

광고 문장의 사실과 감정 호소 구별하기 — 나의 탐구 노트

똑똑 · 에디터 이음 · 발행 2026.09.30

광고의 어느 문장은 자료로 확인할 수 있고 어느 문장은 감정을 부를까?

이름·작성일:

나의 탐구 질문:

제출 형식·분량:

선생님의 평가 기준:

AI·도구 사용 허용 조건:

중학교 시작

자체 만든 가상 광고에서 상품의 수치 주장과 기분을 자극하는 문구를 나눈다. 관찰 사실과 자기 해석을 두 칸에 나눠 기록한다. 산출물: 문장별 사실·해석·호소 표시 광고 분석지.

고등학교 심화

검증 가능한 문장에는 필요한 측정 조건을, 감정 호소에는 겨냥한 감정을 적는다. 수치·비교 기준·예외 조건이 없는 문구는 사실이 아니라 주장으로 남긴다. 같은 기준을 다른 조건에도 적용해 결론이 바뀌는 경우를 찾는다. 실제 브랜드 효능이나 안전성을 학생이 판정하지 않는다.

준비 순서

1. 자체 만든 가상 광고에서 상품의 수치 주장과 기분을 자극하는 문구를 나눈다. 비교할 조건을 먼저 한 문장으로 정하고 사용한 자료의 이름·시점 또는 가상 설정을 활동지 맨 위에 적는다. 비교 대상이 서로 다른 조건이라면 맞출 수 있는 부분과 맞출 수 없는 부분을 표시한다.
2. 검증 가능한 문장에는 필요한 측정 조건을, 감정 호소에는 겨냥한 감정을 적는다. 원문 표현의 위치, 표의 행, 계산식, 관찰 시간 중 해당하는 근거를 결과 옆에 남긴다. 실제로 본 것과 그것을 설명하는 추론을 다른 칸에 적는다.
3. 수치·비교 기준·예외 조건이 없는 문구는 사실이 아니라 주장으로 남긴다. 산출물은 문장별 사실·해석·호소 표시 광고 분석지. 판단이 달라질 수 있는 조건을 하나 검토하고, 다음 한계를 결론에 적는다: 실제 브랜드 효능이나 안전성을 학생이 판정하지 않는다. 친구가 같은 근거로 결론을 따라갈 수 있는지 확인한다.

1. 광고 문장의 사실과 감정 호소 구별하기 활동지

광고 문장	확인할 수치	필요한 비교 조건	감정 호소

2. 문장별 사실·해석·호소 표시 광고 분석지 정리지

원문 문구	확인 자료	고친 문구	남은 불확실성

작품·판본·장면 위치

나의 해석 한 문장

해석을 뒷받침하는 표현

다른 해석과 비교

자료 기록

제목	작성자·기관	발행일	주소·쪽수	확인한 근거	확인 날짜

도움 받은 부분과 나의 수정

도움의 출처 / 활용 범위 / 검증한 내용 / 수정 전후 / 나의 판단

제출 전 점검

- ☐ 독자가 문장별 사실·해석·호소 표시 광고 분석지에서 판단의 근거가 된 원문 표현·수치·그림 위치를 다시 찾을 수 있나요?
- ☐ 가상 자료와 실제 관찰을 구분했나요? 결론의 적용 범위도 적었나요? 확인할 한계: 실제 브랜드 효능이나 안전성을 학생이 판정하지 않는다.

참고 자료를 찾을 곳

FTC · Advertising FAQ — <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/advertising-faqs-guide-small-business>

광고의 검증 가능한 주장과 객관적 근거를 구분하는 미국 기관 설명. 한국의 광고법 판정에 사용하지 않는다.

예시 해설 — 작성 뒤 비교하기

가상 광고의 ‘두 배 오래 간다’와 ‘오늘부터 마음이 가벼워진다’를 분석 대상으로 둔다.

‘두 배 오래’에는 비교 대상·측정 시간이 빠져 검증 조건이 부족하다.

분석표에는 ‘두 배 오래 간다’를 비교 대상과 측정 시간이 빠진 성능 주장으로, ‘오늘부터 마음이 가벼워진다’를 감정에 호소하는 표현으로 분류한다.

실제 브랜드 효능이나 안전성을 학생이 판정하지 않는다.

자기 점검 기준

기준	충분히 드러난 모습	더 보완할 모습
자료의 범위와 근거	광고 문장의 사실과 감정 호소 구별하기의 검토 자료에 작성 주체·날짜·근거 위치가 있어 독자가 원문을 다시 확인할 수 있다.	자료 이름이나 위치가 빠져 관찰을 다시 확인하기 어렵다.
비교의 공정성과 판단	문장별 사실·해석·호소 표시 광고 분석지에 비교 기준이 표시되어 있고, 경계 조건에서 판단이 달라지는 이유를 보인다.	결과만 적고 무엇을 같게 두었는지 또는 왜 선택했는지 설명하지 않는다.
수정과 적용 범위	문장별 사실·해석·호소 표시 광고 분석지의 초안과 수정본을 대조하고, 반례·예외를 결론에 반영한다.	완성물은 있으나 다른 가능성과 적용할 수 없는 경우가 빠져 있다.

똑똑 · 큐레아 / 자체 제작 활동지 / 학교의 공식 평가 양식이 아닙니다.

온라인 원문 · 수정된 내용은 아래 페이지에서 확인하세요.

<https://www.dokdok.co/projects/advertising-fact-emotion>