

민간단체도 적극적으로 나서는 세계 에이즈예방 캠페인

세계 유럽에서는 정부기관 뿐만 아니라 민간단체가 에이즈예방 홍보에 적극적으로 나서는 경우를 종종 볼 수 있다. 이번호에는 독일 <Michael Stich 재단>의 에이즈예방 캠페인 사례를 중심으로 살펴보기로 한다. 또한 기발한 아이디어로 좋은 효과를 보았던 브라질 한 주(州)정부의 에이즈예방 거리캠페인 사례와 아집트의 콘돔 사용을 권장하는 홍보포스터를 함께 소개한다.

글 최두현 프리랜스 카피라이터

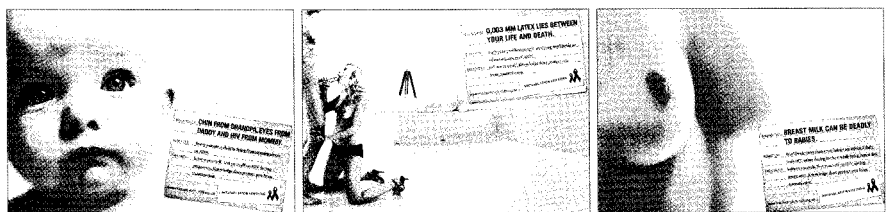
테니스 프로선수가 설립한 <Michael Stich 재단>

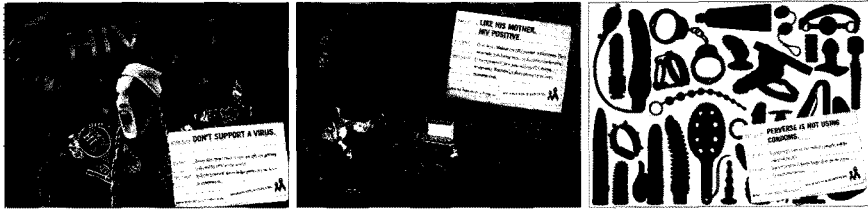
아래 광고들은 독일 <Michael Stich 재단>의 에이즈 예방광고이다.

<Michael Stich 재단>은 1994년 테니스 프로선수 Michael Stich가 HIV에 감염되었거나 에이즈로 살아가는 독일 어린이들을 지원하기 위해 설립한 민간단체이다.

수료 유아영양, 동·하절기 의복, 어린이용 가구 및 장난감, 자전거와 안전모, 스포츠클럽 회원권, 처한 여행 등 여러 가지 활동을 지원하고 있다. 또한 <Michael Stich 재단>은 독일에이즈연맹, 대학병원들과 밀접하게 협력하면서 의사, 간호사, 사회복지사위 에이즈에 감염된 어린이들을 위해 일하는 치료전문가들에게도 재정적인 지원을 이끼시 않는다.

HIV와 에이즈에 대한 지식과 정보 부족이 새로운 감염을 증가시킨다는 연구결과에 수목한 재단은 이에 대한 인식 확산의 필요성을 느껴 2006년 11월부터 HIV/AIDS 예방과 교육에 초점을 맞춘 새로운 프로젝트를 시작하였다. HIV와 에이즈의 감염경로, 질병원인, 사회적인 영향 등의 내용을 딱딱하거나 무거운





지 않게 전달하려 했으며, 의사들이 제공하는 정보는 개인적인 경험, 1:1 익명 인터뷰, 전문가들의 체계적인 정보망에 기초한 것이다.

독일의 유명 광고회사와 협력하여 인쇄광고와 커머셜을 만들었는데 여기에 소개하는 것은 그중 인쇄광고이다. 캠페인의 목표는 사람들이 HIV/AIDS에 대하여 한 번 더 이야기를 나누는 기회를 제공하고 동시에 그 정보의 중요성을 강조하는 것이다.

눈길을 확 잡아가는 비수업, 의사와 신료카드에 가피를 담은 독특한 레이아웃의 이 시리즈 광고물은 2007년에 6편, 2008년에 3편이 제작되었다. 그중 몇 편의 카피를 소개하면 다음과 같다.

<갓난아기>

진단 : 할아버지의 아래턱, 아버지의 눈, 엄마의 HIV.

주의 : 1분에 한명의 어린이가 에이즈 영향으로 죽어갑니다.

치료 : 알아두세요, 임신 중에 HIV검사를 받으세요, 알아두는 것만이 감염을 막을 수 있습니다.

<구강애무>

진단 : 사느냐 죽느냐는 0.0003mm 고무막에 달려있습니다.

주의 : 매년 전세계 3백만 명이 에이즈로 죽어갑니다.

치료 : 알아두세요, 알아두는 것만이 감염을 막을 수 있습니다.

<젖가슴>

진단 : 모유로 갓난아기가 죽을 수도 있습니다.

주의 : 해마다 HIV에 감염된 1,700명의 아기가 전세계에서 죽어가고 있습니다.

치료 : 알아두세요, 알아두는 것만이 감염을 막을 수 있습니다.

<성인용 성기구>

진단 : 콘돔을 사용하지 않는 것보다 더 사악한 일은 없습니다.

질북된 것은 아무것도 없습니다. 단, 콘돔을 사용하지 않은 것 빼고는.

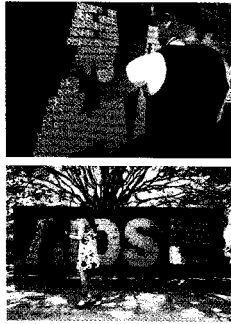
주의 : 2010년이 되면 전세계 1억5천만 명이 HIV에 감염될 것입니다.

치료 : 알아두세요, 알아두는 것만이 감염을 막을 수 있습니다.

아이디어가 돌보이는 브라질 에이즈예방 거리 캠페인

브라질 남단의 히우그란시두술주에의 부견당국은 지난 해 12월 1일 세계 에이즈의 날을 맞아 세미있는 거리 캠페인을 벌였다.

500여개의 콘돔으로 AIDS라는 단어를 새기고 그 옆에 "콘돔을 가져가세요, 에이즈 퇴치를 도모시

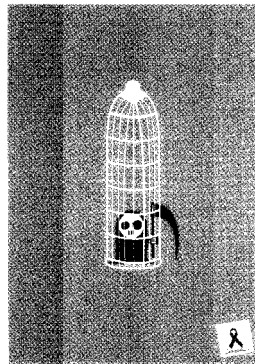
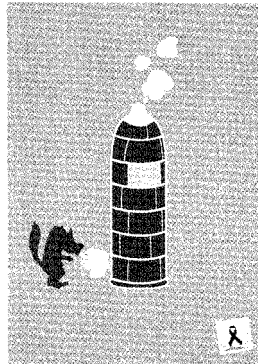


다. 이는 콘돔을 적어 넣은 포스터 입간판을 거리 곳곳에 세워놓았다.

오가는 사람들이 콘돔을 꺼여 걸 배부. 나 에 이스타는 단어가 선택 사라지게 된다. 대신 시 략트 사이에선 어이즈 확산을 막는데 콘돔 시 용이 얼마나 중요한가에 대한 인식은 점점 늘 어간다.

행사가 끝났을 때 8천명 이상의 보행자가 이 캠페인에 참여한 것으로 집계되었다고 한다. 간단한 콘돔 샘플로 이 얼마나 효과적인 에이즈 퇴치 캠페인인가!

동화에서 모티브를 가져온 이집트 홍보포스터



두 포스터는 이집트의 콘돔 사용을 권장하는 홍보포스터이다.

콘돔 케이스에 그려진 레드리본 심볼 을 보면 에이즈예방을 위해서 콘돔은 필 수라는 메시지를 단박에 알 수 있다.

왼쪽 포스터는 이기돼지 세 마리 이 기에서 아이디어를 빌려온듯하나. 첫 써 와지의 심으로 만든 집과 둘째 돼지

의 니뿔까지도 지은 집을 차네로 재채기 흰 날. 네 부네 누대가 영리한 셋째 돼지가 지은 벽돌집에 이르러 서는 찢찢대는 모습을 보여줌으로써 콘돔은 벽돌집처럼 튼튼하게 에이즈로부터 보호해준다는 의미를 담 고 있다.

오른쪽 포스터는 새장 속에 갇힌 악마의 모습이다. 악마 같은 에이즈를 꼼짝 못하게 가둬놓을 수 있는 것은 새장과 같은 콘돔이라는 비유의 광고이다.

그러나 이 포스터가 차례로 붙어 있을 때는 약간의 커뮤니케이션상의 혼란을 야기 시킬 수 있다. 두 광 고를 따로 놓고 보면 둘 다 에이즈를 예방하는데 콘돔만큼 좋은 것이 없다라는 매우 신중하고 긴박한 의 미전달 구조를 가진다. 하지만 두 광고가 연속으로 나왔을 때 사람들은 약간의 후련을 느끼게 된다.

이기돼지 세 마리의 이야기를 잘 아는 사람이 두 광고를 봤을 때, 벽돌처럼 튼튼한 콘돔을 사용하면 벽 대 속 에이즈로부터 보호 받을 수 있지만 나뭇가지처럼 약해져서(약한) 콘돔을 사용하면 악마에게 심을 빼 앗기니까 보나 튼튼한 콘돔을 써야한다는 믿인가 하는 혼란을 가져오게 된다.

어쨌든 따로 놓고 보면 콘돔 사용권장이라는 다소 무거운 주제를 심플하고 동화적인 느낌을 수민서도 강한 인상으로 남게 하는 크리에이티브이다.