

결방안을 제시할 예정이다. 따라서 인터넷 광고측면에서 직면한 문제점들과 인터넷 광고와 관련된 여러 분야의 사업자 중 인터넷 광고시장에 막강한 영향력을 미치는 포털의 현안 역할과 책임에 대하여 살펴보는 것도 의미 있는 일이다. 포털의 현안 역할과 책임은 크게 3가지로 정리할 수 있을 것이다.

리더 역할인 포털 건전한 생태계 조성 위한 노력 필요

첫째, 건전한 인터넷 광고 생태계 육성을 위한 포털의 리더로서 역할이다.

올해 신문광고를 넘어서서 TV에 이은 두 번째로 큰 광고매체로 자리잡을 것이 확실한 인터넷이지만 그 거래관행이나 보상 및 수익배분 체계는 여전히 주먹구구식이거나 힘의 우위관계에 입각한 정상적이지 않은 것이 현 실정이다. 비정상적인 거래관행, 업체간 기존 거래질서 파괴 행위, 영향력을 이용한 무리한 거래 요구, 정상적인 수수료 수준 인하 혹은 거래위험을 시장 플레이어에 떠넘기기 등 많은 문제점을 노출하고 있다.

이에 리더의 역할에 있는 포털이 건전한 생태계 조성을 위해 이익에 급급하지 않고 상생을 위한 조치를 취해야 한다. 2000년 이후 4대 매체 이외로 분류되었던 작은 규모의 인터넷 광고시장이 현재 3위의 규모에 이른 데에는 포털의 혁신적이고 도전적인 서비스의 개발과 노력이 있었지만, 동반자로서 인터넷 광고업계의 성장과 발전에 크게 기여해 온 인터넷사업자, 종합광고대행사, 인터넷전문광고대행사, 미디어랩, 기술과 솔루션 등 인터넷 광고관련 업체들의 공로가 크다고 할 수 있다.

최근 애플 앱스토어 사례에서 보듯이, 공정한 생태계 환경 구축을 위해 콘텐츠 분야에서 매출을 더 올릴 수 있는 방법이 있는데도 생태계 질서를 우선시하는 점은 비록 우리나라와 환경이 다를지라도 국내 업계도 본받아야 할 부분이라고 할 수 있다.

따라서 인터넷 광고업계의 리더의 위치에 있는 포털은 인터넷 광고시장을 함께 개척해 온 인터넷 광고관련 업체들의 공로를 인정하고, 만행으로서 이들과 상호발전적인 상생관계 구축과 건전한 업계 생태계 육성을 위하여 조정과 노력을 해야 한다.

인터넷 광고 수준 향상과 다양성 확보 위해 노력해야

둘째, 인터넷 광고의 질적 수준 향상 및 다양성 확보를 위한 기반 마련을 위해 힘써야 한다.

전세계적으로 인터넷/디지털 기술 발전을 기반으로 인터넷 광고 캠페인의 질적 수준이 높아지고 있고, 포털사이트와 언론사, SNS, 커뮤니티, 개인의 블로그까지 많은 매체에 다양한 형태로 집행되며 인터넷 광고의 다양성이 확대되고 있다. 그러나 우리나라의 경우 인터넷 광고시장을 3대 포털이 과점하고 있는 상황이다. 따라서 인터넷 광고가 이들 포털3사의 광고상품 중심으로 집행되고 있어 광고 크리에이티브 발전에 저해요인으로 작용하고 있다.

포털3사의 광고상품 중심의 광고집행으로 현재 인터넷 이용자들로부터 큰 인기를 얻고 있는 페이스북과 같은 SNS와 모바일 인터넷, 모바일 애플리케이션 등 새로운 서비스에 대한 광고상품의 개발이 해외 인터넷사업자들의 광고상품 개발보다 뒤쳐지고 있다.

빠르게 발전하고 변화하는 환경에서 포털 스스로의 노력뿐 아니라 트렌드와 민감한 인터넷 광고업계와 손을 잡고 발 빠르게 대응한다면, 한메일·카페·싸이월드·지식인 등과 같이 포털의 신선하고 새로운 서비스를 지속적으로 개발할 수 있다. 또한 그에 맞는 광고플랫폼을 개발함으로써 인터넷 광고의 다양성을 확보할 수 있을 것이다.

그리고, 포털3사 광고의 경우 홈페이지의 인터페이스 등 여러 정책으로 인해 자유로운 인터넷 광고 크리에이티브의 집행이 어려운 점이 있었다. 포털은 인터넷 광고의 크리에이티브를 위해서 자유로운 광고집행을 허용하는 실험의 자세를 잃지 않아야 한다. 포털이 국내 인터넷 업계에서 차지하는 비중과 그들의 변화로 인해 파급되는 영향력을 생각해 볼 때, 인터넷 광고업계의 새로운 활력소가 될 것이다. 동시에 새로운 크리에이티브를 위해 지속적인 변화를 유도하는 선구자적인 역할을 수행할 수 있다. 나아가 인터넷 광고업계와 공동으로 관련 신기술의 개발 및 적용을 꾀하는 등 광고의 다양성을 높이기 위한 기반 제공을 위해 노력해야 할 것이다.