

생명을 살리는 골든타임을 아시나요? 질병청 「가슴 뛰게 하는 4분」 캠페인 시작

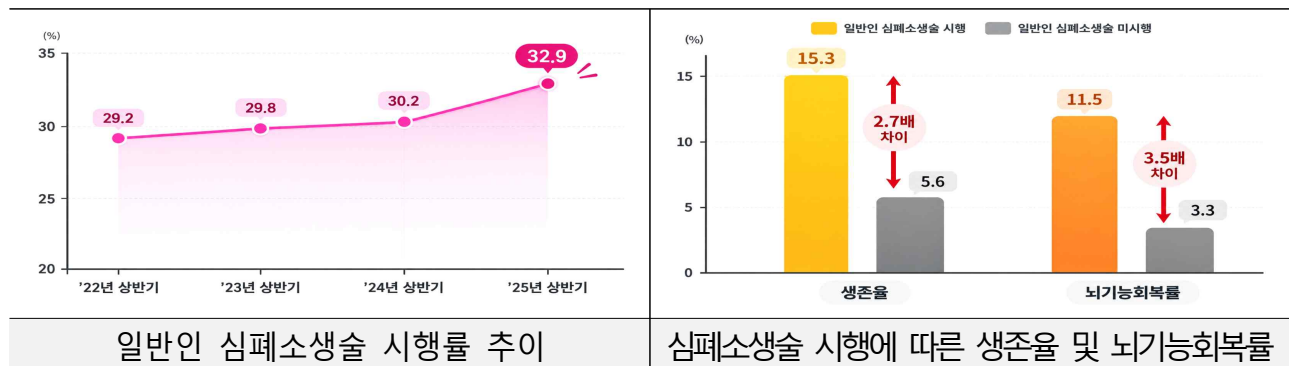
- 세계 심장소생의 날(10.16.) 계기, 심폐소생술 인식개선 캠페인 추진
- 실제 심정지 생존자 코미디언 김수용 씨 출연, 신속한 심폐소생술의 중요성 전달
- 국민 참여 챌린지·인터뷰·인플루언서 협업 등 실천 메시지 확산

질병관리청(청장 임승관)은 세계 심장소생의 날*을 맞아 심정지 발생 시 신속한 심폐소생술 시행의 중요성을 알리고, 국민의 적극적인 행동을 유도하기 위해 「가슴 뛰게 하는 4분」 캠페인을 10월 16일(금)부터 한 달간 추진한다고 밝혔다.

* 신속한 심폐소생술(CPR) 중요성 및 시행법 등을 독려하기 위해 제정된 날



2025년 상반기 급성심장정지조사에 따르면 일반인 심폐소생술 시행률은 32.9%(4,500건)로, 전년 동기(30.2%)보다 2.7%p 증가했으나 여전히 낮은 수준이다. 일반인 심폐소생술 시행 시 생존율(15.3%)과 뇌기능회복률(11.5%)은 미시행 시 (각 5.6%, 3.3%)보다 약 2.7배, 3.5배 높게 나타났다.



* 자료원: 2025 상반기 급성심장정지조사 통계(질병관리청)

심폐소생술은 심정지 환자의 생존 가능성을 높이는 중요한 응급처치이지만, 실제 현장에서는 시행에 대한 두려움과 망설임으로 신속한 초기 대응이 이루어지지 못하는 경우가 있다. 이에 질병관리청은 심정지 환자를 발견했을 때 누구나 주저하지 않고 생명을 살리는 행동에 나설 수 있도록 캠페인을 마련했다.

이번 캠페인은 심정지 발생 시 골든타임 4분의 중요성과 심폐소생술을 통해 멈춘 심장을 다시 뛰게 한다는 의미를 담아, 「가슴 뛰게 하는 4분」을 핵심 메시지로 다양한 홍보 프로그램을 추진한다.

<캠페인 주요 홍보 프로그램>

구분	주요 내용
캠페인 영상	· 실제 심정지 생존자 코미디언 김수용 씨 출연 신속한 심폐소생술의 중요성 강조
국민 길거리 인터뷰	· 심폐소생술 망설임 요인 파악 및 신속한 행동을 위한 실천 다짐 유도
국민 참여 챌린지	· 심정지 발생 시 먼저 행동하겠다는 실천 다짐 확산
인플루언서 협업	· '4분의 기적' 릴레이를 통한 심폐소생술 인식 개선
심폐소생술 교육영상	· 개정 가이드라인 기반 대상별 심폐소생술 방법 안내
방송사 협업	· 출연자가 함께 달리며, 심폐소생술 시행법 등 체험 과정 안내

10월 16일 질병관리청 유튜브 채널(아프지마TV)에서 공개되는 캠페인 영상에는 실제 심정지 후 주변 사람의 심폐소생술로 생명을 되찾은 코미디언 김수용 씨가 직접 출연한다.

영상에서는 심정지 환자가 발생한 긴박한 상황과 주변 사람들의 망설임과 두려움을 보여주고, 신속한 심폐소생술 시행의 중요성을 전달한다. 실제 심정지 생존자인 코미디언 김수용 씨의 경험을 활용해 캠페인 메시지의 진정성과 공감대를 높이고, 누구나 심정지 환자를 발견하면 주저하지 않고 행동해야 한다는 점을 강조한다.

<김수용 씨 출연 캠페인 영상 주요 장면>



이와 함께, 국민 길거리 인터뷰를 통해 다양한 국민이 심폐소생술 시행을 망설이는 이유를 살펴보고, “만약 쓰러진 사람이 당신의 가족이라면?”이라는 질문을 통해 신속한 행동 필요성과 실천 의지를 전달한다.

<국민 인터뷰 영상 주요 장면>



국민 참여 확대를 위해 ‘심폐소생술 다짐 챌린지’를 진행하여 심정지 발생 시 먼저 행동하겠다는 실천 다짐을 확산하고, 분야별 인플루언서와 함께하는 ‘4분의 기적’ 릴레이를 통해 심폐소생술의 중요성과 올바른 시행 방법을 안내할 예정이다.

올바른 심폐소생술 시행 방법을 알리기 위한 심폐소생술 교육영상에서는 2025년 개정된 심폐소생술 가이드라인을 바탕으로 여성과 영유아 등 대상별 심폐소생술 시행 방법과 주의 사항을 안내한다.

방송사 협업 프로그램에서는 일반인 심폐소생술 시행률이 상대적으로 낮은 지역을 방문해 출연자들이 함께 달리며, 심폐소생술 시행 방법, 자동심장충격기(AED) 찾기 등 다양한 미션 수행을 통해 일상 속 응급상황에 대한 이해를 높이고 신속한 행동의 필요성을 알릴 예정이다.

이번 캠페인에 참여한 코미디언 김수용 씨는 “제가 다시 살아갈 수 있었던 것은 누군가 망설이지 않고 행동해 준 덕분”이라며, “심정지 환자를 발견했을 때 ‘누군가 하겠지’라는 생각보다 ‘내가 먼저’ 행동하는 것이 얼마나 중요한지 이번 캠페인을 통해 전하고 싶다”고 말했다.

임승관 질병관리청장은 “심정지 환자의 생명을 살리기 위해서는 **현장에 있는 사람의 신속한 행동이 무엇보다 중요하다**”며, “이번 캠페인을 통해 심폐소생술에 대한 두려움과 망설임을 줄이고, 국민 누구나 소중한 생명을 살리는 첫 행동에 나서는 계기가 되기를 바란다”고 밝혔다.

이어 “심정지는 언제 어디서든 발생할 수 있는 만큼, 평소 심폐소생술 방법을 익히고 위급한 순간에는 주저하지 않고 행동해 주시길 바란다”고 당부했다.

이번 캠페인 영상과 관련 콘텐츠는 질병관리청 공식 유튜브, 인스타그램 등 사회관계망서비스(SNS)를 통해 순차적으로 공개될 예정이다.

<붙임> 1. 「가슴 뛰게 하는 4분」 캠페인 개요
2. 심정지 발생 시 심폐소생술 행동수칙

담당 부서 <총괄>	대변인실 디지털·위기소통TF	책임자	과 장	고재영 (043-719-7780)
		담당자	서기관	김문희 (043-719-7799)
			주무관	임정택 (043-719-7782)
			연구원	노은지 (043-719-7786)
담당 부서 <협조>	건강위해대응관 손상예방정책과	책임자	과 장	안윤진 (043-219-2910)
		담당자	사무관	박세웅 (043-719-7423)



붙임1

생명을 살리는 골든타임, 「가슴 뛰게 하는 4분」 캠페인 개요

□ 추진 개요

- (목적) 세계 심장소생의 날(10.16) 계기 심폐소생술에 대한 사회적 관심과 실천 확산을 위한 국민 참여형 캠페인 추진
- (메시지) 심정지 환자 발견 시 '망설임 없이 골든타임 내 행동'하는 심폐소생술의 필요성과 중요성 안내



<캠페인 컨셉>

생명을 살리는 골든타임 "가슴 뛰게 하는 4분"

* 심정지 발생 시 4분이라는 골든타임 내 신속한 초기 대응의 중요성과 심폐소생술을 통해 멈춘 심장을 다시 뛰게 한다는 의미 결합

- (주요 대상) 3040 세대*의 일반 국민
 - * 가정 내 발생 및 가족 목격 비중이 높은 점을 고려하여 고령층 부모·자녀가 있어 최초 목격자가 될 수 있는 3040 세대를 중심으로 캠페인 전개
- (기간) 10월 16일(금)~11월 중순(약 1개월) 집중 홍보

□ 단계별 주요 프로그램

- 4단계(관심·공감 → 이해·학습 → 참여·실천 → 확산) 통합 캠페인 추진

<1단계> 관심·공감	<2단계> 이해·학습
· 국민 인터뷰 영상 · 사례자(코미디언 김수용씨) 출연 캠페인 영상 * 사전 예고 포스터, 메인 영상 등 공개	· 분야별 마이크로인플루언서 협업 · 질병청 누리소통망 디지털 콘텐츠 시리즈 * '화영이의 성장일기(기획영상)', '승관 오네요(라이브)', '아프지마 전래동화(AI 솜품) 등
 	 
<3단계> 참여·실천	<4단계> 확산
· 국민 참여 '심폐소생술 다짐 챌린지' · 전문가 출연 심폐소생술 교육 영상 · 국민 공모전 당선작 영상	· 예능형 방송 프로그램 협업 · 오프라인 배포용 캠페인 포스터 배포
