

「石油協會報」 5年の回顧

金 乾 洽
〈石油協會報 편집인〉

흔히 현대를 가리켜 情報化시대라고 한다. 개인의 생활은 물론 기업운영의 성패는 바로 情報의 신속한 수집과 분석, 그리고 활용에 있다고 해도 과언이 아니다. 『미래사회는 더 이상 가진 자와 갖지 못한 자의 사회가 아니라, 아는 자와 모르는 자의 경쟁사회가 될 것』이라고 갈파한 하먼의 말처럼 현재 우리는 「情報」가 곧 「힘」인 시대에 살고 있다.

현대는 또 PR의 시대라고 한다. 거시적으로 내다보는 기업인은 PR의 소중함을 피부로 느낀다. 당일치기의 기업은 어항속의 기업이다. 먼 후일을 설계하는 기업은 PR의 소중함을 간직한다.

나무를 심으면 다음 세대에 이익이 된다. PR은 곧 植木정신이다. 미래에 대비, 비극을 예방하기 위해 평생 스스로를 점검하는게 PR이다. 「예방은 치료에 앞선다」는 히포크라테스의 말은 PR哲學과도 피가 통하는 것 같다.

「石油協會報」가 3월로 창간 5주년을 맞았다. 「石油協會報」는 지난 81년 3월 창간된 이후 업계와 정부의 여망에 따라 그 편집방향을 유용한 국내외 석유정보를 전달하는 석유정보지로서의 성격과 석유홍보매체로서 석유산업에 대한 국민들의 인식제고 및 국민적 합의의 형성에 주안점을 두고 제작해 왔다. 아무리 못난 자식이라도 어버이에게는 항상 대견하듯이, 비록 보잘 것 없는 60권이지만, 그저 대견하게만 느껴짐은 지나친 자기도취일까.

6년전 석유협회가 창립될 때, 면접시험석상에서 어느 정유사사장님은 석유홍보의 주안점은 무엇이냐고 물었다. 이에 대해 나는 이렇게 대답했던 것으로 기억하고 있다.

『아직까지 국민들이 정유업계를 보는 눈이 비판적이며, 마치 정유회사들이 폭리만 취하는 부도덕한 기업으로 인식하고 있다. 이러한 인식을 바로 잡아 가는 것이 내가 해야 할 일이라고 생각한다』

이러한 인식하에서 나는 석유문제에 대한 대외홍보를 가장 효과적으로, 그리고 지속적으로 전개할 수 있는 방법이 무엇일까 하고 곰곰히 생각해 보았다. 그 결과 석유산업의 실상을 정확히 대외에 인식시키기 위해서는 우선 기관지와 같은 미디어가 있어야 하겠다는 결론에 도달했다.

그리고 좀 건방진 얘기지만, 이 會報는 정유산업에 도움이 되고 길잡이(?)가 될 수 있는 수준이 되어야 하겠다고 제법 호기있게 마음을 먹었다. 창

간 당시 이 會報의 편집진이 편집인인 나와 여직원 1명등 모두 2명. 이것이 전부였다. 지금 생각하면 세상 넓은 줄 모르는 동키호테식의 망상이었다고 해야 할 것 같다.

나는 「石油協會報」 창간호에서 이렇게 거창하게 편집방향을 밝혔다.

『석유업계에 주어진 시대적 사명과 책임을 완수하기 위해서는 우선 석유에 대한 업계와 국민의 상호이해의 확립이 필요하다. 本誌는 앞으로 「석유문제에 대한 국민적 합의의 형성」에 주안점을 두어 석유에 대한 기본인식과 함께 석유산업에 대한 국민들의 이해와 협조를 증진시키는데 力點을 둘 것이다.』

그러나 시간이 지날수록 회가 거듭될수록 이런 會報를 만든다는 것이 결코 생각처럼 쉽지 않음을 절감하게 된다.

우선 능력의 한계에서 그렇다. 또 이 소재가 시의에 적절할가, 업계나 정책에 기여할 수 있는가 하는 판단기준에서 볼 때 더욱 그렇다. 「石油」라는 한정된 소재 가운데서 그때그때 시사성 있고 또 의미 있는 테마를 찾아 내기란 여간 어려운 일이 아니다. 설사 이상적인 편집계획이 있다 하더라도 이를 써줄 필자나 충분한 자료가 없으면 아무 소용이 없다. 이러다 보니 한쪽 발이 현재 작업중인 號에서 완전히 빠져 나오고 있지 못한데 머리는 벌써 다음 號로 달릴 수 밖에 없다.

나는 「石油協會報」의 편집인으로서 항상 이러한 목표를 염두에 두고 있다. 이 會報는 앞으로 정유산업의 발자취를 후배나 후손들에게 전해 주기에 손색이 없는 알찬 자료가 되도록 가꾸자. 그리고 영원히 살아 남을 수 있는 좋은 책을 만들자 하는 일념이다.

책다운 책을 만드는 것이 나의 꿈이다. 있으나 마나한 그런 책이 아니라, 모두에게 기여할 수 있는

생명력있는 그런 책을 만드는 것이 목표다.

그동안 石油弘報를 해오면서 내 나름대로 터득한 홍보철학이 있다.

- ① 홍보에 진실성과 윤리성이 있는가.
- ② 홍보가 경영기능으로 이루어지고 있는가.
- ③ 기업환경의 변화와 시대의 변화에 대응한 홍보가 되고 있는가.
- ④ 창조적 홍보가 되고 있는가.
- ⑤ 홍보가 부가가치를 만들어 내고 있는가.

홍보의 목적은 말할 것도 없이 「기업의 사회적 존재이유를 사회에 인식시키는 것」이며, 홍보업무는 이런 목적을 달성하기 위한 실천활동이라고 할

수 있다. 나는 가능한 한 이 會報를 통해 제한된 범위에서나마 석유문제에 대한 실상을 있는 그대로 전달하려고 노력하고 있다. 이것이 장기적으로 메스컴이나 국민의 올바른 이해를 유도하는 최선의 방법이라고 믿기 때문이다.

그러나 홍보가 만들어내는 부가가치나 파급효과는 그것이 직접적으로 단기간에 기업에 회수되는 의미를 갖고 있기 때문에 구체적인 효과측정이 어렵다. 그래서 흔히 그 가치나 효과는 무시되기 쉽다.

여기에 기업홍보사업 추진의 애로와 한계가 있고, 홍보담당자의 좌절이 있다 하겠다.

과거의 정유산업은 머리를 숙여보지 못했다. 기름은 만들면 으레 팔리는 상품으로 인식되어 왔다. 게다가 초창기에 어쩔 수 없이 제휴했던 메이저의 오만한 자세와 횡포는 우리 국민의 자존심을 상하게 하기도 했다. 오늘날까지 정유산업이 「미운 오리새끼」의 억울한 취급을 받고 있는 것도 따지고 보면 과거 메이저시대의 屈折된 이미지가 아직도 소비자들의 뇌리에 뿌리깊이 남아 있다는 증거인지도 모른다.



이와 같이 정유업계에 대한 국민들의 잘못된 인식이 하루 이틀에 이루어진 것이 아니듯이, 정유산업의 흥보 역시 단기간에 해결될 수 있는 문제는 아닐 것이다. 정유업계에 몸담고 있는 우리 모두가 성의와 인내로써 지속적으로 국민들과의 대화의 폭을 넓혀 갈 때 비로소 달성될 수 있는 것이 아닐까. 이제 「石油協會報」는 석유정보지 및 석유흥보지

로서 그 기능확대가 절실히 요청되는 시점에 와 있다고 생각한다. 이를 효과적으로 추진하기 위해서는 우선 편집의 다양성과 창의적인 노력으로 각계와의 공감대를 넓혀 가야 할 것으로 판단한다. 아울러 이 會報가 앞으로 더욱 알차고 유용한 책자가 될 수 있도록 회원사·정부를 각계의 변함없는 성원과 지도편달을 기대한다. ◆

「低油價노름」에 속지말라

- 윌리엄 버클리 -

윌리엄 버클리씨(61)는 美國의 저명한 칼럼니스트로서 세계 유수의 정치가와 석학들이 출연하는 주간 TV쇼 화이어링 라인의 사회자로도 널리 알려져 있다.

외국산 原油수입에 세금을 부과할 수 없다는 레이건 미대통령의 입장이 불행스럽게도 점점 더 먹혀들어가고 있다. 그러나 그는 그러한 유리한 상황이 퇴조하기 전에 일찌감치 입장을 바꾸어야 할 것이다.

1973년에는 1981년 사이에 OPEC(石油輸出國機構)는 소수독점의 힘을 발휘, 油價를 꿈도 꾸지 못했던 수준까지 밀어 올렸다. OPEC가 한참 전성기를 구가하던 시절에는 現物市場의 기름값이 배럴당 40달러를 웃돌았다. 그 당시 우리가 취할 수 있었던 대응책에는 여러가지가 있었다. 공격적인 것은 물론이고 수비적인 대응책도 있었다.

그때 카터 美대통령은 생각할 수 있는 대응책 가운데서 가장 좋지않은 것을 골랐다. 우선 그는 국내 油價를 동결하고 새로 발견된 유전에 대해서는 「意外利益稅」를 부과하는 한편 합성연료공사의 설립을 지시했다.

그러나 대외적으로 그는 아무런 대응책도 취하지 않았다. 대외적인 대책이란 너무도 뻔한 것이었다. 한무리의 국가가 다른 국가들을 상대로 공격적인 경제전쟁을 수행할 목적으로 동맹을 결성했다면 그들에게 보복을 하지 못할 이유가 없는 것이다.

기름 값이 떨어지는 것은 사우디아라비아가 의도적으로 原油를 과잉생산하고 있기 때문이라는 것이 일반적인 해석이다. 사우디의 속셈은 뻔하다. 말을 잘 듣지않는 일부 OPEC회원국(말하자면 나이지리아와 베네수엘라)을 혼내주고 非OPEC산유국(특히英國)으로 하여금 무릎을 꿇게 하자는 것이다. 사우디의 계획은 油價를 간신히

히 수지타산을 맞출 수 있는 선까지 끌어 내리자는 것이다. 북해산원유는 생산원가가 배럴당 9달러가 넘는다. 그러나 사우디의 경우는 무진장한 原油를 땅속에서 퍼내는데 드는 비용이 배럴당 3달러면 족하기 때문이다.

이런 상황에서 레이건 대통령은 본능적인 새로운 油稅의 도입을 반대하고 있다. 현 시점에서 세금을 부과할 필요가 없다는 단 한가지 핑계는 지금 OPEC가 무너지고 있다는 사실이다. 그러나 지금 나타나고 있는 현상은 2보 전진을 위한 1보후퇴임이 분명하다. 자유시장이 OPEC에 이겼다고 해서 승리감에 도취한다는 것은 경솔한 것이다. 얼마 가지않아 OPEC는 되살아날 것이다. 아마도 전에 보지 못한 막강한 힘을 가지고 말이다. 소비자들은 기름을 물쓰듯하던 옛날 습관으로 되돌아 갈 것이기 때문이다.

우리가 油稅를 올려야 하는 이유는 또 하나가 있다. 우리는 지금 국고를 고갈시키고 있는게 사실이다. 체워 넣는 속도보다 빠르게 국고는 비워져가고 있다. 나무를 베어낸 자리에 다시 나무를 심는다는 것은 당연한 이치이다.

만약 原油값이 10달러가 오른다고 하면 자연히 석유 관련산업이 안정될 것이고 그에따라 原子力산업에 다시 활기를 불어넣을 수 있는 자금도 생길 것이다. 그렇게 되면 또 기업가가 원자력을 개발하는 과정에서 마주쳐야 하는 관료적인 신경과민반응(이것은 유럽 국가들에 웃음거리가 되고 있다)을 헤쳐나가는데 쓴 비용을 보장해 줄 수 있는 방안도 쉽사리 마련될 수 있을 것이다. 이에 관한 양측의 입장을 조화시킬 수 있는 법이 제정되어야 한다.

기름값이 1년전의 수준으로 올라간다면 우리는 ① 오래도록 OPEC의 힘을 거세하고 ② 소비자의 절약을 유도하는 외에 ③ 우리 후세가 쓸 에너지源 개발자금을 조성할 수 있을 것이다. ◆ (연할통신)