

# 정책분석과 동향

지역사회서비스 분야 온라인 매체 활용 및 정보 접근성 현황

|어유경|

지역 중심의 초등 방과후 돌봄체계 개편

|강지원|



한국보건사회연구원  
KOREA INSTITUTE FOR HEALTH AND SOCIAL AFFAIRS



# 지역사회서비스 분야 온라인 매체 활용 및 정보 접근성 현황<sup>1)</sup>

Current Status of Online Media Utilization and Information Accessibility in the Local Community Service Sector

어유경 한국보건사회연구원 사회서비스정책연구실 부연구위원

이 연구에서는 대표적인 지역사회서비스인 지역사회서비스투자사업 분야에서 이용자들에게 온라인으로 충분한 정보가 이해하기 쉽게 제공되고 있는지 알아보기 위해 서비스 제공 기관과 정부, 지방자치단체에서 운영 중인 웹사이트, 소셜미디어(SNS) 등 온라인 매체들을 분석하였다. 연구 결과 운영 중인 온라인 매체들은 이용자에게 유용한 정보를 충분하고 편리하게 전달하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 전체 제공 기관의 약 15.5%만이 온라인 매체를 운영 중인데, 정보의 최신성, 다양성, 생생함 수준도 대체로 낮게 나타났다. 이용자들이 주도적으로 정보를 요청하거나 생산할 수 있는 상호작용 수준도 낮았다. 제공 기관이 전달하는 정보의 접근성이 낮다면 이를 지자체 또는 정부가 보완해야 하지만, 지자체와 정부의 온라인 매체들 중 다수는 정보 접근성에서 낮은 수준을 보였다. 분석 결과를 바탕으로, 정보 접근성 제고를 위해 정책 관점 및 제공 기관 관점에서 개선 방안을 제안하였다.

## 1 들어가며

바우처제도와 같은 이용자 중심의 사회서비스 영역에서는 이용자의 선택권을 보장하는 것이 핵심적인 요소로 작용한다. 이는 단순히 이용자의 권리

를 보장하는 차원을 넘어 경쟁을 유도하여 서비스 품질 향상으로 이어질 수 있다는 점에서 더욱 중요하다. 이용자가 자신의 필요에 맞는 최적의 서비스를 선택하기 위해서는 정보에 충분히 접근할 수 있어야 하므로 정보 비대칭 문제를 완화하는 것이 필

1) 이 글은 어유경, 노현주, 서윤경. (2025). 지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석: 공공 및 제공기관의 온라인 매체를 중심으로(한국보건사회연구원)를 요약, 발췌한 것이다.

수적이다.

정부와 지자체는 이러한 문제를 해결하기 위해 사회서비스 제도와 이용 가능한 제공 기관에 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 제공 기관들도 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 제공 기관이 이용자에게 얼마나 유용한 정보를 제공하고 있는지에 대한 체계적인 분석이 필요하다.

이에 이 연구에서는 이용자 중심의 사회서비스 전달체계에서 온라인 정보 접근성 수준을 보다 심층적으로 파악하고자 하였다. 구체적인 분석 대상으로 지역사회서비스투자사업(지투사업)을 선정하였다. 지투사업은 바우처 방식 사회서비스로 각 지방자치단체가 지역의 특성과 주민 수요를 반영하여 다양한 서비스를 직접 설계하고 운영한다(보건복지부, 2025). 14가지 서비스 표준 모델이 있지만, 세부 내용은 지자체별로 다르고 표준 모델 외 서비스 개발도 가능하며, 서비스 대상, 가격 체계 등도

지역마다, 서비스마다 다르다. 또한 기준을 충족한 제공 기관은 어디든 지자체에 등록할 수 있어 제공 기관의 수가 많다. 이에 따라 다양한 특성의 기관들이 한 지역에서 서비스를 제공하게 된다. 즉 서비스와 관련된 정보가 매우 많아 이용자의 정보 접근성이 특히 중요한 사업이다.

해당 사업에 관하여 민간 영역에 해당하는 각 서비스 제공 기관, 공공 영역에 해당하는 정부와 지자체별 지역사회서비스지원단<sup>2)</sup>의 온라인 매체 활용 및 매체의 정보 접근성 수준을 분석하였다. 분석 결과를 바탕으로, 서비스 제공 기관 수준과 정책 수준에서 이용자에게 유용한 정보를 제공하기 위한 구체적인 시사점을 도출하고자 하였다.

## 2 지투사업 제공 기관의 온라인 매체 활용 및 정보 접근성 현황

### 가. 온라인 매체 활용 현황

분석 대상은 보건복지부 사회서비스사업과와 한국사회보장정보원의 협조를 통해 구한 2023년 서비스 제공 기관 자료를 바탕으로 선정하였다. 총 서비스 제공 기관 수는 5509개로 집계되었는데, 정보원에서 제공한 명단에 웹사이트 또는 SNS의 주소가 기입된 기관은 896개로 전체의 16.3%에 해

2) 지역사회서비스지원단은 지역사회서비스 전달체계 지원을 위해 각 시·도에서 지정하여 운영하는 기구로, 지역 맞춤형 사회서비스 기획 및 발굴, 서비스 품질관리 체계 구축, 교육훈련 관리 및 시행 등을 담당한다. 지역마다 다르나 주로 시·도사회서비스원에 소속된다. 지자체 지투사업의 정보는 지자체 웹사이트보다 지역사회서비스지원단 웹사이트에서 주로 제공되므로 이 연구에서는 지원단 웹사이트를 주 분석 대상으로 선정하였다.

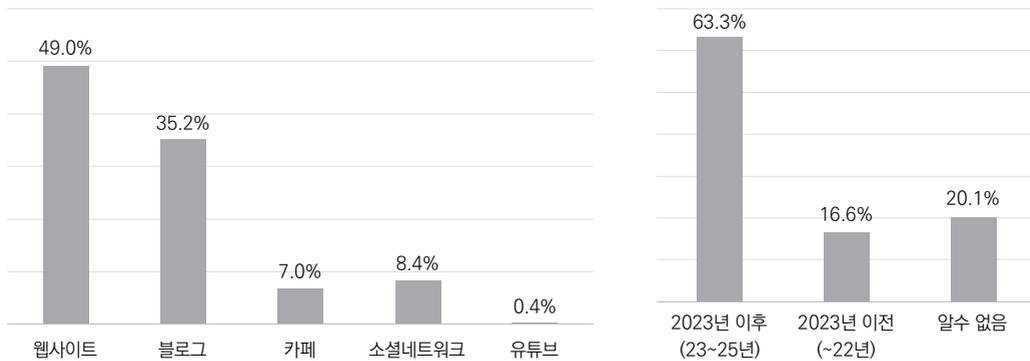
당한다. 웹사이트 또는 SNS 주소는 각 제공 기관이 자율적으로 입력하는 것으로, 아무 주소가 입력되지 않은 기관은 운영하는 온라인 매체가 실제로도 없을 가능성이 높다고 보았다. 분석 과정에서 각 웹사이트 및 SNS에 접속하여 실제 접속이 가능한지 확인하였고 URL이 변경되었거나 다른 온라인 매체를 운영 중인 경우에는 변경된 URL 또는 온라인 매체로 분석을 수행하였다. 최종적으로 분석에 포함된 기관은 854개로 이는 전체 기관의 약 15.5%에 해당한다.

먼저 이 연구의 분석 대상 기관이 운영 중인 온라인

매체 유형을 분석하였다. 기관당 최대 2개 매체를 분석한 결과 매체 수가 총 1244개로 나타났다. 이는 2개 이상의 온라인 매체를 운영하는 기관이 약 45.6%임을 의미한다.

유형별<sup>3)</sup>로는 웹사이트(49%)가 가장 많이 활용되는 온라인 매체로 나타났는데, 절반에 가까운 기관이 자체 웹사이트를 운영하고 있었다. 다음으로 블로그(35.2%)도 상당히 높은 비율로 활용되고 있었다. 카페(7%)와 소셜네트워크(8.4%)(인스타그램, 페이스북, 카카오톡 등)도 일부 기관에서 활용하고 있었다. 유튜브(0.4%) 활용 비율은 낮은 편이

[그림 1] 지투사업 제공 기관의 온라인 매체 유형 및 최근 업데이트 시점



출처: “지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석: 공공 및 제공기관의 온라인 매체를 중심으로”, 어유경 외, 2025, 한국보건사회연구원, p. 44의 <표 3-4> 및 p. 50의 <표 3-9>를 바탕으로 작성.

3) 주요 온라인 매체 유형은 다음과 같이 분류하였다. 웹사이트는 주로 공식적인 정보를 제공하는 매체 유형이다. 블로그는 기관의 콘텐츠를 장기간에 걸쳐 축적하는 형태로 활용되는 콘텐츠 아카이브형으로, 주요 포털 사이트의 블로그, 티스토리 등이 이에 포함된다. 카페는 가입 절차를 거치면 비교적 자유롭게 의사소통을 하거나 이용 관련 게시물(이용 후기 등)을 올릴 수 있는 커뮤니티형의 매체로, 주요 포털의 카페, 네이버 밴드 등이 이에 해당된다. 소셜네트워크형은 상대적으로 다수의 인원이 온라인상에서 네트워킹을 하는 유형으로, 인스타그램, 페이스북, 카카오톡(카카오톡채널, 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.

었다. 다만 이 연구에서는 최대 2개 매체만을 조사 하였으므로 비율이 낮은 매체 유형이라고 하여 활용하지 않는 것은 아니다. 정보가 상대적으로 최근에 업데이트되고 활발하게 운영되는 매체를 선정하여 조사하였으므로 대부분의 기관은 유튜브를 운영 하더라도 활용도는 낮다고 추정할 수 있다.

온라인 매체의 최근 업데이트 연도별 분포는 다음과 같다. 총 1244개의 매체 중 가장 최근 게시물의 일시 혹은 업데이트 시기를 다른 방법으로 알 수 있는 경우 등을 통해 확인한 결과 2023년 이후에 업데이트가 된 매체는 63.3%였다. 2023년 이전에 업데이트된 매체는 16.6%, 시기를 알 수 없는 매체는 20.1%였다. 약 36.7%의 매체는 사실상 현재 활발하게 운영된다고 보기 어렵거나, 정보를 제공하고 있더라도 시기가 과거 시점으로, 이용자로서는 정보를 완전히 신뢰하기 어려운 상황으로 볼 수 있다.

## 나. 정보 접근성 현황

지투사업 제공 기관별 온라인 매체를 직접 접속 하여 제공 중인 정보의 특성을 분석, 정보 접근성 수준을 측정하였다. 정보 접근성이란 “정보를 쉽게 얻고 편리하게 이용하며 식별하기 쉬운 정도”를 의미한다(Landrum et al., 2002; 문진영, 정순돌, 2020에서 재인용). 이 연구에서는 정보 공급 관점의 접근성, 즉 운영 중인 온라인 매체에서 얼마나 다양한 정보를 이해하기 쉽고 편리하게 제공하는지

에 초점을 두고 있다. 이에 관련 선행연구들의 접근성 차원 분류 방식을 반영하여 정보 접근성을 크게 정보의 다양성, 정보의 조직성, 정보의 생생함, 상호작용으로 구분하였다(임성택, 조원섭, 2011; 정병찬, 구장옥, 2013; 정현심, 2023). 네 차원별로 접근성 수준 측정에 필요한 분석 항목들을 선정하였다. 분석 항목은 크게 온라인 매체의 특징, 기관 정보, 인력 정보, 서비스 정보, 양방향 소통으로 구분된다. 각 세부 항목에 해당하는 정보 또는 기능을 제공하거나, 접근하기 쉬운 방식으로 제공한다면 해당 접근성 차원의 수준이 높아지는 것으로 보았다.

지투사업 제공 기관 정보 접근성의 전반적 현황을 분석하기 위해 접근성 차원별 빈도 분석을 하였다. 기관별 최대 2개까지의 온라인 매체를 조사하였으며, 둘 중 하나의 매체에서라도 항목을 충족하면 해당 접근성 차원의 항목을 충족 중인 것으로 평가하였다.

먼저 정보의 다양성은 해당 온라인 매체에서 다양하고 풍부한 정보를 제공하는지를 의미한다(정현심, 2023). 해당 지역사회서비스와 관련하여 이용자에게 유용한 정보를 풍부하게 제공할수록 높게 평가하였다. 기관 정보 및 인력 정보는 어느 매체에서도 제공하지 않는 기관의 비율이 대체로 높았다. 기관의 이력을 제공하는 기관 비율은 28%에 그쳤다. 인력 정보의 경우 관련 분야에서의 경력 또는 이를 가늠할 수 있는 정보인 경력 관련 연도(자격 취득 연도 등)를 공개하는 기관의 비율은 기관장 정보 12.3%, 제공 인력 정보 9.1%로 낮았다. 그 외

에 이력 관련(이전 근무지 등), 학력, 자격, 전문 분야 등은 제공하는 기관 비율이 대략 50% 내외 수준이었다. 서비스 정보 영역에서는 전체 서비스를 소개하는 페이지 또는 게시물이 있는 기관이 67%, 바우처를 소개하는 내용이 있는 기관이 69.3%였으며, 각 서비스를 구분하며 설명하거나 이용자 모집 게시물에서 간접적으로 정보를 제공하는 기관이 58.4%였다.

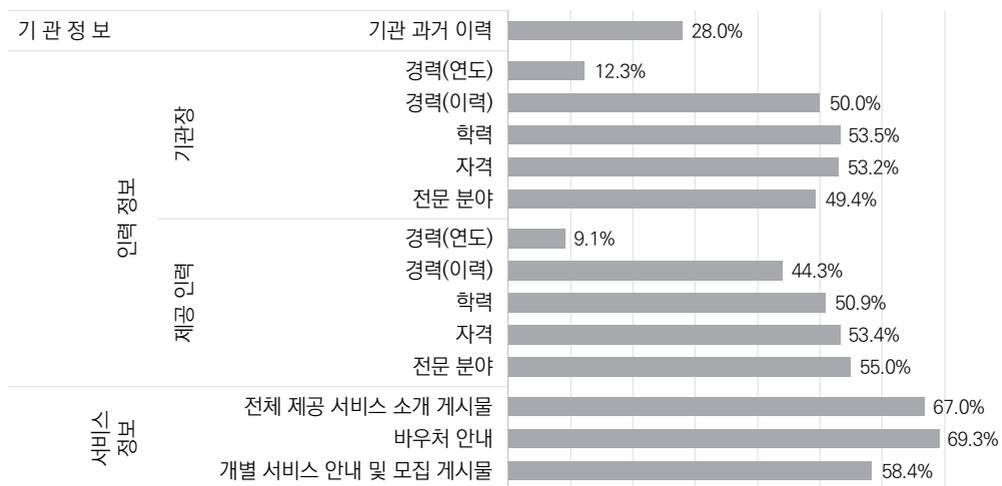
정보의 조직성은 온라인 매체상에서 정보 간 조직 구성이 분명해 이해하기 쉬운 정도를 의미한다(정현심, 2023). 정보 조직성 차원의 항목에서는 별도 소개 페이지 또는 게시글을 두어 체계적인 구조로 검색이 용이하게 정보를 제공할수록 접근성 수준이 높다고 보았다. 개별 모집 공고 글에 정보를

포함하는 방식은 체계적으로 정보를 누적하고 검색할 수 있는 방식이 아니므로 접근성이 상대적으로 낮다고 볼 수 있다.

웹사이트나 블로그 운영 시 대부분 인력 정보 또는 서비스 정보를 별도로 소개하는 페이지, 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 매체상에 게시한다는 의미이기도 하다. 모집 게시물에 인력 정보를 포함하는 경우는 9.4%로 드문 편이다.

정보의 생생함은 정보를 구체적이고 자세하게

[그림 2] 지투사업 제공 기관의 온라인 매체 정보 접근성-정보의 다양성



출처: “지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석: 공공 및 제공기관의 온라인 매체를 중심으로”, 어유경 외, 2025, 한국보건사회연구원, p. 45의 <표 3-5>를 바탕으로 작성.

[그림 3] 지투사업 제공 기관의 온라인 매체 정보 접근성-정보의 조직성

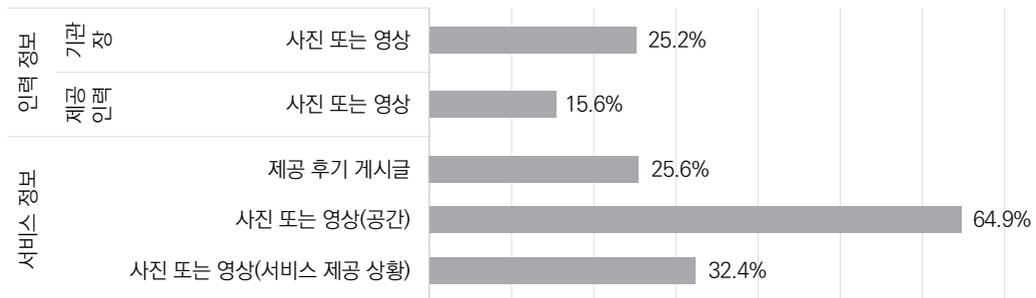


출처: "지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석: 공공 및 제공기관의 온라인 매체를 중심으로", 어유경 외, 2025, 한국보건사회연구원, p. 47의 <표 3-6>을 바탕으로 작성.

전달하거나, 사진이나 영상 같은 시각 자료를 활용하여 정보를 생생하게 전달하는 정도를 의미한다(정병찬, 구장옥, 2013). 정보의 생생함은 정보 접근성 차원 중 대체로 기본 점수가 낮은 차원이다. 기관장이나 제공 인력의 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 이용할 길 희망하는 서비스에 대해 생생하게 알 수 있는 사진 또는 영상이나 제공 후기, 인력에 대한 이미지를 사전에 접하기는 어려운 구조이다.

[그림 4] 지투사업 제공 기관의 온라인 매체 정보 접근성-정보의 생생함

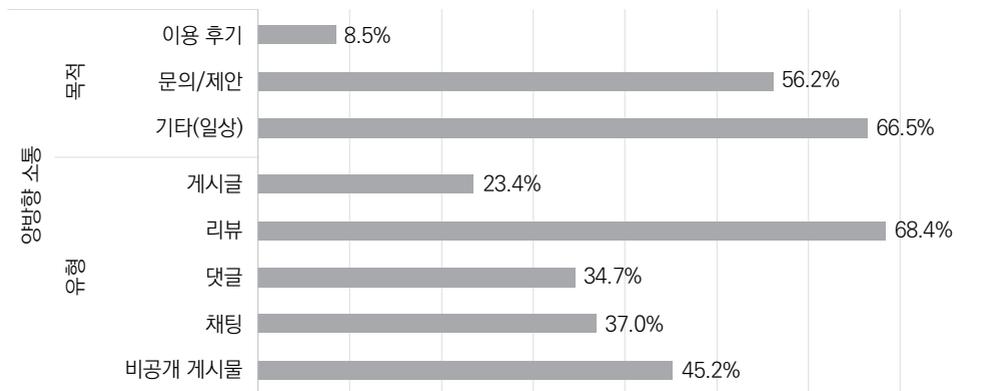


출처: "지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석: 공공 및 제공기관의 온라인 매체를 중심으로", 어유경 외, 2025, 한국보건사회연구원, p. 48의 <표 3-7>을 바탕으로 작성.

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). 이 연구에서 상호작용 차원은 이용자가 제공자 및 다른 이용자와 소통할 수 있는 기능이 충분한지를 의미하는데, 이러한 기능이 잘 갖춰질수록 제공자의 일반적인 정보 외에 다양한 정보가 교류될 수 있을 것으로 보았다. 정보 접근성 차원 중 상호작용 분야도 점수가 낮은 편이나 일부 항목은 높게 나타났다. 양방향 소통을 위한 목적 중 이용 후기에 해당하는 게시물이 있거나 작성 가능한 기관은 8.6%로 매우 낮은 비율이었다. 문의하거나

제안하는 게시물이 있거나 작성 가능한 기관은 56.2%, 그 외 특별한 목적 없이<sup>4)</sup> 게시물을 작성할 수 있는 기관은 66.5%였다. 예비 이용자들에게 유용한 정보가 될 수 있는 이용 후기를, 적어도 제공기관의 온라인 매체에서는 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 경우 ‘좋아요’ 표시 등을 클릭하여 선호도를 표현할 수 있기 때문에 높게 나타났다. 또한 블로그나 SNS에서는 일부러 기능을 차단해 놓지 않는 이상 누구나 댓글을 달거나 메시지를 보

[그림 5] 지투사업 제공 기관의 온라인 매체 정보 접근성-상호작용



출처: “지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석: 공공 및 제공기관의 온라인 매체를 중심으로”, 여유경 외, 2025, 한국보건사회연구원, p. 49의 (표 3-8)을 바탕으로 작성.

4) 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.

낼 수 있기 때문에 댓글과 채팅 기능을 제공한다고 볼 수 있다. 제공하는 기관 비율은 댓글 34.7%, 채팅 37%이었다. 비공개 게시글은 상담, 예약 등에 활용되는데, 주로 웹사이트의 기능에 포함되어 있다. 그러나 공개된 게시글 형태로 이용자가 작성 가능한 기관은 23.4%로 낮은 편이다.<sup>5)</sup>

### 3 정부와 지자체별 지원단의 온라인 매체 활용 및 정보 접근성 현황

#### 가. 온라인 매체 활용 현황

다음으로 정부가 운영하는 지투사업 관련 웹사이트 2개, 17개 시도의 지역사회서비스지원단이 운영하는 온라인 매체의 현황을 분석하였다. 모두 웹사이트를 기본적으로 운영하고 있었으며, 조사 시점 기준으로 웹사이트 외 온라인 매체는 운영하지 않는 곳부터 최대 4개를 운영하는 곳까지 차이가 나타났다. 콘텐츠 아카이브 역할을 하는 웹사이트를 모두 운영 중이며 이 외 운영하는 온라인 매체 유형은 주로 소셜네트워크형, 영상콘텐츠형에 해당하였다. 이용자와의 소통 또는 이용자 간의 소통에 중점을 두는 커뮤니티형(카페, 밴드)을 운영하는 곳은 없었으며, 웹사이트에서 이러한 상호작용 기능

을 제공하는 곳도 드물었다.

#### 나. 정보 접근성 차원별 분석

이어서 정부 및 지자체별 지원단의 웹사이트<sup>6)</sup>를 조사하여 정보 접근성을 측정하였다.

먼저 정부 주요 사이트의 지투사업 관련 정보 접근성을 분석하였다. 지투사업 현황의 경우 관련 통계 자료를 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, '제공 기관 이용 후기'라는 분명한 목적의 별도 게시판이 있고, 적극 추천/추천/추천 안 함 표시가 직관적으로 나타나며, 실제 제공 기관명을 포함한 이용 후기를 공개 글로 작성할 수 있도록 되어 있다. 복지로의 경우 서비스 소개 페이지에 이용자의 인터뷰를 일부 인용하고 있다. 제공 기관 이용에 대한 구체적인 후기는 아니지만 서비스 이용 후기로 판단할 수 있기에 정보 제공으로 분류하였다.

제공 기관에 관한 정보는 사회서비스 전자바우처에서 상세하게 제공하고 있으며, 복지로는

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

6) 서비스 제공 기관과 달리 지자체 웹사이트에서는 동일한 콘텐츠를 제작하여 여러 SNS에서 동시에 활용하는 방식이 대체로 유사하게 나타났다. 예를 들어 유튜브 영상을 제작한 후 웹사이트에서 유튜브 영상에 동일하게 링크를 걸어 게시하거나, 카드뉴스를 제작하여 웹사이트와 카카오톡 매체에서 동시에 사용하는 식으로 활용하고 있다. 그 때문에 정보의 개별 항목이 동일하게 체크되는 경우가 많아 결과에서는 생략하였다.

**[표 1] 지투사업 관련 정부와 지자체별 지원단 온라인 매체 활용 현황**

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

주: 1) 해당 웹사이트상에 게시되거나, 연결된 SNS가 별도로 없는 경우 기타 온라인 매체 개수를 0으로 함.  
 2) 서울시는 지역사회서비스지원단이 아니라 지원단에 속한 서울시복지재단의 SNS임.  
 3) 사회서비스 전자바우처 웹사이트 외 기타 온라인 매체는 원 보고서에서 0개로 파악하였으나, 이 원고를 작성하는 과정에서 2개가 추가로 파악되었기에 수정함. 다만 해당 온라인 매체들은 사회서비스 전자바우처 서비스가 아니라 한국사회보장정보원 채널에 해당함.  
 출처: “지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석: 공공 및 제공기관의 온라인 매체를 중심으로”, 어유경 외, 2025, 한국보건사회연구원, p. 67의 <표 4-1>을 일부 수정.

거의 제공하지 않는다. 복지로의 경우 ‘복지지도’ 메뉴에서 검색이 가능하나 기본 정보 외의 정보는 나타나지 않는다. 다만 제공 기관별 품질평가 결과 파일을 제공하고 있기에 품질 정보는 제공 중인 것으로 분류하였다. 해당 파일은 전자바우처 사이트에서도 제공한다. 전자바우처 사이트에서는 제공 기관의 전체 제공 서비스, 연도별 사업실적(이용자

수, 제공 인력 수), 제공 인력 수 및 성비, 연령별 비율 정보도 제공하고 있으나 이 연구의 분석들에 해당하지는 않아 위와 같이 별도 서술하였다. 분석들에 포함된 정보 중에는 경력 정보가 있는데, 범주별 (6개월 미만/6개월~1년/1~2년/2년 이상) 제공 인력 수를 제공하고 있다. 제공 기관의 서비스 제공 공간 또는 제공 상황에 관한 사진은 두 사이트 모두

없었으며, 제공 기관 검색은 가능하지만 자체 홍보를 하는 게시판은 없다. 제공 기관 검색 기능의 경우 복지로의 복지지도에서 제공하고는 있으나, '사회서비스제공기관'으로만 검색 가능하고 표시가 되기 때문에 지투사업 제공 기관을 특정하여 찾을 수는 없으며, 포함된 정보도 거의 없다.

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

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

지투사업 현황에 관한 정보 중 통계 자료를 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. 통계 자료는 지역의 수요 및 공급 현황에 관한 것으로, 비교적 상세하게 정보를 제공하는 대구 사이트의 경우는 서비스별 이용자 수, 서비스별 제공 기관 수, 서비스 선

정 대비 이용실태 등의 정보를 시각화하여 제공하고 있다. 뉴스레터 또는 웹진은 대체로 월별 또는 분기별 제작되는데, 대부분의 내용은 제공 기관에 관한 내용이나 일부는 이용자의 이용 후기, 제공자의 제공 후기, 서비스 및 제공 기관의 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 매체 등) 또는 소셜네트워크형(인스타그램, 페이스북 등)에서 유용하게 활용되는 것으로 보인다.

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

제공 기관별 기본 정보는 14개(82.4%) 사이트에서 제공하고 있는데, 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 제공 기관의 정보를 사이트 페이지에서 보여주지 않고, 비교적 상세하게 작성된 PDF를 다운로드

드하여 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.

[표 2] 지투사업 관련 정부와 지자체별 지원단 웹사이트 분석-정보 접근성 기준

(단위: 개, %)

정보 유형 및 제공 방식		정부		지자체별 지원단		
		사회서비스 전자바우처	복지로	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)	
제공 기관 정보	기관 정보	기본 정보	○	○	14	(82.4)
		기관 유형	○	×	6	(35.3)
		서비스 유형	○	×	12	(70.6)
		품질 정보	○	○	1	(5.9)
	인력 정보	홈페이지	○	×	6	(35.3)
		경력	○	×	4	(23.5)
		학력/전공	×	×	2	(11.8)
		자격	×	×	7	(41.2)
		전문 분야	×	×	2	(11.8)
	서비스 정보	사진 또는 영상	×	×	0	(0.0)
		사진 또는 영상(공간)	×	×	2	(11.8)
		사진 또는 영상 (서비스 제공 상황)	×	×	4	(23.5)
	기능	제공 기관 검색	○	○	13	(76.5)
		제공 기관 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)

출처: "지역사회서비스투자사업의 온라인 정보 현황 분석: 공공 및 제공 기관의 온라인 매체를 중심으로", 어유경 외, 2025. 한국보건사회연구원, p. 71의 <표 4-3>과 p. 77의 <표 4-5>를 바탕으로 작성.

또한 제공 기관 목록에 있는 기관이어도 기관명으로 검색하였을 때 결과물이 나오지 않거나, 특정 서비스를 제공한다고 하는 지역을 클릭하여 들어갔을 때 제공 기관이 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 있었다. 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.

제공 기관의 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.

제공 기관의 정보 관련 기능 중 제공 기관 검색이 가능한 사이트는 13개(76.5%)였다. 나머지 사이트들은 제공 기관 목록을 제공하고 이를 조회할 수는 있으나, 기관명 등으로는 검색이 불가능하였다. 제공 기관이 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 작성 가능한 온라인 매체를 운영하는 지역에서는 다

른 매체를 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%)였는데, 댓글 또는 채팅은 웹사이트상에서는 모든 사이트에서 제공하지 않았다. 이용자가 비공개로 게시물을 작성할 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.

## 4 나가며

다양한 제공 기관이 경쟁하는 시장에서 이용자들이 기관을 선택하는 체계인 이용자 중심 사회서비스는 이용자의 선택권 보장이 무엇보다 중요하다. 이를 위해서는 정보 접근성이 뒷받침되어야 하는데, 오늘날 온라인 매체는 정보에 접근할 수 있는 기본적인 경로이다.

그러나 이번 연구의 결과 대표적인 지역사회서비스인 지역사회서비스투자사업 분야에서 운영 중인 온라인 매체들은 이용자에게 유용한 정보를 충분히, 편리하게 전달하지는 못하고 있는 것으로 나타났다. 전체 제공 기관의 약 15.5%만이 온라인 매체를 운영 중인데, 제공되는 정보의 최신성, 다양성, 생생함 수준도 대체로 낮게 나타났다. 이용자들이 주도적으로 정보를 요청하거나 생산할 수 있는 상호작용 수준도 낮았다. 제공 기관이 제공하는 정

보의 접근성이 낮다면 이를 지자체 또는 정부가 보완해야 하지만, 지자체 및 정부의 온라인 매체들 중 다수는 정보 접근성에서 낮은 수준을 보였다.

이용자의 정보 접근성을 위한 정책적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 제공 기관이 정보를 적극적으로 제공할수록 경영과 이용자 유치에 유리한 환경을 조성하려는 정책적 노력이 필요하다. 예를 들어 기관 평가에서 정보 공개에 관한 지표를 강화할 수 있다. 둘째, 정부와 지자체가 각 제공 기관의 정보 공개를 독려하거나 적극적으로 정보를 취합하여 공식 온라인 매체에서 이용자에게 제공하는 노력도 필요하다. 지자체에서 정기적으로 제공 기관으로 하여금 정해진 양식에 따라 기관 현황 및 서비스 소개 내용을 작성하거나 업데이트하도록 하고, 이를 취합하여 공식 플랫폼에서 공개하는 방안도 가능하다. 셋째, 온라인 매체에서 정보 접근 개선을 위한 적절한 기능을 제공해야 한다. 검색이 어려우면 정보가 많아도 이용자는 정보에 접근하기 어렵다. 또한 FAQ, Q&A와 같은 기능을 활성화하여 이용자들이 검색하기 어려운 정보에 대해 쉽게 질문하고 답변 받을 수 있도록 해야 한다. 넷째, 이용자에게 유용한 정보를 먼저 개발하여 제공해야 한다. 공공 영역의 플랫폼은 대체로 사업 내용을 단순 설명하는 방식으로 공급자 관점의 정보를 제공하는 경향이 있다. 복잡하고 어려운 용어를 사용하기도 한다. 그러나 이용자가 실제 필요로 하는 정보는 이용자의 욕구와 문제 상황, 이에 대한 해결 방안, 해결 방안과 관련된 사업에 대한 정보이다. 즉 이용자의 문제 해

결에 도움이 될 수 있는 솔루션에 대한 정보를 제공한다. 관점에서 콘텐츠를 주도적으로 개발할 필요가 있다.

서비스 제공 기관 차원에서는 온라인 매체의 선택이 중요하다. 만약 웹사이트를 개발하거나 적절하게 유지·보수하기가 어려운 상황이라면 블로그 등을 적극 활용하는 방안이 나올 수 있다. 지속해서 최신 정보를 축적하고, 이를 이해하기 쉽게 전달하는 것이 중요하기 때문이다. 정보의 내용도 중요하다. 이용자에게 도움이 될 정보로 서비스의 이용 후기도 중요하다. 이를 관리하기가 어렵다면 제공자의 관점에서 작성한 제공 후기도 이용자에게 큰 도움이 된다. 시각, 청각으로 느낄 수 있는 결과물을 소개하거나 서비스를 통해 개선된 점을 상세하게 소개하는 방안도 고려해야 한다. 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 있는 인력을 유치하는 효과도 기대할 수 있다. ■

## 참고문헌

- 문진영, 정순돌. (2020). 노인의 정보접근성 강화 방안 연구: 서울노인의 연령집단별, 정보종류별 정보매체 네트워크 분석을 중심으로. **보건사회연구**, 40(2), 283-320.
- 보건복지부. (2025). **2025 지역사회서비스 투자사업 안내**.
- 어유경, 노현주, 서윤경. (2025). **지역사회서비스투자사**

**업의 온라인 정보 현황 분석: 공공 및 제공기관의**

**온라인 매체를 중심으로.** 한국보건사회연구원.

임성택, 조원섭. (2011). 외식산업분야에서 기업형 블로그의 구전정보특성이 온라인 구전효과에 미치는 영향분석: 신뢰전이를 중심으로. **호텔경영학연구**, 20(5), 165-180.

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

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

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

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.

# Current Status of Online Media Utilization and Information Accessibility in the Local Community Service Sector

EO, YUGYEONG

(Korea Institute for Health and Social Affairs)

This study examined whether information online about the Community Social Service Investment Program, a key source of local social services, was provided in sufficient quantity and in an easy-to-understand format. The analysis covered digital outlets such as websites and social media platforms operated by various organizations, including service providers, government-related agencies, and local authorities. Only 15.5 percent of all provider organizations maintained their own online platforms, and the information provided scored low in timeliness, variety, and vividness. These platforms were also limited in interactive functionality, that is, in terms of the extent to which they enable users to make individual requests for information or share their own feedback. Overall, social service providers offer only limited information access on their online platforms, an issue that calls for the attention and support of central and local governments. The same problem also applies to many online platforms operated by local and central government agencies. From these findings I draw policy recommendations for improving user access to information about social services.