



아무리 강조해도 지나치지 않은 콘돔 사용 권장

1997년 에이즈 예방 캠페인 중 가장 큰 성공을 거둔 것은 콘돔 사용의 중요성을 강조한 캠페인이었다. 이 캠페인은 콘돔 사용의 중요성을 강조하는 메시지를 전달하는 데 성공했다. 이 캠페인은 콘돔 사용의 중요성을 강조하는 메시지를 전달하는 데 성공했다.

최두현 * 프리랜서 카피라이터

www.achse.de

얼마 전 인도 안드라 프라데시 주의 많은 시민들은 이른 아침 조간신문을 받아보고는 한결같이 어리둥절했다고 한다. 신문에 콘돔 3개가 들어있는 작은 봉지가 붙어 있었기 때문이었다. 주 정부가 안전한 섹스와 에이즈에 대한 경각심을 불러일으키는 메시지를 전달하기 위해 50개 마을에 배달되는 조간신문 1면에 콘돔 봉지를 테이프로 부착해 함께 전달했던 것이다. 급속도로 불어나는 에이즈 인구를 억제하기 위해 온갖 대책을 내놔지만 뚜렷한 효과를 거두지 못하자 궁리 끝에 이런 방법까지 동원했던 것이다.

인도는 지난해 말 에이즈 인구 570만 명을 기록하면서 남아프리카공화국의 530만 명을 추월해 에이즈 감염인수 세계 1위국에 올랐다. 인도의 에이즈는 한창 기치를 올리고 있는 인도의 경제발전에 발목을 붙들 정도로 위험 수위를 넘어서고 있다. 이에 인도정부와 기업에서 내놓은 최대의 에이즈 예방 및 확산 방지책 역시 콘돔인 것이다.

광고①은 남성의 성기를 기다란 과일이나 채소에 비유하여 그것에 콘돔을 덧씌워 사람들의 시선을 확 끌어당기는 인쇄매체 광고이다.

인간의 신체 일부를 과일이나 채소에 비유하는 것은 동서고금을 통하여 똑같은 사유방식인 것 같다. 예컨대 농염한 여인의 입술을 새빨간 양도로 표현하거나 수줍은 처녀의 볼을 사과로, 섹시한 여자의 엉덩이를 수밀도 같은 복숭아에 비유하는 것이 그것이다. 남자의 성기로 표현한 오이, 가지, 당근

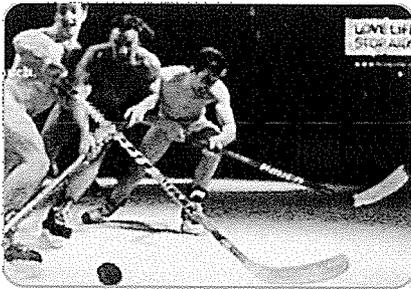


광고①

을 보면서 다시 한번 동서양의 똑같은 사고방식에 감탄(?)하면서도, 옥수수까지 나간 저들의 사고의 폭을 보면, 역시 이 방면에선 그들이 한수 위인 것 같다.

독일에서 만들어진 이 광고의 슬로건은 'GIB AIDS KEINE CHANCE - 에이즈에게 기회를 주지 마라'이다. 콘돐을 사용함으로써 에이즈의 위험을 미리 차단하지는 강력한 메시지를 담고 있다. 비주얼이 좀 민망하기는 하지만 사람들의 눈길을 끌어 인상 깊게 메시지를 전달하는 데에는 충분한 효과를 거둘 수 있을 것이다.

〈당근편〉은 "바로 앞을 내다 보라, 한 눈 팔지 말고 미리미리 대비하라"라는 메시지를 담고 있다. 〈바나나편〉은 콘돐을 낀 것의 싱싱함과 그렇지 않은 것의 비유를 통해 "서툰 변명은 필요 없다"라며 아주 강한 어조로 콘돐 사용의 필요성을 강조한다. 〈오이편〉과 〈종합편〉에서는 콘돐의 사이즈와 속성을 통해 누구나 사용하기 편함을 강조하고 있다.



광고②

인도는 지난해 말 에이즈 인구 570만 명을 기록하면서, 남아프리카공화국의 530만 명을 추월해 에이즈 감염인수 세계 1위국에 올랐다. 인도의 에이즈는 한창 기치를 올리고 있는 인도의 경제발전에 발목을 붙들 정도로 위험 수위를 넘어서고 있다.

광고③는 스위스 정부의 에이즈 예방 캠페인 TV광고이다.

'LOVE LIFE, STOP AIDS' 라는 슬로건으로 TV 방영은 물론 전국의 광고판과 극장에서도 상영되었던 광고이다. 〈펜싱편〉과 〈아이스 하키편〉으로 제작된 이 광고는 벌거벗은 사람들이 아주 격렬하게 위험한 스포츠를 하는 모습을 보여주면서 '뒤편 벌거벗고 그냥 하면 안된다'는 메시지를 담고 있다. 우선 벌거벗은 사람이 등장했다는 것만으로도 시선을 끌어 잡기에 충분한 화면에는 보기에도 섬뜩한 동작들이 시선을 고정시키게 만든다.

실오라기 하나 걸치지 않은 채 노려보는 여인들의 매서운 눈매, 날카로운 칼끝으로 찌르고 찢리는 모습, 하키 채를 움켜잡고 벌거벗은 몸으로 빙판을 질주하며 서로 부딪히는 건장한 남성들의 거센 몸싸움, 눈보라를 일으키는 강렬한 슛팅 장면... 벗고 해서는 안 될 것 같은, 큰일 날 것 같은 두려움이 그대로 전해 온다. 반드시 보호장구를 착용하고 해야 한다는 강박관념까지 들 정도로 강한 메시지를 주입시키는 광고이다. 이걸 보고도 콘돐을 착용하지 않는 사람이 있다면 보통 강심장이 아닐 것이다. 하지만 세상에는 이런 강심장들이 너무나 많은 모양이다. 세계 여러나라의 노력에도 불구하고 에이즈는 줄지 않고 점점 늘어난 가고 있으니... 따라서 더욱 자극적이고 더욱 공포스런 에이즈 예방 광고가 나올 것이라는 전망은 그리 어렵지 않다. 그러나 숨웃을 벗게 하는 것은 차디차고 매서운 강풍이 아니라 따스한 햇살임을 기억한다면 에이즈 예방광고의 크리에이티브에도 뭔가 변화가 기대된다.