



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

공학석사 학위논문

코리빙 하우스에서
온디맨드 연합의 탐색

- 1인 가구 커뮤니티의 새로운 전형 -

2021년 8월

서울대학교 융합과학기술대학원

지능정보융합학과

이수민

코리빙 하우스에서
온디맨드 연합의 탐색

- 1인 가구 커뮤니티의 새로운 전형 -

지도 교수 이 중 식

이 논문을 공학석사 학위논문으로 제출함
2021년 7월

서울대학교 융합과학기술대학원
지능정보융합학과
이 수 민

이수민의 공학석사 학위论문을 인준함
2021년 7월

위원장 김 은 미

부위원장 서 봉 원

위 원 이 중 식

초 록

가구가 소형화되고 1인 가구가 지속적으로 증가하는 지금, 이로 인한 사회적 고립과 외로움, 건강, 주택난 등 다양한 1인 가구 문제 역시 증가했다. 1인 가구 문제를 해결하기 위한 다양한 시도들 중 주거 솔루션에 초점을 둘 때, 공유 주택이라는 새로운 거주 형태가 주거 및 사회 문제에 대한 새로운 해결책으로 제안되었다. 사생활을 위한 독립된 공간과 타인과 공유하는 넓은 생활 공간이 균형을 이루는 코리빙 하우스는, 따로 또 같이, 혼자 살지만 같이 사는 생활이라는 지향점 하에 열악한 주거지 문제와 사회정서적 고립 및 외로움 같은 문제에 대해 해결의 실마리가 되어, 공유 주택에 대한 수요와 공급이 점점 늘어나고 있는 상황이다. 하지만 새롭게 부상하는 솔루션인 것에 비해 코리빙 하우스에 대한 깊이 있는 연구는 아직 미비하기에, 이 새로운 주거 형태에서 나타나는 삶의 경험에 대해 조금 더 들여다볼 필요가 있다.

코리빙 하우스 거주자들을 대상으로 반구조화 인터뷰를 진행하여 코리빙 하우스의 공유 주거 경험에서는 어떤 불편함과 니즈를 가지고 있는지 탐색한 결과, 많은 불만이 커뮤니티와 커뮤니케이션 분야에서 언급되었다. 공유 거주자들은 같은 생활 공간을 나누어 영위하는 비슷한 사회경제적 지위의 여성들이라는 점에서, 비슷한 목적을 위해 뭉치고 헤어지는 실용적인 교류에 대한 니즈가 있었으나, 코로나 19의 비대면 상황과 겹쳐 분위기가 더욱 냉각되며 어떠한 교류 활동도 원활하게 이루어지고 있지 않았다. 이러한 상황에서, 사람들이 원하는 이 목적 중심적인 유연한 공동체를 ‘온디맨드 연합’이라는 이름으로 조작적 정의하고, 활동 과정에서 나타나는 특징은 무엇인지, 이를 도모하는 현행 서비스는 무엇이 있는지, 이들은 어떤 요소를 통해 특정 온디맨드 연합을 보조하는지를 이어서 조사하였다.

연합의 제안과 모집, 조율, 수행, 그리고 정산 및 해산의 전체 과정에서 연합 참여자들은 상대가 누군지 잘 모르는 사람이라는 것에서부터 오는 안전에 대한 두려움이 있었고, 익명제도는 모집자에게는 가벼운 마음으로 연합을 제안할 수 있는 기회를 주지만 참여자의 입장에서는 무책임한

행동을 유발할 수 있어 적절한 조절이 필요했다. 또한 불필요한 오해를 방지하기 위해 연합체의 활동 및 분위기에 대한 사전 정의를 세팅하려는 모습도 있었다. 이러한 특징들이, 실제로 연합 형성을 도모하는 많은 플랫폼 서비스에서도 다양한 기능적 피쳐를 통해 구현되고 있다. 참여자, 조회수, 댓글, 관심 표시 개수 등을 첫눈에 일람 및 비교할 수 있게 만든 인터페이스나, 각종 인증 기능을 통해 최대한 안전을 도모하고 신뢰감을 증진시키려는 노력 등이 해당한다.

그러나 이처럼 다양한 기능을 지원하는 현행 서비스들이 있음에도 코리빙 하우스 입주자들은 공유 주거 경험 인터뷰에서 언급된 바와 같이 여전히 하우스 내에서의 교류를 원한다. 이렇게 교류에 대한 다수의 니즈가 있고, 코리빙 하우스 환경이 아예 모르는 사람들과의 연합보다 비교적 더 안전함에도 불구하고 현재 이러한 연합이 잘 형성되지 않는 까닭을 밝히기 위해, 연합을 정식으로 제안할 때와 제안 전 분위기를 떠볼 때 사람들의 기대와 실제 말의 표현에 어떤 차이가 나타나는지 조사했다. 떠볼 때 가장 중요한 것은 분위기 파악이어서, 이를 위해 사용하는 상대의 공감을 유도하는 표현들이 정식 모집에서는 잘 나타나지 않고, 구체적인 정보와 친절해보이기 위해 미사여구를 덧붙여 노력한 긴 글이 나타났다. 몇 가지 커뮤니케이션 이론에 따르면 사람들은 자신의 의견만 다른 상황을 두려워하고, 다른 사람들의 생각이 자신의 생각과 비슷하다고 느끼면 더 적극적으로 의견을 표출하는 경향이 있기에 다른 사람들의 생각과 수요와 분위기를 계속해서 읽고 싶어하며, 다르다는 이유로 무반응이나 냉담한 반응을 얻을까봐 두려워서 쉽게 말을 꺼내지 못하게 된다.

종합해볼 때, 코리빙 하우스의 공유 거주 경험에 영향을 미치는 커뮤니티 및 커뮤니케이션 분야의 부족함이, 더 다양한 온디맨드 연합의 활성화, 더 쉽고 부담없는 연합의 제안을 통해 보완될 수 있을 것으로 판단되었다. 이에, 코리빙 하우스 거주자들을 대상으로 직접 하우스 내 온디맨드 연합을 매개하는 도구를 디자인해보도록 하여 입주자들이 가장 필요로 하고 하우스에 적합하다고 생각하는 연합의 테마와 속성들을 도출해보고자 하였다. 참여 디자인 워크샵에서 프로토타입을 그리고 팀별 피드백을 받아 수정하게 한 후 프로토타입이 포함하는 속성들을 분석하고, 적절한 온디맨드 연합 매개 서비스에 대해 인터뷰한 내용을 종합하여

코리빙 하우스 입주자들이 생각하는 가장 적절한 온디맨드 연합의 테마와, 그들이 가지는 세부적인 속성을 분석하였다. 이로부터 입주자 간 자원을 거래하는 테마, 공동구매하는 테마, 지속적이고 장기적으로 공동 목표를 향해 달려가는 챌린지의 테마가 도출되었다. 이렇게 도출한 연합의 테마를, 공유 주거 속 연합이 필연적으로 가지는 속성인 공간성, 시간성, 타인과의 관계적 속성에 입각해 다시 한번 분석해보았다. 이를 통해 어떠한 속성이 서로 연관되어있는지의 양상을 파악할 수 있었고, 온디맨드 연합을 코리빙 하우스라는 특수한 환경 속에서 더 잘 이해할 수 있었다.

이렇게 코리빙하우스 안에서의 공유 주거 경험을 온디맨드 연합이라는 새로운 교류 양식으로 바라보면서, 코리빙이라는 특수 환경에서 고려해야하는 연합의 특성에 대해 주목하여 살펴보았다. 참여 디자인 방법을 통해 거주자가 직접 그린 데이터로부터 이를 도출하고, 거주자들에게 긍정적인 하우스 활동 참여 및 교류의 기회를 제공했다는 점에서도 의의가 있다. 연구에서 얻은 인사이트와 테마와 속성을 두 축으로 하는 프레임워크를 통해, 코리빙 환경에서의 온디맨드 연합을 매개하는 서비스를 고안하는 기획자들에게 무엇을 고려해야하는지 그 필요조건들에 대해 더 다각적으로 고민할 수 있는 기회를 제공하기를 기대한다.

주요어: 1인 가구, 공유 주거, 코리빙 하우스, 온디맨드 연합

학 번 : 2019-29462

목 차

| | |
|------------------------------------------|--|
| 제 1 장 연구의 배경 및 목적.....1 | |
| 제 1 절 연구의 배경..... 1 | |
| 제 2 장 이론적 배경 및 선행 연구.....2 | |
| 제 1 절 1인 가구의 증가와 사회 문제..... 2 | |
| 제 2 절 1인 가구를 위한 주거 솔루션으로서 공유주택..... 4 | |
| 제 3 장 코리빙 경험에 대한 연구.....8 | |
| 제 1 절 코리빙 하우스의 공유 주거 경험 조사..... 9 | |
| 제 4 장 온디맨드 연합에 대한 연구.....15 | |
| 제 1 절 온디맨드 연합의 정의..... 15 | |
| 제 2 절 온디맨드 연합 경험의 과정 및 특징 조사..... 19 | |
| 제 3 절 온디맨드 연합 형성을 도모하는 서비스 사례 조사..... 22 | |
| 제 4 절 쉬운 연합 형성을 위한 조사..... 29 | |
| 제 5 장 코리빙 하우스 속 온디맨드 연합의 탐색.....36 | |
| 제 1 절 참여 디자인 워크숍을 통한 연합의 테마와 속성 탐색. 36 | |
| 제 6 장 결론 및 의의.....55 | |
| 제 1 절 결과 요약 및 논의..... 55 | |
| 제 2 절 한계 및 제언..... 58 | |
| 참고문헌.....59 | |
| Abstract.....62 | |

표 목차

| | |
|--------------|----|
| [표 1] | 11 |
| [표 2] | 12 |
| [표 3] | 14 |
| [표 4] | 21 |
| [표 5] | 10 |
| [표 6] | 23 |
| [표 7] | 28 |
| [표 8] | 32 |
| [표 9] | 40 |
| [표 10] | 47 |
| [표 11] | 48 |
| [표 12] | 54 |

그림 목차

| | |
|--------------|----|
| [그림 1] | 9 |
| [그림 2] | 18 |
| [그림 3] | 22 |
| [그림 4] | 40 |
| [그림 5] | 45 |
| [그림 6] | 45 |
| [그림 7] | 50 |
| [그림 8] | 51 |
| [그림 9] | 52 |

제 1 장 연구의 배경 및 목적

제 1 절 연구의 배경

1 인 가구가 큰 증가율을 보이며 대표 가구 형태로 자리매김한 지금, 1 인 가구의 급증에 대응하는 사회 및 주거 문제에 대한 해결방안으로 쉐어하우스, 코리빙 하우스와 같은 공유 주택이 제시되었다. 실제로 쉐어하우스의 보급율은 2012 년 이래로 지속적으로 큰 폭으로 증가하고, 새로운 컨셉과 테마를 가진 다양한 코리빙 하우스들이 시장에 계속해서 등장하고 있다. 이렇게 1 인 가구도 증가하고, 이를 위한 공유 주거지들도 증가하지만, 공유 주택에 거주하는 1 인 가구들이 정말 만족스러운 삶을 영위하는지, 만일 그러지 못하다면 그들의 공유 주거 경험에 영향을 미치는 요인은 무엇이며, 어떻게 보완할 수 있는지 심도 깊게 들여다본 연구는 아직 많지 않은 상황이다.

연구자가 소속된 서울대학교 사용자경험 연구실은 2019 년 겨울, 1 인 가구의 삶의 문제를 들여다보기 위해 관악구 신림동에 위치한 여성 전용 코리빙 하우스 ‘쉐어원’에 리빙랩을 열어 현장을 관찰하고 거주자들과 생활적, 연구적 교류를 하며 다양한 연구와 접근을 시도해왔다. 본 논문은 이렇게 진행했던 연구의 일환으로, 공유 주거 경험 및 이를 정보기술적으로 보완할 수 있는 지점에 대해 탐색한 여러 조사를 엮었다. 시도했던 다섯 가지의 조사 및 실험들을 서술하고, 이를 통해 찾아낸 논의점들을 연구 결과와 함께 서술하고자 한다. 즉, 코리빙 하우스에 사는 여성 1 인 가구들이 당면한 공유 주거 경험 속 삶의 문제들과, 그들의 인식과 니즈를 살펴보는 것이다. 그리고 이를 ‘온디맨드 연합’이라는 수요에 따른 목적 중심적 연합체의 관점에서 풀어나가기 위해 다양한 조사를 종합하여 필요한 기능이나 고려해야 할 속성을 도출하고, 위 연구 결과를 활용할 수 있는 지점에 대해 논의하고자 한다.

제 2 장 이론적 배경 및 선행 연구

제 1 절 1 인 가구의 증가와 사회 문제

1 인 가구의 증가 현상

한국 사회에서 1 인 가구는 2012 년 이후로 매우 빠른 속도로 증가하고 있다. 1 인 가구 수가 불과 66 만, 전체의 6.9%를 차지하던 1985 년에 비해 최근 가구의 소형화가 급한 속도로 진행되면서 4 인 이상의 가구가 급감하고 1 인 가구가 급증하였다. 2019 년 기준 1 인 가구는 615 만 가구, 전체 대비 비율은 30.2%로, 2009 년의 1 인 가구 수가 317 만, 전체 대비 비율이 20%였던 것에 비해 빠른 증가율을 보인다. 통계청의 장래 가구 추계에 따르면 우리 나라의 가구 소형화는 지속될 것이며, 2047 년 기준 1 인 가구의 비율이 37.3%로 전체의 1/3 이상을 차지하고, 1 인 가구와 2 인 가구가 전체 가구 유형의 72.3%에 이를 것으로 예측되어, 오랜 기간 동안 ‘정상가족’으로 여겨져왔던 부부와 다자녀의 구성은 더이상 보편적이고 전형적인 가구의 모습이 아닐 것으로 판단된다.^①

이렇게 1 인 가구가 대표적인 가구 형태 중 하나가 될 정도로 많아진 현상에는 다양한 원인이 복합적으로 작용한다. 고령화로 인한 독거 노인의 증가, 개인주의, ‘혼술, ‘혼밥’ 등 홀로 삶을 향유하는 문화의 유행과 가족·결혼 가치관 변화로 인한 이혼, 비혼 및 만혼의 증가, 진학 및 취업을 위한 타지역살이의 증가와 같은 사회문화적인 요인과 고용불안 및 경제여건 악화와 같은 경제적 요인이 이 영향을 미친다(변미리 외, 2018).

1 인 가구 증가와 관련된 사회 문제 증가

이렇게 1 인 가구가 전에 없이 증가하고, 대표적인 현대 사회의 가구 형태 중 하나로 자리잡으면서 관련된 문제 역시 등장했다. 다인 가구의

① 통계청 장래 인구 및 가구

추계 http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/1/2/6/index.board?bmode=read&aSeq=377540&pageNo=&rowNum=10&amSeq=&sTarget=&sTxt=

집에서 1 인의 생활 단위로 분리되면서 이들 각각을 수용할 주거지가 필요했고, 이들이 적절한 생활 공간을 감당할 만큼의 경제력이 있는지, 일정한 경제 수준을 유지할 수 있는 고용 상태를 갖추었는지, 사회적으로 건강한 네트워크 관계를 형성하고 있으며 정신 및 신체적으로 온건한지와 같은 이슈들이 1 인 가구와 묶여있는 문제들로 사회 전반에 떠올랐다.

이명진, 최유정 & 이상수(2014)의 연구에 따르면 1 인 가구는 연결망이 약해 이웃이나 사회단체와의 교류도 낮고, 급할 때 도움을 청할 수 있는 사람의 수도 적은 것으로 나타났으며, 우울감, 외로움, 고립감, 슬픔을 느끼는 정도가 더 큰 것으로 나타났다. 통계청의 인구주택총조사(2015)에서도 1 인 가구의 사회 참여 비율(23.2%)이 다인 가구(31%)에 비해 낮음을 밝혔다. 변미리(2015)의 연구에서도 1 인 가구의 사회적 고립, 불안정성으로 인한 정신적인 문제가 있으며 이를 주목해야 함을 언급했다. 한편 한국보건사회연구원(2020)의 조사에 따르면 1 인 가구는 신체 건강 상태도 다인 가구에 비해 좋지 않은 것으로 나타났다.

또한 1 인 가구는 빈곤 및 고용 문제와도 밀접한 관련을 가지고 있다. 통계청의 2020 년 1 인 가구 고용 현황에 따르면, 1 인 가구 중 취업 가구는 59.6%로, 3 년째 감소 상태를 보이고 있다. 2018 년 통계청의 조사에 따르면 가구소득 3,000 만원 미만 비중은 1 인 가구가 78.1%로, 전체 가구(33.1%)의 약 2.4 배 수준으로 높다. 또한 1 인 가구의 28%가 임시 일용 근로자로 분류되며, 이 비율은 연령대가 높아질수록 급격히 상승하는 양상을 보였다. 종사하는 직업의 경우, 다인 가구에 비해 서비스업(6.5%p)과 단순 노무(9%p)의 비율이 높고, 전문직(1.6%p) 및 사무업무(6.1%p)의 비율은 낮아, 안정적인 업무 종사자 비중이 낮음을 알 수 있다.^②

주거 문제를 살펴볼 때, 1 인 가구는 다인 가구에 비해 보증부 월세의 비중이 높고, 아파트 거주 비율은 낮으며 단독 주택 비율이 높은 현상이 꾸준히 나타난다.^③이 현상은 청년 1 인 가구에서 더욱 심각하게 나타나는데, 보증부 월세의 비중이 일반가구(20.3%)에 비해 2 배 이상 높고, 원룸이나 지하·반지하·옥탑 방, 쪽방 등 주거 취약 형태로 분류되는 주택에 거주하는 비율이 높다(박미선 외, 2017).

② 통계청, 인구주택총조사에 나타난 1인 가구의 현황 및 특성 (2018)

③ 국토교통부, 주거실태조사 (2016)

이러한 상황이 종합되어, 1인 가구가 말하는 삶의 주관적 만족감은 다인 가구에 비해 낮으며, 이 상태가 몇 년간 지속되고 있다.^④ 이와 같은 상황을 종합하여 한국보건사회연구원의 연구(2017)에서는 1인 가구가 다인 가구에 비해 직업의 안정성 및 소득 수준과 건강 상태, 주거 사정 등이 현저히 떨어지는 것이 한국 현대 사회가 당면한 큰 문제 중 하나라고 지적한 바 있다.

정부는 이렇게 다양한 1인 가구 문제에 대응하기 위해, 다인 가구 중심의 법제 개편, 기초생활보장제도 수립, 공유 주택 활성화, 여성 1인 가구 안전 강화, 노인 1인 가구 고독사 방지와 같은 대책을 마련해가며, 다각도에서의 해결 방안을 찾아나가고 있다. 본 연구에서는 이 중에서 공유 주택 활성화라는 주거 솔루션 측면에 조금 더 초점을 맞추어 논의를 이어나가고자 한다.

제 2 절 1인 가구를 위한 주거 솔루션으로서 공유주택

대안책으로서 공유 주거의 등장

1인 가구의 주거 공간으로는 기본적으로 다인 가구를 위한 집에서 1인을 위한 생활 공간으로 축소 개편된 원룸이 있다. 그러나 꾸준히 이어지는 1인 가구의 낮은 자가 보유 비율과 높은 월세 및 주거취약지 거주 비율, 다인 가구에 비해 낮은 1인 가구의 주거 만족도 및 높은 주거지 안전에 대한 두려움 상태^⑤를 볼 때, 단순히 공간을 줄여 경제적으로 저렴한 주거지를 제공하는 것만으로는 1인 가구의 삶이 당면한 사회적 문제까지 포용하는 적절한 해결책이 되기 어려운 것으로 보인다. 외로움과 같은 정신적 건강, 여성의 경우 더욱 두드러지는 안전의 이슈 등이 해결되지 못한 문제로 남아있기 때문이다.

이에 대한 대안으로, 혼자 살지만 완전히 혼자 살지는 않는 주거 형태인 공유 주거라는 개념이 이에 대한 대안책으로 등장했다. 원룸이 모든 생활

④ 통계청, 사회조사(2017)

⑤ 통계청, 2020 통계로 보는 1인 가구

공간을 1인 단위로 줄여 작은 공간에 밀집시켰다면, 공유 주거는 개인의 사적 공간을 최소한으로 독립시켜 보장하되 주방이나 화장실 등은 타인과 공유하게 함으로써 결과적으로 더 넓은 면적을 영위할 수 있게 만드는 주거 형태이다. 공간 부족을 해결하는 물리적인 측면과, 사회적 고립이나 외로움과 같은 문제를 해결하고 생활에의 협력적 소비를 돕는 사회적 측면에서 합리적인 대안책으로 여겨져, 서울시에서도 2019년 이래로 공유 주택 활성화를 지원하는 정책을 펼칠만큼 공유 주택은 미래 사회의 합리적인 주거 대안책으로 조망되고 있는 상황이다. 공유 주택에 대한 수요도 실제로 꾸준히 느는 상황인데, ‘혼밥’, ‘혼술’ 등 혼자 활동하는 문화와, ‘따로 또 같이’, ‘느슨한 연대’와 같이 개인과 공동체 사이의 유연한 균형을 지향하는 문화가 공공연한 유행 중 하나로 확산된 것이 공유 주거의 성행에 또 하나의 인식적인 배경으로 작용했다. 소모임과 같은 취향공동체를 지향하는 사람들이 증가하고, 카셰어링, 대여 서비스, 중고거래와 같은 공유 경제를 핵심 개념으로 둔 서비스들이 점차 활성화되는 상황에서 주거 공간 역시 공유의 대상이 될 수 있다는 인식이 더 자연스럽게 확산되었다(한효주, 2020; 김영정 & 구화진, 2019). 실제로 2012년 말 시작된 한국의 쉐어하우스 시장은 매년 전년 대비 두 배 이상의 성장률을 보이면서, 공유 주거는 한국의 새로운 주거 형식으로 자리잡아가고 있다. ⑥

공유 주거의 유형 및 특징, 그리고 코리빙 하우스

‘공유 주거’에 대해서는 보편적으로 정확히 합의된 학문적 정의가 내려져 있지 않아 다양한 용어가 혼용되고 있는데, 서울특별시의 공동체주택 활성화 지원 등에 관한 조례에 따르면 공동체 주거는 “입주자들이 공동체공간과 공동체규약을 갖추고, 입주자 간 공동 관심사를 상시적으로 해결하여 공동체활동을 생활화하는 거주 형태”로 정의되고 있다. 박경옥(2019)은 주거 공간의 분할 방식 및 공간 공유의 의도를 기준으로 공동체 주택을 컬렉티브 하우스, 쉐어하우스, 코리빙 하우스로 유형화하였는데,

⑥ 컴앤스테이, 쉐어하우스 리포트 (2019) <https://www.thecomenstay.com/article/d359a34f-120e-4201-8a12-f3ece1a0b9af>

컬렉티브 하우스는 정원이나 차고, 옥상과 같은 공동 소유의 공동체공간을 배치하도록 설계하고, 평상시에는 각 세대의 생활 공간을 보완하고 거주자들끼리의 공동체 활동 시 활용할 수 있게 하는 형태이고, 셰어하우스는 하나의 주택 안에서 거실과 화장실 등을 공유하는 형태로, ‘하숙집’에서 식사 제공의 기능을 뺀 형태의 주거 방식으로 여겨지기도 한다. 코리빙 하우스는 최소한의 사생활 공간을 보장하되, 넓은 규모의 부대복리시설 및 주민공동시설(코워킹 공간, 거실, 공유 주방 등), 다양한 커뮤니티 서비스(원데이 클래스, 입주인 파티, 반상회 등)를 제공함으로써 결과적으로는 원룸보다 더 넓은 공간을 향유하며 입주인 커뮤니티 속에서 생활할 수 있게 하는 주거 형태이다. 코리빙 하우스마다 각자 지향하는 컨셉이 있어, 이 컨셉에 맞게 공간을 디자인하고 제공할 커뮤니티 서비스를 조율하는 등, 생활 경험을 매우 의도적으로 디자인한다. 코리빙 하우스가 선택적인 공동체활동을 중시하는 만큼 커뮤니티 서비스는 또 하나의 중요한 기능인데, 같이 살지만 독립적인 사생활이 보호되고, 혼자 살지만 필요하다면 언제든지 커뮤니티를 활용하며 외롭지 않은 삶을 살 수 있도록 하우스의 운영 체제와 제공하는 서비스를 조절하고 입주인을 관리한다. 실제로 코리빙 하우스의 소개글에는 ‘홀로 또 같이 공간’, ‘혼자만의 시간을 존중 받고, 때로는 즐거운 경험과 반가운 만남을’(하우스 라이프온투게더), ‘일상을 완전히 공유하지는 않지만 원한다면 언제든지 함께 지낼 수 있는 새로운 형태의 라이프 셰어링 주거 공간’(하우스 테이블)과 같은 표현들이 사용되고 있다. 기본적인 생활을 충분히 보장하는 합리적인 가격의 하우스에서부터 호텔 컨시어지 서비스까지를 옵션으로 제공하는 프리미엄 하우스까지, 점차 더 다양한 컨셉을 가진 코리빙 하우스가 등장하고 운영되고 있다.

그러나, 코리빙 하우스라는 새로운 주거 형태에서 어떠한 삶의 양상이 나타나며 사람들 간의 역동은 어떠한지, 즉 이들의 삶의 경험과 문제의 지점, 니즈에 대해 깊이 있게 들여다 본 연구는 아직 미비한 상황이다. 코리빙 하우스가 사생활과 공유 생활 사이의 적절한 균형을 지향하고, ‘따로 또 같이’라는 현대적인 공동체성 하에 1인 가구들의 생활을 구성해나가는 바, 이에, 본 연구에서는 새로운 관계의 니즈와 역동이 나타나는 1인 가구

커뮤니티의 관점에서 코리빙 하우스의 생활 경험과 문제에 대해 조금 더 심층적으로 연구해보고자 하였다.

이를 위해 진행한 다섯 개 조사의 방법과 결과를 세 장에 나누어, 각각의 연구 문제와 함께 서술하고자 한다. 조사가 진행된 전체 연구 과정은 다음 그림 1 과 같다.

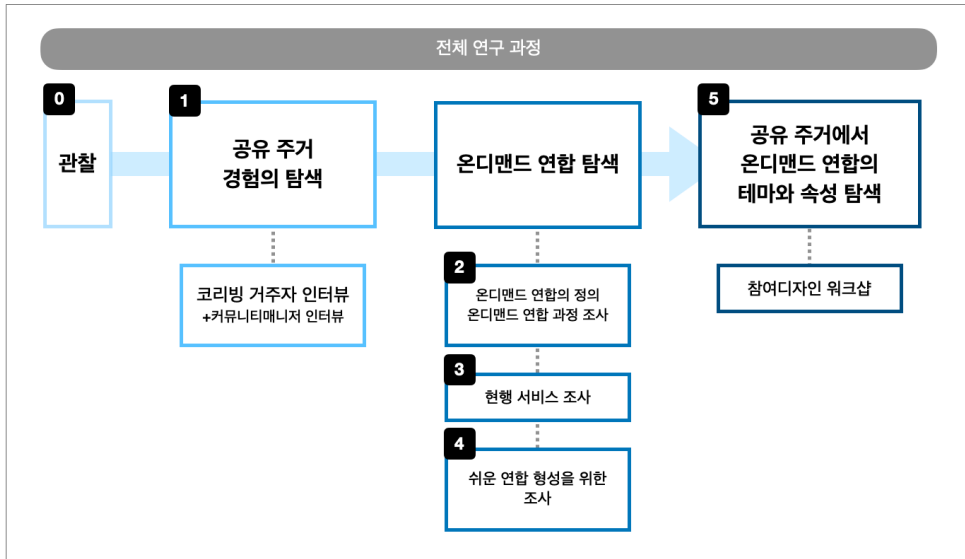


그림 1. 전체적인 연구 진행 과정

제 3 장 공유 주거 경험에 대한 연구

RQ1. 코리빙 하우스의 공유 주거 경험에 영향을 미치는 요인은 무엇인가?

앞 장에서 서술하였듯, 코리빙 하우스는 독립된 사생활과 공유하는 삶이 균형을 맞추어 공존한다는 특징을 장점으로 꼽는다. ‘따로 또 같이’라는 지향성 하에, 독립적인 생활을 누리다가도 원할 때 공용 공간과 커뮤니티 활동을 다른 입주민들과 선택적으로 공유하면서 타인과 연결되어있다는 느낌을 받을 수 있는 것이다.

이렇게 1인 가구들이 큰 집합체 안에 모여 작은 최소 생활 단위로서 생활함과 동시에, 또 하나의 작은 공동체로서 교류하고 결집하고 해체하는 과정에서 전에 없던 새로운 공동체 형식이 나타난다. 전통적인 커뮤니티가 혈연으로 이어진 가족, 지연으로 이어진 친구와 지인, 학교와 직장이라는 사회적 소속으로부터 이어진 관계들이었고, 이러한 친밀 공동체가 친목을 이유로, 혹은 관계 그 자체를 이유로 지속적이고 비-목적적인 만남을 지속해갔다면, 코리빙 하우스에서 취해지는 공동체 형식은 이와 다르다. 생활 공간이라는 밀접한 영역을 공유하고 있는 사이이지만, 원하지 않는다면 누구와도 관계를 맺지 않을 수 있고, 원한다면 만남을 조직하고 자신의 필요에 따라 유연하게 만날 사람을 모을 수도 있으며, 하나의 모임을 해체 후 또 다른 목적을 공통 기점으로 하여 다른 사람들과 모일 수도 있다. 셰어하우스에 대한 참여관찰 연구를 진행한 서조은(2016)의 연구에서도 공유 주거 환경 속의 커뮤니티에서는 편리한 관계를 유지하며 필요에 따라 뭉치고 흩어지기를 반복하는 특성이 있다고 정리한 바 있다.

본 연구에서는 이러한 새로운 공동체성에 조금 더 집중하여, 코리빙 하우스 속 공유 주거 경험이 어떤지 탐색하고자 위와 같은 연구 문제를 가지고 입주민과 커뮤니티 매니저를 인터뷰하는 첫 조사를 실시했다.

제 1 절 코리빙 하우스의 공유 주거 경험 조사

1. 연구 방법

코리빙 하우스의 공유 주거 경험이 전반적으로 어떤지, 경험에 영향을 미치는 요인들은 무엇이며 거주자들의 인식과 니즈는 어떠한지 살펴보기 위하여 코리빙 하우스 거주자들을 대상으로 반구조화 인터뷰를 실시했다. 또한, 하우스 입주자들과 소통하며 문제를 관리하고 입주부터 퇴거까지의 전반적인 과정을 담당하는 커뮤니티 매니저와의 인터뷰를 통해, 거주자들이 말하지 않거나 개인 거주자의 입장에서는 잘 알지 못하는 거시적인 관계성 및 분위기, 제도적인 측면에 대해 이야기를 나누며 하우스 상황에 대한 전반적인 이해를 보충하였다.

1.1 참가자

조사는 서울시 관악구 신림동에 위치한 코리빙 하우스 거주자 10 명을 대상으로 하였고, 이들은 모두 20-30 대 여성이었다. 코리빙 하우스에 입주한지 얼마 되지 않은 초보 입주자들은 공유 주거의 장점과 단점을 아직 충분히 경험하지 못했을 우려가 있어, 거주 기간 3 개월 이상인 입주자만을 스크리닝하여 선정하였다. 인터뷰 참가자 10 명의 구체적인 인구통계학적 정보는 다음 표 1 과 같다. 인터뷰는 약 40 분-1 시간 가량 진행되었으며, 모든 참가자들은 연구 참여 보상으로 1 만원 상당의 기프트콘을 제공받았다.

| P # | 거주지 | 거주 기간 | 성별 | 연령대 | 직업 상태 |
|-----|-------|-------|----|------|-------|
| P01 | 쉐어원 | 12 개월 | 여성 | 30 대 | 직장인 |
| P02 | 쉐어원 | 13 개월 | 여성 | 20 대 | 대학생 |
| P03 | 쉐어원 | 12 개월 | 여성 | 20 대 | 대학생 |
| P04 | 쉐어원 | 8 개월 | 여성 | 20 대 | 취업준비생 |
| P05 | 쉐어원 | 4 개월 | 여성 | 30 대 | 직장인 |
| P06 | 쉐어 어스 | 3 개월 | 여성 | 20 대 | 직장인 |
| P07 | 쉐어원 | 9 개월 | 여성 | 20 대 | 취업준비생 |
| P08 | 쉐어원 | 3 개월 | 여성 | 20 대 | 대학생 |
| P09 | 쉐어원 | 5 개월 | 여성 | 30 대 | 취업준비생 |
| P10 | 쉐어원 | 6 개월 | 여성 | 20 대 | 대학생 |

표 1. 공유 주거 경험 인터뷰 참가자의 인구통계학적 정보

1.2 반구조화 인터뷰

본 조사에서는 질적 연구 방법론을 활용하여 공유 주거 경험에 대해 심도 있게 탐색하고자 하였다. 리빙랩에서 생활하며 관찰하고 느꼈던 경험을 바탕으로, 공유 주거 경험에 영향을 미칠 것으로 예상되는 기본적인 요소들을 가장 기초적인 틀로 잡아 인터뷰 가이드라인(표 2)을 작성하였다. 이 가이드라인을 기반으로 질문하되, 참가자의 답변에 맞추어 유연하게 대화를 전개하는 반구조화 인터뷰를 진행하였다.

| 카테고리 | 질문내용 |
|-----------------------|--------------------------------------|
| 기본 정보 | 코리빙 하우스 거주 기간, 과거 공유 주거 경험 여부 |
| 보편적 니즈 | 코리빙 하우스를 선택한 이유, 기대한 것들 |
| | 하우스 거주 중 가장 불편한 점, 필요하다고 느끼는 점 |
| | 공용 공간 사용에서 만족스러운 점, 불편한 점, 니즈 |
| | 물리적 구성요소에 대한 만족도, 니즈 |
| | 하우스 운영 및 관리 체제에 대한 만족도, 니즈 |
| 소통 | 매니저와 소통, 하우스 정보 및 일처리 과정에 대한 만족도, 니즈 |
| | 매니저와 소통 방식과 만족도, 니즈 |
| | 다른 입주자와의 교류 정도와 만족도, 니즈 |
| 커뮤니티 | 현재 하우스 소통 도구 사용 빈도, 행태, 만족도, 니즈 |
| | 현재 커뮤니티 상태에 대한 인식, 만족도, 니즈 |
| | 다른 입주자와 같이 해본 활동 여부, 만족도, 불편과 니즈 |
| | 이웃과 커뮤니티에게 바라는 점, 같이 하고 싶은 활동 |
| 커뮤니티 활성화를 위해 있으면 좋을 것 | |
| 비대면 상황 | 비대면 상황으로 하우스 생활에 영향을 받은 점이 있는지 |
| 전반적 평가 | 전반적으로 훑어보며 마무리 |

표 2. 공유 주거 경험 조사 인터뷰 가이드라인

1.3 인터뷰 데이터 분석

인터뷰 내용은 모두 참가자 동의 하에 녹취 후 전사되었다. 모든 인터뷰가 종료된 후, 리빙랩에서 같이 현장 관찰을 지속해온 연구자 두 명이 전사된 인터뷰 내용을 살펴보면서, 내용의 유사성을 기준으로

그루핑을 반복하여 카테고리 분류해나가는 질적 코딩 방법으로 분석하였다. 두 연구자의 의견이 일치하지 않는 부분은 논의 후 의견이 일치할 때까지 재그루핑을 반복했고, 이를 통해 공유 주거 경험에 영향을 미치는 요소를 세부 항목을 가진 카테고리 유목화하였다.

2. 연구 결과

2.1 결과

관악구 신림동에 위치한 코리빙 하우스 거주자 10 명을 대상으로 진행한 반구조화 인터뷰를 질적 분석한 결과, 공유 주거 경험에 영향을 미치는 요소들은 크게 하우스 인프라, 운영 체제, 정보, 공간, 커뮤니케이션, 커뮤니티, 공동생활로 분류될 수 있었다. 이 큰 항목들은 각각의 중분류 및 소분류로 구체화되었는데, 분류된 결과는 다음 표 3 과 같다.

| 대분류 | 중분류 | 소분류 |
|-----------|-----------------------------|---------------------------------------------------------|
| 하우스 인프라 | 건축 시설 불만족 | 구조물의 위치 및 배치가 부적절함 (창문, 공용 공간, 화장실 등) 방음 및 단열이 약함 |
| | 물질적 인프라 불만족 | 소유물을 수납할 공간이 좁음 (방, 창고, 냉장고 공간 등) 기본 제공 물품 부족 또는 부재 |
| 하우스 인프라 | 서비스 수준 불만족 | 생활 필수 서비스(청소, 보안)의 수준이 낮음 제공되는 행사/프로그램/이벤트 부족 |
| | 운영 체제 | 관리 체제 불만족 |
| 정보 | 공식적 정보의 불충분 | 기본 공지 및 안내가 부족하거나 실제와 다름 세부 정보를 제공하지 않음(관리비 세부 내역 등) |
| | 정보 접근의 어려움 | 필요 정보가 고정·누적되지 않고 유실됨 |
| | | 어떤 정보를 어디서·누구를 통해 얻을 수 있는지 알기 어려움 |
| | | 하우스 공식 웹사이트의 접근성이 떨어짐 |
| 정보 공유의 부족 | 입주민 간 정보 공유가 자연스럽게 활성화되지 않음 | |
| 커뮤니케이션 | 관리자와 소통이 어려움 | 건의가 잘 반영되지 않음 일대일 문의가 부담스러움 |
| | 입주민 간 소통이 어려움 | 관리자 없는 자체적 소통 부족 |
| | | 소통 채널 참여자의 범위가 너무 넓음 |
| | | 소통 채널의 익명성 부족 |

| | | |
|----------|-----------------|-----------------------------------------------------------------|
| 커뮤니티 | 입주자 간 교류 활동 부족 | 이웃에 대해 기본적으로 알아갈 기회 부족 친목 활동 부재 실용적인 교류 활동(공동구매, 나눔 등) 부재 |
| | 입주자 간 불편한 분위기 | 대면 분위기가 어색함 소통 채널의 분위기가 부정적임 |
| | 입주민 간 자치의 부재 | 공유자 간 규칙 합의와 조정의 어려움 |
| | 충족되지 않는 정서적 결핍감 | 기대했던 안정감, 소속감의 불충족, 여전한 외로움 |
| | 공동생활 | 공유 공간 사용의 어려움 |
| 공동생활의 문제 | | 기본 에티켓을 지키지 않는 이웃 (청결, 소음 등) 감각적, 생활적 기준이 다른 문제 |

표 3. 공유 주거 경험에 영향을 미치는 요소의 카테고리

이에 대해 구체적으로 짚어보자면, 하우스에서 제공하는 인프라에 대한 불만으로는 건축 공간이나 상태, 기본적으로 제공되는 물품이나 서비스의 수준 및 부족함에 대한 언급이 있었고, 운영 체제와 관련해서는 하우스 관리 체제에 대한 불만이 있었다. 또한 하우스에 살면서 필요한 정보에 접근하기가 쉽지 않거나, 공시하는 정보 자체가 불충분하다는 의견이 있었다. 커뮤니케이션과 관련해서는 입주자-매니저 사이의 소통과 입주자-입주자 사이의 소통이 둘 다 언급되었는데, 실명 기반 대화 메신저인 카카오톡으로 매니저와 소통하는 것이 다소 부담스러운 경우가 있으며, 건의가 제대로 반영되지 않는 느낌이 들 때가 많다는 의견이 있었다. 입주민들끼리의 커뮤니케이션에서는 현재 소통 도구인 카카오톡의 한계에 대한 불만이 많이 언급되었는데, 우선 매니저가 함께 채팅방에 들어있어 편하게 의견을 나누기에 감시받는 느낌을 줘 불편하다는 것, 굳이 전체 입주민에게 말할 필요 없는 세대 단위의 이슈들을 전체 입주민들에게 다 보이게 말해야 해서 부담스러울 뿐만 아니라 듣는 사람에게 피로감을 누적시킨다는 점, 실명 기반이기에 불편하지만 필요한 이야기를 해야할 때 부담이 크다는 것이 언급되었다.

커뮤니티와 관련해서는 더 다양한 불만이 언급되었다. 코로나 19 로 인해 입주민들끼리 다같이 만나는 모든 활동이 취소되다보니, 입주자 간 교류

활동이 현저히 부족했다. 기본적으로 서로 누가 사는지 알아갈 기회도, 친목을 기반으로 관계를 쌓아나갈 수 있는 기회도 얻기 어려웠다. 그러나 여기서 언급되는 입주민 간의 교류가 친밀하고 사회적인 친목 활동만을 의미하지는 않는다. 사람들은 공유 주거라는 환경을 활용하여 밤에 같이 안전하게 산책하거나, 장을 보러 가거나, 무료배송 최소 금액을 맞춰 같이 주문하거나, 생활 용품을 빌리고 나눔받는 등의 실용적인 교류에 대한 니즈가 많았으나, 이런 것을 쉽게 시도하고 실천할 수 있는 분위기가 되지 못해 어떤 실용적 교류도 원활하게 이루어지고 있지 않았다. ‘단독방에서 어떤 일을 같이 할 사람을 구하는 제의가 몇 번 올라온 적 있지만 아무도 반응이 없었고, 이 무반응을 지켜보면서 나는 그냥 말을 꺼내지 말아야겠다는 생각을 했다’는 P04의 말은 이 현상을 잘 보여준다.

이렇게 대면하여 서로와 접촉할 기회가 없다보니 입주민 간 분위기가 좋지 못한 문제는 필연적으로 뒤따라왔다. 대면 분위기가 어색한 것은 물론이고 소통 도구인 카카오톡 단독방에서도 분위기가 굳어있을 뿐더러, 서로에게 문제를 지적하거나 주의를 요구하는 불가피한 글들만 올라와 분위기가 점점 더 부정적으로 변해간다는 것이다. 이런 문제들이 발생할 때에 이에 대해 이야기하며 자체적으로 규칙을 만들고 적정한 생활 기준을 합의하지 못하는 자치의 부재 역시 문제점으로 꼽혔다. 인터뷰 참가자 대부분이 자치의 부재를 문제로 언급했지만, 누구도 쉽게 나서서 이를 도모하려 하지 않는 상황이었다. 이렇게 입주민 간 소통이 안 되고 교류가 어렵다보니 커뮤니티로부터 얻을 수 있는 만족감이 떨어지고, 이는 혼자 사는 자취 생활이 아닌 공유 주거이기에 기대했던 정서적 안정감이나 소속감을 충분히 만족시켜주지 못하는 문제로 이어졌다. 참가자 중 4명이 코리빙 하우스에서 살고 있음에도 불구하고, 여전히 혼자 사는 것처럼 심심함과 외로움을 느낀다고 말했다.

마지막으로, 혼자 살지 않기 때문에 필연적으로 발생하는 공동생활 관련된 문제가 언급되었다. 각자 청결과 소음 등 생활 및 감각적 기준이 다르기 때문이다. 거주자마다 더러움에 대한 기준도 다르고, 어느 정도의 소음을 허용 가능한 선으로 판단하는지의 기준도 다를 뿐만 아니라, 보편적인 기준치를 벗어나는 기본적인 에티켓을 지키지 않는 이웃으로 스트레스를 받는 경우도 있었다. 또한, 공유 주방이나 라운지를 사용하고

싶은데 이미 이용자가 많으면 불편하고 어색해서 잘 쓰지 못하게 된다는 점이나, 그렇기 때문에 직접 가보지 않고 방에서 보고 싶은데 직접 가봐야만 알 수 있기에 층을 굳이 이동하는 귀찮음 없이도 방에서 이 상태를 볼 수 있으면 좋겠다는 니즈도 소소하게 언급되었다.

2.2 논의

앞서 코리빙 하우스에서는 새로운 형식의 공동체가 나타난다고 서술한 바 있는데, 이에 관련된 니즈가 본 조사에서 커뮤니티 및 커뮤니케이션과 관련된 니즈에서도 유사하게 드러났다. 사람들은 친밀함을 기반으로 확장되는 친목 관계에 대한 니즈도 있지만, 그보다도 같은 생활 공간을 영위하는 사람들이기에 훨씬 더 편하고 쉽게 이를 수 있는 실용적인 연합체를 상당히 필요로 하는 듯 했다. 같은 수요가 있는 사람들을 찾고, 그들끼리 모여 필요를 해결하고, 목적 달성 후 부담없이 헤어지는 형태의 목적지향적인 모임에 대한 니즈가 많이 언급되었다. 하지만 대부분의 경우 ‘부족하다’, ‘어렵다’ 및 ‘부담스럽다’와 같은 부정적인 반응과 결합하여 나타나, 이 니즈가 현재로서는 잘 충족되지는 않는 것으로 보였다.

이처럼 공유 주거 생활 경험에 영향을 미치고, 언급도 많이 되지만 잘 풀릴 기회가 쉽게 보이지 않는 이 새로운 형식의 연합체에 대해 더 깊이 있게 살펴볼 필요가 있다고 판단되어, 이에 조금 더 초점을 맞추어 다음 연구를 진행하였다.

제 4장 온디맨드 연합에 대한 연구

이전 장의 조사에서 공유 주거자들 사이에 입주민들끼리 서로 니즈가 맞는 사람들끼리 모였다가 해결 후 헤어져도 괜찮은 형식의 실용적인 교류에 대한 니즈가 있음을 발견했다. 이에, 이러한 연합체를 좀 더 구체적이고 명확하게 정의하고, 유사한 경험의 과정은 어떤지, 이와 관련하여 어떤 서비스들이 실제로 활용되고 있는지, 어떻게 하면 더 쉽게 도모할 수 있을지 탐색해봄으로써 이들의 특징과, 공유 주거 환경에서 활성화되기 위해 필요한 조건들을 도출해보고자 하였다. 제 4 장에서 알고자 한 연구 문제는 다음과 같다.

RQ2. 코리빙 하우스 내 온디맨드 연합의 의미는 무엇인가?

2.1 온디맨드 연합은 무엇이며, 경험 단계별로 어떤 특징을 가지는가?

2.2 코리빙 하우스 내 온디맨드 연합 발생 및 지속이 어려운 이유는 무엇인가?

제 1 절 온디맨드 연합의 정의

온디맨드 연합, 수요에 따른 목적 중심적인 유연한 연합체

사람이 타인과의 관계에 연이게 되는 경우는 가족, 친구와 같이 기형성된 친밀 공동체에 속해 있는 경우과, 학교나 직장 등의 사회적 지위 및 소속을 부여받는 사회적 참여 활동에 의해서가 있다. 그간의 많은 활동들은 이렇게 기형성된 관계의 지인들을 기반으로 진행되어왔다. 그러나 제 2 장에서 서술했던 바와 같이, 현대 사회는 기존의 가족 기반, 지인 기반의 지속적이고 고정적인 대인관계에서 벗어나 점점 더 혼자인 개인으로, 혹은 개인과 개인의 유연한 집합체로 대인관계를 영위하고 있다. 공통의 관심사를 교집합으로 취미나 활동을 같이 하는 취향 공동체가 성행하고, 한 순간의 필요를 위해 새 물건을 구매하기보다는 중고 판매자나 대여할 수 있는 사람 혹은 서비스를 찾는다. 비슷한 위치를 공통점으로

잠깐의 만남을 영위하는 소모임이나 당근마켓 동네생활 역시 활발히 사용된다. 이렇듯 원래 모르는 사람들이더라도 지금 당장의 필요에 의해, 특정한 취향이나 목표를 공통점으로 모여 목적을 수행하기 위해 형성된 관계들, 즉 관계 중심적이지 않고 ‘목적 중심적인’ 관계들이 활성화되고 있다.

본 연구에서는 이렇게 어떠한 수요가 생겼을 때, 그 특정한 목적을 달성하기 위해 조건에 맞는 상대를 찾고, 모집하며, 그들과 교류하고 목적을 달성하면 선택적으로 교류를 지속 혹은 해산하는 목적 지향적인 연합을 ‘온디맨드 연합(On-Demand Coalition : ODC)’이라고 조작적 정의하였다.

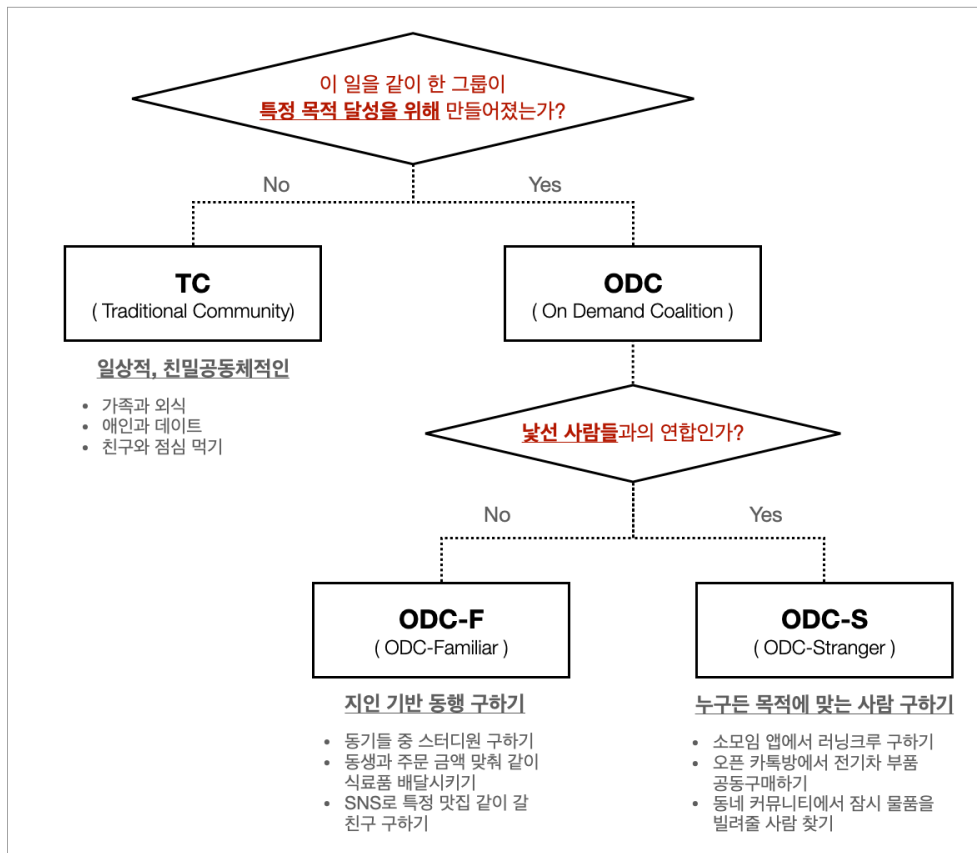


그림 2. 특정 활동의 연합체를 목적지향적인지의 여부와 참여자들간의 관계에 따라 TC 와 ODC 로 분류하였다.

그림 2 의 도식에서, 특적 목적 없이도 이미 연결되어있는 집단은 TC(Traditional Community)로 표현하였다. 혈연으로 이어진 가족, 대개 지연으로 이어지는 친구와 지역 지인, 학교나 직장과 같은 소속으로부터 파생되는 관계들이 대개 여기에 속하기 쉬우며, 목적을 위해서 모인 것이 아니라 이미 형성되어 있는 비목적적 연합체를 의미한다. 온디맨드 연합(ODC)는 낯선 사람들과의 연합인지 여부에 따라 이미 아는 집단 안에서 목적 달성을 위해 모인 연합체인 ODC-F(ODC-Familiar)와, 이 목적이 아니었다면 모일 일이 없었을 낯선 타인과 오로지 이 목적을 위해 모인 연합체인 ODC-S(ODC-Stranger)로 구분된다. 이미 연대와 친밀함이 조금이라도 형성되어있는 집단인지 아닌지에 따라 연합 인원을 구하고 수행하는 인지 및 행동 양식이 달라진다.

온디맨드 연합은 한 번의 교류를 끝으로 파해서 더 이상 만나지 않는 일회적인 연합으로 끝날 수도 있고, 조건과 반응을 살펴 상황에 맞게 지속 운영하게 되는 장기적인 연합이 될 수도 있다. 일회적인 연합은 당근마켓 동네 생활에 올라오는 ‘벌레 잡아주실 분’과 같이 일회적이고 급한 도움을 구하거나, 한 번만 도매시장에 같이 갈 사람들을 구하거나, 원하는 중고 물품을 안전하게 구매할 수 있는 사람을 찾는 것이 해당된다. 지속적인 연합은 취향 공동체 서비스에서 같이 자전거 탈 모임에 들어가 주말마다 참여하는 것이나, 면접이나 자격증 공부를 같이 공부할 사람을 구하는 ‘스터디’, 혹은 혼자라면 달성하기 어려운 가벼운 목표들을 집단의 힘으로 달성하기 위해 같은 목표를 가진 사람들끼리 모여 서로에게 자극받으며 수행해나가는 ‘챌린지’와 같은 활동이 해당된다. 위 예시에 언급된 것처럼 특정 분야만을 다루는 서비스가 앱이나 웹사이트로 구현된 경우도 있지만, 꼭 앱이나 웹사이트를 통해서가 아니라고 하더라도 카카오톡이나 인스타그램, 페이스북과 같은 개인 SNS 를 활용하여 특정 목적을 중심으로 사람을 모은 경우도 온디맨드 연합에 포함된다.



그림 . 한 플랫폼 내에서 온디맨드 연합을 구하는 모습. 동네 기반 중고거래 및 지역 생활 커뮤니티 앱 ‘당근마켓’의 동네생활 탭(좌), 대학생 커뮤니티 앱 ‘에브리타임’의 자유게시판(우).

이와 같이 목적 지향적인 유연한 활동 집단을 온디맨드 연합이라고 정의하였는데, 이러한 온디맨드 연합이 어떻게 형성되고, 모집 및 조율되며, 수행 후 정리되는 과정은 어떠한지 경험 과정을 구체적으로 살필 필요가 있었다. 전체 과정에서 나타나는 특징들을 분석해봄으로써 코리빙 하우스 안에 온디맨드 연합 형성을 잘 도모하기 위해 과정마다 고려해야할 속성들을 알아보고자 하였다.

제 2 절 온디맨드 연합 경험의 과정 및 특징 조사

1. 연구 방법

1.1 참가자

대학생 커뮤니티 앱 ‘에브리타임’과 개인 SNS 를 활용하여 참가자를 모집하였다. 최근 6 개월 동안 오로지 특정한 목적만을 위해 참여한 연합을 최대한 기억나는대로 사전 설문에 적게 하고, 그 수가 5 개 미만인 사람들은 스크리닝 아웃하였다. 인터뷰는 대면 및 화상으로 약 40 분-1 시간 가량 소요되었으며, 모든 참가자들은 13,000 원 상당의 기프티콘 혹은 동일 금액의 현금을 참여 보상으로 지급받았다. 모든 인터뷰 참가자의 인구통계학적 프로파일은 다음 표 4 와 같다.

| P # | 성별 | 연령대 | 직업 상태 | 가구 형태 |
|-----|----|------|-------|--------|
| P01 | 여성 | 30 대 | 직장인 | 다인 가구 |
| P02 | 남성 | 20 대 | 대학생 | 다인 가구 |
| P03 | 여성 | 30 대 | 대학원생 | 다인 가구 |
| P04 | 여성 | 20 대 | 대학생 | 다인 가구 |
| P05 | 남성 | 30 대 | 직장인 | 1 인 가구 |
| P06 | 여성 | 20 대 | 취업준비생 | 다인 가구 |
| P07 | 여성 | 20 대 | 대학생 | 1 인 가구 |
| P08 | 남성 | 20 대 | 대학생 | 1 인 가구 |
| P09 | 여성 | 20 대 | 대학생 | 1 인 가구 |
| P10 | 남성 | 20 대 | 직장인 | 다인 가구 |

표 4. 온디맨드 연합 활동 경험 인터뷰 참가자의 인구통계학적 프로파일

1.2 로그 기반 반구조화 인터뷰

타인과 연합 관계를 이루는 활동이 일상적으로 자주 발생하지 않을 수 있음을 고려하여, 참여한 활동에 대해 기억의 보완재 없이 그냥 떠올리기에는 회상에 어려움이 있을 것이라고 판단하였다. 따라서 참가자에게 핸드폰을 보면서 사용 중인 앱을 살펴보고, 카카오톡, 메모, 달력, 갤러리 등에 남은 기록을 훑어보면서 최근 6 개월 동안 타인과 함께한 활동을 떠올리고, 최대한 10 개를 채워 적어내게 하였다. 이후, 적은 활동을 보면서 경험의 과정: [검색 및 모집 - 조정 및 대화 - 수행 - 정리 정산 후 해산]의 단계에 따라 (1)활동이 어떻게 진행되었고, (2)어떤 매개체 혹은

매개 플랫폼을 활용하였으며, (3)이 과정에서 불만족스러웠거나 한계를 느낀 지점 혹은 특별히 고려해야 했던 점은 무엇인지 질문하였다. 온디맨드 연합의 경험과 과정이 목적 중심적이지 않은, 친밀한 인간 관계와 행하는 활동들과 어떻게 다른지 비교하기 위해, 적어낸 10 개 내외의 활동 리스트 중에 연인과 데이트, 가족과 외식과 같이 목적지향적이지 않은 일상적인 모임 활동도 소수 포함하게 하였다.

1.3 인터뷰 데이터 분석

모든 참가자의 동의 하에 녹음된 인터뷰 데이터를 전사 후, 진행 단계에 따라 언급된 특징과 사용한 플랫폼을 적었다. 실제로 시트에 정리한 인터뷰 데이터의 예시는 다음 그림 3 과 같다. 진행의 각 단계를 기준으로 모든 참가자의 데이터를 모아보고, 특정 단계에서 빈번하게 사용되는 플랫폼이 무엇인지, 이 때에 공통적으로 언급되는 특징이나 어려움이 있는지 적고, 이로부터 발견한 인사이트를 경험 과정 이해에 참고하였다. 예를 들어, 모집자가 소속감을 가질만한 공통점을 가졌거나 만나기 좋도록 근접한 위치를 공유하는 집단이 모집의 풀로 선호되며, 두 조건의 상관성은 높다는 점이 있다. 대학생들은 같은 대학 재학생들만이 모여있는 커뮤니티 앱인 에브리타임을 모집 플랫폼으로 가장 많이 사용하는데, 같은 학교 재학생이라는 공통점이 기초 수준 이상의 신뢰감 및 안전감을 줄 뿐더러 학교라는 같은 위치를 영위하는 집단이기에 교류하기도 쉽기 때문이다.

| | 연합 케이스 | 연합 유형 | 검색, 모집 | 조정, 대화 | 수행 | 정리, 정산, 해산 |
|----|----------------------|-------|-----------------------------------|-------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 1 | 배우 서포트 모임 | ODF-S | 팬카페에서 총무 찾는 글 보고 참여 | 총대끼리 오픈 카톡방 만들어서 | 단체방에서 일정 잡고 만나서 행사 참여 | 팬카페 사이트에 신설 계좌 만들어 올리고 정산 후 폐기 |
| 2 | 동네 세프의 홈파티 | ODF-S | 우트에서 홈파티 글 보고 | 우트 채팅방 | 약속한 일시와 장소에서 만남 | 총대가 계산 후 채팅방에 계좌 올림 |
| 3 | 동네 밥 모임 | ODF-S | 우트에서 직접 밥 먹자는 글 올림 | 우트 채팅방 | 약속한 일시와 장소에서 만남 | 채팅방에 계좌 올림 |
| 4 | 공무원 취준 스터디 | ODF-S | 에타 게시판에서 모집 글 보고 | 쪽지 드리니까 실명 카톡방에 초대받음 | 카톡방에서 일정 잡고 실제로 만나서 얘기 나누고 매주 만나서 진행함 | 한번 시험이 끝나고 나니 자연스럽게 끝남 1차에 불고 안불고에 따라 목적도 공부 범위도 달라져서 |
| 5 | 기상 인증 스터디 | ODF-S | 에타 게시판에서 모집 글 보고 | 댓글달면 오카방 링크 쪽지로 받음 | 오카방에 매일 사진 올림 | 급방 그만 두는 사람이 많아서 중간에 중지부짐 |
| 6 | 학교 사물함 나눠쓸 사람 구함 | ODF-S | 에타에 글 보고 | 댓글 달아서 오카방으로 대화 | 필요한 정보 주고, 장소 합의하고 끝 | 한 학기 이후 딱히 얘기 없이 그냥 해산 |
| 7 | 공연 굿즈 트위터 나눔 받기 | ODF-S | 트위터 피드에서 정보를 보고 | 그냥 가거나 엔선으로 신청함 | 알려준 장소로 찾아가 | 나눔 받고 끝 |
| 8 | 공연 후 트린들과 밥먹기 | ODF-F | 트위터에 만나서 밥먹을 사람을 찾는 글 올림 | 엔선으로 현재 상태 알리고 만남 위치 정함 | 약속한 일시와 장소에서 만남 | 친해진 정도에 따라 실제 카톡 교환하고 카카오페이로 보내기도 하고, 그 정도가 아니면 디엠으로 계좌 보내고 송금 |
| 9 | 친구들과 밥먹속 | ODF-F | 단체방에서 자연스레 얘기가 나옴 | 단체 | 약속한 일시와 장소에서 만남 | 카카오페이 송금 |
| 10 | 자취할 때 생활품 나눠가질 사람 찾기 | ODF-S | 공무원 시험 준비 카페에 사람 구함. 어차피 다 근처 사니까 | 댓글 오면 오카방 열어서 대화 | 약속한 일시와 장소에서 만남 | 그 자리에서 현금 받음 |
| 11 | 팬클럽 굿즈 공유 참여 | ODF-S | 팬카페 게시판에 글 올림 | 게시판 댓글과 블로그에서 진행상황 알림 | 구글 폼으로 신청 후 받음 | 올려준 계좌로 송금 |
| 12 | 학식 같이 먹을 사람 구하기 | ODF-S | 에타에 조건 써두고 글 올림 | 에타 댓글로 조정 | 약속한 일시와 장소에서 만남 | 한번 먹고 해산 |
| 13 | 같이 야구장 갈 세내기 친구 모집 | ODF-S | 에타에서 모집 후 오픈카톡방 | 오카방에서 대화 | 하지 못했음 | 본 태스크까지 너무 오랜 시간이 걸려서 밥 한번 먹고 그냥 중지부지 않아짐 |
| 14 | 팬탈 친구 모집 | ODF-S | 팬탈 사이트에 글 올림 | 댓글 남긴 프로필 보고 연락함 | 팬탈 2회 함 | 미음에 안들어서 답장 안해서 끊김 |

그림 3. 온디맨드 연합의 진행 단계에 따른 특징과, 각 단계에서 사용한 플랫폼을 정리한 시트의 예시.

2. 연구 결과

특정 활동을 같이 한 연합체를 TC, ODC-F, ODC-S 로 나누고 각각의 연합체 경험 속에서 진행 단계별로 어떤 특성이 나타나는지 정리한 결과는 다음 표 5 와 같다. 코리빙 하우스에서 발생하는 연합의 성격은 ODC-S 에 해당하므로, 결과 논의에서는 ODC-S 의 특성에 초점을 맞추어 서술하고자 한다.

| 연합체 | | TC (Traditional Community) | ODC-F (On-demand Coalition -Familiar) | ODC-S (On-demand Coalition -Stranger) |
|--------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 단 계 | 모집 | <ul style="list-style-type: none"> 일상적 교류 중에서 자연스레 촉발되고 자연스레 모집함 대화, 전화, 카카오톡 활용 | <ul style="list-style-type: none"> 일상적 교류 중에서 자연스레 촉발되고 자연스레 모집함 대화, 전화, 카카오톡 활용 인스타그램, 페이스북 같은 개인 소셜미디어에 포스팅 | <ul style="list-style-type: none"> 다양한 플랫폼 활용 (주로 커뮤니티 서비스) 최소한의 공통점을 갖춘 풀에서 구하려함 지원자 필터링 니즈 : 못 미더운 불안 존재 규칙을 더 세밀하게 세우고 고지함 |
| | 조율 | <ul style="list-style-type: none"> 대화, 전화, 카카오톡을 통해 조율 이 외의 다른 플랫폼을 사용하지 않음 | | <ul style="list-style-type: none"> 오픈카톡방 혹은 전용 플랫폼을 사용 실명 활동을 꺼려 완전한 익명 혹은 닉네임과 같은 비-실명 기반 채팅, 댓글로 조율 안전을 보장하기 위해 위치, 번호, 사진 등의 인증을 요구하기도 함 친분/신뢰 정도에 따라 개인 정보 공개 |
| | 수행 | • - | • - | <ul style="list-style-type: none"> 대면 직전, 만날 사람에 대한 불안 존재 참여자가 무책임하게 빠지는 경우가 있어서, 재조율해야 하거나 아예 취소될 때 화가 남 |
| | 정리 | <ul style="list-style-type: none"> 계좌 정보 및 개인 정보 공개, 이미 알고 있음 오차를 허용하는 정산 | | <ul style="list-style-type: none"> 친분/신뢰 정도에 따라 개인 정보, 계좌 공개 현금 사용 혹은 일회용 계좌 개설로 대체 첫 활동의 만족도에 따라 지속여부를 판단함 |

표 5. TC, ODC-F, ODC-S 의 진행 단계별 특성.

ODC-S 의 경우, 같이 할 사람을 지인 중에서 찾기 어려운 주제일 때, 주제상관 없이 아예 새로운 사람을 만나고 싶을 때, 서로에게 큰 기대와 부담이 없는 가벼운 관계가 필요할 때 생성 혹은 참여의 의지가 시작된다. 모집 단계에서 사람들을 주저하게 만드는 가장 큰 요인은 단연코

불안감이었는데, 누가 나올지 아예 알 수 없어 모임이 안전할지, 중간에 파기되진 않을지 등의 문제에 대해 신뢰감이 낮아지고, 선뜻 사람을 모으거나 참여하기로 결정하기 어렵게 만들었다. 이 때문에 안전성 및 신뢰감을 높이고 참여에 책임감을 부여하기 위해 일부러 특정 개인 정보 공개를 요구하는 경우도 있는데, 실명과 사진을 걸고 활동하게 하는 ‘소모임’앱이나, 학생증 인증을 요구하는 스터디 모임, 진짜 본인 프로필로만 참여 가능하게 하는 오픈 카톡방 모임 등이 해당된다.

모집을 위해서는 ‘우트’, ‘소모임’와 같이 모임 전용 플랫폼을 사용하거나, 작은 공통점이 있는 커뮤니티 서비스들(학교를 공통점으로 하는 에브리타임 앱이나 스누라이프와 같은 학교 커뮤니티 사이트, 사는 지역을 공통점으로 하는 당근마켓 앱 등)을 사용한다. 물리적 근접성이라는 공통점은 연합 형성 및 유지 가능성에 직결되는데, 물리적으로 근접할 경우 연합 관계가 쉽게 형성되고 빈도와 지속성이 증가함을 알 수 있었다. P01은 회사 사람들과 러닝 크루 활동을 하고 공동 구매를 하는데, ‘바로 만날 수 있으니까 더 잘 참여하게 되고, 같이 산 물건이 우리가 같이 있는 사무실로 배송오면 바로 나눠가지기 편해서 공동구매를 계속 하고 있다’고 언급했다.

이렇게 참여자 간 공유되는 작은 공통점은 참여자를 필터링할 수 있는 마지노선으로 활용되어, 상대에 대한 신뢰감을 증진시킨다. ‘같은 학교 사람이니까 일단 좀 더 안전하게 느껴지고, 수준도 비슷할 것 같다’는 인터뷰이 P07의 말이 이를 잘 보여준다. 또 이런 작은 공통점은 연합체의 만족감이나 지속가능성을 더 강화하는 요인이 되기도 한다. ‘같은 고시생끼리 밥 먹는 모임이라 더 편하게 느껴져서 시험 준비하는 동안 몇 번 더 만났다’는 P08의 말이 이와 상통한다. 이렇게 신뢰감과 만족감에 도움을 주는 작은 공통점의 역할은 상당히 중요해서, 같은 커뮤니티 서비스라고 하더라도 공통점이 있다고 보기 어려우면 모집의 플랫폼으로 언급되지 않았다. 고시생 카페와 연예인의 팬카페, ‘빵을 사랑하는 빵소담 카페’는 모집할 때 사용되지만, 사용자 간 공통점을 찾기 어려운 ‘여성시대’, ‘도탁스’ 등의 흥미 및 자유 대화를 중심 목적으로 하는 카페 커뮤니티는 모집 플랫폼으로 사용되지 않는 것이 이러한 까닭이다.

사람들은 이렇게 너무 불안해하지 않을 수 있게 도와주는 최소한의 공통점이나 신원 보장을 필요로 하면서도, 익명 혹은 반익명(닉네임) 상태일

때 오히려 더 편하고 부담 없이 사람을 찾아나설 수 있다고 말했다. 본인이 모집하는 연합에 아무도 관심이 없더라도 덜 부끄럽기 때문에 조금 더 쉽게 나서볼 수 있다는 것이다. 이처럼 익명제가 가져오는 ‘적은 부담감’은 모집자에게는 편하고 쉽게 연합을 시도해볼 수 있게 도와주지만, 참여자로서는 무책임하게 선택 후 취소하는 등의 문제를 만들 수 있기에, 그 사이의 적절한 균형이 필요한 것으로 보였다.

수행 단계에서는 사전 정의의 중요성이 드러났다. 연합원들 사이에서 통용되는 암묵지를 형성하고 공유할 시간이 없이 일회로 끝나기 쉬운 연합이고, 잘 모르는 사람들끼리 모이는 것이기 때문에, 서로 다른 기대와 인식으로 인한 불찰을 최소화할 수 있도록 연합 활동의 범위, 수준, 분위기 등에 대해 규칙을 미리 세팅하고 공시하려는 것을 볼 수 있었다. P06 이 온라인 스터디 연합을 만들었을 때, 공부하는 일시와 방식 뿐 아니라 ‘서로 말 놓지 말고, 채팅방에 일상 사진은 올리지 말자고 미리 공지’한 것이 이를 잘 보여준다. 규칙과 분위기를 미리 설정해둬으로써 서로 불필요한 기대, 눈치 보기, 오해 없이 깔끔한 수행과 해산이 가능해진다.

정산 및 해산 단계에서는 개인 정보 오픈 이슈가 있었는데, 모임 활동의 만족도와 상대방에게 일정 수준 이상의 친밀감 및 신뢰가 생긴 경우 실명, 전화번호, 계좌번호, 카카오톡 프로필과 같은 개인정보를 공개했다. 이러한 관계가 되지 못한 경우, 어떠한 개인정보도 공개하지 않으며, 돈은 현금으로 처리하거나 전용 계좌를 따로 만드는 경우도 있었다.

이렇게 온디맨드 연합 경험 과정이 어떠한지 들여다봄으로써 각 단계에서 고려해야할 특성들을 파악할 수 있었다. 이러한 특성이 실제 사용되는 서비스에서는 어떻게 활용되고, 어떤 요소들을 통해 구현되고 있는지 살펴보기 위하여 다음 연구에서는 연합 형성과 관련 있는 현행 서비스들을 조사하였다.

제 3 절 온디맨드 연합 형성을 도모하는 서비스 사례 조사

온디맨드 연합을 쉽게 형성하고 유지 관리 및 수행할 수 있게 도모하는 서비스들이 무엇이 있으며, 이들은 각자가 추구하는 연합 형성을 잘 도모하기 위해 어떤 기능적 요소들을 활용하고 있는지 탐색 및 분류하고자 조사를 실시했다. 이를 통해 코리빙 하우스가 참고할 수 있을만한 연합을 다루는 서비스는 어떤 기능을 어떤 요소를 통해 제공하고 있는지, 코리빙 하우스가 이 서비스들의 환경에 비해 가지고 있는 이점은 무엇인지 비교함으로써 하우스 내 온디맨드 연합이 고려해야할 속성을 더 구체적으로 알아보하고자 하였다.

1. 연구 방법

1.1 온디맨드 연합을 도모하는 서비스 선정 및 분류 방식

서비스가 도모하는 연합에 참여하는 사람의 수를 우선적인 기준으로 하여, (1)조건에 맞는 한 명만 있으면 되는 경우와, (2)가능한 다인원을 필요로 하는 경우로 나누었다. 한 플랫폼이 여러 기능의 연합을 도모한다면, 각 기능에 따라 플랫폼을 여러 개의 탭으로 구분하였다. 예를 들어, 동네생활 커뮤니티 서비스인 ‘당근마켓’ 앱은 기본적으로 근거리 동네 주민 사이의 안전한 중고거래를 위한 앱이지만, ‘동네생활’ 탭에서는 지역과 관련된 질문과 답이 지식이 공유되고, 급한 문제에 도움을 요청하기도 하며, 같이 모임할 사람을 구해 활동을 이어가게 해주는 플랫폼으로 다양한 기능을 제공하고 있다. 따라서, 기능에 따라 ‘동네생활’ 탭과 ‘중고거래’ 탭으로 나누어 서술하였다.

모바일 어플리케이션 서비스를 우선으로 하되, 웹사이트를 플랫폼으로 하는 서비스도 포함하여 조사하였다. 온디맨드 연합 경험 과정 인터뷰에서 언급된 플랫폼들과, 취향 공동체를 키워드로 하는 선행연구에서 조사 및 분류한 서비스들을 시작점으로 하여, 위와 연관 검색어 및 비교 대상으로 엮여나오는 관련 서비스들, 그리고 관련 키워드를 검색 엔진 및 앱 스토어(iOS)와 구글 플레이(안드로이드)에 검색하면 나오는 서비스들까지 최대한 많이 조사대상에 포함시키고자 하였다.

1.2 각 서비스의 특징 수집

서비스들을 최대한 많이 수집한 후, 사용해보면서 이미 등록된 연합을 둘러보고(browsing), 검색하고, 참여자를 모집하는 연합에 참가하고, 직접 모집하는 글을 등록하고, 타인과 인터랙션하는 구체적인 전체 과정에서 두드러지는 특징들을 전부 나열하였다. (1)댓글이나 사진, 쪽지 혹은 단체 채팅 기능, 글을 올릴 때에 템플릿을 제공하는지와 같은 기능적 피쳐들과, (2) 익명/닉네임/실명제 중 어떤 것을 사용하는지, 보상 시스템이나 순위 공개, 게임적 요소를 통해 참여를 자극 및 장려하는지, 안전과 신뢰를 증진하기 위해 어떤 방법을 사용하는지와 같은 운영 체제적인 특성, (3) 탭스에 따라 화면에 보이는 요소들(카테고리, 조회수, 댓글, 참여 인원, 해시태그 등)이 무엇인지를 살펴보았다.

그 후, 카테고리별로 가지는 공통적인 특징과 두드러지는 차별점이 있는지 살펴보면서 특정 피쳐가 해당 카테고리 서비스의 어떠한 목적 및 의도를 더 잘 구현하기 위해 활용되었는지 파악하고자 하였다.

2. 연구 결과

해당 연합에 관심을 보이거나, 혹은 참여하고 있는 타인들의 상황이 어떤지 첫눈에 알 수 있게 하는 것이 모든 카테고리를 통틀어 가장 큰 공통점으로 파악되었다. 많은 서비스에서, 올라오는 연합에 ‘좋아요’와 같은 반응이나 댓글, 조회수를 한번 더 클릭하여 들어가지 않아도 바로 첫눈에 알 수 있는 인터페이스를 사용한다. 이렇게 첫눈에 연합들의 인기와 관심 상태를 파악 및 비교할 수 있으면 전체적인 분위기 파악에 도움이 되어, 모집자의 입장에서는 불필요한 고민을 줄이고 조금 더 효율적으로 연합을 제안할 수 있게 된다.

또한, 해당 서비스들에서는 아예 모르는 사람들과 만나야 하기에 불안감을 줄이고 신뢰감을 올려줄 수 있는 정보를 제공하는 것이 공통적으로 중요하다. 이를 해결하기 위해 위치를 인증하게 하거나, 실명 정보를 사용하게 하거나, 번호와 사진을 통한 인증 절차를 거치도록 한다.

대면 모임이고, 모임 참여 인원수가 적어질수록 신뢰와 안전을 위해 요구하는 인증이 많아짐을 볼 수 있다.

다인원이 모이는 카테고리의 경우, 거의 대부분의 서비스가 템플릿을 제공하여 쉽고 간편한 작성을 가능케 하고, 모두에게 균일한 수준의 정보 구체성을 가지게 하는 것을 알 수 있었다. 1 명과의 연합이어도 충분한 카테고리의 경우, 물건을 거래하는 서비스는 구체적인 스펙을 기재해야하기 때문에 템플릿을 활용하고 있지만, 그 이외에는 비교적 자유로운 형태로 쓰게 했다.

서비스들의 특성을 분석한 전체 결과는 다음 표 6 과 같다.

| Category | 플랫폼 | 특징 | 속성 | |
|--------------|------------|------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 이벤트 개최 플랫폼 | 이벤터스 | 일회적, 대면 | 이벤트 필수 정보 입력할 템플릿 제공 조회수, 참여 인원을 첫눈에 일람 가능 | |
| | 온오프믹스 | 일회적, 대면 | 이벤트 필수 정보 입력할 템플릿 제공 조회수, 참여 인원을 첫눈에 일람 가능 | |
| | 굿모임 | 일회적, 대면 | 이벤트 필수 정보 입력할 템플릿 제공 조회수, 참여 인원을 첫눈에 일람 가능 | |
| 취향기반 소모임 플랫폼 | 소행성 | 지속적, 대면 | 그룹 정보 입력할 템플릿 제공, 참여인원 첫눈에 일람, 그룹 활동 아카이브 기능, 채팅방, 실명제 | |
| | 소모임 | 지속적, 대면 | 그룹 정보 입력할 템플릿 제공, 참여인원 첫눈에 일람, 실명제 | |
| | 밋업 | 지속적, 대면 | 참여인원, 조회수, 댓글 수 첫눈에 일람, 채팅방, 실명제 | |
| | 에브리타임 | 지속적, 대면 | 익명제, 댓글 수 첫눈에 일람, 댓글, 쪽지, 오픈채팅방으로 우회 | |
| 다인원이 필요한 | 오픈카톡방 | 지속적, 대면 | 반익명제, 해시태그로 그룹 색깔 구체적으로 드러냄, 태그로 검색 가능 | |
| | 열품타 | 지속적, 비대면 | 반익명제, 그룹 정보 및 참여인원 첫눈에 일람, 순위 공개하여 동기 부여, 구체적인 규칙 사전 고지 | |
| | 캠퍼스픽 | 지속적, 비대면 | 익명제, 템플릿 제공, 조회수와 댓글 첫눈에 일람, 말머리 분류 | |
| | 해커스 | 지속적, (비)대면 | 반익명, 템플릿 제공, 조회수와 댓글 첫눈에 일람, 말머리 분류 | |
| | 스터디메이트 | 지속적, 비대면 | 반익명, 템플릿 제공, 관심 카테고리 사전 수집하여 유사 사용자 추천, 팔로잉 기능, 채팅 | |
| | 챌린저스 | 지속적, 비대면 | 반익명제, 템플릿 제공, 참여인원 첫눈에 일람, 사진 인증으로 다른 사용자 동기부여, 카테고리 주제 분류, 리워드 시스템 | |
| | 에브리타임 | 지속적, (비)대면 | 익명제, 댓글 수 첫눈에 일람, 댓글, 쪽지, 오픈채팅방으로 우회 | |
| | 지역 기반 커뮤니티 | 당근마켓 동네생활 | 일회적, 대면 | 위치 인증을 통한 안전감 및 이웃의 느낌 증진, 반익명제, 모임 정보 템플릿 제공, 주제별 카테고리 분류로 모아보기 쉽게 함 |
| | | 우트 | 일회적, 대면 | 위치 인증을 통한 안전감 및 이웃의 느낌 증진, 반익명제, 해당 모임에 관심 있는 사람 수와 참여확정자 수를 동시에 표시, 모임 정보 템플릿 제공 |

| | | | | |
|--------------------------|-------|----------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 조건에 맞는 1 인이면 되는 | 데이팅 | 틴더 | 일회적, 대면 | 스wipe를 통한 쉬운 리액션, 사진 공개, 사진을 통한 본인 인증으로 안전감 증진, 실명제, 채팅, 관심사 해시태그 |
| | | 위피, 1km | 일회적, 대면 | 사진 공개, 위치 인증을 통한 근거리 대상자 제시, 채팅 |
| | 도움 급구 | 당근마켓 동네생활 | 일회적, 대면 | 근거리에 살고 있다는 접근성을 기반으로 함, 댓글 및 쪽지로 소통 |
| | | 에브리타임 | 일회적, 대면 | 학교라는 장소를 공유한다는 접근성 및 신뢰감을 기반으로 함, 댓글 및 쪽지로 소통 |
| | 중고거래 | 당근마켓 중고거래 | 일회적, 대면 | 위치 인증 및 사진을 통한 안전 보장, 구체적 정보 기재, 댓글 및 채팅, 조회수와 댓글 및 관심 수를 첫눈에 일람 |
| | | 에브리타임 장터게시판 | 일회적, (비)대면 | 학교 인증 및 사진을 통한 안전 보장, 구체적 정보 기재, 댓글 및 채팅, 조회수와 댓글 및 관심 수를 첫눈에 일람 |
| 번개장터 | | 일회적, (비)대면 | 본인 인증 및 사진을 통한 안전 보장, 구체적 정보 기재, 댓글 및 채팅, 조회수와 댓글 및 관심 수를 첫눈에 일람 | |

표 6. 다음과 같이 다양한 기능의 온디맨드 연합을 도모하는 현행 서비스들은 각 기능을 최대한으로 끌어올리기 위한 다양한 속성을 가진다.

이 서비스들이 코리빙 하우스의 환경과 다른 점은, 이 서비스들의 사용자들은 서로를 ‘굳이 노력하지 않는다면 다시 볼 일 없는 낯선 타인’으로 인식하고 있다는 것이다. 따라서 본인의 니즈나 요구 사항을 드러냄에 있어 더 솔직할 수 있고, 쉽게 한번 글을 올리는 것이 그렇게 어렵지 않은 대신, 서로에게 안전과 신뢰를 보장해주는 기능이 중요하다.

이는 코리빙 하우스에서 연합 관계 형성이 쉽지 않은 이유와 연결된다. 코리빙 하우스 거주자들은 이와 달리 서로를 계속해서 불가피하게 마주칠 수 밖에 없는, 물리적·사회적 자원을 공유하는 관계이기 때문이다. 이 때문에 만날 사람에 대한 안전 우려는 비교적 적지만, ‘또 마주치게 될 같이 사는 사람들’이기에 이들을 대상으로 자신의 욕구를 드러내고 뭔가를 적극적으로 제안하는 부담감은 커진다. 이 부담감은 현재 코리빙 하우스의 소통 부족으로 인해 서로의 생각을 읽기 어려운 상황 때문에 더욱 심화되는데, 이는 제 4 장의 공유 주거 경험 인터뷰에서 언급된 ‘다른 사람들의 반응을 알 수 없어 더욱 말을 꺼리게 되는 상황’과 일맥상통한다.

결국, 누구를 만날지 알 수 없어 안전과 신뢰의 문제로 두려워할 일이 적은 코리빙 하우스에서는, 거주자들이 다른 사람들의 반응은 어떻게 다른 니즈들은 무엇이 있는지의 전반적인 분위기를 쉽게 파악함으로써 부담감을 느끼지 않고 연합을 제안할 수 있도록 도와주는 것이 더욱 중요해진다.

그렇다면 덜 부담스럽고 가벼운 연합의 제안은 어떻게 도모될 수 있을지
알아보고자 다음 연구를 진행했다.

제 4 절 쉬운 연합 형성을 위한 속성 조사

현재 코리빙 하우스 입주자들이 쉽게 교류하고 연합을 만들지 못하는 상황에서, 우선 연합의 첫 시작인 제안 단계에서부터 수월한 조건을 만들고자 했다. 일반적으로 처음부터 진지하게 제안할 때보다, 다른 사람들의 수요와 반응을 살피려고 한번 가볍게 떠보는 질문(probing)을 던져볼 때에 사람들은 보다 부담 없고 쉽게 말을 꺼낸다. 상대의 의도를 건져내려고 질문을 찢어보는 이 ‘던져보기’라는 행위의 가벼움을 활용할 수 있으면 좋겠다는 판단 하에 두 가지 조사를 실시했는데, (1) ‘던져보기’를 하는 경우, 정식으로 제안할 때와 표현이 어떻게 다르며, 어떤 마음에서 그와 같이 표현했는지 알아보고, (2) 이렇게 던져보기를 할 때 사람들이 보이는 특성들에 대해 뒷받침해주는 커뮤니케이션 이론을 조사했다.

1. ‘던져보기’의 특성 조사

1.1. 연구 방법

개인 SNS 를 활용하여 공유 주거 경험이 있거나, 리빙랩 생활을 하며 코리빙 하우스의 전반적인 특성, 생활 양식 및 분위기에 대한 이해도가 있는 사람들을 모집하였다. 참가자들에게 코리빙 하우스의 정의 및 특징을 충분히 설명한 후, 코리빙 하우스에서 본인이 필요한 조건에 맞는 사람을 구해야 하는 다양한 열한 가지 상황을 제시했다. 열한 가지 상황은 이전 인터뷰에서 입주자들이 직접 언급한 적 있는 구체적인 상황을 참고하여 설정하였다. 제시된 각 상황에서, (1) 이 글을 통해 내가 원하는 사람들을 정식으로 찾아 모집해야 한다면 어떻게 쓸지, (2) 정식으로 사람을 구하기 전, 이 글을 통해 분위기를 살피 가볍게 던져보려고 한다면 어떻게 쓸지 직접 글을 작성하게 하였다. 이후, 짧은 사후 인터뷰에서 각 상황에서 글을 쓸 때 어떤 반응을 기대하며 글을 썼는지, 난이도는 어땠으며 그렇게 느낀 까닭은 무엇인지 질문하였다. 참가자의 인구통계학적 정보는 다음 표 7 과 같으며, 모든 참가자는 5,000 원 상당의 기프트콘을 참여 보상으로 제공받았다.

| P # | 성별 | 연령대 | 직업 상태 |
|-----|----|------|-------|
| P01 | 여성 | 20 대 | 대학원생 |
| P02 | 남성 | 30 대 | 대학원생 |
| P03 | 여성 | 20 대 | 직장인 |
| P04 | 여성 | 30 대 | 직장인 |
| P05 | 여성 | 20 대 | 대학생 |
| P06 | 남성 | 20 대 | 대학생 |
| P07 | 남성 | 20 대 | 취업준비생 |
| P08 | 여성 | 20 대 | 대학원생 |
| P09 | 여성 | 20 대 | 대학원생 |
| P10 | 여성 | 20 대 | 대학생 |

표 7. 던져보기의 특성 조사 참가자의 인구통계학적 프로필

이후, 두 개의 조건 하에 쓰인 글에서 두드러지는 표현적 특징들을 코드로 유목화하고, 각 코드에 해당되는 개수를 세었다. 통계적 유의미성을 검증하지는 않았지만, 양적인 차이를 둘의 전반적인 패턴 차이를 살피는 데에 활용하였으며, 이를 사후 인터뷰에서 언급된 내용과 비교하여 이해를 심화하였다.

1.2 인터뷰 조사 결과

두 조건 하의 11 개의 상황에 대해 10 명이 작성한 220 개의 데이터를 비교한 결과로는, 정식모집 글이 훨씬 길고, 정보를 더 구체적으로 제공하고, 자신이 이러한 글을 쓰는 연유를 합당하게 보이게 하기 위해 상황 설명을 덧붙이고, ‘안녕하세요’나 ‘혹시’와 같이 문장을 부드럽게 들리도록 하기 위한 표현의 수도 훨씬 많다. 친절해 보이려고 노력하면서도, 정확하고 구체적으로 모든 상황을 전달하면서 ‘같이 하실 분 구합니다’와 같이 직설적으로 사람을 구한다. 이 상황에서 필요하다면 자신의 방이나 전화번호와 같은 개인정보까지 노출하면서 상대에게 신뢰감을 주려고 한다.

반면 던져보는 글은 기본적으로 길이가 훨씬 짧고, 한 문장으로 끝나는 경우도 더 많아 가벼운 느낌을 준다. 이 중에서 두드러지는 특징은 직접적으로 제안하는 표현을 쓰지 않고 자신의 상태를 서술하거나 상대의 공감이나 동의를 유도하는 표현이 많이 나타났다는 점인데, 이러한 표현은

정식 모집글에서는 거의 보이지 않았던 것이다. ‘오늘은 이 음식이 먹고 싶은 날이네요’라든지, ‘너무 힘들지 않나요?’와 같은 간접적인 표현으로 상황을 애둘러 표현하면서 이에 따라올 상대의 반응을 기대, 유도하는 것이다. 실제로 사후에 진행된 짧은 인터뷰에서 P03 은 ‘일단 이렇게 말해놓고 반응을 본다. 사람들이 동의해주면 거기에 꼬리를 물고 내가 하고 싶었던 제안을 꺼내보는 것’이라고 답했다. 즉, 처음부터 구체적인 정보를 나열하지 않고, 자신과 비슷하게 느끼고 있는 사람들을 찰라볼 수 있는 말을 꺼내봄으로써 분위기를 살피려고 하는 것이다. 이것이 던져보기의 목적이기에, 구체적인 정보를 나열하거나 이러한 글을 쓰는 합당한 이유를 부연설명하며 글이 무거워질 확률이 적다. 이러한 결과는 앞선 공유 경험 조사에서 사람들이 분위기 파악이 어려워져 선뜻 제안하지 못한다고 말했던 내용을 상기시키는데, 정식으로 제안하기 위해서는 필요하다면 자신의 개인정보를 노출해야할 때도 있고, 정중하고 친절하게 여겨지기 위해 긴 글을 다듬어야 하며, 상대의 수요와 반응을 알지 못함에도 불구하고 정보를 구체적으로 언급해야하는 수고로움이 존재한다. 이러한 수고로움이 종합되어, 부담 없는 연합 제안을 막는 장애 요인으로 작용하는 것이다.

구체적인 비교 결과는 다음 표 8 과 같다.

| | 정식 모집 | 던져보기 | 예시 |
|-----------------------|-------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 혹시 | 53 | 26 | “혹시 오늘 밤에 같이 맥주 드실 분 있으실까요? 같이 수다 떨면서 술 한잔 해요ㅎㅎ” |
| '안녕하세요' | 27 | 6 | “안녕하세요 주말에 시간되시는 분들 저랑 샤로수길 가서 맛있는거 많이 시켜서 나눠먹고싶분 구해요!!ㅎ” |
| 상황적 이유 설명 | 33 | 8 | “저 오늘 떡볶이를 너무 많이 만들어버렸는데..ㅎㅎ떡 불어서 내일 먹지도 못할거같구..나눔할게요!” “밤에 저랑 같이 도림천 러닝하실 분 있으실까요? 밤에 너무 어두워서 그런지 좀 무섭더라고요..” |
| 시간,장소 언급 | 62 | 19 | “안녕하세요! 혹시 오늘 밤에 도림천 쪽에 나갔다가 각자 러닝하고 같이 들어오실 분 계실까요?ㅎㅎ 시간은 여덟시 이후면 저는 다 괜찮습니다. 현관 쪽에서 만나구요...” |
| 개인 정보 언급 | 6 | 2 | “혹시 저녁 7시에 하우스에 계시는 분 택배 좀 받아주실 수 있으신가요? 가능하신 분 꼭 연락부탁드립니다 010xxxxxxx” “202 세대 사시는 분 중 주방세제 돈 모아서 같이 사실분 있을까요?” |
| 직접적으로 사람 및 도움을 구하는 표현 | 92 | 54 | “주방세제 리필 1.2L 짜리 사려고하는데 혹시 같이 사실분 계신가요?” “안녕하세요!! 혹시 드라이버 빌려주실 분 계실까요?ㅜㅜ 빨리 쓰고 바로 돌려드리겠습니다..!!” “혹시 평일 저녁에 시간 정해서 같이 스테디 하면서 진도체크하는 모임 계실까요? 서로 관리해주면서 공부하실 분 찾고싶습니다 연락 주세요..!” |
| 직접적 제안 없는 공감 유도성 표현 | 0 | 27 | “택배 받을 타이밍 잡기 힘들지 않나요? 서로 받아주면 어떨것 같으세요?ㅎㅎ” “밤에 각자 운동하고 같이 하우스 들어오면 안전하고 좋을 것 같지 않나요?” “나만 동네친구 없는거 아니지...? 오늘 밤에 간단하게 맥주 한 잔 딱! 하고 싶은데.. 동네 친구가 없어서 넘 슬프네..ㅠ” |
| 직접적 제안 | 3 | 11 | “로켓프레쉬에 파는 ㅇㅇ 먹어본 사람? 이거 진짜 맛있는데 로켓프레쉬에 밖에 안 팔더라? 하나만 시키면 배송비 들어서 맨날 고민...” |

| | | | |
|----------------|---------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 없는 자기 상태 서술 | | | “엿떡이랑 교촌 허니콤보가 먹고 싶은 날이여! 근데 둘 다 시켜먹기엔 양이 너무 많아서 고민된다..” “날씨 탓 뭔가 탓하며 맥주 땡기는 날이네요” |
| 한 문장 | 30 | 76 | “오늘 저녁 엿떡 드실 분” “오늘 밤 같이 도립천 러닝할 사람 구해요!” |
| 글자 수 | 4,768 자 | 2,893 자 | |

표 8. 정식 모집글과 던져보는 글을 쓸 때에 나타나는 표현의 양적 차이와 예시.

2. 관련 문헌 조사

2.1 관련 커뮤니케이션 이론 및 개념 조사

앞선 인터뷰와 조사를 통해 사람들이 타인의 생각과 반응을 잘 알지 못하고 분위기가 굳어져있는 상황에서 선뜻 나서서 연합을 제안하기 어려워하며, 만일 분위기를 살필 수 있는 예비 단계가 있다면 이것이 표현적으로도 다르게 나타남을 확인했다. 공통적으로 보이는 특성과, 어떤 인식과 기대로부터 이러한 특성이 나타나는지 조사와 인터뷰를 통해 살펴보았지만 관련된 이론적 근거를 찾아 보충할 필요가 있었다. 이를 위해, 의견 제시, 대화 참여와 관련된 인식과 행동에 영향을 미치는 요소들에 대해 연구한 커뮤니케이션 이론을 조사하였다. 이 중에서 현재 연구 문제에 참고할 수 있는 속성들을 다음과 같이 정리하였다.

- Meta-perspective: 상대의 의중에 대한 나의 판단.
- Meta-metaperspective: 나의 의중에 대한 상대의 판단에 대해 내가 내리는 판단.
- Perceived Opinion Congruency: 자신의 의견이 다른 사람들과 비슷하다고 느끼는 일치감의 정도.
- Paradox of pluralistic ignorance: 사실 다른 사람들의 의견도 나의 의견과 비슷한데, 다른 사람들이 나와 다르게 생각하는 줄 알고 실제로 나의 의견을 사실대로 표현하지 못하거나 그 반대로 표현 및 행동하는 현상
- Fear of Isolation: 본인의 의견이 혼자만의 생각은 아닌지에 대한 두려움.

- Anonymity preference: 익명에 대한 선호. 고립에 대한 두려움 때문에 자신의 의견을 표현하고 싶을 때 익명을 선호함
- Paralinguistic Digital Affordances (PDA): ‘좋아요’ 이모티콘, 스티커와 같이 원클릭, 가벼운 소셜 미디어의 반응 큐들.

어떠한 의견을 표현해야 하는 상황에서, 사람들은 고립에 대한 두려움(Fear of Isolation; FOI)을 기본적으로 가지고 있다. 그렇기 때문에 다른 사람들이 어떻게 생각하는지 살피려하고 (meta-perspective), 직간접적인 질문을 던져가며 그들의 의견을 파악하고 싶어한다(Shim & Oh, 2018). 그리고 이렇게 파악한 타인들의 의견이 자신의 생각과 비슷하다고 느껴지면(Perceived Opinion Congruency) 자신의 의견을 더 적극적으로 나서서 말하는 경향을 보인다(Leong & Ho, 2020). 그런데 다른 사람들의 생각과 분위기 파악이 잘 이루어지지 못한 경우, 자신만 혼자 이렇게 생각한다는 오해 때문에 본인의 의견을 사실대로 표현하지 못하거나, 도리어 반대로 표현하기도 한다. 분위기 파악이 쉽지 않거나, 파악을 마쳤는데 자신과 다를 경우, 다른 사람들의 의견을 읽기 어렵거나, 다른 사람들의 의견이 자신과 다른 상황임에도 의견을 표출하고 싶은 경우에는 익명을 선호한다(Shim & Oh, 2018). 이는 제 2 절의 온디맨드 연합 과정 경험 조사에서 참여자들이 익명 모집자일 때 더 편하게 느끼는 결과와 동일하다. 하지만 익명성은 적절하게 조절되어야 할 필요가 있는데, 지나친 익명성은 표현과 행동에 책임감을 약하게 가지게 만들기 때문이다. 이 표현을 했고 의사를 표명한 사람이 누구인지 실명 개인정보가 아니더라도 ID, 닉네임과 같은 최소한의 신원이라도 구분할 수 있을 때 더 책임감을 느끼고, 무책임하고 가벼운 언어나 행동을 줄일 수 있다. 제 3 절의 서비스 조사 결과에서 보이듯이, 낯선 타인들끼리 만난다는 리스크가 있는 소모임 서비스들에서는 실제로 대면하는 모임일수록 더 철저한 본인 인증과 신원 정보 일부 공개를 요구한다. 이는 참여한다고 했다가 무책임하게 취소하는 행위를 줄이는 데에도 도움이 되고, 안전성을 올려준다.

위와 같이 개인의 의견을 적극적으로 표출하기 어려운 상황들에서 PDA 는 좋은 해결책이 된다. 타인이 어떤 의견을 제시했을 때 그에 대한 반응으로 채팅방에 메시지를 보내거나 댓글을 다는 것은 시간과 노력이

많이 들지만, ‘좋아요’나 ‘하트’, ‘우는 얼굴’과 같은 버튼 하나를 누르는 것은 빠르고 간편하다. 말로 하기 길거나 애매한 것들이 스티커나 이모지와 같은 PDA 로 더 잘 표현되기도 한다. 이는 무반응의 민망한 상황을 막아주려는 친사회적인 행동이기도 하고, 자신의 의견을 가볍고 단순하게 표현하는 참여의 행동이기도 하다. 다양한 종류의 리액션을 원클릭으로 가능하게 하면, 타인이 낸 의견에 대해 더 쉽고 더 정확하게, 더 많이 반응할 수 있게 되어 결과적으로 보다 활발한 인터랙션이 이루어진다 (Sumner et al., 2020). 특히, 이모지는 쉽고 빠른 참여가 가능해서, 어떤 정치적 이슈에 대한 토론 참여자들의 실제 의견 분포를 댓글보다 더 잘 반영하는 것으로 나타났다(Leong & Ho, 2020) 이렇게 반응이 완전히 없는 상황보다 PDA 와 같은 반응을 받았을 때 의견 제시자도 민망해하지않고, 채팅방의 분위기가 또다시 얼어붙는 상황이 벌어지지 않으며, 남은 사람들은 커뮤니티의 수요와 분위기 파악이 가능해, 다음에는 더 부담 없는 제안을 할 수 있는 분위기로 나아갈 수 있게 된다. 부담스럽지 않은 참여와 교류의 선순환이 가능한 것이다.

이는 제 4 장의 공유 주거 경험 인터뷰에서 열 명의 참가자 중 네 명이 유연하고 자유로운 실용적 교류에 대한 니즈를 토로했지만 그 중 아무도 이와 비슷한 의견을 가진 사람들이 있다는 사실을 알지 못했던 것을 불러일으킨다. 그들은 ‘아무도 말하지 않는데 먼저 나서서 말하기 민망하다’고 말하며 자신의 생각을 숨기고 있었다. 이들이 선뜻 나서는 걸음을 주저하게 만든 요인 중 하나는 카카오톡의 실명성이었는데, 본인의 프로필 사진과 이름이 다 드러난 전체 단톡방에서 제안했다가 아무 반응이 없을 때 너무 민망할 것 같다는 의견이 이와 상통한다. 하물며 이름이 다 드러나는데, 누군가 용기내어 제안한 말에 아무도 반응해주지 않는 민망한 상황을 모두가 지켜보면서 제안에 대한 자신감은 하락하고, 전반적인 소통의 양과 질은 감소할 수 밖에 없었다.

3. 조사 종합 및 논의

두 조사를 종합하여 볼 때, 사람들은 정식으로 연합을 제안하기 전 가볍게 던져보는 글을 쓸 때, 구체적이고 긴 정보는 생략하고, 대신

간접적으로 다른 사람들의 의견을 떠보거나 자신의 상황을 서술하여 공감과 동의를 이끌어내는 방식의 간접적인 표현을 사용한다. 이는 다른 사람과 달리 자신만 유별난 의견을 가지고 있지는 않은지를 확인하고자 하는 욕구에서 비롯된 것이며, 여기서 확인이 잘 되지 않아 상대방의 의견에 대해 오해가 생기거나 아무런 반응을 얻지 못하면 제안이 사그라들게 된다. 따라서 PDA 와 같이 쉽고 빠른 반응이 가능하도록 보조하는 기능이 있다면, 사람들이 더 부담없이 가볍게 제안하고 상대의 반응을 확인하여, 제안 과정 자체를 무겁고 부담스러운 것으로 여기지 않는 데에 도움이 될 수 있다. 또, 정식으로 연합을 모집할 때는 구체적으로 상황을 설명하고 최대한 상세한 정보를 제대로 제공하려고 하기 때문에, 카테고리, 말머리, 해시태그, 템플릿과 같은 기능적인 요소들을 활용하여 모두가 더 일관적인 수준의 구체성을 갖춘 정보로 소통할 수 있도록 하는 것이 도움이 될 수 있다. 또한, 제안이 관심 받지 못하거나 거부 당할까봐 주저하면서도 상대가 몇 호 사람인지 등의 정보는 알고 싶어하는, 익명에 대한 모순적 니즈가 있음을 고려하여 제안 시 첫 눈에 보이는 화면에서는 익명으로 보이게 하되, 관심있는 사람이 클릭하여 들어가보면 제안자에 대한 정보를 알 수 있게 하는 인터페이스 디자인도 고려해볼 수 있다.

제 5 장 코리빙 하우스 속 온디맨드 연합의 탐색

앞선 조사들을 통해 코리빙 하우스의 공유 주거 생활에서 이웃들과 목적을 같이 하는 유연한 연합을 필요로 한다는 것을 파악하고, 온디맨드 연합의 진행 단계별 특성에서 고려해야할 점은 무엇인지, 현재 관련된 서비스들이 제공하는 기능과 활용할 수 있는 요소는 무엇인지, 더 쉬운 연합 형성을 위해 참고할 속성은 무엇인지 두루 살펴 정리하였다. 마지막으로, 실제 코리빙 하우스 거주자들을 대상으로 직접 그들이 원하는 온디맨드 연합을 그려내게 하는 워크숍을 통해 인터뷰나 문헌 조사로는 미처 드러나지 않았던 공유 주거자들의 인식과 니즈를 파악하고, 코리빙 하우스 내 온디맨드 연합이 발생하기 적절한 테마와 가져야할 속성을 알아내고자 하였다. 앞선 조사들로부터 얻은 인사이트를 참고하여, 해당 조사에서는 다음과 같은 연구문제를 풀고자 하였다.

RQ3. 코리빙 하우스 내 온디맨드 연합을 도모하기 위해서 무엇을 고려해야 하는가?

3.1 코리빙 하우스 거주자들은 어떤 테마의 온디맨드 연합을 필요로 하는가?

3.2 특정 테마의 온디맨드 연합은 어떤 속성을 가져야하는가?

제 1 절 참여 디자인 워크숍을 통한 코리빙 하우스 내 온디맨드 연합의 테마 및 속성 탐색

1. 참여 디자인 방법론의 특성 및 의의

참여디자인 방법론은 사용자가 단순 연구 대상 혹은 단순 평가자가 아니라, 디자인 과정에 직접 참여하는 주체가 될 수 있다는 점에서 사용자 중심 디자인보다 더 적극적인 참여를 요구한다. 그 기술에 영향 받는

사람들을 디자인 과정에 포함시키고, 피처와 유저 니즈 사이의 핏을 실용적으로 증가시키는 방법론이다(Duarte et al., 2018).

연구자의 입장에서 당사자의 생활경험(lived experience)을 이해하기 어렵거나, 기술 및 제작자로부터 멀리 떨어진, 혹은 기술과 관련하여 니즈를 표현하고 반영시키기 어려운 소수 집단을 대상으로 그들의 챌린지와 니즈를 깊이 있게 이해하고 인사이트를 얻을 때에 활용된다(Bossen, Dindler & Iversen, 2016). 따라서 어린이, 노인, 장애인, 환자, 이민자와 같은 집단이 참여 디자인 방법론이 자주 활용되는 대상이 된다. Chen et al.(2020)은 젊은 이민자 집단을 대상으로 참여 디자인 워크샵에서 이민자들이 정착한 지역의 커뮤니티에 잘 적응할 수 있게 하는 챗봇을 디자인하게 하였고, Mumma et al.(2016)은 심장병 환자 집단을 대상으로 병원의 웹페이지를 디자인하게 하여 환자들이 우선적으로 필요로 하는 정보와 이를 전달해 줄 수 있도록 기대하는 인터페이스가 무엇인지 도출하였다. 또한 Cha et al.(2021)은 지체 장애 아동을 대상으로 인공 지능 음성 에이전트를 쓰고 일기와 그림을 그리게 하여 인공지능 음성 에이전트에 대한 자폐 아동의 인식과, 음성 에이전트가 활용될 수 있는 영역을 탐색한 바 있다.

이와 같이 참여 디자인 방법론은 일반적인 문헌 및 자료조사, 인터뷰 등의 방법으로는 알기 어려운 표면 아래의 인식이나 니즈를, 게임이나 그림 그리기 등의 다양한 워크샵 방법을 통해 드러나게 할 수 있다. 이를 통해 집단 특화된 인사이트를 도출할 수 있을 뿐 아니라, 참여 디자인 경험 자체가 참여자들에게 의미 있고 긍정적인 경험이 되는 것이 이 방법론의 중요한 의의 중 하나이다. 의견을 표출하고 목소리를 낼 수 있는 기회가 된다는 것, 자신이 사용하게 될지도 모르는 기술 혹은 제품에 직접 자신의 아이디어와 니즈를 반영시킨다는 것은 참여 집단에게 임파워링한 경험이 되고, 같은 상황에 있는 다른 참여자들과의 긍정적인 교류 기회가 된다(Cha et al., 2021).

본 연구에서도 참여 디자인 워크샵을 통해 코리빙 하우스에서 공유 주거 생활을 경험하는 거주자들의 거주 경험은 어떤지, 필요에 따라 목적 지향적으로 입주자들과 형성하는 연합 활동에 대한 인식과 니즈는 어떠한지

파악하고 이를 통해 코리빙 하우스 속 온디맨드 연합을 도모하는 도구가 가져야할 참고해야할 인사이트를 도출하고자 하였다.

2. 연구 방법

2.1 참가자

서울시 관악구 신림동의 여성 전용 코빙 하우스 ‘쉐어월’에 거주 중인 입주자 6 명을 모집하였다. 입주자 전원과 커뮤니티 매니저가 포함된 카카오톡 단톡방을 통해 참가자를 모집하였고, 공유 주거 기간이 너무 짧은 경우 충분한 경험을 제공하지 못했을 수 있기 때문에 거주 기간이 3 개월 이상인 입주자만을 스크리닝하였다. 참여자 전원은 모두 20-30 대 여성이었으며, 3 시간 가량 진행된 워크숍 및 사후 인터뷰의 참여 보상으로 모든 참가자가 8 만원을 지급받았다. 참가자들의 구체적인 인구통계학적 프로필은 다음 표 9와 같다.

| P # | 성별 | 연령대 | 직업 상태 | 거주 기간 |
|-----|----|------|-------|-------|
| P01 | 여성 | 20 대 | 대학생 | 14 개월 |
| P02 | 여성 | 30 대 | 직장인 | 8 개월 |
| P03 | 여성 | 30 대 | 대학원생 | 10 개월 |
| P04 | 여성 | 20 대 | 취업준비생 | 2 개월 |
| P05 | 여성 | 20 대 | 취업준비생 | 12 개월 |
| P06 | 여성 | 20 대 | 대학생 | 5 개월 |

표 9. 참여 디자인 워크숍 참가자의 인구통계학적 정보

2.2 전체 워크숍 진행 및 데이터 수집 과정

다음과 같은 과정으로 워크숍을 진행하였다.

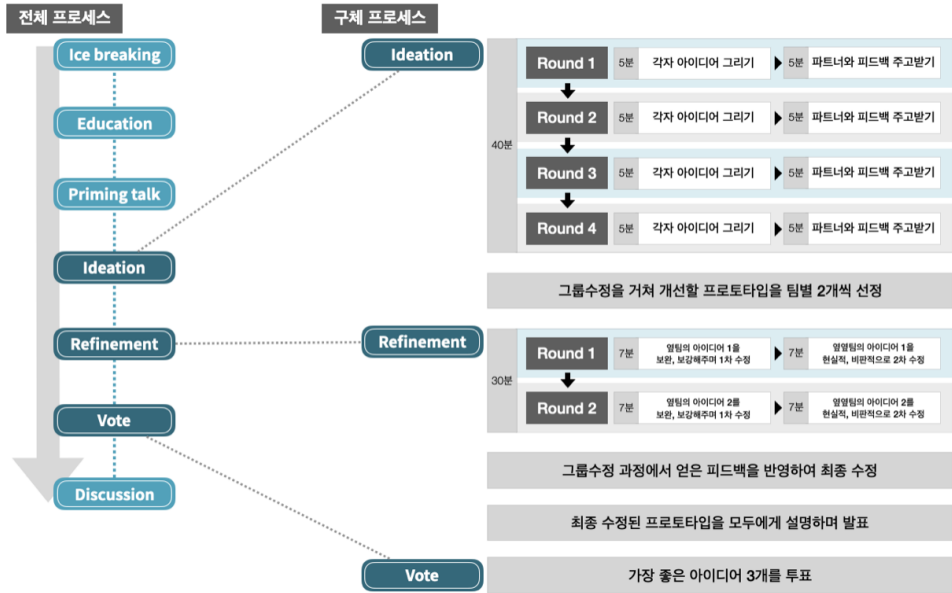


그림 4. 전체 워크숍 진행 과정

Ice breaking & Education

워크숍에 참여한 여섯 명의 입주민들이 서로 아는 사이가 아닌 것을 고려하여, 먼저 가볍게 인사 및 자기 소개, 하우스 상황과 관련하여 가벼운 이야기를 나누는 아이스 브레이킹 세션을 가졌다. 이후 교육 세션에서 워크숍의 목적, 진행 과정, 워크숍에서 다뤄질 주제인 ‘온디맨드 연합’의 개념에 대해 설명하고 이에 대해 이해하게 하였다.

Priming Talk

워크숍의 주제와 해야하는 태스크에 대한 전반적인 이해가 형성된 후, 주제와 적합한 생각을 더 자연스럽게 잘 떠올릴 수 있도록 점화하는 프라이밍 토크 시간을 가졌다. 점화(Priming)는 하나의 자극에 노출시킴으로써 뒤이은 자극에 대한 반응에 영향을 미치게 하는 현상을 의미하며, 점화 효과는 신경과학 및 심리학에서 앞서 접한 정보가 다음에 접하는 정보의 해석 및 이해에 영향을 주는 심리 현상을 가리킨다. 따라서 뒤이어 나올 태스크에 더 집중하고 몰입하며, 관련된 방향으로 사고와 주의를 맞추도록 만들기 위해 프라이밍 세션을 사용하기도 한다. 본 워크숍에서도 코리빙 하우스에서 살면서 겪었던 커뮤니티 및 온디맨드

연합과 관련된 불편과 니즈 이야기를 나누어, 다음에 이어지는 아이디어션에서 참가자들이 보다 쉽게 아이디어를 떠올릴 수 있게 만들고자 하였다.

Ideation

코리빙 하우스에서 온디맨드 연합을 쉽게 만들 수 있게 하는 모바일 앱 형태의 서비스가 있다면 어떤 주제를 다루면 좋을지, 어떤 컨셉과 형식으로 전달되면 좋을 것 같은지 와이어프레임이 그려진 종이 위에 직접 프로토타입을 그려보게 했다. 참가자들은 서비스의 가장 핵심적인 기능을 담은 키 페이지 하나와, 그로부터 이어지는 대강의 플로우까지 개략적으로 그리게 되었다. 이때, 6-8-5 브레인스토밍 방법^⑦을 빌려, 5분 동안 지나치게 깊이 고민하지 않고 머릿 속에 떠오르는 생각을 최대한 많이, 빠르게 그려내게 하였다. 이 방법은 가장 먼저 떠오르는 아이디어를 바로 그려내게 하기 때문에, 무의식적으로 가장 중요하게 여기고 있거나 가장 필요로 하는 컨셉 및 인식이 아이디어에 반영될 가능성이 있다.

2명이 한 팀을 이뤄, 한 라운드가 시작되면 개인적으로 5분 동안 최대한 많은 아이디어를 그리고, 그 다음 5분 동안 파트너의 아이디어에 대해 가벼운 피드백을 나누게 하여 다음 라운드에서 더 다각적인 시도를 할 수 있게 하였다. 이 과정으로 총 4번의 아이디어션 라운드를 진행했다. 이렇게 가벼운 아이디어를 그려내는 과정을 반복하게 한 까닭은 다수의 아이디어 간 공통적인 패턴을 찾을 수 있을 만큼의 양의 데이터를 획득할 수 있을 뿐만 아니라 반복을 통해 아이디어 간 비교와 조합을 하며 다양하고 창의적인 생각들이 나타날 수 있기 때문이다. Golembewski & Selby(2010)에 따르면 반복 과정은 창의적인 디자인에서 중요한데, 디자인에 대해 비판적으로 고민해볼 수 있는 기회가 생기기 때문이다. 아이디어션을 반복하면서, 자신이 묘사한 컨셉 혹은 결과물의 내면적인 개념 모델에 대해 생각하고, 또다른 인사이트를 얻을 기회가 커진다. 이 과정이 타인이 주는 피드백으로 인해 또다른 관점에서 볼 수 있도록 자극된다면 더 잘 될 것으로 판단된다. 또한 이렇게 짧은 아이디어션을 반복하는 것은 분위기를 더 쉽게 풀고 아이디어를 자극하며, 이들 사이의 인터랙션과 통합을

^⑦ <https://gamestorming.com/6-8-5s/>

촉진하는 커뮤니케이션 전략이기도 하다(Golembewski & Selby, 2010). 이민자들을 대상으로 챗봇을 디자인하는 참여 디자인 워크숍을 진행한 Benke, Knierim & Maedche(2020)의 연구에서도 이 방법을 사용하여 다양하고 창의적인 아이디어를 수집하였다.

Refinement

이후, 그린 모든 프로토타입 중에서 집단 수정을 거칠 아이디어를 팀별로 2 개씩 선정했다. 아이디어를 수정하는 과정은 Walt Disney 방법^⑧을 사용했다. 이 방법론에서는 어떤 아이디어를 만들 때 1 단계 Dreamer 가 아이디어를 그려내면, 2 단계의 Realist 가 첫 아이디어가 가지면 더 좋은 속성들을 보충하며 풍부하게 만들고, 3 단계의 Critic 은 비판적인 시선에서 실현 가능성을 따져가며 한계를 지적하고 고쳐야 할 피쳐를 찾는다. 이런 두 단계의 피드백을 통한 집단 수정 과정을 거치며 아이디어는 보다 정교화된다. Benke, Knierim & Maedche(2020)은 이민자들을 위한 챗봇을 디자인하는 참여 디자인 워크숍에서 Walt-Disney 방법을 통해 일차적으로 나온 아이디어를 집단적으로 수정하고 이를 통해 가장 괜찮은 아이디어를 선정하게 했으며, Chen et al.(2020)은 참여 디자인 워크숍에서 브레인스토밍으로 최대한 많은 아이디어를 도출하고 이를 집단적 논의와 수정, 투표를 거치며 리스트를 줄여나가는 방법을 통해 좋은 아이디어를 얻을 수 있다고 말한 바 있다. 또한 Mummah et al.(2016)의 연구에서는 팀 멤버들이 이전 아이디어 위에 논의를 쌓아가며 심화시킴을 통해 아이디어의 약한 부분은 자연스레 드러나고 괜찮은 부분은 자연스레 위로 올라간다고 설명하며, 더 다양하고 창의적인 아이디어를 얻기 위해서는 이 논의과정을 팀끼리 바꿔가며 수행하는 것이 이상적이라고 말했다. 이 과정에서 논의는 혁신적인 아이디어 및 가능한 솔루션에 대한 깊은 탐색이 발생하게 한다.

본 워크숍에서도 이 방법을 차용하여 집단적으로 아이디어를 수정하게 했다. 세 팀이 우선 첫번째 아이디어를 각자의 옆 팀에게 넘겨, 1 차적으로는 다른 팀의 아이디어를 보완하고 보강해줄 수 있는 방향으로 논의하며 피드백을 남기고, 그 후 또 옆 팀으로 프로토타입을 넘겨서 현실적 가능성을 따져가며 비판적으로 2 차 피드백을 남기게 했다. 총 2 차에 걸친

^⑧ <https://www.designorate.com/disneys-creative-strategy/>

수정 과정을 나머지 아이디어에 대해서도 동일하게 진행했다. 이렇게 총 6 개의 아이디어에 대해 집단 수정을 거친 후, 받은 모든 피드백을 반영하여 최종적으로 프로토타입을 수정했다.

Vote & Discussion

최종적으로 수정된 프로토타입의 컨셉과 기능, 특징을 모두에게 설명하며 발표하고, 최종 수정된 6 개의 아이디어 중에서 가장 좋은 아이디어를 투표하게 하여 가장 점수가 높은 2 개를 선정했다.

Interview

디자인 과정이 끝난 후 진행한 짧은 사후 인터뷰에서는, 각 참가자들에게 (1) 왜 이 프로토타입을 투표했는지, (2) 가장 많은 표를 얻은 아이디어 2 개의 어떤 부분이 코리빙 하우스 안에서 온디맨드 연합을 만드는 데에 도움이 될 거라고 생각하는지 질문하였다.

2.3 데이터 분석 방법

워크샵에서 나온 모든 프로토타입 그림들을 보면서 가지고 있는 속성, 다루는 테마, 특징을 이름 붙이고 이후 유사한 속성들을 하나로 묶어 정리했다. 이 과정은 Annotated Portfolio 방법론에서 디자인 아티팩트를 보면서 해당되는 속성과 파생되는 논의점들을 주석으로 달고, 주석을 통합하고 분류하며 논의를 전개해나가는 과정에서 디자인 아티팩트의 특징과 의의를 잡아가는 방법을 참고한 것이다.

Annotated Portfolio 방법은 다소 추상적인 시각적 디자인물들(design artifact)로부터 특징적인 요소를 찾고 논의점을 이끌어낼 필요가 있을 때 쓸 수 있는 방법론이다. 디자인 아티팩트를 보면서 특정 부분에 대한 해석이나 논의점들을 요소마다 주석으로 달면서 논의와 사고를 깊이하고 확장하는 방법인데, Bowers(2012)에 따르면 이 주석은 디자인물과 디자인에 대한 텍스트를 연결한다. 시각적인 디자인물을 주석을 통해 조각조각 속성으로 텍스트화함으로써, 이 주석을 달게 만든 기저의 니즈, 가치판단, 논의점이 비로소 디자인물과 연결된다. 이러한 이슈들이 주석으로 달리고, 달린 주석들이 그루핑되면서 디자인물의 특징적인 부분이 더 잘 드러나게

된다(Culén, Børsting & Gaver, 2020). Gaver & Bowers(2012)에 따르면 디자인들은 주석을 달을 통해 더욱 명확하고 설명가능해지는데, 주석이 디자인물의 두드러진 피처를 짚어내 드러나게 할 뿐 아니라 디자인물과 고려해야할 지점을 연결지어주기 때문이다. 또한 이 주석 달린 프로토타입들을 병치해봄으로써 서로를 더 쉽게 비교하고, 전체적인 패턴을 파악할 수 있다. 이를 통해 더 깊고 넓은 논의가 자극되는데, 이는 주석이 디자인들 간의 유사성과 차별성을 더 쉽게 포착할 수 있게 해주기 때문이다.

본 연구에서는 이 방법론을 참고하여 그림 5 와 같이 참가자들이 종이 위에 그린 프로토타입 위에 눈에 띄는 특성과 그를 구성하는 기능 및 요소들을 주석을 달듯 코드를 붙여나간 후, 유사성을 기준으로 코드를 합치거나 폐기하여 정리했다. 가장 많이 나타나는 속성이 무엇인지, 계속해서 같이 묶여서 나타나는 컨셉과 피쳐들은 무엇인지 등 특징들을 모아 전반적인 패턴을 찾고, 이로부터 테마를 도출하고자 하였다.



그림 5. Annotated Portfolio 방법론에서 디자인물에 주석을 붙이듯이, 참가자들이 그린 그림 위에 코드를 붙여나가면서 패턴을 찾으려고 했다.

| 팀 No. | 이름 | 테마 | | | | | 피쳐 | | | | | |
|--------|------------|------------|------------|------------|----------|-------------|--------|---------|----------|-------|----------|---------|
| A-x 1 | 사뭇함 | 공지사항 | 개인정보 | 지식 공유 | 맞모집 | 캘린저 | 검색 | + 포인트제도 | + 참여인원공개 | | | |
| A-x 2 | SNS 타임라인형 | SNS형 글 | 맞모집 | | | | 사진 | 댓글 | | | | |
| A-x 3 | 같이 만들어주기 | 공간별가꾸기 | 모금 | | | | 참여율공개 | 참여인원공개 | | | | |
| A-x 4 | 장고 | 자원공유(교환대어) | 가진 자원 공개 | | | | 검색 | 쪽지 | | | | |
| A-y 5 | 버튼 4개 | 맞모집 | 캘린저 | 프로그래밍 공지 | 건의게시판 | 자유 대화 | 달력스케줄 | 댓글 | 검색이력 | 참여율공개 | 발표선형 | 익명 |
| A-y 6 | 버튼 2개 | 맞모집 | 캘린저 | | | | 진행 리스트 | 순위공개 | 참여인원공개 | 리스트형 | 사진 | 참여율공개 |
| A-y 7 | 투 피플 | 맞모집 | 자원거래(판매) | 캘린저 | 건의게시판 | 공지사항 | 발표선형 | 참여율공개 | 참여인원공개 | 템플릿 | 채팅 | 카테고리 |
| A-y 8 | 도전 앞둔구매 | 캘린저 | 자원거래(판매) | + 예약금 | | | 발표선형 | 순위공개 | 달성도 | 가상화폐 | + 참여인원공개 | + 포인트제도 |
| B-x 9 | 어떤걸 만들어볼래? | 맞모집 | 캘린저 | SNS형 글 | | | 카테고리 | 포인트제도 | 템플릿 | 사진 | | |
| B-x 10 | 달린의 냉장고 | 맞모집 | 가진 자원 공개 | 자원공유(교환대어) | | | 채팅 | 완료 리스트 | | | | |
| B-x 11 | 운동 같이 하기 | 캘린저 | | | | | 템플릿 | 포인트제도 | 달성도 | | | |
| B-x 12 | 저 이거 있어요 | 자원공유(교환대어) | 가진 자원 공개 | 자원거래(판매) | | | 포인트제도 | | | | | |
| B-y 13 | 배우고 모이고 | 재능기부 | 공동구매 | 개인정보 | 맞모집 | | 템플릿 | 완료 리스트 | | | | |
| B-y 14 | 저 이거 있어요 | 가진 자원 공개 | 자원공유(교환대어) | 자원거래(판매) | | | 채팅 | 템플릿 | 사진 | | | |
| B-y 15 | 함께해요 | 개인정보 | 공동구매 | 자원공유(교환대어) | 공동 물품 체크 | ++ 가진 자원 공개 | 채팅 | 템플릿 | 완료 리스트 | 참여율공개 | 참여인원공개 | + 포인트제도 |
| B-y 16 | 주인 추천 | 지식 공유 | 자유 대화 | | | | - | | | | | |
| C-x 17 | 커뮤니티 채팅방 | 자유 대화 | | | | | 채팅 | | | | | |
| C-x 18 | 커뮤니티 채팅 | 자유 대화 | | | | | 채팅 | | | | | |
| C-x 19 | 공동 정보기 | 공동구매 | | | | | 참여인원공개 | 완료 리스트 | 진행 리스트 | | | |
| C-x 20 | 불어주세요 | 가진 자원 공개 | 자원공유(교환대어) | 자원거래(판매) | | | 채팅 | | | | | |
| C-y 21 | 익명 소리함 | 지식 공유 | 공동구매 | 자원공유(나눔) | | | 채팅 | 카테고리 | | | | |
| C-y 22 | 플리마켓 | 프로필 소개 | 자원거래(판매) | 자원공유(나눔) | | | 템플릿 | 카테고리 | 채팅 | 사진 | | |
| C-y 23 | 소모임 찾기 | 맞모집 | 내 관심 등록 | | | | 템플릿 | 채팅 | 카테고리 | | | |
| C-y 24 | 재능기부로 만나요 | 재능기부 | 맞모집 | | | | 템플릿 | 사진 | 채팅 | | 카테고리 | |
| C-y 25 | 감정 나눔터 | 감정 교류 | 인화할 사람 | | | | 카테고리 | 통화 연결 | | | | |

그림 6. 모든 프로토타입에 대해, 각 프로토타입이 가지고 있는 컨셉과 그림 구성하는 기능적 피쳐들을 정리하였다.

또한 워크샵 이후 진행된 사후 인터뷰 데이터를 전사 후, 사람들이 언급한 ‘특정 프로토타입이 코리빙 하우스 내 온디맨드 연합에 도움이 될 것 같은 이유’를 유목화하였다. 이 결과와 앞선 프로토타입 그림 분석의 결과를 종합하여, 코리빙 하우스 내 온디맨드 연합이 형성되기 적합한 테마와 그 특성을 도출하고자 하였다. 코리빙 하우스 속 온디맨드 연합이 가지는 속성을 통해 각 연합 테마를 분석하여, 보다 종합적인 관점으로 하우스 내 온디맨드 연합을 분석하고자 했다.

3. 연구 결과

4 번의 라운드를 통해 총 25 개의 프로토타입 아이디어가 그려졌으며, 이 중 팀별로 2 개씩 골라 단체 수정을 통해 아이디어를 보강했다. 수정된 6 개의 아이디어 중 가장 코리빙 하우스 내 온디맨드 연합에 적절한 아이디어를 투표하여 최종 2 개의 아이디어가 선정되었다. 진행 과정에서 나타난 특징, 프로토타입들이 보여주는 특성, 이로부터 도출된 테마에 대해 이어서 서술하고자 한다.

3.1 프로토타입에 가장 많이 활용된 속성 분석

Annotated Portfolio 방법론에서 주석을 달듯 참여자들이 그린 프로토타입 그림 위에 코드를 붙이고 이를 정리한 결과, 어떤 컨셉이 가장 빈번하게 나타나고, 많이 활용되는 기능적인 피쳐들은 무엇인지 볼 수 있었다. 기본적으로 어떤 ‘팻’을 모집하는 테마가 가장 많이 나타났는데, ‘야식팻’, ‘산책팻’, ‘장보기팻’ 등이 있었다. 그러나 단순히 ‘팻모집’이라는 이름 하에 하나의 테마로 묶기에는 주제가 너무 광범위했기 때문에, 해당 아이디어가 다른 아이디어와 묶일 수 있는 또렷한 주제가 있는 경우에만 그 테마에 수합하였다. 예를 들어, ‘공동구매 팻모집’은 ‘공동구매’라는 테마로 묶여 분석되었지만, 1번 언급된 ‘산책팻’은 별개의 테마로 묶지 않았다.

그 다음으로 많이 등장한 컨셉은 대여, 나눔, 자원 공유 컨셉이었다. 같이 사는 사람들끼리 접근성이 좋음을 활용하여 ‘사기엔 아깝지만 한번씩은 필요한’ 물품들을 빌리고, 너무 많이 생긴 음식을 나눔하고, 식재료를 같이 활용해서 음식을 같이 요리해먹는 아이디어가 이에 해당한다. 이 컨셉에 금전이 얽이면 중고 상품 교환 및 판매 컨셉으로 연결되는데, 중고 거래 아이디어 역시 꽤 높은 빈도로 언급되었다. 이렇게 신원이 보장된 사람들끼리 같은 공간에서 편하게 자원을 나누고 사고파는 컨셉은 각자 자신이 가진 자원을 공개적으로 등록하게 하는 컨셉과 자주 함께 나타났다. 챌린지 컨셉과 공동 구매 컨셉이 그 뒤를 이어 높은 빈도를 보였다.

기능적인 피쳐로는 채팅을 가장 보편적이고 당연한 기능으로 여기는 듯 했다. 구체적인 정보를 통일성 있게 입력할 수 있도록 하는 템플릿, 쉬운 검색을 돕는 카테고리, 연합에 참여하는 참여 인원과 참여율을 보여주는 인터페이스가 많이 등장하였다. 더 구체적인 분석 결과는 표 10 과 같다.

| 컨셉 | 개수 | 피쳐 | 개수 |
|---------------|----|---------|----|
| 팻모집 | 10 | 채팅 | 13 |
| 대여,나눔,자원공유 | 9 | 템플릿 | 10 |
| 챌린지 | 7 | 참여인원 공개 | 7 |
| 가진 자원 공개 | 6 | 카테고리 | 7 |
| 중고 거래 (교환,판매) | 6 | 포인트 제도 | 6 |

| | | | |
|---------|---|-----------|---|
| 공동 구매 | 5 | 사진 | 6 |
| 자유 대화 | 4 | 진행/완료 리스트 | 6 |
| 지식 공유 | 3 | 참여율 공개 | 5 |
| 개인정보 확인 | 3 | 댓글 | 3 |
| 스터디 | 2 | 검색 기능 | 2 |
| 재능 기부 | 2 | 순위 공개 | 2 |

표 10. 프로토타입 아이디어 25 개가 가지고 있는 컨셉과 기능적 피쳐들을 코딩하여 양적으로 살펴보았다.

또한, 사후 인터뷰를 분석하여 코리빙 하우스 거주자들이 좋은 온디맨드 연합 매개 도구의 속성이라고 생각하는 특성들을 유목화해보았다. 전반적으로 이웃과 자원에 대한 가시화가 많이 언급되었는데, 이는 지금 하우스가 교류 없이 조용하지만 실은 이웃과 이웃이 가진 사회적, 물리적 자원에 대해 더 알고 싶어하는 욕구에서 비롯된 것으로 보인다. 또한 사생활과 분리된 연합 형성용 전용 도구의 느낌이나 선택적 참여로 모두의 부담감을 줄여주는 특징이 좋다고 언급된 것은, 현재 소통 도구인 ‘카카오톡’ 단체 채팅방에 부담감과 피로감을 느끼고 있다는 제 4 장의 공유 주거 경험 인터뷰 결과와 통한다. 또한 온디맨드 연합이 경제적인 생활에 도움이 되기를 기대하고, 지금보다 더 쉽게 필요한 정보에 접근할 수 있게 도와주기를 기대하는데, 이러한 기대에서부터 자원을 나누고 거래하는 컨셉의 아이디어들이 제시된 것으로 보인다. 더욱 구체적인 내용은 표 11 과 같다.

| 인터뷰 언급 사항 | 특성 | 가져가야할 특징 |
|-----------------------------|---------------------|--------------------|
| 타인의 생활감/존재감 | | |
| 같이 하는 사람의 실존감 | 타인의 존재감, 같이 사는 느낌 | 이웃의 존재감 가시화 |
| 이웃 생활 보기 | | |
| 아는 사람끼리 하고 있다는 편안함을 느끼게 함 | | |
| 아는 사람끼리 하고 있다는 것에서 더 큰 동기부여 | 타인의 존재가 동기부여 | 한 연합에 포함된 참여이웃 가시화 |
| 참여 상태 공개 | | |
| 순위 공개해서 자극 | | |
| 타인이 가진 자원, 타인의 상태를 보고 자극 | 타인의 자원이 동기부여 | 가용 자원 가시화 |
| 타인의 자원을 볼 수 있음 | 타인의 자원 포함 가용 자원 알려줌 | |
| 원하는 사람만 원하는만큼 자율적으로 공개 | 자발적/선택적 공개 | 선택적 참여로 |
| 원하는 사람만 참여하면 되기에 관심의 차단이 | 관심 이슈만 참여 | |

| | | |
|-------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 쉬움 | | 쌍방 부담 감소 |
| 관심 있는 연합만 따로 보고, 찾고, 참여할 수 있음 | | |
| 너무 사적인 영역이 드러나지 않게 함 | 사생활과 분리된 전용 도구의 느낌 | 사생활과 적당히 분리된 '목적지향적인 전용 툴'의 느낌 |
| 연합을 위한 전용 툴'의 느낌으로 부담 줄임 | | |
| 물어보기를 덜 민망하게 만들어줌 | | |
| 가볍고 부담 적은 모임 지원 | 나서기를 덜 부담스럽게 | |
| 주최를 쉽게 나서볼 수 있게 도와주는 요소 | | |
| 공동 필요 공동 구매 | 공동 소모품의 공동 소비 지원 | 경제적인 생활에 도움 |
| 공동 소비를 한번에 가능케 하여 책임 분산 | | |
| 공동된 소비를 쉽게 찾고 수합 | 공동 소비품에 대한 니즈를 가진 사람들끼리 서로 쉽게 알게함 | |
| 쉬운 공동 구매를 가능케함 | 쉬운 공동 구매 프로세스 | |
| 경제적인 이득을 지원 | 경제적인 이득 | |
| 템플릿으로 쉬운 쓰기 | 템플릿으로 쉬운 작성 | |
| 익숙한 글 및 사진 올리기 템플릿 | | 템플릿으로 쉬운 작성 |
| 필요 정보가 고정됨 | 필요 정보 고정 | 높은 정보 접근성 |
| 정보에 접근 및 검색 용이 | 검색 용이 | |
| 전에 없던 새로운 형식 | 새로운 형식 | 새롭고 흥미로운 요소 |
| 시도해 볼 만한 흥미로움 | 흥미로움 요소 | |

표 11. 워크샵 사후 인터뷰에서 언급된 해당 프로토타입이 '코리빙 하우스 내 온디맨드 연합을 도모하는 툴로 적절하다고 생각한 이유'를 분류하여, 어떤 속성을 가져가야할지 파악하고자 하였다.

3.2 공통적으로 발견되는 테마의 도출

프로토타입 아이디어가 포함하는 속성들과, 사후 인터뷰에서 사람들이 코리빙 하우스 내 온디맨드 연합을 위한 도구로서 중요하게 여기는 특징들을 살펴보면, 공통적인 특징으로 모이는 세 개의 테마를 도출할 수 있었다.

(1) 자원 거래의 테마 : 서로가 가진 자원을 대여, 나눔, 중고 거래, 공유

자원 거래라 함은 타인이 가진 물건을 빌리거나, 타인에게 대가 없이 '나눔'하거나, 중고 판매 및 교환하거나, 혹은 '당신의 냉장고'라는 프로토타입(그림 7)에서 보이는 것처럼 여러 사람들의 재료를 함께 활용해서 같이 먹을 음식을 만드는 공유의 상황을 뜻한다. 9 개의 프로토타입이 입주민 간 자원을 거래하는 컨셉을 다루고 있었는데, 이 중 6 개가 각 사람들이 가진 자원을 공개적으로 등록하여 모두가 알 수 있게

하는 형식을 취했다. 친목적, 실용적 교류가 거의 없는 현재의 코리빙 하우스에서 누가 무엇을 가지고 있는지 아는 바가 전혀 없기에, 확신 없이 일단 빌려줄 수 있는지 묻기보다 이렇게 미리 누가 무엇을 가지고 있는지 공개하면 훨씬 타인의 자원을 활용하기 수월해진다. 이렇게 가진 자원을 공개하는 컨셉에서는 타인의 자원을 본인이 언젠가 활용할 수 있는 유희 자원으로 여기는 모습이 드러났다.

자원 거래 컨셉이 9 번이나 언급되고, 경제적인 생활에 도움을 주는 것이 좋은 온디맨드 연합 톨의 속성이라고 말한 인터뷰 결과를 종합해볼 때 알 수 있듯이, 코리빙 하우스에서 자원 거래 테마는 상당히 적절한 테마로 보인다. 서로의 신원이 보장되어 있으며, 물리적 생활 공간을 공유하는 코리빙 환경이기에 더욱 그러한데, 물건을 빌리더라도 공용 공간에서 만나서 쉽게 주고받을 수 있고, 시간을 맞추기 어렵다 하더라도 도난 걱정 없이 하우스 내 공유 공간에 물건을 두고 갈 수 있기 때문이다. 공간을 공유한다는 것이 물건 거래에서 필연적으로 발생하는 만남 조율의 불편함과 안전의 문제를 동시에 해결하게 해주는 것이다.

또한, 코리빙 하우스의 연합체를 도모하는 서비스에서 익명의 반대는 본명이나 얼굴 사진보다도 거주 호실로 나타난다. 이렇게 각자 가진 자원을 공개하는 경우, 호실 정보는 당연히 따라서 공개되고, 자원을 같이 거래하기 위해 모인 연합체에 누가 참여하고 있는지의 참여 상태 역시 보고싶어 하는 것으로 나타났다. 전체 하우스에서 어떤 자원을 구할 수 있는지 알고 싶어하는 니즈에서부터, 검색 기능도 나타났다. 또한, 물건을 판매하거나 교환하는 경우에는 거래 전 정확히 알아야 할 정보가 많기에, 보다 간편하고 빠른 작성을 위해 템플릿을 주는 경우가 자주 보였다.

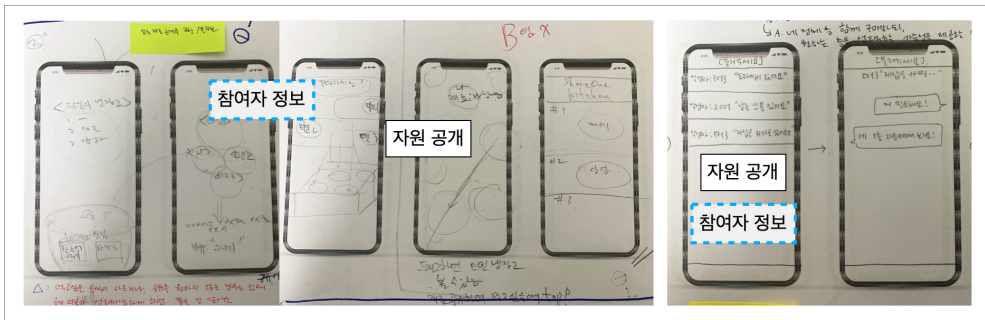


그림 7. 아이디어 중 자원 거래 테마를 담은 프로토타입들의 예시. 가지고 있는 식재료 상황을 공개하고 다른 사람과 공유하여 같이 음식을 만들어먹는 컨셉을 제안한 ‘당신의 냉장고’(좌)와, 각자 가지고 있는 생활용품 자원을 공개하여 필요한 사람끼리 조율 후 거래하는 컨셉을 제안한 ‘불러주세요’(우).

(2) 공동 구매의 테마

같은 생활 공간을 공유하는 코리빙 하우스의 이점을 활용하여 공동 구매 컨셉이 그 다음으로 많이 등장하였다. 물리적인 공간을 공유한다는 것은 배송지 및 물건을 나눠가져가는 장소를 하나로 통일시킬 수 있다는 점에서 공동 구매에 최적화된 조건이 된다. 이는 제 2 절의 온디맨드 연합 과정 조사에서, 회사로 배송시켜 배송비를 없애고, 물품을 회사 안에서 바로 나눠가질 수 있기 때문에 동료들과 공동 구매를 자주한다고 언급한 참가자의 말과 그대로 통한다. 5 개의 프로토타입 아이디어가 공동 구매 컨셉을 다루었는데, 이들은 공통적으로 현재 하우스 내에 사람들의 수요를 쉽게 파악할 수 있게 하는 형식을 취했다. 그동안 열렸던 공동 구매 히스토리화, 현재 진행 중인 리스트를 보여주어 전반적으로 어떤 수요가 있어왔는지 분위기를 쉽게 읽을 수 있게 하고, 모집 중인 공동 구매 건은 참여 상태를 공개하여 다른 사람들의 의사를 살필 수 있게 했다. 주최자(호스트)의 거주 호실 정보가 대개 공개되어야 하는 것으로 여겨지는 점은 (1)자원거래 테마에서 하우스 내에서 신원 정보는 이름보다 호실 정보로 인식되는 현상과 유사하다.

또한, 구매할 물품에 대한 상세 정보, 가격, 나눠가질 일시와 장소 등 알아야 하는 정보가 많기 때문에, 필요 정보를 누락하지 않고 모두가 일관적인 수준의 구체성을 갖춘 정보를 제공할 수 있도록 템플릿을 주기도 한다.

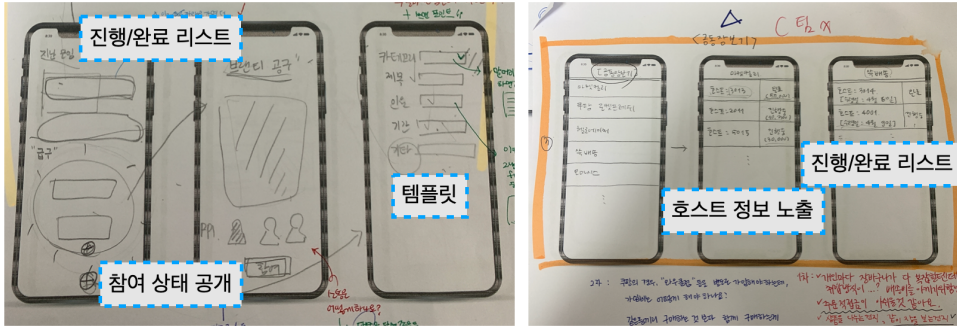


그림 8. 아이디어 중 공동 구매의 테마를 담은 프로토타입의 예시. 템플릿으로 구매 건의 정보를 쉽게 입력하고 참여 상태와 진행 상황을 쉽게 파악할 수 있게 보여주는 ‘함께 해요’(좌), 배송비를 절약할 수 있도록 온라인 마켓별로 구매 건을 모아, 공동 구매에 특화된 아이디어인 ‘공동장보기’(우).

(3) 장기적이고 지속적인 챌린지 테마

앞선 두 개의 테마가 일회적인 단발성 연합이었다면, 비교적 장기적인 다회성의 연합을 다루는 테마도 나타났다. 특정한 일시마다 정기적으로 모여 공부하거나 진도를 체크하는 스터디라든지, 운동하거나 새벽 기상과 같이 혼자만의 의지로는 다소 어렵지만 같이 하는 타인의 힘을 빌려 자극받고 성취해내는 챌린지와 같은 일들이다. 제 3 장의 공유 주거 경험 인터뷰에서 ‘어차피 다들 공부하는 학생인 것 같아서 서로 진도만 체크해줘도 좋을 것 같다’는 P04 의 말을 참고할 때, 이렇게 공통의 목표를 같이 달성해나가는 장기전을 코리빙 하우스 안의 적절한 연합으로 보는 것은 다른 입주자들이 본인과 같은 성별, 비슷한 나이, 비슷한 사회적 지위를 가지고 있다는 생각에서 기인된 것으로 보인다.

동일한 목표를 여러 사람들과 같이 바라보고 있기에, 이러한 챌린지 테마에서는 연합에 참여 중인 사람들이 누구인지, 나의 상황에 비해 그들의 달성도는 어떠한지, 나의 등수는 어떤지와 같이 경쟁심을 자극할 만한 요소가 많이 나타났다. 포인트 보상제도도 자주 보이는데, 이를 통해 성실한 참여를 장려할 수도 있을 뿐더러 전체 참가자의 순위를 매겨 더 적극적인 참여를 자극하려는 의도이다.

제 4 절에서 조사했듯이, 스터디나 챌린지를 도모하는 서비스는 이미 많다. 그럼에도 불구하고 입주민들이 코리빙 하우스 안에서 이러한 테마를 그려낸 데에는, 참여 인원이 아예 모르는 사람이 아니라 같은 집에 살고 있는 이웃이라는 느낌이 좋은 차별점으로 다가오는 듯했다. 사후 인터뷰에서 ‘참여하는 사람, 달성도 같은 게 보이면 내가 지금 누군가와 같이 살고 있다는 느낌이 더 든다’, ‘아는 사람끼리 하고 있다는 점이 편안함을 준다’, ‘아예 모르는 사람보다 같이 사는 사람들이라 더 자극받는다’고 언급한 내용을 참고할 때, 지금 이 연합에서 그들이 공동의 목표를 향해 ‘같이 사는 이웃과 따로 또 같이’ 달려가고 있다는 점을 부담스럽지 않게 가시화할 필요성이 보인다.

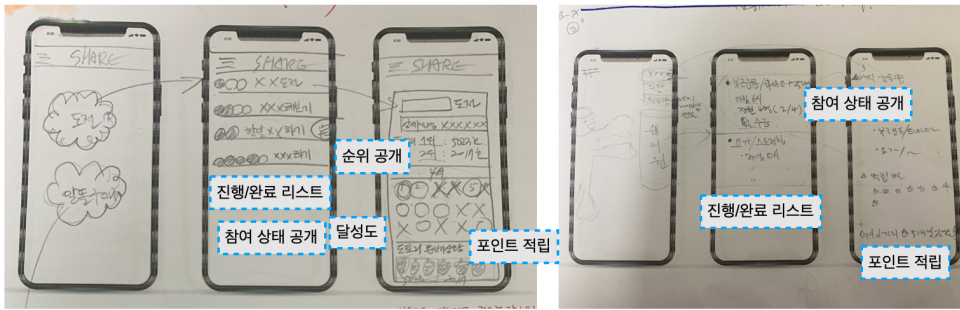


그림 9. 아이디어 중 챌린지 테마를 담은 프로토타입의 예시. 달성에 따른 포인트를 보상으로 주고 순위를 공개하여 참여를 자극하는 ‘도전&알뜰구매’(좌), 이와 비슷한 기능을 제공하되 운동에 초점을 맞춘 ‘운동 같이하기’(우).

3.3 온디맨드 연합을 바라보는 테마 X 속성의 프레임워크

마지막으로, 앞선 다섯 개의 조사를 진행하며 얻은 인사이트와 워크샵에서의 결과 및 논의를 종합하여, 코리빙 하우스에서의 온디맨드 연합을 테마와 속성의 두 축으로 살펴보고자 한다. 코리빙 하우스가 타인과 시공간 및 자원을 공유하는 생활 공간임에 입각하여, 이와 관련된 속성들을 통해 워크샵에서 도출된 온디맨드 연합의 테마를 살펴보았다. ‘공유 주거 속

연합'이라는 개념이 기본적으로 포함하는 공간, 시간, 타인과의 관계라는 기본 속성에서 시작하여, 시간성을 지속성, 반복성, 동시성이라는 세부 속성으로 확장하고, 타인과의 관계는 타인 자체가 가지는 존재감, 상호 관계에서 나타나는 사회성, 타인이 가지는 물리적 자원과 금전적 자원으로 속성을 확장시켰다. 이렇게 구조를 확장시키는 데에는 앞선 조사들에서 밝혀낸, 공유 주거의 특성과 온디맨드 연합 보조 틀이 고려해야할 속성에 대한 이해가 그 기반이 되었다.

이후, 각 테마가 해당 속성을 어떤 정도로 가지고 있는지 분석하였다. 하나의 테마이지만 구체적인 활동에 따라 양상이 조금씩 다르게 나타날 수 있기 때문에, 자원 거래라는 한 테마를 원래의 세부 컨셉대로 대여 및 나눔, 중고거래, 자원 공유로 나누고, 장기전 테마 역시 원래 세부 컨셉대로 챌린지와 스테디로 나누었다.

속성을 분석할 때에, 공간의 경우, 아예 연합을 위한 공간이 필요 없는 경우를 L(low), 물건을 두거나, 혹은 아주 잠깐 만나기 위한 정도의 공간만 필요로 하는 경우를 M(medium), 두 명 이상이 일정 시간 이상 모여있을 공간을 필요로 하는 경우를 H(high)로 태깅하였다. 소요되는 시간을 뜻하는 지속성의 경우, 물건을 주고받으면 끝인 경우를 L(low), 스테디와 같이 비교적 긴 시간의 인터랙션을 요구하는 경우를 H(high)로 태깅하였는데, 자원 공유와 챌린지는 어떤 주제를 다루느냐에 따라 걸리는 시간이 매우 상이할 것으로 예상되어 태깅하지 않았다. 나머지 속성들에 대해서는 O,X 로 태깅하였다. 태깅된 패턴에 따라 비슷하게 묶이는 속성이 있는지, 혹시 다른 테마들끼리 유사한 패턴을 보이지는 않는지 살펴보았다.

| | | | 자원 거래 | | | 공동구매 | 장기전 | |
|-----|-----|------------------------|-------|------|------|------|-----|-----|
| | | | 대여,나눔 | 중고거래 | 자원공유 | 공동구매 | 챌린지 | 스테디 |
| 공간성 | 공간 | 공간이 얼마나 필요한가? | M | M | H | M | L | H |
| | 지속성 | 1 회 수행에 시간이 얼마나 소요되는가? | L | L | 상이함 | L | 상이함 | H |
| | 반복성 | 1 회 수행이 다회 반복되는가? | x | x | x | x | o | o |
| 시간성 | 동시성 | 연합원들이 동시에 교류해야 하는가? | x | x | o | x | x | o |

| | | | | | | | | |
|------------|-----|-----------------------|---|---|---|---|---|---|
| 타인과의 관계 | 존재감 | 타인의 존재감이 수행에 도움이 되는가? | x | x | x | x | o | o |
| | 사회성 | 수행하는 데에 사회성이 많이 필요한가? | x | x | o | x | x | o |
| | 자원 | 타인이 가진 물리적 자원이 중요한가? | o | o | o | x | x | x |
| | 금전 | 수행에 돈이 결부되어있는가? | x | o | x | o | x | x |

표 12. 온디맨드 연합의 각 테마가 어떠한 속성을 가지고 있는지 분석한 테마 X 속성의 프레임워크. 이를 통해 코리빙 하우스 속 온디맨드 연합에서는 어떤 속성이 서로 연관되어 있는지의 양상까지 볼 수 있다.

그 결과, 표 12의 색이 보여주는 패턴처럼 공간, 동시성, 사회성이 연관되고, 반복성과 타인의 존재감이 연관된 속성임을 알 수 있었다. 굳이 만나서 거래할 필요 없이 1층 공유 테이블에 물건을 두고 가면 되는 대여 및 나눔과는 달리, 스터디의 경우 모여서 같이 공부할 공간이 필요하다. 이는 곧 이 행위를 위해 한 공간에서 대면하여 동시에 교류한다는 것이고, 그렇기 때문에 사회성도 많이 요구된다. 또, 한번 거래하고 해산인 연합이 아니라 매일 운동 기록을 남기는 챌린지와 같은 연합이라면, 같은 행위를 다회 반복하는 데에 있어 타인의 존재 자체가 수행에 도움이 됨을 알 수 있다.

이렇게 공유 주거 속 연합을 테마와 속성의 두 축으로 바라본다면, 특정 연합의 특성을 더 잘 이해할 수 있고, 속성을 기준으로 새로운 연합을 고안해볼 수도 있다. 예를 들어 어떤 코리빙 하우스에서 타인의 존재감이 도움이 되는, 여러 번 반복되면서 교류가 발생하되 많은 사회성을 요구하고 싶지는 않은 느낌의 연합체가 활발하게 이루어졌으면 좋겠다고 생각하여 이와 관련된 서비스를 활성화하고 싶다면, 위 표를 참고할 때 챌린지 테마가 이와 잘 맞음을 확인할 수 있다. 이렇게 챌린지 테마를 고르고, 워크샵 인터뷰에서 거주자들이 좋은 온디맨드 연합의 특징으로 언급한 요소들을 참고하여, 하우스가 지향하는 바에 알맞는 색깔의 연합을 구축해나가는 데에 도움이 될 수 있다.

4. 논의 및 한계

본 연구에서는 참여 디자인 워크숍을 통해 입주자들이 직접 프로토타입 화면을 그려보게 하고, 그로부터 하우스 내 온디맨드 연합이 가져야하는 속성과 적절한 테마를 도출했다. 이렇게 직접적으로 앱 화면 그림을 그리게 하는 방식이, 마치 ‘당신의 냉장고’ 프로토타입이 보여주는 것처럼 설문조사나 인터뷰를 통해서만 알 수 없었던 내면의 인식을 드러나게 할 수도 있지만, HCI 적 디자인에 전문성과 관심이 없는 사람들이라면 쉽게 자신의 니즈나 머릿속 지도를 그려내기 어려워지는 문제가 발생할 수도 있다. 또한, 워크숍 참여자의 수가 6 명으로, 비교적 소수를 대상으로 진행되었고, 정석적인 참여 디자인 과정이 요구하는대로 모든 관계자들, 즉 여기서는 커뮤니티 매니저와 하우스 대표와 같은 관리인들까지 모두 참여시키지 못했다는 점이 워크숍 과정의 한계로 존재한다. 그럼에도 불구하고, 입주자들이 원하는 연합의 테마를 도출하기 위한 워크숍에서 입주자들이 직접 그려내는 데이터를 활용하였으며, 입주 이후 커뮤니티와 교류의 기회를 거의 가지지 못했던 코리빙 하우스의 1 인 가구 여성들에게 자신의 의견을 표현하고, 같이 사는 사람들의 의견을 듣고 분위기를 파악하며 여러 사람과 교류할 수 있는 기회가 되었다는 점에서 긍정적인 경험으로서의 의의를 가진다.

제 6 장 결론 및 의의

제 1 절 결과 요약 및 논의

다섯 개의 연구를 거치며, 아직 깊이 있는 연구가 미비한 코리빙 하우스 환경에서의 공유 주거 경험을 온디맨드 연합이라는 새로운 1인 가구 교류 공동체의 관점에서 살펴보았다. 이 장에서는 이로부터 얻은 결론과 관련하여 몇 가지 내용적 의의를 살펴보고, 연구를 진행한 방법론과 관련하여 의의 및 고려해야 할 점에 대해 조금 더 논의하고자 한다.

내용적 의의

현재 코리빙 하우스 거주자들의 주거 경험에 영향을 미치는 요인과, 그들이 가지는 삶의 문제와 니즈를 탐색해본 결과, 특히 소통 및 커뮤니티와 관련하여 가지는 불편과, 실용적이고 유연한 모임에 대한 니즈를 찾을 수 있었다. 이에 대해, 목적을 달성하기 위해 모인 필요에 따른 유연한 연합체를 온디맨드 연합이라고 정의 내리고, 이를 코리빙 환경 내에 적용 및 활성화하기 위해 연구를 이어갔다.

온디맨드 연합의 시작에서부터 끝까지의 경험 과정을 돌아보며, 진행 단계에서 두드러지는 특성을 찾고, 관련 있는 현행 서비스를 조사하여 이에 대한 이해를 심화하였다. 연합 형성의 시작 단계에서부터 막혀있는 코리빙 하우스의 문제 상황에 맞추어, 좀 더 쉬운 제안 상황을 만들어주기 위해 필요한 속성을 조사함으로써 코리빙 하우스라는 특별한 상황에서 온디맨드 연합 매개 플랫폼이 고려해야 하는 속성에 대해 논의했다.

마지막으로, 코리빙 하우스 거주자들로 하여금 직접 온디맨드 연합을 도모하는 매개 도구를 그려보게 하는 참여디자인 워크숍을 실시했다. 이를 통해 실제 거주자들이 우선적으로 필요로 하는 온디맨드 연합의 컨셉과 관련된 속성을 파악하고, 결과를 종합하여 코리빙 하우스 내에서 적절한 온디맨드 연합의 테마와 그들이 가져야 하는 속성을 도출하였다. 이를 공유 주거 환경이 가지는 속성의 축으로 바라보면서 공유 주거 환경에서

발생하는 온디맨드 연합에 대한 논의를 심화했다. 이 참여 디자인 워크숍은 공유 주거 경험자들의 인식과 니즈를 들여다볼 수 있게 해주었을 뿐만 아니라, 하우스 커뮤니티 참여 기회가 적었던 관악구의 코리빙 하우스 속 1인 가구들이 하우스에 대한 자신의 목소리를 내고, 같이 사는 이웃과 교류하며 서로에 대한 이해를 높일 수 있는 기회를 제공했다는 점에서 의의가 있다.

또한, 코리빙 하우스를 위한 서비스를 고안하는 기획자에게는 공유 주거 경험의 양상을 들여다보고, 코리빙 하우스에 적합한 연합에 대해 다각적으로 이해하는 틀을 제공할 수 있다는 실용적인 의의를 가진다. 이 틀을 활용하여, 공유 주거 서비스 고안 시 고려해야 하는 필요사항들에 대해 더 다면적이고 깊이 있게 고민하는 데에 도움이 될 수 있다.

방법론적 의의

본 연구에서는 1인 가구의 새로운 커뮤니티성을 살펴보기 위하여 여러 조사를 진행했다. 이렇게 구체적으로 조사의 범위를 좁혀 나가기 이전, 리빙랩에서 사용자경험 연구실 일원들과 같이 연구하며 1인 가구를 대상으로 다양한 연구 방법과 도구를 활용해본 바 있다. 이로부터 얻은 인사이트 중 하나는, 한국 현대 사회의 1인 가구가 만들어어나가는 삶과 관계의 양상을 잘 파악하기 위해서 기존의 전통적이고 보편적인 사회과학적 방법론, 예를 들어 설문과 인터뷰만으로는 표면만을 훑고 지나가기 쉽고, 그들의 생활에 배어있는 습성, 니즈, 타인들 속의 관계와 역동을 들여다 볼 기회는 쉽게 얻을 수 없다는 것이다. 이차원의 납작한 설문지 혹은 스크린 위에 쓰기엔 표현하기 어렵거나, 털어놓기엔 ‘좀 그런’, 그래서 결국 에둘러 표현되거나 아예 숨겨지곤 하는 마음과 행동이 존재한다. 그래서 다각적인 방법들을 쌓아서 사각형의 종이를 입체감을 가진 육면체로 만들 필요가 있다. 다수의 면이 생길 뿐더러, 그 입체물이 어떠한 재질과 색채로 채워져있는지 들여다 볼 수 있게 되기 때문이다.

또한, 연구 대상이 가진 사회경제적 지위, 인구 통계학적 속성, 그렇기에 겪을 수 밖에 없는 사회구조적인 환경 등에 대한 이해가 선행되어야 한다. 당연히 이에 따라 타겟팅하는 집단마다 예민하게 고려해야 하는 지점들이

달라지게 된다. 연구실이 리빙랩에서 함께 생활했던 관악구의 청년층 여성 1인 가구는 분명 그 인구통계학적 속성으로 인해 어떤 특성을 가진다. 그들은 대개 안전에 민감할 수 밖에 없고, 합리적인 가격을 추구하며, 실용적인 삶을 지향한다. 이로 인해 공유 주거 하우스 안의 이웃들에 대해 바라보는 시각도, 그들에 대해 가지는 니즈도 조심스럽게 빚어질 수 밖에 없다. 그들이 어떠한 스탠스에서 이웃과 어떤 색과 형태의 관계를 가지고 싶어하는지는, ‘나는 주거 환경이 안전하다고 느낀다’, ‘나는 이웃과 활발한 관계를 가지고 싶다’와 같은 설문지로는 그 윤곽만 어렵듯이 잡아낼 뿐, 어떤 색채와 질감을 가졌는지 알 수 없다. 커뮤니티의 일원들을 직접 만나게 하고, 이슈에 대해 의견을 부딪혀 논의함으로써 언어를 이끌어내고, 직접 아이디어를 제시하고 그것을 물성을 가진 무언가로 구현하게 하고, 이를 참고하여 그들을 위해 고안된 실험물들을 직접 사용하게 하고, 이와 접촉하면서 나타나는 행동과 말들을 수집하는 것이 그들의 복잡적이고 다층적인 모습에 대해 이해할 수 있게 해준다. 본 연구의 마지막 조사에서 진행했던 워크숍 역시 비슷한 의의를 가졌다. 인터뷰에서는 알 수 없었던 거주자들의 마음이 그림을 통해 드러났고, 그림에 해당되는 속성을 코드로 붙여나가는 과정에서 어떠한 공통된 니즈에 대한 패턴을 그릴 수 있게 되었다.

앞으로의 1인 가구 연구 역시 이와 비슷하게, 그들이 직접 사용하고 행동하게 한 후 그 데이터를 살펴보는 방법론을 사용할 때 그들의 입체적인 생각과 행동을 더 잘 이해하게 될 것이라고 생각한다. 또한 무의식적이거나 민감해서 잘 드러나지 않는 부분까지 포착할 기회 역시 이러한 방법들을 통해 잡을 수 있을 것이라고 판단된다.

하지만, 이렇게 행동과 생각을 데이터로 볼 수 있게 하는 방법론을 사용할 때는, 보다 조심스럽게 다가갈 필요가 있다. 아이디어를 그림으로 그리게 하는 워크숍 정도로는 큰 위협을 느끼지 않지만, 발화가 히스토리에 데이터로 남는 챗봇이나 인공 지능 스피커와 같은 도구를 쓴다든지, 활동 반경과 일시를 기록하는 트래킹 도구들을 활용할 때는 프라이버시에 상당한 위협감을 줄 수 있다. 따라서 연구 목적, 주제, 방법 등에 대해 실험 참여자 및 연구 대상자들을 잘 이해시키고, 연구자와 대상자 간 활발한 의견 공유와 조율이 필수적이다.

제 2 절 한계 및 제언

코리빙 하우스라는 공유 주거 형태 자체가 하우스마다 지향하는 컨셉이 뚜렷하게 상이하기에, 관악구의 여성 전용 코리빙 하우스를 중심으로 진행한 본 연구는 모든 코리빙 하우스 환경에 대해 높은 일반화 가능성을 가진다고 보기 어렵다. 그럼에도 불구하고, 여러 번에 걸친 인터뷰와 워크숍을 통해 관악구의 코리빙 하우스 거주 경험을 다각적으로 살펴보고, 온디맨드 연합이라는 현대적인 공동체 개념을 통해 공유 거주 속 커뮤니티를 탐색하고 개선을 도모했다는 점에서 의의를 가진다. 앞으로 더욱 증가할 1인 가구 시대에, 새로운 공동체성의 관점으로부터 공유 주거라는 새로운 1인 가구 주거 형태를 바라봐야 할 필요가 있다. 공유 주거는 1인 가구 시대에 더욱 확장되고 성장할 것으로 전망되는 바, 본 연구와 같이 온디맨드 연합이라는 개념으로 공유 주거 환경 속의 커뮤니티를 이해하는 것이 1인 가구 공유 주거자들의 삶에 대한 사회문화적인 이해를 제고하고 이들을 위한 실용적인 도구 및 서비스 생성에 도움이 되기를 기대한다.

참고 문헌

- Benke, I., Knierim, M. T., & Maedche, A. (2020). Chatbot-based emotion management for distributed teams: A participatory design study. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, CSCW*, 1-30.
- Bossen, C., Dindler, C., & Iversen, O. S. (2016, August). Evaluation in participatory design: a literature survey. In *Proceedings of the 14th Participatory Design Conference: Full papers-Volume 1* (pp. 151-160).
- Bowers, J. (2012, June). The logic of annotated portfolios: communicating the value of research through design'. In *Proceedings of the Designing Interactive Systems Conference* (pp. 68-77).
- Cha, I., Kim, S. I., Hong, H., Yoo, H., & Lim, Y. K. (2021, May). Exploring the Use of a Voice-based Conversational Agent to Empower Adolescents with Autism Spectrum Disorder. In *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-15).
- Chen, Z., Lu, Y., Nieminen, M. P., & Lucero, A. (2020, July). Creating a Chatbot for and with Migrants: Chatbot Personality Drives Co-Design Activities. In *Proceedings of the 2020 ACM Designing Interactive Systems Conference* (pp. 219-230).
- Culén, A. L., Børsting, J., & Gaver, W. (2020, July). Strategies for Annotating Portfolios: Mapping Designs for New Domains. In *Proceedings of the 2020 ACM Designing Interactive Systems Conference* (pp. 1633-1645).
- Duarte, A. M. B., Brendel, N., Degbelo, A., & Kray, C. (2018). Participatory design and participatory research: An HCI case study with young forced migrants. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 25(1), 1-39.

- Gaver, B., & Bowers, J. (2012). Annotated portfolios. *interactions*, 19(4), 40–49.
- Golembewski, M., & Selby, M. (2010, August). Ideation decks: a card-based design ideation tool. In *Proceedings of the 8th ACM Conference on Designing Interactive Systems* (pp. 89–92).
- Intact Priming for Novel Perceptual Representations in Amnesia ,Stephan B. Hamann and Larry R. Squire ,Posted Online January 07, 2008, DOI <https://doi.org/10.1162/jocn.1997.9.6.699> Journal of Cognitive Neuroscience Volume 9 | Issue 6 | November 1997 p.699–713
- Leong, A. D., & Ho, S. S. (2020). Perceiving online public opinion: The impact of Facebook opinion cues, opinion climate congruency, and source credibility on speaking out. *New Media & Society*, 1461444820931054.
- McLeod, J. M., & Chaffee, S. H. (1973). Interpersonal approaches to communication research. *American behavioral scientist*, 16(4), 469–499.
- Mumma, S. A., Robinson, T. N., King, A. C., Gardner, C. D., & Sutton, S. (2016). IDEAS (Integrate, Design, Assess, and Share): a framework and toolkit of strategies for the development of more effective digital interventions to change health behavior. *Journal of medical Internet research*, 18(12), e317.
- Shim, K., & Oh, S. K. K. (2018). Who creates the bandwagon? The dynamics of fear of isolation, opinion congruency and anonymity-preference on social media in the 2017 South Korean presidential election. *Computers in Human Behavior*, 86, 181–189.
- Sumner, E. M., Hayes, R. A., Carr, C. T., & Wohn, D. Y. (2020). Assessing the cognitive and communicative properties of Facebook Reactions and Likes as lightweight feedback cues. *First Monday*.

- 김영정, & 구화진. (2019). 1 인가구 주거공동체 및 사회적 관계 활성화 방안. 서울시 여성가족재단 연구사업보고서, 1-190.
- 변미리, 신상영, 조권중, 박민진. (2008). 서울의 1 인가구 증가와 도시정책 수요연구. 서울연구원 정책과제연구보고서, (), 1-213.
- 변미리. (2015). 도시에서 혼자 사는 것의 의미: 1 인가구 현황 및 도시정책 수요. 한국심리학회지: 문화 및 사회문제, 21(3), 551-573.
- 서조은(2016). 청년 1 인가구는 어떻게 그리고 왜 '셰어하우스'에서 사는가? 한국학중앙연구원, 석사학위논문.
- 이명진, 최유정, 이상수. (2014). 1 인 가구의 현황과 사회적 함의에 관한 탐색적 연구. 사회과학연구, 27(1), 229-253.
- 통계청 장래 인구 및 가구 추계 (2018)
- 통계청, 2020 통계로 보는 1 인가구 (2020)
- 통계청, 인구주택총조사, 2015
- 통계청, 인구주택총조사에 나타난 1 인 가구의 현황 및 특성 (2018)
- 한국보건사회연구원, 1 인 가구의 현황과 정책과제 (2017)
- 한효주. (2020). 공동체 문화 실험공간으로서 청년 셰어하우스 (Doctoral dissertation, 한양대학교).

Abstract

Exploring the On-Demand Coalition in Co-living House

–A new embodiment of the
one-person household community–

Soomin Lee

Department of Intelligence and Information
The Graduate School of
Convergence Science and Technology
Seoul National University

Now that households are miniaturized and single-person households continue to increase, various single-person household problems such as social isolation, loneliness, health and housing shortages have also increased. Among the various attempts to solve the problem of single-person households, a new form of residence called shared housing has been proposed as a new solution to housing and social problems. The Co-living House, which balances independent space for privacy with large living spaces shared with others, has become a key to solving problems such as poor residential problems, social isolation and loneliness under the direction of living alone and alone. However, in-depth research on Co-living House is still insufficient compared to the emerging solution, so it is necessary to

take a closer look at the life experiences emerging from this new residential form.

As a result of conducting semi-structured interviews with Co-living House residents to explore what inconveniences and needs they had in the shared residential experience of Co-living House, many complaints were mentioned in the community and communication sectors. Shared residents were women of similar socioeconomic status who shared the same living space, so there was a need for practical exchanges to unite and part for similar purposes, but the atmosphere got worse and no exchange activities were being carried out smoothly. In this situation, we defined this purpose-driven flexible community as 'on-demand association' in the name of 'on-demand association', followed by investigations into what features emerge in the activity, what current services are there to promote, and what factors they support specific on-demand associations.

Throughout the whole process of union proposals, recruitment, coordination, performance, and settlement and dissolution, there was a fear of safety that came from the fact that union participants did not know who their counterparts were. There were also attempts to set up prior definitions of the coalition's activities and atmosphere to prevent unnecessary misunderstanding. These features are actually implemented through a variety of functional features in many platform services that promote coalition formation. These include an interface that allows participants, views, comments, and number of indicators of interest to be viewed and compared at first sight, and efforts to promote safety and trust as much as possible through various authentication functions.

However, despite the current services that support these diverse functions, Co-living House tenants still want to interact within the house, as mentioned in the shared residential experience interview. In order to find out why these unions are not well formed now, despite the large number of needs for exchanges and relatively safer associations with strangers, we investigated the differences between people's expectations and actual speech expressions. The most important thing when inquiring was to understand the atmosphere, so the expressions that induce empathy of the other person used for this were not often seen in formal recruitment, and a long article of effort was made by adding specific information and rhetoric to look kind. According to some communication theories, people tend to express their opinions more actively when they are afraid of different situations, and when others feel similar to their own, they want to continue reading other people's thoughts, demands and atmosphere, and are afraid to get unresponsive or callous.

Taken together, it was determined that the lack of communities and communication affecting the shared residential experience of Co-living House could be supplemented by the activation of a wider range of on-demand Coalitions and the proposal of easier and more affordable Coalitions. Therefore, it was intended to design tools directly for Co-living House residents to mediate the on-demand union in the house to derive the themes and attributes of the alliance that tenants think are most needed and suitable for the house. After drawing prototypes and receiving team-specific feedback from participating design workshops, we analyzed the properties that prototypes contain, and aggregated interviews on the appropriate on-

demand federated services to analyze the most appropriate on-demand Coalitions theme and their detailed properties. From this, the theme of trading resources between tenants, the theme of co-purchasing, and the theme of the challenge that runs toward joint goals in the long run were derived. We analyzed the theme of the union once again based on the spatiality, timeliness, and relational attributes of the union in shared housing inevitably. This allowed us to identify aspects of which attributes were associated with each other, and to better understand the on-demand coalition in a special environment called the Co-living House.

Thus, looking at the shared residential experience within the Co-living House as a new exchange form of on-demand association, we pay attention to the properties of associations that should be considered in a special environment called Co-living. It is also meaningful in that it derived it from data drawn by residents themselves through participatory design methods and provided residents with opportunities to participate in and exchange positive house activities. Through a two-axis framework of insights, themes and attributes obtained in the study, I hope to provide planners who devise services that mediate on-demand Coalition in a co-living environment with the opportunity to think more diversely about their requirements.

Keywords : single person household, co-living, coliving house, on-demand Coalition

Student Number : 2019-29462