

한국적 집단공동체 주거생활공간에서의 친교적 커뮤니케이션 활동고찰

김만기†

A Study on Phatic Communication of Korean Community in
Residential Life Space

Man-Ki Kim†

ABSTRACT

This research is to investigate phatic communication by putting the purpose in maintaining and strengthening social relationship among people in groups in Korean residential community space. Phatic communication is the activity for friendship, expressing and sharing the tastes, expectations, and common features of residents by inducing the participation of residents in all sorts of events, meetings, and activities in residential space.

Through this phatic activity, the range of communication age, the time of communication, the selection of location, and the topic of communication discourse are examined. The investigation methods of this research were taken two ways: First, it carried out the observation of participation and in-depth interview by the participation of researcher in a way of life as a member. In order to prove more objectively, it enhances the reliability of data by adding the questionnaire survey through the convenience sampling of 150 residents of three communities.

Moreover, χ^2 ; chi-square test was conducted in order to verify the difference in heterogeneous groups. Accordingly, this research will bring about the great development in cultural studies by exploring a way of Korean life, based on the communication of Korea community in residential life space, which can unify the community through sharing the meaning, interacting and delivering the message.

Key Words : Community, Phatic Communication, Korean Community Residential Life.

† 남서울대학교 교수

본 논문은 2009년도 남서울대학교 학술연구비 지원에 의해 연구되었음.

논문접수 : 2010년 4월 30일, 1차 수정을 거쳐,

심사완료 : 2010년 6월 3일

1. 서론

한국의 도시 주거생활 공간은 농어촌 생활과는 달리 공동체 구성원들간에 커뮤니케이션 활동이 활발하지 못하다는 전제하여 본 연구를 하였다. 따라서 서울시 소재 3개 커뮤니티를 표본으로 선정하여 이들의 생활공간 삶에서 친교적 커뮤니케이션 과정들에서 이뤄진 제반 사항을 살펴보고자 했다.

우리의 삶에서 한 인간이 살아간다 함은 결국 끊임없이 공동체에서 타자와의 관계 맺음의 연속이며 그 타자는 타인, 세계, 대상, 사회적 자아도 될 수 있다. 삶에서 관계맺음은 상호작용을 일으키며 상호작용은 곧 언어적 실천인 친교적 커뮤니케이션 수단으로 이뤄진다. 이런 과정에서 공동체들의 생활양식(生活樣式, lifestyle)이 형성되고 삶의 방식(way of life)고착된 민속지향적으로 지향된다[5].

따라서 민속지향은 주거생활공간에서 주민들간에 일종의 커뮤니케이션, 즉 대화법이다. 이는 주민들간의 각 연령층간, 대화상대 정도와 대화시간대, 주로 다루는 담론주제와 장소를 살펴봄으로써 주거공간에서 커뮤니케이션 양식을 연구하여 문화간 커뮤니케이션에 접목 시켜보고자 한다. 나아가 차별적인 문화간 커뮤니케이션으로서 자신이 속한 집단(in groups)에 대한 독특성을 찾아볼 수 있을 것이다. 따라서 우리가 보고 느끼고, 체험하고, 말하고, 사고하는 방식, 무리를 지어 생활하는 공동체의 생활상과 세상을 바라보는 세계관 등 생활양식은 문화변화로써 커뮤니케이션 확장 논의에 기여하게 될 것이다. 주거문화 삶에서 각 개인은 지역사회 주민들과 함께한다는 연대의식, 지역사회와의 일체감 및 지역사회와의 구성원 상호간에 중요한 의미를 가지며 영향을 미치고 있다는 의식, 그리고 지역사회 및 구성원들의 친밀한 느낌을 상호 친교적 커뮤니케이션하면서 생활하는 방식을 알게 될 것이다.

2. 이론적 배경

2.1. 집단구성체(people-in-group)

집단구성체란 공통의 관심 또는 목표를 가진 사람들의 집합을 말한다. 가장 대표적인 한국적인 예는 한국같이 많은 아파트 커뮤니티를 들 수 있다. 집단은 역할 수행에 따라 구성원들간에 지속적인 상호작용(interaction)으로 특징지어진다. 집단은 구성원 간에 친밀도와 역할 수행측면에서 공식적인 것과 비공식적인 것이 있을 수 있다. 따라서 공식적인 것은 지도자와 대표자 아래 구조화(structured)될 수 있다. 이런 경우 공동체에서는 반상회나 커뮤니티의 관리를 위한 대표자의 회의가 될 수 있다. 또한 비공식적인 엄격한 형태의 관계 지움 없이 구조화되지(unstructured) 않는 모임이다.

예를 들어 공동체에서 취미활동 동호회, 또래집단(peer group)과 준거집단(reference group)등이 될 수 있다. 집단 형태는 일시적(temporary)집단, 영구적(permanent)집단, 자율적(autonomous)집단, 종속(dependent)집단으로 나눌 수 있다[3]. 이상에서 나타난 각 범주군을 보면, 어떤 개인이 일정 시점에 있어 단 하나의 집단에만 속하는 것이 아니라 다양한 집단들에서 경험하게 된다. 결속된 집단은 성원들 모두에게 인식된 대로의 집단의 정체성(identity)을 나타내기 위해 상호간에 커뮤니케이션 활동을 한다. 이처럼 집단은 한 개인의 지각(perception)에 근거한 어떠한 단일한 분석에 의해 이해할 수 있는 범위를 넘어서 애국심, 집단정체성의식, 계급의식, 차별화 등의 논의에 있어 보다 폭 넓은 이해에 도달할 수 있는 것이다[6][14][15][16][17].

2.2. 친교적 커뮤니케이션

Habermas(1984)은 인류가 대화를 하는 것은 서로 간의 '이해'를 구하고자 하기 때문이라고 하였다. 그의 의사소통(Theory of Communicative Action: TCA)을 바탕으로 하는 커뮤니케이션 관점에서 보면 사회의 갈등상황을 풀어나가는 방법은 소통을 통한 이성적 공감대(consensus)형성이다. 그리고 그 과정을 민주적 과정이라고 보았다. 또한 이러한 과정에서 커뮤니케이션을 통해 상호이해를 이루어가는 과정에 필요한 이상적 조건들을 제안하기도 했다[9][10]. 이런 커뮤니케이션 형태가 바로 친교적 커뮤니케이션(phatic communication)라고 할 수 있다. 친교적 커뮤니케이션은 일종의 커뮤니케이션 수단으로서 정보(information)를 전달하거나 독창적이고 창의적인 텍스트(text)를 창출하기보다는 사회적 관계를 유지하고 강화하는 데에 목적이 있는 커뮤니케이션이다[1]. 이는 사회적인 관습(convention)에 의해 그 형식이 결정되며 공동된 문화적 경험에 의존한다[4][12][18]. 따라서 평상적 공간(주거공간 등)에서 대화의 상당부분이 친교적인 것이다. 그렇다면 특수집단의 삶의 방법(의상 스타일, 취향, 모임의 목적과 횟수 정도 등)등도 대중문화(popular culture)도 일종의 하위문화(subculture)로 중요한 친교적 기능을 수행한다[3]. 친교적 커뮤니케이션은 문화와 공동체를 하나로 묶어주는 기능을 한다. 왜냐하면 친교적 커뮤니케이션은 그들의 취향, 기대, 경험의 공통성을 표현하는 수단이며, 따라서 그들의 문화적 성원의식을 규정하고 확인시켜 주는 수단이기 때문이다. Jakobson(1960)은 메시지(message)의 친교적 기능을 채널 지향적(oriented towards the channel)인 것으로 기술했다. 즉 수신인(addressee)과의 접촉을 수립하고 유지시키는 기능을 한다는 것이다[11].

2.3. 상호작용과 민속방법론

상호작용론은 사회현상을 이해하는 데 있어 자아의 성장적인 의식과 사회 간의 역동적인 작용-반

작용을 중요시한다. 인간의 행위나 사회현상이 자연현상과 다른 점은 그것들의 대상이 갖는 의미를 지향하는 의식적이고 의도적인 과정이라는 점이다. 그런데 상호작용론에서 말하는 의미는 대상 자체에 미리 주어져 고정되어 있거나 아니면 상호작용 주체의 개인 심리적인 측면을 가리키는 것이 아닌 사회 안에서 가동되고 있는 상징과 언어의 흐름을 따라 매 시간 사람들이 타인의 행위를 해석 혹은 정의하는 가운데서 형성되고 재창조되기도 한다.

따라서 민속방법론적 착상의 의미심장한 근원이 되었다고 평가받는 Goffman(1967)의 상호작용론의 '연출학파'가 등장하게 되는데 상호작용이 창출해 내고, 유지하고, 변경시키는 구조에 대해서보다는 상호작용 형식 그 자체에 집중하는 것이다[8]. 예컨대 행위자들이 자아개념을 어떻게 정당화시키는가, 사회적 거리를 어떻게 나타내는가, 그리고 여러 가지 다른 상황을 개인 상호간에 어떻게 조작해나가는가를 통찰력 있게 분석하는 것인데, 이러한 사회적 장면들의 관리에 대한 이러한 관심은 민속방법론적 분석에서도 두드러진 것이다[9]. 민속방법론적 사고에 입각하여 공동체에서 주민들간 대화를 분석할 있는 방법이 바로 대화분석방법이 될 수 있다. 즉, 대화분석에서 커뮤니케이션 주도권은 누가 가지고 있는가를 고찰할 수 있는 좋은 공간이다. 화자와 청자의 역할 바뀔 때는 일정한 대화차례(turn-taking)의 규칙에 의거하여 일어난다. 민속방법론적 전략에 바탕하여 공동체 주민들간의 권력에 대하여 직간접적으로 가늠할 수 있는 대화차례의 규칙을 나름대로 인지할 수 있다.

3. 가설설정

주거공간의 공동체 구성원들간에 상호작용하고 공유하면서 그들은 자기들하고 인식을 같이 하는 구성원들간에 더 많은 커뮤니케이션을 하고 싶어 할 것이다. 그들간에 커뮤니케이션의 주제는 공동의 관심사항이 될 것이고 대화 주도권은 주제를 가지고 먼저 대화를 원하는 구성원이 될 것이다[5]. 따

라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 1]

주거 집단공동체 주거생활공간에서 구성원들의 세대 간 친교적 커뮤니케이션 연령층과 성별, 시간대 그리고 대화 주도권 커뮤니티별 차이가 있을 것이다.

가설1-1, 커뮤니티별 자기와 연령대가 비슷한 구성원간에 친교적 커뮤니케이션이 더 많이 이루어질 것이다.

가설1-2, 커뮤니티별 친교적 커뮤니케이션의 대상대는 성별로 차이가 있을 것이다.

가설1-3, 커뮤니티별 그들의 친교적 커뮤니케이션대는 연령별과 성별 차이가 있을 것이다.

가설1-4, 그리고 커뮤니티별 친교적 커뮤니케이션의 주도권은 담론의 주제를 제안하는 구성원이 될 것이며, 주제별 환경이나 분위기를 잘 활용한 구성원이 주도권을 가지게 될 것이다.

[가설 2]

가설2-1, 커뮤니티별 친교적 커뮤니케이션이 이루어진 장소와 취향, 그리고 친교적 커뮤니케이션의 목적은 담론주제나 남녀에 따라 달라질 것이다.

가설 2-2, 주거 집단공동체 주거생활공간에서의 구성원들간 친교적 커뮤니케이션의 담론의 주제는 공동체가 안고 있는 현안 당면과제나 가정에 대한 자녀들의 장래문제, 부를 창출할 수 있는 경제문제가 주를 이룰 것이다.

가설2-3, 공동체 구성원들의 상호 친교적 커뮤니케이션을 필요로 하는 참여정도는 높을 것이다.

4. 실증분석

4.1. 표본의 추출 및 조사연구방법

조사대상은 서울시내 총 3개 아파트(강남 2개, 강북 1개)를 선정한 판단표본추출하였다. 표본추출프레임은 강남 'A커뮤니티' 610세대와 'B커뮤니티' 490세대, 그리고 강북 'C커뮤니티' 1310세대 주민(구성원)대상중 각 커뮤니티당별 150명을 임의로

선택한 임의 할당표본추출하였다. 조사방법은 그들과 함께 생활한 참여관찰과 정형화된 설문지에 의한 조사를 하였다[2][5]. 참여관찰 대상 및 시기는 B와 C커뮤니티 경우 2004년 5월 29일부터 2010년 4월 28일까지이다. A커뮤니티의 경우는 연구자가 임의로 선정된 제한된 사람에게 질문한 후 그 사람들에게 다른 사람을 추천하게 한 다음 이들에게 반복된 질문을 하는 누적표본추출식에 의한 인터뷰를 하였다. 설문지에 의한 조사는 2010년 3월15일부터 4월15일까지 실시하였다. 또한 자료 분석은 SSPS/PC+를 이용하여 빈도, 백분율, 평균을 산출하였다. 집단 차이를 알아보고 만족도에 영향을 미치는 변수를 파악하기 위하여 통계적 방법인 범주형 자료(categorical data)변수의 관측도수와 기대도수 차이에 대한 카이제곱검증(χ^2 ; chi-square test)을 유의수준 5%에서 실시하였다.

4.2. 타당성 및 신뢰성 검증

주거 집단공동체 주거생활공간에서 구성원들의 세대 간 친교적 커뮤니케이션 연령층은 <가설 1-1>, 커뮤니티별 자기와 연령대가 비슷한 구성원간에 친교적 커뮤니케이션이 더 많이 이루어질 것이다. 공동체의 구성원들의 주거공간에서 연령층간 주로 대화의 연령층 상대에 따라 차이가 있을 것이다. 따라서 연령층별 친교적 커뮤니케이션 활동정도에서 커뮤니케이션 대화 상대 연령대는 어떠한가를 살펴보고 그들의 친교적 커뮤니케이션 시간대를 살펴보고자 한 것이다.

Bourdieu(1984)가 말한 대로 사회관계자 본인 친분관계 인맥 쌓기, 즉 친교적 커뮤니케이션은 주거공간에서 주로 스포츠 존, 등산 여행, 행사참여, 관광 등을 통하여 이뤄진다고하였다[7]. 따라서 커뮤니티내 연령층 친교적 커뮤니케이션 대화 상대는 소위 구성원들이 즐기는 스포츠는 <표 1>에서와 같이 세 커뮤니티의 세대별 연령층에서는유의확률 $0.758 > 0.025$ 로 A, B커뮤니티와 C커뮤니티간에 차이가 없다. 하지만 세 커뮤니티의 친교적 커뮤니케이션의 연령대는 전체적으로 51~60대의 연령

분포가 전체 444명중 149명으로 33.5%로 가장 높게 나타난다. 그 다음이 41~50대가 109명으로 24.6%이다. 30대 이하에서도 8.1%로 조사되었다. 그리고 50대 이하가 189명으로 42.6%

이다. 30대 이하가 이런 특정지역에 거주하고 있는 경우는 부모로부터 재산을 증식 받는 경우가 가장 많았다.

<표 1> 연령층별 커뮤니케이션 친교적 활동 정도

(N=150(남 45, 여)105)

연령대	A 커뮤니티	B 커뮤니티	C 커뮤니티	빈도(%)	χ^2	p
30대 이하	12(8.1)	11(7.6)	13(8.7)	36(8.1)	4.997	0.758
30대~40대	17(11.4)	13(9)	14(9.3)	44(9.9)		
41대~50대	32(21.5)	35(24.1)	42(28.0)	109(24.6)		
51대~60대	54(36.2)	48(33.1)	47(31.3)	149(33.5)		
61대 이상	34(22.8)	38(26.2)	34(22.7)	106(23.9)		
Total	146(100.0)	145(100.0)	150(100.0)	444(100.0)		

소위 재벌 2세들이 살고 있으며 이들은 단지 주거환경이 좋아서 살기보다는 우선 신변안정성과 보안이 잘 되었기 때문이다. 따라서 이들은 주민들과 잘 어울리지 않고 상호 친교적 커뮤니케이션도 거의 없다. 친교적 커뮤니케이션이 없다는 것은 우선 보안을 중시하고 대중들로부터 차별화로 구별짓기를 하고 있다는 것이다. 특히 연예인 및 운동선수인 경우도 마찬가지이다. 이런 현상에 대해서 그들의 부모나 거주 연예인들에게 직접 대화하고 참여관찰한 결과이다. 바로 이런 사회적 현상은 주민간의 소통의 문제로 대두된다는 사회적 부정적인 관점이다. 전체적인 조사<표 1>에서 연령이 50대 이하가 세 커뮤니티 중 A커뮤니티가 전체 149명중 61명 40.9%이고, B커뮤니티가 전체 145명중 59명으로 40.7%, C커뮤니티가 전체 150명중 69명에 46.0%로 C커뮤니티가 친교적 커뮤니케이션 활동이 가장 높다. 이렇게 볼 때 연령층의 커뮤니케이션 활동 정도는 경제자본(부)과 상관관계가 어느 정도 있음을 증명된 것이다. 이는 세 커뮤니티 중 A와 B커뮤니티가 C커뮤니티보다 부동산 가격이 높다는 것과 세 커뮤니티 41~50대가 전체 444명중 109명, 26.6%이나 차지하고 있는 것으로 확인할 수 있다. 흔히 커뮤니티 거주민들의 대화와 참여관찰로 볼 때, 이 세 커뮤니티같이 아파트 평수가 크고 고가인 아파트를

팔아 자식들에게 재산분배하고 자기들(부모들)은 도시의 공기 좋고 평수가 적은 아파트로 옮겨가겠다는 의도가 참여관찰에서 밝혀졌다. 그리고 이들 세 지역의 주거인들은 A커뮤니티에서 거주하다가 A커뮤니티로 그리고 C커뮤니티로 옮겨 거주하고 있었다. 그리고 이들의 대부분은 몇 세대가 같이 이동하고 있다. 또한 인터뷰 내용에서 주로 50대 이상 연령대의 답변 주제는 재테크 정보 등을 자기들만의 상호 공유(shared)하고 있는 것으로 관찰되었다. <가설1-2>, 커뮤니티별 친교적 커뮤니케이션의 그 상대는 성별로 차이가 있을 것이다.

구성원들이 주로하고 있는 친교적 커뮤니케이션 상대 대화 연령대<표 2>에서와 같이 30대 이하에서는 유의 수준 5%의 유의확률 $0.997 > 0.025$, 30대~40대에서 $0.975 > 0.025$, 41대~50대에서 $0.994 > 0.025$, 51대~60대에서 $0.991 > 0.025$, 60대 이상에서 $0.997 > 0.025$ 등으로 세 커뮤니티간에 차이는 없다. 30대 이하 36명 응답자 중 14명이 같은 또래(30대 이하)와 대화를 한다가 38.9%로 높다. 60대 이상 연령대 106명중 60대 이상과 대화한다가 39명에 36.8%로 가장 높다. 이유는 세 커뮤니티 마다 노인정 등이 있어 공론의 장이 있어 커뮤니케이션을 확장할 수 있는 기회가 많기 때문이다. 그리고 60대 이상이 30대 이하가 30대~40대 보다 커뮤니케이션 시간이 많은 이유는

손자(여)를 돌보면서 이들의 또래집단들(peer group)과 대화의 시간을 많이 갖기 때문이다.

<가설1-3>, 커뮤니티별 그들의 친교적 커뮤니케이션 대는 연령별과 성별 차이가 있을 것이다.

<표 2> 구성원들이 주로하고 있는 친교적 커뮤니케이션 상대 대화 연령대

N=150(남 45, 여 105)

연령대		A 커뮤니티	B 커뮤니티	C 커뮤니티	빈도(%)	χ^2	P
30대 이하	30대 이하	5(41.7)	4(36.3)	5(38.4)	14(38.9)	1.118	0.997
	30대~40대	3(25.0)	3(27.3)	4(30.8)	10(27.8)		
	41대~50대	2(16.7)	1(9.1)	2(15.4)	5(13.9)		
	51대~60대	1(8.3)	2(18.2)	1(7.7)	4(11.1)		
	60대 이상	1(8.3)	1(9.1)	1(7.7)	3(8.3)		
	Sub Total	12(100.0)	11(100.0)	13(100.0)	36(100.0)		
30대 ~ 40대	30대 이하	3(17.6)	3(23.1)	2(14.3)	8(18.2)	2.172	0.975
	30대~40대	4(23.5)	3(23.1)	4(28.6)	11(25.0)		
	41대~50대	5(29.4)	5(38.4)	3(21.4)	13(29.5)		
	51대~50대	2(11.9)	1(7.7)	2(14.3)	5(11.4)		
	60대 이상	3(17.6)	1(7.7)	3(21.4)	7(15.9)		
	Sub Total	17(100.0)	13(100.0)	14(100.0)	44(100.0)		
41대 ~ 50대	30대 이하	3(9.4)	2(5.7)	4(9.5)	9(8.3)	1.439	0.994
	30대~40대	5(15.6)	6(17.2)	7(16.7)	18(16.5)		
	41대~50대	6(18.7)	5(14.3)	9(21.4)	20(18.3)		
	51대~60대	10(31.3)	13(37.1)	12(28.6)	35(32.1)		
	60대 이상	8(25.0)	9(25.7)	10(23.8)	27(24.8)		
	Sub Total	32(100.0)	35(100.0)	42(100.0)	109(100.0)		
51대 ~ 60대	30대 이하	7(12.9)	5(10.4)	4(8.5)	16(10.7)	1.593	0.991
	30대~40대	5(9.3)	4(8.3)	5(10.6)	14(9.4)		
	41대~50대	13(24.1)	10(20.8)	11(23.5)	34(22.8)		
	51대~60대	16(29.6)	15(31.3)	12(25.5)	43(28.9)		
	60대 이상	13(24.1)	14(29.2)	15(31.9)	42(28.2)		
	Sub Total	54(100.0)	48(100.0)	47(100.0)	149(100.0)		
60대 이상	30대 이하	4(11.8)	6(15.8)	5(14.7)	15(14.2)	1.176	0.997
	30대~40대	2(5.9)	2(5.3)	3(8.8)	7(6.6)		
	41대~50대	6(17.6)	7(18.4)	6(17.6)	19(17.9)		
	51대~60대	9(26.5)	8(21.0)	9(26.5)	26(24.5)		
	60대 이상	13(38.2)	15(39.5)	11(32.4)	39(36.8)		
	Sub Total	34(100.0)	38(100.0)	34(100.0)	106(100.0)		
Total		149(100.0)	145(100.0)	150(100.0)	444(100.0)		

* 대화(상대 연령대)상대는 자기 가족(같이 거주한 가족 등)과의 대화와 커뮤니티외부는 제외된 조사이다.

한국적 집단공동체 주거생활공간에서의 친교적 커뮤니케이션 활동고찰 75

<표 3> 구성원들 간의 친교적 커뮤니케이션 시간대

(N=150(남 45, 여)105)

커뮤니케이션 시간대		A 커뮤니티	B 커뮤니티	C 커뮤니티	빈도(%)	χ^2	p	
오전	06:00 ~ 09:00	남	3(23.1)/13명중	6(25.0)/24명중	2(20.0)/8명중	11(24.4)/45명중	0.281	0.869
			3(6.7)/45명중	6(13.3)/45명중	2(4.4)/45명중	11(8.1)/135명중		
		여	7(15.2)/46명중	11(19.3)/57명중	6(21.4)/28명중	24(18.3)/131명중		
			7(6.7)/105명중	11(10.5)/105명중	6(5.7)/105명중	24(7.6)/315명중		
		계	10(17.0)/59명중	17(21.0)/81명중	8(22.2)/36명중	35(19.9)/176명중		
	10(6.7)/150명중		17(11.3)/150명중	8(5.3)/150명중	35(7.8)/450명중			
	09:00 ~ 12:00	남	2(15.4)/13명중	4(16.7)/24명중	1(12.5)/8명중	7(15.6)/45명중	0.648	0.723
			2(4.4)/45명중	4(8.9)/45명중	1(2.2)/45명중	7(5.2)/135명중		
		여	12(26.1)/46명중	13(22.8)/57명중	7(25.0)/28명중	32(24.4)/131명중		
			12(11.4)/105명중	13(12.4)/105명중	7(6.7)/105명중	32(10.2)/315명중		
		계	14(23.7)/59명중	17(21.0)/81명중	8(22.2)/36명중	39(22.2)/176명중		
	14(9.3)/150명중		17(11.3)/150명중	8(5.3)/150명중	39(8.7)/450명중			
	Sub Total	남	5(38.5)/13명중	10(41.7)/24명중	3(37.5)/8명중	18(40.0)/45명중		
			5(11.1)/45명중	10(22.2)/45명중	3(6.7)/45명중	18(13.3)/135명중		
		여	19(41.3)/46명중	24(42.1)/57명중	13(46.4)/28명중	56(42.8)/131명중		
			19(18.1)/105명중	24(22.9)/105명중	13(12.4)/105명중	56(17.8)/315명중		
		계	24(40.7)/59명중	34(42.0)/81명중	16(44.4)/36명중	74(42.0)/176명중		
	24(16.0)/150명중		34(22.7)/150명중	16(10.7)/150명중	74(16.4)/450명중			
오후	13:00 ~ 16:00	남	2(15.4)/13명중	3(12.5)/24명중	1(12.5)/8명중	6(13.3)/45명중	34.30	0.000
			2(4.4)/45명중	3(6.7)/45명중	1(2.2)/45명중	6(4.4)/135명중		
		여	15(32.6)/46명중	17(29.8)/57명중	8(28.6)/28명중	40(30.5)/131명중		
			15(14.3)/105명중	17(16.2)/105명중	8(7.6)/105명중	40(12.7)/315명중		
		계	17(28.8)/59명중	20(24.7)/81명중	9(25.0)/36명중	46(26.1)/176명중		
	17(11.3)/150명중		20(13.3)/150명중	9(6.0)/150명중	46(10.2)/450명중			
	16:00 ~ 19:00	남	2(15.4)/13명중	5(20.8)/24명중	1(12.5)/8명중	8(17.8)/45명중	0.520	0.771
			2(4.4)/45명중	5(11.1)/45명중	1(2.2)/45명중	8(5.9)/135명중		
		여	6(13.0)/46명중	8(14.0)/57명중	3(10.7)/28명중	17(13.0)/131명중		
			6(5.7)/105명중	8(7.6)/105명중	3(2.9)/105명중	17(5.4)/315명중		
		계	8(13.6)/59명중	13(16.0)/81명중	4(11.1)/36명중	25(14.2)/176명중		
	8(5.3)/150명중		13(8.7)/150명중	4(2.7)/150명중	25(5.6)/450명중			
	19:00 ~ 22:00	남	4(30.8)/13명중	6(25.0)/24명중	3(37.5)/8명중	13(28.9)/45명중	11.031	0.004
			4(8.9)/45명중	6(13.3)/45명중	3(6.7)/45명중	13(9.6)/135명중		
		여	6(13.0)/46명중	8(14.0)/57명중	4(14.3)/28명중	18(13.7)/131명중		
			6(5.7)/105명중	8(7.6)/105명중	4(3.8)/105명중	18(5.7)/315명중		
		계	10(16.9)/59명중	14(17.3)/81명중	7(19.4)/36명중	31(17.6)/176명중		
	10(6.7)/150명중		14(9.3)/150명중	7(4.7)/150명중	31(6.9)/450명중			
Sub Total	남	8(61.5)/13명중	14(58.3)/24명중	5(62.5)/8명중	27(60.0)/45명중			
		8(17.8)/45명중	14(31.1)/45명중	5(11.1)/45명중	27(20.0)/135명중			
	여	27(58.7)/46명중	33(57.9)/57명중	15(53.6)/28명중	75(57.2)/131명중			
		27(25.7)/105명중	33(31.4)/105명중	15(14.3)/105명중	75(23.8)/315명중			

Total	계	35(59.3)/59명중	47(58.0)/81명중	20(55.6)/36명중	102(58.0)/176명중		
		35(23.3)/150명중	47(31.3)/150명중	20(13.3)/150명중	102(22.7)/450명중		
	남	13(100.0)/13명중	24(100.0)/24명중	8(100.0)/8명중	45(100.0)/45명중		
		13(28.9)/45명중	24(53.3)/45명중	8(17.8)/45명중	45(33.3)/135명중		
	여	46(100.0)/46명중	57(100.0)/57명중	28(100.0)/28명중	131(100.0)/131명중		
		46(43.8)/105명중	57(54.3)/105명중	28(26.7)/105명중	131(41.6)/315명중		
	계	59(100.0)/59명중	81(100.0)/81명중	36(100.0)/36명중	176(100.0)/176명중		
		59(39.3)/150명중	81(54.0)/150명중	36(24.0)/150명중	176(39.1)/450명중		

* 중복 이용 포함

<표 3>은 주민들간의 친교적 커뮤니케이션 시간대이다. 주민들간의 커뮤니케이션 시간대에서 06:00~09:00대는 유의수준 5%범위의 유의확률 $0.869 > 0.025$, 09:00~12:00대 $0.723 > 0.025$ 으로 A, B 커뮤니티와 C커뮤니티간에 차이가 없다. 그러나 13:00~16:00대에서 $0.000 < 0.025$ 으로 A, B커뮤니티와 C커뮤니티간 차이가 있다. 16:00~19:00에서는 유의확률 $0.771 > 0.025$, 19:00~22:00에서 $0.004 > 0.025$ 으로 A, B커뮤니티와 C커뮤니티 간에 차이가 없다. 특정지역 공동체의 친교적 커뮤니케이션 시간대는 남자의 경우 오전시간대가 18명 13.3%, 오후 시간대가 27명 20%로 오후에 더 많이 하는 곳으로 나타났다. 여자의 경우 오전 시간대는 56명에 17.8%이며 오후 시간대는 75명에 23.8%로 남녀가 오후에 더 많이 친교적 커뮤니케이션을 하는 것으로 나타났다. 가장 많은 친교적 커뮤니케이션 시간대는 남자의 경우 오후 퇴근 후 저녁 19:00~22:00 시간대가 135명중 13명에 9.6%로 가장 많은 대화를 하는 시간이다. 여자의 경우는 오전 09:00~12:00시간대가 전체 315명중 32명으로 10.2%로 나타났다. 전체적으로 친교적 커뮤니케이션 조사 대상 450명중 176명(39.1%)이 공동체에서 대화로 커뮤니케이션하는 것으로 조사되었다. B커뮤니티 경우 오후시간에 스포츠존의 공론의 장을 활용한 대화를 가장 많이 하는 곳으로 나타났다. 특히 이때 친교적 커뮤니케이션을 하는 사람의 구성은 주로 전문직에 종사한 의사나 공무원, 교사들이 많은 것으로 조사되었다. 오후 시간대가 오전 시간대보다 대화시간이 많은 것은 주부로서 가장 한가한 시간이 오후인 것은 의미한다. 남자들도 퇴근을 이용하여 커뮤니티

내 스포츠존을 잘 이용하고 있기 때문으로 나타났다. 이들의 커뮤니티에서는 주부들이 오전이나 오후시간대를 별로 구애받지 않고 여유 있는 친교적 커뮤니케이션의 시간을 활용하고 있다. 하지만 이들 공동체 구성원들은 타 지역 커뮤니티 주민들과 다르게 커뮤니케이션하기를 꺼려한다. 참여관찰결과 이런 이유는 첫째, 커뮤니케이션 과정 중 재산노출로 자기들에 불이익을 가져오지 않을까하는 염려이고, 둘째는 이들의 커뮤니티에 살다하면 부자로 간주하기 때문에 모임에 기부나 접대를 바라는 직간접 조그마한 마음적 부담을 받고 있기 때문이다. 셋째는 각종모임에 왕따 당하지 않기 위해서이다. 실제 한 여행자 말에 의하면 “외국 단체 여행 시 소개 과정에서 강남 A커뮤니티에 살다고 하여” 여행 중 왕따를 시켰다는 것이다. 실제 B커뮤니티에서 참여관찰한 결과 자기 재산만큼은 상호간에 말하지 않으려는 경향이 있다는 것을 관찰하였다. 이들 공동체 구성원들은 소유 어느 정도 부(富)를 갖추고 있기 때문에 아침준비나 저녁준비, 그리고 가사의 노동을 파출부를 활용하고 있었다. B커뮤니티의 경우 449세대 중 약 85%인 382세대가 파출부를 활용하고 있었다.

다음 <표 4>는 구성원들의 커뮤니케이션은 사회 관계자본으로 간주된 친교적 커뮤니케이션 확장 여부 고찰이다. 따라서 <표 4>에 의하면 구성원들이 주로 많이 활용하는 친교적 커뮤니케이션 요일들을 조사하였다. 평일에서 유의확률 $0.698 > 0.025$ 으로 A, B커뮤니티와 C커뮤니티간에 차이 없다. 주말에서도 유의확률 $0.451 > 0.025$ 으로 A, B커뮤니티와 C커뮤니티간에 차이 없다. 그러나 전혀 대화를 하지

않는다 에서는 유의확률 $0.00 < 0.025$ 으로 A, B커뮤니티와 C커뮤니티간에 차이 있다. 전체적으로 평일은 전체 441명중 212명에 48.1%, 주말은 143명에 32.4%로 주말 보다 평일에 더 많은 친교적 커뮤니케이션 활동을 하는 것으로 나타났다. 이는 이들의 세 커뮤니티가 어느 커뮤니티 못지않게 주말은 가족과 함께 보내기를 원하고 있기 때문이라고 관찰되었다.

여자의 경우 평일은 140명에 31.7%이고, 주말은 85명에 19.3%로 평일이 주말보다 높게 나타는 현상은 주말을 보다 가족과 함께 보내기를 원하고 있는 것으로 설명될 수 있다. 그렇다면 이들이 보다 더 깊은 친교적 커뮤니케이션을 위해 어떤 요일(시기)을 선택하고 있는가에 대하여 다음<표 5>에서와 같이 분석하였다.

<표 4> 구성원들의 친교적 커뮤니케이션 요일

(평일 vs. 주말)선정 (N= 150(남 45, 여 105))

커뮤니케이션 요일		A 커뮤니티	B 커뮤니티	C 커뮤니티	빈도(%)	χ^2	p
평일	남	22(15.0)	27(18.6)	23(15.4)	72(16.3)	0.720	0.698
	여	47(32.0)	56(38.6)	37(24.8)	140(31.7)		
	Sub Total	69(47.0)	83(57.2)	60(40.3)	212(48.1)		
주말	남	19(12.9)	21(14.5)	18(12.1)	58(13.5)	1.590	0.451
	여	35(23.8)	23(15.9)	27(18.1)	85(19.3)		
	Sub Total	54(36.7)	44(30.4)	45(30.2)	143(32.4)		
평일-주말 총계		123(83.7)	127(87.6)	105(70.5)	355(80.5)		
전혀 대화를 하지 않는다		24(16.3)	18(12.4)	44(29.5)	86(19.5)		
Total		147(100.0)	145(100.0)	149(100.0)	441(100.0)		

<표 5> 구성원들의 사고모임을 가질 때 선호한 요일

N= 150(남 45, 여 105)

요일	A 커뮤니티	B 커뮤니티	C 커뮤니티	Total	χ^2	p
월	29(19.9)	32(21.5)	25(17.4)	86(19.6)	10.440	0.729
화	13(8.9)	16(10.7)	21(14.5)	50(11.4)		
수	21(14.4)	19(12.8)	16(11.1)	56(12.7)		
목	17(11.6)	13(8.7)	25(17.4)	55(12.5)		
금	25(17.1)	27(18.1)	23(16.0)	75(17.1)		
토	29(19.9)	26(17.4)	20(13.8)	75(17.1)		
일	8(5.5)	9(6.1)	8(5.6)	25(5.7)		
공휴일(국경일 등)	4(2.7)	7(4.7)	6(4.2)	17(3.9)		
Total	146(100.0)	149(100.0)	144(100.0)	439(100.0)		

<표 5> 사교모임을 갖는 요일(시기)은 유의확률 $0.729 > 0.025$ 으로 A, B커뮤니티와 C커뮤니티 간에 차이가 없다. 공동체 구성원들의 사교모임을 갖는 요일은 월요일이 전체 439명중에 86명에 19.6%로 가장 높았다. 그 다음이 금요일, 토요일이 17.1%로 높았다. 월요일이 사교 모임에 왜 높은가에 대해 각 공동체 7명을 관찰한 한 결과 월요일은 대부분 남편들이나 자녀들이 직장이나 학교수업으로 늦게 귀가하여 부담이 없기 때문에 가장 선호한 것으로 밝혀졌다. 상대적으로 공휴일이나 국경일은 3.9%로 가족과 함께하는 시간으로 사교 모임을 잘 갖지 않는 것으로 조사되었다

<가설1-4>, 커뮤니티별 친교적 커뮤니케이션의 주도권은 담론의 주제를 제안하는 구성원이 될 것이며, 주제별 환경이나 분위기를 잘 활용한 구성원이 주도권을 가지게 될 것이며, 주제 환경이나 분위기를 잘 활용한 구성원이 주도권을 가지게 될 것이라는 가설에 대한 참여관찰결과, 남녀공동참여나 유희성 참여에서는 남자가 커뮤니케이션 주도권을 가지고 있었으며, 공식적인 커뮤니티의 행사모임(반상회, 동대표모임 등)에서는 여성들이

커뮤니케이션의 주도권을 가지고 일정한 대화차례(turn-taking)의 행사모임 규칙을 유지하고 있음이 관찰되었다. 이는 민속방법론적 전략에 기초하여 공동체 주민들간의 권력에 대하여 직간접적으로 가름할 수 있는 대화차례의 규칙을 나름대로 인지할 수 있는 부분이다.

<가설2-1>, 커뮤니티별 커뮤니케이션이 이루어진 장소와 목적은 담론주제나 남녀에 따라 달라질 것이라는 것에 대하여 검증결과이다. 집단공동체의 구성원들의 삶의 공간에서 친교적 커뮤니케이션 목적, 즉 만나는 목적 <표 6>와 친교적 커뮤니케이션시 이슈화된 담론주제<표 7>, 그리고 친교적 커뮤니케이션이 이루어진 장소와 취향은 <표 8>에 대하여 다음과 같이 검증되었다.

<가설 2-2>, 주거 집단공동체 주거생활공간에서의 구성원들간 친교적 커뮤니케이션의 담론의 주제는 공동체가 안고 있는 현안 당면과제가정에 대한 자녀들의 장래문제, 부를 창출할 수 있는 경제문제가 주를 이룰 것에 대한 검증결과는 <표 6>, <표 7>와 <표 8>에서와 같다.

<표 6> 구성원들간 친교적 커뮤니케이션 목적

N = 150(남 45, 여 105)

커뮤니케이션 목적	A 커뮤니티	B 커뮤니티	C 커뮤니티	빈도(%)	χ^2	p
사교적 모임	26(18)	17(12)	12(8)	55(12.6)	26.378	0.049
취미모임(골프, 노래교실)	23(16)	20(14)	15(10)	58(13.3)		
정보교환(부동산, 자녀결혼·교육 등)	15(10)	23(16)	18(12)	56(12.9)		
동호회(등산, 여행)	15(10)	26(18)	20(14)	61(14.0)		
사업관계	12(8)	12(8)	15(10)	39(8.9)		
커뮤니티 활성화	15(10)	15(10)	26(18)	56(12.9)		
반상회	12(8)	17(12)	20(14)	49(11.2)		
종교참여	17(12)	9(6)	12(8)	38(8.7)		
기타	12(8)	3(4)	9(6)	24(5.5)		
Total	147(100.0)	142(100.0)	147(100.0)	436(100.0)		

구성원들의 친교적 커뮤니케이션 목적<표 6>에서 세 커뮤니티 간 양측검정 유의확률 $0.049 > 0.025$ 으로 차이가 없다. 친교적 커뮤니케이션의 목적은 커뮤니티 내 동호회(등산, 여행 등) 참여가 61명에 14%로 제일 높고, 그 다음이 취미모임(골프, 노래교실 등)이 58명에 13.3%, 사교적 모임·정보교환·커뮤니티활성화 등의 순이다. 이 중 친교적 커뮤니케이션의 정보교환은 부동산 투자, 자녀결혼 및 교육에 대하여 의논하고 모임을 갖는데 주로 여성들의 참여가 높았다. 그리고 친교적 커뮤니티 활성화를 위해 커뮤니티관리의 입주대표자 및 통반장들이나 커뮤니티 내 현안 문제들로 생활문화공간(공론의장)에서 모여 상호 토의하고 주민들의 의견들을 나누고 있었다. 하지만 커뮤니티 입주 초기단계는 커뮤니티의 활성화를 위해 자주 만나지만 어느 정도 시간이 경과되고 커뮤니티의 하자보수 등이 완료되면 그 모임의 횟수가 점점 줄었다. 종교참여 경우 가톨릭이 구성 요원들이 가장 활발한 친교적 커뮤니케이션 활동(예배, 경조사 등 참여도)이 가장 높게 나타났으며, 이들 간에 가장 심도 있는 친교적 커뮤니케이션이 이루어지고 있었다. 다음은 이들의 친교적 커뮤니케이션의 담론주제는 무엇들인가에 대하여 <표 7>과 같이 분석하였다.

<표 7>에서와 같이 커뮤니티 주민들이 모임 시 가장 이슈화된 담론에서 세 커뮤니티간 유의수준 5%범위 내에서 양측검정 유의확률 차이가 없다. 주로 나누는 담론주제는 가족이야기(자녀들 이야기 등)가 양측검정 유의확률 $0.781 > 0.025$, 재테크이야기 $0.965 > 0.025$, 최근국내외정세 $0.316 > 0.025$, 연예인 화제거리 $0.747 > 0.025$, 과거 그들의 생활이야기 $0.833 > 0.025$, 커뮤니티 이야기 $0.709 > 0.025$, 직장

이야기, 시댁이나 친정이야기, 기타 유의확률 $0.455 > 0.025$ 등으로 세 커뮤니티간에는 차가 없다. 그러나 남녀에 따라 담론주제는 다소 차이가 있었다. 남자의 경우에 가장 이슈화된 담론 주제는 커뮤니티에 관련된 이슈화가 30명에 23.1%로 가장 높다. 그 다음이 재테크에 관련된 이야기가 20명에 15.4%이다. 여자들의 경우에 있어서 가족에 대한 이야기가 81명에 26.7%로 가장 높았다. 가족 이야기의 주로 나누는 담론주제는 자녀들의 교육문제와 결혼관 등이었다. 그 다음에 재테크 이야기가 63명에 20.7%, 커뮤니티 이야기가 52명에 17.1% 순이었다. 특히 남자의 경우에 있어서 커뮤니티에 관련된 이슈화된 담론이 커뮤니티내의 편의시설, 직원들의 매너(친절도 등), 커뮤니티의 관리문제와 입주자대표들과 통반장들의 업무, 부녀회 등 각종 커뮤니티 내 동호회에 대한 이야기들이 대부분이다. 이들 공동체들이 커뮤니티에 대한 관심이 높은 사유에 대하여 관찰한 결과 공동체 커뮤니티의 가격에 대한 경제자본에 따른 관심이 높기 때문이었다. 따라서 이들 공동체들에서는 커뮤니티내 편의시설 등 설립관련 전반적인 내용과 소요예산에 대한 동의를 얻기가 쉬웠다는 것도 관찰되었다. 이는 공동체의 구성원들이 커뮤니티의 높은 재산 가치에 따른 행복지수가 높아져 모든 매사를 적극적이고 긍정적인 세계관을 가지고 있기 때문으로 관찰되었다. 특이한 점은 세 커뮤니티 모두 재테크와 그와 관련된 정치에 대한 담론주제들이 타 지역보다 관심이 높았다. 다음은 이들의 친교적 커뮤니케이션을 하고 있는 장소와 이들의 취향에 대하여 다음<표 8>과 같이 분석하였다.

〈표 7〉 구성원들의 친교적 커뮤니케이션 시 이슈화된 담론주제

N = 150(남 45, 여 105)

주요 화제거리		A 커뮤니티	B 커뮤니티	C 커뮤니티	빈도(%)	χ^2	p
가족이야기	남	3(6.7)	6(13.3)	3(6.7)	12(9.2)	0.494	0.781
	여	26(25.7)	32(31.4)	23(22.9)	81(26.7)		
	계	29(20.6)	38(26.0)	26(17.7)	93(21.4)		
채택크이야기	남	6(13.3)	8(20.0)	6(13.3)	20(15.4)	0.071	0.965
	여	20(20.0)	26(25.7)	17(17.2)	63(20.7)		
	계	26(18.4)	34(23.3)	23(15.6)	83(19.1)		
최근 국내외 정세	남	9(20.0)	6(13.3)	3(6.7)	18(13.8)	2.306	0.316
	여	7(8.6)	6(5.7)	8(5.7)	21(6.9)		
	계	16(11.3)	12(8.2)	11(7.5)	39(9.0)		
연예인 화제거리	남	3(6.7)	3(6.7)	3(6.7)	9(6.9)	0.583	0.747
	여	3(2.9)	3(2.9)	6(5.7)	12(3.9)		
	계	6(4.3)	6(4.1)	9(6.2)	21(4.8)		
과거이야기	남	6(13.3)	3(6.7)	8(20.0)	17(13.1)	0.366	0.833
	여	7(8.6)	6(5.7)	12(11.4)	25(8.2)		
	계	13(9.2)	9(6.2)	20(13.6)	42(9.7)		
커뮤니티 이야기	남	8(20.0)	8(20.0)	14(33.2)	30(23.1)	0.688	0.709
	여	14(14.2)	18(17.1)	20(20.0)	52(17.1)		
	계	22(15.6)	26(17.8)	34(23.1)	82(18.9)		
직장 이야기	남	3(6.7)	3(6.7)	3(6.7)	9(6.9)	-	-
	여	-	-	-	-		
	계	3(2.1)	3(2.1)	3(2.0)	9(2.1)		
시댁·친정 이야기	남	-	-	-	-	-	-
	여	3(2.9)	3(2.9)	6(5.7)	12(3.9)		
	계	3(2.1)	3(2.1)	6(4.1)	12(2.8)		
기타	남	6(13.3)	6(13.3)	3(6.7)	15(11.6)	1.577	0.455
	여	17(17.1)	9(8.6)	12(11.4)	38(12.6)		
	계	23(16.4)	15(10.2)	15(10.2)	53(12.2)		
Total	남	44(100.0)	43(100.0)	43(100.0)	130(100.0)		
	여	97(100.0)	103(100.0)	104(100.0)	304(100.0)		
	계	141(100.0)	146(100.0)	147(100.0)	434(100.0)		

〈표 8〉 친교적 커뮤니케이션이 주로 이뤄지는 장소와 취향

N = 150(남 45, 여 105)

커뮤니케이션 장(場)	A 커뮤니티	B 커뮤니티	C 커뮤니티	빈도(%)	χ^2	p
헬스	9(6.1)	10(6.7)	-	19(4.3)	48.247	0.054
반상회 모임	14(9.5)	18(12.1)	7(4.7)	39(8.8)		
종교 활동	12(8.1)	13(8.7)	9(6.1)	34(7.6)		
골프	10(6.8)	12(8.1)	8(5.3)	30(6.7)		
사교모임	9(6.1)	10(6.7)	9(6.1)	28(6.3)		
노래교실	4(2.7)	5(3.4)	10(6.8)	19(4.3)		

꽃기르기 등 데코레이션	5(2.0)	2(1.3)	2(1.4)	9(2.0)
산책	11(7.3)	13(8.7)	15(10.1)	39(8.8)
영화감상	6(4.1)	5(3.4)	18(12.2)	29(6.5)
친한사람과 식사하기	12(8.1)	9(6.0)	6(4.1)	27(6.1)
친구와 차 마시기	10(6.8)	7(4.8)	7(4.7)	24(5.4)
사우나, 찜질방	8(5.4)	6(4.0)	10(6.8)	24(5.4)
쇼핑	7(4.7)	6(4.0)	16(10.8)	29(6.5)
여행	13(8.8)	14(9.4)	10(6.8)	37(8.3)
등산	11(7.4)	12(8.1)	14(9.4)	37(8.3)
기체조	-	2(1.3)	-	2(0.4)
테니스 및 조깅 등	4(2.7)	3(2.0)	4(2.7)	11(2.5)
기타	3(2.0)	2(1.3)	3(2.0)	8(1.8)
Total	148(100.0)	149(100.0)	148(100.0)	445(100.0)

다음<표 8>는 친교적 커뮤니케이션이 이뤄진 장소와 취향에 대한 고찰이다. 세 커뮤니티간 친교적 커뮤니케이션이 주로 이뤄지는 장소의 선택에 있어서 유의확률 $0.054 > 0.025$ 으로 차이가 없다. 세 커뮤니티내 스포츠 존 및 헬스장, 모임, 골프 및 등산, 취미생활 등 상호작용을 통해서 객관적으로 성립하는 상응관계를 맺어준 친교적 커뮤니케이션 공론의 장으로 활용하고 있었다. 주로 남자들은 아침시간대와 저녁 시간대에 많은 대화의 시간을 갖는 반면 여성들은 반상회나 골프모임, 노래교실, 단지 내 찻집 등 취미생활과 사교 모임시 많은 친교적 커뮤니케이션을 하고 있었다. 이들은 여가 활동 및 취미활동을 통하여 소통 즉, 커뮤니케이션 장의 양상에서 가장 많은 대화유목은 반상회, 산책이 각 39명에 8.8%를 차지하고 있다. 그 다음이 여행과 등산을 통하여 각 37명에 8.3%이다. 하지만 반상회 때는 공동체로서 커뮤니티의 소식이나 정부 정책이나 공동체 구성원들이 알아야할 공지사항 등을 알림이 일반적이었다. B커뮤니티의 경우 친교적 커뮤니케이션이 반상회시 참여율이 대단히 높다는 것이 특이하다. 그러나 2003년 입주 당시 보다는 해를 거듭할수록 주민들의 참여율이 점점 떨어지고 있어 이에 대한 친교적 커뮤니케이션 활동도 줄어들고 있다는 것이

관찰되었다. 또한 공동체 구성원들의 참여율이 반상회 뿐만 아니라 여타 다른 활동도 그 참여율이 점점 낮아지고 있다는 것이다. 이는 커뮤니티의 입주 초기에는 상호간 친교적 커뮤니케이션으로 무엇인가 많은 정보를 획득하려는 공동체 구성원들의 기대심리에서 그 참여율이 높았다는 것이다. 하지만 공동체 생활을 하면서 상호간 모임을 결성 한 후에는 반상회 같은 공식적인 모임에서 더 많은 정보와 정보의 가치로서 주요한 정보를 얻을 수 없다는 판단을 함으로서 그 참여율이 점점 낮아지고 있다는 관찰이다. 그리고 그룹별, 기능별 취미적 모임, 여행 및 등산 종교 활동 등을 통하여 더 가치 있는 정보를 상호 교환하고 있으며 이들도 상호 그런 인식을 하고 있다는 것이 공통된 생각이다. 공동체의 주민들의 주 커뮤니케이션 시간대는 남녀에 따라 좀 다르게 나타나고 있다. 특히 상호 마음을 열고 가장 심화된 친교적 커뮤니케이션에 대하여 24명(각 8명)에게 관찰한 결과 종교 활동은 9명에 7.5%, 여행은 7명에 29.2%, 골프는 5명에 20.8%, 등산이 3명에 12.5%의 순으로 응답하였다.

다음은 공동체 구성원이 공동체 구성원들의 상호 친교적 커뮤니케이션을 필요로 하는 참여정도에 대하여 다음<표 9>과 같이 분석하였다.

<표 9> 공동체 구성원들의 상호 친교적 커뮤니케이션을 필요로 하는 참여정도

(N= 150(남 45, 여 105))

형태	A 커뮤니티	B 커뮤니티	C 커뮤니티	평균	비교	χ^2	P
반상회 참여도	119(82.1)	134(91.8)	105(72.9)	119(82.3)	신뢰도 100기준	0.442	0.979
문화행사참여도 등	100(69.0)	121(82.9)	96(66.7)	106(72.9)	"		
커뮤니티의 쟁점사항 참여도	112(77.2)	121(82.9)	99(68.8)	111(76.5)	"		
평균	110(75.9)/145 명중	125(85.6) 146명중	100(69.5)/ 144명중	112(77.2)/ 145명중	"		

공동체 구성원들이 상호 친교적 커뮤니케이션을 필요로 하는 인식의 참여정도<표 9>의 유의수준 5%범위내의 유의확률 0.979>0.025으로 A, B커뮤니티와 C커뮤니티 간에 차이가 없었다. 공동체 구성원들이 상호 친교적 커뮤니케이션 필요로 하는 인식의 정도에서 반상회 참여도가 119명에 82.3%로 가장 높았다. 커뮤니티의 쟁점사항 논의 참여도가 111명에 76.5%, 문화행사참여도 등이 106명에 72.9%순이다. 평균적으로 공동체 구성원들의 상호 친교적 커뮤니케이션의 필요정도는 전체 112명에 77.2%로 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

5. 논의 및 결론

특정집단의 공동체 구성원들이 삶의 공간(사회구조)에서 상호작용하고 공유하면서 개인적인 실천의 생활양식에서 이들의 친교적 커뮤니케이션 형태를 분석하였다. 따라서 본 연구는 한국적 공동체 구성원들간의 대화 연령층, 대화시간, 담론주제 및 장소, 여가 및 취미활동 등 생활방식을 살펴봄으로서 이들의 정체성과 세계관을 엿볼 수 있는 소위 특정집단의 하위문화연구에 기여할 수 있을 것이다.

<연구문제 1>논의 및 결론

친교적 커뮤니케이션 형태에서 대화차례

(turn-taking)의 연령대를 분석한 결과 또래문화(peer culture), 즉 하위문화(subculture)는 사회대인관계의 커뮤니케이션 확장을 볼 수 있는 문화요인이다. 커뮤니티내에서 가장 활발한 커뮤니케이션 활동 연령대는 51~60대가 33.5%로 가장 높게 나타난다. 이는 사회의 인간관계를 중시하는 한국의 특이한 문화권의 한 면을 고찰할 수 있는 것이다. 또한 이들의 커뮤니케이션의 소재로 가족이야기, 재테크 이야기, 커뮤니티에 관한 담론들이다. 이 역시 집단문화의 대화식을 찾을 수 부분이다. 그리고 특이한 점은 세 커뮤니티 경우 재산적 가치가 높은 커뮤니티 즉, 집단일수록 대인간 커뮤니케이션이 높은 것으로 나타났다. B 커뮤니티, A커뮤니티, C커뮤니티 순이다. 이는 물론 커뮤니티의 구조상(편의 시설 등) 친교적 커뮤니케이션을 할 수 있는 공론의 장(場)이 잘 마련됨에도 기인되고 있지만 이들 스스로 친교적 커뮤니케이션을 더 필요로 하고 있었기 때문이다. 이를 통하여 대인관계, 정보획득, 취미활동을 상호 필요로 하기 때문인 것이다.

특히 친교적 커뮤니케이션시 30대 이하는 같은 또래(30대 이하)와 대화를 한다가 38.9%로 높았다. 그 다음으로 60대 이상 연령대는 60대 이상과 대화한다가 36.8%로 높다. 이는 같은 집단에서 이성교제 찾기 위한 대학생 동회 결성 등은 상호인식(interconnaissance)과 상호인정

(inter-reconnaissance)으로부터 제도화된 지속적인 관계망의 '인맥'이 확보가 활발히 전개되고 있다는 것으로 기인된다. 이와 같은 현상이 바로 베블린효과(Veblen Effect)인 '증명용'인 커뮤니티케이션 확장인 것이다[17]. 또한 커뮤니티케이션의 공론의 장(場)의 역할이 크다는 점을 찾아 볼 수 있다. 즉, 세 커뮤니티 마다 공론의 장, 즉 노인정, 스포츠존, 어린이집, 실내골프장, 독서실, 다목적실, 바둑교실, 취미활동공간, 구내다과점 등이 설치되어 있어 어느 지역보다 주민들간 친교적 커뮤니티케이션 활동의 기회가 활발하였다. 그리고 60대 이상이 30대 이하가 30대~40대 보다 친교적 커뮤니티케이션 시간이 많은 이유는 손자(여)를 돌보면서 이들의 또래들과 대화의 시간을 많이 갖기 때문이다. 커뮤니티케이션 공론의 장(場)에서 상호작용을 통해서 객관적으로 성립하는 상용관계를 맺어준 친교적 커뮤니티케이션 활동이 활발하다. 친교적 커뮤니티케이션 시간대에서 남자들은 주로 아침시간대와 저녁 시간대에 많은 대화의 시간을 갖는 반면 여성들은 반상회나 골프모임, 노래교실, 단지 내 찻집 등 취미생활과 사교모임으로 친교적 커뮤니티케이션 활동하고 있다. 민속방법론적 사고에 입각하여 공동체의 주민들간 대화분석에서 공식적인 모임(반상회, 동대표모임 등)커뮤니케이션 주도권은 주로 여성들이 가지고 있으며, 유희성 모임에는 남성들이 대화의 주도권을 가가지고 있다는 것이 이번 연구에서 밝혀졌다. 즉, 화자와 청자의 역할 바뀜으로 일정한 대화차레(turn-taking)의 규칙에 의거한 것이다. 민속방법론적 전략에 기초하여 공동체 주민들간의 권력에 대하여 직간접적으로 가늠할 수 있는 대화차레의 규칙을 나름대로 인지할 수 있는 연구결과이다.

여가 활동 및 취미활동을 통하여 소통 즉, 친교적 커뮤니티케이션 공론의 장(場)의 양상에서 가장 많은 대화 유목은 반상회, 산책이 8.8%를 차지하고 있다. 이들의 취향(아비투스)은 Kant(1964)가 말하듯 '차별화'하고 '평가'하는 획득된 성향으로 해석할 수 있다[13]. 바꾸어 말하면 취향은 '차별화과정'을 통해 차이를 만들어 내

고 이러한 차이를 두드러지게 만드는 획득된 성향이다. 취향은 사물을 명확하고 구별적인 기호(記號)로 변화시키고, 연속적인 분배를 불연속적인 대립으로 변화시키는 실천의 작동인 것이다. 취향은 신체의 물리적 질서안에 각인된 차이를 표상적 구별의 상징적 질서로 끌어올린다[7]. 따라서 세 커뮤니티마다 취향적 동호회 구성으로 각기의 이질적인 문화를 만들어 가고 있다.

<연구문제 2>논의 및 결론

공동체 구성원들 간의 커뮤니티케이션 시간대, 커뮤니티케이션 목적(만나는 목적), 모임 시 가장 이슈화된 대화, 모임시 가장 많이 담론의 소재거리, 구성원의 상호 친교적 커뮤니티케이션의 필요성 인식에 대한 생활방식의 고찰은 이들의 정체성을 가름할 수 있는 부분이다.

이들 공동체 구성원들은 타 지역 커뮤니티 주민들과 커뮤니티케이션하기를 꺼려한다는 사실도 관찰 결과 밝혀졌다. 이런 이유는 커뮤니티케이션 과정 중 자기들의 재산노출 꺼려하기 때문이고, 부자 커뮤니티에서 살고 있다는 이유로 그들의 각종 모임에서 직간접적으로 경제적 부담을 안겨 준다는 것이다. 또한 소위 부유한 커뮤니티에서 살고 있다는 사실이 밝혀지면 왕따 시킨다는 것이다. 바로 이런 점이 특정집단의 이질적인 사회생활상을 만들고 있다는 것이다.

구성원들간 커뮤니티케이션 목적(만나는 목적)은 커뮤니티 내 동호회(등산, 여행 등)가 14%로 제일 높고, 그 다음이 취미모임(골프, 노래교실 등)이 13.3%, 사교적 모임·정보교환·커뮤니티활성화 등의 순이다. 이 중 정보교환은 부동산 투자, 자녀결혼 및 교육에 대한 논의, 커뮤니티 활성화, 종교참여 경우 가톨릭이 구성 요원들이 가장 활발한 활동하고 있었다. 커뮤니티에서 이들의 경조사와 자녀결혼, 진학 등은 이들의 담론 소재거리다. 구성원들의 모임시 가장 이슈화된 담론은 남녀 간 차이가 좀 있다. 즉, 남자의 경우 커뮤니티에 관련된 이슈화가 23.1%로 가장 높다. 그다음이 재테크에 관련된 이야기 15.4%이다. 여자들의 경우 가족에 대한 이야기가 26.7%로 가장 높고,

그다음에 재테크 이야기가 20.7%, 커뮤니티 이야기가 17.1%순이다. 특히 남자의 경우 커뮤니티에 관련된 주된 이슈화는 커뮤니티 내 편의시설, 직원들의 매너(친절도 등), 커뮤니티의 관리문제와 입주자대표들과 통반장들의 업무, 부녀회 등 각종 커뮤니티내 동호회에 대한 이야기들이다. 이들 공동체들이 커뮤니티에 대한 관심이 높은 사유는 커뮤니티의 가격에 대한 경제자본에 따른 관심이 높기 때문이다. 반면 공동체에서 어떤 안전에 대하여 동의를 얻기가 쉬었다. 이는 아파트의 높은 재산 가치에 따른 행복지수가 높아져 모든 매사를 적극적으로 긍정적인 세계관을 가지고 있기 때문으로 판단된다. 이슈화된 정치에 대한 관심도는 재산증식과 그들의 사업에 관련된 정치이슈에 가장 민감한 반응으로 15.2%를 차지하였다. 그다음으로 나라발전 걱정 11.6%이다. 부유층들은 많은 변화를 원하지 않듯이 이 세 곳의 커뮤니티에도 나라가 안정되는 것이 자기들에게 이익이 된 것으로 변화를 싫어했다. 구성원들의 사고모임을 가질 때 선호한 요일은 월요일이 19.6%로 가장 높다. 이는 월요일은 대부분 남편들이나 자녀들이 직장이나 학교수업으로 늦게 귀가하여 부담이 없기 때문에 가장 선호한 것으로 밝혀졌다. 구성원들이 상호 의사소통의 필요성 인식정도는 주민들이 상호 커뮤니케이션 확장의 필요성 인식정도는 반상회가 82.3%로 가장 높았다. 문화행사 참여도 등이 72.9%, 커뮤니티의 쟁점사항 참여도 76.5%순이다. 평균적으로 주민들의 상호 커뮤니케이션의 필요성은 77.2%로 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

이들은 자기들만의 소유하는 소위 끼리 문화를 구성하여 각종 정보를 공유(shared)하고 있다. 대개 이런 정보들은 주택거래, 주택매매, 땅이나 상가, 이사정보 등 상호교환하고 있다. 이런 사회문화현상은 사회에서 통합(integrated)과 공유(shared), 그리고 학습(learned)된 재현(再現, cultural representations)이라고 할 수 있다.

특히 커뮤니티 구성원들과 함께 한지를 관찰한 결과 같은 커뮤니티내 사람들과 어울려 정보(재테크 정보, 자녀 결혼정보, 출세정보, 사업정보 등)를 얻기 위해서이다. 즉 잘 사는 사람들과 어울리는 것은 자신의 정체성확립과 티내기(distinction), 남들과 같이 하고 싶은

욕망(veblen effect)에서 오는 것으로 해석될 수 있다. 이들의 구성원들은 일반 거주 지역에서 공동체와 잘 어울리지 않았다. 이는 커뮤니케이션 확장 상대가 자기보다 우월하다고 생각하여 이들과 같이 어울려, 정보등을 얻기 위해 이런 부류의 사람들을 의식적으로 선호한다. 특히 A커뮤니티 같은 경우 반상회시 참여율이 높을 뿐만 아니라 부부가 같이 참여하는 경우가 관찰되었다. 문화생활은 경제자본과 문화자본 그리고 학력자본이 총체로서 이루어진 커뮤니케이션 확장의 종합문화요인이다. 영화감상이나 여행, 골프 등으로 공동체 구성원들과 친교적 커뮤니케이션을 많이 하고 있었다. 이들의 친교적 사고 모임 횟수는 월 1~2회가 61.0%로 가장 많았다. 사고모임 장소는 시내식당을 이용한다가 33.3%로 가장 많이 이용한다. 결론적으로 이들의 세 커뮤니티의 주민들의 친교적 커뮤니케이션 활동이 높다는 것은 커뮤니티내 편의 문화시설이 잘 갖추어져 커뮤니케이션 공론의 장(場)이 확장되기 때문이다. 이는 국가경제가 향상되어 주민들의 삶에 질이 높아지고 이와 함께 주민 생활문화공간도 개선되고 있는데 있다. 결국 경제적 자본에서 생활문화자본도 함께 옮겨가는 상징자본으로 발전되고 있다는 증거이다.

본 연구논문의 한계점은 참여관찰로 인하여 우리사회가 안고 있는 공동체 대한 적나라한 커뮤니케이션문제점은 나열 했지만, 객관적이 검증울 제시 못한 점은 본 연구의 한계점이라 하겠다. 또한 세 커뮤니티 공동체와 타 공동체와 비교연구하지 못한 점은 후발 연구자의 몫이다.

참 고 문 헌

- [1] 김창남(2010). 대중문화의 이해, 한울, 2010.
- [2] 대교방송 교재(200). 사회조사분석사, 박문각.
- [3] 박명진(1989). 비평가커뮤니케이션과 문화이론. 나남출판사.
- [4] Accard, A, et P. Corcuff(1986). La Sociologie de Bourdieu, Editions Le Mascaret, Bordeaux.

- [5] Andrew Edgar & Peter Sedgwick(1999). *key Concepts in Cultural Theory*, c/o Routledge Limited, UK(《문화이론 사전》, 박명진 외 옮김, 한라래, 2003).
- [6] Billig, M.(1982). *Ideology and Social Psychology*, Oxford, Basil Blackwell.
- [7] Bourdieu, P.(1984). *Distinction : A Social Critique of the Judgment of Taste*, Cambridge : Harvard University Press(《구별짓기: 문화와 사회의 취향 사회학》, 최종철 옮김, 새물결, 1996).
- [8] Goffman,E.(1967).*Interaction Ritual*, Harmondsworth, Penguin.
- [9] Haberma, J.(1984). *The theory of communication action : Vol.1. Reason and the rationalization of society*. Boston : Beacon Press.
- [10] Haberma, J.(1987). *The theory of communication action : Vol.2. Lifeworld and system : A critique of functionalist reason*. Boston : Beacon Press.
- [11] Jakobson, R.(1960). *Concluding statement :Linguistics and poetics in Sesbeok, T.(ed) Style in Language*, Cambridge, Mass., MIT Press.
- [12] Johns Storey(1993). *An Introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*.
- [13] Kant. I,(1964). *Anbropologie du point de vue pragmatique*, trad., Foucault. M.,Paris, Vrin.
- [14] L.S. Harms(1973).*Intercultural Communication*, Harper & Row Publishers N.Y.
- [15] McCroskey, J.C. and Wheelless, L.R(1976). *Introduction to Human Communication*, Newton, Allyn & Bacon.
- [16] Stuart Hall(1997). *Representation Cultural Representations and Signifying Practices*, SAGE Publications.
- [17] Tajfel, H. and Fraser, C (eds) (1987) *Introducing Social Psychology*, Harmondsworth, Penguin.
- [18] Thorstein Veblen(1899). *Theory of Leisure Class*, (《유한계급론》, 김성균 옮김, 우물이 있는 집, 2005).

한국적 집단공동체 주거생활공간에서의 친교적 커뮤니케이션 활동고찰

김만기†

요 약

이 연구는 한국적 공동체 주거공간 커뮤니티에서 주민들간의 사회적 관계를 유지하고 강화하는데 목적을 둔 친교적 커뮤니케이션(phatic communication)활동에 대한 고찰이다. 친교적 커뮤니케이션은 주거공간에서 각종 행사나 모임 취미 등 활동에 주민들이 참여하여 그들의 취향과 기대, 경험의 공통성을 표현하고 공유하면서 공동체를 하나로 묶는 친교적 활동이다. 이런 친교적 활동에서 이루어진 커뮤니케이션의 연령층과 성별, 커뮤니케이션의 주도권, 커뮤니케이션의 시간과 장소선정, 커뮤니케이션의 담론주제와 만나는 목적, 그리고 친교적 커뮤니케이션 참여정도 등을 살펴볼 수 있다. 본 연구의 조사 방법은 1차적으로 그들의 민속생활상에 한구성원으로 참여하여 참여관찰과 심층인터뷰를 실시하였다. 이를 더 객관적으로 증명하기 위해 2차적으로 3개 커뮤니티의 주민들 각 150명을 임의할당표본추출하여 설문지에 의한 조사로 자료의 신뢰성을 높였다. 또한 이질적인 이들의 집단에 대하여 그 차이를 검증하기 위해 카이제곱-검증(χ^2 ; chi-square test)을 실시하였다. 따라서 본 연구는 고맥락 문화권을 지닌 한국적 집단공동체 주거생활공간에서 커뮤니케이션을 바탕으로 한 주민들간의 의미공유, 상호작용, 메시지전달 등 수단으로 공동체를 하나로 묶어주는 한국적 민속생활방식(a way of life)을 연구함으로써 문화연구(cultural studies)에 큰 발전을 가져올 것이다.

주제어 : 집단공동체, 친교적 커뮤니케이션, 민속생활방식.



김 만 기

한국의국어대학교 영어과(학사)
한국의국어대학교 신문방송학과(석사)
한국의국어대학교 신문방송학과(박사)
서울시농수산물공사 홍보실장
한국커뮤니케이션학회 부회장
한국방송통신학회 부회장

한국미디어콘텐츠학술연합 사무총장

한국방송비평회 총무이사, 한국PR학회 홍보이사

남서울대학교 광고홍보학과 교수

e-mail : kapr@hanmail.net

관심분야 : 이미지광고홍보, 광고홍보기획서, TV토론과
미디어트레이닝, 정치광고론, 대중문화