

◇특집... 대학신문 광고의 올바른 위상정립을 위하여

## 광고 되찾아야 할 우리의 지면

기자회견서 조작 부시되었던 대학신문광고가 대대적인 개혁 운동으로 인한 피해가 자각되면서 지난해부터 자유언론실천 대학신문기자연합회를 중심으로 광고질서회복운동이 진행되고 있다. 이에 본보는 대학신문에서 광고가 가져오는 의의를 살펴보고 그 위상을 정립하고자 한다. <편집자주>

### I 글을 시작하며

대학신문이 독자적인 위상을 가지며 '세력적 특별활동'의 수준을 넘어서는 것은 80년을 경과하면서 부터였다. 80년 광주민중항쟁이후 전개된 일련의 상황은 대학신문으로 하여금 일정한 자기정비와 방향의 대전환을 요구했던 것이다. 이러한 자각이후 대학신문은 각 단위 캠퍼스에서 편집자율권 보장, 사정절제제지 등 언론자유투쟁을 통한 사상적 단련과 전국대학신문기자연합회 '자유언론실천대학신문기자연합회'를 통한 조직적 결집, 그리고 자유주의적 민주주의적 언론관에 대한 부단한 논쟁을 통과하면서 오해를 이뤘다. 작금 '매체혁신' (기자)와 소수명명만 애독하는 목소리 높은 신문이 아니라 대중의 이해와 요구를 올바르게 수렴해내는 대중지로서의 일련의

혁신적 모습으로 대변되는 탈바꿈 과정은 그동안 대학신문 역량의 단적인 결과이며 성과인 것이다.

87년 지나친 선조성의 반성속에서 제기되기 시작한 88-89년 내외적인 시련을 이기며 광범위하게 확산되어 이제는 나름의 방향과 틀을 잡아가며 각대학에서 구현되고 있는 '매체혁신'. 그 구체적 현실 실현방안의 하나가 바로 '광고질서회복운동'이다.

현재 부산대, 동아대를 비롯한 부산지역과 한양대, 성대를 중심으로 전개되고 있는 '광고질서회복운동'의 올바른 이해를 위해서는 일반기성언론과 다른 대학신문의 특수성, 광고가 대학신문에서 갖는 의미 그리고 광고면에 대한 정확한 인식에서 출발해야 한다. 그렇기 위해서는 학교당국의 제재금지에도 불구하고 학생 기자들이 광고면에 대해 지속적으로 애착과 애정을 갖는 이유를 이해하지 못할 것이다.

이들에서는 그동안 현상적인 보도와 인식의 저급함으로 고통되고 있는 '광고질서회복운동'의 의의와 배경을 중심으로 현재 진행 상황과 함께 짚어가고자 한다. 아무쪼록 본고가 좁게는 학생 기자 넓게는 독자대중에게 광고에 대한 그리고 광고질서회복에 대한

참고의 순환을 기본 메커니즘으로 하는 그리고 이 과정들을 끊임없이 연결시키는 광고의 기능에 있어서는 상품경제체제는 원만히 유지되기 힘들 것이다. 조선-동아를 포함한 4대일간지의 년간광고매출액은 수천억이 넘는 규모인데 이 액수는 신문사

## 광고질서회복운동, 독자와의 연대 절실 신문지면 1/3인 광고의 중요성 인식해야

코페르니쿠스적(?) 대전환을 위한 단초가 되기를 빌며 이후 많은 절타와 조연 부탁한다.

### II 대학신문에서 광고의 의미

우리는 흔히 광고를 '자본주의의 꽃'이나 시장경제체제에 한하는 말로 미화한다 물론 잘못된 표현은 아니다. 자본주의의 꽃 속에서 광고는 대량소비의 조건인 소비자의 소비욕구를 촉진하는 기능을 가지며 시장경제체제를 운용하는 발전적 역할을 한다. 엄밀히 따지면 광고도 상품이라고 할 수 있는 것이다. 대량생산-대

량유통의 7-80% 이상을 담당한다. 현재 제도언론에서 한창 떠도는 증언이나 필요일관 제작이나 하는 말도 신문사의 출혈을 감수하며 독자를 위해서라기 보다는 광고수익의 확대라는 측면이 강하여 서구자본주의에서 나타나는 언론재벌이라는 말도 바로 이런 광고의 힘이 큰 것이다. 제도언론에서 광고는 이런 자기의 자본주의적 언론구조를 강화하려는 도구로서 사용되게 되며, 이것은 광고주의 상품홍보라는 목적과 이해관계가 합일되는 것이기 때문에 운영이 가능하게 되는 것이다. 이때문에 편집권과 광고주의 이익이 상충되는 지점에서는 광고주의 힘이 관철되는 편집권침해로 종종 불의를 빚게 되는 요인이 되기도 한다. 하지만 대학신문에서 광고는 제도언론과는 크나큰 차별성이 존재한다. 대학신문은 대학이라는 특수성에서 자기의 대중에 의한 목적도 대 (등록금)의 일부인 신문비)가 주요한 재원이며, 자본주의의 논리와 구조에 의해서 지배되는 측면이 상대적으로 적다고 볼 수 있다. 대학신문이 광고주에 의해 기사나 편집권의 영향을 받는 것은 극히 드문것이다. 예를 들면 삼성이나 현대-대우등 재벌기업의 규탄기사가 실린다고 해서 광고가 그에 대한 압력을 직접 표출하는 구조가 아니라는 것이다.

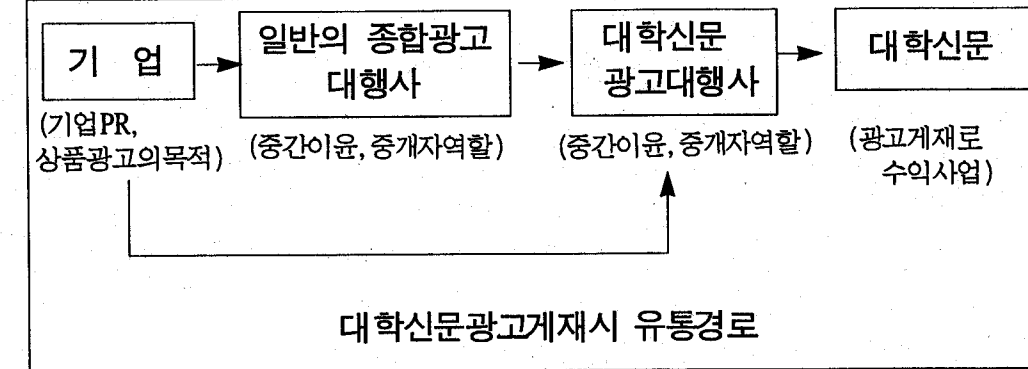
광고가 없어도 대학신문은 발행할 수 있다는 이런 대학신문의 비영리 성격(독자가 낸 등록금으로 인한 무기)에서 바로 제도언론에서의 광고와 대학신문에서의 광고가 다른 광고내용은 부차적 문제-차이가 나는 것이다.

### III 광고질서회복운동의 배경과 의의

신문은 지면을 통해서 말한다. 때문에 대학신문 지면에 나타나는 모든 내용은 대학의 의사와 반영이어야 한다. 대학신문 전체지면에서 광고가 차지하는 비율이 1/3에 달함에도 불구하고...(중략)광고도 하나의 기사인 것이다. 우리가 편집자 윤리를 논함에 있어 당연히 광고지면도 그 해당범위에 포함되어

야 하는 것이다. 이는 지난 89년 대학신문기자들이 '광고질서회복운동'을 시작하며 발표한 성명서의 일부이다. 앞에서 밝혔듯이 대학신문 광고면이 일반 제도언론과 크나큰 차별성이 있음에도 불구하고 80년대 이전까지 광고를 바라보는 시각은 광고와 기사를 분리해서 인식했고 주관적 편견에 의해 광고지면을 평가절하해서 보았던 것이다. 단순히 광고는 '신문으로서 틀을 완성시키는 장식물' 정도로 판단했고 학생기자도 기사면을 잘 써내는 것만이 기자의 책임이고 역할이라고 한정지었다. 이로인해 미-일제국주의의 왜곡된 문화가 무분별하게 광고를

통해 게재되었으며 퇴폐광고나 여성을 상품화시키는 광고가 실려도 인식의 저급함, '권한' 밖이라는 이유로 제대로 문제제기도 못했을 뿐 아니라 광고계약과정에 독자인 제작자의 의사가 반영될 아무런 통로도 갖지 못했다. 계약상의 비평개성으로 인해 앞에서 이야기한 불건전한 광고계약의 참모습을 비평의 만연, 장기계약(부산대의 경우 4년), 매체료의 대행사 주관적 적용(지방대가 극심)매체료의 미



## 저질 상업주의 광고계제, 악덕대행사 추방해야

남, 자연(서강대, 부산대, 한양대) 등 광고질서회복운동의 극치를 이루었다. 한마디로 민주화 운동의 최선봉자라고 자처하고 대학사회에서 가장 진보적이라는 대학신문 기자들조차도 내부적으로도 극복하지 못한 한계를 바로 '광고'였던 것이다. 이런 점을 자기반성하며 광고 혁신이 제기되었다. 현재 '매체혁신'과 함께 전국적으로 전개되고 있는 광고지면에 대한 혁신적 인식은 크게 세 가지로 이어질 수 있다.

첫째로 편집권의 범위가 광고면까지 확대되어 이제 광고도 단순한 지장을 위한 악세사리가 아닌 중요한 기사라는 관점이 명확해졌다. 지면의 1/3인 광고면도 독자대중의 이해와 요구에 맞게 채워져야 한다는 책임의식과 주인의식이 기자들에게서 제기된다는 점이 그 반증이다.

둘째로 광고의 질적인 측면에서 퇴폐적이고 비윤리적인 광고의 배제가 요구되었으며 광고지

면의 창조적으로 활용한다는 방안이 나타나게 되었다. '기획광고'라는 획기적 형식이 창출되면서 기사보다 설득력있게 메시지를 전달할수 있게 되었고 외대의 비둘기집과 동국대의 '동아광장' 등 게시판광고안이 신설되어 독자들의 다양한 정보와 목소리를 담아낼 수 있게 변화된 것이다.

셋째로 광고대행사에 대한 엄격한 규제를 해야한다는 인식변화이다. 이후 다시 거론하겠지만 현재의 몇몇 대행사처럼 대학이란 공간을 돈놀이판으로 전락시키고, 자신의 이익을 위해서라면 어떠한 상황에서도 편향고, 어떠한 광고도 좋다는식의 인식을 갖고, 구조를 갖는 악덕대행사가 광고면을 책임진다면 광고지면의 혁신운동은 그야말로 자책적인 사업으로 전락될 수밖에 없다. 물론 건전 광고 대행사와 그렇지 못한 대행사와 명확한 기준을 가르는 것은 객관적으로 어렵지만 최소한 이런 부분은 전제되어야 한다. 먼저 '광고질서회복운동'의 기본적 목적에 동의하고 광고면을 대학인의 시각에서 볼 수 있는 광고대행사, 또한 종국적으로 대학과 대학신문의 발전을 추구하며 상업적 이익을 최소화하고 대학으로의 환원을 극대화 시키려는 의지를 갖고 있는 대행사이야 한다는 것이다. 마지막으로 대학신문에 대해 가장 잘알며 이 땅의 참모습을 비평의 만연, 장기계약(부산대의 경우 4년), 매체료의 대행사 주관적 적용(지방대가 극심)매체료의 미



◇ 대학신문까지 여성을 상품화한 퇴폐광고가 버젓이 실리고 있는것이 우리의 현실이다

대행사를 대학사회에서 영원히 추방하는 길만이 종국적인 해결점을 인식시켜 주었다. 그동안 W대행사나 AD-Z광고대행사가 독점하다시피한 광고시장에서 서강대, 외대의 AD-Z 추방을 기화로 서서히 무너지기 시작한 것이다. 이어 '광고질서회복운동'은 반(反)W, 반(反)AD-Z 선언 등 악덕기업추방운동으로 발전, 8월 초 고려대가 부산대, 전남대와

자의 알권리에 충실히 보답하고자 노력해왔다. 대학신문단위의 서곡이었던 89년 문교부의 5.6조 치위 12명의 편집장과 7명의 필자가 국가보안법 위반으로 구속되는 최악의 시기에도 '무릎 꿇는 곡필'보다 서서적은 직필을 택한다'는 사명관으로 결코 이 땅의 역사와 시대적 대의를 거스리지 않았다. 민족자주언론의 선봉이라는 대학신문의 위상과 방향은 민족이 해방되고 진정한 민주주의가 실현되는 그날까지 우리에게 부여된 숙제인 것이다.

이렇게 시대적, 역사적 상황속에서 된 대학신문의 목표가 3번의 2에만 한정되고 신문지면 구성구석에까지 구현되지 못한다면 민족언론의 새날을 열어야 할 막중한 임무에 중요한 한계를 노정한다는 것은 명약관화한 일이다. 또한 지면의 1/3을 제외한 상태에서 출발한 지면, 조직, 사람의 혁신이 매체혁신도 아닐수없을 것이다.

독자대중은 대중신문의 실제적 주인으로서 올바른 기사뿐만 아니라 건전한 광고를 요구할 권리를 갖는다. 이러한 맥락에서 '광고질서회복운동'은 절실한 독자요구의 반영이며 기자의 책임이자 할 말인 것이다.

접히는 신문'을 혁신해서 읽히는 신문' 대중과 함께하는 신문'의 위상을 세우는 것이 현시기 대학신문의 목표라면, 광고지면에 있어서 '광고질서회복운동'을 통해 3분의 1의 지면을 지면의 주인 독자대중의 이해에 부응하도록 혁신하는 일이 당면과제이다. 또한 건전한 광고를 담은 건전한 대학신문은 올바른 대학문화를 건설하는 초보이고 올바른 대학문화는 외세문화에 배격하고 우리문화화를 자주적으로 계승·발전시킨다는 의미를 가질때 결국 건전한 광고를 신기위한 기자들의 가난한 노력은 넓게는 자주화된 사대를 앞당기기 위한 팽악적 모습일 것이다.

강 병 준  
(외대학보 전임 편집장)

### 인터뷰

## '광고질서회복운동' 중인 한대신문사 이흥천씨를 만나

"처음 며칠은 몸도 아프고 굉장히 힘들었는데 3일 정도 지나니까 그래도 좀 나아지더군요. 세상에, 1주일이나 지났는데도 수염이 별로 자라지 않았네요"라고 수줍게 웃는 이흥천(한대신문사-사진부장)군은 7일간의 단식을 마친지 얼마되지 않았음에도 그의 눈빛은 자신에 차 있었다.



"신문에서 삼분의일 지면인 광고면도 그 신문의 지면일이다. 이러한 관점에서 볼때 대학신문이라면 제도언론과는 달리 그 자급원이 구독자인 학생들의 등록금에서 정수되기 때문에 자본주의의 상업성에 물들지 않은 순수성을 가질수 있습니다"라며 대학신문에 있어서 광고의 의의를 밝힌다.

"지난 3월2일 광고계약하기전 주간교수님께 충분한 사전자료를 드렸습니다. 그럼에도 불구하고 교수님은 광고계약은 주간교수 권한이 아니라면 기자들이 관여할바가 아니라면 우리에게 이렇게 할것이니 그렇게 알고 있으라는 식으로 얘기하곤 논의의 여유없이 계약을 체결해 버렸습니다"라며 "그후 3월8일자 개강호 작업까지 한후 지금까지 못하고 있어요. 처음엔 대부분의 기자들이 단식투쟁에 들어가 아침엔 교문홍보, 점심엔 식당, 로비홍보를 했죠. 그러나 지금 2번째 호의를 제작하고 있는데 체계적으로 너무 힘들어 단식농성은 풀고 홍보전은 계속하고 있는데 자

금사정도 안좋아 모기자의 등록금을 이번호의 제작비로 쓰고 있습니다"며 이군은 그간의 경위를 설명했다.

"매년 편집자들끼리 하면서 재계되는 문제지만 단순히 광고문제 갖고만 얘기하는건 결코 아닙니다. 신문사 운영과정에 있어서 신문의 주체인 학생기자들이 참여하는 문제중에 하나가 금년엔 광고전으로 나타났거든요"며 "다른 여러곳에서 지지반란, 성명서, 보조금들을 보내오지만 이 광고싸움은 지지성명서등의 차원이 아닌 대학신문사가 연합해 함께 싸워나가야 한다고 생각합니다. 예를 들어 광고 공동대책위원회를 전국대학신문기자연합회(전대기련) 차원에서 꾸려 전대대학신문이 광고계제를 거부한다는 등의 차원으로 발전해야 승리할수 있습니다"라고 하면서 모든싸움에서 그렇듯이 연대의 중요성을 강조했다. "이번에 얻은 가장 큰 성과라면 지금 한창 대두되는 학우속으로 신문'이란 면이 소기의 성과라면 성과라고 할수 있겠죠 확실히 많은 학생들이 관심있게 지켜보고 있다는 사실만으로도 흐뭇합니다"며 싸움이 장기화되면 싸우는 사람이나 지켜보는 사람이나 지치기 마련이죠 이런 싸움이 작년 교대에서와 같은 불행한 결과가 나오지 않도록 학생기자, 일반학생 모두 힘을 합쳐야 겠죠"라고 말하는 그의 모습은 힘차 보였다. < 曠 >

대학신문광고 질서회복을 위하여

"기획광고 넷"부터 공동대위의 공식명칭을 「광고질서회복을 위한 악덕광고대행사(이전, 악덕기업) 추방 공동대책위원회」로 변경하게 됨을 알립니다.

# "절대 끊어지지 않는 동아줄, 세가닥?"



예로부터 선조들은 정성을 다해 튼튼한 동아줄을 꼬아왔습니다.

힘든 농사일을 끝내고 수학의 기쁨을 함께 나누며 밟이는 마을잔치에는 줄다리기, 고서움이 빠지지 않았습니다. 모든 이들이 한데 어우러지는 훈훈한 자리. 정성스레 꼬아 튼튼한 동아줄이 있기에 우리민족은 한마음으로 함께해 대동충이를 즐길 수 있었습니다.

대학신문의 「광고질서회복을 위한 악덕광고대행사 추방운동」 또한 튼튼한 동아줄로 엮여가야 합니다.

대학인, 대학당국, 학생기자 세 가닥이 엮여가는 대학신문 발전의 동아줄. 세 주체가 튼튼한 한가닥 한가닥이 되어 대학신문이 건강하게 자리매김되는 날! 그날을 위해 지금은 대학인, 학생기자 그리고 학교당국 모두가 「광고질서회복을 위한 악덕광고대행사 추방운동」의 동아줄을 튼튼히 꼬아야 할 때입니다.

「한대신문」의 「광고질서회복을 위한 악덕광고대행사 추방운동」에 공동대위는 끝까지 연대투쟁할 것 입니다. 한대신문 제작중지 즉각 철회하라!!