

할리우드 스타들, 아프리카 에이즈 구호에 나서다

※※ 우리나라에도 몇몇 연예인이 에이즈 예방 및 퇴치 홍보대사로 활동하고 있다. 하지만 이번에 소개하는 미국 KCA의 'I AM AFRICAN' 캠페인처럼 스타들을 적극적으로 활용한 홍보 캠페인은 없었다. 할리우드 스타들이 대거 참여한 미국 KCA의 캠페인과 MTV의 포르투갈 콘서트 후원 캠페인, 그리고 자유분방한 표현의 콘서트와 몇 편을 소개한다.

글 최두현 (KCA 캠페인 기획자)

A DOLLAR A DAY SAVES A LIFE 캠페인



'하루 1달러가 생명을 구합니다.'라는 캠페인을 펼치고 있는 KCA(Keep a child alive)를 살펴보면 에이즈로 고통에서 가는 아프리카를 위한 긴급구호 사선단체이다. 수천만명의 사망자와 고통을 야생하는 에이즈는 사회·경제 기반을 위협하며, 많은 가족들에게 비극을 안겨주고 있다.

KCA는 기부금의 100%를 고아 또는 아이들과 그 가족이 살아 갈 수 있도록 지원하며, 환경개조를 위한 일을 제공에 사용한다. 할리우드 스타 알리시아 키스, 니콜 키드만, 케이트 윈슬렛, 그리고 제시카 알바, 조너선 리처드슨 등이 이 캠페인에 참여하고 있다.

KCA는 이산에도 할리우드 스타들이 대거 참여한 'I AM AFRICAN(저는 아프리카 사람입니다)'라는 캠페인을 벌이고 있다. 기네스 헵번을 비롯하여 알리시아 키스, 니콜 키드만, 일라이사 워드, 리키 리틀우드, 리처드 기어, 지젤 번천 등 너르러하는 할리우드 스타들이 "저는 아프리카 사람입니다"라고 말하고 있다. 노지히 그렇지 않을 것 같은 스타들이 아프리카 사람이란 말을 하고 주장하니 보는 사람은 어리둥절할 수밖에 없다.

하지만 몇몇 인간의 DNA는 고대 아프리카인으로부터 물려받은 것이니 모두가 아프리카 사람이란 말이 그리 허황된 주장은 아닐 것 같다. 이 캠페인은 자신모금을 통해 에이즈를 비롯한 마약, 기아 등이



프리카의 문제를 해결하고자 하는데 그 목적이 있다.

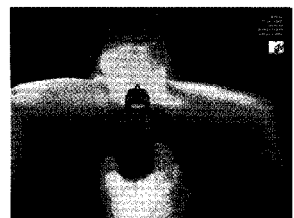
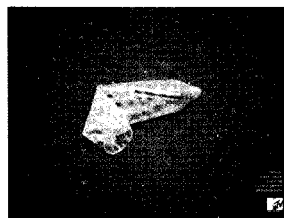
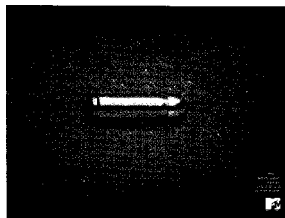
하지만 이 포스터 광고에 참여한 할리우드 배우들은 미국 네티즌들에게 난감한 못매를 낫기도 했다. 좋은 의도의 광고임에도 불구하고 스타들의 '좋은 이미지 만들기용' 자선운동 잔여가 아니냐 하는 비난에서부터, 지나치게 인물 중심의 화려한 포스터가 도대체 무슨 광고를 하는 것

인지 알 수 없는 것 능이다. 특히 영국 귀족의 이미지를 고수하며 유명 다이아몬드 회사의 모델로 하고 있는 기네스 팰트로는 네티즌의 집중공격을 받았다.

이런 비난에도 불구하고 이 광고 캠페인은 많은 사람들의 주목을 끌었음에는 틀림없으며, 사실 우리나라에도 이런 광고 캠페인이 한 번쯤 나올 때가 되지 않겠나 기대해 본다.

우리나라도 한두 명의 연예인을 홍보대사로 임명해 광고는 있지만 이들의 적극적인 홍보활동도 없었고, 이들을 활용한 홍보 캠페인도 본 적이 없으니 그저 저들의 석구적인 에이즈 구호활동이 부러울 따름이다.

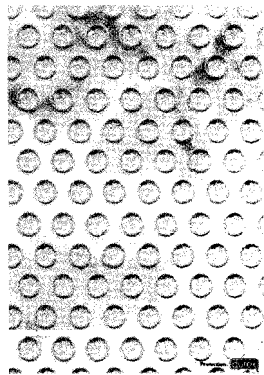
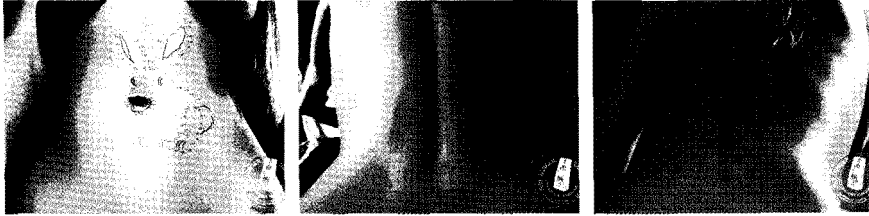
MTV의 포르투갈 콘돔 착용 권장 캠페인



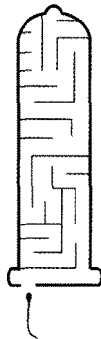
다음 광고들은 세계적인 광고대행사 <오갈비>가 만들고 MTV가 포르투갈에서 벌였던 콘돔 착용을 권장하는 캠페인이다.

첫 광고는 시커먼 아스팔트 위에 총알이 놓여 있는 선명한 장면이다. 자세히 들여다보면 총알은 남성의 성기 모양을 하고 있다. 하단의 카피를 보면 '여성들이여, 지시를 방어하십시오. 파트너에게 콘돔 착용을 요구하세요.'로 되어 있다. 콘돔을 착용하지 않은 상대에서의 상관관계는 총알 맞는 것과 다름없다는 무서운 경고를 하고 있다. 다음 광고는 콘돔 속에 성기 모양의 총알이 들어 있다. 총알을 마는 것은 콘돔 뿐이라는 것이다. 세 번째 광고는 직접 여성을 향해 총을 겨누는 남자의 손이 보인다. 수위 공포 수구를 통해 캠페인의 목적을 잘 전달하고 있다. 콘돔을 착용해야 할 남성이 아니라 여성들에게 콘돔 착용의 필요성을 강조함으로써, 그것도 총알 맞는 것과 같다는 엄청난 공포심을 심어줌으로써 그적인 효과를 거둘 수 있었던 캠페인 사례라 할 수 있다.

엽기 발랄한 유럽의 콘돔광고



콘돔



콘돔

NO EXIT 콘돔

콘돔의 사용 목적은 피임과 더불어 에이즈 예방에 있다.

세계적인 콘돔제조회사인 영국의 듀렉스(Durex)를 비롯한 유럽의 콘돔 광고는 기발한 아이디어와 때로는 그 이상의 엽기적인 내용으로 많은 사람들의 관심을 끄고 있다.

듀렉스 광고처럼 안전성을 강조한 광고가 있는가하면 독일의 광고처럼 성생활이 훨씬 즐거워진다는 점을 강조한 광고도 있다.

듀렉스의 광고는 정중히 도저히 빠져나갈 수 없다거나, 물건을 포장할 때 안전하게 보호해주는 일명 '뽁뽁이' 또는 구멍대, 자물쇠 등의 모양을 형상화하여 안전성을 강조하고 있다. 듀렉스의 이러한 광고는 비교적 암전한 편으

로 그밖에 엽기적인 비주얼의 광고도 많다.

독일 광고를 보면 우선 비주얼부터가 사극적이다. 여성의 복부나 등 위에 그려진 그림은 각각 번호대로 선을 이어가는 그림그리기, 스도쿠, 크로스 워드 퍼즐판이 그려져 있다.

답을 맞추기 위해서는 시간이 좀 걸려야 하는 이런 퍼즐판들이 왜 그려져 있을까? 카미를 보면 답이 나온다. '더 오래 주고받아라. 발기가 오래 가는 러브머신 콘돔'

우리나라는 세계 콘돔 시장의 30%를 점유하는 콘돔 강국이다. 하지만 사회·문화적 시각은 아직도 콘돔을 피임, 에이즈 예방을 위한 유일한 기구가 아닌 쾌락을 위한 성인용품으로 치부하는 경향이 있다. 이전 콘돔 강국답게 성에 대한 새로운 변화가 필요할 때다.