

민영미디어랩 운영 및 광고계 영향

서 교수는 민영미디어랩이 어떻게 운영되어야 할 것이냐에 대해서 의견을 제시하였다. 우선 첫 번째로 방송광고 수수료제도의 변화에 대해 언급을 하였다. 서 교수는 현재 방송광고공사법에 의한 법적 수수료제도가 폐지가 되어야 한다고 생각하며 방송광고 유통은 광고주, 광고회사, 미디어랩, 매체사의 사적 계약영역으로 정부가 법적으로 통제하거나 관여할 사항이 아니라고 하였다. 또한 방송광고 유통과정에서 다양한 프로모션 전략을 수행하여 판매를 활성화시켜야 할 것이며 이러한 접근이 미디어 산업을 활성화시키고 발전시킬 것이라고 하였다. 두 번째로 방송광고 요금체계의 변화를 언급하였다. 서 교수는 방송매체 광고요금 책정은 매체 가치설에 입각하여 매체 가치를 대표하는 시청률에 의해서 요금이 결정되는 방식으로, 광고시장의 수요와 공급 그리고 시청률을 근거하여 광고요금을 책정해야 한다고 전하며 결과적으로 방송광고요금 책정은 GRPs 판매방식이어야 한다고 하였다. 셋째로 방송광고 인프라 운영을 공유해야 한다고 전했다. 즉 KOBACO에서 만들어 놓은 KODEX(Kobaco Data Express)와 KOBAnet 시스템을 공용으로 운영할 수 있도록 방안을 연구해야 할 것이라고 하였다. 네 번째로 미디어랩의 과학적 가치평가 모형을 만들어서 측정하여야 한다고 전했다. GRPs분석, 광고노출 효과와 비용효율성 분석 등을 하는 모형을 개발해야 한다는 것이다.

민영미디어랩 도입에 따른 광고계의 대응방안

서 교수는 민영미디어랩 도입에 따른 광고계의 대응방안으로 독점적 방송광고판매 시스템에서 탈피하여 체계적이고 과학적인 매체전략을 수립, 광고비의 효율적 집행이 필요하다고 전했고 민영미디어랩이 광고산업의 발전과 성장에 도움이 될 수 있는 방향에 대한 논의가 필요하다고 하였다. 또한 민영미디어랩의 판매제도, 요금제도에 대한 바람직한 방향 모색과 취약매체를 위한 임의 할당 및 끼워팔기를 중지해야 한다고 전했다. 결과적으로 방송광고판매는 방송사의 고유권한이며 광고주는 효율적인 매체선택의 자율권을 확보하여야 한다는 의견을 강조하며 발표를 마쳤다. **KAA**

유재형 기자 yoojh1999@kaa.or.kr

