

# 프랑스의 대표적인 에이즈 NGO 단체 AIDES의 에이즈 예방 캠페인

※ AIDES는 프랑스에서 에이즈 예방을 위해 적극적으로 활동하고 있는 대표적인 NGO 단체이다. 1984년 설립된 이래, HIV/AIDS에 대한 올바른 인식과 사회적 편견을 타파하기 위해 수많은 캠페인을 펼쳐 왔는데 여기에는 세계적인 다국적 광고회사 TBWA(파리)의 크리에이티브가 한몫을 단단히 하고 있다. 이번호에서는 그 중 몇 편을 소개한다.

글 최두현 프리랜스 카피라이터

AIDES의 역사는 1984년 9월 프랑스 사회학자 다니엘 드페르기 그의 동성연애 파트너이자 철학자인 미셸 푸쿠가 죽은 후 몇 명의 친구들에게 보낸 편지로부터 시작된다. 편지에서 그는 의학적 응급상황과 도덕적 위기상황에 직면했을 때 유기적 연대와 내안을 모색할 수 있는 토론의 장을 마련할 것을 제안하였다. AIDES의 설립은 에이즈를 단순한 의학적 이슈로만 보던 디 이상 감소하지 않는다는 관점에서 시작되었다. 그리하여 HIV/AIDS에 대한 올바른 인식과 사회적 편견을 타파하기 위해 26년간 수많은 캠페인을 펼쳐 왔는데 여기에서는 독특한 캠페인 매체를 활용한 광고와 소구대상의 특성에 맞춰 제작한 광고로 주목 받았던 2개의 캠페인에 대한 배경과 크리에이티브를 살펴보기로 한다.

## ‘배척하지 말라고 말하세요’ 프레스코화 캠페인

2005년 12월에 시작했던 ‘Say no to exclusion(배척하지 말라고 말하세요)’ 캠페인은 특이하게도 건물 벽이나 담벼락에 각종 물감으로 그린 그림을 뜻하는 ‘프레스코화’를 캠페인 매체로 함으로써 많은 주목을 받았다. 이 캠페인이 나오게 된 배경은 다음과 같다. AIDES가 주최한 많은 포럼을 통해, 민역 결핍 바이러스 양성인 사람들에게서 아주 기본적인 욕구도 표출되었다. 그것은 바로 개인적으로든 공개적으로는 그들의 질병에 대해 이야기할 때 친구나 가족 또한 사회로부터 오명을 뒤집어쓰는 위험이나 배척을 당하지 않고 이야기할 수 있었으면 하는 것이었다. 당시의 한 조사에 따르면, 10명 중에서 거의 6명의 사람이 민역 결핍 바이러스 양성이라는 이유로 회사생활, 보험과 은행, 이웃사람, 가족, 농동에게서 차별대우를 받고 있었다.

이 캠페인의 목적은 HIV 양성인 사람들은 여전히 오명과 차별을 겪고 있으며, 이것이 또한 그들의 건강상태를 파고하고 있다는 사실을 일반 대중에게 일깨워주기 위해서였다.



속 7,000건의 HIV 양성반응 탈지 기록 가운데 대다수가 이성간의 관계에 의한 감염이었다. 보다 진진된 에이즈 치료법이 개발된 이후, '포스트 에이즈' 세대의 눈에는 이 질병이 덜 위협적으로 보인 듯하다. 이들은 시명적인 위험을 잘 알고 있지 못하며 예방에도 그치지 높은 관심을 보이지 않았으며, 에이즈가 예전보다 그렇게 걱정할 거리가 아니라는 생각들을 가지고 있었다.

15~34살의 28%는 가장 최근 파트너와의 첫 성교에서 콘돔을 사용하지 않았다고 말했다. 35세 이하 사람들의 약 3분의 1은 여름에 더 자주 섹스를 하며, 11%는 여러 명의 섹스 파트너를 상대하고 있으며 이들은 대부분 젊은이들로 관찰되었다.

AIDS는 이 점을 간과하지 않고 2006년 여름, 젊은이들에게 에이즈 예방에 관한 관심을 높여주기 위해 Dirty Tricks 캠페인을 전개하였다. 젊은이들을 대상으로 하는 만큼, 그들에게 따분하지 않고 자연스럽게 바음소으로 하고 들 수 있는 새로운 커뮤니케이션 방법이 필요하였다. 우선 메시지를 살펴보면 '올 여름, 불행을 가산' 라는 슬로건 위에 흡사한 타이포구 키퍼를 서리하였다.

광고 1 10초의 쾌락, 오염물질 HIV의 과감신경을 위해 존재한다.

광고 2 의식이 없는 사람은 에이즈에 걸릴 것이다. 게다가 온 사납게 우르자춤도 없이.

광고 3 초기 시정사 함께 에이즈 함정어 빠지는 것보다 더 비참한 것은 없다.

광고 4 오염된 성 관계보다 더 나쁜 것이 있을까? 아무 것도 없다. 잠에 빠졌는 동안을 빼고는.

다스 자극적인 커피에 역사 자극적인 비즈열의 일러스트로 광고가 만들어졌다. 소구대상의 특성을 파악하고 이에 맞춰 메시지를 개발하였다는 점이 바로 젊은이 들 대상으로 하는 새로운 외식 캠페인을 눈부리게 하는 아이니이다.



광고 1



광고 2



광고 3

