

06

기업의 사회적 책임 활동에 대한 조직구성원의 지각이 커뮤니케이션 행동에 미치는 영향

- 정혜승
중앙대학교 광고홍보학과 박사과정
- 성민정
중앙대학교 광고홍보학과 교수

조직에 대한 정보를 전달하는 정보원으로서 조직구성원에 대한 신뢰도가 높아지고 있다 (Edelman, 2016). Edelman 신뢰도 지표에 따르면 조직 구성원이 제공하는 정보는 매스 미디어를 통해 전달되는 정보에 비해 보다 높은 수준의 신뢰를 얻고 있는 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 조직 구성원이 제공하는 정보는 조직의 CEO, 고위임원, 홍보담당자 등이 전달하는 정보에 비해서도 높은 신뢰를 획득하고 있는 것으로 조사 되었다. 특히, 조직의 재무 성과, 사업 운영, 고객 관리, 위기 관리 등과 관련한 사안은 조직 내 그 어떤 정보원 보다 조직구성원이 해당 정보를 전달할 때 공중들로부터 정보에 대한 신뢰를 얻을 수 있는 것으로 보고 되었다. 이는 조직구성원이 제공하는 정보는 조직차원에서 Public Relations 활동의 일환으로 제공하는 정보에 비해 독립적으로 인식됨에 따른 결과라고 할 수 있다 (Center & Jackson, 2003).

수 년 전부터 학계에서도 조직구성원을 커뮤니케이션의 주체로 인식하는 경향이 강화되고 있다. 과거에는 조직이 관계를 맺어야 하는 공중 가운데 조직구성원에 대한 영향력 인식이 미미하였으나, 최근에는 조직을 둘러싼 핵심 공중의 하나로 조직구성원에 대한 인식이 강화되고 있고, 이들과의 우호적인 관계 형성의 중요성이 부각되고 있다 (Berger, 2008). 이는 조직 구성원과의 우호적인 관계 형성이 조직의 성과 창출에 영향을 미칠 뿐만 아니라, 외부 이해관계자와의 관계 형성 및 평판과 같은 조직의 무형 자산 형성에도 영향을 미친다는 사실 때문이다 (Men, 2014). 뿐만 아니라 조직구성원이 조직을 대표하는 대변인 역할을 수행함으로써 고객, 주주 등과 같은 이해관계자 관리가 보다 용이해진다는 점도 조직구성원과의 우호적 관계 형성을 촉진하는 요인이 되고 있다 (Men, 2014).

이러한 점을 감안할 때 그 어떤 정보원 보다 신뢰도 있는 정보원으로 인식되고 있는 조직구성원의 커뮤니케이션 행동을 탐색해 보는 것은 조직-조직구성원 관계 형성의 출발점으로써 의미 있는 연구가 될 수 있다. 본 연구는 조직 구성원을 커뮤니케이션 실행 주체로 보고 기업의 사회적 책임 활동 수준에 대해 조직구성원이 지각하는 정도와 이로 인해 형성된 조직-조직구성원 관계 및 조직-조직구성원 동일시가 커뮤니케이션 행동에 미치는 영향을 탐색해 보았다. 상시 근로자 수 300인 이상 중견기업 근로자를 대상으로 실시한 연구 결과 조직 구성원이 자신이 소속한 기업의 사회적 책임 활동에 대해 긍정적으로 인식하고 있을수록 조직-조직구성원 관계성 및 조직-조직구성원 동일시가 향상되는 것으로 나타났다. 조직-조직구성원 관계성은 스카우팅에만 유의미한 영향을 미쳤으나, 조직-조직구성원 동일시는 긍정적인 메가포닝(megaphoning)과 스카우팅(scouting)으로 구성된 조직 구성원의 커뮤니케이션 행동을 촉진하는 주요 변인이며, 조직-조직구성원 관계성을 예측하는 선행요인 역할을 한다는 사실도 확인할 수 있었다.

본 연구는 기업의 사회적 책임 활동의 유용성을 조직구성원의 시각에서 살펴보았다는 점에서 차별적인 시사점을 제공한다. 특히 기업의 사회적 책임 활동이 조직 구성원의 커뮤니케이션 행동에 미치는 직간접적인 영향을 밝힘으로써 고객 및 지역사회 중심의 기업의 사회적 책임 활동의 의미를 조직구성원 차원으로 확대했다는 의의가 있다.

참고문헌

- Berger, B. K. (2008). Getting communications on senior management's agenda. In P. Williams (Ed.), *Employee communication: The comprehensive manual for those who communicate with today's employees* (pp. 97-114). Chicago: Ragan Communications.
- Center, A., & Jackson, P. (2003). *Public relations practices: Managerial case studies and problems*. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Edelman, R. (2016). The Edelman Trust Barometer. Available online at <http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/2016-edelman-trust-barometer/>
- Men, L. R. (2014). Why leadership matter to internal communication: Linking transformational leadership, symmetrical communication, and employee outcomes. *Journal of Public Relations Research*, 26(3), 256-279.