

## ■ 현장중계

### 한국광고대회 - “ 다져온 광고 백년, 도약할 광고 천년 “

곽 혁 / 기획조사부 팀장



광고단체연합회가 해마다 개최하는 한국광고대회가 제27회 광고의 날을 맞이해 지난 11월 10일 롯데호텔 크리스탈볼룸에서 성황리에 진행됐다. 올해로 13회를 맞이한 한국광고대회는 IMF 이후의 광고산업 발전을 자축하며, 광고계의 상호교류를 통한 광고산업의 균형 있는 발전에 기여한 전 광고인의 축제로 1,200여 명의 광고인이 참석한 가운데 치러졌다.

### 중간광고 단계적 허용

오전에는 초청인사 및 관계자들이 참석한 가운데 우리나라 광고산업의 발전과 광고문화 창달에 기여한 유공광고인 포상과 우수광고를 발굴, 격려하는 '99 대한민국광고대상 시상식이 거행됐다.

광고산업의 위상 증진과 올바른 광고문화 창달에 기여한 공로로 수여되는 유공광고인 포상에는 이인호 LG애드 대표이사가 국민훈장 동백장을, 이강우 세종문화 전무이사가 국민훈장 목련장을 받았으며, 이순동 삼성 기업구조조정본부 전무이사가 국민포장을 수상했다.



이밖에도 김영배 서울광고기획 이사, 권태효 태평양 이사, 장영준 광고사진가협회 자문위원, 최인아 제일기획 수석국장이 대통령 표창을 받았으며, 조승봉 동아일보 출판광고팀장, 권영만 대홍기획 수석국장, 유희만 고려종합광고 대표, 이계문 MBC애드컴 국장이 국무총리 표창을 받았다. 문화관광부 장관 표창은 최규현 한컴 부국장 등 5명의 광고인이 수상했다.



전응덕 광고단체연합회 회장은 대회사에서 20세기를 마감하는 범광고인 축제인 한국광고대회를 맞이해 지난 한 세기 동안 국가 경제발전에 중요한 역할을 담당해온 광고인들을 격려하며, 광고관련 정보의 인프라를 수용할 수 있는 광고회관 건립과 광고의 과학화를 위한 ABC제도 정착, 광고 크리에이티브를 위한 방송광고 사전심의제도 폐지 등 광고산업이 지식기반산업으로서 새로운 천년의 미래를 선도할 수 있도록 하는 광고인들의 결집을 역설했다.

또한 박지원 문화관광부 장관은 축사를 통해 방송광고 영업부문 경쟁체제 도입 및 방송광고 요금의 합리화와 중간광고의 점진적·단계적 허용 검토 등 광고산업 분야의 규제개혁과 '시청률조사 검증기구' 설립, ABC제도 활성화 등 광고의 과학화를 적극 지원하겠다고 밝혔다.

[박지원 문화관광부 장관 축사 중요부분 요약]

“방송광고 사전심의 민간자율기구에 위탁할 것”

우리가 IMF를 조기에 졸업할 수 있었던 것은 그 동안 지속적으로 추진한 개혁이 그 밑거름이 되었다고 해도 과언이 아닐 것입니다. 정부는 앞으로도 각 부문에 걸쳐 지속적으로 개혁을 추진해나갈 것입니다. 광고산업 분야의 규제개혁도 과감히 추진해나감으로써 광고가 더욱 자유로운 토양 속에서 발전할 수 있도록 하겠습니다.

우선 내년부터 방송광고 영업부문에 경쟁체제를 도입하여 효율성을 제고시키고, 광고요금도 시장가격이 반영되어 합리적으로 결정될 수 있도록 개선해나갈 것입니다. 아울러 현재 논의 중인 통합방송법이 연내에 반드시 통과될 수 있도록 할 것이며, 방송법에 이은 시행령 제정 시 그 동안 방송·광고계의 오랜 숙원사항이었던 중간광고에 대해 공개적인 여론수렴 과정을 거쳐 점진적·단계적으로 허용해 나가도록 하겠습니다.

이렇게 될 경우, 방송계와 광고계는 물론 전체 산업발전에도 활력을 불어넣을 수 있을 것이라고 생각합니다. 또한 크리에이티브 향상을 위하여 방송광고 심의를 민간자율기구에 위탁토록 하겠습니다. 그리고 객관적이고 신뢰성 있는 시청률 조사자료가 제공될 수 있도록 관련업계의 참여를 바탕으로 시청률조사 검증기구의 설립을 지원하고, ABC제도의 활성화를 위해서도 적극적으로 노력해 나가겠습니다.

소란스런 대회장 옥의 티

오후에 진행된 세미나에서는 20세기의 광고를 회고하고 다가올 21세기의 광고 발전상을 조망하는 시간이 마련됐다. 새천년준비위원회의 이어령 위원장과 한림대학교의 신인섭 객원교수가 '20세기와 광고'라는 주제로, 한국과학기술원의 원광연 교수와 웰콤의 문애란 부사장이 '21세기와 광고'를 주제로 각각 발표했다.

대회장 밖에서는 광고정보센터가 1997년부터 1999년까지 3년 동안 구축한 광고관련 정보를 선보이는 자리를 마련, 한국광고 110여년 동안의 역사와 새로운 천년을 조명하는 각종 자료는 물론 현재 1,200명이 수강하고 있는 사이버광고 강좌와 인터넷 시장의 가능성을 공개하는 과학적 인터넷 사용자 통계자료(KNP)등 광고정보 인프라 구축의 현주소를 보여주었다.

한편, 한국광고대회와 관련해 해마다 제기되었던 문제들이 여전히 고쳐지지 않아 새로운 천년이 시작되는 내년 대회의 숙제로 남게 됐다. 오전 행사에 참석한 광고인 가운데에는 유공 광고인 포상과 대한민국광고대상의 수상자들을 축하하기 위해 참석한 경우가 많았는데, 시상식이 진행되는 동안에 행사장 안에서 소란스럽게 떠들고 서로 인사를 나누기에 여념이 없었다는 지적이다.

그나마 오전 행사가 끝나기도 전에 참석자들 대부분이 자리를 떠나서 오후에는 학생들이 그 자리에 대신 앉아 세미나 주제발표를 들어야 했다. 특히, 유공광고인 시상식이 시작되자 단상에서는 사진기자들이 서로 좋은 자리를 차지하기 위해 몸싸움을 벌였으며, 험한 말이 오가기도 해 주최측이 포토라인을 미리 정해주었더라면 하는 아쉬움이 남았다.

지방에서 올라온 한 광고학과 교수는 “광고인들이 서로를 격려하고 축하하는 마당이 마치 시장바닥 같아서 안타깝다”며 “학생들도 함께 왔는데 장차 우리 광고산업을 책임져야 할 학생들이 무엇을 배워야 할지 염려스럽다”고 말했다.

앞으로 한국광고대회가 명실상부한 광고인 축제의 장이 되기 위해서는 참가자들의 성숙된 의식과 더불어 주최측의 세심한 배려가 필요하다는 지적이었다.

#### [이순동 삼성 기업구조조정본부 전무이사 국민포장 수상]

##### '기업이미지 광고' 새로운 영역 개척

지난 85년 국내 각 기업의 광고 형태는 직접적인 판매를 목적으로 하는 제품광고가 주류를 이루고 있었으며, 수출실적 등을 소재로 활용한 일회적인 기업광고가 집행되는 수준이었다.

당시 이순동 전무이사는 국내 최초로 시리즈 광고(휴먼테크 캠페인)를 85년부터 90년까지 5년에 걸쳐 집행하여 기업광고의 새로운 전형을 개척했다. 이는 소비자에게 인간을 위한 기술이라는 기업의 사회적 존재 이유와 경영목표에 대한 이해를 유도하여 국민의 경제적 편익과 사회적 공익의 기반 위에 기업이 존재한다는 기업철학을 밝히는 기업이미지 광고의 캠페인의 효시가 되었다.

또한 81년부터 국내 최대의 광고주인 삼성전자 및 삼성그룹의 광고 책임자로서 86년 아시안게임, 88년 서울올림픽 개·폐회식 등 국가적인 대형 행사에 적극적인 지원을 아끼지 않았으며, 각종 무역박람회 및 문화행사에 대한 참여와 지원을 통해 기업 공익사업의 모범사례를 정착시켰다.

더불어 스포츠마케팅을 선도적으로 도입, 한국과 한국 기업을 세계에 널리 알리는 데 기여했으며, 2000년 시드니올림픽에서는 삼성전자가 공식 올림픽파트너 자격을 획득, 국제적으로 한국 기업의 위상을 높이고 국가 신인도를 제고하는 데 크게 공헌했다. 특히, 국내 최대의 광고주 책임자로서 광고의 과학화와 선진화를 주도했으며, 제46차 세계광고주대회의 집행위원으로서 이 대회 성공적 개최의 견인차 역할을 수행했다.