

미디어 통합보고서 발간에 대한 기대



임호균 | 한국광고주협회 사무총장

한국ABC협회는 작년에 신문, 잡지 등 인쇄매체의 발행 및 유가부수를 최초로 공개한데 이어, 최근에는 미디어 통합보고서 발간 계획을 밝혔다. 오프라인뿐만 아니라 온라인상에서의 인쇄매체 이용실태가 파악되어 발표된다면, 이를 계기로 해당매체의 독자파일과 영향력에 근거한 합리적인 광고시장 조성에 많은 기여를 할 것으로 기대된다.

뉴미디어의 발달로 인해 인쇄매체에 대한 수용행태가 인터넷·스마트폰·SNS 등을 통해 폭발적으로 이루어지고 있음을 감안해 볼 때, 기존의 ABC 부수공사의 범위와 방식에 대한 보완과 변화가 불가피해지고 있다. 단지 신문이 발행되고 배포되는 수량뿐만 아니라 온라인, 모바일 등 다양한 플랫폼에 대한 수용행태를 파악해서 제시하지 않으면, 매체의 영향력이나 신뢰성을 확보하기가 어렵게 되었다.

해외사례를 보면, IFABC(국제ABC연맹)에서 정한 기준에 따라 미국ABC협회는 10년 전부터 웹사이트 공사를 시작, Tribune Media Group을 비롯한 많은 매체사들에 대한 통합 ABC보고서를 발표해 왔다. 최근 들어서는 The Economist 등 컨슈머 매거진들까지 발행 및 유가부수는 물론 웹사이트 방문자 수, 앱 사용량, SNS 계정 가입자 수 등 세세한 내용의 독자파일을 통합하여 보고서를 내고 있다.

이런 세계적 흐름에 맞추어 한국ABC협회가 우리나라 신문 등 인쇄매체에 대한 미디어 통합 이용실태를 조사하여, 그 결과 보고서를 발간기로 한 것은 참으로 시의적절한 것으로 평가된다.

이제 매체의 환경 변화와 테크놀로지(Technology)의 발전은 더 이상 신문매체도 과학적이고 합리적인 가치분석과 적용을 외면할 수 없는 패러다임으로 전환하고 있다. 미디어 통합보고서는 신문 등 인쇄매체의 유효부수뿐만 아니라 온라인상의 이용행태를 추가한 자료로서 광고주는 물론 일반 국민에게 유용한 자료가 될 것이다.

기존 방식의 구독률과 유료부수가 축소되어가고 있는 추세 속에서 해당 매체사들은 미디어 통합보고서 사업에 적극 참여하여 각사의 강점과 차별성을 부각시켜나가지 않으면 안 될 것이다. 이런 점에서 한국ABC협회의 '미디어 통합보고서'는 인쇄매체에 대한 독자와 광고주의 신뢰를 확보해 주는 한편, 광고시장의 활성화, 나아가 미디어산업의 발전에 크게 이바지할 것으로 확신한다. **KAA**