creative commons
COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

**저작자표시**. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

**비영리**. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

**변경금지**. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

**저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.**

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

[UCI]I804:24011-200000265271

2016年 2月

博士學位論文

# 기부자의 자아특성과 수혜자의 실체성 지각이 기부의도에 미치는 영향

조 선 대 학 교 대 학 원

경 영 학 과

김 유 경

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 기부자의 자아특성과 수혜자의 실체성 지각이 기부의도에 미치는 영향

The Effects of Donor's Self-trait and Perceived Entitativity of Donee on Donation Intention

2016年 2月 25日

朝 鮮 大 學 校　大 學 院

經 營 學 科

金　裕　坰

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 기부자의 자아특성과 수혜자의 실체성 지각이 기부의도에 미치는 영향

指導敎授 朴 鍾 哲

이 論文을 經營學 博士學位 論文으로 提出함

2015年 10月

朝 鮮 大 學 校 大 學 院

經 營 學 科

金 裕 坰

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 金裕坰의 博士學位論文을 認准함

| | | | |
|---|---|---|---|
| 主 審 | 朝鮮大學校 敎授 | 정형식 | ㊞ |
| 委 員 | 朝鮮大學校 敎授 | 김종호 | ㊞ |
| 委 員 | 朝鮮大學校 敎授 | 황윤용 | ㊞ |
| 委 員 | 交通大學校 敎授 | 나준희 | ㊞ |
| 委 員 | 朝鮮大學校 敎授 | 박종철 | ㊞ |

2015年 12月

朝鮮大學校 大學院

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 목 차

## ABSTRACT

**제1장 서론 ····· 1**

제1절 문제제기 및 연구목적 ····· 1

1. 문제제기 ····· 1

2. 연구목적 ····· 3

제2절 연구방법 및 연구구성 ····· 4

1. 연구방법 ····· 4

2. 연구구성 ····· 5

**제2장 이론적 배경 ····· 6**

제1절 기부행동의 전반적 흐름 ····· 6

1. 인구통계학적 특성 ····· 9

2. 기부자의 자아특성 ····· 10

2.1 자아해석과 기부행동 ····· 10

2.2 도덕적 정체성과 기부행동 ····· 12

3. 기부 수혜자의 실체성 ····· 14

3.1 실체성의 개념 ····· 14

3.2 기부영역 실체성 이론의 전개과정 ····· 15

3.3 실체성의 기존연구 고찰 ····· 17

**제3장 연구모형 및 연구가설 ····· 19**

제1절 연구모형의 설계 ····· 19

제2절 연구가설의 설정 ····· 20



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

1. 자아해석이 기부의도에 미치는 효과 ····· 20
2. 도덕적 정체성이 기부의도에 미치는 효과 ····· 21
3. 실체성의 조절효과 ····· 22
3.1 자아해석과 실체성의 상호작용 ····· 22
3.2 도덕적 정체성과 실체성의 상호작용 ····· 23

**제4장 연구 1 ····· 25**

제1절 연구목적 ····· 25

제2절 실험방법 ····· 26

1. 실험설계 ····· 26
2. 실험절차 및 대상선정 ····· 26
3. 실험자극 및 변수측정 ····· 26
3.1. 독립변수 조작 ····· 26
1) 기부자의 자아해석수준 ····· 26
2) 수혜자의 실체성 ····· 26
3.2. 종속변수 ····· 28
3.3. 메커니즘 변수 ····· 28

제3절 분석결과 ····· 29

1. 실험 조작검증 및 신뢰성 ····· 29
2. 가설검증 ····· 30
2.1. 기부자의 기부의도 ····· 30
3. 추가분석 ····· 32
3.1. 상호의존적 자아해석 수준과 기부의도와의 관계에서 조절회귀분석 ····· 32
3.2. 독립적 자아해석 수준과 기부의도와의 관계에서 조절회귀분석 ····· 33
3.3. 상호의존적 자아해석 수준과 공감성의 관계에서 조절회귀분석 ····· 34
3.4. 독립적 자아해석 수준과 공감성의 관계에서 조절회귀분석 ····· 35
3.5. 조절회귀 결과의 t값과 유의수준 도식표 ····· 36
4. 결과정리 ····· 37



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

**제5장 연구 2 ····· 39**

제1절 연구목적 ····· 39

제2절 실험방법 ····· 40

1. 실험설계 ····· 40
2. 실험절차 및 대상선정 ····· 40
3. 실험자극 및 변수측정 ····· 40
   3.1. 독립변수 조작 ····· 40
   1) 기부자의 도덕적 정체성 수준 ····· 40
   2) 수혜자 실체성 ····· 40
   3.2. 종속변수 ····· 41
   3.3. 메커니즘 변수 ····· 41

제3절 분석결과 ····· 43

1. 실험 조작검증 및 신뢰성 ····· 43
2. 가설검증 ····· 44
   2.1. 기부자의 기부의도 ····· 44
3. 메커니즘 분석 ····· 46
4. 수혜자(1명 vs. 6명 흩어짐 vs. 6명 모임)에 따른 기부의도 패턴 ····· 48
5. 추가분석 ····· 50
   5.1. 도덕적 정체성 수준과 기부의도와의 관계에서 조절회귀분석 ····· 50
   5.2. 도덕적 정체성 수준과 행복감과의 관계에서 조절회귀분석 ····· 51
   5.3. 조절회귀 결과의 t값과 유의수준 도식표 ····· 52
6. 결과정리 ····· 53

**제6장 결론 ····· 56**

제1절 요약 및 시사점 ····· 56

1. 결과요약 ····· 56



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2. 학문적 시사점 ····· 58
3. 실무적 시사점 ····· 60
제2절 연구의 한계점과 향후연구 ····· 62

**참고문헌 ····· 63**

**부록 ····· 70**



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 표 목 차

<표 1> 소비자 기부행동의 변천과정 ····· 7
<표 2> 기부자의 기부의도에 대한 분산분석 결과 ····· 30
<표 3> 기부의도 대한 상호의존적 자아해석 수준과 기부의도와의 관계에서 조절회귀분석 ····· 32
<표 4> 기부의도에 대한 독립적 자아해석 수준과 기부의도와의 관계에서 조절회귀분석 ····· 33
<표 5> 기부의도에 대한 상호의존적 자아해석 수준과 공감성의 관계에서 조절회귀분석 ····· 34
<표 6> 기부의도에 대한 독립적 자아해석 수준과 공감성의 관계에서 조절회귀분석 ····· 35
<표 7> 기부자의 기부의도에 대한 분산분석 결과 ····· 44
<표 8> 기부자의 행복감에 대한 분산분석 결과 ····· 47
<표 9> 기부의도에 대한 도덕적 정체성과 기부의도와의 관계에서 조절회귀분석 ··· 50
<표 10> 행복감에 대한 도덕적 정체성과 행복감과의 관계에서 조절회귀분석 ····· 51



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 그 림 목 차

<그림 1> 기부자와 수혜자 요인의 기부행동 ····· 8
<그림 2> 기부영역 실체성 이론의 논리화 전개과정 ····· 16
<그림 3> 연구모형 ····· 19
<그림 4> <연구 1: 실험 1>의 실체성이 높은 경우 ····· 27
<그림 5> 기부자의 기부의도에 대한 이원상호작용 결과 ····· 31
<그림 6> 기부의도에 대한 자아해석 수준과 실체성의 조절회귀 t값(유의수준) ··· 36
<그림 7> 공감성에 대한 자아해석 수준과 실체성의 조절회귀 t값(유의수준) ····· 36
<그림 8> <연구 2: 실험 1>의 실체성 조작 자극물 ····· 42
<그림 9> 기부자의 기부의도에 대한 이원상호작용 결과 ····· 45
<그림 10> 기부자의 행복감에 대한 이원상호작용 결과 ····· 47
<그림 11> 수혜자 실체성에 따른 기부의도 패턴 ····· 49
<그림 12> 기부의도에 대한 도덕적 정체성과 실체성의 조절회귀 t값(유의 수준) ··· 52
<그림 13> 행복감에 대한 도덕적 정체성과 실체성의 조절회귀 t값(유의 수준) ··· 52



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# ABSTRACT

## The Effects of Donor's Self-trait and Perceived Entitativity of Donee on Donation Intention

By Yu-Kyung Kim
Advisor : Prof. Jongchul Park
Department of Business Administration,
Graduate School of Chosun University

Social donation behavior has been shown to integrate into warm in the world. Currently, many of nonprofit and profit organizations accept donation market situations with marketing scholars.

This research examined the interactive effects of donor's self-trait(self-construals, moral identity) and donee's entitativity on donation intention. Whereas donors identified with independent self-construals demonstrate similar propensities to donate low and high donee's entitativity, an interdependent orientation fosters stronger commitments to donate high donee's entitativity than low donee's entitativity(study 1).

Whereas donors identified with low moral identity demonstrate similar propensities to donate low and high donee's entitativity, an high moral identity orientation fosters stronger commitments to donate high donee's entitativity than low donee's entitativity(study 2).

Our work also contributes to the research on entitativity in social psychology. In contrast to this research, which focused mainly on scenario operating method for studies(Bartels and Burnett, 2011; Smith et al., 2012), our work recommend donation behavioral consequences of donee's(target) entitativity interaction effects and developed entitativity operating research



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

method(study 2).

In addition, we propose that the mechanism underlying our results comes from happiness belief system(study 2). More specifically, high moral identity donors believed that giving would make them happy more so when giving to high donee's entitativity than to low donee's entitativity. And no such difference existed for low moral identity.

Finally, there are some marketing implications. Marketers for promotional donation strategy need to recognize that drawing upon donor's self-trait may not always benefit their donation solicitation efforts, especially when they are seeking help for donee's entitativity.

**Key words** : self-construals, moral identity, entitativity, happiness, promotional donation strategy



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 제1장 서 론

## 제1절 문제제기 및 연구목적

### 1. 문제제기

기업의 사회적 책임 역할과 건전한 사회통합의 큰 구도아래 기부의 중요성은 나날이 고조되고 있으며, 여전히 개인에서부터 사회전반에 걸쳐 논쟁의 중심에 놓여있다(Lee et al., 2014). 이러한 사회적 요구는 마케팅영역의 소비자들에게도 그대로 반영될 수밖에 없고, 사회적 가치실현은 곧 마케팅 성과에도 직결되는 문제이며, 이제는 소비자 행동영역에서도 기존의 영리적 사고의 틀을 깨고 점차 비영리적 가치실현이라는 사회전반적인 요구를 받아들이고 있다.

그동안 기부행동과 관련된 대부분의 연구들은 인구통계학적 관점에서 다루어져 왔다. 이는 개인의 소득수준과 남녀 구성에 따른 성별영향력과 나이, 종교, 직업, 교육수준, 결혼상태 등으로서 기부참여방법 및 행동들을 예측할 수 있었고 (Anderson, 1993; Auten et al., 2002; Carroll et al., 2006; Clotfelter, 1997), 이러한 기부행동에 관한연구는 단순 정량적 인구통계학적 접근방식에서부터 점차 사회심리학적 분야까지 확장되어져 갔다. 그리고 기부를 행하는 개인의 동기적 측면에서 많은 논쟁이 거론되기도 하였다(Andreoni, 1990; Batson et al, 2002; Martin, 1994; smith et al. 1995). 특히, 개인과 소비자의 기부행동 영역에 있어서 그 현상은 좀 더 다양하고 복잡한 양상을 보이기 시작하였으며, 기존의 인구 통계학적 요소와 여전히 미진했던 사회심리학적 접근방식에서는 사회를 반영한 즉각적인 연구의 한계성을 보일 수밖에 없었다.

그리고 2000년대 들어와 기부관련 연구들은 개인 특성들을 좀 더 세분화하여 기부자(donor)의 특성에 관한 연구들을 제안하기 시작하는데 대표적인 기부자의 개인적 특성요인으로 기부자의 자아해석(self construal)수준을 들 수 있다(Winterich & Barone, 2011). 구체적으로 자아특성이 기부행동에 미치는 효과로서 기부자의 자아해석(self-construal)유형은 크게 독립적 자아해석(independent self-construal)과 상호의존적 자아해석(interdependent self-construal)으로 나눌 수 있으며, 기존 연



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

구들은 독립적 자아해석 유형보다 상호의존적 자아해석유형의 사람들이 기부와 관련한 제품들을 더 선호한다고 제시하고 있다(Winterich and Barone, 2011). 또한 기부자의 특성과 관련된 두 번째 요인으로는 사람들의 도덕적 정체성(moral identity) 수준을 들 수 있다. 이와 관련하여 Aquino and Reed Ⅱ(2002)는 기부자의 도덕적 정체성을 크게 내면성(internalization)과 상징성(symbolization)이라는 두 가지 하위차원으로 구분하였다. 이들 결과에 의하면, 전반적으로 도덕적 정체성이 높은 성향을 가진 사람들이 도덕적 정체성이 낮은 사람들에 비하여 기부의도가 더 높게 나타났다.

또한, 최근에는 기부자 특성요인 이외에도 수혜자 특성에 따른 연구가 제시되고 있다. 이는 기존의 기부가 기부행동의 주체자인 기부자의 관점보다 오히려 기부의 타겟(기부 수혜자)의 특성과 메시지 정보, 사회와 환경적 상황에 따라 기부에 대한 기부의도가 달라진다는 것이다(Slovic, 2007; Small et al., 2007). 요컨대 지난 기부행동의 연구들은 단편적인 인구통계학적 특성에서부터 한 개인의 경험과 동기수준, 사회심리학적 영역으로 점차 확대되었으며, 최종 기부행동의 결정적인 주체가 기부자에서 수혜자로 이동했다는 점도 기부행동연구의 큰 흐름이라고 볼 수 있겠다.

그러나 본 연구에서는 기존연구에서 제시하였던 것처럼 기부자 특성과 수혜자 특성을 이분법적으로 해석하지 않고, 일원적 관점에서 기부행동의 기부자(donor)특성과 수혜자(donee)특성 간의 상호작용 효과를 제시하고자 한다. 즉, 기부자의 사회심리학적 특성인 자아해석(self-construal) 수준과 도덕적 정체성(moral identity) 수준, 그리고 기부수혜자 영역의 실체성(entitativity) 수준에 따른 조절적 역할을 제시하여 기부자의 기부의도를 예측하고자 한다. 좀 더 구체적으로 첫째, 기부자의 자아해석 수준이 기부행동에 영향을 미치는데 있어 수혜자의 실체성에 따라 그 효과가 달라질 것으로 예상하였다(연구 1). 둘째, 기부자의 도덕적 정체성 수준이 기부의도에 영향을 미치는데 있어 실체성의 수준에 따라 그 효과가 달라질 것으로 예상하였다(연구 2). 셋째, 앞서 제시한 상호작용 효과에 대한 심리적 메커니즘으로 공감성(empathy)과 기쁨(happiness)을 제시하고자 한다.

결과적으로 본 연구는 기부자 자아특성과 실체성 수준에 따라 기부의도 효과가 달라질 수 있으며, 이러한 관계에서 몇 가지 심리적 메커니즘이 발동할 것으로 예상하였다. 이를 위해 총 2개의 실험을 실시하고자 한다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 2. 연구목적

결과론적으로 기부를 촉진시킬 수 있는 방법이나 대안은 무엇이 존재할까? 이 질문은 개인에서부터 영리와 비영리 기업에 이르기까지 현대사회의 중요한 화두이다. 본 연구는 이러한 사회가 던지는 화두에 대한 답을 찾고자 출발하였다. 우선, 전통적으로 국가와 사회의 환경에 따라 혹은 개인이 소속된 조직의 특성에 따라 기부 방식은 다양한 양상을 보여주고 있다. 그것은 기업의 전략적 대안이 되기도 하며, 인구통계학적인 개념에서부터 사회문화, 자본력, 그리고 개인의 기부 동기와 같은 특성에 이르기까지 포괄적인 차원을 아우르고 있다. 특히 본 연구는 소비자 행동 영역의 기부자(donor)와 기부 수혜자(donee)의 심리학적 특성에 따른 기부 효과를 보고자 하였다.

무엇보다 본 연구의 흥미로운 점은 기부자의 자아해석과 도덕적 정체성과 같은 심리학적 특성에 따른 기부의도를 예측해 내는 것도 있지만, 이를 조절하는 수혜자의 특성인 실체성에 있다. 이에 대해 좀 더 구체적으로 살펴보면, 기부자는 수없이 많은 광고의 홍수 속에 살고 있다. 이는 최근 TV나 인터넷, 모바일, 전단지, 현수막 등의 광고수단이 될 수 있는 거의 모든 영역에서 기부광고를 쉽게 볼 수 있는데, 이러한 수많은 광고 메시지에 노출된 소비자는 정작 필요한 광고를 놓칠 수도 있고, 그만큼 혼선된 선택을 할 수 있다는 것이다.

이에 본 연구는 기부자가 어떠한 경로든 기부 메시지(사진이나 시나리오)나 정보에 노출 되었을 때 실체성으로 하여금 좀 더 효과적으로 기부의도에 반응하는 정도를 예측하고자 한다(Smith et al., 2012). 즉 기존 연구들에 있어서 실체성의 효과는 단지 그 실체성이라는 특성과 이론화 과정에 중점을 뒀기 때문에 2차적으로 기부자 광고나 마케팅에 활용될 수 있는 실용적인 연구는 거의 전무하였다. 특히, 실체성의 주요 특성인 '일반적 움직임(common movement)'과 수혜자 사진에 대한 인물의 배열과 시나리오를 통해서 기부자와의 상호작용을 통해 기부의도를 예측할 수 있을 것이다(Campbell, 1958; Bartels and Burnett, 2011). 무엇보다 이러한 연구결과를 통해 기존의 제한적이었던 이분법적인 기부자와 기부수혜자의 관계를 좀 더 통합적으로 확장해 낼 수 있을 것이며, 소비자 광고영역에서도 효과적인 대안이 될 수 있을 것이다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 제2절 연구방법 및 연구구성

### 1. 연구방법

본 연구의 목적을 달성하기 위해 연구방법은 다음과 같이 설정하였다. 우선 기부자의 자아특성인 자아해석, 도덕적 정체성과 수혜자의 실체성 수준에 대한 개념을 소개하고, 이들의 유형을 살펴보았다. 또한 이 세 변수들 간의 관계를 살펴보고, 이론적 배경을 고찰하였다. 다음은 이를 바탕으로 구체적인 연구모형과 이론을 정립하고 가설을 도출하였으며, 실증분석을 실시하여 수립된 가설을 실증적으로 검증하였다.

본 연구는 총 2개의 실험을 통해 수혜자 실체성 수준에 따른 기부자의 자아특성이 기부의도에 미치는 영향을 살펴보았다. <연구 1: 실험 1>은 실제 TV나 광고매체에서 쉽게 볼 수 있는 아프리카 어린이들의 모습이 담긴 조작 자극물로 실시하였으며, 연구방법은 다음과 같이 진행하였다. 우선 전문지식을 소유한 대학생을 대상으로 실험의 피험자를 선정하였다. 다음은 실체성에 대한 아프리카 어린들의 사진에 대한 시나리오 실험자극물을 만들었으며, 본격적인 실험을 진행하였다. 마지막으로 각각 실험자극에 대한 조작적 정의를 측정하고 실증분석을 통해 가설을 도출하였다.

<연구 2: 실험 1>은 <연구 1: 실험 1>에서 제시하고 있지 않은 아프리카 어린이들에 대한 시나리오 방식을 제외하고 순수 조작 실험물에 대한 반응을 측정하였다. 이는 기존 실체성 연구들에서 제시한 시나리오 방식에서 국한되지 않고 물체의 일반적 움직임(common movement)에 대한 메커니즘을 이용하여(Campbell, 1958; Bartels and Burnett, 2011), 수혜자 실체성에 대해서 기부자의 즉각적인 반응을 확인하였다. 그리고 <연구 1: 실험 1>과 같은 절차로 실험 자극에 대한 조작적 정의를 측정하고, 실증분석을 통해 가설을 도출하였다. 본 연구는 대학생을 대상으로 진행하였으며, 수집된 자료는 SPSS 18.0 프로그램을 활용하여 분석하였다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 2. 연구구성

본 연구는 기부자의 심리학적 자아특성이 기부의도에 미치는데 있어서 수혜자의 실체성 수준에 따른 효과를 살펴보기 위하여 진행되었다. 전반적 연구에 대한 구성은 다음과 같다.

제 1장은 서론이다. 이 장에서는 연구배경과 연구목적을 포함하고 있으며, 소비자 기부행동의 전반적 연구흐름과 기존연구들의 결과에 대해 논의하였다. 또한, 전반적인 연구방법과 본 연구의 구성을 설명하였다.

제 2장은 이론적 배경이다. 이론적 배경은 기부자의 자아해석수준, 도덕적 정체성 수준, 수혜자의 실체성 수준에 대한 개념 및 유형들을 구체적으로 논의하였다. 또한, 기존 기부자의 자아해석, 도덕적 정체성, 수혜자 실체성에 대한 선행연구들을 고찰 하였다.

제 3장은 연구모형과 가설수립이다. 연구모형은 본 연구에 대한 포괄적인 이해를 돕는 모형을 제시한 것이다. 가설수립은 기부자의 자아해석 수준, 도덕적 정체성 수준, 수혜자의 실체성 수준에 대한 주 효과와 상호작용 효과에 대한 가설을 설정하였다.

제4장은 <연구 1>에 대한 <실험 1>의 실증분석이다. 위의 이론에 따라 설정한 가설을 검증하는 단계이다. 우선, 본 연구의 목적을 제시하고, 정밀한 연구방법(실험 설계, 실험 절차 및 방법, 실험자극 및 변수측정)을 통해 가설검증 및 결과분석을 기술하였다.

제5장은 <연구 2>에 대한 <실험 1>의 실증분석이다. <연구 2>는 <연구 1>에서 부족한 자극물 설정을 보완하고, 정밀한 연구방법(실험설계, 실험절차 및 방법, 실험자극 및 변수측정)을 통해 가설검증 및 결과분석을 기술하였다.

제6장은 본 연구에서 도출한 결과를 요약하고, 연구에 대한 시사점과 한계점을 기술하고 앞으로의 연구방향을 제시하였다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 제2장 이론적 배경

## 제1절 기부행동의 전반적 흐름

초기 기부자 기부행동의 연구들은 대부분 인구통계학적 관점에서 다루어져 왔다. 특히 개인과 기부자의 기부행동 영역에 있어서 그 현상은 좀 더 다양하고 복잡한 양상을 보이기 시작하였으며, 기존의 인구 통계학적 요소와 연구가 미진했던 사회심리학적 접근방식에서는 사회를 반영한 즉각적인 연구의 한계성을 띨 수밖에 없었다. 그리고 2000년대 들어와 기부관련 연구들은 개인 특성들을 좀 더 세분화하여 기부자(donor)의 특성에 관한 연구들을 제안하기 시작하였다. 또한, 최근에는 기부자 특성요인 이외에도 수혜자 특성에 따른 연구가 제시되고 있다. 이는 기존의 기부가 기부행동의 주체자인 기부자의 관점보다 오히려 기부의 타겟(기부 수혜자)의 특성과 메시지 정보, 사회와 환경적 상황에 따라 기부에 대한 기부의도가 달라진다는 것이다(Slovic, 2007; Small et al. 2007). 요컨대 지난 기부행동의 연구들은 단편적인 인구통계학적 특성에서부터 한 개인의 경험과 동기수준, 사회심리학적 영역으로 점차 확대되었으며, 최종 기부행동의 결정적인 주체가 기부자에서 수혜자로 이동했다는 점도 기부행동연구의 큰 흐름이라고 볼 수 있겠다(<표 1>, <그림 1> 참조).



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 1> 소비자 기부행동의 변천과정

| 저자 | 내용 |
|---|---|
| Andreoni (1990)<br>Anderson (1993)<br>Clotfelter (1997) | - 단순 인구통계학적 접근으로 기부행동 측정<br>(성별, 나이, 종교, 직업, 교육수준, 결혼상태 등)<br>- 기부참여 방법 및 종류 제시 |
| Martin (1994)<br>Smith et al. (1995) | - 기부행동의 단순 정략적 결과와 사회심리학적 부분의 과도기적 쟁점 |
| Smith et al. (1995)<br>Batson et al. (2002) | - 사회심리학적 접근 방식으로 확장<br>- 개인의 동기적 특성과 기부행동과의 관계 쟁점 |
| Aquino and Reed Ⅱ (2002) | - 개인의 심리학적 특성을 세분화 과정<br>- 도덕적 정체성과 자아해석 수준을 통한 기부행동 예측 |
| Winterich & Barone, (2011) | - 기부행동과 제품의 판매촉진<br>(마케팅적 전략적 방안 제시) |
| Slovic (2007)<br>Small et al. (2007)<br>Smith et al. (2012)<br>Duclos and Barasch (2014) | - 기부행동 현상의 기부자 관점에서 점차 수혜자 관점으로 확장<br>- 기부 수혜자의 수혜 및 희생자 효과<br>- 기부 수혜자의 상태에 따른 효과 |
| Lee et al. (2014) | - 기부자의 자아특성과 수혜자의 특성(책임성)을 동시에 고려 시도 |

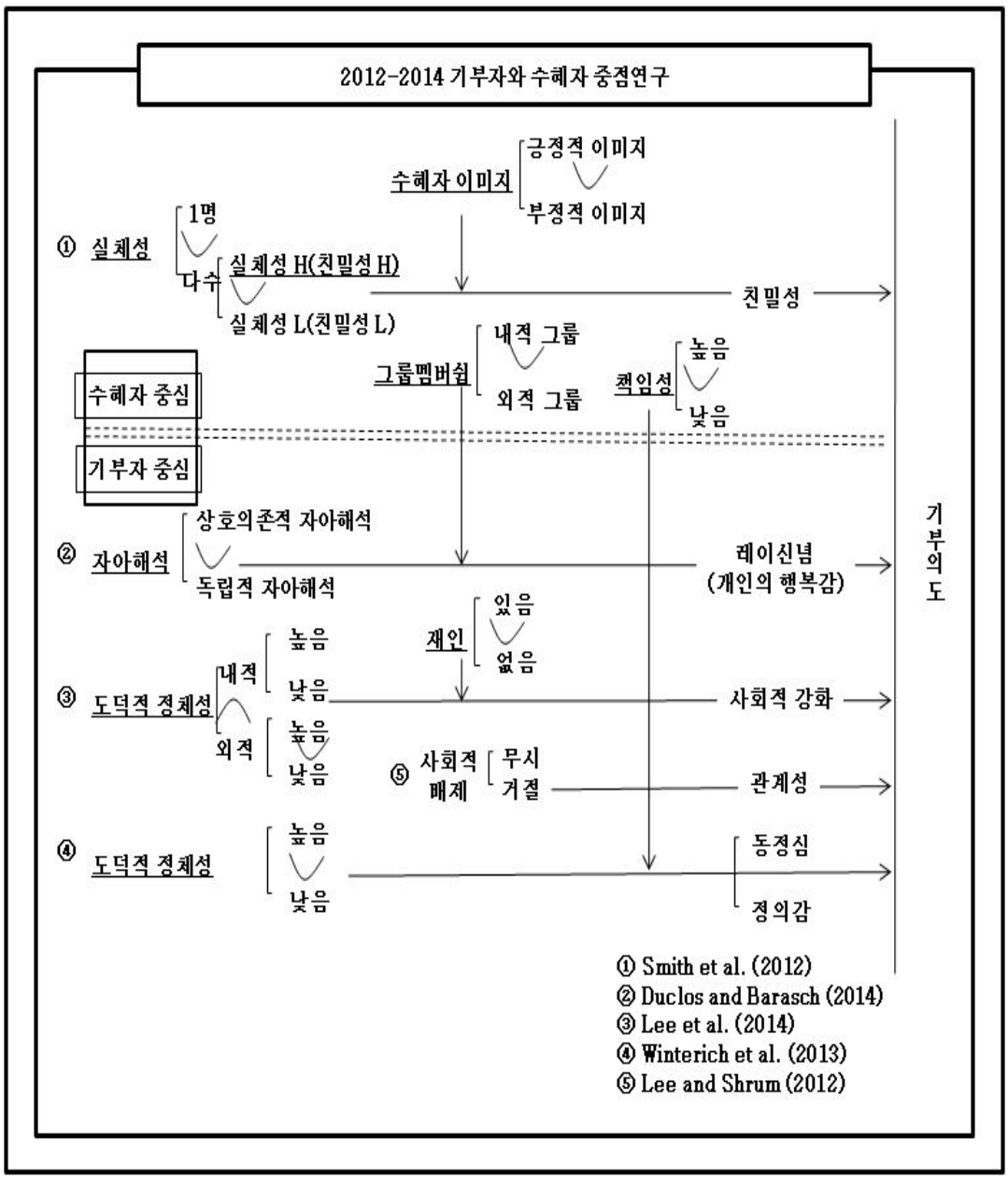
출처: 연구자 정리



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<그림 1> 기부자와 수혜자 요인의 기부행동




출처: 연구자 정리



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 1. 인구통계학적 특성

지난 기부행동 연구들은 개인의 경험에 의해서 기부 의사결정이 이루어지는 경우가 많았다(Schervish et al., 2002; Schlegemilch et al., 1997). 그러나 차츰 기부자의 연령(Nichols, 1992), 소득(Auten et al., 2002), 종교(Chang, 2005), 교육수준(Carroll et al., 2006), 결혼상태(Brown and Ferris, 2007; Wilhelm et al., 2008) 등에 따른 인구통계학적 접근 방식을 채택하여 기부행동을 예측하였다.

좀 더 구체적으로 보면, 기부자는 자신의 경제 환경을 고려하지 않고 기부를 생각하지 않을 수 없을 것이다. 따라서 소득수준이 높은 사람들은 그렇지 않은 사람들에 비해 기부에 관해 대체적으로 긍정적인 태도를 보인다(Auten et al., 2002; Bank and Tanner, 1999). 그러나 아이러니하게도 소득수준과 기부행동 간의 상관관계는 서로 연결되지 못한다는 다소 엇갈린 결과들이 기존 연구에서 제시되었으며(강철희, 1998), 소득수준이 낮은 사람들은 본인의 주체적인 의지보다 정부나 타인의 권유로 피동적인 기부참여 방식을 채택하였다. 이러한 현상은 경제적인 여건이 기부의도에 직접적으로 영향을 미치는 것이 아니라, 이는 개인의 자극과 외적인 요구에 따라 어느 정도 동기적 측면이 강화되었을 때 나타나는 결과라고 하였다(Okunade, 1996; Schlegelmilch et al., 1997). 그리고 소득수준이 낮을 때, 주로 국내에서 기부활동을 하지만 소득수준이 높을 때는 국내보다 해외에서 기부활동을 선호한다고 하였다(Micklewright and Schnepf, 2009). 또한, 교육수준이 기부의도에 미치는 영향은, 상대적으로 높은 교육수준을 가졌을 때, 블루칼라보다 화이트칼라의 직업군을 가지고 있는 사람일수록, 일반적인 근로자 보다 전문직에 종사하는 사람일수록 기부참여 의도는 높다고 하였다(Micklewright and Schnepf, 2009). 특히, 연예인들이나 유명인들처럼 자국에서 기부를 하는 만큼 해외에서도 기부활동을 많이 하는데, 이러한 기부자들의 인구통계학적 특성은, 주로 남성보다 여성, 자원봉사를 하지 않은 사람보다 현재 자원봉사 활동을 하고 있는 경우, 청치의식이 높은 경우, 이민자 일 경우, 종교를 가지고 있을수록 두드러진다고 할 수 있다(Rajan et al., 2008).



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 2. 기부자의 자아특성

### 2.1 자아해석과 기부행동

자신의 자아(self)를 발견하고 이해한다는 것은 또 다른 비교 대상(other)이나 관점(view)이 필요하다(Markus and Kitayama, 1991). 이는 크게 나 자신을 독립적 자아해석(independent self-construal) 또는 상호의존적 자아해석(interdependent self-construal)으로 받아드리는 지각 현상이며, 타인이 자신을 독립적 존재로 받아드리는지 혹은 타인과 밀접한 관련성이 있는 것인지를 스스로 판단하는 것이며, 대체로 이러한 자아해석에 관한 연구는 집단의식이 강한 동양의 문화 그리고 개인주의 성향이 강한 서양문화와 비교하며 자아해석 개념을 견고히 다지고 있다(Markus and Kitayama, 1991; Gardner et al., 1999). 그리고 자아해석 현상은 개인이 경험한 특정 상황이나 개인 고유의 특성에 따라 발현되어 지는데 이는 인지적, 감정적, 동기적 성향이 유기적으로 융합되면서 더욱 강한 모습으로 드러난다. 따라서 독립적 자아해석 능력이 높은 사람들은 특정 집단과의 거리를 두며 자신의 자아 정체성을 지켜나가기 위해 좀 더 독립적이고 자유로우며 독특한 개성과 함께 성취 지향적으로 나(I)를 찾는 것이고 상호의존적 자아해석 능력이 높은 사람들은 타인과의 동화, 유대감 등에 가치를 부여하며, 우리(We)라는 범주 속에 자신의 신념을 나타내고자 하는 것이다(Aaker and Lee, 2001; Markus and Kitayama, 1991; Oyserman et al., 2002). 그 밖의 자아해석의 진일보 되어진 기존 연구들을 살펴보면, 자아해석이라는 유형은 극히 인지적인 사고체계가 강하게 작용된다는 것이다. 즉, 독립적 자아해석 성향이 높은 사람들은 대상을 세밀하게 쪼개어 보는 분석적 능력이 강하게 작용되며 상호의존적 성향이 높은 사람들은 대상을 전체적으로 평가하는 능력이 강하다는 것이 제시되었다(Nisbett et al., 2001). 또한, 개인의 자아해석 성향은 인간의 조절적 초점(regulatory focus)능력과도 밀접한 관련이 있다. 이는 독립적 자아해석 성향의 사람들은 자신의 자아를 향상초점(promotion focus)에 맞춰 개인의 목표달성에 대한 결과론적 성공에 강한 집념을 보이며, 상호의존적인 자아해석 성향은 방어초점(prevention focus)에 맞춰 자신만의 성공보단 집단의 조화와 책임감을 우선시하여, 자아를 결과론적 목표달성에 대한 향상보다 과정적인 균형을 중시하는 자아개선이라는 것에 더 큰 가치를 둔다(Aaker and Lee, 2001; Heine et al., 1999; Lee et al., 2000). 그리고 자아해석 수준과 브랜드 연관성, 준거집단과의 관계에 대



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

한 기존연구에서는 준거집단의 내집단(in-group)과 외집단(out-group)의 관계는 자아해석 성향에 따라 브랜드 선호도에 밀접한 관련이 있으며, 브랜드에 대한 평가는 대체로 원산지 정보와 관련이 있는 브랜드 관련개념 속에 상대적으로 상호의존적 자아해석 성향에서 브랜드 평가에 더 큰 영향을 주었고 반대로 브랜드에 대한 자아개념이 개인성향을 띨 때는 독립적 자아해석 성향의 집단에서 브랜드 평가에 더 밀접한 연관성을 보였다(Escalas and Bettman, 2005; Swaminathan et al., 2007).

그리고 자아해석 유형과 기부와의 관계는 밀접한 관계를 맺고 있으며, 기존 일부 연구들에 의해서 그에 대한 실증적 연구가 제시되고 있다. 즉, 자아해석 유형이 기부행동에 미치는 영향으로서 개인의 자아특성 중 자기관점(self-focus)의 자아성향보다 타인관점(other-focus)의 자아성향이 기부행동에 더 호의적이라는 것이며(Shang et al., 2008), White and Peloza(2009)는 자신의 이익을 위한 호소 보다 타인을 위한 호소일 때 기부행동에 더 적극적인 반응을 보인다고 하였다. 특히, Winterich and Barone(2011)은 자선의 효율성을 조절적 요인으로 제시하면서 소비자의 자아해석 성향이 제품의 판촉 선택행동에 영향을 미치는 연구를 제안하였는데, 이들 연구에 따르면, 전반적으로 독립적 자아해석 능력이 높은 소비자는 자선효율성이라는 메커니즘을 통해 기부기반 촉진제품(donation-based promotion product)의 선택이 낮게 나타났지만, 상호의존적 자아해석 능력이 높은 사람들은 자선효율성이라는 메커니즘이 발동함과 동시에 기부기반 촉진제품을 더 선호하는 것으로 나타났다. 그리고 최근 들어 기부자의 친사회적 행동과 수혜자의 특정 상황에 따른 기부행동연구가 제시되었는데(Duclos and Barasch, 2014), 이는 기존 연구들에서 주로 주장했던 것과는 반대로 상호의존적 자아해석 능력이 높은 기부자도 수혜자가 놓인 상황에 따라 자선과 기부행동이 감소 될 수 있다는 기존연구를 뒤집는 결과를 보여주었다. 즉, 보편적으로 기존연구들에서는 자아해석 유형이 독립적인 성향일 때만 상대적으로 상호의존적 자아해석 능력이 높은 기부자들보다 기부행동이 낮다는 것을 보여 주었는데 이들의 연구에서는 수혜자의 상황이 외집단(out-group)일 경우에는 오히려 상호의존적 자아해석 능력의 기부자들이 독립적 자아해석 기부자들보다 기부행동이 더 낮아질 수 있다는 것이다(Duclos and Barasch, 2014). 이에 본 연구에서도 상호의존적 자아해석 성향이 높은 사람들이라 하더라도 수혜자의 실체성 수준에 따라 기부의도가 더 강화되거나 약화될 것으로 예상하였다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2.2 도덕적 정체성과 기부행동

도덕적 정체성은 인간이라면 마땅히 지켜야할 양심과 함께 외부로부터 오는 강제력보다 내적 양심에서 오는 친절함, 정직함, 타인에 대한 관심, 이타적인 행동들로서 자신의 자아개념의 유기적 특성을 도덕적 스키마 구조라는 체계화된 지식구조를 통해 타인과의 관계를 연결시키는 자기개념의 조절적 구조를 의미한다(Kohlberg and Hersh, 1997; Aquino and Reed Ⅱ, 2002). 이러한 도덕적 스키마 구조는 지난 경험을 통해 자신만의 다양한 도덕적 자아개념을 형성할 수 있으며, 상대적으로 도덕적 정체성이 높은 사람들은 그렇지 않은 사람에 비해 좀 더 활성화된 스키마 구조를 띄며 그 양상은 결코 단순하지 않다(Aquino and Reed Ⅱ, 2002; Reed Ⅱ and Aquino, 2003). 즉, 자신의 내적양심에 따른 도덕적 행위에 대한 접근가능성이 매우 높다는 것이며, 타인의 곤경을 마치 자신의 상황처럼 받아드리고 위험에 처한 타인을 기꺼이 도울 수 있는 친사회적 행동까지 감행하게 된다(Aquino and Reed Ⅱ, 2002; Aquino et al., 2009). 또한, Aquino and Reed Ⅱ (2002)는 도덕적 정체성과 기부행동 간의 관계를 고찰하기 위해, 도덕적 정체성에 대한 측정도구를 개발하고, 도덕적 정체성이 내면화(internalization)와 상징성(symbolization)이라는 두 가지 하위차원으로 구분 될 수 있다는 것을 제시하였다.

일반적으로 도덕적 정체성이 높은 사람들은 자선행동에 대하여 어느 정도 호의적인 것으로 알려져 있지만, 자신의 자선행동이나 상황에 대해서는 상당히 인지적으로 세분화 하여 문제를 인식하는 것으로 알려져 있다(Hart et al., 1998; Reed and Aquino, 2003; Winterich et al., 2009). 이는 도덕적 정체성이 높은 사람들은 이성적으로 자신의 이타적 행동이나 구체적인 자선행동에 관해서는 많은 인지적인 노력을 기울여서 상황을 세분화하는데, 이러한 사람들의 경우에는 기부행동에 대해서는 상당히 관대하지만 수혜자가 처한 곤경이나 환경이 수혜자의 나태함이라든지 부도덕적인 책임의 결과이거나 기부자 자신이 바라는 기준에 수혜자가 미치지 못한다면, 오히려 도덕적 정체성이 낮은 사람들보다 기부행동에 소극적이며 더욱더 수혜자를 부정적으로 평가하게 된다(Lee et al., 2014). 또한, Aquino and Reed Ⅱ (2002)는 도덕적 정체성과 기부행동 간의 관계를 다루었는데, 이들 결과에 의하면 도덕적 정체성이 높은 기부자들에게서 기부의도가 더욱 호의적인 것으로 나타났다. 그리고 Winterich et al.(2009)은 Aquino and Reed Ⅱ(2002)의 연구를 좀 더 확장하여 기부자의 도덕적 정체성 수준과 그룹핑(group membership) 효과의 상호작용



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

효과를 보았다. 이는 개인의 도덕적 정체성이 활성화되면 그룹의 내집단(in-group) 범위에서 확장하여 그룹의 외집단(out-group)과의 연계성을 더 강화한다는 사실을 보여주고 있다. 이들의 연구를 구체적으로 살펴보면, 기부자의 도덕적 정체성 수준이 낮은 기부자는 내집단에 대한 기부의도가 외집단에 대한 기부의도보다 더 상승하며, 기부자의 도덕적 정체성이 높아지게 되는 경우 내집단과 외집단에 대한 기부의도 차이가 거의 나타나지 않으며, 결국 기부자의 기부 의도는 내집단과 외집단 모두 높아지는 것으로 나타났다. 또한, 이들은 기부자의 도덕적 정체성이 기부행동에 미치는데 있어 성 정체성(gender identity)이 조절적 역할을 할 수 있다는 점을 강조하고 있다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 남성성의 정체성이 높은 기부자들은 도덕적 정체성이 낮은 경우 내집단과 외집단 간 기부행동에 대한 차이가 나타나지 않았지만, 도덕적 정체성이 높은 기부자의 경우에는 외집단보다는 내집단에 대한 기부효과가 더 높게 나타났다. 그러나 여성성의 정체성이 높은 기부자들은 도덕적 정체성이 높은 경우에는 내집단과 외집단 간 기부효과의 차이는 나타나지 않았지만, 기부자의 도덕적 정체성이 낮은 경우에는 내집단보다 외집단에서 기부효과가 높게 나타났다.

또한 조직의 지위와 기부자의 도덕적 정체성에 따른 효과에 있어서 현금기부와 시간기부의 효과를 살펴본 연구를 보면(Reed Ⅱ et al., 2007), 기부자의 조직적 지위가 낮을 경우에는 기부자의 도덕적 정체성이 높고 낮음에 상관없이 현금기부보다 시간기부를 더 높게 평가하였으며, 기부자의 조직적 지위가 높은 기부자들에 있어서 기부자의 도덕적 정체성이 낮은 경우에는 현금기부와 시간기부에 대한 긍정적 평가의 차이가 나타나지 않았다. 그러나 기부자의 도덕적 정체성이 높은 경우에는 시간기부를 현금기부보다 근소한 차이로 높게 평가를 하였다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 3. 기부 수혜자의 실체성

## 3.1 실체성의 개념

실체성이란 마치 알몸과도 같은 하나의 개체(entity)가 알맞은 옷을 갖춰 입은 것처럼 그 옷의 기능에 따라 독립체의 강도가 강화되기도 하며 약화되기도 한다. 즉, 실체성은 하나의 온전한 본질을 지니고 있는 주체적 성향의 독립체로서 그 성질이 일관성 있으며 본질의 추상적(abstract) 이미지 보다 실질적(reality)이면서 뚜렷한 형태를 보이는 독립체에 가까운 모습이다(Campbell, 1958). 그러나 실체성을 위시한 인간의 정신적 추상화(mental abstraction)는 주어진 상황에 따라 독립체의 가변성을 유도하고 있다(Lickel et al., 2000). 또한, 최초 실체성이라는 단어와 그에 대한 의미를 주창한 Campbell(1958)은 하나의 사회적 그룹들(groups)에 있어서도 실질적 가시성(real)이 뚜렷한 그룹이 있는가 하면, 반대로 그렇지 않는 그룹이 존재한다는 것을 평소에 의문을 갖기 시작하였다. 그의 실체성 이론에 의하면 심지어 독립체라는 것은 하나의 명확한 개인을 뜻하기도 하는데, 그 개개인들(individuals) 마저도 실체성이 낮은 집단에서는 오히려 실체성이 뚜렷한 그룹보다 실질적 존재감이 떨어진다고 하였으며, 특히 실체성을 밝히는데 중요한 3가지 단서들을 제시하고 있다.

그 첫 번째 단서는 공통운명(common fate)으로서 가족의 일원처럼 선택의 여지없이 비슷한 운명을 가지고 있는 집단을 가리키며, 서로 같은 방향성과 결과물을 도출해 낼 수 있는 일상적 모습과 사회적 활동 범위마저도 같은 흐름(common movement) 을 유지하고 있는 것을 의미한다.

두 번째 단서는 유사성(similarity)으로서 집단에서 개개인이 서로 직접적으로 얼마나 같은 모습을 하고 있는 정도를 나타내고 있다.

세 번째 단서는 근접성(proximity)으로서 집단내의 개인들 간의 심리적 육체적 거리가 얼마나 근접하고 있는 정도를 나타내고 있다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

### 3.2 기부영역 실체성 이론의 전개과정

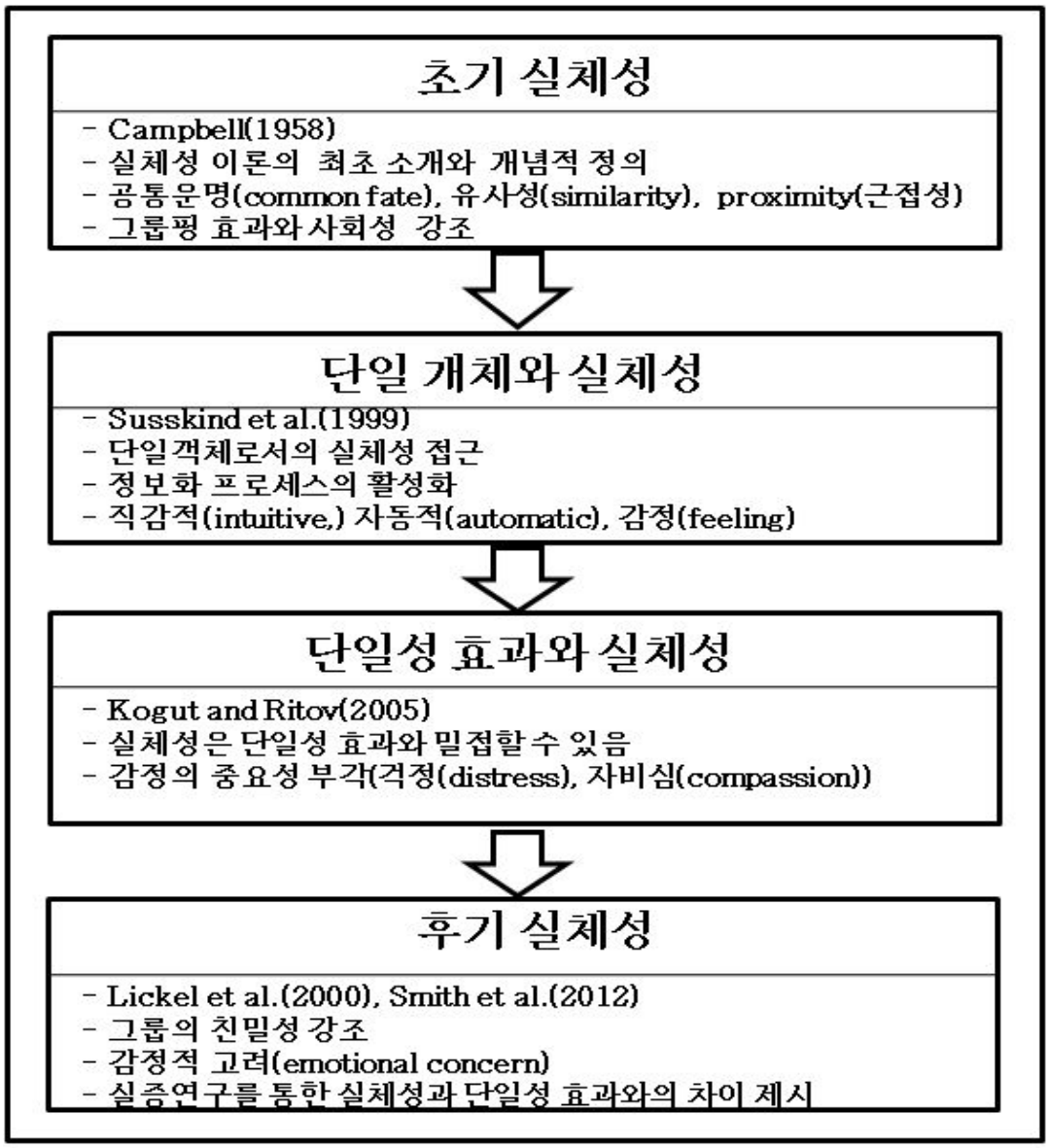
실체성 이론의 전개과정을 살펴보면, 최초로 실체성이라는 단어를 소개하고 이론화 한 Campbell(1958)은 실체성 연구에 있어서 초석을 닦았다고 할 수 있겠다. 그러나 그의 이론은 실증적 연구보다 질적 연구를 기반으로 이론을 정립하였기 때문에 상대적으로 이론의 실증적 논거가 취약했다. 따라서 후세의 연구자들은 Campbell의 단점을 보완하는 실증적 논리를 확인하는 연구들을 진행하였다(Gaertner and Schopler, 1998; Hamilton and Sherman, 1996; Kought and Ritor, 2005; Lickel et al., 2000; Slovic, 2007; Smith et al., 2012). 사실 실체성에 관한 연구는 오랜 시간동안 학계에서 주목을 받지 못하고 있었으며, 기존의 실체성 연구를 강화하기 위하여 여타의 이론을 차용하기 시작하였는데, 그 대표적인 이론이 단일성의 효과(singularity effect)이다(Kogut and Ritor, 2005). 단일성 효과는 다수보다 단일한 개체의 효용성을 뜻하며(Kogut and Ritor, 2005), 이를 정확히 이해하기 위해서는 반드시 단독개체성(single individual)에 대한 의미 또한 알고 있어야한다. 즉, Kogut and Ritor(2005)는 자신의 단일성 효과를 이론적으로 설명하기 위하여 Hamilton and Sherman(1996)의 'single individual(단독 개체성)'에 대한 실증적 연구와 개념들을 차용하였는데 그들의 공통된 검증 결과는 대상이 그룹보다 한 개체일 때 수용자가 대상에 대하여 정보 프로세스화가 빠르게 활성화 되며, 특히 대상에 대해서 말보다는(non-verbal,) 직감적(intuitive), 자동적(automatic)반응과 함께 좀 더 빠르고, 쉽고 때론 더 효율적으로 대상을 파악한다고 제시하고 있다. 더 나아가 주체가 대상을 지각하는데 있어서 인지적 반응보다 감정적 반응을 순간적으로 강하게 끌어 낼 수 있다는 것을 증명하고 있으며, 그 감정이라는 것은 동정심이나 걱정 등을 가리킨다(Slovic, 2007). 요컨대, 실체성과 단일성 효과는 외면적으로 상이한 개념적 정의를 가지고 있으나, 근본적 현상은 상호보완적인 관계에 있다고 할 수 있다. 그 이유는 실체성 자체가 다수의 그룹에서 나타나는 현상이지만 실체성이 나타나는 현상의 기저는 단일한 상태를 추구하기 때문이다(Slovic, 2007). 따라서 실체성이라는 개념적 정의와 실증적으로 진일보된 일련의 최근 연구들을 이해하려면 이러한 실체성의 논리적 이론화 과정이 필요하다(<그림 2> 참조).



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<그림 2> 기부영역 실체성 이론의 논리화 전개과정




출처: 연구자 정리



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

### 3.3 실체성의 기존연구 고찰

실체성의 특성 중 하나는 조직의 그룹핑 효과를 극대화 하는데 있다. 이는 한 조직이나 그룹의 존속을 오래 지속하고 통합하는 기능으로서, 보다 자발적이고 부분의 전체보다 실체성의 하나가 더 강한 기능을 할 수 있다(Kimchi, 1992; Smith et al., 2012; Yzerbyt et al., 2001). 이러한 실체성의 특성에 따른 선행연구들에 대한 결과로, 우선 여러 그룹들에서도 특히 유사성, 체계성, 상호교환성, 공통적 행동, 비슷한 목표가 높은 집단에서 실체성이 높게 나타났다(Campbell, 1958; Lickel et al., 2000). 또한, 실체성이 높은 집단에서 그렇지 않은 집단보다 질적으로 수준 높은 정교화 과정의 정보프로세스 과정이 통합적으로 이루어진다(Bruner, 1957; Hamilton et al., 1999). 이는 부분적 합보다 전체론적인 관점으로 접근해 볼 수 있는 것으로서(Kimchi, 1992), 대상의 필수요소들을 추출해 내는데 효과적이다(Hamilton et al., 1999; Rydell and McConnell, 2005). 이러한 근거를 토대로 일상적으로 일어나는 사회적 현상을 직접적으로 연구에 투영한 Likel et al.(2000)은 공통의 목표를 공유하는 가족, 프로 스포츠 팀, 락 밴드 등에서 실체성의 영향력이 높게 나타나고, 상대적으로 버스 정류장에서 버스를 기다리는 그룹에서는 실체성이 낮게 지각되었다는 것을 밝혀냈으며, 이 현상에 대한 중요한 메커니즘은 친밀성이라고 제안하였다. 또한, 최근 연구들은 컴퓨터 시뮬레이션을 활용한 실체성 원리를 밝히고 있다. 즉 인간의 정신적 추상화(mental abstraction)를 바탕으로 실체성의 원리를 컴퓨터 시뮬레이션을 통해 보여 주었는데 컴퓨터 화면상 정배열 된 사람 모양의 아이콘이 무작위로 흩어져 있는 아이콘보다 실체성을 더 높게 지각하였다(Bartels and Burnett, 2011).

최근 실체성 연구에 있어서 기부와 밀접한 관련이 있는 연구들이 하나 둘씩 밝혀지고 있다. 즉, 기부와 실체성에 관한 연구의 초점은 기부수혜자(target)관점에 주로 중점을 두고 있으며, 이미 상당수 연구는 실체성과 거의 흡사한 단일성(single individual)효과에 대한 검증이 어느 정도 진전된 상황이지만 정확한 실체성 이론에 따른 기부의 관계를 밝힌 연구는 그에 비해 많지 않다고 할 수 있다. 먼저, 단일성 효과와 기부관계에 있어서는 기부수혜자의 인원이 인식가능한 1명과 다수의 비교가 될 수 있는데, 수혜자의 수가 다수보다 1명일 때 기부 의도는 더 높게 나타났다(Dickert et al., 2011; Small et al., 2007; Slovic, 2007). 특히, 이들 현상의 공통된 메커니즘은 동정심과 같은 감정(affection)변수가 중요한 요소임을 밝히고 있다. 무



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

엇보다 Smith et al.(2012)이전의 연구들에서는 타겟이 그룹일 때 보다 인식가능한 단일한 1명일 때 기부의 효과가 더 높다고 제안하고 있지만 Smith et al.(2012)은 타겟의 초점이 그룹이라도 실체성의 효과가 높아진다면 기부의도가 반대로 높아질 수 있다는 것을 제시하였다. 이는 기존연구에서 검증하지 못했던 분리된 단일성의 효과와 실체성의 효과를 실증적으로 같은 연속선상에서 밝혀냈다는 것이다. 좀 더 흥미로운 점은 Smith et al.(2012)은 기존 연구자들이 실체성의 논거를 뒷받침 할 때 거의 단일성 효과를 제안하곤 했는데, 이전 연구들에 있어서 실체성의 조작은 거의 이루어 지지 않았다고 할 수 있다. 또한 실체성과 단일성 효과는 흡사한 이론이 아니며, 엄연히 다른 관점으로 접근해야 한다는 것을 실증적으로 증명한 최초의 연구가 되었다. 좀 더 구체적으로 Smith et al.(2012)의 연구를 살펴보면, 우선 선행연구에서 시도한 조작적 접근 방법을 컴퓨터 화면속의 나비의 정배열과 흩어진 배열을 활용한 '일반적 움직임(common movement)'을 제시하여 실체성의 조작적 검증을 성공적으로 증명해 냈으며, 피험자의 조작을 시나리오로 채택하여 실체성의 주요 메커니즘인 친밀성을 효과적으로 증명하였다.

무엇보다 이들 연구결과를 요약해보면, 실체성이 높은 집단에서 기부의도가 높게 나타났으며, 그에 대한 메커니즘으로 기부 판단에 대한 자신감, 친밀성, 감정적 고려를 제안 하였다. 또한 실체성의 극단적(extreme) 특성을 제시하고 있는데 이는 수혜자가 도덕적으로 부정적인 상황일 때 기부의도가 낮게 나타났다. 이는 오히려 수혜자의 긍정적 상황을 떠나 중립적인 상황일 때조차 보다 더 현저하게 낮은 기부의도를 보여 주었다. 이는 실체성의 극단적인 특성을 잘 보여주는 결과이며 요컨대, 수혜자 타겟이 다수의 그룹이지만 실체성이 높다고 가정한다면 단일성 효과처럼 기부의도가 높아질 수 있다는 사실을 제안하였다(Smith et al., 2012).



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

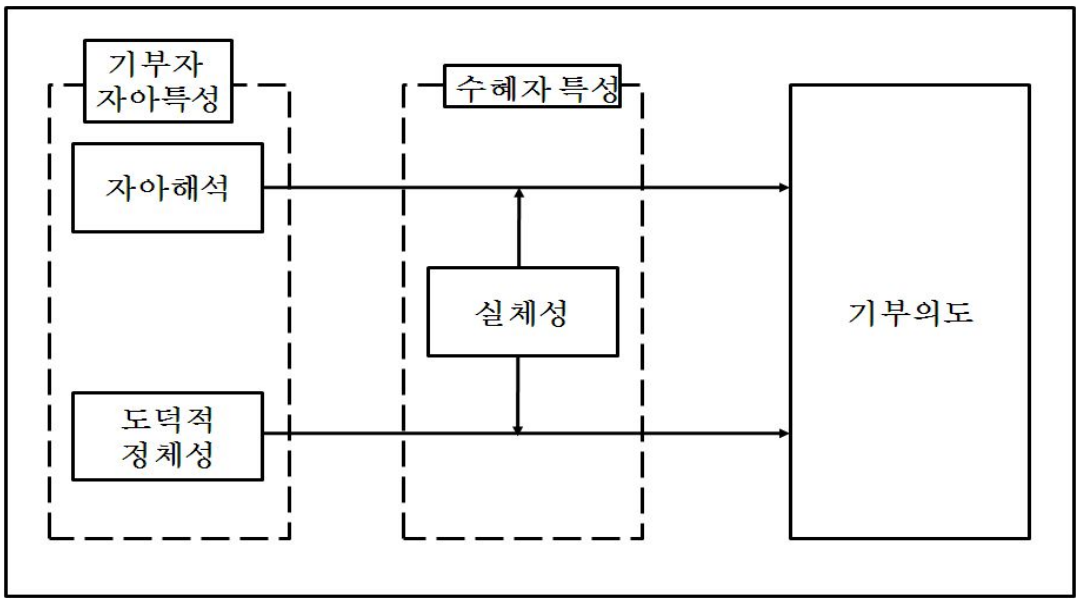
# 제3장 연구모형 및 연구가설

## 제1절 연구모형의 설계

본 연구는 기부자 자아특성 수준이 기부의도에 미치는 영향에 있어서, 수혜자의 실체성 수준에 따른 조절효과를 살펴보고자 하였다. 우선, 기부자의 자아특성은 자아해석 수준과 도덕적 정체성으로서 자아해석 수준은 상호의존적 vs. 독립적 자아해석 수준, 도덕적 정체성은 도덕적 정체성 高 vs. 低로 각 각 나누어져 있다. 또한, 수혜자의 실체성 수준도 실체성 高 vs. 低로서 두 차원으로 나누었다.

그리고 기부자 기부행동을 예측하는 기존연구들의 대부분은 기부자 자아특성과 수혜자 특성을 이분법적으로 분리하여 연구를 진행 하였다. 이는 기부효과에 있어서 기부자와 수혜자를 통합적으로 대응하는데 제한적인 요소가 될 수 있다. 따라서 본 연구는 이를 보완하고 기존연구에서 제시하지 않았던 두 가지 기부자 자아특성과 수혜자 특성의 주 효과와 상호작용 효과를 보고자 다음과 같은 연구 모형을 설정하였다(<그림 3> 참조).

<그림 3> 연구모형






Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 제2절 연구가설의 설정

### 1. 자아해석이 기부의도에 미치는 효과

자아해석 유형이 기부행동에 미치는 영향으로서 개인의 자아특성 중 자기관점(self-focus)의 자아성향보다 타인관점(other-focus)의 자아성향이 기부행동에 더 호의적이라는 것이며, 자신의 이익을 위한 호소보다 타인을 위한 호소일 때 기부행동에 더 적극적인 반응을 보인다고 하였다(White and Peloza, 2009). 특히, Winterich and Barone(2011)은 자선의 효율성을 조절적 요인으로 제시하면서 소비자의 자아해석 성향이 제품의 판촉 선택행동에 영향을 미치는 연구를 제안하였는데, 이들 연구에 따르면, 전반적으로 독립적 자아해석 능력이 높은 소비자는 자선효율성이라는 메커니즘을 통해 기부기반 촉진제품(donation-based promotion product)의 선택이 낮게 나타났지만, 상호의존적 자아해석 능력이 높은 사람들은 자선효율성이라는 메커니즘이 발동함과 동시에 기부기반 촉진제품을 더 선호하는 것으로 나타났다. 이에 따라 기존 연구결과를 토대로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**가설 1: 상호의존적 자아해석 성향을 지닌 사람들에게서 독립적 자아해석 성향을 지닌 사람들보다 기부의도가 더 높게 나타날 것이다.**



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 2. 도덕적 정체성이 기부의도에 미치는 효과

Aquino and Reed Ⅱ(2002)는 도덕적 정체성과 기부행동 간의 관계를 고찰하였는데, 이들 결과에 의하면 도덕적 정체성이 높은 소비자들에게서 기부의도가 더 높은 것으로 나타났다. 또한 도덕적 정체성이 높은 사람들은 이성적으로 자신의 이타적 행동이나 구체적인 자선행동에 관해서는 많은 인지적인 노력을 기울여서 상황을 세분화하는데, 이러한 사람들의 경우에는 기부행동에 대해서는 상당히 관대하다(Hart et al., 1998; Reed and Aquino 2003; Winterich et al., 2009). 이에 따라 기존 연구를 토대로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**가설 2: 도덕적 정체성 수준이 높은 사람들에게서 도덕적 정체성이 낮은 사람들에 비해 기부의도가 더 높게 나타날 것이다.**



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 3. 실체성의 조절효과

### 3.1 자아해석과 실체성의 상호작용

선행연구에서 제시했던 대부분의 자아해석 수준과 기부의도와의 관계는 상호의존적 자아해석 수준이 높은 집단에서 기부의도가 높게 나타났다(Winterich & Barone, 2011). 그러나 기존 연구들에서 주로 주장했던 것과는 반대로 상호의존적 자아해석 능력이 높은 기부자도 수혜자가 놓인 상황에 따라 자선과 기부행동이 감소 될 수 있다는 기존연구와 상반된 결과가 최근에 제시되었다(Duclos and Barasch, 2014). 즉, 보편적으로 선행연구들에서는 자아해석 유형이 독립적인 성향일 때 상대적으로 상호의존적 자아해석 수준이 높은 기부자들보다 기부행동이 낮다는 것을 보여 주었는데, 좀 더 구체적으로 이들의 연구에서는 수혜자의 상황이 외집단(out-group)일 경우에는 오히려 상호의존적 자아해석 성향을 지닌 기부자들 일지라도 독립적 자아해석 성향을 지닌 기부자들보다 기부행동이 더 낮아질 수 있다는 것이다(Duclos and Barasch, 2014). 이들 연구자들이 제시하고 있는 결과에 대한 주요 메커니즘은 감정(affection)과 동질성인데 외집단영역의 수혜자들에서는 기부자의 감정적 동질감이 낮게 나타났다. 이처럼 기부자는 내집단 보다 외집단의 사람들에게서 감정적 친밀감을 덜 갖는다는 것이며, 이와 동일하게 응집력이 강하며 실체성이 높은 수혜자 집단에서도 감정적 친밀감이 높게 인식되었다(Slovic, 2007; Smith et al., 2012). 이는 그룹 맴버쉽(in-group vs. out-group)의 메커니즘 결과가 실체성의 메커니즘 효과와 상당히 비슷한 점을 도출해 내고 있다. 즉, 감정적 동질감을 덜 느끼는 실체성이 낮은 집단과 그룹 맴버쉽의 외집단 영역의 감정적 상태와 동일 할 것이라는 것을 추론해 볼 수 있다. 이에 따라 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**가설 3: 자아해석 성향이 기부의도에 미치는 효과는 수혜자의 실체성 수준에 따라 다르게 나타날 것이다.**

가설 3-1: 상호의존적 자아해석 성향을 지닌 사람들이라 하더라도 수혜자의 실체성을 높게(vs. 낮게)지각할 경우에 기부의도가 더 높아(vs. 낮아)질 것이다.

가설 3-2: 독립적 자아해석 성향을 지닌 사람들의 경우에는 수혜자의 실체성 수준에 따른 기부의도 차이는 나타나지 않을 것이다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

### 3.2 도덕적 정체성과 실체성의 상호작용

보통 일반사람들은 순간의 아름다운 것을 보면, 그 아름다움에 도취되어 부분의 단점을 보지 못한다. 이는 사회심리학의 게슈탈트 이론에서도 언급하는 내용으로서, 부분이 가지고 있는 단점을 전체론적 관점에서 보완 할 수 있다고 하였다(bias for the whole: Mishra et al., 2006). 이는 실체성의 특성 중 하나로서 부분들이 미치는 영향력보다 전체론 적으로 이루어진 그룹의 응집력이 더 큰 흡입력을 발휘한다고 할 수 있다. 이러한 실체성의 특성은 사회적 규범(social norm)과도 밀접한 관련이 있으며, 사회적으로 바람직해 보이거나 아름다운 모습에서 인간의 집중도를 더 높일 수 있다는 것을 지난 연구에서 제시하고 있다(Katz, 1950; Smith et al., 2012). 예를 들어, 화목한 가정은 그렇지 않은 가족보다 응집력이 더 강해 보이며, 시각적으로도 여행을 가기위해 공항에서 행복한 모습으로 모여 있는 가족들은 뿔뿔이 흩어져 있는 가족보다 더 큰 실체성을 내포하고 있을 것이다.

따라서 기존연구들에서 제시하였던 것처럼 도덕적 정체성과 실체성은 서로 밀접한 관련이 있다. 무엇보다, 도덕적 정체성은 자기 개념의 도덕적 스키마 구조를 갖추고 있는데, 특히 도덕적 정체성이 높은 사람들에게서 수혜자의 현출한 정보에 민감한 반응들을 보여 왔다(Aquino and Reed Ⅱ, 2002). 즉, 수혜자의 정보가 부정적(범죄를 일으킴)이거나 수혜자 정보가 현출하지 않을 경우, 본래의 존립된 도덕적 스키마 구조가 희석되거나 활성화 되지 않은 결과가 초래 될 것이며, 이에 따라 도덕적 책임감이 낮아져 기부행동에 소극적이며(Lee et al., 2014), 지난 연구에서는 오히려 기부행동에 부정적으로 평가를 하기도 하였다(Aquino and Reed Ⅱ, 2002; Lee et al., 2014).

따라서 도덕적 정체성이 높은 사람들은 수혜자에 대한 민감도가 높기 때문에 수혜자 실체성 수준이 높을 경우에 수혜자 실체성 수준이 낮을 경우보다 기부의도가 높아질 것이며, 반대로 도덕적 정체성이 낮은 사람들에서는 수혜자에 대한 민감도가 떨어지기 때문에 수혜자의 실체성 수준에 따른 기부의도 차이는 나타나지 않을 것이다. 이에 따라 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**가설 4: 도덕적 정체성이 기부의도에 미치는 효과는 수혜자의 실체성 수준에 따라 다르게 나타날 것이다.**

가설 4-1: 도덕적 정체성이 높은 사람들이라 하더라도 수혜자의 실체성 수준을 높게(vs. 낮게) 지각할 경우에 기부의도가 더 높아(vs. 낮아)질 것이다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

가설 4-2: 도덕적 정체성이 낮은 사람들의 경우에는 수혜자의 실체성 수준에 따른 기부의도 차이는 나타나지 않을 것이다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 제4장 연구 1

## 제1절 연구목적

본 실험 연구는 <가설 1, 3>을 검정하기 위한 것으로 기부자의 자아특성인 자아해석(독립적 자아해석 vs. 상호의존적 자아해석)수준이 기부의도에 미치는 효과로서 이에 대한 주효과와 수혜자 실체성의 조절적 상호작용 효과를 살펴보기 위해서 실시되었다. 구체적으로 기부자의 자아해석 수준이 상대방보다 자신의 개인성향에 더 가중치를 부여하는 독립적 자아해석일 때, 이와 반대로 기부자 자신의 자아(self)를 상대방과의 조화를 중요시하는 상호의존적 자아해석 일 때, 기부의도의 차이를 살펴볼 수 있을 것이다. 또한, 우리가 흔히 마주치는 기부 광고처럼, 기부 수혜자인 아프리카 어린이의 모습의 실체성 정도가 기부자의 자아해석 수준과 어떠한 상호작용 효과를 나타내는지를 기대해 볼 수 있으며, 본 연구는 이를 위해 <실험 1>을 진행 하였다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 제2절 실험방법

### 1. 실험설계

본 연구를 위한 실험설계는 2(기부자의 자아해석 수준: 독립적 자아해석 vs. 상호의존적 자아해석) X 2(수혜자의 실체성 수준: 高 vs. 低) 집단 간 완전요인(full factorial design)으로 구성하였다.

### 2. 실험절차 및 대상선정

본 실험은 광주소재 학부생 100명을 대상으로 진행하였다. 실험진행에 대해, 우선 응답자들에게 '기부에 대한 소비자의 의견조사'를 실시한다고 언급하고, 기존 연구에서 사용한 방법과 동일하게(Slovic, 2007; Smith et al., 2012) 사진과 시나리오 형태로 자극물을 만들어 피험자에게 제시하였으며, 제시된 시나리오를 충분히 읽어본 이후에 응답자들로 하여금 각 질문에 응답하게 하였다.

### 3. 실험자극 및 변수측정

#### 3.1 독립변수 조작

1) 기부자의 자아해석수준

자아해석에 대한 측정은 Singelis(1994)와 Choi et al.(2007)이 제시한 '독립적 자아에 과한 자신의 평가', '상호의존적 자아에 관한 자신의 평가'라는 내용이 포함된 독립적 자아해석 12문항과 상호의존적 자아해석의 12문항의 총 24문항을 바탕으로 7점 리커트 척도로 측정하였다.

2) 수혜자의 실체성

기부 수혜자에 대한 조작은 기존 연구와 유사하게 조작되었다(Slovic, 2007; Smith et al., 2012). 먼저 우리가 자주 노출되어져 있는 기부광고의 사진이나 메시지처럼, 아프리카 우간다 마을에서 생활하고 있는 어린이들의 사진을 바탕으로 수



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

혜자의 실체성을 조작하였다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 사진 속 어린이들의 모습에 대해 시나리오를 아래에 제시하여, 가족에 대한 여부를 소개하는 것이다. 따라서 실체성이 높은 조작 물은 사진 속 아이들이 '가족'이라 소개하며, 반대로 실체성이 낮은 조작 물은 '가족'이라는 단어를 제외시켜 사진 속 어린 아이들을 묘사하였다(<그림 4> 참조).

<그림 4> <연구 1: 실험 1>의 실체성이 높은 경우

● **다음 제시된 내용을 잘 읽어보시고 아래의 질문에 응답하여 주시기 바랍니다.**

아프리카 우간다에서는 해마다 수많은 어린이가 말라리아로 소중한 목숨을 잃습니다.
우간다 수도에서 400km 떨어진 쿠미지역에 사는 4살 라마투의 가족들은 영양실조와 함께 말라리아로 고통 받고 있습니다. 라마투의 가족들은 가뭄과 홍수로 인해 매일 풀과 흙탕물을 먹으면서 삶을 이어가고 있지만, 극도로 떨어진 면역력 때문에 많은 고통을 느끼고 있습니다. 여러분의 작은 도움이 병들어가는 라마투의 가족들에게 큰 희망이 될 수 있습니다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

### 3.2 종속변수

종속변수는 기부의도를 측정하였으며, 구체적인 문항은 김용준과 김주원(2005)의 연구와 노정식과 노은정(2010), 박명진과 박종철(2013)의 연구 일부를 바탕으로 본 연구 상황에 맞게 ① 적극적으로 기부 ② 기부의 긍정성 ③ 기부비용에 대한 정도를 7점 리커트 척도로 측정하였다.

### 3.3 메커니즘 변수

메커니즘 변수는 공감성을 측정하였으며, 구체적인 문항은 Lee et al.(2014)이 제시한 '공감성'에 관한 문항으로서 ① 공감성 ② 훈훈함 ③ 연민 ④ 약해진 마음 ⑤ 애정어린 감정 정도를 7점 리커트 척도로 측정하였다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 제3절 분석결과

### 1. 실험 조작검증 및 신뢰성

본 연구에 대한 실험을 수행한 결과, 실험변수의 조작이 성공적임을 알 수 있었다. 구체적으로 살펴보면, 우선 조절변수에 대한 시나리오 조작검증이다. 실체성의 차이를 올바르게 지각하는지(가족 같은 느낌, 친밀성의 두 가지 문항: Smith et al., 2012)를 독립표본 t-검정을 통해 분석한 결과, 피험자들은 실체성이 높은 집단과 낮은 집단에서 실체성의 차이를 정확하게 인지하고 있는 것으로 나타났다(실체성이 높은 집단: M=5.26 vs. 실체성이 낮은 집단: M=3.04, t=-11.441, p<.001).

다음은 기부자의 자아해석 수준을 상호의존적 자아해석과 독립적 자아해석으로 나누는 과정이다. 구체적으로 살펴보면, 총 24개의 질문에 대해서 홀수 문항(12개)은 상호의존적 자아해석, 짝수 문항(12)은 독립적 자아해석 수준으로 제시하였다. 아울러 이를 홀수문항과 짝수문항을 각각 합을 하여, 두 집단의 차이를 통해 최종적으로 독립적 자아해석과 상호의존적 자아해석 집단을 도출해 내었다. 총 100명의 참가자가 실험에 참여 하였으며, 과도한 편차가 존재하거나 불성실하게 응답한 참가자 10명을 제외한 총 90명의 응답지를 최종분석에 활용하였다.

마지막으로 실험에서 측정된 변수들의 내적 일관성을 검정하기 위하여 크론바흐알파(Cronbach Alpha) 값을 측정한 결과, 독립적 자아해석 .735, 상호의존적 자아해석 .722, 기부의도 .945, 공감성 .850으로 측정 변수들의 크론바흐 알파 값이 모두 .7을 초과한 것으로 나타났다(Nunnally and Bernstein, 1994).



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 2. 가설검증

본 연구는 가설<1, 3>을 살펴보기 위해, 기부자의 자아해석(독립적 자아해석 vs. 상호의존적 자아해석) 수준과 수혜자의 실체성 수준을 독립변수로 설정하고 기부의도를 종속변수로 이들 변수간의 2 X 2 분산분석(ANOVA)을 실시하여 자료를 분석하고 가설들을 검증하였다.

### 2.1 기부자의 기부의도

본 연구의 가설을 검정하기 위해 2(기부자의 자아해석 수준: 독립적 자아해석 vs. 상호의존적 자아해석) X 2(수혜자의 실체성 수준: 高 vs. 低) 분산분석(ANOVA)을 실시하였다(<표 2>참조).

<표 2> 기부자의 기부의도에 대한 분산분석 결과

| Independent variable | 상호의존적 자아해석 | | 독립적 자아해석 | |
|---|---|---|---|---|
| | 실체성 高 | 실체성 低 | 실체성 高 | 실체성 低 |
| Mean | 5.08(n=22) | 3.74(n=23) | 4.19(n=24) | 4.47(n=21) |

| Source | d.f. | MS | F | Sig |
|---|---|---|---|---|
| 수정모형 | 3 | 5.812 | 1.997 | .123 |
| 자아해석 | 1 | .114 | .039 | .844 |
| 실체성 | 1 | 5.107 | 1.755 | .190 |
| 자아해석 X 실체성 | 1 | 11.853 | 4.072 | .047 |
| 오차 | 69 | 2.806 | | |

a. R 제곱=.080(수정된 R 제곱=.040)

기부자의 자아해석 수준이 기부의도에 미치는 주 효과와 실체성에 대한 상호작용 효과에 대한 분석결과, 기부자의 자아해석 수준은 통계적으로 유의한 결과가 나타나지 않았다($F(1, 69)=.039$, $p=.844$). 그러나 기부자의 자아해석 수준과 수혜자의 실체성 수준에 따른 상호작용 효과는 유의미한 차이를 보여주었다{$F(1, 69)=4.072$, $p<.05$: <표 2>참조}. 그림에서 보는바와 같이 상호 의존적 기부자는 수혜자실체성

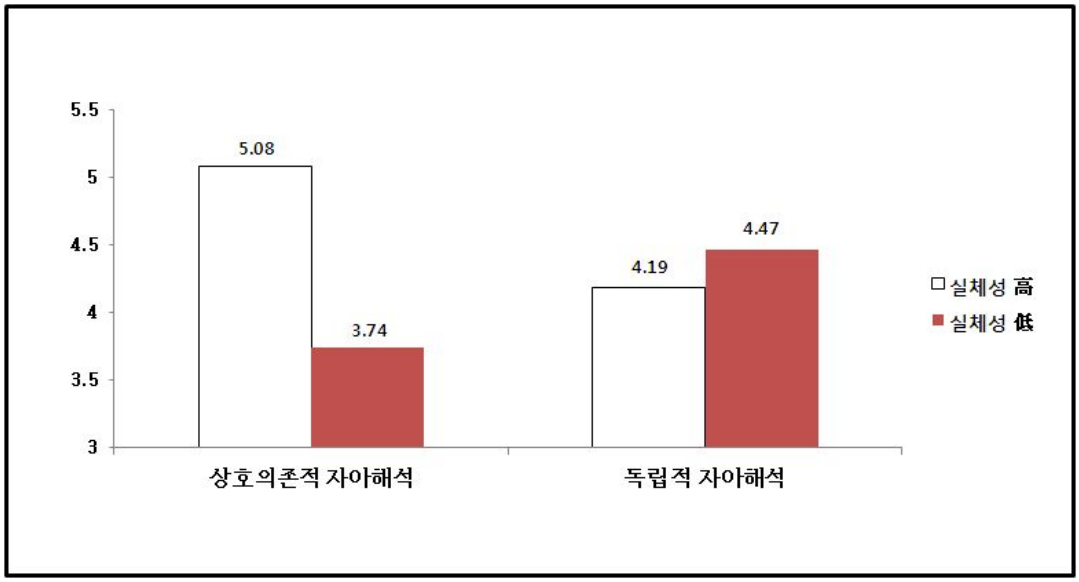


Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이 낮은 집단(M=3.74)보다 수혜자실체성이 높은 집단(M=5.08)에서 기부의도가 더 높게 나타났으며, 독립적 자아해석 기부자는 수혜자실체성이 높은 집단(M=4.19)과 낮은 집단(M=4.47)에 따른 기부의도의 차이는 크게 나타나지 않았다(<그림 5>)참조. 따라서 <가설 1>은 기각이 되었으며, <가설 3>은 지지되었다.

<그림 5> 기부자의 기부의도에 대한 이원상호작용 결과






Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 3. 추가분석

추가분석은 연구 방법론의 대안적 모델을 제시하기 위하여 실시되었다. 엄밀히 말하자면, 분산분석의 대안적 방법론으로서 독립변수와 조절변수 간의 변화량에 따라 종속변수의 직접적인 영향력을 조절회귀를 통해 보고자 하였다.

첫째, 기부자의 자아해석(상호의존적 자아해석과 독립적 자아해석)과 기부의도 간의 주 효과와 실체성의 조절효과를 검증하였다.

둘째, 메커니즘 요인으로서 공감성의 효과를 검증하였다.

### 3.1 상호의존적 자아해석 수준과 기부의도와의 관계에서 조절회귀분석

먼저, <표 3>의 1단계 분석에서 보는 바와 같이 기부자의 상호의존적 자아해석 수준이 기부의도에 미치는 영향으로서 기부자의 상호의존적 자아해석 수준이 높을수록 기부의도가 높게 나타났다{β=.286(t=2.863, p<.01}. 그리고 2단계 분석 결과에서 보면, 상호의존적 자아해석과 실체성간의 조절효과는 나타나지 않았다{β=.228(t=1.608), p=.111}.

<표 3> 기부의도에 대한 상호의존적 자아해석 수준과 기부의도와의 관계에서 조절회귀분석

| 구분 / 변수 특성 | 회귀모형 적합도 | | | | 회귀계수 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | R | $R^2$ | F값 | 추정 표준 오차 | 독립 변수 | Beta | t값 (유의도) |
| 1단계 분석 (n=90) | .286 | .082 | 8.179 | 1.637 | 상호의존적 자아해석 | .286 | 2.863 (.005) |
| 2단계 분석 (n=90) | .327 | .107 | .090 | 1.624 | 상호의존적 자아해석 | .122 | .862 (.391) |
| | | | | | 상호의존적 자아해석 X 실체성 | .228 | 1.608 (.111) |



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3.2 독립적 자아해석 수준과 기부의도와의 관계에서 조절회귀분석

먼저, <표 4>의 1단계 분석에서 보는 바와 같이 기부자의 독립적 자아해석 수준이 기부의도에 미치는 영향으로서 기부자의 독립적 자아해석 수준이 높을수록 기부의도가 높게 나타났다(β=.265(t=2.626, p<.05). 그리고 2단계 분석결과에서 보면, 독립적 자아해석과 실체성간의 조절효과는 나타나지 않았다(β=.191(t=1.441, p=.153).

<표 4> 기부의도에 대한 독립적 자아해석 수준과 기부의도와의 관계에서 조절회귀분석

| 구분 / 변수 특성 | 회귀모형 적합도 | | | | 회귀계수 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | R | $R^2$ | F값 | 추정 표준 오차 | 독립 변수 | Beta | t값 (유의도) |
| 1단계 분석 (n=90) | .265 | .070 | 6.898 | 1.655 | 독립적 자아해석 | .265 | 2.626 (.010) |
| 2단계 분석 (n=90) | .302 | .091 | 4.528 | 1.645 | 독립적 자아해석 | .141 | 1.064 (.290) |
| | | | | | 독립적 자아해석 X 실체성 | .191 | 1.441 (.153) |



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

### 3.3 상호의존적 자아해석 수준과 공감성의 관계에서 조절회귀분석

먼저, <표 5>의 1단계 분석에서 보는 바와 같이 기부자의 상호의존적 자아해석 수준이 공감성에 미치는 영향으로서 기부자의 상호의존적 자아해석 수준이 높을수록 공감성이 높게 나타났다{β=.269(t=2.683), p<.05}. 그리고 2단계 분석결과에서 보면, 상호의존적 자아해석과 실체성간의 조절효과가 나타났다{β=.298(t=2.138), p<.05}.

<표 5> 기부의도에 대한 상호의존적 자아해석 수준과 공감성의 관계에서 조절 회귀분석

| 구분 / 변수 특성 | 회귀모형 적합도 | | | | 회귀계수 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | R | $R^2$ | F값 | 추정 표준 오차 | 독립 변수 | Beta | t값 (유의도) |
| 1단계 분석 (n=90) | .269 | .073 | 7.197 | 1.172 | 상호의존적 자아해석 | .269 | 2.683 (.009) |
| 2단계 분석 (n=90) | .342 | .117 | 6.023 | 1.150 | 상호의존적 자아해석 | .058 | .416 (.679) |
| | | | | | 상호의존적 자아해석 X 실체성 | .298 | 2.138 (.035) |



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3.4 독립적 자아해석 수준과 공감성의 관계에서 조절회귀분석

먼저, <표 6>의 1단계 분석에서 보는 바와 같이 기부자의 독립적 자아해석수준이 공감성에 미치는 영향으로서 기부자의 독립적 자아해석 수준이 높을수록 공감성이 높게 나타났다{β=.283(t=2.817), p<.01}. 그리고 2단계 분석결과에서 보면, 독립적 자아해석과 실체성간의 조절효과가 나타났다{β=.338(t=2.627), p<.05}.

<표 6> 기부의도에 대한 독립적 자아해석 수준과 공감성의 관계에서 조절회귀분석

| 구분 / 변수 특성 | 회귀모형 적합도 | | | | 회귀계수 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | R | $R^2$ | F값 | 추정 표준 오차 | 독립 변수 | Beta | t값 (유의도) |
| 1단계 분석 (n=90) | .283 | .080 | 7.934 | 1.193 | 독립적 자아해석 | .283 | 2.817 (.006) |
| 2단계 분석 (n=90) | .382 | .146 | 7.675 | 1.156 | 독립적 자아해석 | .063 | .491 (.624) |
| | | | | | 독립적 자아해석 X 실체성 | .338 | 2.627 (.010) |

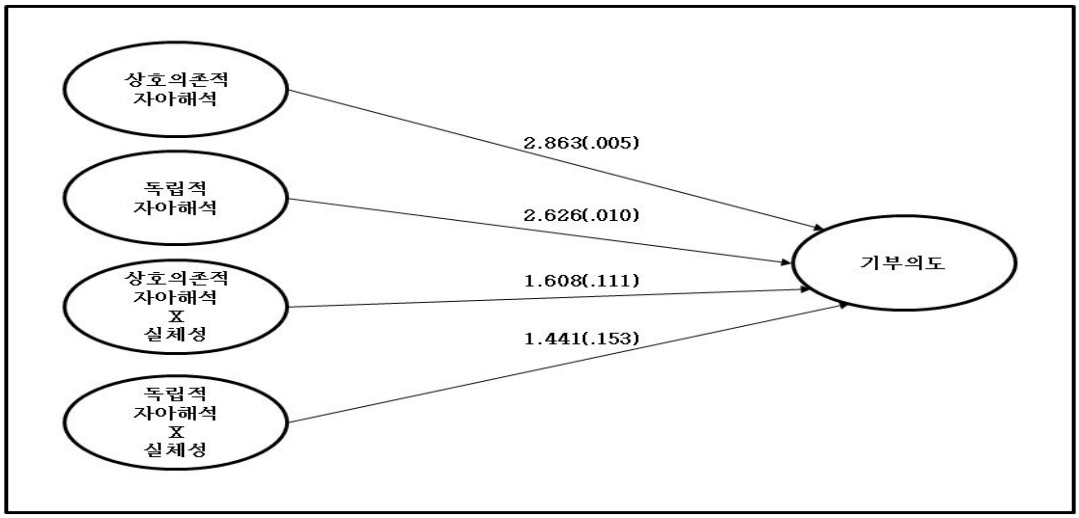


Collection @ chosun

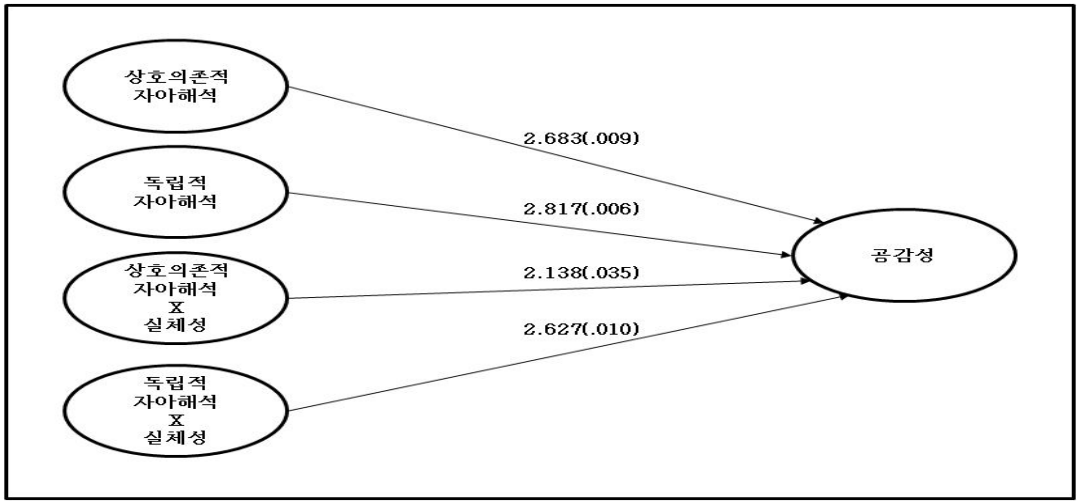
조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3.5 조절회귀 결과의 t값과 유의수준 도식표

<그림 6> 기부의도에 대한 자아해석 수준과 실체성의 조절회귀 t값(유의수준)




<그림 7> 공감성에 대한 자아해석 수준과 실체성의 조절회귀 t값(유의수준)






Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 4. 결과정리

대부분의 기존연구에서는 상호의존적 자아해석 기부자가 기부에 더 호의적으로 보고 있는데, 본 연구는 오히려 상호의존적 자아해석 기부자 일지라도 수혜자의 실체성수준이 낮다면 기존 대부분의 연구와 다르게 기부의도가 더 떨어질 수 있다는 흥미로운 결과를 제시하고 있다. 이러한 결과는 이미 최근에 Duclos and Barasch(2014)가 제시한 결과와 어느 정도 비슷한 관점으로 보고 있다. 이들의 연구에서는, 수혜자 집단이 그들과 동일한 내집단(in-group)에 있다면 기부의도를 높게 지각하며, 반대로 수혜자 집단이 외집단(out-group)에 있으면 상호의존적 기부자의 기부 의도는 더 낮아진다는 결과를 밝혀냈다(이들 결과에서도 본 연구와 동일하게 자아해석 수준의 주효과는 통계적으로 유의하지 않게 나타남). 이러한 결과는 기존의 많은 연구들과 상반된 결과다. 즉 기존의 연구들과 다르게 상호의존적 성향의 기부자들이 기부를 덜 할 수 있다는 것으로서, 기부자 자아특성 연구의 확장과 더불어 기부효과의 혼선된 결과를 낳는 초기 연구가 되었다. 본 연구 또한, 이들의 논리를 뒷받침하는 연구로서 수혜자의 실체성 수준이 기존 기부자 자아특성 연구들과 상반된 결과를 유발시킬 수 있다는 점을 제안하고 있다.

좀 더 구체적으로 살펴보면, 상호의존적 자아해석 기부자는 수혜자의 실체성을 높게 지각하였을 경우 기부의도가 높게 나타났으며, 반대로 실체성을 낮게 지각하였을 경우 오히려 기부의도가 더 떨어지는 결과가 나타났다. 그리고 독립적 자아해석기부자는 수혜자의 실체성 수준에 따른 기부의도의 차이를 보여주지 못하였다. 즉 기존 선행연구에서 제안하였듯이, 상호의존적 자아해석 기부자와 수혜자의 실체성은 서로 높은 동질감을 소유하고 있기 때문에 기부의도가 높아진다고 하였으며(Duclos and Barach, 2014; Slovic, 2007; Smith et al., 2012; ), 독립적 자아해석 수준이 높은 기부자는 반대로 이러한 동질성에 대한 감정이 낮게 지각되기 때문에 기부의도에 대한 민감도가 떨어진다고 하였다(Duclos and Barach, 2014).

또한, 본 연구에서는 <연구 1>의 메커니즘으로 공감성을 제안하였는데, 결과 값들이 유의하지 않게 나타났다.

추가적으로 <연구 1>의 대안모델로서 조절회귀 분석을 실시하였다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 기부의도에 대한 자아해석 수준과 실체성의 조절회귀분석을 실시한 결과 기부자의 상호의존적 자아해석 수준과 독립적 자아해석 수준은 기부의도에 유의미한 영향을 미쳤다. 그러나 상호의존적 자아해석 수준과 실체성, 독립적



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

자아해석 수준과 실체성 간의 조절효과는 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하였다. 따라서 기부의도에 대한 자아해석 수준과 실체성의 조절회귀 분석은 본 연구가 제시한 분산분석 결과에 대한 일관성을 제시하지 못하고 있다.

그리고 메커니즘 분석을 위한 대안모델로서, 공감성에 대한 자아해석 수준과 실체성의 조절회귀분석을 실시한 결과 모든 독립변수와 조절요인의 값들이 공감성에 유의미한 영향을 주었다. 이는 본 <연구 1>의 분산분석에서 제시하지 못했던 결과로서 조절회귀분석의 대안 모델을 채택 할 수 있으며, 공감성은 기부자의 자아해석 수준과 실체성의 조절효과에 대한 메커니즘 요인으로 설득력을 높일 수 있다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 제5장 연구 2

## 제1절 연구목적

본 실험 연구는 <가설 2, 4>를 검정하기 위한 것으로서 기부자의 자아특성인 도덕적 정체성(도덕적 정체성 高 Vs. 도덕적 정체성 低)수준이 기부의도에 미치는 효과로서 이에 대한 주효과와 수혜자 실체성의 조절적 상호작용 효과를 살펴보기 위해서 실시되었다. 구체적으로, 인지적인 도덕적 '성품'을 기반으로 도덕적 정체성이 높은 기부자와 상대적으로 도덕적 정체성이 낮은 기부자의 수준에 따라 기부의도 차이를 살펴볼 수 있을 것이며, 앞서 살펴본<연구 1: 실험 1>의 결과는 실체성의 조작에 있어서 간단한 사진 정보와 자세한 시나리오 제시를 통해서 진행하였는데, 이는 기부자가 기부정보 메시지 노출시 즉각적인 반응을 확인 할 수 없는 문제점이 존재 할 것이다(Bartels and Burnett, 2011). 따라서 본 <연구 2: 실험 1>은 이를 보완하기 위하여 실체성의 주요 메커니즘인 일반적 움직임(common movement)에 따른 실체성의 조절적 효과를 제시할 것이다(Campbell, 1958; Bartels and Burnett, 2011). 이를 위해 사진 속 아프리카 아이들의 인원을 시각적으로 변화를 주어 '6명 모임: 실체성 수준 高, 6명 흩어짐: 실체성 수준 低,'로 조작하였으며, 추가로 실체성의 효과를 단일성 효과(singularity effect)와 함께 좀 더 포괄적으로 이해하기 위해 아프리카 어린이 '1명'을 추가적으로 설정하였다(Kogut and Ritov, 2005). 본 연구는 이를 위해 <연구 2: 실험 1>을 진행 하였다.

그리고 자아(self)와 정체성(identity)은 분명히 다른 개념이지만, 사회심리학적인 큰 틀에서 접근하면 개인수준(individual level)과 사회문화적 수준(societal cultural level)의 관점에 있어서 서로 공통된 분모가 존재하며 밀접한 관련이 있다. 그 공통점이란 자신의 본질과 의식에 대한 지속성이다(Ashmore and Jussim, 1997). 따라서 본 연구의 <연구 1: 실험 1>에서 제시한 기부자의 자아해석적인 관점과 <연구 2: 실험 1>의 도덕적 정체성은 사회심리학의 상위차원으로서 자아-정체성(self-identity)이라는 한 범주에서 해석될 수 있다(Ashmore and Jussim, 1997). 따라서 <연구 1>과 <연구 2>는 이론적 개연성이 서로 존재한다고 할 수 있겠다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 제2절 실험방법

### 1. 실험설계

본 연구를 위한 실험설계는 2(기부자의 도덕적 정체성 수준: 高 vs. 低) X 2(수혜자의 실체성 수준: 高 vs. 低) 집단 간 완전요인(full factorial design)으로 구성하였다.

### 2. 실험절차 및 대상선정

본 실험은 광주소재 학부생 100명을 대상으로 진행하였다. 실험진행에 대해, 우선 응답자들에게 '기부에 대한 소비자의 의견조사'를 실시한다고 언급하고, 기존 연구에서 사용한 방법과 동일하게(Bartels and Burnett, 2011; Slovic, 2007; Smith et al., 2012) 사진과 시나리오 형태로 자극물을 만들어 피험자에게 제시하였으며, 제시된 조작 물을 충분히 본 이후에 응답자들로 하여금 각 질문에 응답하게 하였다.

### 3. 실험자극 및 변수측정

#### 3.1 독립변수 조작

1) 기부자의 도덕적 정체성 수준

도덕적 정체성에 대한 측정은 Aquino and Reed Ⅱ(2002)가 제시한 '도덕적 성품'이라는 내용이 포함한 총 10문항을 바탕으로 7점 리커트 척도로 측정하였으며, 향후 평균을 바탕으로 두 개의 집단으로 구분하였다(mean split).

2) 수혜자의 실체성

기부 수혜자에 대한 조작은 기존 연구와 유사하게 조작되었다(Bartels and Burnett, 2011; Slovic, 2007; Smith et al., 2012). 먼저 주위에 자주 노출되어져 있는 기부광고의 사진이나 메시지처럼, 아프리카 우간다 마을에서 생활하고 있는 어린이들의 사진을 바탕으로 수혜자의 실체성을 조작하였다. 그러나 사진 속 어린이



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

들의 모습에 대해 시나리오를 제시했던 <연구 1: 실험 1>와 다르게 실체성의 주요 메커니즘인 일반적 움직임(common movement)에 따른 실체성의 조작 방식을 채택하였다(Bartels and Burnett, 2011). 이는 기존 피험자를 대상으로 조작된 그룹을 나누기 위해 피험자의 시나리오 예열(priming)방식에서 벗어나 2개의 과정을 하나로 녹여, 아프리카 아이들의 사진을 통해 실체성을 즉각적으로 느끼게 하였다. 이를 위해 사진 속 아프리카 아이들의 인원을 시각적으로 변화를 주어 '6명 모임: 실체성 수준 高, 6명 흩어짐: 실체성 수준 低,'로 조작하였고, 추가로 실체성의 효과를 단일성 효과(singularity effect)를 통해 좀 더 포괄적으로 접근하였으며, 이를 위해 아프리카 어린이 '1명'을 추가적으로 조작하였다(Kogut and Ritov, 2005)(<그림 8> 참조).

3.2 종속변수

종속변수는 기부의도를 측정하였으며, 구체적인 문항은 김용준과 김주원(2005), 노정식과 노은정(2010), 박명진과 박종철(2013)의 연구 일부를 바탕으로 본 연구 상황에 맞게 ① 적극적으로 기부 ② 기부의 긍정성 ③ 기부비용에 대한 정도를 7점 리커트 척도로 측정하였다.

3.3 메커니즘 변수

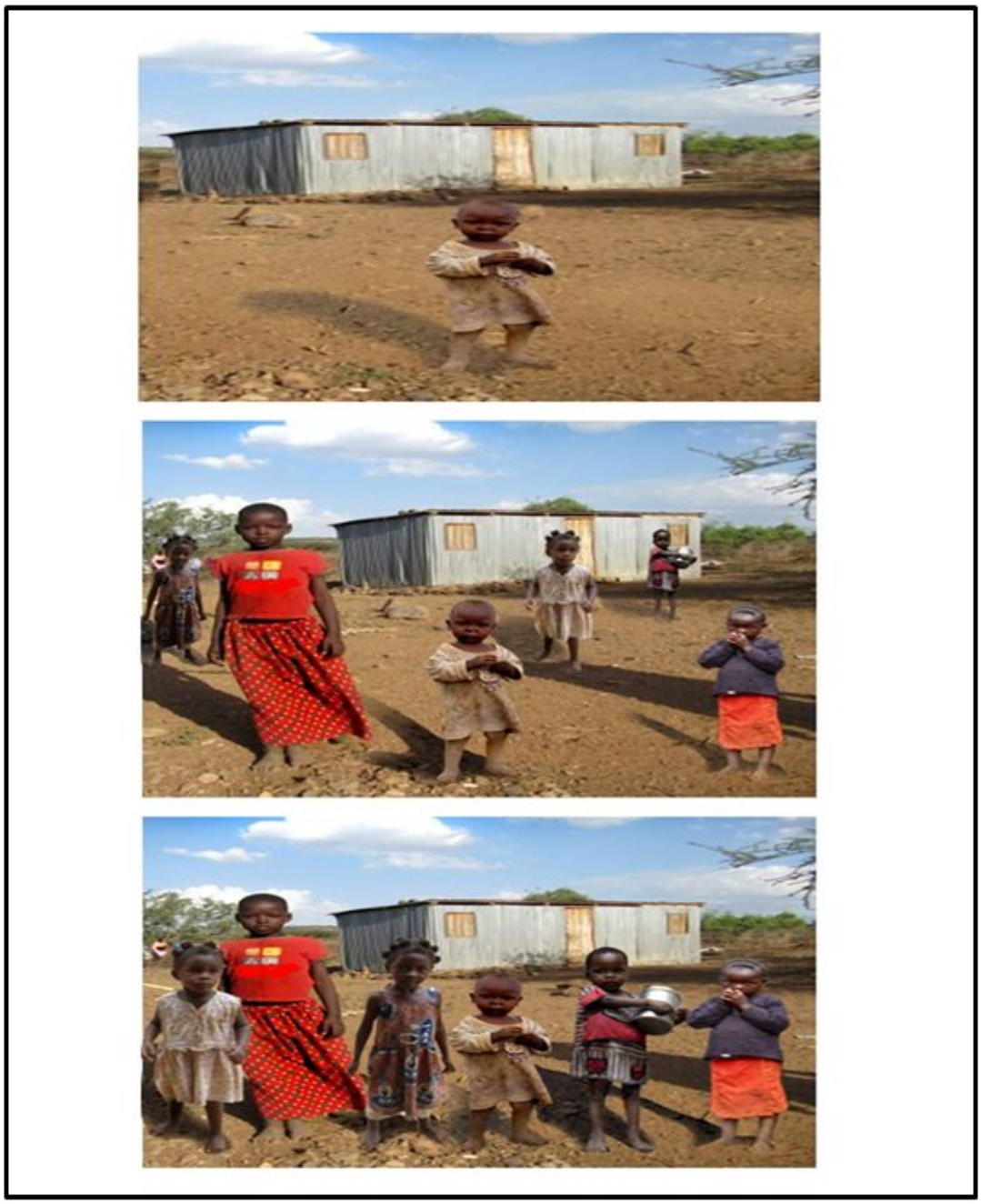
메커니즘 변수는 행복감을 측정하였으며, 구체적인 문항은 Duclos and Barach(2014)가 제시한 '행복감'에 대한 내용이 포함된 문항으로서 기부금을 적을 때 느끼는 ① 행복감 ② 기쁨 ③ 정신적 만족감에 대한 정도를 7점 리커트 척도로 측정하였다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<그림 8> <연구 2: 실험 1>의 실체성 조작 자극물





Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 제3절 분석결과

### 1. 실험 조작검증 및 신뢰성

본 연구에 대한 실험을 수행한 결과, 실험변수의 조작이 성공적임을 알 수 있다. 구체적으로 살펴보면, 우선 조절변수에 대한 조작검증이다. 실체성의 차이를 올바르게 지각하였는지를 독립표본 t-검정을 통해 분석한 결과, 피험자들은 실체성이 높은 집단과 낮은 집단에서 실체성의 차이를 정확하게 인지하고 있는 것으로 나타났다(실체성이 높은 집단: M=4.58 vs. 실체성이 낮은 집단: M=3.24, t=5.668, $p<.001$).

다음은 기부자의 도덕적 정체성 수준을 높은 집단과 낮은 집단으로 나누는 과정이다. 구체적으로 살펴보면, '도덕적 성품'이라는 내용이 포함된 총 10개의 문항을 바탕으로 전체평균(4.10)의 평균분할(mean split)을 실시하여 도덕적 정체성이 높은 집단과 낮은 집단을 도출해 내었다. 총 100명의 참가자가 실험에 참여하였으며, 과도한 편차가 존재하거나 불성실하게 응답한 참가자 12명을 제외한 총 88명의 응답지를 최종분석에 활용하였다.

마지막으로 실험에서 측정된 변수들의 내적 일관성을 검정하기 위하여 크론바흐알파(Cronbach Alpha) 값을 측정한 결과, 도덕적 정체성 .823, 기부의도 .907, 행복감 .789으로 측정변수들의 크론바흐 알파 값이 모두 .7을 초과한 것으로 나타났다(Nunnally and Bernstein, 1994).



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 2. 가설검증

본 연구는 가설<2, 4>을 살펴보기 위해, 기부자의 도덕적 정체성과 실체성 수준을 독립변수로 설정하고 기부의도를 종속변수로 이들 변수간의 2 X 2 분산분석(ANOVA)을 실시하여 자료를 분석하고 가설들을 검증하였다.

### 2.1 기부자의 기부의도

본 연구의 가설을 검정하기 위해 2(기부자의 도덕적 정체성 수준: 高 vs. 低) X 2(수혜자의 실체성 수준: 高 vs. 低) 분산분석(ANOVA)을 실시하였다(<표 7>참조).

<표 7> 기부자의 기부의도에 대한 분산분석 결과

| Independent variable | 실체성 高 | | 실체성 低 | |
|---|---|---|---|---|
| | 도덕적 정체성 高 | 도덕적 정체성 低 | 도덕적 정체성 高 | 도덕적 정체성 低 |
| Mean | 5.38(n=20) | 4.08(n=24) | 4.47(n=21) | 4.16(n=23) |

| Source | d.f. | MS | F | Sig |
|---|---|---|---|---|
| 수정모형 | 3 | 7.708 | 4.560 | .005 |
| 도덕적 정체성 | 1 | 14.507 | 8.582 | .004 |
| 실체성 | 1 | 3.876 | 2.290 | .134 |
| 도덕적 정체성 X 실체성 | 1 | 5.350 | 3.165 | .079 |
| 오차 | 86 | | | |

a. R 제곱=.137(수정된 R 제곱=.107)

기부자의 도덕적 정체성 수준이 기부의도에 미치는 주 효과와 실체성에 대한 상호작용 효과에 대한 분석결과, 기부자의 도덕적 정체성 수준의 주효과는 통계적으로 유의한 결과가 나타났다($F(1, 86)=8.582$, $p<.01$). 즉, 도덕적 정체성이 높은 기부자가 도덕적 정체성이 낮은 기부자보다 기부의도를 더 높게 지각하고 있다(<가설 2> 지지).

그리고 기부자의 도덕적 정체성 수준과 수혜자의 실체성 수준에 따른 상호작용

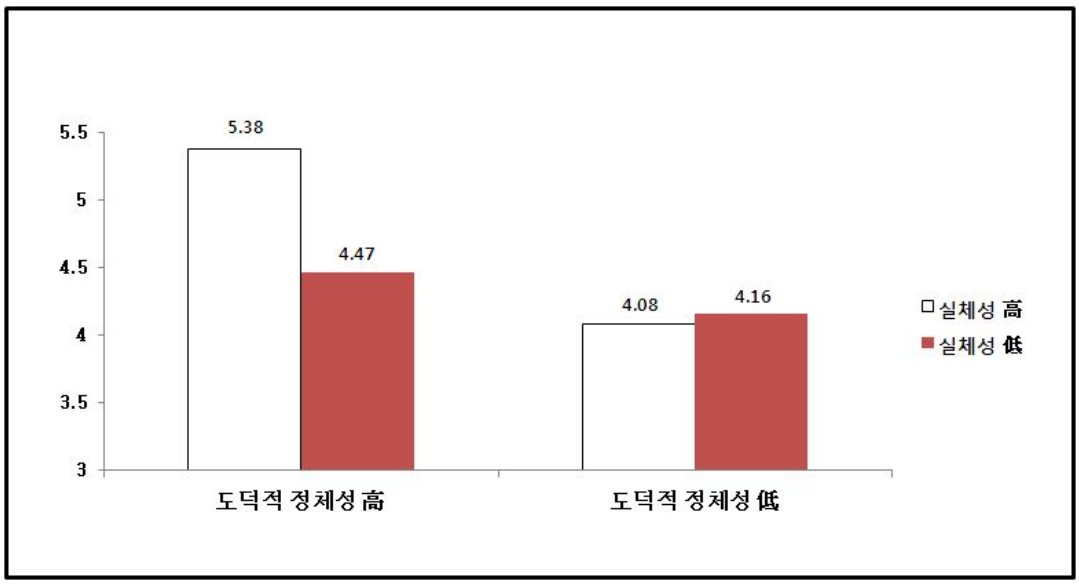


Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

효과는 p-value 10% 수준 내에서 유의미한 차이를 보여주었다{F(1, 86)=3.165, p<.10; marginal sig.}. 그림에서 보는바와 같이 도덕적 정체성이 높은 기부자는 실체성이 높은 집단(M=5.38)에서 실체성이 낮은 집단(M=4.47)보다 기부의도를 더 높게 지각하고 있다. 반면, 도덕적 정체성이 낮은 기부자는 실체성이 높은 집단(M=4.08)과 낮은 집단(M=4.16)에 따른 기부의도의 차이는 크게 나타나지 않았다(<그림 9>참조). 따라서 <가설 4>는 10% 수준에서 지지되었다(marginal sig.).

<그림 9> 기부자의 기부의도에 대한 이원상호작용 결과






Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 3. 메커니즘 분석

선행연구에 따르면 수혜자의 실체성 수준은 인간의 감정을 즉흥적으로 유발시킬 수 있는 특성이 있다고 하였다(Slovic, 2007; Smith et al., 2012). 그리고 기부자의 심리학적 특성에 따른 기부행동을 예측하는 주요 메커니즘으로 기부자의 감정요소인 동정심이나 기부행복감(happiness)을 언급하기도 하였다(Duclos and Barasch, 2014). 따라서 본 연구 또한 기부자의 도덕적 정체성과 수혜자의 실체성 수준의 상호작용 효과의 메커니즘으로 행복감을 제안하고자 한다. 즉 행복감이란 수혜자의 상황을 파악한 후, 기부자가 기부를 하기 전 기부를 행하는 것에 대한 기쁨이라고 할 수 있겠다(Duclos and Barasch, 2014). 이러한 연구자의 예측을 검증하기 위하여 '행복감(happiness)'을 종속변수로 도덕적 정체성을 독립변수로 하는 분산분석을 추가로 실시하였다.

연구결과, 앞서 제시한<가설 2, 4>와 동일한 결과의 패턴을 보여주었다. 즉, 기부자의 도덕적 정체성 수준이 기부행복감에 미치는 주효과와 실체성에 대한 상호작용 효과에 대한 분석결과, 기부자의 도덕적 정체성 수준의 주효과는 통계적으로 유의한 결과가 나타났다($F(1,86)=15.187$, $p<.001$). 즉, 기존 연구와 동일하게 도덕적 정체성이 높은 기부자(M=4.28)가 도덕적 정체성이 낮은 기부자(M=3.27)보다 기부행복감을 더 높게 지각하고 있다.

그리고 기부자의 도덕적 정체성 수준과 수혜자의 실체성 수준에 따른 상호작용 효과는 p-value .10 수준 내에서 유의미한 차이를 보여주었다($F(1,86)=3.288$, $p<.10$)(marginal sig.). 그림에서 보는바와 같이 도덕적 정체성이 높은 기부자는 실체성이 높은 집단(M=4.66)에서 실체성이 낮은 집단(M=3.90)보다 기부행복감이 더 높게 지각되었다. 반면, 도덕적 정체성이 낮은 기부자는 실체성이 높은 집단(M=3.17)과 낮은 집단(M=3.36)에 따른 기부의도의 차이는 크게 나타나지 않았다(<표 8>,<그림 10>참조)



Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

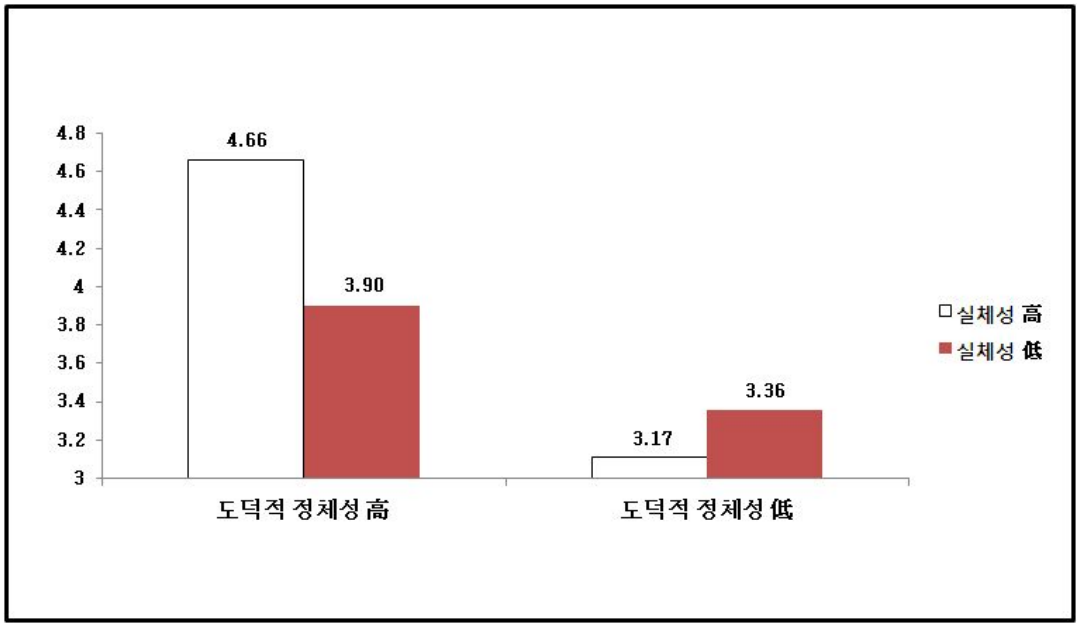
<표 8> 기부자의 행복감에 대한 분산분석 결과

| Independent variable | 실체성 高 | | 실체성 低 | |
|---|---|---|---|---|
| | 도덕적 정체성 高 | 도덕적 정체성 低 | 도덕적 정체성 高 | 도덕적 정체성 低 |
| Mean | 4.66(n=20) | 3.17(n=24) | 3.90(n=21) | 3.36(n=23) |

| Source | d.f. | MS | F | Sig |
|---|---|---|---|---|
| 수정모형 | 3 | 9.861 | 6.447 | .001 |
| 도덕적 정체성 | 1 | 23.229 | 15.187 | .000 |
| 실체성 | 1 | 1.855 | 1.213 | .274 |
| 도덕적 정체성 X 실체성 | 1 | 3.288 | 3.288 | .073 |
| 오차 | 86 | | | |

a. R 제곱=.184(수정된 R 제곱=.155)

<그림 10> 기부자의 행복감에 대한 이원상호작용 결과






Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 4. 수혜자(1명 vs. 6명 흩어짐 vs. 6명 모임)에 따른 기부의도 패턴

본 연구는 실체성의 효과를 단일성의 효과(singularity effect)와 비교하여 좀 더 실체성 이론의 이해를 돕고자 실시되었다. 즉, 단일성 효과(수혜자: 1명)는 실체성 효과와 다른 별개의 이론적 배경을 갖고 있지만 실체성을 정확히 파악 하는데 있어서 필요한 영역이다.

<연구 2: 실험 1>는 실체성의 주요 메커니즘인 일반적 움직임(common movement)에 따른 실체성의 조작 방식을 채택하였으며(Bartels and Burnett, 2011; Smith et al., 2012), 이는 기존 피험자를 대상으로 조작된 그룹을 나누기 위해 피험자의 시나리오 예열방식에서 벗어나 아프리카 아이들의 사진을 통해 실체성을 즉각적으로 느끼게 하였다. 이를 위해 사진 속 아프리카 아이들의 인원을 시각적으로 변화를 주어 '6명 모임: 실체성 수준 高, 6명 흩어짐: 실체성 수준 低,'로 조작하였으며, 추가로 실체성의 효과를 부각시키기 위해 단일성 효과를 제시하였다. 이를 위해 아프리카 어린이 '1명'을 추가적으로 조작하였다(Bartels and Burnett, 2011; Kogut and Ritov, 2005; Smith et al., 2012).

본 연구에 대한 일원배치분산분석(one-way ANOVA)결과, 수혜자 수준이 1명일 때(단일성 효과: M=4.76) 기부의도가 가장 높았으며, 수혜자 수준이 다수이면서 흩어진 모습일 때(실체성 低: M=4.28) 기부 의도는 가장 낮았다. 또한 수혜자 수준이 다수이면서 모여진 모습일 때(실체성 高: M=4.68) 기부 의도는 다시 상승하여 V자 패턴을 보여주고 있다($F(2,117)=1.274$, $p=.284$)(<그림 11>참조).

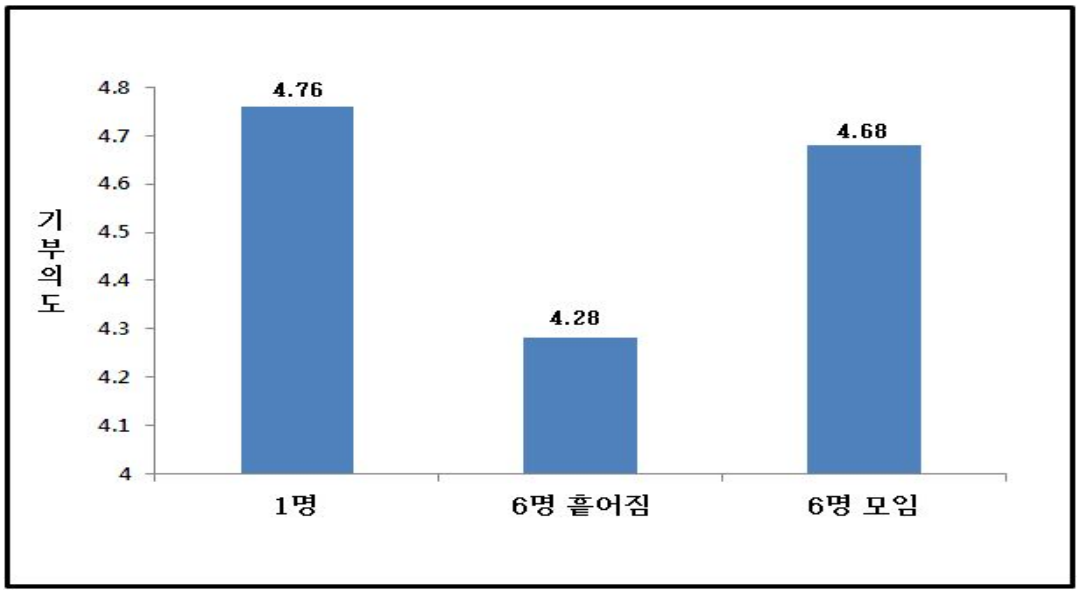
좀 더 구체적으로 살펴보면, 기존연구들에서 제시하였던 것처럼 1명(단일성 효과)은 다수보다 대상의 인식을 높이기 때문에 그 대상에 대하여 관심도, 감정, 이해도를 높일 수 있다(Slovic, 2007; Smith et al., 2012). 따라서 대상이 1명일 때 다수보다 기부의도가 더 높게 나타난다는 것이다. 그러나 비록 대상의 수가 다수일지라도, 이를 그룹핑 하여 실체성을 높여 준다면 단일성의 효과처럼 기부의도가 다시 높아질 수 있다는 것이다(실체성의 실증적 효과: Smith et al., 2012).



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<그림 11> 수혜자 실체성에 따른 기부의도 패턴






Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 5. 추가분석

추가분석은 연구 방법론의 대안적 모델을 제시하기 위하여 실시되었다. 엄밀히 말하자면, 분산분석의 대안적 방법론으로서 독립변수와 조절변수 간의 변화량에 따라 조절회귀를 통해 종속변수의 직접적인 영향력을 보고자 하였다.

첫째, 기부자의 도덕적 정체성 수준과 기부의도간의 주 효과와 실체성의 조절효과를 검증하였다.

둘째, 메커니즘 요인으로서 행복감의 효과를 검증하였다.

### 5.1 도덕적 정체성 수준과 기부의도와의 관계에서 조절회귀분석

먼저, <표 9>의 1단계 분석에서 보는바와 같이 기부자의 도덕적 정체성 수준이 기부의도에 미치는 영향으로서 기부자의 도덕적 정체성 수준이 높을수록 기부의도가 높게 나타났다{β=.381(t=3.867), p<.001}. 그리고 2단계 분석결과에서 보면, 도덕적 정체성과 실체성간의 조절효과는 나타나지 않았다(β=.112(t=.848, p=.399)).

<표 9> 도덕적 정체성과 기부의도와의 관계에서 조절회귀분석

| 구분 / 변수 특성 | 회귀모형 적합도 | | | | 회귀계수 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | R | $R^2$ | F값 | 추정 표준 오차 | 독립 변수 | Beta | t값 (유의도) |
| 1단계 분석 (n=88) | .381 | .145 | 14.950 | 1.279 | 도덕적 정체성 | .381 | 3.867 (.000) |
| 2단계 분석 (n=88) | .390 | .152 | 7.810 | 1.281 | 도덕적 정체성 | .306 | 2.307 (.023) |
| | | | | | 도덕적 정체성 X 실체성 | .112 | .848 (.399) |



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

5.2 도덕적 정체성 수준과 행복감과의 관계에서 조절회귀분석

먼저, <표 10>의 1단계 분석에서 보는 바와 같이 기부자의 도덕적 정체성 수준이 행복감에 미치는 영향으로서 기부자의 도덕적 정체성 수준이 높을수록 행복감이 높게 나타났다{β=.446(t=4.671}, p<.001}. 그리고 2단계 분석결과에서 보면, 도덕적 정체성과 행복감간의 조절효과는 나타나지 않았다{β=.120(t=.938}, p=.351}.

<표 10> 행복감에 대한 도덕적 정체성과 행복감과의 관계에서 조절회귀분석

| 구분 / 변수 특성 | 회귀모형 적합도 | | | | 회귀계수 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | R | $R^2$ | F값 | 추정 표준 오차 | 독립 변수 | Beta | t값 (유의도) |
| 1단계 분석 (n=88) | .446 | .199 | 21.823 | 1.168 | 도덕적 정체성 | .446 | 4.671 (.000) |
| 2단계 분석 (n=88) | .455 | .207 | 11.337 | 1.169 | 도덕적 정체성 | .365 | 2.847 (.005) |
| | | | | | 도덕적 정체성 X 실체성 | .120 | .938 (.351) |

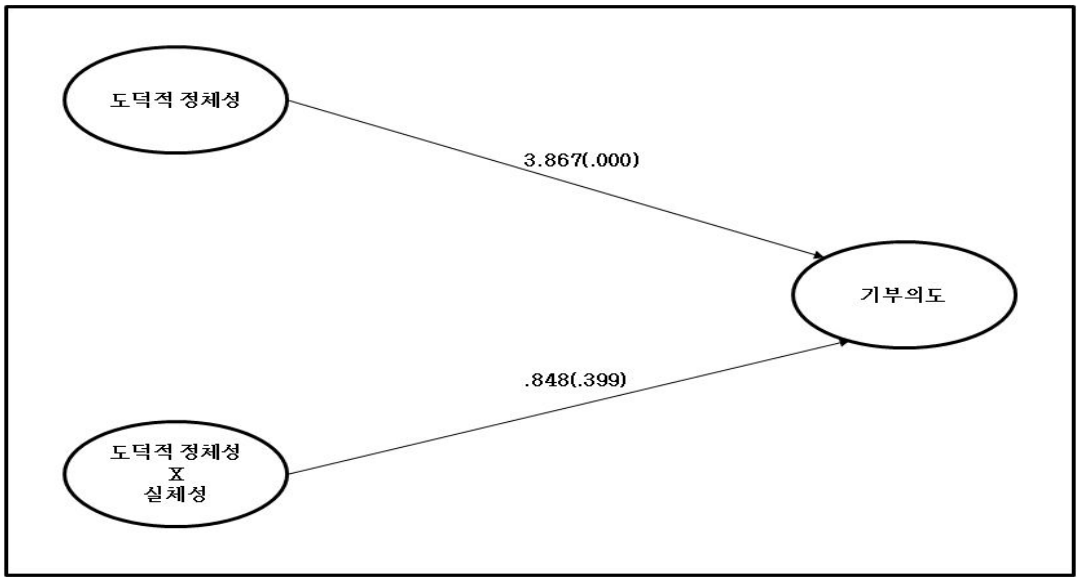


Collection @ chosun

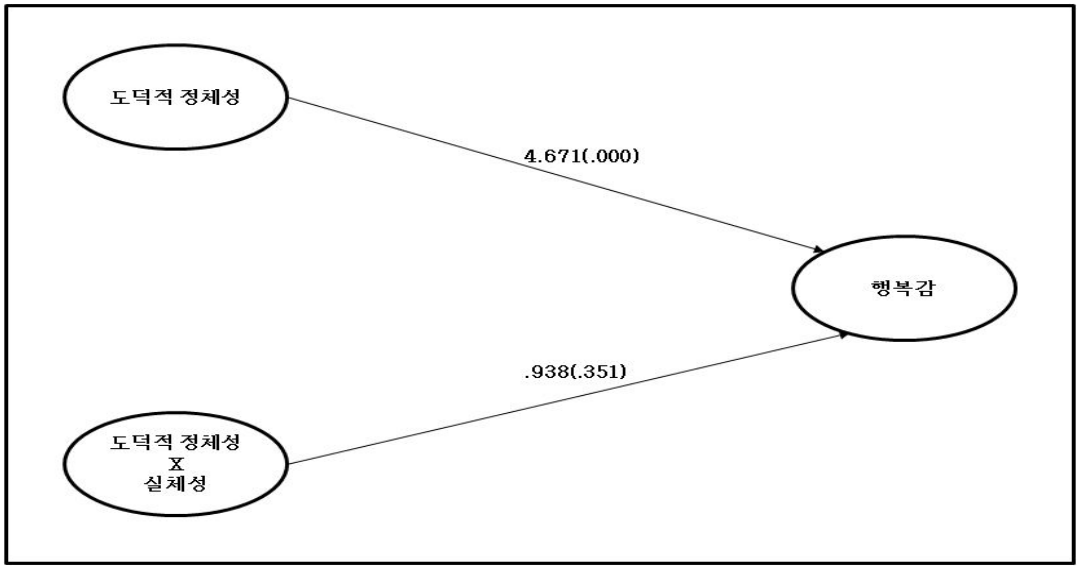
조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

5.3 조절회귀 결과의 t값과 유의수준 도식표

<그림 12> 기부의도에 대한 도덕적 정체성과 실체성의 조절회귀 t값(유의수준)




<그림 13> 행복감에 대한 도덕적 정체성과 실체성의 조절회귀 t값(유의수준)






Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 6. 결과정리

앞에서 살펴본 <연구 2: 실험 1>의 결과에 의하면, 주효과로서 기부자들의 도덕적 정체성 수준이 높을 때 도덕적 정체성 수준이 낮은 기부자들보다 기부의도가 높았다. 이는 대부분의 선행연구들과 같은 결과로서, 상대적으로 규범적으로 도덕적 인식이 높은 사람일수록 기부에 대한 호의적인 반응을 보여준다는 것이다. 무엇보다, <연구 2: 실험 1>는 <연구 1: 실험 1>과 다른 실체성의 조작적 접근이 이루어 졌다. 즉, <연구 1: 실험 1>과 다르게 실체성의 주요 메커니즘인 일반적 움직임(common movement)에 따른 실체성의 조작 방식을 채택하였다(Bartels and Burnett, 2011). 이는 기존 시나리오 예열 방식보다 아프리카 아이들의 사진을 통해 실체성을 좀 더 빠르고 즉각적으로 느끼게 하기 위함이다. 이 결과, 기부의도에 대한 기부자의 도덕적 정체성과 수혜자 실체성의 상호작용 효과는 유의미한 효과를 보여주었다. 무엇보다 기존 대부분의 선행연구들과 상반된 결과로서 도덕적 정체성이 높은 집단에서도 기부를 덜할 수 있다는 흥미로운 결과를 제시하고 있다. 이는 Duclos and Barasch(2014)가 제시한 결과와 비슷한 패턴을 보이고 있다. 그러나 본 연구는 Duclos and Barasch가 제시한 수혜자 그룹멤버십(group-mebership: in-group vs. out-group)의 조절적 역할과 다른 수혜자의 실체성 효과를 통해 그들과 비슷한 결과를 도출해 내었다.

좀 더 구체적으로 살펴보면, 기부자의 도덕적 정체성 수준이 기부의도에 미치는 주효과와 수혜자 실체성의 상호작용효과를 살펴본 결과, 우선 주효과로서 도덕적 정체성이 높은 기부자가 도덕적 정체성이 낮은 기부자보다 기부의도가 높았다. 또한 도덕적 정체성이 높은 기부자는 수혜자 실체성 수준을 낮게 지각한 경우보다 수혜자 실체성 수준을 높게 지각할 때 기부의도가 더 높았으며, 도덕적 정체성이 낮은 기부자는 수혜자의 실체성 수준에 따른 기부의도의 차이가 나타나지 않았다. 이는 도덕적 정체성이 높은 기부자는 도덕적 정체성이 낮은 기부자보다 사회적으로 견고한 도덕적 스키마 구조를 갖고 있으며, 수혜자에 대한 실체성을 높게 지각할수록 대상에 대한 정보가 뚜렷해지기 때문에 도덕적 스키마 구조는 더욱 강화될 수 있는 조건이 성립될 수 있는 것이다(Aquino and Reed Ⅱ, 2002). 따라서 기부의도 또한 높게 나타날 수 있다. 그러나 기부자의 도덕적 정체성 수준이 낮은 경우, 상대적으로 도덕적 스키마 구조가 빈약하기 때문에 수혜자에 대한 정보가 덜 활성화 될 수 있으며, 수혜자에 대한 실체성 또한 민감하게 받아들이지 않을 수도 있을



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

것이다(Aquino and Reed Ⅱ, 2002; Lee et al., 2014). 따라서 실체성에 따른 기부의도 차이가 나타나지 않았다.

그리고 <연구 2: 실험 1>에 대한 메커니즘으로 기부행복감을 제시하였는데, 이는 기부금을 적을 때 느끼는 기부자의 감정이다. 기존연구에 따르면 기부행복감은 기부의도와 많은 연관성이 있으며, 기부자의 기부행복감이 높을 경우 기부의도 또한 높아진다고 언급되었다(Duclos and Barasch, 2014). 따라서 기부자의 도덕적 정체성이 높고 수혜자의 실체성 수준을 높게 지각한다면 기부의도 또한 높아 질 수 있는데, 이는 기부자의 행복감 또한 같은 방향성을 보일 수 있다는 것이다.

연구결과, 연구자의 예상대로 기부자의 도덕적 정체성이 높고 도덕적 정체성과 수혜자의 실체성간의 상호작용 효과가 나타날 때 기부행복감 또한 상승하는 결과를 보여주었다.

또한, 추가적으로 수혜자(1명 vs. 6명 흩어짐 vs. 6명 모임)에 따른 기부의도를 살펴본 결과, 기존연구들에서 제시한 실체성을 위한 단일성의 효과는 수혜자가 다수보다 1명일 때 더 효과적이라고 하였지만, 이는 실체성의 본질과 다른 결과를 보여주고 있다. 즉, 다수의 그룹일지라도, 그 그룹이 하나로 뭉쳐짐으로서 동질성을 갖는다면 실체성의 효과가 나타날 수 있다는 것이다(Smith et al., 2012). 좀 더 나아가 본 연구의 실험결과는 Smith et al.(2012)이 제시했던 시나리오 조작방법에서 국한되지 않고 실제 수혜자의 실체성 양상을 시각화하여 연구결과를 확장하였다는데 의의가 있다.

끝으로, <연구 2>의 대안모델로서 조절회귀 분석을 실시하였다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 기부의도에 대한 기부자의 도덕적 정체성 수준과 수혜자실체성의 조절회귀분석을 실시한 결과 기부자의 도덕적 정체성 수준은 기부의도에 유의미한 영향을 미쳤다. 그러나 기부자의 도덕적 정체성과 수혜자 실체성 간의 조절효과는 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하였다. 따라서 기부의도에 대한 기부자의 도덕적 정체성 수준과 수혜자 실체성의 조절회귀 분석은 본 연구가 제시한 분산분석 결과에 대한 일관성을 제시하지 못하고 있다.

그리고 메커니즘 분석을 위한 대안모델로서, 행복감에 대한 기부자의 도덕적 정체성 수준과 수혜자실체성의 조절회귀분석을 실시한 결과 기부자의 도덕적 정체성 수준은 행복감에 유의미한 영향을 미쳤다. 그러나 기부자의 도덕적 정체성과 수혜자 실체성 간의 조절효과는 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

하였다. 따라서 행복감에 대한 기부자의 도덕적 정체성 수준과 수혜자실체성의 조절회귀 분석은 본 연구가 제시한 분산분석 결과에 대한 일관성을 제시하지 못하고 있다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 제6장 결론

## 제1절 요약 및 시사점

### 1. 결과요약

소비자 기부행동의 지난 연구들은 다양한 관점에서 접근되어져 왔다. 특히, 최근에는 기부자의 특성과 수혜자의 특성에 따른 기부효과의 연구들이 제시되고 있다. 그러나 기부에 있어서 기부자의 특성과 수혜자의 특성이 일련의 상호작용에 놓여있는 관계임에도 불구하고 대부분의 선행연구들은 이를 동시에 고려하지 않았다. 예를 들어, 기부의도를 예측하는데 있어서 수혜자를 고려하지 않은 기부자 내부의 심리적 요인만을 밝힌 연구, 그리고 기부자들 간의 환경에만 치중하는 연구들과 오직 수혜자 요인만을 고려하는 연구들이 주를 이루었다(Lee et al., 2014). 따라서 본 연구는 이러한 선행연구들에서 고려하지 못한 부분을 보완하여 기부자 특성의 자아해석과 도덕적 정체성, 수혜자 특성인 실체성으로 말미암아 기부자와 수혜자간의 관계를 일원화하는데 보탬이 되었다.

우선, 기존 선행연구들에서는 독립적 자아해석 기부자보다 상호의존적 자아해석 기부자에게서(Winterich and Barone, 2011), 도덕적 정체성이 낮은 기부자보다 도덕적 정체성이 높은 기부자에게서 기부의도가 더 높다고 제시되고 있다(Hart et al., 1998; Reed and Aquino 2003; Winterich et al., 2009). 그러나 본 연구는 수혜자의 실체성 수준에 따라 기존 기부자의 자아특성(자아해석, 도덕적정체성) 수준의 주효과가 약화될 수 있다는 흥미로운 결과를 제시하였다.

첫 번째 연구결과에서는 기부자의 자아해석 수준이 기부의도에 미치는데 있어서 수혜자 실체성의 상호작용효과를 검증하였다. 우선, 기부자의 자아해석(독립적 자아해석 vs. 상호의존적 자아해석)수준이 기부의도에 미치는 주효과는 그룹 간 차이가 나타나지 않았다. 그러나 수혜자 실체성(高 vs. 低) 수준에 따른 상호작용 효과는 나타났다. 즉, 기부자의 자아해석 수준이 상호의존적 성향이라면, 실체성 수준이 낮을 때 기부의도가 더 떨어지며 실체성 수준이 높을 때 기부의도가 더 높아진다는 것이다. 이에 반해 독립적 자아해석 성향의 기부자들은 실체성 수준에 따른



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

기부의도 차이는 나타나지 않았다. 이러한 결과의 흥미로운 점은 상호의존적 성향의 기부자들도 수혜자의 실체성이 낮다면 기부를 덜 할 수도 있다는 것을 제시하고 있다.

두 번째 연구결과에서는 기부자의 도덕적 정체성 수준이 기부의도에 미치는데 있어서 수혜자실체성의 상호작용효과를 검증하였다. 우선, 기부자의 도덕적 정체성(도덕적 정체성 高 vs. 도덕적 정체성 低)수준이 기부의도에 미치는 주효과로서 도덕적 정체성 수준이 높은 집단이 도덕적 정체성 수준이 낮은 집단보다 기부의도가 더 높게 나타났다. 그리고 수혜자의 실체성(高 vs. 低) 수준에 따른 상호작용 효과 또한 방향성이 나타났다. 즉, 도덕적 정체성이 높은 기부자는 실체성이 높은 수혜자집단보다 실체성이 낮은 수혜자집단에서 기부의도가 크게 떨어지며 수혜자 실체성이 높을 때 기부의도가 높아졌다. 반면, 도덕적 정체성이 낮은 기부자는 실체성이 높은 수혜자집단과 실체성이 낮은 수혜자집단 간에 따른 기부의도의 차이는 크게 나타나지 않았다. 이러한 결과의 흥미로운 점은 도덕적 정체성이 높은 기부자들도 수혜자의 실체성이 낮다면 기부를 덜 할 수도 있다는 것을 제시하고 있다.

따라서 본 연구의 핵심적인 결과는 선행연구들과 다르게 상대적으로 독립적 자아해석 기부자보다 기부의도가 높았던 상호의존적 자아해석 기부자가 수혜자의 실체성 수준이 낮다면 오히려 기부의도가 낮아지게 되며, 도덕적 정체성이 높은 기부자도 기존연구에 따르면, 도덕적 정체성이 낮은 기부자보다 기부를 더 많이 한다고 알려져 있는데, 이 또한 수혜자의 실체성 수준이 낮다면 비록 도덕적 정체성이 높더라도 기부의도가 낮아진다는 것이다. 즉, 기부자들의 기부를 예측하는데 있어서 기부자의 심리적인 자아특성(자아해석, 도덕적 정체성)이 수혜자의 실체성 수준에 상당한 영향을 받는다는 것이다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 2. 학문적 시사점

지난 수년 동안 기부행동 연구는 많은 변화와 발전을 이루었다. 이처럼 본 연구 또한 그 연속선상에 있다. 우선, 본 연구의 학문적 시사점은 기존의 이원화 된 기부자 자아특성(자아해석과 도덕적 정체성)과 수혜자의 실체성 수준을 상호작용 효과를 통해 좀 더 통합적 관점으로 보았다는 것이다. 사실, 기부라는 것은 기부를 하는 주체자만 존재하는 것이 아니며, 기부에 대한 대상의 필요성도 반드시 함께 부각되어야만 한다는 것이다. 특히, 본 연구는 기존 연구결과의 패턴을 새로운 관점으로 부각시키기 위해 수혜자의 실체성이라는 변수를 도입하였다. 결과론적으로 Duclos and Barasch(2014)가 이전연구자들과 다르게 상호의존적 성향을 가진 기부자들도 상황에 따라 기부의도가 늘어나거나 줄어들 수도 있다는 점을 밝혀냈는데, 본 연구 또한 Duclos and Barasch(2014)가 제시한 결과와 동일하지만, 그 결과에 대한 새로운 조절요인을 제안하였다는 점이 본 연구의 중요한 시사점이라고 할 수 있겠다.

또한, 실체성이라는 변수는 1958년 Campbell에 의해 최초로 실체성 용어와 그 정의가 소개 되었는데, 그 이후 오랜 시간동안 실체성에 대한 실증적 연구가 모호한 실정이었다. 그러나 21세기 이후에 몇 몇 연구자들을 통해 실체성에 대한 이론이 주목받기 시작하면서 실증적으로 불완전한 이론을 좀 더 잘 다듬어진 이론으로 변모시키기 시작하였다. 최근, 기부행동 영역에서도 이러한 실체성에 관한 실증적 연구가 등장하기 시작하였는데 무엇보다 실체성의 현상을 실증적으로 분석하기 위해서는 '일반적 움직임(common movement)'이라는 중요 메커니즘을 증명해 내야 하는 것이다(Campbell, 1958; Bartels and Burnett, 2011). 그러나 이러한 실체성의 메커니즘을 실증적으로 증명해 내는 것에 어느 정도 조작적 한계가 존재하기 때문에 최근 연구자들은 주로 컴퓨터상의 동물(나비의 정렬과 비정렬), 사람모양의 아이콘 등의 시뮬레이션 방법을 통해 피험자를 미리 예열(priming)시키거나 시나리오를 제시한 후 여러 단계를 걸쳐 실험을 진행하였다. 그러나 이러한 기존 연구자들의 실험 또한 실체성이 가지고 있는 고유의 감정적, 순간적 몰입도가 방해될 수 있으며(Slovic, 2007; Smith et al., 2012), 실체성 조작에 관한 자연스러움 보다 다소 인위적인 조작적 결함(artifact demand bias)이 존재한다.

따라서 본 연구의 <연구 2: 실험 1>에서는 이러한 피험자의 실체성에 대한 사전 예열작용 없이 사진속의 실제인물(사람)로 실체성의 '일반적 움직임(common



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

movement)'을 구현해 내었다. 이는 실체성이 요구하는 특성(즉각적이며, 순간적인 몰입)적 조건에 어느 정도 부합되는 것으로서 기부자가 수혜자의 실질적 실체성을 시나리오 없이 한 공간 안에서 느끼게 될 수 있는 것이다. 따라서 본 연구는 실체성의 조작적 검정을 기존연구보다 한걸음 더 확장해 내었다는 것이다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 3. 실무적 시사점

기부는 오랜 시간동안 비영리적 관점에서 논의되어온 이슈이기 때문에 상품을 팔아야 하는 영리적 관점에서는 다소 그 목적성이 퇴색될 수도 있다. 그러나 기부라는 것이 현금이든 그와 상이한 도움이든 기부의 최접점에서는 물질적 원조가 이루어지는 것은 부인할 수가 없다. 즉, 굶주려서 곧 죽어가는 아이에게 절실한 것은 아름다운 꽃보다 하나의 빵이 더 절실하다. 이러한 기부의 정신적 숭고함과 물질적 관계는 아이러니 하게도 함께 공존한다. 따라서 최근에는 사회자체가 기부를 비영리적 관점과 함께 영리적 접근방식을 함께 받아드리고 있다. 이에 대부분의 기업입장에서도 기부를 영리적 목적으로 마케팅요소에 포함 시키고 있다. 물론 기업이 행하는 기부는 영리적 목적성이 있지만 그 과정만큼은 고객에게 감동을 줄만큼 진성이 느껴지는 기부도 많이 존재한다.

최근, 유니세프나 월드비전, 혹은 개인에서부터 다양한 기업에 이르기까지 기부에 대한 정보나 광고를 과하다고 할 만큼 쏟아내고 있는 실정이다. 그러나 이를 선택하는 기부자는 이를 모두 수용하지 못하고 지나치는 경우가 많다. 이것은 어쩔 수 없는 시장의 환경이다. 따라서 본 연구는 이러한 시장 환경 속에서 '어떻게 하면 기부자의 기부의도를 더 촉진시킬 수 있을까?'하는 의문을 갖고 시작하게 되었다. 우선 기부자는 다양한 심리적 특성을 갖고 있다. 이러한 기부자의 다양한 심리적 특성을 모르면 기업의 마케터는 기부전략에 효과적인 대응을 할 수 없을 것이다. 가령 기부자는 기부정보를 개인의 컴퓨터상에서 개인적으로 얻을 수도 있고 좀 더 사회성이 강한 기부자는 교회나 동호회 혹은 그밖에 단체모임 등에서 기부의 정보를 공유할 수 있을 것이다. 이는 기부자마다 개인의 특성과 환경에 따라 기부정보를 이해하는데 주관적인 성향이 존재하는 것이다. 따라서 기존 연구의 결과에 따르면, 상호의존적 성향의 기부자는 독립적 자아성향의 기부자보다 기부를 더 한다고 알려져 있으나, 본 연구는 상호의존적 자아해석 성향의 기부자라 할지라도 수혜자의 실체성 수준이 높으면 기부의도가 높아지지만 반대로 수혜자의 실체성 수준이 낮을 때는 흥미롭게도 기부의도가 낮아질 수 있다는 것이다. 이는 기업 입장에서도 기부자들에게 기부를 독려할 때 기부자의 자아특성을 유심히 고려해 볼 필요가 있다는 것이다. 그리고 기부에 대한 마케팅촉진 광고물의 제작을 기획할 때도 기부대상자에 따른 수혜자의 실체성 수준을 높인다면 아마도 기부촉진 효과는 본 연구에서 제시하였던 것처럼 높아질 수 있을 것이다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

또한, 기부자를 대상으로 하는 기부촉진 전략은 범국가적으로 시행하는 경우가 많다. 이는 앞서 언급하였듯이, 기부자의 자아특성이 개인의 단순한 내적/외적 상황에 따라 달라지기도 하지만 국가적 차원에 따른 민족적 차이를 고려한다면 동양인과 서양인의 차이를 반드시 짚고 넘어가야 할 것이다. 보통 서양인은 자아해석 수준이 독립적 자아해석 성향에 가까운 양상을 보이며, 동양인은 상호의존적 자아해석 성향을 띈다(Duclos and Barasch, 2014). 따라서 상호의존적 자아해석 성향이 높은 동양인을 대상으로 하는 기부전략 시에는 기부수혜자의 조건에 있어서 실체성을 높일 수 있는 조건을 제시하는 것도 기부의도를 촉진 시키는데 많은 도움이 될 것이다. 무엇보다 최근 기부전략은 대부분 연예인이나 스포츠 스타를 활용하는 경우가 많이 있는데, 본 연구처럼 기부수혜자의 상황적 요인을 고려한 실질적 실체성 제시 전략 또한 차별화된 기부전략이 될 수 있을 것이다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

## 제2절 연구의 한계점과 향후연구

실험연구의 한계성은 결과의 일반화이다. 이는 '양날의 劍'처럼 실험에 참여하는 표본 집단의 내적 타당성은 확보할 수 있으나, 외적 타당성은 쉽게 확보할 수 없는 취약점을 가지고 있다. 따라서 본 연구 또한 엄격한 실험자의 통제 하에 연구가 진행되어졌기 때문에 변수와 실험조작에 있어서 연구의 내적 타당도는 견고하다. 그러나 표본의 모집단이 대학생을 위주로 하였기 때문에 본 연구의 일반화는 제한적이라 할 수 있겠다. 따라서 추가적인 연구 상황에서는 좀 더 다양한 계층과 환경 속에서 연구가 진행되어질 필요가 있겠다.

그리고 <연구 1>과 <연구 2>의 개연성에 있어서 실증적 논거가 부족하다. 따라서 본 연구의 결과에 대한 논리적 완성도를 높이기 위해서는 독립변수를 제외한 그 밖의 통제요인을 잘 고려하여 추가적인 실험연구가 진행 되어져야 할 것이다.

또한, 본 연구는 기부자의 특성을 선행연구에서 주로 다루었던 사회심리학적 변수인 자아해석과 도덕적 정체성을 제시하였는데, 이러한 기부자의 특성을 좀 더 다양한 변수와 함께 세분화하여 접근해 볼 필요가 있으며, 수혜자의 상황 또한 다르지 않다. 특히, 기부 수혜자의 연구 대안은 최근 연구에서 다양하게 부각되고 있다. 예를 들어, 수혜자의 상황이 도덕적으로 부정적인 상황일 경우(Smith et al., 2003), 수혜자가 겪은 일련의 악화된 상황이 수혜자 본인에게 책임이 클 경우(Duclos and Barasch, 2014), 수혜자의 모습이 이미지 적으로 고통스러운 모습을 담고 있는 경우(Slovic, 2007), 수혜자의 상황을 비율로 제시하였을 경우와 그렇지 않은 경우(Slovic et al., 2002), 수혜자의 그룹멤버십(in-group vs. out-group)효과(Duclos and Barasch, 2014)처럼 기존의 다양한 수혜자 환경의 상황에 따라 새로운 기부연구를 시도해 볼 수 있을 것이다.

끝으로, 기존 연구의 경우에는 실체성을 조작할 때 다양한 방법을 사용하고 있다(Smith et al., 2012). 따라서 향후 연구에서는 실체성 수준을 다양한 방법으로 조작함으로서 본 연구결과의 일반성을 높일 필요가 있을 것이다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 참고문헌

**[국내문헌]**

강철희(1998), “후원활동에 참여하는 사람들의 일반적 특징과 그들의 후원노력에 영향을 미치는 요인들에 관한 연구,” ***한국사회복지학***, 35, 1-30.

김용준, 김주원 (2005), “대학기부자의 기부의도, 기부만족, 기부정기성의 결정요인에 관한 실증연구,” ***마케팅 연구***, 20(4), 57-89.

노정식, 노은정 (2010), “동일시 확장모델을 이용한 기부의도에 영향을 미치는 조직 커뮤니케이션 전략에 관한 연구: 기부자와 비기부자 집단의 비교를 중심으로,” ***마케팅관리연구***, 15(4), 1-31.

박명진, 박종철 (2013), “도덕적 정체성과 자아해석이 기부의도에 미치는 효과,” ***소비자학 연구***, 24(2), 47-69

**[국외문헌]**

Aaker, Jennifer L. and Angela Y. Lee (2001), "'I' Seek Pleasures and 'We' Avoid Pains: The Role of Self-Regulatory Goals in Information Processing and Persuasion," *Journal of Consumer Research*, 28, 33-49.

Anderson, V. L. (1993), "Gender Differences in Altruism among Holocaust Rescuers," *Journal of Social Behavior and Personality*, 8, 43-58.

Andreoni, James (1990), "Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving?," *Economic Journal*, 100, 464-477.

Aquino, Karl and Americus Reed Ⅱ (2002), “The Self-importance of Moral Identity," *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1423-1440.

Aquino, Karl., Dan Freeman, Americus Reed Ⅱ, Vivien K. G. Lim, and Will Felps (2009), "Testing a Social Cognitive Model Behavior: The Interactive Influence of Situations and Moral Identity Centrality," *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(1), 123-141.

Ashmore, R. D. and Jussim, L. (1997). *Self and Identity* : Fundamental Issues.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Cary, NC, USA: Oxford University Press. Retrieved from http://www.ebrary.com

Auten, Gerald E. Holger S., and Charle T. Clotfelter (2002), "Charitable Giving Income and Taxes: An Analysis of Panel Data," *The American Economic Review*, 92, 371-82.

Banks, James and Sarah Tanner (1999), "Patterns in Household Giving: Evidence from UK Data," *International Journal of Voluntary and nonprofit Organizations*, 10, 167-78.

Bartels, Daniel M. and Russell C. Burnett (2011), "A Group Construal Account of 'Drop in the Bucket' Thinking in Policy Preference and Moral Judgment," *Journal of Experimental and Social Psychology*, 47(1), 50-57.

Batson, Daniel C., Nadia Ahmad, and Jo-Ann Tsang (2002), "Four Motives for Community Involvement," *Journal of Social Issues*, 58(3), 429-445.

Brown, Eleanor and James M. Ferris (2007), "Social Capital and Philanthropy: An analysis of the Impact of Social Capital on Individual Giving and Volunteering," *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36, 85-99.

Bruner, Jerome S. (1957), "On Perceptual Readiness," *Psychological Review*, 64(2), 123-52.

Campbell, Donald T. (1958), "Common Fate, Similarity, and Other Indices of the Status of Aggregates of Persons as Social Entities," *Behavioral Science*, 3(January), 14-25.

Carroll, J. S. McCarthy, and Carol Newman (2006), "An Economic Analysis of Charitable Donations in the Republic of Ireland," *The Economic and Social Review*, 36, 229-249.

Chang, Wen-Chun (2005), "Determinants of Donations: Empirical Evidence from Taiwan," *Developing Economies*, 43, 217-234.

Choi, I. Koo M. and Choi, J. (2007), "Individual Difference in Analytic versus Holistic Thinking," *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33, 691-705.

Clotfelter, C. T. (1997), "The Economics of Giving," In Barry, J. W. and Manno,



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

B. V(Eds.), *Giving Better, Giving Smarter: Working Papers of the National Commission on Philanthropy and Civic Renewal*. Washington, DC.

Dickert, Stephan Namika Sagara, and Paul Slovic (2011), "Affective Motivations to Help Others: A Two-Stage Model of Donation Decisions," *Journal of Behavioral Decision Making*, 4(4), 297-306.

Duclos, Rod and Alixandra barasch (2014), "Prosocial Behavior in Intergroup Relations: How Donor Self-Construal and Recipient Group-Membership Shape Generosity," *Journal of Consumer Research*, 41(june), 93-108.

Escalas, Jennifer E. and James R. Bettman (2005), "Self-Construal, Reference Group, and Brand Meaning," *Journal of Consumer Research*, 32(December), 378-389.

Gardner, Wendi L., Shira Gabriel and Angela Y. Lee (1999), "'I' Value Freedom, But 'We' Value Relationship: Self-Construa Priming Mirrors Cultural Differences in Judgment," *Psychological Science*, 10(4), 321-326.

Gaerter, L. and J. Schopler, (1998), "Perceived Ingroup Entativity and Intergroup Bias: An Interconnection of Self and Others," *European Journal of Social Psychology*, 28, 963-980.

Hamilton, Dvid L. Steven J. Sherman (1996), "Perceiving Persons and Groups," *Psychological Review*, 103(April), 336-55.

Hamilton, Dvid L., and Steven J. Sherman, and Keith B. Maddox (1999), "Dualities and Continua: Implications for Understanding Perceptions of Persons and Groups," in *Dual-Process Theories in Social Psychology*, ed. Shelly Chaiken and Yaacov Trope, New York: Guilford, 606-26.

Hart, C. H., Nelson, D. A., Robinson, C. C., Olsen, S. F., and McNeilly-Choque, M. K. (1998), "Overt and Relational Aggression in Russian Nursery-school-age Children: Parenting Style and Marital Linkages," *Developmental Psychology*, 34, 687-697.

Heine, Steven J., Darrin R. Lehman, Hazel R. Markus, and Shinobu Kitayama (1999), "Is There a Universal Need for Positive Self-regard?," *Psychological Review*, 106(4), 766-794.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Katz, David (1950), *Gestalt Psychology: Its Nature and Significance*, New York: Ronald.

Kimchi, Ruth (1992), "Primacy of Wholistic Processing and Global/Local Paradigm: A Critical Review," *Psychological Bulletin*, 112(1), 4-38.

Kogut, Tehlila and Ilana Ritov (2005), "The singularity Effect of Identified Victims in Separate and Joint Evaluations," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97(July), 106-16.

Kohlberg, L. and R. H. Hersh (1997), "Moral development: A review of the theory," *Theory into Practice*, 16(2), 53-59.

Lee, Angela Y., Jennifer L. Aaker, and Wen아 L. Gardner (2000), "The Pleasures and Pains of Distinct Self-Construals: The Role of Interdependence in Regulatory Focus," *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(6), 1122-1134.

Lee, Jaehoon and L. J. Shrum (2012), "Conspicuous Consumption versus Charitable Behavior in Response to Social Exclusion: A Differential Needs Explanation," *Journal of consumer research*, 39(october), 530-544.

Lee, Searom, Karen P. Winterich, and William T. Ross JR. (2014), "I'm Moral, but I Won't Help You: The Distinct Roles of Empathy and Justice in Donations," *Journal of consumer research*, 41, 678-696.

Lickel, B., D. L Hamilton, G. Wieczorkowska, A. Lewis, S. J Sherman, and A. N Uhles (2000), "Varieties of groups and the perception of group entitativity," *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, no. 2: 223 - 46.

Markus, Hazel R. and Shinobu Kitayma (1991), "Culture and Self: Implication for Cognitions, Emotion, and Motivation," *Psychological Review*, 98(2), 224-253.

Martin, M. W. (1994), *Virtuous giving: philanthropy, voluntary service and caring*. IN: Indiana University Press.

Micklewright, John and Sylke V. Schnepf (2009), "Who Gives Charitable Donations for Overseas Development?," *Journal of Social Policy*, 38(2), 317-341.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Mishra, Himanshu, Arul M., and Dhananjay Nayakankuppam (2006), "Money: A Bias for the Whole," *Journal of Consumer Research*, 36(March), 541-49.

Nichols, J. E. (1992), "Targeting Older America," *Fund Raising Management*, 23(3), 38-51.

Nisbett, Richard E., Kaiping Peng, Incheol Choi, and Ara Norenzayan(2001), "Culture and Systems of Thought: Holistic versus Analytic Cognition," *Psychological Review*, 108, 291-310.

Nunnally, J. C. and I. H. Bernstein (1994), *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill.

Okunada, Albert A. (1996), "Graduate School Alumni Donations to Academic Fund: Micro-data Evidence," *American Journal of Economics and Sociology*, 55, 213-229.

Oyserman, Daphna, Heather M. Coon, and Markus Kemmelmeier (2002), "Rethinking Individualism and Collectivism: Evaluation of Theoretical Assumptions and Meta-Analysis," *Psychological Bulletin*, 128, 3-72

RaJan, Suja S., George H. Pink, and William H. Dow (2008), "Socio-Democracy and Personality Characteristics of Canadian Donors Contribution to International Charity," *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 38, 413-440.

ReedⅡ, Aemericus and Karl Aquino (2003), "Moral Identity and The Expanding Circle of Moral Regard toward Out-groups," *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 1270-1286.

ReedⅡ, Americus, Karl Aquino, and Eric Levy (2007), "Moral Identity and Judgments of Charitable Behaviors," *Journal of Marketing*, 71(January), 178-193.

Rydell, Robert J. and Allen R. McConnell (2005), "Perceptions of Entitativity and Attitude Change," *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(1), 99-110.

Schervish, Paul G. Mary, A. O'Herlihy, and John J. Havens (2002), "Charitable Giving: How Much, by Whom, to What, and How?" Powell, W. W., Steinberg, R. S., *the Non-profit Sector: A Research Handbook, New*



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

*Haven, London: Yale University Press*, 542-567.

Schlegemilch, Bodo B., Alix Love, and Adamantos Diamantopoulos (1997), "Responses to Different Dharity Appeals: the Impact of Donor Characteristics on the Amount of Donations," *European Journal of Marketing*, 31(8), 548-560.

Shang, Jen, Americus Reed Ⅱ, A., and Rachel Croson (2008), "Identity Congruency Effects on Donations," *Journal of Marketing Research*, 45(June), 351-361.

Singelis, T. M. (1994), "The measurement of Independent and Interdependent Self-construals," *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 580-591.

Slovic, P., M. L Finucane, E. Peters, and MacGregor, D.G. (2002), The affect heuristic. In T. Gilovich, D. Grifin, and D. Kahneman(Eds.), Heurisics and biases: *The psychology of intuitive judgment*(397-420). New York: Cambridge University Press.

Slovic, Paual(2007), "If I Look at the Mass I Will Never Act': Psychic Numbing and Genocide," *Judgment and Decision Making*, 2(2), 79-95.

Small, Deborah A. George Loewenstein, and Paul Slovic (2007), "Sympathy and Callousness: The Impact of Deliberative Thought on Donations to Identifiable and Statistical Victims," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(2), 143-53.

Smith, Robert W., David F., and Katherine A. Burson (2012), "More for the Many: The Influence of Entitativity on Charitable Giving," *Journal of Consumer Research*, 39, 961-976.

Smith, Vincent Michale H., Michale R. Kohoe, and Mary E. Gremeb (1995), "The Private Provision of Public Goods: Altruism and Voluntary Giving," *Journal of Public Economics*, 58, 107-126.

Susskind, Joshua, Kristen Maurer, Vinita Thakkar, David Hamilton, and Jeffrey Sherman (1999), "Perceiving Individuals and Groups: Expectancies, Dispositional Inference, and Causal Attributions," *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(2), 181-91.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Swaminathan, Vanitha, Karen L. Page, and Zeynep Gürhan-Canli (2007), "'My' Brand or 'Our' Brand: The Effects of Brand Relationship Dimensions and Self-Construal on Brand Evaluations," *Journal of Consumer Research*, 34(August), 248-259.

White, Katherine and John Peloza (2009) "Self-Benefit Versus Other-Benefit Marketing Appeals: Their Effectiveness in Generating Charitable Support," *Journal of Marketing*: 73(4), 109-124.

Wilhelm, Mark O., Eleanor Brown, Patrick M. Rooney, and Richard Steinberg (2008), "The Intergenerational Transmission of Generosity," *Journal of Public Economics*, 92(10-11), 2146-2156.

Winterich, Karen P. and Michael J. Barone (2011), "Warm Glow of Cold, Hard Cash? Social Identify Effects on Consumer Choice for Donation Versus Discount Promotions," *Journal of Marketing Research*, 48, 855-868.

Winterich, Karen P., Vikas M., and William T. Ross Jr. (2009), "Donation Behavior toward In-Groups and Out-Groups: The Role of Gender and Moral Identity," *Journal of Consumer Research*, 36 (August), 199 - 214.

Winterich, Karen P., Vikas Mittal, and Karl Aquino (2013), "When Does Recognition Increase Charitable Behavior? Toward a Moral Identity-Based Model," *Jouranl of Marketing*, 77(May), 121-134.

Yzerbyt, V., O. Corneille., and C. Estrada(2001), "The Interplay of Subjective Essentialism and Entitativity in the Formation of Stereotypes," *Personality and Social Psychology Review*, 5(2), 141-55.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

# 부록-<실험> 자극물

본 연구는 2개의 실험을 통해 소비자 자아해석 수준과 도덕적 정체성이 기부의도에 미치는 영향에 있어서 수혜자 실체성에 따른 조절적 효과를 보고자 하였다. 따라서 본 연구에서 조사한 실험자극물은 다음과 같이 설정되었다.

우선<연구 1: 실험 1>에서는 2(기부자 자아해석 수준: 독립적 자아해석 vs. 상호의존적 자아해석) X 2(수혜자 실체성: 低 vs. 高)를 집단 간 완전요인 실험설계를 하였으며, 총 2개의 실험자극물을 구성하였다. 또한, 실체성의 2가지(수혜자 인원 수: 6명모임, 6명 흩어짐) 수준에 따른 조작적 검증 효과를 보기 위해 실험자극물을 구성하였다.

<연구 2: 실험 1>에서는 2(기부자 도덕적 정체성: 低 vs. 高) X 2(수혜자 실체성: 低 vs. 高)를 집단 간 완전요인 실험설계를 하였으며, 총 3개의 실험자극물을 구성하였다. 또한, 단일성 효과와 실체성 효과를 위한 3가지(수혜자 인원 수: 1명, 6명모임, 6명 흩어짐) 수준에 따른 조작적 검증 효과를 보기 위하여 추가 집단(1명: 단일성 효과) 실험자극물을 구성하였으며, <연구 1: 실험 1>에서의 시나리오 설정을 제한하고 순수 사진에 대한 실체성 효과를 보았다.

각각의 실험은 우선 실험 자극물을 읽고, 응답하게 하는 식으로 진행하였기 때문에, 실험 자극물은 서로 다르지만, 응답은 자극물과 시나리오의 실체성 수준을 제외하고 거의 유사하다. 예를 들어, 실체성이 높은 수혜자는 자극물의 모습이 모여 있거나 시나리오 설정이 '가족'이 언급되며 반대로 실체성이 낮은 수혜자는 자극물의 모습이 흩어져 있거나 '가족'이라는 정보가 언급되지 않는다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<연구 1: 실험 1 - 자극물 1> 수혜자 실체성이 높을 때
(아이들의 관계: 가족 상황임)

● **다음 제시된 내용을 잘 읽어보시고 아래의 질문에 응답하여 주시기 바랍니다.**

아프리카 우간다에서는 해마다 수많은 어린이가 말라리아로 소중한 목숨을 잃습니다.
우간다 수도에서 400km 떨어진 쿠미지역에 사는 4살 라마투의 가족들은 영양실조와 함께 말라리아로 고통 받고 있습니다. 라마투의 가족들은 가뭄과 홍수로 인해 매일 풀과 흙탕물을 먹으면서 삶을 이어가고 있지만, 극도로 떨어진 면역력 때문에 많은 고통을 느끼고 있습니다. 여러분의 작은 도움이 병들어가는 라마투의 가족들에게 큰 희망이 될 수 있습니다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<연구 1: 실험 1 - 자극물 2> 수혜자 실체성이 낮을 때
(아이들의 관계: 가족이 아닌 일반적인 상황임)

● **다음 제시된 내용을 잘 읽어보시고 아래의 질문에 응답하여 주시기 바랍니다.**

아프리카 우간다에서는 해마다 수많은 어린이가 말라리아로 소중한 목숨을 잃습니다.
우간다 수도에서 400km 떨어진 쿠미지역에 사는 아이들은 영양실조와 함께 말라리아로 고통 받고 있습니다. 쿠미지역의 아이들은 가뭄과 홍수로 인해 매일 풀과 흙탕물을 먹으면서 삶을 이어가고 있지만, 극도로 떨어진 면역력 때문에 많은 고통을 느끼고 있습니다.
여러분의 작은 도움이 병들어가는 쿠미지역의 아이들에게 큰 희망이 될 수 있습니다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

실체성H

# 기부에 대한 소비자 의견조사

안녕하십니까?
저는 조선대학교 마케팅 박사과정에 재학 중인 김유경입니다.

본 설문지는 저의 박사학위논문을 위하여 준비된 것으로, 기부자와 수혜자의 특성에 따른 기부활동에 관한 내용을 다루고 있습니다.

귀하께서 응답하신 내용은 학문적 목적으로만 사용되고, 철저한 비밀이 보장될 것입니다.

귀하의 협조에 진심으로 감사드리며, 설문과 관련된 의문사항이 있으시면 아래의 연락처로 연락바랍니다. 귀하의 솔직하고 성실한 응답 부탁드립니다.

소속: 조선대학교 일반대학원 마케팅 박사과정
연구원: 김 유 경 (010-4614-0842)
지도교수: 박 종 철(010-9516-6061)

## 설문 응답 시 주의사항

1. 설문에 제시된 지시사항을 잘 읽고 질문에 답하여 주시기 바랍니다.
2. 각 질문 항목에는 옳고 그른 정답이 없으며, 귀하의 솔직한 의견만 제시해 주시면 됩니다.
3. 설문에 응하는 도중에 의견이 있으시면 연구자를 찾아 주시고, 옆 사람과의 의견 교환이나 대화는 삼가 주시기 바랍니다.
4. 다시 한번 설문에 응해주셔서 감사 드립니다.
5. 준비가 되셨으면 이제 시작하시기 바랍니다



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

**A. 귀하의 평소 기부행동에 대해 솔직하게 답해주시기 바랍니다.**

| | 전혀 그렇지 않다 매우 그렇다 |
|---|---|
| 1. 비용이 적긴 하지만 나는 가끔씩 비영리 단체 (예; 구세군, 적십자, 기타 단체 등)에 기부를 하고 있다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 2. 나는 비영리 단체에 적극적으로 기부를 하고 있다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 3. 나는 비영리 단체에 긍정적으로 기부를 하고 있다. | 1------2------3------4------5------6------7 |

● **다음 제시된 내용을 잘 읽어보시고 아래의 질문에 응답하여 주시기 바랍니다.**

아프리카 우간다에서는 해마다 수많은 어린이가 말라리아로 소중한 목숨을 잃습니다.
우간다 수도에서 400km 떨어진 쿠미지역에 사는 4살 라마투의 가족들은 영양실조와 함께 말라리아로 고통 받고 있습니다. 라마투의 가족들은 가뭄과 홍수로 인해 매일 풀과 흙탕물을 먹으면서 삶을 이어가고 있지만, 극도로 떨어진 면역력 때문에 많은 고통을 느끼고 있습니다. 여러분의 작은 도움이 병들어가는 라마투의 가족들에게 큰 희망이 될 수 있습니다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

B. 앞서 사진을 보고 어떠한 느낌이 드셨습니까?

| | 전혀 그렇지 않다 매우 그렇다 |
|---|---|
| 1. 적극적으로 기부에 참여하겠다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 2. 기부하는 것을 긍정적으로 고려해보겠다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 3. 적은 비용이라도 기부를 할 것이다. | 1------2------3------4------5------6------7 |

C. 만일 귀하께서 지금 당장 기부를 하게 된다면, 얼마 정도까지 기부할 수 있는지 아래 빈 칸에 구체적인 금액을 솔직하게적어주시기바랍니다.

_____원

D. 앞서 사진을 보고 느낀 감정을 체크해주시기 바랍니다.

| | 전혀 그렇지 않다 매우 그렇다 |
|---|---|
| 1) 동정심이 들었다(sympathetic). | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 2) 훈훈한 감정이 들었다(warm). | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 3) 연민이 느껴졌다(compassionate). | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 4) 마음이 약해졌다(softhearted). | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 5) 애정어린 감정이 들었다(tender). | 1------2------3------4------5------6------7 |

E. 다음은 귀하의 평소 성향에 대한 질문입니다.

| | 전혀 그렇지 않다 매우 그렇다 |
|---|---|
| 1) 나는 나에게 영향을 주는 어른에 대한 존경심을 갖고 있다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 2) 나는 남들에게 오해를 받기보다 확실히 아니라고 말하는 편이다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 3) 내가 속한 그룹에서 조화를 유지하는 것은 나에게 매우 중요한 일이다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 4) 나는 어디에서나 어려움 없이 내 의견을 말할 수 있다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 5) 나의 행복은 내 주변사람들의 행복에 달려 있다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 6) 나에게는 자유로운 상상력이 중요하다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 7) 나는 혼자 뽑혀서 칭찬이나 상을 받을 때 | 1------2------3------4------5------6------7 |



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

| | |
|---|---|
| 마음이 불편하지 않다. | |
| 8) 나는 자신에 대해 겸손한 사람들을 좋아한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 9) 나는 집에서나 밖에서나 똑같이 행동한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 10) 내가 속한 그룹의 이익을 위해서는 나의 개인의 흥미를 희생할 수 있다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 11) 나의 주된 관심은 내 자신을 돌보는 것이다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 12) 나의 성취보다 다른 사람들과의 관계가 더 중요하다고 생각한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 13) 나는 누구와 있든 상관없이 일관되게 행동한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 14) 공부나 직업에 대한 계획을 세울 때 부모님의 충고를 고려한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 15) 나보다 나이 많은 사람과 만나더라도 눈치 보지 않는다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 16) 그룹이 내린 결정을 존중하는 것은 나에게 중요한 일이다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 17) 나는 처음 만난 사람들에게도 솔직하게 대하는 사람이다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 18) 내가 속해 있는 집단이 나를 필요로 한다면, 내가 그 집단에 만족하지 않아도 그 집단에 남을 것이다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 19) 나는 여러 면에서 다른 사람과 구별되고 독특하기를 원한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 20) 내 형제나 자매가 시험을 매우 못 봤을 때 나는 그것에 대한 책임을 느낀다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 21) 다른 사람들과 독립된 나만의 개성은 나에게 아주 중요하다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 22) 나는 주변사람들과 이견이 생기면 언쟁을 피하려 한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 23) 나는 내 건강을 무엇보다 중요하게 생각한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 24) 나는 내 건강을 무엇보다 중요하게 생각한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

**F. 다음은 앞서 살펴보신 사진에 대한 설명입니다.**

| | 전혀 그렇지 않다 매우 그렇다 |
|---|---|
| 1. 사진 속 아이들은 서로 친밀한 관계다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 2. 사진 속 아이들은 한 가족처럼 보인다. | 1------2------3------4------5------6------7 |

**G. 다음은 귀하의 인구통계학적 사항에 대한 질문입니다.**

1. 귀하의 성별은? ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령은? _____ 세(현재 나이, 만나이아님)

3. 귀하의 월평균 가구소득은?
① 99만원 미만 ② 100 만원 - 199 만원 ③ 200 만원 - 299 만원
④ 300 만원 - 399 만원 ⑤ 400 만원 - 499 만원 ⑥ 500 만원 이상

4. 사회봉사단체 가입여부? ① 네(단체이름: ) ② 아니오



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<연구 2: 실험 1 - 자극물 1> 단일성 효과를 위한 사진에 제시된 아프리카 어린이 1명만 제시: 시나리오 효과제한으로 사진 속 인물 중심

● **다음 제시된 내용을 잘 읽어보시고 아래의 질문에 응답하여 주시기 바랍니다.**

아프리카 우간다에서는 해마다 수많은 어린이가 말라리아로 소중한 목숨을 잃습니다.
여러분의 작은 도움이 한줄기 희망이 될 것입니다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<연구 2: 실험 1 - 자극물 2> 수혜자 실체성이 높을 때(사진에 제시된 아프리카 아이들의 모습이 모여 있음: 시나리오 효과제한으로 사진 속 인물 중심)

● **다음 제시된 내용을 잘 읽어보시고 아래의 질문에 응답하여 주시기 바랍니다.**

아프리카 우간다에서는 해마다 수많은 어린이가 말라리아로 소중한 목숨을 잃습니다.
여러분의 작은 도움이 한줄기 희망이 될 것입니다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<연구 2: 실험 1 - 자극물 3> 수혜자 실체성이 낮을 때(사진에 제시된 아프리카 아이들의 모습이 흩어져 있음: 시나리오 효과제한으로 사진 속 인물 중심)

● **다음 제시된 내용을 잘 읽어보시고 아래의 질문에 응답하여 주시기 바랍니다.**

아프리카 우간다에서는 해마다 수많은 어린이가 말라리아로 소중한 목숨을 잃습니다.
여러분의 작은 도움이 한줄기 희망이 될 것입니다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

실체성L

# 기부에 대한 소비자 의견조사

안녕하십니까?
저는 조선대학교 마케팅 박사과정에 재학 중인 김유경입니다.

본 설문지는 저의 박사학위논문을 위하여 준비된 것으로, 기부자와 수혜자의 특성에 따른 기부활동에 관한 내용을 다루고 있습니다.

귀하께서 응답하신 내용은 학문적 목적으로만 사용되고, 철저한 비밀이 보장될 것입니다.

귀하의 협조에 진심으로 감사드리며, 설문과 관련된 의문사항이 있으시면 아래의 연락처로 연락바랍니다. 귀하의 솔직하고 성실한 응답 부탁드립니다.

소속: 조선대학교 일반대학원 마케팅 박사과정
연구원: 김 유 경 (010-4614-0842)
지도교수: 박 종 철(010-9516-6061)

## 설문 응답 시 주의사항

1. 설문에 제시된 지시사항을 잘 읽고 질문에 답하여 주시기 바랍니다.
2. 각 질문 항목에는 옳고 그른 정답이 없으며, 귀하의 솔직한 의견만 제시해 주시면 됩니다.
3. 설문에 응하는 도중에 의견이 있으시면 연구자를 찾아 주시고, 옆 사람과의 의견 교환이나 대화는 삼가 주시기 바랍니다.
4. 다시 한번 설문에 응해주셔서 감사 드립니다.
5. 준비가 되셨으면 이제 시작하시기 바랍니다



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

**A. 귀하의 평소 기부행동에 대해 솔직하게 답해주시기 바랍니다.**

| | 전혀 그렇지 않다 매우 그렇다 |
|---|---|
| 1. 비용이 적긴 하지만 나는 가끔씩 비영리 단체 (예; 구세군, 적십자, 기타 단체 등)에 기부를 하고 있다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 2. 나는 비영리 단체에 적극적으로 기부를 하고 있다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 3. 나는 비영리 단체에 긍정적으로 기부를 하고 있다. | 1------2------3------4------5------6------7 |

● **다음 제시된 내용을 잘 읽어보시고 아래의 질문에 응답하여 주시기 바랍니다.**

아프리카 우간다에서는 해마다 수많은 어린이가 말라리아로 소중한 목숨을 잃습니다.
여러분의 작은 도움이 한줄기 희망이 될 것입니다.



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

B. 앞서 사진을 보고 어떠한 느낌이 드셨습니까?

| | 전혀 그렇지 않다 매우 그렇다 |
|---|---|
| 1. 적극적으로 기부에 참여하겠다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 2. 기부하는 것을 긍정적으로 고려해보겠다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 3. 적은 비용이라도 기부를 할 것이다. | 1------2------3------4------5------6------7 |

C. 만일 귀하께서 지금 당장 기부를 하게 된다면, 얼마 정도까지 기부할 수 있는지 아래 빈 칸에 구체적인 금액을 솔직하게적어주시기바랍니다.

_____원

D. 앞서 기부금액을 적을 때 어떠한 감정을 느끼셨습니까?

| | 전혀 그렇지 않다 매우 그렇다 |
|---|---|
| 1) 행복감을 느꼈다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 2) 기쁨을 느꼈다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 3) 정신적 만족을 느꼈다. | 1------2------3------4------5------6------7 |

E. 다음은 귀하의 평소 '도덕적 성품'을 묻는 질문입니다. 잘 읽고 솔직하게 응답해 주시기 바랍니다.

| | 전혀 그렇지 않다 매우 그렇다 |
|---|---|
| 1) 도덕적 성품을 지닌 사람이 된다면 기분이 좋을 것이다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 2) 도덕적 성품을 갖는다는 것은 내가 누구인지를 인식시키는데 중요한 역할을 한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 3) 도덕적 성품을 지닌 사람이라는 것이 자랑스럽다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 4) 도덕적 성품을 갖는 것은 나에게 중요하다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 5) 나는 도덕적 성품을 지니기를 열망한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

| | |
|---|---|
| 6) 나는 도덕성을 드러낼 수 있는 옷을 자주 입는 편이다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 7) 여가시간에 하는 일들(취미)은 내가 도덕적 성품을 가지고 있다는 것을 드러나게 한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 8) 내가 읽는 책과 잡지들은 내가 도덕적 성품을 가지고 있다는 것을 드러나게 한다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 9) 내가 도덕적 성품이 있다는 사실을 조직의 구성원들에게 보여준다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 10) 여러 활동에 적극적으로 참여함으로써 내가 도덕적 성품을 지니고 있다는 사실을 사람들에게 보여준다 | 1------2------3------4------5------6------7 |

**F. 다음은 앞서 살펴보신 사진에 대한 설명입니다.**

| | 전혀 그렇지 않다 매우 그렇다 |
|---|---|
| 1. 사진 속 아이들은 서로 친밀한 관계다. | 1------2------3------4------5------6------7 |
| 2. 사진 속 아이들은 한 가족처럼 보인다. | 1------2------3------4------5------6------7 |

**G. 다음은 귀하의 인구통계학적 사항에 대한 질문입니다.**

1. 귀하의 성별은? ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령은? _____ 세(현재 나이, 만나이아님)

3. 귀하의 월평균 가구소득은?
① 99만원 미만 ② 100 만원 - 199 만원 ③ 200 만원 - 299 만원
④ 300 만원 - 399 만원 ⑤ 400 만원 - 499 만원 ⑥ 500 만원 이상

4. 사회봉사단체 가입여부? ① 네(단체이름: ) ② 아니오



Collection @ chosun