

## “아버지 날”의 “옐로 · 리본 · 캠페인”

우리 나라에서는 8·15해방 이전부터 매년 5월 5일을 “어린이 날”로 정하여 어른이 어린이들을 사랑하고 잘 키우자는 운동을 벌여왔고, 8·15후에는 5월 8일을 “어머니 날”로 제정하였으며, 그 후 얼마 있다가 “어머니 날”에 아버지도 포함하여 “아버지 날”로 정하여 부모를 공경하는 날로 하고 있다

### ◎ “아버지 날”의 기원

미국에서는 1908년에 “어머니 날”이 시작되었으며, 어머니의 사랑을 찬미하고 감사하고자 매년 5월 제2일요일을 축일로 하고 있다. 영국에서는 사순절의 넷째 일요일을 “어머니 날”로 기념하고 있다.

미국의 워싱턴주에 살고 있던 존 · 블루스 · 도드부인은 “어머니 날”을 기념하면서 “아버지 날”이 없다는 것은 옳지 않다고 생각하고, 1909년 “아버지 날”도 기념일로 정할 것을 목사(牧師)협회에 건의하였다.

도드부인의 아버지인 윌리엄 · 잭슨 · 스마트(William Jackson Smart)는 1861년부터 1865년까지 5년 동안 계속된 남북전쟁 당시 북군의 상사로서 참전하게 되었다. 가정에 남아 있던 어머니는 혼자의 힘으로 아들 다섯을 키우며 어려운 살림을 꾸려 나갔다. 종전과 함께 아버지는 무사히 귀가하였으며, 어머니는 딸 하나를 더 낳고 그 간의 과로로 얼마 후에 돌아가셨다. 아버지는 돌아가신 어머니의 뜻을 이어 재혼도 하지 않고 독신으로 어렵게 살면서 훌륭하게 6남매를 키워내고 생을 마감하였다. 막내 딸인 도드부인은 어려운 살림 속에서도 어머니 역할까지 하며 6남매를 키워주신 아버지를 기리는 날도 제정해 줄 것을 건의하게 되었다.

“아버지 날”은 건의한 후 각 주에 꾸준히 계몽이 이루어져 7년 만인 1916

년, 미국의 제 28대 윌슨(Wilson)대통령 시절부터 전국적으로 알려지게 되었다. 그리고 1926년에 “내셔널 · 파더즈 · 데이 · 커미티(National Fathers Day Committee)”가 뉴욕에서 조직되어, 1927년부터 매년 6월 제3일요일이 미국의 축일로 되어 “아버지를 존경하고 기리는 축일”이 되었다.

매년 “아버지 날”이 되면 많은 주민들이 윌리엄 · 잭슨 · 스마트씨의 묘지 앞에 흰장미를 노란색 리본으로 장식한 아름다운 꽃다발로 헌화하면서 기도를 드리고 있다.

### ◎ 노란색 리본의 유래

1942년부터는 “아버지 날”행사로써 매년 미국에서 가장 훌륭한 아버지를 선정하여 “어메리카즈 파더, 더 퍼스트 · 파더 · 오브 · 더 · 이어(America's Father-The First Father Of The Year : 미국의 아버지-이 해의 제일 훌륭한 아버지, 통칭 베스트 · 파더 ‘Best Father’)”를 선발하여 발표하기 시작하였으며, 현재까지 계속되고 있다. 그리고 지금은 노란색 장미에 노란색 리본(ribbon)이 “아버지 날”을 상징하는 것으로 되었다.

노란색은 색채학(色彩學)적으로는 지성(知性)이나 호기심(好奇心)을 나타낸다고 한다. 영국에서는 “몸을 지키기 위한 색”으로 알려져 있으며, 우리나라에서도 교통신호등의 노란색이나 어린이나 어린이용 학교 버스에 안전을 나타내는 색으로 사용되고 있다. 미국에서는 “노란색 리본”은 “사랑하는 사람(아버지, 남편 또는 아들)이 싸움터에서 무사히 돌아오기를 기원하는 심벌”로 되고 있다.

### ◎ 일본의 “아버지 날”

일본에서는 1980년 6월에 뉴욕에서 “아버지 날” 축하행사를 보고 “아버지

날”의 기원이나 “노란색 리본”의 유래를 알게 되었고, 이듬해인 1981년부터 “아버지 날”을 시작하고 선물 중에 “노란색 장미”를 담아 감사의 뜻을 나타내고 있다.

일본의 “아버지 날” 축하행사는 일본 파더즈·데이 위원회(Fathers Day Committee : FDC)와 일본 멘즈·패션 협회(Men's Fashion Union : MFU)가 금년(2003년)도의 22회째가 되는 “아버지 날 노란색 리본·캠페인”의 축하행사를 발표하였다. 매년 개최하고 있는 이 행사의 3개 기본 테마는 “노란색 리본의 선물”, “선량한 가족임을 다지는 날”, “부모없는 어린이들에의 사랑의 손길” 등으로 되어 있다.

### ◎ 일본의 “아버지 날” 이벤트들

일본에서 캠페인의 중심 이벤트(Event : 행사)는 “베스트·파더·옐로·리본상(Best Father Yellow Ribbon Award)”이며, 수상자의 선발은 “정치”, “경제”, “학술”, “문화”, “예능”, “스포츠”분야에서 각 분야마다 후보자를 선정받아 “보도관계 데스크(desk)”와 “사회적으로 존경받는 인사들”의 심의와 “FDC 평의위원회”의 심의를 거쳐 “선발위원회”에서 각 분야마다 결정된다.

선발절차는 FDC회원과 과거 베스트·파더 수상자들과 매스컴(mass communication) 등에 약 800통의 선발 요청서를 배포한다. 선발기준은 “가정교육이 엄격한 아버지”, “부친학(父親學)의 실천자”, “유니크(unique : 독특한)하게 자식을 키우고 있는 아버지”, “아이들의 좋은 이해자, 좋은 교육자”, “좋은 남편, 좋은 아버지로서 훌륭한 가정, 가족을 이룬 사람”으로 되어 있다. 이 협회에서는 매년 약 800통 정도의 선발 요청서를 발송하고 있고, 회수율도 매년 60%를 웃돌고 있다. 이외에도 아버지에 대한 “인상화”와 “글짓기” 콩쿠르(concours)와 이들 인상화와 글을 엮은 책을 매년 발간하고 있다.

금년에는 아버지에 대한 인상화와 글을 담은 “베스트·파더·스타일·북 (Best Father Style Book)”에서 “이상적인 아버지 상”을 제안하고 있다. “옐로·리본·캠페인”과 결부시켜 “베스트·파더” 사업의 상승효과와 함께, 멘즈·패션과 연관되는 기업이나 점포의 판매에 큰 효과를 볼 수 있는 내용으로 되어 있다.

이번 특집은 “딸이 매력을 느끼는 이상적 아버지상”, “멋진 아버지에게 함께 달리는 아버지와 딸이 주고받는 응원소리”, “휴일을 아버지와 아들이 함께” 등뿐만 아니라 “영화감상”이나 “야외산책”, “함께 술 마시고 산책하는 아버지와 아들” 등 흥미 있는 글이 가득하다.

또한 “아버지 날이 왔다!!”라는 풍선, 포스터, 깃발 등의 광고·판촉물(廣告·販促物)을 만들어 무료로 나누어 주고, 이들 캠페인 상품 구입시 추천하여 당첨자는 미국의 하와이에서 개최되는 “국제 친선대회”에 참가시키는 점포 캠페인 등을 적극적으로 개최하고 있다.

“베스트·파더”선발과 함께 회를 거듭할수록 인기를 끌고 있는 이벤트는 아버지의 인상화, 글짓기 콩쿠르로서, 금년 콩쿠르에 모집된 작품 수는 인상화가 6,590점, 글짓기가 5,149점으로 늘어났다.

일본에서의 캠페인은 인구 구성비 중 최대 볼륨·존(volume zone)인 1945년 8월 후의 세대인 50 60세대를 핵으로 한 가족을 대상으로 하고 있으며, 트렌드(trend)의 중심으로, 값싼 상품의 대량 소비가 아니라, 부가가치를 추구하는 상품을 가족에게 제안하여 보다 우수한 일본산 상품의 소비를 유도하도록 기획하고 있다. 베스트·파더의 발표뿐만 아니라 각종 이벤트들도 메스컴을 적극 활용하여 국민에게 “아버지 날”을 효과적으로 홍보함으로써 소비시장의 정착과 활성화를 도모하고 있다.

멘즈·패션협회(MFU)에서는 가장 멋지게 옷 입는 사람을 선발하는 “베스

트 · 드레서(Best Dresser)”상과 “베스트 · 파더”상에 이어 매년 9월의 “경로(敬老)의 날”에 “가장 건강하고 훌륭하게 나이 먹은 이”에게 “굿 · 에이징 상 (Good Aging 賞)”을 수여하고 있다.

MFU에서는 새로 만든 “굿 · 에이징 상”을 또 하나의 사회 이벤트로 정하고, 특히 중년 이상을 대상으로 한 프로그램을 상품으로 개발해 나가려 하고 있다. 앞으로 이들 3개의 사회참가형 이벤트를 중심으로 패션 산업을 활성화하여 인터넷에 의한 정보 링크(link) 등으로 세계의 첨단을 가는 멘즈 · 패션을 개발하여 널리 PR하고 있다.