학술활동강화해 국제 수준의 학회로 거듭날 것

Q 먼저 이번 2001전국광고주대회'에서의 감사패 수상 소감을 말씀해 주신다면?

A 제1회 행사에서 감사패를 수상하게 되어 영광이고 한편으로는 보다 큰 책임감도 느낀다. 이번 감사패 수상을 계기로 한국광고학회는 광고분야에서의 산학협력을 강화하는 한편 나아가 광고이론 개발과 광고 전문인력 배출을 통해 한국 광고산업 발전에 기여하는 것으로 보답하겠다.

Q 1989년 창립이래 한국광고학회의 화려했던 발자취를 소개해 주신다면?

A 한국광고학회는 광고학에 대한 연구와 교육, 산학협력을 이끌어 온 국내의 대표적인 학술단체다. 먼저 학술활동에 대해 소개하자면 국내 최고의 광고학 전문학술지로 자리잡은 [광고학연구]를 연4회 발간하고, 봄 · 가을 정기학술 세미나를 개최하는 한편, 세계 유명 광고학자와 자리를 함께 하는 국제광고학 세미나도 정기적으로 개최하고 있다. 또한 1999년부터는 연차학술대회를 개최해 광고관련 주요 분야의 학제적 연구발표에 힘쓰는가 하면, 연3회 광고산업과 관련된 프로젝트 주제를 선정해 연구진행 후 보고서를 발간, 배포하고 있다.

산학협동 사업으로는 매년 올해의 광고 를 선정, 시상해 광고의 질적 수준 향상에 기여하고 있고, 광고관련 정책수립, 제도개선, 법규 및 심의규정의 제정, 개정작업 등에 참여하여 광고제도 선진화에 앞장서고 있다.

국제활동으로는 1999년부터 일본 광고학회와의 학술교류를 본격화해 한국 광고학 및 광고산업의 국제화를 위해 노력하고 국내 광고연구 동향을 해외에 소개하는데도 일조를 하고 있다. 또한 일본 요시다기념사업재단의 객원연구원 추천단체로 위촉되어 국내 광고학자의 해외연구를 돕는 등 광고학의 국제교류 촉진에 기여하고 있다.

Q 국내 광고의 발전을 위해 앞으로 계획하고 있는 일이 있다면 소개해 주시죠.

A 먼저 학술활동을 강화해 국제수준의 학회로 육성할 계획이다. 국내 광고학 연구수준을 세계 수준으로 높이기 위해 국제학술대회 개최, 논문집 발간, 연구보고서 발간 등에 더욱 힘쓸 것이며, 우수논문상, 우수저술상 제도를 통해 연구분위기를 활성화시킬 계획이다.

또한 일본뿐만 아니라 미국 등 선진국 광고학회와 학술교류를 본격화할 예정이다.

한편 산학협력 체제를 강화해 불합리한 광고관련 제도, 정책, 규정 등의 정비 및 개선에 힘쓸 것이며, 산학 공동연구를 통하여 우수한 광고전문인력 양성방안을 수립하고, 광고교육 개선방안을 모색하는데 앞장설 것이다. 그리고 광고학자와 현업전문가의 공동연구 활성화로 이론과 실무를 통한 보다 전문성 있는 연구 사업에 노력을 아끼지 않을 것이다.

한국광고학회는 1989년 창립이래 광고에 대한 긍정적인 마인드를 학문적으로 뒷받침하여 다양한 학술활동과 산학협동사업, 국제활동 등을 벌여 왔다.

◀ *민병준회장으로부터감사패를 받는 한국광고학회조병량 회장*

이해하기쉬운 광고법규해설서쓸 계획

▲ 감사패를수상하고 기뻐하는김연호변호사

김연호 변호사는 1994년 방송광고 사전심의 위헌 제소'대리인으로서 무료 변론을 하여 광고계를 지원했었다. 이후 공정거래위원회 표시·광고 심사자문의원, 한국광고자율심의기구 지상파광고 심의위원 등으로 활약하면서 법조인의 한사람으로서 광고계를 위해 중요한 역할을 맡고 있다.

Q 2001전국광고주대회 에서 감사패를 수상하신 소감은?

A 광고주협회가 처음으로 개최한 이 대회에서 감사패를 받게 된 것을 진심으로 기쁘게 생각한다. 솔직히 여러 곳에서 감사패를 받은 경험이 있으나 이번 감사패가 가장 으뜸이고, 대통령 표창을 받은 것보다 영광스럽다고 생각한다. 이 감사패는 그동안의 노력에 대한 감사의 뜻이 아니라 앞으로 더욱 열심히 하라는 격려로 받아들이고 싶다. 언론사와도 당당하게 싸우는 광고주협회가 감사패를 아무에게나 주겠는가. 이 감사패 안에는 또 다른 깊은 뜻이 있을 것으로 생각한다. 이 기회에 광고계를 위하여 앞으로 무엇을 할 것인지를 곰곰히 반성해야 하겠다.

Q 1994년 방송광고 사전심의제도 위헌성 여부를 놓고 헌법재판소에 헌법소원을 제기할 때 무료변론을 하신 것을 비롯해 광고계를 위해 공헌하신 일이 많은 것으로 알고 있는데, 소개해 주신다면?

A 광고란 것이 법적 뒷받침이 필요한 분야로써 광고 법률가로서 누군가는 있어야 한다라는 개인적 사명감과 보람이 지금까지의 인연을 만들었다.방송광고 사전심의제 위헌소원은 내가 광고에 관심을 기울이게 된 계기였는데, 당시 사전심의제 논란의 심각성을 알고 무료변론을 자청했고, 시의성을 놓치지 않기 위해 추석 명절 기간동안 홀로 사무실에 나와 각국 입법례와 사례를 조사하고 헌법논문 및 판례 등을 연구하여 수십 매에 이르는 소장을 작성했던 기억이 새롭다. 그러나 접수 후 헌법재판소는 수년간 본안심리도 하지 않은 채 보류하다가 형식적 요건을 트집잡아 각하 결정을 내려 버렸다. 헌법재판소 재판관이 대통령, 국회선출자, 대법원장이 지명하는 자들로 채워지는 한계가 있기 때문에 정치적 이유로 광고계를 자율체제로 돌리고자 하는 분위기도 아니었고, 광고계도 눈치를 살피는지(?) 적극적인 목소리를 내지 않아 어려움이 많았던 것이 사실이었다. 본인은 헌법소원의 각하결정이 기관 및 매스컴, 광고계의 이해관계 조정의 타협책으로 이루어진 것으로 이해하고 있다. 이후 광고계와 지속적인 관련을 맺게 되었는데 특히, 광고주협회는 특유의 근성으로 항상 광고계의 발전을 위해 노력하는 바 문제발생시 법적 대응을 통한 정면승부를 선호(?)하였으므로 자연히 본인이 여러 사건에서 관련되었다.

이 외에 공정거래위원회 소비자보호국 광고자문위원으로서 표시광고법 제정에 많은 법적 의견을 제시하였고, 현재는 광고자문위원 뿐만 아니라 공정위 정책평가위원 및 규제개혁위원으로도 활동하고 있다. 그리고 광고자율심의기구의 지상파광고 심의위원으로도 활동하고 있다.

Q 광고계 발전을 위해 앞으로 계획하고 계신 일이 있다면?

A 우선 광고인들이 쉽게 이해할 수 있는 광고법규 해설서를 쓸 계획이다. 우리 나라 광고시장은 전세계적으로 상위에 속하면서도 변변한 광고법규 해설서 하나 출간되어 있지 않다. 광고계가 그만큼 광고인들의 배타적 영역으로 존재해 왔던 탓도 있지만 소송사건이 없었으므로 법률가들의 관심 밖에 있었기 때문이기도 하다. 체계화되지 않은 광고법규를 정리하고 이를 법률적으로 해설해 광고가 계약법적으로 어떤 성격을 가지고 있는지 규명하고 싶다. 그리고 독특한 우리 나라 광고주체들의 지위도 규정해야 한다고 본다.

다른 한편으로는 아직까지 거미줄 같은 규제망 속에서 많은 제약을 받고 있는 광고산업에 쓸데없는 규제는 제거하고 필요불가결한 규정만을 존치시켜 소비자를 보호함과 동시에 광고도 발전할 수 있는 토대를 구축하는데 일조를 하고 싶다.

인터뷰 · 이수지