

온라인 지식 커뮤니티에서의 지식기여 의도의 동기요인

The Effects of Motivational Factors on the Intention to Contribute Knowledge to Online Communities

김 종 애(Jong-Ae Kim)*

목 차

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. 서론 | 4. 실증분석과 결과 |
| 2. 이론적 배경 | 4.1 자료 수집 |
| 3. 연구모형과 가설 | 4.2 신뢰성 및 타당성 분석 |
| 3.1 연구모형 | 4.3 가설의 검증 |
| 3.2 연구변수의 조작적 정의 및 측정 | 5. 결론 |
| 3.3 연구 가설 | |

초 록

본 연구에서는 온라인 지식 커뮤니티에서의 지식기여에 대한 태도와 지식기여 의도에 영향을 미치는 내재적 및 외재적 동기요인의 통합모형을 분석하였다. 온라인 지식 커뮤니티에서의 지식기여에 대한 태도에 영향을 미치는 내재적 동기요인으로는 즐거움, 지식 자기역능감, 책임감을, 외재적 동기요인으로는 기대 상호이익, 이미지, 주관적 규범을 도출하고, 이 요인들 간의 구조적 관계가 지식기여에 대한 태도와 나아가 지식기여 의도에 미치는 영향을 분석하였다. 분석 결과, 내재적 동기요인 중 즐거움과 지식 자기역능감이 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 책임감은 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 외재적 동기요인 중 기대 상호이익은 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 이미지와 주관적 규범은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

ABSTRACT

This study examined the intrinsic and extrinsic motivational factors affecting the intention to contribute knowledge to online communities. It examined enjoyment, knowledge self-efficacy, and commitment as the intrinsic motivational factors, and anticipated reciprocity, image, and subjective norm as the extrinsic motivational factors. The results showed that intrinsic motivational factors, enjoyment and knowledge self-efficacy were found to have significant influences on attitudes towards knowledge contribution to online communities, but commitment was not. Of the extrinsic motivational factors, anticipated reciprocity was found to have a significant influence on attitudes toward knowledge contribution to online communities, but image and subjective norm were not.

키워드: 온라인 커뮤니티, 지식기여, 내재적 동기, 외재적 동기
Online Community, Knowledge Contribution, Intrinsic Motivation, Extrinsic Motivation

* 경기대학교 문헌정보학과 전임강사(jongaekim@kgu.ac.kr)
논문접수일자: 2009년 8월 20일 최초심사일자: 2009년 8월 24일 게재확정일자: 2009년 9월 14일
한국문헌정보학회지, 43(3): 297-312, 2009. [DOI:10.4275/KSLIS.2009.43.3.297]

1. 서론

컴퓨터 네트워크의 발전은 사람들로 하여금 시간과 공간의 제약 없는 커뮤니케이션을 가능하게 하여, 가상공간에서 사회적 관계를 형성하는 온라인 커뮤니티의 발전을 가져왔다. 웹스터 사전에 의하면 커뮤니티는 “보다 큰 단위 내에서 공통의 관심, 직업 등을 가진 보다 작은 사회적 단위로서 모인 사람들의 집합”으로 정의된다. 온라인에서 공통의 관심사를 가진 사람들로 형성되는 온라인 커뮤니티는 가상 커뮤니티, 전자 커뮤니티 등의 용어와 혼용되어 언급되어 왔다. 온라인 커뮤니티에서의 상호작용은 여러 형태로 나타나는데, 지식을 공유하거나 친밀감을 구축하는 활동 등을 포함한다. Rheingold (1993)는 온라인 커뮤니티에서도 구성원 간에 동지애, 공감, 지지와 같은 감정들이 관찰된다고 보고하였다.

온라인 지식 커뮤니티는 가상공간에서 공통된 관심사나 경험을 가지고 지식을 공유하기 위하여 상호작용하는 사람들의 관계망에서 비롯된 사회적 집합체로 정의할 수 있다. 온라인 지식 커뮤니티는 지리적으로 떨어져 있는 사람들 간의 지식공유를 가능하게 하였다. 그러나 구성원이 지리적으로 분산되어 있고, 약한 유대감을 바탕으로 하고 있으며, 서로에 대해서 잘 알지 못하는 것과 같은 가상공간에서의 상호작용이 가지는 본질적 한계로 인하여 온라인 커뮤니티에서의 지식공유는 여러 어려움을 수반한다. 온라인에서 이루어지는 컴퓨터 중재 커뮤니케이션은 면대면 커뮤니케이션보다 서로에 대한 이해의 부족으로 지식의 공유가 더 어렵다고 할 수 있다. 가상공간이 갖는 이러한

제약점에도 불구하고 개인들은 온라인 지식 커뮤니티에서 자발적으로 그들의 시간과 노력을 들여 지식을 공유하는 것과 같은 친사회적인 행동을 한다.

온라인 지식 커뮤니티에서의 지식기여는 지식공유를 촉진하는 역할을 하는 핵심적인 활동이라고 할 수 있다. 일반적으로 지식 커뮤니티에서 개인의 지식기여는 개방적이고 자발적으로 이루어지는데, 이러한 환경에서 개인들은 직접적인 보상 없이도 지식을 기여하는 활동을 한다. 본 연구에서는 온라인 지식 커뮤니티의 지식공유 프로세스에서 촉진자로서의 역할을 하는 것이 개인의 지식기여 의도라고 보고, 가상공간에서 낯선 사람들 간의 지식공유를 가능하게 하는 자발적인 지식기여 의도에 영향을 미치는 요인을 살펴보고자 한다. 본 연구는 온라인 지식 커뮤니티에서 전수자의 지식기여 의도에 영향을 미치는 요인을 내재적 및 외재적 동기요인의 측면에서 분석하고자 한다. 가상공간에서 형성된 커뮤니티에서 구성원들의 자발적인 지식기여 의도에 영향을 미치는 요인을 확인함으로써, 최근 폭넓게 형성되어 있는 다양한 유형의 온라인 지식 커뮤니티에서의 지식공유 활성화를 위한 기초 자료를 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경

동기는 인간의 일반적인 행동을 비롯하여 정보기술 수용행동, 작업 관련 행동의 주요 결정요인으로 폭 넓게 연구되어왔다. Deci(1975)는 인간 행동의 주요 동기요인을 설명하는데

있어, 활동 그 자체가 목적이 되어 어떤 행동을 하게 되는 내재적 동기(intrinsic motivation)와, 보상의 획득과 같은 일정한 목적을 달성하기 위해 그 행위를 하게 되는 외재적 동기(extrinsic motivation)로 구분하였다. 즉, 내재적 동기는 행동 그 자체가 즐거움이나 성취감을 주어 외부로부터의 보상이 없어도 유발되는 것을 의미하며, 외재적 동기는 행동의 보상이 주어지거나 처벌을 회피하기 위해 유발되는 것을 의미한다.

내재적 동기는 행동 그 자체로부터 얻을 수 있는 즐거움, 성취감 등을 통하여 부여되는, 그리고 개인이 이상적인 자아를 형성하기 위해 내재적 기준을 설정하고 자신의 특성, 능력, 가치 등을 그 기준에 맞추기 위해 부여되는 동기를 의미한다(Barbuto & Scholl 1998). 반면 외재적 동기는 금전적 보상과 같은 실질적인 보상을 얻을 수 있다고 인지할 때, 그리고 타인을 통하여 자신의 능력과 가치에 대한 확신을 얻고자 타인의 기대에 맞게 행동하게 하는 동기를 일컫는다. 준거집단의 역할을 하는 타인들을 만족시키는 행위를 함으로써 그 집단 내에서 자신의 지위를 확보하고자 하는 목적에서 기인된 동기이다. 따라서 외재적 동기는 외부 환경에 영향을 받으며 외적인 인과관계를 가지는 반면, 내재적 동기는 외부적인 통제의 영향은 없이 자아실현과 이상적 자아의 형성을 위해 스스로 행동을 수행하게 된다. 내재적으로 동기화된 행동은 즐거움, 흥미, 호기심, 몰입, 역능감, 자기결정감과 같은 요인에 의해 영향을 받고, 외재적으로 동기화된 행동은 금전적 보상, 인정, 타인의 통제, 제약과 같은 요인에 의해 영향을 받는다(Amabile et al. 1994).

내재적 동기와 외재적 동기는 같은 현상의 양극단이라기 보다는 비교적 독립적인 현상으로 이해될 수 있다(Amabile et al. 1994). 이 기본적인 이분법은 인간의 동기에 대한 연구에서 오랫동안 논의되어 왔고, 사람들이 타인의 행동뿐만 아니라 자신의 행동을 이해하는데 활용되어져 왔다(Hirschfeld 2008). 연구자들은 내재적 동기와 외재적 동기의 관계에 관하여 서로 다른 견해를 제시해왔다. 1970년대에는 내재적 동기와 외재적 동기를 서로 양립할 수 없는 부적관계로 보는 견해가 지배적이었다. 많은 연구자들은 외재적 동기요인이 내재적 동기를 감소시킨다고 보고하였다(Deci 1975; Amabile 1979). 그러나 1980년대 이후 내재적 동기가 외재적 동기를 감소시키며 외재적 동기는 내재적 동기를 감소시킨다고 보는 기존의 견해와는 다른 연구결과들이 제시되었다. Eisenberger & Selbst(1994)는 외재적 동기요인이 창의성의 증진에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 보고하였고, Amabile(1996)은 외재적 동기요인이 높을 경우 내재적 동기를 유도할 수 있다고 보고하였다. 이와 함께 많은 연구자들이 내재적 동기와 외재적 동기가 상호 부적관계가 아니며, 내재적 동기가 높을 경우 외재적 동기 역시 높아질 수 있는 상호 부가적인 관계라고 설명했다(Eisenberger & Ameal 1997).

폭넓은 선행연구에서 내재적 및 외재적 동기는 지식공유와 지식기여의 주요 결정요인으로 제시되어왔다(Constant et al. 1996; Kankanhalli et al. 2005; Osterloh & Frey 2000). 본 연구에서는 온라인 지식 커뮤니티에서의 지식기여에 대한 태도와 지식기여 의도에 영향을 미치는 내재적 및 외재적 동기요인의 통합모형을 분석

한다. 내·외재적 동기를 지식기여에 대한 태도의 선행요인으로 선정하고, 이 요인들 간의 구조적 관계가 지식기여 의도에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 한다.

3. 연구모형과 가설

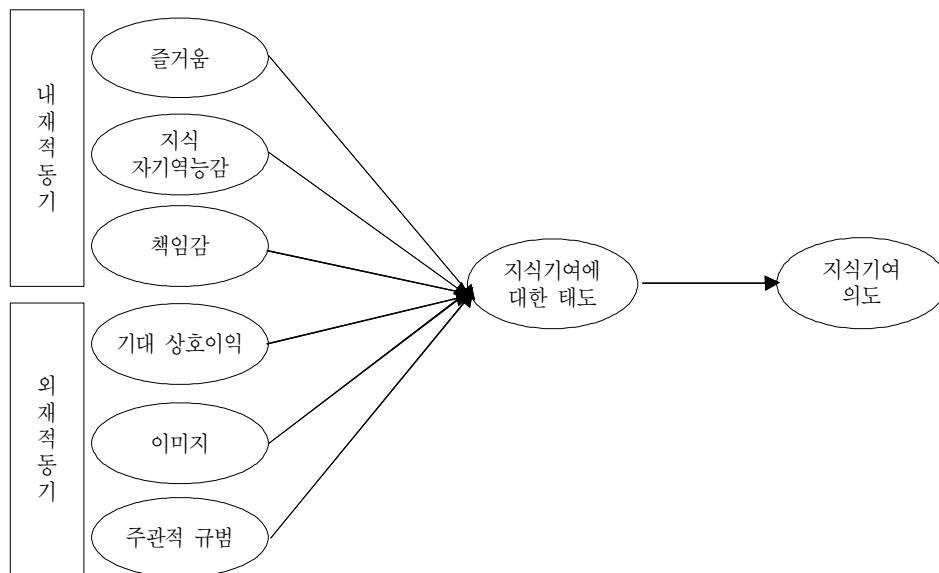
3.1 연구모형

선행연구를 토대로 온라인 지식 커뮤니티에서의 지식기여에 대한 태도에 영향을 미치는 내재적 동기요인으로는 지식 자기역능감, 즐거움, 책임감을, 외재적 동기요인으로는 기대 상호이익, 이미지, 주관적 규범을 주요 연구변수로 도출하였다. 내재적 및 외재적 동기요인이 지식기여에 대한 태도와 지식기여 의도에 미치는 영향 간의 관련성을 분석하기 위하여 <그림 1>과 같

은 연구모형을 구성하였다.

3.2 연구변수의 조작적 정의 및 측정

연구모형과 가설을 검증하기 위해 사용된 변수의 조작적 정의는 <표 1>과 같다. 즐거움은 “온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여하는 것에 대해 느끼는 즐거움의 정도”로 조작화하였다. 즐거움을 측정하기 위한 측정항목은 선행연구(Sun & Zhang 2006)로부터 추출된 2개 문항으로 구성하였다. 지식 자기역능감은 “온라인 지식 커뮤니티에 가치있는 지식을 제공할 수 있는 자신의 능력에 대한 자신감의 정도”로 조작화하였으며, 측정항목은 선행연구(Lin 2007)로부터 추출된 2개 문항으로 구성하였다. 책임감은 “공유된 멤버십을 바탕으로 전체로서의 커뮤니티와 개별 구성원에 대하여 느끼는 의무감의 정도”로 조작화하였으며, 책임감을 측정하



<그림 1> 연구모형

기 위한 측정항목은 선행연구(강명수 2005)로부터 추출된 2개 문항으로 구성하였다.

기대 상호이익은 “현재 온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여함으로써 미래에 자신이 지식을 요청할 때 도움을 받을 수 있을 것이라는 믿음의 정도”로 조작화하였으며, 선행연구(Hsu & Lin 2008)로부터 추출된 2개 문항으로 측정항목을 구성하였다. 이미지는 “온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여함으로써 명성이 증가한다는 인식의 정도”로 조작화하였으며, 측정항목은 선행연구(Moore & Benbasat 1991)로부터 추출된 2개 문항으로 구성하였다. 주관적 규범은 “개인이 자신에게 중요한 사람들이 자신이 온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여하도록 기대한다고 믿는 정도”로 조작화하였으며, 선행연구(Hsu & Lin 2008)로부터 추출된 2개 문항으로 측정항목을 구성하였다.

지식기여에 대한 태도는 “온라인 지식 커뮤

니티에 지식을 기여하는 것에 대한 긍정적 또는 부정적 감정”으로 조작화하였다. 이를 측정하기 위한 측정항목은 선행연구(Hu et al. 1999)로부터 추출된 2개 문항으로 구성하였다. 지식기여 의도는 “온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여하고자 하는 의지”로 조작화하였으며, 선행연구(Lin 2007)로부터 추출된 2개 문항으로 측정항목을 구성하였다.

3.3 연구 가설

3.3.1 내재적 동기

사람들이 온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여하는 것은 반드시 어떤 보상을 얻기 위해서는 아니며, 다른 사람들이 가진 문제를 해결하는 것을 돕기 위해 유용한 지식을 제공하는 것이 즐겁다고 인식하기 때문에 지식을 기여하는 것에 대해 긍정적인 태도를 가질 수 있다. 온라인

〈표 1〉 연구변수의 조작적 정의

변수	조작적 정의	항목수	관련 연구
즐거움	온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여하는 것에 대해 느끼는 즐거움의 정도	2	Sun & Zhang(2006)
지식 자기역능감	온라인 지식 커뮤니티에 가치있는 지식을 제공할 수 있는 자신의 능력에 대한 자신감의 정도	2	Lin(2007)
책임감	공유된 멤버십을 바탕으로 전체로서의 커뮤니티와 개별 구성원에 대하여 느끼는 의무감의 정도	2	강명수(2005)
기대 상호이익	현재 온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여함으로써 미래에 자신이 지식을 요청할 때 도움을 받을 수 있을 것이라는 믿음의 정도	2	Hsu & Lin(2008)
이미지	온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여함으로써 명성이 증가한다는 인식의 정도	2	Moore & Benbasat(1991)
주관적 규범	개인이 자신에게 중요한 사람들이 자신이 온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여하도록 기대한다고 믿는 정도	2	Hsu & Lin(2008)
지식기여에 대한 태도	온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여하는 것에 대한 긍정적 또는 부정적 감정	2	Hu et al.(1999)
지식기여 의도	온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여하고자 하는 의지	2	Lin(2007)

※ 모든 설문문항은 리커트식 7점 척도로 측정됨.

커뮤니티에 관한 다수의 연구에서 즐거움이 지식기여에 대한 태도에 영향을 미친다는 결과를 제시한다(Wasko & Faraj 2005; Kankanhalli et al. 2005). Wasko & Faraj(2000)와 Ba et al.(2001)는 지적 탐구와 문제해결이 그 자체로 재미있고 다른 사람들을 돕는 것이 즐겁기 때문에 개인이 지식을 기여하기 위해 내재적으로 동기화된다고 제시하였다. Davenport & Prusak (1998)은 지식기여자는 다른 사람들을 돕고자 하는 상대적 박애에 의해 동기화되어 지식을 기여할 수 있다고 보았다. 지식기여자는 타인을 돕는데 있어서의 내재적 즐거움을 얻으며, 이렇듯 타인을 돕는 것으로부터 얻는 내재적 즐거움에서 동기화되어 지식기여에 대한 긍정적 태도로 나타날 수 있다(Davenport & Prusak 1998; Ba et al. 2001). 따라서 즐거움이라는 내재적 동기와 온라인 지식 커뮤니티에서 지식기여에 대한 태도 간의 관계에 대해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1: 즐거움은 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

자기역능감(Self-efficacy)은 Bandura(1977)에 의해 행동이론에 소개된 이후, 인간의 행동에 영향을 미치는 주요 요인으로 연구되어왔다. Bandura(1986)는 자기역능감을 “특정 유형의 성과를 얻기 위해 요구되는 행동과정을 조직하고 집행하기 위한 자신의 능력에 대한 개인의 평가”로 정의한다. 자기역능감은 개인이 가진 능력을 의미한다기보다는 개인이 자신이 가진 능력에 대한 신념 또는 판단을 의미한다. 온라인 지식 커뮤니티에서의 지식기여행동과 관련

된 자기역능감은 커뮤니티에 가치 있는 지식을 제공할 수 있는 자신의 능력에 대한 자신감의 정도라고 할 수 있다. 지식 자기역능감은 지식 기여자가 온라인 커뮤니티에 지식을 기여하는 것에 대해 긍정적인 태도를 갖게 하는 동기요인으로서의 역할을 할 수 있다. 개인이 필요한 인지적 자본, 즉 커뮤니티에 기여할 전문지식이 부족하다고 느끼면 지식기여는 일어나기 어려우며, 자신이 가진 지식이 문제해결에 도움이 될 것이라고 믿는 사람이 지식기여와 관련하여 더 긍정적인 태도를 발전시킬 것이다. 선행연구는 개인은 자신이 높은 수준의 전문지식을 갖추었다고 인식할 때 온라인 환경에서 지식을 기여할 가능성이 더 크며(Constant et al. 1996; Kankanhalli et al. 2005; Hsu et al. 2007; Cabrera et al. 2006; Lin 2007), 자신이 다른 사람들에게 유용한 전문지식을 갖추고 있지 않다고 인식할 때는 지식을 기여할 가능성이 더 적다고 보고하였다(Lee et al. 2006; Wasko & Faraj 2000). 선행연구를 바탕으로 지식 자기역능감이 지식기여에 대한 태도에 미치는 영향에 대해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2: 지식 자기역능감은 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

온라인 지식 커뮤니티는 구성원의 자발적이고 지속적인 참여가 있어야 유지될 수 있다. 온라인 지식 커뮤니티의 구성원은 커뮤니티의 존속을 위하여 기여해야 한다는 도덕적 의무감을 인식할 수 있는데, 이를 책임감(commitment)으로 설명하였다(Wasko & Faraj 2000). 책임

감은 집단 내에서의 관계에 적용되어 해석될 때, 공유된 멤버십을 바탕으로 집단 내의 다른 사람들을 돕는 의무감을 의미한다. 본 연구에서는 책임감을 공유된 멤버십을 바탕으로 전체로서의 커뮤니티와 개별 구성원에 대하여 느끼는 의무감으로 정의한다. 이러한 커뮤니티 구성원이 갖는 책임감은 지식기여에 대한 태도에 영향을 미칠 수 있다. 선행연구는 온라인 지식 커뮤니티 구성원의 책임감이 강할수록 커뮤니티 참여와 지식기여를 위해 동기화된다고 보고하였다(강명수 2003; Constant et al. 1996; Wasko & Faraj 2000). 선행연구를 바탕으로 온라인 지식 커뮤니티에 대한 책임감이 지식기여에 대한 태도에 미치는 영향에 대해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3: 책임감은 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.3.2 외재적 동기

Rheingold(2000)는 가상커뮤니티에서 정기적으로 지식을 기여함으로써 다른 사람들을 돕는 사람들은 자신이 지식을 요청할 때 더 신속하게 도움을 받는다는 것을 관찰했다. 개인은 자신의 지식기여가 나중에 자신이 필요할 때 유용한 지식을 얻는 것으로 보상을 가져올 것이라고 기대할 때, 지식기여에 대해 더 긍정적인 태도를 형성할 것이다. 기대 상호이익은 지식기여자가 현재 온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여하는 것이 미래에 자신이 지식을 요청할 때 다른 사람들로부터 도움을 받는 것을 가능하게 할 것이라는 믿음으로 정의할 수 있다. 즉 기대 상호이익은 개인이 온라인 지식커뮤니

티에 지식을 기여함으로써 상호이익을 얻을 수 있다고 믿는 정도를 의미한다. 본 연구에서는 기대 상호이익에 대한 인식이 온라인 지식 커뮤니티에서의 지식기여에 대한 태도에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H4: 기대 상호이익은 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

Moore & Benbasat(1991)은 이미지를 “혁신의 수용 및 이용으로 인하여 사회시스템 내에서 개인의 사회적 자유나 이미지가 증대 또는 강화되는 정도”라고 정의하였다. 선행연구는 지식기여자가 타인으로부터의 인정과 더 나은 이미지를 얻기 위하여 지식을 기여한다고 제시하였다(Hall 2001). 지식기여자는 사회적 인정과 존경을 얻기 위해 온라인 커뮤니티에서 지식을 기여하는 노력을 기울이는데, 자신이 가치있는 전문지식을 가지고 있다는 것을 보여줌으로써 다른 사람들로부터 존경과 더 나은 이미지를 얻고자 한다고 설명하였다(Constant et al. 1996). 지식기여자는 온라인 지식 커뮤니티에 지식을 기여함으로써 커뮤니티 구성원들로부터 전문가로 인식되고 더 높은 평가를 얻을 수 있다. 이러한 사회적 인정과 명성을 획득함으로써 더 나은 이미지를 획득하려는 외재적 동기는 온라인 커뮤니티에 지식을 기여하려는 경향으로 나타날 것이라고 설명하였다. 본 연구에서는 이미지가 지식기여에 대한 태도에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 보고 다음과 같은 가설을 도출하였다.

H5: 이미지는 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

주관적 규범(Subjective norm)은 많은 경험적 연구에서 인간 행동의도의 주요 선행요인으로 설명되어졌다(Taylor & Todd 1995; Venkatesh & Davis 2000). 주관적 규범은 “어떤 개인이 자신의 준거가 되는 중요한 개인 및 집단이 자신이 특정한 행동을 실행하거나 실행하지 않도록 기대한다는 믿음”으로 정의된다(Fishbein & Ajzen 1975). 주관적 규범은 개인이 자신에게 영향을 미치는 중요한 사람의 의견을 자신의 신념구조의 일부분으로 통합함으로써(Lewis et al. 2003), 자신의 태도나 행동에 영향을 미치게 되는 것을 의미한다. 이는 개인의 행동이 집단적 규범에 따르고자 하는 인간의 성향에 의해 영향을 받는다는 것을 설명한다. 타인으로부터의 인정, 보상에 대한 기대와 같은 외재적으로 동기화된 사람일수록 주관적 규범이 태도나 행동에 강하게 작용한다고 볼 수 있다. Fulk(1993)는 주관적 규범은 사회적 영향과정을 통해 태도에 중요한 영향을 미친다고 보고하였다. 개인은 자신의 주변사람들이 자신도 지식 커뮤니티에 지식을 기여하기를 기대하고 있다고 인식하는 경우 지식기여에 대하여 더 적극적인 태도를 형성할 것이다. 즉, 지식기여에 대한 주관적 규범은 개인의 지식기여에 대한 태도에 영향을 미칠 것이라고 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H6: 주관적 규범은 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.3.3 지식기여 의도

합리적 행동이론(TRA: Theory of Reasoned Action)에 따르면 특정 행동에 대한 개인의 태도는 그의 행동을 결정하는 중요한 역할을 한다(Fishbein & Ajzen 1975). 다수의 선행연구에서 태도는 인간 행동의 결정요인으로 인간의 행동과 행동의도에 영향을 미치는 요인으로 보고되었다(Jarvenpaa et al. 2000; Childers et al. 2001). Ryu et al.(2003)의 연구에서도 지식공유에 대한 태도는 지식공유 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 합리적 행동이론에 기초하여 온라인 커뮤니티에서의 지식기여에 대한 개인의 태도 변수가 지식기여 의도의 결정요인으로서의 역할을 할 것이라고 보았다. 따라서 온라인 커뮤니티에서의 지식기여에 대하여 긍정적인 태도를 가진 개인은 지식을 기여하고자 하는 의지가 더 높게 나타날 것이라고 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H7: 지식기여에 대한 태도는 지식기여 의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

4. 실증분석과 결과

4.1 자료 수집

실증분석에 필요한 자료를 수집하기 위하여 2009년 6월 국내의 인터넷 설문조사 사이트를 활용하여 온라인 지식 커뮤니티에 참여한 경험이 있는 개인을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 연구는 자료수집방법으로 편의표본 추

출방식을 이용하여 온라인 지식커뮤니티에 참여한 적이 있다고 응답한 개인은 설문에 참여할 수 있도록 하였다. 온라인 지식커뮤니티의 개념에 대한 설문응답자의 이해를 돕고자 현재 인터넷 상에서 활발하게 이용되고 있는 다수의 지식커뮤니티의 예를 제시하였다. 인터넷 설문조사시스템은 설문응답에 있어 누락응답과 중복응답의 차단을 가능하게 한다. 설문응답자의 적극적인 참여를 유도하기 위하여 응답자에게 소액의 전자화폐를 지급하였다. 설문조사 실시 전에 학부생을 대상으로 예비조사를 실시하여 의미가 불명확하거나 혼돈을 야기할 수 있는 설문문항을 수정하였다. 수집된 설문자료는 총 115부였으나 불성실한 응답을 한 설문을 제외한 103부를 분석에 사용하였다.

자료를 분석하기 위해 SPSS 12.0, AMOS 5.0을 활용하여 응답자의 특성을 파악하기 위한 빈도분석, 측정도구의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위한 신뢰도 및 타당성 분석, 가설검증을 위한 구조방정식모형 분석을 실시하였다.

응답자의 일반적 특성에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 <표 2>와 같다. 분석 결과, 성별은 남성 55명(53.4%), 여성 48명(46.6%)으로 나타났고, 연령은 10대 8명(7.8%), 20대 45명(43.7%), 30대 45명(43.7%), 40대 이상 5명(4.9%)으로 나타났다. 학력은 중/고등학교 재학 중 8명(7.8%), 고졸 31명(30.1%), 대졸 55명(53.4%), 대학원졸 9명(8.7%)으로 나타났고, 직업은 직장인 56명(54.4%), 학생 34명(33.0%), 주부 6명(5.8%), 자영업 5명(4.9%)

<표 2> 응답자의 일반적 특성

구분	빈도	백분율(%)
성 별	남성	55 53.4
	여성	48 46.6
연 령	10대	8 7.8
	20대	45 43.7
	30대	45 43.7
	40대 이상	5 4.9
학 력	중/고등학교 재학 중	8 7.8
	고졸	31 30.1
	대졸	55 53.4
	대학원졸	9 8.7
직 업	학생	34 33.0
	직장인	56 54.4
	주부	6 5.8
	자영업	5 4.9
	기타	2 1.9
온라인 지식커뮤니티 활동기간	1년 미만	21 20.4
	2-3년	46 44.7
	4년 이상	36 35.0
합 계	103	100.0

순으로 나타났다. 온라인 지식커뮤니티 활동기간은 1년 미만이 21명(20.4%), 2-3년의 경우가 46명(44.7%), 4년 이상이 36명(35.0%)으로 나타났다.

4.2 신뢰성 및 타당성 분석

신뢰성이란 측정문항 간의 내적 일관성을 뜻하는 것으로 측정결과가 일관성과 안정성을 가지는 정도라고 할 수 있다. 본 연구에서는 측정도구의 신뢰성을 측정하기 위해 하나의 개념에 대해 여러 개의 항목으로 구성된 척도에 대한 Cronbach's α 값을 사용하였다. 본 연구에서 사용된 측정도구에 의해 측정된 연구변수들의 신뢰도를 산출한 결과는 <표 3>과 같다. 연구모형에 포함된 연구변수들의 Cronbach's α 값은 모두 Nunnally(1967)가 제시한 0.6보다 높은 수준으로서 신뢰성이 확보되었다고 할 수 있다.

구성개념들을 측정하기 위해 사용된 측정항목들의 단일 차원성을 확인하기 위해 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis: CFA)을 실시하였다. 본 연구에서는 연구단위와 연구모형의 전반적인 적합도를 평가하는 지표로

서 χ^2 (카이제곱 통계량), GFI(Goodness-of-Fit Index: 기초적합지수), AGFI(Adjusted Goodness-of-Fit Index: 조정적합지수), RMR(Root Mean Square Residual: 원소간 평균제곱잔차), NFI(Normal-Fit Index: 표준적합지수), CFI(Comparative Fit Index: 비교적합지수) 등을 사용하여 평가하였다. 각 구성개념별 확인적 요인분석에 대한 결과는 <표 4>와 같다. 연구단위의 적합도 지수는 $\chi^2=56.808$, $p=0.756$, $RMR=0.036$, $GFI=0.940$, $AGFI=0.874$, $NFI=0.962$, $CFI=1.000$ 으로 적합도 수용수준을 충족시키는 것으로 나타났다.

표준적재치 값이 0.791에서 1.022로 기준치인 0.6을 상회하였고, 복합 신뢰성 계수는 0.835에서 0.956으로 기준치인 0.7을 상회하였다. 분산 추출값은 0.718에서 0.879로 기준치인 0.5를 상회하고 있는 것으로 나타나 척도의 수렴타당성을 확보하고 있는 것으로 나타났다.

개념간 판별타당성 분석의 기준은 상관계수의 제공이 분산추출값보다 작으면 판별타당성이 있다고 보는데, 이는 자기측정변수 분산이 다른 변수와 공유하는 분산보다 더 크다는 것을 의미한다. 개념 간 판별타당성을 분석한 <표 5>

<표 3> 측정도구의 신뢰도 분석

구분	요인	문항수	신뢰도
내재적 동기	즐거움	2	.920
	지식 자기역능감	2	.841
	책임감	2	.876
외재적 동기	기대 상호이익	2	.858
	이미지	2	.834
	주관적 규범	2	.917
지식기여에 대한 태도		2	.854
지식기여 의도		2	.926

〈표 4〉 수렴타당성 검증

요 인	측정항목	수렴타당성			
		표준 적재치	측정 오차	복합 신뢰성 계수	분산 추출값
즐거움	즐거움1	.926	.857	.917	.846
	즐거움2	.914	.835		
지식 자기역능감	지식 자기역능감1	.899	.808	.844	.731
	지식 자기역능감2	.809	.654		
책임감	책임감1	.834	.696	.884	.792
	책임감2	.943	.889		
기대 상호이익	기대 상호이익1	1.022	1.044	.956	.828
	기대 상호이익2	.910	.828		
이미지	이미지1	.900	.810	.835	.718
	이미지2	.791	.626		
주관적 규범	주관적 규범1	.958	.918	.913	.841
	주관적 규범2	.874	.764		
지식기여에 대한 태도	지식기여태도1	.859	.738	.854	.745
	지식기여태도2	.867	.752		
지식기여 의도	지식기여의도1	.902	.814	.936	.879
	지식기여의도2	.972	.845		

Fit Statistics : Chi Square=56.808(P=0.756), RMR=0.036, GFI=0.940, AGFI=0.874, NFI=0.962, CFI=1.000

〈표 5〉 개념간의 판별타당성 검증

구 분	즐거움	지식 자기역능감	책임감	기대 상호이익	이미지	주관적 규범	지식기여 태도	지식기여 의도
즐거움	.846							
지식 자기역능감	.617** (0.381)	.731						
책임감	.390** (0.152)	.368** (0.135)	.792					
기대 상호이익	.436** (0.190)	.360** (0.130)	.611** (0.373)	.828				
이미지	.610** (0.372)	.411** (0.169)	.417** (0.174)	.559** (0.312)	.718			
주관적규범	.605** (0.366)	.614** (0.377)	.418** (0.175)	.266** (0.070)	.481** (0.231)	.841		
지식기여 태도	.823** (0.145)	.608** (0.370)	.467** (0.218)	.578** (0.334)	.601** (0.361)	.516** (0.266)	.745	
지식기여 의도	.791** (0.626)	.681** (0.464)	.404** (0.163)	.490** (0.240)	.553** (0.306)	.542** (0.293)	.788** (0.621)	.879

* 대각선의 계수는 분산추출값이며, 표 안의 값은 상관계수, 괄호 안의 값은 상관계수 제곱임.

** p < .01

를 보면 모든 개념의 상관계수 제곱이 분산추출 값보다 작기 때문에 본 연구에서 제시된 개념들은 판별타당성이 있는 것으로 나타났다.

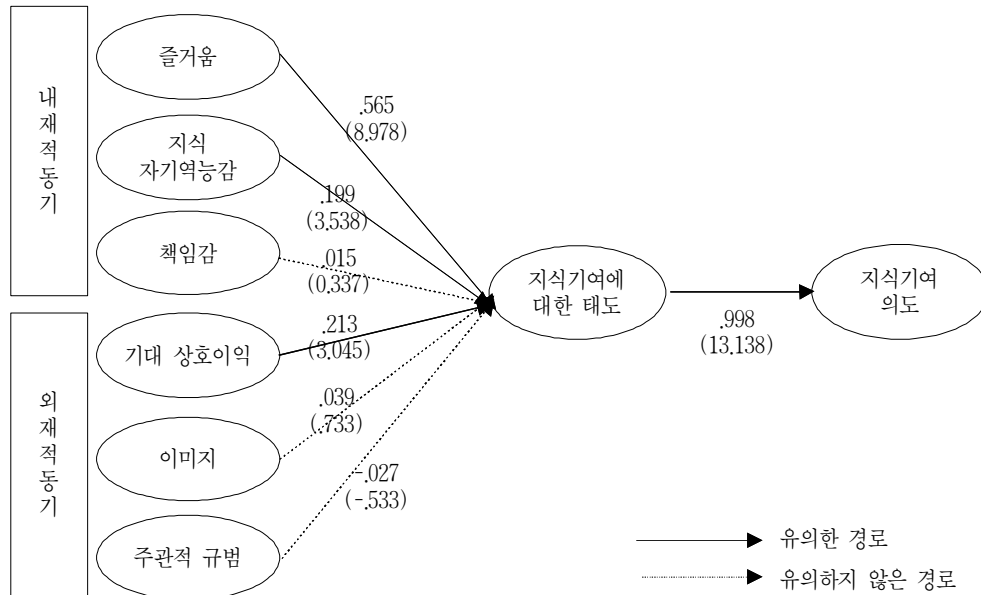
4.3 가설의 검증

본 연구에서 제시한 구조모형이 연구가설에 적합한 정도를 알아보기 위해 측정개념들에 대한 확인요인분석 결과는 <표 6>과 같다. 모형의 적합성 평가는 절대적합지수(absolute fit measures), 증분적합지수(incremental fit measures), 간명부합지수(parsimonious fit measures)를 종합적으로 활용하였다. 구조방정식 모형의 적합성 평가 결과, 적합도지수는 $\chi^2=6.148$, $p=0.292$, RMR=0.014, GFI=0.986, AGFI=0.896, NFI=0.989, CFI=0.998로 분석되어 본 연구에서 설정한 이론적 모형의 전반적인 적합도는 양호하

다는 것이 증명되었다.

본 연구에서 설정한 내·외재적 동기요인들이 지식기여에 대한 태도와 지식기여 의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 제시한 전체 모형을 검증한 결과는 <그림 2>와 같다.

먼저 즐거움이 지식기여에 대한 태도에 미치는 영향을 가정한 가설1에 대한 검증에서 경로계수는 0.565, t값이 8.978로, 즐거움이 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지식 자기역능감이 지식기여에 대한 태도에 미치는 영향을 가정한 가설2에 대한 검증에서 경로계수는 0.199, t값이 3.538로, 지식 자기역능감이 지식기여에 대한 태도의 유의한 영향요인임이 검증되었다. 책임감이 지식기여에 대한 태도에 미치는 영향을 가정한 가설3의 경우, 경로계수는 0.015, t값이 0.337로, 책임감이 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향



<그림 2> 연구모형의 경로분석 결과

을 미치지 않는 것으로 나타났다.

기대 상호이익이 지식기여에 대한 태도에 미치는 영향을 가정한 가설4에 대한 검증에서는 경로계수가 0.213, t값이 3.045로, 기대 상호이익이 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이미지가 지식기여에 대한 태도에 미치는 영향을 가정한 가설5에 대한 검증에서는 경로계수가 0.039, t값이 0.733으로, 이미지가 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 주관적 규범이 지식기여에 대한 태도에 미치는 영향을 가정한 가설6의 경우, 경로계수는 -0.027, t값이 -0.533으로, 주관적 규범이 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

지식기여에 대한 태도가 지식기여 의도에 미치는 영향을 가정한 가설7에 대한 검증에서 경로계수는 0.998, t값이 13.138로, 지식기여에 대한 태도가 지식기여 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

5. 결론

본 연구는 온라인 지식 커뮤니티에서의 자발적인 지식기여를 촉진하는 요인을 파악하기 위해 선행연구를 토대로 내재적 및 외재적 동기요인을 선정하고, 이 요인들이 지식기여에 대한 태도와 지식기여 의도에 미치는 영향을 살펴보았다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다. 내재적 동기요인 중 즐거움과 지식 자기역능감이 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 책임감은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 외재적 동기요인 중 기대 상호이익은 지식기여에 대한 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 이미지와 주관적 규범은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 지식기여에 대한 태도는 지식기여 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이는 합리적 행동이론에서 설명하였듯이 태도가 행동의도에 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

본 연구는 다음과 같은 면에서 한계를 가지고 있다. 첫째, 본 연구는 자료수집방법으로 편

〈표 6〉 가설 검증 결과

가설	경로	Estimate	S.E.	C.R.	P	채택여부
H1	즐거움 → 지식기여태도	0.565	0.063	8.978**	0.000	채택
H2	지식 자기역능감 → 지식기여태도	0.199	0.056	3.538**	0.000	채택
H3	책임감 → 지식기여태도	0.015	0.045	0.337	0.736	기각
H4	기대 상호이익 → 지식기여태도	0.213	0.070	3.045**	0.002	채택
H5	이미지 → 지식기여태도	0.039	0.053	0.733	0.463	기각
H6	주관적 규범 → 지식기여태도	-0.027	0.050	-0.533	0.594	기각
H7	지식기여태도 → 지식기여의도	0.998	0.076	13.138**	0.000	채택

Fit Statistics: Chi Square=6.148(P=0.292), RMR=0.014, GFI=0.986, AGFI=0.896, NFI=0.989, CFI=0.998

** p < .01

의표본 추출법을 이용한 인터넷 설문조사를 실시하여, 표본이 전체 모집단을 적절히 반영하지 못할 가능성이 있으며, 인터넷 설문에서 나타날 수 있는 불성실 응답이 나타났다. 둘째, 횡단 연구를 실시하였기 때문에 내·외재적인 동기요인이 지식기여에 대한 태도와 지식기여 의도에 미치는 영향에 있어서 시간의 흐름에 따른 변화를 살펴볼 수 없었다.

향후 연구의 방향을 다음과 같이 제시한다. 온라인에서의 지식기여에 대한 분석수준은 개

인적, 조직적, 사회적 차원에서 이루어질 수 있다. 본 연구에서는 개인적 차원에서의 지식기여 의도에 중점을 두어 분석하였다. 향후 연구에서는 조직적, 사회적 차원에서 이루어지는 지식기여 의도와 행동에 영향을 미치는 요인에 대해 조사할 수 있다. 또한 온라인 지식 커뮤니티를 유형별로 세분화하여, 각 유형별로 지식기여 의도에 대한 연구모형을 도출하여 비교·분석해 볼 필요가 있다.

참 고 문 헌

- [1] 강명수. 2004. 온라인 커뮤니티 형성과 유지에 관한 연구: 규범적 몰입과 감성적 몰입의 매개역할을 중심으로. 『대한경영학회지』, 18(1): 67-87.
- [2] Amabile, T. M. 1996. *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Boulder, CO: Westview.
- [3] Amabile, T. M., Hill, K. G., Hennessey, B. A., & Tighe, E. M. 1994. "The work performance inventory: Assessing intrinsic and extrinsic motivational orientations." *Journal of Personality and Social Psychology* 66(5): 950-967.
- [4] Ba, S., Stallaert, J., & Whinston, A. B. 2001. "Research commentary: Introducing a third dimension in information systems design: The case for incentive alignment." *Information Systems Research* 12(3): 225-239.
- [5] Bandura, A. 1986. *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- [6] Barbuto, J. E., & Scholl, R. W. 1998. "Motivation sources Inventory: Development and validation of new scales to measure an integrative taxonomy of motivation." *Psychological Reports*, 82: 1011-1022.
- [7] Cabrera, A. C., Collins, W. C., & Salgado, J. F. 2006. "Determinants of individual engagement in knowledge sharing." *International Journal of Human Resource Management*, 17(2): 245-264.
- [8] Constant, D., Sproull, L., & Kiesler, S. 1996. "The kindness of strangers: The usefulness

- of electronic weak ties for technical advice.” *Organization Science*, 7(2): 119-135.
- [9] Davenport, T. H., & Prusak, L. 1998. *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Boston: Harvard Business Press.
- [10] Deci, Edward L. 1975. *Intrinsic motivation*. New York: Plenum Press.
- [11] Deci, E. L., & Ryan, R. M. 1985. “The general causality orientations scale: Self-determination in personality.” *Journal of Research in Personality*, 19: 109-134.
- [12] Eisenberger, R. & Ameal, S. 1997. “Can salient reward increase creative performance without reducing intrinsic creative interest?” *Journal of Personality and Social Psychology*, 72: 652-663.
- [13] Eisenberger, R. & Selbst, M. 1994. “Does reward increase or decrease creativity?” *Journal of Personality and Social Psychology* 66: 1116-1127.
- [14] Fishbein, M., & Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- [15] Fulk, J. 1993. “Social Construction of communication technology.” *Academy of Management Journal* 36(5): 921-950.
- [16] Hall, H. 2001. *Social exchange for knowledge exchange*. Paper presented at *Managing knowledge: Conversations and Critiques*, April 10-11, 2001. University of Leicester Management Centre.
- [17] Hirschfeld, Robert R. 2008. “Implications of self-deception for self-reported intrinsic and extrinsic motivational dispositions and actual learning performance.” *Educational and Psychological Measurement* 68(1): 154-173.
- [18] Hsu, Chin-Lung, & Lin, Judy C. 2008. “Acceptance of blog usage: The roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation.” *Information & Management*, 45: 65-74.
- [19] Hsu, M., Ju, T., Yen, C., & Chang, C. 2007. “Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectation.” *Journal of Human-Computer Studies* 65: 153-169.
- [20] Kankanhalli, Atreyi, Tan, Bernard, C. Y., & Wei, Kwok-Kee. 2005. “Contributing knowledge to electronic knowledge repositories: An empirical investigation.” *MIS Quarterly*, 29(1): 113-143.
- [21] Lewis, W., Agarwal, R., & Sambamurthy, V. 2003. “Sources of influence on beliefs about information technology use: An empirical study of knowledge workers.” *MIS Quarterly*, 27(4): 657-678.

- [22] Moore, G. C., & Benbasat, I. 1991. "Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology behavior." *Information Systems Research*, 2(3): 192-222.
- [23] Lin, Hsiu-Fen. 2007. "Effects of extrinsic and intrinsic motivation on employee knowledge sharing intentions." *Journal of Information Science*, 33(2): 135-149.
- [24] Nunnally, J. C. 1967. *Psychometric theory*. New York: McGrawHill.
- [25] Osterloh, M., & Frey, B. 2000. "Motivation, knowledge, transfer, and organizational forms." *Organization Science*, 11(5): 538-550.
- [26] Rheingold, Howard L. 1993. *The Virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Reading, Mass: Addison-Wesley.
- [27] Ryu, S., Ho, S. H., & Han, I. 2003. "Knowledge sharing behavior of physicians in hospitals." *Expert Systems with Applications*, 25(1): 113-122.
- [28] Taylor, S., & Todd, P. A. 1995. "Understanding information technology usage: A test of competing models." *Information Systems Research*, 6(2): 144-176.
- [29] Venkatesh, V., & Davis, F. D. 2000. "A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies." *Management Science*, 46(2): 186-204.
- [30] Wasko, M., & Faraj, S. 2000. "It is what one does: Why people participate and help others in electronic communities of practice." *Journal of Strategic Information Systems*, 9(2/3): 155-173.
- [31] Wasko, M., & Faraj, S. 2005. "Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice." *MIS Quarterly*, 29(1): 35-57.

• 국문 참고자료의 영어 표기
(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- [1] Myung-Soo Kang. 2004. "How to Build up Real Online Community." *DAEHAN Journal of Business* 18(1): 67-87.