



세계 각국의 에이즈 예방 포스터 히스토리

이번 호에서는 AVERT(AIDS Education & Research Trust)라는 에이즈 교육 및 연구단체에서 모은 세계 각국의 에이즈 예방 포스터를 살펴 보기로 한다. 지난 호까지 소개했던 해외광고들에 비해 어쩌면 소박한 표현이기는 하지만 우리는 이 포스터들을 보면서 에이즈 퇴치를 위한 세계 여러나라의 노력의 단면을 엿볼 수 있을 것이다. 아울러 나라별 에이즈 감염률, 에이즈에 대한 인식의 정도에 따라 어떤 메시지든 어떻게 전달할 것인가에 대한 홍보 표현전략의 힌트를 얻을 수도 있겠다.

※ 최두현 * 프리랜서 카피라이터



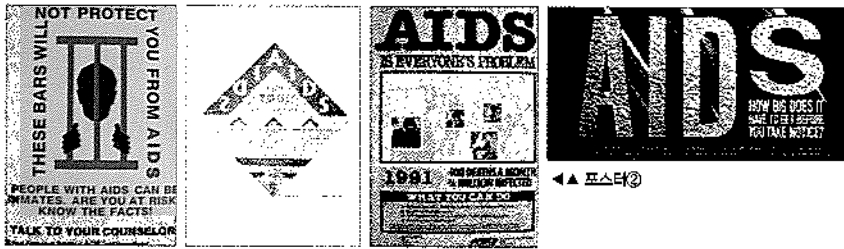
초기 포스터(아일랜드)

위 2개의 포스터(포스터①)는 영국에서 제작된 첫 번째 에이즈 예방 포스터이다. 주사바늘이나 피하주사기를 돌려쓰면 에이즈를 확산시킬 수 있으니 주의하라는 내용으로서, HTLV-III가 AIDS 발병을 유발하는 바이러스임을 증명한 후 만들어졌다는 역사적 시각으로 보면 매우 흥미롭다.

1986년에 HTLV-III는 HIV(인체 면역 결핍 바이러스)로 판명되었다.

미국 에이즈에 걸린 수인들 (1985-1987)

(포스터②)의 첫 번째 포스터는 미국 에이즈 포스터의 초기 사례이고, 두 번째 것은 학생들을 대상으로 하는 영국의 첫 캠페인으로서 "편견은 알고 있는 것보다 더 위험한 것"이라는 메시지를



◀ 포스터②

담고 있다. 둘 다 누가 에이즈에 걸릴 위험에 있는지를 알려준다.

1996년 영국에서 만들어진 세 번째 포스터는 “에이즈는 모든 사람들의 문제임”을 주지 시키고 있다. 1991년까지 영국은 에이즈로 인해 한 달에 400명이 사망하고 25만 명이 에이즈 보유자가 될 것이라고 예측한 것을 볼 때 시대적으로 매우 흥미롭다 할 수 있다. 이 수치는 1986년 영국 국립 건강연구소에 의해 측정된 것인데, 실제로 이 수치만큼이나 높은 에이즈 발병률을 보였다고 한다.

네 번째 그림은 1986년 영국 정부에서 “에이즈를 치료하지 말자”라는 슬로건을 건 포스터와 리플렛 이미지이다. 이것은 “무관심으로부터 죽지 말자”라는 주제로 그 다음 해 바뀌었다. 이 포스터는 그 두 캠페인 사이의 것이라 볼 수 있으며, 모비병에 에이즈라는 글자를 새겨 넣은 이미지를 비주얼로 사용하고 있다.

단순한 메시지 전달(1985~1988)

1985~1988년 경에 만들어진 포스터들(포스터③)은 에이즈가 어떻게 확산되는가에 대한 단순한 메시지를 전달하고 있다. 이 시대에는 AIDS/HIV라는 말이 많이 알려져 있었고, 이러한 용어를 좀 더 쉽게 이해하도록 전달하려 했다.

또한 이때는 에이즈에 대한 공포, 두려움 그리고 잘못된 인식에 대하여 사람들이 풀고 있는 질문에 답하기 위한 포스터들이 많이 제작 되었다.

좀더 복잡한 메시지(1987~1992)

이 시기의 포스터들을 보면 표현기법상 좀더 세련되어졌으며, 단순한 정보전달형이 아니라 에이즈에 대한 사회적 편견을 불식시키고자 하는 노력이 서서히 보이기 시작한다.

흑인사회의 에이즈에 대한 문제(포스터④-1), “모든 에이즈 감염인은 죄가 없다”(포스터④-2)를 비롯하여 “여자들은 에이즈에 걸리지 않는다. 그저 죽을 뿐이다”(포스터④-4) 등이 그 예이다.

(포스터④-1)은 1991년 미국 AIDS단체의 아티스트 Grand

포스터③▶

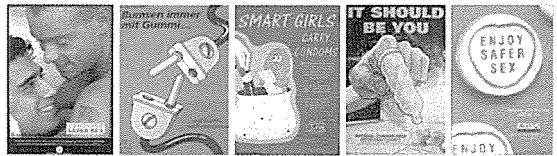


Fury에 의해 디자인 되었다. 그는 공익적인 내용을 담고 있으면서도 많은 사람들이 볼 수 있는 포스터 제작을 의도했다. HIV에 감염된 수많은 사람과 AIDS로 죽어가는 뉴욕사람들을 보면서 Grand Fury는 사람들에게 반대되는 의견과 시선을 사로잡는, 때로는 과감한 표현기법을 시도했다. 이 포스터에 쓰여진 글귀는 "HIV 양성반응을 보인 65%의 여성은 AIDS라는 정의에 맞지 않는 만성적인 감염으로 죽어간다." 라고 적혀있다. 그것을 알지 못하면서 여성들은 그나마 남아있는 건강 관리도 받지 못한다. CDC는 에이즈에 관한 정의를 더 넓어야 한다고 주장하고 있다.



▲ 포스터④

1987년부터 1997년까지 포스터들(포스터⑤)은 주로 안전 한 섹스와 이를 위한 콘돔 착용의 필요성을 강조하는 내용을 주로 담고 있다. HIV의 감염경로는 무엇이며, 어떤 사람들이 에이즈의 위험에 노출되어 있는지 또는 어떻게 에이즈 감염을 막을 것인지에 대한 메시지를 다양한 방법으로 전달하고 있다.



▲ 포스터⑤

근래 포스터들(포스터⑥)은 사람들이 사회적으로 겪고 있는 고통이라든지 심리적인 불안감 등을 표현하고 있다. 예를 들어 출산 전의 산모, 차별 그리고 기본적인 HIV가 확산 되어가는 과정 그리고 소수를 위한 복지 등을 다루고 있다.



▲ 포스터⑥

HIV 감염률이 매우 높은 남아공화국에서 만들어진 포스터(둘째 줄 두 번째)를 살펴보면 사람들이 1980년도 영국의 HIV 캠페인에서 쓰였던 것과 같이 HIV/에이즈에 대해 두려움을 느끼게끔 디자인된 포스터가 있는가 하면, 둘째 줄 네 번째처럼 건강선택을 위해 HIV 검사를 받으라는 권유형 포스터도 있다. 영국의 포스터(첫 번째 줄 네 번째)는 "에이즈에 대한 편견은 무지에서 비롯된다"는 헤드라인성 포스터로 주목을 끌고 있다. 이 포스터는 세계적인 제약회사 글락소스미스클라인과 AVERT가 공동제작한 포스터이다. "HIV-나에게는 결코 일어나지 않을 거라 생각했어요"라는 카피와 함께 흑인 소녀의 모습을 보여주고 있다. HIV에 노출 위험률이 특히 높은 아프리카 흑인들에 대한 관심과 어느 누구도 HIV로부터 안심할 수 없음을 주시시키고 있다.

지난 호에서 소개했던 해외광고들에 비해 어쩌면 소박한 표현이기는 하지만, 우리는 이상의 포스터들을 보면서 에이즈 퇴치를 위한 각국의 노력의 단면을 엿볼 수 있었다. 동시에 에이즈 감염을 한 개인의 문제가 아니라, 한 사회가 공동으로 대처해야 할 사회적 이슈로 파악하고 있다는 점, 그리고 감염인에 대한 사회적 편견과 물이해를 불식시키고자 하는 시각들은 우리에게 많은 시사점을 던져주고 있다.