

# 기후변화 광고 만들기



## | 활동 개요 |

대상	<b>종업원/자영업자</b>														
개발 의도	<ul style="list-style-type: none"> <li>기후변화 대응은 개인적 수준에서 몇몇 의식 있는 사람들에 의한 실천을 넘어, 보다 확산적으로 많은 이들의 실천 참여가 요구된다. 이에 본 수업은 기후변화 대응에 관한 홍보물을 기획, 제작하는 활동을 통해 기후변화 대응 실천에 참여하도록 기획되었다.</li> <li>기후변화 대응의 메시지를 선정하고, 그 메시지 전달을 위한 효과적인 매체와 방법을 고안하며, 계획에 따라 홍보물을 제작하고, 제작한 홍보물의 활용 방안을 모색하는 일련의 과정을 학습자들이 직접 수행하도록 함으로써 기후변화 대응의 주체 의식을 가질 수 있을 것이다.</li> <li>또한 종업원 혹은 자영업자는 수많은 다양한 사람들, 즉 소비자나 고객들과 매우 가깝게 접촉할 수 있어 지역 사회 내에서 풀뿌리 실천의 가능성이 매우 높은 집단이다. 따라서 대중들에게 기후변화 대응을 홍보함으로써 기후변화의 문제해결을 모색할 수 있는 기회를 가진다는 장점을 살려서 기후변화 대응 홍보 활동을 수업으로 구성하였다.</li> </ul>														
학습 목표	<ul style="list-style-type: none"> <li>기후변화 대응을 위하여 자신이 전달하고자 하는 메시지를 선정하고, 그 메시지를 효과적으로 전달하기 위한 기후변화 광고를 제작함으로써, 기후변화 대응 실천에 참여한다.</li> </ul>														
내용 체계	기후변화의 대응 : 기후변화 완화 및 경감을 위한 노력 <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">내용</th> <th style="width: 25%;">기후변화 현상</th> <th style="width: 25%;">원인</th> <th style="width: 25%;">영향</th> <th style="width: 10%;">대응</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>차시</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="color: red;">★</td> </tr> </tbody> </table>					내용	기후변화 현상	원인	영향	대응	차시				★
내용	기후변화 현상	원인	영향	대응											
차시				★											
차시	11차시/12차시	소요시간	2시간												
장소	기후변화교육센터 내 교육실														
준비물	지도자용	활동지(활동자료 1)													
	학습자용	디지털카메라, 도화지, 싸인펜 등													
흐름도	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="display: flex; align-items: center; width: 80%;"> <div style="background-color: #00AEEF; border-radius: 50%; padding: 10px; margin-right: 10px; text-align: center; color: white;"> <b>도입</b> (40분)                 </div> <div style="background-color: #ADD8E6; padding: 10px; border-radius: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>기후변화 대응을 촉구하는 여러 홍보물(영상, 포스터 등) 알아보기</li> <li>기후변화 대응 홍보물 제작에 있어서의 유의점 알기</li> </ul> </div> </div> <div style="margin: 10px 0;">↓</div> <div style="display: flex; align-items: center; width: 80%;"> <div style="background-color: #00AEEF; border-radius: 50%; padding: 10px; margin-right: 10px; text-align: center; color: white;"> <b>전개</b> (60분)                 </div> <div style="background-color: #ADD8E6; padding: 10px; border-radius: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>모둠별 기후변화 대응 홍보물 기획, 제작하기</li> <li>- 홍보물의 형태, 메시지, 구체적 홍보 방안 등 포함</li> </ul> </div> </div> <div style="margin: 10px 0;">↓</div> <div style="display: flex; align-items: center; width: 80%;"> <div style="background-color: #00AEEF; border-radius: 50%; padding: 10px; margin-right: 10px; text-align: center; color: white;"> <b>마무리</b> (20분)                 </div> <div style="background-color: #ADD8E6; padding: 10px; border-radius: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>모둠별 제작한 기후변화 대응 홍보물 발표하기</li> </ul> </div> </div> </div>														



| 활동 내용 및 방법 |

1. 도입(30분)

- (1) 기후변화 대응을 촉구하는 영상, 포스터 등 다양한 종류의 다양한 홍보물들을 소개한다.  
[참고자료 1]
- (2) 기후변화 대응 홍보물 제작에 있어서의 유의점을 안내하고, 홍보물 기획과 제작 과정에 대해 설명한다. [참고자료 2]

2. 전개(60분)

- (1) 홍보물 기획과 제작을 위해 모둠을 나눈다. 이 때, 모듬은 학습자 스스로 구성할 수도 있고, 지도자가 구성해 줄 수도 있으나, 모듬별 인원은 8명 정도로 한다.
- (2) 모듬별로 기후변화 대응 홍보물 기획과 제작을 위한 과정을 진행한다.
  - [준비물] 홍보물 제작 과정 안내 및 활동지 [활동자료 1], 필기구, 디지털카메라, 도화지, 색연필, 싸인펜과 같은 그리기 도구 등
  - ① 홍보물로 구현할 기후변화 대응 메시지를 선정한다.
  - ② 선정한 메시지를 효과적으로 전달할 형태 및 매체를 선정한다.
    - [유의사항] 수업을 구성할 때 가용할 수 있는 시간을 고려하여 지나치게 많은 소요 시간이 필요한 방식은 되도록 지양하고, 현실적으로 수행가능한 방식을 선택하게끔 할 필요가 있다. 예를 들면, 5분 이내의 UCC, 포스터, 사진포스터, 표어, 노래 가사 바꾸기, 간단한 조형물 등.
  - ③ 제작을 위한 시나리오, 디자인 등의 아이디어를 토의한다.
    - [유의사항] 본 과정부터는 선정된 매체의 방식에 따라 유연하게 적용하도록 한다.
  - ④ 선정한 메시지, 전달 매체, 시나리오 등에 따라 기후변화 대응 홍보물을 제작한다.
    - [유의사항] 디지털카메라, 도화지, 싸인펜, 필기구 등 다양한 매체 수단에 따라 예상되는 기본 준비물들을 제공해야 수업 시간 내에 본 활동을 진행할 수가 있다. 이 경우, 지도자가 준비한 제한된 준비물을 가지고서 홍보물 제작을 하게 해야 한다.

**[유의사항]** 만약 준비물 부족으로 인해 홍보물 제작이 어려울 것으로 예상된다면, 다음과 같이 수업 구성을 조정해야 한다. 첫째, 수업 시간 내에는 위의 ③ 과정까지 진행하고 제작 과정은 학습자들이 과제로 수행하게 하거나, 둘째, ③ 과정까지를 사전 과제로 수행해오게 하여 자신들에게 필요한 준비물을 학습자들이 준비해오게 한 뒤 수업 시간 내에 제작을 하게 하는 방법이 있다.

⑤ 제작한 홍보물을 각자 자신의 입장에서 어떤 방식으로 활용할지 토의한다.

**[유의사항]** 홍보물 제작 자체에 목적이 있기보다, 궁극적으로는 제작된 홍보물이 널리 확산되어 대중들의 기후변화 인식을 높이는 것이 본 활동의 목적이므로, 제작한 홍보물을 실질적으로 어떻게 활용할지에 대해 구체적이면서 현실적인 방안을 수립하도록 유도해야 한다.

### 3. 마무리(30분)

- (1) 각 모둠별로 제작한 기후변화 대응 홍보물을 발표한다. 이 때, 자신들이 전달하고자 한 기후변화 메시지는 무엇이며, 제작한 홍보물을 어떤 방식으로 활용할 것인지에 대해서도 함께 발표하도록 한다.
- (2) 각자 만든 홍보물을 각 가게 등에서 직접 활용하게끔 안내한 후, 수업을 마무리한다.

### 확장 활동

- \* 기후변화 대응 홍보물 공모전  
: 기후변화 대응 홍보물 공모전을 마련하여 프로그램 참가자들의 작품에 대해 그린스타트 전국네트워크 차원에서 시상을 하고, 수상작 중 일부를 실용화하여 캠페인 활동의 일환으로 활용할 수 있다.
- \* 기후변화 대응 우수 가게 시상  
: 제작한 홍보물을 적극적으로 활용하여 고객 등을 대상으로 기후변화 대응 홍보를 실시하고 있는 가게를 대상으로 심사하여 그린스타트전국네트워크 차원에서 기후변화 대응 우수 가게로 인증을 해 줄 수 있다.



## | 참고자료 |

[참고자료 1] 기후변화 대응 홍보물 사례

### <인쇄 광고>



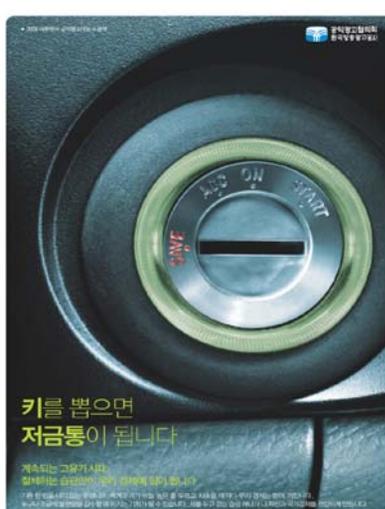
**나무를 죽이는 컵? 나무를 살리는 컵!**  
오늘 이틀 써서 한 번 써도, 환경도 살리고 지갑도 채워주는 친환경 텀러 컵을 사용해 보세요.



한장이 아닙니다. 두 장입니다.

종이의 한 면만을 사용하는 것은 종이 생산으로 버려진 나무를 버리는 것 같습니다. <www.paper> 종이의 양면용 모두 사용하는 습관을 기르세요. 자원을 더 얻을 수 있습니다. 공익광고협의회

**머그컵 사용 공익광고**



키를 뺏으면 저금통이 됩니다.

계속되는 그릇기 사용, 끝내지는 습관입니다. 환경을 살리세요.

**이면지 사용 공익광고**



일회용품, 오늘은 교체!

일회용품 사용, 지갑도 환경도 망가뜨립니다. 양면용 종이를 사용해 보세요. <www.paper> 양면용 종이를 사용하면 자원을 더 얻을 수 있습니다. 공익광고협의회

**에너지 절약(차량 사용 자제) 공익광고**

**가게 내 일회용품 사용 중지 공익광고**



에너지 절약(절전) 공익광고



자원재활용 공익광고



자전거 사용 촉구 공익광고

## <방송 광고>



생활 속 작은 변화 촉구 공익광고



음식물쓰레기 줄이기 공익광고



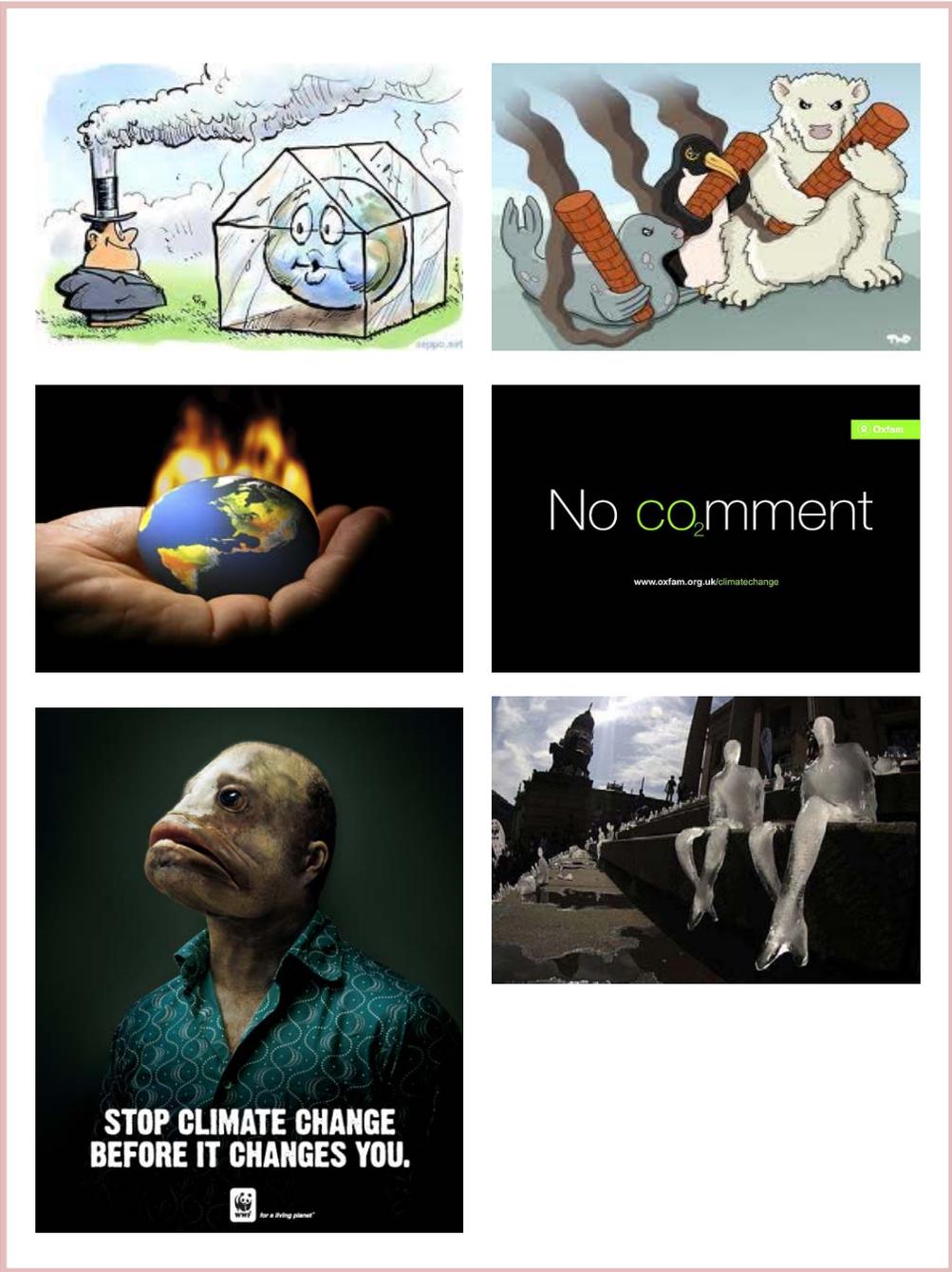
이산화탄소 줄이기 생활 양식 공익광고



한국과 일본의 환경실천 사례 공익광고



<기타(카툰, 포스터, 조형물 등)>



[참고자료 2] 기후변화 대응 홍보물 제작시 유의점

## ◎ 기후변화교육시 유의해야할 점

- 학습자의 특성에 적합한 언어를 사용해야 한다. 전문 용어나 약칭 등의 남발은 대중이 기후변화교육의 본질을 이해하는 것을 방해한다.
- 기후변화의 영향에 대해 지나친 위기감과 두려움을 심어주어서는 안 된다. 이는 대중의 순간적인 관심을 일으키는 데에는 유리하겠지만, 결국 무기력함으로 이어지는 역효과가 나타날 수 있다.
- 기후변화를 환경적 측면 뿐 아니라, 사회, 문화, 경제, 윤리 등의 측면과 관련지어 설명해야 한다. 그러면서 기후변화가 자신의 문제임을 인식할 수 있는 계기를 마련해주어야 한다. 이를 위해서는 기후변화를 독립적인 현상이 아니라, 다양한 부문 간의 상호작용과 순환이라는 시스템 속에서 나타나는 현상으로 설명해야 한다.
- 기후변화에 대한 이해와 대응에 있어서 대중과 가까운 구체적 사례로부터 시작하도록 한다. 일반적인 대중들은 자신에게 더 직접적이고, 자신의 경험과 관련되는 사례에 대해서 더욱 관심을 가지고 받아들이기 때문이다.
- 특히 기후변화 대응에 대해 알릴 때에는 반드시 구체적인 실천 전략을 다루어야 한다. 그래서 기후변화 대응 메시지를 접한 학습자가 이후에 자신이 할 일이 무엇인지를 명확히 인지하고 실천할 수 있도록 할 필요가 있다.



### ◎ 홍보물 제작시 유의해야할 점

- 공익 광고의 의미

- 인간 존중의 정신을 바탕으로 사회, 공동체의 발전을 위한 의식개혁을 목표로 하며,
- 광고라는 설득 커뮤니케이션을 통하여 제반 사회 문제에 초점을 맞추고 국민들의 태도를 공공의 이익을 지향하는 모습으로 변화시키는 것을 목적으로 하며,
- “휴머니즘, 공익성, 범국민성, 비영리성, 비정치성”을 기본 이념으로 한다.
- 역사적으로 공공 광고의 시작은 전쟁 중에 국민의 사기 증진이나 통일체 의식을 고취하여 국가적 위기를 극복하기 위해 정부에서 시행한 것이지만, 그 후 차원을 높여 인류가 직면하고 있는 각종 사회문제, 부조리 해결이라는 문제에 대해 광고라는 가장 현대적이고 설득력이 뛰어난 수단을 통해 해결하고자 시도로 자리매김 하고 있다.

- 홍보물 제작시 고려해야할 항목

신뢰감, 내용의 공감성, 이해 용이성, 주제 선정, 기억 용이성, 친근감, 눈길을 끄는 광고, 광고 문구/카피/멘트, 등장인물의 감정 느낌, BGM/징글/음향, 색채의 어울림, 광고모델이나 캐릭터의 어울림

출처 : 공익광고협의회, [http://www.kobaco.co.kr/businessintro/about/about\\_view.asp](http://www.kobaco.co.kr/businessintro/about/about_view.asp)