

## ■ KAA NEWS

### 1. 민연련 방송사의 미디어렙 지분참여 반대

민주언론운동시민연합은 8월 24일 정부에서 입법예고한 '방송광고판매대행 등에 관한 법률안'과 관련 방송사의 민영 미디어렙 출자와 지분참여 허용에 반대한다는 성명을 발표했다.

민연련은 "정부가 입법예고한 법안이 원안대로 시행될 경우 민영 미디어렙의 도입취지인 공정한 경쟁은 훼손되고 상업주의와 방송 프로그램의 선정성 시비가 가속화될 것"이라고 주장했다.

또한 "방송사가 주도하는 민영 미디어렙은 필연적으로 방송광고요금의 상승을 부추기고 이에 대한 부담은 고스란히 시청자인 국민들에게 돌아갈 것"이라고 문제점을 지적했다. .

### 2. 광고 전문 B2B사이트 개설



미디어스팟은 인터넷을 통해 온라인광고는 물론 오프라인 광고까지 사고 팔 수 있는 사이트를 개설해 관심을 모으고 있다.

([www.mediaspot.co.kr](http://www.mediaspot.co.kr)) 광고를 구매하고자 할 때에는 검색을 통해 원하는 매체를 찾아 가격, 상세설명 등을 확인 후 입찰에 들어가면 되며, 미디어스팟은 거래종결 후 결

과를 구매자와 판매자 쌍방에 통보해준다.

### 3. 통일한국 CF모델 설문에 남북정상이 적격

남북통일이 된 후 통일한국의 이미지를 홍보할 광고모델로 가장 적합한 인물은? 인터넷에서 광고 가상주식 게임사이트를 운영중인 애드아이([www.adstock.co.kr](http://www.adstock.co.kr))의 설문조사에 의하면 단연 김대중 대통령과 김정일 국방위원장이 통일한국의 광고모델로 최적격이라는 응답이 나왔다.

전국의 네티즌 1,320명이 응모한 이번 설문조사에서 전체 응답자의 56%인 741명이 김대중 대통령과 김정일 국방위원장이라고 응답하였으며, 2위는 평양에서 성공적인 공연을 한 리틀엔젤스가 6%(83명), 외국인 유학생으로 국내 방송사에 출연 전국을 일주한 부르노와 보첵씨가 5%(66명)로 3위를 차지했다.

### 4. 삼성마이젯 전지현 '터닝 춤'광고 새로 선보여

삼성마이젯 광고에서 테크노 여전사로 모습을 드러냈던 전지현이 이번에는 360도 터닝 춤

을 선보여, 관심을 모으고 있다. 이번에 새로 제작된 광고는 컬러 캡슐이 밀려오는 장면으로부터 시작한다.

전지현은 캡슐안에서 섹시하게 춤을 추고 360도 터닝할 때마다 새로운 전지현이 만들어지며, 다섯 명의 쌍둥이가 만들어졌다가 다시 한 명으로 합쳐진다. 복제와 합체가 반복되는 환상적인 분위기를 통해 미세한 입자까지 복제하는 마이젯 프린터의 성능을 전달하고 있다.

#### 5. 방송위 인터넷 민간 감시제도 도입

방송위원회는 방송사업자가 운영하는 인터넷방송의 건전성 여부를 지속적으로 감시하기 위해 학부모단체와 네티즌 동호회 등 민간단체 회원 14명을 '방송위원회 인터넷방송 명예심의원'으로 선정했다. 이번에 선임된 명예심의원은 방송사업자와 중계유선방송사업자, 전광판 방송사업자가 운영하는 인터넷 방송사이트와 홈페이지에 대한 감시활동을 담당하게 된다.

#### 6. 애경산업 광고모델로 차인표-신애라 부부 등장

차인표 신애라 부부가 애경산업의 신제품 블루칩비누 광고모델로 등장해 눈길을 끌고 있다. 차인표 신애라 커플은 지난 93년 당시 최고 인기드라마였던 '사랑을 그대 품안에'의 남녀주인공으로 열연하며 결혼에 골인, 화제를 모았었는데 당시 드라마의 배경이 바로 애경백화점 이어서 관심이 남다르다.

애경측은 드라마의 인연도 있고 또 우량주를 뜻하는 블루칩이란 비누이름이 모범부부로 사는 차인표 신애라의 이미지와 맞아떨어져 기획단계부터 이들 부부를 캐스팅 후보 1순위로 삼았다고 한다.

#### 7. 018 한통엠닷컴 광고 네티즌들에게 인기



네티즌들에게 가장 인기있는 광고는 '사랑은 움직이는 거야'라는 광고 카피로 10대 청소년층을 중심으로 선풍적인 인기를 끌었던 '018한국통신엠닷컴'광고인 것으로 나타났다.

인터넷 방송국인 NGTV ([www.ngtv.net](http://www.ngtv.net))가 2주간 인터넷 동영상광고 다운로드 수를 집계한 결과 모두 236만여 다운로드수 가운데 '018'광고가 18만 6,810번(7.9%) 다운로드되어 1위에 올랐으며, 영화배우 이성재가 출연한 '다음'광고는 12만 3,355번(5.2%) 다운로드 수를 기록 2위를 차지했다.

## 8. 삼성옥션 광고모델로 비비킹-에릭클랩튼 출연

블루스계의 거장 비비킹과 살아있는 기타의 전설 에릭 클랩튼이 인터넷 경매 사이트 '삼성옥션([www.samsung-auction.com](http://www.samsung-auction.com))' 광고모델로 선보여 관심을 모으고 있다. 음악계의 두 거장 비비킹과 에릭클랩튼의 깐깐한 이미지 덕에 '삼성옥션' 측은 자사 경매의 신뢰도를 높일 수 있는 장점을 얻고, 워너 뮤직 코리아측도 돈 한푼 안들이고 'Riding With The King'의 앨범 홍보를 할 수 있어 양측 모두 이득을 본 셈.

## 9. 지상파 3사 자막 처리, 겹치기 출연 심각

지상파 방송사의 자막이 정도를 넘어 지나치게 남발되고 있을 뿐만 아니라 출연자의 겹치기 출연도 심각한 수준인 것으로 나타났다. 한국방송진흥원이 지난 6월 26일부터 7월 2일까지 방송된 KBS, MBC, SBS 등 지상파 방송3사 20여편의 버라이어티 쇼 프로그램을 대상으로 분석한 보고서에 따르면 MBC, SBS가 프로그램 1회에 무려 1,000개가 넘는 자막을 사용한 것으로 나타났으며 봄 프로그램 개편시 쇼 프로그램의 편성비율은 개편전에 비해 약 67%나 증가한 것으로 집계됐다.

방송사별로 보면 KBS1의 경우 11편으로 개편전에 비해 무려 8편이 증가했고, KBS2는 5편이 증가한 24편, SBS는 9편이 증가한 25편(21.6%)이었다. 진행자와 출연자의 겹치기 출연도 문제점으로 지적됐다. 한 출연자의 경우 1주일동안 무려 6개의 쇼 프로그램에 출연한 것으로 조사됐다.

## 10. 방송위 독립 보장 위한 관련조항 정비 시급

김정기 방송위원회 위원장은 프레스센터 12층 한국언론재단 연수센터에서 개최된 방송학회, 언론정보학회, 광고교육학회의 공동 학술세미나에서 방송법의 관련조항을 조속히 정비할 필요가 있다고 밝혀 주목을 끌었다.

김위원장은 이날 '통합방송법 시행 반년, 과제와 전망'이라는 주제로 기조연설을 하면서 "지난 5개월 동안 새방송법을 운용하는 과정에서 방송위원회의 법적 성격이 불명확해 문제점이 많았다"며 "실질적으로 직무상 독립을 보장받을 수 있도록 방송법의 관련조항을 정비하는 것이 바람직하다"고 말했다.

또한 "인터넷 방송이나 통신위성을 이용한 유사 위성방송 등이 사회적 문제를 유발하고 있으나 이에 대한 규제가 이뤄지지 않고 있다"며 "현행 방송법의 체계는 방송과 통신의 융합에 따른 대처가 미흡하므로 법제정이 필요하다"고 말했다.

## 11. 이산가족 시청률 정상회담보다 높아

TNS에 의하면 이산가족 상봉 첫날인 15일, 방송3사 시청률은 코엑스에서 실제 상봉이 이

뤄진 오후 4시 42분부터 급격히 올라가기 시작, 오후 4시 55분 37.9%로 최고치를 기록했으며, 이 수치는 지난 6월13일 김정일 국방위원장이 평양 순안공항에 도착한 김대중 대통령을 영접했을 때의 분당 최고시청률 33.5%보다 높게 나타난 것으로 조사됐다. 하지만 가구시청률은 작년의 39.2%보다 낮은 37.2%로 조사됐다.

연령에 따라 시청률 편차도 심했다. 50대 이상 시청률은 27.7%로 가장 높게 나타난 반면 10대는 13.8%로 6·25세대와 이후 세대간에 이산가족문제에 대한 관심도가 두드러지게 차이가 났다. 방송사별로는 오전 6시~10시까지는 KBS 1TV(시청율 8.6%)가 앞서나갔으나 정오무렵 MBC와 치열한 접전을 벌였고, 오후 2시 30분~7시에는 MBC(11.7%)가 더 높게 나타났다.

## 12. SK그룹 이산가족 상봉일 17개지에 광고게재

SK그룹은 역사적인 남북이산가족 상봉일인 16·17 양일간 전 일간지(17개 신문)의 1면에 이산가족의 만남을 주제로 한 특집광고를 게재했다. 철조망에 기대 눈물짓는 주름진 노인의 비주얼과 '행복해서 울었습니다'라는 카피를 대비시킨 이번 광고는 이산가족의 지나온 경과 슬픔, 만남의 기쁨을 함축적으로 표현하였을 뿐만 아니라 상업성을 배제하고 남북이산가족의 만남을 축하하는 내용의 기업 이미지를 담는데 주력했다.

## 13. 인터넷광고 구매촉진 광고 50% 육박

우리나라의 인터넷 광고는 미국이나 일본 등 다른 국가들에 비해 구매촉진형 광고가 상대적으로 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 애드챔([www.adram.co.kr](http://www.adram.co.kr))이 최근 4개월간의 인터넷광고 2,306편을 분석한바에 따르면, 광고표현 형태별 분류에서 우리나라는 구매촉진 광고가 1,101건으로 47.7%를 차지하였으며, 27.3%를 차지한 미국이나 25.8%에 머무른 일본에 비해 두배 가깝게 많은 것으로 나타났다.

## 14. 전자상거래 올 매출액 18조 예상

올해 국내 전자상거래 시장규모는 소비자대상(B2C) 1조 1,398억원, 기업간거래(B2B) 17조 5,208억원으로 지난 해에 비해 각각 363%, 78% 늘어날 것으로 전망됐다. 정보통신정책연구원 발표의 '국내 전자상거래 조사통계'에 의하면 2월말 현재 전자상거래를 도입한 곳은 전체 사이트의 9%인 7,951개로 조사됐다.

업종별로는 제조업이 35%로 가장 많았고, 도·소매업 29.1%, 사업서비스 19%, 통신과 개인서비스 각 4% 순이었다. 거래유형은 소비자대상(B2C) 59%, 기업간거래(B2B) 38.9%, 소비자간거래(C2C) 5%를 차지했다.

한편 최근 6개월간(지난해 12월 ~ 올 5월) 전자상거래 이용자비율은 만13~49세 인구중

7.7%인 215만명으로, 지난해 6월 ~ 11월 91만명(3.3%)에서 135% 증가했다. 1인당 평균 구매비용은 34만원, 이용횟수는 3.15회로 조사됐다. 전자상거래를 이용하는 가장 큰 이유(중복응답)는 시간절약 69.4%로 가장 많았고, 제품검색편리 65.3%, 비용절약 52.5%, 택배 44.2%, 선택폭 다양 22.8%, 경품제공 15.7% 등으로 나타났다.

### 15. 광고자율심의기구 광고심의기준위원회 위원 선임

한국광고자율심의기구는 8월 18일 광고심의기준위원회 위원 9명을 위촉하였고, 전 대법관을 지낸 오성환 변호사를 위원장으로 선임하였다. 광고심의기준위원회는 광고심의관련 최고 의결기구로서 광고자율심의규정을 제정하고, 방송, 인쇄매체 광고심의에 대한 재심의 안건 등을 처리한다.

이번에 위촉된 기준위원회 위원은 정광모 한국소비자연맹 회장, 오택섭 고려대 신문방송학과 교수, 조강철 전 스포츠조선 전무이사, 이기흥 한국광고업협회 회장, 김형덕 시인, 리대룡 중앙대학교 광고홍보학과 교수, 이노종 SK그룹홍보실 전무이사, 김철순 전 진주 MBC 사장 등 9명이다.

### 16. 공정위 스팸메일 발송 규제

공정위는 앞으로 PC통신이나 인터넷을 통해 개인의사와 관계없이 스팸메일을 발송하면 영업정지 등의 처벌을 할 수 있도록 전자상거래 소비자보호법(가칭)을 정기국회에 상정할 방침이다. 온라인 사업자가 상업용 e-메일을 보낼 때 수신자에게 향후 수신 여부를 받듯이 묻도록 하고 수신거부 의사를 밝혔을 때는 발송을 금지할 방침이다.

또 수신자가 아무런 의사를 표시하지 않았을 경우에는 주 1회 또는 월 1회로 발송횟수를 제한하고 메일크기도 1회에 30킬로 바이트(A4용지 30장 분량)를 넘지 못하도록 할 계획이다. 오프라인 사업자가 온라인을 통해 스팸메일을 보내는 것도 똑같은 규제를 받는다.

### 17. 화장품광고에 가장 잘 어울리는 연예인은 이영애



산소같은 여자의 카피로 잘 알려진 이영애가 화장품광고에 가장 잘 어울리는 여자 연예인으로 뽑혔다. 애드아이 ([www.ad-stock.co.kr](http://www.ad-stock.co.kr))는 최근 회원 1천여명을 대상으로 '화장품 CF에 가장 잘 어울릴 것 같은 여자 연예인'을 설문조사한 결과 청순한 이미지의 이영애가 19.5%의 압도적인 지지로 1위를 차지했다고 밝혔다.

다음으로는 '테크노 여전사' 전지현이 8.7%를 얻어 뒤를 이었고 최근 누드사진 파동으로 몸살을 앓고 있는 김희선 7.7%로 3위에 올랐다.

## 18. 태평양 창립 55주년 기념 특별 전시회 개최

태평양은 9월 15일 용산 본사 사옥 1층에서 창립 55주년 기념 특별전시회를 개최한다. 'Dream 55 Exhibition'으로 명명된 이번 전시회는 아름다움을 위한 여성들의 꿈을 실현시키기 위해 노력해온 태평양 55년의 발자취를 연도별로 보여준다.

태평양의 창립과 기틀을 다지던 시기인 1945년부터 1970년까지는 'Dream innovator', 비약적인 성장으로 장업계 1위로 올라선 1971년부터 1980년까지를 'For The First', 고객감동을 최우선 과제로 삼았던 1981년부터 1990년까지를 'For The Best', 그리고 21세기 글로벌 기업으로의 도약을 위한 준비시기였던 1991년부터 2000년까지를 'Dream For Beauty'로 나누어 주제별로 사진을 전시한다.

또한 Advertising Trend와 AD Gallery를 마련하여 총 250여 점의 광고캠페인 인쇄물을 전시하여 한국 광고의 흐름을 볼 수 있는 기회를 제공한다. 이번 전시회는 30일까지 열릴 예정이다.

< 알 림 >

**소비자 단체장 초청 간담회**

한국광고주협회는 9월 22일(금) 오전 7시 30분 신라호텔에서 제15회 소비자 단체장 초청 간담회를 개최합니다.  
회원 여러분의 많은 참석을 바랍니다.  
참석을 원하시는 광고홍보담당 임원께서는 사무국으로 연락주시기를 바랍니다.

- 일시 : 2000년 9월 22일(금) 07:30
- 장소 : 신라호텔 영빈관 에머랄드룸
  - 연사 : 조병량 한양대 교수
- 주제 : 방송광고의 자율심의 정착 방안