

업무특성에 따른 블로그 사용의도와 업무만족에 관한 연구

양희동¹, 김혜정¹, 강소라^{2*}
¹이화여자대학교 경영대학 경영학과,
²호서대학교 디지털비즈니스학부

An Empirical Study on the Factors Influencing the Use of BLOG and Job Satisfaction

Hee-Dong Yang¹, Hye-Jung Kim¹ and Sora Kang^{2*}

¹Department of Business Administration, Ewha Womans University

²Division of Digital Business, Hoseo University

요약 본 연구에서는 과연 근무시간에 ‘블로그’ 사용하는 것이 업무의 성과에 도움을 주는 것일까? 라는 질문에 대한 해답을 구하고자 하였다. 이를 위해 다음을 분석하였다. 첫째, 블로그 사용의도 즉, 상호작용성, 정보추구성, 오락추구성 등을 독립변수로, 업무만족도를 종속변수로 설정하고 연구모형을 수립하고 블로그 사용요인과 업무 만족도의 관계를 분석하였다. 둘째, 근무시간에 블로그를 사용하는 이유는 업무특성에 따라 다를 수 있다는 가정 아래 업무특성 요인을 정형/비정형업무, 개인업무/집단업무, 재석업무/이석업무로 구분하였으며, 각각의 종사자들의 응답을 그룹화하여 더미변수화 하여 독립변수(블로그 사용요인)와 종속변수(업무만족도)에 조절효과가 있는지 분석하였다.

분석결과, 블로그 사용요인과 업무만족도의 회귀분석 결과 블로그 사용요인 중 상호작용성과 정보추구성은 업무만족도에 영향을 줄 수 있지만, 오락추구성은 업무만족도에 그다지 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 둘째, 업무특성에 따라 블로그 사용 의도는 다를 수 있다는 가정 아래 업무특성 요인이 블로그 사용의도에 어떠한 영향을 주는지에 대한 결과는 응답자의 결과 값을 정형/비정형업무, 개인업무/집단업무, 재석업무/이석업무로 구분 하였으며, 회귀분석을 돌려지만 이러한 업무특성요인에 따른 블로그 사용의도는 업무만족도에 별다른 영향을 주지 않는 것으로 드러났다. 이러한 결과를 바탕으로 학문적, 실무적 시사점을 제시하였다.

Abstract Would it be true that cutting off using BLOG in business hour prevents that job performance decreases? Even though it is right, would the worker have different reason of using BLOG according to job characteristic? This is the purpose of this study to search the answers for the questions above. Under the first hypothesis, (factors having the people use BLOG can influence the job satisfaction), independent variable was set to three factors and define as 'Interoperability', 'Informative', 'Amusement' respectively and dependent variable was set to job satisfaction in this study. The result of analyzing this hypothesis was that two factors('Interoperability', 'Informative') have influence on job satisfaction but 'Amusement' factor hadn't any influence on job satisfaction. For another hypothesis, (the factor having the worker use BLOG would have different influence on job satisfaction according to job characteristic), Job characteristic was set to 3 group (fixed/unfixed, individual/co-operational, static/active) in this study and these variables were converted to dummy variable for validating the moderating effect on both variables(independent/dependent). The result of analyzing this hypothesis was that all dummy variables set to 3 groupshadn't any moderating effect on both variables. Because a dummy variable couldn't be contained the job characteristic exactly.

Key Words : BLOG, Job Satisfaction, Job Characteristics, Interoperability, Informative, Amusement

*교신저자 : 강소라(sorak@hoseo.edu)
접수일 09년 09월 08일

수정일 09년 11월 20일

게재확정일 09년 12월 16일

1. 서론

커뮤니케이션 매체로서의 인터넷 이용이 급격하게 증가[4,5]하면서 인터넷 이용자들은 인터넷을 단순 정보 검색의 차원을 넘어서 상호교류를 하기 위한 공간으로 활용되고 있으며 여러 부류의 사람들과 사회적 관계를 맺을 수 있는 통로가 되고 있다. 이러한 사회적 관계가 빠르게 형성되고 발전할 수 있었던 주요한 요인 중 대표적인 것이 온라인 커뮤니티라 할 수 있다. 온라인 커뮤니티는 동호회나 친분이 있는 사람들의 모임에서 출발한 ‘카페’, 혹은 ‘클럽’으로, 현재에는 20~30대를 주축으로 하여 ‘1인 미디어’를 표명하는 미니 홈페이지나 블로그(Blog)의 형태로 확산되어 인터넷 커뮤니티의 중심이 되었다. 미니 홈페이지나 블로그로 대변되는 1인 미디어에 올라오는 정보 중에는 전문성으로 기존 미디어보다 주목을 받고 있다. 또한, 블로그 사이트는 운영이 비교적 쉬워 별도의 지식 없이도 정보를 쉽게 업로드 할 수 있으며, 제목을 클릭하지 않고 첫 화면만 접속해도 가장 빠르게 전체 내용을 볼 수 있는 신속성으로 업무와 관련된 지식뿐만 아니라 일상생활에 유용한 정보, 방금 일어난 사건 등 여러 분야에서 발생하는 다양한 정보와 지식을 바로 접할 수 있게 되었다. 하지만, 이러한 블로그 활용에 대한 유용성은 개인적인 관점에서 바라본 블로그의 이점이라고 할 수 있다.

조직적인 관점, 즉 기업 입장에서 직원들이 업무 중 미니 홈페이지나 블로그를 사용하는 것에 대해서는 개인적인 이점과 다르게 그다지 호의적이지 않을 수 있다. 왜냐하면, 영리를 목적으로 하는 기업 입장에서는 직원들이 근무시간에 블로그를 사용하는 것은 비생산적이라고 생각할 수 있기 때문이다. 이러한 이유로 일부 기업에서는 ‘블로그’ 등의 특정 사이트에 접속하는 것을 차단하고 있다[7].

그렇다면 과연 근무시간에 블로그 사용을 무조건 차단 것이 업무 성과에 도움을 주는 것일까? 일부 기업에서는 블로그 사용을 무조건 차단하지만, 직무특성에 따라 블로그 사용이 업무에 도움을 줄 수 있으며 따라서 직원들의 블로그 사용 목적은 차이가 있지 않을까? 이러한 질문에 대한 해답을 구하기 위해본 연구는 다음과 같은 목적을 가진다.

첫째, 블로그 사용자들의 사용요인을 문헌연구를 통해 도출하고, 도출된 요인을 본 연구의 변수로 채택하여 사용요인에 대한 실증분석을 실시하고자 한다. 그리고 블로그 사용요인이 얼마만큼 업무만족도에 영향을 줄 수 있는가를 분석한다.

둘째, 블로그 사용요인이 직무특성에 따라 차이가 있는지 살펴보고자 한다. 즉, 직무특성에 따라 직무군을 나

누고 특성 직무군에 속해있는 사용자들의 블로그 사용의도는 어떠한 차이가 있는지, 또한 업무성과에 직무특성 변수가 조절변수의 역할을 하고 있는지에 대해 검증한다.

2. 블로그의 정의 및 특징

블로그(Blog)는 웹로그(weblog)의 약어로서 웹에 일지 형식으로 기록되며, 자주 업데이트 되는 짤막한 형식의 글들이 최근 게재일로부터 보이는 형태를 가리킨다. 즉 네티즌이 웹에 기록하는 일기나 일지를 말하며 사용자의 관심사나, 개인의 일상생활 혹은 전문 정보 등을 다양하게 내용들을 다룬다[26, 16, 2].

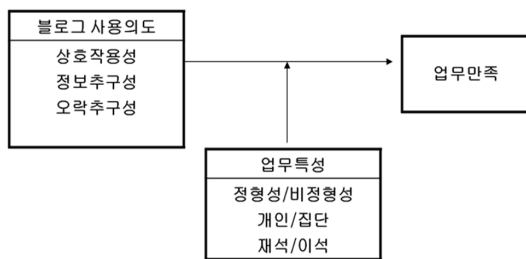
블로그는 여러 가지 특징을 가지는데, 그 형식적인 측면에서 살펴보면 일지형식으로 최근 글이 제일 상단에 위치하고 제목과 본문이 첫 화면에 노출된다. 블로그는 한 사람의 온라인 공간이라는 점에서 개인 홈페이지와 유사하지만 편리한 기능으로 홈페이지보다 사용 및 관리하기가 쉽다. 개인 홈페이지는 HTML 형식으로 문서를 꾸민 뒤에 FTP로 올리는 과정이 있어 내용이 업데이트가 느리지만, 블로그는 바로 바로 내용을 올리고 상단에 위치하여 누구나 신속하게 글들을 볼 수 있다. 이런 이유로 블로그는 가장 빠른 매체로 자리 잡았다.

블로그는 커뮤니케이션의 수단이다. 커뮤니케이션 1세대가 일대일(one to one)을 지원하는 메일과 메신저였고 2세대가 다 대 다(many to many)를 지원하는 게시판이었다면 블로그는 자신이 주체가 되어 커뮤니티를 만들 수 있는 3세대 모델이다. 친구, 친척, 직장동료 등 다양한 사람들이 서로의 소식과 안부를 전하고, 블로그를 통해 자신의 일상을 공개하고, 서로 방문하며 게시물에 대해 코멘트를 달아 이메일이나 메신저를 능가하는 커뮤니케이션 도구가 된다. 또한 각 포털 사이트의 통합 검색 기능에 블로그가 추가되어 블로그에 올라온 정보들을 누구나 쉽게 찾을 수 있다. 뿐만 아니라 RSS기능의 도입으로 자신의 사이트에서 다른 블로그 사이트의 업데이트 된 글을 손쉽게 수집할 수 있게 되었고, 트랙백 기능으로 다른 블로그 사이트에 본인의 글이 등재 되었음을 알려준다[1].

3. 연구모형과 가설 설정

본 연구는 업무특성에 따라 블로그 사용의도는 어떻게 달라지며 그에 따른 업무만족도에 관해 연구하고자 한다. 기존의 많은 선행연구들은 인터넷 사용에서 주요 요인들

을 상호작용성, 정보추구성, 오락 추구성으로 제시하고 있는데[8,10,20], 본 연구에서는 이러한 연구결과를 반영하여 과연 이 세가지 주요 요소들이 블로그 사용에서도 중요하게 작용하는 지 분석하고자 한다. 또한, 위에서 채택한 세가지 독립변수가 업무만족에 어떠한 영향을 미치는가에 대한 실증연구와 더불어 사용자의 업무특성에 따라 사용의도가 업무만족에 어떤 영향을 미치는지를 파악하고자 한다. 왜냐하면, 본 연구는 단순히 블로그 사용 정도를 연구하고자 하는 것이 아니라 사용자의 업무환경에서의 사용을 파악하고자 하기 때문에 어떤 업무일 때 더 만족도가 높아지는 파악하는 것이 중요하다고 판단된다. 이를 위해 업무특성을 정형성/비정형성, 집단/개인업무, 재석(在席)/이석(異席)업무 등으로 구분하였다[3]. 따라서 블로그 사용의도를 독립변수로, 업무만족을 종속변수로 하고, 이 두 변수의 사이에 조절변수로 업무특성을 채택하여 모형을 설계하였다.



[그림 1] 연구 모형

3.1 블로그 사용의도와 업무만족도

Rafaeli[21]은 상호작용성을 커뮤니케이션 과정에서, “일련의 메시지 교환 과정에서 메시지들이 그 이전 메시지들에 준거되는 정도만큼 그 이후의 메시지가 교환되는 정도”라고 말하면서 메시지들의 일관성에 대해 강조하고 있다. 또한 Figallo[10] 온라인 커뮤니티가 성공하기 위해서는 지녀 할 특성으로 상호작용성, 응집성, 집중성을 제시하였으며, 이 가운데 커뮤니티 사용자 상호간의 커뮤니케이션의 정도 및 관계형성 정도를 ‘상호작용성’으로 정의하였다. 따라서 본 연구의 상호 작용성은 개인간의 커뮤니케이션의 정도 및 관계형성을 의미한다[10].

블로그와 관련하여 Reichheld[22]와 Ha & James[11]은 상호작용성의 중요성을 제시한 바 있다. 이들은 블로그가 단순한 일지의 수준의 개념을 넘어 강력한 커뮤니티를 수반한 1인 미디어로 다른 어떤 매체보다 사용자 개인을 중심으로 인간관계 및 상호작용을 할 수 있다고 하였으며[22], 인터넷 공간에서 이용자 중심의 일대 다수 형태의 매스커뮤니케이션이 가능한 블로그 미디어 이용

은 이용자 자신이 커뮤니케이터인 동시에 이용자로서 개인만의 커뮤니케이션 공간을 더욱 능동적으로 커뮤니케이션을 할 수 있게 한다고 하였다[11]. Orr[19]에 따르면 공유되는 정보나 지식의 가치는 구성원이 온라인 커뮤니티에 활동적으로 참여함으로써 오랜 시간 동안 축적되는 것을 의미한다. 이러한 지식은 커뮤니티 구성원간의 지속적인 상호작용을 통해 발생하고 공유됨으로써 정보의 가치가 높아진다고 하였다. 따라서 업무를 하는 가운데, 자신이나 타인의 블로그를 사용하여 정보의 공유와 교환, 협력 등이 적극적인 상호작용을 통해 이루어진다면 업무만족은 높아질 것으로 판단된다.

다음으로, 정보추구성은 블로그에서 제공되는 정보나 지식을 얻고자 하는 것을 의미한다. 직장인들은 회사 업무를 도움을 받기 위해서 블로그 서비스를 통하여 회사에서 필요한 정보를 추구할 것이다. 블로그의 발전과 더불어 블로그의 다양한 활용이 생겨나고 있다. 그 중 하나가 K-log, KM등의 지식 블로그 탄생이다. 이것은 웹을 통해 자신의 머릿속에 있는 지식들을 웹에 제공하는 것으로 기존의 지식을 소비하거나 읽는 데만 그치는 것이 아니라 자신의 머릿속에 있는 아이디어나 지식들을 인터넷상에 올려놓는 것으로 이것은 전체 인터넷 네트워크나 기업 내 네트워크 상의 지식 교류를 원활하게 할 뿐만 아니라, 지식의 창출과 응용에 긍정적인 영향을 줄 뿐만 아니라 완성되지 않은 아이디어에 대한 공유는 바로 자유로운 토론 환경을 조성하여 독창적인 아이디어를 이끌어 내게 된다.

블로그는 정보를 저장할 수 있는 좋은 도구가 된다. 컴퓨터 파일에 따로 저장할 필요 없이, 웹상의 개인 블로그를 이용하여, 네트워크가 연결되어 있는 어느 곳에서나 자신의 정보를 꺼내볼 수 있다. 구글의 ‘BlogThis’라는 기능이나, 네이버의 ‘내 블로그에 담기’ 기능이 여기에 해당된다. 또한 정보의 효율적인 접근을 위해 양질의 정보들을 수집해주는 블로거(Blogger)들이 나타나기 시작하였다. 그들은 알려지지 않은 새로운 정보를 찾아내어, 추가적인 사실과 관점, 의미 있는 주석들을 덧붙여 제공하기도 한다. 이에 따라 블로그는 어떠한 특정주제에 대한 정보를 얻는 데 있어서 도움을 주며, 특정 주제에 대한 정보와 지식을 전문적으로 다루는 블로그의 경우, 기능적 오류로 인해 엉뚱한 경로로 안내할 일이 없으며, 깊이 있고 다양한 종류의 원하는 정보를 취할 수 있도록 도와준다. 따라서 조직구성원들이 업무를 수행하는 가운데, 블로그를 통해 다양하고 심도 깊은 업무와 관련된 정보와 지식을 얻을수록 업무만족도는 높아질 것으로 판단된다.

오락 추구성은 블로그를 사용할 때 느끼는 즐거움의 정도를 의미한다. 오락추구성과 밀접하게 관련된 이론으

로 플로우 이론(flow theory)를 들 수 있다. 플로우란 인간이 완벽한 몰입 상태로 행동할 때 느끼는 일관적인 감각을 말한다. 플로우 상태일 때 인간은 행동에 진심으로 빠져들어 지각의 초점이 좁혀진다. Csikezentmihalyi[9], Koufaris[15]는 플로우의 개념을 본질적인 재미, 지각된 조절, 주의 집중으로 구분하였다. 이중 본질적인 재미는 블로그 사용에 대해 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 하였다. Moon & Kim[17]의 연구에서 재미를 포함한 개념인 즐거움은 사용의도와 행동의지에 모두 영향을 미친다고 하였다. Webster, Trevino & Ryan[25]의 연구에서는 자발적 참여와 창의성, 즐거운 유연성에 관한 항목에서 유희성을 몰입과 재미라는 두 가지 차원에서 변수로 보고, 정보기술에서 이용자들이 유희성을 인지할 경우 사용자들은 해당 정보기술에서 즐거움과 흥미를 갖는다고 주장하였다. 따라서 본 연구의 ‘오락추구성’ 블로그 서비스에서 즐거움과 재미를 얻고자 하는 정도를 의미한다. 따라서 블로그를 사용하는 많은 사람들이 블로그가 제공하는 최신 뉴스나 재미있는 볼거리를 통해 업무외적인 요소, 즉 블로그에서 느낄 수 있는 재미를 통해 업무로부터 발생하는 스트레스를 해소하거나 기분전환을 할 수 있다면 업무만족도를 높일 수 있을 것으로 판단된다.

이상의 논의를 바탕으로 본 연구에서는 블로그 사용을 통한 상호작용성, 정보추구성, 오락추구성과 업무만족 간의 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1. 근무시간 내 직원들의 블로그 사용은 사용자의 업무만족에 정(+의 영향을 미친다.

가설1-1. 상호작용을 위한 직원들의 블로그 사용은 사용자의 업무만족에 정(+의 영향을 미친다.

가설1-2. 정보추구를 위한 직원들의 블로그 사용은 사용자의 업무만족에 정(+의 영향을 미친다.

가설1-3. 오락추구를 위한 직원들의 블로그 사용은 사용자의 업무만족에 정(+의 영향을 미친다.

3.2 업무특성의 조절효과

업무는 특정한 목표를 가진 조직이 그 목표달성을 위하여 조직체의 운영에 필요한 정보의 전달, 가공, 처리, 축적, 창조 등을 총칭하는 것으로 정의된다. 상공자원부[3]는 업무 특성을 업무 진행방법과 처리방법의 규칙 유, 무에 따라 정형업무와 비정형업무로, 여러 인원이 협력해야 하는 업무의 특성에 따라 집단업무와 개인업무로, 마지막으로 내근직과 외근직의 차이에 따라 재석업무와 이석 업무로 나누었다[3].

정형업무는 업무의 진행방법과 처리 방법이 규칙화된 업무로서 표준화에 의한 효율화, 신속화, 자동화 등이 비

교적 쉬운 업무이며, 비정형업무는 정형화하기 어려운 업무로서 사고와 판단을 요하는 것이 많고, 기업경영에 상대적으로 큰 영향을 미치는 업무, 적절하고, 신속한 정보의 수집, 판단이 중요시되는 업무이다. 따라서 비정형적인 업무를 수행하는 사람들은 신속하고 정확한 정보수집과 판단을 위해 다양한 사람들과의 상호작용이 요구되며, 더 많은 정보를 수집하고자 할 것이다. 또한 상대적으로 기업경영에 미치는 영향도가 크기 때문에 스트레스를 많이 받아, 다른 사람들과의 의사소통이나 간단한 재미거리, 뉴스 등을 통해 기분전환 하고자 하는 경향이 강하기 때문에 이를 통한 업무만족이 높아질 것으로 판단된다.

다음으로 집단업무는 동일한 업무를 완수 할 때 반드시 여러 인원이 협력해야 하는 업무로서, 정보의 공유, 정보처리의 균일화가 요구된다. 반면 개인업무는 정보와 업무의 관리 단위가 개인이며, 개인에 의해 업무 완결이 가능한 형태의 업무이다. 집단업무의 경우에는 이미 여러 구성원들과 상호작용을 통해 정보를 공유하고 있으며, 상호작용하는 가운데, 서로 다양한 의견을 주고 받고 뉴스나 재미거리 등도 나눌 수 있는 반면에 개인업무는 모든 업무처리가 개인중심으로 이루어져 자신의 업무가 잘 되고 있는지, 새로운 정보나 지식이 필요할 때도 다른 구성원들과 상호작용하기 어려울 수 있다. 따라서 집단업무 종사자에 비해 개인 업무를 수행하고 있는 구성원이 블로그를 통한 상호작용성, 정보추구성, 오락추구성으로 인해 업무만족도를 더욱 높일 수 있을 것으로 판단된다.

재석업무는 일정한 좌석에서 사고, 자료검토, 문서작성, 정보 검색을 하는 업무이며, 이석업무는 일정한 좌석에서는 근무하는 시간보다 외출, 접객, 회의, 문서배포 등 고정된 개인좌석 외의 위치에서 주된 업무를 처리하는 업무 유형이다. 집단업무와 개인업무의 경우와 유사하게, 이석업무의 경우 여러 곳을 이동하면서 다양한 사람들과 상호작용할 수 있고, 이들과의 상호작용을 통해 업무나 업무외적인 다양한 정보들을 습득할 수 있다. 물론 업계의 새로운 소식, 뉴스, 오락거리 등도 접할 많은 기회를 가질 수 있다. 그러나 재석업무의 경우 늘 일정한 자리에서 근무하게 되고, 늘 만나는 사람들과 상호작용하기 때문에 접하는 뉴스나 정보는 한정될 수 밖에 없다. 따라서 블로그를 통한 다른 사람들과의 상호작용, 정보추구, 오락추구가 업무만족에 미치는 긍정적 영향은 재석 업무를 수행하는 사람들에게는 더욱 긍정적으로 작용할 것으로 판단된다.

이상의 논의를 바탕으로 아래와 같은 가설을 설정하였다.

가설2. 업무특성에 따라서 블로그 사용요인과 업무만

족도는 다르게 나타날 것이다.

- 가설2-1. 비정형 업무 종사자들은 정형 업무 종사자들에 비해 블로그 사용에 있어 상호작용성, 정보추구성, 오락추구성을 통한 업무만족도가 더 높을 것이다.
- 가설2-2. 개인적 업무 종사자들은 집단적 업무 종사자들에 비해 블로그 사용에 있어 상호작용성, 정보추구성, 오락추구성을 통한 업무만족도가 더 높을 것이다.
- 가설2-3. 재석업무 종사자들은 이석업무 종사자들에 비해 블로그 사용에 있어 상호작용성, 정보추구성, 오락추구성을 통한 업무만족도가 더 높을 것이다.

4. 연구 방법

4.1 변수의 조작적 정의

독립변수 상호작용성, 정보추구성, 오락추구성을 리커트 7점 척도를 통해 측정하였다. 먼저, 상호작용성은 개인간의 커뮤니케이션의 정도 및 관계 형성 정도를 의미하며, 본 연구에서는 Figallo[10]의 연구를 바탕으로 4개 문항으로 측정하였다. 둘째, 정보추구성은 블로그에서 제공되는 정보나 지식을 얻고자 하는 정도를 의미하며, Butler[8]의 연구를 바탕으로 4개 문항으로 측정하였다. 셋째, 오락추구성은 블로그를 사용하는 많은 사람들이 블로그가 제공하는 최신 뉴스나 재미있는 볼거리를 통해 업무 스트레스 해소나 기분전환을 할 수 있는지에 대해 Rafaeili[20]의 연구를 바탕으로 4개 문항으로 측정하였다.

조절변수로 업무특성은 명목척도로 측정하였다. 상공자원부[3]의 업무구분을 바탕으로, 업무 진행방법과 처리방법의 규칙 유, 무에 따라 정형/비정형업무로, 여러 인원이 협력해야하는 업무의 특성에 따라 집단/개인업무로, 마지막으로 내근직과 외근직의 차이에 따라 재석/이석업무로 나누었다[3]. 마지막으로 본 연구의 종속변수인 업무만족이란, 한 개인이 그의 업무에 관계하여 선택된 업무에 대하여 자신이 느끼는 감정적 현상으로서, 양미[6]의 연구를 바탕으로 4개 문항으로 측정하였다.

4.2 연구대상 선정 및 자료의 수집

본 연구는 현재 블로그를 사용하고 있는 직장인을 대상으로 그들이 종사하는 업무의 특성에 따라 직업별을 나누어 진행하였다. 설문조사는 2007년 6월 2일부터 2007년 6월 10일까지 약 10일 동안 진행되었으며, 설문을

을 직접 배부해서 설문을 받는 방식, 전자우편을 통해서 회신을 받는 방식 등 두 가지 방식을 통해 수행되었다. 283부를 배부하여 총 163부가 회수되었다. 이중 내용의 누락이 많거나 지나치게 중심화 경향이 지니는 응답 38부를 제외한 125부를 분석에 사용하였다. 본 연구에서는 유효 데이터 125개에 대하여 통계 분석을 위해 SPSS 15.0 for Windows를 사용하였다.

5. 실증 분석

5.1 표본의 특성

전체 설문 응답자의 성별 분포는 남자가 59명(47.2%), 여자가 66명(52.8%)명으로 남자와 여자 응답자의 비율이 거의 동일하였다. 이점은 많은 직장인들이 남녀를 불문하고 블로그의 대중성을 짐작할 수 있었다.

응답자의 연령분포는 본 연구가 직업을 가진 직장인을 대상으로 연구이므로 대다수가 20대~30대로 전체 응답자의 91%를 차지하고 있었다. 반면, 기타 응답자 분포도를 살펴보면 20대 이하가 3%, 40대가 4%를 차지하였다. 학력과 직업분포의 대한 조사결과로는 대다수가 대졸이상의 학력을 지닌 사람들로 업무형태는 총무팀, 인사팀, 회계팀, 개발팀, 컨설팅팀, 고객만족팀, 영업팀, 비서 등 다양한 직종의 종사자의 다양한 설문지를 회수하여 분석하였다.

5.2 신뢰성 및 타당성 분석

신뢰도 및 타당성 분석결과는 표 1과 같다. 본 연구에서 검증된 변수들의 항목들에 대한 Chronbach's α 계수는 0.817~0.932로 나타나 신뢰도는 비교적 높은 것으로 나타났다[18]. 요인분석결과는 문항들이 모두 0.5 이상으로 나타나서 측정항목들이 각 요인에 수렴하고 있다고 볼 수 있다[12].

[표 1] 신뢰도 및 타당성 분석결과

| 항목들 | 요인 | | | | Cronbach's alpha |
|--------|------|-------|-------|-------|------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 상호작용성1 | .915 | .172 | .039 | .224 | 0.965 |
| 상호작용성2 | .920 | .130 | .020 | .260 | |
| 상호작용성3 | .847 | .180 | .029 | .382 | |
| 상호작용성4 | .851 | .156 | .118 | .377 | |
| 정보지향성1 | .117 | .877 | .031 | .093 | 0.941 |
| 정보지향성2 | .148 | .894 | -.081 | .096 | |
| 정보지향성3 | .159 | .914 | .011 | .124 | |
| 정보지향성4 | .113 | .934 | .021 | .163 | |
| 오락추구성1 | .041 | -.028 | .954 | -.007 | 0.975 |
| 오락추구성2 | .091 | .000 | .972 | .006 | |

| | | | | | |
|--------|-------|-------|-------------|-------------|-------|
| 오락추구성3 | -.011 | .015 | .963 | .062 | 0.896 |
| 오락추구성4 | .045 | -.003 | .965 | .029 | |
| 업무만족도1 | .291 | .177 | .021 | .868 | |
| 업무만족도2 | .330 | .150 | -.005 | .848 | |
| 업무만족도3 | .213 | .084 | -.094 | .842 | |
| 업무만족도4 | .264 | .101 | .185 | .721 | |

요인추출 방법: 주성분분석

회전방법 : Kaiser 정규화가 있는 베리맥스

표 2는 각 변수들간의 평균, 표준편차, 및 상관관계를 분석결과를 제시하고 있다.

[표 2] 상관관계 분석결과

| | 평균 | 표준 편차 | 1 | 2 | 3 |
|----------|------|-------|--------|--------|------|
| 1. 상호작용성 | 3.89 | 1.26 | 1 | | |
| 2. 정보추구성 | 4.01 | 1.06 | .342** | 1 | |
| 3. 오락추구성 | 4.08 | 1.05 | .101 | .000 | 1 |
| 4. 업무만족 | 4.10 | 1.22 | .523** | .310** | .067 |

**p<0.01.

5.3 가설의 검증

5.3.1 블로그 이용과 업무만족 분석

본 연구에서는 다중회귀분석을 이용하여 분석하였다. 분석 결과, 독립변수인 상호작용성, 정보추구성은 유의확률 0.01 수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만, 오락추구성은 유의확률 0.1 수준에서도 유의하지 않은 것으로 나타나 업무만족도에는 별다른 도움이 되지 않는다는 사실을 알 수 있었다. 즉, 블로그를 통해 타인과의 상호작용을 하거나 정보를 교류하고 새로운 정보 습득하는 활동은 결국 업무만족에 도움이 된다는 사실을 알 수 있었지만, 사용자의 오락추구성은 블로그를 통해 잠시 기분전환을 할 수 있으나 업무만족에 영향을 미친다고는 보기 어려울 것으로 조사되었다. 따라서 가설 1에서 가설1-1, 가설 1-2는 채택되었지만 가설 1-3은 기각되었다. 다중공선성 문제는 공차한계의 최대값이 1에 가깝기 때문에 문제가 없는 것으로 판단된다.

[표 3] 블로그 이용과 업무만족도 분석결과

| 종속변수: 업무만족도 | | 공차한계 | | VIF |
|-------------------------|----------------|------|-------|-----|
| 독립변수 | | | | |
| 상호작용성 | .526(6.868)*** | .834 | 1.199 | |
| 정보추구성 | .200(2.633)** | .845 | 1.183 | |
| 오락추구성 | .063(.886) | .970 | 1.031 | |
| (상수) | .895(1.816)+ | | | |
| R ² | .408 | | | |
| Adjusted R ² | .393 | | | |
| F값 | 27.787*** | | | |

+p<0.10; *p<0.05; **p<0.01; ***p<0.001.

5.3.2 업무특성에 따른 조절효과 검증

본 연구에서 두 번째 가설로, 블로그 사용요인은 사용자의 직업특성에 따라 업무만족도에 영향을 미칠 수 있을 것이라고 정의하였다. 이러한 직업특성을 정형 및 비정형 업무, 개인 및 집단 업무, 재직 및 이직업무 등으로 구분하였다. 먼저, 정형/비정형업무의 조절효과를 검증해 보았다. 정형업무와 비정형업무를 0과 1로 더미변수(dummy variable) 처리하여 회귀분석을 실시하였다. 분석 결과, 전체 모형의 유의성을 나타내는 F의 유의확률이 0.927로 변화되면서 유의수준 0.1수준에서도 유의하지 않은 것으로 판명 되었다. 따라서 가설 2-1은 기각되었다(표 4 참조).

[표 4] 정형/비정형업무의 조절효과 검증

| 종속변수: 업무만족도 | | | |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|
| 독립변수 | 모형1 | 모형2 | 모형3 |
| (상수) | 1.184(3.206)** | .178(3.124)** | 1.094(2.300)+ |
| 상호작용성(A) | .537(7.114)*** | .535(6.819)*** | .438(4.258)*** |
| 정보추구성(B) | .193(2.550)+ | .194(2.502)+ | .282(3.180)** |
| 정형/비정형(C) | | .007(.092) | .211(.779) |
| A·C | | | .518(1.860)+ |
| B·C | | | -.683(-2.130)+ |
| R ² | .404 | .404 | .429 |
| Adjusted R ² | .394 | .389 | .405 |
| ΔR ² | .404*** | .000 | .025+ |
| F값 | 41.361*** | 27.353*** | 17.879*** |

+p<0.10; *p<0.05; **p<0.01; ***p<0.001.

다음으로는 개인 및 집단업무의 조절효과를 검증해 보았다. 개인업무와 집단업무를 각각 0과 1로 더미변수 처리하여 회귀분석을 실시하였다. 분석결과, 전체 모형의 유의성을 나타내는 F의 유의확률이 0.54로 변화되면서 유의수준 0.1수준에서도 유의하지 않은 것으로 판명 되었다. 따라서 가설 2-2는 기각되었다(표 5 참조).

[표 5] 개인/집단업무의 조절효과 검증

| 종속변수: 업무만족도 | | | |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|
| 독립변수 | 모형1 | 모형2 | 모형3 |
| (상수) | 1.184(3.206)** | 1.175(2.775)** | .307(.400) |
| 상호작용성(A) | .537(7.114)*** | .539(6.356)*** | .878(5.196)*** |
| 정보추구성(B) | .193(2.550)+ | .192(2.494)** | .063(.502) |
| 개인/집단적(C) | | .003(.044) | .373(1.060) |
| A·C | | | -.699(-2.331)+ |
| B·C | | | .403(1.255) |
| R ² | .404 | .404 | .431 |
| Adjusted R ² | .394 | .389 | .407 |
| ΔR ² | .404*** | .000 | .027+ |
| F값 | 41.361*** | 27.349*** | 18.010*** |

+p<0.10; *p<0.05; **p<0.01; ***p<0.001.

마지막으로 재직 및 이직업무의 조절효과를 검증해 보았다(표 6 참조). 재직업무와 이직업무를 각각 0과 1로 더

미변수 처리하여 회귀분석을 실시하였다. 분석결과, 전체 모형의 유의성을 나타내는 F의 유의확률이 0.965로 변화되면서 유의수준 0.1수준에서도 유의하지 않은 것으로 판명 되었다. 따라서 가설 2-3 역시 기각되었다.

[표 6] 재석/이석업무의 조절효과 검증

| 독립변수 | 종속변수: 업무만족도 | | |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 모형1 | 모형2 | 모형3 |
| (상수) | 1.184(3.206)** | .673(1.495) | .853(1.272) |
| 상호작용성(A) | .537(7.114)*** | .519(6.899)*** | .455(4.386)*** |
| 정보추구성(B) | .193(2.550)* | .271(3.192)** | .282(2.605)** |
| 재석/이석(C) | | .153(1.944)+ | .074(.215) |
| A·C | | | .265(.985) |
| B·C | | | -.167(-.487) |
| R ² | .404 | .404 | .427 |
| Adjusted R ² | .394 | .389 | .403 |
| ΔR ² | .404*** | .000 | .005 |
| F값 | 41.361*** | 29.462*** | 17.721*** |

+p<0.10; *p<0.05; **p<0.01; ***p<0.001.

6. 결론

6.1 연구결과 및 논의

본 연구의 결과를 살펴보면 다음과 같다. 먼저 블로그 사용요인과 업무만족도의 회귀분석 결과 블로그 사용요인 중 상호작용성과 정보추구성은 업무만족도에 영향을 줄 수 있지만, 오락추구성은 업무만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 오락추구라는 특성이 블로그를 이용하는 주된 이유이기 는 하지만 블로그 이용 자체는 잠시 기분전환을 할 수 있으나 그 기분전환이 업무만족도에 직접 영향을 미친다고는 보기는 어렵다는 것이다.

둘째, 업무특성요인에 따른 블로그 사용의도는 업무만족도에 별다른 영향을 주지 않는 것으로 드러났다. 이점에 대해서는 다음과 같이 생각해 볼 수 있을 것이다. 먼저 본 연구가설 설정 시 명확하지 않은 업무분류가 가설이 기각된 가장 중요한 요인이라고 생각한다. 본래 본 연구에서 ‘업무특성에 따라 블로그 사용요인과 업무만족도는 다를 것이다.’ 라는 가설이 되는 직업군으로 연구직이나 IT기술 종사자를 대상으로 삼았다. 왜냐하면 이러한 직업군의 업무는 업무성격이 정형적이기 보다는 비정형적이며 늘 새로운 지식과 정보를 추구해야하는 업무특성으로 인해 이들에게는 정보를 쉽게 얻을 수 있는 수단, 즉 블로그와 같이 쉽고 빠른 정보 매체는 그들 업무효율에 긍정적인 효과를 줄 수 있다는 것은 상식적으로 받아들일 수 있었기 때문이었다. 하지만, 조사결과 초기 가설 설정과는 달리 전혀 무의미한 결과가 나왔으며, 그 이유는 초기 설정한 정형/비정형업무, 개인/집단업무, 재석 / 이석업무에 대한 명확한 정의가 부족하여 여러 업무중사

자들의 의견이 각 더미변수에 반영되었기 때문이다. 결국 각각의 더미변수는 본래 의도했던 업무특성을 반영하지 못하는 결과를 초래한 것이라고 판단할 수 있었다. 이외에도 설문응답자 역시 본인의 업무성격에 대한 명확한 인식이 부족하여 자신의 업무가 어느 영역에 속해있는지 판단하기 어려웠기 때문에 응답의 신뢰성을 부족했다는 점을 꼽을 수도 있겠다. 이러한 두 가지 사항을 고려해 본다면 본 연구의 가설이 유의한 영향을 주기 위해서는 먼저 업무특성 및 업무성격에 대한 더 많은 연구에 대한 필요성을 느낄 수 있었다.

6.2 연구의 시사점

본 연구는 다음과 같은 점에서 학문적, 실무적 시사점을 찾을 수 있을 것이다.

먼저, 학문적 차원에서는 본 연구는 기존 연구들이 기업의 마케팅 차원에서나 개인의 개인적 사용관점에서 블로그 사용을 파악한 반면, 기업에서의 구성원들이 업무수행 중에 블로그 사용과 업무만족도 간의 영향 정도를 파악하였다는 점이다. 또한, 블로그 사용에 따른 업무만족이 업무특성에 따라 차이가 있는지 살펴봄으로써 보다 구체적으로 블로그 사용과 업무만족간의 관계를 분석하였다는 점에서 추후연구에서 더 구체적인 분석의 기초를 제시하였다고 할 것이다.

실무적으로는 본 연구는 업무 중에 블로그 사용요인들이 무엇인지 구체적으로 보여주고 어떠한 요인들이 업무만족에 영향을 미치는지 검증함으로써, 조직구성원들이 블로그를 업무에 어떻게 활용해야 하는지를 구체적으로 제시하였다고 할 것이다.

6.3 연구의 한계와 향후 연구방안

본 연구의 한계와 향후 연구에 대해 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

첫째, 선행연구를 통해 도출된 독립변수의 부족으로 다양한 조절효과 검증이 이루어지지 않았다. 향후 연구에서는 더 많은 선행연구를 통해 다양한 사용요인을 적용하고 적합한 척도를 마련해야 할 것이다.

둘째, 업무특성에 대한 블로그 사용자들의 인식이 불분명 했으며 설문항목에 대한 인지가 부족하여 일관성 있는 설문 수집을 이루지 못했다. 향후 연구에서는 심도 있는 결과를 도출해 낼 수 있는 문항들과 다양한 척도법을 활용해야 할 것이다.

본 연구에서의 조절효과를 검증하기 위한 업무특성이 모두 기각 되었다는 점은 향후 연구에서는 보다 정확한 업무특성에 관한 해석과 다양한 선행연구가 필요하다는

점을 시사하는 것이다. 또한, 블로그에 대한 연구는 블로그 자체 특성뿐만 아니라 사용자의 특성을 고려한 연구가 병행되어야 한다.

참고 문헌

- [1] 김중태, "나는 블로그가 좋다", 이비컴, 2004.
- [2] 김지수, "블로그의 사회문화적 이슈", 정보통신정책 제 16권 8호, 2004.
- [3] 상공자원부, "사무환경 개선지침서", 상공자원부, 2005.
- [4] 오상영, "전자상거래 경영측면의 전략과 경영실천 유형 및 경영성과 간의 구조적 연구", 한국산학기술학회 논문지, 6, 2009.
- [5] 오상영, "전자상거래 e-Biz Model과 실무적 요구를 반영한 대학의 EC 교육과정", 한국산학기술학회 논문지, 12, 2008.
- [6] 양미, "항공 근무자의 직무특성에 따른 직무만족 연구: 인천공항근무자를 중심으로" 경기대 관광전문대학원, 2005.
- [7] 세계일보, 8월 17일, 2004.
- [8] Butler, B., When is a Group Not a Group: An Empirical Examination of Metaphors for Online Social Structure. <http://www.katz.pitt.edu/wpsd/2001-06.pdf>, 1999.
- [9] Csikszentmihalyi, M., "Beyond Boredom and Anxiety", San Francisco: Jossey-Bass. Journal of E-Business, 1977.
- [10] Figallo, C., "Hosting Web Communities: Building Relationships, Increasing Customer Loyalty, and Maintaining a Competitive Edge". New York: John Wiley, 1998.
- [11] Ha and James, E., "Interactivity Re-examined: A baseline analysis of early business websites", Journal of Broadcasting & Electronic Media 42 (4), pp. 457-474, 1998.
- [12] Hair, J.F., W.C. Black, B.J. Babin, R.E. Anderson, & R.L. Tatham, "Multivariate Data Analysis", 6th ed., Upper Saddle River, NJ: Pearson, 2006.
- [13] Henwood M., Making a Difference: Implementation of the Community Care Reforms Two Years On. King's Fund/Nuffield Institute for Health, London, 1995.
- [14] Kollock, P. & Smith, M., "The Sociology of Cyberspace: Social Interaction and Order in Computer Communities", Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, 1995.
- [15] Koufaris, M., "Applying the Technology Acceptance Model and Flow Theory to Online Consumer Behavior," Information Systems Research, Vol. 13, No. 2, pp. 205-223, 2002.
- [16] Loft, J. b., "Understanding Community Weblogs", South Dakota state University, 2004.
- [17] Moon, J., & Kim, Y., "Extending the TAM for a World Wide Web context", Information & Management, 38, pp.217-230, 2001.
- [18] Nunnally, J.C. & I.H. Bernstein, "Psychometric Theory", (3rd ed.), NY: McGraw-Hill, 1994.
- [19] Orr, J., "Talking about machines: An ethnography of a modern job", Unpublished doctoral dissertation, Cornell University, 1990.
- [20] Rafaeli, S., "The Electronic Bulletin Board: A Computer-Driven Mass Medium", Computers and the Social Sciences 2 Paradigm Press, Inc, Osprey, FL pp.123-131, 1986.
- [21] Rafaeli, S., "Network and Netplay: virtual groups on the Internet", MIT Press, Cambridge, MA., 1998.
- [22] Reichheld, F.F., "The Loyalty Effect", Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts, 1996.
- [23] Rheingold, "The virtual community: Homesteading on the Electronic Frontier", Mas:Addison-Wesley Publishing Company, 1993.
- [24] Walther, J. B., & Burgoon, J. K.. "Relational communication in computer-mediated interaction", Human Communication Research, 19, pp.50-88, 1992.
- [25] Webster, J., Trevino, L.K, & Ryan, "The dimensionality and correlation of flow in human-computer interactions", Computers in Human Behavior, Vol.9, pp 411-426. 1993.
- [26] Winer, D., "What are Weblogs", retrieved Weblogs.com News Websites, 2001. <http://newshome.weblogs.com/personalWeb>

양 희 동(Hee-Dong Yang)

[정회원]



- 1991년 2월 : 서울대학교 대학원 경영학과 (경영학석사)
- 2002년 2월 : 미국 Case Western Reserve University (MIS 박사)
- 2000년 3월 ~ 현재 : 이화여자대학교 경영학과 교수

<관심분야>

정보기술 채택 및 구축, 모바일/유비쿼터스 비즈니스, 기술혁신, ERP, GSS 등

김 혜 정(Hye-Jung Kim)

[정회원]



- 2007년 8월 : 이화여자대학교 경영대학원 전자상거래전공 (경영학석사)
- 2002년 6월 ~ 2008년 1월 : 한국데이터베이스진흥원 선임
- 2008년 1월 ~ 2008년 5월 : SK 커뮤니케이션스 과장

<관심분야>

정보경영, 정보통신

강 소 라(Sora Kang)

[정회원]



- 1994년 8월 : 이화여자대학교 대학원 경영학과 (경영학석사)
- 2004년 2월 : 이화여자대학교 대학원 경영학과 (경영학박사)
- 2006년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 디지털비즈니스학부 교수

<관심분야>

정보기술의 채택과 성과, 조직정치와 지식경영, GSS, 그리고 개인과 조직의 UCC 활용 등