

협회 뉴스



YTN 초청 회원간담회

한국광고주협회가 9월 23일(화) 웨스틴조선 서울 2층 오키드룸에서 YTN 초청 회원간담회를 개최한다. YTN 경영진과 보도진이 참여해 YTN의 보도·편집 방향에 대해 논의한다.

2025 한국광고주대회

한국광고주협회는 10월 30일(목) 웨스틴조선 서울에서 '2025 한국광고주대회'를 개최한다. 오후 2시에는 오키드룸에서 대회 기념 특별 세미나가 열리며, 오후 6시부터는 1층 그랜드볼룸에서 '광고주의 밤'과 'KAA 어워즈' 시상식이 열린다. KAA 어워즈는 광고주가 뽑은 올해의 마케터상, 프로그램상, 신문기획상, 공로상을 시상한다.



(사진 설명: 2024 한국광고주대회 현장 사진)

광고계 뉴스



3일간의 창의력 여정, '2025 칸 라이언즈 서울' 개막

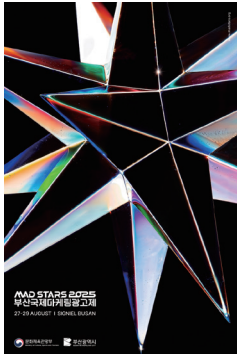
올해로 30주년을 맞은 '칸 라이언즈 서울'이 9월 24일부터 26일까지 3일간 광화문 씨네큐브에서 열린다. 칸 라이언즈코리아는 올해 칸 라이언즈에서 주목받은 글로벌 수상작 상영과 국내외 크리에이티브 전문가 강연 등 총 42개 세션을 마련했다. 이와 함께 마케터 대상 교육 프로그램 '칸 라이언즈 서울 마케터스 아카데미(CMA)' 참가자도 모집 중이다. 국내외 기업 재직 마케터라면 누구나 신청할 수 있으며, 수료 시 아카데미 수료증과 2026 칸 라이언즈 서울 전일권이 제공된다. 모집 정원은 50명, 선착순 마감된다. 자세한 내용과 신청은 칸 라이언즈코리아 공식 홈페이지에서 확인할 수 있다.





2025 한국광고대회, 대한민국광고대상 접수 시작

한국광고총연합회가 '2025 대한민국광고대상' 후보작을 9월 15일(월)부터 10월 2일(목)까지 온라인으로 접수한다. 수상작은 12월 2일(화) 더플라자호텔 서울 그랜드볼룸에서 열리는 '2025 한국광고대회'에서 시상할 예정이다. 자세한 내용과 접수 방법은 대한민국광고대상 공식 홈페이지에서 확인할 수 있다.



2025 부산국제마케팅광고제 성료, 'AI-vertising' 시대 조명

2025 부산국제마케팅광고제(MAD STARS 2025)가 8월 27일(수)부터 29일(금)까지 시그니엘 부산과 해운대 일대에서 성황리에 열렸다. 'AI-vertising, AI 광고 마케팅 시대'를 주제로 한 이번 행사는 40여 개 세션을 통해 생성형 AI, 브랜드 전략, 소비자 경험 등 최신 트렌드를 조명했다. 유엔여성기구와 유정근 삼성라이온즈 대표가 특별상을 수상했으며, 개막식, 시상식, 전시, CMO 세션 등도 함께 열렸다. 경진대회인 뉴스타즈(주니어 광고인)와 영스타즈(대학생 부문)는 8월 26일부터 4일간 진행됐으며, 20개국 180여 명이 참가해 30시간 내 캠페인을 기획·제작해 경쟁을 펼쳤다.

최화진 공동 집행위원장은 "AI 시대 창의성과 실무 전략을 공유한 실질적 교류의 장이었다"고 밝혔다. 자세한 내용과 수상작은 공식 홈페이지에서 확인할 수 있다.

필진 동향



유승철 교수, 실전 브랜드 전략 강연 개설

이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어학부 유승철 교수가 '브랜드 스토리에서 배우는 성공법칙'에 대한 온라인 강연을 개설했다. 총 11강으로 구성되며, 산토리·버드와이즈·건담·흑백요리사 등 다양한 브랜드의 마케팅·경영 사례를 통해 실무 인사이트를 전달한다. 특히 브랜드 가치를 높이고 고객 중심으로 성장할 수 있는 실무 전략을 다룬다. 브랜드 전략에 관심 있는 수강자를 대상으로 하며, 강의는 8월 20일(수)부터 9월 19일(금)까지 수강할 수 있다. 휴넷비즈니스스쿨 홈페이지에서 '유승철' 또는 강연명으로 검색하면 확인 가능하다.



양재규 본부장, 철우언론법상 수상

한국언론법학회가 매년 선정하는 철우언론법상의 2025년도 수상자로 양재규 언론중재위원회 조정본부장이 선정됐다. 「허위보도와 언론의 책임 범위」 논문으로 논문/저서 부문 수상의 영예를 안았다. 이 논문은 허위보도에도 언론사가 면책된 판결을 유형별로 분석하며 언론의 자유와 책임 사이의 균형점을 제시해 높은 평가를 받았다.



도서 추천



[광고로 세상을 읽다]

안순태 이화여대 커뮤니케이션·미디어학부 교수가 청소년을 위한 광고 리터러시 입문서 '광고로 세상을 읽다'를 펴냈다. 광고가 일상이 된 디지털 시대에 청소년들이 광고를 비판적으로 이해하고, 소비자와 크리에이터로서 주체적으로 활용할 수 있도록 구성됐다.

광고의 개념과 진화 과정을 시작으로, 광고 구분과 분석, 리터러시 함양까지 네 단계로 나눠 설명하며 실질적인 시각과 판단력을 키운다. 광고 중심 미디어 생태계를 '광고의, 광고에 의한, 광고를 위한 세상'으로 해석하고, 이에 대응하는 통찰과 실천적 방향을 제시한다.



[사이렌스 콜]

MSNBC 앵커이자 저널리스트 크리스 헤이즈는 주의력(attention)이 상품처럼 거래되는 시대를 분석한다. 그는 소셜 미디어, 플랫폼, 언론 등 사회 전반이 주의력을 중심으로 재편되고 있다고 진단한다. 헤이즈는 주의력을 자발적, 비자발적, 사회적 주의력으로 나눈다. 이 중 '사회적 주의력'은 누군가 자신을 언급한다고 느낄 때 작동한다고 설명한다. 이 책은 주의력 경쟁이 단순한 마케팅을 넘어 브랜드 리스크 관리의 핵심이 되고 있음을 보여준다. 기업은 단순히 주목을 끌기보다, 어디서 어떻게 언급되는지에 민감해야 하며 브랜드가 소비자와 연결되기 위해서는 진정성과 신뢰가 필수적이라고 강조한다.

