
2018 상반기 UAUS 대학생건축연합축제

상반기, 하반기 전시 기획안



대학생 건축과 연합

Union of Architecture UniverSity

1. 단체소개
2. 전시개요
3. 2017 하반기 전시
4. 2018 상반기 전시
5. 홍보계획
6. 후원 효과
7. 연계획
8. 전시 기획 예상안

별첨

- # 1. 연락망
- # 2. 2012년 연합 전시회 [HOUSE for Two Students]
- # 3. 2013년 연합 전시회 [걷고 싶은 거리, 걷고 싶은 서울]
- # 4. 2014년 연합 전시회 [REFOCUS SEOUL Architecture]
- # 5. 2015년 연합 전시회 [DDP, 서울을 입다]
- # 6. 2016년 연합 전시회 [RE:PLAY ARCHITECTURE]
- # 7. 2016년 하반기 전시회 [2016 MMCA 페스티벌 - 시월다방]
- # 8. 2017년 상반기 전시회 [ARCHI-CULTRUE : 건축,문화를 담다]



1. 단체 소개 : 대학생 건축 연합회 UAUS

UAUS는 건축의 대중성과 건축대학 학생들 간의 소통 그리고 대학생으로서 무엇을 할 수 있는지에 대한 진지한 고민을 바탕으로 시작된 대학생 건축과 연합(Union of Architecture University)이다. 매해 연합회장 주관으로 기획단을 구축하고, 전시 및 각종 행사의 모든 부분이 학생들에 의해 자치적으로 이루어지고 있다.

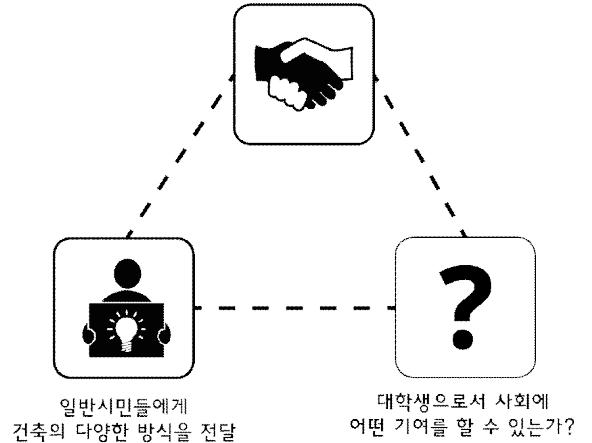
2012년 제1회 전시를 시작으로 매 전시를 성공적으로 개최, 그 규모가 커지고 있으며 학생들만의 자치적인 기획으로 대학생 건축과 연합회로서 자리매김하고 있다. 현재 UAUS는 수도권 21개 건축대학(건국, 경기, 경희, 고려, 광운, 국민, 가천, 단국, 동국, 명지, 서울과학기술, 서울시립, 성균관, 세종, 송실, 연세, 이화여자, 인천, 중앙, 한양, 홍익)이 참여하고 있다.



○ 단체 목적

건축대학 간 창의적, 학술적 교류의 장을 마련하고, 건축과 학생들에게 실제적 경험을 제공한다. 또한, 일반 시민들이 직접 참여할 수 있는 건축 축제 문화를 만들어 대중과의 소통을 도모하고 건축의 사회 문화적 가능성을 제시한다. 이러한 목적으로 매년 연합전시를 개최하고 있다. 최종적으로 국내대학뿐 아니라 해외 대학과의 연합을 구성하며, 그를 통해 건축과 학생 간의 공동체 의식을 고양하고 건축으로서 일반 시민들과 소통하는 문화를 만드는 것이 대학생 건축가 연합회(UAUS)의 목표이다.

건축대학 학생들간의 소통을 증진



○ 전시 현황

- 2012년 제1회 [8개 대학 연합 전시회] : 8개 대학 / 110명의 학생 참여
- 2013년 제2회 [걷고 싶은 서울, 걷고 싶은 거리] : 16개 대학 / 180명 학생 참여
- 2014년 제3회 [REFOCUS SEOUL Architecture] : 18개 대학 / 250명 학생 참여
- 2015년 제4회 [DDP, 서울을 입다] : 20개 대학 / 300명 이상 학생 참여
- 2016년 제5회 [RE:PLAY ARCHITECTURE] : 18개 대학 / 300명 이상 학생 참여
- 2017년 제6회 [ARCHI-CULTURE: 건축, 문화를 입다] : 21개 대학 / 300명 이상 학생 참여

2. 전시개요

■ 2017년 하반기 전시

- 전 시 명 : 2017 하반기 UAUS 대학생건축연합축제
- 전 시 주 제 : < 뭉틀 , 틀을 뛰어넘다 >
- 전 시 일 자 : 2018.01.30 - 2018.02.04
- 전 시 장 소 : 문화비축기지
- 전 시 형 태 : 전시품 실내 전시
- 전 시 참 여 : 건축과 대학생

■ 2018년 상반기 전시

- 전 시 명 : 2018 상반기 UAUS 대학생건축연합축제
- 전 시 주 제 : 전시 주제안 중 1개안 선별
- 전 시 일 자 : 2018.05.17. - 2018.0.28
- 전 시 장 소 : 서울숲 공원
- 전 시 형 태 : 파빌리온 야외전시
- 전 시 참 여 : 21개 대학 건축과 대학생

3. 2017년 하반기 전시 : < 뭉툭, 틀을 뛰어넘다 >

○ 전시 취지 / 배경

2017년 서울시에서는 UIA 2017 SEOUL, 서울 도시건축 비엔날레 등 다양한 건축 관련 행사 및 전시가 이루어졌다. 다양한 사람들이 방문하고 건축을 보다 가까이 접하고 느끼는 계기가 되었지만, 한편으로 전시 형태와 내용에 있어 부정적인 반응들 또한 있었다. 반응들의 공통된 내용은 바로 건축을 전공으로 하는 사람이 아닌, 일반적인 대중이 즐기기에 아직 어렵고 낯설다는 점이다. 그렇기 때문에 본 전시는 정형화된 건축표현의 틀을 벗고 새로운 방식으로 대중들에게 나아가는 것을 목표로 하며 건축을 전공하는 학생, 건축가들도 새로운 방식을 통해 영감을 주고자 기획하게 되었다.



(기존 건축 전시의 형태의 예 _ 모형, 판넬)

○ 전시 주제

현재의 건축을 하는 사람들은 정형화된 모형과 판넬을 통해 프로젝트를 설명한다. '뭉툭, 틀을 뛰어넘다' 전시를 통해 이러한 방식에서 벗어나 다른 표현을 찾으려는 공동의 노력을 해보고자 한다. 본 전시는 소위 '일반적인 건축적 표현방식'에 집중하지 않고 '표현방식의 새로운 접근'에 집중하여, 그 과정, 즉 정형화되지 않은 표현들을 수집하는 의미 있는 기록의 전시가 될 것이다.

본 전시에 참여하는 대상들은, 본인이 진행한 또는 진행할 프로젝트의 컨셉(주제) 단계에서 다시 시작하여 목표한 표현의 결과물이 나오기까지의 과정들을 작품으로 전시하게 된다. 영상, 음악, 드로잉, VR 등 다양한 결과물들을 기대하며 대중들에게 건축의 새로운 모습을 보임과 동시에 기존 건축적 표현의 패러다임을 벗는 기회가 될 것이다.

○ 장소 _ 문화비축기지

문화비축기지는 41년간 일반인의 접근과 이용이 철저히 통제됐던 산업화시대 유산인 마포 석유비축기지가 도시재생을 통해 변화된 문화공원이다. 또한, 기존 자원들을 재활용한 '재생'을 통해 만들어졌다는 점에서 서울의 대표적인 도시재생의 사례라고 할 수 있다. 2017년 9월 1일 시민들에게 개방되어 전시, 공연, 강의 등 다양한 활동이 일어나고 커뮤니티가 형성될 수 있게 된 복합 문화공간이다. 이러한 장소의 건축적 의미와 틀을 부수고 재해석하는 본 전시의 주제가 부합하기 때문에 많은 사람들의 관심과 참여를 유도할 수 있을 것이라 기대된다.



○ 참가 대상 / 전시 형식

UAUS 연합 해당 21개 대학교를 포함한 전시에 관심 있는 모든 건축학도를 대상으로 진행되었으며, 모집 공고는 UAUS 홈페이지, SNS와 학교별 회장단들을 통해 약 50여명의 작품을 모집, 전시하였다. 전시는 작품의 스케일과 프로그램에 따른 흐름으로 구성하였으며 총 6일간 전시가 진행되었다.

○ 일정

2017.12 : 홍보 및 모집, 작품 선정 및 Develop

- 1) 홍보 및 모집: SNS 및 회장단 연락망을 통한 전시 홍보 및 대상자 모집
- 2) 작품 선정 및 Develop: 작품지원서를 토대로 누락 부분확인 및 Develop 요청

2018.01 : 전시 준비, 작품 전시

- 1) 전시 준비: 문화비축기지와의 협의 후 전시장 대여 확정 및 작품 설치
전시 필요 물품 List Up 및 전시 레이아웃 기획
- 2) 작품 전시: 총 6일
 - 장소 : 문화비축기지
 - 기간 : 2018.01.30. ~ 2018.02.04.

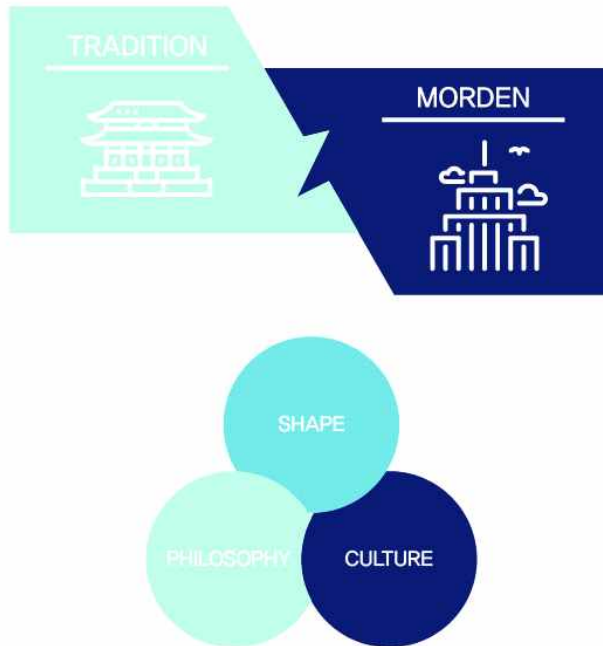


4. 2018년 상반기 전시

○ 전시 주제 안

<주제 1 : 전통의 재해석 >

'한강의 기적', 우리나라를 수식하는 단어로 자주 쓰이곤 한다. 우리나라는 전 세계를 통틀어도 전례 없는 급격한 경제적 발전을 이루었지만, 그 반대급부로 많은 것을 포기할 수밖에 없었다. 그 중 하나가 전통적 건축이다. 전통은 민족, 국가의 과거와 현재 그리고 미래를 연결하는 수단으로서의 가치를 지닌다. 하지만 산업화, 도시화 전후의 건축은 끊어진 연결고리처럼 한 나라의 건축이라고 생각할 수 없을 만큼 단절되어있다. 비단 외부적인 전통적 건축요소를 재현하는 것과 더불어 그 안에 담긴 문화, 철학, 생활방식 같은 전반적인 이야기를 재해석하여 파빌리온에 담고자 한다.



- 예시 1 : 콜라주 (Collage)

'콜라주'란 서로 상관없는 재료들을 붙이거나 조합하여 의미 있게 만드는 것을 말한다. 단절된 현대와 과거를 '콜라주'하는 시도를 통해, 현대문명에 익숙한 사람들이 전통을 이해하고 나아가 새롭게 제대로 해석할 수 있기를 기대한다. 전통건축, 한옥의 재료와 색과 같이 형태적인 요소에 국한하지 않고 자연 끌어들이는 것, 공간 배치의 구성에 담긴 의미와 같은 문화, 철학적인 요소들까지 분석하고 재해석, '콜라주' 하고자 한다. 현대적 사유와 철학, 논리, 특유의 감성 등, 현재의 가치와 전통적 가치를 반영하여 전통을 재해석하고, 얼어붙은 전통과의 교감을 통해 새로운 방식의 재현과 보존의 방향을 제시하고자 한다.

<주제 2 : 쉼 >

'쉼'에도 다양한 방식이 존재한다. 정의를 보았을 때, '쉼'은 피로를 풀기 위해 몸을 편히 두거나, 잠을 자고, 물체가 움직임을 멈추는 등의 행위를 의미한다. 이처럼 '쉼'은 여러 방식으로 우리의 삶 속에 녹아있다. 하지만 오늘날 현대인들은 급격히 변화하는 사회에 쫓아가기 급급하며 온전한 휴식을 누리지 못한다. 만성피로, 스트레스성 질환 등을 한가지씩 가지고 있는 것이 그 반증이다. 때문에, 건축이 가진 가장 큰 역할인 외부로부터 보호받으며 쉴 수 있는 공간을 제공한다는 점에 집중하고자 한다. 전시를 통해 건축적 언어로 표현된 '쉼'에 대한 사람들의 갈증을 해소하고자 한다. 참여 전시팀의 파빌리온을 통해 시민들에게 쉴 수 있는 건축적 공간을 제공하며 시각과 청각, 촉각 등의 오감을 통한 보다 새로운 '쉼'을 경험할 기회를 마련한다.



- 예시 1 : 자연

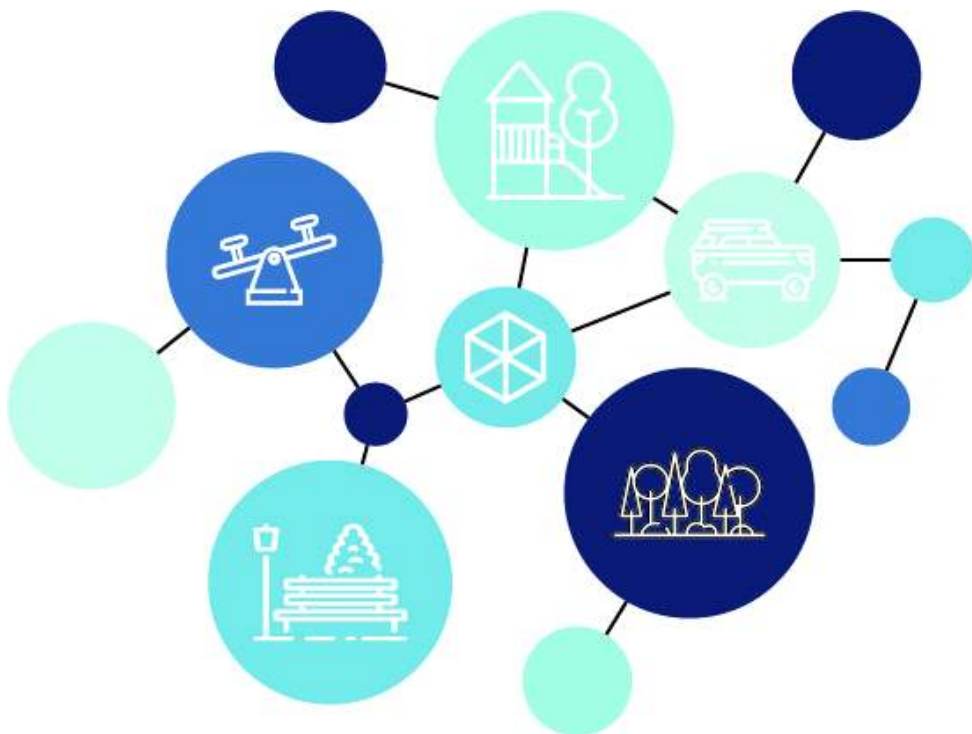
휴식을 목적으로 방문한 사람들에게 다양한 방식으로 표현된 '쉼'을 파빌리온을 매개로 경험하게 한다. '쉼'이라는 행위 자체를 즐길 수 있음은 물론, 시민들의 참여를 통해 각각의 파빌리온에서 함께 일어날 다양한 활동과 결과에 대해 기대할 수 있다. 또한, 각 팀의 작품이 자연 속에 전시되었을 때, 작품은 독립적으로 존재하는 것이 아니라 유기적인 연결이 가능하다. 여러 파빌리온에서 동시다발적으로 발생하는 '쉼'이라는 행위는 곧 다채로운 공간을 형성하고, 시민의 참여행위를 통해 발현되는 작품 간의 조화를 보여주고자 한다.

- 예시 2 : 공공장소

공공장소는 해당 장소가 어떤 역할을 하고 있는지에 따라 이용객이 다르지만, 그 특정한 목적성을 중심으로 이용자가 군집하도록 유도한다. 공공장소에서의 전시는 지나가는 시민과 시설을 이용하는 이용객, 근무하는 사람들에게 짧지만, 효과적인 휴식을 제공할 수 있으며 이용객에게 파빌리온이 전시되는 공간 속에서 '쉼'이라는 키워드가 갖는 의미를 극대화할 수 있다. 반복되는 일상과 업무에서 벗어나, 파빌리온을 통해 여러 감각으로 전달되는 휴식을 경험함으로써 분주한 일상에 대한 성찰과 재충전의 시간을 부여한다.

< 주제 3 : 놀이 >

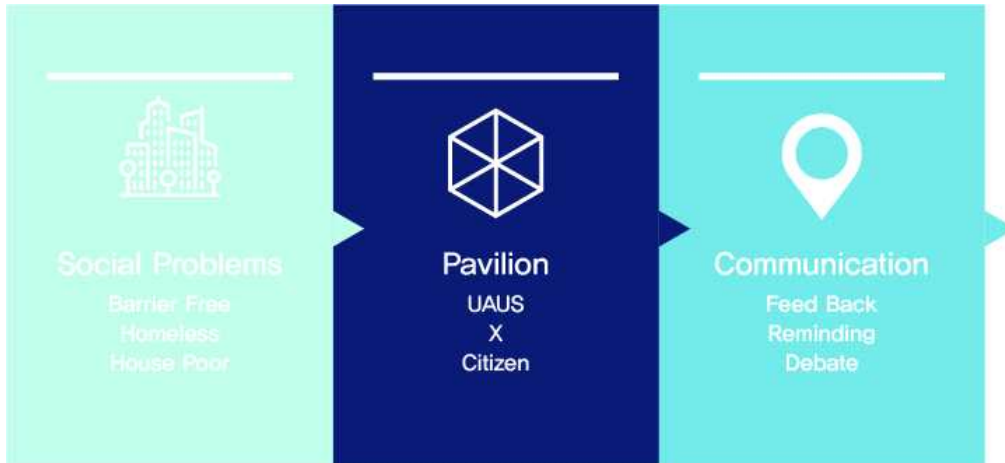
어린 시절 놀이터는 누구에게나 열려있고 언제든지 마음대로 놀 수 있는 자리였다. 유년시절 우리에게 운동장과 공터만 있으면 그 자리는 바로 놀이 공간이 되곤 했다. 오늘날에도 많은 놀이 시설과 위락시설이 존재하지만, 비용과 예약 등의 절차는 여가를 즐기기 위한 번거로움으로 자리 잡았다. 어른들에게 '놀이'의 현주소는 자본에 구애받지 않던 우리의 유년과는 사뭇 다르고 삶에 급급한 현대인들에게 전혀 자비롭지 않다. 그렇기에 어른을 위한 '어른이 놀이터(Kidult Space)'를 파빌리온으로 제안하고자 한다.



또한, '놀이'는 향유하는 대상에 따라 그 행위는 다채롭게 해석될 수 있다. 누군가는 사람들과의 대화를 놀이로 느낄 수 있으며, 또 다른 누군가는 스포츠를 놀이로 인식한다. 건축적 '놀이'는 아이들의 촉감 놀이처럼 재료가 갖는 물성으로써 표현되거나, 혹은 말랑말랑한 공간감으로 표현될 수도 있으며 기존의 형식을 벗어나 매우 자유로운 성격을 가진 공간이다. 기존의 틀과 제약이 없는 공간을 통해 어른뿐만 아니라 아이들 또한 파빌리온에 참여하며 발생하는 각각의 새로운 해석이 '놀이터'가 되는 전시가 될 것이다. 이를 통해 어른들에게 어떤 공간이 놀이터가 될 수 있을지, 삶에 대한 즐거움을 생각해보게 한다.

< 주제 4 : 사회문제의 환기 >

파빌리온은 건축의 씨앗과도 같다. 거대한 건축물과 달리 사람들에게 쉽게 다가가고 그들과 소통하며, 빠른 피드백이 가능하기 때문이다. 이러한 점에서 파빌리온은 사회문제를 알리는데 효과적인 도구라고 할 수 있다. 또한, 사회문제를 품고 있을수록 사람들의 관심을 일으키고 다시 소통하는 선 순환적 소통을 가져온다. 이번 전시를 통해서 모르고 있었거나, 알고 있었으나 스스로 눈을 돌려버린 사회적인 문제들을 다시 한번 환기하고자 한다.



- 예시 1 : 무장애 계획 (Barrier Free)

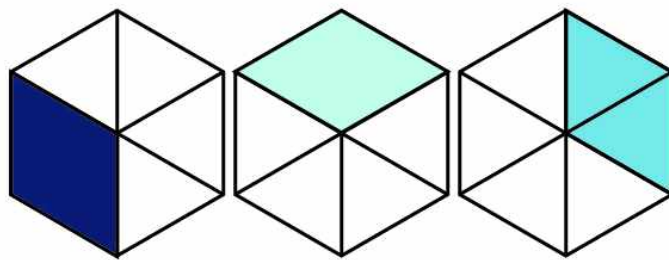
건축물을 짓거나 설계할 때, 장애인 · 고령자 · 어린이를 위한 요소들이 '주'가 아닌 '부수적'인 것으로 취급되고는 한다. 이와는 반대로, 이번 전시에서는 점자블록, 램프, 혹은 소리 등을 이용한 파빌리온을 만듦으로써 그들을 위한 요소가 '부'가 아닌 '주'된 것으로 여기고자 한다. 이는 건축적 취약계층에게 접근성이 충분하지 않았던 과거의 파빌리온과는 달리 그들도 직접 소통, 참여할 수 있도록 해준다. 이를 통해 우리나라에서 부족한 인식을 개선하며 건축적 취약계층을 위한 배려, 상생의 가치를 고찰하는 기회를 제공하고자 한다.

- 예시 2 : 거주 빈곤(House Poor, Homeless)

한국인의 집에 대한 열망은 대단하다. 끊임없이 아파트를 지으며 주택보급률은 꾸준히 상승하고 있지만, 주택문제는 여전히 논란의 중심에 있다. 거주지가 전혀 없는 노숙자(Homeless)부터 집을 소유하고 있지만, 유지에도 허덕이는 하우스푸어(House Poor) 등 거주공간에 대한 논의가 시급하다. 전후 절망적인 경제 상황을 극복하고 선진국의 반열에 올라섰지만, 지속되는 경제위기로 사회 전반적으로 불안감이 자리 잡고 있다. 심화되는 부의 양극화는 삶의 가장 기본적인 요소인 거주마저 빼앗아 가려 하고 있다. 건축과 가장 가까운 주거 공간에 대한 사회적 문제를 파빌리온으로 제시하고 우리가 생각하는 대안과 시민들과의 호흡을 통해 새로운 문제해결의 가능성을 찾고자 한다.

< 주제 5 : 다르게 보기 >

'현대인들의 삶' 하면 대부분 쳇바퀴 돌 듯 매일 반복되는 무료한 삶을 꼽고는 한다. 같은 시간에 직장, 학교로 향하고 저녁이면 집으로 돌아와 잠드는 기계적인 삶에서 다들 회의감을 느낀다. 하지만 귀가하는 길, 버스 창밖의 건물들 사이로 노을 지는 모습, 매일 푸르기만 하던 가로수들이 낙엽이 지는 모습같이 매일 함께하던 풍경이지만 새롭게 우리에게 다가올 때가 있다. 그런 신선함이 우리에게 살아가는데 활력을 주고 새로운 영감을 불어넣어 준다. 굳이 여행을 떠나지 않더라도 조금 다르게 보는 것만으로도 새롭게 다가오는 일상들을 보여주고자 한다.



- 예시 1 : 일상공간의 재해석

우리가 매일 마주치는 일상적인 공간들을 파빌리온을 통해 색다른 경험을 제공하며 재해석하고자 한다. 매일 지나쳐가는 버스정류장, 지하철 혹은 엘리베이터, 계단실과 같은 공간들을 이용하여 기존의 고정관념을 깨는 시도를 해보고자 한다. 그저 스쳐 지나가는 회색빛 공간이 아닌, 조금 다르게 보는 것만으로도 흥미롭고 창의적인 공간이 될 수 있다는 점을 파빌리온을 통해 제시하고자 한다.

- 예시 2 : 불편한 공간의 재해석

일상 속에서 좋은 공간들만 마주치는 것은 아니다. 불쾌하고 사람들이 기피하는 공간 또한 곳곳에 자리하고 있다. 쓰레기장, 흡연구역, 화장실 등 꼭 필요하지만 가까이 가기 꺼려지는 곳들을 재해석하여 좀 더 쾌적한 공간을 바꾸는 시도를 하고자 한다. 왜 불쾌하고 불편한 공간이 되었는지, 시선을 조금 다르게 하는 것만으로도 문제를 해결할 수는 없는지 파빌리온을 통해 시도해보고 더 나은 개선방안을 시민들과 함께 찾고자 한다.

○ 전시 형식 안

- 시각적인 파빌리온을 뛰어넘은 오감을 이용한 파빌리온의 설계
- 학교별로 떨어져 있던 기존의 전시와 달리 파빌리온 사이트를 연계하여, 관계와 소통에 중점.

< '서울 숲' 과 연계 >

서울숲은 도심 속 자연을 느낄 수 있는 휴식 공간을 제공하는 목적으로 만들어졌으며, 5개의 주제로 여가, 야생, 체험, 산책 등 다양한 형태의 공원을 즐길 수 있다. 많은 사람들이 서울숲에서 휴식과 다양한 여가를 즐기기 위해 방문하며 <주제: 쉼>과 <주제: 놀이>와 부합되는 전시 장소로 생각된다. 전시가 진행되었을 때, 공원의 주제, 장소성과 어울려 시민들에게 또 다른 경험을 체험하는 시너지 효과가 일어나는 공간을 구성하고자 한다. <주제: 쉼>은 방문한 시민들에게 더욱 편안한 휴식과 기존 공원에서는 경험해 보지 못한 새로운 '쉼'을 경험할 수 있을 것이다. <주제: 놀이>는 놀이와 체험을 목적으로 한 시민들에게 기존 시설들로 느끼지 못한 새로운 놀이 공간을 제시하며 서울숲과 UAUS의 전시가 긍정적이고 즐거운 기억으로 남기를 기대한다. 이러한 점에서 서울숲은 2018 UAUS 전시 주제와 적합하면서도 상승작용을 기대할 수 있는 전시 장소로 보여진다.



(이미지: 서울숲 홈페이지, 월간 톨 사진 참조)

○ 대관 개요

1) 대관 장소

: 가족마당, 야외무대, 분수대 주변



2) 대관 기간

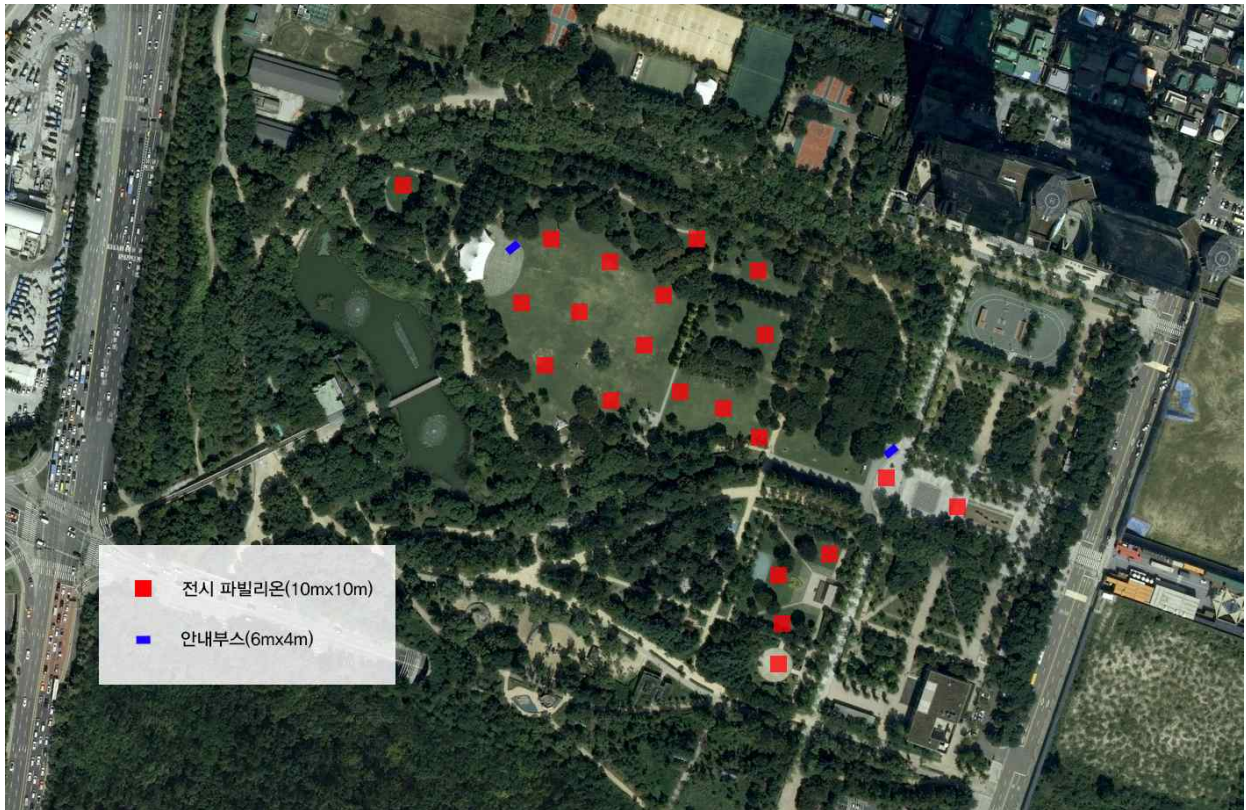
: 2018.05.17. - 2018.05.28. (시공, 전시, 철거 기간 포함)

3) 규모

: 파빌리온 당 10m x 10m 규모(파빌리온 규모 6m x 6m + 시공, 철거 안전 거리 및 통행 거리)

총 전시 규모: $100\text{m}^2(10\text{m} \times 10\text{m}) \times 21(21\text{개 파빌리온}) + 25\text{m}^2 \times 2(\text{안내 부스}) = 2150\text{m}^2$

4) 전시 파빌리온 예상 배치



가족마당, 야외무대를 주 전시 공간으로 21개 파빌리온을 설치한다. 또한 공원 입구에 해당하는 조각상과 분수대 영역까지 파빌리온을 설치한다. 원활한 전시와 진행을 위해 안내 부스는 입구 쪽과 가족마당 안쪽에 배치하도록 한다.

5. 홍보 계획

○ 홍보 방법

1) 오프라인

- 전시 포스터 제작 후 소속 21개 건축 대학 건물과 예술/ 건축 관련 공간에 부착
- 전시 장소에 현수막, 배너 제작 및 부착
- 리플렛 제작 후 소속 21개 대학에 배부 및 배치
- 전시 사이트 내 파빌리온 소개 패널 설치
- 후원금 일부로 UAUS 굿즈 제작과 판매

2) 온라인

- 서울특별시 문화체육 홈페이지 배너 광고
- 후원사 및 협찬사 홈페이지 배너 광고
- 전시 사이트 공식 홈페이지 배너 광고
- 예술/건축 온라인 매거진에 소개 : SPACE 학생 기자단과 컨택
- 팟캐스트 : UAUS 소개 녹음 진행
- UAUS 공식 홈페이지 : <http://www.uaus.kr>

3) SNS 홍보

- 페이스북 : UAUS 공식 페이지, 아키펠드, UAUS 참여 21개 대학 건축과 공식 페이지, 젊은 건축가 협회 공식 페이지
Facebook UAUS 공식 페이지 : <https://www.facebook.com/2013uaus>
- 인스타그램 : UAUS 공식 인스타그램
Instagram UAUS 공식 계정 : https://www.instagram.com/uaus_official

○ 오프라인 홍보물 부착 기간

1) 사이트 내 홍보물

- 현수막, 배너 및 포스터 부착, 리플렛 배치 : 전시 7일전 ~ 전시 종료
- 학교별 패널 : 전시 기간

2) 사이트 외 홍보물

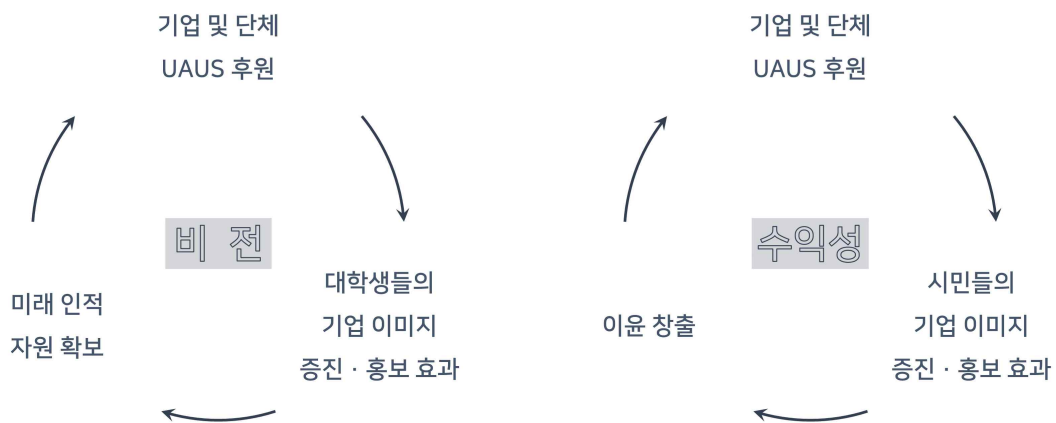
- 포스터 부착, 리플렛 배치 (21개 건축 대학 건물 + 예술/건축 관련 공간) : 전시 7일전 ~ 전시 종료

6. 후원 효과

○ UAUS 단체의 상징성에 의한 홍보 효과

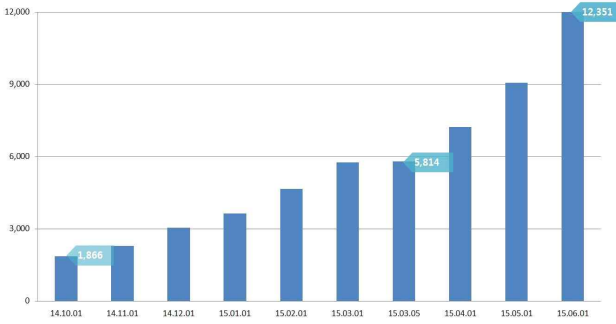
대학생 건축과 연합 UAUS는 기존의 다른 대학생 단체와 달리 손에 꼽히는 규모를 자랑하며, 단체의 인지도나 사회적 입지 또한 기존의 대학생 소속 단체들과는 차별성을 가지고 있다. 2012년, 단체가 만들어지고 8개 대학이 전시를 시작했던 첫해부터 현재까지 UAUS는 전시 기획·홍보 등 모든 과정이 학생들의 자체적인 힘으로만 운영·유지되고 있다. 이러한 '대학생 자치 기구'라는 특성은 UAUS의 강점 중 하나이다.

UAUS는 매년 전시를 통해 시민들과 소통하고 있다. 시민들은 전시를 관람하며 자연스럽게 단체를 후원한 기업을 접하게 되고, 이러한 상징성을 내포한 단체를 후원하는 기업에 대한 인식을 재고하며 그 계기로 기업 이미지 증진을 기대할 수 있다. 시민들뿐만 아니라 대학생들도 전시를 통해 후원 기업을 접하게 되며, 대학생들은 이를 계기로 기업에 대한 긍정적 인식과 함께 기업 차원에서 미래 인적 자원을 확보하는 계기가 될 것이다.



○ SNS 홍보 효과

UAUS FACEBOOK LIKES



페이스북을 통한 대중과의 소통, 14,147명에 달하는 팔로워, 평균 게시물 도달 8만 6천명

도달한 사람 수	좋아요	댓글	공유
55,104명	675	111	80
58,432명	690	206	146
153,408명	346	114	3,035

Instagram

uaus_official 팔로우

게시물 230 팔로워 1,098 팔로우 703

UAUS(architecture_students) Union of Architecture University in Seoul. 대학생 건축과 연합회 공식 인스타그램 계정입니다! <https://www.facebook.com/2013uaus/>
www.uaus.kr

팔로워 1,098명 최근 7일 동안 +2

게시물 230개 최근 7일 동안 +0

노출 1,556회 최근 7일 동안 +148

팔로워 48% 남성 52% 여성

18-24세 팔로워의 주 연령대 정보입니다.

인스타그램을 통한 대중과의 소통, 1098명에 달하는 팔로워

(80%는 18-24세, 15% 25-34세)

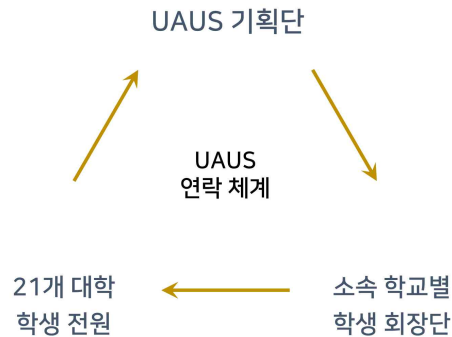
UAUS는 SNS의 적극적인 활용을 통하여 대중과의 소통에 힘쓰고 있다. 대중에게 건축에 대한 다양한 정보를 제공하며, 건축학도, 건축 관련 종사자뿐만 아니라 일반인들도 쉽게 이해할 수 있는 콘텐츠를 자체 제작하여 주기적으로 UAUS 공식 계정에 페이스북, 인스타그램에 업로드하고 있다. 이러한 활동은 단지 6개월 만에 페이스북 팔로워 수가 540%의 증가율을 보이며 증가했고, 이를 통해 UAUS 단체의 파급력과 홍보 효과를 보여준다.

기업과 단체의 후원·협찬 시 기업 및 단체와 연계된 포스팅을 통하여 '학생들의 순수 문화 활동을 지원해주는 기업, 단체'라는 기업 이미지에 상당 부분 기여 할 수 있다고 기대된다. 이러한 게시물은 온라인상에서 평균적으로 8만 6천 명에게 도달된다.

○ 건축학과 21개 대학의 네트워크 상 홍보 효과



홍보에 있어 UAUS의 가장 큰 강점은 연락 체계에 있다. UAUS는 21개 건축대학이 속해 있는 학생 단체이며 기획단과 회장단으로 구성이 된다. 각 학교 회장단은 각 학년 과대표에게, 과대표는 각 학년의 단체 공지방에 정보 전달을 하게 된다. 이를 통해 21개 학교 약 6,300명의 건축학도들에게 각종 정보와 소식을 동시다발적으로 전달할 수 있다.



또한, 가입하고 있는 21개 대학의 네트워크를 통해 학교 캠퍼스 뿐 아니라 각 대학의 웹, SNS, 블로그, 각종 미디어에서 UAUS의 좋은 취지가 소개되고 있다.

○ 서울 시민과의 소통 측면의 홍보 효과

본행사 전 서울시의 사전 홍보를 통해 서울 시민들에게 지속적으로 관심을 끌어 올리며, 5월 전시 기간에는 학생을 포함한 많은 관계자 및 시민들이 UAUS 전시에 방문해줄 것이라 기대된다. 2017년 UAUS 전시를 기준으로 하루 최대 방문객이 3만여 명이었던 것을 고려하였을 때, 각각의 파빌리온에서 이루어질 다양한 시민참여 행사들이 더해진다면 시민들의 많은 관심과 사랑을 받는 전시가 될 것이다.

해마다 UAUS 전시는 규모가 커지고 있으며, 방문객의 규모 또한 꾸준히 증가하고 있다. 이번 전시에서도 다양한 연령층과 많은 방문객이 찾아 줄 것으로 예상된다. 또한, 현장 홍보와 더불어 서울시와의 협의를 통하여 협찬 기업들의 정보를 담은 현수막, LED 전광판, 서울시 자체 웹사이트 및 SNS를 통하여 온, 오프라인으로도 홍보가 활발히 이루어질 예정이다.

7. 연간 계획

전시 종류	구분	2017년	2018년																			
			1월				2월				3월				4월				5월			
			1주차	2주차	3주차	4주차	1주차	2주차	3주차	4주차	1주차	2주차	3주차	4주차	1주차	2주차	3주차	4주차	1주차	2주차	3주차	4주차
2017 하반기 전시	전시 주제 선정	■																				
	전시 준비	■	■	■																		
	2017 하반기 전시			■	■																	
2018 상반기 전시	사이트 선정	■	■	■	■																	
	주제 선정	■																				
	전시 상세 계획 수립					■	■	■	■													
	전시팀 전체 회의									■				■						■		
	학교별 작품 디자인									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
	시공안전도 검사													■	■	■	■	■	■	■	■	
	후원/협찬 확보	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
	브로셔, 초대장 배포																	■	■	■	■	
	2018 UAUS 전시																			■	■	
	동영상, 책자 제작																	■	■	■	■	

전시 종류	구분	2018년															
		6월				7월				8월				9월			
		1주차	2주차	3주차	4주차	1주차	2주차	3주차	4주차	1주차	2주차	3주차	4주차	1주차	2주차	3주차	4주차
2017 하반기 전시	2017 하반기 전시 주제 선정																
	2017 하반기 전시 준비																
	2017 하반기 전시																
2018 상반기 전시	사이트 선정																
	주제 선정																
	전시 상세 계획 수립																
	전시팀 전체 회의																
	학교별 작품 디자인																
	시공안전도 검사																
	후원/협찬 확보	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	브로셔, 초대장 배포																
	2018 UAUS 전시																
	동영상, 책자 제작																

7. 월간 계획

구 분	내 용
2017년	<ul style="list-style-type: none"> · 2017 하반기 전시 주제 선정 · 하반기 전시 준비(~1월) · 2018 상반기 전시 주제 선정 · 상반기 전시 사이트 선정(~1월) · 전시기획서 작성 완료 · 후원, 협찬 업체 컨택(~4월)
2018년	
1월	<ul style="list-style-type: none"> · 2017 하반기 전시 '뽕틀 [건축, 틀을 뛰어넘다]' (01.30 - 02.04) · 전시 사이트 선정 완료
2월	<ul style="list-style-type: none"> · 전시 상세 계획 수립 · 주제설명회 포스터 제작 (~03.01) · 주제설명회 공지 및 포스터 온/오프라인 홍보 (02.19 - 03.01) · 전시 부지 내 학교별 스팟 결정 <ul style="list-style-type: none"> - 21개 대학교 회장단 회의에서 결정 (~03.03)
3월	<ul style="list-style-type: none"> · 주제설명회_ 대상 : 21개 대학교 건축과 학생 (03.03) · 각 학교 대표 전시팀 자체 선별 (03.26) · 전시포스터, 홍보물 제작 · 디자인 1차 회의_ 21개 대학교 전시팀 전체 회의 (04.07)
4월	<ul style="list-style-type: none"> · 디자인 2차, 3차 회의_ 21개 대학교 전시팀 전체 회의 (04.21, 05.05) · 오프라인과 홈페이지 및 SNS를 통한 전시 홍보 (05.08~) · 브로셔, 초대장 제작 및 배포(~5월) · 심사위원 섭외 · 동영상, 책자 제작(~8월)
5월	<ul style="list-style-type: none"> · 2018 UAUS 본 전시(시공, 전시, 개회식, 철거, 시상) (05.17 - 05.28) · 학교별 제작 동영상 제출 · 결과보고서 및作品集 제작
6월	<ul style="list-style-type: none"> · 본전시의 후속 전시 기획 · 후원, 협찬 업체 컨택
7월	<ul style="list-style-type: none"> · 후속 전시
8월	<ul style="list-style-type: none"> · UAUS 8기 선발
9월	<ul style="list-style-type: none"> · 인수인계