

“서울문화재단은 문화예술을 통해 삶의 질을 높이고 서울의 도시경쟁력을 키우고자 서울시에서 설립한 기관입니다”

문서번호	문화자원기증센터-5
보존기간	준영구
결재일자	2016.01.19.
공개여부	공개
방침번호	대표이사 방침 제(36)호

★팀원	팀장	실장	대표이사
협 조			
실장			
경영기획본부장			
팀장			
차장			

2016년 박물관도시 서울 프로젝트 ‘서울을 모아줘’ 캠페인 기본계획

2016년 박물관도시 서울 프로젝트 ‘서울을 모아줘’ 캠페인 기본계획

서울시민의 일상생활 속 문화자원을 발굴하고, 공유기회를 마련하는 캠페인 「박물관도시 서울 프로젝트 ‘서울을 모아줘」를 활성화함으로써 일상 문화자원에 대한 인식을 개선하고 잠재기증자 자료를 전략적으로 수집, 선별하는 체계를 구축하고자 함

1 추진배경 및 방향

추진근거

- 시장지시사항(2014.7.15., 문화정책과 업무보고 시)
 - 문화유산 기증 활성화 대책마련
- 재단 정관 제4조(사업) 5. 기타 재단의 목적달성에 필요한 사업

추진배경

- 박물관 도시 서울을 위한 기초데이터로 활용이 가능하도록 사회·문화적으로 보존가치가 충분한 일상 문화자원의 발굴 및 가치부여 필요
- 서울시민이 일상 문화자원을 사회에서 공유할 수 있는 기회를 제공함으로써 사회 공공자산으로 인식할 수 있는 계기 마련

추진방향

- 온·오프라인 매체를 활용한 캠페인에 대한 체계적 홍보로 시민인식 개선 및 시민참여 확대
- 서울특별시 미래유산 및 신설 예정인 서울특별시 박물관에 활용될 수 있는 콘텐츠의 발굴 및 수집

2 2015년 추진성과 및 2016년 개선사항

2015년 사업 추진성과

- 박물관도시 서울 프로젝트 ‘서울을 모아줘’ 캠페인 론칭
 - 문화자원기증센터의 역할을 문화자원 가치인식 캠페인 진행으로 설정
 - 초기 사업 방향성 혼선으로 일정이 지체된 상황에서도 캠페인 론칭 완수

- 캠페인 기본 홍보 시스템 마련
 - 1) 온라인 주요 홍보 채널 구축
 - 박물관도시 서울 프로젝트 페이스북 페이지 구축
 - 캠페인 참여를 유도하는 메인이벤트 페이지 '응답하라 2015'와 담벼락 이벤트를 통해 경품 지급
 - 2) 서울문화재단 홈페이지 문화자원기증센터 사업 소개란 오픈
 - 신설부서 문화자원기증센터 소개 및 캠페인 홍보 자료 게재
 - 3) 캠페인 로고 제작
 - 가독성 높은 캠페인 기본로고를 제작해 홍보자료(포스터, 리플렛, 홈페이지, 페이스북 등)에 적용
- 캠페인 홍보 실적
 - 보도자료 보도건수 총 25건
- 관련기관 협력
 - 기관방문 수 총 12건
- 잠재기증자 정보 수집 및 발굴
 - 캠페인 기간 동안(2015.12.4.~12.30) 페이스북 이벤트로 참여한 잠재기증자 정보 수집 (페이스북 메인이벤트 참여자 총 189건, 참여건수 총 371건)
 - 전문콜렉터 총 25명 확보(소장품 총 80만 점 추정)

□ 2016년 사업 개선사항

- 문화자원기증센터 팀명 변경
 - 문화자원의 실제 기증업무가 아닌, 향후 설립될 서울시 주요 박물관을 위한 잠재기증자의 데이터를 공유 및 제공하는 플랫폼으로서의 역할을 명확하게 제시하고자 함
 - 문화자원기증센터에서 문화자원공유센터로 팀명 변경 예정
- 서울시민의 참여를 확대하는 캠페인 활성화에 집중
 - 온라인과는 별도로 오프라인 행사를 기획, 진행하여 캠페인 확산 도모
- 인력 충원으로 홍보부분 역량 강화
 - 초기 직원 퇴사로 미흡했던 홍보부분에 대해 행정스태프 채용으로 보완
 - 상반기 홍보분야에 대한 정규직 충원을 통해 홍보의 전문성 강화 추진

○ 체계적인 정보수집 및 분석을 위한 홈페이지 구축

1) 페이스북 페이지 홍보 전용 채널로 역할 설정

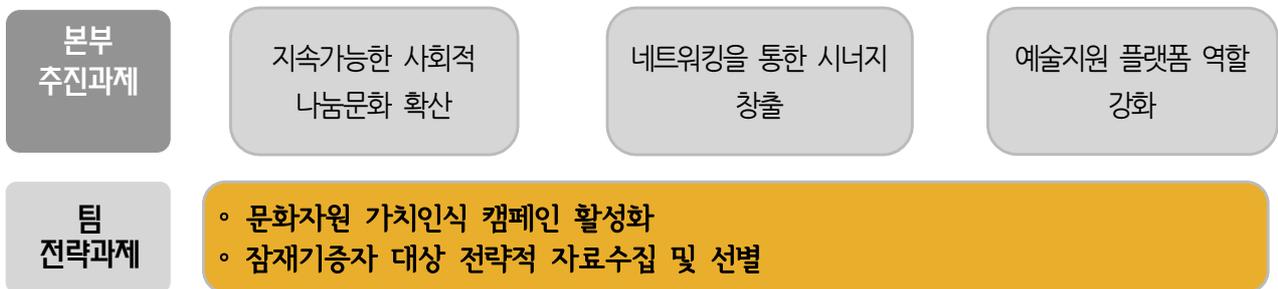
- 온라인 바이럴 효과는 우수하나, 정보 축적 및 분석 기능 부족
- 지속가능한 아카이빙 및 수집된 정보 분석 중심의 홈페이지 개발

2) 서울시 문화정책과, 박물관진흥과에 효과적인 데이터 전달 가능

- 기존 페이스북 페이지에서 추출할 수 있는 데이터는 나열된 방식으로 분석, 체계화 및 시각화가 불가능
- 홈페이지 개발 시기 수집된 정보는 홈페이지 구축 시 일괄적으로 반영

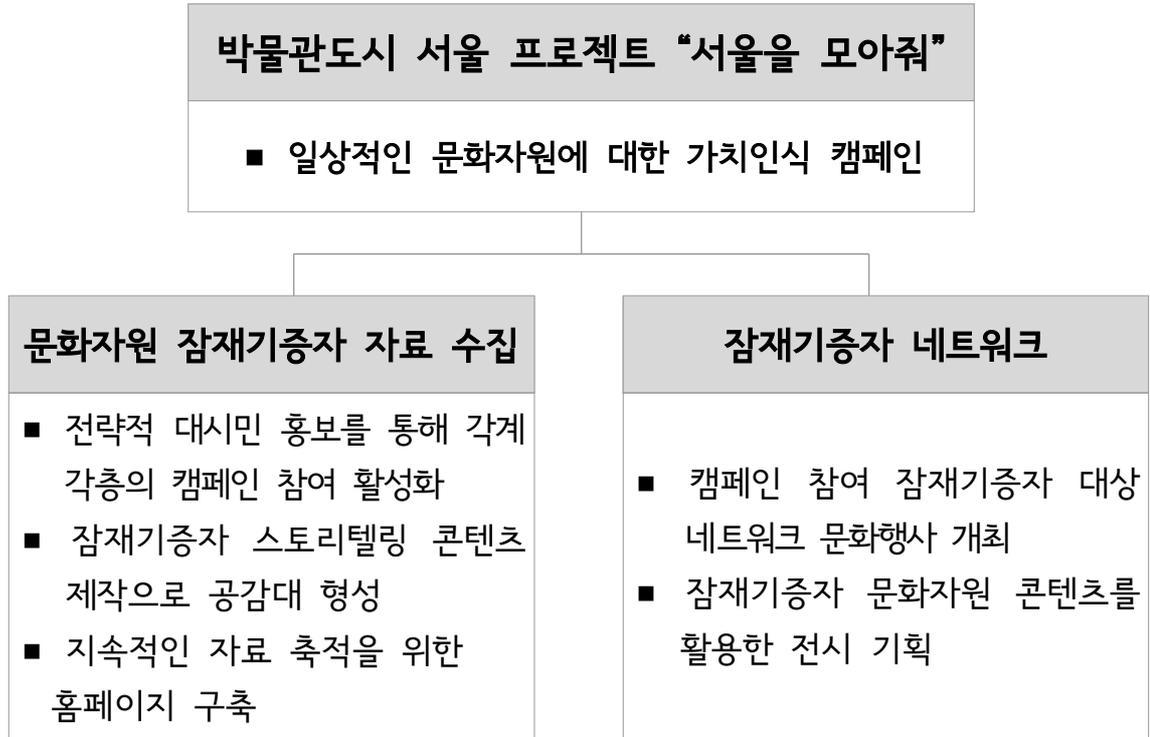
※ 향후 홈페이지 구축 및 주요 프로그램 일정은 세부추진계획 수립 시 반영 예정

3 2016년 사업 전략체계



□ 캠페인 개요

- 사업명: 박물관도시 서울 프로젝트 ‘서울을 모아줘’
- 사업기간: 2016.1.~2016.12.
- 사업구성:



○ 잠재기증자 자료 수집

1) 기본방향

- 일반인 및 전문컬렉터를 구분하여 자료 수집

2) 수집대상

- 1950년대 이후, 근현대 서울과 관련된 자료
- 생활기록(사진, 편지, 일기장, 공연티켓 등)
- 의식주 관련 각종 생활용품(교복, 주방도구, 간판 등)
- 개인 애장품(책, 전자기기, 장난감, 우표 등)
- 상업(광고 전단지, 오래된 가게의 간판 등)
- 여가생활(통기타, 하모니카 등)
- 사건, 인물(서울 지역에서 일어난 주요 사건, 인물 관련 자료)

3) 참여 방법

- 페이스북 및 홈페이지, 전화 접수

4) 활용 방안

- 서울시 신설예정 박물관(시민생활사박물관, 로봇박물관, 서울공예박물관, 사진미술관, 민속음악전시관, 봉제박물관, 한양도성박물관, 서서울미술관, 도시재생박물관)에 기본 자료로 제공
- 서울특별시 미래유산에 인증대상 기회 제공

○ 운영방안

- 체계적인 정보 축적과 분석을 위한 자체 홈페이지 개발(IT기획팀 협조)
- 전문대행사 용역 계약을 통해 캠페인 진행 업무의 효율성 및 전문성 증대

사업 구성		주요 업무	운영 방안
캠페인	자료 수집 및 분석	<ul style="list-style-type: none"> · 홈페이지 구성 기획, 구축 및 관리 · 수집 정보를 활용한 콘텐츠 기획, 제작 · 언론 홍보, 매체 광고 진행 · 데이터 분석을 통한 신규 박물관 신설 제안 	· 문화자원기증센터
	잠재기증자 네트워크	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 채널, 네트워크 문화행사 및 전시 기획, 운영 총괄 · 잠재기증자 예우 프로그램 기획, 실시 · 잠재기증자 소모임 기획, 진행 	· 문화자원기증센터
		<ul style="list-style-type: none"> · 네트워크 문화행사, 전시 홍보 진행 · 네트워크 문화행사, 전시 진행 · 온라인 채널 운영 	<ul style="list-style-type: none"> · 전문대행사 계약 ※ 협상에 의한 계약

5

세부추진계획

□ 추진방향

구분	자료수집	잠재기증자 네트워크
대상	일반인	· 일상생활유산에 대한 가치 재발견
	전문 콜렉터	· 개인소장품을 사회적으로 공유, 기증 유도
		· 개인소장품에 대한 가치 재인식
		· 소수 매니아 중심에서 대중과의 공유기회 마련
		· 전문 콜렉터 상호간 교류의 장 제공

매체	온라인	· 홈페이지를 구축하여 자료 축적, 체계적 관리	· 페이스북의 활발한 운영으로 주제별, 시기별 이슈메이킹, 바이럴 홍보
	오프라인	· 일상생활유산의 자발적 공개, 공유 유도	· 일반인과 콜렉터, 콜렉터와 박물관 전문가 간의 소통의 자리 마련

□ 추진내용

○ 기획 전시 개최

- 상하반기 시민청에서 캠페인 참여자 소장품을 활용한 전시 진행

○ 네트워크 모임 행사 진행

- 기획 전시 개최 시 부대행사로 잠재기증자들의 소통의 자리 마련
- 주제별, 대상별 콜렉터 소모임 개최 검토

○ 잠재기증자 예우 프로그램 개발

- 잠재기증자 스토리 영상 제작
- 잠재기증자 대상별 기념품 기획 제작
- 콜렉터 현장 탐방 프로그램 기획

○ 잠재기증자 특전

- 신설 예정 9개 박물관의 기증 후보 대상
- 서울문화재단 문화예술 프로그램 초청

○ 자체 홈페이지 개발

- 접근가능성 높은 홈페이지 구축으로 콜렉터의 자발적인 정보 등록 유도
- 체계적인 정보 분석을 통한 현황 파악 및 2차 콘텐츠 개발 가능성 타진

○ 온라인 채널 운영

- 시민들의 관심과 참여도 높은 페이스북을 홍보 채널로 단일화
- 효과적인 자료수집 및 이슈메이킹을 위한 온라인 이벤트 진행
- 주목도 높은 사이트에 광고 진행으로 인지도 확산

※ 2016년 협상에 의한 계약의 전문 대행사 선정 전 까지 2015년 온라인 채널 업체가 페이스북 운영 예정

○ 자문회의

- 체계적인 자료 분석 및 효율적인 관리를 위한 자문 요청
- 상하반기 전문가 회의 실시 및 의견 반영으로 업무 추진에 효과 기대

- 홍보물 추가 제작
 - 매체별, 행사별 홍보물(온오프라인 배너, 리플렛, 포스터 등) 제작
 - 통일성 있고 효율적인 업무 추진을 위해 전시·네트워크행사 홍보 및 진행 업무를 하게 될 전문운영대행사의 과업에 포함
- 전문 대행사에 의한 행사 추진
 - 네트워크 문화행사, 기획전시 등을 전문적으로 운영할 대행사 선정
 - 추진절차



6 홍보계획

- 온·오프라인 매체 활용으로 캠페인 홍보 확대
 - 페이스북 이벤트 진행을 통해 시민 참여도 증대
 - 서울문화재단 홈페이지 내용 추가 및 뉴스레터 발행
 - 언론을 통한 기사 게재, 대중매체 광고를 통해 인지도 확산
 - 연간 홍보물 제작업체 선정으로 대상매체별, 홍보시기 등 효율성 증대
- 유관기관 네트워킹을 통한 보도자료 배포
 - 서울특별시 보유매체 활용

구분		내용
시민소통 기획관	서울사랑팀	· 서울특별시 간행물 - 「서울사랑」
	소통지원팀	· 홍보동영상 서울특별시청 옥외 전광판에 주기적 표출
	미디어협력팀	· SNS 홍보 - 트위터, 카카오토티스토리
	영상방송팀	· 라디오 인터뷰
시민봉사 담당관	120운영팀	· 문화자원가치인식캠페인 종합 안내 : 120 다산콜센터(캠페인 문의)

- 보도자료 배포 목적에 따른 아이템 발굴로 매체별(서울시, 언론사 문화부·사회부) 기사 제공

- 대외홍보 및 사업기록을 위한 기록촬영 진행
 - 콜렉터 인터뷰 사진, 동영상 제작
 - 온·오프라인 매체를 통한 캠페인 정보 상시 제공, 쌍방향 소통 유도
 - 홍보물 제작 시 기초자료로 활용
- 민간협력단체, 공공기관과 업무제휴 추진
 - 홍보채널 및 콘텐츠 생산을 위한 협력단체, 기관을 발굴하여 참여 유도
 - 기관별 역량에 따른 다양한 협력체계 구축으로 시너지 효과 기대

7 평가계획

- 캠페인 참여자 대상 모니터링 시스템 운영
 - 캠페인 참여시민 대상 설문조사 진행
 - 페이스북 채널을 통해 시민들의 피드백을 적극 수렴하여 분석
- 캠페인 운영 및 결산자료 정리 및 관리
 - 결과보고서 작성, 기록 사진과 영상 촬영 추진

8 향후추진일정

- 기본계획 수립: 2016.1월
- 세부추진계획 수립: 2016.2월
- 공모, 심사 및 선정 발표: 2016.1~3월
- 상반기 네트워크 행사 및 전시 기획: 2016.4~5월
- 하반기 네트워크 행사 및 전시 준비: 2016.6~8월
- 하반기 네트워크 행사 및 전시 진행: 2016.9월
- 잠재기증자 예우 프로그램 개발 및 실시: 2016.3~10월
- 잠재기증자 소모임 기획 및 진행: 2016.3~10월
- 정산 및 결과보고: 2016.10~11월

□ 소요예산 : —금삼억이백만원정(302,000천원)

○ 예산항목 : 문화도시서울구현/문화도시생활예술활성화/문화자원공유센터 운영

□ 예산내역 :

(단위: 천원)

사업	편성목	통계목	2016년 예산액	산출기초	비고
문화자원공유센터 운영			302,000		
	회의비	회의수당	7,000		
		◎ 심사수당	2,000	50천원x5명x4시간x2회	
		◎ 회의수당	5,000	100천원x10명x1시간x5회	
		회의경비	1,400		
		◎ 회의 진행비	1,400	20천원x10명x1시간x7회	
	기타인건비	급여	18,150		
		◎ 행정스태프 급여	16,500	1,500천원x1명x11개월	
		◎ 행정스태프 보험료	1,650	150천원x1명x11개월	
	일반운영비	일반수용비	16,450		
		◎ 일반수용비(운송료 등)	6,250	6,250천원x1식	
		◎ 네트워킹추진비	1,200		
		- 외부 관련기관 협력 협의 진행비	1,200	100천원x12회	
		◎ 시스템 관리비 등	6,000	500천원x12개월	
		◎ DM발송료	3,000	1,500천원x2회	
	도서인쇄비	도서인쇄비	3,000		
		◎ 인쇄비(사업결과보고서)	3,000	10천원x300권	
	홍보및광고비	홍보및광고비	136,000		
		◎ 홍보물 제작	16,000		
		- 문화자원기증센터 가이드북 제작	6,000	3,000천원x2회	
		- 캠페인 홍보물(포스터, 리플릿, 배너 등 제작)	10,000	2,000천원x5회	
		◎ 캠페인 기념품 제작	20,000		
		- 콜렉터 등 주요인사 대상	5,000	20천원x250개	
		- 일반시민 대상	15,000	3천원x5,000개	
		◎ 캠페인 매체 광고비	20,000		
		- 라디오, TV, 잡지, 인터넷 등	20,000	5,000천원x4회	
		◎ 온라인 마케팅 및 웹 구축	60,000		
		- SNS 운영	20,000	2,000천원x10개월	
		- 웹사이트 관리	40,000	4,000천원x10개월	
		◎ 오프라인 마케팅	20,000		
		- 전광판, 지하철 광고 등	20,000	2,000천원x10개월	
	행사운영경비	행사운영경비	120,000		
		◎ 참여자 예우 및 관리	55,000		
		- 프로그램 제작, 운영	20,000	20,000천원x1식	
		- 기증자 스토리 영상 제작	15,000	1,500천원x10회	
		- 기증패 및 기증증서 제작	20,000	100천원x200명	
		◎ 프로그램 운영	65,000		
		- 관련 기관 네트워킹 프로그램	20,000	5,000천원x4회	
		- 예술단체 출연료	15,000	3,000천원x5회	
		- 무대(전시부스) 제작 및 행사시스템 대여료	10,000	10,000천원x1식	
		- 프로그램 제작, 운영	20,000	20,000천원x1식	

끝.