

KAA 진단 ②

ABC제도 근간은 투명한 운영과 공신력 확보다

글 임호균 | 한국광고주협회 부회장
hkl@kaa.or.kr



지난 7월 8일 문화체육관광부는 한국ABC협회에 권고한 제도개선 조치 사항에 대해 최종 이행 여부를 점검하고, 그 결과 정부광고 집행과 언론보조금 기준에서 ABC부수 기준을 제외하기로 결정했다.

ABC협회는 1989년 정부와 광고주의 지원을 통해 설립, 국내 신문·잡지 등의 발행 및 유료 부수를 검증하고 공인 발표하는 오딧(Audit) 기관이다. 이처럼, 신뢰성이 생명인 ABC협회가 현 집행부의 불투명한 운영과 문체부의 제도개선 조치 요구사항에 대한 이행 소홀로 인해 협회 창립의 한 축을 담당해왔던 정부로부터 'ABC 부수공사의 정책적 활용중단'이라는 엄중한 결정을 받게 된 것이다.

이번 일련의 사태로 그동안 국내 광고주의 매체에 대한 광고비 집행 근거로 활용되어온 ABC제도 자체의 신뢰성 및 효용성마저 큰 타격을 입었다는 점에서 더욱 뼈아프게 다가온다.

한편, 미디어의 환경변화와 테크놀로지의 발전이 급속도로 이루어지고 있는 가운데, 더 이상 인쇄매체도 과학적이고 합리적인 가치 분석과 적용을 외면할 수 없는 패러다임으로 전환하는 추세다. 온라인, 모바일 등 다양한 플랫폼에 대한 수용 행태를 파악해서 제시하지 않으면, 매체의 영향력이나 신뢰성을 확보하기가 어려울 수밖에 없는 구조로 변화되고 있다.

실제로 해외에서는 일찌감치 온·오프라인에서의 매체 이용실태조사를 실시해 발행 및 유가부수는 물론 웹사이트 방문자 수, 앱 사용량, SNS계정 가입자 수 등 세세한 내용의 독자 파일을 통합하여 보고서를 발표해오고 있다는 점에서 정교한 매체효과 측정 데이터에 대한 마케터들의 니즈(needs)는 더욱 커지고 있다고 볼 수 있다.

이는 결국 광고 산업 측면에서 ABC제도의 필요성 및 효용성의 가치가 여전히 높다는 것을 시사한다. ABC제도는 국제ABC연맹(IFABC)의 정신에 입각하여 주요국 모두가 이용하는 부수 공사 방법이다. 합리적이고 과학적인 광고시장 조성을 위한 제도라



한국ABC협회 홈페이지

는 점에는 의심의 여지가 없다. 그동안 한국광고주 협회를 포함한 광고계가 ABC협회 창립 이후 ABC제도 정착의 필요성과 매체 가치가 광고요금에 반영되어야 한다는 점을 지속적으로 강조해 왔던 이유도 바로 그것이다.

다만, ABC제도가 유지·발전되기 위해서는 독자 및 광고주의 신뢰 회복이 우선되어야 한다는 과제를 안고 있다. 아울러 미디어 환경변화에 대응할 수 있는 '통합ABC보고서' 마련에 대한 ABC협회의 전향적 자세도 함께 증명되어야 할 것이다.

늦은 감은 있지만, 이제라도 ABC협회는 ABC제도에 대한 철학과 비전을 돌아보고 협회의 존립 이유가 무엇인지 되짚어보아야 한다. 답은 30년 전 협회 설립 당시의 취지로 돌아가 투명한 공사 운영에 의한 매체의 공신력 확보에서 찾을 수 있다.

문체부의 이번 결정을 성찰의 계기로 삼고, 뼈를 깎는 혁신을 통해 신뢰 구축 방안 마련과 공신력 있는 기관으로 탈바꿈하기 위한 의지를 보여주어야 한다. 이를 바탕으로 한 과학적이고 합리적인 데이터가 확립될 때 ABC제도의 신뢰 확보는 물론, 광고효과에 기반한 광고 증가와 미디어산업의 발전도 함께 도모할 수 있을 것이다. ☞