



“일반적 전시 생각하고 찾으면 놀랄 것”

글 권경희 기자 / 사진 이혜성 기자



올해로 3회를 맞이하는 서울국제미디어아트비엔날레(미디어 시티 서울 2004)가 한 달여 남짓 앞두고 막바지 행사 준비에 박차를 가하고 있다. 이에 행사 준비에 여념이 없는 한국미술평론가협회 회장이자 호남대 교수로 재직 중인 윤진섭 총감독을 비엔날레 조직위원회실에서 만났다.

12월 15일부터 내년 2월 6일까지 서울시립미술관 전관과 서울시 일대에서 두 달여 동안 관람객을 맞이할 준비를 하고 있는 서울국제미디어아트 비엔날레 조직위는 ‘게임’이라는 주제로 전시 작품을 준비하고 있다. 최근 가장 주목받고 있는 산업인 ‘게임’을 예술의 중심 주제로 끌어들이고자 기획하고 준비하고 있는 이는 바로 윤진섭 총감독이다. 윤 감독은 “컴퓨터게임 등 온라인 디지털 환경을 기반으로 하는 유희와 게임으로 인해 확연히 달라진 세상을 예술이 되짚어봐야 할 시기가 됐다”고 본다. 이에 IT와 IT가 사회에 미치는 영향에 이번 전시작품에 초점을 맞출 계획이다. 서울이 IT활동과 발전의 중심지로 인식되고 있기 때문에 서울에서 이번 행사가 열리는 것은 매우 의미가 깊다고 밝혔다. 특히 컴퓨터 게임으로 대변되는 ‘게임’이 개개인의

일상과 게임산업에 미치는 파급력, 각각의 게임과 여러 유희가 내포하는 사회·문화적 메시지를 미디어아트를 통해 총체적으로 표현할 계획이라고 전했다. 일상생활에서 경험하게 되는 놀이 또는 게임의 본질을 다양한 방식으로 제시하고 해석하는 세계적인 미디어 작가들의 작품이 ‘게임’이라는 주제를 통해 소개돼 특히 게임개발자를 비롯한 IT업계 종사자에게 예술에 대한 친밀감과 감각을 넓힐 수 있는 좋은 기회가 될 것으로 보인다.

이와 함께 가족단위나 연인, 친구들과 함께 저렴한 가격으로 전시회도 참여하고 스탬프도 찍고 선물도 받는 ‘1석 3조’의 기쁨을 누릴 수 있는 행운을 누릴 수 있을 것으로 보인다. 윤 감독은 “이번 전시회는 시립미술관에서 펼쳐지는 본전시회뿐만 아니라 서울시내 30여개 갤러리에서 전시 또는 이벤트를 펼친다. 서울 곳곳에서 펼쳐지는 전시는 스토리라인이 살아나도록 하는 구성에 역점을 두고 있다. 가능한 역동적으로 전시를 즐길 수 있도록 하는데 많은 신경을 쓰고 있다. 이에 아트맵을 일반관람객에게 제공할 계획이다. 아트맵을 통해 스토리라인을 따라 주요 포인트 지역에서 스탬프도 찍고 선물도 받는 기쁨을 제공할 계획”이라며 “많은 블랙박스에 간혀 있었던 일반적인 미디어아트 전시를 생각하고 전시장에 들어선다면 아마 놀라게 될 것”이라고 밝혔다. 국내 3대 비엔날레 중 하나인 서울국제미디어아트 비엔날레의 이번 행사는 국내 작가 43명을 비롯해 21개국 78점이 참여한다. 해외디지털 기술과 관련된 작업을 하는 전 세계 아티스트들의 참가, 전 세계 국가와 도시에서 활동하는 예술가들의 현대 사회, 문화, 예술에 대한 다양한 생각과 시각, 경험이 교차되는 접점이 될 것으로 기대를 모으고 있다.

특히 이번에 참가하는 아티스트 중 영국에서 가장 권위 있는 예술상인 2004 터너상 우승자인 랑랜즈와 벨이 포함돼 있어 기대를 증폭시키고 있다. 랑랜즈와 벨뿐만 아니라 리즈 휴즈(호주), 요한 파인애플(네덜란드), 한스 크리스트(독일), 틸만 바움개르텔(독일) 등이 큐레이터로 참여한다. 랑랜즈와 벨의 팀은 ‘빈라덴의 집’이라는 논란의 작품을 발표할 계획이다. 이 작품은 오사마 빈라덴 모습이 마지막으로 보여졌던 아프가니스탄의 한 병커를 모방한 쌍방향 설치물이다. 

국가적 프로젝트 사업에 적극 참여

글 / 권경희 기자

한국오라클은 국내 지사 설립 15년 만에 본사 직할 체제로 조직을 일대 변화했다. 또 그간 영업을 총괄해 오던 김일호 부 사장이 신입 사장으로 한국오라클을 진두지휘하고 지난 3년 여 간 한국오라클을 이끌어온 윤문석 사장은 회장으로 승격했다.

10월 3일 한국오라클은 김일호 현 부사장을 신입사장으로 임명하고, 20여개 사업부서(LOB) 단위로 운영되던 기존 조직을 테크놀로지(DB·WAS)·애플리케이션·인더스트리 사업본부 등 3개 사업본부를 중심으로 새롭게 재편한다고 밝혔다.

신임 김일호 사장은 대구 출신으로 성균관대학교 전자공학 과를 졸업하고 대한전선·삼성전자 HP사업부에서 영업 수완을 발휘했다. 이후 다우기술 소프트웨어 사업부문 본부장과 92년부터 8년간 오토데스크코리아 대표를 역임한 뒤 2000년 한국오라클에 합류했다. 93년 입사해 2000년부터 한국오라클을 이끌어온 윤문석 회장은 김일호 사장에게 baton을 넘기고 2선에서 대외 업무 및 본사와의 커뮤니케이션을 담당할 것으로 알려졌다. 이번 개편에 따라 새로운 사장으로 취임한 김일호 사장은 10월 6일 취임 간담회를 갖고 “앞으로 한국오라클은 단기 매출 확대에 집착하지 않고 국가적 미래산업을 적극 지원하겠다”며 “정부와 긴밀한 협력을 통해 우리나라 IT산업의 새로운 모델을 만드는 국가적 프로젝트사업에 적극 참여키로 했다”고 밝혔다. 김 사장은 “한국오라클이 한국에 들어 온지 15년 동안 CEO들에게 가장 중요했던 점은 매출신장이었지만 앞으로는 장기적인 비전 설립으로 전환될 것”이라며 “따라서 매출관련 업무는 앞으로 각급 본부장들에 맡기고 CEO는 아시아눅스나 유비쿼터스 등 굵직굵직한 IT 아이템 발굴 및 추진에 많은 힘을 쏟을 것”이라고 말했다.

김 사장은 “한국오라클은 그간 매출 극대화를 위해 단기 영업에 치중했지만 앞으로는 장기적 안목을 갖고 사업을 펼치겠다”며 “오라클이 한국에서 주목하는 정보기술(IT)정책은 아시아눅스, 유비쿼터스 등이 될 것”이라고 말했다.

김 사장은 “이번 결정은 데이터베이스만 팔아서 안된다는 위기의식의 발로이자 획기적인 성장 모멘텀을 만들기 위한 노력의 결과”라며 “애플리케이션 시장 점유율 확대, 포트폴리오



의 다양화를 위한 전략에서 나왔다”고 덧붙였다.

그는 “산업·테크놀로지·애플리케이션의 세 영역으로 나누는 각 사업부는 앞으로 본부장들이 책임지고 업무를 추진하게 된다”며 “사장은 5~10년 이상의 장기 프로젝트에 집중할 것”이라며 이번 조직개편의 의미를 설명했다.

김 사장은 또 “한국은 현재 아태 지역 내에서 두 번째로 큰 시장이지만 중국과 인도의 성장성은 따라가지 못하며 내년 5월 말께 중국에서 오라클의 시장 규모가 한국을 다소 웃돌 것”으로 진단했다. 김 사장은 “현재 오라클은 아태 지역의 경우 한국을 포함해 모두 16개국에 각 지사를 두고 있지만 지금까지 이들 국가 간의 정보 공유는 미흡했다”며 “앞으로 아태지역 지사 간의 활발한 협조를 통해 경쟁력을 높여 나갈 것”이라고 말했다. 김 사장은 “이달 중에 주요 조직의 책임자에 대한 인선을 마무리할 것”이라며 “한국오라클은 이번 조직개편으로 글로벌 기업으로 거듭날 것”이라고 강조했다. 또 “앞으로 대고객, 정부, 협단체 등 장기간의 관계를 요하는 비즈니스에 매진할 것”이라며 “한국 정부가 전략적으로 추진하는 유비쿼터스나 아시아눅스에 관여해 비즈니스 기회를 만들어낼 것”이라고 말했다.

영업으로 잔뼈가 굵은 그는 “주요 고객들과의 접점은 지속적으로 유지할 것이지만, 영업은 세일즈 매니저들이 주로 담당할 것”이라고 밝혀, 영업 일선에서 한 발 물러설 뜻을 비쳤다. 또 “한국오라클이 새로운 조직과 기업 문화에 적응할 수 있도록 조용한 변화를 꾀하고 싶다”고 말했다. 



“PS2 100만대 시대 맞아 창사 이후 최고의 강공 퍼붓겠다”

비디오 게임기 플레이스테이션2(PS2)가 지난달을 기점으로 국내 보급대수 100만대를 넘어섰다. 소니컴퓨터엔터테인먼트코리아(SCEK)가 지난 2002년 2월부터 PS2 비즈니스를 시작한 이래 약 2년8개월만의 일이다. 지난달 13일 한강 유람선에서 펼쳐진 PS2 100만대 보급 기념 선상 발표회를 찾아 윤여을 SCEK 사장을 만나봤다.

글 신승철 기자 / 사진 이혜성 기자



“PS2 100만대 보급은 ‘규모의 경제’ 달성에 의미를 부여할 수 있습니다. 비디오게임에 대한 내수시장을 확보는 물론 PC 온라인게임 개발이 주류인 국내 게임 개발사에게 새로운 개발 동기가 생긴 셈이죠”

흰철한 키에 희끗한 머리, 그리고 강렬한 눈빛. IT업계의 대표적인 호남형 CEO로 꼽히는 윤여을 SCEK 사장의 게임기 시장에 대한 애착은 유별나다. 증권사 애널리스트, 하버드대 MBA 등을 거쳐 33세 때 CEO 반열에 올라선 그는 PS2를 국내에 뿌리내리기 위해 소니뮤직의 아시아태평양 총괄사장 자리도 마다했다.

PS2용 게임타이틀 하나만 제대로 히트시켜도 엄청난 수출 효과를 누릴 수 있다는 게 윤 사장의 주장. PS용 게임들은 히트작의 경우 영화로도 제작될 정도로 전세계적으로 엄청난 인기를 누

리지만, 현재 국내 게임시장은 온라인쪽으로만 치우쳐 있고 정작 돈이 되는 가정용 게임기 시장에는 경쟁력이 부족하다는 것이다.

국내에서도 ‘대박’ 비디오게임 타이틀을 발굴하는 것이 윤 사장의 목표 중 하나다. 소프트맥스가 개발한 비디오게임 ‘마그나 카르타: 진홍의 성흔’의 국내 배급을 맡고, 향후 국내 게임 개발사의 비디오게임 개발을 적극 지원하겠다는 계획도 이의 일환이다. 이러한 상황에서 윤 사장은 이번 PS2 100만대 보급 돌파에 한껏 고무돼 있다.

SCEK의 PS2 비즈니스가 시장 창출 및 타겟 마켓(Target Market)을 넘어 매스 마켓(Mass Market)으로 순조롭게 진입하고 있다는 것. 이에 따라 윤 사장은 “비디오게임이 서구와 같이 건전한 가족문화로 자리잡으면 폭발적인 수요가 발생할 것”으로 내다보고, “인기 영화배우 송강호 씨를 기용한 TV CM을 비롯해 약 30억 이상을 광고비 예산으로 책정하는 등 창사 이래 최고로 강력한 마케팅을 펼치겠다”고 밝혔다.

윤 사장은 또 PS2 100만대 보급 이후 그룹 내 위상도 높아졌다고 귀띔했다. 소니컴퓨터엔터테인먼트(SCE)그룹 차원에서 SCEK가 국내 게임 개발사와 긴밀하게 협조, 우수한 네트워크 게임 소프트웨어를 개발해 이를 아시아, 미국 그리고 유럽 지역의 게임시장에 지속적으로 공급해주는 ‘소프트웨어 공급 기지’로서의 역할을 바라고 있다는 것이다.

“해외 공식 발매보다 약 2년 늦게 한국에 진출한 PS2와는 달리 PSP(PlayStation Portable)와 차세대 비디오 게임기는 발매일이 같거나 비슷한 시기에 출시될 것으로 예상됩니다.

따라서 해외 게임 개발사와의 게임 콘텐츠 개발경쟁도 불리하지 않으며, 오히려 네트워크 게임 개발 노하우가 축적된 국내 게임 개발사의 해외시장에서의 선전이 기대됩니다.”