

# 서식

## 아이디어 기획서

응모자	성명	심준혁	팀명	변치 않는 본심
	전화번호	010.5033.4756	팀원	구본학, 변은지
	전자우편	simplyad@naver.com		
응모과제	아동학대 신고 활성화 방안			
아이디어 제목	아동학대 신고, 이제는 '안부'하세요			
요약	<p>신고 방법을 확대하거나 아동학대와 관련한 법 제정만으로는 아동학대 신고의 근본적 해결책이 될 수 없습니다. 따라서 '변치 않는 본심' 팀은 시민들이 신고를 주저하는 본질적 원인을 분석했으며, 범국민적 캠페인을 통해 이를 해결하고자 합니다.</p> <p>아동학대가 발생하는 주된 장소는 '가정'입니다. 때문에 피해 아동과 생활공간을 일부분 공유하는 이웃이 조기 발견의 중요한 열쇠가 될 수 있지만, 여전히 이웃의 학대 신고 수는 저조합니다.</p> <p>본 팀은 아동학대에 대한 이웃들의 인식을 빅데이터, 자체 정량조사, In-Depth Interview로 파악해 보았습니다. 그 결과 이웃들이 학대 신고에 대한 부담감을 느끼는 것을 발견했고, 이웃과의 어색한 관계 형성이나 해코지 등 신변 보호에 대한 우려가 가장 큰 점을 발견했습니다.</p> <p>따라서 이웃 신고 활성화를 위해 가장 우선되어야 할 것은 신고에 대한 '인식 개선'과 '장기적 관심 유발'입니다. 신고란 타인에게 피해를 주는 행동이 아니며, 아이와 신고자 모두의 안전함을 지키는 행동임을 전달하기 위한 커뮤니케이션이 필요한 것입니다.</p> <p>따라서 이웃이 무게감을 느끼는 '신고' 대신, 이웃의 안부를 묻는 '안전한 부탁' 캠페인을 제안합니다.</p> <p>'안부 캠페인'이란 아동학대 신고의 명확한 의미와 역할을 전달하고, 인터랙티브 콘텐츠와 이벤트,챌린지를 통해 모두가 참여하고 소통할 수 있는 인식 개선 캠페인입니다.</p> <p>어려운 사람을 도와주고, 약한 아이를 보호해 주는 행동은 인간의 변치 않는 본심입니다. 본 캠페인을 신고에 대한 이웃의 인식 개선이 관심과 행동으로까지 이어질 수 있기를 기대합니다.</p>			

## 정인이 학대 사건 3년 후, 2023년 아동학대 현황 진단

2020년 전 국민을 충격에 빠트린 ‘양천구 입양아 학대 사건’ 이후 아동학대 방지를 위한 실질적 해결 방법을 위해 아동학대범죄처벌 특례법 개정안을 발표하며 40건 이상의 제도적 개편과 언론 보도, 신고방법 확대 방안이 추진되었다.

파이낸셜 뉴스 카드뉴스 ▶

법원에 ‘양부모 엄벌 진정서’ 40장 돌파  
정인이법 나온다.. “또 다른 정인이 나오지 말아야”



**정인이 사건**  
생후 7개월 무렵 양부모에게 입양된 후 정인이 입양 후 271일 만에 온 몸이 멍투성으로 사망한 사건.

**현행 아동학대 처벌법**  
아동이 사망에 이른 경우 무기 또는 5년 이상의 징역에 처함.  
권고 형량은 징역 4~10년, 가중요소가 있을 경우 최고 15년까지 선고할 수 있다

**더불어민주당 노웅래 최고위원 ‘정인이법 추진’**  
“정인의 가없는 죽음을 막기 위해 아동학대 형량을 2배로 높이고 가해자 신상을 공개하겠다”

파이낸셜뉴스

출처 : 경향뉴스

## 1년 넘은 ‘정인이법’... 정인이 지키기엔 아직 빈틈이 많다

아동학대범죄처벌 특례법의 골자는 다음과 같다.

- 무기징역 또는 5년 이상의 징역에 처하는 처벌 규정을 7년 이상으로 강화
- 피해 아동, 신고자, 목격자 등이 자유롭게 진술할 수 있도록 행위자와 분리된 곳에서 조사
- 아동학대 사건의 증인이 피고인으로부터 보복 염려를 위해 신변안전을 위한 조치 진행
- 1년 중 2회 이상 학대 의심신고 가정의 아동은 학대 판정과 관계없이 즉시 분리해 보호

개정된 특례법의 특징은 처벌 강화, 수사 체계에 집중되어 있다. 그러나 현장 실무자와 전문가의 평가는 ‘즉각분리제’와 같은 일부 법률에 대해 실효성, 적절성, 열악한 인프라 등을 꼽으며, 피해 아동의 이익을 충분히 보장하지 못했다는 한계가 거론되며 아동학대 문제의 뾰족한 해답이 될 수 없었다.



**아동학대 예방과 신고 활성화는  
단순한 제도 마련과 신고방법의 다양화 등  
표면적 솔루션만으로는 해결되지 않는 문제**

□ 아이디어의 배경 및 목표

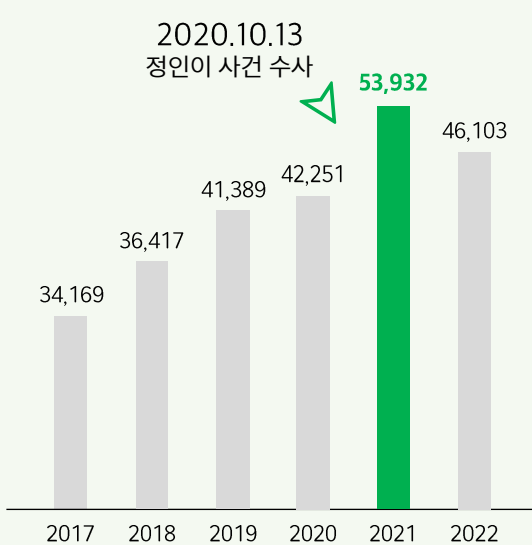
## 우리가 주목해야 하는 것은 사건의 표면을 넘어 감정의 불씨를 지핀 국민 정서



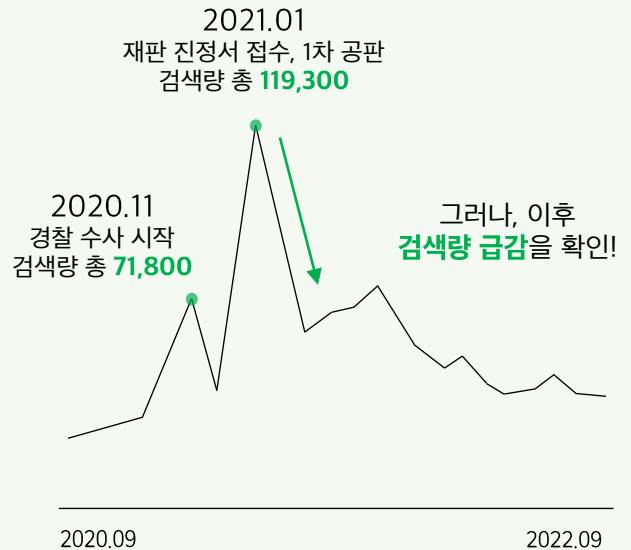
해당 사건으로 인해 국민 청원 참여와 집회 진행 등 온/오프라인 참여를 이끈 국민 정서

하지만 '냄비근성'이라고도 불리는 \***쓸림 현상**  
아동학대에 대한 급격한 관심을 보인 2021년에 비해  
그다음 해에 관심이 **지속되지 않음을 확인**

\*쓸림 현상 : 어떠한 견해나 유행이 나타나면 일시적으로 사회적 풍조가 되었다가 한순간에 사라지는 현상



▲ 보건복지부 아동학대 연차보고서



▲ NAVER '아동학대' 월간 검색량 추이 분석

**즉, 신고 건수와 관심은 불안정한 단발성을 보이고 있었다.**  
**이는 아동학대 신고 활성화를 위해 우선적으로 해결해야 할 과제**

Project Mission

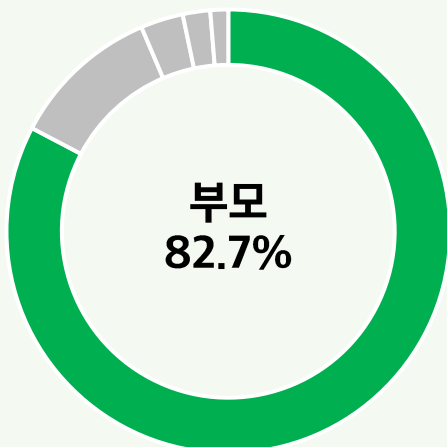
“

”

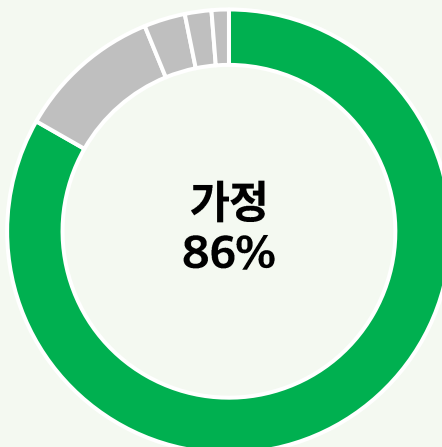
## 국민의 아동학대에 대한 지속적인 관심도 증대

지속적인 관심을 위해서는 문제에 지속적으로 노출되는 ‘타겟’이 필요

< 아동학대 행위자 유형 >



< 아동학대 피해 장소 >



아파트 놀이터, 근처 편의점, 주차장...

피해자와의 일상 공간을 일부 공유하는 이웃  
이웃의 신고는 아동학대 조기 발견의 가능성을 진

### 가장 중요한 신고자

즉, 아동학대에 대한 이웃의 지속적인 관심은  
조기 발견 확률을 높이기 위해 꼭 필요한 핵심 열쇠

□ 현황 및 문제점

# 그렇다면 현재 이웃은 '신고'를 어떻게 생각할까요?

'신고' 키워드 빅데이터 분석  
범죄(4045건), 피해(4038건)  
도움(3696건), 안전(2814건)

“안 좋은 일에 휘말리는 것 같아요”



“제가 피해를 볼 것 같아요”

“관계는 없지만 도와줄 수 있어요”

“범죄에 괴롭하게 연루되는 느낌”

▲ 썸트렌드 키워드 분석 '신고'

## [ ] 신고, 어떻게 생각하세요?



▲ 대구경북지역 자체 조사 n=221

설문 참여자 중 일부에게 더 깊이 여쭙보았습니다.

## 왜 아동학대만 신고를 주저하나요?

< In-Depth Interview 진행 >



25세 정xx님

어 아이가 피해를 받으니 마땅히 신고해야 하지만, 제가 하는 신고가 결국 만약 아니면 이웃에게 피해 주는 행동이잖아요. 맞다고 해도 **가해자가 저를 찾아서 보복할 것 같은 느낌**이 있어서 주저하게 되는 것 같아요.

다른 신고와 달리 **이웃과 끈끈하고 어색한 관계가 될 것 같아 눈치가 보이고**, 심하면 제게 **화를 내거나 보복을 할 수도 있다고 생각하니**, 아동학대를 신고하는 게 조금 두려워지는 느낌이에요.



31세 이xx님

## □ 현황 및 문제점

# 피해와 두려움이 이웃의 지속적인 관심을 방해하고 있다

대부분의 응답자는 아동학대에 대해 관심을 가지지만, 신고하는 등의 행동을 취하는 데에는 걸림돌이 있음을 드러냈다. 가장 큰 원인으로서는 신고 사실이 드러나 해당 가정과 꺾끄러운 사이가 되고, 보복이나 해코지 등의 직, 간접적 피해를 입는 것을 꼽았다. 이에 이웃의 학대 아동에 대한 걱정으로 시작한 관심이 지속적인 관심과 행동으로 옮기기에는 신고자의 심리적 압박감이 작용하고 있었다.

### AS IS

나의 행동이 나와 이웃에게  
피해를 줄 수 있다는 두려움

### TO BE

‘아이와 나 모두 안전한 신고’에 대한  
지속적인 관심으로 행동을 유도

**B = M A P**

Behavior  
[행동]

Motivate  
[동기]

Ability  
[능력]

Prompt  
[자극]

인간의 모든 행동을 결정하는 3요소와 이들의 상호 관계를 표현하는 ‘포그행동모형’에 따라 아동학대 신고를 행동하지 않는 이유는 국민들로 하여금 **나와 이웃에게 피해를 줄 수 있다는 두려움으로 동기부여의 부재가 있었음을 확인.**

TOFU

Awareness  
현상에 대해 인지하고

MOFU

Interest  
관심을 가지고

BOFU

Action  
행동에 옮긴다

마케팅 퍼널에 따르면 인지와 관심, 그리고 행동은 단계별로 이어짐을 확인할 수 있다

**이웃의 지속적인 관심을 위해서는  
이웃에게 신고에 대한 부정적인 이미지보다  
안전하고 필요한 행위로서 다가가야 한다**

술자리에서 흔들리는 나를 잡아준

사랑과 함께 나의 금연을 응원해주신

나 대신 담배를 모두 버려준

더 이상 나에게 담배를 권하지 않는

□ 현황 및 문제점

### Case Study

## 금연은 나 혼자 하는 것?

### 금빛조연과 함께 이루는 것!

보건복지부의 성공적인 캠페인 사례인 금빛조연 캠페인은 금연에 대한 인식 개선과 더불어 담배와 관련 없는 비흡연자, 주변인의 관심을 이끈 시사점이 존재한다.

그 과정에서 금연을 위한 주변인의 역할은 금연을 권함으로써 금연 시도자와 대립하는 존재가 아닌 조연이지만 주연을 더욱 돋보이게 하는 ‘황금조연’의 역할임을 ‘금빛조연’ 메시지로 효과적으로 전달할 수 있었다.

### Solution

## 지금의 아동학대 신고 인식은 “이웃의 가정에 제3자가 간섭하는 행위”

자체 조사 결과 응답자의 공통된 의견은 신변 안전 조치 방안이 있음에도 느끼는 “신고자의 신변을 위협할 일말의 가능성 존재” 그리고 이에 따른 부담감이었다.

이 때문에 사건 신고자가 아닌, 제3자의 신분을 유지하고 싶었고 이 때문에 아이를 돕는 긍정적 요소보다 이웃을 신고하는 부정적 요소가 돋보였다.

팀 ‘변치 않는 본심’은 아동학대 예방과 조기 발견을 위한 이웃 신고 활성화를 이루기 위해 이웃의 지속적인 관심과 신고에 대한 무거운 인식 개선을 위한 선제적 캠페인을 제안합니다.



# 안부 하세요

: 안전한 부탁



## □ 아이디어 설명 및 해결 방안

본 제안으로 진행되는 이웃 신고 활성화를 위한 인식개선과 관심 활성화 커뮤니케이션 방안의 솔루션 흐름이다.

**안부**  
: 안전한 부탁  
**하세요**

### 6초 Teaser Video

TV/Youtube 개재

### 15초 캠페인 광고

TV/Youtube/SNS/Focus Media

### OOH 광고

Signs/posters

### 랜딩페이지 개설

Display AD/Search AD/URL/QR

### 인터랙티브 콘텐츠 연재

Youtube/SNS/Focus Media

### ‘안부 메시지’ 이벤트 진행

Homepage

### 온라인 바이럴 진행

SNS Challenge

호기심으로 주목할 수 있는 티저 영상으로 보건복지부가 소개하는 **‘안부’의 의미를 전달**한다.

이후 15초의 정식 TVC를 각 매체에 개재하고, 이웃 가정에 **‘안부’의 역할을 전달**한다.

곧이어 대중과 소통 가능한 인터랙티브 콘텐츠를 제작하고 게시해 학대받는 어린이를 온라인상에서 간접적으로 도와주며 **‘안부’를 경험** 시킨다.

챌린지와 이벤트를 통해 관심을 주변 인물들과 나누며 지속시키고, 행동 유도 영상을 통해 **아동학대 신고에 대한 인식 개선, 관심, 행동까지 이어질 수 있게 한다.**

## □ 아이디어 설명 및 해결 방안

### ‘안부’란?

이웃의 어린아이를 관찰하고 신고하는 행위가 안전하다는 점,  
해당 가정의 아이와 부모의 안녕을 위한 행위임을  
안전한 부탁을 줄여 ‘안부’의 의미로 전달한다.

### 캠페인 시작을 알리며 궁금증을 자아낼 수 있는 Teaser 영상



아동학대 신고는 이웃이 할 수 있는 안전한 부탁,  
‘안부’임을 효과적으로 전달하기 위해선 범국민적인  
확산과 이를 유도할 이슈 메이킹이 필요하다.  
“안부하세요” 메시지가 담긴 6초 분량의 Teaser  
영상을 제작하고, TV 매체와 Youtube 범퍼애드  
형식으로 게재한다.

<Teaser 영상 예시 >



## □ 아이디어 설명 및 해결 방안

### 이제는 안부하세요!

“우리 이웃을 위한 안전한 부탁, 안부하세요”의 메시지를 담은 30초 TVC 영상을 제작한다.

#### #1 엘리베이터에서 마주친 아이



NA) 그때부터였어요.

#### #2 온몸이 멍든 아이의 모습



NA) 학대를 의심하게 된 게.

#### #3 윗집에서 들려오는 괴성



(휴식을 취하다 소리에 놀라는 주인공)

Point!

▶ 피악이 어려운 학대신호를 일상에서 발견

Point!

▶ 이웃이 학대 조기발견의 실과리움을 제시

## □ 아이디어 설명 및 해결 방안

### 이제는 안부하세요!

“우리 이웃을 위한 안전한 부탁, 안부하세요”의 메시지를 담은 30초 TVC 영상을 제작한다.

### Hurdle

피해가 생기면 어떡하지?

#4 핸드폰을 들고 112를 누르지만, 망설여지는 통화



NA) 불안했어요.  
만약 아니라면. . 모두가 피해를 보게 될까봐.

## 이제는 안부하세요!

“우리 이웃을 위한 안전한 부탁, 안부하세요”의 메시지를 담은 30초 TVC 영상을 제작한다.

### #5 용기를 내서 통화를 하는 주인공

Point!  
‘안부하세요’라는 생소한  
말을 통한 호기심 유발



NA) 그렇지만 안부 했어요!

### #6 핸드폰으로 발송된 긴급출동문자



Point!

‘안부’가 곧 ‘안전’과  
직결됨을 암시

NA) 아이의 안전이  
곧 나의 안전이니까.

## □ 아이디어 설명 및 해결 방안

### 이제는 안부하세요!

“우리 이웃을 위한 안전한 부탁, 안부하세요”의 메시지를 담은  
30초 TVC 영상을 제작한다.

신고는 안전합니다  
그리고 안전을 위합니다

#7 아동학대사건의 신고자는 신변보호를 원칙으로 함을 전달



아동학대사건의 신고자는 보복 염려를 방지하기 위해  
신변안전을 위한 조치를 진행합니다.

신고자 보호의 메시지와 함께  
‘아동학대, 안전한 부탁하세요!’ 전달하며 마무리.

## □ 아이디어 설명 및 해결 방안



## 노출의 정석, OOH 광고

오프라인에서 '안부'의 의미를 전달할 OOH 광고  
인구 트래픽이 가장 높은 곳에 집중하여 옥외광고를 통해  
“이웃이라면 세상 안전한 부탁, 이제부터는 안부하세요” 메시지를 전달합니다



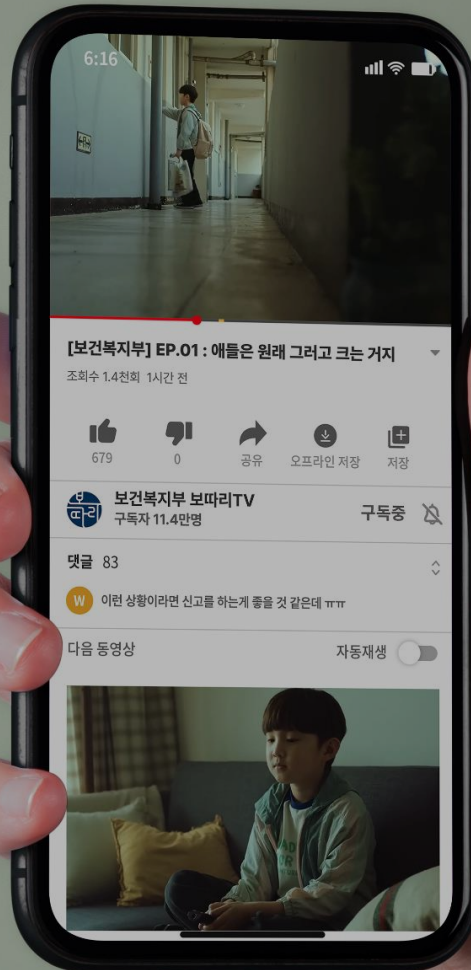
## □ 아이디어 설명 및 해결 방안

### 캠페인의 의미를 담은 보건복지부의 랜딩페이지 개설

15초 광고 인근에 위치한 QR코드와 URL, 검색을 통해 보건복지부의 아이와 나 모두가 안전한 부탁, '안부'하세요 랜딩페이지를 개설한다.  
해당 페이지에서는 아동학대가 얼마나 심각하고, 이웃의 신고가 얼마나 중요한지 전달한다.  
해당 페이지는 추후 인터랙티브 콘텐츠와 이벤트 참여에 추가 활용되는 역할을 한다.



## □ 아이디어 설명 및 해결 방안



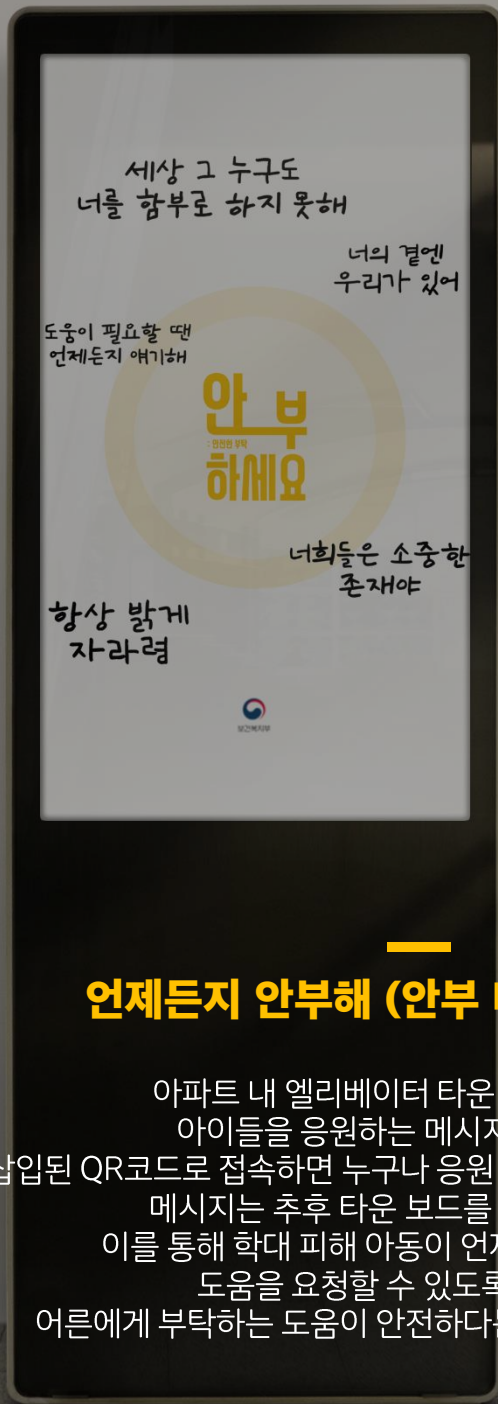
### 국민과 상호작용하며 '안부'를 간접 경험할 수 있는 인터랙티브 콘텐츠

“아침 출근길마다 엘리베이터에서 마주하는 유치원 아이, 어느 날 팔에 멍이 생겼다면, 어떻게 행동 하시겠어요?” 이웃 어린아이를 1인칭 시점으로 관찰하는 주인공이 되어 대처 방법을 직접 경험하고, '안부'의 위력을 몸소 체감한다.

'안부하세요' 홈페이지에 자신의 의견을 작성하고, 일정 수를 넘긴 의견을 다음 콘텐츠로 제작한다.

12회의 콘텐츠를 월 1회 업로드하여 1년 장기 콘텐츠로 제작해 대중과 보건복지부가 상호작용하는 장기 콘텐츠

## □ 아이디어 설명 및 해결 방안



### 언제든지 안부해 (안부 메시지 이벤트)

아파트 내 엘리베이터 타운 보드를 활용해 아이들을 응원하는 메시지를 전달한다. 삽입된 QR코드로 접속하면 누구나 응원 메시지를 작성할 수 있으며, 메시지는 추후 타운 보드를 통해 게시된다. 이를 통해 학대 피해 아동이 언제든지 주위 어른에게 도움을 요청할 수 있도록 유도하며, 어른에게 부탁하는 도움이 안전하다는 메시지를 각인시킨다.

## 국민과 상호작용하며 '안부'를 간접 경험할 수 있는 인터랙티브 콘텐츠

안부의 가치를 경험한 대중들은  
이를 주변 사람과 공유하고 싶음을 느낀다.  
자신이 아동학대 신고에 대해 느끼는 소견을  
해당 이미지와 함께 게시하고,  
다음 참가자를 지목하는 연계형 챌린지를 진행한다.

#안부캠페인 #안전한부탁 #안부챌린지 #아동학대 #아동학대신고  
해시태그를 작성해 캠페인의 온라인 바이럴과  
구전효과를 유도할 수 있는 전략 방안.



## □ 기대효과

본 캠페인이 신고에 대한 이웃의 인식 개선과 관심, 그리고 행동으로까지 이어질 수 있기를 기대합니다

### 01. 신고에 대한 실질적 인식 개선

1차 조사, 2차 조사로 판단할 수 있는 신고에 대한 현재 대중의 인식은 고자질의 인식과 제3자가 개입해 문제를 수면 위로 드러나게 한다는 부정적 시선, 이에 따른 신변 위협을 느껴 신고를 꺼린다는 점을 알 수 있었다. 안전한 부탁, 안부 하세요 캠페인을 통해 아동학대를 신고하는 행위가 신고자에게 심리적, 물리적 피해를 덜어줄 수 있도록 한다. 또한 신고자의 신변보호를 근거로 범죄에 안전하다는 인식을 더해 신고에 부정적이었던 기존 인식을 탈피하고, 아동학대 신고에 관심 가질 수 있는 실질적 인식 개선의 역할을 한다.

### 02. 아동학대 신고법에 대한 효과적 전달


전 국민을 분노하게 했던 지난 아동학대 사건 이후로, 신고자의 신변을 보호할 수 있는 제도적 개편안을 도입했다. 하지만 법 제정은 장기적으로 대중의 기억 속에 자리 잡기에는 한계가 있었으며 여전히 국민은 자신의 신변 보호와 보복에 두려움을 느끼고 있음을 알 수 있다. 아동학대 신고가 이웃과 경찰에게 건네는 안전한 부탁임을 드러내며 신고자의 안전을 위해 개정되는 관련 법안에 대해서도 지속적으로 전달할 수 있을 것이다.

### 03. 이웃에게 실현 가능한 역할을 부여하는 차별화된 캠페인

아동학대 신고 활성화를 위한 이웃의 역할로 감시자, 히어로, 영웅, 조력자 등의 역할을 부여할 확률이 높다. 하지만 이는 실질적으로 신고를 주저하는 이웃에게 거창한 역할을 부여함으로써 오히려 부담감을 안겨줄 캠페인으로 작용할 수 있다. 본 제안의 핵심은 신고가 부르는 위력을 보여주는 것이 아닌, 신고 이전의 마음가짐에 주목해 이웃에 지속적인 관심을 제고하는 점이다. 이는 아동학대 조기 발견을 위한 신고가 누군가 해야 하는 부담되는 일이 아님을 전달하며 이웃에게 실현 가능한 역할을 부여해 기존 캠페인과의 차별성을 가져 캠페인 도달에 유리하다.

### 04. 매체 다양화, 장기간 노출로 인한 경제성

‘노담’, ‘금빛조연’과 달리 아동학대 신고를 위한 캠페인은 현재 각인된 메시지가 부재한 상황이다. 이를 타개하기 위해 개별 캠페인을 진행하며 각기 다른 메시지를 다발적으로 전달하는 등의 행동은 캠페인으로써의 생명력을 지속하지 못한다는 단점이 있다. 본 제안은 대중에게 효과적이고 경제적으로 각인시키기 위해 1년의 지속성과 몰입도 있는 인터랙티브 콘텐츠 형식을 활용하며 전통적 매체 TVC와 더불어 Youtube, Instagram, Tiktok 등 숏폼 SNS와 아파트 엘리베이터 디스플레이를 활용해 매체 비용을 절감하는 등의 경제적이고 효율적인 장점을 지닌다.



신고를 두려워해야 하지만, 신고 하기가 두려운 세상  
보건복지부의 안부 캠페인이 대한민국에 새로운 안부를 건네기를 바랍니다.



x

안부  
하세요