

에이즈예방을 위해 싸우고 있는 사람들 우리도 각성하자!

축구스타 박지성이 에이즈 고아를 돕자는 메시지를 담아 촬영한 UNICFF(유엔아동기금) 캠페인 광고가 지난 7월 20일 서울월드컵경기장에서 열린 맨체스터 유나이티드와 FC서울의 친선경기에서 전광판을 통해 상영되어 많은 사람들의 눈길을 끌었다. 세계 곳곳에서는 많은 에이즈 홍보가 정부기관뿐만 아니라 비영리단체와 자원봉사자들에 의해 활발하게 이루어지고 있다. 이번호에서는 월드비전의 "Stir the world!" 캠페인과 남아시아에이즈예방연맹의 홍보 캠페인을 살펴보자. 불구하고 말이다.

글 최두현 프리랜서 카피라이터

호주 월드비전의 "Stir the world!" 캠페인

이 광고는 호주 월드비전이 펼치고 있는 "Stir the world(세계를 각성케 하자!)" 캠페인 중에 HIV/AIDS에 관한 홍보물이다. 호주 월드비전은 에이즈, 어린이 구조, 물과 공중위생, 가난과의 전쟁, 어린이 노동력 착취, 무역 정의 실현, 부채로 인한 상처, 라오스와 동 티모르 문제 등의 이슈에 대하여 세계인들의 관심을 촉발시키고자, 현재 15,000여 회원이 가입되어 미디어, 정부, 학교, 이벤트, 그룹모임, E-Card 등을 통해 이슈를 전파하는 활동을 하고 있다.

이 홍보물은 그중에 HIV/AIDS에 관한 것으로 아프리카에 있어서 에이즈 감염자 확대의 심각성을 알리고 그 대처방안을 함께 제시하고 있다.

홍보물의 카피는 다음과 같은 내용을 담고 있다. "매일 아프리카에서만 6,300명이 HIV/AIDS로 사망하고 있다. 이것은 인도양에 2주마다 쓰나미가 몰려오는 것과 같다. 지금 인도주의는 사살초유의 커다란 비상사태에 직면해 있다. 그러나 HIV감염이 사형선고를 뜻하는 것은 아니다. 충분한 영양과 좋은 약, 의학적 치료를 접한다면 수백만의 생명을 구할 수 있다.

HIV/AIDS와 함께 살아가는 사람들의 95%는 개발도상국에 살고 있으며, 그중 60%가 아프리카 사하라 이남 지역에 살고 있다. 세계를 각성케 하자!"

비주얼을 자세히 들여다보면 아기를 안은 아프리카 여성을 중심으로, 쓰나미를 표현한 일러스트와 주사기, 지폐, 아프리카인의 생활모습, 묘비, 레드리본 등으로 구성되어 있다.

감염=격리, 적절한 의약품, 엄마-아기, 좋은 식이요법 등의 글씨도 적혀 있다.

거친 비주얼 처리와 투박한 타이포그래픽 그리고 전체적으로 블랙 칼라를 사용함으로써 보는 이로 하여금 긴장감을 불러 일으켜 경각심을 갖게 하기에 충분하다. 어쩌면 제작자의 의도가 이런 것 아니었을까.



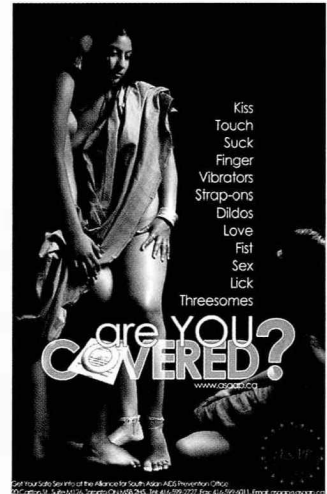
남아시아에이즈예방연맹(ASAAP)의 "COVER" 캠페인

두 편의 광고는 남아시아에이즈예방연맹(ASAAP)의 "COVER" 캠페인이다.

ASAAP는 캐나다 토론토에 기반을 둔 봉사조직으로, 에이즈의 영향을 받거나 감염된 남아시아인들에게 건강증진 및 지원, 교육과 옹호를 위해 설립되었으며 지역사회를 기반으로 하는 비영리적 자선단체이다. 지금은 없어졌지만 자신들의 언어로 도움 받지 못하고 격리되어 사망한 남아시아 에이즈 감염 커플을 위한 사회단체였던 Khush 멤버들의 자발적인 노력에 의해 1989년에 설립되었다. 예방 교육을 비롯하여 남아시아 에이즈 감염인들을 지원하고 옹호하며 인도의 타밀, 힌두, 펀잡, 구자라티, 벵갈 지역민들에게 그들의 언어로 봉사한다.

남아시아는 인도 반도를 중심으로 하는 인도, 파키스탄, 방글라데시, 스리랑카, 네팔, 부탄 등의 지역을 말하는데 특히 인도의 에이즈 상황은 심각하다. 570만 명에 이르는 에이즈 감염인수는 한창 기치를 몰리고 있는 인도 경제성장의 발목을 잡을 정도로 심각하지만 에이즈에 대한 인식과 대비책은 상당히 부족하다고 한다. 이런 상황에서 ASAAP의 활동은 인도에게는 여간 다행이 아니다.

이 두 편의 광고는 에이즈 예방을 위해 콘돔을 사용하라는 메시지 담고 있다. 동성애를 하는 사람들이 덮고 있는 것도 커버이지만, 에이즈 예방을 위해서는 콘돔으로 그것을 커버하라는 이중의 메시지를 담고 있는 비교적 소박한 광고이다. 눈에 띄이는 것은 'ASAAP'이라는 연맹의 로고이다. 원래의 풀 네임은 Alliance for South Asian AIDS Prevention으로 일반 약칭 표기로는 ASAAP이지만, 여기에서는 ASAP으로 표기하고 있다. 이는 as soon as possible(가능하면 빨리)의 약자 ASAP을 연상시킴으로써 에이즈는 가능하면 빨리 퇴치해야한다는 의도를 담고 있는 듯하다



남아시아에이즈예방연맹(ASAAP)의 "Wrap it Right" 캠페인

이어서 올해에는 "Wrap it Right"이라는 캠페인을 전개하고 있다.

두 말할 것도 없이 성관계를 할 때는 그것을 잘 래핑, 감싸라는 얘기다. 남자 대 남자, 여자 대 여자의 동성애와 남녀 간의 관계에서도 마찬가지로, 다양한 등장인물과 상황을 보여줌으로써 언제 어떤 상황에서도 콘돔을 사용하라는 비교적 단순한 광고이지만, 시리즈로 기획함으로써 힘을 더하고 있다.

ASAAP는 또한 남아시아 젊은이들을 위해 'Brown Kiss' 라는 웹사이트도 운영하고 있다. 이 사이트는 성과 성관계에 관한 지식을 재미있고 다양하게, 그리고 쉽게 접속할 수 있도록 젊은이들의 취향에 맞게 디자인되어 있다.

