



제15회 소비자가 뽑은 좋은 광고상

소비자들이 직접 참여하여 좋은 광고를 선정하는 국내 유일의 광고상인 제15회 소비자가 뽑은 좋은 광고상' 시상식이 지난 3월 14일 오후 4시 전경련회관 20층 난초홀에서 있었다. 한국광고주협회는 한국소비자단체협의회와 공동으로 1992년 이 상을 제정했다.

이번 시상식에서는 SK텔레콤 '사람을 향합니다 캠페인' (광고회사 TBWA KOREA)이 전파부문 대상, 포스코 '상생 시리즈' (광고회사 MBC에드컴)가 인쇄부문 대상을 수상했다.

이번 제15회 소비자가 뽑은 좋은 광고상에는 총 500여 편의 광고가 출품되었다.

1차 예심에서는 이영희 이화여대 교수, 서범석 세명대 교수, 김상훈 인하대 교수, 이정수 한국소비자단체협의회 부장 등 광고전문가로 구성된 심사위원단이 소비자로부터 문제제기가 있었던 광고, 모방광고, 비방광고, 허위과장광고 등 문제성 광고를 우선적으로 가려내어 총 317점을 선정했다.

2차 투표인단 투표심사에서는 한국소비자단체협의회 소속단체인 녹색소비자연대, 대한주부클럽연합회, 서울 YMCA, 서울YWCA, 소비자시민모임, 전국주부교실중앙회, 한국소비생활연구원, 한국소비자교육원, 한국소비자연맹에서 추천한 투표인단과, 대학생 광고연합동아리인 애드컬리지, 애드파워, 애드플래시, 애드피아 소속 회원 97명이 참여하여 투표한 결과, 총 198점이 선정되었다.

3차 본심사에서는 강정화 한국소비자연맹 사무총장, 김연화 한국소비생활연구원 원장, 김재욱 소비자시민모임 회장, 김형 서울YWCA 회장, 이덕승 녹색소비자연대 상임대표, 이윤자 전국주부교실중앙회 회장, 전성자 한국소비자교육원 원장, 정광모 한국소비자단체협의회 회장, 황명자 대한주부클럽연합회 부회장 등 소비자단체 대표들이 토론과 투표를 거쳐 매체별, 업종별 총 36점을 선정하고, 그 중 특별상 2점과 영예의 대상 2점을 결정했다.



심사소감



소비자가 뽑은 좋은 광고상이 올해로 15년째를 맞습니다. 그 동안 이 상은 기업과 소비자 간의 상호 이해증진과 함께, 소비자의 광고에 대한 관심을 높이고 긍정적인 인식을 함양하는 데에 이바지해 왔습니다.

올해 심사에서 좋은 광고들이 참 많았습니다.

오백여편의 출품작 가운데 올해 총 서른여섯 작품이 수상의 영예를 안았습니다.

먼저 TV부문 좋은 광고상을 보면, 역시 기업PR 부문의 경쟁이 치열했습니다.

기업의 이미지를 형성하는 데에 광고의 역할이 중요한 만큼 기업PR 광고가 그 어느 해보다 많이 출품되었고, 또한 작품의 수준도 해마다 높아져서 수상작을 결정하기가 어려웠습니다. 그러나 무엇보다 소비자의 마음을 움직이는 건 역시 가슴을 따뜻하게 만들어주는 광고였습니다. 그 밖에도 건강한 사회를 만드는 데에 일조 하는 광고, 과장이 없고 보기에 편안한 광고, 그리고 소비자에게 웃음을 주는 광고가 높은 점수를 받아 수상작으로 선정됐습니다.

다음으로 인쇄부문 좋은 광고상은 세련된 비주얼과 정확한 메시지 전달에 얼마나 충실한가에 기준을 두고 심사를 했습니다. 신문부문 좋은 광고상을 받은 이홉 작품과 잡지부문 좋은 광고상에 선정된 다섯 작품 모두 뛰어난 비주얼과 정확한 카피가 돋보여 수상의 영예를 안았습니다.

라디오부문 좋은 광고상으로 선정된 위니아만도의 우리김치 캠페인은 김치냉장고를 부각시키기보다는 우리 김치의 좋은 점을 알림으로써 소비자에게 유의

한 정보를 제공했고, 아모레퍼시픽의 마몽드 들꽃 캠페인은 시각적인 요소가 없이도 아름다움이란 추상적인 이미지를 소비자에게 잘 전달하고 있습니다.

옥외부문과 인터넷부문의 좋은 광고상을 받은 작품들을 보면서는 우리나라 광고가 해를 거듭할수록 크게 발전하고 있음을 알 수 있었습니다.

전파부문에서 영예의 대상을 수상한 SK텔레콤의 '사람을 향합니다' 캠페인은 첨단정보통신기술의 중심에는 결국 사람이 있다는 메시지를 전달함으로써 소비자에게 큰 감동을 주었습니다. 인쇄부문 대상으로 선정된 포스코 '상생' 시리즈는 이웃간에 서로 믿고 의지하며 따뜻한 마음을 나누는 모습을 광고를 통해 보여줌으로써 훈훈한 메시지를 전달하고 있습니다.

마지막으로 올해의 특별상으로는 농협중앙회의 기업PR캠페인 '농촌이 웃는 나라'와 한국관광공사의 '구석구석' 편이 선정됐습니다.

농협중앙회 기업PR캠페인은 농산물을 통해 웃음을 표현한 아이디어가 돋보였고, 한국관광공사의 구석구석 편은 알려지지 않은 우리땅 구석구석의 아름다움을 잘 보여주고 있어 올해의 특별상으로 선정됐습니다.

심사에 심혈을 기울여주신 100여 명의 소비자 심사단을 비롯해 모든 심사위원들께 감사드리며, 소비자가 뽑은 좋은 광고상이 앞으로도 지속적으로 기업과 소비자 간의 가교 역할을 충실히 해나가길 바랍니다.

감사합니다.

2007년 3월
전국주부교실중앙회 회장 이윤자