

공익성과 완성도, 두 마리의 토끼를 다 잡은

유럽의 에이즈 예방 광고

유럽에서는 에이즈 예방 광고를 쉽게 접할 수 있다. 이들 광고의 소재나 내용을 들여다보면 콘돔의 사용을 강조하는 것이 거의 대부분이다. 에이즈를 예방하는 가장 확실한 방법이 콘돔이기 때문에 당연한 일어기는 하지만,

그 광고 표현 기술이 아주 세련되고 아이디어가 독특하여 눈여겨 볼만하다. 광고시제로서도 완성도가 높은 유럽 에이즈광고 두 편을 소개한다.

글 최두현 프리랜서 카피라이터

태국에 '캐비지 앤 콘돔'이라는 식당이 있다고 한다. 식당 이름이 콘돔이라니...

이 집의 젊은 사장은 AIDS 예방 운동을 하면서 수익금의 일부로 콘돔을 나눠주고 있다. 식당 입구에서부터 콘돔으로 만든 꽃과 모나리자가 비아그라를 들고 있는 사진이 있다. 식탁유리 바닥 밑엔 각종 콘돔이 있고 벽에는 종류별 콘돔이 액자에 넣어져 걸려 있다. 식사를 끝내고 계산할 때는 콘돔을 나눠준다. 처음엔 좀 재미있다,

좀 어색하다는 생각이 들긴 하지만 몇 번 가보면 오히려 자연스러운 인테리어 정도로 생각하게 된다고 한다.

일단 캐비지 앤 콘돔을 많이들 찾는 이유가 식사를 하면서 자연스럽게 AIDS 퇴치 운동에 참여하게 되고, 중요한 음식 맛도 깔끔하고 맛있고 분위기가 좋아 외국인들이 많이 찾는다고들 한다.

이처럼 콘돔은 이제 '특별한' 것이 아니라, '아주 자연스러운' 생활용품의 하나이다. 이 자연스러운 콘돔을 성생활에 자연스럽게, 또 반드시 착용할 것을 권장하는 유럽의 광고들을 살펴보자.

벨기에 에이즈 예방재단의 에이즈 예방광고

“행운에 기대지 마세요, 당신을 보호하세요.”라는 동일한 카피에 카섹스, 남녀 간의 섹스, 동성애 장면들을 보여주는 이 광고들은 벨기에 에이즈 예방재단의 에이즈 예방광고이다. 주인공들은 한결같이 행운을 가져다준다. 행운의 네잎클로버를 들고 있다. 어떤 행운을 버라는 것일까? 우측하단의 콘돔 사진을 보면 금방 그 답을 알 수 있다. 하지만 에이즈가 어디 그런가! 행운은 아무런 준비도 하지 않은 채 바라기만하는 사람에게는 오지 않는다. 콘돔 없이 섹스를 하면서 에이즈의 위험에 빠지지 않을 기라는 행운은 애당초 기대하지 말 것들이 광고들은 엄중 경고하고 있다. 섹스를 한 때에는 어떠한 경우라도 콘돔착용은 필수이다.

네 잎 클로버와 콘돔을 연결시킴으로써 이 광고는 소기의 목적을 100% 표현하고 있다. 더욱이 단편으로 끝나지 않고 시리즈로 제작함으로써 놀라운 주목율과 광고 캠페인의 효과를 배가시키고 있다.

유럽의 에이즈 예방 광고들은 대부분, 콘돔 없이 하는 섹스의 위험성을 경고하고 있다. 콘돔 없이 하는 섹스를 독거미나 진간과 하는 섹스로 비유하는 섬뜩한 장면을 연출한다거나, 인체모형들의 섹스에 비유하여 마보 명창이들의 짓거리라고 비꼬기도 한다.

최근 우리나라를 비롯하여 일본, 미국 등의 에이즈 예방 활동들이 에이즈에 대한 오해와 편견을 불식 시키고 사회적 관심을 촉발하는 내용을 주로 삼고 있는데 비해, 유럽에서는 여전히 에이즈 예방, 그중에서도 콘돔 착용의 필요성을 강조하여, 내용들이 주류를 이루고 있다. 다음 광고는 에이즈에 대한 올바른 인식을 심어주고자, 프랑스의 건강을 위한 예방과 교육연구소 INPES에서 만든 광고이다.

벨기에 에이즈 예방재단의 에이즈 예방광고



프랑스의 '건강을 위한 예방과 교육 연구소'
INPES의 에이즈광고

프랑스의 INPES의 에이즈광고

우선 남자 모델들의 강한 인상과 과감한 레이아웃이 눈길을 확 사로잡는다. 한쪽 귀에 콘돔이 씌워져 있다. 비주얼이 강하다. 일단 시선을 끌어 모으는데는 성공적이다. 자연스레 카피로 눈길이 갈 수 밖에! "고환으로부터 당신을 보호하세요." "소문에 감염되지 마세요." "입소문으로부터 당신을 보호하세요." "앗, 이게 무슨 소리인가? 그 밑의 카피까지 읽지 않을 수가 없다. 루머 : 나는 콘돔 없는 항문섹스를 피할 수 있다. 루머 : 콘돔 없이 하는 펠라티오(음경에 대한 구강 애무)는 위험하지 않다. 루머 : 베어늬(등 부분을 대담하게 노출시킨 패션)차림의 여자는 에이즈 위험이 없다. 어찌 가당키나 한 말들인가.

에이즈에 대한 잘못된 루머들을 임팩트 있는 레이아웃과 강력한 비주얼에 담아 확실하게 전달하고 있다. 에이즈에 대한 잘못된 인식을 바로잡기 위한 공익광고이면서도 역시 콘돔 착용을 권장하는 내용을 담고 있다.

위의 광고들이 단발성 광고가 아니라 시리즈 캠페인으로 확장함으로써, 주목율과 화제성을 더욱 높였다는 점에서 시사하는 바 크다고 할 수 있겠다.

