

## Impacts of sport consumers' time perspectives and negative moral emotions on moral reasoning strategies toward sport organization's misconduct

Myoung Kyoung Choi & Joon Sung Lee\*

Yonsei University

**[Purpose]** Drawing on Socioemotional Selectivity Theory, the present research aims to investigate how sport consumers' moral reasoning strategies and forgiveness intent toward a sport organization's misconduct depending on the consumers' different time perspectives(expansive vs. limited). **[Methods]** An experimental study (total n = 129; Baby Boomer generation = 62, generation MZ = 67) was conducted by utilizing a fictitious scenario depicting a sport organization's misconduct. The proposed hypotheses were tested by conducting T-test, correction analysis, and multiple regression analysis using SPSS 21.0. **[Results]** There were significant differences in moral reasoning and forgiveness based on different time perspective. Baby Boomer(MZ) group showed higher(lower) levels of moral rationalization, moral decoupling, and intent of forgiveness compared to MZ(Baby Bommer) group, while showing lower(higher) level of moral coupling. A result also revealed that negative moral emotions had moderating effect between a limited time perspective and moral coupling among MZ participants. **[Conclusions]** The results of this study indicated that sport consumers' time perspective has a predictive function on moral reasoning strategies. Thus, it is necessary for sport organizations to establish strategies focusing on the consumers' time perspective to effectively respond to an unexpected crisis.

**Key words:** Moral reasoning strategies, Socioemotional Selectivity theory, Time perspective, Negative moral emotions, Sport organization

### 서론

스포츠 조직의 선행은 대중에게 감동으로 전달되지만, 부도덕한 행동은 실망으로 다가온다. 이처럼 조직의 도덕성은 소비자가 조직을 판단하는 기준이 될 수 있다. 한편 스포츠 조직을 향한 소비자의 도덕적 기준은 일반 조직보다 높은데 이는 스포츠 조직의 특성에서 기인한다. 스포츠 조직은 스포츠 조직에 필수적인 기능을 수행하기 위해 사회적 실체

가 있으며 스포츠 관련 제품과 서비스를 제작하는 등 스포츠와 관련이 있어야 하고, 스포츠를 통해 이익을 만들거나 스포츠 참여를 도모하는 등의 목적을 가졌다. 스포츠 조직이 여타 조직과 다른 점은 스포츠를 통해 이익을 얻는 것이기에 스포츠가 가진 도덕적 태도, 진실성, 공정성 등이 스포츠 조직을 판단하는 가치에 투여되기도 한다(Slack & Parent, 2006). 따라서 대중은 스포츠 조직에 더욱더 철저한 도덕성을 요구하고 부도덕한 모습을 보였을 경우 일반 조직보다 비판이 가중되는 경향이 있으며, 심한 경우 조직에 대한 태도와 평가에 부정적인 영향을 끼칠 수 있다. 부정적 평가를 받은 스포츠 조직은 조직 자체는 물론 해당 조직 선수의 명성과 이미지에 악영향을 미치며 평판에 손상을 주어 스포츠

논문 투고일 : 2020. 12. 24.

논문 수정일 : 2021. 03. 01.

게재 확정일 : 2021. 03. 25.

\* 교신저자 : leej929@yonsei.ac.kr.

십, 관객 수입, 광고 매출, 관련 상품의 판매 등에 부정적 영향을 받는다(Coombs, 1998; Funk & James, 2004; Lee & Kwak, 2017). 안타까운 것은 스포츠 조직의 부도덕한 행동으로 인한 파장의 크기에 비해 스포츠 조직의 위기를 완화하는 것은 상대적으로 어렵다는 것이다. 스포츠 조직의 위기는 단시간에 부분적으로 해결되는 것이 아니며 대중과의 합의가 이루어져야 하기에 큰 노력이 필요하다(Bang & Kim, 2013; Lee & Kwak, 2016; Mitroff, 2000).

이러한 중요성에 따라 국내에서는 위기에 처한 스포츠 조직의 신속한 대응과 대중과의 관계유지를 위해 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(Situational Crisis Communication Theory: SCCT)에 바탕을 둔 연구가 진행되고(Bang & Hwang, 2016, 2018; Kim, Bang, & Kim, 2016; Koo, Won, & Lim, 2017; Lee & Kim, 2014; Shin, Cho, & Kim, 2014; Yang, 2019; Yang & Kang, 2019) 있다. Bang & Kim(2013)은 Coombs(1998, 2000), Coombs & Holladay(2002)의 위기유형을 바탕으로 국내 스포츠 조직의 위기유형을 체계화하여 추상적이었던 스포츠 위기상황을 정의하고 단순화하였다. 이를 통해 국내 스포츠 조직 차원의 부도덕한 행위의 범위를 제시한다면 뇌물수수, 횡령, 이면계약, 경영위반 등이 해당될 것이다. 이처럼 연구들은 스포츠 조직의 관점에서 효과적으로 이루어질 수 있는 위기관리 방안에 집중하였으며 조직이 선택한 특정 위기관리 전략에 대한 대중의 반응에 초점을 맞추며 진보하고 있다.

하지만, 스포츠 조직의 부도덕한 행동을 접한 소비자 개개인이 상이한 반응을 보이는 것에 대한 학문적 접근은 상대적으로 부족한 상황이다(Lee, Kwak, & Moore, 2015). 타 이거 우즈의 불륜 스캔들과 코비 브라이언트의 강간 혐의에 대한 대중의 반응에서 알 수 있듯, 스포츠 스타의 비행은 대중의 비난을 불러일으키기도 하지만, 반면 여전히 많은 소비자는 그들을 옹호하는 반응을 보이기도 한다. 이는 소비자 자신이 비윤리적인 대상을 판단할 때 어떤 형태의 윤리추론 전략을 사용하는지와 관련이 있을 것이다. 소비자들은 부도덕한 행위를 저지른 대상의 비윤리성을 합리화(윤리적 합리화: moral rationalization)하거나, 대상의 비윤리성과 전문적 기량을 분리함(윤리성 분리: moral decoupling)으로써 비윤리적 대상에 대하여 긍정적인 반응을 보이기도 한다(Bhattacharjee, Berman, & Reed, 2013; Lee et al., 2015). 반면, 대상의 비윤리성과 전문적 기량을 통합하여 평가함(윤리성 결합: moral coupling)으로써 부정적인 반

응을 나타내기도 한다(Lee & Kwak, 2016; Lee, Kwak, & Bagozzi, 2020). 이처럼 소비자의 상이한 반응은 윤리추론 과정은 물론 부정적 윤리 감정(Haidt, 2003)에도 반영된다. 감정은 인지와 함께 소비자의 심리를 연구하는 데 매우 중요한 시사점을 제공하고 있다. 특히, 대상의 비윤리적 행동을 판단하는 상황에서 유발되는 부정적 윤리 감정은 소비자들의 평가에 부정적인 영향을 끼치는 것으로 알려져 있다(Lee & Kwak, 2016).

그렇다면 스포츠 소비자들의 다양한 윤리추론 전략을 끌어내는 심리적 기제는 무엇인가? 본 연구는 사회정서적 선택이론(Socioemotional Selectivity Theory: SST)의 시간조망(한정적 vs. 확장적) 형태를 바탕으로 부도덕한 스포츠 조직을 향한 대중의 반응을 보다 세부적, 이론적이고 실증적으로 고찰해보고자 한다. 사회정서적 선택이론을 시간조망에 따라 분류하고자 하는 본 연구의 시도는 스포츠 조직이 윤리성과 관련된 위기에 처했을 때 대상에 따라 차별적인 전략을 펼칠 수 있는 방향성을 제시해줄 수 있는 근거가 될 것이다.

사회정서적 선택이론은 다가올 미래의 시간이 한정적(limited)인지 확장적(expansive)인지에 따라 개인이 가지는 동기과 목표가 다름을 설명한다. 시간을 한정적으로 바라보는 장년층의 경우 부정적 감정을 피하고 현재의 관계를 유지하는 등 긍정적인 평가를 선호하는 현재 지향적인 측면이 뚜렷하다. 반면, 시간을 확장적으로 보는 청년층의 경우 오히려 부정적 감정을 선호하기도 하며 현재의 관계를 유지하는 것보다 새로운 상황을 받아들이는 미래지향적 목표를 중요하게 생각한다(Barber, Opitz, Martins, Sakaki, & Mather, 2016; Carstensen, 1992).

이에 본 연구는 시간조망에 물리적 연령을 대입하여 청년층과 장년층 간에 차이가 있을 것이라는 판단하에 베이비붐세대와 MZ 세대 소비자의 반응을 살펴보고자 한다. 통상 베이비붐세대는 MZ 세대의 부모집단이라고 일컬어지며, 두 세대는 구분되는 특징이 강하다(Cho, Lee, Koh, & Kim, 2017; Choi, Lee, & Jeong, 2020). 따라서 시간조망을 바탕으로 한 합리적인 기준은 보다 현실적이고 세분된 전략을 수립하는 것에 도움이 될 것이다.

이를 위해 본 연구는 사회정서적 선택이론을 소비자 반응에 적용하고자 한다. 시간조망에 따른 개인의 인식이 스포츠 조직의 부도덕한 행위를 판단하는 과정에서 어떠한 윤리추론 전략을 사용하고 용서 의도를 보이는지를 우선적으로

살펴볼 것이다. 또한, 부정적 윤리 감정이 소비자의 반응에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 하였다. 비윤리적 행위의 대상에 대한 소비자의 반응은 다차원적일 수 있기 때문에 그 기제를 밝히는 것은 조직과 사회 모두에 중요한 논의가 될 것이다.

## 이론적 배경

### 사회정서적 선택이론

사회정서적 선택이론(Socioemotional Selectivity Theory: SST)은 동기에 따라 행동의 방향성이 달라짐을 제시하는 이론 중 한 가지로 개인이 인지하는 생의 시간이 동기가 되어 판단의 방향성을 결정하는 것을 의미한다. SST에 따르면 개인은 판단과 행동에 대한 후회를 최소화하기 위해 현재를 기준으로 남은 생의 시간이 얼마인지에 따라 목표와 행동을 유형화하여 전략을 세운다(Fredrickson & Carstensen, 1990). 구체적으로 장년층과 같이 본인의 인생에서 시간이 얼마 남지 않았다고 느끼는 한정적 시간조망을 가진 사람들은 감정적인 상태에서 균형을 찾고, 후회를 피하기 위한 목표를 세운다. 이들은 과거의 경험에서 얻은 이익을 통해 만족을 찾기 때문에 현재의 관계를 유지하고 발전시키는 것을 중요하게 생각한다. 반면 청년층과 같이 본인의 인생에서 시간이 아직 많이 남았다고 인지하는 확장적 시간조망의 경우 현재의 감정적인 충족보다 미래에 있을 수 있는 불쾌한 사건들을 피하기 위한 목표를 세운다. 한정적 시간조망의 장년층과 비교했을 때 상대적으로 과거 경험에 대한 인식의 영향을 덜 받으며, 새로운 대인관계를 찾는 것을 우선시하는 경향이 있다(Carstensen, 1992; Carstensen, 2006; Fredrickson & Carstensen, 1990; Nuttin, 2014).

따라서 SST는 동일한 상황에서도 시간조망이 한정적인지 확장적인지에 따라 개인의 상황 해석과 판단이 상이하다는 것을 전제하고 있다.

### 부도덕한 사건에 대한 대중의 반응: 윤리추론 및 용서 의도를 중심으로

본 연구는 스포츠 조직의 위기관리에 대한 대중의 반응 중 윤리추론전략(moral reasoning strategy)과 용서

(forgiveness)에 초점을 맞추어 연구를 진행하였다. 기존의 스포츠 조직 관련 연구들(Bang & Hwang, 2018, 2017; Kim et al., 2016; Koo et al., 2017; Lee & Kim, 2014; Shin, et al., 2014; Yang, 2019; Yang & Kang, 2019)은 위기관리에 대한 조직의 대응에 많은 관심을 보여 왔다(예, 사과 유형, 커뮤니케이션 전략, 위기 대응 전략). 많은 학자가 스포츠 조직의 위기상황에서 적절한 전략을 통해 대중과의 관계회복을 긍정적으로 유도하는 것을 중요한 요인으로 정의하는 것을 보면 조직이 위에 열거된 것과 같은 전략을 구성하는 것은 필수적이라 할 수 있다. 하지만 스포츠 조직이 위기상황에서 취할 수 있는 대응 전략 뿐 아니라 수용자 개개인의 특성에 따른 반응을 이해한다면 대중들의 반응을 예측할 수 있고, 이에 따라 더욱 적합한 위기관리 전략을 선택할 수 있을 것이다.

이러한 맥락에서 Lee & Kwak(2016)은 스포츠 스타의 부도덕한 행동이 스포츠 소비자들의 반응에 미치는 영향을 고찰한 연구를 통해 윤리추론전략에 대한 이해는 위기상황에서 스포츠 소비자의 반응에 대한 논의를 보다 풍부하게 만들어 줄 수 있음을 언급하였다. 더불어 이들은 스포츠 조직들이 소비자의 윤리추론에 대해 이해하는 것이 소비자 행동에 대한 대응 전략을 수립하는 데에 기여할 수 있다고 강조하였다.

윤리추론전략은 소비자 개개인이 대상에 대해 인지된 비윤리성을 어떻게 처리하는지를 뜻한다. 이는 세 가지 전략인 윤리적 합리화(Moral Rationalization: MR), 윤리성 분리(Moral Decoupling: MD), 윤리성 결합(Moral Coupling: MC)으로 구분된다. 먼저, 윤리적 합리화는 부도덕한 행위를 합리화시켜 행위의 대상자를 도덕적으로 적은 책임의 상태를 만드는 것으로, 도덕적 문제를 일으킨 대상이 도덕적 물의를 일으킬 수밖에 없었음을 강조하거나 도덕적 물의를 일으켰음에도 불구하고 이해하는 경우를 의미한다(Bandura, Barbaranelli, Caprara, & Pastorelli, 1996). 예를 들어 폭행 사건이 발생했을 때 가해자는 피해자에게 위협을 받고 있었거나 피해자가 먼저 시비를 거는 등의 상황이었을 것이라 추론하는 것이다. 다음으로 윤리성 분리는 비윤리적 행위에 대하여는 부정적으로 평가하지만, 행위자에 대한 전반적인 평가 시 행위자의 비윤리성을 행위자의 전문적 능력이나 역량과 분리하여 평가하는 것을 의미한다. 예를 들어 가해자가 폭행사건에 휘말렸지만 폭행사건은 가해자의 개인적인 업무 능력이나 역량과는 연관 짓지 말

고 분리해야 한다는 관점이다(Bhattacharjee et al., 1992). 마지막으로 윤리성 결합은 앞서 언급된 두 가지 경우와 달리 부도덕한 행동에 대해 행위자의 윤리성에 대한 평가와 직무 능력에 대한 평가가 동시에 고려되어야 한다는 것이다. 즉, 비윤리적 사건에 연루된 행위자에 대한 평가는 행위자의 비윤리성과 능력에 대한 평가가 행위자의 전반적인 평가에 중요한 요소로 작용하며, 결과적으로 평가자로부터 부정적인 태도를 유발하게 된다(Lee & Kwak, 2016; Lee et al., 2015). 선행연구들은 이러한 다양한 윤리추론전략은 소비자 개개인의 다양한 특성들(동일시의 수준, 문화적 배경, 상이한 자기개념 등), 혹은 비윤리적 행위와 직무수행 간의 연관성(예. 운동선수의 경우 도핑이 탈세보다 윤리적 잣대가 더 높음)에 따라 선택되며 직접적인 관계가 있는 것으로 밝혀내었다(Bhattacharjee et al., 2013; Jain & Lee, 2020; Lee & Kwak, 2016; Lee et al., 2015, Lee et al., 2016; Lee et al., 2020).

### 시간조망에 따른 대중의 반응

본 연구는 윤리추론과 용서에 영향을 일으킬 수 있는 선행 요인으로 시간조망에 따른 확장적 인식과 한정적 인식을 도입하였다. 사회정서적 선택이론에 시간조망에 따른 개인의 인식 차이를 대입하면 한정적 인식을 가진 소비자의 경우 윤리추론 중 윤리적 합리화와 윤리성 분리를 선택할 것으로 예측할 수 있다. 즉, 관계를 현재와 같이 지속해서 유지하고 싶어 하므로 부도덕한 행위를 한 대상을 옹호하는 추론 과정을 거칠 것이다. 반면, 확장적 인식을 가진 소비자는 문제를 해결하고자 하는 의도가 강하기 때문에 부도덕한 행위를 한 대상을 옹호하여 관계를 유지하기보다는 적절한 대응을 하고자 할 것이다. 따라서 윤리추론 중 윤리적 합리화와 윤리성 분리를 부정적으로 생각하고 윤리성 결합에 긍정적인 영향을 미치게 되는 것이라 예상할 수 있다.

한편 본 연구는 젊은 층과 장년층의 물리적인 시간조망 인식이 다르기 때문에 동일한 상황에서도 상이한 반응을 보일 것이라는 점(Barber et al., 2016; Chang, Choi, Bazarova, & Löckenhoff, 2015; Fung & Carstensen, 2004; Penningroth & Scott, 2012)을 전제로 연구를 진행하였다. 선행 연구(Fung & Carstensen, 2004)는 인생

에서 남은 시간에 제약을 느끼는 것이 현재 상황과 관계를 유지하는 것에 영향을 미칠 수 있음을 보여준다. 19~31세의 청년층 집단과 50~97세의 장년층 집단을 대상으로 실험한 결과, 특정한 시간이 주어졌을 때 연령이 높고 한정적 시간조망을 가진 대상일수록 새로운 목표를 추구하기보다는 기존의 익숙한 사회적 관계를 중요하게 생각하고 있었다. Chang et al.,(2015)은 시간조망이 사회적 관계의 양적인 수뿐만 아니라, 질적인 유대감까지 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 구체적으로는 장년층일수록 온라인 소셜네트워크에서 교류하는 친구의 크기는 적었지만, 유대관계를 맺는 친구의 수는 많은 것으로 나타났다. 이는 한정된 시간에 대한 생물학적 시간 지각이 현재의 사회적 관계에 영향을 미치며 실제 관계의 깊이에도 영향을 미친다는 것을 확인한 연구였다.

Penningroth & Scott(2012)은 시간조망이 생물학적 연령의 영향을 받음을 직접적으로 확인하였다. 청년층과 장년층에게 개인의 목표를 설정하게 하였을 때 장년층은 청년층보다 현재 감정과 상황에 충실한 사회적 선택에 목표를 맞추는 경향이 높았다. 그뿐만 아니라 현재를 유지하는 것 역시 실제로 중요하게 여김을 확인하였다. 이에 본 연구는 다음과 같은 가설을 제시하였다.

- 가설 1: 스포츠 조직의 부도덕한 사건을 판단하는 소비자의 반응은 시간조망에 따라 차이가 있을 것이다.
- 가설 2: 한정적 시간조망의 장년층은 확장적 시간조망의 청년층보다 윤리적 합리화와 윤리성 분리, 용서 의도가 높게 나타날 것이다.

### 부정적 윤리 감정이 시간조망에 따른 윤리추론에 미치는 조절효과

스포츠 조직의 부도덕한 사건에 대한 대중의 반응을 이해하고 예상하기 위해서는 윤리성을 판단하는 소비자의 감정을 이해할 필요가 있다. 감정은 정보가 유입되었을 때 즉각적이고 본능적으로 유발되는 심리적 반응으로써, 소비자행동 과정에서 인지가 정보전달에 관여한다면 감정은 주관적인 정서와 기분을 나타낸다(Westbrook, 1987). 따라서 소비자의 행동을 이해하기 위해 감정의 역할을 살펴보는 것은 중요하다 할 수 있다. 특히 감정은 비도덕적인 행위에 매우 민감(Grappi,

Romani, & Bagozzi, 2013; Lee & Kwak, 2017; Lee, Kwak & Braunstein-Minkove, 2016; Pham, 2007)하기 때문에 본 연구에서는 부정적 윤리 감정의 역할을 살펴보고자 한다.

Izard(1977)는 비윤리적인 상황을 접했을 때 자동으로 경험하는 부정적인 감정(CAD: Contempt, Anger, Disgust)을 경멸, 화, 불쾌를 통해 설명하였다. 먼저 경멸(Contempt)은 부정부패와 같은 범법행위를 한 대상보다 본인이 도덕적으로 우월함을 느끼며, 범법자와 본인을 분리하고자 하는 행동 반응을 의미한다. 화(Anger)는 부당함, 존엄성 침해나 학대, 신뢰를 저버리는 행동을 인지하거나 목격할 때 발생한다. 마지막으로 불쾌(Disgust)는 극악무도한 살인이나 약자협오와 같은 사회적으로 부도덕한 행동에 대한 감정적 반응으로 범법 대상을 처벌하고자 하는 의도를 포함한다(Haidt, 2003).

이러한 부정적 윤리 감정이 본 연구에서 중요한 조절변인으로써 역할을 하는 것은 시간조망에 따라 부정적 윤리 감정을 처리하는 방식이 다르게 나타날 수 있기 때문이다. 한정적 인식에 놓여있는 사람은 현상유지를 위해 긍정적인 감정을 유지하고자 하지만, 확장적 인식일 때에는 편향성이 나타나지 않아 부정적 감정정보에 선호를 보일 수도 있다(Barber, Opitz, Martins, Sakaki, & Mather, 2016; Carstensen, 2006). 즉, 확장적 시간조망의 젊은 층의 경우 남아 있는 시간이 길어 해결할 수 있는 물리적 시간이 있다고 여기기 때문에 부정적인 감정을 피하지 않을 가능성이 높음을 유추할 수 있다. 따라서 이들은 스포츠 조직의 비윤리적 행동을 접했을 때, 해당 조직의 능력에 대한 평가와 부도덕한 행동에 대한 평가를 결합할 것이다. 그 과정에서 부정적 윤리 감정이 연계되어 판단에 영향을 줄 것으로 추측할 수 있다. 따라서 본 연구의 독립변인 중, 확장적 성향으로 분류된 젊은 층은 윤리추론 전략 과정에서 부정적 윤리 감정에 의해 조절될 가능성이 있다.

가설 3: 확장적 시간조망인 청년층의 윤리추론에 미치는 영향은 부정적 윤리 감정에 따라 조절될 것이다.

## 연구방법

본 연구의 목적은 시간조망에 대한 개인의 인식이 윤

리추론전략에 영향을 미치는지 Carstensen(1992)의 사회정서적 선택이론에 근거해 살펴보고, 개인의 시간조망인식과 윤리추론 과정에서 부정적 윤리 감정이 이를 조절하는 요인임을 검증하기 위함이다. 기존의 연구들은 장년층은 상대적으로 한정적인 시간 조망을 지니고, 청년층은 상대적으로 확장적인 시간 조망을 지닌다 하였다(Barber et al., 2016; Chang et al., 2015; Fung & Carstensen, 2004; Penningroth & Scott, 2012). 이러한 선행연구를 근거로 상대적으로 한정적 시간조망을 가지고 있는 장년층 집단과 확장적 시간조망을 가지고 있을 가능성이 높은 청년층 집단을 모집하여 진행하였다.

## 표본의 선정

본 연구의 목적을 달성하기 위한 자료는 세대에 따라 수집되었다. 한정적 시간조망의 장년층 집단 참가자들의 출생연도는 1955년에서 1963년도 사이에 속한 베이비붐(Baby Boomer) 세대로 모집했으며, 확장적 시간조망의 청년 집단 참가자들의 출생연도는 1980년에서 2000년도 사이에 속해있는 MZ(밀레니얼과 Z) 세대로 구성하였다. 각 연령의 범위에 대한 기준은 국내 산업연구원의 세대연구(Cho et al., 2017)를 참고하였다.

전체 131부의 설문지가 배부되었으며, 그중 문항에 대해 불성실하게 응답했거나 실험과제를 수행하지 못한 응답지를 제외한 총 129부(BB: 62, MZ: 67)의 설문지가 자료 분석에 사용되었다. 피험자의 평균연령은 베이비붐 세대는 59.8세, MZ 세대는 27.1세였다. 성별에 따라서는 장년층의 경우 남성 42명(67.4%), 여성 20명(32.2%)으로 구성되었으며, 청년층은 남성 44명(65.6%), 여성 23명(34.3%)으로 나타났다. 설문은 온라인을 통해 진행되었다. 연구자가 측정 전 연구의 목적과 방법 등을 온라인 설문지에 상세하게 설명한 후 연구에 대한 동의를 받은 후 연구를 진행하였다.

## 실험설계 및 절차

가설검증을 위하여 집단 사후연구설계를 적용하였다. 실험의 절차는 총 3단계로 진행되었다. 첫 번째 단계는 스포츠 조직의 부정적 사건에 대한 정보 노출 단계로 이 단계에서는 참가자가 실험 자극물에 노출된다. 본 실험에 사용된 실험 자극물은 기사 형식으로 제작되어 제시되었으며, 스포츠 조

직의 내부 관계자의 부도덕한 행위가 기술되었다. 부정적인 사건의 내용이 심각할수록 소비자들은 운동선수와 관련 브랜드를 부정적으로 평가하고(Chien, Kelly, & Weeks, 2016), 덜 심각한 사건에 비해 용서할 가능성이 적다(Fincham, Jackson, & Beach, 2005)는 선행연구에 따라 중간 강도의 위법행위인 ‘암표’를 자극물의 주제로 선정하였다. 또한, 실제 구단을 사용했을 경우 발생할 수 있는 혼동 효과(confounding effects)를 방지하기 위하여 가상의 구단을 사용하여 영문 알파벳으로 지칭하였다. 두 번째 단계는 변인 측정 단계로, 조직에 대한 정보 노출 후 부정적 윤리 감정, 윤리추론, 용서의도를 측정하였다. 세 번째 단계는 과제 수행으로 본 연구와 관련 있는 질문에 대한 내용을 묻는 문항에 답하는 형식을 이용하였다. 이 과정에서 과제를 수행하지 못한 경우 최종 분석에서 제외하였다. 그리고 인구 통계학적 특징에 대한 측정이 이루어졌다. 마지막으로 디브리핑(debriefing)이 제시되고 본 실험을 마무리하였다. 자료 수집 절차를 그림으로 도식화하면 다음의 <Figure 1>과 같다.

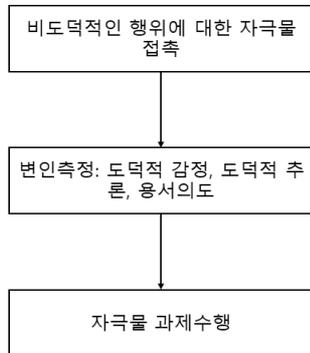


Fig. 1. Data collection procedure

**조사도구**

본 연구의 변인들을 측정하기 위해서 설문지가 사용되었다. 연구에 참여한 응답자들은 자기 평가 기입법(self-administration method)을 통해 설문지의 문항을 대답하였다. 본 연구에서는 조직의 부도덕한 행동의 인식을 조작하기 위하여 각 집단에 동일한 시나리오를 제시하였다. 참가자가 개인의 견해에 따라 판단을 내릴 수 있도록 구단의 내부 관계자의 비도덕적인 행동이 밝혀짐을 명시하며 이에 대한 구단의 방향과 수사방향을 중립적으로 제시하였다. 연

구참여자들에게 제시된 시나리오 내용은 다음과 같다.

「마당을 나온 암표? 'A구단 내부 관계자 암표 거래' 논란. [스포츠포티비 최규정기자] 절정으로 치닫는 플레이오프지만 신종코로나감염증19로 관중 입장이 정원의 10%로 제한되었다. 야구팬들의 티켓 구하기가 어려워진 와중에 플레이오프에 진출한 A구단이 구단 직원의 티켓 재판매 논란으로 구설에 올랐다. 지난 22일 한 중고 커뮤니티에는 A구단의 경기가 진행되는 플레이오프 티켓 양도글이 올라왔다. 4만원의 티켓을 18만원에 판매한다는 게시물이었다. 하지만 게시물의 티켓 사진에는 플레이오프에 진출한 A구단의 내부 서류로 추정되는 문서가 함께 찍혀 A구단의 내부 관계자가 차익을 내고자 티켓을 재판매하는 것이 아니냐는 의심이 불거졌다. 결국 A구단은 다음날인 23일 이를 시인하였다. “해당 티켓은 사전에 구단에 할당된 선구매분으로 구단 직원에게 판매된 것이 사실이며, 티켓 판매자는 실제 구단 내부 직원인 것으로 확인되었다.” “그러나 옷돈을 받고 온라인을 통해 판매하는 행위에 대해서는 마땅한 처벌과 규정이 없는 상황으로 구단이 내부 판매자를 단속할 수 없다”며 난색을 표하였고 현재 내부 관계자인 판매자에 대한 수사를 의뢰한 상태라 밝혔다. 이에 KBO(한국야구위원회) 사무국은 프로야구 플레이오프 입장권 ‘재판매’ 사태와 관련해 A구단에 경위서를 제출하라고 지시했다. 스포스포티비 = 최규정기자 <Figure 2>

시나리오의 내용이 적절하게 구성되었는지를 점검하기 위해 전문가들의 의견을 수렴하였다. 내용타당도 점검을 위한 전문가로는 스포츠 마케팅 교수 1인, 박사과정생 1인이 포함되었다.

본 연구의 주요 종속변인은 윤리추론 전략, 용서의도이다. 참여자들의 윤리추론 전략을 알아보기 위하여 윤리적 합리화(Bhattacharjee et al., 2013), 윤리성 분리(Bhattacharjee et al., 2013), 윤리성 결합(Lee & Kwak, 2016), 용서의도(Vila, 2019) 척도를 사용하였다. 모든 문항은 국내 상황에 맞게 번안하여 사용하였으며, 번안은 선행연구의 연구자에게 검안 받은 후 진행하였다. 본 연구에서는 윤리추론을 종속변인으로 설정하여 참가자들이 제시된 기사를 보고 각각의 윤리추론전략에 대하여 어떠한 반응을 보이는지를 알아보고자 하였다. 윤리적 합리화는 (a)“A구단의 사건은 다른 구단이나 스포츠 조직에서 벌어진 사건 만큼 큰일은 아니다.”, (b)“A구단은 내부 관계자를 일일이 제지할 수 없기 때문에 어쩔 수 없었을 것이다.”, (c)“A구단

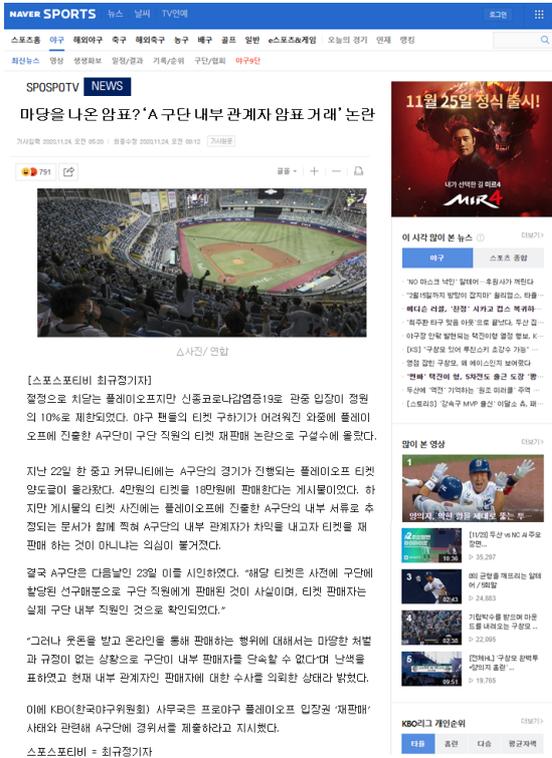


Fig. 2. Scenario

의 이번 사건은 실제로 사회에 엄청난 물의를 일으킬만한 대응은 아니다.”, (d)“A구단만 탓할 것이 아니라 이를 제지할 만한 법이 없는 것도 따져 보아야 한다.”, (e)“A구단을 향한 여론의 기준이 너무 높기 때문에 구단에만 책임을 전가하면 안 된다.” 의 총 5문항으로 구성되어있다. 윤리성 분리는 총 3문항으로 (a)“내부 관계자의 부도덕한 사건은 A구단이 구단으로서 책임져야 할 일은 아니다.”, (b)“A구단의 업무적 역할을 평가할 때 구단의 역할과 내부 관계자의 부도덕한 사건에 대한 판단은 별개로 구분되어야 한다.”, (c)“내부 관계자와 관련된 사건이 A구단의 업적 평가에 영향을 미치면 안 된다.”로 구성되어있다. 마지막으로 윤리성 결합은 총 2문항으로 (a)“A구단의 내부 관계자 사건은 A구단이 구단으로서 역할을 제대로 하지 않음을 의미한다.” (b)“A구단의 업무적 역할을 평가할 때 내부 관계자의 부도덕 행위 역시 구단 평가 영역에 반영되어야 한다.”와 같이 구성되어있다. 참여자들이 제시된 기사에서 구단의 반응을 본 후 구단을 용서하고 구단을 받아들이는지 의도를 측정하기 위한 문항은 총 5가지로 구성되어 있으며 내용은 다음과 같다. (a)“A구단이

이번 사건을 명확하게 처리하지 못하여 구단의 위상이 떨어진다 해도 나는 구단의 행동을 이해할 수 있다.”, (b)“A구단은 내부 관계자의 부도덕한 행동을 명확하게 처리하지 못하였지만, 나는 A구단을 이해하고 응원한다.”, (c)“A구단의 처신이 아쉽지만 나는 A구단에 긍정적인 감정을 가지고 있다.”, (d)“A구단의 반응과 처분을 이해한다.”, (e)“A구단의 반응과 처분을 신뢰한다.” 주요 종속변인 이외에 기사를 읽은 후 부정적 윤리 감정을 측정하였다. Grappi et al.(2013)의 항목을 사용하였으며 국내 실정에 맞춰 번안하여 사용하였다. 총 3가지 항목으로 (a)“한심하다”, (b)“화가 난다”, (c)“불쾌하다”로 구성되어 있다.

자료처리방법

수집된 자료들은 SPSS 21.0을 이용하여 본 연구의 목적에 따라 전산처리하였다. 구체적인 자료 분석방법은 다음과 같다. 시간조망에 따른 윤리추론과 용서의도의 차이를 알아보기 위해 독립표본의 t-test를 실시하였다. 그리고 가설검증을 위하여 상관관계분석, 단순회귀분석을 실시하였다.

연구결과

변수의 신뢰성 분석

본 연구에서는 사용된 변수들의 신뢰성을 평가하기 위해 Cronbach's alpha값을 구하였다. 이 값을 구하는 것은 연구에 포함된 변수의 내적 일관성을 평가하는 것으로 보통 0.5 이상이면 신뢰성이 있다고 평가한다. 분석결과 종속변인으로 설정한 윤리적 추론의 윤리적 합리화( $\alpha=.76$ ), 윤리성 분리( $\alpha=.78$ ), 윤리성 결합( $\alpha=.76$ )과 용서의도( $\alpha=.88$ ) 모두 유의수준을 충족하였다. 또한 종속변인 외의 조절변인으로 사용된 부정적 윤리 감정( $\alpha=.85$ ) 역시 그 신뢰성이 상당히 높게 나타났다고 할 수 있다.

시간조망에 따른 윤리추론, 용서의도의 차이

가설 1을 검증하기 위하여 독립표본 t-검증을 통하여 각 집단의 차이를 분석하였다. 시간조망에 따른 차이 중 윤리추론과 용서의도 모두 유의한 차이가 나타났다. 윤리추론은 장년층(M=5.03)이 청년층(M=3.59)보다 높은

것으로 나타났으며, 도덕적 분리도 장년층(M=5.09)이 청년층(M=3.33)보다 높은 것으로 나타났다( $p=.000$ ). 도덕적 일치는 장년층(M=2.66)이 청년층(M=5.08)보다 낮은 것으로 나타났다( $p=.000$ ). 마지막으로 용서의도는 장년층(M=4.60)이 청년층(M=3.34)보다 높은 것으로 나타났다( $p=.000$ ). <Figure 3>

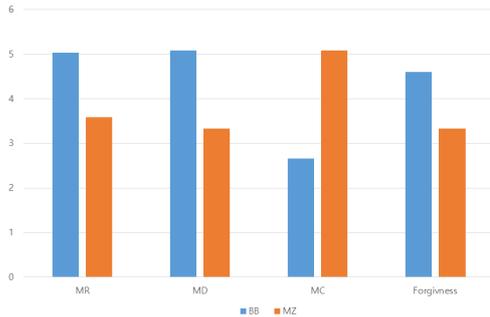


Fig. 3. Moral reasoning and forgiveness levels across age groups

**변인간의 상관관계**

Table 1. The correlation between variables

	1	2	3	4	5
MR	1	.69**	-.71**	.78**	-.69**
MD		1	-.69**	.76**	-.66**
MC			1	-.71**	.68**
Forgiveness				1	-.62**
CAD					1

본 연구를 통해 검정하고자 하는 변수들간의 관련성 정도와 방향을 파악하기 위하여 상관관계분석을 실시하였다. Pearson의 적률상관계수를 산출하여 분석하였으며 요인간의 상관관계는 -1과 +1 사이에 위치하는 것으로 나타나 단변량적 정규성을 보유하는 것으로 확인되었다.

**시간조망이 윤리추론과 용서의도에 미치는 영향**

가설 2를 검증하기 위하여 각 세대를 독립변수로 하고 윤리적 합리화, 윤리성 분리, 윤리성 결합을 종속변수로 하는

회귀분석을 실시하였다. 이 때 각 세대 집단은 더미변수를 사용하여 증장년 집단은 1로, 청년 집단은 0으로 코딩(coding)하였다.

Table 2. Regression results (Reference group=MZ)

Factor		B	SE	$\beta$	t
MR	Constant	3.59	.15		22.98***
		1.43	.22	.491	6.35***
MD	Constant	3.33	.18		18.38***
		1.75	.26	.511	6.69***
MC	Constant	5.09	.15		32.28***
		-2.42	.22	-.687	-10.64***
Forgiveness	Constant	3.34	.15		21.66***
		1.26	.22	.451	5.68***

<Table 2>에서 제시되었듯이, 가설에서 제시된 시간조망의 독립변인은 4개의 종속변인에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 각각의 결과는  $\beta$ 값을 통한 회귀식으로 더미변수의 상대적 영향력을 참조항목과 비교하여 계산( $Y=\beta_0+\beta X$ )되었다. 윤리적 합리화는 23.5%를 설명하며 F값은 40.42이고, 장년층( $Y=5.02$ )이 청년층( $Y=3.59$ )보다 상대적으로 높은 영향( $p<.001$ )을 미쳤다. 윤리성 분리는 25.5%의 설명력을 가지고 있으며 F값은 44.79로 장년층( $Y=5.08$ )이 청년층( $Y=3.33$ )보다 상대적으로 높은 영향( $p<.001$ )을 미치는 것으로 나타났다. 윤리성 결합은 46.7%를 설명하며 F값은 113.29로 장년층( $Y=2.67$ )이 청년층( $Y=5.09$ )보다 상대적으로 낮은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 용서의도는 19.7%를 설명하며 F값은 32.36으로 장년층( $Y=4.60$ )이 청년층( $Y=3.34$ )보다 상대적으로 높은 영향( $p<.001$ )을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 장년층은 청년층에보다 윤리적 합리화, 윤리성 분리, 용서의도가 높게 나타난다는 것을 알 수 있다.

이 결과를 바탕으로 가설 3을 검증하기 위하여 조절회귀분석(Moderated multiple regression)이 아래와 같이 수행되었다. 윤리성 분리에 대한 부정적 윤리 감정의 조절효과를 확인하기 위하여 세대집단과 부정적 윤리 감정의 곱을 통해 조절변인을 생성하였다. 조절변인을 생성하는 과정에서 독립변인과 조절변인(세대집단변인x부정적 윤리 감정

변인)의 다중공선성을 방지하기 위하여 평균 중심화(mean centering)를 사용하였다. 부정적 윤리 감정의 조절효과를 분석하는 회귀모형은 위계적회귀분석을 통해 검증되었다. 본 모형검증에서 위계적회귀분석을 사용한 이유는 조절 변인이 갖는 추가적인 효과를 검증하기 위함이다. 위계적회귀 분석의 첫 번째 블록(block)에는 부정적 윤리 감정이 투입되었고 두 번째 블록에는 집단x부정적 윤리 감정의 두 조절 변인이 투입되었다. 자료분석결과 세대집단x부정적 윤리 감정평가의 조절변인이 통계적으로 유의한 조절효과를 보이는 것으로 나타났다.

1단계 분석에서는 독립변수인 청년층과 조절변수인 부정적 윤리 감정을 포함한 2변수를 독립변수로 하는 회귀분석을 실시하였다. 전체 모형의 설명력은 47%로 높게 나타났고  $p < .05$ 수준에서 통계적으로 유의하였다. 2단계 블록에서는 조절효과를 검증하기 위해서 상호작용효과의 변수인 세대집단과 부정적 윤리 감정의 곱의 상호작용 항을 추가한 회귀분석을 실시하였다. 상호작용항을 투입한 2단계 분석에서 전체 설명력은 56%로 나타났다. 모형설명력의 경우 부정적 윤리 감정이 투입된 1단계 모형보다 상호작용항을 함께 투입한 2단계 모형에서 설명력이 증가( $R^2\text{Change}=.094$ )하였고, 이 변화는 F값의 변화량이 27.505로  $p < .05$ 수준에서 통계적으로 유의미하였다. (Table 3)

Table 3. Moderated Multiple Regression Analyses  
(Reference group=BB)

Factor	1				2			
	B	SE	$\beta$	t	B	SE	$\beta$	t
Constant	1.13	.28		3.96*	1.48	.26		5.54*
CAD	.699	.06	.68	10.67*	.42	.08	.41	5.28*
Group					1.45	.27	.41	5.24*
	F=113.897 Revised R <sup>2</sup> =.47				F=82.586 Revised R <sup>2</sup> =.56			

이러한 결과는 청년층의 윤리추론 과정에서 부정적 윤리 감정이 높아지면 윤리성 결합도 더욱 높아짐을 의미하는 것이다. 따라서 조절변수인 부정적 윤리 감정이 청년층의 윤리추론에 양(+)의 영향을 주는 것으로 나타나 가설 3은 채택되었다.

## 논 의

본 연구는 사회적정서 선택이론을 바탕으로 스포츠 조직의 부도덕한 행위를 접한 대중이 어떤 심리적 기제를 거쳐 윤리적 평가를 하는지를 탐색하고자 하였다. 그 결과 스포츠조직의 부도덕한 행위를 판단하는 기준이 시간조망에 따라 달라질 수 있음을 보여주었다. 자료의 분석결과 독립변수로 투입된 한정적 시간조망과 확장적 시간조망 모두 도덕적 판단인 윤리적 합리화, 윤리성 분리, 윤리성 결합에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 소비자들의 세대 구분에 따른 시간조망의 차이가 다양한 윤리추론형태를 유발하는 것을 실증적으로 밝혀내었다.

본 연구에서는 스포츠조직과 연계된 소비자의 반응 연구에서 자주 다루지 않았던 변인인 소비자들의 윤리적 판단이 고려되었다. 도덕성 평가가 고려된 이유는 스포츠 조직을 향한 도덕적 잣대는 일반 집단보다 엄격하기 때문이다 (Bang & Kim, 2013; Mitroff & Anagnos, 2001). 물론 본 연구의 자료가 실제사건을 바탕으로 수집되지 않았기 때문에 실제로 비도덕적인 상황이 발생하였을 때 만큼의 반응을 추론할 수는 없었지만 본 연구의 결과를 살펴보았을 때, 시간조망에 따른 인식은 윤리성 평가와 용서도도를 예측할 수 있는 기능을 하고 있음을 실증적으로 규명되었다. 따라서 스포츠 조직은 스포츠 조직의 도덕성으로 인한 위기가 발생하였을 때, 시간조망 및 연령대에 따른 차별적인 전략을 구축한다면 부정적인 상황으로 유발될 수 있는 소비자들의 부정적 반응을 완화하는 효과를 기대할 수 있을 것이다.

연구가설의 검증을 통해 본 연구는 다음과 같이 해석할 수 있다. 먼저, 스포츠 조직의 부도덕한 사건을 경험하는 대중들은 각각 개인의 시간조망에 따라 도덕적 반응과 용서도도가 상이하다는 것을 확인할 수 있었다. 이는 Carstensen (1992)의 사회정서적 선택이론이 스포츠 마케팅에 적용될 수 있음을 확인한 의미 있는 결과라 할 수 있다. 특히 본 연구는 SST를 세대(BB vs MZ)에 따라 구분하였다. 기존의 스포츠 조직의 위기와 관련된 연구들이 상황에 따른 커뮤니케이션 전략의 구성에 초점을 맞추었다면, 본 연구는 전략을 실행하는 대상이 구분되어야 함을 명시함과 동시에 그 기준이 세대에 따라 상이하야 함을 실질적으로 제시하였다.

이때 한정적 시간조망을 가진 장년층 소비자는 스포츠 조직의 부도덕한 행동을 경험하였을 때 대상과 행위를 분리하거나 합리화함을 알 수 있었다. 이들은 부정적인 정서보다

긍정적인 정서와 감정을 유지하고자 노력하며, 청년층에 비해 용서 의도가 더 높은 것이 확인되었다. 이는 장년층은 나이가 들면서 삶에 남은 시간을 제한적으로 인식하기에 줄어드는 시간 범위에서 감정적 만족을 성취하는 것을 우선시하여 상황에 대한 판단에 긍정성을 보인다(Barber et al., 2016; Chang et al., 2015)는 선행 연구와 일치하는 연구결과이다. 즉, 한정적 시간조망 소비자에게는 긍정적인 결과와 정서적인 안정을 전달할 방법에 초점을 맞춰야 할 것이다. Isaacowitz, Wadlinger, Goren, & Wilson(2006a)은 장년층은 행복한 표정을 선호하며, 부정적인 감정을 내포할 때 보다 긍정적인 자극에 주의력이 높아진다고 하였다. 이는 장년층을 포함한 한정적 시간조망을 가진 소비자에게 접근하는 방법의 지침이 될 수 있을 것이다. 따라서 한정적 시간조망 소비자들에게는 긍정적인 결과와 정서적인 안정을 전달할 방법에 초점을 맞추는 것이 효율적일 것이다.

반면, 확장적 시간조망을 가진 청년층의 경우 스포츠 조직의 부도덕한 사건에 대해 윤리적 합리화와 윤리성 분리, 용서 의도에 부정적인 영향을 미쳤으며, 윤리성 결합에 긍정적 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 이러한 결과를 통해 확장적 시간조망의 대중들은 물의를 일으킨 대상을 옹호하는 성향이 나타나지 않으며, 직면한 부정적인 상황이 해결될 수 있는 시간이 충분하기 때문에 부정적인 상황을 감수하는 기제를 가지고 있음을 알 수 있다. 이는 사회정서적 선택이론을 바탕으로 연령에 따른 목표의 차이를 확인한 Fung & Carstensen,(2004), Penningroth & Scott(2012)의 연구와 유사한 결과로 확장적 시간조망의 개인은 익숙함보다 새로움을 추구하고 문제의식에 적극적이라는 것을 확인할 수 있다. Isaacowitz, Wadlinger, Goren, & Wilson(2006b)은 앞서 언급된 장년층이 긍정적 자극에 주의가 높다는 내용과 반대의 연구를 진행하였는데, 이를 통해 젊은 층은 두려움의 자극이 표현될 때 선호를 보인다는 것을 확인하였다. 이러한 점을 고려하면 확장적 시간조망 소비자들에게는 감정적인 결과보다는 해결과 목표를 실현하고자 하는 의지를 전달할 수 있는 방법에 초점을 맞추는 것이 효율적일 것이다. 그뿐만 아니라 확장적 시간을 염두에 두어 장기목표를 설정하고 소비자가 현실적으로 판단했을 때 유용 가치가 있음을 지각하게 해야 할 것이다.

한편, 연구가설 3에서는 확장적 시간조망을 가진 청년층은 스포츠 조직의 윤리성 판단을 하는 과정에서 부정적 윤리 감정에 의해 결과가 조절될 것이라는 것을 가정하였다. 연

구결과를 통해 확장적 시간조망을 가진 청년층이 도덕적 판단의 과정에서 부정적 윤리 감정에 따라 조절된다는 것이 밝혀졌다. 하지만 한정적 시간조망의 장년층 집단에서는 부정적 윤리 감정이 도덕적 판단에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 즉, 시간조망에 따라 발생하는 감정이 다르며, 확장적 시간조망을 가지고 있을 때는 편향성이 나타나지 않아 부정적인 감정에 영향을 많이 받는 것(Carstensen, 2006)을 확인할 수 있었다. 이는 Carstensen(1992)과 Gross et al.(1997)이 언급한 사회정서적 선택이론과 감정의 관계와 일치하는 연구결과이다. 즉, 청년층은 장년층보다 부정적인 감정에 주목하며, 부정적 윤리 감정이 도덕적 판단의 기제가 되기도 한다는 것이다. 따라서 연령 차이에 따른 감정의 이해야 필요할 것이다(Carpenter & Yoon, 2015). 한편, Lee & Kwak(2016)은 연구를 통해 도덕적 기준을 벗어난 사건은 소비자의 마음에도 부정적인 감정을 유발하고 이러한 감정은 대상을 평가하는 것에 결정적 역할을 한다는 것을 밝혔는데, 윤리추론전략 중 윤리성 분리에 영향을 미친다고 하여 본 연구와 동일한 결과를 확인할 수 있다. 이를 통해 부정적 윤리 감정은 소비자의 반응을 조절할 수 있음을 확인하였다. 스포츠 조직의 부도덕한 행위에 대한 소비자들의 윤리성 판단이 부정적 윤리 감정에 의하여 조절된다는 것은 대중의 반응을 추론할 수 있는 전략적 정보를 제공할 수 있다. 이는 특정 위기에 대한 대중의 반응이 아무런 연관 없이 발생하는 것이 아니라 특정 감정에 따라 조절됨을 의미한다.

본 연구의 결과는 위기에 대응하는 대중의 반응이 어떠한가에 초점을 맞추었던 기존 연구의 확장 필요성을 확인하였으며 스포츠 조직의 위기에 대한 대중의 반응을 보다 통합적으로 이해하기 위해 노력할 필요가 있음을 의미한다.

## 결론 및 제언

동일한 비윤리적 상황을 접한 소비자의 반응을 다르게 끌어내는 심리적 기제는 무엇인가? 본 연구는 물음에 답하기 위해 사회정서적 선택이론을 소비자 반응에 적용하여 스포츠 조직의 부도덕한 행위에 대한 소비자의 반응과 용서 의도가 시간조망에 따라 미치는 영향을 살펴보았다. 그뿐만 아니라 부정적 윤리 감정이 시간조망에 따른 소비자의 반응에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 하였다. 특히 본 연구에서는 선행연구에서 충분히 다루어 오진 않았지만, 스포츠

조직의 관점에서 다루어져야 할 부정적인 정보에 대한 소비자의 판단을 포함시켜 윤리추론, 용서 의도 및 부정적 윤리 감정이 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것을 실증적으로 규명하였다.

본 연구는 시간조망을 연령에 대한 관점에 기초하여 청년층과 장년층의 판단과 감정에 관한 차이를 탐구하였다. 연구결과 확장적 시간조망의 장년층은 윤리적 합리화, 윤리성 분리, 용서 의도가 한정적 시간조망의 청년층보다 높은 것으로 나타났다. 반면, 윤리성 결합의 경우 확장적 시간조망의 청년층이 높게 나타났다. 이러한 시간조망에 따른 반응은 비윤리적인 행동을 보인 스포츠 조직에 대한 판단에 큰 영향을 미치는 변인으로 확인되었다. 따라서 도덕적 사건으로 위기에 처한 스포츠 조직은 시간조망에 따라 소비자 대응 전략을 수립하는 것이 효과적일 것이다.

또한 본 연구에서는 시간조망에 따른 윤리추론 전략이 소비자가 스포츠 조직의 비윤리적인 행동을 인지하였을 때 유발되는 부정적 윤리 감정에 의하여 조절될 것이라는 가설을 설정하였다. 연구결과 확장적 시간조망의 청년층은 윤리추론의 과정에서 부정적 윤리 감정이 윤리성 결합에 의해 조절됨을 확인하였다. 이는 조직의 비도덕적인 행위가 불러온 위기 상황에서 감정이 부정적인 평가를 조절하는 역할을 할 수 있는 것을 보여주고 있다.

이러한 연구결과는 다음과 같은 이론적·실무적 시사점을 지닌다. 먼저 본 연구결과는 사회정서적 선택이론(Socioemotional Selectivity Theory: SST)이 스포츠 소비자의 판단 기제를 이해할 수 있는 방향성을 제시해주고 있음을 확인하였다. 이는 기존의 위기발생 상황에 어떠한 대응을 해야 하는가에 국한되어 있던 연구를 확장시킨 결과라 할 수 있다. 뿐만 아니라 기존 연구에서는 인구통계학적 변수(예, 20대, 30대, 40대, 50대 등)로 연령을 구분하거나 특정 연령만을 대상으로 하였지만 본 연구에서는 시간조망을 활용한 기준을 통해 베이비붐 세대와 MZ 세대로 세분화하였다. 이는 보다 현실적인 소비자 반응을 확인함에 도움이 될 것이다.

다음으로 스포츠 조직의 비윤리적 상황의 위기가 발생하였을 때 소비자와의 관계 회복을 위해 조직이 어떠한 기준으로 대응해야 하는지에 대한 정보를 제공한다는 점에서 의미가 있다. 사회정서적 선택이론(SST)은 소비자가 어떠한 심리적 기제로 윤리추론을 하는지에 대한 정보를 제공할 수 있다. 따라서 스포츠 조직의 특정한 위기상황이 발생하였을

때 부정적 영향의 정도를 감소시킬 수 있는 대응의 기준 역할을 할 수 있음을 확인하였다는 점에서 의미가 있다.

한편, 본 연구는 다음과 같은 제한점을 지닌다. 첫째, 본 연구에서는 사회정서적 선택이론을 바탕으로 스포츠조직의 위기상황에 대한 대중의 반응과 부정적 윤리 감정의 관계를 규명하고자 하였다. 본 연구는 스포츠 조직의 내부 상황을 중심으로 분석하였으나 외에도 대중의 평가에 영향을 미칠 수 있는 위기상황이 있을 수 있다. 따라서 대중의 반응에 영향을 미칠 수 있는 스포츠 조직의 상황에 대한 추가적인 후속 연구가 요구된다. 둘째, 본 연구에서는 부정적 윤리 감정에 대한 감정만 확인하였을 뿐 다른 변인은 고려되지 않았다. 하지만 선행연구에서 측정된 결과를 보았을 때, 부정적 윤리 감정 외에도 소비자의 윤리추론 전략에 영향을 줄 수 있는 다양한 변인들이 존재한다. 예를 들어 종목 관여도, 팀 동일시, 사건 관여도 등은 이미 사전 연구에서 의미 있는 선행변인으로 파악이 되었다. 따라서 향후 연구에서는 본 연구에서 사용된 변인들보다 다양한 변인들을 포함하여 검증하는 것이 필요하다. 마지막으로 시간조망에 따른 분류를 동일한 세대 안에서 할 필요가 있다. 따라서 추후 연구에서는 동일한 세대를 시간조망에 따라 다시 2개 이상의 집단으로 세분화하여 각 집단의 차이와 유사점을 파악해 볼 필요가 있다.

## 참고문헌

- Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. V., & Pastorelli, C. (1996). Mechanisms of moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Personality and Social Psychology, 71*(2), 364.
- Bang, S. W., & Hwang, S. H. (2016). Crisis types in sport organizations and the effects of crisis communication strategy: The moderating role of CSR. *Korean Journal of Sport Management, 21*(3), 33-50.
- Bang, S. W., & Hwang, S. H. (2018). Effective crisis response communication strategy for the match-fixing case related to professional sports league. *Journal of Korean Society of Sport Policy, 15*(3), 79-97.
- Bang, S. W., & Kim, K. H. (2013). Conceptualization of crisis and development of its classification scheme in sport

- organizations. *Korean Journal of Sport Management*, 18(4), 85-99.
- Barber, S. J., Opitz, P. C., Martins, B., Sakaki, M., & Mather, M. (2016). Thinking about a limited future enhances the positivity of younger and older adults' recall: Support for socioemotional selectivity theory. *Memory & Cognition*, 44(6), 869-882.
- Bhattacharjee, A., Berman, J. Z., & Reed, A. (2013). Tip of the hat, wag of the finger: How moral decoupling enables consumers to admire and admonish. *Journal of Consumer Research*, 39(6), 1167-1184.
- Carpenter, S. M., & Yoon, C. (2015). Aging and consumer decision making. *Aging and Decision Making*, 351-370.
- Carstensen, L. L. (1992). Social and emotional patterns in adulthood: support for socioemotional selectivity theory. *Psychology and Aging*, 7(3), 331.
- Carstensen, L. L. (2006). The influence of a sense of time on human development. *Science*, 312(5782), 1913-1915.
- Chang, P. F., Choi, Y. H., Bazarova, N. N., & Löckenhoff, C. E. (2015). Age differences in online social networking: Extending socioemotional selectivity theory to social network sites. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), 221-239.
- Chien, P. M., Kelly, S. J., & Weeks, C. S. (2016). Sport scandal and sponsorship decisions: Team identification matters. *Journal of Sport Management*, 30(5), 490-505.
- Cho, H. S., Lee, D. H., Koh, D. Y., & Kim, S. M. (2017). The analysis of characteristics and consumption pattern of each generation: Focuses on the post-baby boom generation. *Korea Institute for Industrial Economics and Trade*. Sejong.
- Choi, M. K., Lee, J. S., & Jeong, Y. J. (2020). Sport consumption behavior of baby boomers: Using MMAT for systematic review. *Korean Journal of Sport Management*, 25(6), 63-80.
- Coombs, W. T. (1998). An analytic framework for crisis situations: Better responses from a better understanding of the situation. *Journal of Public Relations Research*, 10(3), 177-191.
- Coombs, W. T. (2000). Designing post-crisis messages: Lessons for crisis response strategies. *Review of Business*, 21(3/4), 37.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: Initial tests of the situational crisis communication theory. *Management Communication Quarterly*, 16(2), 165-186.
- Fincham, F. D., Jackson, H., & Beach, S. R. (2005). Transgression severity and forgiveness: Different moderators for objective and subjective severity. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(6), 860-875.
- Fredrickson, B. L., & Carstensen, L. L. (1990). Choosing social partners: How old age and anticipated endings make people more selective. *Psychology and Aging*, 5(3), 335.
- Fung, H. H., & Carstensen, L. L. (2004). Motivational changes in response to blocked goals and foreshortened time: Testing alternatives to socioemotional selectivity theory. *Psychology and Aging*, 19(1), 68.
- Funk, D. C., & James, J. D. (2004). The fan attitude network (FAN) model: Exploring attitude formation and change among sport consumers. *Sport Management Review*, 7(1), 1-26.
- Grappi, S., Romani, S., & Bagozzi, R.P. (2013). Consumer response to corporate irresponsible behavior: Moral emotions and virtues. *Journal of Business Research*, 66, 1814-1821.
- Gross, J. J., Carstensen, L. L., Pasupathi, M., Tsai, J., Götestam Skorpen, C., & Hsu, A. Y. (1997). Emotion and aging: Experience, expression, and control. *Psychology and Aging*, 12(4), 590.
- Haidt, J. (2003). The moral emotions. In R.J. Davidson, K.R. Scherer, & H.H. Goldsmith (Eds.), *Handbook of affective sciences* (pp. 852 - 870). Oxford, England: Oxford University Press.
- Isaacowitz, D. M., Wadlinger, H. A., Goren, D., & Wilson, H. R. (2006a). Is there an age-related positivity effect in visual attention? A comparison of two methodologies. *Emotion*, 6(3), 511.
- Isaacowitz, D. M., Wadlinger, H. A., Goren, D., & Wilson, H. R. (2006b). Selective preference in visual fixation away from negative images in old age? An eye-tracking study. *Psychology and Aging*, 21(1), 40.
- Izard, C. E. (1977). Differential emotions theory. In *Human Emotions* (pp. 43-66). Springer, Boston, MA.
- Jain, S. S., & Lee, J. S. (2020). Allegations of sexual misconduct: A view from the observation deck of power

- distance belief. *Journal of Business Ethics*, 1-20.
- Kim, Y. S., Bang, S. W., & Kim, K. H. (2016). Communication strategies of sport organizations for crisis response to negative publicity. *Korean Journal of Sport Management*, 21(4), 21-36.
- Koo, B. U., Won, D. C., & Lim, C. H. (2017). Crisis communication strategies of professional baseball teams: Focusing on message appeal type and message delivery method. *Korean Journal of Sport Science*, 28(3), 608-622.
- Lee, J. H., & Kim, H. H. (2014). The crisis management of the sports players and teams through SNS apology message. *Korean Journal of Sport Management*, 19(3), 103-120.
- Lee, J. S., & Kwak, D. H. (2016). Consumers' responses to public figures' transgression: Moral reasoning strategies and implications for endorsed brands. *Journal of Business Ethics*, 137(1), 101-113.
- Lee, J. S., & Kwak, D. H. (2017). Can winning take care of everything? A longitudinal assessment of post-transgression actions on repairing trust in an athlete endorser. *Sport Management Review*, 20(3), 261-272.
- Lee, J. S., Kwak, D. H., & Bagozzi, R. (2020). Cultural cognition and athlete scandal: Impact of consumer information processing mode on moral judgment in the endorsement context. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.029>
- Lee, J. S., Kwak, D. H., & Braunstein-Minkove, J. R. (2016). Coping with athlete endorsers' immoral behavior: Roles of athlete identification and moral emotions on moral reasoning strategies. *Journal of Sport Management*, 30(2), 176-191.
- Lee, J. S., Kwak, D. H., & Moore, D. (2015). Athletes' transgressions and sponsor evaluations: A focus on consumers' moral reasoning strategies. *Journal of Sport Management*, 29(6), 672-687.
- Mitroff, I. I. (2000). *Managing crises before they happen: What every executive and manager needs to know about crisis management*. AMACOM/American Management Association.
- Nuttin, J. (2014). *Future time perspective and motivation: Theory and research method*. Psychology Press.
- Penningroth, S. L., & Scott, W. D. (2012). Age-related differences in goals: Testing predictions from selection, optimization, and compensation theory and socioemotional selectivity theory. *The International Journal of Aging and Human Development*, 74(2), 87-111.
- Pham, M. T. (2007). Emotion and rationality: A critical review and interpretation of empirical evidence. *Review of General Psychology*, 11(2), 155-178.
- Shin, S. Y., Cho, K. M., & Kim, B. B. (2014). Crisis communication strategies in professional sports organization. *Korean Journal of Sport Management*, 19(2), 53-70
- Slack, T., & Parent, M. M. (2006). *Understanding sport organizations: The application of organization theory*. Human Kinetics.
- Vila, G. G. O. (2019). *Reflecting on life while confronting mortality: How the fear of death influences forgiveness* (Doctoral dissertation, University of Hawai'i at Manoa).
- Westbrook, R. A. (1987). Product/consumption-based affective responses and postpurchase processes. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 258-270.
- Yang, S. H. (2019). Crisis communication strategies in the media coverage of two Korean baseball players' drunk driving accidents. *Korean Journal of Sport Management*, 24(5), 1-17.
- Yang, S. H., & Kang, J. H. (2019). Crisis communication strategies of professional sport clubs : A case study of baseball umpire money transaction scandal by big data analytics tools. *Korean Journal of Sport Management*, 24(2), 15-31.

## 스포츠 소비자의 시간조망과 윤리 감정이 스포츠 조직의 윤리성 판단에 미치는 영향

최명경<sup>1</sup>, 이준성<sup>2</sup>

<sup>1</sup>연세대학교 학생

<sup>2</sup>연세대학교 교수

[목적] 본 연구는 사회정서적 선택이론을 적용하여 스포츠 조직의 부도덕한 행위에 대한 소비자의 반응이 시간조망에 따라 어떻게 달라지는지를 실증적으로 증명하고자 하였다. [방법] 실험을 통한 총 129부(베이비붐 세대: 62, MZ 세대: 67명)의 설문지가 자료 분석에 사용되었으며, 특정 조직의 부도덕한 행동을 조작하는 시나리오를 베이비붐 세대와 MZ 세대로 나누어 자료를 구하였다. 집단의 일반적 특성에 따른 인식 차이를 알아보기 위해 독립표본의 T-test를 실시하였고, 가설검증을 위해 상관분석, 다중회귀분석을 실시하였다. [결과] 시간조망에 따라 윤리추론과 용서외도에서 유의한 차이를 보였다. 베이비붐 세대그룹은 MZ 세대그룹에 비해 윤리적 합리화, 윤리성 분리 그리고 용서외도가 높은 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 윤리성결합은 낮은 영향을 미치는 것을 확인하였다. 또한, 확장적 시간조망의 MZ 세대 그룹이 윤리성 결합에 미치는 영향력은 부정적 윤리 감정에 따라 조절됨을 알 수 있다. [결론] 본 연구 결과 시간조망은 소비자의 판단과 밀접한 관계를 맺고 있음을 확인하였다. 따라서 스포츠 조직은 예상치 못한 위기의 상황에서 효율적 대응 형성을 위해서는 시간조망에 따른 전략을 구축할 필요가 있다.

**주요어:** 소비자 윤리추론, 사회정서적 선택이론, 시간조망, 부정적 윤리 감정, 스포츠 조직