

보이지 않는 재앙, 미세먼지

한강미디어고교 나선희 허예린

목차

- 상황분석
- 문제도출
- 소비자 인사이트
- 콘셉트
- 트리트먼트
- 계획

상황분석

- 선진국보다 느슨하다고 지적돼 온 우리나라의 미세먼지(PM2.5)의 환경기준이 27일부터 미국, 일본과 동일한 수준으로 강화되었다.
- 지름 $2.5\mu\text{m}$ 이하인 미세먼지(PM2.5)의 일평균 환경기준을 기존 $50\mu\text{g}/\text{m}^3$ 에서 $35\mu\text{g}/\text{m}^3$ 으로 강화하는 ‘환경정책기본법’ 시행령을 실시하였다.
- 현재 서울을 중심으로 미세먼지가 점점 개선되어가는 추세이지만, 국외 미세먼지 유입과 대기 정체로 인해 다시 농도가 점차 나빠지고 있다.

미세먼지 (PM2.5) 예보 기준(일평균) 강화내용

구분	좋음	보통	나쁨	매우 나쁨
현행	0~15	16~50	51~100	101 이상
개정	0~15	16~35	36~75	76이상

문제도출

미세먼지의 치명적인 문제점

1) 사망률 증가

: 2015년 기준 880만명이 대기오염으로 조기 사망한 것으로 추산했다.

2) 임산부에게 치명적

: 기형아를 출산할 확률이 최대 16%, 저체중아 출산율 7%, 조산·사산율 8%가 증가했다.

3) 자폐증, 행동발달과 같은 정신질환 유발

그 외

WHO와 국제암연구소(IARC)에서 발암물질로 분류.

소비자 인사이트

- 마스크 미착용, 착용시에도 미세먼지 마스크는 예쁘지 않다는 이유로 일반 마스크를 착용한다.
- 미세먼지 안전 안내 문자가 오더라도 잦은 외부활동을 하는 등 미세먼지의 심각성을 간과한다.
- 미세먼지가 심한 날에도 안경 대신 렌즈를 착용한다.
- 물을 많이 마시지 않으며, 손 발을 자주 씻지 않는다.
- 공기청정기를 사용하지 않는다.

콘셉트

영화 예고편 형식의 2분 이내 영상.

기획 의도

: 사람들에게 자연스레 미세먼지 예방법을 각인 시켜주기 위해.

시놉시스

: 어느 날 전국으로 퍼진 긴급속보. ‘그것’으로 인해 사람들이 피를 흘리며 죽어간다. ‘그것’을 피하기 위해 사람들은 필사적으로 대처를 하지만 속수무책으로 당하고 만다. 인류 멸망위기 직전 ‘그것’을 막을 수 있는 유일한 방법이 마스크라는 점이 전국으로 퍼져나가게 된다.

트리트먼트

- 눈에 보이지 않는 ‘그것’에 의한 피해를 뉴스 속보로 전달한다.
- 건물 밖에서 ‘그것’으로 부터 도망가던 사람들은 피를 흘리며 쓰러진다.
- 건물 안에 있는 사람들은 모든 문을 닫고, 물을 갖기 위해 서로 싸우게 된다.
- ‘그것’을 피하기 위해 노력하지만, 결국 하나 둘 숨을 거두어가는 사람들.
- 생존자들은 두려움에 떨며 인류의 마지막을 맞이 할 준비를 한다.
- 이때, 라디오가 지직거리며 ‘그것’을 피할 수 있는 유일한 방법이 황사마스크라는 점을 알려준다.
- 환호하는 사람들
- 마스크를 쓰고 ‘그것’과 맞서 싸울 준비를 한다.
- ‘그것’이 미세먼지라는 것을 알려주며 엔딩.

계획

일상생활에서 사람들에게 가장 많이 노출되어 있는
메체를 통해 자연스럽게 영상을 접할 수 있게 한다.

- 유튜브 광고 영상
- 지하철 영상 광고
- 버스 영상 광고