

정보리터러시와 동기요인이 정보표현능력과 정보공헌에 미치는 영향

강재정*, 김유정**

제주대학교 경영학과[†], 호서대학교 경영학부 디지털기술경영전공^{**}

Effects of Information Literacy and Motivation Factors on Information Representation Capability and Information Contribution

Jae-Jung Kang^{*}, Yoo-Jung Kim^{**}

Dept. of Business Administration, Jeju National University^{*}

Dept. of Business Administration, Hoseo University^{**}

요 약 Web2.0환경의 도래 이후 SNS 등을 기반으로 한 온라인 커뮤니티에 이용자들이 자발적이고 적극적으로 정보를 공헌하고 있다. 이에 본 연구는 온라인 커뮤니티에서 정보공헌에 영향을 주는 주요 요인을 규명하여 검증하고자 한다. 동기 이론, 정보리터러시 및 자기표현이론에 기초해서 온라인 커뮤니티에서 정보공헌에 영향을 주는 요인을 도출하여 연구모형을 제시하였다. 온라인 커뮤니티에 정보 또는 지식을 업로드한 경험이 있는 사용자들을 대상으로 설문조사를 실시하여 설문데이터를 수집하였다. 총 262개의 설문데이터를 기반으로 구조방정식모형을 이용하여 연구가설을 검증하였다. 연구결과, 온라인 커뮤니티에서 자기표현동기는 정보공헌과 정보표현능력에 긍정적인 영향을 주었다. 정보리터러시는 정보표현능력의 결정요인으로 검증되었고, 정보표현능력은 정보공헌에 기여하는 것으로 나타났다. 또한 인정 동기는 정보표현능력과 정보공헌에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 본 연구결과는 온라인 커뮤니티에서 정보공헌을 설명할 수 있는 학문적 시사점과 실무적 시사점을 제공한다.

주제어 : 자기표현동기, 정보리터러시, 인정동기, 정보표현능력, 정보공헌

Abstract Web2.0 paradigm and technologies allow users to contribute their information voluntarily and actively to online community. This paper aims to investigate key determinants of information contribution in online communities. We come up with the research model and proposed hypotheses on the basis of intensive literature review on motivation theory, information literacy, and self expression. Using survey response data collected from those who have ever experienced in uploading or providing information on online community such as social media. A total of 262 survey responses were used to test research hypotheses. The results show that self expression motive influences on information representation capability(IRC) and information contribution. The impact of Information literacy on IRC is found to be significant, and IRC is positively related to information contribution. In addition, approval motive is proven to be key determinant of IRC and information contribution. Some practical implications of these findings are discussed.

Key Words : Self Expression Motive, Information Literacy, Approval Motive, Information Representation Capability, Information Contribution

* 본 논문은 2016년도 제주대학교 교원성과 지원 사업에 의해 연구되었음

Received 18 September 2016, Revised 30 December 2016
Accepted 20 January 2017, Published 28 January 2017
Corresponding Author: Yoo-Jung Kim(Hoseo University)
Email: faith@hoseo.edu

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

과거의 많은 연구에서 온라인에서의 정보공헌에 미치는 요인을 규명하기 위한 연구가 수행되었다. 이러한 연구흐름은 개인적 차원과 조직차원, 그리고 환경적 차원으로 구분하여 설명할 수 있다. 조직차원에서의 연구는 주로 지식정보시스템의 활성화를 위한 방안으로서 조직의 환경과 구조적 요인에 주목하였으며, 환경적 차원에서의 연구는 사회구조적 관점에서 문화, 신뢰, 시민행동에 주목하였다. 개인차원에서는 주로 동기요인, 자기효능감, 조직시민행동, 온라인 정체성, 신뢰와 관계성, 사회자본이론 등을 접목하여 다양한 연구가 이루어지고 있다 [1].

예를 들어, Ye et al.[2]의 연구에서는 정보공유에 영향을 미치는 요인을 개인적, 정보적, 환경적 차원으로 구분하여 연구한 결과 신뢰성, 시스템 유용성, 이타적 즐거움, 자기 이미지, 정보자기효능감이 정보공유에 영향을 미치는 요인임을 제시하였다. Yu and Chul[3]은 조직시민행동 관점에서 지식공헌을 설명하고 있으며, Kim et al.[4]은 온라인 정체성 관점에서 지식공헌을 실증하였다. 김상현과 송영미[5]는 SNS 사용자의 정보공유에 영향을 주는 동기요인에 관한 연구를 수행하였으며, 이두희와 임상희[6]은 동기요인관점에서 블로그 이용자의 자발적 자기정보공개에 영향을 미치는 동기요인을 규명하였다. 이외에도 많은 연구가 수행되었음에도 불구하고 동기요인에 대한 연구에서는 일반화하기 어려울 정도로 상이한 결과가 제시되었다. 예를 들어 이두희와 임상희[6]의 연구에서 자기표현동기가 자발적 자기정보공개에 영향을 미치는 요인으로 나타났으나, 최지은과 이두희[7]의 연구에서는 유의한 영향관계를 발견하지 못하였다. 이러한 원인은 다양하게 제시될 수 있지만, 첫째, 연구변수의 조작화에 따른 차이에 기인하는 경우이다. 이러한 경우 비슷한 조작화의 결과가 동일한 결과를 얻을 수 있다면 연구결과의 일반화를 가져오는 요인이 되기도 하지만, 다른 결과를 보이는 경우에는 해석상의 문제를 유발할 수 있다. 둘째, 정보공유와 정보공헌의 차이를 엄밀하게 구분하지 않고 연구가 수행되었기 때문이다[8, 9, 10, 11]. 정보공유는 둘 이상의 당사자가 서로의 정보를 공유하는 과정이라면, 정보공헌은 일방적으로 정보를 제공하는 의미를 담고 있다. 이러한 차이가 존재함에도 불구하고 동일한

개념으로 측정된 경우에는 해석상의 주의가 요구된다. 셋째, 연구 상황의 차이에 기인하는 경우이다. 예를 들어 조직상황에서의 정보공헌과 개방된 온라인상에서의 정보공헌에는 차이가 존재할 수밖에 없다. 온라인에서 정보게시 혹은 제공은 조직차원에서의 의무감이나 두려움과 같은 요인이 없기 때문에 정보를 제공하는 것은 자기재량에 맡겨져 있는 상황인 것이다. 즉, 웹상에 자신의 정보 혹은 지식을 올리거나 내리거나 전적으로 자신의 의지에 달려있는 것이다. 따라서 일반 기업 혹은 공공조직체에서의 정보공헌에 미치는 영향요인으로는 온라인상에서 활동하는 사람들의 정보공헌을 설명하는데 많은 한계가 존재한다. 물론 이두희와 임상희[6]의 연구와 최지은과 이두희[7]의 연구는 연구 상황과 결과변수인 자기정보공개와 SNS에서의 지식공유의 차이에 기인하는 결과로 볼 수 있지만 연구결과의 혼란을 줄일 수 있는 방안에 대한 설명은 부족하다.

이에 본 연구에서는 온라인 공간에서 자발적으로 사람들이 자신의 정보를 제공할 수 있는 상황에서 정보공헌에 영향을 주는 요인이 무엇인지를 규명하는데 연구의 초점을 두고자 한다. 또한 본 연구 상황과 유사한 기존 연구에서 제시한 정보공헌의 영향 요인인 동기요인이나 자기효능감 요인만으로는 사람들의 정보공헌 이유를 보다 체계적으로 설명하는데 부족한 점이 있다고 본다. 이에 본 연구에서는 기존 연구에서 규명된 인터넷효능감이나 정보효능감의 개념보다는 정브리터러시의 개념을 도입하여 연구를 수행하고자 한다. 왜냐하면 효능감은 자신과 능력에 대한 믿음을 나타내는 개념이나 정브리터러시는 구체적 상황에서 특정과정을 할 수 있는 능력여부를 나타내는 개념이기 때문이다. 일반적으로 정브리터러시의 개념은 정보의 필요성을 인식하고, 원천을 파악하고, 이를 조직화하고 개념화하여 타인에게 전달할 수 있는 능력을 나타내지만, 본 연구에서는 정브리터러시의 개념을 최근의 추세를 반영하여 온라인에서 정보를 탐색하고 조직하는 능력으로 파악하여 온라인 정브리터러시의 개념으로 조작화 하였다. 그리고 정브리터러시에서 부분적으로 언급되었던 정보전달 및 정보표현능력을 본 연구에서는 정브리터러시와는 별도의 개념으로 구분하여 온라인 정보표현 능력으로 조직화하였다. 그리고 동기요인으로는 자기표현동기와 인정동기에 주목하여 이들을 중요한 영향 요인으로 고려하여 연구를 수행하고자

한다. 종합하면, 본 연구의 목적은 온라인 공간에서 정보 리터러시와 내재적 동기 요인(자기표현동기, 인정동기)이 정보표현능력과 정보공헌에 미치는 영향을 실증연구를 통해 규명하고자 한다.

2. 문헌적 고찰

2.1 내재적 동기요인

인간의 행동을 이해하기 위한 방안으로 동기이론이 많이 활용된다. 동기이론가들은 동기요인을 내재적 동기요인과 외재적 동기요인으로 구분하여 설명하고 있다. 외재적 동기요인은 성과달성에 대한 경제적 보상과 같이 외부적으로 인센티브가 주어질 때 동기가 유발된다는 관점이고, 내재적 동기요인으로는 과업수행자체에서 자신의 즐거움이나 만족감을 얻기 때문에 자발적으로 수행한다고 보는 것이다. 외재적 보상은 개인의 행동을 결정하는데 중요한 영향을 미칠 뿐만 아니라 지식제공에 영향을 미치는 중요한 요인으로 연구되고 있다[12]. Hansen et al.[13]의 연구에서도 인센티브는 지식공유를 촉진하고 지원적 인 문화를 창출하는 매개요인으로 작용하는 것으로 나타났다. 일반적으로 인센티브가 지식과 정보제공에 정의 영향을 미치는 것으로 예상되고 있지만 실증분석 결과는 상이한 결과를 보여주고 있다.

사회적 교환이론과 사회자본이론에 근거를 두고 있는 연구에서는 승진과 보너스, 높은 임금과 같은 조직적 보상이 지식공유에 정의 영향을 미치는 것으로 조사되고 있다[14, 15]. 하지만 Bock et al[16]은 외재적 보상은 지식공유에 대한 태도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 보고하였다. 여러 연구에서도 평가 및 보상요인은 지식공유의도에 유의한 영향을 주지 않은 것으로 나타났다[17, 18]. 이와 같이 외재적 동기요인과 지식공유에 대한 의도와 태도 간에는 유의한 관련성을 찾지 못하였다[19, 20].

이러한 결과로 볼 때, 온라인에서 정보를 제공하고 이윤은 단순히 경제적 이득을 얻기 위하여 지식을 제공하지는 않는다는 점을 의미하며, 이외에 다른 요인이 복합적으로 작용하고 있음을 보여주고 있다. 또한 여기서 명심해야 할 것은 특정 기업체에 한정되어 운영되는 폐쇄된 공간의 시스템과 인터넷과 같은 개방된 공간에서의 정보제공 과정상의 차이가 존재할 수 있음을 인식할 필

요가 있다. 폐쇄된 공간에서의 정보제공은 다른 동료의 눈치를 보거나 정보제공자체에 대한 부정적인 인식을 가질 수 있다. 반면 사회적 연결망으로서의 인터넷은 익명성이 보장되고 자신의 행동이 실생활에서 주변사람에게 드러날 위험이 없기 때문에 자신의 모습을 솔직하게 표현할 수 있다는 점이다[21]. 특히 개방된 공간에서 제공되는 정보는 무료로 제공되는 경우가 많아 정보가치에 대한 평가에 관대하고, 불필요하면 무시가 가능하다. 또한 정보가치에 대한 평가가 다양한 사람으로부터 이루어져 비판적인 사람들도 존재하지만 긍정적으로 표현하는 사람들도 쉽게 접할 수 있다. 즉 자신이 알고 있는 정보나 지식을 온라인에 게시함으로써 자신에 대한 성취감과 함께 자신을 인정해 주는 사람들로부터 찬사를 얻을 수도 있는 기회가 많아진다[22]. 이와 같이 사회적 가상공간이 인터넷에서는 개인이 원하는 모습을 자기 자신이 구상하고 자유롭게 표현할 수 있다는 점에서[23] 폐쇄적 공간에서의 정보공유와는 다르다. 즉, 인터넷과 같은 온라인 공간에서는 개인이 자신이 원하는 자기표현이 손쉬울 뿐만 아니라 효율성이 높다는 점이다[5]. 이러한 이유로 많은 블로거나 정보제공자들은 인터넷 매체를 통하여 자신이 알고 있는 정보와 지식을 기꺼이 제공하고자 한다. 하지만 동기만 있다고 해서 모든 것이 해결되는 것은 아니다. 온라인에 정보를 제공하기 위해서는 알고 있는 정보를 체계화하고 이를 표현할 수 있는 능력이 필요하다. 따라서 본 연구에서는 정보표현능력이 정보공헌에 중요한 역할을 수행할 수 있음을 보여주고자 하였다.

2.2 자기표현동기

허드슨의 문학연구시설에 의하면 문학과 예술을 창작하는 사람들의 심리적 동기를 자기표현의 욕구에서 찾고 있다[6]. 자기표현(self expression) 동기란 사람들은 자신에 대한 생각, 느낌, 감정 등을 자발적으로 공개함으로써 자신을 표현해 나가려는 동인이라 할 수 있다[6, 24]. 자기표현은 타인에게 자신의 정체성을 표현하는 행위지만, 타인의 긍정적 평가를 탐색하고, 타인의 비난을 의도적으로 기피하려는 목표지향적 행동을 의미한다[25, 26]. 특히 블로그를 통해 자발적으로 자기정보를 제공하고 표현하는 행동은 이를 통하여 온라인상에서 자신의 정체성을 형성하는데 도움이 되기 때문이다[5]. 물론 이러한 경우에 자신의 객관적 모습뿐만 아니라 타인에게 긍정적으

로 보일 수 있도록 하는 이상적인 모습까지도 포함한다. Goffman[27]은 자기표현행위를 하나의 인상관리(impression management)차원에서 논의하고 있지만, 본 연구에서는 자기표현 동기를 자신이 알고 있는 지식과 정보를 타인에게 노출하고자 하는 욕구, 즉 표현하고자 하는 욕구로 정의하고자 한다. 물론 자신이 알고 있는 지식과 정보를 표현하는 과정에서 의도적으로 과시하기 위한 의도도 있을 수도 있고, 의타적 동기에서 순수하게 자신이 갖고 있는 정보나 지식을 제공하려는 측면도 존재한다고 할 수 있다.

온라인을 통하여 자신의 모습을 창조하는 동기에 대한 이유는 몇 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 자신이 바라보는 자기의 모습을 인정해 주는 사람을 만날 수 있는 즐거움이다[21]. 둘째, 실생활에서 자기의 모습으로 인정받지 못하고 있는 모습을 대중으로부터 인정을 받음으로써 공식적인 자아의 모습으로 편입하고 싶은 욕구이다[21]. 동기적 관점에서 자기정보를 공개하는 요인에 대한 실증적 연구가 이미 수행되었다. 이두희와 임승희[6]의 연구에서는 자발적 자기정보공개 동기요인으로 자아표현 동기, 관계적 동기, 시대조류부응동기, 정보적 동기, 오락적 동기로 구분하여 연구한 결과, 모든 요인들이 블로그에서의 자발적 자기정보공개에 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 최근 최지은과 이두희[7]은 SNS에서의 지식 공유에 영향을 미치는 동기요인을 자아표현동기, 관계적 동기, 오락적 동기, 이타적 동기, 정보탐색동기로 구분하여 연구한 결과 자아표현 동기는 제외되었고, 관계적 동기, 이타적 동기, 정보탐색동기만이 SNS에서의 지식 공유에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같이 자아표현 동기는 연구 상황에 따라 유의미한 영향을 미치기도 하고 제외되는 등 연구결과가 상충되어 있다. 본 연구에서는 이러한 차이가 발생하는 이유가 무엇인가에 주목하여 동기요인이 존재하더라도 이를 뒷받침할 수 있는 요인이 없다면 상이한 결과가 나타날 수 있을 것으로 판단되었다. 이런 요인으로 본 연구에서는 정보리터러시와 정보표현 능력이라는 개념을 도입하였다.

2.3 인정욕구

매슬로우의 욕구단계이론을 인용하지 않더라도 사회적 존재로서 인간은 모두가 타인으로부터 인정을 받고자 하는 기본적인 욕구를 가지고 있다. 인정욕구는 다른 사

람이 자신에게 긍정적인 태도를 가지기를 원하고, 긍정적 반응을 보이기를 기대하며, 이에 부응하고자 하는 욕구로 정의된다([28], p.233). 오늘날 현대인들은 자신을 경쟁적으로 타인과 비교하여 특별한 관심을 받고자 하는 욕구가 강화되고 있는데, 이는 SNS(Social Network Service)와 같은 매체의 발달과 함께 더욱 활성화되고 있다[29]. 특히 인정욕구가 높은 사람들은 타인의 승인과 지지를 얻기 위하여 열심히 노력하는 경향을 보인다. 자기노출을 통해 즐거움을 추구하고 타인과의 관계를 강화하는데 관심을 가지는 사람은 타인으로부터 인정을 받길 원하는 성향을 보여 줄 수 있다[30]. 하지만 인정욕구가 너무 높으며 과도한 행동으로 이어지기도 한다. 과도한 인정욕구는 심리적 불안정성과 함께 정신건강에 부정적 영향을 미칠 수도 있음을 인식할 필요가 있다[31].

2.4 정보리터러시와 정보표현능력

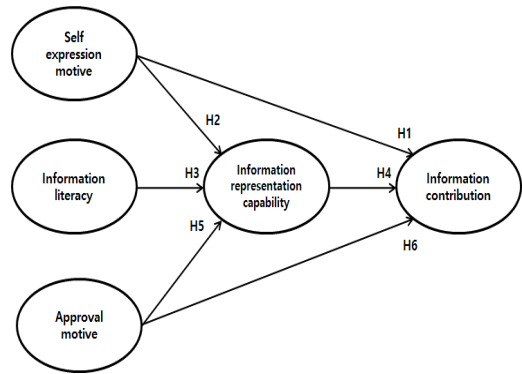
본 연구에서는 동기요인만으로는 온라인에서 정보제공에 한계가 있을 수밖에 없음을 전제하고 있다. 즉 자신의 동기를 구체화 할 수 있는 능력, 즉 온라인에서 자신이 알고 있는 정보와 지식을 온라인으로 표현하고 제시할 수 있는 능력이 요구된다고 보는 것이다.

기존 연구에서 주어진 과제나 행동을 성공으로 수행할 수 있다는 개인의 성공 가능성에 한 믿음인 자기효능감[32] 또는 컴퓨터자기효능감[33]이라는 개념이 제시되었다. 하지만 컴퓨터 자기효능감은 컴퓨터 사용상의 하드웨어와 소프트웨어의 사용을 할 수 있다는 자신에 대한 믿음을 의미하기 때문에 구체적인 구현능력을 나타낸다고 보기는 어렵다[34]. 이러한 한계점을 인식하여 강제정[35]은 정보리터러시 역량이라는 개념을 도입하여 온라인에서의 정보기술수용 과정을 설명하였다. 그에 의하면 정보리터러시란 자기가 필요한 정보와 소재지를 인식하고 탐색하여 문제해결에 활용할 수 있는 능력을 의미하고 있는데, 정보리터러시의 특징을 요약하면 다음과 같다[35]. 첫째, 정보리터러시는 정보 그 자체보다는 개인이 직면하는 문제의 해결과 연결된 개념으로 파악하고 있다. 즉 개인이 직면하는 문제를 해결하기 위한 정보의 발견, 접근, 사용을 강조한다. 둘째, 정보 리터러시를 정보를 파악하고 사용하는 일련의 과정으로 파악한다. 즉, 1) 해결해야 할 문제의 인식, 2) 문제해결에 필요한 정보 인식, 3) 정보의 소재파악, 4) 다양한 정보원에 대한 접근,

5) 정보의 획득, 6) 정보의 평가 및 사용 등의 단계로 나누어 설명하고 있다. 즉, 정보리터러시 능력을 갖추었다는 것은 첫째, 해결해야 할 과제가 무엇인지, 그리고 과제 해결을 위해 활용할 수 있는 자료는 무엇인지 정확히 파악하고, 둘째, 적절한 자료탐색 전략을 세우며, 셋째, 찾아낸 정보를 과제의 목적에 부합하게 재조직하고, 넷째, 수집한 정보의 가치 및 과제와의 관련성, 적합성을 분석하는 등의 활동을 효과적으로 수행하여, '정보'를 유용한 '지식'으로 전환시킬 수 있다는 것을 뜻한다[35, 36]. 다시 말해, 이는 문제해결에 필요한 정보를 어디서, 어떻게 찾아야 하는지를 아는 것 뿐 아니라 찾아낸 정보의 가치를 판단하고, 과제 해결에 효과적으로 적용할 수 있음을 의미한다. 본 연구에서는 온라인 정보리터러시와 온라인 정보표현능력을 별도로 구분하여 사용하고 있는데, 이는 정보리터러시의 개념에서 최근의 디지털 환경을 변화하는 과정에서 자신이 알고 있는 지식일지라도 이를 적절하게 표현하고 게재할 수 있는 능력과는 전혀 다른 능력이 필요하기 때문이다. 정보표현 능력을 향상시키기 위하여 기존의 정보리터러시의 능력도 필요하지만, 온라인 정보표현 능력이 요구되기 때문이다. 특히 온라인상에서의 자기표현 동기나 인정동기와 같은 내적 동기요인이 작동하는 경우에 더욱 필요한 요인이라 할 수 있다. 본 연구에서 강조하고 싶은 것은 온라인에 정보를 표현하고 싶고, 칭찬과 함께 존경을 받을 수 있다는 내적동기요인이 존재하는 것만으로는 온라인 매체에 정보를 게시할 수는 없다는 관점이고, 온라인 정보표현 능력이 갖추어졌을 때 비로소 온라인에 정보를 게재하고 지속적으로 정보를 제공할 것이라는 점이다.

3. 연구모형 및 가설설정

본 연구에서는 정보공헌에 영향을 미치는 요인으로 동기적 관점에서 온라인 표현 동기와 인정동기를, 정보리터러시의 관점에서 온라인정보리터러시를 독립변수로 설정하였고, 정보표현능력을 통하여 정보공헌에 미치는 영향을 나타내기 위하여 [Fig. 1]과 같은 연구모형을 설정하였다.



[Fig. 1] Proposed Research Model

3.1 연구가설

3.1.1 자기표현동기와 정보공헌

자기표현은 타인에게 자신의 정체성을 표현하는 행위로, 인상관리의 차원에서 타인의 긍정적 평가를 탐색하고, 의식적으로 타인의 비난을 기피하려는 목적 지향적 행동을 의미한다[25, 37]. 개인들은 사회적 목표를 달성하기 위한 방법으로 자신을 표현하고자 노력하고[38], 타인에게 자신이 원하는 인상이나 느낌을 보이기 위해 많은 자원을 활용할 뿐만 아니라 타인의 기대에 부응하도록 자신의 행동을 적응시킨다. 특히 사회적 상호작용을 중요하게 생각하는 사람일수록 자기표현노력과 행위를 향상시키기 위하여 노력한다[25].

Moon[39]에 의하면 사회적으로 바람직한 모습으로 자신을 유지하기 위해 물리적으로 가까이 있는 사람들보다는 온라인 공간에서 자신을 표현하거나 표출하기가 더욱 용이하다고 제시하였다. 특히 온라인 공간은 자신에 대한 인상을 전달하기에 시간과 비용측면에서 효율적인 매체일 뿐만 아니라 자신의 긍정적 이미지를 유지하기 위한 방안으로 홈페이지, 블로그 등에 화려한 장식과 함께 콘텐츠를 주기적으로 업데이트하기도 한다. 이두희와 임승희[6]의 연구에서는 자발적 자기정보공개 동기요인으로 자아표현동기를 제시하였다. Chiu et al.[40]은 사이버공간에 비디오, 이미지, 이미지를 포스트하는 이용자는 사회적 관계에서 자기이미지를 표현하고자 하는 동기가 있다고 하였다. 김상현과 송영미[5]는 SNS에서 기대되는 상호이익, 기대되는 사회적 사회관계, 신뢰, 명성, 자기표현성, 자기효능감이 정보공유의 주요 선행요인임을 검증하였다. Chung et al.[41]은 SNS에서 동기적 요인 중 자

기 이미지 표현동기가 사회적 정체성을 매개로 정보공유에 매우 강하게 영향을 주는 것으로 나타났다. 본 연구에서 온라인 자기표현 동기는 자신이 알고 있는 지식과 정보를 온라인을 통하여 제시하고자 하는 욕구, 즉 정보를 표현하고 게재하고자 욕구로 정의하였다. 본 연구에서는 온라인에서의 자신의 표현 동기가 강할수록 정보표현능력과 정보공헌에 정의 영향을 미칠 것으로 생각할 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1(H1): 온라인 공간에서 자기표현 동기는 정보공헌에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 2(H2): 온라인 공간에서 자기표현 동기는 정보표현능력에 정의 영향을 미칠 것이다.

3.1.2 정보리터러시, 정보표현능력과 정보공헌

정보리터러시란 자기에게 주어진 문제를 인식하고, 이를 해결하기 위해 필요한 정보와 소재지를 인식하고 탐색하여 문제해결에 활용할 수 있는 능력을 의미한다. 자기효능감이 스스로 할 수 있다는 능력에 대한 믿음인 반면에 정보리터러시는 구체적인 능력을 갖고 있는지를 나타내는 개념이다. 본 연구에서는 온라인 정보리터러시의 개념을 온라인 검색을 통하여 정보를 탐색하고 필요한 정보인지를 판단하고 요약하여 종합할 수 있는가를 나타내는 개념으로 보고 있다. 그리고 온라인 정보표현 능력은 정보리터러시의 개념에서 상대적으로 고려되지 못한 정보전달 및 표현항목을 정보표현 능력으로 개념화하였다. 즉 온라인 정보표현 능력은 정보리터러시의 최종적인 과정으로서 기존의 지식과 정보를 바탕으로 새로운 지식과 정보를 구성하고 체계화하여 온라인 사이트에 표현하고 게재할 수 있는가를 나타내는 개념이다. 따라서 일련의 과정으로 볼 때, 정보리터러시가 정보표현 능력에 선행하는 요인으로 볼 수 있다. Ma and Agarwal[42]의 연구에는 효율적인 자기표현과 교류활동이 지식공헌을 촉진시키는 결과를 보여주고 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3(H3): 온라인 공간에서 정보리터러시는 정보표현능력에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 4(H4): 온라인 공간에서 정보표현능력은 정보공헌에 정의 영향을 미칠 것이다.

3.1.3 인정욕구, 정보표현능력과 정보공헌

온라인에서 자신의 정보를 게재하고 제공하는 이유는 다양한 관점에서 설명할 수 있다. 경제적 보상과 같은 외부적 요인에 의하여 설명될 수도 있고, 조직시민행동과 같은 자발적 요인에 의하여 설명하기도 한다[3, 18]. 본 연구에서는 타인으로부터의 인정동기가 중요한 영향요인으로 보고 있다. 왜냐하면 사회적 존재로서 인간은 타인으로부터 인정을 받고자 하는 기본적인 동기를 갖고 있기 때문이다. 또한 사람들은 자신이 가치가 있고 전문성이 있는 사람이라는 것을 인정받고 싶어 커뮤니티 내에서 특정한 위치를 점유하고 싶어 하기 때문이다[43]. 오프라인 매체에서는 소수로부터의 인정을 받을 수 있는 반면에, 일반대중에 공개된 온라인에서는 수많은 사람으로부터 인정과 찬사를 얻을 수 있다.

Liu et al.[44]는 소셜 전자상거래 사이트에서 고객은 다른 고객으로 비공식적으로 인정을 받고 싶어 하고, 자신을 전문가로 보여주고 싶어 하는 인정욕구로 인해 자신의 지식을 공유한다고 검증하였다. Constant et al.[45]는 사이버공간에서 명성을 얻고자 하는 이용자일수록 정보공유에 적극적으로 참여한다고 제시하였다. 또한 온라인 매체를 통하여 타인으로부터 인정과 존경을 받을 수 있다면 그에 부응하는 행동을 할 수 있으며, 이에 필요한 정보표현능력의 향상에도 도움을 줄 수 있을 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 5(H5): 온라인 공간에서 인정 동기는 정보표현능력에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 6(H6): 온라인 공간에서 인정 동기는 정보공헌에 정의 영향을 미칠 것이다.

3.2 연구 설계

온라인상에서의 자기표현 동기는 정보리터러시의 구성항목 중에서 주로 정보요구와 유사하나, 본 연구에서는 온라인에서 자신이 알고 있는 지식과 정보를 표현하고자 하는 욕구로 정의하였다. 자기표현동기의 측정항목은 고준 등[25], 김상현, 송영미[5]와 이서한 등[10]의 측정항목을 본 연구에 맞게 수정하였다. 구체적으로 온라인 공간에 정보 제공을 통해 자기표현과 이미지 구성, 온라인 공간에 정보 제공을 통해 자기표현을 하고 싶음, 온라인 공간에서 내가 원하는 것을 표현하고 싶음 등 3개

의 측정항목으로 구성하였다.

인정 동기는 온라인에 정보를 게재하면 얼마나 다른 사람으로부터 인정을 받고 명성을 얻을 수 있는가를 나타내는 정도를 의미한다. 인정 동기는 박도형 등[21]과 김상현과 송영미[5]의 측정항목을 본 연구에 적합하게 수정하였다. 구체적으로 인정 동기는 정보를 제공하는 사람은 그렇지 않은 사람보다 더 명망이 있음, 정보를 제공하는 사람은 다른 사람으로부터 존경을 받음, 정보를 제공하는 사람은 다른 사람으로부터 부러움을 받음 등 3개의 측정항목으로 구성하였다.

온라인 정보리터러시는 인터넷 검색을 통하여 필요한 정보를 수집하고 조직화하여 다른 사람들에게 요약할 수 있는 정도를 의미한다. 정보리터러시는 이해영과 남태우[36], 강재정[35]연구의 측정항목을 본 연구목적에 적합하게 수정하였다. 정보리터러시는 인터넷 검색을 통하여 적절한 정보소스를 찾을 수 있음, 인터넷 검색을 통하여 원하는 정보를 찾을 수 있음, 수집된 정보의 관련성과 정확성이 높은지를 파악할 수 있음, 수집된 정보를 요약하여 다른 사람에게 설명할 수 있음, 수집된 정보를 가지고 문제해결에 필요한 요점을 종합할 수 있음 등 5개 측정항목으로 구성하였다.

정보표현능력은 온라인 매체를 통하여 자신이 알고 있는 정보를 표현하고 게재할 수 있는 능력으로 정의하였다. 정보표현능력은 이해영과 남태우[36], Kim, et al.[46] 연구의 측정항목을 근거로 하여 온라인 지식을 잘 만들어서 원하는 사이트에 올릴 수 있음, 내가 만든 지식을 원하는 방식으로 사이트에 쉽게 올릴 수 있음, 내가 표현하고자 하는 것을 인터넷을 통해 어렵지 않게 표현할 수 있음 등 3개로 구성하였다.

마지막으로 정보공헌은 온라인상에서 지속적으로 정보를 제공하고 지속적인 활동을 유지하려는 의도로 조작화 하였다. 정보공헌은 Yang and Lai[47]과 한진우 등[48]연구의 측정항목을 근거로 하여, 지속적으로 온라인에 지식과 정보를 올릴 것임, 친구들에게도 온라인 정보를 올릴 것을 제안함, 온라인 정보제공을 통하여 삶의 보람을 느끼고 있음, 지식을 제공하고 공유하는 것이 당연한 일과처럼 느낌 등 4개로 구성하였다.

4. 실증분석 결과

4.1 표본의 일반적 특성

본 연구에서는 전문 온라인 설문조사 기관에 의뢰하여 온라인으로 정보를 게시하고 제공하였던 경험이 있는 사람들을 대상으로 2015년 9월에 웹기반으로 설문을 실시하여 총 262명으로부터 설문데이터를 수집하였다.

본 연구에서 사용된 표본의 특징은 <Table 1>에 제시되어 있는데, 남자가 48.9%, 여자가 51.1%의 비율로 조사되었다.

<Table 1> Sample Characteristics

n = 262		Frequency(%)
Gender	Male	128(48.9)
	Female	134(51.1)
Age	10-19	67(25.6)
	20-29	65(24.8)
	30-39	62(23.7)
	40-49	68(26.0)
	Over 50	0(0.0)
Education	High school graduate	64(24.4)
	College students	170(64.9)
	College graduate	24(9.2)
	Graduate school	4(1.5)
Occupation	Students	95(36.3)
	General manager	77(29.4)
	Sales	4(1.5)
	Professional	33(12.6)
	House wife	27(10.3)
	Freelancer	10(3.8)
Married	Yes	18(6.1)
	No	101(38.5)
	Others	159(60.7)
Residential area	Seoul	2(0.8)
	Gyeonggi-Do	140(53.4)
	Others	158(37.8)
Period of information posting	Under 6 months	23(3.4)
	6 months - 1 year	88(33.6)
	1-2 years	54(20.6)
	2-3 years	25(9.5)
	3-5 years	21(8.0)
Over 5 years	14(5.3)	
		60(22.9)

4.2 타당성과 신뢰성 분석

연구변수의 타당성과 신뢰성을 분석하기 위하여 확인적 요인분석을 실시하였다. <Table 2>는 인정욕구 측정항목 중 표준화 계수가 0.6이하로 나타난 항목을 제외하고 분석한 결과를 보여주고 있다. 먼저 측정모형의 적합

도는 RMSEA가 0.058, GFI는 0.916, CFI는 0.958, RMR는 0.031로 나타나 좋은 적합도를 보이고 있다[49].

또한 측정항목의 신뢰도 검증을 크론바하 알파 값으로 검증한 결과 자기표현동기는 0.880, 정보리터러시가 0.876, 인정욕구동기가 0.845, 정보표현능력이 0.838, 정보공헌의도가 0.839로 나타나 기준 값인 0.7을 상회하였다 [50, p245].

다음으로 측정변수의 집중 타당성을 1) CR 값, 2) AVE 값, 3) 표준화 계수 세 개의 기준으로 검증하였다. CR값은 자기표현동기가 0.883, 정보리터러시가 0.876, 인정욕구동기가 0.849, 정보표현능력이 0.838, 정보공헌의도가 0.842로 나타나 기준 값인 0.7을 모두 상회하였다. AVE값은 자기표현동기가 0.712, 정보리터러시가 0.586, 인정욕구동기가 0.653, 정보표현능력이 0.634, 정보공헌의도가 0.574로 나타나 기준 값인 0.5를 모두 상회하였다. 또한 모든 측정항목의 표준화계수가 0.6 이상으로 나타났다. 따라서 연구변수의 측정항목의 집중타당성이 있는 것으로 검증되었다[49].

<Table 2> Confirmatory Factor Analysis Results, AVE, Cronbach's α , CR

Items	Std. Estimates	t-Value	AVE	Cronbach's α	CR
SEM1	0.798	-	0.712	0.880	0.883
SEM2	0.902	15.800			
SEM3	0.835	14.767			
IT1	0.758	12.581	0.586	0.876	0.876
IT2	0.777	12.958			
IT3	0.789	-			
IT4	0.764	12.706			
IT5	0.740	12.243			
AM1	0.756	-	0.653	0.845	0.849
AM2	0.901	13.561			
AM3	0.759	12.099			
IRC1	0.786	-	0.634	0.838	0.838
IRC2	0.804	12.828			
IRC3	0.798	12.752			
IC1	0.791	-	0.574	0.839	0.842
IC2	0.890	14.952			
IC3	0.683	11.296			
IC4	0.643	10.539			

χ^2 : 232.84, df:124, χ^2 /df: 1.877, GFI: 0.916, AFGI:0.884, CFI: 0.958; RMSEA: 0.058, RMR: 0.031

마지막으로 연구변수의 판별타당성을 검증하기 위해 AVE의 제곱근 값과 잠재 연구 변수 간 상관관계 분석

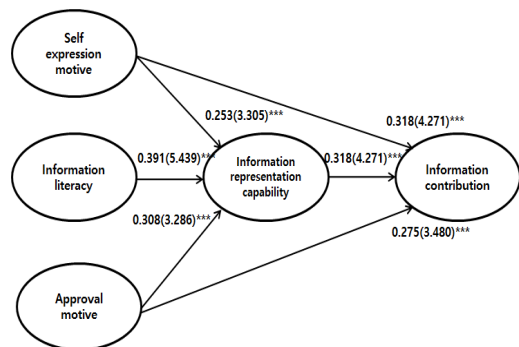
값을 비교하였다. <Table 3>에서 대각선에 AVE의 제곱근 값을 보여주고 있으며 나머지는 잠재 연구 변수 간의 상관관계 값을 나타내고 있다. <Table 3>에서 보여주는 바와 같이 AVE 제곱근 값이 잠재 연구 변수 간 상관관계 값보다 더 크기 때문에 판별타당성이 있다고 본다[49].

<Table 3> Discriminant Validity Analysis Results

Variable	SEM	IT	AM	IRC	IC
SEM	.846				
IT	.245**	.766			
AM	.501**	.185**	.808		
IRC	.450**	.451**	.421**	.796	
IC	.541**	.221**	.511**	.503**	.758

4.3 연구가설 검증결과

측정모형의 적합도를 확인한 후, 연구모형의 구조방정식 모형의 적합도를 확인하였다. 그 결과 χ^2 : 233.16, df:125, χ^2 /df: 1.865, GFI: 0.916, AFGI:0.885, CFI: 0.956; RMSEA: 0.057로 나타나 좋은 적합도를 보였다[49]. 경로계수의 유의성은 t값을 기준으로 판단하였으며, 그 결과는 [Fig. 2]에 표시되어 있다. 모든 경로계수가 유의미한 결과를 보여주고 있으며, 이에 따라 모든 가설이 $p < 0.001$ 수준에서 채택되었다. <Table 4>는 직접효과 및 간접효과, 그리고 총효과를 보여주고 있는데, 검증 결과 모두 유의한 수준에서 결정되었다. 따라서 동기요인과 정보리터러시 요인 모두가 직접적으로 정보공헌에 영향을 미칠 뿐만 아니라 정보표현능력에도 영향을 미침으로써 간접적으로 정보공헌에도 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.



*** $p < 0.001$, t-value in parentheses

[Fig. 2] Test Results of Structural Equation Model

<Table 4> Analysis results of direct effect, indirect effect, and total effect

Hypotheses	Direct effect	Indirect effect	Total effect
SEM→IRC	0.25**	-	0.25
SEM→IC	0.32**	0.08**	0.40
IT→IRC	0.39**	-	0.39
IT→IC	-	0.12**	0.12
AM→IRC	0.28**	-	0.28
AM→IC	0.27**	0.09**	0.36
IRC→IC	0.32**	-	0.32

5. 결론 및 시사점

본 연구는 기존의 동기관점에서 수행되었던 모형을 정보리터러시의 개념을 도입하여 온라인 정보표현 능력을 향상시킴으로써 정보공헌에 영향을 미치게 됨을 규명하고자 하였다. 온라인에 정보를 게재하거나 공헌하는 사람을 대상으로 설문조사를 수행한 다음 구조방정식 모형으로 가설을 검증한 결과는 다음과 같다.

첫째, 정보공헌에 영향을 미치는 요인으로 자기표현 동기, 인정 동기와 더불어 정보표현능력이 중요한 요인으로 대두되었다. 자기표현 동기와 인정 동기는 기존에 연구에서 채택되었던 요인이나 이번 연구에서도 동일한 결과를 얻을 수 있었다.

둘째, 정보리터러시 능력이 정보표현능력에 영향을 미치고, 정보표현능력이 정보공헌에 영향을 미치는 관계를 살펴봄으로써 기존연구에서 진일보한 측면이 있다고 하겠다. 정보표현능력에 영향을 미치는 요인으로 동기요인 뿐만 아니라 정보리터러시 역량이 더욱 많은 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 따라서 온라인에서 정보공헌을 유인하고 확장시키기 위해서는 정보리터러시 역량을 강화시키는 방향으로 교육훈련을 시키는 것이 요구된다.

본 연구의 이론적 공헌은 정보공헌에 영향을 미치는 요인으로 정보리터러시 역량과 표현역량이 중요한 요인임을 제시하였다는 점이다. 즉, 아무리 동기가 있더라도 자신이 원하는 형태로 정보를 조직화하고 표현하지 못한다면 실제적으로 정보제공은 불가능하다는 것이다. 특히 기존의 연구 흐름이 동기요인과 자기효능감 요인에 초점을 두었던 반면에 본 연구에서는 정보리터러시와 정보표현능력이 중요함을 제시함으로써 정보리터러시 역량의 중요성을 다시 강조하는 계기가 되었다고 여겨진다.

정보리터러시 역량을 강화하기 위해서는 체계적인 교육 훈련을 강화하고, 이를 통하여 정보공헌이 활성화될 수 있음을 유념할 필요가 있다. 특히 본 연구는 SNS상에서의 정보공헌에 초점을 두고 연구를 수행하였다는 점이다.

기존연구에서는 온라인상에서 상호간에 정보를 공유하는 현상에 주목하고 있는데 비하여 본 연구에서는 정보를 게재하거나 제공하는 적극적인 측면인 정보공헌에 영향을 미치는 요인을 검증하였다는 점에서 의미가 있다. 실무적 관점에서 보면 정보리터러시 능력을 향상시키는 것이 정보제공에 많은 기여를 한다는 점을 보여줌으로써 기존연구를 보완하고 있다.

본 연구의 한계점과 향후 연구방향은 다음과 같다. 정보표현능력을 단일 차원으로 제시한 것이다. 정보표현능력의 구성 개념을 다차원화 하여 자기표현동기, 정보리터러시 및 인정동기가 정보표현능력의 세부 차원에 미치는 영향을 규명할 필요가 있다. 또한 성별 및 세대별로 정보리터러시의 차이가 정보표현능력과 정보공헌에 미치는 영향도 규명하지 못하였다. 향후 연구에서는 이 부분에 대한 연구도 진행될 필요가 있다.

ACKNOWLEDGMENTS

This work was supported by the research grant of Jeju National University in 2016

REFERENCES

- [1] Ho-Seong Yun, "Effect of Online Social Network to Build Virtual Human Capita", *The Journal of Digital Policy*, Vol. 8, No. 1, pp. 71-79, 2010.
- [2] S. Ye, H. Chen, X. Jin, "An Empirical Study of What Drives Users to Share Knowledge in Virtual Communities", *International Conference on Knowledge Science, Engineering and Management*, pp. 563-575, 2006.
- [3] C. Yu, T. Chu, "Exploring Knowledge Contribution from an OCB Perspective", *Information & Management*, Vol. 44, No. 3, pp. 731-331, 2007.

- [4] H. W. Kim, R. Zheng, S. Gupta, "Examining Knowledge Contribution from the Perspective of an Online Identity in Blogging Communities", *Computers in Human Behavior*, Vol. 27, No. 5, pp. 1760-1770, 2011.
- [5] Sang-Hyun Kim, Young-Mi Song, "A Study on the Motivating Factors Influencing Intention to Share Individual Users' Knowledge in Social Networking Service", *The e-Business Studies*, Vol. 11, No. 3, pp. 327-346, 2010.
- [6] Doo-Hee Lee, Seong-Hee Lim, "Motivations and Consequences of Voluntary Self-Disclosure by Blog Users", *Advertising Research*, Vol. 17, No. 5, pp. 227-240, 2006.
- [7] Ji-Eun Choi, Doo-Hee Lee, "Antecedents and Consequences of Knowledge Sharing on SNS", *Marketing Management Research*, Vol. 18, No. 4, pp. 29-44, 2013.
- [8] B. S. Chakravarthy, A. Zaheer, S. Zaheer, "Knowledge Sharing in Organizations: A Field Study", *Strategic Management Research Center, University of Minnesota*, pp. 1999-1935, 1999.
- [9] B. Van den Hooff, van Weenen, "Committed to share: commitment and CMC use as antecedents of knowledge sharing", *Knowledge and Process Management*, Vol. 11, No. 1, pp. 13-24, 2004.
- [10] Seo-Han Lee, Ho Lee, Kyung-Kyu Kim, "The Influence of Intra-SNS on Knowledge Sharing Behavior: Social Psychology Perspective", *Knowledge Management Research*, Vol. 5, No. 4, pp. 189-206, 2014.
- [11] Seil-Hong, Byoung-Soo Kim, "A Study on Antecedents of Game User Participation Intention in User Community in an Era of Convergence", *Journal of Digital Convergence*, Vol. 18, No. 4, pp. 185-194, 2016.
- [12] M. Wasko, S. Faraj, "Why should I share?: examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice", *MIS Quarterly*, Vol. 29, No. 1, pp. 34-56, 2005.
- [13] M. Hansen, N. Nohria, T. Tierney, "What's your strategy for managing knowledge?", *Harvard Business Review*, Vol. 77, No. 2, pp. 106-116, 1999.
- [14] A., Kankanhalli, B. Tan, K. Wei. "Contributing Knowledge to Electronic Knowledge Repositories: An Empirical Investigation", *MIS Quarterly*, Vol. 29, No. 1, pp. 113 - 143, 2005.
- [15] Min-Sun Yeu, So Young Bae, "A Study on the Influence of Flow on Online Community Satisfaction : Focusing on the Mediating Role of Social Capital", *Journal of Digital Convergence*, Vol. 14, No. 9, pp. 171-179, 2016.
- [16] G. W. Bock, R. W. Zmud, Y. Kim, J. Lee, "Behavioral Intention Formation Knowledge Sharing: Examining Roles of Extrinsic Motivators, Social-Psychological Forces and Organizational Climate", *MIS Quarterly*, Vol. 29, No. 1, pp. 87-111, 2005.
- [17] Kyung-Kyu Kim, Beom-Soo Kim, Se-Jeong Song, Ho-Kyoung Shin, "Does Knowledge-sharing Intent Matter in the Use of Knowledge Management Systems?", *Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol. 15, No. 3, pp. 65-89, 2005.
- [18] Jae-Jung Kang, Yoo-Jung Kim, "Effects of Online Citizenship Behavior, Trust, Incentives on Information Contribution in Online Community", *The Journal of Internet Electronic Commerce Research*, Vol. 12, No. 2, pp. 85-108, 2012.
- [19] S. H. Kwok, S. Gao, "Attitude towards Knowledge Sharing Behavior", *Journal of Computer Information Systems*, Vol. 46, No. 2, pp. 45-51, 2005.
- [20] H. F. Lin, "Effects of Extrinsic and Intrinsic Motivation on Employee Knowledge Sharing Intentions", *Journal of Information Science*, Vol. 33, No. 2, pp. 135-149, 2007.
- [21] Do-Hyung Park, Sung-Wook Lee, In-Gu Han, "A Exploratory Study on Identifying UCC sharing motivation: Focused on UCC Video UCC", *The 2007 Spring Conference of The Korea Society of Management Information Systems*, pp. 171-178, 2007.
- [22] W. B. Swann Jr., To be adored or to be known : The interplay of self-enhancement and self-verification. In R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.) *Foundations of Social Behavior*, Vol. 2, pp. 408-448. New York: Guilford, 1990.

- [23] B. Gersch, "Gender at the Crossroads: The Internet as Cultural Text", *Journal of Communication Inquiry*, Vol. 22, No. 3, pp. 306-321, 1998.
- [24] Hyun-Jee Park, Bong-Gyu Park, Young-Ha Kim, "A Study on the Relationship among Social Support, Self Expression, Tourism Experience and Tourism SNS Use Intention - Moderating Effect of Tourism SNS Usage Purpose-", *Journal of Digital Convergence*, Vol. 13, No. 12. pp. 105-115, 2015.
- [25] Jun-Ko, Sun-Jin Shin, Hee-Woong King, "The Antecedents of Need for Self-Presentation and the Effect on Digital Item Purchase Intention in an Online Community", *Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol. 18, No. 1, pp. 117-144, 2008.
- [26] Byoung-Soo Kim, Dae-Kil Kim, "A Study on Antecedents of SNS User's Addiction in the Age of Convergence: The Role of SNS Habit", *Journal of Digital Convergence*, Vol. 13. No. 8, pp. 161-168, 2015.
- [27] E. Goffman, "The Presentation of Self in Everyday Life", London: Penguin, 1982.
- [28] D. P. Crowne and D. Marlowe, "The approval motive: studies in evaluative dependence", New York: Wiley, 1964.
- [29] Na-Rae Kim, Ki-Hak Lee, "The Influence of Need for Approval, Social Support and Social Anxiety on Life Satisfaction among College Students", *The Counseling Studies*, Vol. 16, No. 4, pp. 245-264, 2015.
- [30] Yong-Kil Cho, "The Effect of Self-Disclosure on the Intention to Use of SNS in the Digital Convergence Environment", *Journal of Digital Convergence*, Vol. 13, No. 5, pp. 139-150, 2015.
- [31] M. Wei, B. Mallinckrodt, L. M. Larson, and R. A. Zakalik, "Adult Attachment, Depressive Symptoms, and Validation From Self Versus Others", *Journal of Counseling Psychology*, Vol. 52, No. 3, pp. 368-377, 2005.
- [32] Sun-Kyu Lee, Dong-Guk Choi, Doo-yul Kim, Eun-gu Kang, Sang-min Lee, "A Study on the Influence of Dimensions of Learning Organization to Job Satisfaction : Mediating Effect of Self-Efficacy", *Journal of Digital Convergence*, Vol. 12, No. 7, pp. 113-121, 2014.
- [33] D. Compeau, C. Higgins, "Computer Self Efficacy: Development of a Measure and Initial Tes.", *MIS Quarterly*, Vol. 19, No. 2, pp. 189-211. 1995.
- [34] M.-H. Kang, R.-Y. Kim, "A Study on the Effective Use of Big 6 Information Literacy Model", *Study of Education and Broadcasting*, Vol. 6, No. 2, pp. 5-25, 2000.
- [35] Jae-Jung Kang, "The Role of Information literacy Competency in Technology Acceptance Model", *The Journal of Internet Electronic Commerce Research*, Vol. 10, No. 4, pp. 13-34, 2010. 12.
- [36] Hae-Young Lee, Tae-Woo Nam, "The Study on Undergraduates' Information Literacy Scale Development", *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, Vol. 42, No. 4, pp. 503-532, 2008.
- [37] M. R. Leary, R. M. Kowalski, "Impression management: A literature review and two-component model", *Psychological Bulletin*, Vol. 107, pp. 34-47, 1990.
- [38] J. R. Dominick, "Who Do You Think You Are? Personal Home Pages and Self-Presentation on the World Wide Web", *Journalism & Mass Communication Quarterly* December, Vol. 76, No. 4, pp. 646-658, 1999.
- [39] Y. Moon, "Intimate Exchanges: Using Computers to Elicit Self-disclosure from Consumers", *Journal of Consumer Research*, Vol. 26, No. 4, pp. 324 - 340, 2000.
- [40] Chao-Min C, Meng-Hsiang Hsu, Eric T.G. Wang, "Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories", *Decision Support Systems*, Vol. 42, No. 3, pp. 1872-1888, 2006.
- [41] Nam-Ho Chung, Ki-Chan Nam, Chul-Mo Koo, "Examining Information Sharing in Social Networking Communities: Applying Theories of Social Capital and Attachment", *Telematics and Infomatics*, Vol. 33, pp. 77-91, 2016.
- [42] M. Ma, R. Agarwal, "Through a glass darkly: Information technology design, identity verification,

- and knowledge contribution in online communities”, *Information Systems Research*, Vol. 17, No. 1, pp. 42-67, 2007.
- [43] M. M. Wasko, S. Faraj, “Why should I here? Examining social capital, knowledge contribution in electronic networks of practice”, *MIS Quarterly*, Vol. 29, No. 1, pp. 35-57, 2005.
- [44] L. Liu, C. M. K. Cheong, M. K. O. Lee, “An empirical investigation of information sharing behavior on social commerce sites”, *International Journal of Information Management*, Vol. 36, pp. 686-699, 2016.
- [45] D. Constant, S. Kiesler, L. Sproull, “What’s Mine Is Ours, or Is It? A Study of Attitudes about Information Sharing.”, *Information Systems Research*, Vol. 5, Issue. 4, pp. 400-421, 1994.
- [46] Jong-Gi Kim, Jin-Sung Kim, “The Effect of Relationship Building through SNS on an Individual’s Intention to Share Information”, *Informatization Policy*, Vol. 19, No. 2, pp. 57-84, 2012.
- [47] H. L. Yang, C. Y. Lai, “Understanding knowledge-sharing behaviour in Wikipedia”, *Behaviour and Information Technology*, Vol. 30, No. 1, pp. 131-142, 2011.
- [48] Jin-Woo Han, Chul-Woo Yoo, Young-Chan Choi, “The Factors to Promote Internet Knowledge Sharing: Based on Social Capital Theory and Self-Expression Concept”, *Agricultural Extension & Rural Development*, Vol. 16, No. 1, pp. 153-180, 2009.
- [49] C. Fornell, D. F. Larcker, “Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, pp. 39-50, 1981.
- [50] J. C. Nunnally, *Psychometric Theory*. New York, NY: McGraw-Hill, 1978.

강 재 정(Kang, Jae Jung)



- 1987년 2월 : 제주대학교 경영학과 (경영학사)
- 1992년 2월 : 한국외국어대학교 경영정보대학원 경영정보학과(경영학 석사)
- 1997년 2월 : 고려대학교 일반대학원(경영학 박사)
- 1997년 3월 ~ 현재 : 제주대학교 경영학부 교수
- 관심분야 : 정보기술, 전자상거래
- E-Mail : jaejung@jejunu.ac.kr

김 유 정(Kim, Yoo Jung)



- 1986년 2월 : 이화여자대학교 교육학(문학사)
- 1990년 2월 : 한국외국어대학교 경영정보대학원 경영정보학과(경영학 석사)
- 1999년 2월 : 고려대학교 일반대학원(경영학 박사)
- 2006년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 디지털기술경영전공 교수
- 관심분야 : 디지털콘텐츠, 융합서비스
- E-Mail : faith@hoseo.edu