# 아파트 단지 내 공동체 강화를 위한 사이버 커뮤니티 활성화 방안

## -웹사이트상의 컨텐츠 현황과 이용실태를 중심으로-

# The revitalization methods for the cyber community to consolidate the communities in apartment complexes

## - focused on the contents of their web sites -

이영애* 강순주**

Lee, Young-Ae Kang, Soon-Joo

Abstract

Our traditional society had strong social bands which had spontaneous communities. But while it's developing through industrialization; monolithic apartment houses are introduced which causes less interaction between neighbors. With the growing attention to the elevation of the quality of living, various ways to revitalize the community spirit are found including reforming hardhearted neighborhoods and overcoming the dreariness of city. With the development of the internet and the spread(dissemination) of "digital home", the communities in cyber space are especially active since we are living in an information-oriented society. To consolidate the communities in apartment complexes, this study tries to find revitalization methods of the cyber community by analyzing the contents of the web sites, understanding the cyber community.

The cyber contents that are provided come from three main companies that develop the internet apartments. These are compared and analyzed. The related cyber communities("cafe") are also analyzed. The results are as follows.

1)Though they have some differences on details, the content provided from internet companies can be categorized as introduction to the apartment complex, personal service, community, club and internet shopping.

2)The contents on the cyber community made by the residents are mostly for clubs and chatting since they are made for communication between residents.

3)To revitalize the cyber community, the content that gets more attention from the residents needs to be subdivided into groups.

Keywords : Cyber Community, Apartment Complex, Web Site, Contents

주 요 어 : 사이버 커뮤니티, 아파트단지, 웹사이트, 컨텐츠

## Ⅰ. 서론

### 1. 연구의 배경 및 목적

과거 우리나라의 전통사회는 자연발생적인 커뮤니티가 존재하는 강한 공동체를 가지고 있었으나 산업화를 거쳐 현대사회로 발전해가면서 단조롭고 획일적인 공동주택의 아파트가 도입되어 이웃과의 교류 단절이 문제점으로 지적되고 있다. 그러나 최근 들어 이러한 도시의 삭막함을 극복하고 각박한 이웃관계를 개선하는 등 생활의 질 향상에 대한 관심이 크게 증가하면서 공동체 의식 활성화를 위한 여러 방안들이 모색되고 있다. 특히 정보화 시대를 맞이하여 인터넷의 발달과 디지털 홈의 확산과 함께 사이버 공간 안에서의 커뮤니티가 활발해지고 있다. 아파트 단지에서도 초고속 인터넷 설치가 가속화되면서 아파트를 하나의 사이버 공간단위로 연결하는 홈페이지를 갖춘 인터넷 아파트들이 급속도로 늘어나게 되었다. 높은 인터넷 이용률이라는 환경 속에서 아파트 단지 내 홈페이지를 통한 사이버 커뮤니티는 관리자 측의 입장에서는 아파트 관리업무 및 입주민을 위한 서비스 향상을 가져오고, 입주민의 입장에서는 입주민 간의 커뮤니티 공간으로서 그 중요성이 증가하고 있다.

이에 본 연구는 아파트 단지 내 공동체 강화를 위한 사이버 커뮤니티의 활성화를 위하여 아파트 단지 내 사이버 커뮤니티의 컨텐츠 현황과 주민들의 이용실태를 분석하고 사이버 커뮤니티의 현주소를 파악함으로서 향후 정보화 사회 속에서 바람직한 사이버 커뮤니티의 활성화 방안을 모색하고자 한다.

### 2. 연구방법

본 연구를 위하여 인터넷 아파트의 주요 개발회사 3곳(유아시스;삼성래미안, 이지빌;GS자이, 아이씨티로;대림e-편한세상)에서 제공되는 사이버 커뮤니티 관련 컨텐츠를 유형화하여 웹사이트 이용자들의 이용현황을 비교·분석하고, 해당 아파트 입주민들의 또 다른 커뮤니티가 이루어지고 있는 포털 사이트의 카페현황을 비교·분석함으로써 사이버 커뮤니티를 활성화 시킬 수 있는 요소가 무엇인지 조사한다. 조사대상 웹사이트는 <표1>과 같다.

* 정회원, 건국대학교 건축대학 주거환경전공 석사과정

** 정회원, 건국대학교 건축대학 주거환경전공 교수, Ph.D

표1. 조사대상 웹사이트

| 구분 | 웹사이트명 | 도메인 |
|---|---|---|
| 인터넷 아파트 개발회사 | 유아시스 | www.uasis.com |
| | 이지빌 | www.czvillc.net |
| | 아이씨티로 | www.icituro.com |
| 포털 사이트 | 다음 카페 | www.cafe.daum.net |
| | 네이버 카페 | www.cafe.naver.com |
| | 프리챌 커뮤니티 | www.community.freechal.com |

포털 사이트의 사이버 커뮤니티 단지 선별기준은 입주예정 단지가 아닌 입주된 단지를 중심으로 각 포털 사이트에서 제공하는 순위를 참고로 하였다. 즉 사이버 커뮤니티에 가입된 회원 수와 사이버 커뮤니티가 어느 정도 안정적으로 운영 되고 있어야 함을 고려하여 조사시점 보다 최소 6개월 이전에 개설된 사이트를 선별하였는데 최종적으로 래미안 대구W단지, 자이 수원E단지, e-편한세상 서울B단지를 대상으로 하였다<표2>.

## II. 이론적 배경

### 1. 공동체(Community)의 형성배경 및 개념

'공동체(Community)'에 관한 연구는 19세기 이후부터 한 사회의 바람직한 미래상을 제시하려는 맥락에서 사회학, 경제학, 인류학, 건축학, 도시·계획학 등의 분야에서 주로 다루어져 왔다. 공동체에 대하여 각 분야의 학자들은 다양한 해석을 내리고 있다. 특히, 산업혁명과 시민혁명을

표2. 포털 사이트의 사이버 커뮤니티

| | | 래미안 | 자이 | e-편한세상 |
|---|---|---|---|---|
| 다음 | 단지명 | **대구 W단지** | 전주S단지 | 서울Y단지 |
| | 순위(상위%) | **46.2%** | 52.3% | 63.8% |
| | 회원수 | **599명** | 419명 | 199명 |
| | 개설일 | **2006.2.19** | 2006.4.4 | 2006.7.22 |
| 네이버 | 단지명 | 경기도T단지 | 인천B단지 | **서울B단지** |
| | 순위(상위%)* | 43.3% | 83.3% | **36.6%** |
| | 회원수 | 428명 | 49명 | **962명** |
| | 개설일 | 2004.1.7 | 2006.6.29 | **2004.12.20** |
| 프리챌 | 단지명 | 수원C단지 | **수원E** | - |
| | 순위(상위%) | 47.1% | **11.8%** | |
| | 회원수 | 107명 | **477명** | |
| | 개설일 | 2002.9.4 | **2003.9.2** | |

* 아파트 단지 입주민을 위한 커뮤니티를 포함한 포털사이트의 모든 커뮤니티를 대상으로 순위가 정해짐.

겪으면서 전개된 현대사회에서는 도시화, 전문화 등이 제일의 가치로 인식되면서 전통사회에서 볼 수 있었던 '공동체'를 매개로 하는 정서가 파괴되고, 효율성과 경제성을 중시하는 근대적 사고방식이 일반화되었다. 이러한 사회적 현상에 대한 해결점을 찾고자 하는 움직임은 현대사회에서의 공동체 재현이라는 방향을 모색하게 되었다.

일반적으로 사회학 분야에서 보는 공동체 개념은 지리적 영역, 사회적 상호작용, 공동의 유대감을 포함하는 개념으로 보고 있으며, 국내의 연구에서도 공동체의 개념을 특정 지역을 함께 공유하면서 구성원들이 사회적 상호작용을 통해 서로에 대한 유대감과 소속감을 공유하면서 조화로운 공생을 통해 스스로의 존속을 꾀하는 사회집단으로 정의하고 있다.[1)]

### 2. 사이버 커뮤니티(Cyber Community)

"컴퓨터로 자동 제어되는, 인공두뇌화 된, 컴퓨터와 관련된"이라는 뜻의 '사이버'와 "이해, 종교, 국적, 문화 등을 공유하는 공동사회나 공동체" 또는 "큰 사회 중 공통의 특징을 가진 집단 또는 사회"라는 뜻의 '커뮤니티'가 합쳐져서 만들어진 '사이버 커뮤니티(Cyber Community)'는 공동의 목적을 가진 사람들이 인터넷이라는 가상의 공간에서 만나 상호작용하는 사회적 집합체라 할 수 있다. 사이버 커뮤니티는 현실세계에서 사람들이 모이는 커뮤니티와 다를 바가 없다. 물리적인 위치만이 현실공간에서 사이버라는 가상공간으로 바뀌었을 뿐, 비슷한 생각과 목적을 가진 사람들이 모이는 공간으로 볼 수 있다.[2)]

즉, 사이버 커뮤니티는 사이버 공간에서 인터넷이라는 네트워크를 통해 사람들을 서로 연결시켜 줌으로서 구성원들 간에 상호작용을 하는 집합체로 볼 수 있다.

## III. 연구결과 및 해석

### 1. 웹사이트상의 컨텐츠 유형

#### 1) 인터넷 아파트 개발회사 컨텐츠 유형

인터넷 아파트의 주요 개발회사인 유아시스, 이지빌, 아이씨티로에서 제공되는 사이버 커뮤니티 관련 컨텐츠를 유형화하여 정리하면 <표3>과 같다.

표3. 인터넷 아파트 개발회사 컨텐츠 유형

| 구분 | 컨텐츠 유형 | 유아시스 | 이지빌 | 아이씨티로 |
|---|---|---|---|---|
| 단지 및 관리 정보 | 단지소개 | ○ | ○ | ○ |
| | 입주민게시판 (공지사항/건의사항) | ○ | ○ | ○ |
| | 관리사무소 게시판 (공지사항/건의사항) | ○ | ○ | ○ |
| | 입주자대표회의 게시판 (공지사항/건의사항) | ○ | ○ | ○ |
| | 부녀회 게시판 (공지사항/건의사항) | ○ | ○ | ○ |
| | 단지상가 및 지역정보 | ○ | ○ | ○ |
| | 아파트 A/S신청 및 안내 | ○ | ○ | ○ |
| | 관리비조회 | ○ | ○ | - |
| 개인 서비스 | 이메일 | ○ | ○ | - |
| | 홈페이지 | ○ | - | ○ |
| | 블로그 | ○ | - | ○ |
| | 일정관리 | - | - | ○ |
| | 가계부 | - | ○ | - |
| | 웹파일 | - | - | ○ |
| 이웃과의 커뮤니티 | 자유 게시판 | ○ | ○ | ○ |
| | 홈페이지/블로그 | ○ | ○ | ○ |
| | 아나바다/벼룩시장 | ○ | ○ | - |
| 동호회 | 스포츠/취미/기타 관심분야 (부동산/법률/재테크/문화/교육/미용/건강/요리/생활) | ○ | ○ | ○ |
| 인터넷 사이트 연계 | 교육/문화/부동산/택배/쇼핑 등 | ○ | ○ | ○ |

'○' 컨텐츠 이용여부

1) 대한주택공사(1999), 커뮤니티 개념을 도입한 도시정비 활성화 방안 연구, p54
2) 김준평(2004), 인터넷 활성화에 따른 커뮤니티 방향성에 관한 연구, 용인대학교 조형연구소 조형논총 제8호

인터넷 아파트 개발회사에서 제공하는 컨텐츠는 아파트 단지마다 내용상 약간의 차이는 있었으나, 크게 '단지 및 관리정보', '개인서비스', '이웃과의 커뮤니티', '동호회', '인터넷사이트와의 연계' 등 5가지로 유형화 할 수 있으며, 그 중에서 '단지 및 관리정보'와 관련된 컨텐츠 내용이 가장 많이 차지하고 있었다. '단지 및 관리정보'에 관한 컨텐츠는 인터넷 아파트 개발회사가 모두 제공하고 있는 반면, '개인서비스' 컨텐츠는 각 업체마다 제공여부에 차이가 있었다. 개인서비스 중에서 가장 보편적으로 이용하는 이메일이나 개인 홈페이지, 블로그 이외에도 일정관리, 가계부, 파일 등을 저장할 수 있도록 다양한 컨텐츠가 제공되고 있었다. '이웃과의 커뮤니티' 컨텐츠에는 단지 내 입주민들만 이용할 수 있는 게시판과 홈페이지, 블로그 등이 있었으며, 입주민들의 행사인 '아나바다'도 사이버 공간 안에서 언제든지 이용할 수 있도록 유아시스와 이지빌에서는 컨텐츠를 마련하고 있었다.

최근 활성화되고 있는 '동호회' 컨텐츠는 스포츠, 취미, 기타 관심 분야 등 카테고리로 나누어져 있고, '인터넷사이트 연계' 컨텐츠에는 교육/문화/부동산/택배/쇼핑과 관련한 정보를 쉽게 얻을 수 있도록 모든 사이트에서 제공하고 있었다. 이 컨텐츠는 정보를 얻도록 해당 사이트에 쉽게 연결 해주며, 해당 사이트는 광고 효과를 얻을 수 있는 장점이 있다.

### 2) 입주민 자체카페의 컨텐츠 유형

아파트 단지 내 주민들의 또 다른 사이버 커뮤니티가 이루어지고 있는 포털 사이트의 카페는 별도의 비용을 부가하지 않아도 되기 때문에 원하는 사람들은 누구나 사이버 커뮤니티를 쉽게 형성할 수 있다. 주민들이 자체적으로 만든 사이버 커뮤니티에서 제공되는 컨텐츠의 유형을 인터넷 개발회사 사이트의 컨텐츠 유형을 기준으로 그 실태를 정리하면 <표4>와 같다.

입주민들이 만든 사이버 커뮤니티의 컨텐츠 유형은 인터넷 개발회사의 컨텐츠보다 다양하지 않고 단지 사이트 마다 조금씩 차이가 있었다. 세 단지가 공통적으로 제공하고 있는 컨텐츠에는 입주민게시판, 관리사무소 게시판, 아파트 A/S신청 및 안내, 이웃과 자유로운 대화를 하는 자유 게시판, 아나바다, 동호회관련 컨텐츠가 있었다. 각 단지마다 다르게 제공되는 컨텐츠 중에서 특히, E단지의 경우는 단지 소개 부분에서 단지의 장점 및 단지전경 등 더 많은 정보를 제공하고 있었는데, 이것은 자신이 살고 있는 아파트에 대한 관심 정도와 관련 있다고 볼 수 있다. 또한 입주민들은 단지 내 이웃으로부터 얻는 생활정보나 인근 지역 정보에 대해 더 많은 관심을 가지고 있었고 입주민 스스로 단지를 위한 봉사활동 및 행사소개를 하는 단지도 있었다(.E, B단지).

결국 입주민들에 의한 카페상의 사이버 커뮤니티 컨텐츠 내용에는 단지 소개 및 공지사항, 인터넷 사이트 연계 등의 일방적 정보 소개 보다는 이웃과의 적극적 커뮤니케이션과 그에 따른 행사를 공유하고자 하는 쌍방적 커뮤니티임을 알 수 있다.

표4. 입주민 자체카페의 컨텐츠 유형

| 구분 | 컨텐츠 유형 | 다음 래미안 W단지 | 프리첼 자이 E단지 | 네이버 e편한세상 B단지 |
|---|---|---|---|---|
| 단지 및 관리 정보 | 단지소개 | - | ○ | - |
| | 단지의 장점 및 단지전경 | - | ○ | - |
| | 입주민게시판 (공지사항/건의사항) | ○ | ○ | ○ |
| | 관리사무소 게시판 (공지사항/건의사항) | ○ | ○ | ○ |
| | 입주자대표회의 게시판 (공지사항/건의사항) | - | ○ | ○ |
| | 부녀회 게시판 (공지사항/건의사항) | - | - | - |
| | 단지상가 및 지역정보 | - | ○ | - |
| | 아파트 A/S신청 및 안내 | ○ | ○ | ○ |
| | 관리비조회 | - | - | - |
| 개인 서비스 | 이메일 | - | - | - |
| | 홈페이지 | - | - | - |
| | 블로그 | - | - | - |
| | 일정관리 | - | - | - |
| | 가계부 | - | - | - |
| | 웹파일 | - | - | - |
| 이웃과의 커뮤니티 | 자유 게시판 | ○ | ○ | ○ |
| | 홈페이지/블로그 | - | - | - |
| | 아나바다/벼룩시장 | ○ | ○ | ○ |
| | 공동구매 | ○ | - | ○ |
| | 생활정보 공유 | ○ | - | - |
| | 주민활동(단지행사, 봉사) | - | ○ | ○ |
| 동호회 | 스포츠/취미/기타 관심분야 (부동산/펜션/재테크/꽃꽂이/교육/미용/건강/요리/영화) | ○ | ○ | ○ |
| 인터넷 사이트 연계 | 교육/문화/부동산/택배/쇼핑 등 | - | - | - |

'○' 컨텐츠 이용여부

'▒' 인터넷 아파트 개발회사에서 제공하는 컨텐츠보다 추가된 항목

'▓' 인터넷 아파트 개발회사의 컨텐츠와 동일한 항목으로 조사대상 단지 모두가 제공하고 있는 컨텐츠

## 2. 웹사이트상의 컨텐츠 이용현황

### 1) 인터넷 아파트 개발회사의 컨텐츠 이용현황

인터넷 아파트 개발회사 웹사이트에 제공되는 컨텐츠 이용현황을 파악하기 위해서 사이버 커뮤니티 사용자들이 해당 컨텐츠를 이용한 날짜를 시기별로 분류하였다. 아파트 A/S신청 및 안내, 관리비 조회와 개인에게 제공되는 서비스, 홈페이지, 인터넷 사이트와 연계된 컨텐츠들은 개인정보가 노출되기 때문에 조사에서 제외시켰고, 웹사이트에 없는 컨텐츠도 조사에서 제외시켜 사이버 커뮤니티 안에서 입주민끼리 커뮤니티가 가능한 컨텐츠 중심으로 이용현황을 조사하고 분석하였다<표5>.

표5. 인터넷 아파트 개발회사의 컨텐츠 이용현황

(2006. 10. 8일 기준)

| 구분 | 컨텐츠 유형 | 유아시스 S단지 | 이지빌 M단지 | 아이씨티로 I단지 |
|---|---|---|---|---|
| 단지 및 관리 정보 | 단지소개 | ① | ① | ① |
| | 입주민게시판 (공지사항/건의사항) | ③ | ⑥ | ② |
| | 관리사무소 게시판 (공지사항/건의사항) | ④ | ② | ② |
| | 입주자대표회의 게시판 (공지사항/건의사항) | ⑤ | ② | ② |
| | 부녀회 게시판 (공지사항/건의사항) | ⑥ | ⑦ | ③ |
| | 단지상가 및 지역정보 | ① | ① | ① |
| | 아파트 A/S신청 및 안내 | | | |
| | 관리비조회 | | | |
| 개인 | 이메일 | | | |
| | 홈페이지 | | | |
| | 블로그 | | | |
| | 일정관리 | | | |
| | 가계부 | | | |
| | 웹파일 | | | |
| 이웃과의 커뮤니티 | 자유 게시판 | ② | ② | ② |
| | 홈페이지/블로그 | | | |
| | 아나바다/벼룩시장 | ⑦ | ② | |
| 동호회 | 스포츠/취미/기타 관심분야 (부동산/법률/재테크/문화/교육/미용/건강/요리/생활) | ② | ② | ② |
| 인터넷 사이트 연계 | 교육/문화/부동산/택배/쇼핑 등 | | | |

' ' 조사에서 제외된 컨텐츠

① 처음 등록자료 그대로 ② 7일 이내 ③ 30일 이내
④ 3개월 이내 ⑤ 6개월 이내 ⑥ 6개월 이후 ⑦ 이용안함

단지 소개 및 단지상가, 인근 지역에 대한 정보는 모든 회사의 웹사이트가 처음 생성될 당시의 자료를 그대로 제공하고 있었으나, 아이씨티로 I단지의 경우는 입주민에게 알리는 공지사항 및 관리사무소 게시판을 주기적으로 게시하고 있었으며, 이지빌 M단지도 관리사무소와 입주민대표회의의 게시판을 적극적으로 활용하고 있었다. 반면에 유아시스 S단지의 경우는 관리사무소 게시판과 입주자대표회의의 게시판이 3개월에서 6개월에 한번 이용하고 있어 이용실태가 다소 저조함을 알 수 있다. 자유로운 대화를 하거나 단지 동호회 모임과 관련된 컨텐츠는 세 단지 모두 입주민끼리의 커뮤니케이션이 활발하게 나타난 것을 볼 수 있다. 이는 사이버 커뮤니티의 목적에 맞게 컨텐츠 개발에 따른 활성화가 잘 이루어지고 있음을 의미한다.

2) 입주민 자체카페의 컨텐츠 이용현황

입주민들이 자체적으로 조직한 사이버 커뮤니티 웹사이트카페 컨텐츠 이용현황은 <표6>과 같다.

표6. 입주민 자체카페의 컨텐츠 이용현황

(2006. 10. 13일 기준)

| 구분 | 컨텐츠 유형 | 다음 래미안 W단지 | 프리챌 자이 E단지 | 네이버 e편한세상 B단지 |
|---|---|---|---|---|
| 단지 및 관리 정보 | 단지소개 | | ① | |
| | 단지의 장점 및 단지전경 | | ① | |
| | 입주민게시판 (공지사항/건의사항) | ② | ④ | ② |
| | 관리사무소 게시판 (공지사항/건의사항) | ④ | ③ | ④ |
| | 입주자대표회의 게시판 (공지사항/건의사항) | | ③ | ③ |
| | 부녀회 게시판 (공지사항/건의사항) | | | |
| | 단지상가 및 지역정보 | ④ | ① | |
| | 아파트 A/S신청 및 안내 | | ⑥ | ③ |
| | 관리비조회 | | | |
| 개인 서비스 | 이메일 | | | |
| | 홈페이지 | | | |
| | 블로그 | | | |
| | 일정관리 | | | |
| | 가계부 | | | |
| | 웹파일 | | | |
| 이웃과의 커뮤니티 | 자유 게시판 | ③ | ④ | ② |
| | 홈페이지/블로그 | | | |
| | 아나바다/벼룩시장 | ④ | ④ | ③ |
| | 공동구매 | ③ | | ③ |
| | 생활정보 공유 | ④ | | |
| | 주민활동(단지행사, 봉사) | | ⑥ | ⑤ |
| 동호회 | 스포츠/취미/기타 관심분야 (부동산/법률/재테크/문화/교육/미용/건강/요리/생활) | ③ | 개편중 | ④ |
| 인터넷 사이트 연계 | 교육/문화/부동산/택배/쇼핑 등 | | | |

' ' 조사에서 제외된 컨텐츠

① 처음 등록자료 그대로 ② 7일 이내 ③ 30일 이내
④ 3개월 이내 ⑤ 6개월 이내 ⑥ 6개월 이후 ⑦ 이용안함

입주민들이 자체적으로 조직한 사이버 커뮤니티의 컨텐츠 중 '단지 및 관리정보'에 대한 정보는 인터넷 아파트 개발회사 웹사이트와 마찬가지로 웹사이트가 처음 생성될 당시의 자료를 그대로 제공하고 있었다. 한편 인터넷 아파트 개발회사 웹사이트와는 달리 입주민들이 자체적으로 조직한 사이버 커뮤니티에서는 소모임/동호회 컨텐츠의 이용이 빈번하지 못하였다. 이는 입주민들이 컨텐츠를 유형화하거나 형식에 얽매이지 않고 자유롭게 사용하고 있기 때문이다. 즉 해당 컨텐츠를 이용하는 것이 아니라, 입주민을 위한 공지사항이나 건의사항 등에도 부담없이 자유롭게 드나들며 커뮤니케이션의 수단으로 이용하고 있다는 것을 알 수 있다.

## Ⅳ. 결론 및 제언

본 연구에서는 아파트 단지 내 사이버 커뮤니티가 이루어지는 웹사이트상의 컨텐츠 유형실태와 입주민들의 이용현황을 중심으로 사이버 커뮤니티 활성화 방안을 모색 하고자 하였다.

결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 인터넷 아파트 개발회사에서 제공하는 컨텐츠는 아파트 단지마다 내용상 약간의 차이는 있었으나 크게 '단지 및 관리정보', '개인서비스', '이웃과의 커뮤니티', '동호회', '인터넷사이트와의 연계' 등 5가지로 유형화 할 수 있으며 그 중에서 단지 및 관리 정보에 관련된 내용이 가장 많이 차지하고 있었다.

둘째, 입주민들이 조직한 사이버 커뮤니티에서 제공되는 컨텐츠의 유형은 단지별 사이트마다 차이가 있었다. 인터넷 아파트 개발회사에서 필수적으로 제공하는 '단지 및 관리정보' 컨텐츠는 커뮤니티 이용자의 관심정도에 따라 달랐으며, 단지 내 이웃과의 커뮤니티를 통해 얻을 수 있는 생활정보나 주민 활동에 대해 더 많은 컨텐츠로 구성되어 있었다.

셋째, 인터넷 아파트 개발회사 웹사이트에서 제공되는 컨텐츠 이용현황은 입주민끼리의 자유로운 대화를 하거나 단지 동호회 모임과 관련된 컨텐츠의 이용현황이 빈번하게 나타났으며, 특히 아이시티로 I단지의 경우는 '단지 및 관리정보' 관련 컨텐츠도 활발하게 업데이트 되고 있었다.

넷째, 입주민들이 자체적으로 만든 커뮤니티 웹사이트의 컨텐츠 이용현황은 인터넷 아파트 개발회사 웹사이트와는 달리 소모임/동호회 컨텐츠의 이용이 빈번하지 못하였는데, 이는 이용빈도가 낮은것이라기 보다는 컨텐츠의 구성이 인터넷 아파트 개발회사처럼 체계적으로 구성된 것이 아니라서 입주민들이 다른 컨텐츠를 자유롭게 사용하고 있는 있기 때문이다.

사이버 커뮤니티가 활성화되기 위해서는 입주민들의 적극적인 참여가 필요하다. 그러기 위해서는 입주민들의 관심을 끌 수 있는 컨텐츠들과 함께 관련 프로그램들이 개발되어야 한다. 그리고 사이버 커뮤니티를 운영하고 관리하는 입장에서는 컨텐츠의 유형을 사용자가 알기 쉽게 구분하고 새로운 정보와 입주민의 요구가 반영되는 자료를 지속적으로 업데이트시킴으로서 사이버 커뮤니티에 대한 관심을 유도해야 할 것이다.

오늘날 도시의 주택유형 중 대부분을 차지하는 아파트에서 입주민들의 공동체 강화 움직임은 점점 더 활기를 띠고 있으나, 시간과 공간의 제약상의 이유로 관심에서 소외되고 참여하지 못하는 경우도 있다. 따라서 앞으로는 온라인상과 오프라인상에서의 커뮤니티 프로그램과 컨텐츠가 입주민의 라이프스타일에 맞게 개편되고 활성화됨으로서 디지털 시대의 아파트 주거문화가 새롭게 만들어 지기를 기대한다.

본 연구는 웹사이트상의 컨텐츠 현황과 입주민들의 이용현황을 중심으로 분석하였는데 향후에는 실제 입주민들을 대상으로 설문조사를 실시하여 사이버 커뮤니티에 대한 인지도와 요구사항 등을 파악함으로서 사이버 커뮤니티의 활성화 방안을 보다 구체적으로 제안하고자 한다.

## 참고문헌


1. 김준평(2004), 인터넷 활성화에 따른 커뮤니티 방향성에 관한 연구, 용인대학교 조형연구소 조형논총 제8호
2. 김한수 외2인(2001), 아파트 정보화의 실태와 주민의식, 한국주거학회지 제12권1호
3. 대한주택공사 주택도시연구원(2001), 아파트 공동체 실현을 위한 방안 연구
4. 박우평(2005), 공동주택 내 커뮤니티시설 활성화를 위한 계획요소에 관한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문
5. 윤무현(2005), 아파트 홈페이지가 아파트 생활에 미치는 영향, 성균관대학교 대학원 석사학위논문
6. 정승진(2001), 아파트 거주자의 커뮤니티 공간과 프로그램 이용 및 요구도, 건국대학교 대학원 석사학위논문
7. 우룡(2002), 인터넷시대의 아파트 주거생활과 근린관계 형성을 위한 아파트 홈페이지 활용방안, 인터넷아파트연구소
8. http://www.daum.net
9. http://www.ezville.net
10. http://www.freechal.com
11. http://www.icitiro.com
12. http://www.naver.com
13. http://www.uasis.com