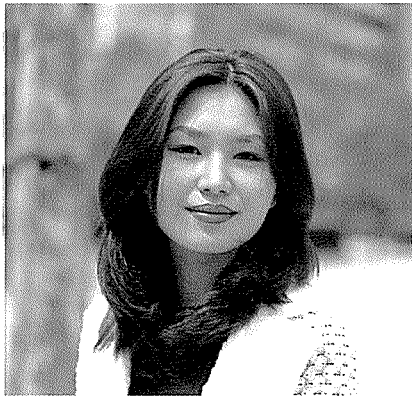


외국과 기술 교류 물꼬 튼다

세미나 통역 심지연



—누구지? 통역 잘하네. 제품에 대해서도 꽤 아는 것 같고... —

—프랑스에서 제과쪽을 유학하고 돌아온 사람인가봐—

지난 4월 리치몬드제과기술학원이 개최한 세미나에서는 이런 내용의 대화가 심심찮게 들렸다. 세미나 내용을 이해하기 쉽게 전달하는 낯선 얼굴의 통역자에 대한 호기심과 함께 활기찬 세미나장 분위기로 참가자들 모두 긴 시간이 지루하지 않다는 표정이었다.

이날 세미나 통역을 맡은 심지연 씨. 제과쪽으로 유학을 했으리라는 일반의 예상과 달리 그녀가 프랑스에서 5년간 공부한 것은 영화였다. 세미나 통역도 이번이 두번째다. 현재 그녀의 주업무는 영화, 출판물 등을 기획하는 것. 따라서 엄밀한 의미에서 세미나 통역은 그녀에게 부업이다.

“처음 세미나 통역을 하게 됐을 땐 전문적인 제과 용어가 많아 일반적인 볼어 실력만으로는 한계가 있다는 것을 느꼈습니다. 그래서 제과 기술을 조금이라도 알아야겠다 싶어 제과학원에서 4개월간 배우고 나니 통역이 좀 수월해지더군요.”

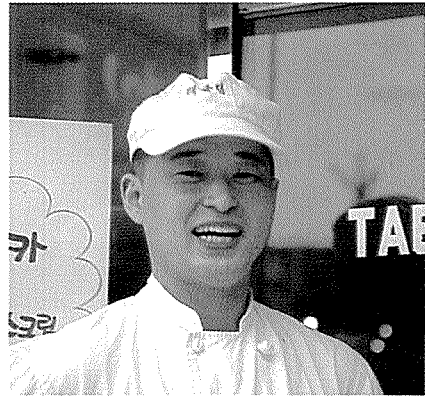
세미나 통역이 주된 일이 아님에도 통역을 잘하기 위해 별도로 제과학원을 다닌 열의에서 나타나듯 그녀는 자신의 일에 최선을 다한다. 이런 자세 때문인지 그녀는 짧은 경험에도 불구하고 ‘초청 기술인과 참가자가 같이 호흡하는 세미나, 활기찬 분위기 조성으로 내용의 집중도가 높은 세미나가 되도록 노력한다’는 자신 나름대로의 세미나관을 갖고 있기도 하다.

“프랑스에는 다양한 대회가 있습니다. 그런데 지금까지 정보가 부족해 국내의 젊은 기술인들이 외국의 경연대회에 참여할 기회가 없었던 것 같아요. 또 나라별로 제품에 특성이 있어 프랑스에서도 국내 기술인의 세미나에 많은 흥미를 갖고 있습니다.”

심지연 씨는 욕심이 많다. 통역이 계기가 돼 흥미를 느끼게 된 제과 부문을 더 공부해 자격증도 따고 싶고, 지금보다 더 전문화된 세미나 통역도 선보이고 싶은 욕심이다. 아울러 자신의 외국어 실력과 외국의 정보를 활용해 외국과 우리나라가 상호 기술 교류를 활발하게 전개하는 데 도움이 되고 싶다는 게 앞으로의 포부이다.

좌절된 꿈을 던지고 일어서며

태극당 공장장 김원수



군대를 제대하자마자 대구에 소재한 모 백화점에서 핫도그 노점상을 시작했다는 김원수(35세) 씨는 당시 그 지역에서 꽤나 인기 있는 인물이었다. 서글서글한 외모에도 있었지만 특유의 입담과 사업수완도 한 몫했다.

그의 말을 빌자면 이윤도 짭짤했고 핫도그 만드는 일이 그렇게 재미날 수가 없었던단다. 그래서인지 우연한 기회에 제과학원을 다니게 되었고 오전엔 장사, 오후엔 공부하는 그야말로 주경야독의 생활에 몰두했다. 일이 잘 풀려서인지 학원에서 만난 동기의 소개로 87년 대구 스텔라제과점에서 첫 근무를 하게 된다. 그 후 몇몇 유명제과점을 거치면서 그는 기술력 뿐만 아니라 경영 능력까지 두루 섭렵하게 된다.

사람은 욕망의 동물이다. 그것이 건전한 방향으로 흐르게 되면 자신을 발전시키는 훌륭한 원동력이 되기도 한다. 기술을 배워갈수록 김원수 씨는 좀더 고급 기술을 접하고 싶었다. 그래서 그는 곧 주변의 소개로 일본 동경제과학교로의 유학을 꿈꾸게 된다. 그러나 만사가 다 순탄하기만 하다면 우리에게 결코 슬픔이나 고통 따윈 없을 게다. 유학 준비가 거의 끝나갈 무렵, 그는 갑작스럽게 병으로 쓰러지고만다.

검진결과 몸 어딘가에 악성 종양이 생겼다는 진단이 나왔다. 처음엔 암인줄 알고 거의 자포자기의 상태에 빠져있었으나 나중에 알고보니 수술로 회복될 수 있을 만큼 그렇게 심한 것이 아니었다. 정말 천우신조였다.

“지금와서 생각해보니 그때 좌절됐던 유학의 꿈이 오히려 저를 더 강하게 만들어준 것도 같다”며 그는 특유의 미소를 지어 보인다. 거의 9년을 제과 기술인으로서 이제 어느 정도 자부심도 가지게 되었고, 때가 되면 전진 기술을 배우기 위해 오래전 그날처럼 유학 준비를 하고 있을 지도 모를 일이다.

그러나 지금은 곧 있을 예쁜 색시를 맞이 하는 일이 더 없는 기쁨이자 행복이다. 이제 얼마 안있어 한 가족의 가장으로서 또 다른 책임을 짊어진다. 정성스럽게 빵을 만드는 마음으로 자신의 가정을 가꿔갈 것이라고 다짐하는 김원수 씨의 모습은 아름답기 그지없다.

기계 고장에 내손이 약손!

A/S프리랜서 강병구

“고치지 못할 기계 고장은 없다고 봐요. 작동 원리와 부품의 기능만 제대로 알고 있으면 어떤 기계라도 거뜬히 수리할 수 있죠. 출고된지 너무 오래돼 마땅한 부품을 구하지 못할 때는 아예 기계 자체를 개조해주시기도 합니다.”

강병구(37)씨는 기계 작동시 발생하는 소음만 듣고도 자잘한 고장 부위를 척척 짚어낼 정도로 숙련된 일급 A/S 전문가. 손에 닿는 것은 무엇이건 황금으로 변하게 했다는 희랍 신화의 마이다스왕처럼 제 기능을 못해 속을 썩이던 기계들을 새것처럼 ‘썹썹하게’ 고쳐놓는 강병구 씨의 기술 노하우는 단연 발군이다. 멀쩡한 새기계를 수십번씩 분해 조립해가며 스스로 터득한 기계 원리는 그가 자랑하는 최고의 경쟁력. 거기다 12년전 처음 A/S 분야에 뛰어들 때부터 “문제가 해결되기 전에는 절대 밥을 먹지 않는다”던 고집까지, 철저한 프로정신 또한 예사롭지 않다.

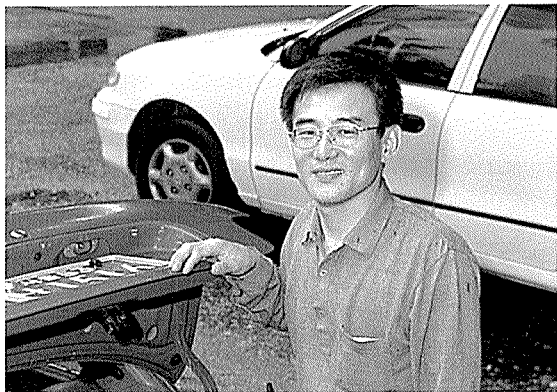
“장사하는 분들이야 일본일초가 아까운 법인데 당연히 일이 우선일 수밖에 없죠. 그래도 속을 썩이던 기계를 말끔히 수리해준 뒤 ‘고맙다’는 인사를 들으면 작은 보람을 느낍니다.”

메이커에 따라 복잡다양한 기계 특성을 한눈에 파악할 수 있는 것은 그동안 온갖 종류의 기계를 다루본 풍부한 경험이 뒷받침된 덕분. 그래서인지 경기 악화로 더욱 허리띠를 졸라매게 된 요즘 들어 그를 찾는 ‘긴급 호출’도 부쩍 늘어났다. IMF가 시작된 이후 어지간한 기계 고장쯤은 고쳐 사용하겠다는 알뜰 풍조가 확산되고 있는 까닭이다. 제대로 관리만 한다면 4~5년쯤 기계 수명을 더 연장하는 것은 그리 어렵지 않다.

강병구 씨의 주요 활동지역은 중부권 이북. A/S가 워낙 신속성을 생명으로 하는 직업이라 혼자서 전국 출장을 감당한다는 게 아직은 무리다. 하지만 웬만한 곳은 출장 요청이 오는 즉시 한달음에 달려간다는 것이 그가 귀띔하는 고객 관리 비결. 프리랜서란 ‘신용이 없으면 배겨나지 못하는’ 직업이라 언제나 약속을 생명처럼 지키지 않으면 안된다.

“어려울 때 맺은 인연일수록 소중하잖아요. 기뻐하거나 매출 부진으로 힘겨운 지금 기계까지 속을 썩여서는 안될 말이지요. 고장이 발생하면 언제든 불러주세요. 제가 도와 드리겠습니다.”

강병구 씨와 가장 빠르게 접속하는 핫라인은 011-734-6756이다.



빵집은 빵집다워야 한다

하키디자인 한국지사대표 배학기

“인테리어 디자인이란 문제를 해결하는 작업입니다. 심미성이나 기능성만을 고려한 디자인은 치열한 경쟁에서 살아남을 수 없지요. 기술과 마케팅, 디자인이 하나로 총화될 때 비로소 고객에게 어필할 수 있는 디자인이 가능하다고 생각합니다.”

하키디자인 한국지사 대표 배학기(47) 씨의 얘기를 듣다보면 금새 그의 예사롭지 않은 경력을 눈치챌 수 있다. 어린시절부터 미술에 남다른 재능을 보여왔던 그는 순수미술보다는 생활과 관련된 분야에 더 매력을 느껴 홍대 산업디자인과에 입학하게 되었다. 대학원까지 마친 그가 사회에 나와 처음 맡게 된 일은 맘모스 호텔의 내부 인테리어 공사. 사회 초년생이 처음 맡은 일치고 비교적 비중 있는 일이었다. 그러나 그는 이 분야에 대한 좀더 확실한 컨셉을 가져야겠다는 열망에 83년 미국으로 유학을 떠난다.

미국에서의 생활은 그에게 다양한 경험은 물론 시각을 전환시키는 데 중요한 계기가 되었다. 인테리어 디자인이라는 분야가 단지 공예의 각 장르-이를 테면 목공예나 금속, 그래픽 같은 분야를 말한다-를 디자인 원리에 입각해 배열하는 차원에 한정된 것이 아니라 좀더 포괄적으로 문제를 해결하는 작업이라는 생각을 갖게 된 것이다.

이러한 컨셉은 그가 일을 처리하는 방식에서 잘 나타난다. 모든 것이 결국 문제와의 싸움이라고 생각하는 그가 가장 먼저 하는 일은 점포주인의 자본력이나 기술능력 여부, 상권, 법관계 등 주어진 조건에 대한 분석이다. 점포주의 요구나 손님의 요구 그 자체가 이미 문제의 출발점인 것이다. 이러한 분석을 바탕으로 문제점과 해결책을 리스트로 작성하고 그것에 맞게 컨셉과 공사를 진행한다.

“제과점 인테리어의 핵심은 빵집다운 빵집을 연출하는 데 있습니다. 제과점이 한두 해 장사하고 마는 곳은 아니기 때문에 고객과 주인의 인생이 담긴 그릇이지요. 전체적인 분위기 속에서 지나가던 고객들이 들어오고 싶고 빵을 먹고 싶은 충동이 느껴질 수 있어야 한다고 생각합니다.”

