

## 기업정보관리의 윤리적 분석에 관한 연구\*

장 익 선\*\*

### 〈目 次〉

I. 序 論	1. 실증연구의 도구 및 방법
II. 이론적 연구	2. 실증연구의 결과 및 해석
1. 윤리의 기초이론	IV. 結 論
2. 정보관리의 윤리	參 考 文 獻
III. 실증적 연구	Abstract

### I. 序 論

우리나라의 기업은 과거 30여년에 걸쳐 경제의 지속적 고도성장의 담당자로서 역할을 수행하여 왔으며, 국내·외의 지대한 관심대상이 되어 왔다.

그러나 최근에 사회문제로 야기되어지고 있는 일련의 사건들은 비윤리적인 기업활동에 대한 문제와 더불어 정보관리의 윤리적 측면에 있어서 그 심각성을 더해 가고 있다.

기업의 비윤리적 행동에 대한 매스컴의 대대적인 보도와 함께 직접적 이해관계자를 포함한 사회일반의 관심이 증대되었음에도 불구하고 지금까지 기업경영의 학계나 실무계에서 이 문제에 대한 적절하고 심도있는 대응책을 마련하지 못하고 있는 것이 현실이다.

이에 본 연구는 정보관리의 윤리에 대한 관심을 제고시켜 건강한 기업풍토를 확립시키

\* 이 논문은 1997년도 원광보건전문대학의 교비지원에 의해서 연구됨.

\*\* 원광보건전문대학 경영정보과 교수

기 위하여 윤리의 기초이론으로 목적론과 의무론, 통합론 및 상대주의에 관한 이론적 연구와 정보관리의 윤리에 관한 정보화시대의 윤리문제와 컴퓨터를 이용한 범죄들에 관한 이론적 고찰을 한 뒤, 이를 바탕으로 소비자들을 대상으로 정보윤리의 인식에 관한 실증적 연구를 진행시키고자 한다.

## II. 이론적 연구

### 1. 윤리의 기초이론<sup>1)</sup>

#### 1.1. 목적론(Teleological Theory)

전통적으로 많은 윤리학자들은 행위의 윤리적 정당성이 결과에 의하여 결정될 수 있다고 주장하여 왔다. 즉 결과가 좋다면 그 행위는 윤리적인 것이며, 결과가 나쁘다면 그 행위는 비윤리적이라는 입장으로 결과론이라고도 한다. 그러나 이에 는 우리가 마땅히 해야 하는 행위를 결정함에 있어서 결과만을 고려해야 하는가? 관련된 모든 요인들을 고려해야 하는가? 하는 의문이 제기되어 진다. 여기에서는 목적론의 두 가지 중요한 이론인 이기주의와 공리주의에 대하여 고찰하기로 한다.

##### 1.1.1. 이기주의(Egoism)

이기주의는 어떠한 행위가 개인에 대한 최상의 장기적인 이익을 증진시킬 때 윤리적이라고 주장한다. 즉 어떠한 행위가 개인에게 장기적으로 다른 대안들보다 더 많은 선을 가져온다면 그 행위는 윤리적이다. 이기주의의 중요한 오류는 대다수의 이기주의자들이 오직 쾌락만을 선으로 인정하여 그것만이 추구할 가치가 있다고 주장하는 쾌락주의자라는 것이다. 그러나 일부의 이기주의자들은 선을 지식, 합리적인 자기이익, 그리고 자아의 실현과 동일시하기도 한다.

이기주의의 윤리적 단점은 첫째, 인종차별주의, 대기오염, 자원고갈, 불량상품, 정보의 불법활용 등과 같은 비윤리적인 기업활동에 대하여 반대입장을 취할 수 없고, 둘째는 두사람 사이에 서로의 이기주의적인 입장이 상충될 때 이를 해결할 수 없다는 것이다.

1)장익선, 기업윤리의 인식과 실천에 관한 실증적 연구, 박사학위 논문, 원광대학교, 1992, pp.12-19

### 1.1.2. 공리주의(Utilitarianism)

공리주의는 항상 모든 사람들에게 최상의 선을 가져오도록 행위해야 한다고 주장한다. 즉, 어떠한 행위에 관련된 모든 사람에 대한 최상의 이익을 강조한다. 공리주의는 만일 쾌락과 고통을 정확하게 분석하는 것이 가능하다면, 어떤 행위가 산출해 낸 전체행복으로부터 전체불행을 공제해 내고, 최대한의 행복을 가져오는 행위를 선택하여야 한다고 주장한다. 그러나 공리주의자들은 순수한 공리의 원리에는 동의하면서도 이 원리가 어떻게 적용되어야 하는가? 하는 방식에는 의견일치를 보지 못하고 있다. 행위공리주의자<sup>2)</sup>들은 그것을 행위 그 자체에 적용시키며, 규범공리주의자들은 행위가 행하여지는 규범에 적용시킨다. 공리주의의 단점은 첫째, 공리주의는 결과가 다수의 선을 가져온다면 비윤리적인 수도 있는 수단이 되는 행위 자체를 정당화시켜 줄 수 있게 되며, 둘째, 공리주의는 공리에 관한 원리가 창출될 수도 있다는 것이다. 셰르윈(D.S. Sherwin)<sup>3)</sup>은 윤리적인 경영자가 된다는 것은 무엇을 의미하는가? 라는 질문을 하고, 그 질문에 답하기 위하여 기업을 모든 구성원들이 똑 같은 대우를 받을 때만이 번창할 수 있는 독립적인 구성원의 체계로 가정하였다. 그리하여 그는 윤리적으로 행위하기 위해서 경영자는 소유자, 종업원, 소비자 등이 기업의 이익에 정당한 몫을 하고 있다는 것을 확실하게 인식해야 한다고 하였다. 이것은 경영자가 최선의 사회적 이익을 추구하는 방향으로 행위하는 것이 윤리적이라고 주장하는 것으로써 공리주의의 내용과 일치된다.

### 1.2. 의무론(Deontological Theory)

목적론이 행위의 도덕성을 평가하는 데 있어서 결과를 중시한 데 반하여 의무론은 수단을 중시해야 한다는 입장이다. 의무론은 칸트(I.Kant)의 정언명법(Categorical imperative)<sup>4)</sup>에 관하여 고찰하기로 한다.

칸트는 철저한 동기주의를 주장하여 행위에 있어서 모든 목적관념을 배제하고 오직 의무를 위한 의무의 수행만이 순수히 도덕적이라고 한 의무론적인 입장으로 윤리적 의사결

2) J. Fletcher, Situation Ethics : The New Morality, Philadelphia : Westminster Press, 1966, p. 95.

3) Douglas S. Sherwin, The Ethical Roots of the Business System, Harvard Business Review, November-December, 1983, pp. 183-192.

4) 김태길, 윤리학, 박영사, 1981, pp. 128-154

정에 있어서 결과에 관한 고려를 배제하였다. 칸트의 이론을 이해하기 위해서는 “선의 의지”라는 개념을 파악해야 한다.

선의지란 옳은 행위를 그것이 옳다는 이유에서 항상 선택하는 의지를 말하며, 선의지에는 의무의 개념이 포함된다. 이와 관련하여 “의무의 개념은 비록 어떠한 주관적 제한과 장애라는 조건아래에서 이기는 하나 선의지라는 개념을 그 안에 포함한다.” 라고 하였다. 그러나 인간이 가지고 있는 의무가 무엇이며, 어떻게 그것을 알 수 있는가를 파악할 수 없다. 그는 이성을 통하여 도덕률에 도달할 수 있다고 믿으며, 그의 도덕률은 황금률처럼 종교에 기반을 둔 것도 아니고 공리주의처럼 결과와 관련된 경험적 증거에 기반을 둔 것도 아니다. 그는 자신의 정언명법에서 그러한 법칙을 구체화하였다고 믿었다. 칸트의 정언명법은 인간의 행위원리들이 보편적인 법칙이 되어질 수 있도록 추구하는 방식으로 행위하여야 한다는 것이다.

### 1.3. 통합론

의무론과는 달리 통합론은 어떤 행위의 윤리성을 결정하는 데 있어서 결과보다는 오히려 다른 요인들을 고려하면서 한가지 규칙만을 주장하는 것이 아니라 몇 가지 규칙들을 인정한다. 통합론은 정의론을 의미하며, 정의론의 대표적인 학자인 롤스(J. Rawls)의 금언원리(Maximin Principle of Justice)<sup>5)</sup>에 대하여 고찰하기로 한다. 롤스는 목적론과 의무론의 함정을 피하면서 사회제도에 있어 공정성을 보장하기 위하여 공정성을 판단하는 기준으로 다음의 이론을 제시했다. “진리가 사상체계에 있어서 최고의 덕이 되듯이 사회제도에 관한 최고의 덕은 공정이다. 진리가 아닌 학설은 그것이 아무리 아름답고 경제적이거나 하더라도 배척되고 시정되어야 하듯이, 불공정한 법과 제도는 그것이 아무리 효율적이고 잘 정리되어 있다 하더라도 개정되거나 폐기되어야 한다.”고 하고 다음의 원리들을 제안하였다.

제1원리 : 모든 개인들은 다른 사람들의 같은 종류의 자유와 양립할 수 있으므로 가장 광범위한 기본적 자유에 대하여 동등한 권리를 가져야 한다.

5) J. Rawls, A Theory of Justice, Cambridge, Massachusetts : Harvard University Press, 1977, p. 3.

제2원리 : 사회적·경제적 불평등은 첫째, 가장 불합리한 처지의 사람들에게 최대의 이익을 가져올 수 있도록 하며, 둘째, 모든 사람에게 개방되어 있는 공직과 지위는 기회 균등의 원칙에 따라 조정하여야 한다.

제1원리는 다른 사람들의 같은 종류의 자유와 양립할 수 있는 기본적 자유인 정치적 자유, 양심과 사상의 자유, 신체 및 소유의 자유 등에 있어 모든 사람이 동등한 권리를 가져야 한다는 절대적 평등을 의미한다.

제2원리는 사회적·경제적 가치인 수입과 재산, 공무에 대한 권한과 책임등을 가리키며, 분배에 관하여서는 두 가지 조건을 붙여 불평등을 허용한다.

첫번째 조건은, 그 불평등의 조치로 말미암아 모든 사람이 이익을 보되, 특히 그 사회에서 가장 불리한 위치에 있는 사람 즉, 최소수혜자에게 최대의 혜택이 돌아가도록 해야 한다는 것이다. 두번째 조건은, 이 차등의 원리에 의하여 우대를 받을 수 있는 직책 또는 지위는 기회균등의 원칙에 따라 모든 사람에게 공개되어 있어야 한다는 것이다.

#### 1.4. 상대주의의 원리 (Ethical Relativism)

경험과학의 방법에 의존하는 인간의 학으로서의 사회학적 견지에서 본다면 선악을 구별하는 윤리적 판단도 일종의 사회현상에 불과하다. 따라서 그것은 사회적 조건형성에 의하여 좌우되는 것이며, 사회적 조건들은 다양하고 변천하는 것이기 때문에 도덕판단에 있어서 보편적인 기준을 발견할 수 없다. 윤리학도 관습에 근거를 둔 것으로써 결코 원초적이며 독창적인 수 없는 것으로 2차적이고 파생적인 것이다. 즉 윤리적 원리는 만민에게 타당성있게 적용할 수 있고, 사람은 그 자신이 속한 집단의 관습을 따라야만 한다. 위와 같은 서술이 상대주의의 윤리이다. 그러나 “상대주의의 윤리”라는 용어는 다음의 다른 두가지 내용으로 인식되어 왔다. 첫째 만일 한 상황에서 나쁜 행위가 다른 경우에 나쁘지 않다고 인식하는 경우에 상대주의자라고 불리운다. 상대주의가 이러한 인식으로 사용되어 진다면 실제로 누구나가 상대주의자이다. 왜냐하면 실제로 누구나 특정 상황은 행위에 있어서 윤리성의 차이를 만들어 낸다고 믿기 때문이다. 둘째 ①서로 다른 사회집단은 서로 다른 가치와 윤리적 견해를 가지고, ②개인적 가치는 그가 속한 집단의 가치를 닮아 간다고 믿는 경우 상대주의자라고 불리운다.

전통적으로 윤리학은 오직 하나의 윤리강령이 존재하고 있다고 인식하였기 때문에 “절

대주의 윤리”라고 비난받아 왔다.

로빈(D.P. Robin)<sup>6)</sup>은 윤리적 갈등의 두가지 측면과 그 자신이 속해 있는 조직의 가치를 따르게 되는 어느 측면도 다른 하나보다 더 정확한 것이 아니라는 입장으로 상대주의 윤리를 주장했다. 상대주의 윤리에 따르면 윤리적 원리는 여러 방향으로 개방되어 있다. 또한 모든 윤리적 상황에 있어서 완전무결한 해법을 구성하는 어떠한 윤리적 원리도 없다. 나아가 상황은 중요한 국면에서 계속적으로 변화하고, 이러한 변화는 기본적 가치와 윤리적 원리들을 계속 재평가하기 위하여 필요한 상황을 생성시킨다고 믿는다. 따라서 윤리적 의사결정은 언제나 시험적이고 위협하다. 그러나 필수적이다. 그것은 전 세계의 모든 사회와 시대에 걸쳐서 언제나 인간들로 하여금 그들의 행위에 대한 책임을 유지시켜 주고, 개인적으로는 그 자신의 인식에 대하여 스스로 엄격하게 비판함과 동시에 지속적인 자문자답을 해야 한다. 상대주의 윤리에 따르면 특정한 의사결정에 있어서 완전하고 간결한 조언을 제공해 줄 수 있는 이론적 연구는 없다. 다만 윤리적 의사결정을 수행하는 내재된 방법을 암시해 주는 수단으로 설명되어질 수 있을 뿐이다.

## 2. 정보관리의 윤리<sup>7)</sup>

### 2.1. 정보화 시대의 윤리문제

오늘날 정보화 시대의 문제를 메이슨(R.O. Mason)은 PAPA(Privacy, Accuracy, Property, Access)<sup>8)</sup>로 정리하였다. 여기에서는 메이슨의 정보윤리의 4가지 문제를 고찰하기로 한다.

#### 2.1.1. 프라이버시(Privacy)

개인의 사적인 행위나 사실을 의미하는 프라이버시(Privacy)는 보호받아야 하는데 근

6) Donald P. Robin, Value Issues in Marketing, C.W. Lamb and P.M. Dunne, eds., Theoretical Developments in Marketing, Chicago, IL : AMA, 1980, pp. 142-145.

7) 이종영, 기업윤리, 삼영사, 1995, pp. 396-406.

8) Richard O. Mason, Four Ethical Issues of the Information Age, in MIS Quarterly, March 1986, quoted in Dejoie, Roy, George Fowler and David Paradise, Ethical Issues in Information System, Boyd & Fraser Publishing Co., 1991, pp. 46-55.

래에 와서 프라이버시의 보호가 두가지 이유에서 어렵게 되고 있다. 첫째는 정보기술의 발달로 쉽게 침해받을 수 있다. 감시기술, 통신기술, 컴퓨터, 정보의 저장과 활용방법의 발달 등으로 인하여 프라이버시에 관한 정보를 얻기가 쉬워져가고 있다. 둘째는 더 큰 문제로 경영자가 의사결정을 하는데 정보의 가치가 점점 더 커져가고 그에 따라 다른 사람의 프라이버시에 대한 침해인 줄을 알면서도 정보를 이용하게 된다. 이러한 사생활에 관한 정보를 수집하거나 이용하는 과정에 윤리적 문제가 발생할 수 있다.

이 문제를 좀 더 심도있게 분석하기 위하여 사실(Fact)과 정보자료(Data)로 나누어 고찰하기로 한다. 여기서 주의 할 것은 '사실'과 '자료'의 차이이다. 사실이란 있는 그대로 말한 것이므로 그 말의 뜻 그대로 진실을 말한다.<sup>9)</sup>

그러나 자료의 내용은 진실일 수도 있고 허위일 수도 있다. 그것은 자료를 입력할 때에 잘못 입력하거나, 컴퓨터 프로그램에 이상이 있으면 잘못 입력될 수도 있다. 따라서 그 자료의 소유자가 그 자료를 마음대로 이용하면 그것이 진실일 수도 있지만 잘못된 것일 수도 있다. '정보'라고 할 때에는 흔히 사실과 자료의 두 가지를 동시에 의미하는 수가 많은데 이러한 뜻의 '정보'는 사실일 수도 있지만 사실이 아닐 수도 있다. 따라서 이러한 자료 또는 정보를 활용하거나 공개할 때에는 그것이 해당되는 당사자에게 피해를 끼치지 않는 범위에서만 자료의 소유자는 자기자료를 활용할 수 있다. 그 자료를 이용한 결과 당사자에게 피해를 준다면 그것은 그 자료를 이용한 사람이 비윤리적인 일을 한 것으로 된다.

### 2.1.2. 정확성(Accuracy)

정보를 전달하는 자는 정확한 정보를 전달할 의무가 있다. 정보를 구성, 전달하는 기관의 힘과 영향력이 클수록 정보의 정확성은 인간의 생명에 관계되고 기업활동에 막대한 영향을 가져온다. 특히 컴퓨터의 발달에 따라서 정보의 정확성은 더욱 문제시되고 있다.

기상예보를 하려면 각지에 있는 기상관측소에서 수집한 사실자료를 컴퓨터에 입력시켜서 정해진 예측모델을 이용하여 자료를 분석하고 그 결과로 일기예보를 발표한다. 그 중에 한가지라도 잘못된 자료가 입력되거나 입력이 빠졌을 때에는 예측결과에 카다란 오류가 생기고 이 정보가 그대로 보도되면 일기가 중요한 영향을 미치는 산업은 큰 영향을 받는다.

9)De George, Business Ethics, 3rd ed., New York, Macmillan Co., 1990, pp. 330-305.

개인에 관한 정보도 정확해야 한다. 은행거래, 세금계산, 질병기록, 할부대금지불, 개인의 신상에 대한 보도 등 개인이 직접 관계되는 정보가 정확하지 못하면 당사자에게는 물론이고 그러한 정보를 창출한 기관의 신뢰성과 손익에도 커다란 영향을 미치게 된다. 개인의 사생활에 관한 잘못된 보도로 인하여 가정이 파탄되는 수도 있고, 회계기록의 잘못으로 경제적 정신적으로 큰 피해를 입히는 경우는 흔히 있다.

정보의 정확성에 대해서는 누가 책임을 져야 하는가? 원칙적으로 그러한 정보자료의 소유자에게 그 일차적인 책임이 있다. 다음에는 그 사실을 확인하지 않고 정보를 전달한 측에도 책임이 있다. 정보의 정확성이 문제가 되면, 첫째로 해당자에게 피해를 주게 되고, 둘째로 그로 인하여 회사가 배상금지불등 불이익을 당하게 되고, 셋째로 그보다 더 중요한 것은 그러한 부정확한 정보로 인하여 회사의 명성에 피해를 입게 된다.

### 2.1.3. 재산권(Property)

정보화 시대, 컴퓨터 시대에는 정보의 소유권 문제가 매우 복잡해지고 있다. 회사의 종업원이 개발한 컴퓨터 프로그램의 소유권은 누구에게 있는지? 대학교수나 회사의 종업원이 책을 출판하면 저작권은 저자에게 있는데 컴퓨터 프로그램의 경우는 어떻게 되는지? 일반적으로 물건을 사면 소유권은 산 사람에게 속하고 따라서 그 새 주인이 마음대로 이용해도 되고 남에게 주어도 된다. 컴퓨터 프로그램이 들어있는 디스켓을 샀을 경우에도 같은 논리가 적용되는지?

이와 같은 컴퓨터 관련정보의 경우 첫째, 정보자료의 수집·제작에 비용이 많이 들고, 둘째, 일단 제작된 정보자료는 복사하기가 쉽고, 셋째, 복사해도 원본이 손상이 되지 않으므로 복사를 방지하기가 어렵다는 세가지 이유 때문에 더욱 복잡해지고 있다.

정경수의 조사<sup>10)</sup>에 의하면 한국의 대학생들은 시판용 소프트웨어를 복사하는 것은 그것이 교육용이라면 73%가 복사해도 좋다고 하고 19%만이 안된다고 하였다.

### 2.1.4. 접근성(Access)

컴퓨터시대에는 정보를 알려면 다음 몇가지를 알아야 하고 그렇지 못하면 소위 '컴맹'이 된다. 첫째로, 정보를 취급할 수 있는 기술이 있어야 한다. 즉 정보를 읽고, 쓰고, 계

10) 정경수, 바람직한 정보사회 구현을 위한 정보윤리관의 정립연구, 한국데이터베이스 학회, 1995, p.41.



산하는 기술인데 이것을 위해서는 교육이 필요하다. 둘째로, 정보를 저장하고, 처리하고, 전달하는 기술을 이용할 수 있어야 한다. 이것을 위하여 PC, 주컴퓨터에 연결되는 터미널 등이 이용되는데 그것을 쓸 줄 알아야 한다. 셋째로, 정보 그 자체에 접근할 수 있어야 한다. 이것은 앞에서 말한 재산권에 속하고 돈이 드는 문제이다.<sup>11)</sup>

이러한 조건을 갖추어야 '컴맹'을 면할 수 있다.

최근에는 각종 정보의 데이터베이스가 상업화되고 있다. 각종 PC통신을 이용하는 데이터베이스, 전화를 이용하는 데이터베이스 등이 많이 있다. 이러한 데이터베이스를 이용하려면 첫째, 데이터가 있다는 것을 알고 그 데이터를 이용할 줄 알아야 하고, 둘째, 그 데이터에 접근하는 기술을 알아야 하고, 셋째, 그 데이터 이용료를 지불해야 한다.

여기에서 두가지 윤리적 문제가 생긴다. 첫째는 급변하는 정보기술을 습득하기 못하여 '컴맹'이 많아져 간다는 것이다. 이것은 교육프로그램의 강화 및 사용자 친화적 프로그램과 조작성이 쉬운 기계 개발의 문제이다. 또 하나는 돈을 내지 않고 데이터베이스를 도용하는 문제이다. 친구의 암호를 빌리면 기술적으로 가능한데 이 때에 시간당 사용료는 전화번호를 통해서 지불되므로 큰 문제는 되지 않지만 기본 사용료는 지불하지 않을 수 있다.

## 2.2. 컴퓨터 범죄

기업경영에 컴퓨터 이용이 증가함에 따라서 컴퓨터 범죄가 점점 어려운 문제로 되고 있다. 컴퓨터 기술의 발달에 따라서 범죄기술도 발달하는데 관리자의 사고방식과 관리방식은 그러한 급속한 변화를 따라가지 못하는데 문제가 있다.

컴퓨터 범죄는 컴퓨터를 이용한 자금절도, 정보절도 및 시간절도의 세가지로 대별할 수 있다.<sup>12)</sup>

### 2.2.1. 자금절도

정보화 사회에 있어서 컴퓨터에 의한 자금절도가 급속도로 증가하고 있다. 이러한 절도행위는 외부인이 회사의 컴퓨터 시스템에 침입하여 돈을 빼내는 경우도 있고, 내부인이

11) Dejoie Roy, George Folwer & David Paradise ed., Ethical Issues in Information System, Boston, Boyd & Fraser Publishing Co., 1991, p.53.

12) De George, op. cit., 1990, pp.288-292

불법으로 컴퓨터를 조작하여 회사의 자금을 절도하는 등 두가지 종류가 있다. 컴퓨터에 의한 자금도난은 회사의 관리체계가 허술함을 말해주는 것이므로 회사에서는 가급적이면 그런 사실이 있어도 대외적으로 비밀을 지키려하나 막대한 금액이 되었을 때에는 사회적 문제를 야기시킨다.

컴퓨터 범죄는 지적인 범죄이므로 그 대처방안도 그에 못지 않게 지적이어야 한다. 컴퓨터 절도는 첫째, 범인이 현장에 없고, 둘째, 폭력이나 무기가 없고, 자산을 도둑맞으면서도 신체적 위협도 없고, 가해자와 피해자가 대면하지 않는다. 따라서 관리자는 사전에 예방하거나 사전에 탐지하지 못하는 경우가 많다. 컴퓨터 정보시대는 관리자의 컴퓨터 기술과 관리기술이 앞서서 발달되지 않으면 안된다.

### 2.2.2. 정보절도

컴퓨터를 통해서 회사의 영업비밀을 뺏아내고, 회사의 각종 자료를 몰래 복사하고, 기타 컴퓨터에 저장되어 있는 자료에 무단 침입하여 조작하는 사례가 늘고 있다. 이것도 분명히 절도행위이기 때문에 그 비윤리성에 관해서는 의문의 여지가 없다. 그러나 이것은 새로이 범죄유형이기 때문에 회사측에서도 충분한 대비가 되어 있지 않고 거기에 대한 방침도 뚜렷하지 않은 경우가 대부분이다.

### 2.2.3. 시간절도

회사의 컴퓨터 시간을 회사업무 이외의 목적으로 회사의 허락을 받지 않고 사용하는 경우에는 컴퓨터 시간의 절도에 해당한다. 회사컴퓨터의 잉여캐퍼시티를, 또는 회사에서 컴퓨터를 쓰지 않는 시간에 회사의 컴퓨터를 사적으로 쓰는 것은 비윤리적인가?

일반적으로 컴퓨터가 회사의 재산이고 컴퓨터를 이용하는 데 비용이 소요되므로 비록 근무 시간 이후라도 회사의 컴퓨터 시간을 허가없이 쓰는 것은 비윤리적이라고 볼 수 있다. 그러나 현실은 반드시 그렇지 않다. 회사에 따라서는 회사 컴퓨터를 개인목적으로 사용하는 것을 무조건 금지하는 회사도 있고, 종업원이 집에서 터미널을 이용하여 가족들까지 회사컴퓨터를 이용하도록 허가해 주는 회사도 있다. 따라서 컴퓨터 시간의 사적 사용의 윤리성 문제는 회사의 방침에 따라서 다르다. 그러나 이런 문제에 대해서도 기업이나 여타의 조직들에서는 분명한 방침을 세워서 종업원들에게 주지시키도록 하여야 한다.

이상에서 윤리의 기초이론으로 이기주의와 공리주의, 의무론, 정의론, 상대주의에 관하여

이론적 고찰을 하였고, 정보관리의 윤리론 정보화 사회의 윤리로 프라이버시와 정확성, 재산권, 접근성, 컴퓨터를 이용한 범죄로 자금절도, 정보절도, 시간절도등에 관하여 고찰하였다.

다음으로는 상기의 이론적 연구를 바탕으로 정보윤리에 관한 실증연구를 진행시키고자 한다.

### Ⅲ. 실증적 연구

#### 1. 실증연구의 도구 및 방법

##### 1.1. 실증연구의 도구

##### 1.1.1. 설문지

연구에 사용된 설문지는 레이덴바하와 로빈(E. Reidenbach and D. Robin)<sup>13)</sup>이 정의론·상대주의·이기주의·공리주의·의무론 등의 5가지 윤리척도를 설명하기 위하여 개발한 도구로, 본 연구에서는 그 설문지를 수정·보완하여 이용하였다.

이 설문지는 사람들이 가치평가를 하는 과정에서 나타나는 상이한 성향을 측정하기 위한 가치평가 기준으로, 상이한 집단, 계층등의 윤리성향을 조사하기 위하여 이용된다.

각각의 윤리척도에 관한 항목들은 <표 3-1>과 같다.

#### <표 3-1> 5가지 윤리척도

정의론 척도(Justice Scales)

V1 : 공정하다 / 불공하다

V13 : 정당하다 / 정당하지 않다

상대주의 척도(Relativist Scales)

V3 : 사회적으로 용인된다 / 용인되지 않는다

V9 : 개인적으로 용인한다 / 용인하지 않는다

13) E. Reidenbach and D. Robin, Same Initial Steps Toward Improving the Measurement of Ethical Evaluations of Marketing Activities, working paper, University of Mississippi, 1986, quoted in John Tsalikis, Cross-Cultural Marketing Ethics, The University of Mississippi, 1987, p.160

V14 : 나와 친숙한 사람이면 용인한다 / 용인하지 않는다

V17 : 전통적으로 용인된다 / 용인되지 않는다

V 26 : 내 가족에게는 용인된다 / 용인되지 않는다

이기주의 척도(Egoism Scales)

V4 : 권장한다 / 권장하지 않는다

V10 : 이기적이다 / 이기적이지 않다

V25 : 희생적이다 / 희생적이지 않다

V27 : 이해타산적이다 / 이해타산적이지 않다

V28 : 다른 조치를 취해야 할 의무가 없다 / 의무가 있다

V29 : 개인적인 만족이다 / 개인적인 만족이 아니다

V30 : 기업에 최대의 이익을 준다 / 최대의 이익을 주지 않는다

공리주의 척도(Utilitarian Scales)

V5 : 효율적이다 / 비효율적이다

V7 : 결과가 좋으면 정당하다 / 결과가 좋더라도 정당하지 않다

V8 : 나의 판단기준을 양보한다 / 양보하지 않는다

V11 : 형평상 선에 가깝다 / 형평상 악에 가깝다

V16 : 사회에 큰 이익을 준다 / 큰 이익을 주지 않는다

V19 : 손실은 적고 이익은 많다 / 손실은 많고 이익은 적다

V21 : 최대다수의 최대행복이다 / 최대다수의 최대행복이 아니다

V22 : 비용 대 효익면에서 이익이다 / 이익이 아니다

V24 : 최대의 만족이다 / 최소의 만족이다

의무론 척도(Deontology Scales)

V6 : 불문계약 위반이다 / 위반이 아니다

V12 : 공정성에 대한 내 견해에 위배된다 / 위배되지 않는다

V15 : 이렇게 하는 것이 의무를 다하는 것이다 / 다하는 것이 아니다

V18 : 도덕적으로 정당하다 / 정당하지 않다

V20 : 이렇게 해야 할 의무가 있다 / 의무가 없다

V23 : 무언의 약속위반이다 / 위반이 아니다

### 1.1.2. 시나리오

상기의 5가지 상이한 가치평가 이론의 항목들에 대한 소비자들의 반응을조사하기 위하여 일반적으로 야기될 수 있는 정보관리에 관한 사례<sup>14)</sup>를 수정·보완하여 시나리오로 작성하여 측정에 이용하였다.

#### 〈시나리오〉

C사는 대량의 신용카드를 처리하는 과정에서 부산물로 정보기술의 Know-How를 보유하게 되었다. C사는 이 Know-How를 바탕으로 소매상을 대상으로 하는 새로운 서비스를 개발할 수 있었다. A사는 비자, 마스터, 다이너스 카드 등 1500만명 이상의 신용카드 보유자와 관련한 엄청난 양의 거래 자료를 처리하고 있다. 이 데이터베이스를 이용하여 C사는 상품기획, 판매촉진 및 광고제작을 하는 소매상인에게 각자의 고객에 관한 일련의 마케팅 보고서를 작성해 준다. 이 보고서는 주로 구매패턴, 고객그룹, 지역적인 인구분포 등에 관한 통계자료이다. 이는 각 개인의 사생활에 관련된 정보를 당사자의 허가를 받지 아니한 상태에서 외부로 유출시킨 예이다.

C사의 행위에 대한 윤리적 문제를 어떻게 판단하십니까?

### 1.1.3. 가설

상기의 설문지와 시나리오에 대하여 소비자들이 정보윤리에 있어서 집단간, 계층간에 다른 반응을 보일 것이라는 다음의 가설을 설정하였다.

가설 1 : 소비자의 성별에 따라 윤리척도에 대하여 다른 반응을 나타낼 것이다.

가설 2 : 소비자의 연령에 따라 윤리척도에 대하여 다른 반응을 나타낼 것이다.

가설 3 : 소비자의 학력에 따라 윤리척도에 대하여 다른 반응을 나타낼 것이다.

14)안중호, 기업정보관리에 있어서의 윤리문제, 기업윤리와 경영교육, 91년도 추계특별연구발표논문집, 한국경영학회, 1991, p.366.

## 1.2. 실증연구의 방법

본 연구는 소비자들을 조사 대상으로 선정하여 소비자 단체에 300부를 의뢰하였다. 이는 소비자 단체에서 활동하고 있는 소비자들이 일반 소비자들보다 기업활동에 대한 관심도와 이해도가 높을 것으로 판단했기 때문이다. 소비자 단체에 의뢰한 300부에서 205부가 회수되었으며, 기입이 불충실한 8부를 제외하고 197부를 분석에 이용하였다.

본 연구에 이용한 설문지는 정의론·상대주의·이기주의·공리주의·의무론의 5가지 윤리척도와 그에 따른 총 30개의 항목들과 인구통계학적 항목들을 내용으로 하고 있다.

통계분석으로는 소비자의 일반적 특성을 분석하기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 이용하였으며, 가설검증에서는 소비자의 연령에 따른 5가지 윤리척도에 대한 반응에 대한 가설은 분산분석(ANOVA: analysis of variance)을 이용하고, 소비자의 학력·성별에 따른 5가지 윤리척도에 대한 가설은 t-검증(t-test)을 이용하여 분석하였다. 이상의 통계적 분석은 개인용 컴퓨터(Personal Computer)용 통계 패키지인 SPSS-PC+(Version 3.1)를 이용하였다.

## 2. 실증연구의 결과 및 해석

### 2.1. 조사대상 소비자의 일반적 특성

조사대상 소비자의 일반적 특성으로 성별, 연령, 학력별 분포는 <표3-2>와 같다.

<표 3-2> 조사대상 소비자의 일반적 특성

		빈 도	비 율
성별	남	60	30.5
	녀	137	69.5
연령	20~29세	83	42.1
	30~39세	78	39.6
	40~49세	30	15.2
	50~59세	6	3.0
학력	고졸이하	109	55.4
	대졸이하	88	44.7

조사대상 소비자의 성별분포는 남자 30.5%, 여자 69.5%를 보이고 있으며, 연령은 20~29세가 42.1%, 30~39세가 39.4%로 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타났으며, 학력은 고졸이하가 55.4%, 대졸이상인 44.7%로 나타났다.

2.2. 가설검증

가설 1 : 소비자의 성별에 따라 윤리척도에 대하여 다른 반응을 나타낼 것이다. 가설은 소비자의 성별에 따라 정의론, 상대주의, 이기주의, 공리주의, 의무론의 5가지 윤리척도에 대하여 각각 어떤 성향을 보이는가를 알고자 하는 것이다. 이에 대한 분석으로 t-검증을 실시하였다.

〈표3-3〉 성별에 따른 소비자의 윤리척도에 대한 반응의 차이분석결과

척도	성별	표본수	평균	표준편차	표준오차	t-값	P-값
정의론	남	60	4.9944	1.159	0.150	-2.05	0.042
	녀	137	5.3771	1.300	0.111		
상대주의	남	60	5.4500	1.101	0.142	0.57	0.567
	녀	137	5.3489	1.217	0.104		
이기주의	남	60	4.3619	0.660	0.085	-0.81	0.419
	녀	137	4.4557	0.915	0.078		
공리주의	남	60	4.7204	0.862	0.111	-1.42	0.158
	녀	137	4.9213	1.024	0.088		
의무론	남	60	4.2611	0.773	0.100	-1.59	0.114
	녀	137	4.4550	0.814	0.070		

〈표3-3〉에서 보는 바와 같이 윤리척도에 대한 소비자의 성향은 상대주의·정의론·공리주의·이기주의·의무론 순으로 나타났다. 또한 윤리척도에 대한 성별 차이는 정의론과 상대주의에서는 남자 소비자가 약간 높게 나타났고, 이기주의·공리주의·의무론에서는 여자소비자가 약간 높게 나타났다.

이는 우리나라 소비자들의 정보윤리에 대한 인식수준이 전반적으로 낮다는 것을 의미하고, 성별에 따라 큰 차이가 없다는 것을 의미한다. 그리고 남자 소비자가 여자 소비자보다 정의론과 상대주의의 성향이 높게 나타난 것은 상황에 따른 융통성이 많다는 것을 의

미한다.

t-검증 결과 집단간에 의미있는 차이를 나타낸 윤리척도는 정의론으로 유의도가 0.042로 나타나  $P < 0.05$ 에서 유의적인 차이를 보이고 있다. 그러나 상대주의·이기주의·공리주의·의무론에서는 유의도가 각각 0.567, 0.419, 0.158, 0.114로 집단간 차이가 없는 것으로 나타났다.

따라서 소비자의 성별에 따라 5가지 윤리척도에서 다른 성향을 보일 것이라는 가설 1은 정의론에서만 채택되고, 나머지 다른 척도에서는 기각된다.

가설 2 : 소비자의 연령에 따라 윤리척도에 대하여 다른 반응을 나타낼 것이다.

〈표3-4〉는 소비자의 연령에 따라 20~29세, 30~39세, 40~49세, 50~59세의 4집단으로 나누어 각 집단의 윤리척도에 대한 반응의 차이를 검증한 결과이다.

〈표3-4〉 연령에 따른 소비자의 5가지 윤리척도에 대한 반응의 차이분석 결과

척도	df	F	P	분산분석				총평균
				20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	
정의론	3	6.123	0.001	4.86	5.44	5.86	5.61	5.26
상대주의	3	2.679	0.048	4.74	5.12	5.05	5.67	4.97
이기주의	3	2.056	0.107	4.27	4.52	4.53	4.88	4.43
공리주의	3	4.090	0.008	4.63	4.91	5.26	5.41	4.86
의무론	3	2.095	0.102	4.14	4.46	4.45	4.39	4.32

위 표에서 나타난 정의론과 공리주의에서 평균이 통계적으로 유의한 차이가 있는지 검증한 결과 정의론에서  $F=6.123$ ,  $P=0.001$ , 공리주의에서  $F=4.090$ ,  $P=0.008$ 로  $P < 0.01$ 에서 차이가 있음을 보여주고 있다. 또한 상대주의에서의 평균이 통계적으로 유의한 차이가 있는지 검증한 결과  $F=2.679$ ,  $P=0.048$ 로  $P < 0.05$ 에서 차이가 있음을 보여주고 있다.

그러나 이기주의와 의무론에서는  $F=2.056$ · $P=0.107$ ,  $F=2.095$ · $P=0.102$ 로 소비자의 연령에 따라 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

총평균은 정의론·상대주의·공리주의·의무론·이기주의의 순으로 나타났다.

이는 우리나라 소비자들은 전반적으로 정보윤리의 인식수준이 낮다는 것을 의미한다.



그러나 각 윤리척도에 있어 연령이 높아질수록 평균이 높아져서 인간의 도덕발달은 단계적으로 진행된다는 콜버그(L.Kohlberg)<sup>15)</sup>의 주장을 뒷받침해 준다.

따라서 가설2는 정의론과 공리주의에서는 P<0.01수준에서, 상대주의에서는 P<0.05수준에서 채택되고 이기주의와 의무론에서는 기각된다.

가설3 : 소비자의 학력에 따라 윤리척도에 다른 반응을 나타낼 것이다.

가설3은 소비자의 학력에 따라 5가지 윤리척도에 대하여 각각 어떤 성향을 보이는가를 알고자 하는 것이다. t-검증결과는 <표 3-5>와 같다.

<표 3-5 > 학력에 따른 소비자의 윤리 척도에 대한 반응의 차이분석결과

척도	학력	표본수	평균	표준편차	표준오차	t-값	P-값
정의론	고졸이하	109	5.0489	1.292	.124	-3.01	.003
	대졸이상	88	5.5530	1.056	.113		
상대주의	고졸이하	109	4.8349	1.078	.103	-1.94	.054
	대졸이상	88	5.1129	1.045	.111		
이기주의	고졸이하	109	4.2385	.894	.086	-1.31	.193
	대졸이상	88	4.4123	.954	.102		
공리주의	고졸이하	109	4.9307	.980	.094	-3.44	.001
	대졸이상	88	5.3775	.841	.090		
의무론	고졸이하	109	4.4312	.851	.081	2.64	.009
	대졸이상	88	4.1383	.709	.076		

위 표에서 보는 바와 같이 평균에서는 정의론·공리주의·상대주의·이기주의·의무론의 순으로 낮게 나타났다. 또한 정의론·상대주의·이기주의·공리주의에서는 대졸이상이 높았고, 의무론에서는 고졸이하가 높게 나타났다.

이는 우리나라 소비자들의 정보윤리 인식수준이 전반적으로 낮다는 것을 의미하며, 학

15) L.Kohlberg, The Meaning and Measurement of Moral Development, Worcester, Massachusetts : Clark University Press, 1981, quoted in J.Tsalikis, Cross-Cultural Marketing Ethics, The University of Mississippi, 1987, pp.107-108

력이 높을수록 정보윤리의 인식수준이 높게 나타난 것은 정보윤리에 대한 관심도가 높다는 것을 의미한다.

t-검증 결과 가설3은 정의론·공리주의·의무론에서 유의도가 각각 0.003, 0.001, 0.009를  $P < 0.01$ 에서 유의한 차이를 보여 채택되고, 상대주의와 이기주의에서는 유의도가 각각 0.054, 0.193으로 집단간 차이가 없는 것으로 나타나 기각된다.

이상의 5가지 윤리척도에 대한 소비자의 반응정도의 결과와 해석에서 우리나라의 소비자는 대체적으로 상반되는 윤리척도인 의무론과 목적론 성향을 보이지 않고 보다 탄력성 있는 정의론과 상대주의 성향을 많이 가지고 있음을 알 수 있다.

#### IV. 結 論

현대의 기업은 일상생활의 현상이며 다국적 기업의 영향을 통하여 그 영향력이 날로 증대되고 있다. 우리나라의 기업은 60년대 이후 지속적인 성장을 통하여 국가경제의 성장과 국민생활의 풍요로움을 주도하여 왔다. 그러나 최근에 들어 갖가지 사회문제, 특히 정보관리의 윤리성 문제를 야기시켜 국민들의 지탄을 받고 있는 것이 현실이다.

이에 본 연구에서는 윤리의 기초이론과 정보관리의 윤리에 관한 이론적 연구를 바탕으로 소비자들의 정보윤리에 관한 실증연구를 진행시킨 결과 다음의 결론을 도출하였다.

1. 소비자의 5가지 윤리척도에 대한 반응은 성별에 따라서는 정의론에서 유의적인 차이가 있었고, 연령에 따라서는 유의적인 차이가 없었다. 학력에 따라서는 정의론, 상대주의, 공리주의, 의무론에서 유의적인 차이가 있었다.
2. 소비자의 정보윤리 인식정도에 있어서는 연령과 학력에 따라서는 유의적인 차이가 있어서 가설이 채택되었고, 성별에 따라서는 유의적인 차이가 없어 기각되었다.

후속연구의 방향으로는 다양한 집단, 계층간의 표본을 추출하여 연구결과의 일반화 정도모할 필요와, 경영관리의 부문별 윤리에 관한 연구가 이어질 필요가 있다.

## 參 考 文 獻

1. 김태길, 윤리학, 박영사, 1981.
2. 안중호, 기업정보관리에 있어서의 윤리문제, 기업윤리와 경영교육, 91년도 추계특별연구발표 논문집, 한국경영학회, 1991.
3. 이종영, 기업윤리, 삼영사, 1995.
4. 장익선, 기업윤리의 인식과 실천에 관한 실증적 연구, 박사학위 논문, 원광대학교, 1992.
5. 정경수, 바람직한 정보사회 구현을 위한 정보윤리관의 정립연구, 한국데이터베이스학회, 1995.
6. Fletcher J., Situation Ethics : The New Morality, Philadelphia : Westminster press, 1966.
7. George De, Business Ethics, 3rd ed., New York Macmillan Co., 1990.
8. Kohlberg L., The Meaning and Measurement of Moral Development, Worcester, Massachusetts : Clark University press, 1981, quoted in Tsalikis J., Cross-Cultural Marketing Ethics, The University of Mississippi, 1978.
9. Mason R. O., Four Ethical Issues of the Information Age, in MIS Quarterly, March 1986, quoted in Dejoie, Roy, George Fowler and David paradise, Ethical Issues in Information System, Boyd & Fraser Publishing Co., 1991.
10. Rawls J., A theory of Justice, Cambridge, Massachusetts : Harvard University press, 1977.
11. Reidenbach E. and D. Robin, Same Initial Steps Toward Improving the Measurement of Ethical Evaluation of Marketing Activities, working paper, University of Mississippi, 1986, quoted in John Tsalikis, Cross-Cultural Marketing Ethics, The University of Mississippi, 1987.
12. Robin D.P. Value Issues in Marketing, C.W.Lamb and P.M. Dume, des., Theoretical Development in Marketing, Chicago, IL:AMA, 1980.
13. Roy Dejoie, George Folwer David paradise ed., Ethical Issues in Information System, Boston, Boyd & Fraser Publishing Co., 1997.
14. Sherwin D.S., The Ethical Roots of the Business System, Harvard Business Review, November-December, 1983.

< 부 록 >

설 문 지

안녕하십니까 ?

본 설문지는 우리나라 소비자의 정보윤리에 대한 인식정도관에 관한 자료를 수집하기 위한 것입니다.

본 설문조사는 무기명으로 작성하기 때문에 개인별 처리는 이루어지지 않고 학술적인 자료로만 이용되어 전산처리되오니 바쁘시더라도

평소의 의식대로 질문에 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다.

귀하의 건강과 행운을 기원합니다.

1997. 4

원광보건전문대학 경영정보과

교수 장 익 선

※ 다음은 우리사회에서 기업활동을 하는데 있어서 발생할 수 있는 정보윤리 문제에 대한 상황을 시나리오로 작성한 것입니다. 귀하가 아래와 같은 상황에 처해 있다고 가정했을 때 귀하의 견해를 묻고자 하는 것입니다.

〈시나리오〉

C사는 대량의 신용카드를 처리하는 과정에서 부산물로 정보기술의 Know-How를 보유하게 되었다. C사는 이 Know-How를 바탕으로 소매상을 대상으로 하는 새로운 서비스를 개발할 수 있었다. A사는 비자, 마스터, 다이너스 카드 등 1500만명 이상의 신용카드 보유자와 관련한 엄청난 양의 거래 자료를 처리하고 있다. 이 데이터 베이스를 이용하여 C사는 상품기획, 판매촉진 및 광고제작을 하는 소매상인에게 각자의 고객에 관한 일련의 마케팅 보고서를 작성해 준다. 이 보고서는 주로 구매패턴, 고객그룹, 지역적인 인 구분포 등에 관한 통계자료이다. 이는 각 개인의 사생활에 관련된 정보를 당사자의 허가를 받지 아니한 상태에서 외부로 유출시킨 예이다.

C사는 행위에 대한 윤리적 문제를 어떻게 판단하십니까?

※ 위의 시나리오에 대하여 귀하의 견해에 해당되는 숫자에 ○표하여 주십시오

- |                                       |   |   |   |   |   |   |   |   |                                    |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|------------------------------------|
| 1. 공정한 조치이다.                          | <table border="1" style="border-collapse: collapse; width: 100px; height: 20px;"> <tr> <td style="width: 15px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">5</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">6</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">7</td> </tr> </table> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 불공정한 조치이다.                         |
| 1                                     | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |   |   |                                    |
| 2. 정당한 조치이다.                          | <table border="1" style="border-collapse: collapse; width: 100px; height: 20px;"> <tr> <td style="width: 15px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">5</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">6</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">7</td> </tr> </table> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 정당하지 않은 조치이다.                      |
| 1                                     | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |   |   |                                    |
| 3. 사회적(소비자)으로, 조직풍토상(조직구성원) 용인될 수 있다. | <table border="1" style="border-collapse: collapse; width: 100px; height: 20px;"> <tr> <td style="width: 15px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">5</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">6</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">7</td> </tr> </table> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 사회적(소비자)으로, 조직풍토상(조직구성원) 용인될 수 없다. |
| 1                                     | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |   |   |                                    |
| 4. 그러한 조치를 권장한다.                      | <table border="1" style="border-collapse: collapse; width: 100px; height: 20px;"> <tr> <td style="width: 15px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">5</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">6</td> <td style="width: 15px; text-align: center;">7</td> </tr> </table> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 그러한 조치를 권장하지 않는다.                  |
| 1                                     | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |   |   |                                    |

5. 효율적인 조치이다.

1 2 3 4 5 6 7

비효율적인 조치이다.

6. 불문계약 위반이다.

1 2 3 4 5 6 7

불문계약 위반이 아니다.

7. 결과가 정당하면  
 좋다.(결과중시)

1 2 3 4 5 6 7

결과가 정당하더라도  
 좋지않다.(과정중시)

8. 위의 상황에 대한.  
 나의 판단기준을  
 양보할 수 있다.

1 2 3 4 5 6 7

위의 상황에 대한  
 나의 판단기준을  
 양보할 수 없다.

9. 개인적으로 용인  
 할 수 있다.

1 2 3 4 5 6 7

개인적으로 용인  
 할 수 없다.

10. 이기적인 조치는  
 아니다.

1 2 3 4 5 6 7

이기적인 조치가

11. 형편상 좋에 가깝다.

1 2 3 4 5 6 7

형편상 뉘에 가깝다.

12. 공정성을 고려해야  
 한다는 내 견해에  
 위배된다.

1 2 3 4 5 6 7

공정성을 고려해야  
 한다는 내 견해에  
 위배되지 않는다.

13. 선과 악의 중간에.  
 해당하는 조치이다.

1 2 3 4 5 6 7

선과 악의 중간에  
 해당하는 조치가  
 아니다.

14. 나와 친숙한 사람.  
 이면 용인할 수  
 있다.

1 2 3 4 5 6 7

나와 친숙한 사람  
 이더라도 용인하지  
 않을 것이다.

- |  |  |  |  |  |  |  |  |  |                                      |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--------------------------------------|
| <p>15. 그러한 조치는 의무를 다하는 것이다.</p>          | <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <table border="1" style="width: 100%; height: 20px; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> </tr> </table> |  |  |  |  |  |  |  | <p>그러한 조치는 의무를 다하는 것이 아니다.</p>       |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |                                      |
| <p>16. 사회가 많은 이익을 가져오는 조치이다.</p>         | <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <table border="1" style="width: 100%; height: 20px; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> </tr> </table> |  |  |  |  |  |  |  | <p>사회가 많은 이익을 가져오는 조치가 아니다.</p>      |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |                                      |
| <p>17. 우리사회의 전통적인 관점에서 보면 용인될 수 있다.</p>  | <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <table border="1" style="width: 100%; height: 20px; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> </tr> </table> |  |  |  |  |  |  |  | <p>우리사회의 전통적인 관점에서 보면 용인될 수 없다.</p>  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |                                      |
| <p>18. 도덕적으로 정당하지 않다.</p>                | <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <table border="1" style="width: 100%; height: 20px; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> </tr> </table> |  |  |  |  |  |  |  | <p>도덕적으로 정당하지 않다.</p>                |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |                                      |
| <p>19. 손해를 적게 보면서 이익만 많이 추구하려는 조치이다.</p> | <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <table border="1" style="width: 100%; height: 20px; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> </tr> </table> |  |  |  |  |  |  |  | <p>손해를 많이 보면서 이익은 적게 추구하려는 조치이다.</p> |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |                                      |
| <p>20. 그렇게 조치해야 할 의무가 있다.</p>            | <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <table border="1" style="width: 100%; height: 20px; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> </tr> </table> |  |  |  |  |  |  |  | <p>그렇게 조치해야 할 의무가 없다.</p>            |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |                                      |
| <p>21. 최대다수의 최대행복을 가져오는 조치이다.</p>        | <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <table border="1" style="width: 100%; height: 20px; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> </tr> </table> |  |  |  |  |  |  |  | <p>최대다수의 최대행복을 가져오지 않는 조치이다.</p>     |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |                                      |
| <p>22. 비용 대 효익면에서 이익을 가져올 것이다.</p>       | <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <table border="1" style="width: 100%; height: 20px; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> </tr> </table> |  |  |  |  |  |  |  | <p>비용 대 효익면에서 손실을 가져올 것이다.</p>       |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |                                      |
| <p>23. 무언의 약속위반이다.</p>                   | <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <table border="1" style="width: 100%; height: 20px; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> <td style="width: 14.28%;"></td> </tr> </table> |  |  |  |  |  |  |  | <p>무언의 약속위반이 아니다.</p>                |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |                                      |

24. 최대의 만족을 주는  
조치이다.

1	2	3	4	5	6	7

최소의 만족을 주는  
조치이다.

25. 희생적인 조치이다.

1	2	3	4	5	6	7

희생적인 조치가  
아니다.

26. 내 가족에게는 용인  
될 수 있다.

1	2	3	4	5	6	7

내 가족에게는 용인  
될 수 없다.

27. 이해타산적인 조치.  
이다.

1	2	3	4	5	6	7

이해타산적인 조치가  
아니다.

28. 다른 조치를 취해야  
할 도덕적 의무가  
없다.

1	2	3	4	5	6	7

다른 조치를 취해야  
할 도덕적 의무가  
있다.

29. 개인적으로 만족할  
수 있는 조치이다.

1	2	3	4	5	6	7

개인적으로 만족할 수  
없는 조치이다.

30. 회사에게 최대한 이  
익을 가져다 주는  
조치이다.

1	2	3	4	5	6	7

회사에게 최대한 이익을  
가져다 주는 조치가  
아니다.

※ 다음은 통계적 분류를 위한 항목입니다. 질문 항목에 응답하여 주시기 바랍니다.

1. 성 별 :

2. 연 령 :

3. 학 력 :



## Abstract

### A Study of Business Information Management of Ethical Analysis

Jang, Ik-seon

1. Today mass communication informs us of the unethical behaviors of business almost everyday and the social interest about them including individuals implicated in loss and gain grows larger. It is the real aspect that business manager and scholars do not cope with the situation.
2. Five business ethical scales as justice theory, relativism, egoism, utilitarianism, deontological theory and information ethics were applied to this thesis.
3. Hypothesis : There will be a difference in the response on five ethical scales and the recognition degree of information ethics with consumers.
4. The response on five ethical scales with the sex of consumers showed a significant difference but that with the age showed a little difference. that with the academic career showed a significant difference in justice theory, relativism, utilitarianism and deontological theory.
5. The recognition degree of information ethics with the age and academic career of consumers showed a significant difference and the hypothesis was accepted, but that with the sex showed a little difference.