



제16회 소비자가 뽑은 좋은 광고상

소비자들이 직접 참여하여 좋은 광고를 선정하는 국내 유일의 광고상인 '제16회 소비자가 뽑은 좋은 광고상' 시상식이 지난 3월 19일 오후 4시 전경련회관 20층 난초홀에서 있었다. 한국광고주협회는 한국소비자단체협의회와 공동으로 1992년 이 상을 제정했다.

이번 시상식에서는 삼성전자 '애니콜 TALK PLAY LOVE 인생의 3요소' (광고회사 제일기획)가 전파부문 대상, 한국투자증권 '한국의 명장 캠페인' (광고회사 덴츠이노벡)이 인쇄부문 대상을 수상했다. 또한 올해 신설된 문화체육관광부장관상에는 전파부문에 SK텔레콤 '사람을 향합니다 캠페인' (광고회사 TBWA KOREA)이, 인쇄부문에 삼성전자 'Anycall Blooming Love Festival' (광고회사 제일기획)이 각각 수상의 영예를 안았다.

이번 제16회 소비자가 뽑은 좋은 광고상에는 총 570여 편의 광고가 출품되었다.

1차 예심에서는 이영희 이화여대 교수, 서범석 세명대 교수, 김상훈 인하대 교수, 이정수 한국소비자단체협의회 사무총장 등 광고전문가로 구성된 심사위원단이 소비자로부터 문제제기가 있었던 광고, 모방광고, 비방광고, 허위과장광고 등 문제제기 광고를 우선적으로 가려내어 총 385점을 선정했다.

2차 투표인단 투표심사에서는 한국소비자단체협의회 소속단체인 녹색소비자연대, 대한주부클럽연합회, 한국YMCA전국연맹, 서울YWCA, 소비자시민모임, 전국주부교실중앙회, 한국소비생활연구원, 한국소비자교육원, 한국소비자연맹에서 추천한 투표인단과, 대학생 광고연합동아리인 애드컬리지, 애드파워, 애드플레이시, 애드피아 소속 회원 100명이 참여하여 투표한 결과, 총 198점이 선정되었다.

3차 본심사에서는 김연화 한국소비생활연구원 원장, 김재욱 소비자시민모임 회장, 김천주 한국소비자단체협의회 회장, 김형 서울YWCA 회장, 이덕승 녹색소비자연대 상임대표, 이윤자 전국주부교실중앙회 회장, 전성자 한국소비자교육원 원장, 황명자 대한주부클럽연합회 부회장 등 소비자단체 대표들이 토론과 투표를 거쳐 매체별, 업종별 총 39점을 선정하고, 그 중 문화체육관광부장관상 2점과 영예의 대상 2점을 결정했다.



심사소감



올해 <소비자가 뽑은 좋은 광고상>에도 좋은 광고작품들이 참 많았습니다.

570여 편의 출품작 가운데 총 39작품을 선정하면서 가장 중요하게 생각했던 점은 광고가 얼마나 쉽고 명료하게 소비자에게 전하고자하는 메시지를 잘 전달하고 있는가였습니다.

요즘은 광고가 무엇을 전하고자 하는지 잘 이해가 안가는 요란한 광고도 많습니다. 그래서 우리는 우스갯소리로 젊은이들은 척 보면 이해를 할텐데 우리는 늙어서 이제 광고상 심사도 못하겠다는 말을 하기도 했습니다. 그러나 <좋은광고>라 함은 남녀노소를 가리지 않고 그 메시지를 단박에 알 수 있는 광고여야 한다고 생각합니다. 젊은층을 타겟으로 하는 이동통신이나 핸드폰 광고도 좋은광고는 우리도 쉽게 이해를 하고 아주 재미있어 합니다.

또 하나 심사의 기준이 됐던 점은 우리 사회에 건강한 기운을 줄 수 있는 광고가 소비자들 좋아하라는 점입니다. 올해 대상을 수상한 한국투자증권의 '한국의 명장 캠페인'이나, SK텔레콤이 장기적인 캠페인을 벌이고 있는 '사람을 향합니다 캠페인'이 그렇습니다. 이런 광고들은 우리사회에 건설하고 따뜻한 기운을 불어넣어 준다고 생각합니다.

특히 이번에는 기업이미지 광고보다 제품브랜드 광고에 더 많은 관심을 갖고 카피 한줄한줄도 세심하게 보았습니다. 다른 광고상들도 보면 기업이미지 광고가 수상을 많이 하던데 실제로 소비자들에게 유용한 정보를 주는 것은 제품광고이기 때문입니다.

이번 심사에 심혈을 기울여주신 100여 명의 소비자 심사단을 비롯해 모든 심사위원들께 감사드리며, <소비자가 뽑은 좋은 광고상>이 앞으로도 지속적으로 기업과 소비자 간의 가교 역할을 충실히 해나가길 바랍니다. 감사합니다.

2008년 3월
서울YWCA 회장 김형