

위로를 부르는 세상, 희망을 전하는 광고

글 최은섭 | 한라대학교 영상커뮤니케이션학부 교수
mrsrah@halla.ac.kr



IMF 금융위기의 충격과 혼란에서 아직 벗어나지 못했던 1990년대 말, <Buy Korea, 다시 일어서는 나라 한국에 투자합시다.>라는 현대증권 광고가 보는 이들의 가슴을 뛰게 만들었던 기억이 있다. 누군가는 이를 두고 전형적인 애국심 마케팅이라 포장했지만 당시 대중들이 이 광고에 공감했던 것은 거창한 애국심이라기보다는 각자의 삶 속에서 오늘을 버텨내는 위로와 희망이 아니었을까 한다. 형편과 상황은 다를 지라도 '이대로 주저앉을 수는 없지'라는, 우리 모두에게 아직 남아 있는 열정과 가능성을 일깨워 주었던 광고였기 때문이다.

시간을 좀 더 거슬러 올라가면 1980년대에도 이런

위로와 희망을 주는 광고가 있었다. <오늘은 속이 불편하구나.>라는 스승의 날 기념 쌍용그룹 기업 광고였다. 가난 속에서도 배움의 끈을 놓지 않은 덕에 이제는 어엿한 사회인이 된 제자들이, 속이 불편하다며 자신의 도시락을 내어주셨던 선생님의 고마움을 잔잔한 감동으로 풀어내 화제가 됐다. 이 광고 역시 그 시절 누구나의 기억 속에 한번쯤 있을 법한 어린 시절의 애잔한 추억을 떠올리게 했고, 오늘의 위안과 내일의 희망에 모두가 공감했었다.

하지만 어려운 시절의 전유물인 줄로만 알았던 위로와 희망은 국민소득 3만 달러를 넘어선 오늘날에도 여전히 숙제로 남아 2021년에도 광고로 소환되었다.

구인구직 사이트 잡코리아 광고가 그것이다.

총 세 편으로 구성된 광고에서는 1970년대와 80년대, 90년대 생들이 각자의 삶의 무게를 직설적으로 털어놓으며, 이 세상이 그 누구에게도 녹록치 않지만 그래도 좀 더 힘을 내자고 다독이고 있다.

첫 편은 <잡코리아가 코리아에게_[80's]>라는 제목으로, 산업 현장에서 가장 활발히 활동하는 30~40대를 겨냥하는 광고다. “위로는 꼭 막히고 아래는 안 뽑아주고. 조직의 허리로 사느라 허리가 휘지? 괜찮아! PC통신부터 5G까지 모든 변화에 광속으로 적응한 너잖아. 올해는 더 좋은 곳으로 또 변화하자! 잡코리아가 코리아에게, JOBKOREA.” 직장 생활 좀 해본 사람이라면, 그리고 이런 저런 사정 상 직장을 옮겨야 하는 소비자라면, 한 마디 한마디가 폐부에 와 닿는 말이 아닐 수가 없다.

두 번째 광고는 <잡코리아가 코리아에게_[70's]>로, 어느덧 직장의 시니어가 돼버린 40~50대를 겨냥한 광고다. “면접 중에도 업무 중에도 라떼 조심 폰대 조심. 조심조심 눈치 보느라 힘들지? 걱정마! 그 누구의 눈치도 안보고 과감했던 X세대였잖아. 요즘 세대와도 잘해보자. 잡코리아가 코리아에게, JOBKOREA.” 예전 같으면 어깨에 힘 좀 주고 다녔을 나이지만 요즘엔 오히려 세대에 뒤쳐진단 비난을 받지 않으려고 안간힘을 써야 하는 이들에게 진심으로 응원이 되는 말이다.

마지막 편은 <잡코리아가 코리아에게_[90's]> 편으로, ‘코로나19’까지 덮쳐 취업의 이중고를 겪고 있는 20대를 겨냥한 광고다. “최초의 디지털세대라 그런가, 취업까지 이렇게 디지털일 줄은 몰랐지? 좋지마! 디지털세상을 향해하며 일기 한 줄도 사이버공간에 쓰던 너잖아. 처음 맞는 이 시대 년 잘 해낼 수 있어. 잡코리아가 코리아에게, JOBKOREA.” 뭘 해도 두렵고 서투를 수밖에 없는 사회 초년생들에게 ‘좋지 말라’는 말 한 마디가 이렇게 든든하고 따뜻하게 들릴 줄이야...



1 잡코리아가 코리아에게_[70's]편
2 잡코리아가 코리아에게_[80's]편
3 잡코리아가 코리아에게_[90's]편

* 자료출처 : 유튜브 잡코리아 TV

삶의 고충은 시대와 세대를 가리지 않는다. 하지만 우리는 늘 위로는 어른들만 받아야 하는 줄로 알고, ‘젊어 고생은 사서도 한다’며 청년의 아픔을 당연히 여기는 착각 속에 살았다. 그래서 잡코리아 광고는 말한다. 이제는 쫓지 말고, 걱정 말고, 괜찮으니까 잘해보자고, 잘해내라고 말이다. ☺



최은섭

한라대학교 영상커뮤니케이션학부 교수. 광고회사에서 15년간 카피라이터로 근무하며 <아모레 마몽드-산소갈은 여자>, <유한킴벌리 화이트-깨끗함이 달라요> 등의 카피를 남겼고 2005년부터 현재까지 대학에서 광고 크리에이티브와 브랜드 관련 수업과 연구를 해왔다.