

아파트 정보화의 실태와 주민의식

- 아파트 정보화 시스템 개발(I) -

The Status of Apartment Informationalization and Inhabitant's Awareness The development of Apartment Informationalization system(I)

김 한 수* 임 준 홍** 송 흥 수**
Kim, Han-su · Im, Jun-Hong · Song, Hung-Su

Abstract

This study was conducted to analyze the status of apartment informationalization through the research of distribution of super express network, apartment home pages and Inhabitant's awareness.

1st. The construction business launched the full-scale apartment informationalization in 1999. Since then, the infomationalization has been developed multilaterally while the apartment home pages are playing a major role in cooperation with construction business and Internet business. The academic interest and research on the informationalization, however, are not enough. 2nd. The distribution of super express network, which is based on the informationalization is accelerated by the government policy. Especially in our country where the apartment is the major type of housing, we have favorite environment for the informationalization and can create our own housing culture. 3rd. The number of the apartment home pages now is increased to over 6,000, but its contents, know-how, and technique to build the system have not been advanced enough. 4th. So far the home pages have not been able to function well enough to strengthen the community awareness and are likely to result in the unbalanced informationalization. 5th. The study shows that resident's interest in the computer and the Internet is fairly high. The utilization of the Internet is varied according to the age, sex, occupation, academic background, income and so forth. Especially they are not as interested in the housing informationalization as in the general information, but the preference of the apartment home pages and the super express network is so tremendous that its distribution will keep the momentum.

I. 서론

1. 연구의 배경과 목적

21세기를 흔히 인터넷시대, 지식정보화시대라고 말한다. 이에 부응하듯이 우리나라의 인터넷

인구는 2000년도 내에 1700만명, 세계적으로는 2005년에 10억명을 돌파할 것으로 예상하고 있다. 정부는 정보강국이 부국이라는 기조하에 세계 정보10대 강국을 위해 꾸준한 정책과 홍보를 하고 있다. 특히, 산업사회는 부의 빈익빈 부익부 현상이 자본주의의 큰 문제중의 하나로 인식되고있다. 지식정보화사회에서는 정보의 빈익빈 부익부현상이 심각하게 도래할 것이라는 예상 하에 정부는 인터넷 약자를 대상으로 한 주부

* 계명대학교 건설시스템공학부 교수

** 계명대학교 도시공학과 박사과정

이 논문은 2000년도 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음(KRF-2000-041-E00610)"

100만인 인터넷교육, 고령자10만인 인터넷교육 등을 실시하고 있다¹⁾.

이를 위한 국가 정보화의 토대는 가정에서의 정보활용수준일 것이다. 이러한 시대적 흐름에 따라 가정내의 정보화, 주거단위의 정보화는 초고속통신망의 확대에 따라 급속히 진전되고 있다. 이는 주택형식에서 아파트가 큰 비중을 차지하고 있는 우리나라의 현실과 부합하여 더욱 촉진되고 있다. 또한, 최근에는 아파트를 하나의 사이버 공간단위로 연결하는 홈페이지를 갖춘 아파트들이 급속도로 늘어나고 있다. 이러한 아파트홈페이지는 주민들에게 편리성은 물론 정보화 의식의 보급과 정보이용의 생활화를 통해 주민 정보화에 크게 기여할 것으로 사료된다.

이러한 주거지 정보화와 관련하여 주택 및 인터넷 시장에서도 정부가 추구하고 있는 정보 선진화를 위해 각자 노력하고 있지만 서비스나 시스템구축이 단편적이거나 상업화에 치중되어 진정한 의미의 정보화가 되고 있지 못한 실정이다. 즉, 현재 제공되고 있는 서비스의 경우는 건설회사나 아파트 주민이 제작 서비스하거나 수익을 목적으로 한 인터넷 회사에서 단편적이고 개별적인 기능으로 서비스가 공급되고 있다. 이는 다양한 기능을 종합적으로 수행해야 할 주거생활에서의 정보화에는 훨씬 못 미치는 수준인 것으로 사료된다. 따라서 건설주체, 서비스업체, 생활공동체를 형성하고 있는 주민과 이웃이 함께 참여하고 편리하게 이용할 수 있는 정보화 시스템으로의 변화가 필요하다.

이에 본 연구는 주민에게 유익한 서비스를 제공하고 실질적인 정보화 아파트 구축을 위하여 지금까지 개발 보급된 서비스와 시스템 차원을 넘어 보다 종합적이고 편리하며 다양한 기능을 갖춘 시스템 개발의 근거가 될 수 있는 정보화 실태와 여기에 대한 주민의식의 현주소를 파악하는데 목적을 두고 있다. 즉, 아파트 정보화 시스템 개발을 위한 기초단계임을 밝혀 둔다.

구체적으로 살펴보면 종합적인 아파트 정보화

시스템 구축의 기초단계로서 아파트를 중심으로 1)정보화 아파트의 개념과 역할 2)아파트 정보화의 실태와 아파트홈페이지의 보급 및 이용을 분석하고 3)아파트 주민을 대상으로 아파트 정보화 의식조사를 통해 정보화 수준을 평가한다.

2. 연구의 방법과 범위

아파트의 정보화 실태를 분석하기 위해서는 초고속 통신망의 보급 수준이 어느 정도이며 특히, 아파트의 경우 그 수준이 어떤가를 조사분석하는 것이 중요하다는 판단하에 대구시 소재의 통신회사를 방문하여 수집한 자료와 신문기사검색을 통해 분석한다. 아파트홈페이지의 제작 및 실태를 조사하기 위해서는 야후(kr.yahoo.com), 한미르(hanmir.com), 네이버(naver.co.kr), 알타비스타(altavista.co.kr)의 인터넷 검색엔진을 이용한다. 또한, 정보화에 따른 시민과 주민의 의식조사를 위해서는 9월 18일부터 27일까지 420명을 대상으로 이루어졌다.

연구의 시간적 범위는 표 1에 나타난 조사시점을 기준으로 하였으며, 공간적 범위는 전국을 대상으로 하되 자료수집 등의 어려움이 있는 통신회사 방문조사와 정보화 의식조사에 대해서는 대구광역시를 중심으로 이루어졌다. 의식조사는 이질적인 모집단을 몇 개의 계층으로 구분 표본을 랜덤하게 추출하는 층화추출법(stratified random sampling)을 택하였다.

표 1. 조사내용과 조사범위

조 사 내 용	조사 범위/방법 (일시)
정보화 환경변화 조사	전국/신문과 인터넷 검색 (2000. 6. 19 ~ 6. 24)
아파트 홈페이지 조사	전국/신문과 인터넷 검색 (2000. 6. 19 ~ 6. 24)
초고속 통신망 조사	대구시/통신회사, 문헌 조사 (2000. 10. 24 ~ 10. 31)
정보화 의식조사	대구시/설문조사 (2000. 9. 18 ~ 9. 27)

II. 아파트 정보화의 개념과 역할

1. 아파트 정보화의 개념 및 용어정의

먼저, 아파트 정보화와 관련된 용어에는 사이버아파트(Cyber APT), 인터넷아파트(Internet APT), 아파트홈페이지(APT Homepage), 정보화아파트(Information APT) 등으로 다양하게 불리고 있으며, 그 의미도 사용하는 사람이나 대상에 따라 차이가 있다.

정보화아파트와 관련된 용어는 학계에서 나온 용어라기 보다는 건설시장과 이들의 요구를 받아들인 정부에 의해 처음 명시되었다. 건설시장에서는 인터넷의 관심증대와 아파트의 미분양 해소 및 소비자의 요구에 부응하기 위해 일명 "사이버아파트"라는 개념을 도입시켰으며, 정보통신부는 이와 같은 주택시장의 변화를 받아들여 단지내의 초고속통신망의 설치환경과 그 여부에 따라 "초고속정보통신건물인증제도"를 인정하고 등급을 부여하고 있다. 이를 인정받은 최초의 아파트는 1999년 4월 입주가 끝난 서울 돈암동 및 옥수동 삼성아파트이며²⁾, 이를 계기로 아파트 정보화는 본격화되었다고 볼 수 있다.

한편, 아파트 정보화에 관한 사업 및 연구 결과는 미흡하지만 건설, 인터넷 관련업계 및 학자와 정부에서 주장하는 개념에 대해 살펴보면 다음과 같다.

주택시장 및 업계에서의 정보화아파트의 개념인 사이버아파트라는 용어는 1998년 초에 처음 등장하여 1999년 하반기 건설회사의 아파트 분양전략에서 급속도로 알려지기 시작하였다. 이들이 주장하는 사이버아파트란 인터넷망과 가정 자동화시스템을 완비한 리모컨과 컴퓨터만으로 생활할 수 있는 아파트, 멀티미디어시대를 고려 광케이블 등을 설치하는 등 첨단정보시대에 맞는 정보화 설비를 갖춘 아파트, 광통신망을 통해 인터넷 화상전화, 전자기기 제어 등을 자유롭게 할 수 있는 미래형 아파트, 사이버 커뮤니티와 현실 커뮤니티를 공존하게 만드는 특징이

있는 아파트(서울대 권태환교수, 사회학과), 입주한 가구 전체가 초고속 인터넷망으로 연결된 아파트를 총칭하고 있다.

건설회사의 전략에 의해서는 사이버빌리지(삼성), 인터넷아파트(우방), 인터넷빌리지(드림세일컴), 인터넷커뮤니티(현대), e-편한세상(대림), 사이언스아파트(쌍용) 등으로 불려지고 있다³⁾. 또한, 인터넷아파트를 정보통신기술을 활용한 정보화사업이나 정책이 이루어지고 있는 아파트 즉, 현실의 아파트에 정보통신기술을 활용한 아파트 네트워크가 구축되어 아파트홈페이지를 운영하고 있는 아파트를 말하며, 아파트홈페이지는 가상공간에서 이웃주민들이 정보를 서로 교환하고 함께 의견을 나눌 수 있는 만남의 장소를 의미하고 있다⁴⁾.

한편, 정부관계자인 이재홍은 그림 1과 같이 사이버아파트를 제공자, 관리자, 이용자 그리고 시스템 및 서비스의 상호관계에서 종합적인 아파트 정보화를 바탕으로 한 아파트라고 개념짓고 있다.

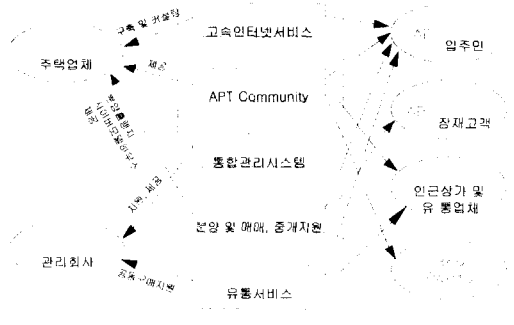


그림 1. 사이버아파트의 개념도⁵⁾

이상에서 살펴본 바와 같이 컴퓨터와 인터넷을 이용하여 보다 편리하고 안락한 주거환경을 조성하기 위하여 다양한 용어와 접근방법을 시도하고 있는 것이 우리나라의 현실이다. 따라서 본 연구에서는 혼선되어 사용하고 있는 용어를

다음과 같이 정의한다. 사이버아파트란 정보통신부의 '초고속정보통신건물인증제도'⁶⁾에 의해 인증을 받아 정보화의 물리적 기반을 갖춘 아파트를 말한다. 물론 일반적으로 사이버라는 개념이 3차원적 가상 및 가상공간을 의미하는데 사용하는 용어로 현실의 물리적 공간이 아니라고 볼 수 있다. 그러나 사이버아파트란 일반적인 사이버 개념과는 구별되는 개념으로 발생개념과 아파트라는 주거공간으로의 적용을 기초로 하여 전술한 개념으로 정의하였다. 인터넷아파트란 사이버아파트의 물리적 시설뿐만 아니라 아파트 홈페이지가 운영되고 있는 아파트를 말한다. 정보화아파트는 이 두 개념을 포함하고 정보화에 관련된 각종 설비와 기능이 갖추어진 디지털 및 인터넷 환경을 기반으로 한 아파트를 말한다. 또한, 본 연구에서 정보화 아파트라는 용어를 사용한 이유는 이 용어가 정보화에 관한 급속한 환경변화에 능동적으로 대처할 수 있는 포괄적인 의미를 담고 있다는 판단아래 사용하고 있다.

2 정보화아파트의 등장과 역할

정보화아파트의 등장배경과 역할에 대해 살펴보면 업계에서는 적은 비용으로 기업 및 아파트 홍보를 최대한 끌어올려 분양률을 높이고자 하는 전략에서 출발하였다. 업계의 이러한 변화는 국내 경제사정으로 인한 아파트 미분양과 아파트가격 자율화 정책에 따른 소비자를 끌어들이기 위한 업계의 차별화와 인터넷인구의 증가 등 소비자 요구의 변화에 대응하기 위해서이다.

정보화아파트는 초기에는 단순히 정부로부터 인증받기 위해 단지내에 통신설비를 구축하는 것에서 출발하였으나 최근에는 주민들에게 정보제공(CP) 뿐만 아니라 아파트 단위의 홈페이지를 통하여 가상아파트 단지를 구축하는 데까지 확장되었으며 이러한 변화는 더욱 다양하게 나타날 것이다.

정보화아파트의 기능과 역할은 그 발생배경과

목적에 관련하여 그림 2와 같이 개념화시킬 수 있다. 개념도는 정보화아파트의 이용자, 서비스 제공자, 건설회사의 측면에서 상호 관련성을 가지고 있다는 것으로 정리하고 있다. 즉, 주민 및 이용자에게는 경제성, 편리성, 안전성, 근린성의 효과를 가져다 줄 수 있다. 경제성측면에서는 시민과 주민들은 인터넷상에서 제공되는 각종 경제적 이익을 무상으로 제공받을 수 있고, 편리성은 주민들은 단지내·외부의 각종 상점안내나 생활정보를 통하여 편리한 생활을 영위할 수 있으며, 안전성은 기존의 CCTV나 인터넷 카메라를 통해 지하 주차장이나 놀이터에 놓고 있는 어린이의 안전을 확인할 수 있을 뿐만 아니라 홈오토메이션 등을 통해 아파트 내·외부의 원거리에서도 확인이 가능하다.

또한, 산업화, 도시화로 인해 약해져가는 커뮤니티의식을 가상공간에서 다양한 근린활동을 함으로서 제고할 수 있을 것이다. 서비스 제공자에게는 단지내·외부의 안내 및 생활정보와 도시정보를 제공함으로써 수익성을 확보할 수 있으며, 건설회사는 분양률 제고에 도움을 줄 뿐만 아니라 기업의 이미지 제고와 기업의 정보화에도 기여할 수 있다. 이러한 추세에 맞추어 건설회사와 인터넷업체는 정보화아파트 개발에 주력하고 있는 실정이며⁷⁾, 이를 통해서 정부는 시민 및 주민 정보화 교육에 간접적으로 효과를 발휘할 수 있다.

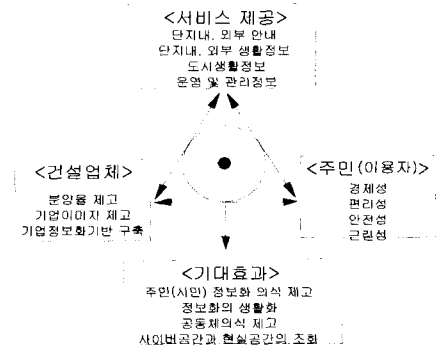


그림 2. 정보화 아파트의 기능과 개념도

그러나 정보화아파트는 준비단계가 짧아 전술한 바와 같이 정보화아파트에 대한 개념마저도 명확히 이루어지지 않는 상황에서 관련업체들간의 아파트 공급의 과열경쟁에 의해 주도되고 있다. 즉, 대부분의 정보화아파트가 계획 및 시공 단계에 있는 것으로 실제 경험한 사람은 거의 없고, 여기에 관련된 법제도도 확립되어 있지 못하다. 뿐만 아니라 이러한 정보기술은 최근의 중·대형아파트에 집중적으로 개발되고 있어 노후된 아파트나 소형아파트의 거주자들은 상대적으로 소외될 가능성이 높아 정보의 편중화 현상이 나타날 가능성도 배제할 수 없다.

Ⅲ. 아파트 정보화의 실태

1. 아파트 정보화의 기반

정보화의 기반이라고 할 수 있는 초고속통신망의 가입자수는 그림 3에서 보는 바와 같이 매월가입자수가 몇십만에 이르고 2000년 9월에는 260만에 이르고 있다. 또한 정부의 초고속 통신망 계획에 의하면 2000년 말까지 300세대 이상의 아파트단지 위주로 전국 4000개 단지에 FTTC 공중망을, 2005년까지는 500만 회선을 계획하고 있으며, 재정융자특별회계융자사업을 통해 1999년에 이어 2000년에도 해마다 1000억원의 재정지원을 하고 있으며, 전화세의 부가가치세로의 전환, 구내통신망의 고도화 지원 및 표준화, 초고속정보통신건물 인증제도 등을 통해

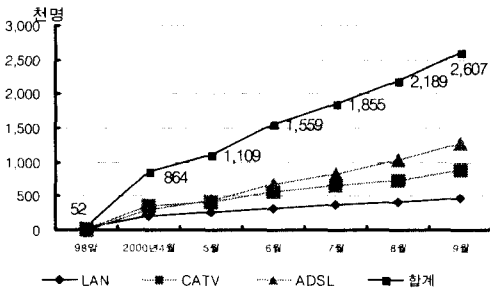


그림 3. 초고속정보통신 이용자 증가추이⁸⁾

법적·제도적인 지원도 겸하고 있다. 이는 디지털 및 인터넷 환경을 위해 기초적 토대가 제공되고 있다는 것을 의미한다.

한편, 대구시의 대표적인 초고속통신망업체를 대상으로 방문조사 한 결과 표 3에서 보는 바와 같이 동구, 북구, 수성구, 달서구의 전체 아파트 대비 초고속통신망이 설치된 아파트의 수가 매우 높음을 알 수 있다. 대표적으로 아파트가 밀집한 북구, 수성구, 달서구의 경우 거의 모든 아파트에 설비가 갖추어진 것으로 나타나 인터넷 이용의 기반이 갖추어진 것으로 사료된다.

표 2. 대구시 아파트현황과 초고속통신망 보급 현황

행정구	아파트 단지수	통신망설치아파트	
		하나로	두루넷
중 구	48	3	-
동 구	175	19	9
서 구	64	-	37
남 구	64	-	-
북 구	168	74	147
수성구	180	59	134
달서구	216	77	146
달성군	45	9	-
합 계	960	241	473

자료 : 대구광역시, 주택통계연감, 1999년과 통신업체 방문 조사(2000년 10월 31일 기준)결과임
“-”는 서비스 대상지역이 아니거나 미조사지역임

※ 한개의 아파트에 두루넷, 하나로 모두 설치된 아파트도 있음

2. 아파트홈페이지의 등장과 역할

1) 아파트홈페이지 현황

우리나라에 있어서 최초의 아파트홈페이지는 목동아파트 8단지를 대상으로 한 인터넷 홈페이지(www.mokdong8.co.kr)이다. 이후 아파트홈페이지는 급속도로 증가하여 현재 전국의 6,601개의 단지에 아파트홈페이지가 운영중에 있다. 아파트홈페이지에서는 아파트 관리비 부과 내역서, 공지사항, 주변 교통편 안내, 인근 학교 소개 등 실생활과 관련된 정보는 물론 각종 공연

및 영화 정보, 요리강좌 등 생활정보도 제공하고 있다.

표 3. 아파트 홈페이지 현황 (전체 : 6,601단지)

지역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기
아파트 단지수	1,641	497	428	735	237	175	6	1,689
지역	강원	충북	충남	경북	경남	전북	전남	제주
아파트 단지수	194	144	4	168	303	213	148	19

자료: 인터넷 방문조사(2000년 6월 24일 현재) 결과임.
한 개의 아파트에 각기 다른 2개 이상의 홈페이지가 제작 및 운영되고 있는 단지도 있음.

2) 아파트홈페이지 구성과 유형⁹⁾

아파트홈페이지의 구성요소는 크게 데이터베이스 저장공간과 의사소통이 이루어지는 공간으로 이루어지며, 아파트 주민의 정보교환, 참여 및 여론형성, 주민의 만남 및 업무 등으로 형성되는 것이 일반적이다.

아파트홈페이지는 내용적 구성에 따라 단지내 안내 및 생활정보, 단지주변 안내 및 생활정보, 도시생활정보, 홈페이지 운영 및 관리정보의 5개 부분으로 나누어 살펴보면 표 4와 같다. 대부분의 아파트 홈페이지의 내용구성에는 아래의

표 4. 아파트 홈페이지의 내용

구분	주요내용과 항목(메뉴)	아파트 홈페이지 수
단지내 안내	단지소개 및 현황, 안내도	5,574
단지내 생활정보	주택관리(알림, Q/A), 주민자치정보(대표자회의, 부녀회, 노인회), 주민여론정보(토론평, 대화방, 낙서·유머), 주민동호회정보(축구, 낚시 등) 근린경제정보(사고팔고, 물물교환, 할인정보)	6,591
단지주변 생활정보	주변상가, 관공서 등 편의시설안내정보	5,576
도시생활 정보	도시생활정보(문화, 여행, 쇼핑, 언론, 법률, 의료, 금융·증권·부동산 정보 등) 도시의 주요한 시설안내 및 정보 링크를 통한 도시 생활정보 안내	6,601
홈페이지 운영 및 관리정보	공지사항(알림방), 게시판, 자료실	6,601
광고정보	아파트 광고 및 주변 상점 등 인터넷 광고	6,601

* 자료는 2000년 6월 24일 현재임

6가지 범주에 포함되며, 세부항목과 디자인의 차이는 있지만 그 주내용에 있어서는 큰 차이가 없는 것으로 나타났다. 특히, 단지소개와 주민자치, 주변상가안내, 각종 생활정보 제공에서는 거의 모든 홈페이지에서 공통적으로 나타나고 있다.

아파트홈페이지를 제작 및 관리주체에 따라 분류하면 표 5에서 보는 바와 같이 주민 및 주민단체에 의한 홈페이지, 공익단체에 의한 홈페이지, 상업용 홈페이지로 구분할 수 있으며, 현재 대부분의 홈페이지는 주민이나 단체의 공익성 목적보다는 상업목적의 홈페이지가 주류를 이루고 있다. 내용에 따라서는 특정 아파트의 정보제공이나 홍보 및 안내를 중심으로 한 홈페이지, 주변 상가안내와 전자상거래 등 상업목적의 홈페이지가 있으며, 대표적으로 주거문화 21(www.hc21.or.kr)에서 운영하는 홈페이지는 공익단체의 성격을 강하게 띠고 있으며, 약화되어 가는 커뮤니티의식 제고를 위해 노력하고 있지만 단지안내나 단지주변안내 등의 내용이 약한 것으로 지적되고 있다. 특히, 대규모의 아파트 단지를 대상으로 네트워크를 구성하여 연결하는 홈페이지는 대부분 상업용 홈페이지이며, 그밖에 한빛관리(www.hanbit.co.kr)에서 운영하는 홈페이지의 경우 아파트의 관리목적이 주가 되어 일반적인 홈페이지의 성격과는 차이를 나타내고 있다.

표 5. 아파트 홈페이지의 분류

구분	분류
제작, 관리주체에 의한 분류	개인, 주민 홈페이지
	공익단체 홈페이지
	상업용 홈페이지
역할(내용)에 의한 분류	단지 안내, 홍보 중심의 홈페이지
	상업성 홈페이지
	커뮤니티성 홈페이지

지금까지 아파트홈페이지는 다양한 종류의 정보 및 서비스를 제공하고 있으나 아직까지는 인지도 및 이용자가 적을 뿐만 아니라 일방향에

의한 정보제공이 주류를 이루고 있다. 그리고 그 운영에 있어서도 주민 자치보다는 업계의 상업적 목적인 홍보나 광고 위주의 정보에 치중하고 있으며, 주민자치 및 커뮤니티의식의 제고 등에 기여하는 정도는 약한 것으로 사료된다. 또한, 표현기법에 있어서도 대부분의 홈페이지가 문자나 이미지에 의한 단순 정보안내에 그치고 있다. 특히, 아파트 홈페이지의 경우 인터넷이라는 가상공간을 활용하고 있으면서도 특정 지역을 대상으로 현실공간의 표현이라는 점에서 다른 일반 목적의 홈페이지와는 다른 특징을 가지고 있기 때문에 홈페이지 내용과 사용방법을 다양화 시켜야 할 것으로 생각된다.

이상의 아파트 정보화기반의 실태조사분석에서 주민이나 업계에서 아파트 정보화를 위하여 다양한 방법으로 노력하고 있는 것은 명확하지만, 정보화 내용이나 이용방법이 일반적인 인식보다 초보적인 것을 알 수 있다. 물론 이러한 홈페이지조사 이외에도 보급자나 이용자를 대상으로 한 보다 심층적인 조사분석이 이루어질 때 보다 명확한 결론과 방향을 제시할 수 있을 것으로 사료되어진다.

IV. 아파트의 정보화 의식

전술한 바와 같이 아파트 정보화는 여러 측면에서 시도되고 또 이것을 활용하려는 의도도 짐작할 수 있다. 이러한 측면에서 현 아파트 거주자의 경우는 아파트 정보화에 관하여 어떠한 사고를 가지고 있는가를 살펴보기 위하여 여기에서는 주민들을 대상으로 의식조사를 실시한다. 특히, 의식조사 결과는 장래 아파트 정보화 정책결정과 기술보급에 상당한 자료가 될 것으로 생각된다.

1. 조사대상자의 속성

조사대상자는 대구시에 입지하는 아파트 거주자를 대상으로 하였으며, 설문응답자 총420명

중 연령별로 살펴보면 40대 이상이 가장 많고 20대와 30대의 순으로 나타났으며, 여성보다는 남성이 많았다. 직업별로는 회사원, 주부, 학생, 자영업자의 순이었으며, 학력은 대학생이거나 대학을 졸업한 경우가 많았다. 주택소유는 대부분이 자가에서 거주하고 있으며, 소득은 100~200만원대가 가장 많았다.

표 6. 조사대상자의 속성

(설문응답자수 : 420명)

속성	구분	비중 (%)	속성	구분	비중 (%)	
나이	20대	34.2	주택 소유	자가	84.0	
	30대	27.4		차가	16.0	
	40대이상	38.3		100만원미만	9.5	
성별	남	55.7	가구 소득	100-200만원	49.7	
	여	44.3		200-300만원	27.9	
직업	자영업	9.8		가족 유무	300만원이상	12.9
	회사원	31.8			없다	29.4
	주부	30.5	초등학생		20.3	
	학생	27.9			중고등학생	13.6
학력	고졸	28.6		대학생		36.6
	대학재학	28.1				
	대졸이상	43.3				

2. 정보화의 인지도

주민들의 정보화 의식을 살펴보기 위한 방법으로 정보화의 도구가 되는 컴퓨터의 이용실태와 최근 보편화되고 있는 정보화 관련용어 그리고 정보화의 핵심이라 할 수 있는 인터넷 이용현황을 살펴보았다. 그 결과 대부분의 사람들(87.8%)이 컴퓨터를 소유하고 있었으며, 소유하고 있지 않는 사람 역시 절반이상이 구입할 의사가 있는 것으로 나타났다. 이는 컴퓨터가 이제 더이상 가구의 선택품이 아니라 생활 필수품으로 의식되어지고 있다. 그리고 컴퓨터의 설치 장소에 있어서는 어린이방과 공부방(35.5%), 작업실((43.3%)에 대부분 두는 것으로 나타났으며, 거실(11.7%)과 안방(6.5%)에 두는 경우는 드물었다.

정보화와 관련된 6개의 용어를 선정¹⁰⁾하여 인지여부를 조사한 결과, 인터넷, 홈페이지, 전자

메일에 관해서는 대부분의 사람들이 알고 있는 것으로 나타났으며, 아파트 정보화의 기초인 초고속통신망의 인지도는 63.1%로 나타났으며, 그밖에 전자상거래, 인터넷광고의 인지도도 비교적 높은 것으로 나타났다(표 7).

표 7. 정보화 관련 용어의 인지 여부

용어	인지비중	용어	인지비중
인터넷	96.7 %	전자메일	79.8 %
홈페이지	87.1 %	초고속통신망	63.1 %
전자상거래	63.1 %	인터넷광고	56.2 %
사이버아파트	38.5 %	아파트홈페이지	36.8 %

인터넷의 경우 표 8에서 보는 바와 같이 전체 응답자의 63.9%가 이용하고 있는 것으로 나타났으며, 이용의 주목적으로는 학술 및 정보검색이 35.0%로 가장 많았으며, 그밖에 게임이나 채팅, 쇼핑·관광, 업무, 전자상거래 순으로 나타났다. 그리고 전자우편의 경우 인터넷 이용자의 79.1%가 이용하고 있으며, 인터넷을 통해 물건을 구입한 사람은 전체 이용자의 20.6%인 것으로 조사되었다. 또한 인터넷의 이용장소로는 집이 46.1%로 가장 많았으며, 그밖에 학생의 경우 학교, 직장인의 경우 회사에서가 많았고 PC방을 이용하는 사람도 상당수 되었다.

표 8. 항목별로 본 인터넷 이용실태

구분	내용	비중(%)	구분	내용	비중(%)
사용유무	유	63.9	E메일	유	79.1
	무	36.1		무	20.9
사용목적	업무	14.5	전자상거래	유	20.6
	학술, 학습	35.0		무	79.4
	쇼핑, 관광	16.8	사용장소	집	46.1
	게임, 채팅	27.9		학교	19.7
	전자상거래	5.8		회사	19.0
				PC방	15.3

이러한 인터넷 이용자의 경우 표 9에서 보는 바와 같이 나이, 성별, 직업, 학력, 소득 등에 따라 차이를 나타내고 있다. 연령별로는 20대는 대부분(96.5%)이 이용하고 있으며 40대 이상도

절반이상이 이용하고 있는 것이 특징적으로 나타났다. 성별로는 남성이 많았으며, 나이가 비교적 어린 학생과 직장인이 높았으며, 상대적으로 주부와 자영업자의 이용도가 낮았다. 학력별로는 대학재학생의 이용도가 높았으며, 고졸보다는 대졸이상의 학력을 가진 사람의 이용도가 높았다. 소득별로는 예상과는 달리 저소득일수록 그리고 차가일수록 이용률이 높은 것으로 나타났다.

표 9. 인터넷 이용자 특성

속성	구분	비중	χ^2	속성	구분	비중	χ^2
나이	20대	96.5	62.924**	주택소유	자가	60.5	9.635**
	30대	62.2			차가	81.0	
	40대이상	53.2					
성별	남	73.0	19.509**	가구소득	100만원미만	76.3	8.282**
	여	51.7			100-200	66.5	
직업	자영업	20.0	113.865**	가구소득	200-300	61.6	
	회사원	70.0			300만원이상	49.0	
	주부	40.7			없다	67.8	
	학생	95.7				초등학생	
학력	고졸	33.3	99.575**	가족유무	중고등학생	69.1	3.448
	대학재	96.6			대학생	63.8	
	대졸이상	61.4					

***는 유의수준 99%, **는 유의수준 95%임

주민들이 물건을 구입할 때의 정보습득은 아직까지 인터넷(11.3%)을 통한 정보습득보다는 기존 광고물인 TV, 신문, 전단지에서 정보를 얻는 경우가 가장 많았으며, 인터넷을 이용하는 사람 중 전자상거래로 물품을 구입한 경우는 20.6%였지만 경험이 없는 사람의 3할 정도가 구매의향을 가지고 있는 것으로 나타나 많은 변화를 예측하게 한다¹¹⁾.

3. 주택 및 직업 속성별 정보화 인지도

주택지의 정보화 관련 인지도를 살펴보면 표 10과 같이 정보화아파트와 아파트홈페이지에 대한 인지도는 40.4%로 나타났다. 아파트단지에서 생활하는 사람이 자신의 아파트에 대한 홈페이지가 있을 경우 이용하겠다는 사람이 80%를 상회

하고 있으며, 이를 이용할 수 있는 초고속 통신망을 이용하는 사람은 현재 23.8%이며, 이용을 희망하는 사람까지 포함하면 80.7%로 나타나 향후 이용가능성이 높은 것으로 나타났다. 또한 개인에 따른 인지도의 차이에서는 직업과 학력에 따른 차이가 뚜렷하며 다른 개인적 속성과는 뚜렷한 차이가 없는 것으로 나타났다.

표 10. 정보화 아파트 인지 여부

항목	사이버 아파트	아파트 홈페이지	홈페이지 이용여부	통신망 이용여부
비중	40.4	40.4	82.1	81.4

개인 또는 자신의 홈페이지 소유 의향을 묻는 질문에 있어서는 표 11에서 보는 바와 같이 전체 응답자의 61%가 자신만의 홈페이지를 소유하기를 희망하고 있으며, 이 중 인터넷 및 홈페이지의 접촉기회가 많은 학생과 회사원이 주부나 자영업자에 비해 높게 나타났다. 이는 이용률과 비례하는 것으로 인터넷 이용률이 높을수록 이에 대한 요구도도 높아질 것으로 사료된다.

표 11. 직업에 따른 홈페이지 소유 의향

구 분	회사원	자영업	주부	학생	전체	χ^2
홈페이지 소유희망비중	63.8	43.2	48.0	87.0	61.0	46.752**
초고속통신망 사용희망비중	83.6	63.4	77.3	93.2	80.7	21.902**

“**”는 유의수준 99%, “*”는 유의수준 95%임

V. 결 론

본 연구는 정보화의 기반이 되는 초고속통신망의 보급 및 설치현황과 아파트홈페이지의 구축현황, 정보화에 관한 주민의식조사를 통해 아파트 정보화의 실태를 분석한 것으로 다음과 같은 것을 명확히 알 수 있었다.

첫째, 아파트 정보화에 대한 관심은 사이버아파트라는 홍보전략에 힘입어 건설회사를 중심으로 1999년부터 본격화되었으며, 그 후 홈페이지

를 중심으로 한 인터넷업체와의 제휴 등을 통해 다각적으로 전개되고 있으나 이에 대한 학계의 관심과 연구는 미흡하다. 특히, 정보화 아파트가 근린의식에 어떤 영향을 줄 것인가에 대해서는 긍정적인 의견과 부정적인 의견이 동시에 있는 만큼 여기에 대한 연구는 보다 활발히 이루어져야 할 것이다.

둘째, 아파트 정보화의 기반이라 할 수 있는 초고속 통신망의 보급은 정부의 정보화 정책과 맞물려 가속화되고 있으며, 주택형식에 있어서 아파트가 큰 비중을 차지하고 있는 우리나라의 경우 효과적인 정보화를 위한 유리한 조건이며 독특한 주거문화를 창출할 수 있다.

셋째, 1999년 목동아파트를 처음으로 시작한 아파트홈페이지는 1년도 안된 지금 6천개 이상의 아파트 단지로 증가하였다. 그러나 운영에 있어서는 대부분이 인터넷 회사들에 의한 상업적 목적으로 이루어지고 있으며, 그 내용에 있어서도 획일적인 형태를 벗어나지 못하고 있다. 표현 기법이나 시스템 구축에 있어서도 아파트 주거지가 갖는 장점을 살리지 못하고 있으며, 일방향의 정보전달에 머물고 있다. 그 구성의 이용에 있어서도 초보적인 수준에 있다.

네째, 아직까지 아파트홈페이지는 커뮤니티 의식 제고라는 목적에는 부합하지 못하고 있으며, 업계의 과열과 상업성이 바탕이 된 비교적 최근에 건설된 아파트나 신규분양의 홍보에 이용하고 있어 정보화사회의 새로운 부익부빈익빈 현상을 초래하는 등 많은 문제점을 유발할 수 있는 가능성을 내포하고 있다.

다섯째, 컴퓨터와 인터넷에 대한 의식수준은 상당히 높은 것으로 나타났다. 인터넷 이용에 있어서는 나이, 성별, 직업, 학력, 소득 등에 따라 차이가 나타났으며, 특히 일반적인 정보화의식에 비해 주거지 정보화에 관한 의식은 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 그러나 아파트홈페이지에 대한 이용의 잠재성과 기반이 되는 초고속통신망의 선호도가 매우 높은 것에서 그 과급 속도는 더욱 빨라 질 것으로 사료된다.

이상에서 보는 바와 같이 정보화의 요구와 이에 따른 사회변화는 주거지에서도 빠른 속도로 진행되고 있다. 특히, 아파트가 큰 비중을 차지하고 있는 우리나라에서는 그 속도가 더욱 빠르며, 시민과 주민의 정보화의식이 반영된 진정한 의미의 아파트정보화가 이루어 질 경우 정보강국으로 발돋움할 수 있을 것이다. 이와 더불어 주거지 정보화에 대한 시민, 주민, 업계, 정부의 관심은 매우 높다. 따라서 보다 깊이 있는 주민 정보화 의식과 행태연구가 필요하며 이를 바탕으로 급변하는 정보화 환경의 변화에 대응할 수 있는 보다 체계적인 서비스와 시스템 개발의 연구가 필요하다. 이에 여기에서 다루지 못하고 있는 보다 깊은 주민 및 공급자 의식과 행태 조사 분석과 시스템개발은 연구목적에서도 언급한 바와 같이 현재 지속적인 연구가 필요하다는 것을 밝혀둔다.

주

- 1) 조선일보 기사(2000년 3월 26, 20일, 1월 26일)에 의하면 한국의 인터넷 이용자 수는 2000년 1월 현재 960만명으로 세계 6위이며, 올해 내에 인터넷 인구가 1천700만명에 달할 것으로 전망하고 있으며, 미국에서는 인터넷 사용이 소득과 교육수준에 따른 “빈익빈” 현상이 나타나고 있다고 기사화하고 있다. 또한, 우리 나라의 경우도 인터넷 이용률이 남성은 21.6%이지만, 주부는 1.8%에 불과해 정보통신부는 가정주부 100만명을 대상으로 한 대대적인 인터넷 교육이 올 3월부터 내년 8월까지 실시된다고 발표하였다.
- 2) 1999년 8월 30일 중앙일보 ‘국내 최초의 초고속 정보통신서비스 아파트 등장’의 기사 참조
- 3) 일간지(동아일보, 조선일보, 중앙일보)의 기사 검색결과를 요약한 것임(2000년 3월 31일 기준)
- 4) 우룡, 지역사회의 정보화가 근린관계에 미치는 영향에 관한 연구, 대구대학교 박사학위

논문, 1999. 12, pp.22~27

- 5) 참고문헌 1의 p.35 참조
- 6) 1999년 7월 정보통신부는 아파트단지과 일정 규모(6층 또는 연면적 3,300㎡)이상의 업무용 건물을 대상으로 초고속정보통신서비스가 원활하게 지원되도록 일정기준 이상의 구내 정보통신 설비를 갖춘 건물에 대해 초고속정보통신건물 인증을 부여함으로써 구내정보통신설비의 고도화를 촉진시키고 초고속정보통신을 활성화하고자 ‘초고속정보통신건물 인증제도’를 시행하여 1등급, 2등급, 3등급 및 준3등급으로 인증하고 있다. 2000년 5월 현재 인증제도에 의해 정식인증을 받은 주거용 건물은 52개이며, 인증을 신청한 예비인증건물은 468개이다.
- 7) 건설회사와 인터넷 회사가 주체가 되어 정보화아파트를 개발 및 서비스를 준비하고 있는 사례로는 삼성물산과 12개의 협력업체가 함께 추진하고 있는 씨브이네트(Cvnet), 대림산업을 비롯한 8개의 건설회사와 11개의 협력회사가 함께 추진하고 있는 아이시티로(icitiro), LG건설을 비롯한 8개의 건설회사와 19개의 협력업체가 추진하고 있는 이지빌(ezville), 20개의 건설회사와 8개의 벤처업체가 추진하고 있는 테크노빌리지 등이 있다.
- 8) 디지털타임즈 2000년 10월 30일 15면 참조
- 9) 아파트의 홈페이지 구성과 유형조사에는 인터넷 검색조사를 통해 개인 홈페이지를 제외한 참고문헌에 제시된 15개 사이트를 대상으로 분석하였으며 이는 조사범위나 시기에 따라 차이를 나타낼 수 있음
- 10) 6개의 용어는 연구자가 일반적으로 많이 알려져 있다고 판단되는 것을 선택한 것이기 때문에 용어의 선정방법에 따라서는 결과에 차이가 있을 수 있다고 사료된다. 그러나 선택한 6개의 용어 인지도의 결과로 정보화에 대한 일반적인 경향을 알 수 있다고 판단하고 연구를 진행하였다.

- 11) 물품구입정보 습득 방법 : TV, 신문, 전단지 (58.1%), 주위사람(21.2%), 인터넷(11.3%), 그냥 알고있다(9.4%)
 인터넷을 통한 물품구매경험 : 있다(20.6%), 없다(58.8%), 없지만 구입할 생각이 있다 (20.6%)
 인터넷 물품구매의 만족도 : 매우만족(7%), 만족(33.3%),보통(52.6%), 불만(7.0%)로 조사 되었다.

참 고 문 헌

1. 이재홍(정보통신부 초고속정보망과), 초고속 정보통신 아파트 인증제도 수립과 관련된 국가정책 방향, 한국주택학회 춘계학술세미나, 2000. 6
2. 우룡, 지역사회 정보화가 근린관계에 미치는 영향에 관한 연구, 대구대학교 박사학위 논문, 1999. 12
3. 강대기, 정보화와 지역공동체의 변화;정보사회의 이해, 남출판사, 1998

3. 참고 사이트

- ① www.napt.co.kr
- ② www.ctown.hananet.net
- ③ www.spacesys.co.kr
- ④ www.maroonet.co.kr
- ⑤ www.kjinternet.co.kr
- ⑥ www.hc21.or.kr
- ⑦ www.cybertowns.co.kr
- ⑧ www.cyville.co.kr
- ⑨ www.allapt.co.kr
- ⑩ www.neotown.co.kr
- ⑪ www.hanbbit.co.kr
- ⑫ www.internetapt.co.kr
- ⑬ www.apt21city.co.kr
- ⑭ www.cyberapt.co.kr
- ⑮ www.aptu.co.kr