

커뮤니티 사이트 평가 방법론 개발에 관한 연구

A Study on the evaluation methodology for WEB Community sites.

변정환

우송대학교 컴퓨터디자인학부

Byun, Jung-Whan

Dept. of Computer Design, Woosong Univ.

이종호

우송대학교 컴퓨터디자인학부

Lee, jong-ho

Dept. of Computer Design, Woosong Univ.

• Key words: Deign Process, Evaluation Methodology, Web Community

1. 서론

기존의 온라인과 오프라인의 기업들은 기존 수익 모델의 진화와 수익 모델 간 융합을 추진하면서 커뮤니티 가치(Community Value)를 지속적으로 증대시키는 방향을 지향하고 있다. 하지만 커뮤니티의 가치를 증대시키기 위하여 제작된 웹 사이트의 커뮤니티는 사용자 욕구에 대한 충분한 조사없이 개발되어지고 있어 개발 후 웹 커뮤니티의 활성화는 기대에 부응하지 못하는 모습을 보여주고 있다.

웹 커뮤니티의 제작은 일반 정보 사이트와 달리 사용자들의 다년간 커뮤니케이션 모델을 기반으로 하여 제작되어야 한다. 다시 말하자면 기능적인 측면(이하 Usability라 함)의 제공뿐만 아니라 그 커뮤니티가 향후 변화될 정책적인 측면(이하 Sociability라 함) 까지 함께 고려되어 제작이 되어져야 한다는 것이다. 하지만 현재 웹 커뮤니티 개발에서는 기존 웹사이트 제작 프로세스 혹은 소프트웨어 개발 프로세스를 도입하여 제작되고 있기 때문에 기능요소배치에만 머물고 있는 경우가 대부분이다.

이에 우송대학교와 (주)싸이월드는 2002년 3월부터 10월까지 커뮤니티 형성 프로세스TM을 개발하여 보다 체계적으로 웹 커뮤니티를 개발할 수 있는 프레임워크를 제시하였다. 본 발표에서는 연구의 일환으로 진행되고 있는 웹 커뮤니티 평가 방법론의 개발과정을 소개하고 현재 운용되어지고 있는 웹 커뮤니티 사이트에 적용하여 그 효용성을 검증하고자 한다.

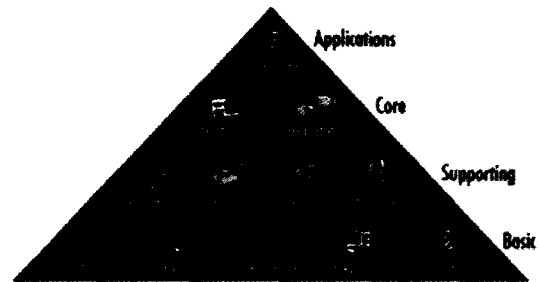
2. 웹 커뮤니티 12가지 구성요소

웹 커뮤니티는 온라인상에서만 존재하지만, 본질적으로 그것은 Human Association (사람들 간의 교제) 이다. 아래에서 제시된 12가지 요소는 사회적 원리에 근거한 것이며, 역동적인 웹 커뮤니티를 구축하고 유지하는데 필요한 뼈대를 제공한다.

아래의 원리는 2개 그룹으로 나누어 질 수 있다. 1) ~ 6)까지는 인간에 내제된 욕구와 기대를 반영하고 있으며, 나머지 7) ~ 12)까지는 Group의 비전과 성공을 지키기 위한 구조에 중점을 두고 있다

- 1)Purpose 2)Identity 3) Reputation 4) Governance
- 5) Communication 6) Groups 7) Environment
- 8) Boundaries 9) Trust 10) Exchange 11) Expression

12) History



[그림1] 12 Principles of Civilization¹⁾

웹 커뮤니티를 이루는 12가지 요소에 대해서 정의를 하여 보면 다음과 같다.

- 1.Purpose : 구성들의 공통적인 관심사 또는 이루고자하는 목표
- 2.Identity : 회원들간에 누가 누구인지 또는 내가 누구라고 표현하는 요소
- 3.Reputation : 커뮤니티 안에서의 활동을 통하여 다른 회원의 평가를 통하여 얻게 되는 명성
- 4.Governance : 커뮤니티 안에서 기준과 규범에 대한 명시와 커뮤니케이션에 있어서의 규칙과 같은 관리와 통제
- 5.Communication : 정보와 생각을 공유하는 방법으로 동시성과 비동시성으로 나누어 질수 있으며 E-mail, 게시판, 방명록, 채팅과 같은 것이 해당된다.
- 6.Groups : 커뮤니티안에서 공통의 관심사나 목적을 위하여 그룹을 형성하는 것
- 7.Environment : 시너지 효과를 내기 위하여 구성되는 커뮤니티의 환경요소로 구성원들에게 지속적인 경험을 제공하는 것으로 사용자 인터페이스, 네비게이션 시스템, 콘텐츠의 적절성, 도움말 기능등이 해당된다.
- 8.Boundaries : 커뮤니티의 경계선과 관련된 정책적인 부분으로 등록과 참여, 비회원의 참여에 대한 정책, 회원 자격, 회원이 만든 콘텐츠 인지 아닌지에 대한 검증등이 해당된다.
- 9.Trust : 커뮤니티안에서 시간이 흐름에 따라 구성원간에 발생하는 신뢰도에 해당되는 것으로 구성원들 간의 레벨의 공개, 개인 보호 정책등이 해당된다.
- 10.Exchange : 커뮤니티 안에서 1:1 또는 1:다수 의 방식으로 정보, 물건, 경험들을 교환하는 것

1) 2001 Mongoose Technology, Inc

11.Expression : 그룹의 Identity에 해당되어지는 항목으로 커뮤니티 안에서 회원들이 관심사에 대해서 어떻게 느끼고 있는 지에 대한 것.

12.History : 커뮤니티가 생성하여 발전되어지는 과정에서 쌓이게 되는 기록으로 커뮤니티의 평가를 척도가 된다.

웹 커뮤니티의 12가지 요소는 Trust는 Identity에서 나오며, Reputation의 기초가 되는 것과 같이 커뮤니티를 구성하는 과정에서 개별로 적용되어지기 보다는 중복적으로 적용이 되어 구성이 되어진다.

3. 웹 커뮤니티 유형

현재 웹에서 보이는 커뮤니티의 유형은 너무도 다양하여 유형화하기 쉽지 않다. 기결 3세와 암스트롱(net.gain)은 '공통된 관심'의 종류에 따라서 커뮤니티의 유형을 '지역적', '인구통계학적', '주제적'이라는 세가지 형태로 구분하였다. 그리고 구성원의 Needs에 따라 거래, 관계, 관심, 환상으로 구분하기도 하였다.

본 연구에는 현재 운영되고 있는 웹 사이트의 평가를 위하여 보다 보편적인 유형의 분류체계가 필요했으므로, Community Planning에서 제시하고 있는 미래 커뮤니티 유형(2)을 기반으로 커뮤니티를 1)전문커뮤니티, 2)브랜드 커뮤니티, 3)비즈니스 커뮤니티, 4)모바일 커뮤니티, 5)휴먼 커뮤니티, 6)게임 커뮤니티, 7)교육 커뮤니티, 8)프로젝트 커뮤니티로 분류하여 평가를 진행하였다.

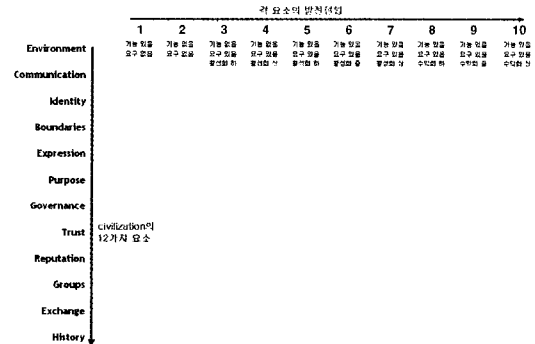
[표1] 커뮤니티 유형

	정의 및 특징	해당 사이트
전문 커뮤니티	동일한 목적, 같은 관심분야에 종사하는 사람들이 모여 형성한 커뮤니티	www.seri.org www.javaland.co.kr
브랜드 커뮤니티	특정 브랜드에 대하여 영리,비영리의 목적으로 구성된 커뮤니티	www.santafelove.com www.zinel.co.kr
비즈니스 커뮤니티	기업이 자사의 서비스나 제품에 대해 홍보하여 사용자를 확보하기 위해, 다양한 정보 제공 및 판매	www.aucion.co.kr ekorea.compaq.co.kr
모바일 커뮤니티	유무선 인터넷 기반의 커뮤니티	www.nate.com www.maicn.com
휴먼 커뮤니티	오프라인에서 형성된 친분,학연,지연 등을 기반으로 하는 사람들의 만남으로 형성된 커뮤니티	www.iloveschool.co.kr www.damoim.net
게임 커뮤니티	게임 종류와 종류에 따라 사용자 간의 정보 교환 및 게임을 하기 위한 커뮤니티	www.lineage.co.kr www.hangame.com
교육 커뮤니티	오프라인에서 행하여지던 교육의 연장 또는 온라인 교육을 위하여 생성된 커뮤니티	www.sisaeng.com www.dotcom-club.com
프로젝트 커뮤니티	프로젝트를 위하여 개설되는 커뮤니티로 사내의 인트라넷과 같은 형태	

2) 커뮤니티 플래닝, 비비컴, 김승중 김중현 공저

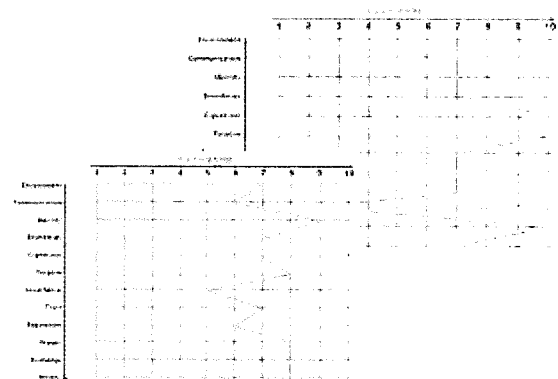
4. 평가

웹 커뮤니티 평가를 위하여 12가지의 구성요소를 기준으로 각 구성요소의 발전 방향에 대하여 기능적인 측면의 유무, 사용자들의 요구 측면에 대한 유무, 활성화가 되어지고 있는지에 대한 유무를 아래의 그림에서 보여지는 것과 같이 10단계로 나누어 X,Y축으로 구성을 하여 평가를 하였다.



[그림2] 웹 커뮤니티 평가를 위한 측정기준표

평가는 유형별로 대표적으로 성공적인 웹 커뮤니티 사이트를 평가기준표에 의하여 평가하여 그래프를 얻어내는 방식으로 진행되었다. 결과는 (그림 3)에서 보여지는 것과 같은데, 웹 커뮤니티 유형별로 다소 다른 그래프의 모습을 보이게 된다.



[그림3] 휴먼 커뮤니티(위)와 브랜드 커뮤니티(아래)의 적용결과

그림에서 보는 바와 같이 휴먼 커뮤니티는 목적(Purpose) 및 표현(Expression), 교환(Exchange) 서비스가 상당히 많이 발전된 모습의 유형을 보여주는 반면, 브랜드 커뮤니티는 커뮤니케이션(Communication) 기능이 부각되는 반면 상당히 자율적(Governance)인 모습의 유형을 보여주고 있다.

5. 결론

8가지 유형별 커뮤니티를 위 평가방법에 의하여 분석하여 보았을 때, 12가지 커뮤니티 구성요소에 의한 평가는 다소 주관적인 결과를 보여주고 있지만, 유형별 커뮤니티의 특성을 반영할 수 있는 가능성을 보여주고 있다.