

지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석

: 공공 및 제공기관의 온라인 매체를 중심으로

어유경
노현주·서윤경

사람을
생각하는
사람들



KOREA INSTITUTE FOR HEALTH AND SOCIAL AFFAIRS



한국보건사회연구원
KOREA INSTITUTE FOR HEALTH AND SOCIAL AFFAIRS



■ 연구진

연구책임자	어유경	한국보건사회연구원 부연구위원
공동연구진	노현주	한국보건사회연구원 연구원
	서윤경	이화여자대학교 박사과정

연구보고서(수시) 2025-02

지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석

: 공공 및 제공기관의 온라인 매체를 중심으로

발행일 2025년 4월
발행인 신영석
발행처 한국보건사회연구원
주 소 [30147] 세종특별자치시 시청대로 370
세종국책연구단지 사회정책동(1~5층)
전화 대표전화: 044)287-8000
홈페이지 <http://www.kihasa.re.kr>
등록 1999년 4월 27일(제2015-000007호)
인쇄처 (주)에이치에이엔컴퍼니

© 한국보건사회연구원 2025
ISBN 979-11-7252-079-3 [93330]
<https://doi.org/10.23060/kihasa.b.2025.02>

발|간|사

이용자 중심의 사회서비스 영역에서는 이용자의 선택권 보장이 핵심적인 요소이다. 이는 단순히 이용자의 권리를 보장하는 차원을 넘어, 경쟁을 유도하여 서비스 품질 향상으로 이어질 수 있다는 점에서 더욱 중요하다. 이용자가 자신의 필요에 맞는 최적의 서비스를 선택하기 위해서는 충분한 정보에 접근할 수 있어야 하므로 정보 비대칭 문제를 완화하는 것이 필수적이다.

정부와 지자체는 이러한 문제를 해결하기 위해 사회서비스 제도와 이용 가능한 제공기관에 관한 정보를 공식 홈페이지 등을 통해 제공하고 있다. 그러나 실제로는 해당 정보가 검색하기 어렵거나 직관적으로 정리되어 있지 않아 이용자들이 효과적으로 활용하기 어렵다는 지적이 제기되고 있다. 개별 서비스 제공기관들도 자체 홈페이지나 블로그, SNS 등을 활용하여 정보를 공개하고 홍보를 진행하고 있으나, 이러한 활동이 어느 정도 이루어지고 있는지에 대한 구체적인 실태는 명확히 파악된 바가 없다.

이에 본 연구에서는 이용자 중심의 사회서비스 전달체계에서 온라인 정보 접근성 수준을 보다 심층적으로 파악하고자 하였다. 정부 및 지자체가 운영하는 공식적인 정보 제공 플랫폼뿐만 아니라, 개별 서비스 제공기관이 이용자에게 얼마나 유용한 정보를 제공하고 있는지에 대해 체계적인 분석을 시도하였다. 특히, 서비스 유형이 다양하고 제공기관의 수가 많아 이용자의 정보 접근성이 중요한 지역사회서비스투자사업을 분석 대상으로 선정하여 해당 사업에서의 온라인 정보 제공 수준을 조사하였다. 분석 결과를 바탕으로 서비스 제공기관 수준과 정책 수준에서 이용자에게 유용한 정보를 제공하기 위한 구체적인 시사점을 도출하고자 하였다.

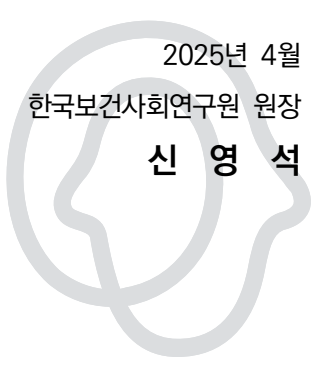
이 연구는 어유경 부연구위원의 책임하에 본원의 노현주 연구원, 이화



여자대학교 서윤경 박사과정생이 참여하여 작성하였다. 한국행정연구소 양은진 위촉연구원, 서울시복지재단 이진주 위촉연구원은 기초자료 구축을 지원하였다.

연구를 진행하는 과정에서 유익한 조언과 자문 의견을 주신 한국보건사회연구원 안수란 연구위원 및 이정은 부연구위원, 서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 성욱준 교수께 감사의 뜻을 전한다. 또한 인터뷰 및 FGI에 참여하여 현장의 경험과 정보를 아낌없이 나누어주신 현장 전문가들께 감사드린다.

마지막으로 이 보고서의 내용은 한국보건사회연구원의 공식적인 입장이 아님을 밝혀둔다.



2025년 4월
한국보건사회연구원 원장
신 영 석

목 차

KOREA INSTITUTE FOR HEALTH AND SOCIAL AFFAIRS



요약	1
제1장 서론	7
제1절 연구 배경	9
제2절 연구 내용 및 방법	10
제2장 이론적 배경	13
제1절 사회서비스와 정보 접근성	15
제2절 지역사회서비스투자사업과 정보 접근성	22
제3절 선행연구 및 연구 배경 검토 결과	25
제3장 제공기관의 온라인 정보 분석	27
제1절 분석 방법	29
제2절 분석 결과	41
제3절 우수사례 심층분석	57
제4장 정부 및 지자체의 온라인 정보 분석	63
제1절 분석 방법	65
제2절 정부 웹사이트 정보 분석	68
제3절 지자체 웹사이트 정보 분석	72



제5장 결론	79
제1절 연구 요약	81
제2절 시사점 및 제언	83
참고문헌	89
Abstract	93

표 목차

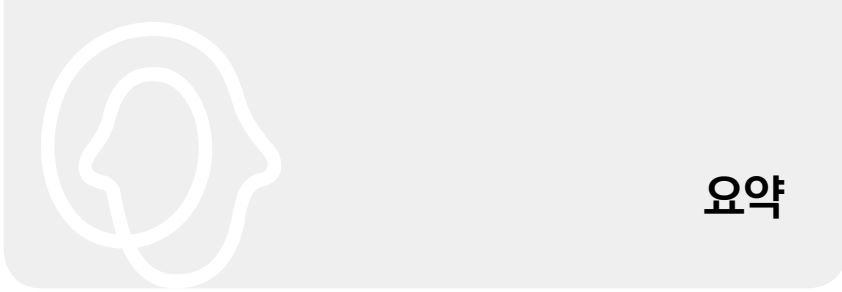
KOREA INSTITUTE FOR HEALTH AND SOCIAL AFFAIRS



〈표 2-1〉 육아종합지원센터의 정보 접근성 분석 항목 및 기준	19
〈표 2-2〉 중앙부처 웹사이트 평가 지표 및 세부 항목	20
〈표 2-3〉 복지정보플랫폼 사용성 평가 척도	21
〈표 2-4〉 지역사회서비스투자사업 표준 모델	22
〈표 3-1〉 지투사업 제공기관 온라인 분석 항목	33
〈표 3-2〉 지투사업 제공기관 온라인 현황 분석 기준	38
〈표 3-3〉 지투사업 제공기관의 일반적 특성	42
〈표 3-4〉 지투사업 제공기관의 온라인 채널 유형	44
〈표 3-5〉 지투사업 제공기관의 온라인 채널 정보 접근성 - 정보의 다양성	45
〈표 3-6〉 지투사업 제공기관의 온라인 채널 정보 접근성 - 정보의 조직성	47
〈표 3-7〉 지투사업 제공기관의 온라인 채널 정보 접근성 - 정보의 생생함	48
〈표 3-8〉 지투사업 제공기관의 온라인 채널 정보 접근성 - 상호작용	49
〈표 3-9〉 지투사업 제공기관의 온라인 정보 제공 현황	50
〈표 3-10〉 지투사업 제공기관의 온라인 정보 접근성: 전체 현황	51
〈표 3-11〉 지투사업 제공기관의 온라인 정보 접근성: 온라인 채널 유형별	52
〈표 3-12〉 지투사업 제공기관의 특성과 정보 접근성의 관계(일원배치 분산분석) (1)	55
〈표 3-13〉 지투사업 제공기관의 특성과 정보 접근성의 관계(일원배치 분산분석) (2)	56
〈표 4-1〉 지투사업 관련 정부 및 지자체 웹사이트 분석 대상	67
〈표 4-2〉 지투사업 관련 정부 웹사이트 분석 - 전자정부 발전 모델 기준	69
〈표 4-3〉 지투사업 관련 정부 웹사이트 분석 - 정보 접근성 기준	71
〈표 4-4〉 지투사업 관련 지자체 웹사이트 분석 - 전자정부 발전 모델 기준	73
〈표 4-5〉 지투사업 관련 지자체 웹사이트 분석 - 정보 접근성 기준	77

그림 목차

[그림 3-1] 제공기관 정보 접근성 우수사례(1) - 경남아동발달센터	59
[그림 3-2] 제공기관 정보 접근성 우수사례(2) - 카운셀뮤직	60
[그림 3-3] 제공기관 정보 접근성 우수사례(3) - 하람심리상담센터	61
[그림 4-1] 전북지역사회서비스지원단 웹사이트 - 제공기관 정보 제공 사례	75



1. 연구의 배경 및 목적

바우처 제도와 같은 이용자 중심의 사회서비스 영역에서는 이용자의 선택권을 보장하는 것이 핵심적인 요소로 작용한다. 이는 단순히 이용자의 권리를 보장하는 차원을 넘어, 경쟁을 유도하여 서비스 품질 향상으로 이어질 수 있다는 점에서 더욱 중요하다. 이용자가 자신의 필요에 맞는 최적의 서비스를 선택하기 위해서는 그와 관련된 충분한 정보에 접근할 수 있어야 하므로 정보 비대칭 문제를 완화하는 것이 필수적이다.

정부와 지자체는 이러한 문제를 해결하기 위해 사회서비스 제도와 사회서비스를 이용할 수 있는 제공기관에 관한 정보를 공식 홈페이지 등을 통해 제공하고 있다. 그러나 실제로는 해당 정보가 검색하기 어렵거나 직관적으로 정리되어 있지 않아 이용자들이 효과적으로 활용하기 어렵다는 지적이 제기되고 있다.

개별 서비스 제공기관들도 자체 홈페이지나 블로그, SNS 등을 활용하여 정보를 공개하고 홍보를 진행하고 있으나, 이러한 활동이 어느 정도 이루어지고 있는지에 대한 구체적인 실태는 명확히 파악된 바가 없다. 정부나 지자체가 운영하는 공식적인 정보 제공 플랫폼뿐만 아니라, 개별 서비스 제공기관이 이용자에게 얼마나 유용한 정보를 제공하고 있는지에 대한 체계적인 분석이 필요하다.

이에 본 연구에서는 이용자 중심의 사회서비스 전달체계에서 온라인 정보 접근성 수준을 보다 심층적으로 파악하고자 하였다. 특히, 서비스 유형이 다양하고 제공기관의 수가 많아 이용자의 정보 접근성이 중요한 지역사회서비스투자사업을 분석 대상으로 선정하여, 해당 사업에서의 온라인 정보 제공 수준을 조사하였다. 분석 결과를 바탕으로, 서비스 제공기관 수준과 정책 수준에서 이용자에게 유용한 정보를 제공하기 위한 구

체적인 시사점을 도출하고자 하였다.

2. 주요 연구 내용

본 연구는 대표적인 사회서비스 바우처 사업인 지역사회서비스투자사업 분야에서 이용자들에게 온라인으로 충분한 정보가 제공되고 있는지 알아보기 위해 서비스 제공기관과 정부, 지방자치단체에서 운영 중인 웹사이트 및 SNS 같은 온라인 채널들을 분석하였다. 주요 분석 결과는 다음과 같다.

먼저, 제공기관의 웹사이트 및 SNS에서 제공 중인 정보의 양과 특성을 분석하고 정보 접근성 점수를 산출했으며, 그 결과는 다음과 같다. 전반적인 현황을 살펴보면, 한국사회보장정보원의 데이터를 기준으로 총 5,509개의 제공기관이 존재하며, 이 중 데이터상에 웹사이트 또는 SNS 주소가 있어서 본 연구의 분석 대상이 된 기관은 총 854개로, 이는 전체 기관의 약 15.5%이다. 물론 나머지 84.5%의 기관 중에도 웹사이트 또는 SNS를 운영하는 기관이 존재할 것이다. 그러나 ‘지투사업’의 가장 중심이 되는 정보원 데이터상에 해당 기관이 웹사이트 주소를 직접 입력하여 제출한 적이 없다면, 사실상 해당 온라인 채널은 활발하게 운영되지 않거나 정보 수준이 낮을 것으로 짐작할 수 있을 것이다.

정보 접근성의 총점 및 차원별로 분석한 결과는 다음과 같다. 100점 만점 기준 평균 정보 접근성 총점은 24.86점이었다. 차원별로는 ‘정보의 다양성’, ‘정보의 조직성’, ‘정보의 생생함’, ‘상호작용’으로 나누어 분석하였다. 차원별 만점 대비 평균 점수의 비중을 보았을 때, 정보의 다양성 및 조직성은 상대적으로 평균 수준이 높았으나, 정보의 생생함과 상호작용 수준은 상대적으로 낮았다. 세부 항목별로 보면, 정보의 다양성 차원의 항목 중에서 기관의 이력, 인력의 경력 기간 정보를 제공하는 기관의 비

울은 다른 정보 항목에 비해 낮은 편이었다. 정보의 조직성은 다른 차원에 비해 비교적 높게 나타났으며, 이는 웹사이트와 블로그를 주로 활용하였기 때문으로 보인다. 정보의 생생함은 서비스 공간에 대한 사진 또는 영상 항목을 제외하면, 전반적으로 제공률이 낮은 편이었다. 상호작용의 경우 이용자가 문의를 남기거나 제안을 할 수 있는 기능을 갖춘 곳은 절반 이상이었지만 이용 후기를 작성하거나 이용자가 자유롭게 게시글을 작성할 수 있는 기관의 비율은 낮은 편이었다.

제공기관의 특성과 정보 접근성의 관계를 분석한 결과, ‘이용자 규모’, ‘제공인력 규모’, ‘사업의 대상’ 등의 모든 ‘특성’에서 정보 접근성 총점 수준에서 차이가 나타났으며 각 정보 접근성 차원별로도 대체로 차이가 있는 것으로 확인되었다. 전반적으로 수도권일수록, 영리 개인 기관일수록, 이용자 규모가 작을수록, 제공인력 규모가 클수록, 아동을 대상으로 하는 사업일수록, 심리정서 및 발달 관련 서비스일수록 해당 제공기관이 유용한 정보들을 다양한 방식으로 제공하고 있어서 정보 접근성이 높게 나타났다. 다만, 정보 접근성 차원 중 정보의 생생함이나 상호작용의 경우, 제공인력 규모에 의해 수준이 다르게 나타나지는 않았다.

정부 및 지자체의 웹사이트 분석에서는 전자정부 발전 모델 분석틀을 추가하였으며, 이에 따라 온라인 정보 현황을 분석한 결과는 다음과 같다. 지투사업 관련 주요 정부 사이트의 경우, ‘사회서비스 전자바우처’ 웹사이트에서는 정보 제공, 상호작용, 온라인 참여 측면에서 기본적인 기능 및 다양한 정보들을 제공하고 있었으나, 더 넓은 범위의 복지서비스와 급여들을 다루는 ‘복지로’에서는 기능 및 정보 범위가 제한적이었다. 이어서 각 지자체의 지역사회서비스지원단이 운영 중인 웹사이트를 분석한 결과, 기본적인 정보 및 검색 기능은 모두 제공하고 있었으나 이용자에게 유용한 정보를 제공할 수 있는 FAQ 같은 상호작용 기능, 또는 민원 및 제

안 같은 온라인 참여 기능은 일부 지역만이 갖추고 있었다. 제공기관에 관한 정보 수준은 지역별로 편차가 상당히 큰데, 이는 기관이 자율적으로 시스템에 정보를 입력하는 구조상 얼마나 입력을 독려하였는지와 기관들의 홍보 의지가 높은지에 따라 다를 것으로 보인다.

3. 결론 및 시사점

서비스 제공기관 차원에서 정보 접근성을 제고하기 위한 몇 가지 제언을 하면 다음과 같다. 먼저, 어떤 온라인 매체를 주로 활용할지에 대해 고민할 필요가 있다. 지속해서 콘텐츠를 축적하는 것이 중요하므로, 만약 웹사이트를 개발하거나 적절하게 유지보수하기가 어려운 상황이라면 블로그 등을 적극 활용하는 방안이 나올 수 있다. 콘텐츠의 내용도 중요하다. 이용자에게 도움이 될 정보로 무엇보다 서비스의 이용 후기 및 제공 후기가 중요하다. 시각, 청각으로 느낄 수 있는 결과물을 소개하거나 서비스를 통해 개선된 점을 상세하게 소개하는 방안이 도움이 될 수 있다. 이와 같이 이용자에게 유용한 정보를 적극적으로 제공하는 것은 이용자의 선택권을 넓히고 정보의 비대칭성을 완화하는 효과도 있지만, 기관으로서의 이용자의 신뢰를 얻어 더 많은 이용자를 유치하고 나아가 전문성 높은 인력을 유치하는 효과도 기대할 수 있다.

정책 차원의 시사점은 다음과 같다. 여러 대안을 추진함에 있어 공통적인 전제로, 정보를 제공하는 것이 경영과 이용자 유치에 유리한 환경을 조성하려는 정책적 노력이 병행되어야 한다. 예를 들어, 기관 평가에서 정보 공개에 관한 지표를 강화할 수 있을 것이다. 정부와 지자체가 각 제공기관의 정보 공개를 독려하거나 적극적으로 정보를 취합하여 이용자에게 제공하는 노력도 필요하다. 일부 지역에서 시도한 사례인 지역 내 우수기관과 서비스에 대한 지자체 차원의 홍보 지원을 확산하는 것도 고려

해볼 만하다. 정부와 지자체의 웹사이트도 이용자에게 유용한 정보를 제공할 수 있도록 개선되어야 한다.

또한 민간의 우수사례를 벤치마킹할 필요도 있는데, 즉 이용자에게 유용한 콘텐츠를 제공하는 것이다. 지투사업의 서비스를 이용하고자 하는 이용자들이 근본적으로 어떤 욕구와 문제를 경험하고 있는지, 이에 대해 어떠한 접근이 필요하고 지투사업이 어떤 도움을 줄 수 있는지에 대해 꾸준히 정보를 제공함으로써 이용자들이 자주 공공 플랫폼에 접속하고 다양한 정보에 접근하도록 함으로써 곧 지투사업의 정보 접근성을 향상시킬 수 있을 것이다.

주요 용어: 온라인 정보, 정보 접근성, 지역사회서비스투자사업, 온라인 매체

사람을
생각하는
사람들



KOREA INSTITUTE FOR HEALTH AND SOCIAL AFFAIRS



제 1 장

서론

제1절 연구 배경

제2절 연구 내용 및 방법

제 1 장 서론

제1절 연구 배경

바우처 제도와 같은 이용자 중심의 사회서비스 영역에서는 이용자의 선택권을 보장하는 것이 핵심적인 요소로 작용한다. 이는 단순히 이용자의 권리를 보장하는 차원을 넘어, 경쟁을 유도하여 서비스 품질 향상으로 이어질 수 있다는 점에서 더욱 중요하다. 이용자가 자신의 필요에 맞는 최적의 서비스를 선택하기 위해서는 충분한 정보에 접근할 수 있어야 하므로 정보 비대칭 문제를 완화하는 것이 필수적이다.

정부와 지자체는 이러한 문제를 해결하기 위해 사회서비스 제도와 이용 가능한 제공기관에 관한 정보를 공식 홈페이지 등을 통해 제공하고 있다. 그러나 실제로는 해당 정보가 검색하기 어렵거나 직관적으로 정리되어 있지 않아서 이용자들이 효과적으로 활용하기 어렵다는 지적이 제기되고 있다.

개별 서비스 제공기관들도 자체 홈페이지나 블로그, SNS 등을 활용하여 정보를 공개하고 홍보를 진행하고 있으나, 이러한 활동이 어느 정도 이루어지고 있는지에 대한 구체적인 실태는 명확히 파악된 바가 없다. 정부나 지자체가 운영하는 공식적인 정보 제공 플랫폼뿐만 아니라, 개별 서비스 제공기관이 이용자에게 얼마나 유용한 정보를 제공하고 있는지에 대한 체계적인 분석이 필요하다.

이에 본 연구에서는 이용자 중심의 사회서비스 전달체계에서 온라인 정보 접근성 수준을 보다 심층적으로 파악하고자 하였다. 특히, 서비스 유형이 다양하고 제공기관의 수가 많아 이용자의 정보 접근성이 중요한

지역사회서비스투자사업¹⁾을 분석 대상으로 선정하여, 해당 사업에서의 온라인 정보 제공 수준을 조사하였다. 분석 결과를 바탕으로, 서비스 제공기관 수준과 정책 수준에서 이용자에게 유용한 정보를 제공하기 위한 구체적인 시사점을 도출하고자 하였다.

제2절 연구 내용 및 방법

본 연구에서는 이용자 중심의 사회서비스 중 지투자사업에서 정부와 지방자치단체, 그리고 서비스 제공기관들이 다양한 온라인 채널을 통해 제공하는 정보의 접근성 수준을 분석하고자 하였다. 이를 위한 주요 연구 내용은 다음과 같다.

먼저, 제2장에서는 관련 이론과 선행연구를 검토하고, 온라인 채널의 정보 제공 수준 및 접근성을 평가하는 방법론을 검토하였다. 이를 바탕으로 주제별, 온라인 채널별 정보 접근성 수준을 분석할 분석틀을 도출하였다.

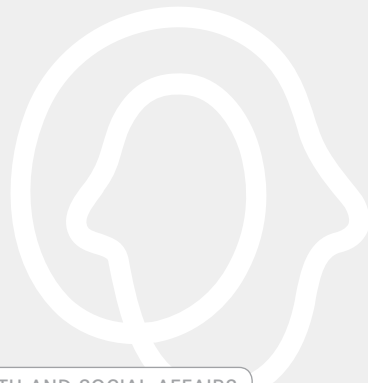
제3장에서는 서비스 제공기관의 온라인 채널을 통한 정보 제공 수준을 분석하였다. 한국사회보장정보원에서 제공받은 서비스 제공기관에 관한 데이터를 바탕으로, 웹사이트 주소를 확보한 기관에 대해 전수조사를 실시하였다. 조사는 각 웹사이트 또는 그 외 온라인 채널에 직접 접속하여 분석틀을 기반으로 이용자에게 유용한 정보가 있는지, 어떤 구조로 제공되고 있는지를 파악하여 기입하는 방식으로 진행하였다. 크게 ① 사이트 또는 SNS 특징, ② 기관 정보, ③ 인력 정보, ④ 서비스 정보, ⑤ 양방향 소통으로 구분하여 정보 제공 여부를 파악하고 수집하였다. 수집된 항목들은 다시 ① 정보의 다양성, ② 정보의 조직성, ③ 정보의 생생함, ④ 상

1) 본 연구의 일부 내용에서는 지역사회서비스투자사업을 약칭인 지투자사업으로 부른다.

호작용 지표로 구분하였으며, 항목별 가중치를 부여하여 지표값을 산출하였다. 최종적으로는 지표들의 값을 합산하여 서비스 제공기관별 정보 접근성 수준을 단일 지수 값으로 산출하였다. 산출된 정보 접근성 지수 및 세부 지표값들이 기관 특성에 따라 어떻게 달라지는지 기초통계분석을 통해 살펴보았다.

제4장에서는 정부 및 지자체의 웹사이트 정보 특성을 분석하였다. 정부 및 각 시·도 지자체는 사회서비스 및 제공기관에 관한 정보를 공식 홈페이지 등을 통해 제공하고 있다. 이에 본 연구에서는 한국사회보장정보원의 사회서비스 전자바우처 공식 홈페이지를 포함하여, 지자체별 웹사이트의 정보 제공 수준을 분석하였다. 정부 및 지자체는 서비스 제공기관과는 목적 및 제공 가능한 정보 등이 다르기에 분석틀을 조정하였으며, 전자정부 발전 모델의 개념을 바탕으로 분석을 실시하였다.

마지막으로 제5장 결론에서는 분석 결과를 바탕으로 정책적, 실무적 시사점을 제시하였다. 본 연구는 정부와 지자체, 그리고 서비스 제공기관의 정보 제공 수준을 파악함으로써 이용자가 접근 가능한 정보의 수준을 가늠하고자 하였다. 이용자의 정보 접근성 향상을 위해 정보의 공급자로서 공공과 제공기관이 향후 온라인 채널을 활용하고 개선해나가야 할 방향성에 대해 제안하였다.



제2장

이론적 배경

제1절 사회서비스와 정보 접근성

제2절 지역사회서비스투자사업과 정보 접근성

제3절 선행연구 및 연구 배경 검토 결과

제2장 이론적 배경

제1절 사회서비스와 정보 접근성

1. 사회서비스와 정보 접근성 개념

사회서비스 이용자와 보호자, 또는 예비 이용자와 그 보호자들은 사회 서비스 정보를 얻기 위해 다양한 온라인 채널을 활용한다. 공식적인 복지 정보 포털인 ‘복지로’ 및 공공기관, 지자체 홈페이지 같은 공식적인 정보 제공 사이트를 이용하기도 하지만, 네이버, 구글, 다음 같은 검색엔진을 활용하는 경우도 많다(전용호 외, 2022).

한국의 사회서비스 분야에서 이용자의 정보 접근성은 중요성이 크다(전용호 외, 2022). 한국의 사회서비스 전달체계는 분절성과 파편성이 크기 때문에, 이용자가 원하는 서비스를 찾고 신청하는 과정에 상당한 정보력을 요구한다. 즉, 서비스 이용의 가능성이 개인의 욕구보다는 정보에 대한 접근성과 활용 능력에 좌우되는 구조를 갖고 있다(전용호 외, 2022).

정보 접근성이란 “정보를 쉽게 얻고 편리하게 이용하며 식별하기 쉬운 정도”를 의미한다(Landrum et al., 2002, 문진영, 정순둘, 2020에서 재인용). 실제로는 정보 접근성 개념이 웹 접근성(Web Accessibility)과 혼용되어 사용되는 경우가 많다. 웹 접근성은 장애인이나 고령자 등 정보 취약계층이 웹사이트에서 제공하는 정보를 동등하게 접근하고 이용할 수 있도록 보장하는 개념으로, 주로 웹사이트 및 디지털 도구의 설계와 관련된 요소를 포함한다(한국웹접근성인증평가원, 연도 미상; W3C Web Accessibility Initiative, 2023).

사회복지 영역에서는 정보 취약계층의 정보 접근성과 관련된 다양한 연구가 수행되어 왔다. 특히, 노인과 장애인 등 디지털 매체를 이용하는데 어려움을 겪는 집단을 대상으로 정보 격차, 디지털 리터러시 등의 문제를 다루는 연구가 꾸준히 이루어져 왔다. 그러나 이러한 연구들은 주로 정보 취약계층의 접근성 문제를 중심으로 다루었으며, 정책 수요자들이 접근하는 정보 자체의 특성에 관한 연구는 상대적으로 부족하였다.

웹 접근성 관점의 연구에서도 정보 제공의 양과 특성을 분석하는 연구는 활발하게 이루어지지 않았다. 기존 연구들은 주로 이용자가 웹사이트에 얼마나 쉽게 접속하고 정보를 탐색할 수 있는지를 다룬다. 해당 웹사이트가 제공하는 정보가 실제로 충분하고 유용한지에 대한 논의는 상대적으로 미흡하다.

사회서비스 이용자를 위한 정보가 온라인에서 적절하게 제공되고 있는지를 분석하기 위해서는 정보 특성 개념에 대한 고려가 필요하다. 단순한 웹사이트 접근성뿐만 아니라, 이용자가 실제로 얻을 수 있는 정보의 질과 활용 가능성까지 고려하는 연구가 필요하다.

2. 온라인 채널의 정보 특성

온라인 채널에서 제공되는 정보의 특성에 관한 연구는 주로 경영학 분야에서 활발하게 이루어져 왔다. 특히, 특정한 정보가 사람들의 신뢰를 얻고, 구전효과(Word-of-Mouth)를 촉진하며, 소비자의 관심을 유도하여 구매 의도에 영향을 미치는 요인들에 관한 연구가 집중적으로 진행되었다. 해당 연구들은 온라인 정보가 사람들의 신뢰를 얻고 구전효과를 높이는 데 중요한 역할을 하는 요소로 정보의 동의성(consensus), 생생함(vividness), 그리고 커뮤니티 상호작용성(community interaction) 등에 주목하였다(임

성택, 조원섭, 2011; 정병찬, 구장옥, 2013; 정선미, 김영훈, 2015).

먼저, 정보의 동의성이란 두 명 이상의 개인들이 특정 상품의 성과 수준에 동의하는 정도를 의미한다(Chiou & Cheng, 2003). 즉, 여러 사람이 동일한 정보를 제공하거나 긍정적인 피드백을 공유할수록, 해당 정보는 신뢰도를 높이며 더 많은 사람들에게 영향을 미칠 가능성이 크다. 온라인 플랫폼에서 동일한 서비스나 제품에 대한 의견이 일관되게 나타날 경우, 이용자들은 이를 신뢰할 가능성이 더욱 높아진다(Elliott, 2002, 임성택, 조원섭, 2011에서 재인용).

정보의 생생함은 제공되는 정보가 얼마나 구체적이고 자세한지를 의미하며, 이를 통해 소비자가 마치 직접 해당 제품이나 서비스를 이용한 것처럼 느끼게 하는 특성이다(정병찬, 구장옥, 2013). 예를 들어, 웹사이트에서 동영상, 음원 등을 활용해 풍부한 간접 경험을 제공한다면 정보의 생생함을 충족한다고 볼 수 있다(Coyle & Thorson, 2001). 특히, 소비자들의 실제 경험을 바탕으로 한 상세한 구전 정보가 포함될수록, 사람들은 해당 정보를 더욱 신뢰하게 된다(Schindler & Bickart, 2005). 온라인 채널에서 운영자가 게시하는 정보가 명확하고 구체적인 내용으로 구성되어 있으며, 이용 후기 같은 경험 기반 정보가 포함될수록, 이용자들은 이를 더욱 신뢰하고 공유할 가능성이 높아질 것이다. 예를 들어, 서비스에 관한 단순한 설명보다 실제 이용자의 후기, 서비스 이용 과정의 상세한 안내 등이 포함될 때 정보의 생생함이 증가하며, 이는 소비자들의 신뢰를 높이는 요인으로 작용할 수 있다.

커뮤니티 상호작용성이란 “공간적 거리와 시간의 제약 없이 개인 또는 집단이 서로 직접적으로 커뮤니케이션하는 작용”을 의미한다(Blattberg & Deighton, 1991, 임성택, 조원섭, 2011, p.168에서 재인용). 온라인 플랫폼에서 댓글이나 추천 수가 많을수록 구전 효과가 더욱 커지는 것이

대표적인 사례이다. 즉, 개인들이 특정한 정보에 대해 활발하게 의견을 나누고, 피드백을 주고받을 수 있는 환경이 조성될수록 정보의 신뢰성이 강화된다. 예를 들어, Bickart와 Schindler(2001)의 실험에서는 기업 웹사이트와 같이 마케터가 만들어낸 온라인 정보보다, 온라인 게시판에서 다양한 사람들이 토론하고 게시한 정보들이 훨씬 더 큰 흥미를 유발하는 것으로 나타났다. 이와 같이 상호작용성이 높은 온라인 채널에서는 이용자들이 적극적으로 정보를 공유하고, 그 정보가 다른 사람들의 의사결정에도 영향을 미치게 된다.

3. 선행연구의 분석 방법

온라인 정보의 특성이 구전 효과나 구매 의도에 미치는 영향을 분석하기 위해, 기존 연구들이 활용한 분석 방법은 크게 설문조사 또는 포커스 그룹 인터뷰(Focus Group Interview, FGI), 전문가에 의한 평가, 일반 이용자의 실제 이용 실험에 의한 평가로 나뉜다.

먼저, 정보 특성의 영향에 주목한 많은 연구들은 이용자를 대상으로 설문조사를 실시하여 실증연구를 수행하였다. 예를 들어, 정병찬과 구장옥(2013)의 연구에서는 SNS 이용자를 대상으로 친밀도, 전문성, 정보 관심 집중성, 신뢰도, SNS 활용 정도 및 구매 의도 등의 항목을 포함한 설문조사를 실시하였다. 해당 연구에서는 태블릿 PC를 실험 자극물로 활용하여, 온라인 채널을 통한 정보 특성이 소비자의 구매 의도에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 또한, 일부 연구에서는 온라인 채널 이용자 또는 예비 이용자를 대상으로 채널 이용 용이성이나 정보 접근성에 대한 인식을 보다 심층적으로 분석하기 위해 구조화된 질문지를 기반으로 FGI를 진행하기도 하였다(전용호 외, 2022).

한편, 연구자 또는 외부 전문가 그룹이 일정한 기준을 설정하고 이를 토대로 웹사이트의 특성을 분석하는 연구 방법도 적용되었다. 예를 들어, 정현심(2023)은 서울시 각 자치구에서 운영하는 육아종합지원센터 웹사이트를 대상으로 정보 접근성 평가를 수행하였다. 해당 연구에서는 정보 접근성을 크게 정보의 다양성, 정보의 조직성, 정보의 공유성이라는 세 가지 요소로 나누고, 이러한 분석틀에 맞추어 연구자가 직접 각 웹사이트를 분석하였다. 정보의 다양성은 다양한 정보를 제공하는 정도를 의미하는데, 연구자가 설정한 다양성 판단 기준이 명확하게 제시되지는 않았다. 정보의 조직성은 제공된 정보가 체계적으로 구성되어 있어 이용자가 이해하기 용이한 정도를 의미하였다. 특히, 어린이집 지원 정보와 가정 양육 지원 정보가 명확히 구분되어 제공되는지를 평가하였으며, 별도의 페이지로 구분될 경우 정보 조직성이 높다고 판단하였다. 마지막으로 정보의 공유성의 경우, 웹사이트에서 제공하는 정보를 다른 채널(예: SNS, 유튜브, 블로그 등)로 공유할 수 있는 기능이 있고 연결된 채널의 개수가 많을수록 정보 공유성이 높다고 평가하였다.

〈표 2-1〉 육아종합지원센터의 정보 접근성 분석 항목 및 기준

항목	기준	항목
정보의 다양성	다양하고 풍부한 정보 제공	① 정보를 전혀 다양하게 제공하지 않는다. ② 정보를 다양하게 제공하지 않는다. ③ 정보를 보통으로 제공한다. ④ 정보를 다양하게 제공한다. ⑤ 정보를 매우 다양하게 제공한다.
정보의 조직성	조직 구성이 분명해 이해하기 용이	① 어린이집 지원과 가정양육 지원의 구분이 모호하다. ② 어린이집 양육 지원과 가정양육 지원의 구분이 가능하다. ③ 가정양육 지원을 구분해서 제시하고 있다. ④ 어린이집 지원과 가정양육 지원의 영역으로 명확히 구분된다. ⑤ 어린이집 지원과 가정양육 지원이 별도 페이지로 구분된다.
정보의 공유성	게시물을 다른 채널로 공유	채널 수(0개~5개)

출처: “육아종합지원센터의 접근성 현황 분석: 서울시 25개 육아종합지원센터의 웹사이트를 중심으로”, 정현심, 2023, 학습자중심교과교육연구, 23(11), p.775, pp.777-779의 내용을 바탕으로 작성.

이와 유사하게, 이명희(2004)의 연구에서는 중앙 행정부처 웹사이트의 정보 서비스를 분석하였다. 해당 연구에서는 연구자가 정보 공개 및 이용자 참여 관점에서 평가 지표 및 세부 항목을 개발하고 각 웹사이트를 직접 평가하였다.

〈표 2-2〉 중앙부처 웹사이트 평가 지표 및 세부 항목

평가 지표	세부 항목
정보 내용	① 정보 내용 다양성(부처 소개, 알림마당, 정책자료, 자료실 등) ② 정보 내용의 최신성(작성일자, 게재일자, 최종 수정일자, 자료의 최신성을 유지하는 문구의 수록, 도표의 데이터 수집일자의 명시 등) ③ 정보공개(정보공개 정도, 정보공개 청구 항목, 정보 공개 처리 과정 안내 등) ④ 정보 내용의 정확성(철자오류, 책임자 명시, 링크 품질 등)
전자적 민원 처리	① Q&A(Q&A의 내용, 신속성, 충실성) ② FAQ의 분류 정도 ③ 민원처리 내역(민원신청, 민원처리 공개, 민원신고, 민원안내, 민원서식 다운로드, 민원 담당자 공개 정도, 민원 수수료 온라인 납부, 민원 처리 시간 등)
전자적 의견 수렴	① 게시판 설치 ② 토론방 설치 ③ 참여마당 ④ 정책포럼/사이버공청회 실시 및 결과 공개 ⑤ 기관장과의 대화방(설치, 공개, 답변의 신속성, 답변의 충실성) ⑥ 정책에 대한 여론조사 등
접근 및 이용 편의성	① 검색엔진의 사용 여부 ② 사이트맵 ③ 텍스트모드 사용 여부 ④ 향해의 용이성(홈페이지 바로가기, 위로↑, 아래로↓ 등의 기능) ⑤ 도움말 기능 ⑥ 로딩 속도 ⑦ 외국어 버전 제공 ⑧ 소외계층용 버전 제공 ⑨ 멀티미디어 기능
디자인	① 메뉴 구조의 체계의 적절성 ② 레이아웃의 일관성(프레임, 헤더, 바디, 풋터의 일관성) ③ 색상 및 글자의 가독성(페이지 바탕 색상, 글자 크기의 적절성) ④ 스크롤바 사용의 적절성(과도한 스크롤바 요구 여부) 등

출처: “중앙 행정부처 웹사이트의 정보서비스 평가: 정보공개와 이용자 참여를 중심으로”, 이명희, 2004, 한국비블리아학회지, 15(2), p.204.

일반 이용자의 실제 이용 경험을 바탕으로 웹사이트의 접근성과 사용성을 평가하는 연구 방법도 활용되고 있다. 예를 들어, 김정현 외(2021)의 연구에서는 광역 지방자치단체 세 곳에서 운영하는 복지정보 플랫폼의 사용성을 평가하기 위해 일반인 참여자 5명을 모집하였다. 연구 참가자들은 연구진이 제시한 네 가지 과업을 수행하면서 플랫폼을 이용하도록 하였고, 이후 사용성 평가 기준에 따라 플랫폼의 접근성과 사용 편의성을 분석하였다. 이러한 방식은 연구참여자가 직접 웹사이트를 방문하고, 사전에 설정된 기준에 따라 평가하도록 함으로써, 실제 사용 과정에서 발생하는 문제점을 보다 직접적으로 파악할 수 있다는 장점이 있다.

〈표 2-3〉 복지정보플랫폼 사용성 평가 척도

영역		세부 문항
전반적인 인상		전체적인 만족감, 흥미로운 정도, 사용이 편리한 정도, 사용법을 익히기 쉬운 정도, 제공 정보의 적절성, 페이지 구성, 재방문 의사
정보성	메뉴	글자를 읽기 쉬운 정도, 눈길을 끄는 메뉴, 화면 메뉴 구성의 논리, 화면 순서의 명확성, 다음에 나올 화면의 예측 가능성
	문서	일관된 용어 사용, 적정량의 전문용어, 적정량의 외래어, 제목 용어의 정확성, 메뉴/지시문 위치의 일관성, 화면 내용/구조의 명확성, 정보의 유의성, 맞춤법 오류
학습 용이성		사용이 익숙해지는 데에 드는 시간, 조작법(명령어) 기억 용이성, 원하는 정보를 얻기까지 거쳐야 하는 단계의 적정량 및 논리성, 도움말 찾기, 에러 메시지의 유용성, 실수 교정 난이도
시스템 성능		화면이 뜨는 속도, 조작실수·실패 빈도, 화면 되돌아 나오기의 편리함, 과제 수행 난이도, 검색기능(통합검색)의 유용성
세부 사용성		배너의 유용성, 적절한 그래픽 사용, 적절한 배경색/그림, 상하좌우 이동의 편리성, 불필요한/부정확한 정보량, 정보를 찾기 위하여 살펴보아야 할 메뉴(내용)의 양, 영문판 메뉴/문서 포함의 필요성, 사이트 맵의 유용성, 게시판(Q&A, FAQ) 유용성

주: 곽호완 외(2000)의 연구 중 ‘(부록1) 사용성 평가 항목’을 김정현 외(2021)에서 재구성한 표를 인용함.

출처: “복지정보플랫폼 사용성에 관한 탐색적 연구 - 광역 지방자치단체 복지정보플랫폼의 사용성 평가를 중심으로-”, 김정현 외, 2021, 한국사회복지행정학, 23(4), p.94, 〈표 3〉.

제2절 지역사회서비스투자사업과 정보 접근성

사회서비스 중 바우처 방식으로 제공되는 서비스들은 이용자 개인에게 바우처를 지급하고 이용자로 하여금 원하는 서비스 제공자를 선택하도록 하는 방식을 택한다. 이러한 방식은 이용자의 선택권을 강화할 수 있지만 낮은 정보 접근성 등의 이유로 선택권이 오히려 제약되는 현상도 발견된다.

대표적인 바우처 방식 사회서비스로는 지역사회서비스투자사업을 예로 들 수 있다. 줄여서 ‘지투사업’은 한국의 다른 어떤 바우처 사회서비스보다도 독특한 특성을 지닌다. 명칭에서 알 수 있듯이, 지투사업은 각 지방자치단체가 지역의 특성과 주민 수요를 반영하여 다양한 서비스를 직접 설계하고 운영한다(보건복지부, 2025). 보건복지부에서 제공하는 표준 모델이 있고 이를 반영하여 개발한 사례들이 많지만, 표준 모델을 변형하거나 전혀 다른 서비스를 개발하는 것도 가능하다. 표준 모델만 14가지이며, 실제 서비스 유형은 이보다 훨씬 다양하다.

서비스 대상도 다양하다. 연령층별로 특화된 서비스들이 존재하며 장애인 대상 서비스, 근로자 대상 서비스 등 주요 서비스 대상집단이 다양하다.

〈표 2-4〉 지역사회서비스투자사업 표준 모델

표준 모델명	목적
영유아발달지원서비스	발달 문제가 우려되는 영유아에 대한 중재서비스를 제공함으로써 영유아의 정상적인 발달 지원
아동·청소년정서발달 지원 서비스	교육환경, 가족 해체 증가로 인한 아동·청소년의 정서·행동적 문제 해결
아동·청소년 심리지원서비스	심리·행동 문제의 조기 발견 및 개입을 통한 아동·청소년의 건강한 성장을 지원
노인 맞춤형 운동 서비스	고령자 등 건강취약계층의 신체활동 지원을 통해 의료비 절감 및 건강 증진

표준 모델명	목적
장애인·노인을 위한 돌봄여행 서비스	관광에 대한 높은 욕구에도 불구하고 신체적 특성으로 인한 활동제한 및 관광인프라 부족으로 양질의 서비스를 받지 못하는 장애인·노인을 위한 특화된 전문 돌봄여행 서비스 제공
장애인 보조기기 렌탈서비스	지체 및 뇌병변, 척수장애 아동 등에게 맞춤형 보조기기를 대여하고 이를 지속 관리함으로써 기기 구입에 따른 경제적 부담을 덜고 정상적인 신체발달을 지원
시각장애인 안마 서비스	노인성 질환자의 건강을 증진하고, 일반 사업장 등에 취업이 곤란한 시각장애인에게 일자리 제공 필요
정신건강 토탈케어 서비스	정신질환자의 조기 발견과 개입(생활관리)을 통하여 입원을 예방하고 지역사회에서 적응하여 취업 및 자립생활을 할 수 있도록 지원
자살 위험군 예방 서비스	자살 위험군에 대한 조기 선별검사와 사례관리 서비스 제공을 통해 자살예방 및 사회적 부담 경감
아동·청소년 비전 형성 지원 서비스	아동·청소년 시기의 체계적인 사회·문화 활동 및 자기주도력 향상 프로그램을 통해 자기에 대한 긍정적 인식과 미래 비전을 형성하고, 책임감 있는 사회구성원으로 성장하도록 지원
장애인·산모 등 건강취약계층 운동 서비스	장애인·산모 등 건강취약계층의 신체활동 지원을 통해 의료비절감, 건강증진
비만아동 건강관리 서비스	경도 이상 비만과 부모에게 건강교육, 운동처방 및 운동지도 등을 통해 체질 개선, 질병 예방 등 건강한 성장 지원
성인 심리지원서비스	성인의 심리정서 지원, 건강성 회복을 통한 삶의 질 향상과 심리적 문제 예방을 통한 건강한 사회 구성원으로서의 역할 촉진
보완대체 의사소통기기 활용 중재서비스	장애인의 의사소통 문제를 발견하여 이를 보완하거나 대체할 수 있도록 보완대체 의사소통(Augmentative and Alternative Communication, 이하 AAC) 기기를 활용함으로써 의사소통 능력의 증진 및 사회활동의 참여를 지원하는 서비스

출처: “2025 지역사회서비스 투자사업 안내”, 보건복지부, 2025, pp.64-85를 바탕으로 작성.

한편, 지투사업은 이용자의 소득 기준에 따라 신청 자격이 부여되거나 차등 부담을 하는 체계이다. 지자체마다, 서비스 유형마다 다르게 설정할 수는 있으나 대체로 신청자 중 이용자를 선정하는 과정에서 소득 수준을 고려하며, 소득 수준이 낮을수록 본인부담금이 적다. 사회서비스의 보편

화를 위해 중산층도 이용 가능하도록 제도를 개편 중인 것은 사실이다. 윤석열 정부는 2023년 5월 사회서비스 고도화 전략 중 하나로 사회서비스를 이용할 수 있도록 소득 제한을 푸는 방향성을 제시한 바 있다(보건복지부, 2023). 그럼에도 불구하고 본래 지투사업은 중위소득 140~160% 이하 가구를 원칙으로 했던 만큼(사회서비스 전자바우처, 2025) 저소득층 비중이 여전히 큰 편이다.

동시에 상당히 소규모인 제공기관이 다수 포진한다는 점도 지투사업의 특징이다. 시설 및 장비, 인력 기준 등을 준수하면 제공기관으로 등록하기가 어렵지 않으며, 사업 설계 방식에 따라 다르지만, 대체로 규모의 경제를 크게 필요로 하지 않는 경우가 많다. 즉 관련 서비스 제공 경험이 없거나, 영세한 기관도 서비스 제공에 뛰어들기 쉬운 구조이다.

이러한 지투사업의 여러 특징들은 정보 비대칭을 심화시킨다. 이용자 중 저소득층이거나 연령이 높은 경우, 디지털 리터러시가 낮거나 정보 수집 능력이 상대적으로 낮기 쉽다. 오프라인에서 정보를 얻으려 해도 사회적 관계망이 제한적이다. 동시에 서비스 유형은 복잡하고 지역마다 다르다. 중앙정부가 운영하는 통합 플랫폼이 있어도 서비스의 세부 내용은 지역마다 다르기 때문에 지역별 플랫폼에서 정보를 찾거나 지자체에 직접 문의를 해야 한다. 기관들도 비교적 서비스 품질이 높은 기관부터, 품질이 낮고 경험이 적은 기관까지 다양한데, 대부분 민간 기관이므로 정보 공개 의무가 없어 정보를 공개적으로 찾기가 쉽지 않다.

지투사업 같은 바우처 방식 사회서비스에는 이러한 정보 비대칭성을 해소하는 메커니즘으로 경쟁 원리가 적용될 수 있다. 이용자를 더 유치하기 위해서는 각 기관이 서비스 내용과 인력의 우수성 등을 보다 적극적으로 홍보해야 한다. 역으로 서비스 품질 수준이 낮은 기관은 정보 공개를 꺼리고 서비스 품질과 직접적인 관련이 없는 방식으로 이용자를 유치하

려 할 수도 있다. 예를 들어, 불법적으로 본인부담금을 지원해주거나, 주된 서비스 내용과 관련이 없는 부가서비스를 제공하는 방식 등을 활용할 수도 있다. 다만 위와 같은 내용은 추정으로, 실제 서비스 제공기관들이 얼마나 적극적으로 이용자에게 유용한 정보를 제공하는지, 어떠한 정보가 공개되어 있는지 등에 대한 실태가 파악된 바는 없다.

제3절 선행연구 및 연구 배경 검토 결과

선행연구 및 연구 배경인 지역사회서비스투자사업의 현황을 검토한 결과, 연구의 방향성을 다음과 같이 설정하였다.

첫째, 지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황을 분석하기 위하여 서비스 제공기관 및 정부·지자체가 운영 중인 온라인 매체를 분석하고자 한다. 선행연구들은 공공 플랫폼을 주로 분석 대상으로 삼는다. 그러나 본 연구의 배경인 지역사회서비스투자사업은 서비스가 많고 복잡하며, 제공기관 또한 수가 많고 편차가 크다는 특징이 있어서 공공 플랫폼이 충분한 정보들을 일괄 제공하는 데에는 한계가 있다.

둘째, 이용자 중심의 사회서비스가 지향하는 바인 기관 간 경쟁이 정보 비대칭성 완화에서도 발휘되고 있는지 검토하고자 한다.

셋째, 온라인 매체의 경우 웹사이트만이 아닌 SNS 같은 다양한 온라인 매체도 분석하고자 한다. 주로 정부 및 공공기관의 정보 특성을 분석한 선행연구들은 대표 웹사이트를 분석하였지만, 민간의 서비스 제공기관들은 웹사이트 대신 다양한 SNS를 활용하고 있을 가능성이 높다.

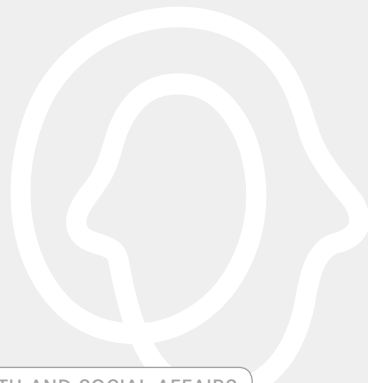
넷째, 정보 특성을 분석함에 있어 이를 ‘정보 접근성’으로 지칭하고 크게 정보의 다양성, 정보의 조직성, 정보의 생생함, 상호작용을 중심으로 살펴보고자 한다. 정보 접근성은 제공되는 정보의 특성만을 의미하는 것

은 아니며 온라인 매체의 사용 편의성, 학습 용이성, 시스템 성능 등을 종합적으로 고려한 개념이다. 그러나 본 연구에서 초점을 두는 제공기관의 웹사이트 및 SNS는 그 수가 매우 방대해 기능적 측면을 일일이 검토하기는 어렵다. 이용자의 정보 접근성과 정보 비대칭성 완화라는 주제에 맞춰 정보의 특성 측면에 중점을 두고자 하며, 이에 따라 각 선행연구에서 정보 특성에 관하여 제시한 기준들을 종합하여 분석틀로 삼았다. 다만, 정부 및 지자체의 플랫폼은 수가 제한되어 있고 전자정부 관점에서 분석할 필요가 있으므로 이명희(2004) 및 김정현 외(2021)의 분석틀에서 제시한 기능 측면의 지표 또는 항목도 일부 반영하였다.

사람을
생각하는
사람들



KOREA INSTITUTE FOR HEALTH AND SOCIAL AFFAIRS



제3장

제공기관의 온라인 정보 분석

제1절 분석 방법

제2절 분석 결과

제3절 우수사례 심층분석

제3장 제공기관의 온라인 정보 분석

제1절 분석 방법

1. 분석 대상 및 현황

분석 대상은 보건복지부 사회서비스사업과 및 한국사회보장정보원의 협조를 통해 구득한 서비스 제공기관 현황 자료를 바탕으로 선정하였다. 2023년 1월부터 12월까지의 사업연도를 기준으로 지투자업 서비스 제공기관의 전수 명단을 공유받았으며, 명단에는 지역, 기관 유형, 이용자 수, 제공인력 수, 사업 유형, 사업 유형 코드, 웹사이트 정보가 포함되어 있다.

기관 유형은 영리(개인)와 비영리(법인) 등으로 구분되며, 이용자와 제공인력 수는 사업연도 동안 해당 제공기관에서 특정 사업 유형의 바우처를 1회 이상 결제한 인원을 기준으로 산정되었다. 이용자 및 제공인력 수는 기관별이 아닌 사업별로 제시되었다. 총 서비스 제공기관 수는 5,509개로 집계되었으며, 정보원에서 제공한 명단에 웹사이트 또는 SNS의 주소가 기입된 기관은 896개로 전체의 16.3%에 해당한다. 분석 과정에서 각 웹사이트 및 SNS를 접속하여 실제 접속이 가능한지 확인하였고 URL이 변경되었거나 다른 온라인 채널을 운영 중인 경우에는 변경된 URL 또는 온라인 채널로 분석을 수행하였다. 최종적으로 분석에 포함된 기관은 854개로 이는 전체 기관의 약 15.5%에 해당한다.

정보원 명단에 '웹사이트' 변수로 기록된 사이트 주소 또는 이와 유사한 링크가 실제로 존재하는지 확인하기 위해, 명단에 링크가 아닌 값이

기재된 경우에는 네이버에서 검색한 다음 공식 링크로 대체하였다. 검색 결과, 공식 링크를 찾을 수 없는 경우에는 해당 기관을 웹사이트 보유 기관에서 제외하였다. ‘웹사이트’ 변수명에 웹사이트 주소가 아닌 SNS 주소를 기입한 경우도 일부 존재한다.

2. 분석 항목

가. 사이트 또는 SNS 특징

본 연구는 가능한 한 분석자의 주관적 판단을 배제하고 객관적인 사실에 따라 평가할 수 있는 항목을 중심으로 분석 항목을 선정하였다.

먼저, 사이트 및 SNS와 관련된 특징으로는 웹사이트 또는 SNS 주소를 확인하며, 매체 유형은 웹사이트, 블로그, 카페·밴드, 유튜브, 메신저·채널, SNS 기타로 분류하였다. 또한, 기관 관련 기본적인 정보를 확인하는데 별도의 가입 절차가 필요한지를 파악하였다. 예를 들어, 페이스북 계정이 있어야 하지만 ‘좋아요’나 ‘팔로우’ 없이 기본 정보를 확인할 수 있는 경우에는 가입이 필요하지 않은 것으로 간주하였다. 가입을 해야만 정보를 확인할 수 있는 경우에는 정보 접근성이 매우 낮다는 점에서, 가입을 진행하지 않고 모든 정보 항목을 X로 처리하였다. 추가적으로, 가장 최근 게시물이 등록된 일시를 확인하였다.

정보 제공 수준은 다음과 같은 기준으로 평가하였다. 해당 웹사이트에 가입하지 않거나 해당 SNS 계정을 팔로우하지 않아도 주요 정보를 확인할 수 있다면 높은 수준으로 판단하였고, 업데이트 일시가 최근일수록 정보의 제공 수준이 높다고 평가하였다.

나. 기관 정보

기관의 정보는 기관의 과거 이력을 공개하고 있는지 여부를 확인하였다. 공개한 경우는 정보의 제공 수준이 높다고 평가하였다.

다. 인력 정보

인력 정보는 제공하는 정보의 유형 및 제공하는 형태를 파악하였다. 먼저, 기관장 및 제공인력의 경력(연도), 경력(이력), 학력, 자격, 전문 분야를 공개하는지 조사하였다. 또한, 기관장이나 제공인력의 사진 또는 영상을 공개하는지 여부를 확인하였다. 인력 소개 페이지나 관련 게시물에 게시된 경우만 해당하며, 서비스 후기 등 다른 경로에서 노출된 경우는 제외하였다. 정보 제공 구조는 인력 정보를 별도의 소개 페이지나 게시글로 제공하는지, 개별 모집 공고를 통해 간접적으로 제공하는지 조사하였다.

정보 제공 수준은 아래와 같은 기준으로 판단하였다. 기관장과 제공인력의 경력, 학력, 자격, 전문 분야를 다방면으로 공개하는 경우에는 높은 정보 제공 수준으로 간주하였으며, 인력의 사진 또는 영상을 제공하는 경우에도 정보의 제공 수준이 높은 것으로 판단하였다. 제공 구조의 경우, 별도의 소개 페이지나 게시글에 인력의 정보를 체계적으로 제공하는 경우에는 높은 수준으로 간주하였고, 개별 모집 공고를 통해 정보를 제공하는 경우는 그 다음 수준으로, 인력 정보를 확인할 수 없는 경우는 가장 낮은 수준으로 평가하였다.

라. 서비스 정보

다음으로 서비스에 관한 정보 유형 및 제공 구조를 조사하였다. 제공하는 정보 중 전체 제공 서비스에 관한 소개, 바우처 안내(소개 및 이용 절차), 개별 서비스 안내 및 모집 게시물, 최근 업데이트 일, 제공 후기 게시물 등을 분석 대상으로 하였다. 바우처 안내는 “바우처”라는 용어가 명시되어 있어야 하며, 단순히 전화번호를 안내하고 전화 상담을 권유하는 경우는 정보 제공으로 간주하지 않았다. 또한, 서비스 공간 및 제공 상황을 담은 사진이나 영상의 존재 여부를 확인했으며, 일러스트는 포함하지 않았다.

정보 제공 수준은 다음과 같은 기준으로 판단하였다. 별도 소개 페이지나 게시물에 서비스 정보가 체계적으로 정리되어 있는 경우를 가장 높은 수준으로 보았고, 개별 모집 공고글을 통해 정보를 제공하는 경우는 그다음으로 평가했다. 제공되는 정보 유형이 많을수록 정보 제공 수준이 높다고 간주했으며, 업데이트된 날짜가 최근일수록 높은 수준으로 판단했다.

마. 양방향 소통

양방향 소통은 이용자가 게시물을 작성하거나 채팅을 통해 소통할 수 있는지 여부로 판단하였다. 이용자가 작성 가능한 게시물 유형으로는 게시물, 리뷰, 댓글, 채팅, 비공개 게시물 등이 있으며, 목적에 따라서는 이용 후기, 문의 및 제안, 기타(일상)로 분류하였다. 채팅의 경우 카카오톡 채널의 상담 기능, 네이버 톡톡, 인스타그램 다이렉트메시지(디엠), 페이스북 메시지 등이 포함되므로, 해당 온라인 채널을 활용하고 채팅 기능을 특별히 제한하지 않았다면 채팅이 가능하다고 볼 수 있다.

소통 수준은 이용자가 다양한 목적과 방식으로 게시물을 작성할 수 있을수록 높은 수준으로 평가하였으며, 제한적일수록 낮은 수준으로 평가하였다.

〈표 3-1〉 지투사업 제공기관 온라인 분석 항목

대항목	소항목		표시 방식
지역	시도, 시군구		(명칭)
기관명	기관명		(명칭)
사이트 또는 SNS 특징	웹사이트 또는 SNS 주소		(명칭)
	유형		(명칭)
	가입 필요 여부		O, X
	최근 업데이트 일시		YY.MM.DD
기관 정보	기관 과거 이력		O, X
인력 정보	별도 소개 페이지 또는 게시글		O, X
	개별 모집 공고글에 정보 포함		O, X
	기관장	경력(연도)	O, X
		경력(이력)	O, X
		학력	O, X
		자격	O, X
		전문분야	O, X
		사진 또는 영상	O, X
	제공인력	경력(연도)	O, X
		경력(이력)	O, X
		학력	O, X
		자격	O, X
		전문분야	O, X
		사진 또는 영상	O, X

34 지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석: 공공 및 제공기관의 온라인 매체를 중심으로

대항목	소항목		표시 방식
서비스 정보	별도 소개 페이지 또는 게시글		O, X
	개별 모집 공고글에 정보 포함		O, X
	전체 제공 서비스 소개 게시물		O, X
	바우처 안내(소개 및 이용 절차)		O, X
	개별 서비스 안내 및 모집 게시물		O, X
	가장 최근 업데이트 일		YY.MM.DD
	제공 후기 게시물		O, X
	사진 또는 영상(공간)		O, X
	사진 또는 영상(서비스 제공 상황)		O, X
양방향 소통	이용자 게시물 작성 또는 채팅 가능 여부		O, X
	목적	이용 후기	O, X
		문의/제안	O, X
		기타(일상)	O, X
	유형	게시물	O, X
		리뷰	O, X
		댓글	O, X
		채팅	O, X
		비공개 게시물	O, X

3. 분석 방법

각 기관당 최대 두 개의 온라인 채널을 대상으로 조사를 진행하였다. 첫 번째 채널은 사회보장정보원에서 제공받은 서비스 제공기관 명단의 ‘웹사이트’ 변수에 입력된 채널로 설정하였다. 두 번째 채널은 다음의 우선순위에 따라 선정하였다. 먼저, 정보원 ‘웹사이트’ 변수에 입력된 웹사이트나 SNS에서 다른 웹사이트 또는 SNS로 연결되는 링크가 있을 경우, 그중 가장 활발한, 즉 최근에 업데이트된 SNS를 선택하였다. 만약 여러

SNS가 링크되어 있다면 가장 최근에 업데이트된 단 하나의 SNS만 분석 대상으로 삼았다. 두 번째로, 네이버의 검색 결과 가장 상단에 나타나는 SNS를 선택하였다.

선정된 각 온라인 채널을 직접 방문하여 정해진 분석틀과 표에 명시된 분석 항목을 기반으로 조사를 수행하였다. 기관별로 최대 두 개의 채널에 대해 변수를 분석하였으며, 각 변수는 O일 경우 1점, X일 경우 0점을 부여하였다. 두 개 채널의 점수를 합산하여 하나의 변수에 대해 0점(둘 다 X), 1점(하나만 O), 2점(둘 다 O)의 값을 도출하였다.

조사는 5명의 연구자(연구책임자, 공동연구자 2인, 자료정리요원 2인)에 명단을 할당하여 진행하였다. 본 조사 전에 분석틀 초안을 바탕으로 6개 기관 12개 채널을 대상으로 파일럿 테스트를 수행하였으며, 테스트 결과를 반영하여 분석틀을 수정하였다. 이후 2025년 1월 10일부터 2025년 3월 3일까지 약 7주에 걸쳐 조사를 수행하였다. 5명의 분석자가 일관된 기준으로 분석할 수 있도록, 파일럿 후 수정된 분석틀에 대하여 공동 연구자와 사전 회의를 통해 기준을 조정하였고, 외부 자료정리요원에게 기준에 대한 설명 및 질의응답을 1회 실시하였다. 이후 상시적으로 질의응답을 이메일로 진행하며 누적된 질의응답 내용으로 Q&A집을 만들었고, 새로운 질의가 들어올 때마다 이에 대한 응답을 업데이트하여 Q&A집을 이메일로 즉시 전체 배포하였다. 각 분석자가 분석을 수행하면서 기준이 모호했던 경우에는 메모를 남겼고, 이를 보고 연구책임자가 해당 온라인 매체에 직접 접속하여 최종적으로 지표값을 설정하였다.

수집한 항목들은 다시 ① 정보의 다양성, ② 정보의 조직성, ③ 정보의 생생함, ④ 상호작용 지표로 분류하고, 지표별 가중치를 포함한 값을 산출하였다.

정보의 다양성은 여러 분석 항목에 걸쳐 풍부한 정보를 제공할수록 높게 평가하였으며 총점은 50점으로 가장 중요한 지표라 볼 수 있다. 정보의 조직성은 주요 정보들을 체계적으로, 별도의 페이지로 정리하여 제공하는 경우에 높은 점수를 부여하였으며 총점은 12점이다. 정보의 생생함은 사진이나 영상 같은 시각 자료를 활용하여 정보를 생생하게 전달하는 정도에 따라 점수가 증가하도록 하였으며 총점은 22점이다. 상호작용 지표는 이용자가 제공자 및 다른 이용자와 소통할 수 있는 기능이 많을수록 높은 점수를 부여하였으며 총점은 16점이다. 정보의 양과 질에 관한 다양성 및 생생함 지표에 상대적으로 높은 가중치를 부여하였으며, 정보 제공의 구조에 관한 조직성 및 상호작용에는 상대적으로 낮은 가중치를 부여하였다. 상호작용의 경우 이용자의 정보교환이 활발하다면 보다 중요성이 크겠으나, 본 연구에서 분석한 대부분의 온라인 채널에서는 이용자가 직접 정보를 제공하거나 공유하는 사례는 매우 드물었으므로 가중치를 낮게 부여하지 않았다.

항목별 가중치의 경우, 기관 및 인력 정보에 상대적으로 높은 가중치를 주었다. 인력 정보는 가중치의 절대값은 중간 정도이나 항목 수가 많기 때문에, 다양한 인력 정보를 제공할수록 총점이 크게 올라간다. 정보의 생생함에 관한 항목들은 이용자들이 유용하게 여길 정보 항목이면서 제공되는 사례가 많지 않아 가중치를 비교적 높게 주었다.

이에 더하여, 해당 온라인 채널의 최근 업데이트 일시, 즉 가장 최근 게시물의 일자 또는 매체 자체의 업데이트 일시가 2023년 이전일 경우 최종점수에 0.8을 곱하여 점수를 낮추었다. 만약 최근 업데이트 일시를 알 수 없는 경우, 이용자도 정보의 최신성을 확신하기 어렵다는 의미이므로 마찬가지로 최종점수에 0.8을 곱하여 낮추었다.

산출된 정보 접근성 지수를 바탕으로, 제공기관의 주요 특성에 따라 정보 접근성의 수준이 달라지는지 분석하였다. 분석에 활용한 기관의 주요 특성은 지역, 기관 유형, 이용자 및 제공인력 규모, 사업 유형이다. 지역은 수도권과 비수도권으로, 기관 유형은 영리 개인 기관, 영리 법인기관, 비영리 법인기관으로 분류하였다. 이용자 규모 및 제공인력 규모는 지투사업의 이용자 및 제공인력을 의미하는 것으로, 한 기관에서 다수의 지투사업 서비스를 제공하는 경우에는 서비스별 이용자 및 제공인력을 합산하였다. 사업 유형은 지투사업의 사업 유형 코드를 기반으로 분류하였다. 사업 유형 코드는 각 지역의 서비스마다 할당되는 6자리 숫자로, 지자체가 자율적으로 부여하지만 이 중 앞 두 자리는 대체로 유사한 성격의 서비스에 동일하게 할당된다. 앞 두 자리 수 기준으로 총 30개(1~29, 99)의 유형이 존재한다. 본 연구에서는 한국사회보장정보원에서 제공받은 사업 유형 코드 기준표, 사회서비스 품질평가 결과에서 분류하는 사업 유형명, 그리고 실제 두 자리가 동일한 서비스들의 명칭과 관련 표준 모델 등을 고려하여 대상 측면의 사업 유형(아동, 노인/장애인, 가족/일반, 기타) 및 서비스 측면의 사업 유형(심리정서/발달, 사회참여/체험, 신체건강, 대여, 기타)으로 구분하여 분석을 실시하였다. 이때, 한 기관에서 다수의 서비스를 제공하는 경우 이용자 수가 더 많은 서비스를 기준으로 사업 유형을 할당하였으며, 이용자 수도 동일할 경우에는 제공인력 수가 더 많은 서비스를 그다음 기준으로 하였다.

38 지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석: 공공 및 제공기관의 온라인 매체를 중심으로

〈표 3-2〉 지투사업 제공기관 온라인 현황 분석 기준

대항목	소항목	표시 방식	정보의 다양성			정보의 조직성			정보의 생생함			상호작용		
			최대 기본 점수	가중 치	총점	최대 기본 점수	가중 치	총점	최대 기본 점수	가중 치	총점	최대 기본 점수	가중 치	총점
사이트 또는 SNS 특징	유형	(명칭)												
	최근 업데이트 일시 (2023년 이전이거나 알 수 없을 시 전체 총점에 가중치)	YY.MM.DD		(x0.8)						(x0.8)			(x0.8)	
기관 정보	기관 과거 이력	O, X	2	x1.5	3									
인력 정보	별도 소개 페이지 또는 게시글	O, X				2	x2	4						
	개별 모집 공고글에 정보 포함	O, X				2		2						
기 관 공	경력(연도)	O, X	2	x1.8	3.6									
	경력(이력)	O, X	2	x1.8	3.6									
	학력	O, X	2	x1.8	3.6									
	자격	O, X	2	x1.8	3.6									
	전문분야	O, X	2	x1.8	3.6									
	사진 또는 영상	O, X							2		2			

대항목	소항목	표시 방식	정보의 다양성			정보의 조직성			정보의 생생함			상호작용		
			최대 기본 점수	가중 치	총점	최대 기본 점수	가중 치	총점	최대 기본 점수	가중 치	총점	최대 기본 점수	가중 치	총점
제공 인력	경력(연도)	O, X	2	x1.8	3.6									
	경력(이력)	O, X	2	x1.8	3.6									
	학력	O, X	2	x1.8	3.6									
	자격	O, X	2	x1.8	3.6									
	전문분야	O, X	2	x1.8	3.6									
	사진 또는 영상	O, X							2		2			
서비스 정보	별도 소개 페이지 또는 게시글	O, X				2	x2	4						
	개별 모집 공고글에 정보 포함	O, X				2		2						
	전체 제공 서비스 소개 게시글	O, X	2	x2	4									
	바우처 안내(소개 및 이용 절차)	O, X	2	x2	4									
	개별 서비스 안내 및 모집 게시글	O, X	2	x1.5	3									
	가장 최근 업데이트 일	YY.MM.DD												
	제공 후기 게시글	O, X							2	x4	8			
	사진 또는 영상(공간)	O, X							2	x2	4			
	사진 또는 영상(서비스 제공 상황)	O, X							2	x3	6			

40 지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석: 공공 및 제공기관의 온라인 매체를 중심으로

대항목	소항목	표시 방식	정보의 다양성			정보의 조직성			정보의 생생함			상호작용		
			최대 기본 점수	가중 치	총점	최대 기본 점수	가중 치	총점	최대 기본 점수	가중 치	총점	최대 기본 점수	가중 치	총점
양방향 소통	이용자 게시물 작성 또는 채팅 가능 여부	O, X												
		O, X									2		2	
		O, X									2		2	
	목적	O, X										2		2
		O, X										2		2
		O, X										2		2
	유형	O, X												
		O, X										2		2
		O, X										2		2
		O, X										2		2
비공개 게시물		O, X									2		2	
합계		100	28	-	50	8	-	12	10	-	22	16	-	16

제2절 분석 결과

1. 분석 대상 기관의 일반적 특성

본 연구의 분석 대상인, 웹사이트 또는 SNS를 운영하는 지역사회서비스 투자사업 제공기관의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도 분석을 실시하였다. 총 854개의 사례를 대상으로 지역, 기관 유형, 이용자 규모 및 제공인력 규모, 사업 유형별 분포를 분석한 결과는 다음과 같다.

지역 분포는 전체 기관 중 수도권(서울, 인천, 경기) 소재 기관이 54%, 비수도권이 46%로 나타났다. 기간 유형의 경우, 영리 개인 기관이 73.7%로 가장 많았으며, 비영리 법인기관 18.9%, 영리 법인기관 7.5% 순으로 많았다.

이용자 규모로는 10명 이상~30명 미만(36.1%) 기관이 가장 많았으며, 10명 미만(30.7%) 기관도 상당수를 차지했다. 120명 이상을 이용자로 두고 있는 기관은 5.4%로 가장 비중이 작았다.

제공인력 규모로는 5명 미만의 인력을 보유한 기관이 45.3%로 가장 많았으며, 5명 이상~10명 미만이 31.4%를 차지했다. 반면, 20명 이상 보유한 기관은 5.3%, 15명 이상 20명 미만을 보유한 기관은 6.1%로 상대적으로 비율이 낮았다.

〈표 3-3〉 지투사업 제공기관의 일반적 특성

(단위: 개, (%))

구분		사례 수(%)	
전체		854	(100.0)
지역	수도권	461	(54.0)
	비수도권	393	(46.0)
기관 유형	영리(개인)	629	(73.7)
	영리(법인)	64	(7.5)
	비영리(법인)	161	(18.9)
이용자 규모	10명 미만	262	(30.7)
	10명 이상 30명 미만	308	(36.1)
	30명 이상 60명 미만	144	(16.9)
	60명 이상 120명 미만	94	(11.0)
	120명 이상	46	(5.4)
제공인력 규모	5명 미만	387	(45.3)
	5명 이상 10명 미만	268	(31.4)
	10명 이상 15명 미만	102	(11.9)
	15명 이상 20명 미만	52	(6.1)
	20명 이상	45	(5.3)
사업 유형 1(대상)	아동	687	(80.4)
	노인/장애인	102	(11.9)
	가족/일반	24	(2.8)
	기타	41	(4.8)
사업 유형 2(서비스)	심리정서/발달	691	(80.9)
	사회참여/체험	57	(6.7)
	신체건강	58	(6.8)
	대여	7	(0.8)
	기타	41	(4.8)

대상을 기준으로 분류한 사업 유형에서는 아동 대상 서비스를 주로 제공하는 기관이 80.4%로 대부분을 차지하였다. 노인/장애인 대상 서비스 기관이 11.9%, 가족/일반 대상 서비스 기관은 2.8%, 기타 서비스 제공 기관은 4.8%였다.

서비스 내용을 기준으로 분류한 사업 유형에서는 심리정서/발달 서비스를 제공하는 기관의 비중이 80.9%로 가장 크게 나타났다. 사회참여/체험 서비스 제공기관은 6.7%, 신체건강 서비스 제공기관은 6.8%, 대여 서비스 제공기관은 0.8%, 기타 서비스 기관은 4.8%였다.

다음으로 본 연구의 분석 대상 기관이 운영 중인 온라인 채널 유형을 분석하였다. 온라인 채널이 최소 1개인 기관을 대상으로 기관당 최대 2개 채널을 분석한 결과 채널 수가 총 1,244개로 나타났다. 이는 2개 이상의 온라인 채널을 운영하는 기관이 약 45.6%임을 의미한다.

주요 온라인 채널 유형은 다음과 같이 분류하였다. 웹사이트는 주로 공식적인 정보를 제공하는 채널 유형이다. 블로그는 기관의 콘텐츠들을 장기간에 걸쳐 축적하는 형태로 활용되는 콘텐츠 아카이브형으로, 주요 포털 사이트의 블로그, 티스토리 등이 이에 포함된다. 카페는 가입 절차를 거치면 상호 비교적 자유롭게 의사소통을 하거나 이용 관련 게시물(이용 후기 등)을 올릴 수 있는 커뮤니티형의 채널로, 주요 포털의 카페, 네이버 밴드 등이 이에 해당된다. 소셜네트워크형은 상대적으로 다수의 인원이 온라인상에서 네트워킹을 하는 유형으로, 인스타그램, 페이스북, 카카오톡(카카오채널, 카카오톡스토리 포함) 등이 이에 해당된다. 이 소셜네트워크형은 게시물(피드)을 올리면 다수의 인맥에게 빠르게 전달되는 특성이 있지만, 과거의 게시물을 쉽게 검색하거나 체계적으로 축적하기는 어렵다. 마지막으로 영상 콘텐츠를 중심으로 정보를 제공하는 유튜브형이 있다.

유형별 활용 비중은 웹사이트(49%)가 가장 많이 활용되는 온라인 채널로 나타났으며, 절반에 가까운 기관이 자체 웹사이트를 운영하고 있었다. 다음으로 블로그(35.2%)도 상당히 높은 비율로 활용되고 있었다. 카페(7%) 및 소셜네트워크(8.4%)(인스타그램, 페이스북, 카카오톡 등)도 일부 기관에서 활용하고 있었다. 유튜브(0.4%) 활용 비율은 낮은 편이었다. 다

만, 본 연구에서는 최대 2개 채널만을 조사하였으므로, 비율이 낮은 채널 유형이라고 하여 활용하지 않는 것은 아니다. 정보가 상대적으로 최근에 업데이트되고 활발하게 운영되는 채널을 선정하여 조사하였으므로, 대부분의 기관은 유튜브를 운영하더라도 활용도는 낮다고 추정할 수 있다.

〈표 3-4〉 지투자사업 제공기관의 온라인 채널 유형

			(단위: 개, (%))	
구분	특징		사례 수(%)	
전체			1,244	(100.0)
웹사이트	공식 정보형		610	(49.0)
블로그	콘텐츠 아카이브형	ex) 블로그, 티스토리	438	(35.2)
카페	커뮤니티형	ex) 카페, 밴드	87	(7.0)
소셜네트워크	소셜 네트워크형	ex) 인스타그램, 페이스북, 카카오톡(채널, 스토리)	104	(8.4)
유튜브	영상 콘텐츠형		5	(0.4)

2. 지투자사업 제공기관의 온라인 채널 정보 접근성

가. 지투자사업 제공기관의 정보 접근성 전체 현황

지투자사업 제공기관 정보 접근성의 전반적 현황을 분석하기 위해, 가중치를 적용하기 전 기본값(0, 1, 2점)에 대하여 접근성 차원별 빈도 분석을 실시하였다.

먼저, 정보의 다양성 측면의 빈도 분석 결과는 다음과 같다. 기관 정보 및 인력 정보를 어느 채널에서도 제공하지 않는 기관, 즉 점수가 0점인 관의 비율이 대체로 높았다. 기관의 과거 이력을 제공하지 않는 기관의 비율이 72%인 반면 제공하는 기관(관련 항목의 점수가 1 또는 2점인 기관)의 비율은 28%에 그쳤다.

인력 정보의 경우, 관련 분야에서의 경력이 몇 년인지 또는 이를 가늠할 수 있는 정보인 경력 관련 연도(자격 취득 연도 등)를 공개하는 기관의 비율은 기관장 정보 12.3%, 제공인력 정보 9.1%로 낮았다. 그 외에 이력 관련(이전 근무지 등), 학력, 자격, 전문분야 등은 제공하는 기관 비율이 대략 50% 내외 수준이었다.

서비스 정보 영역에서는 전체 서비스를 소개하는 페이지 또는 게시물이 있는 기관이 67%, 바꾸처를 소개하는 내용이 있는 기관이 69.3%였으며, 각 서비스를 구분하며 설명하거나 이용자 모집 게시물에서 간접적으로 정보를 제공하는 기관이 58.4%였다. 2개 채널에서 모두 서비스 정보를 제공하는 기관도 비교적 많아 평균 점수는 0.74~0.84점으로 높은 편이다.

〈표 3-5〉 지투사업 제공기관의 온라인 채널 정보 접근성 - 정보의 다양성

(단위: 점, 개, (%))

소항목			평균	정보 제공 여부				
				0(%)	1(%)	2(%)	1+2(%)	계(%)
기관 정보	기관 과거 이력		0.30	615	223	16	239	854
				(72.0)	(26.1)	(1.9)	(28.0)	(100)
인력 정보	기관장	경력(연도)	0.14	749	90	15	105	854
				(87.7)	(10.5)	(1.8)	(12.3)	(100)
		경력(이력)	0.61	427	337	90	427	854
				(50.0)	(39.5)	(10.5)	(50.0)	(100)
		학력	0.65	397	358	99	457	854
				(46.5)	(41.9)	(11.6)	(53.5)	(100)
		자격	0.65	400	354	100	454	854
				(46.8)	(41.5)	(11.7)	(53.2)	(100)
	전문분야		0.59	432	336	86	422	854
				(50.6)	(39.3)	(10.1)	(49.4)	(100)
	제공 인력	경력(연도)	0.09	776	75	3	78	854
				(90.9)	(8.8)	(0.4)	(9.1)	(100)

소항목			평균	정보 제공 여부				
				0(%)	1(%)	2(%)	1+2(%)	계(%)
		경력(이력)	0.53	476	301	77	378	854
				(55.7)	(35.3)	(9.0)	(44.3)	(100)
		학력	0.61	419	353	82	435	854
				(49.1)	(41.3)	(9.6)	(50.9)	(100)
		자격	0.64	398	366	90	456	854
				(46.6)	(42.9)	(10.5)	(53.4)	(100)
		전문분야	0.65	384	383	87	470	854
				(45.0)	(44.9)	(10.2)	(55.0)	(100)
서비스 정보	전체 제공 서비스 소개 게시물		0.84	282	429	143	572	854
				(33.0)	(50.2)	(16.7)	(67.0)	(100)
	바우처 안내 (소개 및 이용 절차)		0.87	262	437	155	592	854
				(30.7)	(51.2)	(18.2)	(69.3)	(100)
	개별 서비스 안내 및 모집 게시물		0.74	355	362	137	499	854
				(41.6)	(42.4)	(16.0)	(58.4)	(100)

정보의 조직성 차원의 항목에서는 별도 소개 페이지 또는 게시글을 두어 체계적인 구조로, 검색이 용이하게 정보를 제공할수록 접근성 수준이 높다고 볼 수 있다. 그러나 개별 모집 공고글도 게시하고 여기에도 정보를 포함하여 접근성 수준이 높게 평가되는 기관들도 있음을 고려해야 한다.

웹사이트 또는 블로그 운영 시 대부분 인력 정보 또는 서비스 정보를 별도로 소개하는 페이지 또는 게시글을 두기 때문에 이와 같은 방식으로 제공하는 기관의 비율은 높게 나타난다(인력 정보 65.9%, 서비스 정보 67.3%). 개별 이용자 모집 공고글에는 자연스럽게 서비스에 관한 정보가 포함되기 때문에 이와 같은 방식으로 정보를 제공하는 기관(58.8%)은 곧 이용자 모집을 위한 공고글을 온라인 채널상에 게시한다는 의미이기도 하다. 모집 게시물에 인력 정보를 포함하는 경우는 9.4%로 드문 편이다.

〈표 3-6〉 지투사업 제공기관의 온라인 채널 정보 접근성 - 정보의 조직성

(단위: 점, 개, (%))

소항목		평균	정보 제공 여부				
			0(%)	1(%)	2(%)	1+2(%)	계(%)
인력 정보	별도 소개 페이지 또는 게시글	0.81	291	438	125	563	854
			(34.1)	(51.3)	(14.6)	(65.9)	(100)
	개별 모집 공고글에 정보 포함	0.11	774	68	12	80	854
			(90.6)	(8.0)	(1.4)	(9.4)	(100)
서비스 정보	별도 소개 페이지 또는 게시글	0.81	279	456	119	575	854
			(32.7)	(53.4)	(13.9)	(67.3)	(100)
	개별 모집 공고글에 정보 포함	0.75	352	364	138	502	854
			(41.2)	(42.6)	(16.2)	(58.8)	(100)

정보의 생생함은 정보 접근성 차원 중 대체로 기본 점수가 낮은 차원이다. 기관장이나 제공인력의 사진 또는 영상을 제공하는 기관은 기관장 25.2%, 인력 15.6%로 낮은 편이다. 제공 후기에 관한 게시물이 있는 기관도 25.6%로 낮다. 서비스 공간의 모습이 담긴 사진 또는 영상을 제공하는 기관은 64.9%로 높은 편이나, 실제 서비스 제공 상황이 담긴 사진 또는 영상을 제공하는 기관은 32.4%이다. 이용자가 이용하길 희망하는 서비스에 대해 생생하게 알 수 있는 사진 또는 영상이나 제공 후기, 인력에 대한 이미지를 사전에 접하기는 어려운 구조이다.

〈표 3-7〉 지투자사업 제공기관의 온라인 채널 정보 접근성 - 정보의 생생함

(단위: 점, 개, (%))

소항목			평균	정보 제공 여부				
				0(%)	1(%)	2(%)	1+2(%)	계(%)
인력 정보	기관장	사진 또는 영상	0.29	639	179	36	215	854
				(74.8)	(21.0)	(4.2)	(25.2)	(100)
	제공 인력	사진 또는 영상	0.18	721	112	21	133	854
				(84.4)	(13.1)	(2.5)	(15.6)	(100)
서비스 정보	제공 후기 게시글		0.31	635	174	45	219	854
				(74.4)	(20.4)	(5.3)	(25.6)	(100)
	사진 또는 영상(공간)		0.82	300	409	145	554	854
				(35.1)	(47.9)	(17.0)	(64.9)	(100)
	사진 또는 영상 (서비스 제공 상황)		0.39	577	219	58	277	854
				(67.6)	(25.6)	(6.8)	(32.4)	(100)

정보 접근성 차원 중 상호작용 분야도 점수가 낮은 편이나 일부 항목은 높게 나타났다. 양방향 소통을 위한 목적 중 이용 후기에 해당하는 게시물
물이 있거나 작성 가능한 기관은 8.6%로 매우 낮은 비율이었다. 문의하
거나 제안하는 게시물이 있거나 작성 가능한 기관은 56.2%, 그 외 특별
한 목적 없이²⁾ 게시물을 작성할 수 있는 기관은 66.5%였다. 예비 이용자
들에게 유용한 정보가 될 수 있는 이용 후기를, 적어도 제공기관의 온라
인 채널에서는 접하기 어려움을 의미한다.

양방향 소통의 유형 중에서는 리뷰가 68.4%의 기관이 제공하고 있어
가장 높게 나타났다. 다음으로 비공개 게시물이 45.2%로 높았고, 채팅
37%, 댓글 34.7%, 게시글 23.4% 순이었다. 리뷰는 블로그 또는 SNS인

2) 기타(일상) 목적의 게시물은 특정한 목적을 명시하지 않은 게시판 등을 의미하는 것으로,
블로그 댓글, SNS 댓글 등도 목적이 명시되지 않았다면 이에 포함된다. 목적이 명시된
방식이 아니므로 이용 후기도 작성 가능하겠으나 실제로 작성된 사례는 거의 없었다.

경우 ‘좋아요’ 표시 등을 클릭하여 선호도를 표현할 수 있기 때문에 높게 나타났다. 댓글 및 채팅 또한 블로그 또는 SNS 등을 이용 시 일부러 차단해놓지 않은 이상 댓글을 달거나 메시지를 보낼 수 있기 때문에 제공하는 기관 비율이 각각 34.7%, 37% 수준으로 나타났다. 비공개 게시글은 상담, 예약 등에 활용되며 주로 웹사이트의 기능으로 포함되어 있다. 그러나 공개된 게시글 형태로 이용자가 작성 가능한 기관은 23.4%로 낮은 편이다.³⁾

〈표 3-8〉 지투사업 제공기관의 온라인 채널 정보 접근성 - 상호작용

(단위: 점, 개, (%))

소항목			평균	정보 제공 여부				
				0(%)	1(%)	2(%)	1+2(%)	계(%)
양방향 소통	목적	이용 후기	0.09	781	66	7	73	854
				(91.5)	(7.7)	(0.8)	(8.6)	(100)
		문의/제안	0.66	374	396	84	480	854
				(43.8)	(46.4)	(9.8)	(56.2)	(100)
	유형	기타(일상)	0.76	286	485	83	568	854
				(33.5)	(56.8)	(9.7)	(66.5)	(100)
		게시글	0.24	654	195	5	200	854
				(76.6)	(22.8)	(0.6)	(23.4)	(100)
		리뷰	0.79	270	494	90	584	854
				(31.6)	(57.9)	(10.5)	(68.4)	(100)
		댓글	0.39	558	261	35	296	854
				(65.3)	(30.6)	(4.1)	(34.7)	(100)
		채팅	0.43	538	269	47	316	854
				(63.0)	(31.5)	(5.5)	(37.0)	(100)
		비공개 게시물	0.51	468	340	46	386	854
				(54.8)	(39.8)	(5.4)	(45.2)	(100)

3) 비공개 게시물은 다른 사람이 작성한 게시물의 제목도 확인할 수 없는, 관리자만 볼 수 있는 게시물을 의미한다. 내용은 비공개이더라도 다른 사람들이 제목을 확인할 수 있는 게시판 또는 게시물은 비공개가 아닌 ‘(일반)게시물’로 분류하였다.

온라인 채널의 최근 업데이트 연도별 분포는 다음과 같다. 총 1,244개의 채널 중 가장 최근 게시물의 일시 혹은 업데이트 시기를 다른 방법으로 알 수 있는 경우 등을 통해 확인한 결과, 2023년 이후에 업데이트가 된 채널은 63.3%였다. 2023년 이전에 업데이트된 채널은 16.6%, 시기를 알 수 없는 채널은 20.1%였다. 약 36.7%의 채널은 사실상 현재 활발하게 운영된다고 보기 어렵거나, 정보를 제공하고 있더라도 시기가 과거 시점으로, 이용자로서는 정보를 완전히 신뢰하기는 어려운 상황으로 볼 수 있다.

〈표 3-9〉 지투사업 제공기관의 온라인 정보 제공 현황

(단위: 개, (%))

구분			정보 제공 채널 수(%)	
전체			1,244	(100)
사이트 특징	최근 업데이트 연도	2023년 이후(23~25년)	788	(63.3)
		2023년 이전(~22년)	206	(16.6)
		알 수 없음	250	(20.1)

나. 지투사업 제공기관의 온라인 정보 접근성 전체 현황

지투사업 제공기관의 온라인 정보 접근성에 대한 종합 현황을 살펴본 결과, 가중치를 반영한 전체 배점 100점 기준 평균 점수는 24.86점으로 비교적 낮은 수준이었다.

정보의 다양성은 50점 배점으로 배점이 크지만 평균은 14.29점에 그쳤다. 정보의 조직성(12점 배점, 평균 4.09점), 정보의 생생함(22점 배점, 평균 4.52점), 상호작용(16점 배점, 평균 3.86점)도 낮은 편이다. 이해를 돕기 위해 배점별 평균이 차지하는 비중을 본다면, 정보의 다양성 평균은 50점 배점의 28.6%, 정보의 조직성 평균은 12점 배점의 34.1%, 정보의 생생함 평균은 22점 배점의 20.5%, 상호작용 평균은 16점 배점

의 24.1%라고 해석할 수 있다. 정보를 조직적으로 제공하는 웹사이트 비중이 큰 만큼 정보의 조직성 점수는 상대적으로 높고, 기관과 인력에 대한 기본적인 정보를 제공하는 수준도 상대적으로 높다고 볼 수 있다. 그러나 이용자와의 상호작용 수준이나 생생한 정보를 전달하는 수준은 상대적으로 낮다고 볼 수 있다.

〈표 3-10〉 지투사업 제공기관의 온라인 정보 접근성: 전체 현황

(단위: 점) (N=854)

구분	배점	평균	SD	최소	최대
전체	100	24.86	15.0	0	80
정보의 다양성	50	14.29	10.2	0	50
정보의 조직성	12	4.09	2.4	0	12
정보의 생생함	22	4.52	4.3	0	22
상호작용	16	3.86	2.5	0	12

다음으로 온라인 채널 유형별 정보 접근성 수준을 분석하였다. 채널 유형별 점수는 1가지 채널별로 정보 접근성 점수를 부여한 것이므로 각 지표 및 총점의 점수가 절반이다.

정보 접근성 총점(50점 만점)은 웹사이트 평균이 18.33점으로 가장 높았으며 블로그도 17.86점으로 유사한 수준이었다. 블로그는 정보를 체계적으로 축적하고 게시할 수 있다는 장점이 있어 정보의 다양성 및 조직성이 웹사이트에 준하는 수준으로 높다. 이에 더하여 웹사이트에 비해 관리자가 다양한 사진과 영상을 상시적으로 업로드하기 용이하고 기본적으로 방문자들이 댓글을 남기거나 메시지(쪽지)를 보내는 기능을 탑재하고 있어 정보의 생생함과 상호작용은 웹사이트보다도 높다.

카페는 블로그 또는 소셜네트워크와 유사점이 있지만, 정보를 다양하게 조직적으로 제공하는 측면에서는 블로그보다 불리하고, 생생한 정보

를 제공하고 이용자와 상호작용하는 측면에서는 소셜네트워크보다는 불리한 특징을 지닌다. 실제 해당 기관을 이용 중인 이용자들이 가입하여 활동한다면 이들에게는 높은 수준의 정보를 제공할 수 있을 것이다. 다만 이용자들에게 실시간으로 정보를 제공하고 이용 현황을 관리한다는 측면에서는 여전히 소셜네트워크가 강점이 있을 것으로 보인다.

유튜브는 영상 콘텐츠의 특성상 정보의 생생함은 높은 편이지만, 영상 제목만으로는 과거 영상 속 구체적인 내용을 검색하기 어려우므로 다양한 정보를 제공하거나 체계적으로 제공하는 측면에서는 불리한 채널이다. 일부 기관에서는 이러한 약점을 보완하기 위해 각 영상에 담긴 내용을 상세히 설명해놓거나 태그를 달아놓기도 한다. 이러한 특징은 지나간 게시물을 찾기 어려운 소셜네트워크 유형에서도 동일하게 나타난다. 또는 일부 기관에서는 서비스의 결과물이 구체적으로 유형화가 가능할 때, 예를 들어 음악치료의 결과로 이용자가 작곡한 곡 등을 업로드하는 등 적극적으로 유튜브를 활용하기도 한다.

〈표 3-11〉 지투자업 제공기관의 온라인 정보 접근성: 온라인 채널 유형별

(단위: 개, 점)

온라인 채널	총점(50)			정보의 다양성(25)		정보의 조직성(6)		정보의 생생함(11)		상호작용(8)	
	N	평균	SD	평균	SD	평균	SD	평균	SD	평균	SD
전체	1,244	17.07	9.44	9.81	7.14	2.81	1.66	3.11	2.96	2.65	1.67
웹사이트	610	18.33	8.96	11.66	6.70	3.20	1.55	2.95	2.68	1.97	1.66
블로그	438	17.86	9.82	9.46	7.23	2.81	1.63	3.25	3.14	3.56	1.03
카페	87	11.06	9.63	5.89	6.76	1.92	1.68	2.98	3.50	1.70	2.30
소셜 네트워크	104	11.69	6.10	4.07	4.54	1.37	1.22	3.52	3.17	3.61	0.73
유튜브	5	9.66	6.92	1.86	2.67	1.80	2.49	3.40	2.51	2.60	1.52

다. 지투사업 제공기관의 특성과 정보 접근성의 관계

본 연구에서 도출한 정보 접근성 수준을 제공기관의 특징별로 비교분석하기 위하여 일원분산분석(Analysis of Variance, ANOVA)을 실시하였다. 주요 결과는 다음과 같다.

먼저, 지역 유형별로 비교한 결과 정보 접근성의 모든 차원에서 수도권과 비수도권에 유의미한 차이가 나타났다. 수도권이 비수도권보다 높은 차원은 총점(3.04점 차이), 다양성(2.95점 차이), 조직성(0.4점 차이), 상호작용(0.43점 차이)이었다. 반면, 정보의 생생함은 비수도권 평균이 4.81점으로, 수도권 4.28점보다 0.53점 높았다.

기관 유형별로도 모든 정보 접근성 차원에서 유의미한 차이가 나타났다. 영리(개인) 유형은 총점이 26.34점으로 가장 높았으며, 정보의 다양성도 15.63점, 정보의 조직성도 4.22점으로 가장 높았다. 그러나 정보의 생생함과 상호작용은 영리(법인) 유형이 각각 5.34점, 4.55점으로 가장 높았다. 비영리(법인)는 총점이 19.48점으로 가장 낮았으며, 정보의 생생함 외의 모든 차원에서 점수가 가장 낮게 나타났다. 이와 같이 나타난 원인 중 하나로는 제공기관 중 비영리 법인 유형이 매우 다양한 서비스들을 제공하는 복지관 유형이라는 것에 기인한다. 다양한 서비스들을 모두 소개하고 정보를 제공해야 하다 보니, 지투사업에 대한 고유 정보를 충분하게 제공하기 어렵다는 특성이 있다.

다음으로 이용자 규모 및 제공인력 규모에 따른 정보 접근성 차이를 분석하였다. 먼저, 이용자 규모에 따라 정보 접근성의 총점 및 각 차원이 모두 유의미하게 차이가 나타났다. 이용자 규모가 큰 기관에서 대체로 정보 접근성 총점이 낮게 나타났다(60명 이상 120명 미만 21.61점, 120명 이상 18.54점). 120명 이상 기관은 정보의 다양성(9.41점), 정보의 조직성

(3.26점), 상호작용(3.2점) 점수가 가장 낮았다.

반대로 제공인력은 규모가 클수록 대체로 정보 접근성 수준이 높게 나타났다. 20명 이상 기관에서 총점이 29.12점으로 가장 높았으며, 정보의 다양성은 17.59점, 정보의 조직성은 4.96점으로 역시 가장 높았다. 다만 정보의 생생함이나 상호작용에서는 규모별 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

이어서 사업 유형별로 정보 접근성의 차이를 분석하였다. 먼저, ‘대상’을 기준으로 사업 유형들을 분석한 결과, 아동 대상 서비스를 중심으로 하는 기관의 정보 접근성이 대체로 높게 나타났다. 총점은 26.26점, 정보의 다양성은 15.42점, 정보의 조직성은 4.3점으로 가장 높았다. 정보의 생생함과 상호작용 수준이 가장 높은 유형은 기타 유형(6.22점, 4.56점)이었다. 반면 노인 또는 장애인을 대상으로 하는 서비스 유형은 대체로 정보 접근성이 낮게 나타났다. 총점은 15.74점으로 가장 낮았으며, 정보의 다양성은 7.68점, 정보의 조직성은 2.82점, 정보의 생생함은 3.55점으로 다른 유형보다 낮았다. 상호작용은 3.4점으로, 3.38점인 가족/일반 유형과 비슷하게 가장 낮은 수준이다.

서비스 유형별로 정보 접근성의 차이를 분석한 결과, 심리정서/발달과 기타 서비스가 각각 총점 26.15점으로 가장 높게 나타났다. 심리정서/발달 서비스는 접근성 차원 중 정보의 다양성(15.37점) 및 정보의 조직성(4.28점)에서 가장 점수가 높았다. 기타 서비스 기관은 정보의 생생함(6.22점), 상호작용(4.56점) 측면에서 점수가 가장 높았다.

〈표 3-12〉 지투사업 제공기관의 특성과 정보 접근성의 관계(일원배치 분산분석) (1)

(단위: 점)

구분	총점(100)			정보의 다양성(50)			정보의 조직성(12)			정보의 생생함(22)			상호작용(16)		
	평균	SD	F	평균	SD	F	평균	SD	F	평균	SD	F	평균	SD	F
전체															
지역	수도권	26.26	15.22	12.91***	15.64	10.41	25.24***	4.28	2.50	8.29**	4.28	4.08	4.06	4.06	2.50
	비수도권	23.22	14.60		12.69	9.67		3.88	2.36		4.81	4.57	*	3.63	2.46
기관 유형	영리(개인)	26.34	15.29		15.63	10.44		4.22	2.44		4.42	4.23		3.90	2.45
	영리(법인)	23.88	14.88	21.91***	13.20	9.98	39.1***	3.81	2.14	6.42**	5.34	5.25	3.29*	4.55	2.49
	비영리(법인)	19.48	12.53		9.47	7.38		3.70	2.54		4.60	4.27		3.45	2.57
이용자 규모	10명 미만	26.17	15.57		15.25	10.68		4.25	2.62		4.57	4.34		4.00	2.39
	10명 이상~30명 미만	24.69	14.60		14.57	9.96		4.06	2.34		4.04	4.04		3.77	2.43
	30명 이상~60명 미만	26.99	16.72	7.47***	15.37	10.78	9.98***	4.36	2.59	3.93**	5.36	4.82	3.05*	4.32	2.68
	60명 이상~120명 미만	21.61	12.31		11.42	8.66		3.78	2.18		4.60	4.21		3.44	2.58
	120명 이상	18.54	10.90		9.41	7.15		3.26	1.89		4.74	4.39		3.20	2.45
제공 인력 규모	5명 미만	22.97	15.04		12.89	10.20		3.73	2.52		4.32	4.29		3.79	2.47
	5명 이상~10명 미만	25.88	14.73		15.06	10.09		4.29	2.37		4.64	4.27		3.84	2.53
	10명 이상~15명 미만	26.65	15.00	4.53**	15.72	10.27	4.76***	4.35	2.25	7.08***	4.42	4.39	1.1	4.28	2.30
	15명 이상~20명 미만	26.50	15.66		14.97	10.31		4.50	2.66		5.21	4.38		4.02	2.80
	20명 이상	29.12	14.02		17.59	8.65		4.96	1.86		5.09	4.73		3.47	2.46

주: *p<.05, **p<.01, ***, p<.001

〈표 3-13〉 지투사업 제공기관의 특성과 정보 접근성의 관계(일원배치 분산분석) (2)

구분		총점(100)			정보의 다양성(50)			정보의 조직성(12)			정보의 생생함(22)			상호작용(16)		
		평균	SD	F	평균	SD	F	평균	SD	F	평균	SD	F	평균	SD	F
사업 유형 1 (대상)	전체	24.86	15.01		14.29	10.18		4.09	2.44		4.52	4.32		3.86	2.49	
	이동	26.26	14.84		15.42	10.12		4.30	2.40		4.58	4.29		3.91	2.46	
	노인/장애인	15.74	10.54	24.17***	7.68	6.73	28.59***	2.82	1.99	20.24***	3.55	3.54	6.62***	3.40	2.39	4.41**
	가족/일반	21.52	15.73		11.60	9.76		3.33	2.37		4.21	4.80		3.38	2.83	
	기타	26.15	18.67		13.23	12.09		4.27	3.11		6.22	5.70		4.56	2.90	
사업 유형 2 (서비스)	심리정서/발달	26.15	14.96		15.37	10.12		4.28	2.44		4.52	4.30		3.91	2.45	
	사회참여/체험	17.97	12.32		10.06	9.08		3.21	1.96		3.93	3.71		2.98	2.47	
	신체건강	17.02	10.32	15.73***	7.28	5.90	20.33***	2.83	1.82	13.89***	4.28	3.81	3.91**	3.67	2.38	3.86**
	대여	11.50	8.58		5.79	3.23		2.14	1.35		2.43	4.08		3.57	3.46	
	기타	26.15	18.67		13.23	12.09		4.27	3.11		6.22	5.70		4.56	2.90	

주: *p<.05, **p<.01, ***, p<.001

(단위: 점)

제3절 우수사례 심층분석

본 연구의 분석 결과, 정보 접근성 점수가 높게 나타난 상위 6개 기관 중 섭외에 응한 3개 기관-경남 창원시 경남아동발달센터, 전북 전주시 하람심리상담센터, 서울 은평구 카운셀뮤직-의 기관장을 대상으로 자문회의를 실시하였으며, 해당 사례에 대한 심층분석을 실시하였다. 세 기관 모두 아동을 대상으로 심리정서 및 발달 관련 서비스를 제공하는 기관이었다.

웹사이트 및 SNS 운영에 있어 중점을 두는 부분에 대해 세 기관의 기관장이 공통적으로 언급한 지점은 꾸준한 콘텐츠 게시이다. 기관 설립 초기부터, 혹은 설립 전 이전의 활동까지 포함하여 다양한 콘텐츠들을 꾸준히 업로드하고 이를 축적하는 것에 중점을 두고 있었다. 실제로 세 기관의 웹사이트, 유튜브 등을 보면 상당히 오래전부터 게시물이 올라오고 있으며 최근까지도 업데이트가 이루어지고 있음을 알 수 있다.

콘텐츠의 내용에 관해서도 세 기관은 공통적인 응답을 하였는데, 단순한 서비스 정보 전달이 아닌 이용자의 문제와 욕구에 관한 콘텐츠를 새롭게 개발하기 위해 노력한다는 점이었다. 예를 들어, 경남아동발달센터는 이용자 및 보호자의 주된 관심사인 양육 방법, 발달장애 아동에 대한 치료법 및 접근법, 서비스 제공 경험과 제공자로서 느낀 점 등에 대해 지속적으로 게시하고 있다. 이러한 방식에 대하여 경남아동발달센터 기관장은 “플랫폼”이 되기 위해서는 이용자들이 필요로 하는 정보를 제공해야 한다고 강조하였다.

또 다른 공통점은 서비스 제공 후기에 대하여 세 기관 모두 적극적으로 게시하고 있다는 점이다. 특히 카운셀뮤직 및 하람심리상담센터는 각각 전문으로 하는 분야인 음악치료 및 미술치료와 관련하여 치료 결과물을 청각적, 시각적 콘텐츠로 게시하고 있었다. 카운셀뮤직은 청각 콘텐츠라

는 점을 살리기 위해 유튜브를 활용하고 있었다. 이와 같이 감각적인 서비스 결과물을 게시하는 것은 예비 이용자에게 서비스에 관한 정보를 제공한다는 의미도 있지만, 서비스를 제공받은 이용자들이 자신의 결과물을 공개하면서 효능감과 자부심을 얻는다는 장점도 있다.

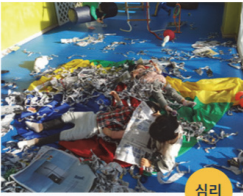
한편, 온라인 매체의 특성에 따라 다른 목적으로 활용하는 사례도 있었다. 카운셀뮤직의 경우 웹사이트, 유튜브, 인스타그램을 운영 중이다. 웹사이트는 기본적인 정보를 상시적으로 공개해놓은 매체라면, 유튜브는 이용자들이 서비스 결과물(작곡한 음악, 공연 실황 등)을 업로드해달라는 요청을 자주 하여, 서비스 제공 후기 성격의 게시물 위주로 구성한다. 반면 인스타그램은 서비스 정보를 단순하게 전달하고 다소 학술적인 정보들을 나열하는 데 활용한다. 이에 대해 보호자들이 유용하다는 피드백을 하기도 하며, 나아가 기관의 전문적 이미지가 제고되어 우수한 제공인력들이 더 지원하는 효과도 얻고 있다고 한다.

세 기관은 포털 사이트 광고 등 큰 비용이 들어가는 마케팅을 해본 경험도 없고 그럴 예산도 없으나, 바이럴 마케팅을 대규모로 시행하는 기관들과 경쟁하기가 어렵다고 하였다. 그럼에도 불구하고 주된 이용층인 아동의 보호자들의 정보 검색 능력이 향상되고 있기 때문에 단순 광고는 신뢰하지 않고 오히려 유용한 정보와 생생한 후기들을 쌓아놓는 기관의 온라인 매체를 더 신뢰한다고 하였다.

[그림 3-1] 제공기관 정보 접근성 우수사례(1) - 경남아동발달센터

재활 교육 안내

최선을 다하는 노력으로 우리 아이들에게 꼭 필요한 알찬 교육을 제공하겠습니다.



재활교육

심리운동재활교육 안내

현재 독일을 비롯하여 전 세계에서 각광을 받고 있는 심리운동은 Kiphard 박사에 의해 독일에서 시작되었습니다...

 김봉군 👤 29 ❤️ 31



재활교육

그룹재활교육 안내

그룹재활은 친구들과 사이에서 어울리지 못하는 사회성에 문제를 겪고있는 아동들을 대상으로 한 그룹재활로서...

 김봉군 👤 29 ❤️ 38



재활교육

부모코칭 프로그램 교육 안내

소중한 우리 아이들의 성장에 가장 중요 존재는 부모님일 것입니다. 보다 아이들이 올바른 성장을 위하여...

 김봉군 👤 24 ❤️



"자폐스펙트럼 아이들과 그룹수업을 하는 이유" 김봉군 원장의 Story

경남아동발달센터라는 기관을 15년째 운영해 오고 있다. 몇 년 전에는 보건복지부 품질평가에 최우-
'왜?' 자폐스펙트럼 아이들의 그룹수업을 말하고, 실시하는지를 말하고자 함이다....

Date 2023.11.03 | By  운영자 | Views 72



"양육에 정답이 있을까?" 김봉군 원장의 Story

TV 프로그램을 보면, 다양한 아이들이 나오고, 전문가의 매직 같은 코칭에 의해, 아이가 편하고 변한-
지내고 있을까? 예전의 그 모습은 완전히 사라진 걸까? 궁금증이 생긴다. 과...

Date 2023.10.18 | By  운영자 | Views 74



"아이들은 이질적 집단 속에 성장한다." 김봉군 원장의 Story

아이들은 어떻게 성장하는가? 내가 만나는 아이들의 대부분은 언어능력에 어려움이 있고, 인지능력-
세 영역은 서로가 밀접하게 연결되어 있다. 말의 가장 중요한 기능은 타인과...

Date 2023.10.11 | By  운영자 | Views 251

출처: 경남아동발달센터, 2025. 2025. 4. 1. 검색, <http://gnt.or.kr/bbs>

[그림 3-2] 제공기관 정보 접근성 우수사례(2) - 카운셀뮤직

우린 예쁜 가족!
카운셀 뮤직
1:29

[작사/작곡] "우린 예쁜 가족"
조회수 758회 · 2년 전

우리가족 사랑해
카운셀 뮤직
3:33

[음악유산 남기기] "우리가족 사랑해"
조회수 951회 · 2년 전

은영이네 뮤직엔스토리
카운셀 뮤직 X 은영이네이영어도서관
0:47

[뮤직엔스토리] 마법의 설당 두 조각
조회수 142회 · 2년 전

#2 셰이커가 몇 개?
카운셀뮤직
[작사/작곡] 노래부르기/인
2:28

[작사/작곡] "셰이커가 몇개?"
조회수 589회 · 2년 전

9월 카운셀뮤직 원데이 클래스 (토요일)
*미술 *음악 *그림책

음악으로 만나는 그림책 / 10시	아름다운 미술놀이 /
두근두근 달님 송편	가을산책
끼리끼리 코끼리	동글동글 송편
친구를 모두 잃어버리는 방법	내 손으로 지키는
	나의 소중한?

모의 1010-7536-8742
예약! "카운셀 뮤직 내이데 예약" 검색

9월 카운셀뮤직 원데이 클래스 (토요일)
*미술 *음악 *그림책

활동내용
그림책을 음악과 융합하여 즐겁게 읽어
보고, 독후활동으로 유익한 스토리
활동을 경험해 볼 수 있는 시간
노래 가사를 바꿔 불러 보기도 하고
송라이터 활동, 악기 활동, 수박 수영장
만들기 등 다양한 음악 및 체험 활동을
함께 해보아요!

일시 2024.08.31(토) 오후 2시 30분 ~ 3시 30분
장소 지하1층 문화강좌실
대상 초·중·고·대·대학원생 포함한 121가족
진행 카운셀 뮤직 강사진
접수 08.21(수) 오전 9시 ~ 마감 시 / 홈페이지 접수 가능
* 2016~2017년생 10명만 접수 가능
문의 하연10원탈탈02-307-6030 내선 303, 304

출처: 카운셀뮤직(유튜브), 연도 미상, <https://www.youtube.com/channel/UCNg0vTXKyvK2ZfUhAENtysg/featured>; 카운셀뮤직(인스타그램), 2025, 2025. 4. 1. 검색, https://www.instagram.com/counsel_music/

[그림 3-3] 제공기관 정보 접근성 우수사례(3) - 하람심리상담센터

갤러리

외국초등학교 - ...
관리자
2024-07-11
HIT:958 / VOTE:1

정읍교육지원...
관리자
2024-05-22
HIT:751 / VOTE:0

꽃만다라 - 집...
관리자
2024-04-26
HIT:1005 / VOTE:1

케이크 파티 - ...
관리자
2024-03-13
HIT:364 / VOTE:0

황금나무
관리자
2024-03-11
HIT:743 / VOTE:1

그림책 적용 - ...
관리자
2024-03-07
HIT:778 / VOTE:1

\"품 미쳤다\" 집...
관리자
2024-02-20
HIT:998 / VOTE:1

상당교사 대상 ...
관리자
2024-02-16
HIT:755 / VOTE:2

#집단미술치료...
관리자
2024-02-05
HIT:671 / VOTE:2

집단미술치료...
관리자
2024-02-02
HIT:833 / VOTE:0

당신의 손은 참...
관리자
2024-01-28
HIT:1004 / VOTE:1

황금나무
관리자
2024-01-26
HIT:729 / VOTE:1

온라인상담

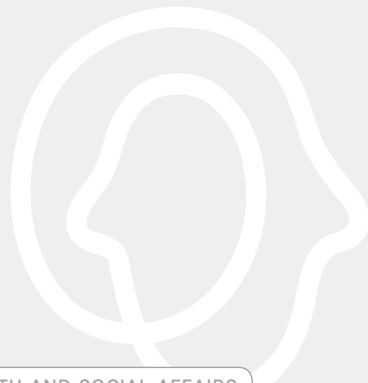
🏠 커뮤니티 온라인상담

검색

글작성

번호	제목	작성자	작성일	조회수	추천수
450	고1 딸 자퇴하고 싶다고ㅠ	날개	2024-10-29	175	1
449	👉[답변] 고1 딸 자퇴하고 싶다고ㅠ 📩	관리자	2024-12-27	3	0
448	전국민마음투자 바꾸쳐 지원하나요? 📩	.	2024-07-12	3	0
447	👉 전국민마음투자 바꾸쳐 지원하나요? 📩	관리자	2024-07-15	3	0
446	초6학년하고 엄마 상담비용 문의드려요 📩	분문서	2024-07-03	3	0
445	👉 [답변] 초6학년하고 엄마 상담비용 문의드려요 📩	관리자	2024-07-05	2	0

출처: 하람심리상담센터, 2024, 2025. 4. 1. 검색, <http://m.harammind.kr>



제4장

정부 및 지자체의 온라인 정보 분석

제1절 분석 방법

제2절 정부 웹사이트 정보 분석

제3절 지자체 웹사이트 정보 분석

제4장 정부 및 지자체의 온라인 정보 분석

제1절 분석 방법

정부 및 지자체의 지투사업 관련 온라인 채널의 정보 접근성 수준 분석은 서비스 제공기관에 대한 분석틀을 수정 적용하면서, 전자정부 발전 모델을 분석틀로 추가하였다. 개별 서비스 제공기관들이 기관 홍보를 목적으로 정보를 제공하는 민간 영역과 달리, 공공 영역의 주체들은 정보를 제공해야 하고 정보 접근성을 개선해야 할 의무를 지니기 때문이다.

전자정부 발전 모델은 정부가 전자정부 서비스를 도입하고 발전시키는 단계를 나타내는 모델로, 연구마다 다양한 단계를 제시하고 있지만 실제 내용은 단계별로 유사한 경향이 있어 범주화가 가능하다(Coursey & Norris, 2008). 공통된 발전단계 중 통합(Integration) 또는 전환(Transformation)은 전자정부 서비스 운영 관점에서 정의된 개념이므로 본 연구의 초점에서 제외한다면, 본 연구의 초점인 시민을 대상으로 한 정보 및 서비스 제공 관점의 단계는 크게 온라인 정보 제공 단계, 상호작용 단계, 거래 단계, 전자적 참여 단계로 구분할 수 있다(성욱준, 2023)

먼저, 온라인 정보 제공 단계(Presenting Information)는 정부가 웹사이트나 포털을 통해 일방향으로 정보를 제공하는 초기 단계이다. 이용자인 국민은 정책, 공공서비스 등에 관한 정보를 검색하고 열람할 수 있다.

상호작용 단계(Interaction)는 정부 웹사이트 또는 기타 온라인 채널을 통해 정보를 검색하거나 질의응답을 할 수 있는 단계로, 양방향 소통이 가능한 단계이다. 문의, FAQ 등이 이에 해당되며, 서류를 작성하고 접수하는 기능도 이 단계에 해당된다고 볼 수 있다.

거래 단계(Transaction)는 전자정부 시스템을 통해 직접 행정 서비스를 처리할 수 있는 단계로, 온라인에서 서비스 예약 및 신청부터 승인까지의 행정절차를 완료할 수 있음을 의미한다.

마지막으로, 가장 높은 수준이라 볼 수 있는 온라인 참여(E-Participation) 단계는 국민이 정책 결정 과정에 참여할 수 있도록 전자적 수단이 제공되는 단계를 의미한다. 정책 또는 서비스 제안을 받는 기능, 설문조사 또는 전자투표 기능, 정책토론이 가능한 플랫폼 등이 이에 해당된다.

본 장에서는 서비스 제공기관의 분석틀을 기본적으로 동일하게 적용하여 공공 웹사이트를 분석하되, 공공 웹사이트의 특성상 모두 동일한 값을 지녀서 분석이 불필요한 경우에는 결과 보고에서 제외하였다. 예를 들어, 지투사업에 대한 소개와 신청 방법은 공공 사이트 특성상 반드시 포함되는 정보이므로 별도로 서술하지는 않았다.

이에 더하여 전자정부 발전단계별로 지투사업 관련 웹사이트에서 제공하는 기능을 검토하였다. 기존 분석틀의 항목에서 발전단계에 해당되는 항목이 있을 경우 해당 단계에도 체크를 하였으며, 필요시 추가로 기능을 파악하여 분석을 실시하였다.

분석 대상은 정부가 운영하는 지투사업 또는 사회서비스 관련 사이트 2개, 17개 시도의 지역사회서비스지원단이 운영하는 웹사이트이다. 연구 계획 당시에는 각 지자체 지원단이 운영하는 SNS의 정보를 분석하고자 하였으나, 서비스 제공기관과 달리 지자체 웹사이트에서는 동일한 콘텐츠를 제작하여 여러 SNS에서 동시에 활용하는 방식이 대체로 유사하게 나타났다. 예를 들어, 유튜브 영상을 제작한 후 웹사이트에서 유튜브 영상을 동일하게 링크를 걸어 게시하거나, 카드뉴스를 제작하여 웹사이트와 카카오톡 채널에서 동시에 사용하는 식으로 활용하고 있다. 그 때문에 정보의 개별 항목이 동일하게 체크되는 경우가 많아서 결과 보고에서는 생략하였다.

〈표 4-1〉 지투사업 관련 정부 및 지자체 웹사이트 분석 대상

주체	기관명 또는 웹사이트 서비스명	웹사이트 주소	SNS 개수	SNS 유형
정부	사회서비스 전자바우처	www.socialservice.or.kr	0	
	복지로	www.bokjiro.go.kr	3	유튜브, 페이스북, 블로그
지자체	서울	csi.welfare.seoul.kr	3	유튜브, 페이스북, 블로그*
	부산	www.ssbns.or.kr	2	인스타그램, 유튜브
	인천	icss.kr	0	
	대구	www.dgssc.or.kr	2	카카오톡채널, 유튜브
	대전	ssdj.or.kr	4	인스타그램, 카카오톡, 네이버블로그, 페이스북
	광주	www.gssc.or.kr	0	
	울산	www.ussag.or.kr	2	유튜브, 카카오톡채널
	세종	www.sjss.or.kr	0	
	경기	ggss.or.kr	2	페이스북, 유튜브
	충북	www.cbcsi.or.kr	3	카카오톡채널, 유튜브, 페이스북
	충남	cnss.or.kr	1	유튜브
	전북	www.jbcss.or.kr	0	
	전남	jnss.co.kr	3	인스타그램, 페이스북, 카카오톡채널
	경북	gbss.or.kr	2	인스타그램, 유튜브
	경남	www.gnssc.or.kr	3	유튜브, 인스타그램, 카카오톡채널
	강원	gwssa.or.kr	0	
	제주	jejucsi.or.kr	0	

주: 1) 해당 웹사이트상에서 게시하거나, 연결된 SNS가 별도로 없는 경우 SNS 개수를 0으로 함.

2) 서울시는 지역사회서비스지원단이 아닌, 지원단에 속한 서울시복지재단의 SNS임.

제2절 정부 웹사이트 정보 분석

지투사업과 관련된 정부 웹사이트로는 사회서비스 전자바우처 웹사이트 및 복지로 웹사이트를 선정하여 이용자의 정보 접근성을 분석하였다.

먼저, 전자정부 발전 모델에 기반하여 이용자의 정보 접근성을 보면 다음과 같다. 온라인 정보제공 단계의 경우, 두 사이트 모두 지투사업을 비롯한 사회서비스의 정보를 제공하기 위한 목적을 지니는 만큼 ‘정보 검색 및 조회’ 기능을 당연하게 제공한다. 그러나 특정 정보를 신청하고 이를 열람하는 기능은 제공하고 있지 않다. 다만, 정보 신청 및 열람 기능 중 하나로 공공데이터 또는 공개 API(Open API) 신청 및 열람도 포함할 수 있을 것이나 이는 공공데이터포털(www.data.go.kr)에서 통합적으로 이루어지고 있다.

상호작용 단계에서는 서류 작성 및 접수 기능, 자주 묻는 질문 게시판(FAQ) 기능 여부를 검토하였다. 두 사이트 모두 서류 작성 및 접수 기능은 제공하고 있지 않았다. 복지로에서 일부 복지 급여에 대해서는 급여를 온라인으로 신청하는 기능을 제공하고 있는 것으로 보이나, 지투사업에서는 제공하고 있지 않았다. 이는 지자체별로 운영되며 지역마다 서비스의 유형도 다른 지투사업의 특성상 현재로서는 신청단계의 혼선을 줄이기 위해 거주지의 읍면동주민센터에서만 신청할 수 있도록 제한했기 때문이다. FAQ 기능의 경우 사회서비스 전자바우처 사이트는 제공하고 있으나 복지로는 제공하고 있지 않았다. 전자바우처 사이트에는 이용자뿐만 아니라 제공기관들도 바우처의 구체적인 이용 및 제공 방식에 대한 문의가 많아 이러한 기능을 제공하고 있는 것으로 보인다. 복지로는 사회서비스 전자바우처뿐만 아니라 매우 다양한 복지 급여에 관한 정보를 제공하고 있어 FAQ까지 제공하지는 못하는 것으로 보인다. 이를 바탕으로 본다면, 한 웹사이트가 다루는 복지 급여 및 서비스의 종류가 많을수록 이

를 일방향으로 단순 제공하는 기능에 중점을 두는 경향이 있을 것으로 보인다.

거래 단계도 상호작용 단계와 유사하다. 두 사이트 모두 지투사업과 관련하여 서비스 예약 및 신청이 사이트에서 이루어지지 않는다.

온라인 참여 단계의 경우, 두 사이트 모두 민원 또는 제안 기능이 있었다. 그러나 투표 또는 설문조사와 같이 다인원이 참여하는 의사결정 기능을 제공하지는 않았다.

〈표 4-2〉 지투사업 관련 정부 웹사이트 분석 - 전자정부 발전 모델 기준

발전 단계	기능	사회서비스 전자바우처	복지로
온라인 정보제공	정보 검색 및 조회	O	O
	신청 및 열람(일방향)	X	X
상호작용	서류 작성 및 접수	X	X
	FAQ	O	X
거래	공공서비스 예약 및 신청	X	X
온라인 참여	민원, 제안	O	O
	투표, 설문조사	X	X

다음으로 정부 주요 사이트의 지투사업 관련 정보 접근성을 분석하였다. 먼저, 지투사업 현황과 관련된 통계자료를 사회서비스 전자바우처에서는 제공 중이나 복지로는 제공하고 있지 않았다. 뉴스레터 또는 웹진은 두 사이트 모두 제공하지 않았으며 제공자의 제공 후기에 관한 정보도 없었다. 두 사이트 모두 이용 후기를 일부 제공하고 있었다. 사회서비스 전자바우처 사이트의 경우 비록 로그인을 해야 하지만, ‘제공기관 이용 후기’라는 분명한 목적의 별도 게시판이 있고, 적극 추천/추천/추천 안 함 표시가 직관적으로 나타나며, 실제 제공기관명을 포함한 이용 후기를 공개 글로 작성할 수 있도록 되어 있다. 복지로의 경우, 서비스 소개 페이지

에 이용자의 인터뷰를 일부 인용하고 있다. 제공기관 이용에 대한 구체적인 후기는 아니지만 서비스 이용 후기로 판단할 수 있기에 정보 제공으로 분류하였다.

제공기관에 관한 정보는 사회서비스 전자바우처에서 상세하게 제공하고 있으며, 복지로는 거의 제공하지 않는다. 복지로의 경우 ‘복지지도’ 메뉴에서 검색이 가능하나 기본 정보 외의 정보는 나타나지 않는다. 다만, 제공기관별 품질평가 결과 파일을 제공하고 있기에 품질 정보는 제공 중인 것으로 분류하였다. 해당 파일은 전자바우처 사이트에서도 제공한다. 전자바우처 사이트에서는 제공기관의 전체 제공서비스, 연도별 사업실적(이용자 수, 제공인력 수), 제공인력 총 수 및 성비, 연령별 비율 정보도 제공하고 있으나 본 연구의 분석틀에 해당하지는 않아 위와 같이 별도 서술하였다. 분석틀에 포함된 정보 중에는 경력 정보를 제공 중인데, 범주별(6개월 미만 / 6개월~1년, 1년~2년 / 2년 이상) 제공인력 수를 제공하고 있다. 제공기관의 서비스 제공 공간 또는 제공 상황에 관한 사진은 두 사이트 모두 없었으며, 제공기관 검색은 가능하지만 자체 홍보를 하는 게시판은 없다. 제공기관 검색 기능의 경우, 복지로의 복지지도에서 제공하고는 있으나, ‘사회서비스제공기관’으로만 검색 가능하고 표시가 되기 때문에 지투사업 제공기관을 특정하여 찾을 수는 없으며, 포함된 정보도 거의 없다.

양방향 소통의 경우, 위에서 언급한 바와 같이 사회서비스 전자바우처 사이트에서는 게시물 형태로 이용 후기 및 문의 또는 제안 글을 작성할 수 있다. 복지로의 경우 이용자가 작성 가능한 공개 게시판은 없으며, 비공개 게시물 형태로 복지정책 제안 등을 할 수 있지만 문의는 할 수 없다.

〈표 4-3〉 지투사업 관련 정부 웹사이트 분석 - 정보 접근성 기준

정보 유형 및 제공 방식		사회서비스 전자바우처	복지로
지투사업 현황	통계자료	O	X
	뉴스레터(웹진)	X	X
	이용 후기	O	O
	제공 후기	X	X
제공기관 정보	기관 정보	기본 정보	O
		기관 유형	O
		서비스 유형	O
		품질 정보	O
		홈페이지	X
	인력 정보	경력	O
		학력/전공	X
		자격	X
		전문분야	X
		사진 또는 영상	X
	서비스 정보	사진 또는 영상(공간)	X
		사진 또는 영상(서비스 제공 상황)	X
	기능	제공기관 검색	O
		제공기관 자체 홍보	X
양방향 소통	이용자 게시물 작성 또는 채팅 가능 여부		O
	목적	이용 후기	O
		문의/제안	O
	형식	게시물	O
		댓글	X
		채팅	X
		비공개 게시물	X

제3절 지자체 웹사이트 정보 분석

이어서 17개 시도의 지투사업 관련 웹사이트(지역사회서비스지원단 웹사이트)의 정보 접근성을 분석한 결과는 다음과 같다.

전자정부 발전 모델 중 온라인 정보 제공 단계에서 볼 때 정보 검색 및 조회 기능은 모든 웹사이트에서 제공하고 있다. 그러나 신청 및 열람 기능을 제공하는 사이트는 없었다.

상호작용 단계에서 FAQ를 제공하는 지역 사이트는 12개(70.6%)였다. 일부 지역 사이트는 FAQ를 제공하고 있으나 이용자의 문의 사항에 대한 답변 내용이 없고, 모두 제공기관의 문의 사항에 대한 답변으로만 구성되어 있거나, 로그인해야 확인할 수 있었으므로, 이 경우에는 기능을 제공하지 않는 것으로 분류하였다. 서류 작성 및 접수 기능을 제공하는 지역은 1곳으로 서울이 이에 해당된다. 신규사업 아이디어를 상시 접수하는데, 이때 서식 파일을 다운로드하고 담당자 이메일로 제출하는 구조이기에 해당하는 것으로 분류하였다. 신규사업(서비스) 아이디어 제안을 게시판 또는 비공개 게시글 형태로 받는 일부 지자체는 온라인 참여 단계로 분류하였다.

온라인 참여 단계에서 민원 및 제안 기능을 제공하는 사이트는 6개(35.3%)였다. 일부 지역 사이트는 민원 및 제안 게시글을 로그인해야만 작성하도록 되어 있어서 제공하지 않는 것으로 분류하였다. 투표 또는 설문조사 기능을 제공하는 사이트는 3개(17.6%)였다. 광주 사이트에서는 이용자 효과성을 웹사이트로 조사하고 있었으며, 이용자가 사이트에 접속하여 본인이 이용한 서비스에 대한 효과성에 관련하여 설문에 답하는 형태로 추정된다. 로그인해야 항목을 확인할 수 있기 때문에 항목을 확인하지는 못했으나, 서비스 효과성 설문의 특성상 이용자인 회원만이 응답 가능하도록 할 필요가 있다는 점에서, 기능을 제공하고 있는 것으로 분류

하였다. 경기 사이트도 마찬가지로 이용자 효과성을 웹사이트상에서 조사하고 있었으며, 로그인 없이 항목을 확인할 수 있었다. 울산은 일반시민 대상의 울산지역사회서비스에 대한 인식조사를 사이트에서 실시한 바 있어 기능 제공으로 분류하였으나, 2019년에 1회 이루어졌고, 참여자 수가 1명에 그쳤다는 점을 고려해야 한다.

〈표 4-4〉 지투사업 관련 지자체 웹사이트 분석 - 전자정부 발전 모델 기준

(단위: 개, (%))

발전 단계	기능	해당 사이트 수	비율(%)
온라인 정보 제공	정보 검색 및 조회	17	(100.0)
	신청 및 열람(일방향)	0	(0.0)
상호작용	서류 작성 및 접수	1	(5.9)
	FAQ	12	(70.6)
거래	공공서비스 예약 및 신청	0	(0.0)
온라인 참여	민원, 제안	6	(35.3)
	투표, 설문조사	3	(17.6)
전체		17	(100.0)

다음으로, 각 지역 사이트의 정보 접근성을 분석하였다. 정보 중 전자바우처에 대한 설명, 지역사회서비스투자사업에 대한 설명 등은 지역 사이트에서 기본적으로 제공해야 할 정보이며, 실제로 모든 사이트에서 제공하고 있었으므로 분석표에서는 생략하였으며, 사이트별로 차이가 나타나는 정보 유형들을 중심으로 분석하였다.

지투사업 현황에 관한 정보 중 통계자료를 제공하는 사이트는 5개(29.4%), 뉴스레터 또는 웹진을 제공하는 사이트는 6개(35.3%)였다. 이용자의 이용 후기에 관한 정보를 제공하는 사이트는 2개(11.8%), 제공자의 제공 후기에 관한 정보를 제공하는 사이트는 3개(23.5%)였다. 통계자료는 지역의 수요 및 공급 현황에 관한 것으로, 비교적 상세하게 정보를

제공하는 대구 사이트의 경우는 서비스별 이용자 수, 서비스별 제공기관 수, 서비스 선정 대비 이용실태 등의 정보를 시각화하여 제공하고 있다. 뉴스레터 또는 웹진은 대체로 월별 또는 분기별 제작되는데, 대부분의 내용은 제공기관에 관한 내용이나 일부는 이용자의 이용 후기, 제공자의 제공 후기, 서비스 및 제공기관의 소개 내용 등 이용자에게 유용한 정보를 담고 있다. 다만, 뉴스레터 또는 웹진의 형태상 사이트 페이지상에서 바로 볼 수 있는 것이 아니라, 클릭하거나 다운로드를 별도로 받아야 하기 때문에 접근성이 높지는 않다. 뉴스레터 형식은 웹사이트보다는 메신저형(카카오톡 채널 등) 또는 소셜 네트워크형(인스타그램, 페이스북 등)에서 유용하게 활용되는 것으로 보인다.

제공기관의 정보는 지역 사이트별 편차가 크다. 이는 지역 사이트별로 정보 항목을 어떻게 구성하였는지에 따라서도 다르지만, 대부분의 사이트에서 제공기관으로 하여금 자율적으로 기관 정보를 입력하게 하였기 때문에 얼마나 입력을 독려하였는지, 기관들의 홍보 의지가 높은지에 따라 다른 것으로 추정된다.

제공기관별 기본 정보는 14개(82.4%) 사이트에서 제공하고 있으며, 일부 지역은 기본적인 정보(대표자명, 전화번호, 주소, 지역 등)가 대부분 포함되지 않아 제공하지 않는 것으로 분류하였다. 기관 유형은 6개(35.3%), 서비스 유형은 12개(70.6%) 사이트에서 제공하였다. 품질 정보를 제공하는 사이트는 1개(5.9%)로 전북이 이에 해당한다. 전북은 각 제공기관의 정보를 사이트 페이지에서 보여주지 않고, 비교적 상세하게 작성된 PDF를 다운로드하여 확인하도록 하고 있다. 품질평가 등급을 비롯하여, 기관별로 작성된 정보의 유형이 다양하고 여러 장의 사진이 거의 모든 사례에 포함되어 있어 정보의 다양성 수준과 생생함 수준이 모든 사이트 중 가장 높았다.

다만, 다운로드를 받아야 확인할 수 있다는 점에서 접근성은 다소 낮다고 볼 수 있다. 또한, 제공기관 목록에 있는 기관이어도 기관명으로 검색하였을 때 결과물이 나오지 않거나, 특정 서비스를 제공한다고 하는 지역을 클릭하여 들어갔을 때 제공기관이 목록에 한 곳도 나타나지 않는 경우가 많은 등, 검색 기능에 있어서는 이용자의 접근성이 낮게 나타났다.

인력 정보의 경우, 경력은 4개(23.5%), 학력 및 전공은 2개(11.8%), 자격은 7개(41.2%), 전문 분야는 2개(11.8%) 지역 사이트에서 제공하고 있었으며, 인력의 사진이나 영상을 별도로 제공하는 사이트는 없었다. 해당 정보 항목이 사이트상에 포함되어 있고 일부 기관이라도 정보를 제공하고 있으면 제공 중으로 분류했는데, 실제로는 해당 정보가 기입되지 않고 공란으로 있는 경우가 대부분이다.

제공기관의 서비스 정보 중 부가적인 정보 유형으로 사진 또는 영상 유무를 분석하였으며, 공간 사진이 있는 사이트는 2개(11.8%), 서비스 제공 상황이 담긴 사진이 있는 사이트는 4개(23.5%)였다.

제공기관의 정보 관련 기능 중 제공기관 검색이 가능한 사이트는 13개(76.5%)였다. 나머지 사이트들은 제공기관 목록을 제공하고 이를 조회할 수는 있으나, 기관명 등으로 검색이 불가능하였다. 제공기관이 자체 홍보 게시글을 올릴 수 있는 게시판이 별도로 있는 사이트는 3개(17.6%)였다.

양방향 소통 관점에서 이용자가 게시물을 작성할 수 있는 사이트는 7개(41.2%)였다. 이는 웹사이트 기준으로 분석한 것으로, 이용자가 게시물 작성이 가능한 온라인 채널을 운영하는 지역에서는 다른 채널을 통해 소통이 가능하다고 볼 수 있다. 이용자가 문의 또는 제안하는 기능이 있는 곳은 7개(41.2%)였으며, 이용 후기를 올릴 수 있는 곳은 1개(5.9%)였다. 게시물 형태가 4개(23.5%)였으며 댓글 또는 채팅은 웹사이트상에서는 모든 사이트에서 제공하지 않았다. 이용자가 비공개로 게시물을 작성

할 수 있는 곳은 4개(23.5%)였다. 주로 민원, 불만 사항 등을 비공개로 작성하도록 하는 것으로, 다른 이용자들이 작성한 게시글을 제목도 확인할 수 없을 때 ‘비공개’ 게시물로 분류하였다.

〈표 4-5〉 지투사업 관련 지자체 웹사이트 분석 - 정보 접근성 기준

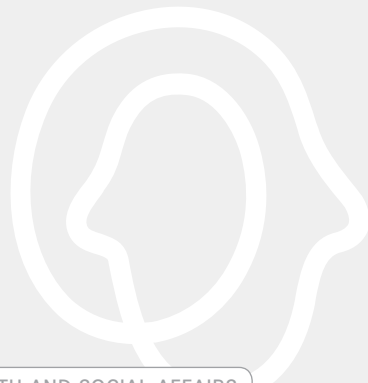
(단위: 개, (%))

정보 유형 및 제공방식		해당 사이트 수	비율(%)
지투사업 현황		통계자료	5 (29.4)
		뉴스레터(웹진)	6 (35.3)
		이용 후기	2 (11.8)
		제공 후기	4 (23.5)
제공기관 정보	기관 정보	기본 정보	14 (82.4)
		기관 유형	6 (35.3)
		서비스 유형	12 (70.6)
		품질 정보	1 (5.9)
		홈페이지	6 (35.3)
	인력 정보	경력	4 (23.5)
		학력/전공	2 (11.8)
		자격	7 (41.2)
		전문분야	2 (11.8)
		사진 또는 영상	0 (0.0)
	서비스 정보	사진 또는 영상(공간)	2 (11.8)
		사진 또는 영상 (서비스 제공 상황)	4 (23.5)
	기능	제공기관 검색	13 (76.5)
		제공기관 자체 홍보	3 (17.6)
양방향 소통	이용자 게시물 작성 또는 채팅 가능 여부		7 (41.2)
	목적	이용 후기	1 (5.9)
		문의/제안	7 (41.2)
	형식	게시물	4 (23.5)
		댓글	0 (0.0)
		채팅	0 (0.0)
		비공개 게시물	4 (23.5)
전체		17 (100.0)	

사람을
생각하는
사람들



KOREA INSTITUTE FOR HEALTH AND SOCIAL AFFAIRS



제5장

결론

제1절 연구 요약
제2절 시사점 및 제언

제5장 결론

제1절 연구 요약

본 연구는 대표적인 사회서비스 바우처 사업인 지역사회서비스투자사업 분야에서 이용자들에게 온라인으로 충분한 정보가 제공되고 있는지 알아보기 위해 서비스 제공기관과 정부, 지방자치단체에서 운영 중인 웹사이트 및 SNS 같은 온라인 채널들을 분석하였다. 주요 분석 결과는 다음과 같다.

먼저, 제공기관의 웹사이트 및 SNS에서 제공 중인 정보의 양과 특성을 분석하고 정보 접근성 점수를 산출했는데, 그 결과는 다음과 같다. 전반적인 현황을 살펴보면, 한국사회보장정보원의 데이터를 기준으로 총 5,509개의 제공기관이 존재하며, 이 중 데이터상에 웹사이트 또는 SNS 주소가 있어 본 연구의 분석 대상이 된 기관은 총 854개로, 이는 전체 기관의 약 15.5%이다. 물론 나머지 84.5%의 기관 중에도 웹사이트 또는 SNS를 운영하는 기관이 존재할 것이다. 그러나 지투자사업의 가장 중심이 되는 정보원 데이터상에 해당 기관이 웹사이트 주소를 직접 입력하여 제출한 적이 없다면, 사실상 해당 온라인 채널은 활발하게 운영되지 않거나 정보 수준이 낮을 것으로 짐작할 수 있을 것이다.

정보 접근성의 총점 및 차원별로 분석한 결과는 다음과 같다. 100점 만점 기준 평균 정보 접근성 총점은 24.86점이었다. 정보 차원별로는 ‘정보의 다양성’, ‘정보의 조직성’, ‘정보의 생생함’, ‘상호작용’으로 나누어 분석하였다. 차원별 만점 대비 평균 점수의 비중을 보았을 때, 정보의 다양성 및 조직성은 상대적으로 평균 수준이 높았으나, 정보의 생생함과 상호

작용 수준은 상대적으로 낮았다. 세부 항목별로 살펴보면, 정보의 다양성 차원의 항목 중에서 기관의 이력, 인력의 경력 기간 정보를 제공하는 기관의 비율은 다른 정보 항목에 비해 낮은 편이었다. 정보의 조직성은 다른 차원에 비해 비교적 높게 나타났으며, 이는 웹사이트와 블로그를 주로 활용하였기 때문으로 보인다. 정보의 생생함은 서비스 공간에 대한 사진 또는 영상 항목을 제외하면, 전반적으로 제공률이 낮은 편이었다. 상호작용의 경우 이용자가 문의를 남기거나 제안을 할 수 있는 기능을 갖춘 곳은 절반 이상이었지만 이용 후기를 작성하거나 이용자가 자유롭게 게시글을 작성할 수 있는 기관의 비율은 낮은 편이었다.

제공기관의 특성과 정보 접근성의 관계를 분석한 결과, ‘이용자 규모’, ‘제공인력 규모’, ‘사업의 대상’ 등의 모든 ‘특성’에서 정보 접근성 총점 수준에서 차이가 나타났으며 각 정보 접근성 차원별로도 대체로 차이가 있는 것으로 확인되었다. 전반적으로 수도권일수록, 영리 개인 기관일수록, 이용자 규모가 작을수록, 제공인력 규모가 클수록, 아동을 대상으로 하는 사업일수록, 심리정서 및 발달 관련 서비스일수록 해당 제공기관이 유용한 정보들을 다양한 방식으로 제공하고 있어서 정보 접근성이 높게 나타났다. 다만, 정보 접근성의 ‘차원’ 중 정보의 생생함이나 상호작용의 경우, 제공인력 규모에 의해 수준이 다르게 나타나지는 않았다.

정부 및 지자체의 웹사이트 분석에서는 전자정부 발전 모델 분석틀을 추가하였으며, 이에 따라 온라인 정보 현황을 분석한 결과는 다음과 같다. 지투사업 관련 주요 정부 사이트의 경우, ‘사회서비스 전자바우처’ 웹사이트에서는 정보 제공, 상호작용, 온라인 참여 측면에서 기본적인 기능 및 다양한 정보들을 제공하고 있었으나, 더 넓은 범위의 복지서비스와 급여들을 다루는 ‘복지로’에서는 기능 및 정보 범위가 제한적이었다. 이어서 각 지자체의 지역사회서비스지원단이 운영 중인 웹사이트를 분석한

결과, 기본적인 정보 및 검색 기능은 모두 제공하고 있었으나 이용자에 유용한 정보를 제공할 수 있는 FAQ 같은 상호작용 기능, 또는 민원 및 제안 같은 온라인 참여 기능은 일부 지역만이 갖추고 있었다. 제공기관에 관한 정보 수준은 지역별로 편차가 상당히 큰데, 이는 기관이 자율적으로 시스템에 정보를 입력하는 구조상 얼마나 입력을 독려하였는지와 기관들의 홍보 의지가 높은지에 따라 다를 것으로 보인다.

제2절 시사점 및 제언

1. 제공기관 차원의 시사점 및 제언

서비스 제공기관 차원에서 정보 접근성을 제고하기 위한 몇 가지 제언을 하면 다음과 같다.

어떤 온라인 매체를 주로 활용할지에 대해 고민할 필요가 있다. 이용자의 근본적인 욕구에 관한 콘텐츠를 개발하고 이를 지속해서 업로드하는 것은 기관에 대한 신뢰를 높일 수 있는 방법이다. 지속적으로 콘텐츠를 축적하는 것이 중요하므로, 만약 웹사이트를 개발하거나 적절하게 유지 보수하기가 어려운 상황이라면 블로그 등을 적극적으로 활용하는 방안이 나올 수 있다.

콘텐츠의 내용도 중요하다. 이용자에게 도움이 될 정보로 무엇보다 서비스의 이용 후기 및 제공 후기가 중요하다. 이용자가 직접 이용 후기를 작성하도록 하는 것이 가장 효과적인 방법이겠으나, 평판에 대한 우려가 크다면 이를 상쇄할 정도로 상세한 제공 후기들을 축적하는 것도 대안이 될 수 있다. 시각, 청각으로 느낄 수 있는 결과물을 소개하거나 서비스를 통해 개선된 점을 상세하게 소개하는 방안이 도움이 될 수 있다.

이와 같이 이용자에게 유용한 정보를 적극적으로 제공하는 것은 이용자의 선택권을 넓히고 정보 비대칭성을 완화하는 효과도 있지만, 기관으로서의 이용자의 신뢰를 얻어 더 많은 이용자를 유치하고 나아가 전문성 높은 인력을 유치하는 효과도 기대할 수 있다.

2. 정책 차원의 시사점 및 제언

분석 결과, 민간의 서비스 제공기관이 제공하는 정보 수준은 전반적으로 낮은 편이었으며, 기관별로 편차 또한 크게 나타났다. 이에 대해 정부의 대응 방안을 모색할 때 쉽게 제안할 수 있는 방안은 공공 플랫폼을 활성화하는 방안일 것이다.

그러나 본 연구에서는 정부와 지자체의 공공 플랫폼도 분석하였으며, 이용자의 정보 접근성 관점에서 볼 때 제공하는 기능과 정보 수준에 있어 한계가 있었다. 공공 플랫폼은 지투자사업만이 아닌 매우 다양한 서비스와 관련 정보들을 다루고 있기 때문에 개별 이용자가 궁금해할 세부적인 정보까지 다루기는 어렵다. 기본적인 정보 위주로 구성하게 되고, 양방향보다는 일방향의 정보전달 방식을 택하게 된다. 지자체 단위의 웹사이트는 제한된 예산과 자체 개발 인력이 없거나 부족하기 때문에 이용자의 정보 접근성을 높일 수 있는 기능을 추가하거나 검색 효율성을 높이기도 어렵다. 더구나 이용자가 서비스를 이용함에 있어 가장 궁금해할 정보인 제공기관에 관한 정보는 결국 각 기관들이 자율적으로 입력하는 정보들이므로, 기관의 의지가 없다면 지자체가 정보를 제공하는 데 한계가 있다. 공공의 플랫폼도 계속 개선해나가야겠지만, 완전한 대안이 될 수는 없다.

여러 대안을 추진함에 있어 공통적인 전제로, 정보를 제공하는 것이 경영과 이용자 유치에 유리한 환경을 조성하려는 정책적 노력이 병행되어

야 한다. 이러한 환경이 조성되어야 각 제공기관들이 이용자에게 유용한 정보를 적극적으로 먼저 공개하고, 이용자들은 이러한 정보들에 쉽게 접근하고 상호비교하여, 더 품질이 높고 적합한 서비스를 선택할 수 있는 선순환 구조가 만들어질 수 있다.

예를 들어, 기관 평가에서 정보 공개에 관한 지표를 강화할 수 있을 것이다. 현재 사회서비스 품질평가 지표에도 서비스 정보 게시(C1.2.) 지표가 포함되어 있으며, 기관 홈페이지 등을 통해 온라인에 필수적인 정보를 게시하고 있는지 평가하고 있다(중앙사회서비스원, 2024). 그러나 평가 지표가 있음에도 사회서비스 전자바우처 웹사이트에서 검색되는 기관 정보에 85%에 가까운 기관들이 실질적으로 운영되는 웹사이트 또는 SNS 정보를 기입하지 않았다는 사실은 지표 이행률이 낮음을 보여준다. 배점을 높이고, 평가 항목상에서도 사회서비스 전자바우처 웹사이트에 기관 URL 정보를 입력하였는지, 실제 중요한 정보들이 최근 버전으로 게시되고 있는지를 확인하여 정보 공개를 유도할 필요가 있다.

정부와 지자체가 각 제공기관의 정보 공개를 독려하거나 적극적으로 정보를 취합하여 이용자에 제공하는 노력도 필요하다. 예를 들어, 전북에서는 정보 공시제를 공식적으로 실시하고 있다. 지자체에서 정기적으로 각 제공기관에 정해진 양식에 따라 기관 현황 및 서비스 소개 내용을 작성하거나 업데이트하도록 하고, 이를 취합하여 지역사회서비스지원단 홈페이지에서 공개하고 있다.⁴⁾ 웹사이트에 직접 접속하여 정보를 입력할 필요는 크게 느끼지 못하는 기관이더라도, 지자체에서 공식적으로 요구하는 양식에 내용을 작성하여 제출하는 작업은 당연하게 여기고 수행한다. 이와 같이 온라인 정보 접근성을 높이기 위한 방식으로 오프라인 방식이 역설적으로 효과적일 수 있다.

4) 2025년 3월 25일 전북지역사회서비스지원단 웹사이트 담당자와의 자문회의 내용을 바탕으로 함.

일부 지역에서 시도한 사례 중, 지역 내 우수기관과 서비스에 대한 자체 차원의 홍보 지원도 확산해볼 만하다. 품질평가 결과가 우수한 기관 중, 신청기관에 대해 기관과 서비스를 상세하게 소개하는 게시글을 작성해 웹사이트 및 공공 SNS에서 공유할 수 있다. 공공에서 소개하는 글은 이용자들이 더 신뢰하고 이를 통해 해당 기관의 인지도도 높일 수 있다.

정부와 지자체의 웹사이트도 이용자에게 유용한 정보를 제공할 수 있도록 개선되어야 한다. 검색 기능을 쉽게 직관적으로 개발하여 기관의 정보를 어떤 키워드를 통해서도 바로 검색 가능하게 해야 한다. 이용자들이 자주 궁금해하는 질문과 답변은 FAQ를 통해 제공하고, 민원 또는 궁금한 사항에 대해 편하게 질문할 수 있도록 적어도 비공개 게시글 기능은 추가할 필요가 있다.

또한 민간의 우수사례를 벤치마킹할 필요도 있는데, 바로 이용자에게 유용한 콘텐츠를 제공하는 것이다.⁵⁾ 정보 접근성이 높은 제공기관들은 웹사이트와 SNS에 업로드할 콘텐츠를 구성할 때 이용자들이 가장 필요로 하고 궁금해할 정보들로 구성하기 위해 많은 노력을 기울인다고 공통적으로 응답하였다. 이때 기관이 제공하고자 하는 정보의 관점이 아니라, 이용자들이 이러한 서비스를 이용하고자 하는 이유, 욕구에 초점을 둔다. 예를 들어, 심리정서 및 발달 관련 서비스라면 관련된 문제가 무엇인지, 어떤 서비스 또는 치료가 효과적인지, 해당 기관의 서비스를 이용하면 기대할 수 있는 결과물이 무엇인지에 대해 지속적으로 콘텐츠를 업로드한다. 이를 공공 플랫폼에도 적용한다면, 지투자사업의 서비스를 이용하고자 하는 이용자들이 근본적으로 어떤 욕구와 문제를 경험하고 있는지, 이에 대해 어떠한 접근이 필요하고 지투자사업이 어떤 도움을 줄 수 있는지에 대

5) 다음 내용은 2025년 3월 27일, 본 연구의 분석 결과 정보 접근성 점수가 높게 나타난 상위 6개 기관 중 자문회의 섭외에 응한 3개 기관의 기관장을 대상으로 자문회의를 실시한 내용을 참조하여 작성하였다.

해 꾸준히 정보를 제공함으로써 이용자들이 자주 공공 플랫폼에 접속하고 다양한 정보에 접근하도록 하는 것이다. 이렇게 함으로써 곧 지투사업의 정보 접근성을 향상시킬 수 있을 것이다.



1. 국내 및 해외 문헌

- 곽호완, 곽지은, 김수진, 이정모. (2000). 국내 웹사이트 디자인의 사용성 조사: 설문조사 및 발견평가. **인지과학**, 11(1), 33-45.
- 김정현, 양다연, 박선영. (2021). 복지정보플랫폼 사용성에 관한 탐색적 연구-광역 지방자치단체 복지정보플랫폼의 사용성 평가를 중심으로. **한국사회복지행정학**, 23(4), 87-108.
- 문진영, 정순돌. (2020). 노인의 정보접근성 강화 방안 연구: 서울노인의 연령집단별, 정보종류별 정보매체 네트워크 분석을 중심으로. **보건사회연구**, 40(2), 283-320.
- 보건복지부. (2023. 5. 31). **국민이 체감하는 선진 복지국가 전략 수립**[보도자료]. https://www.mohw.go.kr/board.es?mid=a10503000000&bid=0027&tag=&act=view&list_no=376513&cg_code=
- 보건복지부. (2025). **2025 지역사회서비스 투자사업 안내**.
- 사회서비스 전자바우처. (2025). **사업별소개-지역사회서비스투자사업**. 2025. 3. 31. 검색, https://www.socialservice.or.kr:444/user/htmlEditor/rssi/view2.do?p_sn=8
- 성욱준. (2023). 전자정부 성숙도 모델의 재검토: 모델의 의의와 한계, 실증분석을 통한 제언. **정보화정책**, 30(3), 3-28.
- 이명희. (2004). 중앙 행정부처 웹사이트의 정보서비스 평가: 정보공개와 이용자 참여를 중심으로. **한국비블리아학회지**, 15(2), 195-218.
- 임성택, 조원섭. (2011). 외식산업분야에서 기업형 블로그의 구전정보특성이 온라인 구전효과에 미치는 영향분석: 신뢰전이를 중심으로. **호텔경영학연구**, 20(5), 165-180.
- 전용호, 김요은, 김광현, 맹성준, 김보영. (2022). 사회서비스의 정보접근권에 관한 질적 연구. **생명연구**, 64, 139-168.

정병찬, 구장옥. (2013). SNS 전달자 특성과 SNS 정보 특성이 구매의도에 미치는 영향. *기업경영연구*, 20(2), 251-272.

정선미, 김영훈. (2015). SNS 정보특성과 사이트특성이 이용자의 외식업체 방문 의도에 미치는 영향 연구. *Culinary Science & Hospitality Research*, 21(1), 159-173.

정현심. (2023). 육아종합지원센터의 접근성 현황 분석. *학습자중심교과교육연구*, 23(11), 773-786.

중앙사회서비스원. (2024). 2026 사회서비스 품질평가 편람 - 지역사회서비스 투자사업(시각장애인안마서비스 제외).

한국웹접근성인증평가원. (연도 미상). 웹접근성이란?. 2025. 1. 9. 검색, www.wa.or.kr/m1/sub1.asp

Bickart, B., & Schindler, R. M. (2001). Internet forums as influential sources of consumer information. *Journal of interactive marketing*, 15(3), 31-40.

Blattberg, R. C., & Deighton, J. (1991). Interactive marketing: Exploiting the age of addressability. *Sloan management review*, 33(1), 5-15.

Chiou, J. S., & Cheng, C. (2003). Should a company have message boards on its web sites?. *Journal of interactive marketing*, 17(3), 50-61.

Coursey, D., & Norris, D. F. (2008). Models of e-government: Are they correct? An empirical assessment. *Public administration review*, 68(3), 523-536.

Coyle, J. R., & Thorson, E. (2001). The effects of progressive levels of interactivity and vividness in web marketing sites. *Journal of advertising*, 30(3), 65-77.

Elliott, K. M. (2002). *Understanding consumer-to-consumer influence*

- on the web*[Doctoral Dissertation, Duke University].
- Landrum, T. J., Cook, B. G., Tankersley, M., & Fitzgerald, S. (2002). Teacher perceptions of the trustworthiness, usability, and accessibility of information from different sources. *Remedial and Special Education, 23*(1), 42-48.
- Schindler, R. M., & Bickart, B. (2005). Published word of mouth: Referable, consumer-generated information on the Internet. In C. P. Haugtvedt, K. A. Machleit, & R. Yalch. (Eds). *Online consumer psychology: Understanding and influencing consumer behavior in the virtual world* (pp. 35-61). Psychology Press.
- W3C Web Accessibility Initiative. (2023). 웹 접근성 소개. 2025. 1. 9. 검색, www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/ko

2. 웹사이트 및 기타 SNS - 사례분석

- 경남아동발달센터 홈페이지. (2025). 2025. 4. 1. 검색, <http://gnt.or.kr/bbs>
- 전북특별자치도 지역사회서비스지원단. (연도 미상). **전북특별자치도 사업안내**. 2025. 3. 30. 검색, <http://www.jbcss.or.kr/new/sub3/view.htm?code=1580283543&cate=01&page=2&set=1&city=d>
- 카운셀뮤직(유튜브). (연도 미상). 2025. 4. 1. 검색, <https://www.youtube.com/channel/UCNg0VtXKyyK2ZfUhAENTysg/featured>
- 카운셀뮤직(인스타그램). (2025). 2025. 4. 1. 검색, https://www.instagram.com/counsel_music
- 하람심리상담센터. (2024). 2025. 4. 1. 검색, <http://m.harammind.kr>



Abstract

An Analysis of Online Information on the Community Social Service Investment Project : Focusing on Public and Service Provider Online Platforms

Project Head: Eo, Yugyeong

This study analyzed online platforms—websites and social networking services (SNS) operated by service providers, the central government, and local governments—to assess whether sufficient information is provided online to users in the community social service investment project, a representative social service voucher program. The main findings are as follows.

First, according to data from the Korea Social Security Information Service, there are a total of 5,509 service providers. Of these, 854 institutions (15.5%) were included in this analysis because they had website or SNS addresses listed in the data.

Second, the average total score for information accessibility was 24.86 out of 100. When measured against the maximum possible points allotted to each dimension, diversity and structuredness received relatively higher scores, while vividness and interactivity scored lower.

Our analysis of the relationship between provider characteristics and information accessibility revealed differences in the total score across all characteristics. Differences were also gen-

erally found across each dimension of information accessibility.

The e-government development model framework was added to the analysis of governments' websites. Among the major government sites related to this project, the Social Service E-voucher website provided basic functions and offered variety in terms of information provision, interaction, and online participation. However, the Bokjiro website, which covers a wider range of welfare services and benefits, had limited functions and a narrower scope of information.

Next, the websites operated by the community social service support teams of each local government all provided basic information and search functions. However, only some regions had interactive functions, such as FAQs that could provide useful information to users, or online participation features, such as civil complaints and suggestions.

We make several suggestions for improving information accessibility at the service provider level. First, it is necessary to consider which online platform to prioritize. If developing and maintaining a website proves challenging, service providers might consider prioritizing blogs, given the importance of continuously updating content. The most helpful information for users includes reviews written by both users and providers. Introducing results that can be experienced visually or audibly, or providing detailed information on the improvements made through the service, could be helpful.

The implications at the policy level are as follows. Policy efforts should be made to create an environment favorable to providers who actively provide information to users. The central and local governments also need to encourage each provider to disclose information or to actively collect information and provide it to users.

Benchmarking the best practices in the private sector is also necessary. This means providing useful content to users. By consistently providing information on issues that users need help solving, users will frequently access the public platform and access various information, which will, in turn, improve the accessibility of information for the Community Social Service Investment Project.

Key words: Online Information, Information Accessibility, Community Social Service Investment Project, Online Platform