

심사소감

올해 '소비자가 뽑은 좋은 광고상'은 그야말로 좋은 광고작품들이 많아 수상작을 가리는 데 어려움이 많았습니다. 400여 편의 출품작 가운데 총 31편의 작품을 선정하면서 가장 중요한 기준이 됐던 것은 "진실성"입니다.

우리 나라의 광고 크리에이티브는 세계적인 수준에 있다고 봅니다. 더불어 다양한 영상기술과 제작 기술의 발달로 소비자의 흥미를 높여주는 광고도 많습니다. 그러나 좋은 광고의 기준은 소비자가 제품이나 서비스를 믿고 선택할 수 있는 진실성이 제1의 조건이 되어야 한다고 생각합니다. 진실성이 있어야 소비자의 마음을 움직일 수 있고 소비자에게 감동을 선물할 수 있습니다.

아울러 올해 '소비자가 뽑은 좋은 광고상'에서는 나날이 각박해져가는 현대사회 속에서 이웃의 삶에 관심을 갖고 사랑과 나눔 실천의 중요성을 일깨워주는 광고, 지구 환경의 소중함을 일깨움으로써 우리 사회의 지속가능한 발전을 돕는 광고에 높은 점수를 주었습니다.

좋은 광고는 15초의 짧은 순간에도 소비자에게 상생과 함께 더불어 살아감의 의미를 깨닫게 해줍니다.

이 외에도 소비자에게 새롭고 유익한 정보를 주는 광고, 소비자의 편리한 생활과 건강한 생활을 돕는 광고, 재치 있는 메시지 전달로 소비자에게 웃음을 주는 광고가 심사위원들의 공감을 얻었다고 봅니다.

올해 수상작으로 선정된 31편의 광고는 이러한 조건을 두루 갖춘 좋은 광고였습니다.

그 중에서도 특히 문화체육관광부장관상과 대상을 수상한 네 작품은 우리 사회의 현실과 이 시대에 소비자가 원하는 것이 무엇인지를 잘 알고 만든 시의적절한 광고였습니다.

광고는 소비자의 생활에 밀접하게 관여하고 있습니다. 좋은 광고는 소비자의 마음을 변화시키고 소비자의 일상을 변화시켜 결국 우리가 사는 세상을 따뜻하고 살맛나게 만들어 줍니다.

이번 심사에 심혈을 기울여주신 100여 명의 소비자 심사단을 비롯한 모든 심사위원들께 감사드립니다.

수상자 여러분, 진심으로 축하드립니다. 감사합니다.

2011년 3월

한국소비자학회 회장(심사위원장) 여정성



▲ 심사소감을 전하는 여정성 한국소비자학회 회장

이날 심사소감을 맡은 여정성 한국소비자학회 회장(심사위원장)은 "수상작 선정의 중요한 기준은 진실성"이었다고 밝히며 "나날이 각박해져가는 현대사회 속에서 이웃의 삶에 관심을 갖고 사랑과 나눔 실천의 중요성을 일깨워주는 광고, 지구 환경의 소중함을 일깨움으로써 우리 사회의 지속가능한 발전을 돕는 광고에 높은 점수를 주었다"라고 전했다.

◀ 대상수상자들 기념촬영

권오용 SK 사장(좌), 정병철 회장, 김명우 두산중공업 전무(우)

