

# THE ARCHIVIST'S POINT

#TEAM\_ARCHIVISTLOUNGE

ARCHIVIST  
LOUNGE

# 2017년 기록인대회 주제



제9회 전국기록인대회

# 현장에서 기록관리의 미래를 본다

**일시** 2017년 11월 3일(금) ~ 11월 4일(토)

**장소** 덕성여자대학교 학생회관 대강당 및 차미리사관

“현장”



“현장”, “기록관리”

“현장”, “기록관리”, “미래”

그리고 “본다”

“현장”, “기록관리”, “미래”

그리고 “본다”

**“본다” = “Point of view”**

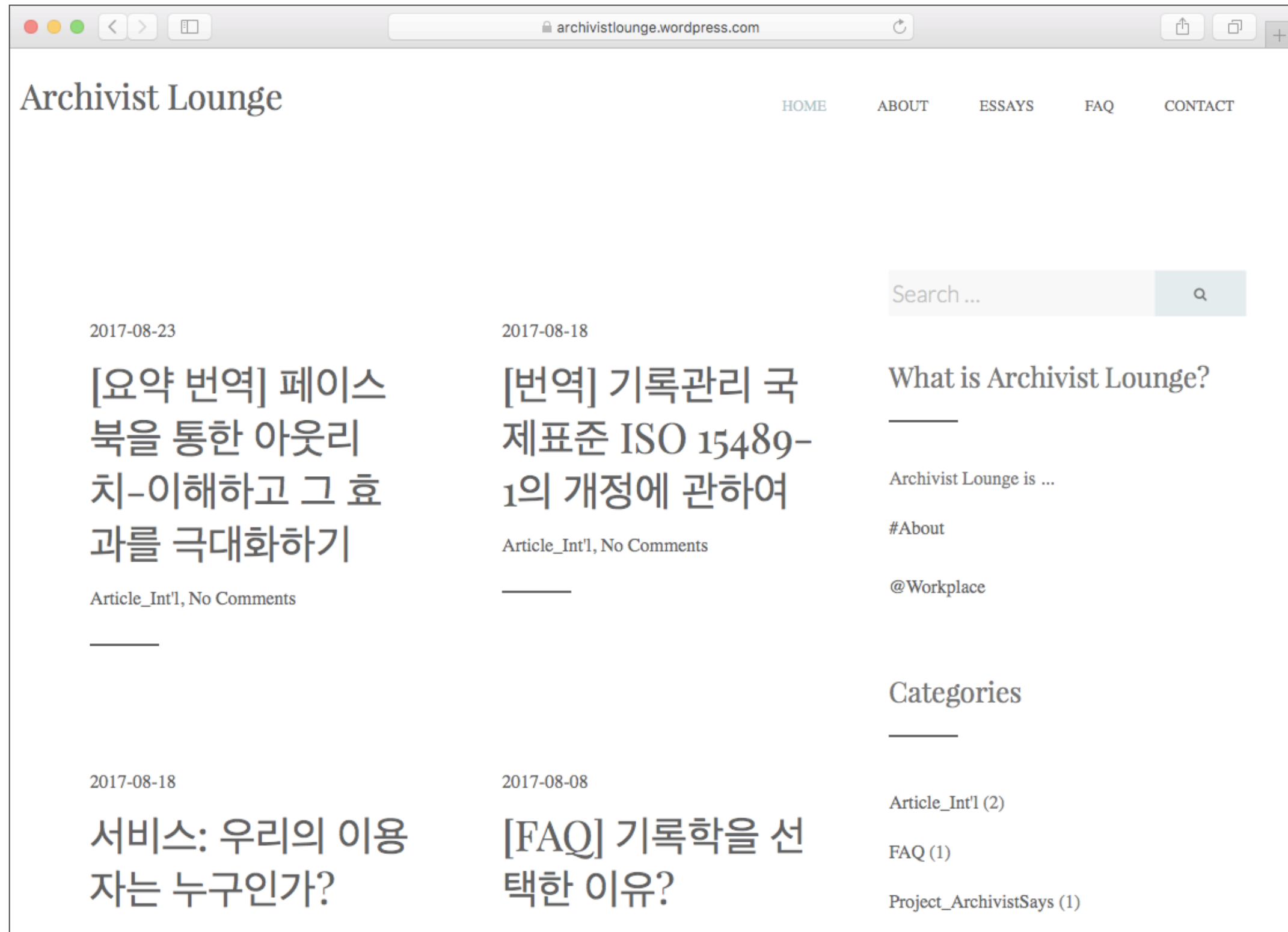
아키비스트들은  
무엇을 보는가?

외국의 아키비스트들은

무엇을 보는가?



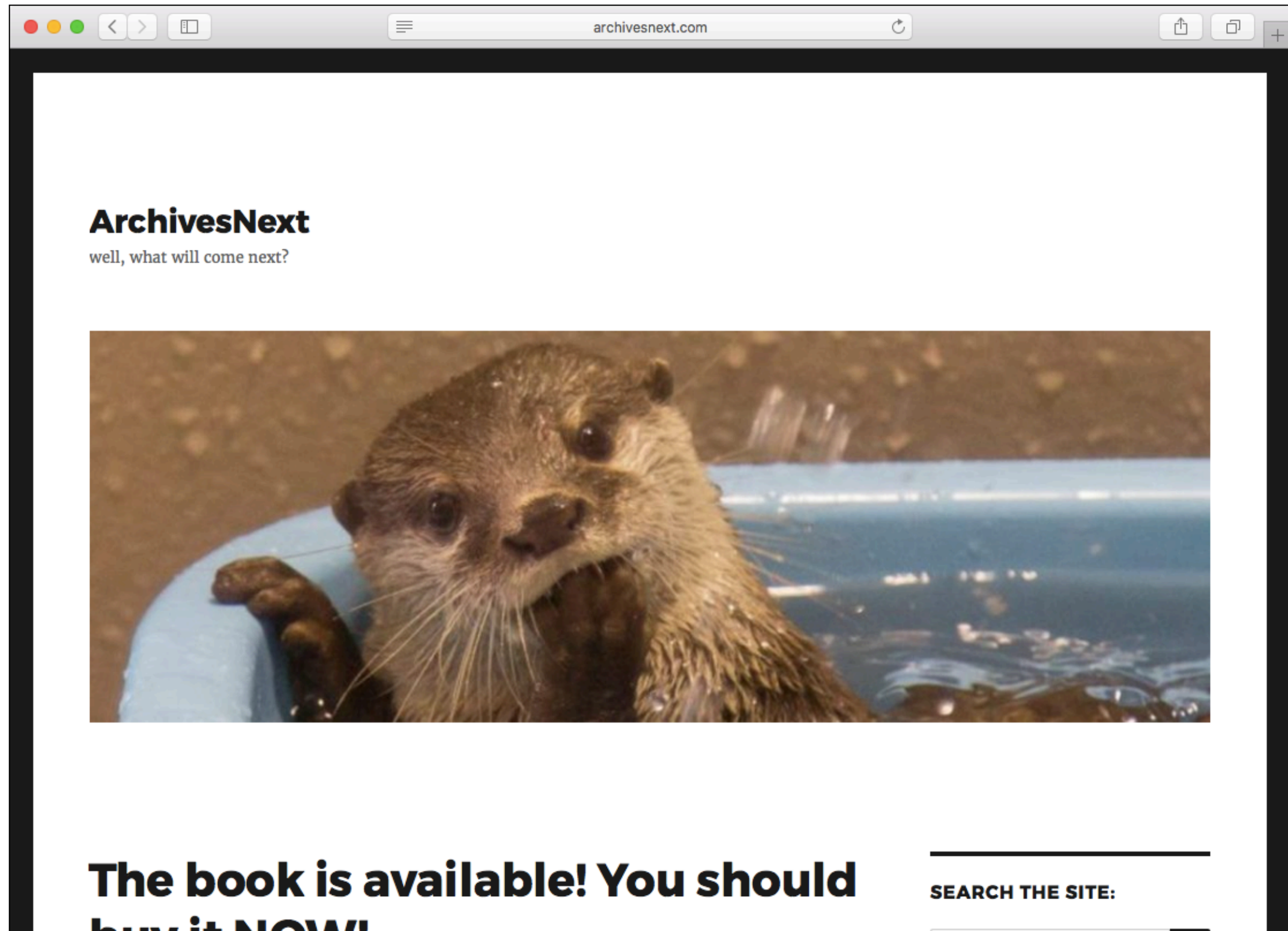
# 블로그에 담긴 여러 가지 관점들,



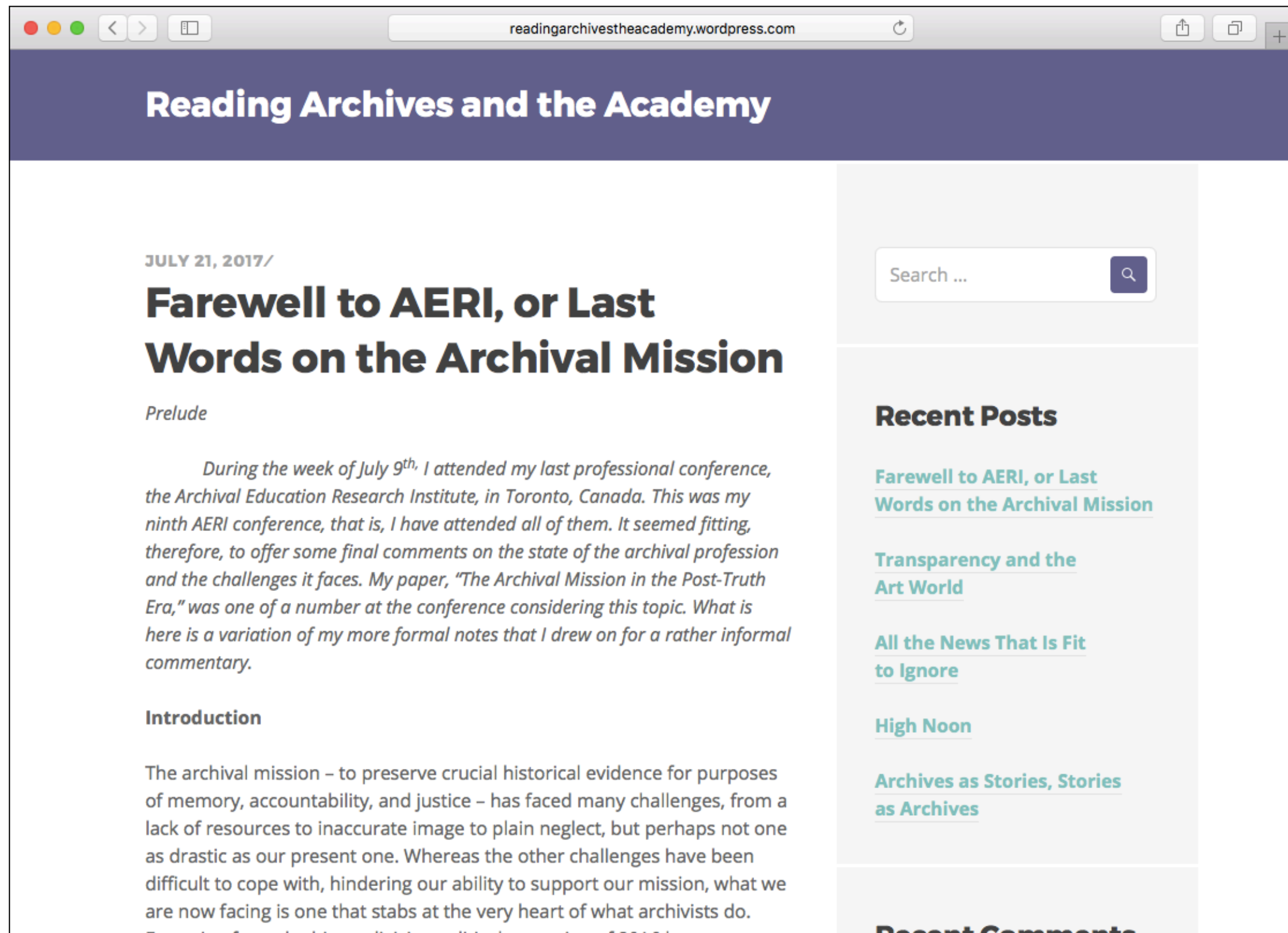
이 자리에 초대된  
2명의 아키비스트



# Kate, “Archives Next”



# Richard, “Reading Archives”



# Hommage,

Hommage,

존경하는 마음으로 인용해보자.



그들의 글을 읽으며,  
그들이 어떤 생각을 하는지,  
그들이 무엇을 보고 있는지를.

# #1 Branding for Archives

ARCHIVIST  
LOUNGE

# Brand...?

# Brand...?

: 제품 또는 서비스를 구분하는데 쓰이는  
명칭이나 기호, 디자인

# Brand...?

: 제품 또는 서비스를 구분하는데 쓰이는  
명칭이나 기호, 디자인  
(각인된)이미지나, 인지도, 정체성.

# Volvo



# Volvo “Safety”





# #VSML



**VolvoCarCanada** ✓

@volvocarcanda

팔로우



This month's Volvo saved my life story from Kelton Rossi [on.fb.me/1pMIXky](https://www.facebook.com/1pMIXky) #VSML



**#VOLVOSAVEDMYLIFE**

오전 10:15 - 2014년 6월 6일

# Starbucks



**Starbucks**  
**“Rewarding Everyday**  
**Moments”**



# Apple



Think different.

“여기 미친 이들이 있습니다. 혁명가. 문제아..  
하지만 이들은 사물을 다르게 봅니다.  
다른 이들은 미쳤다고 말하지만,  
저희는 그들에게서 천재성을 봅니다.  
미쳐야만 세상을 바꿀 수 있다고  
생각하기 때문입니다.”

Apple, Think different

***“What is the first thing  
you think of when think  
of a library?”***

**(2005 OCLC Report, 3163 respondents)**

# 사서들의 답변



신뢰  
Trust

권위 있는 정보  
Authoritative Information

질적 정보  
Quality Information

배움  
Learning

프라이버시  
Privacy

접근  
Access

교육  
Education

공동체  
community

**Trust, Authoritative, Privacy = Never**

**Community 1**

**Quality 2**

**Education 4**

**Learning 9**

**Free 70**

**First and foremost with  
“Books”**

**2152 times (68%)**

**What is the  
“Archives brand?”**

***“What is the first thing  
you think of when think  
of a Archives?”***

우리가 예상하는 듣고 싶은 답변



Gov 3.0

Preserved

Digital

Service

Archives

Provenance

Accountability

Authenticity

Context

Arrangement

Description

Archival

Processing

History

Findings aids

Disposal

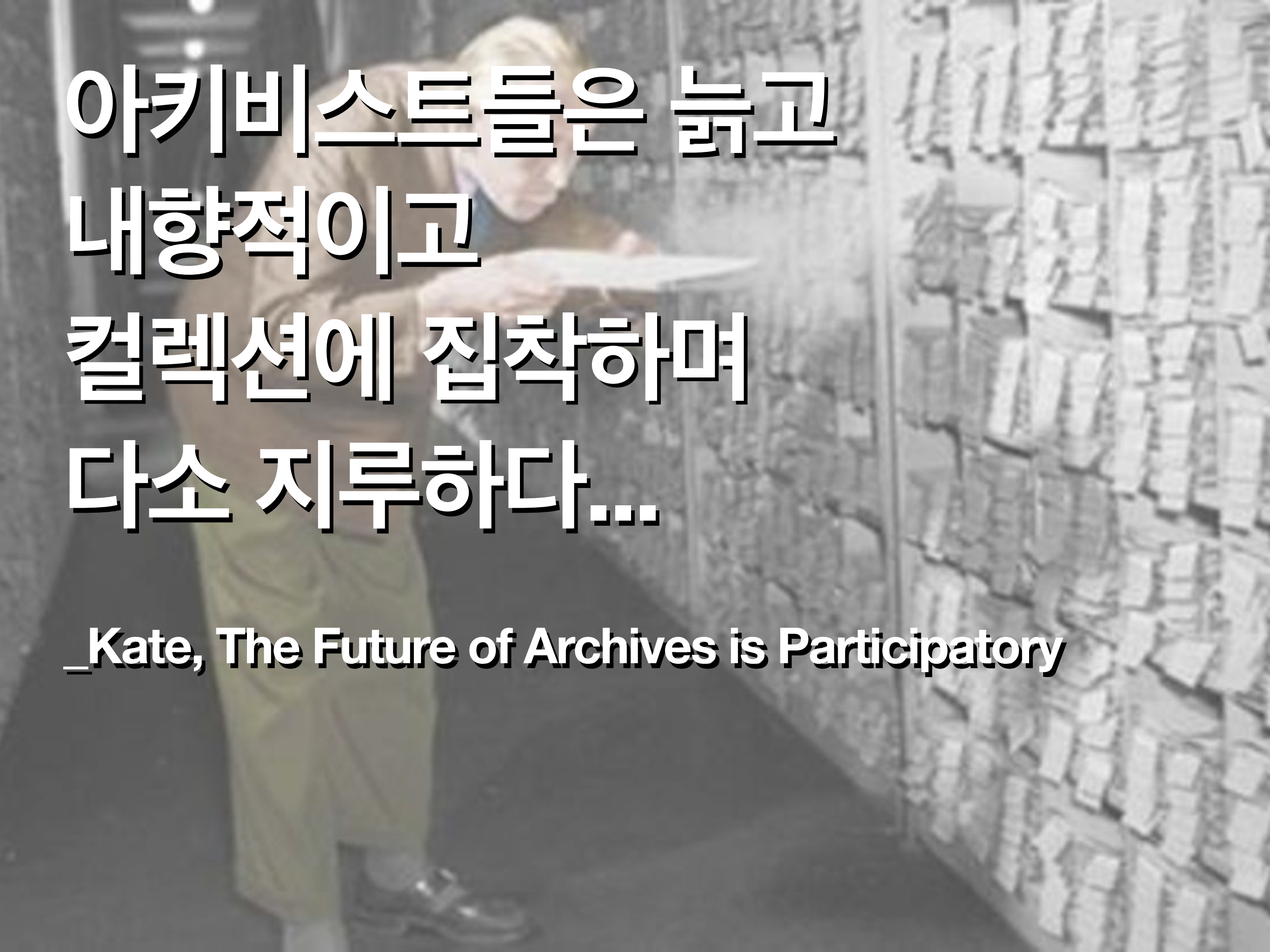
“아카이브는 기록이 저장되고, 지하 또는 다락방에 위치하며, 먼지와 오래된 쓸모없는 것들과 관련이 있다. 그들은 잊혀진 장소 또는 잊혀져야 할 물건을 넣는 장소로 여겨진다.”

Richard, What Should the Fictional Archivist Look Like?



***“old stuff”  
actually be “nothing”,  
musty, dusty, old, crumbling  
yellowed.***

***\_Kate, What is the “archives” brand?***

A person with blonde hair, wearing a brown coat, is looking down at a document held in their hands. They are standing in front of a large, dark wooden cabinet filled with many small, light-colored rectangular objects, likely archival boxes or folders. The scene is dimly lit, with the person's face and the document they are holding being the primary sources of light.

**아키비스트들은 높고  
내향적이고  
컬렉션에 집착하며  
다소 지루하다...**

**Kate, The Future of Archives is Participatory**

다시 브랜드로,

때론 철학적이기도,

때론 본질적이기도.

# 핵심 가치를 발견하는 여정

**What do we see as our  
“Brand Essence”  
(or core identity)?**

**‘기록관’이 무엇인지  
아직 생소한 이용자들에게,**

‘기록전문가’는 어떤 사람인지  
익숙하지 않은  
우리의 고객들에게,



하나의 커다란 텐트 아래서,

# #2 Archives as platform

ARCHIVIST  
LOUNGE



# Platform...?





# Platform...?

: 이용자의 다양한 니즈를 만나고  
이를 연결시켜 쉽게 이용할 수 있도록  
평평하게 만든 공간





**Everyone wants  
to develop platforms  
these days**

# from Portal to “Platform”

Europeana Strategy 2015-2020



europaena  
think culture

**a fancy word**

**a tricky word**



# Platform...?

**: 어떠한 목표를 달성하기 위한 아키텍처로  
구성된 기술(tech.)과 자산**

**\_Lankes, 'library as platform'**

# What's our goal?

**collect, preserve and  
“provide access” to records**

**\_ISO 15489**

# 기록관의 새로운 목표

“과거에 대한 이해와 인식을  
높임으로써 사람들의 삶에  
가치를 더하는 것”

\_Kate, “archives add value to people's lives by  
increasing their understanding and appreciation of  
the past”

기록은 도구일 뿐,  
방향성은 사람이어야

“자료의 수집, 보존, 처리는 아카이브의 중심적인 프로세스지만, 오늘날에는 가치 있는 기록을 ‘보존하는 것’만으로는 그 존재를 정당화하기엔 충분하지 않다”

\_Kate, “The Future of Archives is Participatory”

**“미래를 위한 것이 아닌  
오늘날의 아카이브의 관련성에 초점을  
맞춰야 한다.”**

**\_Kate, “The Future of Archives is Participatory”**



**“실제로는 거대한 컬렉션을 제외한  
모든 컬렉션은 상대적으로 소수의 사람들이  
접근하고 있다.”**

**\_Kate, “The Future of Archives is Participatory”**

“우리는 사람들이 우리가 가진 것들에  
접근 할 수 있어야 하며, 이를 위해  
사람들이 어떠한 컬렉션을 만들고  
싶어하는지를 우리(아카이브)의 미션으로  
설정할 필요가 있다.”

\_Kate, “The Future of Archives is Participatory”

***“I’m your user. I’m supposed to be the protagonist. I’m on a hero’s journey.”***

**Kathy Sierra**

**‘영웅의 여정’을 돕는 것이  
곧 훌륭한 컬렉션**

어떻게 사람들이 삶에  
가치를 더할 수 있는가

상호작용하고  
의미를 만들어내는 도구로서의  
‘참여형 아카이브’

진보된 수준의 참여는  
이용자들이 역사에 공헌할  
기회를 제공하는 것

# 매슬로우의 ‘자기초월의 욕구’ : 자신의 완성을 넘어 타인, 공동체, 세계에 기여하고자 하는 욕구

## Self-Transcendence

sense of meaning, purpose

## Self-Actualization

realizing personal potential

## Esteem needs

prestige and feeling of accomplishment

## Belonging and love needs

intimate relationships, friends

## Safety needs

security, safety

## Physiological needs

water, warmth, rest



# #3 Archives as verb

ARCHIVIST  
LOUNGE

# “장소”, “매체”로서의 아카이브즈

“장소”, “매체”로서의  
아카이브즈 = 명사



# 사원, 감옥 그리고 식당





성공한 서비스는  
명사가 아닌 동사가 된다.

“카톡해!”





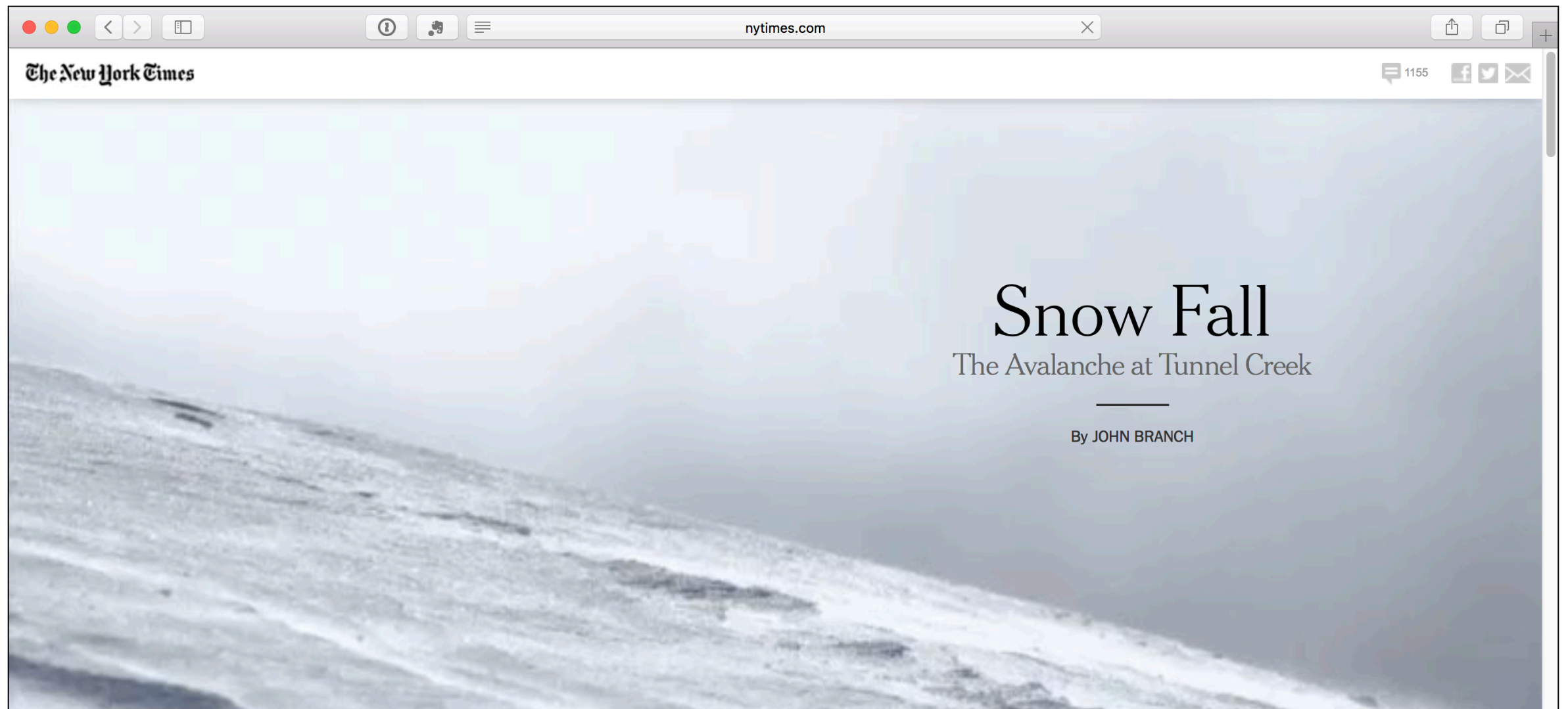
*Just Google it*





***“‘Snow Fall’ has  
actually become a verb”***

**Jill Abramson, NYT**

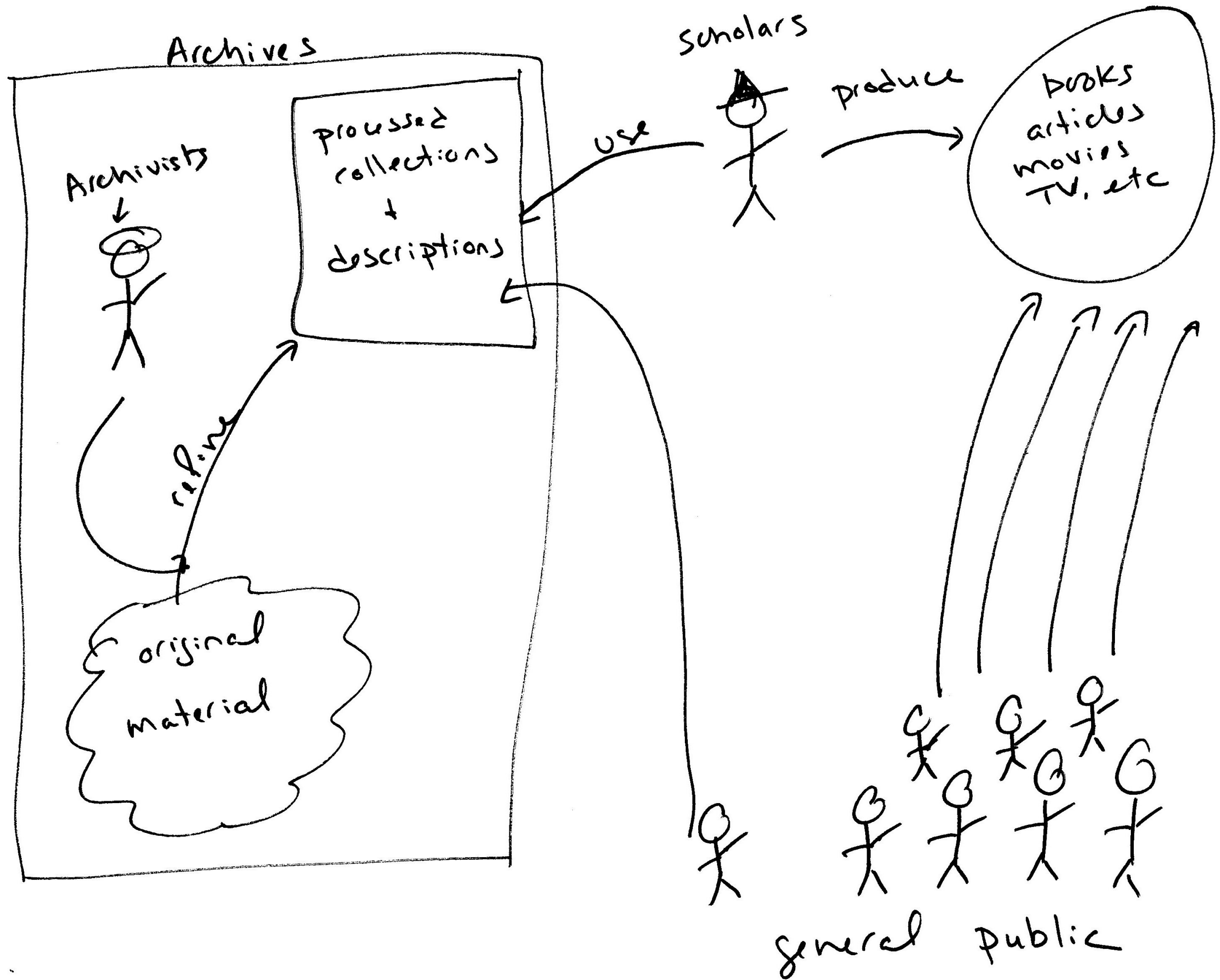




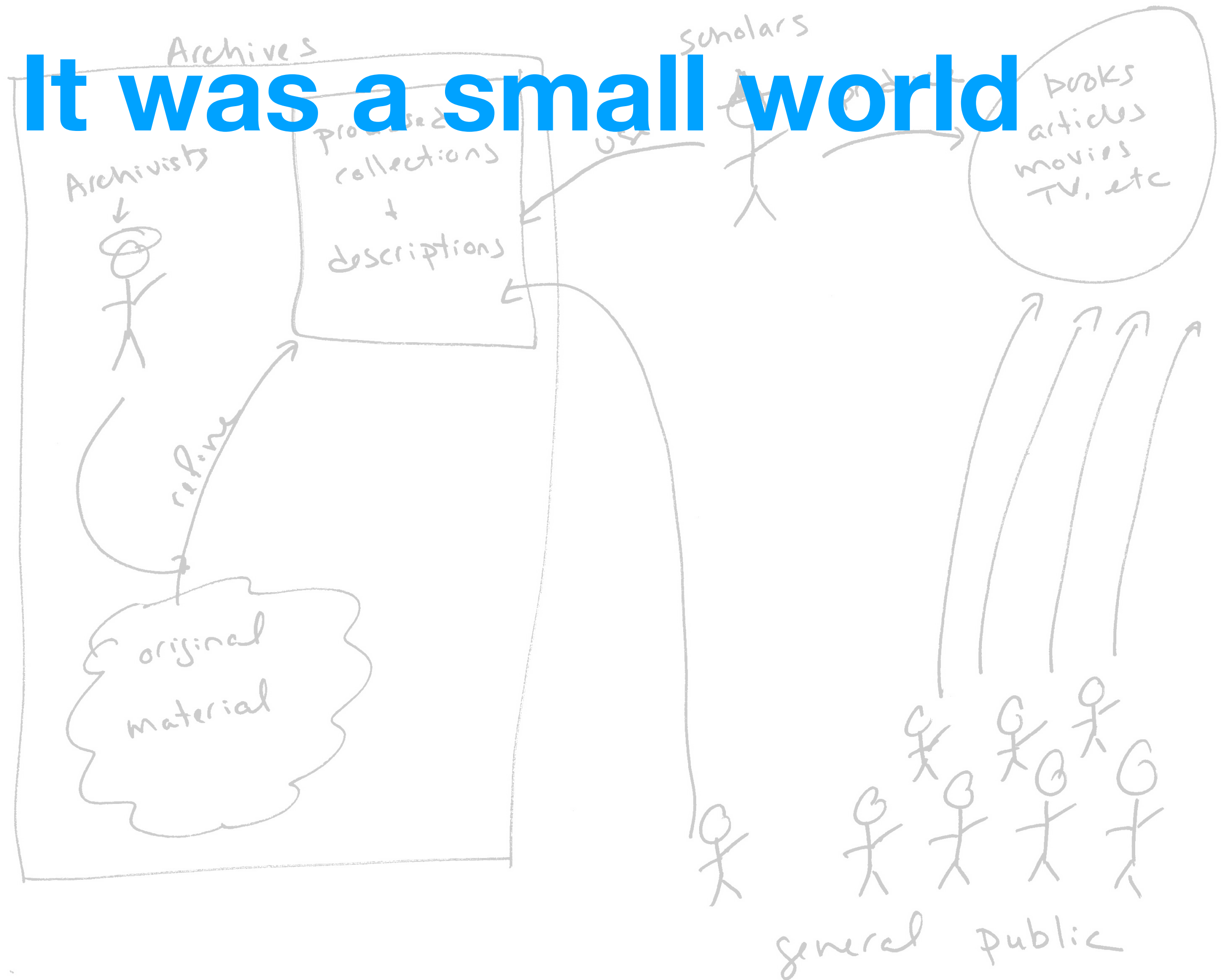
성공적인 서비스는,  
하나의 ‘동사’가 된다.

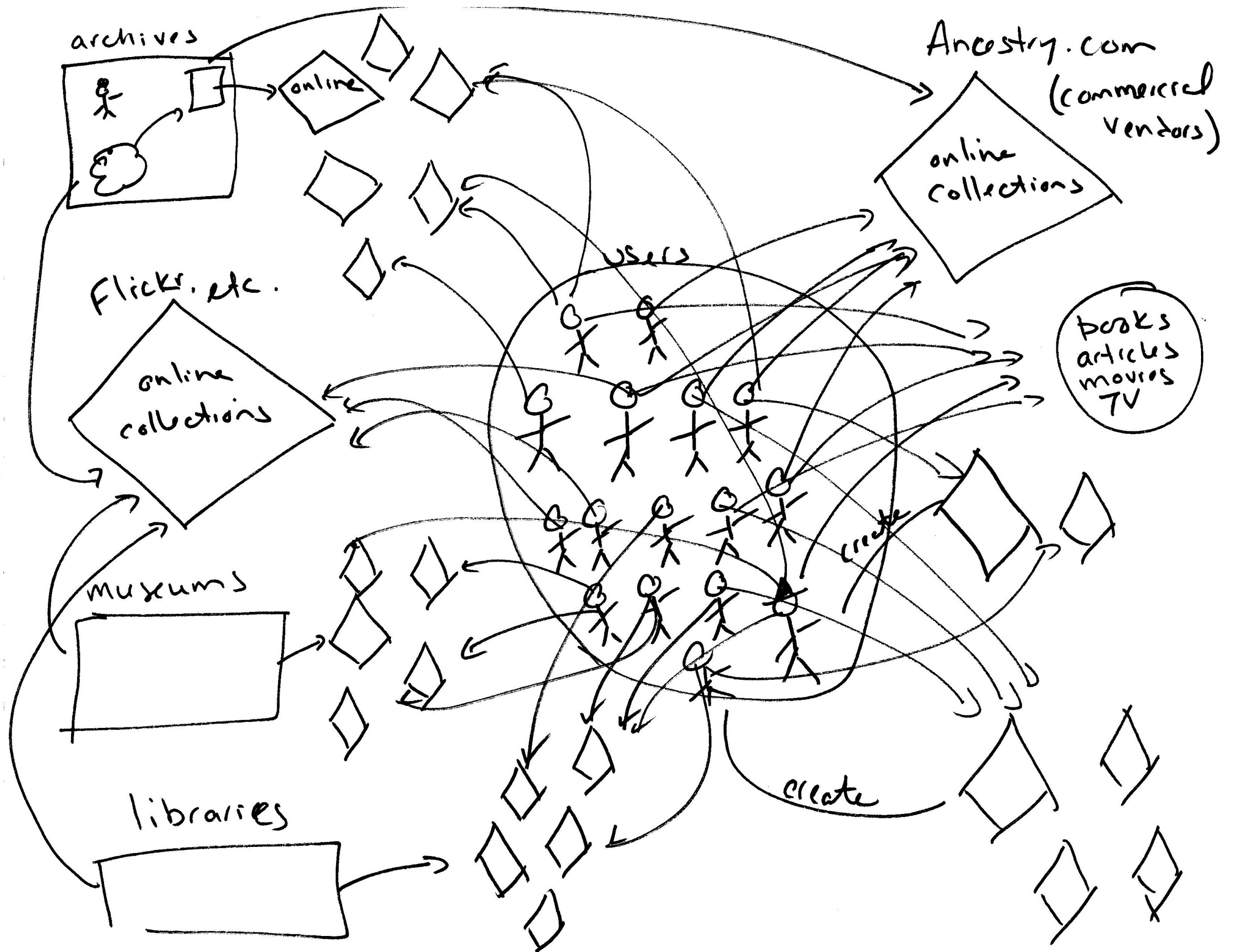
동사화된 브랜드는  
소비자/이용자에게  
어떤 행동을 유도한다.

# Archival Service

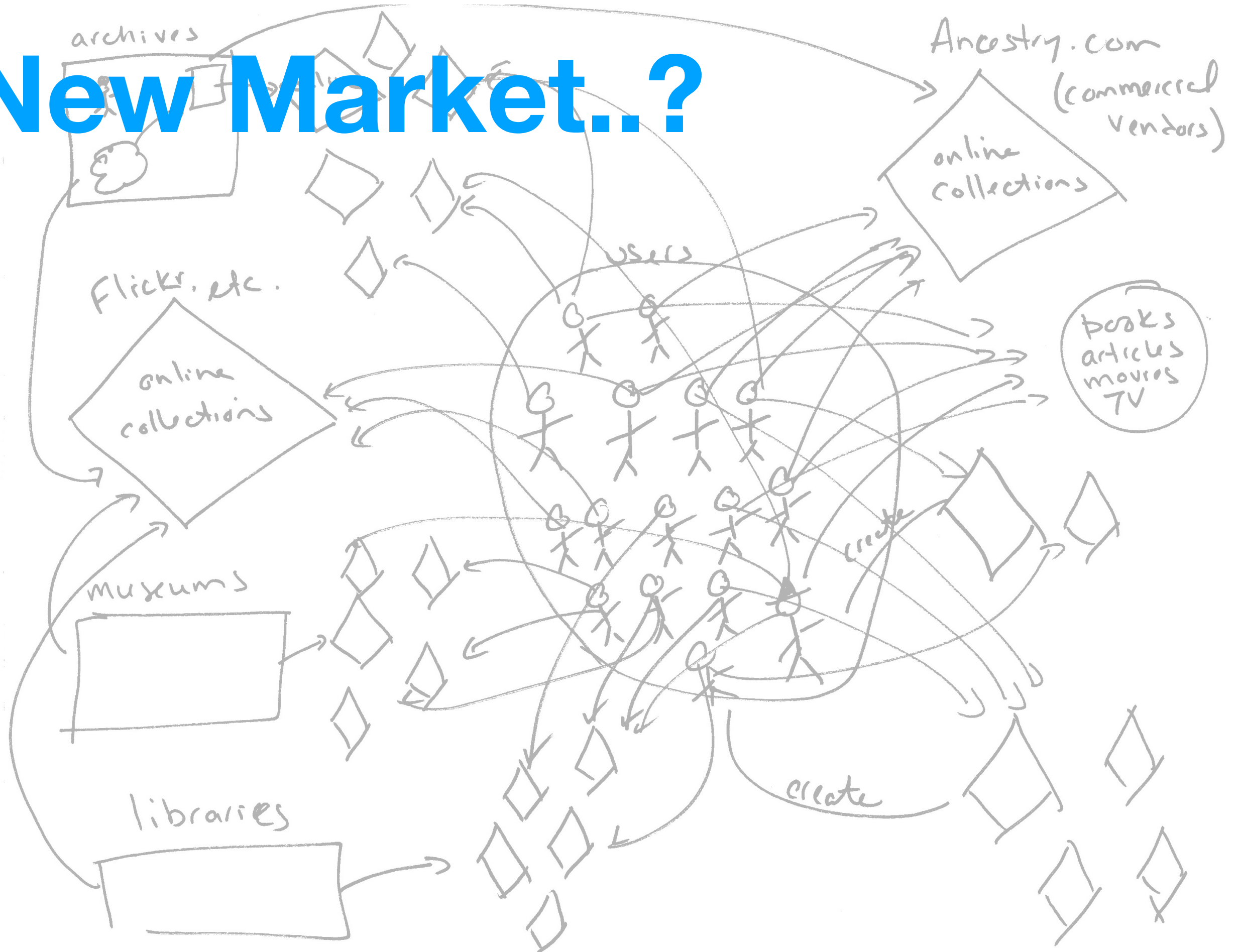


# It was a small world





# New Market..?



새롭고도 잠재적인 고객들은  
관심을 갖지 않는다.



**어떠한 서비스를  
제공해야할까?**

**for “hero’s journey”**

# curation

# curation



***Archives***

**V.**

닫기

ARCHIVIST  
LOUNGE

**view of point**

**something old,  
something new.**



# How / What

# How

# Hommage,

# CopyCat





# Apple vs. Xiaomi





# Gudak vs. Snapkik



# 200여년의 기록관리

**전국기록인대회**

**= 공감과 유대를 확인하는 자리**



2014 “오픈소스소프트웨어”

2016 “에마슈 아카이브즈”

2017 “아키비스트의 눈”

‘근본부터 독창적인  
우리만의 방식으로’



“아카이브에는 때론 재밌고,  
혁신적이며, 활기찬 사람들이  
있으므로 이러한 요소들을  
종합적으로 모으기 위해서는  
공유하는 것이 중요하다.”

Kate

# What

**핵심적인 가치를 담는 “브랜드”**

동사화된 브랜드 서비스를  
제공할 수 있는 플랫폼 구축

사람들의 삶에 가치를  
더할 수 있는 브랜드와 플랫폼

플랫폼을 만들기 위한  
여러가지 물음들.



이용자를 제대로  
이해하고 있는가?

***“Needs are diverse,  
complex and quirky”***

**\_ Matt edgar, UK, GDS**

# 왜 기록관을 이용하지 않는가?

이용자에게 도움이 되는  
서비스인가?

“왜 이용하지 않는지에 대한  
연구가 부족하고  
이용자들의 정보 요구에  
귀를 기울이지 않는다.”

- 1. understand user needs***
- 2. do ongoing user research***

**\_UK GDS,**

**“Digital service standard”**

# Who are our users?

“이상적인 여행사가 존재한다면,  
우리에게 어디를 가고 싶으냐고  
묻기보다는 우리 삶에 어떤 변화가  
필요하냐고 물어볼텐데..”

*“Travel agents would be wiser to ask us what we hope to change about our lives rather than simply where we wish to go.”*

**\_Alain de Botton, ‘A Week at the Airport: A Heathrow Diary’**



(도움)닫기

: 새로운 ‘아키비스트의 눈’을 위해

ARCHIVIST  
LOUNGE