



1 2005년 2월14일 중앙대학교 앞 담장에 하숙집 소개 안내문이 가득하다. 이육현 기자

2 개강을 앞둔 2019년 2월 17일 서울 동작구 중앙대학교 앞 게시판에 원룸, 하숙집 소개 안내문이 붙어 있다. 김주성 기자

담 벼 락 계 시 판

글 전수영 기자

"나답게 살 집을 찾아봐, 직방에서" 한 온라인 부동산 플랫폼의 광고 문구다. 요즘 우리는 재화나 용역을 구매하고 소비할 때 대부분 온라인을 활용한다. 궁금한 건 포털사이트에서 검색하고, 찾아가고 싶은 길은 내비게이션 앱으로 찾는다. 은행 창구를 찾아가 번호표를 뽑는 대신 휴대전화로 현금 이체를 한다. 대부분의 일상사가 온라인을 통해 해결되는 21세기 디지털 세상이다. 인간의 기본적인 '아·삭·주'도 다양한 배달 앱, 패션용 앱, 부동산 앱으로 해결한다. 그야말로 모든 일상사가 오프라인에서 온라인으로 옮겨갔다. 부모와 자식 간의 대화도 키보드로 할 지경이니... 그런데 한 대학가의 담벼락 사진이 일간지에 게재돼 눈길을 끈다. 온라인이 대세인 세상에서 벽보에 중이 한 장을 붙여 방 쓸 사람을 구한다. 고전적인 형태의 광고로 보이지만 엄밀히 말하면 게시물이다. 광고란 여러 매체에 '유료'로 내는 커뮤니케이션 활동이기 때문이다. 어쨌든 게시지는 불특정 다수의 하숙집과 원룸 소유자들 틈에 끼여 대학 앞 담벼락의 무료게시판을 이용해 사람을 불러 모은다. 그러나 보는 이가 그리 많아 보이지는 않는다. 그 일간지의 사진 위에는 '전통의 방 구하기'라는 제목이 달렸다. '50년 넘게 이어온 옛 방식이 추억을 불러일으킨다'는 설명과 함께. 그래서 찾아보았다. 연합뉴스 DB(데이터베이스)에도 2005년 2월부터 같은 내용의 담벼락 사진이 다수 저장돼 있었다. 거의 매년 2월 중순께 취재된 사진들이다. 1년 365일 가운데 유독 2월에만 같은 장소의 같은 장면이 취재된 이유는 뭘까? 시의성(時宜性)이다. 각급 학교의 새로운 학년이 시작되는 '새 학기'라는 기사 소재를 독자들에게 알리고, 보여주려는 의도가 담겨 있다. 신문사에서는 이

를 보통 스케치 사진이라 부른다. 계절과 절기, 졸업과 입학 등 시간의 흐름과 사회 분위기를 간접적인 이미지로 표현하는 보도사진이다. 봄이 되면 개나리꽃이 지천으로 만발하는 서울의 응봉산, 여름 해운대 해변, 가을 내장산의 단풍, 겨울 한강의 고드름 등이 대표적이다. 계절, 절기, 새 학기 분위기와 사진 이미지가 최대한 중첩될 수 있는 소재가 스케치 사진으로 표현된다. 매년 똑같은 곳이지만 보도사진은 해마다 반복되는 일상의 풍경을 독자들에게 전달한다. 이런 스케치 사진은 사진기자들에게 힘든 취재가 될 때도 있다. 예를 들어 봄을 알리는 대표 절기인 경칩(驚蟄) 관련 사진이 그렇다. 만물이 깨어나는 시기인 양력 3월 5일 무렵이면 예전의 사진기자들은 시내에서 가까운 냇가를 찾아갔다고 한다. 일찍 깨어난 개구리를 찾기 위해서지만 실제로 개구리를 발견해 촬영하기란 여간 어렵지 않다. 대부분 물오른 버들강아지를 사진에 담는 데 만족해야 했다. 여담이지만, 데스크의 성화에 못 이긴 한 사진기자가 서울 경동시장에 들러 통통한 개구리 한 쌍을 사 가지고 갔다는 이야기는 이제는 전설이 됐다. 여러 해 전에는 정보와 시의성이 담겼을 이 담벼락 사진에 이제는 아날로그적 감수성이 더해졌다. 다리품을 팔아 하숙방 전단을 확인하고 전화를 걸어 면대면(面對面)으로 방을 구하는, 새 보금자리를 찾는 지방 출신 대학생들의 까마득한 추억을 소환한다. 언제 사라질지 모를 담벼락이지만 50년 전부터 이곳을 지나다니 사람들에게는 아련한 기억으로 남는다. 앞으로도 매년 2월이면 신문 지면에서 마주할 수 있을까? 담벼락이 재개발의 삽질을 피해갈 수 있을까? ●