
문화와 커뮤니케이션 관계 파악을 위한 분석 방법론 수립에 관한 연구

사용자의 문화적 차이를 고려한 포커스 그룹 인터뷰를 중심으로



A Study on the Methodology for Relation between Culture and Communication with Considering on the Difference of Culture in Focus Group Interview



정지연, Jiyeon Jung*, 김정하, Jungha Kim**



요약 기술의 발전과 급속한 세계화가 이루어짐으로 인하여 시장이 확대되면서 디자인이란 영역은 다양한 매체를 통하여 시대의 핵심 역량과 가치를 창출할 수 있는 분야로 화두가 되고 있다. 과거 디자인이 '미적인 아름다움', '장식', '감성의 만족' 등을 추구했다면 이제는 시대와 기술의 변화에 따라, 또한 다양한 문화를 배경으로 한 사용자를 중심으로 분명히 다른 가치가 존재하며 그에 따른 다른 방법들이 필요한 시점이 되었다. 이러한 필요에 따라 최근 상품 개발 과정이나 평가 과정에서 주로 사용되고 있는 포커스 그룹 인터뷰 방법론과 같은 문화적 기반의 명확한 사용자의 니즈(needs) 파악이 가능한 방법에 대하여 구체적으로 연구될 필요가 있다. 따라서 본 연구에서는 이러한 다양한 문화의 배경 및 개인의 기질에 따라 결과가 달라질 수 있는 포커스 그룹 인터뷰를 중심으로 문화적 특성이 커뮤니케이션 방식에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연관성을 밝히고자 한다. 또한 문화적 특성은 개인 기질에까지도 영향을 미치기 때문에 문화적 특성과 개인의 기질을 근간으로 MBTI에 나타난 결과에 따라 대조군을 설정하고 문화적 특성에 따른 커뮤니케이션 방식의 차이를 검증하기 위한 실제적인 분석 방법론을 수립하였다.

Abstract The area of design is the key which can create the generation's core values consistently influenced by the various media, throughout the rapid growth of technology and globalization. In the past, the design used to be defined as 'aesthetic', 'decorative', and 'satisfaction of the sensibility'. However, we believe it is time for a different value followed by the issue of user's different backgrounds and cultures. As the need arises, cross culture study has requested that we analyze how we understand the user's backgrounds and cultures. By doing so, it defines the user's needs like focus group interviews and methodology on process of product development or evaluation. Therefore the subject of this study is how the communication between two groups are affected by the difference between two cultures that centers on focus group interviews which has different consequence by diverse cultural backgrounds and personalities. Because personalities cannot be separated from cultural context, we have the compared group as a result of MBTI and establish practical methodology for proving the cultural factor which influenced to the difference of communication ways.

핵심어: Cross Cultural Study, Focus Group Interview, Design, MBTI

*주저자 : 한동대학교 대학원 문화미디어디자인학과 e-mail: hisglory01@naver.com

**공동저자 : SK Telecom User Experience 팀 e-mail: chiachia@nate.com

1. 서론

1.1 연구 배경 및 필요성

최근 세계 시장을 고려한 기업 경쟁력 강화를 위하여 상품 개발 과정이나 평가 과정에서 다양한 문화권의 사용자들을 이해하고 분석적으로 접근하려는 노력이 다양해지고 있다. 이를 위하여 다양한 사용자 연구 방법을 통해 그들의 사용 행태에 대한 정보 및 의견을 수집하고 있다. 이러한 정보 수집 방법의 하나로 관심 주제에 대해 서로 영향을 미치는 사람들로 이루어진 포커스 그룹 인터뷰는 응답자들이 진행자의 질문에 대한 대답하며 구성원들 간에 상품을 통한 경험과 지식, 가치들을 나누게 된다. 그러나 여기에는 각 구성원 기저에 존재하는 문화적 특성과 개인의 기질이 반영되기 때문에 인터뷰 대상자를 충분히 이해하고 문화적 차이와 개인의 기질을 극복할 수 있도록 도움으로써 보다 효율적인 실행과 유의미한 결과를 도출할 수 있도록 해야 할 필요가 있다.

1.2 연구방법 및 목적

본 연구에서는 국가 차원의 문화적 특성과 개인의 기질은 커뮤니케이션(communication) 방식에 영향을 미칠 것이라는 가설 아래, 문화 이론과 개인의 기질에 관한 선행 연구를 통하여 커뮤니케이션을 중심으로 한 국가 차원의 문화와 개인 기질에 대한 관계성을 파악한 후 실제 포커스 그룹 인터뷰를 실시하여 문화와 개인 기질의 차이가 포커스 그룹 인터뷰에 미치는 영향의 정도를 조사한다. 또한 이러한 관계성을 실제 상품 개발, 평가 과정에 어떻게 활용 가능한지를 파악하는데 보다 도움을 주는 것을 목적으로 한다.

2. 개인기질과 국가차원의 문화에 대한 고찰

2.1 문화의 정의

문화는 시대적, 지역적, 사회적 전통에 따라 다양한 개념을 지니고 있으나 일반적인 범주 내의 문화의 개념은 다음과 같다. 첫째, 인간적 완성의 이념과 관련한 정신의 일반적 상태, 관습: 도야의 이념. 둘째, 사회 전체에서의 지적, 도덕적 발전의 일반적 형태: 문명의 이념. 셋째, 한 사회의 물질적, 정신적인 전 삶의 양식. 넷째, 창조적 작업의 구현체. 다섯째, 대중문화로 정의될 수 있다.¹⁾ 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 5가지 문화의 개념 중 사회과학적-인류학적 의미로서의 문화의 개념인 '한 사회의 물질적, 정신적인 전 삶의 양식'으로 정의하고 진행하였다.

2.2 개인성(Personality)과 문화와의 연관성

기어트 홉스테드(Geert Hofstede)는 세계의 조직과 문화에서 피라미드 모델을 통해 문화를 개인성(Personality), 문화(Culture), 인간본질(Human nature)로 구분하여 문화란 특정

1) 김정하, 문화적 차이에 따른 웹사이트 구조 디자인의 변화에 대한 연구, 한국과학기술원, 미간행 석사학위논문, 2002

그룹의 사람들이 본능이 아닌 교육에 의하여 습득된 것임을 제시하였다. 따라서 문화는 개인의 속성이 합쳐진 구성원들이 공유하고 있는 공동체적 특성이므로, 그들의 행동에 영향을 미치고 그에 대한 표준을 제공함으로써 문화와 개인성은 서로 연관이 있다고 보았다.

2.2.1 개인성(Personality) 파악을 위한 MBTI 방법론 고찰

개인성(Personality)이란, 각 개인에서 발견할 수 있는 심리적인 독특한 특성을 포함한 개인의 전체를 일컫는 말이다.²⁾ 이러한 개인성을 파악하기 위한 대중적인 심리 검사 방법으로는 MBTI(Myers-Briggs Type Indicator)가 가장 많이 사용된다. MBTI란 칼 융(C.G. Jung)의 심리 유형론을 근거로 하여 일상생활에 유용하게 활용할 수 있도록 고안된 자기 보고식 성격 유형 지표로, 많은 사람들의 다른 성향을 파악하는 경우에 이용된다.

2.2.2 MBTI와 문화에 대한 관계 고찰

Caroline Ziemke는 각 나라의 문화 차이와 MBTI를 통한 개인성 특성의 관계를 미간행 논문을 통하여 밝힌 바 있다.³⁾ 그녀는 MBTI에 의하여 구분되는 개인성의 특징들이 선천적인 특성보다는 국가적인 문화적 특징들에 의하여 더 많은 영향을 받음을 보여주었다. 따라서 개인성을 구분하는 MBTI는 사용자의 기저에 존재하는 문화의 특성을 대변함을 알 수 있으므로 본 연구에서는 MBTI 대조군을 통하여 문화의 대조군을 규명하고자 한다.

3. 포커스 그룹 인터뷰 방법론을 기반으로 한 커뮤니케이션 방식에 대한 고찰

3.1 커뮤니케이션의 이해

커뮤니케이션은 첫째, 목적에 대한 성취(Goal achievement)에 관한 정도, 둘째, 상대방과 소통하기 위해 취하는 행위에 대한 능력(interaction skill), 셋째, 상대방의 행위에 의해 영향을 받는 정도의 3가지 관점으로 이해된다.

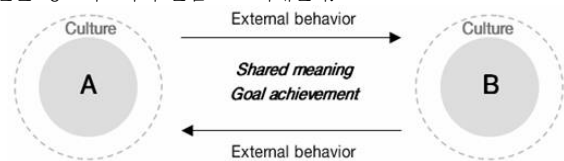


그림 2. Communication framework

포커스 그룹 인터뷰는 진행자와 참여자가 커뮤니케이션을 통해 서로 상호 작용을 하며 목표하는 주제에 대하여 깊이 있는 자

2) Geert Hofstede, "Personality and Culture Revisited: Linking Traits and Dimensions of Culture", Cross-Cultural Research, 2004

3) Julia Loughran, "Working together virtually: The care and feeding of global virtual teams" Retrieved from www.dodccrp.org/2000ICCRTS/cd/papers/Track4/009.pdf on February 23, 2003, 23 Luhmann, N. 1979.

료를 얻게 되는 방식이다. 따라서 포커스 그룹 인터뷰를 통하여 구성원들의 커뮤니케이션 방식의 변화에 대한 파악이 가능하다.

3.2 포커스 그룹 인터뷰 방법론을 기반으로 한 문화적 특성에 따른 커뮤니케이션 방식의 분류

Dianne Hofner Saphiere가 분류⁴⁾하여 정의한 이 문화간 커뮤니케이션 방식을 바탕으로 포커스 그룹 인터뷰에 적용 가능한 국가 차원의 문화와 MBTI에 따른 개인적 기질에 따라 영향을 받을 수 있는 커뮤니케이션 방식에 대한 이슈들은 다음과 같다.

표 2. 포커스 그룹 인터뷰를 위한 커뮤니케이션 방식에 대한 분류

Evaluation issues	Value
Degree of directness	Direct People say what they mean and mean what they say; you don't need to read between the lines; it's important to tell it like it is; the truth is more important than sparing someone's feelings.
	Indirect People are indirect; they imply/ suggest what they mean; understatement is valued; you need to read between the lines; the truth, if it hurts, should be tempered.
The role of context	Law context Law context, heterogeneous and individualist cultures; little is already known; the message must be explicit and spelled out; words are the primary means of communication; nonverbal cues are not the key to understanding.
	High context High context, Homogenous and collectivist culture; much is already known; the spoken word is not the primary means of communicating; much is implied but little needs to be said; nonverbal cues and the context are the key what is not said may be the message.
The importance of face	Face less important Face has moderate importance; the facts and expediency are more important than being careful about what you say; getting/ giving information is the overriding goal of the communication exchange; criticism is straightforward; it's okay to say no, to confront people.
	Face is key Face is paramount; saying face/ not losing face takes precedence over the 'truth'; maintaining harmony is the overriding goal of the communication exchange; confrontation is avoided; saying no is difficult; criticism is handled very delicately; what one says and what one feels often are not the same.
The task or the person	The task The task is separated from the person; do business first and then have small talk; establishing rapport/ good personal relationship is not essential to getting the job done. The goal is accomplishing the task
	The person The task and the person can't be separated; begin with small talk and then move to business; personal relationship is a prerequisite to getting the job done. The goal is building the relationship.

4) Dianne Hofner Saphiere, Barbara Kappler Mikk, Basma Ibrahim DeVries, Communication Highwire: Leveraging the Power of Diverse Communication Styles, Intercultural Press, Yarmouth, Maine.

4. 가설의 수립 및 실험 설계

4.1 가설의 수립

앞서 2장에서 서술한 개인 기질과 국가 차원의 문화에 대한 기존 연구 결과들을 바탕으로 서로 다른 문화권의 특성은 커뮤니케이션 방식에 영향을 끼칠 것으로 예측하고 다음과 같은 귀무가설을 수립하였다.

Ho: 문화적 특성이 다른 집단의 경우 문화적 차이로 인하여 커뮤니케이션 방식이 변화할 것이다.

H1: 문화적 특성이 다른 집단의 경우 문화적 차이로 인하여 커뮤니케이션 방식이 변화하지 않을 것이다.

4.2 가설 검증을 위한 실험 설계

4.2.1 실험 참여자 선정

앞의 3장의 문헌 연구를 통하여 논한 바와 같이 문화적 성향은 개인의 특성에 영향을 끼친다. 따라서 본 연구에서는 문화적 특성을 검증하기 위하여 문화 간이 아닌 MBTI를 통한 개인성(personality)의 결과가 명확한 두 집단을 대상으로 문화적 성향을 비교해 보도록 한다. 그러므로 한국의 문화 특성을 대변할 수 있는 한국 대학생의 분포도가 가장 높은 ISTJ 형과 이와 반대되는 ESTJ 형을 남녀 성비가 동일한 비교 대조군으로 선정하여 포커스 그룹 인터뷰 대상자를 리쿠르팅 함으로써 두 집단 간 커뮤니케이션 방식의 차이를 검증하고자 한다.

표 3. 김정택, 심혜숙(1990), 성격유형검사(MBTI)의 한국표준화에 관한 일 연구, 서강대학교 MBTI 연구실

ISTJ 16.9%	ISFJ 8.5%	INFJ 2.3%	INTJ 4.7%
ISTP 8.0%	ISFP 7.8%	INFP 5.6%	INTP 3.1%
ESTP 6.5%	ESFP 6.9%	ENFP 4.6%	ENTP 2.7%
ESTJ 13.1%	ESFJ 6.0%	ENFJ 1.9%	ENTJ 1.8%

4.2.2 실험 방법

4.2.2.1 포커스 그룹 인터뷰

포커스 그룹 인터뷰에서는 앞서 3장에서 제시된 4가지 커뮤니케이션 방식에 대한 각 척도를 측정하기 위하여 ISTJ와 ESTJ의 남녀 대학생 각 5명씩 총 20명을 대상으로 실제 인터뷰를 진행하였다. 이 때, 포커스 그룹 인터뷰를 효과적으로 진행하기 위해서 인터뷰 대상자들이 지니고 있는 문화적 성향에 따른 커뮤니케이션 방식을 충분히 이끌어내고 기존 피 실험자들이 보유하고 있는 지식의 차이로 인하여 포커스 그룹 인터뷰 결과가 달라질 수 있는 오류의 가능성을 배제하기 위하여 이미 많은 사람들에게 친숙한 '모바일 폰의 현재 경험'이라는 주제로 진행함으로써 각각의 모바일 폰에 관한 사용 경험들을 자연스럽게 공유하면서 다양한 경험들이 도출되도록 하였다.

4.2.2.2 포커스 그룹 인터뷰 후 설문 진행 방법

포커스 그룹 인터뷰를 통해 문화적 특성으로 인한 커뮤니케이션 방식의 차이를 검증하고자 다음의 두 가지 방법론을 활용하였다. 타임라인 분석은 포커스 그룹 인터뷰에 관한 객관적인 실험 사실을 분석 및 평가하는 방법으로 사용하며 설문은 포커스 그룹 인터뷰 참여자의 상호 간 관계를 통하여 나타나는 감정의 변화와 같은 커뮤니케이션 결과를 측정하기 위한 도구로 사용한다. 왜냐하면 커뮤니케이션은 타임라인과 같이 사실의 기록으로 남기도 하지만 그로 인하여 발생 가능한 상대방의 감정 변화와 같은 주관적인 반응 또한 커뮤니케이션 결과로 도출되기 때문에 타임라인과 같은 객관적인 자료만으로는 위와 같은 다양한 결과를 측정하기가 힘들기 때문이다.

(1) 타임라인(timeline)을 통한 커뮤니케이션 방식 분석 방법

타임라인은 포커스 그룹 인터뷰의 진행사항을 단순화된 시각화로 시간상의 기록을 재구성하는 것으로 60분 동안 진행된 포커스 그룹 인터뷰를 한 눈에 파악할 수 있다는 장점이 있다.

첫째로 진행자의 타임라인에서는 진행자의 역할을 세부적으로 주제질문, 추가질문, 질문예시, 참여 동기화(activation), 교통정리의 5가지 척도로 구분하여 분석한다. 주제질문과 추가질문, 질문예시는 참여자의 이해를 돕고 그들에게서 원하는 정보나 경험에 대한 이야기들을 이끄는 데 중요한 역할을 담당한다. 참여 동기화는 참여자들의 의견 도출이 적은 경우 이를 유발하는 근거가 되므로 이러한 진행자의 역할이 많을수록 이는 소극적인 커뮤니케이션이 이루어진다고 정의할 수 있다. 반대로 교통정리는 참여자들의 의견 도출이 보다 적극적으로 이루어지는 경우 일어나는 진행자의 역할이므로 적극적인 커뮤니케이션의 근거가 된다.

둘째로 참여자의 포커스 그룹 인터뷰 커뮤니케이션 형태는 질문, 의의, 동의, 의견도출, 가지치기, 상호반응(reaction)의 6가지 척도로 구분될 수 있다. 질문은 참가자 자신의 이해를 돕기 위한 방편으로 사용되므로 Degree of directness를 살펴볼 수 있는 근거이다. 의의와 동의와 같은 참가자들의 커뮤니케이션을 통한 반응들은 의견 도출을 더욱 적극적으로 이끌 수 있는 매개체의 역할을 담당한다. 의견도출의 빈도는 문화적 특성에 따른 커뮤니케이션 방식을 가장 직접적으로 보여줄 수 있는 중요한 척도이다. 가지치기는 포커스 그룹 인터뷰에 긍정적 또는 부정적인 영향을 미칠 수 있는 요소이지만 Degree of directness의 측정 요소가 되기도 한다. 마지막으로 상호반응은 포커스 그룹 인터뷰가 더욱 원활하게 이루어질 수 있도록 돕는 긍정적인 요소이다.

(2) 피 실험자의 자가 평가 설문 및 진행자 인터뷰 결과 설문을 통한 커뮤니케이션 방식 분석 방법

포커스 그룹 인터뷰 이후 실시되는 피 실험자의 자가 평가 설문은 두 대조군의 커뮤니케이션 방식 차이의 실험 결과에 대한 특성을 정량적으로 대변할 수 있도록 하기 위하여 설계되었다. 이러한 설문의 제작은 기존 선행 연구인 Kenneth J.

Lopez의 The Animators at Law Attorney Communication Style Study (2007), Ver 2.0.⁵⁾을 참고하여 디자인하였다.

표 6. 커뮤니케이션 방식 측정을 위한 피 실험자 자가 평가 설문

Evaluation issues	Value
Degree of directness	나는 다른 사람에게 말을 할 때 대체로 사리에 맞게 이야기하는 편이었다. 경우에 따라 A라고 생각했지만 시간이 지남에 따라 B라고 생각이 되어 말하는 경우가 있었다. 나의 의사는 분명하게 밝혀야 할 말이 있을 때 자신 있게 말했다. 내가 말할 때 듣는 사람이 내가 말하는 내용을 이해 못해도 상관하지 않는 편이었다.
The role of context	인터뷰 과정에서 나의 목소리는 상황에 따라 몇 번 톤이 바뀌었다. 대답을 할 때 다른 사람의 눈치를 보며 이야기 하고 제스처를 많이 사용하는 편이었다. 인터뷰 과정에서 나의 의견에 반대 의견이 있었지만 굳이 대꾸하지 않았다. 논쟁을 할 때 상대방의 실수나 결점을 잘 찾아내는 편이었다.
The importance of face	인터뷰 과정에서 상대방의 주장이 나의 주장과 달라도 맞장구를 쳐주는 경향이 있었다. 대답을 할 때 다른 사람을 많이 의식하며 말을 하였다. 나는 상대방에 대한 답변에 칭찬을 아끼지 않았다. 나는 인터뷰 수락을 하는데 별 부담을 느끼지 않았다.
The task or the person	인터뷰 시 다른 사람과 대화할 때 별 어려움을 느끼지 않았으며 사람들과의 관계에 만족하였다. 공과 사를 분명히 해야 한다고 생각하며 공정한 것을 좋아하는 편이어서 인터뷰에서도 그렇게 하였다. 나는 나의 생각과 감정에 반하는 정보나 생각은 무시하며 인터뷰에 참여하였다. 나는 항상 상대방에게 잘 대해주어야 하며 다른 사람을 화나게 하고 싶지 않으므로 인터뷰에서도 다른 사람들에게 잘 해주었다.

5. 실험 실시 및 결과 분석

상기 4장에 언급한 방법론을 활용하여 11월 19일-11월 23일 까지 한동대학교 대학생 20명을 대상으로 포커스 그룹 인터뷰를 진행하였다. 이를 통해 수집된 데이터를 바탕으로 ISTJ 대조군과 ESTJ 대조군의 커뮤니케이션 방식의 차이를 분석하기 위하여 다음과 같은 방법으로 실험 데이터를 분석한 결과 다음과 같은 데이터가 도출되었다.

5.1 타임라인(timeline)을 통한 커뮤니케이션 방식 분석

5.1.1 의견 도출 정도의 차이에 따른 평가 결과

그림 3,4의 타임라인에서 볼 수 있듯이 ISTJ와 ESTJ의 의견 도출 정도에는 큰 차이를 보인다. 실제로, 인터뷰 진행 과정에서도 ISTJ는 주로 예/아니오 등의 단답형 중심의 답변이었고 ESTJ는 자신의 상황을 적절한 예를 들어 설명하는 등의 정확하고 자세한 답변의 경향을 보였다.

5.1.2 상대방 의견에 대한 가지치기의 정도의 차이에 따른 평가 결과

가지치기는 상대방 의견에 따라 발생하는 주제와 어긋난 의견

5) <http://www.abanet.org/lpm/ltt/articles/vol1/is1/docs/AnimatorsatLawStudy.pdf>

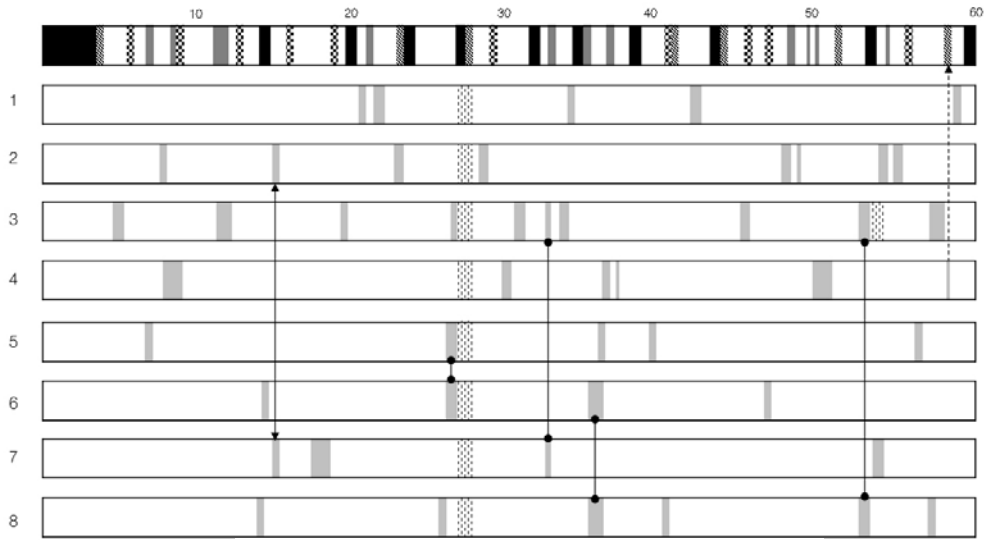


그림 3. ISTJ 대조군 타임라인 평가

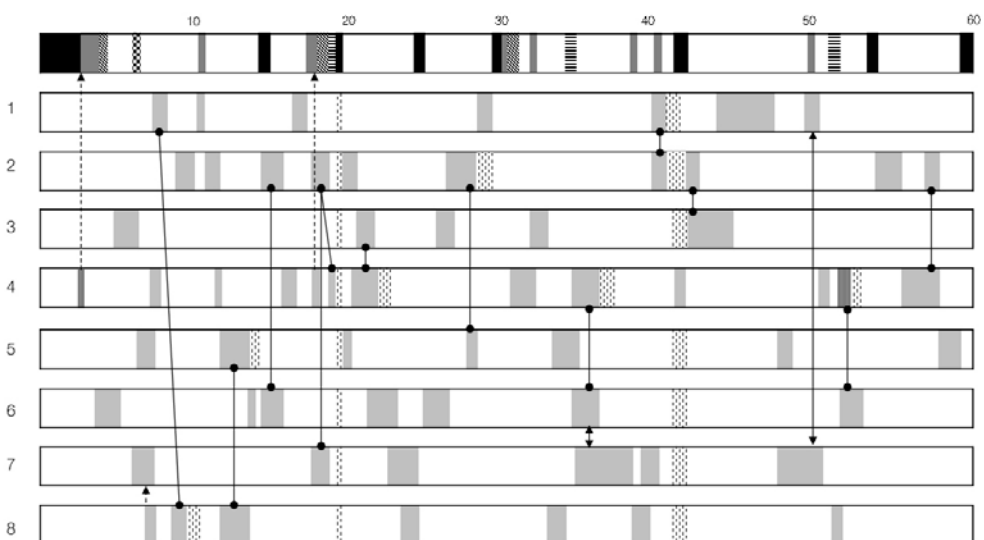


그림 4. ESTJ 대조군 타임라인 평가

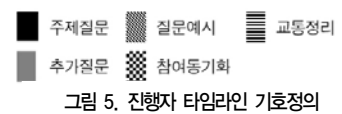


그림 5. 진행자 타임라인 기호정의

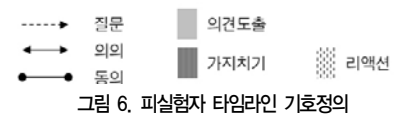


그림 6. 피실험자 타임라인 기호정의

도출과 같은 경우로 실제 실험상에서 ISTJ와 ESTJ 두 대조군 모두 상대방 의견에 대한 가치치기의 정도는 별 다른 차이를 나타내지 않았으므로 문화적 성향에 따른 커뮤니케이션 방식에 대한 연관성을 발견하기가 힘들다. 다만, ESTJ 인터뷰에서 소수 발생했던 가치치기의 경우, 초반 어색한 인터뷰 자리의 분위기를 자발적으로 재미있는 이야기를 통해 띄운다던지, 상대방 의견에 동의하며 생각났던 자신의 경험을 즉각적으로 표현하는 형태로 발생하였다.

5.1.3 참여자 간 상호반응(reaction)의 정도의 차이에 따른 평가 결과

ISTJ와 ESTJ의 타임라인(그림 3,4)을 살펴보면 각 참여자 간 의견 도출에 따른 상호반응의 정도도 커다란 차이가 있음을 알 수 있다. 실제 인터뷰 과정에서 ISTJ 대조군은 상대방의 의견에

동의하는 상호반응을 고개를 끄덕이고 조용히 웃는 등의 소극적인 자세를 보였으나, ESTJ 대조군은 보다 적극적으로 박수를 치며 크게 소리 내어 웃거나 상대방이 말하는 도중에도 '하~' 하면서 즉각적으로 생각나는 자신의 경험을 말하기도 하였다.

5.1.4 진행자에게 요구되는 역할의 차이에 따른 평가 결과

인터뷰 과정에서 진행자에게 중요하게 요구되었던 역할은 크게 2가지로 구분된다. 첫째는 참여 동기화(activation)로 진행자가 질문을 던진 이후에 참가자들 간의 의견도출이 없을 경우 호명이나 질문에 대한 세부적인 예시들을 통하여 참가자의 이해를 도우며 보다 적극적으로 인터뷰에 참여할 수 있도록 돕는 역할이다. 이는 ISTJ 대조군의 인터뷰 진행에서

상당히 지속적으로 요구되는 진행자의 역할임을 관찰할 수 있다. 둘째로 서로 다른 참가자가 동시에 의견도출을 하는 경우 진행자가 순서를 정하는 등의 교통정리 역할이다. 이러한 역할은 ESTJ 대조군의 인터뷰 진행에서 의견도출이 활발하게 일어나는 도중에 많이 요구되었으나 참가자 자신들끼리 알아서 양보하며 순서를 정하는 모습도 있었다.

5.2 커뮤니케이션 방식에 대한 평가 설문에 의한 결과

앞서 3장에서 제시된 포커스 그룹 인터뷰에 적용 가능한 커뮤니케이션 방식에 대한 이슈들을 중심으로 제시된 4가지 척도를 측정하기 위하여 리커트 척도를 이용한 커뮤니케이션 방식 평가 설문 문항에 따라 문항별로 -2~2점의 점수를 부여하여 점수표로 환산하였다.

5.2.1 피실험자 자가 평가 설문 결과

(1) Degree of Directness 측면에서의 설문평가 분석결과

Degree of Directness는 커뮤니케이션이 일어나는 경우 자신의 의사를 얼마나 명료하고 직접적으로 표현하는가를 측정하는 기준으로 종합적인 결과는 ISTJ와 ESTJ 대조군 사이에는 큰 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히 자신의 의사를 피력하는 부분에서 ISTJ와 ESTJ 대조군은 커다란 차이를 보이는데 ESTJ 성향의 피실험자들이 보다 자신의 의견을 자유롭게 이야기하는 것으로 나타나 보다 직접적인 커뮤니케이션 방식을 취한다는 차이를 보여준다.

(2) The role of context 측면에서의 설문평가 분석결과

The role of context는 커뮤니케이션 상황에서 메시지가 담고 있는 정보의 양을 측정하는 기준으로 컨텍스트 안에 정보가 얼마나 포함되어 있는지를 볼 수 있다. 결과를 보면 ISTJ와 ESTJ 대조군 모두 낮은 경향을 보이지만 그 안에서도 ESTJ가 ISTJ 대조군보다 상대적으로 하이 컨텍스트(High context)의 경향을 보이는데, 이는 홀(Edward, T. Hall)의 문화변수⁶⁾의 연구와 비슷한 맥락을 보여준다. 특별히 ISTJ의 경우 의견도출 시 ESTJ 대조군보다 제스처를 많이 사용하며 말로 전달하는 메시지 정보에 대한 부담을 제스처나 다른 형식의 행동을 통해 전가하였다.

(3) The importance of face 측면에서의 설문평가 분석결과

The importance of face는 커뮤니케이션 상황에서 상대방과 대면하는 동안 그의 목적에 맞게 이야기 흐름을 잡고 상대의 이야기 평가들이 얼마나 이루어지는가를 측정하는 기준이 된다. 특히 상대방의 주장이 나의 주장과 달라도 맞장구를 쳐주는 측면에서는 차이가 별로 나지 않지만 전체적인 the importance of face의 측면에서는 ISTJ와 ESTJ 대조군 사이에 많은 차이가 존재함을 보여준다.

(4) The task or the person 측면에서의 설문평가 분석결과

The task or the person은 커뮤니케이션 상황에서 과업이나 관계에 대한 중요성에 대한 경중을 어디에 두고 있는지를 평가하는 기준으로 이는 아주 커다란 차이를 보인다. 세부적인

항목에서 ESTJ는 ISTJ 대조군보다 대화에 대한 어려움이 적고 대체적으로 상대방에 대한 배려가 더 강한 것으로 드러났다.

6. 결론 및 향후 연구과제

5장을 통하여 진행되었던 타임라인과 피 실험자 설문 평가를 통하여 본 연구에서는 문화적 특성과 개인 기질의 영향이 커뮤니케이션 방식에 영향을 끼치는 것을 증명하였다. 그러므로 앞의 실험 결과를 통하여 포커스 그룹 인터뷰와 같은 커뮤니케이션을 이용한 방법론을 사용하여 상품을 개발 혹은 평가할 때에는 문화적 특성에 따라 영향을 받는 커뮤니케이션 방식의 변수들을 극복할 수 있도록 하는 진행자의 역할이 중요함을 알 수 있다. 따라서 각기 다른 문화권에서 포커스 그룹 인터뷰를 실시하는 경우 달라질 커뮤니케이션 방식을 고려하여 인터뷰의 기획 및 설계가 이루어져야 할 것이다.

앞에서 언급하였듯이 향후 연구에는 본 연구를 바탕으로 포커스 그룹 인터뷰 뿐 아니라 다양한 방법론에 대한 부분을 활용하여 보다 실증적인 실험과 데이터 획득을 통해 재검함으로써 문화적 특성과 커뮤니케이션 방식에 대한 연관성에 관한 연구를 보다 명확하게 증명해야 할 것이다. 또한 본 연구는 문화적 특성에 따른 결과가 아닌 개인적 기질을 통해 도출된 결과이므로 문화적 특성에 따른 포커스 그룹 진행 가이드라인을 제시하기 위해서는 문화권이 다른 두 그룹을 통하여 비교, 분석하는 과정이 필요하다. 이 과정을 통하여 각 문화권 별로 비교조사를 함으로써 포커스 그룹 진행 가이드라인을 수립할 수 있으리라 기대한다.

참고문헌

- [1] Fons Trompenarrs, "Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity", Nicholas Brealey, 1993
- [2] 김정하, 문화적 차이에 따른 웹사이트 구조 디자인의 변화에 대한 연구, 한국과학기술원, 미간행 석사학위논문, 2002
- [3] Karen H. Kvavik, Danielle Fafchamps, Sandra Jones, Shifteh Karimi, Field Research in Product Development, SIGCHI Bulletin, 1992
- [4] Hofstede, G. "Culture and Organizations; Software of the Mind" McGRAW-Hill International(UK), 1991.
- [5] Kenneth J. Lopez, The Animators at Law Attorney Communication Style Study (2007). Available from: <http://www.abanet.org/lpm/ltt/articles/vol1/is1/docs/AnimatorsatLawStudy.pdf>
- [6] Dianne Hofner Saphiere, Barbara Kappler Mikk, Basma Ibrahim DeVries, Communication Highwire: Leveraging the Power of Diverse Communication Styles, Intercultural Press, Yarmouth, Maine.

6) Edward, T. Hall, "The Silent Language", Anchor Books Editions, 1981