

‘종교의 상품화, 영성의
상품화’를 경계하면...



‘변방’으로만 인식되던 종교 도서 시장이 변화하고 있다. 불교 관련 도서가 몇 해 전부터 법정스님과 탁남한 등 스타급 필자(?)를 선보이면서 베스트셀러와 스테디셀러를 만들어냈고, 기독교 관련 도서 역시 최근 몇 해 사이 《아베스의 기도》 《목적이 이끄는 삶》 《공정의 힘》 《내려놓음》 등을 베스트셀러 목록에 올리면서 독자들의 시선을 묶는데 성공했다.

“불교와 기독교로 대표되는 종교 도서들이 최근 독자들에게 사랑받는 이유는 자신들의 신념과 신앙을 강요하지 않기 때문”이라는 한 종교인의 말은, 최근 잘 나가고 있는 종교 도서의 기회와 위기를 동시에 함의한다. 종교색을 한껏 드러내지 않고 독자들에게 친근하게 다가선다는 점에서는 독자도 잡고 전도(포교)도 할 수 있는 기회를 마련한다는 점에서 일거양득의 기회이다. 반면 신념과 신앙을 강요하지 않는다는 점에서는 ‘전도’ 혹은 ‘포교’라는 종교 고유의 기능을 다하지 못한다는 점에서 위기이다. 종교 도서를 내는 출판사들의 고민은 그래서 더더욱 커 보인다.

정수복은 《한국인의 문화적 문법》에서 “하나의 기준을 강요하는 세계화의 물결 속에서도 종교는 사라지지 않고 세계 곳곳에서 기저문화의 핵심을 이루면서 근대과학이 총체적으로 제공할 수 없는 과학 이전의 세계관과 인생관을 제시하고 있다”고 강조한다. 종교 도서에 대입해서 이야기해보자. 종교 도서는 세계화 물결 속에서도 사라지지 않는 종교와 함께 공존할 것이고, 앞으로도 근대과학이 제공할 수 없는 과학 이전의 세계관과 인생관을 제시할 것이다.

딱 막힌 출판시장에 종교 도서가 새로운 활력소로 작용할 지는 두고 볼 일이다. 그러나 확실한 것은 이미 새로운 시장을 찾아 많은 출판사들이 크로스오버하고 있고, 나름대로 성과도 거두고 있다는 사실이다. ‘종교의 상품화, 영성의 상품화’를 경계하고, 움베르토 에코가 지적한 것처럼 “진리에 대한 지나친 집착에서 우리 자신을 해방시키는 일”에 쓰임 받는다면 종교 도서는 제 역할을 다하는 것일 게다. **한**

글_장동석 기자 | 사진_박신우 기자