

# 소셜 러닝 커뮤니티에서 심리적 요인, 지식소싱 행태, 지식활용 성과 간의 영향관계에 관한 연구\*

## A Study on the Effects among Psychological Factors, Knowledge Sourcing Behavior and Knowledge Utilization Outcomes in Social Learning Community

한 상 우 (Sang-Woo Han)\*\*

### 목 차

- |           |                     |
|-----------|---------------------|
| 1. 서론     | 4. 연구 결과 분석 및 가설 검증 |
| 2. 이론적 배경 | 5. 결론 및 제언          |
| 3. 연구방법   |                     |

### 초 록

본 연구에서는 소셜 러닝 커뮤니티에서 학습자의 심리적 요인, 지식소싱 행태, 지식활용 성과 간의 영향 관계 및 소셜 러닝과 구성원간 관계 요인이 갖는 매개효과를 실증적으로 분석하고, 일부 학습자를 대상으로 심층 면접 인터뷰를 실시하여 소셜 러닝 및 지식소싱에 영향을 미치는 심층적 요인을 살펴보고자 하였다. 이를 위해 2013년 1학기에 수도권 소재 대학교의 사회과학분야 학부생을 대상으로 연구를 진행하였다. 본 연구의 결과, 첫째, 학습자의 자기효능감은 소셜 러닝 활동참여에 영향을 미치고, 목표지향성은 그룹 지식소싱, 소셜 러닝 활동참여에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 소셜 미디어의 이용경험은 그룹 지식소싱, 소셜 러닝 활동참여와 소셜 러닝 상호작용에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지식활용의 측면에서 문서 지식소싱은 지식재이용, 지식응용, 지식혁신에 영향을 미치고, 개인 지식소싱은 지식재이용에 영향을 미치며, 그룹 지식소싱은 지식응용, 지식혁신에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 소셜 러닝 활동참여는 목표지향성이 그룹 지식소싱에 영향을 미치는 관계와 소셜 미디어의 이용경험이 그룹 지식소싱에 영향을 미치는 관계에 모두 완전매개 효과를 갖고, 상호호혜성은 문서 지식소싱이 지식재이용에 영향을 미치는 관계와 문서 지식소싱이 지식혁신에 영향을 미치는 관계에 완전매개 효과를 갖는 것으로 나타났다. 셋째, 심층 면접 인터뷰 결과 학습자들은 전반적으로 소셜 네트워크 서비스를 통해 습득하는 정보가 신뢰할만하고 정보 습득에 용이하며, 여러 사람의 의견을 듣고, 그룹 활동을 통해 많은 지식을 습득하고 있는 것으로 나타났다.

### ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze empirically relationships between learners' psychological factors, knowledge sourcing behavior and knowledge utilization outcomes and to analyze the mediation effect of social learning and relationships among learners. Another purpose is to understand learners' attitude on social learning and knowledge sourcing behavior. The main results of this study are as follows: First, regression results on relationships among learners' psychological factors, knowledge sourcing behavior, knowledge utilization outcomes show that learners' self-efficacy has a positive effect on social learning activity participation, and goal orientation has a positive influence on group knowledge sourcing and social learning activity participation. Users' experiences of social media has a positive effect on group knowledge sourcing, social learning activity participation and social learning interaction. From a knowledge utilization perspective, published knowledge sourcing positively affects knowledge reuse, knowledge application and knowledge innovation. Dyadic knowledge sourcing has positive influence on knowledge reuse. Group knowledge sourcing affects positively knowledge application and knowledge innovation. Second, social learning activity participation factor has full mediation effect on relationship between learners' goal orientation and group knowledge sourcing, and the relationship between users' experiences of social media and group knowledge sourcing. A relationship among members factor has full mediation effect on the relationship between published knowledge sourcing and knowledge reuse, and relationship between published knowledge sourcing and knowledge innovation. Third, the results of in-depth interview show that learners trust and easily collect knowledge from social network services in general. Also, they get a variety of idea for solving information problem from interaction among members in social learning community.

키워드: 소셜 러닝, 지식소싱 행태, 지식활용 성과, 상호호혜성

Social Learning, Knowledge Sourcing Behavior, Knowledge Utilization Outcomes, Reciprocity

\* 본 논문은 성균관대학교 대학원 박사학위 논문을 축약·정리한 것임.

\*\* 성균관대학교 정보관리연구소 선임연구원(sanggu@gmail.com)

논문접수일자: 2014년 10월 22일 최초심사일자: 2014년 11월 6일 게재확정일자: 2014년 11월 17일  
한국문헌정보학회지, 48(4): 267-295, 2014. [http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2014.48.4.267]

## 1. 서론

최근 웹을 지식저장소로 이용함에 따라 수많은 지식 유통 채널이 발생하였으며, 지식의 생산 및 전달 방식도 웹 2.0 개념의 출현과 함께 공유와 연결을 기반으로 하는 양방향으로의 소통이 일반화되었다. 이 과정에서 개인, 그룹 또는 지식 간에 형성되는 '관계'의 개념은 웹을 통한 지식 활용의 변화를 유인한 근간으로써 이용자들에게 '소셜'이란 개념과 함께 웹을 보다 잘 이해하고 활용하기 위한 중심 개념으로 자리 잡았으며, 다양한 소셜 네트워크 서비스(이하 SNS)는 효과적인 지식 유통 채널로 활성화되기 시작했다.

온라인 커뮤니티의 구성원들은 공통의 관심 주제와 관련하여 웹에서 접근이 가능한 지식을 수집하고 공유하며, 의견을 교환하고, 지식을 평가하여 축적한다. 이 과정에서 발생된 지식은 다시 다른 이용자, 커뮤니티로 확산되어 새로운 관계를 형성하게 된다. 따라서 온라인 커뮤니티는 지식이 활발하게 생산되고 평가되고 연결되는 공간으로서, 구성원들은 개인의 경험과 상호작용을 기초로 하는 자연스러운 학습을 경험하며, '지식 구축 커뮤니티'를 통해 전 세계적인 상호 협력 학습이 발생할 수 있다(Negroponete, Resnick and Cassell 1997). 이는 자신을 둘러싼 환경과 상호작용하며 타인과의 관계 속에서 협력과 참여, 관찰 등을 통해 정보 활용과 학습이 발생하는 '소셜 러닝(social learning)'의 개념과 맥을 같이 한다고 볼 수 있다. 소셜 러닝에 대한 관심은 온라인 커뮤니티 활동이 지식을 습득하고 공유하는데 유용하며 상호 협력 방식이 개별적인 활동보다 효과적이라는 점에서 그 원인을

찾을 수 있으며, 최근의 소셜 러닝은 온라인 커뮤니티 환경에서 소셜 미디어를 활용한 모든 커뮤니케이션 학습활동으로까지 그 개념이 확장되고 있는 상황이다(Bingham and Conner 2011).

온라인 커뮤니티에서 수많은 정보의 습득, 생산 및 공유 등을 통해 지식을 학습하고 활용하는 소셜 러닝이 이루어짐에 따라 정보 문제의 해결 과정과 맞물려 개인이 어떻게 지식을 추구하고 도출해 나가는지에 대한 지식소싱(knowledge sourcing)이 주목을 받고 있다. 지식소싱은 통상 지식경영 분야에서 조직 내 구성원 간에 전문지식, 경험, 조언, 의견 등의 도출을 제고하기 위한 행위이며, 전자적 또는 비전자적인 수단을 통해 얻을 수 있는 커뮤니케이션 행동이다(박상철, 김정환, 송재기 2011; Gray and Meister 2006). 지식소싱은 복잡한 양상을 보이며 변화하고 있는 온라인상의 소셜 러닝 상황에서 지식을 습득하고 축적하는 과정을 이해하여 지식을 관리하고 활용하는 과정에 중요한 역할을 하며, 이는 지식의 습득 과정에서 본인이 선호하는 지식, 해결해야 할 문제의 특성, 문제 해결과 관련된 조직의 성격 등에 따라 성과 수준에 영향을 미치는 정도가 다를 수 있기 때문이다. 따라서 소셜 러닝과 지식소싱이 상호간에 미치는 영향 관계를 알아보는 연구는 복잡한 양상을 보이며 변화하는 오늘날의 지식 커뮤니티에 대한 이해의 폭을 넓힐 수 있다는 점에서 매우 중요하다.

지금까지의 소셜 미디어 관련 연구들은 불특정 다수 이용자들의 소셜 미디어 이용 의도, 소셜 네트워크 서비스 이용의 만족과 영향 요인 등 일반적인 소셜 미디어 이용 측면에 초점을 두었고(김대진 2011; 김선아 2011; Kim, Sohn

and Choi 2011), 온라인 커뮤니티를 통한 학습 및 지식활용과 관련된 연구는 사용 의도와 학습 성과, 만족도, 성취도 등 학습의 결과에 초점을 두는 연구들이었다(조윤경 2011; Greenhow and Robelia 2009). 또한 지식소싱 관련 연구는 주로 경영학의 측면에서 조직 성과를 위해 지식을 습득한 결과와 조직 운영의 효율성에 중점을 두고 진행되어 지식을 활용하기 위한 효율적인 측면에서 다루었다고 보기는 어렵다(Menon and Pfeffer 2003; Gray and Meister 2006; Binz-Scharf and Lazer 2006; Staats, Melissa and Edmondson 2010). 특히 온라인 커뮤니티 내에서 구성원의 심리적 요인, 구성원 간의 상호작용, 활동 정도와 그 안에서 발생하는 지식의 습득 및 형성 과정과 지식활용 성과 등의 개념들을 전체적으로 연결하여 살펴본 연구는 매우 미미한 상태이다.

소셜 미디어 환경에서 지식 활동은 관계와 상호작용을 기반으로 타인과 의견을 교환하고, 토론하고, 공유함으로써 즉각적인 지식의 습득, 축적 및 활용이 가능하다. 또한 지식의 제공자와 수혜자가 구분되지 않으며 구성원 간의 관계적인 특성에 따라 상이한 지식정보원의 접근 및 지식활용의 결과가 나타날 수 있으므로 소셜 러닝을 통한 지식 활동에 대한 총체적인 이해를 위해서는 소셜 러닝 환경의 다면적 요인 간의 관계에 대한 종합적이고 실증적인 분석이 필요하다. 이러한 연구를 통하여 협력적 관계와 상호작용을 근간으로 하는 소셜 러닝 커뮤니티라는 새로운 지식 환경에서 구성원의 지식활동을 살펴보는 것은 정보문제의 해결을 위해 최적의 지식을 추구하는 이용자의 정보행위 연구로서의 의미를 가지며, 지식 환경의 변화에 따른 지식관

리와 활용 연구의 측면에서 새로운 지식관리 프레임워크를 예상해보는 의미가 있을 것이다. 따라서 본 연구에서는 학습자의 심리적 요인, 지식소싱, 지식활용 성과 간의 영향 관계와 소셜 러닝 및 구성원간 관계가 갖는 매개효과를 분석하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 소셜 미디어, SNS

‘집합’, ‘네트워크’, ‘상호작용’ 등으로 이해할 수 있는 소셜은 기술적 진보와 확산을 바탕으로 사람들이 자신의 생각과 의견, 경험, 관점 등을 공유하고 참여하기 위해 사용하는 소셜 미디어로 변화하고 있으며, 이는 지식과 정보를 공유하는 새로운 채널이자 의견, 관점 등을 자유롭게 공유하는 이용자 중심의 매체로 인식되었기 때문이다. 소셜 미디어는 웹 2.0의 사상과 기술에 기반한 사회적 상호작용 매체로 이를 통해 이용자 창작 콘텐츠의 교환이 가능하여 조직 및 개인 간의 커뮤니케이션 패러다임에 상당히 큰 변화의 시작점이 되었다(한국정보화진흥원 2011; Kaplan and Haenlein 2010; Kietzmann et al. 2011).

SNS는 오프라인 상의 사회적 관계 개념을 온라인 공간으로 가져와 개인의 일상 및 관심사 등의 정보를 공유·소통시킴으로써 타인과의 관계를 형성하고 관리하는 관계망이며 연결을 바탕으로 개인 간의 상호작용을 지원하는 서비스로 현실 세계와 유사한 인간관계망을 형성하고 친밀성이 강조된다는 특징이 있다(엄대

진 2011; Boyd and Ellison 2007). SNS의 운영 초기에는 주로 친목도모·엔터테인먼트 용도로 이용되었으나 이후 비즈니스 도구나 다양한 정보를 공유하는 정보원으로 활용하는 등 SNS를 통하여 정보를 찾고 활용하는 경향이 발생하고 있다. 이는 대부분 아는 사람으로 연결되어 있는 특성상 일반 검색 결과보다 친구의 추천으로 공유되는 정보가 신뢰성이 높고 간결하게 전달되기 때문이다.

## 2.2 소셜 러닝

소셜 러닝은 넓은 의미에서는 소셜 미디어를 활용한 모든 커뮤니케이션 학습활동, 소셜 네트워크와 e-Learning이 결합하여 협업·소통 등 사회적 상호작용이 강화된 비형식학습, 혹은 소셜 미디어를 기반으로 한 참여적 학습이며, 좁은 의미에서는 소셜 미디어나 소셜 네트워킹 도구를 수업활동에 보조적으로 활용하는 혼합형 학습형태로 정의할 수 있다(윤영민 2011; 조윤경 2011; Bingham and Conner 2011). 즉, 소셜 러닝은 단순히 현재의 교육 방식에 소셜 미디어를 도입하는 것이 아니라, 공식적인 학습 외에도 비공식적인 학습을 포함하고 관계 형성에 기반을 두어 집단지성을 형성하는 구체적인 맥락을 제공할 수 있어 새로운 지식 형성의 오픈 플랫폼으로서 활용이 가능하며, 이러한 장점을 활용하여 협업·소통·참여의 가능성을 열어주는 것이 소셜 러닝의 지향점이라고 할 수 있다.

소셜 러닝을 이해하는 세 가지 키워드는 사물을 전체적으로 파악하고 구성요소간의 상호관련성을 분석하여 최적의 문제해결을 추구하는

사고능력의 핵심인 맥락, 네트워크를 통한 연결, 타인과의 협력을 통한 지식을 재생산하고 확산하는 협업으로 정리할 수 있다. 즉, 소셜 러닝은 학습자간의 관계를 바탕으로 상호 작용을 통한 자율적 학습이 이루어지며, 커뮤니티에서 학습자 본인의 상황에 따라 커뮤니티의 활동이 달라질 수 있음을 이해할 수 있다.

## 2.3 지식소싱

지식소싱은 다른 사람의 전문지식, 경험, 통찰력, 의견 등에 접근하기 위한 의식적인 행동이고, 상호작용을 통해 타인의 이해와 경험에 접근하는 간접적 학습 행위로서 개인의 지식 추구 활동으로 정의할 수 있으며 세 가지 유형으로 구분된다. 첫째, 개인(dyadic) 지식소싱은 지식을 찾는 개인이 지식을 가진 개인과 전화, e-mail, 면대면 등의 일대일 커뮤니케이션을 통해 지식을 구하는 방법이다. 둘째, 문서(published) 지식소싱은 지식이 체계화되어 축적되어 있는 단일 정보원으로부터 지식을 구하는 형태로 여러 지식 저장소에 저장된 문서, 출판된 책, 또는 인트라넷의 게시물 등에 접근하는 방법이다. 마지막으로 그룹(group) 지식소싱은 특정 상황에서 열린 공간의 다수의 정보원으로부터 다수의 개인 혹은 집단 간에 지식의 교환이 이루어지는 형태로서 온라인 토론 그룹, CoP, 대면 회의 등을 통해 지식을 생산하고 습득하는 방법을 말한다(Gray and Meister 2004; 2006).

각 지식소싱은 근본적으로 지식을 추구한다는 점에서는 공통점을 가질 수 있으나 문서를 통해 습득하는 지식과 개인 간의 대화를 통해 얻는 지식이 동일한 이익을 가져온다고 보기는

어렵다. 더욱이 커뮤니티 수준에서 여러 사람을 통해 얻는 지식은 문서나 개인 간의 대화에서 얻는 지식과는 전혀 다를 수 있으며, 지식의 제공자와 수혜자간 관계의 특성을 통해 수혜자의 지식 추구 행태의 결정을 예측해 볼 수 있다(Borgatti and Cross 2003; Gray and Meister 2006). 이처럼 특정 집단 내에서 개인의 지식 습득은 개인의 인지, 지식 활용 목적 및 상호작용에 따라 영향을 받을 수 있으며, 집단의 성격 및 특성에 따라 각기 다른 지식소싱 행태를 나타낼 것이라는 것을 예측할 수 있다.

#### 2.4 지식활용 성과

지식활용 성과는 기존에 습득한 지식을 활용하여 어떠한 행위적 결과물을 만들어낼 것인지에 관한 것으로 지식재이용, 지식응용, 지식혁신의 세 가지로 구분해 볼 수 있다. 지식재이용은 정보 문제의 해결 상황과 관련하여 유용한 결과물을 다른 인지적 판단 없이 그대로 모방하여 사용하는 것으로, 대상은 주로 학술적이거나 집단 내의 인정을 받은 지식이며 행위적인 복제로 볼 수 있다. 지식응용은 기존의 지식을 활용하여 향상된 결과를 의도하거나 새로운 무엇인가를 기대하는 것으로 상황과 관련되어 있거나 재료로써 사용될 수 있는 지식을 습득하여 정황을 파악하고 문제 해결에 대입하는 행위적인 적용이라고 할 수 있다. 지식혁신은 기존의 지식을 재이용하거나 응용하기에 어려운 완전히 새로운 문제를 극복하기 위한 것이며 집단 내외부의 다양한 지식을 습득, 고찰 통합하여 새로운 아이디어를 만들어내는 것까지도 포함하는 것으로 행위적인 혁신이라고 할 수 있다(Cheung,

Chau and Au 2008; Gray and Meister 2006).

#### 2.5 이론적 배경과 선행연구에 대한 분석

앞서 언급한 연구들을 여러 측면에서 분석해 볼 때 웹의 발전과 함께 사회의 변화가 발생하고 소셜 네트워크의 이용이 증가하면서 소셜 미디어와 SNS의 이용 및 효과 등에 대한 연구들이 진행되었으며 여러 SNS를 학습과 연계한 소셜 러닝에 관한 기본적인 연구 역시 진행되었다. 학습의 측면에서도 성과에 중요한 영향을 미칠 수 있는 자기효능감, 목표지향성, 상호작용 등 심리적인 측면의 연구도 폭넓게 진행되었다. 또한 개인이 지식을 추구하고 활용하는 지식소싱 및 지식활용의 성과에 관한 연구도 진행되었다. 다만 상호 의미적으로 연결되어 있는 각 연구를 종합적으로 살펴본 연구가 없음을 확인하였다. 이러한 상황에서 학습자의 심리적 요인이 지식을 습득하고 공유하며 정보 문제 해결에 이용하는 이용자의 지식 활동인 지식소싱 행태에 미치는 영향과 지식소싱 행태가 지식활용 성과에 미치는 영향을 종합적으로 이해하고 실증적으로 분석하는 것은 온라인 커뮤니티라는 새로운 지식 환경에서 발생하는 다양한 이용자 행태를 파악하는 의미를 가질 수 있다.

### 3. 연구방법

#### 3.1 연구의 진행

본 연구에서는 학습자의 심리적 요인, 지식

〈표 1〉 연구 진행의 주요 내용

정량적 연구	주요 내용	정성적 연구
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연구모형 설계</li> <li>• 가설 설정</li> </ul>	연구의 설계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 심층 인터뷰 질문 구성</li> <li>• 인터뷰 대상자 구성</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 학습자 대상 설문조사 실시</li> <li>• 학습자의 활동 내역 관찰 조사</li> <li>• 소셜 러닝 활동을 분석 데이터 추출</li> </ul>	데이터 수집	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 학습자 대상 심층면접 인터뷰 실시</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수집한 데이터 정리 분석</li> <li>• 심리적 요인, 지식소싱 행태 및 지식활용 성과의 관계 검증</li> <li>• 소셜 러닝 및 구성원간 관계 요인의 매개효과 검증</li> </ul>	분석 및 검증	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인터뷰 답변 내용으로 녹취록 작성</li> <li>• 학습자별 답변 키워드 추출</li> <li>• 활동 그룹별 키워드 분류</li> </ul>

↓

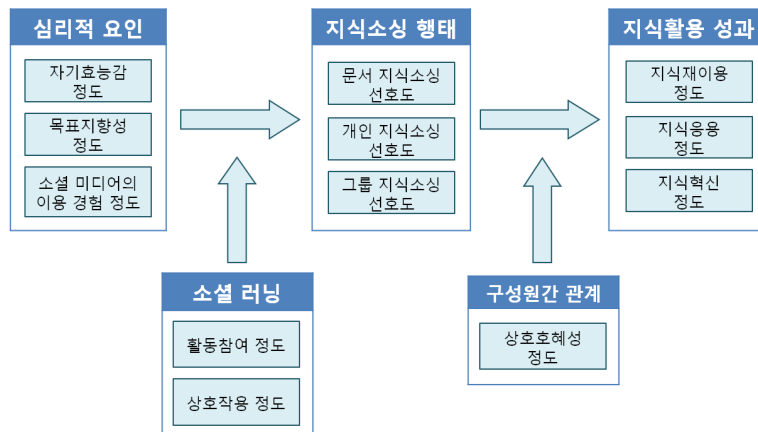
• 정량적 연구 결과와 정성적 연구 결과를 종합하여 결과 분석

소싱 행태, 지식활용 성과 요인 간의 영향 관계와 소셜 러닝 활동 및 구성원간 관계의 매개효과를 정량적 연구 방법으로 규명하고, 소셜 러닝 과정에서 학습자의 심리와 지식습득 및 활용에 대한 맥락과 현상에 대하여 보다 명확하고 종합적으로 이해하기 위하여 정성적 연구를 진행하였다. 혼합 연구방법을 통해 연구의 전반적인 해석과 추론을 더 자세하게 하고 깊이와 폭을 더해줌으로써 정량적 연구 결과에 대한 더 완전하고 종합적인 설명의 제공이 가능하며, 주요 진행 내용은 〈표 1〉과 같다.

### 3.2 연구 모형 및 변인의 설정

#### 3.2.1 연구 모형의 설계

본 연구에서는 학습자의 심리적 요인이 지식소싱 행태에 영향을 미치고 지식소싱 행태는 지식활용 성과에 영향을 미칠 것이라고 보았다. 또한 소셜 러닝 활동과 구성원간 관계는 각 단계의 영향 관계에서 매개효과를 가질 것이라고 가정하였다. 이러한 각 변인들 간의 영향 관계를 규명하고 가설을 검증하기 위하여 〈그림 1〉과 같이 연구모형을 설계하였다.



〈그림 1〉 연구모형

### 3.2.2 변인의 설정 및 정의

본 연구의 첫 번째 단계에서는 독립변인으로 심리적 요인을, 종속변인으로는 지식소싱 행태를 사용하였고, 소셜 러닝을 매개변인으로 사용하였다. 두 번째 단계에서는 독립변인으로 지식소싱 행태를, 종속변인으로는 지식활용 성과를 사용하였고, 구성원간 관계를 매개변인으로 설정하였다. 각 변인의 구성 및 조작적 정의는 <표 2>와 같다.

자기효능감의 측정을 위해 Chen, Gully와 Eden (2001)의 “새로운 일반적 자기 효능감 척도”의 문항을 본 연구에 맞게 일부 조정하여 이용하였고, 목표지향성의 다면적인 측정 및 판단을 위해서 학습 목표, 수행 증명 목표, 수행 기피 목표 등으로 측정하였다(송인섭, 박성운 2000; Brett and VandeWalle 1999). 소셜 미디어의 이용 경

험을 측정하기 위해서는 Hsu, Ju와 Chang(2007), Hsu와 Lin(2008)의 연구의 척도를 참고하여 본 연구의 목적에 맞게 변형하여 측정하였다.

지식소싱 행태 및 지식활용 성과의 측정 변인은 Gray and Meister(2006)의 연구와 박상철, 김정환, 송재기(2011)의 연구에서 언급한 문서 지식소싱, 개인 지식소싱, 그룹 지식소싱의 구분을 원용하였으며, 본 연구에 맞춰 일부 용어를 수정하여 측정하였다.

소셜 러닝 변인 중 활동 참여 정도는 학습자의 소셜 러닝 커뮤니티 내 포스팅 횟수, 타 학습자의 게시글에 대한 댓글 횟수, 타 학습자의 게시글에 대한 좋아요(like) 횟수, 실제 수업에서의 교수자, 학습자간 질문 횟수, 답변 횟수 등을 측정하였고, 상호 작용 정도는 소셜 러닝 커뮤니티에서 학습자의 활동을 기반으로 각 노드간

<표 2> 연구 모형의 변인 설정 및 조작적 정의

개념	측정변인	조작적 정의
심리적 요인	자기 효능감 정도	학습과정에서 목표 달성 및 성공에 대한 의지의 수준과 문제 해결의 자신감에 대한 개인적 판단의 정도
	목표 지향성 정도	새로운 것에 대한 기대의 수준, 자신의 능력에 대한 증명 의지 수준과 실패 우려에 대한 수준의 정도
	소셜 미디어의 이용 경험 정도	학습자의 소셜 미디어 이용에 대한 유용성, 용이성, 신뢰도 및 평가 등의 인식 수준의 정도
지식소싱 행태	문서 지식소싱 선호도	지식의 습득 방법으로 출판된 지식에 대한 신뢰 및 선호도의 정도
	개인 지식소싱 선호도	지식의 습득 방법으로 개인 간의 사적인 방법에 대한 신뢰 및 선호도의 정도
	그룹 지식소싱 선호도	지식의 습득 방법으로 공적이고 광범위한 채널에 대한 신뢰 및 선호도의 정도
지식활용 성과	지식재이용 정도	타인의 지식에 대한 모방 경험 및 검증된 지식에 대한 신뢰도의 정도
	지식응용 정도	타인의 지식의 활용 선호도 및 지식 환경에 맞는 지식 변형 의도의 정도
	지식혁신 정도	새로운 지식에 대한 요구 정도 및 지식 환경 변화에 대한 의도의 정도
소셜 러닝	활동 참여 정도	소셜 러닝 커뮤니티에서 학습자의 게시글수, 댓글수, 좋아요 횟수, 오프라인 수업에서의 질문 및 의견 제시 횟수 등 활동의 정도
	상호 작용 정도	학습자가 소셜 러닝 커뮤니티 내에서 형성한 네트워크와 그 활동에 따른 중심성 등의 정도
구성원간 관계	상호호혜성 정도	소셜 러닝 구성원간의 평판에 대한 이해 수준 및 상호작용을 위한 노력 수준 등의 정도

의 중개자 역할을 의미하는 매개 중심성 지수를 추출하여 이용하였는데, 이는 매개 중심성 지수를 통해 노드간의 정보의 흐름과 교환 정도를 측정할 수 있어 커뮤니티의 구성원 간에 어느 정도의 상호작용을 하고 있는지를 알 수 있기 때문이다.

구성원간 관계 요인을 측정할 수 있는 상호호혜성은 사회적 교환에 참여하는 개인이 얻는 일종의 이익으로서 상호호혜성이 높을수록 커뮤니티의 신뢰가 높다고 볼 수 있으며, 개인의 지식 공유 의도와 태도를 예상해 볼 수 있는 기준으로서 해당 변인의 측정을 위해 Hsu, Ju and Chang (2007), Hsu and Lin(2008)의 연구에서 해당 항목에 대한 부분을 참고하여 본 연구의 목적에 맞게 일부 용어를 변형하여 사용하였다.

### 3.3 요인별 영향관계 검증을 위한 가설의 설정

#### 3.3.1 연구 가설의 설정

학습자의 심리적 요인은 자기효능감, 목표지향성 및 소셜 미디어의 이용 경험으로 구성된다. 개인의 의식 및 목표와 주변 상황에 대한 자신의 판단은 행동의 유형 및 달성 여부, 산출물 등에 대한 복합적인 결과를 나타낼 수 있으므로, 지식을 습득하고 활용하는 과정에서도 학습자의 심리적 요인은 지식소싱 행태에 영향을 미칠 것으로 가정하고 다음의 가설을 설정하였다.

〈가설 1〉 심리적 요인은 지식소싱 행태에 영향을 미칠 것이다.

지식활용 성과는 개인이 습득한 지식을 어떠한 목적으로 어떻게 활용하여 어떠한 효과를 얻어내는가와 관련된 개념으로 학습자가 지식

을 습득하는 방법인 지식소싱 행태의 선호도에 따라 차이를 보임에 따라 지식활용 성과 역시 상이하게 나타날 것이라고 가정할 수 있다. 따라서 지식소싱 행태와 지식활용 성과 간의 영향 관계에 대하여 다음의 가설을 설정하였다.

〈가설 2〉 지식소싱 행태는 지식활용 성과에 영향을 미칠 것이다.

소셜 러닝 커뮤니티에 참여한 학습자들은 그들의 활동에 있어 자신감을 가지고 본인의 목표를 달성하려는 관점에서 모든 행동을 취할 것임을 예상해 볼 수 있으며, 학습자의 소셜 미디어의 이용경험 역시 소셜 러닝 활동과 구성원간의 상호작용에 반영될 수 있을 것이다. 따라서 심리적 요인과 소셜 러닝 간의 영향 관계에서 다음의 가설을 설정하였다.

〈가설 3〉 심리적 요인은 소셜 러닝에 영향을 미칠 것이다.

소셜 러닝은 타인과의 관계 및 상호작용을 통해 지식을 습득하는 과정이므로 소셜 러닝은 학습자가 지식정보원을 선택하여 지식을 습득하는 지식소싱의 선호도에 영향을 미칠 것을 가정하였다. 따라서 소셜 러닝과 지식소싱 행태의 영향 관계에서 다음의 가설을 설정하였다.

〈가설 4〉 소셜 러닝은 지식소싱 행태에 영향을 미칠 것이다.

구성원간 관계의 변인인 상호호혜성은 지식을 습득하는 과정에서 상호작용을 위한 노력이나 관계에 대한 평가를 통하여 지식의 제공자나 유용한 지식에 대하여 개인이 갖게 되는 호의적인 느낌이라고 할 수 있다. 따라서 지식소싱 행



태는 상호호혜성과 영향 관계가 있을 것을 가정하고 다음의 가설을 설정하였다.

〈가설 5〉 지식소싱 행태는 구성원간 관계에 영향을 미칠 것이다.

학습자에게 긍정적으로 평가되거나 유용한 지식으로 판단되는 경우 해당 지식은 다양한 목적으로 사용될 것을 예상해 볼 수 있으므로 구성원간 관계와 지식활용 성과 간의 영향 관계에 대하여 다음의 가설을 설정하였다.

〈가설 6〉 구성원간 관계는 지식활용 성과에 영향을 미칠 것이다.

### 3.4 데이터의 수집

#### 3.4.1 정량적 데이터의 수집

본 연구에서의 소셜 러닝은 소셜 미디어나 SNS를 수업 활동에 활용하는 혼합형 학습 형태를 의미하므로 연구의 수행을 위해 소셜 러닝을 실시하고 있는 수도권 소재 H대학의 정보사회학과 교수자와 면담을 통해 본 연구의 목적을 설명하고, 실험 및 수업 참여에 대한 협의를 진행하였다. 이에 교수자와 학습자의 동의하에 학부과정 전공 수업을 수강하는 총 55명의 학부생을 대상으로 2013년 1학기의 15주 수업에 연구자가 관찰자로 참여하여 학습자의 온·오프라인 활동을 관찰하고 데이터를 수집하였다.

정량적인 연구를 위한 데이터의 수집은 온라인 설문조사 양식을 작성한 후 학습자가 설문조사에 참여할 수 있는 URL을 전달하여 14주차 수업 종료 후 설문조사를 실시하였다. 학습자의 소셜 러닝 활동 데이터의 수집은 매주 수업에 연구자가 관찰자로서 참여하여 개인별 질

문 및 답변 횟수를 기록하였고, 온라인 커뮤니티 활동 데이터는 매주 수업 종료시간을 기준으로 한 주간의 활동 데이터를 추출하였으며, 매개 중심성 지수는 소셜 네트워크 분석 도구인 NodeXL을 이용하여 추출하였다.

#### 3.4.2 정성적 데이터의 수집

소셜 러닝이 완료된 후에 수집된 설문 조사 결과와 소셜 러닝 활동 데이터의 분석을 통해 활발한 소셜 러닝 활동 그룹과 상대적으로 활발하지 못한 활동 그룹으로 구분하여 각 세 명씩 참여자로 선정하고, 구조화된 개방형 질문으로 심층 면접 인터뷰를 실시하였다.

심층 면접 인터뷰를 통해 녹취된 내용으로 녹취록을 작성하고 각 질문에 대한 텍스트를 바탕으로 정성적 데이터를 정리 분석하였다. 우선 인터뷰 참여자가 기술한 내용 중에서 연구문제와 관련하여 핵심이 되거나 관련이 있는 단어와 문장을 추출하여 참여자별로 답변을 정리하였다. 다음으로 추출된 내용을 소셜 러닝 상위 활동자와 하위 활동자 그룹으로 구분하여 각 그룹 간 공통된 키워드를 추출하였다. 마지막으로, 그룹별로 키워드를 분류하고 주요 답변 내용을 검토하여 의미를 해석함으로써 연구문제에 대한 분석을 기술하였다.

## 4. 연구 결과 분석 및 가설 검증

### 4.1 설문의 기초 통계 분석

본 연구에 참여한 학습자는 대체로 동일 학과와 동일 학년으로 구성되어 있으며 성비는 유사

한 편이다. 한편, 학습자의 소셜 미디어의 주된 이용 목적은 친교와 수업, 학습을 위한 목적, 정보 습득 등으로 나타났다. 학습자들이 소셜 미디어를 이용하는 목적에 대한 응답은 복수 응답을 허용하였다. 그 결과, 친교를 목적으로 이용하는 응답이 가장 높은 비율(40.3%)을 나타냈으며, 다음으로는 수업, 학습 등의 특별한 목적으로 이용하는 것으로 나타났고, 온라인 상의 관계 확장을 목적으로 이용하는 비율은 비교적 낮게 나타났다. 인구통계적 정보를 포함한 기초통계 분석 결과는 <표 3>과 같다.

본 연구에서 사용된 각 변인들에 대한 빈도 분석 결과 아래와 같은 결과를 볼 수 있었다 (<표 4> 참조). 첫째, 학습자들은 전체적으로 자기효능감에 대해서는 긍정적인 반응을 나타냈다. 이는 학습자들이 자신들의 상황에 맞춰 나아가야 할 방향을 인식하고 올바른 행동을 조직할 수 있다는 자신감이 있는 것으로 판단할 수 있다. 학습자의 목표지향성과 관련하여 학습자들은 새로운 학습을 접하는 것에 대하여 전반적으로 긍정적이며, 자신의 능력을 입증하는 것

을 선호하는 것으로 나타나 대체로 자신의 목표를 명확하게 설정하고 있다고 판단된다. 소셜 미디어의 이용 경험에 대하여 학습자들은 대체로 소셜 미디어를 통한 정보의 습득에 큰 어려움이 없으며, 정보에 대한 신뢰성에 대해서도 긍정적으로 생각하고 있음을 알 수 있다. 또한, 소셜 미디어의 활동을 통해 구성원 간에 상호 긍정적인 효과를 얻을 수 있다고 생각하는 것으로 나타났다.

둘째, 지식소싱 행태에 대한 빈도분석 결과 대체로 학습자들은 지식 습득 방법에 있어 문서 지식소싱, 그룹 지식소싱, 개인 지식소싱 순으로 선호하는 것으로 나타났고, 주로 문서나 그룹 활동을 통해 지식을 습득하는 것으로 나타났다.

셋째, 지식활용 성과에 대한 분석 결과 학습자들은 전반적으로 기존의 지식을 활용하여 새로운 지식을 얻거나 완전히 새로운 지식을 습득하는 것을 긍정적으로 생각하고 있으며, 기존의 지식을 그대로 이용하는 경우에는 검증된 방법을 선호하고 있는 것으로 나타났다.

마지막으로 소셜 네트워크 상의 상호호혜성

<표 3> 기초통계 분석 결과

항목		N	비율(%)
성별	남	24	44.4
	여	30	55.6
학년	2학년	47	87.0
	3학년	7	13.0
전공분야	사회과학	53	98.1
	자연과학(복수전공)	1	1.9
소셜 미디어 이용목적 (복수응답 허용)	친교	48	40.3
	정보습득	28	23.5
	수업, 학습 등	35	29.4
	온라인상의 관계 확장	7	13.0
	기타	1	0.8

〈표 4〉 각 요인별 빈도분석 결과

항목	1					2					3					4					5				
자기효능감	-					-					17.13(31.72)					31.13(57.65)					5.8(10.74)				
목표지향성	1.85(3.43)					7.23(13.39)					19.54(36.19)					19.3(35.74)					6.08(11.26)				
소셜 미디어의 이용 경험	-					-					21(38.89)					27.5(50.93)					5.5(10.19)				
문서 지식소싱	-					-					16.5(30.56)					30.5(56.48)					7(12.96)				
개인 지식소싱	-					4.5(8.33)					28.25(52.31)					17.75(32.87)					3.5(6.48)				
그룹 지식소싱	0.25(0.46)					13.25(24.54)					18.25(33.8)					19(35.19)					3.25(6.02)				
지식재이용	1.33(2.46)					9.67(17.9)					18.67(34.57)					19(35.19)					5.33(9.87)				
지식응용	-					-					5(9.26)					35.67(66.06)					13.33(24.69)				
지식혁신	-					-					13.33(24.69)					30.33(56.17)					10.33(19.13)				
상호호혜성	0.29(0.54)					5.43(10.06)					18.29(33.87)					22(40.74)					8(14.81)				

1: 전혀 그렇지 않다. 2: 그렇지 않다. 3: 보통이다. 4: 그렇다. 5: 매우 그렇다.

에 대한 분석 결과 학습자들은 소셜 네트워크 상에서 정보를 공유하는 사람에 대하여 능력이 있다고 판단을 하며 자신과 관계를 맺고 있는 구성원에 대한 믿음과 긍정적인 관계의 형성을 기대하고 있는 것으로 나타났다. 또한 정보를 공유함으로써 자신의 신뢰감을 높일 수 있다고 생각하고 있는 것으로 나타났다.

#### 4.2 연구 모형의 영향 관계 분석

본 연구의 가설 검증을 위해서 SPSS 21.0 프로

그램을 이용하였으며, 분석 결과는 다음과 같다.

##### 4.2.1 심리적 요인과 지식소싱 행태

학습자의 심리적 요인인 자기효능감, 목표지향성, 소셜 미디어의 이용 경험 정도가 문서 지식소싱, 개인 지식소싱, 그룹 지식소싱 선호도에 영향을 미칠 것이라는 가설의 검증 결과는 〈표 5〉~〈표 13〉과 같다.

분석결과를 통해 학습자가 정보문제의 해결을 위한 지식 습득 과정에서 자신의 능력에 대한 판단 정도나 자신감과 지식을 습득하는 행

〈표 5〉 자기효능감 정도가 문서 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.016	.587		5.142	.000	1.916	.172	.036	기각
자기효능감 정도	.215	.156	.189	1.384	.172				

〈표 6〉 자기효능감 정도가 개인 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	2.829	.843		3.358	.001	.424	.518	.008	기각
자기효능감 정도	.146	.224	.090	.651	.518				

〈표 7〉 자기효능감 정도가 그룹 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.410	.466		7.318	.000	.782	.381	.015	기각
자기효능감 정도	.109	.124	.122	.884	.381				

〈표 8〉 목표지향성 정도가 문서 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.371	.422		7.986	.000	1.177	.283	.022	기각
목표지향성 정도	.124	.114	.149	1.085	.283				

〈표 9〉 목표지향성 정도가 개인 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	2.890	.601		4.810	.000	.666	.418	.013	기각
목표지향성 정도	.133	.163	.112	.816	.418				

〈표 10〉 목표지향성 정도가 그룹 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.086	.319		9.664	.000	5.383	.024	.094	채택
목표지향성 정도	.200	.086	.306	2.320	.024				

〈표 11〉 소셜 미디어의 이용 경험 정도가 문서 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.501	.455		7.696	.000	.515	.476	.010	기각
소셜 미디어의 이용 경험 정도	.087	.121	.098	.718	.476				

〈표 12〉 소셜 미디어의 이용 경험 정도가 개인 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.199	.647		4.945	.000	.075	.785	.001	기각
소셜 미디어의 이용 경험 정도	.047	.173	.038	.275	.785				

〈표 13〉 소셜 미디어의 이용 경험 정도가 그룹 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	2.953	.338		8.732	.000	6.689	.013	.114	채택
소셜 미디어의 이용 경험 정도	.233	.090	.338	2.586	.013				

태에는 상관관계가 없었고, 학습자의 새로운 학습에 대한 기대나 자신의 능력에 대한 증명 또는 실패에 대한 우려 등의 목표 설정은 구성원 간의 상호 협력에 영향을 미치고 있으며, 학습자의 소셜 미디어의 이용 경험은 다수와 협력하여 지식을 습득하는 그룹 지식소싱에 긍정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

#### 4.2.2 지식소싱 행태와 지식활용 성과

학습자가 선택한 지식소싱 행태가 지식활용 성과 정도에 영향을 미칠 것이라는 가설의 검증 결과는 〈표 14〉~〈표 22〉와 같다.

분석결과를 통해 학습자가 기존 지식을 변형하지 않고 이용하고자 하는 경우 정형화되어 있는 문서 지식이나 신뢰할 수 있는 지인으로

〈표 14〉 문서 지식소싱 선호도가 지식재이용 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	1.394	.835		1.669	.101	5.388	.024	.094	채택
문서 지식소싱 선호도	.504	.217	.306	2.321	.024				

〈표 15〉 개인 지식소싱 선호도가 지식재이용 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	1.464	.486		3.011	.004	15.057	.000	.225	채택
개인 지식소싱 선호도	.550	.142	.474	3.880	.000				

〈표 16〉 그룹 지식소싱 선호도가 지식재이용 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	4.057	1.108		3.662	.001	.445	.508	.008	기각
그룹 지식소싱 선호도	-.193	.289	-.092	-.667	.508				

〈표 17〉 문서 지식소싱 선호도가 지식응용 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	2.105	.483		4.355	.000	18.236	.000	.260	채택
문서 지식소싱 선호도	.536	.126	.510	4.270	.000				

〈표 18〉 개인 지식소싱 선호도가 지식응용 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.748	.349		10.747	.000	1.406	.241	.026	기각
개인 지식소싱 선호도	.121	.102	.162	1.186	.241				

〈표 19〉 그룹 지식소싱 선호도가 지식응용 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	1.825	.634		2.879	.006	13.623	.001	.208	채택
그룹 지식소싱 선호도	.610	.165	.456	3.691	.001				

〈표 20〉 문서 지식소싱 선호도가 지식혁신 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	2.831	.551		5.142	.000	4.147	.047	.074	채택
문서 지식소싱 선호도	.291	.143	.272	2.036	.047				

〈표 21〉 개인 지식소싱 선호도가 지식혁신 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.704	.358		10.334	.000	5.388	.498	.009	기각
개인 지식소싱 선호도	.071	.104	.094	.682	.498				

〈표 22〉 그룹 지식소싱 선호도가 지식혁신 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	1.848	.664		2.784	.007	10.045	.003	.162	채택
그룹 지식소싱 선호도	.549	.173	.402	3.169	.003				

부터 지식을 습득하며, 기존 지식을 활용하여 새로운 지식을 추구하는 경우 다양한 지식을 얻을 수 있는 문서 지식 혹은 그룹 단위의 지식 습득을 선호하는 것을 알 수 있다. 아울러, 기존의 지식을 통합하고 공유하여 새로운 가치의 지식으로 재생산하거나 혁신적인 활용 결과를 기대하는 경우 많은 사람의 아이디어를 들을 수 있는 그룹 지식소싱이나 문서 지식소싱이 유용

하다는 것을 알 수 있다.

#### 4.2.3 심리적 요인과 소셜 러닝

학습자의 심리적 요인이 소셜 러닝 활동 참여 정도와 소셜 러닝 상호작용 정도에 영향을 미칠 것이라는 가설의 검증 결과는 〈표 23〉~〈표 28〉과 같다.

분석결과를 통해 학습자의 자기효능감은 소

〈표 23〉 자기효능감 정도가 소셜 러닝 활동참여 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	-1.180	.936		-1.261	.213	13.984	.000	.212	채택
자기효능감 정도	.929	.243	.460	3.739	.000				

〈표 24〉 자기효능감 정도가 소셜 러닝 상호작용 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	-.468	2.045		-.229	.820	2.291	.136	.042	기각
자기효능감 정도	.821	.542	.205	1.514	.136				

〈표 25〉 목표지향성 정도가 소셜 러닝 활동참여 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	.327	.701		.466	.643	8.105	.006	.135	채택
목표지향성 정도	.540	.190	.367	2.847	.006				

〈표 26〉 목표지향성 정도가 소셜 러닝 상호작용 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	1.501	1.485		1.011	.317	.571	.453	.011	기각
목표지향성 정도	.303	.402	.104	.755	.453				

〈표 27〉 소셜 미디어의 이용경험 정도가 소셜 러닝 활동참여 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	-1.349	.625		-2.160	.035	34.767	.000	.401	채택
소셜 미디어의 이용경험 정도	.984	.167	.633	5.896	.000				

〈표 28〉 소셜 미디어의 이용경험 정도가 소셜 러닝 상호작용 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	-1.397	1.497		-.933	.355	7.291	.009	.123	채택
소셜 미디어의 이용경험 정도	1.079	.400	.351	2.700	.009				

설 러닝 커뮤니티에서 자신감과 목표를 가지고 활발한 활동을 하게 하는 요인이 되고, 학습자가 설정한 목표는 활발한 소셜 러닝 활동의 원인으로 작용하고 있으며, 지식 흐름의 매개역할을 하는 것으로 판단할 수 있는 상호작용 정도에는 소셜 미디어의 이용 경험 정도가 영향을 미치고 있는 것으로 보아 다양한 소셜 미디어 이용 경험이 온라인상의 관계 형성과 다양한

지식을 습득할 수 있는 요인이 되고 있음을 알 수 있다.

4.2.4 소셜 러닝과 지식소싱 행태

소셜 러닝이 지식소싱 행태에 영향을 미칠 것이라는 가설의 검증 결과는 <표 29>~<표 34>와 같다.

결과를 요약하면 기본적으로 관계의 형성과

<표 29> 소셜 러닝 활동참여 정도가 문서 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.717	.190		19.566	.000	.352	.555	.007	기각
소셜 러닝 활동참여 정도	.046	.078	.082	.593	.555				

<표 30> 소셜 러닝 활동참여 정도가 개인 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.494	.269		12.969	.000	.217	.643	.004	기각
소셜 러닝 활동참여 정도	-.052	.111	-.065	-.466	.643				

<표 31> 소셜 러닝 활동참여 정도가 그룹 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.523	.143		24.567	.000	4.747	.034	.084	채택
소셜 러닝 활동참여 정도	.129	.059	.289	2.179	.034				

<표 32> 소셜 러닝 상호작용 정도가 문서 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.713	.118		31.344	.000	1.175	.283	.022	기각
소셜 러닝 상호작용 정도	.043	.039	.149	1.084	.283				



〈표 33〉 소셜 러닝 상호작용 정도가 개인 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.320	.169		19.594	.000	.141	.709	.003	기각
소셜 러닝 상호작용 정도	.021	.056	.052	.375	.709				

〈표 34〉 소셜 러닝 상호작용 정도가 그룹 지식소싱 선호도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.721	.093		40.092	.000	1.508	.225	.028	기각
소셜 러닝 상호작용 정도	.038	.031	.168	1.228	.225				

상호협력을 바탕으로 하는 소셜 러닝 활동에 참여하는 것은 다수의 지식정보원을 이용하고 학습자간에 아이디어를 공유하여 지식을 습득하는 것에 유용할 수 있을 것으로 판단할 수 있다.

4.2.5 지식소싱 행태와 구성원간 관계  
 지식소싱 행태가 구성원간 관계에 영향을 미칠 것이라는 가설의 검증 결과는 〈표 35〉~〈표 37〉과 같다.

〈표 35〉 문서 지식소싱 선호도가 상호호혜성 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	2.103	.505		4.166	.000	9.744	.003	.158	채택
문서 지식소싱 선호도	.409	.131	.397	3.121	.003				

〈표 36〉 개인 지식소싱 선호도가 상호호혜성 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	3.132	.338		9.270	.000	2.607	.112	.048	기각
개인 지식소싱 선호도	.159	.098	.219	1.615	.112				

〈표 37〉 그룹 지식소싱 선호도가 상호호혜성 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	1.932	.654		2.953	.005	7.107	.010	.120	채택
그룹 지식소싱 선호도	.455	.171	.347	2.666	.010				

결과를 요약하면 지식소싱 중에서 상대적으로 공적인 의미가 있는 문서 지식소싱과 그룹 지식소싱이 공익과 평판에 기초하는 상호호혜성에 영향을 미치고 있는 것으로 판단된다. 개인 지식소싱의 경우 상대에 대한 친밀도가 더 중요하게 작용할 수 있어 관계 형성에 대한 노력이나 평가에 대한 이해가 덜 중요하게 작용하고 있음을 짐작할 수 있다.

4.2.6 구성원간 관계와 지식활용 성과

구성원간 관계가 지식활용 성과의 정도에 영향을 미칠 것이라는 가설의 검증 결과는 <표 38>~<표 40>과 같다.

결과를 요약하면 타인에 대한 긍정적인 평가와 관계 속에서 형성되는 이미지, 지식을 공유하는 요인 등이 지식활용 성과에 긍정적인 영향을

주고 있음을 의미한다. 즉, 상대에 대한 신뢰와 우호적인 감정이 보다 효과적인 지식활용을 유인함을 알 수 있다.

4.3 매개효과의 검증 및 분석

본 연구에서는 소셜 러닝을 학습자의 심리적 요인이 지식소싱 행태에 영향을 미치는 관계에서 매개효과를 보일 것으로, 구성원간 관계를 지식소싱 행태가 지식활용 성과에 영향을 미치는 관계에서 매개효과를 보일 것으로 가정하였다. 매개효과의 분석을 위하여 독립변인과 종속변인, 매개변인을 단계적으로 투입하는 방식으로 회귀분석을 실시하였으며 단계적 회귀분석을 실시한 후 매개효과를 검증하기 위하여 Sobel test를 실시하였다.

<표 38> 상호호혜성 정도가 지식재이용 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	1.498	.777		1.929	.059	5.583	.022	.097	채택
상호호혜성 정도	.497	.210	.311	2.363	.022				

<표 39> 상호호혜성 정도가 지식응용 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	2.229	.449		4.968	.000	18.679	.000	.264	채택
상호호혜성 정도	.525	.121	.514	4.322	.000				

<표 40> 상호호혜성 정도가 지식혁신 정도에 미치는 영향

모형	비표준화계수		표준화계수	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	채택 여부
	B	표준오차	베타						
상수	2.429	.489		4.965	.000	9.748	.003	.158	채택
상호호혜성 정도	.413	.132	.397	3.122	.003				

#### 4.3.1 소셜 러닝 활동참여 정도의 매개효과 검증

소셜 러닝 활동참여 정도의 매개효과 검증을 위하여 목표지향성 정도와 소셜 미디어의 이용 경험 정도의 회귀분석 결과 1, 2, 3단계의 회귀 분석에서 변인 간의 영향 관계가 유의한 것으로 나타나 매개효과의 유의성을 검증하였으나 4단계에서 유의수준이 .05에서 유의하지 않은 것으로 나타나 소셜 러닝 활동참여 정도는 목표지향성 정도와 그룹 지식소싱 선호도 간에 완전매개 효과를 갖는 것으로 판단할 수 있다 (<표 41> 참조).

소셜 미디어의 이용 경험 정도와 그룹 지식소싱 선호도의 영향관계에서 소셜 러닝 활동 참여 정도의 매개효과 분석 결과 1, 2, 3단계의 회귀

분석에서 모든 변인 간의 영향 관계가 유의한 것으로 나타나 매개효과의 유의성을 검증할 수 있는데, 4단계에서 유의수준이 .05에서 유의하지 않은 것으로 나타나 소셜 러닝 활동참여 정도는 소셜 미디어의 이용 경험 정도와 그룹 지식소싱 선호도 간에 완전매개 효과를 갖는 것으로 판단할 수 있다(<표 42> 참조).

검증 결과에서 완전매개 효과를 갖는 것은 학습자의 심리적 요인이 그룹 지식소싱에 영향을 미치는 관계에서 그룹 지식소싱을 활성화하고자 할 때 소셜 러닝 활동 참여에 초점을 두어야 한다는 것을 의미하므로 소셜 러닝 커뮤니티 내에서 그룹 지식소싱을 활성화하고 효과를 높이기 위해서는 학습자의 소셜 러닝 활동참여를 염두에 두어야 함을 시사한다.

<표 41> 목표지향성 정도와 그룹 지식소싱 선호도의 영향관계에서 소셜 러닝 활동참여 정도의 매개효과 분석

단계	변인	비표준화계수	표준오차	t	p	F	p	R <sup>2</sup>
1	OR → GK	.200	.086	2.320	.024	5.383	.024	.094
2	OR → SLA	.540	.190	2.847	.006	8.105	.006	.135
3	SLA → GK	.129	.059	2.179	.034	4.747	.034	.084
4	OR → GK	.151	.092	1.647	.106	3.808	.029	.130
	SLA → GK	.091	.063	1.455	.152			

OR: 목표지향성 정도, GK: 그룹 지식소싱 선호도, SLA: 소셜 러닝 활동참여 정도

<표 42> 소셜 미디어의 이용 경험 정도와 그룹 지식소싱 선호도의 영향관계에서 소셜 러닝 활동참여 정도의 매개효과 분석

단계	변인	비표준화계수	표준오차	t	p	F	p	R <sup>2</sup>
1	SE → GK	.233	.090	2.586	.013	6.689	.013	.114
2	SE → SLA	.984	.167	5.896	.000	34.767	.000	.401
3	SLA → GK	.129	.059	2.179	.034	4.747	.034	.084
4	SE → GK	.178	.117	1.523	.134	3.593	.035	.123
	SLA → GK	.056	.075	.744	.460			

SE: 소셜 미디어의 이용 경험 정도, GK: 그룹 지식소싱 선호도, SLA: 소셜 러닝 활동참여 정도

4.3.2 상호호혜성의 매개효과 검증

상호호혜성의 매개효과 검증을 위하여 문서 지식소싱과 그룹 지식소싱의 회귀분석 결과 1, 2, 3단계의 회귀분석에서 각 변인 간의 영향 관계는 유의한 것으로 나타나 매개효과의 유의성을 검증할 수 있는데, 4단계에서 유의수준이 .05에서 유의하지 않은 것으로 나타나 상호호혜성 정도는 문서 지식소싱 선호도와 지식재이용 정도 간에 완전매개 효과를 갖는 것으로 판단할 수 있다(〈표 43〉 참조).

문서 지식소싱 선호도와 지식응용 정도의 영향관계에서 상호호혜성 정도의 매개효과를 검증한 결과 각 단계의 회귀분석에서 모든 변인 간의 영향 관계는 유의수준 .05에서 유의한 것으로 나타나 매개효과의 유의성을 검증할 수 있

는데, 4단계에서 t값이 3.005로 1단계의 4.270보다 낮으며 유의수준 .05에서 유의한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 부분매개를 의미하는 것으로 간접효과의 검증을 위해 Sobel test를 실시하였다(〈표 44〉 참조).

Sobel test 결과  $Z=2.53$ 으로  $|z|$ 가 1.96보다 크고 유의수준 .05에서 유의한 것으로 나타나 상호호혜성 정도는 문서 지식소싱 선호도와 지식응용 정도의 영향 관계를 매개하는 것으로 나타났으며, 문서 지식소싱 선호도와 지식응용 정도의 관계를 상호호혜성 정도가 설명하는 정도는 총효과(.536) 대비 매개효과(.409 × .525) 비율인 40.06%로 나타났다(〈표 45〉 참조).

문서 지식소싱 선호도와 지식혁신 정도의 영향관계에서 상호호혜성 정도의 매개효과를 검

〈표 43〉 문서 지식소싱 선호도와 지식재이용 정도의 영향관계에서 상호호혜성 정도의 매개효과 분석

단계	변인	비표준화계수	표준오차	t	p	F	p	R <sup>2</sup>
1	PK → KR	.504	.217	2.321	.024	5.388	.024	.094
2	PK → RE	.409	.131	3.121	.003	9.744	.003	.158
3	RE → KR	.497	.210	2.363	.022	5.583	.022	.097
4	PK → KR	.357	.233	1.530	.132	4.034	.024	.137
	RE → KR	.359	.226	1.588	.118			

PK: 문서 지식소싱 선호도, KR: 지식재이용 정도, RE: 상호호혜성 정도

〈표 44〉 문서 지식소싱 선호도와 지식응용 정도의 영향관계에서 상호호혜성 정도의 매개효과 분석

단계	변인	비표준화계수	표준오차	t	p	F	p	R <sup>2</sup>
1	PK → KA	.536	.126	4.270	.000	18.236	.000	.260
2	PK → RE	.409	.131	3.121	.003	9.744	.003	.158
3	RE → KA	.525	.121	4.322	.000	18.679	.000	.264
4	PK → KA	.381	.127	3.005	.004	15.298	.000	.375
	RE → KA	.378	.123	3.068	.003			

PK: 문서 지식소싱 선호도, KA: 지식응용 정도, RE: 상호호혜성 정도

〈표 45〉 매개변인 상호호혜성 정도의 Sobel test 분석

변인	비표준화계수	표준오차	Z	p
문서 지식소싱 선호도 → 상호호혜성 정도	.409	.131	2.53	.000
상호호혜성 정도 → 지식응용 정도	.525	.121		

증한 결과 각 단계의 회귀분석에서 모든 변인 간의 영향 관계는 유의수준 .05에서 유의한 것으로 나타나 매개효과의 유의성을 검증할 수 있는데, 4단계에서 문서 지식소싱 선호도가 지식혁신 정도에 미치는 영향이 유의하지 않은 것으로 나타나 상호호혜성 정도는 문서 지식소싱 선호도와 지식혁신 정도 간에 완전매개 효과를 갖는 것으로 판단할 수 있다(〈표 46〉 참조).

그럼 지식소싱 선호도와 지식응용 정도의 영

향관계에서 상호호혜성 정도의 매개효과를 검증한 결과 각 단계의 회귀분석에서 모든 변인 간의 영향 관계는 유의수준 .05에서 유의한 것으로 나타나 매개효과의 유의성을 검증할 수 있는데, 4단계에서 t값이 2.623으로 1단계의 3.691보다 낮으며 유의수준 .05에서 유의한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 부분매개를 의미하는 것으로 간접효과의 검증을 위해 Sobel test를 실시하였다(〈표 47〉 참조).

〈표 46〉 문서 지식소싱 선호도와 지식혁신 정도의 영향관계에서 상호호혜성 정도의 매개효과 분석

단계	변인	비표준화계수	표준오차	t	p	F	p	R <sup>2</sup>
1	PK → KI	.291	.143	2.036	.047	4.147	.047	.074
2	PK → RE	.409	.131	3.121	.003	9.744	.003	.158
3	RE → KI	.413	.132	3.122	.003	9.748	.003	.158
4	PK → KI	.145	.149	.975	.334	5.345	.008	.173
	RE → KI	.357	.144	2.477	.017			

PK: 문서 지식소싱 선호도, KI: 지식혁신 정도, RE: 상호호혜성 정도

〈표 47〉 그룹 지식소싱 선호도와 지식응용 정도의 영향관계에서 상호호혜성 정도의 매개효과 분석

단계	변인	비표준화계수	표준오차	t	p	F	p	R <sup>2</sup>
1	GK → KA	.610	.165	3.691	.001	13.623	.001	.208
2	GK → RE	.455	.171	2.666	.010	7.107	.010	.120
3	RE → KA	.525	.121	4.322	.000	18.679	.000	.264
4	GK → KA	.422	.161	2.623	.011	13.835	.000	.352
	RE → KA	.413	.123	3.367	.001			

GK: 그룹 지식소싱 선호도, KA: 지식응용 정도, RE: 상호호혜성 정도

Sobel test 결과  $Z=2.27$ 로  $|z|$ 가 1.96보다 크고 유의수준 .05에서 유의한 것으로 나타나 상호호혜성 정도는 그룹 지식소싱 선호도와 지식응용 정도의 관계를 매개하는 것으로 나타났으며, 그룹 지식소싱 선호도와 지식응용 정도의 관계를 상호호혜성 정도가 설명하는 정도는 총효과(.610) 대비 매개효과(.455 × .525) 비율인 39.16%로 나타났다(〈표 48〉 참조).

그룹 지식소싱 선호도와 지식혁신 정도의 영향관계에서 상호호혜성 정도의 매개효과를 검증한 결과 각 단계의 회귀분석에서 모든 변인 간의 영향 관계는 유의수준 .05에서 유의한 것으로 나타나 매개효과의 유의성을 검증하였는데, 4단계에서  $t$ 값이 2.307로 1단계의 3.169보다

낮게 나타났으며 유의수준 .05에서 유의한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 부분매개를 의미하는 것으로 간접효과의 검증을 위해 Sobel test를 실시하였다(〈표 49〉 참조).

Sobel test 결과  $Z=2.03$ 으로  $|z|$ 가 1.96보다 크고 유의수준 .05에서 유의한 것으로 나타나 상호호혜성 정도는 그룹 지식소싱 선호도와 지식혁신 정도의 관계를 매개하는 것으로 나타났으며, 그룹 지식소싱 선호도와 지식혁신 정도의 관계를 상호호혜성 정도가 설명하는 정도는 총효과(.549) 대비 매개효과(.455 × .413) 비율인 34.23%로 나타났다(〈표 50〉 참조).

문서 지식소싱 선호도가 지식재이용 및 지식혁신 정도에 미치는 영향관계에 상호호혜성 정

〈표 48〉 매개변인 상호호혜성 정도의 Sobel test 분석

변인	비표준화계수	표준오차	Z	p
그룹 지식소싱 선호도 → 상호호혜성 정도	.455	.171	2.27	.011
상호호혜성 정도 → 지식응용 정도	.525	.121		

〈표 49〉 그룹 지식소싱 선호도와 지식혁신 정도의 영향관계에서 상호호혜성 정도의 매개효과 분석

단계	변인	비표준화계수	표준오차	t	p	F	p	R <sup>2</sup>	
1	GK → KI	.549	.173	3.169	.003	10.045	.003	.162	
2	KI → RE	.455	.171	2.666	.010	7.107	.010	.120	
3	RE → KI	.413	.132	3.122	.003	9.748	.003	.158	
4	GK	→ KI	.410	.178	2.307	.025	7.940	.001	.237
	RE		.305	.136	2.248	.029			

GK: 그룹 지식소싱 선호도, KI: 지식혁신 정도, RE: 상호호혜성 정도

〈표 50〉 매개변인 상호호혜성 정도의 Sobel test 분석

변인	비표준화계수	표준오차	Z	p
그룹 지식소싱 선호도 → 상호호혜성 정도	.455	.171	2.03	.021
상호호혜성 정도 → 지식혁신 정도	.413	.132		

도가 완전매개 효과를 갖는다는 것은 문서 형태의 지식을 습득하여 재이용하거나 혁신의 성과를 유도하는 경우 문서 지식에 대한 평가와 명성 및 해당 지식을 습득하는 과정에서 지식의 제공자와 수혜자 간의 관계가 영향을 미치고 있음을 시사하는 것이다. 따라서 문서 지식의 습득을 통하여 지식을 재이용하거나 혁신적인 활동을 의도하는 경우에는 지식에 대한 유용성과 작성자에 대한 신뢰성에 초점을 두어야 할 것이다.

한편, 문서 지식소싱 선호도가 지식응용 정도에 영향을 미치는 관계, 그룹 지식소싱 선호도가 지식응용 정도에 영향을 미치는 관계와 그룹 지식소싱 선호도가 지식혁신 정도에 영향을 미치는 관계에서는 부분매개 효과를 갖는 것으로 나타났다. 문서 형태의 지식을 이용하여 기존에 개인이 가지고 있는 지식과 결합하여 응용하는 상황에서 지식에 대한 평가 및 지식 제공자와 수혜자의 관계 등은 간접적으로 영향을 미치고 있으며 영향을 정도는 전체 효과 대비 약 40% 정도이고, 그룹 내의 의견 교환 등을 통해 습득한 지식으로 기존의 지식과 결합하여 응용하거나 새로운 지식을 구하고 만들어가는 혁신의 상황에서 지식에 대한 평가 및 관계 등은 각 39%와 34%의 간접효과를 가지고 있는 것으로 나타났다.

#### 4.4 소셜 러닝에 대한 심층적 이해

앞에서 분석한 정량적 결과를 심층적으로 살펴보고 현상에 대한 이해를 보완하기 위해 정성적 연구를 실시하였으며 다음과 같은 결과를

얻을 수 있었다.

첫째, 학습자는 정보 습득 및 지식 생성 과정으로서 SNS와 소셜 러닝을 어떻게 평가하는가에 대한 답변으로 SNS를 통해 습득하는 정보가 신뢰할만하고 지식 습득 및 활용에 용이하다는 긍정적인 답변을 하였으며, 여러 사람과의 의견 교환을 하면서 다양한 아이디어를 얻을 수 있는 그룹 활동을 통해 많은 지식을 습득하고 있다고 하였다. 구체적으로 상위 활동 그룹은 소셜 러닝에 대해 유용하고 신뢰성 있는 정보를 사용할 수 있으며 직접 참여하는 활동이 효과적이라는 답변을 보인 반면, 하위 그룹은 소셜 러닝이 별다른 효과가 없고 지식의 활용에 있어 혼란스러우며 기본적으로 SNS의 이용에 흥미를 보이지 않는 것으로 나타났다(〈표 51〉 참조).

둘째, 학습자의 지식소싱 선호도에 차이를 가져오는 심층적인 요인은 무엇인가에 대한 답변을 분석한 결과 상위 활동자 그룹은 그룹 활동을 통해서 많은 지식과 아이디어를 얻고 있는 반면, 하위 활동자 그룹은 참여하는 것에는 다소 부정적이고 학습자간의 의견교환에 대하여 낮은 신뢰감을 나타냈으며 자신의 성향과의 불일치를 가장 근본적인 원인으로 꼽았다(〈표 52〉 참조).

마지막으로 학습자가 기존의 학습과 비교하여 소셜 러닝 기반 학습에 대하여 갖게 되는 경험과 의미는 무엇인가에 대한 답변으로 학습자들은 자신들이 참여한 소셜 러닝에 대해서 새로운 수업 방식의 경험이며 여러 가지 긍정적인 면이 많다는 평가를 내렸다(〈표 53〉 참조).

〈표 51〉 〈정성적 연구문제 1〉에 대한 키워드 및 주요 답변

구분	키워드	주요 답변
소셜 러닝 상위 활동자	유용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 학술적, 전문적 포스팅이 도움이 됨</li> <li>• 서로 댓글을 달면서 좋은 아이디어를 얻게 됨</li> <li>• 글을 쓰기 전 미리 알아보는 단계가 있어 사전 학습이 가능</li> </ul>
	신뢰	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 그룹 활동을 하며 신뢰성 있는 정보가 발생</li> <li>• 친구가 '좋아요'한 정보를 자연스럽게 수용</li> </ul>
	효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가만히 듣는 것보다는 직접 해야 남는 것이 더 많음</li> <li>• 친구의 반응에서 새로운 지식을 습득할 수 있음</li> </ul>
소셜 러닝 하위 활동자	무용 (無用)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오프라인에서도 안되는데 온라인에서 잘 될 리 없음</li> <li>• 정리하는 듯한 답변이 나오면 대화가 이어지지 않아 지식을 얻을 수 없음</li> </ul>
	흥미 없음	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SNS에 올라오는 내용에 관심 없음</li> <li>• 매번 (글을) 올리는 사람만 올리는 비슷한 패턴이 단조로움</li> </ul>
	혼란	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전통적인 수업 방식이 익숙하고 좋음</li> <li>• 무엇을 공부해야 할지 모르겠음</li> </ul>

〈표 52〉 〈정성적 연구문제 2〉에 대한 키워드 및 주요 답변

구분	키워드	주요 답변
소셜 러닝 상위 활동자	문서 지식소싱	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 의문점이 생기면 주변에 묻는 것보다는 관련된 내용을 찾는 것이 효율적</li> <li>• 문서의 내용은 100% 신뢰가 가능</li> </ul>
	그룹 지식소싱	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 그룹 활동을 하면서 얘기를 나누는 과정에서 효과 얻음</li> <li>• 친한 친구들과 그룹을 하는 경우 더 큰 효과를 얻음</li> </ul>
소셜 러닝 하위 활동자	개인 지식소싱	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다수가 얘기하면 원치 않는 방향으로 진행될 수 있어 좋지 않음</li> <li>• 팀 프로젝트를 선호하지 않으며, 단방향 지식의 전달을 선호함</li> </ul>

〈표 53〉 〈정성적 연구문제 3〉에 대한 키워드 및 주요 답변

구분	키워드	주요 답변
소셜 러닝 상위 활동자	유익	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시스템을 효율적으로 사용할 수 있어 효과적</li> <li>• 수업시간에 채워지지 못하는 부분을 온라인에서 보완 가능</li> </ul>
	참여	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 직접 해야 하는 활동이 많으니 자연스럽게 남는 것이 많음</li> <li>• 친구들과 의견 교환을 통한 지식 습득이 많음</li> </ul>
	편의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상호 의견 교환 및 교수자로부터의 코멘트를 받는 것이 용이</li> <li>• 마주하고 질문 답변을 하는 것보다 부담감이 덜함</li> </ul>
소셜 러닝 하위 활동자	강제성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SNS의 사용을 원하지 않는데 강제적으로 사용하게 됨</li> <li>• 관계에 대한 강제와 의무적인 참여가 성향에 맞지 않음</li> </ul>
	부담	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신기술에 대한 부담감</li> <li>• 교수자가 항상 보고 있을 것 같고, 수업이 끝나지 않는다는 부담감</li> </ul>
	의문	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 친구들끼리 교환하는 의견에 대한 신뢰가 어려움</li> <li>• 지식 전달에 있어 일반 수업이 효과적인 것 같음</li> </ul>



## 5. 결론 및 제언

본 연구는 소셜 러닝 커뮤니티에서 학습자의 심리적 요인, 지식소싱 행태, 지식활용 성과 간의 영향 관계를 규명하고 소셜 러닝과 구성원간 관계 요인이 갖는 매개효과를 실증적으로 분석하고자 하였다. 아울러, 일부 학습자를 대상으로 심층 면접 인터뷰를 실시함으로써 소셜 러닝 및 지식소싱에 영향을 미치는 심층적 요인을 살펴보고자 하였다. 본 연구의 주요 결과를 정리하면 아래와 같다.

첫째, 학습자의 심리적 요인, 지식소싱 행태, 지식활용 성과 간의 영향 관계에 대한 분석 결과 자기효능감 정도는 소셜 러닝 활동참여 정도에 영향을 미치고, 목표지향성 정도는 그룹 지식소싱 선호도, 소셜 러닝 활동 참여 정도에 영향을 미치는 것으로 나타나 본인의 능력에 대한 평가 정도가 주변의 구성원들과 함께 지식 활동을 하는데 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 소셜 미디어의 이용 경험은 그룹 지식소싱 선호도, 소셜 러닝 활동 참여 정도 및 소셜 러닝 상호작용 정도에 영향을 미치는 것으로 나타나, 학습자의 소셜 미디어 이용 경험은 지식 활동 및 구성원 간의 관계 형성 및 유지에 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 볼 수 있다. 지식활용 측면에서 문서 지식소싱 행태는 지식재이용, 지식응용, 지식혁신 정도에 영향을 미치고, 개인 지식소싱 행태는 지식재이용에 영향을 미치며, 그룹 지식소싱 행태는 지식응용 및 지식혁신에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 학습자의 지식 활용 목적에 따라 지식 습득 방법이 달라지는 것으로 볼 수 있다. 아울러, 소셜 러닝 활동 참여 정도가 그룹 지식소싱 행

태에 영향을 미치는 것으로 나타나 소셜 러닝에 활발하게 참여한 학습자는 구성원간의 관계 및 활동을 기반으로 하는 그룹 지식소싱을 가장 선호하며, 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

둘째, 소셜 러닝 활동참여 정도는 목표지향성 정도가 그룹 지식소싱 선호도에 영향을 미치는 관계와 소셜 미디어의 이용 경험이 그룹 지식소싱 선호도에 영향을 미치는 관계에 모두 완전매개 효과를 갖는 것으로 나타났다. 또한 구성원간 관계 정도는 문서 지식소싱 선호도가 지식재이용 정도에 영향을 미치는 관계와 지식혁신 정도에 영향을 미치는 관계에 완전매개 효과를 갖는 것으로 나타났다. 이는 소셜 러닝 활동의 참여가 학습자 간의 상호작용을 통한 지식 활동을 보다 활성화시킬 수 있는 주요 요인이 될 수 있음을 시사하고 있다.

마지막으로, 심층 면접 인터뷰 결과 학습자들은 전반적으로 SNS를 통해 습득하는 정보가 신뢰할만하고 정보 습득에 용이하다고 생각하며, 여러 사람의 의견을 듣고, 그룹 활동을 통해 많은 지식을 습득하고 있는 것으로 나타났다. 또한 활발한 소셜 러닝 활동을 하는 학습자는 그룹 활동을 통해서 많은 지식을 얻고 있는 반면 상대적으로 낮은 수준의 소셜 러닝 활동을 하는 학습자는 스스로 참여하는 것에는 다소 부정적이며 자신의 성향과의 불일치로 인해 소셜 러닝 활동에 소극적인 것으로 나타났다.

위의 결과들을 종합해 볼 때, 전반적으로 학습자들의 심리적 요인에 따라 소셜 러닝 활동 정도 및 지식소싱 행태가 달라지는 것을 볼 수 있었다. 이는 주어진 상황과 필요에 따라 선택지가 변경될 수 있음을 의미하는 것이라 할 수

있다. 또한, 지식소싱 행태에 따라 지식의 최종 이용 단계인 지식활용 성과에도 차이가 발생하며 구성원간의 관계가 영향을 미치고 있는 것을 알 수 있었다. 기존의 지식을 전달하고 그대로 활용하는데 효과적으로 판단되는 문서 지식소싱은 지식재이용, 지식응용, 지식혁신의 지식활용 성과에 모두 영향을 미쳤고, 다양한 의견을 상호교환하며 아이디어를 얻을 수 있는 그룹 지식소싱은 지식혁신에 영향을 미치는 것으로 나타나 새로운 지식을 창출하고 혁신의 원동력으로 지식을 사용하기 위해서는 그룹 지식소싱이 유용한 방법임을 증명하였다. 이 과정에서 SNS를 이용한 지식 활동을 실증적으로 분석한 것은 본 연구의 긍정적 결과물이라고 할 수 있다.

본 연구는 다음과 같은 의미를 가질 수 있다. 첫째, SNS 기반의 온라인 커뮤니티에서 이용자들의 지식 활동에 대하여 심리적인 측면과 지식정보원에 대한 다양한 접근방법과 인식 정도 등의 특성을 이해함으로써 그에 부합하는 정보서비스를 수행할 수 있는 토대를 마련하였다. 이용자는 지식의 습득 목적과 자신의 정보문제 상황에 따라 다양한 지식정보원을 활용하기 때문에 그에 맞는 지식정보를 제공하는 것은 매우 중요하다. 이러한 의미에서 기술적 발전에 상응할 수 있도록 문헌정보학의 정보행위에 관한 연구가 시의적절하고 신속하게 이루어질 필요가 있을 것이다. 둘째, 지식관리의 관점에서 조직 내의 지식에 한정하여 관리하고 활용하는 단계를 넘어 웹을 거대한 지식 저장소

로 인식하고 다양한 지식을 생산하고 축적하며 공유할 필요성을 제시하였다. 이제는 조직의 정보문제 해결을 위해 필요한 지식은 외부에 존재하는 경우가 빈번하며 유연한 시각으로 다양한 지식을 활용함으로써 정보문제 해결에 효과를 볼 수 있으므로 지식정보원의 특성과 지식활용의 목적을 파악하여 적합한 지식을 관리하는 것이 중요하다. 또한, 본 연구에서 밝혀진 SNS를 통한 여러 유형의 지식활동에 대한 이해를 통해 집단의 특성에 맞춰진 지식을 축적하고 공유하는 새로운 지식관리 프레임워크의 연구를 위한 기반을 마련할 수 있을 것으로 기대된다. 셋째, 정보문해의 관점에서 소셜 러닝이라는 새로운 유형의 정보문해 모델을 제시해 볼 수 있다. 소셜 러닝은 개인이 맺고 있는 관계를 통해 지식을 습득하고 활용할 수 있는 능력을 학습해 가는 과정이며, 여기에 교수자가 협력자로서의 역할을 수행하며 상호작용을 통해 효과적인 지식활동을 지원할 수 있으므로 정보문해 과정에 소셜 러닝을 도입하는 것은 매우 유용할 것이다.

다만 본 연구는 사회과학 분야 학부생의 지식활동을 관찰하고 조사하였기 때문에 타 분야 학부생의 지식활동과는 차이점이 발생할 수 있다. 따라서 본 연구의 결과물에 기초하여 인구통계적인 측면에서 다양하게 구성되어 있는 커뮤니티를 대상으로 SNS를 통한 정보 습득 및 지식 구축 상황을 실증적으로 분석하는 연구를 수행할 경우 의미 있는 다양한 결과를 얻을 수 있을 것으로 기대해 볼 수 있다.

## 참 고 문 헌

- [1] 김대진. 2011. 『SNS의 사용자 만족과 지속적 사용을 위한 영향요인에 관한 연구』. 박사학위논문, 중앙대학교 대학원 경영학과.
- [2] 김선아. 2011. 『소셜네트워크서비스의 사용과 확산에 있어 개인적 영향과 사회적 영향의 차이에 관한 연구』. 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원 경영학과.
- [3] 박상철, 김정환, 송재기. 2011. 가상 커뮤니티에서의 지식소싱행동에 대한 이해. 『지식경영연구』, 12(2): 35-55.
- [4] 송인섭, 박성운. 2000. 목표지향성, 자기조절학습, 학업성취와의 관계. 『교육심리연구』, 14(2): 29-64.
- [5] 엄대진. 2011. 『소셜러닝 플랫폼의 3대 요소 분석』. 석사학위논문, 건국대학교 정보통신대학원 정보통신학과.
- [6] 윤영민. 2011. 『Dialogue 2: 소셜미디어와 집단지성』. 서울: 한양대학교출판부.
- [7] 조운경. 2011. 『페이스북 기반 소셜러닝 학습환경 설계』. 석사학위논문, 이화여자대학교 교육대학원 컴퓨터교육전공.
- [8] 한국정보화진흥원. 2011. 『미래 사회의 新 학습모델, 소셜 러닝의 부상』. IT & Future Strategy, 제4호. 서울: 한국정보화진흥원.
- [9] Bingham, T. and Conner, M. 2010. *The New Social Learning*. 이찬 율김. 2011. 『소셜러닝』. 서울: 크레듀.
- [10] Binz-Scharf, M. C. and Lazer, D. 2006, August. "Searching for answers: Knowledge sourcing strategies." *Paper prepared for presentation at the Annual Meeting of the Academy of Management*, Atlanta: GA.
- [11] Borgatti, S. P. and Cross, R. 2003. "A Relational view of information seeking and learning in social networks." *Management Science*, 49(4): 432-445.
- [12] Boyd, D. M. and Ellison, N. B. 2008. "Social network sites: definition, history, and scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- [13] Brett, J. F. and VandeWalle, D. 1999. "Goal Orientation and Goal Content as Predictors of Performance in a Training Program." *Journal of Applied Psychology*, 84(6): 863-873.
- [14] Chen, G., Gully, S. and Eden, D. 2001. "Validation of a New General Self-Efficacy(NGSE) Scale." *Organizational Research Methods*, 4(1): 62-83.
- [15] Cheung, P., Chau, P. and Au, A. 2008. "Does knowledge reuse make a creative person more creative?" *Decision Support Systems*, 45: 219-227.
- [16] Gray, P. H. and Meister, D. 2004. "Knowledge sourcing effectiveness." *Management Science*, 50(6): 821-834.

- [17] Gray, P. H. and Meister, D. 2006. "Knowledge sourcing methods." *Information & Management*, 43: 142-156.
- [18] Greenhow, C. and Robelia, E. 2009. "Old communication, new literacies: social network sites as social learning resources." *Journal of Computer-mediated Communication*, 14(4): 1130-1161.
- [19] Hsu, M., Ju, T., Yen, C. and Chang, C. 2007. "Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations." *International Journal of Human-Computer Studies*, 65: 153-169.
- [20] Hsu, C. and Lin, J. 2008. "Acceptance of blog usage: The roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation." *Information and Management*, 45: 65-74.
- [21] Kaplan, A. and Haenlein, M. 2010. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media." *Business Horizons*, 53(1): 59-68.
- [22] Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. and Silvestre, B. S. 2011. "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media." *Business Horizons*, 54(3): 241-251.
- [23] Kim, Y., Sohn, D. and Choi, S. 2011. "Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students." *Computers in Human Behavior*, 27(1): 365-372.
- [24] Menon, T. and Pfeffer, J. 2003. "Valuing internal vs. external knowledge: Explaining the preference for outsiders." *Management Science*, 49(4): 497-513.
- [25] Negroponte, N., Resnick, M. and Cassell, J. 1997. Creating a Learning Revolution. *Opinion Article*, 8. [online] [cited 2011. 7. 14.]  
<<http://www.unesco.org/education/educprog/lwf/doc/portfolio/opinion8.htm>>
- [26] Staats, B. R., Melissa, V. and Edmondson, A. C. 2010. "Performance tradeoffs in team knowledge sourcing." *Harvard Business School Working Paper*. [online] [cited 2013. 9. 20.]  
<<http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/11-031.pdf>>

• 국문 참고자료의 영어 표기

(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- [1] Kim, Dae-Jin, 2011. *An Empirical Study on User Satisfaction and the Influencing Factors for Continuous Usage of Social Network Service*. Ph.D. diss., Department of Business Administration, Graduate School of Chung-Ang University.
- [2] Kim, Sunah, 2011. *A Study to the Different Effect between Individual Influence and Social*

- influence on Use-Diffusion of Social Network Service*. M. A. thesis, Department of Business Administration, Graduate School of Ewha Womans University.
- [3] Park, Sang-Cheol, Kim, Jung-Hwan and Song, Jae-Ki. 2011. "Understanding knowledge sourcing behavior in virtual communities." *Knowledge Management Research*, 12(2): 35-55.
- [4] Song, In-Sub and Park, Sung-Yun. 2000. "A study on the relationships of goal orientation, self-regulated learning, and academic achievement." *Journal of Education Psychology*, 14(2): 29-64.
- [5] Um, Dae-Jin. 2011. *Analysis of the 3 major factors of social learning platform*. M. A. thesis, Graduate school of Information and Telecommunications, KONKUK University.
- [6] Yoon, Young-Min. 2011. *Dialogue: Social media & collective intelligence*. Seoul: Hanyang University Press.
- [7] Cho, Yun-Kyoung. 2011. *Social learning platform design on Facebook*. M. A. thesis, Graduate School of Education, Major in Computer Science Education, Ewha Womans University.
- [8] National Information Society Agency. 2011. "Social learning: the new learning model of future society." *IT & Future Strategy*, No.4.