

인터넷 지식공유에 영향을 미치는 요인 연구: 사회적자본 이론과 자기표현욕구를 중심으로

한진우^a, 유철우^b, 최영찬^c

^a서울대학교 지역정보전공
151-921, 서울특별시 관악구 신림동 산 56-1
Tel: +82-2-880-4747, Fax: +82-2-873-5080, E-mail: handream@snu.ac.kr

^b서울대학교 지역정보전공
151-921, 서울특별시 관악구 신림동 산 56-1
Tel: +82-2-880-4747, Fax: +82-2-873-5080, E-mail: userid7@snu.ac.kr

^c서울대학교 지역정보전공
151-921, 서울특별시 관악구 신림동 산 56-1
Tel: +82-2-880-4747, Fax: +82-2-873-5080, E-mail: aggi@snu.ac.kr

Abstract

기존의 지식공유에 관한 연구들은 KMS를 중심으로 연구를 진행하였다. 그러나 최근에는 폐쇄적 성격을 가진 KMS뿐만 아니라 개방적인 성격의 인터넷 공간에서도 지식 공유활동이 활발하게 일어나고 있다. 네이버의 지식인, 포털 사이트들의 지식공유 공간들은 그 중요한 예가 될 것이다. 이런 인터넷 공간에서의 지식공유 행동에 대한 연구는 미비하기 때문에 이에 대한 연구가 필요하다. 본 연구에서는 이런 상황들을 고찰하여 사회적자본 이론(Social Capital Theory)과 자기표현 개념을 중심으로, 인터넷 지식공유에 미치는 영향 요인들을 밝히고자 시도하였다. 실증분석을 위해서 구조모형을 제안하였으며 PLS를 사용하여 분석하였다. 결과적으로 사회적자본과 자기표현은 지식공유 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Keywords:

지식공유, 사회적자본, 자기표현

서론

지식은 오랜 시간 동안 조직의 성장과 경쟁적 우위를 확보하는 중요한 원천으로 인식되어 왔다. 조직의 무형자산으로 불리는 이러한 지식은 조직내부의 운영 프로세스나 모방하기 어려운 프로세스를 통하여 새로운 지식을 창조해 나가면서 조직의 성장을 이끌고 있다. 따라서 지식공유에 관하여 과거 대부분 연구들은 KMS(Knowledge Management System)을 중심으로 연구를

진행하였다. KMS는 조직내의 지식공유 매체로 외부에 대해서는 폐쇄적인 성격을 가지고 있다. 그러나 지리적 제약조건 없이 누구에게나 개방되어 있는 인터넷 환경에서도 지식공유는 활발히 진행되고 있다. 특히 네이버의 지식인과 같은 포털 사이트들을 통하여 사람들은 자기 자신이 갖고 있는 전문지식에서 생활상식까지 지식은 손쉽게 교환하거나 공유할 수 있으므로 또한 사람들의 자기표현욕구를 자극하였다. 왜냐하면 인터넷 환경은 자신에 대한 인상을 전달하기에 시간과 비용 측면에서 효율적인 매체이다.

자기표현이란 타인에게 자신의 아이덴티티를 표현행위[Leary, 1995]로 자기표현 노력은 자신, 환경/상황, 그리고 타인의 평가와 모니터링뿐만 아니라 타인이 지각하게 될 자신의 인상이나 느낌에 영향을 미치는 자기정보에 대한 통제를 특징으로 한다[Schlenker et al., 1996; Schlenker et al., 1994]. 즉 타인의 긍정적 평가를 탐색하고 의식적으로 타인의 비난을 기피하려는 목표지향적 행동을 의미한다[Baumeister, 1982; Leary and Kowalski, 1990; Schlenker, 1980]. 기본적으로 사람들은 자신이 원하는 이미지로 타인이 평가하길 기대하며, 긍정적 온라인 이미지를 만들기 위해 시간과 비용, 노력을 투자한다[Schau and Gilly, 2003]. 또한 개인들은 자신의 능력을 판단하기 위해 다른 사용자와 사회적 비교를 하는 경향이 있다[고준, 신선진, 김희용, 2008]. 타인과 자신을 비교할 때, 불만족을 느끼거나 독특한 자신을 표현하기 위해 남보다 더 많이 지식을 교류하고자 한다. 고준, 신선진, 김희용(2008)의 연구에 따르면 시간과 공간의 제약을 벗어나 자유로운 온라인 환경에서 컴퓨터를 매개로 한 구성원간의 지속적인

상호작용으로 개인은 자신과 유사한 대상들을 하나의 그룹으로 범주화하려는 속성을 갖고 있고 자신이 어느 그룹에 속하게 되면, 자신의 행위규범을 자신이 속한 그룹의 사회적 아이덴티티에 따른다고 하였다. 그룹에 속한 개인들은 타 그룹과의 사회적 비교를 통해, 더욱 현저하게 자기 범주화를 시도하고, 자기표현의 욕구가 강화된다. 이는 자기의식(sense of self)이 사회적 상호작용을 통하여 형성되는 과정으로 해석할 수 있다. 물론 개인이 자신의 목표를 추구하면서 스스로 자기의식을 만드는 개인적 아이덴티티도 자기표현에 영향을 미치게 된다. 그러므로 본 연구에서는 기존의 지식공유를 설명한 사회적자본 이론뿐만 아니라, 자기표현 이론을 도입하여 관계적 측면뿐만 아니라 개인적인 측면 또한 고려하였다. 본 연구는 다음과 같은 순서로 진행된다. 먼저 이론적 배경을 설명하고 다음으로 구조모형 설정과 측정도구 선정이 이뤄지며 분석을 통하여 몇 가지 시사점이 제시된다.

문헌연구

개인혁신성(Personal Innovativeness)

혁신성은 특정 개인이 사회시스템 내에서 다른 소비자들에 앞서 상품이나 서비스를 채택하는 정도를 의미한다[Roger, 1995]. 또한 Midgely and Dowling(1978)은 개인 혁신성을 새로운 아이디어를 잘 받아들이고, 타인이 전달한 경험과 관계없이 혁신의사결정을 하는 정도라고 하였으며, Agarwal and Prasad(1998)는 새로운 정보기술을 시도해 보려는 개인의 의지로 정의하였다. 개인 혁신성은 개인의 다양한 의사결정 및 행위에 중요한 영향을 미친다. 혁신적 경향이 있는 개인은 다른 사람보다 먼저 신제품과 서비스를 시도하고자 한다. 특히 인터넷 상황하에서 지식공유와 같은 행동들은 개인의 혁신적 성향이 더 필요할 것이다. 혁신성이 높은 행위자는 자신 스스로를 표현하고자 하는 욕구와 자신의 이미지를 다른 사람들에게 알리려고 하는 동기가 강할 것이다. 선행연구들도 개인혁신성이 자기표현에 유의한 영향을 가지고 있음을 보여주고 있다[고준 외2인, 2008]. 따라서 인터넷 지식공유라는 상황하에서도 개인의 혁신성은 자기표현과 같은 개인적 정체성 측면과 사회적 자본과 같은 사회적 정체성 측면에 모두 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 추론할 수 있다. 위의 논의를 바탕으로 다음과 같은 가설을 제안한다.

H1: 개인혁신성은 자기표현에 긍정적(+)인 영향을 미친다.

H2: 개인혁신성은 사회적자본에 긍정적(+)인

영향을 미친다.

자기효능감(Self Efficacy)

자기효능감은 학습자가 과제수행에 필요한 행위를 조직하고 실행해 나가는 자신의 능력에 정보기술 수용 후 주관적 지각 형성에 대한 판단으로 정의된다[Bandura, 1977]. 즉, 자기효능감은 구체적인 상황에서 자신감이라고 볼 수 있다[Bandura, 1986]. Compeau and Higgins(1995)는 개인들이 인터넷 가상공간에서 활동을 하거나 지식을 공유하는 것에 숙련되었다고 느끼면, 자신을 표현함에 강한 동기부여를 나타낼 것이다. 또한 계획된 행위이론(theory of planned behavior)에 따르면, 동기부여 단독으로는 의도를 예측하는데 충분하지 않지만, 동기부여에 자기효능감이 더해지면 의도를 유도한다고 보고 있다[Ajzen, 2002]. 사용자들이 자신감이 높으면 자기 효능감은 행위에 대한 동기부여도 따라 높아지며 자기표현욕구를 증가시킬 수 있을 것이다[White, 1959]. 그러므로 자기 효능감이 높은 사람은 자기표현욕구도 따라서 강할 것이다. 또한 자기효능감이 높을수록 가상 공간에서 타인과의 상호작용도 빈번해지고 사회적 정체성도 강해질 수 있기 때문에 사회적자본에도 영향을 미칠 것이라고 추론 할 수 있다. 따라서 이와 같은 논의를 바탕으로 가설을 제안한다.

H3: 자기효능감은 자기표현에 긍정적(+)인 영향을 미친다.

H4: 자기효능감은 사회적자본에 긍정적(+)인 영향을 미친다.

자기표현(Self Expression)

자기표현은 타인에게 자신의 아이덴티티를 표현하는 행위[Leary, 1995]로, 자기표현 노력은 자신, 환경/상황, 그리고 타인의 평가와 모니터링뿐만 아니라, 타인이 지각하게 될 자신의 인상/느낌에 영향을 미치는 자기정보에 대한 통제를 특징으로 한다[Schlenker et al., 1996; Schlenker et al., 1994]. 즉 타인의 긍정적 평가를 탐색하고 의식적으로 타인의 비난을 기피하려는 목표지향적 행동을 의미한다[Baumeister, 1982; Leary and Kowalski, 1990; Schlenker, 1980].

고준, 신선진, 김희웅(2008)은 개인적 아이덴티티는 개인이 자신의 목표를 추구하면서 시간이 경과함에 따라 자기의식을 만든다고 하였다. 따라서 개인적 아이덴티티가 부각되면 근본적으로 개인의 욕구, 가치관, 기준, 믿음과 동기가 행위를 결정한다. 그러나 개인의 사회적 아이덴티티가 활성화되면 개인들은 자신을 사회적 범주의 전형으로서

보고[Turner *et al.*, 1987], 이러한 상황에서는 공동의 욕구, 목표와 표준이 행위의 근본이 된다[Verkuyten and Hagendoorn, 1998]. 개인들은 자신의 아이덴티티와 일치하는 활동을 하고자 하는 경향이 있으며, 자신의 아이덴티티를 구체화할 수 있는 조직을 지원한다. 또한 개인이 지각하고 있는 특정집단이나 조직에 대한 소속감이 강할수록 조직의 성공을 자신의 성공으로 간주하여[고준, 신선진, 김희웅, 2008], 그 조직의 발전과 성공을 위해 협력하고 노력한다[Bhattacharya *et al.*, 1995]. 또한 Dutton and Dukerich, (1991)의 연구에 따르면 구성원간의 접촉 빈도는 사회적 정체성 형성에 긍정적인 영향을 준다고 밝힌바 있다. 즉 개인들은 가치 있는 사회적 목표를 달성하기 위하여 자신을 표현하고자 노력하고[Dominick, 1999], 또한 자기표현이 높은 개인일수록 타인과의 접촉을 통하여 자기에 대한 평가와 타인에게 보여지는 자신의 이미지를 중시할 것이라는 것을 추론할 수 있다. 따라서 개인의 아이덴티티를 표현하는 자기표현이 높을수록 집단 속의 관계를 나타내는 사회적 자본에도 긍정적인 영향을 미치며, 실질적으로 지식공유 행동에도 영향을 미칠 것임을 추론할 수 있다. 위의 논의를 바탕으로 다음과 같은 가설을 제안한다.

H5: 자기표현은 지식공유에 긍정적(+)인 영향을 미친다.

H6: 자기표현은 사회적자본에 긍정적(+)인 영향을 미친다.

사회적 자본(Social Capital)

사회적 자본에 관하여 Putnam은 협력적 행위를 촉진시켜 사회적 효율성을 향상시킬 수 있는 조직의 속성이며, 이를 구성하고 있는 요소가 호혜성(reciprocity)에 바탕을 둔 신뢰(trust), 규범(norms), 네트워크(network)라고 정의했다. 또한 사회적 자본은 특정 경제주체가 자신의 사회적 유대관계를 통해 접근/확보할 수 있는, 자신의 목적달성에 도움을 주는 유/무형의 자원으로 정의할 수 있다[장용선 외1인, 2006].

사회적 자본에서 중요한 의미가 있는 네트워크 이론에서는 다양한 네트워크 관계를 통해서 개인의 역량감, 일체감, 효과성을 높여주는 심리사회적 기능을 설명하고 있다[Ibarra, 1995].

연구자들은 상이한 속성을 포함하고 있는 사회적 자본을 크게 구조, 관계, 인지 등의 3가지 차원으로 구분하고 있다. 사회적 자본의 구조차원은 네트워크 구성원들 사이의 관계 패턴에 초점을 둔다[Nahapiet and Ghoshal, 1998; Inkpen and Tsang, 2005]. 구조적 차원은 행위자들간의 연결망 특성(network properties)또는 전체적인 연결망

형태(network configuration)를 말한다. Tsai와 Ghoshal(1998)은 구성원간의 사회적 상호작용 결속(social interaction ties)정도가 구조적 차원을 의미한다고 하였다.

네트워크의 구조차원은 다양한 형태가 존재하며, 이들 간에는 상호 밀접한 관계가 있다. 첫째, 구조차원의 네트워크에는 네트워크의 강도가 있다. 네트워크 연결의 강도는 친밀감, 정서적 강도, 접촉의 빈도와 관계의 지속 정도, 사회적 동질성, 등이 있다 [Marsden and Campbell, 1984]. 둘째, 네트워크의 범위는 하나의 네트워크 단위가 다른 단위들과 연결되어 있는 정도로서 정의한다[Ahuja, 2000]. 셋째, 네트워크 밀도(network density)는 가능한 접촉범위 대상에서 실제로 접촉하는 사람들의 비율로 측정한다[Ibarra, 1995, Morrison, 2002]. 넷째, 네트워크의 중심성은 직간접적인 관계를 통하여 연결되어 있는 사람들의 중심성의 함수로서 개인의 중심성을 지표화할 수 있다. 개인은 중심성이 높은 사람들과의 관계를 통해서 자신의 네트워크 중심성을 높일 수 있다[Ibarra, 1992].

관계적 사회자본이란 구성원들간의 관계 특성이 이익이나 가치 창출에 기여할 수 있는가에 초점을 둔 것이다. 이러한 관계적 차원을 설명할 수 있는 많은 변수들 중에서 가장 핵심적인 개념은 신뢰이다. 관계적 차원의 사회적 자본은 특정인이 타인들과의 상호작용과정을 통해 구축한 인적 관계의 성격으로서 상호작용의 결과물이다[Nahapiet and Ghoshal, 1998; Inkpen and Tsang, 2005]. 관계차원의 사회적 자본은 네트워크의 관계적 배태성 (Relational Embeddedness)에 의해서 형성되는데 이는 행위자들간의 양자(dyad)적 관계에 의한 배태성을 말하는 것이다[박찬웅, 2000]. 따라서 관계차원의 사회적 자본에서는 구성원들간의 직접적인 관계의 특성이 중요하다. 사회적 자본의 관계차원을 구성하고 있는 요소에는 신뢰, 규범, 의무 혹은 기대 등이 있다[Nahapiet and Ghoshal, 1998]. 그 중에서 신뢰는 지식활동과 관련이 깊으며, 관계차원의 사회적 자본을 형성하는데 핵심적인 역할을 하기 때문에[Inkpen and Tsang, 2005], 본 연구에서는 관계적 차원의 사회적 자본 중에서 신뢰

를 중심으로 연구를 진행하였다. 인지적 차원은 자원에 대한 표현, 해석, 그리고 각 부분들간의 의미 시스템들간의 공유를 말한다[Cicourel, 1973]. Hedberg(1982)는 조직은 사람과 다르게 두뇌를 가지고 있지는 않지만 대신 인지 체계를 가지고 있으며 조직의 인지 체계란 특정한 조직구성원의 유입 또는 유출과 관계없이 조직행동의 일관성을 유지시켜주고 조직의 규범, 가치, 문화 등을 보조 발전시켜주는 기본 메커니즘이라고 강조하였다. Nahapiet 과

Ghoshal(1998)은 정보가 개인의 인지능력에 의하여 지식으로 변환되며 지적자본은 사회적 상황속에서 내재된다는 점에서 인지적 측면이 고려되어야 한다고 주장하였다. Tsai 와 Ghoshal(1998)은 구성원의 비전 공유를 조직구성원들의 공동의 목표와 열망에 의하여 상황과 의미를 공유하게 한다는 점에서 인지적 차원의 특성으로 보았다. 인지적 차원이 사회적 자본의 한 측면으로 고려될 수 있는 이유는 조직 구성원들이 상황과 의미를 공유함으로써 조직이 필요로 하는 핵심가치와 역량이 무엇인지를 인식하고 공동 목표달성을 위한 구심점 역할을 하게 되므로 조직내부의 인지적 특성에 따라 가치 창출 정도가 다르게 나타날 수 있기 때문이다.

인지적 차원의 사회적 자본은 유대관계를 가지는 사람들이 공유하고 있는 의미체계, 언어와 코드를 포함한다(Nahapiet and Ghoshal, 1998; Inkpen and Tsang, 2005). 조직구성원들이 상대방과의 상호작용 방법에 대해서 동일한 지각을 하게 되면, 의사소통의 장애를 피할 수 있고, 아이디어 혹은 교환기회를 보다 자유롭게 해준다. 조직구성원들이 공유하고 있는 공통의 목적이나 관심은 자원의 교환이나 결합의 잠재적인 가치를 인식할 수 있도록 도움을 준다. 결과적으로 비전을 공유하는 조직구성원 들은 자원을 공유하는 파트너가 될 수 있을 것이다(Tsai and Ghoshal, 1998). 선행연구를 바탕으로 사회적자본 의 3가지 측면인 구조적, 인지적, 관계적 성격들이 강할 때 지식 공유에 영향을 미칠 것임을 추론할 수 있다. 왜냐하면 지식이 공유되는 네트워크의 중심에 위치할수록, 그 공동체의 구성원간의 신뢰가 강할수록, 공통되는 부분들이 많을수록 지식을 공유하게 되는 동기가 강해질 것이라고 생각할 수 있기 때문이다. 따라서 위의 논의를 토대로 다음과 같은 가설을 제안한다.

H7: 사회적자본은 지식공유에 긍정적(+)인 영향을 미친다.

연구방법론

연구모형

이상의 논의를 통해서, 제안된 가설의 실증적 분석을 위해 혁신성과 자기효능감, 자기표현, 사회적 자본, 지식공유참여의 인과관계를 <그림 2>와 같이 연구모형으로 제안하였다.

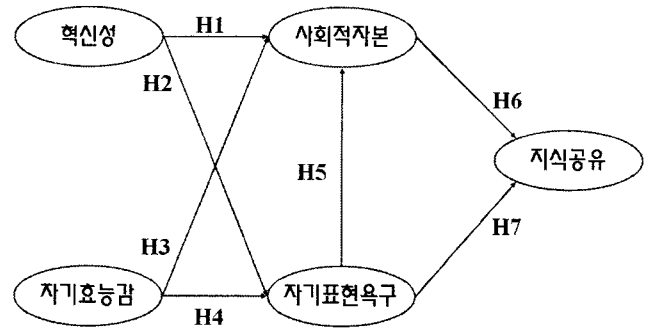


그림 2. 연구모형

<그림 2>와 같이 제안된 연구모형의 가설들을 실증적으로 검정하기 위하여 설문을 통해 데이터를 수집하기로 하였다. 또한 타당한 설문문항을 작성하기 위하여 문헌연구를 수행하였다. 혁신성을 측정하기 위해 Joseph and Vyas(1984)의 연구를 사용하였고, 자기효능감을 위한 측정항목은 Compeau and Higgins(1995)의 연구를 사용하여 작성하였다. 자기표현은 Bhattacharya et al.(1995), 사회적 자본은 Wasko and Faraj(2005)의 연구를 참고하였다.

표 1. 변수의 조작적 정의 및 측정항목

	내용	측정항목
혁신성	새로운 생각을 잘 받아들이며 혁신 의사결정 정도	새로운 시도선호(IN1)
		색다른 것 선호(IN2)
		새로움 선호집단(IN3)
자기효능감	인터넷 상에서 지식 공유를 수행할 수 있는 능력	인터넷상 표현능력(SE1)
		지식공유 용이 정도(SE2)
		인터넷 사용 용이도(SE3)
자기표현	지식공유를 통해 자기의 이미지를 표현하려는 욕구	이미지표현선호(EX1)
		자아표현선호(EX2)
		원하는 것 표현정도(EX3)
사회적 자본	인터넷 상에서 타사용자와의 유대관계를 통해 사용자의 목적 달성에 도움을 주는 자원	네트워크강도(SC1)
		네트워크빈도(SC2)
		타사용자신뢰(SC3)
		지식공유책임감(SC4)
		사용자간의합의(SC5)
		사용자간의 공유점(SC6)
지식공유	인터넷을 통한 지식 공유의도	지식공유의지(KS1)
		지식공유선호(KS2)

자료수집 및 분석방법

본 연구모델의 실증적 분석을 위해 2008년 4월에 총 250부의 설문지를 배포하여 이중에 165부를 회수하였다. 이 중 무응답과 부적절한 응답을

제외한 162부의 설문지를 최종 분석에 사용하였다. 각 설문문항은 5점 척도로 측정하였다. 설문은 네이버 지식인이나 다른 포털 사이트의 게시판, 개인 홈페이지나 블로그를 통한 지식공유 경험자를 대상으로 실시되었으며, 응답자의 평균 연령은 24.2세이며 대학원생이 108명 (66.7%), 대학생이 55명 (33.3%)이다.

수집된 자료에 대한 분석과 관련하여 표본통계량을 포함하여 서술통계량, 신뢰성 분석은 SPSS를 사용하였고, 확인적 요인분석 및 각 요인의 공변량 구조분석에는 구조방정식 모델인 PLS Graph을 활용하였다.

결과

본 데이터의 분석을 위해 구조방정식 모형을 분석할 수 있는 PLS(Partial Least Square)가 사용되었다. 측정도구의 신뢰성과 타당성, 또한 가설 검증을 위해서 구조모형의 검증을 실시하였다. PLS는 다변량 분석을 위한 2세대 구조방정식 모델의 하나로, LISREL과 같이 기존의 공분산 분석을 기본으로 하는 기존의 구조방정식 방법들과는 몇 가지 중요한 차이가 있다. 대부분의 공분산 분석 모델들은 잠재 변수와 측정 항목의 관계 분석 시 요인분석법을 사용하는데 반해, PLS는 주요인 분석법을 사용하여 기존의 구조방정식 방법의 큰 제약인 수집된 자료의 정규분포에 대한 엄격한 가정으로부터 자유롭다.

또한, 기존의 구조방정식 방법들은 측정공분산과 이론으로부터 구축된 가설공분산이 얼마나 일치하고 있는지를 분석하여 모델의 적합성(Model-Fit)을 추정하는 것을 주목표로 하는 반면에 PLS는 측정 오차와 잠재 변수들 간의 예측 오차를 최소화하는 방법을 사용하여 경로계수들의 예측력이 극대화되도록 추정한다. 따라서 PLS의 최종결과로 나오는 지수들은 GFI, NFI, NFFI 등의 모델의 적합도를 보여주는 지수들이 아니라, 독립변수들이 종속변수를 얼마나 잘 예측해주는지를 나타내 주는 R²값으로 나타난다. PLS는 LISREL, EQS, AMOS 등의 구조방정식 분석기법에 비해 상대적으로 적은 수의 표본을 통해서도 구현가능하기 때문에(Barclay et al., 1995) 본 연구의 타당성, 인과관계 분석을 위해서 PLS를 사용하였다.

측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석

측정 도구의 내적 일관성, 즉 신뢰도를 검증하기 위해 본 연구에서는 Cronbach's α 값을 조사하였다. <표 2>에 따르면 모든 변수들의 Cronbach's α 값은 기준값인 0.7보다 높았으며, 요인적재량 역시 0.7 이상이며 비슷한 크기로

나타났다. Cronbach's α 신뢰성 검증과 요인적재량 비교 결과, 측정 도구의 신뢰성이 적절한 것으로 검증되었다.

표 2. 전체 개념에 대한 확인요인분석 결과

요인	측정 변수	단일차원성		신뢰성	
		적재량	p 값	Alpha	C.R
혁신성	IN1	0.823	p<0.01	0.882	0.892
	IN2	0.903	p<0.01		
	IN3	0.843	p<0.01		
자기 효능감	SE1	0.861	p<0.01	0.840	0.903
	SE2	0.911	p<0.01		
	SE3	0.838	p<0.01		
사회적 자본	SC1	0.779	p<0.01	0.871	0.971
	SC2	0.839	p<0.01		
	SC3	0.790	p<0.01		
	SC4	0.788	p<0.01		
	SC5	0.736	p<0.01		
자기표현	EX1	0.959	p<0.01	0.954	0.903
	EX2	0.963	p<0.01		
	EX3	0.950	p<0.01		
지식공유 의도	KS1	0.943	p<0.01	0.894	0.934
	KS2	0.882	p<0.01		
	KS3	0.900	p<0.01		

수렴 타당성 및 판별 타당성을 조사하기 위하여 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis)을 수행하였다. 요인적재량이 0.7 이상이면 수렴 타당성이 있는 것으로 보았다. <표 2>에 보는 바와 같이 모든 요인적재량은 0.7 이상으로 나타났다. 따라서 본 연구에서 수행한 확정적 요인분석 결과 본 연구에서 사용된 측정도구가 수렴 타당성을 갖추고 있는 것으로 나타났다.

또한 구성 신뢰도(Composite Reliability: C.R)의 일반적인 기준값은 0.7로서, 결과값이 기준값을 상회하면 측정 도구가 내적 일관성과 수렴 타당성을 갖추고 있다고 말할 수 있다(Werts et al., 1974). 검증 결과 본 연구의 측정 도구는 모두 0.8 이상으로 충분한 구성 신뢰도를 가지고 있는 것으로 나타났다 <표 2>. 더불어, 각 잠재 변수의 AVE(Average Variance Extracted: 평균추출분산) 값을 조사하였다. AVE는 하나의 잠재 변수와 그것을 측정하는 측정 항목들이 공유하고 있는 분산의 크기를 나타낸다. 즉 AVE가 크면 하나의 잠재 변수가 설명하고 있는 측정 항목들의 분산이 크다는 것이므로 수렴 타당성이 크다는 것을 의미한다. AVE 검증 결과 <표 3>, 모든 잠재 변수들의 AVE값의 범위가 0.608에서 0.916사이로 기준점인 0.5 보다 큰 것으로 나타나 적절한 수렴 타당성을 갖추고 있는 것으로 나타났다(Gefen et al.,

2000).

표 3. 측정항목의 판별타당성

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
IN(1)	0.926				
SE(2)	0.341	0.933			
SC(3)	0.077	0.294	0.978		
EX(4)	0.358	0.486	0.369	0.883	
CMB(5)	-0.107	-0.045	0.100	-0.039	-0.019
KS(6)	0.122	0.505	0.506	0.712	0.953
AVE	0.734	0.757	0.916	0.608	0.825

*음영 처리된 수치: AVE의 제곱근 값

*CMB: 동일방법편의를 측정하기 위한 변수

판별 타당성을 검증하기 위해 교차적재량 (Cross-Loading) 분석과 AVE 제곱근분석을 수행하였다. <표 4>의 교차적재량 표에서 보는 바와 같이 모든 잠재변수의 구성개념에 대한 적재량은 0.7 이상이며, 모든 요인 적재량은 신뢰수준 0.01에서 유의하였다. 또한 다른 구성개념에 대한 적재량은 0.7 이하로 나타났다 이것은 측정도구가 판별 타당성을 가지고 있다는 것을 보여준다. AVE분석은 각 잠재변수의 AVE의 제곱근의 값과 각 잠재 변수들 간의 상관계수를 비교하는 것이다. 잠재변수의 AVE 제곱근 값이 그 잠재변수와 다른 잠재변수간의 모든 상관계수보다 클 경우 판별 타당성이 있다고 볼 수 있다(Chin, 1998). <표 3>에서 보는 바와 같이 모든 잠재변수들 간의 상관관계와 AVE 제곱근 값을 구했을 때 각 AVE 제곱근 값이 인접한 종과 횡의 다른 상관계수들보다 크므로 본 연구의 측정 도구의 판별타당성은 확보된 것으로 나타났다. 또한 측정결과의 동일방법편의의 유무를 측정하기 위해 추가한 변수와 다른 모든 변수들과의 상관계수가 모두 매우 낮은 수준이기 때문에 본 연구결과에 동일방법편의의 문제는 없는 것으로 볼 수 있다.

표 4. 확인적 요인분석 결과

	IN	SE	SC	EX	KS
IN1	0.823	0.267	0.035	0.231	0.099
IN2	0.903	0.289	0.118	0.365	0.122
IN3	0.842	0.322	0.025	0.298	0.089
SE1	0.269	0.861	0.241	0.433	0.468
SE2	0.359	0.911	0.214	0.392	0.415
SE3	0.267	0.838	0.302	0.437	0.429
SC1	0.065	0.139	0.779	0.213	0.386
SC2	0.049	0.238	0.839	0.272	0.439
SC3	0.106	0.315	0.789	0.334	0.374
SC4	0.084	0.223	0.788	0.317	0.382
SC5	0.035	0.222	0.736	0.207	0.348

SC6	0.020	0.220	0.742	0.353	0.425
EX1	0.371	0.452	0.340	0.959	0.668
EX2	0.368	0.482	0.329	0.963	0.667
EX3	0.290	0.462	0.389	0.950	0.710
KS1	0.091	0.484	0.481	0.669	0.943
KS1	0.035	0.386	0.485	0.568	0.882
KS2	0.200	0.498	0.416	0.697	0.900

IN: 혁신성, SE: 자기효능감, SC: 사회적자본, EX: 자기표현, KS: 지식공유의도

구조모형 분석

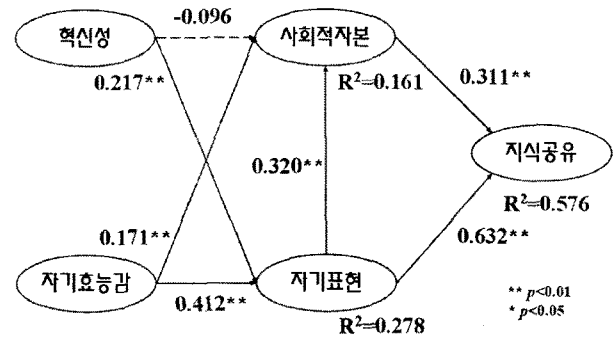


그림 3. 연구모형 검증

경로분석 결과를 살펴보면, 자기표현에 영향을 미치는 선행변수인 혁신성, 자기효능감이 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 다른 사람과 관계를 맺으려는 신제품과 서비스를 시도하는 성향이 강할수록, 기술 사용에 대한 자신감이 강할수록 자기표현을 더 잘한다는 것을 보여준다. 또한 모델 검증 결과는 자기표현은 사회적 자본과 지식공유참여에 0.320(사회적자본), 0.632(지식공유참여)의 높은 경로 계수를 가지고 영향을 미치고 있는 것을 보여준다. 이것은 기존에 지식공유에 중요한 영향요인으로 나타난 사회적 자본에 자기표현이 선행요인으로 작용하며 또한 직접적으로 지식공유에 유의한 영향을 미치고 있음을 보여준다. 본 연구모델은 자기표현, 사회적 자본이 각각 선행요인에 의해 27.8%, 16.1% 분산이 설명되고 있으며, 지식 공유참여는 자기표현과 사회적자본에 의해 57.6%의 분산이 설명되고 있음을 보여준다. <표 5>은 가설 검증 결과이다.

표 5. 가설 검증결과

	경로	Estimate	t 값	채택
H1	혁신성 → 사회적자본	-0.096	1.20	기각
H2	혁신성 → 자기표현	0.217	2.94	채택

H3	자기효능감 →사회적자본	0.171	1.97	채택
H4	자기효능감 →자기표현	0.412	6.30	채택
H5	자기표현 →사회적자본	0.320	4.10	채택
H6	사회적자본 →지식공유	0.311	4.96	채택
H7	자기표현 →지식공유	0.632	11.53	채택

결론

본 연구는 인터넷 지식공유에 영향을 미치는 요인을 사회적자본 이론과 자기표현 이론을 중심으로 분석하였다. 또한 사회적자본과 자기표현에 영향을 미치는 개인특성 변수로는 개인혁신성과 자기효능감을 사용하였다. 각 변수의 인과관계를 선행연구를 통하여 구조모형으로 제안하였고, 설문조사를 통해 실증분석을 실시하였다. 분석결과, 혁신성에서 사회적자본의 관계를 바탕으로 한 가설을 제외한 모든 가설은 유의한 관계를 가지고 있는 것으로 나타났다. 본 연구가 가지는 시사점은 다음과 같다.

먼저 자기표현 이론이 사회적자본 이론과 함께 지식공유를 설명할 수 있음을 보였다. 기존의 연구의 경우, 조직 내에서, 지식 본래의 속성에 초점을 맞추어 지식공유 미치는 영향을 연구하였으나, 본 연구에서는 아이덴티티 이론의 관점에서 지식공유가 자기표현에 의해 유발될 수 있음을 보여주었다.

또한 기존의 연구들에서 개인특성이 직접적으로 지식공유에 영향을 미쳤던 반면에, 본 연구에서는 개인혁신성, 자기효능감과 같은 변수들이 사회적자본과 자기표현을 통해 지식공유에 영향을 미치고 있음을 보여주었다. 본 연구 모형에서 나타난 지식공유의 높은 R²값(0.576)은 이 모형의 적합성을 설명하고 있다.

실무적 시사점을 보자면, 자기표현이 지식공유에 높은 경로계수(0.632)를 가지고 영향을 미치고 있기 때문에, 지식공유 시스템이 이를 뒷받침하는 방향으로 설계되어야 함을 보여주고 있다. 기존의 연구에서 제안하는 것과 같이 단순히 시스템의 특성이 사용하기 쉽고, 유용하면 사용자들이 지식을 공유하는 것이 아니라, 시스템을 통해서 자신의 이미지를 표현할 수 있고, 정체성을 확보할 수 있을 때, 지식공유가 더 가속화 될 수 있음을 보여준다.

본 연구는 다음과 같은 제약을 가지고 있다. 먼저 샘플수가 충분히 크지 못한 한계점을 가지고 있다. 또한 연령층도 20대에 제한되어 있기 때문에 본 연구의 결과를 일반화하기에는 어려움이 있다. 또한

대상으로 하는 시스템의 특성을 고려하지 못하였기 때문에 시스템의 차이에 따라 나타나는 결과를 알아낼 수 없었다. 따라서 다음과 같은 점들을 고려한 앞으로의 연구가 필요하다.

참고문헌

- 김도현, 신민수. (2007). “전자적 네트워크에서 지식공유에 기여하는 요인에 관한 연구” 한국경영정보학회 춘계학술대회.
- 고준, 신선진, 김희용. (2008). “온라인 커뮤니티에서 자기표현욕구의 영향요인과 디지털 아이템 구매의도에 미치는 효과” 한국경영정보학회 춘계학술대회.
- 박찬웅. (2001). “기업의 사회적 자본” 한국사회학회 심포지움 pp. 93-111
- 장용선, 김성진. (2006). “지식경영 분야의 용어사용 실태 분석과 개선방안” 명지대학교 금융지식연구소, 지식연구, 4권, 1호
- Agarwal, R. and E. Karahanna. (2000). "Time flies when your having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage." MIS Quarterly Vol.24(No. 4): pp. 665-694.
- Agarwal, R. and J. Prasad. (1998). "A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology " Information systems research Vol.9 (No.2).
- Ahuja, G. (2000). "Collaboration networks, structural holes, and innovation: A longitudinal study." Administrative Science Quarterly Vol. 45(No. 3): pp. 425-455.
- Ajzen, I. (2002). "Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior." Journal of applied social psychology Vol.32.
- Bandura, A. (1977). Social learning theory. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Bandura, A. (1986.). Social Foundations of Thought and Action., Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, .
- Brief, A. P. and S. J. Motowidlo. (1986. 10). "Prosocial organizational behaviors." The Academy of Management Review Vol. 11(No.4): p710-725.
- Coleman, J. S. (1988). "Social capital in the creation of human capital." The American Journal of Sociology Vol. 94: pp. S95-S120
- Compeau, D. R. and C. A. Higgins. (1995). "Computer self-efficacy: Development of a measure and Initial test." MIS Quarterly Vol. 19(No. 2): pp. 189-211.

- Dominick, J. R. (1999). "Who do you think you are? personal home pages and self-presentation on the world wide web." *Journalism and Mass Communication Quarterly* Vol. 76(No. 4): pp. 646-658.
- Dutton, J. E. and J. M. Dukerich. (1991). "Keeping an eye on the mirror: Image and identity in organizational adaptation." *The Academy of Management Journal* Vol. 34(No. 3): pp. 517-554
- GIST M. E, SCHWOERER C, ROSEN B, (1989). "Effects of alternative training methods on self-efficacy and performance in computer software training." *Journal of applied psychology* vol. 74 (No. 6): pp. 884-891.
- Groth, M. (2005). "Customers as good soldiers: Examining citizenship behaviors in internet service deliveries " *Journal of Management* Vol. 31(No. 1): pp. 7-27
- Ibarra, H. (1992). "Homophily and differential returns: Sex differences in network structure and access in an advertising firm." *Administrative Science Quarterly*, Vol. 37, No. 3 Vol. 37(No. 3): pp. 422-447
- Ibarra, H. (1995). "Race, opportunity, and diversity of social circles in managerial networks." *Academy of Management Journal* Vol 38(No. 3): pp. 673-703.
- INKPEN, A. and E. TSANG. (2005). "Social capital, networks, and knowledge transfer." *The Academy of Management Review*.
- Joseph, B. and S. Vyas. (1984). "Concurrent validity of a measure of innovative cognitive style " *Journal of the Academy of Marketing Science* Volume 12(No. 2): pp. 159-175.
- Leary, M. R. (1995). *Self-presentation: Impression management and interpersonal behavior*, Boulder, CO: Westview Press.
- Leary, M. R. and R. M. Kowalski. (1990). "Impression management: A literature review and two-component model." *Psychological Bulletin* Vol. 107(No. 1): pp. 34-47.
- Mael, F. and B. E. Ashforth. (1992). "Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification." *Journal of Organizational Behavior* Volume 13(No.2): Pages 103 - 123.
- GM Marakas, MY Yi, RD Johnson. (1998). "The multilevel and multifaceted character of computer self-efficacy: Toward clarification of the construct and an integrative framework for research." *Information systems research* Vol.9 (No.2): Pages: 126 - 163
- Marsden, P. V. and K. E. Campbell. (1984). "Measuring tie strength." *Social Forces* Vol. 63(No. 2): pp. 482-501.
- Midgely, D. F. and G. R. Dowling. (1978). "Innovativeness: The concept and measurement." *Journal of Consumer Research*. Vol. 4(No.2): pp. 229-242.
- Nahapiet, J. and S. Ghoshal. (1998). "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage." *The Academy of Management Review* Vol. 23(No. 2): pp. 242-266.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations*. New York, Free Press.
- BR Schlenker, TW Britt, J Pennington. (1996). "Impression regulation and management: Highlights of a theory of self-identification." *Handbook of Motivation and Cognition* The Interpersonal Context New York: The Guilford Press In R.M. Sorrentino and E.T. Vol. 3: pp.118-147.
- Schau, H.J. and Gilly, M.C. (2003). "We are what we post? Self-presentation in personal web space," *Journal of Consumer Research* Vol. 30(No. 3): pp. 385-404.
- Schlenker BR, Britt TW, Pennington J, Murphy R, Doherty K. (1994). "The triangle model of responsibility." *Psychological Review* Vol. 101(No. 4): pp. 632-652.
- Taylor, S. and P. Todd. (1995). "Decomposition and crossover effects in the theory of planned behavior: A study of consumer adoption intentions." *International journal of research in marketing* Vol.12(No. 2): Pages 137-155.
- Tsai, W. and S. Ghoshal. (1998). "Social capital and value creation: The role of intrafirm networks." *The Academy of Management Journal* Vol. 41(No. 4): pp. 464-476.
- Venkatesh, V. and F. D. Davis. (1996). "A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test " *Decision sciences* Vol.27.
- Wasko, M. and S. Faraj. (2005). "Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice." *MIS Quarterly* Vol. 29 (No. 1): pp. 35-57.
- White, R. W. (1959). "Motivation reconsidered: The concept of competence." *Psychological Review* Vol. 66: pp. 297-331.