

어쩌면 ○○이
너의 중독을
가져갈지도 몰라

주최



후원



목차

○○?

1. 증독 자가 진단 테스트지 배포
2. 지하철 옥외광고
3. 팟캐스트 프로그램 제작
4. '나는 증독 아냐, 다른 애들이 더 심해' 전시회 기획
5. 공익광고 기획
6. 증독 예방 어플 제작
7. 증독 일일 카페 운영

1.00 : 중독 자가 진단 테스트지 배포

[기획 의도]

일반적으로 도박, 스마트폰, 게임 중독인 사람들은
“난 중독이 아냐. 중독자들은 더 심해”와 같은 회피·부정하는 반응을 나타냄.

Why?

중독 증상의 정확한 정의 및 기준에 대한 인지가 확립돼 있지 않고,
이에 따라 자각은 물론, 심각성 인지 X.

따라서, 중독 증상에 대한 자각 유도 및 경각심 고취 위한
‘중독 자가 진단 테스트지’ 배포.

1.00 : 중독 자가 진단 테스트지 배포

기존의 여러 기관에서 제작한 ‘중독 자가 진단 테스트지’ 이미 존재

그러나,

교육 및 중독 관련 기관에서 진행하는 프로그램을 통해 접하거나
‘직접’ 관심을 갖고 접하지 않는 한,

체크리스트에 대한 접근성은? >> 매우 낮음

✓ 접근성을 높이는 것이 가장 중요.

1.00 : 중독 자가 진단 테스트지 배포

[실행방법]

‘카카오톡 플러스 친구’ 활용
(중독 예방 홍보 공식 계정 생성 후)

[확산방안]

‘이모티콘 무료 30일 제공’ 통해 사람들의 참여 유도
(이모티콘의 경우, 기존의 인기 이모티콘 제공 or 자체 제작 캐릭터 제공)

✓ 단, 중독 자가 진단 테스트지 ‘참여 완료’ 후 제공

1. 00 : 중독 자가 진단 테스트지 배포

[기대효과]

중독 증상이 무엇인지 자각, 본인의 중독 여부 및 심각성 정도 인지.
궁극적으로 중독 예방 및 경각심 고취 효과 예상.

[향후 활용]

중독 예방 홍보 '주 수단'으로 활용
(중독 예방을 위한 경각심 고취의 메시지, 진행 이벤트, 캠페인 홍보 전달 등)

하지만, 이모티콘 제공 받은 후 플러스 친구를 끊는 경우 多
>> 해결 방안: '조건부 이모티콘 연속 제공'

*조건부 이모티콘 연속 제공; 30일 플러스 친구 유지하면 인기 이모티콘 30일 추가 이용 가능.
즉 플러스 친구만 유지한다면 인기 이모티콘 영원히 이용 가능.

2. ○○ : 지하철 옥외광고

[기획의도]

유동 인구 많은 지하철 옥외광고 활용 >> 다양한 연령별·성별 공략 가능

[실행방법]

* 지하철 이용자들의 특성

- 앉은 사람들의 경우, 스마트폰을 하거나 책을 보는 등 시선이 바닥을 향해 있음.
- 서 있는 사람들의 경우, 손잡이 및 봉을 잡은 채로 정면에 시선이 향해 있음.
- 문 쪽에서 있는 사람들의 경우, 역시 정면을 바라보고 있음.
- 지하철을 기다리는 사람들의 경우, 기다리며 정면 혹은 위의 영상 광고 시청함.

2. ○○ : 지하철 옥외광고



[실행방법]

지하철 이용자 특성 고려해
옥외광고 설치
(UCC, 포스터, 웹툰, 메시지 활용)



3. ○○ : 팟캐스트 프로그램 제작

[기획의도]

중독 원인 중 스트레스 등의 심리적 원인도 크게 작용하기 때문에 상담 치료 필요.
그러나 실제 중독 치료를 위한 전문적인 상담 치료를 받는 이 많지 않음.
따라서 중독에 관한 고민을 상담하는 프로그램 제작해
스스로 돌아볼 수 있는 기회와 경각심 부여

[실행방법]

* 주제: 〈어쩌면 나도, 너도 중독일 수도〉

- 모티브: KBS2의 〈안녕하세요〉, 〈김생민의 영수증〉 등 각종 개인이 보유하고 있는 고민에 대해 털어놓고, 서로 공감하고, 다양한 사람들의 이야기를 들으며 고민을 해결하는 프로그램.
- 초기 제작 비용 및 현실 가능성을 고려해 팟캐스트로 제작.
선호하는 프로그램 진행자로는 유머 있는 MC와 전문 상담가.

3. ○○ : 팟캐스트 프로그램 제작

[확산방안]

팟캐스트 제작 후 카카오톡 중독 예방 홍보 계정 및 지하철 옥외광고를 활용해 홍보.
Youtube 광고를 활용해 팟캐스트 프로그램 일부 선 공개
(화면 블랙 처리 후 음성 자막으로 넣기)

[기대효과]

- ✓ 다양한 사람들의 중독에 관한 고민 사연을 들으며 본인은 중독이 아닌지 스스로 판단할 기회를 부여.
- ✓ 중독으로 인한 피해를 공유하며 문제에 대한 경각심 고취 및 심각성을 인지시킴.
- ✓ **개인적**으로는 중독 증상에 대해 스스로 심리적 원인을 찾으며 치료 방안을 얻을 수 있고, **사회적**으로는 중독 문제에 대한 관심의 중요성 인식시킴.

4. ○○ : ‘나는 중독 아냐, 다른 애들이 더 심해’ 전시회 기획

[기획의도]

도박, 게임, 스마트폰에 중독된 자들은 보통 ‘나는 중독 아냐, 다른 애들이 더 심해’라며 부정함. 이색 전시회 개최를 통해 중독에 대해 한 번 더 생각할 수 있는 기회를 가질 수 있도록 함.



현재 뜨거운 인기로 판매 기간을 연장한 이색 전시회. 현대인의 마음을 표현한 전시회로 많은 사람들이 공감.

중독 또한 현대인의 스트레스로 인한 증상 중 하나라는 점에서 착안하여, 가볍고도 사회적 문제로 공감할 수 있도록 '센스 있는' 전시회로 기획.

두 마리 토끼 다 잡자! (즐거움을 선사하는 전시 기획으로 많은 사람들이 볼 수 있도록 함으로써 중독 문제에 대한 사회적 접근성 높이는 것이 목표)

4. ○○ : ‘나는 중독 아냐, 다른 애들이 더 심해’ 전시회 기획

[전시회 구성]

-중독과 관련된 따끔하고도 재미있는 메시지 전시관

Ex

중독 아냐! 스트레스 풀려고 하는 거야!

➤근데 왜 스트레스를 더 받고 있어? ‘아이 씨!’ 하는 건 왜 그러는 거야?

나는 중독 아냐! 다른 애들은 더 심해!

➤그 애들도 널 그렇게 생각한단다

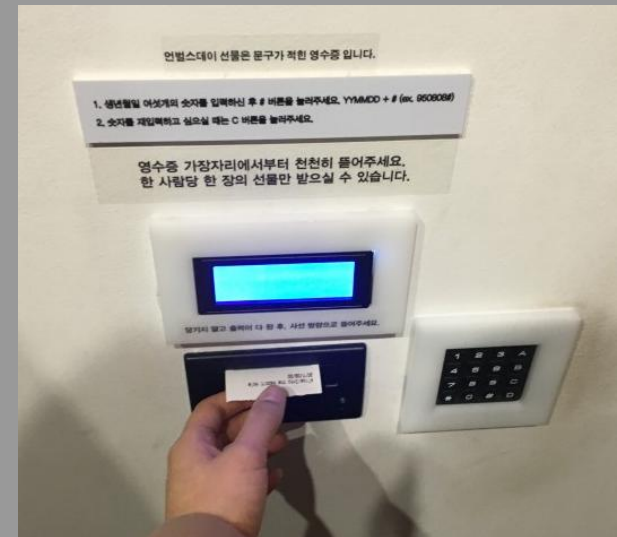
인생은 한방이다! (도박)

➤니 인생이 한방에 간다.

셋다운제는 말도 안돼!

➤오죽 답답하면 그러겠어. 사실 난 널 셋다운 시키고 싶어...

* 전시회 참가자 모두에게 표 바코드를 인식하면 랜덤 메시지 포토 카드를 뽑아갈 수 있는 선물 제공. (실제 엘리스 전시회에서 선물로 문구가 적힌 영수증 제공받는 것을 참고함)



4. OO : ‘나는 중독 아냐, 다른 애들이 더 심해’ 전시회 기획

- 공모전 선정작 감상 (포스터, 웹툰, UCC 등)

- 중독 체험관

: 중독으로 인한 피해를 담은 가상 상황을 ‘VR을 통해’ 직접 중독자가 되어 경험할 수 있도록 기획.

다른 전시들은 중독 관련 문제를 가볍게 다뤘다면, ‘중독 체험관’은 경험을 통해 울컥하는 감정과 함께 중독에 대한 경각심을 갖게 해주는 효과를 기대함.

- 중독 굿즈 판매 공간

중독 플래너, 수건, 노트, 무드등, 에코백 등 다양한 상품들을 판매할 수 있는 공간 구성. 예를 들면, ‘**십팔년도에는 중독 안녕**’ (플래너)과 같은 센스있으면서도 중독을 예방할 수 있는 메시지를 담은 상품 제작.

현재 텐바이텐 사이트에서 판매되고 있는 by 리훈 다이어리. 굉장히 인기 많음.



4. ○○ : ‘나는 중독 아냐, 다른 애들이 더 심해’ 전시회 기획

[기대 효과]

- ✓ ‘중독 관련 전시회’를 통해 항상 부정하고 회피했던 중독 관련 문제에 대해 더 쉽게 접근할 수 있음.
- ✓ 재미있는 전시회 감상을 통해 단순히 웃고 넘기는 것이 아닌, 중독에 관한 경각심을 갖게 해줄 수 있음.
- ✓ 또한, 현대인들의 스트레스로 인한 중독 증상 및 심리를 공감해주는 공간이 되면서 본인의 중독 여부와 심각성 정도를 파악, 스스로 치료할 수 있는 방안을 제시해줌.

* 전시회를 통한 수익은 중독 예방 및 치료 지원금으로 사용될 수 있도록 함.

5. ○○ : 공익광고 기획

[기획의도]

중독 증상을 갖고 있는 사람들은 연령대·성별 모두 다양함.
다양한 연령과 성별에게 타겟팅을 할 수 있는 효과적인 방안으로는 지상파, 케이블 방송을 통한 공익광고를 시행하는 것이 고비용이지만 전달 및 파급력이 우수함.
단, 뻔한 공익광고가 아닌 트렌드에 맞는 구별된 내용의 공익광고만이 사람들의 집중력을 높일 수 있음.

[공익광고 가상 기획안]

사방이 유리로 되어 있는 방안에 갇혀 있는 한 사람이 울고 있는 장면으로 시작.
방 밖에는 자신의 모습이 보인다. 방 밖의 자신은 도박, 스마트폰, 게임 중독에 빠져있다. 그렇게 몰두해 있는 사이 주변의 부모님은 점점 늙어가고 어느새 사라진다. 주위의 소중한 사람이 하나 둘씩 떠나고 방 밖에는 자신만 남는다. 아무리 유리 벽을 주먹으로 때리며 “지금 뭐 하는 거야! 니 인생이잖아... 한번 뿐인 인생. 제발 주위를 둘러봐. 세상이 힘들고 지쳐서 그래? 그래도 제발. 너 자신, 너의 소중한 시간, 사람, 인생은 불쌍해서 어떡해...”라고 외치며 울부짖지만 방밖의 자신은 듣지 못한 채 결국 외롭게 인생을 마감한다. 후반부에는 이 모든 것이 꿈이었고 메시지를 전달하며 종료.

5. ○○ : 공익광고 기획

[확산방안]

- 지상파 방송 광고나 케이블 방송 광고의 시청 시간대를 정할 때 모든 가족 구성원이 집에 있을 시간인 일요일 저녁의 '황금 시간대'에 중점적으로 배치하는 것이 가장 효율적.
- 카카오톡 계정, 옥외광고, 전시회 등을 통해 동시 홍보를 한다면 더 효과적일 것.

[기대효과]

많고 다양한 연령대의 사람들에게 전달 및 파급력 높은 수단으로 중독에 관한 메시지를 전달하기 때문에 중독 예방 및 경각심 고취에 효과적인 영향을 끼칠 수 있음.

6. ○○ : 중독 예방 어플 제작

[기획의도]

스마트폰 중독·게임 중독인 사람들이나 본인이 의심이 되는 사람들이 스스로 어플을 통해 치료할 수 있도록 제작

[실행방법]

중독 예방 어플은 본인이 사용하고 있는 모든 어플의 하루 사용 시간을 계산해서 중독의 단계를 알려주며 주의를 주도록 제작.

중독이 의심되는 어플이나 본인이 사용시간을 줄이고 싶은 어플을 선정해 한달 동안 사용시간이 점차 줄어들 경우, (방치타임과 같은 운영 방식을 활용해) 보상으로 돈을 적립할 수 있도록 운영.



스마트폰의 과도한 사용을 줄이도록 하는 어플리케이션으로, 폰을 사용하지 않으면 포인트가 쌓이는 운영 방식.

6. ○○ : 중독 예방 어플 제작

[기대 효과]

전문적인 상담 치료의 경우 대부분의 사람들이 회피하는 경우가 많아 제대로 된 중독 치료가 되지 않는 경우가 다반사.

본 어플이 제작된다면, 스스로 스마트폰 및 게임을 통제하는 능력이 키워져 자연스럽게 중독이 치유될 가능성이 높음.

7.00 : 중독 일일 카페 운영

[기획 의도]

캠페인의 일환으로, 중독 일일 카페를 운영하여 중독 예방 및 경각심 고취의 메시지를 전달하고 중독 대신 **개인 맞춤형 취미**를 개발할 수 있도록 도와줌.

[실행 방법]

중독은 스트레스를 풀기 위해서 시작된 것이 정도가 지나쳐 발생한 병적 증상으로, 중독 일일 카페를 통해 다양한 취미를 소개하고 체험하도록 함으로써 스트레스를 풀기 위한 건강한 취미를 갖도록 도와주는 방식으로 운영할 계획.

또한, 중독은 그 상황에서 벗어날 수 있는 시간을 갖도록 하는 것 자체가 도움되기 때문에 하루 동안 비슷한 고민을 가지고 있는 다양한 사람들과 이야기를 나눌 수 있는 공간도 제공해 줌.

[기대 효과]

현대인들의 스트레스가 중독으로 이어진 현실에서 건강한 취미를 통해 스트레스를 풀 수 있도록 장려해주는 캠페인으로, 중독 예방은 물론 건강한 심리를 가질 수 있도록 하는 결과가 기대됨.

중독 없는 행복한 세상을 위해.

감사합니다

주최



후원

