▌이베로아메리카 제12권 1호 [2010. 6] : 407～439

국제비즈니스에서 비교문화 연구의 재검토*

조 호 현**
(Cho, Ho-Hyeon)

〈Abstract〉

Cross-cultural Studies Revisited in International Business

Growth of researches addressing cross-culture in international business is exponential. This article reviews the extant researches around the national culture and describes the various conceptualization of culture through discussion of some of popular models of national culture.

This article presented some of the most important issues in international business surrounding globalization, especially convergence and divergence of cultures and cultural changes. Global rapid changes in international business environment request the reconsideration of the assumption of cultural stability and the simple view of culture, which tends to examine the static influence of a few cultural factors in isolation form other cultural factors and contextual elements.

This paper identifies a valid cultural grouping and proposes the following typology of the possible methodologies in international business; Ethnological description, Use of proxies, Direct values

* 이 논문은 2010년도 부산외국어대학교 교수연구년 제도에 의해 작성되었음.
** 부산외국어대학교 경영학부 교수
E-mail: mkgcho@pufs.ac.kr

inference, and Indirect values inference. Rather than selecting a single methodology, it appears to be more appropriate to use multi-method in the cross-cultural international business research.

It has been shown that cultural change is intertwined with socio-economic-institutional variables, and that these variables may also add to determine culture contemporarily. This paper also explained the dynamics of culture as multi-level, multi-layer constructs. According to this model, we may understand how the dynamic nature of culture conveys the top-down-bottom-up processes where one cultural level affects changes in other level of culture.

[Key Words: Convergence and Divergence of Cultures/ Cultural Change/ Dynamics of Culture/ Multi-Method/ Multi-Level/ Multi-Layer Model]

[주제어: 문화의 수렴과 다양성/ 문화 변화/ 문화의 동태성/ 복수 방법론/ 다수준-다계층 모델]

Ⅰ. 서론

세계화는 이의 효과에 대한 긍정적 또는 부정적 주장을 떠나 이제 어느 누구도 부정할 수 없는 보편화된 현상으로 받아들여지고 있다. 소비에트 연방의 붕괴, 하나의 유럽 탄생, WTO체제의 구축 등 1989년 이후 일련의 정치적·경제적 사건들과 함께 세계화의 추세는 공고해졌으며, 최근에는 중국의 WTO 가입, 단일 유럽통화, NAFTA의 중남미로의 확대, 유럽연합의 확장 등 세계화의 흐름은 더욱더 가속화되고 있다. 우리나라의 경우 IMF 외환위기와 최근의 금융위기를 겪으면서 그 누구보다도 세

계화의 영향을 실감하고 있다.

세계화의 흐름에 가장 영향을 많이 받는 분야 중의 하나가 바로 국제비즈니스이다. 국내만을 상대로 하는 기업 경영으로는 생존과 성장을 담보할 수 없으며, 세계화로 말미암아 기업의 시공간 범위는 확대될 수밖에 없으며, 이제 기업은 국제비즈니스와 국내비즈니스를 구분할 수 없는 국면에 이미 접어들었다. 이에 따라 경영자의 시야는 전 세계를 상대로 넓어질 수밖에 없고, 또 넓어져야 한다.

이러한 국제비즈니스에서 기업 경영의 새로운 국면과 밀접한 관련이 있는 것 중의 하나가 국가 문화(national culture)이다. 전통적인 국제비즈니스 연구는 주로 경제적·법적 이슈나 조직 형태 및 구조에 관심을 가졌으나, 세계화의 흐름과 더불어 주요 국제비즈니스 활동에 대한 국가 문화의 영향이 더욱더 커짐에 따라 국제비즈니스에서의 국가 문화의 중요성이 새롭게 주목 받고 있다(Early and Gibson 2002).

국가적 경계가 무의미해진 국제비즈니스 세계에서 문화와 관련하여 새삼스럽게 주목을 받는 것은 문화적 수렴과 다양성(cultural convergence and divergence), 그리고 기저에 흐르는 문화적 변화(cultural change)이다(Leung et al. 2005). 문화적 수렴과 다양성은 각국 문화들이 세계화의 흐름 속에서 유사해지는가와 관련되는 문제이며, 이는 표준화된 경영의 가능 여부와 직결된다. 또한 문화적 변화의 동태성에 관한 것은 시간이 지남에 따라 경영이 어떻게 변화할 것인가의 문제이다. 특히 인터넷으로 대표되는 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(computer-mediated communication)의 발달로 문화적 수렴과 다양성이 공존하는 현상은 세계화 과정에 중요한 영향을 미치고 있으며, 이에 대해 국가 문화, 조직 문화 및 기타 과정의 역할을 통합함으로써 이를 설명하고자 하는 연구들이 진행되었다(Bhagat et al. 2002). 국제비즈니스와 문화적 변화의 복잡하고 상호적인 관계를

이해하는 것은 매우 중요하다. 이제까지 국가 문화는 매우 천천히 변화한다는 문화 안정성(cultural stability)이 주장되어 왔지만(Hofstede 2001), 21세기 들어서 느낄 수 있는 문화적 변화의 속도는 이의 설득력을 약하게 하고 있다. 이와 같이 세계화의 흐름 속에 문화적 수렴과 다양성, 그리고 문화 변화가 일반화되고 있는 국제비즈니스 입장에서 문화 개념에 대한 재평가가 필요한 시점이 되었다.

이 같은 맥락 하에서 본고는 우선 국제비즈니스에서의 문화에 관한 기존 연구를 재정리하고, 문화적 수렴과 다양성, 문화적 변화 등 최근에 주목을 받고 있는 현상에 대한 설명과 동시에 국제비즈니스 연구 및 실무에 적합한 문화 개념을 모색하고자 한다. 이를 위해서 본고에서는 국제비즈니스에서의 비교문화연구의 연구방법론을 재검토하고 국제비즈니스의 연구 목적에 적합한 연구방법론의 선택을 검토할 것이다. 이와 함께 문화의 동태성을 고려하여, 특히 국제비즈니스에서 세계화의 흐름과 이의 효과를 이해하기 위한 다수준-다계층 모델을 검토하여, 향후 국제비즈니스에서의 비교문화연구의 풍부성을 모색해보고자 한다.

Ⅱ. 국제비즈니스와 비교문화

1. 국제비즈니스에서의 비교문화의 중요성

문화는 인간 행동의 여러 차원에 가장 큰 영향을 미친다. 이러한 광범위성으로 인하여 실제로 문화를 정의하는 것은 어렵다. 또한 범세계적 네트워크의 발전으로 다양한 문화가 혼합되어 상호의존도가 높아지고, 세계화는 새로운 글로벌 공동체가 형성하는 동시에 지역 공동체를 세분화하여 다양한 문화가 통합되고 상호 충돌함으로써 문화적 갈등을 야기

하기도 한다. 따라서 글로벌 경쟁시대에 비교문화 연구를 통한 상이한 문화의 유사성과 차이성을 밝혀내어 세계화의 문화적 보편성을 추구하는 일은 매우 중요하다(이노미 2005).

국제비즈니스에서의 많은 실패는 기술적 측면에서의 능력부족보다는 경영자가 현지 문화를 이해하지 못하고 해외 카운터파트와 효과적으로 상호작용을 하지 못한데 비롯된다(Ricks 1999). 또한 21세기에 접어들어 글로벌 시장 기회에 눈을 감을 수 있는 경영자는 없을 것이다. 세계시장의 통합이 가속화 하는 가운데, 특히 중남미 및 중동 등 소위 신흥 시장의 중요성이 높아지면서 이들 현지 시장의 문화의 유사성과 차이성을 바탕으로 한 차별화된 경영전략의 필요성이 어느 때보다도 절실히 요구되고 있다(LG경제연구원 2007). 이러한 차별화된 경영전략의 바탕에는 문화에 대한 총체적인 시각을 갖추고, 세계화의 흐름 속에서 여전히 상이한 요소로 존재하는 문화의 다양성을 인식할 수 있는 비교문화적 관점이 필요로 할 것이다.

국가 문화를 비교 분석하는 비교문화연구(cross-cultural study)는 경영학, 경제학, 심리학, 사회학, 인류학, 교육학 등에서 다양한 관점으로 진행되고 있다. 국제비즈니스에서의 비교문화연구는 어느 한 분야에 국한되는 것이 아니라 여러 관점이 혼합되어 있어 문화에 대한 정의 및 개념화에서부터 이의 효과에 이르기까지 실로 다양한 연구 결과를 보여주고 있다.

Kirkman et al. (2006)은 지난 25년간 문화의 결과에 대한 실증 연구들에 대한 검토를 통해 많은 논란은 있지만 Hofstede의 문화가치 분석 틀이 경영자에 대한 명확성, 간결성, 공감성 등에서 비교문화연구에서 절대적인 지지를 얻어 왔다고 주장한다. 이들은 Hofstede의 다섯 가지 문화가치를 언급한 180여 편의 연구논문들을 개인, 집단/조직 및 국가 차

원의 분석수준과 문화의 주효과(main effect) 및 조정효과(moderating effect)별로 분류하였다. 경영 및 응용심리학의 유명저널과 국제경영 및 심리학에 특화된 저널 42편에서 문화가치와 연관된 경영 및 응용심리학 영역의 연구 결과를 분석하여 변화관리, 갈등관리, 의사결정, 인적자원관리(HRM), 리더십, 조직시민행동(organizational citizenship behavior), 보상분배, 작업 관련 태도, 협상 행동, 집단 과정 및 인격과 관련된 개인행동, 기업가정신, 사회관계망, 진입양식, 해외직접투자, 합작투자 성격 및 성과, 제휴 형성, 혁신 및 연구개발, 사회적 결과, 동기 및 조직 정의 등 수많은 연구 주제를 분류하였다(Kirkman et al. 2006, 289-291). 그러나 이들은 마케팅이나 재무 등과 같은 분야는 연구 대상에서 제외시켰으며, Hofstede의 문화가치분석 틀을 중심으로 분석을 하여 국제비즈니스에서의 문화관련연구를 모두 포괄했다고 보기는 어려울 것이다.

문화와 소비와의 관계를 비롯하여 국제마케팅 분야에서도 비교문화관련 연구들이 폭발적으로 증가하고 있는데, 문화는 정의하기 어려운 개념이어서 국제소비자행동에 대한 문화의 영향에 관한 비교문화연구에서는 문화에 대한 체계적인 개념화 및 접근이 필요하다(Clark 1990; Lenartowicz and Roth 1999). Clark (1990)은 국가 특성(national character)의 개념을 각국 사람들이 갖는 고유하고 지속적인 행동 및 성격 특성 패턴으로 정의하고, 인류학적, 심리분석적 및 계량 연구학파들의 국가 특성에 관한 연구들을 조사하여 소비자 및 전략적 의사결정 모두에 적용가능한 마케팅에 적절한 국가 특성 개념을 제시하였다. Clark (1990)은 국가 특성에 대한 접근법으로 문화중심적(culture-centered approach) 및 개성중심적 접근법(personality-centered approach)을 제시하였는데, 문화중심적 접근법은 주로 문화인류학에 뿌리를 둔 질적인 문화 평가 방법이며, 비즈니스 연구에서 많이 이용되는 개성중심적 접근법은 문화를 확인

하고 설명하는 계량적인 측정치를 이용하는 것이다. Clark (1990)은 국제 마케팅 분야에서 국가 간 마케팅 현상의 유사성과 차이점을 확인하고 설명하는 것은 매우 중요하며, 이를 위해서 질적인 자료뿐만 아니라, 계량적 자료를 수집하는데 포괄적이고 유연한 연구 설계가 필요하다고 주장한다.

2. 비교문화의 정의 및 차원

초기 Tylor는 문화를 "사람이 사회의 일원으로서 획득하는 지식, 신념, 기술, 도덕, 법, 관습 및 기타 능력과 습관을 포함하는 복합체(the complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, custom and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society)"로 정의하였다(1871, in Soares 2007). 문화 개념의 뿌리는 인류학의 민속지 연구(ethnography studies)에서 비롯되었으며, 특정 부족이나 사회를 관찰하여 그들의 규범, 의례, 언어, 물적 구조, 설화, 음식, 축제 및 사회적 관계 등을 밝히는 것이었다. 서구 기업들의 해외 진출과 함께 조직 내 작업인력의 다양성과 시장의 확대에 따라 문화에 대한 구성 개념이 다양한 수준에서 연구되기 시작하여, 문화, 조직 문화, 국가 문화 그리고 기타 관련 구성개념들에 대해 조직 이론가, 심리학자, 사회학자, 및 인류학자들이 연구하게 되었다. 문화는 다양한 수준에서 연구되고 있지만, 국제비즈니스에서 모든 수준에 이용되고 확대되는 것은 국가문화(national culture)의 개념이다.

국가문화 개념에 대한 많은 연구들은 우선 단일차원과 다차원 구성개념에 의해 구분할 수 있다. 국제비즈니스 연구에서 흔히 언급되는 분류 중의 하나가 Hall (1976)의 고맥락 문화(high-context culture)와 저맥락(low-context culture) 문화이다. 각 문화에서 메시지가 소통되는 방법에

따라 명시적인가 맥락적인가의 분류는 간명하고 유용하게 이용되지만 단일 차원이라는 한계가 있다. 따라서 많은 학자들은 단일 차원보다는 다차원 분류체계를 제시하고 있다.

Kluckhohn과 Strodbeck (1961)은 국가 문화에 대한 체계적인 논의를 시작한 최초의 연구자들이다. 이들은 조직체계에 대한 국가 가치 지향성과 이의 영향 개념을 제시하고, 이러한 가치 지향성을 하나의 공동체 내에서의 공유되는 구성개념으로 설명하고 있다. 이들의 모형에서 가치지향성은 인간 본성 지향성(human nature orientation), 인간과 자연과의 관계(human nature orientation), 시간지향성(timer orientation), 활동지향성(activity orientation), 관계지향성(relational orientation) 등 다섯 가지로 구분된다.

다음으로 현재 가장 많이 활용되는 비교문화모형으로서는 Hofstede의 모형을 들 수 있다. Hofstede (1980)는 국가 문화를 한 나라의 주민을 다른 나라의 주민과 구분하는 마음의 집합적 프로그래밍(collective programming)으로 정의한다. 집합적 프로그래밍은 한 나라의 주민들이 공유하는 경험의 결과로서 발달되며, 교육, 행정 및 법체계, 가족 구조, 종교적 성향 패턴, 문학, 건축 및 과학이론 등에 의해 이전되는 가치를 포함한다. Hofstede (1980)는 다국적 기업인 IBM의 53개국 종업원 10만 명을 대상으로 한 실증조사를 통하여 한 나라의 문화적 성향을 권력 거리(power distance), 불확실성 회피(uncertainty avoidance), 개인주의/집단주의(individualism/collectivism), 남성성/여성성(masculinity/ femininity) 등 4차원으로 평가하였다. 또한 Hofstede (1991)는 동양의 유교적 가치(Confucian value)를 반영하여 장기지향성/단기지향성(long-term /short-term orientation)의 다섯째 차원을 추가하였다.

Triandis (1994)에 따르면 문화는 인간이 만든 객관적 및 주관적 요소의

집합으로서 이는 과거에 생존 확률을 높이고 한 생태적 적소에 모인 사람들의 만족을 가져왔으며, 따라서 그들은 공통의 언어를 가지고 같은 시간과 장소에 살았기 때문에 서로 의사소통할 수 있는 사람들 사이에 공유되었다. Triandis (1994)는 문화의 객관적 측면과 주관적 측면을 구분하여 4가지 문화 신드롬(cultural syndromes)으로 문화 복잡성(cultural complexity), 문화적 엄격성(cultural tightness), 그리고 구분되지만 관련된 개념으로서 개인주의(individualism)와 집단주의(collectivism)를 제시하였다.

Trompenaars (1993)는 문화를 사람들의 집단이 문제를 해결하는 방법으로 보고, 타인과의 관계, 시간 및 환경 등 세 가지 유형의 문제를 해결하는 것으로부터 문화의 근본적 차원 7가지를 제시하였다. Trompenaars (1993)의 문화에 대한 정의는 국가 및 조직 문화에 걸친 포괄성을 가지며, 따라서 종종 이들이 중첩되기도 한다. 이를 바탕으로 Trompenaars와 Hampden-Turner(1997)는 보편주의/특수주의(Universalism/Particularism), 분석적/종합적(Analysing/Integrating), 개인주의/공동주의(Individualism/ Communitarianism), 환경에 대한 태도로서 내향적/외향적(Inner-directed/ outer-directed), 시간에 대한 태도로서 연속으로서의 시간/동기화로서의 시간(Time as sequence/ Time as synchronization), 성취 신분/출생 신분(Achieved status/Ascribed status), 평등/위계(Equality/Hierarchy) 등으로 구분하였다.

이외에도 Burell & Morgan (1979), Newman, Summer & Warren (1967), Schwartz (1992, 1999) 등이 다양한 시각에서 문화에 대한 분류를 시도하였다.

〈표 1〉 문화의 개념화

	저자	문화차원
단일	Hall (1976) Fukuyama (1995)	High context/Low context High Trust/Low Trust
다차원	Kluckhohn & Strodbeck (1961)	Human nature: evil/evil-good/good Man Nature: mastery/harmony/subjugation Time: future/present/past Activity: doing/being/being in becoming Relational: individualistic/laterally extended groups /hierarchical groups
	Hofstede (1980, 1991)	Power distance, Uncertainty avoidance, Individualism-Collectivism, Masculinity-Feminity Short term orientation-Long term orientation
	Triandis (1994)	Cultural complexity, Cultural tightness, Individualism, Collectivism
	Trompenaars & Hampden-Turner (1997)	Universalism/Particularism, Analysing/Integrating, Individualism/Communitarianism, Inner-directed/outer-directed, Time as sequence/Time as synchronization, Achieved status/Ascribed status, Equality/Hierarchy
	Burell & Morgan (1979)	Separation/Integration (Population variation) Cultural Particularism/Cultural Pluralism/Cultural Homogenization (Cultural variation) Relativism/Deliberative Universalism/Comprehensive Universalism (Moral-Philosophy)
	Newman, Summer & Warren (1967)	Improvement/Maintaining status quo, Social action/Maintaining relationship, Merit-based/Relationship-based, Wide sharing/Non-sharing, Objective/Emotional
	Schwartz (1992, 1999)	Conservatism/Autonomy, Mastery/Harmony, Hierarchy/Egalitarianism

Ⅲ. 국제비즈니스에서 비교문화연구의 발전방향

앞 장에서 서술한 바와 같이 국제비즈니스 분야에서 비교문화는 문화에 대한 정의에서부터 분석 체계 및 연구방법론에서 많은 다양한 주장이 혼재하고 있는 실정이다. 이러한 점이 국제비즈니스에서의 비교문화연구가 비판을 받는 이유 중의 하나가 되고 있다. 지금까지 주류를 이루었던 문화 차원의 분류에 의한 연구방법에 더하여 인접학문에서 발전된 다양한 연구방법론을 비교문화연구에 접목시킴으로써 국제비즈니스에서의 다양한 비교문화 현상을 보다 체계적이면서도 다양한 차원에서 분석할 수 있는 방법론적 검토가 필요할 것이다.

이와 함께 최근의 세계화 흐름에서의 문화의 수렴과 다양성 및 변화를 설명할 수 있는 비교문화연구를 위해서는 지금까지의 정태적인 문화유형의 분류가 아닌 동태적인 비교문화모델을 모색할 시점이 되었다. 이를 위해 문화를 변화시키는 시공간적인 선행요인에 대한 검토와 아울러 문화의 수준 및 계층을 가로지르는 문화의 동태적 변화과정을 설명할 수 있어야 할 것이다.

본 논문에서는 먼저 기존의 연구방법론에 대한 재검토를 통해 연구방법론들의 상호보완성을 강조하는 한편, 문화의 동태성을 설명할 수 있는 다수준, 다계층 모델을 소개함으로써 국제비즈니스에서의 비교문화연구의 발전방향을 제시하고자 한다.

1. 비교문화연구 접근법의 재고찰 - 복수 방법(multi-method)

국제비즈니스 학자들은 일반적으로 문화를 매우 중요한 구성개념으로 간주하고, 이 분야에서 문화와 이의 효과에 관한 추가적 이해가 필요하다고 인정하고 있다. Boyacigiller와 Adler(1991)는 비즈니즈 분야에서 비

교문화에 관한 많은 연구들이 있었음에도 불구하고 인상적이거나 선구자적인 결과는 없었다고 비판하였다. 문화는 본질적으로 다른 거시환경 요인과는 다름에도 불구하고 문화와 이의 효과를 다른 거시적 환경의 영향과 분리하는 것은 매우 어려운 일이다. 따라서 많은 연구들이 연구자의 관점에 따라 중복되기도 하고, 각각의 관점에 따라 상이한 결과를 제시하기도 한다.

또한 현재 널리 활용되고 있는 비교문화분석 모형들은 국가를 문화단위로 분석함으로써 대부분 동질적 국가 문화 모델을 제시하고 있다. 즉, 다인종이 모여 사는 다언어, 다종교의 다문화국가에 대한 문화적 이질성에 대해서는 취약점을 드러내고 있다. 이는 비교문화연구에서 동질성-이질성 문제를 제기하고 있다.

이러한 여러 가지 문제는 비교문화연구가 아직 방법론적 이슈에 대해 풀어야 할 과제가 많다는 것을 의미하며, 따라서 비교문화연구는 여러 연구 분야의 다양한 연구방법 중 연구목적에 적합한 방법을 선정하는 복수방법 접근(multi-method approach)이 필요하다. 이러한 복수방법 접근에 대한 고찰은 그동안 국제비즈니스 분야에서의 많은 논쟁을 긍정적으로 돌아보게 하는 데 도움이 될 것이다.

Lenartowicz와 Roth (1999)는 Clark (1990)의 문화중심적 및 개성중심적 접근법의 구분을 바탕으로 문화 평가(culture assessment)라는 용어를 통해 비교문화연구의 4 가지 방법론적 유형을 제시하였다.

1) 민족학적 기술(ethnological description)

민족학적 기술(ethnological description)은 질적인 접근법으로 전형적으로 사회학적, 심리학적 그리고 인류학적으로 문화를 확인 또는 비교하는 기초로 사용되며, 문화인류학에서 민속학적 기술(ethnographic description)

로 언급되는 단일 문화의 질적 연구를 나타내는데 사용되기도 한다. Hall (1976)의 고맥락과 저맥락 문화의 구분은 이러한 접근법에 기초한 것이다. 민족학적 기술 접근법은 단일 문화를 심도 있게 연구하여 고유의 특정적 현상을 설명하는 문화의 에믹 연구(emic studies)를 유도한다(Soares 2007). Lenartowicz와 Roth (1999)는 국제비즈니스 연구에서 이러한 접근법은 거의 이용되지 않았다고 하였으나, 최근에 이에 대한 새로운 시각이 조성되고 있다. Arnould와 Wallendorf(1994)는 시장 지향 민속학(market-oriented ethnography)이라는 개념을 제시하여 특정 상품이나 서비스의 시장을 이루는 사람들의 행동에 초점을 맞추었다. 최근에는 시장과 소비자행동에 대한 응용인류학적 연구에 대한 관심이 서서히 높아지고 있다. 인류학자들의 참여관찰을 통하여 문화에 중점을 둔 소비자 연구를 활용한 사례를 제시하면 다음과 같다(이용숙 2010).

> 도요타는 미국에서 소형차로서 성공하고 나자, 최고급차도 개발하여 미국 시장을 파고들기로 하였다 소형차로서는 소비자들에게 좋은 이미지를 주고 있었지만 럭셔리 카의 이미지는 아니었기 때문에, 고급차를 론칭하고자 했을 때 새로운 브랜드명인 Lexus를 사용하게 되었다 이 과정에서 미국 중산층 소비자들이 어떤 수요를 가지고 있는지 알기 위하여, 젊은 여성 인류학자들을 미국 중산층 가정에서 집안일을 도우면서 영어를 배우는 오페어(au pair) 어학연수생으로 파견하였다 이들은 함께 사는 가족들의 자동차와 관련된 모든 행동을 장기간 참여관찰을 하였으며, 이 결과는 렉서스 컨셉의 플랫폼이 되었다.

2) 지역관계(regional affiliation) 대리변수의 이용

이 접근법은 문화를 반영하거나 공통점을 갖는 특성에 초점을 둔 것으로 예를 들어 국적이나 출생지와 같은 것으로 분류하는 것이다.

Steenkamp (2001)는 국내 및 국가간 차이에 대한 실증연구를 통하여 국적이 문화의 대리변수로 적절하다고 주장하였다. 오랜 역사를 가진 국가는 더욱 통합하는 방향으로 가는 힘을 가지고 있기 때문에, 국가는 상당한 양의 국민들의 공통된 정신적 프로그래밍의 원천이 된다(Hofstede 1991). 이러한 대리변수들은 국가 특성의 개념(Clark 1990), 핵심 문화변수들은 어린 시절 학습된다는 가정(Hofstede 1980), 문화와 종교는 서로 얽히게 된다는 등의 이론적 근거를 갖는다. 실제로 이러한 대리변수들은 문화적 집단화와 지리적 위치를 연결시킨다(Lenartowicz and Roth 1999). 이러한 대리변수 접근법은 문화의 여러 다른 수준에서 활용될 수 있다는 점에서 다양하게 시도되어 왔다. 문화는 분석 수준에 따라 달리 정의될 수 있는데, 집단에서부터 조직 또는 국가 더 나아가 EU와 같은 국가 집단 수준에 따라 달리 적용될 수 있다(Steenkamp 2001). Dawar와 Parker (1994)는 문화를 대신할 수 있는 조작적 개념으로서 “인종-지리적 교역지역(ethnic-geographic trade area)”를 제시하고, 북미, EEC, EEC 외 유럽, 그리고 기타 등 4가지 문화적 집단을 구분하였다. Samli (1995)의 주장에 따르면, 특정 국제 소비자 행동 패턴을 확인할 수 있는 적절한 문화 변수에 따른 점수 체계를 이용하여 소비자 행동을 예측할 수 있다. 이러한 문화 변수들로서 계층 구조, 언어, 고맥락/저맥락, 개인간 관계, 욕구 계층, 성 역할, 아동 역할, 영토권, 세속, 학습, 근로 윤리, 사생활 욕구, 자원 개발, 자원 활용, 의사결정시 가족 역할, 가족 규모, 종교색, 전통지향성 및 기술 습득 등이 제안되었다. 따라서 이들 문화 변수에 따른 점수는 한 사회의 문화를 구분하는 척도로서 충분히 이용될 수 있을 것이다. 그러나 이 접근법은 단순한 분류 방법에 불과하며, 종속변수와 문화 간 가설화된 관계를 검증할 측정치가 없다는 것이 이 접근법의 한계로 지적된다(Lenartowicz and Roth 1999). 이 접근법이 문화적 관계를 결정하는

데 인정을 받기 위해서는 첫째, 사회-인구통계학적 변동성이 표본 설계나 공변량 이용을 통해 통제되어야 하며, 연구가 개인 수준 척도를 포함한다면, 응답자에게 어린 시절은 어디서 보냈으며, 그 이후 문화 가치가 주로 형성되었던 지역이 어디인지를 물어보아야 할 것이다.

3) 직접 가치 추론(direct value inference; DVI)

이 접근법은 표본에 있는 응답자의 가치를 측정하여 이들의 가치들을 종합하여 문화적 특성을 추론하는 것이다(Lenartowicz and Roth 1999). 이 접근법은 연구자가 외부적 관점에서 비교의 준거 차원을 사용하여 과학적인 또는 객관적인 방법으로 문화를 비교하는 것으로서 계량적 연구로서 에틱 접근법(etic approach)에 해당된다(Gudykunst 1997). 이는 차원적 접근(dimensional approach)으로서 가치관이나 신념과 같은 상반된 개념을 사용하여 주로 국가 문화를 연구 대상으로 하여 여러 차원의 문화를 비교하는 방법으로 매우 적절하다.

이 접근법은 문화의 가치기반(value-based) 개념화를 전제로 한다. Hofstede(1980)는 문화의 핵심은 가치에 의해 형성된다고 주장하였다. 이러한 학습된 가치는 개인 특유의, 따라서 집단에 체계적으로 공유되지 않는 개성과는 다르다. 가치가 문화의 구성개념 기반을 형성한다는 가정하에 많은 가치 모델들이 제시되었다. 문화적 차이를 인식하는 분석틀로 가장 널리 사용하는 비교문화모형은 Hofstede(1980, 2001)의 분류모형이다. Hofstede(1980)에 따르면 국가 간에 실질적인 문화차이가 존재하며, 문화에 따라 국가 간에 각기 알맞은 관리방식을 사용하여야 하며, 이를 위해서 국가 문화를 체계적으로 분류하여야 한다. Hofstede(1980)는 국가의 문화를 분류하기 위해 요인분석과 이론적인 추론을 통해 앞에서 언급한 바와 같이 네 가지 차원을 추출하였으며, 근로 가치를 평가하기 위

해 VSM(Value Survey Module)이라는 도구를 개발하였다.

이러한 가치 모델 중 또 다른 하나는 RVS(Rokeach Values Survey)이다. Hofstede의 차원은 실증적으로 유도되었지만, RVS의 차원은 인간 가치의 보편적 구조 이론에 입각한 것이다(Schwartz and Bilsky 1987). Schwartz와 Bilsky(1987, 1990)는 Rokeach의 36개 가치를 바탕으로 인간 가치 구조의 보편성을 조사하여 가치는 국가 맥락에도 불구하고 일관된 동기 영역을 구성한다고 주장하였다.

상이한 문화의 비교와 논의를 과학적으로 그리고 객관적으로 가능하게 하는 직접 가치 추론(DVI)은 비교문화연구에 상당한 기여를 하였다. 이러한 직접 가치 추론에는 방법론적으로 세 가지 점을 고려하여야 한다(Lenartowicz and Roth 1999). 첫째, 가치는 일반적으로 사회인구통계학적 집단화와는 달라서 사회인구통계학적 변수들의 효과를 통제하여야 한다. 이를 위해 대규모 표본이 요구되기도 한다. 둘째, 가치모델을 구축하기 위해서는 응답자들이 모든 가치의 의미를 이해하고 주제에 도움이 되는 개인적 인터뷰가 필요하다. 셋째, 상대적으로 동질적인 집단의 결합이나 복수의 해법이 있을 수 있으므로, DVI는 문화 집단을 정의하는데 불충분하다는 점을 인식하여야 한다.

직접 가치 추론은 비교적 준거 차원에 의해서만 설명되므로 본래의 문화 구조를 왜곡할 가능성이 항상 존재하므로, 이에 대한 보완으로서 최근에는 종종 앞서 언급한 질적인 접근법인 민족학적 에믹 접근법(emic approach)을 병행하려는 시도가 이루어지고 있다.

4) 간접 가치 추론(indirect value inference; IVI)

직접 가치 추론이 일차 자료를 이용하는 것이라면, 간접 가치 추론은 이차 자료를 이용하는 것이다. 즉 이 접근법은 집단 구성원을 직접 조사

하지 않고 다른 연구에서 확인된 문화적 특성을 벤치마킹해서 주제에 맞게 보정을 해서 문화 집단화의 특성을 추론하는 것이다. 현재도 Hofstede(1980)의 문화 차원 점수를 이용한 수많은 연구들이 이루어지고 있어 간접 가치 추론 접근법이 널리 활용되고 있음을 알 수 있다 (Sondergaard 1994).

Lenartowicz와 Roth (1999)는 간접 가치 추론 접근법을 이용할 때 주의할 점으로 벤치마크 대상이 되는 연구에 의해 평가된 집단으로부터의 문화 가치를 보정할 때 발생할 수 있는 측정 오차를 들고 있다. 따라서 이 방법은 단서를 달고 간접적 접근법으로 가설을 형성하고 비교문화 연구를 위한 문화 척도를 제시하는 것이 적절하다.

앞서의 네 가지 접근법은 나름대로의 약점을 다 가지고 있다. 따라서 Lenartowicz와 Roth (1999)는 어떠한 단일 방법론으로도 비즈니스 연구에서의 문화 평가에 적절한 포괄적인 기준을 언급할 수 없다고 주장한다. Clark (1990)가 언급한 대로 하나의 단일 방법론을 선택하는 대신 연구 목적에 따라 상호보완적 복수 방법(multi-method)을 활용하는 것이 국제 비즈니스 연구에서 바람직할 것이다.

2. 문화의 동태성(dynamics of culture)

Greek Hofstede가 1980년 '*Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*'라는 기념비적인 저서를 출간한 이후 30년간 Hofstede의 문화가치틀 이용한 다양한 분야에서의 연구들은 문화와 이의 효과를 차별화하는 핵심 문화가치에 초점을 두어 왔다(Hofstede 1980, Schwartz 1999, Kirkman et al. 2006). 이러한 수많은 연구들은 암묵적으로 국가 문화는 매우 천천히 변화한다는 문화 안정성(cultural stability)에 기

반을 둔 결과(Hofstede 2001), 변화에 대한 문화의 효과 또는 문화 자체의 변화에 대해서는 소홀히 다룬 측면이 없지 않았다.

문화는 예를 들어 국제 무역, 이주, 침공 등을 통해 또 다른 문화와 접하면서 역시 변화할 수 있으며, 또 변화한다. 특히 인터넷과 같은 정보통신기술의 발달과 세계화의 흐름 속에서 문화의 수렴과 다양성(cultural convergence and divergence), 그리고 문화의 변화(cultural change)와 같은 현상은 이제 더 이상 특별한 것이 아니라 국제비즈니스에서는 매우 중요한 의미를 가지게 되었다(Leung et al. 2005).

문화는 구성원의 핵심 가치와 규범을 형성하며, 이러한 가치는 한 세대에서 다음 세대로 사회적 학습과정을 통해 공유되고 이전된다(Bandura 1986). 따라서 문화는 한 집단이 외적인 환경에서 생존 문제와 이의 내적인 통합 문제를 해결하면서 시간이 지남에 따라 학습해나가는 것으로 정의할 수 있다(Schein 1992).

이러한 문화의 동태성을 감안하면 문화를 정태적이고 유형화된 결정론적 시각에서만 분석하기보다는 문화를 변화시키는 요인, 즉 선행요인에 대한 고려와 문화의 변화 과정에 대한 이해가 필요할 것이다.

1) 문화의 선행변수(antecedents of culture)

문화는 어떤 사회나 집단에서 역사적 그리고 현재적 공유된 실체의 구성체이다. Triandis (1994)는 문화의 유인으로 사람들의 역사와 생태를 들고 있다. 신화, 설화 및 혈통의 공유된 느낌으로 싸여진 역사적 실체는 문화를 결정하는데 커다란 역할을 한다. 어느 사회에서의 남성성(musculinity)이나 권력거리(power distance)는 사회가 공유하는 역사적 과거와 커다란 관계가 있다. 생태는 한 사회가 작동하는 사회-경제적 영역(niche)을 나타낸다. 영역 구조(niche structure)는 문화의 겉으로 드러나는

측면을 결정한다. 사회의 경제구조 역시 권력거리, 남성성 및 시간지향성과 같은 겉으로 드러나는 측면에서 역할을 한다.

Peterson과 Smith (1997)는 대규모 국제 비교 연구의 중심이 되는 가치 유형보다는 국제비즈니스에서 경영자들이 관심을 가지는 직무 관련 가치 유형에 초점을 맞추어 문화 결정요인(culture contributor)으로서 언어, 근접성(proximity), 식민지화(colonization), 종교, 경제 체제, 경제 발전, 기술 발전, 국가 경계, 주요 산업, 기후, 지형(topology) 및 토착 경제(indigenous economy) 등을 들고 있다. 이러한 문화 결정요소들이 전형적 가치, 제도 및 사회과정 등의 문화의 특성을 설명하고, 이러한 문화적 특성이 기업 실무나 근로 태도에 영향을 미친다고 설명하고 있다.

이러한 시도들은 기존의 국가 문화의 동질성 가정으로 인한 모순과 세계화에 따라 가시적으로 나타나는 문화변화에 대한 고려라고 볼 수 있다. 기존의 동질적 국가 문화 모델들은 국가 문화를 조직 연구의 주요 구성개념으로 간주하고, 경영 연구나 다른 분야의 연구에서 국가 문화의 선행요인들을 폭넓게 다루었다. 그러나 이러한 연구들은 중국, 러시아, 인도 등 다종교, 다인종 및 지리적 및 경제적으로 다양한 국가에는 적용에 한계가 있다. 따라서 학제적 관점에서 문화의 선행요인들을 통해 문화를 이해하고자 하는 요구가 점점 증가하고 있다. 이러한 문화의 선행요인들은 향후 비교문화연구와 조직문화연구에 대한 중요한 시사점을 제공한다.

이와 같이 문화 안정성 측면에서의 역사적 및 지리적 선행요인뿐만 아니라 문화 변화의 측면에서 사회적, 경제적, 제도적 선행요인들을 고려하는 것이 국제비즈니스에서의 비교문화연구의 폭을 넓히는 데 도움이 될 것이다. Berry et al. (2002)의 생태문화적 모델(ecocultural model)은 문화의 동태적인 측면을 강조하여 문화를 생태적, 사회-정치적 영향에

대한 점진적 적응으로 간주한다. 또한 한 개체군에서 개인의 심리적 특성을 그들의 문화적 맥락에 적응하는 것으로 볼뿐만 아니라 더 넓은 생태적 및 사회-경제적 영향에 적응하는 것으로 본다. Inglehart와 Baker (2000)는 65개 사회와 세계 인구 75%에 해당하는 세계 가치 조사(World Value Survey)를 통하여 거대한 문화 변화와 독특한 문화 전통의 지속을 동시에 확인하였다. 이들에 따르면 경제발전은 절대적인 규범과 가치로부터 점차적으로 합리적, 관용적, 신뢰적, 참여적 가치로의 이전과 관련이 있다. 그러나 문화 유산은 경로 의존적(path dependent)이다. 즉, 청교도, 로마 가톨릭, 그리스 정교, 유교, 공산주의 등과 같은 한 사회의 광범위한 문화 유산은 현대화에도 불구하고 전통적 가치에 지속적 영향을 미친다.

따라서 문화의 선행요인을 전통적인 요인과 동시대적 요인으로 구분할 수 있다. 문화의 전통적 선행요인으로는 역사적 맥락과 지리적 요인을 들 수 있으며, 동시대적 요인으로는 사회적 정체성, 경제적 요인, 제도적 요인 등을 들 수 있다.

(1) 전통적 문화 선행요인

역사적 맥락은 외부 영향 정도, 식민지화, 역사적 국토, 공유된 신화 및 설화 등을 들 수 있다. 이러한 요인들은 사람들의 문화적 정체성을 형성하는데 중요한 역할을 한다. Dien (2000)에 따르면, 문화적 정체성은 상이한 수준의 역사적 과정을 통해 확립되며 또 재구축된다. 역사적 텍스트와 상징은 한 집단의 문화적 정체성을 유지시키며, 이는 단순히 경제적 상황, 사회적 맥락, 지리적 맥락 또는 제도적 체제를 들여다본다고 하여도 설명할 수 없는 다양한 반응을 이끌어낸다.

이와 함께 지세와 기후 등으로 구성된 지리적 요인은 문화의 발달을

가장 잘 설명할 수 있는 요인 중의 하나이다. Raymond(2005)는 국가 정체성의 전제 조건 중의 하나로 영토 전통의 존재를 들고 있는데, 이는 국가의 진정한 그리고 원래의 기원에 대한 연대기적인 토대를 제공해준다. 국가적 정체성은 역사와 문화의 산물일 뿐만 아니라 지리의 산물이기도 하다. Rankin(2003)은 세계화 연구에 있어서도 문화를 이해하는데 장소 및 규모의 중요성을 분석하기 위해 지리적 요인에 관심을 두어야 한다고 주장한다. 지리적 요인은 경제 구조, 식습관, 사회구조, 노동의 분업, 사회 또는 집단에서의 의례 등을 결정할 수 있기 때문이다.

(2) 동시대적인 선행요인

Herriot와 Scott-Jackson(2002)에 따르면 사회적 정체성은 사람이 소속되어 있다고 믿는 사회적 범주(social categories)이다. 여기에는 가족, 종교, 국적, 정당, 인종집단, 직업, 지역, 직무집단 등이 있다. 동시대적인 사회적 맥락은 사회 집단화, 사회 집단 내 권력관계, 근로 행동, 사회적 질서 등을 형성하는데 중요한 역할을 한다. 따라서 궁극적으로 사회적 정체성(social identity)은 대중문화, 언어, 종교, 문자, 성비, 식습관 등을 포함하게 된다. 인도, 중국, 러시아와 같은 많은 국가들의 경우 복수의 대중문화가 공존하는 것을 많이 볼 수 있다. 이는 동질적 비교문화모델로서는 설명하기 힘든 부분이며, 동시대적인 사회적 정체성이 별도의 문화의 선행요인으로 작동한다는 것을 의미한다.

경제 요인에는 GDP 성장, 일인당 국민소득, 주요 산업 등이 포함된다. 이러한 요인들은 문화 형성에 영향을 미치는 다른 요인과는 확실히 구별되며, 범세계적인 문화의 동질화 정도를 설명한다. 경제는 문화에 배태되며, 문화는 경제에서 구현된다(Gibson and Kong 2005). Tang과 Koveos(2008)은 일인당 GDP로 측정한 경제적 상황이 Hofstede의 문화가

치지표와 곡선관계(culvilinear relationship)을 가진다는 실증연구를 통하여 경제적 상황에서의 변화가 문화적 동태성의 원천이 된다는 것을 보여주었다.

마지막으로 제도적 요인은 법치 정도, 의무 및 책임의 공유, 정부 시스템 등을 포함한다. 이는 다양한 문화의 공존 또는 동질적 문화의 발전을 설명하는데 중요한 역할을 한다. Bierbrauer(1994)는 서구사회에서 지배적인 법규범은 다른 문화에서 사회화된 사람들에게는 맞지 않을 수 있다고 주장하면서, 법률 및 법에 대한 기대의 다양한 개념과 다인종 및 다면적 사회에서 다양한 문화 집단에 있어서 합법성 등을 논의하였다.

인도, 러시아, 중국 등과 같은 국가에 대해 단일 국가문화를 적용한다는 것은 불합리하다는 것을 직관적으로 느낀다면 앞서 언급한 문화의 선행요인들을 고려하지 않을 수 없을 것이다. 따라서 개인, 집단 및 조직에서의 국가 문화 자체의 결과는 폭넓게 연구되는 것과 마찬가지로 문화의 선행요인 관점에서도 연구가 다양하게 이루어질 필요가 있다. 문화를 구성하는 것들을 살펴보지 않고 단순히 동질적이라고 가정한다면 문화의 동질적 정의를 기반으로 나온 결과는 모순적일 수 있을 것이다. 문화의 선행요인들을 고려하는 또 하나의 의미는 이러한 선행요인들이 문화를 결정한다면 문화는 국가적 경계를 넘어서는 것일 수 있다는 것이다. 미국 접경지역의 멕시코 문화는 이미 많은 부분 미국적 색채를 많이 띠고 있으며, 이러한 현상은 중동 및 극동에서도 발견할 수 있다. 이러한 점들은 특히 국제비즈니스 연구에서 조직에 대한 중요한 의미를 가질 수 있다.

2) 문화의 다수준-다계층 모델(multi-level, multi-layer model)

문화의 선행요인의 검토와 함께 살펴보아야 할 것은 문화를 분석하는

분석 수준과 관련된 문화의 동태성(dynamics of culture)이다. 앞서 언급한 바와 같이 정보통신기술의 발달과 더불어 세계화의 흐름이 가속화됨에 따라 세계는 이제 하나의 시장으로 통합되어 가고, 문화의 변화 흐름도 그 속도를 더해가고 있다. 그러나 이러한 세계화는 또한 많은 불안과 불만을 낳고 있다. 서구의 G8 정상회담마다 수많은 세력들이 세계화에 대한 반대구호를 외치고 있는 것 또한 현실이다. 세계화에 대한 강력한 반대는 보통 세계화의 불안정한 효과에 의해 피해를 보는 개발도상국으로부터 나온다. 따라서 이러한 부분세계화된 세계(partially globalized world)에서 문화의 수렴과 다양성(cultural convergence and divergence)은 국제비즈니스에서 더 이상 미룰 수 없는 이슈가 되고 있다(Leung et al. 2005).

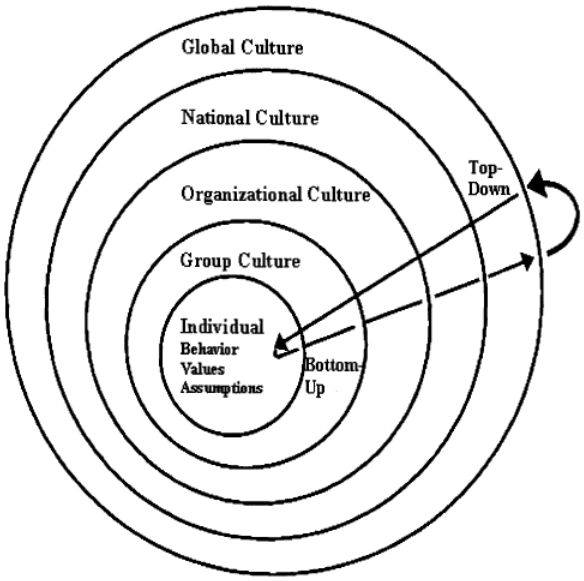
문화의 수렴과 다양성의 메시지는 간단하다. 국제비즈니스 활동의 어떤 영역, 특히 소비자 가치 및 라이프스타일 등에서는 문화의 수렴현상을 쉽게 찾아볼 수 있는 반면, 의미 있는 문화의 다양화 현상도 지속된다는 것이다. 국제비즈니스에서 가장 의미 있는 변화를 초래하고 있는 세계화의 과정의 효과는 국가, 조직, 집단, 그리고 개인 수준으로 침투해 내려간다. 또한 이와 반대로 문화의 미시적 수준에서의 변화가 사회 구성원에 의해 공유될 때 거시수준 현상으로 축적되어 올라가며, 거시적 수준의 문화의 변화를 초래한다. 이 과정에서 문화의 수렴과 다양성 현상이 공존하는 현상이 발생하게 된다. 이러한 문화 변화의 복잡한 과정을 Erez와 Gati (2004)는 다수준 분석(multi-level analysis)을 통하여 문화 변화와 문화의 동태성의 설명을 시도한다.

Erez와 Gati (2004)의 문화의 동태적, 다수준 모델은 크게 두 가지의 흐름을 통합하고 있다. 첫째, 다수준 접근법은 문화를 서로를 포괄하는 다양한 수준으로 구성된 다수준 구성개념으로 보는 것이다. 즉, 가장 거시

적 수준의 글로벌 문화에서부터 국가 문화, 조직 문화, 집단 문화, 그리고 가장 미시적 수준의 개인 수준에 이르기까지 문화는 서로 포개진 다수준 구성개념으로 이루어졌다고 간주한다[그림 1].

이들의 두 번째 관점은 Schein(1992)의 모델을 바탕으로 한 다계층 구성개념(multi-layer constructs)이다. 문화의 가장 외부 계층은 관찰 가능한 가공물과 행동으로, 중간 계층은 사회적 합의에 의해 검증할 수 있는 가치로 구성되며, 문화의 가장 깊숙한 내부 계층은 보여지지 않는 당연시 여겨지는 기본적 가정에 관한 것이다.

이들 모델에 따르면 글로벌에서 개인 수준에 이르기까지 모든 수준에서 다계층 구성개념으로서의 문화가 존재하며, 각 수준에서 변화는 우선 가장 먼저 외부적인 행동 계층에서 나타나며, 이후 같은 문화적 맥락에 속한 개인들 간 공유될 때 집합적 단위의 특성을 결정하는 공유된 가치가 된다. 가장 거시적 수준의 글로벌 문화는 국가와 문화적 경계를 넘어서는 글로벌 네트워크와 제도에 의해 만들어지는데, 이러한 조직구조는 문화적 경계를 넘어서는 공통적 커뮤니케이션 언어를 가지기 위해 공통적 규칙과 절차가 필요하다(Gupta and Govindarajan 2000). 글로벌 수준 아래 내포된 국가 수준의 조직 및 네트워크는 국가나 네트워크에 따라 다른 현지 문화를 가지며, 이들 밑에는 국가 문화라는 공통의 가치를 가지지만 지역에 따라 또한 산업 유형, 소유 유형, 창업자의 가치에 따라 상이하나 지역 조직 문화를 가질 수 있다. 더 나아가 각 조직 내에서는 공통의 국가 및 조직 문화를 가지는 하부 단위와 집단이 존재하는데, 이들 역시 기능, 리더의 문화, 구성원의 직업적 및 교육 배경에 따라 다른 집단 문화를 가질 수 있다. 가장 하부에 있는 개인들은 사회화 과정을 통하여 문화의 가장 상위 수준으로부터 전해진 문화를 수용하게 된다(Leung et al. 2005).



[그림 1] 문화 수준을 교차하는 상향식과 하향식 과정의 동태성(Erez and Gati 2004, p.588)

상향식 문화 전달 과정은 앞서 기술한 하향식의 반대 방향으로 자연스럽게 흘러갈 수 있다. 같은 집단에 속한 개인은 다른 집단과 구별되는 동일한 가치를 공유하여 공유가치 집합의 상향식 과정을 거쳐 집단 가치를 만들어낸다. 마찬가지로 동일한 가치를 공유하는 집단은 집합과정을 거쳐 조직문화를 만들고, 다시 지역 조직은 국가문화를 만들어낸다.

하향식과 상향식 과정 모두 문화의 동태적 성격을 반영하며 어떻게 상이한 수준에서 문화가 형성되고 다른 수준에서 일어난 변화에 의해 재형성되는지를 설명한다.

Inglehart와 Baker(2000)가 관찰한 국가 문화의 변화는 전통적 가치에서

근대화로의 문화적 이전에 대한 경제성장의 하향식 효과를 설명하는 것이라 볼 수 있다. 반면에 Schein(1992)의 가장 깊은 기본 가정과 마찬가지로 사회의 광범위한 문화 유산에 의해 형성된 전통적 가치는 변하지 않는다는 점도 보여주고 있다.

글로벌 조직과 네트워크는 지역 수준의 조직으로 하여금 글로벌 영역에 참여하게 함으로써 형성되며, 이는 양 수준에서의 조직의 형성과 재형성의 지속적인 상호과정을 통해서 이루어진다는 점을 시사한다.

문화의 동태성에 관한 다수준-다계층 구조는 어떻게 하위 수준의 문화가 하향식 효과에 의해 형성되는지와 처음으로 변화하는 문화 계층은 가장 외부적인 행동 계층이라는 점을 설명해주고 있다. 또한 장기적으로 공유된 행동과 규범의 상향식 과정은 지역 조직 문화를 형성하게 된다는 점은 국제비즈니스에서 문화의 수렴과 다양성 그리고 문화의 변화를 가늠하게 해주는 의미를 갖는다.

Ⅳ. 논의 및 결론

국제비즈니스 관련 연구에서 문화가 중요하지 않은 경우는 없으며, 문화를 도외시한다고 주장하는 사람은 아무도 없다. 실제로 저명한 연구자들은 국가 문화가 지각, 신념, 그리고 행동과 같은 서로 다른 개인 차원의 결과에 영향을 미친다는 것을 보여주고 있다(Hofstede, 2001). 그러나 지금까지 국제비즈니스에서의 비교문화 연구는 국가 문화 중심의 단순한 관점에서 다른 문화적 요소와 맥락적 변수로부터 분리된 몇 개의 문화적 요소의 정태적 영향을 중심으로 이루어져왔다.

국제비즈니스는 문화 변화의 촉진자이자 수용자이다. 세계화 추세에 따른 문화의 수렴과 다양성 그리고 문화의 변화라는 이슈는 이제 더 이

상 피할 수 있는 과제가 아니다. 이에 대한 설명을 위해서는 지금까지의 정태적인 관점에서 벗어나 새로운 시도가 활발히 이루어져야 할 것이다. 본 논문에서는 지금까지의 국제비즈니스에서 비교문화연구의 성과들을 비교검토하고, 새로운 연구 방향을 모색하는 차원에서 첫째, 그동안의 이루어졌던 비교문화연구의 방법론에 대한 비교 검토를 통하여 향후 국제비즈니스에서의 연구방향을 검토하여 보았다. 많은 연구들이 직접가치추론이나 간접가치추론 등 에틱 접근법을 활용하여 결과를 제시하였으나, 이 접근법이 갖는 근본적인 한계점인 준거기준의 상대성 등을 감안하여 볼 때, 아직 국제비즈니스 연구 분야에서는 생소한 민속학적 연구방법 등 에믹 접근법을 통한 연구가 활발히 이루어질 필요성이 있다. 따라서 향후 국제비즈니스에서 비교문화연구는 복수 방법론을 통하여 각 방법론이 갖는 한계점을 극복하는 방향이 모색되어야 할 것이다.

둘째, 문화의 동태성을 감안하면, 특히 빠르게 변화하고 있는 21세기 국제비즈니스 환경에서는 문화의 수렴과 다양성, 그리고 문화의 변화라는 이슈에 대한 체계적인 접근이 필요하다. 문화의 정태적인 관점을 극복하기 위해서는 문화의 선행요인들을 구체화하여, 동시대적 문화 변화 요인들을 고려하는 것이 필요하다. 본고에서는 이에 대해 사회적 정체성, 경제 요인, 제도적 요인의 검토를 통하여 국가 문화의 동질적 가정을 완화시키는 방안을 검토하였으며, 또한 문화의 다수준-다계층 모델을 설명하여 하향식과 상향식의 과정을 통해 문화의 변화 과정을 설명하고자 하였다.

본 논문은 문헌검토를 통하여 향후 국제비즈니스에서의 다양한 비교문화현상을 설명하기 위해서는 방법론에 대한 재성찰이 필요하고, 또한 최근의 빠른 문화의 변화 현상을 설명하기 위해서는 기존의 정태적인 문화 차원의 분류에 머물 것이 아니라 분석 수준 및 계층을 동태적으로

통합할 수 있는 국제비즈니스 연구가 이루어져야함을 강조하였다는데서 의의를 찾을 수 있다. 또한 이를 바탕으로 국제비즈니스에서의 비교문화 연구는 단순히 문화 차원의 분류를 통한 결정론적인 시각에 머물지 않고 시공간적으로 문화의 차이와 유사성을 결정할 수 있는 선행요인들을 추출하고 이를 실증적으로 측정할 수 있는 가능성을 제시하였으며, 또한 문화의 상향식 및 하향식 변화과정에 대한 이론적 기반을 검토함으로써 보다 다양한 차원 및 계층에서의 국제비즈니스에서의 실증연구 가능성을 제시하였다.

참고문헌

이노미(2005),「비교문화 연구의 이론과 실제」, 인문과학 제36집, 성균관대학교 인문과학연구소.

이용숙(2010),「마케팅 연구에서의 문화인류학적 접근의 활용」, 한국마케팅저널, 제11권 제4호, pp.129-138.

LG경제연구원(2007),「히트상품으로 본 신흥시장 공략방안」, LG주간경제, 8월 15일, pp.3-7.

Arnould, Eric J. and Melanie Wallendorf(1994), "Market Oriented Ethnography: Interpretation Building and Marketing Strategy Formulation," *Journal of Marketing Research*, 31 (November), pp.484-504.

Bandura, A.(1986), *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Berry, J.W., Y.H. Poortinga, M.H. Segall, and P.R. Dasen(2002), *Cross-Cultural Psychology: Research and Application* (2nd ed.), Cambridge

University Press: New York.

Bhagat, R.S., Kedia, B.L., Harveston, P. and Triandis, H.C(2002), "Cultural variations in the cross-border transfer of organizational knowledge: an integrative framework," *Academy of Management Review*, 27(2): pp.204-221.

Bierbrauer, G.(1994), "Toward an Understanding of Legal Culture: Variations in Individualism and Collectivism between Kurds, Lebanese, and Germans," *Law & Society Review*, 28(2), pp.243-264.

Boyacigiller, N.A. & N.J. Adler(1991), "The Parochial Dinosaur: Organizational Science in a Global Context," *Academy of Management Review*. 16(2), pp.262-290.

Burrell, Gibson and Gareth Morgan(1979), *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*, London: Heinemann Educational Books Ltd.

Clark, T.(1990), "International Marketing and National Character: A Review and Proposal for an Integrative Theory," *Journal of Marketing*, 54(4), pp.66-79.

Dawar, N and P. Parker(1994), "Marketing Universals: Consumers' Use of Brand, Name, Price, Physical Appearance and Retailer Reputation as Signals of Product Quality," *Journal of Marketing*, 58(April), pp.81-95.

Dien, D. S.(2000), "The Evolving Nature of Self-Identity across Four Levels of History" *Human Development*, 43(1), pp.1-18.

Early, P.C. and C.B. Gibson(2002), *Multinational Teams: A New Perspective*, Lawrence Earlbaum and Associates: Mahwah, NJ.

Erez, M. and E. Gati(2004), "A Dynamic, Multi-Level Model of Culture: From the Micro Level of the Individual to the Macro Level of a Global

Culture," *Applied Psychology: An International Review*, 53(4), pp.583-598.

Fukuyama, F.(1995), *Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity*. London: Hamish Hamilton.

Gibson, C. and L. Kong(2005), "Cultural Economy; A Critical Review," *Progress in Human Geography*, 29(5), pp.541-561.

Gudykunst, W.B.(1997), "Cultural Variability in Communication: An Introduction," *Communication Research*, 24(4), pp.327-348.

Gupta, A.K. and V. Govindarajan(2000), "Knowledge Flows within Multinational Corporations," *Strategic Management Journal* 21(4): pp.473-496.

Hall, E. T.(1976), *Beyond Culture*, New York, N.Y; Anchor Press-Doubleday.

Herriot, P. and W. Scott-Jackson(2002), "Globalization, Social Identities and Employment," *British Journal of Management*, 13(3), pp.249-257.

Hofstede, G.(1980), *Culture's Consequences; International Differences in Work-Related Values*, Sage: Newbury Park, CA.

Hofstede, G.(1991), *Cultures and Organization: Software of the Mind, Cambridge*, MA: University Press.

Hofstede, G.(2001), *Culture's Consequences; Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations across Nations*, Sage: Thousand Oaks, CA.

Inglehart, R. and W.E. Baker(2000), "Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values," *American Sociological Review*, 61(1), pp.19-51.

Kirkman, Bradley L., Kevin B. Lowe, and Cristina B. Gibson(2006), "A Quarter Century of Culture's Consequences: A Review of Empirical Research Incorporating Hofstede's Cultural Values Framework," *Journal of International Business Studies*, 37(3), pp.285-320.

Kluckhohn, F. and F.L. Strodtbeck(1961), *Variations in Value Orientations*, Row, Perterson: Evanston, IL.

Lenartowicz, T. and K. Roth(1999), "A Framework for Culture Assessment," *Journal of International Business Studies*, 30(4), pp.781-798.

Leung, K., Rabi S. Bhagat, Nancy R. Buchan, M. Erez, and Cristina B. Gibson(2005), "Culture and international business: recent advances and their implications for future research," *Journal of International Business Studies*, 36(4), pp.357-378.

Newman, W.H., C.E. Summer, and E.K. Warren(1967), *The Process of Management: Concepts, Behavior, and Practice*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Peterson, M.F. and P.B. Smith(1997), "Does National Culture or Ambient Temperature Explain Cross-National Differences in Role Stress? No Sweat!," *Academy of Management Journal*, 40(4), pp.930-946.

Rankin, K. N.(2003), "Anthropologies and Geographies of Globalization," *Progress in Human Geography*, 27(6), pp.708-734.

Raymond, C.(2005), "Regional Geographic Influence on Two Khmer Polities". *Journal of Third World Studies*, 22(1), pp.135-150.

Ricks, D.(1999), *Blunders in International Business*, 3rd ed, Blackwell Publishers: Oxford, UK.

Samli A.(1995), *International Consumer Behavior: Its Impact on Marketing*

Strategy Development, Westport: Connecticut: Quorum Books.

Schein, E.H.(1992), *Organizational Culture and Leadership*, San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Schwartz, S.H.(1992), "Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries," In M. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol.25, 1-65, New York: Academic Press.

Schwartz, S.H.(1999), "A Theory of Cultural Values and Some Implications for Work," *Applied Psychology: An International Review*, 48 (1), pp.23-47.

Schwartz, S.H. and W. Bilsky(1987), "Toward a Universal Psychological Structure of Human Values," *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(3), pp.550-562.

Schwartz, S.H. and W. Bilsky(1990), "Toward a Theory of the Universal Content and Structure Values: Extensions and Cross-cultural Replications," *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(5), pp.878-891.

Soares, Ana M., M. Farhangmehr, and A. Shoham(2007), "Hofstede's Dimensions of Culture in International Marketing Studies," *Journal of Business Research*, 60(2), pp.277-284.

Sondergaard, M.(1994), "Research Note: Hofstede's Consequences: A Study of Review, Citations and Replications," *Organization Studies*, 15(3), pp.447-456.

Steenkamp, J.(2001), "The Role of National Culture in International Marketing Research," *International Marketing Review*, 18(1), pp.30-44.

Tang, L., and Peter E. Koveos(2008), "A Framework to Update Hofstede's Cultural Value Indices: Economic Dynamics and Institutional Stability," *Journal of International Business Studies*, 39(6), pp.1045-1063.

Triandis, H. C.(1994), *Culture and Social Behavior*, New York: McGraw-Hill, Inc.

Triandis, H. C.(1995), *Individualism and Collectivism*, Boulder: Westview Press.

Trompenaars, F.(1993), *Riding the Wave of Culture*, London: The Economist Books.

Trompenaars, F. and C. Hampden-Turner(1997), *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Global Business*, London: Nicholas Brealey.

논문투고일자: 2010년 4월 30일
심사완료일자: 2010년 6월 3일
게재확정일자: 2010년 6월 22일