

온라인 커뮤니티 지식공헌에 미치는 영향요인

신호경*, 이기원**, 김경준**

The Effects on Knowledge Contribution in Online Communities

Shin Ho Kyoung*, Lee Ki Won**, Kim Kyeong Jun**

요 약

본 논문에서는 온라인 커뮤니티에서 어떻게 지식공헌이 이루어지는지를 살펴보고자 온라인 커뮤니티 사용자들의 지식공헌에 영향을 미치는 요인들을 실증적 연구를 통해 규명하고자 하였다. 자기표현이론과 조직시민행동이론을 토대로 연구모형을 설정하고 네 개의 가설을 제안하였다. 온라인 커뮤니티 참여자 192명의 설문 조사를 PLS로 분석한 연구의 결과에서, 온라인 커뮤니티 사용자들의 자기표현과 혁신성, 조직시민행동 및 감정적 동질감 등이 지식공헌에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이외에 온라인 커뮤니티에 대한 본 연구결과에 대한 학문적 실무적 의미를 논의하였으며, 향후 연구에 대한 시사점도 언급하였다.

Abstract

This study investigated what factors influence the knowledge contribution in online communities. Based on the theoretical framework like self-presentation theory and organizational citizenship behavior theory, we developed the research model and proposed four hypotheses. In order to test our hypotheses with an empirical study, we have conducted a survey which resulted in 192 valid responses in the final sample. The PLS analysis results indicate that knowledge contribution is influenced by self-presentation, innovation, organizational citizenship behavior, and affection similarity of online community users. Practical implications of these findings and future research implications are also discussed.

▶ Keyword : 지식공헌 (Knowledge Contribution), 자기표현(Self-presentation), 혁신성(Innovativeness), 조직시민행동(Organizational Citizenship Behavior), 감정적 동질감(Affection Similarity).

• 제1저자 : 신호경

• 투고일 : 2009. 03. 10, 심사일 : 2009. 03. 24, 게재확정일 : 2009. 04. 17.

* 연세대학교 정보대학원 연구교수 ** 연세대학교 정보대학원 석사과정

I. 서론

지금까지의 온라인 이용과 관련한 연구는 주로 사이트 사용성이나 사용자만족 등과 같은 개념적 특징으로 제시되었으나 [1][2], 지난 2004년부터 2005년까지 실시된 PEW 인터넷의 조사결과에 따르면, 약 6천만 명의 미국인들이 본인 인생의 중요한 의사결정을 온라인 커뮤니티 회원들에게 조언을 구하고, 이를 참고한 것으로 나타났다[3]. 이와 같이 온라인 커뮤니티는 사회적 측면에서 인터넷 사용을 촉진하고 사회구성원간의 지식공유 및 공헌에 중요한 수단이 되고 있다[4]. 지식공헌에 관해서는 전통적인 조직 또는 오프라인 상에서의 지식공헌에 대해 개별적 또는 부분적으로 연구되기는 하였으나, 오프라인과는 다른 특성을 가진 온라인상에서 지식공헌에 대한 영향에 관한 다른 연구는 부족한 실정이다. 이에 따라 본 논문에서는 온라인 커뮤니티와 관련하여 어떠한 영향요인들이 구성원들 간의 지식공헌에 영향을 끼치는지를 파악하고자 한다. 이러한 연구는 온라인 커뮤니티에서 구성원들 간의 지식 공헌 성과를 증대시키고 효율적인 지식공헌 분위기를 만드는 데 필요할 것으로 판단된다. 본 논문의 결과를 통하여 온라인 커뮤니티의 구성원들의 지식공헌 및 효율적인 지식공헌 성과를 위한 실무적 시사점을 논의하고자 한다. 본 논문의 구성은 다음과 같다. 제 I 장은 서론, 제 II 장은 관련 이론 연구를 다루었으며 제 III 장은 제안한 연구모형 및 가설을 설명하고 제 IV 장에서는 연구모형의 타당성과 가설을 입증 및 평가한다. 마지막으로 제 V 장에서는 본 논문의 결론 및 향후 연구 과제에 대하여 기술한다.

II. 이론적 배경

2.1. 자기표현이론

기본적으로 사람들은 자신이 원하는 이미지로 타인이 평가하길 기대하며, 긍정적 온라인 이미지를 만들기 위해 시간과 비용, 노력을 투자한다[5]. 온라인 커뮤니티 회원들은 회원들이 묻는 지식이나 정보에 대해, 대가를 기대하지 않고 자신의 지식을 기꺼이 제공하여 상대방을 돕는 좋은 이미지로 자신이 표현되도록 하는 경우가 그러한 자기표현의 한 예라고 할 수 있다. 자기표현은 타인의 긍정적 평가를 탐색하고, 의식적으로 타인의 비난을 기피하려는 목적 지향적 행동을 의미한다[6]. 그룹 내 개인들은 자신에 관심이 있는 타인의 기대에 부

응하도록 자신의 행위를 적응시키고[7], 사회적 상호작용을 중요하게 여기는 개인일수록 자기표현 노력과 행위를 향상시키고자 더 많이 노력한다[6]. 온라인 공간에서의 자기표현은 오프라인 공간에서의 자기표현과 전혀 별개 개념은 아니며 [5], Moon[8]은 사회적으로 바람직한 상으로 자신을 유지하기 위한 심리적 압박 때문에 물리적으로 가까이 있는 사람들보다 온라인 공간에서 자신을 표현하기가 더 용이하다고 하였다. 오프라인 공간과 비교하여 온라인 공간은 유연하고 잠재적으로 익명인 복잡한 관계를 위한 공간이 되므로, 온라인 공간은 자기표현에 대한 새로운 기회를 제공한다[9].

2.2. 조직시민행동이론

조직시민행동의 개념과 구성요소는 학자들에 따라 다양하게 제시되었는데, 그 중 Organ과 Konovsky[10]는 조직시민행동을 다음의 다섯 가지 구성요소로 정의하였다. 즉, 1) 이타주의적 행동(Altruism): 직무와 관련된 문제에 직면한 다른 사람을 자발적으로 돕는 행동, 2) 양심적 행동(Conscientiousness): 조직 구성원이 조직으로부터 자신에게 요구되는 최소수준 이상으로 하는 행동이며 시간 엄수, 규정이나 규칙에 근거한 최소한의 행동 등, 3) 노력행동(Civic virtue): 조직 내 활동에 책임의식을 갖고 참여하는 것을 의미. 조직 내 전달사항이나 문서 숙지 및 회의 참여 등, 4) 정당한 행동(Sportsmanship): 조직 내에서 발생하는 사소한 문제나 고충을 참고 바람직한 방향으로 인식하려는 행동, 5) 예의바른 행동(Courtesy): 어떤 문제에 직면한 당사자들에게 사전에 정보를 제공함으로써 도우며 세심한 배려 의미 등이다. 이외에 Smith et al.[11]은 조직시민행동을 구성하는 요소로 이타성, 일반화된 순응으로, Graham[12]은 규칙복종, 타인을 도와줌, 우월성의 추구, 충성심, 시민정신 등으로 제안하고 있다.

본 논문에서는 조직시민행동을 온라인 커뮤니티구성원으로서 개인 및 온라인 커뮤니티를 위하여 자발적이며 역할을 초월하는 친사회적이고 책임 있는 행동으로 본다. 또한 온라인 커뮤니티에서의 지식공헌은 구성원으로서 의식적으로 노력하며(노력행동), 무 보답의 위협을 감내하고(정당한 행동), 문제에 직면한 다른 사람들에게 지식을 제공하는 것이다(예의바른 행동). 이는 보답을 기대하지 않고 지식을 제공한다는 면에서 이타주의적 행동이며 전형적인 조직시민행동으로 판단될 수 있다[13].

다음에서는 온라인 공간에서의 지식공헌에 대한 선행요인들을 규명하고자 하며, 각 요인들 간의 관계에 관한 모형과 가설을 제안하고자 한다.

III. 가설설정 및 연구모형

3.1. 가설 설정

3.1.1. 자기표현

온라인상에서의 사회적 행동에 대한 연구에 따르면, 사람들은 좋은 평판과 자기존중감을 얻기 위해서 다른 사람들을 도와주거나 이에 대해 긍정적인 태도를 가지는 경향이 있다 [14]. 또한 효율적인 자기표현과 교류는 지식공헌을 도모하고 증진시킨다[15]. 즉, 온라인에서의 자기표현은 자신에 대한 평판과 자기존중감을 높이는데 도움을 줌으로써 지식공헌에 영향을 미치는 것으로 알려졌다[15]. 위와 같은 논의를 바탕으로 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 1: 자기표현은 지식공헌과 정의 관계가 있다.

3.1.2. 혁신성

혁신성이란 "새로운 아이디어를 잘 받아들이고, 타인이 전달한 경험과 관계없이 혁신의사결정을 하는 정도"로 정의된다 [16]. 혁신성이 강한 개인들은 자신을 표현함을 중요하게 생각하고, 온라인 공간에서도 자기 이미지를 적극적으로 표현하며 [17], 혁신적인 온라인 커뮤니티 사용자일수록 긍정적인 온라인 이미지를 지속적으로 가꾸어 나가려는 경향이 있다 [18]. 결론적으로 개인 혁신성은 새로운 경험을 해보는 것을 의미하며, 온라인 공간에서 다른 구성원에게 정보 또는 지식을 제공하여 도와줌으로써 자기표현을 긍정적으로 나타내는데 영향을 끼칠 것으로 기대된다.

가설 2: 혁신성은 지식공헌과 정의 관계가 있다.

3.1.3. 조직시민행동

일반적으로 온라인 커뮤니티 구성원들은 자신이 가진 지식을 일종의 공공 재산으로 여겨서 개개인에게 속한 것이 아니라 커뮤니티에 속한 것으로 보는 경향이 있다[19]. 온라인 커뮤니티에서 구성원들의 지식 공헌 동기는 구성원으로서의 도덕적 책임감과 커뮤니티 자체에 대한 관심 또는 구성원들은 조직시민행동의 한 특징인 이타심에서 다른 구성원들에게 유용한 지식을 공헌한다고 설명된다[15]. 따라서 온라인 커뮤니티 구성원의 조직시민행동은 구성원들의 지식 공헌과 정의 관계가 있을 것으로 예상되므로 다음의 가설 3을 제시한다.

가설 3: 조직시민행동은 지식공헌과 정의 관계가 있다.

3.1.4. 감정적 동질감

감정적 동질감이란 자기와 유사한 특성을 가진 사람들과 어울리려는 경향을 의미하는데, 사람들은 일반적으로 자기와 비슷한 특성과 가치관을 가진 사람들과 어울리기를 좋아한다 [20]. 온라인 커뮤니티의 구성원들은 전통적인 만남의 공간이 아닌, 가상공간에서 서로 교류하여 유대 관계를 형성한다. 해당 구성원들이 서로 직접 대면하지 않고 익명성을 가지고 대화한다. 이러한 익명성이 구성원들로 하여금 감정적 동질감을 갖게 한다는 것이다. 이러한 감정적 동질감은 사회적 표현의 중요한 요인으로 작용한다[13]. 온라인 커뮤니티에서 동질감을 가진 구성원들일수록 더욱 서로 교류하고 지식을 제공하는 등의 도움을 줌으로써 자신의 사회적 이미지를 긍정적으로 인식시키고자 한다는 것이다. 이러한 논의를 바탕으로 다음의 가설 4를 제시할 수 있다.

가설 4: 동질감은 지식공헌과 정의 관계가 있다.

3.2. 연구모형

본 논문의 개념적 모형은 <그림 1>에 나타나있다. 위 가설 연구에서 설명한 바와 같이 본 연구에서는 문헌 연구를 통해 온라인 커뮤니티에서의 지식공헌에 미치는 영향요인으로서 자기표현, 혁신성, 조직시민행동, 감정적 동질감 등을 제시하였다. 온라인 커뮤니티의 지식공헌에 미치는 영향요인에 관한 연구모형은 다음의 <그림 1>과 같이 제시될 수 있다.

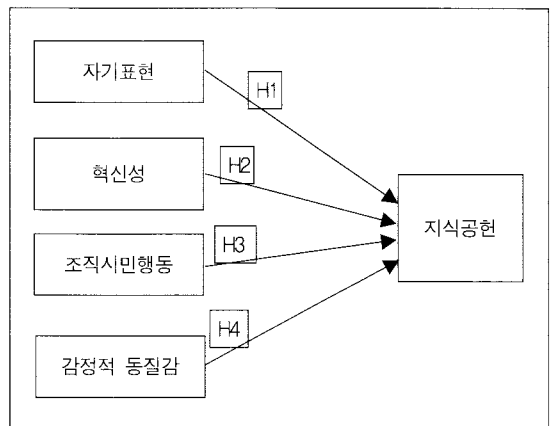


그림 1. 연구모형
Fig.1 Research Model

IV. 연구 방법

4.1. 표본 및 자료 수집

연구가설의 검증을 위하여 2008년 10월부터 약 한 달 간 설문서를 통해 연구 자료를 수집하였다. 설문 응답자의 일반적인 사항을 제외한 모든 문항은 리커트 7점 척도를 통해 측정하였다. 본격적인 설문 조사에 앞서 온라인 커뮤니티 사용 경험자들을 대상으로 설문 항목에 대한 사전 조사를 실시하였다. 이 과정을 통하여 응답자가 명확하게 이해하기 힘들다고 지적하거나, 영문 척도를 한글로 번역하는 과정에서 어색한 느낌을 주는 항목은 원문을 참고하여 수정하였다. 온라인 커뮤니티에서의 지식공헌은 인터넷을 사용하는 개인 간에 이루어지기 때문에 본 연구의 분석단위를 개인 단위로 하되, 인터넷을 사용하고 있는 개인을 대상으로 설문을 진행하였다. 250부 설문지를 설문대상자들에게 직접 또는 이메일을 통하여 설문회피를 하였으며, 완성되지 못하였거나 부적절하다고 판단되는 설문서를 제외한 총 192부 설문서를 자료 분석에 사용하였다.

4.1.1. 표본 자료의 특성

응답자들을 인구 통계적 특성으로 구분한 결과는 <표 1>에 있다. 응답자의 남녀비율은 남성이 39.6%, 여성이 60.4%였으며 연령대는 20대가 75.5%, 30대가 22.9%, 40대가 1.6%였다. 직업을 보면 고등학생이 0.5%, 대학생 및 대학원생이 57.3%, 직장인 40.6%, 주부 0.5%이며, 인터넷 사용 기간은 1년 이상에서 5년 미만은 2.1%, 5년 이상에서 10년 미만은 60.9%, 10년 이상은 37%로 대부분 장기간 인터넷을 사용해온 사용자라고 할 수 있다.

표 1. 표본 자료의 특성
Table 1. Sample Characteristics

항목		빈도	비율
성별	남성	76	39.6%
	여성	116	60.4%
나이	10대	0	0%
	20대	144	75.5%
	30대	44	22.9%
	40대	3	1.6%
	50대 이상	0	0%
직업	고등학생	1	0.5%

	대학생/대학원생	110	57.3%
	직장인	78	40.6%
	주부	1	0.5%
	자영업	0	0%
	기타	2	1.0%
인터넷 사용 기간	1년미만	0	0%
	1년이상~5년미만	4	2.1%
	5년이상~10년미만	117	60.9%
	10년이상	71	37.0%

4.2. 연구 변수의 측정

본 논문에서 사용한 연구 변수의 조작적 정의와 측정도구는 객관적 분석과 검증을 위하여 관련 선행 연구들에서 실증적으로 검증된 조작적 정의와 측정도구들을 참고하여 본 연구의 맥락에 적절하도록 수정하였다. 그리고 예비 설문조사결과를 반영하여 최종 측정도구를 설정하였다. 측정도구의 조작적 정의와 측정도구는 아래의 <표 2>와 같다.

표 2. 변수의 조작적 정의 및 측정도구
Table 2. Measurement Items for Key Constructs

변수	조작적 정의와 측정도구	참고문헌
자기 표현	자기가 속한 온라인 커뮤니티에서 타인에게 자신에 대해 표현하는 정도 1. 나는 온라인 커뮤니티에서 다른 회원들에게 나 자신에 대한 이야기를 공유했다. 2. 나는 온라인 커뮤니티에서 다른 회원들에게 내 사진이나 내 개인적인 정보를 공유한다. 3. 나는 온라인 커뮤니티에서 다른 회원들에게 내 입장이나 의견을 제시한다. 4. 나는 온라인 커뮤니티에서 자기 소개란에 나의 대한 정보를 입력한다.	(5), (7) (15), (21)
혁신성	새로운 아이디어를 남보다 먼저 혁신적으로 수용하는 정도 1. 나는 새로운 방식을 시도하는 것을 좋아한다. 2. 나는 새롭고 색다른 것을 좋아한다. 3. 나는 새로운 것을 먼저 시도해 보는 사람들 편에 속한다.	(16), (21)
조직 시민 행동	자신이 속한 온라인 커뮤니티를 위해 이타적인 노력을 하려는 정도 1. 나는 내가 속한 온라인 커뮤니티의 이미지나 성격을 지키기 위해 노력한다. 2. 나는 내가 속한 온라인 커뮤니티의 좋은 점을 알리기 위해 노력한다. 3. 나는 내가 속한 온라인 커뮤니티의 회원들에게 적극적으로 좋은 의견을 제시한다. 4. 나는 내가 속한 온라인 커뮤니티의 활동에 긍정적인 태도로 참여한다.	(10), (12), (22)

	5. 나는 내가 속한 온라인 커뮤니티에서 나에게 부여된 일을 피하지 않으며, 새롭고 어려운 일들도 가까이 맡는다. 6. 나는 내가 속한 온라인 커뮤니티의 화합을 위하여 구성원들 간의 갈등이나 오해를 해결하는 일을 돕는다.	
감정적동질감	자신이 속한 온라인 커뮤니티와 구성원들에 대해 동질감과 만족을 느끼는 정도 1. 나는 내가 속한 온라인 커뮤니티가 재미있다고 생각한다(예: 게시판 내용이 재미있음) 2. 나는 내가 속한 온라인 커뮤니티가 흥미롭다고 생각한다(예: 다른 회원들과 내 관심사가 유사하다). 3. 나는 내가 속한 온라인 커뮤니티의 분위기가 따뜻하다고 생각한다. 4. 나는 내가 속한 온라인 커뮤니티에서의 경험 등이 대체로 만족스럽다.	(13), (20)
지식공헌	자기가 속한 온라인 커뮤니티에 자신의 지식이나 정보를 제공하는 정도 1. 나는 이 커뮤니티의 회원들이 정보나 도움을 필요로 하면 이를 제공하거나 돕는다. 2. 나는 이 커뮤니티에 나의 지식을 제공한다. 3. 이 커뮤니티의 다른 회원들에게 내가 제공한 지식이 그들에게 실질적인 도움이 되었다.	(13), (15)

V. 연구의 분석 및 결과

본 연구에서는 자료 분석을 위하여 PLS(Partial Least Squares)를 사용하였다. PLS는 LISREL, EQS, AMOS 등의 구조 방정식 분석기법에 비해 상대적으로 적은 수의 표본을 대상으로도 사용 가능하며, 변수의 타당성을 측정하는 측정 모델(measurement model)과 변수의 경로와 설명력을 나타내는 구조 모형(structural model)을 동시에 측정할 수 있다[23]. Barclay 등 [23]은 PLS가 조직 및 사회 현상 연구 및 인과관계 예측에 적합한 도구라고 하였으며, 본 논문 목적 또한 인과 관계 예측에 있으므로 PLS가 연구 검증에 적합하다고 판단된다. 가설 검증을 위한 구조 모형(structural model) 검증에 앞서 측정치의 신뢰성과 타당성 분석을 위한 측정 모형(measurement model)의 검증을 수행하였다.

5.1. 측정 모형의 검증

연구 모형에 포함되어 있는 변수의 측정을 위한 설문 항목들의 신뢰성(reliability)과 개념 타당성(construct validity)을 확인적 요인분석(confirmatory factory analysis)으로 평가하였다. 이를 위해 기본적으로 각 변수별 개별항목 신뢰성

(individual item reliability), 내적일관성(internal consistency), 그리고 판별타당성(discriminant validity)을 분석하였다. 개별항목 신뢰성은 측정하고자 하는 개념(construct)과 관련된 설문 항목들의 요인 적재값(factor loading)으로 평가되며, 수렴타당성(convergent validity)으로도 간주된다. 요인 적재값이 0.6 이상의 경우 개별항목 신뢰성이 있으며, 내적 일관성은 종합요인 신뢰성 지수(composite scale reliability index)를 사용하여 종합요인 신뢰성 지수가 0.7 이상이면 각 변수의 측정이 내적일관성이 있다고 판단된다[24]. 판별타당성의 평가는 추출된 평균분산(AVE: average variance extracted)의 제곱근 값을 사용한다[23]. 추출된 평균분산의 제곱근 값이 다른 측정 변수와의 분산 공유 정도보다 높고 0.7 이상이면 판별타당성이 있다고 볼 수 있다. 판별타당성의 또 다른 평가로써, 각 측정항목의 요인 적재값은 교차요인 적재값보다 높아야 판별타당성이 존재하는 것으로 평가된다.

본 논문에서는 위의 세 가지 분석을 수행하였다. 측정모형 검증 과정은 먼저 연구 변수에 대해서 신뢰성과 타당성을 분석하였다. <표 3>와 <표 4>에는 연구 변수인 자기표현, 혁신성, 조직시민행동, 감정적 동질감, 지식공헌의 신뢰성과 타당성 분석 결과가 정리되어 있다. <표 3>은 PLS의 확인적 요인 분석 결과를 나타내는데, 각 연구 변수의 측정 항목의 요인 적재값이 모두 임계치인 0.6보다 크며, 교차요인 적재값보다도 크며 측정항목들이 개별항목 신뢰성과 판별타당성을 가진다는 것을 의미한다. 또한 <표 4>은 이 측정항목들이 내적일관성 및 판별타당성을 가진 측정치임을 보여준다. 종합요인 신뢰성 지수가 모두 0.8이상으로 임계치인 0.7보다 크므로 각 측정 항목은 신뢰성이 있다고 볼 수 있다. 또한 추출된 평균분산의 제곱근 값이 자기표현은 0.88, 혁신성은 0.91, 조직시민행동은 0.89, 감정적 동질감은 0.79, 지식공헌은 0.91로, 모두 임계치인 0.7 보다 크며, 다른 변수와의 상관계수 값보다 크기 때문에 본 논문의 측정 항목들이 판별타당성 조건을 만족한다고 볼 수 있다. 이 <표 4>의 행렬은 각 개념의 상관계수 행렬(correlation matrix)에서 추출된 평균분산의 제곱근 값을 동일변수의 상관계수의 자리에 입력한 것이다.

표 3. 연구 변수의 요인 적재값과 교차요인 적재값
Table 3. Item-Factor Loadings and Cross-Loadings

측정 항목	자기 표현	혁신성	조직 시민 행동	감정적 동질감	지식 공헌
자기표현1	0.84	0.08	0.55	0.36	0.49
자기표현2	0.88	0.12	0.49	0.35	0.46

자기표현3	0.87	0.12	0.71	0.50	0.56
자기표현4	0.81	0.07	0.46	0.38	0.45
혁신성1	0.11	0.91	0.15	0.12	0.30
혁신성2	0.10	0.93	0.09	0.13	0.29
혁신성3	0.11	0.90	0.17	0.16	0.30
조직시민행동1	0.39	0.09	0.69	0.47	0.41
조직시민행동2	0.40	0.07	0.73	0.41	0.39
조직시민행동3	0.59	0.14	0.84	0.42	0.50
조직시민행동4	0.58	0.15	0.87	0.55	0.58
조직시민행동5	0.59	0.13	0.82	0.40	0.50
조직시민행동6	0.60	0.12	0.80	0.33	0.49
감정적동질감1	0.42	0.15	0.47	0.84	0.43
감정적동질감2	0.32	0.14	0.41	0.86	0.47
감정적동질감3	0.44	0.08	0.46	0.80	0.49
감정적동질감4	0.42	0.13	0.48	0.84	0.46
지식공헌1	0.60	0.26	0.59	0.53	0.93
지식공헌2	0.51	0.31	0.57	0.52	0.95
지식공헌3	0.52	0.34	0.53	0.49	0.89

표 4. 연구 변수의 내적 일관성 및 편별타당성
Table 4. Inter-Construct Correlations

변수	측정 항목 수	종합 신뢰성 지수	추출된 평균분산의 제곱근 값				
			자기 표현	혁신성	조직시민행동	감정적 동질감	지식공헌
자기 표현	4	0.91	0.85				
혁신성	3	0.94	0.11	0.91			
조직시민행동	6	0.91	0.67	0.15	0.79		
감정적동질감	4	0.90	0.48	0.15	0.54	0.84	
지식공헌	3	0.95	0.62	0.33	0.61	0.55	0.93

5.2. 구조 모형의 검증

구조 모형의 경로 분석 결과가 <그림 2>과 <표 5>에 요약되어 있다. 본 연구모형의 경로계수의 통계적 유의성을 평가하기 위하여 PLS의 bootstrapping 기법을 사용하였고 연구 변수들의 인과관계를 분석한 구조모형의 결과는 <그림 2>과 같다. 분석 결과에 의하면, 자기표현은 지식공헌에 통계적으로 유의한 영향을 미쳤으며 따라서 가설 1이 채택되었다 ($t=3.324, p=0.001$). 혁신성(가설 2의 채택, $t=2.663, p=0.008$)과 조직시민행동(가설 3의 채택, $t=1.997, p=0.047$), 감정적 동질감(가설 4의 채택, $t=2.492, p=0.014$)이 각각 지식공헌에 미치는 영향도 통계적으로 유

의한 것으로 분석되었다. PLS 분석 결과에서 유의수준 분석 결과는 각 경로의 t값과 연구모형의 자유도 및 양측검정여부를 분석한 결과이며, R 스퀘어값이 연구모형의 적합도 또는 설명력을 나타내는데, 위 요인들은 지식공헌의 54.7%를 설명하는 것으로 나타났다. 본 연구 분석 결과, 온라인 커뮤니티에서의 지식공헌에는 자기표현, 혁신성, 조직시민행동, 감정적 동질감이 긍정적인 영향을 미침을 알 수 있다.

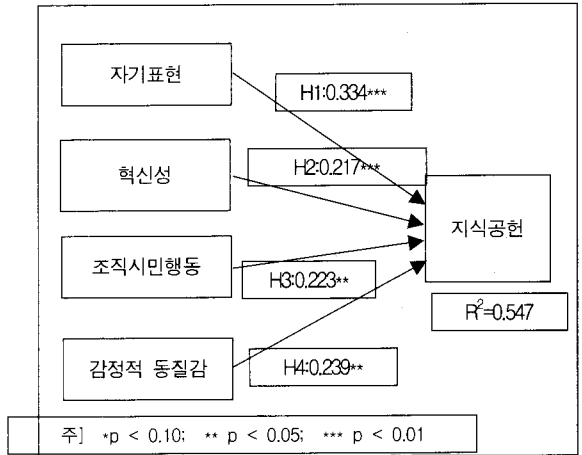


그림 2. PLS 분석결과
Fig 2. PLS Results

표 5. 연구모형의 가설검증결과
Table 5. Hypotheses Testing Results

경로	경로계수 값	T-값	P값	가설검증 결과
H1 자기표현은 지식공헌과 정의 관계가 있다.	0.334	3.324	0.001	채택
H2 혁신성은 지식공헌과 정의 관계가 있다.	0.217	2.663	0.008	채택
H3 조직시민행동은 지식공헌과 정의 관계가 있다.	0.047	1.997	0.047	채택
H4 동질감은 지식공헌과 정의 관계가 있다.	0.014	2.492	0.014	채택

VI. 결론 및 향후 연구 과제

6.1. 결론과 시사점

본 논문의 주요한 연구결과로서, 온라인 커뮤니티 구성원들의 지식공헌에 영향을 미치는 요인들을 파악하였고, 다음과 같은 이론적, 실무적 시사점을 제공한다. 첫째, 자기표현이론과 조직시민행동이론의 기여 측면에서 시사점이 있다. 조직시

민행동 이론은 그동안 조직구성 협력관련 행동유발과 리더십 등 다양한 측면에서 활용되어 왔다. 또한 자기표현 이론도 아 이덴티티 또는 환경과 같은 자기표현 행위 유발에 미치는 영 향요인을 설명함에 이용되어 왔다. 본 논문에서는 이러한 조 직시민행동과 자기표현이론을 온라인 커뮤니티 환경에서 지 식공헌을 설명하는데 적용함으로써 이론의 일반화에 기여하 였다. 아울러 이러한 이론들은 온라인 사용자의 행동을 조사 하는데 기초적인 자료로도 활용될 수 있을 것이다.

둘째, 자기표현이 지식공헌에 중요한 영향요인임을 고려해 볼 때, 온라인 커뮤니티 기반 사업을 펼치는 기업들은 회원들 이 긍정적인 자기표현이나 지식공헌 동기를 활성화할 수 있는 다양한 서비스를 고안할 필요가 있다. 이는 커뮤니티에 대해 장기적 관점에서 커뮤니티 운영 조직에 대한 구성원들의 충성 심과 활동력을 증진시키고 커뮤니티 운영 기업의 존속력을 높 여줄 것으로 예상된다.

6.2. 연구의 한계 및 향후 연구 방향

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 이와 같은 한계점은 향후 연구에서 보완되어 더욱 발전적인 방향으로 나 아가도록 해야 할 것이다.

첫째, 온라인 커뮤니티에서의 조직시민행동 및 자기표현과 지식공헌을 논의함에 있어, 횡단적(cross-sectional) 연구를 수행하였으나 차후의 연구에서는 종단적(longitudinal) 차원 의 연구가 수행된다면 현재의 연구보다 진보된 연구로 평가될 것이다.

둘째, 이용자 특성별 영향 요인이나 차이에 대한 설명이 부족하다. 이러한 세부적 차이에 대한 설명이 부족하다. 이들 사용자 특성들이 분석대상으로 포함되었다면 연구결과에 대 해 좀 더 일반적인 대표성을 가질 수 있을 것이다.

향후 연구 방향은 온라인 커뮤니티에서의 지식공헌에 대한 더욱 많은 영향요소들을 고려한 포괄적인 연구모델의 개발의 필요성이 제기된다. 또한 온라인 커뮤니티 활동과 관련된 커 뮤니티 참여자 연구가 진행될 필요가 있을 것이며, 이는 온라 인 커뮤니티의 성과 연구에 있어서 큰 의의가 있을 것으로 기 대된다.

참고문헌

[1] 유일, 김재진, 노희옥, "인터넷쇼핑몰에서 웹사이트 사용 성, 신뢰, 만족 및 재구매 의도의 구조적 관계에 관한 연 구," 한국컴퓨터정보학회논문지, 제12권, 제5호, 191~

202쪽, 2007년 11월.
 [2] 정한열, "온라인 고령친화용품점 품질 요인 및 고객 만족 에 관한 연구-고령친화용품을 중심으로-," 한국컴퓨터정 보학회논문지, 제12권, 제5호, 215~223쪽, 2007년 11월.
 [3] J. Boase, J. B. Horrigan, B. Wellman, and L. Ranie, "The Strength of Internet Ties," Pew Internet & American Life Project Report, 2006.
 [4] J. Hagel and A. Armstrong, "Net gain: Expanding markets through virtual communities," Boston, MA: Harvard Business School Press, 1997.
 [5] H. J. Schau, and M. C. Gilly, "We Are What We Post? Self-Presentation in Personal Web Space," Journal of Consumer Research, vol. 30, no. 3, pp. 385-404, 2003.
 [6] M. R. Leary and R. M. Kowalski, "Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model," Psychological Bulletin, Vol. 107, No. 1, pp. 34-47, 1990.
 [7] M. Deutsch and H. B. Gerard, "A Study of Normative and Information Social Influences upon Individual Judgement," Journal of Abnormal and Social Psychology, vol. 51, pp. 629-636, 1955.
 [8] Y. Moon, "Intimate Exchanges: Using Computers to Elicit Self-Disclosure from Consumers," Journal of Consumer Research, Vol. 26, No. 4, pp. 323-339, 2000.
 [9] S. Turkle, Life on the Screen, New York: Simon and Schuster, 1995.
 [10] D. W. Organ and M. Konovsky, "Cognitive versus affective determinants of organizational citizenship behavior," Journal of Applied Psychology, Vol. 74, pp. 157-164, 1989.
 [11] C. A. Smith, D. W. Organ, and J. P. Near, "Organizational citizenship behavior: its nature and antecedents," Journal of Applied Psychology, Vol. 68, pp. 655-663, 1983.
 [12] I. W. Graham, "An essay on organizational citizenship behavior," Employee Responsibilities and Rights Journal, Vol. 4, pp. 249-270, 1991.
 [13] Yu, C. and T. Chu, "Exploring knowledge

contribution from an OCB perspective," Information & Management, Vol. 44, pp. 321-331, 2007.

[14] M. Wasko and S. Faraj, "Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice," MIS Quarterly, Vol. 29, pp. 35-57, 2005.

[15] M. Ma and R. Agarwal, "Through a glass darkly: Information technology design, identity verification, and knowledge contribution in online communities," Information Systems Research, Vol. 18, pp. 42-67, 2007.

[16] D. F. Midgely and G. R. Dowling, "Innovativeness: The Concept and Measurement," Journal of Consumer Research, Vol. 4, No. 2, pp. 229-242, 1978.

[17] T. Meenaghan, "The Role of Advertising in Brand Image Development," Journal of Product & Brand Management, Vol. 4, No. 4, pp. 23-34, 1995.

[18] R. W. Belk, "Possessions and the Extended Self," Journal of Consumer Research, Vol. 15, No. 2, pp. 139-168, 1988.

[19] A. Ardichvili, V. Page, and T. Wentling, "Motivation and barriers to participation in virtual knowledge sharing communities of practice," Journal of Knowledge Management, Vol. 7, pp. 64-77, 2003.

[20] S. J. Wayne and S. A. Green, "The effects of leader-member exchange on employee citizenship and impression management behavior," Human Relations, Vol. 46, pp. 1431-1440, 1993

[21] 고준, 신선진, 김희웅, "온라인 커뮤니티에서 자기표현욕구의 영향요인과 디지털 아이템 구매의도에 미치는 효과," 경영정보학연구, 제18권, 제1호, 117-144쪽, 2008년 3월.

[22] J. L. Farh, P. C. Earley, and S. C. Lin, "Impetus for action: a cultural analysis of justice and organizational citizenship behavior in Chinese society," Administrative Science Quarterly, Vol. 42, pp. 421-444, 1997.

[23] D. Barclay, C. Higgins, and R. Thompson, "The

Partial Least Squares [PLS] Approach to Causal Modeling, Personal Computer Adoption and Use as an Illustration," Technology Studies, Vol. 2, No. 2, pp. 285-309, 1995.

[24] Y. J. Yoo, and M Alavi, "Media and Group Cohesion: Relative Influences on Social Presence, Task Participation, and Group Consensus," MIS Quarterly, Vol. 25, No. 5, pp. 371-390, 2001.

저자 소개

신호경



2006 : 연세대학교 정보대학원 정보 시스템 박사
 2007 ~ 현재 : 연세대학교 정보대학원 연구 교수
 관심분야 : 지식관리, 유비쿼터스 컴퓨팅, 온라인커뮤니티

이기원



2008 ~ 현재: 연세대학교 정보대학원 석사과정
 관심분야: 정보격차, 지식경영, 기술수용

김경준



2008 ~ 현재 : 연세대학교 정보대학원 석사과정
 관심분야 : 사회연결망서비스, 서비스시스템, 온라인 비즈니스모델