

정당성 이론과 책임성 시각으로 살펴 본 한국과 미국의 반기업 정서

기업의 잘못과 개인의 잘못에 대한 공중의 인식 실험 연구

윤영민 고려대학교 미디어학부 교수*

구윤희 고려대학교 언론학과 박사 수료**

본 연구는 그동안 우리나라에서 강하게 나타난다고 인식되어 온 반기업 정서 정도를 미국과의 비교를 통해 검증해 보고자 했다. 그동안의 반기업 정서가 주로 여론 조사와 설문 조사 등 기업에 대한 호감도를 측정하는 위주로 진행된 점을 감안하여 본 연구에서는 역사실적 사고, 부당성 인식, 책임성 인식 등 정당성 이론의 변인들을 중심으로 반기업 정서를 관찰하고자 했다. 동일한 잘못을 저질렀을 때 사건의 주체가 기업(대기업/중소기업)일 때와 개인일 때로 나누어 한국과 미국에서 각각 실험을 진행하였다. 실험 연구 결과, 부정적 사건이 발생했을 때 공중의 반응은 한국과 미국에서 부분적으로 다르게 나타났다. 먼저 한국의 공중은 사건의 주체가 기업(대기업과 중소기업)일 때, 개인일 때에 비해 더 높은 수준의 역사실적 사고를 보였다. 반면, 미국에서는 사건의 주체가 누구인지가 역사실적 사고에 영향을 주지 않았다. 또한 한국에서는 부정적 사건의 주체가 기업인지 개인인지에 따라 부당하다고 느끼는 정도에 유의미한 차이가 나타났다. 미국 실험 결과에서는 그러한 차이가 나타나지 않았다. 한편 책임성 인식 정도는 한국과 미국에서 모두 사건의 주체에 따른 영향을 받았으며 그 방향성도 같았다. 즉, 한국과 미국 공중은 부정적 사건의 주체가 기업(대기업과 중소기업)인 경우가 개인인 경우에 비해 실제로 책임을 져야 하고 잘못의 원인이 누구에게 있는지와 관계없이 도의적으로도 책임을 져야 한다고 생각하는 경향이 나타났다. 이러한 연구 결과는 반기업 정서에 관한 국내의 기존 논의를 일정 부분 지지함과 동시에 관련 논의가 보다 정교해질 필요가 있음을 시사해 준다.

KEY WORDS 반기업 정서, 정당성 이론, 역사실적 사고, 실제적 책임성, 도의적 책임성, 한국, 미국

* First Author: ymyoon@korea.ac.kr

** Corresponding Author: (Address) 5145 Anam-ro, Seongbuk-gu, Seoul, Korea, 136-701, (Email) withyuni@gmail.com

연구의 목적

기업에 대한 국민의 호감도가 10년 만에 최저 수준을 기록했다. 최근 대한상공회의소와 현대경제연구원이 발표한 기업 호감 지수에 따르면 2014년 우리나라 국민의 기업 호감 지수는 100점 만점에 44.7점으로, 2004년 하반기(44.4점) 이후 가장 낮은 점수를 기록했다(FKI, 2014). 이러한 수치는 우리나라 특유의 문화로 언급되는 ‘반기업 정서’가 여전히 지속되고 있으며, 심지어 악화되고 있을 가능성도 있음을 보여 주는 것이라 할 수 있다.

기업 입장에서 이러한 결과가 달가울 리 없다. 기업 전반에 대한 부정적인 인식과 비호감을 완화하지 못한다면, 소셜 미디어의 등장으로 인해 비로소 생성된 공중과의 직접적인 소통의 기회가 무용지물이 될 수 있기 때문이다. 반기업 정서를 가진 사람은 기업에 대해 냉소적인 태도를 취하게 되며 기업의 홍보 및 커뮤니케이션에 대해 불신을 갖게 된다는 학계의 공통된 목소리(Han, 2004; Kim, 2005; Lee, 2005; Shin, 2004; Yoon, 2014; Yoon & Choi, 2011)도 기업의 우려가 과장이 아님을 뒷받침해 준다.

반기업 정서는 특히 우리나라 국민에게서 강하게 나타난다고 알려져 있는데(Hwang & Song, 2013), 급속한 현대화 과정 속에서 나타난 기업 경영인의 윤리 부족, 시장 경제에 대한 편향된 교육 등이 원인으로 꼽힌다(Choi, 2007; Kim, 2005; Lee, 2005; Shin, 2004; Yoon & Choi, 2015). 하지만 과연 반기업 정서가 우리나라 ‘특유의’ 것인지에 대해서는 고민해 볼 필요가 있는 것도 사실이

다. 사실상 반기업 정서의 국가 간 비교는 찾기 힘든 상황이며 주로 언급되고 있는 여론 조사의 경우, 기업 CEO를 대상으로 하였거나(FKI, 2004), 기업가에 대한 호감도를 조사한 것이라(European Commission, 2012) 해당 결과가 실제로 일반 국민의 반기업 정서를 정확하게 반영한다고 하기에는 다소 무리가 있어 보인다.

특정한 국가에서 활발하게 나타난다고 알려진 현상에 대해 타 국가와 비교 분석을 하는 것은 의미 있는 일이다. 특히 반기업 정서의 경우, 우리나라에서 강하게 나타나는 현상이라고 알려져 있지만 정작 해외에서의 반기업 정서 연구가 거의 이뤄지지 않고 있다는 점을 감안하면 다른 나라에서의 반기업 정서가 우리나라의 수준과 다르다고 단정할 만한 특정한 근거가 부족한 것이 현실이다. 국내 반기업 정서의 일부 배경으로 알려진 기업의 부정부패나 정경 유착, 경제 불황 및 금융 위기 등 기업 관련 문제점들은 비단 우리나라만의 문제는 아니다. 특히 2000년대 초반 엔론(Enron)과 월드콤(World Com) 등의 기업 범죄, 금융 사기 등이 발생한 미국에서는 대기업의 윤리 의식이 도마에 오른 바 있다. 결국 시대와 국가를 막론하고 기업의 문제점에 관한 논의는 이어져 왔으며 기업에 대한 부정적인 인식 역시 모든 국가에서 일정 부분 존재한다고 보는 것이 타당하다. 다른 국가와의 비교, 특히 자본주의를 대표하는 국가이자 친기업적인 시장 환경으로 알려진 미국과의 비교는 우리나라의 상대적인 반기업 정서 수준을 알아보는 데 유용할 것이다.

반기업 정서의 국가 간 비교와 함께, 본 연구의 또 하나의 목적은 반기업 정서에 대한 설문 조사 위

주의 측정에서 벗어나 실험 연구를 하는 것이다. 그동안 반기업 정서 연구는 기업 전반에 대한 인식 내지는 호감도 조사가 주를 이루어 왔다. 하지만 이러한 연구들은 반기업 정서에 대한 설문자의 직접적인 진술을 토대로 살펴본 것이기 때문에 응답자의 편견 등을 배제할 수 없었던 것이 사실이다. 본 연구에서는 반기업 정서의 측정에 있어 다양한 시도가 필요하다고 판단하였으므로 연구 참가자가 기업에 대한 인식이나 호감도에 대해 응답하는 형식과는 또 다른 접근 방법이 필요하다고 보았다. 이를 위해 기업과 개인이 동일한 잘못을 저지른 상황을 설정하고 각 경우에 참가자의 인식 차이를 바탕으로 반기업 정서 수준을 유추하고자 했다.

국내 공중을 대상으로 반기업 정서를 살펴본 연구 중 실험으로 구성된 연구를 살펴보면, 우리나라 공중이 기업들에 대해 유독 부정적으로 인식하는 심리적 기제를 정당성 이론(fairness theory)을 기반으로 설명한 바 있다(Yoon, 2014). 정당성 이론은 부정적 결과가 발생했을 때 사람들이 그 결과에 대해 역(逆)사실적 사고¹⁾ 과정을 거쳐 부당성과 책임성을 인식한다는 이론이다(Folger & Cropanzano, 2001). 선행 연구에 따르면 우리나라 공중은 같은 조건의 개인과 비교해 기업군(대기업과 중소기업 모두)에 대해 확연하게 높은 부당성을 인식하고 책

임을 묻는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 선행 연구와 같은 이론적 틀을 적용해 미국과 우리나라에서 동일한 조건의 실험을 실시했다. 두 나라의 실험 결과를 비교하면 기업에 대한 부정적 정서가 과연 우리나라에서 유독 심각한 현상인지, 혹은 정확하게 측정된 바가 없었을 뿐 실제로는 다른 나라에서도 유사한 수준으로 존재하고 있는 현상인지를 파악할 수 있을 것이라고 판단했다. 또한 역사실적 사고, 부당성 인식, 책임성 인식 각각의 패턴, 즉 사고 양식을 비교하여 반기업 정서가 나타나는 패턴에 있어 나라 별로 차이가 있는지를 살펴보고자 했다. 그동안 시도되지 않았던 국가 간 비교 연구를 통해 반기업 정서에 대한 논의의 폭을 확대하고 논의의 정확성을 높이는 것에 본 연구의 의의가 있다.

문헌 검토

반기업 정서의 개념

‘반기업 정서’는 경제 관련 보도에 빈번하게 등장하는 용어다. 우리나라는 급속한 경제 성장 이면에 나타난 정경 유착, 기업의 탈세 행위, 재벌의 족벌 경영 등으로 인해 반기업 정서가 특히 높은 편이라고 알려져 있다(Hwang & Song, 2013; Yoon & Choi, 2015). 선행 연구들은 반기업 정서가 한국인의 경제관 중 가장 두드러진 특징이며 장시간 지속되고 있다는 점, 반기업 정서가 일반 기업보다는 대기업, 특히 지배 주주에 대한 반감에 가깝다는 것을 보여 주었다(Choi, 2011; Hwang, 2015; KDI,

1) counterfactual thinking은 심리학 영역에서 ‘사후 가정 사고’로 풀이된다. 철학과 언어학에서 counterfactual은 ‘반사실적’으로 번역되며, 커뮤니케이션 분야의 연구들도 ‘반사실적 사고’라는 표현을 사용해 왔다. 본 연구에서는 ‘사실이 아닌 다른 가능성을 역(逆)으로 가정한다’는 인식의 흐름을 보다 정확하게 전달하기 위하여 ‘역사실적 사고’라고 표현했다.

2007; Yoon & Choi, 2009). 대부분의 연구는 반기업 정서가 실재한다는 전제하에 그 영향력에 주목해 왔다(Choy, Kim, & Kim, 2014; Kim & Lee, 2015; Lee & Park, 2010). 오히려 반기업 정서라는 개념 자체에 주목하는 실증 연구는 최근에 와서야 시작되고 있는 상태다.

반기업 정서는 그 어원을 토대로 두 가지 접근으로 나뉘는데, 하나는 반기업 정서가 내포하고 있는 '정서'에 초점을 맞추는 정서심리학적 접근 방법이고, 또 다른 경우는 반기업 정서를 하나의 '인식'이라고 판단해 접근하는 방법이다. 먼저 정서심리학적 접근은 정서라는 것이 인식(cognition), 감정(feeling), 행동 경향성(behavioral tendency) 등 다양한 요소에 의해 종합적으로 구성되기 때문에(Plutchik, 1982) 반기업 정서 역시 종합적인 요소를 포함해 측정되어야 한다는 데서 출발한다. 최준혁(Choi, 2011)은 이러한 정서 구성 요소를 반기업 정서에 치환해 연구하였는데, 그 결과 우리나라에서의 반기업 정서는 반기업 인식, 반기업 감정, 반기업적 행동 경향성으로 구성되는 것으로 나타나 정서심리학에서 설명하는 정서의 구조와 일치했다. 즉, 정정 유착, 탈세, 주가 조작 등과 같은 대기업의 부정적인 행위가 자극으로 작용해 공중은 그로 인해 대기업을 부정적으로 인식하게 되고, 이러한 인식이 부정적 감정과 경향성으로 이어진다는 것이 반기업 정서에 대한 정서심리학적 접근이라 하겠다(Choi, 2010; 2011).

또 다른 접근법은 반기업 정서를 공중의 '인식' 차원으로 바라보는 것이다. 반기업 정서는 언론과 기업에서 먼저 사용하기 시작한 용어로서, 인식과

감정을 명확히 구분해 생성된 개념이라기보다는 기업에 대한 막연한 부정적 지각을 통칭하는 용어로 사용되어 왔을 가능성이 더 크다. 따라서 반기업 정서라는 용어는 살리되, 이를 기업 전반에 대한 공중의 평소 인식 내지는 지각이라고 개념화하며 인지적 측면으로 접근한 것이다(Yoon, 2014; Yoon & Choi, 2011; Hwang, 2015). 가령 황인학(Hwang, 2015)은 반기업 정서가 개인의 이념과 관계가 없으며, 기업의 본질이나 시장 과정에 대한 이해와 지식 등에 더 많은 영향을 받고 있기 때문에 이념이나 감성보다는 지식과 정보의 문제로 접근하는 것이 효과적이라고 주장했다. 김수한과 이명진(Kim & Lee, 2014) 역시 반기업 정서가 개인이 느끼는 감정과 정서의 문제로 접근하기에는 이미 이것이 '사회적 사실(social fact)'로 존재하는 하나의 현상이라는 점을 지적했다.

본 연구에서도 이러한 개념 정의와 맥을 같이해 반기업 정서를 공중의 인식 차원에서 접근했다. 반기업 정서에 대한 국가 간 비교는 주로 반기업 정서에 대한 인식 조사로 이루어져 왔기 때문에(Accenture, 2001; European Commission, 2012) 같은 기준으로 접근하는 것이 국가 간 비교를 확인하는 데 적합하다고 보았다. 따라서 본 연구에서는 반기업 정서를 "개인이 기업 전반에 대해 가지고 있는 부정적 지각"이며 "기업이 연루된 부정적 사건에 의해 개인에게 내재된 반기업 정서가 촉발될 수 있는 것"이라고 설명한 윤영민과 최윤정(Yoon & Choi, 2011)의 개념 정의를 받아들였다(164쪽).

한편 반기업 정서에서 이야기하는 기업의 범위가 어디까지인가에 대한 논의도 제기되고 있다. 이

신모(Lee, 2005)는 반기업 정서가 모든 기업에 대한 부정적 정서가 아니라 재벌과 같은 대기업에 대한 것이라면서 이를 ‘반대 기업 정서’라고 칭했다. 한국개발연구원(KDI, 2007) 역시 반기업 정서를 “재벌·재벌 총수·공기업 및 부자에 대한 반감”이라고 정의하면서 일반 기업 전체에 대한 것이 아니라는 점을 분명히 했다. 해당 연구 결과, 응답자들이 기업 일반에 대해 대체로 호감을 보인 반면, 재벌에 대한 반감이 강하게 나타났기 때문이다.

이후 연구들에서도 반기업 정서라고 함은 반대 기업 정서를 의미하는 경우가 많다(Hwang, 2015). 하지만 실제로 대기업과 중소기업을 나누어 반기업 정서를 측정하는 연구 결과를 보면 공중은 중소기업에 대해서도 대기업과 비슷한 수준으로 부정적인 인식을 보이는 것으로 나타났다(Yoon, 2014). 반기업 정서를 ‘재벌이나 부자에 대한 반감’이라고 설명한 기존 연구들과는 어느 정도 거리가 있는 결과이기 때문에 이와 관련한 추가적인 연구가 필요해 보인다. 따라서 본 연구에서도 선행 연구와 같이 기업군을 대기업과 중소기업으로 나누어 살펴 보았다.

정당성 이론과 반기업 정서 연구

그동안의 반기업 정서 연구는 그 수가 많지 않은데다 주로 가치 판단 혹은 규범적 차원에서 반기업 정서를 살펴보는 내용이 주를 이루었다(Kim & Lee, 2014). 반기업 정서에 대한 논의는 국제 컨설팅 회사인 액센츄어(Accenture)사에서 22개국 CEO를 대상으로 조사한 결과가 발표되면서 본격적으로 시작되었다(Hwang, 2015). 우리나라에서의 반기

업 정서가 높다고 알려지면서 대한상공회의소에서는 2003년부터 ‘기업 호감 지수’를 발표해 오고 있다.

반기업 정서를 위와 같은 기업 호감도 조사를 통해 알아보는 방법도 있지만, 정당성 이론(fairness theory)을 토대로 기업이 잘못을 했을 때와 개인이 잘못했을 때 사람들의 평가나 귀인 등이 어떻게 나타나는지를 살펴봄으로써 반기업 정서 수준을 유추하는 방법 또한 주목받고 있다.

정당성 이론에 따르면 사람들은 다른 사람의 잘못으로 본인에게 피해가 왔을 경우, 그러한 상황을 부당하다고 인식하게 되며 행위의 발단이 된 사람에게 책임을 돌리게 된다(Folger & Cropanzano, 2001). 이 귀인 과정에서 사람들은 실제 상황과 다른 가상의 상황에 대해 고민하게 되며 이를 ‘역(逆) 사실적 사고(counterfactual thinking)’라고 풀이한다(Roese, 1997). 이는 잘못의 주체가 취할 수 있었던 대안적 행동이 무엇이었는지 사고한 뒤 그 결과와 실제 결과를 비교하는 것이다. 그 후 현재 일어난 일이 얼마나 부당한지에 대한 정도를 판단하게 된다. 결국 사람들은 역사실적 사고를 통해 특정 상황에 대한 부당함을 판단하게 되며, 부당성 인식의 결과에 따라 부정적인 사건의 주체에게 부당함에 대한 책임을 얼마나 돌려야 하는지를 판단한다고 볼 수 있다(Folger & Cropanzano, 1998; Nicklin & Williams, 2009; Yoon, 2014).

위의 이론적 틀을 가지고 국내에서 수행된 연구를 살펴보면, 먼저 윤영민(2014)은 잘못의 주체를 대기업, 중소기업, 개인으로 구분해 실험을 실시했다. 연구 결과, 공중은 대기업과 중소기업을 구분

하지 않고 기업 전반에 대해 개인에 대해서 보다 높은 부당성 인식, 실제적 책임성 인식, 도의적 책임성 인식을 나타냈다. 큰 틀에서 개인에 비해 기업군(대기업과 중소기업 모두)에 대해 더 부정적인 인식을 보여 주었던 것이다. 더불어 대안적 상황에 관해 속고하는 공중의 역사실적 사고 경향은 중소기업과 개인에 비해 대기업에 대해 가장 높게 나타났다.

강귀영과 윤영민(Kang & Yoon, 2016)의 후속 연구에서는 부정적 결과를 초래한 주체가 기업일 때와 유명인일 때, 그리고 일반인일 때 공중의 인식이 어떻게 달라지는지 살펴보았다. 그 결과 공중은 기업에 대해 가장 높은 역사실적 사고, 부당성 인식, 실제적 책임성 인식, 도의적 책임성 인식을 하는 것으로 나타났다.

한편 이 연구들에서는 책임성 인식을 실제적 책임과 도의적 책임 인식으로 나누어 접근한 바 있다. 실제적 책임성 인식은 “부정적인 결과에 대한 직접적인 원인”에 대한 것이며 도의적 책임성 인식은 “죄의 유무와 관계없이 도덕적인 측면에서 감수해야 하는 책임”을 의미한다(Yoon & Choi, 2011). 사안의 원인과 관계없이 잘못의 주체에게 도의적 책임을 묻는 것이 한국에서 비교적 많이 나타나는 특성이라는 점을 감안하면(Choi, 2006; Yoon & Choi, 2011) 위의 연구들에서 실제적 책임성과 도의적 책임성 인식이 공히 높게 나타난 것이 그리 놀라운 일은 아니다. 그러나 선행 연구의 부족으로 미국 공중도 한국 공중과 유사한 특성을 보일 것인지 알 수 없기에, 본 연구에서는 양국 공중 간의 책임성 인식 특성도 확인하고자 했다.

정당성 이론을 사용하지는 않았지만 위에 설명

한 국내 연구들과 유사한 맥락으로 미국에서 수행된 연구가 있다. 한스와 어만(Hans & Ermann, 1989)은 동일한 잘못을 저지른 기업과 개인에 대한 공중의 반응을 알아보기 위해 실험 연구를 실시한 바 있다. 연구 결과, 실험 참가자들은 동일한 부정적 결과를 초래한 사건에 대해 그 주체가 개인일 때보다 기업일 때 형사상 과실 책임을 높게 판단했으며 손해 배상액도 기업에 더 크게 부과하는 경향을 보였다. 잘못의 책임을 추론하는 사고 과정에서 잘못의 주체가 누구인지가 중요하게 작용한 것이다. 특히 참가자들은 부정적 사건의 주체가 사건을 예측하거나 막을 수 있었는데도 불구하고 철저하게 대비하지 못했다고 판단할수록 책임을 높게 귀인했다. 구체적으로는 기업이 개인보다 우월한 지식을 갖고 있으므로 사건 발생을 막을 수 있었을 텐데도 부주의한 행동으로 이를 막지 못했다고 판단하는 경향이 나타났다. 또한 기업이 개인보다 넉넉한 재정 자원을 보유하고 있으며 잘못에 대한 반성도 더 적게 한다고 인식하고 있었다.

즉, 이 연구에서는 기업과 개인의 잘못이 같더라도 공중이 기업의 잘못에 대해 훨씬 다차원적인 사고를 하며, 부정적 인식 또한 높다는 점을 보여 주었다. 이들의 연구는 미국에서도 기업 전반에 대한 부정적 인식이 어느 정도 존재할 가능성을 보여 주는 단초를 제공하고 있다. 하지만 약 30년 전에 진행된 이 연구에서 관련 논의가 심도 깊게 이루어지지 않았고 후속 연구 또한 없었기 때문에 이들의 연구 설계를 참고하고 발전시켜 한국과 미국의 반기업 정서를 새롭게 알아보고 그 결과를 비교해 보는 것이 필요하다고 하겠다.

반기업 정서와 국가 간 비교

국내에서 반기업 정서에 대한 논의는 2001년 컨설팅 기업 액센추어(Accenture)가 22개국의 기업 CEO를 대상으로 실시한 반기업 정서 인식 조사로부터 비롯되었다. 조사 결과, 미국 CEO의 23%가 자국민에게 반기업 정서가 나타난다고 대답했으나 한국 CEO는 70%가 국민의 반기업 정서를 인지한다고 답했다. 이와 함께 자주 인용되는 자료로 유럽 연합집행위원회(European Commission)에서 2012년에 총 40개국을 대상으로 조사한 기업가 호감도 조사를 꼽을 수 있다. 조사 결과 미국 국민의 60%, EU 27개국 국민의 53%가 기업가에 호감을 보인 반면, 우리나라의 기업가 호감도는 34% 수준이었다.

그러나 액센추어가 실시한 조사는 일반 공중을 대상으로 한 조사가 아니라 기업가의 인식을 조사했다는 점에서 전체 국민 인식으로 치환하기에는 무리가 있다. 유럽연합집행위원회 조사 역시 기업에 대한 것이라기보다는 기업가에 대한 것을 비교한 것으로, 이를 반기업 정서의 차이라고 받아들이는 것은 성급하다. 결국 우리나라에서 높게 나타난다고 알려진 반기업 정서에 대한 국가 간 비교 연구는 거의 없다고 볼 수 있다.

우리나라에서 특히 반기업 정서가 높게 관찰된다는 점을 설명하기 위해 주로 언급되는 것이 우리나라 특유의 현대화 과정이다. 시장 경제의 역사가 짧고 성장 위주의 경영에 몰두하다 보니, 기업들이 윤리 의식을 기반으로 하는 경영 철학을 수립하지 못했다는 것이다(Yoon & Choi, 2015). 이 과정에서 발생한 정경 유착과 경영권 세습, '재벌'의 존

재 등도 우리나라 국민의 반기업 정서를 강화했다고 여겨진다(Kim, 2005; Lee, 2005; Shin, 2004). 일각에서는 중·고등학교 경제 교육 과정에서 그 뿌리를 찾기도 한다. 우리나라 경제 교과서에서 기업은 이윤을 극대화해 경제 전반을 활성화시켜야 하는 의무보다는 이윤을 사회에 환원해야 올바른 기업이라는 접근이 강조되어 있기 때문에 이윤을 추구하는 기업에 대해 반감이 생기게 된다는 설명이다(Choi, 2007; Kim, 2005).

우리나라의 현대화 역사와 환경을 고려할 때, 이러한 접근은 설득력이 있어 보인다. 즉, 반기업 정서가 기업 경영인의 윤리 부족과 시장 경제에 대한 편향된 교육 등이 복합적으로 작용해 나타난 현상이라는 분석이다. 하지만 앞선 여론 조사 결과와 마찬가지로 선행 연구에서 나타난 반기업 정서가 우리나라 특유의 것인지에 대해서는 고민해 볼 필요가 있다. 기업에 대한 부정적 인식이나 평가가 우리나라만의 현상이라기보다는 정도의 차이가 있을 뿐 다른 나라에서도 관찰되는 현상이라는 의견도 제시되고 있기 때문이다(Hwang, 2015).

가령 기업 친화적 정서가 발달한 것으로 알려진 일본에서도 반기업 정서가 나타난 시기가 있었다. 1970년대 들어 환경오염과 관련한 소송, 기업의 투기와 같은 비윤리적 행동이 연일 보도되었고 이어진 금융 스캔들 등으로 인해 반기업 정서가 팽창한 것이다(Yoon & Choi, 2015). 이후 반기업 정서를 완화하려는 각계의 움직임으로 그 수준이 줄어들긴 했지만 일본의 사례는 기업의 부정부패 등이 알려지면 역사적 배경과는 관계없이 반기업 정서가 유발될 수 있음을 시사한다.

서양 문화권에서도 마찬가지로 반기업 정서가 부침을 반복하고 있다. 자본주의와 산업혁명의 출발지인 영국에조차 19세기 후반 즈음 강한 반기업 정서가 형성되었으며, 영국 경제의 쇠퇴로 그러한 분위기가 가속화되어 1970~1980년대까지도 반기업 정서가 하나의 화두로 자리매김했다(Park, 2009).

기업 활동에 대한 거부감이 없다고 알려진 미국에서도 2000년대 초반 엔론(Enron)과 월드콤(World Com) 등의 기업 범죄, 금융 관련 사기 등이 적발된 것을 계기로 대기업의 윤리 의식에 대한 논쟁이 불붙었다. 경제학자인 오스본(Osborne, 2007)은 미국의 반기업 정서를 반기업주의(anti-corporatism)라고 까지 부른 바 있다. 그의 주장은 기업이 사회 질서를 무너뜨리고 무책임한 소비를 조장해 종국에는 민주주의의 파괴까지도 도모할 수 있다는 다소 극단적인 전제를 가지고 있지만, 이런 논의가 존재한다는 자체만으로도 미국에서도 기업에 대한 비호의적인 정서가 상당하다는 것을 뒷받침한다. 한편 미국 퓨센터(the Pew Center for the People and the Press)의 2015년 여론 조사 결과에서도 기업에 우호적인 견해(48%)와 비우호적 견해(43%)의 차이가 매우 적게 나타나 반기업적인 기조가 최근까지 지속되고 있음을 알 수 있다.

본 연구에서는 한국과 미국에서의 반기업 정서 정도를 정당성 이론과 책임성 인식 등에 관한 실험 연구를 통해 비교하고자 했다. 한국 기업들의 소유와 지배 구조가 미국 기업들의 그것과 매우 다르고 반기업 정서의 생성 원인 또한 두 국가가 상이한 것

은 주지의 사실이다. 그러나 이러한 차이는 역설적으로 두 국가를 대상으로 한 비교 연구의 필요성을 높여 주었다고 할 수 있다. 반기업적인 정서가 가장 높다고 알려져 있는 우리나라의 현 상황을 제대로 평가하려면 자본주의 경제의 '본토'이며 기본적으로 기업 활동에 거부감이 없는 나라로 인식되어 온(Yoon & Choi, 2015) 미국과의 비교가 요긴하기 때문이다.

연구문제

본 연구의 목적은 반기업 정서가 그간 알려진 것처럼 우리나라에서 유난히 나타나는 현상인지, 혹은 측정되지 않았을 뿐 실제로 다른 나라에서도 상당 수준 존재하는지 알아보기 위한 것이다. 국내 선행 연구들에서는 반기업 정서를 측정하기 위해 정당성 이론의 변인들을 활용한 바 있다(Kang & Yoon, 2016; Yoon, 2014). 같은 조건에서 기업과 개인이 잘못을 저질렀을 때 공중이 기업에 대해 높은 역사실적 사고, 부당성 인식, 책임성 인식을 보이면 기업에 대한 부정적인 편향이 존재한다고 본 것이다. 물론 이 실험 연구들에서는 부정적 상황이 이미 발생한 후 공중의 인식을 측정했기 때문에 연구 결과를 공중이 평소 기업 전반에 대해 가진 막연한 부정적 지각, 즉 반기업 정서와 정확히 일치한다고 보기에는 어려움이 있다. 그러나 설문 연구에서는 할 수 없었던 직접적인 비교, 즉 동일한 상황을 설정해 잘못된 주체에만 차이를 두었을 때 나타나는 공중의 인지 과정을 살펴봄으로써 실제 반기업 정서의 존재를 가시화할 수 있다는 점에서 정당성 이론의 변인인 역사실적 사고, 부당성 인식, 책임성 인식

등을 활용하는 것이 타당하다고 보았다.

한편, 반기업 정서가 반대 기업 정서라고 부를 만한 것인지, 중소기업을 포함한 기업 전반에 대한 것인지에 대한 논의가 일관성 있는 결과를 보이고 있지 않은 바(Hwang, 2015; Lee, 2005; Yoon, 2014) 부정적인 사건의 주체를 대기업과 중소기업, 개인으로 세분화해 반기업 정서를 살펴보고자 했다.

부가적으로, 초래된 부정적 결과의 심각성 수준에 대한 한미 공중의 인식 차이도 함께 살펴보고자 했다. 셰이버(Shaver, 1975)는 도의적 책임이 공중의 욕구나 동기에 따라 유동적으로 변할 수 있기 때문에 과장될 수 있다고 지적했다. 따라서 사건의 원인은 동일하지만 결과의 심각성이 고조되면 사건에 대해 책임을 져야 한다는 공중의 인식이 활성화될 것으로 추측할 수 있다. 특히 부정적 사건이 발생했을 때 그 원인이 무엇인지를 살피기보다는 책임 소재에 대해 논의하고자 하는 경향이 큰 한국 사회의 특성상(Choi, 2006) 한국에서 심각성 수준에 따른 책임성 인식이 더 크게 나타날 가능성이 있다. 따라서 사건이 유발한 결과의 심각성 수준에 따라 공중의 책임성 인식이 실제로 영향을 받는지, 또 그러한 반응에서도 국가 간 차이가 나타나는지를 살펴보는 데 도움이 될 것이다. 위의 논의를 토대로 다음의 연구문제들을 제시한다.

- 연구문제 1-1: 부정적 사건의 주체(대기업/중소기업/개인)에 따른 역사실적 사고 정도는 한국과 미국에서 다르게 나타나는가?
- 연구문제 1-2: 결과의 심각성에 따른 역사실적 사고 정도는 한국과 미국에서 다르게 나타나는가?

- 연구문제 2-1: 부정적 사건의 주체(대기업/중소기업/개인)에 따른 부당성 인식 정도는 한국과 미국에서 다르게 나타나는가?

- 연구문제 2-2: 결과의 심각성에 따른 부당성 인식 정도는 한국과 미국에서 다르게 나타나는가?

- 연구문제 3-1: 부정적 사건의 주체(대기업/중소기업/개인)에 따른 책임성 인식 정도는 한국과 미국에서 다르게 나타나는가?

- 연구문제 3-2: 결과의 심각성에 따른 책임성 인식 정도는 한국과 미국에서 다르게 나타나는가?

연구 방법

실험 조작 및 실험 과정

연구문제를 알아보기 위해 부정적인 사건을 저지른 주체(대기업, 중소기업, 개인)와 결과의 심각성(고, 저)의 3 × 2 집단 간 설계를 사용했다. 6개의 실험 집단에 임의로 배정된 참가자들이 가상의 실험문을 읽고 문항에 답하는 형식이었다.

실험 시나리오는 선행 연구를 참조했다(Yoon, 2014). 선행 연구에서의 조작 점검이 만족스러웠으므로 전반적으로 약간의 수정만 거쳐 활용했다. 예를 들어 선행 연구에서의 식당 신축 공사 상황을 본 연구에서는 주차장 신축 공사로 바꿨고, 선행 연구에서 인부들이 고소 및 고발한 것을 본 연구에서는 사과와 보상을 요구하는 것으로 수정했다. 본 연구의 목적이 한미 비교에 있는 만큼 양국의 실험 설계를 완전히 새롭게 구성하는 것보다는, 국내에서

검증된 실험 시나리오를 활용하는 것이 효과적이라고 판단했다.

구체적인 실험 시나리오는 다음과 같다. 고용주가 새로 건설 중인 직원용(혹은 개인) 주차장의 공사 현장 쓰레기를 제거하는 작업을 위해 인부 3명을 고용했다. 2주간의 작업 후 인부들이 경미한 두통, 어지러움 증상을 보고했다. 고용주는 인부들에게 작업을 계속하면서 두통과 어지러움이 심해지면 알려달라고 했다. 심각성이 높은 상황에서는 1주일 후 이들에게서 온몸을 떠는 증상과 호흡 곤란 증세가 나타나 병원에 입원하게 되었고 검사 결과 암으로 발전 가능한 심각한 폐 손상을 입은 것으로 조작했다. 심각성이 낮은 시나리오에서는 검진 결과 일시적인 두통과 어지러움 외에 특이한 이상이 발견되지는 않았으나 정신적 스트레스를 받은 것으로 조작했다. 인부들은 고용주의 과실로 피해를 입었다며 사과와 보상을 요구하는 농성을 벌이고 있다고 설정했다. 고용주는 실험문 도입부에서 대기업, 중소기업, 개인으로 나누어 명시하였으며 실험문 마지막에서도 이 정보를 다시 한 번 강조했다. 6개의 실험문은 조작 변인 외에는 모두 동일한 내용으로 작성했다.

영어 실험문은 한글 실험문과 전반적으로 유사하게 구성했지만 언어적, 문화적 차이로 인해 약간의 차이가 불가피했다. 먼저 한국어와 영어를 모국어 수준으로 구사하는 대학생이 한글 실험문을 영어로 번역한 후, 미국 중부 소재 대학 교수의 감수를 받았다. 이 과정에서 미국에서는 기업군을 대기업과 중소기업으로 구분하는 것이 어색하다는 지적이 있어, 대기업은 세계적인 다국적 컴퓨터 테

크놀로지 기업 중 하나로, 중소기업은 지역 기반 컴퓨터 테크놀로지 기업으로 수정해서 표현했다. 또한 한글 실험문에서 인부들이 사과와 보상을 요구하는 농성을 벌이는 내용을 영어 실험문에서는 보상을 받기 위해 변호사와 상의 중이라는 내용으로 수정했다. 기업명과 개인의 이름이 K사와 K씨로 조작된 한글 실험문과 달리 영어 실험문에서는 Jones Corporation과 Steve Jones로 설정했다. 최종적으로 한국어와 영어를 모국어 수준으로 구사하는 대학생을 제외, 영어 실험문을 한국어로 재번역하게 해서 국가 간 실험문의 전반적인 동질성을 확인했다.

실험문의 형식은 한글과 영어 모두 인터넷 기사와 유사하게 제작했고, 전직 기자가 형식과 난이도 측면에서 문제가 없음을 확인했다. 서울 소재 대학교 학생 76명을 대상으로 한 한글 실험문의 조작 점검에서 응답자 모두 조작한 대로 잘못된 주체를 대기업, 중소기업, 개인으로 정확히 인지했다. 또한 심각성이 낮은 기사를 읽은 집단($M = 3.24$, $SD = 1.44$)과 높은 기사를 읽은 집단($M = 5.56$, $SD = 1.23$) 간 심각성 인식이 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($p < .001$). 영어 실험문의 조작 점검은 미국 중부에 소재한 대학교 학생 11명을 대상으로 실시했다. 참가 학생 수가 적어 통계적인 차이 대신, 학생들 모두 잘못된 주체와 심각성을 연구자의 의도대로 인지하는지 살펴보았다. 이 과정에서 특별한 문제는 발견되지 않았다.

한국에서의 본 실험은 온라인 조사 전문 기관인 마크로밀 엠브레인을 통해 2015년 5월에 실시했다. 실험 참가자는 해당 조사 기관이 보유한 패널

중 참여 의사를 밝힌 사람들로 구성되었으며 실험 집단별로 연령과 성별이 고르게 분포되도록 했다. 데이터 수집 후 6개 집단의 연령을 비교한 결과($F(5, 271) = .1483, p = .195$)와 성별을 비교한 결과($x^2 = .19, p = .999$)가 모두 통계적으로 유의미하지 않아 의도한 대로 배정되었음을 알 수 있었다. 미국에서의 본 실험은 켈트릭스(Qualtrics)라는 도구를 사용해 제작한 후, 온라인 설문 사이트인 아마존 메카니컬 터크(Amazon Mechanical Turk, MTurk)를 통해 2015년 6월에 실시했다. MTurk는 아마존닷컴이 운영하는 일종의 온라인 노동 시장으로, 연구자가 설문을 포스팅하면 MTurk에서 해당 설문을 클릭한 참가자가 설문에 응답하고 소액의 인센티브를 받아가는 구조이다. 응답이 불성실하면 연구자가 인센티브 지급을 거절할 수 있다. 최근 많은 학술 조사 연구에 활용되고 있으며, 비교적 적은 비용으로 높은 품질의 패널 데이터를 얻을 수 있는 이상적인 플랫폼으로 확인된 바 있다(Buhrmester, Kwang, & Gosling, 2011; Li, 2016). 데이터 수집 후 6개 집단의 성별을 비교한 결과($x^2 = 10.22, p = .069$)는 통계적으로 유의미하지 않아 의도대로 배정된 것으로 나타났다. 연령의 경우 통계적으로 유의미한 결과($F(5, 270) = 3.488, p = .005$)가 나왔으나 집단별 사례 수가 같았기 때문에 분석에는 무리가 없다고 판단했다(Choi, 2013).

측정

주요 종속변인으로 역사실적 사고, 부당성 인식, 책임성 인식을 측정했다.

역사실적 사고는 ‘부정적 사건을 저지른 주체가 또 다른 방식으로 행동하는 것이 가능했는지, 또 그러한 잘못이 윤리적 규범의 위반인지에 대한 공중의 지각 정도’를 의미한다. 역사실적 사고 측정 문항은 니클린 등(Nicklin et al., 2011; Nicklin & Williams, 2009)이 미국 환경에서 개발하고 사용해 이미 여러 차례 신뢰도가 검증된 바 있다. 국내에서는 윤영민(Yoon, 2014)이 같은 문항들을 번역해 선행 연구에서 사용했다. 본 연구에서는 이 문항들을 수용해, ①인부들에게 일어난 일을 막기 위해 기업(개인)이 다른 조치를 취할 수 있었는지, ②인부들에게 일어난 일을 막기 위해 기업(개인)이 다른 조치를 취했어야 했는지로 척도를 구성했다.

부당성 인식은 ‘사건의 결과에 대해 공중이 부당하다고 인식하는 정도’이다. 니클린 등(2009, 2011)은 부당성 인식이 상황에 대한 총체적이며 즉각적인 반응이므로 여러 문항으로 나누어 측정하는 것 보다는 하나의 문항으로 측정하는 것이 적합하다고 설명한 바 있다. 미국에서는 니클린 등이 개발한 문항을, 국내에서는 윤영민(2014)이 번역한 문항인 ①인부들에게 일어난 일이 얼마나 부당하다고 생각하십니까를 사용했다.

책임성 인식은 ‘부정적 결과에 대한 원인을 제공했다고 공중이 지각하는 정도’를 뜻하는 실제적 책임성 인식과, ‘일어난 사건에 대해 실질적인 원인을 제공하지 않았다고 해도 도의적 측면에서 책임을 감수해야 한다고 공중이 지각하는 정도’를 의미하는 도의적 책임성 인식으로 나누어 측정했다. 실제적 책임성 인식 문항은 그리핀 외(Griffin, Babin, & Darden, 1992)와 콤스와 할러데이(Coombs &

Holladay, 2002)의 위기 책임성에 관한 문항들을 가져와서 사용했다. 국내에서는 이를 번역한 문항으로 여러 차례의 선행 연구가 이루어졌기 때문에 (Kang & Yoon, 2016; Yoon & Choi, 2008; 2009) 해당 문항들을 사용했다. 구체적으로 ① 이번 일에 대한 책임이 기업(개인) 측에 있다고 생각한다, ② 이번 일의 원인 제공자는 기업(개인)이라고 생각한다, ③ 이번 일에 대한 책임은 기업(개인)이 아니라 주변 상황에 있다고 생각한다(역코딩) 등이었다.

도의적 책임성 인식 문항은 윤영민(2014)의 연구에서 제시된 3개의 문항을 참조했다. 도의적 책임성 인식은 해외에서 측정된 적이 거의 없기 때문에 이 항목들을 영문으로 번역해 사용했다. 구체적으로는 ① 기업(개인)이 설사 법적인 잘못이 없다고 하더라도 도의적인 면에서 책임을 지는 것이 마땅하다고 생각한다, ② 원인이 어디에 있건 사회적 물의를 일으켰으므로 기업(개인) 측이 책임을 져야 한다고 생각한다, ③ 기업(개인)이 이 일에 도의적 책임을 져야 한다고 생각한다 등의 문항을 제시했다. 모든 문항들은 리커트 스케일 형태로 7점 척도로 측정되었다.

이 밖에 성별, 연령, 학력, 가구당 월평균 소득, 정치적 성향 등이 측정되었다. 선행 연구(Hans & Ermann, 1989)에서 정치적 성향은 기업의 책임성과 손해 배상액 등을 판단할 때 영향을 주는 것으로 나타났기 때문에 이를 1(매우 보수적)에서 7(매우 진보적)까지의 7점 척도로 측정했다.

연구문제를 알아보기에 앞서 측정 문항들의 내적 일관성을 확인했다. 선행 연구(Nicklin et al.,

2011; Nicklin & Williams, 2009)에 따르면 역사 실적 사고의 두 문항은 각각 다른 차원의 문항들이기에 내적 일관성을 기대할 수는 없다. 그러나 문항 간의 상관관계가 높으면 단일 변인으로 합쳐서 사용하는 것이 바람직하다고 한 바 있다. 본 연구에서 이 두 문항은 크론바흐 알파 값이 한국 .725, 미국 .897로 받아들일 만한 수준으로 나타났으며 상관관계(한국 $r = .568, p < .01$, 미국 $r = .814, p < .01$) 또한 비교적 높게 나타났으므로 선행 연구에서와 같이 합쳐 단일 변인으로 사용했다.²⁾ 실제적 책임성 인식은 3개 문항 중 ‘이번 일에 대한 책임은 기업(개인)이 아니라 주변 상황에 있다고 생각한다’ 문항이 미국 데이터에서 결측 값이 11.6%로 높게 나타났다. 따라서 이 문항을 제외하고, 나머지 2개 문항의 크론바흐 알파 값(한국 $\alpha = .896$, 미국 $\alpha = .832$)을 확인한 후 단일 변인으로 합해 분석에 활용했다. 도의적 책임성 인식 3문항의 크론바흐 알파 값은, 한국은 .911, 미국은 .864로 나타나 문항들의 평균값을 분석에 사용했다.

연구 결과

유효 실험 참가자는 각각 277명(한국), 276명(미국)이었다. 한국의 경우 남녀 비율은 50%로 동일

2) 각각의 문항에 대한 평균(표준편차)은 ‘인부들에게 일어난 일을 막기 위해 기업(개인)이 다른 조치를 취할 수 있었는지’ 문항에 대해 한국 4.93(1.5), 미국 4.36(1.46), ‘인부들에게 일어난 일을 막기 위해 기업(개인)이 다른 조치를 취했어야 했는지’ 문항의 경우 한국 5.51(1.2), 미국 4.67(1.42)로 나타났다.

했다. 연령은 만 19~29세 사이가 28.5%, 30~39세 사이가 23.8%, 40~49세 사이가 36.9%, 50~59세가 10.9%였으며 평균 연령은 37.95세였다. 학력은 중학교 졸업 이하가 1.1%, 고등학교 졸업 혹은 중퇴가 13.0%, 대학교 재학 혹은 중퇴가 14.4%, 대학교 졸업이 65%, 대학원 이상이 6.5%였다. 가구당 월평균 소득은 99만 원 이하가 2.9%, 100~149만 원이 2.2%, 150~199만 원이 7.9%, 200~249만 원이 7.6%, 250~299만 원이 10.1%, 300~349만 원이 9.7%, 350~399만 원이 6.9%, 400~449만 원이 11.6%, 450~499만 원이 8.7%, 500만 원 이상이 30.3%였으며 잘 모르겠다는 응답은 2.2%였다. 참가자의 정치적 성향 평균은 4.17($SD = 1.15$)로 나타났다.

미국 참가자의 남녀 비율은 남성이 53%, 여성이 47%였다. 연령은 만 19~29세 사이가 31.9%, 30~39세 사이가 40.2%, 40~49세 사이가 15.6%, 50~59세가 8.3%, 60~69세가 4%였으며 평균 연령은 35.84세였다. 학력은 고등학교 중퇴 이하가 2.5%, 고등학교 졸업이 7.6%, 대학교 재학 혹은 중퇴가 39.5%, 대학교 졸업이 38.8%, 대학원 이상이 11.5%였다. 가구당 월평균 소득은 24,000달러 미만이 22.1%, 25,000~49,999달러가 34.4%, 50,000~74,999달러가 26.8%, 75,000~99,999달러가 10.1%, 100,000달러 이상이 6.5%였으며, 참가자의 정치적 성향 평균은 3.76($SD = 1.47$)으로 나타났다.

한국과 미국 참가자를 비교할 때 평균 연령은 비슷했고, 학력은 한국이 대학교 졸업 이상이 많았던 데 비해, 미국은 대학교 재학 혹은 중퇴가 한국에

비해 높게 나타났다. 가구당 월평균 소득은 한국은 가장 높은 소득 집단 쪽이 많이 나타난 반면, 미국은 비교적 골고루 분포되어 있었다. 정치적 성향은 한국 쪽은 약간 진보 성향을, 미국 쪽은 약간 보수 성향을 보여 주었다.

〈연구문제 1-1〉과 〈연구문제 1-2〉에서는 사건의 주체와 결과의 심각성에 따른 역사실적 사고 정도가 한국과 미국에서 다르게 나타나는지 여부를 살펴보고자 했다. 정교한 비교를 위해 연령, 학력, 가구당 월평균 소득 등 인구통계학적 변인과 정치적 성향을 공변인으로 통제하고, 잘못된 주체와 결과의 심각성을 독립변인으로 하는 이원 공분산 분석(Two-way ANCOVA)을 실시했다. 〈Table 1〉에서는 한국과 미국의 분석 결과를 함께 볼 수 있게 제시했다.

먼저 한국에서는 공변인 중 나이와 정치적 성향이 역사실적 사고에 유의미한 영향을 미친 것으로 나타났다. 미국의 결과에서도 나이는 유의미한 영향을 미쳤으나, 정치적 성향은 역사실적 사고에 영향을 주지 않았다($p = .051$). 즉 한국과 미국 모두 실험 참가자의 나이가 많을수록 기업(개인)이 인부들에게 일어난 일을 막기 위해 다른 조치를 취할 수 있었고 취했어야 했다고 생각하는 경향이 높았던 것이다. 또한 한국의 경우에는 참가자의 정치적 성향이 진보적일수록 이러한 사고 경향이 높게 나타났다.

사건의 주체의 주 효과는 한국에서만 통계적으로 유의미하게 나타났다. 한국의 평균값을 살펴보면 대기업에서 가장 높은 역사실적 사고가 나타났고, 다음이 중소기업, 개인의 순이었다(〈Table 2〉

Table 1. Two-way Analysis of Covariance of Wrongdoer Type and Incident Severity on Counterfactual Thinking

DV : Counterfactual thinking (Korea, N = 277)						
		SS	Mean squares	F	df	partial- η^2
Covariance	Age	7.17	7.17	5.77*	1	.021
	Education	0.001	0.001	0.001		.000
	Monthly income	2.04	2.04	1.64		.006
	Political orientation	8.02	8.02	6.45*		.024
Wrongdoer type		35.62	17.81	14.34***	2	.097
Incident severity		10.69	10.69	8.61*	1	.031
Wrongdoer type × Incident severity		1.73	0.87	0.7	2	.005

DV : Counterfactual thinking (U.S., N = 276)						
		SS	Mean squares	F	df	partial- η^2
Covariance	Age	13.31	13.31	7.5*	1	.028
	Education	0.8	0.8	0.45		.002
	Monthly income	2.36	2.36	1.33		.005
	Political orientation	0.53	0.53	0.3		.001
Wrongdoer type		10.66	5.33	3.01	2	.022
Incident severity		21.87	21.87	12.33**	1	.045
Wrongdoer type × Incident severity		1.62	0.81	0.46	2	.003

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Table 2. Means and Standard Deviations of Variables by Wrongdoer Type and Incident Severity on Counterfactual Thinking

	Condition	Korea		U.S.	
		Mean(SD)	N	Mean(SD)	N
Wrongdoer type	Large corp.	5.57(1.13) ^a	92	4.72(1.27)	92
	M/S corp.	5.36(1.11) ^a	92	4.48(1.35)	92
	Individual	4.74(1.21) ^b	93	4.35(1.48)	92
Incident severity	High	5.45(1.16)	137	4.78(1.2)	138
	Low	5.0(1.2)	140	4.25(1.48)	138

Note : Superscripts indicate difference of means by Scheffe post hoc test.

참조). 쉘페(Scheffe) 사후 검정 결과, 대기업과 개인, 중소기업과 개인 간에 유의미한 차이를 보였으나, 대기업과 중소기업 간에는 유의미한 차이가 나타나지 않았다(〈Table 2〉 참조). 반면에 미국에서는 사건의 주체가 누구인가 여부가 역사실적 사고에 영향을 주지 않았다. 결과의 심각성에 따른 주효과는 한국과 미국에서 모두 통계적으로 유의미했다. 즉, 부정적 사건으로 인해 초래된 결과가 심각하면 할수록 두 나라 공중의 역사실적 사고는 더

강화되는 경향을 보인 것이다. 한편 사건의 주체와 결과의 심각성 변인의 상호작용 효과는 한국과 미국에서 모두 유의미하지 않았다.

〈연구문제 2-1〉과 〈연구문제 2-2〉에서는 사건의 주체와 결과의 심각성에 따른 부당성 인식 정도가 한국과 미국에서 다르게 나타나는지를 살펴보고자 했다. 한국과 미국의 분석 결과는 〈Table 3〉에 제시되어 있다. 인구통계학적 변인과 정치적 성향을 통제하는 이원 공분산 분석(Two-way ANCOVA)

Table 3. Two-way Analysis of Covariance of Wrongdoer Type and Incident Severity on Perceived Unfairness

DV : Perceived unfairness (Korea, N = 277)						
		SS	Mean squares	F	df	partial- η^2
Covariance	Age	7.75	7.75	5.76*	1	.021
	Education	0.71	0.71	0.53		.002
	Monthly income	0.44	0.44	0.33		.001
	Political orientation	11.25	11.25	8.36**		.03
Wrongdoer type		17.71	8.86	6.58**	2	.047
Incident severity		16.45	16.45	12.22**	1	.044
Wrongdoer type × Incident severity		2.32	1.16	0.86	2	.006

DV : Perceived unfairness (U.S., N = 276)						
		SS	Mean squares	F	df	partial- η^2
Covariance	Age	16.53	16.53	9.08**	1	.033
	Education	1.51	1.51	0.83		.003
	Monthly income	0.39	0.39	0.22		.001
	Political orientation	0.52	0.52	0.28		.001
Wrongdoer type		6.73	3.37	1.85	2	.014
Incident severity		80.81	80.81	44.38***	1	.144
Wrongdoer type × Incident severity		1.69	0.84	0.46	2	.004

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

을 실시한 결과, 한국에서는 공변인 중 나이와 정치적 성향이 부당성 인식에 유의미한 영향을 미친 것으로 나타났다. 미국의 결과에서도 나이는 유의미한 영향을 미쳤으나, 정치적 성향은 부당성 인식에 영향을 주지 않았다($p = .595$). 즉, 한국과 미국 모두 실험 참가자의 나이가 많을수록 인부들에게 일어난 일이 부당하다고 인식하는 경향이 높았던 것이다. 또한 한국의 경우에는 참가자의 정치적 성향이 진보적일수록 이러한 경향이 높게 나타났다.

사건의 주체의 주 효과는 한국에서만 통계적으로 유의미하게 나타났다. 한국의 평균값을 살펴보면 대기업에서 가장 높은 부당성 인식이 나타났고, 다음이 중소기업, 개인의 순이었다(〈Table 4〉 참조). 쉐페(Scheffe) 사후 검정 결과, 잘못을 저지른 주체가 대기업일 때와 개인일 때에는 부당성 인식에 있어 유의미한 차이를 보였으나 대기업과 중소기업, 중소기업과 개인 간에는 유의미한 차이가 나타나지 않았다(〈Table 4〉 참조). 반면에 미국에서는 사건의 주체가 누구인지 여부가 부당성 인식에 유의미한 영향을 주지 않았다. 한편 결과의 심각성

에 따른 주 효과는 한국과 미국에서 모두 유의미한 결과를 보여 주었다. 즉 부정적 사건으로 인해 초래된 결과가 심각하면 할수록 두 나라 공중의 부당성 인식은 높게 나타났다. 추가적으로 사건의 주체와 결과의 심각성 변인의 상호작용 효과는 한국과 미국에서 공히 유의미하지 않았다.

〈연구문제 3-1〉과 〈연구문제 3-2〉에서는 사건의 주체와 결과의 심각성에 따른 책임성 인식 정도가 한국과 미국에서 다르게 나타나는지 살펴보았다. 책임성 인식은 실제적 책임성과 도의적 책임성 인식으로 나누어 분석했다. 〈Table 5〉는 실제적 책임성 인식에 대한 한국과 미국의 이원 공분산 분석 결과를, 〈Table 7〉은 도의적 책임성 인식에 대한 한국과 미국의 이원 공분산 분석 결과를 제시하고 있다.

먼저 실제적 책임성 인식에 대한 한국 분석에서 공변인은 나이와 정치적 성향이 통계적으로 유의미했으며, 미국 분석에서는 나이 외에는 통계적으로 유의미한 공변인이 나타나지 않았다. 즉, 한국과 미국 모두 실험 참가자의 나이가 많을수록 실제

Table 4. Means and Standard Deviations of Variables by Wrongdoer Type and Incident Severity on Perceived Unfairness

	Condition	Korea		U.S.	
		Mean(SD)	N	Mean(SD)	N
Wrongdoer type	Large corp.	5.51(1.1) ^a	92	4.39(1.5)	92
	M/S corp.	5.34(1.18) ^{ab}	92	4.02(1.37)	92
	Individual	4.92(1.33) ^b	93	4.35(1.49)	92
Incident severity	High	5.53(1.23)	137	4.77(1.34)	138
	Low	4.99(1.18)	140	3.74(1.39)	138

Note : Superscripts indicate difference of means by Scheffe post hoc test.

Table 5. Two-way Analysis of Covariance of Wrongdoer Type and Incident Severity on Perceived Actual Accountability

DV : Perceived actual accountability (Korea, <i>N</i> = 277)						
		<i>SS</i>	Mean squares	<i>F</i>	<i>df</i>	partial- η^2
Covariance	Age	13.09	13.09	8.79**	1	.032
	Education	1.57	1.57	1.06		.004
	Monthly income	0.04	0.04	0.03		.00
	Political orientation	13.44	13.44	9.02**		.033
Wrongdoer type		53.7	26.85	18.03***	2	.119
Incident severity		10.8	10.8	7.25**	1	.026
Wrongdoer type × Incident severity		0.73	0.36	0.24	2	.002

DV : Perceived actual accountability (U.S., <i>N</i> = 276)						
		<i>SS</i>	Mean squares	<i>F</i>	<i>df</i>	partial- η^2
Covariance	Age	13.3	13.3	7.44**	1	.027
	Education	1.83	1.83	1.02		.004
	Monthly income	0.87	0.87	0.49		.002
	Political orientation	4.07	4.07	2.28		.009
Wrongdoer type		52.51	26.26	14.68***	2	.10
Incident severity		18.53	18.53	10.36**	1	.038
Wrongdoer type × Incident severity		1.07	0.54	0.3	2	.002

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

적인 책임성을 높게 인식한 것이다. 또한 한국의 경우에는 참가자의 정치적 성향이 진보적일수록 실제적 책임성을 높게 인식하는 경향이 나타났다.

사건의 주체의 주 효과는 한국과 미국 모두 통계적으로 유의미하게 나타났다. 한국의 평균값을 살펴보면 대기업에서 가장 높은 실제적 책임성 인식이 나타났고, 다음이 중소기업, 개인의 순이었다 (<Table 6> 참조). 쉐페(Scheffe) 사후 검정 결과, 한국과 미국에서 모두 개인이 사건의 주체였을 때

보다 기업(대기업과 중소기업)이 주체였을 때 실제적 책임성을 더 높게 인식했다. 대기업과 중소기업 간에는 유의미한 차이가 발견되지 않았다 (<Table 6> 참조). 한편 결과의 심각성에 따른 주 효과도 한국과 미국에서 모두 유의미한 결과를 보여 주었다. 즉, 부정적 사건으로 인해 초래된 결과가 심각하면 할수록 두 나라 공중의 실제적 책임성 인식은 높게 나타났다. 추가적으로 사건의 주체와 결과의 심각성 변인의 상호작용 효과는 한국과 미국에서 모두

Table 6. Means and Standard Deviations of Variables by Wrongdoer Type and Incident Severity on Perceived Actual Accountability

		Korea		U.S.	
	Condition	Mean(<i>SD</i>)	<i>N</i>	Mean(<i>SD</i>)	<i>N</i>
Wrongdoer type	Large corp.	5.23(1.18) ^a	92	4.28(1.23) ^a	92
	M/S corp.	5.15(1.19) ^a	92	4.17(1.34) ^a	92
	Individual	4.29(1.41) ^b	93	3.39(1.52) ^b	92
Incident severity	High	5.12(1.32)	137	4.18(1.36)	138
	Low	4.66(1.3)	140	3.71(1.44)	138

Note : Superscripts indicate difference of means by Scheffe post hoc test.

Table 7. Two-way Analysis of Covariance of Wrongdoer Type and Incident Severity on Perceived Moral Accountability

DV : Perceived moral accountability (Korea, <i>N</i> = 277)						
		<i>SS</i>	Mean squares	<i>F</i>	<i>df</i>	partial- η^2
Covariance	Age	15.12	15.12	10.92**	1	.039
	Education	0.12	0.12	0.09		.00
	Monthly income	1.56	1.56	1.12		.004
	Political orientation	8.95	8.95	6.46*		.024
Wrongdoer type		48.54	24.27	17.53***	2	.116
Incident severity		13.26	13.26	9.57**	1	.035
Wrongdoer type × Incident severity		3.29	1.64	1.19	2	.009

DV : Perceived moral accountability (U.S., <i>N</i> = 276)						
		<i>SS</i>	Mean squares	<i>F</i>	<i>df</i>	partial- η^2
Covariance	Age	8.67	8.67	7.39**	1	.028
	Education	4.3	4.3	3.67		.014
	Monthly income	0.56	0.56	0.48		.002
	Political orientation	1.2	1.2	1.02		.004
Wrongdoer type		30.5	15.25	13.01***	2	.091
Incident severity		8.36	8.36	7.13**	1	.027
Wrongdoer type × Incident severity		0.04	0.02	0.02	2	.000

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Table 8. Means and Standard Deviations of Variables by Wrongdoer Type and Incident Severity on Perceived Moral Accountability

	Condition	Korea		U.S.	
		Mean(SD)	N	Mean(SD)	N
Wrongdoer type	Large corp.	5.44(1.16) ^a	92	4.94(0.96) ^a	92
	M/S corp.	5.22(1.24) ^a	92	4.84(1.05) ^a	92
	Individual	4.51(1.29) ^b	93	4.26(1.27) ^b	92
Incident severity	High	5.29(1.26)	137	4.84(1.05)	138
	Low	4.82(1.29)	140	4.52(1.2)	138

Note : Superscripts indicate difference of means by Scheffe post hoc test.

유의미하지 않았다.

〈Table 7〉에서 알 수 있듯이, 도의적 책임성 인식에 대한 한국 분석에서 공변인은 나이와 정치적 성향이 통계적으로 유의미했으며, 미국 분석에서는 나이 이외에는 통계적으로 유의미한 공변인이 나타나지 않았다. 즉, 한국과 미국 모두 실험 참가자의 나이가 많을수록 사건의 원인이 어디에 있건 그리고 설사 법적인 잘못이 없다고 하더라도 기업(개인)이 도의적인 책임을 지는 것이 마땅하다고 생각하는 경향이 높았던 것이다. 또한 한국의 경우에는 참가자의 정치적 성향이 진보적일수록 이러한 책임성을 높게 인식하는 경향이 나타났다.

부정적 사건의 주체에 따른 주 효과는 한국과 미국 모두 통계적으로 유의미하게 나타났다. 한국과 미국의 평균값을 살펴보면 대기업에서 가장 높은 도의적 책임성 인식이 나타났고, 다음이 중소기업, 개인의 순이었다(〈Table 8〉 참조). 쉐페(Scheffe) 사후 검정 결과, 한국과 미국에서 모두 개인이 사건

의 주체였을 때보다 기업(대기업과 중소기업)이 주체였을 때 도의적 책임성을 더 높게 인식했다. 대기업과 중소기업 간에는 유의미한 차이가 발견되지 않았다(〈Table 8〉 참조). 한편 결과의 심각성에 따른 주 효과도 한국과 미국에서 모두 유의미한 결과를 보여 주었다. 즉, 부정적 사건으로 인해 초래된 결과가 심각하면 할수록 두 나라 공중의 도의적 책임성 인식은 높게 나타났다. 추가적으로 사건의 주체와 결과의 심각성 변인의 상호작용 효과는 한국과 미국에서 모두 유의미하지 않았다.

논의 및 결론

본 연구는 그동안 우리나라에서 강하게 나타난다고 인식되어 온 반기업 정서 정도를 미국과의 비교를 통해 검증해 보고자 했다. 반기업 정서에 대한 연구는 국내에서도 소수에 불과하지만 다른 나라

와의 비교 연구는 더욱 찾기 어려운 실정이다. 이 연구를 통해 그동안 자주 논의된 바와 같이 한국사회에서 반기업 정서가 다른 나라에 비해 유독 강하게 나타나는지, 혹은 해외에서도 측정이 이뤄지지 않았을 뿐 주목할 만한 수준의 반기업 정서가 나타나는지 살펴보고자 했다. 연구는 실험으로 이루어졌으며 두 나라에서 동일한 잘못을 저지른 기업과 개인에 대해 공중이 보이는 반응, 즉 역사실적 사고, 부당성 인식, 책임성 인식 등에서 차이가 나타나는지를 통해 반기업 정서가 관찰되는 정도를 탐색하고자 했다.

연구 결과, 한국에서는 똑같은 상황에서 같은 잘못을 저지른 경우라 할지라도 사건의 주체가 기업(대기업과 중소기업)일 때가, 개인일 때에 비해 더 높은 수준의 역사실적 사고를 보였다. 다시 말해 부정적 사건의 주체가 해당 상황이 일어나지 않도록 다른 행동을 하는 것이 가능했는지, 다른 행동을 했어야 한다고 여기는지를 판단하는 역사실적 사고 과정에서 우리나라 공중은 기업에 보다 엄격한 잣대를 부과함을 알 수 있었다. 반면, 미국에서는 사건의 주체가 누구인가 역사실적 사고에 영향을 주지 않았다. 또한 부당성 인식, 즉 초래된 부정적 상황이 얼마나 부당(unfair)한지에 대한 공중의 평가 정도도 한국과 미국에서 다른 경향을 보였다. 한국에서는 부정적 사건의 주체가 기업인지 개인인지에 따라 부당하다고 느끼는 정도에 유의미한 차이가 나타났다. 즉, 한국 공중은 똑같은 잘못을 저질렀다고 해도 기업(대기업)의 잘못일 때가 개인의 잘못일 때에 비해 더 부당하다고 느꼈다. 미국 실험 결과에서는 그러한 차이가 나타나지 않았다. 한편

앞선 두 가지 변인과는 달리 책임성 인식 정도는 한국과 미국에서 모두 사건의 주체에 따른 영향을 받았으며 그 방향성도 같았다. 한국과 미국 공중은 부정적 사건의 주체가 기업(대기업과 중소기업)인 경우가 개인인 경우에 비해 실제적으로도 더 크게 책임을 져야 한다고 생각했으며, 잘못된 원인이 누구에게 있는지와 관계없이 도의적으로도 더 크게 책임을 져야 한다고 생각하는 경향이 나타났다.

이러한 연구 결과는 반기업 정서에 관한 국내의 기존 논의를 일정 부분 지지함과 동시에 관련 논의가 보다 정교해질 필요가 있음을 시사하고 있다. 우선 똑같은 사건에 대해 미국과 달리 한국에서 사건의 주체가 개인일 때에 비해 기업일 때 더 강한 역사실적 사고와 부당성 인식이 나타났다는 점은 우리나라에서는 공중이 사건의 본질보다는 누가 그 사건을 유발했는가를 더 중요하게 고려하고 있음을 보여 준다. 이는 부정적 사건이 발생했을 때 그 원인이 무엇인지보다는 누구에게 귀인할 것인지에 더 관심이 많은 한국 사회의 특성(Choi, 2006)과도 관련이 있을 것이다. 만약 사건의 본질을 중심으로 정보를 처리했다면 미국과 같은 결과가 나타났어야 한다. 그러나 우리나라 공중은 기업이 다르게 행동할 수 있었고 행동했어야 하며, 기업의 행동으로 일어난 결과가 부당하다고 믿는 정도가 확연히 높았다. 이는 본디 사건의 본질보다는 누가 그 사건을 유발했는지를 더 심각하게 고려하는 우리나라 공중의 심리적 성향과, 기업 전반에 대해 가지는 부정적이고 비우호적 편향이 복합적으로 작용한 결과라고 해석할 수 있을 것이다. 반기업 정서가 공중이 기업을 바라보는 시각에 작동하는 선유경향이

라고 볼 때, 이 연구 결과는 한국 공중의 선유경향이 기업에 대해 부정적으로 내재되어 있음을 시사해 준다.

하지만 본 연구 결과, 책임성 인식에 있어서는 한국과 미국에서 상당한 유사점이 발견되었다. 양국의 공중 모두, 사건의 결과에 대한 책임성 측면에서는 개인에 비해 기업에 대해 더 큰 책임을 지우는 경향을 나타낸 것이다. 특히 미국 공중의 경우, 개인에 비해 기업이 한 일을 더 부당하다고 생각하지는 않지만 기업이 더 큰 책임을 지기를 바라고 있다는 것을 짐작할 수 있다. 책임성과 관련해 미국에서 수행된 선행 연구에 따르면(Hans & Ermann, 1989) 미국 공중은 동일한 잘못을 저지른 상황에서 그 주체가 기업일 때 개인일 때보다 더 많이 책임을 져야 한다고 응답한 바 있다. 개인에 비해 기업이 우월한 재정 능력을 보유하고 있으므로 더 많이 보상해야 하고, 개인에 비해 기업이 전반적인 상황에 대한 정보 접근성과 지식이 높기 때문에 잘못된 결과에 대해 더 강하게 책임을 물어야 한다고 했다. 본 연구에서도 미국 공중은 사건의 결과에 대해 기업에게 확연하게 더 엄중한 책임을 묻고 있었다. 이는 책임성 인식에 작동하는 심리적 매커니즘과 역사실적 사고 및 부당성 인식에 작동하는 심리적 매커니즘이 다를 수 있다는 것을 시사한다. 또한 한국 사회의 반기업 정서가 미국 등 다른 나라의 그것보다 강하다는 주장은, 책임성 인식 측면보다 역사실적 사고와 부당성 인식 등에 기반했을 가능성을 시사해준다. 이런 인지 과정의 정교함과, 사회적 차이에 대해서는 앞으로 더 많은 연구가 필요하다고 본다.

한편 본 연구 결과에서 미국 공중 역시 부정적 사건의 주체가 기업일 경우, 도의적 책임성 인식이 높아지는 것을 알 수 있었다. 또 두 차원의 책임성 인식을 놓고 비교했을 때 실제적 책임성 인식보다는 오히려 도의적 책임성 인식을 전반적으로 더 높게 인지하는 경향 또한 나타났다. 그동안 책임성 가운데 도의적 책임성은 한국인의 책임성 인식을 구성하는 핵심적인 요소라고 알려져 왔는데(Yoon, 2014), 미국 공중 역시 도의적 책임성을 중요하게 고려하고 있고 기업에 대해 더 높은 도의적 책임성을 요구하고 있음이 관찰된 점은 주목할 부분이다. 시장 경제의 성숙도와 기업 환경이 매우 다른 한국과 미국에서 도의적 책임성 인식에 대해 유사한 결과가 나타난 점은 기업의 입장에서는 윤리적 기업 활동과 그 위반에 따른 결과 대응 측면에서 일관된 글로벌 스탠다드의 정립 필요성을 제기해 준다. 즉 부정적인 사건이 발생했을 때 '누군가'가 책임을 져야 한다는 판단이 미국에서도 관찰된 것이며, 이는 위기 커뮤니케이션 전략에 새로운 방향성을 제시하는 결과라고 할 수 있다. 위기 상황에서 잘못된 원인이 어디에 있는지와 관계없이 우선 기업이 사과를 하는 전략이 효과적이라는 연구가 국내에서 꾸준히 보고되어 왔다(Kim, 2006; Lee & Lee, 2006; Yoon & Choi, 2008). 부정적 사건에 대해 실제적인 책임 여부를 떠나 도의적으로 누군가 책임을 시인하고 사과하는 것이 부정적 여론을 상쇄시켰다는 의미이다. 미국에서 기업의 사과 표명이 소송으로 이어질 수 있다는 점을 감안하면 무작정 사과 전략을 수용할 수는 없겠으나, 미국에서 나타난 결과를 토대로 도의적 책임을 표명하는 방안을

강구하여 나간다면 실무적으로 보다 효율적인 위기관리에 보탬이 될 것이라고 생각한다. 특히 인터넷과 소셜 미디어의 발달로 인해 기업 활동의 윤리성, 도의적 가치 준수에 관한 정보가 전세계적으로 실시간으로 공유되고 기업에 대한 공중의 기대 수준이 점차 유사하게 수렴된다고 가정할 때, 글로벌 기업은 글로벌 스탠다드를 준수함과 동시에 각 사회 고유의 요구에 부응해야 하는 복합적인 상황에 대응해 나가야 할 것이다.

본 연구 결과, 공중의 관점에서 대기업과 중소기업은 거의 다르지 않은 것으로 나타났다. 미국 실험에서는 대기업과 중소기업 간 인식 차이가 전혀 나타나지 않았는데, 이는 미국에서 대기업이 중소기업에 비해 소유와 지배 구조 측면에서 유달리 부정적인 인식의 대상이 될 이유가 없다는 데 가장 크게 기인하는 것으로 여겨진다. 한국 실험에서는 대기업과 중소기업이 개인과 확연히 차별화되었지만 역시 대기업과 중소기업이 각각 다른 대상으로 인식되지는 않는 경향이 있었다. 대기업과 관련한 부정적인 사건·사고 보도가 언론에 꾸준히 등장하는 우리나라에서 대기업과 중소기업을 같은 기업군으로 인식했다는 점은 주목할 부분이다. 이러한 결과는 반기업 정서가 기업 전반이라기보다는 대기업에 대한 부정적인 정서에 가깝다고 접근한 일부 선행 연구(Choi, 2010; Jung, 1998; Lee, 2005; Yoon & Choi, 2009)와는 다소 다른 결과라고 볼 수 있다. 오히려, 평소 대기업에 비해 약자로 분류되는 중소기업이 부정적인 상황이 발생하면 개인에 비해서는 우월한 지위로 분류되면서 대기업에 준하는 엄격한 기준으로 다뤄진다고 한 윤영민

(Yoon, 2014)의 주장을 지지해주는 결과이다. 이는 중소기업이 자신의 사회적 지위가 상대적임을 인식할 필요성을 시사해 준다. 흔히 ‘갑’으로 인식되는 대기업과의 상대적인 비교에서 중소기업이 누리는 ‘을’로서의 사회적 지지를 개인 공중과의 관계에서는 전혀 보장받지 못할 수 있음을 중소기업은 인지하고, 커뮤니케이션 행동 또한 이러한 상대적 관계 속에서의 지위 변화에 상응해서 신중하게 수행해야 할 것이다.

추가로 살펴본 결과의 심각성도 마찬가지로 한국과 미국에서 비슷한 모습을 보였다. 두 나라 모두에서 부정적 사건의 원인은 동일하더라도 그로 인해 초래된 결과가 얼마나 심각한가에 따라 역사실적 사고, 부당성 인식, 책임성 인식 수준이 달라진 것이다. 사람들은 사건의 원인이 같아도 피해자 입은 손해가 더 클 경우, 그러한 상황이 일어나지 않기 위해 사건의 주체가 할 수 있는 일이 없었는지, 또 방지하기 위한 행동을 했어야만 하는지에 대해 더 강하게 사고하는 경향을 보였으며, 그러한 상황이 피해자에게 더 부당하다고 느끼는 경향이 있었다. 또 실제적 책임성과 도의적 책임성 역시 더 강하게 인식하는 모습을 보였다. 이러한 결과는 한국과 미국 공중 모두 사건 결과의 경중에 따른 영향을 받는다는 점을 시사해준다. 결과의 심각성의 영향에 대해서는 국가 간 사고방식의 차이나 문화적 차이가 생각보다 크지 않을 수 있다는 가능성을 보여준 점에서 주목할 만하다.

한편 통제변인으로 포함한 연령과 정치적 성향이 역사실적 사고, 부당성 인식, 책임성 인식 등에 미치는 영향은 한국과 미국에서 부분적으로 차이

를 보였다. 한국과 미국 모두 실험 참가자의 나이가 많을수록 부정적 사건의 주체가 피해자에게 일어난 일을 막기 위해 다른 조치를 취할 수 있었고 취했어야 한다고 생각하는 경향이 강했다. 부정적 사건이 피해자에게 부당하다고 여기는 경향 역시 고연령일수록 강해졌으며, 사건 주체가 책임을 져야 한다고 판단하는 경향도 마찬가지로 흐름을 보였다. 반면 정치적 성향이 미치는 영향은 한국에서만 유의미하게 나타났다. 즉 한국에서는 진보적인 성향을 가진 사람일수록 더 높은 역사실적 사고, 부당성 인식, 책임성 인식을 보인 반면, 미국에서는 정치적 성향이 해당 변인들에 영향을 주지 않았다.

끝으로 본 연구는 몇 가지 제한점과 후속 연구의 필요성을 포함하고 있다. 본 연구는 반기업 정서가 우리나라에 국한된 문제가 아니라라는 점을 살펴보았다는 데 의의가 있다. 하지만 다른 서양 국가, 또는 중국이나 일본처럼 유사한 동아시아 문화권에 속한 국가와의 비교가 이루어지지 않았다. 후속 연구에서는 다양한 국가에서의 추가적인 연구를 통해 반기업 정서의 실재를 확인할 필요가 있다. 국가별 연구가 이루어진다면 국가 간 차이 수준을 비교함으로써 논의를 보다 확장하는 계기가 될 것으로 기대한다.

또 다른 한계점으로는 본 연구에서 살펴본 역사실적 사고, 부당성 인식, 책임성 인식 프로세스를 종합하여 반기업 정서를 설명하는 것이 충분한지에 관한 것이다. 반기업 정서의 개념에 대한 논의가 계속 이루어지고 있는 시점에서 선행 연구를 토대로 다차원적으로 반기업 정서를 고찰하고자 노력했지만 해당 변인들 이외에도 반기업 정서와 관련

된 요소들이 있을 가능성을 배제할 수 없다. 후속 연구에서는 이와 관련하여 보다 깊이 있는 이론적, 개념적 고찰이 필요할 것이다. 이와 더불어 본 연구에서는 구체적인 실험 상황을 설정하였고 비교 대상을 비교적 명확하게 제시하여 기업에 대한 반응을 살펴보는 데 초점을 맞추었으나 가상의 기업 한 곳에 대한 시나리오 결과를 기업 전반에 대한 부정적 정서라고 설명하는 것은 다소 미흡할 수 있다고 여겨진다. 또한 실험의 자연스러운 몰입을 위하여 나라에 맞춰 실험문 내용 일부에 미세한 차이가 있었기 때문에 해당 차이가 결과에 영향을 주었을 가능성을 배제하기 어려워 보인다.

미국에서 온라인 설문 사이트를 통해 연구자가 직접 데이터를 모집해 집단의 동질성에 문제가 있었던 점도 한계로 볼 수 있다. 각 집단의 수가 같아 통계적으로 문제가 되지는 않았지만 후속 연구에서는 이러한 부분을 고려해 보다 정교한 데이터로 작업을 진행하는 것이 바람직해 보인다.

위와 같은 제한점에도 불구하고 본 연구는 반기업 정서에 대한 한국과 미국 간의 비교 연구를 처음으로 시도했다는 점, 또 이를 측정하는 과정에서 정당성 이론과 책임성 인식 등 다양한 변인을 통한 타당성 확보에 초점을 맞췄다는 점에 있어 의의를 갖는다. 그동안 반기업 정서가 우리나라에 강하게 나타난다고 알려져 왔지만 실제로 이를 외국과 직접 비교한 경우가 없었기 때문에 관련 연구의 첫 걸음을 떼었다고 볼 수 있으며 추후 다양한 후속 연구를 통해 기업 전반에 대한 부정적 인식과 관련한 학문적인 논의의 폭을 넓힐 수 있기를 기대해 본다.

References

- Accenture Consulting Survey. (2001).
- Buhrmester, M., Kwang, T., & Gosling, S. D. (2011). Amazon's mechanical turk: A new source of inexpensive, yet high-quality, data?. *Perspectives on Psychological Science, 6*(1), 3~5.
- Choi, H. C. (2013). *Statistical analysis in social sciences*. Gyuong-gi: Nanam.
- Choi, J. H. (2011). Korean anti-corporate emotion: Development and validation. *Korean Corporation Management Review, 18*(3), 133~145.
- Choi, J. H. (2010). *Influence of corporate public relations on organization-public relationships, brand equity, and anti-corporate emotion: Comparison between the effects of corporate social responsibility, marketing public relations, and issues management*. Doctoral Dissertation, Seoul National University, Seoul, Korea.
- Choi, S. I. (2007). Creative ways to solve the current issues of economy education. *Society and Education, 46*(2), 77~93.
- Choi, S. J. (2006). *Korean psychology*. Seoul: Joong-Ang University Press.
- Choy, S. P., Kim, J., & Kim, Y. (2014). The effect of consumer characteristic on the evaluation of CSR(corporate social responsibility) activity: Focusing on ethical orientation, anti-corporate sentiments, ethical consumerism. *Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 58*(3), 462~492.
- Coombs, W. T., & Holladays, S. J. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: Initial tests of the situational crisis communication theory. *Management Communication Quarterly, 16*(2), 165~186.
- Folger, R., & Cropanzano, R. (2001). Fairness theory: Justice as accountability. In J. Greenberg & R. Cropanzano (Eds.), *Advances in Organizational Justice* (pp. 1~55). Stanford, CA: Stanford University Press.
- Griffin, M., Babin, B. J., & Darden, W. R. (1992). Consumer assessments of responsibility for product-related injuries: The impact of regulations, warnings, and promotional policies. *Advances in Consumer Research, 19*, 870~877.
- Han, M. J. (May 2004). Resolution of anti-corporate sentiment as a long distance race. *The Management World, 32*~33.
- Hans, V. P., & Ermann, M. D. (1989). Responses to corporate versus individual wrongdoing. *Law and Human Behavior, 13*(2), 151~166.
- Hofstede, G. H. (1991). *Cultures and organizations: Software the mind*. England: McGraw-Hill Book Company.
- Hwang, I. H. (2015). The Causes and Features of Anti-Business Attitudes in Korea. *Keri Insight, 38*, 15~38.
- Hwang, I. H., & Song, Y. J. (2013). Current situation and problems of anti-corporate sentiment in Korea. Paper presented at the annual meeting of the *Korean Academic Society for Public Relations*, Seoul, Korea.
- Jung, C. Y. (1998). Attitudes toward business ethics held by Korean students. *Korean Business Review, 27*(3), 611~630.
- Kang, K., & Yoon, Y. (2016). Negative celebrity effect: Public's perception of responsibility for celebrities', ordinary people's and corporations' wrongdoing. *Journal of Public Relations, 20*(1), 79~104.
- Kim, H., & Lee, J. (2015). South Korea's anti-corporate sentiment: Focusing on the gender gap. *The Korean Journal of Advertising, 16*(2), 117~158.
- Kim, J., & Hwang, S. (2014). Cross-cultural comparison of corporate social responsibility message strategy between Korean corporate Facebook sites and American sites. *Korean Journal of Sociology, 25*(2), 29~51.

- Kim, S., & Lee, M. J. (2014). Anti-corporate culture in Korea society. *Korean Journal of Sociology*, 48(1), 39~70.
- Kim, S. W. (June 2005). The roots of anti-corporate sentiment and the economy education in Korea. *The Management World*, 10~13.
- Kim, Y. (2006). How does the organization in a crisis apologize?: The contents of apology strategies and the level of acceptance. *The Korean Journal of Advertising*, 7(1), 179~207.
- Korea Development Institute (2007). *A study on grasping the facts of anti-corporate emotion*. KDI, Seoul, Korea.
- Kwon, T. J., & Cho, C. H. (2012). Twitter analysis of corporate communication types and information contents in terms of product category and culture. *Advertising Research*, 92, 438~467.
- Lee, H., & Park, J. (2010). The effects of economic responsibility and philanthropic responsibility on the anti-corporate sentiments. *Asia Marketing Journal*, 12(3), 63~79.
- Lee, S. (2005). Anti big firm 'entrepreneur sentiment & productivity based resolution approach. *Productivity Review*, 19(2), 17~40.
- Lee, S. K., & Lee, M. C. (2006). The role of corporate image, crisis responsibility, history of past-crisis on the crisis management by apology. *Journal of Public Relations Research*, 10(2), 23~45.
- Li, Z. (2016). Psychological empowerment on social media: Who are the empowered users?. *Public Relations Review*, 42, 49~59.
- Nicklin, J. M., Greenbaum, R., McNall, L. A., Floger, R., & Williams, K. J. (2011). The importance of contextual variables when judging fairness: An examination of counterfactual thoughts and fairness theory. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 114, 127~141.
- Nicklin, J. M., & Williams, K. J. (2009). Reactions to others' mistakes: an empirical test of fairness theory. *The Journal of Psychology*, 143(5), 533~558.
- Osborne, E. (2007). *The rise of the anti-corporate movement: Corporations and the people who hate them*. Westport, CT: Praeger.
- Park, J. (June 2009). 'Popular capitalism' and the overcoming of anti-business sentiment under the Thatcher government. *British Studies*, 21, 263~290.
- Plutchik, R. (1982). A psychoevolutionary theory of emotions. *Social Science Information*, 21, 529~553.
- Roese, N. J. (1997). Counterfactual thinking. *Psychological Bulletin*, 121, 133~148.
- Shin, C. (2004). Ethics are the competitive edge!. *The Management World*, 20~22.
- The Federation of Korean Industries (2004). *The status of anti-corporate sentiments in developed countries and its implications*. The Federation of Korean Industries.
- The Federation of Korean Industries. (2014). *Survey on the status of enterprises' social contribution in 2014*. The Federation of Korean Industries.
- The Pew Center for the People and the Press (2015). Mixed views of impact of long-term decline in union membership. Retrieved from <http://www.people-press.org/2015/04/27/mixed-views-of-impact-of-long-term-decline-in-union-membership/>
- Yoon, Y. (2014). Public's response toward corporations' and individuals' wrongdoing: An experiment to apply fairness theory and explore anti-corporate sentiment. *Journal of Public Relations Research*, 18(2), 207~247.
- Yoon, Y., & Choi, J. H. (2015). *Anti-corporate sentiment and communication*. Seoul: Communication Books.
- Yoon, Y., & Choi, Y. J. (2009). The relationship of anti-corporate sentiment, crisis responsibility, and acceptance of corporate apologies: A study on Samsung and Nongshim crises. *Korean Journal of Journalism and Communication Studies*, 53(1), 288~304.
- Yoon, Y., & Choi, Y. J. (2011). Understanding the factors

affecting the Korean public's perceived corporate moral and actual crisis responsibility and acceptance of corporate apology: Negative media exposure, anti-corporate sentiment, and corporate attitude. *Korean Journal of Journalism and Communication Studies*, 55(5), 158~184.

Yoon, Y., & Choi, Y. J. (2008). Influence of apology on crisis responsibility attribution and acceptance of strategies. *Korean Journal of Journalism and Communication Studies*, 52(5), 207~226.

2012 Entrepreneurship in the EU and beyond (2012).

Retrieved from

http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf

최초 투고일 2016년 08월 05일

논문 심사일 2016년 08월 20일

논문 수정일 2016년 09월 11일

게재 확정일 2016년 09월 26일

A Study of the Anti-Corporate Sentiment in Korea and America

An Experiment on Public's Perceptions Toward Corporations' and Individuals' Wrongdoing

Youngmin Yoon

Professor, School of Media & Communication, Korea University

Yunhee Ku

Ph.D Candidate, Journalism & Mass Communication, Korea University

This study was conducted to explore the extent of anti-corporate sentiment between Korea and the U.S. by comparing the public perceptions toward the same wrongdoing committed by corporations and individuals. This research considered counterfactual thinking, perceived unfairness, and perceived accountability as dependent variables that indicate the anti-corporate sentiment. We conducted an experiment in the U.S and Korea, and the results revealed that public's responses toward the negative event were partially different depending on the country. In Korea, the public showed high degree of counterfactual thinking when the wrongdoer was a corporation than an individual. On the other hand, the U.S. public was unaffected by the subject of negative events. Koreans showed higher perceived unfairness when the subject of the negative case is a corporation than an individual, whereas there was no significant difference in the U.S. public's perceptions. Meanwhile, people in both countries perceived if the wrongdoer was a corporation it should take more actual and moral responsibility than if the wrongdoer was an individual. This results not only support existing research, but also suggest that the discussions regarding the anti-corporate sentiment need to be refined.

K E Y W O R D S anti-corporate sentiment, fairness theory, counterfactual thinking, actual responsibility, moral responsibility, Korea, America

* First Author: ymyoon@korea.ac.kr

** Corresponding Author: (address) 145 Anam-ro, Seongbuk-gu, Seoul, Korea, 136-701, (Email) withyuni@gmail.com