

아파트 단지 내 사이버 커뮤니티 콘텐츠 및 아이템 개발 -공동체 활성화를 위한 프로그램 중심으로-

Contents and Item Development for Virtual Communities in Apartment -The Revitalization for Communities Program-

박 나 래* 강 순 주**
Park, Na-Rae Kang, Soon-Joo

Abstract

When it comes to discussing the natural behaviors of human life, defining the word "community" itself can be extremely crucial. The word "Community" can be defined as a group of interacting human beings sharing an environment. It is also the basic form for "dwelling" which can be explained as a quint essential factor in human life. Compared to the previous traditional society with strong bonding and close chemistry between neighbors, modern society with simple and monolithic apartments brought a literal extinction of what has been called as a 'relationship'. Hence, people started to take this phenomenon as a problematic issue. Also, high-rise apartments made its residents more isolated and individualistic on a growing basis. In order to aid the aggravating symptoms, there has been a wide recognition between the "dwellers" to develop and strengthen their "community". This movement in strengthening the "community" is currently on a full expansion towards the cyber space, riding the tides of a drastic improvement of the Internet. Apartment web sites today not only displays introductory level of information they also provide wider meanings of general lifestyle plus deeper content, which can enhance their community.

Keywords : Virtual Community, Apartment Complex, Homepage, Contents, Item

주요어 : 사이버 커뮤니티, 아파트 단지, 홈페이지, 콘텐츠, 아이템

1. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

커뮤니티는 인간성의 본질을 이루는 중요한 요소로서, 인간이 영위하는 '거주(dwelling)'의 본질적인 요소라고 할 수 있다. 주택문제를 해결하기 위해 효율적인 토지 이용이라는 명목 하에 대표적인 주택유형인 아파트가 대량 공급된 한국은 양적 공급에만 치중하여 아파트의 내적인 문제들이 사회적 문제로 부각되기 시작하였다. 아파트 거주자들은 그 동안 무관심했던 이웃과의 관계를 문제점으로 인식하게 되었고, 정겨운 이웃문화의 실종은 대면회의 부재로 인한 커뮤니케이션 상실이 그 원인이라는 것을 깨닫게 되었다. 오늘날 아파트 단지 내 공동체 강화의 움직임은 인터넷의 발달과 디지털 홈의 확산과 함께 사이버 공간으로까지 그 영역을 넓혀가고 있다. 인터넷은

새로운 정보사회에 맞는 커뮤니케이션 방법을 제공해 주었고 이를 바탕으로 대면문화도 촉진시키고 있다. 정보통신부의 초고속정보통신건물 인증제도의 도입에 따라 아파트 단지에 초고속 인터넷 설치가 가속화 되면서 아파트를 하나의 사이버 공간단위로 연결하는 홈페이지를 갖춘 인터넷 아파트들이 급속도로 늘어나게 되었지만, 그 필요성과 접근성에 비해 내용적으로 충실하지 못하다는 아쉬움의 소리가 크다. 또한 입주민들의 개인 편의를 위한 단지소개 및 관리정보나 개인 서비스, 생활정보의 제공 등에 대한 항목에서는 다양한 콘텐츠를 제공하고 있는 편이나 정작 사이버 커뮤니티의 주목적인 공동체 활성화를 위한 프로그램의 다양성과 실용성은 충족되고 있지 못하고 있는 실정이다.¹⁾

따라서 본 연구에서는 선행 연구²⁾를 바탕으로 콘텐츠

* 준회원(주저자), 건국대학교 건축대학 주거환경전공 학사과정

** 정회원(교신저자), 건국대학교 건축대학 주거환경전공교수.Ph.D

1), 2) 이영애, 강순주(2008), 아파트 단지 내 사이버 공동체 활성화 방안 연구Ⅱ-사이버 공동체 콘텐츠에 대한 거주자 요구도-, 한국주거학회 춘계학술발표대회 논문집

및 운영방안을 모색하고 구체적인 온라인 웹사이트로 개발을 목적으로 한다.

2. 연구 내용 및 방법

본 연구는 아파트 거주자를 대상으로 사이버 커뮤니티 인지도, 참여도, 콘텐츠 유형 및 운영방안, 개방여부, 홈페이지 표현방식 요구도를 조사하여 웹 사이트 안을 제안하고자 한다. 이를 위해 조사 방법은 현재 아파트 홈페이지가 아직 만들어져 있지 않은 신도시 입주자 중에서 쾌적한 주거환경을 조성하고 있는 동탄 신도시 W아파트 단지 거주자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 연구의 조사도구인 설문지 문항을 검증하기 위해 2008년 6월 예비조사를 거쳐 7월~8월 본 조사를 실시하였고, 총 200부를 배포하여 최종 147부(73.5%)를 분석 자료로 사용하였다. 자료 분석은 SPSS Win Program을 이용하여 t-test, 일원분산분석(One-way ANOVA), 교차분석(카이스퀘어검증)을 실시하였다.

본 연구를 위한 연구모형은 <그림 1>과 같다.

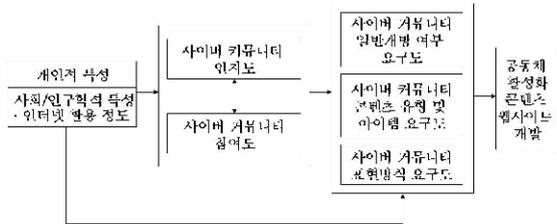


그림1. 연구모형

II. 이론적 배경

1. 사이버 커뮤니티

‘사이버(Cyber)’의 단어적인 의미는 ‘컴퓨터로 자동 제어되는, 인공두뇌화 된, 컴퓨터와 관련된’이라는 뜻의 과학용어로 쓰이기 시작했다³⁾. 커뮤니티(Community)의 사전적 의미는 지역공동체, 혹은 공통의 이익이나 작업을 가진 사람들의 사회란 의미지만 인터넷이 보편화되면서 인터넷 상에서 공통의 목적으로 모인 사이버공동체를 지칭하는 의미로 널리 사용되고 있다.⁴⁾

2. 콘텐츠 및 운영방안 개발 과정

웹 사이트의 콘텐츠 및 운영방안을 개발하기 위해서는 기존의 아파트 홈페이지의 구축된 콘텐츠를 응용하고 주거환경의 인프라를 중심으로 입주민들의 콘텐츠 유형 요구도 및 선호도를 분석하여 이에 적합한 콘텐츠를 개발하여야 한다. 콘텐츠 및 운영방안 개발과정은 <그림2>와 같다.



그림2. 콘텐츠 및 운영방안 개발 과정
한국교육학술정보원(2003), 알기쉬운 콘텐츠 개발방법론. 재구성

III. 연구결과 및 해석

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 사회 인구학 및 인터넷 활용정도에 관한 개인적 특성은 <표1>과 같다.

표1. 조사대상자의 개인적 특성

N=147		
변인	구분	빈도(%)
성별	남	51(34.7)
	여	96(65.3)
연령	10대	15(10.2)
	20대	30(20.4)
	30대	42(28.6)
	40대	33(22.4)
	50대 이상	27(18.4)
결혼여부	기혼	93(63.3)
	미혼	54(36.7)
사회·인구학적 특성	최종학력	45(30.6)
	대졸이상	102(69.4)
직업	사무직	12(8.2)
	전문직	51(34.7)
	학생	36(24.5)
	자영업/관리직/서비스직	18(12.2)
	전업주부/무직/은퇴/기타	30(20.4)
가족전체 월평균 소득	200만원 이상 ~ 500만원 미만	66(44.9)
	500만원 이상 ~ 800만원 미만	63(42.9)
	800만원 이상	18(12.2)
주거특성 (평형)	30평	33(22.4)
	34평	45(30.6)
	38평	60(40.8)
	41평	7(6.1)
	51평	7(6.1)
인터넷 이용정도	전혀 이용하지 않는다	9(6.1)
	가끔 이용한다	21(14.3)
	자주 이용한다	117(79.6)
인터넷 활용수준	전혀 다룰 줄 모름	6(4.1)
	혼자서 단순한 검색 정도	9(6.1)
	한글작업, 이메일, 인터넷 쇼핑 이용	87(59.2)
	다양한 프로그램을 다룸	45(30.6)

2. 사이버 커뮤니티 인지도

조사대상자의 사이버 커뮤니티 인지도는 ‘어느 정도 알고 있다’라고 응답한 경우가 38.8%, ‘들어본 적은 있으나 잘 모른다’ 34.7%, ‘잘 알고 있다’ 26.3%, ‘전혀 모른다’ 10.2% 순으로 나타나 이영애, 강순주(2008) 연구 결과와 비교할 때 조사 대상 아파트 단지의 거주자들이 사이버 커뮤니티에 대한 의식이 다소 높은 것으로 볼 수 있다. 이는 신도시 조사대상 아파트 거주자 연령이 20~40대가 고르게 분포된 것에 기인한다 하겠다. 그러나 아직도 약 45%의 거주자들은 사이버 커뮤니티에 대한 인식이 부족하다는 것을 알 수 있었다. 이는 아직도 사이버 커뮤니티

3) 이명식(2003), 사이버공동체 발전론, 집문당

4) 조현진(2000), 사이버아파트와 커뮤니티, 월간 빌딩문화

에 대한 홍보가 부족하고, 아파트 거주자들이 사이버 커뮤니티에 적극적으로 참여할 수 있는 방안을 찾지 못한 것으로 해석할 수 있다.

표2. 사이버 커뮤니티 인지도

N=147		
변인	구분	빈도(%)
인지도	잘 알고 있다	24(26.3)
	어느 정도 알고 있다	57(38.8)
	들어본 적은 있으나 잘 모른다	51(34.7)
	전혀 모른다	15(10.2)

개인적 특성에 따른 사이버 커뮤니티 인지도는 ‘최종학력’, ‘가족 전체 월평균 소득’, ‘인터넷 이용정도’, ‘인터넷 활용수준’에서만 유의미한 차이가 나타났다<표3>. 최종학력에 따른 인지도 차이 결과를 보면 이는 오프라인과는 달리 온라인상에서는 학력, 지역, 연령 등에 따른 불평등이 적기 때문에 학력에 따른 사이버 커뮤니티 인지도는 부적관계가 가능한 것으로 보인다. 또한 인터넷을 이용해야 접근 가능한 사이버 커뮤니티의 특성 상 인터넷을 자주, 능숙히 활용할수록 사이버 커뮤니티에 대한 인지도가 높은 것은 당연한 결과라고 사료된다. 가족 전체 월평균 소득에 대한 사이버 커뮤니티 인지도에서도 차이를 볼 수 있었는데 조사 대상자의 20~30대가 과반수에 근접한 비율(49%)을 차지하기 때문에 가족 전체 월평균 소득이 비교적 적은 거주자의 사이버 커뮤니티에 대한 인지도가 높게 나타난 것으로 생각된다.

표3. 개인적 특성에 따른 사이버 커뮤니티 인지도 차이

N=147					
변인	구분	사이버 커뮤니티 인지도			
		평균	D		
사회·인구학적	최종학력	고졸이하	2.40		
		대졸이상	2.38		
	t값		.102**		
가족 전체 월평균 소득	200만원 이상~500만원 미만	2.64	b		
	500만원 이상~800만원 미만	2.14	a		
	800만원 이상	2.33	ab		
	F비		5.425**		
인터넷 활용 정도	인터넷 이용 정도	전혀 이용하지 않는다	1.67	a	
		가끔 이용한다	2.14	ab	
		자주 이용한다	2.49	b	
	F비		4.829**		
	인터넷 활용 수준	전혀 다룰 줄 모른다	1.50	a	
혼자서 단순한 검색 정도 할 수 있다		2.00	ab		
한글작업, 이메일, 인터넷 쇼핑 등을 할 수 있다		2.52	b		
컴퓨터에 대한 전문지식을 바탕으로 다양한 프로그램을 다룰 수 있다		2.33	b		
F비		3.476*			

*p<.05, **p<.01, ***p<.001
D=Duncan's Multiple Range Test

3. 사이버 커뮤니티 참여도

대상 아파트 거주자들의 사이버 커뮤니티 참여 예상도는 적극적으로 참여할 것이라고 대답한 조사대상자가 12.2%, 적극적이지 않지만 참여할 것이라는 조사대상자가

71.4%, 참여하지 않을 것이라는 조사대상자가 16.3%로 대부분의 조사대상자가 사이버 커뮤니티에 참여할 것이라고 대답하여 비교적 긍정적이었다.

표4. 사이버 커뮤니티 참여도

N=147		
변인	구분	빈도(%)
참여도	적극적으로 참여할 것이다.	18(12.2)
	참여할 것이다	105(71.4)
	참여하지 않을 것이다.	24(16.3)

개인적 특성에 따른 사이버 공동체 참여도 분석결과, ‘연령’, ‘최종학력’, ‘직업’에서 유의미한 차이를 나타냈다. 특히 연령에서 40대와 50대의 참여도도 높은 수치를 기록했는데 이는 조사 대상 아파트 거주자들이 대졸이상의 고학력자와 전문직종이 많아 나타난 결과로 사료된다. 따라서 조사 대상 아파트 단지의 사이버 커뮤니티를 위한 웹 사이트가 구축되면 활성화의 미래는 밝다고 미루어 볼 수 있다<표5>.

표5. 개인적 특성에 따른 사이버 커뮤니티 참여도 차이

N=147				
변인	구분	사이버 커뮤니티 참여도		
		평균	D	
사회·인구학적 특성	연령	10대	1.60	a
		20대	1.90	bc
		30대	1.86	ab
		40대	2.18	c
		50대 이상	2.11	bc
	F비		4.542**	
최종학력	고졸이하	1.87		
	대졸이상	2.00		
	t값		-1.270**	
직업	사무직	1.50	a	
	전문직	2.06	bc	
	학생	1.83	b	
	자영업, 관리직, 서비스직	2.17	c	
	전업주부, 무직, 은퇴, 기타	2.00	bc	
F비		4.215**		

*p<.05, **p<.01, ***p<.001
D=Duncan's Multiple Range Test

또한 사이버 커뮤니티 참여도와 인지도와의 관계를 상관분석으로 알아 본 결과는 .252(**p<.01)로서 유의한 정적인 상관관계가 나타나 사이버 커뮤니티에 대한 인지도가 높을수록 사이버 커뮤니티에 적극적으로 참여할 것을 예측할 수 있다<표6>.

표6. 사이버 커뮤니티 참여도와 인지도와의 상관관계

N=147	
인지도	사이버 커뮤니티 인지도
참여도	
사이버 커뮤니티 참여도	.252**

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

4. 사이버 커뮤니티 일반 공개 요구도

아파트 거주자들의 사이버 커뮤니티 일반 개방에 대한 찬성 여부는 42.9%의 응답자가 ‘개방하기를 원치 않는다

‘라고 대답하여 아파트 거주자만이 받을 수 있는 ID와 비밀번호를 입력한 후, 사이버 커뮤니티의 정보를 열람할 수 있는 회원제를 원한다는 것을 알 수 있었다. 즉, 대상 조사 아파트 거주자들은 개인과 가족 및 단지차원의 커뮤니티는 긍정적이나 아직 지역과 일반적인 커뮤니티로서의 보편적인 사이버 커뮤니티에는 거부감이 있음을 알 수 있다<표7>.

표7. 사이버 커뮤니티 일반 개방 요구도

N=147		
변인	구분	빈도(%)
공개 요구여부	개방하기를 원한다.	48(32.7)
	개방하기를 원치 않는다.	63(42.9)
	상관없다.	36(24.5)

5. 사이버 커뮤니티 콘텐츠 및 아이템 요구도

기존 선행 연구를 통해 사이버 커뮤니티 공동체 활성화 콘텐츠 유형을 정리한 결과 가족관리, 홈노트(가족형 블로그), 클럽, 대화소모임, 게시관, 동호회, 화상서비스, 맛집맛집, 베틀시장, 구인구직, 분리수거, 불우이웃돕기, 아파트 단지 축제 및 문화행사, 온라인 반상회, 자원봉사, 공용 텃밭 가꾸기, 주민투표, 자동차 함께 타기 등의 형태로 제공되고 있었다. 이러한 기존 연구의 콘텐츠 유형 목록을 참고하고 개인적인 아이디어를 창출하여 4개의 콘텐츠와 24개의 세부 아이템들로 이루어진 ‘커뮤니케이션’, 5개의 콘텐츠와 33개의 아이템들로 이루어진 ‘운동/건강’, 6개의 관련 콘텐츠와 37개의 아이템들로 구성된 ‘문화/여가’, 7개의 콘텐츠와 33개의 하위 아이템들로 이루어진 ‘교육/보육’, 6개의 콘텐츠와 26개의 아이템들로 이루어진 ‘생활 서비스’, 그리고 4개의 콘텐츠와 13개의 아이템들로 구성된 ‘환경관리’부분까지 총 6가지 항목으로 범주화 하여 요구도를 조사하였다. 결과는 <표8>, <표9>, <표10>, <표11>, <표12>, <표13>과 같다.

분석결과 사이버 커뮤니티 콘텐츠 유형 중 운동-건강 부분의 ‘건강’(3.65)이 가장 높아 입주민이 점차 웰빙을 중요한 사항으로 인식하게 되었음을 알 수 있다. 그 다음으로 환경관리의 ‘분리수거’(3.53)가 높게 나타났는데 이는 웰빙과 환경 문제를 생각하는 아파트 거주자들이 늘어나고 특정 아파트 단지라는 공동체의 일원으로서 집단의 규칙을 지키려는 의식이 고취되어 있다는 것을 알 수 있다. 그 다음으로는 젊은 직장 부부의 비율이 높은 신도시 아파트에서 자녀 관리 문제의 해결책이 될 수 있는 ‘비상시 아이 돌봐주기 프로그램’(3.43), 물자절약의 ‘아나바다 베틀시장’(3.39), 그리고 ‘도서관 및 취미생활’(3.35), ‘단지/세대별 모임’(3.18)순으로 요구도가 나타났다.

표8. 사이버커뮤니티 커뮤니케이션부분 콘텐츠 및 아이템 요구도

N=147					
구분	콘텐츠 유형	아이템	필요(%)	유형별 평균	전체 평균
커뮤니케이션	① 단지/세대별 모임	공지 게시관	79.6	3.18	2.60
		긴의 게시관	77.6		
		생활 정보 공유 게시관	63.3		
		자유 게시관	51.0		
	② 인근 지역 아파트 입주민간의 소모임	사진첩	26.5		
		채팅방	22.4		
		지역 공지 게시관	38.8		
		긴의 게시관	30.6		
	③ 동일 브랜드 아파트 입주민간의 소모임	생활 정보 공유 게시관	38.8		
		자유 게시관	28.6		
		우리 아파트 사진첩	14.3		
		채팅방	8.2		
④ 외국의 아파트 주민간의 교류	공지 게시관	32.7			
	브랜드 건설사 소식 게시관	28.6			
	긴의 게시관	32.7			
	생활 정보 공유 게시관	24.5			
4점 척도	요구도 평균 3.0이상 콘텐츠, 필요도 50%이상 아이템	자유 게시관	18.4	2.47	2.20
		우리 아파트 사진첩	10.2		
		채팅방(온라인 미팅 시 이용)	10.2		
		외국 아파트 소개 및 지역 안내	30.6		
		공지 및 문화 교류 게시관	26.5		
		서로의 국가 방문 및 홈스테이	30.6		
		우리 아파트 사진첩	10.2		
		채팅방	12.2		

표9. 사이버커뮤니티 운동/건강부분 콘텐츠 및 아이템 요구도

N=147					
구분	콘텐츠 유형	아이템	필요(%)	유형별 평균	전체 평균
운동/건강	① 건강	건강에 관한 좋은 활동 안내	65.3	3.34	3.02
		전문강사의 강의(동영상 및 사진)	53.1		
		워트니스 클럽의 올바른 이용방법	57.1		
		단지 내 건강 프로그램 소개	81.6		
		입주자들의 의견 교류 게시관(시간,장소)	53.1		
		수업 내용을 동영상으로 촬영하여 교류	30.6		
		주변산책로와 건강 센터소개 및 정보교류	57.1		
	② 스포츠	응급처치 안내	38.8		
		쉽게 따라하는 한방 건강 강좌	40.8		
		인근 병원 소개(위치, 진료시간 등)	42.9		
		스포츠 소모임 및 동호회 안내	69.4		
		각종 스포츠에 관한 설명 및 정보	40.8		
		주변 스포츠센터 및 시설 소개, 정보교류	59.2		
③ 실버 세대들 위한 건강 증진	스포츠 중고용품 판매 및 대여	49.0			
	스포츠 물품 구입 시 유의사항	40.8			
	지역 스포츠 대회 정보	32.7			
④ 아동은 위한 성장발육 스트레칭	각종 스포츠 게임 일정과 티켓 구입 정보	32.7			
	중요한 게임의 단체 관람	24.5			
	자신의 건강상태 체크 프로그램	77.6			
	건강 맞춤형 운동 프로그램 안내	71.4			
⑤ 자전거 대여	정기적/비정기적 치매예방 안내	63.3			
	균형 있는 영양 섭취 정보	53.1			
	기초체력단련 관련 놀이 소개	73.5			
	부모간 각종 정보 교류 게시관	69.4			
	전문강사의 강의 게시관	32.7			
4점 척도	요구도 평균 3.0이상 콘텐츠, 필요도 50%이상 아이템	관련 동영상 및 사진, 그림 제공	44.9	3.33	3.02
		관련 프로그램 개설 시 소개 및 규제사항	34.7		
		프로그램 관련 놀이기구 구입 게시관	24.5		
		자전거 대여 게시관	69.4		
⑤ 자전거 대여	분실 및 습득 정보 게시관	49.0			
	주변 지역 자전거 코스 정보	57.1			
	자전거 타기 쉽게 가르쳐 주는 방법	28.6			
주변 지역 자전거 코스 정보	38.8				

표10. 사이버커뮤니티 문화/여가부분 콘텐츠 및 아이템 요구도

N=147				
구분	콘텐츠 유형	아이템	필요(%)	유형별 평균 / 전체 평균
문화/여가	① 예술/문화	정기적 음악회 개최 프로그램	53.1	3.10
		예술/문화 관련 동아리 소개	30.6	
		연주회장, 미술관 등 \에티켓 안내	30.6	
		주민의 다양한 작품 전시회 프로그램	51.0	
		티켓 공동 구매(할인가능) 및 판매	53.1	
		함께 보는 공연 추진	42.9	
		주별, 월별, 주말을 위한 영화 상영	46.9	
		재미있는 클래식 교실	22.4	
		유용한 예술 및 공연 사이트 소개	28.6	
		② 도서관 및 취미생활	도서관 소개(단지 내 혹은 주변)	
	도서관 이용 방법 및 에티켓		57.1	
	서예, 공예, 비즈 등의 취미 교실 소개		63.3	
	다양한 취미 활동 관련 강의 게시		53.1	
	취미 교실 작품 전시 프로그램		32.7	
	주변지역의 북카페 안내		42.9	
	③ 야외활동	책 오래 보존하는 법 안내(관리/유지)	16.3	2.86
		야외활동 동호회 소개	38.8	
		주민끼리 떠나는 문화답사 여행 프로그램	51.0	
		주민 관광지, 등산도 및 낚시터 정보 제공	32.7	
		입주민들이 나누어 여행의 소개	24.5	
외국문화체험 프로그램 소개		59.2		
④ 외국문화 체험	국가 정보(관광명소, 기후, 문화 등) 체험 후기	42.9	2.63	
	체험 후기	38.8		
	체험 사진첩	26.5		
	홍보 동영상	14.3		
	세계 각국의 민족 음식 소개	28.6		
	진문 강사 프로필	20.4		
⑤ 나라별 요리실습을 통한 문화체험 교실	프로그램 소개(장소 및 시간 포함)	34.7	2.37	
	식단 편성	32.7		
	식자재 공동구매 및 구매요령 안내	18.4		
	수업 스케줄	20.4		
	주별 외국음식 레스토랑 정보	12.2		
	대회 참가자들의 작품 게시	28.6		
⑥ UCC경연 대회	필요한 설비 대여 안내	26.5	2.16	
	분법에 대한 신속 및 처벌 규정 명시	22.4		
	시상 평가위원회 소개	2.0		

4점 척도
 요구도 평점 3.0이상 콘텐츠, 필요도 50%이상 아이템

표11. 사이버커뮤니티 교육/보육부분 콘텐츠 및 아이템 요구도

N=147				
구분	콘텐츠 유형	아이템	필요(%)	유형별 평균 / 전체 평균
교육/보육	① 국제화 독서실	책 자료 공유 이벤트(참여 도모)	53.1	2.63
		가족단위 회원제(아이디와 비밀번호 별도)	28.6	
		외국어 강좌와 연계(강의 실시)	42.9	
		책 관리 및 유지에 관한 안내	12.2	
		서적 내용 설명 세미나 프로그램	24.5	
		독서회 개설	24.5	
	② 패션 코디네이트 강좌	외국 서적 구매 대행(대신 배송)	16.3	2.29
		강좌 일정 및 소개	32.7	
		정기적인 수업 발표회 진행물을 게시	20.4	
		트렌드 소개와 패션 아이템 제안 코너	36.7	
		패션잡지구매사이트안내 및 공동구매,할인	16.3	
		속제 아르바이트 선생님 모집 및 지원	49.0	
	③속제 돌봐주기 및 아이의 스케줄 관리	학교 자료 및 정보 공유	46.9	2.76
		주변지역 학원사이트 및 연락처 소개,공유	42.9	
		개발 상담 코너	24.5	
		인기 선생님 섭정 코너	16.3	
		육아 문제 상담 코너	59.2	
		육아 교육 관련 강좌	51.0	
	④ 육아정보	주변지역 육아시설 정보	63.3	3.12
		베이비 마사지 프로그램 강좌 및 설명	51.0	
부모간 의견 교류 게시판		57.1		
에티켓 교육 동영상 및 사진, 그림		46.9		
에티켓 교육		42.9		
에티켓 교육		32.7		
⑤ 에티켓 교육	에티켓 교육	44.9	2.65	
	에티켓 교육	44.9		
	에티켓 교육	44.9		
	에티켓 교육	44.9		
	에티켓 교육	44.9		
	에티켓 교육	44.9		
⑥ 속제 함께하기	에티켓 교육	44.9	2.55	
	에티켓 교육	44.9		
	에티켓 교육	44.9		
	에티켓 교육	44.9		
	에티켓 교육	44.9		
	에티켓 교육	44.9		
⑦비상시 아이 돌봐주기	온라인 스티디 카페 제공	40.8	3.43	
	입주민간 인터넷 동영상 강의 공유	32.7		
	채팅 방	14.3		
	단지 내 스티디룸 이용 규정	46.9		
⑧비상시 아이 돌봐주기	장소, 이용방법 및 책임자의 소개	89.8	3.43	
	프로그램 후기 작성	65.3		
	건의 사항 게시판	57.1		

4점 척도
 요구도 평점 3.0이상 콘텐츠, 필요도 50%이상 아이템
 베이비 마사지 : 아기의 발육 촉진 마사지

표12. 사이버커뮤니티 생활서비스부분 콘텐츠 및 아이템 요구도

N=147				
구분	콘텐츠 유형	아이템	필요(%)	유형별 평균 / 전체 평균
생활서비스	① 브레커스트 클럽	예약 게시판	49.0	2.55
		식단 편성	42.9	
		높이 및 관리 프로그램 소개	36.7	
		건의 사항 게시판	30.6	
		공지 사항 게시판	34.7	
		비용 계산 프로그램	24.5	
	② 실버세대들 위한 서비스 운영	안전한 승차 안내	53.1	3.02
		운행 시간 및 정차 장소	73.5	
		건의 사항 게시판	44.9	
		실버세대가 즐겨 찾는 주변 지역 소개	53.1	
		서비스를 이용한 관광 상품 소개	28.6	
		가사 도우미 업체 정보	77.6	
	③가사 도우미 연결 정보	가사 도우미 모집 게시판	63.3	3.12
		가사 도우미 후기	36.7	
		쓰지 않는 물품 등록 게시판	77.6	
		물품 사용 후기 게시판 및 사진첩	61.2	
		물품교환 일정 및 장소 게시(공지 게시판)	79.6	
		리움(웃스는 물건을 개조)방법 소개	63.3	
	④ 아나바다	주변 상점 광고 및 홍보	51.0	2.65
		입주민의 꾸준한 상품 교환/판매/구매	53.1	
상점 할인 정보 교류		51.0		
인터넷 쇼핑몰의 쿠폰 및 할인권 공유		38.8		
영화, 음악을 등록 및 다운로드하여 공유		38.8		
구하기 힘들거나 비싼 용품 프로그램 공유		34.7		
⑤ e-쿠폰	컴퓨터 프로그램 사용에 관한 정보 교류	38.8	2.47	
	각종 유용한 자료 사이트 공유	28.6		
	컴퓨터 프로그램 사용에 관한 정보 교류	38.8		
	컴퓨터 프로그램 사용에 관한 정보 교류	38.8		
	컴퓨터 프로그램 사용에 관한 정보 교류	38.8		
	컴퓨터 프로그램 사용에 관한 정보 교류	38.8		

4점 척도
 요구도 평점 3.0이상 콘텐츠, 필요도 50%이상 아이템

표13. 사이버커뮤니티 환경관리부분 콘텐츠 및 아이템 요구도

N=147				
구분	콘텐츠 유형	아이템	필요(%)	유형별 평균 / 전체 평균
환경관리	①친환경 체험교실	텃밭 이용 방법	75.5	2.96
		원예 강좌 개설	55.1	
	② 웰빙생활	실내공기 청정유지 관리 방법	61.2	3.25
		각종 공기 청정 설비 A/S신청 및 보수	59.2	
		세척중후군 극복 방법	53.1	
		공기 청정용 식물의 비용 및 구입처 소개	38.8	
	③중,고생 단지 청소봉사	봉사활동 접수 부여에 대한 안내	63.3	3.17
		청소 수칙 안내	44.9	
		지원자 신청 및 일정 게시판	53.1	
		분리수거 일정 게시판	83.7	
④ 분리수거	가족이 함께하는 분리수거 방법	55.1	3.53	
	분리수거의 긍정적인 효과 설명	59.2		
		분리수거 용품비용 및 구입처 소개	57.1	

4점 척도
 요구도 평점 3.0이상 콘텐츠, 필요도 50%이상 아이템

5. 사이버 커뮤니티 표현방식 요구도

구체적인 사이버 커뮤니티 표현방식에 대한 조사결과 조사 대상 아파트 거주자들은 '사진타입'(63.3%), '큰 인터넷 창'(91.8%), '난색계통'(75.5%), '새 창에서 링크 열기 방식'(51.0%)을 선호하는 것을 알 수 있다<그림3>.

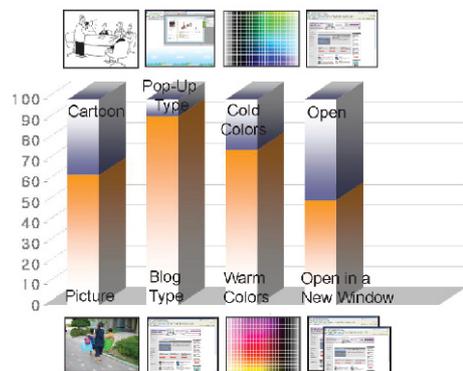


그림3. W아파트 사이버 커뮤니티 표현방식 요구도

특히 난색계통의 페이지를 선호하는 것으로 보아 이는 W아파트의 건설사 홈페이지의 난색계통에는 영향을 받지 않는 것으로 건설사와의 연계보다는 단지 내 거주자들만의 독자적인 아파트 이미지를 추구하는 것으로 판단된다.

6. 사이버 커뮤니티 페이지 개발

조사대상 아파트 단지의 콘텐츠 및 운영방안 요구도와 표현방식 및 공개여부 요구를 분석한 결과를 종합하여, W아파트의 실제 웹 사이트를 개발하였다<그림4>.

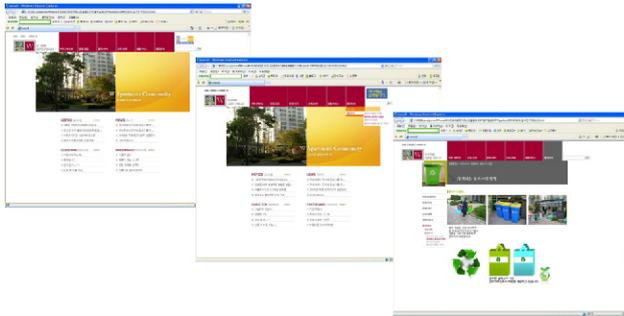


그림4. W아파트 사이버 커뮤니티 분리수거 페이지

IV. 결론 및 제언

사이버 아파트의 붐으로 인해 초고속인터넷의 물리적 환경조성과 사이버 커뮤니티라는 정보화 사회에 맞는 커뮤니케이션 도구가 태어났고 이는 아파트 거주자들을 각자의 고립된 섬에서 나와 교류 할 수 있도록 하나의 장을 마련해 주고 있다. 그러나 이러한 사이버 커뮤니티는 제공된 후에 그 관리가 잘 이루어지지 않아 입주민의 참여율이 점점 떨어져 낙후되는 경우가 많다.

따라서 본 연구에서는 하나의 아파트 단지를 대상으로 수요자의 요구도를 조사하고 분석하여 과학적 근거에 의한 해당 아파트 입주민들의 입맛에 맞는 효율적인 실제 사이버 커뮤니티 웹 사이트를 구축해보고자 하였다. 이 연구는 32개의 콘텐츠 유형과 166개의 관련 아이템들을 제시하고 요구도를 분석하여 사이버 커뮤니티 관련 선행 연구에 이어 보다 세밀한 요구도 분석이 이루어졌으며 특히 공동체 활성화 부분에 초점을 맞추어 입주민의 공동체 강화에 대한 인식, 애착심, 정주의식에 기여한다.

그러나 현재 가정에서의 인터넷 활용도는 국가적 수준의 투자규모와 비교해 볼 때 부가가치가 떨어지는 것이 현실이다. 상당수 가정주부와 고연령층이 아직 컴퓨터에 익숙하지 않기 때문이다. 사이버 커뮤니티의 공동체 활성화를 위해서는 이러한 계층을 위한 서비스 교육이 필요하다. 또한 본 연구에서는 미처 개발하지 못한 연령별 사이버 커뮤니티 접근 방법에 관한 연구도 기대해 볼만 하다.

앞으로 건설사가 관리회사와 아파트 사이트의 관리회사와 연계하여 본 연구와 같은 조사를 바탕으로 사이버 커뮤니티를 제공하고 운영관리 한다면 건설사 이미지 제고는 물론 입주민의 정주의식 또한 높아져 건설사의 자부심도 높아질 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 강순주 외 3인(2007), 커뮤니티 프로그램 운영 매뉴얼, 두산건설
2. 김준평(2004), 인터넷 활성화에 따른 커뮤니티 방향성에 관한 연구, 용인대학교 조형연구소
3. 박세훈(2005), 아파트홈페이지가 아파트 생활에 미치는 영향, 한국주거학회
4. 서영석 외 3인(2003), 알기쉬운 콘텐츠 개발 방법론, 한국교육학술정보원
5. 윤주선(2007), 아파트 사이버 공동체를 통한 지역거주 동네 건축가의 마을만들기 참여에 대한 기초조사연구, 대한건축학회
6. 이영애, 강순주(2008), 아파트 단지 내 사이버 공동체 활성화 방안 연구Ⅱ-사이버 공동체 콘텐츠에 대한 거주자 요구도-, 한국주거학회 춘계학술발표대회 논문집
7. 이영옥(2005), j시의 사례를 중심으로 살펴본 지역 정보화 콘텐츠 개발방안에 관한 연구, 한국콘텐츠학회논문지
8. 임석희(2003), 전국 아파트 홈페이지 운영에 대한 실태조사와 사이버공동체의 실현방안 모색, 아파트생활문화연구소
9. 최지인(2008), 공동주택 온라인 커뮤니티에서의 주민참여에 관한 기초 연구, 한국주거학회논문지