

사회적 자본과 개인 동기가 정보공유와 커뮤니티 촉진에 미치는 영향: 중국의 가상커뮤니티를 중심으로

김 종 기* · 대 상** · 김 재 현***

〈목 차〉

I. 서론	V. 실증분석과 결과
II. 선행연구	5.1 측정모델 분석
2.1 가상커뮤니티	5.2 구조모델 분석
2.2 정보와 지식	5.3 가설검정
2.3 동기이론	5.4 통제변수
2.4 사회적 자본 이론	5.5 매개 효과
III. 연구모델과 가설	VI. 토론과 결론
3.1 연구모델	참고문헌
3.2 연구가설	<Abstract>
IV. 연구방법	
4.1 자료수집	
4.2 조작적 정의	

I. 서론

정보통신 기술의 발전으로 인해 사람들은 가상의 공간에서 타인과 쉽게 교류하고 소통할 수 있게 됐다. 가상공간은 시간과 공간의 제약을 받지 않기 때문에 다양한 생각과 배경, 그리고 전문성을 가진 사람들이 가상커뮤니티에 쉽게 참여한다. 이들은 공통의 취미나 화제를 중

심으로 가상의 공간에 커뮤니티를 형성하고, 자신이 가지고 있는 전문지식이나 관련 정보를 타인에게 공유한다. 실제로 이들이 관계를 맺고 소통하는 타인은 한 번도 만나 본 적이 없는 낯선 사람들이다.

정보와 지식은 오래전부터 특정 활동을 수행하는 핵심 자원으로서 상대적인 경쟁우위를 확보하는 능력으로 여겨져 왔다(Alavi and

* 부산대학교 경영학과 교수, 주저자, jkkim1@pusan.ac.kr

** 안휘외국어대학교 국제상무대학 전임강사, 교신저자, ds_20150901@126.com

*** 부산대학교 경영학과 박사과정, kjh5315@pusan.ac.kr

Leidner, 2001; Chiu et al, 2006; Kankanhalli et al., 2005a; Sambamurthy and Subramani, 2005; Wasko and Faraj, 2005). 기업뿐만 아니라 가상커뮤니티에 참여하는 개별 구성원의 측면에서도 정보와 지식은 중요한 지적 자원이다. 인간은 정보와 지식을 중요한 자원으로 생각하기 때문에 타인에게 정보를 공유하는 행위는 자연스러운 현상이 아니다(Davenport and Prusak, 1998; Hsu et al., 2007). 많은 연구자는 왜 가상커뮤니티 구성원이 낯선 사람에게 정보를 공유하는가를 설명하기 위해 노력해 왔다. 그러나 가상커뮤니티 구성원이 이익이 없는 정보공유 행위를 왜 하는지 그 원인이 명확하지 않다(Chang and Chuang, 2011; Wasko and Faraj, 2005). 왜 가상커뮤니티 구성원은 그들의 시간과 노력을 정보공유에 사용하는가? 왜 이익이 없는 정보공유를 하는가? 왜 낯선 사람에게 정보공유를 하는가를 명확히 이해할 필요가 있다.

정보와 지식공유에 관한 기존문헌은 두 가지의 연구경향을 보인다. 첫째, 기업의 지식자원 관리 체계와 피고용인의 지식공유 인식을 탐구한다. 기업의 지식을 생성, 저장, 검색, 전달, 그리고 활용하는 과정을 다루며, 조직의 지식을 효율적으로 관리하기 위해 정보통신기술의 역할과 지식관리시스템의 실패 원인을 설명한다. 그리고 조직 구성원이 노하우(암묵적 지식 또는 무형지식)를 지식관리시스템에 입력하도록 권장해 그들의 지식을 성문화(명시적 지식 또는 유형 지식)하는 일련의 과정을 논의한다. 둘째, 가상커뮤니티 구성원이 정보를 공유하는 이유를 탐구한다. 가상커뮤니티 참여자가 낯선 사람들에게 정보와 지식을 공유하는 이유에 대해

다양한 해석과 설명을 하고 있다.

본 연구는 기존 문헌을 바탕으로 가상커뮤니티 참여자가 그들이 소유하고 있는 정보를 낯선 타인에게 공유하는 이유를 설명한다. 사회적 자본과 개인 동기의 세부 요인이 정보공유 행위에 영향을 미치는지, 그리고 정보공유의 정도가 커뮤니티 촉진에 영향을 미치는가를 실증 분석한다.

II. 선행연구

2.1 가상커뮤니티

가상커뮤니티(Virtual Communities)는 정보와 지식을 공유하는 플랫폼으로 참여자가 서로 소통하고 교류하는 가상의 공간이다(Armstrong and Hagel, 1996; Hsu et al., 2007). 가상커뮤니티는 정보와 지식을 효율적으로 전달하는 매개체 역할을 한다(Nahapiet and Ghoshal, 1998). 가상커뮤니티 참여자는 웹에서 공통된 관심사를 가진 타인과 교류한다. 이들은 자신의 문제를 해결하기 위해 정보와 지식을 찾거나 타인을 돕기 위해 정보를 공유하고 조언한다(Chen and Hung, 2010; Chiu et al., 2006).

새로운 정보와 지식의 생성, 그리고 학습은 지적 자원을 서로 교환하고 조합하는 과정 중에 발생한다(Kogut and Zander, 1992; Nahapiet and Ghoshal, 1998; Wasko and Faraj, 2000). 가상커뮤니티에서 정보와 지식을 공유하는 행위는 개인, 조직, 그리고 사회적 측면에서 생산적인 활동이다. 다른 사람으로부터 정보

를 받은 참여자는 정보를 그대로 해석하기보다 새로운 해석과 통찰력 있는 견해를 가진다 (Alavi and Leidner, 2001; Nahapiet and Ghoshal, 1998; Wasko and Faraj, 2005). 따라서 개인과 개인의 정보교류, 개인과 조직의 정보교류, 그리고 조직 간에 정보교류는 새로운 정보와 지식의 창출에 중요한 역할을 한다.

가상커뮤니티는 정보와 지식의 집중과 확산을 쉽게 하는 매개공간이다(Chen and Hung, 2010; Chiu et al., 2006; Hagel, 1999). 온라인 네트워크로 연결된 가상커뮤니티는 정보와 지식 자원이 매개공간에 집중돼 참여자가 더 많은 정보와 지식에 노출된다. 정보와 지식의 집중과 확산은 개별 구성원들 사이에서 정보의 교환(Exchange)과 조합(Combination)을 촉진해 새로운 지적 자본을 창출한다(Nahapiet and Ghoshal, 1998).

2.2 정보와 지식

정보와 지식의 차이점과 유사점을 명확히 이해할 필요가 있다(Jarvenpaa and Staples, 2000). 정보와 지식 개념을 구별하는 핵심이 무엇인가에 대한 논쟁은 계속 이어져 왔으나, 일치된 의견은 없었다(Alavi and Leidner, 2001; Wang and Noe, 2010). 철학의 인식론적 논쟁을 시작으로 다양한 분야에서 정보와 지식 개념을 명확히 정의하고자 노력해 왔다(Alavi and Leidner, 2001). 그러나 현재 경영정보시스템 분야에서 정보와 지식의 구분을 명확히 설명하는 연구를 찾기가 힘들다. 일부 연구자는 정보와 지식 개념의 구분을 강조하고 있으나 차이점과 유사점을 명확히 설명하지 못하고 있다.

데이터와 정보, 그리고 지식은 미묘한 차이로 구별된다. 데이터는 가공되지 않은 숫자와 사실, 정보는 가공 처리한 데이터, 그리고 지식은 사실로 확인된 정보이다(Alavi and Leidner, 2001; Davenport and Prusak, 1998). 정보와 지식의 개념은 다음과 같이 설명된다. 첫째, 지식은 진실을 판단하는 신념으로 정의된다(Alavi and Leidner, 2001; Huber, 1991; Nonaka, 1994; Wasko and Faraj, 2000). 즉, 옳고 그른 것을 분명히 가려 확신과 논증을 할 수 있어야 한다. 지식은 객관적인 정보(사실)를 확신하고 논증할 필요가 있다. 인간은 기존의 지식과 경험을 바탕으로 새로운 자극과 사실을 인식하고 학습한다. 지식은 개인이 정보를 온전히 습득하는 과정까지 포괄한다. 정보와 지식은 언어, 그림, 단어, 또는 기호 구조로 인해 서로 연결된다(Alavi and Leidner, 2001). 둘째, 정보는 가공 처리된 데이터이다(Alavi and Leidner, 2001). Nonaka(1994)는 정보를 단지 메시지의 흐름이라고 표현했다. 정보는 지식의 근간이 된다. 인간은 지식이 형성되기 이전에 정보에 노출돼 언어와 기호 또는 시각의 자극을 지각한다.

정보는 객관성, 확신, 그리고 입증 가능성이 결여된 경우가 종종 있다. 개인이 가진 정보는 새롭거나, 독특하거나, 유용하거나, 정확하거나 정확하지 않을 수도 있다(Alavi and Leidner, 2001). 가상커뮤니티 구성원들은 서로 정보를 공유하고 정서적으로 동조하기도 한다(Armstrong and Hagel, 1996). 이들은 개인의 견해를 드러내거나 뉴스 기사와 같은 정보를 링크 형태로 공유하기도 한다(Stieglitz and Dang-Xuan, 2013). 가상커뮤니티 연구는 정보 공유에 대한 개념을 논의해야 한다. 그러나 기

존의 가상커뮤니티 연구는 정보와 지식공유 개념을 혼용하고 있다. 실제로 경영정보시스템 분야는 정보공유보다 지식공유 개념을 더 많이 다루는 경향이 있다(Wang and Noe, 2010).

2.3 동기이론

동기는 내재적 동기(Intrinsic Motivation)와 외재적 동기(Extrinsic Motivation)로 분류된다(Ryan and Deci, 2000). 내재적 동기와 외재적 동기는 서로 다른 관점을 반영하며 특정 행위에 상이한 영향을 미친다(Malhotra et al., 2008). 내재적 동기는 기쁨과 만족으로 인해 유발되고, 외재적 동기는 특정 목표 성취와 보상을 통해 행위가 유발된다(Vallerand, 1997; Venkatesh, 2000). 이러한 두 가지 유형의 동기는 상호 보완적이거나 상호 상쇄적인 영향을 모두 가진다(Malhotra et al., 2008; Reeve, 2008). 경영정보시스템 분야는 내재적 동기와 외재적 동기에 대한 논의를 바탕으로 정보시스템 사용과 수용을 설명해 왔다(Davis et al., 1992; Malhotra et al., 2008; Venkatesh, 2000).

외재적 동기는 바람직한 행위를 강화하거나 바람직하지 않은 행위를 줄인다. 즉, 인간은 외부 자극의 영향으로 인해 외재적 동기가 유발된다. 바람직한 행위는 금전적 보상, 대중의 인정, 상장, 그리고 칭찬과 같은 매력적인 결과로 강화된다. 반면, 바람직하지 않은 행위는 처벌, 비난, 통증 등과 같은 부정적인 자극으로 줄일 수 있다. 매력적인 결과를 제시하거나 부정적인 결과를 제거해 인간이 바람직한 행위를 하도록 유도할 수 있다.

내재적 동기는 자발적인 행위를 유발한다.

인간은 특정 활동이 즐겁고 흥미로울 때 자발적으로 행동한다(Hsu et al., 2008; Malhotra et al., 2008; Reeve, 2008). 특정 활동에 참여하는 사람들은 일반적으로 즐겁고 흥미로운 행동을 하고 싶은 심리적 욕구를 가지게 된다. 인간은 특정 활동이 자유롭거나(자율성) 효과적이거나(효과성) 감정적으로 친근한 느낌(관계성)이 있는 경우에 즐거움과 흥미를 경험한다(Reeve, 2008). 심리적 욕구의 충족을 기대하거나 경험하면 자발적인 행위가 유발된다. 예를 들어, 참여자가 관심이 있는 주제를 다루고 있는 가상 커뮤니티에 참여해 자유롭게 타인과 교류하면 정서적인 친밀감과 흥미를 느껴 자발적으로 참여하게 된다.

가상커뮤니티 참여자는 가시적인 금전 보상을 기대하지 않은 상태에서 타인에게 정보와 지식을 공유한다. 따라서 가상커뮤니티 참여자의 정보공유 행위는 외재적 동기와 관계가 없다. 본 연구는 오직 내재적 동기만을 정보공유의 주요 선행요인으로 제시했다. 가상커뮤니티 참여자는 타인을 돕는 즐거움과 성취감, 그리고 네트워크 관계를 유지하면 자연스럽게 형성되는 전반적인 평판을 기대한다(Hsu et al., 2008; Wasko and Faraj, 2005). 특히 가상공간에서 서로 교류하고 소통하는 과정을 통해 자신의 의견을 자유롭게 제시하고, 타인의 문제에 대해 조언하고 토론하는 과정을 거치면서 기쁨과 만족이 유발된다. 가상공간에서 특정 관심사를 매개로 상호 교류하면, 서로를 친근한 관계로 인식할 개연성이 충분히 있다. 따라서 가상커뮤니티 참여자가 정보를 공유하는 이유를 설명하기 위해 동기 요인인 평판과 돕는 즐거움을 제안 모형에 포함했다.

2.4 사회적 자본 이론

사회적 자본(Social Capital)은 사회를 구성하는 개인과 조직이 보유하고 있는 관계 네트워크에 내재된 실질적이고도 잠재적인 자원으로 정의된다(Nahapiet and Ghoshal, 1998). 사회적 자본은 개인, 그룹, 조직, 사회, 그리고 커뮤니티가 내재하는 관계의 가치를 자원으로 표현하고 있다. 사회적 자본은 개별 구성원 사이의 관계에 대한 개인의 인식으로 평가된다(Kankanhalli et al., 2005a; Tsai and Ghoshal, 1998). 그룹 단위 연구에서 사회적 자본은 조직 구성원들 간에 관계의 질(Quality)과 본질(Nature)을 반영하고, 개인 단위 연구는 개인이 실제로 네트워크 자원에 접근하기 쉬운가를 논의한다(Wasko and Faraj, 2005).

사회적 자본에 관한 최초의 논의는 조직 구성원의 사회적 자본 인식이 정보 교환을 촉진해 새로운 지식을 창출하는가에 대한 문제를 다뤘다(Nahapiet and Ghoshal, 1998). 이는 사회적 자본이 정보공유 행위를 유발해 지적 자본을 창출하는가를 밝히고자 한 것이다. Nahapiet and Ghoshal(1998)은 새로운 지적자본을 창출하는 네 가지 전제조건으로 (1) 지식 교환과 조합의 기회를 제공하고, (2) 지식의 교환과 조합을 위해 구성원이 연합하고 (3) 지식 교환과 조합의 동기를 부여하고 (4) 새로운 지적자본을 잘 조합해야 한다고 제안했다. 이들은 사회적 자본이 지식의 교환과 조합을 매개로 지적자본을 창출한다고 주장했다. 즉, 관계 네트워크를 이용한 지식 교환 과정은 정보와 지식의 집중과 확산을 유도해 새로운 지식 자원을 창출한다는 의미이다. 기존 연구는 사회적

자본 외에도 지적자본(Intellectual Capital), 인적자본(Human Capital), 그리고 물적 자본(Physical Capital)의 역할을 다뤄왔다.

Chiu et al.(2006)은 정보기술과 관련된 가상 커뮤니티에서 데이터베이스와 프로그래밍 코드, 그리고 프로그래밍 노트를 공유하는 참여자의 행위를 실증 연구했다. 이들은 전문커뮤니티에서 전문가가 낮은 사람에게 전문지식을 공유하는 이유가 무엇인가를 명확히 이해하기 위해 사회적 자본 이론을 이용했다. Wasko and Faraj(2005)는 미국에 국가 법률전문가 협회 구성원이 법률 정보와 지식을 가상커뮤니티에 공유하는 행위를 설명하기 위해 사회적 자본을 선행요인으로 제시했다. 이외에도 많은 연구자가 사회적 자본 이론을 이용해 정보와 지식공유, 그리고 지식 자본 창출 과정을 설명했다(이영찬, 2007; Chang and Chuang, 2011; Chiu et al, 2006; Chow and Chan, 2008; Tsai and Ghoshal, 1998; Wasko and Faraj, 2005). 사회적 자본은 구조적 측면(Structural Dimension), 관계적 측면(Relational Dimension), 그리고 인지적 측면(Cognitive Dimension)으로 구분된다(Nahapiet and Ghoshal, 1998; Tsai and Ghoshal, 1998). 이들 세 가지 측면은 단순히 정보공유를 설명한다. 본 연구는 가상커뮤니티 이용자가 인식하는 사회적 자본의 세부 차원을 정보공유 행위의 선행요인으로 논의하고자 한다.

Ⅲ. 연구모델과 가설

3.1 연구모델

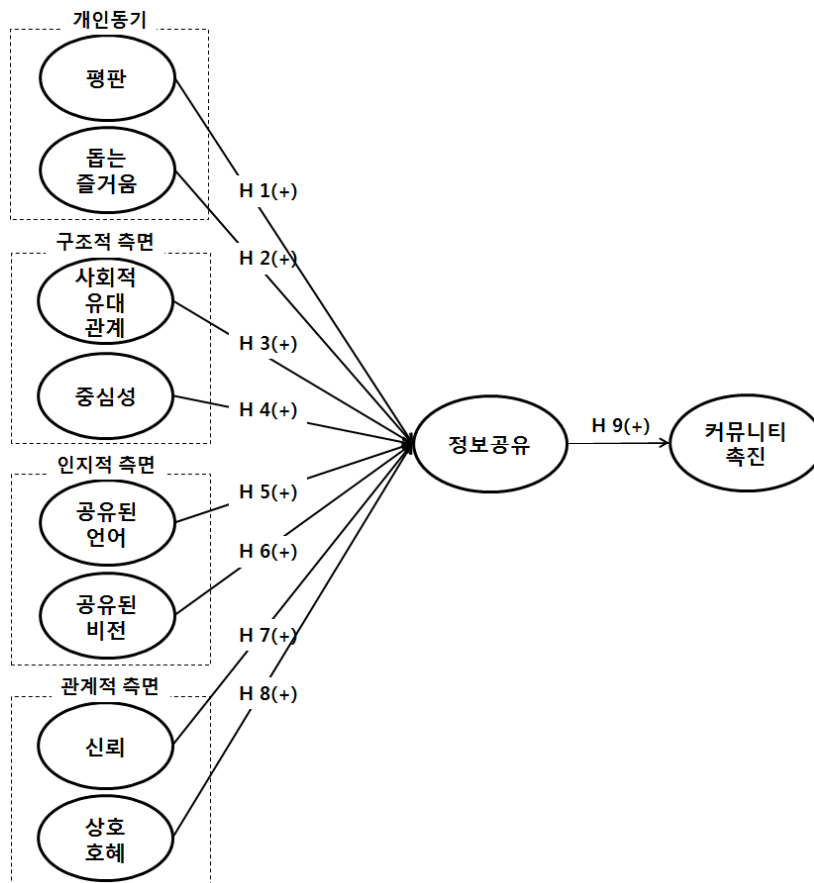
본 연구는 가상커뮤니티 참여자의 정보공유 행위를 설명하기 위해 동기이론과 사회적 자본 이론을 이용했다. 먼저, 개인의 동기는 평판 (Reputation)과 돕는 즐거움(Enjoy Helping)으로 구성했다. 둘째, 사회적 자본의 구조적 측면은 중심성(Centrality)과 사회적 유대관계 (Social Interaction Ties), 인지적 측면은 공유된 언어(Shared Language)와 공유된 비전(Shared Vision), 관계적 측면은 신뢰(Trust)와 상호 호혜(Reciprocity)로 구성했다. 셋째, 정보 공유(Information Sharing)와 커뮤니티 촉진 (Community Promotion) 사이의 영향관계를 밝히고자 한다.

언어(Shared Language)와 공유된 비전(Shared Vision), 그리고 관계적 측면은 신뢰(Trust)와 상호 호혜(Reciprocity)로 구성했다. 셋째, 정보 공유(Information Sharing)와 커뮤니티 촉진 (Community Promotion) 사이의 영향관계를 밝히고자 한다.

3.2 연구가설

3.2.1 개인 동기와 정보공유

가상커뮤니티 구성원은 가시적인 이익과 보



<그림 1> 연구모델

상을 기대하지 않고 자발적으로 정보를 공유한다(Chang and Chuang, 2011; Kankanhalli et al., 2005a). 정보를 공유하는 사람은 눈앞에 보이는 이익과 보상보다 스스로 결정한 일에 대해 흥미와 만족을 기대하며 정보공유 활동을 한다(Wasko and Faraj, 2005).

평판은 다른 구성원에게 인정과 존경을 받는 것에 대한 인식이다(Chang and Chuang, 2011;

Wasko and Faraj, 2005). 좋은 평판은 조직 내에서 특정 지위를 유지하고 개인적인 영향력을 갖는 중요한 자산이다(Wasko and Faraj, 2005). 조직 내에서 좋은 평판, 좋은 이미지, 그리고 좋은 명성을 소유하면 개인의 가치는 높게 평가된다. 가상커뮤니티에서 참여자가 특정 지식과 정보를 다른 구성원에게 제공해 지식과 정보의 가치를 인정받으면 개인의 평판이 향상된다(Kankanhalli et al., 2005a). 평판은 개인이 가진 자산으로서 가치가 있기 때문에 평판이 향상될 것이라는 기대는 정보공유 행위에 영향을 준다.

돕는 즐거움은 가상커뮤니티에서 다른 구성원의 문제 해결을 즐기는 정도이다(Chang and Chuang, 2011; Wasko and Faraj, 2005). 이타심은 눈앞에 보이는 가시적 보상과 이익을 기대하지 않고 다른 이들을 돕는 것이 즐겁고 기쁠 때 나타난다(Hsu et al., 2008). 가상커뮤니티에서 지식과 정보를 공유하고 조언하는 행위는 타인을 돕는 즐거움으로 인해 유발된다.

가상커뮤니티는 주로 공통 관심사를 가진 참여자, 특정 분야에서 일하는 전문가가 구성원으로 참여한다. Wasko and Faraj(2005)는 법률전문가가 전자네트워크에 지식을 공유하는 이유로 평판과 돕는 즐거움을 제안했다. 이들은 실

제로 법률 전문가로서 평판이 향상될 것이라는 인식이 지식 기여의 정도에 영향을 준다는 사실을 밝혔다. 그러나 돕는 즐거움은 지식 기여의 정도에 영향을 미치지 못했다. Kankanhalli et al.(2005a)은 직원이 기업 내부의 전자지식저장소(Electronic Knowledge Repositories)에 정보와 지식을 공유하는 이유가 이미지 향상과 타인을 돕는 즐거움이 있기 때문이라고 했다. 이미지가 향상될 것이라는 기대의 정도는 정보 공유에 영향을 미치지 못했으나, 타인을 돕는 즐거움은 정보 공유에 영향을 미쳤다. Chang and Chuang(2011)은 가상커뮤니티 구성원이 정보 공유를 하는 이유가 평판과 이타심 때문이라고 했다. 이들은 평판이 향상될 것이라는 인식이 지식공유의 정도(Quantity)에 영향을 미치지 않으나, 지식공유의 질(Quality)에는 영향을 미친다 했다. 이타심은 지식공유의 정도와 질에 모두 영향을 미쳤다. Wang and Hou(2015)는 기존연구에서 이타심에 대한 논의가 오직 개인적인 만족과 기쁨의 측면을 고려한다고 비판했다. 이들은 이타심의 개념을 개인의 만족을 위한 이타심과 조직의 이익을 위한 이타심으로 구별해 논의했다. 개인의 만족을 위한 이타심은 지식공유행위에 영향을 미치지 못했으나, 조직의 이익을 위한 이타심의 정도는 지식공유행위에 영향을 미쳤다. 동기 요인인 평판과 돕는 즐거움은 정보와 지식공유를 설명하는 선행요인으로 빈번하게 논의됐으나 실증 분석 결과가 일관되게 나타나지 않고 있다. 평판과 돕는 즐거움은 정보공유의 선행요인으로 재차 검증될 필요가 있다. 기존 논의를 바탕으로 본 연구에서 제시한 가설 1과 2는 다음과 같다.

가설1: 평판은 정보공유에 정(+)의 영향을 미친다.

가설2: 돕는 즐거움은 정보공유에 정(+)의 영향을 미친다.

3.2.2 구조적 측면과 정보공유

사회적 자본에 구조적 측면은 사회적인 연결(Connectivity)을 의미하거나 네트워크 관계의 패턴, 밀도, 그리고 계층(Hierarchy)으로 측정되는 네트워크의 구조적인 자원 가치를 말한다(Chow and Chan, 2008). 사회적 자본에 구조적 측면은 구성원 간에 사회적인 상호작용을 쉽게 하는 네트워크 연결 구조이다(Nahapiet and Ghoshal, 1998). 사회적 자본에 구조적 측면의 세부 개념은 사회적 유대관계와 중심성이 있다.

사회적 유대관계는 구성원 사이의 유대관계가 긴밀한가를 인식하는 정도이다. 사회적 유대관계는 관계의 강도, 시간, 빈도, 긴밀한 정도, 그리고 구성원 간에 커뮤니티 정도를 포함한다(Chiu et al., 2006). Tsai and Ghoshal(1998)은 구성원 간에 유대관계를 정보와 지식의 교환이 가능한 네트워크 경로로 보았다. 이들은 사회적 유대관계가 정보와 지식을 교환하는 기회를 제공한다 했다. 사회적 유대관계가 높으면 구성원 간에 깊은 관계가 유지되고, 상호 관계를 매개로 지식과 정보의 교환활동이 쉽게 이루어진다(Chang and Chuang, 2011; Chiu et al., 2006; Chow and Chan, 2008; Nahapiet and Ghoshal, 1998). 네트워크 유대관계는 구성원이 정보와 지식에 접근, 확인, 그리고 분배하는 과정을 효과적이고 효율적으로 수행하도록 관계 기반을 만들어 구성원 간에 정보교환과 협력의 기회를 제공한다(Nahapiet and Ghoshal, 1998).

중심성은 가상커뮤니티에서 상대적으로 관계 네트워크의 중심에 위치하는가에 대한 인식의 정도이다. 가상커뮤니티에서 중심성 인식이 높으면 동료와 유대관계가 더욱 긴밀해 다른 구성원과 직접 유대관계를 맺고 협력한다(Krackhardt, 1992; Wasko and Faraj, 2005). 즉, 중심성 인식이 높은 구성원일수록 정보공유를 더욱 많이 한다고 볼 수 있다. 기존 논의를 바탕으로 본 연구에서 제시한 가설3과 4는 다음과 같다.

가설3: 사회적 유대관계는 정보공유에 정(+)의 영향을 미친다.

가설4: 중심성은 정보공유에 정(+)의 영향을 미친다.

3.2.3 인지적 측면과 정보공유

사회적 자본에 인지적 측면은 공유된 정보를 쉽게 인식하는 능력을 의미한다(Chow and Chan, 2008; Wasko and Faraj, 2005). 정보와 지식의 내용을 다른 구성원과 쉽게 공유하고 소통하는 측면을 나타낸다. 가상커뮤니티 구성원은 공통된 언어와 코드를 이용해 서로 정보를 공유하기 때문에 해당 내용을 쉽게 이해할 가능성이 높다(Chang and Chuang, 2011). 사회적 자본에 인지적 측면의 세부개념은 공유된 언어와 공유된 비전이 있다.

공유된 언어는 가상커뮤니티 구성원이 상호 소통 활동에 활용하는 공통된 언어이다(Chiu et al., 2006; Nahapiet and Ghoshal, 1998). 공통된 언어는 오직 특정 가상커뮤니티에서만 유효하게 이용할 수 있는 언어이며, 보편적인 용어와 표현 방식을 사용해 비슷한 문화와 경험을

형성한다. Nahapiet and Ghoshal(1998)은 공유된 언어의 사용이 정보의 교환과 조합에 영향을 미치는 이유를 다음과 같이 설명했다. 첫째, 언어는 사회적 관계에서 정보를 교환하는 중요한 기능을 한다. 공유된 언어는 구성원들이 친근한 관계를 유지하고 정보의 교환과 조합을 촉진하도록 돕는다. 둘째, 공통된 언어는 환경을 해석하고 탐구하는 인간의 지각에 영향을 미쳐 인식의 범주화와 프레임을 제공하고 모두가 인식할 수 있는 개념을 제공한다. 셋째, 공유된 언어는 정보를 구성하는 용어를 표준화해 증척된 정보를 효율적으로 식별하고 조합하는 능력을 높여 준다. 공통된 언어와 코드 사용은 정보교환 상황에 긍정적인 영향을 미친다 (Chiu et al., 2006; Nahapiet and Ghoshal, 1998). 가상커뮤니티에서 공통된 관념(Idea)과 어휘를 사용하면 구성원 사이에서 공유되는 정보에 대한 이해가 증진돼 정보공유의 효율성이 향상된다(Chiu et al., 2006).

공유된 비전은 가상커뮤니티가 나아가고자 하는 방향이다(Chiu et al., 2006). 가상커뮤니티는 공통의 취미나 목표를 가진 사람들이 모여 상호 교류하는 네트워크 공간으로 서로가 자유롭게 생각을 주고받는다. 조직이 공통된 비전을 갖고 있으면 개별 참여자는 소유하고 있는 정보와 지식자원을 공유하거나 교환하는 행위를 즐길지도 모른다(Tsai and Ghoshal, 1998). 공통된 목표, 관심사, 그리고 비전은 낯선 사람에게 정보와 지식을 공유하는 참여자의 행위를 설명한다(Chiu et al., 2006). 기존 논의를 바탕으로 본 연구에서 제시한 가설5와 6은 다음과 같다.

가설5: 공유된 언어는 정보공유에 정(+)의 영향을 미친다.

가설6: 공유된 비전은 정보공유에 정(+)의 영향을 미친다.

3.2.4 관계적 측면과 정보공유

사회적 자본에 관계적 측면은 가상커뮤니티 구성원이 서로 교류할 때 형성된 구성원 사이의 관계에 대한 가치를 의미한다(Chow and Chan, 2008). 실제로 구성원 사이의 결끄러운 관계는 정보와 지식을 공유하는데 장벽이 된다(Nahapiet and Ghoshal, 1998). 따라서 가상커뮤니티 구성원 간에 진실한 관계를 유지하는 것이 중요하다. 사회적 자본에 관계적 측면의 세부개념은 신뢰와 상호 호혜가 있다.

신뢰는 가상커뮤니티 구성원이 서로 정보를 주고받을 때 상대방의 능력, 선행, 그리고 진실성을 신뢰하는 정도로 정의된다(Chen and Hung, 2010; Hsu et al., 2007). Nahapiet and Ghoshal(1998)은 조직의 구성원이 네 가지 측면을 확신하기 때문에 정보를 공유한다 했다. 이들은 상대가 정보와 지식을 공유할 때 (1) 좋은 의도가 있다는 신념, (2) 좋은 능력과 능숙함을 갖고 있다는 신념, (3) 신뢰에 대한 신념, 그리고 (4) 개방된 정보와 지식을 신뢰하기 때문에 지적 자본을 교환하고 협력한다고 했다. 높은 신뢰는 사회적 교환과정에서 중요한 역할을 한다. 가상커뮤니티 구성원 간에 신뢰는 상호 협력과 정보공유 행위를 촉진한다(Chang and Chuang, 2011; Chai et al., 2012; Chen and Hung, 2010; Chiu et al., 2006; Lin et al., 2009; Nelson and Coopriider, 1996).

상호 호혜는 다른 구성원이 나에게 필요한

도움을 줄 것이라는 믿음이다(Wasko and Faraj, 2005). 공정하게 정보와 지식을 공유하고 있다는 느낌과 서로가 주고받은 호의가 상호 호혜를 강하게 유발한다(Wasko and Faraj, 2005). 상호 호혜는 가상커뮤니티 참여자가 서로 공정한 지식교환을 하는 것이다(Chiu et al., 2006). 가상커뮤니티 구성원은 상호 호혜의 측면을 기대하기 때문에 시간과 노력을 희생해 정보와 지식을 공유한다(Chiu et al., 2006; Wasko and Faraj, 2005). 많은 가상커뮤니티 관련 연구가 상호 호혜의 개념으로 정보공유를 설명해 왔다(Bock et al., 2005; Chai et al., 2012; Chang and Chuang, 2011; Chen and Hung, 2010; Chiu et al., 2006; Lin et al., 2009; Wasko and Faraj, 2005). 기존 논의를 바탕으로 본 연구에서 제시한 가설7과 8은 다음과 같다.

가설7: 신뢰는 정보공유에 정(+의 영향을 미친다.

가설8: 상호 호혜는 정보공유에 정(+의 영향을 미친다.

3.2.5 정보공유와 커뮤니티 촉진

정보공유는 다른 구성원에게 정보를 공유하는 정도이며(Constant et al., 1994; Jarvenpaa and Staples, 2001; 박준기 외, 2010), 커뮤니티 촉진은 주변 사람에게 해당 커뮤니티를 긍정적으로 이야기하는 정도로 정의된다(Chen and Hung, 2010). 가상커뮤니티 구성원은 정보공유 활동을 통해 서로 혜택(이익)을 주고받는다(Butler, 2001). 정보공유는 정보의 활용과 정보에 기여하는 행위를 모두 포함한다. 정보 기여자는 유용한 정보와 지식을 다른 사람과 공유

하고 타인의 문제를 해결하기 위해 조언하고 격려한다. 정보를 활용하는 참여자는 개인적인 고민을 공개하고 다른 구성원으로부터 조언과 격려를 받아 정서적 안정을 유지하는 데 도움을 받는다. 정보공유 활동의 긍정적인 측면은 특정 가상커뮤니티를 활성화하고 참여자를 유인한다(Butler, 2001). 가상커뮤니티 구성원이 정보공유에 참여를 많이 할수록 해당 커뮤니티에 대한 긍정적인 인식과 좋은 느낌을 받게 된다. 특히 가상커뮤니티 참여자가 정보를 유용하게 활용했을 때 가상커뮤니티 활동을 긍정적으로 보아 해당 커뮤니티 이용 혜택과 긍정적인 측면을 주변 사람에게 이야기할 가능성이 있다(Chen and Hung, 2010).

현대 사회는 많은 가상커뮤니티가 생성되는 만큼 실패하는 비율도 높다. 구성원이 정보를 공유하지 않고 활동하지 않으면 아무도 찾지 않는 커뮤니티가 된다. 정보를 공유하는 구성원의 수가 적으면 가상커뮤니티는 활성화되지 못하고 실패한다(Lin et al., 2009). 가상커뮤니티를 계속 유지하기 위한 전제조건은 구성원이 적극적으로 정보공유 활동에 참여하는 것이다(Butler, 2001). 가상커뮤니티의 사회적 역할은 정보와 지식의 교류를 활성화해 구성원이 서로 혜택을 주고받고 새로운 지적 가치를 창출하도록 돕는 것이다(Nahapiet and Ghoshal, 1998). 이러한 가상커뮤니티의 존재가치를 실현하기 위해 구성원의 적극적인 활동 참여가 요구된다. 정보공유 활동에 빈번하게 참여할수록 커뮤니티 촉진 행위가 유발된다(Chen and Hung, 2010). 기존 논의를 바탕으로 본 연구가 제시한 가설 9는 다음과 같다.

가설9: 정보공유는 커뮤니티 촉진에 정(+)의 영향을 미친다.

IV. 연구방법

4.1 자료수집

본 연구는 가상커뮤니티에 참여해 정보를 공유한 경험이 있는 개별 구성원을 대상으로 설문조사를 수행했다. 중국의 가상커뮤니티 웹사이트인 텐야(www.tianya.cn)에서 2주 동안 온라인 조사를 했다. 설문문항은 7점 리커트 척도로 측정했고, 내용의 타당성을 확보하기 위해 설문내용이 검증된 기존연구의 측정문항을 기

반으로 개별문항을 구성했다. 명확한 측정문항을 만들기 위해 사전조사를 시행해 수정이 필요한 부분을 수정한 후 측정문항을 최종 선택했다. 총 520부의 설문 응답을 회수했고, 불성실한 답변과 결측치가 있는 94부를 제외한 426부를 분석에 이용했다. 자료의 분석은 SPSS 21과 SmartPLS 2.0을 이용했다. 수집한 자료의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다.

4.2 조작적 정의

본 연구는 선행연구를 기반으로 평판, 돕는 즐거움, 사회적 유대, 중심성, 공유된 언어, 공유된 비전, 신뢰, 상호 호혜, 정보공유, 커뮤니티 촉진 등의 구성개념을 정의하고 측정항목을

<표 1> 표본의 인구통계학적 특성

구분		빈도 (명)	비율 (%)	구분		빈도 (명)	비율 (%)
성별	남성	189	44.4	가입한 가상커뮤니티수	1개	62	14.6
	여성	237	55.6		2개	99	23.2
연령	10대	20	4.7		3개	103	24.2
	20대	163	38.3		4개 이상	162	38.0
	30대	124	29.1	가장 활발히 참여하는 가상커뮤니티 유형	학습(외국어, 전공지식...)	88	20.7
40대 이상	119	27.9	취미(여행, 게임...)		140	32.9	
학력	고졸 이하	23	5.4		생활(생활상식, 맛집...)	101	23.7
	전문대학 졸업	78	18.3	기타	97	22.8	
	대학교 재학	79	18.5	가장 활발히 참여하는 가상커뮤니티 이용기간	3개월 미만	59	13.8
	대학교 졸업	196	46.0		3-6개월 미만	45	10.6
대학원 졸업	50	11.7	6개월-1년 미만		49	11.5	
직업	학생	95	22.3		1년-2년 미만	60	14.1
	공무원	58	13.6	2년 이상	213	50.0	
	회사원	141	33.1	일주일 동안 가상커뮤니티에 올린 평균 글 횟수	1-3회	110	25.8
	전문직	19	4.5		4-6회	81	19.0
	주부	27	6.3		7-9회	114	26.7
	기타	86	20.2		10회 이상	121	28.4

일부 수정 보완해 활용했다. 각 구성개념의 조
작성 정의와 측정항목은 <표 2>와 같다.

<표 2> 조작적 정의 및 측정항목

요인	조작적 정의	측정항목	관련 연구
평판	다른 구성원에게 정보를 공유할수록 인정과 존경을 받는다는 인식	가상커뮤니티에서 정보공유는 내 위치를 향상시켜준다.	Chan and Chuan(2011), Kankanhalli et al.(2005a), Wasko and Faraj(2005)
		가상커뮤니티에서 정보공유는 내 평판을 높인다.	
		가상커뮤니티에서 정보공유를 해 다른 구성원의 인정을 받는다.	
		가상커뮤니티에서 정보공유를 해 다른 구성원의 존경을 받는다.	
돕는 즐거움	다른 구성원에게 정보를 공유해 타인의 문제 해결을 즐기는 정도	가상커뮤니티에서 다른 구성원을 돕는 일이 즐겁다.	Chan and Chuan(2011), Kankanhalli et al.(2005a), Wasko and Faraj(2005)
		가상커뮤니티에서 다른 구성원을 돕는 일이 좋다.	
		가상커뮤니티에서 다른 구성원을 도와 성취감을 느낀다.	
		가상커뮤니티에서 다른 구성원의 문제 해결을 즐긴다.	
사회적 유대	다른 구성원들과의 관계가 긴밀한 정도	가상커뮤니티에서 다른 구성원을 개인적으로 많이 안다.	Chan and Chuan(2011), Chiu et al.(2006), Chai et al.(2012)
		가상커뮤니티에서 다른 구성원과 친한 관계를 유지한다.	
		가상커뮤니티에서 다른 구성원의 질문에 답을 자주 한다.	
		가상커뮤니티에서 다른 구성원과 관심사를 자주 얘기한다.	
중심성	다른 구성원과 비교해 가상커뮤니티에서 관계 네트워크의 중심에 위치하고 있다는 인식	가상커뮤니티에 글을 올리면 댓글을 많이 받는다.	Wasko and Faraj(2005),
		가상커뮤니티에 다른 구성원이 나에게 의견을 묻는다.	
		가상커뮤니티에 다른 구성원이 내가 글을 올리기를 기다린다.	
		가상커뮤니티에 다른 구성원이 나에게 의지한다.	

공유된 언어	다른 구성원과 공통된 언어와 방식으로 소통하는 정도	정보공유를 할 때 서로가 이해할 수 있는 용어를 사용한다.	Chan and Chuan(2011), Chiu et al.(2006),
		정보공유를 할 때 의사소통이 가능한 쉬운 언어를 선택한다.	
		정보공유를 할 때 서로가 이해하는 표현 방식을 사용한다.	
		정보공유를 하는 일정한 형식이 존재한다.	
공유된 비전	커뮤니티가 나아가고자 하는 방향을 구성원이 믿고 따르는 정도	가상커뮤니티 구성원은 공통된 목표를 갖고 있다.	Chiu et al.(2006), Chow and Chan(2008)
		가상커뮤니티 구성원은 지향하는 목표를 명확히 이해한다.	
		가상커뮤니티 구성원은 지향하는 목표에 동의한다.	
		가상커뮤니티 구성원은 지향하는 목표달성을 위해 노력한다.	
신뢰	다른 구성원의 능력, 선행, 그리고 진실성을 신뢰하는 정도	가상커뮤니티 구성원을 신뢰한다.	Chan and Chuan(2011), Chiu et al.(2006), Chow and Chan(2008)
		가상커뮤니티 구성원이 진실하다고 생각한다.	
		가상커뮤니티 구성원이 정직하다고 생각한다.	
		가상커뮤니티 구성원이 약속을 잘 지킨다고 생각한다.	
상호호혜	다른 구성원이 나에게 필요한 도움을 줄 것이라는 믿음의 정도	가상커뮤니티에서 정보를 빠르게 얻을 수 있다.	Chan and Chuan(2011), Kankanhalli et al.(2005a), Wasko and Faraj(2005)
		가상커뮤니티에서 다른 구성원이 필요로 하는 도움을 준다.	
		가상커뮤니티에서 정보공유는 나에게 이득이 된다.	
		가상커뮤니티에서 정보공유는 서로에게 이익이 된다.	
정보공유	다른 구성원에게 정보를 공유하는 정도	가상커뮤니티에서 정보공유 활동에 빈번하게 참여한다.	Constant et al.(1994), Jarvenpaa and Staples(2001)
		가상커뮤니티에서 정보공유 활동으로 많은 시간을 보낸다.	
		가상커뮤니티에서 구성원과 적극적으로 정보를 주고받는다.	
		가상커뮤니티에서 구성원과 자주 정보를 공유한다.	
커뮤니티 촉진	주변 사람에게 해당 커뮤니티를 긍정적으로 이야기하는 정도	가상커뮤니티 이용 혜택을 주변사람에게 자주 이야기한다.	Chen and Hung(2010)
		가상커뮤니티를 친구에게 자주 소개한다.	
		가상커뮤니티에 참여하길 원하는 주변사람을 초대한다.	
		가상커뮤니티의 긍정적인 면을 주변사람에게 이야기한다.	

V. 실증분석과 결과

5.1 측정모델 분석

본 측정모델의 집중타당성과 신뢰성을 확인하기 위해 확인적 요인분석을 했다. 분석 결과, 요인 적재량은 모두 0.5 이상이고, 추출한 평균 분산(AVE: Average Variance Extracted)은 기준치인 0.5 이상으로 나타나 집중타당성은 문제가 없다(Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010; 김종기 외, 2008).

그리고 개념 신뢰도는 0.7 이상으로 나타나 내적 일관성도 문제가 없다는 것을 확인했다(Fornell and Larcker, 1981). 판별타당성은 개별 요인 간에 상관계수와 AVE의 제곱근을 비교해 확인했다(Fornell and Larcker, 1981). 모든 구성 개념의 AVE의 제곱근이 상관계수보다 높게 나타나 본 측정모델은 판별타당성이 있는 것으로 나타났다. 확인적 요인분석과 판별 타당성 분석 결과는 <표 3>과 <표 4>와 같다.

<표 3> 신뢰성과 집중타당성 분석 결과

요인	측정항목	요인 적재량	t값	평균 분산 추출	개념 신뢰도	요인	측정항목	요인 적재량	t값	평균 분산 추출	개념 신뢰도
평판	평판1	0.85	13.9	0.80	0.94	공유된 비전	공유된 비전1	0.77	15.1	0.63	0.87
	평판2	0.82	10.5				공유된 비전2	0.86	20.0		
	평판3	0.85	15.8				공유된 비전3	0.84	16.9		
	평판4	0.84	11.8				공유된 비전4	0.86	19.4		
답는 즐거움	답는 즐거움1	0.83	16.2	0.71	0.90	신뢰	신뢰1	0.80	34.5	0.70	0.90
	답는 즐거움2	0.81	15.6				신뢰2	0.83	34.2		
	답는 즐거움3	0.78	11.6				신뢰3	0.85	30.5		
	답는 즐거움4	0.85	18.0				신뢰4	0.87	26.3		
							신뢰5	0.89	20.2		
사회적 유대관계	사회적 유대관계1	0.81	23.1	0.68	0.89	상호 호혜	상호 호혜1	0.81	29.3	0.74	0.93
	사회적 유대관계2	0.83	24.5				상호 호혜2	0.89	26.4		
	사회적 유대관계3	0.81	18.4				상호 호혜3	0.80	26.0		
	사회적 유대관계4	0.81	24.2				상호 호혜4	0.85	20.5		
중심성	중심성1	0.80	21.4	0.66	0.88	정보 공유	정보공유1	0.82	38.6	0.70	0.90
	중심성2	0.85	29.3				정보공유2	0.80	35.0		
	중심성3	0.89	26.5				정보공유3	0.88	40.4		
	중심성4	0.88	26.9				정보공유4	0.86	38.1		
공유된 언어	공유된 언어1	0.76	14.3	0.73	0.91	커뮤니티 촉진	커뮤니티 촉진1	0.93	34.0	0.75	0.92
	공유된 언어2	0.81	18.1				커뮤니티 촉진2	0.94	34.6		
	공유된 언어3	0.81	16.1				커뮤니티 촉진3	0.81	33.8		
	공유된 언어4	0.79	20.8				커뮤니티 촉진4	0.82	35.3		

<표 4> 판별타당성 분석 결과

요인	평균	표준 편차	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
\sqrt{AVE}	-	-	0.89	0.84	0.82	0.81	0.85	0.79	0.83	0.86	0.83	0.86
1. 평판	5.30	0.93	1.00									
2. 돕는 즐거움	5.56	0.81	0.48	1.00								
3. 사회적 유대관계	5.33	0.81	0.47	0.56	1.00							
4. 중심성	5.05	1.03	0.52	0.44	0.71	1.00						
5. 공유된 언어	5.45	0.72	0.40	0.57	0.64	0.57	1.00					
6. 공유된 비전	5.29	0.89	0.51	0.46	0.62	0.66	0.64	1.00				
7. 신뢰	5.13	1.01	0.48	0.47	0.64	0.69	0.63	0.70	1.00			
8. 상호 호혜	5.37	0.80	0.48	0.55	0.65	0.64	0.67	0.68	0.72	1.00		
9. 정보공유	5.27	0.90	0.49	0.53	0.70	0.69	0.64	0.63	0.71	0.70	1.00	
10. 커뮤니티 촉진	5.07	1.09	0.46	0.40	0.61	0.68	0.51	0.65	0.70	0.62	0.68	1.00

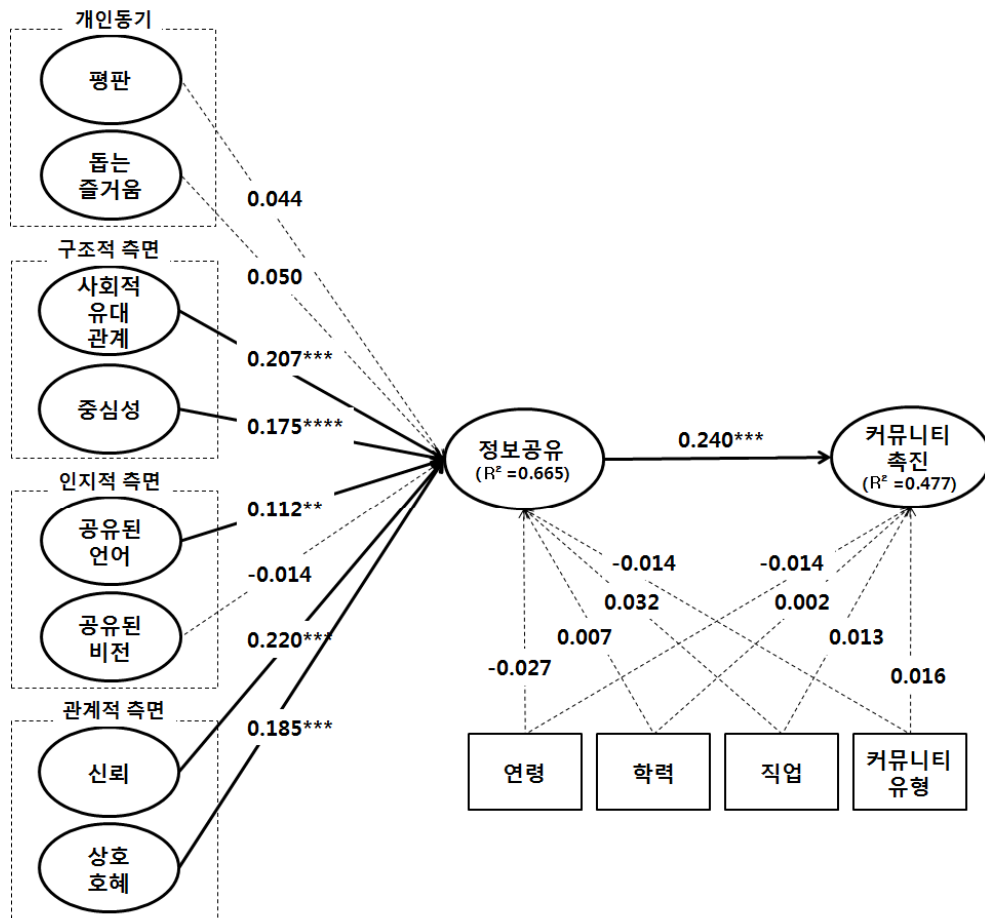
5.2 구조모델 분석

최근 구성요소 기반 구조방정식모델(Components Based Structural Equation Modeling)도 공통성 지표(Communality Index)와 설명력을 이용해 적합도(Goodness of Fit)를 평가한다(Tenenhaus et al., 2005). 적합도 평가는 공통성과 설명력을 곱한 값의 제곱근으로 0과 1 사이의 수치를 나타낸다(Tenenhaus et al., 2005; Wetzels et al., 2009). 적합도가 0.1~0.25 이면 작고, 0.25~0.36 이면 중간, 그리고 0.36 이상은 적합도가 큰 것으로 평가된다(Wetzels et al., 2009). 구조모델에 포함된 모든 개념의 공통성 평균은 0.714이고 설명력은 0.477이다. 계산 결과($GOF = \sqrt{0.703 * 0.668}$) 전체 적합지수는 0.583으로 나타나 구조모델의 적합도가 좋다고 판단된다.

5.3 가설검정

구조모델에 개념 관계의 통계적 유의성을 평

가하기 위해 부트스트래핑(Bootstrapping)을 실행했다. 426개 표본을 500회 반복 추출하도록 설정해 본 연구가설의 통계적 유의성을 평가했다. 우리가 제안한 연구가설은 정(+)의 영향관계인 단일 부호 또는 단일 방향 모델이다. 따라서 양측 검정결과를 단측 검정결과로 임계값을 계산해 가설 채택 여부를 확인했다. 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 개인 동기인 평판과 돕는 즐거움은 모두 정보공유에 영향을 미치지 않았다. 따라서 가설 1과 2는 기각됐다. 둘째, 사회적 자본에 구조적 측면인 사회적 유대관계와 중심성, 그리고 인지적 측면인 공유된 언어는 정보공유에 영향을 미쳤다. 따라서 가설 3, 4, 그리고 가설 5는 채택됐다. 셋째, 인지적 측면인 공유된 비전은 정보공유에 영향을 미치지 않고, 관계적 측면인 신뢰와 상호 호혜는 모두 정보공유에 영향을 미쳤다. 따라서 가설 6은 기각됐고, 가설 7과 8은 채택됐다. 넷째, 정보공유는 커뮤니티 촉진에 영향을 미쳤다. 따라서 9는 채택됐다. 구조모델 분석 결과는 <그림 2>와 같다.



주) 1. **p<0.05 ***0.01 (영향 있음 →, 영향 없음 -->)
 2. □ 통제변수

<그림 2> 구조모델 분석 결과

5.4 통제변수

웹 설문지로 표본데이터를 수집하면 대상자의 특성과 경험, 그리고 환경을 통제하는 데 한계가 있다. 기존 문헌은 연령, 경험, 그리고 학력이 지식공유에 영향을 미칠 가능성이 있다고 했다(Constant et al., 1994; Jarvenpaa and Staples, 2000; Kankanhalli et al., 2005a). 따라

서 관심이 없는 제3 변수를 확인하고 통계 기법으로 통제 했다(Becker, 2005). 제3 변수는 응답자의 연령, 직업, 학력, 그리고 커뮤니티 유형의 영향이다. 통제변수가 정보공유에 미치는 영향은 <그림 2>에서 확인할 수 있다. 개입된 제3 변수는 모두 정보공유에 영향을 미치지 않았다. 따라서 관심이 없는 제3 변수가 연구모델의 가설검정 결과에 미치는 영향이 매우 미미해 문제가 되지 않는다.

<표 5> 매개 효과 분석 결과

경로	직접효과		간접효과(매개요인: 정보공유)	
	경로계수	t값	경로계수	z값
평판→커뮤니티 촉진	0.023	1.026	0.010	1.299
돕는 즐거움→커뮤니티 촉진	-0.046	1.387	0.012	1.344
사회적 유대관계→커뮤니티 촉진	0.069	1.410	0.049	2.461**
중심성→커뮤니티 촉진	0.198	2.683***	0.042	2.354**
공유된 언어→커뮤니티 촉진	-0.090	1.869*	0.026	1.870*
공유된 비전→커뮤니티 촉진	0.185	2.409**	-0.003	0.796
신뢰→커뮤니티 촉진	0.266	3.530***	0.052	2.421**
상호호혜→커뮤니티 촉진	0.040	3.540***	0.044	2.347**

* p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

5.5 매개 효과

매개 효과를 확인하기 위해 Sobel 검정(Sobel Test)을 수행했다(Sobel, 1982). z값은 정보공유의 매개 효과가 통계적으로 유의한가를 나타낸다. 선행요인과 커뮤니티 촉진 사이에 직접 영향관계와 간접 영향관계를 확인해 매개 변수의 역할을 설명했다(Baron and Kenny, 1986). 정보공유의 매개 효과 검정 결과는 네 가지로 요약된다. 첫째, 평판과 돕는 즐거움은 커뮤니티 촉진에 직접효과와 간접효과 모두 영향을 미치지 못했다. 둘째, 공유된 비전은 커뮤니티 촉진에 직접 영향을 미쳤으나(Direct Only Mediation), 정보공유를 매개해 커뮤니티 촉진에 영향을 미치지 못했다. 셋째, 중심성, 공유된 언어, 신뢰, 그리고 상호호혜는 커뮤니티 촉진에 직접 영향을 미쳤고, 정보공유를 매개로 간접 영향을 미치기도 한다. 따라서 중심성, 공유된 언어, 신뢰, 그리고 상호호혜 요인이 커뮤니티 촉진에 영향을 미칠 때 정보공유가 보완적 매개(Complementary Mediation) 역할을 한다고 볼 수 있다. 넷째, 사회적 유대관계는 커뮤니티 촉진에 직접 영향을 미치지 못했으나 간접

영향을 미쳤다. 따라서 사회적 유대관계와 커뮤니티 촉진 사이에서 정보공유는 완전 매개(Complete Mediation) 역할을 한다. 매개 효과 분석 결과는 <표 5>와 같다.

VI. 토론과 결론

연구결과는 크게 세 가지로 요약된다. 첫째, 개인 동기인 평판과 돕는 즐거움은 정보공유에 영향을 미치지 않았다. 다른 구성원에게 정보를 공유해 인정과 존경을 받을 수 있다는 인식은 정보를 공유하는 정도와 관계가 없다. 그리고 다른 구성원에게 정보를 공유해 타인의 문제를 해결하는 과정을 즐기는 정도가 정보공유를 유발하진 않는다. 둘째, 사회적 자본에 인지적 측면인 공유된 비전을 제외한 구조모델 내에 모든 요인이 정보공유에 영향을 미쳤다. 구조적 측면인 사회적 유대와 중심성, 인지적 측면인 공유된 언어, 그리고 관계적 측면인 신뢰와 상호 호혜가 정보공유에 영향을 미쳤다. 다른 구성원과 관계가 긴밀할수록 정보를 공유하고, 다른 구성원과 비교해 가상네트워크의 관계 네트

워크의 중심에 있다는 인식의 정도가 높을수록 정보를 공유한다. 다른 구성원과 공통된 언어와 방식으로 소통하는 구성원일수록 정보를 공유한다. 그리고 다른 구성원의 능력과 선행, 그리고 진실성을 신뢰할수록 다른 구성원에게 정보를 공유하고, 다른 구성원으로부터 필요한 도움을 받을 수 있다는 믿음의 정도가 높을수록 정보를 공유한다. 셋째, 정보공유가 커뮤니티 촉진에 영향을 미쳤다. 다른 구성원에게 정보를 공유하는 정도가 높을수록 주변 사람에게 해당 커뮤니티를 긍정적으로 이야기한다고 볼 수 있다.

평판과 돕는 즐거움은 물리적인 보상 없이 스스로 행위를 결정하는 심리적 기제로 낮은 타인을 위해 정보를 공유하는 인간의 행위를 설명하는 선행요인으로 논의해 왔다(Chang and Chuang, 2011; Kankanhalli et al., 2005a; Wang and Hou, 2015; Wasko and Faraj, 2005). 그러나 기존 연구의 실증분석 결과는 일관성 있게 나타나지 않고 있다. 평판과 돕는 즐거움은 연구대상과 영역에 따라 결과가 다르게 나타날 가능성이 있다. 평판과 돕는 즐거움 이외에 다른 동기 요인이 정보공유를 설명할지도 모른다. 가상의 공간에서 타인과 교류하고 소통하는 행위는 인간의 정서적인 부분을 교류하는데 한계가 있다. 평판과 돕는 즐거움은 이성적인 측면보다는 정서적 측면이 유발된 결과일 수도 있다. 실제 현실 세계는 낮은 타인과 눈을 보며 대화하고 교류한다. 만약 조직에서 지식관리시스템에 정보를 공유하면 실제로 내 주위에 있는 동료와 기쁨을 나눌 수 있다. 반면에 가상 커뮤니티에서 정보공유를 하면 감정적 기쁨은 조직 가상공간 내부에 한정된다. 이들은 기쁨

감정을 현실 세계에서 주위 사람들과 나눌 수 없다. 따라서 기업의 지식관리시스템에 정보를 공유하는 것과 가상커뮤니티에서 낮은 사람에게 정보를 공유하는 활동은 정서적 보상의 측면에서 명확한 차이가 있다. 개인 동기가 정보와 지식공유에 미치는 영향은 향후 연구에서 탐색적으로 다뤄질 필요가 있다.

사회적 자본의 구조적 측면, 인지적 측면, 그리고 관계적 측면이 정보공유를 유발한다는 가설은 지지됐다. 인지적 측면인 공유된 비전은 정보공유에 영향을 미치지 않았지만 다른 요인은 모두 정보공유에 영향을 미쳤다. 사회적 자본은 지식교환과 협력의 기회를 제공해 새로운 지적자본을 창출한다(Nahapiet and Ghoshal, 1998). 개인과 조직은 사회(또는 경제)활동 과정 중에 맺어진 관계 네트워크를 통해 상대와 지식을 교환하고 소통할 수 있다. 현대 사회에서 가상커뮤니티는 구성원 간에 정보공유를 촉진시켜 정보와 지식의 확산에 이바지하고 있다. 따라서 가상커뮤니티 참여자에게 사회적 자본에 관한 인식을 높여줄 필요가 있다.

정보공유는 커뮤니티 촉진에 영향을 미친다. 가상커뮤니티에서 정보공유 활동에 적극적으로 참여하고 자주 정보를 주고받을수록 주변 사람들에게 가상커뮤니티 이용 혜택을 자주 소개한다. 정보공유 활동에 많은 시간을 보내는 구성원은 가상커뮤니티에 참여하고자 하는 주변 사람을 초대하고 커뮤니티 활동의 긍정적인 부분을 이야기할 것이다. 따라서 특정 가상커뮤니티를 활성화하기 위해 정보공유 활동을 독려하는 방안을 고려해 볼 수 있다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 정보를 주는 행위와 정보를 활용하는 행위는 명확

히 다르다. 기존 연구는 정보공유 행위를 기여(Contribution)와 활용(Utilization)으로 구분해 논의했다(Chen and Hung, 2010; Kankanhalli et al., 2005a; Kankanhalli et al., 2005b; Wasko and Faraj, 2005). 향후 연구는 정보공유 행위를 기여와 활용으로 구분해 논의해야 한다. 둘째, 정보공유의 양과 질의 차이를 고려하지 못했다. 정보공유 수준을 측정하는 방법에 대해 고민할 필요가 있다. 셋째, 가상커뮤니티에서 다루는 특정 주제와 유형에 따라 개별 구성원의 정보공유 인식이 다를 수 있다. 다양한 종류의 특성과 개성을 지닌 가상커뮤니티를 모두 일반화해 설명할 수 없다. 향후 연구는 특정 전문 가상커뮤니티를 대상으로 연구해야 한다. 넷째, 동일방법편의로부터 자유롭지 않다. 향후 연구는 동일방법편의를 확인하고 그 효과를 통제해야 한다. 동일방법편의는 설문 설계와 수집과정에서 특정 원인을 사전에 통제하는 방법이 가장 좋다.

본 연구의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 가상커뮤니티 연구에서 개인 동기와 사회적 자본의 측면을 고려해 탐색적인 연구를 진행했다. 따라서 본 실증분석 결과는 학술적인 시사점을 제공한다. 둘째, 가상커뮤니티 서비스를 제공하는 실무자가 참고할 수 있다. 가상커뮤니티 비즈니스 모델의 성공과 새로운 가상커뮤니티 플랫폼을 계획하기 위해 서비스 사용자의 인식과 니즈를 파악하는 데 참고할 수 있다. 셋째, 기존 연구를 기반으로 정보공유와 지식공유의 차이를 논증했다. 기존 연구는 지식, 전문지식, 노하우, 정보, 그리고 암묵적 지식과 명시적 지식을 다룬다. 기존 가상커뮤니티 연구도 지식공유를 설명하는 경우가 많았다. 그러나 우리는 가상커

뮤니티 구성원이 정보를 공유하는 이유를 설명했다. 본 연구 결과는 향후 가상커뮤니티 연구가 나아가야 할 방향을 제안하고 있다.

참고문헌

- 김종기, 강다연, 전진환, “패스워드 선택을 위한 사용자의 보안행위의도에 영향을 미치는 요인,” 정보시스템연구, 제17권, 제1호, 2008, pp. 23-43.
- 박준기, 윤정인, 이정우, “IT서비스에 있어서 서비스 품질이 지식공유의도에 미치는 영향에 관한 연구,” 정보시스템연구, 제19권, 제3호, 2010, pp. 237-261.
- 이영찬, “사회적 자본, 지식경영, 그리고 조직성과 간의 인과관계,” 정보시스템연구, 제16권, 제4호, 2007, pp. 223-241.
- Alavi, M. and Leidner, D. E., “Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues,” *MIS Quarterly*, Vol. 25, No. 1, 2001, pp. 107-136.
- Armstrong, A. and Hagel, J., “The Real Value of On-Line Communities,” *Harvard Business Review*, Vol. 74, No. 3, 1996, pp. 134-141.
- Baron, R. M. and Kenny, D. A., “The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Consideration,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 51, No. 6, 1986, pp. 1173-1182.

- Becker, T. E., "Potential Problems in Statistical Control of Variables in Organizational Research: A Qualitative Analysis with Recommendations." *Organizational Research Methods*, 2005, Vol. 8, No. 3, pp. 274-289.
- Bock, G. W., Zmud, R. W., and Kim Y. G., "Behavioral Intention Formation in Knowledge Sharing Examining the Roles of Extrinsic Motivators, Social-Psychological Forces, and Organizational Climate" *MIS Quarterly*, Vol. 29, No. 1, 2005, pp. 87-111.
- Butler, B. S., "Membership Size, Communication Activity, and Sustainability: A Resource-Based Model of Online Social Structures" *Information Systems Research*, Vol. 12, No. 4, 2001, pp. 346-362.
- Chang, H. H. and Chuang, S. S., "Social Capital and Individual Motivations on Knowledge Sharing: Participant Involvement as a Moderator," *Information & Management*, Vol. 48, No. 1, 2011, pp. 9-18.
- Chai, S., Das, S., and Rao, H. R., "Factors Affecting Bloggers Knowledge Sharing: An Investigation Across Gender," *Journal of Management Information Systems*, Vol. 28, No. 3, 2012, pp. 309-341.
- Chen, C. J. and Hung, S. W., "To Give or to Receive? Factors Influencing Members Knowledge Sharing and Community Promotion in Professional Virtual Communities," *Information & Management*, Vol. 47, No. 4, 2010, pp. 226-236.
- Chow, W. S. and Chan, L. S., "Social Network, Social Trust and Shared Goals in Organizational Knowledge Sharing," *Information & Management*, Vol. 45, No. 7, 2008, pp. 458-465.
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., Wang, E. T. G., "Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Social Cognitive Theories," *Decision Support Systems*, Vol. 42, No. 3, 2006, pp. 1872-1888.
- Constant, D., Kiesler, S., and Sproull, L., "Whats Mine is Ours, Or Is It? A Study of Attitudes About Information Sharing," *Information Systems Research*, Vol. 5, No. 4, 1994, pp. 400-421.
- Davenport, T. H. and Prusak, L., *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*, Harvard Business School Press, Boston, 1998.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., and Warshaw, P. R., "Extrinsic and Intrinsic Motivation to use Computers in the Workplace," *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 22, No. 14, 1992, pp. 1111-1132.
- Fornell, C. and Larcker, D. F., "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, No. 1, 1981, pp. 39-50.
- Hagel, J., "Net Gain: Expanding Markets Through Virtual Communities," *Journal of Interactive*, Vol. 13, No. 1, 1999, pp. 55-65.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and

- Anderson, R. E., *Multivariate Data Analysis*, 7th Edition, Prentice Hall International, 2010.
- Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H., and Chang, C. M., "Knowledge Sharing Behavior in Virtual Communities: The Relationship Between Trust, Self-efficacy, and Outcome Expectations," *International Journal of Human-Computer Studies*, Vol. 65, No. 2, 2007, pp. 153-169.
- Hsu, C. H. and Lin, J. C-C., "Acceptance of Blog Usage: The Roles of Technology Acceptance, Social Influence and Knowledge Sharing Motivation" *Information & Management*, Vol. 45, No. 1, 2008, pp. 65-74.
- Huber, G. P., "Organizational Learning: The Contributing Processes and the Literatures" *Organization Science*, Vol. 2, No. 1, 1991, pp. 88-115.
- Jarvenpaa, S. L. and Staples, D. S., "The Use of Collaborative Electronic Media For information Sharing: an Exploratory Study of Determinants," *Strategic Information Systems*, Vol. 9, No. 2, 2000, pp. 129-154.
- Jarvenpaa, S. L. and Staples, D. S., "Exploring Perceptions of Organizational Ownership of Information and Expertise," *Journal of Management Information Systems*, Vol. 18, No. 1, 2001, pp. 151-183.
- Kankanhalli, A., Tan, B. C. Y., and Wei, K. K., "Contributing Knowledge to Electronic Knowledge Repositories: An Empirical Investigation," *MIS Quarterly*, Vol. 29, No. 1, 2005a, pp. 113-143.
- Kankanhalli, A., Tan, B. C. Y., and Wei, K. K., "Understanding Seeking From Electronic Knowledge Repositories: An Empirical Study," *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol. 56, No. 11, 2005b, pp. 1156-1166.
- Kogut, B. and Zander, U., "What Do Firms Do? Coordination, Identity, and Learning," *Organization Science*, Vol. 7, No. 5, 1996, pp. 502-518.
- Lin, M. J. J., Hung, S. W., and Chen, C. J., "Fostering the Determinants of Knowledge Sharing in Professional Virtual Communities," *Computers in Human Behavior*, Vol. 25, No. 4, 2009, pp. 929-939.
- Malhotra, Y., Galletta, D. and Kirsch, L., "How Endogenous Motivations Influence User Intentions: Beyond the Dichotomy of Extrinsic and Intrinsic User Motivations," *Journal of Management Information Systems*, Vol. 25, No. 1, 2008, pp. 267-299.
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S., "Social Capital Intellectual Capital and the Organizational Advantage," *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 2, 1998, pp. 242-266.
- Nelson, K. M. and Coopride, J. G., "The Contribution of Shared Knowledge to IS Group Performance," *MIS Quarterly*, Vol. 20, No. 4, 1996, pp. 409-432.
- Nonaka, I. "A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation," *Organization Science*, Vol. 5, No. 1, 1994,

- pp. 14-37.
- Reeve, J., *Understanding Motivation and Emotion*, Wiley, Fifth Edition, 2008.
- Ryan, R. M. and Deci, E. L. "Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-being," *American Psychologist*, Vol. 55, No. 1, 2000, pp. 68-78.
- Sambamurthy, V. and Subramani, M., "Special Issue on Information Technologies And Knowledge Management," *MIS Quarterly*, Vol. 29, No. 1, 2005, pp. 1-7.
- Stieglitz, S. and Dang-Xuan, L., "Emotions and Information Diffusion in social Media-Sentiment of Microblogs and Sharing Behavior," *Journal of Management Information Systems*, Vol. 29, No. 4, 2013, pp. 217-247.
- Sobel, M. E., "Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models," *Sociological Methodology*, Vol. 13, No. 1, 1982, pp. 290-312.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., and Lauro, C., "PLS Path Modeling," *Computational Statistics & Data Analysis*, Vol. 48, No. 1, 2005, pp. 159-205.
- Tsai, W. and Ghoshal, S., "Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks," *Academy of Management Journal*, Vol. 41, No. 4, 1998, pp. 464-476.
- Vallerand, R. J., "Toward a Hierarchical Model of Intrinsic and Extrinsic Motivation," *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 29, 1997, pp. 271-360.
- Venkatesh, V., "Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model," *Information Systems Research*, Vol. 11, No. 4, 2000, pp. 342-365.
- Wang, S. and Noe, R. A., "Knowledge Sharing: A Review and Directions for Future Research," *Human Resource Management Review*, Vol. 20, No. 2, 2010, pp. 115-131.
- Wang, W. T. and Hou, Y. P., "Motivations of Employees Knowledge Sharing Behaviors: A Self-determination Perspective," *Information and Organization*, Vol. 25, No. 1, 2015, pp. 1-26.
- Wasko, M. M. and Faraj, S., "It is What one Does: Why People Participate and Help Other in Electronic Communities of Practice," *Strategic Information Systems*, Vol. 9, No. 2, 2000, pp. 155-173.
- Wasko, M. M. and Faraj, S., "Why Should I Share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice," *MIS Quarterly*, Vol. 29, No. 1, 2005, pp. 35-57.
- Wetzels, M., Odekerken-Schroder, G., and Oppen, C. V., "Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration" *MIS Quarterly*, Vol. 33, No. 1, 2009 pp. 177-195.

김종기(Kim, Jongki)



부산대학교 경영학과에서 경영학 학사학위를 취득하고, Arkansas State University에서 경영학 석사학위, Mississippi State University에서 경영학 박사학위를 취득했다. 현재 부산대학교 경영학과 교수로 재직하고 있다. 주요 관심 분야는 정보보안관리, 전자상거래, 기술경영 등이다.

대상(Dai, Shuang)



동의대학교 경영정보학과에서 학사학위를 취득하고, 부산대학교에서 경영학 석사학위를 취득했다. 현재 중국 안휘외국어대학교 국제상무대학 전임강사로 재직하고 있다. 주요 관심 분야는 전자상거래와 지식경영 등이다.

김재현(Kim, Jeahyun)



경상대학교 경영정보학과에서 학사학위와 석사학위를 취득하고, 현재 부산대학교에서 경영학 박사과정에 재학하고 있다. 주요 관심 분야는 정보보안관리, 프라이버시, 지식경영 등이다.

<Abstract>

The Effects of Social Capital and Individual Motivations on Information Sharing and Community Promotion: Focused on a Chinese Virtual Community

Kim, Jongki · Dai, Shuang · Kim, Jeahyun

Purpose

Virtual communities change the way people communicate and share information. The purpose of this paper is to find how internet social capital and individual motivations influence the information sharing in virtual communities. This study considers the social capital theory, individual motivations, information sharing, and community promotion to construct a theoretical model.

Design/methodology/approach

Social capital focuses on three dimensions that include 6 factors: social interaction ties, centrality, shared language, shared vision, trust and reciprocity. Individual motivations include 2 factors: reputation and enjoy helping. To confirm the research model and the hypotheses, 426 effective questionnaires were used for the final analysis.

Findings

The result of data analysis demonstrates that social interaction ties, centrality, shared language, trust, and reciprocity were significant in affecting information sharing behaviors. However, reputation, enjoy helping, and shared vision does not appear to have a significant influence on information sharing behaviors. The information sharing was positively related to community promotion.

Keywords: Virtual Communities, Social Capital Theory, Individual Motivations, Information Sharing, Community Promotion.

* 이 논문은 2015년 12월 7일 접수, 2016년 1월 28일 1차 심사, 2016년 3월 16일 게재 확정되었습니다.