

## 제4차 편집위원회 개최



지난 8월 17일 롯데호텔에서 제4차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 김상훈 인하대 교수, 박형재 한국코카콜라 상무, 임성빈 LG전자 부장, 조용우 삼성 부장, 일회식 대립산업 팀장 등이 참석해 지난 호에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

## 2010년 제2차 홍보위원회 개최



지난 8월 26일 롯데호텔에서는 제2차 홍보위원회가 있었다. 이날 홍보위원회는 김봉경 위원장(현대기아차 부사장) 주재로 MBC 송형근 경제부장을 초청, 재미와 의미 사이 경제뉴스에 대한 주제발표와 함께 홍보위원들과 간단한 시간을 가졌다. 또 이날 홍보위원회에서는 잘못된 제보에 의존해 기업의 증거자료가 받아들여지지 않는 점, 강압적 인터뷰를 정중히 거절했을 때 존중해주는 풍토 마련 등을 중심으로 기업 입장을 전달하였다.

## 어린이식생활안전관리특별법 관련 개선 노력

어린이식생활안전관리특별법 제10조3항에 따라 고열량저영양식품에

대한 어린이의 텔레비전 방송 주요 시청시간(오후 5시 ~7시)대에 광고가 제한되어 건강한 식생활 환경 조성에 기여하도록 되었다. 지난 9월 7일자로 제정된 관련 고시(제2010-64호)에는 어린이에 대한 정의를 방송법 심의규정과 동일하게 만 13세 미만으로 규정하며, 규제대상은 광고주로 한정되었다. 이에 대해 협회에서는 규제방법과 대상에 대한 다양한 방식 도입과 기업의 소명 기회 부여 등 관련 고시의 일부 문제점을 개선하고자 광고심의위원회를 본격 활용하는 등 기업의 피해가 최소화될 수 있도록 적극 대처하기로 했다.

## MBC초청 제101회 회원간담회 개최



MBC초청 광고주협회 회원간담회가 지난 9월 14일 롯데호텔 메탈드룸에서 있었다. 이날 간담회에는 김재철 MBC 사장을 비롯한 경영, 보도 간부진 20여 명과 협회 회원 80여 명이 참석했다.

## 케이블TV 광고 중단에 대한 우려 표명

지난 9월 8일 서울중앙지방법은 지상파3사가 제기한 저작권 등 침해금지 및 예방정구 소송에 대해 지상파 일부 승소판결을 내렸다. 이에 따라 시작된 지상파방송과 케이블방송 사업자간의 분쟁이 케이블방송사업자의 제견송 전면중단이라는 사태로 확대되었다. 이 과정에서 지상파 방송사의 광고송출중단을 시행하겠다는 케이블 사업자의 방침에 깊은 우려를 표명했다. 협회는 양측이 조속히 원만한 해결을 통해 기업의 마케팅활

동이 제약을 받거나 피해를 받지 않기를 바라며 피해발생시 회원들의 뜻을 모아 단호히 대처하겠다는 뜻을 전했다.

## 제3회 운영위원회 개최



지난 9월 28일 롯데호텔에서 제3회 광고주협회 운영위원회가 있었다. 정병철 회장, 정상국 운영위원장(LG 부사장)을 비롯해 20여 명이 참석한 이날 회의에서는 2010 KAA Awards 수상자 선정을 비롯해 올해 10주년을 맞는 2010한국광고주대회의 특별세미나와 기타 진행사항에 대한 논의가 있었다.

## 2010홍보전략워크숍 개최

9월 29일과 30일 양일간에 걸쳐 2010년도 홍보전략 워크숍을 개최했다. 이번 워크숍은 제1주제 소셜 미디어(Social Media) 어떻게 홍보에 활용할 것인가(강사: 이종대 소셜링크 대표컨설턴트), 제2주제 Case Study 소셜 미디어를 활용한 위기대응 전략(강사: 정희연 LG전



자 차장), 제3주제 소셜 미디어 시대 위기관리 가이드라인(강사: 정용민 스트레이트 지앤리드 대표), 제4주제 Case Study 트위터 운영 및 위기극복 사례(강사: 조주환 KT 온라인전략담당 소셜미디어팀 매니저) 등 총 4개 주제를 통해 소셜미디어 환경에서의 홍보 및 위기관리 전략을 중심으로 바람직한 기업 커뮤니케이션 전략을 모색하는 시간을 가졌다.

## 광고주-광고회사 파트너십 가이드라인 배포

광고주와 광고회사간의 바람직한 파트너십 구축을 통해 합리적이고 효율적인 광고환경을 조성하기 위해 실무에 필요한 업무 가이드라인을 제작했다. 지난 7월부터 3개월간 실무경험이 많은 연구진(박정래 교수, 최환진 교수)이 광고회사의 선정평가 평가, 보상에 관한 연구를 통해 관련 업무의 실무자들에게 직접적인 도움이 될 수 있도록 정리한 가이드라인을 10월 21일 광고주대회에서 배포할 예정이다. KAA

## 인터넷 유사언론 피해 근절을 위한 대책 마련

협회는 최근 인터넷 유사언론에 대한 광고주 피해가 커짐에 따라 이에 대한 대책 마련과 함께 문화체육관광부 등 정부 부처에 인터넷 유사언론 피해 근절을 위한 의견서를 제출하고 협조를 요청했다.

국내 인터넷 광고시장이 국내 총 광고비의 18%를 차지할 정도로 양적 성장을 이루었지만 인터넷 유사언론의 증가로 사회적 부작용 또한 커지고 있다. 지난 9월초 실시한 광고주 대상 설문조사에서도 1) 광고 및 협찬 거부시 허위 및 음해성 보도 2) 왜곡, 과장, 선정적인 기사로 광고강제, 3) 기사를 써주고 나서 광고 게재 권유 등 다양한 유형으로 기업들의 피해가 늘고 있는 것으로 밝혀졌다.

모든 언론은 표현의 자유가 있는 만큼 그에 따른 사회적 책임도 다해야 하는데, 유사언론은 사회적 책임은 무시한 채 기업에 커다란 피해를 끼치고 있는 현실이다. 더 이상 이런 현실을 간과할 수 없기에 지난 9월 15일 광고협회와 공동으로 개최한 세미나 결과를 바탕으로 1) 인터넷 신문사 설립과 진입 요건의 강화 2) 사이버 언론의 보도에 따른 피해행위를 구제할 수 있는 법률안 검토 3) 삼진 아웃제 같은 민간 차원의 규제 방안 모색 등 대책 방안을 마련하는 한편 문화체육관광부 등 관계부처와 협의해 인터넷 유사언론 피해 근절을 위한 다각적인 해결방안을 강구해 나갈 계획이다.