

## 웹사이트에 나타난 디지털 라이프의 특성 분석

### A analysis on the characteristics of digital life reflected in web sites

김 현 경\* · 김 미 정\*\* · 조 명 은\*\*\* · 이 현 수\*\*\*\*  
Kim, Hyun-Kyung · Kim, Mi-Jeong · Cho, Myung-Eun · Lee, Hyun-Soo

#### Abstract

The purpose of this study is to analysis web sites which relate to housing environment on Internet and to suggest guidelines which are needed in digital life. Data are from key words in 53 web sites searched by housing environmental word such as people, living, town and so on. The results of this study were as follow:

The web sites are divided into e-housing community, e-housing management, e-housing workplace and e-housing design. These are the digital life of new type. E-housing community sites make new wired community cross time and space. E-housing management sites provide the useful information of housing environment. E-housing workplace sites enable us to work in cyberspace and e-housing design sites relate to consulting interior design. The web life style on Internet is common and makes many changes happen in house life and environment.

## 1. 서 론

### 1.1. 연구의 목적 및 의의

깁슨(Gibson)은 소설 '뉴로맨서(Neuromancer, 1984)'에서 디지털 미래에 대한 자신의 다양한 비전속에 '사이버공간(cyberspace)'이라는 단어를 처음 사용했다. 그는 컴퓨터와 네트워크에 의해 움직이는 새로운 유형의 세상에 대해 언급했는데, 그러한 세상은 더 이상 소설이 아니라 현실사회에서 주요한 환경이 되었다.

인터넷을 통해 실물처럼 정교한 입체사진과 제품설명을 보면서 상품을 구매하는 온라인 쇼핑은 이미 일반화되었으며 웹TV와 인터넷 폰의 실용화로 텔레비전과 전화기도 인터넷에 연결 가능하게 되었다. 마이크로소프트사의 빌 게이츠 회장의 말처럼 이제 우리는 사이버 공간(cyberspace)을 통해 일어나는 새로운 유형의 웹 생활양식(web lifestyle)을 접하게 되었다.

사람들이 뉴스를 보고, 지식을 얻고, 오락을 즐기고, 서로 소식을 전하기 위해 웹에 의존하는 것이 생활화되는 것이다. 이러한 웹 생활양식은 오늘날 누군가와 이야기를 하기 위해 전화를 집어 들거나 카탈로그에서 본 물건을 주문하는 것만큼 자연스러운 일이 되었다. 웹은 우리의 생활에서 점차 다양한

\* 연세대학교 주거환경학과 석사과정  
\*\* 연세대학교 주거환경학과 박사과정  
\*\*\* 연세대학교 주거환경학과BK21 Post-doc  
\*\*\*\* 연세대학교 주거환경학과 교수  
이 연구는 2000년도 BK21 연구비지원에 의한 결과의 일부임

용도에 활용될 것이며, 또한 앞으로 주생활과 주거환경에도 커다란 변화를 가져올 것이다. 21세기 디지털 라이프의 올바른 방향을 제시하기 위해서는 디지털이 우리에게 미치는 영향이 무엇인지를 파악하는 것이 필요하다. 또 디지털 라이프의 명확한 개념설정이 필요하다. 디지털 라이프에 관한 현재까지의 선행연구는 매우 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 디지털 라이프의 특성을 도출함으로써 향후 전개될 라이프 스타일을 예측하고 이러한 라이프 스타일을 지원하는 주거 계획방향의 설정을 위한 기초자료로 제공하는 것을 연구의 목적으로 한다.

## 1.2. 연구의 범위 및 방법

디지털 라이프의 특성을 도출하기 위해 본 논문에서 사용한 방법은 웹 사이트에 나타난 keyword를 분석하는 것이다.

본 연구에서 디지털 라이프의 특성을 비교하기 위한 웹사이트는 주거환경 관련 사이트들로 제한한다. 조사 대상 웹사이트는 주거환경관련 어휘들을 이용해 인터넷 상에서 검색된 총 53개의 국내외 주거환경 관련 사이트들이다. 주거환경은 주택자체 또는 주택의 내 외부 관련된 여러 조건(윤정숙외, 1996)으로써 본 연구에서는 크게 주생활관련, 주택관련, 지역사회관련 어휘들로 구분하였다. 각 어휘들은 주거학 관련 전문가에게 타당도를 검증받았다. 조사시기는 2000년 3월 6일부터 3월 25일까지 약 3주간이었으며, 각 영역별 검색 어휘들은 <표 1>과 같다

<표 1> 주거환경 관련 검색어휘

관련 영역	국 문	영 문
주생활	가족, 가정, 주생활, 관리	people, family, home, living, life, design, management, telework
주택	사이버 주택, 주거, 아파트, 공간, 인테리어, 실내디자인, 가구	house, space, interior, design, furniture, apartment
지역사회	도시, 마을, 거리, 지역사회, 이웃, 가상공동체	city, town, village, street, community, neighbour

사이트를 찾기 위해 1단계로 이러한 검색어휘들을 http://www.design.com 등과 같이 URL상에 직접 기입하였으며, 2단계로 yahoo, naver, lycos 등의 검색엔진을 통해 키워드로 사이트를 찾았다. 이렇게 검색된 사이트들 상에 하이퍼링크된 관련사이트, 추천사이트, 배너광고들 중에서 주거환경과 관련된다고 판단되는 경우에 한해서만 본 연구자료로 이용하였다.

디지털 라이프와 관련된 웹사이트들의 특성을 비교, 분석하기 위해 선정된 53개의 사이트들의 keyword를 파악하였으며, 디지털 라이프를 4가지 영역으로 분류하여 각각의 특성과 향후 전개방향을 파악하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. Cyberspace

Cyberspace는 binary code로 짜여진 전자들이 존재하는 디지털 환경으로 인터넷을 사용해서 PC를 통해 보여지는 가상공간을 의미한다. 즉, 컴퓨터 네트워크에 연결되는 순간, 실제로 존재하지는 않지만 실제와 같은 효과를 갖는 가상현실을 의미한다. 이러한 공간적 특징을 몰입감(immersion)이라고 한다.

'Cyber'는 그리스말로 항해를 의미하는 'Kuber'에서 나왔으며 그래서 cyberspace는 디지털 기술을 통해 항해하는 공간처럼 보인다(홍성태, 1995). 즉, 수많은 사이트들이 cyberspace상에 존재하고 있기 때문에 인터넷을 통해 항해(navigation)하면서 많은 정보를 얻을 수 있다. 특히 hyperlink<sup>1)</sup> 구조로

1) 같은 문서상이나 아니면 다른 문서상에 있는 단어, 문구, 심볼, 영상 등의 서로 다른 요소를 이어주는 연결고리. 사용자는 요소를 클릭함으로써 링크를 작동시키는데, 보통 요소에 밑줄이 그어지거나 색깔이 바뀐다. 핫링크(hotlink) 또는 하이퍼텍스트링크라고도 불리운다. 하이퍼텍스트라는 용어는 문서를 의미한다.

되어 사이트에서 hypertext로 되어있는 부분을 클릭하면 그곳에 연결되어 있는 다른 사이트로 바로 갈 수 있는 비선형적이고 비연속적인 공간구조를 가지고 있다. 이러한 공간구조 특징으로 사이트들이 서로 연결되고, 인터넷을 이용하는 사람들은 짧은 시간동안 많은 정보에 손쉽게 접근할 수 있다.

## 2.2 Digital Life

인터넷은 우리의 생활양식을 또 다른 차원으로 변화시키고 있다. Digital Life는 이러한 인터넷의 보급과 더불어 생겨난 새로운 유형의 라이프 스타일로 웹을 통해 이루어지는 일상생활을 의미한다.

웹은 e-mail, chatting과 같은 새로운 형태의 communication 도구들을 통해 사람들이 직접 만나지 않고도 대화를 나누고 사귄 수 있게 한다. 또한 각종 청구서 요금 납부나 재산관리, 의사와의 상담, 사업과 관련된 업무수행 등 다양한 용도로 활용된다. 사람들은 어디서든지 인터넷에 접속하여 이러한 업무를 수행할 수 있게 되며, 이미 많은 사람들이 웹 생활양식을 받아들이고 있다. 2000년 현재 9,600만 명 이상의 한국인들이 인터넷을 이용하고 있으며(정보통신부, 2000), 2년 전의 310만 명과 비교해 보면 상당한 증가가 아닐 수 없다. 인터넷을 통해 cyberspace 상의 수많은 사이트들을 탐색(navigation) 하면서 우리는 새로운 digital life를 경험하게 된다.

## 3. 사이트 분석결과 및 논의

### 3.1. 디지털 라이프 관련 사이트

디지털 라이프와 관련된 주거환경 사이트를 분석하기 위해 각 사이트의 keyword를

찾아 특성을 분석하였으며, 크게 e-housing community, e-housing management, e-housing workplace, e-housing design 의 네 개의 범주로 구분된다.

영역에 따른 keyword는 <표 2>와 같다.

<표 2> 영역에 따른 keyword 분류

영역	keyword
e-housing community	3차원 가상세계, 정보, 서비스, 커뮤니티, colony, 네트워크, online, 인터넷, 아바타, 쇼핑, 전자상거래, chatting, 입주(자)시민, 거주(자), 네티즌, 홈페이지, e-mail, 게임, 오락, entertainment, economy, business, 동호회, events, 아파트, 커뮤니케이션, interactive, interface, 뉴스, 게시판, 건물, build, virtual home, 검색, 교육, 반상회, 사이버 cash(money), 기술
e-housing management	경비관리, 건물청소관리, 공동주택관리, 시설관리, 인재피견,
e-housing workplace	(virtual) office, conference, home(mobile) worker, telework, communication program(voice-mail, fax, e-mail, business, telecommunicate, internet,
e-housing design	design, interior, furniture, 상담, advice, guide, opinion, room, home, 포토폴리오, gallery, showroom, showcase, designer, shopping, search, find, service, web, internet, online, architecture, 건축, style, information, magazine, event, fair, 관련업체 소개

### 3.2. Digital life : e-housing community

e-housing community는 이웃 및 주택의 근린생활권과 관련된 사이트들로 keyword를 통한 분석결과는 <표 3>와 같다.

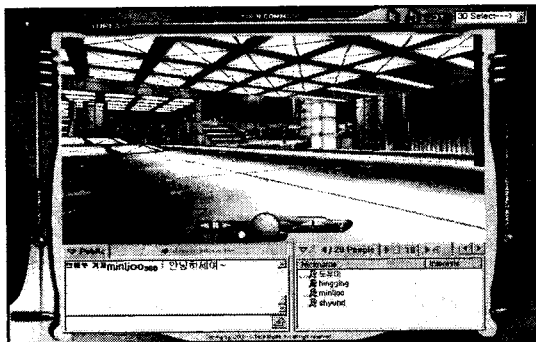
관련 site에서 나타난 keyword의 빈도수 상위 20%에는 3차원 가상세계, chatting, 정보, 서비스, 커뮤니티 등이 있으며, 상위 30%에는 네트워크, 온라인, 인터넷, 아바타, 거주자, 시민 등이 더 추가된다.

관련 keyword가 가장 자주 출현하는 사이트는 www.cydream.com으로 e-housing community life의 특성이 잘 드러나는 대표적인 사이트라 할 수 있다<그림1>. 이 밖에도 www.allapt.co.kr, awords.haasmedia.com, www.cafe9.com, www.mycity.com, www.digitalspace.com 등의 사이트에서 keyword의 빈도가 비교적 높게 나타났다.

<표 3> keyword를 통한 e-housing community life 분석 결과

keyword	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	계 (빈도수)
3차원 가상세계			√	√	√		√	√	√	√	√	√		√					√	√	√	√	14
chatting	√				√		√	√	√		√	√	√	√					√	√	√	√	14
정보, 서비스	√	√	√		√	√	√		√	√		√	√	√	√	√							13
커뮤니티, colony					√	√	√		√			√			√	√	√	√	√	√	√	√	13
네트워크, online, 인터넷	√	√						√		√		√		√	√		√		√		√	√	11
아바타								√	√	√	√	√	√	√							√	√	10
입주(자), 거주(자), 치안, 네티즌						√	√			√	√	√	√			√		√	√		√		10
쇼핑, 전자상거래	√	√								√		√		√	√				√			√	8
게임, 오락, entertainment					√			√	√			√	√			√			√			√	8
커뮤니케이션		√							√	√				√	√	√	√						7
홈페이지	√	√			√			√			√			√		√							7
e-mail		√			√		√	√			√									√		√	7
게시판					√			√				√	√	√		√						√	7
동호회	√	√		√			√				√			√									6
아파트	√	√	√	√	√	√																	6
교육	√	√			√											√	√		√				6
economy, business					√							√				√	√				√		5
건물, build, virtual home				√				√				√								√		√	5
검색(search)				√	√										√		√		√				5
events										√	√								√			√	4
interactive, interface												√									√	√	3
뉴스							√	√							√								3
기술							√					√	√										3
사이버 cash(money)												√	√										2
계	8	9	3	5	12	4	8	11	7	8	8	15	7	11	7	9	6	4	10	7	10	8	

1 : www.village.net 2 : www.ictiro.com 3 : www.samsungapt.co.kr 4 : www.aptnetwork.co.kr 5 : www.allapt.co.kr 6 : www.apting.pe.kr 7 : www.acrotown.net  
 8 : aworlds.haasmedia.com 9 : www.warawara.net 10 : www.dadaworlds.com 11 : www.hellopop.com 12 : www.cydream.com 13 : www.gogosi.com 14 : www.cafe9.com  
 15 : www.gte.net 16 : www.nettaxi.com 17 : www.community.net 18 : www.communities.com 19 : www.mycity.com 20 : www.cybertown.com 21 : www.digitalspace.com  
 22 : www.activeworlds.com



<그림 1> http://www.cydream.com

검색어 'apartment'의 결과로 나타난 사이

트들은 주로 대형 주택건설업체를 중심으로 물리적 세계의 아파트에 네트워크화 된 환경을 제공하는 것이다. 정보 제공형 웹사이트로 구매, 정보 교환을 통해 주민자치문화를 형성하는 것이 목적이다. 입주민들간의 온라인을 통한 교류가 시작되고 이러한 친분이 오프라인을 거치면서 동호회나 각종 모임형태로 유대감을 형성한다.

이러한 지리적 근접성에 기초한 물리적 네트워크의 구축을 넘어, 가상공간을 기반으로 새로운 가상 공동체(virtual community)를 형성하는데 목적을 둔 사이트들도 있다. 인

터넷은 세계 어느 곳이든 연결될 수 있기 때문에 '이웃'의 잠재력은 커지고 있으며, 온라인을 통해 커뮤니티를 증진시키고 통합할 수 있는 웹사이트를 디자인하고 관련된 정보를 제공하는 사이트들이다. 인터넷을 통한 공동체 네트워크(commmunity network)가 교육과 정부, 사업, 개인적인 커뮤니케이션을 증진시킨다는 내용으로 새로운 디지털 세상을 강조하고 있다. 또한 거주지역의 광고, 사업, 지역사회의 각종 정보를 제공하기도 한다.

매우 발전된 e-housing community life를 보여주고 있는 사이트들의 경우 가상세계에서 실제처럼 자연스럽게 협력하고 사업을 즐길 수 있는 3차원 도시를 구현하는데 목적이 있다. 3차원으로 구현된 가상의 세상에서 자신의 집을 갖고 자신의 분신(avatar)을 통해 도시내의 다른 사람과 말하고 행동할 수 있고, 물건을 사고 파는 행위도 할 수 있으며, 클럽을 열어 다른 사람과 교류가 가능하다. 가상도시 내에서 직업을 가질 수도 있고 사이버 머니를 벌며 쇼핑몰에서 물품을 구입할 수 있다.

e-housing community 사이트들은 모두 새로운 형태의 커뮤니티 형성을 주목적으로 하는 것을 알 수 있다. 인터넷은 우리가 속한 지역사회의 경계를 변경하거나 재정의하는 기능을 한다. 예전에는 자신의 거주지역을 중심으로 지역사회의 일원이 되었으나, 이제 사람들은 자신의 흥미와 관심에 의해 새로운 지역사회를 형성하게 된다. 다양한 온라인 커뮤니케이션을 이용하여 공간적, 시간적 제약에서 벗어나 전 세계적인 공동체의 일원이 될 수 있는 것이다. 이러한 전자마을의 형성을 통한 공동체 구축은 앞으로 몇 년 동안 지속될 것이며, 물리적인 주거를 중심으로 한 지역사회에 크게 영향을 미칠 것이다.

### 3.3. Digital life:e-housing management

e-housing management는 주택의 관리와 관련된 정보를 제공하는 사이트들이며, keyword를 통한 분석결과는 <표 4>와 같다.

<표 4> keyword를 통한 e-housing management life 분석 결과

keyword \ site	1	2	3	4	5	6	7	계(빈도수)
경비관리			√	√	√	√	√	5
공동주택관리			√	√	√	√		5
건물청소관리			√	√		√	√	4
시설관리			√			√	√	3
인재파견			√	√		√		3
계			5	4	2	5	3	

1: www.apartment.or.kr 2: www.apthaja.co.kr 3: www.kwanwoo.com  
4: www.dhsafety.co.kr 5: www.kics.co.kr 6: www.meehwa.co.kr  
7: www.shincheon.co.

관련 site에서 가장 자주 출현하는 keyword는 상위 20%에는 경비관리, 공동주택관리 등이 있고, 상위 30%의 경우 이 외에도 건물 청소관리 등이 있다.

<표 4>의 분석 결과에 의하면 발전된 e-housing management life를 지원하는 추천할 만한 사이트는 아직 없었다.

주로 국내 사이트들로 주택 관리사 협회에서 관리와 관련된 민원상담을 하거나 주택관리 업무를 행하는 건물관리회사나 전문용역회사에서 주택관련 상담 등을 하고 있다. 주택관리와 관련된 부분은 아파트의 각종 시설물 일체를 대상으로 행정관리, 기술관리, 용역관리의 내용과 그 외에 공동주택 관리관계법령, 아파트 하자보수 상담 등의 내용을 포함하고 있다. 특히 하자 처리방법, 하자 단계 등 하자 내용에 관한 것이 많으며, 기타 시설관리나 운영관리와 관련된 업체나 기술자를 소개하고 있다.

전문적인 주택관리업체의 사이트도 있으나 대부분 건물관리회사나 전문용역회사에서 주택관리와 관련된 업무와 정보를 제공하고 있기 때문에 내용들이 체계적으로 세분화되어 있지 못하고 전문성이 떨어진다.

우리나라의 경우 자치관리가 42.2%(건교부, 1995)로 매우 높다. 그러나 관리기술교환이나 정보습득곤란으로 기술축적의 어려움이 있으며, 주민들의 무관심과 이해 부족으로 인한 관리 소홀 등이 문제점으로 지적되고 있다(국토개발연구원, 1996). 또한 공동주택 관리업무는 운영관리뿐만 아니라 유지관리나 생활관리 측면에서도 강화되어야 한다(홍형욱외, 1996, 윤복자외, 1998).

e-housing management 관련 사이트들은 아직 그 운영에 있어 초보적인 수준이나 관리방법이나 유형, 하자내용, 안전점검, 관계법령 및 거주자의 자세, 준수사항 등에 대한 체계적인 정보가 제공된다면 앞서 언급한 주택관리상의 여러 문제점 등을 해결해 줄 수 있을 것이다.

e-housing management 사용자들은 거주자 스스로 관리에 일임되어 있는 전용공간의 물리적 상태에 관심을 가지고 사이버 공간을 탐색할 것이고 사이트를 통해 쉽게 원하는 정보를 찾아봄으로써, 관리의식과 참여도를 높여 관리의 만족도를 높일 뿐만 아니라 효율적인 관리가 가능하도록 해 줄 것이다. e-housing management 와 관련된 사이트들은 주택관리를 공급자 측면에서 보던 것을 수요자 측면 파악할 수 있게 한다.

### 3.4. Digital life : e-housing workplace

e-housing workplace 관련 사이트의 keyword를 통한 분석결과는 <표 5>와 같다. 관련 site에서 가장 자주 출현하는 keyword의 상위 20%는 virtual office와 conference 등이고, 상위 30%의 경우 home worker 등이 더 포함된다.

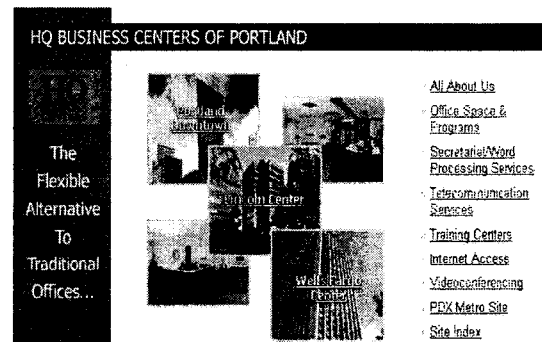
관련 keyword의 빈도가 비교적 높게 나타난 사이트는 www.hqportland.com<그림2>, www.kineticworkplace.com, www.svi.org의

순이다. e-housing management 관련 사이트들과 마찬가지로 아직은 초보적인 수준이다.

<표 5> keyword를 통한 e-housing workplace life 분석 결과

keyword \ site	1	2	3	4	5	6	계(빈도수)
(virtual) office	√	√	√	√			4
conference			√	√		√	3
home(mobile) worker	√		√		√		3
telework	√				√		2
telecommunicate				√		√	2
business				√		√	2
communication program (voice-mail, fax,e-mail)	√	√					2
internet				√		√	2
계	4	2	3	5	2	4	

1 : www.kineticworkplace.com 2 : www.virtualoffice.com 3 : www.yourofficedenver.com  
4 : www.hqportland.com 5 : www.homeworking.com 6 : www.svi.org



<그림 2> http://www.hqportland.com

대부분 telework, hoteling virtual officing 그리고 alternative officing등을 만들 수 있도록 도와주는 컨설팅 회사의 사이트들이다. 컴퓨터 하드웨어적인 해결책을 제공하며, 그 외에 소프트웨어 교육을 시켜주거나 자료저장 공간을 제공한다.

Voice mail과 fax mail을 각자의 컴퓨터(PC)에서 웹브라우저를 통해, 혹은 전화, 핸드폰, PDA (Personal Digital Assistant) 등을 통해 받아볼 수 있도록 해주며, telecommunications, video conferencing, high speed access, private office, secretarial service 등을 제공한다.

정보화 사회의 진입에 따른 사회환경의 두

드러진 변화 중 하나가 업무장소 개념이 과거 고정된 사무실에서 점차 확대되고 있다는 것이다. 전통적인 오피스로는 급변하는 기업의 상황과 업무에 융통성 있게 대처하기 어렵게 되면서 등장한 것이 새로운 오피스에 대한 개념이다. 관련 사이트에서 제공하는 다양한 서비스들은 공간과 시간에 제약 없이 인터넷이 가능한 곳이면 언제, 어디서든 업무가 가능하도록 해주며, 이러한 생활의 변화는 점차 업무와 일상생활의 한계를 없애준다.

인터넷이 사람과 사람, 사람과 공간의 관계를 새롭게 재정립한 것과 마찬가지로 e-housing workplace는 앞으로 직장생활에 많은 변화를 가져올 것이며, 주생활과 주거 공간계획에도 영향을 미칠 것이다.

### 3.5. Digital life : e-housing design

e-housing design 은 실내디자인과 관련된 사이트들로 분석결과는 <표 6>와 같다.

관련 site에서 가장 자주 출현하는 keyword는 상위 20%에 design, interior,

furniture 등이 있고, 상위 30%에는 상담이나 guide등이 포함된다.

국내에도 e-housing design 관련 사이트들이 많이 있으나, 국외 사이트들에 비해 정보의 수준, 체계적인 관리 등에 있어 취약하다. 국외 사이트 중에서도 www.goodhome.com<그림3>과 www.furniture.com은 e-housing design 관련 keyword가 가장 많이 나타나 e-housing design life 관련 서비스를 제공하는 추천할 만한 사이트로 판단된다.

e-housing design site들은 다양한 가구를 비롯한 실내디자인 소품 등의 판매를 주목적으로 사이트를 구성하고 있는 경우가 많다. 가구를 인터넷상에서 구입하거나 자신의 주택을 디자인하기 위해서 원하는 품목, 스타일, 마감상태, 예상가격 등을 단계별로 입력하면 입력된 정보를 토대로 고객에게 적절한 아이템이 제시된다. 웹 기반 가구 배치 디자인 툴을 제공하기도 한다. 또한 e-mail, 게시판을 통해 간단한 온라인 상담등을 제공함으로써 고객을 관리한다. 실내 디자인과 관련

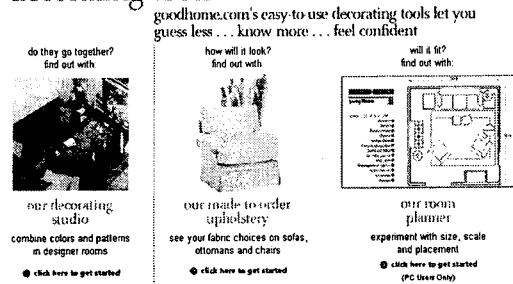
<표 6> keyword를 통한 e-housing design life 분석 결과

site \ keyword	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	계 (빈도수)
design		√				√		√	√	√	√		√	√		√	√	√	11
interior	√	√	√		√	√	√	√					√	√		√			10
furniture				√		√		√		√	√		√		√				7
상담, advice, guide, opinion				√	√	√	√			√		√	√						7
room, home				√			√		√	√	√						√		6
designer				√									√	√		√	√	√	6
shopping				√			√		√	√	√	√							6
search, find					√				√	√	√					√		√	6
service		√								√	√	√					√		5
web, internet, online		√					√				√			√					4
architecture		√				√									√		√		4
건축	√	√				√											√		4
style									√	√	√							√	4
관련업체 소개				√									√			√			3
event, fair								√					√	√					3
계	2	7	1	7	3	6	6	6	6	9	10	3	7	6	2	6	7	4	

1: www.partition.net 2: www.avan.co.kr 3: www.jainterior.co.kr 4: www.furninet.co.kr 5: www.j114.co.kr 6: teambass.hihome.com 7: www.ilikehome.com 8: www.inifur.com  
9: www.living.com 10: www.furniture.com 11: www.goodhome.com 12: www.ikea.com 13: www.interiornet.com 14: www.designernet.com 15: www.jaxondesignworks.com  
16: www.sfdesigncenter.com 17: www.improvement.com 18: www.designerfinder.com

된 다양한 정보를 제공하고 스타일 가이드를 비롯한 각종 상담을 하며, 업체와 디자이너를 소개하는 경우도 있다.

### decorating tools



<그림3 > <http://www.goodhome.com>

디자인 상담은 디자인 업체에서 필수적인 서비스이지만 국내 디자인 업체에서는 주로 자신의 회사소개와 스타일 가이드정도만 이루어지고 있으며 온라인 상담은 극히 제한적이다. 또한 소비자가 원하는 상품의 구체적인 가격과 자세한 정보가 미흡하다.

외국의 디자인 업체 사이트의 경우는 스타일 가이드, 디자인 상담, 가구 검색, 간단한 웹기반 셀프디자인 툴 제공을 통한 공간계획과 같은 각종 서비스를 다양하게 제공한다. 또한 최고의 건축가와 디자이너의 이미지와 개념들을 보여주는 디자인 갤러리(design gallery)나 세계의 유명회사의 인테리어 소품을 보여주는 제품 쇼케이스(product showcase)와 같은 다양한 서비스를 제공하기도 한다

디자인 상담 및 소개는 전화, 채팅, 이메일, 설문지 등을 통해 디자인 상담을 할 뿐만 아니라, 수록된 각종 인테리어 관련 업체의 관련 정보를 기반으로 디자이너를 소개한다. 리모델링시는 직접 수리 또는 전문가를 고용 알선하는 컨설팅 업무도 한다. 자신의 주어진 상황과 조건에 맞는 디자이너와 디자

인 회사를 찾아 원하는 디자인을 얻는다는 것이 아직도 일반인들에게는 쉬운 일이 아니다. 또한 한 개의 가구를 고르기 위해 수많은 상점을 둘러보아야 하는 것이 사실이다. e-housing design 관련 사이트들은 이러한 문제점들의 해결책을 제시하고 있다. 소비자들은 더 많은 선택의 대안들을 e-housing design을 통해 좀 더 효율적으로 결정할 수 있을 것이다.

## 4. 결론 및 제언

정보 통신의 발전과 인터넷의 급속한 보급은 최근 우리 실생활을 크게 변화시키고 있으며, 컴퓨터를 통한 탐색(navigation)은 삶의 새로운 방식을 제시하였다. 본 연구는 이러한 디지털 라이프(digital life)가 주거환경과 관련하여 어떻게 변화하고 있으며, 앞으로의 발전 방향은 어떠한지를 살펴보는 데 그 목적이 있다.

주거환경 관련 사이트(e-housing site)들은 keyword특성에 따라 크게 새로운 지역사회(wired community) 형성을 주목적으로 하는 e-housing community와 주택 관리정보를 효율적으로 제공하고 운영하는 e-housing management, 사이버 공간(cyberspace)상에서 업무를 원활하게 해주는 e-housing workplace, 그리고 주택의 디자인 및 상담과 관련된 e-housing design의 네 가지 범주로 구분되었다. 이들은 모두 주거환경과 관련된 새로운 형식의 디지털 라이프들이다.

e-housing community 관련 사이트들은 3차원 가상 세계, chatting, 정보, 서비스, 커뮤니티, 네트워크, 아바타, 시민, 네티즌 등의 keyword들이 도출되었으며, 그 내용이나 구성, 사용자의 관리 측면에서 매우 발전된 편



이다. 웹 라이프 스타일의 가장 근본적인 변화는 이러한 가상 공동체의 형성을 통해 가능하며, 가상공동체를 기반으로 다른 모든 업무와의 연계가 가능해진다. 가상 인간 (avatar)과 이들이 움직이는 전자 마을, 도시 등은 기존의 물리적 공간이 가지고 있는 의미를 넘어 새로운 삶의 방식을 제시하며, 비물리적 공간이 앞으로 어떻게 발전할 수 있는지에 대한 가능성을 모색하게 한다. e-housing management는 경비관리, 공동주택관리, 건물청소관리, e-housing workplace는 virtual office, conference, home worker 등의 keyword가 파악되었다. 아직은 초보적인 수준에 머물러 있지만 이러한 사이트들이 효율적으로 개발, 발전된다면 기존의 주거환경에 커다란 변화를 가져다 줄 것이다. e-housing design에는 design, interior, furniture, 상담, room, designer, shopping 등의 keyword가 있다. 전자 상거래 (e-commerce)는 점점 증가하고 있으며, e-housing design은 이러한 실내디자인과 관련된 새로운 수요에 대한 욕구를 충족시킬 것이다. 컴퓨터를 통해 쉽게 자신의 집을 디자인하고 바꿀 수 있으며, 웹 기반 틀 등을 이용하여 원한다면 얼마든지 가능한 디자인들을 소비자 스스로가 선택할 수 있게 되었다.

이상의 4개의 범주의 site 분석결과 파악한 keyword에서 나타난 것처럼 21세기의 디지털 라이프의 특성은 3차원 가상세계, chatting, 정보, 서비스, 커뮤니티, 경비관리, virtual office, conference, design, interior, furniture 등으로 요약될 수 있다. 미래의 디지털 라이프에서는 시공을 초월하여 전 세계적인 공동체의 일원이 될 수 있으며, 온라인 서비스를 통해 수요자 측면의 주택관리가 쉬워질 뿐만 아니라 재택근무가 가능하고, 수

많은 상점을 둘러보지 않고서도 자신이 원하는 집으로 디자인 할 수 있다는 것을 의미한다.

현재 가장 발전된 디지털 라이프를 보여주는 대표적인 사례로는 [www.cydream.com](http://www.cydream.com), [www.allapt.co.kr](http://www.allapt.co.kr), [awords.haasmedia.com](http://awords.haasmedia.com), [www.cafe9.com](http://www.cafe9.com), [www.mycity.com](http://www.mycity.com), [www.digitalspace.com](http://www.digitalspace.com) 등의 e-housing community life 관련 사이트들이며, 그 외 [www.avan.co.kr](http://www.avan.co.kr), [www.furninet.co.kr](http://www.furninet.co.kr), [www.furniture.com](http://www.furniture.com), [www.goodhome.com](http://www.goodhome.com), [www.interiornet.com](http://www.interiornet.com), [www.improvement.com](http://www.improvement.com) 등의 e-housing design life 관련 사이트들이다.

디지털 라이프의 특성은 정보의 가속화에 따라 더욱 확대될 것이 예상된다. 이러한 디지털 라이프의 방향이 21세기의 새로운 패러다임과 부합되는지를 생각해 볼 필요가 있다.

## 참고문헌

1. Deborah L. Duarte & Nancy Tennant Snyder(1999). Mastering Virtual Teams. Jossey-bass Inc.
2. Richard Holton. Composing Cyberspace. R. R. Donnelley & Sons Company.
3. Michael Heim(1997). Virtual Realism. Oxford Univ Press.
4. William J. Mitchell(1995). City of Bits. MIT press.
5. Michael Heim(1997). 가상현실의 철학적 이해. Chiak-Se-Sang
6. Stephen Doheny-Farina(1996). The Wired Neighborhood. Yale University Press.
7. Magid Lgbaria & Magaret Tan(1998). The Virtual Workplace. Ideal Group Publishing.
8. William H. Gates(1999). Business @ the speed of thought. Wanner Books.
9. 윤정숙 외 2인(1996). 주거학개설. 문운

당.

10. 홍성태(1997). 사이보그, 사이버컬처. 문화과학사.
11. 홍선경, 윤복자(1996). 제도관리에 따른 공동주택 거주자의 관리만족. 한국주거학회지, 9(1).
12. 홍형욱, 은난순(1996). 공동주택 생활관리 만족 및 요구에 대한 연구. 한국주거학회지, 7(2).
13. 국토개발연구원(1996). 공동주택의 효율적 관리방안.
14. 하미경외(1998). 사무실 근로자의 홈오피스 디자인 특성에 관한 선호조사 연구. 한국실내디자인학회지, 14호.