

# 브랜드를 물고 오는 비둘기 상담소



2023 하반기 대비를 위한 워크숍  
도시문화브랜딩팀 × 문화기획팀

# 브랜드를 물고 오는 비둘기 상담소



2023 하반기 대비를 위한 워크숍  
도시문화브랜딩팀 × 문화예술교육팀

# 브랜드를 물고 오는 비둘기 상담소



2023 하반기 대비를 위한 워크숍  
도시문화브랜딩팀 × 시민문화팀

# ~복습의 시간~

2023 연초 갱신계획



문화도시 사업이 앞으로  
집중하고자 하는 것

# 2023 갱신계획

| 도시문화 어젠다 보고서 AWAKE 춘천

“도시가 떠안은 문제를  
문화로 회복하는 것”

+

| 문화도시 브랜딩 전략

“가장 개인적인 것이  
가장 도시적인 것이다”

지속가능한 미래전략을 바탕으로 도시의 변화를 만들겠습니다.

미션

우리 동네에서 만나는 자율적인 문화안전망

사업  
목표

자율적인 시민 행동

- 개인의 개성 중시
- 협업 중심의 관계 창출

일상 속의 문화

- 맞춤형 가치창조 활동 확대
- 공평한 문화접근성 환경 구축

전략

자기 표현과  
동기부여

관망에서  
참여로

주체 의식  
성장 경험

경험에서  
역할로

지지와  
환대

발언에서  
행동으로

지탱가능한  
신뢰 시스템

연결에서  
안전망으로

기존 2021~2022

# 문화도시 사업의 새로운 전략 체계

미션

일상의 활기부터 삶의 전환까지, 성장, 지지, 영감을 통해  
의미 있는 삶의 변화를 지향하는 사람을 돕는다  
‘PEOPLE - IN - CHANGE’

사업  
목표

GROWING  
성장하는 시민

교육, 성장

TOGETHER  
함께하는 이웃

교류, 커뮤니티

INSPIRING  
영감을 주는 도시

가치관, 도시, 사회변화

전략

교육/성장

- 창의적 프로젝트
- 다양성 인식

교류/커뮤니티

- 공간 네트워크
- 문화활동 거점
- 마을 만들기
- 이해관계자 협력

특성화/콘텐츠

- 호수자원  
특화 콘텐츠

브랜딩/홍보

- 브랜드 이미지
- 홍보/캠페인

조직/경영관리

- 도시문화 R&D
- 문화도시센터 운영

변경 2023~2025

구분	현행	변경방향	지향점
비전	시민이 낭만 이웃으로 전환문화도시 춘천		<b>Mind Sanctuary</b> 삶을 주체적으로 사유할 수 있는 몸과 마음의 안식처
미션	우리 동네에서 만나는 10분 문화안전망	개인의 삶과 도시 변화에 대한 브랜드 철학 반영	<b>성장, 지지, 영감을 통한 의미 있는 삶의 변화를 지향하는 사람들을 돕는다</b>
참여 대상	춘천 시민 전체	사업 영향력 확대를 고려해 참여 대상 세분화	<b>People - in - Change</b> 자기 삶의 변화가 필요하다고 느끼는 사람들
핵심 목적	스스로 문화를 선택할 수 있고 신뢰할 수 있는 환경을 갖춘 문화도시	사업 결과의 가치를 표현하고 세부 전략을 고려해 목적을 유형화	<b>Mindful Change</b> 삶, 관계, 세상에 대한 사려 깊은 관찰에서 비롯된 문화 활동으로 나와 도시의 긍정적인 변화를 주도한다
핵심 가치	문화돌봄 · 생활돌봄 · 환경돌봄	브랜드 철학과 사업 범위를 포괄하는 가치 설정	<b>Growing</b> 성장하는 시민 <b>Together</b> 함께하는 이웃 <b>Inspiring</b> 영감을 주는 도시

# 1. 조직/경영관리

문화도시 사업의 실행력을 강화하는 활기 있는 조직을 운영합니다.

미래성장동력 확보

## 도시문화 R&D

교육, 연구 활동을 통해 문화도시 사업 수행에 필요한  
전문 역량을 기르고, 미래에 필요한 전략 자원을 확보합니다.

- 문화도시 사업 효과, 가치 발굴을 위한 연구 및 모니터링
- 조직 구성원 역량강화 / 문화도시 사례 확산



기존사업(`21~`22)  
주체역량강화  
전국문화도시협의회



기존사업(`21~`22)

문화도시센터 운영  
문화도시 정책위원회

## 지속가능한 문화도시센터 운영

내·외부 환경변화에 대응하는 조직개편 및 인력 증원으로  
사업의 실행력을 높입니다.

- 문화도시센터 조직 운영
- 문화도시 조성 사업관리
- 문화도시 정책위원회

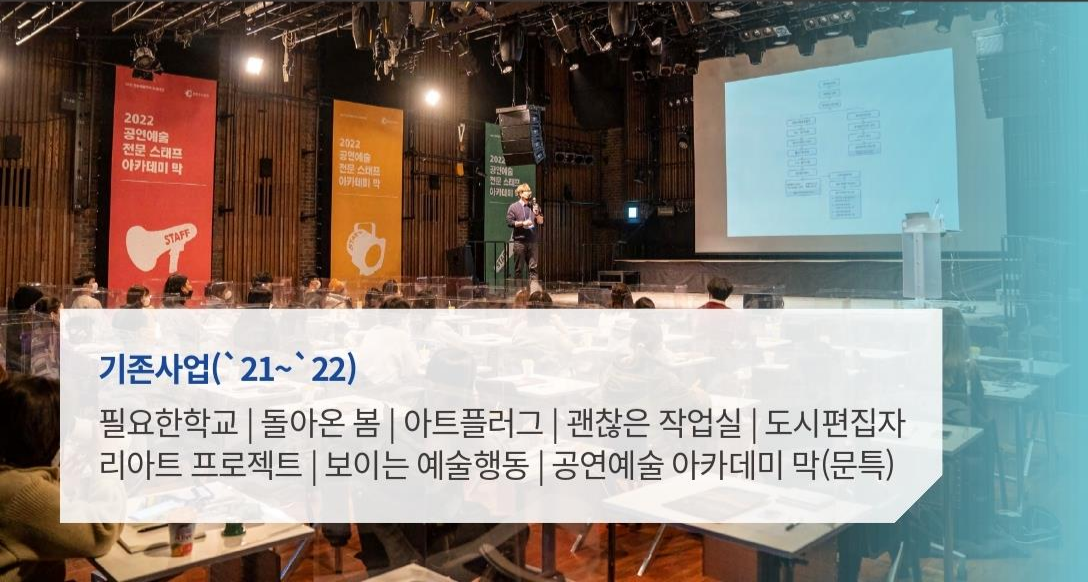
## 2. 교육/성장

도시 변화를 일으키는 활동가와 크리에이터를 양성합니다.

### 문화시민모임 봄바람

개인의 능력이 사회의 선한 행동으로 발휘되도록  
사람들의 창의적 작업에 영감을 주고, 연결하고, 확산시킵니다.

- 문화시민모임 봄바람 운영
- 시민주도 사업(일당백리턴즈, 동네지식인, 시민상상주간) 운영



#### 기존사업(`21~`22)

필요한학교 | 돌아온 봄 | 아트플러그 | 괜찮은 작업실 | 도시편집자  
리아트 프로젝트 | 보이는 예술행동 | 공연예술 아카데미 막(문특)

### 성장하는 시민을 위한 도시전환학교

다양한 정체성을 가진 도시의 구성원과 집단이  
함께 조화를 이루며 살아간다는 인식과 분위기를 만듭니다.

- 전문인력발굴: 지역문화 인력의 역량 향상
- 도시전환학교: 삶의 전환을 만드는 시민활동 촉진

## 3-1. 교류/커뮤니티

커뮤니티의 협력 활동을 강화하고 영향력을 확대합니다.

동네 곳곳에서 벌어지는

### 도시가 살롱

커뮤니티의 활동 영역(지대)를 만들고 연결성을 강화합니다.

- 도시가 살롱: 공간 주인장이 제안하는 커뮤니티 활동 지원
- 오늘은 여행자 살롱: 도시가 살롱 참여공간의 로컬 관광 콘텐츠화
- 도시가 놀이터: 유휴공간을 활용한 커뮤니티 공동 프로젝트
- 시그널 페스티벌: 연계문화공간을 중심으로 만드는 시민 커뮤니티 축제



기존사업(`21~`22)

도시가 살롱 | 시그널 페스티벌  
도시가 놀이터



기존사업(`21~`22)

인생공방·전환가게  
모두의살롱

생활권에서 만나는

### 시민 문화활동 공간 조성·운영

다양한 창작, 교육, 매개 활동을 수용하는  
생활권 단위의 문화 교류 공간을 조성하고 접근성을 높입니다.

- 기 구축된 생활권 문화공간 운영·관리
- 문화활동 공간 활용 촉진을 위한 프로그램 운영

## 3-2. 교류/커뮤니티

커뮤니티의 협력 활동을 강화하고 영향력을 확대합니다.

읍면 문화마을 지원사업

### 온다

10개 읍면 단위의 문화마을을 특성화하고,  
문화 활동 안전망을 강화합니다.

- 마을문화활동가 양성
- 마을 문제를 문화활동으로 풀어내는 활동 지원



기존사업(`21~`22)  
온다 | 당근책



기존사업(`21~`22)  
문화도시 실무협의체

이해관계자

### 활동그룹거버넌스

지역 이해관계자들과 협력, 신뢰 수준을 높입니다.

- 이해관계자 공동의 도시문제 발굴 및 프로젝트 실행
- 실행주체 역량강화 사업 운영
- 대학교 연계 프로젝트

## 4. 지역 특성화/콘텐츠

지역자원을 활용한 콘텐츠를 만듭니다.

호수자원과 예술가의 영감을 결합한

### 물의 도시 춘천

호수자원을 활용한 지역특화콘텐츠를 생산합니다.

- 춘천 호수(수변)자원을 활용한 도시 특성화 사업 추진
- 예술로 호수의 쓰임새와 가치를 다양하게 활용하여 지역 브랜드로 확장

추진과정

#### 예술로 호수 재해석

- 호수의 맥락을 조사한다
- 호수의 상징을 만든다
- 호수의 심미적 영향, 생태계  
잠재력, 예술적 영감을 줄 수 있는  
요소를 찾는다

#### 호수 자원 활용 대표 콘텐츠 개발

- 호수를 활용한 예술축제를 만든다
- 춘천의 자연을 활용한 시민 활동  
프로그램을 운영한다
- 호수의 정체성, 문화유산으로의 가치,  
브랜드를 체계화하여 브랜드  
이미지를 전달한다

#### 기존사업(`21~`22)

어바웃타임 중도 | 춘천놀이(문특) | 축제 허브마켓  
축제 아카이브 | 두바퀴 정거장

## 5. 브랜딩/홍보

독특+재미+의미를 더한 문화도시 세계관을 만듭니다.

도시문화 브랜딩

### 문화도시 가치확산

우리 도시의 이미지를 알기 쉽게 만들고, 더 멀리까지 전파합니다.

- 대내외 커뮤니케이션 전략 수립
- 도시문화 브랜딩 캠페인 기획

기존사업(`21~`22)

도시문화 브랜딩 | 문화도시 가치확산  
당신의 그림을 빌려주세요(문특)



# 앞으로의 과제

## 문화도시 홍보·마케팅 전략 강화

### 홍보 전략 구체화 대내외 협업체계 마련

— 도시문화브랜딩팀 신설(`23년 1월)



## 도시 단위 성과 검증

### 사회·경제적 효과와 파급력 확대

— `22년 문화도시 사회적 가치 측정 지표,  
관계건강 측정 안녕지표 개발완료

### 문화도시 조성사업의 자생력 강화·지속 기반 마련

— 조성기간 내 문화도시 추진인력  
정규직 전환(누적 7명)



## 세계 문화도시 기반 마련

### 시정 전략 연계 및 세계 곳곳에 문화도시 사업의 가치를 전파

— 춘천시 민선 8기 <세계 문화도시 기반 마련>  
과제로 문화도시 특성화 전략 수립



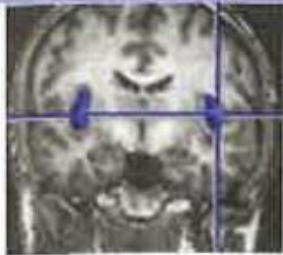
# ~체크리스트~

함께 생각해 보아요

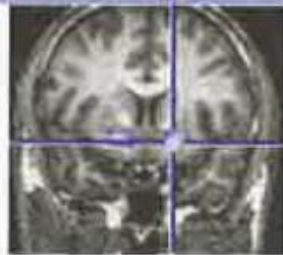


〈도표 4-4〉 단순한 메시지와 복잡한 메시지

부드러운 빵 사이에 있으면서  
토마토와 샐러드로  
장식된 다진 쇠고기에  
돈을 쓰세요!



햄버거 사세요!



**“복잡한 메시지는  
고통의 중심부를,**

**간단한 메시지는  
보상의 중심부를  
활성화한다.”**

- <뇌, 욕망의 비밀을 풀다>  
한스 게오르그 호이젤 저

# 멋진 내 친구 챗지피티 - 사업명도 지어줌

## \* 대화형 언어 처리

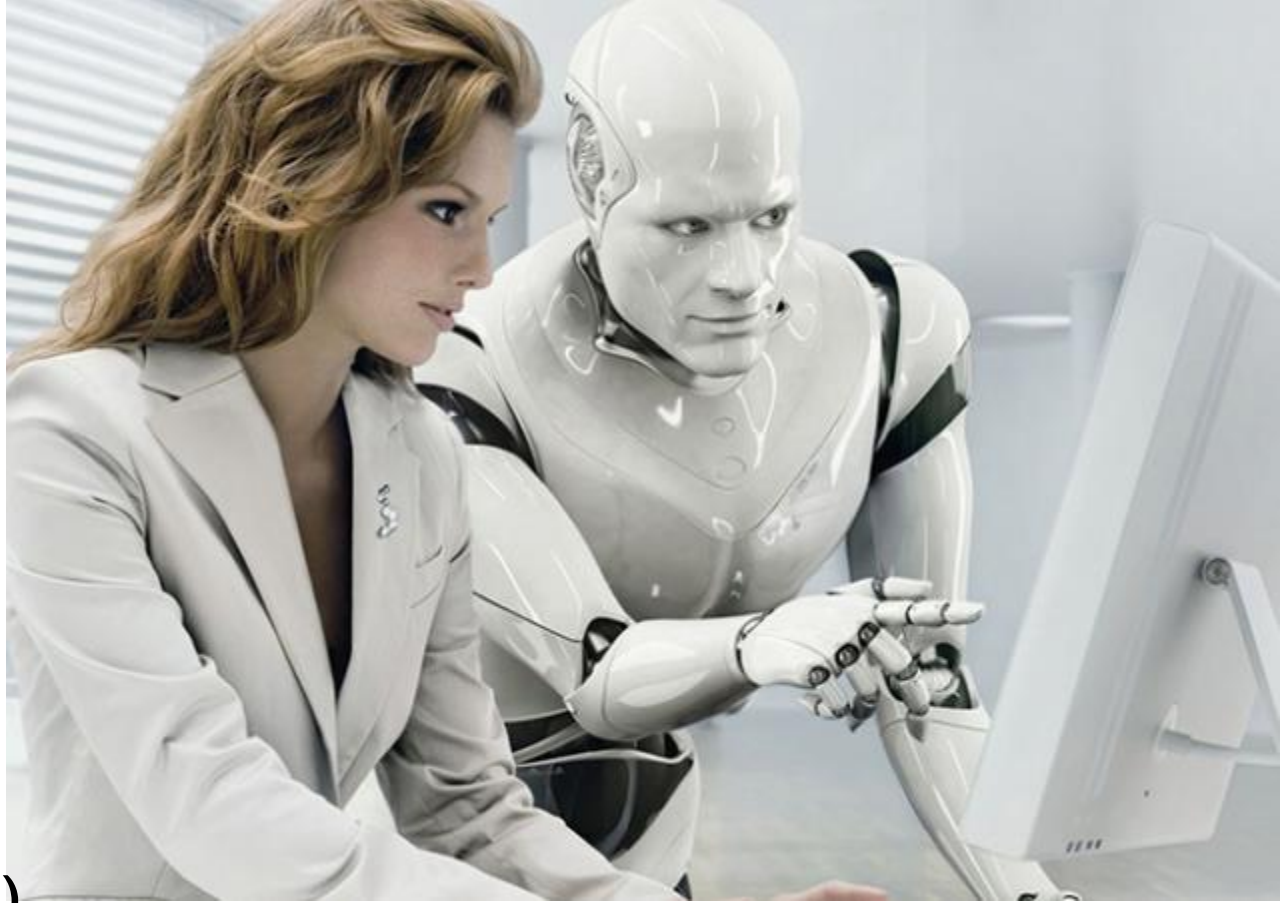
글쓰기 (미스터리 소설의 인트로 paragraph 작성해 줘)  
요약 (아래 내용을 한 문장으로 요약해 줘)  
패러프레이징 또는 의역 (아래 글을 다시 써줘)

## \* 구조화된 출력 형식 문서 만들기

리스트 만들기 (열대과일 5개를 한글로 리스트 만들어줘)  
제목, 부제목 작성 (아래 글을 보고 제목과 부제목, 부제목에 들어갈 수 있는 요약어를 정리해줘)

## \* 미디어 타입에 맞는 문서 만들기

소셜미디어에 글을 작성하기 전 쉽고 편하게 글을 만들어 준다 (생성형 AI시장에 대한 블로그를 작성해 줘)  
이메일 작성 (기업 대표들에게 보내는 월 회사의 신제품 발표회 초대 메일을 작성해 줘)  
시와 가사의 작성 (50대 공무원 입장에서 챗지피티를 사용하고 난 후 느끼게 되는 삶의 변화에 대한 시를 작성해줘)  
이력서 작성 (직능 관련 분야를 더욱 세밀하게 적을수록 이력서 내용이 정교해짐)



## \* 비구조화된 출력 형식 문서 만들기

설명문 작성 (토마토 스파게티 만드는 법에 대해 1인칭 시점으로 설명하는 글을 작성해줘)

공식문서 만들기 (총간소금 해결방안에 대해 주민들에게 공지하는 형식의 짧은 문서를 작성해줘)

페르소나의 활용 (너는 이제부터 천체물리학자이다. 너는 모든 사람에게 건방지게 반말을 한다.

우주의 신비한 현상 중 가장 설명하기 어려운 것들에 대해 설명해줘.)

재미있는 텍스트 생성 (컴퓨터의 역사에 대해 100단어로 작성하되, 모든 문장 끝에 컴퓨터와 관련한 이모티콘을 포함하고 각 문장의 앞에는 헐! 이라는 문자를 넣어서 시작해줘)

# 더 멋진 내 친구 미드저니



홍보물 만들 때  
최우수 문화도시 로고 우측상단! 잊지 마세요  
나스에 있어요 쪽지로도 보내드렸어요



2023 최우수 문화도시춘천

## [1단계 : 사업구상]

벤치마킹 ▶ 리서치(자료조사) ▶ 타당성 검토 ▶ 목표 설정, 구현 방식 정리  
▶ 용어, 컨셉 정의 ▶ 계획 수립

## [2단계 : 홍보기획]

타겟 설정 ▶ 홍보 채널, 방법 ▶ 홍보 카피 작성 ▶ 발신 메시지 기획 ▶ 디자인 기획

\* 이런이런 걸 할 건데 써 주세요 (X) / 이런이런 카피를 작성해 봤는데 함께 검토해 보아요(O)

## [3단계 : 메시지 발신]

- 언론 : 시작 보도자료 ▶ 반응 모니터링 ▶ 2차 보도자료 ▶ 결과 보도자료
- 광고 : 중요도 판단 ▶ 타겟에 따른 광고채널 설정

## [4단계 : 성과정리]

참여자 이야기 수집 ▶ 진행과정 기록 ▶ 총평회 ▶ 결과보고

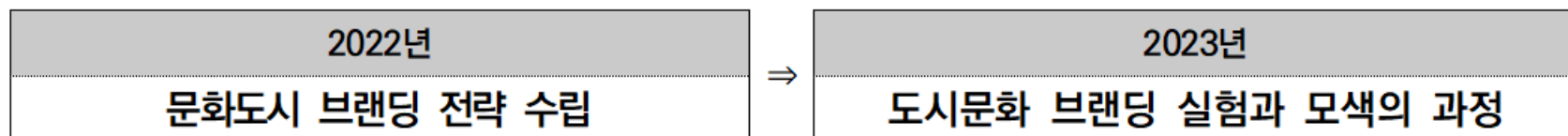
# V 기획 이전에 생각해야 할 것

- ☐ 이 사업은 무엇을 위한 사업인가요? 무엇을 남기기 위한 사업인가요?
- ☐ 이 사업은 AWAKE 보고서의 어젠다 중 어떤 액션플랜과 관계 있나요?
- ☐ 문화도시 사업이 끝나면 이 사업은 어떻게 될까요?
- ☐ 구체적으로 어떤 사람들이 참여하나요? 그 사람들은 어디에 있나요?
- ☐ 사업의 가치와 성과, 효과는 어떻게 보여줄 예정인가요?
- ☐ 다른 사업(내부, 외부)과 연결할 수 있는 지점은 없나요?
- ☐ 어떤 사람들과 협업을 하고 싶나요?
- ☐ 이 사업에서 이슈가 될 만한 것은 무엇인가요?

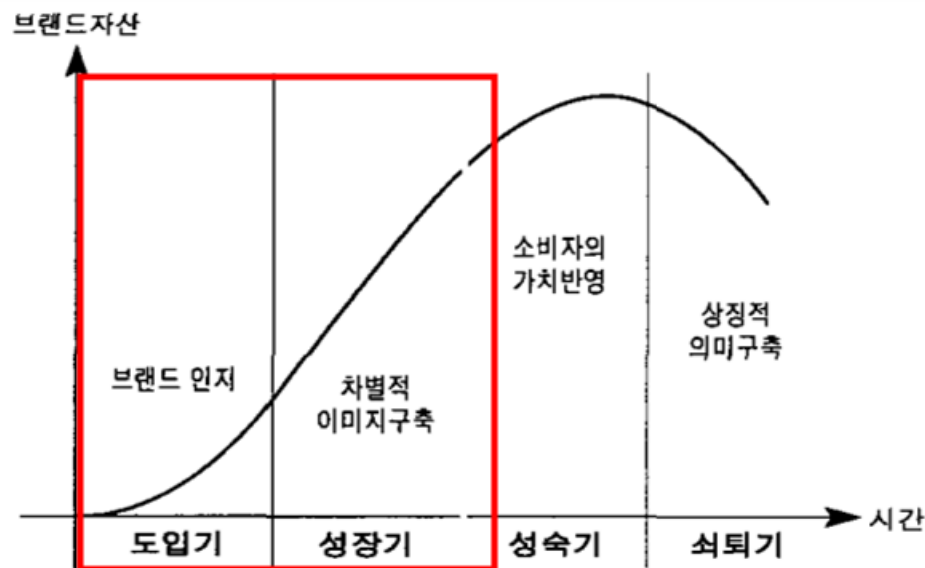
# ~좌표 찍기~



## 1. 배경 및 목적



브랜드를 만드는 일만큼이나  
중요한 것이 유지와 관리



브랜드 수명주기 Brand Life Cycle\*

도입 - **성장** - 성숙 - 쇠퇴

⇒ 도입기에서 성장기로 접어들며  
참여자의 경험을 유도하고  
호의적 인식을 심어주는 단계

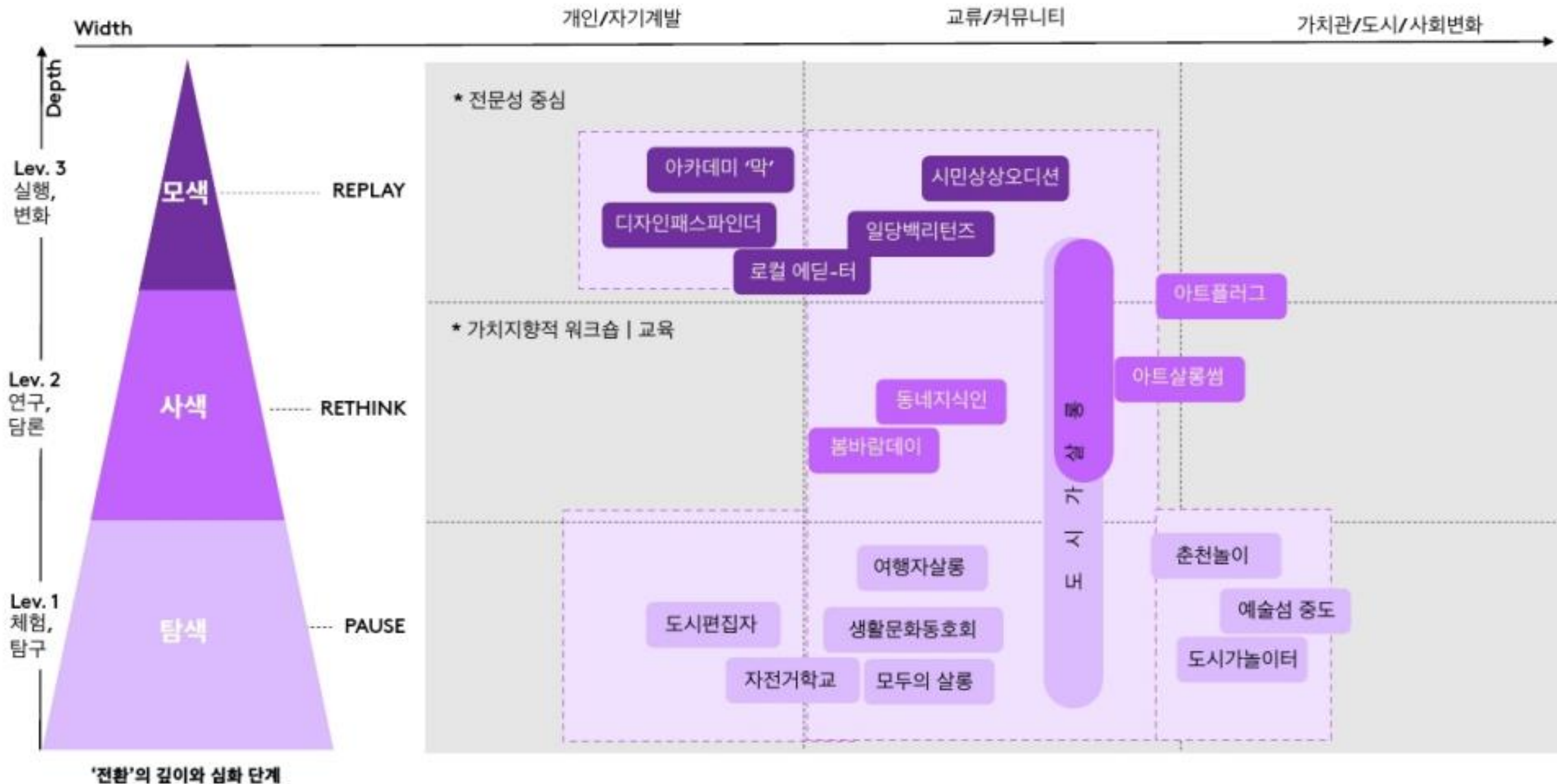
\* 경제학자 Raymond Vernon  
제품수명주기이론(PLC)-변용

- 가. 브랜드 정체성 모색 및 형상화(도입기)에서 구체화(성장기)로 도약
- 나. 고도화된 관리 체계로 춘천 도시브랜드로서의 성장 가능성 담보
- 다. 브랜드 관리자 업무 효율화 및 안정적 성장 체계 구축

# 개발할 것 : 이미지 가이드라인 / 관리할 것 : 조직, 메시지, 산출물

과제	대상	실행과제	기대효과
개발	디자인 아이덴티티	이미지 가이드라인	브랜드이미지 통일 · 연계성 확보
관리	조직 운영	미션, 가치 내재화	운영 · 업무 · 의사결정 프로세스 개선
	커뮤니케이션	정보의 단순화, 핵심화	통일되고 정돈된 채널관리 홍보물-현장-결과물 톤 유지
	브랜드 자산	관리 · 아카이빙 체계화	시민 참여 산출물 적극 활용

# Analysis on Projects and Activities



## Key Values based on Strategy

개인/자기계발

교류/커뮤니티

가치관/도시/사회변화

모색

### GROWING

성장하는 시민

-

자기다운 삶의 탐색,  
나를 둘러싼 세계의 지속가능함을 위한 사유,  
보다 나은 삶을 위한 모색을 통해  
성장하는 개인과 시민

사색

### TOGETHER

함께하는 이웃

-

이웃과 함께 연대하고 지지하는 도시,  
서로에 대한 존중과 이해를 바탕으로  
함께 더 나은 내일을 만들어가는 이웃

### INSPIRING

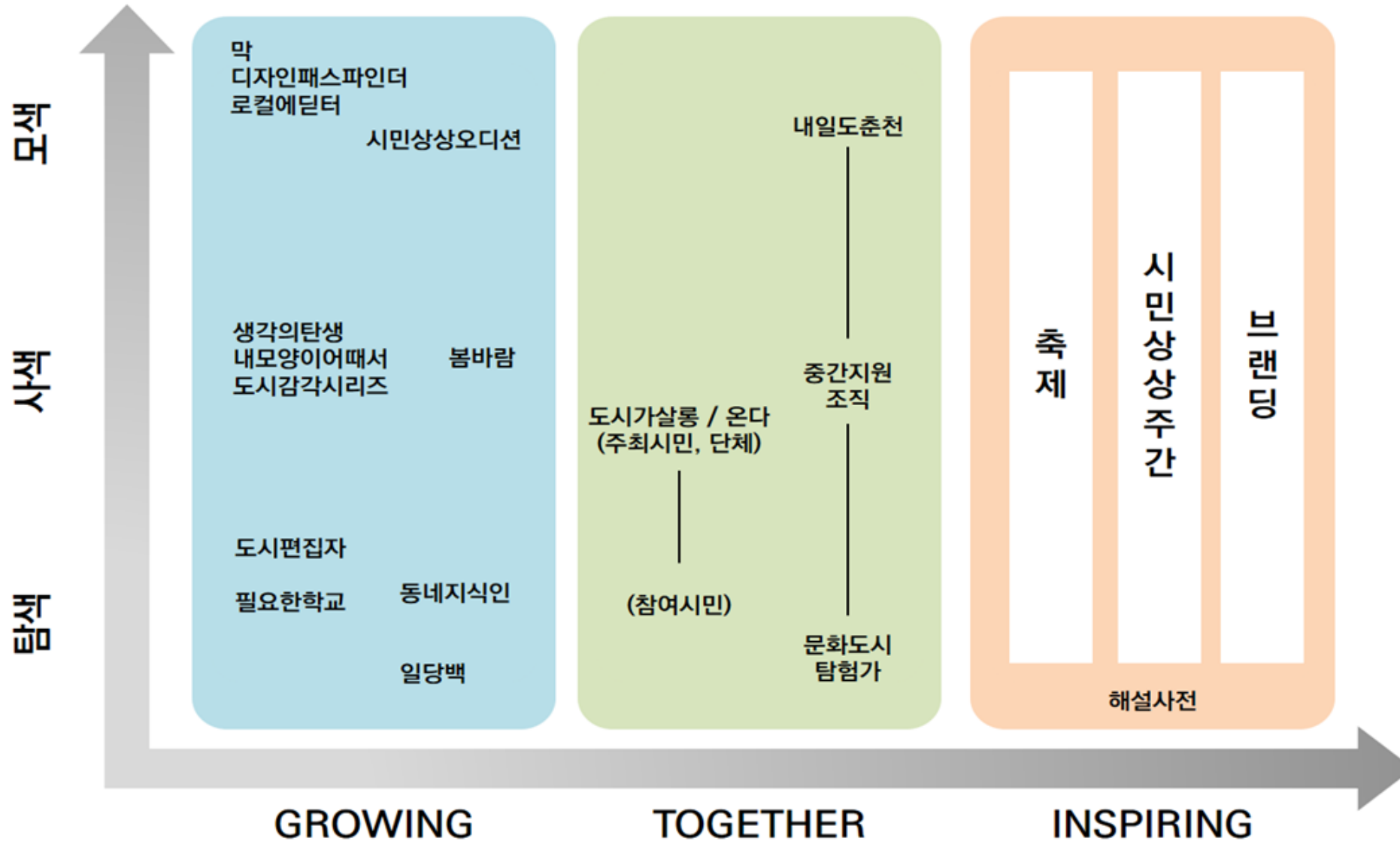
영감을 주는 도시

-

누구도 소외되지 않는 다양성과  
지속가능성의 가치 실현을 통해  
춘천 시민 뿐 아니라 타 지역민들의  
삶에 깊은 영감을 주는 도시

탐색

## 핵심가치에 따른 사업 구조화 및 지향점, 연결 방향성 체계화 · 구체화



를 직접  
해  
봅시다!

# 나의 사업에 좌표를 찍어 보세요.

- 왜 그곳에 찍었나요?
- 그 사업에서 제일 중요한 것은 무엇인가요?
- 내년과 내후년에는 좌표의 위치가 바뀌나요?
- 올해의 결과(성과)로 제시할 것은 무엇인가요?

# ~종합토론~

사업 브랜딩에서의  
고민점을 얘기해 주세요



~다솜차례~

채널관리 가이드라인



~다희차례~

문화도시 해설사전

