

짐바르도 시간관과 삶의 만족도가 기관 SNS 태도 및 구전효과에 미치는 영향

The Effect of Zimbardo's Time Perspective and Life Satisfaction on Organizational SNS Attitude and Word-of-Mouth Effect

이진균

홍익대학교 광고홍보학부

Jin Kyun Lee(feature94@hongik.ac.kr)

요약

SNS를 통한 정부 중앙 부처 및 공공기관의 효과적인 대국민 소통이 나날이 중요해지는 현 시점에서 본 연구는 이들 기관 임직원의 시간관과 삶의 만족도가 기관 운영 SNS 태도 및 구전효과에 미치는 영향에 대해 살펴 보았다. 본 연구는 총 136명의 현직 임직원을 대상으로 온라인 설문을 실시하였다. 주요 분석 결과로 과거긍정적, 현재쾌락적, 미래지향적 시간관은 삶의 만족도와 기관 SNS 태도에 정적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 한편 과거부정적 시간관은 삶의 만족도에만 부적 영향을 미쳤으며, 현재운명론적 시간관은 삶의 만족도와 SNS 태도에 부적 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 끝으로 삶의 만족도는 기관 SNS 태도를 통해 구전효과에 순차적으로 정적 영향을 주는 것으로 밝혀졌다. 본 연구는 정부 중앙 부처 및 공공기관 임직원의 시간관 및 삶의 만족도가 기관 SNS 태도 및 구전효과 인식에 어떤 영향을 미치는지 밝힘으로써 대국민 소통 및 내부 커뮤니케이션의 효과성 제고를 위한 이론적, 실무적 함의를 제공할 것이다.

■ 중심어 : | 짐바르도 시간관 | 삶의 만족도 | 기관 SNS 태도 | 구전효과 |

Abstract

The goal of this study is to examine the impact of time perspective and life satisfaction of government and public institution employees on organizational SNS attitude and word-of-mouth effect. A total of 136 incumbent employees participated in this online survey. It was found that past-positive, present-hedonistic, and future time perspective positively affected life satisfaction and the organizational SNS attitude. Meanwhile past-negative time perspective negatively affected life satisfaction only, present-fatalistic time perspective did not negatively affect life satisfaction and organizational SNS attitude. Finally, life satisfaction showed a positive impact on word-of-mouth effect via organizational SNS attitude. By identifying psychological underpinnings of time perspective and life satisfaction, this study will provide theoretical and practical implications regarding internal communication and the effective management of government and public institution-operated SNS.

■ keyword : | Zimbardo's Time Perspective | Life Satisfaction | Organizational SNS Attitude | Word-of-mouth Effect |

접수일자 : 2022년 07월 11일

수정일자 : 2022년 08월 29일

심사완료일 : 2022년 09월 08일

교신저자 : 이진균, e-mail : feature94@hongik.ac.kr

I. 서론

정부 중앙 부처, 지방자치단체 및 공공기관 임직원들의 대국민 소통 역량 증대의 중요성은 나날이 증가하고 있다. 전방위적인 디지털 전환의 가속화와 급변하는 정책 환경 속에서 공직자 및 공공기관 임직원들의 효과적인 정책 소통은 필수적이며 다양한 문제해결을 위한 선결 조건으로 인식되고 있다. 2020년 12월 말 중앙 부처 공무원 7,980명을 대상으로 진행된 온라인 설문조사에서도 공무원이 강화해야 할 기본 역량으로 소통(29.9%)과 디지털 역량(23.9%)이 각각 1, 2위로 전문성(20.2%), 위기대응능력(17.3%), 윤리성(8.8%)보다 중요하게 인식되는 것으로 나타났다[1]. 예를 들어, 정부 부처는 ‘골라보는 정책소셜홈’을 운영 증으로 사회관계망 서비스(social networking sites; SNS)인 페이스북, 트위터, 네이버, 블로그 등을 통해 부처 최신 뉴스 및 콘텐츠를 실시간으로 제공하고 있다[2]. 디지털 기술 기반 정책 소통의 핵심채널로 SNS의 중요성이 커지면서 정부 중앙 부처 및 공공기관 임직원들의 해당 부처 및 공공기관 운영 SNS 태도 및 구전효과에 대한 인식을 파악할 필요가 있다.

본 연구는 조직 소셜 미디어(organizational social media) 수준에서 정부 중앙 부처 및 공공기관 임직원의 기관 운영 SNS 태도와 구전효과 인식에 영향을 미치는 개인 변인으로 시간관(time perspective)과 삶의 만족도를 조망해 보고자 한다. 정부 부처 및 공공기관은 복수의 사람들의 지속적 상호작용을 통해 존재하는 조직이다[3]. 조직 행동 및 경영 분야에서 다양한 시간관(e.g., 객관적 시간관, 주관적 시간관, 생물학적 시간관, 시간 길이) 및 시간 관리가 조직 운영에 어떤 영향을 미치는지에 대한 광범위한 연구가 진행되었다[3][4]. 예를 들어, 개인의 일상 계획의 습관, 장기적 계획에 대한 확신, 시간과 끈기의 통제 및 정돈되지 않은 상황에 대한 비선호 등 개인의 시간관 및 시간에 대한 태도가 개인의 창의성 등 삶의 질과 업무 생산성을 제고할 수 있다[5]. 또 조직 생활 속 시간의 구조화(temporal structuring)를 통해 구성원은 조직 내 활동의 의미와 효율성 및 삶의 만족도를 높일 수 있게 된다[78]. 조직 내에서 개인의 시간관이 조화롭게 관리 및 유지된다면

조직 목표 달성에 도움이 되지만, 그렇지 않다면 구성원 간의 갈등을 유발하고 잠재적인 장애물이 될 수도 있다. 이는 조직 심리학적 관점에서 구성원이 가진 시간관이 가용 자원의 희소성과 제약 속에서 의사결정 과정 및 업무 태도와 행동에 직접적 영향을 미치기 때문이다[6-8].

한편 시간관은 삶의 만족도 또는 주관적 안녕감과 관련이 높는데 과거에 대해 부정적이지 않고 동시에 과거에 대해 긍정적이며, 현재의 쾌락을 추구할수록 행복함을 느낀다고 하였다[9][10]. 또한, 기존 연구 결과 과거 긍정적 시간관, 현재쾌락적 시간관, 미래지향적 시간관이 높을수록 긍정 정서를 경험하고[11] 삶에 대한 만족도도 높지만, 과거부정적 시간관과 현재운명론적 시간관은 부정 정서를 초래할 가능성이 높고 삶의 만족도를 저해한다고 밝혀졌다[12][13]. 특히 미래지향적 시간관을 가진 사람은 시간관리를 잘하며 미래 목표를 위해 노력하고 높은 혁신성과 자기효능감으로 긍정적 SNS 태도를 형성한다고 하였다[14]. 더불어 미래지향적 시간관은 직업만족도(occupational well-being), 성장, 자긍심 및 지속적 업무 동기 제고 등 긍정적 태도와 행동에 정적 상관이 있는 것으로 밝혀졌다[79]. 이처럼 시간관은 삶의 만족도 지각에 영향을 줄 뿐만 아니라 정부 조직 및 산하 공공기관 구성원의 태도 형성과 행동 인식을 예측하는 주요한 요인임을 알 수 있다.

정부 중앙 부처 및 공공기관 임직원들의 시간관과 삶의 만족도는 해당 기관 운영 SNS 태도와 구전효과에 영향을 줄 것으로 예상된다. 기존 연구는 대부분 삶의 만족도와 개인 운영 SNS 태도 및 이용과의 관계에 집중했다. 예를 들어, SNS에서 긍정 정서를 경험하고 심리적 안녕감이 높은 이용자는 긍정 편향적 사고를 통해 SNS 태도 및 활동에 더욱 적극적임이 밝혀졌다[15]. 페이스북의 이용은 삶의 만족도에 정적 영향을 미치며 [16], 이질적인 사람들과 SNS 소통은 사회적 자아효능감을 통해 대학생들의 삶의 만족도를 증진시킨다[17]. 유럽의 노년층을 대상으로 한 코호트 연구 결과 SNS 사용은 삶의 만족도와 높은 정적 관계가 있는 것으로 밝혀졌다[18]. 또 사회적 애착은 선망의 부적 매개 작용을 통해 삶의 만족도에 영향을 미치며 나아가 SNS 지속사용의도에 유의미한 정적 영향을 미친다[19]. 이처럼

럼 삶의 만족도와 개인 운영 SNS 간의 많은 연구가 진행됐으나 정부 부처 및 공공기관 임직원의 시간관과 삶의 만족도가 해당 기관 운영 조직 소셜 미디어 또는 SNS에 대한 태도와 구전효과에 미치는 영향을 체계적으로 조사한 연구는 찾기 어렵다는 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있다.

대국민 소통의 핵심 채널인 정부 부처 및 공공기관 운영 SNS는 기관의 주요 정보, 조언 및 자원의 교환을 목적으로 형성된 도구적 네트워크이며 운영 주체와 이용자 간의 상호호혜적 관계 형성에 이바지할 수 있다[20]. 밀접한 소통은 임직원과 이용자 간 동질성 및 결속감을 강화하여 이용자의 SNS 태도와 행동을 예측하는데 도움을 줄 것이다[21][22]. 본 연구는 짐바르도의 5가지 시간관 유형을 정부 중앙 부처 및 공공기관 임직원에 적용하여 그들의 삶의 만족도가 기관 SNS 태도 및 구전효과 인식에 미치는 영향을 종합적으로 살펴보고자 한다. 이를 통해 임직원의 SNS에 관한 인식을 파악하고 내부 및 공공 커뮤니케이션 차원의 시사점을 제공해 줄 것으로 기대한다.

II. 이론적 배경 및 선행연구

시간관은 주어진 시간 틀 속에서 질서, 통일성, 사건에 대한 의미를 부여하기 위한 개인적 경험과 사회적 경험이 계속해서 혼합되는 무의식적인 과정으로 정의할 수 있다[23][24]. 대체로, 시간관은 과거부정적 시간관(past-negative), 과거긍정적 시간관(past-positive), 현재쾌락적 시간관(present-hedonistic), 현재운명론적 시간관(present-fatalistic), 미래지향적 시간관(future)의 5가지 차원으로 구분할 수 있다[25][26]. 과거, 현재, 미래의 시간관은 개인이 특정 사건에 대한 정보를 부호화, 저장 및 회상하는 데 사용되며 기대 수준 및 목표를 설정하고, 예상치 못한 사건이나 상상의 시나리오를 형성하는 데 도움을 준다[9][26]. 따라서 개인의 시간관 지각은 상이한 태도와 행동으로 유도될 수 있다[40]. 이러한 대전제 위에 정부 중앙 부처 및 공공기관 임직원의 시간관은 개인의 삶의 만족도뿐만 아니라 조직 행동 관점에서 기관 운영 SNS 태도 및 구전효과 인식에 영향을

미칠 것으로 예상된다.

1. 짐바르도의 시간관

1.1 과거지향적 시간관

과거지향적 시간관은 따뜻하고, 감성적이며, 과거에 대한 향수와 긍정적 구성(positive construction)을 구현하려는 시간관이다[27]. 과거지향적 시간관을 지닌 사람은 과거 경험의 반복적 재현을 바탕으로 결정하고 행동하는 경향을 보이며 소외와 고독감과 관련성이 높다[28]. 구체적으로, 과거긍정적 시간관은 과거에 발생한 사건에 대한 객관적인 기록이라기보다는 과거에 대한 긍정적 태도를 의미한다. 즉, 과거에 실제로 발생한 사건 자체보다 그 사건에 대한 개인의 믿음이 현재의 인지적, 정서적, 행동적 반응에 더 큰 영향을 미친다. 행복한 유년기를 보낸 사람이 과거에 대한 향수와 긍정적 정서를 경험하여 과거긍정적인 시간관을 갖게 된다[29]. 김범준(2014)은 과거긍정적 시간관은 과거에 실제로 경험한 긍정적 사건이 반영되거나 혹은 어려움을 극복하면서 최선의 결과를 만들어낼 수 있다는 긍정적 태도라고 설명하였다[9].

반면 과거부정적 시간관은 과거에 힘들거나 고통스러운 과거와 관련된다. 평범한 일반적인 사건이라도 개인의 부정적 지각과 평가에 따른 기억의 재구성이 과거 부정적 시간관을 형성한다. 즉, 과거에 대한 부정적, 비판적, 염세적 태도는 실제로 부정적 사건을 경험했을 수도 있지만, 부정적이지 않은 사건을 부정적으로 재해석하고 구성하는 경향으로 이해할 수 있다[9]. 과거부정적 시간관은 또한 낮은 자아존중감, 우울감 및 불안감과 밀접한 관련이 있음이 밝혀졌다[30]. 최근 이현주와 정남운(2020)은 중년여성의 과거긍정적 시간관은 감사와 긍정 정서의 이중 매개를 통해 주관적 만족감에 정적 영향을 미치지만, 과거부정적 시간관은 후회의 단일 매개를 통해 주관적 만족감에 부적 영향을 미친다고 하였다[31].

Jabłońska와 Zajdel(2019)는 SNS에서 과거부정적이고 현재운명론적 시간관을 가진 사람들은 거칠고, 무례하거나, 신뢰받지 못하는 부정적 행동(e.g., 증오, 거

짓말, 비접함)을 보이지만 과거긍정적 시간관을 지닌 사람은 그럴 가능성이 없으며 타인과 소통하기를 좋아함을 밝혔다[32]. 또한, Makri와 Schlegelmilch (2017)은 과거지향적 시간관은 SNS에서 적극적 기여(contribution) 행동인 포스팅, 공유 및 소극적 소비 행동인 모니터링과 검색 모두에 부정적 영향을 미칠 것으로 예상했으나 연구 결과 유의미한 영향이 없음을 밝혔다[33]. 이는 연구 참여자의 대다수가 16-40세의 청장년층으로 과거지향적 시간관보다는 현재나 미래지향적 시간관을 가진 반면 과거지향적 시간관을 가진 노년층이 적절하게 표본을 대표하지 못했다고 설명했다. 또 과거부정적 시간관은 미래지향적 시간관과 유의미한 부적 관계가 있으며, 과거긍정적 시간관은 정적 관계가 있는 것으로 나타났다[9][34].

이와 같은 논의를 토대로 과거긍정적 시간관을 가진 정부 중앙 부처 및 공공기관 임직원은 개인 삶에 대한 만족감이 높을 것이다. 또한, 기존의 기관 운영 SNS 플랫폼과 SNS 소통 전략에 대해 긍정적으로 평가할 가능성이 클 것으로 예상할 수 있다. 반면 과거부정적 시간관을 가진 임직원은 삶의 만족도가 낮을 것이며 또한 기관 운영 SNS 태도에 부적 영향을 미칠 것으로 예상해 아래와 같이 <가설 1>과 <가설 2>를 제시한다.

<가설 1-1> 과거긍정적 시간관은 삶의 만족도에 정적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 1-2> 과거긍정적 시간관은 기관 운영 SNS 태도에 정적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 2-1> 과거부정적 시간관은 삶의 만족도에 부적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 2-2> 과거부정적 시간관은 기관 운영 SNS 태도에 부적인 영향을 미칠 것이다.

1.2. 현재지향적 시간관

현재쾌락적 시간관과 현재운명론적 시간관으로 구성된 현재지향적 시간관은 시간과 삶에 대한 쾌락주의적 지향성을 내포하고 있으며 새로움이나 자극추구와 관련성이 높다[24]. 현재지향적 시간관을 지닌 사람은 현실을 직시하며 지금 이 순간 어떻게 가장 이익을 극대

화하고 즐거움을 누릴 수 있을지에 관심을 둔다. 구체적으로, 현재쾌락적 시간관은 과거나 미래의 보상보다는 현재에 초점을 두고 쾌락적 즐거움과 기쁨을 추구하는 경향이 높다. 또한, 현재 경험하고 느끼는 경험과 감각을 중시하며 삶에 대한 낙관적, 긍정적 태도를 보인다. 한편 지나친 쾌락추구 성향은 낮은 자아효능감과 미래에 대한 통제 결여로 중독 현상에 빠지기 쉽다[29]. 예를 들어, 현재지향적 시간관은 약물중독의 가장 강력한 정적 예측 요인이며, 미래지향적 시간관은 부적 예측 요인으로 나타났다[23]. 또 현재지향적 시간관은 낮은 자기존중감, 통제 부족, 부적응적인 대처 및 부적 감정과 상관관계가 높지만, 미래지향적 시간관은 지각된 통제, 행동 대처, 높은 자기존중감 및 긍정적 감정과 상관관계가 높다고 하였다[35]. 또 현재쾌락적 시간관은 SNS 및 가상공간에서 방종(self-indulgence), 경박함(levity), 즉각적인 만족감(instant gratification) 등 사려 깊지 못한 특성을 보일 뿐만 아니라 과도한 시간을 소비하고 관여하며 정보 제공자의 역할에 집중하는 경향이 있다[23][32][36].

한편 현재운명론적 시간관은 현재와 미래에 발생하는 사건들은 개인의 의지와 무관하며 주어진 운명에 의해 결정된다는 태도를 반영한다[9]. 최근 연구 결과 현재운명론적 시간관, 불균형한 시간관 및 미래부정적 시간관이 상호 간에 정적인 상관관계가 높은 것으로 밝혀졌다[8]. 현재운명론적 시간관을 지닌 사람은 자신의 운명을 스스로 통제할 수 없으며, 미래에 대한 희망하는 결과에 대해 소극적이거나 체념할 가능성이 크다. 미디어 소비에 관한 최근 연구 결과 현재지향적 시간관은 미디어 멀티태스킹에 정적 영향이 있는 것으로 밝혀졌다[34]. 구체적으로, 현재쾌락적 시간관은 현재의 즐거움을 극대화하기 위해 다양한 매체를 동시에 활용한 문자 중심과 음악 중심 멀티태스킹에 정적 영향을 미쳤으나 현재운명론적 시간관은 문자 중심 멀티태스킹에만 부분적으로 정적 영향을 미쳤다. 또 현재운명론적 시간관을 지닌 사람들은 콘텐츠 제공자로서 SNS나 가상공간에서 지나치게 많은 시간을 소비하는 등 문제적 행동을 보인다[32]. 극단적인 자기파괴적 행동(e.g., 자해)과 심리적 장애(e.g., 우울, 걱정, 과잉행동, 부주의)는 병리학적인 인터넷 이용(pathological Internet use)을 예측

하는 유의미한 독립적 요인으로 밝혀졌다[37]. 이러한 사람은 자기 통제감이 낮고 자기조절에 어려움을 겪고 있으며, 아침 식사를 자주 거르고, 안전띠를 미착용하며, 흡연과 음주를 즐긴다는 결과와 동일한 차원에서 이해할 수 있다[38][39].

현재지향적 시간관에 관한 연구는 개인적 차원의 함의뿐만 아니라 정책적, 문화적 측면에서도 연구가 진행되었다. 예를 들어, 수자원 보호를 위한 농부들의 참여 태도 및 행동을 연구한 결과, 현재지향적 시간관은 수자원 보호 태도에 부적인 영향을 미쳤지만, 미래지향적 시간관은 정적 영향을 준다고 했다[40]. 즉, 현재지향적 시간관의 부적 영향이 미래지향적 시간관의 정적 영향보다 더 컸는데, 현재지향적 시간관을 지닐수록 미래를 위한 수자원 보호보다는 현재 필요한 수자원 활용에 초점을 둔 결과라고 볼 수 있다. Makri와 Schlegelmilch (2017)은 서양문화권 국가(e.g., 오스트리아)의 경우 쾌락적 만족감과 유희성을 추구해 SNS에서 사회적 상호작용과 소통추진에 적극적으로 관여함을 밝혔다. 그러나 동양문화권 국가(e.g., 중국)에서는 장기적 지향성을 추구하며 SNS 포스팅이나 공유 등 적극적인 SNS 활동을 통한 유희성이나 즉시적 만족을 지양함을 밝혔다[33].

종합해 보면, 현재쾌락적 시간관은 현재에 초점을 두고 쾌락적 즐거움과 기쁨을 추구하는 경향이 높다는 점에서 임직원의 삶의 만족도와 기관 운영 SNS에 정적인 태도를 형성할 것이다. 반면 현재운명론적 시간관은 삶에 대한 무기력과 희망하는 결과에 대한 체념, 낮은 자기효능감 및 통제감, 소극적 태도로 인해 삶의 만족도가 낮을 것이며 또 기관 운영 SNS에 부적인 태도를 형성할 것으로 예상해 아래와 같이 <가설 3>과 <가설 4>를 제시한다.

<가설 3-1> 현재쾌락적 시간관은 삶의 만족도에 정적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 3-2> 현재쾌락적 시간관은 기관 운영 SNS 태도에 정적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 4-1> 현재운명론적 시간관은 삶의 만족도에 부적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 4-2> 현재운명론적 시간관은 기관 운영 SNS

태도에 부적인 영향을 미칠 것이다.

1.3 미래지향적 시간관

미래지향적 시간관은 현재보다 미래의 목표 달성을 중시해 현실에 충실하고 성실할 뿐만 아니라 현재의 고통을 감내하고 만족 지연 경향이 강하다. 미래 지향적 시간관은 지각된 통제, 행동 대처, 높은 자기존중감 및 긍정적 감정과 상관관계가 높다[35]. 미래지향적 시간관이 자기 통제를 통해 미래의 행복을 증진시킬 수 있다는 관련 연구는 다양한 학문 영역에서 찾아볼 수 있다. 미래지향적 시간관과 심리적 안녕감의 관계를 연구한 손연경과 이승연(2020)은 분배공정성과 절차공정성이 보장될 때 안녕감을 느낀다고 했다. 즉, 미래에 대한 노력과 투자가 정당한 보상으로 미래에 보상받을 수 있다는 분배 및 절차공정성이 확보될 때 만족감이 높아짐을 밝혔다[41]. 이송희(2018) 역시 우울감을 줄이고 행복감을 증가시키기 위해 과거긍정 및 미래지향적 시간관을 지니는 것이 중요함을 밝혔다. 학습 분야에서 미래지향적 시간관은 대학생의 학업적 의지 전략과 유의미한 정적 상관관계가 나타났지만, 학업 지연 행동과 부적 상관관계가 나타났다[42]. 또 학업적 의지 전략은 학업 지연 행동과 부적 관계가 있음을 규명하였다[43]. 유사한 맥락에서 미래지향적 시간관은 인지적 유연성을 매개로 학습 목표 지향성[44] 뿐만 아니라, 자기효능감과 모호성 인내력, 그리고 창업 태도에도 정적 영향을 미친다고 하였다[45].

소비자 심리 및 행동 분야에서 이해규와 유기선(2019)은 기독교 대학생의 신앙 내재화 및 시간관이 쇼핑 가치에 미치는 영향에 관해 연구하였다[46]. 특히 내재적 종교 성향이 높을수록 삶의 의미를 부여하고 자기수용성이 높으며 불안, 편견, 선입견, 우울감이 낮지만, 외재적 종교 성향은 불안감, 편견, 이념주의, 죽음에 대한 두려움이 강하며 내재적 종교 성향과 반대되는 경향이 강하다. 연구 결과 내재적 종교 성향이 강한 사람은 미래지향적 시간관을 매개로 신중하고 절제된 소비인 효용적 쇼핑을 추구하며 현재쾌락 시간관도 갖는 것으로 드러났다. 한편 개인의 이익을 위한 외현적 종교 성향이 강할수록 쾌락적 쇼핑에 가치를 둔다고 하였다. 시

간관과 광고 메시지 유형 간의 설득 효과에 미치는 상호작용 효과를 고찰한 안정용과 성용준(2017)은 과거 긍정, 미래지향 시간관을 가진 피험자들은 예방초점 메시지 광고보다 향상초점 메시지 광고에 긍정적 태도와 구매의도가 높다고 했다. 반면 과거부정, 현재속명 시간관을 가진 피험자들은 예방초점 메시지 광고가 광고 태도에 더 정적인 영향을 준다고 하였다[47]. 또 현재쾌락 시간관을 가진 피험자들은 향상초점 메시지 광고가 예방초점 메시지 광고에 비교해 구매의도에 정적 영향을 주는 것을 확인하였다. 미래지향적 시간관과 SNS 태도 관련 연구를 살펴보면, Jabłońska와 Zajdel(2019)는 미래지향적 시간관은 SNS 및 온라인의 기능적 사용(functional use)과 관련이 높음을 밝혔다[32].

권기철과 서영욱(2020b)은 짐바르도 시간관을 중심으로 SNS 지각된 가치와 개인감정이 지속사용의도에 미치는 영향을 조사했다[48]. 연구 결과 SNS 지각된 가치인 기능적 가치, 정서적 가치, 사회적 가치와 SNS 개인감정인 SNS 자기효능감이 SNS 태도와 지속사용의도에 정적 영향을 미쳤다. 한편 미래지향적 시간관은 SNS 불안감과 SNS 지속사용의도에도 정적 영향을 미치는데 특히 SNS 불안감이 SNS 지속사용의도에 미치는 영향을 조절하는 것으로 나타났다. 즉, 미래지향적 시간관이 강할수록 사회관계를 유지해야 한다는 불안감을 더욱 자극해 SNS에 더욱 의존하게 됨을 알 수 있다. 또 다른 연구에서 이들은 미래지향적 시간관이 SNS 자기효능감, SNS 개인혁신성에 정적 영향을 미치는 것을 규명했는데[14], SNS 자기효능감은 SNS 개인혁신성을 매개로 SNS 태도와 SNS 추천의도에 영향을 준다고 하였다. 이는 미래지향적 시간관을 가진 소비자가 SNS를 잘 사용할 수 있다는 동기부여, 자신감 및 SNS 효능감이 높고 SNS 태도와 SNS 추천의도를 증가 시킴을 추론할 수 있다.

이처럼 미래지향적 시간관은 지각된 통제감, 자기존중감 및 긍정적 감정과 관련성이 높으며 현재에 충실하고 성실함을 통해 미래의 행복을 증진할 수 있다는 신념이다. 따라서 삶에 대한 만족도가 높으며 기관 운영 SNS에 대해 정적인 태도를 형성할 것으로 예상해 아래와 같이 <가설 5>를 제시한다.

<가설 5-1> 미래지향적 시간관은 삶의 만족도에 정적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 5-2> 미래지향적 시간관은 기관 운영 SNS 태도에 정적인 영향을 미칠 것이다.

1.4 삶의 만족도와 기관 SNS 태도 및 구전효과

한편 삶의 만족도는 기관 운영 SNS에 대한 태도와 SNS 구전효과에 정적인 인과관계가 있을 것으로 예상된다[14][19][48]. 삶의 만족도는 개인이 선정한 기준에 따른 삶의 질적 수준에 관한 전반적 평가이다[49]. 삶의 만족도에 대한 인지적 평가는 외부로 부여된 것이 아닌 개개인 스스로가 설정한 기준과 비교해 현재의 상태가 전반적으로 얼마나 만족스러운지를 의미한다[50]. 특정 분야의 만족도의 합이 아니라 전반적인 삶에 대한 평가가 중요함을 알 수 있다. 최근 연구 결과 사회적 지지(e.g., 정서적, 정보적, 물질적, 평가적 지지)와 애착은 삶의 만족도에 직접적인 정적 영향을 미치고 이어 삶의 만족도는 SNS 지속사용의도에 정적 영향을 주는 것으로 밝혀졌다[19][76].

개인 수준에서 금희조(2011)는 삶에 대한 만족도가 높은 사람들이 타인과 더 우호적인 관계를 유지하고 사회참여도 더 활발하다고 하였다[51]. 또 진보래와 양정애(2015)는 만족감이 높은 사람들이 SNS 이용 가능성이 더 크고 특히 개인 만족도가 높을수록 페이스북보다는 트위터를 더 사용하며, 관계 만족도가 높을수록 트위터보다 페이스북을 주로 이용함을 밝혔다[52]. 또한, SNS 소통에서 진정성과 긍정 편향의 관계를 종단 연구한 결과 온라인 진정성은 심리적 안녕감에 정적인 영향을 주었으며, 심리적 안녕감이 높은 이용자들은 SNS에서 온라인 소통에 진정성을 높게 지각하고 긍정적 태도를 형성하는 것을 알 수 있다[15]. 이러한 개인의 삶의 만족도는 개인 수준을 초월해 정부 및 공공기관 조직 수준에서 임직원, 외부 이해당사자나 조직 주체들의 활동에 영향을 미치고 조직의 브랜딩 활동, 지식 관리 및 공유, 커뮤니티 형성, 혁신, 정책 형성 등에 적극적인 태도를 형성할 것으로 예상할 수 있다[53][54]. 예를 들어, 미국 정부 기관 2,893개의 페이스북을 메타 분석한 결과 정보제공(62.49%), 우호적 이미지 조성을 위한 브

랜딩 등 상징적 노출(44.90%), 온오프라인 대화(8.3%), 의견요청(2.46%) 순으로 나타났는데 이들 운영 주체의 삶의 만족도 등 내적 변인이 영향을 미칠 수도 있다 [55]. 이와 같은 선행연구를 고려할 때 임직원의 삶의 만족도가 증가할수록 기관 운영 SNS 태도에도 정적인 영향을 미칠 것으로 예상해 <가설 6>을 제시한다.

<가설 6> 삶의 만족도는 기관 운영 SNS 태도에 정적 영향을 미칠 것이다.

마지막으로, 기관 운영 SNS에 대한 태도는 구전효과를 촉진할 것이다. 미래지향적 시간관은 SNS 자기효능감, SNS 개인혁신성, SNS 태도를 각각 매개로 SNS 추천의도에 정적 영향을 주는 것으로 나타났다[14][48]. 또한, 광동성 외(2013)는 SNS의 정보제공성과 상호작용성이 온라인 구전효과에 직접 영향을 미칠 뿐만 아니라 계산적, 정서적 몰입을 매개로 구전에 영향을 미치는 것으로 나타났다[56]. SNS 구전정보에 대한 특성인 생동감과 온라인 상호작용, 지각된 관련성, 현존감 및 신뢰성이 SNS 광고태도, 메시지 수용과 구전에 정적 영향을 준다고 하였다[58]. 이처럼 기관 운영 SNS 태도는 구전효과에 정적 영향을 미칠 것으로 예상해 <가설 7>을 제시한다.

<가설 7> 기관 운영 SNS 태도는 구전효과에 정적 영향을 미칠 것이다.

본 연구의 모형을 도식화하면 [그림 1]과 같다.

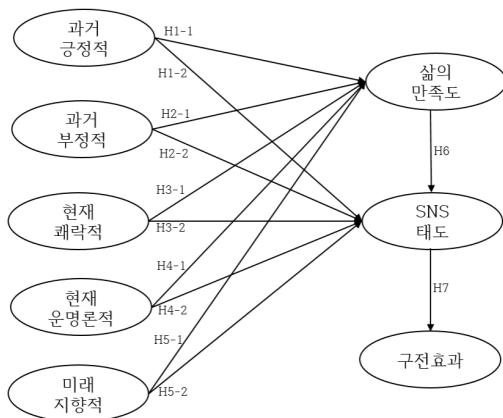


그림 1. 연구모형

III. 연구방법

1. 연구 설계, 절차 및 참가자

본 연구의 표본은 대국민 정책홍보 및 소통 채널로 SNS를 운영하는 세종시 소재 부·처 중앙행정기관 및 대전 대덕연구단지 정부출연연구기관인 기초과학연구원, 한국과학기술정보연구원, 한국화학연구원, 한국지질자원연구원, 한국원자력연구원, 한국표준과학연구원 다섯 기관에 근무 중인 임직원 총 136명(남성 56.5%(77명), 여성 43.4%(59명))을 대상으로 온라인 설문을 진행하였다. 구글에서 제공하는 설문 플랫폼인 구글폼(Google Forms)을 활용해 데이터를 수집하였으며 설문 참여에 대한 인센티브로 온라인상품권을 제공하였다.

2. 변수측정

본 연구의 독립변인은 과거긍정적, 과거부정적, 현재 쾌락적, 현재운명론적, 그리고 미래지향적 시간관이다 [24]. ZTPI(Zimbardo's Time Perspective Inventory)를 바탕으로 한 탁진국 외(2016)의 요인과 설문 항목을 본 연구의 목적에 맞게 사용하였다[59]. 과거긍정적 시간관은 '나의 과거를 돌아보는 것은 즐겁다', '내 어린 시절을 생각하면, 향수에 젖게 된다' 등 총 5개 문항으로($\alpha=.89$), 과거부정적 시간관은 '내 삶에서 놓친 좋은 것들에 대해 생각한다', '과거에 한 실수들을 돌려놓을 수 있으면 좋겠다' 등 총 3개 문항($\alpha=.84$)으로 측정됐다. 현재쾌락적 시간관은 '순간의 즐거움에 휩쓸리곤 한다', '머리보다 가슴을 따르는 경우가 자주 있다' 등 총 4개 문항으로($\alpha=.91$), 현재운명론적 시간관은 '내 삶의 행로는 내가 어떻게 할 수 없는 힘에 의해 조정되고 있다', '어차피 될 일은 되고 안 될 일은 안되기 때문에 내가 무엇을 하는가는 별로 중요하지 않다' 등 총 5개 문항을 사용하였다($\alpha=.87$). 끝으로, 미래지향적 시간관은 탁진국 외(2016)의 7개 원항목 중 교차적재량이 높은 항목인 '친구들과 권한이 있는 사람들에게 지켜야 할 의무를 정시에 완수한다' 1개 항목을 제외하였다. 측정문항으로 '맡은 프로젝트를 꾸준히 진행해 나

가면서 정시에 끝낸다', '오늘 밤 노는 것보다 내일 마감 시간을 맞추고 다른 필요한 업무들을 하는 것을 우선시한다' 등 총 6문항으로 측정했다($\alpha=.84$).

내적 매개 변인으로 삶의 만족도는 Diener 외(1985)의 항목 중 '전반적으로 나의 삶은 내가 생각한 이상적인 삶에 가깝다', '나는 내 삶에 만족하고 있다', '내 삶의 조건은 최상이다', '지금까지 나는 내 삶 속에서 원하는 중요한 것들을 가졌다' 4개 항목을 차용하였다($\alpha=.90$)[50].

본 연구의 종속변인은 기관 SNS 태도와 구전효과이다. 기관 SNS 태도는 '나는 이용자가 현재 사용하고 있는 우리 기관의 SNS에 대해 매우 좋을 것이라고 믿는다', '나는 이용자가 현재 사용하고 있는 우리 기관의 SNS에 대해 매우 긍정적인 것으로 믿는다', '나는 이용자가 현재 사용하고 있는 우리 기관의 SNS에 대해 매우 유쾌할 것이라고 생각한다' 3개 항목($\alpha=.94$)으로 기존 문헌을 토대로 변용해 사용하였다[14][48][60]. 구전 효과는 '나는 이용자가 우리 기관의 SNS에서 유용한 정보를 다른 사람에게 전달할 것이라고 생각한다', '나는 이용자가 우리 기관 SNS를 이용하고 다른 인터넷상에서 정보를 공유할 것이라고 생각한다', '나는 이용자가 우리 기관 SNS를 이용하고 다른 사람에게 추천할 것이라고 생각한다' 3개 항목($\alpha=.91$)으로 측정하였다[61].

본 연구의 모든 측정항목은 7점 리커트 척도로 측정되었다(① 아주 그렇지 않다 - ⑦ 매우 그렇다). 모든 변인은 탐색적 요인분석을 통해 원항목의 개념적 유사성과 타당성을 검증하였다. 변인 간 방향성을 검증하기 위해 오블리민 회전을 통한 주성분분석을 이용하였으며, 요인 고유값 1.0을 충족하고 요인적재치 .50 이상의 요인만을 선택하였다.

3. 분석방법

과거긍정적, 과거부정적, 현재쾌락적, 현재운명론적, 미래지향적 시간관과 삶의 만족도, 기관 SNS 태도 및 구전효과에 미치는 영향을 확인하기 위해 상관관계분석, 확인적 요인분석 및 구조방정식모형을 사용하였다[62]. SPSS 21.0 프로그램을 이용해 분석한 결과 신뢰성 계수(Cronbach's alpha)가 모두 .80 이상으로 나

타나 측정 도구의 신뢰성은 확보되었다. 구조방정식모델의 검증은 AMOS 21.0 프로그램을 활용하였다. 가설 검증 결과에 대한 추가분석을 위해 Macro Process 3.5(Model 6)를 이용하였다[63].

IV. 연구결과

1. 참가자 특성

참가자 특성 분석 결과 연령대는 30대가 55.9%(76명), 20대 20.6%(28명), 40대 13.2%(18명), 50대 9.6%(13명), 60대 0.7%(1명) 순으로 나타났다. 학력은 4년제 대졸 53.7%(73명), 석사 25.7%(35명), 박사 15.4%(21명), 전문대졸 5.1%(7명) 순으로 나타났다. 재직기간은 1년 이상 5년 미만 36.8%(50명), 5년 이상 10년 미만 25%(34명), 10년 이상 20년 미만 16.9%(23명), 1년 미만 13.2%(18명), 20년 이상 7.4%(10명) 순으로 밝혀졌다. 직급별로 행정원이 33.8%(46명)로 가장 많았고 관리/기술원 27.9%(38명), 연구원 19.1%(26명), 기능원 7.4%(10명) 순으로 밝혀졌다(기타 11.8%(16명) 제외). 직위별로 원급 72%(98명), 팀장급 8.1%(11명), 실장급 4.4%(6명) 순으로 나타났다(기타 11%(15명) 제외). 개인 SNS 사용 개수는 1개 36.8%(50명), 2개 28.7%(39명), 3개 24.3%(33명), 4개 5.1%(7명), 5개 1.5%(2명)이며 한 개도 사용하지 않는 참가자는 3.7%(5명)로 나타났다. SNS 평균 사용 시간은 1시간 미만이 45.6%(62명)로 가장 많았으며 1시간 이상 2시간 미만 33.8%(46명), 3시간 이상 4시간 미만 9.6%(13명), 2시간 이상 3시간 미만 5.95%(8명), 4시간 이상 5.1%(7명) 순으로 나타났다.

2. 확인적 요인분석

탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 통해 정제된 측정 항목들을 대상으로 확인적 요인분석을 실시하였으며 수렴타당도(convergent validity)와 판별타당도(discriminant validity)를 검증하였다. 구조방정식 적

합도를 기준으로 표준카이제곱인 CMIN/DF 값이 2 이하이며, 표준부합지수 TLI(Tucker-Lewis index)와 비교부합지수 CFI(comparative fit index)가 .90을 상회하고 RMSEA(root mean square error of approximation)가 .08 이하이면 적합한 모형으로 판단할 수 있다[64]. 분석 결과 시간관, 삶의 만족도, 기관 SNS 태도 및 구전효과와 적합지수가 수용할만한 수준으로 나타났다(CMIN/DF=1.50, IFI=.93, TLI=.91, CFI=.93, RMSEA=.06). 또한 모든 요인적재치는 $p > .001$ 수준에서 유의하며 표준화요인부하량이 .50 이상으로 나타났다. 또한 내생변인의 개념신뢰도(construct reliability) 값은 .70 이상, 평균분산추출값(average variance extracted: AVE)은 .50 이상으로 집중타당도를 확보했으며, 평균분산추출값이 각 변수의 상관계수의 제곱값을 상회하여 판별타당도 역시 충족되었다[표 1].

표 1. 연구변인의 평균분산추출, 평균, 표준편차 및 상관관계 및 상관관계 제곱근

	1	2	3	4	5	6	7	8	C.R.	M	S.D.
1	.57	.02	.01	.03	.04	.04	.07	.10	.89	5.37	1.01
2	.14	.63	.21	.32	.05	.08	.01	.01	.84	4.51	1.51
3	.08	.46	.72	.42	.17	.01	.00	.01	.91	3.61	1.63
4	.16	.57	.65	.55	.07	.01	.00	.00	.86	3.13	1.36
5	.20	-.22*	-.41	-.27	.50	.22	.12	.11	.84	5.45	.96
6	.21	-.29**	-.08	-.08	.47	.68	.18	.12	.89	4.80	1.22
7	.26	-.05	-.03	-.02	.34	.42	.84	.71	.94	4.70	1.45
8	.32	-.09	.05	.02	.33	.35	.84	.77	.91	4.77	1.55

Note: 1=과거긍정적, 2=과거부정적, 3=현재쾌락적, 4=현재운명론적, 5=미래지향적, 6=삶의 만족도, 7=기관 SNS 태도, 8=구전효과; 대각선(볼드체)은 AVE값이며 우측 상단은 상관관계 제곱값임.; C.R.=개념타당도; M=평균; S.D.=표준편차; * $p < .05$; ** $p < .01$, *** $p < .001$.

3. 가설검증

가설검증을 위해 각 경로의 추정치가 실제값을 반영하고 있는지 확인하고자 구조방정식 모형의 적합도를 일차적으로 판단해야 한다. 구조방정식 모형의 적합도 분석 결과 모든 지수들이 수용할만하며 모형의 전반적인 설명력은 양호한 것으로 나타났다(CMIN/DF=1.54, IFI=.92, TLI=.91, CFI=.92, RMSEA=.06). 본 구조모형을 중심으로 연구가설을 분석한 결과 과거긍정적 시간관은 삶의 만족도($\beta=.18, t=2.12, p < .05$)와 기관 SNS 태도($\beta=.18, t=2.16, p < .05$)에 정적인 영향을 미친 것으로 나타나 <가설 1-1>과 <가설 1-2>는 지지되었다[표 2][그림 2]. 한편 과거부정적 시간관은 삶의 만족도($\beta=-.40, t=-2.60, p < .01$)에 부적인 영향을 미친 것으로 나타났지만, 기관 SNS 태도($\beta=.01, t=.03, n.s.$)에는 부적 영향이 없는 것으로 밝혀졌다. 따라서 <가설 2-1>은 지지되었으나 <가설 2-2>는 기각되었다.

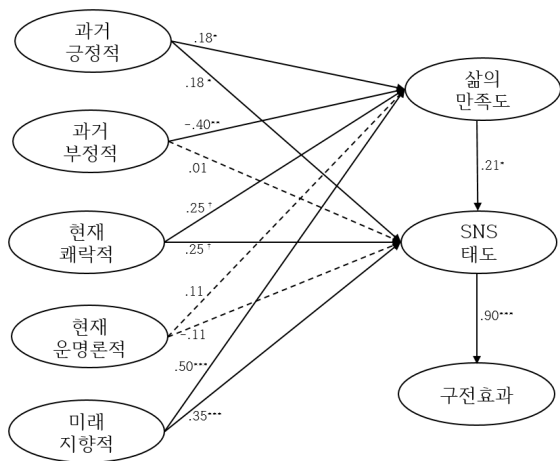
현재쾌락적 시간관은 삶의 만족도($\beta=.25, t=1.71, p < .10$)와 기관 운영 SNS에 대한 태도($\beta=.25, t=1.77, p < .10$)에 유의수준 .10에서 한계적으로 정적인 영향을 주어 <가설 3-1>과 <가설 3-2>는 지지되었다. 그러나 현재운명론적 시간관은 삶의 만족도($\beta=.11, t=.53, n.s.$)와 SNS 태도($\beta=-.11, t=-.57, n.s.$)에 유의미한 부적 영향을 미치지 않는 것으로 밝혀져 <가설 4-1>과 <가설 4-2>는 기각되었다. 또 미래지향적 시간관은 삶의 만족도($\beta=.50, t=4.26, p < .001$)와 기관 SNS 태도($\beta=.35, t=2.92, p < .001$)에 정적인 영향을 미쳤다. 끝으로, 삶의 만족도는 기관 SNS 태도($\beta=.21, t=1.99, p < .05$)에 정적 영향을 미치고 순차적으로 SNS 태도는 구전효과($\beta=.90, t=12.40, p < .001$)에 정적 영향을 준 것으로 나타났다. 결과적으로 <가설 5-1>, <가설 5-2>, <가설 6>, <가설 7> 모두 지지가 되었다.

표 2. 가설검증 결과

H 독립변인	→ 종속 변인	B	S.E.	t	β	결과
1-1 과거긍정	→ 삶의 만족	.25	.12	2.12	.18*	지지
1-2 과거긍정	→ SNS 태도	.36	.17	2.16	.18*	지지
2-1 과거부정	→ 삶의 만족	-.36	.14	-2.60	-.40**	지지
2-2 과거부정	→ SNS 태도	.01	.19	.03	.01	기각
3-1 현재쾌락	→ 삶의 만족	.18	.11	1.71	.25†	지지
3-2 현재쾌락	→ SNS 태도	.26	.15	1.77	.25†	지지
4-1 현재운명	→ 삶의 만족	.10	.18	.53	.11	기각
4-2 현재운명	→ SNS 태도	-.14	.25	-.57	-.11	기각
5-1 미래지향	→ 삶의 만족	.63	.15	4.26	.50***	지지
5-2 미래지향	→ SNS 태도	.62	.21	2.92	.35***	지지
6 삶의 만족	→ SNS 태도	.30	.15	1.99	.21*	지지
7 SNS 태도	→ 구전 효과	.71	.06	12.40	.90***	지지

비제약모형: CMIN/DF=1.54, IFI=.92, TLI=.91, CFI=.92, RMSEA=.06

Note: †p<.10; *p<.05; **p<.01, ***p<.001. B=비표준화계수, S.E.=표준오차, β =표준화계수



Note: †p<.10; *p<.05; **p<.01, ***p<.001.

그림 2. 비제약모델 표준화 경로계수

4. 추가분석

가설검증을 통해 확인된 직접 경로계수의 유의성과 더불어 내적 매개 변인인 삶의 만족도와 기관 SNS 태도의 직렬 이중 매개 효과를 통해 구전효과에 이르는 인과관계를 통계적으로 검증할 필요가 있다. 이에 Macro Process 3.5(Model 6)를 활용해 신뢰구간 95%에서 5,000회의 부트스트래핑을 설정하고 정부 중앙 부처 및 공공기관 임직원의 시간관과 삶의 만족도가 이용자의 SNS 태도 및 구전효과 인식에 미치는 직접 효과 및 단순, 직렬 매개 효과를 재검증하였다(표 3).

가설로 제시한 <가설 1-1>, <가설 1-2>, <가설 6>, <가설 7>의 효과가 재검증 되었다. 이는 기관 SNS 태도를 통한 과거긍정 시간관의 유의미한 단순 매개(B=.23, p<.00; LLCI=.04, ULCI=.42) 및 이중 직렬 매개 효과(B=.10, p<.00; LLCI=.01, ULCI=.21)가 존재함을 알 수 있다. 가설로 제시되지는 않았으나 구전효과에 대한 과거긍정 시간관의 유의미한 정적 직접 효과가 나타났다(B=.18, p<.00; LLCI=.03, ULCI=.33). <가설 2-1> 역시 지지가 되어 삶의 만족도와 기관 SNS 태도를 통한 과거부정 시간관의 부적 이중 매개 효과가 나타났다(B=-.11, p<.00; LLCI=-.19, ULCI=-.04). 현재 쾌락 시간관의 유의미한 직접 및 간접효과는 없는 것으로 밝혀졌는데 이는 가설검증 결과와 같이 유의수준 p<.10 에서 한계적으로 유의미한 효과임을 참작해야 할 것이다. 끝으로, <가설 5-1>과 <가설 5-2>는 모두 지지 되었는데, 이는 기관 SNS 태도를 통한 미래지향적 시간관의 단순 매개(B=.25, p<.00; LLCI=.01, ULCI=.49)와 삶의 만족도 및 기관 SNS 태도를 통한 이중 직렬 매개 효과(B=.21, p<.00; LLCI=.09, ULCI=.36)가 있음을 보여주는 결과이다.

표 3. 추가분석 결과

직접 및 간접효과				Bootstrapping BC 95% CI					
				B	SE	LLCI	ULCI		
과거 긍정	→		구전 효과	.18	.07	.03	.33		
과거 긍정	→	삶의 만족	→	구전 효과	-.01	.02	-.05	.04	
과거 긍정	→		SNS 태도 →	구전 효과	.23	.09	.04	.42	
과거 긍정	→	삶의 만족	→	SNS 태도 →	구전 효과	.10	.05	.01	.21
과거 부정	→		구전 효과	-.05	.05	-.16	.05		
과거 부정	→	삶의 만족	→	구전 효과	.01	.02	-.03	.05	
과거 부정	→		SNS 태도 →	구전 효과	.06	.08	-.09	.21	
과거 부정	→	삶의 만족	→	SNS 태도 →	구전 효과	-.11	.04	-.19	-.04
현재 쾌락	→		구전 효과	.07	.05	-.02	.16		
현재 쾌락	→	삶의 만족	→	구전 효과	-.01	.01	-.02	.02	
현재 쾌락	→		SNS 태도 →	구전 효과	.01	.07	-.13	.13	
현재 쾌락	→	삶의 만족	→	SNS 태도 →	구전 효과	-.03	.04	-.10	.04
현재 운영	→		구전 효과	.04	.06	-.07	.15		
현재 운영	→	삶의 만족	→	구전 효과	-.01	.01	-.02	.02	
현재 운영	→		SNS 태도 →	구전 효과	.02	.08	-.15	.16	
현재 운영	→	삶의 만족	→	SNS 태도 →	구전 효과	-.03	.04	-.12	.05
미래 지향	→		구전 효과	.01	.09	-.08	.28		
미래 지향	→	삶의 만족	→	구전 효과	-.02	.04	-.11	.07	
미래 지향	→		SNS 태도 →	구전 효과	.25	.12	.01	.49	
미래 지향	→	삶의 만족	→	SNS 태도 →	구전 효과	.21	.07	.09	.36

LLCI: bias corrected lower limit confidence interval; ULCI: bias corrected upper limit confidence interval; B: 비표준화 회귀계수; 부트스트랩 샘플 크기=5,000

V. 결론 및 논의

높은 접근성, 신속성, 관계성을 제공하는 SNS는 정부 부처 및 공공기관의 홍보 활동에 매우 적합하며 정책과 국민에 대한 메시지를 일관성있게 효과적으로 전달할 수 있다[65]. 본 연구는 개인 변인인 정부 중앙 부처 및 산하 공공기관 임직원의 시간관과 삶의 만족도가 기관 운영 SNS 태도와 구전효과에 미치는 영향을 조사하였다. 본 연구는 임직원의 시간관과 삶의 만족도가 기관

운영 SNS 태도 및 구전효과 인식에 어떤 영향을 미치는지 규명함으로써 조직 내외부 커뮤니케이션 및 공공 커뮤니케이션 효율성 제고를 위한 이론적, 실무적 지침을 제공한다고 할 수 있다.

과거긍정적 시간관은 삶의 만족도와 기관 SNS 태도에 정적 영향을 주는 것으로 밝혀졌다. 과거에 대한 긍정적 태도와 정서는 현재의 인지적, 정서적, 행동적 반응에 영향을 미친다. 정부 중앙 부처 및 공공기관 임직원의 과거긍정적 시간관은 그들 삶에 대한 행복감을 증진했을 것이다. 최근 연구 결과 긍정적인 시간관을 가질수록 감사함의 매개 효과를 통해 행복감을 느끼게 된다고 하였다[66]. 이는 폴리아나 원칙(Pollyanna principle)으로 설명할 수 있는데 긍정성에 집중하고 부정성을 간과하는 경향을 의미한다. 즉 과거긍정적일수록 과거의 긍정적인 사건이나 이벤트에 감사함을 느끼게 되고 이는 전반적인 삶의 만족감으로 연결된다는 것이다[67][68]. 한편 과거에 대한 긍정적 태도와 정서는 해당 기관 SNS 태도 인식에도 정적 영향을 미치는 데, 기관 SNS를 통한 대국민 소통의 효용성과 가치를 높게 평가한다고 추론할 수 있다.

대조적으로, 기존 연구 결과와 동일선상에서 과거부정적 시간관은 과거에 대한 부정적 지각이나 경험의 재구성으로 삶의 만족도를 저해하는 연구 결과로 나타났다[30][31]. 그러나 예상과 달리 과거부정적 시간관이 기관 SNS 태도에 직접적인 부적 영향을 미치지 않았다. 과거부정적 시간관을 지닌 사람들이 SNS에서 보여주는 부정적 행동과 비적극적인 기여(e.g., 포스팅, 공유) 및 소극적 소비(e.g., 모니터링, 검색)를 보인다는 기존 연구 결과를 토대로 부적인 영향을 가설로 도출했으나 지지되지 않았다[32][33]. 이러한 이유로 첫째 정부 부처 및 공공기관 임직원의 과거부정적 시간관이 기관 SNS 태도와 직접적인 상관관계가 없는 것으로 이해할 수 있다[표 1]. 둘째, 삶의 만족도의 매개 작용을 통한 간접 효과를 고려해 볼 수 있는데, 과거부정적 시간관의 부적 영향(e.g., 낮은 자아존중감, 우울감, 불안감)으로 임직원의 삶의 만족도가 감소하는 간접 효과로 인해 과거부정적 시간관의 SNS 태도에 대한 직접 효과가 상쇄된 것으로 이해할 수 있다. 구체적으로, 가설로 제시되지는 않았으나 과거부정적 시간관이 기관 SNS 태

도에 미치는 총효과(-.074) 중 직접 효과(.01)는 삶의 만족도를 통한 부적인 간접 효과(-.084) 대비 영향력이 현저히 낮음을 알 수 있다[표 2][그림 2].

현재패락적 시간관은 삶의 만족도와 기관 SNS 태도에 정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 본 연구 결과 현재패락적 시간관을 지닌 임직원은 기관 SNS가 제공하는 콘텐츠의 오락성, 긍정적 경험 및 감각을 중시하고 삶에 대한 낙관적, 긍정적 태도를 견지한다는 점에서 삶의 만족도와 부처 및 공공기관 SNS 태도 인식에 정적 영향을 미쳤을 것이다. 같은 맥락에서 현재패락적 시간관과 미래지향적 시간관은 가상 프레즌스(virtual presence)와 패락적 욕구충족에 정적 영향을 준다는 기존 연구와 궤를 같이하고 있다[36]. 즉 정부 중앙 부처 및 공공기관 운영 SNS가 이용자들에게 현재의 즐거움과 흥미를 제공하는 것으로 판단할 수 있다.

그러나 현재운명론적 시간관은 개인의 자유의지와 무관하게 주어진 운명에 따라 결정된다는 삶에 대한 무기력함과 체념, 운명주의로 삶의 만족도와 SNS 태도에 부정적 영향을 미칠 것으로 예상했으나 지지되지 않았다. 상관관계 분석 결과 현재운명론적 시간관은 과거부정적 및 현재패락적 시간관과 정적 관계가 있으며, 미래지향적 시간관과 부정적 관계가 있음을 확인하였다[표 1]. 이들은 개인 삶에 대한 변화나 극복 의지가 결여되어 있으며 정부 부처 및 공공기관의 대국민 소통을 위한 적극적인 SNS 캠페인의 수립과 실행 등 SNS 활용에 대해 체념적, 소극적 태도를 보일 것으로 판단한다. 최근 연구 결과 과거부정적 또는 현재운명론적 시간관은 행동적 중독(e.g., SNS 중독)으로 이어지고 이 관계는 신경성(neuroticism)에 의해 조절된다고 하였다. 즉 현재운명론적 시간관이 강화될 경우 행동적 몰입이나 과잉상태가 초래될 수 있다[69]. 이처럼 특정 행위에 대한 중독 현상으로 목표의 불확실성과 무기력함, 체념이 삶에 대한 만족도 및 기관 운영 SNS에 대한 관심과 흥미 자체를 감소시켜 뚜렷한 결과의 방향성이 나타나지 않았을 것으로 추론해 볼 수 있다[66].

미래지향적 시간관은 삶의 만족도와 기관 SNS 태도에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구 결과 미래지향적 시간관은 현재패락적, 현재운명론적 시간관과 유의미한 부정 상관관계가 나타났으나, 삶의 만족도,

기관 SNS 태도 및 구전효과에는 정적 관계가 있음을 알 수 있다[표 1]. 즉, 미래지향적 시간관을 지닌 사람은 현재보다 미래의 목표 달성을 중시해 현재의 즐거움과 고통을 감내하고 만족 지연 경향이 강하다는 기존 연구 결과를 지지한다. 실례로, 미래긍정적 시간관은 바람직한 업무 관련 업적, 업무 만족도, 업무 관여도 및 조직 시민 행동(organizational citizenship behavior)과 정적인 관련성이 있으며 반생산적 업무 행동(counterproductive work behavior)을 감소시키는 것으로 나타났다[8]. 또한, 미래지향적 시간관을 지닌 사람은 흡연, 절주, 운동, 아침 식사, 안전띠 착용 등 건강에 도움이 되는 행동에 적극적인 것으로 나타났다[39]. 또 높은 혁신성과 자기효능감으로 SNS에 대해 긍정적 태도를 형성한다는 기존 연구와 같은 맥락에서 이해할 수 있다[14][48]. 본 연구에서도 미래지향적 시간관을 지닌 임직원은 삶에 대한 긍정적, 낙관적 태도를 갖고 있으며 적극적, 지속적으로 SNS 채널을 가동함으로써 국민에게 원활한 정보 제공, 정책 입안 및 시행에 대한 지지와 협조 그리고 참여를 유지하는데 기여할 것이라는 강한 신념이 있음을 알 수 있다[65].

끝으로, 기관 SNS 태도는 삶의 만족도와 구전효과 간의 매개 변인이자 구전효과와 주요한 예측변인임을 알 수 있다. 삶의 만족도가 높을수록 타인과 우호적인 관계를 유지하고 사회적 참여가 더 활발하다[51]. 특히, 개인이 속한 집단에 만족감이 높을수록 SNS 이용 가능성이 커지는데 개인 만족도가 높을수록 페이스북보다 트위터를, 관계 만족도가 커질수록 트위터보다 페이스북을 더욱 자주 이용한다[52]. 나아가 조직 SNS 수준에서 개인의 삶의 만족도는 정부 및 공공기관 조직의 활동 주체로 이들 기관의 행사나 이벤트 공지, 조직 이미지 쇄신을 위한 브랜딩 활동, 지식 관리 및 공유, 커뮤니티 형성, 혁신, 정책 형성 등에 정적 영향을 미쳤음을 알 수 있다[53-55]. 나아가 긍정적 SNS 태도는 구전효과에 정적인 영향을 미쳤다. 소통의 지각된 편리성뿐만 아니라 부처 및 공공기관 SNS에서 자신을 표출하고, 정책이나 이해관계를 지지하는 공중들과 유대감을 형성할 때 신뢰감과 지속이용의도를 증가시키고 구전 행동에 정적 영향을 미쳤을 것이다[70][77].

디지털 전환 시대에 SNS가 대국민 소통의 핵심채널

로 이용되는 상황에서 정부 중앙 부처 및 공공기관 임직원들의 시간관 인식에 대한 이해를 넓혔다는데 본 연구의 실무적 함의가 있다. 우선 본 연구는 공공 커뮤니케이션과 정책홍보를 위한 소통 담당자의 시간관에 대한 지침을 제공해 준다. 균형 잡힌 전략적 시간 관리 차원에서 과거긍정적, 현재쾌락적, 미래지향적 태도를 함양해 삶의 만족도를 높이는 한편[7][71], 과거부정적인 사고를 지양해야 할 것이다. 과거부정적일 경우 삶의 만족도나 기관 운영 SNS 태도 지각에 부정 영향을 주는 것으로 나타났다. SNS를 통한 대국민 소통 업무에 부정적인 인식을 형성할 수 있는 시간관을 가진 임직원은 빈번한 소통에 따른 감정 소모(emotional exhaustion) 등의 부적응 행동이나 번아웃(burnout) 증상을 경험할 수 있다. 따라서 과거부정적 시간관 특성을 고려해 예방적 차원에서 이들을 보호할 수 있을 것이다[72]. 반면 미래지향적 시간관은 미래를 추구하는 태도로 삶의 만족도가 높고 기관 SNS 태도에 긍정적 영향을 미친다. 특히, 미래긍정적 시간관은 업무 만족도와 업무 관련도를 매개로 조직 시민 행동에 정적인 영향을 미치며[8], 조직 내에서 미래지향적, 과거긍정적, 균형 잡힌 시간관을 가진 관리자가 과거부정적, 현재운명론적 시간관을 가진 매니저에 비해 신뢰도가 더 높다고 하였다[73]. 따라서 미래지향적 시간관을 지닌 임직원이 내외부 소통 업무에 더욱 적합할 것이다.

동시에 정부 부처 및 공공기관 운영 SNS에 대해 긍정적 태도를 형성 및 강화할 수 있는 다양하고 유용한 인센티브와 프로모션을 개발하고 이해당사자 및 수용자와 동질감을 형성해야 할 것이다. 각 정부 부처 및 산하 공공기관별로 SNS 채널에 대한 만족도 및 수요조사 등을 통해 적극적인 개선방안을 모색해야 하며 이용자의 적극적 관여를 유도하기 위해 다양한 프로그램이나 인센티브 등을 제공할 필요가 있다(e.g., 문화체육관광부 국민소통실 SNS채널 콘텐츠 만족도 조사). SNS 채널을 통해 단순히 정보를 노출하고 확산하는 것이 아니라 이용자의 피드백과 반응을 수렴할 수 있는 상호작용 전략에 중점을 두어야 할 것이다[74]. 또 정보, 조언 또는 자원 교환 등의 목적을 위한 '도구적 네트워크'에서 유사성과 동질감을 가진 이용자와의 상호작용은 커뮤니케이션 우려를 감소시키고 행동예측의 가능성을 높

인다고 하였다[20][21]. 또 동질성이 높을수록 상호 상대방의 관점을 이해하기 쉬우며[22], 결속형 연결의 사회적 자본 증대로 학습 효과 등의 성과에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다[20]. 다양한 프로그램 및 인센티브 제공으로 기관 임직원과 SNS 이용자 간의 소통 촉진과 동질감 향상은 기관 운영 SNS에 대한 태도 및 구전효과를 강화할 것이다.

VI. 연구의 제한점

본 연구는 정부 중앙 부처 및 공공기관 임직원의 시간관과 삶의 만족도가 기관 운영 SNS 태도 및 구전효과에 미치는 영향에 대해 살펴보았다. 이들을 대상으로 시간관과 삶의 만족도 및 기관 SNS 태도에 대한 연구가 미비했다는 점에서 본 연구는 시간관 연구의 외연을 확장했다는 데 의미가 있다. 본 연구가 가진 한계점과 향후 연구를 위한 제안은 다음과 같다. 먼저, 본 연구는 시간관과 삶의 만족도 간 인과관계를 설정하고 연구를 진행했다[9][11]. 그러나 시간관은 삶의 만족도에 영향을 미치는 일부 요인이며 시간관이나 삶의 만족도 역시 과거 경험에 영향을 받는다. 예를 들어, 삶의 만족도가 높을수록 과거를 긍정적으로 미화하고 향수를 갖게 되며, 더욱 긍정적인 미래지향적 시간관을 형성할 수 있다.

둘째, 본 연구는 소통의 목적이 뚜렷한 정부 중앙 부처 및 공공기관 운영 SNS인 도구적 네트워크에 초점을 두었다. 그러나 자아노출이나 개성 표현 등 목적성을 띠지 않는 표현적 네트워크(e.g., 개인 SNS)로 연구를 확대할 필요가 있을 뿐만 아니라 표현적 네트워크의 인식이나 경험이 어떻게 도구적 네트워크에 영향을 미쳤는지에 대한 보다 체계적인 연구가 요청된다. 시간관과 관련해 본 연구는 단기 횡단적 연구로 이들 직업군의 시간관이 어떻게 변화했는지 장기적 연구가 필요하다. 특히 이들 기관 내 홍보 부서 담당자를 대상으로 살펴볼 필요가 있다.

셋째, 향후 연구를 통해 다양한 조절 변인들의 상호작용 효과를 검증할 필요가 있다. 예를 들어, 조절초점 이론에 따라 촉진성향의 모험성향, 혁신성 등은 비교적

새로운 소통 채널인 SNS 이용과 행동 인식에 영향을 미칠 것이다. 본 연구는 횡단적 자료수집으로 임직원의 시간관이 일시적 상태(state)의 반영인지 개인의 영속적 기질(trait)인지 고려하지 않았다[75]. 따라서 후행 연구를 통해 상태와 기질의 차이점을 조사해 볼 필요가 있다. 또한, 해석수준 이론의 시간적 개념과 연결해 연구가 이루어진다면 더욱 깊이 있는 논의가 가능할 것이다.

끝으로, 본 연구의 샘플수는 최소한의 수준(N=100-150)은 충족했으나 일반적인 기준인 200명 또는 측정 문항 대비 5-10개의 샘플수 기준에는 미치지 못하는 점에서 결과의 신뢰성에 대해 논의가 필요하다[80]. 향후 충분한 표본이 확보될 수 있도록 해야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 인사혁신처, *디지털 시대, 대국민 소통 역량 강화 필수*, 보도자료, 2021.
- [2] 대한민국 정책브리핑, *골라보는 정책소셜홈*, 2021. <https://www.korea.kr/etc/deptSns.do>
- [3] 이광훈, “시간 관점으로 본 조직이론-시간조직론정립을 위한 탐색적 서설,” *정부와 정책*, 제9권, 제1호, pp.23-41, 2016.
- [4] 임도빈, “시간길이와 부처조직운영에 관한 연구: 정통부와 농림부의 비교,” *한국행정정보*, 제37권, 제4호, pp.79-102, 2003.
- [5] L. A. Zampetakis, N. Bouranta, and V. S. Moustakis, “On the Relationship between Individual Creativity and Time Management,” *Thinking Skills and Creativity*, Vol.5, No.1, pp.23-32, 2010.
- [6] M. I. Hwang, “Decision Making under Time Pressure: A Model for Information Systems Research,” *Information & Management*, Vol.27, No.4, pp.197-203, 1994.
- [7] U. Akirmak and P. Ayla, “How Is Time Perspective Related to Burnout and Job Satisfaction? A Conservation of Resources Perspective,” *Personality and Individual Differences*, Vol.181, 109667, 2021.
- [8] K. Wojtkowska, M. Stolarski, and G. Matthews, “Time for Work: Analyzing the Role of Time Perspectives in Work Attitudes and Behaviors,” *Current Psychology*, Vol.40, No.12, pp.5972-5983, 2021.
- [9] 김범준, “시간관과 행복,” *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 제28권, 제1호, pp.49-6, 2014.
- [10] J. W. Zhang, R. T. Howell, and M. Stolarski, “Comparing Three Methods to Measure a Balanced Time Perspective: The Relationship between a Balanced Time Perspective and Subjective Well-Being,” *Journal of Happiness Studies*, Vol.14, No.1, pp.169-184, 2013.
- [11] I. Boniwell, E. Osin, P. Alex Linley, and G. V. Ivanchenko, “A Question of Balance: Time Perspective and Well-Being in British and Russian Samples,” *The Journal of Positive Psychology*, Vol.5, No.1, pp.24-40, 2010.
- [12] Y. J. Gao, “Time Perspective and Life Satisfaction among Young Adults in Taiwan,” *Social Behavior and Personality*, Vol.39, No.6, pp.729-736, 2011.
- [13] J. W. Zhang and R. T. Howell, “Do Time Perspectives Predict Unique Variance in Life Satisfaction beyond Personality Traits?,” *Personality and Individual Differences*, Vol.50, No.8, pp.1261-1266, 2011.
- [14] 권기철, 서영욱, “미래지향적 시간관, SNS 태도, SNS 추천의도의 구조적 관계,” *한국디지털콘텐츠학회 논문지*, 제21권, 제4호, pp.741-751, 2020a.
- [15] L. Reinecke and S. Trepte, “Authenticity and Well-Being on Social Network Sites: A Two-Wave Longitudinal Study on the Effects of Online Authenticity and the Positivity Bias in SNS Communication,” *Computers in Human Behavior*, Vol.30, pp.95-102, 2014.
- [16] S. Valenzuela, N. Park, and K. F. Kee, “Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation,” *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.14, No.4, pp.875-901, 2009.

- [17] Y. Kim, B. Kim, H. S. Hwang, and D. Lee, "Social Media and Life Satisfaction among College Students: A Moderated Mediation Model of SNS Communication Network Heterogeneity and Social Self-Efficacy on Satisfaction with Campus Life," *The Social Science Journal*, Vol.57, No.1, pp.85-100, 2020.
- [18] A. Gaia, E. Sala, and G. Cerati, "Social Networking Sites Use and Life Satisfaction. A Quantitative Study on Older People Living in Europe," *European Societies*, Vol.23, No.1, pp.98-118, 2021.
- [19] N. Wang, Y. Sun, L. Zhan, and X. L. Shen, "Social Attachment, Life Satisfaction and SNS Continuance: A Dual-Role Perspective," *International Journal of Mobile Communications*, Vol.17, No.5, pp.604-624, 2019.
- [20] Y. C. Yuan and G. Gay, "Homophily of Network Ties and Bonding and Bridging Social Capital in Computer-Mediated Distributed Teams," *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.11, No.4, pp.1062-1084, 2006.
- [21] H. Ibarra, "Homophily and Differential Returns: Sex Differences in Network Structure and Access in an Advertising Firm," *Administrative Science Quarterly*, Vol.37, No.3, pp.422-447, 1992.
- [22] W. Kets and A. Sandroni, "A Belief-Based Theory of Homophily," *Games and Economic Behavior*, Vol.115, pp.410-435, 2019.
- [23] K. A. Keough, P. G. Zimbardo, and J. N. Boyd, "Who's Smoking, Drinking, and Using Drugs? Time Perspective as a Predictor of Substance Use," *Basic and Applied Social Psychology*, Vol.21, No.2, pp.149-164, 1999.
- [24] P. G. Zimbardo and J. N. Boyd, "Putting Time in Perspective: A Valid, Reliable Individual-Differences Metric," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.77, pp.1271-1288, 1999.
- [25] R. Sword and P. Zimbardo, "The Importance of Our Time Perspective," *Psychology Today*, 2016.
<https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-time-cure/201607/the-importance-our-time-perspective>
- [26] V. Corral-Verdugo, B. Fraijo-Sing, and J. Q. Pinheiro, "Sustainable Behavior and Time Perspective: Present, Past, and Future Orientations and Their Relationship with Water Conservation Behavior," *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, Vol.40, No.2, pp.139-147, 2006.
- [27] K. Karande, A. Merchant, and K. Sivakumar, "Relationships among Time Orientation, Consumer Innovativeness, and Innovative Behavior: The Moderating Role of Product Characteristics," *AMS Review*, Vol.1, pp.99-116, 2011.
- [28] A. Merchant, J. B. Ford, and G. Rose, "How Personal Nostalgia Influences Giving to Charity," *Journal of Business Research*, Vol.64, No.6, pp.610-616, 2011.
- [29] P. Zimbardo and J. Boyd, *The Time Paradox: The New Psychology of Time That Will Change Your Life*. Simon and Schuster, 2008.
- [30] A. Liniauskaitė and A. Kairys, "The Lithuanian Version of the Zimbardo Time Perspective Inventory (ZTPI)," *Psichologija*, Vol.40, pp.66-87, 2009.
- [31] 이현주, 정남운, "시간관과 주관적 만족의 관계에서 감사와 후회 그리고 정서의 매개효과: 중년여성을 대상으로," *한국심리학회지: 여성*, 제25권, 제2호, pp.129-150, 2020.
- [32] M. R. Jabłońska and R. Zajdel, "Time Perspectives and Online Behavior of Digital Natives at the Tertiary Education Level," *Polish Sociological Review*, Vol.206, No.2, pp.217-236, 2019.
- [33] K. Makri and B. B. Schlegelmilch, "Time Orientation and Engagement with Social Networking Sites: A Cross-Cultural Study in Austria, China and Uruguay," *Journal of*

- Business Research, Vol.80, pp.155-163, 2017.
- [34] 최미경, "스마트폰 이용자의 시간관과 미디어 멀티태스킹이용행태 간의 관계 탐색: 20~50대 스마트폰 이용자를 중심으로," 커뮤니케이션학 연구, 제26권, 제3호, pp.259-290, 2018.
- [35] T. A. Wills, J. M. Sandy, and A. M. Yaeger, "Time Perspective and Early-Onset Substance Use: A Model Based on Stress-Coping Theory," Psychology of Addictive Behaviors, Vol.15, No.2, pp.118-125, 2001.
- [36] Q. Fu, I. Rodríguez-Ardura, A. Meseguer-Artola, and P. Wu, "Self-Disclosure during the COVID-19 Emergency: Effects of Narcissism Traits, Time Perspective, Virtual Presence, and Hedonic Gratification," Computers in Human Behavior, Vol.130, 107154, 2022.
- [37] M. Kaess, T. Durkee, R. Brunner, V. Carli, P. Parzer, C. Wasserman, M. Sarchiapone, C. Hoven, A. Apter, J. Balazs, M. Balint, J. Bobes, R. Cohen, D. Cosman, P. Cotter, G. Fischer, B. Floderus, M. Iosue, C. Haring, J. Kahn, G. J. Musa, B. Nemes, V. Postuvan, F. Resch, P. Saiz, M. Sisask, A. Snir, A. Varnik, J. Žiberna, and D. Wasserman, "Pathological Internet Use among European Adolescents: Psychopathology and Self-Destructive Behaviours," European Child & Adolescent Psychiatry, Vol.23, pp.1093-1102, 2014.
- [38] 조한익, "고등학생의 지각된 시간관이 자기조절학습에 미치는 영향: 자기통제력을 매개변인으로," 미래청소년학회지, 제8권, 제2호, pp.61-75, 2011.
- [39] J. R. Daugherty and G. L. Brase, "Taking Time to Be Healthy: Predicting Health Behaviors with Delay Discounting and Time Perspective," Personality and Individual Differences, Vol.48, No.2, pp.202-207, 2010.
- [40] N. Valizadeh, M. Bijani, E. Abbasi, and S. Ganguly, "The Role of Time Perspective in Predicting Iranian Farmers' Participatory-Based Water Conservation Attitude and Behavior: The Role of Time Perspective in Water Conservation Behavior," Journal of Human Behavior in the Social Environment, Vol.28, No.8, pp.992-1010, 2018.
- [41] 손연경, 이승연, "대학생의 분배 및 절차공정성에 대한 개인적 믿음, 미래지향 시간관과 정신적 안녕감의 관계," 한국심리학회지: 발달, 제33권, 제1호, pp.65-84, 2020.
- [42] 이송희, "반추와 우울의 관계에서 균형 잡힌 시간관의 조절효과," 청소년학연구, 제25권, 제2호, pp.113-136, 2018.
- [43] 김은지, 김지영, 김정섭, "대학생의 학업적 의지전략과 학업지연행동의 관계에서 미래지향시간관의 매개효과," 학습자중심교과교육연구, 제18권, 제3호, pp.319-338, 2018.
- [44] 홍지용, 황수정, 홍아정, "학습목표지향성의 인지 및 정서 경로: 미래지향시간관과 향유신념," 교육심리연구, 제33권, 제4호, pp.707-730, 2019.
- [45] 김상표, 변충규, 하환호, "미래지향 시간관이 창업태도에 미치는 영향: 자기효능감과 모호성 인내력의 매개효과," 경영컨설팅연구, 제15권, 제4호, pp.47-56, 2015.
- [46] 이혜규, 유기선, "기독교 대학생의 신앙 내재화 및 시간관이 쇼핑가치에 미치는 영향에 관한 연구," 로고스경영연구, 제17권, 제1호, pp.21-4, 2019.
- [47] 안정용, 성용준, "시간관 유형에 따른 광고 메시지 설득 효과," 한국심리학회지: 소비자-광고, 제18권, 제4호, pp.739-755, 2017.
- [48] 권기철, 서영옥, "SNS 지각된가치와 개인감정이 지속사용의도에 미치는 영향: 짐바르도 시간관을 중심으로," 인터넷전자상거래연구, 제20권, 제1호, pp.67-85, 2020b.
- [49] D. C. Shin and D. M. Johnson, "Avoed Happiness as an Overall Assessment of the Quality of Life," Social Indicators Research, Vol.5, No.1, pp.475-492, 1978.
- [50] E. D. Diener, R. A. Emmons, R. J. Larsen, and S. Griffin, "The Satisfaction with Life Scale," Journal of Personality Assessment, Vol.49, No.1, pp.71-75, 1985.
- [51] 김희조, "소셜 미디어 시대, 우리는 행복한가?: 소셜 미디어 이용이 사회 자본과 정서적 웰빙에 미치는 영향," 한국방송학보, 제25권, 제5호, pp.7-48, 2011.
- [52] 진보래, 양정애, "성격특성, 오프라인 활동, 정치성향, 삶의 만족도에 따른 SNS 이용," 한국언론학보, 제59

- 권, 제5호, pp.239-271, 2015.
- [53] K. Högborg, *Organizational Social Media: A Literature Review and Research Agenda*, 2018. <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1236&context=hicss-51>
- [54] W. Van Osch and C. K. Coursaris, "Organizational Social Media: A Comprehensive Framework and Research Agenda," In *2013 46th Hawaii International Conference on System Sciences(IEEE)*, pp.700-707, 2013.
- [55] N. DePaula, E. Dincelli, and T. M. Harrison, "Toward a Typology of Government Social Media Communication: Democratic Goals, Symbolic Acts and Self-Presentation," *Government Information Quarterly*, Vol.35, No.1, pp.98-108, 2018.
- [56] 광동성, 임기홍, 권진희, "기업의 SNS 서비스 특성이 관계몰입과 온라인 구전의도에 미치는 영향에 관한 연구-이용 빈도를 조절효과로," *디지털융복합연구*, 제 11권, 제5호, pp.225-235, 2013.
- [57] 김기진, 윤미정, "음식점에 대한 SNS 구전정보의 생동감이 수용과 태도 및 공유행동에 미치는 영향에 관한 연구," *외식경영연구*, 제24권, pp.399-421, 2021.
- [58] 윤재현, 김한구, "SNS 광고특성이 이용자의 심리적 요인을 통해 광고태도 및 구전의도에 미치는 영향," *정보시스템연구*, 제27권, 제2호, pp.29-52, 2018.
- [59] 탁진국, 장성배, 김수연, 이병걸, 남동엽, "집바르도 시간관 척도 타당화: 직장인을 대상으로," *한국심리학회지: 산업 및 조직*, 제29권, 제3호, pp.367-383, 2016.
- [60] R. W. Pollay and B. Mittal, "Here's the Beef: Factors, Determinants, and Segments in Consumer Criticism of Advertising," *Journal of Marketing*, Vol.57, No.3, pp.99-114, 1993.
- [61] 이세진, 방혜진, 노승화, "유대강도, 정보의 속성 및 관여도가 SNS 내 구전 효과에 미치는 영향에 대한 연구," *광고학연구*, 제23권, 제4호, pp.119-14, 2012.
- [62] 김계수, *AMOS 구조방정식 모형분석*, 한나래, 2003.
- [63] 문호경, "부모양육태도가 청소년의 스마트폰의존에 미치는 영향: 자아존중감과 우울의 직렬 이중매개효과," *학교사회복지*, 제49권, pp.25-43, 2020.
- [64] L. T. Hu and P. M. Bentler, "Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives," *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, Vol.6, No.1, pp.1-55, 1999.
- [65] 김지혜, 김병희, "소셜 미디어를 이용한 정부 PR 연구: 정부 PR 실무자와 SNS 전문가의 인식 차이를 중심으로," *광고 PR 실학연구*, 제10권, 제1호, pp.32-67, 2017.
- [66] A. Przepiorka and M. Sobol-Kwapinska, "People with Positive Time Perspective Are More Grateful and Happier: Gratitude Mediates the Relationship between Time Perspective and Life Satisfaction," *Journal of Happiness Studies*, Vol.22, No.1, pp.113-126, 2021.
- [67] M. W. Matlin and D. J. Stang, *The Pollyanna Principle: Selectivity in Language, Memory, and Thought*, Schenkman Publishing Company, 1978.
- [68] M. Szczesniak and C. Timoszyk-Tomczak, "A Time for Being Thankful: Balanced Time Perspective and Gratitude," *Studia Psychologica*, Vol.60, No.3, pp.150-166, 2018.
- [69] S. Miceli, M. Cardaci, F. Scrima, and B. Caci, "Time Perspective and Facebook Addiction: The Moderating Role of Neuroticism," *Current Psychology*, pp.1-10, 2021. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01355-w>
- [70] 위하, 김경민, "구전에 영향을 미치는 SNS 제요인에 관한 연구," *정보시스템연구*, 제24권, 제1호, pp.1-25, 2015.
- [71] L. Drake, E. Duncan, F. Sutherland, C. Abernethy, and C. Henry, "Time Perspective and Correlates of Wellbeing," *Time & Society*, Vol.17, No.1, pp.47-61, 2008.
- [72] C. Maslach, W. B. Schaufeli, and M. P. Leiter, "Job Burnout," *Annual Review of Psychology*, Vol.52, No.1, pp.397-422, 2001.
- [73] R. Gupta and D. A. Hershey, "Time Perspective as an Antecedent of Trust in a Manager and Its Impact on Employee Attitudes," *Time & Society*, Vol.28, No.1,

- pp.124-152, 2019.
- [74] 김민경, 조수영, “정부기관의 SNS 활용 및 수용자 반응 분석-청와대와 17부 페이스북을 중심으로,” 홍보학연구, 제19권, 제3호, pp.1-37, 2015.
- [75] J. Witowska and M. Zajenkowski, “How Is Perception of Time Associated with Cognitive Functioning? The Relationship between Time Perspective and Executive Control,” Time & Society, Vol.28, No.3, pp.1124-1147, 2019.
- [76] 임안나, 박영숙, “삶의 만족도 영향요인에 관한 연구: 사회적 지지를 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제17권, 제3호, pp.675-682, 2017.
- [77] 경태원, 김경훈, “공공기관의 소셜 미디어 활용 현황 및 활성화 방안,” 한국콘텐츠학회논문지, 제9권, 제1호, pp.13-17, 2011.
- [78] W. Orlikowski and J. Yates, “It's about Time: Temporal Structuring in Organizations,” Organization Science, Vol.13, No.6, pp.684-700, 2002.
- [79] H. Henry, H. Zacher, and D. Desmette, “Future Time Perspective in the Work Context: A Systematic Review of Quantitative Studies,” Frontiers in Psychology, Vol.8, Article 413, doi: 10.3389/fpsyg.2017.00413
- [80] J. Anderson and D. Gerbing, “Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach,” Psychological Bulletin, Vol.103, No.3, pp.411-423, 1988.

저자 소개

이진균(Jin Kyun Lee)

정회원



- 2003년 ~ 2005년 : Michigan State University, 광고학 석사
- 2005년 ~ 2010년 : The University of Texas at Austin, 광고학 박사
- 2010년 ~ 2014년 : University of Wisconsin Oshkosh, Journalism Dept. 조교수
- 2014년 ~ 현재 : 홍익대학교 광고홍보학부 부교수
<관심분야> : 소셜미디어, 브랜딩, 스포츠 마케팅