

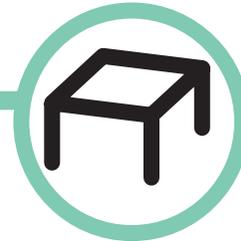


SMALL SCHOOL

for NPO

5번째, 테이블 :

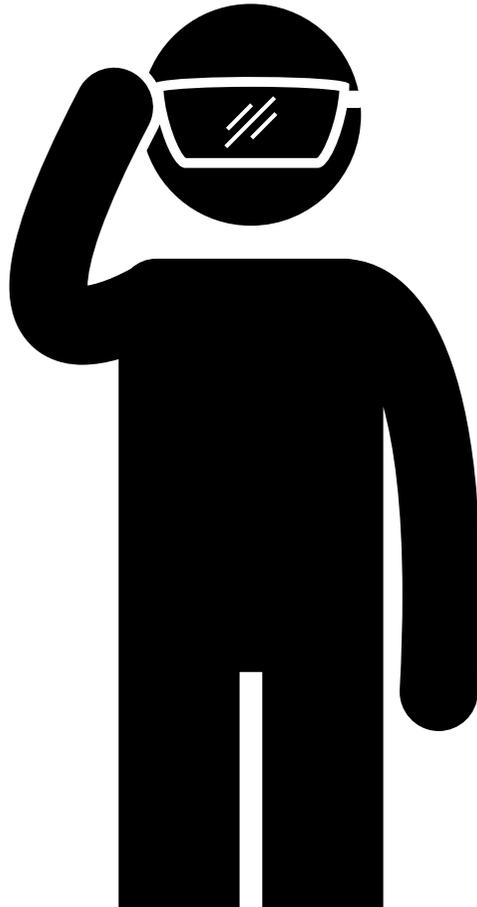
11.22



〈작은 NPO를 위한
현대 미디어와 접근 방법〉

합정 카페더웨이 _ 이전수

반갑습니다^^



자기소개



Photographer



Designer



이 전 수

수업소개



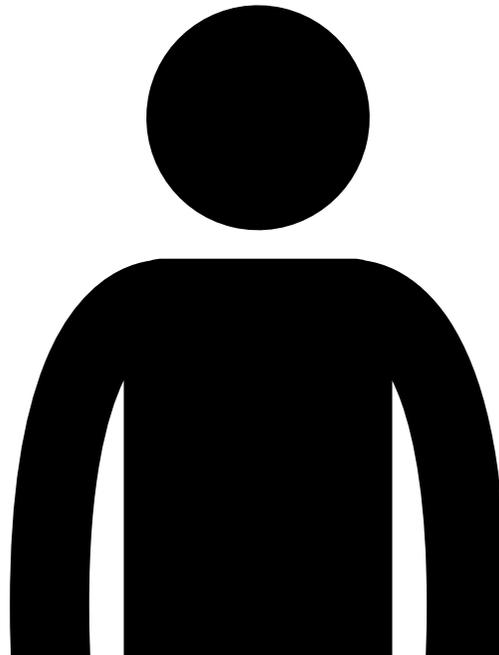
Media



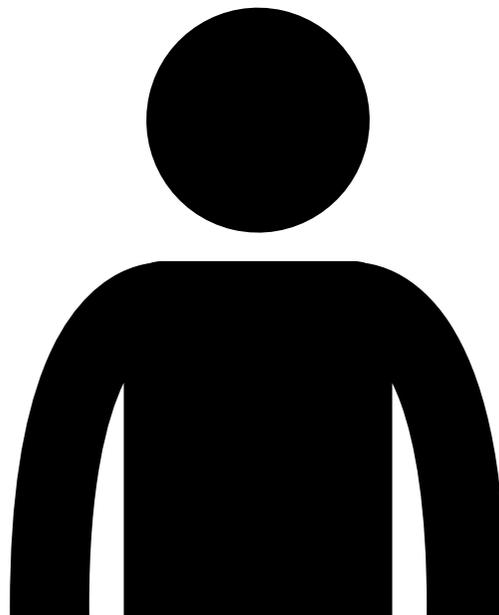
Photographer

Media

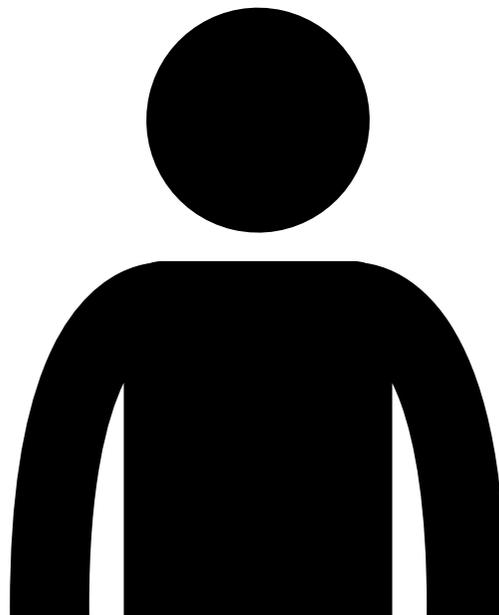
미디어?



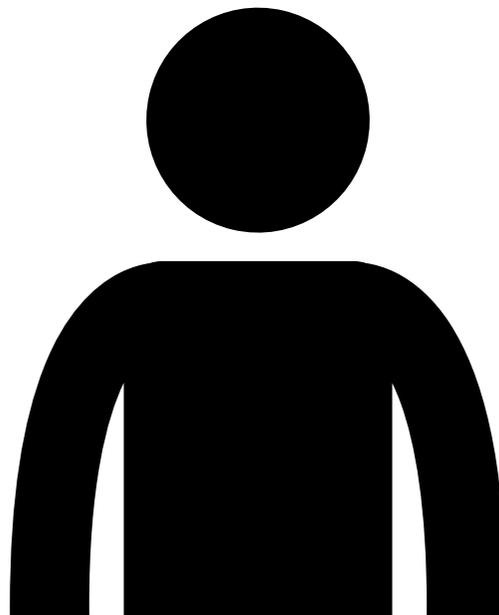
인간사회에서
자신의 의사나 감정 또는 객관적 정보를
서로 주고 받을 수 있도록 마련된 수단.



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

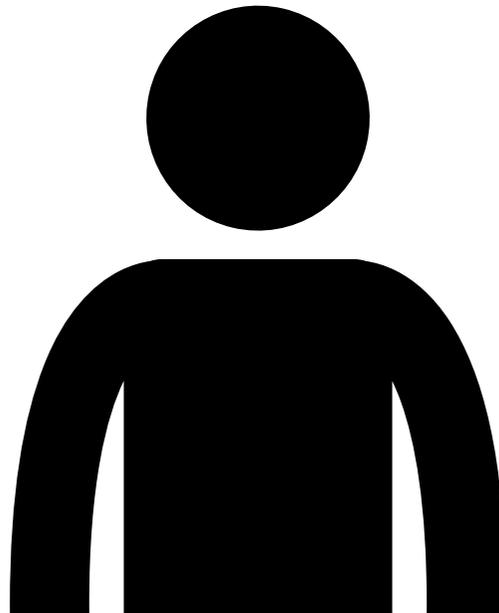
Media

비주얼

전파

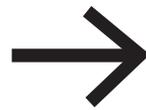
영상

미디어를 어떻게 다루어야 할까요?

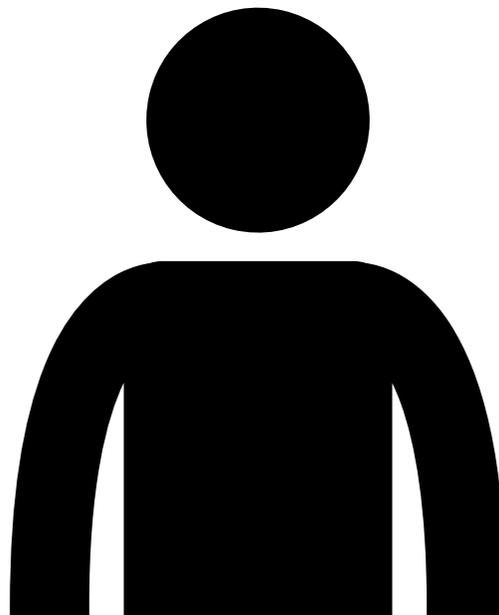


미디어를 어떻게 다루어야 할까요?

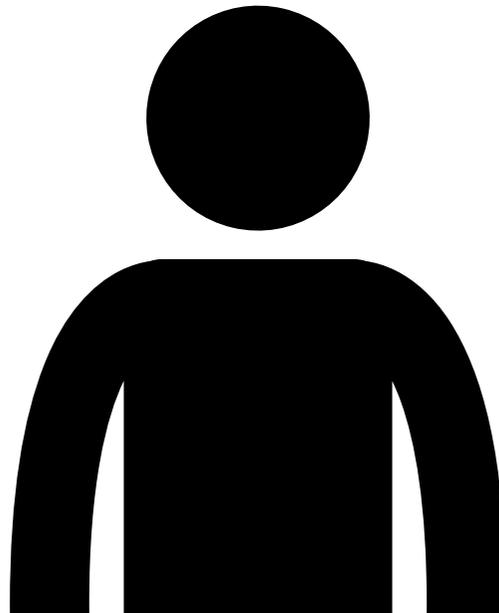
전달할
정보



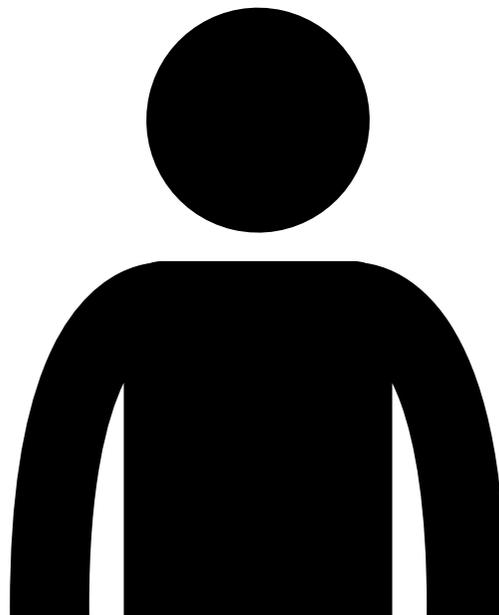
완성된
미디어



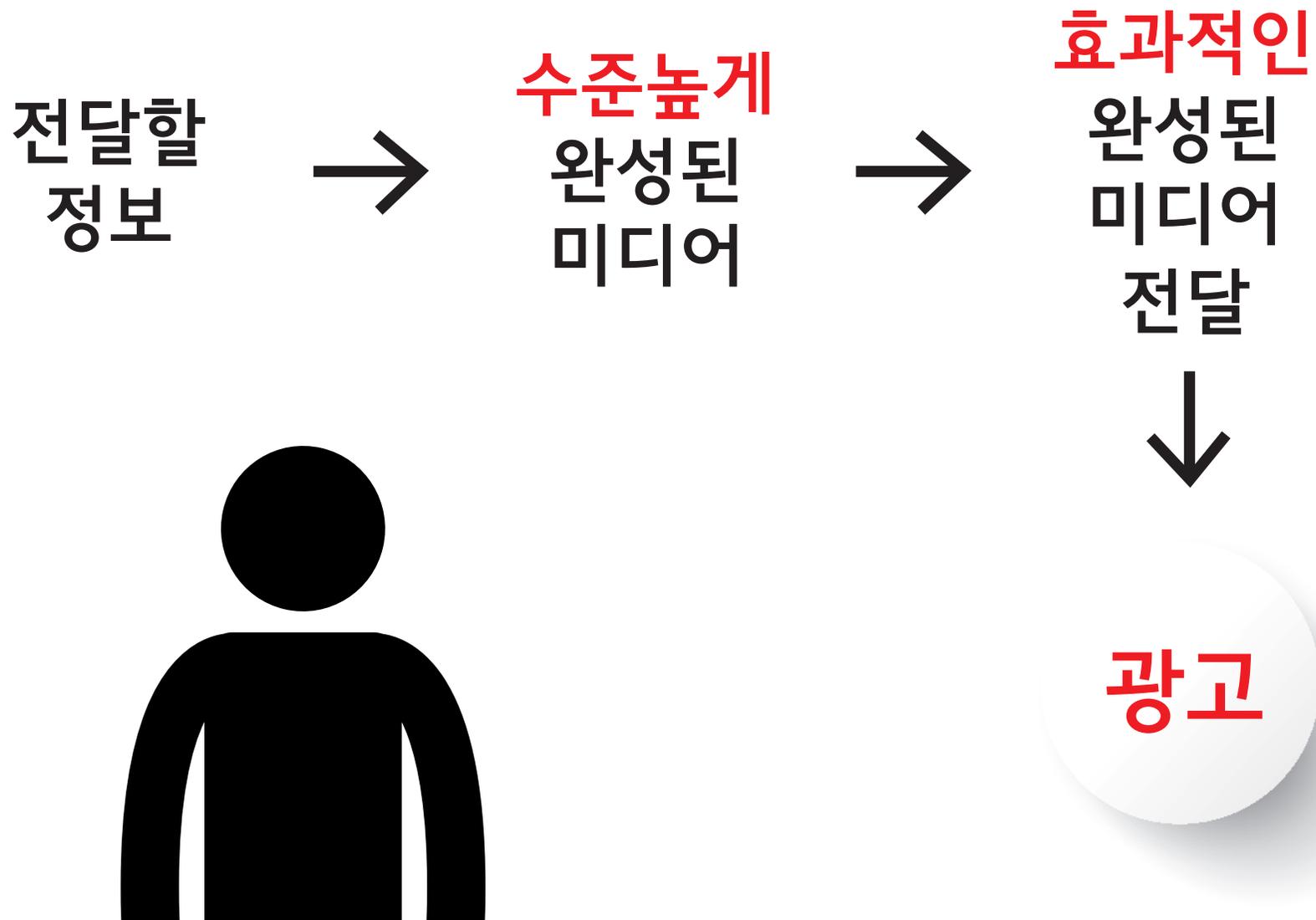
미디어를 어떻게 다루어야 할까요?



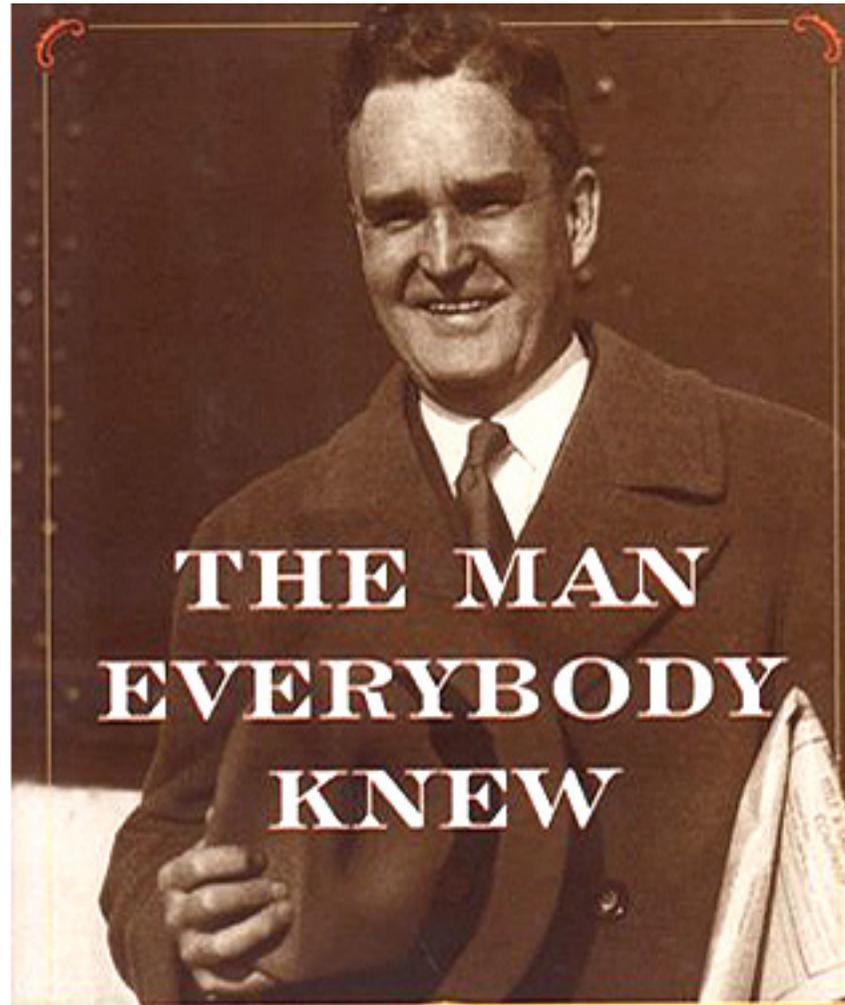
미디어를 어떻게 다루어야 할까요?



미디어를 어떻게 다루어야 할까요?

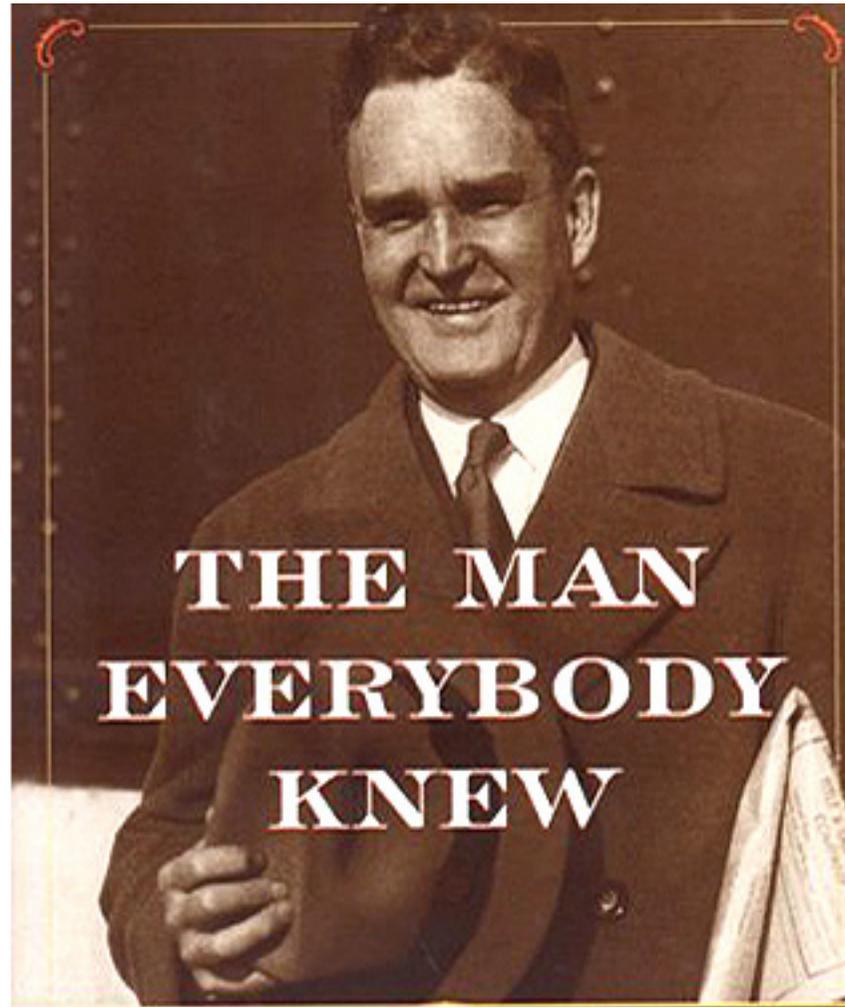


이 사람은 누구일까요?

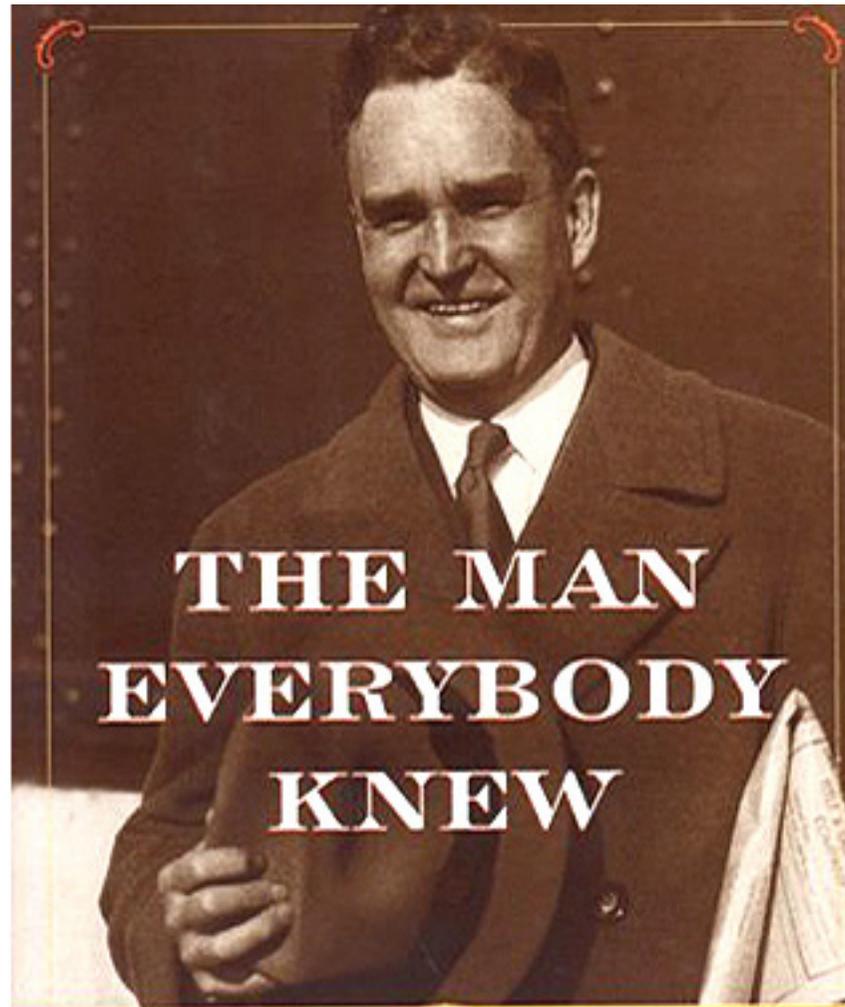


Media

브루스 바튼, 1900년대 이후 미국 광고의 지대한 영향을 준 인물

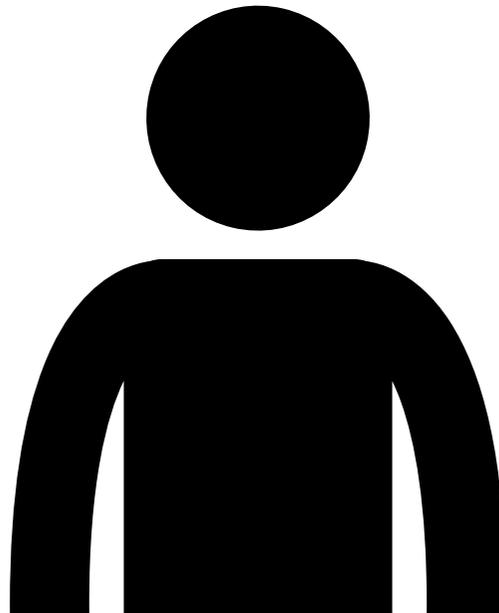


광고는 “민주주의의 수사학”



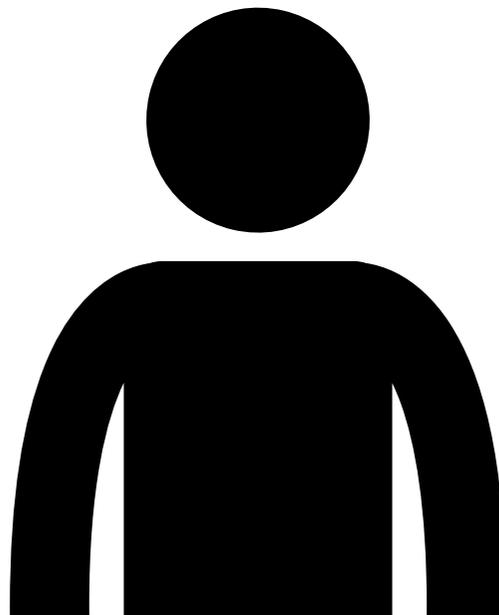
Media

수사학?



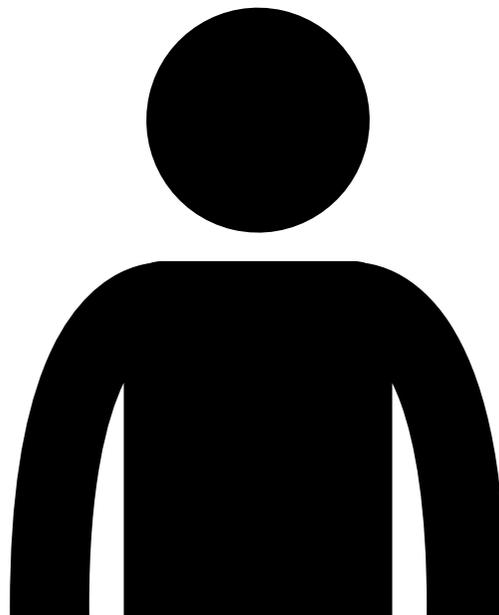
수사학?

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



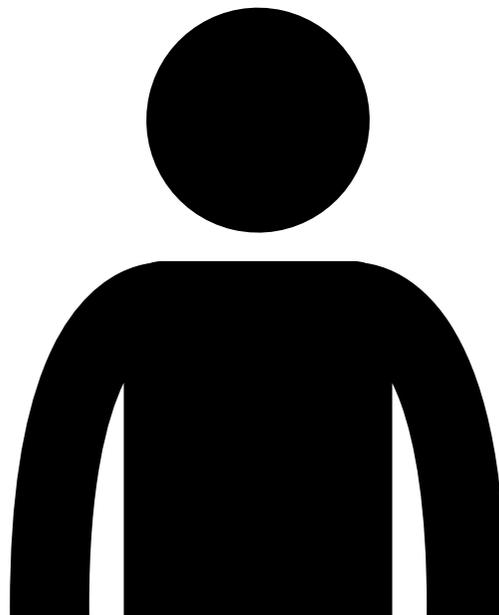
즉, 광고는

현대사회에서 다른 사람을 설득하고 그에게 영향을 끼치기 위한 전달기법을 다루는 분야.



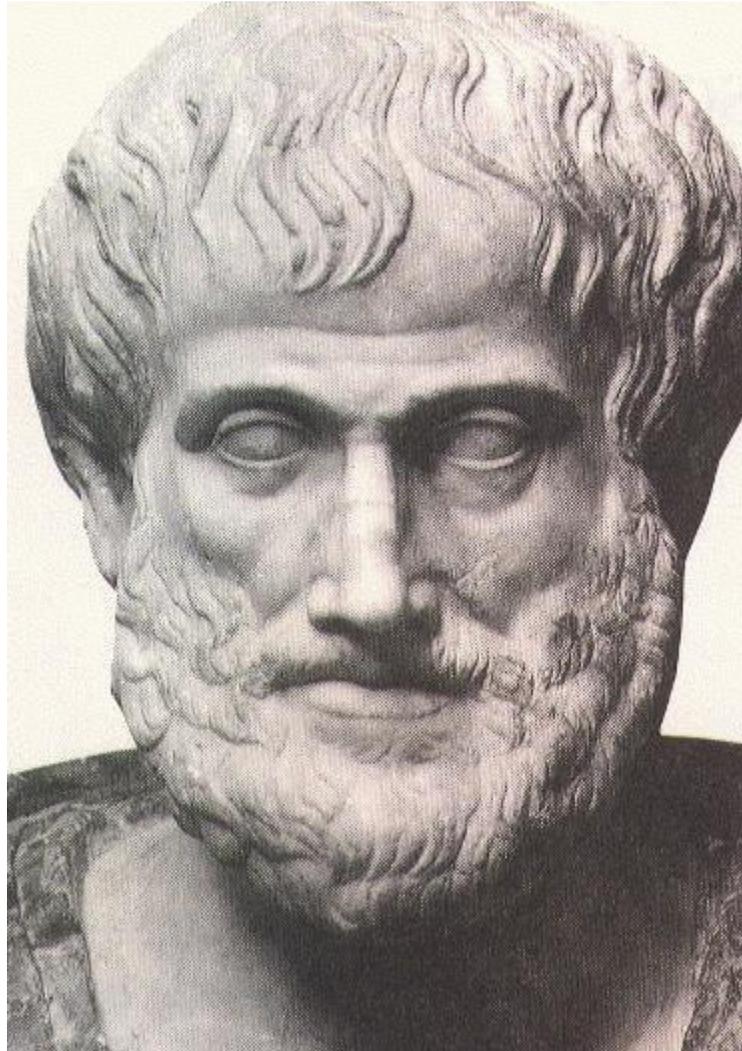
하지만, 광고는

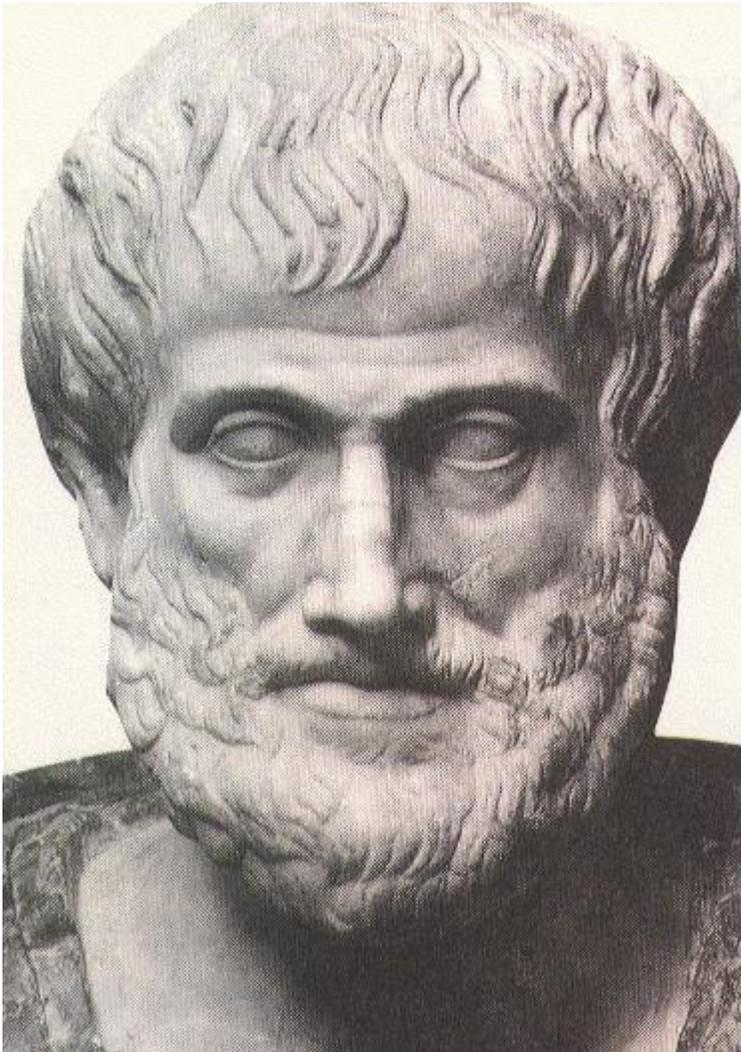
많은 사람들이 **중요하게** 생각하지만
쉽게 생각하는 경향도 큰 분야.



Media

이 사람은 누구일까요?





아리스토텔레스

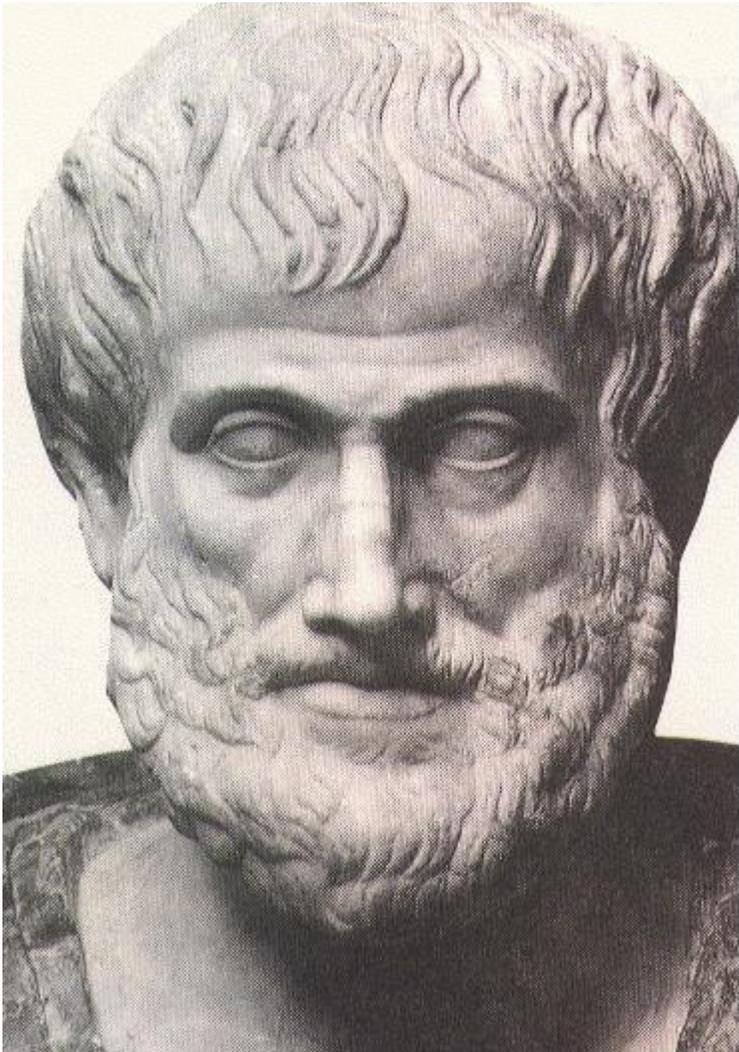
3대 철학자 중 1명

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 비율은?

(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.

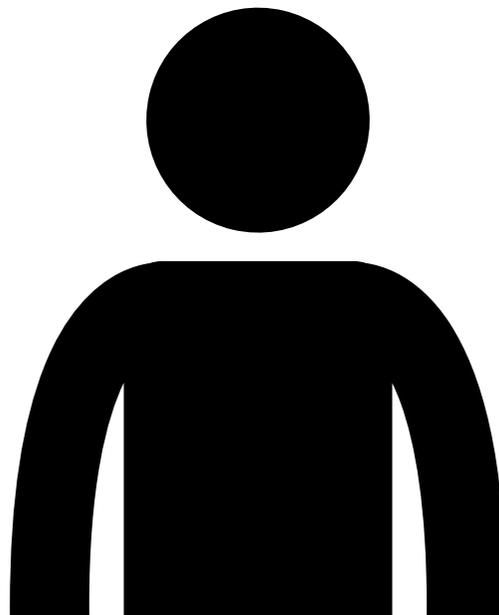
결국, 광고를 좌지우지하는 것은

주의 -> 흥미 -> 욕구 -> 내용전달 -> 행동

감성

이성

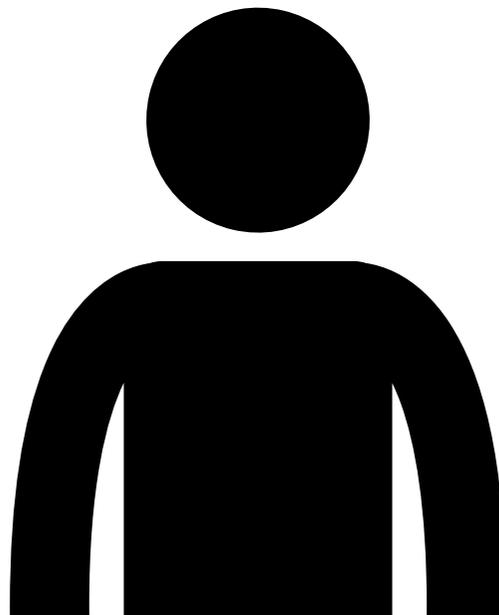
신뢰



AIDMA법칙

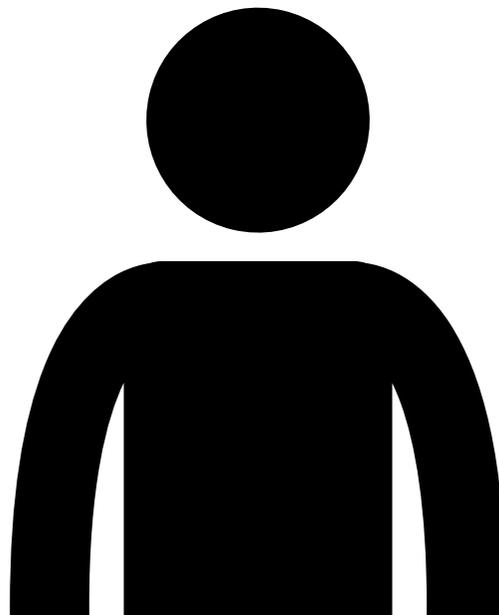
사람이 행동하기 까지 주의(attention), 흥미(interest), 욕망(desire), 기억(memory), 행동(action)의 순위가 있다는 법칙.

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



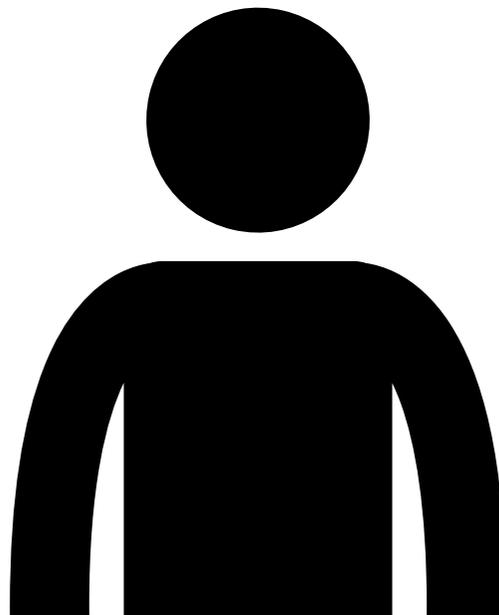
PHOTO

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



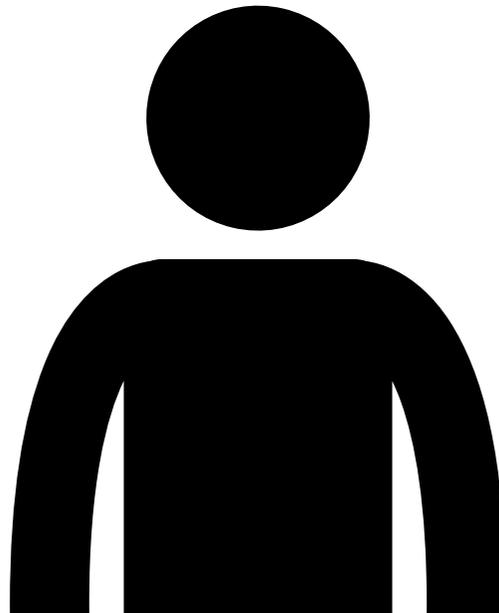
PHOTO

그러나 오늘은
사진에 대한 기본적 조작법은 추후에.....



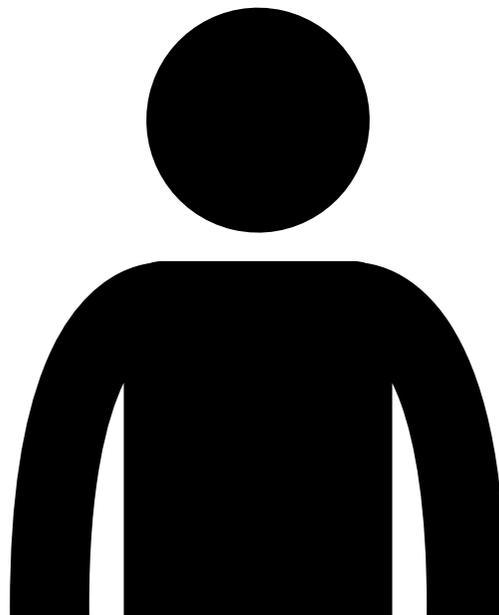
PHOTO

사진을 **찍기전**에 알면 좋을 것들?

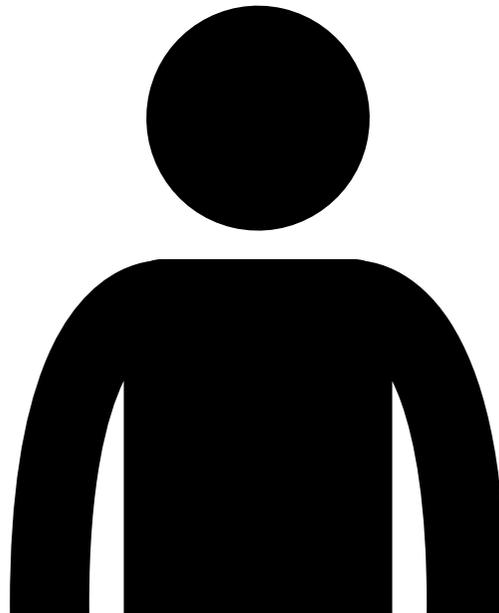


PHOTO

1. 사실에 기반한 사진을 찍으세요.

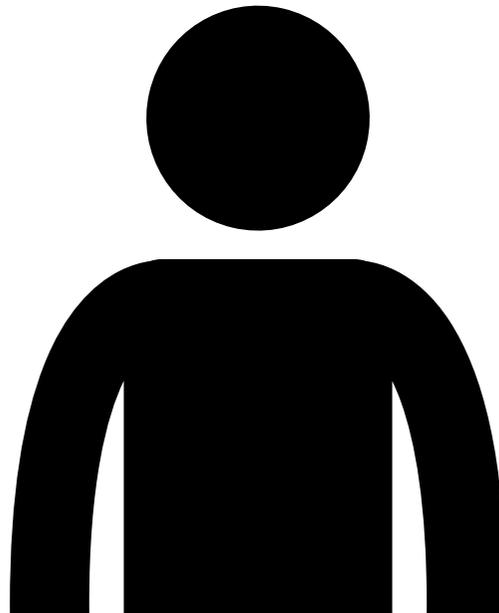


2. 관심가는 것이나 호기심이 생기는 것을 찍으세요.



PHOTO

3. 사진은 빼기(-)입니다.



3. 사진은 빼기(-)입니다.

미니멀리즘을 추구하시면 사진에 임팩트가 생겨요~

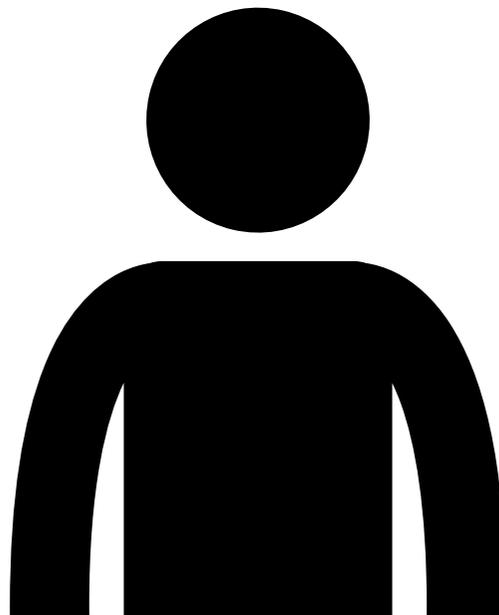


나쁜예



좋은예

4. 사진에도 이야기가 있어야 한다.



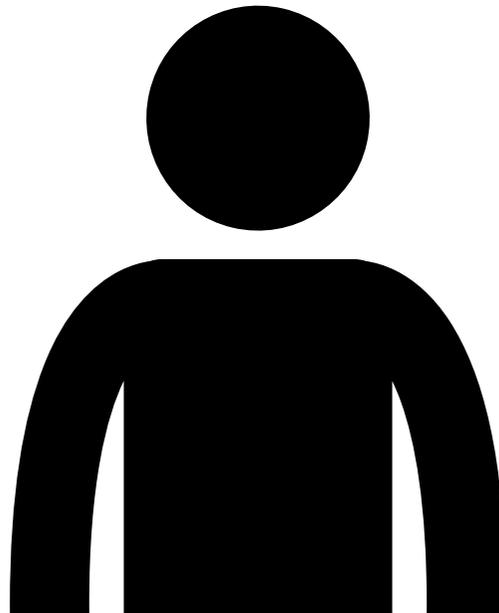
4. 사진에도 이야기가 있어야 한다.

단순히 이쁘서 찍은 사진은 찍은 본인조차 보지 않는다.



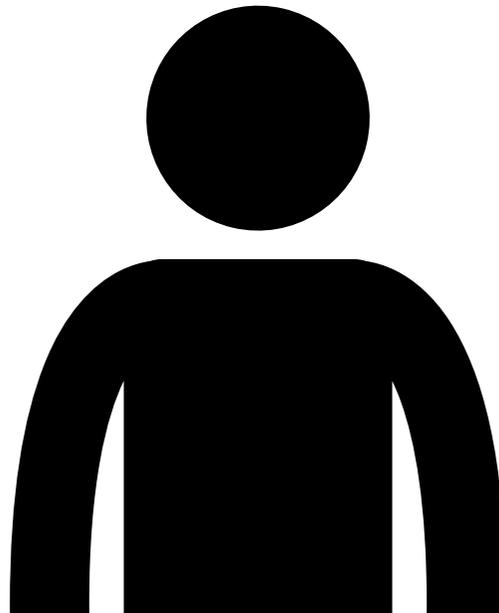
서촌 대오서점

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?



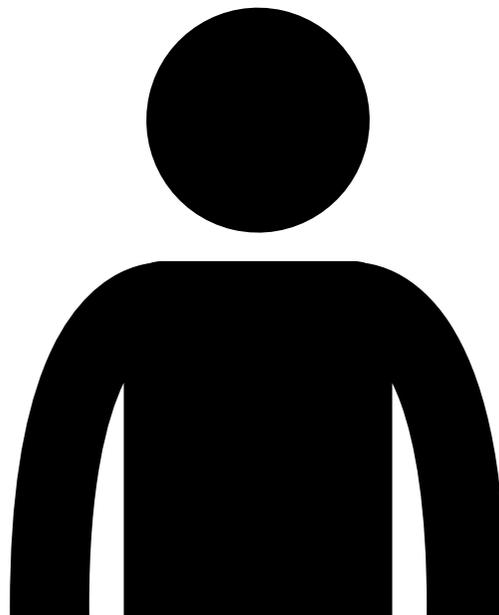
풀리처상 수상작



보면 열받는 사진

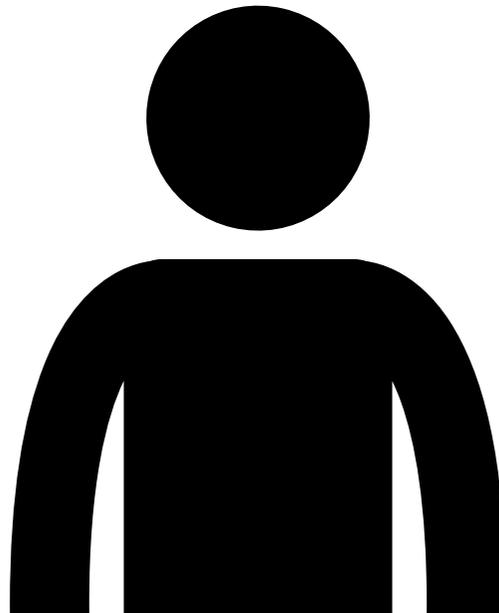
PHOTO

어떤 사진이 감성사진일까요?



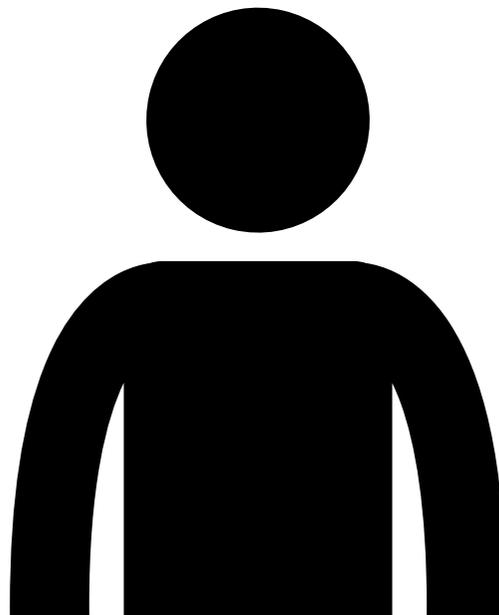
PHOTO

사실 감성사진이라는 말은 없습니다.



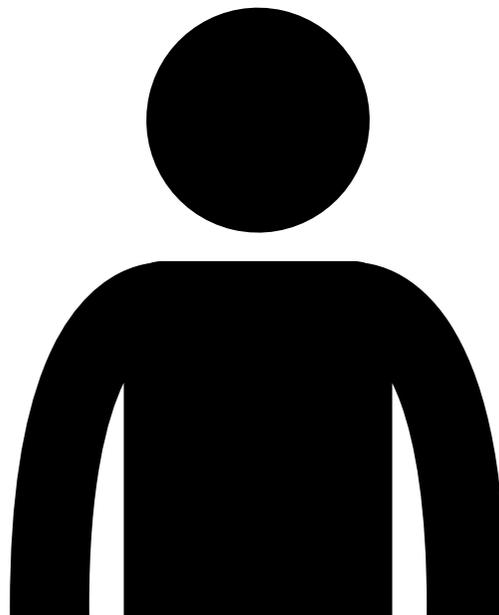
PHOTO

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

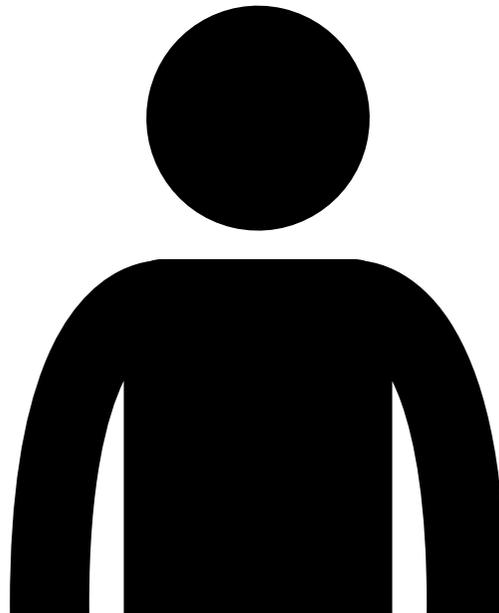


PHOTO

그렇다면 어떤 기법들이 있는지 살펴보겠습니다.



1. 주제를 은유적으로 대입해본다.



PHOTO

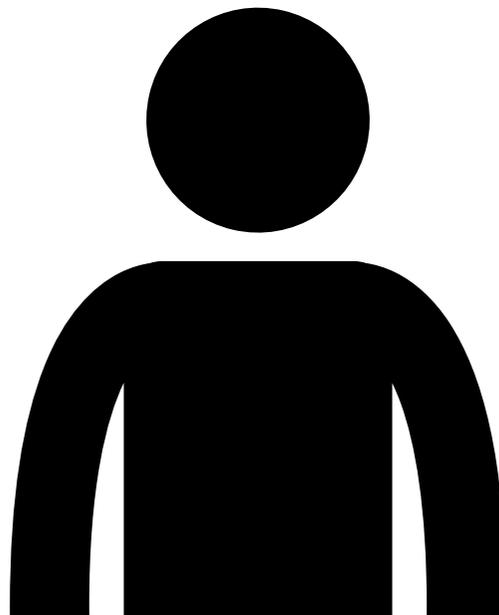
1. 주제를 은유적으로 대입해본다.

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.



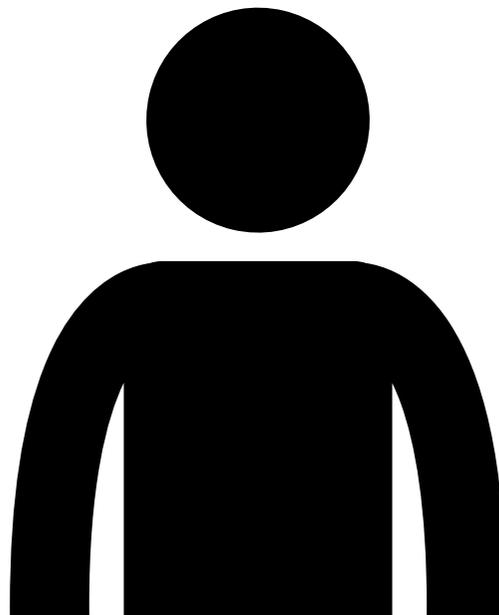
나의 마음은 늘 자유를 갈망하고 있다.

자유는 누구에게나 어느것에서도
엮매이지 않는 것 아닐까?

저 판피리의 음울처럼.....

PHOTO

3. 색감과 톤은 마술사!!

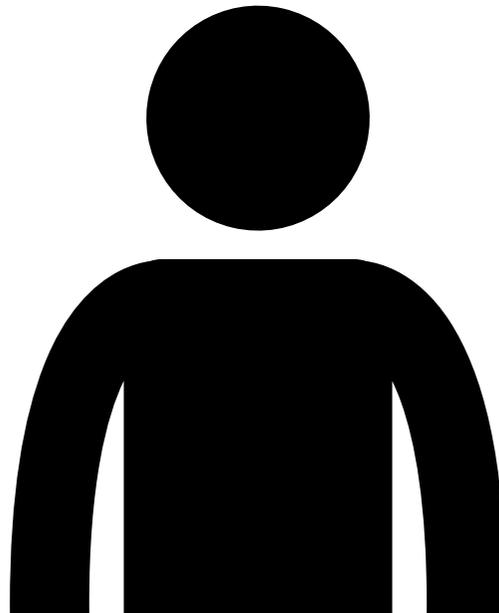


3. 색감과 톤은 마술사!!

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.

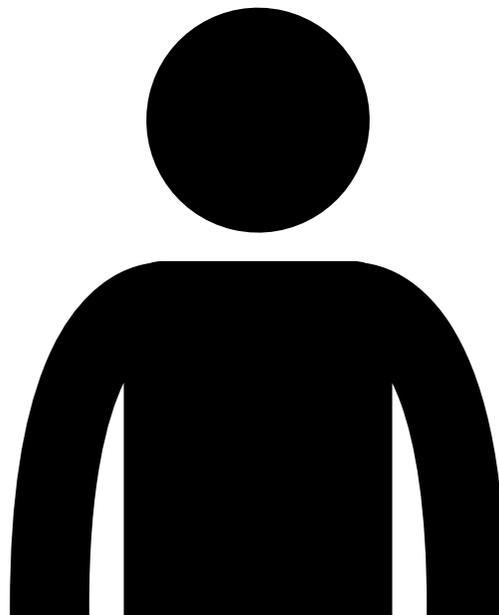


순광인 사진



역광인 사진

5. 대체로 심도가 얇으면 감성적이다.



5. 대체로 심도가 얇으면 감성적이다.

보통 심도가 얇은 사진을 아웃포커싱 사진이라고 말한다.



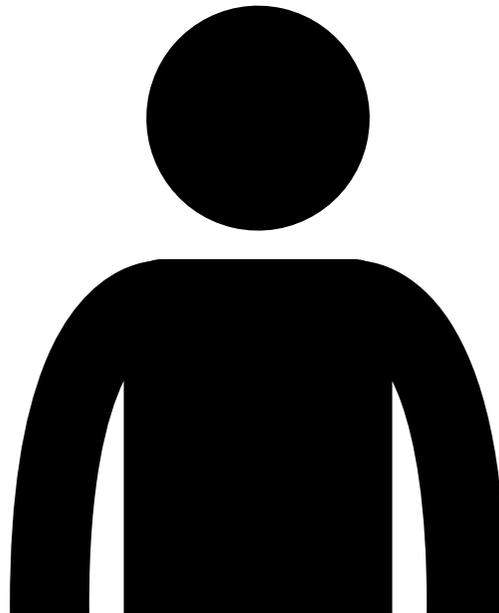
심도가 얇은 사진



심도가 깊은 사진

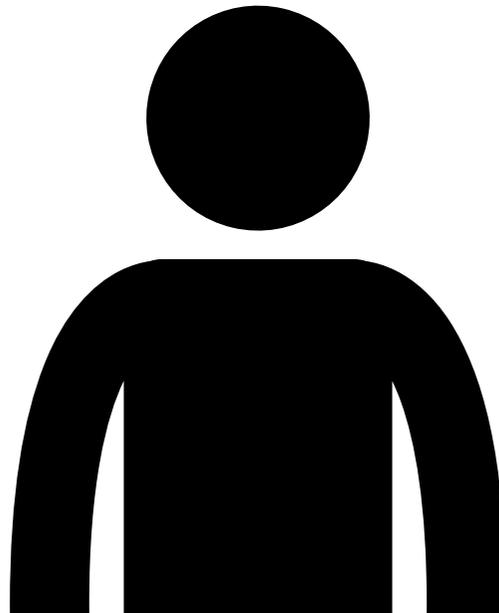
PHOTO

오늘 수업 어떠셨나요?



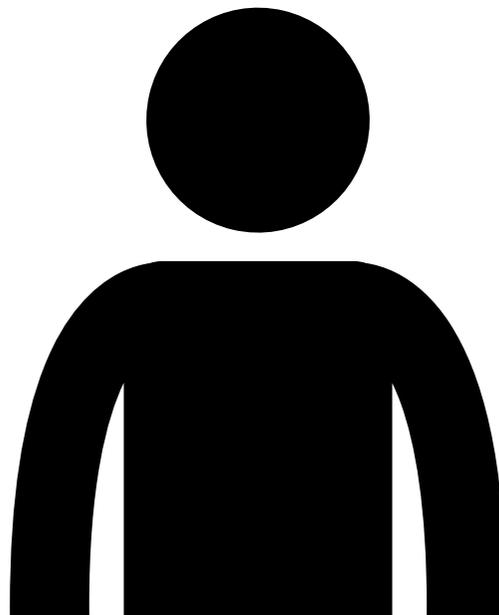
PHOTO

사진은 직접 해봐야 의미가 있습니다.



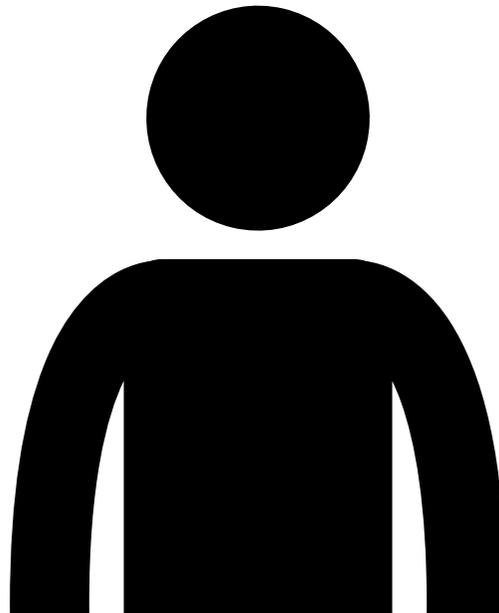
PHOTO

꼭 이것저것 찍어보시길 권장합니다.



PHOTO

감사합니다.

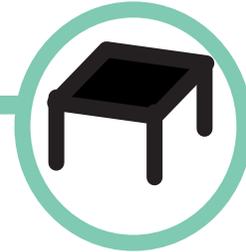


광고시간



6번째, 테이블 :

11.25



<자신만의 브랜드>

합정 카페더웨이 _ 박두향

현장스케치



현장스케치



현장스케치



현장스케치



현장스케치

