



동네효과와 타임뱅크를 활용한 모바일 사회 서비스 제안

이정연

서울미디어대학원대학교, 뉴미디어학부

A Proposal for Mobile Social Services Using the Neighborhood Effect and Time Bank

Joung-Youn Lee

Department of Newmedia, Seoul Media Intitute of Technology, Seoul 07590, Korea

[요 약

연구는 가족이 해체와 공동체의 붕괴, 사회서비스 전달체계의 문제점, 자원봉사자의 감소등을 해결하기 위해 동네 이웃간의 도움을 서로 주고 받는 모바일 서비스 '우리동네 마음가게' 플랫폼을 제안하는 연구이다. 뉴미디어등을 통한 '느슨한 유대'가 오프 라인으로 연계되었을 때는 부담과 비용의 최소화와 함께 사회자본 형성 가능하다는 이점과 사회적 자본 형성을 위한 지역사회 단위 로서 동네에 초점을 두어 무임승차행위를 모니터링하고 제재할 가능성이 높은 '동네효과'를 적극 활용한다. 또한 시장경제의 보완 과 지속가능한 복지 공동체의 구축을 위한 효과적인 수단으로 타임뱅크의 형식을 차용한다. 이 서비스는 지역단위로 가입자를 유치 하여 도움을 받는 사람과 주는 사람의 거리가 가까울 수 있도록 하고 도움을 받는 사람과 주는 사람은 모바일 앱 등을 활용한 플랫폼 을 활용할 수 있다. 이는 자원봉사의 확대. 사회서비스 공급자와 수요자의 확대. 상호호혜적 보상체계를 이룰수 있을 뿐만 아니라 전 체적인 사회서비스 질과 사회서비스업 종사자들의 처우 개선에도 도움을 줄 수 있는 서비스이다.

[Abstract]

This study suggests a mobile service called 'My town heart shop' platform that allows families to exchange help among neighbors in order to solve problems in the community, problems in the social service delivery system, and reduced volunteers. When 'weak ties' through New Media are offline, the benefits of creating social capital along with minimal burden and cost, and the possibility of actively monitoring and sanctioning free riding by focusing on the 'neighborhood effect'is high. It also borrows the form of a time bank as an effective means of complementing the market economy and establishing a sustainable welfare community. This service enables subscribers to be attracted by local units so that the distance between the recipient and the recipient can be closer and the recipient and the recipient can utilize a platform using mobile apps. It is a service that can not only increase volunteer work, increase social service providers and consumers, but also help improve the overall quality of social services and the treatment of social service workers

색인어 : 사회서비스, 모바일 서비스, 타임뱅크, 동네효과, 느슨한유대

Key word: Mobile services, Neighborhood effect, Social services, Time banks, Weak ties

http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2019.20.1.99



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-CommercialLicense(http://creativecommons

.org/licenses/by-nc/3.0/) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 06 November 2018; Revised 22 November 2018 Accepted 20 January 2019

*Corresponding Author; Joung-Youn Lee

Tel:

E-mail: jylee6977@gmail.com

│. 서 론

복지국가를 지향하는 정책적 차원에서 가족은 관심의 대상 이다. 가족은 위험 사회 속에서 사회 안전망 구축에 기여하고 사회적 비용을 절감하여 궁극적으로는 주요한 사회 자본으로 기능하다. 하지만 한국의 4인 가구 비중이 2045년 7%로 축소 되고, 2019년에는 1인 가구가 부부 가구를 추월할 것으로 예상 되고 있다. 저 출산 · 고령화로 인한 노인인구의 급증으로 가 족 내 돌봄·부양이 필요한 수요자는 커지는데 비해 가족의 해 체. 약화된 부양관과 더불어 가족 내 돌봄 부양을 담당할 주체 가 감소되고 있다. 노인인구의 경우 의지할 수 있는 관계로 가 족과 친인척을 가장 많이 선택(65.7%)했지만 가족기능이 약화 되면서 의지할 대상이 사라지고 있다. 특히 2016년도의 사회 통합지표의 사회적관계 부분에서 '곤경에 처했을 때 도움을 받을 가족이나 친구가 없다'는 답변은 전체의 27.6%로 OECD 회 원국 중 가장 높은 수치로 나타나고 있다. 특히 50세 이상에 서는 40%로 OECD 평균 12%보다 30%높은 수치를 기록하였 다. 이렇듯 사회 환경이 변화함에 따라 가정이 가족 보호 기능 을 상실하거나 가정해체 등의 위기를 경험하고 있음에도 특수 한 가족 욕구에 대응하는 맞춤 서비스의 제공은 아직도 미흡 한 실정이다. 사 회적 부담 해소를 위해 가족위기 대응에 대한 정책이 요구되고 있다. 가족의 해체로 인한 가족의 역할을 대 신할 수 있는 '사회적 자본 활성화를 위한 생활지원 중심의 사 회서비스'가 필요한 실정이다.

이와 더불어 사회서비스 전반에 인력을 제공하는 자원봉사가 감소하고 있는 추세이다!). 비대가성의 민간 자원봉사에 정부가 개입하면서 보상 개념의 시간인증제가 도입되는 등 개인별 실적 및 보상이 정부 주도로 이루어지고 있지만 이와 관련된 관리시스템의 비효율성, 수요처와 자원봉사자간의 미스매치등의 이유로 인해 감소추세를 막을 수가 없다.

2010년 대비 2015년에 10대를 제외한 모든 연령에서 자원 봉사자 비중이 감소되었다. 20대가 19.3% 포인트로 격차가 가장 크며, 그 이외 연령대에서는 대부분 3.3~3.8% 포인트 격차를 지니고 있다. 자원봉사 참여 경험은 40대가 가장 높지만 연간 참여 횟수는 오히려 50대가, 50대보다는 60대가 더 많은 것으로 나타난다. 이는 학업이나 직장에서 이루어지는 비자발적 자원봉사는 감소하고 있고 자발적 자원봉사는 지속가능성과 누적시간이 높아지고 있음으로써 가치 중심의 자원봉사 영역이 중요한 것을 알 수 있다.

본 연구는 위와 같은 가족의 해체로 인한 가족의 역할을 대신할 수 있는 생활 지원중심의 사회서비스의 필요와 자원봉사의 감소추세를 효과적으로 대응할 수 있는 방안을 동네효과와 느슨한 유대, 그리고 타임뱅크를 활용하여 상호호혜적 모바일 사회서비스를 제안하고자 한다.

Ⅱ. 이론 연구

2-1 동네효과(Neighbourhood Effect)

현재 한국 사회는 사회적 연대와 호혜가 제대로 구축되어 있지 않고 가족이기주의와 이웃사촌 등의 지역공동체등의 전통적인 공동체의 해체로 인해 사회적 고립이 발생하고 있다. 특히, 가족이기주의는 연대와 호혜를 가능케 하던 공동체가 대거 해체된 것으로 인해 시작된 것으로 인식된다.

이처럼 현대사회에서의 공동체의식 약화는 개인주의적인 서구사상의 유입과 함께 물질적/시간적 여유가 줄어들고 날로 경쟁이 심해지면서 과도한 경쟁 속에서 서로간의 신뢰와 공동 체가 약화, 사회적 자본의 쇠퇴하는 길로 걷게 된다.

지역공동체는 사회자본이 이루어지는 기본적인 장으로, 사회 자본은 활발한 인간관계를 통해 공동체 구성원들을 결집하여 공동체 문제를 해결하는 동시에 구성원 개개인의 행복을 촉진하는 매개 역할을 한다. 지역공동체는 '건강한 사회자본과 동네효과의 원천'인 것이다[1].

사회적 자본 형성과 시민성 발현을 위한 지역사회 공간단 위로서 주목받는 것이 '동네'(neighborhood)이다. 동네의 사전 적 의미는 '자기가 사는 집을 중심으로 사람들이 모여사는 일 정한 공간'[2]으로 사회적 자본 형성을 위한 지역사회 단위로 서 동네에 초점을 두는 이유는 집단행동의 딜레마 극복을 위 해서는 무임승차행위를 모니터링하고 제재할 가능성이 높기 때문이라고 설명하고 있다[3]. 작은 지역사회를 단위로 주민 들 사이에 서로 알고 지내는 경우 동네사람들 사이에서의 명 성(reputation)과 같은 비공식적 통제기제가 작동하면서 무임 승차 유인이 최소화되고, 자발적 시민참여를 통한 협력과 조 정과 같은 시민행태가 나타날 가능성이 높다. 또한 개인들은 자신의 참여 결과가 가시적으로 나타날 경우, 좀 더 적극적으 로 참여하는 성향이 있다. 따라서 동네문제와 같이 주민들에 게 구체적이고 직접적인 의제를 중심으로 주민의 관심과 참여 를 이끌어낼 때, 무임승차 유인은 줄어들고 문제해결을 위한 협력의 가능성도 높아진다.

이처럼 동네효과를 통해 지역 공동체의 일원이 되면 심리적 안정, 신뢰, 치안 등 공공서비스의 공동생산, 상호부조, 네트워크등이 형성될 수 있다. 마포구의 '예찬길', 서대문구의 '소금길', 은평구의 '산새마을', 중구의 '유어웨이', 금천구의 '암탉우는 마을', 동작구의 '성대골 협동조합의 거리' 등은 사회적 관계 속에 내재되어 있는 자원을 활용하여 사회자본을 축적한다. 동네효과는 지역 주민 간 행복, 관용, 신뢰 등의 사회자본을 회복하게 하는 조정역할을 하며, 집단적 의사결정을 통해 외부효과를 창출하는 역할을 한다.

¹⁾개인의 자원봉사 참여율이 감소, 19.3%(09')-> 16.3%('15), 1인당 자원봉사 횟수, 8.5회/인('10)->6.6회/인 ('15), 자원봉사 시간 감소. 25.6 시간('10)->22.6 시간('15)

2-2 느슨한 유대와 사회적 자본

그라노베터(Granovetter)는 '느슨한 유대(Weak Ties)'가 사회 자본을 형성할 가능성이 있다고 제시하였다[4]. 콜만은 사회자본이란 구조에 속하는 개인이나 집단으로 하여금 특정한행위를 하도록 유도하고 촉진시키는 것으로 집단의 사회적 관계 안에 내재하는 공공재로써의 성격을 가지고 있고 여타의 자본과는 구분되는 개념이라고 설명하고 있다[5]. 즉 미시적인 차원에서 개인과 개인 간의 상호관계 사이의 신뢰와 규범으로 행위자들이 규범을 준수할 때 신뢰가 생겨 사회자본이형성되는 것이다.

인터넷과 소셜미디어는 가교형(bridging) 사회자본과과 느슨한 유대 모두에 긍정적인 영향을 끼친다. 특히 소셜 미디어는 느슨한 유대 유지에 적합하기 때문에 새로운 관계를 구축하고 확장하는 가교형 사회자본 증진에 기여할 것이라고 보고 있다. 또한 소셜 미디어는 새로운 관계 형성과 더불어 기존의 결속형(bonding) 사회자본3)과의 연계유지에 활용되어 기존 사회관계를 활성화하고 강화한다. 이혜인과 배영은 스마트폰 등 뉴미디어의 이용은 결속형과 가교형 사회자본 모두의 형성에도 긍정적인 영향을 끼친다고 설명하고 있다[6]. 이는 스마트폰을 활용한 온라인 사회관계는 오프라인 관계보다 쉽고 큰비용을 요구하지 않음으로써 다수의 느슨한 유대를 증가시킬뿐만 아니라 이는 사회적 자본을 강화시킨다.

오프라인에서 연계된 사람들은 신뢰가 기본이 되는 잠재적 관계를 발전시키는 결속형 사회자본의 기능이 강화될 수 있음 에 따라 뉴미디어등을 통한 느슨한 유대가 오프라인으로 연계 되었을 때는 부담과 비용의 최소화와 함께 사회자본 형성이 가능하다. 즉 동네 안에서의 사회적 자본은 심리적 안정과 동 시에 지속가능함을 지향한다.

2-3 타임뱅크와 사회서비스

타임뱅크란 '모든 사람의 시간은 동일한 가치를 가진다'는 철학에 입각하여 시간을 척도로 사람들 사이의 호혜 관계를 구축하려는 시도로 미국의 법률가인 에드가 칸(Edgar Cahn) 박사에 의해 타임달러라는 이름으로 1980년대에 미국에서 시작되었다.

타임뱅크는 시장경제의 보완과 지속가능한 복지 공동체의 구축을 위한 효과적인 수단으로 사람들간 유대관계 위에 형성 된 호혜적 경제활동의 가치를 온전히 제공하는 형식으로 시장 경제가 훼손하는 비시장경제의 영역을 강화 시킬 수 있는 이점이 있다[7]. 또한 타임뱅크는 공동체 네트워크의 일원으로 사회적 존재감을 높이는 길을 제시함으로써 시장경제에서 소외되었던 취약계층이 타임뱅크를 통해 자선의 대상이 아닌 도움을 주고받는 당당한 주체로써 활동할 수 있는 기회를 줄 뿐아니라 장애인과 같은 경우에도 그들의 재능, 능력 등을 고려하여 사회에 참여할 수 있는 기회를 제공해줄 수도 있다.

현재 30여개의 국가에서 타임뱅크가 운영 중으로 미국의 경우 약 500여개의 타임뱅크가 등록되어 약 3만 7천여명의 회원이 가입하여 활동 중이다[8]. 영국의 경우 타임뱅크 플랫폼인 Timebanking UK를 적극적으로 활용 중으로 이에 등록된타임뱅크의 수는 약 250개, 회원 수는 약 4만 4천 명, 참여조직은 약 6천 개에 달하고 있다[9]. 그밖에 스페인, 일본, 독일, 중국, 러시아 등 주요국가에서 타임뱅크가 활성화되고 있다.

한국의 경우 경북 구미시의 '사랑고리[10]'와 노원구의 '시 간은행'만이 현재 운영되고 있는 실정이다.

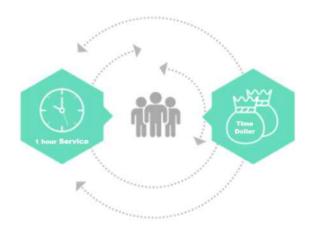


그림 1. 타임뱅크 개념도 Fig. 1. Timebank Overview

Ⅲ. 국내외 지역 기반 사회 서비스 분석

3-1 국내 지역기반 사회서비스

1)서울시 e-품앗이 사회서비스

서울시 e-품앗이 서비스는 지역과 호혜성을 기반으로 하는 서울시복지재단에서 추진하는 사업으로 품앗이4), 두레, 계와 같은 우리민족 전통의 상부상조정신을 되살려 상호 신뢰의 지 역 연대의식을 바탕으로 아이 돌보기, 수리, 미용 등의 품(시

²⁾ 가교형 사회자본은 집단의 범위가 넓으며 불특정 다수와 타일을 대상으로 하는 신뢰와 호혜성 규범으로 특정 집단의 범위를 넘어 사회 내의 다양한 집단들과 관계를 맺을 때 형성 된다. 유대는 결속형(Bonding) 사회자본에 비해 약한 반면 다 양한 관계가 나타날 수 있다.

³⁾ 결속형 사회자본은 사적 연결망을 토대로 형성, 특정화된 효혜적 규범을 기반으로 높은 결속력과 신뢰 속에서 협렵적 행동을 장려한다. 이는 혈연, 지연, 학연등의 관계기반으로 응 집력과 구성원의 충성도가 높다.

⁴⁾ 품앗이'는 일손을 의미하는 '품'과 주고받으며 갚는 행위등이 포함된 '앗이'가 결합된 합성어로 '품'은 상대방에 대한이해와 양해, 배려를 포함할 뿐 아니라 정(情)이라는 감정까지 포함, '앗이'는 혼자가 아니라 최소한 두 사람 이상의 관계에서 등장하는 것으로 호혜성을 전제로 함. 균형 잡힌 방식으로도움을 주는 것이 호혜성의 기본으로 전혀 모르는 남남 간이아니라 서로가 잘 아는 사람들 사이에서 가능함.

간)과 물품이 거래되는 것이 주목적이다. 현재 10개 공동체 (양천, 노원, 은평, 도봉, 강서, 광진, 마포, 관악, 구로, 서초)가 각 지역에서 위탁운영 중으로 위탁기관의 성격에 맞게 장터/활동/자원봉사/교육의 형태로 진행되고 있어 기존의 '품앗이'의 개념과는 멀어지고 있는 실정이다.

표 1. 서울 e-품앗이 사업

Table 1. Seoul e-poomasi

Name	URL	Operations
Dongjak	www.letsmaeul.or.kr/	Activities
Gangseo	www.letsmaeul.or.kr/	Market
Sungdong	www.oksoocwc.or.kr	School
Eunpyeong	nokbeon.or.kr	Market
Changdong	changdong21.or.kr	Market
Gangnam	www.kangnamwelfare.co.kr	School
Nowon	nowonmaeul.com/	Market
Gangbuk	wiz.won.or.kr/user/bun5bok/index.action	No Information
Gongduk	www.laf.or.kr/	Organizing residents
Guro	www.guroicoop.or.kr	a life-saving activity

2) 서울시 나눔이웃 사업

동네 안에서 이웃을 돌보는 나눔 이웃 사업 또한 서울시 복지재단의 지역사회 복지 네트워크 지원 사업 중 하나로, 지역내 어려운 이웃에 대한 '돌봄 공동체'를 만들어 시민이 직접 지역사회 나눔을 실천하는 사업이다.

서울시는 더욱 촘촘하게 어려운 이웃을 돌볼 수 있도록 종합사회복지관 중심의 거점기관을 '동 단위'로 재편, 복지사각지대에 처한 어려운 이웃을 적극적으로 발굴, 지원할 수 있는 토대를 마련하고 마을중심의 나눔·돌봄이웃의 복지생태계 구축을 실현하고 있다. 이를 위해 서울시는 동 주민센터와의 협약을 통한 민·관협력 강화, 지속가능한 나눔이웃 동아리 활성화, 나눔이웃의 리더 역량 교육, 지역복지공동체 정착을 위한자치구·동의 지원체계 강화 등을 주요 골자로 올해 나눔이웃사업을 시행하고 있다.

나눔 이웃의 유형으로는 이웃을 돌아보는 나눔이웃, 자신의 재능을 나누는 나눔이웃, 어려운 이웃을 돌보는 나눔이웃, 주민반상회, 주민교육 등 리더의 나눔 이웃 등이 있다.

하지만 여전히 수혜자층의 수요자들의 적극적인 니즈를 반영하기는 어려운 단방향인 구조, 즉 지역주민인 사회서비스 공급자들이 직접 수요자들을 찾아다녀야 하는 시스템으로 일자리 미스매칭과 공급자와 수요자가 명확하게 분리되는 문제점이 지적되고 있다.



그림 2. 나눔 이웃 개요

Fig. 2. Sharing Neighborhood Overview

3-2 해외 지역기반 사회서비스

1) 호주의 'Sharing Zone'

호주의 'Sharing Zone[11]'은 호주사회혁신센터(The Australia Centre for Social Innovation)가 인큐베이팅 하고 있는 시범 서비스로 서비스 구축 팀의 방문과 주민의 앱 사용을 통해 관심사 연결과 돌봄 연결을 목적으로 한 지역단위를 기반 사회서비스이다.

'관심사 연결 팀'은 직접 주민을 만나거나 'Would you like to'라는 전용 앱을 통해 개개인의 관심사를 수집하여 관심사들이 연결되는 지점을 찾아 필요가 맞는 주민을 연결하고 있다. '지역 돌봄 팀'은 지역 내에 돌봄의 공급과 수요을 조사하고 이를 연결하여 배정하는 역할을 한다. 예를 들어 한 주민은 자신의 지역 내에 5명의 노인을 돌보는데 가정방문, 함께 장보기 등의 역할을 수행하며 지자체 등으로부터 대가를 지불 받는 구조이다



그림 3. 쉐어링 존

Fig. 3. Sharing Zone

2) 일본 라이프서포트 미애니시 사업

일본의 욧카이치시에서 운영하는 복지 법인으로 노인의 고립을 방지하고 생활에 필요한 서비스들을 회원제로 제공함으로써 지역의 문제를 지역 스스로 해결하려는 의지가 담겨있는 서비스이다. 사무국은 노인의 재택생활을 유지하기 위해 필요한 서비스를 의뢰받고 지역 주민들이 서비스 제공자로 나설수 있도록 중개자 역할을 하고 있다. 특히 지역에 마련된 노인 거점공간에서 노인 당사자들과 주민들이 함께 모여 회의하고, 고안하여 운영하고 있다. 특히 서비스를 공급자와 수요자가모두 회원자격으로 연회비를 내는 회원제 운영은 지역의 문제

를 수요자 뿐만 아니라 공급자들도 함께하여 지역스스로 해결 해 나가겠다는 의지를 보여주고 있다.

서비스의 형태는 주로 쓰레기 버리기, 집 청소, 식사배달, 야외작업 및 진찰 동행 등 간단하면서도 혼자 사는 고령 노인에게 꼭 필요한 서비스가 주를 이루고 있다. 각각의 서비스에 대해 요금이 정해져 있는데 쓰레기 버리기에는 1회 50엔, 이야기 상대 300엔, 진찰 동행 2,000엔등이 있다.

3-3 타임뱅크를 활용한 사회서비스 현황

해외에는 미국과 영국을 중심으로 공공과 민간 사회서비스 영역에서 타임뱅크 시스템을 폭넓게 도입하여 활용하고 있지 만 국내에서는 일부 국한된 영역에서만 제한적으로 적용 중에 있다.

"청춘은행"은 오마이컴퍼니 후원형 프로젝트로 대전지역을 중심으로 하는 2016년부터 타임뱅크를 운영하고 있다. 이은행은 국가와 시장의 틈새에서 지역사회 주도형 상호 돌봄모델로, 지역의 민관 복지자원의 협력을 통해 소외된 사각지대를 발굴하고, 지역 주민들이 스스로 나서 우정과 연민, 협동과 나눔을 통해 건강한 노년의 삶을 만들어가자는 취지로 시작되었다. 지역사회 상호 돌봄, 상호부조 협력플랫폼으로 서로가 서로에게 필요한 노동을 주고받고 그것이 전자적인 방식으로 공유되고 또 축적되는 방식으로 노인돌봄으로 국한되어 있지만 향후 다른 서비스로도 확장이 가능하다. 자기가 봉사한 시간을 저금해서 돌봄이 필요할 때 받을 수도 있고 돌봄이 아닌 다른 서비스로도 제공 가능하다. 하지만, 대전이라는 지역의 한계와 다양하지 못한 수요자와 공급자의 수급으로 2016년 이후에 활동이 없는 상태이다.



그림 4. 청춘은행 모바일 화면 Fig. 4. Youth Na Mobile UI

Ⅳ. 서비스 제안

4-1 서비스 컨셉

위의 연구내용들을 토대로 타임뱅크와 지역기반 공급자와 수혜자/수요자를 직접 잇는 '품앗이형' 생활 지원 사회서비스 "우리동네 마음가게'를 제안하다.

이는 가족과 같은 돌봄이 필요한 대상을 위해 가족의 기능을 나누어서 책임질 수 있는 새로운 서비스가 필요한 상황에서 개인적 대면 서비스가 가능하도록 하되 개인이 타인의 돌봄에 대해 너무 많은 책임을 지지 않도록 플랫폼을 통해 중개하는 서비스이다. 서비스는 지역단위로 가입자를 유치하여 도움을 받는 사람과 주는 사람의 거리가 가까울 수 있도록 하고도움을 받는 사람(예: 고령자)은 전화 등으로 도움을 청하고,주는 사람은 모바일 앱 등을 활용한 플랫폼을 활용할 수 있도록 제안한다.

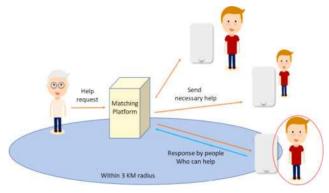


그림 5. '우리동네 마음가게' 서비스 컨셉

Fig. 5. 'Our town Shop of heart' Service Concept

1) 서비스 특성

기존의 공급기관(복지관, 동 주민센터) 중심의 업무 프로세 스 재구성하여 사용자와의 접촉점을 하나의 단일화된 시스템 으로 재구성하여 사용자 관점에서 통합된 서비스 운영을 함으 로써 접점의 통일화를 통한 서비스 제공의 효율화와 현재의 사회 서비스전달체계를 개선할 수 있다.



그림 6. '우리동네 마음가게' 서비스 모델

Fig. 6. 'Our town Shop of heart' Service Concept

이 서비스의 서비스 공급자는 일반 국민과 사회복지사 등 사회복지서비스 종사자, 그리고 재능 나눔이 가능한 전문가로 나뉘고, 수요자는 일반 국민과 기관 서비스 수요자로 나뉜다. 일반 국민 공급자와 수요자는 항시 입장이 변경 될 수 있는 상 호보완적 관계를 지니어 상호호혜적인 성격과 서비스 수요자 와 공급자가 기존의 사회서비스에서 확장되게 된다.

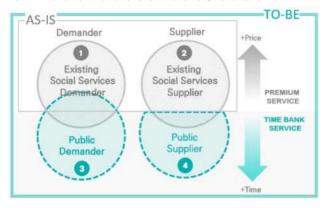


그림 7. 확장된 수요자와 공급자

Fig. 7. Expanded demand and provider

공급자간 수요자간의 '마음도움'에 대한 거래 보상으로 기존의 봉사시간과 같은 상호보완적 "타임뱅크"시스템을 도입하여 이를 마을 화폐로도 확장이 가능하다. 기본적으로 모든 국민에게 일정의 기본시간을 제공하고 이를 동네 이웃 간 '마음도움 품앗이'활동을 통해 거래하는 형식으로 기초수급자, 정부의 사회복지수혜자들에게는 생활지원 서비스라는 명목으로 그에 맞는 시간을 매달 제공하여 관련 생활지원 서비스 혜택을 부여한다.

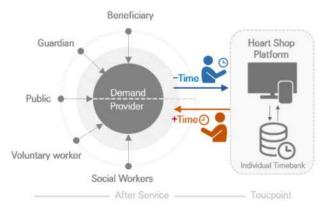


그림 8. '우리동네 마음가게'에서의 타임 뱅크 **Fig. 8.** Time bank service on "Heart Shop"

또한 기존 정부지원으로 운영되던 사회복지 서비스를 일반 인들에게 비용을 지불받는 프리미엄 서비스로 확대함으로써 사회복지서비스 질의 향상과 서비스간의 경쟁력 확보가 가능 하다. 이러한 경쟁력 구도는 사회복지서비스에 대한 전문성확 보와 지역 사회 안에서의 다양한 연계된 서비스로도 구현 가 능하다. 기존의 복지 기관 안에서만 이루어지던 서비스를 공 급기관이 아닌 사회복지 공급자와 직접 연결해 주고 관련 비 용이 처리됨으로써 전문 인력에 대한 처우 개선을 예상할 수 있다.

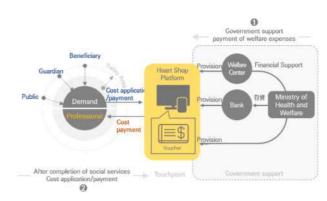


그림 9. 프리미엄 서비스 Fig. 9. Premium Service

2) 서비스 내용 및 범위

이 서비스는 경제공동체나 사회보장과 같은 높은 신뢰기반의 서비스를 제외한 생활지원 안에서의 가족의 역할을 이웃의 도움을 통해 대신하는 서비스 범위를 갖고 있다.

표 2. '우리동네 마음가게'에서의 가족의 역할 Table 2. Family role in 'Heart Shop'

Family role	Related Services	
External activity	Transfer, Go to clinic, shopping	
Care	Baby sitting, old care, etc.	
Emotional ties	Company, eating together, etc.	
Domestic labor	Cleaning, garbage disposal, Etc	
Leisure/education	Internet, mobile Phone Usage, talent sharing	

모든 서비스들은 이웃 간의 신뢰가 높지 않더라도 이용할 수 있는 외부활동, 느슨한 관계 기반 가벼운 서비스에서부터 신뢰가 기반이 되는 돌봄, 부양 등의 신뢰 기반의 가택 내 서비스, 전문 사회서비스 종사자의 도움이 필요한 전문 서비스까지 공급자의 도움내역과 전문성에 따라 활동범위가 산정된다.

기존 정부지원으로 운영되던 사회복지 서비스를 일반인들 이 전문사회서비스를 이용함으로써 비용을 지불하는 프리미 엄 서비스로 확대함으로써 사회복지서비스 질의 향상과 서비 스간의 경쟁력 확보가 가능하다.

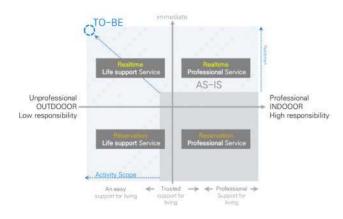


그림 10. 서비스 영역 Fig. 10. Service Scope

4-2 서비스 모델

1) 서비스 이해관계자

서비스 이해관계자는 서비스 수요자인 일반국민, 정부지원 수혜자와 공급자로는 자원봉사자를 포함한 일반국민과 전문 종사자로 나뉜다. 시스템에 접근이 어려운 사용자를 위해 사 회복지사나 동.주민센터의 복지 담당자가 중개자로써의 역할 을 하게 된다.

사회적 기업은 일반 국민 공급자를 관리, 운영, 홍보하는 역할을 담당하고 전문종사자는 기존과 동일하게 복지관등의 민간/위탁 기관 등에서 관리 운영된다. 단, 전문종사자의 처우 개선을 위해 일반 수요자가 전문종사자의 서비스, 프리미엄서비스를 제공받을 경우 사회적 기업이 이를 관리 운영한다. 즉, 일반수요자와 공급자 관련 되서는 사회적 기업이 기존의 정부지원 수혜자의 전문서비스를 위해서는 기존 복지관등의 민간 기관에서 담당하게 되는 것이다.



그림 11. 서비스 이해관계자

Fig. 11. Service stake holders

2) 서비스 대상자들에 대한 페르소나 설계

서비스 기능의 도출과 서비스 여정 경험을 설계하기 위해 수요자와 공급자, 중개자들의 페르소나5)를 구축하여 그들의 니즈와 목표 등을 아래와 같이 도출하였다.

서비스 수요자들에 대한 페르소나는 총 4명으로 서비스 이용유형과 여유시간, 신체기능, 생활의존도, 사회성, 인지기능을 중심으로 분류되었다. 이와 같은 페르소나를 설정하게 되면 각 페르소나에게 적합한 서비스 시나리오를 제작가능하고이를 중심으로 모바일 서비스 컨텐츠의 구체화가 가능하다.

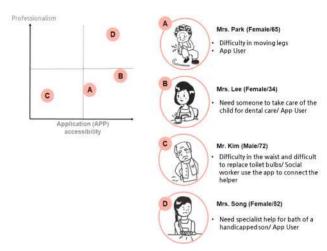


그림 12. 페르소나 **Fig. 12.** Persona

3) 서비스 시나리오

각각의 페르소나에 맞는 서비스 스토리보드 3개를 제작하였다. 수요자와 공급자가 서로 상호작용하는 시나리오도 포함되어 4개의 시나리오가 제작 되었다.

첫 번째 일반 수혜자와 공급자가 어떻게 서비스를 사용하는지에 대한 시나리오로 생활서비스를 요청하고 이를 주변 공급자가 확인하여 수락한 후, 도움을 주는 서비스를 보여준다. 이에 대한 핵심서비스와 스토리보드는 다음과 같다.

- 추천인 코드를 통한 어플리케이션 설치: 추천인이 카톡으로 설치 링크와 추천인 코드를 보내주면 쉽게 어플리케이션을 설치할 수 있고 추천인 코드를 넣으면 번거롭게 동주민 인증을 하지 않아도 된다.
- 도움을 받을 수 있는 분야를 직관적으로 인지 할 수 있도 록 UI가 설계 되어 어플을 활용해 손쉽게 도움을 요청할 수 있다.
- 낯선 사람과의 접촉의 위험을 피할 수 있게 도움을 받을 수 있는 사람의 성별 및 나이 등을 선택할 수 있다.
- 별점 평가를 통해 상대방에 대한 신뢰를 구축하고 서비스 를 평가 할 수 있다.
- 같은 동네 같은 아파트의 주민들과 관계성을 구축하여 이 웃을 맺을 수 있다.

⁵⁾ 페르소나(persona, 복수형 personas)는 어떤 제품 혹은 서 비스를 사용할 만한 목표 인구 집단 안에 있는 다양한 사용자 유형들을 대표하는 가상의 인물이다.

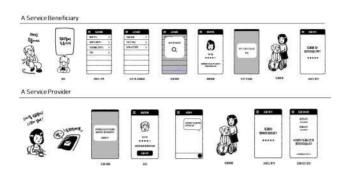


그림 13. 일반 사용자들에 대한 스토리보드

Fig. 13. Storyboard for public user

두 번째 시나리오는 국가에서 위탁 운영하는 지역 복지관의 사회복지사를 통해 지원을 받고 있는 수혜자가 생활지원서비스를 실시간으로 연결 받는 시나리오이다. 수혜자의 특성상모바일 환경에 익숙하지 않다는 점을 고려, 지역 복지관의 사회복지사에게 통화를 통해 지원요청을 하게 되면 사회복지사가 '마음 가게'서비스를 이용하여 공급자를 연결해 주는 시나리오다. 사회복지사는 기관회원으로 등록되어있어 본인이 관리하는 수혜자들을 주변 이웃들에게 도움을 요청하여 수혜자들과 공급자를 연결해주는 중재자의 역할을 지니게 된다. 다음은 이와 관련된 핵심서비스이다.

- 스마트폰 사용이 어렵기 때문에 복지사의 전화 통화 만으로도 쉽게 도움을 요청할 수 있다.
- 복지사를 통해 연결 받은 검증된 '마음 도우미'로 낯선 사람과의 접촉의 위험을 피할 수 있는 도우미의 성별 및 나이 등을 선택할 수 있다.
- 별점 평가 또한 복지사가 도움 시간이 종료된 후에 전화로 도움받은 마음 도우미에 대한 별점 평가와 후기를 남길 수 있도록 도와준다.
- 도움 받은 것을 계기로 동네 이웃 주민들과 관계성을 구축 하여 자주 교류할 수 있는 이웃을 맺을 수 있다.

마지막 시나리오는 전문 서비스를 필요로 하는 수요자에 대한 핵심 서비스로 장애를 가진 부모가 실시간으로 전문인력에게 도움을 요청하는 서비스이다. 이에 대한 핵심 서비스는다음과 같다.

- 어플리케이션을 통해 긴급한 일이 발생할 때 간편하게 도 움을 요청할 수 있다.
- 당장 도움이 필요한 경우 시간 선택 부분에서 '지금당장' 부분을 선택하여 빠르게 도움을 받을 수 있다.
- 도움 받을 수 있는 장소를 직접 선택하여 이동의 용이성과 안전성을 높일 수 있다.
- 프리미엄 서비스를 통해 전문적 도움을 받을 수 있도록 복지사의 성별 및 나이 등을 선택하여 필요한 부분에 적합한 복지사를 선택할 수 있다.
- 별점 평가를 통해 복지사에 대한 신뢰를 구축하고 서비스 를 평가 할 수 있다.

3) 서비스 UI 목업

'우리 동네 마음 가게'서비스를 실제에 가깝게 제작하여 실행하기 전 테스트를 위해 인터랙티브한 사용자 인터페이스 프로토타이핑으로 구현하였다. 모바일 목업 도구인 스케치와인비젼, 플린토등을 사용하여 위에서 설계한 서비스 시나리오별 모바일 프로토타이핑 개발하였다. 아래는 기 제작된 서비스 UI로 위의 시나리오들을 중심으로 설계되었다.



그림 14. 모바일 UI 목업 Fig. 14. Mobile UI Mockup

또한 서비스의 이해도를 높이기 위해 위의 시나리오를 중심으로 서비스 프로토타이핑을 비디오로 제작하였다. 비디오 프로토타이핑 방법은 서비스 시나리오별 동영상을 촬영하여서비스 이해관계자들이 어떠한 맥락과 동기 안에서 서비스를 사용하고, 새로운 시스템과 상호작용하는 방법을 설명하고, 최종 서비스에 대한 피드백이 어떠한지를 가상으로 설계하는 방법이다. 이를 제작함으로써 서비스 이해관계자들에게 서비스의 목표와 시스템에 대한 이해, 강조하고자 하는 서비스 기능들을 표현함으로써 서비스 고도화를 위해 다양한 의견을 최대한 수렴할 수 있었다



그림 15. 시나리오별 비디오 프로토타이핑

Fig. 15. Video prototyping

∨. 결 론

본 연구는 가족의 해체로 인한 가족의 역할을 대신할 수 있는 사회적 자본 활성화를 위한 동네효과기반의 생활 지원 중심 사회서비스를 모바일 서비스 형태로 제안하는 연구이다. 최종 적으로 제안된 '우리 동네 마음 가게'는 다음과 같은 경제,산업적인 의의와 사회문화적인 의의를 지닌다.

경제/산업적인 측면에서는 기존 공급자 중심으로 설계 된 사회서비스에 대해 개선과 혁신의 주문이 이어지고 있는 상황 에서 수요자 중심의 사회서비스 개발이라는 중요한 의미를 가지고 있다. 기업이 제공하는 수요자 중심의 서비스에 익숙해 진 국민들은 공급자 중심으로 설계된 행정의 사회서비스에 대 한 문제를 크게 인식하고 있다. 또한 사회서비스를 제공하는 국가기관의 각부처 간의 칸막이로 인해 사회서비스 중복 투자, 문제의 본질보다는 단편적 정책을 양산하는 등의 문제 또한 해결할 수 있는 모델로써 발전이 가능하다. 마지막으로 현재의 사회복지사로 집중된 사회복지관련 서비스를 분산 시켜 사회 복지사의 처우와 사회서비스의 질에 대한 개선이 가능하다.

사회/문화적 측면으로는 가족의 해체와 이웃의 붕괴로 인해 이들을 통한 일상생활 지원이 불가함에 따라 이를 온라인형태의 느슨한 관계를 이용하여 이웃관계 회복 및 새로운 형태의 가족형태 부여가 가능하다. 또한 일반에게도 다양한 형태의 사회복지서비스를 개방함으로써 경쟁구도를 형성할 수있음으로써 사회복지서비스의 질 향상이 가능하다. 마지막으로 주변 이웃을 가능한 시간에 도와줌으로써 기존 자원봉사가가진 물리적인 제한요소 극복할 수 있는 이점을 지닌다. 이는기존의 품앗이나, 지역공동체형 사회복지 서비스 한계 극복을위해 필요한 서비스로 실시간성을 부여함으로써, 기존 자원봉사 수급에 대한 문제점을 해결할 수 있다.

이 서비스가 지닌 제한요소는 다음과 같다. 먼저 공급자의 확보이다. 지역 복지관과 연계를 할 경우 수혜자는 어느 정도 확보가 가능하나 도움을 줄 일반 공급자의 확보가 쉽지 않을 것으로 예상된다. 원활한 공급자를 확보하기 위해서는 지역의 공동체와 연계하는 것을 고려해야 한다. 그리고 문제로 인식되는 부분은 신뢰의 구축이다. 동네효과와 사회적 자본을 활용하는 서비스지만 그것이 약하게 구축되어있을 경우 서비스의 시작자체가 어려울 수 있다. 이를 극복하기 위해선 다양한 행동경제학과 넛지 효과들을 활용할 수 있다.

이와 같이 지역공동체와의 연계할 수 있는 방안과 명확한 서비스 사용 동기 유도, 원활한 수요자와 공급자 양성과 수요 자 공급자간의 신뢰 구축에 대한 연구는 향후 연구에서 제안 될 예정이다.

감사의 글

본 연구는 보건복지부의 재원으로 한국보건산업진흥원의 라이프케어융합서비스개발사업 지원에 의하여 이루어진 연구로 관계부처에 감사드립니다. (과제고유번호: HI18C2167)

참고문헌

[1] W. S. Kim, "Korean Society and Community" *The Journal of Society and philosophy*, Vol. 1, pp.206-232, April 2001.

- [2] H. K. Kwak, "The Study of Residential Influential Factors on Local Community Social Capital", *The Journal of Korean Public Management*, Vol. 27, No.1, pp.237-267, March 2013.
- [3] R. Yvonne, M. Pennington. "Public participation and local environmental planning: the collective action problem and the potential of social capital." *Local environment*, Vol.5, No.2, pp.153-169, August 2010.
- [4] M. Granovetter." Social capital in the creation of human capital." *Sociological theory*, Vol.1, pp.201-233, 1983
- [5] J.S. Coleman" The strength of weak ties: A network theory revisited." *American journal of sociology*, Vol. 94, pp. S95-S120, 1988
- [6] H.L.Lee, Y.Bae, "A Study on the Use of Smart Phone and Social Capita" *The Journal of Information Society and Media*, Vol.210, pp.35-71, December 2011.
- [7] J.H.Kim, D.G. Lee, "The Innovation of Welfare Service Using Time Bank" *The Journal of Issue and Analysis*, Vol. 310, pp.1-25, February 2018.
- [8] Standford Social Innovation Review. The Time Bank Solution[Internet]. Available: https://ssir.org/articles/entry/the time bank solution.
- [9]TimebankingUK[Internet]. Available http://www.timebanking.org.
- [10]Bisho John Daly Mission Center. Love Chain Information
 [Internet]. Available
 http://www.johncenter.or.kr/?article=menu01
- [11] Sharing zone. Austrailia [Internet]. Available http://www.tacsi.org.au/wp-content/uploads/2014/08/GL6-Sharing-Zone.pdf



이정연 (Joung-Youn Lee)

 2002년 : 서강대학교 영상대학원 (공학석사)

 2013년 : 홍익대학교 일반 대학원 (영상학 박사)

2002년~2007년: LG전자

2007년~2010년: 홍익대학교 디자인공학연구소 연구원, 홍익대학교, 아주대학교, 연세대학교 시간강사

2010년~현 재: 서울미디어대학원대학교 조교수

※관심분야: 서비스디자인, 사회서비스디자인, 사용자경험디자인, 정보디자인