

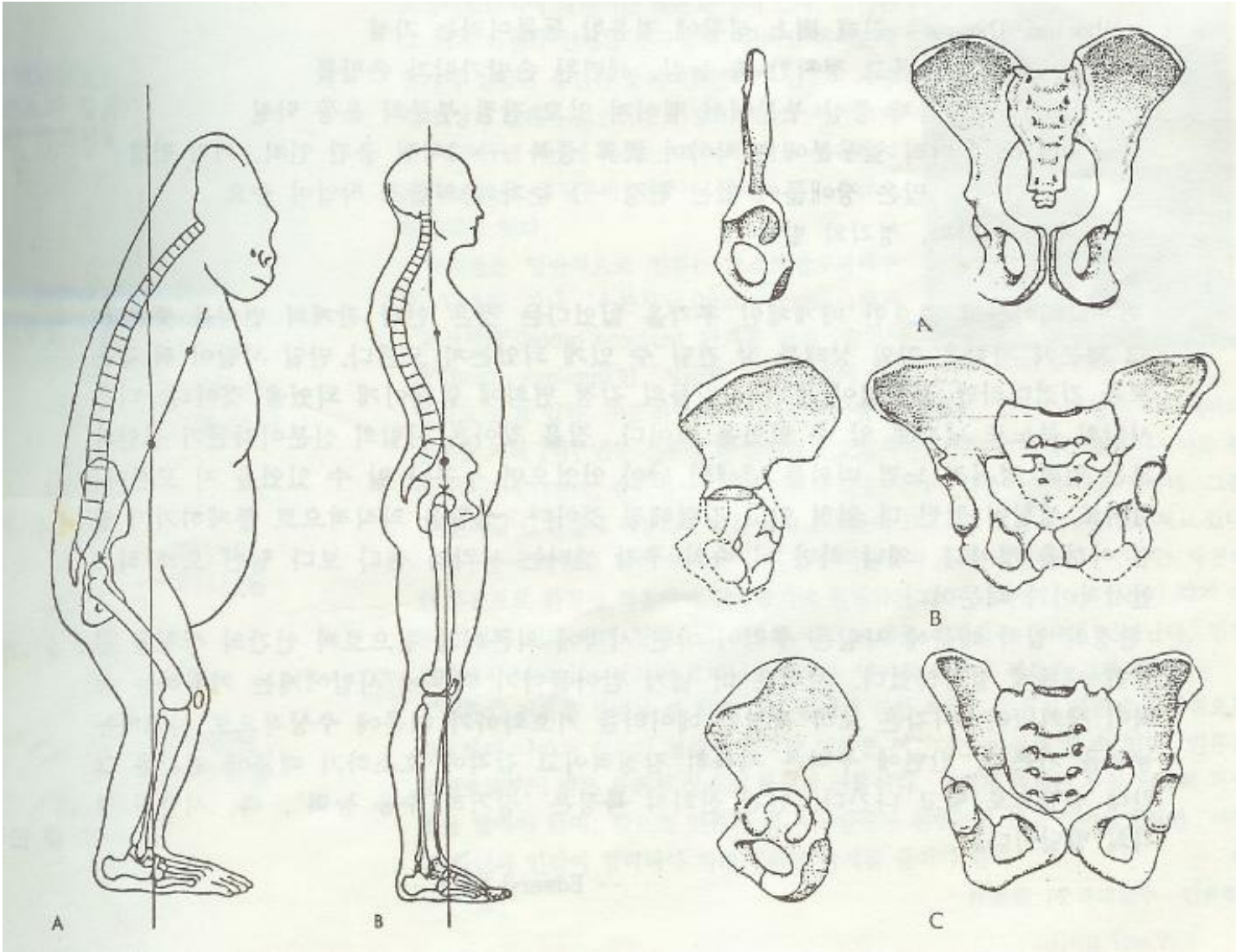
문화의 개념과 기업활동의 문화적 함의

김찬호

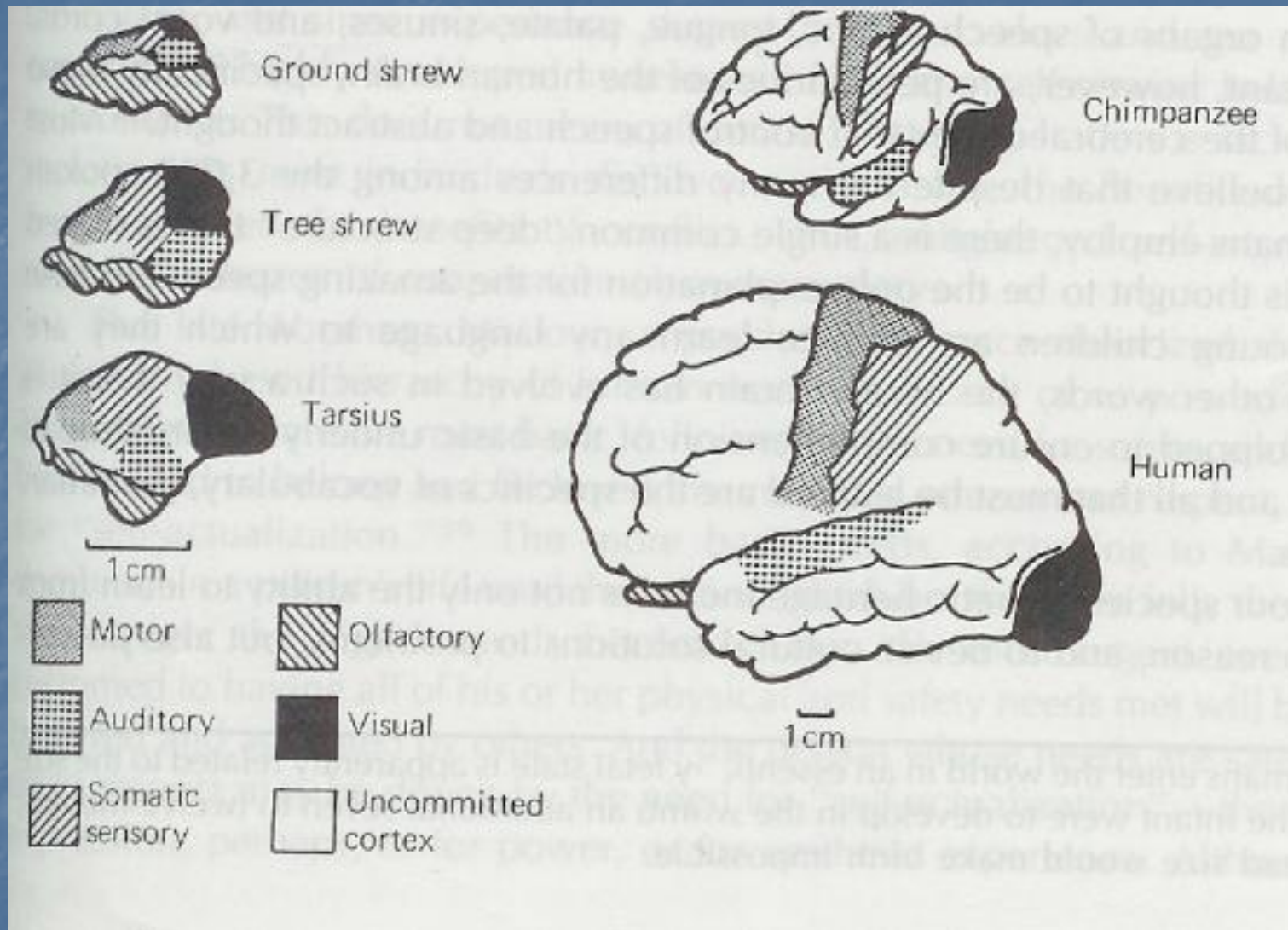
(한양대학교 문화인류학과)

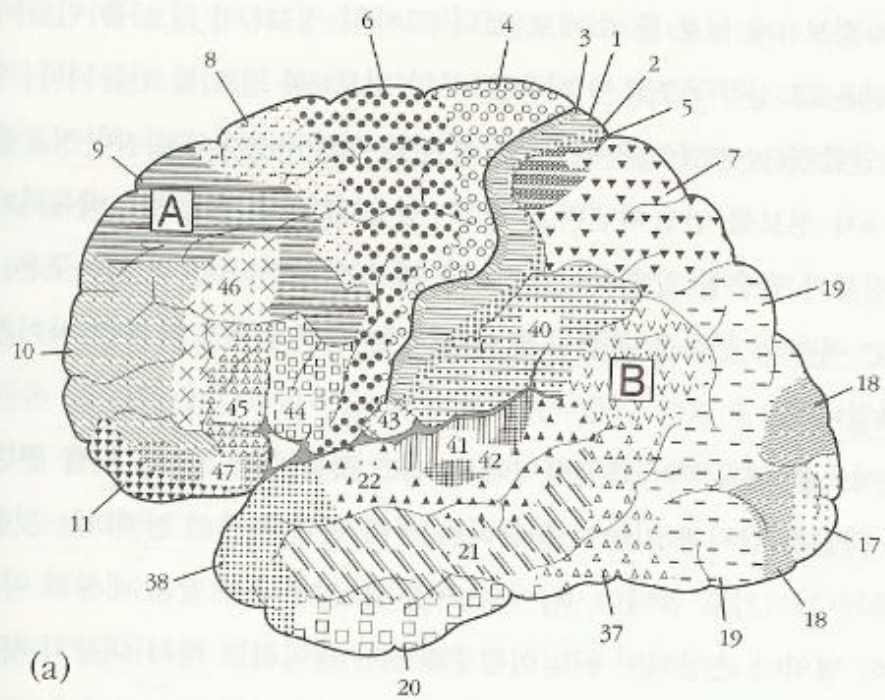
인간이라는 동물



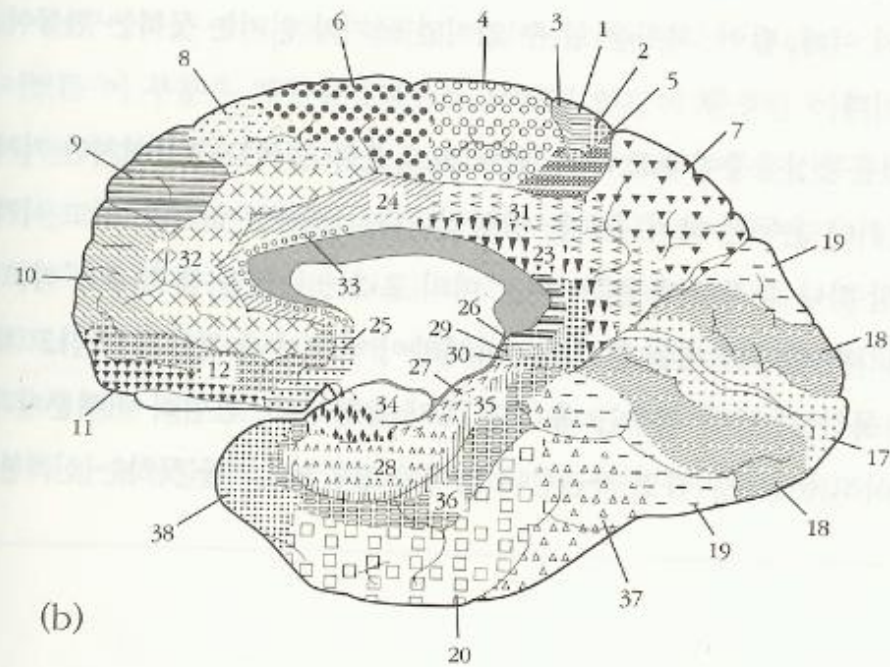


두뇌 혁명





(a)



(b)

snow

blowing —	piqtuluk
is snowstorming	piqtuluktuq
falling —	qanik
— is falling; — is snowing	qaniktuq
light falling —	qaniaraq
light — is falling	qaniaraqtuq
first layer of — in fall	apilraun
deep soft —	mauya
packed — to make water	aniu
light soft —	aquluraq
sugar—	pukak
waterlogged, mushy —	masak
— is turning into <i>masak</i>	masaguqtuaq
watery —	maqayak
wet —	misak
wet falling —	qanikkuk
wet — is falling	qanikkuktuq
— drifting along a surface	nativik
— is drifting along a surface	nativiktuq
— lying on a surface	apun
snowflake	qanik
is being drifted over with —	apiyuaq

ice

— pan, broken —
— ice water
melts — to make water
candle —
flat —
glare —
piled —
rough —
shore —
shorefast —
slush —
young —

siku

siqumniq
immiugaq
immiuqtuaq
illauyiniq
qaimia,
quasaq
ivunrit
ivvuit
tugiu
tuvaq
quna
sikuliaq

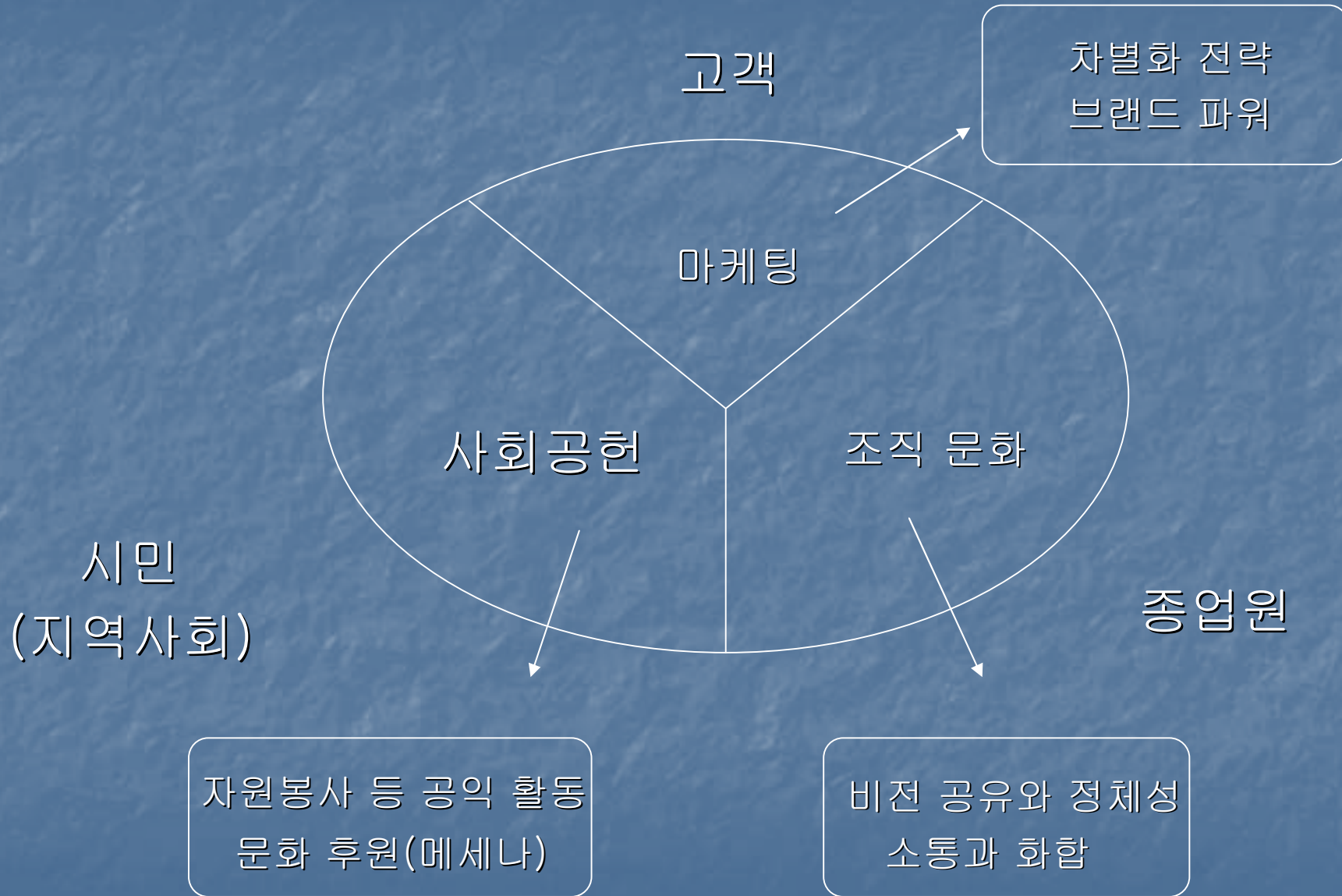
기업에서 문화가 논의되는 맥락

- * 기업문화론 : 80년대 일본 기업의 약진, [Z이론]
- * 다국적 기업 : 이문화 관리 (현지화, 협상, 글로벌 리더러시)
- * 감성 마케팅 : “성공하는 기업에는 스토리가 있다”, 이미지 구축 전략
- * 휴먼웨어 : 직원의 잠재력을 발굴 육성하는 에토스와 리더십

문화의 용례와 개념

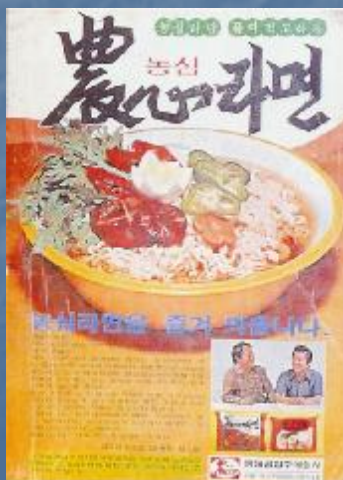
- * 퇴폐 문화, 한국 문화, 정치 문화, 법문화, 문화 간 커뮤니케이션, 문화 충격
 - ‘일정한 집단이 공유하는 개성, 생활양식, 상징체계, 생각과 행동의 코드, 세계관’
- * 문화 시민, 문화 주택, 행정의 문화화, “plain living, high thinking”
 - ‘더 바람직한 무엇, 즐기고 여겨지는 가치, 고상한 정신세계, 삶의 품위와 격조’
- * 문화면, 문화 행정, 문화원, 문화교류, 문화센터, 문화 행사, 문화생활, 문화산업
 - ‘공연 예술로 대표되는 순수한 심미적, 유희적 활동 또는 그 결과물’

기업문화의 구도



소비와 라이프스타일

- 시장 경제와 생활 세계
: 대중들의 감성을 일구면서
문화를 개척해온 상품과 광고들



젊은이들의 정체성 - 편집과 연출

정체성의 탐구

- 자기 증명에 대한 강박
- 차이의 추구
- 소속에 대한 갈망

문화의 과잉

- 정보화 속의 이미지 폭발
- 다양한 상품의 쇄도
- 글로벌화 속의 이국문화의 유입

문화의 빈곤

- 급속하고 기형적인 산업화
- 뿌리 없는 삶과 정서적 자원의 결핍
- 획일화된 교육으로 인한 내면의 공허

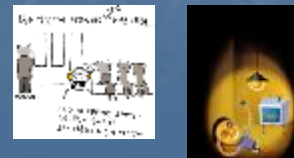
과시적 소비를 통한 차별화
(명품, 성형....)



취향을 공유한 커뮤니티에의 몰입
(카페 문화, 클럽문화, 플래시몹...)



자폐적인 세계로 은둔
(혼자 놀기, 게임 중독, 히키코모리...)



후기산업사회의 젊은이들의 정황

저 성장 사회

- 낮은 생산력
- 인생의 좁은 선택지
- 사회적 미숙함



불안

소비 정보 사회

- 높은 구매욕
- 일상의 넓은 선택지
- 문화적 조속함

<지구 온난화와 웰빙의 시대 >

새로운 부가 가치와 대안적 삶의 양식을 어떻게 창조할 것인가?
기업은 거기에 어떻게 기여할 수 있는가?

일의 보람, 삶의 행복

- * 샐러리맨 문화의 부재, 중년의 위기
: 9시 뉴스와 맥주? 실락자(失樂者)?
- * 삶의 질을 얼마만큼 배려할 수 있는가?
: 주 5일제 시대와 고령화 사회
- * 평생학습을 통한 지속적 충전
: 유한킴벌리의 경우

기업의 사회 공헌

- * 하드웨어의 과잉 또는 편중, 소프트웨어의 빈곤
: 예술인들의 창작 활동에 대한 지속적 후원
- * 관객의 창출과 유도
: 접대 및 회식문화의 변화 / 가족의 문화 복지
- * 청소년을 위한 멘토링 (생활 / 직능 <ex> Job Shadowing)
: 직장인들의 보람 창출과 사회적 의미화를 통한 확산

기업 문화의 두 얼굴

- 창의성, 개방성, 유연함
- 소통의 즐거움, 감성, '행복한 경영'
- Servant leadership, 'leading without power'



- 단기 이익에 매몰
- 무한 경쟁과 흑사, 인간관계의 도구화
- 과잉 상품화
광고 정보의 남발

지속가능한 문화를 위하여

- 문화의 힘은 매력과 상상력이다.
- 마음의 생태학 (제레미 리프킨 [소유의 종말] ([The Age of Access])
 - 자본주의 시장 경제의 바탕 : 비시장적 영역
 - 문화의 원천 : 신뢰, 감정, 의미, 공유된 원체험
 - 문화의 다양성 (cf - 생물종 다양성)이 고갈되지 않는 길은?