

## 미디어 빅뱅에 대비하여 공정하고 합리적인 광고환경 만들어야



한국광고주협회 KAA저널'이 지령 200호를 맞았습니다. 1989년 9월 창간된 이래 KAA저널'은 자유로운 광고시장과 광고주의 정당한 권익 보호, 그리고 건전한 광고문화 정착을 위해 노력해 왔습니다. 특히 '시장경제 없이 광고 없고, 광고 없이 시장경제를 꽃피울 수 없다'는 일념으로, 시장원리에 기반한 기업의 역할과 광고의 중요성을 널리 전파하기 위해 최선을 다해 왔습니다.

그 결과 사회전반에 걸쳐 광고와 기업에 대한 인식이 개선되고 이를 통해 언론을 비롯한 광고관련 산업과 우리 경제발전에 많은 기여를 해 온 것으로 생각합니다.

최근 우리나라 미디어 시장에는 지각변동이 일어나고 있습니다. 인터넷 기반의 신규 미디어가 급증하고 있으며, 종편과 같은 거대 광고 플레이어가 새롭게 등장하고 있습니다. 최근 국회를 통과한 한미 FTA가 효력을 발휘하면 외국 광고업체의 국내 진출도 더욱 가속화될 것입니다. 이러한 미디어 환경의 변화에 대응해서 우리 기업과 광고인은 보다 창의적인 사고와 도전적인 자세로 이를 새로운 기회로 만들어가야 하겠습니다.

아울러 세계 10위권에 달하는 광고시장 규모에 걸맞게 건전하고 합리적인 광고문화를 정착시켜가야 합니다. 시장원리에 따라 투명하고 객관적인 광고거래가 이루어져야 합니다. 광고효과에 대한 과학적인 평가와 이에 상응하는 합리적인 광고단가 설정이 가능하도록 관련 제도와 시스템을 구축해야 합니다. 그래야 광고주와 매체사가 서로 신뢰할 수 있고 우리나라 광고시장도 더욱 발전하는 선순환 구조가 만들어질 것입니다.

우리 광고주협회는 앞으로도 KAA저널'을 통해 광고 및 미디어 환경 변화에 부응하여 다양한 시각과 새로운 정보를 제공하는 한편, 광고시장 활성화를 위해 지속적인 제도 개선의 목소리를 높여 나갈 것입니다. 또한 KAA저널'이 광고 정론지로서 광고주·광고대행사·매체사 등 광고주체들 간의 이해의 폭을 넓히고, 공감대를 형성해 나가는 토론의 마당이 되도록 최선을 다하겠습니다.

광고인 여러분의 지속적인 관심과 성원을 부탁드립니다.

감사합니다.

한국광고주협회 회장 정병철