

# PR산업에 지대한 영향을 미칠 PR 효과 측정에 대한 바르셀로나 선언

## Barcelona Declaration on Measurement Principles



신인섭 | 중앙대 신문방송대학원 초빙교수  
1929insshin@naver.com

2010년 6월 스페인 바르셀로나에 모인 세계 PR관련 주요 5개 단체는 PR의 효과를 측정하는 원칙 선언을 발표했다. 지난 60여 년 동안 미국을 중심으로 끊임없이 논의되어 온 문제, 즉 PR의 효과를 어떻게 측정할 것인가, 그리고 PR이 투자효과(Return-on-Investment, ROI)가 있는냐에 대해 매듭을 지었다. 물론 완전한 측정 기준이 나온 것은 아니다.

그 결과 현재까지도 널리 사용되어 온 PR 효과 측정 기준인 “광고료 환산가치 Advertising Value Equivalent, AVE)”는 시대의 유물로 사라질 운명을 맞게 되었다. 그리고 세계 4위의 매체전문회사인 제니스옵티미디어(ZenithOptimedia)가 추정한 세계 PR비 약 300억 달러의 효과가 무엇인가에 대한 근거도 더욱 확실해질 수 있게 되었다. 나아가서는 PR이란 전문직에 대한 위상 정립에도 크게 기여할 것으로 예기된다.

### 7 가지 원칙

PR 효과 측정 원칙 선언이란 무엇인가? 다음 7가지 원칙이 이 선언에 포함되어 있다.

#### 7가지 원칙

- 1) 목표 설정 및 측정의 중요성
- 2) 아웃풋(Output) 측정보다 성과(Outcome)에 미친 영향 측정이 바람직하다.
- 3) 될 수 있는 대로 영업 결과에 미친 영향을 측정해야 되며 또 측정할 수 있다.
- 4) 매체 측정은 양(Quantity)과 질(Quality)로 한다.
- 5) 광고료환산 가치(AVE)는 PR의 가치로 삼을 수 없다.
- 6) 소셜 미디어는 측정할 수 있고 측정해야 된다.
- 7) 정당한 측정을 위해서 투명성(Transparency)과 반복성(Replicability)은 무엇보다 중요하다.

PR/커뮤니케이션 관리 글로벌연맹(Global Alliance for Public Relations and Communication Management, GA), 커뮤니케이션 측정/평가 국제협회(International Association for Measurement and Evaluation of Communication, AMEC), 미국 PR연구소(Institute for Public Relations, IPR), 미국PR협회(Public Relations Society of America, PRSA), AMEC 미국 PR회사 리더 지부(AMEC U.S. Agency Leaders Chapter) 등 5개 단체가 이 선언에 참가했으며, 회의에 참가한 국가는 33개국, 참가 인원은 200여 명이었다.