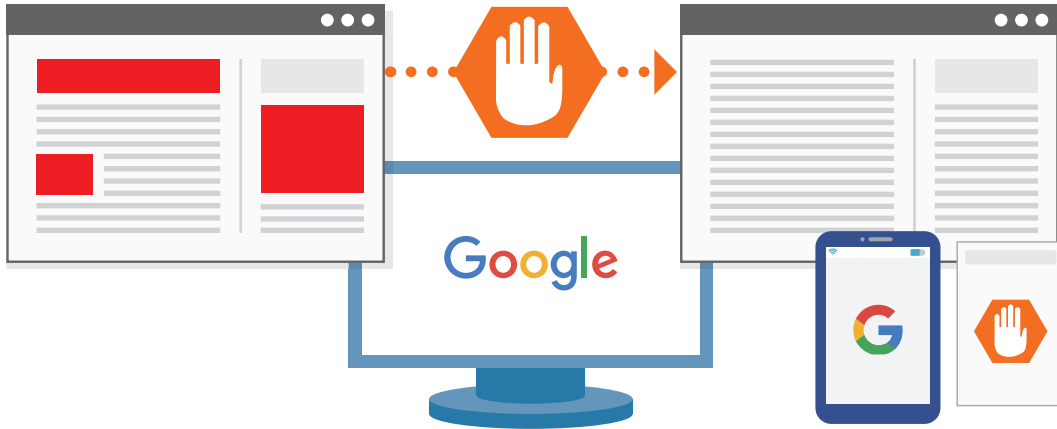


구글 '나쁜광고 차단' 국내 도입된다



구글이 크롬 브라우저에 과도한 광고를 자동으로 차단하는 '애드 블록' 기능을 국내에 탑재한다. 구글은 지난 7월 9일부터 미국, 캐나다, 유럽 등에서 시행해온 광고 필터링 기능을 전세계로 확대했다.

차단 대상이 되는 광고는 'CBA(더 나은 광고를 위한 연합)'가 권고하는 가이드라인에 따라 이용자 접속 환경을 저해하는 광고로 PC 기준 △팝업광고 △카운트다운을 포함한 사전전면광고 △소리가 나오는 자동재생 비디오 광고 △거대한 고정광고 등이 해당된다.

모바일에서는 △팝업광고 △사전전면광고 △소리가 나오는 자동재생 비디오 광고 △카운트다운 포함한 사후전면광고 △30% 이상 화면을 차지하는 광고 △지나친 주목을 끄는 플래시 광고 △거대한 고정광고 △전면 스크롤광고 등이 차단 대상이다.

해당 광고가 발견될 경우 처음 30일간 유예기간을 두고 시정토록 하고 이후 문제가 두 차례 반복되면 유예기간 없이 전면 차단되는 방식이다. 특히 차단 대상의 광고 뿐 아니라 해당 사이트의 모든 광고가 차단된다는 점에서 강력한 조치라고 할 수 있다.

최근 네이버도 '클린 웹 캠페인'의 일환으로 자사 브라우저 '웨일(Whale)'을 통해 웹 페이지 광고 차단 기능을 도입했다. 이에 따라 이용자는 웨일 브라우저 환경설정에

서 특정 웹페이지 광고 차단 여부를 선택할 수 있게 된다. 또한 웨일 브라우저는 CBA와 협력해 아시아 국가 중 최초로 더 나은 광고 표준(Better Ads Standards)을 도입한다고 밝혔다.

한편, 광고주협회는 2018년 광고학회와 공동 연구를 통해 '한국형 나쁜 광고 10가지'를 선정하는 등 인터넷 상에서의 나쁜 광고 퇴출을 지속적으로 촉구해왔다.

당시 연구를 담당한 김운한 선문대 교수는 ▲포털사의 광고 환경 개선을 위한 시스템 개발 및 주도적 방안 ▲유해한 광고 사이트에 대한 법적 규제와 광고 제재 방안 ▲객관적인 디지털 데이터 조사 및 효과적인 광고 측정 시스템 ▲나쁜 광고 퇴출 및 온라인 광고 관련 협업을 위한 산관학(産官學) 협의체 구성 ▲중소 광고주와 매체사에 대한 중장기적 규제, 지원 관리 방안 등을 제안한 바 있다. **KAA** 유재형 yoojh1999@kaa.or.kr

