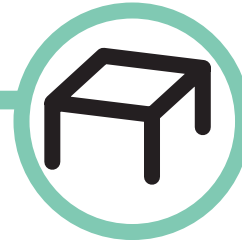




5번째, 테이블 :

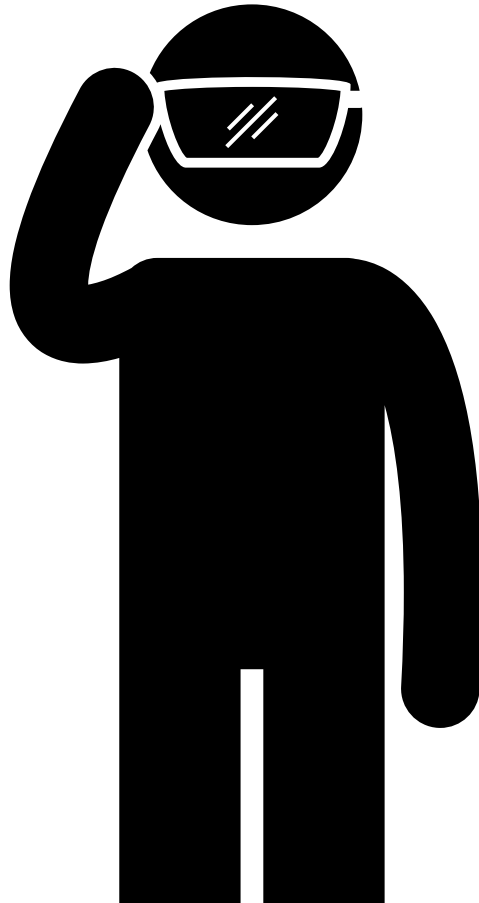
**11.22**



〈작은 NPO를 위한  
현대 미디어와 접근 방법〉

합정 카페더웨이 \_ 이전수

반갑습니다^^



# 자기소개



Photographer



Designer



이 전 수

# 수업소개



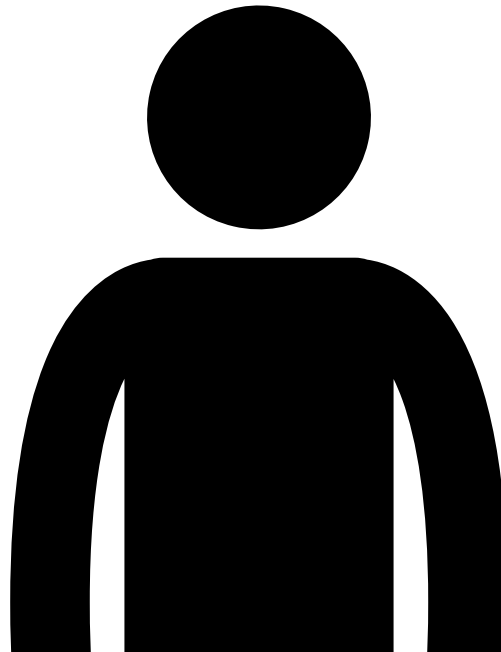
**Media**



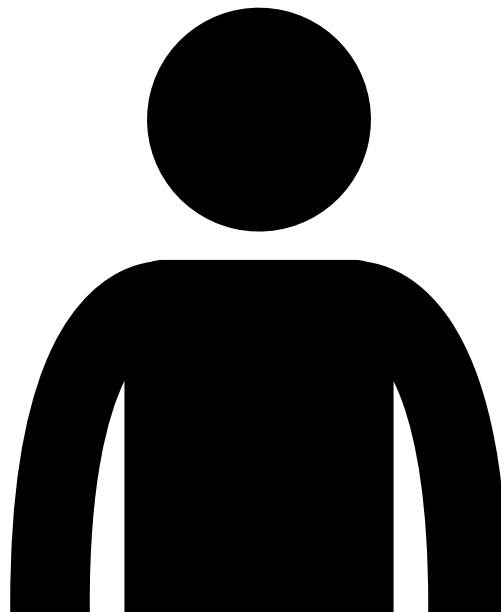
**Photographer**

Media

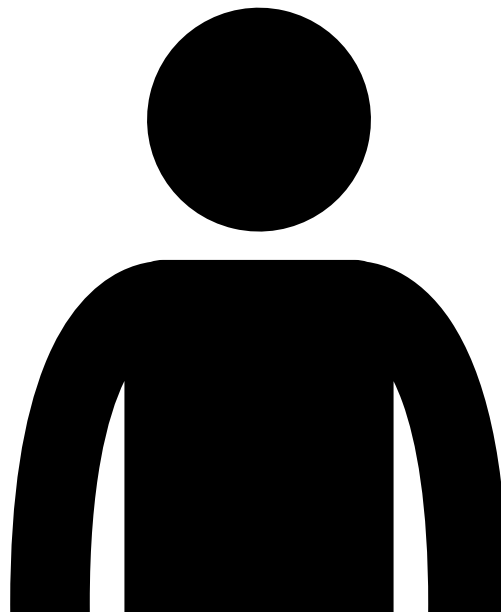
미디어?



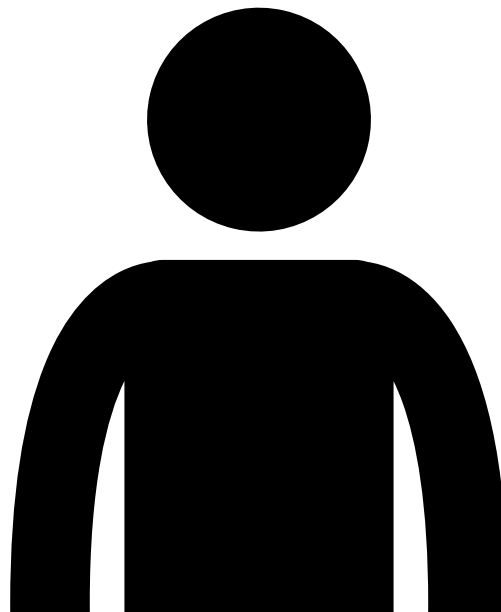
인간사회에서  
자신의 의사나 감정 또는 객관적 정보를  
서로 주고 받을 수 있도록 마련된 수단.



인간사회에서  
자신의 의사나 감정 또는 객관적 **정보**를  
~~서로 주고 받을 수 있도록~~ 마련된 **수단**.  
= 전달하는



즉, 미디어는  
정보를 전달하는 수단





## 미디어의 종류

미디어는 표현수단 그 자체이며 두가지 이상으로 복합적으로 작용하게 되면 효과는 훨씬 극대화 될 수 있으며 정보기기의 발달로 미디어의 발달 역시 무한대로 성장하고 있다.

모바일

음악

인터넷

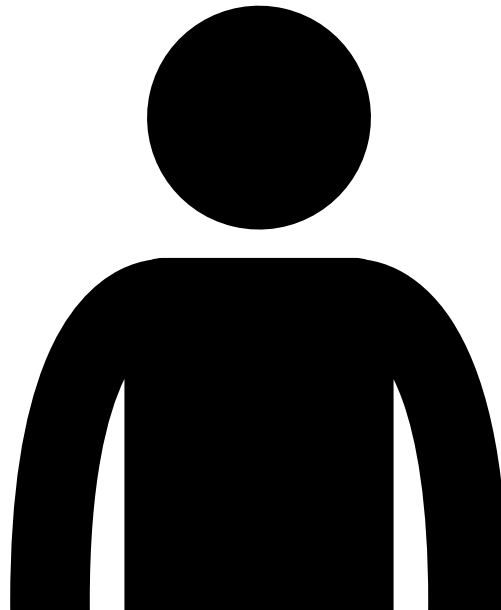
Media

비주얼

전파

영상

미디어를 어떻게 다루어야 할까요?

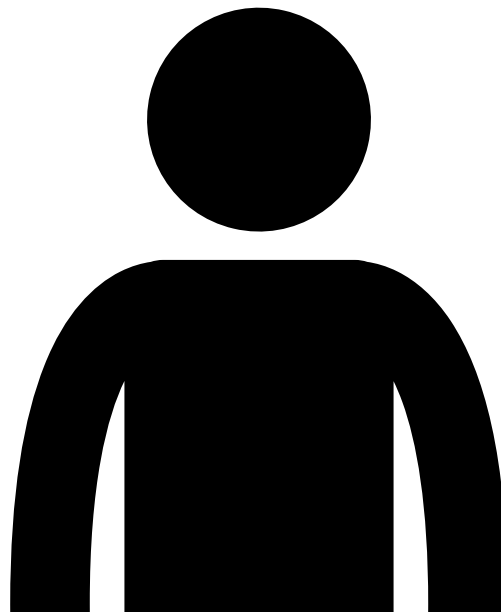


미디어를 어떻게 다루어야 할까요?

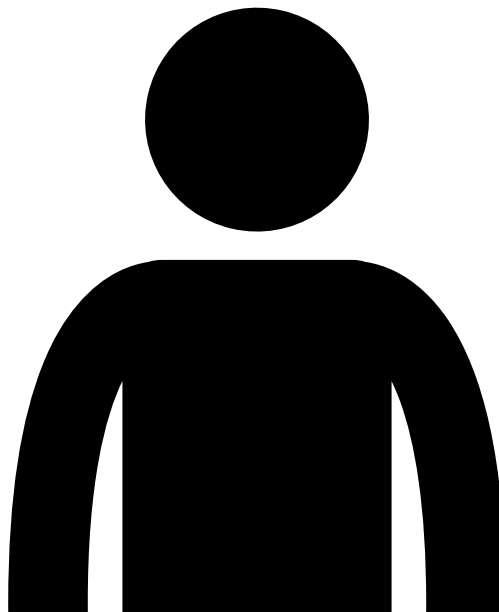
전달할  
정보



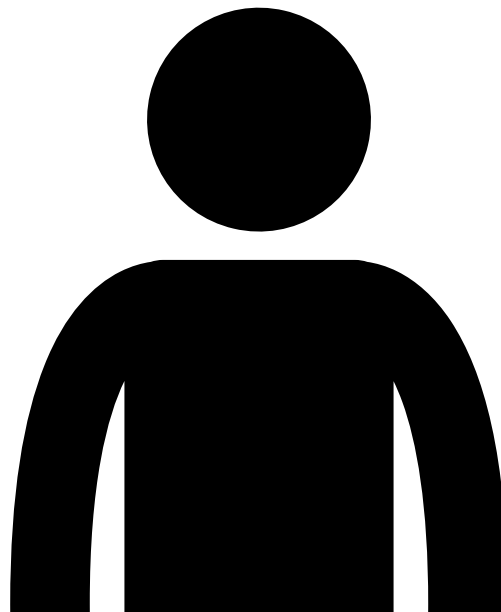
완성된  
미디어



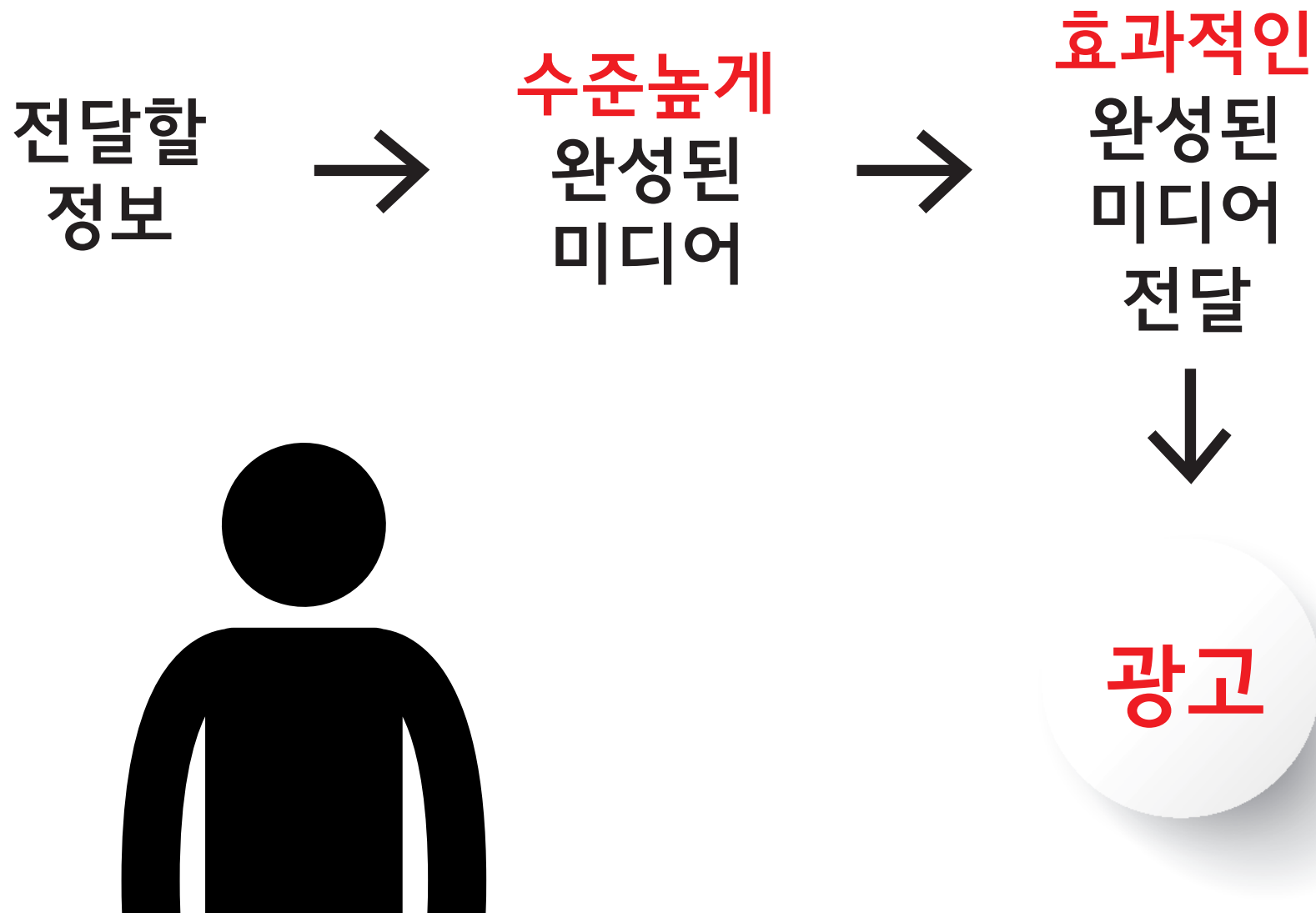
## 미디어를 어떻게 다루어야 할까요?



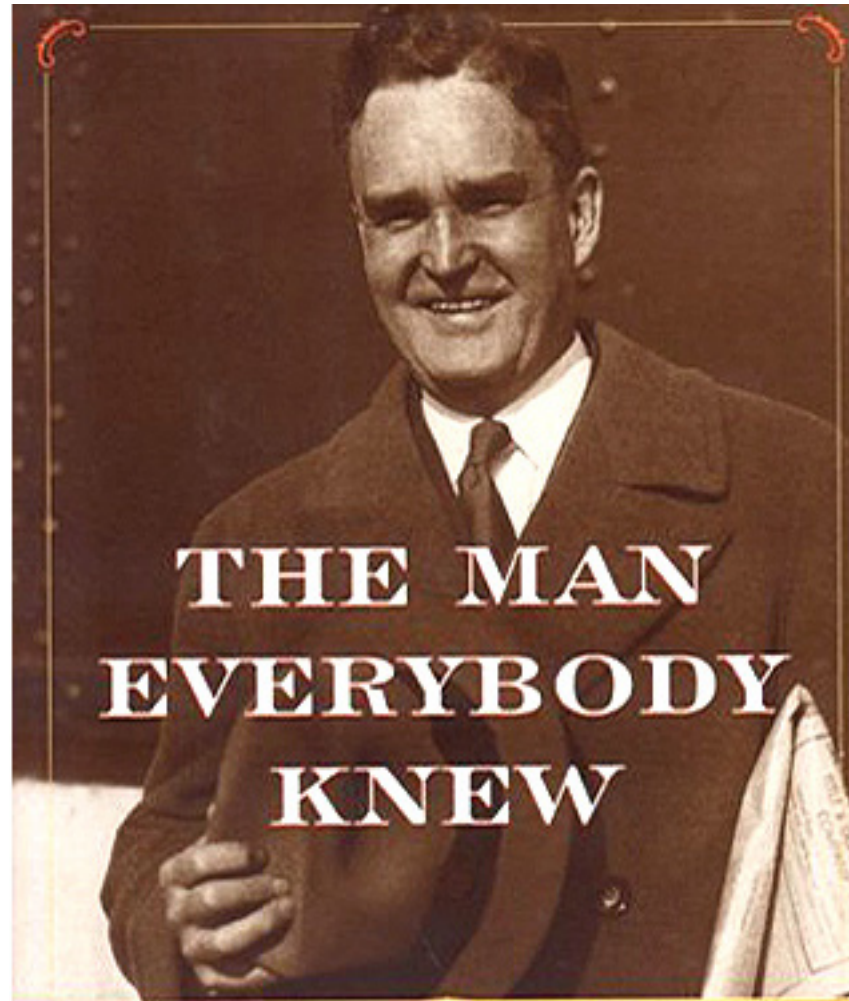
## 미디어를 어떻게 다루어야 할까요?



## 미디어를 어떻게 다루어야 할까요?

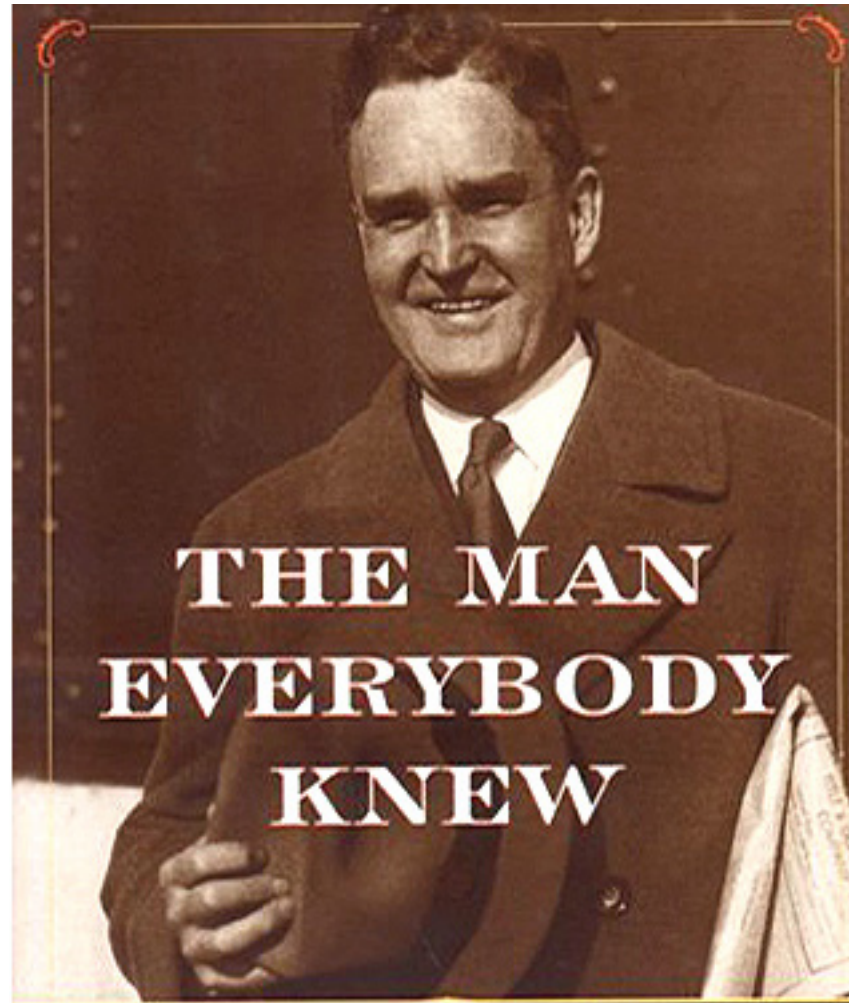


이 사람은 누구일까요?



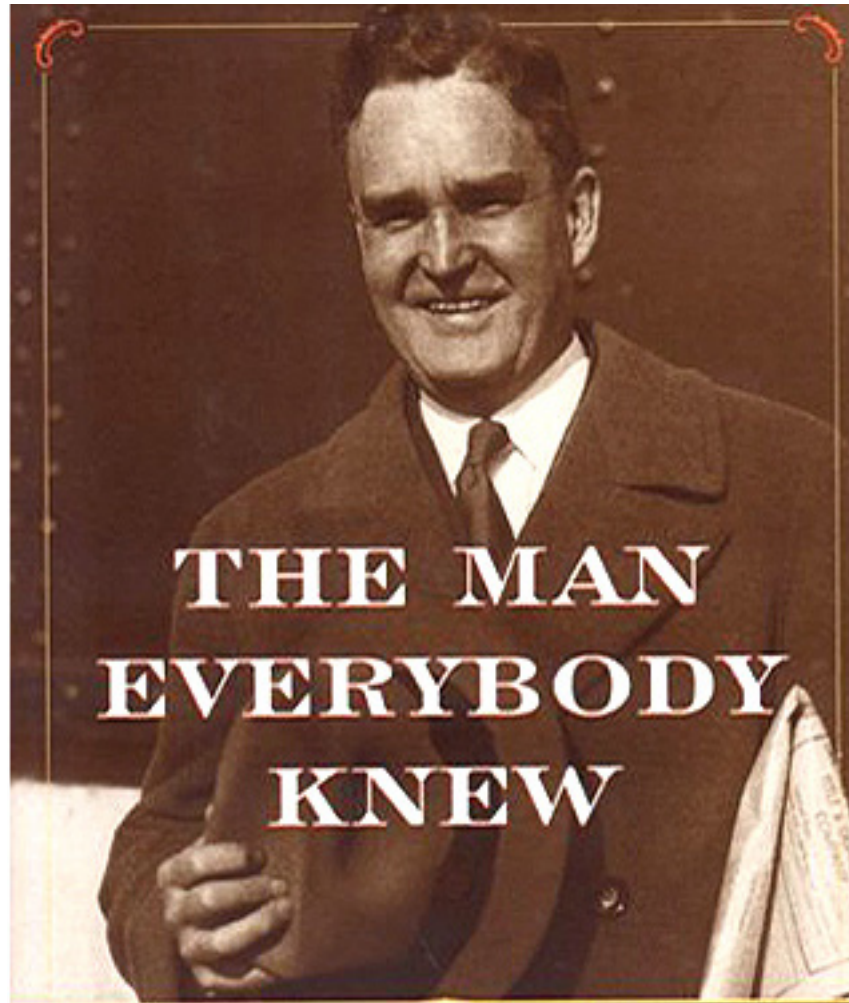
# Media

브루스 바튼, 1900년대 이후 미국 광고의 지대한 영향을 준 인물

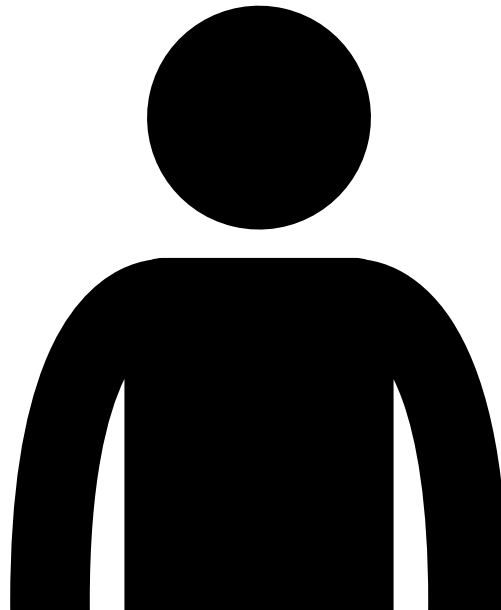




## 광고는 “민주주의의 수사학”

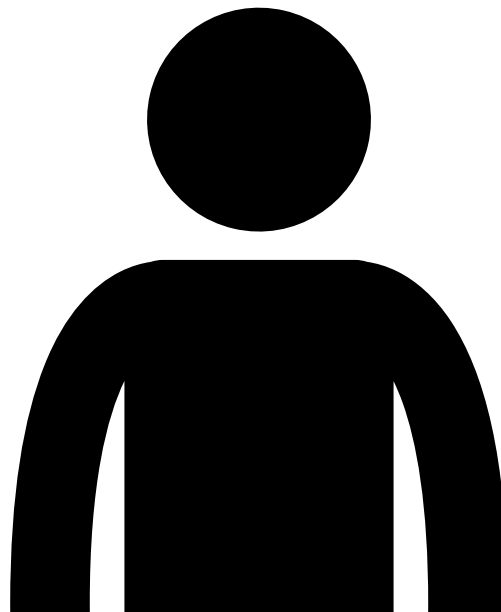


수사학?



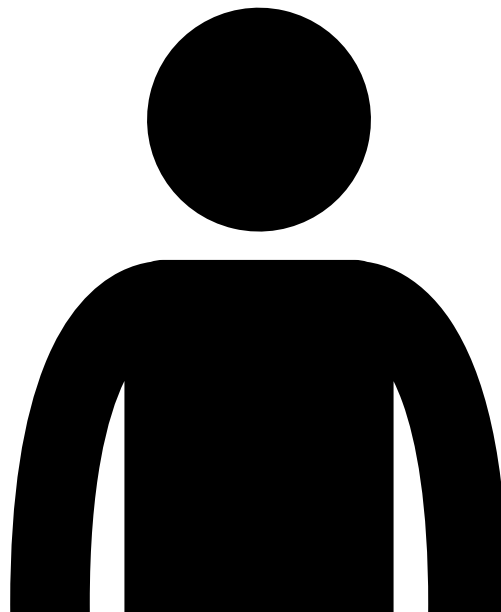
## 수사학?

다른 사람을 **설득**하고 그에게 영향을 끼치기 위한 언어기법을 연구하는 학문.



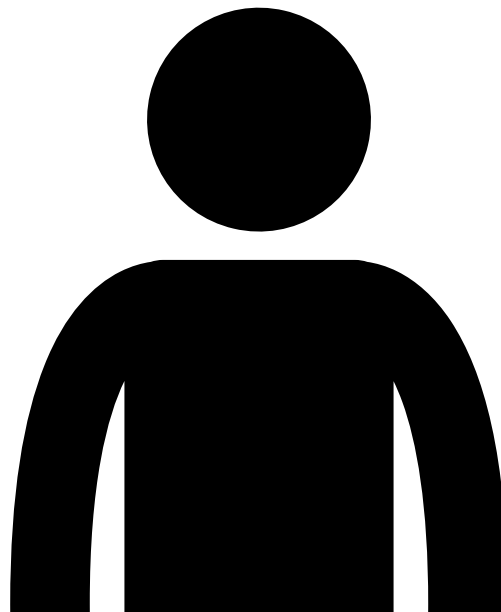
즉, 광고는

**현대사회**에서 다른 사람을 설득하고 그에게 영향을 끼치기 위한 전달기법을 다루는 분야.



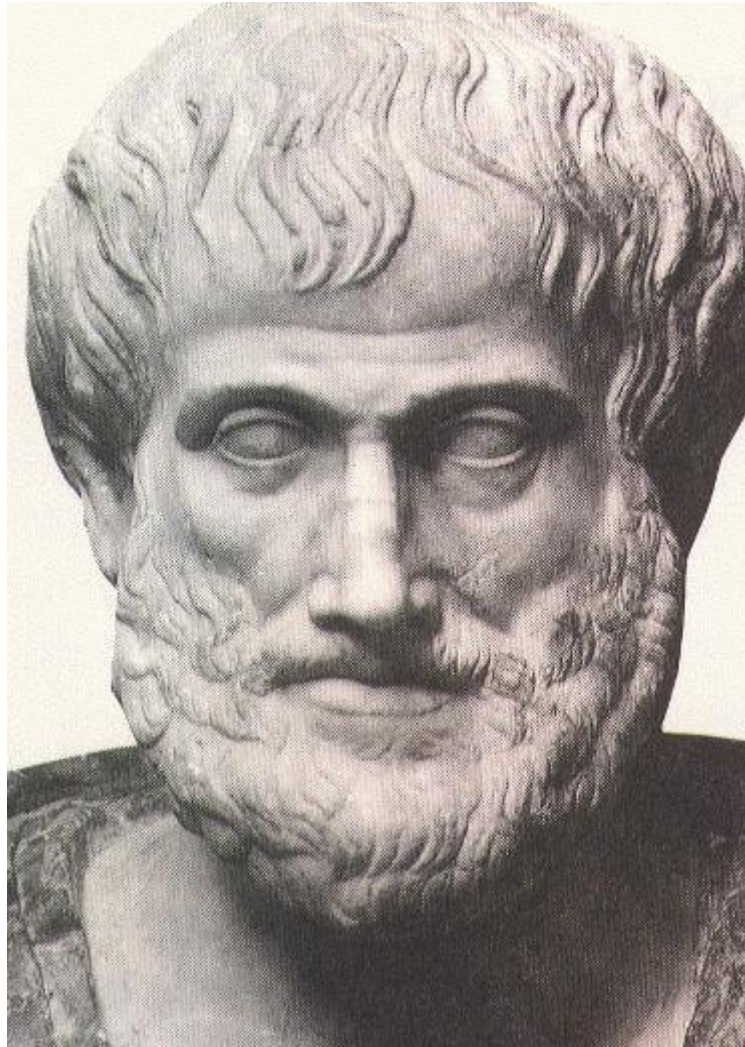
하지만, 광고는

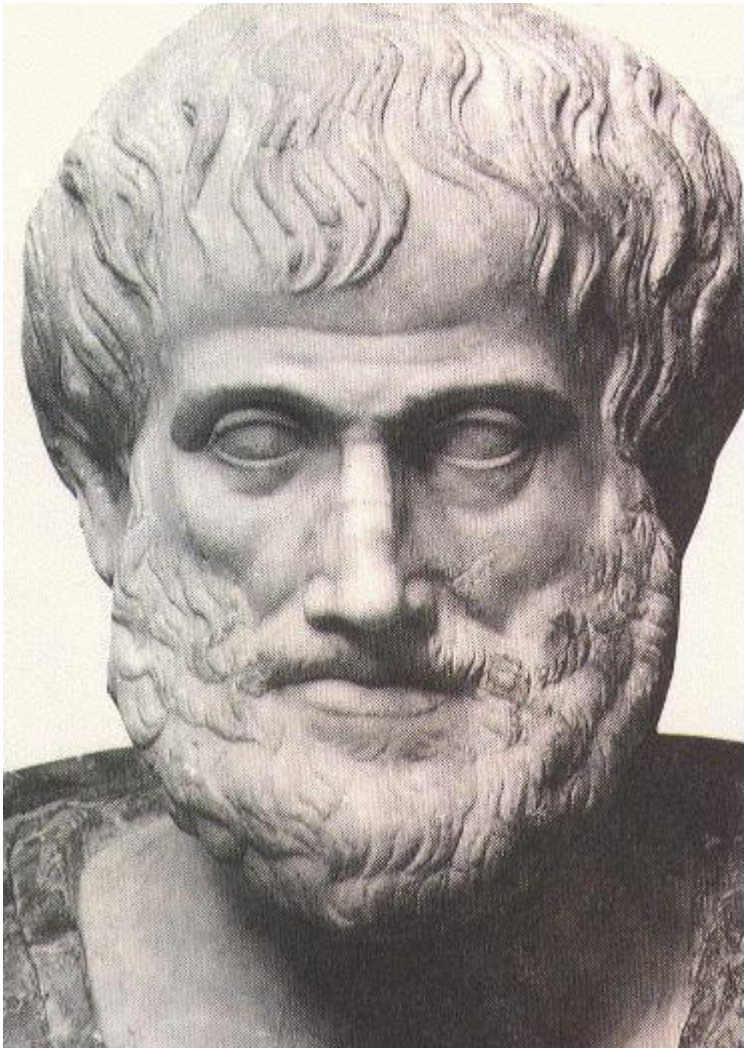
많은 사람들이 **중요하게 생각**하지만  
**쉽게 생각**하는 경향도 큰 분야.



# Media

이 사람은 누구일까요?





## 아리스토텔레스

3대 철학자 중 1명

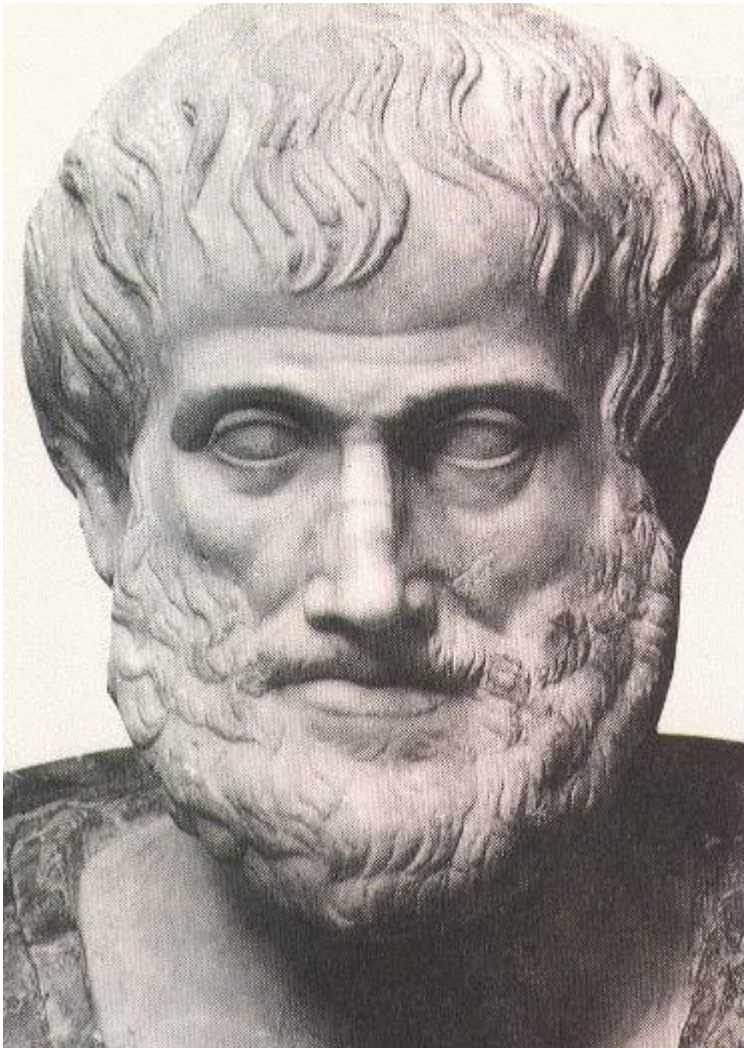
수사학의 기틀을 마련한 학자

당대 영업을  
제일 잘하는 영업의 달인!  
(알렉산더 대왕의 스승)

“아는자는 실천하라!  
이해하는 자는 가르쳐라!”



## 아리스토텔레스



### 설득의 3요소

1. 로고스 : 이성적인 논리, 말하고자 하는 내용이 잘 정리 되어 있어야 함.
2. 파토스 : 상대방의 감성으로 호소 대부분 관계성이나 유머같은 부분.
3. 에토스 : 설득자의 신뢰성. 상대방에게 얼마나 신뢰를 줄 수 있는지에 따라서 설득력이 달라진다.



## 아리스토텔레스

### 설득의 3요소

아리스토텔레스가  
주장한  
**황금 비율**은?

(실제 광고에서도  
기본적인 사실로  
받아들여지고 있다)

1. 로고스 : 이성적인 논리, 말하고자 하는 내용이 잘 정리 되어 있어야 함.
2. 파토스 : 상대방의 감성으로 호소 대부분 관계성이나 유머같은 부분.
3. 에토스 : 설득자의 신뢰성. 상대방에게 얼마나 신뢰를 줄 수 있는지에 따라서 설득력이 달라진다.

## 아리스토텔레스

### 설득의 3요소

황금비율  
10  
· ·  
30  
· ·  
60

1. 로고스 : 이성적인 논리, 말하고자 하는 내용이 잘 정리 되어 있어야 함.

2. 파토스 : 상대방의 감성으로 호소 대부분 관계성이나 유머같은 부분.

3. 에토스 : 설득자의 신뢰성. 상대방에게 얼마나 신뢰를 줄 수 있는지에 따라서 설득력이 달라진다.

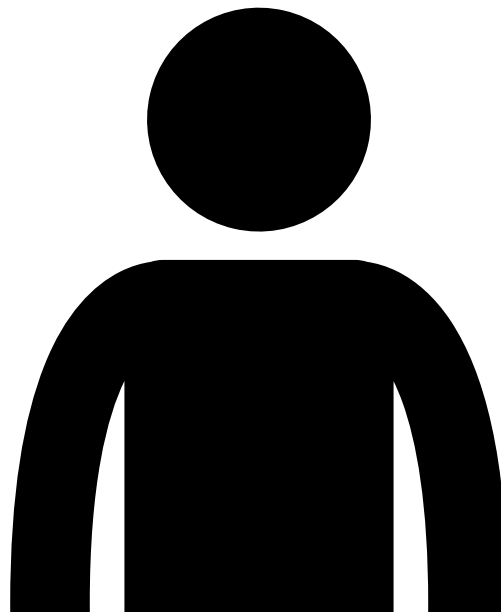
결국, 광고를 좌지우지하는 것은

주의 -> 흥미 -> 욕구 -> 내용전달 -> 행동

감성

이성

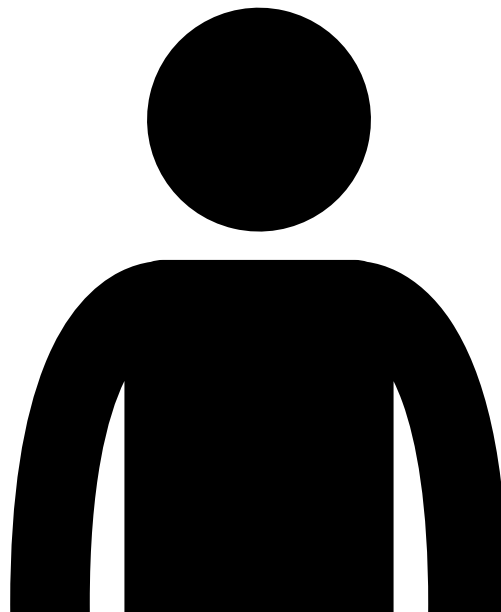
신뢰



AIDMA법칙

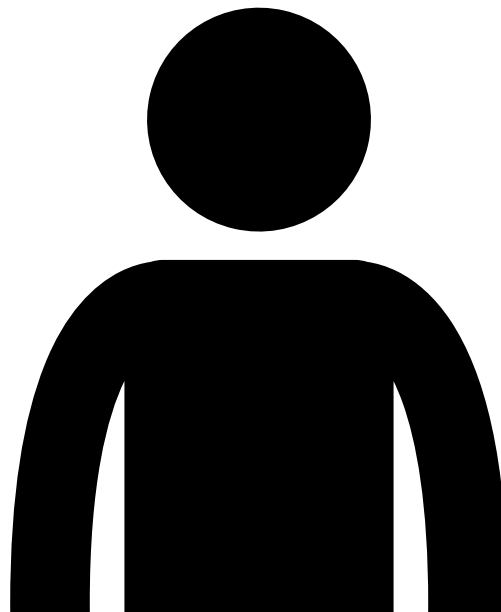
사람이 행동하기 까지 주의(attention), 흥미(interest), 욕망(desire), 기억(memory), 행동(action)의 순위가 있다는 법칙.

**대부분 NPO**는 이성과 신뢰에 대한 부분은 **충분**하다  
얼마나 주의를 끌며 흥미와 욕구를 일으키는가가 관건!



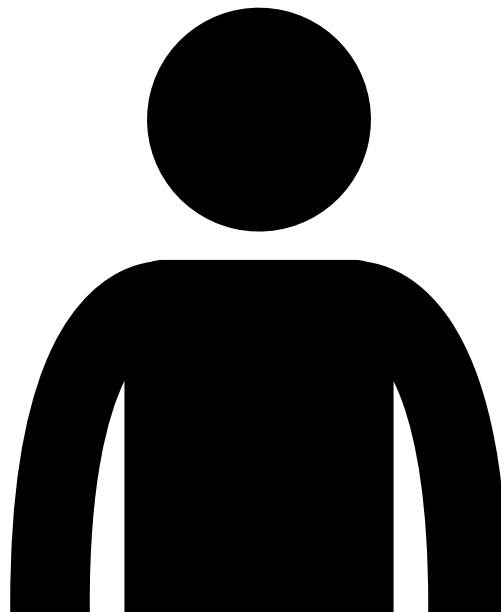
PHOTO

그래서 오늘은  
제 전문분야인 사진 중, **감성사진**을 집중적으로!!



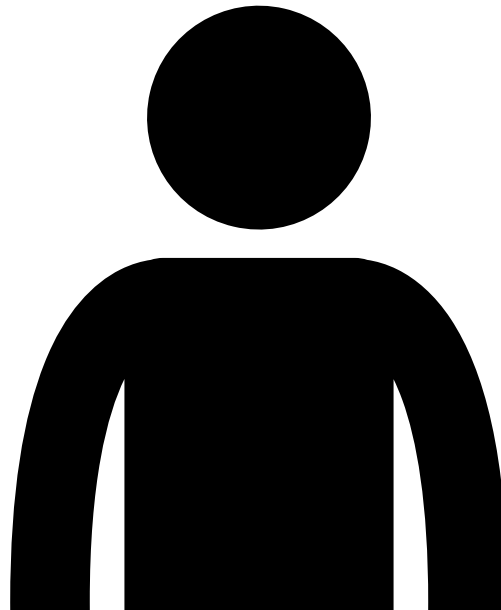
PHOTO

그러나 오늘은  
사진에 대한 기본적 조작법은 추후에.....



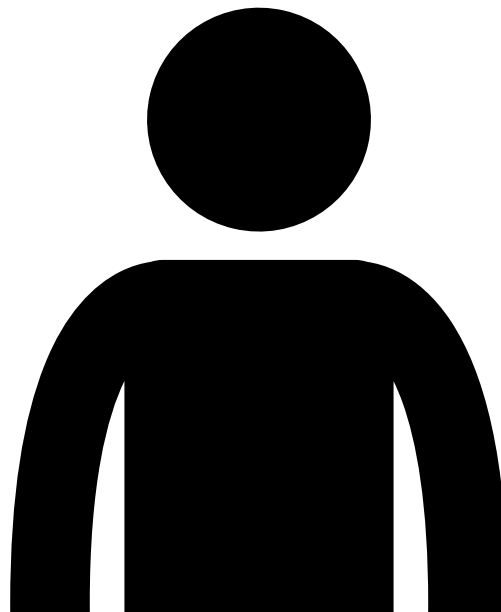
PHOTO

사진을 **찍기전**에 알면 좋을 것들?



# PHOTO

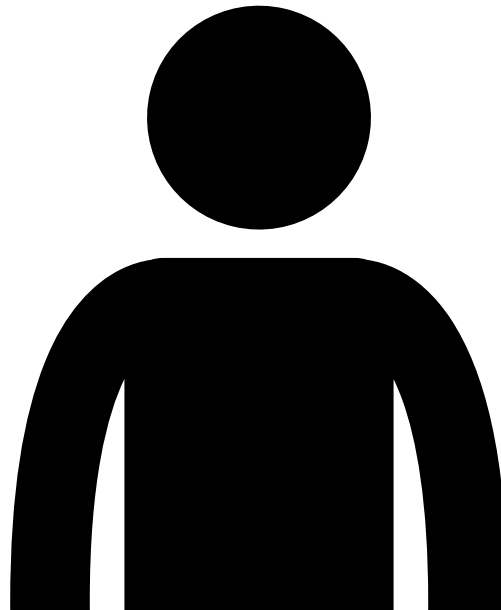
1. 사실에 기반한 사진을 찍으세요.





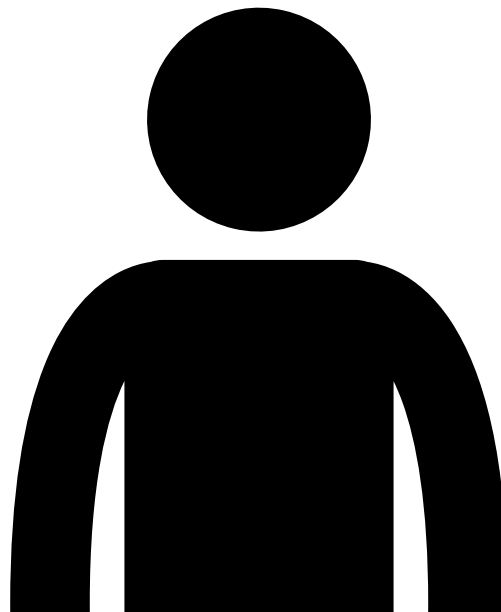
PHOTO

2. 관심가는 것이나 호기심이 생기는 것을 찍으세요.



PHOTO

3. 사진은 빼기(-)입니다.



## 3. 사진은 빼기(-) 입니다.

미니멀리즘을 추구하시면 사진에 임팩트가 생겨요~

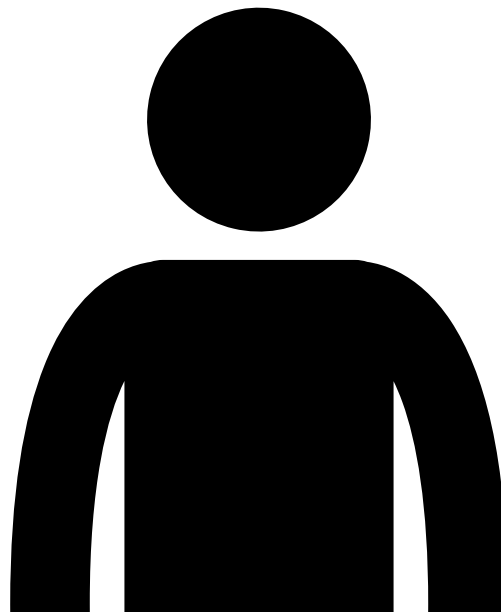


나쁜예



좋은예

4. 사진에도 이야기가 있어야 한다.



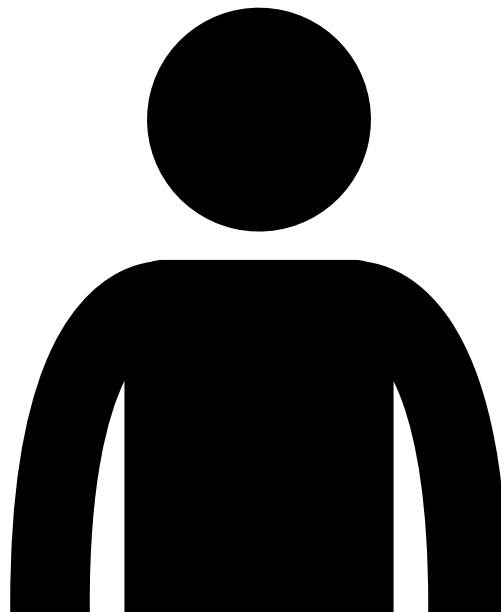
## 4. 사진에도 이야기가 있어야 한다.

단순히 이쁘서 찍은 사진은 찍은 본인조차 보지 않는다.



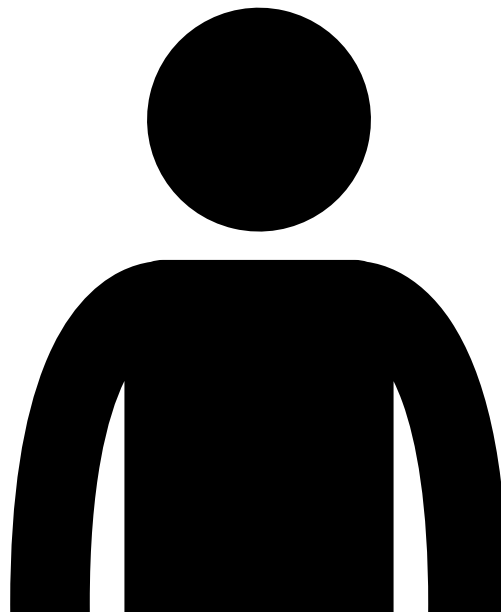
서촌 대오서점

5. 사진을 찍고 나서 바로 게시하지 마세요.



PHOTO

그렇다면 **무엇을** 찍어야 할까?





# PHOTO

## 1. 왜, 이것을 찍을까?

- 포괄적인 주제에 대한 선정에 대한 부분.



부산의 길풍경



아프리카 난민



# PHOTO

## 2. 정한 주제를 어떤 방식으로 담을 것인가?

- 카메라가 가지고 있는 기법, 구도 같은 기술적인 부분!



# PHOTO

## 3. 어떤 종류의 주제를 찍을 것인가?

- 그 주제의 구체적인 상황이나 피사체 그리고 소도구



출근하는 직장인



요리하는 장면

## 4. 그것이 의미가 있는가?

- 나 뿐만이 아니라 사진으로 보고 다른사람이 공감할 수 있는가?



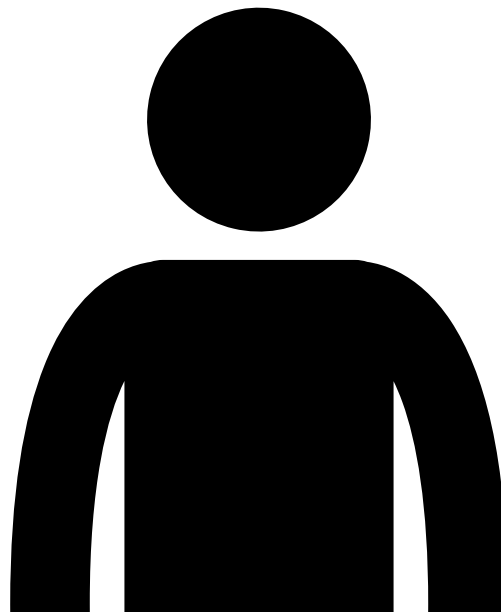
풀리처상 수상작



보면 열받는 사진

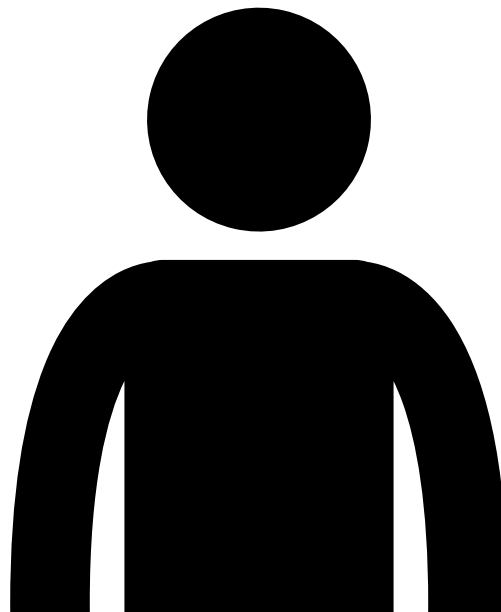
PHOTO

어떤 사진이 감성사진일까요?



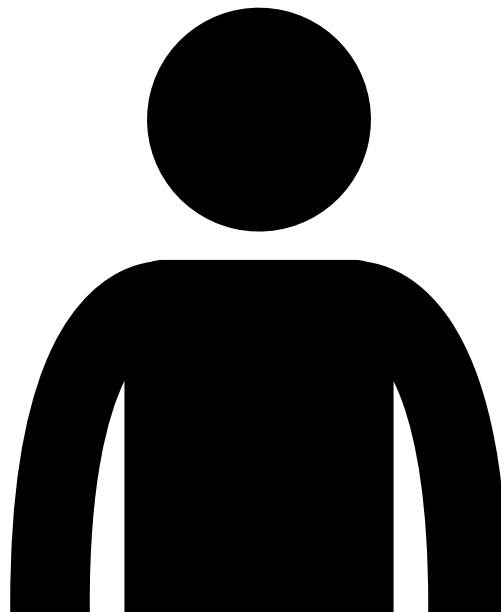
PHOTO

사실 감성사진이라는 말은 없습니다.



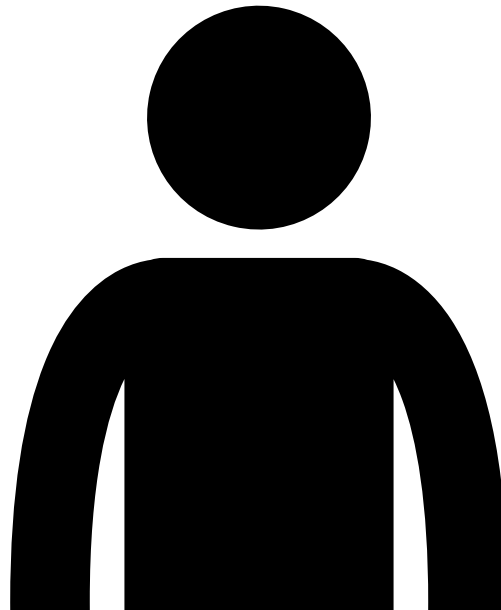
PHOTO

사실 감성사진이라는 말은 없습니다.  
다만, 감성을 자극할만한 **기법**들은 있습니다.

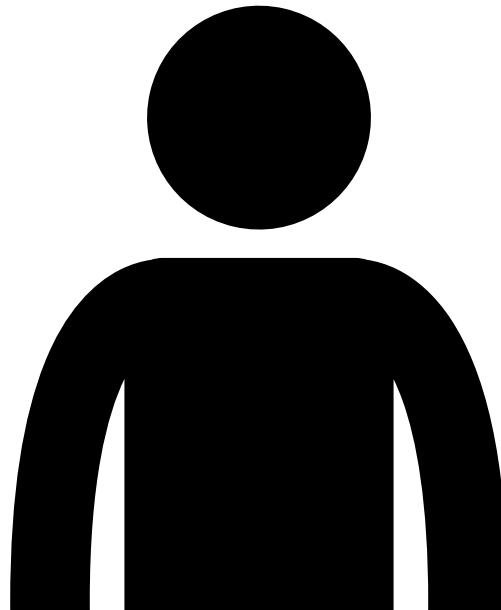


PHOTO

그렇다면 어떤 기법들이 있는지 살펴보겠습니다.



1. 주제를 은유적으로 대입해본다.





# PHOTO

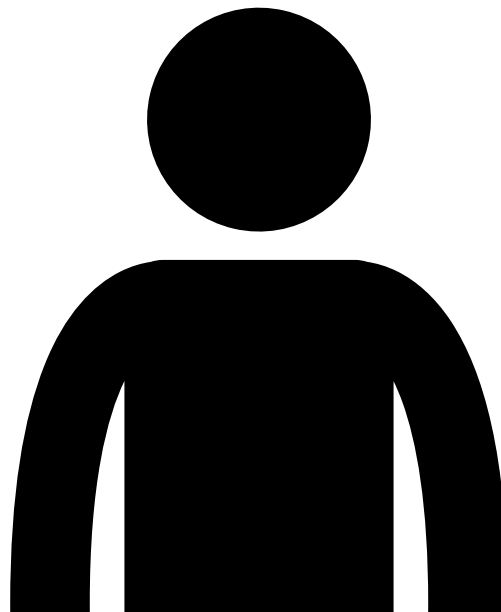
## 1. 주제를 은유적으로 대입해본다.

주제를 한눈에 내포 할 수 있는 사물이나 피사체면 확실!



PHOTO

2. 사진에 대한 글을 써본다.



## 2. 사진에 대한 글을 써본다.

손발이 오그라들 수도 있지만 사진에 대한 감성전달은 확실해진다.



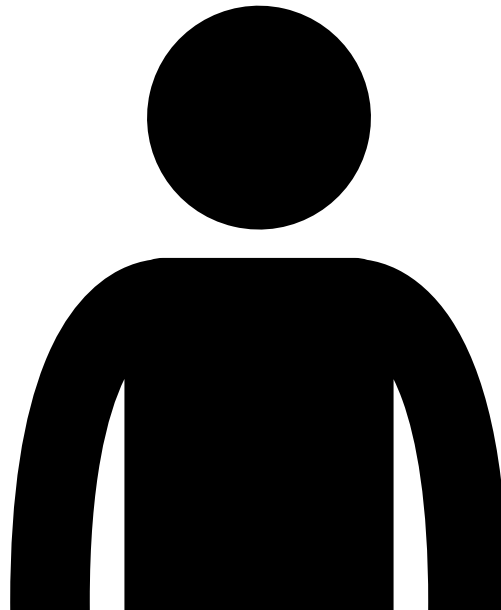
나의 마음은 늘 자유를 갈망하고 있다.

자유는 누구에게나 어느것에서도  
엮매이지 않는 것 아닐까?

저 판피리의 음울처럼.....

PHOTO

### 3. 색감과 톤은 마술사!!

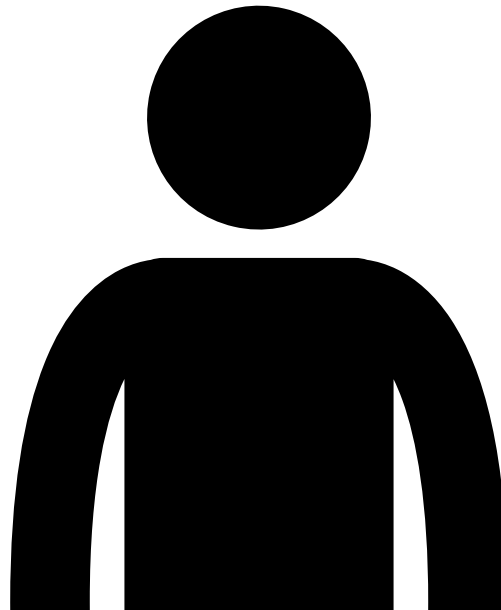


## 3. 색감과 톤은 마술사!!

평범한 사진도 색감이나 톤만 만져도 감쪽같이 변한다.



4. 대체로 순광은 이성적, 역광은 감성적이다.





# PHOTO

## 4. 대체로 순광은 이성적, 역광은 감성적이다.

같은 구도와 피사체라도 순광과 역광에 대한 느낌이 다르다.

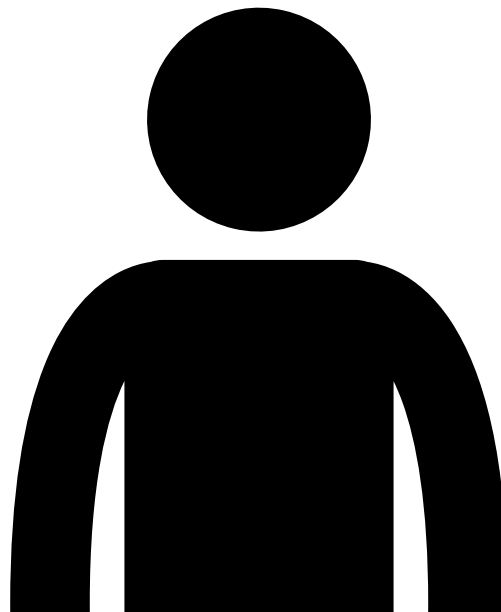


순광인 사진



역광인 사진

5. 대체로 심도가 얇으면 감성적이다.





## 5. 대체로 심도가 얇으면 감성적이다.

보통 심도가 얇은 사진을 아웃포커싱 사진이라고 말한다.



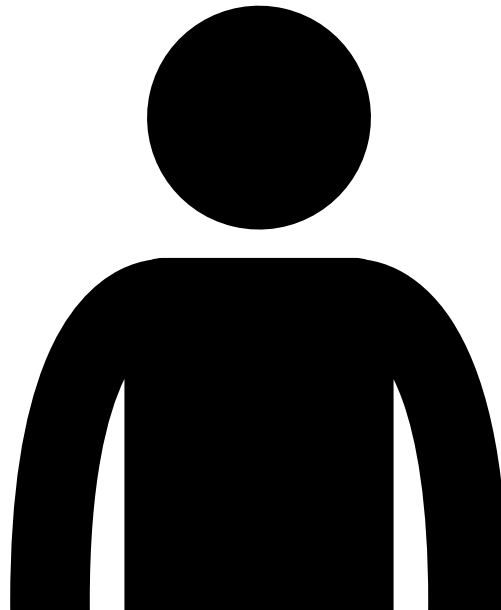
심도가 얇은 사진



심도가 깊은 사진

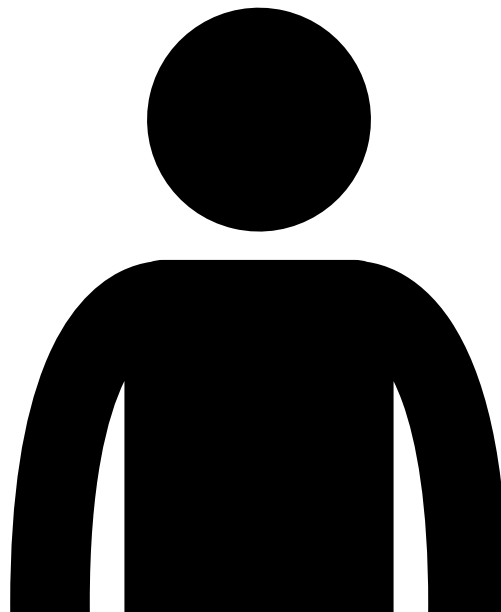
PHOTO

오늘 수업 어떠셨나요?



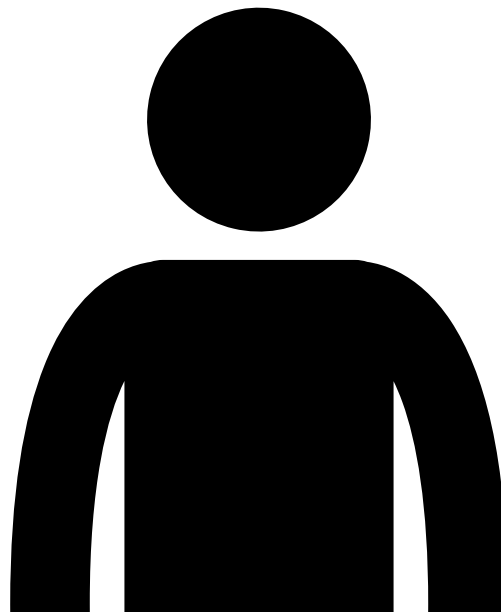
PHOTO

사진은 직접 해봐야 의미가 있습니다.



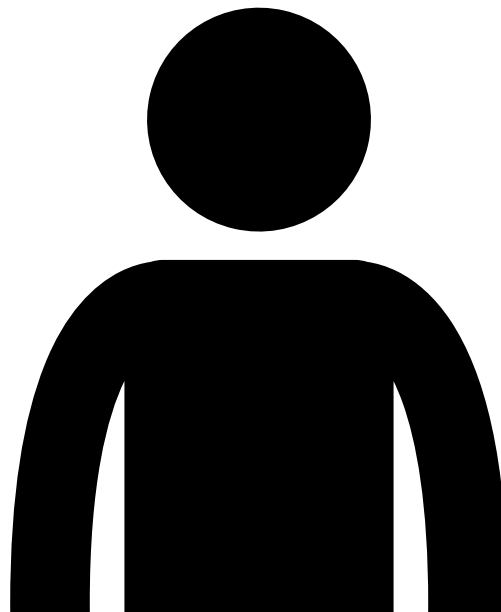
PHOTO

꼭 이것저것 찍어보시길 권장합니다.



PHOTO

감사합니다.

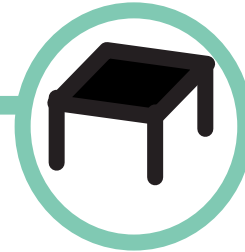


광고시간



6번째, 테이블 :

**11.25**



**<자신만의 브랜드>**

합정 카페더웨이 \_ 박두향

# 현장스케치





# 현장스케치





# 현장스케치



# 현장스케치





# 현장스케치

