

2027
중2-1
비상(박현숙)

2027 중2-1 비상(박현숙) | 2(2) 매체 자료의 재현 방식 직전 보강

이 서적은 「저작권법」에 따라 보호됩니다. 본 자료의 무단 배포, 도용 시, 저작권법에 의거하여 책임을 질 수 있습니다.

이것만은 알고 시험장에 가자!

시 직전 보강



선생님, 이번 단원에서는 어떤 문제들이 주로 출제되나요?

이번 단원에서는 크게 매체 자료의 재현 개념과 제작자의 의도에 따른 정보의 선택 및 배제 방식을 묻는 문제들이 주로 출제된단다. 특히 같은 주제를 다룬 서로 다른 매체 자료를 비교하여 표현 방식의 차이를 찾거나, 광고나 홍보물에 반영된 고정 관념 및 그 변화 양상을 분석하는 문제가 자주 나와.



'재현'이라는 말이 조금 어려운데, 매체에서 현실을 그대로 보여주는 것과는 다른 건가요?

아주 중요한 질문이야! 재현이란 현실에 존재하는 대상이나 현상을 매체를 통해 나타내는 것인데, 현실을 있는 그대로 보여주는 것이 아니란다. 모든 매체 자료에는 제작자의 관점이나 의도가 반영되어 있어. 제작자는 자신의 의도에 따라 특정 부분을 선택하거나 배제하는 방식으로 현실을 새롭게 재구성한다는 점을 꼭 기억해야 해.



선생님, 저는 현행 공익 광고 예시에서 '선택과 배제'가 구체적으로 어떻게 문제로 나오는지 잘 이해가 안 돼요.

예를 들어, '재생'이라는 단어를 강조한 광고 (가)와 심장 박동 그래프를 제시한 광고 (나)를 비교하는 문제가 나올 수 있어. (가)는 수혈이 필요한 위급 환자의 모습은 배제한 반면, (나)는 수혈이 필요한 위급 환자의 모습을 선택했지. 시험에서는 두 광고가 공통으로 배제한 정보(예: 현행 시 주의 사항)를 찾으라는 식으로 출제되기도 한단다.



광고 속에 숨겨진 고정 관념을 찾는 문제도 나온다고 하셨는데, 어떤 사례를 주의 깊게 봐야 할까요?

예전에는 남학생은 운동과 기계를 좋아하고, 여학생은 화장과 외모를 중시한다는 식의 **성별 고정 관념이 매체에 많이 등장**했어. 하지만 최근에는 이런 관념이 변하고 있지. 어린이를 수동적 존재가 아닌 능동적 주체로 그리거나, 여성 모델이 농기계를 운전하는 모습 등을 통해 **기존의 고정 관념을 깨는 재현 방식을 분석**할 수 있어야 해.



매체 자료를 볼 때 우리가 가져야 할 올바른 태도는 무엇인가요?

매체 자료를 비판적으로 읽는 태도가 필요해. 제작자가 어떤 정보를 선택하고 무엇을 뺐는지(배제), 자료가 사람들의 생각에 어떤 영향을 미칠지 따져봐야 하지. 특히 상업 광고는 제품의 장점만 선택하고 부작용 같은 부정적 정보는 배제하는 경우가 많으므로, 그 안에 담긴 의도를 파악하며 수용해야 한단다.



2027
중2-1
비상(박현숙)

2027 중2-1 비상(박현숙) | 2(2) 매체 자료의 재현 방식 지문 분석

이 서적은 「저작권법」에 따라 보호됩니다. 본 자료의 무단 배포, 도용 시, 저작권법에 의거하여 책임을 질 수 있습니다.

파란색 설명은 주석 교과서에서 중요한 부분에 해당하며, 빨간색 설명은 내신 시험 출제 유형에 대한 설명입니다.

지문 분석

1. 만화를 보고, 재현의 개념과 매체 자료를 통해 재현되는 현실의 특성을 알아보자.



(신나고 즐거운 느낌이 남.)



(쓸쓸하고 외로운 느낌이 남. 비 오는 날의 노란 장화를 찍은 두 장의 사진을 비교하여 비슷한 대상이라도 매체 자료에 따라 다르게 재현될 수 있음을 제시함. **‘비슷한 대상을 촬영한 사진이라도 달라 보일 수 있다.’**라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)



(재현의 개념. 매체 자료는 현실을 있는 그대로 보여 주지 않음. **‘모든 매체 자료에는 제작자의 관점이나 의도가 반영되어 있다.’**라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)



(매체 자료를 통해 재현되는 현실의 특성 → 매체 자료에 대한 비판적 시각이 필요함. '매체 자료를 접할 때는 제작자의 의도가 무엇인지 파악하는 태도가 필요하다.'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)

• **만화의 내용을 바탕으로 '재현'의 개념을 써 보자.** ('현실에 존재하는 대상을 매체를 통해 나타내는 것이다.'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)

현실에 존재하는 대상이나 일어나는 현상을 매체를 통해 나타내는 것

• **매체 자료를 통해 재현되는 현실의 특성을 써 보자.** ('어떤 의도를 가지고 재현하느냐에 따라 매체에서 나타나는 현실의 모습이 달라질 수 있다.'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)

제작자의 의도나 관점에 따라 특정 부분을 선택하거나 배제하는 방식으로 재구성된다.

2. (가), (나)에서 선택되거나 배제된 부분을 찾고, 매체 자료의 재현 방식을 이해해 보자.



(1) (가), (나)의 공통 주제를 파악하고, 표현 방식을 각각 정리해 보자.

공통 주제: 헌혈에 참여하자.	
(가)	(나)
<p>이미지(‘혈액 백의 이미지에 영상 재생 아이콘을 추가했다.’라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.): 혈액 백에 영상 재생 아이콘을 추가함.</p> <p>문구(‘두 가지 의미로 사용된 단어인 ‘재생’을 반복하여 강조하고 있다.’라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 두 가지 의미로 사용된 단어인 (‘ 재생 ’)을/를 반복·강조함. • ‘재생’이라는 단어 앞에 ‘아름다운’이라는 말을 덧붙임. 	<p>이미지(‘심장 박동 그래프를 사용하였다.’라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 심장 박동 그래프를 반복적으로 제시함. • 수혈이 필요한 위급 환자의 모습을 제시함. <p>문구:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ‘수혈이 필요한 위급 환자’를 빨간색 글자로 강조함.(‘수혈이 필요한 위급 환자의 모습과 문구를 제시하였다.’라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.) • ‘살릴 수 있습니다.’라는 문구를 반복함.

(2) (가), (나)에서는 주제를 드러내기 위해 각각 어떤 자료를 선택하고 배제하였는지 표시해 보자.

제시할 수 있는 자료	(가)		(나)	
	선택	배제	선택	배제
혈액 백의 이미지	√			√
헌혈을 하는 사람의 모습		√		√
수혈이 필요한 위급 환자의 모습		√	√	
헌혈이 생명을 살리는 일이라는 정보	√		√	
헌혈 시 주의할 점에 관한 정보 (가)와 (나)에서 공통으로 배제한 자료에 해당하는 것을 고르는 문제에서 ‘헌혈 시 주의할 점에 관한 정보’라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)		√		√

(3) (1)과 (2)를 바탕으로 (가), (나)의 재현 방식이 주는 효과를 파악해 보자.

(가):

- 혈액 백에 영상 재생 아이콘을 추가하고, 두 가지 의미로 사용된 ‘재생’이라는 단어를 활용하여 헌혈의 가치와 필요성을 강조함.
- 수혈이 필요한 위급 환자의 모습이나 헌혈 시 주의할 점 등의 정보는 배제하고, ‘아름다운’이라는 말을 사용하여 생명을 살리는 헌혈의 가치를 강조함.

(나):

- 심장 박동 그래프와 수혈이 필요한 위급 환자의 모습을 제시하고, ‘수혈이 필요한 위급 환자’라는 문구를 강조하여 헌혈의 필요성을 강조함.
- 헌혈을 하는 사람의 모습이나 헌혈 시 주의할 점 등의 정보는 배제하고, ‘살릴 수 있습니다.’라는 문구를 반복 제시하여 생명을 살리는 헌혈의 가치를 강조하고 헌혈 참여를 유도함.

(‘(가)와 (나) 모두 특정 단어나 문구를 반복하여 주제를 강조하고 있다.’라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다. / ‘(가)와

달리 (나)는 청각적 요소를 활용하여 주제를 드러낼 수 있다.'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)

3. 다음 광고에 사용된 표현 방식을 분석하고, 제작자의 의도와 관점을 파악해 보자.



▶ 먼저 마음을 전하면 모두의 하루가 따뜻해질 겁니다.

- 『한국 방송 광고 진흥 공사』, 2023.

(1) 이 광고의 ① ~ ⑥ 장면을 다음과 같이 나누어 사용된 표현 방식을 정리해 보자. ('앞부분에서 마음을 전해 받은 사람이 뒷부분에서 마음을 전하는 구성을 반복한다.'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)

	앞부분 (①, ②, ③)	뒷부분(④, ⑤, ⑥)
이미지	엘리베이터 안에서 스마트폰만 하는 학생에게 이웃이 먼저 인사를 건넌다.('일상의 사례들을 통해 제작자의 의도를 전달하고 있다.'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)	학생이 이웃에게 (밝게 웃으며 인사를 함).
	키오스크 앞에서 주문을 어려워하는 할머니에게 (먼저 다가가 사용 방법을 알려 줌).	할머니가 도움을 준 사람에게 고맙다는 말을 전하고, 함께 밝게 웃음.
	택배를 전달해 주는 배달원에게 (먼저 감사의 마음을 전함).	배달원이 경비원에게 (감사의 마음을 전함).
노랫말	'(처음만 힘들지)'(이)라는 노랫말을 반복함.	한 번 시작하고 나면 그다음부터는 어렵지 않다는 내용의 노랫말을 사용함.('한 번 시작하고 나면 그다음부터 어렵지 않다는 내용의 노랫말을 사용하고 있다.'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)

(2) 다음 장면을 바탕으로 제작자가 이 광고에서 강조하려는 내용을 추측해 보자.('마음을 전해 받은 사람이 또 다른 사람에게 따뜻한 마음을 전하게 된다는 것을 강조하고 있다.'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)



제시된 장면에서는 밝고 따뜻한 분위기의 음악과 함께 배달원이 일을 하며 마주친 경비원에게 음료를 건네는 모습이 나타난다. 이러한 요소를 중심으로 볼 때 제작자는 이 광고에서 따뜻한 마음을 전해 받은 사람이 또 다른 사람에게 따뜻한 마음을 전하게 된다는 것을 강조하려고 했을 것이다.

(3) (1), (2)를 바탕으로 이 광고에 반영된 제작자의 의도와 관점('먼저 마음을 전하는 행동을 통해 변화되는 다양한 상황을 반복하여 서로가 마음을 전하는 따뜻한 사회를 만들자는 의도를 전달하는 것 같아.'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)을 파악해 보자.

제작자의 의도와 관점: 서로가 서로에게 마음을 전하는 따뜻한 사회를 만들자고 권유함.

4. 다음 홍보물에 반영된 고정 관념을 찾아 분석해 보자. 그리고 최근 매체 자료에서 나타나는 고정 관념의 변화를 살펴보자.



-「국가 금연 지원 센터」, 2020.

(1) 홍보물에 나오는 대상과 홍보물에서 재현된 대상의 특성을 써 보자.

홍보물에 나오는 대상	홍보물에서 재현된 대상의 특성 (‘홍보물의 문구와 대상의 모습으로 인해 대상의 특성이 드러나고 있다.’라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)
남학생 (‘농구공을 들고 있는 남학생이 자신을 ‘얼리어답터’라고 소개하고 있다.’라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)	<ul style="list-style-type: none"> • 농구공을 들고 있음. • 자신을 ‘얼리어답터’라고 소개함.
여학생	<ul style="list-style-type: none"> • 화장 도구를 들고 있음. • 자신이 화장하는 것을 좋아한다고 소개함. • 예뻐 보이는 것을 중요하게 생각함.

(2) 홍보물에 반영된 **특정 집단에 대한 고정 관념** (‘성별에 따른 고정 관념이 반영되어 있다.’라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)을 파악해 보자.

남학생은 기계나 운동을 좋아하고 여학생은 화장을 좋아한다는, 성별에 따른 고정 관념이 반영됨.

(3) 다음 기사를 참고하여 최근 매체 자료에서 기존의 고정 관념이 어떻게 변화하고 있는지 살펴보고, 고정 관념의 변화가 나타나는 또 다른 광고를 찾아보자.

<p style="text-align: center;">광고 속 어린이 '고정 관념, 지지 않아!'</p> <p>한 상처 치료제 광고가 어린이에 관한 고정 관념을 깨 화제이다. 2021년 광고에는 다쳐서 주저앉아 우는 어린이가 없고, 아이가 넘어지거나 다칠까 봐 걱정스럽게 바라보는 부모도 없다. 대신 실패해도 다시 도전하는 어린이가 등장한다. 이들은 “상처, 지지 않아!”라고 외치며 각자의 도전에 맞선다.</p> <p style="text-align: right;">-『한겨레신문』, 2021. 5. 25.</p>	<p style="text-align: center;">광고계에서 연장자 모델의 인식 변화</p> <p>그동안 연장자 모델은 주로 건강식품 광고 등에서 '나이 듦'을 부각하는 역할을 맡았다. 그러나 최근에는 젊은 층이 이용하는 의류나 배달 애플리케이션 광고에도 출연하기 시작했다. 소비자가 연령에 상관없이 다양한 삶을 추구하면서 광고계도 연령에 따른 고정 관념에서 벗어나고 있다.</p> <p style="text-align: right;">-『에이피(AP)신문』, 2020. 6. 2.</p>
--	---

• 상처 치료제 광고: 어린이를 보살핌이 필요한 수동적인 존재로 표현하지 않고, 스스로 실패를 극복하고 도전하는 능동적인 존재로 표현함.

• 의류나 배달 애플리케이션 광고: 연장자 모델을 '나이 듦'을 부각하는 역할이 아닌 '다양한 삶'을 추구하는 역할로 인식함.

• 또 다른 광고 사례: 농림 축산 식품부에서 제작한 '농업의 미래' 캠페인 중 '무인 트랙터 편'에서는 농업에 종사하는 사람은 대부분 남성이라는 고정 관념에서 벗어나 여성이 트랙터를 관리하고 운전하는 모습을 보여 줌. 또한 농업은 단순한 육체노동이라는, 직업에 관한 고정 관념에서 벗어나 무인 트랙터와 같이 최첨단 기술이 도입된 혁신 산업임을 보여 줌. 이를 통해 농업이 젊은 세대가 도전할 만한 미래 산업이라는 메시지를 전하려는 제작자의 의도를 알 수 있음.

(고정 관념의 변화가 나타나는 광고의 예로 '최신 메신저 앱을 사용하여 연락하는 할머니들의 모습이 드러난 광고', '다른 친구들의 화장을 고쳐주며 행복해하는 남학생의 모습이 드러난 광고'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)

[적용학습]

1. (가), (나)에 사용된 표현 방식을 분석하고, 제작 의도를 비교해 보자.

 <p style="text-align: center;">-『질병관리청』, 2022.</p>	
--	--

	(가)	(나)
내용	올바른 손 씻기 방법	거품형 손 세정제 제품 홍보
표현 방식	<ul style="list-style-type: none"> • 손을 비누로 30초 이상 비벼 씻자는 내용을 '비비삼'이라는 줄임말로 표현함.('가는 '비비삼'이라는 줄임말을 사용해 상품의 구매를 유도하고 있다.'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.) • 올바른 손 씻기 방법을 그림과 함께 6단계로 설명하여 이해를 돕고 손 씻기 실천을 유도함. • 질병 예방 효과를 구체적인 수치로 제시하여 신뢰감을 주고, 손 씻기를 실천하도록 유도함. 	<ul style="list-style-type: none"> • 손 세정제의 기능을 강조하여 제품의 장점을 부각함. • '항균 효과 90.9퍼센트'와 같은 구체적인 수치를 제시하여 제품의 효능을 강조함. • 상품 구매자의 긍정적인 사용 후기를 제시하여 신뢰도를 높임.



제작 의도	질병 예방에 도움이 되는 올바른 손 씻기 방법에 관한 정보를 제공하고, 손 씻기를 생활화하도록 권장함.	손 세정제의 우수한 기능을 부각하여 소비자의 손 세정제 구매를 유도함.
-------	---	---

2. (나)에서 선택되거나 배제된 정보를 파악하고, **매체 자료를 볼 때 지녀야 할 태도('제작자가 어떤 정보를 선택하고 무엇을 뺐는지 살펴보는 태도가 필요해.'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)**를 생각해 보자.

(1) (나)의 광고 대상과 관련한 실제 정보를 찾아 쓰고, 어떤 정보가 선택되거나 배제되었는지 표시해 보자.

실제 정보	선택	배제
• 사용 중 부어오름, 가려움증 등의 이상이 있는 경우 사용을 중지해야 함. ('사용 중 발생할 수 있는 부작용은 소비자 입장에서 부정적으로 느껴질 수 있어 제외했다.'라는 적절한 선지가 출제될 수 있습니다.)		√
• 90.9% 항균 효과가 있어 유해 세균 번식을 억제함.	√	
• 고온 또는 저온의 장소 및 직사광선을 피해서 보관해야 함.		√
• 물과 한데 섞일 경우 펌프 작동이 안 될 수 있으므로 주의해야 함.		√

(2) (1)을 바탕으로 매체 자료를 볼 때 지녀야 할 태도를 말해 보자.

매체 자료는 사건, 쟁점, 인물 등을 표현하기 위해 특정 문구나 이미지 등을 선택하거나 배제한다. 따라서 매체 자료를 그대로 수용하기보다 제작자의 의도와 관점을 파악하여 매체 자료에서 의도적으로 편향된 정보를 제공하고 있지는 않은지, 자료가 사람들의 생각이나 행동에 어떠한 영향을 미칠지 등 그 안에 담긴 내용을 비판적으로 분석하는 태도가 필요하다.

2027
중2-1
비상(박현숙)

2027 중2-1 비상(박현숙) | 2(2) 매체 자료의 재현 방식 내신 암기

이 서적은 「저작권법」에 따라 보호됩니다. 본 자료의 무단 배포, 도용 시, 저작권법에 의거하여 책임을 질 수 있습니다.

암기용

1. 재현의 개념과 특성

재현	· 현실에 존재하는 대상이나 일어나는 현상을 매체를 통해 나타내는 것
특성	· 매체 자료에서 현실은 제작자의 의도와 관점에 따라 재구성되어 나타남. · 모든 매체 자료에는 제작자의 의도가 반영됨. · 제작자는 의도나 관점에 따라 특정 부분을 선택하거나 배제하는 방식으로 현실을 재현함.

2. '헌혈에 참여하자'라는 주제의 공익 광고 ①

이미지	혈액 백에 영상 재생 아이콘을 추가함.
문구	두 가지 의미로 사용된 단어인 '재생'을 반복·강조함. '재생'이라는 단어 앞에 '아름다운'이라는 말을 덧붙임.
특징	· 혈액 백에 영상 재생 아이콘을 추가하고, 두 가지 의미로 사용된 '재생'이라는 단어를 활용하여 헌혈의 가치와 필요성을 강조함. · 수혈이 필요한 위급 환자의 모습이나 헌혈 시 주의할 점 등의 정보는 배제하고, '아름다운'이라는 말을 사용하여 생명을 살리는 헌혈의 가치를 강조함.

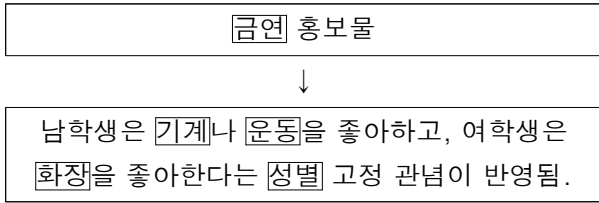
3. '헌혈에 참여하자'라는 주제의 공익 광고 ②

이미지	· 심장 박동 그래프를 반복적으로 제시함. · 수혈이 필요한 위급 환자의 모습을 제시함.
문구	· '수혈이 필요한 위급 환자'를 빨간색 글자로 강조함. · '살릴 수 있습니다.'라는 문구를 반복함.
특징	· 심장 박동 그래프와 수혈이 필요한 위급 환자의 모습을 제시하고, '수혈이 필요한 위급 환자'라는 문구를 강조하여 헌혈의 필요성을 강조함. · 헌혈을 하는 사람의 모습이나 헌혈 시 주의할 점 등의 정보는 배제하고, '살릴 수 있습니다.'라는 문구를 반복 제시하여 생명을 살리는 헌혈의 가치를 강조하고 헌혈 참여를 유도함.

4. 「처음만 힘들지」에 드러난 표현 방식과 의도

표현 방식	· 마음을 먼저 전하는 행동을 통해 변해지는 다양한 상황을 반복함. · '처음만 힘들지'라는 노랫말을 반복함.
의도나 관점	· 서로가 서로에게 마음을 전하는 따뜻한 사회를 만들자고 권유함.

5. 광고나 홍보물에 반영된 고정 관념



6. 기존 고정 관념의 변화

상처 치료제 광고	의류나 배달 애플리케이션 광고
어린이를 보살핌 이 필요한 수동적인 존재로 표현하지 않고, 스스로 실패 를 극복 하고 도전 하는 능동적인 존재로 표현함.	연장자 모델을 '나이 듦'을 부각 하는 역할이 아닌 ' 다양한 삶'을 추구 하는 역할로 인식함.

7. 공익 광고와 상업 광고

공익 광고	상업 광고
사회 문제 해결이나 공공의 이익 을 목적 으로 하는 광고.	소비자 에게 상품 이나 서비스에 관한 정보 를 널리 알려서 구매 를 유도하는 광고.

TEST 1단계

1. 재현의 개념과 특성

재현	<ul style="list-style-type: none"> □실에 존재하는 □상이나 일어나는 □상을 □체를 통해 나타내는 것
특성	<ul style="list-style-type: none"> 매체 자료에서 현실은 제작자의 □도와 □점에 따라 □구성되어 나타남. □든 매체 자료에는 제작자의 □도가 반영됨. 제작자는 의도나 관점에 따라 특정 부분을 □택하거나 □제하는 방식으로 현실을 재현함.

2. '헌혈에 참여하자'라는 주제의 공익 광고 ①

이미지	□액 백에 영상 □생 아이콘을 추가함.
문구	□ 가지 의미로 사용된 단어인 '□생'을 반복·강조함. '재생'이라는 □어 앞에 '□름다운'이라는 말을 덧붙임.
특징	<ul style="list-style-type: none"> 혈액 백에 영상 재생 □이콘을 추가하고, 두 가지 □미로 사용된 '재생'이라는 단어를 □용하여 헌혈의 □치와 □요성을 강조함. 수혈이 필요한 □급 환자의 모습이나 헌혈 시 □의할 점 등의 정보는 □제하고, '아름다운'이라는 말을 사용하여 □명을 살리는 헌혈의 □치를 강조함.

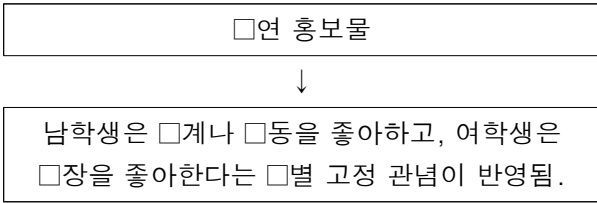
3. '헌혈에 참여하자'라는 주제의 공익 광고 ②

이미지	<ul style="list-style-type: none"> 심장 박동 □래프를 □복적으로 제시함. □혈이 필요한 위급 □자의 모습을 제시함.
문구	<ul style="list-style-type: none"> '수혈이 필요한 위급 환자'를 □간색 글자로 □조함. '□릴 수 있습니다.'라는 □구를 □복함.
특징	<ul style="list-style-type: none"> 심장 박동 □래프와 수혈이 필요한 위급 환자의 □습을 제시하고, '수혈이 필요한 위급 환자'라는 문구를 □조하여 헌혈의 □요성을 강조함. 헌혈을 하는 사람의 □습이나 헌혈 시 □의할 점 등의 정보는 □제하고, '살릴 수 있습니다.'라는 문구를 □복 제시하여 생명을 살리는 헌혈의 □치를 강조하고 헌혈 □여를 □도함.

4. 「처음만 힘들지」에 드러난 표현 방식과 의도

표현 방식	<ul style="list-style-type: none"> 마음을 먼저 전하는 행동을 통해 □화되는 다양한 □황을 반복함. '□음만 힘들지'라는 □랫말을 반복함.
의도나 관점	<ul style="list-style-type: none"> 서로가 □로에게 □음을 전하는 □뜻한 □회를 만들자고 □유함.

5. 광고나 홍보물에 반영된 고정 관념



6. 기존 고정 관념의 변화

상처 치료제 광고	의류나 배달 애플리케이션 광고
어린이를 □살핌이 필요한 □동적인 존재로 표현하지 않고, 스스로 □패를 □복하고 □전하는 □동적인 존재로 표현함.	□장자 모델을 ‘나이 듦’을 □각하는 역할이 아닌 ‘□양한 삶’을 □구하는 역할로 인식함.

7. 공익 광고와 상업 광고

공익 광고	상업 광고
□회 문제 해결이나 공익의 □익을 □적으로 하는 광고.	□비자에게 □품이나 서비스에 관한 □보를 널리 알려서 □매를 유도하는 광고.

TEST 2단계

1. 재현의 개념과 특성

재현	<ul style="list-style-type: none"> · [ㅎㅅ]에 존재하는 [ㄷㅅ]이나 일어나는 [ㅎㅅ]을 [ㄱㅈ]를 통해 나타내는 것
특성	<ul style="list-style-type: none"> · 매체 자료에서 현실은 제작자의 [ㅇ] [ㄷ]와 [ㄱㅈ]에 따라 [ㅈㅅ]가 되어 나타남. · [ㄱㅈ] 매체 자료에는 제작자의 [ㅇ] [ㄷ]가 반영됨. · 제작자는 의도나 관점에 따라 특정 부분을 [ㅅㅌ]하거나 [ㅂㅈ]하는 방식으로 현실을 재현함.

2. '헌혈에 참여하자'라는 주제의 공익 광고 ①

이미지	<ul style="list-style-type: none"> · [ㅎㅇ] 백에 영상 [ㅈㅅ] 아이콘을 추가함.
문구	<ul style="list-style-type: none"> · [ㄷ] 가지 의미로 사용된 단어인 [ㅈㅅ]을 반복·강조함. · '재생'이라는 [ㄷㅇ] 앞에 [ㅇㄹ] [ㄷㅇ]이라는 말을 덧붙임.
특징	<ul style="list-style-type: none"> · 혈액 백에 영상 재생 [ㅇㅇ]을 추가하고, 두 가지 [ㅇㅁ]로 사용된 '재생'이라는 단어를 [ㅎㅇ]하여 헌혈의 [ㄱㅈ]와 [표ㅇㅅ]을 강조함. · 수혈이 필요한 [ㅇㄱ] 환자의 모습이나 헌혈 시 [ㅈㅇㅎ] 점 등의 정보는 [ㅂㅈ]하고, '아름다운'이라는 말을 사용하여 [ㅅㅁ]을 살리는 헌혈의 [ㄱㅈ]를 강조함.

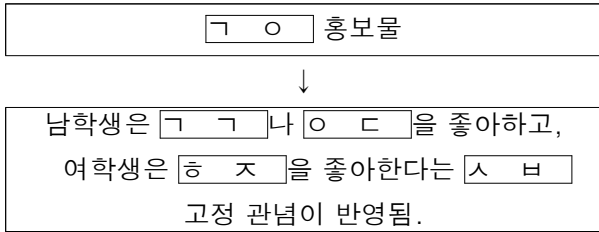
3. '헌혈에 참여하자'라는 주제의 공익 광고 ②

이미지	<ul style="list-style-type: none"> · 심장 박동 [ㄱㄹ표]를 [ㅂㅂ] [ㅈ]으로 제시함. · [ㅅㅎ]이 필요한 위급 [ㅎㅈ]의 모습을 제시함.
문구	<ul style="list-style-type: none"> · '수혈이 필요한 위급 환자'를 [ㅂㅈ] [ㅅ] 글자로 [ㄱㅈ]함. · '[ㅅㄹ] 수 있습니다.'라는 [ㄱㅈ]를 [ㅂㅂ]함.
특징	<ul style="list-style-type: none"> · 심장 박동 [ㄱㄹ표]와 수혈이 필요한 위급 환자의 [ㅁㅅ]을 제시하고, '수혈이 필요한 위급 환자'라는 문구를 [ㄱㅈ]하여 헌혈의 [표ㅇ] [ㅅ]을 강조함. · 헌혈을 하는 사람의 [ㅁㅅ]이나 헌혈 시 [ㅈㅇㅎ] 점 등의 정보는 [ㅂㅈ]하고, '살릴 수 있습니다.'라는 문구를 [ㅂㅂ] 제시하여 생명을 살리는 헌혈의 [ㄱㅈ]를 강조하고 헌혈 [ㅈㅇ]를 [ㅇㄷ]함.

4. 「처음만 힘들지」에 드러난 표현 방식과 의도

표현 방식	<ul style="list-style-type: none"> · 마음을 먼저 전하는 행동을 통해 [ㅂ] [ㅎ]되는 다양한 [ㅅㅎ]을 반복함. · '[ㅈㅇㅁ] 힘들지'라는 [ㄴㄹ] [ㅁ]을 반복함.
의도나 관점	<ul style="list-style-type: none"> · 서로가 [ㅅㄹ]에게 [ㅁㅇ]을 전하는 [ㅌㅌㅎ] [ㅅㅎ]를 만들자고 [ㄱㅇ]함.

5. 광고나 홍보물에 반영된 고정 관념



6. 기존 고정 관념의 변화

상처 치료제 광고	의류나 배달 애플리케이션 광고
어린이를 ㅂ ㅅ ㅍ 이 필요한 ㅅ ㄷ ㅈ 인 존재로 표현하지 않고, 스스로 ㅅ ㅍ 를 ㄱ ㅂ 하고 ㄷ ㅈ 하는 ㄴ ㄷ ㅈ 인 존재로 표현함.	○ ㅈ ㅈ 모델을 '나이 듦'을 ㅂ ㄱ 하는 역할이 아닌 'ㄷ ○ ㅎ ㅅ'을 ㅈ ㄱ 하는 역할로 인식함.

7. 공익 광고와 상업 광고

공익 광고	상업 광고
ㅅ ㅎ 문제 해결이나 공공의 ○ ○ 을 ㄱ ㅈ 으로 하는 광고.	ㅅ ㅂ ㅈ 에게 ㅅ ㅍ 이나 서비스에 관한 ㅈ ㅂ 를 널리 알려서 ㄱ ㄴ 를 유도하는 광고.

O / X 문제

【1~10】 ‘매체 자료의 재현 방식’ 단원에 대해 제시된 설명이 적절하면 O, 아니면 X를 선택하시오.

1. ‘재현’이란 현실에 존재하는 대상이나 현상을 매체를 통해 나타내는 것을 의미한다. ……… (O / X)

2. 매체 자료는 현실을 있는 그대로 보여주며, 제작자의 관점이나 의도는 반영되지 않는다. … (O / X)

3. 제작자는 자신의 의도에 따라 특정 부분을 선택하거나 배제하는 방식으로 현실을 재구성한다.
…………… (O / X)

4. 「처음만 힘들지」 광고는 따뜻한 마음을 전해 받은 사람이 또 다른 사람에게 마음을 전하게 된다는 점을 강조한다. …………… (O / X)

5. 남학생은 농구공을 들고 ‘얼리어답터’로, 여학생은 화장 도구를 들고 ‘예뻐 보이는 것’을 중요시하게 묘사한 홍보물은 성별 고정 관념이 반영된 사례이다.
…………… (O / X)

1. O 2. X 3. O 4. O 5. O

2027
중2-1
비상(박현숙)

2027 중2-1 비상(박현숙) | 2(2) 매체 자료의 재현 방식 복습 필기용 지문

이 서적은 「저작권법」에 따라 보호됩니다. 본 자료의 무단 배포, 도용 시, 저작권법에 의거하여 책임을 질 수 있습니다.

복습 필기용은 선생님들께서 수업을 하실 때 학습용으로 쓰실 수 있습니다. 또는 학생 여러분이 공부한 내용을 바탕으로 '나만의 필기'를 만들 수 있습니다. 스스로 공부하고 이해한 것을 적용하는 과정을 통해 자신의 이해를 점검하도록 하세요!

지문

1. 만화를 보고, 재현의 개념과 매체 자료를 통해 재현되는 현실의 특성을 알아보자.







• 만화의 내용을 바탕으로 '재현'의 개념을 써 보자.

• 매체 자료를 통해 재현되는 현실의 특성을 써 보자.

2. (가), (나)에서 선택되거나 배제된 부분을 찾고, 매체 자료의 재현 방식을 이해해 보자.



(1) (가), (나)의 공통 주제를 파악하고, 표현 방식을 각각 정리해 보자.

공통 주제:	
(가)	(나)
이미지:	이미지: • 심장 박동 그래프를 반복적으로 제시함.
문구: • 두 가지 의미로 사용된 단어인 '()'을/ 를 반복·강조함.	문구: • '수혈이 필요한 위급 환자'를 빨간색 글자로 강조함.

(2) (가), (나)에서는 주제를 드러내기 위해 각각 어떤 자료를 선택하고 배제하였는지 표시해 보자.

제시할 수 있는 자료	(가)		(나)	
	선택	배제	선택	배제
혈액 백의 이미지				
헌혈을 하는 사람의 모습				
수혈이 필요한 위급 환자의 모습				
헌혈이 생명을 살리는 일이라는 정보				
헌혈 시 주의할 점에 관한 정보				

(3) (1)과 (2)를 바탕으로 (가), (나)의 재현 방식이 주는 효과를 파악해 보자.

(가):

(나):

3. 다음 광고에 사용된 표현 방식을 분석하고, 제작자의 의도와 관점을 파악해 보자.



♪ 먼저 마음을 전하면 모두의 하루가 따뜻해질 겁니다.

-「한국 방송 광고 진흥 공사」, 2023.

(1) 이 광고의 ① ~ ⑥ 장면을 다음과 같이 나누어 사용된 표현 방식을 정리해 보자.

	앞부분 (①, ②, ③)	뒷부분(④, ⑤, ⑥)
이미지	엘리베이터 안에서 스마트폰만 하는 학생에게 이웃이 먼저 인사를 건넨.	학생이 이웃에게 ().
	키오스크 앞에서 주문을 어려워하는 할머니에게 ().	할머니가 도움을 준 사람에게 고맙다는 말을 전하고, 함께 밝게 웃음.
노랫말	택배를 전달해 주는 배달원에게 ().	배달원이 경비원에게 ().
	‘()’(이)라는 노랫말을 반복함.	한 번 시작하고 나면 그다음부터는 어렵지 않다는 내용의 노랫말을 사용함.

(2) 다음 장면을 바탕으로 제작자가 이 광고에서 강조하려는 내용을 추측해 보자.



(3) (1), (2)를 바탕으로 이 광고에 반영된 제작자의 의도와 관점을 파악해 보자.

제작자의 의도와 관점:

4. 다음 홍보물에 반영된 고정 관념을 찾아 분석해 보자. 그리고 최근 매체 자료에서 나타나는 고정 관념의 변화를 살펴보자.



-「국가금연 지원 센터」, 2020.

(1) 홍보물에 나오는 대상과 홍보물에서 재현된 대상의 특성을 써 보자.

홍보물에 나오는 대상	홍보물에서 재현된 대상의 특성
남학생	<ul style="list-style-type: none"> • 농구공을 들고 있음. • 자신을 '얼리어답터'라고 소개함.

(2) 홍보물에 반영된 특정 집단에 대한 고정 관념을 파악해 보자.

(3) 다음 기사를 참고하여 최근 매체 자료에서 기존의 고정 관념이 어떻게 변화하고 있는지 살펴보고, 고정 관념의 변화가 나타나는 또 다른 광고를 찾아보자.

<p style="text-align: center;">광고 속 어린이 '고정 관념, 지지 않아!'</p> <p>한 상처 치료제 광고가 어린이에 관한 고정 관념을 깨 화제이다. 2021년 광고에는 다쳐서 주저앉아 우는 어린이가 없고, 아이가 넘어지거나 다칠까 봐 걱정스럽게 바라보는 부모도 없다. 대신 실패해도 다시 도전하는 어린이가 등장한다. 이들은 "상처, 지지 않아"라고 외치며 각자의 도전에 맞선다.</p> <p style="text-align: right;">- 『한겨레신문』, 2021. 5. 25.</p>	<p style="text-align: center;">광고계에서 연장자 모델의 인식 변화</p> <p>그동안 연장자 모델은 주로 건강식품 광고 등에서 '나이 듦'을 부각하는 역할을 맡았다. 그러나 최근에는 젊은 층이 이용하는 의류나 배달 애플리케이션 광고에도 출연하기 시작했다. 소비자가 연령에 상관없이 다양한 삶을 추구하면서 광고계도 연령에 따른 고정 관념에서 벗어나고 있다.</p> <p style="text-align: right;">- 『에이피(AP)신문』, 2020. 6. 2.</p>
--	--

[적용학습]

1. (가), (나)에 사용된 표현 방식을 분석하고, 제작 의도를 비교해 보자.



	(가)	(나)
내용	올바른 손 씻기 방법	
표현 방식	• 손을 비누로 30초 이상 비벼 씻자는 내용을 ‘비비삼’이라는 줄임말로 표현함.	
제작 의도		

2. (나)에서 선택되거나 배제된 정보를 파악하고, 매체 자료를 볼 때 지녀야 할 태도를 생각해 보자.

(1) (나)의 광고 대상과 관련한 실제 정보를 찾아 쓰고, 어떤 정보가 선택되거나 배제되었는지 표시해 보자.

실제 정보	선택	배제
• 사용 중 부어오름, 가려움증 등의 이상이 있는 경우 사용을 중지해야 함.		

(2) (1)을 바탕으로 매체 자료를 볼 때 지녀야 할 태도를 말해 보자.

핵심 정리