

아나운서의 직업 만족도와 직업 지속의도

Announcers' Job Satisfaction and Jon Continuity Intention

황유선*, 오미영**

중부대학교 신문방송학과*, 가천대학교 언론영상광고학과**

Yoonsun Hwang(yshwang@joongbu.ac.kr)*, Meeyoung Oh(ohmy@gachon.ac.kr)**

요약

본 연구의 목적은 방송 콘텐츠 제작 종사자로서 아나운서의 직업 현실을 파악하려는 것이다. 이를 위해 아나운서들의 직업 만족도와 지속 의도를 직업 선택 동기, 조직 정체성, 그리고 사회적 평판 차원에서 살펴보고자 하였다. 아나운서들의 실제 직업 만족도와 직업 지속 의도에 가장 영향을 미치는 요인이 무엇이며, 아나운서 직종이 과연 대중이 인식하는 이른바 인기 직종 관념과 얼마나 부합하는지 밝히기 위한 것이다. 연구방법은 현직 아나운서 대상 설문조사 방식을 사용하였다. 응답자는 총 106명이었다. 위계적 회귀분석 결과 아나운서들의 직업 만족도와 지속 의도는 업무에 대한 외재적 동기가 아닌, 내재적 동기와 관련이 큰 것으로 밝혀졌다. 아나운서 업무 만족도 및 직업 지속 의도와 가장 밀접한 관계를 지닌 요인은 조직 일치감으로 나타났으며, 사회적 평판 요인은 직업 만족도와 지속 의도에 모두 유의미한 영향력을 발휘하지 못하는 것으로 드러났다. 이는 아나운서의 직업 만족도와 지속 의도가 외적 보상이나 조건 및 평가에 크게 좌우되지 않는다는 것을 의미한다.

■ 중심어 : | 미디어 콘텐츠 | 아나운서 | 직업 만족 | 직업 지속의도 | 조직 일치감 |

Abstract

The object of this study is to determine and prioritize the factors that affect job satisfaction and job continuity intention of an important media content provider group - TV/radio announcers. In this study, the determinant factors are classified as "internal" factors (i.e. career motivation and identity as a member of an organization) and "external" factors such as reputation and prestige. A survey was conducted among active announcers in Korea, and 106 responded. The data was processed by multiple regression analysis. The result showed that organizational identity affected the job satisfaction and job continuity intention most, and perceived external prestige affected least. In conclusion, announcer's job satisfaction and job continuity intention have more meaningful relationship with internal factors than with external factors.

■ keyword : | Announcer | Job Satisfaction | Jon Continuity Intention | Organizational Identification |

* 본 연구는 가천대학교 연구과제로 수행되었습니다.(GCU-2013-R176)

접수번호 : #130426-002

접수일자 : 2013년 04월 26일

심사완료일 : 2013년 06월 20일

교신저자 : 오미영, e-mail : ohmy@gachon.ac.kr

I. 서론

1. 연구배경

그간 학계에서는 방송 콘텐츠를 제작하는 PD와 뉴스를 생산하는 기자를 중심으로 다양한 관점의 연구가 수행되었다. 이들의 콘텐츠 제작이나 취재 업무 등 고유한 업무 영역에 관련된 다양한 요인에 대한 탐색이 이루어져[2][12][14] 콘텐츠 제작 과정에서 드러나는 직업 인식을 확인하는 연구들[4][7][16], 그리고 젠더 중심의 연구[1][19][20] 등이 그것이다. 이에 비해 아나운서에 대한 학문적 관심은 스피치 커뮤니케이션 관점에서의 유형 분류와 효과 연구[9][17]에 한정되거나 외적 이미지 연구 차원[11]에 머물러 왔다. 아나운서를 미디어 조직의 구성원으로 간주한 연구가 부족한 현실이다. 이에 본 연구는 아나운서를 방송 콘텐츠 제작 종사자의 일원으로 대상화하고 직업사회학적 측면에서 탐색적 연구를 수행하고자 한다. 하나의 방송 콘텐츠는 다양한 직종에 속한 제작인력이 복잡한 협업 과정을 거쳐 완성하는 것이며, 아나운서는 이 가운데 최종 결과물 전달이라는 방식을 통해 제작에 참여하고 있다는 관점에서다.

2. 문제 제기

아나운서는 지상파 방송과 케이블 TV, 인터넷 방송 등 라디오와 텔레비전 방송사의 사원으로서 뉴스 앵커, 프로그램의 MC, 라디오 DJ, 스포츠 중계자 및 각종 의식행사 진행자 등으로 활동하는 직업인이다[3]. 초창기 아나운서들은 방송 제작자 혹은 언론인으로서 주목을 받았으나[10], 최근에는 '아나테이너'라는 용어가 자주 쓰이는 데서 알 수 있듯이 아나운서 역할이 마치 연예인인양 인식되는 측면이 강하다.

이 때문에 아나운서 정체성이 모호해지고 있다는 지적과 우려가 이어지고 있으며, 최근 케이블 등 비지상파 방송에서는 실제로 별도의 아나운서 조직을 설치하지 않고 대체 가능한 출연 인력 차원에서 아나운서 직종을 운용하는 사례도 늘고 있다. 이러한 아나운서 위상의 변화는 지상파 주요 방송사에 소속된 아나운서들마저 조직원으로서의 고민과 갈등을 겪을 수밖에 없는 구조적 환경을 낳고 있다. 흥미로운 것은 그럼에도 불

구하고 우리사회 평판이 아나운서 직종을 여전히 인기 직종으로 간주하고 있는 현실이다. 본 연구는 이러한 상황에 대한 문제 제기 방식의 하나로 아나운서 당사자들이 체감하는 직업, 혹은 직업 환경에 대한 인식을 살피고자 한다.

3. 연구 목적

본 연구는 아나운서를 방송 직종의 하나로 설정하여 그들이 처한 현실을 보다 구체적으로 검토하기 위한 것이다. 이를 위해 아나운서들의 직업 만족도와 지속 의도를 직업 선택 동기, 조직 정체성, 그리고 사회적 평판 차원에서 살피고 이 가운데 가장 영향을 미치는 요인이 무엇인지 밝히고자 한다. 과연 오늘날 우리사회 아나운서들의 직업 현실은 어떠한가, 소위 '인기 직종' 관념에 부합하는 직업관이 존재하는지 여부를 검증할 수 있을 것이다. 오늘날 아나운서는 일본이나 중국 등 몇몇 국가에만 존재하는 직종이다. 이러한 점에서 본 연구는 국내 방송 제작 시스템을 보다 실질적으로 파악할 수 있는 하나의 유용한 단서가 될 수 있을 것이다. 또한 이들의 직업적 가치관을 확인하는 것은 국내 방송 콘텐츠 산업 영역 전반에 대한 폭넓은 이해를 도모하는 작업의 일환으로서 의의를 지닐 것이다.

II. 이론적 논의

1. 이론적 배경

1.1 미디어 종사자의 직업 만족도와 직업 지속의도

직업 만족도와 직업 지속 의도는 그동안 업무 수행의 결과적 요소로서 언론학에서 뿐 아니라 경영학이나 사회학 등의 인접 분야에서 많은 관심을 받아왔다. 직업 만족도는 직업에 대해 갖게 되는 긍정적인 감정으로서[30], 자신의 기대를 충족시키면서 직업적 가치를 성취하거나 업무를 수행하였다고 여길 때 느끼는 유쾌한 상태이다[30][43]. 직업 지속 의도는 현재의 직업을 유지함으로써 경력을 이어가고자 하는 의지를 의미한다[60]. 즉, 직업 만족도와 직업 지속 의도는 업무의 성과나 효율성 내지는 직업인이 경험하는 다양한 인지적 요

인들의 결과물로서 귀결된 것이라고 볼 수 있다. 직업 만족도와 지속 의도는 직업관, 직업 환경, 업무 수행에 대한 해석의 틀을 제공하며 조직에 대한 인식과 그 업무를 좀 더 정교하게 이해하는데 도움이 된다[41].

그간의 연구 결과에 따르면 국내의 언론 산업의 경쟁 가속화에 따라 언론인들의 전반적인 직업 만족도는 낮아지고, 전직 의도는 높아지는 추세를 보이고 있다[14]. 특히 봉급 수준은 기자들의 직업 만족도와 지속의도에 영향을 미치는 주요한 요인임이 확인되었고[4], 방송작가들을 역시 임금이 높을 때에는 직업 만족도가 높았지만 노동시간과 스트레스가 커질수록 직업 만족도는 낮아지는 경향이 발견되었다[18]. 즉, 업무 환경 및 금전적 요인이 미디어 종사자의 직업 만족감 및 직업 지속 의도에 중요하게 작용하고 있음을 알 수 있다.

그러나 이러한 외형적 조건 뿐 아니라 업무에 관련하여 다양한 내부적인 상황들, 가령 성취도나 직업적 발전 가능성 등도 직업의 만족도와 지속의도와 밀접하게 연관다고 확인되었다[26]. 또, 다양한 조직에서 이루어지는 커뮤니케이션의 중요성도 주목을 받고 있다[15].

이렇듯, 내외적으로 다양한 차원의 요인들이 미디어 종사자들의 직업 만족도와 직업 지속 의도에 각기 효과를 발휘하고 있음을 알 수 있다.

1.2 직업 만족도와 지속의도의 결정 요인들

1950년대 이후 본격적으로 주목받기 시작한 직업행위(career action) 연구에서는 Super[55]의 아치문 모델(archway model), Holland[37]의 인간환경이론(person-environment theory), Lent 등[42]의 사회인지 경력 이론(SCCT; social cognitive career theory) 등이 직업선택 결정요인에 관한 주요 이론으로 평가되고 있다. 구체적으로 살펴보면, Super는 직업선택 과정에 가치관, 관심, 지능, 적성 및 성격 등과 같은 개인적 요인과 함께 노동시장, 경제체계, 지역 공동체 등의 사회적 요인이 작용한다고 보았다[55]. 또한 Holland에 따르면 기본적으로 직업 선택은 인성의 표현이지만, 대중이 갖는 직업에 대한 편견 등이 직업선택의 결정요인으로 작용할 수 있다[37]. 이에 비해 Lent 등은 인성이나 환경적 요인 보다 결과에 대한 기대 및 목표의식 등 개인의 사고

와 인지 과정이 직업 선택의 결정요인으로 작용한다고 보았다[42]. 이 세 가지 이론은 궁극적으로 직업선택의 요인으로서 심리적 요인, 인식적 요인, 해당 직업에 대한 기대 또는 평판 등이 작용한다고 주장한다.

1.2.1 직업 선택 동기

동기는 목적을 지향하고 그것을 위해 효율적인 노력을 기울이는 행동 유발의 심리적 기제이다[47]. 특히 직업 동기는 개인적 요구(needs)나 가치관 및 관심 영역으로서[55] 직업선택 과정에서 반영되는 가치관이나 선호를 이룬다[37]. 업무 수행 측면에서 긍정적 동기 유발은 조직 업무 수행의 효율성을 높이는 데 도움이 된다. 내면적으로 충분한 동기 유발이 되었을 때 업무의 강도 및 지속력 등이 높아지기 때문이다[48]. 직업 동기는 업무에 대한 태도와 업무 수행 방식을 결정하는 요인이 될 뿐 아니라[28] 직업 성과와도 직결되기 때문에, 그동안 업무 성과에 영향을 미치는 중요한 심리적 요인으로 인식되어 왔다[39].

직업 동기는 직업 활동 그 자체를 목적으로 삼는 내재적 동기(intrinsic motivation)와 직업을 통해 보상이나 특정한 결과를 기대하는 외재적 동기(extrinsic motivation)로 구분된다. 내재적 동기는 행동을 실행하는 것 자체에 가치를 두는 것으로서[31], 직업이 가져다주는 외적인 보상보다는 해당 업무 전반에 더 큰 의미를 두는 상태를 이룬다[29]. 반면, 외재적 동기는 보상을 염두에 두고 목적을 달성하기 위한 행동을 유발하는 동기로 정의된다[49]. 이는 자발적으로 발생한 동기라기보다, 부족한 부분을 채우기 위한 방편 등 개인의 필요에 따라 발생한 동기이다[51]. 따라서 적절한 보수나 안정적인 신분 보장 등이 외재적 직업 동기를 구성한다.

1.2.2 조직 일치감과 조직 내 커뮤니케이션

직업 선택에 있어서는 조직 내에서의 입지나 커뮤니케이션 요인 인식이 작용한다[40]. 우선, 조직 일치감은 업무 수행 및 직업 만족감 등과 밀접하게 연관되는 인식적 배경으로 알려져 있다[24]. 실제로, 기자들 사이에서는 확고한 직업윤리를 바탕으로 개인과 조직이 추구하는 공공의 목표를 성취해 나갈 때 직업 만족도와 기

자직을 지속하려는 의도가 상승하는 것으로 나타났다 [4][54]. 이에, 조직 일치감은 변화하는 방송 환경 속에서 점차 정체성이 모호해지고 그 입지가 좁아지는 상황에 처한 아나운서들[5][13]의 업무 수행에도 중요한 결정 요인으로 작용할 수 있다. 자신이 몸담고 있는 방송사 조직에 대해 동질감과 자부심을 느끼는지의 여부는 아나운서 업무 만족도 및 지속 여부와 밀접하게 맞닿아 있을 것이기 때문이다.

다음으로, 조직 내 커뮤니케이션은 주로 조직 구성원들 사이에 효율적인 소통이 진행되는지 여부를 의미한다[34]. 사내 커뮤니케이션에서 얻어진 정보는 조직 내 현안이나 문제를 해결하는 데 매우 유용한 진단을 제공할 수 있다[35]. 조직 내에서의 원활한 소통은 방송 및 저널리즘 분야에서도 예외 없이 팀워크의 근간이 됨으로써 성공적인 업무 수행 여부를 좌우한다[22]. 방송 콘텐츠 제작은 다양한 직종 종사자들의 협업이 필요하기 때문에 조직원들 간 원활한 커뮤니케이션이 더욱 필요하기 때문이다. 즉, 조직 내에서 정보를 습득하고 이를 활용하는 방식은 업무 성과에 직접적인 영향을 미치게 되는데[50], 조직 내 커뮤니케이션이 민주적인 방식으로 충분히 이루어질 경우 업무 성과는 더 높아지는 것으로 나타났다[22]. 결국 조직 내에서 이루어지는 커뮤니케이션은 그것이 긍정적인 방향으로 전개된다면 업무를 효율적으로 수행하는데 도움이 될 가능성이 높다.

1.2.3 직업의 사회적 평판

직업을 가진다는 것은 그 사회가 인정하는 사회적 지위를 획득하게 됨을 의미하며 직업에 대한 평판은 개인이 추구하는 삶의 방향과도 관련된다. 따라서 직업의 사회적 평판에 대한 인식은 개인의 직업관과 관련해 고려해야 할 중요한 요소 중 하나이다. 그동안은 직업의 사회적 평판이 업무의 전문성과 권위 정도가 높을수록 높아진다고 알려졌으나, 최근 들어 물질적 보상 뿐 아니라 사회적 명예나 공로를 인정받는 상징적 보상(symbolic reward) 역시 사회적 평판의 중요한 요소로 작용하고 있다[21]. 상징적 보상 수준에 따른 사회적 평판의 위계는 사회 구조적 분위기나 개인의 가치관에 따라 상대적으로 받아들여지기 때문에[21] 직업에 대한

사회적 평판을 일괄적 잣대를 통해 평가하기는 어렵지만, 어떤 경우든 개인이 인식하는 직업에 대한 사회적 평판이 업무 수행 과정에 일정한 영향을 미칠 개연성이 높다.

미디어 종사자 중에서도 특히 아나운서는 외부 평판에 민감할 수 있는 직종이다. 아나운서는 TV에 모습을 드러내기 때문에 필연적으로 사회적 평가와 대중 취향에 반응하게 되며, 다양한 사회적 평판을 수용하게 된다. 따라서 아나운서들의 외부 평판 인식은 스스로가 사회적으로 어떤 상황에 놓여 있는지를 판단하는 잣대이자 아나운서 직종의 직업 만족도와 직업의 지속을 통한 경력개발과도 적지 않은 관련이 있다고 볼 수 있다.

2. 연구모형 및 연구가설

본 연구에서는 아나운서의 직업 만족도와 직업 지속 의도에 영향을 미치는 요인을 확인하기 위해 다음과 같은 연구 모형을 설정하였다.

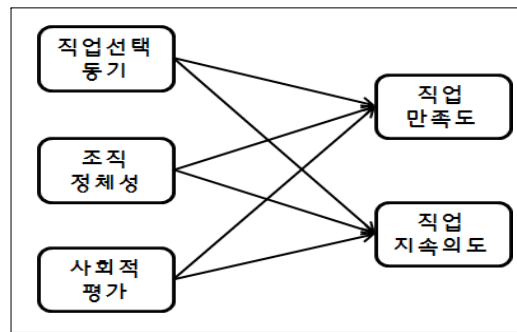


그림 1. 연구모형

내재적 직업 동기는 개인이 맡은 업무를 훌륭히 수행해냄으로써 내면적 만족을 느끼고자 하는 의지와 밀접하게 연관되기 때문에 업무 성과에 긍정적인 효과를 가져 올 수 있으며 자연스럽게 업무에 대한 높은 만족도와도 관련된다[59]. 뿐만 아니라 일의 가치를 받아들이고 효율적인 일처리를 수행하고자 하는 내재적인 동기는 업무의 지속 여부에도 긍정적으로 작용한다고 알려졌다[45].

금전적 보상, 안정성 등의 동기야말로 직업을 추구하는데 있어서 기본적인이것도 필수적인 동기라고 보아야

한다[46]. 따라서 직업 만족도와 직업을 유지하려는 의도에 유의미한 영향을 미칠 것이다. 실제, 미디어 종사자들의 봉급 수준은 직업 만족도 및 직업 지속 의도 강화 여부를 결정하는 것으로 드러났다[4].

[연구가설 1-1] 아나운서의 내재적 직업 동기와 외재적 직업 동기는 직업 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

[연구가설 1-2] 아나운서의 내재적 직업 동기와 외재적 직업 동기는 직업 지속 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

조직 일치감이 높을수록 조직원은 조직의 가치와 목표를 더 잘 수용하게 되며[23], 조직의 목표와 계획을 자신의 것으로 간주함으로써 업무 수행에 대한 만족감과 조직의 구성원으로 머물러 있으려는 의도가 높아질 수 있다[58]. 또, 조직 일치감은 조직에 대한 긍정적인 감정을 고양함으로써 직업 만족도 및 조직 내 잔류 의도와 긍정적인 관계를 이루는 것으로 확인되었다[30], [56]. 즉, 조직 일치감은 업무 만족감 및 업무 지속 의도에 긍정적인 효과를 갖는다[24][57].

[연구가설 2-1] 아나운서들의 조직 일치감이 높을수록 직업 만족도는 높을 것이다.

[연구가설 2-2] 아나운서들의 조직 일치감이 높을수록 직업 지속 의도는 높을 것이다.

원활한 커뮤니케이션을 통해 조직원으로 융화될 수 있는 환경에서는 직업선택 의도가 강화되지만 반대의 경우 직업선택 의도는 낮아지는 것으로 나타났다[40], [52]. 이는 직업을 유지하려는 의도와도 밀접하게 관련될 수 있다. 그동안 조직 내 커뮤니케이션은 업무의 효율성을 높여줌으로써 조직과 업무에 대한 만족감을 높이는 것으로 확인되었다[35].

[연구가설 3-1] 아나운서들의 사내 커뮤니케이션 정도가 높을수록 직업 만족도는 높을 것이다.

[연구가설 3-2] 아나운서들의 사내 커뮤니케이션 정도가 높을수록 직업 지속 의도는 높을 것이다.

직업의 높은 사회적 평판과 업무 수행은 대체로 긍정적인 관계를 이루는 것으로 알려졌다. Super는 커뮤니티 집단으로부터의 긍정적인 평가와 직업선택에 유의미한 효과가 있음을 주장한 바 있으며[55], Lent 등은 의미 있는 타자(significant others)로부터의 피드백이 직업선택과 경력개발의 주요한 요인임을 밝혔다[42]. 구체적으로, 사회적 평판이 높은 직업에 종사하는 경우에는 직업 만족도가 높은 것으로 밝혀졌으며 직업 지속 의도 역시 그렇지 않은 경우에 비해 강한 것으로 확인되었다[36]. 사회적 평판이 높을 경우, 조직에 대한 애착이 커지며 조직의 가치를 수긍할 뿐 아니라 업무에 대해 부여되는 높은 사회적 평가를 즐기므로써 직업 만족도와 지속 의도가 상승하기 때문이다[27][44].

[연구가설 4-1] 직업에 대한 높은 사회적 평판 인식은 아나운서의 직업 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

[연구가설 4-2] 직업에 대한 높은 사회적 평판 인식은 아나운서의 직업 지속 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

III. 연구방법

1. 변수의 측정

1.1 직업 만족도

직업 만족도는 업무에 대한 기대와 가치관이 어느 정도 충족되는지를 나타낸다[30]. 측정을 위해, 보편적으로 활용되고 있는 직업 만족도 지표(Job Descriptive Index)를 채택 하였다[25]. 이 지표는 총 13개 항목, 6개 범주(전반적 만족도, 동료, 업무, 보수, 승진, 상사)로 이루어져 있으며 본 연구에서는 이 가운데 전반적 만족도와 업무 만족도 항목을 측정에 사용하였다.

1.2 직업 지속 의도

아나운서 직업의 지속 의도는 현재의 직업을 계속해서 유지하려는 의지를 의미한다. 본 연구에서는 직업 지속 의도를 측정하는 단일항목[60]을 아나운서 상황에 맞게 수정하여 사용하였다.

1.3 아나운서의 직업선택 동기

아나운서의 직업선택 동기는 내재적 동기와 외재적 동기로 측정하였다. 내재적 동기는 해당업무 전반에 의미를 둔 동기로 규정하였다[29]. 외재적 동기는 보상이나 외형적 평가에 의미를 둔 동기로 규정하였다[51]. 직업선택 동기에 대한 요인분석 결과는 다음의 [표 1]에 제시되었으며 내재적 동기와 외재적 동기 두 개의 요인이 추출되는 것을 확인하였다.

표 1. 아나운서 직업선택 동기에 대한 요인분석

직업 선택 동기요인	요인 1	요인 2
내재적 동기		
아나운서 업무가 흥미롭다고 생각해서	.895	
아나운서 업무가 즐거워서	.891	
아나운서 업무가 재미있어서	.864	
아나운서로 일하면 기분이 좋아서	.852	
평균=4.08, SD=0.69, Cronbach's α =0.92		
외재적 동기		
아나운서 일은 근사하므로		.890
아나운서는 선망의 직종이므로		.889
아나운서로 일하는 게 멋있어 보여서		.849
평균=3.55, SD=0.89, Cronbach's α =0.88		
아이겐 값 (분산%)	3.214 (45.91)	2.528 (36.12)

1.4 조직 정체성

조직 정체성은 조직 일치도와 사내에서의 원활한 커뮤니케이션으로 구성된다. 조직 일치도는 조직과의 동질감 및 소속감을 바탕으로 조직과 운명을 함께 할 것이라고 여기는 정도이다[44]. Smidts 등 [53]이 구성한 조직 일치도(organization identification) 척도를 사용하였다. 사내 커뮤니케이션은 효율적이고 개방적인 소통 정도를 이르며[34] 사내 커뮤니케이션(internal communication) 인식 척도를 활용하였다[32].

표 2. 측정 항목

직업 만족도	
1 지금 하고 있는 일이 전반적으로 즐겁다	평균=3.97 (SD=0.64) Cronbach's α = 0.87
2 지금 하고 있는 일이 전반적으로 괜찮다	
3 지금 하고 있는 일은 가치 있는 일이다	
4 지금 맡고 있는 일이 만족스럽다	
5 지금 맡고 있는 일이 괜찮다	
직업 지속의도	
현재 직장에서 아나운서 경력을 계속 발전시키고 싶다.	평균=3.75 (SD=0.93)
조직 일치감	
1 내가 근무하고 있는 방송사에 유대감을 느낀다.	평균=3.55 (SD=0.75) Cronbach's α = 0.88
2 내가 근무하고 있는 방송사에 소속감을 느낀다.	
3 내가 일하고 있는 방송사가 자랑스럽다.	
4 나는 직장에서 충분히 인정받고 있다.	
5 지금 직장의 일원인 것이 기쁘다.	
사내 커뮤니케이션	
1 상사와의 의사소통은 일반적으로 하달되지 않고 상호적으로 이루어진다.	평균=3.21 (SD=0.72) Cronbach's α = 0.86
2 남과 다른 의견을 제시하는 것이 어렵지 않은 분위기이다.	
3 개인적으로 어려운 문제가 발생할 때에는 조직 내 의사소통을 통해 해결하게 된다.	
4 업무 관련해 중요한 변화가 발생하게 될 때에는 미리 전달 받는다.	
5 회의를 할 때 공개적으로 발언하는 것이 어색하지 않은 분위기이다.	
외부 평판	
1 사회적으로 좋은 평판을 갖고 있다.	평균=4.18 (SD=0.53) Cronbach's α = 0.86
2 방송업계에서 좋은 평판을 갖고 있다.	
3 사회 각 분야와 활발하게 교류 할 수 있다.	
4 좋은 이미지를 갖고 있다.	
5 좋은 직업으로 알려져 있다.	
6 사람들 사이에서 평판이 괜찮다.	

주. 리커트 5점 척도(1=전혀 아니다~5=매우 그렇다)를 사용 측정 변인들이 편포도와 척도를 통해 모두 정규분포 조건을 만족하는 것으로 확인(Hong, Malik, & Lee, 2003)

한편, 직업 만족도와 조직 일치감 및 사내 커뮤니케이션 변수에 대한 요인분석 결과 다음의 [표 3]에서와 같이 각각의 변인은 세 개의 요인으로 성분이 구분되는 것을 확인하였다.

표 3. 변인 성분의 요인분석

	요인 1	요인 2	요인 3
직업만족도 4	.842		
직업만족도 1	.835		
직업만족도 3	.807		
직업만족도 2	.802		
직업만족도 5	.671		
사내커뮤니케이션 3		.879	
사내커뮤니케이션 2		.822	
사내커뮤니케이션 5		.768	
사내커뮤니케이션 4		.727	
사내커뮤니케이션 1		.726	
조직일치감 1			.865
조직일치감 2			.828
조직일치감 3			.728
조직일치감 5			.611
조직일치감 4			.453
아이겐 값 (분산%)	3.964 (26.43)	3.420 (22.80)	3.058 (20.39)

1.5 외부 평판

외부평판은 다른 사람들이 자신의 직업을 어떻게 여기는가에 대한 평가이다[53]. 이를 측정하기 위해 Fuller 등[33]의 직업에 대한 외적 권위(external prestige) 인식 척도를 아나운서의 상황에 맞게 수정하였다.

2. 설문지 설계

본 연구는 설문지를 통한 자료 수집 방식을 채택하였고 전국 각 방송사 아나운서들을 대상으로 설문을 실시해 자료를 수집했다. 설문지는 아나운서들의 직업에 대한 인식을 측정하는 항목과 근무 환경에 관한 항목, 그리고 인구사회학적 변인을 묻는 항목으로 구성되었다. 표집은 무작위로 이루어졌으며 선택된 이들에게 일일이 연락을 취한 뒤, 직접 아나운서실을 찾아 설문을 수행하거나 설문 수행이 가능한 사이트를 이메일로 전송하였다. 자료 수집기간은 2012년 2월 23일부터 3월 17일까지였다. 설문지 수집 결과 107건의 샘플을 확보하였고 측정된 변인은 정규 분포 조건을 충족하는 것을 확인하였다.

IV. 분석 결과

1. 자료의 단일 차원성 분석

1.1 탐색적 요인분석

분석에 이용된 변인 총 7개에 대한 탐색적 요인분석을 통해 변인 구성의 신뢰도를 확인할 수 있도록 하였다. 탐색적 요인분석은 최대우도법, 사각회전을 통해 실시하였으며 다음의 [표 4]에서와 같이 변인 구성의 적절성을 확인할 수 있었다. 1요인 모형이었을 때보다 요인 수가 증가할수록 모형의 적합도는 상승하였고 8요인 이상이 되면 유의도 수준이 0.05를 넘어서는 등 요인 산출이 적절치 못한 것으로 나타났다.

표 4. 요인 모형의 적합도

모형	χ^2	df	p	RMSEA
1요인 모형	1189.516	377	.000	0.076
2요인 모형	974.103	349	.000	0.072
3요인 모형	775.435	322	.000	0.066
4요인 모형	624.083	296	.000	0.061
5요인 모형	457.681	271	.000	0.051
6요인 모형	347.708	247	.000	0.041
7요인 모형	283.508	224	.004	0.035
8요인 모형	224.431	202	.133	0.024

1.2 상관관계 분석

변인 간 상관관계 분석 결과는 다음의 [표 5]와 같다.

표 5. 변수 간 zero-order 상관관계

	직업 만족	지속 의도	내재 동기	외재 동기	조직 일치	사내검	외부 평판
직업만족	1	.48***	.64***	.32**	.67***	.29**	.53***
지속의도		1	.48***	.20*	.54***	.42***	.40***
내재동기			1	.44***	.48***	.26**	.51***
외재동기				1	.34***	.19	.40***
조직일치					1	.45***	.50***
사내검						1	.32**
외부평판							1

주. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

2. 응답자 특성 분석

응답자 중에서 남자 아나운서는 42명(39.8%), 여자 아나운서는 64명(59.8%), 무응답 1명 (0.9%)이었으며 이들의 연령 분포는 23세에서부터 57세까지로 평균 연령 37.62세(SD = 9.03)로 조사되었다. 설문에 응한 아나운서들의 경력은 평균 149.77개월(SD = 107.74)로 최소 2개월부터 420개월까지 분포되어 있었으며, 지상파 방송사에 근무하는 아나운서는 71명(67.0%), 지역민방은 7명 (6.6%), 케이블 TV는 21명 (19.8%), 라디오 방송사는 5명 (4.7%), 종합편성 TV와 사내방송 아나운서는 각각 1명 (0.9%), 무응답 1명(0.9%) 이었다.

3. 가설검증

아나운서의 직업 만족도에 영향을 미치는 요인을 확인한 위계적 회귀분석 결과는 [표 6]에 제시하였다. 인구사회학적 변인 및 직업 환경 역시 직업 선택 행위에 대한 설명력을 제공하게 된다는 점에서[38], 아나운서들의 성별 및 근무 방송사와 방송 경력을 통제변인으로 설정하였다. 그러나 분석 결과 아나운서들의 성별, 근무 방송사의 형태, 및 방송 경력은 직업 만족도와 유의미한 관계가 없었다.

표 6. 아나운서 직업 만족도에 대한 위계적 회귀분석

독립변인		β
인구 사회학 요인	성별	-.02 $R^2 = 015$
	근무 방송사 방송 경력	-.03 .03 $R^2 (\Delta R^2) = .018(.003)$
직업선택동기	내재적 동기	.30***
	외재적 동기	-.01 $R^2 (\Delta R^2) = .350(.332)$
조직 정체성	조직 일치도	.48***
	사내커뮤니케이션	.21** $R^2 (\Delta R^2) = .628(.278)$
사회적 평가	외부평판인식	.01 $R^2 (\Delta R^2) = .628(.000)$

주. *** $p < .001$, ** $p < .01$
근무하고 있는 방송사는 더미 변수로 처리하였고 지상파 방송사는 1, 비 지상파 방송사는 2로 처리.

아나운서 직업을 선택하게 된 내재적 동기는 직업 만

족도에 긍정적인 영향력을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .30, p < .001$). 하지만 외재적 동기와 직업 만족도 사이에는 유의미한 관계가 성립되지 않았다($\beta = -.01, p > .05$). 이로써 연구가설 1-1은 부분적으로 지지되었다.

아나운서의 조직 정체성과 관련해, 조직 일치도는 직업 만족도에 긍정적인 효과를 미치는 것으로 분석되었고($\beta = .48, p < .001$) 연구가설 2-1은 지지되었다. 원활한 사내 커뮤니케이션 정도 역시 아나운서의 직업 만족도 상승에 유의미한 효과를 발휘하는 것으로 나타나($\beta = .21, p < .01$), 연구가설 3-1도 지지되었다. 또, 아나운서에 대한 높은 평판 인식은 직업 만족도를 높이는 데 유의미한 효과가 없었으며($\beta = .01, p > .05$) 연구가설 4-1은 기각되었다.

다음으로, 아나운서 직업 지속 의도에 영향을 미치는 요인에 대한 분석 결과는 [표 7]에 제시하였다. 통제변인인 성별 및 방송 경력은 직업 지속 의도와 통계적으로 유의미한 관계가 없었고, 근무 방송사가 지상파일 경우 직업 지속 의도는 높은 것으로 드러났다($\beta = -.25, p < .05$).

표 7. 아나운서 직업 지속의도에 대한 위계적 회귀분석

독립변인		β
인구 사회학 요인	성별	-.09 $R^2 = 027$
	근무 방송사 방송 경력	-.25* -.17 $R^2 (\Delta R^2) = .063(.036)$
직업선택동기	내재적 동기	.29**
	외재적 동기	-.05 $R^2 (\Delta R^2) = .295(.232)$
조직 정체성	조직 일치도	.26*
	사내커뮤니케이션	.13 $R^2 (\Delta R^2) = .365(.114)$
사회적 평가	외부평판인식	.13 $R^2 (\Delta R^2) = .370(.011)$

주. ** $p < .01$, * $p < .05$
근무하고 있는 방송사는 더미 변수로 처리하였고 지상파 방송사는 1, 비 지상파 방송사는 2로 처리.

아나운서 직을 선택한 내재적 동기가 높을수록 직업 지속 의도는 높아졌으나($\beta = .29, p < .01$) 외재적 동기는 직업 지속 의도에 유의미한 영향력을 미치지 않았다

($\beta = -.05, p > .05$). 이로써 연구가설 1-2는 부분적으로 지지되었다. 아나운서들이 인식하는 조직 정체성 중에서 조직 일치도는 직업 지속 의도에 긍정적인 효과를 발휘했고($\beta = .26, p < .05$) 연구가설 2-2는 지지되었다. 하지만 원활할 사내 커뮤니케이션 수행은 직업 지속 의도에 유의미한 효과를 미치지 않았다($\beta = .13, p > .05$). 마지막으로, 아나운서에 대한 높은 사회적 평판 인식은 아나운서의 직업 지속 의도에 유의미한 영향력을 미치지 않는 것으로 나타났다($\beta = .13, p > .05$).

V. 결론

1. 요약 및 논의

본 연구는 아나운서들을 대상으로 이들의 직업 만족도 및 직업 지속 의도에 영향을 미치는 요인을 살펴보았다. 분석 결과 아나운서 직업 선택의 내재적 동기가 직업 만족도 및 직업 지속 의도에 긍정적인 영향을 미치는 변인으로 확인되었다. 반면, 아나운서가 됨으로써 기대할 수 있는 보상적 차원에 의미를 둔 외재적 동기는 직업 만족도 및 직업 지속 의도에 영향력을 행사하지 못했다. 내재적 동기는 개인의 자율성(autonomy)에 근거하여 긍정적인 결과를 유발할 수 있고[51], 업무 만족도나 지속 의도에 좀 더 긍정적인 영향력을 행사한다[31]는 측면에서 이러한 결과는 아나운서들의 건전한 직업관을 확인할 수 있는 대목이다.

한편, 이러한 결과는 여타 미디어 종사자들인 기자나 PD 그리고 방송작가들의 경우 외적 보상이 직업 만족도와 전직 의도를 결정할 수 있다고 알려진 연구결과들[4][6]과 상이하다는 점에서 주목되며, 따라서 결과 해석에도 신중함이 요구된다.

조직 일치감은 아나운서의 직업 만족도와 직업 지속 의도에 긍정적인 효과를 발휘하는 것으로 확인되었다. 강하고 긍정적인 조직 내 정체성이 형성되어 있는 아나운서들일수록 자신의 업무에 더 큰 만족감을 느낄 뿐 아니라 아나운서로서의 경력을 유지할 의지가 높다는 가능성을 보여줬다. 조직의 목적을 조직 구성원들이 잘 인지하고 동의할수록 조직 생산성이 높아진다는[8] 기

존의 연구에서와 마찬가지로 방송사 조직원으로서 높은 정체성을 인식하는 아나운서들이 조직 생산성에 긍정적으로 기여할 가능성을 보여주는 것이다. 이미 기자 직종에서는 조직 일치도가 직업 만족도를 결정하는 것으로 확인된 바 있다[54]. 이번 연구 결과를 통해 아나운서 직종도 예외가 아님을 확인할 수 있다.

직장 동료 및 업무 관계자들과의 원활한 사내 커뮤니케이션은 아나운서들의 직업 만족도를 높여주는 것으로 확인되었으나, 사내 커뮤니케이션 정도와 아나운서의 직업 지속 의도 사이에는 유의미한 연관성이 발견되지 않았다. 요컨대 아나운서 업무는 다른 방송 직종 종사자와의 협업을 바탕으로 이루어진다는 점에서, 원활한 커뮤니케이션이 직업 만족도를 높이는데 도움을 줄 수 있으나 직업 지속 의도에까지 영향을 미칠 만큼 큰 요소가 되지 않는다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 한편, 텔레비전 보도국 기자들 간 커뮤니케이션 양상을 분석한 연구에서는[22] 업무에 관련된 정확한 정보 공유와 업무 과정에 대한 이해를 바탕으로 한 대화와 업무 과정에 실질적인 효과를 발휘한다는 사실이 확인된 바 있다. 같은 방송 종사자로서 기자와 아나운서의 업무 환경 차이를 확인할 수 있었다.

사회 통념과 달리 아나운서가 사회적으로 높은 평판을 받고 있다는 인식 역시 이들의 직업 만족도를 높여주거나 직업의 지속 의도에 유의미한 영향력을 발휘하지 못하는 것으로 나타났다. 하지만 오늘날 방송사 조직 내 아나운서 위상이 점차 약화하고 있다는 문제를 다시금 상기할 필요가 있다. 이러한 상황에서 프리랜서의 길을 선택하지 않고 여전히 조직원으로 남기를 희망하는 아나운서라면, 그들을 인기인으로 인식하는 외부 시선과 평가 앞에서 오히려 공허감과 좌절감을 느낄 수 있다. 따라서 그들이 처한 특수한 입지와 상황이 외부 평판이 아닌 아나운서 업무 자체에 대한 내재적 동기를 중요하게 여기며 이를 갖대로 직업 만족도에 대해 응답했을 가능성이 존재한다. 또한 응답자들은 사회적 공인의 대열에 속하는 아나운서 직업의 특성을 인식하여 외재적 동기나 외부 평판에 가치를 둔다는 답변을 꺼렸을 가능성도 있다.

2. 연구의 한계 및 후속 연구 제언

본 연구에서는 아나운서의 외재적 동기가 직업 만족도와 직업 지속의도에 유의미한 효과를 미치지 않는 것으로 드러났다. 그러나 최근 각 방송사에는 고소득 프리랜서를 지망하여 조직을 떠나는 아나운서들이 적지 않다. 본 연구는 이러한 상황 속에서도 여전히 조직원으로 남아 있기를 선택한 아나운서들의 응답을 바탕으로 하였으므로 응답에 한계를 지닐 수 있었다고 본다. 이와 함께, 다음과 같은 두 가지 또 다른 측면에서도 해석이 가능하다고 본다. 첫째, 아나운서들이 방송사 조직 구성원이 된 이후에는 직업에 대한 사회적 평판 보다는 조직 내에서 접하게 되는 다양한 변수에 좀 더 민감하게 반응하게 될 가능성이 있다. 둘째, 이미 아나운서라는 직업을 선택하기 이전부터 아나운서가 갖는 높은 사회적 평판을 인지하고 있었기 때문에 사회적 평판이 더 이상 이들의 직업 만족도나 지속 의도를 좌우하는 요인으로 작용했을 가능성이 있다. 아나운서 직업 만족과 지속 의도에 미치는 외재적 동기 및 외부 평판의 영향력과 관련해서는 이러한 점들을 고려해 후후 좀 더 정교한 분석들을 사용해 검토할 필요가 있다.

또, 통제변인으로 설정했던 소속 방송사 유형이 아나운서의 직업 지속 의도에 영향을 미치는 변인으로 도출된 결과도 주목할 만하다. 비지상파 방송사에 근무하는 아나운서들의 직업 지속 의도가 낮았는데, 비지상파 방송사 근무 조건이 상대적으로 열악하다는 점을 감안할 때 당연한 결과라고 할 수 있다. 이는 지역 신문의 노동 여건 악화로 기자들이 광고 수주 부담을 떠안는 등 저널리스트 본연의 역할이 흔들리면서 직업 만족도와 지속 의도가 낮아지고 있다는 기존 연구결과[6]와 일맥상통한다. 최근 지역민방, 케이블 등의 방송사들은 아나운서 인력을 최소한으로 보유하는 추세이며 아나운서가 다른 임무를 겸하도록 하는 등 다양한 역할을 주문하는 경우가 많다. 따라서 이들 비지상파 방송사 아나운서들의 직업 지속 의도가 낮게 나타난 본 연구 결과는 현재 우리나라 미디어 산업 종사자들의 불안정한 노동 환경을 보여주는 것이기도 하다. 향후 이 부분을 조망하는 산업적 차원의 후속 연구가 필요하다고 본다.

참 고 문 헌

- [1] 김균, 이은주, 장은미, “여기자 직무수행에 따른 경험과 인식에 관한 탐색적 연구”, 언론과학연구, 제8권, 제3호, pp.75-116, 2008.
- [2] 김사승, “전문기자의 전문성과 뉴스의 질을 구축하는 취재보도 관행의 상관관계에 대한 분석: 충원 경로에 따른 비교분석을 중심으로”, 한국언론학보, 제48권, 제2호, pp.56-78, 2004.
- [3] 김상준, “오늘날 아나운서란 누구인가: 방송사 이념과 사명 알리는 얼굴돼야”, 신문과 방송, 2006(10).
- [4] 김선남, 정현옥, “지역일간지 기자의 역할지향에 관한 연구”, 한국언론학보, 제51권, 제4호, pp.136-154, 2007.
- [5] 김성경, *아나운서의 방송출연에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 -SBS TV 프로그램의 주진행자를 중심으로*, 연세대 언론홍보대학원 석사학위 논문, 2001.
- [6] 김성재, “언론노동의 현실과 지역언론인의 정체성, 언론과학연구”, 제5권, 제2호, pp.105-140, 2005.
- [7] 김연식, “방송저널리스트의 PD저널리즘 인식 연구”, 언론과학연구, 제11권, 제2호, pp.69-96, 2011.
- [8] 김영준, 정민숙, “리더십, 조직문화와 조직 몰입과의 관계”, 콘텐츠학회논문지, 제12권, 제12호, pp.201-211, 2012.
- [9] 김은성, “방송 진행자의 스피치 구성요인과 공신력 평가에 관한 연구: 수용자 상위인지 능력 개념의 적용”, 한국언론학보, 제51권, 제1호, pp.114-143, 2007.
- [10] 노정팔, *한국방송사 50년*, 서울: 나남, 1995.
- [11] 박도현, 양은진, “TV 뉴스 아나운서와 시사 교양 프로그램 아나운서의 이미지 분석”, 한국미용예술학회지, 제5권, 제2호, pp.65-77, 2009.
- [12] 양원홍, 박경숙, “방송 PD의 프로그램 제작 능력 습득 과정에 관한 연구: 제주 지역 지상파 방송 PD를 중심으로”, 한국방송학보, 제12권, 제3호, pp.69-110, 2011.
- [13] 유협, *아나운서 전문화를 위한 연구*, 연세대 행정대학원 석사학위 논문, 1987.

- [14] 윤익한, 김균, “통합 뉴스를 도입 이후 뉴스생산 노동과정의 변화: CBS 통합 뉴스를 사례 연구”, 한국 언론정보학보, 제55호, pp.164-183, 2011.
- [15] 이종학, 김찬중, “의사의 환자 중심 커뮤니케이션이 환자 참여에 미치는 영향: 신뢰도 조절 효과를 중심으로”, 콘텐츠학회논문지, 제13권, 제3호, pp.278-286, 2013.
- [16] 장하용, 조명희, “방송 프로그램 제작 PD의 ‘방송 공익성’ 인식에 관한 연구”, 언론과학연구, 제11권, 제3호, pp.261-293, 2011.
- [17] 최명일, 김재범, “대학생의 스포츠 중계 진행자 특성 인식이 시청 의도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구: 의사 인간관계의 매개효과를 중심으로”, 한국 언론학보, 제51권, 제6호, pp.91-110, 2007.
- [18] 최현주, “방송작가의 직업만족도 결정요인 연구”, 언론과학연구, 제12권, 제2호, pp.572-602, 2012.
- [19] 허명숙, “여기자의 위상에 대한 인식과 평가 연구: 전북지역 여기자들의 심층인터뷰를 중심으로”, 언론과학연구, 제6권, 제4호, pp.364-401, 2006.
- [20] 홍은희, “언론사의 여성 리더십에 대한 탐색적 연구: 승진 및 리더십 인식을 중심으로”, 미디어, 제터 & 문화, 제13호, pp.115-154, 2010.
- [21] H. Abdollahyan and H. Nayebi, “Conceptualizing Occupational Prestige: An Empirical Case Study from Iran,” *Asian Journal of Social Science*, Vol.37, pp.192-207, 2009.
- [22] T. Adams, “Producers, directors, and horizontal communication in television news production,” *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.51, pp.337-354, 2007.
- [23] S. Albert, B. Ashforth, and J. Dutton, “Organizational identity and identification: Charting new waters and building new bridges,” *Academy of Management Review*, Vol.25, pp.13-17, 2000.
- [24] B. Ashforth, S. Harrison, and K. Corley, “Identification in Organizations: An Examination of Four Fundamental Questions,” *Journal of Management*, Vol.34, pp.325-374, 2008.
- [25] W. K. Balzer, J. A. Kihm, P. C. Smith, J. L. Irwin, P. D. Bachiochi, and C. Robie, *User’s manual for the Job Descriptive Index (JDI; 1997 revision) and the Job in General (JIG) scales*, Bowling Green, OH: Bowling Green State, 1997.
- [26] G. H. Barrett, “Job satisfaction among newspaperwomen,” *Journalism Quarterly*, Vol.16, pp.593-599, 1984.
- [27] M. Bergami and R. P. Bagozzi, “Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization,” *The British Journal of Social Psychology*, Vol.39, pp.555-577, 2000.
- [28] S. P. Brown and T. W. Leigh, “A new look at psychological climate and its relationship to job involvement, effort, and performance,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.81, pp.358-368, 1996.
- [29] J. D. Cook, S. J. Hepworth, T. D. Wall, and P. B. Warr, *The Experience of Work: a Compendium and Review of 249 Measures and Their Use*. Academic Press, London, 1981.
- [30] C. J. Cranny, P. C. Smith, and E. F. Stone, *Job satisfaction: how people feel about their jobs and how it affects their performance*. New York: Lexington Press, 1992.
- [31] E. L. Deci, “Effects of Externally Mediated Reward on Intrinsic Motivation,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.18, pp.105-115, 1971.
- [32] C. W. Downs and A. D. Adrian, *Assessing organizational communication Strategic communication audit*, New York: Guilford Press, 2004.
- [33] J. B. Fuller, K. Hester, T. Barnett, L. Frey, and C. Relyea, “Perceived organizational support and perceived external prestige: Predicting organizational attachment for university faculty,

- staff, and administrators," *The Journal of Social Psychology*, Vol.146, pp.327-347, 2006.
- [34] L. A. Grunig, J. E. Grunig, and D. M. Dozier, *Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries*. Mahwah, NJ: Erlbaum, 2002.
- [35] O. Hargie, D. Dickson, and D. Tourish, *Communication Skills for Effective Management*, Houndmills: Palgrave Macmillan, 2004.
- [36] F. Herzberg, B. Mausner, R. O. Peterson, and D. F. Capwell, "Job attitudes: Review of research and opinion," Pittsburgh: Psychological Services of Pittsburgh, 1957.
- [37] J. L. Holland, "Exploring careers with typology: What we have learned and some new directions," *American Psychologist*, Vol.51, pp.397-406, 1996.
- [38] J. L. Holland, *Making vocational choices* (3rd ed.). Lutz, FL: Psychological Assessment Resources, 1997.
- [39] L. S. Kleiman, *Human Resource Management*. Cincinnati, OH: South-Western College Publishing, 2000.
- [40] J. D. Krumboltz, "The happenstance learning theory," *Journal of Career Assessment*, Vol.17, pp.135-154, 2009.
- [41] T. W. Lee and R. T. Mowday, "Voluntarily Leaving an Organization: An Empirical Investigation of Stress and Nowdays Model of Turnover", *Academy of Management Journal*, Vol.30, pp.721-743, 1987.
- [42] R. B. Lent, S. D. Brown, and G. Hackett, "Career development from a social cognitive perspective," In D. Brown, L. Brooks, & Associates (Eds.), *Career choice & Development* (3rd ed.), pp.373-421, San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1996.
- [43] E. A. Locke, "What is job satisfaction?," *Organizational Behavior and Human Performance*, Vol.4, pp.309-336, 1969.
- [44] F. Mael and B. E. Ashforth, "Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification," *Journal of Organizational Behavior*, Vol.13, pp.103-123, 1992.
- [45] A. J. Martin, *How to motivate your motivate for school and beyond*. Bantam: Sydney, 2003.
- [46] A. H. Maslow, "A Theory of Human Motivation," *Psychological Review* Vol.50, pp.370-396, 1943.
- [47] T. R. Mitchell, "Motivation: New direction for theory, research, and practices," *Academy of Management Review*, Vol.7, pp.80-88, 1982.
- [48] C. C. Pinder, *Work motivation in organizational behavior (2nd edition)*. New York: Psychology Press, 2008.
- [49] P. R. Pintrich and D. H. Schunk, *Motivation in education: Theory, research, and applications*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1996.
- [50] E. M. Rogers and D. L. Kincaid, *Communication networks: Toward a new paradigm for research*. New York: Free Press., 1981.
- [51] R. M. Ryan and E. L. Deci, "Self-determination theory and facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being," *American Psychologist*, Vol.55, pp.749-761, 2000.
- [52] J. P. Jr Sampson, R. C. Reardon, G. W. Peterson, and J. G. Lenz, *Career counseling and services: A cognitive information processing approach*, Pacific Grove, CA: Brooks Cole, 2004.
- [53] A. Smidts, A. T. Pruyn, and C. B. Van Riel, "The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification," *Academy of Management Journal*, Vol.49, pp.1051-1062, 2001.
- [54] K. Stamm and D. Underwood, "The relationship of job satisfaction to newsroom policy changes," *Journalism Quarterly*, Vol.70, pp.54-78, 1983.

[55] D. E. Super, "A life-span, life-space approach to career development," In D. Brown, L. Books, & Associates (Eds.), *Career choice and development* (2nd ed.), pp.197-261, San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishing, 1990.

[56] S. Y. Todd and K. J. Harris, "What it Means When Your Work is Admired by Others: Observations of Employees of Professional Sport Organizations," *Journal of Behavioral & Applied Management*, Vol.10, pp.377-395, 2009.

[57] D. van Knippenberg and E. C. M. van Schie, "Foci and correlates of organizational identification," *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, Vol.73, pp.137-147, 2000.

[58] R. van Dick, M. W. Grojean, O. Christ, and J. Wieseke, "Identity and the extra mile: Relationships between organizational identification and organizational citizenship behaviour," *British Journal of Management*, Vol.17, pp.283-301, 2006.

[59] P. B. Warr, J. C. Cook and P. B. Wall, "Scales for the measurement of some attitudes and aspects of psychological well-being," *Journal of Occupational Psychology*, Vol.52, pp.129-148, 1979.

[60] D. J. Weiss, R. V. Dawis, G. W. England, and L. H. Lofquist, *Manual for the Minnesota satisfaction questionnaire*, MN: University of Minnesota Press, 1967.

오 미 영(Meeyoung Oh)

정회원



- 1980년 : 외국어대학교(문학사)
- 1993년 : 중앙대학교(문학석사)
- 2002년 : 중앙대학교(언론학박사)
- 2003년 3월 ~ 현재 : 가천대학교 신문방송학과 교수

<관심분야> : 커뮤니케이션, 방송영상, 문화콘텐츠

저 자 소 개

황 유 선(Yoosun Hwang)

정회원



- 1996년 : 연세대학교(문학사)
- 2002년 : 연세대학교(문학석사)
- 2010년 : 연세대학교(언론학박사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 중부대학교 신문방송학과 교수

<관심분야> : 뉴미디어, 방송콘텐츠, HCI