

미국 맥주업계의 알코올문제 해결을 위한 시각과 활동

1. 머리말



이 종 진
〈분회 소비자사업부 부장〉

■ 目 次 ■

1. 머리말
2. 미국의 맥주협회
3. 미국맥주업계의 알코올문제
해결을 위한 시각과 활동
4. 미국맥주제조업체 및 도매업체의
알코올 문제 해결을 위한 사업추진 현황
5. 시사점

대한주류공업협회는 주류소비자보호사업의 일환으로 “청소년 및 대학생 알코올문제 예방 프로그램 개발”에 관한 연구용역을 추진중에 있다.

연구용역처인 한국복지연구원 및 대학생알코올문제예방협회는 우리나라 실정에 맞는 “청소년 및 대학생 알코올문제 예방 프로그램 개발”을 위하여 선진국인 미국 및 캐나다에 대한 Benchmarking을 실시하였다.

필자는 연구 용역처에서 파견한 교수와 동행하여 미국의 Washington D.C 및 Los Angeles지역의 10개기관(표1 참조)을 방문하였다.

본문에서는 우리협회와 기능이 유사한 미국 Beer Institute를 중심으로 미국 주류업계의 알코올문제 해결을 위한 시각과 활동에 관하여 조명해 보고자 한다.

지면이 허락된다면 차호에는 미국 정부기관인 NIAAA(National Institute of Abuse and Alcoholism), 정보수집 배포기관인 NCADI(National Clearinghouse of Alcohol and Drug Information), 알코올문제예방 프로그램 개발, 실행기관인 Century Council을 중심으로 하여 미국내 정부기관과 주류협회 및 업계 지원하에 민간기구에서 추진하고있는 알코올문제예방 활동을 기술해 보고자 한다.

● Benchmarking대상처

- Beer Institute
- NIAAA(National Institute of Alcohol Abuse and Alcoholism)
- NIH(National Institute of Health)
- George Mason University
- NCADI(National Clearinghouse of Alcohol and Drug Information)
- Navy Department Library
- Century Council
- University of California at Los Angeles
- AADAP(Asian American Drug Abuse Program)
- KYCC(Korean Youth and Community Center)

2. 미국의 맥주협회

미국의 맥주관련협회는 크게 3가지 유형으로 대별할 수 있다. 즉, 전국적 규모의 맥주산업 대표격인 Beer Institute와 전국 맥주도매업자를 대표하는 The National Beer Wholesalers Association, 그리고 소규모 지방맥주업체를 대변하는 The Brewer's Association of America로 구분할 수 있다. 협회의 특성을 요약하면 다음과 같다.

가. Beer Institute

- 1986년에 창립된 미국 맥주산업의 대표적 협회로써 회원수는 225개며, 협회회원은 전국의 맥주제조업체, 외국업체(International brewers), 원료생산업체(농민), 맥주도매업자 등 맥주산업 관련업체가 회원으로 구성되어 있다.

- 협회 산하 회원사의 맥주 생산량은 미국 맥주시장의 93%를 점유하고 있으며, 협회는 맥주산업의 법률, 규제, 주세, 무역, 환경보호, 농업정책 등 제반 문제에 대하여 의회, 연방정

부와 긴밀한 협조 체계를 유지하고 있다.

- 협회의 특이한 점은 국민건강, 책임 있는 소비선택, 적정음주에 관한 정보를 소비자에게 제공하기 위해 회원사, 유통업체, 소매업체 등과 함께 우리와 같은 소비자보호사업을 추진하고 있다는 것이다.

나. 전국맥주도매업협회(The National Beer Wholesalers Association: NBWA)

- NBWA는 1937년에 창립되어 연방정부의 법률 및 규제에 관한 이슈들에 대해 맥주산업 개별 도매업자들을 대표하고 있다.

- 주요활동은 음주운전, 불법 미성년자 음주, 그리고 알코올음료 남용과 관련된 문제들에 대한 현실적인 해결책을 찾는 활동을 하고 있다.

다. 양조협회 (The Brewer's Association of America: BAA)

- BAA는 1981년 미국내 소규모 지방 맥주업체 들을 대변하는 기관으로 설립 되었다.

- 주요활동은 산업 이익과 소비자보호를 위해 다른 제조, 도매, 소매협회들과 연계하여 사업을 추진하고 있다.

3. 미국맥주업계의 알코올문제 해결을 위한 시각과 활동

· 미국 맥주업계의 시각은 한마디로 말하면 “미래에 대한 책임(Commitment to the Future)”을 강조하고 있다는 것이다.

· 미국 맥주산업에 종사하는 모든 종사자들은 자기가 만든 제품에 커다란 자긍심을 가지고 있으며, 자기네가 해야 할 최우선과제와 도전은 업계가 생산한 맥주가 항상 건전하게 소비되게 하는 것이라고 주장하고 있다.

· 미국의 맥주업자 및 도매업자는 알코올 남용(Alcohol Abuse)에 대해 창조적이고 효율

적인 해결책을 찾아 현실에 적용시키려는 노력을 하고 있으며 이의 일환으로 알코올에 대한 정보, 교육프로그램의 제공, 운전자들을 위한 TV공익광고 시행, 알코올에 대한 의학적 연구조사 등 알코올남용 해결이라는 목표 달성을 위해 여러가지 사업을 수행하고 있다.

· 또한 그들은 왜 알코올 남용문제 해결을 위해 많은 노력과 재원을 헌신적으로 투자해야 하는지에 대하여 “아무리 우량한 기업도 그들이 만든 제품이 잘못 사용되어진다면 이익을 얻을 수가 없는 것이며, 또한 알코올 남용에 의해 고통을 받고 있는 사람들은 바로 소비자인 우리의 친구, 이웃, 가족이다”라고 답하고 있다.

· 또한 맥주업계 종사자들은 자기가 살고 있는 사회에 항상 관심을 갖고 알코올남용에 대처하는 것이 바로 맥주업계를 위하는 일이라고 주장하고 있다.

4. 미국맥주제조업체 및 도매업체의 알코올 문제 해결을 위한 사업추진 현황

미국의 맥주업체 및 도매업자는 건전한 알코올소비 및 국민보건에 관한 정보를 제공하는데 있어 선두를 달리고 있으며, 맥주산업의 창의성 및 책임은 아래의 알코올문제예방 프로그램들에서 잘 보여주고 있다.

가. 광 고(Advertising)

미국의 맥주업계는 맥주 광고시 준수하여야 할 규약을 자발적으로 제정,시행하고 있으며, 공익광고와 캠페인을 지속적으로 추진하고 있다.

1) 맥주협회 광고 및 판매 규약(Beer Institute Advertising and Marketing Code)

- 이 규약은 맥주의 광고 및 판매에 대한 책임을 자율적으로 규정하고, 맥주업자들이 광고를 함에 있어 고도의 윤리적 기준을 가지고 광고를 할 수 있도록 하기 위한 것이다.

- 맥주 광고 및 판매에 대한 자율적 규약은 1950년대에 처음으로 만들어졌으며, 수십년 동안 주기적으로 수정, 보완을 거쳤으며 가장 최근 수정판은 1997년에 만들어진 것으로 업계는 맥주광고 및 판매시 이를 준수하고 있다

- 맥주산업 정책에 오랫동안 반영되어 왔으며 상기 규약의 지속적 토대를 형성하였던 3가지 근본원칙은 다음과 같다.

첫째, 맥주업자는 맥주의 판매 및 소비에 적용되는 법률, 규제에 대해 동의할 수 없다고 하는 내용을 직접 또는 간접으로 맥주광고에 제시하여서는 않된다.

둘째, 맥주업자는 모든 상업광고에 적용될 수 있는 공정성과 국민정서라는 기준을 준수하여야 한다.

셋째, 맥주업자는 소비자들에게 책임을 가져야 하고 사회에서 발생하는 문제들에 대해 적극적으로 참여해야 하며, 맥주광고는 반드시 이러한 점을 반영해야 한다.

2) TV 및 Radio 공익광고

- 맥주협회, 도매업협회, 소규모 양조업자들은 제각기 TV, 라디오, 인쇄물 등을 통해 음주운전, 미성년자 음주예방과 건전음주문화에 대한 캠페인을 시행하고 있다.

“언제라도 말할 때를 알아라”
 (Know When To Say When)
 “언제 마셔야 하는가 생각하라”
 (Think When You Drink)
 “조심해서 마셔라”
 (Drink safely)
 “품위있게 마셔라 그렇지 못하면 마시지 마라” 등
 (Drink Smart or Don't Start)

- 상기 문구는 각종 홍보물에 사용하고 있으며 TV (프라임 타임), 영화, 빌보드, 신문광고, 업스테이블, 계산대위 인쇄물 등을 통해 언제, 어떻게 술을 마셔야 하는가에 대한 개인의 책임감을 강조하는 메시지를 전하고 있다.

나. 대학생 알코올문제 예방 프로그램 (College Programs)

미국 맥주업계는 대학의 알코올문제예방을 위해 재정적 지원, 프로그램 제공, 자료지원 등 아래와 같은 다각적인 사업활동을 전개하고 있다.

1) BACCHUS (Boost Alcohol Consciousness Concerning the Health of University Students.)

미국의 맥주회사는 바커스의 활동에 중요한 재정적 지원을 하고 있다.

바커스는 전국에 700여개의 지회를 가지고 있으며 학생들로 구성된 전국적인 조직으로 그릭 하우스(Greek House), 레지던스 홀(Residence Hall), 교육협회(Education Associations), 정부기관과 협력하여 책임있는 음주문화를 만들기 위해 노력하고 있다.

2) Buddy System

버디 시스템은 맥주회사가 수백개의 대학 캠퍼스내 학생조직에 제공한 알코올문제예방 프로그램으로서 21세 미만의 학생에게는 법을 준수하도록 권유하면서, 21세 이상의 학생에게는 책임있는 음주를 하도록 권장하고 있다.

3) 대학캠퍼스내 술 판매에 관한 가이드라인(Guideline for Alcohol Beverage Marketing on College and University Campuses)

맥주의 캠퍼스내 판매에 있어 판매업자들은 가이드라인에 따라 판매를 하고 있으며, 가이드라인은 캠퍼스내 맥주판매 활동이 학교기관

의 승인아래 책임있게 행해지도록 돕고 있다.

4) 전국대학생 알코올 인식주간 (National Alcohol Awareness Week : NCAAW)

NCAAW는 매년 전국 3,000여개 이상의 대학교가 참가 일주일 동안 알코올에 대한 교육과 경각심을 높이기 위해 열리는 행사로 미국내 맥주회사도 빠짐없이 이 행사에 참여하고 있다.

맥주회사는 대학생 알코올문제예방프로그램에 재정적 지원을 함과 아울러 NASPA (National Association of Student Personnel Administrators)에 의해 선정된 알코올교육프로그램 실천 우수학교를 대상으로 시상을 하고 있으며, 5등 이내의 우수 학교에는 장학기금을 수여하고, 장학금 중 2만달러는 가장 우수한 포스터 아이디어를 제출한 학생에게 수여하고 있다.

다. 미성년자음주

미국맥주업계는 미성년자의 알코올문제 예방을 위하여 각종 프로그램의 제공, 비디오 및 홍보물을 제작 배포하고 있다.

1) Caring Connections

이 프로그램은 심리학자, 교육학자, 학생 상담가에 의해 개발되어 前 교육부장관인 테럴 벨(Terrel H. Bell)에 의해 책자로 발간된 것으로 교사, 상담자, 학부모들이 문제가정으로부터 청소년들을 보호하는데 도움을 주고 있다.

또한 이 프로그램은 교육위원회(National School Boards Association)와 교육상담위원회(American School Counselor Association)의 지원을 받고 있다.

2) 운전면허증 신원확인 가이드(Driver's License Identification Guide)

이 책자는 각 주별로 유효한 운전면허증 전

체를 사진으로 담아 주류소매업자들이 술을 판매할 때 법정 음주가능자의 확인과 미성년자의 주류구입을 예방하는데 도움을 주고 있다.

3) 음주에 대한 가족대화(Family Talk About Drinking)

교육, 청소년상담, 알코올연구에 종사하는 전문가들에 의해 개발되어 부모들에게 무료로 제공하고 있는 이 프로그램은 자기존중, 가족 규칙, 음주시 법규준수에 관한 문제에 대해 부모와 자식간 효과적인 의사소통이 이루어 지도록 하는데 도움을 주고 있다.

4) 나도 긍정적인 사람이 될 수 있다(How to be a Positive, I Can, Person)

이 비디오는 학생들이 책임있는 판단을 하는 방법과 자기평가를 하는데 도움을 주고 있다.

5) I.D.Check

이 프로그램은 술 판매업소가 법적 음주가능자를 식별 할 수 있도록 도움을 주기 위한 것으로 맥주업자 및 도매업자가 스냅이 달린 플라스틱 손목밴드를 제작하여 유효한 신분확인증과 함께 손님들에게 나누어 주고 가짜 신분증을 구별할 수 있는 정보를 제공하는 것이다.

6) 청소년기에 접어들 때(Stepping into Adolescence)

중학생을 대상으로 한 이 학과 프로그램(curriculum supplement)은 청소년이 학급 친구들의 폭력에 대처하는 방법과 자아존중을 완성하는 방법을 가르쳐 주기위한 것이다.

7) We I.D.

미국맥주협회와 맥주도매업협회는 주머니 크기의 라미네이트 처리된 "We.I.D."카드 100만장을 제작,배포하였다. 이 카드에 쓰여진 문구는 주류판매업자들이 위조신분증을 판별하고 미성년자음주를 예방하는데 도움을 주고

있다.

라. 음주운전방지

미국 맥주업계는 청소년 및 대학생 알코올 문제 예방사업 외에도 음주운전 방지를 위한 각종 프로그램 및 캠페인을 전개하고 있다.

1) ADDY(Alcohol, Drugs, Driving & You)

ADDY 프로그램은 고등학생을 대상으로 알코올과 약물이 행동, 판단력, 운전 에 미치는 영향에 관한 정보를 제공하고 있다.

2) Alert Cab

이 프로그램은 미국의 주류도매업자, 주류소매업자 및 택시회사 등이 상호 연계하여 술집 손님들을 대상으로 무료 또는 저가의 택시요금으로 집까지 태워다 줌으로써 음주운전을 예방하고 있다.

3) I'm Driving

이 프로그램은 술집 또는 파티장에서 그 날의 운전자를 지정하도록 권고하고 그룹 내에서 운전자로 지정된 사람은 술집으로부터 비알코올 음료를 무료로 제공 받거나 음식을 할인가격으로 먹을 수 있으며 그 대가로 술을 마셔서는 않되는 것이다.

4) Last Call

이 프로그램은 음주자를 무료로 집까지 택시로 태워다 줌으로써 음주운전을 예방하고, 음주자들에게는 책임음주(Responsible drinking)에 관한 정보를 제공하여 음주자들이 자신의 음주량을 알 수 있도록 하며, 음주시엔 다른 사람에게 운전을 맡기도록 강조하고 있다.

5) 스포츠 프로그램(Safe Boating, Safe Snowmobiling and Friends of the Field Sportsmen Programs)

이 프로그램은 일상생활이 아닌 각종 레저

활동시의 안전 수칙 및 건전음주에 대한 정보를 다양한 프로그램을 통해 제공하고 있다.

Safety tips는 다양한 팸플릿과 교육프로그램을 보트, Snowmobile, 수영, 사냥을 즐기는 사람을 대상으로 제공하고 있으며, 「The Safe Boating and Sportsmen Programs」은 보트, 운동 선수가 활동을 함에 있어 책임을 질 수 있도록 팸플릿등 인쇄매체를 통해 체온저하, 안전 장비, 위험신호, 책임음주에 관한 정보를 제공하고 있다.

「The Steer Clear responsible snowmobiling public awareness program」은 Snowmobile 운전자들이 안전하게 운전할 수 있도록 홍보함으로써 안전 사고를 감소시키고자 노력하고 있다.

6) 휴일 안전 운전 라디오 캠페인(Safe Holiday Reminder Series)

미국맥주협회는 매년 여섯번의 운전휴가시즌 동안 전국 2,000여개의 라디오 방송국에 공익 캠페인용 라디오프로그램을 제작, 배포하고 있다.

청취자들을 확보하기 위한 효율적 방법으로 유머 소구를 사용하고 있으며, 각각의 메시지는 청취자들에게 음주운전을 하지 말 것과 음주운전자의 차에 동승하지 않도록 권고 하고 있다.

마. 책임음주(Responsible Drinking)

미국은 물론 선진제국에서는 알코올문제에 방을 위해서 금주보다는 책임있는 음주를 강조하고 있다. 이러한 이유는 과거 수십년동안 알코올문제 해결을 위한 최선의 방법이 Responsible(Moderate, Sensible) Drinking 이라는 결론을 얻었기 때문이다.

1) A Toast to the Truth

이 비디오는 미국맥주도매협회에 의해 제작됐으며 알코올남용을 예방하기 위한 맥주업계의 노력과 맥주산업의 사회경제적 기여도에 관한 내용을 담고 있다.

2) FACT Forum(For Alcohol Consumption Truth)

알코올소비와 남용에 관한 객관적 사실을 토론하기 위해 전국 도처에서 개최되며 수백명의 관심 있는 시민과 전문가들이 참석하고 있다.

3) Good Sport

Good Sport 프로그램은 커뮤니케이션, 훈련, 경영테크닉을 통하여 운동장관리자, 구단주들로 하여금 운동장행사, 거리페스티벌, 음악회, 기타 특별행사에 있어서 음주로 인한 군중의 혼란을 예방할 수 있도록 돕기위한 것이다.

4) 휴일 책임음주 광고(Holiday Moderation Advertising)

미국 맥주도매업협회는 휴일광고를 위하여 책임음주에 관한 광고물을 제작하여 도매업자들에게 제공하며, 지방신문이나 뉴스레터에 쉽게 게재할 수 있도록 하고 있다.

5) Pit Stop

Pit Stop은 운전자들에게 휴식과 간식 장소를 제공하고, 술(brewer's awareness program)에 관한 정보를 제공하기 위한 것이다.

이 프로그램은 일상적으로 휴일이나 교통체증시즌 동안 고속도로 휴게소에서 한시적으로 실시되고 있다.

6) Ski Smart! Be Safe

이 안내서는 잘못된 판단을 내리게 될 수 있는 요인들에 관한 정보를 포함하여 안전하게 스키를 즐길 수 있도록 하기위한 것이다.

7) TAM(Techniques of Alcohol Management)

TAM은 미국주류판매 면허점에서 종사하는 종업원들을 지도하기 위해 만들어진 것으로 미국의 전국 주류 협회(National Licensed

Beverage Association)와 식음료협회(Food and Beverage Association)에서 시행하고 있다.

8) TIPS(Training for Intervention Procedures by Servers of Alcohol)

이 프로그램은 미국 맥주도매업자가 알코올 남용을 예방하고 인지할 수 있는 방법을 제공하는 것으로 술집 종사자들이나 바텐더 교육에 사용하고 있다.

9) Winners Drink Safely

이 홍보물은 주류소비자들이 음주에 있어 현명한 결정을 할 수 있도록 기억을 환기시켜 주기위해 제작한 것이다.

10) Your Alcohol IQ

이 교육용 비디오는 알코올의 소비와 남용에 관한 토론을 위하여 전문가를 출연시키고 있으며 시청자들에게 술과 관련된 주제에 대한 퀴즈를 던져주는 내용을 담고 있다.

바. 연구조사(Alcohol Research)

미국의 맥주업계는 알코올남용이라는 문제를 해결하는데 있어 중요한 요소는 문제에 대해 끊임없이 연구, 조사 하는 것이라고 주장하고 있다

따라서 맥주업계는 알코올 남용자는 누구이며 왜 남용을 하는가? 알코올남용의 사회적, 신체적 영향은 무엇인가? 라는 주제에 관한 해답을 얻기 위해서 주요기관에 지속적인 연구조사를 지원하고 있다.

1) UCLA대학 알코올연구소의 “알코올,약물 및 운전의 고찰”

(Abstracts & Reviews in Alcohol, Drugs & Driving from UCLA's Alcohol Research Center)

이 책자는 알코올남용에 대한 가장 최근의 정보를 담은 간행물로 년 4회 발간되며 전세계의 알코올전문가에게 보내지고 있다.

이 책자를 발간하고 있는 UCLA 알코올 연구 센터는 재원의 일부를 미국 맥주업계에서 지원 받고 있다.

2) 알코올 의학 연구재단(ABMRF : Alcoholic Beverage Medical Research Foundation)

ABMRF는 미국과 캐나다 맥주업체로부터 1,600만 달러를 지원 받아 미국, 캐나다내의 알코올문제에 관련된 이슈들을 의학적, 사회과학적으로 연구하는데 사용하고 있다.

사. 합작 프로젝트(Joint Project)

미국의 맥주업계는 알코올 관련 프로그램을 개발하고 실행함과 아울러 다른 기관들과도 합작으로 프로젝트를 추진하고 있으며, 이러한 프로젝트는 책임음주를 실현시키려는 오랜 기간의 목표를 반영하고 있는 것이다.

1) Buckle Up! 70Percent by '92

미국맥주협회와 맥주도매업협회는 미국의 전국고속도로안전교통부(NHTSA)가 시행하는 안전벨트 착용프로그램에 참여하고 있으며, 안전벨트착용을 장려하기 위해 라디오방송 및 각종 홍보물을 배포하고 있다.

2) Healthy Mother, Healthy Babies

미국맥주협회의 지원을 받고있는 알코올음료 교육 기관인 LBIC(Licensed Beverage Information Council)는 미국보건성과 함께 임신여성의 알코올예방 캠페인을 추진하고 있다.

이 캠페인은 임신중인 여성이 알코올을 마실 경우 생길 수 있는 산모와 태아의 신체상 위험에 관한 메시지를 전하고 있다.

3) Focus on Underage Drinking

미국 맥주협회가 조성한 지원기금인 BICAF로부터 기부금을 받아 미국 전국방송인협회(NAB)가 출판한 이 보고서는 10대의 알코올 남용 실태와 청소년음주예방을 위해 가정, 학

교, 지역사회가 무엇을 할 수 있는가에 관한 정보를 담고 있다.

아. 지역사회 활동(Community Action Outreach)

미국의 맥주업자 및 도매업자는 사회적 책임을 갖고 가장 살기 좋은 사회를 만들기 위해 최선의 노력을 경주하고 있다. 즉 지역사회의 리더와 같이 협력하여 일을 함으로써 알코올 남용을 예방하고 긍정적인 라이프스타일을 갖도록 할수 있다고 한다. 따라서 업계의 노력은 중요하며 효율적인 역할을 담당할 필요성이 있다는 것이다.

이들이 지역사회와 함께하는 활동은 아래와 같다.

1) BABES(Beginning Alcohol and Addictions Basic Education Studies)

미국맥주협회가 자금을 제공하고 있는 BABES프로그램은 3~12세 어린이들을 대상으로 알코올중독증과 중독에 관한 이해를 돕고 있다. BABES는 현재 45개 주와 6개의 지방에서 실시되고 있다.

2) BICAF(Beer Institute Community Assistance Fund)

미국 맥주협회 지역사회 보조재단(BICAF)은 알코올남용 교육 및 예방 프로그램을 위하여 재정적 지원이 필요할 시 관련기관에 최대 1만 달러의 기부금을 주고 있다.

3) Guidelines for Responsible Event Planning

이 안내서는 술 판매업자들이 손님들이 마시는 술의 양에 함께 책임을 져야 한다는 점을 환기시키고 있으며 안전하고 즐거운 파티를 계획하는 단계를 보여주고 있다.

4) It's Just Not Worth It

이 책자는 고등학생 모임 안내서이며 학생들에게 모임을 계획하고 실시하는 방법, 음주

운전의 위험성 및 예방에 대하여 단계별로 지도하고 있다.

5) Let's Talk Over A Beer

책임음주에서 부터 알코올중독,알코올남용에 대한 이해에 대한 가족토론에 이르기 까지의 모든 방법을 설명하고 있으며 부모나 주류소비자를 위한 자유토론 안내서 역할을 하고 있다.

6) LBIC(Licensed Beverage Information Council)

수십년 동안 LBIC는 알코올 남용이라는 문제 해결을 위한 교육적 접근을 위하여 끊임없이 노력해 왔으며, 1996년에는 미의학협회(America Medical Association)와 공동으로 의사들을 위한 "알코올중독의 진단과 치료(Diagnosis and Treatment of Alcoholism)"라는 교육프로그램을 개발하였다.

7) Midnight Basketball League

한밤의 농구대회는 음주와 범죄활동이 고조되는 시간대에 청년들에게 농구를 할 수 있도록 안전한 장소를 제공하고 있다.

8) NOSAPP(National Organization of Student Assistance Programs and Parents)

NOSAPP는 알코올과 약물의 남용에 따른 문제를 해결하는 방법을 초/중/고등학생에게 지도함으로써 학교 교육을 강화하고 있다.

9) Point of Sale Program

맥주 판매업자를 돕기 위하여 미국맥주협회와 맥주도매업협회가 합동으로 신분증 검사의 중요성을 보여주는 포스터 및 전단 200만장을 제작,배포하였으며, 포스터는 전국의 소매창구(retail outlet)를 통하여 배포 하였다.

10) Think Safety, Drink Safely

안전을 생각하며 안전하게 마시자는 메시지를 담은 Frisbee, 열쇠고리, 선글라스 등을 제작, 알코올남용을 하지 말자는 중요한 메시지를 소비자에게 새롭게 전달하기 위해 박람회,

카니발, 지역사회의 각종 행사를 통해 배포하고 있다.

11) Youth Service and Leadership

미국의 맥주회사들은 청소년들이 지역사회 발전과 지역시민으로서의 참여라는 인생의 책임을 가질 수 있도록 독려하는 Youth Service and Leadership 활동을 지원하고 있다. 그 결과 알코올남용, 폭력, 자살, 학교폭력 등의 발생빈도가 현저히 낮아 졌다.

12) Yes, You May Use the Car but First...

부모와 자녀의 토론 안내서로 음주운전에 관한 안전하고, 합리적인 결정에 관하여 부모들이 자녀와 이야기 하는데 도움을 주고 있다.

5. 시사 점

가. 미래에 대한 책임감을 갖고 주류소비자보호사업을 추진해야 할 필요성이 있다

미국의 맥주업계는 협회를 중심으로 알코올 문제 해결을 위한 폭넓은 활동을 하고 있다. 이는 단지 맥주업계뿐만 아니라 일반주류업계의 경우도 마찬가지이다.

이들이 지속적으로 사업을 전개하고 있는 시각이 우리와는 많은 차이가 있다는 것이다. 즉, 미국 주류업계의 시각은 앞서 언급한 바와 같이 “미래에 대한 책임(Commitment to Future)”을 강조하고 사업을 지속적으로 추진하고 있다.

우리나라의 경우 주류소비자보호사업이 아직 초기단계이므로 사업추진의 당위성과 필요성에 대하여 확신을 가질 수 없을지는 몰라도 확실한 것은 우리 주류제조업체가 만든 제품이 건전하게 소비되어야 한다는 것이다. 만약 우리가 만든 제품으로 인해 많은 문제가 발생된다면 그 피해자는 바로 우리의 가족, 친

구, 이웃이며 이는 곧 제조자의 책임으로 전가될 수도 있다는 것이다.

따라서 우리는 업계가 생산한 제품이 항상 건전하게 소비될 수 있도록 기업의 사회적 책임을 다한다는 사명감을 갖고 최선의 노력을 경주하여 주류소비자보호사업을 추진하여야 할 것이다.

나. 건전음주문화정책 및 알코올문제 예방을 위해서는 지속적인 사업전개가 필수적이다.

주류소비자보호사업은 단기간내 사업성과를 기대하기가 어려운게 사실이다. 잘못된 음주문화로 인한 알코올문제를 해결하는 데는 상당한 시간과 노력이 필요한 것이다.

우리나라의 경우 술에 대한 관대한 음주문화가 점점 사회적 문제를 야기시키고 있다고 보아도 과언이 아니다. 폭탄주, 회오리주, 신고주, 2차, 3차가기등 잘못된 음주행태로 인하여 각종 사회적 문제가 발생하고 있는 것이다. 이는 단지 개인의 문제라기 보다는 우리경제가 급속히 발전하면서 얻어진 잘못된 유산인듯하다. 이미 잘못 길들여진 음주습관을 바로 잡는 데는 오랜 시간과 투자가 필요한 것이다. 따라서 우리는 지금부터라도 잘못된 음주문화를 바로잡기 위해 어린이에 대한 조기교육에서부터 청소년에 대한 정확한 정보제공과 교육, 대학생등 음주가능연령층에 대한 올바른 음주법과 알코올문제예방을 위한 다양한 프로그램을 제공하고 건전음주문화 정착을 위한 캠페인을 지속적으로 전개할 필요가 있다.

또한 이러한 사업전개를 위하여는 기초 조사연구사업과 정보화사업 등이 병행되어야 할 것이며 중장기적으로는 알코올중독자 치료 재활을 위한 전문치료병원의 설립 등도 고려되어야 할 것이다.

다. 알코올문제를 해결하기 위해서는 잘못된 우리모두의 의식전환이 필요하다.

사회일각에서는 알코올문제를 해결하는 최선의 방법은 정부차원에서 기금화를 추진하는 것이라고 주장 한다. 그러면 국민사회복지사업의 일종인 알코올문제를 해결하기위해서 기금화만이 최선의 방법인지 다시 한번 짚고 넘어가야 할 것 같다

우선 선진국 중 미국의 예를 보자. 미국 정부는 알코올 문제를 해결하기 위하여 전문기관(NIAAA)을 설립, 기초 조사 연구를 통해 정책적 의사결정을 하고, 알코올문제를 종합적으로 해결하기위해 예방 및 치료사업을 전국적으로 광범위하게 추진하고 있다. 물론 이에 대한 모든 비용은 정부예산에서 집행 된다. 즉, 정부는 정부 차원에서의 역할을 수행하고 있는 것이며 민간부문에서 알코올문제 해결을 위해 노력하는데 일조는 할지언정 사업추진을 가로막는 일은 하지 않는 것이다. 물론 우리나라의 경우 정부에서 알코올문제해결을 위한 예산확보에 애로가 있는 것은 사실이다. 그러나 이는 점차 사회복지사업의 확충이 필요해지는 시기인 만큼 정부와 국회 등을 통한 정책적인 해결 노력이 더욱 필요하다 하겠다. 실질적으로 세계 어느 나라도 알코올문제 해결을 위해 정부에서 기금화를 추진하고 있는 나라는 찾아볼 수 없다.

또한 우리나라의 경우 알코올문제를 둘러싸고 이해 집단간에 많은 논란이 일고 있다. 술에 대한 사회경제적 피해, 알코올중독자 치료 등을 위해 기금화가 필요하다고도 주장한다. 이는 어디까지나 단편적인 사고에 불과하다. 왜냐하면 알코올 문제를 해결하기 위해서는 장기적인 안목에서 볼 때 조기교육과 예방이 가장 중요하기 때문이다. 미국의 경우를 보다

라도 유치원에서부터 알코올에 대한 예방교육을 하고 있으며 초,중,고 학생에게는 알코올에 대한 정확한 정보제공과 교육을 통해서 이들이 성년이 된 후 술을 책임 있게 마시도록 유도하고 있는 것이다.

한가지 짚고 넘어 가야할 부분은 우리나라의 경우 TV등 언론매체에서 너무나 무절제한 음주장면을 방영하고 있다는 것이다. 이는 건전음주문화정착 및 알코올문제예방에 가장 큰 걸림돌이 되고 있다. 그런데도 불구하고 마치술을 먹으면 모두 범죄자가 되고 병이 들어 폐인이 되는 것으로 오도하고 있는 것이다. 물론 과도한 음주는 각종사고의 원인도 되고 몸을 망가지게도 한다. 그러나 어린이부터 청소년에 이르기까지 많은 시청자 계층을 고려해 볼 때 과연 언론의 이러한 태도가 바람직한 것인지 재고할 여지가 있다고 본다.

지금부터라도 자라나는 어린이와 청소년을 위해 언론이 앞장서서 건전한 음주문화 풍토 조성에 초점을 맞추어 프로그램을 제작,방영하는 것이 이 사회를 밝게 하는 지름길이 되지 않을까 생각한다.

라. 건전음주문화정착 및 알코올문제 예방을 위해서는 주류산업계 모두가 동참해야 한다.

우리 주류산업계의 모든 종사자 또한 건전음주문화정착 및 알코올문제 해결에 새로운 시각을 갖고 동참해야 할 것 같다. 이는 이미 기업의 사회적 책임을 다하기 위하여 협회 회원사인 주류제조업체 중심으로 주류소비자보호사업을 추진하고 있기는 하나 이러한 사업은 제조, 유통, 판매자 모두가 동참하여 사업을 전개하는 것이 가장 바람직 하다.

알코올로 인한 사회적 문제의 발단은 여러 가지 요인이 있으나 제품 생산자, 유통업자,

판매업자 등 우리 주류산업계 모두에게도 어느 정도의 도의적 책임은 있는 것이다. 술을 만들어 많이 팔아서 이익만을 추구하면 그만이라는 사고를 가져서는 안되는 것이며, 어디까지나 술은 소비자가 건전하고 분별있게 마시도록 유도하여 건전음주문화 풍토 조성과 알코올로 인한 문제가 발생하지 않도록 노력할 의무가 있는 것이다.

미국의 경우를 보면 술을 마시기 위해 술 판매업소에 들어가려면 신분증(ID Card) 확인을 한 후 입장을 시키며, 술을 마시는 장소에서는 타인에게 방해가 되는 행동은 용납이 되지 않는다. 만약 손님이 술이 취한 상태에서 술을 요구할 때 종업원은 정중히 판매를 거절 한다. 그럼에도 불구하고 취객이 술을 계속 요구할 때는 경찰의 도움을 받아 문제를 해결하는 것이 철칙으로 되어 있다. 이러한 음주문화는 우리나라에서도 본 받아야 할 것으로 생각한다.

따라서 주류산업계 모두가 책임의식을 갖고 사업에 동참하기 위해서는 주류업 단체가 주축이 되어 사업추진이 가능하도록 법으로 사업항목을 지정, 시행하는 것도 바람직할 것으로 생각 한다.

이제 우리사회도 어느정도 성숙한 단계에 이르고 있다. 길거리에서 술이 만취되어 갈피를 잡지 못하고 휘청대는 모습, 술을 마신후 남에게 피해를 주는 잘못된 행위, 술을 마친 자기자신을 도피시키기 위한 도구로 사용하는 사람, 이 모든 행위가 우리의 관대한 음주문화의 유산일지는 모르나 청산해야 할 잘못된 습관임에는 틀림없다.

우리사회에 건전한 음주문화풍토가 자리잡고 밝고 맑은 미래를 창조하기 위해서는 각자의 이해를 떠나 모든 책임이 자기자신에 있다는 책임의식을 가지고 알코올문제 해결에 우리 모두가 앞장서야 할 때이다.

Laughter is a form of internal jogging. It moves your internal organs around, It enhances respiration. It is an igniter of great expectations

웃음은 일종의 체내운동이다. 웃음은 내부기관을 회전시키고, 호흡을 증진시킨다. 그것은 또 커다란 포부에 불을 붙여주기도 한다.

- Norman Cousins -

唐詩 감상 / 李白의 詩

山中與幽人對酌

둘이 마주앉아 술 마시나니
산에는 꽃이 피고
한 잔, 한 잔에
거듭하는 또 한 잔.

나는 취해 즐리나니
그대는 우선 가게.
내일 아침에 생각 나거든
거문고 안고 오게.

兩人對酌山花開
一杯一杯復一杯
我醉欲眠君且去
明朝有意抱琴來