

KARF의 알코올 문제 예방사업 현황과 향후 전략



리 제갈 정 한국음주문화연구센터 수석연구원



들어가는 말

우리나라 알코올 문제 예방은 대한주류공업협회(이하 협회)의 주류소비자보호사업에서 시작하였다고 해도 과언이 아니다. 협회의 주류소비자보호사업은 소비자의 건강보호를 위한 건전음주 문화 조성을 목표로, 1997년 주류소비자보호사업 추진계획 수립과 1998년 청소년과 대학생을 위한 알코올 문제 예방 프로그램 개발을 기점으로 언론 홍보와 캠페인, 예방교육 등의 예방활동이 본격적으로 시작되었다.

우리나라 알코올 예방사업의 기초를 마련하였다고 평가할 수 있는 주류소비자보호사업은 2000년 4월 한국음주문화연구센터(이하 KARF) 설립과 함께 더욱 발전하여 왔다. KARF에서는 주류소비자보호사업을 알코올 문제 예방이라는 개념으로 보다 확대하여 홍보활동을 다양화하고, 협회에서 시작한 조사연구와 예방교육 등을 지속, 발전시키기 위해 노력하였다.



재단의 예방사업 현황

KARF 개원 초기의 예방사업은 비교적 활발하게 진행되었다. 대국민 인식제고와 건전한 음주 문화 조성을 위한 신문 및 라디오 캠페인, TV공익광고, 공모전, 콘서트, 연극 등 다양한 홍보활동이 활발하게 실시되었으며, 올바른 정보제공을 위한 리플릿, 팸플릿, 포스터 등의 홍보자료를 제작 보급하였다. 뿐만 아니라 조사연구와 프로그램을 개발하고, 심포지움 등을 통해 KARF의 활동을 알리고 알코올 문제에 대한 사회의 관심을 이끌어 내는 성과를 거두었다.

그러나 2002년 치료 병원 개원 등 사업 확대에 따른 여러 가지 어려움에 봉착하면서 예방사업도 저비용 고효율 사업으로의 방향 전환을 모색하게 되었다. 즉, 최소한의 비용으로 최대한의 효과를 얻을 수 있는 분야를 찾아서 역량을 모으는 선택과 집중을 꾀하게 되었다.

우선 언론홍보의 경우 다양한 홍보매체를 활용하였던 그 동안의 방식을 지양하고, 비교적 낮은 비용으로 실시 가능하면서 비용대비 효과가 높은 라디오를 주 매체로 활용하면서 사회적으로 음주 문제에 가장 관심을 보이는 연말연시에 집중적으로 공익방송을 실시하는 전략을 사용하였다. 뿐만 아니라 초기 신문사와 함께 진행하였던 공모전도 최근 들어 젊은 층을 중심으로 이용율이 높아지고 있는 무가지를 선정하여 실시하는 등의 노력을 기울여 왔다.

초기 예방교육은 주류소비자보호사업 진행초기에 개발된 프로그램들을 중심으로 진행하면서 새로운 프로그램을 개발, 보완하는 방식을 채택하였다. 대학생 음주문화 개선을 위한 인식주간, 리더 양성 워크샵을 비롯하여 청소년 음주예방 프로그램들의 시범적용이 이루어졌으며, 이들 프로그램에 대한 매뉴얼을 제작, 보급하기 위해 노력하였다. 그러나 예방교육 또한 대학생 리더 양성 워크샵과 청소년 캠프, 수능 후 프로그램 등 비용대비 효과가 높은 프로그램을 중심으로 운영하고, 각 지역의 요구를 수렴하여 개발된 프로그램 진행 방법을 알려주는 기술지원 워크샵을 개최하는 방식으로의 변화를 꾀하였다. 특히 교사와 지역사회기관의 실무자들을 예방전문가를 양성하거나 프로그램 워크샵을 통한 예방프로그램 확산 전략은 비교적 성공적이라고 평가할 수 있다. 현재 KARF의 기술지원을 받은 일산, 대전, 양산 등 전국의 각 지역사회기관과 학교에서 다양한 예방활동이 이루어지고 있다.

이러한 과정에서 청소년 토래리더 프로젝트 캠프는 문화관광부의 최우수 프로그램으로 선정되는 성과를 거두었으며, 청소년위원회에서는 KARF의 청소년 예방교육 모델을 채택하여 위원회의 재정지원으로 약물예방시범학교와 토래리더 프로젝트 캠프 등을 운영하기도 하였다.



향후 방향과 전략

외국의 주류협회 및 주류회사들은 직접 혹은 알코올관련 기관 설립/지원과 같은 다양한 방식으로 알코올문제 예방을 위해 노력하고 있다¹⁾. 이러한 활동은 주류회사의 소비자 보호와 사회적 기

1) 기관을 설립하여 지원하는 대표적인 예로는 미국의 증류주협회에서 지원하는 Country Council, 디어지오, 아사히, 하이네켄 등의 9개 주류회사가 재정지원을 하는 International Center for Alcohol Policies(ICAP), 영국의 주류생산자들이 설립, 지원하는 Partman Group 등이 있으며, 협회가 직접 예방활동을 펼치는 경우로는 미국 맥주협회기 있다. 이들 기관에서는 건전한 음주를 위한 국민들의 인식을 높이고, 청소년 및 임신 중 여성의 음주 예방, 음주운전 방지 등을 중심으로 한 다양한 예방 홍보 활동과 예방 교육, 정책연구 등을 실시하거나 예방관련 연구를 지원하고 있다.

여러는 측면에서 긍정적으로 평가되고 있으며, 사회 발전과 국민 건강을 위해 노력하는 모습을 보여 줌으로써 기업의 이미지를 높이는 데 기여하고 있다.

KARF의 예방사업은 이러한 외국의 사례에 비추어 볼 때 매우 선진적이라 할 수 있다. 그러나 그동안 홍보자료 제작 및 보급, 언론 홍보, 청소년 예방교육으로 그 대상과 범위가 비교적 제한적이었던 점을 고려해 볼 때 이를 보다 확대할 필요가 있다. 왜냐하면 그 동안 실시한 예방활동 노력과 함께 건강에 대한 국민들의 관심이 높아지면서 알코올 문제에 대한 관심 또한 증가하였기 때문이다.

우선 예방사업의 대상에 있어서는 그 동안 예방교육의 주 대상이었던 청소년뿐만 아니라 직장인과 여성, 노인 등으로 다양화 할 필요가 있다. 그 동안 청소년을 예방교육의 주 대상으로 삼은 것은 청소년이 미래의 주류 소비자이면서 법적으로 음주를 금하고 있는 19세 미만이라는 점에서 예방 메시지를 분명하게 줄 수 있으며, 학교라는 세팅에 집단으로 모여 있기 때문에 교육 대상에 대한 접근이 쉬우면서 교육 효과 또한 높기 때문이다. 그러나 실제 주류의 주 소비층인 직장인을 포함하여 건강한 혹은 건전한 음주 메시지를 줄 수 있는 다양한 프로그램들이 운영될 필요가 있다. 이는 우리 사회의 음주문화를 개선해 나가는 데 가장 중요하고 필요한 일이다. 여기서 나아가 임신 중 여성과 노인 등을 다양한 대상층을 포함할 수 있다면 더욱 바람직 할 것이다.

둘째, 알코올 문제 예방과 관련한 이슈들에 대한 연구, 조사, 선진국의 발전된 예방 방법론 등의 다양한 예방연구들이 지속적으로 이루어져야 할 것이다. 이러한 연구들이 이루어져야만 우리나라의 예방사업도 과학적이고 이론에 근거한 예방으로 진화할 수 있게 될 것이다. 예를 들어 알코올문제 예방에 대한 사회적 합의를 이루고, 건전한 음주 문화를 형성해 나가기 위해서는 알코올 문제 예방과 관련한 이슈-적정음주에 대한 개념, 음주운전 방지를 위한 다양한 전략 개발 등—에 대한 지속적인 연구개발이 이루어져야 가능할 것이라고 생각된다.

또한 방법론에 있어서도 그동안 우리가 주로 사용한 예방홍보나 교육과 같은 개인적 차원의 접근에서 종합적이고 포괄적인 환경적 접근으로 발전시켜나갈 필요가 있다. 흔히들 예방은 그 효과가 눈에 보이지 않으며, 그래서 하기 어렵다는 말을 많이 한다. 그러면서도 한편에서는 예방이 적은 비용으로 높은 효과를 내며, 알코올 문제에 있어서는 특히 예방을 우선해야 한다고 한다. 이런 점들을 고려할 때 현재 실시하고 있는 예방활동에 대한 효과 분석과 함께 선진국에서 이미 그 효과가 입증되고 있는 환경적 접근 방식에 대한 연구와 이의 도입이 필요하다.

셋째, 예방홍보자료와 예방교육에 대한 표준화된 모델을 구축하여 보급하는 것이다. 대상에 따라 표준화된 내용의 포스터, 리플릿, 팸플릿, 소책자 등의 다양한 자료를 제작하여 보급하고, 청소년

년, 대학생, 직장인 등을 위한 대상별 프로그램과 지역사회기관에서 필요로 하는 표준화된 예방 모형 등을 개발하여 이를 보급하는 노력이 필요하다. 물론 개발된 프로그램과 자료들을 알리고, 효율적으로 활용할 수 있도록 심포지움이나 관련 기관의 실무자들을 대상으로 한 전문가 훈련 및 기술 지원 워크숍 등을 개최하는 것도 필요하다.

마지막으로 전국적 규모의 예방홍보활동을 모색할 필요가 있다. 예를 들면 KARF가 중심이 되어 언론, 알코올상담센터, 보건소를 비롯하여 각 지역의 주류회원사를 포함하여 일정 기간 동안 동시에 진행되는 전국적인 예방홍보활동이 있을 수 있다. 즉, 알코올 인식 주간과 같은 행사이다. 미국의 경우 매년 알코올인식의 달(Alcohol Awareness Month)을 보건복지부의 약물남용 및 정신보건 서비스 국(SAMHSA)을 중심으로 펼치고 있다. 이는 같은 시기에 전 국민을 대상으로 알코올 문제에 대해 생각해보고 건전한 음주문화를 조성할 수 있는 계기를 마련해 주는 효과가 있다. 이러한 활동은 KARF가 우리나라 문화와 정서에 맞는, 그러면서도 건전한 음주문화를 만들어 나가는 중심 기관으로 자리매김할 수 있도록 할 것이다.



맺는 말

지난 5년간 실시한 다양한 예방활동들은 이미 KARF가 우리나라 알코올문제 예방사업을 이끌어가는 선도적인 기관으로 자리잡을 수 있게 하였다. 앞으로도 이러한 역할을 지속적으로 해나가기 위해서는 사회의 다양한 요구를 수렴하고 연구하는 노력이 수반되지 않으면 안될 것이다.

어느 문제나 그렇듯이 문제가 일어난 뒤에 예방의 중요성을 강조하는 것은 소 잃고 단 뒤에 외양간 고치는 식이라 할 수 있다. 문제가 일어나기 전에 예방을 하는 것이 무엇보다 중요하다. 것은 누구나 알고 있는 너무나 당연한 사실이다. 다만 예방은 문제가 발생되기 전에는 그 효과를 인식하기 쉽지 않고, 필요성 또한 절감하지 못하는 것이 일반적이다.

알코올 문제도 마찬가지이다. 예방의 효과는 당장 눈에 보이지 않고, 예방활동을 통해 문제 음주자가 될 사람을 얼마나 예방했는지를 측정하는 것 또한 쉽지 않다. 그럼에도 불구하고 예방활동을 통해 음주로 인한 피해를 줄이고, 우리 사회의 음주문화를 개선시켜 나갈 것이라는 사실은 누구나 인정하는 부분이다. 따라서 예방은 반드시 필요한 일이며, 우리 사회의 미래를 밝고 건강하게 만들어 갈 수 있다는 점에서 투자 가치가 매우 높은 부분이라 할 수 있다. 어쩌면 알코올 문제 예방을 위한 KARF의 노력은 사회의 관심과 요구가 높아지기 시작한 지금, 새로운 시작을 준비해야 하는 것이 아닐까 싶다.