

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 -

이영애*
Lee, Young-Ae

강순주**
Kang, Soon-Joo

Abstract

With the development of the internet and the spread of 'digital home', apartment houses equipped with the homepages connecting apartment houses as one cyberspace unit have increased. The virtual community with a homepage in apartment complex have improved the effect on management businesses in the side of a apartment manager and increased the importance of the space with a strong tie between residents in the side of residents. But the apartment residents didn't make full use of the virtual community because they have the low level of recognition of it. Therefore, this study attempted to present basic materials for the scheme to revitalize the virtual community. For this purpose, it attempted to find residents' recognition of and participation in the virtual community and demand for the classified contents conducted before this study. In the research method, it conducted the questionnaire research. The results are as follows. 1) First of all, It was found that the apartment residents had the low level of recognition of the virtual community. There was a significant difference according to the degree and the level of using the internet. Some easy-access programs are necessary. 2) The apartment residents took part in the virtual community about 67 percents because there was a lack of the public relation of the virtual community. 3) It was found that there was a significant positive correlation between the level of recognition and participation. 4) An attempt was made to identify the apartment residents' demand for the type of virtual community contents. It was found that most of contents were needed. 'apartment complex introduction and management information' showed the highest score among them. 5) Most respondents are affirmative to the virtual community. Therefore the residential community could be reinforced if the contents of virtual community is developed and well operated in the future.

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

주요어 : 사이버 공동체, 아파트 단지, 웹사이트, 콘텐츠

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적

우리나라는 산업화를 거쳐 현대사회로 발전해가면서 도시에는 많은 인구가 집중하게 되었고, 도시에 집중된 주택문제를 해결하기 위해 효율적인 토지 이용이라는 명목하에 공급된 아파트는 양적공급에만 치중하여 내적인 문제들이 사회적 문제로 부각되기 시작하였다. 특히 단조롭고 획일적인 주동배치와 주민공용공간의 부족으로 입주민과 의사소통 할 수 있는 기회가 점차 줄어들게 되었고, 아파트가 점점 고층화 되어감에 따라 아파트 단지 내 입주민들의 주거생활은 더욱 고립화·개인주의화 되어가는 성향을 보이게 되자 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 사이버 공간에서의 공동체 형성이 활발해지고 있다. 불과 수년전에 시작된 정보화의 물결로 전 세계는 인터넷을 통해 하나의 네트워크로 자리잡게 되었다. 인터넷이 주도하고 있는 변화로 우리생활에 미치는 영향이 증대되면서 아파트 단지 내에 초고속 인터넷 설치가 가속화되고 아파트를 하나의 사이버 공간단위로 연결하는 홈페이지를 갖춘 인터넷 아파트들이 급속도로 늘어나게 되었다. 높은 인터넷 이용률이라는 환경 속에서 아파트 단지 내 홈페이지를 통한 사이버 공동체는 관리자 측의 입장에서는 아파트 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 이에 대한 다방면의 학술적 연구가 요구되고 있다.

*정회원(주저자), 건국대학교 건축대학 주거환경전공 공학석사

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

이에 본 연구는 아파트 단지 내 사이버 공동체 활성화 방안을 위한 2차 연구로 1차 연구에서 유형화한 사이버 공동체 콘텐츠¹⁾에 대해서 입주민들의 인지도, 참여도 및 새로운 콘텐츠에 대한 요구도 등을 파악함으로써 향후 정보화 사회 속에서 새롭게 요구되는 사이버 공동체의 활성화 방안을 모색하기 위한 기초자료를 제시하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

본 연구의 선행연구인 1차 연구에서는 서울지역의 일반 아파트 홈페이지 및 입주자들이 자체적으로 만든 인터넷 포털사이트 각각에서 나타나고 있는 콘텐츠들을 비교 분석하여 실태를 파악하고 이를 유형화하였다.

본 연구에서는 1차 연구에서 조사된 사례 단지를 포함하여 현재 사이버 공동체가 있는 단지의 입주민을 대상으로 사이버 공동체에 대한 인지도, 참여도 및 콘텐츠의 요구도를 알아보고 거주자 특성에 따른 차이 등을 분석함으로써 거주자들의 요구를 반영한 사이버 공동체 활성화 방안들을 모색하고자 한다. 조사대상단지는 <표 1>과 같다.

표 1. 조사대상단지

지역	조사대상 단지	배부	회수
마포구	*신공덕동 1차3차 래미안	15	10
용산구	이촌동 자이	15	14
성북구	길음 2차 래미안	20	17
동대문구	*이문동 e-편한세상	20	10
	이문 2차 래미안	30	23
	장안 1차 래미안	15	8
구로구	신도림 4차 e-편한세상	15	11
영등포구	당산동 4차 래미안	15	9
동작구	*대방동 e-편한세상	15	5
서초구	*서초동 래미안	20	19
강남구	*역삼동 e-편한세상	20	10
송파구	*문정동 래미안	37	28
총 12단지		237	164

*1차 연구에서 조사된 단지임

본 연구는 설문지를 이용하여 사회·인구학적 특성, 주거특성, 인터넷 활용정도의 개인적 특성과 사이버 공동체에 대한 인지도, 참여도, 요구도, 사이버 공동체가 미치는 영향 등으로 설문문항을 구성하여 2007년 2월 예비조사를 거쳐 3월~4월 본 조사를 실시하였다. 설문지는 총 237부를 배부하였으며, 응답내용 중 부실기재한 것을 제외한 164부를 회수하여 분석자료로 이용하였다.

자료분석방법은 SPSS Win Program을 이용하여 빈도, 백분율, 평균, t-test, One-way ANOVA, 상관분석을 실시하였다. 연구모형은 <그림 1>과 같다.

1) 이영애, 강순주(2008), 아파트 단지 사이버 공동체 활성화 방안 연구 I-사이버 공동체 실태와 콘텐츠의 유형화, 한국주거학회논문집, 19(1)

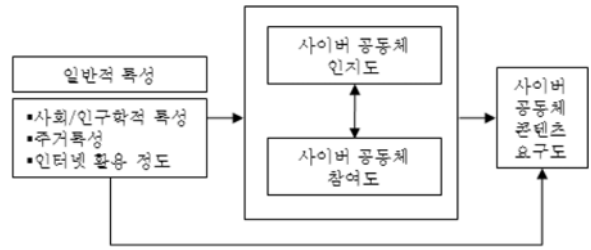


그림 1. 연구모형

II. 선행연구 고찰

공동체의 개념과 사이버 공동체의 개념 및 현황은 1차 연구에서 제시하고 있으므로 여기에서는 사이버 공동체가 이루어지고 있는 아파트 홈페이지 현황과 단지 내 공동체 활성화 방안에 관한 연구들을 중심으로 살펴보았다.

전반적인 아파트 홈페이지 현황에 관한 연구는 ‘아파트 정보화의 실태와 아파트 홈페이지의 보급 및 이용률(김한수 외 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 주민들의 아파트 홈페이지에 대한 인지도가 낮고, 운영 및 관리가 소홀하여 이용자가 원하는 서비스가 제공되지 않고 있으며 다양한 콘텐츠가 필요함을 언급하고 있다. ‘사이버 공동체 실태와 콘텐츠의 유형화(이영애, 강순주, 2008)’ 연구에서는 콘텐츠 개발에 앞서 현재 어떠한 콘텐츠가 제공되고 있는지 실태를 파악하여 이를 유형화하고 있다. 그러나 구체적으로 입주민들이 원하는 콘텐츠가 무엇인지에 대한 요구도 조사는 다루고 있지 않아 사이버 공동체에 대한 인지도와 참여도 이외에 활성화를 위한 콘텐츠의 요구도를 거주자 특성별로 차이를 파악할 필요가 있다.

표 2. 아파트 홈페이지 연구사례

주제	연구내용
아파트 정보화의 실태와 아파트 홈페이지의 보급 및 이용률 (김한수 외 2인, 2001)	-정보화 아파트의 개념과 역할 -아파트 정보화의 실태와 아파트 홈페이지의 보급 및 이용률 -아파트 입주민들의 정보화 의식
아파트 홈페이지 활용방안 (우룡, 2002)	-아파트 홈페이지를 통해 나타나고 있는 아파트 생활의 변화 -아파트 홈페이지와 근린관계의 관련성 -아파트 홈페이지 이용관리 실태와 문제점
아파트 홈페이지 운영실태 (임석희, 2003)	-아파트 홈페이지의 제작운영관리 실태
아파트 홈페이지가 아파트 생활에 미치는 영향 (윤무현, 2005)	-아파트 홈페이지의 개설현황과 개설유형 -아파트 홈페이지에 대한 평가 -아파트 홈페이지에 미치는 영향
사이버 공동체 실태와 콘텐츠의 유형화 (이영애, 강순주 2008)	-인터넷 아파트 개발회사 및 포털사이트 입주민 커뮤니티 카페, 블로그에서 나타나는 사이버 공동체 콘텐츠 실태 파악을 통한 유형화

한편 지금까지의 아파트 단지 내 공동체 활성화를 위한 연구로는 ‘커뮤니티 개념을 도입한 도시정비 활성화 방안(하성규 외 1인, 1999)’, ‘집합주거 단지 내의 커뮤니티 형성에 관한 연구(김학균 외 1인, 2001)’, ‘공동주택의 생활문화 프로그램 개발(강순주, 2001)’, ‘아파트 공동체 활성화 실현을 위한 주택정책의 연구(소재진, 2004)’ 등 크게 공동체 의식에 관한 연구, 아파트의 물리적 공간에 관한 연구, 공동체 활성화 프로그램에 관한 연구, 주택정책에 관한 연구 등으로 구분할 수 있는데 이들 연구결과 외부공간이나 주민공용공간이라는 입주민들이 함께 할 수 있는 공간을 기반으로 입주민들의 참여를 유도할 수 있는 다양하고 유익한 공동체 활성화 프로그램의 필요성을 알 수 있었다. 또한 이를 체계적으로 관리하고 운영하기 위한 전문인 양성과 입주자대표회의나 부녀회 그리고 입주민들의 적극적인 관심이 필요함을 알 수 있었다.

그러나 이상의 선행연구들은 모두 오프라인상의 공동체 활성화 방안들이며 본 연구에서 다루고자 하는 온라인상의 공동체 활성화 방안에 대한 연구는 미흡하다. 따라서 선행연구에서 고찰한 내용을 기초로 공동체 활성화를 위한 공간을 홈페이지라는 온라인상에 기반을 두고, 다양하고 유익한 공동체 프로그램을 홈페이지상에 콘텐츠로 제공하고 이에 대한 운영방안을 모색하면 정보화 시대에 대응할 수 있는 편리한 주거생활과 공동체 생활에 적극적으로 기여할 수 있을 것이다.

표 3. 아파트 단지 내 공동체 활성화 방안 연구사례

주제	연구내용
아파트 공동체 운동과 주민의식에 관한 연구 (하성규, 서종균, 2000)	-공동체 의식
아파트 공동체 활성화 방안 (곽도 외 2인, 2004)	-아파트 거주자의 이웃에 대한 인식 -아파트 공동체 활성화에 대한 견해 -아파트 공동체 활성화의 주제 -아파트 공동체 실현방안
집합주거 단지 내의 커뮤니티 형성에 관한 이론적 고찰 (김학균, 김정근, 2001)	-공동체를 형성할 수 있는 요인에 대한 문헌고찰 및 도면분석, 현황조사
집합주거단지에서 지역성을 통한 커뮤니티 공간과 프로그램 이용 및 요구도 (홍이식, 정재용, 2004)	-공간과 시설에 대한 사례분석
공동주택의 생활관리 프로그램 개발 (강순주, 2001)	-공동주택단지 관리현황 및 커뮤니티 시설 실태조사 -생활관리 프로그램 실태 조사
아파트 거주자의 커뮤니티 공간과 프로그램 이용 및 요구도 (정승진, 2001)	-커뮤니티 공간 배치 실태 -커뮤니티 프로그램 활동 현황 비교 분석 -커뮤니티 공간과 프로그램 이용도 및 요구도
아파트 거주자들의 세대별 특성에 따른 생활관리 프로그램 요구도 (강순주 외 3인, 2005)	-아파트 거주자의 세대별 특성에 따른 생활관리 프로그램 개발
아파트 공동체 활성화 실현을 위한 주택정책의 연구 (소재진, 2004)	-공동체 활성화를 위한 물리적 공간 및 재정지원 방안

III. 연구결과 및 해석

1. 조사대상자의 개인적 특성

조사대상자의 사회·인구학적 특성 및 주거특성, 인터넷 활용정도에 관한 개인적 특성은 <표 4>와 같다.

사회·인구학적 특성에서 성별을 보면 남자는 22.6% 여자는 77.4%로 조사대상자는 대부분 여자였고, 연령은 40대가 32.3%로 가장 높게 나타났으며 평균 연령은 42세였다.

직업은 조사대상자의 77.4%가 여자였던 만큼 53.0%가 전업주부로 가장 많았다.

주거특성으로 주거의 소유형태는 자가 74.4%, 25.6%로 나타났으며 주거규모는 30평형대>40평형대>20평형대>50평형대 순으로 나타났다. 대부분이 30·40평형대에 살고 있었다.

인터넷 활용정도에서 인터넷 이용정도는 57.3%가 자주 이용한다고 응답하였고, 37.8%도 가끔 이용한다고 응답하였으며 전혀 이용하지 않는 조사대상자는 4.9% 정도로 우리생활에서 인터넷 이용정도가 일반화되어 있음을 알 수 있었으며, 이는 사이버 공동체가 보편화 될 가능성이 높음을 시사한다.

표 4. 조사대상자의 개인적 특성

N=164

변인	구분	빈도(%)	
사 회 · 인 구 학 적 특 성	성별 성별	남	37(22.6)
		여	127(77.4)
	연령 (평균 42세)	20대	19(11.6)
		30대	51(31.1)
		40대	53(32.3)
50대 이상		41(25.0)	
직업	자영업, 서비스업	12(7.3)	
	사무직, 관리직, 전문직	52(31.7)	
	전업주부	87(53.0)	
	무직, 은퇴, 학생, 기타	13(7.9)	
	소유 형태	자가	122(74.4)
	타가	42(25.6)	
주 거 특 성	주거 규모	20평형대	24(14.6)
		30평형대	62(37.8)
		40평형대	55(33.5)
		50평형대 이상	23(14.0)
		인터넷 이용정도	전혀 이용하지 않는다
	가끔 이용한다	62(37.8)	
	자주 이용한다	94(57.3)	
인 터 넷 활 용 정 도	인터넷 활용수준	전혀 다룰 줄 모름	5(3.0)
		혼자서 단순한 검색 정도	48(29.3)
		한글작업, 이메일, 인터넷 쇼핑 이용	76(46.3)
		다양한 프로그램을 다룸	35(21.3)
		정보검색	106(66.7)
인터넷 이용목적 (N=159)		이메일, 카페 이용 등 커뮤니케이션	22(13.8)
		영화, 음악, 오락 등 여가	10(6.3)
		인터넷뱅킹, 동영상 강의 생활 및 학습지원	21(13.2)

인터넷 활용수준은 한글작업이 가능하며 이메일·카페·미니홈피·인터넷 쇼핑 등을 이용할 수 있는 정도가 46.3%로 가장 높은 비율을 차지하였고, 그 다음으로 혼자서 단순한 검색을 할 수 있는 정도가 29.3%, 인터넷뿐만 아니라 컴퓨터에 대한 전문지식을 바탕으로 다양한 프로그램을 다루는 등 비교적 인터넷 활용수준이 높은 정도가 21.3%로 대부분의 조사대상자들이 인터넷을 다룰 수 있었으며, 인터넷을 다룰 줄 모르는 조사대상자는 전체에 3.0% 정도에 불과하여 아파트 단지 내에서 사이버 공동체를 이용하는데 있어 큰 어려움이 없을 것으로 보인다.

인터넷을 이용하는 주요 목적은 정보검색이 66.7%로 가장 높은 비율을 차지하였고, 이메일, 카페 등을 이용하여 안부를 묻는 커뮤니케이션 목적이 13.8%, 인터넷뱅킹, 인터넷 쇼핑이나 동영상 강의 등 생활 및 학습지원 목적이 13.2%, 영화·음악·오락 등 여가 활용 목적으로 이용하는 경우가 6.3%로 나타났다.

이상과 같이 인터넷 이용목적이 정보검색 항목에서 높은 비율을 차지하는 것으로 볼 때, 사이버 공동체에서는 공지사항, 정보교환과 관련된 콘텐츠가 다양하게 개발될 필요가 있다. 1차 연구로 조사된 선행연구에서도 알 수 있듯이 사이버 공동체 유형 중 단지소개 및 관리정보 등 정보전달과 관련된 콘텐츠 구성 비율이 높았으나 이들 콘텐츠에 대한 지속적인 안내와 정보 업데이트 및 입주민들과의 커뮤니케이션이 가능한 관리방안 등이 필요하다.

2. 사이버 공동체 인지도

조사대상자의 사이버 공동체 인지도를 조사한 결과 ‘들어본 적은 있으나 잘 모른다(43.9%)’, ‘전혀 모른다(11.0%)’를 합하여 약 55%의 입주민들이 사이버 공동체에 대해서 모르고 있었다. 이는 사이버 공동체가 점차 개발되고는 있으나 아직까지 이를 잘 활용하기 위한 홍보가 부족함을 의미한다 하겠다. 특히 사이버 공동체를 운영하고 있는 단지임에도 불구하고 모르고 있는 입주민들이 많아 주기적인 안내가 필요하다. 따라서 입주시 사이버 공동체에 대한 충분한 설명과 함께 입주후에도 지속적인 홍보가 필요함을 알 수 있다<표 5>.

표 5. 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)

개인적 특성에 따른 사이버 공동체 인지도 차이를 본 결과 ‘인터넷 이용정도’와 ‘인터넷 활용수준’에서만 유의미한 차이가 나타났다<표 6>.

사이버 공동체를 이용하기 위해서는 인터넷을 이용해야 하기 때문에 인터넷을 자주 이용하고, 인터넷 활용수준이

표 6. 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	a
	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

높은 사람일수록 사이버 공동체에 대한 인지도가 높은 것은 당연한 결과라고 생각된다. 하지만 단지 내에는 불특정 다수의 입주민들로 구성되어 있으며, 이러한 다양한 입주민들이 가능한한 모두 이용할 수 있는 사이버 공동체로 발전시키기 위해서는 인터넷을 잘 다루지 못하는 사람들도 쉽고 편리하게 접근할 수 있는 방안들이 모색되어야 한다. 또한 아파트 관리 및 공동체에 지속적인 관심을 불러일으킬 수 있는 매력있는 콘텐츠 개발이 필요하다.

3. 사이버 공동체 참여도

사이버 공동체 참여도는 참여하지 않는다(66.5%)의 비율이 참여한다(34.5%)의 비율보다 높아 참여율은 비교적 저조한 것을 알 수 있다<표 7>.

표 7. 사이버 공동체 참여도 N=164

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

현재 조사대상 아파트는 사이버 공동체로서의 기능을 갖추고 있음에도 불구하고 참여율이 낮은 것은 앞서 조사한 인지도와 연관지어 생각해 볼 수 있다. 참여하지 않는 이유를 생각해 볼 때, 사이버 공동체에 대한 필요성을 느끼지 못하는 개인적인 판단이 참여도를 낮게 만드는 요인이 될 수도 있으나 참여하고 싶어도 사이버 공동체의 유무나 이용방법을 모르거나 있어도 원하는 콘텐츠가 없어서 참여율을 저조하게 만드는 원인이라 판단된다. 따라서 참여율을 높이기 위해서는 인지도를 높이는 것이 급선무라 하겠다. 사이버 공동체에 대해 입주민들의 인식이 제대로 정착되고, 단지 내 공동체 강화를 위한 커뮤니케이션 공간으로 사이버 공동체를 발전시키기 위해서는 관리자와 입주민들의 적극적인 관심과 이들을 유기적으로 연결시킬 수 있는 콘텐츠가 필요하다 하겠다.

실제로 본 연구에서 참여하지 않는다고 응답한 109명

을 대상으로 사이버 공동체에 참여하지 않는 이유를 조사한 결과, '사이버 공동체에 대한 홍보가 부족'하다고 응답한 사람이 38.5%였고 그 다음으로는 '원하는 정보가 없어서'라고 응답한 사람이 32.1%, '이용방법을 몰라서'라고 응답한 사람이 23.9%, '시간이 없어서'라고 응답한 사람이 5.5%로 나타났다. 이렇듯 아직까지 사이버 공동체에 대한 인식이 보편화되지 않아 참여도가 저조함으로 이를 개선시키기 위해서는 적극적인 홍보를 통해 사이버 공동체에 대한 인지도를 높일 필요가 있다. 또한 쉽고 편리하게 접근할 수 있도록 쉬운 매뉴얼을 통해 이용방법을 개선하고, 입주민들이 원하는 정보가 어떤 것인지 파악하여 이를 사이버 공동체에서 제공한다면 향후 사이버 공동체 참여도는 높아질 것으로 보인다.

표 8. 사이버 공동체에 참여하지 않는 이유 N=109

구분	빈도(%)
사이버 공동체에 대한 홍보가 부족해서	42(38.5)
원하는 정보가 없고, 필요성을 느끼지 못하기 때문	35(32.1)
이용방법을 몰라서	26(23.9)
시간이 없어서	6(5.5)

한편 개인적 특성에 따른 사이버 공동체 참여도 차이를 본 결과 '인터넷 이용정도'에서만 유의미한 차이가 나타났다<표 9>.

표 9. 개인적 특성에 따른 사이버 공동체 참여도 차이

N=164

변인		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

사이버 공동체 특성상 인터넷을 전혀 이용하지 않는 사람들은 참여가 어려우므로 인터넷을 전혀 이용하지 않는 사람은 사이버 공동체에 참여하지 않는 것을 알 수 있었다. 그러나 인터넷을 자주 이용하는 사람들의 참여도도 낮은 수준으로 나타나, 이들의 관심을 끌 수 있는 콘텐츠가 아직 부족하다는 것을 알 수 있었다. 또한 전술한 바와 같이 보다 많은 입주민들의 참여를 유도하기 위해서는 인터넷을 잘 이용하지 못하는 입주민들을 위해 쉽게 접근할 수 있는 방안이 필요하며, 사이버 공동체를 이용하고자 하는 입주민을 대상으로 이용방법에 대한 교육과 홍보가 필요하다.

위의 결과들로 볼 때 사이버 공동체 인지도와 참여도는 연관성이 있음을 짐작케 하는데, 실제 두 변인간의 관계를 상관분석으로 알아 본 결과는 .444(***p<.001)로서

유의한 정적인 상관관계가 있었다<표 10>. 즉 사이버 공동체에 대한 인지도가 높을수록 적극적으로 참여하고 있음을 알 수 있다. 아직까지 단지 내 사이버 공동체가 있어도 입주민들의 인지도가 낮아 이용률이 저조하지만 지속적인 홍보와 함께 원하는 정보를 제공하고 사용절차를 간편하게 하여 인터넷을 이용하지 못하는 사람도 쉽게 접근할 수 있도록 한다면 사이버 공동체의 활성화를 기대할 수 있을 것이다.

표 10. 사이버 공동체 참여도

N=164

참여도	인지도
	사이버 공동체 참여도

*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', '생활정보제공', '공동체 활성화', '개인서비스'의 4가지 유형이었다<표 11>.

본 연구에서는 입주민들 간의 커뮤니티를 강화하기 위해 중요하다고 생각되는 '공동체 활성화' 콘텐츠와 아파트 생활정보에서 '입주자간 정보교류' 콘텐츠의 종류가 상대적으로 미흡하다고 생각되어 이와 관련된 요소를 새롭게

표 11. 1차 연구에서의 아파트 단지 내 사이버 공동체의 콘텐츠 유형

콘텐츠 종류	유형	
단지위치, 배치도, 평면도, 분양세대수, 단지 소개/장점, 단지사진	단지 소개	단지 소개 및 관리 정보
게시판/Q&A	관리 정보	
단지 내 주요 연락처		
관리비 내역조회		
아파트 A/S		
관리사무소 소개/ 공지사항/건의사항		
입주자대표회의 소개/공지사항/건의사항		
부녀회 소개/공지사항/건의사항	아파트 생활 정보	생활 정보 제공
버룩시장(우리단지/타단지 포함)		
공동구매		
주민공동시설 이용정보		
가전 제어		
구인구직		
입주자간 정보교류	지역 정보	
우리지역 소개		
대중교통안내		
단지상가목록/연락처		
전국 지역정보 검색	인터넷 사이트 정보	
엔터테인먼트/교육/쇼핑/금융/부동산 등		
대화모임 게시판	공동체 활성화	
동호회		
화상서비스		
초고속 인터넷, 이메일, 홈페이지/블로그 일정관리, 웹파일, 무료문자서비스,가게부	개인서비스	

표 12. 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		
		분양예대수		
		단지소개/장점		
	단지사진			
	관리 정보	게시판/Q&A(세대간 민원분쟁 해결)	4.04	
		단지 내 주요 연락처(단지상가정보)		
		관리비 내역조회		
		아파트 A/S		
관리사무소 소개/공지,건의사항				
입대회 소개/공지,건의사항				
부녀회 소개/공지,건의사항				
생활 정보 제공	아파트 생활 정보	벼룩시장	3.75	3.63
		공동구매	3.80	
		주민공용시설 이용정보	3.75	
		구인구직(가사도우미 연결)	3.50	
		수령하지 않은 우편물 확인 정보	3.65	
		입주자간 정보	3.94	
	단지 내 안전관리정보	3.62		
	맞집정보	3.62		
	생활법률정보	3.53		
	육아정보	3.47		
자원 공유하기(책, 장난감 등)	3.60			
자료 공유하기(음악영화/교육 프로그램 파일 등)	3.46			
교류	숙제 함께하기	3.28		
지역 정보	우리지역 소개 (지자체 문화강좌 프로그램 안내)	3.84		
공동체 활성화	대화소모임	연령대별 소모임(10대~60대 등)	3.20	3.50
		인근 지역 아파트 입주주민간의 소모임(타브랜드 아파트 포함)	2.97	
		동일브랜드아파트 입주주민간의 소모임	2.93	
	동호회	건강(스포츠댄스, 요가, 헬스 등)	3.93	
		스포츠(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(소년소녀가장독거노인소외계층 돕기)	3.68	
단지축제 및 문화행사(음악회 등)		3.65		
온라인 반상회 모임		3.62		
자원봉사 안내 및 참여		3.54		
공용 텃밭 가꾸기		3.42		
단지 내 온라인 주민투표		3.40		
자동차 함께 타기(출퇴근, 자녀들의 학교학원)	3.28			
개인 서비스		초고속 인터넷	3.01	3.01
		이메일		
		홈페이지/블로그		
		일정관리		
		웹파일		
		무료문자서비스		
가계부				

요구도 평균점수 결과는 5점척도 기준임
 ■ 1차연구(사이버 공동체 실태와 콘텐츠의 유형화)의 내용에서 새롭게 추가된 콘텐츠

게 개발하여 생활 편의에 도움을 줄 것이라 생각되는 콘텐츠(수령하지 않은 우편물 확인 정보)를 추가하여 입주민들의 요구도를 조사하였는데 그 결과는 <표 12>와 같다.

아파트 입주자들은 사이버 공동체 콘텐츠 유형 중 ‘단지 소개 및 관리정보(4.00)’가 가장 높게 나타났는데 이는 입주민 모두가 알아야하는 기본적인 사항으로 모든 사람들이 중요하게 인식하고 있음을 알 수 있다. 앞서 조사대상자의 개인적 특성에서도 나타났듯이 인터넷을 이용하는 목적으로 ‘정보 검색’에 대한 응답이 높았던 만큼 사이버 공동체를 이용하고자 하는 주목적도 정보를 얻기 위함이 높다는 것을 뒷받침하는 결과이다. 따라서 아직까지 단지 내 공지사항을 알리는데 주력하고 있는 사이버 공동체 콘텐츠들이 단지 내에서 일어나는 일뿐만 아니라 지역사회에 대한 정보, 생활에 필요한 정보를 공유할 수 있도록 기틀을 마련해 줄 필요가 있다.

그 다음으로 높은 요구를 보인 ‘생활정보제공(3.63)’ 유형은 시간과 공간의 제약을 받지 않고 입주민들이 원하는 정보를 공유할 수 있는 사이버 공동체의 장점을 이용하여 발전 가능성이 높은 중요한 콘텐츠임을 알 수 있다. 특히 입주자간 정보교류 콘텐츠 항목들에 대한 요구도가 높게 나타났는데, 그 중에서도 ‘단지 내 안전관리 정보(3.94)’에 대한 요구도가 가장 높아 안전관리 사고 예방을 위한 정보제공, 입주민간 의견교환, 안전관리 부주의로 인한 사고신고 등 이와 관련된 콘텐츠의 구체적인 개발이 요구된다 하겠다.

그 외에도 기존에 있던 ‘벼룩시장, 공동구매, 주민공동시설 이용정보’에 관한 콘텐츠의 요구는 여전히 높게 나타났다. 최근 단지 내 주민공동시설의 질이 향상되면서 다양한 운동시설과 문화시설들이 계획되고 운영 프로그램들이 도입되고 있다. 사이버 공동체를 통해서 이러한 시설정보와 운영 프로그램에 대한 정보 및 운영방법 등의 내용을 제공한다면 입주민의 입장에서 시간은 구애받지 않고 편리하게 확인이 가능할 뿐만 아니라 관리자의 입장에서 온라인상에서 편리하고 효율적인 업무수행이 가능하므로 이에 대한 적극적인 개발이 모색되어야 할 것이다.

‘공동체 활성화(3.50)’ 유형 중에서는 새로 추가한 공동체 강화의 ‘쓰레기 분리수거(4.04)’ 콘텐츠의 요구도가 높았다. 분리수거 자원봉사에 대한 공지사항, 분리수거가 잘 되는 세대 또는 동별 칭찬 릴레이, 개선해야 할 점 등의 정보를 교환한다면 단지에 대한 애정과 공동체 형성에 도움이 되고 나아가 친환경 정착에도 기여할 수 있을 것이다. 그 외 사회봉사 활동이나 아파트 이벤트 등의 행사에도 주민들의 다양한 의견을 수렴할 수 있어 주민들이 능동적으로 기획하고 참여할 수 있는 계기를 마련될 수 있으리라 생각된다.

또한 ‘공동체 활성화’ 유형 중에서 최근 건강에 대한 관심이 높아져 스포츠댄스, 요가, 헬스 등 ‘건강’과 관련된 콘텐츠의 요구도 높았다. ‘건강’ 콘텐츠는 단지 내 주민운동시설을 기반으로 커뮤니티를 형성할 수 있기 때문

에 온라인 뿐만 아니라 오프라인까지도 활용할 수 있다. 따라서 오프라인 커뮤니티를 이용함으로써 얻어지는 장점을 잘 활용한다면 단기간의 커뮤니티가 아닌 지속가능한 커뮤니티가 형성될 것으로 보인다.

‘대화소모임’ 유형에서는 연령대별 소모임에 대한 요구도가 높았다(3.20) 이는 시간과 공간의 제약을 받지 않는 사이버 공동체의 장점을 이용하여 입주민과의 커뮤니케이션을 유도할 수 있기 때문으로 보인다. 반면 지역 주민과의 커뮤니케이션 관련 콘텐츠에는 상대적으로 소극적임을 알 수 있었다.

이메일, 블로그 등의 개인서비스는 다른 유형과 비교해 볼 때 요구도는 높지 않았다. 이는 이메일과 블로그 등은 기존의 다양한 포털 사이트를 이용하는 경우가 많기 때문인 것으로 사료된다. 그러나 다른 포털사이트와 차별화된 이메일이나 블로그 등을 개발하고 제공한다면 보다 많은 사이버 공동체의 참여를 유도할 수 있을 것으로 보인다.

이상과 같이 사이버 공동체 콘텐츠에 대한 요구도가 전반적으로 높아 입주민들의 특성을 고려한 콘텐츠가 구축된다면, 단지 내 공동체 활성화를 위해 자리매김을 할 수 있을 것으로 생각 된다.

한편 관련변인에 따른 사이버 공동체 콘텐츠 유형 요구도를 파악한 결과는 성별, 연령, 소유형태, 인터넷 활용수준에 대하여 유의미한 차이를 보이고 인지도와 참여도에 대해서는 유의미한 차이를 보이지 않았다<표 13>.

특히 공동체 활성화 요소인 ‘동호회’에서는 성별, 소유형

표 13. 관련변인에 따른 사이버 공동체 요구도 차이 N=164

변인	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 D
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	-.346	-.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	-.139	-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 활용수준 ① 전혀 다름 줄 모름 ② 혼자서 단순한 검색 정도 ③ 한글작업, 이메일, 인터넷 쇼핑 이용 ④ 다양한 프로그램을 다룸

태, 인터넷 활용수준에 따라 유의한 차이를 보였다. 전반적으로 여자보다 남자의 요구도가 높았는데 이는 온라인상에서의 건강 및 스포츠 콘텐츠에 대해서 여자보다 남자들의 관심이 높기 때문으로 보인다. 또한 소유형태에서는 자가보다 타가인 경우 요구도가 높았다. 최근 집에 대한 생각이 예전과 달라지면서 소유의 개념도 중요하지만 사는 곳에 대한 중요성도 높아지고 있다. 타가인 경우 비록 다른 곳으로 이사를 갈 확률이 높지만 현재 사는 곳에서의 주거만족도를 높이기 위해 동호회에 가입하고 입주민들간의 교류도 활발히 하고자 하는 의식이 있음을 짐작케 한다. ‘동호회’는 인터넷 활용수준에서도 유의미한 차이가 나타났는데 이는 다른 콘텐츠와는 달리 자신이 직접 인터넷을 이용해야 하기 때문에 차이가 있는 것으로 보여 진다.

한편 ‘생활정보제공’ 요소의 경우도 인터넷 활용수준에서 유의미한 차이가 나타났는데 ‘동호회’ 콘텐츠와 마찬가지로 자신이 직접 인터넷을 이용해야 정보를 제공하고 제공받을 수 있기 때문으로 보여 진다.

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

5. 사이버 공동체가 주거공동체에 미치는 영향

아파트의 사이버 공동체에서 입주민들이 원하는 콘텐츠를 제공하고 참여를 유도하여 활성화된다면 이것이 주거공동체에 어떠한 영향을 미치게 될지 알아본 결과는 <표 14>와 같다.

표 14. 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

평균점수 결과는 5점척도 기준임

‘아파트 단지 내 시설 이용 및 생활에 있어서 편리할 것이다(3.99)’가 가장 높고 그 다음이 ‘생활에 관한 다양한 정보를 제공 받을 수 있을 것이다(3.98)’, ‘단지에 대한 관심과 애정이 높아질 것이다(3.88)’ 등 모든 항목이 평균 이상의 점수로 나타나 대부분의 입주민들은 사이버 공동체를 긍정적으로 평가하고 있다. ‘단지 내 사이버 공동체의 중요성이 부각될 것이다(3.74)’라는 질문도 평균 이상의 높은 점수로 나타나 앞서 조사한 요구도가 높은 콘텐츠 개발과 함께 적극적인 홍보와 운영이 잘 이루어지면 사이버 공동체가 지속적으로 이용되고 활성화되어 궁극적으로 아파트 주거문화가 발전 할 수 있을 것으로 기대된다.

또한 기존의 사이버 공동체가 보완되고 원하는 정보가 제공된다면 사이버 공동체에 참여하실 의향이 있는지에 대한 질문에서도 ‘참여할 것이다’ 80.5%, ‘적극적으로 참여할 것이다’ 8.5%로 응답자의 89%가 사이버 공동체에 참여할 것이라는 의사를 밝혀 향후 사이버 공동체 콘텐츠 개발의 중요성이 높아지고 있음을 입증하고 있다<표 15>.

표 15. 사이버 공동체 참여의향 N=164

변인	구분	빈도(%)
참여의향	참여할 것이다	132(80.5)
	적극적으로 참여할 것이다	14(8.5)
	참여하지 않을 것이다	18(11.0)

IV. 결 론

본 연구에서는 서울지역의 일반 아파트 중에서 사이버 공동체가 있는 아파트 입주민을 대상으로 사이버 공동체 인지도, 참여도 및 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 인지하지 못하고 있었으며, 인터넷을 이용하는 정도와 인터넷 활용수준에 따라 인지도에 차이가 나타났다. 아직까지 사이버 공동체에 대한 인식이 보편화되지 않아 인지도를 높이기 위해서는 사이버 공동체의 역할을 설명하고 입주민들이 참여할 수 있는 방법에 대해 홍보를 해야 할 필요가 있다.

둘째, 사이버 공동체에 대한 홍보가 부족하고, 원하는 정보가 없으며, 이용방법을 모른다는 이유로 조사대상자의 약 67%가 참여하지 않는 것으로 나타났다. 또한 인터넷 이용정도에 따라 참여도에 차이가 있는 것으로 나타나 참여도를 높이기 위해서는 입주민들이 원하는 정보를 파악하여 이에 대한 콘텐츠 개발과 함께 지속적으로 홍보하고, 접근하기 쉬운 방법을 다양하게 제시하여야 할 것이다. 예를 들어 새롭게 개발된 콘텐츠나 기존 콘텐츠 이용에 다양한 연령층이 참여할 수 있는 경품 행사 등을 기획하는 것도 방안이 될 수 있을 것이다. 이를 위해서는 프로그램에 따라 지사체, 건설사, 관리자, 주민자치조직들이 함께 협력하고 연계하여 운영의 참신한 아이디어 개발이 요구된다 하겠다.

셋째, 인지도와 참여도와의 관련성에서 정적인 상관관계가 나타난 것으로 볼 때, 앞으로 입주민의 사이버 공동체 참여를 높이기 위해서는 무엇보다도 사이버 공동체에 대한 충분한 설명과 홍보로 인지도를 높여야 하며, 지속적인 관심과 흥미를 끌 수 있는 콘텐츠가 필요함을 알 수 있다. 또한 인터넷을 이용할 줄 모르는 입주민들도 사이버 공동체에 참여할 수 있게 하려면 무엇보다도 관심을 유도 할 수 있는 아이디어 개발과 함께 접근하기 쉬운 방안들이 모색되어야 할 것이다.

넷째, 사이버 공동체 콘텐츠 유형 중 ‘공동체 활성화’와 ‘입주자간 정보교류’에 관한 항목을 추가하여 요구도를 알아본 결과, 대부분의 항목들이 평균 이상으로 높았으며 그 중에서도 ‘단지소개 및 관리정보’에 관한 콘텐츠가 가장 높았다. 조사대상자의 개인적 특성에서도 인터넷을 주로 이용하는 목적이 ‘정보검색’으로 나타났듯이 조사대상자들이 단지소개나 관리정보에 대한 관심이 높음을 알 수 있다. 따라서 지금과 같은 일방적인 관리 공지 정도 수준의 정보 제공이 아니라 아파트 관리에 대해 입주민들이 적극적으로 관심을 갖고 참여할 수 있는 쌍방향 소통의 참신한 콘텐츠가 개발될 필요가 있다. 또한 ‘생활정보제공’, ‘공동체 활성화’에 대한 요구도도 높았는데, 특히 본 연구에서 추가된 공동체 활성화 항목들에 대한 요구도가 높았으므로 이들에 대한 콘텐츠 적용이 요구된다. 일례로 아파트에서 정기적으로 실시되는 설비점검 및 소독, 계량기 점검, 알뜰시장 개최, 특별 이벤트 등의 날짜와 시간 등이 현재는 방송이나 게시판 등에서만 공지하고 있으나 이러한 정보 등을 수시로 사이버 상에서도 확인할 수 있도록 하거나, 입주자대표회의 및 부녀회 등에서 논의되고 결정되고 있는 관리 내용, 지역의 알뜰 정보 및 물품 공동 구입, 입주민들 간의 인적 물적 자원 교류에 관한 정보, 주민공동시설 이용 예약 관리 시스템 등 다양한 콘텐츠들로 새롭게 구성되고 운영된다면 입주민들의 아파트 관리에 대한 관심도 높아지고 무엇보다도 주민들 간의 공동체 활성화에 적극 기여 할 수 있을 것으로 기대된다.

다섯째, 실제로 입주민들도 이러한 사이버 공동체가 잘 정착되면 주거공동체에 미치는 영향은 대체적으로 긍정적으로 인식하고 있었다. 주민들은 특히 단지 내 시설이용과 편리성, 다양한 정보 공유, 아파트에 대한 관심과 애정이 지금보다 더 높아질 것으로 기대하고 있어, 거주자들이 원하는 콘텐츠 개발과 함께 지속적인 운영이 잘 이루어지면 아파트 단지의 주거 공동체 강화에 좋은 매개체가 될 수 있음을 입증해 주고 있다.

단지 내 공동체 강화는 입주민들 간의 유대감을 높여 밀착한 관계 속에서 존재감을 높이고 정주의식 제고에 기여하여 궁극적으로 살기 좋은 주거문화를 정착하는데 도움을 줄 수 있다. 그러나 오늘날의 특히 바쁜 현대사회 속에서 이웃 간의 자연스런 마주침은 점차 줄어들고 있어 입주민들 간 의사소통을 할 수 있는 기회가 점차 줄어들고 있다. 따라서 시간과 장소를 초월한 직접적인 커뮤니케이션을 할 수 있는 사이버 공동체와 같은 공동체 강화 매개체가 필요하다. 그러나 아직까지 사이버 공동체에 대한 인지도와 참여도가 저조하고 사업적인 관점에서만 접근하여 공동체 강화로서의 역할을 제대로 수행하지 못하고 있으므로 본 연구를 통해 파악한 요구도가 높은 ‘단지소개 및 관리정보’, ‘생활정보제공’, ‘공동체 활성화’ 콘텐츠의 구체적 내용들을 입주민들이 쉽고 편리하게 이용할 수 있도록 환경을 조성한다면 공동체 강화에 긍정

적인 영향을 줄 것으로 사료된다.

향후에는 본 연구 결과를 바탕으로 입주민들의 요구도가 높은 콘텐츠들에 대한 적용 방법을 구체적으로 제안하는 연구와 함께 입주민들이 쉽고 편리하게 이용할 수 있는 다양한 접근방법과 효과적인 운영방안에 관한 연구도 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

참 고 문 헌

1. 강순주(2001), 공동주택의 생활관리 프로그램 개발 -미국 블랙스버그시의 공동주택생활관리 실태와 평가를 중심으로-, 한국주거학회지, 12(2), 55-63.
2. 공동주거관리 연구회(2008), 공동주거관리이론, 교문사.
3. 김학균·김정곤(2001), 집합주거 단지 내의 커뮤니티 형성에 관한 이론적 고찰, 한국주거학회지, 12(2), 123-132.
4. 김한수 외2인(2001), 아파트 정보화의 실태와 주민의식, 한국주거학회지, 12(1), 21-31.
5. 성문희(2003), 개방형 커뮤니티와 디지털 홈을 지원하는 3차원 사이버아파트 단지 웹사이트 구축에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
6. 우 룡(2002), 인터넷시대의 아파트 주거생활과 근린관계 형성을 위한 아파트 홈페이지 활용방안, 인터넷아파트연구소.
7. 윤무현(2005), 아파트 홈페이지가 아파트 생활에 미치는 영향, 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
8. 임석희(2003), 전국 아파트 홈페이지 운영에 대한 실태조사와 사이버 공동체의 실현방안 모색, 아파트생활문화연구소.
9. 정승진 외 2인(2003), 아파트 거주자의 커뮤니티 공간과 프로그램 이용 및 요구도, 한국주거학회지, 14(1), 41-50.

접수일(2008. 12. 5)

수정일(1차: 2009. 1. 13, 2차: 2. 4, 3차: 2. 12)

게재확정일(2009. 2. 13)