

조직 SNS(Social Networking Service) 사용의 선행변인과 결과변인에 대한 연구

나 빛 나 리

탁 진 국[†]

광운대학교 산업심리학과

본 연구는 조직 SNS 사용에 영향을 미치는 개인특성 및 환경특성 선행변인과 조직 SNS 사용의 결과변인을 알아보는 데 목적이 있다. 그 동안 SNS 사용과 관련된 다양한 연구들이 있었으나, 조직 차원에서의 연구는 없었다. 또한 긍정적 측면에서의 사용효과만을 검증했으나, 본 연구에서는 부정적 측면의 사용 효과 역시 검증하였다. 연구를 위해 기존의 문항과 개방형 설문을 통해 만들어진 문항을 토대로 직장인 314명으로부터 자료를 수집해 분석하였으며, 그 결과 혁신문화, 학습조직, 관계지향성, 지적호기심으로 이루어진 선행변인이 모두 조직 SNS 사용과 유의미한 관계를 가지는 것으로 나타났다. 또한 조직커뮤니케이션, 팀응집력, 업무집중도, SNS 스트레스로 이루어진 결과변인 역시 조직 SNS 사용과 유의미한 관계를 가졌으며, 조직 SNS 사용이 많을수록 조직커뮤니케이션과 팀응집력은 높아지는 것으로 나타났으나 업무집중도는 떨어지고 SNS 스트레스는 높아지는 것으로 나타났다. 마지막으로 이러한 연구의 학문적 의의 및 실무적 시사점, 그리고 제한점과 추후 연구과제에 대하여 논의하였다.

주요어 : 조직 SNS, 혁신문화, 학습조직, 지적호기심, 관계지향성, 조직커뮤니케이션, 팀응집력, 업무집중도, SNS 스트레스

[†]교신저자 : 탁진국, 광운대학교 산업심리학과, 02-940-5424, tak@kw.ac.kr

디지털 매체를 기반으로 하는 미디어 환경은 하루가 다르게 변화하고 있고, 끊임없는 새로운 미디어의 등장과 발전은 우리 사회의 많은 것을 바꾸어 놓았다. 오늘날 세계는 통신 및 전자기술을 중심으로 하는 새로운 기술들에 도움을 받아 시, 공간의 구애 없이 교류가 이루어지는 지구촌 시대로 접어들었다 (Herman & McChesney, 1997). 이후 20세기 급격하게 성장한 인터넷 기술을 바탕으로 사회적 요구를 반영한 SNS가 생겨났다.

SNS는 공유, 개방, 참여를 바탕으로 사용자들이 무엇을 원하는지, 어떤 불만이 있는지에 대해 귀 기울이며 기업 입장에서는 좋은 소통의 도구로 사용되고 있다. 그러나 최근 SNS 사용이 급증하면서 무조건적인 사용에 대한 우려의 목소리가 나오고 있다. 지금까지 사용된 조직 SNS에 대한 연구는 주로 개인의 네트워크, 기업의 마케팅 및 홍보의 도구로 일부 소개된 바 있으나, 국내에서 SNS를 조직 구성원 및 조직 관점에서 다룬 논문은 전무하다.

현재 많은 조직에서는 SNS에 관심을 가지고 경영에 도입해 기존 업무 시스템들이 가지고 있던 한계점을 보완하고 소통의 통로를 만들기 위해 노력하고 있다. 그러나 그 효과가 무엇인지, 제대로 활용하고 있는지에 대해 알지 못하며 점차 회의적 태도를 보이며 가시적 성과와 연결시키지 못하고 있다.

이는 SNS를 활용해 조직 및 인적 자원을 관리해야 한다는 강박관념에 쫓겨 조직 내 합의 및 준비가 소홀한 채 SNS를 도입한 경우가 많기 때문이다. 또한 과거의 패러다임을 벗어나지 못한 채 활용하고 있기 때문에 과거의 업무 시스템과 마찬가지로 조직 구성원의 지식과 정보를 공유하고 활용하기 위한 목적으로만 사용하고 있으며, 단순히 시스템을 정비

하는 것에 지나지 않아 기대한 만큼의 효과를 얻지 못하고 있다.

조직 SNS의 성공적인 도입을 위해서는 조직 구성원들에게 무슨 메시지를 전달하며, 어떤 방식으로 사용해 무슨 성과를 추구하는지가 명확해져야 한다. 단순히 활용하는 것만으로 성과가 날 것이라는 기대보다는 어떤 목적으로 활용해 어떤 성과를 낼지가 명확해야 한다는 것이다. 또한 경영진을 시작으로 조직 구성원의 올바른 이해와 활용 의지가 뒷받침되어야 한다. 도입만 하고 제대로 활용하지 못한다면 이는 도입하지 않은 것보다 못할 것이다. 이에 따라 조직에서 SNS를 도입하려고 할 때 어떠한 요인을 염두에 두어야 하는지 확인해보고자 한다.

본 연구에서는 이러한 필요성에 따라 다음과 같은 내용을 알아보려고 한다. 첫째, 조직 SNS를 어떻게 정의할 것인가를 알아볼 것이다. 그 동안 SNS에 대해 많은 개념 및 특성들이 논의되었지만 아직 조직 장면에서의 SNS에 대한 정리가 되지 않고 있기 때문이다.

둘째, 어떠한 선행변인들이 조직 SNS 사용에 영향을 주는지를 분석하고자 한다. 그 동안 논의된 바에 따르면 SNS의 사용에 더 신경을 쓰는 일반인에 대한 연구는 일부 있었으나 체계적인 연구가 미비한 상황이다. 또한 지금까지 주로 단순 과시 및 자기만족을 위한 사용에 초점이 맞춰져있었기 때문에 본 연구에서는 조직내에서 어떠한 특성이 SNS 사용에 영향을 주는지를 탐색해보고자 한다.

셋째, 조직 SNS 사용이 조직에서의 커뮤니케이션, 팀 응집력, 업무집중도, SNS 피로감 등에 어떠한 영향을 미치는지 검증하고자 한다. 그 동안 대부분의 연구에서는 SNS의 사용으로 인한 긍정적 영향에만 초점을 맞췄으나

본 연구에서는 과다 사용으로 인한 업무집중도의 저하와 SNS 피로감과 같은 부정적 영향을 같이 고려해 어떠한 결과변인이 나타날지 탐색해보고자 한다.

조직 SNS의 개념 및 특징

SNS(Social Network Service)는 사람과 사람으로 사회적인 관계를 기반으로 연결해주는 서비스로 SNS는 개인과 개인 간의 개별적인 관계를 형성하고 이를 확장함으로써 사용자 자신의 비즈니스나 사회적 교제가 행해지게 된다(Laudon & Laudon, 2007).

국내에서 황성원(2010)은 SNS에 대해 참여, 공개, 대화, 커뮤니티, 연결의 복합체라고 정의하였다. 즉, 관심 있는 모든 사람들의 참여와 피드백을 촉진하여 미디어와 이용자 개념의 경계가 없어지고, 피드백, 코멘트, 정보 공유를 촉진함으로써 콘텐츠 접근과 사용에 대한 접근을 공개하며, 콘텐츠와 이용자가 쌍방향성의 대화를 나누며 친근감을 유도한다는 것이다.

또한 인터넷 기반으로 사람과 사람을 연결하고 정보 공유, 인맥관리, 자기표현 등을 통해 타인과의 관계를 형성, 유지, 관리할 수 있는 서비스로 정의한다(한국인터넷진흥원, 2009).

즉, 옛날과 다르게 보다 더 복잡해지고 다양하게 변화하는 현대사회의 구성원이 자신의 정체성을 유지하길 바라면서도 다른 사람들과 유대관계를 맺어 소외되지 않으려 하고, 자신을 표현해 사랑과 관심을 받고 싶어 하는 욕망에 착안하여 IT기술과 접목시킨 서비스를 SNS라고 볼 수 있다.

국내에서의 SNS의 첫 시작은 아이러브스쿨

이다. 동창을 찾아주는 서비스로 유명한 아이러브스쿨은 일촌과 도토리도 유명한 싸이월드로 이어졌다. 현재 대표적인 SNS로는 국내의 SK 커뮤니케이션즈의 싸이월드, NAVER의 미투데이 등이 있으며, 최근에 트위터, 구글 플러스, 페이스북과 같은 외국의 SNS가 큰 인기를 누리고 있다.

Boyd와 Ellison(2007)은 SNS의 3가지 특징에 대해 이야기했다. 첫째, 사용자 프로필을 생성할 수 있어야 하며 둘째, 다른 사용자들과 네트워크를 생성, 확장 가능해야하며 마지막으로 네트워크를 통해 다양한 정보 공유와 커뮤니케이션이 가능해야 한다고 했다.

Smith(2007)는 SNS의 특징을 정체성, 존재감, 관계, 대화, 평판, 공유, 그룹이라는 7가지 속성으로 구분하였다. 온라인상에서 다른 사람과 구별할 수 있도록 자기 자신을 유일하게 표현할 수 있는 정체성, 자신의 상태가 온라인인지 오프라인인지, 상대방이 대화할 수 있는 상태인지를 파악하는 존재감, 가족이나 친구, 지인들 간의 관계를 맺고 이를 시스템에 축적할 수 있는 관계, 시스템을 통해 다른 사람들과 커뮤니케이션하는 방법으로 이메일이나 쪽지, 채팅, 메신저 같은 형태인 대화, 어떤 사람이 좋은 사람이며 신뢰할 수 있는지를 평가할 수 있는 평판, 사진이나 동영상과 같이 콘텐츠들을 시스템 안에서 사용자들끼리 공유하거나 추천, 배포 등을 통해 관계 네트워크를 형성하는 공유, 흥미나 기타 목적을 기반으로 형성된 커뮤니티의 형태인 그룹을 들 수 있다.

국내 연구에서 오승석(2010)은 SNS 특성에 대해 다음과 같이 정리했다. 첫째, 인터넷 미디어 중에서 가장 신속하게 정보를 전달할 수 있다. 둘째, SNS 공간에서 공유되는 주제는 일

상적이고 개인적이다. 셋째, 정보의 개방성과 네트워크 구축의 용이성이 높다. 넷째, 사용자들은 개방성과 확장성이라는 특성을 통해 SNS를 다른 사람들과의 소통 및 관계형성을 위한 커뮤니케이션 도구로 사용한다고 볼 수 있다.

또한 SNS가 갖는 속성 3가지는 관계와 상호작용, 그리고 커뮤니케이션이다. 모든 SNS는 사람을 중심으로 한 관계에 기반하고 있고, 사용자간에 상호 작용하면서 커뮤니케이션을 가능하게 한다(유훈식, 2009).

이에 대해 강안구, 배영, 김용국, 김충희, 박세영, 박준석, 최홍규(2009)는 SNS는 관계적인 측면이 부각되고 있지만 기존의 관계 중심 서비스와는 차별적인 특성들이 융합적으로 존재하는 서비스라고 정의하였다. SNS는 일방적인 정보공개가 아닌 다른 사람과 관계를 형성, 확장하는 것에 초점을 두고 있다. 즉 자신의 블로그에 일방적으로 정보를 올리고 필요한 사람이 찾아오는 소극적인 의사소통 형태가 아닌 사람과 사람사이의 양방향 커뮤니케이션이 가능한 환경을 제공한다고 주장하였다.

SNS 사용자가 증가할수록 경제, 문화, 정치 등 사회 전반의 다양한 분야에서 그 활용도가 늘어날 것이며, 특히 많은 기업들이 SNS가 개인의 메시지를 전달하는 도구에서 다양한 메시지를 전달하는 미디어로 발전하고 있는 것에 주목하고 있는 점을 고려하면 향후 SNS의 중요성은 점점 더 높아질 것으로 예상할 수 있다(박현길, 2010).

PC를 기반으로 시작된 SNS는 최근 모바일 기기의 발전에 힘입어 다양한 형태로 진화되고 있으며, SNS는 사람들과 관계를 맺고 소통하고자 하는 욕구와 스마트폰의 보급이라는 사회적 분위기의 결합으로, 공유형 네트워크 성격으로 강화되고 있다. 일반 기업에서도

기업의 발전 및 성과를 위해 조직 SNS를 개발해 활용하고 있다. 대표적으로는 Yammer, Social Text 국내 최초의 조직 SNS인 Quik를 꼽을 수 있다.

Yammer는 조직 SNS 솔루션 중 가장 많은 기업에서 사용중인 대표적인 SNS 솔루션이다. 페이스북의 인터페이스와 유사하며, 가장 표준화 된 모델로 볼 수 있다. 사내 이메일 계정을 이용해 가입을 할 수 있고, 자회사 직원들끼리 소통하기 편리하다는 장점이 있다. 또한 대규모 계열사, 조직, 영업점 관리에 용이하게 사용할 수 있는데 이는 위치상으로 많이 세분화되고 떨어져도 의견, 투표 등의 기능을 통해 정보를 확산시키고 공유하기 편하기 때문이다.

그룹 가입 시 허가를 받아야 하기 때문에 그룹 내에서 벌어진 일들을 외부인들이 알 수 없어 보안성이 좋다. 이러한 특징 덕분에 회사 내에서 부서별로 그룹을 만들거나, 프로젝트 단위로 TFT를 구성해 업무에 활용이 가능하다.

다음으로 Social Text가 있다. 트위터, 위키피디아의 기능과 연락처의 기능이 적절하게 섞여 있는 조직 SNS 솔루션이다. 단문 메시지를 이용한 커뮤니케이션이 가능하고, 그룹 형성을 통해 별도의 페이지에서 협업이 가능하며 각 문서마다 열람 및 전송이 편리하게 독립된 URL이 제공된다. 또한 조직 내외부 자료 모두를 연결시킬 수 있어 원활한 프로젝트 수행을 돕는다. 뿐만 아니라 기타 SNS 서비스에 링크된 콘텐츠들을 가져올 수 있다는 장점이 있다.

마지막으로 Quik은 최초의 국내 조직 SNS 솔루션으로 국내 기업에 맞게끔 각종 틀이 맞춰져있다. 한 두 줄 가량의 짧은 메시지를 주고받는 것이 특징이다. 팀 내 메시지 주고받

기뿐만 아니라 다른 부서와도 메시지를 주고 받을 수 있게 되어 있다. 뿐만 아니라 기업이 아닌 동호회, 기타 모임에서도 사용이 가능하다는 특징이 있다.

이러한 조직 SNS는 두산의 Yammer, SK의 톡톡, KT의 K 트윗 등을 통해 국내에서도 활발히 보급되고 있다.

이 외에도 다양한 근무처에 흩어져 근무하는 직원간의 원활한 소통을 위해 강원랜드에서도 조직 SNS를 구축했으며, LS 니꼬동체련은 오피스톡이라는 조직 SNS 시스템을 지식과 문서 공유 및 업무 포털 시스템으로 활용 범위를 확대해나가고 있다.

다수의 기업이 조직 SNS 보급에 힘쓴 결과 매일 유업, 삼성전자, GS 에너지 등이 큰 성과를 보고 있는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 위에 언급한 조직 SNS를 주제로 조직 SNS 사용과 관련된 선행변인과 결과변인을 분석하려 한다.

선행변인

혁신문화

혁신적인 조직은 조직의 변화를 주도하며, 급변하는 외부 환경에 유연한 모습을 보인다. 그래서 기업은 생존과 성과를 위해 조직의 혁신을 추진하게 된다. 혁신은 조직을 급변하는 외부 환경에 적응하게끔 돕고, 환경에 영향력을 행사 한다(Damanpour, 1991).

Schein(1985)은 혁신 문화를 외부 환경 변화에 신속하고 적극적으로 대응하며, 환경이 제공하는 새로운 제품과 기회를 포착하며, 수익 추구 보다는 새로운 제품 개발과 시장 개발을 중요시 여기는 문화라고 정의하였다.

Quinn(1988)은 조직문화 유형을 혁신, 집단,

합리, 관료문화로 구분했으며, 혁신문화는 변화를 가정하며, 혁신과 창의성, 성장과 동태성을 강조하는 문화로 정의하였다.

Drucker(1985), Amabile(1988), West와 Farr(1989) 그리고 Damanpour(1991) 등은 혁신문화는 개인과 집단 조직은 물론 사회 전반에 혜택을 주며, 인적자원관리를 포함한 경영 관리 전반에 새로운 아이디어를 줌으로서 조직의 지속적 혁신이 이루어지게 한다고 주장하였다.

이처럼 혁신적인 조직문화가 필요성을 언급하면서 강조하는 것은 혁신문화가 전반적인 조직 활동에 영향을 미친다는 것이 많이 논의되고 또 검증되었기 때문이다(Deal & Kennedy, 1982; Quinn & Kimberly, 1984; Schein, 1985, 1996; Damanpour, 1991).

Burkhardt와 Brass(1990)는 혁신문화는 조직 전반에 혁신에 대한 정책을 주도하며, 분위기를 통해 창의성에 영향을 주고 받을 수 있기 때문에 중요하며, 이를 통해 조직구성원에게 창의적 행동을 유발한다고 말하였다.

Zammuto와 Krakower(1991)는 혁신문화는 변화에 대한 준비와 적응성의 수준이 높아 역동적이고 기업가정신이 살아있는 문화라고 보았다. 혁신을 촉진시킬 수 있는 핵심적인 문화적 속성으로 도전정신과 신뢰, 자유와 위험추구, 역동성과 미래지향성, 외부지향성, 신뢰와 개방성, 위임과 유연성, 참여경영 및 의사결정 참여 등을 들고 있다(Ahmed, 1998; McLean, 2005).

장동걸(2007)은 조직에서 창의적이거나 새로운 제도를 도입, 시행하는데 있어서 조직문화가 영향을 미친다는 연구를 발표했다. 이를 문화기속론적 관점이라 하며 이러한 관점에서 보았을 때 혁신문화는 조직구성원들이 혁신적 사고를 하도록 권장하며 새롭고 창의적인 방

법을 모색하고 환경변화에 신속히 대응할 수 있는 전문지식과 능력을 중요하게 여기는 것을 의미한다.

혁신문화는 인적 자원 뿐 아니라 경영 관리 전반에 적용되는 기술과 도구를 혁신적으로 변화 시킬 가능성이 높다. 이러한 연구를 바탕으로 혁신 문화가 강할수록 새로운 의사소통 도구인 조직 SNS 사용에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다.

가설 1. 혁신문화는 조직 SNS 사용과 정적으로 관련될 것이다.

학습조직

Senge(1990)는 학습조직을 적응역량과 더불어 대안적 미래를 만들 수 있는 역량을 가진 조직으로 정의했다. 학습조직이 되기 위해서는 다섯 가지 원칙인 체계적 사고, 개인적 숙달, 정신 모형, 비전의 공유, 팀 학습을 제시하였다. 다섯 가지 원칙은 완전히 정복되지는 않으나, 각각의 존재는 학습조직 성공에 있어 중요한 요소라 보았다.

Garvin(1993)은 학습 조직을 지식을 창출, 습득, 전달하는 능력을 갖춘 조직으로서 새로운 지식과 통찰력을 반영하기 위해 조직의 행동을 변화시키는 역량을 가진 조직으로 정의하였다. 학습조직이 되기 위해서는 조직은 활동적으로 학습 프로세스를 관리해야하며, 기획을 통해 지속적 학습을 이끌어내야 한다고 주장하였다. Senge과 마찬가지로 다섯 가지 원칙을 제시하였는데, 체계적 문제해결, 실험, 과거 경험을 통한 학습, 타인을 통한 학습, 지식 이전과 실행을 이야기했다.

Watkins와 Marsick(1993, 1996, 2000)은 학습

조직을 지속적 향상을 위해 지속적으로 학습하며 스스로 변형할 수 있는 역량이 있는 조직으로 정의하였다. 이들의 학습조직모형을 살펴보면 지속적 교육과 성장을 위해 학습 기회를 제공한다고 되어있다. 이 과정에서 시스템의 구축을 통해 학습을 공유하고, 업무에 통합시킬 것을 주장하고 있다.

국내 연구에서는 조직 내외적으로 정보를 발굴, 입수하여 조직의 전 구성원의 공유는 물론 일상적 업무 활동에 적용함으로써 새로운 지식을 창출, 조직 전체에 보급해, 급변하는 경영환경에 대한 대처능력과 국제경쟁력을 향상시켜 조직자체의 성장발전을 배가시킬 수 있도록 지속적인 학습활동을 전개하는 조직으로 보았다(유영만, 1995).

이들은 학습조직의 향후 과제로 학습조직의 다양한 요인 중 정보 공유와 관련된 지식의 시스템화 내외 환경과의 연계 요인의 발전을 말하였다. 지식의 시스템화를 통해 조직 내 학습을 지속적으로 공유하며, 현 상황을 파악할 수 있고, 내외 환경의 연계를 통해 조직 환경을 올바르게 인식하고 학습할 수 있다고 주장하였다.

이와 관련해 정태희(2010)는 총 7개의 기업을 선정해 학습조직이 잘 정착되어져 있는 회사와 그렇지 못한 회사로 집단을 분류하고, 이들을 참여 관찰 조사를 한 결과를 살펴보면 학습조직이 잘 정착된 기업이 그렇지 못한 기업보다 정보를 추구하고, 학습을 하는데 있어 더 많은 노력을 하고 이는 기업 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 이유로 인해 학습조직이 잘 정착된 기업들이 학습조직을 위해 지속적 투자를 한다고 밝히고 있다.

Drucker(1992)는 개인이 학습으로 습득한 지식이 개인이 조직을 떠날 경우 상실되나, 조

직이 습득한 지식은 영구히 남는다는 주장을 하면서, 조직이 내외부로부터 획득한 지식을 학습 조직의 요인인 지식의 시스템화를 완성하는 것이 학습조직의 주요 과제라 말하였다.

이렇듯 학습조직의 요인 중 중요한 것은 시스템화로 지식을 많은 사람들이 해석하고 의미를 부여하며 공유하는 것을 꼽을 수 있다. 최고경영자의 적극적인 지원, 조직구성원의 자발적 참여, 기술을 통해 조직 내부의 다양한 지식 및 정보 전달과 공유 채널을 구축하는 요인을 만족 시킬 때 학습조직이 형성 및 지속적으로 운영될 수 있을 것이다.

이러한 점을 살펴볼 때 조직 내에서 학습조직 특성이 강할수록 학습조직 요인 중 하나인 지식 및 정보 전달을 위한 정보 기술 보유를 위해 더 많이 노력하게 되며 이를 통해 조직 SNS 사용 활성화에 기여할 수 있을 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 도출할 수 있다.

가설 2. 학습조직은 조직 SNS 사용과 정적으로 관련될 것이다.

관계지향성

Thorndike(1920)는 사회지능을 다른 유형의 지능과 구별되는 것으로 규정하면서 자신과 타인의 내적인 동기, 상대, 행동을 인식하고 이를 기반으로 적절하게 행동하는 능력으로 정의하였다. 이러한 대인관계 능력은 사회적 유능성(Burns & Farina, 1984), 의사소통 유능성(Allen & Brown, 1976; Rubin, 1982), 관계 유능성(Hansson, Jones, & Caperton, 1984)로 불리어왔다.

Spitzberg와 Cupach(1989)는 이를 정리해 대인관계유능성이란 말로 불렀으며, 다른 사람과

효과적으로 관계를 형성하고 유지하는 능력을 의미한다고 정의했다. 대인관계를 통하여 통제력을 획득하고 효과적으로 목표를 달성하며 과업을 성취하게 되며, 타인과의 상호작용을 통하여 원하는 바를 얻고 긍정적 정서를 느끼게 된다.

김용학(2001)은 인간은 새로운 타인 혹은 기존의 인간관계 안에서 더 많은 관계를 맺고 도움을 주고 받는 것을 원하며 새로운 지식을 만들어내길 원하는 성향에 대해 이야기했다. 이는 대인관계유능성에서 타인과의 상호작용을 통해 원하는 바를 얻길 원하고, 재치 있고 예의바르게 다른 사람과 관계를 맺고 싶어 하는 면과 맥락을 같이 한다고 볼 수 있다.

이처럼 인간은 누구나 친밀하고 의미 있는 인간관계를 추구하는데 서로에게 의미 있는 존재가 됨으로서 삶이 가치 있고 풍요로워지기를 원한다. 이러한 인간관계는 관계의 대상 선택, 발전과 심화, 해체과정을 거쳐 발전하고 심화된다.

본 연구에서는 Spitzberg와 Cupach(1989)연구와 김용학(2001) 연구를 토대로 서로 관계를 맺고자 하는 인간 본성의 니즈와 연결 지어 더 많은 사람들과 관계를 맺어 새로운 지식을 만들어 내고, 정보를 공유하며 이를 통해 자신을 표현하고, 관심을 받고 싶어 하는 욕구를 관계지향성으로 정의내리기로 했다.

조직 내에서 개인의 관계지향성이 강할수록 이들은 더 많은 사람들과의 관계 맺는 것을 즐기고, 상호작용을 하길 원하기 때문에 타인과의 교류가 쉽게 이뤄질 수 있는 도구인 조직 SNS 사용에 정적인 영향을 미칠 것으로 가정할 수 있다.

가설 3. 관계지향성은 조직 SNS 사용과 정

적으로 관련될 것이다.

지적호기심

Berlyne(1960)은 호기심을 불확실성에 직면해 적당히 각성된 상태로 보았으며, Beswick와 Tallmadge(1971)은 호기심을 개념적 갈등을 추구하고 유지하며 해결하는 개인의 준비성과 경향으로 정의하였다. 대부분의 학자들은 호기심이 유발됨에 있어 각성 상태를 강조하고 있다. 인간은 불분명하고, 완성되지 않으며, 불확실한 것에 의해 각성된다.

Bolye(1983)는 호기심을 그 수준이 변하지 않는, 타고 나는 성격과 같은 것으로 보는 관점과 후천적으로 학습이 가능하며 그 수준이 변화한다는 관점으로 구분하였다. 하지만 최근에는 선천적, 후천적 영향을 모두 받는 것으로 보고 있기 때문에 호기심을 관점에 따라 달리 보는 연구는 이뤄지지 않는다. 이후 호기심을 유발하는 대상의 특성 및 본질에 대한 연구가 이뤄졌고 이에 따라 호기심을 분류하는 연구가 등장하기 시작하였다.

이에 기존 연구자들은 호기심을 지각호기심, 감각호기심, 대인관계호기심 그리고 지적호기심 등 4가지로 나누고 있다. 지적호기심은 탐구심과 실험의식을 자극하여 인간의 지적 발전과 학문적인 성취의 기초가 되는 사실을 알고 싶어 하는 개인 특성이다. 지적 호기심을 표현하고 경험하는 개인에 따라 차이가 있으며, 이러한 지적호기심 성향은 관심에 대한 긍정적 감정 상태와 학습의 본질적 즐거움과 관련이 있다.

Maw(1967) 지적 호기심에 대해 자신과 환경에 대해 더 알기 바라는 각성 상태로 정의했고, Camp(1986) 역시 특정한 것에 대해 학습하

기를 바라거나 알고 싶어 하는 상태를 말한다고 정의했다. 이처럼 지적 호기심은 개인이 처한 환경과 다양한 사물을 이해하길 원하는 것으로 볼 수 있다.

지적 호기심은 다시 특수한 호기심과 확산적 호기심으로 나눌 수 있다. 특수한 호기심은 한 가지 문제에 대해 여러 각도에서 검토하고 모순이나 의문을 해결하기 위해 정보를 찾고 그것을 조합해 통합시키려는 호기심이다. 확산적 호기심은 폭넓게 정보를 찾으려 하는 것을 말한다.

이러한 지적 호기심은 다시 상태와 특성으로 나뉘는데 상태로서의 호기심은 특정한 상황 자극을 통해 생겨나는 것이고, 호기심이 유발되는 상황에 따라 개인차를 보인다. 특성으로의 호기심은 상태로서의 호기심보다 안정된 변인으로 호기심을 느끼는 개인차를 나타낸다.

이러한 지적 호기심은 사람들로 하여금 호기심을 충족하기 위해 더 많은 정보를 찾게 하는 접근행동을 하게 한다(Miller, 1959). 사물이 어떻게 작동하는지를 알아내는 행동을 촉진하고, 과학적 발견과 문명의 발전에 중요한 역할을 담당한다(Berlyne, 1978). 뿐만 아니라 끊임없는 변화와 발전을 요하는 시대에 적응하기 위해 필요한 능력으로 강조되는 창의성의 근간이기도 하다.

지적 호기심은 학습 활동을 시작하고 목표를 향해 나아가게 하며 학습 활동을 강화시키는 역할을 수행하는데 영향을 준다. 따라서 지적호기심이 높은 개인은 조직 SNS 사용에 대해 궁금해하고, 이를 사용해보려고 노력할 가능성이 높다. 따라서 다음과 같은 가설을 세울 수 있다.

가설 4. 지적호기심은 조직 SNS 사용과 정적으로 관련될 것이다.

결과변인

조직 커뮤니케이션

커뮤니케이션은 두 명 이상의 사람이 언어 또는 비언어적 수단을 이용해 자신의 감정과 의사를 전달하고 반응하며 상호간 의미를 전달하는 과정이라 볼 수 있다. 조직에서의 커뮤니케이션은 조직의 체제 유지 및 발전의 기틀을 마련하며, 조직이 외부 환경에 적응하고, 상호 작용하게 하는 수단으로 사용된다.

Katz와 Kahn(1966)은 조직 커뮤니케이션의 중요성을 강조하면서 “커뮤니케이션은 집단, 조직, 사회의 기능수행에 있어서 중요한 과정이다. 따라서 커뮤니케이션은 사회체제나 집단을 이해하는데 가장 필수적인 것이다”라고 하였다. 차배근(1976)은 조직 커뮤니케이션이란 조직의 구성원들이 목표달성을 위하여 다양한 계층의 구성원들에게 어떤 의미를 전달하여 주어진 공동 작업을 수행하는 동시에 조직을 유지시키려고 구성원들의 개인적 욕망을 충족시켜주는 과정이라고 하였다. Barnard(1988)는 어떠한 조직체계에서도 커뮤니케이션은 중요한 위치를 차지한다고 주장했다. 조직의 구조, 확장, 범위 등이 커뮤니케이션에 의해 변화되기 때문으로 보았기 때문이다.

조직 SNS의 사용은 원활한 조직 커뮤니케이션에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대할 수 있다. 원활한 조직 커뮤니케이션이란 수직적, 수평적 방향 모두 소통이 원활한 것을 말한다.

조직 SNS 사용을 통해 개인은 조직내에서 상사뿐 아니라 동료와 수시로 소통이 가능하

기 때문에 조직내 커뮤니케이션이 원활하게 유지되는데 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 5. 조직 SNS 사용은 원활한 조직 커뮤니케이션과 정적으로 관련될 것이다.

팀 응집력

팀 응집력은 사회 응집력이란 용어와 유사한 의미를 지닌다. 집단이나 조직에 있어 구성원 사이에 형성되는 상호 작용하는 어떤 힘을 말할 때 사용되는 것으로, 처음엔 심리적 힘을 중심으로 정의되었으며, 이후 집단의 중심 정도(Swand, 1979)를 나타내는 것으로 정의될 수 있다.

이와 비슷한 관점으로 Robbins(2005)는 집단이 서로에게 매력을 느끼고 그 집단에 머물러 있기를 바라는 정도로 보았으며, Forsyth(2009)도 구성원들을 집단에 결속시키는 힘 정도로 보아 모두 집단의 소속감 혹은 결속력을 집단 응집력으로 보고 있다.

집단 응집력은 조직구성원의 합리적 소통을 통해 정서적 유대관계를 형성하고 자신의 목적과 조직의 목적 방향성을 일치시키는 동시에 조직구성원의 소속감을 높이는 일련의 행위로 볼 수 있다.

Widmeyer와 Brawley(1985)는 응집력에 대해 집단 구성원들의 목표달성과 과업 성취에 대한 몰입, 협력의 정도 및 자신감으로 설명하고 있으며, 집단 구성원들의 호감도와 상호관계를 반영하는 정도로 설명하고 있다.

Carron(1982)은 이러한 응집력은 다양한 요인에 의해 형성된다고 주장했다. 그 중에서도 환경적 요인을 살펴보면 응집력 발달은 사회적 상황 및 물리적인 환경에 의해 영향을

받는다고 말하였다. Carron(1982)이 말한 환경적 요인은 Webber와 Parsons(1946)가 말한 집단 구성원들이 상호작용할 수 있는 기회가 빈번한 상황과 같은 맥락이며, 국내 학자인 차대운(2002)은 목표 달성 시 성공 체험을 공유함으로써 팀의 응집력을 높일 수 있다고 주장하였다.

이러한 환경적 요인들은 조직 SNS 사용을 통해 조성될 수 있다. 구성원간의 상호작용 기회가 늘어나게 되고, 조직구성원 개개인의 목표 달성 사례가 전파됨으로서 팀 응집력에 영향을 미칠 것이다. 이에 따라 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설 6. 조직 SNS 사용은 팀 응집력과 정적으로 관련될 것이다.

업무집중도

Csikszentmihalyi(1975)는 몰입을 사람들이 자신의 활동에 완전히 관여했을 때 느낄 수 있는 감정, 기분으로 정의했으며, 사람들이 어떤 활동 자체에 몰두하면 의식과 지각을 한 곳에 집중하고, 자의식을 잊으며, 명확한 목표와 피드백에만 반응을 보이고, 주위 환경에 대한 통제감을 경험하며 특정 활동을 수행하는데 주된 이유가 되는 것으로 보았다. 또한 몰입은 행동이나 과제 그 자체가 흥미롭고 즐거운 것으로 외적 보상이 없어도 지속되는 행동을 통해 얻게 되는 전체적인 경험을 의미하며, 활동 자체에 몰입하면 자연스럽게 느끼는 상태로 정의할 수 있다(박근수, 유태용, 2007).

이러한 몰입은 다중 작업을 하기 시작하면 각각의 일에 최선을 다하기 힘들고 여러 개의 작업들 사이에서 균형을 맞추기란 쉽지 않아

지기 때문에 몰입도가 낮아지게 된다. 본 연구에서는 넓고 깊은 의미의 몰입 보다는 특정 수행 및 활동을 수행함에 초점을 맞춰 업무집중도로 재정의하고자 한다.

업무 집중도는 근무 시간동안 주어진 업무를 처리하기 위해 몰입하는 행동을 말하며, 주어진 업무를 단 시간 내에 수행하기 위해 자신만의 마감 시간을 수립 후 처리하는 과정이라 볼 수 있다.

한국정보화진흥원(2010)의 SNS 과다사용 조사에 따르면 SNS의 과다 사용은 학업 성적 및 업무 효율성 저하, 다른 활동에 대한 흥미 실추, 시력 저하, 수면 부족 등의 문제점을 일으키는 것으로 나타났다.

SNS의 과다사용 패턴을 고려해보면 일반 업무를 처리하면서 지속적으로 메시지를 확인하거나, 즉각적인 피드백을 제공해야하며, 깊은 생각이 필요 없는 게시물 등을 읽는 행위를 함으로서 순간적인 업무집중도를 흐릴 수 있게 된다. 즉 조직적 시간 낭비 요인이 발생하는 것이다. 따라서 주어진 자신만의 마감 시간을 연장하거나 지키지 못하는 경우가 발생하며, 주어진 특정 업무를 수행하는데 필요한 최소한의 시간 이상을 지속적으로 사용하며, 분산된 업무 및 정보를 한 곳에 모으지 못하는 결과를 초래할 수 있다. 이에 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 제시하였다.

가설 7. 조직 SNS 사용은 업무집중도와 부적적으로 관련될 것이다. 즉 SNS 사용이 많을수록 업무집중도는 낮아질 것이다.

SNS 스트레스

조직 SNS 사용은 그동안 긍정적인 측면만

이 부각되었으나, 최근 들어 사용 빈도가 늘어남에 따라 직장인들의 새로운 스트레스원이 될 수 있다는 주장이 부각되고 있다.

그 이유는 SNS를 통해 조직 내 구성원들과 연결됨에 따라 사생활 노출, 인상관리, 새로운 기술의 습득 필요성 증대, 업무 종료 시점의 모호함, 즉각적인 반응 및 피드백의 필요성, 본인에 대한 부정적인 반응이 발생함에 따라 정서적 소진을 일으키고, 부정적인 영향을 줄 수 있기 때문이다.

이와 관련하여 SNS는 개인에게 정보 공유나 인맥 형성 측면에서 각광을 받으며 발전하고 있으나, 인맥 형성 과정에서 발생할 수 있는 예기치 않은 사생활 정보 유출, 무리한 인맥 확장이나 집착으로 인한 서비스 이용을 꺼리게 되는 ‘디지털 피로감(Digital Fatigue)’을 호소하는 부작용이 발생하고 있다(한국일보, 2011년 1월 28일).

새로운 기술의 발전은 새로운 기술을 습득하도록 구성원에게 보이지 않는 압력을 가하고 있으며(Rangarjan 2005), 갈수록 복잡해지는 디지털 기기의 설치와 조작에 힘들음을 느끼거나, 폭발적으로 늘어나는 온라인 정보를 따라잡는 데 느끼게 되는 어려움이 있다(삼성경제연구소, 2008). 새로운 기술을 받아들이지 못하는 사람은 타인과의 비교를 통해 자신이 진부하거나, 떨어지는 사람으로 평가 받을 것에 대한 불안감이 점차 커지며, 조직 내부의 평가를 의식해 불안감을 유발시킨다.

또한 시간적, 공간적 제약을 받지 않는 SNS의 특징으로 인해 업무 중과 퇴근 후, 그리고 휴가의 구분이 모호한 상태가 초래된다. 시공을 초월하는 첨단 기기인 스마트폰은 쉬고 싶은 직장인들을 언제, 어디서고 일을 할 수 있는, ‘대기 중’의 상태로 만들고 있다(김경숙,

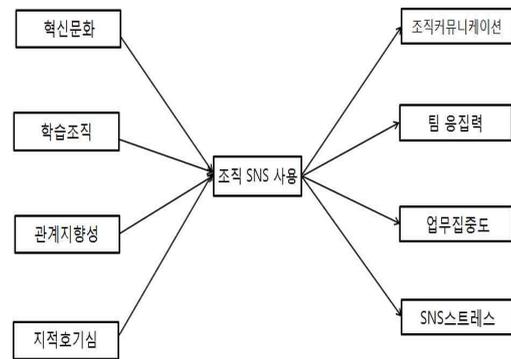


그림 1. 연구모형

이성엽, 2011).

이러한 점을 종합해 볼 때 본 연구에서는 새로운 스트레스 유형에 대해 정의하기로 한다. 조직 SNS 사용을 통해 비슷한 정보를 자주 확인하고 반응을 보내야 하며, 조직 SNS 사용을 위해 무엇을 배워야 하며 어떤 방향으로 사용할지에 대한 피로감 누적이 스트레스로 이어진다고 판단된다.

이를 SNS 피로감이라 정의하고 본 연구에서는 조직 SNS 사용과 개인의 SNS 피로감 증대와의 관계를 알아보고자 하며, 이와 같은 문헌 내용을 바탕으로 다음과 같은 가설을 제시하고자 한다.

가설 8. 조직 SNS 사용은 SNS 스트레스와 정적으로 관련될 것이다. 즉 SNS 사용이 많을수록 스트레스가 높을 것이다.

방 법

조사대상자 및 자료수집 절차

연구가설을 검증하기 위해 온라인 설문을

실시하였고 총 325부의 설문지가 수집되었다. 설문지 중 불성실한 응답자를 제외하고, 일반 문항과 역문항에 응답한 패턴을 고려하여 적절하지 못한 설문지를 제외한 결과 총 314부가 분석에 사용되었다.

분석에 포함된 조사대상자의 인구통계학적 특성은 표 1에 제시하였다.

측정도구

본 연구에서 사용한 모든 문항 중 선행변인 및 결과변인 측정을 위한 문항은 리커트 5점

표 1. 연구대상자의 인구통계학적 특성

인구통계 변인	구분	빈도(명)	백분율(%)
성별	남자	155	49.4
	여자	159	50.6
직무분야	영업직	17	5.4
	생산직	12	3.8
	사무직	274	87.3
	연구직	11	3.5
직급	사원급	149	47.5
	대리급	72	22.9
	과장급	65	20.7
	부장급	20	6.4
	임원급	8	2.5
나이	범위	M	SD
	21세 ~ 57세	36.23세	9.93세
현 근속년수	범위	M	SD
	1개월 ~ 378개월	76.10개월	87.44개월

척도(1: 전혀 없다 ~ 5: 자주 있다)를 사용하여 측정하였으며, 조직 SNS 사용과 관련된 일부 문항의 경우에는 단답형 서술을 사용하여 측정하였다.

나아가 본 연구에서는 개방형 설문을 토대로 조직 SNS 사용, 업무 집중도, SNS 스트레스 측정 척도를 구성하였다. 이처럼 측정 문항을 자체 개발한 이유는 이와 같은 구성개념을 측정하는 척도가 현재 개발된 것이 없었고, 유사 구성개념을 측정하는 척도가 있었지만 연구진이 판단하기에 본 연구에 적합하지 않았기 때문이다.

본 연구를 위해 조직 SNS를 사용하고 있거나, 조직 SNS의 특성에 대해 잘 알고 있는 직장인을 대상으로 개방형 설문을 실시하였다. 임원진 3명, 일반 사원 29명, 총 32명을 대상으로 실시하였으며 서면을 통해 설문지를 배부하였고 서면과 이메일을 통해 설문지를 회수하였다. 조직 SNS의 사용 목적, 긍정적 사용결과, 부정적 사용결과에 대해 질문하였고, 중복응답이 가능하게 설문지를 구성하였다.

그 결과 사용목적에 있어서는 ‘업무 관련 회의를 위한 의견을 취합하기 위해 사용한다.’, ‘업무 보고를 위해 사용한다.’, ‘신제품 디자인, 마케팅 시안 등 투표를 위해 사용한다.’를 비롯해 총 11가지 의견이 취합되었다.

긍정적 사용결과의 경우 ‘업무 처리 속도가 빨라진 것 같다.’, ‘팀원들과 편안하고, 빠른 의견 교환이 가능해졌다.’, ‘많은 사람들의 의견을 수렴할 수 있게 되었다.’ 등 총 6가지 의견이 나타났다. 부정적 사용결과의 경우 ‘지나친 관리로 인한 사용 필요성에 대한 회의감이 든다.’, ‘상사와 같이 이용하면서 올바른 언어 구사에 대한 스트레스가 발생한다.’, ‘의무적인 반응을 자주 나타내게 된다.’ 등 총 12가지 의

견을 취합할 수 있었다.

또한 한국인터넷진흥원의 보고서와 한국일보, 매일신문 기사를 통해 일부 문항을 추가할 수 있었다. 한국인터넷진흥원 보고서의 인터넷 커뮤니티 이용률 및 운영률, 이용 이유와 관련된 통계를 이용해 사용목적과 관련된 문항을 만들 수 있었으며, 한국일보 및 매일신문 기사 속 상사 및 조직구성원들과 SNS 관계를 맺음으로 인해 발생하는 스트레스에 대한 인터뷰 및 스트레스 통계치를 이용해 SNS 사용 스트레스 및 업무 집중도와 관련된 문항을 만들 수 있었다. 이를 통해 SNS 사용 20개 문항, 업무집중도 문항 7개, 그리고 스트레스 문항 15개 등 총 42개 문항을 만들었다.

조직 SNS 사용

조직 SNS 사용의 측정도구는 개방형 설문 결과와 SNS 관련 기존 연구 보고서 및 신문 기사 내용을 발췌하여 문항을 만들어 총 20개 문항을 사용하였다. 문항의 예로서 '업무 처리를 지시한 적이 있다', '사내 동호회 관련 게시물을 열람한 적이 있다'와 '신제품(상품 및 카드) 디자인, 마케팅 시안 투표 게시물을 작성한 적이 있다와 같다. 신뢰도 분석 후 조직 SNS 사용의 내적 일치 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 .90이었다.

혁신문화

Cameron과 Quinn(1999)이 개발한 조직문화진단평정지(organizational culture assessmentinstrument: OCAI)의 문항 중 일부 문항을 수정해 7개 문항을 사용하였다. 문항의 예로서 '우리 조직은

위험을 감수하고 도전하는 분위기이다.'와 '우리 조직은 새로운 트렌드, 기술에 민감한 편이다'가 있다. 요인분석과 신뢰도 분석 후 신뢰도를 낮추는 2개 문항을 제외한 혁신문화의 내적 일치 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 .84이었다.

학습조직

Watkins와 Marsick(1993)이 개발한 학습조직화 수준을 측정하는 DLOQ(the Dimensions of Learning Organization Questionnaire)에서 일부 문항을 수정해 7개 문항을 사용하였다. 문항의 예로서 '우리 조직은 직원들에게 필요한 정보를 언제나 빠르고 편리하게 제공한다.'와 '우리 조직은 업무와 관련된 자격증, 기술 습득을 위한 지원을 하고 있다.'가 있다. 요인분석과 신뢰도 분석 후 신뢰도를 낮추는 2개 문항을 제외한 학습조직의 내적 일치 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 .85이었다.

관계지향성

Buhrmester, Shaver, Furman와 Willems(1988)가 개발한 대인 유능성 질문지(Interpersonal Competence Questionnaire; ICQ)문항 중 일부 문항을 수정해 7개 문항을 사용하였다. 문항의 예로서 '나는 새로운 사람에게 대화 및 다양한 활동을 같이 할 것을 먼저 제안한다.'와 '나는 새로 알게 된 사람에게 먼저 연락하는 편이다.'가 있다. 요인분석과 신뢰도 분석 후 신뢰도를 낮추는 3개 문항을 제외한 관계지향성의 내적 일치 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 .87이었다.

지적호기심

Litman(2008)이 개발한 결핍해소지향 및 흥미지향 지적호기심 문항 중 일부 문항을 수정해 7개 문항을 사용하였다. 문항의 예로서 '나는 문제를 해결할 수 없는 경우 좌절감을 느끼기 때문에 더 열심히 고민하는 편이다.'와 '나는 내가 잘 모르는 새로운 주제에 대해 탐구하는 하는 것을 즐긴다.'가 있다. 요인분석과 신뢰도 분석 후 신뢰도를 낮추는 2개 문항을 제외한 지적호기심의 내적 일치 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 .78이었다.

조직 커뮤니케이션

조직 커뮤니케이션의 측정도구는 Pincus(1986)의 문항을 참조로 하여 양영중(1997)이 사용한 설문지 중 상사 및 동료와의 커뮤니케이션과 관련된 일부 문항을 수정해 7개 문항을 사용하였다. 문항의 예로서 'SNS를 통해서 일을 수행한 결과에 대해 상사와 의견 교환이 충분히 이뤄지고 있다.'와 'SNS를 이용해 임원은 회사의 일에 관해 사원들과 상의하기도 한다.'가 있다. 신뢰도 분석 후 신뢰도를 낮추는 2개 문항을 제외한 조직 커뮤니케이션의 내적 일치 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 .83이었다.

팀 응집력

팀 응집력의 측정도구는 Gruber와 Gray(1982)가 개발한 도구(TCQ: Team Cohesion Questionnaire)와 Widmeyer, Brawley과 Carron(1985)에 의하여 개발된 집단 환경 설문지(GEQ: Group Environment Questionnaire)가 있다. 이 중 일부 문항을 수정해 7개 문항을 사

용하였다. 문항의 예로서 'SNS를 이용한 덕분에 우리 팀 직원끼리는 더 끈끈한 관계가 형성되었다.'와 'SNS를 이용한 덕분에 팀장, 팀원의 빈자리를 서로 잘 메꿔줄 수 있게 되었다.'와 같다. 신뢰도 분석 후 팀 응집력의 내적 일치 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 .89이었다.

업무집중도

업무집중도의 측정도구는 개방형 설문 결과와 SNS 관련 기존 연구 보고서 및 신문 기사 내용을 발췌하여 문항을 만들어 7개 문항을 사용하였다. 문항의 예로서 'SNS 이용이 시작되면서 근무 시간에 SNS 속 정보를 읽고 있을 때가 많다.'와 'SNS 이용이 시작되면서 실시간으로 쪽지, 대화가 오기 때문에 업무 처리 흐름이 깨질 때가 있다.'와 같다. 신뢰도 분석 후 업무집중도의 내적 일치 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 .81이었다. 점수가 낮을수록 업무집중도가 낮아지는 것으로 해석되도록 점수화되었다.

SNS 스트레스

SNS 스트레스의 측정도구는 개방형 설문 결과와 SNS 관련 기존 연구 보고서 및 신문 기사 내용을 발췌하여 15개 문항을 만들어 사용하였다. 문항의 예로서 '조직 SNS 이용을 시작하면서 배워야 할 새로운 컴퓨터 기술이 너무 많았다.'와 '조직 SNS 이용을 시작하면서 작성한 글에 대한 책임감(인사상, 민형사상의 책임)이 무겁게 느껴진다.'와 같다. 신뢰도 분석 후 SNS 스트레스의 내적 일치 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 .91이었다. 점수가 높을수록

SNS 스트레스가 높도록 점수화되었다.

을 실시하였다. 표 2에서 보듯이 네 개의 선행변인은 서로 구분되는 개념인 것으로 나타났다.

결 과

각 변인들의 기술 통계치 및 상관분석 결과

선행변인 요인분석 결과

선행변인과 SNS 사용과의 관계를 분석하기에 앞서 4개의 선행변인들이 각각 독립적 요인으로 분류되는지를 알아보기 위해 요인분석

연구에 사용된 각 변인들의 평균, 표준편차 상관값이 표 3에 제시되어 있다. 먼저 선행변인으로서 혁신문화, 학습조직, 관계지향성, 지적호기심이 SNS 사용과 어떠한 관계를 갖는지

표 2. 혁신문화, 학습조직, 관계지향성, 지적호기심에 대한 요인분석 결과

	1	2	3	4
우리 조직은 위험을 감수하고 도전하는 분위기이다.	.555			
우리 조직의 리더는 혁신적인 것을 추구하는 성향을 가지고 있다.	.638			
우리 조직은 새로운 트렌드, 기술에 민감한 편이다.	.705			
우리 조직의 조직 구성원간 개방성과 참여를 중시한다.	.610	.373		
우리 조직은 새로운 시작을 중시한다.	.702			
우리 조직은 직원들의 학습에 필요한 물질적 지원하고 있다.	.305	.630		
우리 조직은 직원들에게 필요한 정보를 언제나 빠르고 쉽게 제공한다.	.491	.581		
우리 조직은 자기계발을 격려하는 편이다.		.653		
우리 조직은 정기적인 팀학습 시간을 갖는 편이다.		.550		
우리 조직은 업무와 관련된 자격증, 기술 습득을 위한 지원을 하고 있다.		.770		
나는 새로운 사람에게 대화 및 다양한 활동을 같이 할 것을 먼저 제안한다.		.300	.575	
나는 새로 알게 된 사람에게 먼저 연락하는 편이다.			.809	
나는 상대방에게 스스로를 먼저 소개하는 경우가 많다.			.812	
나는 새로운 모임에 참여하는 편이다.			.719	
나는 문제를 해결할 수 없는 경우 나는 좌절감을 느끼기 때문에 더 열심히 고민하는 편이다.				.362
나는 해결해야만 하는 문제에 집착하는 성향이 있다.				.368
나는 새로운 정보를 알게 되는 것이 즐겁다.				.729
나는 익숙하지 않은 주제들에 대해 배우는 것을 즐긴다.				.810
나는 새로운 것을 배우고 그것에 대해 더 많은 것을 찾아내기를 좋아한다.				.825

표 3. 연구에 사용된 변인들의 평균, 표준편차, 상관계수

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1. 성별	-													
2. 연령	-.06	-												
3. 리종	.02	-.07	-											
4. 리급	-.30**	.51**	-.04	-										
5. 근무기간	-.16**	.61**	-.03	.48**	-									
6. 혁신문화	-.02	.05	-.08	.17**	.02	(.842)								
7. 학습조직	-.10	.11	-.11	.22**	.13*	.63**	(.850)							
8. 판매지향성	-.12*	.04	-.03	.14*	-.02	.44**	.47**	(.865)						
9. 지적호기심	.04	.07	-.05	.17**	-.00	.37**	.31**	.37**	(.783)					
10. 조직커뮤니케이션	.04	-.01	-.06	.08	-.05	.45**	.45**	.41**	.31**	(.830)				
11. 팀응집력	-.01	.05	-.03	.11*	.04	.51**	.52**	.47**	.36**	.73**	(.893)			
12. 업무집중도	.07	-.05	.02	-.10	.06	.36**	-.35**	-.31**	-.28**	-.37**	-.42**	(.815)		
13. SNS스트레스	-.16**	.09	-.03	.14*	-.01	.32**	.35**	.33**	.33**	.32**	.39**	-.67**	(.914)	
14. SNS 사용	-.04	.06	.04	.19**	.09	.47**	.44**	.47**	.33**	.52**	.59**	-.45**	.45**	-
평균	1.51	3.19	4.89	1.94	76.10	3.15	3.15	3.01	3.44	3.19	3.11	3.02	2.92	3.35
표준편차	.50	1.11	.53	1.08	87.44	.64	.67	.71	.56	.64	.60	.59	.60	.58

**p < .01, *p < .05, N=314

주1. 성별=남자 1, 여자 2. 리종=영업리 3, 생산리 4, 사무리 5, 연구리 6, 리급=사원급 1, 대리급 2, 과장급 3, 차장급 4, 부장급 이상 5로 코딩됨.

주2. () 값은 변인의 신뢰도 값임.

살펴보면 혁신문화는 SNS 사용과 유의미한 정적 상관을 가지는 것으로 나타났다($r=.47, p<.01$). 다음으로 학습조직($r=.44, p<.01$), 관계지향성($r=.47, p<.01$), 지적호기심($r=.33, p<.01$)이 SNS 사용과 정적 관계를 가지는 것으로 나타났다. 다음은 SNS 사용의 결과변인으로서 조직커뮤니케이션, 팀응집력, 업무집중도, SNS 스트레스와 어떠한 관계를 갖는지를 살펴보았다.

SNS 사용은 조직커뮤니케이션과 유의미한 상관을 가지는 것으로 나타났다($r=.52, p<.01$). 이 외에 팀응집력($r=.59, p<.01$), 업무집중도($r=-.45, p<.01$), SNS스트레스($r=.45, p<.01$)와도 유의미한 상관을 보였다.

선행변인과 조직 SNS 사용의 관계

SNS 사용에 대한 선행변인의 영향력을 검증하기 위하여 위계적 회귀 분석을 실시하였다. 먼저 1단계에서 상관 분석 결과에 따라, SNS 사용과 관련이 있는 인구통계학적 변인인 직급을 투입하여 통제 후 2단계에서부터 각각의 선행변인을 단계별로 투입하는 방식을 이용해 분석하였다. 위계적 회귀 분석의 실시 결과는 표 4와 같다.

분석 결과를 살펴보면 먼저 혁신문화를 인구통계학적 변수를 통제 후 투입하였을 경우 SNS 사용에 대하여 유의미한 영향력을 가지는 것으로 나타났다($\beta=.41, p<.001$). 다음으로 학습조직을 투입하였을 경우 혁신문화와 동일하게 정적인 영향력을 가지는 것으로 나타났다($\beta=.18, p<.07$). 다음으로 관계지향성을 투입하였을 경우 역시 정적인 영향력을 가지는 것으로 나타났다($\beta=.23, p<.001$). 마지막으로 지적호기심을 투입한 경우 또한 정적인 영향력

표 4. 선행변인과 SNS 사용과의 관계에 대한 위계적 회귀분석 결과

모형	투입변인	β	R ²	ΔR^2
1	인구통계변인	.10***	.037	
2	혁신문화	.41***	.235	.198
3	혁신문화 학습조직	.29*** .18***	.262	.026
4	혁신문화 학습조직 관계지향성	.23*** .11† .23***	.322	.060
5	혁신문화 학습조직 관계지향성 지적호기심	.21*** .10† .21*** .11*	.331	.009

*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$, † $p<.07$

을 가지는 것으로 나타났다($\beta=.11, p<.05$). 선행변인 모두 변인 투입에 의한 증분설명량 역시 유의미한 것으로 나타났다.

이상의 결과를 통해 혁신문화, 학습조직, 관계지향성과 지적호기심이 SNS 사용과 유의하게 관련될 것이라고 예상한 가설 1, 2, 3, 4는 모두 지지되었다.

조직 SNS사용과 결과변인의 관계

표 5는 SNS 사용이 조직커뮤니케이션과 팀응집력 그리고 업무집중도와 SNS 스트레스와

표 5. SNS 사용과 결과변인의 관계에 대한 위계적 회귀분석 결과

독립변인	결과변인							
	조직 커뮤니케이션		팀 응집력		업무 집중도		SNS 스트레스	
	β	R ²	β	R ²	β	R ²	β	R ²
1 통제변인				.037				.037
2 SNS사용	.47***	.267	.557***	.368	-.44*	.198	.43***	.227

*** $p < .001$

어떠한 관계를 가지는지를 분석한 결과이다. 먼저 종속변인에 영향을 주는 인구 통계적 변인을 1단계에 넣어 통제한 후 2단계에서 SNS 사용을 투입하여 영향력을 알아보았다. 상관분석 결과에 의해 팀 응집력의 경우 직급을 통제하였고, SNS스트레스의 경우 성별과 직급을 통제한 후 그 영향력을 알아보았다. 분석결과 SNS 사용은 조직커뮤니케이션에 유의미한 영향을 미쳤으며($\beta = .47, p < .001$). 팀 응집력($\beta = .56, p < .001$). 업무집중도($\beta = -.44, p < .001$) 및 SNS 스트레스에도 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .43, p < .001$).

이상의 결과를 통해 SNS사용이 조직커뮤니케이션, 팀응집력, 업무집중도 및 SNS 스트레스와 유의하게 관련될 것이라고 예상한 가설 5, 6, 7, 8은 모두 지지되었다.

논 의

본 연구에서는 지금까지 SNS 사용과 관련된 대부분의 연구들이 개인 차원의 사용과 긍정적 측면에 초점을 맞추어 진행되었다는 제한점을 토대로 조직 장면에서 SNS 사용이 어떠한 선행 변인을 가지는지와 SNS 사용의 긍정

뿐만 아니라 부정적 결과를 알아보는데 그 목적이 있었다.

혁신적이며, 학습을 위한 의지가 강한 조직과 타인과의 관계를 계속 맺고 싶어 하며, 지적 호기심이 뛰어난 개인일수록 조직 SNS를 잘 사용하며, 조직 SNS를 사용할수록 조직 내 커뮤니케이션은 원활해지며, 팀 내 응집력은 높아지는 것으로 나타났다. 하지만 SNS 사용은 부정적인 결과도 초래하는 것으로 나타났다. 즉 개인의 업무 집중도를 떨어뜨리고, SNS 사용으로 인한 새로운 종류의 스트레스를 유발시키는 것으로 나타났다.

다양한 변인들 중에서도 선행변인 중 혁신문화와 관계지향성이 조직 SNS 사용에 가장 큰 영향력을 가지는 것으로 나타났다. 혁신문화의 경우 현 사회는 조직이 트렌드에 맞게 변화할 수 있는 절대적 개념의 시간을 길게 주지 않는다. 따라서 빠른 시간내에 회의를 하고 결정을 내려야 하며, 이에 필요한 많은 양의 정보를 단 시간내에 분석해야하는데 이 과정에서 조직 SNS를 사용하면, 도움을 받을 수 있음을 시사한다.

관계지향성의 경우 자신과 타인과의 관계를 외부로 드러내는 것을 중시하며, 더 많은 사람들과 관계를 맺음으로서 함께 하고 싶은 욕

구가 강하기 때문에 조직 내에서도 다양한 사람들과 관계를 맺고 유지하기 위해서 조직 SNS를 사용하는 경향이 있을 것이라 판단된다.

결과변인 중에서는 업무집중도와 SNS 스트레스에 더 초점을 맞춰 살펴볼 필요성이 있다. 그 동안은 긍정적 측면에 초점을 맞춰 조직 SNS 사용을 권장하였으나, 본 연구의 결과 잦은 SNS 접속과 지나치게 많이 발송되는 쪽지 및 댓글의 경우 사용자의 스트레스를 증가시키고, 업무에 집중할 수 있는 시간을 감소시키는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 조직 SNS를 이용해 업무 생산성을 높이기 위한 본래의 목적과는 반대되는 것이다. 또한 조직 SNS를 사용하면서 생기는 스트레스로 인해 오히려 조직 SNS 사용이 감소할 수도 있으며, 조직 내 팀원들의 스트레스 증가로 인해 결과적으로는 조직에 대한 부정적 인식이 증가할 수도 있을 것이다.

연구의 의의 및 시사점

조직 SNS 사용 연구 분야에 관한 연구가 거의 없는 실정이기 때문에 본 연구에서 제시한 결과는 다음과 같은 학문적 의의를 갖는다.

첫째, 기존의 일부 연구들에서 사용된 선행 및 결과 변인은 다양하지 못했다. 대부분의 연구에서 개인의 성격 및 개인 및 조직 차원의 커뮤니케이션에 초점을 맞춰 연구가 이뤄진 반면 본 연구에서는 환경적 변인과 개인적 변인으로 나눠 다양한 선행변인들을 탐색하였다는 점에서 의의가 있다.

둘째, 과거 연구들이 포괄적 SNS 사용을 통한 긍정적 측면에만 연구의 초점을 맞췄다면 본 연구에서는 조직 장면에서의 SNS 사용의

긍정적 측면과 더불어 부정적 측면을 밝혀냈다.

마지막으로 조직 SNS의 사용을 측정할 수 있는 척도를 만들기 위해 개방형 설문과 전문가의 조언을 받아 척도를 개발하였다는 점에서 본 연구의 의의가 있다고 볼 수 있다.

이론적 의의와 더불어 본 연구의 실무적 기여는 다음과 같다. 첫째, 조직 SNS 사용의 선행변인을 밝혀냄으로서 무조건적인 조직 SNS 도입 및 사용에 앞서 원활한 사용을 위한 환경이 조성되어야 함을 밝혀냈다. 경직된 조직 환경에서는 원활한 사용이 어렵기 때문에 시간과 비용을 들여 조직 SNS를 도입하기에 앞서 조직에 혁신 문화와 학습 환경을 조성해야 함을 알 수 있다. 또한 개인 성격 특성 역시 관계지향성이 높고 지적호기심이 높은 개인일 경우 원활하게 사용한다는 점에 초점을 맞춰 조직 구성원의 지적호기심을 높여줄 수 있는 방안을 고려하는 것도 효과적인 사용을 위한 하나의 방안이 될 수 있을 것이다.

둘째, 조직 SNS 사용의 결과변인을 밝혀냄으로서 조직 SNS 사용 목적 및 구체적 활용 가이드안을 만들 수 있을 것이다. 조직 SNS의 무분별한 사용을 통해 그 동안은 그 효용성이 잘 입증되지 않았다면, 본 연구에서 밝혀낸 결과변인 중 조직 커뮤니케이션과 팀응집력을 위해 활용한다면 단시간의 사용으로도 큰 효용성을 거둘 수 있을 것이다.

또한 SNS 사용이 업무집중도와 스트레스에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났기 때문에 다른 조직에서 사용한다고 우리 조직에서도 무조건적인 과도한 사용은 지양할 필요가 있을 것이다. 또한 현재 SNS를 사용하고 있는 조직에서도 이러한 사용이 부정적 결과를 가져 오는지를 다시 한 번 살펴볼 필요가 있을

것이다.

예를 들어 어떠한 경우, 어떠한 목적을 위해 조직 SNS를 사용해야 하는지, 또한 어떻게 하면 이를 효과적으로 사용할 수 있는지를 체계적으로 분석할 필요가 있다. 조직 SNS 사용 시 지양해야 할 말투나 내용 등을 분석하고 이를 조직 구성원들을 대상으로 교육시키는 방안 등도 조직 SNS 사용의 부작용을 줄이는데 기여할 수 있을 것이다.

연구의 제한점 및 추후 연구과제

본 연구의 제한점은 다음과 같다. 첫째, 선행변인과 조직 SNS 사용, 조직 SNS 사용으로 인한 결과변인들 간의 인과관계를 조금 더 자세히 확인하기 위해서는 종단 연구가 필요하나 단일시점에서 연구가 이루어졌다는 것이다. 선행 및 결과 변인과 조직 SNS 사용과의 인과관계를 좀 더 알아보기 위한 본 연구에서는 단 한 번의 측정이 이뤄졌다. 하지만 결과변인 중 조직 SNS 사용으로 인한 조직 커뮤니케이션의 원활함과 팀 응집력의 증가는 어떠한 시점부터 증가를 보이는지를 알아보기 위해서는 여러 시점에서 측정하는 종단 연구가 필요하다.

둘째, 본 연구에서 사용한 조직 SNS는 국내에서는 연구된 바가 적고, 각 조직에서 사용되고 있는 SNS의 구성 내용이 다른 경우가 많아 응답자들에게 혼란을 주었을 수 있다. 개방형 조사를 실시할 때 응답자의 의견을 받아 조직 SNS의 정의를 수정하였으나, 통일된 조직 SNS 모형이 없기 때문에 응답자에게 혼란을 주었을 수 있다.

셋째, 본 연구는 기존에 만들어진 척도들만 사용한 것이 아니라 개방형 설문을 통해 추가

된 일부 척도가 사용되었기 때문에 일부 문항의 경우 검증되지 않았다는 제한점이 있으나, 추후 조직 SNS 사용을 측정하는 척도 개발을 통해 본 연구에서 사용한 SNS 사용 척도를 좀 더 수정, 보완해서 사용할 수 있을 것이다.

넷째, 본 연구는 모든 변인들을 자기보고식 방법으로 한 설문지 방법을 통하여 평정하도록 하였기 때문에 공통 방법에 의한 편향의 영향 가능성이 있다. 특히 팀 응집력의 경우 개인 차원에서 측정하기 보다는 팀 차원에서 측정을 하는 것이 오차를 줄일 수 있으며, 업무집중도 역시 상사 또는 팀원의 타인 평정 방식을 같이 사용하는 것이 신뢰도 증가에 큰 영향을 미칠 것이다. 따라서 후속연구에서는 측정에 대한 오차를 줄이고 신뢰성을 확보할 수 있는 방향으로 연구할 필요가 있다.

다섯째, 본 연구에서는 SPSS를 사용한 회귀 분석을 통해 분석을 했으나, 조직 차원의 변인인 혁신 문화와 학습 조직의 경우 HLM을 사용해 분석할 필요가 있다. HLM을 활용하여 분석할 경우 사용자 개개인이 조직 SNS 사용에 어떤 영향을 미칠지가 더 명확하게 나타날 것이며, 추후 종단 연구가 이뤄질 경우에도 유용하게 사용될 것이다.

여섯째, 연구에 참여한 응답자들이 속한 조직의 규모나 성격 및 담당 업무에 따라 본 연구결과는 달라질 것이라 예상된다. 새로운 아이디어의 창출이 중요시 되는 조직 또는 조직 구성원의 수가 많은 대기업일수록 조직 SNS 사용은 더욱 활발할 것이다. 하지만 조직의 규모가 작고, 큰 변화가 없는 업무를 수행할수록 조직 SNS 사용의 필요성은 낮을 것이라 예상된다.

일곱번째, 본 연구에서 조직 SNS 사용 전체를 조직 구성원들이 자율적으로 사용하거나,

조직에서 권장하는 것으로 보았으나, 일부 조직의 경우 모든 결재 및 서류 전송을 조직 SNS를 통해서만 이뤄지게끔 시스템을 조성해 둔 곳이 있기 때문에 추후 연구에서는 조직 SNS 사용 환경이 자율적인지 또는 무조건 사용해야하는지를 문항을 통해 측정할 필요가 있다고 본다. 이에 따라 선행변인인 혁신 문화 및 학습 조직과의 관련성이 달라질 것으로 예상된다.

마지막으로 조직 SNS에 사용에 영향을 미치는 추가 선행변인에 대한 연구가 필요하다. 또한 본 연구에서 밝혀졌듯이 조직 SNS 사용의 부정적 결과가 나타났기 때문에 조직 SNS 사용의 긍정 및 부정 결과에 대한 지속적 연구를 통해 조직 SNS 사용이 궁극적으로 조직에 도움이 되는지, 아닌지를 확인할 필요가 있을 것이다.

참고문헌

강안구, 배 영, 김용국, 김충희, 박세영, 박준석, 최홍규 (2009). 마이크로블로깅 서비스 이용형태 분석 및 이용자 자율규제 연구. 한국인터넷진흥원.

김경숙, 이성엽 (2011). SNS를 활용한 직장인의 무형식학습 사례 연구: Facebook 활용을 중심으로. HRD 연구 13(4), 31-61

김용학 (2001). 정보사회의 이해-정보사회의 성격: 낙관론과 비관론의 대립. 서울. 나남. pp.90-95

박광량 (1996). 조직학습, 학습조직, 그리고 학습인. 학습조직의 이론과 실제, 서울, 삼성경제연구소.

박근수, 유태용 (2007). 일몰입의 선행변인 및

결과변인에 관한연구. 한국심리학회지: 산업 및 조직, 20, 219-251.

박현길 (2010). 스마트폰의 동반자-소셜네트워크 서비스(SNS), 마케팅, 44(9), 57-65.

삼성경제연구소 (2008). 2008년 10대 히트 상품

양영중 (1996). 조직구성원의 커뮤니케이션 만족이 조직몰입에 미치는 영향. 중앙대학교 대학원 박사학위 논문

오승석 (2010). 트위터와 페이스북의 이용동기와 충족에 관한 연구. 한양대학교 대학원 석사학위 논문

유영만 (1995). 지식경제시대의 학습조직. 서울, 고도컨설팅그룹출판부.

유훈식 (2010). 커뮤니케이션 유형에 따른 SNS 인터랙션 특성에 관한 연구. 국민대학교 대학원 석사학위 논문.

장동걸 (2007). 행정조직문화와 공무원 혁신행동의 관계에 관한 실증적 연구: 6개 중앙행정부서 공무원의 인식을 중심으로. 한국외국어대학교 대학원 행정학박사학위논문

정태희 (2010). 지식창출 기반의 통합적 학습조직 모델 개발 연구. 한양대학교 대학원 박사학위 논문

차배근 (1977). 커뮤니케이션 개념에 대한 재정의와 관점 실제 조사결과를 중심으로 한국언론학보 9. 65-106

한국인터넷진흥원 (2009). 인터넷 이용자의 SNS 이용 실태조사. 서울: 한국인터넷진흥원.

한국인터넷진흥원 (2010). 인터넷 이용 실태조사. 서울: 한국인터넷진흥원.

한국일보 (2011). 소셜 네트워크의 그늘 SNS 사용자 절반 생활침에 우려 있다.

홍석인, 최희재, 이준기 (2010). 블로그 사용의도에 영향을 미치는 사회 동기적 요인. 한

- 국콘텐츠학회. 10(1), 122-137
- 황성원 (2010). 모바일 SNS를 이용한 공공기관 정책홍보 전략에 대한 연구. 한양대학교 대학원 석사학위 논문.
- Ahmed, P. K. (1998). Culture and Climate for Innovation, *European Journal of Innovation Management*, 11(1), 30-43.
- Allen, R. R. & Brown, K. L. (1976). Developing communication competence in children. Skokie, IL; National Textbook.
- Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. In B. M. Staw & L. L. Cummings(Eds.). *Research in Organizational Behavior*, 10, 123-167, Greenwich, CT, JAI Press.
- Barnard, C. I. (1938). The Functions of the Executive. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bbswick, D. G., & Tallmadge, G. K. A. (1971). reexamination of two learning style studies in the light of the cognitive process theory of curiosity. *Journal of Educational Psychology*, 62, 456-463.
- Berlyne, D. E. (1960). Conflict, arousal and curiosity. New York: McGraw-Hill.
- Boyd, M., & Ellison. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1), 210-230
- Boyle, A. & G. J. Boyle. (1983). Effects of depressive mood and the premenstrual factor on processing of high and low content structure text in American and Australian college women. In: Ph.D. Dissertation, University of Delaware.
- Buhrmester, D., Shaver, P., Furman, W., & Willems, T. (1982). *Social skills and relationship development during a life transition*. Paper presented at the 90th Annual Convention of the American Psychological Association, Washington, DC.
- Burkhardt, M. E. & D. J. Brass. (1990). Changing Patterns or Patterns of Change: The Effects of a Change in Technology on Social Network Structure and Power, *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 104-127.
- Burns, G. L., & Farina, A. (1984). Social competence and adjustment. *Journal of Social and Personal Relationships*, 1, 99-113
- Cameron, Kim S. & Quinn, Robert E. (1999). Diagnosing and Changing Organizational Culture. New York: Addison Wesley Inc.
- Camp, C. J. (1986). I am curious-grey: Information seeking and depression across the adult lifespan. *Educational Gerontology*, 12, 375-384.
- Carron, A. V. (1982). Cohesiveness in sport groups; Interpretations and considerations. *Journal of Sport Psychology*, 4, 123-138
- Carron, A. V., Brawley, L. R., & Widmeyer, W. N. (1998). The measurement of cohesiveness in sport groups. In J. L. Duda (Ed.), *Advancements in sport and exercise psychology measurement*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology. 213-225
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*,

- 34(3), 555-590.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*, London: Heineman.
- Drucker, P. F. (1992). The new society of organizations. *Harvard Business Review*, 70(5), 95-104.
- Forsyth, D. R. (2009). *Group dynamics* (5th ed.). Bellwort, CA: Wadsworth Centage.
- Garvin, D. (1993). Building learning organizations. *Harvard Business Review*, 71(4), 78-91.
- Smith, G. (2007). Social software building blocks
- Gruber, J. & Gray, G. (1982). Responses to forces influencing cohesion as a fuction of player status and level of male varsity basketball competition. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 55(3), 27-36.
- Hanson, R. O., Jones, W. H & Carpenter, B. N. (1984). Relational competence and social support. *Review of Personality and Social Phychology*, 5, 265-284
- Katz, D., & Kahn, R. L., (1978). *The social psychology of organization*, New York : John Wiley & Sons.
- Laudon, K. C. & Laudon, J. P. (2007). *Management information systems: organization and technology*, (4th ed.), Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Litman, J. A. (2008). Interest and deprivation dimensions of epistemic curiosity. *Personality and Individual Differences*, 44, 1585-1595.
- Maw, W. H., & Maw, E. W. (1968). Self-appraisal of curiosity. *Journal of Educational Research*, 61(10), 462-465.
- McLean, L. (2005). Organizational culture's influence on creativity and innovation: a review of the literature and implications for human resource development, *Advances in Developing Human Resources*, 7, 226-46.
- Miller, N. A (1959). Liberalization or basic S-R concepts: Extensions to conflict behavior, motivation, and social learning. In S. Koch (Ed.s), *Psychology: The study of a science*.
- Pincus, J. D. (1986). Communication satisfaction job satisfaction, Job Performance. *Human Communication Research*, 12(3), 395-419
- Quinn, Robert E. & Kimberly, John R. (1984), *Managing organizational transitions*, R. D. Irwin(Homewood, Ill.)
- Ranarajan, D., Jones, E., & Chin, W. (2005). Impact of Sales Force Automation on Technologrelated Stress, Effort, and Technology Usage Among Salespeople, *Industrial Marketing Management*, 34, 345-354.
- Robbins, S. P. (2005). *Essentials of organizational behavior* (8th ed.). Pearson Education, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations*. (4th ed.). New York: Free Press.
- Rubin, R. B. (1982). Assaing speaking and listening competence at the college level: the communication competency assessment instrument. *Communication Education*. 31, 19-32
- Schein, E. H. (1985). *Organizational culture and leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art & practice of the learning organization*. New York, Doubleday/Currency.
- Spitzberg, B. H., & Cupach, W. R. (1989). *Handbook of interpersonal competence*

- research. New York: Springer-Verlag.
- Swanda, J. R. (1979). *Organizational behavior: systems and applications*. Sherman Oaks, CA: Alfred Publishing Co.
- Swanda, J. R. (1979). *Organizational behavior: systems and applications*. Sherman Oaks, CA: Alfred Publishing Co.
- Thorndike, E. L. (1920). Intelligence and its uses. *Harper's Magazine* 140, 227-35.
- Watkins, K. E. & Marsick, V. J. (1993). *Sculpting the learning organization: Lessons in the art and science of systemic change*. San Francisco, CA, Jossey-Bass.
- Watkins, K. E. & Marsick, V. J. (1996). *In action: Creating the learning organization*. Alexandria, VA, ASTD.
- West, A. & Farr, J. L. (1989) *Innovation and creativity at work; Psychological and Organizational Strategies*, New York, John Wiley & Sons, 3-13.
- Widmeyer, W. N., Brawley, L. R. & Carron, A. V. (1985). The measurement of cohesion in sport teams: the group environment questionnaire. London, Ontario, Canada: Sports Dynamics.
- Zammuto, R. F. & Krakower, J. Y. (1991). Quantitative and qualitative studies of organizational culture. *Research in Organizational Change and Development*, 5, 83-114.

1차 원고접수 : 2012. 10. 9

2차 원고접수 : 2013. 8. 13

최종게재결정 : 2013. 8. 19

A Study on the Antecedents and Outcomes of Using an Organization Social Networking Service

Bi-Na-Ree Na

Jin-Kook Tak

Department of Industrial Psychology Kwangwoon University

The purpose of this study was to analyze antecedents and outcome variables of using an organization social networking service. Data were collected from 314 workers. The results of this study showed that as antecedents innovative culture, learning organization, relationship orientation, and curiosity were significantly related to social networking Service use. Also, social networking service use was significantly related to all the outcome variables such as organizational communication, team cohesion, work intensity, and social networking service stress. Finally, the implications and limitations of this study, and the directions for future research were discussed.

Key words : organization social networking service, innovative culture, learning organization, relationship orientation, epistemic curiosity, organizational communication, team cohesion, work intensity, social networking service stress