

TV PPL, 인터넷 동영상 짤방에서 안전한가?

글 민경숙 | TNMS 대표, 매스커뮤니케이션 박사
min.gs@tnms.tv

일반 광고와는 달리 간접 광고는 광고 시간대에 시청자가 채널을 돌리는 것을 막을 수 있다. 그래서 간접 광고는 일반 광고에 비해 브랜드 노출을 더 많이 할 수 있고 더 많은 사람들에게 도달할 수 있는 장점을 가지고 있다.

본 방송 외에도 재방송, VOD 그리고 인터넷 동영상을 통해서도 방송 콘텐츠를 볼 수 있게 되면서 많은 사람들은 막연히 TV 콘텐츠에 들어가 있는 간접광고의 확장성도 이와 함께 높아졌다고 생각한다.

하지만 인터넷 짤방 clip 형태에서 본방송의 모든 내용을 볼 수 있는 것은 아니다. 어떤 내용은 잘려 나가 아예 짤방 clip 형태로 존재하지도 않는 경우가 있다.

예를 들어 본방송 길이가 45분이라고 한다면 각 각의 짤방을 다 더하면 그 길이가 45분이 되어야 하는데 안되는 경우가 있다. 하필 PPL이 들어가 있는 장면이 인터넷 동영상 클립에서 잘려 나갔을 수 있다.

따라서 인터넷 동영상 다시보기에서 간접광고 PPL 확장성이 항상 보장되는 것은 아니라는 것을 광고주들은 인식할 필요가 있다. 막연히 내 간접광고를 집행한 그 본방송 프로그램이 인터넷 동영상에서 올려진다고 해서 당연히 내 간접광고도 노출이 되겠다고 생각하면 안 된다는 것이다.

본방송을 짤방 clip 형태로 가위질 할 때 간접광고가 들어가 있는 장면이 잘려 나가지 않도록 매체사와 조율이 필요할지 모른다. ㉠