

# 기업의 업무특성과 사회적 커뮤니케이션 미디어 사용 성과: 사회적 영향과 친분관계의 조절효과를 중심으로

구철모<sup>1</sup>, 정재은<sup>2</sup>, 조근식<sup>3</sup>

인하대학교 ITBK21  
인천시 남구 용현동  
[helmetgu@inha.ac.kr](mailto:helmetgu@inha.ac.kr)

영남대학교 컴퓨터 공학과  
경북, 경산시  
[J2jung@gmail.com](mailto:J2jung@gmail.com)

인하대학교 컴퓨터 공학과  
인천시 남구 용현동  
[gsjo@inha.ac.kr](mailto:gsjo@inha.ac.kr)

## 초록

사회적 커뮤니케이션 미디어는 기업 조직의 사회적 네트워크를 활발히 사용되고 있다. 각 커뮤니케이션 정보시스템은 매우 유용하게 사용되고 있지만, 업무적 특성과 사회적 영향 요인에 대한 연구는 매우 적은 편이다. 또한 새로운 정보기술의 도입, 예를 들면, 메신저와 무선 화상통신과 같은 발전은 매체 풍부성 이론으로 아직까지 적용 검증되지 못하고 있다. 본 연구는 업무적 특성과 미디어 활용 그리고 업무성과에 대한 검증을 실시하였다. 분석방법은 서베이를 통하여 소중대기업에서 근무하고 있는 280명을 대상으로 하였고 회귀분석으로 분석결과를 도출하였다. 연구결과로는 업무 특성은 미디어 사용에 긍정적인 영향요인이며 사회적 영향과 친분관계는 두 관계를 조절하고 있음을 발견하였다. 또한 커뮤니케이션 미디어의 활용은 각 업무성과에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 발견하였다.

**주제어:** Media Richness Theory, Social Communication, Task Characteristics, Task Performance, Social Influence, Social Affinity

## 서론

기업에서 모든 조직원은 그들만의 주어진 일(task)이 있으며 이를 수행하는데 필요한 정보획득이 필수적으로 뒤 따른다. 주어진 일의 종류에 따라 어떻게 조직원들은 일을 수행하는가? 그리고 업무와 관련된 정보를 어떻게 획득하는가? 는 매우 중요한 문제이다(Rice, 1992). 이와 같은

일과 관련하여 필요한 정보나 지식 그리고 문제해결 방식은 오프라인에서 문서, 책, 매뉴얼, 지식관련 세미나/미팅에 참석, 상사 또는 동료한테 질문 등등을 통하여 가능하며, 또 다른 한편으로 최근에는 온라인정보검색(Web, DBMS, KMS, Blog), e-Learning 수강, 이메일, 메신저, 전화, 전화 통신, 화상 통신 등을 통하여 업무를 처리하고 있다. 이와 같은 미디어 활용에 대한 이슈는 학문적 분야에서 매체 풍부성 이론(Media Richness Theory)으로 연구되고 있다. 매체 풍부성 이론은 업무 또는 다른 상황적 관점에서 매체 선택과 사용을 설명하는데 필수적이다(Carlson and Davis, 1998; DeSanctis and Monge, 1999).

기업 조직원은 그들의 업무를 진행함에 있어서 어떤 미디어를 유효 적절하게 사용할 것인가는 매우 중요한 관심의 대상으로 떠오르고 있다. 미디어의 사용은 단순히 업무 성과를 향상시킬 뿐만 아니라 새로운 정보를 획득하고 그 정보를 바탕으로 지식을 창출하고 전달하는데 매우 유익한 도구로 등장하고 있다(Murray and Peyrefitte, 2007). 이는 기업에서 다양한 미디어 어플리케이션이 사용이 업무에 영향을 주고 있기 때문이다(Carlson and Davis, 1998; Rice, 1992). 게다가 미디어 어플리케이션의 선택과 사용은 사회적 영향(Carlson and Davis, 1998; Schmitz and Fulk, 1991; Trevino et al., 2000; Webster and Trevino, 1995)과 커뮤니케이션 파트너와의 관계(Carlson and Zmud, 1999)에 따라 달라진다.

따라서 본 연구는 업무 특성과 정보기술 활용 효과 그리고 사회적 요인의 조절효과에 대한 연구이다. 본 연구에서 독립변수로 사용한 업무특성은 크게 3 가지로 분류된다. 분석 가능한

업무(Analyzable Task)-대부분 표준화되어 있고 일의 문제점이 명확히 구분되어 있으며 규칙과 정책이 명확하여 명확한 결과를 얻을 수 있다(Rice, 1992). 긴급한 업무(Urgent Task)-상대방으로부터 빠른 피드백이 필요하고 업무가 동시적 또는 실시간으로 처리되어야 하기 때문에 항상 상대방과의 접근성이 매우 중요한 특성을 보인다(Kahai and Cooper, 2003). 마지막으로 복잡한 업무(Complex Task)-업무가 깊은 지식과 다양한 정보, 그리고 많은 경험을 요구하는 하며 다른 여러 가지 업무와 연계되어 있다(Sheer and Chen, 2004) 1. 위의 세가지 업무 특성에 따라서 사회적 커뮤니케이션 미디어는 왜, 언제, 어떻게 활용하는가에 대한 문제점을 고민해야 할 것이다. 예를 들면, 업무에 관련하여 부여된 일이 매우 어려운 업무적 특성을 갖고 있으며, 시간적으로 급하게 해결해야 할 문제라면 커뮤니케이션은 매우 많은 양의 대화와 양방향성 대화를 통하여 암묵적인 지식과 비공식적인 정보 등이 요구되며(Mohr and Nevin, 1990), 이와 같은 상황에서 사용 가능한 정보시스템은 이메일, 지식경영시스템(KMS), 블로그, 메신저 등을 예상할 수 있다.

따라서 본 연구는 기업에서의 조직원간 사회적 네트워크를 통한 커뮤니케이션(Social Network Communication)과 매체 풍부성 이론(Media Richness Theory)을 바탕으로 업무성장에 따라 미디어 사용효과를 검증하고자 한다. 특히 조직내의 사회적 영향과 친분에 따라 사용하는 미디어 활용이 조절될 것으로 기대한다. 다음 II 장에서 매체 풍부성 이론과 업무 특성에 대한 문헌연구, III 장에서 연구모델과 가설, IV 장에서 연구방법론과 분석결과, 그리고 V 장에서 결론으로 구성되어 있다.

## 문헌연구

### 매체 풍부성 이론(Media Richness Theory)

Media richness theory 는 미디어의 사용과 미디어 선택에 관련된 이론이다. 기업조직의 사용자들이 어떻게 미디어를 사용할 것이고 실제로 어떤 미디어를 채택할 것인지는 업무와 매우 관련이 깊다(Rice, 1992). Daft and Lengel(1986)은 조직에 필요한 일을 수행하기 위하여 미디어의 특성을 고려하면 일의 성과를 극대화 시킬 수 있다고 설명하였다. 매체 풍부성 이론은 주어진 시간과 조건 안에 정보의 양과 의미있는 정보공유를 할 수 있도록 미디어를 선택 활용하는 것을 의미한다. 이론은 크게 네가지 요인으로 구분된다. 첫째, 여러 가지 형태의 전달방식(목소리, 제스처)을 전달할 수 있는 능력, 둘째, 즉각적인 반응과 피드백,

사용 가능한 언어의 다양성, 그리고 개인적인 취향과 선택 방식을 포함하고 있다. 풍부한 매체 미디어는 사용자로 하여금 모호한 부분을 감소시키면서 이해도를 높여 비슷한 업무의 성과를 최대화 시키는 장점을 갖고 있다. 이때 매우 복잡한 지식과 암묵적인 지식을 전달할 수 있는 수단으로 가장 좋은 미디어는 면대면(Face-to-Face) 미팅이 될 수 있지만 최근 미디어의 발달로 인하여 스피디하고 중요한 정보와 지식은 Social network 상에서 화상통신(Virtual Conferencing) 등의 미디어 활용으로 문제를 해결할 수도 있다(Vickery et al., 2004).

최근 미디어의 역할은 정보시스템의 발전과 매우 밀접하게 연관되어 작용하고 있다. 가장 중요하였던 전달 능력과 더불어 전달 방식은 업무 특성, 즉 분석 정도(Carlson and Davis, 1998; Rice, 1992; Steinfield, 1985), 시급한 정도(Kahai and Cooper, 2003; Zmud et al., 1990), 그리고 복잡한 정도(Dennis and Kinney, 1998; Sheer and Chen, 2004)에 따라 틀려진다. 그리고 본 연구에서 조절효과 변수로 제시한 사회적 영향과 친분도에 따라서 매체 선택에 영향을 주고 있다(Carlson and Davis, 1998; Carlson and Zmud, 1999; Schmitz and Fulk, 1991; Trevino et al., 2000; Webster and Trevino, 1995). <표 1>에서 매체 풍부성 이론에서 제시하는 전달의 완전성을 기초한 미디어 특성을 정리하였다.

<표 1> 정보 양과 미디어 특성

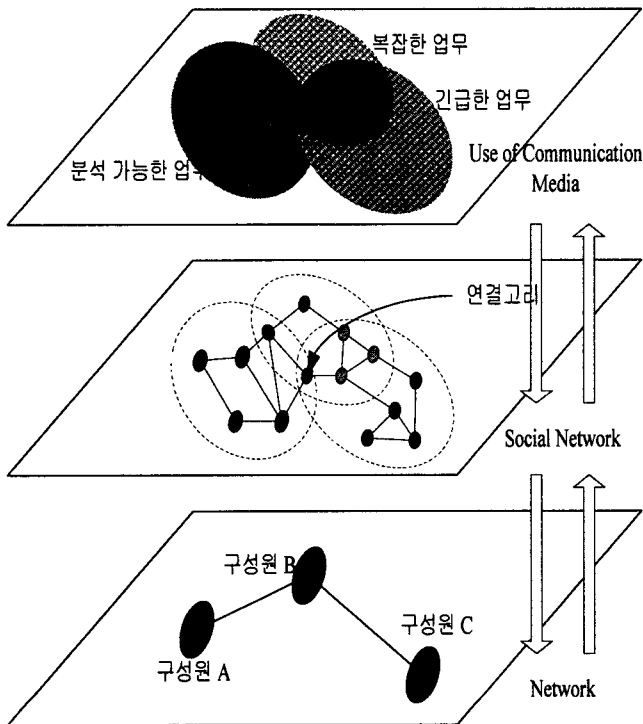
Medium-	Response time-	Information Source-	Information Richness-
Face-to-face-	Immediately Concurrent	Public/Personal-	Highest
Virtual conference-	Concurrent Fast-	Public/Personal-	High-
Telephone-	Concurrently Immediate-	Personal-	High/Moderate-
Messenger-	Sequentially Fast-	Personal-	Low-
Email, EDI-	Sequentially Moderate-	Public/Personal-	Moderate low-
KMS/Blog-	Sequentially Moderate-	Personal-	Medium low-
Written, Formal(bulletins, documents)-	Sequentially Slow-	Public-	Lowest

<출처: 수정 인용, Vickery et al., 2004>

### Social Network 과 업무

조직과 웹(Web) 환경이 결합되고 그리고 Social Network 에 대한 연구들이 활발히 진행되고 있다. 웹 환경에서의 사회 연결망은 공식적(Official) 또는 개인적(Personal)인 사용자간의 연결고리(Link)들로 구성된다. 공식적인 사회 연결망은 업무와 관련된 특정 사용자와 대외적으로 연결되어 있는 고리인 것에 반하여, 개인적인 연결은 사적인 관계로 기업내에서 비공식적인 연결망이라고 할 수 있다. 이와 같은 사회 연결망은 기업에서 발생하는 일과 관련하여 지식을 습득하고 일을 해결하는 목적에 공식/비공식으로 활용되고 있다(DeSanctis and Monge, 1999; Hinds and Kiesler, 1995). 한편, 더욱 중요한 점은, 기업 조직내에서 업무와 관련한 사회 연결망은 다양한 웹 시스템과

실시간 커뮤니케이션 기술을 사용하며 효과적으로 정보와 지식을 공유하고 획득할 수 있게 되었다. 이를 통하여, 조직속에서 사회 연결망의 정보가 매우 중요한 지식의 원천으로 자리 잡고 있으며 조직원들의 커뮤니케이션 활동을 분석함으로써, 업무 특성과 관련된 조직원들간의 공식적인 연결뿐만 아니라, 개인적인 연결에 정보시스템 활용을 예상할 수 있다. <그림 1>은 본 연구자가 정재은&구철모(2007)의 논문을 참조하여 조직의 Social network 과 커뮤니케이션 미디어 사용과 업무 형태를 보여주고 있다.



<그림 1> 조직 네트워크와 업무 특성

사회적 네트워크로 묶여있는 사회망 구조속에서 업무에 부합하는 정보시스템(가상회의, 블로그, KMS, email, 메신저 등) 활용이 얼마나 성과를 보이는지 조사하고자 한다.

**업무 특성(Task Characteristics)**

매체 풍부성 이론과 업무 특성과는 매우 밀접한 인과 관계를 형성하고 있다. 즉, 각각의 틀린 업무에 따라 정보의 양과 중요성의 차이가 있으며 이와 같은 정보를 전달하는데 매체의 특성이 반영된다(Rice, 1992). Perrow(1967)은 업무 특성을 루틴(routines)한 정도에 따라 구분을 하였다. 분석 가능한 업무는 개인이 업무를 끝내기 위한 과정에서 해결 가능한 방법을 의미한다. 따라서 이와 같은 업무는 이미 정해져 있는 문제, 잘 정리되어 있는 절차, 그리고 언제든지 사용 가능한 것들로 이루어져 있다. 그리고 대부분이 공식화 된 절차와

규칙과 정보를 포함하고 있는 반면에 분석 가능하지 않은 일들은 개인적인 문제, 불규칙적이며 상황에 따라 틀려지는 것들로 구성되어 있다. 이에 사용 가능한 미디어를 분류하면 분석 가능한 업무에는 정보에 양이 적게 포함되어도 되는 시스템인 반면 분석 가능하지 않은 업무는 많은 정보를 담을 수 있는 풍부한 매체가 업무 성과와 관련이 있다(Rice, 1992).

두 번째로, 업무의 애매 모호성 또는 복잡성과 관련된 문제로, 이와 같은 특성의 업무는 정보의 양과 타입 그리고 상호작용과 밀접한 관련을 맺고 있다. 특히 복잡성은 인간의 불확실하고 감정적인 측면이 업무에 개입되어 있기 때문에 모호성보다도 훨씬 일을 수행하는데 어려움을 내포하고 있다. 복잡한 업무는 매우 불규칙적이며 정확한 목표나 수치 데이터 그리고 절차 이 없기 때문에 업무를 수행하는 직원들이 매우 어려움을 겪는다. 따라서 업무 담당자는 풍부한 매체 미디어를 활용하여 이와 같은 난제를 해결하는 경향이 있다고 밝힌다 (Sheer and Chen, 2004). 마지막으로, 긴급한 업무는 빠른 피드백과 정보를 필요로 한다. 따라서 동시적이며 순차적으로 바로 대화를 할 수 있는 면대면 커뮤니케이션 방식이 가장 많이 사용된다. 그러나 정보기술의 발전으로 인하여 화상회의 등이 이를 대처할 수 있는 수단으로 사용되고 있다. 본 연구자는 Daft and Lengel(1986)과 Rice(1992)의 모델을 참조하여 <그림 2>와 같이 업무 특성과 미디어 활용간의 관계를 제시한다.

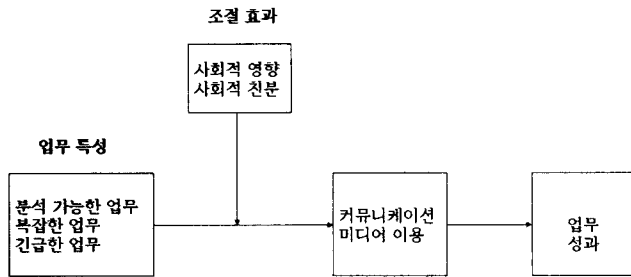
	Low Urgency	High Urgency
Unanalyzable High	Unanalyzable & Complex & high richness information -가끔 면대면 미팅 -세미나 -전화	Unanalyzable & Complex High richness information -빈번한 면대면 미팅 -화상회의 -전화회의
Analyzability Complexity	Analyzable & low complex & low richness information -이메일 -메모/게시판	Analyzable & low complex & low richness information 메신저 EDI KMS/블로그
Analyzable Low		

<그림 2> 업무특성과 미디어 선택

**연구모델과 가설**

본 연구는 조직의 Social network 상의 사용자들의 업무 특성과 그들의 업무성과에 대한 연구이다. 또한 사회적 영향과 친분성이 이들간의 관계를 얼마나 조절하는지를 보여주는 연구이다.

기본적으로 Social communication network 는 사용자들의 각각의 조직과 일의 특성을 고려하고, 그리고 사회적 영향과 친분성에 따라 커뮤니케이션 툴(tool)을 사용하게 된다. 따라서 각 업무적 특성은 커뮤니케이션 정보시스템과 밀접하게 관련이 있으며 업무 성과에 긍정적인 영향을 줄 것으로 기대된다. 본 연구모델은 <그림 3>과 같다.



[그림 1] 연구모델

### 연구가설

**분석가능성:** 풍부한 매체를 사용하느냐에 따라서 업무분석가능성과 업무성과에 긍정적인 효과가 있음이 밝혀졌다(Daft and Lengel, 1986; Rice, 1992). Rice(1992)는 매체 풍부성이 낮은 온라인 데이터베이스와 이메일이 분석가능성이 높은 업무에 통계적 유의성이 있고 매체 풍부성이 높은 음성 메일과 화상회의는 분석가능성이 낮은 업무에 통계적 유의성이 있음을 발견하였다. 특히 온라인 데이터베이스와 음성 메일에서 분석가능성의 조절효과가 높게 나타남을 입증하였다.

**긴급성:** 긴급한 피드백을 요구하는 업무와 매체 활용은 더욱 중요한 관점으로 부각되고 있다. 매체를 통한 빠른 피드백의 중요성은 여러 연구자에 의해 진행되고 있지만(Carlson and Davis, 1998; Dennis and Kinney, 1998; Rice et al., 1994; Trevino et al., 1987; Zmud et al., 1990), 긴급한 업무와 매체 활용에 대한 연구는 매우 빈약하다. 결국 긴급한 업무에 의해 빠른 피드백과 대화가 필요하고 이를 뒷받침 해주는 커뮤니케이션 이용이 매우 중요하다.

**복잡성:** Daft et al.(1987)는 풍부한 매체 사용은 모호한 커뮤니케이션에 적합한 반면에 간단한매체는 보다 간편한 커뮤니케이션에 적당하다는 것을 밝혀냈다. Dennis and Kinney(1998)는 컴퓨터를 활용한 미디어, 특히 매체 풍부성이 뛰어난 미디어(화상회의)는 모호한 업무성과에 긍정적인 역할이 있을 것을 주장하였다. 업무의 모호성과 복잡성은 조금 틀린 개념이지만 복잡한 업무는 모호성을 포함하는 개념으로 더 불확실하고 난해한

업무를 의미한다. Sheer and Chen(2004)의 연구에서 복잡한 업무는 미디어 선택에 중요한 독립 변수임을 밝혀냈다.

따라서 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 1-1. 분석가능성은 사회적 커뮤니케이션 미디어 사용에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 긴급한 업무는 사회적 커뮤니케이션 미디어 사용에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3. 복잡한 업무는 사회적 커뮤니케이션 미디어 사용에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

### 조절효과 가설

**사회적 영향:** Fulk et al(1990)은 사회적 영향이 정보기술 사용에 영향이 있음을 발견하였다. 동료에 따라서 또는 감독자와의 관계에 따라서 태도와 행동이 틀려진다는 것이다. 동료와 상사의 태도는 개인의 커뮤니케이션 미디어에 대한 태도와 선택 그리고 사용에 긍정적 또는 부정적인 영향을 미친다. Webster and Trevino(1995)는 사회적 영향이 모호한 메시지와 인쇄된 메시지 모두에서 면대면 미팅과 메모 사용에는 긍정적인 영향을 주지만 이메일과 음성메일에는 부정적인 영향을 주고 있음을 발견하였다.

**친분성:** 커뮤니케이션 파트너와의 경험은 매체 사용에 긍정적인 역할을 한다. 상대방과 익숙한 사이가 되거나 친한 사이가 되게 되면 대화의 시간, 대화의 양, 그리고 비 공식적인 대화 등이 늘어나게 될 것이다. Carlson and Zmud(1999)는 이메일 사용경험, 커뮤니케이션 파트너와의 경험, 메시지 주체의 경험, 조직의 상황적 경험 등이 익숙하게 될 수 매체 사용에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 발견하였다. 따라서 본 연구에서는 사회적 영향요인이 업무 특성과 성과에 조절 효과가 있음을 밝히고자 한다.

가설 2-1. 사회적 영향은 업무 특성(2-1a:분석가능성, 2-1b:긴급성, 2-1c:복잡성)과 사회적 커뮤니케이션 미디어 사용을 조절할 것이다.

가설 2-2. 사회적 친분은 업무 특성(2-2a:분석가능성, 2-2b:긴급성, 2-2c:복잡성)과 사회적 커뮤니케이션 미디어 사용을 조절할 것이다.

### 커뮤니케이션과 업무성과

업무성과는 커뮤니케이션 미디어 활용에 밀접하게 관련이 있다(Rice, 1992). 매체 풍부성 이론은 매체 사용과 성과에 일반적으로 긍정적인 효과가 있음을 밝혀왔다. 따라서 본 연구에서도 업무의 효율성, 효과성, 그리고 생산성을 업무성과 변수를 대변하고 있음을 밝히면서 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 3. 커뮤니케이션 매체 사용은 업무 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

### 연구 방법론

본 연구는 기업에서 사용하는 사회적 커뮤니케이션 종류와 사용 정도를 설문을 통하여 조사하였다. 본 연구에서 사용한 샘플은 중소대 기업을 대상으로 웹서베이를 통하여 1주일을 통해 실시하였다. 웹서베이를 대행한 설문조사기관은 World Survey Corporation의 www.wsurvey.net을 사용하였고 대상은 오케이 캐시백 회원을 대상으로 하였다. 샘플에 대한 신뢰성을 높이기 위하여 전체 회원수에서 기업에 다니는 응답자만을 선정하였고 기업의 크기의 편차를 줄이기 위하여 인위적으로 소/중/대기업과 남녀 나이를 구분하여 설문하였다. 설문에 응답한 응답자는 캐시백 포인트 점수를 받았다. 총 응답자는 280명이며 남자 171(61%), 여자 109(38.9%), 응답자 직위와 기업 규모 그리고 업종이 함께 조사되었다. <표 1>은 응답자 통계를 보여준다. <표 1> 응답자 프로필 (N=280)

성별	Frequency	Percent (%)	응답자 직위	Frequency	Percent (%)
남자	171	61.07	인원 직	17	6.07
여자	109	38.93	부장급	34	12.14
			차장급	23	8.21
			과장급	52	18.57
			과리급	63	22.50
			일반 사원	91	32.50
합계	280	100.0	합계	280	100.0
직원 수	Frequency	Percent (%)	업종	Frequency	Percent (%)
1-100	109	38.93	금융업	16	5.71
100-500	79	28.21	제조업	73	26.07
500-1,000	25	8.93	유통업	31	11.07
1,000-5,000	48	17.14	운송업	4	1.43
5,000명 이상	19	6.79	전기/전자	11	3.93
합계	280	100	IT 관련 서비스	41	14.64
			건설업	17	6.07
			병원 서비스	12	4.29
			공공 기관	30	10.71
			기타	45	16.07
			합계	280	100.0

<표 2>에서 커뮤니케이션을 사용하는 빈도와 가장 중요한 사용수단이라고 생각하는 통계 결과이다. 본 연구에서는 면대면, 전화, 이메일은 필수 대담으로 설정하여 280이 응답하였던 반면에 옵션으로 설정한 KMS는 212명, 블로그는 215명, 화상회의는 194명, 메신저는 235명이 응답하였다.

<표 2> 커뮤니케이션 종류와 사용 정도

커뮤니케이션 사용 종류	Frequency	Percent (%)	주요한 커뮤니케이션 사용수단	Frequency	Percent (%)
면대면(Face-to-Face)	151	15.76	면대면	171	61.07
세미나	95	9.92	전화	20	7.14
전화	106	11.06	이메일	20	7.14
이메일(e-Mail)	150	15.66	메신저	22	7.86
메신저(Messenger)	137	14.30	지식정보시스템(KMS)	14	5.00
블로그(Blog)	34	3.55			
지식경영시스템(KMS)	72	7.52			
화상회의	52	5.43			
전화 회의	25	2.61			
음성 메시지	15	1.57			
문자 메시지	88	9.19			
e-Learning	35	3.44			
합계	280	100.0			

### 측정변수 개발

본 연구에서 채택한 독립 변수는 업무특성으로 분석가능성(Rice, 1992), 복잡성(Driver and Streufert, 1969), 그리고 긴급성(Kahai and Cooper, 2003), 조절변수로 사회적 영향(Trevino et al., 2000)과 사회적 친분성(Carlson and Zmud, 1999), 그리고 종속변수로 업무성과(Rice, 1992)로 구성되었다. 그리고 커뮤니케이션 매체는 면대면(face-to-face), 전화, 이메일, 지식관리시스템(KMS), 블로그, 화상회의, 그리고 메신저를 조사하였다. 이에 사용한 매체 설문은 Murray and Peyrefitte(2007)의 연구를 참조하여 수정/변경하여 사용하였다. 설문 문항은 <첨부 1>에 첨가하였다. <표 3>, <표 4>는 독립변수와 조절변수의 신뢰성과 판별 타당성을 조사하였다. 신뢰성은 Nunnally(1978)이 제시한 0.70을 상회하였으며, Kaiser 정규화가 있는 베리맥스 회전을 통하여 탐색적 요인분석을 실시하였고 0.5 이상(Segars 1997)의 요인값만 추출하였다.

<표 3> 업무 특성에 대한 판별 타당성

	크롬바 α	요인1	요인2	요인3
분석1	0.849	0.791		
분석2		0.832		
분석3		0.776		
분석4		0.801		
긴급1	0.852			0.752
긴급2				0.815
긴급3				0.812
긴급4				0.616
복잡1	0.835		0.78	
복잡2			0.781	
복잡3			0.803	
복잡4			0.716	
전체		2.818	2.788	2.685
설명된 분산		23.48	23.23	22.39

<표 4> 사회적 영향과 친분의 조절효과

	크롬바 a	요인	
		요인 1	요인 2
사회1	0.850	.525	.638
사회2			.697
사회3			.852
사회4			.854
친분1	0.798	.666	
친분2		.807	
친분3		.744	
친분4		.772	
전체 설명된 분산		2.778 34.725	2.602 32.527

### 가설 분석

본 연구는 가설 검증을 위하여 다중 회귀방식을 실시하였다. 다중회귀식은 **사회적 커뮤니케이션 정보시스템 이용 =  $\alpha + \beta_1(\text{분석가능성}) + \beta_2(\text{복잡성}) + \beta_3(\text{긴급성}) + \epsilon$**  을 적용하였다. 결과값은 <표 5>에 t-값과 함께 유의도를 보여주고 있다. 분석가능성은 면대면, 전화, 이메일, KMS, 블로그, 화상회의, 메신저에 정(+의 영향을 미치며, 긴급성은 면대면, 전화, 이메일, KMS, 메신저에 정(+의 영향을 미치며, 복잡성은 면대면, 전화, 이메일, KMS, 화상회의, 메신저에 정(+의 영향을 미치고 있다.

	면대면	전화	이메일	KMS	블로그	화상회의	메신저
분석가능성	5.556***	5.65***	1.795*	2.725***	5.641***	4.386***	3.106***
긴급성	5.068***	2.43**	4.245***	3.586***	0.312	0.457	2.783***
복잡성	3.948***	3.05***	2.552**	2.849***	1.02	2.212*	3.834***

\*\*\*=<0.01, \*\*=<0.05, \*=<0.10. ;

### <표 5> 업무 특성과 커뮤니케이션 사용과의 관계

업무특성과 사회적 요인의 조절효과에 대한 결과는 <표 6>에서 보여주고 있다. 조절효과에 대한 회귀식은 **사회적 커뮤니케이션 이용 =  $\alpha + \beta_1(\text{분석가능성}) * (\text{사회적 영향}) + \beta_2(\text{복잡성}) * (\text{사회적 영향}) + \beta_3(\text{긴급성}) * (\text{사회적 영향}) + \epsilon$**  와 같이 분석되었다. 분석결과 전화는 긴급한 상황과 복잡한 상황이 사회적 영향에 의해 조절효과를 보이며, 이메일은 분석적 업무와 복잡한 업무에 조절효과를 보이고, KMS도 분석적인 일과 복잡한 일에 영향을 받으며, 화상회의는 복잡한 업무, 그리고 메신저는 분석가능한 업무와 긴급한 업무가 사회적 영향에 의해 조절됨을 보여준다. <표 6> 업무 특성과 커뮤니케이션 사용과의 관계에 사회적 영향의 조절효과

	면대면	전화	이메일	KMS	블로그	화상회의	메신저
분석*사회적 영향	2.695***	3.290***	-0.52	0.836	4.352***	3.389***	0.729
긴급*사회적 영향	2.672***	0.660	3.141***	2.249**	-0.585	-1.159	1.16
복잡*사회적 영향	2.185**	1.396	1.283	1.421	0.278	1.404	2.523**

\*\*\*=<0.01, \*\*=<0.05, \*=<0.10. ;

업무특성과 친분의 조절효과는 다음 회귀식을

**사회적 커뮤니케이션 이용 =**

**$\alpha + \beta_1(\text{분석가능성}) * (\text{친분}) +$**

**$\beta_2(\text{복잡성}) * (\text{친분}) + \beta_3(\text{긴급성}) * (\text{친분}) + \epsilon$**

적용하였다. <표 7>은 친분에 의한 조절효과를

보여주고 있다. 친분에 의해 면대면은 복잡한

업무가 조절되며, 전화는 긴급한 업무와 복잡한

업무가 조절되며, 이메일은 분석가능한 업무와

복잡한 업무가 조절되며, KMS는 분석가능한 업무,

메신저는 분석가능한 업무와 긴급한 업무가 사회적

친분에 의해 조절되고 있다.

	면대면	전화	이메일	KMS	블로그	화상회의	메신저
분석*친분	2.652***	3.584***	-0.784	0.465	3.789***	2.974***	0.659
긴급*친분	4.102***	1.400	4.086***	2.471**	-0.178	-0.346	1.492
복잡*친분	1.279	1.010	0.543	1.668*	-0.159	1.109	2.294**

\*\*\*=<0.01, \*\*=<0.05, \*=<0.10. ;

<표 7> 업무 특성과 커뮤니케이션 사용과의 관계에 친분 조절효과

<표 8>은 은 각 사회적 커뮤니케이션 이용과

업무성과의 영향관계를 단순 회귀분석 **업무성과 =**

**$\alpha + \beta_1(\text{커뮤니케이션 미디어}) + \epsilon$**  를 통해 분석한

결과 모든 커뮤니케이션의 활용은 업무성과에

긍정적인 역할을 하고 있는 것으로 나타나고 있다.

<표 8> 커뮤니케이션 미디어 사용과 업무성과

	면대면	전화	이메일	KMS	블로그	화상회의	메신저
업무성과	11.621***	12.981***	15.414***	18.963***	25.318***	25.318***	16.905***

\*\*\*=<0.01, \*\*=<0.05, \*=<0.10. ;

본 연구모델에서 제시한 가설 채택에 대한 요약은

<표 9>에서 정리하였다.

가설	내용	결과
가설 1-1.	분석가능성과 미디어 사용	채택
가설 1-2.	긴급성과 미디어 사용	블로그와 화상회의 기각
가설 1-3.	복잡성과 미디어 사용	블로그 기각
가설 2-1a.	분석*사회적 영향	부분 채택
가설 2-1b.	긴급*사회적 영향	부분 채택
가설 2-1c.	복잡*사회적 영향	부분 채택
가설 2-2a.	분석*친분	부분 채택
가설 2-2b.	긴급*친분	부분 채택
가설 2-3c.	복잡*친분	부분 채택
가설 3.	미디어 사용과 업무성과	채택

## 결론

본 연구에서는 조직내에서 사회적 커뮤니케이션 미디어 사용과 성과에 대한 연구이다. 본 연구는 아래 세가지 측면에서 가설을 제시하였고 결과를 검증하였다.

- 업무 특성(분석 가능한 업무, 긴급한 업무, 복잡한 업무)와 미디어 사용과의 관계
- 업무 특성과 미디어 사용에서 사회적 영향과 친분의 조절효과 유무
- 미디어 사용과 업무성과의 관계

특히, 본 연구는 기업에서 커뮤니케이션 정보시스템의 활용이 다양한 업무 형태와 방식에 직간접적으로 영향을 미치고 있으며 각 개인의 업무성과에 긍정적인 요인으로 작용하고 있다는 점을 밝히고 있는 점에서 매우 의미있는 연구라고 할 수 있다. 이론적 측면에서 매체 풍부성 이론을 현재 시점에서 기업에서 매우 빈번히 활용되고 있는 면대면, 전화, 이메일, 메신저, 화상회의, KMS, 그리고 블로그에 적용하였다는 점에서 의의가 크다고 할 수 있다. 또한 사회적 영향 요인과 친분에 따라서 사회적 커뮤니케이션의 방법이 조절된다는 점은 기업의 상하관계 동료간에 사용되는 커뮤니케이션 방식을 새롭게 조명할 수 있다는 점이다. 실무적인 측면은 기업의 의사결정자 또는 정보 담당자에게 업무 특성에 맞는 정보시스템의 배치와 활용이 중요한 이슈임을 제공하고 있으며 조직 구성원간의 공적 그리고 사적 사회적 네트워크 관리의 중요성을 제시하고 있다.

## 참고문헌

정재은 과 구철모, "블로그 환경에서의 정보 공유를 위한 상황 비교 기반의 블로그 오버레이 네트워크," Telecommunications Review, 17(4), 2007, 651-659.

Carlson, P. J. and Davis, G. B. "An Investigation of Media Selection Among Directors and Managers: From "Self" to "Other" Orientation," MIS Quarterly, Sep 1998, pp.335-362.

Carlson, J. R. and Zmud, R. W. "Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions," Academy of Management Journal, 42(2), 1999, pp.153-170.

Daft, R. L. and Lengel, R. H. "Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design," Management Science Vol 32. No.5. May 1986, pp.554-571.

Daft, R. L., Lengel, R. H. and Trevino, L. K. "Message Equivocality, Media Selection, and Manager Performance: Implications for Information Systems," MIS Quarterly, Sep 1987, pp.355-366.

Dennis, A. R. and Kinney, S. "Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues, Feedback, and Task Equivocality," Information Systems Research, 9(3), 1998, pp.256-274.

DeSanctis, G. and Monge, P. "Introduction to the Special Issue: Communication Processes for Virtual Organizations," Organization Science Vol.10, No.6, Nov-Dec 1999, pp.693-703.

Driver, M.J. and Streufert, S. "Integrative Complexity: An Approach to Individuals and Groups as Information-Processing Systems," Administrative Science Quarterly, 1969, pp.272-285.

Fulk, J. and Boyd, B. "Emerging Theories of Communication in Organizations," Journal of Management, 1991, 17, 1991, pp.407-446.

Mohr, J. and Nevin, J. R. "Communication Strategies in Marketing Channels: A Theoretical Perspective," Journal of Marketing, 1990, pp.36-51.

Kahai, S. S. and Cooper, R. B. "Exploring the Core Concepts of Media Richness Theory: The Impact of Cue Multiplicity and Feedback Immediacy on Decision Quality," Journal of Management Information Systems Vol.20, No.1, Summer 2003, pp.263-299.

Murray, S. R. and Peyrefitte, J. "Knowledge Type and Communication Media Choice in the Knowledge Transfer Process," Journal of Managerial Issues, Vol.19, No.1, Spring 2007, pp.111-133.

Nunally, J. C. Psychometric Theory, New York, McGraw-Hill, 1978.

Perrow, C. "A Framework for the Comparative Analysis of Organizations," American Sociological Review, 32, 1967, 194-208.

Rice, R. E. "Task Analyzability, Use of New Media, and Effectiveness: A Multi-Site Exploration of Media Richness," Organization Science Vol. 3, No.4, November 1992, pp.475-500.

Sheer, V. C. and Chen, L. "Improving Media Richness Theory: A Study of Interaction Goals, Message Valence,

and Task Complexity in Manager-Subordinate Communication," *Management Communication Quarterly*, 18, 2004, pp. 76-93.

Schmitz, J. and Fulk, J. "Organizational Colleagues, Media Richness, and Electronic Mail: A Test of the Social Influence Model of Technology Use," *Communication Research*, 18(4), 1991, pp.487-523.

Segars, A. H. "Assessing the Unidimensionality of Measurement: A Paradigm and Illustration within the Context of Information Systems Research," *Omega* (25:1), 1997, pp. 107-121.

Trevino, L. K., Webster, J. and Stein, E. W. "Making Connections: Complementary Influences on Communication Media Choices, Attitudes, and Use," *Organization Science*, 11(2), 2000, pp.163-182.

Vickery, S.K. and Droge, C., Stank, T. P., Goldsby, T. J. and Markland, R. E. "The Performance Implications of Media Richness in a Business-to-Business Service Environment: Direct Versus Indirect Effects," *Management Science* Vol.50, No.8. August 2004, pp.1106-1119.

Webster, J. and Trevino, L. K. "Rational and Social Theories as Complementary Explanations of Communication Media Choices: Two Policy-Capturing Studies," *Academy of Management Journal*, 1995, Vol.38, No.6, pp.1544-1572.

Zmud, R. W., Lind, M. R. and Yong, F. W. "An Attribute Space for Organizational Communication Channels," *Information Systems Research*, 1(4), 1990, pp.440-457.