

“외국인이 직접 한국문화 소개, 받아들이는 외국인도 큰 共感”

W 기획 도전하는 여성

26 컬처이스 김보배 대표 김성은 이사

도전은 경험에서 비롯된다. 과거 어떤 경험이나 일상 속에서 얻은 깨우침은 변화를 꿈꾸게 하고 도전정신을 자극한다. 또 자신이 하고 싶은 일과 접할 수 있는 일 사이에서 끊임없이 고민하게 해 현재의 자신을 성장시켜 주는 원동력이 되기도 한다. 그래서 경험의 가치는 중요하다. 한국을 사랑하는 외국인들이 우리 문화를 제대로 이해하지 못하고 자국으로 돌아가는 답답함과 안타까운 경험을 바탕으로 우리 문화 제대로 알리기 위해 나서기로 한 20대 여성 청년기업가 김보배 컬처이스(Culture us) 대표와 김성은 이사의 이야기다.

한 시화제 기업에서 인연을 맺은 두 사람이 ‘한국 문화와 외국인’이라는 키워드를 가지고 문화기업업을 표방하며 청년창업시장에 도전장을 던졌다. 대다수 청년 여성들이 서비스업이나 외산업에 뛰어드는 것과 달리 한국 문화가 지닌 고유한 정서와 아름다움을 세계인들과 공유하고 공감하며 ‘문화가 지닌 무형의 가치를 경험할 수 있는 다양한 콘텐츠’를 기획해 가치를 창출하겠다는 전략이다.

청년기업가로 새로운 도전을 하게 된 계기와 외사를 설립하기까지의 과정은 어떠했는지, 20대 청년 여성으로서 회사를 이끌어 나가는 데 어려움은 없는지, 한국 문화가 지닌 가치를 외국인들과 어떻게 공유하고 공감을 이끌어낼지 등이 궁금했다.

서울 서대문구 한 커뮤니티에서 만난 두 사람의 첫인상은 밝고 에너지가 넘쳤다. 거기도 유쾌할까 지 도대히 화기애애한 분위기 속에서 인터뷰가 진행됐다. 때론 강력한 어조로 한국 문화를 제대로 즐기고 알리지 못하는 우리 사회 현실을 언급하며 우리 것의 전통·문화적 가치 확산의 의지를 드러냈다.



지난해 9월 서울 구로구 고척돔에서 열린 '2018 평창 K-pop 페스티벌'에서 외국인 서포터스들이 평창올림픽을 홍보하고 있다. 사진제공 컬처이스

“한국 문화를 글로벌 문화로”... 20대 여성 청년기업 CEO로 성장 = 김 대표는 3년간 다니던 회사를 과감히 그만두고 약 1년 전 문화기업 컬처이스를 설립. 26세의 젊은 나이에 여성청년기업 대표가 됐다. 그간 외국인 대상 프로그램을 기획하고 운영했던 경험이 자신의 회사를 꾸리는 데 큰 밑거름이 됐다.

“아직 회사 규모가 작아 구성원 모두 멀티플레이어예요. 서로 협력하고 보완하면서 외사를 이끌어 나가고 있어요. 콘셉트를 만들 때 다양한 시각을 담는 것이 중요해요. 외국인 남편을 둔 조직원이나 외국인 친구들에게 조언을 구하면서 프로그램 기획 단계부터 세밀하게 준비해요.”

김 대표는 외국인들이 다양한 체험과 교육, 네트워킹을 통해 한국 문화를 접할 수 있도록 돕고, 그 과정에서 얻는 문화적 경험을 외국인들이 직접 소개하는 것을 사업의 주요 콘셉트도 삼았다. 외국인의 시선으로 한국 문화를 알린다는 발상의 전환을 꾀한 것이다.

“그간 국내외에서 열린 다양한 이벤트나 행사에 객이었던 외국인이 주제가 돼 한국 문화를 다른 외국인에게 소개하도록 하는 것이지요. 이게 컬처이스의 핵심 역할이에요. 한국 문화가 대만 좋다고 이야기하는 것보다 그것을 충분히 알고 느낄 수 있게 도와 스스로 PR 활동의 주체가 되도록 하는 게 중요하다고 생각했어요.”

컬처이스는 지난해 9월 한국관광공사 주최로 열린 '2018 평창올림픽 G-500 페스티벌'에서 100명 규모의 외국인 서포터스를 모집·운영했다. 외국인 서포터스들은 자국의 전통의상을 입고 행사장에 오는 외국인에게 평창올림픽에 대해 소개하게 했고, SNS를 통해 확산되면서 홍보 효과를 높였다. 최근에는 서울에서 전통시장 활성화를 위해 새로운 경영 모델을 발굴하고자 개최한 '전통시장 현재를 찾습니다' 공모전에서 우수상을 받는 기쁨을 누렸다.

“너무 기뻐요. 큰 성과이니까요. 이런 공모전에 낸 아이디어를 잘 살려야 해요. 콘셉트가 좋으면 컨설팅을 받으면서 실제 전통시장에 사업이 들어간다는 평가만이 적용돼 보는 것이지요. 20~30대의 전통시장 유입원을 늘리는 데 초점을 맞췄어요. 시시내 한 전통시장을 대상으로 주말에 시장을 배우고 체험할 수 있는 프로그램을 진행해 볼 계획이에요. 잘 해내고 싶어요.”

“춘자가 아닌 돌이아 더 큰 세너티... 같은 문화를 두고 목표를 향해 함께 뛰는 우리 걸그룹 같은 존재 = 김 대표가 컬처이스를 필요로 하는 곳을 찾아 프로그램을 기획하고 제안하는 일을 주로 한다며 프로그램 상생을 위한 아이디어를 고민하고



김보배(왼쪽) 컬처이스 대표와 김성은 이사(오른쪽) 서울 서대문구 대한동의 한 카페에서 인터뷰를 하고 있다. 김 대표는 약 1년 전 문화기업 컬처이스를 설립. 26세의 젊은 나이에 여성청년기업 대표가 됐다. 외국인들이 한국 문화를 경험할 수 있는 다양한 프로그램을 기획해 한국 문화를 알리는 데 힘쓰고 있다. 고희관 기자 photoeran@

3년 전 사회적 기업서 만나 문화 콘텐츠 창업 의기투합 “우리 걸그룹 같은 존재” “평창올림픽 페스티벌” 외국인 서포터스 성공... “전통시장 활성화 공모전” 우수상 정부서 청년기업 돕지만 “무형의 가치” 제와... 여성에 대한 사회적 편견도 부담

프로젝트들을 구상해 운영하는 것은 김성은 이사의 몫이다.

두 사람의 인연은 남다르다. 김 이사는 김 대표를 3년 전 사회적 기업에서 만났다. 대학 졸업 후 대기업에 취업해 일하다 공기업으로 이직했으나 적성에 맞지 않아 자진이 원하는 일을 하겠다고 찾는 곳이었다. 인생의 가치관과 비슷한 취향 등 닮은 점이 많은 두 사람은 꿈과 목표를 공유하며 서로 성공과 성장을 응원했고, 김 대표가 사업 구상에 돌입할 사람부터 참여하기까지 김 이사는 늘 함께했다. 이제는 바느질과 실감이 때려야 땀 수 없을 마더클 관계가 됐다.

“믿음이 있었어요. 신뢰 관계가 형성돼 있었. 가족보다 더 많은 시간을 함께하고 모든 것을 공유해요. 걸그룹 같은 존재라고 할까요. (웃음) 처음에는 약간의 업무 방식의 차이에서 트러블이 있었지만, 서로 존중하며 의견을 조율해 나가는 방법을 알게 됐죠. 적극적으로 서로보며 주는 역할을 하고 싶어요. 그게 나, 그리고 컬처이스가 성장하는 길이라고 생각하거든요.”

김 이사는 청년여성어 기업에 어울려 가는 데 어려움을 토로했다. 정부에서 청년기업과 여성경제활동을 돕겠다고 다양한 지원에 나서지만, 은사이나 재조, 기술개발 분야에 집중돼 있어 무형의 가치를 창출하는 것에 대해서 정부 지원을 받을 수 없다는 점이다. 또, 여성에 대한 사회적 편견과도 싸워야 한다.

“좋은 아이디어가 있어서 실행해 보려고 정부 지원사업을 알아보든 우리 기업에 적합한 카페도 없고, 무형의 가치를 생산해 공격적 목표를 이루고자 하는 우리의 위치를 이해해 주는 곳을 찾기 어려워요. 또, 업체 관계자도 지원 희망이 없다. 바느질 강요예요. ‘왜인지 어린 여자끼리 일을 할 수 있을까’라고 생각하는 듯한 상대방의 시선과 의구심을 완전히 무시할 수 없기 때문이죠. 앞으로 수없이 겪을 성장통이라고 생각해요.”

“소통·이해·나눔 중요가치... 다양한 문화적 경험 지속 공유에 힘써 = 두 사람은 언어보다 문화와 통한 소통이 서로를 이해하고 공감하는 데 더 막대한 힘을 가지고 있다는 것을 믿는다. 김 대표

는 대학교 시절 초등학교 원어인 영어수업 봉사 활동 당시 ‘한국에서 뭘 해야 할지 모르겠다’는 원어인 교사를 위해 스스로 투어프로그램을 만들어 진행하면서, 김 이사는 유네스코 주최로 외국인들과 비무장지대(DMZ) 여행을 하고 단편영화를 만드는 프로젝트에 참여하면서 문화적 나눔과 소통의 가치를 몸소 체험하고 깨달았다.

김 대표는 세계 각국의 외국인들이 편차어스가 만든 프로그램을 통해 한국의 좋은 문화를 접하고, 외국인이 스스로 한국을 알리는 자발적 홍보가로서 역할을 하길 기대했다. 우리에겐 광범하고 시소한 문화 콘텐츠도 전 세계인들에게 경쟁력 있는 아이템이라는 것을 보여주겠다는 각오다.

“지난 1년간 약 4000여 명의 외국인들을 만났어요. 외국인들은 케이팝에만 관심있는 것 같지만 그렇지 않아요. 안경과 안목, 사물, 등산도 좋아하고, 템플스테이도 만족도가 높죠. 평생학습축제, 춘천담장비축제 등 지역축제도 지원 희망이 높고요. 우리는 무심코 지나치는 한국 문화가 그들에게 매력적이고 새로운 것이지요. 또, 외국인들도 우리나라에서 소수이기에 차별받는 존재라는 사실도 깨닫게 됐어요. 이들이 한국에 잘 적응할 수 있도록 무엇이든 해주고 싶다는 생각이 많이 들어요. 한국에는 외국인들에게 한국에 대해 좋은 인상을 안겨 주고 싶어요.”

김민정 기자 ml_kim@