영화를 이용한 기업윤리와 CSR 교육 방법의 효과[1)]

권 석 균[2)]

기업윤리와 CSR 교육의 중요성이 강조되고 있지만 이 교육의 효과에 대해서는 논란이 있다. 학습자의 기업의 윤리 및 사회책임에 관련된 태도와 의사결정 기준 등에 실제로 영향을 미칠 것인지가 중요하기 때문이다. 영화를 통한 교육이 이러한 효과를 낼 수 있을 것으로 기대하였다. 영화매체 특유의 생생함과 강한 시각적 효과에 따른 임팩트가 클 것이기 때문이다.

본고에서는 영화를 교육자재로 이용하여 기업윤리와 CSR 교육이 학습자의 기업윤리와 CSR에 대한 적극적 태도에 영향을 미치는지를 통계적 및 정성적 분석으로 탐색적 연구를 하였다. 한 학기동안 총 7편의 영화를 보고 이에 대해 팀토론과 전체토론으로 다양한 논의를 이끌어내도록 하였다. 그리하여 영화교육의 효과에 대한 학생들의 반응은 매우 긍정적으로 나타났다. 그리고 영화교육의 효과가 학생들의 기업윤리와 CSR 지향태도에 유의한 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 반면에 개인차 변수로 채택된 윤리이상주의와 윤리상대주의는 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이에 개인의 윤리관련 내재적 가치보다 교육의 효과가 더 중요함을 확인할 수 있었다. 한편 영화교육의 몰입적인 특성으로 인하여 일부 부작용이 나타나기도 하였다. 효과적인 교육방식을 지속적으로 탐색해야 할 필요가 있다.

핵심어 : 기업윤리 교육, CSR 교육, 영화교육 효과성, 기업윤리/CSR 지향태도, 윤리이상주의, 윤리상대주의

* 논문투고일: 2018년 10월 10일 논문수정완료일: 2018년 11월 30일 논문게재확정일: 2018년 12월 3일
1) 이 논문은 2017년도 한국외국어대학교 학술연구비 지원을 받았음.
2) 한국외국어대학교 경영대학 교수, skk@hufs.ac.kr, 제1저자

Ⅰ. 서 론

기업의 윤리와 사회적 책임에 대한 교육은 오늘날 경영대학에서 중요성이 계속 커지고 있다. 2002년 엔론 사태와 2008년 글로벌 금융위기 이래 기업에 대한 사회적 비판이 커짐에 따라 경영학도들에게 윤리적 관점과 사회책임 의식을 고양시키고자 하는 목적에서이다. 또한 새로운 자본주의 논쟁으로 기업의 사회적 역할에 대한 근본적인 문제제기가 이뤄진 데 대한 반응이기도 하다(유태영·권석균, 2013; 정재호·장하성, 2013). 새로운 시대에 요구되는 가치를 경영교육에서 담아낼 필요가 크기 때문이다. 그리하여 미국의 주요 비즈니스스쿨에서 이미 필수과목 또는 핵심과목으로 지정하는 추세에 있고(Christensen, Peirce, Hartman, Hoffman, and Carrier, 2007), 비즈니스스쿨 경영교육의 대표적 인증기관인 AACSB에서도 기업윤리 교육의 양적 및 질적 수준을 주요한 인증기준으로 삼고 있다(AACSB International, 2013). 이러한 시대적 추세에 더하여 우리나라의 기업에서 윤리적 이슈가 빈번하게 발생하는 점에 비춰볼 때 기업의 윤리와 사회적 책임에 관한 경영교육의 필요성이 더욱 크다. 국내 경영교육인증기관에서도 '사회에 대한 윤리적 책임'을 학습목표의 중요한 기준으로 삼고 있다(한국경영교육인증원, 2018).

이처럼 기업의 윤리와 사회책임에 대한 경영교육이 중요해졌음에도 불구하고 교육 효과가 있는지에 대한 논란이 있다. 이 교육이 경영학도들에게 유용한 것인가에 대한 의문이 제기되는 것이다. 교육 효과성에 대한 논쟁이 벌어지는 이유는 무엇일까 그 이유는 이 교과목에서의 학습목표가 지식습득 자체보다는 윤리적 태도를 형성해주고 향후 기업현장에서 의사결정과 행동에 영향을 미치는 것에 두어야 하기 때문이다(Waples, Antes, Murphy, Connelly, and Mumford, 2009; Wynd and Mager, 1989). 즉, 학습자에게 기업윤리와 CSR에 대한 다양한 지식적 기반을 주어야 하지만 나아가서 윤리적 각성을 높이고 윤리적 기준을 내재화 할 수 있을 정도의 임팩트가 있어야 한다. 그리하여 추후 산업현장에서 윤리적 상황에 봉착하게 되었을 때 강화된 윤리적 기준이 실제 의사결정에 적용될 수 있어야 한다(Glenn, 1992). 이로써 교육 효과가 큰 방법을 모색할 필요가 있다.

본 연구에서는 기업윤리와 CSR 교육에 영화를 이용하여 교육효과를 높이고자 하였다. 기업의 윤리와 사회적 책임은 복잡성을 가진 주제인 만큼 이론중심의 기계적인 주입식 강의의 한계를 극복하고자 이슈중심 강의 또는 사례 연구에 노력을 기울여온 것도 사실이다. 이에 영화를 교육자원으로 활용하면 더 생동감 있는 교육을 할 수 있을 것이다. 인지적 교육에 치우친 기존의 교육에 비해 감동과 감성자극의 영화교육은 기업윤리와 CSR 교육에 더 적합한 도구일 수 있다. 우선 영화는 학습자에게 흥미를 유발할 수 있다. 학생들은 이론과 개념이 실제로 적용되는 모습을 볼 수 있고, 이로써 흥미로운 장면과 이론의 적용성이 만나게 된다. 영화는 인지적 이해와 감정적 경험을 함께 제공해 준다. 그것은 인지학습에만 의존하는 좌뇌 편향 교육의 한계를 극복하고 감성과 창의를 촉발하여 더욱 풍부한

이해를 만들어 줄 수 있다. 나아가서 인지와 정서의 결합으로 태도 변화를 이끌어낼 수 있을 것이다.

본 연구를 위해 한 학기 동안 진행되는 정규과목에서 영화를 이용하여 기업의 (비)윤리적 이슈와 파급효과, 기업의 사회적 책임에 관련한 기업 행태 등을 생생하게 보고 느낄 수 있도록 유도하였다. 영화 감상 후 팀 토론과 클래스 토의 등으로 학생들의 몰입을 유도하였다. 아울러 영화 속 윤리 및 CSR의 이슈와 논점을 중간시험과 기말시험에 반영하여 관여도를 높였다. 이로써 영화교육에 적극 관여한 학생들이 윤리적 태도와 사회책임 의식을 더 높게 갖는지를 확인해보았다.

Ⅱ. 본 론

1. 영화를 이용한 기업윤리와 사회책임 교육

기업윤리와 사회책임에 관한 교육은 경영에 관한 원칙이나 기술적 지식의 습득에 치우친 대부분의 경영 교과목과는 확연히 다른 학습목표를 갖고 있다. 따라서 기업윤리와 CSR 교과목의 도입만으로 의도한 교육 효과가 보장되는 것이 아니다. 이에 교육 효과성 논쟁이 발생하는 것이다. 기업윤리 교육프로그램 25개에 대한 메타분석을 시행한 연구에 따르면 윤리적 지각, 행동 및 각성에 대한 기업윤리 교육의 효과는 기대한 바에 미치지 못하였고 전체적으로 보면 미미한 수준이었다(Waples, et al., 2009). 단지 교육의 내용(content)과 방법(method)에 따른 조절효과가 유의하게 나타나서 교육설계가 매우 중요함을 알 수 있었다(Waples, et al., 2009). 또 다른 연구에서도 기업윤리 교육의 효과는 유의하지 않았지만 성별에 따라서 상반된 효과가 나타나는 특이한 조절효과를 볼 수 있었다(Wang and Calvano, 2014). 반면에 최근의 실험 연구에서는 기업윤리 교육이 학부 학생들의 윤리적 태도의 변화를 이끌어내고 있었는데 도덕적 효능감(moral efficacy), 도덕적 용기(moral courage), 도덕적 의미감(meaningfulness) 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다(May, Luth, and Schwoerer, 2014). 이처럼 혼재된 결과가 나타나고 있어서 교육의 내용과 방법에서 다양한 접근을 통해 효과성을 높이기 위한 노력이 필요함을 알 수 있다.

기업윤리와 CSR 교육은 국내에서도 아직 잘 정리된 지침이나 공감대가 부족하다. 교육의 내용과 방법에 대한 연구가 필요한 이유이다. 특히 일반적인 주입형 교육에 주로 치우친 우리 교육에서 태도와 가치관 변화를 이끌어 내는 데는 한계가 있다. 이에 교육 효과성을 높이기 위해 보다 큰 임팩트를 주는 교육방법이 고려될 필요가 있다. 영화를 이용한 교육은 이러한 효과를 만들어 줄 것으로 기대된다. 영화가 경영교육의 자원으로 활용된 예는 다양하다. 이미 리더십(Billsberry and Edwards, 2008; Edwards, Schedlitzki, Ward, and

Wood, 2015; Warner, 2007), 창의성과 비판적 사고(Macy and Terry, 2008; Proctor, 1993), 의사소통(Proctor and Adler, 1991), 협상(박헌준·Champoux·김상준, 2004), 다양성 경영(Bumpus, 2005), 기업문화(Mallinger and Rossy, 2003), 재무경제학(Kish-Goodling, 1998) 등 여러 주제에 적용되었다.

영화교육의 효과는 먼저 예술을 이용한 교육의 효과에서 비롯되는데, 그 가장 큰 효과는 이른바 능동학습(active learning)을 유발할 수 있다는 것이다. 능동학습이란 학습자들이 학습과정에서 적극적 참여와 관여도를 높여서 학습효과를 높이는 것이다(Bonwell and Eison, 1991). 이는 단순히 수동적 듣기에 그치는 교육과는 다르다. 능동학습을 위한 도구는 다양하다. 역할연기, 프로젝트방법, 집단작업, 팀토론 등부터 예술적 도구를 이용한 방법에 이르기까지 다양하다. 특히 예술은 학습자의 창의성을 촉발하고 풍부한 논의를 불러일으키는 효과가 크다(권석균, 2015). 예술이 심층 내면의 감정과 사고를 불러일으키는 작용을 하기 때문이다. 예술은 인지적 및 감성적 자극을 동시에 활성화하여 전뇌활동을 돕는다. 이에 학습에서 피동성을 쉽게 극복할 수 있게 된다.

예술 중에서 공연예술과 영화는 특히 시각적 효과와 스토리텔링을 결합하여 단순한 시각이미지의 자극을 뛰어넘는 오감의 자극을 이끈다. 이에 학습 주제를 다각적으로 보고 이해하고 해석하는 과정을 촉발할 수 있다. 예술 특유의 은유는 기업의 윤리와 사회책임의 모호성과 복잡성을 상징화하여 풍부한 논의의 장으로 이끌어줄 수 있다. 특히 영화는 시각적 효과를 극대화 해줄 뿐만 아니라 스토리텔링의 재미와 기억강화 효과를 극적으로 높여준다. 시각적 장치는 신세대 학생들이 더 효과적으로 학습할 수 있게 도와준다(Harrington and Griffin, 1990). 스토리텔링을 통한 극적 구성의 효과는 긴장도와 몰입도를 높여주기에 시각교육의 효과와 결합되어 증폭될 것으로 본다.

종합예술이라 일컬어지는 영화는 그 강렬함으로 인하여 은유적 효과가 상쇄될 수도 있겠지만 영화 속 극적 상황은 흥분과 긴장을 준다. 영화교육법은 윤리이론의 지루함을 이겨내고 흥미를 유발하며, 특히 시각적 이미지로 관련 이론과 현상을 각인시켜주는 효과가 있다. 또한 추상화된 이론이나 논리만으로 설명과 설득이 어려운 경우에도 영화는 좋은 교육자원이 될 수 있다. 예를 들어 영화를 통해 교차문화 이슈의 복잡성과 미묘함(subtleties)을 이해시키는데 효과적일 수 있다(Mallinger and Rossy, 2003). 언어적 표현으로만 전달하기에는 한계가 있기 때문이다.

한편 윤리학자들은 감정을 개입시키고 등장인물에 사적 연관성을 만들어주는 영화와 같은 매체의 윤리교육에의 효과성에 회의적이다. 기본적으로는 너무 몰입적인 방식에 저항적이다(Marshall, 2003). 윤리에 감정이 개입되면 비윤리적 행위나 상황에 대해 무감각해지거나 외면하게 되고 또는 무조건적 비판으로 흐르게 되어서 판단 기준을 쉽게 잃어버릴 수 있기 때문이다.

그러나 영화교육은 지루하기 쉬운 경제과목이나 경영과목에서 현상에 대한 이해를 높여

줄 뿐 아니라 스토리와 시각적 이미지로 인해 오래 기억케 해주는 효과가 있다(Macy and Terry, 2008). 기업윤리와 기업-사회간 관계에 대한 풍부한 논의와 규범적 판단을 이끄는 데는 학습자의 능동학습이 필수적이기 때문이다. 박헌준·Champoux·김상준(2004)은 영화를 통한 경영교육이 영상언어로 표현되는 대상과 자아와의 거리를 최소화 해주고 이에 몰입을 만들어 주는 효과가 있다고 본다. 또한 추상적 이론과 개념이 영상매체에 의해 시각화 되어 학습자의 수용성을 높여준다는 것이다.

영화 활용의 방법으로 분석적 방법과 종합적 방법이 있다. 영화를 동한 협상교육에서 박헌준·Champoux·김상준(2004)은 영화 속 사례(scene)를 협상의 원칙들에 하나씩 적용하여 분석하는 방법을 썼다. 이로써 협상 원칙이 어떻게 적용되는지를 시각적으로 잘 대비되는 상황으로 두 개의 영화 속 씬을 비교하였다. 이러한 방법은 분석적이다. 영화를 관련 씬으로 나누어서 검토하는 것이다. 이는 토론을 구체화시켜주는 효과가 있다. 그러나 그 내용을 오래도록 기억할 수 있을까하는 의문이 든다. 스틸컷의 화면이 주는 2차원적인 느낌이 3차원의 동적인 영화의 효과를 감퇴시킬 것이기 때문이다. 또한 학습주제와 연관시켜 구체적으로 해석해주는 덧붙임의 설명을 듣기 전까지는 정서적 및 직관적 촉발이 안 된 상태이어서 전체적으로 높은 몰입을 이끌어내기가 어려울 수 있다.

이에 본 연구에서는 영화 전편에 걸친 내용 속에서 윤리 및 사회책임 이슈를 종합적으로 찾아내고, 판단하고, 토론하고, 각자의 견해를 정리해보는 방법을 채용하였다. 윤리적 이슈가 한번의 스틸 컷으로 판단되기 보다는 전후 맥락(배경조건) 속에서 내려지는 반복적 의사결정과 사후적 결과에 의한 판단을 요구하는 것이기 때문이다.

영화의 선정은 한학기의 교과목 내용과 수업 일정에 따라 해당 주간의 논제에 맞게 이뤄졌다. 수업 초반부에는 윤리철학과 윤리적 관점과 기준에 해당하는 교육이 진행되었고, 이에 삶과 죽음에 관한 보편윤리와 인간의 기본적 권리에 관련된 영화를 2편 선정하였다. 이후 수업은 자본주의의 윤리성에 관한 논쟁을 시작으로 그 속에서 기업의 의무와 역할 등에 관한 내용으로 구성되었다. 이에 자본주의 발전과정에서의 (비)윤리성에 관련된 영화와 기업의 모럴해저드, 구조조정 등 윤리와 CSR 관련 영화를 3편 선정하였다. 마지막으로 윤리적 행동에 관련된 내부고발 및 상황적 압력에 관한 영화를 2편 선정하였다. 이로써 총 7편의 영화가 교육자료로 활용되었다.

학생들은 해당 주간의 수업 이전에 각자 영화를 시청한 후에 수업에 임하도록 하였다. 이후 수업에서 팀 토론시간을 20분 정도 주었고, 무작위로 팀별 의견을 듣는 자유토론의 시간을 15분 정도 가졌다. 별도의 레포트를 제출하지는 않았으며, 중간고사 및 기말고사 시험에 기업윤리 및 CSR 이슈와 관련 영화를 연결시킨 문제를 출제하였다. 이로써 실제로 학생들에게 영화접근법이 본 수업의 중요한 교육방법이라는 것을 인식하게 해주었다.

영화의 구성을 국가별로 보면 미국영화 4편, 프랑스, 스페인, 한국 영화 각 1편이다. 2주차 수업부터 영화의 개략적인 소개와 함께 논의 주제와 이슈를 알려주었다. 이에 학생들은

각자 다음 주 수업 전에 해당 영화를 보고 수업에서의 토론을 준비하였다. 영화는 시험주간을 피하고 1-2주 간격으로 한편씩 소개 되었다. 전체 영화 리스트와 관련 논의 주제는 아래와 같다.

<표 1> 보편윤리, 기업윤리, 사회책임 관련 영화 리스트

영화	논의 주제	수업토론
아무르	사랑과 죽음, 살인과 동의(consent), 윤리의 의무론과 결과론	3주차
씨 인사이드	죽음의 선택(안락사)의 권리, 인간의 기본권과 의무로서 삶	4주차
위대한 개츠비	초기자본주의 비윤리성, 도덕적 추론과 발전단계, 사회규범	6주차
영화 주제관련 수업토론 내용을 중간고사 시험에 출제		8주차
더 컴퍼니 맨	신자유주의, 주주중심경영과 구조조정, 고용과 삶	10주차
마진 콜	금융자본주의. 자본시장 윤리와 모럴해저드	11주차
제보자	내부고발자의 윤리적 동기와 행위, 사회적 압력과 애국심	13주차
더 인사이더	내부고발자의 윤리적 동기와 행위, 상황 압박과 윤리행동	14주차
영화 주제관련 수업토론 내용을 기말고사 시험에 출제		16주차

2. 영화교육의 효과에 대한 실증 가설

이하에서는 영화교육의 효과성을 탐색해보기 위한 가설을 제시하고자 한다.

첫 번째 질문은 영화교육법의 효과가 학생들의 기업윤리의식을 강화하고 CSR에 대한 긍정적 태도를 형성시켜줄 것인가이다. 그런데 기업윤리와 CSR 교육이 실제 윤리적 태도와 의사결정 기준에 유효한 영향을 미친다는 결과(Glenn, 1992)와 유효한 영향이 없다는 결과(Wynd and Mager, 1989)가 혼재되어 있고, 성별에 따라 서로 다르다는 결과(Wang and Calvano, 2015)까지 나오고 있다. 기업윤리 교육의 효과성은 학습자에게 윤리적 각성과 민감성(ethical awareness and sensitivity)을 일깨워주느냐에 달려있다(McDonald and Donleavy, 1995). 이에 윤리와 책임을 다루는 영화는 이러한 효과를 높여주는 도구이어서(Berger and Pratt, 1998) 윤리적 태도와 의사결정 기준에 유의한 영향을 미칠 수 있을 것으로 기대된다.

영화를 통한 기업윤리와 CSR 교육의 효과에 대한 엄격한 검증은 통제집단을 설정하고 실험연구 등을 통해 규명해야 할 것이나 본고에서는 학습자들의 인식을 중심으로 자기보고형 설문으로 교육적 효과를 검증해보기로 한다. 이에 학습자들에게 직접 영화교육법이 효과적이었는지를 묻고 이에 응답한 정도가 그들의 기업윤리/CSR 지향성에 미치는 영향을 살펴보았다. 그 이유는 영화교육에 대한 수용의 정도가 학습자 마다 각자 다를 것이고 이 차이가 교육효과에도 다르게 영향을 미친다면 해당 교육법이 효과가 있는 것으로 볼

수 있기 때문이다. 이에 영화에 의한 교육의 효과가 크게 인식된 학습자일수록 기업윤리와 CSR에 대한 적극적 태도, 즉 기업윤리/CSR 지향태도가 더 높을 것으로 기대하였다.

가설 1. 영화교육 효과를 크게 인식한 학습자일수록 기업윤리/CSR 지향태도가 더 높을 것이다.

두 번째 질문은 기업윤리와 CSR 지향태도가 개인차 변수에 의해 영향을 받을지에 대한 것이다. 이에 가장 직접적으로 영향을 미치는 개인특성으로서 윤리가치관 또는 윤리이념성향(ethical ideology)을 들 수 있다. 이에는 윤리이상주의(ethical idealism)와 윤리상대주의(ethical relativism)가 있다.

윤리이상주의는 타인에 대한 진정한 관심을 갖고 절대로 피해를 끼치지 않는 행동만을 하는 정도를 의미한다(Forsyth, 1992). 윤리이상주의자는 도덕적 행동에 의해서만 바람직한 결과를 얻을 수 있다고 보는 낙관적 가정을 갖고 있다(Henle, Giacalone and Jurkiewiczet, 2005). 이들은 칸트의 정언명령(categorical imperative)을 행동기준으로 채택하는 경향을 보인다. 이로써 기업 경영의 결과(성과)에 관계없이 보편적 윤리 기준에 따른 의사결정과 행동선택이 우선되어야 한다고 보는 것이다. 엄격한 기업윤리 기준과 더불어 기업의 사회적 책임에 대해서도 적극적 역할을 요구하는 경향을 보이게 된다. 확장된 윤리의식의 실천행동이 결과로서의 선과 공리에 우선하기 때문이다.

윤리상대주의는 의사결정과 행동의 선택에서 보편적 도덕 기준을 부정하고 각각의 고유한 상황 여건에 비중을 두는 것이다(Forsyth, 1992). 윤리상대주의자는 행동의 결과(consequences)에 더 민감하고 절대적 기준보다는 더 좋은 결과를 얻을 수 있는 대안을 선택하는 경향을 보인다(Kolodinsky, Madden, Zisk, and Henkel, 2010). 일반적으로 상대주의자는 타인의 배려에 부의 관계를 가지거나, 낮은 수준의 공감을 보여주고 윤리적 민감성이 떨어지는 것으로 보여진다(Sparks and Hunt, 1988; Davis, Anderson, and Curtis, 2001). 여러 선행연구에서는 윤리상대주의가 윤리적 의식과 사회책임 인식에 부정적 관계를 보여주고(Etheredge, 1999; Park, 2005; Singhapakdi, Vitell, Rallapalli, and Kraft, 1996) 있고, 윤리적 판단이 약한 것으로(Singhapakdi, et al., 1996) 나타나고 있다. 또한 이들 연구에서 윤리적 이상주의자는 반대의 경향을 보여주고 있다. 분명 상대주의자가 비윤리적 행위자는 아니다. 그러나 보편적 원칙 보다는 윤리적 상황 특성을 평가하고 여러 대안들을 검토하여 가장 바람직한 결과를 추구한다는 점에서 기업의 사회적 역할이 과연 바람직한 대안인지에 대해 유보적 입장을 취하는 경우가 많을 수 있다. 기업의 활동이 가져올 결과에 더 비중을 두기 때문에 과정의 정당성을 희생하는 선택을 할 수 있다.

이상에서와 같이 윤리적 이념지향은 기업윤리/CSR에 대한 태도에 유의한 관련성을 가질 것이다. 구체적으로는 윤리이상주의자는 높은 수준의 기업윤리/CSR 지향태도를 보일

것이고, 윤리상대주의자는 낮은 수준을 보여줄 것이다.

가설 2. 윤리이상주의는 기업윤리/CSR 지향태도와 정의 관계를, 윤리상대주의는 부의 관계를 가질 것이다.

이에 더하여 조절적 효과를 기대할 수 있다. 영화교육의 효과성이 기업윤리/CSR 지향태도에 미치는 긍정적 영향은 윤리이상주의가 높을수록 더 강화될 것이다. 이상주의자가 가진 윤리에의 민감성이 영화라는 강력한 도구에 의해 더 촉발될 것이기 때문이다. 반면에 상대주의자에게는 그러한 효과를 기대할 수 없기 때문에 조절효과가 없을 수 있다. 이에 아래와 같은 조절적 가설을 수립하였다.

가설 3. 영화교육 효과성과 기업윤리/CSR 지향태도 간의 정의 관계는 윤리이상주의에 의해 강화될 것이다.

Ⅲ. 자료의 수집

1. 영화 선정과 설문조사

자료의 수집은『기업윤리와 사회책임 경영』이라는 교과목의 수강생 70명을 대상으로 수집하였다. 학생들의 구성을 보면 경영전공자가 51.4%, 비경영전공자가 48.6%이고 비경영전공자 대부분은 경영학을 제2전공으로 하고 있었다. 학년은 3학년과 4학년이 각 50%이었고 성별은 남학생이 54.3%이고 여학생이 45.7%이었다. 이상으로 보면 인구통계변수에서 균형적으로 분포되어 상대적으로 작은 표본규모에도 불구하고 어느 정도의 대표성이 확보된 것으로 볼 수 있다.

학생들은 지정된 영화를 수업 전에 미리 보고 수업시간에는 팀 토론 및 전체 토론으로 해당 영화에서의 윤리적 이슈와 CSR에 대한 의견을 나누었다. 교육효과에 대한 설문조사는 15주차 수업에 실시하였다. 수업에 이용된 7개 영화의 시놉시스[3]를 소개하면 다음과 같다.

아무르(Amour, Love): 2012년 프랑스

80대 노부부의 '사랑'에 대한 영화다. 영화 전반에 걸쳐 두 노인이 서로 배려하고 사랑하

3) 네이버 지식백과 및 각종 포털 자료 참조

는 삶을 담아내며 이상적인 노부부의 모습이 그려진다. 교양이 넘치는 아름다운 부부이다. 아내 안느가 쓰러지자 조르주는 그녀에게 더욱 헌신한다. 안느의 상태가 악화되고 일상을 감당할 수 없게 되었을 때 그녀는 자신의 존엄을 지키기 위해 죽기를 희망한다. 헌신적인 조르주는 어느 순간 안느의 고통을 끝내기 위해, 또는 안느의 존엄을 지키기 위해 그녀의 목숨을 끊기로 결심한다. 조르주가 결단의 순간에 이르는 데까지 그리고 행동을 하게 되는 지점까지 두 부부의 모습을 담담하게 그리고 있다.

씨 인사이드(The Sea Inside, Mar Adentro): 2004년 스페인

26년 전에 수심이 낮은 바다에서 다이빙을 하다 전신마비자가 된 라몬 삼페드로의 이야기이다. 그는 무기력한 전신마비자로 살아남기 보다는 의욕적이고 이성적인 모습으로 죽을 수 있는 권리를 찾고자 했다. 가족들의 헌신적인 뒷바라지 속에 침대에 누워서 오로지 입으로 펜을 잡고 글을 써왔던 그의 소망은 단 하나, 안락사로 세상을 떠나는 것이다. 그러나 법은 죽음의 선택권리를 인정하지 않는다. 사회적 규범도 이를 허용치 않는다. 이에 라몬은 존엄한 죽음을 선택할 권리를 위해 투쟁한다. 격렬한 사회적 논란이 초래된 후에도 라몬은 투쟁을 멈추지 않으며 결국 가족의 도움 하에 안락사를 맞이하게 된다.

위대한 개츠비(The Great Gatsby): 2013년 미국

1922년 뉴욕 외곽에서 살고 있는 닉은 호화로운 별장에 살고 있는 이웃 개츠비에게 관심을 갖게 된다. 1920년대 뉴욕은 당시의 타락한 자본주의 사회를 대표하는 도시이다. 베일에 싸인 백만장자 개츠비는 토요일마다 떠들썩한 파티를 열어 많은 손님을 초대했다. 파티에 초대 받아 참석한 후 개츠비와 우정을 쌓게 된 닉은 자신의 사촌 데이지와 개츠비가 옛 연인 사이였던 것을 알게 된다. 데이지는 가난한데다 전쟁터에서도 돌아오지 않는 개츠비를 잊은 채 부유한 톰과 결혼한 상태이다. 하지만 그녀의 남편 톰은 정비공의 아내와 은밀한 사이였고, 때마침 개츠비와 재회하게 된 데이지는 잊혀졌던 사랑의 감정을 되살리게 된다. 개츠비는 데이지에게 변함없이 집착하고 사랑을 표현한다. 부도덕한 방법으로 축적한 재산을 순수한 사랑에 쏟아붓고 끝내 죽음에 이르는 개츠비의 모습을 닉은 관찰 방식의 대사로 설명해준다.

더 컴퍼니 맨(The Company Men): 2010년 미국

선박 운송 파트의 영업부장으로 일하던 바비 워커, 30년간 충성을 바쳐오던 필 우드워드, 그리고 회사의 파트너 진 맥클러리는 회사의 주가를 올리기 위해 실시하는 구조조정으로 갑자기 해고를 당해 하루아침에 일자리를 잃어버리게 된다. MBA 출신의 바비는 자신만만하게 여유를 부리며 일자리를 알아보지만 연거푸 재취업에 실패하면서 차가운 현실을 절감하고 생각지도 않았던 목수 일을 하게 된다. 대학생 자녀를 둘이나 둔 필은 재취업을

위해, 자존심을 접고 인맥을 총동원해 보지만 예순을 바라보는 그에게 사회는 차갑게 등을 돌린다. 바비나 필과는 달리 보유한 주식만으로 여유롭게 살고 있는 파트너급의 진 맥클러리도 구조조정을 피해갈 수 없었다. 이에 각자의 방식대로 실업의 위기를 헤쳐 나가는 세 남자의 이야기가 전개된다.

마진 콜(Margin Call): 2011년 미국

2008년 월스트리트, 전세계 금융위기 하루 전에 갑작스런 인원 감축으로 퇴직 통보를 받는 리스크 관리 팀장 에릭은 자신의 부하직원 피터에게 곧 닥칠 위기상황을 정리한 USB를 전하며 회사를 떠난다. 그날 밤 에릭에게 전달받은 자료를 분석하던 MIT박사 출신의 엘리트사원 피터는 자신들이 관리하고 있는 파생상품의 심각한 문제를 발견하고 상사에게 보고한다. 그리고 이른 새벽 긴급 이사회가 소집되고, 그들만이 살아남기 위한 작전에 돌입하는데, 그동안의 고객과 경쟁업체에게 유혹과 거짓으로 모든 파생상품을 헐값으로 팔아넘긴다. 그 과정에서 월가의 초고층 빌딩에서 일반인들은 상상도 못할 고액 연봉을 받고 있는 소수의 증권가 엘리트들이 자신들의 근시안적 견해와 부주의함으로 초래된 사상 최악의 위기상황 앞에서 드러내 보이는 모럴 해저드와 탐욕, 허영, 이중성, 그리고 돈 앞에 피도 눈물도 없는 냉혹함을 가감 없이 보여준다.

제보자(The Whistleblower): 2014년 한국

방송국 윤민철PD는 40대 여성의 난자 채취 수술 후 사망한 사건을 접하게 되고 취재에 나선다. 취재 중 난자 불법 매매현장을 발견하고 불법 매매된 난자가 줄기세포 연구협력기관에 제공되고 있다는 것을 발견한다. 난치병 환자들을 치료할 수 있다는 줄기세포로 국민들의 영웅이었던 이장환박사가 불법 난자를 사용하고 있다는 사실을 알게 된 윤민철PD는 익명의 제보를 받는다. 이장환박사의 연구팀의 핵심멤버였던 연구원 심민호팀장의 처음부터 '줄기세포는 없었다'는 증언을 바탕으로 윤민철PD는 본격적으로 내막을 파헤친다. 위기에 처한 이장환박사는 언론과 국민들을 움직여서 취재와 방송이 나가지 못하도록 압력을 가하기 시작한다. 그로 인해 윤민철PD는 언론과 다수 국민들로부터 취재중단의 압력을 받게 되고 방송국 이사회에서도 취재를 중지 명령과 방송불가 조치를 내린다. 이에 굴하지 않고 지독한 노력 끝에 결국 진실이 세상에 드러나게 된다.

더 인사이더(The Insider): 1999년 미국

미국의 3대 담배회사 중의 하나인 브라운&윌리암스의 부사장이었던 제프리 와이갠드 박사가 해고를 당하였다. 해고를 당한 이유는 브라운&윌리암스에서 생산해 내는 담배에서 인체에 치명적인 암모니아 화합물을 첨가한다는 것을 언론에 알리려고 했기 때문이다. 회사 측은 "의사소통 능력 미달" 이라는 이유로 해고를 했다. 미국의 CBS의 PD 로웰은 필

립모리스 담배에 관한 논문을 입수하고, 그것을 해석하기 위해 전문적인 지식을 갖춘 사람을 구하던 중 와이갠드 박사와 만나게 된다. 와이갠드 박사가 내부고발자가 되면서부터 회사의 위협과 음모 속에서 가정도 산산조각 돼버리고, 그가 가지고 있던 명예도 모두 물거품처럼 사라지고 만다. 로웰은 그것에 굴복하지 않고 뉴욕타임즈에 CBS 경영자들의 언급을 그대로 전하고, 그 후 CBS는 방송을 하고, 결국 제프리 와이갠드는 신망을 되찾고 진실은 세상에 드러난다. 이후 로웰은 자진해서 CBS를 나간다.

2. 연구변수의 측정

본 연구에 채택된 변수의 조작적 정의와 측정은 아래와 같다. 모든 설문항목은 부록에 첨부하였다.

윤리이상주의

윤리이념성향으로서 윤리이상주의는 윤리적 행위의 보편적 기준을 준수하는 정도로 정의하였고, Forsyth(1980)의 윤리적 입장(ethical position) 설문지에 제시된 “타인에게 미치는 위험이 아무리 작더라도, 그런 행동은 용납되지 말아야 한다” 등 총 7개의 설문항목으로 측정하였다.

윤리상대주의

윤리상대주의는 윤리적 행위의 선택 기준에서 현실적 관점을 반영하는 정도로 정의하였고, Forsyth(1980)의 동 설문지에 제시된 “도덕적 기준은 개인적 룰에 따른 것이기 때문에 다른 사람의 윤리행위를 판단하는 것은 조심스러운 일이다” 등의 7개의 설문항목으로 측정하였다.

영화교육 효과성

영화교육의 효과성은 영화를 통해 기업윤리와 CSR 이슈와 주제를 논의하고 토론하는데 도움을 받은 정도로 정의하였고, 이를 기업윤리-CSR 이슈/주제에 대한 이해도, 흥미유발 정도, 생동감, 이슈파악, 기억효과 등에 대해 5개 항목으로 측정하였다.

영화 팀토론

영화 팀토론의 정도는 팀내 활발한 토론, 다양한 의견제시, 토론으로부터의 학습 등 3개 항목으로 측정하였다.

기업윤리/CSR 지향태도

기업윤리와 CSR을 적극적으로 인식하고 받아들이는 기업윤리/CSR 지향태도는 Kolodinsky, et al.(2010) 연구에서 사용된 "기업윤리와 사회책임은 기업의 생존에 결정적이다" 등의 6개 항목으로 측정하였다.

Ⅳ. 자료의 분석과 가설 검정

1. 영화방법론에 대한 반응

영화교육의 효과성에 대한 직접적인 질문에 대한 답변 결과는 아래와 같다. 리커트 타입의 5점 척도(5=매우크다, 4=크다, 3=중간, 2=작다, 1=매우작다)로 측정한 결과에서 평균적으로 높은 점수를 보여주었고, 모든 측정 변수에서 학생들의 전공 간, 성별, 및 학년 간 유의한 차이는 없었다. 구체적으로 보면, 기업윤리/CSR의 이해도 제고는 4.25, 윤리/CSR에 대한 흥미유발은 4.36, 생동감(visual imagery) 정도는 4.43, 이슈와 논점 파악에 도움된 정도는 4.01, 이슈와 논점의 기억 정도는 4.23 등 여러 측면에서 매우 높은 효과가 나타나고 있었다. 한편 비용 측면에서는 새로운 교육방법의 혼란 정도는 평균 2.49로서 낮은 수준이었고 시간소요에 따른 수업부담 측면에서는 보통수준으로 평균 3.13이었다. 교육 효과 대비 비용이 낮은 것으로 평가된다.

보다 상세한 효과를 살펴보기 위해 채택된 영화별로 해당 주제와의 연관성, 이슈와 논점에 대해 생생하게 느껴진 정도, 그리고 본인에게 끼친 영향의 정도로서 임팩트 등을 리커트 타입의 5점 척도로 측정하였다. 아래 <표 2>에는 그 결과가 제시되어 있다.

<표 2> 영화별 교육 효과의 분석

영 화	주제연관성	생생함	임팩트	종 합
아무르	4.22	3.79	3.73	3.91
씨 인사이드	4.34	3.84	3.74	3.97
위대한 개츠비	3.25	3.43	3.52	3.40
더 컴퍼니 맨	4.36	3.89	3.82	4.02
마진 콜	4.29	3.81	3.65	3.92
제보자	4.59	4.22	4.01	4.27
더 인사이더	4.45	3.95	3.93	4.11
평 균	4.21	3.85	3.77	3.94

<표 3> 요인분석

변수	설문항목	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5
영화교육 효과성	a1	.817				
	a2	.586				
	a3	.704				
	a4	.738				
	a5	.696				
영화 팀토론	e1			.837		
	e2			.860		
	e3			.796		
윤리이상주의	b1		.657			
	b2		.786			
	b3		.673			
	b4		.693			
	b6		.632			
윤리상대주의	c1					.479
	c2					.619
	c3					.674
	c4					.661
	c6					.605
기업윤리/CSR 지향태도	d2				.422	
	d3				.627	
	d4				.761	
	d5				.553	
	d6				.744	
고유값(Eigen Value)		3.24	2.82	2.61	2.39	2.16
분산비율(%)		14.08	12.24	11.36	10.39	9.41
누적분산(%)		18.00	31.51	41.77	50.58	57.48

이상의 변수들의 내적 일관성을 검증하기 위해 신뢰도를 분석한 결과, 영화교육 효과성 $\alpha = 0.799$, 영화 팀토론 $\alpha = 0.839$, 윤리이상주의 $\alpha = 0.762$, 윤리상대주의 $\alpha = 0.606$, 기업윤리/CSR 지향태도 $\alpha = 0.656$ 등이었다.

주제연관성은 위 영화들이 적절하게 선택된 것인지를 나타내주는 지표이다. 위 표에서 보듯이 '위대한 개츠비'를 제외하고는 6개 영화들이 모두 매우 높은 주제연관성을 갖고 있는 영화로 평가되었다. 아쉽게도 주제연관성이 다소 낮은 것으로 평가된 영화 '위대한 개츠비'는 미국의 기업윤리 수업에서 채용되기도 했는데 자본주의가 도덕적 기준을 잃어버린 1900년대 초반의 미국사회에서 등장인물들의 비도덕적 행위와 개인적 삶과 사랑의 추구

간의 상충관계를 보여주고 있어서 학생들이 다소 혼란을 겪은 것으로 보인다. 해당주간의 본 수업에서는 교수자가 자본주의의 문제점과 기업윤리와 CSR 이슈를 연계시켜 강의에 역점을 기울였다. 그럼에도 불구하고 당시 시대상에 대한 이해가 다소 부족한 한국 학생들이 주제연관성을 찾기에 어려움이 있었던 것으로 판단된다. 이 영화를 국내 교육에서 채택할 경우에는 좀 더 명확한 사전 가이드가 필요할 것이다.

그리고 각각의 영화에서 경험한 관련 주제의 이슈를 생생하게 느낀 정도와 본인의 생각에 미친 임팩트 정도는 위 표에 제시된 바처럼 높은 수준이었다. 특기할만한 점으로는 한국영화인 '제보자'의 경우에 생생함과 임팩트가 가장 높게 나타났다. 향후 한국영화의 발굴이 더 필요하다는 점을 시사해준다.

2. 연구변수의 신뢰성과 타당성 분석

본 연구에 사용되는 변수들의 개념이 설문항목에 어느 정도 적절하게 반영되어 있고, 실질적으로 정확하게 측정되었는지 타당성을 확인하기 위해 연구변수들의 요인분석을 실시하였다. 분석 결과 <표 3>과 같이 변수측정의 타당성이 확인되었다.

3. 상관관계 및 회귀분석

본 연구에 사용된 변수들 간의 상관관계는 다음 <표 4>와 같다. 표에서 인구통계변수에 따른 영화교육의 차이가 있는지를 살펴보자. 상관관계표에서 보듯이 영화교육의 효과성에 대해 경영학 전공자와 비경영학 전공자 간에 차이가 없었고 추가분석으로 문학 전공자와 사회과학 전공자를 비교한 결과에서도 유의한 차이가 없었다. 이는 영화교육이 전공별 차이에 의해 다르게 인식되지 않는다는 것을 뜻한다. 또한 학년, 성별 등의 인적 속성에 따른 차이도 없었다. 한편 영화 팀토론은 여학생의 경우에 더 활발한 토론을 하는 경향이 나타났다.

영화교육 효과성 인식에 영향을 미치는 변수로서 생각할 수 있는 변수들을 탐색하여 보았다. 팀내에서 영화토론이 잘 될수록 영화교육의 효과성이 높았다. 그러나 윤리이상주의와 윤리상대주의는 유의한 관련이 없었다. 즉 영화교육 효과성에 대한 인식이 결국 윤리지향의 개인특성과는 무관하며 수업 및 팀활동 상황에 영향을 받았다는 것을 알 수 있다.

<표 4> 연구 변수들의 상관관계

	평균	표준편차	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 윤리이상주의	3.61	.62	1							
2. 윤리상대주의	3.80	.54	-.065	1						
3. 영화 팀토론	3.74	.82	-.068	.089	1					
4. 영화교육 효과성	4.26	.59	-.160	-.008	.304*	1				
5. 기업윤리/CSR 지향태도	3.86	.55	.194	.063	.173	.274*	1			
6. 전공(경영 = 2, 비경영 = 1)	1.51	.50	-.075	.006	.173	-.028	-.324**	1		
7. 학년	3.50	.53	-.167	.005	-.078	.008	-.004	-.271*	1	
8. 성별(여 = 2, 남 = 1)	1.46	.50	-.138	.136	-.320**	-.036	-.062	-.256*	.109	1

*p < 0.05, **p < 0.01 (N = 70)

가설 1의 영화교육을 통해 기업윤리와 CSR에 대해 적극적 태도를 갖게 되었는지를 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였다. <표 5>에서 보듯이 영화교육 효과성 인식은 기업윤리/ CSR 지향태도에 유의한 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이로써 가설 1은 지지되었다.

<표 5> 회귀분석 결과

	기업윤리/CSR 지향태도			
전 공	-.347**	-.335**	-.294*	-.305*
학 년	-.094	-.085	-.057	-.045
성 별	-.204	-.195	-.189	-.188
영화교육 효과성		.231*	.254*	.088
윤리이상주의			.152	-.057
윤리상대주의			.164	.167
영화교육효과성*윤리이상주의				.254
R^2	.126	.180	.226	.229
F	2.993*	3.337*	2.866*	2.463*

개인차 변수인 윤리이념성향이 기업윤리/CSR 지향태도에 미칠 것으로 기대한 가설2는 지지되지 않았다. 윤리이상주의와 윤리상대주의 모두 유의한 영향을 보여주지 못하였는데 다소 의외의 결과이다. 개인의 윤리이념성향보다는 효과적인 교육이 기업윤리와 CSR의 태도에 더 중요하다는 것을 시사해준다. 또한 조절효과 분석에서도 윤리이상주의는 유의한 조절적 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이로써 가설3은 지지되지 못하였다. 종합

하여 볼 때 윤리이념성향의 개인차는 유의한 영향변수가 되지 못하고 있다.

특기할 만한 사항으로는 표에서 통제변수의 효과에서 보듯이 비경영전공이 경영전공에 비해 기업윤리와 CSR에 대해 더 적극적 태도를 갖고 있어서 흥미롭다. 이는 경영전공자들이 기업의 이익추구활동 본연에 더 중요성을 부여하고 기업의 사회적 성과를 덜 중요하게 보는 관점을 가진 것으로 해석된다. 또는 수업토론에서 기업의 경제적 이익추구를 대변하는 입장에 서다보니 그러한 관점을 더 갖게 될 수도 있을 것이다. 향후 규명이 필요한 부분이다. 반면에 학년과 성별은 유의한 영향이 없는 것으로 나타나고 있다.

4. 공개응답설문의 반응조사 결과

공개응답설문을 통해 반응을 조사하였다. 이를 통해 나타난 주요 의견은 아래와 같다. 먼저 영화접근법에 대한 평가의견으로서 윤리경영에 대해 흥미를 유발하고 수업의 재미를 높여주었다는 반응이 주를 이루었다. 특기할만한 것으로는 모두가 동시에 함께 시청하여 즉각적으로 토론을 할 수 있는 방법에 대한 제안인데, 이는 “Movie day” 등의 지정을 통해 수업학생들이 직접 참여하는 방식이 효과적일 수 있다는(Berger and Pratt, 1998) 주장과 비슷하다. 또한 수업시간의 제약 때문에 다수의 영화를 채택하기 보다는 2-3개 정도의 영화에 집중해야 한다는 의견이 있었다. 이러한 방식이 더 효과적일지는 추후 연구에서 확인이 필요하다.

> “영화를 본 후, 더 생동감 있게 윤리경영에 대하여 공부할 수 있었습니다. 영화와 연관된 수업이 굉장히 효과적이었습니다.”
>
> “흥미유발을 통한 적극적 토론이 가능해서 좋았으나 시청하지 못했을 경우 의견교환이 원활하지 못한 경우가 있었습니다. 모두가 시청할 수 있는 장치가 있었으면 좋겠습니다.”
>
> “영화를 통한 접근은 흥미성 유발에 아주 좋은 것 같습니다. 그러나 때론 수업정리가 잘 안된다는 느낌을 받았습니다.”
>
> “수업시간이 너무 짧다. 교수님의 사례이야기나 영화를 통한 수업이 기억에 더 잘 남는다. 흥미가 증폭된다.”
>
> “영화를 통해 배울 주제를 미리 생각해볼 수 있었습니다. 좋은 학습이 된 것 같습니다.”

영화접근법의 개선방안에 대해서는 토론 주제에 대해 교수자의 가이드가 구체적일 필요가 있다는 점에 집중되었다. 특히 토론할 주제와 관련된 영화속 씬(scene)을 미리 잡아주면 도움이 될 것이라는 의견이 있었는데, 이는 분석적 방법의 필요성을 제안한 것이다. 이

러한 접근은 무비데이 등 직접 참여하는 방식에서 더 효과적일 수도 있다.

"영화 토론주제가 보다 명확했으면 좋겠다."
"영화를 볼 때 미리 focus를 주시면 그에 맞춰 깊은 고민을 할 수 있을 것 같습니다."
"영화를 보기 전에 어떠한 측면을 주의깊게 보아야할지 미리 생각해볼 수 있는 시간이 있었으면 좋겠습니다."
"토론할 주제와 연관있는 영화속 씬scene의 기준을 잡아주면 더 도움이 될 듯하다."
"영화를 보기 이전에 몇 가지 논점을 먼저 말씀해주시면 보다 윤리적으로(윤리적 관점에서) 시청할 수 있을 것 같습니다."
"사전에 논점을 명확히 해주면 좋겠다. 팀 토론시 논점을 정리해서 던져주면 좋겠다."
"마진콜과 같은 영화는 너무 어려워서 설명이 더 필요하다고 생각합니다."

특기할만한 의견으로는 선정되는 영화의 다양성이나 토론방식의 다양성에 대한 요구이다. 아래 의견에서 보듯이 결론의 방향이 이미 나와 있는 방식의 자극은 진정한 토론을 억압하는 결과를 낳을 수 있다. 기업윤리와 CSR이 무조건 선이라는 식의 동조압력이 커질 수 있다.

"너무 일방향적인 이슈가 많아서 토론 시 일방적인 의견으로 몰리는 경우가 많았고, 혹시 다른 의견을 내더라도 쥐어짜내는 느낌인 경우가 많았습니다."
"좀더 다양한 의견이 나올 수 있는 주제로 다뤄주면 좋겠습니다."

영화교육방법의 난이도와 시간 비용에 대해서는 과다하다는 의견이 그렇지 않다는 의견보다 다소 많았다. 한학기동안의 수업일정을 감안하면 4-5개의 영화가 적정할 수 있다.

"시간이 많이 소요되므로 2주에 영화 1편이 적당할 것 같습니다."
"1주에 1개보다는 2주에 1개정도로 줄이면 조금 더 많은 인원이 시청하여 보다 더 깊이있는 토론이 가능할 것 같습니다."
"매주 한편씩 영화를 보는 것이 시간상의 이유 등으로 힘들었습니다. 2주에 한편정도, 혹은 미리 학기 초에 영화목록을 공지하여 미리 볼 수 있게 해주는 것이 더 좋을 것 같습니다."
"처음에는 시간 때문에 영화감상이 부담되었지만, 지금은 영화를 더 추천해주셨으면 좋겠다는 생각이 듭니다. 영화로 보니 이해가 더 쉽고 좋았어요."

마지막으로 영화교육방법의 관여도와 몰입을 높이기 위한 통제 장치로서 채택한 중간고사 및 기말고사에의 연계는 아래와 같은 반응을 얻었다. 이러한 방식이 효과적일지에 대해서 추가 검토가 필요할 것이다.

> “영화와 시험문제를 연관지어 생각해보는 게 어려웠습니다.”
> “구체적인 질문이나 내용의 예를 시험 전에 제시해주시면 좋겠어요!”

이상에서와 같이 영화교육법을 채택하는 경우에는 영화의 개수, 채택 영화의 조건, 시청 및 토론의 방식, 학생들의 몰입도 제고를 위한 방법 등의 여러 측면에 대한 의사결정이 교육효과 증진에 중요함을 알 수 있었다.

Ⅴ. 결 론

1. 연구결과의 요약과 해석

영화를 이용한 교육이 기업의 윤리와 사회책임에 대한 자각을 높이고 태도 변화를 이끄는지를 살펴보았다. 실증결과에서 보듯이 영화교육 방법의 효과성은 전반적으로 높게 나타났다.

본 연구에서 선정된 영화는 모두 주제연관성이 높게 평가되었고 교육효과 측면에서 생생함과 임팩트가 높은 것으로 나타났다. 영화교육 효과성에 대한 종합적인 질문에서 기업윤리와 CSR에 대한 이해도, 흥미유발, 생동감, 기억정도 등 모든 면에서 압도적인 높은 점수로 나타나서 그 효과가 매우 큼을 확인하였다. 영화교육 시행의 비용 측면에서도 부담이 적고 수용가능한 정도이었다. 무엇보다도 큰 효과는 오래 기억될 것이라는 점이다. 이러한 교육을 통해 높아진 윤리적 각성(ethical awareness)은 향후 직장생활에서 처하게 될 윤리적 딜레마 상황을 외면하거나 소홀해지는 경향을 줄여줄 수 있다. 인지적 판단이나 감정적 소구 이전에 윤리적 상황을 자각하는 것이 윤리적 행위의 출발점이다. 이러한 점에서 영화교육법은 그 효과가 매우 큰 것으로 판단된다. 앎과 행동 간에 가장 큰 갭이 존재하는 영역이 윤리적 행위 영역이다. 행동윤리학의 연구는 윤리적 의사결정과 행위가 이뤄지는 데는 윤리적 각성이 출발점이 됨을 말해주고 있다(Drumwright, Prentice, & Biasucci, 2015). 높은 수준의 생동감과 기억정도는 향후 복잡한 실무현장의 상황 속에서도 윤리적 의사결정과 행위의 필요성을 자각하게 해줄 수 있다.

영화교육과 태도 간의 관계를 알아보기 위한 상관관계와 회귀분석에서도 지각된 영화교

육 효과성은 기업윤리와 CSR 지향의 태도에 유의한 정의 영향관계를 보여주었다. 영화를 통한 기업윤리/CSR 교육이 교육목적에 따른 효과성을 갖고 있음을 보여주는 결과이다. 경영의 여타 이슈나 주제, 예를 들어 협상이나 리더십 등의 교육에서는 영화매체가 새로운 지식이나 통찰력을 주는 효과만 있으면 되지만 기업윤리와 CSR 교육에서는 학습자의 태도와 행동에까지 영향을 미쳐야 하기 때문에 그 의의가 더 크다.

한편 개인특성인 윤리적 지향성에 관계없이 교육적 효과가 유의하게 나타나고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 실증결과에서 윤리이념성향은 기업윤리와 CSR 지향태도에 직접효과와 조절효과가 모두 없는 것으로 나타나고 있다. 다소 의외인 이와 같은 결과를 그대로 받아들이면 개인차원의 윤리지향성보다 강렬한 효과의 윤리/CSR 교육이 더 중요하다는 점을 시사해주는 것으로 볼 수 있다. 그러나 본 연구에서는 통제집단과 비교하지 않고 단순히 실험집단 내에서 개인간 차이를 보는 다소 느슨한 연구설계를 하고 있어서 단정적인 결론을 내리기에 무리가 있다. 향후 영화의 강렬함으로 실제 태도 및 가치관 변화가 일어날 수 있는지를 보다 엄격한 연구설계로 검증해볼 필요가 있다.

설문응답과 공개응답을 통한 조사결과에서 영화교육의 효과성 증진을 위해 몇 가지 중요한 점을 찾아볼 수 있다.

첫째는 생생함과 토론의 효과를 극대화하기 위해서 수업시간 내에 영화를 볼 것인지 여부이다. 이 경우 수업시간의 제약으로 인해 학기당 영화 수가 2-3편 정도로 제한될 것이다. 이번처럼 여러 영화를 통해 다양한 윤리적 및 CSR 이슈를 접하게 하는 스토리와 감동 중심의 접근법이 더 효과적일 수 있다. 한 학기동안 몇 개 정도의 영화를 어떻게 보게 하는 것이 적절할까 이에 대한 답은 아직 명확치 않다.

둘째는 적절한 영화의 선택이 중요하다. 교수자는 윤리적 자극을 가장 강하게 느낄 수 있는 영화를 선정하여 윤리적 호소력을 만들어야 한다. 또한 해당 영화에 대해 잘 정리된 토론 이슈를 가능한 한 풍부하게 제공할 필요가 있다. 사실 영화접근법에서 가장 중요한 것은 어떤 영화가 윤리와 CSR의 어떤 이슈들과 연계되어 있는지 명확성과 타당성을 확보하는 것이다(Billsbery, 2013). 이로써 학습자들이 영화를 통해 윤리적 감각과 사회적 이슈에 대한 민감성을 키울 수 있도록 도와주어야 한다.

셋째는 한국영화의 선정이 더 필요하다. 이번 교육에서 유일한 한국영화로 선정되었던 제보자에 대한 반응이 좋았다. 영화의 공감력이 두드러졌기 때문으로 보인다. 영화 제보자는 주제연관성, 생생함, 임팩트 등 모든 측면에서 가장 높게 나타났다. 아쉬운 점은 적절한 한국영화가 부족하다는 것이다. 지나치게 강한 사회고발 형식을 취한 영화, 특히 고용의 문제와 관련하여 지나치게 이념지향성을 갖는 경우에는 주의를 요한다. 보편적 관점으로 윤리와 사회책임을 논하기에 다소 어려움이 있기 때문이다.

넷째는 학습자의 몰입도를 높이기 위해 어떤 인센티브를 줄 것인가이다. 본 연구에서는 영화 속 윤리와 사회책임 이슈를 중간고사와 기말고사 시험문제에 연관지어 학생들의 관

여도를 높이고자 하였다. 그 외의 다양한 방법으로 몰입과 관여를 높이는 방법이 있을 것이다.

2. 연구의 한계와 향후 연구를 위한 제언

본 연구는 여러 한계점을 갖고 있다.

첫째, 기업윤리와 CSR 교육의 효과성을 보여주는 다양한 결과변수를 채용할 필요가 있다. 본 연구에서는 기업윤리와 CSR 지향태도를 종합적인 최종 종속변수로 채택하였다. May, Luth, and Schwoerer(2014)의 연구처럼 윤리적 태도를 도덕적 효능감, 도덕적 용기, 도덕적 의미감 등으로 구분하여 측정하면 더 풍부한 논의가 가능할 것이다. 이는 행동윤리학 연구에서 사람들의 윤리적 행동을 촉발하기 위해서는 윤리적 태도형성과 자각에 더하여 도덕적 자신감(효능감)과 도덕적 용기 등이 필요하다는 것과 맥을 같이 하고 있다(Trevino, Weaver, and Reynolds, 2006). 영화를 이용한 교육이 이러한 효과까지를 만들어 줄 수 있을지에 대한 연구가 필요하다.

둘째, 기업윤리와 CSR 교육의 학습목표가 태도 및 의사결정 기준의 '변화(change)'를 이끌어내는데 있으므로 순 교육효과를 측정하여 그 변화의 유의도를 살펴볼 필요가 있다. 이를 위해 수업 시작 전후의 비교와 통제집단 등 유사실험설계가 유효할 것이다. 근래 이루어진 실증연구에서 Wang and Calvano(2014), May, Luth, and Schwoerer(2014) 등은 이러한 방법을 채용하였다. 단지 이러한 연구는 집단간 비교이어서 개인수준에 집중한 본 연구의 의의와 목적과는 다소 차이가 있다.

셋째, 소규모 표본의 문제이다. 본 연구는 한 개의 클래스에서 학생들을 대상으로 한 연구이어서 여러 혼재효과를 갖는다. 그러나 본 교과목의 특성 상 소규모 클래스가 적합하여 해외연구들에서도 50-60명 정도의 표본에 그친 경우가 많다. 그리고 본 연구의 표본구성이 인구통계적으로 고르게 분포되어 있어서 어느 정도 대표성이 있다고 할 수 있다.

넷째, 표본의 선택편향(selection bias) 가능성이 있다. 본 연구의 교과목은 자유선택 과목이었다. 이에 수강학생은 이미 기업윤리와 CSR에 대해 호의적 편향을 갖고 있을 수 있다. 따라서 필수선택의 교과목 상황에서 일반학생에 대한 교육적 효과를 별도의 연구설계로 확인해볼 필요가 있다.

마지막으로 영화를 이용한 교육의 단점을 지적하고자 한다. 영화는 강렬하다. 그리고 영화 속에서 기업은 대개 악의 중심축으로 나오는 경우가 많다. 사악한 기업가의 야욕으로부터 인류를 구한다던지 등의 영화를 주로 보게 되면 학습자들이 지나치게 반기업적 사고와 정서에 빠질 수도 있다. 이는 실제로 기업윤리와 CSR 교과목에서 사례교육에 치중하다보면 흔히 발생하는 문제이기도 하다. 이에 영화라는 도구의 효과가 클수록 그 위험은 더 커질 수도 있다. 실제 본 수업의 종강 후에 일부 학생들이 "(대)기업에 가기 싫어졌다", "회

사원의 삶에 흥미가 떨어졌다" 등의 호소를 하였다. 너무 몰입적인 방식의 기업윤리교육이 자칫 균형감각을 떨어뜨릴 수 있다는(Marshall, 2003) 점에서 나타나는 부작용일 것이다. 학습자들이 객관성을 유지하도록 이끄는게 쉽지 않을 경우에는 기업의 순기능을 다루는 영화를 1-2편 정도를 선정하여 균형을 만들어줄 수 있다. 그리고 영화 토론 시에 균형적인 논의를 유도하는 것이 바람직할 것이다.

이상의 한계와 문제점을 극복하기 위한 다양한 연구가 이뤄져야 한다. 그리고 효과적인 교육방식에 대한 지속적인 탐색이 필요하다. 예를 들어, 영화토론을 위해 시청 전에 논점을 사전에 명확하게 던져주는 것이 더 좋을지 아니면 오픈해서 하는 게 더 좋을지 등이 관건이다. 그리고 효과성을 높이기 위해 종합법과 분석법을 병행한다던지 또는 새로운 접근법을 개발할 필요가 있다. 적합한 영화를 지속적으로 발굴하여 풍부한 논의의 장을 만들어 주는 것이 필요함은 두말할 나위가 없다.

[참고 문헌]

권석균(2015), “인문학과 경영학: 교류와 통섭,” 「인사조직연구」, 23(2), 7-32.

박헌준·Champoux, J. E.·김상준(2004), “영화와 경영교육: 영화를 통한 협상교육 사례를 중심으로,” 「경영교육연구」, 7(2), 171-197.

유태영·권석균(2013), “위기의 자본주의: 경영과 조직 이론에 관한 새로운 이해”, 「인사조직연구」, 21(3), 195-227.

정재호·장하성(2013), “경제윤리의 관점에서 바라본 자본주의의 미래와 기업의 사회적 책임”, 「인사조직연구」, 21(3), 35-67.

한국경영교육인증원(2018), 「3주기 통합인증 자체평가보고서 작성편람」, 1-91.

AACSB International (2013), *2013 Eligibility Procedures and Accreditation Standards for Business Accreditation*, 1-70.

Berger, J. and Pratt, C. B. (1998), “Teaching business-communication ethics with controversial films,” *Journal of Business Ethics*, 17(16), 1817-1823.

Billsberry, J. (2013), “From persona non grata to mainstream: The use of film in management teaching as an example of how the discipline of management education is changing,” *Journal of Management Education*, 37(3), 299-304.

Billsberry, J. and Edwards, G. P. (2008), “Toxic celluloid: Representations for bad leadership on film and implications for leadership development,” *Organizations and People*, 15(3), 104-110.

Bonwell, C. C. and Eison, J. A. (1991), Active learning: Creating excitement in the classroom. ERIC Digest.

Bumpus, M. A. (2005), “Using motion pictures to teach management: Refocusing the camera lens through the infusion approach to diversity,” *Journal of Management Education*, 29(6), 792-815.

Champoux, J. E. (1999), “Film as a teaching resource,” *Journal of Management Inquiry*, 8(2): 206-217.

Christensen, L. J., Peirce, E., Hartman, L. P., Hoffman, W. M., and Carrier, J. (2007), “Ethics, CSR, and sustainability education in the Financial Times top 50 global business schools: Baseline data and future research directions,” *Journal of Business Ethics*, 73(4), 347-368.

Davis, M. A., Andersen, M. G., and Curtis, M. B. (2001), “Measuring ethical ideology in business ethics: A critical analysis of the ethics position questionnaire,” *Journal of Business Ethics*, 32(1), 35-53.

Drumwright, M., Prentice, R. and Biasucci, C. (2015), “Behavioral ethics and teaching ethical decision making,” *Journal of Innovative Education*, 13(3), 431-458.

Edwards, G., Schedlitzki, D., Ward, J., and Wood, M. (2015), “Exploring critical perspectives of toxic and bad leadership through file,” *Advances in Developing Human Resources*, 17(3), 363-375.

Etheredge, J. M. (1999), “The perceived role of ethics and social responsibility: An alternative scale

structure," *Journal of Business Ethics*, 18(1), 51-64.

Forsyth, D. R. (1980), "A taxonomy of ethical ideologies," *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(1), 175-184.

Forsyth, D. R. (1992), "Judging the morality of business practices: The influence of personal moral philosophies," *Journal of Business Ethics*, 11(5-6), 461-470.

Glenn, J. R. (1992), "Can a Business and Society course affect the ethical judgement of future managers" *Journal of Business Ethics*, 11(3), 217-223.

Henle, C. A., Giacalone, R. A., and Jurkiewicz, C. L. (2005), "The role of ethical ideology in workplace deviance," *Journal of Business Ethics*, 56(3), 219-230.

Kish-Goodling, D. (1998), "Using *The Merchant of Venice* in teaching monetary economics," *Journal of Economic Education*, 29(4): 330-339.

Kolodinsky, R. W., Madden, T. M., Zisk, D. S., and Henkel, E. T. (2010), "Attitudes about corporate social responsibility: Business student predictors," *Journal of Business Ethics*, 91(2), 167-181.

Macy, A. and Terry, N. (2008), "Using movies as a vehicle for critical thinking in economics and business," *Journal of Economics and Economic Education Research*, 9(1), 31-51.

Mallinger, M. and Rossy, G. (2003), "Films as a lens for teaching culture: Balancing concepts, ambiguity, and paradox," *Journal of Management Education*, 27(5), 608-624.

Marshall, E. O. (2003), "Making the most of a good story: Effective use of film as a teaching resource for ethics," *Teaching Theology and Religion*, 6(2), 93-98.

May, D. R., Luth, M. T., and Schwoerer, C. E. (2014), "The influence of business ethics education on moral efficacy, moral meaningfulness, and moral courage: A quasi-experimental study," *Journal of Business Ethics*, 124(1), 67-80.

McDonald, G. M. and Donleavy, G. D. (1995), "Objections to the teaching of business ethics," *Journal of Business Ethics*, 14(10), 839-853.

Park, H. (2005), "The role of idealism and relativism as dispositional characteristics in the socially responsible decision-making process," *Journal of Business Ethics*, 56(1), 81-98.

Proctor, R. F. (1993), "Using feature films to teach critical thinking: Multiple morals to the stories," *Speech Communication Teacher*, 1, 11-12.

Proctor, R. F. and Adler, R. (1991), "Teaching interpersonal communication with feature films," *Communication Education*, 40, 393-40.

Singhapakdi, A. S., Vitell, J., Rallapalli, K. C., and Kraft, K. L. (1996), "The perceived role of ethics and social responsibility: A scale development," *Journal of Business Ethics*, 15(11), 1131-1140.

Sparks, J. R. and Hunt, S. D. (1998), "Marketing researcher ethical sensitivity: Conceptualization, measurement, and exploratory investigation," *Journal of Marketing*, 62(2), 92-109.

Trevino, L. K., Weaver, G. R., and Reynolds, S. J. (2006), "Behavioral ethics in organizations: A review," *Journal of Management*, 32(6), 951-990.

Wang, L. C. and Calvano, L. (2015), "Is business ethics education effective An analysis of gender, personal ethical perspectives, and moral judgment," *Journal of Business Ethics*, 126(4),

591-602.

Waples, E. P., Antes, A. L., Murphy, S. T., Connelly, S., and Mumford, M. D. (2009), "A meta-analytic investigation of business ethics instruction," *Journal of Business Ethics*, 87(1), 133-151.

Warner, N. (2007), "Screening leadership through Shakespeare: Paradoxes of leader-follower relations in *Henry V* on film," *Leadership Quarterly*, 18, 1-15.

Wynd, W. R. and Mager, J. (1989), "'The Business and Society course' Does it change student attitudes" *Journal of Business Ethics*, 8(6), 487-491.

부록: 변수 측정의 설문항목

영화교육 효과성	영화를 통해 기업윤리와 CSR 이슈와 주제를 논의/토론한데 대해 귀하의 의견은 1) 기업윤리/CSR 이해도를 높일 수 있었다. 2) 기업윤리/CSR 공부에 대해 흥미를 유발하였다. 3) 윤리적 이슈와 논점이 더 생동감있게 느껴졌다. 4) 윤리적 이슈와 논점에 대해 깊이 이해할 수 있었다. 5) 해당 이슈와 논점을 더 오래 기억하게 될 것 같다.
영화 팀토론	1) 활발한 토론이 이뤄졌는가 2) 다양한 의견이 제시되었나 3) 토론을 통해 많이 배웠나
윤리적 이상주의	1) 사람은 남에게 조금이라도 해를 미칠 의도로 행동하지 말아야 한다. 2) 타인에게 미치는 위험이 아무리 작더라도, 그런 행동은 용납되지 않아야 한다. 3) 얻는 효익이 크더라도 잠재적 피해가 조금이라도 있으면 반드시 잘못된 것이다. 4) 타인의 존엄이나 복지를 위협하는 행위는 그 어떤 것이라도 하면 안된다. 5) 긍정적 결과와 부정적 결과를 계산해서 어떤 행동을 할지말지를 결정하는 것은 비도덕적이다. (최종분석에서 제외된 항목: X) 6) 어느 사회이건 사람의 존엄과 복지가 가장 중요한 고려사항이 되어야 한다. 7) 도덕적 행위란 “완벽한” 이상적 기준에 일치하는 것을 말한다. (X)
윤리적 상대주의	1) 도덕적 기준은 개인에 따라 다른 것이다. 어떤 사람에게 도덕적이라고 여겨지는 것이 다른 사람에게는 비도덕적일 수 있다. 2) 무엇이 윤리적인가는 상황과 사회에 따라 변한다. 3) 모든 사람에게 윤리적이라고 여겨지는 올바름을 찾아내는 것은 불가능하다. 4) 도덕적 기준은 개인적 룰에 따른 것이기 때문에 다른 사람의 윤리행위를 판단하는 것은 조심스러운 일이다. 5) 대인관계에서 윤리적 고려사항은 매우 복잡하다. 그러므로 각자 자신의 윤리 행동 기준에 따라서 하는 것을 허용해야 한다. (X) 6) 윤리적 입장을 엄격하게 가져가는 것은 좋은 인간관계와 적응을 오히려 저해할 수 있다. 7) 거짓말과 행동이 비도덕적인가 아닌가는 그 행위의 상황에 따라 다르다. (X)
기업윤리/ CSR 지향태도	1) 설령 룰을 깨트리는 경우가 있더라도, 기업에게 가장 중요한 것은 이익을 창출하는 것이다. (X) 2) 사회책임 수행과 이익은 병존 가능하다. 3) 사업의 전체적인 효과성은 윤리적이고 사회적 책임을 다하는 정도에 달려있다. 4) 기업윤리와 사회책임은 기업의 생존에 결정적이다. 5) 기업은 이익추구 외에 사회책임을 수행해야 한다. 6) 좋은 윤리가 좋은 사업을 낳는다.

Methods and Effects of Business Ethics and CSR Education Using the Film

Kwun, Seog-Kyeun*

Although the importance of business ethics and CSR education has been emphasized, the effectiveness of this education is yet controversial. It is important that the learner's ethics and social responsibility-related attitudes and decision-making standards are actually influenced. It was expected that the education through movies would have such effects, because the impact due to the vividness and strong visual effects unique to the movie media will be great.

The purpose of this study is to investigate whether business ethics and CSR education affects learner's positive attitude toward business ethics and CSR by using the film as educational material. During the semester, a total of seven movies were viewed and a variety of discussions were held with the team and the whole class discussions. Thus, students' responses to the effects of film education were very positive. The results of this study are as follows. First, the effects of film education were significant on students' business ethics and CSR attitudes. On the other hand, ethical idealism and ethical relativism, which were adopted as individual differences, did not exerted significant main/moderating effects. Therefore, it was confirmed that the effect of education is more important than the individual predisposition toward ethical ideologies. On the other hand, due to the immersive nature of film education, some adverse effects have also appeared. There is a need to continually explore effective teaching methods.

Key words: business ethics, CSR, film education, ethical attitude, CSR attitude, ethical idealism, ethical relativism

* Professor, College of Business, Hankuk University of Foreign Studies, skk@hufs.ac.kr

저자 소개

권석균(Kwun, Seog-Kyeun) 미국 미네소타대학교에서 최고경영진(TMT)의 전략적 의사결정으로 박사학위를 받았으며 현재 한국외국어대학교 경영대학의 교수로 재직 중이다. 조직학습과 변화, 조직신뢰와 리더십, 직무정서와 직무동기, 고몰입 인적자원관리, 다양성 경영, 사회가치 경영, 통일경영과 한국경영 등의 분야에 연구를 수행하여 왔다.