

지식공유활동 및 커뮤니티 활성화에 미치는 영향요인과 자발적 지식제공의지의 조절효과에 관한 연구 - 전문·비전문 지식커뮤니티를 중심으로*

고윤정(제1저자)
전남대학교 경영연구소 연구원
(yunjungo@nate.com)
강주선(교신저자)
부산대학교 경영연구소 연구원
(kjuseon@nate.com)
김종기
부산대학교 경영학과 교수
(jkkim1@pusan.ac.kr)
고일상
전남대학교 경영학과 교수
(isko@jnu.ac.kr)

.....

실제 기업에서는 실행공동체 운영이 활성화되지 않고 자발적인 참여의지 결여로 중단되거나 미진한 상태이다. 반면에 일반 개인이 참여하고 있는 포털사이트, 카페형 커뮤니티 등의 비전문 지식 커뮤니티는 지속적으로 활성화되고 있음에도 전문·비전문 지식 커뮤니티를 대상으로 한 연구는 찾아보기 힘들다. 본 연구는 사회인지이론, 혁신확산이론, 사회자본이론을 기반으로 자기효능감, 지각된 상대적 이점, 지각된 적합성, 호혜성, 신뢰를 추출하여 지식공유활동(지식획득, 지식제공, 지식활용)에 어떠한 영향을 미치는 지 검증하였고, 지식공유활동이 커뮤니티 활성화에 미치는 영향관계를 검증하였다. 조절효과는 전문 지식커뮤니티와 비전문 지식커뮤니티로 구분하여 자발적 지식제공의지의 상호작용효과를 검증하였다. 포털사이트, 카페형 커뮤니티, 기업지식커뮤니티를 대상으로 조사한 결과 총 297부의 설문이 분석자료에 이용되었으며, 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 지식 커뮤니티에서는 자기효능감, 지각된 상대적 이점, 호혜성이 지식획득에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지각된 상대적 이점, 호혜성, 신뢰가 지식제공에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지식획득은 지식활용과 커뮤니티 활성화에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지식제공은 커뮤니티 활성화에 유의한 영향관계가 있는 것으로 나타났으며, 지식활용은 커뮤니티 활성화와 유의한 영향관계를 보였다. 둘째, 전문 지식 커뮤니티와 비전문 지식 커뮤니티를 구분하여 자발적 지식제공의지의 조절효과를 분석한 결과, 전문 지식 커뮤니티에서는 지각된 적합성, 신뢰가 자발적 지식제공의지와 조절효과가 있는 것으로 밝혀졌으며, 비전문 지식 커뮤니티에서는 오직 신뢰만 자발적 지식제공의지와 조절효과가 있는 것으로 밝혀졌다. 본 연구결과를 바탕으로 학문적·실무적 시사점을 제시하였고, 한계점 및 향후 연구에 대해서 논의하였다.

주제어: 전문 지식 커뮤니티, 비전문 지식 커뮤니티, 지식공유활동, 커뮤니티 활성화

.....

1. 서론

지식정보화 사회로 급변하고 있는 현대의 개인과

기업들은 정보기술 발달로 언제 어디서나 유·무선 인터넷 접속을 통해 지식과 정보를 검색할 수 있다. 인터넷을 지식 획득의 수단으로 사용하려는 지식 수요자가 늘어나면서 온라인 지식 커뮤니티가 보다 활

성화되고 있으며(이현정 등, 2007), 최근에는 스마트폰이 실생활에 중요한 매체로 자리잡으면서 더욱더 지식 획득과 활용은 증가하고 있다.

기업에서는 고부가가치 지식의 창출 및 공유 능력이 중요한 경쟁력의 원천으로 인식되기 시작하였으며, 남이 갖고 있지 않은 자신만의 노하우를 체계화시켜 지식으로 창출할 수 있는 능력이 개인의 중요한 경쟁력으로 부각되기 시작하였다(정재삼, 금혜진, 2003). 1990년대 후반부터 대기업들은 조직의 지식을 효율적으로 창출하고 활용할 수 있는 '지식경영 시스템(KMS)'을 도입하였으나, 장기적인 측면에서 KMS의 성과는 실패로 돌아갔다. 이에 새로운 대안으로 실행공동체(CoP: Community of Practice)가 등장하였고, 이는 공통의 직무나 관심사에 대한 열정으로 결합된 사람들의 모임으로 전문가를 중심으로 문제해결에 유용한 온라인 네트워크 조직이다(고준, 전성일, 2005, p.2). 기업에서는 실행공동체를 활성화하기 위해 보상 및 인센티브 시스템, 지식마일리지제도, 사이버 머니 등 여러 가지 제도들을 제공하기도 하지만, 실제로는 일반 포털 사이트나 카페형 커뮤니티에 비해 지식 제공자들의 자발적인 참여의지 결여로 실행공동체 운영이 미흡하다. 전문 지식 커뮤니티는 실행공동체(Wenger, 1998)의 확장된 개념이며, 대부분의 연구(백운정, 김은실, 2008; 전병호, 김경미, 강병구, 2008)는 조직내, 조직간을 대상으로 한 실행공동체 개념으로 연구가 진행되고 있으나 전문 지식커뮤니티 활성화는 미흡한 실정이다. 일반 개인이 참여하고 있는 포털사이트, 카페형 커뮤니티 등의 비전문 지식 커뮤니티는 지속적으로 활성화되고 있음에도 전문·비전문 지식 커뮤니티를 대상으로 한 연구는 찾아보기 힘들다.

온라인 지식 커뮤니티는 공통된 관심사와 목표를 가진 사람들이 정보와 지식을 공유하기 위해 사회적

상호작용을 하는 온라인 네트워크이며, 이러한 커뮤니티를 유지할 수 있는 요소는 네트워크상에 존재하는 자원들과 사회적 상호작용성이다. 사회인지이론 관점에서 개인의 인지와 행동 및 구성원들간의 상호 관계적인 특성이 잘 반영되어 있다. 즉 구성원들이 제공하는 지식을 쉽게 얻을 수 있는지에 대한 자신의 능력을 인지하고, 결국 지식획득이라는 행동의 결과로 나타난다. 그러나 사회인지이론은 사회적 네트워크 내에 어떠한 구성요소들이 있으며, 이러한 구성요소들이 개인의 행동에 어떻게 영향을 주는지에 대해서는 한계점이 있기 때문에(Chui et al., 2006) 이를 뒷받침해줄 수 있는 사회자본이론을 추가하여 연구문제를 해결하고자 한다. 또한 지식 커뮤니티에서 지식공유활동을 통해서 나타날 수 있는 경제적 이익, 효율성과 효과성, 적합성 측면을 잘 설명할 수 있는 혁신확산이론을 추가할 필요가 있다. 따라서 본 연구에서는 온라인 지식 커뮤니티의 지속적인 활성화를 위해서 사회인지이론, 혁신확산이론, 사회자본이론의 통합된 관점에서 고찰하고자 한다.

본 연구에서는 온라인 지식 커뮤니티에 가입하여 활동하고 있는 개인들의 지식공유활동 및 커뮤니티 활성화에 영향을 미치는 변수들은 어떤 것들이 있는지를 규명하기 위하여 우선, 사회인지이론, 혁신확산이론, 사회자본이론을 토대로 지식공유활동에 영향을 미치는 요인에 관한 선행연구를 고찰하였다. 또한 전문·비전문 지식 커뮤니티간의 지식공유활동 정도를 비교분석하기 위해 조절변수로 자발적 지식 제공의지에 관한 문헌을 고찰하였다. 둘째, 문헌연구를 토대로 독립변수는 자기효능감, 지각된 상대적 이점, 지각된 적합성, 호혜성, 신뢰, 조절변수로 자발적 지식제공의지, 종속변수로 지식공유활동(지식 획득, 지식제공, 지식활용)과 커뮤니티 활성화로 구성된 연구모형을 설정하였다. 셋째, 연구모형을 검

증하기 위하여 전문·비전문 지식 커뮤니티(포털사이트, 일반 카페 커뮤니티, 전문분야 카페 커뮤니티, 기업관련 지식커뮤니티 등) 가입자를 대상으로 설문한 후, 응답 자료를 이용하여 연구변수들의 신뢰성, 타당성, 상관관계를 분석하고, 연구모형 및 가설을 검증하였다. 넷째, 연구결과를 토대로 연구요약 및 논의, 학문적·실무적 시사점, 연구의 한계점 및 향후 연구방향으로 결론을 제시하였다.

II. 이론적 배경 및 가설

2.1 사회인지이론에 관한 연구

1980년대 스탠포드 심리학자 Bandura는 사회적 학습 프레임워크와 행동주의자를 이용하여 사회인지이론(Social Cognitive Theory)에 대해 연구를 하게 되었다. 사회인지이론은 조직행동과 심리학 분야에 많은 발전을 기여했으며, 행동경영에 기본적인 접근법으로 이용했었던 행동주의와 사회 학습보다 훨씬 더 폭넓고 다양한 이론이며, 학습과 행동수정 문제를 넘어선 자아규제(self-regulatory)와 같은 인지적 변수를 포함한 이론이다. Bandura(1986)에 의하면, 사회인지이론에서 학습은 인지적 정보처리를 통한 지식획득을 말하는데, 'social'이란 인간의 사고와 행동의 사회적 근원으로 인식되고, 'cognitive'란 인간의 동기, 태도, 행동으로 이어지게 하는 사고과정의 영향원으로 인식되며, 조직구성원들의 많은 지식과 행동은 조직환경에서 생겨난 반면에, 개인 구성원들은 아직도 유일한 개인특성에 의존하여 정보를 처리하고 행동하고 있다.

사회인지이론은 사람(성취욕과 같은 개인적 특성),

환경(성과비용과 같은 조직환경에서의 결과), 행동(이전에 성공했거나 성공하지 않은 성과)간의 상호인과관계에서 조직행동을 의미하며, 조직에서 구성원의 학습행동은 인지적 정보처리를 통한 지식획득을 뜻한다(Bandura, 1986). 사회인지이론의 이 3가지 요소는 각 요소들간의 양방향의 영향력 강도에서 균형을 암시하지는 않으며, 세 개의 모든 요소가 특별한 환경에서 특별한 시간에 존재할지라도 이 요소들은 사람에게 동시에 영향을 미치지 않는다. 즉, 어떤 두 개의 요소간의 상호영향 강도는 반드시 상호인과관계에 있다는 것을 뜻하지 않음을 암시한다.

사회인지이론은 5가지 기본적인 인간의 능력, 즉 ①상징화(symbolizing), ②사전숙고(forethought), ③간접학습(vicarious learning), ④자아규제(self-regulation), ⑤자아반영(self-reflection)을 통한 양방향성의 상호작용력을 설명하는데, 사람들은 자신의 행동을 시작하고, 규제하고 유지하기 위해 이러한 기본적인 능력을 사용한다는 것이다(Wood and Bandura, 1989).

사회인지이론에 따르면 개인은 자신의 판단과 행동을 스스로 결정하기 때문에 그들의 노력에 따라 그들의 상황과 그들 자신에게 변화를 가져다 줄 수 있다는 것이다. 이러한 관점에서 Bandura(1989)는 '개인은 더 높은 성과를 달성하기 위해 행동적, 인지적, 환경적 요인의 상호인과관계를 통해서 그들의 동기와 행동에 영향을 미친다'고 주장한다. 특히 사회인지이론은 환경적 요인과 인지적 요인이 특별한 상황에서 지식획득과 같은 인간의 행동에 얼마나 영향을 미치는 지와 관련이 있다. 이 이론은 정보시스템분야, 가상 커뮤니티, 웹기반 학습 관련 연구에 적용되어 지식공유의 영향요인으로 분석되어지고 있다(Hsu and Chiu, 2004; Luarn and Lin, 2005; Chiu et al., 2006; Chen and Hung, 2010;

Kim et al., 2011).

Bandura(1997)는 인간의 기능에 영향을 미치는 요인으로 자기효능감(self-efficacy)과 결과기대(outcome expectation)를 제시했으며, 자기효능감이란 '주어진 형태의 성과를 이행할 수 있는지에 대한 자신의 능력을 판단하는 것'이며, 결과기대란 '그러한 성과를 가져올 것이라는 결과에 대한 판단'이라고 제시했다. Bandura(1997)에 의하면 지각된 자기효능감은 개인의 동기와 행동에 영향을 미치는 데 중요한 역할을 하며, 높은 자기효능감을 가진 사람일수록 낮은 자기효능감을 가진 사람에 비해 자신과 관련된 행동을 잘 수행할 수 있다. 자기효능감에 관한 대부분의 연구들은 IT 사용 환경에서 이용자들의 행동요인을 파악하기 위해 사용하였으며(Venkatesh et al., 2003), 인터넷 사용에 관한 연구에서 중요한 영향요인으로 자기효능감을 다루고 있다(Hsu and Chiu, 2004). 최근에는 자기효능감의 개념을 지식공유에 적용하여 그 효과를 입증하는 연구들이(Hsu et al., 2007; Quigley et al., 2007; He and Wei, 2009; Tsai and Cheng, 2010) 진행되고 있는데, 자기효능감이 지식제공에 중요한 영향을 미침을 보여주는 연구와(Hsu et al., 2007), 자기효능감이 지식획득에 중요한 영향변수임을 확인한 연구(Bock et al., 2006), 자기효능감이 지식제공과 지식획득 모두에 중요한 영향변수임을 고려한 연구(Quigley et al., 2007)이다. Tsai와 Cheng(2010)은 소프트웨어 산업의 프로그래머를 대상으로 사회인지이론의 중요 요소인 자기효능감, 결과기대, 조직분위기가 지식공유의도와 지식공유행동에 중요한 영향을 미치는 것을 확인하였다. He와 Wei(2009)는 KMS의 지식공유를 지속시킬 수 있는 요인을 파악하기 위해 지식제공과 지식획득으로 구분하고, 이들 각각에 미치는 영향요인들을

실증분석함으로써 자기효능감은 지식제공과 지식획득에 중요한 변수임을 제안하고 있다.

본 연구에서는 선행연구를(Bandura, 1997; Bock et al., 2006; He and Wei, 2009; Hsu et al., 2007; Tsai and Cheng, 2010; Quigley et al., 2007) 토대로, 온라인 지식커뮤니티에서 자기효능감이 개인의 동기와 행동에 중요한 영향을 미치며, 자기효능감이 높을수록 지식공유활동(지식제공, 지식획득) 수준은 높을 것으로 예상한다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1a: 자기효능감은 지식획득에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1b: 자기효능감은 지식제공에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

2.2 혁신확산이론에 관한 연구

혁신확산이론(Innovation Diffusion Theory)은 개인 차원의 혁신채택과 사회차원의 혁신확산 연구를 위한 이론적 분석틀로서 활용되고 있으며, 혁신확산이란 새로운 아이디어, 관행, 제품이나 서비스가 시간이 경과함에 따라 사회체계의 구성원들 사이에서 특정 채널을 통해 커뮤니케이션 되는 과정이다(박종구, 2012). 주로 정보기술 수용에 관한 연구(소순후, 2004; 이상근 등, 2005) 및 최근에는 지식커뮤니티 관련 연구들(Hu, 2013; Jadin et al., 2013)에 적용되고 있다. Rogers and Shoemaker(1971)가 제시하는 혁신특성요인으로는 5가지가 있는데, 기존 제품이나 서비스보다 더 좋은 가치와 혜택을 제공하는 혁신의 상대적 이점(relative advantage), 기존의 가치관이나 경험, 필요에 부합하는 것으로 인식하는 정도인 적합성(compatibility),

혁신을 이해하거나 사용하기 어렵다고 느껴지는 정도를 의미하는 복잡성(complexity), 채택 이전에 경험해 볼 수 있는 시험가능성(trialability), 혁신채택의 결과를 확인해 볼 수 있는 관찰가능성(observability)이다.

Rogers and Shoemaker(1971)는 5가지 특성들 중 상대적 이점과 적합성이 혁신의 채택률을 설명하는 데 특히 중요하다고 언급했다. 상대적 이점은 하나의 행동이 이전보다 더 나은 이익을 가져다 주는 것으로, 효율성과 효과성, 경제적 이익과 사회적 지위가 향상되는 것으로 나타난다. 또한 지식공유를 통해 커뮤니케이션 비용절감과 빠른 문제해결과 같은 분명한 이점을 가져다주며, 조직에서 의사결정자들이 지식공유에 대한 상대적 이점을 지각할 때 지식공유문화는 한층 더 향상된다. Andrews(2000)는 온라인 커뮤니티에서 개인은 자신의 지식을 넓히고, 지지를 얻고, 친구를 사귀기 위해서 지식을 공유한다고 제안했으며, Butler 등(2002)은 개인이 지식을 공유하는 가장 주요한 이유는 자신이 숙련자이고, 지식이 풍부하고, 높이 평가되는 이점을 얻기 위해서라고 제안한다. Budman(2003)은 개인의 심리적인 요소로써 지각된 적합성을 고려하였으며, 개인이 온라인상에서의 거래가 편안하다고 느낄 때 다른 온라인 서비스에 대한 사용을 증가시킨다고 주장하였다. Lin 등(2009)은 전문지식 커뮤니티에서 자기효능감, 지각된 상대적 이점, 지각된 호혜성이 지식공유활동(지식제공, 지식획득)에 중요한 영향변수임을 확인하였다.

본 연구에서 지각된 상대적 이점은 지식제공자가 지식공유활동을 함으로써 자신에게 돌아오는 이익이 있을 것을 인지하는 것으로 보고, 지식제공자가 지식공유에 대한 지각된 상대적 이점이 높을수록 지식공유활동을 향상시키려는 개인의 행동에 긍정적인

영향을 미칠 것이다. 지각된 적합성은 지식제공자들이 기존의 가치, 필요, 경험에 지식공유활동이 부합하다고 지각할 때, 지식공유활동을 채택하고 향상시킬 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H 2a: 지각된 상대적 이점은 지식획득에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

H 2b: 지각된 상대적 이점은 지식제공에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

H 3a: 지각된 적합성은 지식획득에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

H 3b: 지각된 적합성 지식제공에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

2.3 사회자본이론에 관한 연구

많은 조직들과 개인들의 지식 공유와 획득에 가장 유효한 것은 지식 소유자와의 접촉이며 이때 사회자본은 중요한 역할을 한다. Bourdieu(1986)는 사회자본을 '지속적인 관계망 혹은 상호면식이나 인정이 제도화된 관계 속에서 그 집단의 구성원이 됨으로써 획득하게 되는 실제적인 혹은 잠재적인 자원의 총합'이라고 정의했다. Nahapiet과 Ghoshal(1998)은 조직의 사회자본을 크게 구조적 차원, 인지적 차원, 관계적 차원의 3가지의 차원으로 구분하였다. 구조적 차원은 사회적 상호작용을 포함하고 있으며, 기본적으로 구성원간의 연결관계나, 구성원간의 연결형식(강한연결 vs. 약한연결), 한 유형의 유대를 다른 목적으로 사용할 수 있는가에 대한 연결망 전유성 같은 요소들로 구성되어 있다. 인지적 차원은 자원에 대한 표현과 해석 그리고 각 부분들 간의 의미에 대한 연결망 내의 구성원들이 가지고 있는

공통의 관점이나 이해를 말한다. 이 차원은 공통의 언어와 코드, 그리고 공유된 설명, 공통된 목표로 구성되어 있다(Nahapiet and Ghoshal, 1998; Tsai and Ghoshal, 1998). 관계적 차원은 구성원들 간의 연결의 질과 관계특성이 자산의 생성과 활용에 기여할 수 있는가와 관련되어 있다. 관계적 차원과 관련된 사회적 자본의 유형에는 신뢰와 신뢰가치, 의무와 기대, 동일시, 호혜성 등이 있는데(Nahapiet and Ghoshal, 1998), 이 차원은 사회자본의 근간이 되는 자산이다.

사회자본은 지식과 정보에 상대적으로 쉬운 접근을 제공하여 지식을 결합하고, 교환하는 과정에 영향을 미치며(McFayden and Cannela, 2004), 네트워크의 구성원들의 반복되고 지속적인 커뮤니케이션과 교환을 통해서 효과적으로 지식을 획득하고 이전할 수 있게 한다(Inkpen and Tsang, 2005). 또한 사회자본은 구성원들 간에 공통의 규범과 신뢰를 형성하여 공식적인 감시와 통제의 필요성을 줄여준다. 사회자본의 구성요소인 규범과 신뢰, 동일시는 조직 내의 결속을 강화시킨다. 이러한 결속은 상호 호혜의 형태로 나타나 즉각적이고 직접적인 이익이 없더라도 그 관계내의 다른 사람을 도울 수 있도록 해준다. Krackhardt와 Hanson(1993)은 신뢰가 높은 네트워크는 다른 종류의 네트워크에 비해 더 민감하고 더 풍부한 정보를 교환하게 되는데 그 이유는 바로 결속감 때문이라고 주장했다.

Davenport와 Prusak(1998)은 지식시장에서 호혜성과 신뢰는 지식공유를 이끌어낼 수 있는 가장 중요한 두 개의 요인이라고 주장했다. Fukuyama(1995)는 사회자본에서 신뢰의 중요성을 강조하고 신뢰는 네트워크 내 상호 호혜적 규범과 상호 협력 관계를 통해 축적됨을 강조하면서 협동을 전제로 한 구성원간 공유되는 비공식적 가치기준이나 규범의

집합으로 정의하였다. 호혜성이란 타인에게 받은 호의를 나중에 보답하려는 공정한 거래이다(Wu et al., 2006). 온라인 네트워크상에서 서로 주고받는 호혜성이 높을수록 지식공유는 향상될 것이며, 낮은 사람들과의 약한 결속에 의해 교환이 이루어질지라도 호혜적인 지원은 존재한다(Wellman and Gulia, 1999). 이상의 문헌연구를 토대로 본 연구에서는 Davenport와 Prusak(1998)이 제시한 사회자본의 관계적인 차원인 호혜성과 신뢰를 연구변수로 고려하고 지식공유활동에 유의한 영향을 줄 것으로 예상한다.

Wellman과 Gulia(1999)는 가상 공간에서 이루어지는 지식공유는 호혜성이 유지되어야만 지식공유의 지속적인 순환이 가능하다고 주장하였고, 강민형(2011)은 지식제공자와 지식수용자관점에서 지식이전을 구분하고 호혜성, 보상, 주관적 규범, 지각된 행동 통제력이 미치는 영향관계를 확인하였다. 전현규, 김민용(2013)은 상호호혜성이 지식공유에 유의한 영향관계가 있음을 보여주었다. Chiu 등(2006)은 가상 커뮤니티에서 지식공유를 이해함에 있어 사회자본이론의 구성요소인 신뢰, 호혜성, 동일시, 사회적 결속, 공유된 언어, 공유된 비전이 지식제공(지식의 질과 양)에 영향을 미치는 요인임을 확인하였다. 온라인 특성상 익명성 때문에 신뢰는 지식공유활동에 더욱 중요한 변수이며, 호혜성이 높을수록 지식공유활동을 향상시킬 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H 4a: 호혜성은 지식획득에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H 4b: 호혜성은 지식제공에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H 5a: 신뢰는 지식획득에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H 5b: 신뢰는 지식제공에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.4 온라인 지식공유활동에 관한 연구

지식공유 활동은 조직의 경쟁우위 확보를 위해 매우 중요한 프로세스 중의 하나이다(Kogut and Zander, 1992). 개인, 집단 또는 기업이 생성하고 보유하고 있는 지식은 상호 이해의 정도를 높이고 공동의 목표를 달성하기 위해 조직 내 또는 조직 간에 공유되어 업무에 활용되어야 가치를 갖게 된다.

지식공유의 개념은 Grant(1996)에 의하면, 지식 자산을 조직 내에 공유함으로써 지식의 활용을 극대화하여 조직의 역량을 강화하려는 활동으로 정의하고 있으며, Bock과 Kim(2002)은 조직 내에서 개인 간 지식의 이전 또는 배포활동으로 정의하고 있다.

지식공유를 측정함에 있어 연구자마다 다양하게 사용되는데, 지식제공의 개념으로 지식공유를 측정 한 연구(Chiu et al., 2006; Tsai and Cheng, 2010), 지식제공과 지식획득을 포함하여 지식공유를 분석한 연구(Hsu et al., 2007), 지식의 제공자와 수용자의 관점에서 지식공유를 구분하여 연구가 이루어지고 있다(김효근, 정성취, 2002; 이상훈, 이호근, 2007; 이현정 등, 2007, 강민형, 2011; He and Wei, 2009). 지식공유를 강민형(2011)은 지식 제공자 뿐 아니라 수용자 입장에서 동시에 지식이전 행위에 대한 선행요인의 영향력이 다르게 작용함을 파악하였다. Allee(1997)는 지식이전에 비해서 지식공유는 사회적 상호작용을 강조하는 좀 더 폭넓은 의미로 사용된다고 설명하고 있다. Ipe (2003)에 의하면 지식공유는 조직 내에 지식을 소

유한 사람과 지식을 획득하고자 하는 사람 사이의 관계를 포함하며, 개인의 지식이 다른 사람에게 이 해되고, 흡수되어, 활용될 수 있는 형태로 변환되는 과정이다(백윤정, 김은실, 2008, p. 65). 공통적으로 지식공유는 인적·기술적 네트워크를 기반으로 개인이나 조직이 가진 지식을 다른 개인이나 조직과 교환하는 상호작용으로 정의할 수 있다(이홍재, 차용진, 2006). 본 연구에서는 온라인 지식커뮤니티의 특성인 사회적 상호작용성에 초점을 두고 Allee (1997)와 Ipe(2003)의 주장을 토대로 지식 제공자와 수혜자의 입장에서 지식공유활동을 지식획득, 지식제공, 지식활용으로 구분하여 분석하고자 한다. Lin 등(2009)은 전문지식 커뮤니티에서 구성원들이 활발한 지식공유활동이 이루어져야 커뮤니티가 긍정적으로 활성화됨을 확인하였다. 온라인 지식 커뮤니티에서 지식제공자와 수혜자가 지식획득과 지식 제공을 통한 상호작용이 활발히 이루어지고, 이들 각각 자신의 업무나 문제해결을 위해 적극 지식을 활용한다면, 지속적인 커뮤니티 활성화에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상되므로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H 6a: 지식획득은 지식활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H 6b: 지식제공은 지식활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H 7a: 지식획득은 지식커뮤니티 활성화에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H 7b: 지식제공은 지식커뮤니티 활성화에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H 8: 지식활용은 지식커뮤니티 활성화에 정(+)

의 영향을 미칠 것이다.

2.5 자발적 지식제공의지의 조절효과

온라인 커뮤니티는 온라인상에서 공통의 관심사를 갖는 사람들이 집단화되면서 형성된 커뮤니티를 말한다(Fernback, 1997; Hagel and Armstrong, 1997; Rheingold, 1993). Rheingold(1993)의 연구에서는 가상공간에서 컴퓨터를 매개로 이루어지는 의사소통을 통해 오랜 기간 사람들이 풍부한 개인적 감정을 가지고 상호작용하는 집합체로 정의하고 있으며, 온라인 커뮤니티가 활성화된 주된 이유는 이윤을 목적으로 하지 않고, 회원들 간의 공통의 관심사와 취미, 정보공유를 목적으로 하는 온라인 커뮤니티들의 형성이 대인관계를 통해 인간의 가장 기본적인 욕구를 충족시키려는 본능에 기인한 것이라고 주장하였다. 김봉준 등(2004)에 의하면 온라인 커뮤니티는 이제 더 이상 소수의 매니아들이 만드는 세상이 아니라, 누구나 참여하여 만들어가는 공동의 장이 되어가고 있다는 것이다.

최근 온라인 콘텐츠에 생기를 불어넣고 있는 것이 바로 온라인 지식 커뮤니티이며, 온라인 지식 커뮤니티는 지식의 전문성 정도에 따라 전문·비전문 지식 커뮤니티로 분류할 수 있다. 전문 지식 커뮤니티는 일반적으로 구성원들 간에 규범과 가치를 공유하고, 전문인 지식에 대해 대화하고, 그것에 대해 비판적인 생각들을 공유한다(Scribner, et al., 1999; Westheimer and Cuban, 1998). 지식 전문가란 구성원들이 특별한 지식 분야에 속하고, 문제해결능력을 가지고 있으며, 비판적인 사고를 통해 지속적으로 그들의 경쟁력을 향상시킬 수 있는 사람을 말하며, 일반적으로 교사, 법률가, 의사, 컨설턴트 등이 이에 해당된다. Hagel and Armstrong(1997)

은 전문 지식커뮤니티를 특별한 주제로 전문지식을 공유하는 분산된 사람들을 모이게 하기 때문에 관심 커뮤니티에 해당되는 것으로 분류하였다. Bressler(2000)는 전문 지식커뮤니티를 공통된 관심을 공유하고 공통된 목적을 달성하기 위해 협업하는 사람들의 집단으로 정의하였다. 이정승(2010)은 온라인 지식커뮤니티를 인터넷상에 존재하는 커뮤니티의 일부이며 지식의 생성과 활용에 많은 영향을 미치는 커뮤니티로 정의하였고, 20개의 지식커뮤니티를 Interaction, Unity, Specially, Objective, Satisfaction, Environment, System의 6가지 요소를 기준으로 4대 지식 커뮤니티 유형, 즉 검색엔진(Naver, Google), 공개공동체(Naver 지식iN, 엠파스 지식, 각종 포털 게시판), 전문공동체(SlrClub, Todaysppc, Parkoz, Seri.org), 활동공동체(Wikipedia, SourceForge)를 제안하였다. 이러한 전문 지식커뮤니티의 구성원들은 전문인 목적을 위해 공개적으로 커뮤니티 활동에 참여하고, 그룹으로 커뮤니케이션하며 협업한다(Cowan, et al., 1998; Jones, 1995).

비전문 지식 커뮤니티는 현재 네이버, 엠파스, 드림위즈, 야후 등의 포털 사이트들이 제공하고 있는 지식 커뮤니티로 인터넷 이용자들이 자발적으로 다양한 분야의 지식을 공급 또는 획득할 수 있으며, 지식수요자들이 회원가입 절차없이 무상으로 지식을 획득할 수 있는 오픈 커뮤니티로서의 성격을 가진다(이현정 등, 2007).

따라서 본 연구에서는 이정승(2010)의 지식커뮤니티 유형 분류에 관한 연구결과 중 지식공유활동에 차이를 나타낼 것으로 예상되는 전문공동체와 공개공동체를 전문 지식 커뮤니티와 비전문 지식 커뮤니티로 명명하고, 이 두 개의 지식커뮤니티로 구분하여 지식공유활동의 영향요인과 지식제공간의 관계에

자발적 지식제공의지가 어느 정도의 조절효과가 있는지 분석하고자 한다.

개인의 자발적 지식공유의지에 관해서 전현규와 김민용(2013)은 조직 내 전략적 실행공동체에서는 구성원들이 서로 암묵적 경쟁관계로 인식하기 때문에 기업으로써 성과를 기대하기 어렵다고 제안했다. 이들은 잠재적 경쟁상황 속에서 자발적 지식공유의도를 파악하기 위해 온라인 채용시험정보 커뮤니티를 대상으로 분석한 결과 평판, 즐거움, 상호호혜성, 경쟁인식이 지식공유의도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 조직에서 자발적으로 지식을 공유할 수 있는 환경개선에 대한 고려를 제시하고 있다. Chiu 등(2006)은 가상커뮤니티를 발전시키기 위한 가장 큰 과제로 다른 사람과 지식을 공유하려는 자발성을 강조했다. 백윤정, 김은실(2008)은 실행공동체내 지식공유의 중요한 영향요인 중 하나로 개인적 특성인 정보에 대한 개방성을 밝혀냈고, 자신의 지식 및 노하우를 공동체 내에서 공개할 때, 또 다른 사람들이 공개한 지식도 신뢰하고 받아들이고자 할 때 Cop내 지식공유가 나타남을 확인하였다. 이현정 등(2007)은 온라인 지식 커뮤니티에서 구성원의 지식 공유 및 지식기여를 촉진시키기 위해서는 지식기여자의 욕구와 개인적 특성을 파악하는 것이 매우 중요한 요소라는 것을 확인하였으며, 지식공유에 있어서 특히 수혜자의 동기보다 제공자의 자발적인 지식 제공의지가 더 많은 영향력을 미치고 있다고 주장하였다.

전문 지식 커뮤니티는 수년간의 그들만의 노하우를 바탕으로 한 전문성을 가진 지식을 갖고 있기 때문에 비전문 지식 커뮤니티와는 자발적 지식제공의지 정도에 있어서 다르게 나타날 것으로 예상된다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H 9a: 전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지는 자기효능감과 지식제공간에 유의한 조절효과를 할 것이다.
- H 9b: 전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지는 지각된 상대적 이점과 지식제공간에 유의한 조절효과를 할 것이다.
- H 9c: 전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지는 적합성과 지식제공간에 유의한 조절효과를 할 것이다.
- H 9d: 전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지는 호혜성과 지식제공간에 유의한 조절효과를 할 것이다.
- H 9e: 전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지는 신뢰와 지식제공간에 유의한 조절효과를 할 것이다.
- H 10a: 비전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지는 자기효능감과 지식제공간에 유의한 조절효과를 할 것이다.
- H 10b: 비전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지는 지각된 상대적 이점과 지식제공간에 유의한 조절효과를 할 것이다.
- H 10c: 비전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지는 적합성과 지식제공간에 유의한 조절효과를 할 것이다.
- H 10d: 비전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지는 호혜성과 지식제공간에 유의한 조절효과를 할 것이다.
- H 10e: 비전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지는 신뢰와 지식제공간에 유의한 조절효과를 할 것이다.

III. 연구방법

3.1 연구모형

대부분의 지식공유관련 연구들은 기업을 대상으로 한 실행공동체 중심의 연구들이 진행되었고(백윤정, 김은실, 2008; 전병호 등, 2008), 지식커뮤니티를 전문 커뮤니티와 비전문 커뮤니티 각각 개별로 이루어진 연구는 있으나(전현규, 김민용, 2013; 이현정 등, 2007; Tsai and Cheng, 2010), 이들 전체를 대상으로 실증분석한 연구는 전무하다.

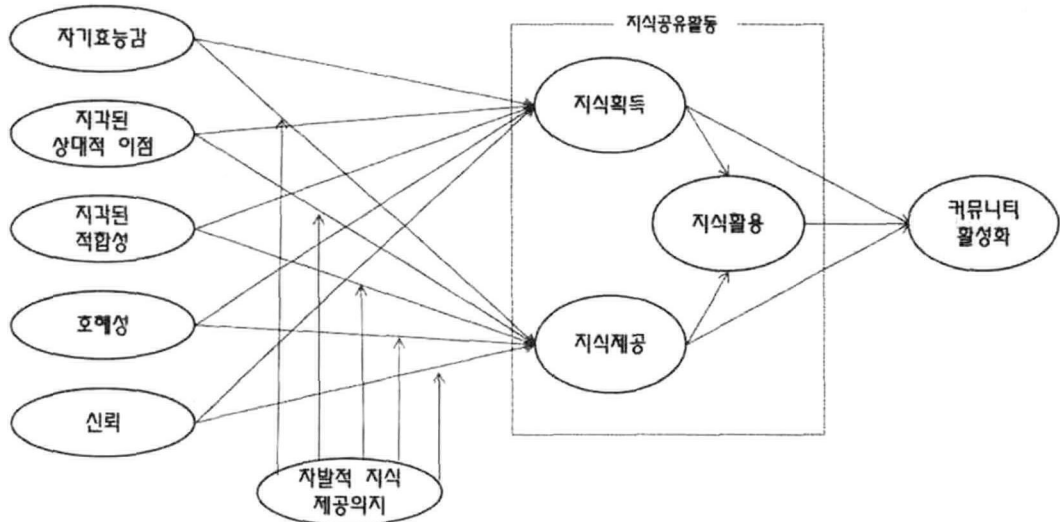
본 연구의 목적은 사회인지이론, 혁신확산이론, 사회자본이론을 바탕으로 지식공유활동에 영향을 미치는 요인들에 대하여 인지적 요인(자기효능감, 지각된 상대적 이점, 지각된 적합성), 관계적 요인(호혜성, 신뢰)으로 구분하고, 지식공유활동은 지식획득, 지식제공, 지식활용으로 구분하여 지식커뮤니티

활성화에 어떠한 영향을 미치는지 검증하고자 한다. 또한 온라인상에서 정보교류 및 취미활동 등의 필요에 의해 이루어진 지식커뮤니티를 전문·비전문 커뮤니티로 구분하고, 지식제공자의 자발적 지식제공의지를 조절변수로 제시하여 지식공유활동의 영향변수들과 함께 지식제공에 미치는 정도를 파악하고자 한다.

본 연구의 분석결과를 토대로 현재 운영되고 있는 온라인 지식 커뮤니티를 비롯하여 앞으로 구성되어 질 커뮤니티들은 조직의 원활한 지식공유활동을 도모하고 나아가 커뮤니티 활성화를 형성할 수 있는 하나의 방안으로 활용할 수 있다. 이상의 연구내용을 요약하여 <그림 1>과 같은 연구모형을 제시한다.

3.2 변수의 조작적 정의

본 연구에서의 모든 변수들은 선행연구들의 개념 정의를 토대로 연구목적에 맞게 수정하여 조작적 정



<그림 1> 연구모형

의를 내렸다. Bandura(1997)의 연구를 참조하여 자기효능감은 '지식커뮤니티를 통하여 나에게 주어진 문제를 성공적으로 해결할 수 있는 자신의 능력에 대한 확신'으로 정의하고, 지각된 상대적 이점은 기존연구(Rogers and Shoemaker, 1971; Butler et al., 2002)를 토대로 '지식공유활동을 함으로써 자신에게 돌아오는 가치와 혜택이 있을 것으로 지각하는 것'으로 정의하였다. 지각된 적합성은 기존연구(Rogers and Shoemaker, 1971; Budman, 2003)를 토대로 '지식제공자들이 기존의 가치, 필요, 경험에 지식공유활동이 부합하다고 지각하는 정도'로 정의하였으며, 호혜성은 기존연구를 (Wu et al., 2006, 강민형, 2011) 토대로 '지식커뮤니티에서 타인에게 받은 호의를 나중에 보답하려는 것'으로 정의하였다. 신뢰는 Fukuyama(1995)의 연구를 토대로 '지식커뮤니티에서 구성원에 대한 믿음, 구성원들의 지식이용방법 준수에 대한 믿음, 구성원들이 지식을 악용하지 않을 것이라는 것에 대한 믿음'으로 정의하였고, 자발적 지식제공의지는 기존연구를(이현정 등, 2007; 전현규, 김민용, 2013) 토대로 '지식커뮤니티에서 시간을 들여 일반 지식과 전문 지식을 기꺼이 제공하려는 의지'로 정의하였다. 자발적 지식제공의지는 지식제공과 유사해 보이지만, 자발적 지식제공의지는 생각, 의도의 개념으로 측정했고, 지식제공은 행동의 개념으로 측정하였다. 기존연구를(Grant, 1996; Ipe, 2003; 강민형, 2011) 토대로 지식획득은 '지식커뮤니티에서 업무/과제에 도움이 되는 지식을 얻기 위한 검색활동 및 자료요청, 새 글 작성 등의 활동'으로 정의하였고, 지식제공은 '지식커뮤니티에서 일반·전문 지식 게시, 경험을 통한 노하우 게시 등의 활동'으로 정의하였으며, 지식활용은 '지식커뮤니티로부터 얻은 지식을 실제 업무/과제에 이용하고, 내가 게시한 지식과

다른 구성원들이 게시한 지식과 비교하고, 이를 비교한 후 더 나은 지식을 이용하는 활동'으로 정의하였다. 지식커뮤니티 활성화는 '향후 지식커뮤니티를 지속적으로 이용할 의향과 일반·전문 지식을 지속적으로 제공할 의향'으로 정의하였다. 본 연구에서 조작적 정의를 내린 변수들은 리커트 7점 척도를 이용하여 측정하였다.

3.3 분석방법

본 연구에서는 데이터 분석을 위해 Smart PLS 3.0을 이용하였다. PLS-SEM은 적은 수의 표본과 모델의 복잡성에도 제한을 받지 않으며, 이론 검증보다는 인과관계 예측에 사용될 수 있는 유용한 분석도구이다(Fornell and Cha, 1994). 또한 변수의 타당성을 측정하는 측정모델과 변수의 경로와 설명력을 나타내는 구조모델을 동시에 측정할 수 있다(Yoo and Alavi, 2001). 본 연구는 지식공유활동에 영향을 미치는 잠재변수와 지식제공과의 인과관계에서 자발적 지식제공의지의 조절효과에 대한 선행연구들이 아직까지 없는 것으로 파악되었기 때문에 이론적인 기반이나 선행연구가 없는 탐색적 연구 모형에 적합한 PLS를 이용하여 평가하였다. 측정모델 분석에서는 연구모형에 포함된 변수들의 신뢰성, 집중타당성, 판별타당성, 상관관계를 분석하고, 구조모델 분석에서는 PLS의 부트스트래핑(bootstrapping)을 이용하여 전체 표본에 대한 경로분석을 통해서 구조모형의 적합도와 설명력, 경로계수 및 가설의 유의성을 검증하였다. 조절변수에 대한 상호작용효과 검증은 전문지식 커뮤니티와 비전문지식 커뮤니티인 두 개의 집단으로 구분하여 자발적 지식제공의지의 상호작용효과를 검증하였다.

IV. 실증분석

4.1 자료수집 및 인구통계학적 특성

본 연구에서 제시한 가설을 검증하기 위하여 전문(기업 및 전문지식분야 관련 커뮤니티)·비전문(포털사이트, 카페커뮤니티) 지식 커뮤니티에 해당되는 이용자를 대상으로 설문을 실시하여 자료를 수집하였다. 1차적으로 전문 지식 커뮤니티의 이용실태 및 이용자들의 반응들을 파악하기 위해 지식전문가 4명(공기업, 금융업 종사자, 교사)을 선정하여 인터뷰를 실시했다. 응답자 특성은 근속년수 15년 이상자이며, 40대 후반 ~ 50대 초반의 연령층이며, 전문 지식커뮤니티 이용 년 수는 4년 이상 이용한 응답자이다. 응답 자료를 요약해보면, '지식커뮤니티 형성 시기 초반에만 활동을 하며, 2~3년 활동 후에는 지식제공자 입장에서 암묵적 고갈에 의해 대다수가 활동을 중단한 상태이나, 지식커뮤니티를 통해서 업무 관련 문제해결에 도움을 받았다'라고 응답했다. 인터뷰 결과 자료와 선행연구를 토대로 설문을 작성하였으며, 비전문 지식 커뮤니티를 가장 많이 이용할 것으로 보이는 대학생과 전문 지식 커뮤니티를 이용하고 있는 K사를 대상으로 사전조사를 실시하였으며, 이용자들에게 의미가 제대로 전달되지 않는 항목들은 수정·보완하였다. 본 조사에서는 할당표본추출법(quota sampling)을 이용했는데, 전체 표본을 여러 집단으로 구분하고 각 집단별로 필요한 대상을 사전에 정해진 비율로 추출하는 방법이다(채서일, 2003). 다양한 분야의 전문 지식 그룹을 포함시킬 수 있도록 교육행정, 재정, 금융, 기업연구소, 교사, 학술관련 커뮤니티 이용자를 대상으로 각 분야별 전체비율의 약 20%의 설문회수율을 목표로 하여 설

문조사를 하였고, 각 분야의 조사원에게 연구목적에 대해 직접 설명한 후에 이를 전달하여 설문에 응답하도록 하였다. 비전문 지식 그룹은 다수가 이용하는 포털사이트 및 카페커뮤니티 이용자를 대상으로 직접조사 및 이메일 설문조사를 실시하였다. 총 310부의 설문을 회수한 결과, 무응답자료나 무성의한 설문 13부를 제외한 297부를 본 연구 분석에 이용하였다.

실증분석에 이용된 표본의 인구통계학적 특성을 정리하면 다음과 같다. 전체 응답자의 수는 전문 지식 커뮤니티 이용자는 138명이고, 비전문 지식 커뮤니티 이용자는 159명이며, 응답자의 성별 분포는 전문 그룹(103:35)과 비전문 그룹(90:69) 모두 남성이 많았다.

전문 지식 그룹은 30-40대 비중이 84.8%로 대부분이고, 근무 년 수도 10년 이상 된 구성원 수가 123명(89.1%)이 차지하고 있다. 커뮤니티 유형은 재정 19.6%, 교육행정 18.1%, 채용시험정보 15.2%, 금융 14.5%, 기업연구소 12.3%, 교사 10.9%, 학술 5.8%이다. 커뮤니티 활동 개월 수는 2년 미만은 27명, 2~5년은 51명, 5년 이상은 60명이며, 평균 방문횟수는 주 2~3회와 주 1회가 각각 40명, 63명으로 72.7%를 차지하고 있고, 평균 신지식 게재 수는 매일 한건 이상 9명, 주 2~3회 18명, 월 1~2회 31명, 년 3~4회 22명, 년 2회 이하 58명이며, 평균 댓글 수는 하루 한건 이상 9명, 주 1회 9명, 월 1~2회 31명, 년 3~4회 40명, 년 2회 이하 49명이다. 이를 종합해보면 전문 지식 그룹은 2년 이상의 커뮤니티 이용자가 평균 주1회 정도 방문하기는 하나, 신지식 게재 활동과 댓글 활동은 거의 적극적으로 이루어지지 않고 있다는 것을 짐작할 수 있다. 한편 비전문 지식 그룹은 20-30대 비중이 89.4%로 대부분이고, 커뮤니티 유형은 네이버 83%, 다음

7.5%, 구글 7.5%, 야후 1.9%로 네이버 이용자들이 대부분이었다. 커뮤니티 활동 개월 수는 2년 미만은 16명, 2~5년은 59명, 5년 이상은 62명이며, 평균방문횟수는 매일 89명, 주 2~3회 42명, 주 1회 13명으로 90.6%를 차지하고 있고, 평균 신지식 게재 수는 매일 한건 이상 16명, 주 2~3회 58명, 월 1~2회 28명, 년 3~4회 22명, 년 2회 이하 35명이며, 평균 댓글 수는 하루 한건 이상 14명, 주 2~3회 68명, 월 1~2회 25명, 년 3~4회 21명, 년 2회 이하 29명이다. 이를 종합해보면, 비전문 지식 그룹은 전문지식 그룹에 비해 자주 방문하며 신지식 게재 활동과 평균 댓글 활동도 좀 더 활발하게 이루어지고 있으나, 구성원들의 약 30%정도는 신지식 게재 활동과 댓글 활동이 미흡함을 알 수 있다.

4.2 측정모형의 신뢰성 및 타당성 검증

신뢰성은 설문항목의 신뢰도 및 내적일관성을 검증하기 위한 것으로 각 구성개념들에 대한 개념신뢰도(construct reliability)가 0.7이상이면 신뢰성이 있다고 판단하므로, <표 1>에 나타난 바와 같이 모두 0.7이상으로 나타나 각 연구변수들의 신뢰성이 있는 것으로 확인되었다. 집중 타당성과 판별 타당성을 분석하기 위해 평균분산 추출값(Average Variance Extracted)을 확인한 결과 기준치인 0.5를 상회하는 것으로 나타나 측정항목들의 집중 타당성이 확보되었다고 할 수 있다. 판별 타당성은 Fornell과 Larcker(1981)가 제시한 평균분산추출값(AVE)과 각 요인의 결정계수를 비교하는 방법으로 평가하였는데, 잠재요인의 평균분산추출값(AVE)이 잠재요인 간의 상관계수의 제곱보다 크면 판별 타당성이 있다고 판단하므로, <표 2>와 같이 각 변수들 사이의 상관계수보다 크므로 판별 타당성이 확보

되었음을 알 수 있다.

4.3 가설검정

본 연구에서는 구조모델의 관계, 경로의 유의성, 변수의 설명력을 조사하기 위해 Smart PLS 3.0의 알고리즘과 부트스트래핑을 이용하여 평가하였다.

PLS분석에서 구조모형의 평균적인 적합도를 평가하기 위해 결정계수(R^2 값)를 확인하는데, R^2 값의 효과정도는 상(.26이상), 중(.13~.26), 하(.02~.13)로 구분하여 판단한다. 내생변수인 커뮤니티 활성화의 R^2 값은 61.1%로 나타났으며, 지식활용의 R^2 값은 28.0%, 지식획득의 R^2 값은 43.4%, 지식제공의 R^2 값은 41.8%로 나타나 구조모델의 적합도는 적절하다고 판단하였다.

표준화된 경로계수들과 부트스트래핑(표본 수 1000)을 통해 나온 경로계수의 t값들과 경로계수의 유의성 검증 결과는 <표 3>에 제시하였다. 자기효능감과 지식획득의 관계인 <H1a>는 t값이 5.171($p < 0.01$)로 나타나 지지되었고, 지각된 상대적 이점과 지식획득의 관계인 <H2a> t값이 5.163($p < 0.01$)으로 나타나 통계적으로 유의하게 나타났으며, 지각된 상대적 이점과 지식제공의 관계인 <H2b>는 t값이 2.206($p < 0.01$)으로 나타나 지지되었다. 호혜성과 지식획득의 관계인 <H4a>는 t값이 3.163($p < 0.01$)으로 나타나 지지되었고, 호혜성과 지식제공의 관계인 <H4b>는 t값이 8.207($p < 0.01$)로 나타나 지지되었으며, 신뢰와 지식제공의 관계인 <H5b>는 t값이 8.725($p < 0.01$)로 나타나 지지되었다. 지식획득과 지식활용간의 관계인 <H6a>는 t값이 9.583($p < 0.01$)로 나타나 지지되었고, 지식획득과 커뮤니티 활성화간의 관계인 <H7a>는 t값이 3.832($p < 0.01$)로 나타나 지지되었다. 지식제공과 커뮤니티 활성화간의

〈표 1〉 변수의 타당성 및 신뢰성 분석결과

변수	측정문항	요인적재량	개념신뢰도	AVE
자기 효능감	적절한 지식을 검색할 자신있음	.930	.955	0.841
	적절한 자료를 다운받을 자신있음	.926		
	해결하고자 하는 문제의 답을 찾을 수 있음	.913		
	적절한 지식을 쉽게 찾을 수 있음	.900		
지각된 상대적 이점	지식공유가 과제에 대해 빠른 해결책을 제공	.869	.892	0.675
	지식공유가 문제해결을 위해 효율적임	.841		
	지식공유가 경제적 이익을 줄	.780		
	지식공유가 이익을 가져다 줌	.793		
지각된 적합성	지식공유행위는 일상적인 생활임	.833	.856	0.665
	지식공유행위는 인터넷사용과 같음	.826		
	지식공유행위는 공부/업무/과제 능력을 향상시키는 활동과 같음	.788		
호혜성	지식을 제공받으면 받은 만큼 되돌려줌	.903	.915	0.730
	지식제공받으면 그 이상을 빠른 시간안에 되돌려줌	.898		
	타인에게 아무것도 주지않고 받는 것을 좋아함	.711		
	타인으로부터 피해를 입었을 때 꼭 복수함	.889		
신뢰	내가 가입한 지식커뮤니티를 믿음	.884	.907	0.662
	함께 커뮤니케이션 하는 회원들을 믿음	.869		
	내가 도움을 요청하면 회원들은 도움을 주려고함	.792		
	회원들은 내가 제공한 지식을 악용하지 않음	.742		
자발적 지식제공 의지	회원들은 내가 제공한 지식을 악용하지 않음	.771	.964	0.817
	나의 일반적인 지식을 기꺼이 제공	.816		
	회원들을 위해 기꺼이 일반지식제공	.905		
	지식전파를 위해 기꺼이 일반지식 제공	.928		
	전문지식 기꺼이 제공	.924		
지식 획득	회원들을 위해 기꺼이 전문지식 제공	.918	.964	0.931
	지식전파를 위해 기꺼이 전문지식 제공	.927		
지식 제공	공부/업무/과제를 해결하기 위해 게시글을 검색	.961	.957	0.762
	공부/업무/과제를 해결하기 위해 게시글을 읽음	.968		
	일반 지식을 적극적으로 게시	.886		
	전문 지식을 적극적으로 게시	.903		
	나의 노하우를 적극적으로 게시	.917		
	회원의 일반 지식에 대해 적극적으로 댓글 작성	.793		
	회원의 전문 지식에 대해 적극적으로 댓글 작성	.825		
회원들이 요청한 일반지식에 대해 나의지식제공	.890			
회원들이 요청한 전문지식에 대해 나의지식제공	.891			
지식 활용	사이트로부터 얻은 지식을 실제이용	.759	.893	0.627
	내가 게시한 지식과 회원들이 게시한 지식 비교	.773		
	여러 회원들이 게시한 지식 비교	.810		
	나와 회원들의 지식비교 후 더 나은 지식 이용	.806		
커뮤니티 활성화	여러 회원들이 게시한 지식 비교 후 더 나은 지식이용	.808	.883	0.653
	향후 사이트 이용 의도	.822		
	향후 사이트 지속적 이용 의도	.826		
	향후 지속적으로 일반지식 제공 의도	.819		
	향후 지속적으로 전문지식 제공 의도	.765		

〈표 2〉 상관관계분석

	acqui	advan	compat	effic	recip	rev	sup	trust	uti	will
지식획득	0.931									
상대적 이점	0.562	0.675								
지각된 적합성	0.388	0.612	0.665							
자기 효능감	0.556	0.493	0.366	0.841						
호혜성	0.164	0.102	0.203	0.007	0.730					
커뮤니티 활성화	0.540	0.624	0.574	0.413	0.180	0.653				
지식 제공	0.143	0.216	0.365	0.166	0.471	0.455	0.762			
신뢰	0.315	0.539	0.606	0.312	0.014	0.546	0.434	0.662		
지식활용	0.520	0.522	0.358	0.561	-0.086	0.672	0.170	0.377	0.627	
자발적 지식제공의지	0.400	0.459	0.556	0.359	0.344	0.677	0.619	0.660	0.327	0.817

주) *p < 0.05, **p < 0.01, 대각선은 \sqrt{AVE} 값임

〈표 3〉 가설검증 결과

가설	경로	방향	경로계수	t값	p값	결과
H1a	자기효능감 → 지식획득	+	.376	5.171	.000**	채택
H1b	자기효능감 → 지식제공	+	.072	1.366	.172	기각
H2a	지각된 상대적이점 → 지식획득	+	.362	5.163	.000**	채택
H2b	지각된 상대적이점 → 지식제공	+	-.145	2.206	.028**	채택
H3a	지각된 적합성 → 지식획득	+	.004	0.067	.946	기각
H3b	지각된 적합성 → 지식제공	+	.065	1.105	.269	기각
H4a	호혜성 → 지식획득	+	.124	3.163	.002**	채택
H4b	호혜성 → 지식제공	+	.467	8.207	.000**	채택
H5a	신뢰 → 지식획득	+	-.002	0.033	.974	기각
H5b	신뢰 → 지식제공	+	.446	8.725	.000**	채택
H6a	지식획득 → 지식활용	+	.506	9.583	.000**	채택
H6b	지식제공 → 지식활용	+	.099	1.590	.112	기각
H7a	지식획득 → 커뮤니티 활성화	+	.237	3.832	.000**	채택
H7b	지식제공 → 커뮤니티 활성화	+	.336	7.769	.000**	채택
H8	지식활용 → 커뮤니티 활성화	+	.491	10.462	.000**	채택

주) *p < .01, **p < .05

관계인 <H7b>는 t 값이 7.769($p < 0.01$)로 나타나 지지되었고, 지식활용과 커뮤니티 활성화간의 관계인 <H8>은 t 값이 10.462($p < 0.01$)로 통계적으로 유의하게 나타나 지지되었다. <H1b>, <H3a>, <H3b>, <H5a>, <H6b>는 유의수준 $\alpha = 0.05$ 에서 기준치인 $|t|$ 값이 1.96 이하로 나타나서 통계적으로 유의하지 않아 기각되었다.

4.4 조절효과 검증

본 연구에서는 자기효능감, 지각된 상대적 이점, 지각된 적합성, 호혜성, 신뢰와 지식제공간의 관계에 자발적 지식제공의지가 어떠한 상호작용효과가 있는지 검증하였고, 이를 전문 지식 커뮤니티와 비전문 지식 커뮤니티에 각각 적용하였다. PLS를 사용하기 위한 최소 표본 수를 구하기 위해 G*Power 3.1.9.2(2014)를 사용하여 Cohen(1992)이 제시한 유의수준 0.05, 검증력 0.80, 효과크기 0.15, predictor 수 8을 입력한 결과, 최소 표본 수는 89개로 나왔다. 본 연구 분석에 이용된 표본 수는 전문

지식 커뮤니티 138개와 비전문 지식 커뮤니티 159개이므로 두 개의 집단으로 구분하여 자발적 지식제공의지의 조절효과를 검증하기 위해서는 충분한 표본크기임을 알 수 있다.

조절효과 검증 결과, 전문 지식 커뮤니티에서는 <표 4>와 같이 지각된 적합성과 자발적 지식제공의지의 조절변수가 지식제공에 미치는 경로계수는 0.771이며, t 값은 2.350으로 $p=0.05$ 수준에서 유의하게 나타나 H9c는 채택되었다. 신뢰와 자발적 지식제공의지의 조절변수가 지식제공에 미치는 경로계수는 0.662이며, t 값은 2.911($p=0.05$)로 유의하게 나타나 H9e는 채택되었다. Cohen(1992)이 제시한 방법에 의해 조절효과지수를 계산한 결과 0.302로 자발적 지식제공의지의 조절효과크기는 큰 것으로 판단하였다. 보통 조절효과지수가 0.02이하이면 조절효과가 작은 값, 0.15는 중간, 0.35 이상이면 큰 경우로 해석한다(Cohen, 1992). 자기효능감, 지각된 상대적 이점, 호혜성과 지식제공간의 관계에서는 자발적 지식제공의지와 조절효과는 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타났다. 이는 기업이나 조직

<표 4> 전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지의 조절효과

경로(가설)		상호작용모델(N=138)				주효과 모델 R ²	조절효과 지수 ²	결과
		경로 계수	표준 오차	t값	R ²			
H10a	자기효능감*자발적 지식제공의지 → 지식제공	0.086	0.137	0.630	0.659	0.556	0.302	기각
H10b	지각된 상대적*자발적 지식제공의지 이점 → 지식제공	0.012	0.124	0.097				기각
H10c	지각된 적합성*자발적 지식제공의지 → 지식제공	0.771	0.328	2.350				채택
H10d	호혜성*자발적 지식제공의지 → 지식제공	-0.099	0.138	0.721				기각
H10e	신뢰*자발적 지식제공의지 → 지식제공	0.662	0.228	2.911				채택

에서 개인이 보유하고 있는 높은 수준의 전문인 지식을 기꺼이 제공하기는 쉽지 않기 때문에, 커뮤니티를 통한 지식공유자체를 업무에 대한 문제해결수단, 일반적인 인터넷 사용수준정도, 조직구성원들에 대한 신뢰 등으로 인식하는 상황에서 자신의 자발적인 지식제공의지가 더해져서, 지식제공자 입장에서 지식제공활동은 더욱더 활발해 진다는 것을 추측할 수 있다.

비전문 지식 커뮤니티에서는 <표 5>와 같이 신뢰와 자발적 지식제공의지의 조절변수가 지식제공에 미치는 경로계수는 0.190이며, t값은 2.070으로 $p=0.05$ 수준에서 유의하게 나타나 H10e는 채택되었다. 조절효과지수를 계산한 결과 0.159로 자발적 지식제공의지의 조절효과크기는 중간 정도임을 알 수 있다. 이는 전문 지식커뮤니티 보다는 익명성이 더 크게 나타나는 포털사이트나 카페커뮤니티 이용자들에게는 다른 요인들보다는 오로지 회원들의 신뢰를 바탕으로 자신의 자발적 지식제공의지가 작용하여 지식제공을 향상시킨다는 것을 알 수 있다.

전문지식과 비전문지식의 자발적 지식제공의지의

조절효과지수를 비교해보면, 두 집단 모두 자발적 지식제공의지가 중간 정도 이상의 조절역할을 하고 있으며, 특히 비전문지식 커뮤니티에 비해 전문지식 커뮤니티에서 조절효과지수가 더 큰 것으로 나타났다. 이는 전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지가 지식제공에 강한 조절역할을 한다는 것을 의미하기 때문에, 전문지식을 보유하고 있는 지식인들로부터 지식을 제공하고자 하는 자발성을 이끌어 낼 수 있도록 유도하는 것이 지식공유활동에 매우 중요하다는 점을 시사할 수 있다.

V. 결론

5.1 연구요약

이 연구에서는 사회인지이론, 혁신확산이론, 사회자본이론을 바탕으로 지식공유활동에 영향을 주는 요인으로 자기효능감, 지각된 상대적 이점, 지각된

<표 5> 비전문 지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지의 조절효과

경로(가설)		비전문(N=159)				주효과 모델 R ²	조절효과 지수f ²	결과
		경로 계수	표준 오차	t값	R ²			
H9a	자기효능감*자발적 지식제공의지 → 지식제공	-0.018	0.088	0.206	0.353	0.250	0.159	기각
H9b	지각된 상대적 이점*자발적 지식제공의지 → 지식제공	-0.008	0.066	0.116				기각
H9c	지각된 적합성*자발적 지식제공의지 → 지식제공	-0.108	0.103	1.044				기각
H9d	호혜성*자발적 지식제공의지 → 지식제공	-0.026	0.107	0.242				기각
H9e	신뢰*자발적 지식제공의지 → 지식제공	0.190	0.092	2.070				채택

적합성, 호혜성, 신뢰를 도출하였으며, 이들이 지식 공유활동에 미치는 영향을 규명하고자 하였다. 지식 공유활동은 지식획득, 지식제공, 지식활용으로 구분하였으며, 이들이 지식커뮤니티 활성화에 어떠한 영향을 미치는지 분석하였다. 더불어, 온라인상에서 정보교류 및 취미활동 등의 필요에 의해 이루어진 지식커뮤니티를 전문·비전문 커뮤니티로 구분하고, 지식제공의 방향과 정도에 영향을 미치는 조절변수로 지식제공자의 자발적 지식제공의지를 제시하여 검증하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

실증 분석한 결과 지식 커뮤니티에서는 자기효능감, 지각된 상대적 이점, 호혜성이 지식획득에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지각된 상대적 이점, 호혜성, 신뢰가 지식제공에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지식획득은 지식활용과 커뮤니티 활성화에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지식제공은 커뮤니티 활성화에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지식활용은 커뮤니티 활성화에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 지식획득에 미치는 상대적 영향요인은 자기효능감 > 지각된 상대적 이점 > 호혜성 순으로 나타났으며, 지식제공에 미치는 상대적 영향요인은 신뢰 > 호혜성 > 지각된 상대적 이점 순으로 나타났다. 지식 수혜자 입장에서 개인은 지식을 획득하고자 할 때 정보시스템 이용능력에 대한 자기효능감을 충분히 지각하고, 지식커뮤니티가 해결하고자 하는 과제/업무에 대해서 빠른 해결책을 제시할 것이라는 상대적 이점을 지각할 때 지식획득활동이 나타난다는 것이다. Wellman and Gulia(1999)의 주장과 같이 지식 수혜자 입장에서 온라인 네트워크상에서 낯선 사람들과의 약한 결속에 의해 교환이 이루어질 지라도 서로 주고받는 호혜적인 지원이 존재하여 지식을 제공받으면 보답하려는 성향이 강하게 나타난

다는 것을 연구결과를 통해서 확인하였다. 지식 제공자 입장에서 개인은 제공하고자 하는 지식의 전문성 정도가 일반지식이든 전문지식이든지 지식커뮤니티와 구성원 및 지식이용정도에 대한 신뢰를 가장 중요하게 생각하며, 구성원들간의 상호작용을 통해서 나타난 인간의 보답심리적인 특성인 호혜성과 지식제공을 통해서 얻을 수 있는 경제적 이익이 지식제공활동에 중요한 역할을 한다는 것을 밝혀냈다. 또한 연구 분석을 통해 신뢰는 전체적인 지식공유활동에 영향을 미치는 요인 중에서 가장 영향력이 큰 것으로 나타나 온라인 지식커뮤니티에서 신뢰에 대한 중요성을 다시 한번 강조하며, 지식 저작권법과 같은 제도적 장치마련을 확고히 할 필요가 있다.

자기효능감은 선행연구결과와는 달리(Tsai and Cheng, 2010) 지식제공에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데, Bandura(1997)에 의하면 자기효능감이란 '나에게 주어진 문제를 성공적으로 해결할 수 있는 자신의 능력에 대한 확신'으로 정의내렸다. Tsai and Cheng(2010)의 연구에서 자기효능감은 지식을 공유하기 위해 자신의 능력을 제공하는 측면에서의 확신으로 측정하였고, 지식공유활동을 본 연구에서처럼 지식획득과 지식제공으로 구분하지 않고 지식공유로 측정하였다. 본 연구에서는 Bandura(1997)의 정의를 바탕으로 자기효능감을 측정하였으며, 지식획득과 지식제공으로 구분하여 이들의 인과관계를 분석한 결과 지식획득에만 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 이는 응답자들이 자기효능감을 지식 커뮤니티를 활용하여 지식을 얻고자 할 때 중요한 요소로 인식한다는 것을 의미한다. 따라서 자기효능감과 지식공유활동에 관한 영향관계를 규명하는 후속연구에 가이드라인을 제시할 수 있다.

지식획득은 지식활용과 커뮤니티 활성화에 유의한 영향관계가 있는 것으로 나타났으며, 지식제공은 커

뮤니티 활성화에 유의한 관계가 있는 것으로 나타났으며, 지식활용은 커뮤니티 활성화에 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 이는 지식커뮤니티 이용자들이 업무/과제를 해결하기 위해 지식 커뮤니티에서 자료를 검색하고 여러 회원들이 게시한 자료들을 비교하고, 이를 실제 업무/과제에 적용해 봄으로써 지속적으로 커뮤니티를 이용하게 된다는 것을 의미한다. 즉 지식커뮤니티 활성화를 촉진시키기 위해서는 지식획득과 지식제공 및 지식활용 등의 활동이 활발히 이루어져 한다는 것이다.

5.2 연구의 시사점

이상의 연구 결과들은 학문과 실무적인 측면에서 다음과 같은 시사점을 제시할 수 있다. 학문적 측면에서, 첫째 온라인 지식커뮤니티의 특징을 고려하여 사회인지이론, 혁신확산이론, 사회자본이론의 통합적 관점에서 지식공유활동의 영향변수들을 고찰하였고 지식공유활동과 커뮤니티 활성화에 미치는 영향요인을 추출하여 검증하였다는 데 의의가 있다. 둘째, 지식 커뮤니티에서 자기효능감, 지각된 상대적 이점, 호혜성은 지식획득에 중요한 변수이며 지각된 상대적 이점, 호혜성, 신뢰는 지식제공에 중요한 영향변수임을 제안할 수 있다. 지식제공자와 지식수혜자 입장에서는 이 변수들의 중요성을 지각하고 지식 획득과 지식제공 및 지식활용 등의 행동으로 이어진다는 것이다. 셋째, 지식수혜자와 지식제공자 입장을 고려하여 지식공유활동을 지식획득, 지식제공, 지식활용으로 구분하고, 이에 영향을 미치는 요인과의 인과관계를 깊이있게 분석하였다는 점이다. 넷째, PLS분석을 통해 전문지식 커뮤니티와 비전문 지식 커뮤니티로 구분하여 지식공유활동에 미치는 영향요인과 지식제공과의 영향관계에서 자발적 지식

제공의지에 대한 조절효과를 규명하였다는 점에서 기존연구와 차별되는 매우 중요한 의의가 있다. 또한 무엇보다도 지식제공에는 기꺼이 지식을 제공하고자 하는 지식제공자의 자발적인 의지가 중요함을 시사하고 있다.

실무적 측면에서, 본 연구결과를 토대로 지식공유 활동을 통해 지식커뮤니티를 활성화시키기 위해서 그 시사점은 다음과 같다. 첫째, 연구결과에 의하면 자기효능감, 지각된 상대적 이점, 호혜성과 지식획득간의 영향관계에서 자기효능감이 상대적으로 큰 영향요인으로 작용한 것으로 나타났다. 이는 지식수혜자 자신이 지식커뮤니티에서 찾고자 하는 자료 검색과 다운로드, 문제해결에 대한 답을 쉽게 찾을 수 있는 자신감을 가장 중요하게 생각한다는 것이다. 따라서 지식커뮤니티 구축 실무자들은 이러한 점을 고려하여 다양한 키워드 검색 서비스, 지식 형태·유형별 세부적인 분류 카테고리 등을 구성하여 지식 수혜자들이 쉽고 빠르게 접근할 수 있고 긍정적인 자기효능감을 가질 수 있도록 지식 커뮤니티 시스템을 개발한다면 더욱더 지식커뮤니티 활성화를 촉진시킬 수 있을 것으로 기대한다. 둘째, 지식획득과 지식활용, 지식획득과 커뮤니티 활성화, 지식제공과 커뮤니티 활성화, 지식활용과 커뮤니티 활성화의 관계에서 유의한 영향관계가 있는 것으로 나타났다. 지식 커뮤니티 활성화를 위해서 구성원들간의 지식획득과 지식제공활동이 지속적으로 이루어질 수 있도록 신지식 개발 프로젝트 및 신지식 공유의 장을 마련해야 할 것이다. 셋째, 비전문 지식 커뮤니티보다 전문지식 커뮤니티에서 자발적 지식제공의지의 조절효과가 크게 작용하는 것으로 나타나 전문 지식인들의 자발성에 대해서 중요하게 인식할 필요가 있다. 전문지식제공자는 지식제공활동이 자신의 가치와 필요에 부합하고, 구성원들의 신뢰를 지각했을

때, 지식제공자의 자발적인 제공의지가 작용하여 기여 지식은 제공한다는 점이다. 따라서 지식제공에 대한 자발성을 충분히 끌어 낼 수 있는 신지식 개발 및 제공에 대한 상대적 이점을 지각할 수 있도록 인센티브와 같은 다양한 제도적 장치마련이 필요하며, 지식제공자 개인의 가치에 대한 동기부여뿐만 아니라 구성원들의 신뢰가 밑받침이 될 수 있도록 팀 단위의 동기를 자극하여 활성화한다면, 구성원들의 유기적인 관계가 형성되어 지식커뮤니티는 지속적으로 활성화될 것으로 기대된다.

5.3 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구에서는 첫째, 전문·비전문 지식 커뮤니티를 대상으로 분석하기 위해 포털사이트, 일반 카페 커뮤니티, 전문분야 카페 커뮤니티, 기업관련 커뮤니티 등 가입자를 대상으로 분석하였다. 국내 네이버 지식iN의 경우 일반적 지식뿐만 아니라, 병원, 회계, 법률, 여성, 특허 등 해당 분야별 전문지식을 요구하는 분야에 대해 지식스폰서를 관리하여 전문 지식을 확보하는 전략을 수립하고 있는데(고준, 전성일, 2005, p.14), 향후 연구에서는 포털 사이트의 전문지식이용자와 기업에서 운영하고 있는 지식커뮤니티 이용자들을 대상으로 비교분석하면 보다 심도 있는 연구결과를 제시할 수 있을 것으로 기대된다.

둘째, 전문 지식 커뮤니티 유형은 다양한데 비해 각 유형별 응답비율이 다소 작다. 향후 응답비율을 높여 분석에 활용한다면 전문 지식커뮤니티와 비전문 지식커뮤니티 간 유의미한 차이를 발견할 수 있을 것으로 기대된다. 또한 전문 지식 커뮤니티의 유형별로 성격이 다르므로 지식공유활동의 수준이 다를 수 있다. 향후 성격이 비슷한 전문 커뮤니티만을 대상으로 표본 수를 늘려서 비전문 지식 커뮤니티와

비교하여 연구해 볼 필요가 있다.

참고문헌

- 고준, 전성일(2005), "온라인 공간에서의 문제해결: 전문가 지식 네트워크에 관한 사례연구," **지식경영연구**, 제6권 제2호, 1-20.
- 김봉준, 정창미, 조남재(2004), "가상공간에서의 사회적 교류가 가상공동체 몰입에 미치는 영향에 관한 연구: 한국과 인도를 비교하여," **경영정보학연구**, 제14권 제2호, 21-36.
- 김효근, 정성휘(2002), "기업내 Knowledge Management System(KMS)를 통한 지식이전 성공에 미치는 영향요인에 관한 연구-구성주의 관점에서 수혜자의 채택동기를 매개로," **경영학연구**, 제31권 제4호, 993-1037.
- 박종구(2012), **뉴미디어 채택 이론**, 커뮤니케이션북스.
- 백윤정, 김은실(2008), "실행공동체(CoP)내 지식공유의 영향요인: 구조적 특성과 관계적 특성의 조절효과를 중심으로," **지식경영연구**, 제9권 제2호, 63-86.
- 소순후(2004), "중소기업의 공급사슬관리시스템 수용에 관한 실증연구: 기술수용모델과 혁신확산이론의 적용," **산업경제연구**, 제17권 제4호, 1443-1466.
- 이상근, 강민철, 김보연(2005), "혁신확산이론을 바탕으로 한 정보통신기술의 수용요인에 관한 분석적 실증연구," **정보시스템연구**, 제14권 제2호, 257-276.
- 이상훈, 이호근(2007), "지식이전 프로세스가 정보시스템 개발 프로젝트 성과에 미치는 영향에 관한 연구," **지식연구**, 제5권 제1호, 97-138.
- 이정승(2010), "지식 커뮤니티 유형별 분류방법론," **정보시스템 연구**, 제19권 제4호, 167-181.
- 이현정, 이수현, 김효근(2007), "지식 기여자의 지식기여도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구-국내 온라인 지식 커뮤니티를 중심으로," **한국경영학회 통합학술**

- 대회.
- 이홍재, 차용진(2006), "지식공유와 업무성과에 관한 실증 연구: 중앙행정기관을 중심으로," *한국행정논집*, (18:2), 515-538.
- 전병호, 김경미, 강병구(2008), "기업주도형 커뮤니티의 성공요인에 관한 탐색적 연구: 커뮤니티 운영자 관점에서," *지식경영연구*, 제9권 제2호, 15-34.
- 전현규, 김민용(2013), "온라인 채용시험정보 커뮤니티 내에서 지식공유의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구," *지식경영연구*, 제14권 제2호, 71-88.
- 정재삼, 금혜진(2003), "실행공동체 활성화를 위한 조직적 지원전략 탐구," *경영논총*, 제21권 제2호, 139-158.
- 채서일(2003), *사회과학조사방법론*, 학현사.
- Allee, V.(1997), *The Knowledge Evolution: Expanding Organizational Intelligence*, Boston Butterworth-Heinemann.
- Andrews, D.(2002), "Audience-specific Online Community design," *Communications of the ACM*, 45(4), 64-68.
- Bandura, A.(1986), *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Englewood, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A.(1989), "Human Agency in Social Cognitive Theory," *American Psychologist*, 44(9), 1175-1184.
- Bandura, A.(1997), *Self-efficacy: The Exercise of Control*, Freeman, New York, NY.
- Bock, G. W. and Y. G. Kim(2002), "Breaking the Myths of Rewards: and Exploratory Study of Attitudes about Knowledge Sharing," *Information Resources Management Journal* (15:2), 14-21.
- Bock, G.W., A. Kankanhalli, and S. Sharma(2006), "A norms enough? The Role of Collaborative Norms in promoting Organizational Knowledge Seeking," *European Journal of Information Systems*, 15(4), 357-367.
- Bourdieu, P.(1986), *The Form of Social Capital*, (In J. G. Richardson ed.) New York: Greenwood, 241-258.
- Bressler, S. E.(2000), *Communities of Commerce: Building Internet Business Communities to Accelerate Growth, Minimize Risk, and Increase Customer Loyalty*, New York: McGraw-Hill.
- Budman, M.(2003), "Internet Life: What Your Customers are Doing Online," *Across the Board*, 40(1), 59-60.
- Butler, B., L. Sproull, S. Kiesler, and R. Kraut(2002), "Community Effort in Online Groups: Who Does the Work and Why," In S. Weisband & L. Atwater(Eds.), *Leadership at a distance*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Publishers.
- Chen, C. J. and S. W. Hung(2010), "To Give or To Receive? Factors Influencing Members' Knowledge Sharing and Community Promotion in Professional Virtual Communities," *Information and Management*, 47, 226-236.
- Chiu, C. M., M. H. Hsu, and E. T. G. Wang(2006), "Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Social Cognitive Theories," *Decision Support Systems* (42:3), 1872-1888.
- Cohen, J.(1992), "A power primer," *Psychological Bulletin*, Vol 112(1), Jul, 155-159.
- Cowan, D. D., C. I. Mayfield, F. W. Tompa, and W. Gasparini(1998), "New Role of Community Networks," *Communications of the ACM*, 41 (4), 61-63.
- Davenport, T. H. and L. Prusak(1998), *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*, Boston: Harvard Business School Press.

- Fernback, J.(1997), The Individual within the Collective: Virtual Ideology and the Realization of Collective: Virtual Ideology and the Realization of Collective Principles. In Jones, S.G.(ed.), *Cyber-Society: Computer-Mediated Communication and Community*, London: Sage.
- Fornell, C. R. and J. Cha(1994), "Partial Least Squares," in Bagozzi, R.P. (ED.), *Advanced Methods of Marketing Research*, Blackwell, Oxford, 57-78.
- Fornell, C. and D. F. Larcker(1981), "Evaluating Structural Equations Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- Fukuyama, F.(1995), *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, London: Hamish Hamilton.
- Grant, R. M.(1996), "Prospering in Dynamically-Competitive Environments: Organizational Capability as Knowledge Integration," *Organizational Science* (7:4), 375-387.
- Hagel, J. and A. Armstrong(1997), *Net Gain-expanding Markets through Virtual Communities*, Boston: Havard Business School Press.
- Hair, J., R. Anderson, R. Tatham, and W. Black (1998), *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- He, W. and K. K. Wei(2009), "What Drives Continued Knowledge Sharing? An Investigation of Knowledge-Contribution and -Seeking Beliefs," *Decision Support Systems*, 46, 826-838.
- Hsu, M. H. and C. M. Chiu, (2004), "Predicting Electronic Service Continuance with a Decomposed Theory of planned Behavior," *Behavior and Information Technology* 23(5), 359-373.
- Hsu, M. H., T. L. Ju, C. H. Yen, and C. M. Chang (2007), "Knowledge Sharing Behavior in Virtual Communities: The Relationship between Trust, Self-efficacy, and Outcome Expectations," *International Journal of Human-Computer Studies*, 65, 153-169.
- Hu, Y.(2013), "Hyperlinked Actors in the Global Knowledge Communities and Diffusion of Innovation Tools in Nascent Industrial Field," *Technovation*, Vol. 33, 38-49.
- Inkpen, A. C. and E. W. K. Tsang(2005), "Social Capital Networks, and Knowledge Transfer," *The Academy of Management Review* (30:1), 146-165.
- Ipe, M.(2003), "Knowledge Sharing in Organizations: A Conceptual Framework," *Human Resource Development Review*, Vol.2, No.4, 337-359.
- Jadin, T., T. Gnamb, and B. Batinic(2013), "Personality Traits and Knowledge Sharing in Online Communities," *Computers in Human Behavior*, Vol. 29, 210-216.
- Jones, S.(1995), "Understanding Community in the Information Age," In S. Jones(ED), *Cyber Society: Computer-mediated Communication and Community*, Thousand Oaks, CA: Sage, 10-35.
- Kim, J. H., J. K. Song, and D. R. Jones(2011), "The Cognitive Selection Framework for Knowledge Acquisition Strategies in Virtual Communities," *International Journal of Information Management*, 31, 111-120.
- Kogut, B. and U. Zander(1992), "Knowledge of the Firm. Combinative Capabilities, and the Replication of Technology," *Organization Science*, (3:3), 383-397.
- Krackhardt, D. and J. R. Hanson(1993), "Informal

- Networks: The Company Behind the Chart," *Harvard Business Review*, (71:4), 104-111.
- Lin, M. J. J., S. W. Hung, and C. J. Chen(2009), "Fostering the Determinants of Knowledge Sharing in Professional Virtual Communities," *Computer in Human Behavior*, 25, 929-939.
- Luarn, P. and H. H. Lin(2005), "Toward and Understanding of the Behavioral Intention to Use Mobile Banking," *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873-891.
- McFadyen, M. A. and A. A. Cannella(2004), "Social Capital and knowledge Creation: Diminishing Returns of the Number and Strength of Exchange Relationships," *Academy of Management Journal*, (47:5), 735-746.
- Nahapiet, J. and S. Ghoshal(1998), "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage," *The Academy of Management Review*, (23:2), 242-266.
- Quigley, N.R., P.E. Tesluck, E.A. Locke, and E.A. Bartol(2007), "A Multilevel Investigation of the Motivational Mechanisms Underlying Knowledge Sharing and Performance," *Organization*, 18(1), 71-88.
- Rheingold, H.(1993), *The Virtual Community: Homesteading on The Electronic Frontier*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Rogers, E. M. and F. F. Shoemaker(1995), *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach*, The Free Press, New York.
- Scribner, J. P., K. S. Cockrell, D. H. Cockrell, and J. W. Valentine(1999), "Creating Professional Communities in Schools Through Organizational Learning: An Evaluation of a School Improvement Process," *Educational Administration Quarterly*, 35(1), 130-160.
- Tsai, M. T. and N. C. Cheng(2010), "Programmer Perception of Knowledge-sharing Behavior under Social Cognitive Theory," *Expert Systems with Applications*, 37, 8479-8485.
- Tsai, W. and S. Ghoshal(1998), "Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks," *Academy of Management Journal*, (41:4), 464-476.
- Venkatesh, V., M.G. Morris, G.B. Davis, and F.D. Davis(2003), "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Yoo, Y. J. and M. Alavi(2001), "Media and Group Cohesion: Relative Influences on Social Presence, Task Participation and Group Consensus," *MIS Quarterly*, 25(3), 371-390.
- Westheimer, J. and L. Cuban(1998), *Among School Teachers: Community Autonomy and Ideology in Teachers' Work*, New York: Teachers College Press.
- Wegner, E.(1998), *Communities of Practice-Learning, Meaning and Identity*, Cambridge University Press.
- Wellman, B. and M. Gulia(1999), *Virtual Communities as Communities: Net surfers don't ride alone*, In M. A. Smith & P. Kollock (Eds), *Communities Cyberspace*, London: Routledge, 167-194.
- Wood, R. and A. Bandura(1989), "Social Cognitive Theory of Organizational Management," *Academy of Management Review*, Vol. 14, No. 3, 361-384.
- Wu, J. B., P. W. Hom, L. E. Tetrick, L. M. Shore, L. Jia, and C. Li(2006), "The Norm of Reciprocity: Scale Development and Validation in the Chinese Context," *Management and Organization Review*, 2(3), 377-402.

A Study on the Impact Factors of Knowledge Sharing Behavior and Community Revitalization and the Moderating Effect of Willingness of Knowledge Contributing - A Focus on Professional and non-Professional Knowledge Community*

Yoon-Jung Ko** · Ju-Seon Kang*** · Jong-Gi Kim**** · Il-Sang Ko*****

Abstract

This study aims to test the impact factors of knowledge sharing behavior and community revitalization and the moderating effects of willingness of knowledge contributing in professional and non-professional knowledge community.

Based on social cognitive theory, innovation diffusion theory and social capital theory, we develop the research model and hypotheses, and verify them empirically.

Online survey is conducted in professional knowledge community site(i.e. enterprise institute, finance, bank, teacher, educational administration agency) and non-professional knowledge community site(i.e. portal site, cafe community). A total of 310 samples were responded and 297 samples are usable. To test hypotheses Partial Least Square method is used.

In knowledge community, the results founded that self-efficacy, perceived relative advantage, and reciprocity were statistically significant on knowledge acquisition behavior, perceived relative advantage, reciprocity, and trust were statistically significant on knowledge contributing behavior. Knowledge acquisition behavior was statistically significant on knowledge utilization and knowledge community revitalization and knowledge contributing behavior was statistically significant on knowledge community revitalization. Knowledge utilization was statistically significant on

* This work was supported by the National Research Foundation of Korea Grant funded by the Korean Government (NRF-2011-354-B00018)

** Researcher, Management Research Institute, Chonnam National University, yunjungo@nate.com

*** Researcher, Management Research Institute, Pusan National University, kjuseon@nate.com

**** Professor, The College of Business Administration, Pusan National University.

***** Professor, The College of Business Administration, Chonnam National University, isko@jnu.ac.kr

knowledge community revitalization. The result shows that the relative orders of effects on knowledge acquisition are "self-efficacy > perceived relative advantage > reciprocity" and on knowledge contribution are "trust > reciprocity > perceived relative advantage."

Also in professional knowledge community, moderating effect of willingness of knowledge contributing of relative advantage and trust were statistically significant on knowledge contributing behavior. In non-professional knowledge community, moderating effect of willingness of knowledge contributing of trust was statistically significant on knowledge contributing behavior.

This study contributes to understanding of the moderating effect of willingness of knowledge contributing on knowledge contributing behavior in knowledge community and gives strategic guidelines to knowledge community operators. Further implications for theory and practice were discussed in this study.

Key words: professional · non-professional knowledge community, knowledge sharing behavior, knowledge community revitalization