

# ABC협회의 역할과 책임

글 신인섭 | (전)중앙대학교 신방대학원 초빙교수  
1929insshin@naver.com



## ABC협회는 언제, 왜 생겼는가?

한국에 ABC협회가 창립된 날이 1989년 5월 31일 이니 금년 5월 31일은 32회째 생일이 된다. 젊은 나 이이고 이제 장년에 접어든다. ABC협회란 무슨 일 을 하는 곳인지 모르는 분들이 태반일 것이다. 영어 로 풀이하면 Audit Bureau of Circulations로 사전에 는 ‘신문·잡지 발행 부수 감사 기구’로 되어 있다. 옳 은 말이다. 신문이나 잡지의 발행부수를 조사해서 정확 여부를 밝히는 조직이다. 다만 ‘감사’란 대신 ‘공 사(公査)’란 말을 사용하고 있다. 나라에 따라 이 기 구의 이름은 다르지만 하는 일은 같다. ABC의 국

제 기구는 1963년 스웨덴에서 국제광고협회(IAA)가 개최되었을 때에 발족했는데 이름은 International Federation of Audit Bureau of Circulations(IFABC) 이다.

1914년에 미국에서 처음으로 ABC가 설립되었고 그 뒤 1920-30년대에 주로 서구 여러 나라로 퍼졌고 아 시아에서는 1948년에 인도에서 처음으로 이 기구가 탄생했다. 그 뒤 1952년에는 일본, 1975년에는 말레 이시아, 1984년에는 싱가포르(싱가포르에는 이전부 터 MCS라는 발행부수 공사제도가 있었음), 1989년 에는 한국의 순으로 ABC 제도가 시작되었다.

ABC 제도에는 공통점이 있다. 첫째 ABC란 예외 없이 광고주의 요청으로 시작된 제도이다. ABC 제도를 맨 먼저 제정한 미국의 경우는 이미 1899년 이래 미국 광고주협회(Association of American Advertisers)가 신문 발행부수 공개 요청을 해 오다가 1914년에야 결실을 맺었다. 그 이유는 간단한데 신문이나 잡지 등 인쇄 매체의 광고 지면 구매자는 광고주이기 때문이다. 어느 나라, 어느 시대를 막론하고 신문, 잡지가 발행부수를 공개하기는 꺼리는 것이 상례이다. ABC는 정부 조직은 아니고 민간 단체이다. 그런데 ABC 제도는 협회일 수도 있고 독립 기구/조직일 수도 있는데 ABC의 운영은 광고주, 광고회사(광고대행사) 그리고 매체의 3자 구성으로 한다.

둘째로 부수 공사에는 두 가지가 있는데 영국과 그 연방국에서는 대개 공인회계사가 발행부수 조사를 실시하고 ABC는 그 결과를 인증한다. 따라서 ABC 조직은 인원이 소수이다. 미국제도는 이와는 달리 부수 공사를 훈련 받은 공무원이 직접 공사를 실시한다. 한국은 미국과 미국 제도를 도입한 일본의 제도를 도입했다.

셋째로 영어가 국제용어이고 ABC제도가 미국에서 시작된 영향, 그리고 부르기가 매우 쉽기 때문에 대개 'ABC'라는 표현을 사용하나 나라에 따라서는 이름이 다를 수가 있다.

넷째로 나라 따라 매체와 광고의 역사가 다르기 때문에 조직이나 공사 기준 등 세부 내용은 다를 수 있다. 다섯째. ABC의 목적이 광고주를 위한 제품(매체) 자료 제공이므로 ABC의 최고 경영자(CEO)는 광고주나 광고회사 측에서 선출된다. 매체측에서 선출한다는 것은 사리에 맞지 않기 때문이다. 또한 이사회 구성도 광고 지면 구입자를 대표하는 광고주와 광고회사측이 매체사보다 많다. 2020년 국제ABC연맹 보고에는 미국ABC 이사회 구성이 총 36명 가운데 광고주/광고대행사가 19명, 신문 8명, 잡지 6명, 비즈니스/농업지 3명이다.(미국ABC는 2012년에 이름을

Alliance of Audited Media로 바꾸었는데 종이 출판이 아닌 온라인 매체가 회원으로 가입했기 때문에 호칭을 변경했다.)

여섯째. ABC 제도란 원래 영리 목적으로 설립된 것이 아니기 때문에 ABC 경영 책임자는 ABC협회 회장으로서 업계를 위해 봉사한다는 명예를 가진 직책이어서 무보수이다.(협회가 아닌 경우는 다르다.)

### ABC의 역사와 발전

그렇다면 한국, 미국, 일본의 ABC는 어떻게 발전해 왔는가? 2021년은 한국ABC협회가 창립 32주년을 맞이하는 해이다. 미국ABC는 107주년, 영국ABC는 90주년, 일본 ABC는 69년 생일을 맞이한다.

정도의 차이는 있으나 세계 어느 나라를 막론하고 ABC 제도가 정착하기까지는 꽤 많은 우여곡절이 있었다. 앞에서 언급한 대로 미국의 경우도 1899년의 미국광고주협회(이 단체는 1910년에 ANA, 전국광고주협회로 바뀌었다)의 신문부수 공개 요구가 실현되기까지 10여년이 걸렸다. 미국의 경우는 1896년에는 조지 P. 로웰(George P. Rowell)이 미국신문연감이라고 할 American Newspaper Directory를 발행했다.



1

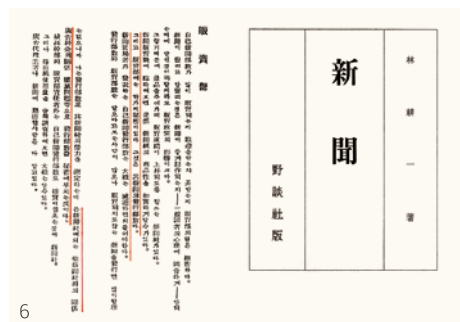
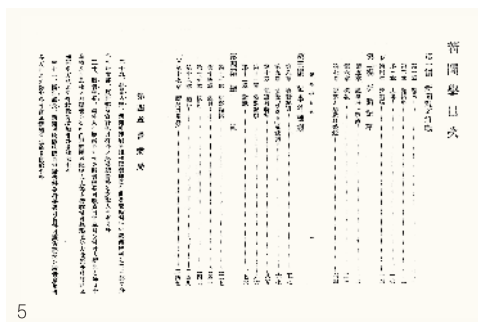
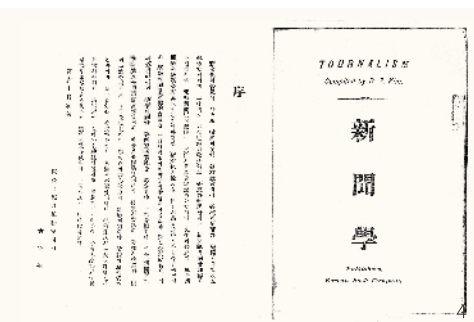


2



3

- 1 한국ABC협회 로고
- 2 Alliance for Audited Media(미국ABC협회) 로고
- 3 The International Federation of Audit Bureaus of Certification(IFABC)로고



4, 5 김동성(金東成)이 1924년에 출판한 '신문학(Journalism)'  
6 1942년 임경일(林耕一)의 '신문(新聞)'

5,411개의 각종 미국 간행물과 367개 캐나다 간행물의 디렉토리가 추정 발행부수를 곱하여 발표되자 미국 언론계가 발카닥 뒤집힐 만큼 소동이 일어났다. 이 명단에 나온 간행물의 발행부수가 틀렸다는 주장 때문이었다. 이 디렉토리가 전환점이 되어 극비이던 신문 잡지 발행부수 논의가 공론화 되었고 1914년에는 드디어 세계 최초의 발행부수 공사 ABC 제도가 탄생했다. 로웰은 미국ABC제도의 씨를 뿌린 셈이었다. 또한 로웰은 1888년에 미국 최초의 광고전문지인 Printers Ink를 발행했다.

일본이 미국 ABC 제도를 알게 된 것은 1918년이었고, ABC간담회가 생긴 것은 이로부터 34년이 지난 1952년이였다. 일본이 미군정 하에 있을 때 미군정의 건의를 받아 들었다. 1955년에는 ABC협회로 개칭하고 '58년에 사단법인 인가를 받고 간담회 창설 9년 후인 1961년에 일부 신문부수 공사를 시작했다. '65년에 잡지 공사, '76년에 전문지 공사, '81년에 무료신문 (Free Paper)공사를 시작했다. 2020년 현재 신문 77개, 잡지 129개, 전문지 5개, Free Paper 70개지가 공사를 받고 있다. 따라서 모든 신문, 잡지가 ABC의 공사를 받는 것은 아니다. ABC 가입 여부는 매체의 자유이기 때문이다.

한국에서 ABC협회가 창립되기까지 걸어 온 길도 순

탄한 것은 아니었다. 한국에서 신문 발행부수에 관한 언급이 처음 나온 것은 1923년 동아일보 편집부에 근무하던 김동성(金東成)이 1924년에 출판한 <신문학 (Journalism)>이 처음이었다. 목차에 나온 '제4장 영업국'에서 보듯이 광고부장의 업무에는 '신문의 매수에 의하여야 광고 요금의 차이가 유하니 광고부장은 광고 모집에 각 방면으로 노력하여 실로 신문의 생명을 공급한다'고 적혀있다. 그 밖에도 이 책에는 여러 곳에 광고에 관한 언급이 있다.

이로부터 8년 뒤인 1932년 2월 2일-5월 4일 기간에 14회에 걸쳐 조선일보에 활 해(活海. WH)라는 펜네임으로 연재된 <광고에 대한 일반상식 해설> 5회에서 '신문의 선택'에는 다음과 같은 글이 있다.

광고의 견지로 보아 유력한 신문이란 것은 어떤 것인가? 그것을 판단하는 요소는 세 가지가 있다.

- 1) 신문의 판매부수 2) 신문 독자의 구매력 3) 신문의 사회적 신용... 광고주는 먼저 목적하는 신문에 대하여... 1일 평균의 판매부수를 아는 것이 절대 필요한 일이지마는 신문사에서는 이를 발표하지 않는다. 혹 발언한다면 엄청나게 과장(조선신문은 그렇지 않지만)하므로 정확한 판매 부수를 알기는 극히 곤란한 일이다.(밑줄은 필자가 친 것이다.)



7



8



9

7 한국 최초의 광고 전문 월간지 '새 廣告'

8 한국ABC연구회에서 발행한 '신문 잡지 구독 실태 조사 보고서'

9 1972년 한국ABC연구회에서 발행한 'ABC란 무엇인가'

해방 전 1942년 임경일(林耕一)의 <신문(新聞)>에도 판매부에 관한 대목에 '판매부에는 한 가지 비밀이 있다. 그것은 그 신문의 발행부수이다. 각 신문사에서 타 신문과의 관계, 광고 요금의 관계, 권위 문제 등으로 발행부수를 비밀에 붙이는 것이다' 고 적혀 있다.

해방 이후 발행부수 조사와 ABC문제를 깊이 있게 다룬 것은 단기 4289(1956)년 처음으로 발행한 <대한신문연감(大韓新聞年鑑)>에 게재된 조선일보 업무국장 최용진(崔鎔振)의 <신문의 업무실태>였다. 그는 3 페이지에 걸친 이 글에서 ABC제도 도입을 역설했다. 1965년에는 한국일보 광고국 윤동현(尹東鉉)이 고려대학 '기업경영연구소'에 위촉해 전국 10대 도시에서 6,000 가구를 대상으로 신문구독실태 조사를 실시했다. 연구소의 <경영연구(經營研究)>는 발행부수에 대한 특집을 발행했다.

1967년에는 '한국ABC연구회'가 출범했다. 창설 당시 연구회는 7개 광고주(6개 제약회사와 해태제과)와 동아일보, 서울신문, 조선일보, 한국일보의 4개 신문사가 임원이었다. '60년대에는 공보부 조사국에서 계속해서 전국 언론매체 실태 조사 결과를 유인물로 발행했는데 그 가운데에는 신문의 추정 발행부수가 나와 있다.

1968년과 1970년에는 한국ABC연구회가 <신문 잡지 구독 실태 조사 보고서>를 두 번에 걸쳐 발행했다. '72년에는 이 연구회가 <ABC란 무엇인가> 및 <세계의 ABC 1972>를 발행했다. 이보다 앞서 1960년 11월호 <새 廣告>라는 한국 최초의 광고 전문 월간지는 '특집ABC'에서 'ABC와 광고대리점'을 다루었다. 주춤하던 ABC문제가 다시 대두한 것은 '88년 서울 올림픽을 계기로 한국에 표현의 자유가 부활하고 개방시대로 접어 든 뒤였다. 5공화국 시대의 악법으로 알려진 언론기본법은 표현 자유화에 따라 폐지되었다. 개방의 영향이 가장 잘 드러난 것은 정기간행물의 폭증이었다. 1987년까지 30개이던 일간지가 '88년 말에는 65개로 증가했고 '90년에는 85개, '92년에는 드디어 112개로 증가했다. 아울러 1일 발행 면수도 자유화되어 '88년의 16면에서 '89년에 20면, '90년에 24면으로 증가했다.

'91년 12월에는 민간 SBS 방송 개국과 함께 개인시청률 조사 제도인 피플미터(People Meter)제도 도입으로 최신 TV 시청률 자료가 나왔다. 광고환경의 급변은 신문에게는 대응하는 조치 즉, 부수 자료의 공개를 위한 압박이 되었다. 그 족쇄가 풀린 시대가 다가왔고 ABC 제도에 대한 요구는 당연한 시대로 바뀌었다. 그리고 1988년 9월 30일에는 한국광고주협회



10 1996년부터 2006년까지 한국광고주협회에서 실시한 '인쇄매체수용자조사'

가 창립되었다. ABC협회 창립과 운영에 필요한 재정은 정부가 공익자금 50억원을, 광고주협회가 30억원을 제공하면서 한국ABC협회 창립과 운영 자금 문제가 해결되었다. 1961년 군사정변 이래 30년 가까이 표현의 자유를 묶어 둔 정부가 댓가를 지불한 셈이었다. 대한신문연감의 ABC 기사를 기준하면 33년만에 한국ABC협회가 탄생한 셈이다.

1989년 5월 31일 한국ABC협회가 창립된 이후 ABC 제도 정착을 위해 노력한 단체는 여럿 있다. 가장 앞장 선 것은 다른 나라의 경우처럼 한국광고주협회였다. 그 숨은 지원의 가장 큰 증거가 1996년부터 2006년까지 실시한 '인쇄매체수용자조사'였다. 전국 10,000가구 대상, 개인면접조사 실시에는 억대의 자금이 필요했다. 이 조사는 신문, 잡지 부수 조사란 어떤 것이며, 왜 필요하며 어떤 효과가 있는가를 알리는 역할을 했다. 광고주와 그 대행사는 물론이거니와 매체사에게도 부수 공개의 필요성을 설득하는 소중한 자료 구실을 했다. ABC협회가 창설되기는 했으나 이러저러한 이유로 공사가 지연되는 가운데 시행된 이 신문 발행부수 조사는 매우 선각(先覺)적인 일이었다. 지금의 한국광고총연합회의 도움도 컸다. 정부의 재정 지원이 결정된 뒤에도 ABC협회가 창립될 때까지 수많은 일을 위해 도와 준 단체는 한국광고총연합회였다. 아울러 매체사 가운데서도 이 운동에 앞장 선 신문사의 도움도 있었다.

아마 한국ABC협회가 창립되기까지의 자료를 합치

면 몇 권의 책이 될 만큼 많은 논의, 연구, 세미나와 발표 등이 있었다.

### 한국ABC협회 - 어떻게 나아가야 할 것인가?

세계신문협회가 작년에 발표한 '2020-2021 세계신문 추세 전망(World Press Trends 2020-2021 Outlook)'에는 시사를 주는 흥미로운 자료가 있다. 코로나19의 영향도 있어 세계 신문의 총 수입 평균은 11%가 감소했다. 특히 종이 신문 광고 수입은 심한 타격을 받았는데 19.5% 줄었고 신문 판매 수입 역시 13%나 줄었다. 오보와 불신이 수도룩한 '불확실한' 환경에서 오디언스가 수준 높은 저널리즘을 찾게 되자 디지털 독자 수입과 디지털 리더십(Readership)은 계속해서 현저한 성장을 나타냈는데 각각 27% 및 36%나 증가했다(전망치). 그리고 신문 발행인은 디지털 구독과 오디언스 제일주의 전략을 지속적인 미래의 기동으로 삼게 되었다.

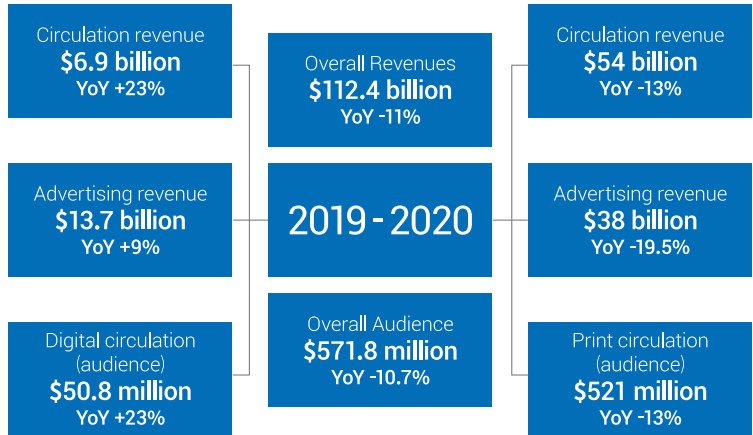
디지털 독자로 성공한 사례는 뉴욕타임즈였다. 심각한 경영 문제에 직면한 이 신문은 영국 BBC 총재 출신 마크 톰슨(Mark Thompson)을 CEO로 영입했다. 그는 작년 2020년 9월 은퇴하기까지 8년 사이에 뉴욕타임즈를 종이 신문에서 디지털 신문으로 바꾸었고 흑자 신문으로 만들었다. 비결은 디지털 전환에



디지털신문의 구독 성공 사례로 꼽히는 뉴욕타임즈



11



11 디지털 구독 수입, 광고 수입 및 디지털 독자의 수는 모두 증가한 반면, 종이신문은 구독과 광고 수입, 독자의 수가 모두 감소한 것으로 조사됐다. 신문 사업 전체의 수입은 전년 대비 -11%, 독자의 총수도 -10.7% 감소한 것으로 나타났다. 자료 : 세계신문협회 World Press Trends 2020-2021 Outlook

있었다. 2012년 뉴욕타임즈의 디지털 독자는 50만이었다. 2020년 그가 은퇴하는 해에 509만명으로 폭증했다. 이제 이 신문의 종이·디지털을 합친 독자의 수는 650만 명으로 증가했다. 톰슨이 뉴욕타임즈 종이 신문의 장래에 관해 한 유명한 이야기가 있다.

“나는 타임즈(뉴욕타임즈)는 앞으로 10년간은 종이 신문 인쇄를 하리라고 확신합니다.”

아마 그 기간이 15년쯤 혹은 그 이상이 될 수도 있겠 습니다만 20년간 인쇄하기는 힘들겠지요.”

윌스트리트 저널에도 2018년-2020년 사이에 비슷한 일이 일어났다. 이 기간에 종이 신문 독자는 103.6만에서 75.4만으로 23% 줄었다. 한편 디지털 독자는 160.4만에서 283.4만으로 77% 증가했다. 불과 3년 사이에 일어나 변화였다.

이 두 가지 사례와 세계신문협회의 여러 자료가 주는 시사는 간단하다. 디지털로 전환해야 한다는 것이다. 다행히 우리 신문사 여러 최고경영자의 금년 신년사에는 이런 방향으로 이미 나가고 있거나 앞으로 나간다는 확신이 나타나고 있다. 이것이 한국ABC협회가 할 일이 무엇인가를 제시하고 있다. ☐



디지털 독자가 77% 증가한 윌스트리트 저널



신인성

(전)중앙대학교 신방대학원 초빙교수로 은탑산업훈장을 수훈했다. 1세대 광고인으로 국내 광고산업의 현대화와 국제화에 기여했다. 은퇴 후 20여 년간 다수의 논문·저서 집필과 광고계 인재 양성에도 힘썼다.