

석유회사광고

# Buy me 보다는 Love me 에 호소하라!



李花子  
(大弘企劃 대리)

## 1. 머리말

석유는 다양한 용도와 유용성으로 인해 현대생활에 있어서 가장 중요한 기초에너지이다. 1991년 현재 석유가 우리나라 기초 에너지 공급의 57.5%를 차지하고 있는 것만 보아도 그 위치와 중요성을 알

수 있다. 현대생활에 있어서 석유없는 생활은 상상할 수 없을 정도로 석유는 우리 일상 생활과 밀접한 연관을 맺고 있다. 석유가 없으면 하루도 사회생활을 영위할 수 없다는 점에서 석유는 현대사회의 혈액이나 마찬가지이다.

그러나 광고면에서 보면 아직 우리나라에서는 정유회사 광고들이 미미한 편이다. 석유산업은 국가 기간산업으로서, 소비재라기 보다는 기초재에 가까운 것이 그 이유라 할 수 있다. 매체면에서 볼때는, 오너들을 겨냥한 출퇴근시간대의 라디오 광고가 주를 이루며, 그외에는 잡지광고와 신문광고등 인쇄매체가 약간 있다. 잡지나 신문광고 또한 그 성격면에서 일반지 보다는 전문지, 경제지에 실리고 있는 것이 특징이라 하겠다. 광고내용을 보면, 기업 PR성 광고가 주류를 이루며, 간간히 주유소광고와 같은 제품광고도 눈에 띈다.

여기서는 우리나라의 5개 정유회사, 유공, 호남정유, 경인에너지, 쌍용정유, 극동정유의 광고를 개괄해서 살펴보고, 앞으로의 석유산업 자율화와 개방에 발맞추어 경쟁이 치열해질때를 대비한 정유회사 광고들의 광고방향을 생각해보고자 한다.

## 2. 라디오 광고

### (1) 유공 MTBE (제품광고)

여 : 자동차와 사람이 닮은 점을 아세요.  
산소가 부족하면 잘 달리지 못한다는 거죠.  
휘발유의 옥탄가를 높여주는 유공 MTBE,  
그속에 산소가 염소를 도와 힘찬 주행은 물론  
유해가스도 줄여 준답니다.  
유공 MTBE.

### (2) 호남정유(CX-2000 제품광고)

남 : 정말 좋은 휘발유 하나 소개하겠습니다.  
여 : CX-2000  
남 : 호남정유의 첨단기술로 생산되는 CX-2000  
이제 가까운 호남정유 주유소에서 찾으십시오.  
강력한 힘, 깨끗한 휘발유

여 : CX-2000

남 : 호남정유

### (3) 경인에너지

#### ①기업PR

남 : 단 한방울의 기름도 더욱 깨끗하게, 편리하게.  
휘발유, 윤활유에서 해외 유전탐사, 대체에너지 개발까지 경인에너지는 새로운 기술로 더욱 완벽한 에너지 문화를 추구합니다.  
보다 나은 내일이 있는 그곳에 경인에너지.

#### ②제품광고

남1 : 웬 차가 이렇게 힘이 좋아  
남2 : 고옥탄, 고정정 경인휘발유 아직 모르나  
남1 : 아! 경인휘발유  
남2 : 옥탄가가 높고 깨끗해서 엔진성능까지 좋게 한다네.  
남1 : 엔진성능까지  
남2 : 경인휘발유는 역시 달라  
여N : 고옥탄 고정정 경인 휘발유  
남N : 경인에너지.

### (4) 쌍용정유

#### ①기업PR

여 : 우리의 후손들을 위해  
진정으로 필요한 것들이 있습니다.  
신선한 물, 신선한 공기,

쌍용정유의 세상은 이렇듯  
2세를 생각하는 깨끗한 마음이  
담겨 있습니다.

남 : 끊임없는 기술개발로  
환경보전에 앞장서는 쌍용정유.

#### ②공익적 내용+제품광고

남1 : 잠실방향은 오늘 집합

남2 : 아니 왜 ?

남1 : 같은 방향이니까 내차로 함께 가자구. 석유  
한방울 안나는 나라에서 에너지 절약이 따  
로 있나.

남2 : 옳으신 말씀. 근데 그렇게 많이 타도 될까 ?

남1 : 걱정마. 내차는 힘좋은 쌍용휘발유니까

남N : 품질고급화로 에너지 절약에 앞장서는 쌍용  
정유.

### (5) 극동정유

#### ①기업PR

(새소리, 물소리)

자연이 숨을 쉰다.

인간이 숨을 쉰다.

인간에겐 깨끗한 자연이 있어야 합니다.

자연과 인간을 생각하는

깨끗한 에너지-

바로 극동정유가 함께 하고 있습니다.

극동정유.

#### ②제품광고

♪~

(주유소직원) 또 오세요.

(SE) 부웅- (시동거는 소리)

(송도순) 항상 극동휘발유만 써요.

(배 한성) 차 나가는거 보세요.

힘좋은 휘발유가 좋은 휘발유라구  
요. 하하.

(NA) 힘좋은 극동 휘발유

♪~ (밝고 상큼한 음악)

(주유소직원) 또 오세요.

(송도순) 역시 힘이 좋아

(NA) 깨끗한 에너지 극동정유

(송도순) 소중한 에너지, 아껴주세요.

이상에서 살펴 보았듯이 정유회사 광고는 크게 3가지 유형으로 나뉜다고 볼 수 있다.

- ①기업 PR
- ②기업 PR+제품광고
- ③제품광고

이중 가장 많은 비중을 차지하는 것은 기업PR이다.

내용면에서 보자면,

- ①깨끗한 에너지로 환경보전을 생각하는 공익적인 내용과
- ②힘 좋은 휘발유 운운하는 제품광고성 내용이 그것이다.

### 3. 인쇄광고

인쇄 광고의 방향도 라디오와 같이,

- ①석유를 아끼자라든가, 환경을 생각하는 깨끗한 에너지를 만든다는 공익적인 내용을 담은 광고가 있는가 하면

에너지를 아낍시다

석유를 아낍시다

호남정유주식회사

- ②쌍용정유 광고처럼 오너들을 타겟으로 한 주유소광고

쌍용S

단풍잎 속삭이는 가을의 길목—  
운치스민 길따라 설악이 반깁니다.

가을의 정경속으로 걸어나가는 곳  
쌍용주유소가 당신을 기다립니다.

가을의 정경속으로 걸어나가는 곳  
가을을 만끽하며 구운은 가을  
모든 길에서 당신을 기다립니다.  
이제는 온갖 빛깔의 단풍잎이 길—  
가을은 이미 가을속에 다져져 있기에  
느끼고 있습니다.

단풍의 속삭임 정경속으로 걸어나  
가는 곳  
쌍용주유소—  
당신을 기다리는 정경속에서 만나  
고 싶어서 기다리고 있습니다.

친다면 길, 친다면 만남— 쌍용주유소

쌍용정유

- ③기술면이나 시설투자가 중요한 사업인만큼 공장준공이나 시설확대를 알리는 광고들도 있다.

쌍용 KUBONG SURVIVOR

휘발유 신소재  
MTBE 생산공장 준공!  
드디어 휘발유 품질혁신이 가능해졌습니다.

MTBE가 첨가된 휘발유를 사용하면

- 성능 혁신: 1. 차질점 유분의 용탈기를 높혀 녹점을 방지합니다.  
2. 저온(특히 동결기)시동이 용이하고 가속성이 개선됩니다.  
3. 연인의 청정성 및 내구성을 높여줍니다.
- 경제성 혁신: 연료 효율 개선을 인바가 향상됩니다.
- 환경오염방지: 일산화탄소 및 탄화수소 등의 유해 배기 가스를 줄여 대기오염을 최소화합니다.

• METHYL TERTIARY BUTYL ETHER는 세계적으로 탁월한 성능이 인정된 합성소 휘발유 첨가제입니다.  
• 국내외의 유공은 MTBE를 수입하여 규제조치가 없었던 국내에 모든 주유차량을 휘발유를 전환 시킬 수 있게 되었습니다. MTBE 생산공장 준공으로 국내차량 4천여대도 혜택을 볼 수 있게 되었습니다.

주식회사 쌍용



④ 그리고 최근의 「호남정유 푸른문화 예술축제」처럼 프로모션성 이벤트를 개최함을 알리는 광고도 있다.

⑤ 또한 기업이 하는 일을 알림으로써 인류의 미래에 공헌하는 기업이라는 다소 막연하지만 광범위한

**2천년대 종합에너지 및 석유화학산업, 호남정유가 맡겠습니다**

우리나라 최초의 민간정유회사로 중남해 국내 석유공급체계의 순수 민간에너지서비스를 제공할 호남정유

이제 호남정유는 20여년간 한국의 정유산업 이념이 옹호해 온 석유화학 기술을 바탕으로 가스, 석유화학, 국내의 자원개발 및 해외에너지 부문에 지향한 무역과 안주에너지 및 석유화학 사업을 목표로 창립 정점을 개척하고 있습니다. 동심과 의지로 이루어지는 호남정유의 미래상 — 호남정유는 도전으로 미래를 성취하려는 내일의 기업입니다.

**호남정유주식회사**

이미지를 팔고 있는 광고도 있다.

**“완벽한 에너지”**

**완벽한 에너지 그 무한영역에 도전하는 경인에너지의 무한의지를 지켜봐 주십시오.**

1959년 설립 이래, 석유정제에서 원유개발에 이르는 모든 석유산업분야는 물론, 전기, 석유화학, 종합공업에너지산업을 펼쳐 나가기 위해 국내외 산업의 중추역할을 다해온 경인에너지.

한국개발 총력이 쏠리는 근원적인 힘이라고 할 수 있는 기초산업, 에너지 산업에 관한 한 모든 노력과 정성을 아끼지 않아온 경인에너지.

더 깊이 생각하고, 더 멀리 내다보는 경인에너지의 남다른 기업정신은 이제 더욱 깨끗하고 더욱 편리한 완벽한 에너지의 개발에서 이르고 있습니다.

건조, 인제, 맑은 일여전한 두눈과 화 밭빛고 나라의 한 일 한이한 에너지 — 그 무한성에게 도전하는 경인에너지의 무한의지를 지켜봐 주십시오.

경인에너지

서론에서 이미 언급하였듯이 정유회사의 소비자를 상대로한 광고는 회사 브랜드를 인지시키는 정도나, 더 나아가 그 기업의 굿-이미지를 형성하는 수준에 머물러 있으며, 그 원인은 당장 광고를 한다고 매출이 크게 오르지 않다는 생각에 기인하는 것이라 할 수 있겠다.

외국의 경우도 우리나라와 크게 다르지는 않으나, BP나 AMOCO 등 세계유수의 석유회사들의 경우, 가히 그 규모에 걸맞는 범세계적이고도 인류에 공헌하려는 기업의지가 담긴 광고들이 간혹 눈에 띈다. 여기서는 이들 기업의 광고방향을 살펴봄으로써, 앞으로 우리나라의 정유산업이 정부의 규제에서 벗어나 경쟁이 자율화되고, 외국석유회사들이 개방으로 경쟁이 치열해질 때를 대비하여 미리미리 자생력을 기르고 회사 나름대로의 이미지 파워를 기르는 방법을 생각해 보고자 한다.

또한 각사의 독특한 기업 이미지 구축 작업과 제품의 차별화 광고도 중요하겠지만, 정유산업이 무엇보다 국가경제와 직결되는 국가 기간산업이라는 측면에서 볼때, 환경관련 캠페인이나 그밖의 이벤트 사업등도 고려해 볼만 하다고 생각된다.

자, 그럼 세계적인 석유회사 BP와 AMOCO는 어떤 방법으로 소비자와 가까워지려는 노력을 해오고 있을까?

#### 4. 대기업의 저력이 돋보이는 BP의 기업 광고 시리즈

사람들은 상품광고를 통해 특정 기업에 대해 지니고 있던 호감을 확인받고 싶어한다. 자신이 구입하던 특정 브랜드를 만드는 회사가 어떤 회사이며, 어떤 기업철학을 가지고 있는지를 알고 싶어하는 것이다.

많은 기업들이 여러가지 유형의 기업광고를 전개하고 있다. 상품광고를 통해서 전달할 수 없었던 메시지가 기업광고에는 그득그득 담겨 있다. 규모가 큰 회사일수록 기업광고의 필요성은 커진다. 할 말이, 해야 할 말이 그만큼 더 많아지기 때문이다.

##### 세계적인 문제와 해결방법을 제시

BP는 *British Petroleum*의 이니셜을 기업명으로 한 영국의 석유회사이다. BP는 세계적으로 규모나 파워면에서 엄청난 영향력을 가진 석유회사로 세계경제의 기여도가 높은 거대한 기업이다. 그들의 판단과 정책은 세계경제에 지대한 영향을 미친다.

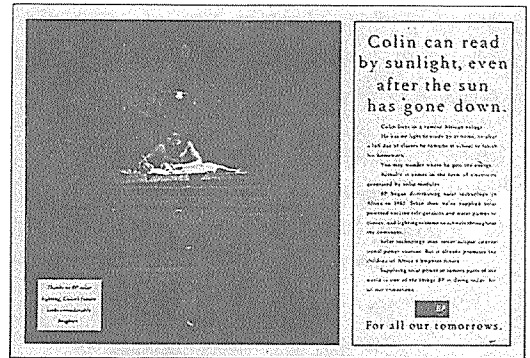
BP는 지금까지 매우 논리적이고 전략적인 기업광고를 전개해 왔다. 그들은 기업광고를 통해 자사의 상품을 팔고자 하는 의도를 내비치지 않는다. 그런 직접적인 메시지 전달에서 탈피한지 오래다. 최근 「*TIME*」지를 중심으로 전개하고 있는 일련의 기업광고들도 마찬가지이다. 그들은 세계의 모든 문제들, 즉 질병과 교육, 에너지, 기상변화, 농업, 정치 등을 걱정하며 문제의 해결방법을 제안한다.

##### 에너지산업에 대한 의견제시

“콜린은 해가 진 다음에도 햇빛으로 책을 읽을 수 있습니다.”

헤드라인을 통해 BP는 평범한 듯 보이면서도 결코 평범하지 않은 문제를 제기한다. 비주얼에서도 어떤 작은 한 장면을 보여주고 있으나, 그것이 지닌 상징성이 만만치 않음을 곧 알 수 있게 된다.

콜린이 공부할 수 있도록 주위를 밝혀주는 전기에



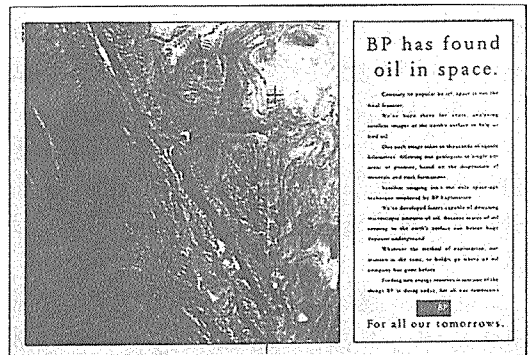
너지에 대해 문제를 던지고, 또한 BP는 그 해결방법을 제시하고 있다.

BP가 1981년부터 아프리카에서 착수했던 태양에너지 개발사업에 대해 소개한다.

그리고 그 에너지 산업이 인류에서 가져다줄 유용성에 대해 BP의 의견을 제시하고 있다.

##### 새로운 에너지의 개발이지

“BP는 우주에서까지 오일을 찾고 있습니다.”



일반적으로 알려져 있는 것과는 달리, 우주는 인류의 마지막 개척지가 아닙니다. 우리는 지난 수천 년의 인공위성을 통해 관찰과 분석을 행한 결과, 지구의 표면에서 오일을 발견해 낼 수 있었습니다.

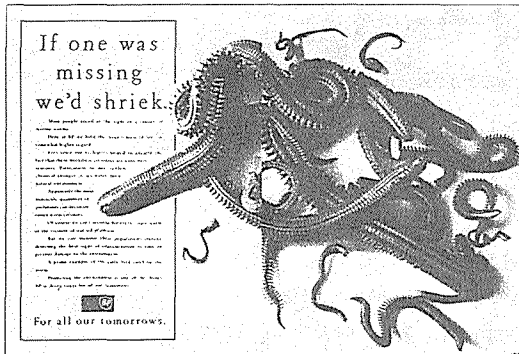
여기서 BP는 한꺼번에 수천 평방 킬로미터를 관찰함으로써 얻어질 수 있는 결과에 대해 자신하고 있으며, 인류를 위해 공헌하는 방법을 피력하고 있다.

또한 단순히 지구표면 뿐만 아니라 지하 깊숙히 숨겨져 있는 오일의 발견 가능성에 대해서도 낙관하고 있으며, 이러한 노력으로 얻어질 수 있는 가치가

얼마나 큰 것인가를 설명하고 있다. 새로운 방법으로, 새로운 에너지를 발견하고 개발하는 작업이 BP의 당면목표인 것이다.

### 환경문제에 대한 관심

“만일 이중에서 한마리를 잃는다면 우리는 진을 할 것입니다.”



대부분의 사람들은 이 징그러운 연체동물들의 모습에 움찔할 것입니다. 여기에서 BP는 이 하등생물이 어떻게 유용하게 이용될 수 있을 것인가를 생각합니다. 생태학자들은 아무에게도 관심거리가 되지 못하는 이 하등생물이 극단적으로 민감한 반응을 보일 수 있다는 점을 밝혀 냈습니다.

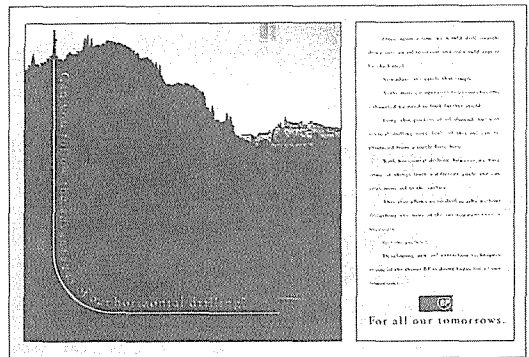
특히 바다물의 화학적 변화에 대해서 말합니다. BP는 이러한 하등생물의 생태와 그 생활방법을 통해 자연 현상의 변화를 예측할 수 있다는 점을 언급하고 있다.

그리고, 그 변화를 환경오염문제와 연관지어 관찰함으로써 중요한 연구성과를 거두고 있다고 설명한다. 아무리 하찮은 사실이라도 놓치지 않고 연구하는 BP의 기업정신을 잘 드러내고 있는 기업광고라 하겠다.

### 오일채취기술 개발에 기여

“지층에서 얻어지는 것인 무엇인지 함께 연구해보시지 않겠습니까?”(자료 11)

과거 어느 한때, 우리는 수직으로 땅속에 구멍을 뚫어 오일을 발견하고 그것을 퍼올렸습니다. 그러나 오늘날 그것은 간단한 문제가 아닙니다. 지층의 구조화 형태를 파악하고 오일 부존의 가능성을 과학적으로 밝혀내는 기술이야말로 오일채취의 경제성



을 실현시키는 관건이며, 이런 기술의 개발을 위해 BP가 큰 기여를 하고 있다는 메시지로 결론 짓고 있다.

### 대기업의 저력이 느껴지는 광고

BP의 기업광고가 지닌 특성은 그 스케일이 크다는 점이다. 헤드라인은 구체적인 사실을 쉽게 표현하면서도 깊은 이미지를 함축하고 있으며, 비주얼에서도 메시지의 흐름이 상징적으로 집약되어 있다.

BP의 기업광고가 인류의 문제를 지구적인 차원으로 제기하고, 그 해결에 기여하고 있다는 것은 의심할 여지가 없다.

“For All Our Tomorrow”라는 슬로건으로 끝을 맺고 있는 이 광고는 대기업이 가야할 길을 제시하고 있다.

인류를 위해 무엇을, 어떻게 해야 하는가를 말해주고 있는 것이다. 기업의 철학은 어려운 개념이 아니라, 바로 BP가 지닌 정신과 같은 것이다.

## 5. 재미없는 내용을 재미있는 소재로 풀어간 AMOCO의 시리즈 광고

세계 33위의 기업, 미국 12위의 기업, 세계 석유 관련 9위의 기업-

이것이 AMOCO의 현위치이다. 규모도 규모려니와 세계 수십개국으로 사업영역을 넓혀가고 있는 다국적 기업으로서의 영향력도 대단하다. 그리고 다른 거대 석유기업들과 마찬가지로 단순히 석유를 정제해서 판매하는데 그치지 않고, 탐사활동이라든지 자원개발, 그리고 대체 에너지 개발 등에도 장기적인 투자를 아끼지 않고 있다.

여기에 소개하는 광고는 최근 「월스트리트저널」, 「워싱턴포스트」등 미국 유수의 인쇄매체에 실렸던 광고이다.

석유관련제품이라는 것은 어떤 형태를 띤 석유 냄새가 물씬 풍길 뿐만 아니라, 그런 제품을 취급하는 기업 또한 화학제품 냄새가 나기 마련이다. 그래서 이들 기업의 광고들은 일반적으로 무겁고 재미가 없다.

그러나 AMOCO의 광고는 무거운 내용을 소재로 하고 있으면서도 재미있는 표현으로 친근감을 주고 있다.

증기식 노즐(Vapor Recovery Nozzle)

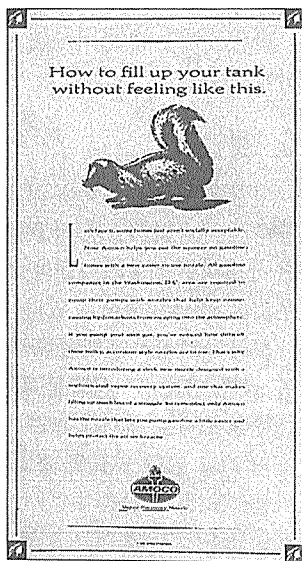
“이런일을 당하지 않고 기름을 넣을 수 있는 방법은 없을까?”

얼굴을 돌리지 않는다면, 당신은 엄청난 냄새에 무방비 상태로 괴롭힘도 당하게 됩니다.

이제, AMOCO가 가솔린 냄새에서 벗어날 수 있는 간편한 장치를 소개합니다. 워싱턴 지역의 모든 가솔린 회사들은 대기속의 산소를 보호하는 장치를 가솔린 주입구의 노즐에 장치해야만 하게끔 되어 있습니다. 만일 당신이 직접 가솔린을 넣을 때에는 이 다루기 까다로운 주름 노즐을 사용해야 하는 어려움이 따릅니다.

AMOCO가 다루기 쉬우면서도 정교한 노즐을 개발한 이유가 바로 여기 있습니다.

가솔린을 넣을 때 나는 냄새는 많은 사람들에게 부담스럽다. 그리고 대기오염의 한 원인이 되기도 한다. 대기중에 흩어진 가솔린 성분이 호흡기에 좋지않음은 물론이다. 그러나 가솔



린냄새를 없앨수있는 장치는 그리 간단한 일이 아님을 석유관련 전문가들은 잘 알고 있다.

이 광고의 비주얼에서는 스킹크가 꼬리를 잔뜩 치켜 세우고, 이제 막 그 지독한 냄새를 피우기 직전의 모습을 보여주고 있다. AMOCO로서는 그 기업 규모나 기술력에 비해 증기식 노즐을 만들어낸 정도는 하찮은 것이지도 모른다.

그러나 소비자를 위한다는 그들의 서비스 정신이 이런 작은 것에서부터 출발된다는 것을 암시하고 있다.

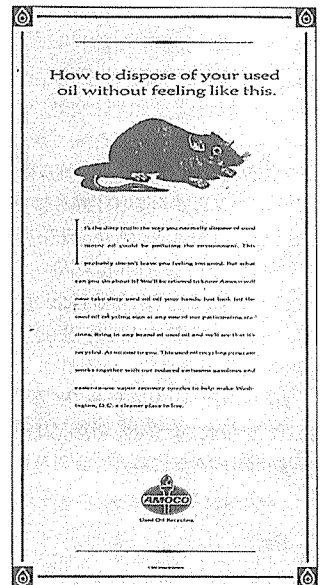
폐유재생 (Used Oil Recycling)

“이런 일을 당하지 않고 폐유를 버릴 수 있는 방법은 없을까?”

이것은 더러운 사실입니다.

폐유로 버려지는 자동차 오일은 환경을 오염시킵니다. 이런 동물을 보게 된다는 것은 유쾌한 일이 못됩니다. 그러면 어떻게 하시겠습니까?

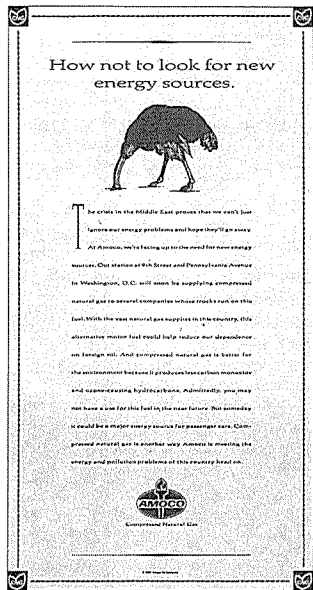
AMOCO가 당신의 손에 묻은 폐유를 깨끗이 씻어드릴 방법을 가지고 있습니다. 어떤 회사의 오일일 지라도 당신에게 경제적 부담을 주지 않으면서 이 문제를 해결합니다. 우리의 폐유 재생 프로그램은 증기식 노즐과 함께 환경을 오염시키지 않고 편리하게 오일을 사용할 수 있도록 하는데 크게 기여할 것입니다.



쥐는 더러운 곳에서 산다. 쥐는 불결하고 싫고 고약한 느낌의 대명사이다. 인간생활에 없어서는 안 될 석유는 그 찌꺼기를 남긴다. 폐유의 안전한 처리는 전세계적으로 중요한 문제가 되어 있다. 환경을 파괴하지 않고 폐유를 처리하기 위해 사람들은 피나는 노력과 막대한 자금을 투자하고 있다. 그러나 그 완전한 처리방법의 실용화는 아직 요원한 실정이다. AMOCO는 매년 무방비로 버려지는 막대한 양의 자동차 오일을 그들의 특수한 프로그램에 의하여 재생시키는 방법을 연구해 왔으며, 이것 또한 소비자를 위한 자신의 의무임을 강조하고 있다. 자동차 메이커가 해야 할 일을 AMOCO가 대신해 주고 있어, 거대 기업의 사회적 책임을 다시 한번 돌이켜 보게 해 주고 있다.

#### 압축천연가스 (Compressed Natural Gas)

“이렇게 하지 않고 새로운 에너지를 발견할 방법이 없을까?”



석유위기가 닥쳐왔을때, 우리들은 새로운 에너지를 개발하는 문제에 대해 더이상 외면할 수 없다는 것을 깨달았습니다.

AMOCO는 이 문제에 정면으로 부딪혀서 문제를 해결해보기로 결심했습니다. 워싱턴의 일부 지역에서부터 우리가 개발한 압축천연가스가 시험적으로

공급되기 시작할 것입니다. 이 압축천연가스는 우리나라에서 생산된 것으로, 해외에서 수입해오는 원유량을 감소시킬 수 있는 중요한 계기가 됩니다.

그리고 이 새로운 가스는 환경오염을 줄이는 데도 결정적으로 기여할 것입니다.

널리 알려진 바대로, 우리가 지금 사용하고 있는 가스를 천연가스로 바꾸지 않을 경우 닥쳐올 심각한 환경문제를 생각한다면, 우리들의 이러한 대체 에너지개발을 위한 노력을 이해할 것입니다.

AMOCO는 석유에만 의존하던 에너지를 천연가스로 대체해보겠다는 야심찬 계획을 펴려하고 있다. 그들이 석유를 원료로 하는 기업임에도 불구하고 환경오염을 막을 수 있다면 천연가스를 개발해 내는 일에도 조금도 주저하지 않겠다는 각오를 펼쳐 보이고 있는 것이다.

#### 석유냄새가 나지 않는 석유회사 광고

AMOCO는 엄청난 규모의 다국적 기업임에도 불구하고 매우 단순하면서도 아기자기한 기업광고를 전개하고 있다. 동물을 소재로 그 동물이 가지고 있는 특성을 자신들의 주제로 풀어나가는 솜씨가 소박하면서도 설득력이 있다.

석유냄새가 전혀 나지 않는 석유회사광고, 재미 없는 내용을 재미있는 소재로 풀어간 광고라고나 할까.

작은 소재로 큰 테마를 표현하는 광고기법이 참신하게 느껴진다.

## 6. 땃는말

이상에서 우리는 국내 정유회사들의 광고와 세계 유수의 석유회사들의 광고를 함께 살펴보았다. 물론 세계적인 석유회사들과 석유를 들여와 정제하는 우리의 실정은 차이가 있다.

그러나 추상적인 막연한 이야기가 아니라 그 기업이 크든, 작든 그 사회를 위해 실천해가고 있는 부분들을 소재로 찾아내어 그 뒤에 숨은 기업의 큰 뜻을 알리고 있는 이들의 광고에서 우리의 갈길을 찾아볼수도 있지 않을까?

물론 이를 위해서는 먼저 기업들의 작은 노력의 실체가 있어야 함은 당연한 일일 것이다. ●