

## 수도회 공동체의 온라인 상호작용 활성화를 위한 홈페이지 설계방안

Design and research of web-site for activating on-line interaction of communities in the congregation.

이순화, 안성혜

상명대학교 디지털미디어대학원, 상명대학교 만화애니메이션학부

Lee Soon-hwa, Ahn Seong-hye

Sangmyung Graduate School of Digital Media,  
Sangmyung University

### 요약

가톨릭 수도회 홈페이지를 통하여, 교회의 커뮤니케이션의 궁극적인 목표인 복음화와 친교의 활성화를 이루기 위해, 온라인상에서 수도회가 대중들과 복음적인 소통과 내부 공동체 구성원들의 활발한 친교를 나누기 위한 온라인 커뮤니티 유형을 제시하고, 컴퓨터를 매개로 한 상호작용(CMC)의 요인들을 중심으로 홈페이지 설계 방안을 제시하고자 한다.

### Abstract

The goal of Catholic Religious web-site is to activate communion and evangelization which is the ultimate purpose of communication in the Catholic Church. Thus, the purpose of this paper is to present the type of on-line community which promotes active evangelical communication within the Religious community and between the Religious and the lay. In designing the web-site, the importance of CMC factors will be stressed.

## I. 서론

교회 안에서 인터넷을 통한 정보화의 움직임은 오래전부터 있어 왔으나 홍보의 목적으로 사이트를 개설하여, 사이트를 접속해도 일방적으로 보여 지는 것에 만족해야 했다. 이런 상황은 수도회 홈페이지에서 더욱 두드러진다. 참여와 공유의 Web 2.0시대에 수도회페이지는 시대에 맞게 리모델링 될 필요가 있다. 본 연구를 통하여 수도회 홈페이지를 이용하는 신자들과 공동체 구성원들이, 컴퓨터를 매개로 교회의 본질인 복음적인 소통과 친교를 활발히 나눌 수 있도록 상호작용이 잘 이루어지는 홈페이지를 설계하고자 한다. 기존 홈페이지의 사례연구를 통해 CMC 상호작용이 활성화 될 수 있는 요인을 찾고, 온라인 커뮤니티의 유형을 분석하여, 이를 바탕으로 수도회 홈페이지를 설계하고자 한다.

## II. 교회 안의 인터넷 활동 현황

가톨릭교회의 인터넷역사는 한국사회의 인터넷 활용사와 궤를 같이 한다. 현재와 같이 교구 인트라넷 체제로 가기 전에는 단순히 일부 단체나 개인이 활용하는 정도에 그쳤다. 가장 먼저(1996년) 포털 사이트를 지향하며 교구 인트라넷을 구축한 곳은 서울대 교구였다. 이를 시작으로 2000년을 전후하여 대부분의 교구들이 인트라넷을 구축하게 되었다. 대체로 교세와

재정이 넉넉한 교구들이 콘텐츠와 하드웨어 모두 훌륭한 수준이고, 그렇지 못한 교구들은 질과 정보의 양에서 커다란 격차를 보이고 있다[1].

수도회들도 1996년 이후로 미디어 전문수도회인 성 바오로 수도회(<http://www.paolo.net>)의 웹 호스팅 서비스를 이용하여 참여가 활발해져 이제는 거의 대부분의 수도회들이 인터넷을 활용하고 있다. 각 교구의 인트라넷 구축, 미디어 전문 수도회의 인터넷 사업기반이 구축되면서 교회기관과 신자들은 이들과 연결하면서 활발하게 활동을 펼쳐 나갔다. 현재 굿 뉴스에 등록된 본당 홈페이지를 보면 서울대 교구 147개, 광주대교구 31개, 군중교구 5개, 대구대교구 49개, 대전교구 50개, 마산교구 20개, 부산교구 49개, 수원교구 50개, 안동교구 5개, 원주교구 9개, 의정부교구 37개, 인천교구 40개, 전주교구 19개, 제주교구 5개, 청주교구 12개, 춘천교구 21개 이다. 또 한국 수도회 홈페이지를 보면 남자수도회는 38개, 여자수도회는 74개의 홈페이지를 갖고 있다[2].

## III. 온라인커뮤니티에 대한 이론적 고찰

수도회 홈페이지를 온라인 커뮤니티의 개념으로 접근하여 이 안에서 이루어지는 상호작용을 살펴보고자 한다.

## 1. 온라인 커뮤니티 개념

온라인 커뮤니티는 다양한 용어로 사용되지만 컴퓨터라는 매개체를 통하여 공동의 관심사에 근거하여 모인 사람들의 집합, 일치된 이해를 가진 사람들의 집합, 공동의 장소가 아닌 공동의 이해를 바탕으로, 공동의 관심사를 제공하고 이로 인해 관계 형성이 이루어지는 공간이라는 공통분모를 갖고 있다. 즉 온라인 커뮤니티는 공동의 관심사나 목적을 가진 사람들이 가상공간에서 컴퓨터와 네트워크를 매개로 활발한 상호작용을 통해 가치를 창출하고 공유하는 사회적 집단으로 정의 할 수 있다[3].

## 2. 온라인 커뮤니티의 유형

온라인 커뮤니티는 컴퓨터를 매개로 하는 커뮤니케이션(CMC)을 중심으로 상호작용하는 특성을 가졌다. 또 공동의 유대감 측면에서는 커뮤니티에서 소속감이나 공유 가치가 존재하는 공통적인 특성을 가졌다[4]. 온라인 커뮤니티는 구성원의 욕구에 따라서 거래의 커뮤니티, 관심의 커뮤니티, 관계의 커뮤니티, 환상의 커뮤니티의 4가지로 분리할 수 있다[5].

[표 1] 개인 NEED에 따른 온라인 커뮤니티 유형[6]

분류	구성원들의 욕구	사 례
거래 공동체	정보,상품 또는 서비스의 구입 또는 교환	바로포털인터넷서점 <a href="http://www.pauline.or.kr">http://www.pauline.or.kr</a>
관계 공동체	비슷한 경험을 가진 사람들이 모여 의미 있는 인간관계를 형성	살트르성바오로수녀회 <a href="http://www.spcseoul.or.kr">http://www.spcseoul.or.kr</a>
관심 공동체	취미, 전문분야, 특정주제에 대한 관심이나 전문 지식 공유	청소년을 위한 생명 UCC축제 <a href="http://ucc.forlife.or.kr">http://ucc.forlife.or.kr</a>
환상 공동체	역할게임이나 엔터테인먼트 등 환상과 탐험과 관련된 욕구들	Sacred Space <a href="http://www.sacredspace.ie">http://www.sacredspace.ie</a>

## 3. 온라인 커뮤니티의 구성요소

온라인 커뮤니티는 끊임없이 다양한 형태로 진화하고 있다. 목적도 다르고 형태도 다양지만 다음과 같은 다섯 가지의 공통요소를 갖고 있다. 첫째, 특화된 관심분야이다. 커뮤니티는 참여자들의 공통된 관심과 목적을 통해 커뮤니티를 구성하고 유지한다는 것이다. 성공적인 온라인커뮤니티의 구축을 위해서는 무엇보다도 커뮤니티의 목적을 명확하게 해야 한다는 것이다. 둘째, 커뮤니케이션 도구이다. 커뮤니케이션을 통해서 각 회원들에게 분산되었던 콘텐츠가 통합되며 확산되는 과정을 통해서 가치가 더욱 높아진다. 전자우편과 게시판에서 실시간 대화가 가능한 채팅, 메신저 등은 커뮤니케이션을 풍부하게 해주는 도구들은 다양하다. 커뮤니케이션 도구를 선택할 때는 그 커뮤니티의 성격과 회원들의 요구가 충분히 반영되어야 한다. 셋째, 회원 참여 콘텐츠이다. 온라인커뮤니티가 활성화되

면서 회원들은 커뮤니티가 제공하는 다양한 기능들을 이용해서 스스로 콘텐츠를 창조해내고 있다. 그리고 이러한 콘텐츠들은 자신이 게시판에 올린 글의 조회 수를 알아 보기위해 하루에도 몇 번씩 사이트를 방문하는 예처럼 회원들을 다시 사이트로 찾아오게 하는 역할도 하고 있다. 이렇듯 커뮤니티에 대한 회원들의 충성도를 높일 수 있는 최상의 방법은 바로 회원 스스로가 콘텐츠를 만들게 하는 것이다. 가장 일반적으로 커뮤니티 참여자들이 콘텐츠 생산에 이용할 수 있는 기능이 바로 게시판이다. 넷째, 커뮤니티 관리자이다. 회원들과 차별화된 권한을 가진 관리자가 다른 회원들의 활동을 조정, 리드함으로써 회원들에게 절대적인 영향력을 행사한다. 유능한 관리자는 회원을 유지하고 토론을 활성화시켜, 커뮤니티를 활발하게 한다. 마지막으로 수익창출구조이다. 온라인 커뮤니티를 유지하는데는 상당한 비용이 들며 트래픽을 감당할 수 있을 정도의 시스템 구비에서 솔루션, 회원비, 지원비 등이 필요하다. 일정한 수익은 공공성을 지향하는 비상업적 커뮤니티에 있어서도 중요한 요소로 작용한다[7].

## IV. 수도권 홈페이지의 활성화 방안

기존 수도권 홈페이지와 살트르 성바오로수녀회의 홈페이지(<http://www.spcseoul.or.kr>) 사례를 바탕으로 하여 수도권 사이트의 콘텐츠 구성과 커뮤니티 활성화를 위한 양방향 게시판을 중심으로 다음과 같이 설계방향을 제시하였다.

### 1. 콘텐츠

수도권 사이트의 콘텐츠는 '복음화'와 '친교'라는 두가지면에서 크게 살펴볼 수 있는데, 복음화는 기도, 성서, 전례(신앙생활)라는 세부내용으로 구성되며, 친교는 이렇게 구성된 콘텐츠를 통하여 이루어지는 피드백이나, 양방향성 게시판의 활성화로 대별될 수 있다. 또한 기존의 홈페이지 사례를 바탕으로 복음화에 해당하는 기도, 성서, 전례의 콘텐츠를 특화시켜서 구성하고자 했다.

즉, <그림 1>은 아일랜드 예수회에서 운영하는 Sacred Space (<http://www.sacredspace.ie>)로 이나시오영신수련 기도를 일상에서 할 수 있도록 매일 매일의 기도를 기도 순서에 맞추어 화면에 보여줌으로 사이트에 접속만하면 열려진 텍스트를 따라 기도를 할 수 있도록 도와주고 있다. 이 사이트는 배경음악, 이미지, 동영상 등이 전혀 들어있지 않음에도 기도의 열망을 가진 많은 이들의 욕구를 충족시켜주고 있다. 또 시작화면에서 21개 나라의 언어로 선택할 수 있게 하여 세계적으로 이용되고 있다. 이 사이트에서는 콘텐츠가 담고 있는 내용의 구성이 그 콘텐츠를 표현하는 매체보다 우위에 있다는 것을 알 수 있다.



▶▶ 그림 1. Sacred Space 홈페이지

## 2. 양방향 게시판

성 바오로딸 수녀회 홈페이지(http://www.fsp.or.kr)는 다른 수도원들이 2-4개의 게시판을 갖고 있고 또 그중 일부만을 양방향으로 하는 것에 비해 성바오로딸 수녀회 홈페이지는 수도회와 사도직 소개 분야만을 빼고는 모든 콘텐츠에 댓글을 달 수 있게 하고 또 게시판을 양방향으로 운영하여 많은 이들과 CMC 상호작용을 하고 있다. 임은정, 최무진은 상업적 평가기준보다 양방향 게시판의 활용과 같은 공동체 활성화의 기능들이 교회 웹사이트의 성공적 운영에 더 중요하다고 하였다 [8]. 이를 바탕으로 아래의 <표 4>를 구성하였다.

[표 2] 수도회 홈페이지의 콘텐츠 구성

분류	콘텐츠 내용	매체
수도회 관련	1. 우리는 누구인가 -우리는 -온세계에서 -양성과정 -오늘날의 바오로	text, image  동영상
	2. 사도직 -선교 -교육 -의료 -복지 -특수	text, image 동영상
	3. 성소실 -초대 -밀이삭모임 -Cafe -월모임	text, image 동영상 게시판
기 도	1. 피정의 집 -성바오로 피정의 집 -진부 베델의 집 -계성 푸른 누리의 집	text, image 게시판
	2. 비움기도 -비움기도 안내 -자 료	text, image 동영상 게시판
성 서	1. 성바오로교육관 2. 성서를 따라서 3. 바오로영성	text, image 게시판
전 레	1. 전례예술원 -샌쁠디자인연구소 -제의제작실 -예심도예공방	text, image 게시판
커뮤니티	1. 수도원 소식 2. 함께 나눠요 3. 기도함 4. 선교지 에세이 5. 방명록	text, image 동영상 게시판
내부 구성원	1. 나눔터 2. 알림터 3. 자료실	text, image 동영상 게시판

[표 3] 수도회 홈페이지의 게시판, 댓글 구성

분류	콘텐츠	게시판, 댓글
수도회 관련	3. 성소실 -초대 -밀이삭모임 안내 -월모임 일정 공지 -Cafe -입회 준비방	댓글 개방형게시판 폐쇄형게시판
기 도	1. 피정의 집 -성바오로 피정의 집 -진부 베델의 집 -계성 푸른 누리의 집 2. 비움기도 -비움기도 안내 -자 료	게시판  댓글 댓글,게시판
성 서	1. 성바오로교육관 -교육일정 및 자료 -나눔 2. 성서를 따라서 3. 바오로영성	댓글 댓글, 게시판 댓글,게시판
전 레	1. 전례예술원 -샌쁠디자인연구소 -제의제작실 -예심도예공방 2. 전례에세이 - 전례안내 - 나눔	댓글 댓글 댓글  댓글 댓글, 게시판
커뮤니티	1. 수도원 소식 2. 함께 나눠요 3. 기도함 4. 선교지 에세이 5. 방명록	댓글 댓글, 게시판 댓글, 게시판 댓글 댓글, 게시판
내부 구성원	1. 나눔터 - 전체나눔 - 분과나눔 - 주니어 나눔 2. 알림터 - 수도회 공문 - 회원소개 3. 자료실	댓글, 게시판 댓글, 게시판 댓글, 게시판  댓글, 게시판

### 3. 공동체

각 수도회마다 홈페이지에서 회원들만이 나눌 수 있는 인터넷 형태의 영역이 있다. McMillan & Chavis는 온라인 커뮤니티에서 공동체 구성요소를 소속감, 영향력, 욕구 및 충족, 정서적 유대감으로 보고 있다[9]. 또 수도회 홈페이지의 사례를 보면, 경계가 분명한 공동체일수록 실제 오프라인 상에서의 친교가 활발할수록, 서로 서로에 대한 신뢰의식을 분명히 갖고 있을수록 온라인상에서 CMC 상호작용이 활발하다. 샬트르 성 바오로수녀회의 'Paul 자매의 방'을 보면 모든 공동체가 함께 나눌 수 있는 나눔터 보다는 5개로 구성된 분과나눔터 방이 다양한 콘텐츠로 서로의 자료와 소식을 나누며, CMC 상호작용이 활발히 일어나고 있다[10]. 이를 토대로 내부 구성원의 공간은 오프라인 상에서 친교가 이루어지는 단위로 작게 나누어, 소속감과 영향력 면에서 경계가 분명 할 수 있도록 설계하였다. 또 각각의 게시판을 통해 사목에 필요한 자료나 는 근황들을 올릴 수 있도록 하여 온라인상에서도 욕구충족과 더불어 정서적인 유대가 계속적으로 이루어질 수 있도록 설계하였다.

## V. 결론

수도회 공동체의 온라인 상호작용 활성화를 위한 홈페이지 설계방안을 콘텐츠, 게시판, 공동체 측면에서 문헌연구와 기존 홈페이지를 중심으로 살펴보았다. 먼저 콘텐츠에서 보면 콘텐츠의 내용 구성이 수도회 의 정체성에 맞게 다양하게 구성될수록, 또 Sacred Space처럼 예수회만의 이나시오 영신수련이라는 특화된 콘텐츠를 사용할수록 온라인 CMC 상호작용을 활발히 일어나고 있어 설계에 기도, 성서, 전례라는 분야를 기존 수도회만의 특화된 내용으로 구성하였다. 또 표현매체로 동영상 사용함으로 UCC 문화 속에서 시대에 맞는 복음적 소통을 시도하고자 하였다. 두 번째로 직접 참여와 댓글을 달 수 있는 양방향 게시판 수를 많게 함으로 사용자들의 참여와 호응을 높이고 재방문의 기회를 높임으로 CMC 상호작용이 활발히 일어날 수 있도록 하였다. 세 번째로 수도회 구성원들의 경계가 분명한 오프라인상의 커뮤니티를 온라인 커뮤니티로 재구성하여 공동체의 소속감, 영향력, 욕구 및 충족, 정서적 유대감을 높여 CMC 상호작용이 활성화 되리라 예측해 본다.

### ■ 참고 문헌 ■

- [1] 박문수 “가톨릭의 인터넷 활용 실태와 한계”, 불교평론, 제23호, 2005.
- [2] 굿뉴스. <http://www.catholic.or.kr>
- [3] 서이종 “인터넷 커뮤니티와 한국사회” 한올아카데미. 2002
- [4] 강명수 “온라인 커뮤니티 특성이 몰입과 성과에 미치는 영향 연구” 서울대학교 박사학위 논문. 2002
- [5] Hagel, J. III and Armstrong, A.G. “Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities” Harvard Business School Press. 1997
- [6] Hagel, J. III and Armstrong, A.G. “Net Gain: 광복관 200 7. 재인용. 재구성
- [7] 임수정 “온라인 커뮤니티에서 공동체의 의식과 몰입의 충성도 예측” 이화여자대학교 석사학위 논문. 2007
- [8] 임은정, 최무진 “교회 웹사이트 특성에 관한 사례분석 연구” 로고스경영연구, 제2권, 제1호, pp20, 2004
- [9] 임수정 “온라인 커뮤니티에서 공동체의 의식과 몰입의 성도 예측” 이화여자대학교 석사학위 논문. 2007
- [10] <http://www.spcseoul.or.kr> 샬트르 성바오로수녀원 홈페이지