이 필요한 만큼 이들을 후원하는 지도자의 역할이 중요하다. 개 교당 교도들이 같은 취미나 혹은 문화 활동을 공유하는 교화단이 만들어지면 이 단에서 다양한 문화예술의 기획들이 이뤄질 것으로 예상된다. 학습이 병행되는 교화단은 특히 교당에서 요청되는 4축2재, 천도재 꽃꽂이부터 의식행사 시 문화공연, 전시 등 다채로운 방면에서 교당 문화 활동에 기여할 것이다. 교무개인이 한 개의 악기나 예술을 할 수 있다면 교도들도 누구나 가능할 것으로 예상해 본다. 국민소득 3만 달러 시대에 사는 교도들은 문화교화에 대한 욕구가 점점 커질 것이다. 이미 교당은 합창단, 등산, 바둑, 사진, 법문사경, 스포츠(탁구·테니스·배드민턴·야구·해양스포츠) 등 교화단 혹은 친목단체들도 많이 생겨나고 있다.

또한 ‘문화정책 교당’을 선정해 문화교화를 전략적으로 추진할 필요가 있다. 종로교당(인사동, 낙원상가, 경복궁, 창덕궁, 창경궁, 종묘), 원남교당(창경궁, 대학로, 종묘), 교동교당(전주한옥마을), 광주교당(금남로, 5.18거리, 국립아시아문화전당, 광주예술의거리) 등 그 지역 문화 핫 플레이스에 위치한 교당들을 문화교화의 교두보로 삼아 원불교를 알려야 한다. 교동교당은 전주 한옥마을(한해 방문 700만명) 가장 중앙에 위치해 어느 곳에서 보아도 일원상이 다 보인다. 뿐만 아니라 한옥 민박을 운영하고 원광어린이집도 함께 경영하고 있다. 문화교화의 모델이 될 정책교당은 원불교 문화의 상상력이 마음껏 표출된 장소가 되어야 하고 기존 교당과는 매우 다른 형태로 운영됐으면 한다. (밤 조명 설치, 문화예술인의 사랑방, 야외 전시 공간 제공, 문학·음악회, 상설공연, 달빛여행, 마음공부와 관광 결합한 투어 상품개발, 원문화 원스테이 체험, 문화

봉사와 재능기부, 상설 체험부스 마련 등)

- 원불교문화예술단체총연합회 자생력 강화

원불교문화예술단체총연합회는 전문작가 그룹과 생활예술인들이 어우러진 곳이다. 문화사회부의 원문예총에 대한 입장은 협회 스스로 고유 문화행사를 진행하길 바란다. 원문예총 조직 자체가 각기 다른 문화예술단체들이 모여서 만들어졌기 때문이다. 하지만 협회의 현실은 그리 녹록치 않다. 활동비를 비롯한 예산은 회원들의 회비로 운영되어야 맞지만 협회 자립이 어려운 곳이 대부분이며 임원진 구성에도 애를 먹는 협회도 여러 곳이다. 원문예총은 원불교문인협회(회장 장재훈), 원불교사진협회(회장 나세운), 원불교꽃예술협회(회장 김원진), 원불교국악협회(회장 김금희), 원불교미술협회(회장 홍성모), 원불교서예협회(회장 조대성), 원불교커피협회(회장 김형석), 원불교다인협회(회장 손연숙), 원불교콘텐츠랩(회장 이도하) 등이 있는데, 지난해 12월 공식이었던 회장을 새로 선출했다. 회장은 한국예술종합학교 애니메이션학과장으로 근무하고 이도하 교무다.

원문예총은 원기99년~원기101년까지 원불교100년기념성업회의 후원으로 년 1억원씩 지원을 받아 각 협회별로 100년의 역사를 정리했고, 전시회, 도록, 출판 등을 통해 예술 역량을 높여왔다. 또한 원101년 ‘원불교 문화가 있는 날(Won day)’ 공모사업으로 문인, 국악, 커피, 사진, 원콘랩, 다인 등을 협회별로 진행해 교도들의 참여를 유도했다.

원문예총도 교도들의 리즈(필요)에 따라 재편되어야 한다. 기존 활동하는 재가출가 교도들을 모아서 협회를 만들어 역할을 해 왔지만 풀뿌리 일원문화 확산에는 한계를 느끼고 있다. 원불교 100년성업회의 지원금이 끊기면서 협회들의 이벤트는 어려움에 직면해 있다. 개 교당별 문화예술 교화단 조단을 통해 문화지평을 넓히려는 노력이 절실하다. 올해는 ‘문화가 있는 날’ 공모사업을 협회 뿐 아니라 일반 교당에도 오픈했고, 그 결과 협회가 아닌 교당 중심으로 공모사업이 진행될 예정이다. 협회의 자립·활성화 지원 방안과 교당 일원문화 저변 확대에 대한 모색이 병행돼야 문화교화의 근간이 튼튼해질 것이다. 교당 문화예술 교화단 향단·저단 조직도 생각해 볼 문제다.

- 원포털 플랫폼, 작가들 활동 공간(바람나무)

지난해 하반기 개편 오픈한 원불교 홈페이지(원포털)는 쌍방 간 소통이 가능한 플랫폼으로 바뀌었다. 특히 주목할 점은 전문작가들의 공간인 ‘바람나무’가 생긴 것이다. 다년간 취미나 소질, 문화·여가활동을 꾸준히 해온 교도들에게는 공유의 장인 동시에 자신의 작품을 온라인상에 전시할 수 있어 주목을 받고 있다. 원포털 그림숲에는 일러스트, 캘리그래피, 카툰이 배치돼 있다. 현재 일러스트는 박성은, 은님이, 유신유, 이은혜 작가가, 캘리그래피는 안세명, 김인안, 공명, 묘유, 잠비 작가, 카툰에는 서양준, 김도필, KKAMI, 별소년, 마르스 작가가 활동 중이다. 바람나무의 공간은 마음공부와 문화예술을 넘나든다. 우리의 바람이 모여 교화바람을 일으키는 공간, 바람나무 매거진은 기존 작가들과 개인이 원하면 개설이 가능하다. 바람나무 작가에 참여하고 싶은 재가출가 교도들은 원포털 바람나무에 들어가 작가 신청하기를 누른 후 연재하고 싶은 글의 명칭, 작가 닉네임, 활동내역(저서, 블로그, SNS), 신청이유 등을 정리해 신청하면 된다. 황인

“교 단 3대 말, 4대의 희 망을 찾아서”

철, 권도갑, 나상호, 강성원, 오정행, 박원중, 이성심 기존 멤버를 비롯해 47명의 작가가 참여하고 있다. 주제별 분류는 마음 인문, 공감 일상, 교화이야기, 사람 인연, 좋은 글 시, 교리 법문, 신앙 수행, 문화 예술, 요리 건강, 사진풍경, 그림, 취미 작품 등이다. 개편된 후로 10여 명의 작가가 새로 등록해 활동 중이다.

- 그 밖의 제언들

(1) 교리를 일반화 시킬 수 있는 문학적 테스트를 활성화시켜나가는 것으로 즉 각종 한 공모 제도를 둔다. 교당 인근 지역 주민들이 쉽게 접근 할 수 있는 장치가 필요하다. (2) 교리를 일반화 시킬 수 있는 문학적 텍스트를 활성화 시키자. 즉 각종 신앙 수행록, 정기 일기 문집 등 발간을 권장한다. (3) 대한민국 마음 박람회를 개최하자. 마음이라는 큰 명제를 원불교가 선점 할 수 있어야 한다. (4) 원불교 전반에 걸쳐 이미지 교화 시대를 열어가자. 동그라미 하나로는 부족하다. 특별한 동그라미에 대해서는 특허를 내 놓아야 한다. 또 원불교문화예술단체총연합회 소속 문화인들을 잘 관리해 다양한 이미지 교화물을 내 놓도록 권장하자. (5) 원티스 회계 상 문화교화비 항목을 두자. 한 눈에 문화교화를 위해 얼마나 투자하고 노력하고 있는 지 알 수 있을 때 더욱 더 분발 할 수 있기 때문이다. (6) 교당이나 교구 행사 등의 콘텐츠를 유튜브에 노출하여 원불교의 다양한 문화를 접할 수 있도록 하자.

4. 맺음말

미래교육의 패러다임이 ‘협력하는 힘, 표현하는 힘, 창조하는 힘’으로 바뀌고 있다. 개인의 창조성과 표현성 그리고 다른 사람들과의 협력이 원불교 문화예술의 지형을 바꿀 것이다. 그런 의미에서 원불교 문화예술도 이 세 가지에 주목할 필요가 있다. 원불교는 일반적으로 사용되는 통합·융합·통섭 등의 표현에 익숙한 종교다. 병진·쌍전·일여·병행·겸전·병용 같이 디테일들이 법문 곳곳에 표현되어 있고, 신앙 수행 행위 자체가 그러했다. 교단이 가지고 있는 문화예술의 인프라를 활용해 쌍전·겸전의 예술에 정진해야 할 것이다.

교단의 거시적 문화예술 정책은 수립돼 있는가. 즉흥적인 발상에 의한 문화정책의 기획 추진은 없었는가. 문화의 세기에 살면서 문화예술은 뒷전이고 수익사업에만 매몰되지 않는가. 문화교화 시대라고 말은 하는데 실제 투자에는 소홀하지 않는가. 작가주의 프로젝트에 편중돼 생활문화 예술을 놓치고 있지 않는가. 문화기관의 인프라 확충과 관리는 제대로 되고 있는가. 다시 한 번 점검하고 성찰해 원불교 2세기를 문화교화시대로 열어갔으면 한다.