

“아시아 최고 스튜디오 만들겠다”

과거 생산자·기능 중심의 경제가 사용자·감성 중심으로 바뀌고 있다. 개성과 감성을 중시하는 소비자를 만족시키기 위해 대량생산에서 대량맞춤 체제로 진화하고 있는 것이다. 결국 디자인이 국가경쟁력을 결정하는 ‘최후 승부처’가 되고 있는 셈이다. 지난해 7월 ‘타이타닉’, ‘반지의 제왕’의 디지털도메인과 합작사를 세운 김영준 사장을 만나 고부가가치 창출을 위한 10년대계를 들어봤다.

글 신승철 기자 / 사진 이혜성 기자



“2차원에서 3차원으로 디자인 환경이 전환되면서 사람이 느끼는 감성을 디자인에 심어줄 수 있어야 합니다. 이것이 바로 디자인 기술력이고, ‘생각하는 디자이너’만이 이를 구현할 수 있죠.”

김영준 디지털도메인코리아(D2K) 사장은 국내 디자인 인력은 양적인 면에서 풍부하고, 재능도 있지만 전체적으로 볼 때 고부가가치를 창출하기 위한 창의성이 선진국에 비해 다소 뒤지는 것으로 평가했다. 그래서 매년 3만6,000여명의 디자인 인력이 쏟아져 나오지만 사실상 갈 곳이 많지 않다는 것이다.

창의성을 키울 수 있는 교과과정을 확충하고, 정상에 오를 수 있도록 동기를 부여해줘야 한다는 게 김 사장의 생각. 3~5년 후 세계 톱 클래스에 도달할 수 있는 잠재력은 충분하며, 이는 어떠한 인력 양성책을 구사하느냐에 달렸다는 판단이다.

디지털콘텐츠에서 성장동력 찾아라

그래서 김 사장은 디지털콘텐츠 산업을 지목한다. 해외의 경우 1억달러 규모의 영화 제작 프로젝트에 대략 500~700명의 디자인 인력을 투입하는데, 컴퓨터그래픽(CG)이 제작의 상당부분을 차지하고 있기 때문이다. 김 사장의 꿈 역시 ‘서비스 공급자’를 넘어서 ‘콘텐츠 생산자’로 우뚝 서는 것이다.

“눈앞에 닥친 파도만 보지말고 장차 다가올 파도도 살펴야 합니다. 제조업에 이어 서비스 산업이 잠시 밀려오겠지만 그 다음 파도는 바로 콘텐츠 산업이죠. CG는 엔지니어의 영역이라 볼 수 있지만 엄밀한 의미에서 디자이너가 하는 것이고, 앞으로 대형 작품들이 줄줄이 등장하는 한 인력수요가 더욱 늘어날 것입니다.”

김 사장의 생각은 영상 콘텐츠 분야에서 세계 최고의 전문가로 꼽히는 스콧 로스 디지털도메인 회장과 일치했다. 국내 소프트웨어 마케팅 회사인 KSM을 경영하던 김 사장이 디지털도메인과의 합작을 추진한 것도 이에서 비롯됐다.

CG에 대한 요구는 증가하고 있는 상황에서 디지털도메인은 고임금 문제를 해결하는 게 가장 큰 숙제였고, 콘텐츠 제작에 직접 참여하기를 원하는 김 사장으로서는 디지털도메인의 브랜드 인지도를 활용함은 물론 선진기술 전수를 희망했다. 양사의 이해관계가 맞물려 결국 D2K라는 합작회사가 탄생했다.

“최근 3년간 미국의 가장 큰 수출품은 영화나 출판 등의 지적재산권 관련 상품인 듯이 한국도 이러한 흐름에 대비해 지적재산권 관련 산업의 경쟁력을 높이는 데 주력해야 합니다. 이러한 생각으로 지난 2002년 12월 로스 회장과 접촉했으나 당시 디지털도메인은 타이타닉 작업으로 한창 주가가 올랐을 때라 설득이 쉽지 않았습니다.”

이후 미국에서 A급 CG 인력은 주당 1만5000달러까지 받는 실정에 되면서 아시아에서 합작파트너를 물색해온 디지털도메인은 ▲기술수준 ▲고급인력 ▲CG에 대한 사회적 분위기 ▲상대적으로 낮은 인건비 등을 고려해 한국을 택했다. 10년 뒤를 고려하면 중국이 더 매력적이었지만, 이는 너무 장기적인 포석이었던 셈이다.

한국 두뇌·미국 기술 합치면 큰 효과

이름만 거창하게 붙인 ‘또다른 형태의 OEM방식이 아닌가’ 하는 우려에 대해 김 사장은 ‘전혀 아니다’고 못 박았다. 김 사장은 나이키 광고에 사용된 디지털도메인의 CG 교육자료를 보여주며, 이번 교육과정에는 최신기법까지 전수됐다고 설명했다. 또한 계약서에도 D2K 이름이 영화자막에 오를 수 있다는 것을 명시했다고 덧붙였다.

수익은 지분(한국 75%, 미국 25%)에 따라 분배되지만, 일본의 모 인사를 주주로 끌어들이 계획이어서 한국 50%, 미국 25%, 일본 25%의 구조가 될 것이라 설명했다. 이와 관련 광고대행사 빅3(김 사장은 어디라고는 구체적으로 밝히지 않았다)와 MOU를 체결했고, 일본 3대 게임사인 소니, 세가, 닌텐도 중 하나와도 CG 관련 계약을 체결했다고 밝혔다.

지난달 초 1차 디자이너 양성교육도 마무리했다. 50여명의 교육생이 디지털도메인의 전문 기술진으로부터 프로젝트 기획부터 제작에 이르는 실무교육을 직접 전수 받았다. D2K는 이 중 20여명을 정규직원으로 채용하고, 나머지 인원은 파트타임 직원으로 활용할 예정이다.

향후 김 사장의 포부는 ‘아시아 최대 스튜디오가 되겠다’는 것. 우선 애니메이션 CG에 강점을 갖고 있는 픽사(PIXAR)를

모델로 해서 실사에 장점이 있는 디지털도메인의 능력까지 아우르는 회사로 성장 시키겠다는 복안이다.

“최근 몇년간 애니메이션 흥행작을 내놓은 회사는 컴퓨터그래픽(CG) 회사인 픽사였죠. 반대로 애니메이션 최강자로 군림했던 디즈니는 최근 몇년간 히트작품을 내놓지 못했습니다. 이는 디지털 기술은 보조기능에서 주력으로 부상하고 있다는 뜻입니다.”

목표는 정했지만 사업전개는 신중한 편. 디지털도메인의 브랜드를 갖고 있는 이상 프로젝트 수주가 아주 어려운 일은 아니지만, 해당 프로젝트를 제대로 수행하지 못했을 때는 오히려 치명타로 돌아올 수 있기 때문이다.

하지만 김 사장은 낙관하고 있다. 한국의 경우 새로운 기술을 받아들이는데 적극적이라는 점에서 매우 유리하다는 생각이다. 특히 한국 예술가들은 지난 수년간 IT기술을 예술에 접목시키는 노력을 기울여 왔다는 점을 지적했다. 보통 예술가들이 기술에 대해 배타적인 태도를 보인다는 점에서 이같은 분위기는 매우 독특하다는 것이다.

현재 게임, 영화, 광고 등에 적용된 국내 CG 수준과 관련해서는 일정 수준에 도달했으나 제작기간이 너무 길다는 점을 꼬집었다. 해외시장 진출을 위해서는 기획단계부터 글로벌 마케팅을 염두에 뒀야 한다고 주장했다. 한국이라는 국적에 산업범위를 한정한다면 스스로 발전 기회를 포기하게 된다는 것이다. 마지막으로 김 사장은 콘텐츠 산업에서도 정부의 지원은 무척 중요하다고 역설했다. 지적 재산권 등 고부가가치 산업은 3~5년 안에 한국경제를 진일보시킬 수 있으며, 정부의 지원에 따른 효과는 그 자금을 얼마나 효과적으로 사용하느냐에 달려 있다고 거듭 강조했다. 🇰🇷

▶ 디지털도메인은 이런 회사 ◀

스콧 로스 회장은 ‘터미네이터 2’, ‘어비스’ 등을 감독한 제임스 캐머런 감독과 함께 디지털도메인을 92년에 창립했다. 뉴욕 출신으로, 영화 관련 경력만 30여년에 음악 등 다른 문화산업에도 정통하다는 평이다.

디지털도메인은 ‘스타워즈’의 조지 루카스 감독이 만든 아이엘엠(ILM), 그리고 픽사와 더불어 세계 CG 및 특수효과의 빅3로 꼽힌다. 영화 ‘타이타닉’, ‘천국보다 아름다운’으로 지난 98년과 99년 아카데미 특수효과상을 받았고 ‘뷰티풀 마인드’, ‘트루 라이즈’, ‘아폴로13’, ‘아마겔돈’, ‘타임머신’, ‘반지의 제왕’ 등의 CG를 맡았다. 또한 나이키, 벤츠의 CG 부문도 대행하고 있다.

디지털도메인은 적게는 580명, 많게는 1,000명이 디지털콘텐츠 제작에 참여하고 있으며, 직원중 이민자가 40%에 달할 정도로 다양한 인종으로 구성됐다.