

아파트 단지 내 사이버 공동체 활성화 방안 연구 I

- 사이버 공동체 실태와 콘텐츠의 유형화 -

The Revitalization Schemes for Virtual Communities in Apartment Complexes - The Status and Classification of the Virtual Communities -

이영애* 강순주**
Lee, Young-Ae Kang, Soon-Joo

Abstract

In the past, strong social bands, which had spontaneous communities, existed in Korean traditional society. However, while it's developing through industrialization; monolithic apartment houses were introduced which causes less interaction between neighbors. With the growing attention to the higher living quality, various schemes to revitalize the community spirits have been groped, including to improve in hardhearted neighborhood relationships and to cope with the dreariness in the city. With the development of the internet and the spread of 'digital home', the communities in cyber space have been especially revitalized since the information-oriented society. In a move to strengthen the communities in apartment complexes, this study tries to find the revitalization scheme for virtual communities in apartment complexes by analyzing the contents of its web sites and understanding the world of virtual community. These are compared and analyzed. The related virtual communities ("cafe" or "blogs") are also analyzed. The results are as follows. 1) There are some differences among the contents provided by apartment virtual community developing companies, still, it could be categorized into four types; "apartment complex introduction and management information" "community revitalization" "living guide" "individual services" 2) The contents provided by self-organized communities of residents neither require additional charge nor special membership for information while the formation is not systematized. 3) In the comparison of apartment virtual community developing companies with residents self-organized communities, "apartment complex introduction and management information" on freeboard, notice, request and Q&A, and "community revitalization" on communication board are both provided throughout the web sites. 4) The contents provided by apartment virtual community developing companies makes the information available in a wide range with managers, on the other hand, self-organized communities emphasize on showing attachment and concern of residents and requiring communications between neighborhoods.

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

주요어 : 사이버 공동체, 아파트 단지, 웹사이트, 콘텐츠

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

인류 역사상 가장 큰 물질적 풍요를 가져다 준 산업화를 거쳐 현대사회로 발전해가면서 도시에는 많은 인구가 집중하게 되었고 이들을 수용하기 위한 주택은 부족하게 되었다. 이러한 주택문제를 해결하기 위해 공급된 아파트는 양적공급에만 치중하여 아파트의 내적인 문제들이 사회적 문제로 부각되기 시작하였다. 단조롭고 획일적인 주동배치와 주민공용공간의 부족으로 입주민과 의사소통할 수 있는 기회가 점차 줄어들게 되었고, 아파트가 점점 고층화 되어감에 따라 아파트 단지 내 거주자들의 주거생활은 더욱 고립화·개인주의화 되어가는 성향을 보이게

되었다. 따라서 이러한 문제를 해결하기 위해 입주민들간의 공동체 형성이 선행되어야 함을 인식하고 최근 들어 아파트 단지 내 공동체 활성화를 위한 여러 방안들이 모색되고 있다. 특히 정보화 시대를 맞이하여 인터넷의 발달과 디지털 홈의 확산과 함께 사이버 공간 안에서의 공동체 형성이 활발해지고 있다. 불과 수년 전에 시작된 정보화 물결로 전 세계는 인터넷을 통해 하나의 네트워크로 자리 잡았다. 인터넷이 주도하고 있는 변화로 우리생활에 미치는 영향이 증대되면서 아파트 단지 내에 초고속 인터넷 설치가 가속화되고 아파트를 하나의 사이버 공간단위로 연결하는 홈페이지를 갖춘 인터넷 아파트들이 급속도로 늘어나게 되었다. 높은 인터넷 이용률이라는 환경 속에서 아파트 단지 내 홈페이지를 통한 사이버 공동체는 관리자 측의 입장에서는 아파트 관리업무 및 입주민을 위한 서비스 향상을 가져오고, 입주민의 입장에서는 입주민간의 공동체 활성화 공간으로서 그 중요성이 증가

*정회원(교신저자), 건국대학교 건축대학 주거환경전공 석사졸업
**정회원(주저자), 건국대학교 건축대학 주거환경전공 교수, Ph.D

하고 있다. 하지만 사이버 공간에서의 공동체는 아직까지 그 인지도가 낮을 뿐만 아니라 주민참여로 인해 형성되기보다는 기업체의 사업적인 목적이나 홍보·광고 위주의 정보에 치중되는 경향이 있어 공동체 강화라는 목적에 부합하지 못하며, 실제 아파트 단지 내 사이버 공동체에서 어떤 콘텐츠를 제공하고, 입주주민들의 요구도에 대한 학술적인 연구는 전무하다.

이에 본 연구는 아파트 단지 내 사이버 공동체 활성화 방안을 위한 1단계 연구로 아파트 홈페이지 및 인터넷 포털 사이트를 통한 사이버 공동체의 콘텐츠를 비교 분석하여 사이버 공동체의 현주소를 파악하고 이를 유형화함으로써 향후 정보화 사회 속에서 새롭게 요구되는 사이버 공동체의 활성화 방안을 모색하기 위한 기초자료를 제시하고자 한다.

2. 연구방법

현재 아파트 단지 내에서 이루어지는 사이버 공동체는 크게 주택건설사 주도형 인터넷 아파트 개발회사에서 제공하는 것과 인터넷상에서 동호회 모임으로 이루어지는 카페 또는 블로그와 부동산 포털사이트에서 분양 및 홍보를 목적으로 제공하는 무료 홈페이지 및 아파트 단지 내에서 자체적으로 유료로 제작한 홈페이지 등이 있다.

본 연구에서는 공동체 활성화와 관련하여 분양 및 홍보를 목적으로 하는 부동산 포털사이트를 제외하고 입주주민들이 자체적으로 만든 유료 홈페이지는 그 수요를 파악하는데 한계가 있어 주택건설사 주도형 인터넷 아파트 개발회사와 인터넷상에서 동호회 모임으로 이루어지는 카페 또는 블로그를 대상으로 콘텐츠의 내용을 주제별로 분류하고 분류된 콘텐츠에 쓰인 단어의 목적에 따라 범주화하면서 내용을 분석하였으며 분석흐름도는 <그림 1>과 같다.

구체적인 방법으로는 주택건설사 주도형 인터넷 아파트 개발회사 중에서 활발한 움직임을 보이며 인지도가 높은 브랜드를 담당하는 아파트 개발회사인 3곳(유아시스, 이지빌, 아이씨티로)을 선정하였고 아파트 홈페이지에 접속하기 위해서 입주민의 아이디와 비밀번호를 협조받을 수 있는 9단지<표 1, 그림 2>의 콘텐츠와 인터넷 이용자들이

공동체 형성을 목적으로 가장 많이 이용하는 주요 포털 사이트 3곳 ‘다음, 네이버, 프리챌’에서 제공하는 카페 중에서 아파트 입주자 모임과 관련된 카페<표 2, 그림 3>의 콘텐츠를 조사하였다.

조사대상 중에서 포털 사이트 카페의 경우 입주전에 결성된 카페는 단지홍보에 치중하고 장점만 부각시키려는 경향이 강하여 입주된 단지를 중심으로 조사대상을 선정하였다. 이와 더불어 사이버 공동체가 안정적으로 운영되어야 함을 고려하여 개인적으로 활동하는 포털 사이트 카페를 제외하고 지속적인 운영이 되고 있는지를 파악하기 위해 100명 이상의 회원들로 구성된 카페와 조사시점으

표 1. 인터넷 아파트 개발회사의 조사대상 단지

구분	웹사이트명	조사대상 단지		
인터넷 아파트 개발 회사	유아시스 (www.uasis.com)	신공덕 래미안	서초 래미안	문정 래미안
	이지빌 (www.ezville.net)	마포 자이	강동 자이	신도림 자이
	아이씨티로 (www.icitiro.com)	역삼 e-편한세상	이문동 e-편한세상	대방1차 e-편한세상

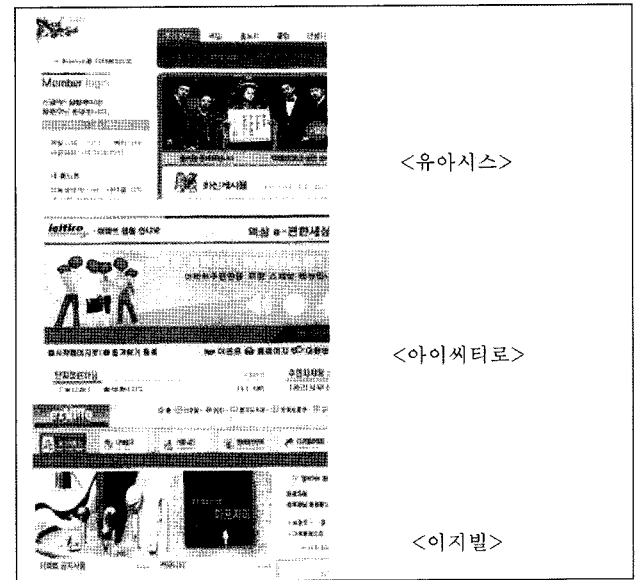


그림 2. 인터넷 아파트 개발회사 웹사이트 사례

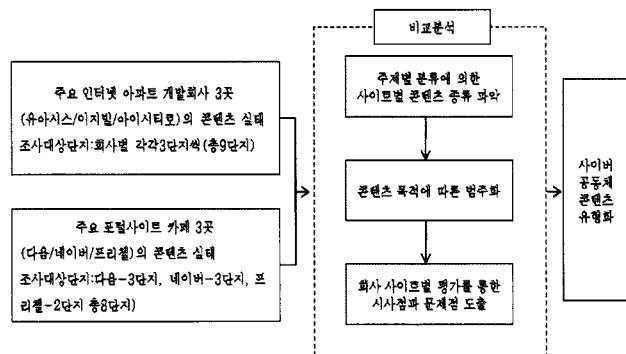


그림 1. 분석흐름도

표 2. 포털 사이트 카페의 조사대상 단지

구분	조사대상 단지		
	다음카페	네이버카페	프리챌 커뮤니티
단지명	역삼 e-편한세상	북한산 e-편한세상	동수원 자이
회원수	199명	962명	477명
개설일	2006.7.22	2004.12.20	2003.9.2
단지명	이문 e-편한세상	길음2차 래미안	천천 래미안
회원수	224명	331명	107명
개설일	2002.10.7	2006.3.25	2002.9.4
단지명	월성 래미안	성내 래미안	-
회원수	599명	139명	-
개설일	2006.2.19	2006.4.28	-

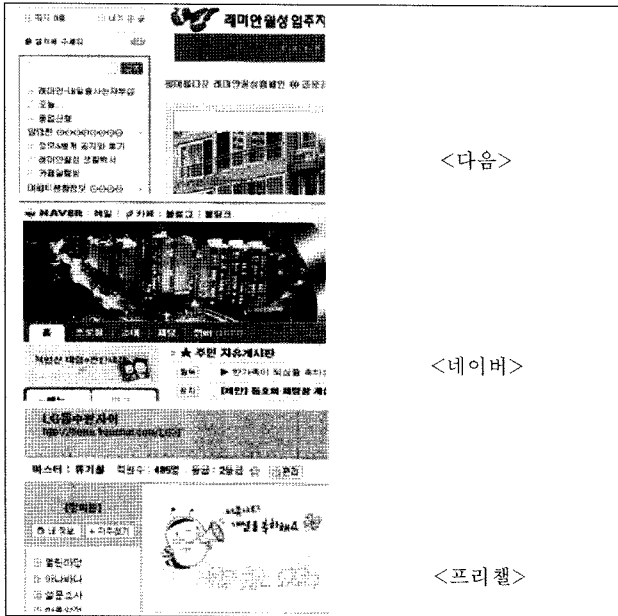


그림 3. 포털 사이트 카페 웹사이트 사례

로부터 최소 6개월 이전에 개설된 카페를 선정하였다. 그러나 아직까지 입주민들의 인지도와 이용률이 낮아 위의 조건을 만족시키는 조사대상 단지가 적어 조사시점으로부터 최소 3개월 이전에 개설된 카페까지 추가하여 선정하고 2006년 10월 해당 아파트 입주민들에게 양해를 얻어 연구자가 직접 조사대상 웹사이트에 접속한 후, 각각의 웹사이트 상에 나타나는 콘텐츠의 내용을 주제별로 분류하고 분류된 콘텐츠에 쓰인 단어의 목적에 따라 범주화하면서 내용을 분석하였다.

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 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 공동체(Community)개념은 어떤 지리적 영역 안에서 거주하는 사람들끼리 서로 돕고, 친밀감을 형성하는 사회적 유대관계를 기초로 한 집단이라 할 수 있다. 맥키버(Robert M. Maclver, 1917)가 말하는 공동체는 공동체로 이루어진 사회보다는 공동체의 단위 개념에 초

점을 두고 있어, 단순히 지역성에 있어서만 취급되는 것이 아니라 많은 문화 영역을 포괄하는 공동생활의 한 형태로서 취급된다고 하였다. 국내의 연구에서 하성규 외 1인(1999)은 특정 지역을 함께 공유하는 구성원들이 사회적 상호작용을 통해 서로에 대한 유대감과 소속감을 공유하면서 조화로운 공생을 통해 스스로의 존속을 피하는 사회집단이라 하였고, 박광재 외 2인(2001)은 일정 부분의 장소를 공유하면서 사회적인 교류관계에 의해서 지속적인 접촉과 참여를 통해 형성되는 심리적 공동의식과 지역에 대한 애착심을 가진 지역적 사회집단이라 하였다. 위의 연구자들로부터 공동체에 대한 개념 정의를 살펴보면, 공동체는 어떤 지역이나 장소를 함께 공유하는 물리적 환경을 기반으로 지속적인 상호작용을 통해 친밀감이나 소속감을 느끼며 행동이나 목적을 같이하는 집단이라고 볼 수 있다.

2. 사이버 공동체(The Virtual Community) 개념

‘사이버(Cyber)’의 단어적인 의미는 ‘컴퓨터로 자동 제어되는, 인공두뇌화 된, 컴퓨터와 관련된’이라는 뜻의 과학용어로 쓰이기 시작했다.¹⁾ 즉, 사이버는 컴퓨터에 의해 만들어진 세계라는 의미를 내포한다. 소설가 김슨(William Gibson)이 그의 저서 『뉴로맨서(1984)』에서 컴퓨터에 의해 만들어진 세계의 가상현실성을 실감나게 표현하면서 사이버라는 단어가 확산²⁾되었는데, 사이버 공동체에 대한 정의를 살펴보면 헤그놀드(H. Rheingold, 1993)는 그의 저서 『가상 공동체(The Virtual Community)』에서 사이버 공동체란 많은 사람들이 가상공간에서 거미줄 같이 복잡한 인간관계를 구축할 수 있을 정도로 오랜 기간 공적인 토론을 유지할 때, 그러한 네트워크에서 형성하는 사람들의 사회적 집합체라고 정의하였다. 이재관(2002)은 사이버 공동체란 다자간 커뮤니케이션 개념에 따라 구축되는 네트워크이며, 형식적 참가가 아니라 구성원들이 매력을 느끼고 계속 머물고 밀도 있는 상호작용을 하도록 설계된 것으로 영리적이든 비영리적이든 그 목적과 초점이 분명하고 구성원들의 니즈(needs)를 채워주기 위한 서비스가 제공되는 온라인상의 공동체라 하였다. 윤미진(2004)은 새로운 정보기술에 의거하여 인터넷 가상환경의 네트워크 상에 구상된 공통의 관심사나 경험을 가지고 유형물 또는 무형물 등의 흥미와 재미를 위한 정보의 교류로 상호작용 하는 사람들의 집단 또는 관계라고 정의하였다. 사이버 공동체에 대한 연구를 진행한 학자들로부터 개념 정의를 살펴보면, 사이버 공동체는 공동의 목적과 관심을 가진 사람들이 인터넷이라는 가상의 공간에서 만나 정보를 교환하며 상호작용하는 사회적 집합체라고 정의내릴 수 있다.

공동체와 사이버 공동체를 비교하면, 전자는 ‘지역성’이

1) 이명식(2003), 사이버공동체 발전론, 집문당
2) 이재관(2002), 사이버공동체 성공요인, 집문당

라는 물리적인 환경을 큰 변수로 두고 있으나 후자는 일정한 지역이나 장소가 없이 ‘사이버’라는 가상공간에서 지속적인 상호작용을 통해 친밀감이나 소속감을 느끼며 행동이나 목적을 같이 할 수 있다. 따라서 사이버 공동체에서는 시간과 공간에 제약받지 않고 동시적 또는 비동시적 커뮤니케이션이 가능하여 다양한 구성원들이 참여할 수 있다. 또한 대부분의 사이버 공동체는 현실을 기반으로 운영되고 있어 온라인이 아닌 오프라인에서도 활용이 가능하다.

따라서 본 연구에서는 기존 연구들의 개념을 종합하여 아파트 단지 내 사이버 공동체 개념을 아파트 홈페이지 및 아파트 입주자들이 자체적으로 만든 인터넷 포털 사이트를 이용하여 아파트 생활의 편리함을 추구하고, 정보교환을 하는 아파트 단지 내 입주자들을 위한 온라인상의 공동체로 정의한다.

3. 아파트 단지 내 사이버 공동체 현황

우리나라 아파트 단지의 사이버 공동체 시초는 1998년 서울 양천구 목동8단지 아파트 홈페이지로 볼 수 있다. 최초의 아파트 홈페이지 개설 이후, 아파트 홈페이지는 계속적으로 증가하게 되었으며 1999년 말과 2000년 초 주택건설사 주도형 인터넷 아파트 개발회사가 등장하면서부터 급속도로 팽창하게 되었다(우룡, 2005).

윤무현(2005)의 연구에 따르면 2005년 11월에 인터넷 검색 포털 사이트를 통해 아파트 홈페이지 현황을 검색한 결과 <표 3>과 같았다.

주로 포털사이트, 인터넷아파트 개발회사, 지역광고에서 제공하는 홈페이지가 주를 이루고, 아파트 관리회사에서도 홈페이지를 운영하는 사례도 있었으며 아파트 홈페이지를 전문적으로 다루는 회사는 미비한 것으로 나타났다.

높은 인터넷 이용률이라는 환경 속에서 아파트 단지 내 사이버 공동체는 관리자 측의 입장에서는 아파트 관리업무 및 입주자를 위한 서비스의 향상을 가져오고, 입주자의 입장에서는 다양한 정보를 쉽게 접할 수 있고, 입주자 간의 친목도모와 결속력을 높이는 역할이 가능하여 그 중요성이 높다. 그러나 아직까지 사이버 공동체를 활성화시키고 지속적으로 운영하기 위해 현재의 실태와 콘텐츠들의 유형화를 통한 문제점 및 앞으로 어떠한 것이 보완되어야 할 것인가에 대한 학술적인 연구가 전무하다. 김한수 외 2인(2001)은 인터넷 검색 엔진에 나타난 아파트 홈페이지 콘텐츠에 대해 서술하였으나 현재 아파트 단지 내 사이버 공동체에 많은 영향을 끼치고 있는 인터넷 아파트 개발회사의 콘텐츠는 고려하지 않았으며 홈페이지 간 비교를 통해 콘텐츠를 유형화하는 연구는 이루어지지 않았다. 이에 본 연구에서는 현재 사이버 공동체에는 어떤 내용들이 제공되고 있으며 콘텐츠들은 회사나 입주자 중심의 포털사이트 별로 어떤 차이가 있고 그 내용은 어떻게 유형화되며 문제점들은 무엇인가를 규명하여 향후 사이버 공동체의 활성화를 위한 시사점을 찾고자 한다.

표 3. 아파트 홈페이지 현황

구분	사이트명	도메인
포털사이트	다음	www.daum.net
	네이버	www.naver.com
	야후	www.yahoo.co.kr
	네이트	www.nate.com
	파란	www.paran.com
	닥타아파트	www.drapt.com
인터넷아파트 개발회사	유아시스	www.uasis.com
	이지빌	www.ezville.net
	아이씨티로	www.icitiro.com
아파트 홈페이지 전문회사	테크노빌리지	www.technovillage.co.kr
	가바타	www.gabata.com
아파트 커뮤니티 & 지역광고	헬로아파트	www.helloapt.co.kr
	젤존	www.jeljonapt.co.kr
	아파트넷	www.apatnet.com
	114guide	www.114guide.co.kr
아파트 관리 전산 S/W업체	홍진데이터	www.hyosungds.co.kr
	주택정산	www.aptz.co.kr
	백경	www.bkinfo.co.kr
관리회사	우리관리	www.woorihom.com
	한빛관리	www.hanbbit.co.kr
정부기관	서울 도봉구청	www.dobong.go.kr

III. 연구결과 및 해석

1. 인터넷 아파트 개발회사의 사이버 공동체 콘텐츠

1) 유아시스

인터넷 아파트의 주요 개발회사인 ‘유아시스’에서 제공하는 콘텐츠를 정리하면 <표 4>와 같다.

유아시스에서 제공하는 ‘우리단지’ 관련 콘텐츠 중 ‘이웃끼리’는 생활문화지원센터, 입대회, 부녀회에서 알리는 공지사항과 관련된 내용이 있었으며, ‘단지정보’는 단지에 대한 기본적인 정보를 제공해주고 있었다.

특히 ‘가전제어’는 지속적으로 개발되고 있는 홈네트워크 시스템을 인터넷으로도 제어·확인하도록 지원해주는 콘텐츠로서 유비쿼터스 시대 도래에 맞추어 앞으로 비중 있게 다루어야 할 것으로 사료된다.

알뜰살뜰 내용에는 ‘벼룩시장’, ‘구인구직’ 등이 있었는데 이는 기존 오프라인에서도 아나바다 형태로 입주자들의 공동체 형성에 도움을 주는 콘텐츠이므로 온라인상의 사이버 공동체를 이용한다면 시간과 공간의 제약을 받지 않고 언제든지 이용할 수 있는 이점이 있으므로 더욱 활성화가 요구된다.

‘홈노트’와 ‘클럽’과 같은 콘텐츠는 가족, 단지 입주자, 같은 브랜드지만 다른 아파트에 살고 있는 입주자까지 커뮤니케이션 할 수 있도록 구성되어 있었다.

‘생활서비스’와 ‘콘텐츠세상’은 일상생활과 관련된 부동산, 금융, 뉴스에서부터 쇼핑, 교육, 건강 등에 대한 다양한 정보를 관련 홈페이지에 빠르고 쉽게 접근할 수 있도록

표 4. '유아시스'에서 제공하는 콘텐츠

구분	콘텐츠 종류	설명	
우리 단지	이웃끼리	우리마을게시판, 입대회, 부녀회, 자원센터, 투표광장, 우리단지 좋은글	관리사무소, 입주자대표회의, 부녀회에서 공지사항을 알려주거나 입주민이 자유롭게 글을 올릴 수 있는 게시판 등이 있음
	단지 정보	아파트 정보, 아파트 오시는 길, 아파트 기본사항, 평면도/입체도	단지에 대한 안내
	관리비	관리비 조회	관리비 청구 및 납부내역을 확인 할 수 있음
	우리집 A/S 신청	우리집 A/S소개, 품질보증기간	A/S소개 및 신청을 할 수 있음
	가전제어	가전제어	가정의 첨단기기들이 네트워크로 구축되어 있을 경우 홈패드를 이용하여 집안밖에서 제어 할 수 있는 서비스를 제공함
	지역 정보	우리동네정보, 전국지역정보검색, 지도검색	단지지역 및 전국지역의 상호, 공공기관 위치와 연락처를 검색할 수 있음
	알뜰살뜰	벼룩시장, 구인구직	단지 입주민이 스스로 물건을 판매하고 저렴하게 구입할 수 있는 사이버 시장
	가족관리	우리집 가족, 등록신청자 관리	홈페이지에 등록된 우리가족을 확인할 수 있음
홈노트	홈노트	가족 모두가 글을 쓸 수 있는 가족형 블로그	
클럽	클럽	우리단지 및 타단지 입주자간에 취미나 관심사를 나눌 수 있도록 함	
메일	메일	대용량 메일 서비스를 제공해 줌	
생활 서비스	부동산 서비스, 동기 서비스	입주민을 위한 동기, 부동산 서비스 등을 제공해 줌	
콘텐츠 세상	사이버 유치원, E-Book, 유학, 육아, U영화관, TV편성표	유아, 독서, 게임, 교육 등의 웹사이트와의 연계로 정보를 제공해 줌	
초고속 인터넷	초고속인터넷	UASIS인프라가 구축되어 신청자에 한하여 초고속 인터넷 서비스가 제공됨 (별도의 비용을 필요로 함)	

록 연결하여 생활의 편리성을 더해주고 있다. 이 외에도 이메일, 초고속인터넷서비스를 제공하고 있었다.

이를 종합하면 유아시스의 사이버 공동체 콘텐츠들은 크게 단지소개 및 관리 정보, 생활정보 및 커뮤니티 네트워크 구축을 위한 내용들로 구성되어 있음을 알 수 있다.

2) 이지빌

인터넷 아파트의 주요 개발회사인 '이지빌'에서 제공하는 콘텐츠를 정리하면 <표 5>와 같다.

이지빌에서 제공하는 '우리아파트' 내용 중 '생활지원센터', '입주자대표회의', '부녀회' 콘텐츠는 유아시스에서 제공하는 '우리끼리'와 같은 역할을 하는 콘텐츠로서 유아시스는 하나로 통합된 반면 이지빌은 각각 분리가 되어 있어, 이용자가 혼란스럽지 않게 이용할 수 있게 구성되어 있었다. 또한 가족 또는 이웃과 커뮤니케이션할 수 있는 '커뮤니티' 콘텐츠도 게시판, 동호회, 가족 홈페이지,

표 5. '이지빌'에서 제공하는 콘텐츠

구분	콘텐츠 종류	설명	
우리 아파트	생활지원센터	자치단체소개, 공지사항, 게시판, 건의질의, 하자보수신청, 사진앨범, 자료실	생활지원센터 소개 및 공지사항을 알려주고 하자보수신청 등을 할 수 있음
	입주자대표회의	자치단체소개, 공지사항, 게시판, 건의질의, 사진앨범, 자료실	입주자대표회의의 소개 및 활동내용을 알려줌
	부녀회	자치단체소개, 공지사항, 게시판, 건의질의, 사진앨범, 자료실	부녀회 소개 및 활동내용을 알려줌
	단지게시판	열린마당, 정보마당	입주자들이 글을 올리거나 정보를 공유하는 게시판
	단지 정보	단지소개, 단지/조경, 배치도, 교통정보, 평형별 안내, 내부특장점	단지에 대한 안내
	관리비 조회	관리비 청구내역, 관리비 납부내역, 원격검침 내역	관리비 청구 및 납부내역
	전화번호부	전체 전화번호부, 단지내 주요전화번호, 단지 및 지역상가, 관공서/공공기관, 교육, 의료건강, 금융	단지 내 및 인근지역의 공공기관 주요 연락처를 알려줌
	아파트 시세	우리아파트 시세	시세정보를 제공하는 웹사이트와 연계되어 정보제공
	센스 계산기	넓이길이계산, 중계수수료 계산, 취득세, 등록세 계산	부동산 관련 계산을 편리하게 해줌
	나의도구	이메일, 가계부, 클린e자녀PC관리	개인 이메일 및 가계부관리 서비스를 제공해줌
커뮤니티	게시판	열린마당, 유머광장, 추천합니다, 고발합니다, 우리아파트자랑합니다	이지빌 홈페이지 전국 회원이 함께하는 이야기 나누는 공간
	동호회	내가 가입한 동호회, 동호회 순위보기, 동호회 자랑하기	단지 동호회 및 이지빌 홈페이지 전국 회원을 위한 동호회 모임
	가족 홈페이지	내가 가입한 홈페이지, 가족홈페이지 TOP100, 가족홈 자랑하기	우리가족전용 홈페이지로 이웃과 친척도 등록하여 사용할 수 있음
	화상 서비스	화상서비스	메신저를 기반으로 친구나 가족과 대화를 나누고 화상통화나 회의 기능을 할 수 있음
	맛집맛집	맛집맛집	단지 주변에 있는 맛있는 음식점에 대한 소개
	벼룩시장	팝니다, 삽니다, 공짜로 드려요	이지빌 홈페이지 전국 회원이 함께하는 벼룩시장
	구인구직	과외/레슨, 아이돌보기, 집안일	과외, 레슨, 집안일도우미 등 일 자리를 찾거나 일할 사람을 찾음
	엔터테인먼트	전자도서관, 인터넷영화관, 무료VOD, DVD 대여점, 야실특만화방, 여행	인터넷 사이트와 연계되어 이용할 수 있음 (별도의 비용을 필요로 함)
	디지털 라이프	단지/지역/전국 날씨, 부동산, 택배, 114전화 검색, 인테리어, 포장이사, 법률, 헬스케어, 교육, 재테크/보험	다양한 생활 정보를 인터넷 사이트와 연계되어 편리하게 이용할 수 있음
	쇼핑	GSeShop, GSeRetail, 옥션경매, 불불공동구매, YES24(도서음반), 정보화마을장터, 꽃매달	인터넷 쇼핑몰과 연계하여 인터넷 쇼핑을 편리하게 해줌

화상서비스, 맛집멋집과 같은 주변지역정보, 벼룩시장, 구 인구직 등으로 세분화되어 있었다. 그 외 ‘엔터테인먼트’, ‘디지털라이프’, ‘쇼핑’과 같은 콘텐츠는 유아시스와 마찬가지로 관련 홈페이지와 연결하여 정보를 제공하고 있었다.

이를 종합하면 이지빌에서는 단지소개 및 관리 정보, 커뮤니티 관련 내용에는 다양한 생활 정보 교환의 장과 동호회 활성화를 위한 내용들로 구성되어 있음을 알 수 있다.

3) 아이씨티로

인터넷 아파트의 주요 개발회사인 ‘아이씨티로’에서 제공하는 콘텐츠를 정리하면 <표 6>과 같다.

아이씨티로에서 제공하는 콘텐츠도 유아시스와 이지빌과 마찬가지로 ‘단지열린마당’에서는 단지소개에 대한 내용을 제공하고 ‘관리사무소’, ‘주민공동체’를 통해 관리사무소에서 알리는 공지사항, 입대회와 부녀회에서 알리는 공지사항 정보를 제공하고 있었다. 다른 인터넷 아파트 개발회사와 비교되는 특징적인 것으로는 e-편한서비스에서 ‘IT문화관’콘텐츠가 있었는데 이를 통해 단지 내 주민공용시설 이용안내에 대한 정보를 제공하고 있었다.

주민공용시설은 최근 공동체 강화를 위해 중요시되고 입주 주민들의 요구가 높아져 건설회사에서도 다양한 시설을 제공하고 있다. 따라서 주민공용시설 홍보 및 이용안내에 대하여 단지 내 게시판과 리플릿만으로 홍보하지 말고, 사이버 공동체를 병행한다면 입주 주민들도 보다 편리하게 정보를 제공받을 수 있으리라 생각된다. 또한 아이씨티로에서는 이메일 이외에도 웹파일관리, 무료문자서비스를 제공하는 등 다양한 부가서비스를 제공하고 있었다.

이상을 종합하여 인터넷 아파트의 주요 개발회사별로 표현은 다르나 같은 내용의 콘텐츠를 분류하여 정리하면 <표 7>과 같다.

유아시스의 경우 단지위치를 나타내는 표현을 ‘아파트 오시는 길’이라고 하였는데 이지빌은 ‘단지위치’, 아이씨티로의 경우는 ‘교통정보’라고 표현하고 있었다. 이와 같이 콘텐츠명에 사용된 용어와 표현은 다르지만 그 의미와 목적이 같은 것끼리 분류하여 정리하였다.

인터넷 아파트 개발회사에서 제공하는 콘텐츠는 단지 위치나 평형안내와 같은 단지소개 및 생활지원센터, 입주자대표회의, 부녀회에서 알리는 공지사항 또는 건의사항 콘텐츠는 구성과 명칭은 차이가 있었으나 같은 목적으로 모든 홈페이지에서 제공하는 기본적인 콘텐츠임을 알 수 있었다. 그 외에도 우리지역소개, 대중교통안내, 단지상가 목록/연락처 등의 주변 지역정보를 제공하는 콘텐츠와 다른 인터넷사이트를 이용한 엔터테인먼트/교육/쇼핑/금융/부동산/법률 등의 정보 제공 콘텐츠, 동호회와 대화소모임과 같은 커뮤니케이션 콘텐츠 등도 모든 인터넷 아파트 개발회사에서 볼 수 있었다.

한편 이메일을 비롯한 웹파일 관리, 무료문자서비스와 같은 콘텐츠는 사이버 공동체를 통해 아파트 입주 주민들과의 공동체를 강화하는데 직접적인 영향을 주는 것은 아니지만, 다양한 서비스를 제공함으로써 사이버 공동체에

표 6. ‘아이씨티로’에서 제공하는 콘텐츠

구분	콘텐츠 종류	설명	
우리 아파트	단지 열린마당	입주민계시판, 우리단지앨범, 주민홈페이지, 우리지역소식	아파트 입주자들과 자유로운 이야기, 좋은 정보를 나눌 수 있도록 함
	관리사무소	공지/건의, 소개	관리사무소에 대한 소개, 업무안내 및 업무 조직도와 공지사항을 알려줌
	주민공동체	입주자대표회의, 부녀회, 단지동호회	입주자대표회의 및 부녀회의 조직도, 활동 내용 등을 알려줌
	아파트 안내	우리 아파트 시세, 단지 배치도, 교통안내, 평형별안내, 주요기관	단지에 대한 안내
	아파트 A/S	아파트 A/S	e편한세상 고객센터 사이트와 연계됨
e-편한서비스	상가정보	상가목록, 단지내 상가, 상가무료등록, 인터넷 광고신청	단지 내 상가 및 인근 지역의 상가의 연락처를 알려줌
	나의 공간	이메일, 홈페이지, 일정관리, 웹파일관리, 우리가족회원, 마이리지, 문자메세지	개인 홈페이지 및 일정, 웹파일 관리, 무료문자메세지 등의 서비스를 지원해 줌
		공지사항	e-편한서비스공지
	IT문화관	멀티플렉스존, 엔터테인먼트존, VOD존, 비즈니스존, 레스토랑, 키드존, IT문화관 소개, 예약/취소, 이용후기	
		아파트 생중계	아파트 생중계
	인터넷 슈퍼마켓	인터넷 슈퍼마켓	
	우리집 관리비	우리집 관리비	
	아파트A/S	아파트A/S	
	알뜰할인 쿠폰	알뜰할인 쿠폰	
	아파트시세	우리아파트 시세	
	초고속 인터넷	초고속 인터넷	
	e-Family	e-Family	
	커뮤니티	게시판, 동호회, 자료실, 대화방, 베스트홈페이지, 배워봅시다, 넷시클럽	아이씨티로 홈페이지 전국 회원이 모두 자유로운 대화를 하거나 동호회 모임 관련 게시판이 있음
플라자		영어, 어린이영어, 봄봄공동구매, 삼성볼, 한솔CS, YES24, 증권	인터넷 쇼핑몰과 연계하여 인터넷 쇼핑을 편리하게 해줌

접속하고 참여하도록 유도할 수 있으므로 회사별로 참신한 콘텐츠 개발이 필요하다.

2. 포털 사이트 카페의 사이버 공동체 콘텐츠

포털 사이트 카페의 사이버 공동체는 입주 주민들간 정보를 공유하고 단지사진을 통해 단지홍보를 하는 등 입주 민과의 공동체 형성을 목적으로 운영되는 카페의 콘텐츠

표 7. 인터넷 아파트 개별회사별 콘텐츠

콘텐츠명			콘텐츠 종류
유아시스	이지빌	아이씨티로	
아파트 오시는길	단지위치	교통정보	단지위치
×	배치도	단지 배치도	배치도
평면도/입체도	평형별안내	평형별 안내	평면도
아파트정보, 기본 사항	분양세대수	평형별 안내	분양세대수
우리마을게시판	열린마당, 정보마당	입주민 게시판	게시판/공지사항/건의사항/Q&A
×	단지 내 주요전화번호	주요기관	단지 내 주요 연락처
관리비 조회	관리비청구내역, 관리비 납부내역 등	우리집관리비	관리비 내역조회
우리집A/S소개	하자보수신청	아파트 A/S	아파트 A/S 안내
가전제어	×	×	가전제어
×	내부특장점	×	단지소개/장점
지원센터	관리사무소소개, 공지사항, 게시판, 건의질의	공지/건의, 소개	관리사무소 건의사항
입대회	입대회소개, 공지사항, 게시판, 건의질의	입주자대표회의	입대회 건의사항
부녀회	부녀회소개, 공지사항, 게시판, 건의질의	부녀회	부녀회 건의사항
벼룩시장	팝니다, 삽니다 등	×	벼룩시장/아나바다
×	×	e-편한서비스 공지 등	주민공용시설 이용정보
구인구직	과의, 레슨, 아이들돌보기	×	구인구직
우리동네정보	관공서/공공기관	우리지역소개	우리지역소개
×	교통정보	×	대중교통안내
×	단지 및 지역상가	단지 내 상가 등	단지상가목록/연락처
전국지역정보 검색, 지도검색	전체 전화번호부	×	전국 지역정보 검색
사이버유치원, 부동산서비스 등	전자도서관, 낱씨, 부동산, 쇼펍, 아파트 시세 등	아파트 시셀, 어린이 영어, 불불 공동구매 등	엔터테인먼트/교육/쇼펍/금융/부동산/법률 등
우리단지 좋은글	맛집맛집, 열린마당, 유머광장 등	게시판, 동호회, 대화방 등	대화모임 게시판
클럽	내가 가입한 동호회 등	단지 동호회	동호회
×	화상서비스	×	화상서비스
초고속인터넷	×	초고속 인터넷	초고속인터넷
메일	이메일	이메일	이메일
홈노트, 우리집가족	내가 가입한 홈페이지, 가족 홈페이지 등	홈페이지, E-Family	홈페이지/블로그
×	×	일정관리	일정관리
×	×	웹파일관리	웹파일
×	×	문자메세지	무료문자서비스
×	가계부	×	가계부

를 조사한 결과 입주민들에 의해 자유롭게 만들어졌기 때문에 인터넷 아파트 개발회사에서 제공되는 웹사이트의

콘텐츠처럼 체계적으로 구성되어 있지 않아 여기서는 인터넷 아파트 개발회사에서 제공되는 콘텐츠를 토대로 하여 포털 사이트 ‘다음, 네이버, 프리챌’에서 제공되는 아파트 입주자 모임과 관련된 카페의 콘텐츠를 비교하면서 정리하였다<표 8>.

분석결과 ‘게시판/공지사항/건의사항/Q&A’와 ‘대화모임 게시판’은 모든 포털 사이트 카페에서 제공되는 콘텐츠였다. 특히 ‘게시판/공지사항/건의사항/Q&A’의 경우는 주민이 기본적으로 알아야 할 공지사항이므로 필수적으로 제공되는 것으로 사료되는 콘텐츠라 생각되며 ‘대화모임 게시판’은 입주민들끼리 인사도 나누며, 개인적인 이야기나 아파트 단지 내에서 일어난 이야기를 주고받는 커뮤니케이션 장으로서의 역할을 하고 있었다.

그 다음으로 많이 제공되는 콘텐츠로는 관리사무소에 제안하는 건의사항과 벼룩시장/아나바다 콘텐츠가 있었다.

프리챌 G단지의 경우 다른 단지에 비해 단지소개 및 장점, 사진 등 많은 정보를 제공하고 있었는데 이것은 자신이 살고 있는 아파트에 대한 관심 정도와 관련 있다고 볼 수 있다. 특히 인터넷 아파트 개발회사에서 볼 수 없었던 ‘단지사진’, ‘공동구매’, ‘입주자간 정보교류’ 등의 콘텐츠는 입주자 상호간의 커뮤니케이션을 필요로 하는 입주민들의 공동체 강화에 긍정적인 영향을 줄 수 있는 내용이 포함되어 있었다.

반면에 인터넷 아파트 개발회사에서 제공하는 ‘관리비 내역조회’, ‘주민공용시설 이용정보’, ‘가전제어’와 같은 콘텐츠는 나타나지 않고 있는데 이는 추가적인 시스템을 필요로 하기 때문에 입주민들이 자체적으로 만든 포털 사이트 카페에서는 제공하기 힘든 것으로 보여 진다.

그 외 ‘구인구직, 단지상가목록/연락처, 엔터테인먼트/교육/쇼펍/금융/부동산/법률, 이메일, 홈페이지/블로그, 일정관리, 웹파일, 무료문자서비스, 가계부’ 등의 콘텐츠도 포털 사이트 카페에서는 제공되지 않고 있다. 특히 ‘이메일’ 콘텐츠는 포털사이트 자체적으로 이메일 서비스를 제공하기 때문에 없는 것으로 보여 진다.

3. 사이버 공동체의 콘텐츠 유형화

인터넷 아파트 개발회사에서 제공하는 아파트 홈페이지 콘텐츠를 내용별로 구분한 31개의 콘텐츠와 포털 사이트 카페에서 제공하는 3개의 콘텐츠를 추가하여 총 34개의 콘텐츠 종류를 유형화한 결과는 <표 9>와 같다.


사이버 공동체의 콘텐츠 유형은 크게 ‘단지소개 및 관리정보’, ‘생활정보 제공’, ‘공동체 활성화’, ‘개인서비스’ 등 네 가지 유형으로 구분할 수 있다.


단지소개 및 관리정보 유형은 사이버 공동체가 갖추어야 할 가장 기본적인 콘텐츠로서 살고 있는 아파트에 대한 입주자들의 소속감과 애착을 유도하고 특히 아파트 관리에 대한 폭넓은 이해와 관심을 통해 주민들이 직접 참여할 있는 계기를 마련한다는 점에서 의미있다고 할 수 있다. 본 분석 결과에서는 네 영역 중에서 가장 많은 비

표 8. 포털 사이트 카페에서 제공하는 콘텐츠

콘텐츠 종류	다음			네이버			프리챌	
	A	B	C	D	E	F	G	H
단지위치	-	-	-	-	-	-	○	-
배치도	-	-	-	-	-	-	○	-
평면도	-	-	-	-	-	-	○	-
분양세대수	-	-	-	-	-	-	○	-
게시판/공지사항/건의사항/Q&A	○	○	○	○	○	○	○	○
단지 내 주요 연락처	-	○	-	-	-	-	○	-
관리비 내역조회	-	-	-	-	-	-	-	-
아파트 A/S 안내	○	-	-	-	○	-	○	○
단지소개/장점	○	-	-	-	-	-	○	-
단지사진	-	-	-	○	○	-	○	-
관리사무소 공지/건의사항	-	-	○	○	○	○	○	-
입대회 공지/건의사항	-	-	○	○	○	○	○	-
부녀회 공지/건의사항	-	-	-	○	-	○	○	○
벼룩시장/아나바다	○	○	○	○	○	-	○	-
공동구매	-	-	○	-	○	-	-	-
주민공용시설 이용정보	-	-	-	-	-	-	-	-
가전제어	-	-	-	-	-	-	-	-
구인구직	-	-	-	-	-	-	-	-
임주자간 정보교류	-	-	○	○	○	○	-	-
우리지역소개	-	-	○	○	-	○	○	-
대중교통안내	-	-	-	○	-	-	○	-
단지상가목록/연락처	-	-	-	-	-	-	-	-
전국 지역정보 검색	-	-	-	-	-	-	-	-
엔터테인먼트/교육/쇼핑/금융/부동산/법률 등	-	-	-	-	-	-	-	-
대화모임 게시판	○	○	○	○	○	○	○	○
동호회	-	-	-	-	-	-	-	○
화상서비스	-	-	-	-	-	-	-	-
초고속 인터넷	-	-	-	-	-	-	-	-
이메일	-	-	-	-	-	-	-	-
홈페이지/블로그	-	-	-	-	-	-	-	-
일정관리	-	-	-	-	-	-	-	-
웹파일	-	-	-	-	-	-	-	-
무료문자서비스	-	-	-	-	-	-	-	-
가계부	-	-	-	-	-	-	-	-

○: 제공 중인 콘텐츠

: 포털 사이트 카페에서만 제공하는 콘텐츠

: 인터넷 아파트 개발회사에서만 제공하는 콘텐츠

중을 차지하는 것으로 나타났다. ‘단지소개’에는 단지위치, 배치도, 평면도, 분양세대수 등의 단지개요와 단지사진 등의 콘텐츠가 있고, ‘관리정보’에는 단지전체 게시판/공지사항/건의사항/Q&A, 단지 내 주요 연락처, 관리비 내역 조회, 아파트 A/S안내, 관리사무소·입대회·부녀회별 공지사항/건의사항’에 관한 종류들로 구성되어 있었다.

생활정보 제공 유형은 아파트 내 공동체 활성화를 위한 공간 및 각종 프로그램 정보는 물론 인근의 지역 정보를 제공함으로써 지역네트워크의 이해와 함께 생활에 꼭 필요한 알짜 정보 등의 인터넷 사이트 등을 제공 할

수 있다는 점에서 의의가 있다. 분석 결과에서는 ‘아파트 생활정보’에는 벼룩시장, 공동구매, 주민공용시설 이용정보, 가전제어, 구인구직 등의 콘텐츠가 있고, ‘지역정보’에는 우리지역 및 인근 대중교통안내, 단지상가 소개 정도의 수준으로만 그치고 있어 지역을 이해하고 지역 커뮤니티 활성화에 기여 할 수 있는 다양한 내용들이 부족한 것은 문제점으로 지적할 수 있다. ‘인터넷 사이트 정보제공’에는 일상생활과 관련된 부동산, 금융, 뉴스에서부터 쇼핑, 교육, 건강 등에 대한 다양한 정보를 관련 홈페이지에 빠르고 쉽게 접근할 수 있도록 인터넷 사이트를 연

표 9. 사이버 공동체의 콘텐츠 유형/콘텐츠 종류/유형

콘텐츠 종류	유형		
단지위치	단지소개	단지소개 및 관리정보	
배치도			
평면도			
분양세대수			
단지 소개/장점			
단지 사진			
게시판/Q&A	관리정보		
단지 내 주요 연락처			
관리비 내역조회			
아파트 A/S			
관리사무소 소개/공지사항/건의사항			
입주자대표회의 소개/공지사항/건의사항			
부녀회 소개/공지사항/건의사항	아파트 생활정보	생활 정보 제공	
버룩시장(우리단지/타단지 포함)			
공동구매			
주민공용시설 이용정보			
가전제어			
구인구직			
입주자간 정보교류			
우리지역소개			지역정보
대중교통안내			
단지상가목록/연락처			
전국 지역정보 검색			
엔터테인먼트/교육/쇼핑/금융/부동산/법률 등	인터넷 사이트정보		
대화모임 게시판	공동체 활성화		
동호회			
화상서비스			
초고속 인터넷	개인서비스		
이메일			
홈페이지/블로그			
일정관리			
웹파일			
무료문자서비스			
가계부			

결해주는 콘텐츠로 구성되어 있었다.

공동체 활성화 유형은 아파트 입주자들과의 친목을 도모하고 정주 의식을 높일 수 있어 궁극적으로는 능동적인 지속가능한 공동체를 실현 가능하게 하는 매우 중요한 콘텐츠라 할 수 있다. 본 분석 결과에서는 입주민들 간의 대화소모임과 다양한 취미를 함께 하고자 하는 동호회, 화상서비스 콘텐츠 등으로만 구성되어 있어 다른 유형에 비해 상대적으로 내용이 빈약하였다. 이는 아직 아파트 내 공동체 활성화를 위한 다양한 프로그램 부재가 원인이라고도 사료되므로 이에 대한 지속적인 연구와 개발이 필요하다. 마지막으로 개인서비스 유형은 사이버 공동체 접속을 통해 개인적인 생활 관련 서비스까지도 같이 받을 수 있는 편리성을 제공함으로써 주민들로 하여금 자주 접속할 수 있는 계기를 마련한다는 점에서 의미

가 있다고 할 수 있다. 분석 결과에서는 이메일, 홈페이지, 일정관리, 가계부등과 같은 콘텐츠들을 제공하고 있었다.

이상을 종합하면 아파트 단지 내 사이버 공동체에서는 아파트 단지를 소개하는 단지홍보와 입주민과 관리자들간의 의사소통 장으로서의 관리 정보, 입주자들끼리의 정보를 주고받는 생활정보, 입주자들끼리의 교류 활성화를 위한 공동체 활성화, 개인서비스를 제공받는 서비스로 구성되어 있음을 알 수 있으며 그 특징으로는 일방적인 자기 완결적인 단지정보제공에 그치는 콘텐츠는 많이 개발되어 있는 반면 지역을 이해하고 지역 커뮤니티 활성화까지 기대할 수 있는 콘텐츠 및 입주민들과 쌍방향적이고 적극적인 공동체 활성화 관련 콘텐츠 개발은 미흡한 것을 알 수 있다.

IV. 결론 및 제언

본 연구에서는 아파트 단지 내 사이버 공동체가 이루어지는 웹사이트상의 콘텐츠 내용을 분석하여 사이버 공동체 콘텐츠를 유형화함으로써 향후 사이버 공동체의 활성화 방안을 모색하는데 시사점을 얻고자 하였다. 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 인터넷 아파트 개발회사와 포털 사이트 카페에서 제공하는 콘텐츠는 아파트 단지마다 내용상 약간의 차이는 있었으나 크게 ‘단지소개 및 관리정보’, ‘공동체 활성화’, ‘생활정보 제공’, ‘개인서비스’ 등 네 가지로 유형화할 수 있었다. 그 중에서 사이버 공동체가 갖추어야 할 가장 기본적인 정보를 제공하는 ‘단지소개 및 관리정보’와 관련된 콘텐츠가 가장 많은 부분을 차지하고 있는 반면 입주민들의 공동체 활성화 및 지역 커뮤니티 활성화에 기여할 수 있는 적극적이고 다양한 콘텐츠는 미흡하여 향후 이러한 콘텐츠 개발이 요구된다.

둘째, 인터넷 아파트 개발회사에서 제공하는 콘텐츠들은 다양한 소프트웨어를 도입하여 관리비를 조회하거나, 주민공용시설 이용 정보 등 주민들의 편의제공 및 입주자와 관리자의 쌍방향 커뮤니케이션 공간 제공까지 다양하게 개발되고 있었다. 특히 개인서비스 등의 이메일이나 웹파일 관리 등은 주민들과의 공동체 강화에는 직접적인 영향을 주는 것은 아니나 사이버 공동체에 접속을 유도한다는 점에서는 긍정적인 측면으로 평가된다. 따라서 향후 회사별로 보다 참신하고 매력 있는 콘텐츠 개발이 필요하다.

셋째, 포털 사이트의 아파트 입주자 모임과 관련된 카페는 별도의 비용을 부가하지 않기 때문에 원하는 사람들은 누구나 쉽게 사이버 공동체를 형성할 수 있다는 장점이 있지만 콘텐츠 구성에 대한 체계적인 기준은 잡혀있지는 않았다. 그러나 입주민들의 커뮤니케이션을 통해 단지에 대한 애정과 관심을 나타낼 수 있도록 하여 대화 모임 및 입주자 간의 정보 교류 등은 보다 적극적으로 빈번히 이루어지고 있음을 알 수 있었다.

이상을 종합하면 인터넷 아파트 개발회사는 관리자 참여를 필요로 하는 콘텐츠를 제공함으로써 입주민들에게 아파트 생활 및 이용에 관한 유용한 정보 중심으로 구성되어 있는 반면, 포털 사이트 카페는 자신이 살고 있는 아파트에 대한 애정과 관심을 표현하거나 입주민들의 커뮤니케이션을 필요로 하는 콘텐츠 중심으로 사이버 공동체를 통해 입주민들이 공동체 형성을 위해 긍정적인 역할을 하고 있음을 알 수 있었다.

넷째, 사이버 공동체는 오프라인 상의 공동체와는 다르게 시간과 공간의 제약 없이 정보를 제공하고 의사소통을 할 수 있는 이점이 있다. 따라서 오늘날과 같이 개인주의가 팽배하고 바쁜 도시 생활 속에서 오프라인상의 공동체 활성화와 더불어 사이버 공동체도 함께 발전시킨다면 입주민들이 아파트 단지에 관심과 애착을 갖는 계기가 되어 공동체 강화에 도움이 되며 이는 궁극적으로 아파트의 좋은 주거문화 형성에 이바지할 것으로 사료된다. 하지만 본 연구 결과에서 나타났듯이 현재 사이버 공동체 콘텐츠의 실태는 일방적인 정보제공에 치중하여 쌍방향적이고 적극적인 공동체 강화에 도움을 주는 공동체 활성화 콘텐츠 유형은 많이 부족한 실정임이 파악되었다. 특히 다양한 연령층의 입주민들이 적극적으로 참여하고 관심을 유도할 수 있는 방안들이 마련되어야 할 것이다. 또한 주거생활이 점점 디지털화 되면서 홈 네트워크가 구축된 아파트들이 증가하고 있어 이에 대응할 수 있는 다양한 콘텐츠 개발이 필요하다.

본 연구는 사이버 공동체의 활성화 방안을 모색하기 위한 1차적인 연구로서 사이버 공동체 웹사이트상의 콘텐츠 내용을 분석하고 콘텐츠를 유형화함으로써 사이버 공동체의 현주소를 파악하였다는데 의의가 있으나 본 연구 대상으로 선정된 사례가 많지 않은 것은 한계라 할 수 있다. 후속 연구로는 본 연구에서 유형화 된 콘텐츠들을 기반으로 실제 아파트 입주민들을 대상으로 유형화된 사이버 공동체 콘텐츠의 인지도 및 참여도, 향후 개발이 필요한 콘텐츠들의 요구도 등을 파악함으로써 사이버 공동체의 활성화 방안을 보다 구체적으로 제시하고자 한다.

참 고 문 헌

1. 강순주(2001), 공동주택의 생활관리 프로그램 개발 -미국 블랙스버그시의 공동주택생활관리 실태와 평가를 중심으로-, 한국주거학회논문집, 12(2).
2. 계기석 외 1인(2000), 커뮤니티 중심의 주거환경정비 연구, 국토연구원.
3. 김준평(2004), 인터넷 활성화에 따른 커뮤니티 방향성에 관한 연구, 용인대학교 조형연구소 조형논총, 8.
4. 김한수 외 2인(2001), 아파트 정보화의 실태와 주민의식, 한국주거학회논문집, 12(1).
5. 대한주택공사 주택도시연구원(2001), 아파트 공동체 실현을 위한 방안 연구.
6. 박광재 외 2인(2001), 아파트 공동체 실현을 위한 방안 연구, 대한주택공사 주택도시연구원.
7. 박기남(1995), 집합주거 공동체의 커뮤니티 공간계획에 관한 연구, 경원대학교 대학원 석사학위논문.
8. 박우평(2005), 공동주택 내 커뮤니티시설 활성화를 위한 계획요소에 관한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문.
9. 우룡(2002), 인터넷시대의 아파트 주거생활과 근린관계 형성을 위한 아파트 홈페이지 활용방안, 인터넷아파트연구소
10. 윤무현(2005), 아파트 홈페이지가 아파트 생활에 미치는 영향, 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
11. 윤미진(2004), 사이버 커뮤니티의 이용요인에 따른 몰입 및 만족이 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구, 숙명여자대학교 석사학위논문.
12. 이명식(2003), 사이버 공동체 발전론, 집문당.
13. 이재관(2002), 사이버 공동체의 성공요인, 집문당.
14. 정승진 · 이원영 · 강순주(2003), 아파트 거주자의 커뮤니티 공간과 프로그램 이용 및 요구도, 한국주거학회논문집, 14(1).
15. 하성규 외 1인(1999), 커뮤니티 개념을 도입한 도시정비 활성화 방안, 대한주택공사.
16. <http://www.daum.net>
17. <http://www.ezville.net>
18. <http://www.freechal.com>
19. <http://www.icitiro.com>
20. <http://www.naver.com>
21. <http://www.uasis.com>

(接受: 2007. 10. 26)