

■ 설문조사

광고주 84% 방송광고심의 민간위탁에 긍정적

광고주들은 방송위원회의 방송광고심의 민간위탁에 대해 긍정적으로 평가하고 있으며, 향후 방송광고심의가 표현의 자유 확대와 기업활동에 긍정적 역할을 할 것으로 기대하는 것으로 나타났다.

한국광고주협회가 방송광고심의 민간위탁 1달을 맞이하여 8월 28일부터 9월 6일까지 광고홍보담당 실무책임자 52명을 대상으로 간이설문조사한 바에 따르면 광고주들은 방송광고심의가 광고자율심의기구로 위탁된 사실을 알고 있으며, 84%가 방송광고심의의 민간위탁에 대해 긍정적인 평가를 하였다.

광고자율심의기구로의 민간위탁에 대해 긍정적으로 평가한 이유는 당장의 큰 변화보다는 향후 광고표현의 자유에 대한 침해가 많이 완화될 것이라는 긍정적 기대와 광고자율심의 정착의 새로운 전기를 마련했다는 점에서 긍정적 평가를 한 것으로 보인다.

반면 일부에서는 시행 한달 동안 달라진 것이 없다고 부정적으로 평가하였다. 똑같은 전문위원과 심의실 직원의 심의 마인드가 전혀 변함이 없다는 것. 방송광고심의에서 반드시 바뀌었으면 하는 사항으로는 △방송광고심의의 일관성 유지 △광고표현의 자유 확대 △시대흐름을 반영하는 심의기준 마련 △외국어 표기 완화 등이 가장 많이 지적됐다.

광고자율심의기구로 바라는 사항으로는 △객관적이고도 공정한 심의관행 정착 △현실을 반영한 합리적인 심의기준 마련 등을 바라는 것으로 나타났다. 이번 설문조사는 한국광고주협회 내의 광고마케팅담당 실무책임자들의 모임인 한국마케팅포럼 회원 52명을 대상으로 실시되었다.

방송광고심의 민간위탁 100% 인지

그동안 방송위원회에서 시행되어오던 방송광고심의가 지난 8월 1일부로 광고자율심의기구로 위탁되었다는 사실을 어느 정도 알고 있는가를 물어본 결과 응답자의 53%가 '정확히 알고 있다'고 응답하였으며, 47%는 '위탁되었다는 사실만 알고 있다'고 응답했다.

광고자율심의기구 위탁에 84% 긍정

방송광고의 사전심의 기능이 광고자율심의기구로 위탁된데 대해 어떻게 평가하는 지를 물어본 결과 84%가 '긍정적 또는 매우 긍정적'이라고 응답하였으며, 16%만이 '현재로서는 잘 모르겠다'고 응답하였다.

광고표현 확대될 것으로 기대

평가에 대한 이유를 물어본 결과 방송위원회에서 할 때보다 광고표현의 자유가 보다 확대되고 무엇보다 진정한 광고자율심의 정착의 계기가 마련되었다는 기대를 반영한 것으로 나타났다.

즉, 크리에이티브나 표현의 자유에 대한 규제가 보다 완화되어 광고활동에 새로운 전기가 마련될 것이라는 기대이다. 그러나 한편으로는 똑같은 전문위원과 심의실 직원의 심의 마인드 변화가 없어 크게 기대할 것이 없다는 반응도 나타났다.

방송광고심의 일관성 유지해야

방송광고심의에서 이것 만큼은 반드시 바뀌었으면 하는 내용으로는 방송광고심의의 일관성 유지와 광고표현의 자유 확대라는 응답이 가장 많았다. 그외에는 시대흐름을 반영한 심의기준 마련, 외국의 표현의 제한 완화, 규제를 위한 규제 지양, 심의기일의 단축, 사소한 부분의 트집으로 인한 시간적, 경제적 손실을 줄어야 한다는 응답이 나왔다.

공정하고도 객관적인 심의 이루어져야

광고자율심의기구에 바라고 싶은 사항으로는 공정하고도 객관적인 심의 관행의 정착이라는 응답과 현실을 반영한 합리적인 심의기준 마련에 대한 바람이 가장 많았다.

그외에는 광고실무경험이 풍부한 인사의 심의위원 선정, 사회적으로 용인되는 범위안에서의 외국어 표현 완화, 광고자율심의기구의 이름에 걸맞는 조직 구성원과 심의위원의 심의 마인드 전환이 필요하다고 지적했다.

정리·이수지