



# 한국을 변화시키는 사이버 외교관 뱅크 박기태 대표

사라진 '동해'를 다시 살려낸 것으로 유명한 사이버외교사절단 '뱅크'는 전세계를 대상으로 '한국 바로 알리기 프로젝트'를 진행하고 있다. 초등학교부터 중·고생, 직장인까지 1만 3650여 명의 회원이 뱅크를 통해 펼치는 나라 사랑이 진하다. 아직도 대부분의 사람들은 애국을 '나와는 먼 이야기'로 생각하고 있다. 하지만 뱅크는 애국이란 어느 특별한 날 불쑥 솟아오르는 감정이나 그에 따른 행동이 아니라 누구나 평소에 실천할 수 있는 것이라고 말한다.

**한국 바로 알리기 홍보대사 반크입니다** \_ 반크(Voluntary Agency Network of Korea)는 5명의 운영진이 상근하며 한국을 바로 알리기 위한 9가지 사업을 진행하고 있다. '해외친구사귀기 운동'과 '국제학급교류사업'은 이선희 연구원이, '한국홍보자료망 구축'과 '내고장 포토제닉'은 이정애 연구원이 총괄한다. 또 고2때 반크에 합류한 임현숙 연구원은 '해외한국 오류시정사업'과 '한민족 네트워크'를, 장성일 연구원은 '국제협력사업', '영자신문 PRKOREA TIMES 발간사업'을 총괄하고 있다. 마지막으로 단장인 나는 '전국민 사이버 외교관 양성 교육'을 담당해 민간인 외교사절단을 육성하고 있다.

**반크가 움직이기 시작한 이유는?** \_ 대학시절 영어도 공부하고 국제감각도 키워볼 마음으로 외국대학 아시아 관련학과 게시판에 자기소개서를 띄웠다. '우리는 대한민국 학생들이다. 전세계 친구들과 사귀고 싶으며 사이버 관광가이드가 되어주겠다'는 것이 골자였다. 생각보다 호응이 좋아 하루에 수십 통의 메일이 쏟아졌다. 이것을 시작으로 해외펜팔 홈페이지를 만들고 회원가입도 받았다. 그런데 외국친구들과 이야기를 나누다보니 그들이 한국에 대해 많이 오해하고 있었다. 이런 사실을 회원들과 나누었고, 그때부터 '해외펜팔-사이버 관광가이드' 홈페이지를 '국가홍보-사이버 외교관' 반크로 역할전환을 하게 된 것이다.

**외국인들이 생각하는 대한민국은?** \_ 한국을 직접 접하지 못한 외국인들은 인터넷과 교과서 등을 통해 알게 된 한국을 그대로 믿는다. 그런데 그들이 보는 교과서에 한국에 대한 왜곡된 내용이 담겨 있다. '동해'는 '일본해'로 표기되어 있고, 문화는 중국에서 유래되었으며 일본의 한반도 침략은 한국의 발전에 크게 기여했다고 설명한다. 또 올림픽과 월드컵을 성공적으로 개최한 나라임에도 세계 여러 유명사이트에서 한국을 아프리카 수준의 낙후된 국가, 전염병과 범죄가 난무하는 위험한 나라로 소개하고 있다. 이런 정보를 접한 많은 외국인들이 한국에 대해 오해를 하고 있는 것이 사실이다. 그래서 반크가 사이버외교사절단을 자처하며 한국 바로 알리기에 나선 것이다.

**반크 회원들과 반크가 실천하는 애국** \_ 현재 1만3650여 명의 회원이 나라사랑을 실천하겠다고 반크에 가입해 있다. 반크의 핵심활동은 해외펜팔을 통해 전세계인과 직접적으로 교류하여 한국의 역사와 문화를 바로 알려나가고, 동시에 외국 친구들이 접하는 각종 정보물에 잘못 기술된 한국의 모습을 시정하는 것이다. 그러한 과정에서 한국의 이미지를 '우리가 꿈꾸는 친근한 대한민국'으로 변화시켜 나가고 있다. 반크의 회원으로 가입하려면 영문·한글 자기소개서, 외국인 5명과 e-메일 교류, 항의메일 작성하고 보내기, 한국 관련 오류 찾아내기 등으로 구성된 1달간의 교육 프로그램을 반드시 거쳐야 한다. 이 교육을 통과해야만 반크의 모든 사업에 동참할 수 있다. 교육을 통과하지 못하면 재수를 하거나 기본적인 반크 활동에만 참여하게 된다. 반크의 운영진들은 모든 프로그램을 관리하고 온·오프라인 홍보물을 제작해 외국으로 보내는데, '동해'가 표기된 세계지도나 한국의 아름다움을 홍보하는 엽서를 제작해 필요한 곳에 보내 좋은 반응을 얻고 있다. 또 최근에는 반크에 가입하지 않아도 같은 활동을 할 수 있게 프로그램을 짜놓은 <사이버 외교관, 반크>라는 책을 출판했다.

**기억에 남는 반크 회원이 있다면?** \_ 반크 회원 중 2300명 정도가 해외에 살고 있다. 그중에서 가장 기억에 남는 두 사람이 있다. 한 명은 미국에 유학하고 있는 회원이었는데, 동해가 표기된 세계지도를 보내달라고 했다. 그런데 그 한 장으로 양에 안 찻는지, 여러 장을 복사해서 야구장과 축구경기장 입구에서 입장객들에게 지도를 나누어 주었다는 이야기를 들었다. 또 인도에 있는 중학생은 자신이 다니는 인도학교의 학생과 교사 500여 명을 강당에 모아놓고 한국을 바로 알리고 소개하기 위해 강의를 했다는 이야기를 들었다. 그들의 나라사랑이 너무 예뻐서 입가에 미소가 돌았던 기억이 난다.



사진 왼쪽부터 이선희·이정애·임현숙 연구원, 박기태 대표

**세계로 뻗는 한국벤처의 힘을 보여주세요** \_ 해외전시회에서 일본제품을 판매하는 부스와 한국제품을 판매하는 부스가 있다면 일본 부스에 더 많은 사람들이 몰린다. 아무리 우리나라 제품이 우수하다고 해도 일본의 국가 이미지가 그들의 발걸음을 잡는 것이다. 그래서인지 해외 마케팅에 나선 벤처인들은 애국심이 더 커지는 모양이다. 가끔 벤처인들이 비행기에 붙어있는 세계지도가 잘못되었다거나 일본에서 구입한 한국 안내서적의 내용이 잘못되었다고 제보를 해온다. 물론 반크에 제보하는 것도 좋지만 이젠 그 관계자에게 직접 시정요청을 해야한다. 반크에서는 초등학생들도 그렇게 하고 있다. 최근에는 많은 벤처인들이 해외로 진출하면서 세계 속의 한국의 위상을 살려주는 경우가 많다. 하지만 더 많이 노력해야 한다. 벤처인 한사람 한사람이 한국을 대표한다는 마음으로 행동한다면 우리나라의 이미지가 일본을 따라잡을 날도 멀지 않았을 것이다.