

업무특성, 기술, 경험, 태도에 따른 전자우편의 사용에 관한 연구 (An empirical study on e-mail use according to attitudes, experiences, skills toward e-mail, and task characteristics)

김 태 열*
(Tae-Yeol Kim)

요 약

본 연구의 목적은 정보풍부성이론과 사회적 영향이론의 접목을 통하여 업무특성, 기술 및 경험이 전자우편에 대한 태도에 미치는 영향과 태도가 전자우편의 사용에 미치는 영향을 분석하는데 있다. 커뮤니케이션 매체에는 직접대면, 서신, 팩시밀리, 전자우편 등이 있지만 본 연구에서는 e-mail에 초점을 맞추었다. 본 연구의 결과는 전자우편에 대한 태도는 전자우편의 경험 및 기술에 영향을 받으며 전자우편의 사용은 전자우편에 대한 태도에 영향을 받는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과는 정보풍부성이론과 사회적영향이론에서 예측한 결과와 동일한 것으로 나타났다.

ABSTRACT

Abstract This study hypothesized and tested multiple influences(based on IRT and SIT) in a study of e-mail attitudes and use. The media included e-mail, fax, letters, and face-to-face meetings. This study focused on e-mail. The outcomes included experiences, skills, attitudes toward e-mail, and e-mail use. Results suggested that attitudes toward e-mail were influenced by experiences, skills, toward e-mail, and e-mail use was influenced by attitudes toward e-mail. The our results were consistent with ones predicted by IRT and SIT.

1. 서론

전자우편은 정보전달의 신속성 및 문서기반(text-based), 컴퓨터 기반(computer-based) 등의 특성으로 그 사용이 급속히 확산되고 있다. 우리나라에서도 점차 전자우편의 사용저변이 확대되고 있다. 컴퓨터 및 통신기술의 발달로 이러한 전자우편시스-

템의 확산은 기업의 정보처리 요구사항을 보다 효과적으로 처리할 수 있도록 한다. 그러나, 국내에서는 전자우편 사용과 업무의 특성, 경험 및 기술, 태도사이에 관한 상관분석이 거의 연구된 바가 없다. 따라서, 전자우편의 특성, 업무의 특성, 경험 및 기술 등과 태도, 전자우편의 사용의 상관성을 분석함으로써 국내 기업의 컴퓨터기반 매체의 사용행태를 파악할 수 있을 것이다.

* 정회원 : 강릉영동대학 컴퓨터정보계열 인터넷사무정보과 부교수

논문접수 : 2002. 8. 30.

심사완료 : 2002. 12. 12.

* 이 논문은 2001년 영동전문대학 산업기술연구소 연구비 지원에 의한 연구임

정보풍부성 이론 (Information Richness Theory) [1]에 따르면 정보의 풍부성이란 일정시간내에 이해를 변화시키는 정보의 능력으로 정의된다. 서로 다른 추론 구조를 극복하거나 적절한 방법으로 이해를 변화시킬 수 있는 커뮤니케이션은 정보풍부성이 높다고 할 수 있다. 반면에 이해를 시키는데 시간이 오래 걸리거나 서로 다른 관점을 극복할 수 없는 커뮤니케이션은 정보풍부성이 상대적으로 낮다고 할 수 있다. 풍부성이 낮은 매체는 분석가능한 (analyzable) 업무의 요구사항과 상응(match)해야 하고, 풍부성이 높은 매체는 분석하기 어려운 업무의 요구사항과 상응해야 조직성과의 향상으로 이어진다. 전자우편은 텍스트기반 매체로서 전통적인 매체(직접대면, 전화, 서류, 팩시밀리 등)와 비교할 경우, 서류매체와 비슷한 풍부성을 가지고 있다[2]. 이는 전자우편이 직접대면(face-to-face), 전화 등의 매체에 비해 정보풍부성이 낮은 매체라는 점을 의미한다. 따라서, 정보풍부성 이론에 따라 전자우편은 분석가능한 업무에서 사용하는 것이 보다 효과적이라는 점을 발견할 수 있다.

사회적 영향이론[3]에 따르면 매체인식은 부분적으로 주관적이고 사회적으로 구축된다. 또한 전자우편에 대한 경험 및 기술이 많을수록 전자우편의 사용비율은 크다.

따라서, 본 연구는 이상의 두 이론의 접목을 통하여 업무의 특성, 전자우편의 경험 및 사용기술, 직급 등의 객관적 요인이 전자우편에대한 태도에 어떤 영향을 미치며 이러한 태도는 전자우편의 사용에 어떤 영향을 미치는지를 분석한다. 이러한 분석을 통하여 국내의 전자우편의 사용행태를 분석할 수 있고 나아가 효과적인 조직설계에 기여할 수 있을 것으로 기대한다.

2. 이론적 배경

2.1 조직정보처리(Organizational Information Processing)

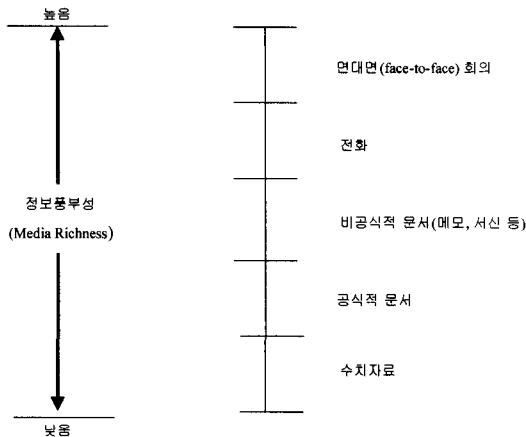
조직의 새로운 컴퓨터기반 매체의 도입과 채택은 전통적인 매체(예: 직접대면, 전화, 서류, 메모 등)와

새로운 매체(예: 온라인 데이터베이스, 전자우편, 음성우편, 화상회의 등)의 역할과 효과에 대해 새로운 시각을 제시하고 있다[4]. 현재의 연구는 서로 다른 업무환경에서 새로운 매체의 사용과 효과성 사이의 관계에 대해 실증적 증거를 검정하는 단계이다[5].

상황이론에서 조직은 조직구조와 기술을 통하여 내부처리 역량을 재설계함으로써 새롭게 변화하는 환경에 응답해야 한다는 점을 제시하고 있다[6]. 이 연구에서 성과는 어떤 특정 조직설계에 따라 달라지는 것이 아니라 상황변수(예: 업무요구사항)와 조직적 준비(예: 의사소통 구조 및 매체선택)에 따라 다르다는 점을 제시하고 있다. 이 모델은 업무특성, 조직 매체의 선택 및 사용, 성과사이의 관계를 규명하는 연구로 확장되었다. 가장 잘 알려져 있는 모델이 정보 풍부성 이론이다[7]. 이 연구에서 성과는 업무의 특성이 매체사용의 특성과 얼마나 상응하는가에 달려있다. 즉, 조직은 구성원이 직면하는 업무환경에 대해 적절한 구조와 적절한 매체를 제공할 때 보다 효과적으로 의사소통하고 성과를 올릴 수 있으며, 조직은 환경의 요구사항에 성공적으로 응답할 수 있다.

2.2 매체의 특성(Media Characteristics)

Trevino, Lengel, and Daft에 따르면 의사소통 매체는 다음 기준에 따라 구분된다. (1) 상황적 제약조건의 극복정도 (2) 모호한 정보의 전달 정도 (3) 상징적 단서의 제공정도이다. 매체특성의 차이는 두 가지 개념으로 설명하고 있다. 사회적 현시(social presence)와 매체의 풍부성(media richness)이다. 사회적 현시는 의사소통 참가자가 물리적으로 보일 때 매체가 인식되는 정도이다[8]. 매체의 풍부성은 Daft and Lengel(1984,1986)과 Trevino, Lengel, and Daft(1987)이 개발한 개념이다. 이에 따르면, 매체의 풍부성을 결정하는 요소는 즉각적인 피드백, 단서의 수, 인간적인 정도, 언어의 다양성 등이다. 업무의 특성이 의사소통 내용의 풍부성을 어느 정도 요구하느냐에 따라 그 내용을 전달하는 매체의 효과는 달라진다. [그림 1]에서 매체의 풍부성에 따른 등급을 나타냈다.



[그림 1] 매체의 정보풍부성 등급

[Fig. 1] Rank of information richness

(출처 : Daft Lengel, and Trevino(1987))

전자우편시스템은 신속한 정보교환서비스를 제공하기 위하여 컴퓨터 텍스트 처리 및 의사소통 도구를 사용하는 시스템이다[9]. 전자우편의 기본적인 처리는 3가지 일반적인 성격을 가지고 있다. 첫째, 비동기적(asynchronous) 또는 비동시적(nonsimultaneous)이다. 즉, 대화와는 달리 메모, 일반우편처럼 송수신자가 의사소통에 동시에 참가하지는 못한다. 둘째, 신속하다. 서류기반 매체와는 달리 전자우편은 수초 또는 수분내에 해외까지 전달될 수 있다. 셋째, 전자우편은 초기의 텍스트 기반에서 멀티미디어 기반으로 발전하였다. 이러한 전자우편의 특징을 정보풍부성의 관점에서 보면, 전자우편은 서류매체와 유사한 풍부성을 가지고 있다[7].

2.3 업무의 특성(Task Characteristics)

정보풍부성 이론에 따르면 업무는 특성에 따라 구분되며 매체도 이러한 업무의 특성에 따라 필요한 정보를 전달할 수 있는 정도가 달라진다. 업무의 분석가능성은 업무수행중에 야기되는 문제에 대응하는 방법에 따라 구분된다. 분석가능한 업무는 결과를 추측할 수 있으므로 대답이 미리 결정되어 있고 절차도 잘 알려진 업무를 말한다. 분석가능한 업무 업

무환경에서는 이용할 수 있는 단서가 많으며 절차도 많이 준비되어 있어 업무수행에 과거의 경험 또는 공유된 경험에 의존할 필요가 없으며 공식적, 문어적(written) 정보처리를 주로 수행한다.

반면에 분석하기 어려운 업무환경에서는 주로 인간적(personal)이고 간접적이며 임기응변적이고 즉흥적인 처리를 하게 된다[10]. 이러한 업무환경의 특성은 사실과 규칙, 절차가 별로 없어 창조성, 통찰력, 판단력을 토대로 문제를 해결하며 텍스트나 숫자로는 의사소통하기 어렵고 주로 사람사이의 상호작용과 사회적 단서에 의존해서 의사결정이 이루어진다. 따라서, 분석하기 어려운 업무에서는 보다 풍부한 매체(예: 직접대면)를 사용하는 것이 효과적이다. 그 이유는 풍부한 매체를 사용하는 것이 피드백이 빠르고 같은 노력으로 업무를 수행하는 데 보다 많은 기회를 만들 수 있기 때문이다.

이상의 논의에서 분석가능한 업무에서는 풍부성이 낮은 매체를 사용하는 것이 업무수행에 효과적이며 분석하기 어려운 업무에서는 풍부성이 높은 매체를 사용하는 것이 효과적이다. 분석하기 어려운 업무에 풍부성이 낮은 매체를 사용할 경우 업무의 요구사항을 만족시키지 못하며 분석가능한 업무에 풍부성이 높은 매체를 사용할 경우 불필요한 비용을 발생시킨다.

2.4 경험 및 기술의 특성

사회적 영향이론에서 인식하는 매체의 특성은 (1) 사회적 영향 (2) 매체의 숙련도의 차이이다. 매체사용의 숙련도는 사회적 영향요인보다도 새로운 매체 사용에 대해 영향을 미치는 중요한 요인으로 고려된다. 매체를 다루는 기술의 부족은 매체의 사용을 방해한다. 즉, 매체의 정보풍부성을 객관적인 특성으로 볼 경우 사용자가 매체를 다루는 기술이 부족하면 매체를 부적절한 것으로 인식할 수 있다[11]. 전자우편 사용에서 전자적 커뮤니케이션 시간, 컴퓨팅의 경험, 키보드 기술 등 3가지 차이가 발견되었다. 즉, 전자우편에 대한 경험과 키보드 기술이 많을수록 전자우편에 대한 친숙성을 증가하여 인식된 정보풍부성을 증가시키고 다양한 언어의 사용을 촉진시킨다.

2.5 사회적 영향이론

정보풍부성 이론으로 대표되는 합리적 선택이론은 각 커뮤니케이션 매체는 고정적이고 고유의 속성을 가지고 있다고 가정한다. 매체의 사회적 현시 또는 정보풍부성은 누가 그 매체를 사용하든, 그 전후 사정이 어떤가에 관계없이 변하지 않는다. 또한, 과업의 요구사항은 모호성과 같은 객관적인 특징에만 관련되고 매체선택 행위의 동기는 효율성이다. 분석하기 어려운 업무에 풍부한 매체를 사용하는 것은 비효율적이다. 효율적인 사용자들은 매체의 수용능력을 낭비하지 않는다.

이러한 합리적 선택모델의 기본 가정에 대해 최근의 컴퓨터 기반 커뮤니케이션 매체에 관한 연구는 객관적으로 합리적인 매체선택 과정에 문제를 제기하고 있다[12].

또한, 사회적 영향이론(Fulk, Schmitz, and Steinfield 1990)에서는 매체인식을 부분적으로 주관적이고 사회적으로 구축되는 개념으로 연구하였다. 즉, 매체인식은 영구적인 기록, 비동기성 제공능력 등의 객관적인 특징에 의해 결정되지만 본질적으로는 공동작업자의 태도, 진술, 행동에 영향을 받아 결정된다. 공동작업자가 사회적 영향을 미치는 가장 직접적인 방법은 사람들이 주관적으로 평가한 매체 또는 업무의 특성에 관하여 명백한 진술을 함으로써 영향을 미치는 방법이다. 또한 사회적 영향은 다른 사람의 경험을 관찰하는 대체학습(vicarious learning)의 형태를 띤다. 따라서, 한사람에 의한 효과적인 행동은 관찰학습의 과정을 통하여 다른 사람에 의해 반복될 수 있다. 마찬가지로 바람직하지 않은 결과를 유도하는 선택은 다른 사람에 의해 회피될 것이다. 이상의 논의에서 매체인식은 주관적이며 사회적으로 구축된다.

3. 연구모형 및 가설

3.1 연구모형

이상의 논의를 토대로 본 연구모형은 [그림 2]와 같다. 정보풍부성 이론과 사회적 영향이론의 분석결

과 업무의 특성과 경험 및 기술 등의 객관적인 요인은 사회적 영향에 의한 매체에 대한 태도에 영향을 미친다. 이러한 논리의 근거는 매체인식에 대해 정보풍부성 이론은 객관적으로 결정된다는 시각을 가지고 있는 반면 사회적 영향이론은 부분적으로 주관적이고 사회적으로 구축된다는 점을 들고 있다. 따라서, 본 연구에서는 객관적인 영향요인으로 업무의 특성, 경험 및 기술을 설정하고 이러한 요인이 공동작업자의 태도와 대체학습에 의한 태도에 영향을 미치며 이 태도는 전자우편의 사용에 영향을 미친다는 연구모형을 설정한다.

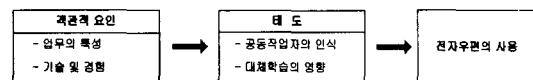
3.2 가설의 설정

본 연구의 가설은 이상의 연구모형으로부터 다음과 같이 설정한다.

H1 : 업무의 특성이 분석하기 쉬울수록 전자우편에 대한 태도는 긍정적이다.

H2 : 전자우편에 대한 경험 및 기술이 많을수록 전자우편에 대한 태도는 긍정적이다.

H3 : 전자우편에 대한 태도가 긍정적일수록 전자우편의 사용비율은 높다.



[그림 2] 연구모형

[Fig. 2] Research model]

4. 연구방법

본 연구는 설문조사 방법을 사용한다. 설문의 회수방법은 우편 발송에 의한 방법을 사용하여 총 300부중 75부를 회수하여 25%의 회수율을 나타냈고 이 중 11부는 응답의 불성실성으로 제외하여 본 연구의 분석에는 64부를 분석대상으로 하였다. 설문대상은 전자우편을 업무에 2년이상 사용한 사람을 대상으로 하여 업무의 특성, 경험 및 기술, 태도의 항목을

Likert 5점 척도를 사용하여 설문을 받았다. 업무의 특성은 명확히 정의된 결과의 산출정도, 표준운영절차의 의존정도, 업무내용의 정의 정도, 규칙, 정책, 규제에 따르는 정도의 항목으로 측정하였고[13] 경험 및 기술은 전자우편 사용연수, 컴퓨터 사용경험, 교육/연수의 항목으로 측정하였으며[11] 태도는 공동작업자의 인식 및 대체학습의 영향으로 측정하였고[11] 전자우편의 사용은 하루 평균 전자우편 사용비율로 측정하였다[5].

5. 분석

5.1 인구통계 분석

설문대상의 업종별 분포는 <표 1>에서와 같이 금융업이 35.9%, 공공서비스업이 29.7%순으로 많으며 성별로는 <표 2>에서 남성의 비율이 68.8%로 여성보다 2배정도 많은 비율을 보였다. 연령별로는 <표 3>에서 30대가 51.6%, 20대가 35.9%로 많았다. 근무부서별로는 <표 4>에서 재정/예산/경리 부서가 20.3%, 영업/마케팅 부서가 15.6%순으로 많이 응답하였다. 직급은 <표 5>에서 평사원이 50%, 대리급이 35.9%의 순으로 많이 응답하였다.

<표 1> 업종별비율

[Table 1] Ratio of business category

업종	비율(%)
제조업	4.7
건설업	3.1
유통서비스업	12.5
금융업	35.9
무역업	1.6
정보산업	9.4
공공서비스업	29.7
기타	3.1
계	100

<표 2> 성별비율

[Table 2] Ratio of sex

성별	비율(%)
남	68.8
여	31.2
계	100

<표 3> 연령별비율

[Table 3] Ratio of age

연령별	비율(%)
20대	35.9
30대	51.6
40대	10.9
50대	1.6
60대	0
계	100

<표 4> 근무부서별비율

[Table 4] Ratio of department

근무부서	비율(%)
기획/전략	14.1
총무/구매	10.9
인사/조직	6.3
재정/예산/경리	20.3
전산/MIS	12.5
무역	6.3
연구/개발	0
홍보/광고	1.6
영업/마케팅	15.6
기타	12.5
계	100

<표 5> 직급별비율

[Table 5] Ratio of position

직급	비율(%)
이사급이상	0
부장급	1.6
차장급	4.7
교장급	7.8
대리급	35.9
평사원	50
계	100

5.2 가설의 검정

가설을 검정하기 위하여 우선 업무의 특성항목과 경험 및 기술에 대한 신뢰도 분석을 하였다. 신뢰성 분석결과 업무특성과 경험의 신뢰성 상관계수 Cronbach α 값은 <표 6>과 <표 7>에서 보듯이 각각 0.82와 0.8147로 매우 높은 것으로 나타났다. 일 반적으로 사회과학분야에서 α 값이 0.6이상이면 신뢰성이 있으므로 업무의 특성 항목과 경험항목은 신뢰할 수 있다고 할 수 있다.

<표 6> 업무특성의 신뢰성분석

[Table 6] Cronbach α of task characteristics

항목	항목제외후 Alpha
명확히 정의된 결과산출	0.7252
표준운영절차의 의존성	0.7722
업무내용의 정의	0.7209
규칙정책/규제수칙 정도	0.6676
전체 Cronbach Alpha	0.7782

<표 7> 전자우편사용경험의 신뢰성분석

[Table 7] Cronbach α of email experiences

항목	항목제외후 Alpha
교육 및 연수정도	0.8016
숙달정도	0.7164
기술활용정도	0.7143
전체 Cronbach Alpha	0.8147

공동작업자의 인식과 대체학습의 영향에 대한 신뢰성분석결과는 <표 8>, <표 9>에서 볼 수 있듯이 각각 0.8315 와 0.8422로 매우 높게 나타났다.

<표 8> 공동작업자의 인식 신뢰성분석

[Table 8] Cronbach α of co-workers perceiveability

항목	항목제외후 Alpha
공동작업자의 사용권고영향	0.7384
자주 송수신하는 업무상대방의 사용권고의 영향	0.8204
공동작업자의 사용기능에 대한 전술의 영향	0.7298
전체 Cronbach Alpha	0.8315

<표 9> 대체학습의 영향 신뢰성분석

[Table 9] Cronbach α of vicarious learning

항목	항목제외후 Alpha
공동 작업자의 사용결과의 영향	0.8712
공동 작업자의 사용량의 영향	0.8422
공동 작업자의 활용도의 영향	0.7367
전체 Cronbach Alpha	0.8712

다음은 업무의 특성과 태도의 상관관계를 분석한 결과 Pearson 상관계수는 0.380, 경험 및 기술과 태도는 0.497로 유의수준 0.01수준에서 유의한 것으로 분석되었다.

다음으로 가설1과 2의 검정을 위하여 일원분산분석 방법을 사용하여 <표 10>과 <표 11>에 분석결과를 정리하였다.

<표 11> 업무특성과 태도의 분산분석

[Table 11] One-way Anova of attitudes and task characteristics

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단간	355.099	12	29.592	2.178	0.028
집단내	679.219	50	13.584		
합계	1034.317	62			

<유의수준 0.05>

<표 12> 경험 및 기술과 태도의 분산분석

[Table 12] One-way Anova of attitudes, skills and experiences

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단간	438.408	15	29.227	2.305	0.015
집단내	595.910	47	12.679		
합계	1034.317	62			

<유의수준 0.05>

이상의 분석에서 업무의 특성이 분석하기 쉬울수록 전자우편에 대한 태도는 긍정적이라는 가설1은 <표 11>에서 F 확률 0.028로 유의수준 0.05에서 유의한 것으로 나타났다. 또한 전자우편에 대한 경험 및 기술이 많을수록 전자우편에 대한 태도는 긍정적

이라는 가설2는 <표 12>에서 F 확률 0.015로 유의 수준 0.05에서 유의한 것으로 나타났다. 따라서 전자우편에 대한 태도는 업무의 특성이 분석하기 쉬울수록, 전자우편에 대한 경험 및 기술이 많을수록 긍정적이다.

전자우편에 대한 태도와 전자우편의 사용비율의 분산분석은 <표 13>에 정리하였다.

<표 13> 태도와 전자우편 사용비율의 분산분석

[Table 13] One-way Anova of ratio of email use and attitudes

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단간	4694.397	15	312.960	2.818	0.003
집단내	5220.206	47	111.068		
합계	9914.603	62			

<유의수준 0.05>

이상의 분석에서 전자우편에 대한 태도가 긍정적일수록 전자우편의 사용비율은 높다는 가설3은 <표 13>에서 F 확률 0.003으로 유의수준 0.05에서 유의한 것으로 분석되었다.

6. 결론

이상의 분석에서 본 연구의 결론은 첫째, 업무의 특성이 분석하기 쉬울수록 전자우편에 대해서 긍정적으로 인식하며 또한 전자우편에 대한 경험 및 기술이 많을수록 전자우편에 대해서 긍정적으로 인식한다는 점을 알 수 있다. 둘째, 전자우편에 대해서 긍정적으로 인식할수록 전자우편의 사용비율은 높다.

이러한 결과는 업무의 특성이 분석하기 쉬운 업무, 즉, 일반적으로 경리, 회계, 재무, 총무 등의 업무에서는 전자우편에 대해 긍정적인 태도를 보일 가능성이 높고 전자우편에 대한 사용비율이 높을 것으로 예측된다. 이는 정보풍부성이론에서 예측한 바와 같이 분석하기 어려운 업무, 즉, 일반적으로 전략, 기획, 연구개발 업무에서는 구어매체(예: 직접대면, 전화 등)의 사용가능성이 높다는 예측과 비슷한 결과이다.

또한, 전자우편에 대해 긍정적인 태도를 보일수록 전자우편 사용비율이 높다는 결과는 사회적 영향이론에서 예측한 바와 같다. 즉, 공동작업자 및 직속상사의 진술, 권고, 대체학습 등에 따라 매체사용에 영향을 받는다는 예측과 비슷한 결과를 나타냈다.

본 연구의 문제점은 분석의 표본이 적다는 점이다. 앞으로 보다 많은 표본을 대상으로 분석할 경우 보다 정교한 결과를 얻을 수 있을 것으로 예상한다.

※ 참고 문헌

- [1] Daft, R. L. and R. H. Lengel, "Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design," *Research in Organization Behavior*, 6, 191-233, 1984.
- [2] Zmud, R. W., Lind, M., R., and Young, F., W., "An Attribute Space for Organizational Communication Channels," *Information Systems Research*, 1, 4, 440-457, 1990.
- [3] Fulk, J., Schmitz, J. and Steinfield, G. W., "A Social Influence Model of Technology Use," In *Organizations and Communication Technology*, Fulk, J. and Steinfield, G. W. (Eds.), Newbury Park, CA: Sage, 1990.
- [4] Rice, R. E., "Mediated Group Communication," *The New Media: Communication, Research and Technology*, Beverly Hills, CA: Sage, 129-154, 1984.
- [5] Rice, R. E., "Task Analyzability, Use of New Media, and Effectiveness: A Multi-site Exploration of Media Richness," *Organization Science*, 3, 4, 475-500, 1992.
- [6] Galbraith, J. R. , *Organization Design*, Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Co., 1977.
- [7] Trevino, K., R. Lengel and R. Daft, "Media Symbolism, Media Richness and Media Choice in Organizations: A Symbolic Interactionist Perspective," *Communication Research*, 14, 5, 553-575, 1987.

- [8] Short, J., E. Williams and B. Christie, "The Social Psychology of Telecommunications," London: John Wiley & Sons, 1976.
- [9] Sproull, L., and Kiesler, S., "Reducing Social Context Cues: Electronic Mail in Organizational Communication," *Management Science*, 32, 11, 1492-1512, 1991.
- [10] Daft, R. L. and K. Weick, "Toward a Model of Organizations as Interpretation Systems," *Academy of Management Review*, 9, 284-295, 1984.
- [11] 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, 487-523, August 1991.
- [12] Markus, M. L., "Information Richness Theory, Managers, and Electronic Mail," Paper presented at the Annual Academy of Management Convention, Anaheim, California, 1988.
- [13] Withey, M., R. E. Daft and W. Cooper, "Measures of Perrow's Work Unit Technology: An Empirical Assessment and a New Scale," *Academy of Management Journal*, 26, 1, 45-63, 1983.

김 태 열



1986. 2. 한국외국어대학교 졸업
(문학사)
1988. 2. 한국외국어대학교 경영
정보대학원 경영정보학과
졸업(경영학석사)
1997. 2. 한국외국어대학교 대학
원 경영정보학과 수료(경영
학박사수료)
1994. 3. - 현재 강릉영동대학 인
터넷사무정보과 부교수
관심분야 : 컴퓨터기반 커뮤니케
이션 매체의 사용행태, 전자
상거래, 조직정보처리 등