

지난 6개월간의 '케어미' 활동은 현재 우리나라 결핵 상황이 절대 안이하게 여겨선 안될 만큼 심각한 상황이라는 것을 새삼 일깨워 주었다. 그리고 이러한 상황은 국민들의 결핵에 대한 관심부족이 원인이 될 수 있기 때문에 우리 국민들과의 부단한 소통을 통해 이를 해결해 나가는 것이 중요하며, 그 중심에서 대한결핵협회가 중요한 역할을 담당해야 할 것이라는 생각을 했다.

글_류별희 한양대 언론대학원생 / 홍보기자단 1기



대한결핵협회 홍보기자단 1기 '케어미'를 마무리하며...

지난 6월, 처음으로 인터넷에 결핵이라는 단어를 검색해봤다. 그때까지만 해도 결핵은 과거 60~70년대의 우리나라 상황과 같이 후진국, 혹은 저개발도상국의 사람들에게나 발생하는 질병으로만 여겨온 데다 2013년을 살고 있는 대한민국 국민들과는 전혀 상관없는 질병이라 생각했기 때문이다. 그리고 이는 분명 본인만의 생각은 아니리라 생각한다.

하지만 현재 우리나라의 결핵현황은 일반적으로 우리가 생각하는 상황과는 매우 달랐다. 질병관리본부가 발표한 '2011 결핵환자 신고현황연보'에 따르면, 우리나라 결핵 신고 환자 수는 2011년 기준 50,491명(인구 10만 명 당 91.8명)으로 이미 5만 명을 넘어선 상태였으며, 우리나라의 결핵발생률, 유병률, 사망률은 국제개발협력기구(OECD) 가입국 중 가장 높은 순위에 위치하고 있었다. 또한 일부 학술연구 결과들에 의하면 우리나라 국민들, 특히 20대 이하 젊은 층의 결핵에 대한 일반적 지식과 인식도 매우 제한적인 실정이었다. 즉, 결핵에 대한 한정적이고 잘못된 지식과 단일한 태도가 만연한 가운데, 많은 국민들은 조용히 결핵에 노출되고 있었던 것이다.

이에 우리나라 결핵퇴치를 위해 노력하고 있는 대한결핵협회는 우리 국민들(쪼개는 10~20대)에게 결핵에 대한 지식을 정확하고, 재미있으며, 이해하기 쉽도록 전달하고, 궁극적으로는 결핵에 대한 경각심을 고취시키기 위한 목적으로 홍보기자단 '케어미(Care Me)'를 발족하였고, 지난 7월부터 본격적인 활동에 돌입하였다.

본인을 포함한 '케어미' 1기 기자단은 결핵과 취약계층 지원, 결핵검진, 크리스마스 썰, 대한결핵협회 창립 60주년 등 대한결핵협회에서 진행하는 다양한 결핵퇴치 사업에 직접 참여해 이를 취재하고 기사

화하는 작업을 수행하였으며, 이 과정에서 기자단원들은 자신만의 독특한 아이디어와 기법을 통해 더욱 흥미롭고, 다양한 콘텐츠를 생산하였다. 또한, 이렇게 만들어진 콘텐츠는 최근 온라인 커뮤니케이션 수단으로 각광받고 있는 소셜미디어 채널(블로그, 페이스북, 트위터 등)을 통해 많은 사람들에게 전달·확산되었다. 이러한 일련의 홍보활동은 국민들의 지식 확충과 태도 변화, 경각심 고취에 어느 정도 기여할 수 있었다.

짧은 홍보기간에도 불구하고 많은 사람들은 기자단이 생산한 결핵 관련 콘텐츠에 주목하였고 '댓글과 좋아요'와 같은 반응을 직접 남기기도 하였다. 즉, 결핵에 대한 관심과 관심이 적은 20대 이하의 젊은 국민들에게 그들의 눈높이에 맞는 콘텐츠를 제공함으로써 긍정적인 반응을 이끌어낼 수 있었다.

지난 6개월간의 '케어미' 활동은 현재 우리나라 결핵 상황이 절대 안이하게 여겨선 안될 만큼 심각한 상황이라는 것을 새삼 일깨워 주었다. 그리고 이러한 상황은 국민들의 결핵에 대한 관심부족이 원인이 될 수 있기 때문에 우리 국민들과의 부단한 소통을 통해 이를 해결해 나가는 것이 중요하며, 그 중심에서 대한결핵협회가 중요한 역할을 담당해야 할 것이라는 생각을 했다.

2013년 12월 말, 대한결핵협회 홍보기자단 '케어미'는 모든 활동을 마무리하지만, 앞으로도 계속해서 결핵과 관련한 다양한 콘텐츠를 개발하고 이를 국민들에게 전달하는 전달자 역할을 해나갈 것이라 약속한다. 또한 우리나라 결핵퇴치를 넘어 결핵의 완전퇴출을 위해 끊임없이 노력하는 대한결핵협회를 진심으로 응원하며 앞으로도 꾸준한 활동을 해주길 기대해 본다. †