

4차 산업혁명 시대, 선진화된 광고문화 정착해야



임호균
한국광고주협회
상근부회장

새 정부 출범 두 달이 지나고 정부조직 개편도 마무리되어 광고관련 부처도 진영이 갖춰졌습니다. 최근에는 대통령과 경제인들의 대화를 통해 일자리 창출을 비롯한 경제 현안 문제를 심도 깊게 논의한 것으로 알려져 우리 국민들의 경기 회복과 국가 경제 발전에 대한 기대가 큼니다.

광고는 4차 산업혁명 시대의 대표적인 일자리 창출 산업으로 성장과 발전이 기대되는 분야인 만큼, 이제 우리는 광고시장의 선순환 구조 정착을 통해 새로운 도약을 위한 청사진을 모색해야 할 시기입니다.

먼저 광고 규제 완화를 통해 시장에 활력을 불어넣는 노력을 해야 할 것입니다.

광고시장의 효율성 제고를 위해 방송매체 간 비대칭 규제를 완화하고 신유형광고의 출현에 대비해야 합니다. 또한 광고효과를 높이기 위해 미디어 환경 변화에 맞게 매체 영향력에 대한 정확한 검증체계를 보완해야 합니다. 세계적인 흐름에 맞춰 국내에서도 기존 ABC 부수공사의 범위와 방식을 확대해, 오프라인뿐만 아니라 온라인에서 소비되는 뉴스 콘텐츠의 유통량을 담은 통합 ABC보고서가 마련되어야 합니다. 이와 함께 콘텐츠 중심의 시청패턴 변화를 반영한 '통합시청률'을 도입하고, 가상광고, 간접광고 등 광고효과를 제고할 수 있는 다양한 광고유형을 발전시켜 나아가야 합니다.

둘째, 합리적인 광고환경을 위하여 광고주체들 간의 미디어 윤리규범 실행을 통한 자정 노력이 요구됩니다.

최근 들어 순수한 광고집행보다 협찬이 증가하는 기형적인 현상으로 광고시장의 순환 구조가 왜곡되고 있습니다. 과도하게 증가하는 협찬 위주의 광고환경으로 인해 많은 기업(43%)이 광고예산의 50% 이상을 협찬으로 지출하고 있다는 조사결과도 있습니다. 모든 협찬은 정당한 권원에 의해 이루어져야 하며, 저널리즘의 확립을 위해 편집국 및 취재기자의 협찬 요청 관행도 개선되어야 할 것입니다. 이를 위해 매체사·광고회사·광고주들이 합리적이고 과학적인 광고시장의 확대를 위해 소통하고 협력하는 환경을 만드는 데 적극 나서야 할 것입니다.

아울러 광고 플랫폼으로 급격히 성장한 포털의 사회적 책임을 강화하고, 공익적 알고리즘을 통해 저널리즘 가치가 반영되는 환경을 조성해야 합니다.

뉴스 이용자들의 80% 이상이 포털을 통해 뉴스를 소비하는 만큼 포털은 언론으로서의 책임감을 가지고 온라인 언론환경 개선에 나서야 합니다. 현재 포털 상에 수많은 인터넷언론들은 신뢰성이 담보된 양질의 기사보다 선정적 제목, 실시간 인기검색어 중복 입력 등을 통해 뉴스를 다량으로 유포하며 클릭 수를 높이는 데 주력하는 양상을 보이고 있습니다. 이는 언론에 대한 불신은 물론, 광고시장을 왜곡시키는 원인으로 작용합니다. 포털이 솔선해서 국민들에게 올바른 정보가 제공되고 저널리즘 가치가 반영될 수 있는 알고리즘을 개발·적용해야 하며, 오보·왜곡 보도로 인한 피해를 최소화하여 건전한 뉴스유통 환경을 만들어야 합니다.

우리 광고주협회는 광고산업의 발전을 위촉시키는 교란 요인들을 해소하고, 선진화된 광고문화를 정착시키는 데 앞장서 나갈 것입니다.

광고주가 보다 나은 환경에서 투자하고 마케팅 활동을 할 수 있도록 광고주체들이 광고환경 개선에 매진해야 합니다. 침체되어 있는 광고시장이 활력을 되찾고, 언론과 미디어의 발전, 나아가 우리 경제가 성장하는 선순환적 환경이 조성될 수 있도록 함께 노력해야 하겠습니다. **KAA**