

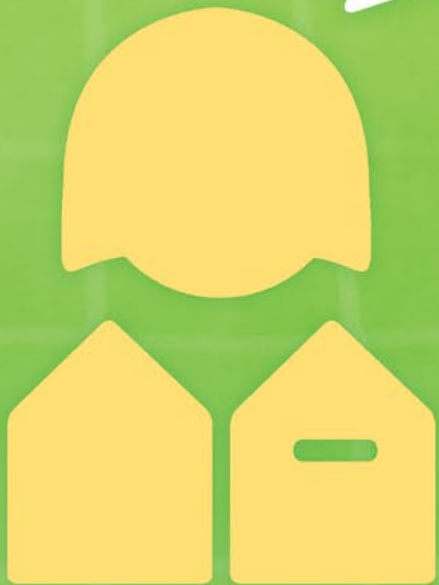


# 사회복지 홍보를 말하다

사회복지기관 홍보담당자의 500일간의 대화

IT도구 편

 SOCIAL PRISM 편저



푸른복지

## 사회복지 홍보를 말하다



SOCIAL PRISM 이 만들었습니다.

1. 사회복지기관중심의 홍보 담당 모임의 총체적 명칭입니다.
2. 사회복지의 사회적 관점의 홍보활동에 대해 궁리합니다.
3. 발음은 "소셜 프리즘"으로 읽습니다.
4. PR과 ism의 합성어 입니다. '홍보주의'라고 해석합니다.
5. 빛이 프리즘을 통해서 확산되는 것처럼 확산 이미지를 표현합니다.

페이스북 그룹 | <http://www.facebook.com/groups/socialprism>

페이스북 페이지 | <http://www.facebook.com/socialPRism.Net>

블로그 | <http://www.socialprism.co.kr>

메일 | prism@dreamworker.co.kr

표지디자인 |  소야 디자인 070-4616-4040  
Communication & Publishing

도와주신 분들 | 강현양, 국민수, 김기완, 김다예, 문화인, 배형준, 손선지, 신지은, 신현환, 심지영, 오미선, 이승미, 이순덕, 이은주, 이재호, 이준구, 이영환, 윤슬기, 윤은경, 장정현, 정유성, 조형준, 최선웅, 최성영, 한수현

초판 1쇄 | 2012년 11월 19일 버전 | Ver 1.0

엮은이 | 소셜프리즘 펴낸곳 | 푸른복지 펴낸이 | 양원석

주소 | 서울시 강서구 내발산동 우장산월드메르디앙 101동 401호

출판사신고번호 | 제315-2006-00007호

전화 | 010-2270-8613 팩스 | 02-6230-9244

블로그 | [blog.naver.com/welfarebook](http://blog.naver.com/welfarebook) 전자우편 | masil@welfare.pe.kr



크리에이티브 커먼즈 저작자표시 2.0 대한민국 라이선스에 따라 출처만 밝힌다면 마음껏 이용하실 수 있습니다.

<http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/kr/>

# 머리말

사회복지 홍보논의 그룹(<http://www.facebook.com/groups/socialprism>)에서 18개월간 300여 명의 홍보담당자가 380여 건의 글을 쓰며 사회복지 홍보에 대해 논의 했습니다. 홍보 담당자에게 가치있다고 판단하는 글을 분야별로 모아 선별했습니다. 사회복지 홍보에 대한 일방적인 방향을 알려주는 책이 아닙니다. 사회복지 홍보에 대한 다양한 의견이 있다는 것을 알리고 취사선택하도록 도와드리기 위한 책입니다.

'사회복지 홍보를 말하다'는 'PR과 미션', '홍보물 편', 'IT도구 편'으로 구성되어 있습니다.

'사회복지 홍보를 말하다' 책을 만드는 이유는 다음과 같습니다.

첫 번째로 '집단지성'입니다. 기관 내에 홍보담당자가 혼자 일하는 현실에서 함께 고민을 나누거나 조언을 듣기가 어려운 상황이 현실입니다. 같은 업무를 맡은 사람이 모여 비슷한 눈높이에서 논의한 글이 홍보담당자들에게 실제적인 도움을 줄 것이라고 판단했습니다. 그 논의의 수준이 낮지 않다고 확신합니다.


두 번째로 '사람지도'입니다. 사람 중심이라는 페이스북의 특징 덕분에 전국에 홍보에 관심이 있고 열심히 하는 사람을 찾아 소개하는 효과를 극대화 하고자 합니다. 홍보 안에서도 특정 분야를 잘 하는 사람이 있기에 그분을 세워드리고 서로 소통하도록 지원합니다. 노하우(Know How)와 함께 노후(Know Who)를 앎으로 지식지도를 만들 수 있다고 판단합니다.

세 번째로 '현실확인'입니다. 사회복지 홍보업무 현실에 대한 비판적인 이야기가 많습니다. 그 비판적인 이야기에 대한 실제적 상황을 구체적으로 판단할 필요가 있습니다. 그래야 그럼에도 불구하고 슬기롭게 이겨낸 사례를 찾아 대안을 모색하는 근거가 되기 때문입니다.

네 번째로 '사례공유'입니다. 홍보담당자가 뜻은 있되 방법을 몰라 하지 못하는 경우가 많습니다. 전국에서 진행하는 다양한 홍보 사례를 공유함으로 다양하게 선택할 수 있는 방법이 있다는 것을 인식하는 것이 중요하다고 판단합니다.

자신의 경험, 생각을 공유해주신 많은 사회복지기관 홍보담당 선생님과 다양한 자리에서 도와주신 많은 분들에게 감사의 말씀을 드립니다.


# 책 사용에 대한 설명

· 이 책의 형식은 PDF 파일입니다. 스마트폰, 컴퓨터, 태블릿 등 대부분 단말기에서 이 책을 읽을 수 있습니다. 대부분은 단말기에서 PDF 파일이 기본적으로 읽어나 혹은, 읽히지 않는다면 여러분의 단말기로 [Adobe Reader 다운로드](http://get.adobe.com/kr/reader/) (<http://get.adobe.com/kr/reader/>)에 가셔서 기기에 맞는  Adobe Reader 프로그램을 다운받아 사용하시기 바랍니다. Adobe Reader 이외에 특정 애플리케이션에서는 링크가 동작하지 않을 수 있습니다. 특히 안드로이드 운영체제 단말기인 경우 기본 지원하는 프로그램에서는 링크가 정상적으로 작동하지 않을 수 있습니다.

· 파란색 밑줄 친 글은 링크입니다. 해당하는 쪽으로 이동하거나 외부링크로 이동합니다. ex) <http://www.socialprism.co.kr>

· 링크 중에 페이스북으로 연결되는 링크는 로그인을 해야 볼 수 있는 경우도 있습니다. 단말기의 특성상 특정 링크가 정상적으로 작동하지 않을 수도 있습니다. 접근하지 못하는 링크가 있다면 컴퓨터를 사용하시기 바랍니다.

· 게시글의 날짜를 누르시면 원 글로 이동합니다.

·  아이콘은 동영상을 볼 수 있는 링크입니다. 동영상을 보여드리기 위해 유튜브 등 외부 링크로 이동합니다. 인터넷의 접속상황 또는 접속강도에 따라 동영상이 보이지 않을 수 있습니다.

ex)





# 참여한 사람들

 <a href="#">강원남</a>	 <a href="#">고석우</a>	 <a href="#">고한용</a>	 <a href="#">국민수</a>	 <a href="#">권대익</a>
 <a href="#">권태용</a>	 <a href="#">김기완</a>	 <a href="#">김기정</a>	 <a href="#">김동균</a>	 <a href="#">김석훈</a>
 <a href="#">김영란</a>	 <a href="#">김종신</a>	 <a href="#">김종원</a>	 <a href="#">김지훈</a>	 <a href="#">김진희</a>
 <a href="#">김현우</a>	 <a href="#">남궁준</a>	 <a href="#">남보현</a>	 <a href="#">류웅수</a>	 <a href="#">박대하</a>
 <a href="#">박선자</a>	 <a href="#">박성후</a>	 <a href="#">박승용</a>	 <a href="#">박용득</a>	 <a href="#">박재훈</a>
 <a href="#">박춘기</a>	 <a href="#">백경진</a>	 <a href="#">서영완</a>	 <a href="#">서재민</a>	 <a href="#">섬소나이</a>
 <a href="#">손정아</a>	 <a href="#">손정원</a>	 <a href="#">송길호</a>	 <a href="#">신수정</a>	 <a href="#">신철민</a>
 <a href="#">신현환</a>	 <a href="#">심지영</a>	 <a href="#">양성현</a>	 <a href="#">여병철</a>	 <a href="#">우아미</a>
 <a href="#">은은정</a>	 <a href="#">이규현</a>	 <a href="#">이나라</a>	 <a href="#">이미현</a>	 <a href="#">이세희</a>
 <a href="#">이순덕</a>	 <a href="#">이순희</a>	 <a href="#">이승미</a>	 <a href="#">이옥겸</a>	 <a href="#">이정렬</a>
 <a href="#">이창신</a>	 <a href="#">임성희</a>	 <a href="#">임정희</a>	 <a href="#">장윤정</a>	 <a href="#">장정현</a>
 <a href="#">전재일</a>	 <a href="#">전진호</a>	 <a href="#">정건희</a>	 <a href="#">정승창</a>	 <a href="#">정지선</a>
 <a href="#">정호영</a>	 <a href="#">조영민</a>	 <a href="#">조용진</a>	 <a href="#">조은희</a>	 <a href="#">조현호</a>
 <a href="#">최미정</a>	 <a href="#">최인철</a>	 <a href="#">함형호</a>	 <a href="#">황흥기</a>	
 <a href="#">노사랑채</a>	 <a href="#">용호종합사회복지관</a>		 <a href="#">정선복지</a>	

# 목차 1

웹사이트의 핵심	<a href="#">1. 웹사이트는 브로슈어다?</a>	8
	<a href="#">2. 자유로운 소통이 핵심인 웹사이트</a>	10
	<a href="#">3. 기관 웹사이트 관리 주체</a>	14
	<a href="#">4. 기관 웹사이트 형태</a>	15
	<a href="#">5. 기관 대표 웹사이트 형태는?</a>	16
웹사이트 운영	<a href="#">6. 기관 웹사이트 유지보수 비용</a>	17
	<a href="#">8. 기관 웹사이트 트래픽 초과 문제</a>	19
	<a href="#">9. 재단 웹사이트와 서비스 웹사이트 통합 논의</a>	21
	<a href="#">10. 직원이 기관 웹사이트를 활용하도록 돕는 방법</a>	23
	<a href="#">11. 자신의 활동을 스스로 기관 웹사이트에 표현</a>	24
	<a href="#">12. 기관 웹사이트 벤치마킹 및 변화 구성</a>	25
	<a href="#">13. 웹사이트 개편의 시작</a>	27
웹사이트 기획	<a href="#">14. 기관 웹사이트 기획 과정 1</a>	29
	<a href="#">15. 기관 웹사이트 기획 과정 2</a>	30
	<a href="#">16. 기관 웹사이트 기획 과정 3</a>	31
	<a href="#">17. 기관 웹사이트 기획 과정 4</a>	32
	<a href="#">18. 소통하는 기관 웹사이트 제작 과정 발표</a>	33
	<a href="#">19. 소통과 웹접근성을 고려한 웹사이트</a>	34
웹접근성	<a href="#">20. 웹접근성을 고려하여 기관 웹사이트 만들기</a>	36
	<a href="#">21. 기관 웹사이트, 웹접근권 지키기</a>	37
	<a href="#">22. 웹접근성 품질마크에 관한 의문</a>	38
	<a href="#">23. 웹북 제작과 접근성</a>	40
	<a href="#">24. 모바일 웹사이트 제작 논의 1</a>	41
웹사이트 기능확장	<a href="#">25. 모바일 웹사이트 제작 논의 2</a>	42
	<a href="#">26. 온라인에서 생산품 어떻게 팔까?</a>	44
	<a href="#">27. 기관 웹사이트에 소식지 게시 형태 논의</a>	46
	<a href="#">28 인터넷 신문 e세대공감뉴스</a>	49
	<a href="#">29. 웹로그 분석 도구</a>	50
	<a href="#">30. 온라인 설문조사 기능</a>	51
	<a href="#">31. 직원 블로그를 기관 웹사이트와 연동</a>	52
기관 블로그, 카페 운영	<a href="#">32. 기관 웹사이트로 블로그 도전</a>	54
	<a href="#">33. 블로그 서비스 비교</a>	56
	<a href="#">34. 블로그를 대표 웹사이트로 선택한다는 것</a>	57
	<a href="#">35. 기관 블로그 개편에 따른 홍보 방법</a>	59
	<a href="#">36. 소통의 시작! 이야기가 담긴 블로그에서</a>	61
	<a href="#">37. 카페를 대표 웹사이트로 선택한다는 것</a>	62

## 목차 2

소셜미디어를 통한 변화	<a href="#">38. 사회복지사 일인 미디어 강화</a>	64
	<a href="#">39. SNS를 통한 개인 브랜딩의 힘</a>	66
	<a href="#">40. 소셜미디어는 홍보도구? 소통도구?</a>	67
	<a href="#">41. SNS 홍보 정리</a>	68
페이스북 소통	<a href="#">42. 페이스북, 홍보·소통도구로서의 적합성</a>	69
	<a href="#">43. 페이스북, 지역사회 소통 방법 논의</a>	72
	<a href="#">44. 페이스북 페이지의 담아야 하는 콘텐츠</a>	75
	<a href="#">45. 페이스북으로 지역주민 관계망 살리기</a>	78
	<a href="#">46. 페이스북으로 주민을 세워드린 사례</a>	80
	<a href="#">47. 페이스북 운영 방법 제안</a>	81
페이스북 운영	<a href="#">48. 페이스북 운영논의 개인 계정, 기관 계정</a>	83
	<a href="#">49. 페이스북 프로필 기관 계정 운영</a>	85
	<a href="#">50. 기관 페이스북 페이지 운영</a>	87
	<a href="#">51. 페이스북 페이지로 전환 문제</a>	90
	<a href="#">52. 페이스북 페이지 콘텐츠 구성</a>	92
	<a href="#">53. 감동이 있는 글의 영향</a>	93
	<a href="#">54. 페이스북 실적화 논의</a>	95
	<a href="#">55. 사회복지에 도움이 되는 페이스북 앱</a>	102
	<a href="#">56. 공모전 SNS 홍보방법</a>	103
트위터 활용	<a href="#">57. 트위터에서 사람 모으는 방법</a>	105
	<a href="#">58. 트위터에서 대화하는 시작 방법</a>	106
	<a href="#">59. 트위터 내 작은 공동체</a>	107
다양한 IT도구	<a href="#">60. QR코드? 그게 뭔데?</a>	108
	<a href="#">61. QR코드 활용</a>	109
	<a href="#">62. 커뮤니티 지도 만들기</a>	110
	<a href="#">63. 뉴스레터의 효용 논의</a>	112

# 1. 기관 웹사이트는 브로슈어다?



**전재일**

2011년 6월 22일

체인지온과 친구가 아닌 분들을 위해 공유해 봐요.



## ChangeON:소셜시대, 홈페이지는 브로슈어다

홈페이지에 대해 어떻게 생각하십니까? 블로그와 소셜 미디어의 등장, 웹2.0과 웹3.0이 등장하면서 홈페이지의 기능과 인식은 매우 변화되었습니다. 단지 제작 주체



**전재일** 웹사이트와 소셜미디어를 결합하는 웹사이트의 필요성. 소통하는 공간으로서의 웹사이트 전환! 공감이 되네요.



**김종원** 재미있게 잘 읽었습니다. '웹사이트는 브로슈어다.....' 어느 정도 수공이 갑니다.

대세라는 것이 있기는 하지만 사회복지기관의 웹사이트가 브로슈어가 되지 않기를 바랍니다. 복지기관이 만들 수 있는 고급 콘텐츠가 쌓여있는 창고, 아카이브가 되기를 바랍니다. 그것이 웹사이트, 블로그, 카페 어떤 형태로도 좋습니다.

'웹사이트는 브로슈어다!' 이 말이 제 머릿속에서 떠나지 않네요. 저에게는 너무 충격적인 주장 같아서요. 정말 그런가? 웹사이트가 그 정도 기능 밖에 못할까? 체인지온 사이트는 브로슈어가 아닌데..... 콘텐츠 창고인데..... 희망제작소도..... 문춘7사회복지관도..... 서대문장애인복지관도..... 송의복지관도..... 그리고 제가 모르는 많은 기관의 사이트도..... 무엇을 이야기하고자 하는지는 알겠는데 표현이 너무 과하다 보니 다른 기관들이 그 주장대로 브로슈어처럼 쓸까 걱정입니다.



**전재일** 그것은 아니라고 생각해요. 일반화할 문제는 아니죠. 그러나 실제로 브로슈어의 기능 밖에 못하는 기관 웹사이트들이 많다는 것이 문제죠. 조금 더 사고의 전환을 하고, 여유가 있다면 분명 기관 웹사이트도 충분한 소통의 공간이 되지 않을까요?



**김종원** 전재일 선생님께서 말씀하셨듯이 현실적으로 브로슈어 기능 밖에 안 되는 기관 웹사이트가 많은데 지향점까지 '브로슈어다.'라고 하는 주장에 제가 예민해 졌나봐요. 기관마다 몇 백, 몇 천만 원짜리 브로슈어를 만든다고 생각하니 마음이 불편하더라고요.



# 1. 기관 웹사이트는 브로슈어다?



**김기완** 브로슈어라는 단어는 상징적인 것 같은데요. 다들 잘 이해해서 들으셨을 것입니다.



**고석우** 김종원 선생님. 저는 지향점이 '브로슈어다.'가 아니라 현재까지는 소통이 부족하기에 그럴 수도 있다고 이야기한 것이에요. 기관 웹사이트를 생각하면서 소통을 계속 생각하게 되거든요. 기관 웹사이트가 브로슈어의 역할 밖에 하지 못하는 것을 안타까워하는 사람입니다. 그래서 페이스북과 연동 등 소통의 방법을 시도하고 있습니다.



**김종원** '소셜시대, 홈페이지는 브로슈어다.' 글을 쓰신 성재민 선생님께서 이렇게 말씀해 주셨습니다.

"저는 기존의 홈페이지에 대해 말한 것입니다. 홈페이지가 여러 소셜 미디어 채널을 담는 그릇으로서, 소셜허브로의 변신이 필요하다는 말을 이후 포스팅에서 하려다 보니 여기서 그 점을 언급하지 않았어요." 앞으로의 글도 기대됩니다.



**전재일** 맞아요. 저도 고석우 선생님과 그런 이야기했어요. 김종원 선생님이 지향하는 기관 웹사이트이어야 하는데, 많은 기관의 사이트가 그냥 형식적으로만 존재하는 것은 엄연한 사실이잖아요. 이런 페이스북을 통해서 공유하고 뜻있는 사람들의 이야기가 전해지다 보면, 분명히 더 개선되고 소통의 공간이 될 수 있을 것이라 믿어요.

## 2. 자유로운 소통이 핵심인 웹사이트



**은은정**

2012년 2월 7일

김제시노인복지타운 웹사이트를 개편하려합니다! 많은 아이디어가 필요합니다. 기관 웹사이트는 소통이 핵심이란 생각에 의견을 여쭙고자 글을 남깁니다. SNS가 기반이 되는 웹사이트로 탈바꿈하거나 자유로운 소통이 일어나는 카페 또는 블로그로 사이트를 바꾸는 것에 대해 어떻게 생각하세요?



**서재민** 노인복지타운의 웹사이트. 은은정 선생님. 기관 웹사이트에 접속하는 사람들의 연령대가 어떤지요? 그 사람들은 웹사이트를 통해 어떤 것을 제공받고 싶어 하는지요? 그리고 SNS가 기반이 된다면 그 SNS를 이용하는 사람들은 SNS를 통해서 무엇을 제공받고 싶어 하는지요? 생각을 해보면 쉽지 않을까 싶네요.

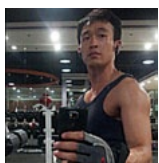
웹사이트 개편을 통해 소통, 후원, 자원봉사, 정보제공 중에서 무엇을 주된 내용으로 삼을 생각인지요? 그리고 주된 내용을 통해서 어떠한 목표를 달성하려고 하는지 생각해 보시면 어느정도 가닥이 나오지 않을까요? 함께 고민해 봅시다.



**고한용** 저희는 '황금알을 낳는 사람들'이라는 네이버 카페를 운영합니다. 장단점이 있겠지만, 제 개인적으로는 일반 웹사이트에 대한 거부감이 심해서요. 결국은 사람인데 사람이 쉽게 접근하는 방법이 우선일 것 같아요. 웹사이트든 카페든 사람이 들어오지 않는다면 마찬가지입니다. 기관 페이스북도 그렇지요. 결국은 사람과 어떻게 소통할 것인가가 문제인 듯해요. 저는 복지관 웹사이트에서 복지를 없애고자 노력했습니다.



**박승용** 복지관 웹사이트에서 복지를 없애고자……. 느릿하게 저 역시 준비하고 있습니다.



**최인철** 서재민 선생님 말에 적극 동감합니다. 웹사이트를 통해 누구에게 어떤 메시지를 주고 싶은지, 어떤 사람이 접속해서 어떤 이야기를 듣고 싶은지, 웹사이트를 통해 어떤 결과물이나 성과가 필요한지……. 소통은 누구와 어떤 소통을 원하는지, 그 대상자가 기관 웹사이트를 통해 소통을 원하는지, 소통 내용이 웹사이트를 통해 이룰 수 있는지, 또한 그 내용이 외부로 다 공개되어도 되는 내용인지 등을 고려하셔야 할 듯합니다. 웹사이트, 카페, 블로그는 단순히 툴(Tool)일 뿐입니다. 그 안에 어떤 내용을 담고 이야기 나눌지 기획하고 그를 담아낼 그릇인 툴을 찾아도 좋을 듯합니다. 웹 기획부터 먼저 하시면 큰 도움이 될 듯합니다. 김종원, 신철민 선생님이 도움을 주실 수 있을듯합니다.

## 2. 자유로운 소통이 핵심인 웹사이트



**박용득** 노인복지타운 웹사이트 방문자의 주체가 누구냐에 따라 조금은 다를 듯합니다. 어르신들을 위해서라면 SNS 진입장벽이 높아서 (생소한 단어들 때문에 어려우시지 않을까) 그냥 일반적 웹사이트가 나올 듯싶어요. 일단 대상자가 누군지를 분명히 해야 합니다.



**서재민** 고민 중인데 쉽지 않네요. 저도 웹사이트에 노출되는 복지관을 조금 탈피하고 싶은데 툴의 제약 때문에 쉽지 않네요. 지속적인 담당자의 노력이 필요하겠지요.



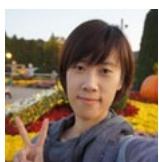
**장윤정** 지난주에 희망 블로거 교육에 다녀와서 느낀 점은 기관 웹사이트의 필요성에 대한 의문입니다. 서버비, 관리비 대비해서 정보를 올리거나 공유하기가 어려운 측면이 있어서요. 좋은 툴만 알고 있다면 티스토리 블로그에서 웹사이트 기능 정도를 담을 수 있겠어요. 블로그에 글을 올리면서 느낀 점인데, 웹사이트는 포털에 콘텐츠 검색이 안 되잖아요. 그런데 블로그에 올린 내용은 제목부터 단어 하나하나까지 다 검색이 되더라고요. 우리나라는 특히 네이버에서 웹사이트 검색해서 오는 유입율이 80% 가까이 되는 듯 한데 티스토리는 네이버에서도 검색이 되더라고요. 기술만 잘 익힌다면 무료로, 사람들이 참여하기도 쉽게 하면서 검색을 통해 노출도 쉬운 블로그를 활용하는 사이트를 강력히 추천합니다. 저도 나중에 해보고 싶기도 하고요. 블로그는 따로 앱 안 만들어도 네이버, 다음 등에서 앱을 만들어주기 때문에 관리도 쉽고, 이용자들이 접속도 쉬운 그런 강점도 고려해볼 만합니다. 모바일 웹사이트를 따로 만들 필요도 없어서 좋을 듯 해요. 티스토리 블로그로 만들었다고 하는데 전혀 그렇게 보이지 않는 곳 하나 소개합니다. [링크:국민이 설계하는 대학 웹사이트](#)



**전진호** 장윤정 선생님. 요즘엔 티스토리나 설치형 블로그를 제작하는 웹디자인 회사도 있지 않나요? 어쨌거나 고정관념 때문에 메뉴 글씨를 무진장 작게 하는데 크게 하면 좋겠습니다. 메뉴도 최대한 단순화하고요.



**서재민** 장윤정 선생님께서 소개해주신 블로그 꽤 좋습니다. 단순해 보이면서도 절대 단순하지 않네요. 보기도 좋아요. 마음에 드는군요.



**장윤정** 그렇죠. 저도 많이 배우고 싶은데 기초가 부족해서 그냥 카테고리 짜는 블로그라도 잘 해보려고요. 교육 자료도 좋습니다. 슬라이드에서 소개해 준 사이트들을 활용하면 소셜적인 블로그, 웹사이트를 꾸미는데 도움을 많이 얻을 수 있다고 해요.

[슬라이드: SNS\(소셜네트워크서비스\)시대 살아가기](#)

## 2. 자유로운 소통이 핵심인 웹사이트



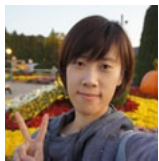
**최인철** 장윤정 선생님이 보여주신 블로그는 아무래도 작업을 하실 수 있는 분이 손을 조금 보신 듯합니다. 저희 같은 사람들이 접근하기에는 좋은데 기관 윗분들은 어떻게 생각하실지도 고려사항이 될 듯하네요. 어르신들이 블로그는 가볍다고 생각하시는 분이 많아서요.



**장윤정** 그렇죠. 저도 기초가 부족해서 그냥 카테고리 짜는 블로그라도 잘 해보려고요. 교육 자료도 좋습니다. 슬라이드에서 소개해준 사이트들 활용해보면 소셜적인 블로그, 웹사이트 꾸미는 데 도움 많이 얻을 수 있다고 해요. 제가 가장 강조하고 싶은 점은 기관 웹사이트는 아무리 열심히 글을 써도 노출이 안 된다는 점! 블로그가 웹사이트보다 얻어 걸릴(검색어 통해 관심 갖게되는) 경우가 많다는 점입니다. [슬라이드: SNS시대 희망을 쓰는 블로거가 온다](#)



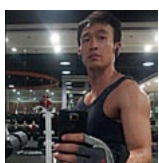
**서재민** 그렇죠. 저도 제 개인적인 블로그를 운영 중에 있습니다만 장윤정 선생님께서 소개해 주신 블로그는 전문적인 블로그라서 그림의 떡이네요. 손을 많이 봐야 저렇게 만들 수 있거든요. 그런 블로그 만들기 쉽지 않아요. 제 블로그는 네이버에서 그냥 만들어서 운영하고 있거든요. <http://coolkiss.blog.me/>



**장윤정** 티스토리 자체가 여러 가지 플러그인을 붙여서 저렇게 꾸밀 수 있다고 해요. 설치형 워드프레스는 어렵잖아요. 지금 제 블로그에도 쉽게 라이브리 정도는 그냥 메뉴 설치만으로 붙였는데 아무도 댓글을 안 남기네요. <http://jjeongajjang.tistory.com>



**은은정** 아! 저는 이 그룹이 참 좋아요. 가장 말단 담당자인 저는 기관 웹사이트는 불필요하다고 생각합니다! 카페나 블로그 형식으로 운영하는 것이 관리도 쉽고 접근도 쉽고 소통을 기반으로 최적의 체제를 구현할 수 있지 않을까 생각합니다! 하지만 높은 분들의 생각과 조율이 필요하여 잠시나마 이런 의견을 나누고자 하였습니다. 적극적으로 (바로 옆에 있으셨으면 침을 튀기시며 설명해주셨을 서재민 선생님!) 의견 내주신 선생님들 존경합니다. 웹사이트 개편을 위한 2차 모임이 목요일 오전 11시에 진행합니다. 그때까지 지속적인 의견을 듣겠습니다.



**최인철** 저는 사무실에서 운영하는 사이트 중 1개(<http://isori/net>) 리뉴얼하는데 기획만 3개월 넘게 걸린 듯해요. 이용자 욕구조사하고 전문가 자문 듣고 내부 의견수렴하고 기존 사이트 로그분석하고……. 잘 기획하시길 바랍니다.



**김종원** 어르신 복지관 웹사이트는 어르신이 꼭 글 쓰고 댓글을 달아야 할까요? 다신다면 좋은데……. 여러 가지 이유로 그렇지 않다면 어떻게 해야 할까요?



## 2. 자유로운 소통이 핵심인 웹사이트



**김종원** 지역의 주민이, 아이들이, 청년들이, 장년들이 어르신을 생각해 볼 만한 콘텐츠로 가득하면 되지 않을까요? 어르신에 대해 다르게 생각하고 어르신에게 다가갈 수 있는 다짐을 생각하는 콘텐츠로 가득하다면 어르신 복지관의 웹사이트도 그 역할을 충실히 할 수 있다고 생각합니다.



**최인철** 노인복지관의 대상자는 노인이지만 노인복지관 웹사이트의 대상자는 누구인지 생각해봐야 합니다.



**김종원** 어르신을 자연스럽게 돕는 아저씨 이야기, 어르신을 위해 무언가를 하는 슈퍼 아주머니 이야기, 어르신에게 인사 잘하는 아이들의 이야기, 마을을 위해 눈이 오면 어김없이 청소하시는 할아버지 이야기, 3대 4대가 어울려 살아가는 가족의 이야기 등. 이런 사람 사는 이야기들이 있으면 좋겠습니다.



**이순덕** 저도 웹사이트 개편에 대하여 고민 중이었는데 김종원 선생님의 생각에 적극 찬성합니다. 도구도 중요하지만 더 중요한 것은 내용이 아닐까요?



**장윤정** 문촌7복지관 내용이 좋더라고요. [글:나눔친구 인터뷰 1탄 - "나는야 따뜻한 마음을 나누는 나눔친구"](#) 생각 하나 더 추가합니다. 어르신 분들 연결을 위해 웹사이트, SNS를 교육해 드리는 것을 강력히 추천합니다. 저희 아버지께서 페이스북하신다고 자리를 비켜달라고 그러실 때 있거든요. 미국서도 50~60대 할머니들이 페이스북을 점점 많이 한다고 해요. 멀리 떨어진 손자들 소식 보려고 말이죠. 노인, 장애인, 누구는 온라인과 멀다……. 그것보다는 좋은 것 함께 쓰게 해보자는 태도도 괜찮은 듯합니다.



**정승창** 기관 웹사이트를 개편 후 현재 6개월정도 다음 카페를 사용 중에 있습니다. 디자인보다는 복지관에서 일어나는 이야기 중심으로 만들어가기 위해 다음 카페를 선택했습니다. 물론 비용 문제도 있고 다른 담당자가 홍보담당을 해도 손쉽게 수정하는 것이 장점입니다. 물론 포털 카페나 블로그를 사용할 경우 감수해야 할 점도 분명 있습니다. 기관의 대표성, 기관만의 개성 있는 웹사이트, 다양한 SNS기능 구현 등은 분명 한계가 있습니다. 그전에 전제해야 할 점은 기관 직원의 참여입니다. 웹사이트에 기능을 아무리 담아 만들어도 동료들이 콘텐츠를 만들어내지 않는다면 무용지물이 됩니다. 동료들과 어떻게 웹사이트 내용을 만들어 낼 것인지를 우선적으로 논의하고 어떻게 하면 참여를 이끌어내실지 계획을 세워야 하겠습니다.



### 3. 기관 웹사이트 관리 주체



**최인철**

2011년 6월 15일

기관 웹사이트는 어떤 분이 관리하시나요?

담당자가 유지보수업체와 관리 **16표**

사회복지사가 담당 업무로 관리 **11표**



**조영민** 담당자도 유지보수에 함께 참여합니다. 유지보수업체에 맡기면 시간이 오래 걸려 담당자가 해결하는 경우가 많습니다.



**고한용** 보수업체를 통해 관리했으나 소통이 적어 카페와 SNS로 개편을 진행하여 운영 중에 있습니다.



**김종원** 유지보수업체가 관리해주던 웹사이트를 개편하면서 사회복지사가 담당하는 업무로 바꿨습니다. 웹사이트 관리 방법을 블로그, 미니홈피 관리하듯 바꿨지요. 매달 10만 원씩 나가는 돈이 너무 아까웠습니다. 관련해서 썼던 글입니다. [글:기관 스스로 관리하게 해주는 관리자 페이지](#)

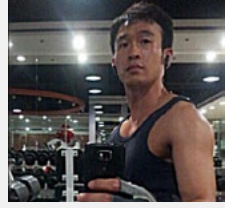


**최인철** 김종원 선생님. 카페 글 봤는데요. 궁금한 것이 있어요. 최근에 블로그 기반으로 기관 웹사이트를 제작하는 비영리 기관들이 늘어나고 있습니다. 이는 물론 관리의 편리성과 정보노출을 위해서라고 생각합니다. 블로그 기반의 웹사이트와 으레 웹사이트에 대한 비교는 어떠신가요? 선생님의 의견을 듣고 싶습니다.



**김종원** 최인철 선생님. 질문 진심으로 감사합니다. 설치형 웹사이트(XE 엔진, 김스큐, 워드프레스 등) 포털 블로그, 카페로 기관 웹사이트를 만드는 것을 환영합니다. 기관 웹사이트 제작의 핵심은 얼마나 기관에 적합한 웹사이트를 만드는가에 달려있습니다. [글:기관 웹사이트 제작의 핵심은 얼마나 기관에 적합한 웹사이트를 만드는가에 달려있습니다](#) 콘텐츠에 더욱 집중해야 하는데 현실은 틀과 꾸미기에 너무 빠져있는 것 같습니다. 그 비용, 시간, 수고가 너무 아깝습니다.

## 4. 기관 웹사이트 형태



**최인철**

2011년 6월 15일

기관 웹사이트를 어떤 형태로 운영하시나요?

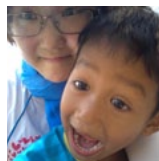
기관 웹사이트로만 운영	13표
기관 웹사이트 + SNS	11표
기관 웹사이트 + 블로그 + SNS	2표
블로그 또는 카페로 운영	2표



**조영민** 조만간 기관 웹사이트+SNS+모바일 웹사이트+카페+블로그를 운영합니다.



**섬소나이** 현재는 웹사이트로 형태로만 운영하고 있지만 SNS 기능을 추가하여 개보수 중에 있습니다.



**이나라** 웹사이트+카페로 운영하고 있습니다. 이제 SNS를 추가할 예정입니다.



**용호종합사회복지관** 웹사이트로만 운영하고 있는데 방문자수가 많지 않아 SNS를 통해 기관 웹사이트 방문을 유도할 생각입니다.

## 5. 기관 대표 웹사이트 형태는?



**김종원**

2011년 8월 3일

복지기관 대표 사이트로 어떤 도구가 가장 좋을까요?

블로그(무료)	10표
블로그형 웹사이트(유료)	9표
온라인 카페(무료)	5표
기존 웹사이트(유료)	2표
페이스북 페이지(무료)	



**손정원** 도구보다는 관리의 문제가 더 큰 것 같아요. 어느 도구를 사용하든지 기관에서 집중하여 관리할 수 있는 도구를 활용한다면 좋겠네요.

단, 제가 소비자의 관점에서 느꼈을 때는 검색창에 기관 이름을 넣고 유료 웹사이트가 안 뜨고 무료형 카페나, 블로그가 뜨면 신뢰가 약간 떨어지는 경향이 있는 것 같아요.



**조용진** 유료 블로그형 웹사이트는 어떤 타입이죠? 저희 복지관도 웹사이트 개편을 해야 하는데 어떤 방식으로 해야 할지 고민이 많네요. 따로 도메인을 사고 티스토리를 운영하는 형태인가요? 관리자 기능을 강화한 웹사이트 형식인가요?



**김종원** 유료 블로그형 웹사이트는 XE엔진(구 제로보드), 텍스트큐브 등과 같은 도구로 웹사이트를 만드는 방법입니다. 원래 소스는 무료인데 기관의 상황에 맞도록 변형과정에 비용이 듭니다. 검색하시면 어렵지 않게 관련 웹사이트를 발견하실 수 있습니다. 이 방법으로 만들면 기능 좋고, 저렴한 웹사이트를 만들 수 있습니다.



**정지선** 블로그형 웹사이트를 만들 수 있는 친한 지인에게 부탁해서 공짜로 만드는 방법이 가장 좋을 것 같습니다.

## 6. 기관 웹사이트 유지보수 비용



### 신수정

2011년 8월 10일

복지관 웹사이트를 조금 수정해야 해서 2년 전에 리뉴얼 해준 업체에 견적을 여쭙봤더니 너무 비싸네요. 그냥 텍스트만 고치는 것이라고 생각했는데 그게 아닌가? 혹시 비용이 저렴한 유지보수업체 아시면 소개 부탁드립니다. 카드 결제되는 곳이면 더욱 환영합니다.



전진호 어떤 것을 수정해야 하는데 얼마 정도 불렀는지 여쭙 봐도 될까요?

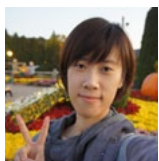


신수정 전진호 선생님. 웹페이지 텍스트(표, 사진 있는 페이지도 있고 텍스트만 있는 페이지도 있어요) 8개 수정, 게시판 1개 추가, 메인 화면에 배너추가, 시스템 오류(자원봉사 신청 메일 안 오는 것 같은 오류 4개) 해서 70만 원 정도 말씀하시네요.



최인철 평소 유지보수 계약은 안 맺으셨나요? 유지보수가 되어있으면 그 안에서 해결 + 추가분만 비용지급하면 될 듯합니다. 그리고 아무 계약이 안 되어있다는 조건하에서 비용을 보면 비용은 그리 크지 않은 듯합니다.

페이지 수정은 으레 이미지로 많이 하기 때문에 수정과 새로 만드는 것은 같은 수준. 일반 텍스트 수정과는 조금 개념이 다릅니다. 그래서 이미지보다는 텍스트로 웹사이트 제작을 하시는 것이 추후 변경 및 관리가 조금 더 수월합니다.



장윤정 그렇죠. 제가 생각하기에도 그리 큰 비용은 아닌 듯해요. 사회 복지 홍보예산 대비 많은 것이죠. 업체는 알아보셔도 비슷할 것 같아요.



신수정 평소 유지보수는 매달 정액제로 진행하니까 왠지 돈이 아까운 듯해서 안 했더니 이렇게 뭉게뭉게 커졌네요. 장윤정 선생님. 오늘 하루 동안 다른 업체 비교해 보니 기존 업체가 비싼 편이 아닌 듯하네요. 아! 관장님께 이 페이스북 댓글을 보여 드리며 말씀드려야겠네요. 감사합니다.



서재민 원래 리뉴얼 하는데 기본적으로 들어가는 가격이 조금 비싸긴 하더라고요. 저희 기관은 리뉴얼 할 때 100만 원 넘게 들었던 것 같습니다. 70만 원이면 개인적인 생각에는 저렴하다고 보입니다.

## 7. 기관 웹사이트 유지보수 비용



**이옥겸** 신수정 선생님, 재능기부를 활용해 보세요. 대학생들이나 직장인 중에서 자신의 재능을 기부하여 봉사하는 단체나 모임이 있는 것으로 압니다. 당장 누구냐 물으시면 아는 사람은 없고요. 일전에 모 사회복지단체에서 영상자료, 플래시 교육 교재를 만들기 위한 기획에 대학원 원우들 8명이 참석해서 도와주겠다고 한 적이 있었어요. 물론 기관 측 사정으로 중단되었기는 하지만요. 이런 분들을 찾아보세요. 아니면 한국사회복지협의회에서 운영하는 자원봉사 사이트에서 요청해 보시는 것은 어떨까요?



**박대하** 이옥겸님이 말씀하신 자원봉사 사이트 VMS 담당자입니다. 재능 기부를 받는 것은 비용을 많이 들이지 않을 수 있다는 최대 장점이 있지요

그러나 한편 원하는 수정사항이라든가 개발에 반드시 동반될 수밖에 없는 오류에 대한 사후관리가 곤란한 점. 또한 기관이 운영하는 시스템에 개인정보들이 포함되어 있는 경우 개인정보 보호 문제 등 선결해야 할 점이 넘쳐나는 것도 무시할 수 없습니다.

일회성 웹진 등을 제작하거나 홍보를 위한 안내문 디자인을 요청하는 정도는 쉽게 요청할 수 있겠으나 상시 운영해야 할 기관 웹사이트에 대한 수정 작업을 자원봉사자에게 맡기는 것은 담당자에게 부담스러울 수밖에 없는 것이 현실입니다.

단순한 어플리케이션이라면 소스분석에 시간이 많이 걸리지는 않겠지만 VMS는 중급 기술자가 소스분석에만 약 한 달 정도가 소요되니 자원봉사자에게 재능기부를 요청하기에는 너무 큰 부담을 드릴 수도 있는 상황입니다

모쪼록 신중하게 판단하시고 가능한 범위 내에서는 비용을 지불하시는 것이 위험관리 측면에서도 바람직하다는 의견을 드립니다.



## 8. 기관 웹사이트 트래픽 초과 문제



**남궁준**

2012년 5월 17일

혹시 트래픽 용량이라고 하나요? 얼마나 쓰시는지 알고 계신가요? 저희 복지관 웹사이트가 신규채용나 특별한 공지가 있을 때면 트래픽 초과로 닫혀버리더군요. 관리업체에 물어달라고 전화하면 풀어주긴 하는데 한두 번이 아니라 용량을 늘려야 할 것 같아서요.



**박용득** 예. 늘리세요. 구글어널리틱스를 설치하시면 복지관 방문자 및 페이지 뷰 등 알 수 있어요.



**김종원** 장기적으로 보면 트래픽 용량을 넓히는 것이 좋습니다. 그런데 그전에 살펴봐야 할 것이 용량이 큰 사진이나 동영상입니다. 특히 필요 없이 큰 용량의 이미지를 그대로 올리는 경우가 많은데 그럴 때 문제가 생깁니다.

기관 웹사이트를 지금 들어갔는데 첫 화면에 사진 앨범이 보이잖아요. 이 녀석이 작아 보이지만 올릴 때의 원본 크기로 올라간 것입니다. 큰 용량 그대로 접속한 사람들에게 항상 보이기 때문입니다. 두 가지 중에 하나를 선택하셔야 할 듯합니다. 트래픽용량을 늘리거나, 사진 앨범을 빼거나 한두 가지 사진만 보이게 개편하거나……. 그 사진앨범 때문에 기본트래픽의 80% 정도를 그냥 버리게 되는 것 같습니다.



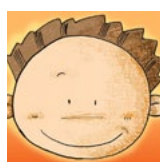
**조영민** 저희는 약 30%정도 차지하는 것 같던데요. 트래픽을 충분히 쓰셔야 합니다. 어차피 가격에서 큰 차이가 나지 않거든요.



**김종원** 기관 웹사이트에 이런 사진이 올라가 있네요. 5220 \* 3762 사이즈의 사진입니다. 이렇게 큰 사진을 웹사이트에 안 올리는 것이 좋습니다. 작게 변환해야 합니다. 그리고 이런 사진이 메인 페이지에 작게 보이지만, 용량 그대로 다운받는 것이지요. 메인 페이지에 보이는 사진앨범 8개 중에 4개 정도가 이렇게 큰 사진이네요.



**남궁준** 그러네요. 저도 확인 안하고 직원이 각자 올리는 것도 있어서요. 다 확인해봐야 하겠네요. 감사합니다.



**박용득** 왜 큰 파일을 올리세요? 버겁더라도 게시판용 크기 (가로 800 픽셀미만)로 줄여서 올리세요.



**조영민** 원본사진을 그대로 올리셨구나. 저도 관리자인지라 사진 크기 줄이는 매뉴얼을 올려 지금은 안정화됐지만 초반엔 제가 다 다시 올렸던 수고로움이 있었죠.

## 8. 기관 웹사이트 트래픽 초과 문제



**서재민** 조영민 선생님처럼 해서 저희도 안정화가 되어있답니다. 제가 관리자인터라 최대한 사진 용량을 싸이홈피 크기로 줄여서 올리지요. 직원도 이젠 알아서 척척 올리네요.



**이세희** 저도 처음에는 제가 줄였는데 이젠 직원이 적당한 크기로 알아서 잘 줄이네요.

## 9. 재단 웹사이트와 서비스 웹사이트 통합 논의

2012년 8월 14일



### 최인철

자문을 구합니다. 재단에서 [아이소리 웹사이트](#)와 [재단 웹사이트](#) 이렇게 두 개의 웹사이트를 운영합니다.

초기에 두 웹사이트를 분리한 이유는 아이소리는 장애관련 포털 웹사이트로, 재단 웹사이트는 재단 사업 소개로 역할을 나뉘기 때문입니다. 현재는 아이소리가 포털보다는 교육정보제공으로 콘셉트가 바뀌었고요.

이번에 재단 웹사이트 리뉴얼을 진행하는데 사무국장님이 두 개의 사이트를 하나로 합치라고하시네요. 저는 두 개의 목적이 다르고 내용도 상이해서 분리운영하면 좋은데……. 그리고 사이트를 합치면 메뉴 및 구성이 복잡해지고 지저분해질 것 같은 느낌도 듭니다. 의견은 어떠신가요? 합치는 것이 나올까요? 분리하는 것이 나올까요?



**김기정** 개인적으로는 독립적인 성격이라고 보여집니다! 특히 아이소리 웹사이트만의 모습이 사라질까 걱정입니다!



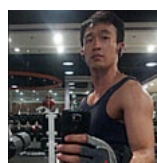
**김종원** 분리의 이유는 최인철 선생님께서 적어주셨잖아요. 반대로 통합의 이유는 무엇이라고 말씀하시던가요? 그 목적을 알아야 이야기가 가능할 것 같습니다.



**최인철** 김종원 선생님. 그것이 명확하지 않습니다. 1. 재단에서 굳이 두 개의 사이트를 운영할 필요가 있냐? 2. 합치면 비용절감? 3. 아이소리가 파라다이스에서 하는 줄 모른다. 제가 이해한 이유는 세 가지입니다. 그런데 2번의 효과는 없을 것으로 예상됩니다.



**김종원** 사무국장님 의견을 이길 수 있으신가요? 없다면 까라면 까야지요. 하나의 웹사이트로 만드신다면 어떤 웹사이트 형태가 좋으신가요? 저는 네이버나, 다음, 희망제작소 형태가 좋아요. 기관소개는 아예 구석에 넣고요. 서비스 중심으로 배치하는 것이지요. 아마 사무국장님은 기관 소개를 앞으로 내밀으라고 하실 텐데 그것을 조율해야 하겠지요.



**최인철** 물론 까라면 까야죠. 사실 재단 웹사이트 TF는 다른 멤버고 그 팀에서 제가 아이소리 리뉴얼을 담당했으니 물어보더라고요.

그 멤버에 영향력 있는 사람이 있어서 어느 정도 조율은 가능합니다. 저는 의견과 아이디어 등만 드리고 뒤로 빠집니다. 그리고 사무국장님의 이유라면 메뉴도 앞쪽에, 그리고 메인 페이지에도 조금 더 많이 드러나겠죠? 사실 지금 아이소리에도 예전보다는 재단을 많이 드러내기는 했습니다.

## 9. 재단 웹사이트와 서비스 웹사이트 통합 논의



**김종원** 아이소리가 그런 형태이기는 한데……. 이런 형태는 어때요?  
**링크:아이티캔어스** 오른쪽 위에 보면 다음세대재단이라는 로고가 나오고 왼쪽으로 하는 사업들이 나열되어 있잖아요. 이런 식으로 아이소리를 조금 바꾼다면요? 그러면 웹사이트를 통한 사업 확장과 함께 브랜드를 지킬 수 있을 듯한데요. 타협안이죠.



**최인철** 다음세대재단 사이트를 아이소리 리뉴얼 시 많이 참고했지요. 그러나 사업이 브랜드화 및 변경우려가 있어 적용은 못했고요. 사무국장님의 이야기는 사이트 주소 등을 하나로 통합하라고 하셨어요. 선생님의 의견은 현 아이소리에 파라다이스 로고를 넣고 링크형식으로 연결할 수 있습니다. 지금도 하단에 연결은 해봤지만 위로 끌어올리는 것이죠. 그런데 이런 형식은 사이트 통합이 아니라고 느끼실 듯합니다. 의견 또는 지시대로 하면 **링크:한국사회복지사협회**의 형태로 만들어야 할 것 같습니다. 물론 메인화면 구성은 다시 잡아야겠습니다.



**김종원** 박용득 선생님께 한번 물어봐도 좋을 듯합니다. 한국사회복지사협회 웹사이트와 복지인의 마을 웹사이트 통합 과정에 박용득 선생님께서 신경을 많이 썼거든요.



**전진호** 저야 전문가는 아니지만 두 개로 나뉘어야 하는 목적은 뚜렷하다고 봅니다. 다만 두 개 사이트의 색깔이 불분명하다는 느낌이 있다보니 그런 것 같아요. 아이소리 메인화면을 약간 수정한다면 가능할 듯합니다만 조심스러워요.



**최인철** 방금 급하게 논의하고 왔습니다. 직설적으로 이야기하면 '아이소리'는 활성화되었는데 재단에 안 드러난다는 것이었습니다. 그룹차원에서도 예전에는 재단을 드러내지 말라고 했다가 요즘은 홍보하고 하네요.

그리고 기본적으로 사이트에 대한 이해가 없으신 분이라 설득이 힘드네요. 타당한 이유를 설명해도 그것은 중요하지 않다고하니 어떻게 설득작업을 들어가야 할지 고민입니다.

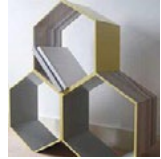
## 10. 직원이 기관 웹사이트를 활용하도록 돕는 방법



**임정희**

2012년 4월 10일

직원이 복지관 웹사이트를 적극적으로 활용하게 하려면 어떻게 해야 할까요? 웹 접근성 기준에 맞게 기관 웹사이트를 변경하려다가 근본적인 문제에 봉착했습니다. 직원은 과연 기관 웹사이트를 잘 활용하나? 왜 기관 웹사이트를 적극적으로 활용하지 않는지 알아보려면 직원에게 무엇을 물어보아야 할까요?



**김지훈** 직원의 게시물 중 베스트 게시물을 선정하여 시상하는 작업, 이벤트-댓글왕을 찾아라, 자유게시판을 살리자 등의 활동을 하면 좋을 것 같아요.



**이미현** 우리 센터 직원은 주로 사업 사진이나 주간 식단 확인할 때 방문하는 듯합니다.



**노사랑채** 인터넷을 켜올 때 제일 먼저 복지관 웹사이트가 뜨도록 시작 페이지로 설정해보세요. 그러면 한 번씩이라도 관심을 갖고 활용하지 않을까요?



**김종원** 제가 사용한 방법은 기관 웹사이트에 재미난 글이 많도록 노력을 많이 했어요. 특히 업무에 대한 고민들이 담겨지도록 부탁했어요. 또 팀별로 글 쓰는 게시판을 3개씩 췌지요. 그리고 계속 설득했어요. 글을 웹사이트에 쓰는 것이 어떤 의미인지 끝없이 설명했지요. 또 잘하는 팀, 직원에게 부탁해서 그 에너지를 기관 웹사이트까지 넓혀달라고 했어요. 저도 보고 응원. 격려하고 싶다고요.



# 11. 자신의 활동을 스스로 기관 웹사이트에 표현



## 김기완

2012년 5월 10일

기관 웹사이트를 개편하고 '소통! 소통!'을 자주 외치고 확연하게 바뀐 점은 직원이 애써서 노력한 사업들에 애정을 보이고 그 결과를 어떻게 이용고객과 지역사회에 공유할까를 고민하기 시작했다는 점입니다. 오늘 기관 웹사이트에 들어갔다가 발견했습니다. 화려하진 않아도 '홍보담당자가 아닌 분들이' 이렇게 영상을 촬영하고 편집해서 올릴 생각을 했다는 자체에 감격했어요. 계속 칭찬하고 독려하면 홍보에 재미를 느끼실 것 같아요.



## 사랑을 나눠요! 통(通) 통(通) 벼룩시장



김중원 "직원이 애써서 노력한 사업들에 애정을 보이고, 그 결과를 어떻게 이용고객과 지역사회에 공유할까를 고민하기 시작했다는 점입니다." 우와! 기관 웹사이트가 이런 콘텐츠가 모이는 장이어야 한다고 생각합니다. 기관에서 그런 모습을 발견하니 얼마나 좋으셨겠어요. 보람 되시죠? 부럽습니다.



김기완 지속적이길 바라는 마음이죠.



고한용 보고 댓글 달았어요. 뿌듯하시겠어요.

## 12. 기관 웹사이트 벤치마킹 및 변화 구성



### 김기완

2011년 3월 18일

서대문장애인종합복지관의 웹사이트를 구경합니다. 우와 예뵙니다. 왠지 김종원 선생님의 향기가 납니다. 일단 게시물의 어투가 읽는 사람을 편안하게 합니다. 슬로건과 일치하게 친구처럼 느껴집니다. 레이아웃이 깔끔하고 기관자랑은 맨 뒤로 숨겨 놓았습니다. 아주 멋집니다. 다양한 정보가 많은 블로그를 찾아낸 기분입니다. 글이 많은데도 자꾸 읽게 됩니다. 일단 맑은고딕 글씨체가 맘에 드는가봅니다. 제가 즐겨 쓰는 글씨체거든요.

우리 복지관 웹사이트로 돌아옵니다. 리뉴얼이 시급합니다. 마음 같아서는 아예 업체 같고 새로 만들고 싶습니다만 올해 아차차 재계약을 해주었습니다. 그리고 제 담당 업무가 아니라 말하기 조심스럽습니다. 팀장님께서는 갑과 을의 관계가 뒤바뀐 웹사이트 관리업체를 갈아엎겠다는 일념으로 데스노트를 작성중이십니다. 조만간 멋지게 리뉴얼할 것 같습니다.

웹사이트 리뉴얼은 제가 나서서 하긴 힘들어도 웹진을 만들어 버렸습니다. 아주 허접합니다. 그러나 시도만으로 일단은 만족합니다. 콘텐츠가 없으면 보낼 자료가 없으니 부지런히 사업실시 결과를 기관 웹사이트에 올리라고 다시 또 담당자들을 협박합니다.

역시! '땡땡땡 복지관 (관장 땡땡땡) 땡땡팀에서는'으로 시작하는 글들이 난무합니다. 보도 자료의 향기가 물씬 풍깁니다. 다시 또 협박합니다. 마음 짝한 감동을 쓰자고…….

요즘 옆자리 홍보 담당 선생님은 관보편집으로 바쁘십니다. 감동이 있는 소식지를 만들고 싶다고 사고의 전환을 이루려고 노력합니다. 직원의 사고방식이 크리에이티브하게 아주 조금씩이나마 변해가는 모습에 감동입니다. 시작일까요?

왠지 사회사업의 홍보라는 것은 사전적 의미로만 보면 이질감이 느껴집니다. 하지만 통상 기획홍보가 붙어서 한 팀안에 있는 의미를 유추해 봅니다.

홍보는 우리의 진심어린 마음가짐인 것 같습니다. 고마운 마음. 그것이 없다면 홍보는 그냥 실적의 일부를 장식하는 숫자 같습니다.



김종원 서대문장애인복지관 웹사이트. 부끄럽습니다. 그 때 나름 열심히 만들었지요. 열심히 기획하고 준비하고 논의하고 설득하고……. 지금 다시 보면 안타까운 데가 많습니다. 다음에 웹사이트를 만들면 더욱 소박하게 만들겠습니다. 그러고 싶습니다.

선생님의 고민이 다른 선생님들의 고민입니다. 앞으로의 변화가 기대됩니다. 이렇게 깊게 고민하니 점차 가치를 만들어 내실 것이라고 기대합니다.

## 12. 기관 웹사이트 벤치마킹 및 변화 구성



**김종원** [링크:서대문장애인종합복지관 웹사이트 기획노트](#)

여기 들어가 보셨나요? 여기는 기관 웹사이트를 만들 때 고민했던 것, 소통했던 것을 모아놓은 게시판입니다. 제가 고민했던 내용들이 다른 분들에게도 도움이 될 것 같아 모아놓은 곳입니다. 기능에 관해서는 옛날 자료라 많아 아쉽습니다. 그 가치는 크게 변화하지 않았습니다. 스토리보드도 만들어 놓았습니다.



**정호영** 레이아웃이 깔끔하고 기관자랑은 맨 뒤로 숨겨놓습니다. 아주 멋집니다. 다양한 정보가 많은 블로그를 찾아낸 기분입니다. 글이 많은 데도 자꾸 읽게 됩니다. 일단 맑은고딕 글씨체가 맘에 드는가 봅니다. 이 점에 공감합니다.

# 13. 웹사이트 개편의 시작



## 김기완

2011년 6월 18일

13시30분 부터 19시까지 이어지는 릴레이 회의를 진행했습니다. 일단 XE기반 이든 김스큐 기반이든 사용자가 웹사이트를 취향에 맞도록 주무를 수 있다는 점을 깨달았으며, 오늘부터 웹사이트 관리업체는 안중에도 없습니다.

1. 링크는 오늘 가져오신 레이아웃 가안입니다. 기능구현은 다 되고 저기에 다양한 공개 위젯들을 붙여 후원결재 기능에서부터 다양한 공개소스를 입맛대로 원하는 곳에 넣을 수 있습니다. 블로그 관리하듯이요.
2. 어렵게만 보였던 웹사이트 관리를 담당자가 바뀌어도 누구나 관리할 수 있습니다. (관리자권한 부여가 매우 강력합니다.)
3. 삼척복지관, 구미복지관 웹사이트를 보여드리며 일반인이 이렇게 관리할 수 있을까요? 라는 물음에 "충분히 그럴 수 있으며 공부를 조금 더 하신다면 더 잘하실 수도 있습니다"라고 답해주셨습니다.



## 용인장애인종합복지관

신뢰와 소통을 통한 책임있는 변화와 도전



**김기완** 가. 페이스북 기관계정은 소셜플러그인 활용을 위해 페이지로 전환할 계획입니다.

나. 페이스북 어플과 모바일 페이지 기능강화를 위해 공부하려고요. 웹 관련 서적을 구입해야겠다는 결심을 했습니다.

다. 각 담당사업별 담당자별로 게시판 운영 권한을 위임할 예정입니다. 담당자들이 본인의 사업을 본인이 책임감을 갖고 아름답게 써내려 가도록 할 예정입니다. (기능이 쉽습니다)

라. 소셜플러그인의 활용 사례를 다양하게 접하여 페이스북과 트위터 를 더 열심히 활용할 계획입니다.

제언 : 김스큐나 XE 일단 검색해서 보시고 자꾸 연구하면 답이 보일 것 같습니다. 역시 관심을 갖고 덤벼야 합니다. 앞으로 우리 복지관 조영민 선생님께서 작업하실 내용에 많은 지지와 격려 부탁드립니다. 디자인 가안에 레이아웃이나 디자인 요소는 전면 개보수 할 것이니 그냥 심심하지 않도록 첨부한 썸네일로 봐주세요.

## 13. 웹사이트 개편의 시작



**서재민** 안 그래도 전체적인 레이아웃, 디자인에 관한 포맷은 크게 관심 두지 않고 봤습니다. 페이스북 페이지 적용만으로도 멋지네요. 김기완 선생님 덕분에 발전하는 용인장애인복지관이 부럽습니다.



**김기완** 저의 덕 전혀 없습니다. 부천에서 기꺼이 찾아온 폐친님과 웹사이트 관리사업 담당 조영민 선생님 덕이죠. 저는 그저 알아들을 수 없는 말들 사이에서 "우와 우와"만 외치다 끝났어요.



**김중원** 네. 귀한 내용 공유해 주셨습니다. 감사합니다. 그런데 김기완 선생님. 책 사서 공부하지 마세요. 그 쪽은 우리의 몫이 아닙니다. 가급적 그쪽 분들의 전문성을 살리도록 이끄는 것이 중요하다고 생각합니다. 그것 공부하다가 사회사업을 잃을까 걱정스럽습니다.



**김기완** 네. 조심할게요. 그리고 혹시 스마트폰 기반 재가복지 어플 개발을 시도하는 곳이 있나요?



**조영민** 복지관련 스마트폰 어플은 아직 없는 것 같습니다. 오늘 저도 많은 것을 배웠습니다. 백성진 씨께 진심으로 감사드립니다. 순수하신 분 같아요. 편하게 대화해서 좋았고요. 시간가는 줄 몰랐습니다. 거의 7시간이었던 것 같은데……. 김기완 선생님도 수고 많이 하셨어요.



**김기완** 저는 조영민 선생님에게 엄청나게 기대하고 있습니다. 제 기대에 꼭 부흥하시지 않아도 돼요. 하지만 우리가 오늘 함께 나눈 이야기들이 불가능 같아 보이지만 구현된다면……. 조영민 선생님은 사회복지계에 새로운 역사를 쓰실 것이라 감히 단언합니다. 사람이 필요하다면 언제든지 더 불러 모으고 선생님께 연결하도록 노력할게요. 사회복지 정보화사업과 웹 기획의 명실상부 최고의 프로젝트 매니저가 되시길…….



**조영민** 저도 오늘 느낀 것이지만 김스큐 기반의 웹사이트 구축. 잘 만들었더군요. 일단 속도가 빠른 것이 관건이고요. 따로 유지보수 업체가 필요가 없을 수 있다는 것이 느껴졌습니다. 참 관촬네요. 김스큐. 이리저리 홍보 많이 해줘야 하겠습니다.

저 같은 성향의 사람에게는 김기완 선생님 같은 분이 옆에 있으면 효과는 배가 될 수는 있죠. 어쩌면 여기 계신 분들이 김기완 선생님을 옆에 두고 싶어 하실 것이에요. 제가 행운아네요.



# 14. 기관 웹사이트 기획 과정 1



## 김기완

2011년 7월 14일

변변찮지만 정보를 공유해 달라고 하신 분들이 계셔서 올립니다. 나중에 기관 웹사이트 오픈 이벤트 하시면 많이 도와주세요. 총 5편으로 구성해서 올리려고 합니다. 글은 계속 수정 중입니다.



## 기관 웹사이트 기획과정 1 - '필요성, 기능성, 방향성' 설정하기

대다수의 사회복지기관 웹사이트는 초기의 목표. '기관을 알리는 일'에서 멈추어져 있다. 물론 초기에 기관을 알리는 일은 정말 중요한 일이지만 기관의 성장과 함께



**김종원** "기관의 홍보보다는 이러한 가치를 함께 만들어주는 이들을 '홍보'해 주어야 한다는 생각이었다.", "타깃은 실제 이용자들, 그리고 함께 길을 걷는 자원봉사자나 후원자이어야 한다는 것", "소통형 웹사이트를 만들자" 그리고 동료들과 논의한 내용들..... 우와! 다 대단하십니다.

기관을 홍보하기보다는 지역을, 주민을 홍보하는 그 일에 고마워하고 세워드리는 역할로서의 허브가 되기를 바랍니다. 김기완 선생님은 하실 수 있습니다. 온라인 홍보의 핵심은 이것이라고 생각합니다. 비전소통, 감사소통, 나눔소통 글:웹사이트에서 일어나야 할 소통은 무엇인가? 비전소통, 나눔소통, 감사소통

# 15. 기관 웹사이트 기획 과정 2



## 김기완

2011년 7월 14일

변변찮지만 정보를 공유해 달라고 하신 분들이 계셔서 올립니다. 나중에 기관 웹사이트 오픈 이벤트 하시면 많이 도와주세요. 총 5편으로 구성해서 올리려고 합니다. 글은 계속 수정 중이고요. 2편입니다.



## 기관 웹사이트 기획과정 2 - '기초자료조사, 기획회의' 그리고 'SNS'

매월 1,000명 정도를 대상으로 웹진을 보내고 나니 웹사이트 방문자 수가 웹진 발송일 뒤로 비약적으로 상승하는 것을 알 수 있었다. 그러나 아직도 유입경로나



**장정현** 와우 마지막에 운명적인 만남이 있었군요. 다음 편도 기대가 돼요. 응원합니다!



**김중원** 웹진으로 인한 웹사이트 방문자 수 증가. "보이지 않는 곳에서 선행을 베푼 사람들을 홍보해줄 수 있을까?", "페이스북을 통해서 다양한 용인 시민들을 알게 되었고" 등. 의미 있는 이야기들이 참 많습니다. 선생님의 다음 글도 기대됩니다. 우와!

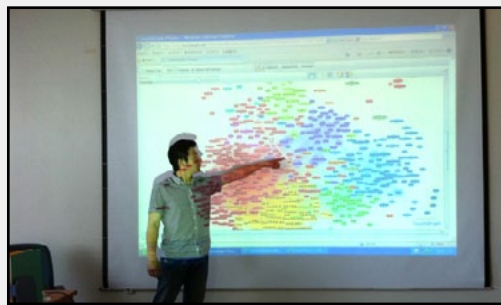
## 16. 기관 웹사이트 기획 과정 3



### 김종원

2012년 8월 11일

김기완 선생님께서 쓰신 웹사이트 기획과정입니다. 기관 웹사이트 제작에 도움을 주신 분을 처음 만났을 때 이야기와 만남을 준비하는 기간에 벤치마킹한 웹사이트 분석이 담겨져 있습니다. 함께 살펴봐요.



### 사회복지사 kyumpapa의 살아가는 소소한 이야기 :: 기관 웹사이트 기획과정 3 - '첫만남', 그리고 김스큐

2011년 6월 3일 오후 관내 직원 소그룹 교육으로 실시한 2주차 교육을 성황리에 전부 마쳤다.



박재훈 서울장애인복지관 웹사이트는 올해 개편되니 현상태를 벤치마킹하는 건 의미가 없습니다. 참고 바랍니다.

# 17. 기관 웹사이트 기획 과정 4



**김기완**

2011년 8월 30일

드디어 오랜 산고 끝에 기관 웹사이트가 완성되었습니다. 조직개편이 있어서 공개를 못하고, 소소한 문제 해결을 하느라 한 달이나 미뤄졌네요. 다름이 아니오라 페이스북을 통해 개편 이벤트를 하려고 제작자 노트를 포함한 5부작의 글을 쓰고 있는데 해당 글을 보시고 더 궁금하시거나, 들어가면 좋지 않을까 하는 의견 있으면 주세요. 기능 설명 측면에서요.



## 기관 웹사이트 기획과정 4 - 기능소개

일단 WA웹접근성 기준에 의거하여 만들어 졌으며 빠른 구현을 위해 플래시는 뺐습니다. 이미지로 표현되었던 디자인은 전부 선과 텍스트로 교체하여 현란한 그래픽을 구사하지 못했지만 시각장애인이 이용하는데



**강원남** 와! 그냥 감탄만 하고 있습니다. 구석구석 손길 안간 곳이 없으시군요. 멋지십니다. 배우고 따라하는 것만으로도 벅찰 것 같습니다.



**박용득** 한 가지 궁금한 것이 있는데요. 기관 로그인이 있던데 혹시 회원가입 시 개인정보도 받으시나요? 예를 들면 주민번호? 아님 외국 사이트와 같이 이메일로만으로도 회원가입이 되나요? 현 사이트에서는 주민번호 입력을 안 하게 되어 있는데 막상 사이트에서는 주민번호 입력 등의 안내가 되어 있네요.

한 가지 제안을 드린다면 포인트 제도를 두어 로그인 10점, 글 작성 5점 등 포인트를 제공하여 나중에 그 포인트로 기관 내 프로그램 수강 시 할인을 제공한다거나 포인트로 후원금을 대체 하는 등의 혜택을 드리면 어떨까 싶습니다.



**김기완** 개인정보는 다 받고 있으나 필수사항이 아닌 선택사항이 많을 것 같습니다. 고도근시 이용자 분은 로그인 창 밑에 확대 축소 기능을 사용하시면 되고 메뉴자체도 텍스트이기 때문에 적용이 됩니다. 포인트제는 활용할 예정입니다. 소통에 대한 인센티브죠. 하지만 킴스큐 측에서 아직 기능개발 중이라 점차 개선될 것 같습니다.



**조영민** 그동안 참 말도 많고 탈도 많았던 기관 웹사이트입니다. 재능기부해주시는 성백준님께 너무 귀찮게 해드리는 것 같아 웬만한 것은 제가 나름대로 수정 보완하는 작업을 거쳤습니다. 다시 한 번 성백준님께 감사드립니다.

## 18. 소통하는 기관 웹사이트 제작 과정 발표



**김종원**

2011년 12월 12일

오늘부터 소셜프리즘 세미나 때 사례발표 하셨던 선생님들 발표를 공유합니다. 기관 웹사이트를 만드신 이야기입니다. 아니. 기관 웹사이트를 통해서 동료, 주민들을 만나는 방법에 대해 이야기해주시네요. 뜻을 갖고 웹사이트를 만들면 이렇게 달라집니다.



**2011 소셜프리즘 세미나 사례발표**  
**김기완선생님, 소통하는 기관 웹사이트**

2011 소셜프리즘 세미나 사례발표 김기완선생님, 소통하는 웹사이트 발표영상 소셜프리즘 세미나는 사회 복지 홍보에 깊게 나누는 자리입니다.



## 19. 소통과 웹접근성을 고려한 웹사이트



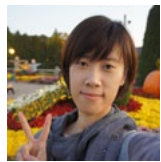
**여병철**

2011년 8월 9일

하상장애인복지관에서는 장애인복지관련 정보를 제공자 중심이 아닌 SNS를 통해 쌍방향 소통 중심으로 활성화하기 위해 웹사이트 개편(재구축)을 준비하고 있습니다. 웹접근성 지침에 합당한 웹사이트로 개편하도록 이용하시는 여러분의 다양한 의견을 반영하려 합니다. 더 사용하기 편리한 웹사이트가 되기 위한 의견 수렴에 적극적인 참여를 부탁드립니다.

**하상장애인복지관에 오신 것을 환영합니다.**

<http://www.hasang.org/>



**장윤정** 소셜플러그인과 소셜댓글 기능은 필수입니다.



**김기완** 이미지를 드래그가 되는 텍스트 기반으로 재구축할 수 있을까요? 디자인이 단출해지는 약점이 있지만요.



**전진호** 우선 플래시부터 걷어내야 하겠네요. 김기완 선생님. 구현 가능한 것으로 알고 있습니다. 변형해 예쁘게 디자인할 수 없는 단점이 있지만 유독 디자인 낭비 때문에 시각장애인을 고려하지 않는 현실을 감안한다면 도입해야죠.



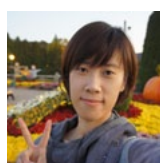
**김기완** 이미지로 하되 텍스트를 밑에 넣어 주고 글씨를 바탕색과 동일한 색으로 하면 디자인적인 요소도 살릴 수 있는 잔머리……. 소셜댓글은 조금 걱정이 되는게 스팸처럼 되어버릴 수 있어요. 공지사항 게시판 정도에만 적용하는 것이 어떨지 생각합니다.



**전진호** 사실 소셜댓글, 요즘 많이 쓰이긴 하는데 의외로 글을 잘 안 남겨요.



**여병철** 김기완 선생님. 저번에 알려 주신 킴스큐 보드는 어때요. 아직 사용을 해 보지 않아서 잘 모르겠어요. 킴스큐 웹사이트에 들어가서 보니 우리가 구현하려고 하는 것이 거의 다 되는 것 같습니다. 공개형 보드는 보완에 약하다고 하기도 하던데……. 그 점은 어떻게 하셨는지요?



**장윤정** 웹사이트에 '신청하세요'란 글이 있는데 막상 전화로 신청하도록 되어 있군요. 웹사이트가 복지관의 플랫폼 역할을 하려면 적어도 댓글로 신청하거나 온라인신청서 작성 정도는 바로 되면 좋을 듯합니다.

## 19. 소통과 웹접근성을 고려한 웹사이트



**장윤정** 온오프믹스나 페이스북 이벤트 등을 넣는 것은 어떨까요? 그리고 콘텐츠별 URL이 안 뜨니 트위터나 페이스북에서 링크공유는 어렵겠군요. 요새는 페이지별 URL이 다 뜨잖아요. 아니면 주소복사기능을 넣던지. 그러면 좋겠죠. 목표가 쌍방향 소통이라 하셔서 거기 맞춰 이야기하는 것이예요.

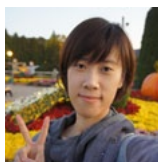


**전진호** 전문적인 것은 잘 몰라요. 다만 제언 드리고 싶은 것은, 많은 사회복지기관에서 웹사이트를 개편 때 전문가 제언을 받더군요. 사실 기관 웹사이트를 이용하는 사람은 당사자인데 당사자는 속 빠진 채 진행하다 보니 산으로 가는 경우를 많이 봐요. 시각장애인이 이용 가능한 웹사이트 구현은 엄청난 돈을 들여서 만들 필요는 없다고 봐요. 가이드라인이라고 만들어져 있는 것도 실용성과 거리가 먼 내용도 많고요. 대신 시각장애인 당사자가 웹사이트 제작에 참여해 그가 웹사이트를 잘 읽을 수 있다면 좋겠죠. 꼭 고려해주세요.



**김기완** 김스큐가 비전문가도 입맛대로 잘 만들 수 있어서 장기적으로 봤을 때 담당자가 바뀌어도 인수인계가 편리할 것 같아요. 원하는 모듈은 유료로 사서 적용하면 되는데 비싸봐야 3만 원 정도 하는 것 같더라고요. 그래도 초기에 웹사이트 구축에서는 아무래도 코딩을 할 만한 전문가가 있기는 있어야 할 것 같아요. 위에 장윤정 선생님 말씀처럼 각 게시 글별로 QR코드가 자동 생성되고 회원가입을 하면 프로필 사진도 만들어지고, 회원끼리 친구 맺기도 가능하고요. 쪽지기능이나 댓글알림기능 같은 것도 참 좋아요.

2013년까지 모든 웹사이트는 웹접근성 기준에 의거하여 만들어지도록 법으로 강제하고 있고 그렇지 않은 경우 벌금이 3,000만 원이던가요? 그랬던 것 같아요. 한번 만들 때 아예 웹 접근성 기준인증을 받는 것도 좋아요. 이번에 용인장애인복지관에서 만드는 웹사이트도 빨리 오픈을 해야 하는데 소소한 문제들이 많아서 늦어지고 있네요.



**장윤정** 가입하려고 하니 주민번호 넣으라고 나오는데 주민등록번호 저장을 안 하실 것이라면 굳이 주민번호인증보다는 이메일 인증이 좋을 듯해요. 인증메일에 하상장애인복지관의 가치를 담은 내용과 친구에게 추천하기 등의 기능을 함께 넣는다면 홍보효과도 있겠죠? 건당 돈이 들어간다고 들었는데 1원인가 한다고 하더라고요. 이런 다양한 가치와 기능을 담은 사이트를 저희가 준비 중에 있거든요. 청소년과 직업인이 만나는 공간으로 직업인의 인지영역을 청소년의 꿈을 위해 이용하는 그런 공간이죠. 수일 내에 초대장 온라인에서 공유할 테니 관심 가져주세요.

## 20. 웹접근성을 고려하여 기관 웹사이트 만들기



**이정렬**

2012년 1월 4일

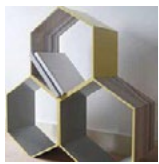
복지관 웹페이지 개선사항에 대해서 조사 중입니다. 장애인 복지관 웹페이지의 개선 사항에 대해서 줄줄이 말하려고 하거든요. 예를 들어

1. 시각장애인용 웹사이트 화면 확대 축소 기능 2. 직원용 게시판(차량이용, 회의실이용 게시판 등) 3. 복지뉴스, 공지사항 게시판 (메인 노출) 4. 트위터, 페이스북, 블로그 연동 시스템 5. 주요 사업 링크 6. 후원처 및 기관 링크 7. 사진 갤러리 8. 자원봉사, 후원 신청 게시판 9. 킷 메뉴바 (상담게시판 등) 10. 복지관 홍보영상 등

혹시 추가했으면 하는 것 있으시면 리플 부탁드립니다.



**김진희** 저희는 '언론에 비친 복지관 메뉴'가 있습니다. 복지관 방문 또는 실습 신청도 있더군요.



**김지훈** 소식지를 발행하면서, 기관 웹사이트에서는 확인할 수 없는 기관도 있더라고요, PDF 파일이 올려져 있는 곳은 먹통이 되는 곳도 있고요. 그리고 너무 많은 것을 담으려 하는 것 같아요.



**김종원** 시각장애인용 웹사이트 확대 축소 기능은 꼭 필요하지 않습니다. 웹브라우저에서 기본적으로 갖고 있는 기능이지요. 'Ctrl'+ '+' 를 누르면 확대가 돼서요. 대부분의 시각장애인이 이 점을 잘 알고 계십니다. 그것보다 사진 또는 이미지 설명을 넣는 것은 어떠세요? 대체 텍스트라고 합니다. 한번 살펴보시면 좋습니다.



**여병철** 웹접근성을 고려해서 제작하시면 좋을 것 같아요. 웹접근성연구소에 가시면 자세한 내용을 보실 수 있어요.



**서재민** 웹접근성 덕분에 작년 이맘 때 고생했던 기억이 나는군요. 추가할 것이라면 시각장애인을 위한 음성지원서비스는 어떨까요?



**김종원** 옛날에는 음성지원을 각 웹사이트에서 지원하도록 했는데요. 요즘에는 센스리더라는 프로그램이 있어 각 컴퓨터에서 지원합니다. 그래서 웹사이트에서 음성 지원하는 것을 추천하지 않습니다. 충돌하거든요.



**이미현** 김종원 선생님. 센스리더 프로그램이 우리 어르신들에게도 유용할 듯합니다. 감사합니다.

## 21. 기관 웹사이트, 웹접근권 지키기



**김종원**

2011년 8월 9일

사회복지기관의 웹사이트도 접근권에 맞춰 시각장애인도 이용할 수 있어야 합니다.



**시각장애인복지관 웹사이트인데, 왜 그랬을까?**

부산시각장애인복지관 접근성 직접 살펴봤더니 자막] 해운대 장애인자립생활센터 (부산광역시 해운대구) INT 이상훈 (해운대 장애인자립생활센터 활동가)



**장정현** 그렇군요 접근성. 누구나 보고 듣도록 해야 한다는 것!



## 22. 웹접근성 품질마크에 관한 의문



**이정렬**

2012년 3월 13일

저희 복지관에서 새롭게 웹사이트를 제작 중입니다. 현재 웹접근성 적용에 문제점이 생겨서 업체와 논의 중에 있습니다. 혹시 웹접근성 품질마크를 적용하신 복지기관이 있나요?



### 품질마크 개요 | 웹 접근성 연구소

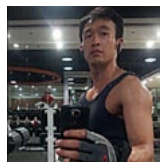
장애인 및 고령자가 웹 사이트 이용에 불편이 없도록 웹 접근성 표준지침을 준수한 우수 사이트에 대해 웹 접근성 수준을 인정하고 이를 상징하는 품질 마크를



**최인철** 저희는 고려하여 개발했으나 아직 인증까지는 못 갔어요. 3월까지 부족한 점을 보완해서 4월 중에 인증을 받고자 합니다.



**이정렬** 수수료 : 공공기관은 전문가·사용자·갱신심사 수수료 50% 감면한 인증심사(전문가+사용자심사) : 2,000,000원(공공기관, 비영리 장애인민간단체 : 1,000,000원) 갱신·재심사 : 800,000원(공공기관, 비영리장애인민간단체 : 400,000원)  
절차가 까다롭네요. 수수료도 비싸고요.



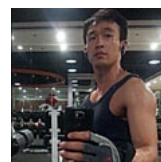
**최인철** 네. 인증받는 것이 어렵죠. 수수료도 비싸고. 그래서 접근성에 맞게 만들고 인증은 안 받는 곳도 있더라고요.



**전진호** 굳이 인증받아야 하나요? 장삿속이라는 생각을 지울 수가 없습니다. 차라리 그 예산의 반의반만 써서 시각장애가 있는 분들을 모시고 직접 접근성 테스트해 보시고 수고비 드리고 남은 돈으로는 지속적으로 웹사이트 모니터링 해주십사 부탁드립니다. 그것이 훨씬 가치 있을 듯합니다.



**이정렬** 최인철 선생님. 아이소리 웹사이트 우측에 있는 글씨확대와 화면확대 기능의 버튼 크기가 잘 보여서 좋네요. 페이스북과 트위터도 깔끔해서 보기 좋았고요.



**최인철** 전진호 선생님. 현실적으로는 그렇기는 한데 아무래도 기관운영에는 인증 받는 것을 좋아하셔서요. 사람들에게 보여지기도 그렇고……. 이정렬 선생님. 감사합니다. 아직 부족한 사이트예요. 도움 많이 주세요.



## 22. 웹접근성 품질마크에 관한 의문



**이정렬** 전진호 선생님. 네. 선생님 저도 장삿속이라고 생각하고 있는데요. (주)씨브나라라는 업체에서 공문을 하나 받았습시다.『장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률(장애인차별금지법)』시행과 관련하여 장애인의 웹접근성 보장. 이를 준수하지 않아 적발되었을 경우 "3천만원 이하의 과태료", 또는 "3년 이하의 징역"에 처할 수 있다고 나왔네요.



**최인철** 아. 그것 관련해서는 웹접근성을 보장하라는 것이지 인증마크를 꼭 획득할 필요는 없습니다. 저희 기관의 경우는 장애인 사업을 하는 곳이라 어느 정도 가시효과 때문에 인증을 받으려고 하는 것이고요.



**김종원** 인증 수수료가 너무 비싸요. 그래서 꼭 하지 않아도 된다고 생각합니다. 글씨확대와 화면확대 기능은 웹접근성이 꼭 필요한 기능이 아니에요. 시각장애인은 키보드로 확대 축소하기 때문이지요. 이미지에 대체 글자와 'Tab'버튼으로 이동할 때 논리적으로 이동만 되더라도 좋아요. 옛날에 썼던 글입니다. [글:정보접근성! 업체에 맡기십시오. 그래도 이미지와 동영상은?](#)



**전진호** 웹접근성은 당연히 고려해야 할 사항이고, 지켜야 합니다. 그러나 이것으로 인증한다는 것은 말 그대로 영업하는 곳의 말입니다. 글씨확대 기능이 필요한지 화면확대 기능이 필요한지 TTS엔진 장착이 필요한지 어쩐지는 시각장애인 당사자 10분만 만나뵙고 필요한 사안을 체크. 업체에 요구하여 잘 구현됐는지 확인하면 되는 일이라고 봅니다.

## 23. 웹북 제작과 접근성



### 섬소나이

2012년 7월 3일

무료 웹북 사이트(<http://issuu.com>) 웹북으로 변환, 공유하는 외국 사이트입니다. (원본 파일 100메가, 500페이지 이하면 등록이 가능)



### 서귀장복 개관 10주년 보고서 웹북

[창조와 혁신의 블루오션](#)



**섬소나이** 웹북의 경우 시각장애인을 비롯한 일부 이용자들이 접근하기에 어려운 점이 있습니다. 웹북의 형태가 보기 좋고 깔끔한 점이 있지만 이런 점을 생각한다면 사회복지기관(특히 장애인 복지 분야)에서는 사용을 지향하는 것이 아니라 참가해야 하는 것이 맞겠죠? 그런데 장애인복지관 평가지침에서는 웹북 제작을 부추기고 있더군요. (소식지 출판하면 한 건 인정, 웹북으로 제작하면 또 한 건 인정. 팸플릿 제작하면 한 건 인정, 웹북으로 제작하면 또 한 건 인정)

다음 평가에서는 웹접근성 준수 여부나 보이스아이 등 양이 아닌 질을 중시하는 평가를하기를 기대해 봅니다.



**이옥겸** 섬소나이 님의 의견에 동의합니다. 다양한 매체의 발달로 마치 따라가지 못하면 뒤쳐진 홍보인이라는 시선에 부담을 가집니다. 공중(Target Audience)이 누구냐에 따라 적합한 매체를 채택하는 것이 중요하고 이를 기관장에게 설득하는 것이 필요합니다.



**김종원** 처음 장애인복지관 평가 지표를 봤을 때 웹북 제작에 대해 문제제기를 해야겠다는 생각을 했었습니다. 결국 다른 생각들로 못했지요. 다음 복지관 평가에도 같은 내용이 나오면 문제제기를 하려고 합니다. 섬소나이 선생님 덕분에 더욱 의지를 다졌습니다. 플래시로 입힌 웹북은 문제입니다. 글자가 복사되는 PDF 파일은 괜찮습니다. 어도비리더가 자체적으로 센스리더와 같은 스크린리더와 연동해서 글을 읽어줍니다. 통 이미지 PDF 파일은 그렇게 전혀 하지 못하지요. [글:콘텐츠를 웹진으로 가두지 말고 풀어내자](#) 이글이 섬소나이 선생님께 도움이 될 것입니다. [글:스크린리더를 위한 PDF 파일 제작 가이드](#) 참고하세요.

## 24. 모바일 웹사이트 제작 논의 1



### 전재일

2011년 6월 9일

모바일 웹사이트 또는 앱에 대해서 고민하는 기관이 있나요? 개인적으로는 반드시 필요한 것이 아니라고 생각하는데 언젠가는 필요할까요? 필요하다면 어떻게 기획하고 구성해야 하는지, 만든다면 소스는 기관들이 비슷하게 공유할 수도 있고, 그에 따른 비용도 절감시킬 수 있지 않을까 생각합니다. 여러분의 의견은 어떤가요?



**김종원** 용인장애인종합복지관이 모바일 웹사이트를 지금 만들고 있고요. 정선복지 선생님이 그 영역에 전문가이십니다. 저는 티스토리 블로그를 만들었더니 모바일 웹사이트는 그냥 똑딱 만들어지더라고요.



**장윤정** 외국은 혹시 앱을 쓰는 사례가 있나요? 이 외에 굿앱스라고 비영리를 위한 어플개발 모임은 우리나라에도 있습니다.

<http://goodapps.or.kr/>



**서재민** 모바일 웹사이트를 고민하고 있습니다. 업무과중의 걱정로 인해 우선 잠정적으로 중단했습니다.



**신현환** 송의종합사회복지관에서는 기관 웹사이트를 안 쓰고 다음 카페를 주 웹페이지로 사용하고 있습니다. 앞으로도 웹사이트 제작할 계획은 없습니다. 기관의 대표 웹사이트로 블로그 혹은 카페를 지속적으로 사용하자고 이야기했고 다양한 유익성을 설명하고 있습니다. 그 유익 중 하나가 모바일화입니다. 다음 카페는 자동으로 모바일 단말기용 카페가 보이는 것 아시죠?



**최인철** 요즘은 포털사이트 카페나 블로그를 통해서 기관 웹사이트로 이용하는 곳이 늘어나는 것 같습니다. 파라다이스복지재단은 아직 웹사이트를 운영하고 있고 현재 기관 웹사이트 리뉴얼작업에 모바일 및 태블릿 호환성도 고려중입니다. 아무래도 추세를 고려했을 때는 모바일에서 호환이 가능한 사이트가 필요할 것 같습니다. 웹사이트 개발할 때 웹표준을 고려하시면 되는 것으로 들었는데 전공이 아니라 잘 모르겠네요.



**정승창** 비용절감 측면이라면 포털 블로그나 카페가 유리합니다. 저희 복지관도 웹사이트를 다음 카페로 바꾸는 중입니다. 기존 웹사이트는 리뉴얼이나 앱으로 연동할 경우 비용이 만만치 않더라고요. 어느 것을 선택하든지 장단점은 있으리라 생각합니다. 부산 남구종합사회복지관은 웹접근성, 비용, 직원의 활용 용이성, 지역주민과의 소통을 고려해서 웹사이트를 다음 카페로 바꾸기로 했습니다. 직원과 같이 의논하면 좋은 방법이 나올 것 같네요

## 25. 모바일 웹사이트 제작 논의 2



### 손정아

2012년 8월 30일

모바일 웹사이트를 만든 기관 있다면 자문을 구합니다. 웹접근성평가에 따른 개보수와 더불어 모바일 웹사이트를 만들자는 의견이 있었습니다. 그것을 어떻게 하는지, 기존 웹사이트 운영업체와 별개로 진행해야 하는지, 제작비는 얼마나 드는지 등. 적극적인 조언 부탁드립니다.



**박용득** 저는 콘텐츠가 중요하다고 보여요. 단지 모바일 웹 포장이 아닌 웹 안에 콘텐츠가 있고 그 콘텐츠를 사용하고자 하는 분들이 많을 때 모바일로 넘어가도 늦지 않다고 생각하거든요. 많은 사회복지기관 웹사이트들이 콘텐츠가 너무 부실한데요. 그것부터 준비한 다음, 웹 방문자가 많아지면 모바일로 넘어가세요. 일단 모바일 비용도 만만치 않더라고요. 예전 welfare.net 모바일 웹사이트 제작비용을 알아봤는데 3-4천만 원 정도 들더라고요.



**신철민** 콘텐츠가 핵심이죠. 하나의 콘텐츠를 가지고 같이 가는 방법을 연구해본다면 비용이 적게 드는 '워드프레스'를 검토해보는 것도 좋은 듯합니다. 일단 접근성을 고려해서 만들어 가야 합니다.



**최인철** 저희는 별도의 모바일 웹사이트를 만들지 않고 스마트폰에서도 접근 가능하도록 만들었습니다.



**김종원** 기관 웹사이트를 개보수해야 하고 모바일 웹사이트까지 동시에 만들어야 한다면 웹사이트를 새로 만드시기를 추천합니다. XE엔진이나 김스큐로 웹사이트를 제작하는 업체를 찾으시면 모바일 웹사이트는 그냥 따라옵니다. 구체적인 업체를 알고 싶으시다면 제가 안내해드리겠습니다. 그러나 더 중요한 것은 다른 분의 말씀처럼 콘텐츠입니다. 비싼 그릇을 만들어도 담는 것이 없거나 가치가 떨어진다면 내용물 역시 가치가 떨어지기 마련입니다. 네이버, 다음의 카페도 좋습니다. 네이버, 다음의 블로그도 좋습니다. 이곳에서 제공하는 모바일 웹사이트도 기능이 참 좋습니다. 비용도 들지 않고 쉽게 운영할 수 있습니다. 이 방법은 어떠신지요?



**김현우** 그러게요. 저희도 XE엔진으로 만든 웹사이트를 운영을 하고 있지만 XE엔진도 대형 포털인 다음, 네이버의 유지보수 수준을 따라오기는 힘들어요. 제 아무리 예쁘게 웹사이트를 만들어 봤자 관리자가 일방적으로 글을 올리는 방식이고 그나마도 한 달에 몇 건도 안되는 수준이라면 웹사이트를 만들고 유지하는데 사용되는 비용이 참으로 아깝습니다.

## 25. 모바일 웹사이트 제작 논의 2



**김현우** 대부분의 복지단체가 웹사이트를 운영합니다. 작년 글들이 최신인 경우도 너무 흔하게 보게 됩니다. 얼마나 살아있는 정보를 담는 것이 중요합니다. 페이스북의 경우 타임라인에 올린 글이 주목을 끌 수 있는 시간은 3시간 정도라는 정보를 어디서 본 것 같네요.



## 26. 온라인에서 생산품 어떻게 팔까?



**류웅수**

2011년 5월 16일

기관의 웹사이트를 개설하고자 합니다. 이제 시작하는 작업장이라 홍보담당자가 따로 없기에 업무를 맡게 되었습니다. 부끄러운 지식뿐이라 도움을 얻고자 글을 올립니다.

1. 기관 웹사이트 2. 생산품을 팔 수 있는 쇼핑몰 3. 모바일 웹사이트

이 세 가지를 만들고자 합니다. 1,2,3번을 모두 연동하고자 합니다. 또한 기관 웹사이트가 어떻게 하면 지역주민 및 고객들이 "놀 수 있는 공간"을 만들 수 있을지 고민입니다. 1회 방문하고, 상품만 팔면 끝이 아닌, 그 후의 지속적인 소통과 피드백을 어떻게 하면 이끌어 낼 수 있을까요?

모바일 사이트는 '웃게' 사이트 같은 커뮤니티 사이트처럼 지속적으로 들어가서 글을 읽고 쓰고 리플을 다는 재미를 준다면 모바일 기기로 자주 방문을 하게 될 것 같다는 생각이 듭니다. 즐길 거리를 제공한다라고 할까요?



**서재민** 블로그를 이용해서 기관 웹사이트를 구축하면 어떨까요? 기존 웹사이트보다는 소요예산도 적을 뿐 아니라 예산이 안 들 수도 있고. 상품을 팔고 지속적인 소통을 원하신다면 블로그가 더 효율적일 것 같거든요.



**류웅수** 기관 웹사이트가 있는 상태에서의 블로그 운영이 효율적일까요? 아니면 서재민 선생님 말씀대로 블로그 운영이 효과적일까요? 웹사이트에 블로그 같은 소통의 장을 혼합하는 방식이 있을까요?



**서재민** 두 개를 같이 운영하기에는 사실 업무효율성 관점에서 문제가 생길 수도 있습니다. 블로그는 기존 웹사이트보다 꼼꼼하게 작성을 해야 하니까요. 홍보사업 담당자들은 아실테지만 웹사이트, 블로그, 페이스북, 미투데이 등을 혼합하여 홍보사업을 할 때 힘들다고 하거든요. 홍보수단을 최소화하여 집중적으로 진행하는 것이 개인적으로는 좋은 홍보사업이라고 생각합니다.



**김종원** 저는 2번을 포기하시면 좋은 업체들이 많은 것 같습니다. 2번을 따로 구축하시지 마시고요. 옥션, 인터파크, G마켓 이런 곳에 등록하고 판매하시는 것이 어떨까요? 블로그나 웹사이트로 링크를 연결하는 것이 좋을 것 같아요. 사회복지기관에서 따로 쇼핑몰, 결제 관련해서 관리할 수 있는 사람이 거의 없다고 생각합니다.



**류웅수** 서재민 선생님, 좋은 의견 감사합니다. 블로그를 잘 운영하고 계시네요. 굉장합니다. 김종원 선생님. 생산품을 팔기 위해 쇼핑몰을 따로 운영하면 힘들다는 말씀이신가요? 쇼핑몰에 결제, 고객등록 및 관리를 끼워넣을 수 있는지 고민을 조금 해보아야 하겠습니다.

## 26. 온라인에서 생산품 어떻게 팔까?



**김종원** 네. 류웅수 선생님. 계신 기관의 전체적인 상황을 모르겠으나 저의 관점을 나눠서 설명하면 1.쇼핑몰에 투자해야 하는 비용을 회수 할 만큼 거래가 활발할까요? 수지타산 2.유통의 경로를 따로 빼기보다는 유통의 경로를 기존 체계로 통합하시면 어떨까요? 정상화 이론 3. 판촉, 시스템 관리, 유지보수 등을 기존 기관 체계에서 잘 할 수 있을까요?

제가 잘 못 알고 말하는 점이 있을 수 있습니다. 그래도 한번 생각해 볼 필요가 있다고 생각합니다. 옥션 이런 데에서 떡도 파네요.



**류웅수** 소중한 의견 감사합니다. 많은 도움이 되고 있습니다. 아직 더 고민해봐야 할 것 같습니다.

## 27. 기관 웹사이트에 소식지 게시 형태 논의



**이창신**

2011년 3월 22일

기관에서 제작한 소식지를 기관 웹사이트에 올리는 방법에는 어떠한 것이 있을까요? 우리는 현재 그림 파일을 그대로 올립니다. 전체 파일을 다운받아 보게 하는 곳도 있는 것 같고 웹진으로 올리는 곳도 있는 것 같습니다.

게시판 형태로 작성하여 블로그처럼 그대로 올리는 방법을 고민 중입니다만, 현재 올리는 방법도 조금 쉽게 개선해 보려고 합니다.

기존에 제작한 소식지의 디자인 형태 그대로를 웹사이트에서 볼 수 있게 하는 방법으로 그림 파일로 올리는 방법보다 더 손쉬운 것이 있을까요?



**박승용** 어디에선가 본 적이 있는 것 같은데……. 전자책 방식으로 페이지를 넘기면서 보게 해주더라고요. 기술적인 문제는 전혀 모릅니다.



**김기완** 책 넘기듯 넘어가는 방식의 플래시로 제작해서 올려달라면 해주던데요. 추가요금에 관해서는 잘 모르겠으나 아마 승냥이때 마냥 돈을 요구하겠죠. 오픈소스로 직접 편집해서 올리시는 것은 어떨지요.



**김동균** 전자책 방식이 괜찮은 것 같습니다. 기본적으로 페이지를 보려고 하면 페이지마다 클릭을 한다던가, 한 페이지당 실을 수 있는 양의 한계가 있습니다.



**이창신** PDF 파일을 다운받아 보는 방식은 어떤가요? 이미지도 크게 볼 수 있고 한눈에 소식지를 다 훑어볼 수 있죠. 용량도 그리 크지 않고 올리기도 한 번에 가능합니다. 단 받아보는 사람이 한 번 다운받아야 하는 번거로움이 있겠네요.



**김기완** 아마도 받아보는 번거로움보다는 어도비리더를 설치해야만 볼 수 있다는 사실을 모르는 사람이 더 많을 것 같은데요.



**이창신** 그렇죠. 아마도 연세가 있으신 분들은 조금 어려워 할 수도 있습니다.



**신철민** 저는 이미지보다는 E-Book이나 PDF 파일 형태를 추천합니다. 조금 더 나아가서는 서울시복지재단의 웹진 형태는 어떨까요? [링크:천만시민이 행복해지는 가슴 따뜻한 복지이야기](#)



**이창신** 현재로서는 PDF 파일로 올리는 방법을 모색하고 있습니다. 웹진 형식은 예산과 시간이 확 늘어날 것 같습니다. 올해는 간단히 개선하는 선에서 찾아보려고 하고요. 내년엔 기관 웹사이트를 개편할 때 적극 참고하겠습니다.

## 27. 기관 웹사이트에 소식지 게시 형태 논의



**이창신** 혹 전자책 방식으로 운영하는 곳 중에 추천해 주실 곳이 있다면 지금부터라도 공부하겠습니다.



**박승용** 설득하지 않고 공감하게 만든다. 자신만의 스토리텔링. 귀에 쏙쏙!



**김종원** PDF 파일을 올리는 것을 반대합니다. 김기완 선생님이 말씀하셨듯이 리더라는 별도의 프로그램이 필요해서 유용하지 않습니다. 다른 방법으로 이미지를 올리면 웹접근권에 위배됩니다. 게시판을 통째로 바꾸거나 아예 그냥 블로그를 사용하시는 것이 좋을 것 같습니다.

글:콘텐츠를 웹진으로 가두지 말고 풀어내자

시간이 지나면 이 역시 어느 정도 통일화 작업이 거쳐질 것입니다.



**이창신** 장기적으로는 김종원 선생님 의견대로 진행하려고 합니다. 꼭 지별로 게시판이 만들어지겠지요. 다만 현재 그림 파일로 올리는 소식지를 보기 쉽게 개선하려고 하는 것인데……. 이 역시 고민이 되는군요.



**신철민** 접근성 차원이라면 맞습니다. 제가 논의 초점에서 접근성을 깜빡했습니다. 접근성을 기준으로 한다면 소식지 자체가 E-Book 형태든 외부 파일을 이용하는 것은 바람직하지 않습니다. 다만 범용적으로 사용하면 그것이 나중에 표준이 되는 경우가 많기 때문에 말씀드린 것입니다.



**임성희** 저희 기관은 E-Book으로 만듭니다. 웹사이트 관리비에 이 점이 포함되어 비용은 구체적으로 얼마인지는 모르지만요. E-Book을 보도록 주소를 링크하기도 하고 QR코드로도 만들어서 컴퓨터 혹은 스마트폰 등 사용도구에 맞게 각기 다른 형태의 소식지를 보도록 배포합니다.



**조은희** 보는 사람이 가장 보기 편하고, 쉽게 볼 수 있게 만들면 되지 않나요? 특정 도구를 사용해서 보는 것보다 바로 볼 수 있는 것이 좋을 듯합니다. 저는 E-Book에 한 표요.



**여병철** 그러면 시각장애인들이 스크린리더(센스리더)를 이용하여 소식지를 듣기 위해서는 텍스트 파일이나 워드 파일 밖에는 안되는 것인가요?



**김기완** 여병철 선생님. 보이스아이를 이용하면 됩니다.

## 27. 기관 웹사이트에 소식지 게시 형태 논의



**여병철** 보이스아이. 그것도 방법이겠지만 바코드 인쇄가 된 인쇄물만 읽을 수 있는 것이 한계인 것 같아요. 아직 소식지뿐만 아니라 출판물을 보이스아이로 읽을 수 있게 바코드가 인쇄되어 있지 않은 것이 문제이죠.



**김기완** 접근성의 논의에 시각장애인이 항상 사각지대에 놓이는 것이 안타깝네요.



**김종원** 여병철 선생님. 어도비리더 자체에도 접근성에 관한 메뉴가 있습니다. 그런데 센스리더와 어도비리더가 연결이 되는지는 제가 확실히 모르겠습니다. 미국 접근성 도구는 되는 것으로 압니다.



**신현환** 그냥 게시판 형식으로 쓰는 것은 불편할까요? 자연스럽게 글 쓰듯……. 블로그에 텍스트와 사진을 나열하면서요. 인터넷이라는 도구는 기본적으로 책과는 읽는 방식이 다른 듯합니다. 마우스의 휠 버튼으로 위에서 아래로 내리긋는 방식이죠. 웹툰이 대표적으로 그렇죠. 한때 무척이나 고민했었던 적이 있지요. 언제인가 김종원 선생님이 하나의 소스로 여러 콘텐츠를 만드는 방법을 알려주셨습니다. 평소 웹사이트에 올라오는 다양한 복지 소식을 소식지, 감사편지, 마을신문, 지역신문 등에 활용한다는 측면이지요. 이렇게 하면 기관 웹사이트에 소식지의 글을 다시 올리는 일이 줄어들지 않을까요?



**이창신** 블로그형 게시판 형식이 현재로서는 제일 좋은 것 같습니다. 게시판 기능이 약하기 때문에 우선 다음 블로그를 활용하고, 소식지는 PDF 파일로 올려서 당분간 두 가지 방법을 동시에 활용해야 할 듯합니다.



## 28 인터넷 신문 e세대공감뉴스



**박성후**

2011년 12월 20일

우리 인천 서구노인복지관에서 운영하고 있는 인터넷매체를 소개합니다. 어르신들의 가치와 신념을 여과 없이 지역사회에 들어내고자 만든 매체입니다. 아직 정기 간행물 등록은 하지 못 했습니다. 내년에는 주민조직화사업의 일환으로 우리 동네의 매체로 제호를 변경하여 운영하려고 등록을 미뤘습니다.

큰 비용이 들어가지 않으면서 당사자가 지역사회의 주체가 될 수 있는 한 방안이 되지 않을까 합니다. 벌써 운영한지 2년 정도 되었는데 담당자의 게으름으로 널리 전파되지 않았네요.

복지관의 홍보는 이용 당사자의 시각이 지역사회에 알려지는 방향으로 가야 한다고 생각합니다. 그 시각을 알리기 위한 수단으로 인터넷 신문을 운영했습니다. 어르신이 수 년 간 기자 활동을 하셔도 아직 기사작성에 보완할 것이 많아서 편집하고 게시하는 어려움이 있기는 하지만 이것도 즐거움입니다.



**비영리 공익형 인터넷신문 e세대공감뉴스**

e세대공감뉴스는 세대간의 문화 격차를 해소하고 통합의 기회를 제공하고자 서구노인복지관에서 운영하고 있는 공익형 인터넷신문입니다.



**김종원** 우와! 재미있는 접근이네요. 제가 알고 있기로는 서구노인복지관 웹사이트를 새로 RSS 연결형으로 만드는 것으로 알고 있는데……. e세대공감뉴스와 따로 가는 것인가요? 궁금하네요. 호기심이 막 생겼어요.



**박성후** 내년 사업을 위해서라도 따로 갈 수는 없겠죠.

## 29. 웹로그 분석 도구



**김종원**

2012년 7월 14일

웹사이트의 방문자 수를 분석하는 웹로그 분석 서비스입니다. 다음에서 제공하는 서비스가 종료되었네요. 구글의 웹로그 분석을 써보시길 바랍니다. 웹사이트에 소스 몇 줄을 넣으면 실시간으로 방문 통계를 내줍니다. 어떻게 하는지 모르겠다고요? 업체가 잘 알고 있습니다.

Google Analytics  
제품 둘러보기



### 구글 웹로그 분석

Google 웹로그 분석은 웹 트래픽 및 마케팅 효과에 대한 상세한 정보를 제공하는 엔터프라이즈급 웹로그  
<http://www.google.com/analytics/>

## 30. 온라인 설문조사 기능



**남보현**

2011년 11월 25일

기관 웹사이트 관련해서 팝업창을 활용하여 설문조사를 하려는데요. 관리 업체에서 설문조사 프로그램이 없다며 불가능하다고 하는데 유지보수비용이 발생하는 것은 뭔가요? 제가 잘 몰라서 그런 것인가요? 원래 다른 통로를 통해 설문조사를 진행하여야 하나요?



**최인철** 설문조사. 요즘 구글독스도 많이 이용하고 외부설문조사 링크 따서 사용했습니다. 가능한데 업체에서 이런 것을 잘 사용 안하고 돈 더 받고 프로그램 개발하거나 사와야 한다고 하죠.



**남보현** 통상적으로 그렇군요. 링크를 걸고 한다면 무료로 진행이 가능하다는 것인가요?



**정승창** 구글독스 저도 추천합니다. 무료입니다. 그리고 구글독스 설문 내용을 직접 만드셔서 팝업창에 구글독스 링크를 걸어서 게시해달라고 하면 무료로 해 드릴 것입니다.

혹여 그것이 불가능하다거나 잘 모르겠다고 하시면 그 업체 기술 능력을 의심해 봐야 하고 유지보수 계약 세부내용을 다시 확인해 보셔야 할 것입니다.

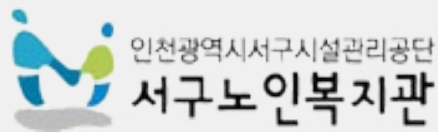
## 31. 직원 블로그를 기관 웹사이트와 연동



**김종원**

2012년 8월 29일

지금 인천서구노인복지관 웹사이트 운영 방식을 살펴봤습니다. 직원이 개인 블로그를 사용하고 그 블로그에 있는 내용 중에 사업에 관련한 내용을 기관 웹사이트로 모아 내는 것이죠? 박성후 선생님. 파이프(pipes)라는 서비스가 블로그의 글 중에 특정 글을 모아주는 기능인지 궁금합니다. 좋은 방식 같아서요.



**인천서구노인복지관 - 어르신께 참 사람살이를 배웁니다.**

어르신을 주체로 / 지역주민을 주체로 / 마을의 관계를 살립니다.



**고한용** 저도 좋아보입니다. 직원은 부담이 될 것 같네요.



**김종신** '모든 직원들이 블로그를 사용하고 내용 중 사업 관련 내용을 기관 웹사이트에서 모은다.' 좋네요. 웹사이트가 허브 역할을 하는군요. 이참에 직원뿐 아니라 봉사자의 글도 기관 웹사이트에 옮긴다면 더욱 활성화되겠군요.



**박성후** 네 맞습니다. 지금까지 관리자에 편중되었던 자료의 출처를 다양하게 만들 수 있습니다. 사업을 운영하는 과정을 블로그에 써서 기관의 브랜드와 사회복지사로서 직원들의 가치 또한 부각할 수 있는 강점이 있습니다. 고한용 선생님 이야기대로 직원들의 부담이 있는 것도 사실입니다. 아직은 활용법을 잘 몰라 애먹고 있네요.



**김종원** 우와! 새로운 시도 대단해요. 저도 이렇게 만들고 싶었는데 제대로 못했어요. 부럽습니다. 많은 기관이 이 방식도 있다는 것을 알면 좋겠어요.



**서영완** 블로그 방식으로 운영해서 보기도 좋고 깔끔합니다. 좋은 내용이 많아서 부럽네요.



**이창신** 기관 소식을 블로그에 올리고 글을 올릴 필진을 모으고 있습니다. 이렇게 각자 블로그를 운영하고 관련 있는 내용을 연결하는 방법도 있군요. 대단합니다. 그런데 전제가 개인 블로그를 운영해야 하겠군요. 아무래도 젊은 직원 중심이 되겠군요.

## 31. 직원 블로그를 기관 웹사이트와 연동



**전진호** 이제야 살펴봤는데 저희 웰페어뉴스에 있는 [웰페어n](#) 메뉴와 같은 방식이군요. 저도 이쪽에 관심이 많아 메타블로그 서비스를 도입했는데 생각만큼 호응은 없더라고요. 기관에서 운영한다면 반드시 콘텐츠의 업데이트에 대한 문제와 부딪히리라고 봅니다. 지속이 가능한 형태로 업데이트를 유지하려면 지금과는 다른 방식의 콘텐츠 생산을 이뤄야 할 텐데 행정 중심의 조직에서는 조금 어렵지요. 도입해 볼 만한 가치는 있으나 이전에 냉철한 평가가 선행돼야 할 듯합니다.

이창신 선생님. 블로그가 꼭 아니더라도 RSS 주소가 있는 웹사이트의 자료를 가지고 올 수 있어요. 예를 들어 웰페어n에서 사회복지사협회 웹사이트 특정메뉴를 저장해놓으면 자동으로 가지고 올 수 있어요.



**김종원** [인천연대 웹사이트](#)를 소개합니다. 중간쯤에 '최신글'과 '포커스'라는 메뉴를 가면 블로그를 모아놨네요. 직원의 블로그인 것 같아요. 인천서구노인복지관과 같은 구조네요. 좋아요!

[인천 여성회는 지부소식](#)을 지부들의 카페와 연결해놨네요.



**김현우** [대전 참여연대 웹사이트](#) 제일 하단에 사이트맵을 봐도 블로그를 링크해 두었어요.



**김종원** 김현우 선생님. 대전도 그렇게 했나요? 제가 찾지 못 했습니다. 대전참여자치시민연대 웹사이트 중에 '언론이 본 우리 단체' 콘텐츠가 좋네요.



**김현우** 네. 소셜링크 비슷하게 꾸며 두었더군요. 회원 블로그/싸이월드는 개인이나 소모임 링크이고요. 대전참여연대는 이렇게 공지한지 오래 됐던 것으로 기억해요. 예전에는 참여연대 웹사이트 첫 화면에 바로 콘텐츠도 보여주는 구조이기도 했는데 개편하면서 빠졌어요.



**김종원** 아. 그랬군요. 시민단체에서는 이런 시도를 많이 했군요. '연대!'라는 가치가 있으니 웹사이트도 그렇게 접근했군요. 시민단체를 통해 배웁니다.



## 32. 기관 웹사이트로 블로그 도전



### 정승창

2011년 5월 27일

안녕하세요. 부산에서 일하는 일꾼입니다. 복지관에서 긴 논의와 고집 끝에 기존의 독립된 웹사이트 대신 포털 블로그를 웹사이트로 제작할 예정입니다. 기관 웹사이트를 개편하려고 하니깐 돈도 많이 들고 좋게 만들어도 직원이 같이 협력해서 사용하지 않으면 소용이 없을 것 같더라고요.

그리고 블로그에 담긴 정보를 페이스북과 트위터를 통해서 퍼트릴 계획입니다. 페이스북 페이지와 트위터는 운영 중인데 아직 블로그는 만들지 못했습니다.

어느 블로그가 관철을지 계속 고민 중이죠. 혹시 블로그로 기관 대표 웹사이트로 사용하는 기관 중에서 어느 블로그가 관철을지 많은 조언 부탁드립니다.



김종원 우와! 블로그를 사용하신다고요. 응원합니다. 페이스북은 페이지로 만들기를 바랍니다. 페이스북, 트위터에 연결되어 있는 사람들이 주민들이기를 바랍니다. 주민들의 이야기가 주민들에게 다시 퍼지기를 바랍니다. 대단하십니다. 제가 모든 블로그를 다 벤치마킹한 것은 아닙니다. 저는 네이버 블로그를 쓰고 있고요. 다음세대재단의 방대욱 실장님께서 티스토리가 좋다고 하시네요. 저도 계정 하나 받아 social prism 블로그로 사용하려고요. 다른 분들 의견은 어떠세요?



서재민 우선 반갑습니다. 블로그를 기관 웹사이트로 사용한다는 것은 전체 직원의 노력이 절대적으로 필요합니다. 저야 시도를 해보려다 업 무과중으로 현재 연기해두고 있지만 말이죠. 블로그는 일반 웹사이트와 달라서 네티즌과의 소통이 가장 중요한 점이라고 저는 생각합니다. 원활한 소통을 위해 충분한 고민과 그에 맞는 해결방안이 있다면 블로그를 추천합니다.



정승창 조언 감사합니다. 저도 아무리 좋은 도구이라도 직원의 적극적인 참여가 없이는 소통의 공간이 될 수 없다고 생각합니다. 어떻게 하면 직원이 블로그를 재미있게 참여할까요? 어떻게 하면 블로그를 통해서 상호 간의 지지를 줄 수 있을까요? 고민을 하고 있습니다. 이런 물음에 대한 해답을 찾기 위해 노력 중입니다. 앞으로도 조언을 부탁드립니다.



백경진 티스토리가 좋습니다. 어떤 블로그든 꾸준히 1일 1포스팅을 하는 것과 재미있고 흥미로운 콘텐츠가 중요하죠. 그래서 더 어려운 것 같습니다.

## 32. 기관 웹사이트로 블로그 도전



**신현환** 송의종합사회복지관에서는 다음 카페를 활용하고 있습니다. 복지관을 위한 별도의 웹사이트는 없습니다. 카페로 소통하고 있지요. 전체 직원이 적극적으로 임해주고 있습니다. 카페 기능이 좋아서 이런 저런 설정을 할 수 있어 좋습니다.

방문자 글 보기 기능 설정이 있어 가입하지 않아도 게시글을 볼 수도 있습니다. 가입하여 준회원이 되기만 하면 글을 작성할 수 있습니다.(한줄메모장은 미가입시에도 글작성 가능)

포토샵을 조금만 사용한다면 타이틀도 멋지게 구성할 수 있고요. 다양한 기능을 제공하여 잘 사용하고 있습니다. 기회가 되시면 한번 들려보세요.

## 33. 블로그 서비스 비교



**이창신**

2011년 3월 24일

기관마다 블로그를 운영하는 곳들이 많을 텐데, 여러분은 어떤 블로그를 운영하고 계시나요? 참고로 우리 기관은 다음 블로그를 만들었는데 어떻게 활용할까 고민 중입니다. 좋은 정보를 서로 나누면 도움이 되지 않을까하는 생각이 들어 적어봅니다.



**이정렬** 고양시종합자원봉사센터는 고양시의 자원봉사와 센터 활동에 대해 다음 블로그를 통해서 알려드리고 있습니다.



**김종원** 소셜프리즘 블로그는 [www.socialprism.co.kr](http://www.socialprism.co.kr) 입니다. 티스토리입니다.저도 티스토리 처음 써보는데 기능이 생각보다 막강하네요. 티스토리는 HTML을 아는 파워유저에게 좋은 것 같습니다. 옛날에 웹사이트를 만들어보신 분들에게 적합하지요. 미니홈피에 적응이 되신 분들에게는 네이버, 다음 블로그를 추천합니다. 저 개인 블로그는 네이버입니다.



**이정렬** 티스토리는 HTML을 많이 사용하나봐요?



**김종원** 그것은 아닌데요. 확장, 응용을 잘 사용하기 위해서는 HTML을 알면 좋습니다. 그런 것을 하지 않는데 굳이 초대장 받아 상대적으로 관리 운영이 더 어려운 티스토리를 사용할 필요는 없지요. 소셜프리즘 블로그에 들어와 보시면 밑에 livere라는 소셜 댓글 기능을 달아놨어요. 이런 것이 가능합니다.



**박재훈** 저희는 네이버입니다. 견학블로그 형식입니다. 견학자들에게 포털 사이트 선호를 물어보니 네이버가 높더라고요.



**서재민** 제 개인 블로그도 네이버입니다. 사실 포털사이트와의 연계성 때문에 더 많은 검색어 노출을 위해 네이버에서 운영 중입니다.



**이창신** 제 개인 블로그는 야후고 회사 블로그는 다음입니다. 일단 사용하다 보면 바꾸기가 쉽지 않네요. 장단점을 잘 살펴봐야 하겠네요. 일단 검색되는 빈도는 네이버가 가장 좋습니다.



**고한용** 저희는 네이버의 카페입니다. 개인 블로그는 운영을 안 하고 있습니다. 기관 블로그보다 카페가 적절한 듯합니다.

## 34. 블로그를 대표 웹사이트로 선택한다는 것



**서재민**

2011년 8월 19일

혹시 여러분 기관은 웹사이트를 블로그로 사용하나요?



**정지선** 저희는 지금 블로그로 전환하려고 제작 중이네요. 희망제작소처럼 만들려면 돈이 꽤 든다고 하더라고요.



**정승창** 저도 포털 블로그와 카페를 선택하기 전에, 서버에 설치를 하는 블로그로 웹사이트를 제작하려고 업체와 논의했어요.

기존에 나와 있는 블로그형 프로그램만 설치하면 되는데 기관에 맞는 형태로 다시 꾸미면 프로그램을 고쳐야 해서 비용이 꽤 나오더라고요. 비용만 충분히 된다면 블로그형 웹사이트가 좋다고 봅니다.



**서재민** 저는 일반 블로그로 웹사이트를 만들 생각입니다. 저는 그냥 네이버 블로그를 이용해서 만들 생각입니다. 돈 안 드는 블로그형 웹사이트가 좋아요.



**김현우** 블로그형 웹사이트라는 것이 웹사이트의 역할을 블로그로 대체하는 것이겠지요? 장단점이야 이미 충분히 고려를 하셨겠지만 저작권의 문제도 고려를 하셔야 할 것입니다. 포털 사이트 블로그에 올린 글들에 대해서는 저작권 정책이 기관의 정책과 합의 되지 않을 수 있습니다. 설치형 블로그를 운영하는 사람들의 중요한 선택의 포인트도 저작권도 크게 작용합니다.

저도 그 점을 고려했는 결과적으로는 채용하지 않았습니다. 포털블로그로 기관 웹사이트 역할을 대신하는 것과 같은 방법으로 기관 웹사이트를 블로그처럼 운영해 보시면 어떠신가요?

포털 블로그로 운영하는 장점은 1. 검색에서 노출 빈도가 높아집니다. 2. 게시판 등의 DB를 신속히, 무제한 생성 관리가 가능합니다. 3. 백업과 사고에 대한 위험 부담이 거의 없습니다. 급하게 생각나는 관리적 장점은 이러합니다.

반면에 기관 웹사이트로 운영할 때 단점도 있겠지요. 1. 저작권과 심의 정책에 기관의 목적과 불일치 가능성이 높습니다. 꼼꼼히 따져봐야 하고 결과적으로 갑과 을의 관계에 종속되어 조절이 어렵습니다. 2. 게시판, 사진 등 데이터의 누적에 따른 비용부담과 수정과 관리가 제작업체에 의존적이기 때문에 관리가 어렵습니다. 3. 백업과 사고에 대한 책임이 거의 전적으로 관리자에게 있습니다.

## 34. 블로그를 대표 웹사이트로 선택한다는 것



**김현우** 장단점을 꼼꼼히 따져보고 운영을 하는 것이 좋을 것 같아요. 제 경우는 저작권과 차후에 데이터 이전의 용이성을 위해서 설치형으로 운영을 하고 있습니다. 블로그도 설치형 블로그로 운영하시는 것을 그래서 추천합니다.

요즘 보면 기관에서 웹사이트도 있고, 블로그도 있고, 페이스북도 있고, 트위터도 있습니다. 할 수 있는 것은 다하는 것 같은데 이걸 낭비고 사치라는 생각이 듭니다. 도구는 언제든 또 다른 것이 나올 테고 그때마다 계속 바꾸고 확장을 하면 관리도 어려워지고 사이트는 엄청 많은데 각각의 내용은 비슷비슷하고 별 의미도 없어지고요.

결과적으로 한쪽에 데이터를 모아 두고 이를 이용해야 하는데 그러기에는 아직까지는 기본인 웹사이트가 안정적인 것 같습니다. 어떤 식으로든 우리 기관의 데이터는 우리가 가공할 수 있는 원 소스를 가지고 있는 것이 향후에 대비책으로 좋은 것 같습니다.



**정지선** 데이터에 대한 관리와 백업 등 다양한 점에서 네이버 블로그보다는 티스토리가 유리한 것 같습니다. 네이버는 개인 블로그로서 쉽게 꾸미고 관리하는 장점이 있지만 기관 블로그라면 티스토리가 좋습니다.



## 35. 기관 블로그 개편에 따른 홍보 방법

2012년 8월 20일



### 최미정

기관 블로그 개편을 앞두고 있습니다. 현재 팝업 멘트에서부터 주저하고 있는데요. 오랫동안 웹사이트를 끌어안고 있다가 해보자하고 진행한 소소한 블로그를 개설하게 됐습니다. 시작하는 단계에서 효과적인 홍보방법에 관해 의견을 듣고 싶어서 문을 두드립니다. 평소 생각하고 있던 것이나 현재 블로그를 운영하시는분의 의견을 기다리겠습니다.

철산종합사회복지관입니다. 현재 하루 100~150 페이지뷰를 기록하고 있습니다. 댓글은 없습니다. 블로그에 관해 욕심이 크지는 않습니다! 이용자가 어색하지 않게 웹사이트에서 블로그를 이용해주기를 바라는 마음입니다.



김종원 블로그는 몇년을 바라보고 꾸준히 사용하셔야 합니다. 초반에 홍보하지 말고 1년 됐을 때 특정 주제로, 잘 정리된 주제로 홍보하시는 것은 어떠신가요? 초반이니 지금은 홍보할 내용이 없잖아요. 제가 생각하기에는 블로그가 웹사이트보다 느린 매체라고 생각합니다. 꾸준함과 진심이 담긴 콘텐츠가 있어야 하지요.



서재민 블로그. 고민할 내용이 참 많겠습니다. 저도 작년에 엄청나게 고민을 하다가 제 의지가 아닌 다른 이유 때문에 접었거든요. 그때 열정이 넘쳐었는데…….

개인적인 생각에 블로그로 기관 웹사이트를 운영한다면 우선 전직원이 블로그에 글을 써야 합니다. 홍보담당자 혼자 글을 쓰기에는 무리라고 생각하거든요.

기존의 웹사이트는 사실 사진 하나 딱하니 올려놓으면 끝나지만 블로그는 약간의 스토리텔링도 필요합니다. 그러다보니 거부감을 보이더군요.

블로그 운영을 하고 있다 보니 저도 이런 식으로 기관 웹사이트를 변경해보려고 하다가 실패한터라 도움이 될 만한 이야기를 많이 하고 싶네요. 힘내세요.



최미정 김종원 선생님. 우선 도메인 자체를 안고 갑니다. 기관 웹사이트는 없어지고 블로그가 개설되는 것이라 홍보 또는 안내가 필요합니다. 서재민 선생님. 블로그가 훨씬 어렵다는 것 이해하고 시작하는데요. 막상하려니 초반부터 턱 막히는 느낌이 조금 듭니다.

## 35. 기관 블로그 개편에 따른 홍보 방법



**서재민** 처음부터 완성하려고 하면 시작이 안 됩니다. 하면서 기관의 특성에 맞게 바꾸면서 진행하시는 편이 더 좋을 것입니다. 물론 윗분들은 싫어하시지만 어쩔 수 없습니다. 웹사이트는 일방적인 홍보라고 한다면 블로그는 양방향 소통이 가능하니 기관의 주장보다는 블로그를 찾는 네티즌의 관심을 조금씩 반영할 수밖에 없거든요.



**최미정** 서재민 감사해요. 저희는 웹사이트를 블로그로 완전히 전환하는데요. 어색하지 않게 이용자에게 안내해드리고 싶어요.



**서재민** [대구학산종합사회복지관 웹사이트](#)를 추천합니다. 담당자의 엄청난 노력 끝에 얻은 산실이라고 저는 생각합니다. 블로그식의 웹사이트라고 보시면 됩니다. 저렇게 만드는데 소요되는 비용은 500만 원 정도라고 들었는데 재능기부로 저렇게 만들었다고 들었습니다. 들어가 보시면 도움이 될 것이라 생각합니다.

천천히 보시고 가닥을 한번 잡아보시는 것도 좋을 것 같아요. 예산은 예산일 뿐이죠. 담당자의 노력과 열정이 있다면 더 좋은 웹사이트 제작도 가능할 것이라 생각해요. 모방은 창조의 할머니입니다.



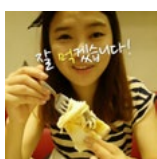
**심지영** 서재민 선생님, 우리 복지관 웹사이트 홍보를 하시네요. 감사합니다. 최미정 선생님, 저희 기관 웹사이트도 블로그처럼 다양한 모듈과 위젯을 입맛대로 활용하도록 만들었습니다. 두루두루 구경하세요.



**서재민** 부산에서 사회복지기관 웹사이트 이야기하면 항상 학산복지관 웹사이트부터 이야기합니다. 제 스타일이라 그런 것 같아요.



**장윤정** [링크:국민이 설계하는 대학](#) 예전에 들었던 교육 자료예요. 티스토리 기반 콘텐츠 구성에 대한 강의였어요. 티에디션 이용에 대한 내용 중심이에요. 블로그는 홍보보다는 앞에 댓글처럼 콘텐츠가 생명이죠. 거기에 트위터, 페이스북으로 공유하고 글에는 CCL달아서 사람들이 쉽게 퍼가도록 하면 좋죠. 그리고 제목과 내용에 들어가는 단어도 유의해서 적어야 검색에서 잘 걸린다는데요. 티스토리 분석을 보면 알겠지만 블로그 유입은 역시 네이버 검색이 최고 많더라고요.



**최미정** 장윤정 선생님. 감사해요. 기존 웹사이트와 SNS를 연동하고 있는데 더 부지런히 해야죠. 검색어에 걸리도록 잘 적어야죠. 양심적으로요. 하하.



**김종원** 심지영 선생님께서 [동영상:개편 이벤트에 대해 발표하시는 영상](#)이 있어요. 24분 넘어부터네요. 도움이 되시길 바라요.

## 36. 소통의 시작! 이야기가 담긴 블로그에서



### 최인철

2012년 4월 27일

오늘 사회복지웹기획모임에서 준비한 세미나 내용을 공유합니다. 원래 글 쓰는 재주가 별로 없어서 강의를 들으며 바로 필기한 내용을 그대로 옮겼어요. 키워드 중심으로만 보시면 될 듯 해요.



### Letter, Photo & Video :: 소통의 시작! 이야기가 담긴 블로그에서

오늘 사회복지웹기획모임(<http://cafe.daum.net/swwpc>)에서 주관하는 블로그 관련 세미나에 다녀왔습니다. 강의를 들으며 두서없이 기록하였지만 그래도 내용 공유합니다.



권대익 저도 어제 사회복지 웹기획자모임에서 주관하는 '소통의 시작! 이야기가 담긴 블로그에서'라는 세미나를 다녀왔습니다. 세미나에서 들은 내용과 생각을 공유합니다. 신철민 선생님, 이창신 선생님, 김종원 선생님, 감사합니다. 홍보담당자를 꿈꾸는 것은 아니지만 홍보를 잘 이해하며 기관과 동료들 잘 돕고 함께 연대하고 싶습니다.

'소통의 시작! 이야기가 담긴 블로그에서' 세미나를 다녀왔습니다.



김종원 우와! 아주 명확하게 정리해주셔서 감사해요.

## 37. 카페를 대표 웹사이트로 선택한다는 것



### 정승창

2011년 8월 3일

오랜 침묵을 깨고 기관 웹사이트를 오픈했습니다. 복지관 내부적으로 말도 많았고 탈도 많았지만 직원의 도움으로 드디어 열었습니다. 이번 웹사이트는 이야기가 풍성한 공간과 열린 공간으로 방향을 잡았습니다. 다양한 분들의 이야기가 있고 사회복지에 관한 전문 정보를 얻을 수 있는 공간으로 만들어 가고 있습니다. 아직 수정할 점이 많고 채워야 할 내용도 많습니다. 한번 구경 오셔서 많은 조언 부탁드립니다.

[남구종합사회복지관 웹사이트에 오신것을 환영합니다.](http://www.namguwelfare.or.kr/)

<http://www.namguwelfare.or.kr/>



**서재민** 카페로 기관 웹사이트를 운영하다. 카페보다는 블로그가 기관 웹사이트로는 더 좋을 텐데……. 개인적으로 그렇게 생각합니다. 로그인도 어디를 가나 똑같지만 카페는 소속감이 있어야만 가입한다는 단점이 있기 때문에 쉽게 댓글 또한 달 수 없지요. 물론 제 생각입니다.



**김종원** 커뮤니티의 특성을 생각해볼 때 카페도 나쁘지 않습니다. 블로그는 콘텐츠가 풍성한데 소통의 느낌이 많이 적습니다. 제 블로그처럼…….



**서재민** 사실 카페 사용이 예전에 비해 축소된 듯한 느낌이 많이 듭니다. 가입이 부담스럽다고 이야기를 해주시더라고요. 기관 웹사이트의 목적에 따라 콘텐츠를 선택할지 소통을 선택할지 결정해야 하겠어요. 대부분의 블로그가 소통을 목적으로 하지만 실상은 콘텐츠가 주를 이루고 있는 것은 사실이니깐요.



**정승창** 카페로 할지 블로그로 할지 고민을 많이 했습니다. 서재민 선생님의 말씀처럼 카페에 가입을 해야 한다는 부담감을 어떻게 하면 없앨 수 있을까 생각해 봤어요. 로그인이나 카페 가입 없이도 글을 볼 수 있고 글을 작성하도록 했는데 카페의 단점을 완전히 없애지는 못하겠더라고요. 이 점을 어떻게 보완해 나갈지는 고민을 하겠습니다. 조언 감사드립니다.



**서재민** 정승창 선생님. 로그인, 카페 가입 없이도 글을 볼 수 있는것은 좋은 방법인데 작성하는 것에 대해서는 고민을 많이 해야 합니다. 물론 광고성 스팸 글을 못 올리게 하기 위해서 이용자들의 편의를 무시한다고 생각하실 수도 있겠지만 로그인을 하지 않으면 소속감을 느끼기도 어렵지 않나 생각합니다. 다시 한번 말씀드리지만 제 생각입니다.

## 37. 카페를 대표 웹사이트로 선택한다는 것



**정승창** 이번 작업을 하면서 저에게 가장 큰 성과는 동료들이 움직이기 시작했다는 것입니다. 자신의 사업을 카페에 알리기 시작했다는 것이죠. 소식지로 동료의 사업을 홍보하고 지지와 격려해주는 것처럼 기관 웹사이트가 동료들의 놀이터처럼 되기를 바랬거든요. 아직은 시작이지만 기관 웹사이트 안에서 지지와 격려가 일어나고 있어서 보람이 있습니다.



**서재민** 지속적인 지지가 필요할 것입니다. 미루다 보면 안 하게 되는 것을 많이 봐왔기에 지속적으로 거들어줘야 합니다.



## 38. 사회복지사 일인 미디어 강화



### 정건희

2011년 8월 28일

지난 주 삼일 간 소셜미디어 전문연수에 참관했습니다. 참관이라는 표현이 조금 우습죠. 강의도 하고 다른 강사의 발표도 들었습니다. 마케터로서 소셜미디어(블로그, SNS 등) 중심의 기업을 운영하시는 분이었습니다. 교제도 하고 배울 겸 삼일 간 함께 했었습니다. 작년부터 이 분야는 책보고 논문도 써보는 등 혼자서 공부 했었죠. 제가 아주 비영리스러운 사람이어서 배울 것이 많은 시간이었습니다. 삼 일간 머무르면서 많이 고민하게 되었어요.

이 그룹에 참여하시는 분들이 기관 홍보, 특히 기관 웹사이트에 관심이 많다는 것을 직감합니다. 몇 가지 고민하고 있는데 소셜미디어의 핵심 가치는 함께 하는 사람들이 무언가의 가치를 창출한다고 믿지요. 미디어도 이미 일인미디어가 핵심이고요. 먼저 기관의 모든 실무진들을 일인 미디어로서의 역할을 강화하는 것은 어떨까요?

모든 실무진들이 일인 미디어로서 자기 블로그와, SNS를 기반으로 당사자 분들과 관계를 맺습니다. 기관 웹사이트(저는 블로그형을 선호합니다)는 이러한 일의 허브역할을 하는 시스템입니다.

가장 먼저 중요하게 해야 할 일은 기관 실무진을 모두 홍보 사회사업가로 만들어 가는 일입니다. 이 분야에서만 일하시는 홍보 담당 사회복지사들만 행할 일이 아닙니다. 이 일은 자기 자신의 가치를 구축하고, 현장 실무의 전문성을 상승시킬 수 있는 일이라 생각하거든요.



**김종원** 강의도 하시고 배우기까지 하시고 좋으셨겠네요.

저도 그런 웹사이트를 지향합니다. 블로터닷컴이나 100인닷컴과 같은 그런 웹사이트를 만들고 싶었지요. 그런데 현실적 어려움이 있어서 못했어요. 그 현실적 어려움이라는 것은 바로 '자기기록'입니다. 자신이 한 활동, 특히 사회사업 가치에 맞게 일한 활동을 스스로 기록하는 훈련이 중요합니다. 기관에서 일할 때 그런 분이 몇 분만 계시면 얼마나 좋을까를 항상 생각했지요. 소셜프리즘 블로그와 페이지를 그렇게 운영하고 싶습니다.

전적으로 직원의 블로그 콘텐츠 공유가 안 되면 RSS와 같은 기술을 적용하여 부분적으로도 그렇게 적용할 수 있습니다. 요즘에 이 점에 깊게 생각하지 못했는데 다시 기억나게 해주셔서 감사합니다.



**정건희** 자기기록이 핵심이지요. 그 기록에 의해 삶이 변한다는 것을 많은 이들이 알았으면 좋겠습니다. 그런데 문제는 기록하는 이 일이 가장 어렵다고 하죠. 어찌됐든 사회사업가들 모두가 일인 미디어로서 자기 일에 대한 가치를 축적하기 바라봅니다.

## 38. 사회복지사 일인 미디어 강화



**정건희** 이를 위해 현재 개인 미디어를 셋팅하는 방법을 고민하고 있습니다. 가장 중요하게 생각할 것은 사회복지사의 콘텐츠(내용)를 축적하는 블로그라 생각합니다. 전에 사회복지정보원에서 김종원 선생님이 척후병, 본대 이야기했지요. 저는 개인 미디어의 본대는 블로그라고 생각합니다. 이러한 자기 본대가 네트워크 되고 기관의 웹사이트가 허브가 되고, 또 다른 웹사이트가 네트워크 되고……. 이 과정에 SNS는 핵심 연결 고리가 될 것이라 생각하고요. 이것을 더 연구해 봐야 할 것 같아요.

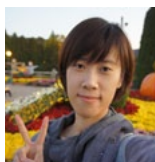
여기에 더해 이번 후반기에 가르치는 청년들과 관계를 중심으로 한 소셜러닝(Social Learning)을 실험합니다. 조만간 연락 드릴 테니 멘토로 참여해 보시는 것도 좋을 것 같아요.



**서재민** 공감하는 내용입니다. 저 역시 블로그를 운영하고 있지만 복지관에서 하는 모든 일을 혼자 담는다는 것이 사실 너무 벅차더라고요. 함께 블로그를 운영할 직원을 찾아보지만 각자의 견해 차이와 관심도가 달라 못하고 있습니다.

기록을 한다는 관점에서는 블로그보다 좋은 매체는 없다고 생각합니다. 기록과 더불어 홍보의 수단으로도 제격이고요. 하지만 업무과중 등의 이유로 인해 블로그나 SNS 사용을 부정적으로 바라보고 있는 것이 어쩔 수 없는 현실인 것 같아 안타깝습니다. SNS교육 참가 후 좋은 교육이었다고 하면서 활용하지 않는 사람이 많은 것처럼 말이죠.

저도 기관에서 평가할 때 항상 하는 말이 홍보사업은 담당자 혼자 하는 사업이 아니라 전체 직원이 함께 해야만 하는 사업이라고 말하고 있습니다. 3년째 말하지만 돌아오는 대답은 담당자가 그래도 해보라는 대답입니다. 함께 해야 배가가 되는 사업이 홍보사업인데 조금 아쉽기는 하죠. 그래도 각개전투로 직원을 포섭하다 보니 어느새 몇 명이 시작해 보기는 하더군요. 전체 직원의 홍보담당자화! 제가 지향하는 홍보사업의 방향입니다. 좋은 글 감사합니다.



**장윤정** 저는 페이스북 페이지를 쓰면서 직원이나 현장 분들의 좋은 글이 있으면 '공유하기'해서 페이지에 노출합니다. 저도 원래 페이스북 페이지 관리자 아니었는데 온라인사업부서에 속해 있기도 하고 관리하던 직원이 제가 페이스북 활용을 많이 하는 것을 보고 편하게 해보라고 제안해줘서 하는 것입니다. 직원한테 처음부터 함께 하자 같이 하자 하면 일이 늘어날까봐 안 하겠다고 하는 것은 당연한 것 같고요. 활발히 쓰는 사람을 살펴 보다 제안하거나 직원에게 교육해준다고 하면서 교육이 끝나고 함께 해볼 사람을 구하는 것이 좋을 듯해요.

## 39. SNS를 통한 개인 브랜딩의 힘



### 장윤정

2011년 9월 6일

저 큰일 났어요. 오늘 드림트리(Dreamtree) 멘토들과 첫 모임인데 준비를 많이 못 했어요. 그래서 지금도 정리하고 있어요. 이러면 안 되는 것인데 말이죠. 그래도 좋은 분들 만난다는 생각에 설렙니다. 예전에는 직업인 멘토들을 청소년들과 연계하려면 VMS에 올려서 관심 있는 사람이 와주기를 기다리거나 자원봉사센터가 거점이어야 하는데, 이번에 물론 부스러기사랑나눔회의 기존 네트워크도 큰 힘이 되어주기는 했으나 트위터나 페이스북을 1년 가까이 즐겁게 해온 것이 큰 도움이 되었습니다. 이제 개인이 SNS를 통해 개인 브랜딩을 하고 그것을 기반으로 홍보를 해야 한다는 정건희 선생님의 글에 크게 공감합니다. 그러기 위해서는 자신의 관심사를 기반으로 약하지만 다양한 인맥을 갖고 여기저기 콕! 콕! 찌러보는 노력이 필요합니다. 사람들에게 말합니다. 저의 지식은 근본 없는 지식이라고. 폭넓고 다양하나 그 지식을 깊이 캐내려 하지 말아달라고 말이죠. 그냥 여기저기 떠벌리고 다니는 '스니저'라고나 할까요? 그 모습이 저입니다. 그렇게 브랜딩해도 되는 것 아니겠어요? 이런 것을 자기합리화라고 하나요?



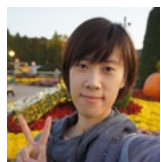
**김종원** 장윤정 선생님. 응원합니다. 개인 브랜딩을 기반으로 홍보! 마음에 와 닿네요. 기관에서 일하는 많은 사회복지사가 자신을 위해서도 일하고 홍보하면 좋겠습니다.



**정건희** 장윤정 선생님 덕에 '드림트리'를 알게 되었습니다. 제가 많이 고맙습니다. 장윤정 선생님은 이미 개인 브랜딩을 구축하신 것 같아요. 멘토링, 청소년, 부스러기 등 몇 가지 키워드가 있어 보여요. SNS에서도 잘 활용하시는 것 같아요.



**이승미** 매번 보기만 했는데 오늘은 선생님께 꼭 말씀 드리고 싶어 남겨요. 항상 고민하시고 그 고민의 흔적과 결과를 공유해주시는 선생님 덕분에 많은 용기와 지식 얻고 갑니다. 응원합니다!



**장윤정** 이승미 선생님, 응원 감사합니다. 어제 멘토들과 모임하면서 참 즐거웠습니다. 특별한 강사를 모신 것도 아닌데 한 분 한 분의 이야기만 전해 들어도 청소년에게 감동이 될 듯하더라고요. 그런 이야기는 사실 누구나 청소년들도 다 갖고 있는데 자신의 스토리를 대단하지 않게 봐서 표현이 안 되는 것 같아요. 전체 스니저로 저를 표현하고 있는데 다른 분들은 어떤지 궁금해요. 사회복지를 하면서도 자신의 가치, 자신의 방향성에 따라 표현되는 것이 많이 달라지는 듯합니다.

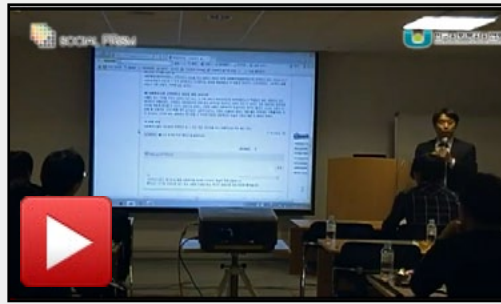
## 40. 소셜미디어는 홍보도구? 소통도구?



**김종원**

2011년 12월 1일

신철민 선생님의 발표입니다. 소셜미디어를 바라보는 시선! 소통과 홍보! 이 단어만으로도 참 많은 이야기들이 오고 갈 수 있다고 생각합니다. 함께 보아요. 황흥기 선생님께서 촬영해주셨습니다. 감사합니다.



2011 소셜프리즘 세미나 신철민 선생님, 소통인가 홍보인가, 발표영상

소셜프리즘은 사회복지 홍보를 어떻게 하면 잘 할 수 있을까를 궁리하는 세미나입니다.

## 41. SNS 홍보 정리

2012년 3월 28일



### 김기완

<사회복지기관 SNS 홍보사업 결론>  
일상생활이 콘텐츠가 되고,  
말이 보도 자료가 되고,  
행동이 신뢰를 만들며,  
공감하면 확산된다.  
홍보라는 단어에 매몰되면 숲을 볼 수 없다.  
정도로 정리해봤습니다.



김기완 잘하고 있는 것인지, 요즘 재미도 점점 떨어지네요. 잘 모르겠습니다.



양성헌 김기완 선생님. 선생님은 벗겨도 벗겨도 새로워요. 몇만 겹의 양파 같아요.



신현환 와우! 홍보 교육할 때 써먹어야 하겠어요. 고맙습니다. 출처는 분명히 하겠습니다.



## 42. 페이스북, 홍보·소통도구로서의 적합성



**김종원**

2011년 3월 14일

요즘 페이스북이 지역복지기관에 적합한 홍보 도구인지 깊게 생각합니다. 부정적인 생각이 있네요. 각 기관의 사명과 대상, 목적에 따라 다르겠지만 제가 부정적이라고 생각하는 이유 중에 하나는 홍보의 생산과 소비가 사회복지계 내부에서만 이뤄질 가능성이 높습니다. 더 깊게 생각해 보겠습니다. 협회나 협의회, 청소년 기관에서는 참 좋은 도구라고 생각합니다.



**조은희** 홍보에는 적절하지 않을 수 있고, 적절할 수도 있고! 기관에서 만들기 나름인듯합니다. 저희 기관은 홍보도구로 사용하기보다는 네트워크를 위한 도구로 사용합니다. 관계와 소통을 위한 '도구'이니깐요.



**함형호** 네. 조은희 선생님의 이야기에 공감합니다. 수단과 도구. 굳이 따지기보다는 How의 문제이기는 한데……. 페이스북은 홍보 그 자체를 위한 것이기보다는 관리차원에서 사용하면 더 좋겠다는 생각에 동의합니다.



**신현환** 접점을 만들어 내는 도구 중에 하나죠. 효과적인 홍보수단은 아닌 것 같습니다. 특히나 복지활동에 지역주민이 참여하는 것을 홍보의 목적이라고 볼 때는 페이스북을 통해서 관계를 맺는 사람들이 지역주민과 거리가 조금 멀지요.



**조은희** 지역주민은 페이스북을 안한다? 요즘 자꾸 늘어납니다. 안하는 사람은 안하겠지만, 하는 사람도 느는 것은 무시할 수 없겠죠? 이미 은평은 '은평에서 만난 사람들'이라는 모임이 있습니다.



**신현환** 자체적인 모임에 복지관이 참여하는 방식인가요? 좋네요. 계속 페이스북을 활용하는 사람이 늘어나긴 하겠지요. 좋은 사례 남겨주세요.



**조은희** 네. 자체적인 모임이에요. 이제 시작 단계라 많은 글을 쓰는 것은 아니지만, 이 모임을 통해 또 다르게 '소통'하는 '공간'이 생긴 것이지요.



**김동균** 아직은 페이스북에 관계형성이 많지 않아서 그렇게 생각될지도 모르겠습니다. 관계형성부분이 사회복지계 안에서만 아니라, 지역사회 내로 확대 된다면 홍보의 효과도 누릴 수 있지 않을까요?

## 42. 페이스북, 홍보·소통도구로서의 적합성



**김기완** 이용하는 목적이 뚜렷할 필요가 있고 그 목적이 뚜렷하다고 하여도 일반인들, 이용자와 함께 소통을 이끌어 내는 데 어려움을 많이 겪고 있습니다. 다음 주에 페이스북을 통해 알게 된 '용인, 용인사람들' 페이지 식구들과 번개 일정이 잡혔습니다. 이것이 시작이 되어 웹이라는 도구를 통해 지역사회와 소통이 잘 되는 물꼬가 트었으면 하는 바람입니다.



**조은희** 김동균 선생님. 가능하죠! 도구를 어떻게 쓰는가에 따라 달라지니, 쓰기 나름이 아닐까요? 또 누구와 만들어 가는가에 따라 달라지지 않을까요? 아……. 고민! 이런 고민 즐겁네요.



**박승용** 생각은 많아지고 머리는 회전이 안 되고……. 쓰다 지우다를 반복. 뭐 그렇지만 다른 분들의 생각 덕분에 큰 힘이 됩니다. 페이스북의 유용성과 효과성. 함정이 도사리는 듯한 막연한 의구심과 두려움도 있지만 그 역시 해결은 개인의 몫이죠? 기관 홍보도구로의 적합성. 아직까지는 관망합니다. 기회를 살피는 것은 아니지만 장고 끝에 악수가 아니길 바랄뿐입니다.



**김종원** 아주 단편적인 생각에 이렇게 참여하시니 얼마나 고마운지요. 저도 지역성 확보에 어려움이 있지 않을까 걱정했는데 은평은 벌써 지역성 확보를 위해 노력하시네요. '녹번인연'이라는 모임도 있고 좋네요. 또 다시 다른 방법으로 생각하게 됩니다. 아예 사람처럼 등록하는 것과 페이지를 만드는 것, 또는 그룹을 만드는 것을 생각해 볼 필요가 있습니다.



**김영란** 저는 긍정적이라고 보아요. 홍보는 알림과 참여(물론 참여유도가 중요하지만)를 담보하기 위한 것인데, 일단 알릴 수 있지 않을까요? 또 알아야 참여할 것이기에 일단 초보적인 수준의 목적은 달성할 수 있습니다.

일개 기관만 한정하지 않는다면, 기관의 일들이 알려지면서 지역 간 소통도 가능한 것 같아요. 제가 있는 전남지역에서도 페이스북을 통해, 서울, 경상도, 충청도, 강원도 등 다른 지역 소재 복지관에서는 무엇을 하는지 알 수 있고 실천의 폭을 넓히고 방법을 다양하게 구상할 수 있으니 전체적으로 향상되는 기회도 될 것이고요.

지역으로 보자면, '목포 사람들'이라는 페이스북 그룹을 만들었거든요. 거기에는 시의원, 시민단체, 자영업 등 그야말로 다양한 구성원이어서, 지역 내 기관 및 단체 네트워크도 가능하고, 주민 대면도 가능해서 홍보의 좋은 기회가 될 것이라 봅니다. 어떻게 사용하는가에 따라서 다르겠지만요.

## 42. 페이스북, 홍보·소통도구로서의 적합성



**김종원** 김영란 교수님. 그러게요. 제가 깊게 생각하지 못했습니다. 일 깨워주셔서 감사합니다. 저를 비롯해 몇몇 사람들의 페이스북 관계망을 보니 지역성이 거의 보이지 않고 인맥, 특히 사회복지사들은 사회복지사들 간의 관계 중심인 것 같아서요. 그것이 잘못됐다는 것은 아닌데 지역성을 어떻게 극대화하고 주민들과 대화를 할 것인가라는 질문에 답이 별로 보이지 않아서요. 페이스북은 '알 수도 있는 사람' 추천이 막강하잖아요. 그렇게 그룹, 페이지도 추천을 잘 해줬으면 좋겠어요. 그래야 지역도 보고, 모임도 보고 적극 참여할텐데……. 교수님을 비롯해 많은 분들과 대화하니 제 생각이 넓어집니다.



**함형호** 다양한 생각을 하게 해 주는 이 모임이 좋습니다. 페이스북의 홍보 활용. 처음에도 이야기 했듯이 어떻게 도구를 사용하는가에 대한 논의였는데……. 더 거시적 관점으로 보면 또 다른 방향에서 홍보를 잡을 수 있겠네요. 요즘 홍보에 대한 가장 큰 고민은 떠 먹여주기식, 퍼주기식의 홍보가 아니라 소통이 되는 홍보를 위한 고민을 하는 중인데……. 다양한 접근으로 고민해 봐야 하겠습니다.



**조은희** 자료는 많습니다. 도구도 많습니다. 그것으로 어떻게 일한 것인지는 어떤 가치를 중요하게 여기며, 어떻게 일할지에 따라 달라지지 않을까요?



**김기완** 일년이 지난 지금 이런 생각이 들었습니다.

페이지 : 부정적

기관계정 프로필 : 긍정적이나 효과에 대한 의문

조직원의 개인계정 : 목적성이 있다면 소통과 자원개발 측면에서 매우 긍정적, 목적이 없다면 오히려 소통 저해

## 43. 페이스북, 지역사회 소통 방법 논의



### 정승창

2011년 7월 5일

내일 소셜미디어 활용 네번째 직원 모임을 갖습니다. 주제는 '페이스북으로 어떻게 지역사회와 소통할 것인가?' 입니다

모임을 시작하면서부터 갑갑한 주제였는데 그날이 오고야 말았습니다. 여러 선생님들께서 작성해주신 자료를 참고하면서 계속 생각하고 있습니다. 현재 페이스북이 사회복지 기관 종사자들의 네트워크 매체로 사용되는 모습은 여러 선생님들께서 조언해 주셨습니다.

많은 선생님들의 조언을 부탁드립니다. 어떻게 페이스북으로 지역사회와 소통을 할까요? 혹은 페이스북이라는 도구로 지역주민들과 소통하는데 한계가 있는 것일까요?



**김기완** 종종 느끼고 있던 점인데……. '어떻게 지역사회와 소통 할 것인가?' 또는 '어떻게 직원이 지역사회와 더욱 소통하도록 독려할 것인가?'



**김석훈** 저도 페이스북을 이용하면서 느낀 것은 페이스북(온라인)은 결국 한계가 생길 수밖에 없더라고요.



**김중원** 어떤 일을 할 때 어디까지 힘을 쓰는가를 확실히 정하는 것이 참 중요한 문제입니다. 이 일이 좋은 방법인가? 라는 질문이지요.

적용해보면 '페이스북으로 지역주민을 만나는 일이 가장 좋은 방법인가?' 라는 질문을 해보는 것이죠. 저는 한계가 있다고 생각합니다.

김기완 선생님의 사례나 다른 분들의 이야기를 하면서 페이스북으로 이렇게 주민을 만날 수 있다는 정도의 톤으로 이야기해보시는 것은 어떠신가요? 선생님이 어려워하는 점, 특히 한계에 대해서도 허심탄회하게 꼬집어내시는 것이지요. SNS로 지역주민을 만날 수 있다는 데에는 부정하지 않으나 본질은 지역을 발이 닿도록 돌아다니며 사람을 만나는 것이지요. 만난 사람이 페이스북하는 분이면 그분과 온라인으로 소통하는 것도 좋은 방법이지요.



**김석훈** 진정한 '소통'은 발로 뛰며 만나는 것이 맞다고 생각합니다. 발이 닿도록 지역을 돌아다니며 사람을 만나고 이야기하는 것이 가장 중요하다고 생각합니다. 페이스북은 '공감'과 '소통'을 이끄는 촉매제 역할을 한다고 생각합니다.



**서재민** 페이스북으로 지역사회와 소통을 하기 위해서는 페이스북을 지역주민들이 많이 사용해야 하겠지요. 연령층을 정하는 것도 중요하지 않을까 싶습니다.



## 43. 페이스북, 지역사회 소통 방법 논의



**서재민** 일단 할 수 있는 것부터 하나씩 해나가는 것이 성취감도 있고, 일을 하는데 촉매제가 되어주지 않을까 싶네요. 발로 뛰는 소통! 중요하죠. 하지만 우리 역시 페이스북으로 우리끼리 소통하고 있지 않습니까? 꼭 발로 뛰어야만 진정한 소통이라는 생각은 어째가 있는 것 같다는 생각을 해 봅니다. 우리가 원하는 소통은 어떤 소통인지. 스스로의 관념과 욕심에 의한 소통은 아닌지 한번 생각해 보는 것도 중요할 것 같습니다.



**김기완** 페이스북이 소통의 다리를 놔주고 실제로 뵙고 교감하고, 다시 페이스북으로 인사를 여쭙고, 다시 오프라인에서 또 뵙고, 무언가를 이끌어내서 성과로 옮겨야 한다는 의식에서 해방되어 긴 호흡으로 '관계'와 '신뢰'를 쌓아나간다면. 자연스럽게 참여하고, 거들고, 공생하는 '때'가 오지 않을까 합니다. 그 '때'는 예기치 못한 순간에 불현듯 찾아올 것 같아요. 김석훈 선생님의 의견에 동의합니다. 서재민 선생님의 의견도 동의합니다.

지역주민의 스마트폰 보급률에 비해서 SNS를 활용하는 사람이 매우 적어요. 트위터다 페이스북이다 연신 떠들어대니 배우고 싶은데 못하고 있는 분들도 많고요, 우리가 꼭 강사일 필요는 없지만 지역사회 교육과 그 과정에 사회복지 가치를 끼워 내장하는 과정도 참 중요한 것 같습니다. 네트워크와 공생성에 대한 가치 내장.



**서재민** 과연 우리는 지역과 어떤 소통을 원하고 있을까요? 우리가 원하는 소통을 위해서 우리는 어떤 것을 하고 있을까요? 우리가 하고 있는 방식들을 통해 우리는 우리가 원하는 소통을 이룰 수 있을까요? 다양한 물음들이 필요할 것 같습니다.



**장윤정** 어제 소셜미디어 교육 갔습니다. 소셜은 1년 이상 흐름을 갖고 해야 한다고 하시더라고요. 그때부터 신뢰를 바탕으로 급속하게 소통이 늘어난다는 것이죠. 그리고 SNS는 오프라인과 떨어져서 갈수는 없는 듯 해요. 오프라인에서 일어나는 일들을 보여주고 지역주민들이 오프라인에서 했던 것을 온라인에 올리도록 촉진하는 소소한 이벤트나 그런 역량을 키워주는 교육(어떤 기관들은 청소년이 어르신 분들께 인터넷 교육하는 봉사프로그램도 하더라고요. 그런 식으로 젊은 층이 SNS를 다루는 못하는 분들을 교육해주며, 만드는 콘텐츠를 지역사회나 기관과 관련한 것으로 하도록 함 좋겠죠.)을 진행해보면 좋을 듯 해요. 페이스북 관련 이용가이드나 지침도 지역주민과 함께 만들어 봐서 캠페인을 펼친다면 온라인과 오프라인이 계속 이어지는 소통이 되지 않을까요?



## 43. 페이스북, 지역사회 소통 방법 논의



**정승창** 이번 모임을 진행하면서 다시 원점으로 돌아갔습니다. 왜 지역사회와 소통을 해야 하는가에 대한 의문이죠. 모임의 주요 초점이 SNS 기술적인 측면에 더 초점을 맞추고 있지는 않았는지 점검해 봤습니다. 지역사회와의 관계에 대해 정기적인 스터디와 모임을 해보자는 의견이 나왔습니다. 그리고 기존의 복지관 프로그램과 사업도 지역사회 관계성을 이끌어 낼 수 있는 방법으로 계획을 세워보자는 의견도 나왔습니다.

모임의 후반부를 진행하면서 성과는 지역사회의 관계성의 필요성을 다시금 깨달았다는 것입니다. 어떻게 지역주민들과 만나고 어떠한 공통분모를 찾아서 함께 할 것인지를 고민하기 시작했습니다. 조금 더 앞서보겠다는 욕심이 다시금 첫 출발선에 되돌아오게 하네요.

다시 시작하려고 합니다. TF팀은 다음주면 끝이 나지만 새롭게 소모임을 만들어서 정기적인 스터디와 토론, 프로그램 개발을 목표로 진행하려고 합니다. 많은 조언 주신 선생님들께 감사합니다.



**김종원** 정승창 선생님. 원점으로 다시 돌아가게 한 듯해서 죄송한 마음입니다.

선생님. 사회적 자본, 또는 양원석 선생님의 '복지생각'이나 '소셜네트워크와 사회사업'에 관련된 자료를 보시는 것은 어떠신가요?

**푸른복지사무소** 웹사이트에 있습니다. 도구보다 가치에 더 집중하실 수 있으실 것입니다.

## 44. 페이스북 페이지의 답아야 하는 콘텐츠



### 김기완

2012년 8월 22일

봄처럼 일어났다가 번갯불처럼 사그라질 운명은 아니었을까요? 요즘 페이스북을 사회복지기관의 소통도구로 활용하고자 한 생각에 대한 회의감과 아직 남은 가능성을 함께 생각해 봅니다. 이렇게 해보면 어떨까 제안합니다.

1. 소셜네트워크에 기관의 이름으로 무슨 이야기를 할까? (지역의 이야기를 하자) 청자가 원하는 소식을 전하자.
2. (횟수는 줄이되) 각 콘텐츠에 힘을 실어, 보는 이로 하여금 공유하고 싶은 스토리를 만들자.
3. 복지관 자랑 그만! 우리 지역주민을 자랑하자.
4. 사람을 세우면 사람이 세운다. (멋진 말이죠. 최근 지인에게 들은 그만의 회사운영 원칙입니다.)

지역주민은 선한 일을 하고 싶은데 방법을 잘 모른다. 지역주민은 그들의 네트워크 안에서 주목받고 싶은 잠재의식이 있다. 지역주민은 지역의 문제가 긍정적으로 변화하길 간절히 바라고 있다. 지역주민은 지역의 이야기가 궁금하다. 앞으로 계속 관찰해보고 싶어지는 삼산종합사회복지관 페이지도 한번 소개해 봅니다.



### 삼산종합사회복지관

\*복지관의 비전과 사명 -비전 세상과 소통하는 행복에 너지 -사명 ·복지관의 이미지 창출 : 섬기는, 나누는, 살림을 실천하는 복지관 ①종사자의 태도 변화 ②기관운영관리 능력 개선 ③지역주민욕구변화대응을 위한



**박춘기** 그래서 결국 블로그로 돌아가게 되는 것 같아요. 페이스북 페이지를 통한 지역주민과의 소통 공간, 어떻게 모이게 할 수 있을지 열심히 연구해봐야겠네요.



**김기완** 블로그도 같은 원리일 것 같아요. 블로그 유입은 보통 포털 검색 태그를 통해 유입될 텐데 어떤 검색을 통해 유도하면 소식을 공유할 수 있을까요? 그리고 블로그나 웹사이트를 플랫폼으로 두고 SNS로 확대한다면 어떻게 해야 지역주민들이 링크를 타고 들어올까요? 온라인 콘텐츠와 오프라인 소식지나 마을신문과의 통일은 어떨까요?

평소에 온라인 콘텐츠를 성심성의껏 만들고 소식지나 마을신문에 그 내용을 그대로 활용하고 자랑하고 세워드린 지역주민이나 후원자, 봉사자에게 그것을 보내드리는 방식으로요.

내가 나온 이야기, 한번 들어가서 보고 싶고 자랑하고 싶고 옆집이 나왔으니 나도 나오고 싶은……. 이런 상상을 해 봅니다.

## 44. 페이스북 페이지의 답아야 하는 콘텐츠



**권태용** 지역과 소통하려는 지속적인 활동이 멋져 보이는 삼산종합사회복지관 페이지네요. 모이고 많아지면 변하겠다는…….



**심지영** 작년에 한참 페이스북 페이지 운영에 대한 회의감이 밀려올 때 어느 분께서 '떨어지는 빗물에 바위 패이듯 성급하게 생각하지 말고 꾸준히 좋은 콘텐츠를 축적하면 언젠가는…….'이라고 조언해주신 적이 있었어요. 이제 운영한지 갓 1년이 되어가는데 너무 큰 성과를 바랬는 것은 아닌지 반성했었죠. 그런데 자꾸 힘이 떨어지기는 합니다. 페이지 활용에 대한 한계도 어느 정도 인정해야 할 듯 하고요.



**고한용** 좋다! 좋습니다! 구현이 왜 이리 어려울까요? 저도 복지관 카페 공간에 대해 고민합니다. 저도 보고 생각도 하고 다른 눈으로도 보고 넓게, 멀리, 봐야겠습니다.



**양성현** 페이스북이 유행처럼 번지고 불처럼 타올랐다고 하는 것은 그것을 통해 단기간에 무엇을 얻으려고 했던 마음 때문에 그런 시각이 있을 수 있었던 것은 아닌가 싶어요. 오프라인상에서 긴 시간 교감하고 교류하듯 온라인도 1-2년에 무엇을 하거나 드러나지 않아도 끊임없이 경험을 통한 작은 발전을 즐기면서 지속하면 최소한 나아지지는 않을까요? 우리에게 필요한 것은 긴 시간이 걸려도 한 번 정도 입질의 손맛이 않을까요?



**김종원** 요즘 제가 책 만드는 작업을 하잖아요. 그러면서 1년 전에 우리 치열하게 논의했던 글을 정독하게 됩니다. 그러면 '그때는 그렇게 생각했구나.'라는 생각과 함께 '나름 유치했구나.'라는 생각도 합니다. 하하하. 저부터도 유치했지요.

인쇄 홍보물 글을 읽을 때는 그 생각을 잘 안하는데 페이스북, QR코드 등 기술에 대한 이야기를 하는 글이면 그 생각에 피식 웃기도 하고 힘이 빠지기도 합니다. 김기완 선생님 말씀처럼 번갯불에 콩을 굽다보니 그런 것 같습니다. 1년이 지나니 내 삶에 자연스럽게 들어오니 다른 시각, 생각이 커집니다.

**소식지와 웹사이트 콘텐츠 통합 운용**이라고 썼던 글이네요. 어떻게 제 주장을 명확하게 기억해주시는지 감사할 따름입니다.

## 44. 페이스북 페이지의 답아야 하는 콘텐츠



**박춘기** 심지영 선생님의 말씀. '꾸준히 좋은 콘텐츠를 채워나가면 언젠가는…….' 이라는 마음으로 저도 저희 센터 페이스북과 유튜브에 조금씩이나마 영상을 업로드 하고 있어요. 지역주민을 페이스북에서 소통할 수 있는 기회를 마련하려면 먼저 직접 오프라인 상에서 만나고 나서 페이지를 소개하고 소통할 수 있는 것 같아서 오프라인에서의 노력이 필수라는 생각이 들더라고요. 온라인에서만으로는 너무나 큰 한계가 있는 것 같아요. 지역주민과의 소통, 어려워요. 진심어린 시간과 정성 그리고 노력이 필요한 작업인 것 같아요.



**김기완** 김종원 선생님. 지난 글은 언제나 오글오글 하잖아요. 그렇기에 발전하는 것이고요. 저는 우리 기록이 좋아요.



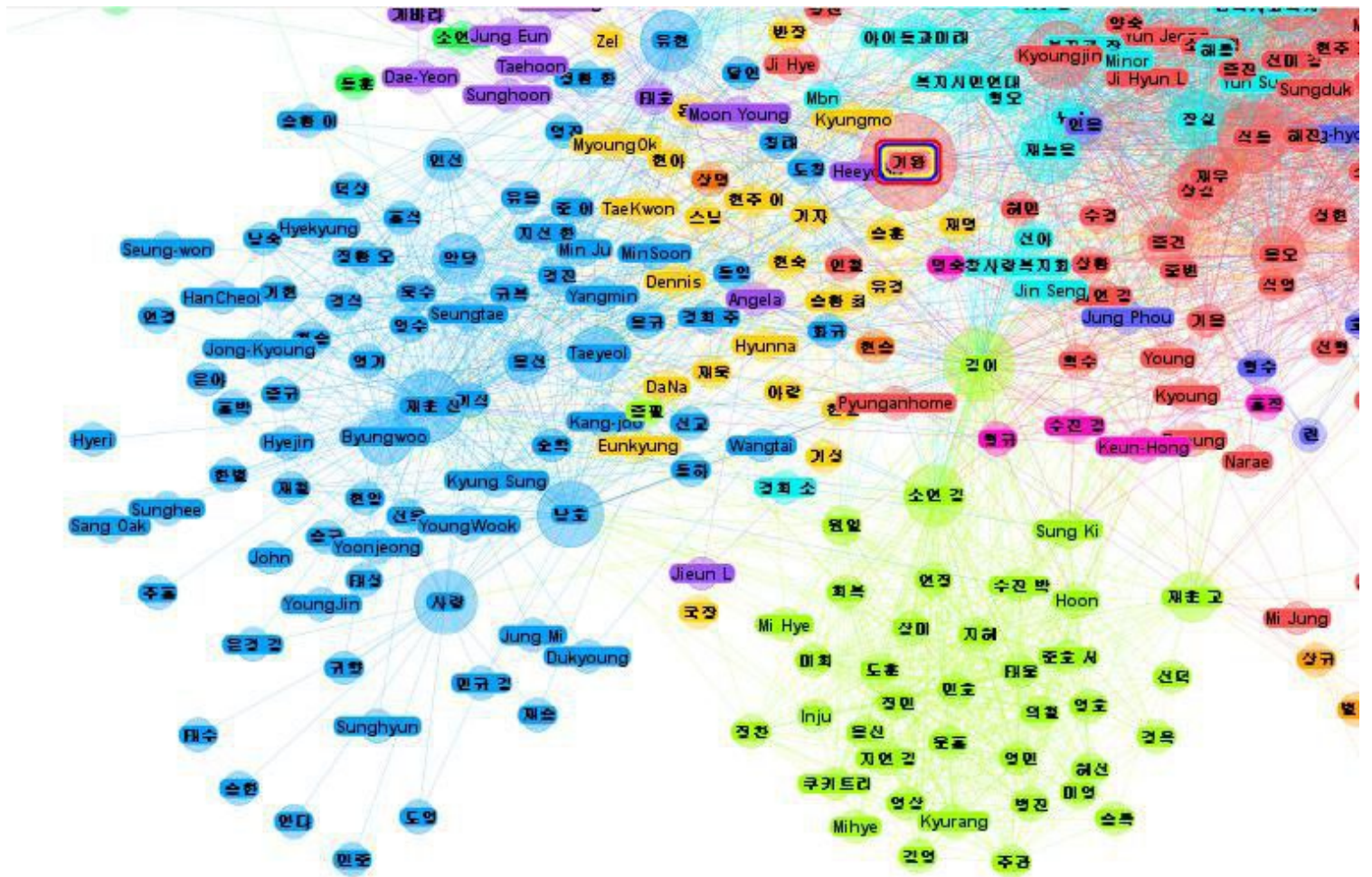
# 45. 페이스북으로 지역주민 관계망 살리기



## 김기완

2011년 5월 15일

페이스북 관계망 분석을 주기적으로 하고 있습니다. 관계망을 비교해볼 때 가장 많이 바뀐 점은 파란색의 용인시민들과 노란색의 용인 기관이나 기자들, 그리고 녹색의 우리 복지관 직원 안에 소통이 비약적으로 늘어났음을 알 수 있습니다. 제 페이스북 최종 이용 목적은 사회복지사들끼리의 소통도 중요하겠지만 '지역성'을 살리는 것, 상기한 세 그룹이 사회복지사들끼리의 관계망처럼 한 그룹으로 뭉치는 것입니다. 친구를 추가하실 때 '알 수도 있는 친구' 기능을 이용하시고 복지관이 있는 '지역명'으로 혹은 '영문 지역명'으로 지역성을 띄는 검색어로 선택하여 친구를 추가하고 자주 오프라인에서 만나면 답이 나오지 않을까 생각합니다.



**김종원** "제 페이스북 최종 이용 목적은 사회복지사들끼리의 소통도 중요하겠지만 '지역성'을 살리는 것, 상기한 세 그룹이 사회복지사들끼리의 관계망처럼 한 그룹으로 뭉치는 것입니다." 이 말씀이 좋습니다. 사회사업답게, 관계망 중심으로 일하시는 것 같아 부럽습니다. 대단하십니다. 지역성이 담겨있는 검색어! 좋습니다. 저도 그래야 한다고 생각합니다.

1. 지역성 2. 복지(무엇을 하는가?) 이 두 가지 핵심 단어 중심으로 주민들 인식에 깊게 들어가시기를 바랍니다. 좋은 전략이라고 생각합니다.



## 45. 페이스북으로 지역주민 관계망 살리기



**김기완** 아무리 제가 용인 토박이라 해도 지역 내에서 인지도가 없어서 어려움이 많습니다. 저라는 캐릭터를 통해서 사회복지에 대한 시각이 바뀌었으면 하는 바람입니다. 홀로 의미를 부여하고 책임감이 커지니 어깨가 무겁습니다. 혼자 북 치고 장구 치고 다 합니다.

## 46. 페이스북으로 주민을 세워드린 사례



**김종원**

2011년 8월 1일

더필판에서 하는 운동을 복지기관에 적용해도 좋을 것 같습니다. 페이스북을 통해 지역주민의 활동을 감사드리고 세워드리고 관계를 만드는 아주 좋은 활동이지요. 이 내용으로 길게 글을 쓰고 싶어집니다.



**더필판의 당신이 좋아요.**

전주에는 아름다운 사람이 있습니다. 요즘 같은 시절에 아주 친절하게 인사하는 사람이 있습니다. 정성과 기쁨을 다하여 밝게 인사합니다. 버스기사분들이 얼마나 어렵게 사는지 잘 알고 있습니다. 안녕하세요. 안녕히 가세요. 상대의 인격을 존중하는 인간적인 말



**김종원** 김기완 선생님. '용인, 용인사람들' 그룹에서 이런 캠페인 한 번 해보면 좋지 않을까요?



**김기완** 네. 좋을 것 같아요. 그리고 준비하고 있는 것이 하나 있는데 정리화하면 기록 공유하겠습니다. 깜짝 놀라게 해드릴게요. 오호! 설레어라.



**신현환** 버스 기사님께 인사드리는 활동이 어떻게 유익한지 찾지 못하고 있는데 좋은 사례를 발견한 것 같네요. 인사와 나눔 캠페인을 진행하는데 '버스에서 인사합니다.'라는 주제는 보류했습니다. 대신에 '소원했던 분들에게 안부인사 전해 보세요.'라는 주제로 진행합니다. 버스에서 인사하는 활동 고민해서 진행해봐야 하겠네요. 좋은 사례 고맙습니다.

## 47. 페이스북 운영 방법 제안



### 김기완

2011년 3월 16일

페이스북을 공부한답시고 한 일주일을 논 듯한 기분입니다.

1. 기관 계정은 만들 수 있지만 꾸준히 운영자가 콘텐츠를 올리지 않으면 소통 용으로는 어렵습니다. - 기관계정은 아무래도 힘들다는 의견
  2. 동종 혹은 유사 종사자 간의 연결고리로 활용하기는 매우 좋으나
  3. 지역색을 살리기가 어렵습니다. - 처음부터 나온 의견이었으나 혹시나 했는데, 역시나네요.
  4. 기관주체의 지역계정을 만들고 사람을 끌어 모으는 데(초대) 까지는 쉬우나 그들이 자발적으로 활동하고 운영자의 중재 없이 그들끼리 소통하는 것은 어렵습니다. - 페이지 내 소수 집단을 조직화 하기는 가능하나 기타 대부분의 소속 인원들은 트윗의 타임라인 넘어가는 수준으로 판단하는 듯.
  5. 지역사회 구성원을 끌어모을 콘텐츠가 '절대' 부족합니다.
- 어쩌면 조금 더 심도 있는 기능에 답이 있을지도 모르겠습니다.



**박승용** 기관계정에 대한 욕심이 없었던 것은 아닙니다. 조심스럽게 아직도 관망합니다. 그러면서 느끼는 것 중의 하나! 개인의 성장과 지지, 그리고 학습의 공간으로는 참 유용하다는 것은 확신합니다. 아울러 개인의 역량으로도 지역사회와 충분히 소통할 수 있다는 것입니다. 소통의 본질을 각기 다른 목적으로 해석할 수 있지만……. 그래도 최고의 소통은 기관이 지역사회로 직접 나서야 한다는 원론적인 싱거움. 사람이 사람을 만나야 통합니다. 여기서 힘을 얻고 용기를 얻고 지지를 얻고 단련·수련된 내공으로 지역을 향해 출발하자고요!



**김기완** '그래도 최고의 소통은 기관이 지역사회로 직접 나서야 한다는 원론적인 싱거움' 카…….



**박승용** 카……. 업무 시간에 우리 사무실 마당 모정에 모여 소주 한 잔씩 건네시는 할머니들 틈에 끼워 얻어 마시는 소주의 맛 역시 카……. 또 그 시절이 다가옵니다. 가끔은 소주 한 병을 사들고 할머니들 도시락 점심에 반주로 내놓아야 할 따스한 봄입니다. 지난 늦은 가을 날 우리 동네 할머니들과 새 봄이 오거든 함께 멋진 일을 하기로 했습니다.



**김기완** 사람 향내 나는 아날로그를 자꾸 없애려하고 돈 되고 효율성만 따지는 무언가를 세상이 요구하네요. 선생님은 참 마음 따뜻하신 분 같습니다.

## 47. 페이스북 운영 방법 제안



**김기완** 일단은 여기까지입니다.

1. 일단 락멜트(Rockmelt)를 사용하여 SNS활용 효율성을 높입니다.
2. 글 업데이트는 트윗을 사용하되 목적성을 뚜렷이 합니다.
3. 한 사람 한 사람 진심으로 소통합니다.
4. 차분하게 긴 호흡으로 블로그를 꾸며갑니다.
5. 업무수행에 지장이 없도록 잘 조절합니다.



**박승용** 패기와 열정이 부럽습니다. 그 넉넉한 기운은 이렇게 가만히 앉아 있어도 가슴이 뿌듯해집니다.



**조은희** 김기완 선생님. 한 사람 한 사람 진심으로 소통한다. '좋아요!'



**김종원** 1. 기관 계정으로서는 어렵다는 의견. 저도 환영합니다. 기관 계정은 페이지로 만드시기를 바랍니다.

2.3번은 제가 써 놓은 의견과 일치하네요. 혹 못 보셨으면 밑에 글에 있습니다. 용인, 장애인 이 두 가지 키워드로 그룹을 만드는 것도 방법이라고 생각합니다. 예를 들어 '용인지역 장애인을 돕는 모임' 이렇게요. 직원은 페이스북 프로필로 참여하고요. 허브라는 인식을 갖도록 하는 것이지요.

4. 온·오프라인이 섞이면 어느 정도 가능한 것 같아요.

선생님이 이 모임에 오신 것은 저의 발표를 듣고 얼굴을 봤기 때문이거든요. 믿을 수 있다는 것을 판단하신 것 같습니다.

5. 홍보든, 소통의 근거는 동료의 사회사업입니다. 저는 이것이 가장 중요한 요소라고 생각합니다.

나열 해주신 글 응원합니다. [글:홍보의 근거는 동료 사회사업가가 진행하는 사회사업활동에서 나옵니다.](#)



**정호영** 김종원 선생님의 댓글 중에 '용인지역 장애인을 돕는 모임'이란 말에서 '돕는'이란 어휘가 조금 거슬립니다. 다른 말은 없을까요? 모임의 구성원이 비장애인만 있는지, 함께 있는지에 따라 모임의 이름을 짓는 것이 필요할 것이라 생각합니다.



**김종원** 정호영 선생님. '돕는'이라는 표현은 적절하지 않네요. 조심하겠습니다. 다른 표현이 뭐가 있을지 생각하겠습니다. 핵심 키워드를 유념하기를 바랍니다.

## 48. 페이스북 운영논의 개인 계정, 기관 계정



### 임정희

2011년 5월 19일

요즘 페이스북을 사용하면서 사회복지와 관련된 친구의 비율이 상당히 많다는 것을 느낍니다. 같은 분야에서 일하는 사람들과 고민을 나누고 서로 지지하고, 조언할 수 있어서 참 좋다는 생각도 들지만, 실제 지역주민과는 어떻게 소통해야 하는가 라는 고민이 있습니다. 또 개인 계정과 기관 계정을 함께 사용하다 보니 두 계정의 사용을 어떻게 구분해야 하는가 라는 고민도 있습니다. 다른 선생님들은 어떠세요? 어떠한 방법으로 지역주민과 소통하고 계시는지 또 개인 계정과 기관 계정을 함께 사용하시는 분들은 어떠한 기준으로 구분하여 사용하고 계시는지 궁금합니다.



김기완 기관 계정은 잠시 멈춘다는 공지를 띄우고 간혹 들어가서 앱을 지워주고 있습니다. 페이지 전환은 확실한 전략과 콘텐츠가 있어야 할 것 같습니다. 아니면, 구성원 전부가 활발하게 SNS를 활용한다면 기관 계정 페이지가 필요 없을 수도 있습니다. 지역주민과는 온라인으로 대화하고 실제로 만납니다. 목적도 없고 의도도 없이 그냥 만나서 1/N로 밥을 사먹습니다. 명함을 교환하고 돌아와서는 다시 온라인으로 이런저런 사는 이야기를 합니다. 후원이야기는 전혀 하지 않습니다.



임성희 기관 계정은 페이지로 만들어 사용합니다.



서재민 저희는 아직 기관 페이지를 운영하고 있지 않습니다. 직원이 SNS를 사용하지 않고 있어서 업무과중 걱정 때문에 기관 페이지를 못 만들었습니다.

개인적인 생각이지만 지역주민과의 페이스북 소통은 생각보다 어려울 것 같다고 봅니다. 그래서 저희는 지역과의 소통은 발로 뛰는 것으로 대체하고 있습니다. 소통이 필요한 지역주민들은 SNS와 거리가 있는 분들이 많습니다.



송길호 서울시사회복지사협회 홍보담당 송길호입니다. 저희는 현재 페이지와 프로필 두 가지를 다 만들어 놓은 상태입니다. 두 가지를 한꺼번에 사용하는 것이 조심스러워 개인 프로필은 개설만 한 상태이고 활동은 하지 않고 있는데 벌써 친구가 400명 가까이 됩니다. 페이지는 만든 지도 조금 되었고, 여러 가지 홍보를 통해 현재 550명 정도가 팬이 되었습니다. 앞으로 개인 프로필을 찾아가서 '좋아요'를 클릭해 드리고 소통합니다. 페이지는 페이지대로 운영할 생각입니다.



## 48. 페이스북 운영논의 개인 계정, 기관 계정



**김종원** 김기완 선생님. 우와! "페이지 전환은 확실한 전략과 콘텐츠가 있어야 할 것 같습니다. 아니면, 구성원 전부가 활발하게 SNS를 활용한다면 기관 계정 페이지가 필요 없을 수도 있습니다." 이 말이 마음에 와 닿네요.

저도 서재민 선생님의 생각에서 페이스북을 출발합니다. "저희는 지역과의 소통은 발로 뛰는 것으로 대체하고 있습니다." 특히 이 말이 더욱 다가옵니다.

임정희 선생님. 기관의 요구가 없다면 페이스북을 그냥 개인적인 도구로 사용하시는 것은 어떨까요? 전국에 있는 동료에게 지지받고, 저와 같은 사람과 대화하는 그냥 편안한 도구로요.

계속 고민입니다. 페이스북에 지역성을 담자고 주장하는 것이 옳은 것인지, 그냥 개인적 삶의 확장 공간으로 남겨야 하는지……. 오늘도 그랬지만 제가 발표할 때 블로그는 콘텐츠 창고 도구, 트위터는 홍보 도구, 페이스북은 동료의 지지·격려받는 도구로 사용하시라고 합니다. 그렇게 사용하시면 어떨까요?



**임정희** 우와! 많은 선생님의 조언 감사합니다. 소셜미디어라는 것이 갑작스레 유행처럼 번져나가고 사회복지분야에서도 어떻게 적용해야 하는지 고민이 많아지다 보니 너무 어렵게 생각하고 있었던 것 같네요. 서재민 선생님의 말씀이 더욱 와 닿습니다. 온라인을 통한 지역과의 소통은 그저 발로 뛰기 귀찮다는 변명일 수도 있겠다는 생각이 듭니다. 사회복지의 결국 사람과 사람이 만나는 것인데 말이죠. 며칠간은 계속 고민하겠는데요. 생각을 잘 정리하겠습니다.



**조용진** 저도 많이 하고 있는 고민이네요. 사실 클라이언트들과 SNS를 통해서 관계를 유지해 나가기란 현재 상황에서는 쉽지 않은 것 같아요. 특히 저희 동네인 상도동 지역은 노인인구가 많아서 어려운 점이 있습니다. 그래서 저희는 대학교를 중심으로 지역 학생들과 소통하기 위한 전략을 계획하고 있습니다. 기관의 활동뿐만 아니라 자원봉사정보 등을 제공할 때 개인보다는 공신력이 있는 기관의 페이지를 활용해 볼 계획입니다. SNS에 대한 지나친 의존은 위험할 수도 있지만, 앞으로 지역사회와 쌍방향 커뮤니케이션을 이뤄내기 위해 매우 중요한 점이라고 생각합니다.

## 49. 페이스북 프로필 기관 계정 운영



**장윤정**

2012년 7월 2일

요즘도 기관이름으로 친구신청이 오는 경우가 있습니다. 페이스북 정책상 그러면 안되는건 알고 계시죠? NGO나 사회복지기관들은 페이스북에서 개인 프로필을 만들기보단 페이지를 추천합니다. 저는 요즘 기관이름의 페이스북 프로필(개인계정)로 친구신청을 해오면 '나중에 확인'을 눌러요.

SNS프로필은 개인의 소소한 이야기도 올릴 수 있는 공간이고, 홍보만을 위한 공간은 아니라고 생각하거든요. 그런데, 으레 기관 프로필은 한 사람이 관리하지 않고, 홍보부서 여러 명이 관리하거나, 아니면 담당자가 계속 바뀔수도 있는 거잖아요. 그러면 누군지도 모르는 사람이 나한테 친구를 신청해오고, 내가 올리는 글을 계속 본다는 것인데……. 그런 것은 좋지 않은 것 같더라고요. 기관들과 NGO 이름으로 개인계정을 만들고, 친구신청하고……. 그러다가 계정 삭제되고 정보를 다 날릴수도 있거든요.

페이스북에서 기관과 단체들은 페이지를 이용해보면 어떨까요? 페이지는 페이스북 가입 안 한사람도 볼 수 있고, 구글에서도 잘 검색됩니다. 프로필에 비해 훨씬 좋은 점이 많거든요. [글:내 사업체, 밴드, 또는 기타 단체를 홍보하기 위해 만든 계정이 비활성화되었습니다.](#)



**박용득** 저는 담당자가 너무나도 불쌍해서 (그거 만들기 위해 윗분에게 엄청 혼났을 것 생각하니 눈물이 앞을 가려요.) 친구 승인 해줍니다. 뭐 그렇게 승인해줘도 거의 활동을 안 하더라고요.

00기관 풍경

부장 : 박00 선생 페이스북 개설했어?

박00 : 아뇨 제가 잘 몰라서 못했습니다.

부장 : 아니 이사람이 지시한게 언젠데 아직 못했어? 우리 사무실에 당신밖에 컴퓨터 잘하는 사람이 없는데 당신이 안하면 누가해?

박00 : 죄송합니다.

부장 : 지금 옆 00복지관에서 페이스북을 개설해서 친구가 1000명이라는데 우리도 얼른 개설해서 친구 500명을 만들어놔! 내일까지!

박00 : 예 알겠습니다. (아! 진짜 아는거 없는데 어떡하지?)

뭐 이런 생각이 드니 제가 친구를 맺어놓는 것이죠. 물론 이렇게 만든 페이스북 계정은 죽은 계정이 되더라고요.

## 49. 페이스북 프로필 기관 계정 운영



**김종원** 페이스북에서 신당복지관에게 페이지로 전환하라고 연락했대요. 많은 기관들이 페이스북 계정을 잘못 사용하고 있어요. 개인 계정 말고 페이지 만들라고 운동하고 싶지만 페이지 만들면 문제가 사라지는 것인지(운영 등)에 대한 고민이 많아 운동을 하지 못하고 있지요. 많은 기관들이 프로필을 사용하는데 평가 때문에 많은 기관들이 떠밀리듯 페이스북에 들어왔어요. 이것도 큰 문제예요.



**박용득** 김종원 선생님 말씀이 맞아요. 평가 때가 되면 갑작스레 밀려드는 기관 친구요청! 제발 평가와 묵지 않았으면 좋겠어요



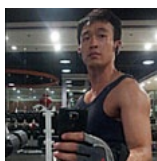
**권태용** 밀려드는 기관친구신청? 어떻게들 하시나요? 궁금해서요



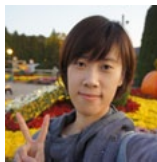
**장윤정** 저는 처음엔 수락했었고, 최근에도 아는 기관이면서 소식을 받아보고싶은 기관은 할 수 없이 수락하지만 잘 모르는 기관은 수락 안하고 있어요. 다른 분들은 어떻게 하시나요?



**김종원** 처음부터 수락했습니다. 운동을 하는 내용의 글을 쓰다 보니 기관 계정이지만 제 글을 봐주신다면 좋겠다는 생각으로 수락하고 있어요.



**최인철** 문제는 글 올라오는 기관이 별로없고 대부분 홍보가 아닌 광고성 때문이지요.



**장윤정** 페이스북과 트위터에 글 올리기가 어렵죠. 요즘 제가 활용하는 글올리기 방법을 소개할게요. 팔로워나 팬분들과 관계 맺고 그분들의 글을 공유/RT하는 것이예요.

기관에 대한 좋은 이야기가 있다면 "00님이 말해주신 내용인데 참 감사합니다. 앞으로도 무한애정 부탁드립니다." 하는 것이죠. SNS에서 아웃리치하는거라고나 할까나요? 공유는 기록에 남고, RT도 알림이 가기 때문에 그것을 작성한 사람만이라도 진짜 팬이 되어줄 수 있을 것이예요. 트윗글을 페이스북에 올린다던지 하는 크로스오버도 괜찮고요. 드림트리에서는 트윗에서 진로관련해서 본글을 캡처해서 페이스북이 올렸는데요. 이글 작성해준 분께는 트윗으로 먼저 못 알리고 페이스북에 띄워 미안하다고 알려드렸어요. 괜찮다고 좋다고 하시더라고요. 이후에 이분은 제가 보낸 트윗을 즐겨찾기에 등록해 놓으셨더라고요. 그리고 [글:한 청소년이 담벼락에 올린 사진](#)을 드림트리에 공유했는데, 오프라인모임 갔을 때 그것을 기억하고 얘기하더라고요.

## 50. 기관 페이스북 페이지 운영



**심지영**

2011년 5월 9일

페이스북 기관 페이지를 운영하기 시작했습니다. 그런데 프로필처럼 적극적인 친구관계를 맺기가 어렵네요. 팬수가 좀처럼 늘지도 않고요. 또 '공유하기'와 다른 친구들 담벼락에 댓글 쓰기가 안 되서 쌍방향 소통이 어려운 점이 있습니다. 페이지 운영하시는 분들 조언 부탁드립니다.



**김동균** 저도 아직 그런 점 때문에 페이지 운영에 대해 고민합니다. 많은 분들 조언 부탁드립니다.



**정선복지** 페이지 생성 후 개인 아이디로 현재는 이용 중입니다. 페이지도 활성화 시켜야죠!



**이순희** 저도 테스트 중입니다. 모든 게시글에 사진을 꼭 첨부하는 것이 좋을 것 같고요. 직원이 '공유하기'를 많이 하면 좋을 것 같아요. '공유하기'를 하면 아시는 것처럼 인용이라고 나옵니다. 그렇게 해서 '좋아요' 클릭 숫자를 늘릴 수 있을 것 같고요.

어떻게 보면 '공유하기'를 통해서 소통을 더 잘 이루는 것 같습니다. 그러나 기관 페이지에 꾸준히 사업내용을 담는 것은 중요하다고 생각이 듭니다.



**황홍기** 저도 기관 페이지만 만들어 놓고 시작을 못하고 있습니다. 다들 공통적인 고민인 것 같습니다.



**김종원** 네, 맞습니다. 페이지로 만들면 사람이 많이 늘지 않습니다. 대신 목표에 맞는 사람들이 들어오게 되지요. 그것에 더 기대를 하셔야 할 듯합니다. 그리고 페이지는 소셜플러그인의 기능으로 기존의 웹사이트 등과 연계해서 운영하는 것이 좋을 것 같습니다. 그리고 콘텐츠, 메시지에 대한 근본 고민을 적극 하는 것이 좋습니다.



**심지영** 프로필과 페이지 모두를 운영하는 것도 비효율적이라고 생각합니다. 기관 프로필을 운영하다가 계정이 강제로 없어졌다는 실제 이야기를 들으니 프로필로 다시 돌아가고 싶지는 않고요. 고민입니다.



**김종원** 서울사회복지사협회에서 일하시는 송길호 선생님께 같은 질문을 했지요. 그래서 이렇게 말씀드렸습니다. 콘텐츠 없이, 이슈 없이 페이지에 글 쓰라는 것은 불만을 쓰라는 것과 같다고요.



**심지영** 콘텐츠에 대한 고민은 많은 홍보담당자의 공통된 고민이라고 생각합니다. 김종원 선생님, 어떤 콘텐츠를 살려야 될까요?



## 50. 기관 페이스북 페이지 운영



**김종원** 사람 사는 냄새가 나는 콘텐츠요. [글:사회복지 홍보의 지향](#)



**김기완** 사람 사는 냄새가 나는 콘텐츠, 리플 달고 거들고 싶은 이야기, 남의 이야기가 아닌 우리 지역의 이야기.



**정선복지** 사회복지사가 느끼고 체험하는 일상 자체를 적으시면 좋을 것 같은데요. 기관의 일이 되는 것이니까요.



**김기완** 행사나 좇아 쌀이나 전달하는 사람들의 이야기가 아닌 소소한 우리의 감동 이야기가 되겠지요. 가시적인 콘텐츠를 하나 정해야 하겠습니까. 아이디어 회의도 필요한 것 같고요.



**김종원** [글:은희의 걸음마](#) 저는 이 글 읽고 감동했습니다.  
[글:소식지 - 긍정적인 질문의 힘](#) 제가 경험한 일도 있고요.



**송길호** 안녕하세요. 위에서 언급된 송길호입니다. 저희 협회도 참 고민이 많은데요. 우선 페이지 '좋아요' 수는 처음에 200명까지는 쉽게 올라갔습니다. 아마도 저희 국장님께서 맺어 놓으신 친구가 1000명 정도 되니 그 영향력도 있었을 것 같고요.

그 이후로 기관 웹사이트에 소셜플러그인을 달고 웹진과 신문을 통해서도 홍보했더니 꾸준히 늘어서 현재는 530명 가량이 됩니다. 중요한 것은 콘텐츠라는 생각에 이제는 어떻게 하면 콘텐츠를 모을까 고민하고 있습니다.



**김종원** 고마워요. 송길호 선생님. 이 페이스북은 협회, 협의회가 일하기에 좋은 공간입니다. 핵심 타깃이 다 이 페이스북에 있거나 이 곳으로 몰려들고 있거든요. 지역복지기관은 페이스북으로 일하기가 참 어렵습니다.



**김기완** 서울사회복지사협회 사무국장이라는 타이틀과 객경인이라는 사람의 인격, 그리고 폭풍 '좋아요'는 서울사회복지사협회 홍보사업에 막대한 영향을 끼친 것 같습니다.



**송길호** 저희 협회 페이지만 봐도 저희가 일방적으로 올린 공지보다는 [글:보수교육 컵 이야기](#) 같은 글에 더 많이 반응해 주시더라고요. 가장 많은 댓글이 달렸어요!



## 50. 기관 페이스북 페이지 운영



**심지영** 페이스북 프로필에서 페이스북 페이지로 전환했거나, 기관 페이스북 페이지 활용에 대해 고민하고 계시는 분들과 함께 그룹에서 앞으로 많은 고민을 해야 하겠습니다.



**김종원** 글:[지역성이 담겨있는 지역복지기관의 페이스북 - 페이지 활용 연재 3/4](#) 오늘 이것에 관한 글을 쓰려고 마음 먹었는데 심지영 선생님이 바로 의견 주셨네요. 이 글의 콘텐츠에 대해 이야기하려고 생각했으나 전체 맥락을 생각해 볼 때 부차적인 내용이라 뺐습니다. 하지만 콘텐츠는 가장 중요한 내용입니다.



**전재일** SNS는 가랑비에 옷이 젖듯이, 물방울로 바위 패이듯이, 한 번에 큰 성과보다는 꾸준히 지속적으로 해야 한다네요.



**심지영** 조바심내지 말고 우리의 일상처럼 이야기하고 대화하란 말씀이시죠?



**이순희** 그것을 꾸준히 해야 하는데..... 꾸준히 지속적으로 한다는게 참 어렵네요.



**류웅수** 댓글을 읽는 데 한참 걸렸습니다. 엄청난 댓글입니다. 전재일 선생님의 의견에 동감합니다.



**우아미** 댓글을 읽으면서 해답을 알아가네요. 참 유익한 모임인 것 같아 기분이 매우 좋습니다. 기관 페이지를 만들었으나 '좋아요'가 안 오르더라고요. 직원과의 공유를 먼저 시작해야 하겠습니다. 다른 분들에 비해 계속 뒤쳐지는 것 같아요. 더욱 분발하여 함께 고민하는 시기가 제게 찾아왔으면 합니다. 이 그룹! 참 좋아요.

## 51. 페이스북 페이지로 전환 문제



**신수정**

2011년 7월 15일

혹시 페이스북 페이지 관련해서 아시는 분 있으시면 여쭙보고 싶습니다. 개인계정으로 만들었던 기관 페이스북을 페이지로 전환하기를 이용하여 페이지로 바꾸었습니다. 그런데 페이지로 전환하고 나니 그 전에 있던 글들이 다 사라졌네요. 원래 이렇게 되는 것이 맞나요? 또한 페이지는 좋아해 주는 친구들이 올린 글이 뉴스피드에서 보이지 않나요? 그리고 페이지가 올린 글이 좋아해준 친구들의 뉴스피드에서 보이지 않나요? 기관 페이지에 글을 올려보고 저의 개인계정으로 다시 로그인해서 들어가 보니 뉴스피드에서 기관 페이지 글이 안 보이네요. 괜히 건드려서 일이 복잡해진 것 같아 마음이 무겁습니다.



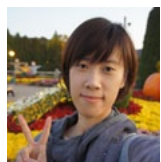
**김종원** 원래 그래요. 마음을 편안히 하세요.



**신수정** 김종원 선생님. 아! 그렇다면 기관 페이지에 아무리 글을 올려도 친구들이 글을 뉴스피드에서 못 보는 것인가요? 그러면 친구들이 기관 페이지의 글을 보려면 어떻게 해야 하나요? 친구들이 글을 못 보면 페이지는 무용지물 아닐까요?



**김종원** 팬이 되었지요. 제가 선생님 기관 페이지를 '좋아요' 하면 됩니다. 친구들이 모두 팬이 되었어요. 158명이요. 페이지에 글을 쓰면 158명의 담벼락에 글이 올라와요.



**장윤정** 페이지에 와서 '좋아요' 누른 친구들의 글만 보이죠. 친구들이 다시 페이지로 와서 '좋아요'를 눌러줘야 돼요. 그리고 담벼락에서 친구들의 글이 남겨질지는 설정에서 정하시면 됩니다. 페이지는 친구가 되어서 서로의 담벼락에 글 남기고 페이스북 프로필도 와서 글 남길 수도 있는데 설정에서 페이스북 페이지 관리자 글만 노출될지 모두의 글이 노출될지 결정할 수 있죠. 그리고 페이지는 프로필에 가서 글을 남길 수 없습니다. 저희야 비영리니까 괜찮지만 영리에서 일반인들의 프로필에 글을 남기면 스팸처럼 될 수 있으니 이 상황을 막기 위한 페이스북의 정책이라고 하네요.

제가 가서 '좋아요' 하니까 담벼락에 보여요. 사람들에게 다시 와서 '좋아요' 누르도록 하는것이 관건인 듯. 페이지의 뉴스피드엔 '좋아요' 누른 페이지의 글들이 보이는 거죠. 관계를 페이지하고만 맺을 수 있으니까요.

## 51. 페이스북 페이지로 전환 문제



**신수정** 장윤정 선생님. 아! 그렇군요. 좋은 정보를 주시니 감사합니다. 사람들이 다시 오게 하고 싶은데 친구들 담벼락이 글을 남길 수가 없으니 어떻게 다시 와서 '좋아요'를 눌러 달라는 말을 전할 수 있을까요?



**장윤정** 신수정 선생님. [경기도 적십자의 이벤트](#)예요. 이런 식의 이벤트를 걸고 페이스북 팬들에게 '공유하기'를 누르거나 친구들을 초청해 달라고 해보세요. 그리고 페이스북에서는 페이지도 인간성을 드러내는 것이 소셜의 맛이니까. 선생님이 그런 고민들 공유하는 식의 글을 써보심 어떨까요? 페이스북 페이지를 잘 몰라서 여러분의 친구들과 관계가 끊어진 것에 대한 안타까움. 그런 것을 담아내는 글을 이벤트에 직접 담아보세요. 그런 솔직함이 위기를 기회로 만들어줄게요.

## 52. 페이스북 페이지 콘텐츠 구성



**장윤정**

2012년 6월 27일

SNS에, 그리고 사이트에 글을 올리며 요즘 이런 생각합니다. 이 콘텐츠가 공유될만하고 이용자에게 필요한 콘텐츠인가? 어떤 글을 봤더니, 이용자들은 페이스북 담당자가 점심에 무엇을 먹었는지, 신변잡기가 어떻게 되었는지, 전혀 궁금해하지 않는다고 하더라고요. 공유할 만한, 도움될 만한, 그리고 구멍가게 마인드! 이것이 요즘 제가 SNS홍보에서 고민하고, 실천해보려는 가치입니다. 그런데, 어렵네요.

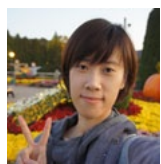
페이스북, 트위터, 블로그, 웹사이트……. 그런곳에 올리는 콘텐츠를 만들 때 어느 정도 시간 들어가나요? 저는 고민해서 정보 모으고, 글쓰고, 공유하고……. 시간이 많이 드는데, 윗분들은 일이 별로 필요 없다고 생각하시나봐요. 참 쉽게 일을 하는 듯 보여서 그런 것일까요? 아닌데…….



**김종원** 전진호 선생님께서 먹은 음식은 꼭 찍어서 올리더라고요.

평소에는 눈에 안 들어왔는데 전진호 선생님도 저도 제주도에 있으니 그 음식이 눈에 들어오더라고요. 나도 저것 먹고 싶다! 먹어야지! 해물 짬뽕 먹고 왔어야 하는데……. 이런 생각이 들더라고요. 필요 없는 정보였는데 필요한 정보가 되네요. 사소한 것 같은 그런 정보도 눈에 들어오네요.

장윤정 선생님께서 올리시는 정보도 그러리라 생각합니다. 나에게는 그리 중요한 정보가 아닌데 다른 사람에게는 큰 정보가 될 것입니다. 취사선택은 그 글을 읽는 분에게 맡기세요.



**장윤정** 김종원 선생님. 개인SNS의 경우 당연히 먹거리가 최고죠. 제 글 중에 '좋아요'를 가장 많이 받은 것은 떡볶이 사진입니다. 개인이야 취향나름이죠. 무엇을 올려야 한다고 규제하는 것 자체는 없어야 된다고 생각하지만 스스로 안 올려야 할 것을 정해놓으면 좋긴 하겠죠.

제가 봤다는 정보는 비영리단체 페이지에 대한 조언 글이었어요. 음식을 다루는 페이지라면 당연히 음식 사진을 올려야 하는 것이 맞는데……. 목적과 상관없는 콘텐츠를 올리는 것에는 사람들이 관심을 안 준다는 이야기입니다.

개인 SNS에는 저도 특별히 비난 글, 비판 글은 자제하면서 제 신변잡기 등 아무 것이나 올리고 있어요. 제 담벼락이니깐요.



**김종원** 아! 페이스북 페이지요. 그쪽은 저도 할말이 없습니다. 저도 이것 저것 고민합니다.

# 53. 감동이 있는 글의 영향



## 김기완

2011년 11월 22일

기관 계정의 페이스북 페이지! 써야 하나? 객관화하기에는 약간 무리가 있지만 전파성이 높은 게시 글의 공통점이 있습니다. "감성 위주의 글" 아직 가능성은 있다고 생각합니다.

용인시장애인복지관 > 인사이드

페이지 정보 보기

토요일까지의 데이터

소 데이터 다운로드

총 좋아요 수? 268 ↓ -0.37%  
 팔로워 친구? 50,392 ↑ 2.93%  
 이에 대해 말한 사람? 15 ↑ 25%  
 주간 총 도달? 187 ↓ -30.74%



페이지 게시물

모든 게시물 종류

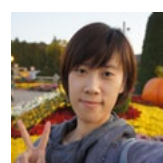
날짜	게시물	도달	관련 사용자	이에 대한 언급	전파성
2011-11-17	[운운한 나눔소식]	44	6	4	9.09%
2011-11-14	[복지관 소식]	67	7	3	4.48%
2011-11-6	뉴스레터 8호가 나왔습니다.	84	13	6	7.14%
2011-10-29	<복지관 사진자료실>	52	12	8	15.38%
2011-10-23	[복지관 중지사항]직원과 이용...	68	10	6	8.82%
2011-10-23	[복지관 공지사항]	53	10	7	13.21%
2011-10-23	[복지관 소식]	51	6	4	7.84%
2011-10-23	[복지관소식]안면도 나들이	50	5	4	8%
2011-10-23	[복지관 소식]재가장애인들의 ...	48	5	2	4.17%
2011-10-19	[복지관 공지사항] 이용고객 모집	42	3	2	4.76%
2011-10-19	[복지관 중지사항] 직원과 이용...	37	2	1	2.7%
2011-10-17	참여해주신 모든 분들께 감사드...	29	12	6	20.69%



**양성현** 이거 어떻게 하는 것이지요?



**김기완** 페이지 가시면 인사이드 메뉴가 있어요.



**장윤정** 오늘 인사이드 새로워졌죠. 피드백 몇 퍼센트에 기뻐하는 저!



## 53. 감동이 있는 글의 영향



**고한용** 참여 없는 페이지, 온라인 공간. 직원 공유가 안 되는 한 어려움. 점점 기관 직원의 관심이 떨어짐. 그래서 요즘은 어려움을 살살 느껴 가고 있습니다.

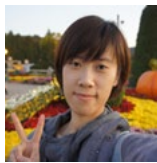


**김종원** 이 그래프 해석은 감성이 있는 글을 썼더니 전파력이 높아졌다는 뜻인 것 맞죠?



**김기완** 네. 사람들은 타인의 미담 사례나 성공 스토리, 감동 스토리에 본인이 직접 참여하지 못 한 것에 대해 아쉬움을 느끼나봐요. 해당 정보를 공유함으로 인해 어느 정도의 상쇄감을 느끼려 하는 것 같아요 (제 느낌에 그래요.)

그래서 감성이 있는 글이 그러한 마음을 움직이는 데 작용하지 않을까 하는 생각합니다.



**장윤정** 친구랑 같이 보고 싶은 글은 감성이 있는 글인 것은 아닐까요? 정보는 넘쳐나는데 미담, 감동 주는 글이 별로 없으니까요. 그래서 미국에서도 좋은 소식만 전하는 사이트가 인기있다는 이야기를 들었던 것 같아요. 객관적 정보는 뉴스나 신문에 넘쳐나잖아요. "또 무슨 행사 했다." 그런 글은 내 이야기 아닌 것처럼 멀게 느껴지는데, 누군가 삶의 이야기를 하면 가까운 사람 이야기 같아서 좋아요.

## 54. 페이스북 실적화 논의



### 김종원

2011년 11월 14일

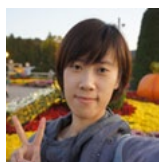
요즘 많은 기관이 페이스북 페이지를 만들고 있습니다. 관련하여 주장하고 싶은 것이 하나가 있습니다. 지역복지기관의 페이스북 페이지를 홍보 실적에서 제외하면 안 될까요? 페이스북 페이지를 통해서 소식을 듣는 사람들은 대부분 사회복지사이기 때문입니다. 지역주민이 아닙니다. 여러분의 생각은 어떠세요? 제가 이때쯤에 이 이야기를 드리는 이유는 지금이 사업계획서를 쓸 시기거든요. 함께 편안하게 이야기 나누면 좋겠습니다.



심지영 실적으로 잡지 않는 것이 좋겠다고 생각합니다. 실적으로 잡는 순간부터 실적에 연연할 수밖에 없습니다. 저는 올해 SNS에 대한 목표가 있습니다. "대표 SNS 결정" 이것뿐입니다. 그런데 내년에도 이렇게 갈 순 없고, 그렇다고 열심히 SNS로 소통하려고 하고 있는데 근거로 남겨지지도 않는다면 고민이긴 합니다. 모든 홍보담당자들의 고민이 아닐까 합니다.



김종원 페이지에 '좋아요' 눌러준 사람들은 대부분 사회복지사잖아요. 전국의 사회복지사들에게 홍보했다고 할 수는 있는데 지역주민에게는 참 홍보하기 어려워요. 어떻게 하면 좋을까요? 유연하게 해석해서 사회복지계에 홍보한 것도 홍보라고 말하는 것이 좋을까요? 고민입니다. 어떤 것이 옳은지 모르겠어요. 사회복지사끼리 정보를 생산 소비하는 이 구조에서 홍보 실적화의 한계는 있는 것 같습니다. 페이스북으로 지역주민을 만난 사례를 딱 하나뿐이 못 봤어요. 김기완 선생님만 봤습니다. 어떻게 하면 좋을까요?



장윤정 사실 페이지가 SNS기반이긴 하지만 조금 더 마케팅도구에 가깝다고 저는 생각합니다. 프로필을 실적으로 잡을 수는 없지만 페이지는 잡을 수 있지 않을까요? 페이지는 구글에서도 검색되잖아요. 기존 웹페이지 기능을 페이스북 페이지가 다 할 수 있다고 생각하는 건 해라……. 심지영 선생님 말씀처럼 열심히 했는데, 실적에 안 남는다면 업무라고 표현도 못할 듯한데요. 그래서 페이스북 프로필과 페이지는 따로 가야겠죠. 트위터, 페이스북 페이지, 웹사이트, 블로그, 유튜브……. 이런 식이 같이 가고 프로필은 자기 개인적으로 활용하는 것이 가장 건강한 모형이나 그렇게 못 하고 있는 것이 사실이죠. 그래서 친구들 만나면 욱먹어요. 그만 광고 올리라고요.



전진호 글썩요. 실적주의에 대해선 반대하지만 페이지에 들어오는 사람들 대부분이 사회복지사라고 단언하는 것도 성급한 일반화의 오류가 아닐까요?

## 54. 페이스북 실적화 논의



**심지영** 김기완 선생님처럼 지역사회에 뛰어드는 적극적인 홍보활동은 드물죠. 하지만 페이지에 사회복지사만 좋아요 한건 아닌데……. 직원의 인맥을 통해서 가족들, 친구들, 지인들도 많답니다.



**김종원** 장운정 선생님. 그렇죠. 기관의 페이스북 프로필 운영은 많이 바뀌어야 합니다. 저도 여기에 글을 썼죠. [글:역성이 담겨있는 사회복지기관의 페이스북 - 페이지 활용 연재 3/4](#)



**장운정** 지금 부스러기 페이지 한번 봤는데 안 그런데요. 항공사직원도 있고 코스메틱 분도 있고 협회나 소셜프리즘은 성격상 그럴겠지만 제가 생각하기엔 젊은 층 타깃, 대학생 타깃, (그리고 요즘은 청소년들도 조금씩 들어오고 있는 경향 발견) 홍보할 때는 페이지가 유용한 듯해요. 그리고 연령대가 있는 경우 기존 오프라인 홍보매체를 병행하는 것은 아직 많이 필요한 듯해요. 오프라인의 효과가 온라인보다는 아직 큰 듯해요. 그렇지만 가랑비에 옷 젖는다고 뉴스피드에 계속 올라오는 '월간 윤종신'을 보며 윤종신을 존경하게 된 것처럼 조금씩 보다가 호기심 갖다가 정말 팬이 되어가는 경우도 있지 않을까요?



**김종원** 그런데. 전국 단위 사업을 하는 기관과 지역단위 사업을 하는 기관은 '좋아요' 구성원이 많이 다릅니다. 사회복지기관은 대부분이 사회복지사인 곳이 엄청 많습니다. 이 생각이 편협된 시각일 수 있습니다. 그래도 한번 이야기 나누고 싶었어요. 이런 문제의식! 저만 갖고 있을 것 같지 않아서요.

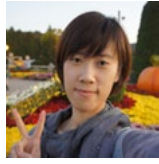


**장운정** 여기저기 노출해보세요. 트윗애드온즈에서 지역 내 트윗 모임을 찾아서 기관 트윗으로 페이스북을 노출하는 것이죠. 그러다 보면 다양한 사람들이 들어올 가능성이 높아지지 않을까요? 트윗하는 사람들 중 상당수가 페이스북도 하니까 노출은 자주해야 합니다. 자주 하는 것이 관건이죠. 브로슈어랑 홍보물에는 QR코드 넣어주고 그러다 보면 다양한 사람이 들어오지 않을까요?



**김종원** 제가 '지역'복지기관의 홍보에 엄청 관심이 있거든요. 전국 단위 홍보를 고민하는 분들은 많은데 지역 홍보는 고민하시는 분들이 없는 것 같아요. 장운정 선생님 말씀처럼 많은 기관들이 지역성을 살려 지역에 있는 분들을 적극적으로 찾아다니도록 노력하면 좋겠습니다. 페이지 운영에 대한 가이드라인? 최소한 운영방안……. 이런 것 찾을 수 있으면 좋겠어요. 아직 초기이니 잡아 가겠죠?

## 54. 페이스북 실적화 논의



**장윤정** 저도 잘 모르지만 정보구성을 소셜미디어, 페이스북 기능, 시사, 소소한 일상, 지역 소식 등과 관련해서 일부 넣고, 절반 가량을 기관소식으로 할 경우, 사회복지사가 아닌 다른 분들이 조금씩 팬으로 늘어나지 않을까요? 저랑 상관없는 소식만 내보내는 곳의 소식은 뉴스피드에서 '좋아요'도 안 누르게 돼요. 그러면 점차 제 뉴스피드에선 보이지 않게 되죠 '좋아요' 누르게 만드는 콘텐츠! 너무 어려워요.



**김종원** 맞아요. 콘텐츠로 승부를 걸어야 하는데, 지역복지기관은 지역성을 기반으로 홍보해야 하는데, 지역 콘텐츠를 찾아야 하는데, 그 방안을 더욱 궁리하고 있어요.



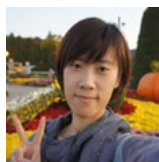
**김기완** 뜨거운 논의가 일어나고 있네요. 저희도 실적으로 안 잡습니다. 각 직원에게 활용을 강요하지도 않습니다. 굳이 실적을 잡아야 한다면 '자원봉사', '후원', '재능기부'가 SNS를 매개체로 진행했을 경우만 '건'으로 연간 10건 정도 잡을 계획입니다. 그 이외에 모금전용 플러그인을 개발한다면 참여인원을 '명'으로 잡을 계획인데 이것도 그리 긍정적으로 보이지는 않습니다. 그냥 소통하면 안 될까요?



**박성호** "지역복지관 SNS, 지역이 대상이어야 한다." 전적으로 공감합니다. 저희는 최근에 시작했는데 가급적이면 우리 자치구 중심으로 친구하려고 노력합니다. 그런데 공개된 정보로는 알 길이 없으니 광역 단위라도 우리와 가까운 분을 찾기 위해 신경 쓰는 편입니다. 정치인부터 우리 지역구의원과 친구하는 식으로요. SNS로는 지역밀착 홍보가 쉽지 않네요.



**함형호** 페이스북 팬이 사회복지사라고 단정 짓는 것은 일반화의 오류로 생각되고 홍보대상자를 지역으로 한정짓는 것도 마찬가지로 일반화의 오류라 생각합니다. 홍보를 위함이라면 지역적 한계를 두어야 할 필요가 있을까요? SNS는 소통을 위한 창구로 만들어야 하고 이를 통한 창의적 결과물을(김기완 님과 같이) 실적화하는 것이 맞을 듯합니다.



**장윤정** 함형호 선생님의 의견에 크게 동감합니다. 어느 지역에 있든 사회복지에 관심을 갖게 한다면 지역성을 기반으로 꼭 안 해도 되니까요. 다른 지역 얘기 듣고 우리 지역에 참여할 수도 있는 것이고 생각을 확장해주시니 참 좋네요.



**함형호** 결국 개인적으로 홍보기사 보낸 실적이 실적으로 잡히는 것이 아니라 기사로 나간 홍보가 실적으로 잡혀야 하는 것과 비슷하다고 생각합니다.



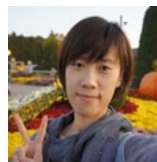
## 54. 페이스북 실적화 논의



**함형호** 우스운 예가 될지 모르겠지만 조사연구 실적의 경우도 책을 얼마나 많은 곳에 보내고 공유했는가가 실적이 아니라 몇권 만들었는지가 실적이죠. 100권 만들면 30% 이상은 기관 책장에 모셔져 있는데 말이죠. 안타까운 현실입니다 의미보다는 숫자에 목매고 있는 모습이…….



**김기완** 실적으로부터 자유로운 비정형 업무가 효율을 극대화시킬 수 있던데 저만 그런가요?



**장윤정** 사실 페이스북도 팬 수가 아니라 인사이트를 봅니다. 세부적인 통계 볼 수 있잖아요. 액티브 이용자 수나, 얼마나 우리 기관에 대해 이야기하고 있는지도 알 수 있고, 팬 수는 그냥 한번에 늘릴 수 있지만 이야기되도록 또는 '좋아요'를 누를 수 있는 콘텐츠, 댓글 달리는 수는 상당한 노력이 필요합니다. 실적도 될 수 있지 않을까 생각해요. 팬은 많은데 논의가 없는 페이스북 페이지보다 팬은 적더라도 계속 팬이 언급하는 페이스북 페이지가 되어야 하겠죠. 공유된 건수도 잡을 수 있고요. 지금 통계를 보니 어떤 콘텐츠는 노출은 많이 되었는데 실제 피드백은 적고 노출은 1/3수준인데 피드백은 높은 콘텐츠도 있네요.



**김기완** 그럼에도 불구하고 이 문제를 다시 수면으로 끌어주심에 감사드리며 깊은 논의가 필요하기는 할 것 같습니다. 평가척도로 올라가면 전국 기관이 엄청나게 많은 '읽히지도 않을 홍보물'을 SNS로 쏟아낼 것이고 일반인들은 사회복지 관련 글은 다 넘겨버릴 수도 있습니다 얼마나 짜증나겠어요. 트윗 팔로워 잘못된 기분……. ㄹ



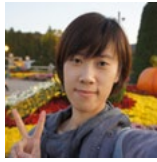
**김종원** 저는 지역주민을 돕는 일을 지역사회 스스로 하도록 도와야 한다고 생각합니다. 당사자의 자주성과 지역의 공생성을 살리도록 하는 것이 목표라면 더욱 그리해야 합니다. [링크:복지수상록](#) 철암처럼 외부의 도움이 절실해 보이는 이곳에서 지역 스스로 서로 도움으로 도와 가려는 노력들이 지역의 복지를 얼마나 풍성하게 하는지 알 수 있습니다. 그런 관점에서 홍보의 1차 우선순위는 당연히 지역주민입니다. 그 외 지역의 사람에게 홍보하는 것은 부차적인 문제입니다. 박성후 선생님의 말씀처럼 지역밀착 홍보가 절실합니다. 지역복지기관이면 '당연히' 그렇게 해야 합니다. 모든 기관의 팬이 사회복지사라고 말할 수는 없지만 사회복지사들의 팬으로 가득한 기관들이 부지기수입니다.



## 54. 페이스북 실적화 논의



**김종원** 굳이 예를 들지 않아도 알 수 있는 사실입니다. 홍보에 대해 깊이 논의, 고맙습니다. 이야기를 나누지 않으면 제가 착각하고 있는 것이 많습니다. 진심으로 감사합니다. 더 댓글 달아서 논의를 깊게 전개해 나가죠.



**장윤정** 저는 페이스북이 좋거든요. 합천에서는 지역 내 재능기부로 SNS교육을 하는 것 같던데 그런 식으로 안 하는 분들에게 사회복지사들이 편하게 가르쳐 드리고 그러면서 가입하도록 해보면 좋지 않을까요? 그 기반이 지역기관 페이지가 되도록 하고요. 문춘7종합사회복지관에는 청소년프로그램으로 어르신 분들께 문자 보내는 법을 가르쳐 드리는 내용 있는 것 같은데 그런 식으로 주민 간에 SNS를 서로 알려주는 프로그램도 해볼 수 있지 않을까요? 드림트리에서도 생각을 하면서 실행에 못 옮기는 것이에요. 정보에서 조금 소외된 층이 멘토들과 ICT를 활용하도록 지원하는 콘텐츠입니다. 스마트폰 있으면서 문자와 전화만 쓰지 않고 조금 더 확장하도록 지원하는 것도 사회복지사의 역할이 아닐까요? 모바일 디바이드를 점차 줄여가는 사회복지사의 역할을 생각해볼 수 있을 듯해요.



**양성현** 페이스북에 올리고 소식지를 발행하고 전단지를 발행하는 것이 실적이 되는 것이 아니라 홍보를 통해 이룬 결과물이 홍보사업의 실적이어야 하지 않을까 하는 생각이 듭니다. 우리는 일방적인 홍보만 할 줄 알았지 그 매체로 홍보하고 나서 피드백을 구조화하지 못하고 있는 것 같습니다. 저의 기관에서도 각 홍보수단에 대해 주민과의, 또는 홍보매체를 접하시는 분들과의 피드백 구조화를 어떻게 형성할지 고민 중입니다. 페이스북 '좋아요'가 3,000명이라고 실적이 3,000명이 되는 어처구니없는 산출은 하지 않았으면 합니다. 소식지 1,000권 만들었다고 실적을 버젓이 1,000건이라고 하는 것도요. 그렇게 부풀리기 숫자에 홍보사업에 매도되면 소는 누가 키웁니까? 하하하



**함형호** 제가 김종원 선생님과 다른 관점인지 모르겠지만 저에게 있어서 홍보는 사회복지의 수단입니다. 결국 페이스북이나 트위터도 사회복지를 위한 다양한 수단 중 하나라는 것이지요. 그렇다면 과정도 중요하지만 결과로 평가를 한다는 전제를 놓고 본다면 과정과 수단에 대한 평가 척도가 없는 이상 숫자만으로 평가하기는 어렵죠.

## 54. 페이스북 실적화 논의



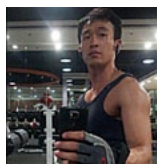
**박성후** 저희 기관에서는 SNS와 기관 웹사이트를 실적화하지 않습니다. 조회수, 게시건수 등의 실적이 무의미하다고 판단했고, 지역 주민으로부터 적절한 피드백이 오지 않는 양적평가에 회의적이기 때문입니다. 하지만 오늘 이 댓글로 많이 배우는군요. 그렇다고 아예 평가에 고민을 안 한 것은 아닙니다. 담당자가 게시한 내용에 주민들이 남긴 댓글을 있는 그대로 수용하고, 그것을 취합 정리하고 댓글 내용의 공통된 특징을 서술화하여 해볼 생각이었는데 더 많이 고민해봐야 하겠습니다.



**정지선** 와! 이 엄청난 댓글……. 읽기도 겁나는데요. SNS를 실적화하는 것은 다른 측면에서 고민해야 하지 않을까 싶습니다. 타지역만을 하고 있는 것이 아니라서 사회복지사들 이외의 많은 사람들과 소통하는 모습을 만드는 것이 핵심입니다. 오히려 실적화하기도 민망한 기관의 웹사이트를 실적으로서 가치가 있는 곳으로 만들어갈 수 있는 도구가 될 수 있지 않을까 생각합니다.



**이승미** 내년 사업계획에 SNS관리를 포함하려 했던 제게 다시 고민하는 시간을 준 글이네요. 대상을 잊고 있었습니다. 고민해야 하겠습니다.



**최인철** 실적화 하지말자는 이야기는 아무래도 본질에 대한 이야기인 듯합니다. 그 점에서는 저도 김종원 선생님의 의견에 공감하고요. 소통을 위해 페이스북과 페이지를 운영하는 것은 좋지만 실적으로 잡기 위해서는 몇 건을 글을 올리고 몇 건의 '좋아요'를 받고 몇 명의 팬을 모집하는가. 그러면 그 실적을 채우기 위한 노력을 또 해야 하고 사람들과 소통하고 나누기 위한 SNS를 만들어야지 숫자 1을 위한 운영은 반대합니다. 사회복지를 하기 위해 홍보도 소통도 중요하지만 으레 기관들의 실적을 잡는 SNS의 숫자 1은 무의미하겠죠. 물론 팬과 글수와 댓글과 '좋아요' 수를 실적으로 잡지 않는 곳은 다른 이야기겠죠.



**국민수** 저도 오늘 하루 동안 곰곰이 생각해봐야 할 사안인 것 같습니다. 저 역시 주민이 주인공이고, 우리가 조력자가 되는 SNS 환경구축이 아직 갈 길이 멀다는 한계를 느끼고 있거든요.



**김현우** 기관실적에 페이지 만든 것 따위를 넣거나 안 넣거나 크게 중요할까요? 김종원 선생님의 이야기처럼 목적에 맞춰 활동하고 있는가가 중요하겠지요. 결과적으로 별로 목적인 바 활동하지 않는데 알량하게 평가에나 사용해서 실적용 일로 만들어버리지는 말자는 취지이신 것 같습니다만.

## 54. 페이스북 실적화 논의



**김현우** 다른 측면으로는 페이지를 만들 때의 목적도 있었겠고 수고한 사람도 있을 것입니다. 다만 아직 타깃 고객을 제대로 분석하지 못 했고, 타깃 고객이 아직 준비가 안 된 이유들도 있겠지요. 씨앗 뿌리는 마음으로 준비하고 있는 것도 중요하겠지요. 페이지 따위야 수단이니 이게 목적이 되서는 안 되는 당연한 논리처럼 지금이야 이것이 실적으로 할지 말지를 고민할 수도 있겠지만 다른 멋진 것이 나오면 페이지 따위 기억이나 나겠습니까? 끝 주장! 별로 중요하지 않다.



**김종원** 논의, 고맙습니다. 여기에 나눈 이야기가 강제적인 것이 아니라 더 좋습니다. 각자의 상황과 자신의 역량 안에서 필요한 것을 적용하겠죠? 그래서 좋습니다. 저도 많이 배우고요.

이런 주제도 좋고 편안하게 이야기 나눌 수 있는 주제도 좋고 글 많이 올려주세요. 자주 이야기 나눠요.



**고한용** 막차를 탔네요. 읽으면서 많이 배웠습니다. SNS에 대한 고민도 온라인에 대한 고민도……. 기관의 온라인도구를 전체적으로 고민입니다. 다만 천천히 생각하며 길게 보며 노력합니다.

## 55. 사회복지에 도움이 되는 페이스북 앱



**임정희**

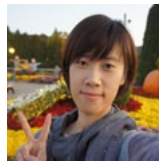
2012년 6월 14일

요즘에 페이스북을 보면 다양한 앱들을 통해서 '좋아요'를 모으고(?) 있는데 그렇게 확보한 팬들을 대상으로 어떤 일을 벌이려는지 참 궁금하네요.

복지계에서도 '나와 잘 어울리는 자원봉사 활동은?' 이라는 앱을 개발해서 (임정희님은 사업보고서 오탈자 확인 봉사가 제격입니다! 이런 메시지로) 팬을 확보한 후 그들을 대상으로 다양한 일을 해보면 좋을것 같다는 생각이! 그런데 앱 개발 어떻게 하죠??



**강원남** 저도 궁금합니다. 그런 앱들은 어떻게 만드는 것인지, 저도 몇 개 만들어보고 싶은 앱이 있긴 한데. 페이스북 앱 중에 또 앱을 만들어 주는 앱이 있네요(써놓고도 뭘소리인지?) 앱빌더(App Builder)라고 검색하면 나오네요.



**장윤정** 소셜이노베이션캠프가 이번 해에도 진행되려나요? 그때 참여해서 제안해보면 좋겠는데요. 나와 잘 어울리는 자원봉사를 찾는 앱! 완전 좋네요. <http://sicamp36.org/>



**신철민** 좋은 아이디어! 소셜펀딩을 통한 모금을 해보시면 어떨까요? 그러면 저도 모금에 동참.

## 56. 공모전 SNS 홍보방법



### 박선자

2012년 5월 18일

경기도자원봉사센터에서 해마다 콘텐츠 공모전을 하는데요. 홍보방법으로

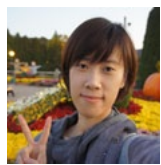
1. 공문발송 : 전국자원봉사센터, 청소년미디어센터, 경기도내 고등학교 등
2. 포스터 홍보 : 전국 대학교관련학과, 고등학교, 학원
3. 전문사이트 홍보 : 공모전사이트, 포털 카페에 홍보
4. SNS 홍보 : 블로그, 페이스북, 트위터 활용
5. 기타 : 스팟 영상 제작하여 유튜브, SNS에 활용

이렇게 정리해 보았는데 SNS 분야가 막막해요. 지난해까지는 지방신문, 대학내 일에 광고했는데 비용대비 효과는 좋지 않아서 올해는 과감하게 신문 지면광고를 없애고 SNS 홍보분야를 넓히려고 하는데 어떻게 해야 한정된 예산으로 효과적인 홍보를 할 수 있을까요?



**김종원** 경기도 주민에게 메시지가 가야 하는 것이죠?

경기도민 중에 페이스북, 트위터를 운영하는 사람 중에 잘하고 영향력 있고 공모전을 이해하는 사람이 다시 홍보하도록 부탁드립니다. 언제요? SNS용 홍보 이미지를 만들고 한 분 한 분에게 정중히 부탁드립니다. 것이지요. 그전에 어느정도 관계가 있다면 더더욱 좋습니다.



**장윤정** 콘텐츠 공모전을 왜 하시는데요? 콘텐츠 공모전 상품은 뭔가요? 자원봉사에 관심 있고, 도움 되는 사람들이 참여하나요? 아니면 그냥 공모전에서 선물 받으려는 사람들이 참여하나요? 그리고 공모전 끝나고 그 콘텐츠를 잘 활용하고 있나요?

이전에 나온 콘텐츠를 잘 공유하면서 SNS에서 이슈화해야 합니다. 그런 방식으로 홍보해야 페이스북과 트위터에서는 잘 되지 않을까 싶은데요. 블로그 가봤는데 웹사이트랑 다른 점이 없어요. 블로그에 공모전 게시판을 하나 만들고, 지난해 참여작을 게시하고, 트위터랑 페이스북으로 공유하면서 의미부여를 해주면 좋을 듯합니다. 그래서 사람들이 어느 정도 공모전에 대해서 인지하면 페이스북 이벤트, 트위터 해시태그 등을 활용하세요. 트위터와 페이스북에서는 공모전에 대한 질문들 받고, 답변하고, 공유하면 되지 않을까요?

그리고 위키트리든 누구나 회원가입만 하면 기사를 쓸수 있는 신문입니다. 무료입니다. 기사도 올려보시고요. 블로그 글 제목은 검색에서 잘 노출되게 작성해보세요. 뷰온도 달아주세요. 그래야 다음에서 블로그 글이 잘 노출되는데요. 지금 블로그에 경기도자원봉사센터와 관련 없는 글이 많은 듯해요.



## 56. 공모전 SNS 홍보방법



**장윤정** 자원봉사는 어디서 하는지, 어떻게 시작하는지, 왜 해야 하는지, 참여한 사람들은 어떤 보람을 느끼는지……. 그런 핵심 콘텐츠를 만들어주세요. 지금 블로그는 기관 웹사이트를 그냥 옮겨놓은 듯 한 느낌이예요. 조금 더 따뜻하고 봉사하고자 결심하는 콘텐츠로 채워주세요.



**박선자** 얼굴이 살짝 화끈 거리는데요. 제가 고민하던 점을 꼭 짚어 주셨네요. 감사합니다.



**장윤정** 저두 잘 못하는데 이글 저글들 보면서 주워들은 것입니다. 쉽게 그리고 필요한 것을 공유하는 것이 필요하다고 하더라고요. 가까운 사람을 만나면 그 사람이 물어보는 이야기는 "자원봉사 하고 싶은데 어떻게 하는지 모르겠어요.", "학교나 단체서 자원봉사 시작하고 싶은데 인솔하는 분이 어떻게 교육해야 할지 모르겠다.", "관련 교육 자료 있는가?" 이런 것이더라고요. 자원봉사센터에서 정보를 제공하는 역할 부탁드려도 될까요?

자원봉사 관련 책 소개라든지, 영화소개, 영상소개 그리고 자원봉사센터 외에 다른 단체에서 하는 자원봉사관련 좋은 콘텐츠 소개 등의 자료가 많으면 많은 분들이 적극적으로 참여하실 것입니다.

## 57. 트위터에서 사람 모으는 방법



**장윤정**

2011년 8월 18일

처음 트위터를 시작하시는 분이나 기관에서는 도움이 될 듯하여 공유해 봅니다. 처음에 트위터 팔로워를 확보하는 것이 중요하잖아요. 프로필이나 홍보내용을 기관의 활동내용과 가치를 담아서 작성한 뒤, 트윗애드온즈에서 홍보를 하면 관심사가 비슷한 분들이 조금씩 팔로잉을 해주시는 것 같아요. 물론, 기관 성격과 사회복지 취지에 맞는 트윗은 기본이겠고요. 저는 트윗 확인하고 팔로잉하는데, 많은 분들이 그렇게 하는 것 같더라고요.

**트위터 홍보**

<http://twitaddons.com/marketing/>



**손정원** 그러게요. 트위터는 초기에 사람 모으는 것이 관건이지요.

## 58. 트위터에서 대화하는 시작 방법



**장윤정**

2012년 7월 25일

사회복지사는 말을 잘 하죠. 상담하고 홍보도 하고 그러다보니 저도 예전보다 말빨과 대화 기술이 많이 늘었다는 것을 느낍니다. 그래서 그 말빨을 살려 요새 기관 트위터에서 잠재적 이용자와 대화하고 있습니다. 대화가 필요한 청소년들과 어떻게 대화할까 고민했습니다. 화장실에 앉아서 기도하다가 자리로 돌아와서 컴퓨터 앞에 앉아 지난번에 여기에 공유했던 트위터를 올렸거든요.

그런데 대화를 시작하니까 트위터 콘텐츠 고민을 덜하게 되네요. 매번 무엇을 링크 걸까? 어떤 이야기를 올려야 하나? 고민했는데 이제 '팔로잉 했어요.'라고 이야기를 하면 '맞팔완료'라는 글과 도움 되는 짧은 명언을 올려요. 그런 후에 대화가 3~4개가 이어집니다. 트윗수가 늘어나고 있어요. 지지난주에 트윗 5개, 지난주에는 60개. 대화시작 전/후에 분명한 차이가 나타났어요. (사실 저만 대화 못하고 있었을 수도 있는데 너무 늦게 대화 시작해서 부끄러워요.)

\*트위터 위쪽 검색창에 관심단어를 넣고 검색하면 비슷한 관심거리를 가진 분들을 발견할 수 있어요. RT해주거나 답멘션해주면 대화시작점이 될 수 있어요. 활용해보세요.



**김종원** 요즘 트위터에 빠지셨군요. 짧은 메시지가 주는 매력이 있어요.

## 59. 트위터 내 작은 공동체



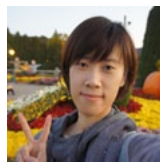
**장윤정**

2012년 5월 19일

드림트리 트위터 팔로워 수가 30분 내에 30명이 급상승했습니다. 제가 할 수 있는 것이 진로상담이라 "진로에 대한 고민, 상담하고 싶은 청소년들은 멘션을 주세요. 드림트리 꿈지기가 진로코칭 자격이 있는데 드림트리 사이트에 질문이 안 올라와서 상담을 못 했더니 입이 근질거려요. #드림트리"라고 올렸을 뿐입니다. 구멍가게처럼 하는 것이 SNS 운영전략에 맞는 것 같습니다. 반응을 보니 즐겨찾기 해놓은 청소년들이 몇 명 있고 RT도 됐어요. 각 지역기관들은 어떤 이야기와 정보를 전하면 팔로워들이 달려들까요? 상담해줘 고맙다는 멘션을 받아서 오늘 참 뿌듯합니다.



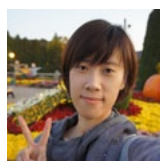
**김종원** 하하하. 솔직히 말하는 것도 좋은 방법이네요. 30명 급상승! 즐거운 경험이었겠어요. 궁금한 것이 있어요. 청소년들이 트위터를 많이 하나요? 어떤 방법으로 활용을 하나요?



**장윤정** 많이 하나 봐요. 이번엔 특히 97년생분 RT의 힘이 컸어요. 그런 분들, 청소년당, 생년당들이 있어요. 청소년들이 그런 트윗들 팔로잉을 많이 하나 봐요. 오늘 내용을 보니 감탄사형 욕과 연예인 얘기가 많았는데 진로 고민도 꽤 있었어요.



**김종원** 아! 그렇군요. 트위터에서는 롱테일 법칙이 적용되지 않는 것 같은 느낌을 받는데 제가 안 하다 보니 마음까지 멀어져서 잘 몰랐나봐요. 정치, IT 이야기만 가득한 것 같은데 소소한 공동체들이 풍성히 있네요. 다시 알게 되어서 고마워요.



**장윤정** 예전부터 청소년들은 꽤 있어요. 청소년당 당주 뽀자님 이야기도 재미있게 봤어요. 저도 페이스북에 열중하다 잘 못 봤어요. 어른들은 정보수집, 홍보도구로 쓰는 듯한데 청소년들은 마이크로블로그에 맞게 자기표현수단으로 쓰는 듯해요. 욕이든, 속어든, 외계어든 자신을 표현하는 아이들이 건강해보이더라고요.

## 60. QR코드? 그게 뭔데?



**김종원**

2011년 5월 19일

체인지온의 '그게 뭔데' 시리즈입니다. 그 중에 'QR코드'를 설명하는 동영상입니다. QR코드를 고민하시는 분이 많아 함께 보면 좋을 것 같아서요. 다른 좋은 시리즈도 많으니 함께 보시면 좋을 듯합니다.



### ChangeON : QR코드? 그게 뭔데?

요즘 버스정류장, 지하철, 각종 광고, 심지어 명함과 청첩장 등 다양한 곳에서 아래와 같은 네모난 점으로 표현된 코드를 볼 수 있습니다. 이것은 스마트폰 모바일 시대를 대표하는 <QR코드>라고 합니다.



# 61. QR코드 활용



**황흥기**

2011년 3월 24일

혹시 기관 QR코드를 만들어서 활용하고 계신가요?



**김동균** 저희 기관은 명함이나 웹사이트 관련하여 준비 중에 있습니다. QR코드는 기존 테두리 말고 코드 안에 로고를 삽입하여 만듭니다. 생각하는 활용방법은 명함, 소식지, 홍보지, 안내지, 우편물 등 입니다.



**이창신** QR코드의 이점은 무엇인가요?



**김동균** 제가 생각하는 QR코드의 이점은 스마트폰이 점점 대중화 되어 가고 있는 이 시점에서, 사람들의 호기심 자극 및 여러 대상들의 접근성을 높이는 것에 있다고 생각합니다. 또한 웹사이트 링크, 동영상, 사진, 기타 정보 등 다양한 정보를 한눈에 확인할 수 있습니다. 다만 QR코드를 어떤 방식으로 어느 정도 넓은 범위로 홍보하는가는 문제점이 있고, 또 스마트폰이 있어야 한다는 단점이 있죠.



**황흥기** 소식지에 QR코드를 삽입한다면 소식지를 받는 사람들이 QR코드를 통해 동영상 등 다양한 정보를 확인할 수 있어 새로운 홍보 방법이 될 수 있을 것이라 생각합니다.



**신현환** 홍보물에 담지 못하는 정보의 한계를 해결하는 하나의 수단이라고 봅니다. 종이 매체로는 전달하기에 충분하지 못한 비하인드 스토리 혹은 더 설명하고 싶은 이야기 등을 확장하는 기능이 되지 않을까요? QR코드를 사용하려면 기관 웹사이트 관리가 더욱 잘 해야 합니다.



**이창신** 결국 QR코드는 더 넓은 곳으로 나갈 수 있는 문이란 것이군요.



**임성희** 저희 기관도 QR코드를 사용합니다. 저도 사람의 호기심을 자극한다는 데 한 표를 던지고 싶습니다. 그리고 거리캠페인을 나갈 때 바빠 지나가는 사람들에게 의미를 다 전달할 수 없다 보니 QR코드를 사용해서 내용을 전달하면 좋은 것 같더라고요.



**김동균** 거리캠페인할 때 활용도 가능하군요. 그 생각까지는 못 해봤네요. 소중한 정보 감사합니다.

## 61. QR코드 활용



**신현환** 거리캠페인 좋은 생각입니다. 저희도 인사하자는 캠페인을 합니다. 활용하면 좋을 것 같아요.



**섬소나이** 보이스아이도 있어요! QR코드와 같은 개념으로 보시면 됩니다. QR코드의 몇 곱절 데이터를 담아낼 수 있으며, 저시력자를 위한 화면확대 기능이 있습니다. 현재는 음성출력이 안 되지만 개발 중에 있다고 하니 곧 출시될 것으로 보입니다. (궁금해서 담당 개발자와 직접 통화를 해서 확인했어요.) 테스트 결과 기능면에서는 QR코드를 압도합니다. 다만, 스캔 기능이 떨어져서 인내가 필요하더군요. 이 점만 보완하면 모바일과 인쇄물 두 영역에서 활용이 가능한 보이스아이가 좋는데, 아직은 아쉬움이 남습니다. 참고로 한국사회복지사협회의 월간 소셜워커가 보이스아이를 활용하여 출판했더군요.



**조현호** 보이스아이를 사용합니다. 메이커씨디도 보이스아이를 통해 기부받았고요(for hwp ver. Quark ver.). 이를 한글2007 메뉴에 추가시켜서 사용할 수 있더라고요.

보이스아이는 담을 수 있는 정보량이 꽤 많습니다. A4용지 기준 두 쪽 분량을 넣을 수 있으며 오른쪽 페이지 오른쪽 상단에 위치하도록 하는 것이 기본 룰이지요.

스마트용 앱이 나왔는데, 실행해 보니 카메라의 화소문제로 아이폰 3GS는 스캔이 거의 불가능하지만 아이폰4부터는 쉽게 스캐닝 됩니다. 이것을 볼 때 보이스아이 해상도는 QR코드보다 해상도가 높은 것으로 추측됩니다.

보이스아이의 장점은 QR코드처럼 바로가기 기능정도를 뛰어넘어 이것을 파일로 변환시켜서 글자를 볼 수 있게 해주지요. 그러면 그것을 시각장애인은 평상시 아이폰 같은 스마트폰 설정을 사용에서 '보이스 오버' 기능을 켜두면 음성으로 글을 읽어줘요. 그러면 정보접근성을 확보하게 됩니다.

서울장애인종합복지관의 소식지를 추천하고 싶어요. 거기서 매달 소식지를 발행하며, QR코드와 보이스아이를 아주 잘 활용하고 있거든요. 비하인드 스토리나 동영상까지 QR코드를 활용하여 웹상에서 보도록 해놨지요. 그래서일까요? 서울장애인종합복지관 소식지는 콘텐츠도 풍성하게 보일 뿐만 아니라 소장하고 싶을 만큼 애착을 갖게 만들더군요.

## 61. QR코드 활용



**조현호** 한 가지, QR코드 도입에 대한 걱정은 기관 웹사이트로 바로가기를 해놓는다면 모바일 웹사이트가 아니기 때문에 사파리나 파이어폭스, 구글크롬 등에 똑같이 구현 하도록 기술적인 접근성을 다 갖춰야 합니다. 그런데 그것을 준비하지 못하면 콘텐츠는 구경할 수 있으나 거기에 대한 피드백이나 리액션이 안 된다는 한계점이 생기죠. 그러면 자연스럽게 소통과 나눔을 막아버린 상태에서 홍보의 한 도구정도로 밖에 사용할 수 없는 반 쪽짜리 홍보사업이 되는 것 같다는 느낌을 받습니다.

여기에 좋은 방법을 아시는 분이 계시면 더 듣고 싶습니다. 혹은 이런 작업이 웹사이트 제작 업체를 통해 쉽게 타진될 수 있는지 소스도 듣고 싶고요.



**황흥기** 와! 다양한 정보 감사합니다. 요즘 페이스북을 보면서 많은 공부가 필요하다고 생각합니다.

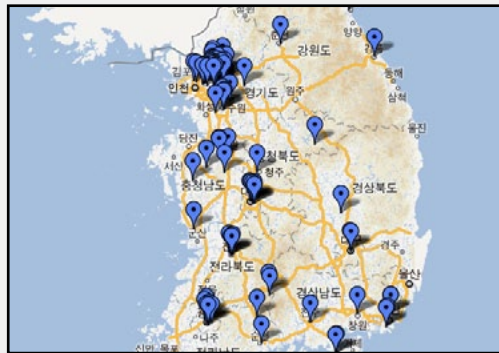
## 62. 커뮤니티 지도 만들기



**장윤정**

2012년 5월 7일

제가 마포구에 있을 때, 마포구 복지기관에 대한 지도가 나와서 매우 편리하게 썼거든요. 기관 연락처와 웹사이트, 주소 등이 잘 정리되어 있어서 도움이 되었는데요. 이 구글맵을 보고 있으려니 이런 지도 잘 활용해 보면, 지역복지지도를 더 많은 사람들과 스마트하게 나눌 수 있겠다는 생각이 듭니다. 구글맵을 활용한 복지지도를 만든 사례가 있나요? 궁금해서요.



### 전국 공정무역/커뮤니티/마을카페 지도 - Google 지도

전국의 공정무역/커뮤니티/마을카페 등을 표시한 공개지도입니다. 이 지도의 주소는 <http://bit.ly/goodcafemap> 입니다. 그리고 이 지도와 연동된 정보 문서는 <http://bit.ly/goodcafe> 입니다.



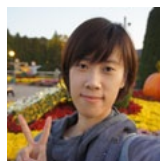
**전진호** 조아신 선생님의 작품이군요. 복지 쪽에서는 편의시설 관련한 커뮤니티 맵을 만드는 것이 전부 아닌가요? 공개된 맵을 이용한 것은 없다고 알고 있어요.



**장윤정** 구글맵을 잘 활용해 보면 재밌을 듯해요. 어떻게 하는지를 잘 모르겠네요. 드림트리에서는 청소년관련 기관 정보를 모으는 용으로 함께 해보면 재밌을 것 같기도 하고요.



**전진호** 몇 번 이와 관련해서 의견을 나눴는데 행정조직(복지관이 왜 행정조직인지는 잘 모르겠지만)에서는 공개된 맵을 이용해서 여러 사람이 하는 작업을 좋아하지 않더라고요. 드림트리에서 앞장서 주세요.



**장윤정** 지난 해 나왔던 폭우 피해지도를 보고 무지 감동했는데, 어떻게 하는지는 잘 몰랐거든요. 구글맵은 기관 웹사이트에도 바로 보이게 할 수 있으니까 활용도가 아주 높을 듯합니다. 잘 이용하면 좋겠어요. [기사:네티즌, '폭우피해 지도' 제작..... "피해상황을 한눈에"](#)



**조현호** 요즘 사진에도 GPS 정보를 저장할 수 있어서 그것으로 구글맵 상에 표시되는 것을 봤어요. 자원지도를 만들어 보면 좋겠다는 생각이 들었는데 이것도 훨씬 더 자세하게 넣을 수 있는 방법이네요! 해보고 싶어요! 저는 서대문구 '서울디딤돌'이란 사업으로 네트워크 모임해요. 기부상점 자원들을 다 모아서 공유할 겸 지도 상에 표시해 보려고 운을 띄웠는데 다들 관심을 가져주셔서 해보려고 합니다. 작성방법을 조금 더 알아봐야겠어요.



## 62. 커뮤니티 지도 만들기



**최인철** 커뮤니티 맵을 통해 활용할 수 있는 것이 많을 것 같아요.



**장윤정** 그렇죠? 무진장 많을 것 같죠? 마포구에서 복지기관지도를 책상 앞에 딱 붙여 놓고, 여기 저기 전화로 연결고리를 찾는 데 도움이 많이 됐거든요. 구글맵은 링크만 알면 스마트폰에서도 다 보이지 않나요? 꽤 좋을 듯합니다. 실무자들에게도 아주 좋을 듯합니다. 동사무소 주소맵만 있어도 편리하겠어요. 스마트폰이 없던 옛날 옛적 아닌 2007~2009년도 즈음, 동사무소 방문 다니며 홍보했는데, 매번 지도 찾고, 뽑아서 다니느라 힘들었거든요.



**신철민** 관련 아이디어는 많이 나왔는데 역시 예산과 기술지원이 어렵네요. 이 점이 지원된다면 가능할 것 같네요. 기존 데이터베이스와 증강현실, LBS서비스를 적용·활용하면 도움이 될 것이 많네요.



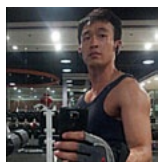
**전진호** 지도에 이용인(?)의 개인정보를 말도 안 되게 쑤셔 넣겠다는 뜻만 없다면, 기관 실적주의에 빠지지 않는다면, 뭔가 제작해서 멋있게 해야 한다는 강박관념에서 벗어난다면 커뮤니티 지도 만들기는 여러모로 손쉽게 활용할 수 있지 않을까 싶어요. 일단 소규모로 이야기 나눠 보는 모임 꾸리기는 완전 동의입니다.



**김종원** 여기에 올라온 정보를 다시 지도에 찾아서 좌표를 찍는 방식이거든요. [목록:전국 공정무역&커뮤니티카페&마을카페 정보](#)



**조현호** 이거 어려운 거였군요. 능력자 분들이 어렵다고 하시면 뒷걸음질 칠 것 같습니다.



**최인철** 구글맵으로 할 수 없을까요? 사실 저도 독립연대 분들이 하는 것 보고 장애인 이동, 편의시설 관련 지도가 있으면 좋겠다는 생각을 했는데 실천을 못했거든요.



**김종원** 자동도 있기는 합니다. 다음 플레이스 같은 것이지요. 집단적인 정보가 많아야 가능한 것인데 사회복지정보 중에 이렇게 집단적인 정보를 많이 쌓을 수 있는 것이 무엇이 있을까요?



**전진호** 기존 원데이터가 있는 것을 지도에 일괄 삽입하는 것은 그리 어렵지 않은 것으로 알고 있어요. 단순히 지도에 표시하는 것만으로는 의미가 없고 지도에 뭘 표시하는가가 중요하다는 이야기죠. 이게 경우에 따라서는 삽질로 보이기도 하지만 꼭 필요한 작업이라고 생각해요. 그래서 집단으로 정보를 공유하고 조금 더 효율적으로 할 수 있지 않을까 생각해요



## 62. 커뮤니티 지도 만들기



**최인철** 일단 기관정보가 제일 크지 않을까요? 기관정보 혹은 치료, 프로그램 정보. 예전 상담하러 다니면 주변에 지역아동센터나 방과 후 교실이 어디 있는지 찾기가 쉽지 않더라고요. 다들 책자 보고 지도 뒤져서 다니죠. 요즘은 정보도 중요하지만 지도 상에서 한눈에 보고 싶어 하는 욕구도 큰 것 같아요. 특히 사회복지사들이 찾기에 더 그렇고요. 우리도 모르는 지역에 갔을 때 네비게이션에서 맛집 찾고 주유소 찾고 하듯이 정보가 모아져 있으면 현 위치 혹은 필요한 위치 기준으로 뭐가 어디에 있는지 볼 수 있지 않을까요?



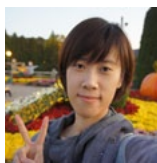
**김종원** 모여 있는 정보가 GPS값이나 주소 값이 항상 있어야 하는데 그렇게 하려면 직접 그 장소에 가거나, 지도에서 그 장소를 찍거나 하는 방법이 있는 것 같습니다. 우리가 직접 그곳을 가기 어려우니 결국 수동으로 찍어야 할 것이라고 생각합니다.



**장윤정** 그냥 구글맵은 주소만 알면 되지 않나요? 지금 들어가 보니 함께 만들 사람들을 초대할 수 있더라고요. 한번 해보려는데 공유한 구글맵처럼 위치표시를 어떻게 하는지를 잘 모르겠네요.



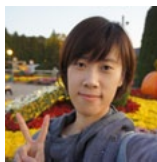
**전진호** 제가 구글맵보고 매료된 것이 조아신 선생님이 만든 [지도: 멋대로 제주관광지도](#)입니다. 구글문서에 꼭 연결하지 않아도 되고 지도에 간단한 정보만 입력도 되고 세부내용은 블로그 등에 걸어도 되고(드림트리에 걸면 되겠죠?) 할 때는 많이 귀찮은데 해놓고 나면 나름 뿌듯합니다. 도움 되는 사람들도 많고요. 언급하신 것과 같은 모델은 생각보다 어렵지 않아요.



**장윤정** 저도 지금 [지도:1318해피존 전국지도](#)를 우선 만들어보고 있습니다.



**김종원** 하하하! [글:복지지도 우리도 만들 수 있다. 복지로라는 앱](#)이 있는데요.



**장윤정** 저도 구글맵에서 검색하면서 하나하나 찍고, 맵에 저장하는 방법으로 하고 있는데요. 링크가 있으니까 핸드폰에서는 구글맵 앱으로 보기가 가능하네요. 트위터로 하고, 즐겨찾기로 등록해 놓고 해야 되나요? 링크를 어떻게 잘 공유할지가 문제겠네요. 그리고 구글맵은 구글독스처럼 초대해서 함께 편집하는 것이 가능한가요. 기관이나 지역 내 실무자들끼리 함께 만들어 봐도 재밌는 작업이 될 듯합니다. 후원처 발굴 위해 들렸던 곳에 대한 표시라든지.

## 63. 뉴스레터의 효용 논의

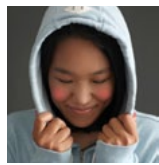


**정승창**

2011년 8월 17일

기관 웹사이트 개편을 한 이후에 웹사이트 관리 업체와는 이제 이별을 했습니다. 기존 웹사이트 관리업체에서 뉴스레터 디자인도 함께 했는데 이별한 이후로 뉴스레터를 새로 계획해야 하는 상황입니다.

이 상황에서 뉴스레터를 없애고 기관 웹사이트, 소식지, SNS만 집중하려고 꿈수를 부려봅니다. 허나 윗분들은 뉴스레터의 장점을 계속 이야기하십니다. 뉴스레터의 장점은 비용대비 많은 사람들에게 홍보할 수 있다는 점이지만, 단점으로는 전혀 피드백이 없다는 것입니다. 상호 소통할 수 있는 구조는 아닌가 봅니다. 몇 개월 뉴스레터를 만들고 보내면서 많이 지치는 이유가 이런 점 때문인 것 같습니다. 뉴스레터로 홍보를 하시는 기관 담당선생님 중에 뉴스레터가 홍보에 얼마만큼 효과가 있다고 생각하시는가요? 뉴스레터를 어떻게 제작하고 발송하시나요? 하반기에 새롭게 뉴스레터를 계획해야 하는 상황에서 많은 조언 부탁드립니다.



**이규현** 온라인 뉴스레터를 수신자가 꼼꼼히 읽어보기를 바라거나 행동으로까지 이행(기부 등)해주기를 바라는 것은 쉽지 않은 일 같습니다. 하지만 설령 뉴스레터를 클릭하지 않을지라도 메일 제목만 보고서라도 '이 기관이 일은 하고 있구나!'라는 느낌을 전달한다면 의미가 없는 않을 것 같습니다. 뉴스레터를 통해 어떤 홍보를 하고 싶으시고 어떤 효과를 기대하시나요? 사람들이 '클릭'을 누르는 매력적인 콘텐츠 구성을 위해 많이 노력해야 하는 일인 것 같습니다.



**정승창** '뉴스레터를 받았을 때 클릭하는 매력적인 콘텐츠 구성을 하는 것' 중요한 말씀입니다. 현재 뉴스레터를 보내는 주 타깃 층을 누구로 하는지와 그에 따라서 콘텐츠 구성을 어떻게 할지 조금 더 고민을 해 봐야 하겠습니다. 조언 감사드립니다.



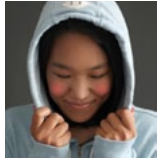
**강원남** 저도 뉴스레터를 만들지 고민하고 있는데 나누시는 대화들을 들어만 봐도 도움이 되네요. 감사합니다.



**김종원** 정승창 선생님. 여기에 있는 분들도 뉴스레터 받으실 것입니다. 받으면 어떻게 하는지 물어보는 것은 어떨까요? 아니 제가 한 번 물어볼게요.

다음세대재단에서 일하셨던 박남호 팀장님이 아직도 뉴스레터가 의미 있는 매체라고 하셨는데 저는 뉴스레터를 받으면 그대로 지우거든요. 다른 분들은 어떤지 궁금하네요.

## 63. 뉴스레터의 효용 논의



**이규현** 기본적으로 '나에게 혜택이 될 것 같은' 뉴스레터는 한번 들여다보게 마련인 것 같습니다. 그래서 콘텐츠가 중요.



**정승창** 뉴스레터를 활용해서 어떻게 지역주민들과 관계를 맺을 수 있을까? 고민을 해 봐도 선뜻 명확하게 떠오르지 않더라고요. 어떻게 보면 일방적으로 정보 전달만 하는 것 같아서요.

메일링 프로그램을 사용하면 의견을 물어볼 수 있는 기능이 있는데 그것 또한 뉴스레터가 의미 있는 분에게만 효과가 있을 것 같네요.

관심을 가질 만한 콘텐츠를 만든다는 것. 복지관에서는 누구를 주 타깃 층으로 해야 할까요? 주 타깃 층에게 어떤 콘텐츠를 보여드려야 할까요?

