

# The Effects of Physical and Social Servicescape on Place Attachment and Sense of Community in Public Supported Private Rental Housing Community Spaces : Focusing on the Mediating Effects of Emotional Response

Jungim Yu<sup>1</sup>, Younjoon Lee<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Visual Communication Design, School of Design, Student, Graduate School of Hongik University, Seoul, Korea

<sup>2</sup>Visual Communication Design, School of Design, Professor, Graduate School of Hongik University, Seoul, Korea

---

## Abstract

**Background** Currently, there is a shift happening in South Korea, from ownership-based asset value to residence-based living value with regard to people's perception of residence. Responding to this change of residence perception and promoting the residence stability of the middle class, the government has pushed forward a policy of public supported private rental housing. For the policy, construction companies have provided a variety of residence services along with community spaces for a differentiated living environment. However, it has been pointed out that their supply has remained at a nominal level. Community spaces have gained more importance in recent years as a place to form a sense of community and to increase people's quality of life. This study analyzes the factors influencing a sense of community and proposes what should be considered to increase a sense of community in the design of a living environment.

**Methods** A total of 186 questionnaires were collected from the residents of Happiness Village Purgio of Dongtan, a public supported private rental housing complex. The collected data was then analyzed empirically. The study compared the effects of the independent variables of physical servicescape (convenience, comfort, and aesthetics) and social servicescape (residents' similarities, residents' proper behavior, and staff members' services) in shared, leisure, and interaction spaces to dependent variables of place attachment (place identity, place dependence, and social attachment) and sense of community (feelings of sufficiency, sense of solidarity, sense of belonging & awareness of mutual influence, and emotional intimacy). The study also analyzed the mediating effects of emotional responses (positive and negative).

**Results** First, place dependence, a subordinate factor of place attachment, had less impact on a sense of community than place identity and social attachment. Second, physical servicescape had no direct impact on place attachment and had an indirect impact on place attachment via emotional responses. Third, residents' similarities and staff members' services in terms of social servicescape had a direct effect on place attachment, with some differences according to different places. Fourth, place attachment was found to influence a sense of community. Social attachment had the greatest influence on a sense of community rather than place identity or place dependence, which are subordinate factors of place attachment. Fifth, emotional responses had mediating effects between the physical and social servicescape of community spaces and place attachment.

**Conclusions** Residents considered community spaces as places to bond with other residents. They also valued friendships between and among residents, and relationships with staff members, thereby improving their overall experience of living. Therefore, if the planning stage organizes motivational elements correctly to increase social attachment and to form a sense of community based on sharing, mutual consideration, and cooperation, it will help to increase the participation and experiential value of residents. Accordingly, the planning stage should consider a space with the aim of creating positive emotions for the design of a living service environment to increase a sense of community. In addition, it is imperative to secure the proper quality of a physical environment as well as the professionalism and attitude of human services in social and cultural aspects. At the same time, there is a need for a continuous relationship with residents.

**Keywords** Public Supported Private Rental Housing, Community Spaces, Physical Servicescape, Social Servicescape, Emotional Response, Place Attachment, Sense of Community

---

This paper was written based on the Master Dissertation Thesis in 2022.

\*Corresponding author: Younjoon Lee (younjoonlee@gmail.com)

*Citation:* Yu, J., & Lee, Y. (2022). The Effects of Physical and Social Servicescape on Place Attachment and Sense of Community in Public Supported Private Rental Housing Community Spaces : Focusing on the Mediating Effects of Emotional Response. *Archives of Design Research*, 35(3), 249-271.

<http://dx.doi.org/10.15187/adr.2022.08.35.3.249>

**Received :** Feb. 22. 2022

**Reviewed :** May. 15.

2022 ; **Accepted :** May.

15. 2022

**pISSN** 1226-8046

**eISSN** 2288-2987

**Copyright :** This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted educational and non-commercial use, provided the original work is properly cited.

---

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경 및 목적

중산층의 주거 안정을 위해 2015년부터 시행된 ‘기업형 민간임대주택, 뉴스테이(Newstay)’ 정책은 2018년부터 ‘공공지원 민간임대주택’ 정책으로 개편되어 새롭게 중산층 임대주택 사업의 역할을 수행하고 있다(국토교통부, 2018). ‘공공지원 민간임대주택’ 정책은 주거에 대한 인식 전환을 기반으로 하고 있다. 즉, 주택에 대해 ‘소유 중심의 자산 가치’에서 ‘주거 중심의 거주 가치’ 개념으로 전환함과 함께, 임대료 급등으로 인한 주거 불안 해결을 핵심 목표로 하고 있다(국토교통부, 2015). 이와 동시에, 공공지원 민간임대주택은 중산층에 수준 높은 주거 서비스를 제공하며, 주민들이 커뮤니티 공간에서 더욱 원활한 상호 관계를 맺을 수 있도록 주거 환경을 디자인하고 있다. 커뮤니티 공간은 공동체의식을 형성하고 삶의 질을 높이기 위한 장소로서 중요성이 커지고 있다.

공공지원 민간임대주택의 커뮤니티 공간은 거주자 간의 공동체의식 형성에 중요한 역할을 할 수 있으며, 공동체의식 형성은 삶의 질을 결정하는 주요인으로 작용하게 된다(Glynn, 1981). 공공지원 민간임대주택은 아파트 형태로 디자인되며 아파트의 특성상 거주자 간의 교류가 단절될 가능성이 높다. 교류의 단절은 공동체의식 형성에 장애 요인으로 작용하기 때문에, 아파트 거주자의 삶의 질 향상을 위해서는 커뮤니티 참여와 커뮤니티 활성화를 통한 공동체의식 함양이 필요하다. 그러나 공공지원 민간임대주택의 커뮤니티 공간과 주거 서비스가 형식적인 공급에 그치고 있다는 지적이 제기되고 있다(김영철, 2020). 따라서 입차인들의 안정적인 주거 환경 조성을 위해 공공지원 민간임대주택 주거 서비스 환경에서 입주자 참여 및 공동체 활동을 지원하는 각종 커뮤니티 공간 및 활동에 대한 지원을 살펴볼 필요성이 있다.

아파트 커뮤니티는 공간적 장소인 주거단지를 주민들이 공유하며, 지속적인 접촉과 공동생활 참여가 이루어짐으로써 공동체의식과 주거지에 대한 애착심을 형성해가는 사회집단이다(박광재 외 2001). 아파트 거주자의 주거지에 대한 귀속감과 연대감을 높이기 위해서는 커뮤니티 활동을 통한 장소애착 형성이 매우 중요하다(최열, 임하경, 2005). 이와 같이, 공공의 공간은 장소적 측면에서 공동체의식을 이해하는 데 매우 핵심적인 요소로 작용한다(Talen, 1999).

아파트 커뮤니티 공간은 일종의 서비스스케이프(servicescape)의 특성을 갖고 있다. 서비스가 고객에게 전달될 때 고객을 둘러싸고 있는 물리적 환경을 서비스스케이프(Bitner, 1992)라 하며, 서비스스케이프에서는 서비스와 고객 간의 상호작용이 이루어진다(Baker, 1986). 아파트 거주자를 고객으로 간주한다면 아파트 커뮤니티 공간에서는 거주자와 다른 거주자, 그리고 직원과 거주자 간에 서비스와 고객의 상호작용이 나타난다고 볼 수 있다. 즉, 아파트 커뮤니티 공간은 사회적 서비스스케이프로서 중요한 환경요소를 구성하는 것이다. 특히, 사회적 환경 안에서 물리적인 속성과 다른 사람을 포함한 사건을 경험할 때 감정 반응을 유발하고(최성범, 2010), 고객의 행동에 큰 영향을 미치기 때문에(Donovan & Rossiter, 1982), 아파트 주거 서비스와 공간에 대한 거주자의 감정 반응을 고려하는 것이 필요하다.

따라서 본 연구에서는 공공지원 민간임대주택 커뮤니티 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프, 감정 반응, 장소애착, 공동체의식의 관계를 종합적인 관점에서 분석하여, 공동체의식에 영향을 미치는 요인을 파악하고 연구 결과를 통해 주거 환경 디자인 시 공동체의식을 높이기 위한 방안을 제안하고자 한다.

---

## 2. 선행 연구와 연구 가설 및 연구 모형

### 2.1. 선행 연구와 연구 가설

#### (1) 물리적·사회적 서비스스케이프와 장소애착의 관계

서비스스케이프는 Bitner(1992)가 소개한 개념으로, 서비스 산업에서 물리적 환경을 일컫는다. Bitner의 연구 이후, 이 개념을 바탕으로 여러 연구가 진행되어왔다. 고객과 직원 간의 접촉이 높은 서비스 환경에서는 사회적 요인이 물리적인 요인보다 더 큰 영향을 미칠 수 있고(Tombs & McColl-Kennedy, 2003), 사회촉진이론에

따르면 다른 고객의 존재는 고객의 행동에 영향을 미치게 된다(Platanina & Moran, 2001). 또한 사람과 장소 간의 긴밀한 유대는 장소애착을 형성하며(Low & Altman, 1992), 장소애착은 쾌적성, 이웃 관계, 공공 서비스, 심미적 요소 등의 변수들로부터 영향을 받는다(이종수, 2015). 이처럼 물리적·사회적 서비스스케이프와 장소애착은 특정 공간을 기반으로 한 사람들 간에 밀접한 관련성을 형성하게 된다. 이와 같이, 물리적·사회적 환경이 장소애착에 영향을 미친다는 선행 연구(김동근, 2008; 이종수, 2015; 박수연, 김영주, 2016 등)를 바탕으로 다음의 연구 가설을 도출하였다.

[가설 1] 커뮤니티 공간의 물리적 서비스스케이프는 장소애착에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 2] 커뮤니티 공간의 사회적 서비스스케이프는 장소애착에 유의한 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서 커뮤니티 공간은 크게 1) 공유 공간, 2) 여가 공간, 3) 교류 공간으로 나누어 분석하였다(Table 3 참조). 물리적 서비스스케이프는 편의성, 쾌적성, 심미성의 하위 요인으로 구성되며, 사회적 서비스스케이프는 거주자 유사성, 거주자 적합 행동, 직원의 인적서비스로 구분하였다. 장소애착은 장소정체성, 장소의존성, 사회적 애착의 세 가지 요인으로 구분하여 분석하였다(Table 4 참조).

### (2) 물리적·사회적 서비스스케이프와 감정 반응의 관계

서비스 산업에서는 일반적으로 서비스를 제공하는 것이 아닌, 서비스를 통해 고객과 상호작용함으로써 생겨나는 고객 감정 반응의 중요성을 강조하고 있다(Donovan & Rossiter, 1982). 감정 반응은 서비스 환경 내에 있는 사람으로 전이될 수 있고, 긍정적인 감정을 가지고 제품을 본 고객들은 같은 제품을 불쾌한 감정에서 본 고객들에 비해 제품을 보다 긍정적으로 평가한다(Obermiller & Bitner, 1984). Watson et al.(1988)의 감정 반응에 대한 연구는 긍정적 감정과 부정적 감정이 독립적인 차원으로서 상관관계가 없으며, 긍정적 감정반응은 고객의 행동에 긍정적으로 영향을 미치고 부정적 반응은 부정적 영향을 미친다고 하였다. 반면, Oliver(1993)는 긍정적 감정과 부정적 감정은 부(-)의 상관관계를 가진다고 하였다. 한식 전문점의 물리적 서비스스케이프가 긍정적, 부정적 감정 반응에 각각 영향을 미치고, 사회적 서비스스케이프가 긍정적 감정 반응에 영향을 미친 것을 확인하였다(나승현, 2017). 또한, 백화점 쇼핑객을 대상으로 물리적·사회적 서비스스케이프의 부정적 감정이 회피 행동에 유의한 영향을 주는 것을 확인하였다(전중옥 외, 2008). 이처럼 고객의 감정 반응은 상업 환경에서 주로 연구가 이루어져 왔으나 주거 서비스가 이루어지는 아파트 커뮤니티 공간에서도 거주자의 감정 반응을 고려해야 할 필요성이 제기된다. 그러므로 감정 반응은 긍정적 반응과 부정적 반응으로 구분되어 물리적·사회적 서비스스케이프가 감정 반응에 영향을 미친다는 선행 연구(전중옥 외, 2008; 이선경, 2016; 나승현, 2017 등)를 바탕으로 다음의 연구 가설을 도출하였다.

[가설 3] 커뮤니티 공간의 물리적 서비스스케이프는 감정 반응에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 4] 커뮤니티 공간의 사회적 서비스스케이프는 감정 반응에 유의한 영향을 미칠 것이다.

감정 반응은 긍정적 반응과 부정적 반응의 두 가지 요인으로 구성하여 분석에 포함하였다(Table 4 참조).

### (3) 감정 반응과 장소애착의 관계

일반적으로 서비스 환경에서 고객은 자신들이 경험하고, 감정을 제어할 수 있는 장소에 애착을 가진다(Korpela et al., 2001). 또한, 장소를 이용하면서 위안을 얻고 애착심을 발전시키며, 결국 감정반응은 고객의 태도와 행동에 매우 큰 영향을 미친다(Rosenbaum, 2006). 그러므로 아파트의 거주자들도 고객의 입장에서 자신들이 경험하고 감정을 제어할 수 있는 주거 서비스를 소비하는 커뮤니티 장소에 애착을 가질 것이다. 감정 반응이 장소애착에 영향을 미친다는 선행 연구(김영민, 2018; 이재곤, 이규상, 2018; 정경희, 2019)를 바탕으로 다음의 연구 가설을 도출하였다.

[가설 5] 커뮤니티 공간의 감정 반응은 장소애착에 유의한 영향을 미칠 것이다.

#### (4) 장소애착과 공동체의식의 관계

우리 동네 또는 우리 집이라는 말처럼 주거 환경은 다른 어떤 장소보다 구성원들에게 안정감과 친밀감, 그리고 소속감과 행복감을 느끼게 해주는 장소이다(최열, 임하경, 2005). 주거 공간에 대한 장소애착은 심리적 안정감과 함께 삶의 가치를 부여하고, 사람과 장소 간의 결속을 다질 수 있게 한다(김동근, 2008). 이와 같은 애착이 집단적으로 나타나는 공동체의식은 대부분 개인주의화되고 해체된 사회관계를 복원하고, 회복하려는 의도로 사용되며, 더욱 나은 삶에 대한 생활 여건을 만들려는 시도들을 포함한다(이라영, 2009). 공동체의식은 삶의 질을 좌우하는 결정요인(Glynn, 1981)으로, 이웃 간에 서로를 중요하게 여기고 함께함으로써 필요한 것을 이룰 수 있다는 공유된 정서적 결합을 가능하게 한다(McMillan & Chavis, 1986). 이처럼 장소애착과 공동체의식은 구성원들 간에 상호관련성이 높고, 장소애착이 공동체의식에 영향을 미친다는 선행 연구(예상권 외, 2011; 한승훈, 김진옥, 2018; 박지영, 2020 등)를 바탕으로 다음의 연구 가설을 도출하였다.

[가설 6] 장소애착은 공동체의식에 유의한 영향을 미칠 것이다.

공동체의식에는 충족감, 연대감, 소속감 및 상호영향의식, 정서적 친밀감을 하위 요인으로 포함하였다(Table 4 참조).

#### (5) 물리적·사회적 서비스스케이프와 장소애착 간 감정 반응의 매개효과

가설에 대한 선행 연구를 통해 아파트 거주자들이 주거 서비스를 소비하는 커뮤니티 공간에서 경험하는 감정 반응은 물리적·사회적 서비스스케이프와 장소애착의 관계에서 유의미한 관계가 있을 것으로 가정하였다. 이에 따라, 물리적·사회적 서비스스케이프와 장소애착 간의 관계에서 감정 반응이 미치는 영향을 파악하기 위해 다음의 연구 가설을 도출하였다.

[가설 7] 커뮤니티 공간의 물리적 서비스스케이프·사회적 서비스스케이프와 장소애착 간의 관계에서 감정 반응은 유의한 매개효과를 가질 것이다.

## 2. 2. 연구모형

본 연구는 위의 가설을 바탕으로 아래 연구 모형을 도출하였다.

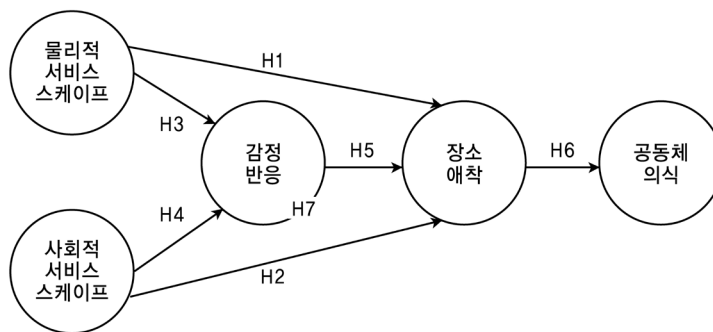


Figure 1 Research Model of This Study

### 3. 실증연구

#### 3. 1. 연구 대상지 선정

〈Table 1〉은 2018년 이후에 입주한 대우건설 푸르지오의 공공지원 민간임대주택과 일반분양 공동주택의 커뮤니티 공간 구성을 비교한 것이다. 공공지원 민간임대주택은 다양한 주거 서비스 제공을 통하여 입주자의 만족도와 함께 임대주택의 품질 제고를 위해 주거 서비스 인증 제도를 도입하였다(국토교통부, 2016). 이처럼 공공지원 민간임대주택은 수준 높은 주거 서비스를 제공하며, 주민들이 커뮤니티 공간에서 상호 관계를 맺을 수 있도록 하고 있다. 그러므로 연구를 위해 공공지원 민간임대주택(㉠) 기업형 민간임대주택, 뉴스테이)¹) 을 대상으로 하였다.

Table 1 Comparison of Community Spaces Composition by PRUGIO Site

구분	동탄 행복마을 푸르지오	기흥역 센트럴 푸르지오	광주 센트럴 푸르지오	서창 센트럴 푸르지오	안산 파크 푸르지오
피트니스클럽	●	●	●	●	●
GX룸	●	●	●	●	●
실내골프연습장	●	●	●	●	●
(작은)도서관	●				
푸른도서관	●	●	●	●	●
독서실	●	●	●	●	●
패밀리룸	●		●		●
시니어클럽	●	●	●	●	●
게스트하우스	●				
어린이집	●	●	●	●	●
공동(돌봄)육아실	●				
키즈카페	●				
커뮤니티	●				
맘스카페	●				
주민카페	●				
우리(OA)라운지	●				
공간				●	
수변라운지				●	
바이크 리페어샵				●	
동호인실	●	●		●	
캠핑장	●				
텃밭	●				
열린부엌	●				
개별창고	●				
나눔센터	●				
음악실	●				
전통문화체험실	●				
커뮤니티실	●	●			
자전거세어링	●	●	●	●	●
무인택배보관함	●				
코인빨래방	●				
세대수	1135	1316	1425	1160	1129
입주년월	2018. 2	2018. 6	2018. 4	2018. 2	2018. 9
유형	공공지원 민간임대주택		일반 분양 공동주택		

상기 자료는 대우건설에서 받은 자료를 바탕으로 연구자가 재구성하였음.

1) 본 연구에서는 '기업형 민간임대주택, 뉴스테이'로 분양되었던 아파트 단지를 개편된 명칭 '공공지원 민간임대주택'으로 칭한다.

<Table 1>에서 알 수 있듯이 공공지원 민간임대주택 동탄 행복마을 푸르지오는 다른 일반분양 공동주택에 비해 다양한 커뮤니티 공간을 제공하고 있다. 또한 <Table 2>와 같이 동탄에 입주한 다른 공공지원 민간임대주택과 비교해도 다양한 커뮤니티 공간을 구성하고 있다.

Table 2 Comparison of Community Spaces Composition of Public Supported Private Rental Housing

구분	동탄 호수공원 아이파크	동탄 행복마을 푸르지오	동탄2 롯데캐슬	신동탄 롯데캐슬	신동탄 SK뷰파크 3차
피트니스클럽	●	●	●	●	●
GX룸	●	●	●	●	●
실내골프연습장	●	●		●	●
(작은)도서관	●	●	●	●	●
푸른도서관		●			
독서실		●			●
패밀리룸		●		●	
시니어클럽	●	●	●	●	●
게스트하우스		●			
어린이집	●	●	●	●	●
공동(돌봄)육아실	●	●			
키즈카페	●	●			
맘스카페	●	●	●		
주민카페		●			
우리(OA)라운지		●			
캠핑장		●			
텃밭		●			
열린부엌		●			
개별창고		●			
나눔센터		●			
음악실		●			
전통문화체험실		●			
커뮤니티실		●			
자전거세어링	●	●			
무인택배보관함		●			●
코인빨래방		●			
세대수	774	1135	612	1185	1086
입주년월	2019. 7	2018. 2	2018. 6	2018. 6	2019. 1
유형	공공지원 민간임대주택				

상기 자료는 해당 아파트의 카탈로그, 홈페이지 및 홍보자료를 바탕으로 연구자가 재구성하였음.

본 연구의 목적에 따른 분석의 적합성을 확보하기 위하여 다양한 커뮤니티 공간을 제공하고 있는 공공지원 민간임대주택 ‘동탄 행복마을 푸르지오’를 연구 대상지로 하였다. 선정된 대상지의 커뮤니티 공간 구성요소는 이연숙(1995)의 선행 연구를 참조하여 본 연구에 적합하도록 공유 공간, 여가 공간, 교류 공간으로 <Table 3>과 같이 구분하였다.

Table 3 Community Space Components of This Study

구성요소	주거 서비스	종류
공유공간	<b>Let's Share</b> 생활에 필요한 물건들을 이웃과 공유하는 프로그램	노노카페(주민카페), 우리라운지(OA지원), 게스트하우스, 나눔센터, 자전거 세어링, 무인택배 보관함, 개별창고
	<b>Let's Play</b> 이웃, 가족과 함께 행복한 추억을 남기는 프로그램	피트니스, 골프연습장, 패밀리룸(탁구장, 당구장), 캠핑장, 숲속 작은 도서관
교류공간	<b>Let's Study</b> 입주민이 직접 아이를 가르치는 프로그램	푸른 도서관, 독서실, GX룸, 음악실, 전통문화 체험실
	<b>Let's Cook</b> 이웃과 함께 먹거리를 만들고 나누는 프로그램	열린부엌 (요리수업, 찬거리 판매, 공동조리)
	<b>Let's Garden</b> 이웃과 함께 조경 텃밭을 가꾸는 프로그램	텃밭 (텃밭 조성, 원예 / 텃밭 특강)
	<b>Let's Care</b> 입주민 모두 보육에 참여가 가능한 프로그램	아이맘카페(키즈카페, 맘스카페), 공동육아실, 국공립 어린이집
	기타	시니어클럽

상기 자료는 '동탄 행복마을 푸르지오' 홈페이지 내용을 바탕으로 연구자가 재구성하였음.

### 3. 2. 설문 계획

본 연구의 가설 검증을 위하여 선행 연구 검토를 통해 구성된 측정 도구의 조작적 정의와 설문지 구성은 <Table 4>와 같다.

Table 4 Measurement Tools and Questionnaire Composition of This Study

도구	요인	조작적 정의	문항수	출처
물리적 서비스 스케이프	편의성	공간을 이용할 때 기능적으로 편하고 쉬운 환경이 준비된 정도	4	Bitner(1992), 변광인 외(2014), 이은호(2021), 정경균(2021)
	쾌적성	공간의 온도, 공기, 소음, 위생, 청결 등의 쾌적한 정도	4	
	심미성	공간의 조화롭음과 심미적인 정도	3	
사회적 서비스 스케이프	거주자 유사성	다른 거주자와 자신이 일치하는 이미지 특성과 동질감의 인지 정도	4	변광인 외(2014), 나승현(2017), 박민영, 나윤영(2020), 최민경(2020)
	거주자 적합 행동	다른 거주자의 행동이 상황에 비추어 적합하다고 지각하는 정도	4	
	직원의 인적서비스	공간을 이용하면서 만나게 되는 직원(강사, 관리자 등)의 노력과 전문성	5	
감정 반응	긍정적 반응	공간을 이용하면서 거주자가 느끼게 되는 긍정적 감정 상태	4	Watson et al.(1988), Oliver(1993), 정미화 외(2016), 나승현(2017)
	부정적 반응	공간을 이용하면서 거주자가 느끼게 되는 부정적 감정 상태	4	
장소 애착	장소정체성	특정 장소에 대해 가치가 있다고 느끼는 주관적 신념	4	김동근(2008), 예상권 외(2011), 윤현희(2013), 곽영초(2020)
	장소의존성	특정 장소에 대해 의지하는 기능적 애착과 심리적 의존	4	
	사회적 애착	사람과 장소의 상호작용을 통하여 형성되는 정서적 유대감	4	
공동체 의식	충족감	지역사회에 소속되는 충족감	12	Mcmillan &Chavis(1986), 김경준, 김성수(1998), 예상권 외(2011), 이남율(2017)
	연대감	지역사회 주민과 함께하는 연대감		
	소속감 및 상호영향의식	구성원 간의 중요한 상호영향을 미치는 소속감과 상호영향의식		
	정서적 친밀감	구성원 간 느끼는 정서적 친밀감		

## 4. 분석 결과

‘동탄 행복마을 푸르지오’ 입주민을 대상으로 온라인과 오프라인을 병행하여 2021년 10월 5일부터 10월 17일까지 13일간 설문조사를 진행하였다. 조사 결과 총 205부의 설문지를 회수하였으나 일부 누락과 불성실하게 응답한 19부를 제외하고 총 186부의 유효 설문지를 실증분석에 이용하였다.

### 4. 1. 측정도구의 타당성 및 신뢰성

공유 공간, 여가 공간, 교류 공간에서 물리적·사회적 서비스스케이프와 장소애착, 공동체의식에 대한 탐색적 요인 분석과 신뢰도 분석을 실시한 결과, 모든 변수에서 KMO 값이 .825 ~ .908로 나타나 기준치 .6 이상으로 타당성이 입증되었다. Cronbach's  $\alpha$ 값 또한 .824 ~ .969로 모두 .8 이상의 높은 신뢰도를 보여 각 문항 간의 내적일치도가 매우 높게 나타났다.

### 4. 2. 공유 공간의 가설 검증

본 연구의 가설을 검증하기 위해 다중회귀분석(Multiple regression analysis)과 매개효과 검증을 위해 위계적 회귀분석(Hierarchical analysis)을 하였다.

(1) [가설 1, 2] 공유 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 장소애착에 미치는 영향

① 공유 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 장소정체성에 미치는 영향

<Table 5>와 같이 모형<sup>2)</sup>(설명력은 약 11.3% ( $R^2=.113$ ), ( $F=4.915$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.349 \sim 2.190$ ,  $DW=1.638$ )에서 사회적 서비스스케이프의 직원의 인적서비스( $t=3.176$ ,  $p<.01$ )는 장소정체성에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

Table 5 The Effects of Physical and Social Servicescape on Place Identity in Shared Spaces

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
장소 정체성	(상수)	1.386	0.502		2.764**			
	편의성	-0.074	0.115	-0.057	-0.646	1.632		
	쾌적성	0.086	0.147	0.060	0.586	2.190		
	심미성	-0.027	0.108	-0.023	-0.250	1.771	0.113	4.915***
	거주자 유사성	0.152	0.096	0.127	1.581	1.349		
	거주자 적합 행동	0.153	0.116	0.113	1.325	1.516		
	직원의 인적서비스	0.279	0.088	0.265	3.176**	1.451		

\*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$ , Durbin-Watson: 1.638

② 공유 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 장소의존성에 미치는 영향

<Table 6>과 같이 모형(설명력은 약 12.8% ( $R^2=.128$ ), ( $F=5.528$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.349 \sim 2.190$ ,  $DW=1.736$ )에서 장소의존성에 유의한 영향을 미치는 물리적 서비스스케이프와 사회적 서비스스케이프 요인은 없었다.

2) 모형에 대한 내용은 모형의 설명력, VIF(분산팽창지수), DW통계량 순이며, 본 연구의 모든 가설에서 VIF(Variance Inflation Factor)는 기준치 10 이하로 독립변수 간 다중 공선성이 없는 것으로 확인되었고, DW(Durbin-Watson) 통계량은 2에 근사한 값을 보여 독립성이 모두 확보되었다.



Table 6 The Effects of Physical and Social Servicescape on Place Dependence in Shared Spaces

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
장소 의존성	(상수)	1.330	0.465		2.858**			
	편의성	0.055	0.107	0.045	0.518	1.632		
	쾌적성	0.232	0.137	0.172	1.697	2.190		
	심미성	-0.047	0.100	-0.043	-0.469	1.771	0.128	5.528***
	거주자 유사성	0.152	0.089	0.136	1.706	1.349		
	거주자 적합 행동	0.138	0.107	0.109	1.287	1.516		
	직원의 인적서비스	0.131	0.082	0.133	1.613	1.451		

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001, Durbin-Watson: 1.736

③ 공유 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 사회적 애착에 미치는 영향

<Table 7>과 같이 모형(설명력은 약 21.6% (R<sup>2</sup>=.216), (F=9.502, p<.001), VIF=1.349 ~ 2.190, DW=1.707)에서 사회적 서비스스케이프의 거주자 유사성(t=3.417, p<.001)은 사회적 애착에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

Table 7 The Effects of Physical and Social Servicescape on Social Attachment in Shared Spaces

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
사회적 애착	(상수)	0.360	0.464		0.775			
	편의성	-0.090	0.106	-0.070	-0.844	1.632		
	쾌적성	0.236	0.136	0.167	1.732	2.190		
	심미성	0.050	0.100	0.044	0.503	1.771	0.216	9.502***
	거주자 유사성	0.303	0.089	0.258	3.417***	1.349		
	거주자 적합 행동	0.207	0.107	0.155	1.938	1.516		
	직원의 인적서비스	0.134	0.081	0.129	1.650	1.451		

\*\*\*p<.001, Durbin-Watson: 1.707

(2) [가설 3, 4] 공유 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 감정 반응에 미치는 영향

① 공유 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 긍정적 반응에 미치는 영향

모형(설명력은 약 54.1% (R<sup>2</sup>=.541), (F=37.275, p<.001), VIF=1.349 ~ 2.190, DW=1.970)에서 물리적 서비스스케이프의 심미성(t=3.065, p<.01)은 긍정적 반응에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 사회적 서비스스케이프의 거주자 유사성(t=3.395, p<.001)과 직원의 인적서비스(t=8.257, p<.001)는 긍정적 반응에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 이 중, 직원의 인적서비스( $\beta$ =.496) > 심미성( $\beta$ =.203) > 거주자 유사성 ( $\beta$ =.197) 순으로 영향력이 크게 나타났다.

② 공유 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 부정적 반응에 미치는 영향

모형(설명력은 약 24.4% (R<sup>2</sup>=.244), (F=10.935, p<.001), VIF=1.349 ~ 2.190, DW=1.685)에서 사회적 서비스스케이프의 거주자 적합 행동(t=-2.295, p<.05)과 직원의 인적서비스(t=-5.475, p<.001)는 부정적 반응에 유의한 부(-)의 영향을 미쳤다. 이 중, 거주자 적합 행동( $\beta$ =-.181) > 직원의 인적서비스( $\beta$ =-.422) 순으로 영향력이 크게 나타났다.

(3) [가설 5] 공유 공간의 감정 반응이 장소애착에 미치는 영향

① 공유 공간의 감정 반응이 장소정체성에 미치는 영향

모형(설명력은 약 15.2% (R<sup>2</sup>=.152), (F=17.640, p<.001), VIF=1.329, DW=1.826)에서 감정 반응의 하위요인인 긍정적 반응(t=3.887, p<.001)은 장소정체성에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

② 공유 공간의 감정 반응이 장소의존성에 미치는 영향

모형(설명력은 약 22.1% ( $R^2=.221$ ), ( $F=27.313$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.329$ ,  $DW=1.656$ )에서 감정 반응의 긍정적 반응( $t=3.984$ ,  $p<.001$ )은 장소의존성에 유의한 정(+)의 영향을 미치고, 부정적 반응( $t=-3.418$ ,  $p<.001$ )은 부(-)의 영향을 미쳤다. 이 중, 긍정적 반응( $\beta=.298$ ) > 부정적 반응( $\beta=-.256$ ) 순으로 영향력이 크게 나타났다.

③ 공유 공간의 감정 반응이 사회적 애착에 미치는 영향

모형(설명력은 약 15.1% ( $R^2=.151$ ), ( $F=17.406$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.329$ ,  $DW=1.701$ )에서 감정 반응의 긍정적 반응( $t=4.255$ ,  $p<.001$ )은 사회적 애착에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

### 4. 3. 여가 공간의 가설 검증

(1) [가설 1, 2] 여가 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 장소애착에 미치는 영향

① 여가 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 장소정체성에 미치는 영향

<Table 8>과 같이 모형(설명력은 약 13.4% ( $R^2=.134$ ), ( $F=5.783$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.622 \sim 2.485$ ,  $DW=1.724$ )에서 사회적 서비스스케이프의 직원의 인적서비스( $t=2.865$ ,  $p<.01$ )는 장소정체성에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

Table 8 The Effects of Physical and Social Servicescape on Space Identity in Leisure Spaces

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
장소 정체성	(상수)	1.212	0.419		2.891**		0.134	5.783***
	편의성	0.149	0.110	0.124	1.353	1.810		
	쾌적성	-0.016	0.130	-0.014	-0.125	2.485		
	심미성	0.092	0.109	0.079	0.846	1.872		
	거주자 유사성	0.042	0.096	0.039	0.436	1.738		
	거주자 적합 행동	0.057	0.126	0.045	0.452	2.075		
	직원의 인적서비스	0.296	0.103	0.250	2.865**	1.622		

\*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$ , Durbin-Watson: 1.724

② 여가 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 장소의존성에 미치는 영향

<Table 9>와 같이 모형(설명력은 약 15.5% ( $R^2=.155$ ), ( $F=6.665$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.622 \sim 2.485$ ,  $DW=1.810$ )에서 장소의존성에 유의한 영향을 미치는 물리적 서비스스케이프와 사회적 서비스스케이프 요인은 없었다.

Table 9 The Effects of Physical and Social Servicescape on Space Dependence in Leisure Spaces

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
장소 의존성	(상수)	1.585	0.388		4.087***		0.155	6.665***
	편의성	0.150	0.102	0.133	1.466	1.810		
	쾌적성	-0.034	0.120	-0.030	-0.285	2.485		
	심미성	0.068	0.100	0.062	0.674	1.872		
	거주자 유사성	0.148	0.088	0.149	1.672	1.738		
	거주자 적합 행동	0.114	0.117	0.095	0.977	2.075		
	직원의 인적서비스	0.182	0.096	0.164	1.909	1.622		

\*\*\* $p<.001$ , Durbin-Watson: 1.810

③ 여가 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 사회적 애착에 미치는 영향

<Table 10>과 같이 모형(설명력은 약 19.0% ( $R^2=.190$ ), ( $F=8.219$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.622 \sim 2.485$ ,  $DW=1.888$ )에서 사회적 서비스스케이프의 거주자 유사성( $t=2.730$ ,  $p<.01$ )은 사회적 애착에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

Table 10 The Effects of Physical and Social Servicescape on Social Attachment in Leisure Spaces

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
사회적 애착	(상수)	0.941	0.399		2.355*			
	편의성	0.109	0.105	0.092	1.034	1.810		
	쾌적성	0.041	0.123	0.034	0.330	2.485		
	심미성	0.118	0.103	0.104	1.144	1.872	0.190	8.219***
	거주자 유사성	0.249	0.091	0.238	2.730**	1.738		
	거주자 적합 행동	0.060	0.120	0.048	0.504	2.075		
	직원의 인적서비스	0.130	0.098	0.111	1.317	1.622		

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , Durbin-Watson: 1.888

(2) [가설 3, 4] 여가 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 감정 반응에 미치는 영향

① 여가 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 긍정적 반응에 미치는 영향

모형(설명력은 약 41.4% ( $R^2=.414$ ), ( $F=22.742$ ,  $p < .001$ ),  $VIF=1.622 \sim 2.485$ ,  $DW=2.114$ )에서 물리적 서비스스케이프의 심미성( $t=2.979$ ,  $p < .01$ )은 긍정적 반응에 유의한 정(+)의 영향을 미치고, 사회적 서비스스케이프의 거주자 유사성( $t=2.222$ ,  $p < .05$ )과 직원의 인적서비스( $t=4.049$ ,  $p < .001$ )는 긍정적 반응에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 이 중, 직원의 인적서비스( $\beta=.290$ ) > 심미성( $\beta=.230$ ) > 거주자 유사성( $\beta=.165$ ) 순으로 영향력이 크게 나타났다.

② 여가 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 부정적 반응에 미치는 영향

모형(설명력은 약 16.8% ( $R^2=.168$ ), ( $F=7.206$ ,  $p < .001$ ),  $VIF=1.622 \sim 2.485$ ,  $DW=1.795$ )에서 사회적 서비스스케이프의 거주자 적합 행동( $t=-2.773$ ,  $p < .01$ )과 직원의 인적서비스( $t=-2.215$ ,  $p < .05$ )는 부정적 반응에 유의한 부(-)의 영향을 미쳤다. 이 중, 직원의 인적서비스( $\beta=-.189$ ) > 거주자 적합 행동( $\beta=-.268$ ) 순으로 영향력이 크게 나타났다.

(3) [가설 5] 여가 공간의 감정반응이 장소애착에 미치는 영향

① 여가 공간의 감정 반응이 장소정체성에 미치는 영향

모형(설명력은 약 14.9% ( $R^2=.149$ ), ( $F=17.217$ ,  $p < .001$ ),  $VIF=1.228$ ,  $DW=1.988$ )에서 감정 반응의 긍정적 반응( $t=4.288$ ,  $p < .001$ )은 장소정체성에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

② 여가 공간의 감정 반응이 장소의존성에 미치는 영향

모형(설명력은 약 18.8% ( $R^2=.188$ ), ( $F=22.452$ ,  $p < .001$ ),  $VIF=1.228$ ,  $DW=1.739$ )에서 감정반응의 긍정적 반응( $t=4.961$ ,  $p < .001$ )은 장소의존성에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

③ 여가 공간의 감정 반응이 사회적 애착에 미치는 영향

모형(설명력은 약 15.7% ( $R^2=.157$ ), ( $F=18.235$ ,  $p < .001$ ),  $VIF=1.228$ ,  $DW=1.902$ )에서 감정 반응의 긍정적 반응( $t=4.385$ ,  $p < .001$ )은 사회적 애착에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

#### 4. 4. 교류 공간의 가설 검증

(1) [가설 1, 2] 교류 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 장소애착에 미치는 영향

① 교류 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 장소정체성에 미치는 영향

<Table 11>과 같이 모형(설명력은 약 12.1% ( $R^2=.121$ ), ( $F=5.230$ ,  $p < .001$ ),  $VIF=1.572 \sim 2.799$ ,  $DW=1.679$ )에서 장소정체성에 유의한 영향을 미치는 물리적 서비스스케이프와 사회적 서비스스케이프 요인은 없었다.

Table 11 The Effects of Physical and Social Servicescape on Space Identity in Interaction Space

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
장소 정체성	(상수)	1.230	0.437		2.812**		0.121	5.230***
	편의성	0.104	0.116	0.081	0.897	1.698		
	쾌적성	0.163	0.154	0.122	1.059	2.799		
	심미성	0.081	0.112	0.070	0.724	1.970		
	거주자 유사성	0.113	0.095	0.105	1.186	1.658		
	거주자 적합 행동	-0.019	0.125	-0.015	-0.156	1.934		
	직원의 인적서비스	0.158	0.099	0.139	1.608	1.572		

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001, Durbin-Watson: 1.679

② 교류 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 장소의존성에 미치는 영향

<Table 12>와 같이 모형(설명력은 약 13.5% (R<sup>2</sup>=.135), (F=5.826, p<.001), VIF=1.572 ~ 2.799, DW=1.725)에서 사회적 서비스스케이프의 직원의 인적서비스(t=2.197, p<.05)는 장소의존성에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

Table 12 The Effects of Physical and Social Servicescape on Space Dependence in Interaction Spaces

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
장소 의존성	(상수)	1.664	0.406		4.097***		0.135	5.826***
	편의성	0.103	0.108	0.085	0.959	1.698		
	쾌적성	0.044	0.143	0.035	0.308	2.799		
	심미성	-0.028	0.104	-0.026	-0.271	1.970		
	거주자 유사성	0.110	0.088	0.110	1.253	1.658		
	거주자 적합 행동	0.151	0.116	0.124	1.300	1.934		
	직원의 인적서비스	0.201	0.091	0.188	2.197*	1.572		

\*p<.05, \*\*\*p<.001, Durbin-Watson: 1.725

③ 교류 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 사회적 애착에 미치는 영향

<Table 13>과 같이 모형(설명력은 약 21.1% (R<sup>2</sup>=.211), (F=9.238, p<.001), VIF=1.572 ~ 2.799, DW=1.872)에서 사회적 서비스스케이프의 직원의 인적서비스(t=2.428, p<.05)는 사회적 애착에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

Table 13 The Effects of Physical and Social Servicescape on Social Attachment in Interaction Spaces

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
사회적 애착	(상수)	0.643	0.408		1.576		0.211	9.238***
	편의성	0.104	0.108	0.082	0.962	1.698		
	쾌적성	0.048	0.144	0.037	0.336	2.799		
	심미성	0.064	0.105	0.056	0.615	1.970		
	거주자 유사성	0.137	0.089	0.130	1.543	1.658		
	거주자 적합 행동	0.175	0.116	0.137	1.504	1.934		
	직원의 인적서비스	0.223	0.092	0.199	2.428*	1.572		

\*p<.05, \*\*\*p<.001, Durbin-Watson: 1.872

(2) [가설 3, 4] 교류 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 감정 반응에 미치는 영향

① 교류 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 긍정적 반응에 미치는 영향

모형(설명력은 약 53.8% ( $R^2=.538$ ), ( $F=36.923$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.572 \sim 2.799$ ,  $DW=2.195$ )에서 물리적 서비스스케이프의 하위요인인 편의성( $t=2.216$ ,  $p<.05$ )은 긍정적 반응에 유의한 정(+)의 영향을 미치고, 사회적 서비스스케이프의 거주자 유사성( $t=2.080$ ,  $p<.05$ )과 직원의 인적서비스( $t=6.030$ ,  $p<.001$ )는 긍정적 반응에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 이 중, 직원의 인적서비스( $\beta=.378$ ) > 편의성( $\beta=.144$ ) > 거주자 유사성( $\beta=.134$ ) 순으로 영향력이 크게 나타났다.

② 교류 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 부정적 반응에 미치는 영향

모형(설명력은 약 29.2% ( $R^2=.292$ ), ( $F=13.713$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.572 \sim 2.799$ ,  $DW=1.949$ )에서 사회적 서비스스케이프의 거주자 유사성( $t=-2.147$ ,  $p<.05$ )과 직원의 인적서비스( $t=-4.767$ ,  $p<.001$ )는 부정적 반응에 유의한 부(-)의 영향을 미쳤다. 이 중, 거주자 유사성( $\beta=-.171$ ) > 직원의 인적서비스( $\beta=-.370$ ) 순으로 영향력이 크게 나타났다.

(3) [가설 5] 교류 공간의 감정 반응이 장소애착에 미치는 영향

① 교류 공간의 감정 반응이 장소정체성에 미치는 영향

모형(설명력은 약 15.1% ( $R^2=.151$ ), ( $F=17.501$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.565$ ,  $DW=1.914$ )에서 감정 반응의 긍정적 반응( $t=4.959$ ,  $p<.001$ )은 장소정체성에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

② 교류 공간의 감정 반응이 장소의존성에 미치는 영향

모형(설명력은 약 17.8% ( $R^2=.178$ ), ( $F=21.061$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.565$ ,  $DW=1.840$ )에서 감정 반응의 긍정적 반응( $t=3.535$ ,  $p<.001$ )은 장소의존성에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고, 부정적 반응( $t=-2.227$ ,  $p<.05$ )은 유의한 부(-)의 영향을 미쳤다. 이 중, 긍정적 반응( $\beta=.295$ ) > 부정적 반응( $\beta=-.186$ ) 순으로 영향력이 크게 나타났다.

③ 교류 공간의 감정 반응이 사회적 애착에 미치는 영향

모형(설명력은 약 24.0% ( $R^2=.240$ ), ( $F=30.234$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.565$ ,  $DW=1.877$ )에서 감정 반응의 긍정적 반응( $t=5.602$ ,  $p<.001$ )은 사회적 애착에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

**4. 5. 장소애착과 공동체의식의 가설 검증**

(1) [가설 6] 장소애착이 공동체의식에 미치는 영향

① 장소애착이 충족감에 미치는 영향

<Table 14>와 같이 모형(설명력은 약 60.7% ( $R^2=.607$ ), ( $F=96.242$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.619 \sim 2.218$ ,  $DW=1.944$ )에서 장소애착의 장소정체성( $t=2.054$ ,  $p<.05$ ), 장소의존성( $t=3.655$ ,  $p<.001$ ), 사회적 애착( $t=8.791$ ,  $p<.001$ )은 충족감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 이 중, 사회적 애착( $\beta=.516$ ) > 장소의존성( $\beta=.251$ ) > 장소정체성( $\beta=.130$ ) 순으로 영향력이 크게 나타났다.

Table 14 The Effects of Place Attachment on Feelings of Sufficiency

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E					
	(상수)	0.563	0.191		2.945**			
충족감	장소정체성	0.119	0.058	0.130	2.054*	1.880	0.607	96.242***
	장소의존성	0.246	0.067	0.251	3.655***	2.218		
	사회적 애착	0.481	0.055	0.516	8.791***	1.619		

\* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$ , Durbin-Watson: 1.944

② 장소애착이 연대감에 미치는 영향

<Table 15>와 같이 모형(설명력은 약 39.8% ( $R^2=.398$ ), ( $F=41.795$ ,  $p<.001$ ),  $VIF=1.619 \sim 2.218$ ,  $DW=2.008$ )에서 장소애착의 장소정체성( $t=4.091$ ,  $p<.001$ ), 사회적 애착( $t=4.678$ ,  $p<.001$ )은 연대감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 이 중, 사회적 애착( $\beta=.340$ ) > 장소정체성( $\beta=.320$ ) 순으로 영향력이 크게 나타났다.

Table 15 The Effects of Place Attachment on a Sense of Solidarity

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
	(상수)	1.598	0.217		7.370***			
연대감	장소정체성	0.270	0.066	0.320	4.091***	1.880	0.398	41.795***
	장소의존성	0.079	0.077	0.087	1.028	2.218		
	사회적 애착	0.291	0.062	0.340	4.678***	1.619		

\*\*\* $p < .001$ , Durbin-Watson: 2.008

③ 장소애착이 소속감 및 상호영향의식에 미치는 영향

<Table 16>과 같이 모형(설명력은 약 52.6% ( $R^2=.526$ ), ( $F=69.513$ ,  $p < .001$ ,  $VIF=1.619 \sim 2.218$ ,  $DW=1.804$ )에서 장소애착의 장소정체성 ( $t=4.577$ ,  $p < .001$ ), 사회적 애착( $t=7.076$ ,  $p < .001$ )은 소속감 및 상호영향의식에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 이 중, 사회적 애착( $\beta=.456$ ) > 장소정체성( $\beta=.318$ ) 순으로 영향력이 크게 나타났다.

Table 16 The Effects of Place Attachment on a Sense of Belonging & Awareness of Mutual Influence

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
	(상수)	0.363	0.228		1.589			
소속감 및 상호영향의식	장소정체성	0.318	0.069	0.318	4.577***	1.880	0.526	69.513***
	장소의존성	0.081	0.081	0.076	1.008	2.218		
	사회적 애착	0.463	0.065	0.456	7.076***	1.619		

\*\*\* $p < .001$ , Durbin-Watson: 1.804

④ 장소애착이 정서적 친밀감에 미치는 영향

<Table 17>과 같이 모형(설명력은 약 38.2% ( $R^2=.382$ ), ( $F=39.067$ ,  $p < .001$ ),  $VIF=1.619 \sim 2.218$ ,  $DW=1.703$ )에서 장소애착의 사회적 애착( $t=8.420$ ,  $p < .001$ )은 정서적 친밀감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

Table 17 The Effects of Place Attachment on Emotional Intimacy

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
	(상수)	-0.044	0.390		-0.114			
정서적 친밀감	장소정체성	0.096	0.119	0.064	0.810	1.880	0.382	39.067***
	장소의존성	-0.073	0.138	-0.046	-0.530	2.218		
	사회적 애착	0.941	0.112	0.619	8.420***	1.619		

\*\*\* $p < .001$ , Durbin-Watson: 1.703

#### 4. 6. 감정 반응의 매개효과 가설검증

감정 반응에서 부정적 반응에 대한 응답을 역변환하여 감정 반응의 점수가 높을수록 긍정적 감정 반응임을 의미하도록 처리하였다.

(1) [가설 7] 공유 공간의 감정 반응의 매개효과 가설검증

① 공유 공간의 물리적 서비스스케이프와 장소애착 간의 감정 반응 매개효과

<Table 18>에서 알 수 있듯 1단계는 독립변인인 물리적 서비스스케이프가 매개변인인 감정 반응에 미치는 영향력은 유의하고( $\beta=.453$ ,  $p < .001$ ), 2단계에서도 물리적 서비스스케이프가 장소애착에 미치는 영향력은 유의하며( $\beta=.305$ ,  $p < .001$ ), 3단계는 물리적 서비스스케이프가  $\beta=.305$ 에서  $\beta=.104$ 로 감소하고 유의성이 변하였으며, 감정 반응은 장소애착에 유의한 영향을 미쳤다( $0.445$ ,  $p < .001$ ). 또한 sobel의 Z값은 4.610,

p<.001로 유의하였다. 즉, 공유 공간의 물리적 서비스스케이프와 장소애착 사이에서 감정 반응은 완전매개 역할을 하는 것으로 나타났다.

Table 18 The Mediating Effects of Emotional Responses between the Physical Servicescape of Shared Spaces and Place Attachment

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	P	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
감정반응	물리적 서비스스케이프	0.460	0.067	0.453	6.891***	0.000	0.201	47.486***
장소애착	물리적 서비스스케이프	0.390	0.090	0.305	4.348***	0.000	0.088	18.906***
장소애착	물리적 서비스스케이프	0.133	0.092	0.104	1.445	0.150	0.242	30.589***
	감정 반응	0.560	0.090	0.445	6.199***	0.000		

\*\*\*p<.001

② 공유 공간의 사회적 서비스스케이프와 장소애착 간의 감정 반응 매개효과

<Table 19>에서 보이듯 1단계에서는 독립변인인 사회적 서비스스케이프가 매개변인인 감정 반응에 미치는 영향력은 유의하였다( $\beta=.635$ , p<.001). 2단계에서도 사회적 서비스스케이프가 장소애착에 미치는 영향력은 유의하며( $\beta=.465$ , p<.001), 3단계는 사회적 서비스스케이프가  $\beta=.465$ 에서  $\beta=.256$ 로 감소하였으나 유의성은 변하지 않았으며, 감정 반응은 장소애착에 유의한 영향을 미쳤다( $\beta=.330$ , p<.001). 또한, sobel의 Z값은 3.819, p<.001로 유의하였다. 즉, 공유 공간의 사회적 서비스스케이프와 장소애착 사이에서 감정 반응은 부분매개 역할을 하는 것으로 나타났다.

Table 19 The Mediating Effects of Emotional Responses between the Social Servicescape of Shared Spaces and Place Attachment

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	P	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
감정반응	사회적 서비스스케이프	0.675	0.061	0.635	11.137***	0.000	0.399	124.030***
장소애착	사회적 서비스스케이프	0.623	0.087	0.465	7.121***	0.000	0.212	50.711***
장소애착	사회적 서비스스케이프	0.343	0.109	0.256	3.151**	0.002	0.273	35.762***
	감정 반응	0.415	0.102	0.330	4.066***	0.000		

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

(2) [가설 7] 여가 공간의 감정 반응의 매개효과 가설검증

① 여가 공간의 물리적 서비스스케이프와 장소애착 간의 감정 반응 매개효과

<Table 20>에서와 같이 1단계에서는 독립변인인 물리적 서비스스케이프가 매개변인인 감정 반응에 미치는 영향력은 유의하였다( $\beta=.455$ , p<.001). 2단계에서도 물리적 서비스스케이프가 장소애착에 미치는 영향력은 유의하며( $\beta=.391$ , p<.001), 3단계는 물리적 서비스스케이프가  $\beta=.391$ 에서  $\beta=.223$ 로 감소하였으나 유의성은 변하지 않았으며, 감정 반응은 장소애착에 유의한 영향을 미쳤다( $\beta=.369$ , p<.001). 또한, sobel의 Z값은 4.167, p<.001로 유의하였다. 즉, 여가 공간의 물리적 서비스스케이프와 장소애착 사이에서 감정 반응은 부분매개 역할을 하는 것으로 나타났다.

Table 20 The Mediating Effects of Emotional Responses between the Physical Servicescape of Leisure Spaces and Place Attachment

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	P	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
감정반응	물리적 서비스스케이프	0.426	0.061	0.455	6.939***	0.000	0.203	48.154***
장소애착	물리적 서비스스케이프	0.453	0.079	0.391	5.766***	0.000	0.148	33.246***
장소애착	물리적 서비스스케이프	0.258	0.083	0.223	3.123**	0.002	0.253	32.356***
	감정 반응	0.457	0.088	0.369	5.177***	0.000		

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

② 여가 공간의 사회적 서비스스케이프와 장소애착 간의 감정 반응 매개효과

〈Table 21〉에서 보이듯 1단계에서 독립변인인 사회적 서비스스케이프가 매개변인인 감정 반응에 미치는 영향력은 유의하였다( $\beta=.596, p<.001$ ). 2단계에서도 사회적 서비스스케이프가 장소애착에 미치는 영향력은 유의하며( $\beta=.461, p<.001$ ), 3단계는 사회적 서비스스케이프가  $\beta=.461$ 에서  $\beta=.280$ 로 감소하였으나 유의성은 변하지 않았으며, 감정 반응은 장소애착에 유의한 영향을 미쳤다( $\beta=.304, p<.001$ ). 또한 sobel의 Z값은 3.617,  $p<.001$ 로 유의하였다. 즉, 여가 공간의 사회적 서비스스케이프와 장소애착 사이에서 감정 반응은 부분매개 역할을 하는 것으로 나타났다.

Table 21 The Mediating Effects of Emotional Responses between the Social Servicescape of Leisure Spaces and Place Attachment

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	P	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
감정반응	사회적 서비스스케이프	0.573	0.057	0.596	10.064***	0.000	0.352	101.279***
장소애착	사회적 서비스스케이프	0.549	0.078	0.461	7.049***	0.000	0.208	49.695***
장소애착	사회적 서비스스케이프	0.333	0.093	0.280	3.564***	0.000	0.264	34.250***
	감정 반응	0.376	0.097	0.304	3.875***	0.000		

\*\*\* $p<.001$

(3) [가설 7] 교류 공간의 감정 반응의 매개효과 가설검증

① 교류 공간의 물리적 서비스스케이프와 장소애착 간의 감정 반응 매개효과

〈Table 22〉의 1단계에서는 독립변인인 물리적 서비스스케이프가 매개변인인 감정 반응에 미치는 영향력은 유의하였다( $\beta=.540, p<.001$ ). 2단계에서도 물리적 서비스스케이프가 장소애착에 미치는 영향력은 유의하며( $\beta=.407, p<.001$ ), 3단계는 물리적 서비스스케이프가  $\beta=.407$ 에서  $\beta=.200$ 으로 감소하였으나 유의성은 변하지 않았으며, 감정 반응은 장소애착에 유의한 영향을 미쳤다( $\beta=.382, p<.001$ ). 또한, sobel의 Z값은 4.409,  $p<.001$ 로 유의하였다. 즉, 교류 공간의 물리적 서비스스케이프와 장소애착 사이에서 감정 반응은 부분매개 역할을 하는 것으로 나타났다.

Table 22 The Mediating Effects of Emotional Responses between the Physical Servicescape of Interaction Spaces and Place Attachment

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	P	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
감정반응	물리적 서비스스케이프	0.594	0.068	0.540	8.712***	0.000	0.288	75.907***
장소애착	물리적 서비스스케이프	0.501	0.083	0.407	6.042***	0.000	0.161	36.504***
장소애착	물리적 서비스스케이프	0.247	0.093	0.200	2.668**	0.008	0.261	33.648***
	감정 반응	0.429	0.084	0.382	5.085***	0.000		

\*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$

② 교류 공간의 사회적 서비스스케이프와 장소애착 간의 감정 반응 매개효과

〈Table 23〉에서 보이듯 1단계에서는 독립변인인 사회적 서비스스케이프가 매개변인인 감정 반응에 미치는 영향력은 유의하였다( $\beta=.692, p<.001$ ), 2단계에서도 사회적 서비스스케이프가 장소애착에 미치는 영향력은 유의하며( $\beta=.467, p<.001$ ), 3단계는 사회적 서비스스케이프가  $\beta=.467$ 에서  $\beta=.244$ 로 감소하였으나 유의성은 변하지 않았으며, 감정 반응은 장소애착에 유의한 영향을 미쳤다( $\beta=.321, p<.001$ ). 또한, sobel의 Z값은 3.536,  $p<.001$ 로 유의하였다. 즉, 교류 공간의 사회적 서비스스케이프와 장소애착 사이에서 감정 반응은 부분매개 역할을 하는 것으로 나타났다.



Table 23 The Mediating Effects of Emotional Responses between the Social Servicescape of Interaction Spaces and Place Attachment

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	P	R <sup>2</sup>	F
		B	S.E	$\beta$				
감정반응	사회적 서비스스케이프	0.731	0.056	0.692	13.010***	0.000	0.476	169.252***
장소애착	사회적 서비스스케이프	0.553	0.077	0.467	7.158***	0.000	0.214	51.230***
장소애착	사회적 서비스스케이프	0.289	0.104	0.244	2.795**	0.006	0.264	34.105***
	감정 반응	0.360	0.098	0.321	3.674***	0.000		

\*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

## 5. 연구 결론

### 5. 1. 연구 결과 및 논의

본 연구는 공공지원 민간임대주택에서 공동체의식 형성을 위한 효과적인 커뮤니티 주거 환경을 구성하고자 물리적·사회적 서비스스케이프, 감정 반응, 장소애착, 공동체의식의 관계를 종합적으로 분석하고, 공동체의식에 미치는 영향을 검증하였다. 이에 따른 연구 결과 및 논의는 다음과 같다.

첫째, 장소애착과 공동체의식의 측면에서 장소의존성은 전반적으로 장소정체성과 사회적 애착보다 공동체의식에 미치는 영향력이 낮게 나타났다(가설6). 이러한 연구 결과는 자가 소유에 대한 강한 집착을 가지고 있는 주거 문화에서 임차인은 높은 장소의존성을 지닌다는 선행 연구(최열, 임하경, 2005)와 상반되는 결과이다. 이는 주거 문화가 소유 중심에서 벗어나고 있다는 것을 의미한다. 또한, 장소애착의 요인 중 사회적 애착이 공동체의식에 미치는 영향력이 가장 크게 나타났다. 이는 거주자들이 커뮤니티 공간에 대해 유대감을 형성하는 장소로 여기며, 거주자 간의 친분과 직원과의 관계에서 생겨나는 사회적 애착을 통해 주거 경험과 공동체의식을 향상시키고 있다는 것을 말해준다. 이는 이웃 간 유대 관계가 공동체의식에 영향을 미친다는 선행 연구(김경준, 김성수, 1988; 박지영, 2020 등)를 지지하는 결과이다. 그러므로 선행 연구에서 제시한 이웃 간 유대 관계와 더불어 본 연구 결과에서 나타난 직원과 사회적 유대 관계를 포함하는 적극적인 커뮤니티 활동이 공동체의식을 형성하는 데 필요하다.

둘째, 물리적·사회적 서비스스케이프와 감정 반응 측면에서는 사회적 서비스스케이프의 거주자 적합 행동과 직원의 인적서비스가 긍정적 감정뿐만 아니라 부정적 감정도 영향을 미쳤다(가설4). 특히 부정적 감정은 공간을 이탈하고자 하거나 소통에 대하여 회피 행동을 가져올 수 있기 때문에(전중옥 외, 2008) 커뮤니티 활성화와 공동체의식을 저해하는 원인이 될 수 있다. 그러므로 커뮤니티 공간을 이용하는 거주자가 부정적 감정을 경험하지 않도록 부정적인 영향력을 최소화해야 한다. 인적서비스가 감정 반응에 영향을 미친 결과는 아파트 커뮤니티센터에서 댄스 지도자의 인적서비스 품질과 감정 반응에 관하여 중요성을 제시한 이용진, 주형철(2017)의 연구와 맥락을 같이 한다.

또한, 물리적 서비스스케이프의 심미성이 긍정적 감정 반응에 정(+의 영향을 미쳤다(가설3). 그러므로 커뮤니티 공간의 주거 서비스 환경은 단순한 물리적 측면의 기능적 제공이 아닌 심미성을 고려한 전체적인 분위기와 조화를 이루는 공간으로 조성하여 긍정적인 경험을 높여야 할 것이다. 이는 물리적 서비스스케이프의 심미성이 긍정적 감정 반응에 영향을 미친다는 선행 연구(나승현, 2017; 정미화 외, 2016)와 일치하는 결과이다. 또한, 물리적 환경뿐만 아니라 사회·문화적 요인의 정서적 교류와 심미적 아름다움 등에 의해 장소애착이 결정되고, 장소애착이 이웃 간 신뢰에 영향을 미친다고 제시한 이종수(2015)의 연구와 맥락을 같이 한다.

셋째, 물리적·사회적 서비스스케이프와 장소애착의 측면에서는 사회적 서비스스케이프의 거주자 유사성과 인적서비스가 장소애착에 직접적으로 영향을 미쳤다(가설2). 반면 물리적 서비스스케이프는 장소애착에 직접적인 영향을 미치지 못하였으나 긍정적 감정을 통해 장소애착에 간접적으로 영향을 미쳤다(가설1). 즉, 거주자의 물리적 공간에 대한 긍정적인 감정 형성과 함께 이웃으로서 느끼는 다른 거주자와의 유사성

인지, 직원과의 상호관계 및 커뮤니케이션 등과 같은 인적서비스 요소가 장소에 대한 애착으로 연결된다고 할 수 있다. 그러므로 장소애착은 주거 서비스 환경에서 이루어지는 장소정체성, 장소의존성뿐만 아니라 인적서비스와 거주자 간의 복합적인 경험을 토대로 하여 사회적 애착을 형성하는 정서적 연결고리임을 확인하였다. 특히 상업 환경에서 주로 연구됐던 직원의 인적서비스가 주거 환경에서도 거주자들의 장소애착을 긍정적으로 형성하는 중요한 요인이 본 연구를 통해 밝혀졌다. 본 연구의 결과는 물리적 환경이 이웃 관계를 통해 장소애착에 영향을 미친다고 제시한 이경영 외(2018)와 박수연(2015)의 연구를 지지하고 있다.

넷째, 감정 반응은 물리적·사회적 서비스스케이프와 장소애착의 관계에서 매개역할을 하는 것으로 나타났다(가설7). 공유 공간의 물리적 서비스스케이프와 장소애착의 관계에서는 완전매개 효과로 나타나고 나머지 커뮤니티 공간에서는 부분매개 효과가 있는 것으로 나타났다. 그러므로 서비스 산업에서 높은 가치로 인식되고 있는 감정 반응(임성빈, 2012)이 주거 서비스 환경에서도 유의미하다고 할 수 있다.

다섯째, 커뮤니티 공간별로 보았을 때 교류 공간에서는 인적서비스가 장소의존성에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다(가설2). 교류 공간은 다른 공간에 비해 직원과 거주자 상호관계가 적극적으로 이루어지는 곳이다. 이는 인적 자원을 통해 다양한 주거 서비스와 프로그램 등이 활성화되고, 거주자의 경험적 가치가 장소의존성으로 나타나는 것으로 해석될 수 있다. 장소의존성은 반복적으로 방문이 이루어지면 장소정체성을 유도할 수 있다(Moore & Graefe, 1994). 그러므로 직원의 인적서비스와 거주자 간의 지속적인 상호관계를 통해 장소의존성을 높이고, 더 나아가 장소정체성을 유도함으로써 공동체의식에 영향을 미칠 수 있을 것이다. 직원의 인적서비스인 커뮤니티 리더(프로그램 진행자 및 강사 등)는 전문성, 태도, 용모 등이 강조되며, 관리자 측면에서는 주민들의 요구에 적극적이고 원활한 대응이 필요하다. 한편 교류 공간에서는 거주자 유사성과 직원의 인적서비스는 부정적 반응에 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(가설4). 연구 대상지의 공간 특성상 세대계층이 분리되어 구분되기도 하지만 복합적 세대계층으로 조성되었기 때문에 이러한 결과가 도출된 것으로 해석할 수 있다. 그러므로 교류 공간에서는 서로에 대한 친밀감과 동질감을 조성할 필요가 있다. 또한, 직원의 인적서비스는 거주자가 부정적 감정을 느끼지 않도록 태도와 용모를 관리하고, 전문성과 서비스 품질 향상에 노력을 기울여야 한다. 다음으로, 공유 공간과 여가 공간에서는 인적서비스와 거주자 적합 행동이 부정적 감정에 부(-)의 영향을 미쳤다(가설4). 이러한 결과는 아파트 공간의 특성상 거주자와 다른 거주자, 직원과 거주자 간에 깊은 유대 관계가 형성되기 어려운 까닭으로 보인다. 그러므로 거주자의 적합 행동을 유도하고 긍정적 경험을 향상하기 위해서는 인적서비스 측면을 더욱 강조해야 한다. 또한, 주민들의 적합 행동을 유도하는 직원의 노력이 필요하며, 거주자 적합 행동의 부정적 감정을 줄이기 위해서는 거주자 간에 친밀감을 높일 수 있는 방안을 모색해야 한다.

## 5. 2. 연구의 시사점 및 한계

본 연구의 학문적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 주거 환경을 다룬 선행 연구들은 물리적·사회적 서비스스케이프, 공동체의식, 감정 반응, 장소애착의 변인들의 관계를 단편적으로 분석하였다. 그러나 본 연구는 위에 언급한 변인들의 관계를 종합적으로 분석하여 공동체의식에 영향을 미치는 요인이 무엇인지 보다 구체적으로 밝혔다. 둘째, 물리적·사회적 서비스스케이프가 감정 반응과 장소애착에 직·간접적으로 영향을 미치고 나아가 공동체의식이 형성되는 것을 확인하였다. 거주자의 물리적 공간에 대한 긍정적인 감정 형성과 함께 이웃으로 느끼는 다른 거주자와의 유사성 인지, 직원과의 상호관계 및 커뮤니케이션 등의 인적서비스가 장소에 대한 애착으로 연결되면서 공동체의식을 형성하였다. 셋째, 자가 소유에 대한 집착이 있는 주거 문화에서 임차인은 높은 장소의존성을 지니고 있다는 최열, 임하경(2005)의 연구와 달리 본 연구의 장소의존성 영향력은 낮게 나타났다. 넷째, 사회적 서비스스케이프에서 직원의 인적서비스가 공동체의식 형성의 핵심 요인임을 제시하였다. 주거 환경에서 공동체의식 형성에 관하여 거주자 간의 유대 관계만을 강조한 선행 연구(김경준, 김성수, 1988; 박지영, 2020 등)와 달리 본 연구는 이웃 간 유대관계와 더불어 직원의 인적서비스가 주거 환경에서도 거주자들의 경험과 사회적 유대 관계 형성을 긍정적으로 향상하고 공동체의식을 형성하기 위한 핵심 요인임을 밝혔다. 다섯째, 물리적·사회적 서비스스케이프의 주거 서비스 환경과 장소애착의 관계에서 감정 반응이 중요한 매개 요인임을 확인하였다. 그동안 서비스 산업의 상업 환경에서 주로 연구되고 높은 가치로 인식되어 있는 감정 반응(임성빈, 2012)이 주거 환경에서도 높은 가치로 인식되고 있음을 확인하였다.

여섯째, 기존의 서비스스케이프에 관한 연구들은 다양한 공간을 지닌 하나의 대상을 단일 특성으로 간주하고, 단일 공간으로 가정하여 연구가 이루어졌지만 본 연구에서는 서비스스케이프를 공유 공간, 여가 공간, 교류 공간으로 분류하여 아파트에서 경험할 수 있는 여러 커뮤니티 공간 각각의 영향력에 대한 결과를 도출하였다. 본 연구 결과에 따라, 실무에서 주거 환경 디자인 시 공동체의식을 높이기 위해 고려되어야 할 사항은 다음과 같다. 첫째, 공공지원 민간임대주택 공급 기획 단계부터 거주자의 공동체의식 형성을 위한 요소들을 반영해야 한다. 거주자가 질적으로 향상된 물리적 환경에서 차별화된 주거 서비스를 경험하는 긍정적인 감정을 느낄 수 있게 해야 한다. 특히 부정적 감정은 공간을 이탈하고자 하거나 소통에 대하여 회피 행동을 가져올 수 있기 때문에 부정적 감정의 영향력을 최소화해야 한다. 둘째, 주거 환경에서 공동체의식을 위한 영향 요인으로 밝혀진 인적서비스에 대한 중요성이다. 직원의 전문성과 태도, 서비스 품질 등에 대한 꾸준한 관리가 필요하다. 서비스 제공자와 거주자 간의 협업 관리시스템이 지속해서 이루어진다면, 공공장소에 대한 소유권이 없는 임차인의 긍정적 감정이 소속감과 공동체의식을 형성하여 주거 만족을 높이고 나아가 삶의 가치를 높일 수 있을 것이다. 셋째, 유대 관계가 활발히 일어나는 교류 공간에서는 거주자 유사성이 영향을 미치므로 거주자 간의 긍정적인 동질감 형성이 필요하다. 특히 다양한 세대계층 간에 긍정적인 감정과 유대 관계가 형성될 수 있도록 각 계층에 대한 효율적인 관리와 직원의 노력이 필요하다. 넷째, 공유 공간과 여가 공간에서는 거주자와 다른 거주자, 직원과 거주자 간에 깊은 유대 관계가 형성되기 어려우므로 거주자 간에 불쾌함이 없도록 적합 행동을 유도해야 한다. 이를 위해 직원은 주민들 간의 행동이 긍정적인 감정을 형성할 수 있도록 세심한 관심을 기울여야 한다. 거주자 불만 사항에 대해 설문을 하거나 정기적으로 점검하여 부정적 영향을 미치는 요소를 찾아내어 개선하려는 노력이 필요하다. 마지막으로 나눔, 배려, 협동에 의해 공동체의식을 형성할 수 있는 동기적 요소를 커뮤니티 프로그램 기획 단계부터 구성해야 한다. 예를 들어, 열린부엌, 공동육아실, 공동텃밭, 나눔센터 등과 같은 차별화된 커뮤니티 공간에서 이웃 간에 정을 나누고 서로의 삶을 공유하며, 지속적인 접촉과 공동생활 참여를 통해 주거지에 대한 애착심과 공동체의식을 높일 수 있을 것이다.

본 연구는 하나의 대상지만을 선정하여 해당 단지에 대한 공동체의식은 깊게 조사하였다는 연구의 차별점이 있으나 공공지원 민간임대주택 전체에 일반화하기에는 한계가 있다. 향후 조사대상 사례지의 범위를 넓혀 다양한 조건의 공공지원 민간임대주택 단지와 코하우징, 마을공동체 등의 공동체의식을 고취하기 위한 연구로 확대되기를 기대한다.

## References

1. Baker, J. (1986). The Role of the Environment in Marketing Service: the Consumer Perspective, in Cecil, J.A. et al. (Eds). *The Services Challenge: Integrating for Competitive Advantage. American Marketing Association, Chicago, IL, 1(1), 79-84.*
2. Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing, 56(2), 57-71.*
3. Byun, G., Lee, J., & Kim, G. (2014). Impact of Servicescape Including Social Environment on Emotion Responses and Behavioral Intention of Customers. *Korean Hospitality and Tourism Academe, 23(1), 101-123.*
4. Choi, M. (2020). *The Effects of Physical · Social Servicescape on Brand Image, Rapport-building Behavior and Relationship Continuity* (Doctor's thesis). Honam University.
5. Choi, S. (2010). A study of the structural relationships of evaluation of Leisure experience environment of white water rafting participants among affectional responses, experience satisfaction, and revisit intention. *Korean Society Leisure & Recreation, 34(1), 33-45.*
6. Choi, Y., & Yim, H. (2005). The Perception and the Determinants of Place Attachment. *Journal of Korea Planning Association, 40(2), 53-64.*
7. Donovan, R. J., & J. R. Rossiter. (1982). Store Atmosphere: An Environmental Psychology Approach. *Journal of Retailing, 58(1), 34-57.*
8. Glynn, T. J. (1981). Psychological sense of community: Measurement and application. *Human relations, 34(9), 789-818.*

9. Guo, Y. (2020). *Understanding the Relationship Between Restaurant Regular Customers' Place Attachment and Selective Matchmaking and complaints: Focusing on the Roles of Psychological Ownership and Place Commitment* (Doctor's thesis). Daegu University.
10. Han, S., & Kim, J. (2018). A study on structural relationships among local residents community attachment, sense of community, and attitude. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 32(12), 5–18.
11. Jeon, J., Park, H., & Han, H. (2008). The Effect of Negative Emotions on Customer Avoidance Behavior in Servicescape. *Korean Academic Society of Business Administration Collection of integrated academic presentations*, 2008(8), 1–23.
12. Jung, K. (2019). Structural Model Analysis on the Experiential Consumption Characteristic, Emotional Response, Facility Attachment and Behavioral Intention of the Public Physical Facilities. *The Korean Journal of Sport*, 17(4), 81–95.
13. Jung, M., Son, E., & Lee, J. (2016). Effects of Coffee Shop Servicescape on the Emotional Reaction and Behavioral Intention of Customers and the Moderating Effect of Background Music. *Korean Journal of Tourism Research*, 40(4), 69–86.
14. Kim, D. (2008). *A Study on the place attachment of residential environment* (Doctor's thesis). Seoul National University.
15. Kim, K., & Kim, S. (1998). A study on the residents' sense of community in Korea. *Community development review*, 23(2), 211–232.
16. Kim, Y. (2020). A New Model of Publicly Supported Private Rental Housing. *Academic Conference of The Korean Regional Development Association*, 2020(10)424–437.
17. Kim, Y. (2018). *The Effect of Experiential Value of Travel Consumer on Positive Emotion, Tourism Destination Attachment and Behavior Intention* (Master's thesis). Sejong University.
18. Korpela, K., Hartig, T., Kaiser, F. G., & Fuhrer, U. (2001). Restorative experience and self-regulation in favorite places. *Environment & Behavior*, 33(4), 572–589.
19. Lee, E. (2021). *A Study on the Influence Relationship among Service Scape, Brand Image, Customer Value and Customer Satisfaction* (Doctor's thesis). Tongmyong University.
20. Lee, J. (2015). Analysis of Place Attachment and Trust in Residential Community – Developing Strategies for the Revitalization of Intimacy Zone. *Journal of the Korean housing association*, 26(1), 53–60.
21. Lee, J., & Lee, K. (2018). A Study on the Effect of Experiential Factors of The Theme Tourism on Emotional Responses and Place Attachment and Behavior Intention. *Journal of Tourism Management Research*, 85, 371–400.
22. Lee, K., Cho, Y., & Jeong, M. (2018). A Study on the Effect of Physical Environment on the Local Attachment Mediated by Neighbor Relations: Focusing on Seoul Metropolitan City. *Local administration research*, 32(4), 93–121.
23. Lee, N. (2017). *A Study of the Effect of Social Capital on Housing Satisfaction through Community Consciousness– Focused on the residents of apartment in Daegu Metropolitan area* (Doctor's thesis). Daegu University.
24. Lee, R. (2009). *A Sense of Community and Its Relationship with Exterior Spatial Composition in Apartment Complex* (Doctor's thesis). Chonnam National University.
25. Lee, S. (2016). *The influences of servicescape to customer experience, emotional response and value co-creation in dessert cafe of Korean dishes* (Doctor's thesis). Daegu Catholic University.
26. Lee, Y. (1995). *미래주택과 공유공간[Future housing and shared space]*. Gyeongchunsa.
27. Lee, Y., & Joo, H. (2017). The Relationship Among Instructor's Personal Service Quality, Customers' Perceived Service Value, Emotional Reaction, and Re-participation Intention in Dance Program of Apartment Community Center. *Korean journal of physical education*, 56(1), 345–357.
28. Low, S. M., & Altman, I. (1992). Place attachment. In *Place attachment* (pp. 1–12). Springer, Boston, MA.
29. McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of Community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14, 6–23.

30. Moore, R. L., & Graefe, A. R. (1994). Attachments to recreation settings: The case of rail-trail users. *Leisure sciences, 16*(1), 17-31.
31. Na, S. (2017). *The effects of physical and social servicescape on customer's emotional response and relationship continuity* (Doctor's thesis). Honam University.
32. Obermiller, C., & Bitner, M. J. (1984). Store atmosphere: A peripheral cue for product evaluation, in American Psychological Association annual conference proceedings, consumer psychology division, David C. Stewart, ed. *American Psychological Association, 52-53*.
33. Oliver, R. L. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research, 20*(3), 418-430.
34. Park, J. (2020). *Analysis of Factors Influencing the Community Spirit of Residents in the Neighborhoods of a Redevelopment Project* (Master's thesis). Pusan National University.
35. Park, K., Baek, H., & Seo, S. (2001). *A Study on the Promotion of the Community in Multi-family Housing Complex*. Housing & Urban Research Institute.
36. Park, M., & Na, Y. (2020). A Study on the Effect of Servicescape in Physical and Social Environment of Beauty Salon on Customer Empathy. *Journal of the Korean Society of Beauty and Art. 21*(4), 87-103.
37. Park, S. (2015). *A Study on the Place Attachment among Apartment Residents* (Master's thesis). Chung-Ang University.
38. Park, S., & Kim, Y. (2016). A Study on Place Attachment and Influential Factor of Apartment Residents. *Journal of Digital Interaction Design, 15*(4), 59-72.
39. Platania, J., & Moran, G. (2001). Social facilitation as a function of the mere presence of others. *The Journal of Social Psychology, 141*(2), 190-197.
40. Rosenbaum, M. S. (2006). Exploring the social supportive role of third places in consumers' lives. *Journal of Service Research, 9*(1), 59-72.
41. Talen, E. (1999). Sense of community and neighbourhood form: An assessment of the social doctrine of new urbanism. *Urban studies, 36*(8), 1361-1379.
42. Tombs, A., & McColl-Kennedy, J. R. (2003). Social-servicescape conceptual model. *Marketing theory, 3*(4), 447-475.
43. Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS Scales. *Journal of Personality and Social Psychology, 54*(6), 1063-1070.
44. Ye, S., Park, H., & Jang, H. (2011). A Study on the effects of attachment and sense of community on residents' attitude in the Slow City. *Journal of Rural Tourism, 18*(1), 1-26.
45. Yim, S. B. (2012). The effect of an Italian restaurant's physical environment on the emotional responses and purchasing intention. *Food Service Management, 15*(6), 93-115.
46. Yoon, H. (2013). *Influences of brand equity of rural tourism village on place attachment and pro-environmental behavior intentions* (Doctor's thesis). Kyonggi University.

# 공공지원 민간임대주택 커뮤니티 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프가 장소애착과 공동체의식에 미치는 영향 : 감정 반응의 매개효과를 중심으로

류정임<sup>1</sup>, 이연준<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>홍익대학교 대학원 디자인학부 시각디자인, 학생, 서울, 대한민국

<sup>2</sup>홍익대학교 대학원 디자인학부 시각디자인, 교수, 서울, 대한민국

## 초록

**연구배경** 현재 우리나라의 주거에 대한 인식은 소유 중심의 자산 가치에서 주거 중심의 거주 가치 개념으로 전환되고 있다. 이러한 주거 인식 변화에 대응하고, 중산층의 주거 안정을 위해 정부는 공공지원 민간임대주택 정책을 추진하고 있다. 공공지원 민간임대주택은 차별화된 주거 환경을 위해 커뮤니티 공간과 다양한 주거 서비스를 제공하고 있지만, 형식적인 공급에 그치고 있다는 지적이 있다. 커뮤니티 공간은 공동체의식을 형성하고 삶의 질을 높이기 위한 곳으로 그 중요성이 커지고 있다. 이에 본 연구에서는 공동체의식에 영향을 미치는 요인을 분석하고, 주거 환경에서 커뮤니티 공간 디자인 시 공동체의식을 높이기 위해 고려되어야 할 사항을 제안하고자 한다.

**연구방법** 공공지원 민간임대주택 ‘동탄 행복마을 푸르지오’ 입주민을 대상으로 총 186부의 설문 자료를 수집하여 실증분석을 진행하였다. 독립변수로 커뮤니티 공간인 ‘공유 공간, 여가 공간, 교류 공간’의 물리적 서비스스케이프(편의성, 쾌적성, 심미성)와 사회적 서비스스케이프(거주자 유사성, 거주자 적합 행동, 직원의 인적서비스)가 종속변수인 장소애착(장소정체성, 장소의존성, 사회적 애착)과 공동체의식(충족감, 연대감, 소속감 및 상호영향의식, 정서적 친밀감)에 미치는 영향과 감정 반응(긍정적 반응, 부정적 반응)의 매개효과를 분석하였다.

**연구결과** 첫째, 장소애착의 하위요인인 장소의존성은 장소정체성과 사회적 애착보다 영향력이 낮게 나타났다. 둘째, 물리적 서비스스케이프는 장소애착에 직접적인 영향을 미치지 못하였지만, 감정 반응을 통해 간접적으로 영향을 미쳤다. 셋째, 공간별로 다소 차이는 있으나 사회적 서비스스케이프의 거주자 유사성과 직원의 인적서비스가 장소애착에 직접적인 영향을 미쳤다. 넷째, 장소애착은 공동체의식에 영향을 미쳤다. 장소애착의 하위요인인 장소정체성, 장소의존성보다 사회적 애착이 공동체의식에 미치는 영향력이 가장 크게 나타났다. 다섯째, 감정 반응은 커뮤니티 공간의 물리적·사회적 서비스스케이프와 장소애착 사이에서 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

**결론** 거주자들은 커뮤니티 공간을 주민들과 유대감이 형성되는 장소로 여기며, 거주자 간의 친분과 직원과의 관계를 중요시하고 이를 통해 그들의 주거 경험이 향상되었다. 그러므로 사회적 애착을 높이고 나눔, 배려, 협동에 의해 공동체의식이 형성될 수 있는 동기적인 요소가 고려된다면 주민들의 참여와 경험의 가치를 높일 수 있을 것이다. 이에 공동체의식을 높이기 위한 주거 서비스 환경 디자인은 기획 단계부터 긍정적 감정을 가질 수 있는 공간을 고려해야 한다. 또한, 물리적 환경의 품질과 사회·문화적 측면에서 인적서비스의 전문성과 태도 그리고 거주자와 지속적인 유대관계가 필요하다.

**주제어** 공공지원 민간임대주택, 커뮤니티 공간, 물리적 서비스스케이프, 사회적 서비스스케이프, 감정 반응, 장소애착, 공동체의식