

제 90 회 석사학위작품

지도교수 김 영 수

‘파리 크라상’ 제과점 캠페인 광고사진 제작

- 인간의 情을 주제로 -

중앙대학교 대학원

사진학과 광고사진 전공

정 유 선

1998년 12월

제 90 회 석사학위작품

지도교수 김 영 수

‘파리 크라상’ 제과점 캠페인 광고사진 제작

- 인간의 情을 주제로 -

중앙대학교 대학원

사진학과 광고사진 전공

정 유 선

1998년 12월

‘파리크라상’ 제과점 캠페인 광고사진 제작

- 인간의 情을 중심으로 -

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함.

1998년 12월

중앙대학교 대학원

사진학과 광고사진 전공

정 유 선

정유선의 석사학위 논문을 인정함.

심사위원장 \_\_\_\_\_인

심사위원 \_\_\_\_\_인

심사위원 \_\_\_\_\_인

중앙대학교 대학원

사진학과 광고사진 전공

정 유 선

1998년 12월

## 목 차

I . 작품 제작의 개요 -----	1
II . 작품의 컨셉(CONCEPT)구성 -----	3
A. 자료 조사 -----	3
1. 제과점의 기존 광고-----	3
2. 파리 크라상 소비자 계층의 특성-----	3
B. 작품 제작 동기-----	4
C. 작품 구성 -----	5
III . 작품 촬영 -----	6
A . sill-life 작품 01 - 10 -----	6
B . 인간의 정을 이용한 작품 11 - 20 -----	16
IV . 작품제작의 결과 및 제언 -----	28
초록 -----	29
도판 -----	31

## 1. 작품제작의 개요

광고란 공급자가 수요자에게 팔고자 하는 제품을 직접 혹은 간접적으로 알리는 수단으로 먼저 소비자의 시선을 집중시키고 그 제품에 대해 우호적인 감정이 들도록 해서 결과적으로 제품을 구입하도록 하는 것이다.

현대의 광고는 단순한 정보 전달의 차원을 넘어서 구매자의 마음을 움직이기 위해 다양한 노력을 하고 있지만 광고의 홍수 시대에 살고 있는 소비자들은 많이 식상해 하고 무감각해져 있어서 강한 메시지가 아니면 별 관심이 없다 .

그러나 동서양을 막론하고 시대의 흐름에도 변하지 않고 그 강한 힘으로 꾸준히 광고의 소재로 이용되는 것이 있는데 바로 사람 사이의 따뜻한 감정을 사용한 광고이다 . 따라서 이번 작업은 그런 감정 중 하나인 情을 가지고 제작해 보았다.

감정을 통해서 효과적 광고를 할 수 있는 제품으로는 서로 나눠 먹을 수 있으며 따뜻한 느낌이 드는 빵을 소재로 채택했는데 초기에는 비록 서구의 음식이었으나 지금은 이미 우리 일상생활에 들어와 밀접한 관계를 가지고 있으므로 情이란 컨셉을 가지고 표현하기에 적당하다고 생각되었다.

본 작업은 임의로 하나의 기업 즉, ‘파리 크라상’이란 상호를 가진 제과회사를 선정하여서 기존의 광고와 소비자계층의 특성을 파악한 후 반영하여 잡지와 포스터용의 캠페인 광고를 제작한 것이다.

표현 방법으로는 우리 생활에 존재하며 소중하게 생각되는 상황을 설정하여 인간사이에 흐르는 정을 보여줌으로서 소비자의 감성에 호소하여 브랜드 이미지를 소비자에게 기억시키는 것을 택했다.

사진의 현실감을 위해서 자연스러운 상황이 되도록 연출하였고 원하는 이미지를 만들기 위해서 컨셉 설정부터 시안작업 , 모델 캐스팅 , 장소헌팅 , 세트제작 , 메이크업 , 조명 등 모든 상황을 관리하였으며 사진 촬영뿐만 아니라 사진에 어울리는 카피와 잡지광고에 어울리는 디자인도 만들어 보았다 .

잡지를 통해서 이 캠페인 광고를 본 소비자들이 ‘파리 크라상’ 제과점을 가족과 이웃 같은 친숙하고 편안한 제과점으로 여기고 다른 제과점과 다르게 인식했으면 하는 바람을 가져본다.

## II. 작품의 컨셉 (CONCEPT) 구성

### A. 자료조사

#### 1. 제과업계의 기존 광고

파리 크라상 뿐만 아니라 국내의 거의 모든 제과점은 잡지 매체를 위한 영상물의 제작이 거의 없는 형편이었다. 그것은 빵이란 제품 자체가 우리 나라 고유의 음식 방법이 아니므로 기업은 제품의 연구 개발에 힘썼지 제과점 자체를 알리기 위한 광고에는 많은 투자를 하지는 않았기 때문이었다. 그러나 점차 소비자의 미각이 서구화 되어가고 많은 제과점이 생기기 시작하므로 브랜드의 차별화를 위해 그나마 투자한 부분이 TV를 위한 영상물의 제작이었다. 잡지광고의 경우에는 별도 제작이 거의 없는 편이고 제품 위주의 사진이 거의 전부라고 할 수 있다. 뿐만 아니라 광고가 실리는 잡지도 협력사인 제과위주의 잡지일 뿐 일반 잡지의 광고는 거의 없다고 볼 수 있다.

#### 2. 파리크라상 소비자 계층의 특성

파리 크라상 제과점이 자체적으로 조사한 ‘파리 크라상 TV-CF 설문 결과 보고서’에 따르면 파리 크라상의 인지도가 파리 크라상 > 크라운 베이커리> 고려당의 순으로 특히 경쟁사에 비해 여성과 30대 이하의 연령층에서 상대적으로 높은 인지율을 보이고 있는 것으로 보인다.



## B. 작품 제작

기존에 나와 있는 제과점의 잡지 광고의 경우 제품 위주의 광고이거나 특정 인물을 내세워 이미지화 하는 광고가 대부분 이었다. 그것도 CF용으로 이미 제작된 영상물에서 적당히 한 두 컷을 골라 사용했다. 제과점 중에서도 파리 크라상의 경우 특정 인물 위주의 광고를 하여 차별화를 시도하기도 했으며 다른 제과점과 차별화 되는 고급화와 밝은 이미지를 중점으로 하기는 했으나 케이크나 바게트 같은 특정한 제품 위주의 광고였다.

그것은 특정인을 위주로 한 광고는 그 인물의 선호도가 판매에 영향을 미친다는 점과 제과점에 들어 가야지만 제품을 알 수 있다는 단점이 있다.

빵이란 제품이 끼니 대용의 식품에서 벗어나 맛과 모양을 따지는 제품으로 대접받고 있고 어느 특정인이 선택하는 제품이 아니라 연령에서부터 문화수준까지 다양한 인물들이 소비자가 될 수 있는 것이므로 누구나 공감할 수 있으면서 무엇인가 특별한 느낌이 드는 광고를 만들어야겠다는 것에 주안점을 두어서 평범한 사람들의 친밀한 감정을 특별한 기억과 함께 보여주는데 방향 설정을 하였다. 그리고 일반 잡지에 제과점의 광고가 거의 없다는 것도 차별화의 한 방법으로 생각하였으나 자칫 한 장의 사진으로는 강한 인상을 심어 주는데 무리가 따를 수도 있다는 생각에 캠페인 사진으로 계절감을 고려하여 잡지에 통일된 포맷으로 내보낼 수 있는 사진을 구상하였다.

## C. 작품 구성

먼저 도록의 앞 10 page는 제품 위주의 직접 촬영한 사진을 싣고 그 뒤 10 page는 인간의 情을 중심으로 직접 촬영한 사진을 싣어서 비교가 되도록 하였다.

우리가 일반적으로 소중히 간직 할 추억이 될 만한 상황들을 임의로 선정하여 그 이미지에 맞는 보통 사람의 모델을 선택하고 의상이나 , 배경 등 브랜드의 이미지에 맞도록 했으며 인간적인 情을 느낄 수 있는 사진이 되도록 연출하였다. 그리고 작품 하나 하나에 특정 제품을 간접적으로 삽입하여 제품의 선전도 되도록 구성하였다.

### 사용되어진 제품의 목록

후르츠 캔디	바게트
샤를롯트 쇼트	팔빙수
핫 소세지 페스츰리	우유 식빵
치즈 스틱 페스츰리	쿠키초코 케이크
후르츠 페스츰리	발렌타인
후렌치 바게트	아이스바
마일드 파이	파니니 샌드위치
모나카	치즈 스틱 페스츰리
후리앙 쿠키	마른빵
초코 프레 생크림	

### III. 작품 촬영

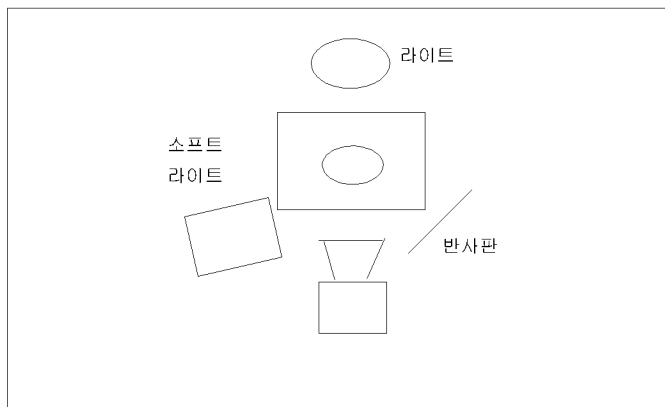
#### A. still - life 작품 01 - 10

번호 : 작품 01. 후르츠 캔디

배경 : 달콤하고 부드러운 느낌이 들도록 흰색과 파스텔 색조의 별과 달이 그려진 배경을 구했다.

소품 : 별과 달이 그려진 위에 하얀 눈 모양의 물감이 뿌려진 망사

촬영장비와 조명 : SINAR F , SCHNEIDER APO-SYMMAR 210mm f 5.6  
Manfrotto Tripod 075 , MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 4803CX, POLAROID ,Reflect  
10 GRID, 20 GRID ,WAFER SOFT BOX(L)  
KODAK E100S 4x5 FILM,  
FUJI INSTANT FILM FP-100C 45

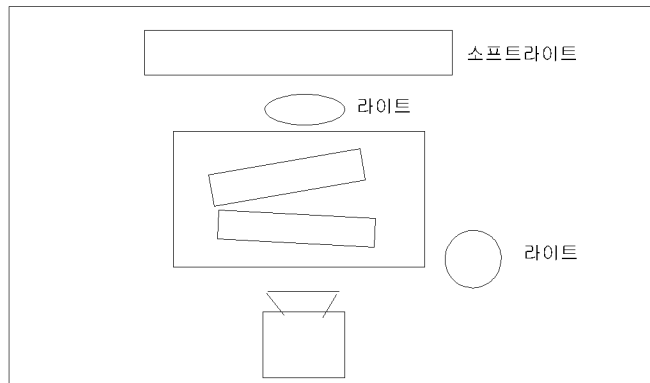


번호 : 작품 02 . 샤를롯트 쇼트

배경 : 깨끗하고 청결한 느낌이 드는 제과점의 진열대가 떠오르도록 했으며  
뒷배경은 화이트 분위기가 되도록 했다.

소품 : 유리 2장

촬영장비와 조명 : SINAR F , SCHNEIDER APO-SYMMAR 210mm f 5.6  
Manfrotto Tripod 075 , MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 4803CX, POLAROID  
10 GRID, 20 GRID ,WAFER SOFT BOX(L)  
KODAK E100S 4x5 FILM,  
FUJI INSTANT FILM FP-100C 45

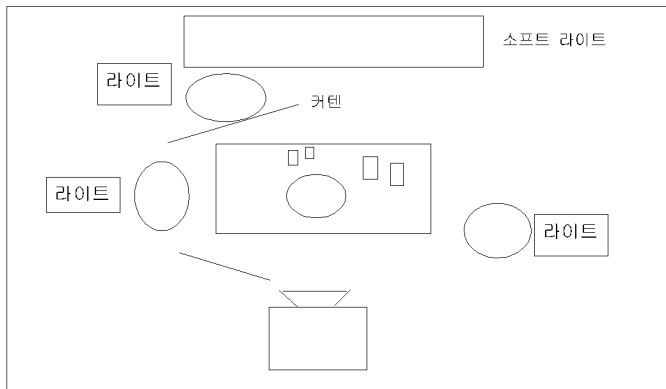


번호 : 작품 03. 핫 쓰세지 페스츄리

배경 : 아침 분위기가 나도록 했으며 고급화를 위하여 소품과 조명에 신경을 썼다.

소품 : 흰 식탁보 , 유리잔 2개 , 양념그릇 2개 , 하얀 접시

촬영장비와 조명 : SINAR F , SCHNEIDER APO-SYMMAR 210mm f 5.6  
Manfrotto Tripod 075 , MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 4803CX, POLAROID , Reflect  
10 GRID, 20 GRID ,WAFER SOFT BOX(L)  
KODAK E100S 4x5 FILM,  
FUJI INSTANT FILM FP-100C 45

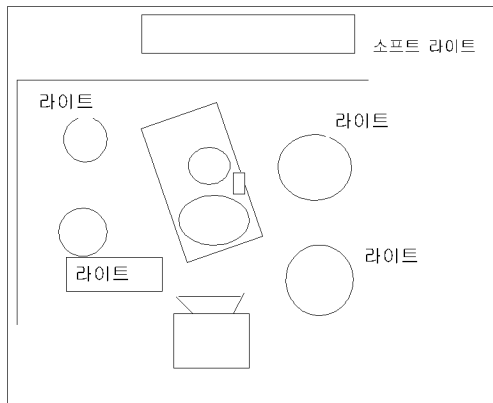


번호 : 작품 04 . 치즈 스틱 페스츰리

배경 : 한가로운 여유시간의 모임 분위기가 나도록 했으며 여름 분위기가 나도록 조명을 사용했다.

소품 : 투명한 유리 그릇 2개 , 같은 색깔의 투명 꽃병 , 장식용 식물

촬영장비와 조명 : SINAR F , SCHNEIDER APO-SYMMAR 210mm f 5.6  
Manfrotto Tripod 075 , MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 4803CX, POLAROID  
10 GRID, 20 GRID ,WAFER SOFT BOX(L)  
KODAK E100S 4x5 FILM,  
FUJI INSTANT FILM FP-100C 45

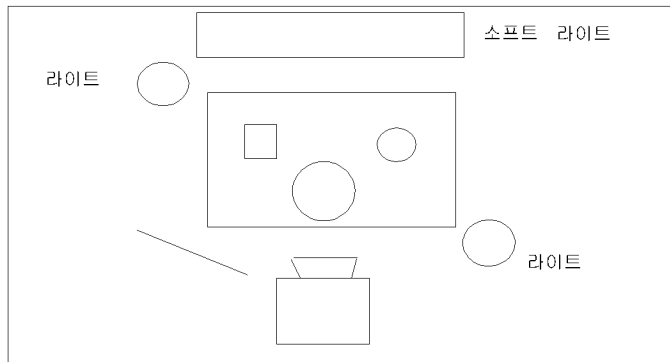


번호 : 작품 05 . 후르츠 페스츰리

배경 : 따뜻한 분위기의 티파티가 생각나도록 했다.

소품 : 노란 체크무늬 접시, 노란 체크무늬 찻잔 , 투명한 꽃병 , 노란꽃 , 노란 색종이 , 식탁보

촬영장비와 조명 : SINAR F , SCHNEIDER APO-SYMMAR 210mm f 5.6  
Manfrotto Tripod 075 , MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 4803CX, POLAROID, Reflect  
10 GRID, 20 GRID ,WAFER SOFT BOX(L)  
KODAK E100S 4x5 FILM,  
FUJI INSTANT FILM FP-100C 45

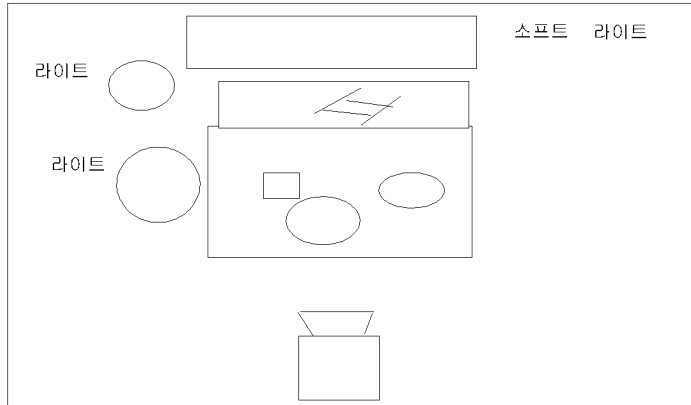


번호 : 작품 06 . 후렌치 바케트

배경 : 아침 식사를 준비하는 식탁위 분위기

소품 : 타일 , 도마 , 나무판 , 빵칼 , 접시 , 접시 보관대 , 찻잔 , 그릇 , 과일과 야채

촬영장비와 조명 : SINAR F , SCHNEIDER APO-SYMMAR 210mm f 5.6  
Manfrotto Tripod 075 , MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 4803CX, POLAROID  
10 GRID, 20 GRID ,WAFER SOFT BOX(L)  
KODAK E100S 4x5 FILM,  
FUJI INSTANT FILM FP-100C 45



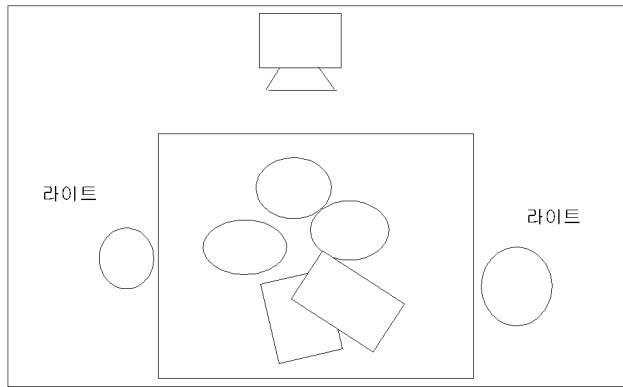


번호 : 작품 07 . 마일드 파이 , 애플 파이 , 소세지 페스츄리

배경 : 피크닉 준비

소품 : 접시 3개 , 도시락통 2개

촬영장비와 조명 : SINAR F , SCHNEIDER APO-SYMMAR 210mm f 5.6  
Manfrotto Tripod 075 , MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 4803CX, POLAROID  
10 GRID, 20 GRID ,WAFER SOFT BOX(L)  
KODAK E100S 4x5 FILM,  
FUJI INSTANT FILM FP-100C 45

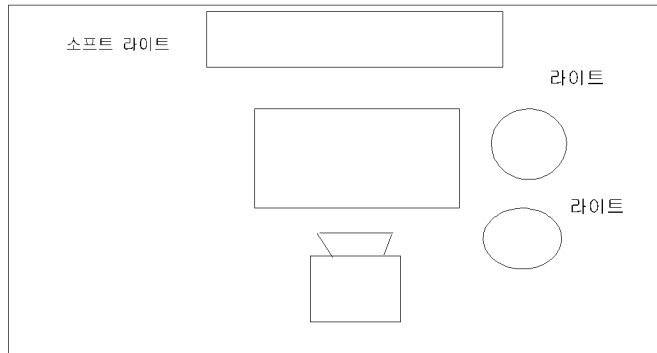


번호 : 작품 08 . 모나카

배경 : 한국 전통 분위기

소품 : 동양 문양의 상자 2개 , 접시 1개 , 복주머니 5개 , 찻잔 , 치자 나무가지

촬영장비와 조명 : SINAR F , SCHNEIDER APO-SYMMAR 210mm f 5.6  
Manfrotto Tripod 075 , MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 4803CX, POLAROID  
10 GRID, 20 GRID ,WAFER SOFT BOX(L)  
KODAK E100S 4x5 FILM,  
FUJI INSTANT FILM FP-100C 45

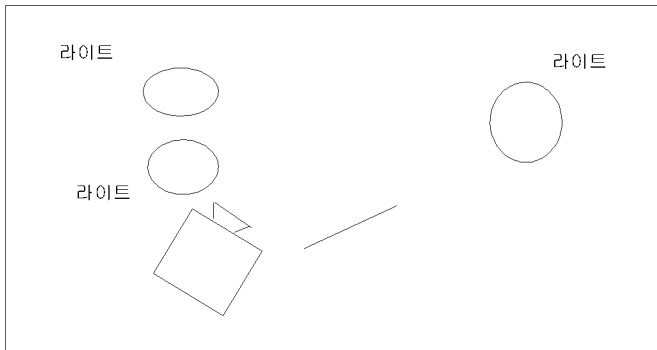


번호 : 작품 09 . 후리앙 쿠키 , 청크 쿠키 , RCT-3

배경 : 파티분위기

소품 : 노란색 식탁보 , 파스텔 접시 , 선물 상자 , 장식용 병

촬영장비와 조명 : SINAR F , SCHNEIDER APO-SYMMAR 210mm f 5.6  
Manfrotto Tripod 075 , MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 4803CX, POLAROID ,Reflect  
10 GRID, 20 GRID ,WAFER SOFT BOX(L)  
KODAK E100S 4x5 FILM,  
FUJI INSTANT FILM FP-100C 45

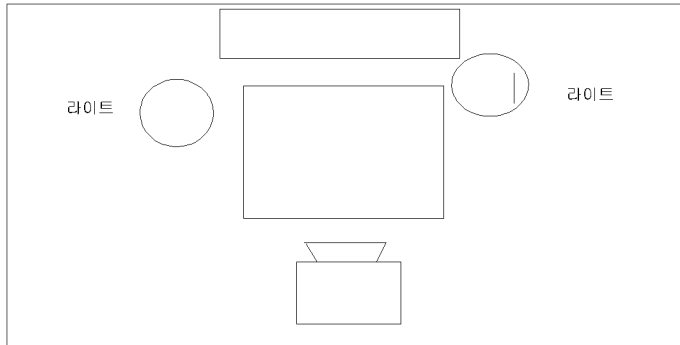


번호 : 작품 10 . 초코 프레 생크림

배경 : 빵을 만드는 전통적 유럽 부엌

소품 : 짙은 다갈색의 나무 바닥판 , 장식용 보리

촬영장비와 조명 :SINAR F , SCHNEIDER APO-SYMMAR 210mm f 5.6  
Manfrotto Tripod 075 , MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 4803CX, POLAROID  
10 GRID, 20 GRID ,WAFER SOFT BOX(L)  
KODAK E100S 4x5 FILM,  
FUJI INSTANT FILM FP-100C 45



## B. 인간의 情을 이용한 작품 11 - 20

번호 :작품 11. 바케트

concept : 부부 사이의 정

내용 : 40대의 부부가 모처럼 휴일을 맞아 부부끼리의 시간을 갖기위해 공원으로 피크닉을 나왔다.

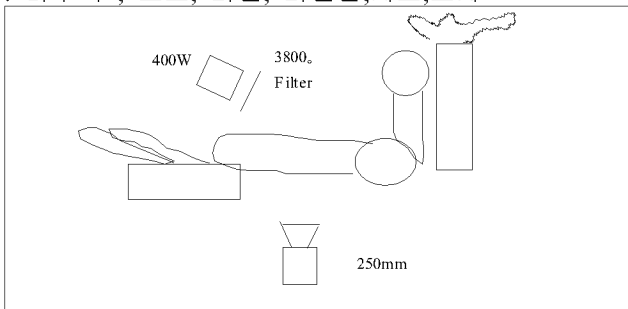
카피 : 여보! 가을이구려.

모델 : 40대의 남 녀 각 1명

배경 : 낙엽이 있고 가을 냄새가 물씬 나는 서울 대공원의 한 장소를 헌팅한 후 따뜻한 느낌을 주기위해 오후 해지기 전에 촬영 , 가을 색깔과 인물의 입체성을 위해 인공광앞에 필터를 끼고 보조광으로 사용. 부부의 허물없는 정다움을 유도하기 위해 남자가 여자의 무릎을 베도록 유도했다.

제품 : 바케트 빵

소품 : 바구니 , 모포, 와인, 와인잔,치즈,모자



촬영 장비와 조명

:HASSELBLAD 503cx, Carl Zeiss Sonnar 5.6/250,  
Manfrotto Tripod 075, MINOLTA METER IVF  
dyna - lite UNI400JR, POLAROID,10 GRID  
KODAK E100S FILM,  
FUJI INSTANT COLOR FILM FP-100C

번호 :작품 12. 팔빙수

concept : 엄마와 아들의 정

내용 : 어린 아들과 엄마가 유치원에서 돌아오다가 아들이 팔빙수를 사달라고 해서 제과점에 들어갔다. 아들이 엄마도 먹으라고 해서 다이어트중인 엄마가 맛을 보는중

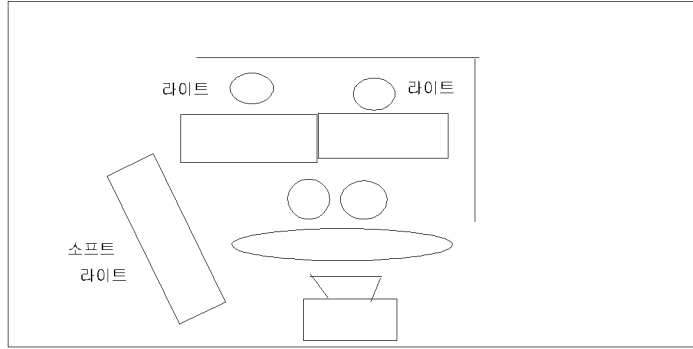
카피 : 엄마도 먹어봐 ! 맛있다

모델 : 5살 정도의 남자아이와 30대 초반의 여자

배경 : 제과점 분위기가 나도록 벽 2개와 선반을 마련하고 빵을 진열했다. 그리고 조명도 Top 조명에는 약간 붉은끼가 나도록 준비해서 선반 쪽은 따뜻한 느낌이 나도록 준비했으며 팔빙수가 녹지않도록 드라이아이스와 여분의 그릇을 준비하여 촬영 중간중간에 갈아주었다 . 엄마와 아들의 친밀감을 높이기 위해서 여유시간을 가지고 아이의 기분이 고조 될 수 있도록 노력했다.

제품 : 팔빙수

소 품 : 빵 , 테이블 , 의자2개 , 쟁반 , 빙수그릇 , 숟가락



촬영장비와 조명

: HASSELBLAD 503cx, Carl Zeiss Sonnar 5.6/250,  
Manfrotto Tripod 075, MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 4803CX, POLAROID  
10 GRID, 20 GRID ,WAFER SOFT BOX(L)  
KODAK E100S FILM,  
FUJI INSTANT COLOR FILM FP-100C

번호 :작품 13. 식빵

concept : 아버의 사랑

내 용 : 모처럼 일요일 아침에 아빠가 엄마와 사랑하는 딸을 위해 아침으로 간단한 식사를 준비해서 가족들을 기쁘게 한다.

카 피 : 아빠 ! 최고로 맛있어요.

모 델 : 30대의 남 녀 각 1명, 6-7살정도의 여자아이 1명

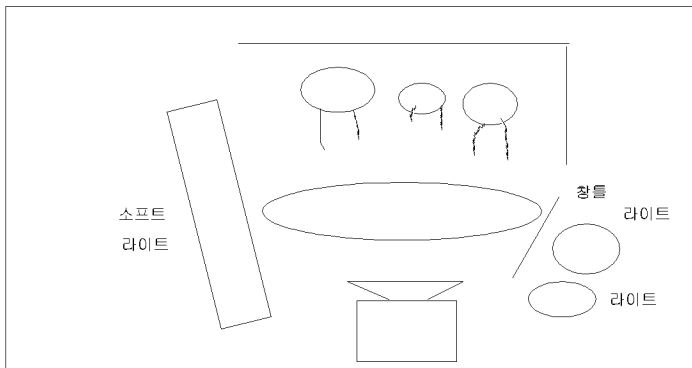
배 경 : 일요일 아침 주방의 느낌을 주기 위해 두벽을 만들고 식탁을 만들어서 가정 분위기를 유도했다. 그리고 세사람의 호흡을 맞추기 위해 1시간 정도의 놀이 시간을 가졌다.

제 품 : 식빵

소 품 : 액자2개 , 접시4개 , 우유잔 , 우유병 , 잼 , 토스트기 , 꽃병 , 꽃 , 식탁보 , 앞치마 , 나이프 , 파스텔톤 옷

촬영 장비와 조명

:HASSELBLAD 503cx, Carl Zeiss Sonnar 5.6/250,  
Manfrotto Tripod 075, MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 4803CX, POLAROID  
10 GRID, 20 GRID ,WAFER SOFT BOX(L)  
KODAK E100S FILM,  
FUJI INSTANT COLOR FILM FP-100C





번호 :작품 14. 생크림 케익

concept : 꼬마들의 순수한 감정

내용 : 꼬마들의 생일 파티에서 주인공 남자아이가 두명의 여자아이에게 동시에 뽀뽀를 받고 당황하고 있다.

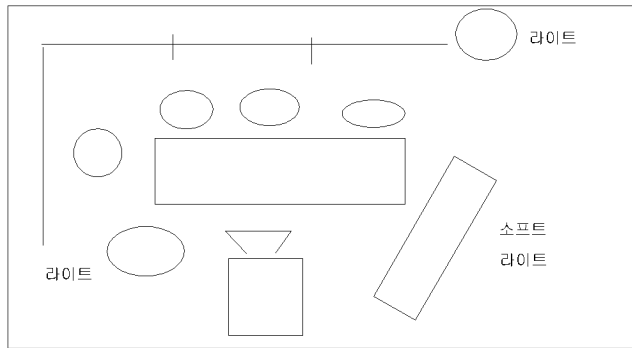
카피 : 넌 내가 짝었어 (상윤아 나랑 결혼해야해 )

모델 :5-6살 정도의 여자아이 2명 , 5-6살 정도의 남자아이 2명

배경 : 밝고 화사한 분위기를 내기 위해서 벽 2개중 하나는 창을 만들어서 설치 하고 벽은 흰색으로 칠했다.  
그리고 파티 분위기를 만들기 위해 생일용 장식품으로 치장했다.

제품 : 과자가 장식된 어린이용 생크림 케익

소품 : 어린이용 종이 식탁보,풍선,접시,과자,과일,꼬갈모자, 스티커 , 생일 카드 ,선물용 포장,인형



촬영 장비와 조명

:HASSELBLAD 503cx, Carl Zeiss Sonnar 4/150  
Manfrotto Tripod 075, MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, 10 GRID, 20 GRID  
Tungsten Light 500W  
KODAK E100S FILM,  
FUJI INSTANT COLOR FILM FP-100C

번호 : 작품 15. 발렌타인

concept : 노부부 사이의 사랑

내용 : 70대의 노부부가 그동안 표현하지 못했던 사랑을 마침 돌아온 발렌타인 데이에 하트 모양의 선물을함으로서 표현

카피 : 여보, 이번엔 꼭 챙겨드리고 싶었어요.

모델 : 60대 후반 여자, 70대 초반 남자

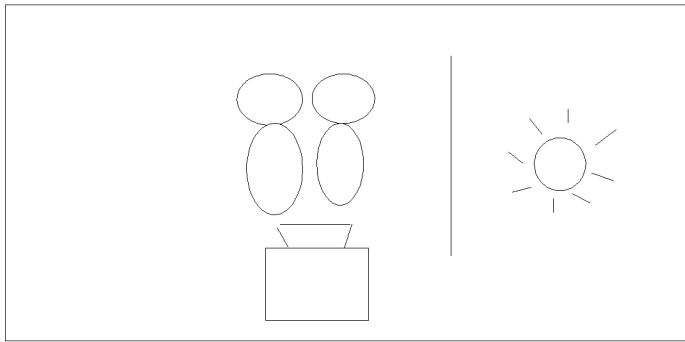
배경 : 두인물의 주거환경을 간접적으로 표현하기위해 가족 쇼파가 포커스 아웃되도록 했으며 주광과 텅스텐 형광등 불빛이 조화를 이루도록 했다.

제품 : 발렌타인 선물용 사탕

소 품 : 밝은색의 옷

촬영 장비와 조명

:HASSELBLAD 503cx, Carl Zeiss Sonnar 5.6/250,  
Manfrotto Tripod 075, MINOLTA METER IVF  
KODAK E100S FILM,  
FUJI INSTANT COLOR FILM FP-100C



번호 :작품 16. 아이스바

concept : 젊은 연인사이의 감정

내용 :20대 후반의 남녀가 맑은날 여름에 자전거 하이킹을 나와서 달리다가

더워서 근처 제과점에서 아이스바를 사서 먹다가 장난을 치는 모습

카 피 : 하하하! 호호호! 빨리와요

모 델 : 20대 후반의 남 녀 각 1명

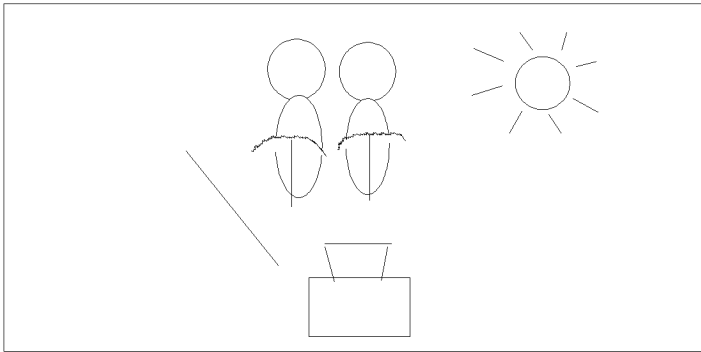
배 경 : 녹음이 우거지고 햇볕이 잘 드는 곳을 선택하여 즐거운 분위기가 되도록 했다.

제 품 : 아이스바

소 품 : 자전거 2대, 스포츠웨어

촬영 장비와 조명

:HASSELBLAD 503cx, Carl Zeiss Sonnar 5.6/250,  
Manfrotto Tripod 075, MINOLTA METER IVF  
Reflector  
KODAK E100S FILM,  
FUJI INSTANT COLOR FILM FP-100C



번호 :작품 17. 파니니 샌드위치

concept : 부자간의 정

내용 : 휴일을 맞아 아버지가 아들과 좋아하는 야구팀을 응원하기 위해 어머니가 준비해준 샌드위치를 가지고 야구장에 왔다.

캐릭터 : 아빠와 나는 영원한 친구

모델 : 40대의 남 1명,초등학교 4-5학년정도의 아들

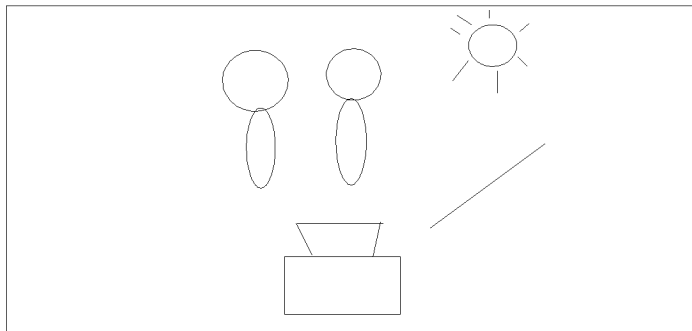
배경 : 야구장 분위기가 잘 보이도록 응원단이 많이 보이는 곳으로 자리를 잡았다.

제품 : 파니니 샌드위치

소품 : 스포티한 옷

촬영 장비와 조명

:HASSELBLAD 503cx, Carl Zeiss Distagon 4/50  
Manfrotto Tripod 075, MINOLTA METER IVF  
Metz 45CL-4 , Reflector  
KODAK E100S FILM,  
FUJI INSTANT COLOR FILM FP-100C



번호 :작품 18. 치즈 페스츰리

concept : 아이와 가족같은 강아지의 정

내용 : 공원에서 귀여워하는 강아지와 놀던 꼬마가 자신이 좋아하는 빵을 먹으려는데 강아지가 자꾸 달라고 해서 곤란해하고 있다.

카피 : 왈왈왈 !

모델 : 6살 정도의 여자아이와 귀여운 강아지

배경 : 밝고 건강해보이기 위해서 햇볕이 잘드는 공원 벤치를 선택했다.

제품 : 치즈 페스츰리

소품 : 발랄한 옷 ,방울

촬영 장비와 조명

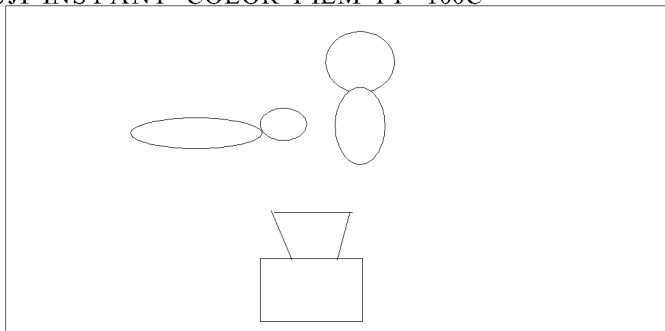
:HASSELBLAD 503cx, Carl Zeiss Sonnar 5.6/250

Manfrotto Tripod 075, MINOLTA METER IVF

Metz 45CL-4 , Reflector

KODAK E100S FILM,

FUJI INSTANT COLOR FILM FP-100C



번호 :작품 19. 마론빵

concept : 부자간의 정

내용 : 휴일을 맞아 아버지가 아들과 경치가 좋은 낚시터로 바람을 쐬러 나와서 낚시를 하며 출출해 하는 귀여운 아들에게 올 때 준비해온 빵을 나눠 먹는다.

카피 : 아빠 다음에도 꼭 데리고와 -

모델 : 40대의 남 1명,초등학교 1학년정도의 아들

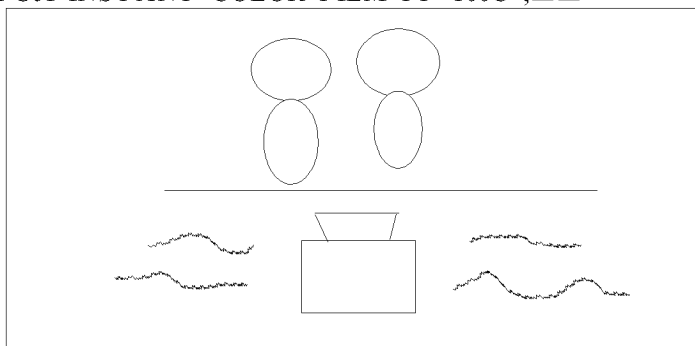
배경 : 자연의 아름다움이 잘나타나는 낚시터

제품 : 파니니 샌드위치

소품 : 의자, 낚시도구,보온병, 따뜻한 외출복 ,

촬영 장비와 조명

:HASSELBLAD 503cx, Carl Zeiss Sonnar 4/150  
Manfrotto Tripod 075, MINOLTA METER IVF  
Metz 45cl-4 , Reflector  
KODAK E100S FILM,  
FUJI INSTANT COLOR FILM FP-100C ,보트



번호 :작품 20. 치즈 스틱

concept : 10대들의 장난끼 있는 우정

내용 : 친구사이인 고등학생들이 추억이 될만한 사진을 찍으면서 킁킁대고 있다.

카피 : 야! 이발을 먹으면 어떡해 !!

모델 :고등학교 1-2학년 정도의 남학생2명 여학생1명

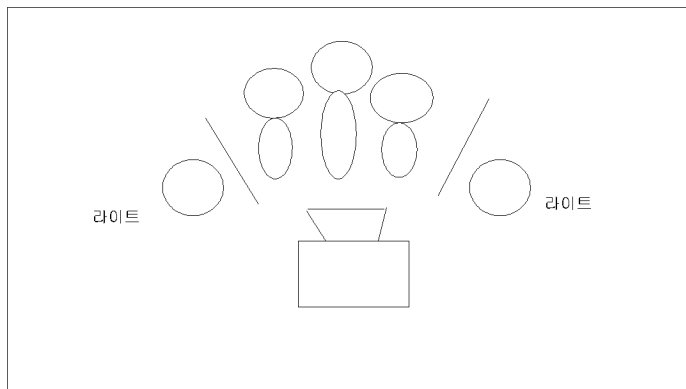
배경 : 재미있는 장면을 연출하기 위해 드라큐라 분장을 준비했다.

제품 : 치즈 스틱

소품 : 드라큘라 망토 3개 , 무스

촬영 장비와 조명

:HASSELBLAD 503cx, Carl Zeiss Distagon 4/50  
Manfrotto Tripod 075, MINOLTA METER IVF  
SPEEDTRON2403C, umbrella 2개  
KODAK E100S FILM,  
FUJI INSTANT COLOR FILM FP-100C





## IV. 작품 제작의 결과 및 제언

광고를 제작 할 때는 광고하고자 하는 회사의 의도와 그것을 바라보는 소비자의 입장을 잘 고려해야하는 것이 사진가의 기본 입장이다.

나는 가능한한 그 자리에 서서 좋은 광고를 만들어 보려고 했으나 현실적으로 제과점 광고의 경우 잡지 광고는 별로 하지 않는다는 관례와 그래서 어쩌다 광고를 해도 단일 광고물의 장점을 충분히 고려한 것이 아니기 때문에 별로 효과를 기대하기란 어려운 실정이므로 자체적으로 회사에 제시할 수 있는 새로운 광고를 만들어 보았다.

이번 광고물 시리즈를 만들면서 깨달은 것은 인물을 이용한 광고를 만들 때는 생각보다도 준비 시간이 많이 든다는 것과 사진에서 흔히 말하는 결정적 순간이 절대적으로 필요하다는 것이다. 인물 캐스팅의 경우 보통 사람의 이미지를 가지고 있으면서도 제과점의 수준과 맞는 , 즉 제품을 소비하는 소비자의 수준과 같고 그러면서도 제품을 다른 제과 회사와 차별화 시킬 수 있는 모델을 선택해야 했고 장소의 헌팅에도 시간이 많이 걸렸는데 이것은 평소에 좋은 장소를 스냅으로 촬영해 두는 것이 많은 도움이 될 것이다. 그리고 자연광의 경우 적절한 라이팅이 중요한데 이것은 주로 해지기 30분 전의 골든 타임을 이용하거나 필터를 이용하여 해결했다. 촬영자에게는 준비 기간이 촬영시간 만큼 중요하다는 것을 절실히 느꼈다. 좋은 광고란 많은 자료조사가 선행되어야 하며 충분한 시간 투자가 되어야 한다는 생각이 들었다.. 다음 촬영자에게도 도움이 되었으면 좋겠다.

## ABSTRACT

Chung , Yoo-Sun  
Major in Advertisement Photography  
Department of Photography  
Graduate school of Chung Ang University

Although there are a lot of advertisements , there is no exact measuring of their effects, and even if the effects would be predictable , the results do not turn out to be always right.

We always try to make the best advertisements and this process requires a lot of creative thinking. We ponder over how to make new, different, and effective advertisements.

I myself am no exception to this process, since I am also studying advertisement photography. When one first learns the basics of photography , one would ponder over ways to make a certain object more beautiful and appealing to the viewer. But as time goes on, one realizes that true advertisements should focus more on what the clients desire, thus one tries to make the best of their kind by gathering lots information on buyers and clients.

There are indeed many ways to effectively convey a certain image via advertisement photography . You could show a shocking, beautiful ,or even

a tragic image , or make a deliberate mismatch of objects that do not go well together , or appeal to the viewer by using colors . However, all these different methods have one aim in common : to effectively attract the attention of the viewer.

I had the opportunity to make a campaign ad for the bakery Paris Croissant , in which I have attempted various image-making to convey the most common form of human emotion : love among family members , or the affection that human beings have towards each other . I believe that this warm emotion commonly shared among human beings is indeed a global human asset , well-preserved by generations and generations. Therefore I have used this subject in trying to form a different image of Paris Croissant from those of the past by indirectly referring to the warmth of love and affection in our every day family lives.

We make 99% of efforts and get only 1% of inspiration.

I sincerely wish all of you trying to make good advertisement photographs the best of luck in coming up with your own inspirations .