

“광고 마케팅은 시장과 기업 경영을 이해하는 것에서부터 출발합니다”

지난 3월 25일 ‘국민이 선택한 좋은 광고상’(이하 국선상)이 개최됐다. 한국광고주협회가 1993년부터 시행해 온 ‘국선상’은 학생, 주부, 소비자 등 국민들이 온·오프라인으로 직접 참여해 좋은 작품을 선택하는 ‘국내 유일의 광고상’인 만큼 광고주들이 가장 받고 싶어하는 상이다. 이에 본지는 ‘국선상’을 총괄한 한국광고주협회 이순임 과장을 만나 ①국민들이 직접 선택한 광고가 우리의 사는 모습은 어떻게 담아내어 공감을 받았는지, 그리고 ②선정 과정과 시상식 등 팬데믹 상황 속에서 국선상이 어떻게 치뤄졌는지 스케치해 보았다. 아울러 ③3040 광고인의 한 사람으로서 직장가정을 성공적으로 양립하는 방법을 들어보았다.



Q1 올해 ‘국선상’은 코로나 상황에서 개최된 만큼 어려움이 많았을 것으로 생각되는데요, 실제로 어떠셨나요?

A1 올해는 안전과 방역을 최우선으로 두고 준비했습니다. 코로나가 확산되는 상황에서 오프라인으로 진행되는 세 차례의 심사와 시상식을 무사히 마치기 위해 많은 신경을 썼습니다. 사회적 거리두기로 인해, 실내에 100명의 인원이 한 번에 모여서 진행하는 <2차 심사>는 이틀에 걸쳐 4개의 대형룸에서 25명씩 나눠 심사를 진행했습니다. 특히 연령대가 높은 YMCA 모니터링단으로 구성된 심사위원들에 각별히 신경을 더 썼고 무사히 마칠 수 있었습니다. 또한 시상식날도 참석 인원을 99명으로 제한하고 사전 좌석 예약제를 시행해서 시상식을 진행할 수 있었습니다.

앞으로 광고업계 종사자를 포함한 전 국민이 관심을 가지고 작품을 선정하고 수여하는 상인 만큼, 지금의 장관상에서 대통령상으로 격상해 규모를 더욱 확대하고 명실공히 ‘국민이 뽑은 좋은 광고상’으로 발전시키는 것이 저의 큰 바람입니다.

Q2 최근 ‘국선상’ 수상작품들을 주제로 유튜브 영상도 찍으셨는데요, 촬영 중 기억에 남은 일화가 있으신가요?

A2 그러고 보니 제가 유튜브 촬영도 처음 도전해 봤습니다. 동영상은 평소 많이 시청했지만 제가 직접 촬영을 해보니 녹록치 않았습니다. 시나리오 작성이나 화면 구성, 시선처리와 발음까지 크리에이터의 숨은 노고를 알 수 있었습니다. 그래도 국선상 수상작을 많은 국민들에게 보다 쉽게 전할 수 있다는 일념하에 잘 마칠 수 있었습니다.

Q3 이 과장님은 특이한 이력을 가지고 계신데요. 대학에서 ‘컴퓨터공학’을 전공하셨지만 컴퓨터와는 전혀 상관없는 ‘광고주협회’에 입사해서 광고 관련 업무를 하고 계십니다. 어떻게 전공을 바꾸시게 되셨나요?



유튜브 반론닷컴TV 채널 ‘광고의 힘, 힘내자! 대한민국!’ 콘텐츠 속 이순임 과장

A3 많이 특이한가요? 전 학부에서 컴퓨터를 전공하었는데, 컴퓨터 언어를 배우고 프로그래밍을 하는 수업들은 작은 기호 하나만 잘못 입력해도 프로그래밍 전체가 돌아가지 않기 때문에 작은 오류들을 찾아 헤매이는 작업은 어려움의 연속이었습니다. 그러다 신문방송학을 부전공하고 문화일보에서 인턴 기사를 하면서 직접 컴퓨터를 다루는 일보다는 보다 넓은 시각에서 사회 전반을 내다보면서 커뮤니케이션할 수 있는 전공에 더 큰 매력을 느껴, 대학원에 진학해 본격적으로 미디어를 공부했고, 매체를 통한 소통·마케팅 활동 등에 관심을 갖게 되어 여기까지 오게 됐네요.



‘국민이 선택한 좋은 광고상’ 수상자 기념촬영

TV수상기 내 통합 시청자 수 (TTA : TV Total Audience)

$$\begin{aligned}
 & \text{실시간 본방송} \\
 & + \\
 & (\text{자사채널} + \text{자사PP채널} + \text{타사PP채널}) \text{재방송} \\
 & + \\
 & \text{VOD}
 \end{aligned}$$

- 일주일간 연령별 시청 누적 데이터 및 프로그램 순위 변동 분석 자료

Q4 현재 일을 하고 계신 ‘광고주협회’에 대해서 간략하게 소개 부탁드립니다.

A4 우리 협회의 모토는 ‘Free market, Free communication, Free choice’입니다. 한마디로 광고주의 권익을 보호하고, 광고의 자유로운 시장 조성 및 정책 검토, 광고 관련 데이터 생산 및 배포를 통해 합리적이고 과학적인 광고시장을 조성하고, 기업들의 자유로운 광고·마케팅활동을 서포트하고 있습니다.

Q5 협회에서 일하시면서 가장 보람을 느낀 일 Vs. ‘이건 좀 아쉬웠다’고 느낀 일이 있으셨나요?

A5 저는 협회에서 조사·연구를 담당하고 있습니다. 가장 기억에 남는 일은 ‘나쁜 광고 퇴출 캠페인’을 진행한 일입니다. 소비자에게 불편함을 주거나 부정적인 감정을 일으켜 광고의 긍정적인 기능을 하지 못하는 광고를 ‘나쁜 광고’로 규정하고 건전한 디지털 광고시장 조성을 위한 사업이었는데 기업의 호응이 좋아서 기억에 남습니다.

또한 정부에 ‘동일서비스, 동일 규제’ 원칙 하의 광고 규제 완화를 지속적으로 제안해왔는데, 오는 7월 지상파 중간광고 시행이 결정됐습니다. 하나씩 규제가 풀어지는 과정을 보면서 나름 보람을 느끼고 있습니다.

하나 아쉬운 사업은 ‘미디어 빅데이터 허브’를 구축해 데이터 경제를 바탕으로 한 과학적인 미디어 생태계를 조성하고자 했지만 아직 실현되지 않았다는 점입니다. 그 사업 일환으로 TTA 지표(TV Total Audience : 통합 시청자수)를 개발해 회원사에 제공해 오고 있습니다. ‘빅데이터 허브’ 설립은 아직 관련 사들과 협의 중이지만, TTA데이터 생산은 디지털 시대 ‘통합 데이터 측정’에 성공했다는 점에서 나름 성과가 있었다고 생각합니다. 향후 TTA에 모바일을 통한 콘텐츠 이용 데이터를 포함시킬 수 있는 방안을 강구하고 있습니다.

Q6 이 과장님이 생각하기에, ‘광고·마케팅’ 업무를 하는데 있어 필요한 기본적인 소양이 있다면 무엇일까요?

A6 제가 생각하기에 기본적으로 광고 마케팅의 바탕이 되는 것은 시장이고 기업경영 환경입니다. 그런데 최근에는 기업을 범죄 집단으로 취급하고, 기업인을 폄훼하는 드라마를 종종 보는데 참 속상하네요. 이런 프로그램들을 보다 보니 우리가 실질적으로 기업을 둘러싼 경영 환경이 어떤지 알아야하고, 기업의 사회적 리스크 파악은 물론 반기업정서에 대한 나름의 원인과 해소 방안을 마련해야 한다고 생각하게 되었습니다.

이런 생각들이 토대가 되어 효율적이고 과학적인 마

케팅·광고·홍보가 가능하다는 점을 늘 염두에 두지 않으면 안된다고 생각합니다. 한마디로 시장의 상식과 공정을 따지는 현실적인 삶의 시장경제주의자가 되어야 할 것입니다.

Q7 개인적인 질문으로 넘어가보겠습니다. 최근 발표되는 여러 보고서에 의하면 3040세대는 비판적인 사고로 회사 내 불합리한 제도를 개선하고, 적극적으로 '경제 활동'을 하는 동시에 자기 개발을 통해 '은퇴 설계'를 달성해야 하는 아주 중요한 세대로 그려지고 있는데요. 이 과장님께서 '워킹맘 대표'로서 이 중요한 시기를 잘 보낼 수 있는, 직장생활과 가정을 밸런스 좋게 양립할 수 있는 팁이 있으시다면 알려주세요.

A7 최근 재미있는 통계 하나가 발표됐더라고요. 하나는행이 선보인 '대한민국 40대가 사는법' 보고서입니다. 보고서에 따르면 40대 소득자는 월 평균 468만원을 벌며 이 중 73%를 생활비와 자녀 교육비로 지출하는 것으로 나타났습니다. 또한 자기 집이 있는 경우는 절반을 조금 넘는 것으로 조사됐는데요, 통계가 말해주는 것처럼 3040세대가 우리 사회를 살아가는 것은 정말 팍팍하다고도 할 수 있습니다.

요즘 직장에서 3040 세대를 경제의 '허리'라고 부르는데, 이 허리가 꺾이지 않도록 사회와 기업의 관심과 지원이 필요합니다. 직장생활과 가정을 양립할 수 있는 좋은 팁은 따로 없습니다. 그냥 매순간 최선을 다할 뿐입니다. 그렇게 해도 집에서든 직장에서든 항상 부족할 수밖에 없는 것 같습니다. 온전히 어디에도 충실하지 못한 채 그저 매순간 고비를 넘겼을 뿐인데, 다른 사람들이 보기에 '조화롭게 잘 양립하면서 살고 있구나'라고 생각해주신다면, 잘 해내고 있다고 스스로를 칭찬해주고 싶습니다.

Q8 평소 존경하거나 멘토로 삼고 있는 분이 계시다면?

A8 어려운 질문이네요. 아이가 태어나고 키우면서 신사임당 같은 좋은 엄마가 되었으면 하는 생각을 가지게 되었습니다. 지금은 삶의 시장 속에서 닦고 싶은 사람들이 생기더라고요. 늘 어제 오늘 내일을 살피면서 자신을, 일터를 알리고 싶어하는 협회 운영위원님들을 볼 때 부럽고 닦고 싶다고 생각하고 있습니다. 그리고 함께 일하는 동료들의 지혜의 열정이 넘치는 모습을 보면서 저도 초심을 잃지 않도록 가슴에 새기고 있습니다. 마지막으로는 국선상을 진행하는 과정에서 공정의 가치를 일깨워 주신 서울대 여성성 부총장님의 '꿊고 맺는 용기와 추진력!' 이 가슴에 큰 울림을 주었습니다.

Q9 마지막으로 현재 광고 업계에 종사하는 후배들에게 조언 한마디 부탁드립니다.

A9 최근 언론보도를 보니, 비트코인 반토막 쇼크로 많은 회사들의 이과장·김대리 앓아누웠다고 합니다. 직장은 소득이 발생되고 생활을 지켜주는 곳이기도 하지만 '나'를 사회원인으로 돈보이게 하는 자존심의 원천이기도 합니다. 그런 만큼 본인이 소속된 곳에서 소질을 개발하고 조직의 발전과 비례하는 자아실현에 근본으로 삼아야 한다고 생각합니다. ❶

