



‘인쇄사 구출작전’

요즘 “사람 사는 게 사는 것이 아니다”라는 말이 실감나는 시대에 살고 있다.

남아시아에 느닷없이 밀어닥친 지진해일로 수십 만명이 허무하게 세상을 떠났으며 삶의 터전이 생지옥으로 바뀐 현상을 그저 힘없이 지켜 볼 수밖에 없는 것이 인간의 한계인 듯 하다. 이뿐 아니라 이상고온으로 만년빙산도 녹고 있으며 폭우, 폭설, 가뭄 등 환경재앙이 지구촌 곳곳에서 계속 이어지면서 인류의 편안한 삶을 위협하고 있다. 우리나라도 평균수명은 크게 늘어났지만 암을 비롯한 각종 질병의 증가와 교통사고 위험성은 우리를 늘 불안하게 하고 있다.

부끄러운 이야기이지만 오죽하면 한국주재 일본 종합상사 직원이 한국에서 직접 운전을 하면 인사고과에서 불이익을 준다고 할까?

이번 겨울 우리나라는 삼한사온의 전통(?)도 무너졌다. 계속 푸근하다가 한번 추웠다하면 좀체 풀리지 않는 등 종잡을 수가 없으며 올 겨울에는 푸근하고 눈이 많을 것이라는 장기 기상예보도 그 궤도를 한참 벗어난 듯하다. 그러나 몇 년째 이어지고 있는 경제한파도 우리를 움츠러들게 하고 있다. 올 하반기부터는 경기가 나아질 것이라는 예상이 힘을 얻고 있어 다행스러운 일이라는 하지만 소비심리 위축현상이 만연되고 있어 걱정이다.

소위 고소득층, 저소득층을 가리지 않고 이러저러한 사유로 소비를 억제하고 있기 때문에 요식업을 비롯, 각종 서비스업종의 장사가 안돼 아우성이다.

심지어 구두미화원의 수입도 30% 정도 줄었다고 하니 쫓기는 생활 때문에 구두를 닦을 마음의 여유도 줄어들었는지 모를 일이다.

인쇄사도 자꾸만 일감이 줄어들어 그야말로 비상사태이다. 재무구조도 튼튼하고 안정적으로 일감을 확보하고 있는 국내 굴지의 인쇄사들도 지난해에 평균 15%에서 25% 정도 일감이 감소했는데 대체로 거래가 끊긴 경우보다는 고정거래처의 발주량이 줄어든 것으로 분석되고 있어 인쇄사들이 불황의 직격탄을 맞고 있는 셈이다.

정부기관, 공기업, 일반기업에서 홍보물 및 각종 인쇄물을 큰 폭으로 줄이고 있는데 결국 ‘인쇄물 줄이기’는 ‘인쇄사 죽이기’와 다름 아니다.

그렇다고 해서 이유없이 인쇄물을 줄이지 말라는 주장은 하고 싶지 않다. 다만 중요한 것은 전반적으로 인쇄물량이 감소한다는 것은 국가나 기업이 홍보의 폭을 좁히는 결과를 가져오게 되는데 장기적으로 볼 때 마이너스라는 점을 강조하고자 할 따름이다. 미국, 유럽을 비롯 중국은 말할 것도 없고 일본경제도 바닥을 치고 오름세를 보이고 있는 현실 속에서 해외홍보용 인쇄물량까지 줄이는 것은 결코 현명한 판단이라고 할 수는 없으며 자칫 小貪大失의 결과를 가져올 지도 모른다.

건설경기가 활발해져 함바집이 바빠져야 실물경제가 잘 돌아가듯이 인쇄사가 바빠져야 문화와 산업, 수출이 활성화 되는 것이다. 불황일 때 투자를 늘리고 홍보를 강화한 글로벌기업의 성공사례를 他山之石으로 삼아야 한다.

인쇄사경영이 어려워지고 인쇄기가 멎게되면 될수록 국민생활도 여유를 잃게 된다. 인쇄사를 살리는 것이 우리 문화와 산업을 발전시키는 디딤돌이라는 사실을 되새겨 보아야 할 때이다.

〈오세익 · 편집주간〉