

“디지털 패러다임 변화에 발맞춰 새로운 광고 문화 정착에 앞장서야”



손병두
한국광고주협회 고문

어떤 조직도 마찬가지로 구성원들이 염원하는 바를 수렴하고 실천하는 ‘리더십’이 중요합니다. 한국광고주협회는 ‘Free Market, Free Communication, Free Choice’란 슬로건을 내걸고 88년도에 설립된 조직으로 연간 11조원의 광고비를 집행하는 기업 광고주가 회원입니다.

광고는 소비자와 생산자 간에 올바른 정보를 원활하게 소통시켜 모두를 이롭게 하고 나아가 시장경제 활성화에 큰 도움을 주는 중요한 기능을 합니다. 그런 의미에서 협회는 광고주의 권익 뿐만 아니라 소비자의 편익도 도모하는 조직이 되어야 할 것입니다.

지금 많은 사람들이 신문 대신 포털이나 SNS로 뉴스를 소비하는 시대입니다. 이런 환경에 맞춰 유사언론으로부터 기업이 피해 받지 않도록 하는 일, 소비자에게 올바른 정보를 제공하는 일 등 광고주가 저널리즘에 충실하고 대중에 영향력 있는 언론 매체를 선별하기 위한 효과적인 방안을 강구해야 합니다.

그런 점에서 협회가 반론보도닷컴을 운영하며 유사언론을 견제하고, 사이버언론과 관련한 웹툰을 제작해 유사언론행위의 폐해에 대해 국민들에게 알린 것은 매우 바람직한 일입니다.

덧붙여 ABC나 통합시청률 등 과학적인 데이터를 기반으로 광고 집행을 할 수 있는 시스템이 정착될 수 있도록 노력해야 합니다.

앞으로 협회는 광고회사, 매체사가 상호 발전할 수 있는 방안을 만들고, 건강한 미디어 환경과 합리적인 광고 시장 조성을 통해 광고 산업이 선순환 성장을 할 수 있도록 앞장서야 할 것입니다.