

해외여행·항공권·여권비자 수속
불교성지순례 전문
(주) 예조여행사
안국동로터리(조계시역) 종로구 수송동 5번지 동일빌딩3층
전화: (02)733-3900

불교소재 광고 왜 뜨나



○(주)옥시의 노란옥시 세제광고. 걸레스님으로 널리 알려진 중광스님을 등장시켜 타회사 제품과의 차별화에 성공했다는 평이다.



의사·약사와 함께 할시오
부작용이 있을 수 있습니다

○비구니스님의 두통을 모티브로 삼은 한국로슈의 사리돈 광고.

삶의 메시지 엿볼수 있다

구도 엿보기 '흥미 유발'... 편견 조장 우려도 걸레스님-세제 '신선'... 스님-진통제 '거부감'

누더기 낀 옷차림에 모자를 눌러 쓴 중광스님. 일찍히지 내갈기는 낫털 끝이 그림을 완성한 후 "나는 걸레다"며 참선에 몰두한다. 진지하게 참선에 들어간 스님 옆으로 '걸레 중광'이란 자막이 커다랗게 떠 오른다. 그 뒷면에서는 동자승이 걸레로 열심히 바닥을 닦고 있다. 힘들게 일하는 동자승을 보다 못한 스님은 "이 세상 지저분한 걸레는 노란 것으로 닦는 거다"라고 충고를 하며 직접 걸레를 들고 신나게 바닥을 닦는다. 청소를 마친 중광스님은 "이래도 내가 걸레냐"며 화두어닌 화두를 시청자들에게 던진다.

중광스님 특유의 개성이 발휘된 이 광고는 5월 초부터 방영되기 시작한 (주)옥시의 '노란 옥시크린' 세제선전. 중광스님을 등장시킨 이 광고로 제작사측은 일단 같은 류의 타사제품과의 차별화에 성공한 셈이다. "걸레라는 별칭이 걸레정용세척제라는 상품성과 잘 맞아 중광스님을 모델로 기용하게 됐다"는 것이 제작사 대홍기획의 제작의도.

불교 소재의 광고는 단순한 상품광고 수준에서 한치 앞을 뛰어넘는다. 우리 일상생활에 숨어 있는 광범한 진리와 삶의 메시지를 시청자들에게 전달한다는 면이 다른 광고와의 차별을 가져온다. "노란 옥시크린" 광고에서 불자들은 자연스럽게 옛 조상들이 광범한 일상사로 제작들에게 깨우침을 주는 장면을 연상한다.

현대는 광고의 시대다. 잠자리에서 일어나 다시 잠자리에 들 때까지 자외선 타워든 수많은 광고를 접하게 된다. 엄청나게 쏟아지는 광고. 광고는 문화와 정서를 공유하는 집단에서 상품과 이미지를 사고 파는 메신저역할을 한다. 브랜드의 강한 인지는 그대로 소비와 직결되기 때문이다.

최근들어 광고계의 열풍은 신성함 종교의 벽도 허물고 있다. 불교소재의 광고 뿐만 아니라 가톨릭 등의 성직자가 나오는 광고도 많이 나오고 있는 것. 종교를 컨셉으로 잡은 광고는 그 이미지의 과거나 신성함으로 대중에게 어필해 앞으로 계속 이어질 것으로 보인다. 세계적으로 유명한 의류업체 베네통은 흑인 수녀와 백인신부를 등장시킨 파격적인 광고로 큰 화제를 불러일으키기도 했다. 여성의류

'비-아트'는 태국의 이색적인 풍경과 어린 수 영승들을 배경으로 해 비-아트 의류의 고혹적인 맛을 한층 돋구었다.

한국 로슈의 두통약 '사리돈' 광고에는 비구니스님이 등장한다. 가부좌를 틀고 참선중인 비구니스님에게도 두통이 찾아오고 사리돈이 스님의 두통을 해결한다는 아이러니컬하면서도 흥미있는 내용이 포인트다. 실제 스님이 출연한 것은 아니지만 파라마니 삭발한 모델의 모습이 단연 눈길을 끈다.

이전에 방송됐던 광고 중에도 불교적인 소재와 사상을 내포했던 광고들이 종종 있었다. 티벳스님을 모델로 히말라야 오지까지 정보통신세계를 구축한다는 IBM 컴퓨터 광고. 가구를 만드는 장인정신은 평민대장경 장인혼을 이어받은 것임을 강조한 노송가구. 단아하고 고요한 산사의 모습을 통해 소용없는 청소기의 기능을 부각시켰던 대우 청소기 등은 불교적 이미지를 자사의 제품이미지와 연결시켜 제작된 광고들이었다.

이밖에도 노스님과 같이 참선중인 동자승이 배고픔을 참지 못해 불려 과자를 먹는, 대사가 한마디도 없는 오리온 다이제스티브 광고나 향선하는 대중스님들과 핸드폰에 얽힌 에피소드를 중심으로 한 핸드폰 시티엔 광고는 독특한 유머까지 가미해 호평을 얻었다.

그 중에서도 가장 시선을 끌었던 광고는 단연 핸드폰 시티엔 광고. 향선하는 한 스님이 수마를 이기지 못하고 고개를 떨구자 노스님이 즉위로 내려친다. 그 때 정적을 깨트리며 울리는 노스님의 핸드폰. 당황하는 노스님을 도우려고 동자승이 재치있고 순발력 넘치게 목탁을 친다. 이같은 상황연출을 통해 스님에게도 핸드폰은 필수품임을 넌지시 암시해 준다. 금강기획이 제작한 이 광고는 95년말 런던 필름페스티벌과 뉴욕 필름페스티벌 등 국제광고제에서 본선까지 오르는 등 수준을 인정 받았다.

그러나 불교 소재 광고가 제작사측의 불교에 대한 이해부족으로 상업성에만 치우쳐 불교계의 항의를 받은 적도 있다. 대표적인 것이 삼성전자의 '잠잠' 청소기 광고. 수행자가 염주알로 파리를 잡는 장면일점 때문에 불교계

의 항의를 받아 공중과 방영이 좌절됐다. 또 동부화재의 일간지광고 속의 알몸 여인도 삭발한 여인이라는 점이 비구니스님을 연상시켜 물의를 빚고 중도 하차했다.

불교 소재 광고가 늘어나는 것은 불교가 그만큼 대중과 가까워졌다는 긍정적인 측면도 있지만 불교에 대한 잘못된 인식이나 편견을 조장할 수도 있다는 지적도 대두되고 있다.

불교는 흔들리지 않는 구도자의 모습을 높이 산다. 그러나 광고에서 구도자가 두통을 약으로 해결한다면가 시끄러움을 이기지 못해 염주알로 살생을 하는 등의 행위는 불교 이미지를 왜곡시킬 수 있는 부정적 측면을 보여준다.

중광스님 광고에 대해 유창조 교수(동국대 광고학과)는 "일반 광고에 종교인이 등장한다는 것 자체만으로도 시청자들의 호기심을 자극해 광고의 효과를 기대할 수 있다"고 말한다. 불자들은 광고에 스님이 나오면 한번이라도 더 유심히 볼 것이다. 반면 남의 종교인이 나오는 광고는 무조건 거부감을 일으키는 성향도 무시 못할 것이다. 특정종교나 종교인에 대한 이해부족으로 본질을 왜곡시킬 수도 있는 점이 종교색을 띤 광고의 약점이기도 하다.

불교 소재가 담긴 광고를 보는 불자들의 입장은 제각각이다. 한창 시선을 모으고 있는 중광스님의 세제광고는 불자들에게 인기가 많다고 한다. 대중적으로 널리 알려진 중광스님의 코믹스러운 모습이 경스님의 기행과 맞아 떨어지기 때문에 부담없이 받아들여지고 있는 것이다. 그러나 사리돈 광고에 대해서 "스님이 두통하나 다스리지 못하고 약에 의존하다 나..."하는 거부감도 만만치 않다.

중광스님 소재로 한 광고의 장점은 그 종교가 가지고 있는 특색을 제품이미지와 연관지어 무언가를 생각하게 만든다는 점이다. 반면히 흘러내려온 우리 정서 속에 녹아 있는 불교적인 성향으로 인해 불교 소재 광고는 개발 여하에 따라 무궁무진하다. 아이디어도 중요하지만 불교가 광고 속에 얼마나 자연스럽게 소화, 흡수, 표현되는지가 성공의 관건일 것이다.

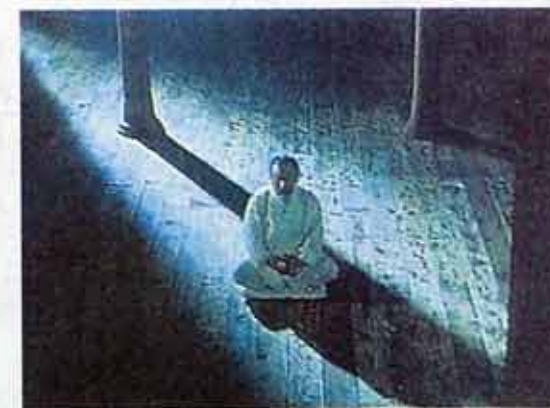
김지연 기자



○핸드폰 시티엔 광고는 착선중인 스님을 배경으로 독특한 유머를 가미해 각종 국제광고대회 본선까지 진출했다.



○대사 한마디 없이도 이미지 전달에 성공한 오리온 다이제스티브 광고의 한 장면.



○삼성전자의 잠잠 청소기 광고. 소용이 없다는 제품의 특색을 강조하기 위해 염주알로 파리를 잡는 무리한 장면 설정을 했다. 불교에 대한 인식부족을 나타내는 대표적 사례로 방영을 못하고 있다.

신토불이 무공해

오염되지 않은 피부! 신선한 자연속에서 이루어집니다.

각종 유해 대기속에서 지친피부를 바라보는 마음은 실로 안타까운 일입니다. 신선한 자연속에서 생활하고 싶은 마음이야 간절 하지만 생활은 또 이를 수용하지 않습니다. 바쁜 일상속에서도 만족하고 싶은 자연의 맛! 이제 세안·샤워하실 때 만큼은 항생제를 쓰지 않는 천연 무공해 항균 면역 피부 미용 비누를 사용하세요.



오보크린은 피부에 감염되는 병원균들에 대해 직접·간접적인 생리작용으로 항균효과를 발휘하여 주부습진, 비듬, 무좀등을 예방하고, 피부의 자연면역기능을 활성화 시켜줄 뿐만 아니라, 공해로 인해 오염된 중금속을 피부로부터 배출시켜 항상 싱싱하고 아름다운 피부를 유지해주는 새로운 개념의 첨단 생명공학적인 건강미용 비누입니다.

- 현행재료추출물 (오미자, 구기자, 감초, 숙지황, 천궁, 계피등)을 첨가하여 한국인의 체질에 맞게 만든 무공해성 신토불이 비누
- 피부에 미백효과가 있습니다.
- 99% 천연소재 사용
- 공해매연, 산성비로 인해 오염된 중금속배출 능력이 우수합니다.
- 주부습진, 여드름, 가려움증(비듬, 무좀등) 예방에도 좋습니다.
- 항균·항진균효과(Antibacterial & Fungal effect)가 있어 피부에 자연면역 기능을 증진시켜, 장기간 사용시에도 병원균들이 내성을 갖지 않습니다.

첨단의 생명공학 기술과 전통의 동의학으로 탄생한
신개발의 비항생제성 항균 면역피부 미용 비누

(주)씨·티·에프 로시대학교 호시신기술센터 내
구입문의 현대불교신문사 영업부 02)732-1522(주)
02)737-8881(대)