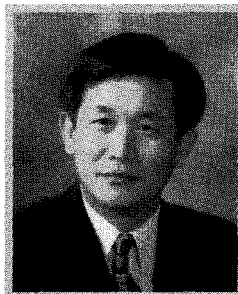


디지털화에 따른 국내 영업 사진의 운영현황 및 전망

디지털 사진에 기술의 평균화와 보편화가 이루어졌다 하더라도 진정한 프로가 요구되는 시대이다. 아무리 사진을 안 찍으려고 해도 아마추어가 찍을 수 없는 사진을 만들어 준다면 고객은 다시 몰려들고 절대 프로 사진은 죽지 않는다. 그러나 손쉽게 아마추어와 별도로 다룰 게 없는 사진을 찍는다면 영업사진의 생존은 어려울 것이다. 스튜디오의 경영이 어렵다고 하기 전에 우리 사진인의 새로운 인식 변화와 촬영 이벤트가 재미있게 바뀌어야 한다고 본다. 또한 우리 사진 인들도 뚝뚝 뭉쳐서 자연스럽게 사진을 찍는 문화가 정착된 일본과 같이 사진을 많이 찍을 수 있는 명분을 만들기 위해 매스컴 홍보와 일반 대중을 상대한 홍보가 절대적으로 필요하다. 우리도 일본처럼 사진인들이 뭉쳐야만, 당면 과제인 불황을 타개할 수 있다고 본다. 그러기 위해선 사진 기자재관련 업체, 협회, 스튜디오 등이 삼위일체가 되어 붐을 조성해야 할 것이다.

편집자 주



김광호

롯데 스튜디오 대표
한국 PGC 회장
대한프로사진가협회 교육위원

영업 사진의 현황

디지털 사진이 처음 출현했을 당시 모든 영업 사진인들은 놀라움에 탄성을 지름과 동시에 한편으로는 걱정스런 마음을 가졌다. 영업 사진 업계도 마찬가지로 양분화 현상이 나타났다. 컴퓨터에 익숙한 젊은 세대와 컴퓨터에 익숙하지 않은 기성세대로 나누어져 즉, 디지털 기술을 배우기에 여념이 없는 층이 있는가 하면, 한쪽은 디지털 사진을 아예 포기하고 현상소나 제 3자에게 위탁 처리하는 층으로 양극화 현상이 나타났다.

영업 사진계에서는 당초 디지털 붐을 통해 영업이 더욱 활기를 띠 것으로 생각했으나 실제 기대만큼 결과는 신통치 않았다. 경기도 경기이지만 무엇보다 사진의 디지털화 이후 고객수요가 인화위주에서 보관위주로 전환되고 있으며, 스튜디오에 사진을 촬영하러 오는 고객이 급격히 감소하고 있기 때문이다. 이에 따라 영업이 점점 어려워지고 또 컴퓨터를 전문으로 다루는 직원을 따로 두어야 하는 상황이라 영세 스튜디오는 더욱 어렵기만 하다. 이렇게 첨단 기술이 나오고 있어도 우리 삶의 질이 나아지지 않는 게 문제이다.

그러나 시대의 흐름은 막을 수 없다고 본다. 정말 필연인 것 같다. 이제 아날로그에서 디지털로의 전환은 사진시장의 대세이며, 디지털화하지 않으면 경쟁에서 살아남을 수 없다. 특히 베이비 사진, 웨딩 사진은 대다수가 디지털로 전환되어가고 있다. 이런 추세는 전 사진계로 번져 나갈 것으로 확신한다.

영업 사진업계의 양극화 현상

디지털이 보편화되고 있는 현재, 사진 시장의 양극화 현상은 더욱 심화되고 있다. 대다수 스튜디오들은 디지털화 이후 영업이 안 된다고 불평을 하고 있는 반면, 대형 스튜디오와 고급 스튜디오는 오히려 영업이 잘된다고 하는 것에서 알 수 있듯이 고객이 한쪽으로 몰리는 현상이 나타나고 있다.

특히 동네 사진관이나 부부 사진관 같은 영세한 스튜디오는 영업이 원활하지 않아 심각한 경영난에 시달리고 있다. 시설도 시설이지만 대형화가 되지 않으면 고객이 찾지 않는다. 그래서 고객이 몰리는 곳만 몰리기 때문에 영세한 스튜디오에서는 어떻게 해야 할 도리가 없다. 기술적인 면에서도 마찬가지로 양자 간에 격차가 현격히 드러나 보이고 있다.

디지털 기술의 급상승

앞으로 1~2년은 사진업계에 급속한 디지털로의 변환이 예상된다. 메커니즘이나 기술면에서도 아날로그에 뒤졌던 기술이 보완되어 디지털 사진은 1~2년 사이에 최고의 번

성기를 구가하리라 믿어 의심치 않는다.

작년 세계적인 사진 전시회를 보더라도 거의 모든 전시회가 디지털 중심으로 변했음을 확인할 수 있었다. 향후에는 어떤 변화가 일어날지 예측할 수 없는 불확실한 시대를 살아가는 기분이다. 그러나 분명한 건 필름이건 디지털이건 무엇으로 촬영하든지 사진을 만드는 건 마찬가지다. 단지 필름이 다른 미디어로 바뀌었을 뿐이다.

사진의 기본이 없는 디지털화는 의미 없어

디지털화 이후 스튜디오 사진의 기술이 평균화, 보편화 되어가고 있다. 지금은 누가 어떤 기술을 확보했느냐가 중요한 정보전쟁시대이다. 사진을 어깨너머로 배우던 아날로그 시대에는 경험적 사진을 가르치고 배웠지만, 디지털 시대는 지식 정보가 인터넷이나 공개강좌 등을 통해 공유되어 기술 이전 속도가 너무나 빠르다. 아날로그 시대는 기술의 차가 많지만, 디지털 시대에 들어서면서 누구나 수치화된 기술을 익히기만하면 되기 때문에 기술의 차가 점점 좁혀지고 평균화가 이루어지고 있다. 아날로그 시대는 노하우가 많은 기술자인 사진가가 '값'에 의해 사진을 가르쳤으나, 디지털이 되면서 나이가 젊고 컴퓨터에 박식한 사람들이 '사진선생'으로 바뀌었다.

요즘 디지털 사진을 배우거나 촬영을 하는 아들에게 우려되는 점은 너무 컴퓨터를 맹신한다는 점이다. 사진을 잘못 찍어도 컴퓨터 즉, 포토샵에서 고치면 된다는 사고방식을 갖고 마구 촬영하고 있는데 이것은 잘못된 사고이다. 원본 불변의 법칙이라는 말이 있다. 원본이 좋지 않은데 사진을 고친들 얼마나 고치겠는가. 사진의 기본인 촬영 기법, 라이팅, 포징, 소품의 배치 등을 정확하게 한 다음 디지털을 응용해야만 한 차원 높은 기술이 될 것이다.

디지털 시대에 살아남을 수 있는 사진인

앞서 언급한 바와 같이 디지털 사진에 기술의 평균화와 보편화가 이루어졌다 하더라도 진정한 프로가 요구되는 시대이다. 아무리 사진을 안 찍으려고 해도 아마추어가 찍을

수 없는 사진을 만들어 준다면 고객은 다시 몰려들고 절대 프로 사진은 죽지 않는다. 그러나 손쉽게 아마추어와 별로 다를 게 없는 사진을 찍는다면 영업 사진의 생존은 어려울 것이다. 스튜디오의 경영이 어렵다고 하기 전에 우리 사진인의 새로운 인식 변화와 촬영 이벤트가 재미있게 바뀌어야 한다고 본다. 우리는 일본에 비해서 사진을 찍는 계기가 너무 적다. 백일, 돌이 지나면 결혼에나 사진을 찍고 환갑이 되어서 사진을 찍는데 비해서, 일본은 출생 기념사진, 3세, 5세, 7세, 유치원, 졸업, 입학, 13세, 성인식, 맞선 사진, 약혼, 결혼, 환갑, 고회 등 정말 셀 수가 없을 정도로 많다. 우리의 사진 인들도 푹푹 멍쳐서 사진을 찍을 수 있는 명분을 만들기 위해 매스컴 홍보와 일반 대중을 상대할 홍보가 절대적으로 필요하다. 우리도 일본처럼 사진인들이 멍쳐야만, 현재 우리의 당면 과제인 불황을 타개할 수 있지 않을까 싶다. 그러기 위해선 사진 기자재관련 업체, 협회, 스튜디오 등이 삼위일체가 되어 붐을 조성해야 할 것이다.

지금이 찬스다

사진업계뿐만 아니라 모든 분야가 어렵다고 아우성이다. 어떻게 해야 살아남을 수 있을까?

우리가 살고 있는 현재가 참 어려운 시기인 것만은 틀림이 없다. 그래서 '역발상'이 필요하다. 이제는 진정한 프로만 살아남을 수 있다고 본다.

필자도 작년과 재작년 일본 영업 사진가 초청으로 나고야, 센다이, 도쿠야마, 오사카를 순회하며 한·일 양국의 영업 활성화와 한국의 영업 사진에 대한 강의를 했다. 거기서 "지금 찬스다"라는 이야기를 했다. 지금 우리나라는 인구의 감소, 고령화 그리고 출산율의 감소라는 현상을 보이며 일본과 거의 흡사한 꼴로 가고 있다. 이대로 2100년이 된다면 인구는 절반으로 줄고 고용 창출이나 영업면에서 어려운 시기가 닥쳐올 것이라는 도표를 보여주었다. 필자 역시 이러한 일본의 통계청 자료를 확인하면서 정말 놀랐다. 이렇게 한·일간에 인구가 급격히 감소한다면 영업 사진의 장래는 밝지않다고 본다.

앞으로 인구는 계속 감소하여 영업이 어려워지기 때문에 인구가 최고도에 있는 지금이 가장 찬스라고 생각한다. 인플레이 시대는 물건을 만들기만 하면 돈이 많고 인구가 증가하니 자동으로 팔렸다. 그러나 지금은 디플레이션 시대이기 때문에 살려고 해도 돈이 없고, 살 사람이 점점 줄고, 너무 좋은 물건들이 포화 상태여서 팔리지가 않는다. 그렇기 때문에 어느 때보다 마케팅이 절실한 시기이고, 남다른 생존 전략이 절대 필요하다.

아무리 어려운 상황 속에서도 진정한 프로는 살아남을 수 있다. 우리 광학기계협회 회원들도 국내는 물론 해외 시장에 눈을 돌려야 한다고 생각한다. 사진이라 하면 일본이 앞섰다고 생각하지만 절대 그렇지 않다. 우리의 영업사진이 일본보다 앞서나가고 있고 더욱 잘하는 분야가 많다. 특히 인터넷, 컴퓨터, 디지털, 소프트웨어 분야에서는 절대 일본에 뒤지지 않으며 우리가 생산하는 사진 관련 제품들도 경쟁력 있는 것들이 많다. 좀 더 도전적으로 밀고 나간다면 우리의 사진 시장이 결코 어렵지만은 않을 거라고 생각한다.