

아파트 단지 내 사이버 공동체 활성화 방안 연구 II

-사이버 공동체 콘텐츠에 대한 거주자 요구도-

The Revitalization Schemes for Virtual Communities in Apartment Complex II

-Residents' Needs of the Virtual Community Contents in Apartment Complex-

이영애¹⁾ 강순주²⁾
Lee, Young-Ae Kang, Soon-Joo

Abstract

With the development of the internet and the spread of 'digital home', the communities in cyber space have been especially revitalized since the information-oriented society. Apartment houses provided networks that are well equipped with internet websites, which build up the houses as a virtual space unit.

This study attempted to conducted the questionnaire research for apartment occupants in order to investigate their recognition of and participation in the virtual community and demand for the classified contents

The results are as follows.

- 1) First of all, some easy-access programs are necessary to be groped while aggressive promotional strategies for virtual community that create interests of residents are required to make progress to increase the participation for virtual community
- 2) 'Gender' , 'the form of ownership' and 'level of using the Internet' show significant differences in the case of 'needs in the like-minded people's association' , the participation of residents that is induced by both online and offline can cause positive effects on community activity
- 3) Needs in community enrichment are generally high so that various contents development related to those are necessary.
- 4) Effects of virtual community on the residential community are on the whole affirmative.

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

주요어 : 사이버 공동체, 아파트 단지, 웹사이트, 콘텐츠

I. 서론 이영애, 강순주(2008), 아파트 단지 내 사이버 공동체 활성화 방안 연구 I -사이버 공동체 실태와 콘텐츠의 유형화

1. 연구의 배경 및 목적

도시에 집중된 주택문제를 해결하기 위해 공급된 아파트는 양적공급에만 치중하여 단조롭고 획일적인 주동배치와 주민공용공간의 부족으로 입주민과 의사소통 할 수 있는 기회 상실 등의 내적인 문제들이 사회적 문제로 부각되기 시작하였다. 또한 아파트가 점점 고층화 되어감에 따라 아파트 단지 내 거주자들의 주거생활은 더욱 고립화·개인주의화 되어가는 성향을 보이게 되어 입주민들간의 공동체 형성이 선행되어야 함을 인식하게 되었다. 최근 들어 아파트 단지 내 공동체 활성화를 위한 여러 방안들이 모색되고 있는 가운데 정보화 시대를 맞이하여 인터넷의 발달과 디지털 홈의 확산과 함께 아파트 단지 내에 초고속 인터넷 설치가 가속화되고 아파트를 하나의 사이버 공간 단위로 연결하는 홈페이지를 갖춘 인터넷 아파트들이 급

속도로 늘어나게 되었다. 아파트 단지 내 홈페이지를 통한 사이버 공동체는 관리자 측의 입장에서는 아파트 관리업무의 효율을 높이고 입주민의 입장에서는 주민간의 공동체 공간으로서 그 중요성이 증가하고 있지만 아직까지 주민들의 인지도 및 활용도가 낮고 기업체의 사업적인 목적이나 홍보, 광고 위주의 정보에 치중되는 경향이 있어 그 구실을 제대로 못하고 있어 이에 대한 다방면의 학술적 연구가 요구되고 있다.

이에 본 연구는 인터넷 아파트 개발회사와 인터넷상에서 동호회 모임으로 이루어지는 카페 또는 블로그를 대상으로 유형화된 사이버 공동체 콘텐츠¹⁾를 중심으로 입주민들의 인지도, 참여도 및 새로운 콘텐츠에 대한 요구도 등을 파악함으로써 향후 정보화 사회 속에서 바람직한 사이버 공동체의 활성화 방안을 모색하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

본 연구를 위하여 현재 서울지역의 일반 아파트 중에서

1) 정희원, 건국대학교 건축대학 주거환경전공 석사졸업
2) 정희원, 건국대학교 건축대학 주거환경전공 교수, Ph.D

1), 2) 이영애, 강순주(2008), 아파트 단지 내 사이버 공동체 활성화 방안 연구 I -사이버 공동체 실태와 콘텐츠의 유형화

1차 연구²⁾에서 조사된 사례 단지를 포함하여 사이버 공동체가 있는 아파트 입주민을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사 시기는 2007년 2월 예비조사를 거쳐 3월~4월 본 조사를 실시하였고 총164부를 SPSS Win Program을 이용하여 빈도, 백분율, t-test, ANOVA, 상관분석을 실시하였다.

본 연구를 위한 연구모형은 <그림1>과 같다.

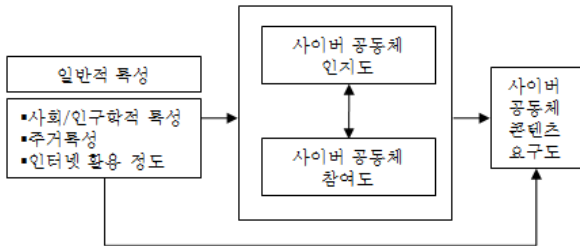


그림1. 연구모형

II. 선행연구 고찰

사이버 공동체에 대한 개념 및 현황은 1차 연구에서 제시하고 있으므로 여기서는 사이버 공동체가 이루어지는 아파트 홈페이지에 관한 연구들을 중심으로 살펴보았다. 전반적인 아파트 홈페이지 현황에 관한 연구로 ‘아파트 정보화의 실태와 아파트 홈페이지의 보급 및 이용률(김한수의 2인, 2001)’, ‘아파트 홈페이지 활용방안(우룡, 2002)’, ‘아파트 홈페이지 운영실태(임석희, 2003)’, ‘아파트 홈페이지가 아파트 생활에 미치는 영향(윤무현, 2005)’ 등이 있는데 이들 연구에서는 아직까지 주민들은 아파트 홈페이지에 대한 인지도가 낮고, 운영 및 관리가 소홀하여 이용자가 원하는 서비스가 제공되지 않고 있으며 다양한 콘텐츠가 필요함을 언급하고 있을 뿐 구체적으로 입주민들이 원하는 콘텐츠가 무엇인지에 대한 요구도 조사는 다루고 있지 않다. 따라서 사이버 공동체에 대한 인지도 참여도 이외에 사이버 공동체 활성화를 위한 콘텐츠들에 대한 요구도를 거주자 특성별로 차이를 파악하여 활성화 방안을 모색할 필요가 있다.

III. 연구결과 및 해석

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 사회 인구학 및 주거 특성, 인터넷 활용 정도에 관한 개인적 특성은 <표1>과 같다.

2. 사이버 공동체 인지도

조사대상자의 사이버 공동체 인지도는 ‘들어본 적은 있으나 잘 모른다(43.9%)’, ‘전혀 모른다(11.0%)’를 합하여 약 55%의 입주민이 모르고 있었다. 이는 선행연구에서도 언급된 바와 같이 아파트 거주자들이 사이버 공동체에 적극적으로 참여할 수 있는 방안을 찾지 못한 것으로 이해할 수 있어 입주민을 대상으로 사이버 공동체에 대한 홍보가 필요한 것으로 보여 진다<표2>.

표1. 조사대상자의 일반적 특성 N=164

변인	구분	빈도(%)
사회·인구학적 특성	성별	남 여 127(77.4)
	연령 (평균 42세)	20대 30대 40대 50대 이상 53(32.3)
	직업	자영업, 서비스업 사무직, 관리직, 전문직 전업주부 무직, 은퇴, 학생, 기타 87(53.0)
	소유 형태	자가 타가 122(74.4)
주거 특성	주거 규모	20평형대 30평형대 40평형대 50평형대 이상 62(37.8)
	인터넷 이용정도	전혀 이용하지 않는다 가끔 이용한다 자주 이용한다 94(57.3)
	인터넷 활용수준	전혀 다룰 줄 모름 혼자서 단순한 검색 정도 한글작업, 이메일, 인터넷 쇼핑 이용 다양한 프로그램을 다룬 78(46.3)
	인터넷 이용목적 (N=159)	정보검색 이메일, 카페 이용 등 커뮤니케이션 영화, 음악, 오락 등 여가 인터넷뱅킹, 동영상 강의 생활 및 학습지원 106(66.7)

개인적 특성에 따른 사이버 공동체 인지도 차이를 본 결과 ‘인터넷 이용정도’, ‘인터넷 활용수준’에서만 유의미한 차이가 나타났다<표3>. 사이버 공동체에 접근하기 위해서는 인터넷을 이용해야 하기 때문에 인터넷을 자주 이용할수록 사이버 공동체에 대한 인지도가 높은 것은 당연한 결과라고 생각된다. 또한 사이버 공동체가 인터넷과 밀접하게 연관되어 있기 때문에 이를 활성화시키기 위해서는 인터넷을 잘 다루지 못하는 사람들도 사이버 공동체에 쉽게 접근할 수 있는 방안들이 필요하다.

표2. 사이버 공동체 인지도 N=164

변인	구분	빈도(%)
인지도	잘 알고 있다	11(6.7)
	어느 정도 알고 있다	63(38.4)
	들어본 적은 있으나 잘 모른다	72(43.9)
	전혀 모른다	18(11.0)

표3. 개인적 특성에 따른 사이버 공동체 인지도 차이 N=164

변인	구분	인지도	
		평균	D
인터넷 이용 정도	전혀 이용하지 않는다	1.88	b
	가끔 이용한다	2.29	ab
	자주 이용한다	2.53	
		F비	3.957*
인터넷 활용 수준	전혀 다룰 줄 모른다	1.40	b
	혼자서 단순한 검색 정도 할 수 있다	2.27	a
	한글작업, 이메일, 인터넷 쇼핑 등을 할 수 있다	2.47	a
	컴퓨터에 대한 전문지식을 바탕으로 다양한 프로그램을 다룰 수 있다	2.60	a
		F비	4.503**

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

D=Duncan's Multiple Range Test

3. 사이버 공동체 참여도

아파트 단지 내 사이버 공동체 참여도는 참여하지 않는다(66.5%)의 비율이 참여한다(34.5%),의 비율 보다 높아 참여율은 저조한 것으로 알 수 있다<표4>.

변인	구분	빈도(%)
참여도	참여한다	55(34.5)
	참여하지 않는다	109(66.5)

현재 조사대상 아파트는 사이버 공동체로서의 기능을 할 수 있도록 홈페이지 등이 제공되고 있는 단지임에도 불구하고 참여율이 낮은 것을 볼 때 활성화 시킬 수 있는 다양한 노력이 미흡한 것을 알 수 있다.

개인적 특성에 따른 사이버 공동체 참여도 차이를 본 결과 '인터넷 이용정도'에서만 유의미한 차이가 나타났는데 이는 사이버 공동체 특성상 인터넷을 전혀 이용하지 않는 사람들은 참여가 힘들기 때문으로 생각된다<표5>.

변인	구분	참여도	
		평균	D
인터넷 이용 정도	전혀 이용하지 않는다	1.00	b
	가끔 이용한다	1.29	ab
	자주 이용한다	1.47	a
	F비	3.822*	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001
D=Duncan's Multiple Range Test

한편 사이버 공동체 참여도와 인지도와의 관계를 상관분석으로 알아 본 결과는 .444(***p<.001)로서 유의한 정적인 상관관계가 있었다<표6>. 즉 사이버 공동체에 대한 인지도가 높을수록 적극적으로 참여하고 있음을 알 수 있다. 아직까지는 아파트 단지 내 사이버 공동체가 있어도 입주자들의 인지도가 낮은 편이지만 지속적인 홍보와 함께 이용하기 쉽고, 원하는 정보를 제공한다면 사이버 공동체의 활성화를 기대 할 수 있으리라 판단된다.

참여도	인지도	사이버 공동체 인지도
사이버 공동체 참여도		.444***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

4. 사이버 공동체 콘텐츠 요구도

1차 연구에서 정리된 기존의 아파트 단지 내에서 소개되고 있는 콘텐츠 유형은 '단지소개 및 관리정보', '생활정보 제공', '공동체 활성화', '개인서비스'의 4가지 유형이었다. 본 연구에서는 상대적으로 콘텐츠 개발이 미흡했던 '공동체 활성화' 유형에 '공동체 강화'요소 관련 항목들을 새롭게 개발하여 추가하고 '생활정보 제공' 유형에도 입주자들 사이에서 다양한 생활 정보 교환이 가능한 콘텐츠들을 개발하여 입주자들의 요구도를 조사하였다<표7>.

분석결과 사이버 공동체 콘텐츠 유형 중 '단지소개 및 관리정보'(4.00)가 가장 높아 이는 입주진 모두가 알아야하는 기본적인 사항으로 인식하고 있음을 알 수 있다.

그 다음으로 높은 요구를 보인 '생활정보제공'유형(3.63)

은 시간과 공간의 제약을 받지 않고 입주진들이 원하는 정보를 공유할 수 있어, 사이버 공동체를 활성화시키는데 중요한 콘텐츠로 인식하고 있음을 알 수 있다. 특히 본 연구에서 개발한 주민들과의 다양한 생활정보 교류 관련 콘텐츠 항목들에 대한 요구도가 높게 나타나 이에 대한 콘텐츠의 구체적인 개발이 요구된다. 공동체 활성화 유형 중에서 '동호회'요소는 최근 건강에 대한 관심이 높아져 스포츠댄스, 요가, 헬스 등의 '건강'콘텐츠의 요구가 높았다. 건강콘텐츠는 사이버 공동체를 통해 정보를 공유하고, 단지 내 주민운동시설을 이용하여 모임을 같이하여 활성화 시킨다면 지속적인 참여가 가능할 것으로 생각된다. '대화소모임'요소에서는 연령대별 소모임에 대한 요구도가 높았다(3.20) 이는 시간과 공간의 제약을 받지 않는 사이버 공동체의 장점을 이용하여 입주진과의 커뮤니케이션을 유도한다면 살기 좋은 아파트 단지 내 공동체 활성화에 기여할 수 있으리라 생각 된다. 반면 지역 주민과의 커뮤니케이션 관련 콘텐츠에는 상대적으로 소극적임을 알 수 있다. 새로 추가된 '공동체 강화'요소는 평균 이상의 높은 요구도를 보여 사이버 공동체 활성화를 위해 다양한 콘텐츠 개발이 필요함이 입증되었다. 특히 '쓰레기 분리수거'의 경우 현재 대부분 시행하고 있으나 사이버 공동체를 이용하여 분리수거 방법, 분리수거 후기, 개선해야 할 점 등을 커뮤니케이션 한다면 입주진들 사이의 의견 교류 뿐만 아니라 공동체 활성화에 도움이 되고, 친환경 정착에도 기여할 수 있을 것이다. 그 외 사회봉사 활동이나 아파트 이벤트 등의 행사에도 주민들의 다양한 의견을 수렴할 수 있어 입주진들이 능동적으로 기획하고 참여할 수 있는 계기가 마련될 수 있으리라 생각된다.

표8. 관련변인에 따른 사이버 공동체 요구도 차이 N=164

변인	구분	단지 소개 관리 정보	생활 정보 제공	공동체 활성화			개인 서비스		전체 요구도
				대화 소모임	동호회	공동체 강화	평균	D	
				평균	D	평균	D	평균	
성별	남자	4.14	3.60	3.14	3.88	3.45	3.16	3.56	
	여자	3.95	3.64	3.00	3.58	3.62	2.96	3.46	
	t값	1.433	-1.346	-0.829	2.038*	-1.354	1.129	.978	
연령	20대	3.88	3.49	3.07	3.54	3.56	2.47	b 3.33	
	30대	4.02	3.66	2.94	3.58	3.49	3.96	a 3.45	
	40대	3.94	3.70	3.01	3.74	3.60	3.19	a 3.53	
	50대이상	4.05	3.57	3.15	3.64	3.67	3.07	a 3.53	
	F비	.479	.597	.436	.463	.583	2.804*	.705	
소유 형태	자가	3.96	3.58	3.04	3.57	3.57	3.00	3.45	
	타가	4.10	3.78	3.02	3.86	3.60	3.02	3.57	
	t값	-1.181	-1.798	.126	-2.084*	-2.99	-1.39	-1.134	
인터넷 활용 수준	①	3.55	b 2.95	b 2.73	3.55	b 3.45	2.80	3.05	b
	②	3.94	ab 3.64	a 3.01	3.94	ab 3.50	3.00	3.46	ab
	③	4.11	a 3.70	a 3.18	4.11	a 3.66	3.16	3.59	a
	④	3.88	ab 3.56	a 2.78	3.88	ab 3.53	2.71	3.33	ab
	F비	1.902	2.295*	1.885	2.886*	.832	1.831	3.024*	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001
D=Duncan's Multiple Range Test

인터넷 ①전혀 다룰 줄 모름 ②한글작업, 이메일, 인터넷 쇼핑 이용 활용수준 ③혼자서 단순한 검색 정도 ④다양한 프로그램을 다룸

한편 관련변인에 따라 사이버 공동체 콘텐츠 유형 요구도를 파악한 결과 성별, 연령, 소유형태, 인터넷 활용수준에 대하여 유의미한 차이를 보이고 인지도와 참여도에 대

해서는 유의한 차이를 보이지 않았다<표8>.

‘동호회’요소에서는 성별, 소유형태, 인터넷 활용수준에 대해 유의한 차이를 보였다. 전반적으로 여자보다 남자의 요구도가 높았는데 이는 건강(요가, 헬스 등)콘텐츠와 스포츠(농구, 축구 등)콘텐츠에 대한 남자들의 관심이 높기 때문으로 보인다. 또한 소유형태 중에서 타가인 경우는 다른 곳으로 이사를 갈 확률이 높아 아파트에 대한 관심이 떨어질 수 있으나 동호회 콘텐츠의 활성화로 다른 입주민들과 교류 및 아파트에 대한 애정과 관심도 증진시킬 수 있을 것으로 생각된다.

동호회 콘텐츠는 다른 콘텐츠들에 비해 자신이 직접 인

터넷을 통해 참여해야 하므로 인터넷 활용 수준에 따라 유의한 차이가 나타난 것으로 보인다.

‘개인서비스’요소는 20대의 요구도가 가장 낮았는데, 이는 아파트 사이버 공동체를 이용하지 않더라도 기존의 다양한 포털사이트를 통해 이메일이나 홈페이지 서비스를 이용하고 있기 때문이라 생각된다.

5. 사이버 공동체가 주거공동체에 미치는 영향

사이버 공동체에서 입주민들이 원하는 콘텐츠를 제공하고 참여를 유도하여 활성화된다면 이것이 주거공동체에 어떠한 영향을 미칠 것인지 분석한 결과는 <표9>와 같다.

표7. 사이버 공동체 콘텐츠 요구도

N=164

콘텐츠 유형	요소	콘텐츠	평균	유형별 평균
단지 소개 및 관리 정보	단지 소개	단지위치	3.70	4.00
		배치도		
		평면도		
		분양세대수		
		단지소개/장점		
	단지사진			
	관리 정보	계시관/Q&A(세대간 민원분쟁 해결)	3.83	
		단지 내 주요 연락처(단지상가정보)	4.01	
		관리비 내역조회	3.98	
		아파트 A/S	4.35	
		관리사무소 소개/공지사항/건의사항	4.05	
		입주자대표회의 소개/공지사항/건의사항	4.05	
		부녀회 소개/공지사항/건의사항	3.99	
		생활 정보 제공	아파트 생활정보	
생활 정보 제공		아파트 생활정보	비록시장	3.75
	공동구매		3.80	
	주민공용시설 이용정보		3.75	
	구인구직(가사도우미 연결)		3.50	
	수령하지 않은 우편물 확인 정보		3.65	
	입주자간 정보교류		단지 내 안전관리정보	3.94
			맛집정보	3.62
			생활법률정보	3.53
			육아정보	3.47
			자원 공유하기(책, 장난감 등)	3.60
자료 공유하기(음악/영화/교육 프로그램 파일 등)		3.46		
숙제 함께하기		3.28		
지역정보	우리지역 소개(지자체 문화강좌 프로그램 안내)	3.84		
공동체 활성화	대화소모임	연령대별 소모임(10대 ~ 60대 등)	3.20	
		인근 지역 아파트 입주민간의 소모임(타브랜드 아파트 포함)	2.97	
		동일 브랜드 아파트 입주민간의 소모임	2.93	
	동호회	건강(스포츠댄스, 요가, 헬스 등)	3.93	
		스포츠(농구, 축구, 배드민턴, 테니스, 볼링, 스키, 자전거 등)	3.81	
		예술/문화(연극, 영화, 음악, 사진 등)	3.55	
		취미(요리, 십자수, 독서, 서예 등)	3.54	
		야외활동(등산, 낚시, 여행 등)	3.39	
	공동체 강화	쓰레기 분리수거	4.04	
		불우이웃돕기(소년소녀가장·독거노인·소의계층 돕기)	3.68	
		아파트 단지 축제 및 문화행사(음악회 등)	3.65	
		온라인 반사회 모임	3.62	
		자원봉사 안내 및 참여	3.54	
		공용 텃밭 가꾸기	3.42	
		단지 내 온라인 주민투표	3.40	
		자동차 함께 타기(출·퇴근, 자녀들의 학교·학원)	3.28	
	개인서비스	초고속 인터넷	3.01	3.01
이메일				
홈페이지/블로그				
일정관리				
웹파일				
무료문자서비스				
가계부				

5점 척도

■ 1차연구보다 새롭게 추가된 콘텐츠

‘아파트 단지 내 시설 이용 및 생활에 있어서 편리할 것이다(3.99)’가 가장 높고 다음이 ‘생활에 관한 다양한 정보를 제공 받을 수 있을 것이다(3.98)’, ‘단지에 대한 관심과

표9. 사이버 공동체가 주거공동체에 미치는 영향 N=164

항목	평균
단지 내 시설 이용 및 생활에 있어서 편리할 것이다	3.99
생활에 관한 다양한 정보를 제공 받을 수 있을 것이다	3.98
단지에 대한 관심과 애정이 높아질 것이다	3.88
입주민들과 공동체 형성에 긍정적인 영향을 줄 것이다	3.77
단지 내 사이버 공동체의 중요성이 부각될 것이다	3.74
자신이 살고 있는 아파트의 가치를 상승시킬 것이다	3.67

5점 척도

애정이 높아질 것이다(3.88)’로 나타나 대부분 사이버 공동체가 주거공동체에 미치는 영향을 긍정적으로 평가하고 있다. 따라서 조사결과에서 요구도가 높았던 콘텐츠 개발과 함께 적극적인 홍보와 운영이 잘 이루어지면 사이버 공동체가 활성화 되어 궁극적으로 아파트 주거문화가 발전할 수 있을 것으로 사료된다.

IV. 결론 및 제언

본 연구에서는 일반 아파트 중에서 사이버 공동체가 있는 아파트 입주민을 대상으로 사이버 공동체 인지도 및 참여도와 콘텐츠 요구도를 파악하여 향후 사이버 공동체의 활성화 방안을 모색하는데 시사점을 얻고자 하였다. 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 현재 사이버 공동체 인지도는 약 55% 이상의 거주자가 모르고 있었으며 참여도 역시 약 67%가 참여하지 않는 것으로 나타났다. 인지도와 참여도와의 관련성에서는 정적인 상관관계를 보여 거주자의 사이버 공동체 참여도를 높이기 위해서는 무엇보다도 사이버 공동체에 대한 적극적인 홍보가 필요하며 관심을 유발할 수 있으면서 쉽게 접근할 수 있는 방안들이 모색되어야 할 것이다.

둘째, 사이버 공동체 콘텐츠 항목들에 대한 요구도는 대부분 높았으며 그 중에서도 ‘단지소개 및 관리정보’, ‘생활정보제공’, ‘공동체 활성화’의 순으로 나타났다. 특히 본 연구에서 개발한 입주자들간의 생활정보교류 항목 및 ‘공동체 강화’요소의 관련 항목들에 대한 요구도가 모두 높아 이들에 대한 구체적인 콘텐츠 적용이 요구된다.

셋째, 사이버 공동체가 주거공동체에 미치는 영향은 대체적으로 긍정적으로 인식하고 있었다. 특히 단지 내 시설이용과 편리성, 다양한 정보 공유, 아파트에 대한 관심과 애정이 지금보다 더 높아질 것으로 생각하고 있어, 거주자들이 원하는 콘텐츠 개발과 함께 지속적인 운영이 잘 이루어지면 아파트 단지의 주거 공동체 강화에 좋은 매개체가 될 수 있음을 입증해 주는 결과로 해석된다.

향후에는 본 연구 결과를 바탕으로 거주자들의 요구도가 높은 콘텐츠들에 대한 적용 방법을 구체적으로 제안하는 연구와 함께 운영방안에 관한 연구도 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

1. 강순주(2001), 공동주택의 생활관리 프로그램 개발 -미국블랙스버그시의 공동주택생활관리 실태와 평가를 중심으로-, 한국주거학회지 제 12권2호
2. 김학균, 김정곤(2001), 집합주거 단지 내의 커뮤니티 형성에 관한 이론적 고찰, 한국주거학회지 제 12권2호
3. 김한수 외2인(2001), 아파트 정보화의 실태와 주민의식, 한국주거학회지 제12권1호
4. 우룡(2002), 인터넷시대의 아파트 주거생활과 근린관계 형성을 위한 아파트 홈페이지 활용방안, 인터넷아파트연구소
5. 윤무현(2005), 아파트 홈페이지가 아파트 생활에 미치는 영향, 성균관대학교 대학원 석사학위논문
6. 이영애, 강순주(2008), 아파트 단지 내 사이버 공동체 활성화 방안 연구 I-사이버 공동체 실태와 콘텐츠의 유형화-, 한국주거학회지, 제19권1호
7. 임석희(2003), 전국 아파트 홈페이지 운영에 대한 실태 조사와 사이버 공동체의 실현방안 모색, 아파트생활문화연구소
8. 정승진 외 2인(2003), 아파트 거주자의 커뮤니티 공간과 프로그램 이용 및 요구도, 한국주거학회지, 제14권1호