

2025 DREAM LIONS

성인 발달장애인의 고용을 돕는 굿피플 캠페인

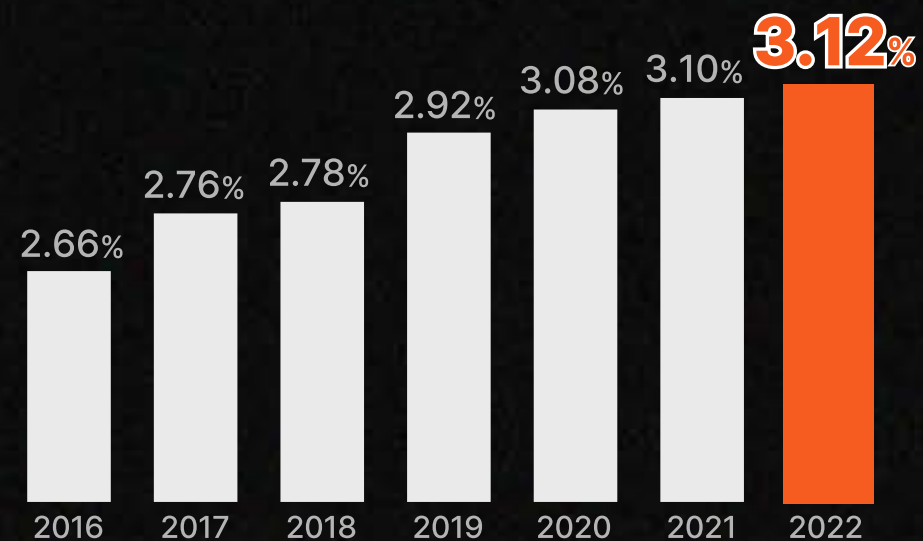
재미·웃는 브이로그



유난히 고용이 적은 발달장애인

장애인 고용 통계에 가려진 발달장애인의 고용은 여전히 난제입니다.
따라서 발달장애의 유형을 고려한 캠페인이 필요합니다.

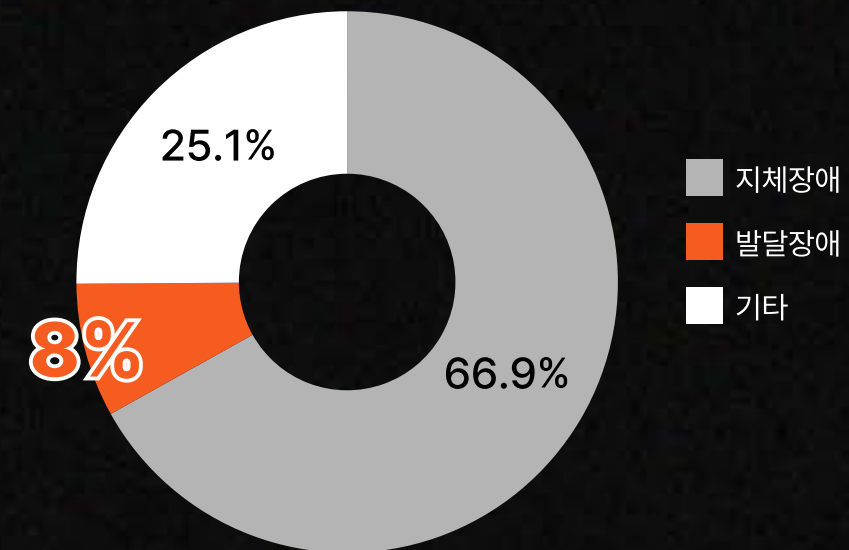
| 연도별 장애인 고용률 |



출처: 한국장애인고용공단

장애인 전체의 고용률 및 규모는
소폭이나 계속해서 상승하고 있음

| 장애인 고용 유형 |



출처: 한국협동조합연구

발달장애인 고용률은 8%에 불과하며
다른 장애 유형보다 현저히 떨어짐

발달장애인에 대한 편견과 오해

다수의 사람들은 발달장애인은 어린아이 같고 사회생활이 어려워
정상적인 근무 활동이 힘들 것 같다는 인식을 가지고 있습니다.

발달장애인은 도덕적 결정을 내릴 능력이 없다.



발달장애인은 비장애인보다 쉽게 화를 낸다.



발달장애인은 여러 가지 면에서 어린아이 같다.



발달장애인은 정상적인 사회생활이 어렵다.



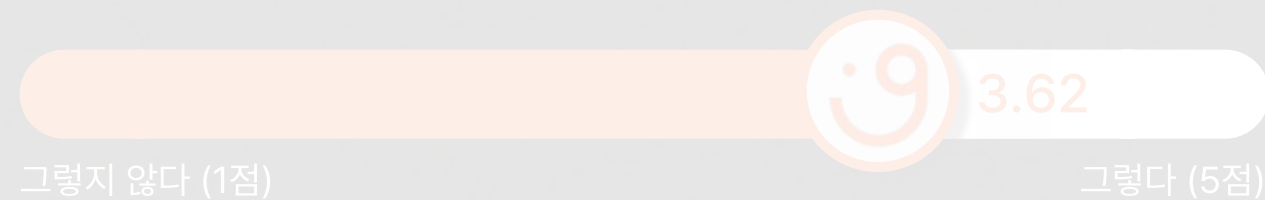


발달장애인에 대한 편견과 오해

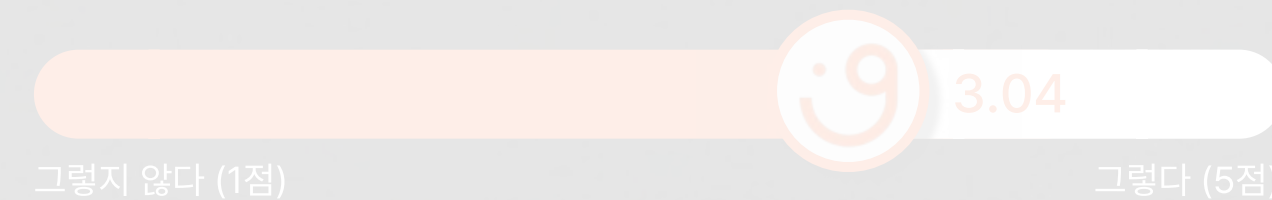
다수의 사람들은 발달장애인은 어린아이 같고 사회생활이 어려워
정상적인 근무 활동이 힘들 것 같다는 인식을 가지고 있습니다.

환경분석 중 떠오른 의문,
발달장애인과 **일해본** 사람은 몇이나 될까?

발달장애인은 여러 가지 면에서 어린아이 같다.



발달장애인은 정상적인 사회생활이 어렵다.



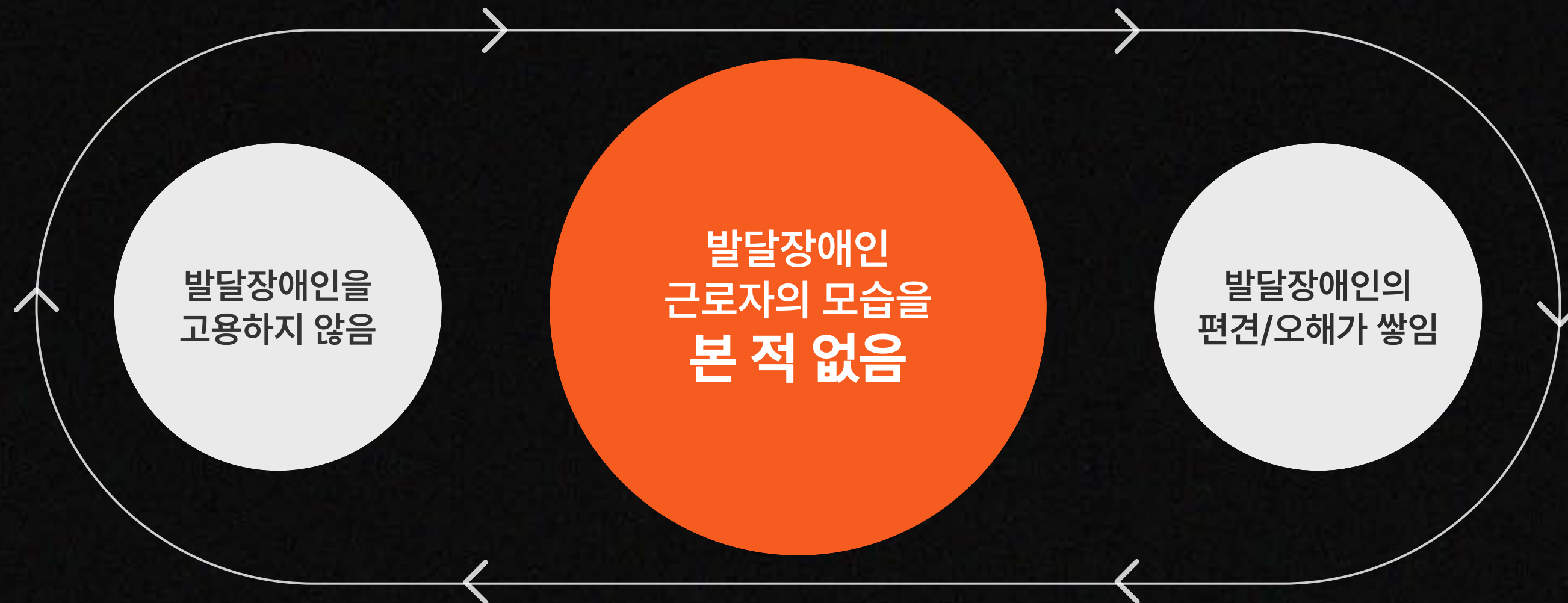
우리는 발달장애인과 일해본 경험이 없다 !

앞선 질문에 초점을 맞춰 환경을 분석해본 결과
대부분의 사람들은 발달장애인과 함께 근무해본 경험이 없습니다.



문제상황 시각화

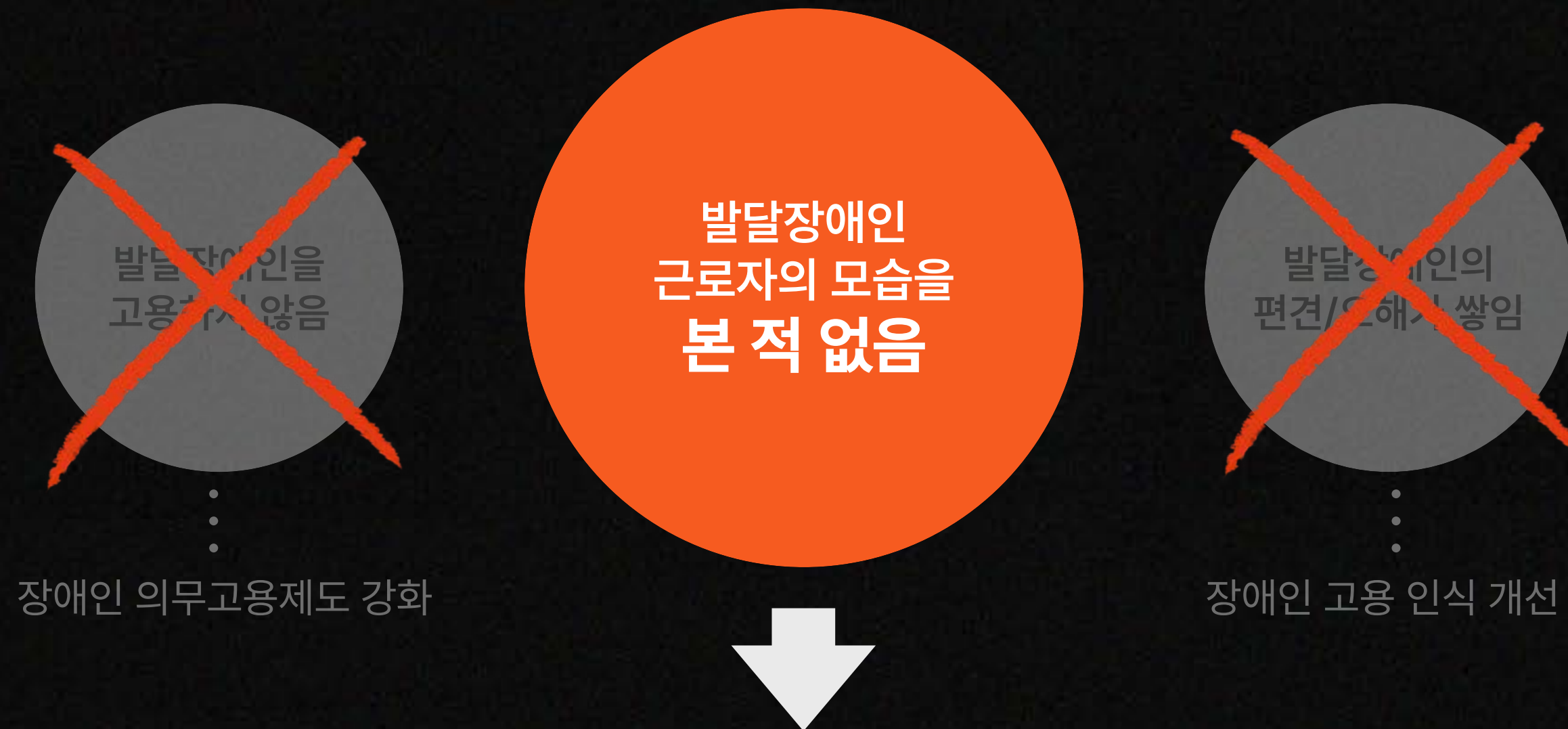
다음과 같은 환경분석을 토대로 발달장애인 고용의 문제상황을 다음과 같이 시각화 했습니다.



이에 저희는 다수의 기업이 발달장애인을 고용하지 않는다는 본질적인 문제와 다수 사람들이 발달장애인 고용에 대한 편견과 오해를 지녔다는 추상적인 문제 사이에 **실생활에서 발달장애인의 고용을 쉽게 접할 수 없다**는 것이 문제의 중심이 되고 있음에 집중했습니다.

악순환을 멈출 수 있는 방법

본질적이고 추상적인 문제를 무작정 해결하려고 하기보단
문제의 중심을 꿰어냄으로써 악순환을 멈추는 것이 우선이 되어 합니다.



발달장애인 근로자의 모습을 보여줄 수 있는 단순하면서 전략적인 캠페인이 필요 !

악순환을 멈출 수 있는 방법

본질적이고 추상적인 문제를 무작정 해결하려고 하기보단
문제의 중심을 꿰어냄으로써 악순환을 멈추는 것이 우선이 됩니다.

그렇다면 **어떤 모습**을 보여줘야 할까요?

본 적 없음

장애인 의무고용제도 강화

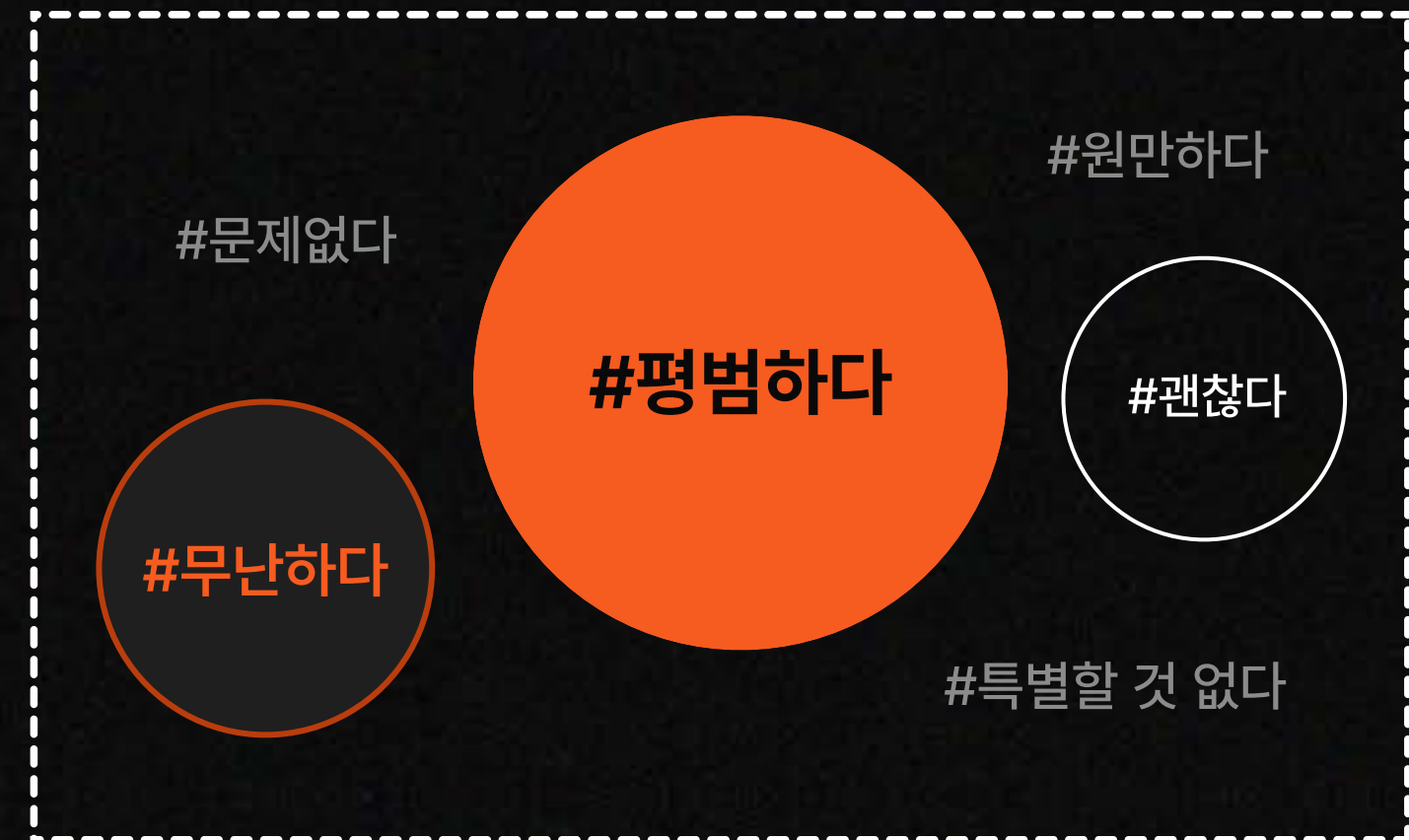
장애인 고용 인식 개선



발달장애인 근로자의 모습을 보여줄 수 있는 단순하면서 전략적인 캠페인이 필요!

비장애인 근로자와의 직접적인 비교를 통한 과도한 주입이 아닌

발달장애인 근로자의 모습을 있는 그대로 꾸밈없이 보여줘야 합니다.



억지스러움과 거부감 없는 자연스러운 인식이 중요 !

"난 몰랐어 !", "괜찮던데 ?", "무난하더라" 등의 반응을 이끌어내는 것이 포인트



역설적 강조와 발상의 전환을 활용한 접근

“ 재미없다 ”

앞서 말한 있는 그대로의 모습을 [재미없다]라는 역설적 표현으로 강조
일상이 주는 안정감이 필요할 때 [재미없다]는 감정을 귀한 선물이 될 수 있다는 발상의 전환

·
·
·

발달장애인 근로자의 평범하지만 귀한 모습 즉, 재미없는 근무 모습을 보여줌으로써
그들에 대한 긍정적인 인식을 자연스럽게 유도 !

[Idea]



재미·없는 브이로그



함께 일한 적도, 일하는 모습을 본 적도 없이 어떻게 그들의 능력을 판단할까요.
저희는 일상생활에서 발달장애인 고용을 쉽게 접할 수 없음에 집중했습니다.

재미없는 브이로그는 일상적인 매체를 통해 발달장애인의 일하는 모습을 보여줌으로써
발달장애인 근로자에 대한 자연스러운 인식을 이끌어내는 캠페인입니다.

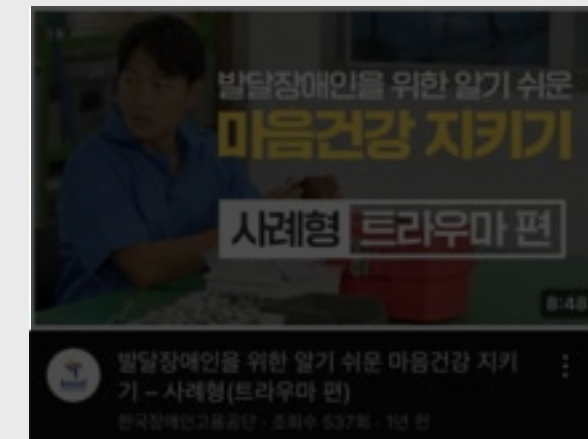
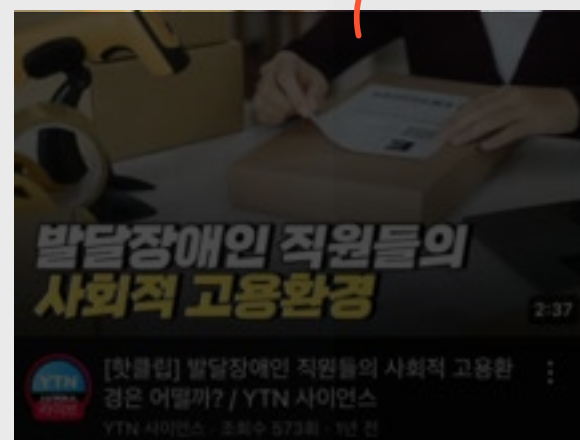
그들의 근무 모습은 특별할 게 없기에, 차별점이 있어야 하는 유튜브 생태계에서 이 브이로그는 너무 평범해서 오히려 경쟁력이 없습니다.
저희는 이를 '재미없다'는 역설적인 표현을 활용해 발달장애인의 근무능력을 강조한 캠페인을 기획했습니다.

그들의 [재미없는 브이로그]가 궁금하지 않으세요 ?

재생 전 **편견없이** 영상을 선택할 수 있도록,

겉보기에 발달장애인의 영상임이 드러나지 않게 합니다.
발달장애인 키워드를 언급하는 대신 업무 내용에 초점을 맞춘 썸네일과 제목을 활용합니다.

대부분의 영상은 '발달장애인' 키워드를 썸네일에 크게 공개함



[발달장애인의 브이로그] 보다는 [발달장애인의 브이로그]로써 영상을 선택할 수 있도록 !

재생 중 자연스럽게 의도를 파악할 수 있도록,

정보 전달, 인터뷰 등의 다큐성 연출 대신 근무 모습만을 담습니다.
출연자가 발달장애인 근로자임을 마지막이 돼서야 공개함으로써 캠페인의 의도를 극대화합니다.

단조롭고 정적인 편집은 가만히 틀어놓기 좋은 영상으로서 콘텐츠 자체의 매력도를 상승시킴

S1



Action : OO씨가 회사 책상에서 필기한다.

S2



Action : OO씨가 마우스를 딸깍거린다.

S3



Action : OO씨가 타자를 친다

S4



Action : 검은색 화면이 페이드인 되며 엔딩 멘트가 뜬다.

S5



Action : '발달장애인' 문구가 점차 흐려지다가 결국 사라진다.

S6



Action : 흐려진 자리에 직업이 뜨며 최종 엔딩



영상의 목적을 인식 후 시청하는 기존 재생 프로세스를 뒤집어, 뒤늦게 의도를 공개함으로써 반전효과 강조!

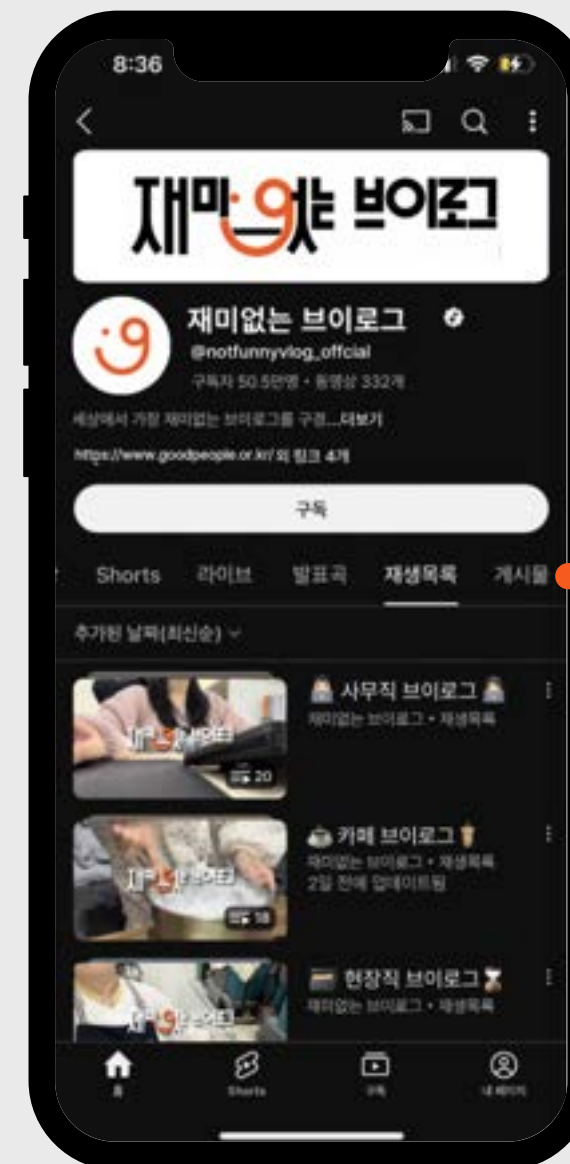
재생 후 디지털 아카이브의 기능을 할 수 있도록,

다양한 직업을 촬영하고 추후 영상이 축적되면 직군별 재생목록을 구성합니다.
이는 캠페인을 넘어 발달장애인 고용사례와 직업교육의 자료로써 기록 및 활용될 수 있습니다.



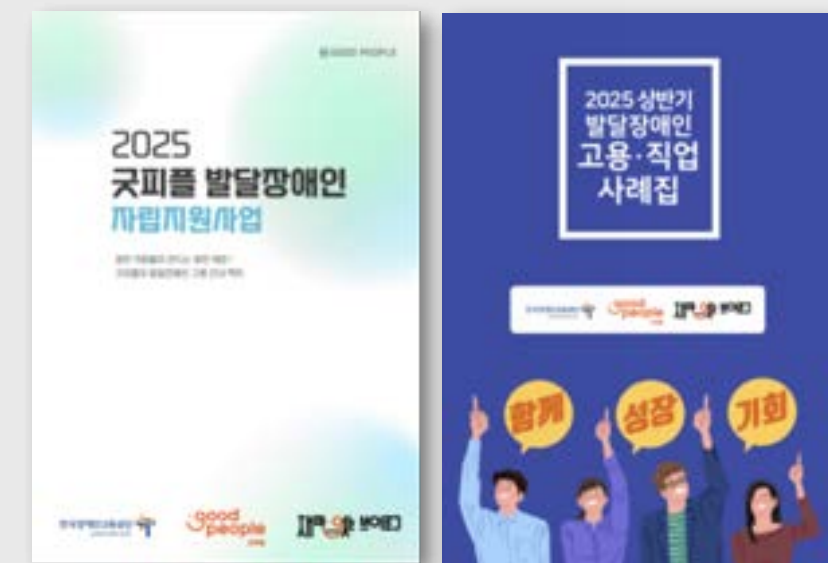
진출 범위의 확장

발달장애인도 일할 수 있다는 것을 알림과 동시에 구체적으로 어떤 일할 수 있는 지, 얼마나 다양한 분야에 진출할 수 있는지도 함께 보여줄 수 있습니다.



교육자료 활용

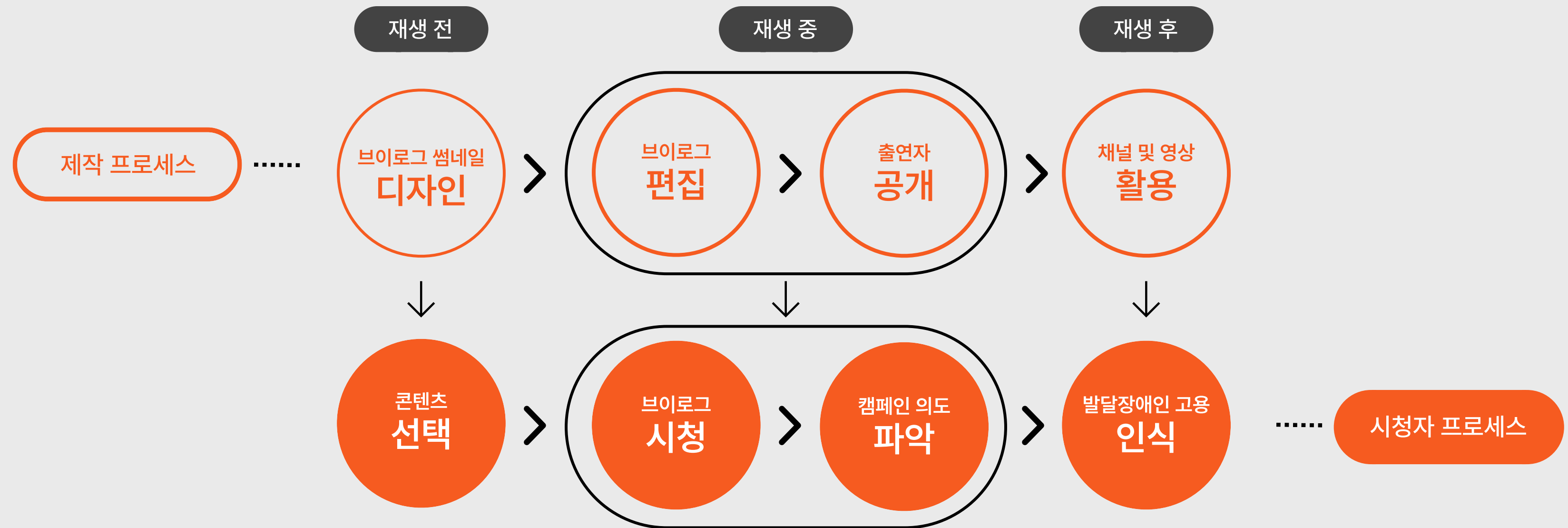
[재미없는 브이로그] 캠페인은 발달장애인의 고용사례를 기록/보관할 수 있는 아카이브의 기능을 지니며 직업교육의 자료로써 활용될 수 있습니다.



▲ 자료집 활용 예시

재미·9샷 브이로그 캠페인 프로세스

재미없는 브이로그는 다음과 같은 프로세스에 따라
발달장애인 근로자에 대한 자연스러운 인식을 이끌어내는 캠페인이 될 것입니다.



브이로그 봐야겠다!

뭐야, 발달장애인 브이로그였어?
공개되기 전까진 몰랐어.

같이 일해도 아무렇지 않을 것 같아!
고용해도 괜찮을 것 같아!

[IMC]

| TVCF |

재미없는 브이로그 15s ver.

실행방안

[재미없는 브이로그]의 15초 버전을 제작해 TV 광고로 활용합니다. 본 광고는 브이로그 영상과 달리 영상 속 인물이 발달장애인임을 끝까지 밝히지 않은 채 15초 내내 키보드 치는 모습/물건을 정리하는 모습 등 반복적인 근무하는 모습만 연출됩니다. 마지막 씬에서 '재미없는' 브랜드 로고가 나오며 광고는 마무리 됩니다.

기대효과

화려한 편집이나 나레이션 등을 전부 덜어낸 해당 CF 영상은 OSV* 비디오로서 마케팅 효과를 기대할 수 있습니다. 여느 CF와 차별되는 정적인 영상은 시각적인 만족감을 제공해 시청자의 호기심을 자극합니다. 이는 캠페인의 컨셉과 브랜드를 자연스럽게 각인시킴으로써 친숙하고 안정적인 이미지를 형성할 수 있습니다.

*OSV : Oddly Satisfying Vedio의 약자로 반복적인 패턴의 움직임을 중심으로 묘한 만족감을 주는 영상을 의미

[IMC]



| OFFLINE BOOTH |

오프라인 부스_재미없는 일기장

실행방안

발달장애인 근로자의 재미없는(평범한) 모습을 보여줄 수 있는 또 다른 매개체인 '일기장'을 컨셉으로 '재미없는 일기장' 전시를 진행합니다. 본 오프라인 부스는 전시공간과 체험공간으로 구성됩니다.

기대효과

일기는 우리가 쉽게 드러내지 못하는 마음을 담은 특별한 기록입니다. 누군가의 비밀스럽고 사적인 공간임을 알면서도 괜히 읽어보고 싶은 마음은 누구나 느껴 봤을 겁니다. 이런 점에서 **일기장**은 발달장애인의 진솔한 마음을 이끌어내는 도구이자, 그들의 일상과 마음에 대해 먼저 궁금해하고 다가가게 만드는 매개체가 됩니다. 더 나아가 자신의 일기를 공유하고 서로의 일기가 뒤섞이는 과정 속에서 발달장애인 근로자에 대한 친밀감을 유도할 수 있습니다.



전시공간 [마음 흔적 ZONE]

발달장애인 근로자의 근무 일기를 전시합니다. 전시된 일기는 어느 근로자의 일기와 다를 바 없이 평범하지만 일기라는 특성에 맞게 그들의 진솔한 생각과 마음이 드러나게끔 연출합니다.



체험공간 [일상 나눔 ZONE]

방문객이 일기를 쓰고 전시할 수 있는 공간입니다. 방문객은 체험공간에 비치된 일기장에 자신의 이야기를 자유롭게 작성할 수 있습니다. 구분없이 섞인 일기는 발달장애인 근로자가 사회와 어우러진 모습을 의미합니다.



체험공간 [여정 공감 ZONE]

첫 출근의 기억을 글로 적으면 실시간으로 전시가 되는 미디어 아트 공간입니다. 첫출근의 긴장감, 설레임, 실수 등을 회상하고 공유하는 과정을 통해 누구나 처음이 있음을 이해하고 공감할 수 있습니다.

[IMC]

| OHH |

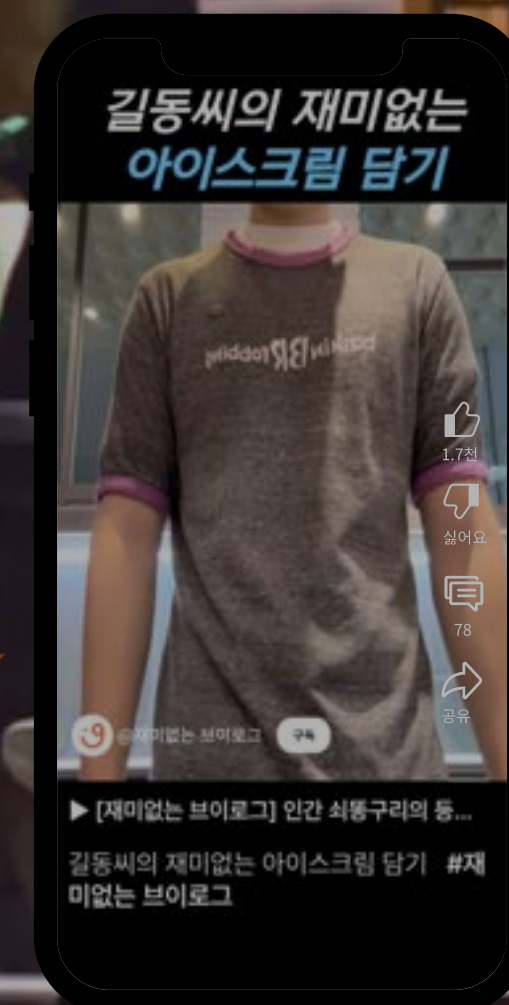
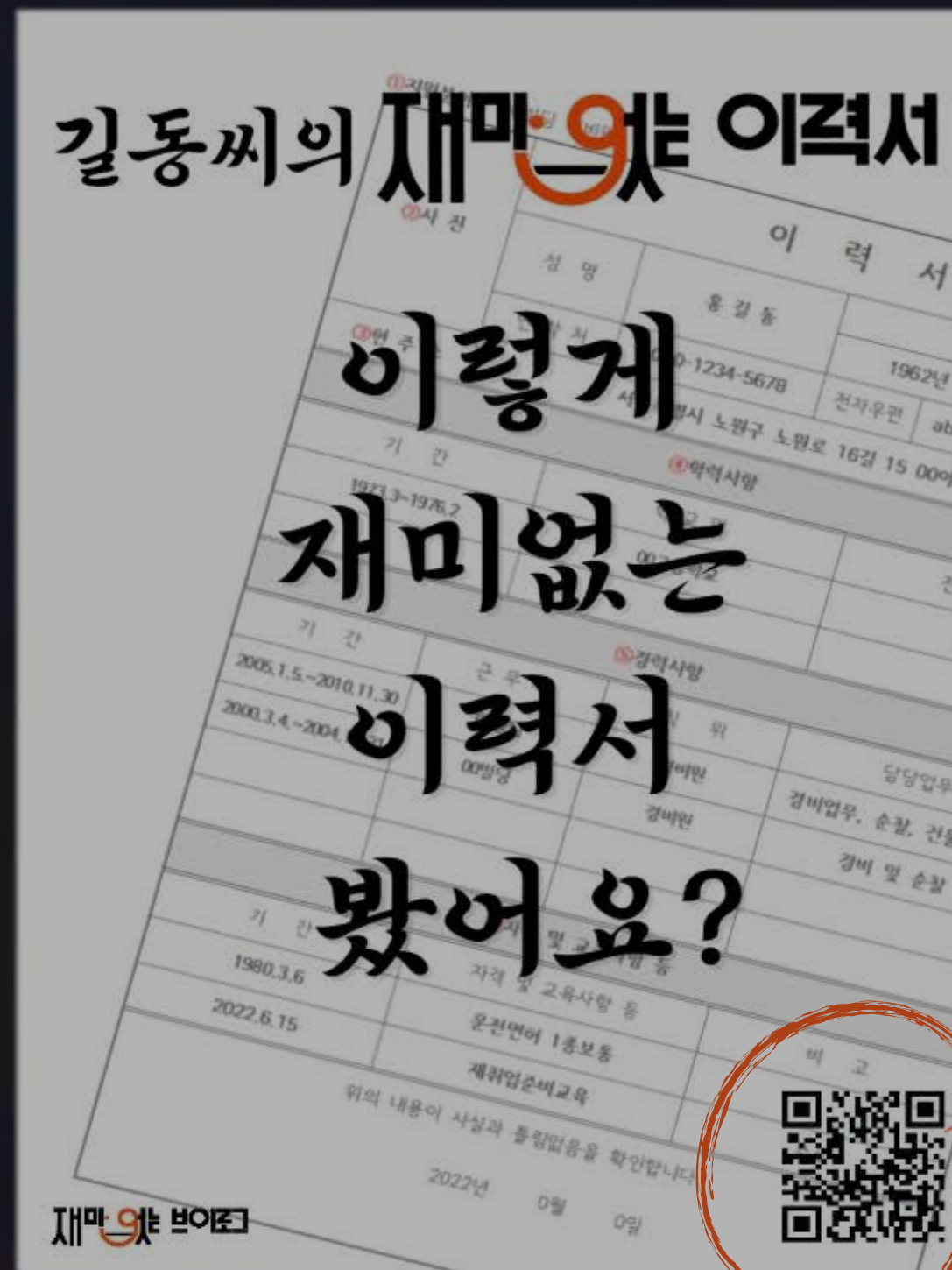
옥외광고_재미없는 이력서

실행방안

발달장애인 근로자의 재미없는 모습을 보여줄 수 있는 또 다른 매개체인 '이력서'를 컨셉으로 한 '재미없는 이력서' 옥외광고를 설치합니다. 실제 발달장애인 근로자의 이력서를 배경으로 "이렇게 재미없는 이력서 봤어요?" 문구를 띄우며 하단에 배치된 QR코드는 해당 이력서 주인의 숏츠로 연결됩니다.

기대효과

이력서는 고용의 기회를 얻기 위해 스스로 작성하고 제출하는 문서입니다. 이런 점에서 **이력서**는 발달장애인이 그저 고용되기를 기다리는 수동적인 존재가 아닌, 일하고 싶고 일할 수 있음을 적극적으로 어필하는 자립된 주체임을 보여줍니다. 유동 인구가 많은 곳에 설치된 해당 광고는 캠페인을 지속적으로 노출시켜 [재미없는]을 하나의 브랜드로써 자연스럽게 인식 시킵니다. 더불어 QR코드를 통해 이력서와 브이로그가 연결돼 그들의 근무능력에 초점을 맞춘 의도를 극대화할 수 있습니다.



BRANDING

단기성 캠페인을 넘어 하나의 브랜드가 되기까지

캠페인의 전반적인 컨셉을 앞선 세 가지 IMC에도 전부 적용시킴으로써
각각의 IMC가 브이로그를 홍보하기 위한 마케팅 수단을 넘어 독립적인 캠페인으로도 기능할 수 있게끔 기획



확장적이고 독립적인 IMC를 함께 진행함으로써 재미있는 브이로그가 하나의 브랜드로서 인식될 수 있게끔 유도

재미없기에 소중한 그들의 이야기가 세상에 보여지도록

재미·없는 브이로그

