

기업윤리에 대한 연구방법론 탐구*

박 헌 준**

이 제 구***

논문접수일 : 95. 5

게재확정일 : 96. 8

초 록

최근 기업윤리에 대한 관심의 폭이 증가하고 있으나 기업윤리에 대한 대부분의 연구가 문제를 환기시키는 데에 그치고 있다. 윤리는 그 특성상 주관적 요소를 지니고 있으므로, 전통적인 계량적 접근으로는 연구의 한계를 지닐 수 밖에 없다. 기존의 양적 방법론을 사용한 연구들의 대부분은 기업과 기업구성원의 윤리에 대한 심층적 이해를 결여하고 있으며, 이론, 현실, 실천 사이의 간극을 메꾸는 데에 크게 기여하지 못하고 있다. 이 한계들은 경제적 효율성과 규범적 정당성 사이의 인식론적 갈등과 맞닿아 있다. 따라서 기업조직내 실제 맥락을 탐구하는 일이 시급하다. 이 연구는 기업윤리 분야의 기존연구들에 대한 방법론적 한계를 지적하고, 기존 이론과 조직 현실을 연결지어서 기업윤리에 대한 연구수준을 제고하여 실천적 유용성을 확보할 수 있는 새로운 연구 방법론들을 구체적으로 제시하는 것을 목적으로 한다. 이를 위하여 기업윤리 연구에 대한 새로운 연구방향으로 세가지 방법적 전략을 제안하며, 대안적 연구사례로는 연구대상자가 민감하게 반응하는 사안에 대한 새로운 측정기법 사례, 민속지 방법을 이용하여 기업조직내 도덕의 혼란을 연구한 사례, 그리고 Q 방법을 통해 기업구성원의 윤리적 주관성 탐구한 사례를 제시한다. 그리고 문제중심적 접근법과 이론중심적 접근법의 상호보완적 접근시각을 설명하면서 기업윤리 연구에 대한 앞으로의 방법론적 방향과 대안을 위한 연구방법론의 개방성과 다양성을 논의하고 실천적 향상가능성을 확보하기 위한 실천적 학습 탐구방법론을 제시한다.

* 이 논문의 일부는 1995년 3월 한국인사조직학회에서 발표되었으며 김성국, 김인수, 한정화 교수의 제안과 경영학 연구의 익명의 심사위원의 제안에 크게 힘입었음을 밝히며 감사드린다.

** 연세대학교 상경대학

*** 방콕출라롱콘대

I. 문제 제기

최근에 들어서 학계는 물론 업계에서도 기업윤리에 대한 관심이 크게 증가하고 있다 (Aguilar, 1994; Nash, 1990; Piper, et al., 1993; 한국경영학회, 1992). 학계의 고조된 연구 대상이 될 뿐 아니라, 업계에서도 앞을 다투어 기업윤리헌장(Code of Ethics)을 제정하고 있다. 이는 우리사회에서도 대기업집단에 의한 부도덕한 사건들이 나타나고 있으며, 왜곡된 자본주의로 인한 부작용 또한 심각한 상태임(신유근, 한정화, 1990)을 반영하는 현상이다.

기업조직의 활동들 가운데 사회에 좋지 않은 영향을 미치는 경우에 대한 관심은 예로부터 꾸준한 것이었다(Vogel, 1991a, 1991b). 협력자본주의 또는 민생자본주의(Scott & Rothman, 1992) 정신에서 윤리적 책임을 다하지 않고, 기업이 벌이는 활동들이 사회에 악영향을 미치게 된다면, 기업의 존재이유는 정당화 될 수가 없다. 기업이 추구하는 합리적 목표와 수단이 사회적 기반 위에서 정당화되어야 한다는 것, 그리고 기업의 지향점이 이윤추구라는 목적 이외에도 존재한다는 사실이 새삼스럽게 기업윤리에 대한 교육과 연구, 실천의 중요성을 일깨워 주고 있다. 그러나 본질적으로 윤리는 사회내에서 공통적으로 합의된 규칙이기 때문에 (Greenberg, 1990), 곧 자신의 이익을 위해서 실제로 사용하는 윤리(ethics-in-use)와 이해 관계를 떠난 위치에서 지지하는 윤리(espoused ethics)가 참된 합의(commitment)에 의한 것인지 계산된 행위(manipulation)에 의한 것인지 고찰이 필요하다(Song & Park, 1996).

스타크(Stark, 1993)는 오히려 기업윤리에 대한 교육이나 강조들이 많아질수록, 기업과 기업조직의 구성원들은 예전에는 없던 계산적 행동까지도 서슴지 않는다고 지적한다. 기업윤리에 대한 연구가 명목적인 관찰이나 단순한 설문방식에 의한 계량적 접근에만 의존하는한, 기업윤리에 대한 이론의 정립도, 현실에 대한 정확한 파악도, 윤리적 경영리더를 육성하는 실천적 유용성의 제고도 어렵다(Lawler, 1985).

기업윤리 분야에는 아직 지배적인 패러다임이나 방법론이 존재하지 않는다고 한다 (Frederick, 1992). 그러면 기업윤리 분야에 지배적인 패러다임을 정립하기 위해서 유일한 방법론과 이론이 전제되어야 하는가? 페퍼(Pfeffer, 1993)는 최근 조직이론의 연구주제 내에 지배적이고 강력한 패러다임이 존재하지 않음으로 해서, 그 발전에 지장이 있을 수 있다는 주장

을 하여 논쟁을 불러 일으켰다. 물론 합의된 패러다임이나 방법론이 없는 상황에서 일정한 분야가 발전한다는 것은 무척 힘든 일이다. 그 분야의 연구자들이 모두 동의하는 근본적 문제 의식을 정립하는 것은 필요하겠지만(Lakatos, 1970), 사회과학 연구의 본질은 불완전한 시각을 지속적으로 채워나가는 과정인 것이다(Argyris, 1993).

게다가 사회현상을 바라보는 시각에는 다양한 상(images)이 존재하고 있으며, 연구자들이 이를 모두 적용하고 깨닫기에는 한계를 지닐 수 밖에 없다. 모오간(Morgan, 1986, 1993)은 연구자들이 사회를 좀 더 설명력있게 조망할 수 있는 이미지화(imaginization) 작업을 다듬어야 한다고 한다. 결국 실재에 대한 올바른 이해를 위해서는 서로 다른 상을 지닌 연구자들끼리 적극적인 대화와 의사소통을 통한 상호보완적인 노력이 있어야 한다(Cannella & Paetzold, 1994; Perrow, 1994). 기업윤리 분야와 같이 실천적 유용성이 강하게 요구되는 분야야말로 이론, 현실, 실천의 통합을 지속적으로 추구해가는 다양한 연구시각이 필요하다.

이 논문에서는 기업윤리 연구에 대한 다양한 방법전략을 제안한다. 기존의 계량적 통계방법들로서는 한계를 지닐 수 밖에 없는 사안들에 보다 적절하게 접근하기 위한 전략을 제시하며 또한 대안적 사례들을 제시하고 이들이 어떻게 혼합 사용될 수 있는가를 알아본다. 나아가서 방법론적인 제안으로 연구대상에 대한 열린자세의 견지를 주장하며, 연구자의 시각으로서는 상호적 이해와 이론적 감수성을, 연구과정으로는 실천적 함의를 위한 끊임없는 실천학습을 제안한다.

II. 기업윤리 연구의 한계성

1. 기존 연구들의 방법적 한계

기업윤리에 대한 관심이 고조되는 것과 함께 많은 연구들이 수행되었다. 우선 최근에 이루어진 실증적 연구들의 한계점들을 분류하여 정리해 본다. 그리고 이 한계점들을 배태하는 근원적인 문제점인 방법론과 인식론의 한계에 대하여 알아본다.

첫째, 기업 입장에서 관심사가 두드러지는 몇몇 추상변수들에 초점을 맞추고 있다 (예를 들어, Akaah & Lund, 1994; Dukerich et al., 1990; Glenn, 1994; Grover & Chun, 1994; Hansen, 1992; Harris, 1990; Mitchell et al. 1992; Posner & Schmidt, 1993). 사회적 비용지출 (한기수, 1987), 재무성과와의 관계(McGuire, et. al., 1988; Zahra, et. al., 1993)를 다루고 있거나, 기업구성원의 태도에 관한 연구들(장익선, 1993; Johnson & Greening, 1994; Weber, 1994)이 대표적이다. 이들 연구는 몇몇 변수들에만 관심을 보이고 있다는 점에서 명백한 한계가 드러난다. 기존 분야에서 발전된 변수들의 상관성을 밝히는 것만으로는 어떠한 중요한 발견도 불가능하기 때문이다.

둘째, 개념을 만드는 작업에 지나치게 치우친다는 점이다 (예를 들어, Johnson & Greening, 1994; Thomas & Simerly, 1993; Weber, 1994; Zahra, et. al., 1993). 올바른 연구주제의 획득은 현실에서 시작해야 하는데, 개념에 대한 기존 자세들은 자칫 탁상공론에 빠질 수 있다. 형이상학적 발견이 현실과 유리된다면 그 노력은 무의미하다.

셋째, 심리학에 기반을 둔 개인의 인지과정에 관한 연구들은 기업구성원으로서의 개인이 사회구성원이기도 하다는 사실을 간과하며 환원주의에 빠지게 된다. 대표적인 것으로 윤리적 의사결정모형(Ethical Decision Making Model)은 콜버그의 도덕발달단계 이론(Colby & Kohlberg, 1987)에서 출발한 것으로 꾸준한 연구주제가 되어 왔다(Rest, 1986; Trevino, 1986; Dubinsky & Loken, 1989; Jones, 1991).

윤리의 가장 큰 특성중 하나는 주관적 기준이라는 것이다. 변수들은 상황에 따라서 상대적 기준은 될 수 있지만 절대적인 모형을 구성하기에는 무리인데(Skipper & Hyman, 1993), 많은 연구자들의 시각은 단 하나의 가장 적합한 모형에 대한 집착이 강하다(Tsalikis & Fritzsche, 1989)고 할 수 있다. 게다가 기존의 변수들을 이리저리 섞은 것에 불과한 연구들은 새로운 문제제기나 특정한 연구주제를 찾아내기에는 무리가 따른다(Brady & Hatch, 1992). 방법적으로는 계량적 변인분석에만 치중한 나머지(Randall & Gibson, 1990), 인간행위를 심리적 변수로 측정해 낼 수 있다는 지나친 길성론적 오류를 범하게 된다(Weick, 1979). 보다 근본적으로 기업윤리는 효율성을 내세우는 경제적 세계관과 당위성을 앞세우는 규범성이 만나는 분야인데, 두 세계관에 존재하는 시각의 차이로 인해서 인식론적 갈등이 존재하게 된다. 또한 이는 방법론적인 어려움으로 이어지고 있다.

2. 역동적 인식론의 필요

많은 연구에도 불구하고 지금까지 “왜 기업조직이 윤리적으로 행동해야 하는가”하는 물음에 대한 명쾌한 대답을 찾아내거나 제시하지 못하고 있다(Frederick, 1987; Swanson, 1995). 일반적으로 경영자들과 기업조직 구성원들은 효율성에 기반한 결과들이 도덕적, 윤리적 가치로 인해서 부정적인 영향을 보이게 되리라는 두려움을 지닌다(Etzioni, 1988; Friedman 1962, 1970; Sen, 1987). 현재로는 효율성과 도덕성 사이에 넘어서 수 없는 장벽이 있는 것으로 인식되고 있다(Cavanagh et al., 1981; Frederick, 1987; Swanson, 1995; Wood, 1991). 그러므로 규범적 당위성을 늘어놓을 것이 아니라, 실제 기업조직의 맥락에서 문제를 접근하는 것이 중요하다(Cohen et al. 1972; Steidlmeier, 1987; Swanson, 1995). 물론 기존의 여러 개념이나 규범들이 연구의 본질과 목적에 얼마나 부합하는가도 살펴야 한다(Kahn, 1990). 이러한 어려움으로 인해서 아직 기업윤리 분야에는 연구방법론에 대한 전반적 동의가 이루어지지 않고 있다(Robertson, 1993; Frederick, 1992). 그러므로 실제로 기업윤리의 주제가 되는 일들이 벌어지고 있는 기업세계를 연구의 출발점으로 삼아야 할 것이다.

우선 바람직한 기업윤리를 살피기 위해서는 실제 행위가 발생하는 맥락(Weber, 1993)을 살펴야 하며, 기업의 대사회 정책수립집행과정(Epstein, 1987)에 초점을 맞추며, 미시적/거시적 관계(Swanson, 1995)를 찾아내야 한다. 결국 방법론적으로 끊임없는 실천학습 과정(Gummesson, 1991)과 조직논리에 직접 뛰어드는 노력(Argyris & Schon, 1991; Cole, 1991; Karlson, 1991; Whyte, 1991)이 필요하다.

기업조직은 그 자체로 선호하는 논리와 가치, 나아가서는 윤리적 가치체계를 이미 활용하고 있다. 그러나 구성원들은 기업조직 구성원이라는 위치와 사회인이라는 자격을 함께 지니고 있다. 따라서 이 두 논리가 명백하게 대립되는 상황에서 갈등을 일으키게 된다. 조직에서 공유된 가치나 전제들에 대해서는 이미 관념화된 문화(ideational culture, Schein, 1992), 신념체계(belief system, Donaldson & Lorsh, 1983), 이해틀(interpretative scheme, Bartunek, 1984), 조직 패러다임(organizational paradigm, Etzioni, 1988; Johnson, 1987, 1992; Pfeffer, 1981), 그리고 제도논리(institutional logic, Jackall, 1988)들로 분리위쳐 왔다. 이러한 사고틀을 기반으로 조직내 구성원의 가치화 과정을 살필 수 있다.

기업조직 구성원이 기업조직 논리를 만들어 나가는 행위자라는 사실을 인식하는 것은 실천적 함의를 위해서 꼭 필요한 부분이다. 특히 이러한 시각은 구조화 이론(Giddens, 1984), 사회화의 형성(Simmel, 1971), 이중고리 학습(Argyris & Schon, 1978), 쌍방향 상호과정(Halme, 1995)들의 설명틀로서 갖추어질 수 있다. 기업현실에서 출발하는 시각을 통하여 기업윤리에 대한 이론과 현실사이의 괴리를 좁혀가야 하며, 경영학 지식의 실천적 유용성을 크게 증대시켜, 결과적으로 역동적 인식론(Spender, 1994)을 구성해야 한다.

Ⅲ. 대안적 연구방법사례와 제언

기업윤리에 대한 연구의 풍부함을 확보하기 위한 새로운 연구방향은 여러가지 방법들을 상호보완적으로 사용하는 것이다. 흔히 사회과학에서 객관적 접근방법인 양적 방법과 주관적 접근방법인 질적 방법은 그 근본적인 차이로 인해서 대립이 불가피하다고 여겨져 왔다. 이러한 주장은 방법론과 방법에 대해서 혼동을 하는 경우 생기는 오판이다. 흔히 양적 방법은 실증주의자들의 전유물로서 주로 이론의 검증을 위한 수단으로 인식을 하며, 질적 방법은 현상학자들이 주로 사용하는 것으로 잘못 인식을 한다(Schutz, 1967). 이 논리는 방법론사이에 존재하는 통약불가능성(incommensurability)을 방법에까지 확대적용시켜 생각한 것이다. 연구자는 질적인 자료를 가지고서 양적인 해석을 할 수도 있다(Yin & Held, 1975). 또한 반대로 양적인 자료를 질적으로 추론해 나갈 수도 있다(Sieber, 1973). 곧 양적 방법론을 바탕으로 질적 방법을 사용하는 것과 양적 방법을 통해서 질적 방법론적인 연구를 해 나가는 것 모두 가능한 것이다(Denzin, 1970; Jick, 1979; Webb, et al., 1966).

이제 기업윤리를 연구한 세가지 연구사례를 제시함으로써 대안적 연구방향에 대한 논의를 출발시키고자 한다. 기업윤리 연구는 공통적으로 논의가 이루어질 수 없는 주제들, 민감한 사안들을 다루고 있다. 이런 난점을 극복하기 위한 연구사례를 통하여 대안적 연구방법론의 가능성과 유용성을 탐구한다.

1. 민감한 주제들에 관한 방법전략

기업활동에 대한 윤리에 대한 연구들은 폭력, 성희롱 또는 마약에 대한 연구들과 마찬가지로, 연구 대상자들에게는 매우 민감한 사항을 묻는 연구이다. 따라서 이러한 경우, 연구의 의도와는 다르게 심한 편기가 개입될 수 밖에 없으며, 연구자 또한 원하는 정보를 얻어내기 위해 힘쓴다(Sieber & Stanley, 1988). 이러한 금기에 둘러싸인 사회생활 영역들에 관한 주제들(Farberow, 1963), 또는 연구에 참여하는 모든 이들에게 본질적인 위협을 줄 수도 있는 주제들(Lee & Renzetti, 1990; Lee, 1993)에 관한 연구를 민감한 연구라고 칭할 수 있다. 민감한 주제들에 접근하려는 가장 오래된 시도는 다양한 방법을 이용하는 것(Kinsey 외 다수, 1948, 1953)이었다. 이 연구들은 특히 성생활에 관한 연구를 수행한 것으로 유명하다.

이미 부호화한 설문에 응답하는 방법보다는 개방형 설문지가 요구된다(Sudman & Bradburn, 1982). 응답자들은 극단적인 답을 피하는 경향이 있으며, 의도적으로 그 정도를 낮게 표현하는 경향이 있기 때문이다(Coxon, 1988). 설문 형식에 있어서도 단답형 질문보다는 응답자들이 스스로 자신의 의견을 피력할 수 있는 서술형 질문이 유효하다. 단답형 질문은 주로 피연구자의 태도에 관한 연구에 적절하며, 행위에 관한 연구에는 서술형 질문이 적합하다고 알려져 있다. 비교적 긴 질문은 응답자들이 기억을 회상시키는 지렛대 역할을 하게 되며, 긴 질문에 상대적으로 긴 대답이 많다(Sudman & Bradburn, 1979, 1983).

피연구자들에게 익숙한 언어들을 이용하는 것(Bradburn, 1983; Bradburn & Sudman, 1979), 설문 상황에 있어서도 응답자들이 쉽게 상정할 수 있는 사례를 이용하는 것이 적절하다는 것(Alexander & Becker, 1978; Finch, 1987)은 이미 잘 알려져 있다.

연구방법적 다양성을 확보하기 위하여 세가지 새로운 연구 방법전략을 탐구하고, 현실의 모습을 있는 그대로 파악하기 위한 절차를 택하고 있음을 예시한다. 그리고 이들 방법들이 기업윤리 연구에 한꺼번에 사용될 수 있음을 문제중심적 접근시각과 이론중심적 접근시각을 통해서 알아 본다.

2. 대안적 연구사례들

앞에서 제시한 전략들이 구체적으로 어떻게 수행되었는가를 연구사례들을 통해서 정리한다. 첫번째 연구는 기존의 객관적, 계량적 방법론의 논리에서 연구대상자들이 민감하게 느낄 자료를 수집하여야 하는 기업윤리 연구에 맞게 수정보완하는 방법론적 전략을 찾아 본다. 이는 연구대상자가 민감하게 느끼는, 대답하기를 꺼려하는 주제들에 대해서 계량화를 통해서 모집단, 조직의 특성을 파악해 내는 방법을 제시하고 있다. 두번째 연구는 심층적 면접을 통해서 관료제적인 기업조직과 조직구성원의 윤리의 실태를 살피고 있다. 구조적으로 토론이 금지된 측면을 극복하고 토론의 대상으로 등장시켜, 이론과 실천의 일치를 도우고 있다. 세번째 연구는 Q-방법을 통해 질적 방법론의 논리로 기업내 구성원의 윤리적 주관성을 살피고 있다. 이 연구는 사회적으로 토론가능성이 제약되는 한계를 극복하여 역시 이론과 실천의 통합을 촉진시키고 있다.

(1) 무작위 반응 기법(RRT): 민감한 주제를 위한 계량적 연구방법

피연구자의 의도를 배제하는 방법으로 무작위반응기법(RRT: Randomized Response Technique)을 새로운 방법론적 전략으로 이용할 수 있다(Hosseini & Armacost, 1993). 무작위반응기법의 가장 일반적 형태는 민감한 질문을 연구대상자에게 아무런 거리낌을 주지 않을 질문과 섞어서 묻는 것이다. 무작위반응기법은 피연구자들이 응답을 회피하거나 솔직하게 응답하지 않는 문제점을 해결할 수 있다(Dalton & Metzger, 1992). 설문에 대한 참여율을 높이는 것 뿐 아니라, 개인자료에 대한 확실한 보호를 통해서 피연구자를 권리침해로부터 보호할 수 있다.

민감한 질문에 대한 빈도, 집중도, 어떠한 특성의 정도등을 알아내기 위해서 양적 설계를 사용하는 무작위 반응 기법으로 첨가상수 설계(Additive Constants Design)가 가장 많이 사용된다. 양적 방법론을 기반으로 하지만, 연구하고자 하는 대상의 민감한 사항에 대한 질적 답변을 연구하기 위한 질적 설계를 사용하는 무작위반응기법에는 모턴 설계(Morton's Design)가 편차나 분산이 작다는 점에서 가장 널리 쓰이고 있다. 두개 이상의 관계없는 문항으로 구성된

설문에서, 얻고자 하는 민감한 사항에 대한 질문외에는 미리 그 값을 알고 있거나 정해진 것이다. 예를 들어 다음 두 문항중 하나로만 이루어진 설문지가 있다.

- 나는 전에 근무하던 회사의 비밀을 지금의 회사에 넘겨주었다. (예 / 아니오)
- 1년은 15개월이다. (예 / 아니오)

첫번째 문항이 정작 알고 싶은 문항이며, 두번째 문항은 통제문항(control question)이다. 전체 설문지가 100부이며, 첫문항의 설문지가 80부, 통제문항의 설문지가 20부라고 하자. 전체 설문지수와 같은 수(100명)로 이루어진 피설문자는 임의로 설문지를 고를 수 있다. 설문지에는 예/아니오 외에는 응답자가 대답해야 할 어떠한 문항도 없다. 따라서 익명성이 보장된다. 전체응답자중 한 응답자가 문항을 택할 확률은 첫번째 문항이 0.8, 통제문항이 0.2가 된다. 만일 전체 응답자 중에서 1/3이 '예'라고 답했을 경우, 첫번째 문항에 '예'라고 답할 확률은 공식에 따라서 $(1/3 - 0.2) / 0.8$ 로서 0.1667이 된다. 이 경우 모집단으로 정해진 조직에서 전에 근무하던 회사의 비밀을 현재 회사에 폭로한 인원은 전체의 16.67%이다(공식에 대한 설명과 증명은 다음을 참고할 것: Chaudhuri & Mukerjee, 1988; Dalton & Metzger, 1992; Dalton et al., 1996; Kotz & Stroup, 1983; Lee, 1993).

조직내 부정행위에 대한 연구를 기존의 통계방법과 병행한 결과에 의하면, 전체 참여율뿐 아니라 부정행위에 대한 인정비율 모두 무작위반응기법을 사용한 경우가 높게 나타났다(Dalton et al., 1996). 이는 기존 통계기법을 통한 연구에서 응답자들이 대답하기 꺼려하는 단점을 무작위반응기법으로 풀어낼 수 있다는 것이다.

그러나 무작위반응기법이 만병통치약이 될 수는 없다. 응답자들이 회피하는 태도를 해소한다는 장점은 있으나(Boruch & Cecil, 1979; Goodstadt 외 다수, 1978; Zdep, 1979), 설문 의 성격상 빈도를 묻는 조사에 적합하다. 또한 완전한 익명을 보장하므로, 응답자들 개인특성에 대한 비교연구가 어려우며 타당성 오류를 유발할 수도 있다(Umesh & Peterson, 1991). 이러한 단점들은 다른 연구기법을 사용함으로써 어느 정도 보완할 수 있다.

(2) 민속지 방법의 응용(Ethnomethodology): 조직논리의 발견

민속지 방법은, 미시사회학의 다른 접근방법들과 마찬가지로, 일상생활에 접근함으로써 중요한 단서를 찾아내는 기법이다(Philips, 1992). 곧 당연하게 받아들이는 일상성에 질문을 제기함으로써 연구는 시작된다. 특히 기업윤리는 형이상학이나 철학적 전통의 물음인 “무엇을 하여야만 하는가”하는 당위의 문제보다는 “(기업관계에서) 어떻게 해야 하는가”하는 실질적인 문제에 대한 답을 찾아야 하기 때문에, 기업조직의 일상성이 그만큼 중요하다. 기업윤리 연구에 민속지 방법을 적용하기 위해서는 우선 상식에 문제를 제기할 수 있어야 하며, 그에 따라서 연구에 대한 지시성(indexicality)과 반영성(reflexivity)을 확보해야 한다. 기업조직 특유의 관료제적 논리를 탐구한 재칼의 연구와 조직내 직위 승계에 대한 게퍼트의 연구를 사례로 살펴 보기로 한다.

재칼(Jackall, 1988)은 관료제적 특성을 지닌 거대기업의 윤리상황을 연구하였다. 그는 심층적 연구면담기법(Mishler, 1986)을 통해서 거대 관료조직의 윤리를 파악하고 있다. 연구과정에 소요되는 시간이나 비용을 이유로 기업윤리에 대한 연구들은 주로 설문방식을 사용하는데 반하여, 재칼의 기업조직에 대한 심층적 관찰은 기업윤리 연구에 대한 새로운 방향제시를 하고 있다. 구체적으로 각 계층의 조직 구성원들에 대한 구조적이며 심층적인 면접은 주로 두 세시간에 걸쳐서 진행되었으며, 모두 143명에 대하여 면접을 실시하였다. 연구면담을 통하여 연구자는 피면담자의 이야기를 추출해내고 같이 구성해가며 피면담자의 역할을 수동적 이야기의 제공자가 아니라 적극적 이야기의 구성자로 변화시켜 나간다(Van Maanen, 1987; Weick & Browning, 1986). 두 기업에서 비공식적 방법으로도 자료를 수집하는 참여적 관찰을 병행하였는데, 식사를 함께 나눈다든가, 다양한 기업경영 세미나에 참여하는 방식을 이용하였다.

재칼은 이를 통해서 관료제의 윤리가 기업활동을 정당화 시켜주었던 프로테스탄트 윤리와는 별개의 윤리로 성립하고 있음을 밝히고 있다. 일과 소명의식의 관계는 깨어졌고, 더 이상 개인의 성공이 신의 소명보다는, 오직 상사의 인정과 시장에서의 성공에 달린 것이다. 결국 관료제적 조직은 도덕성의 내적기준도 외적기준도 부식시키고 말았다. 대신에 그 자체의 내부적 규칙과 사회적 상황을 만들어 내었다. 관료제는 경영자로 하여금 복잡한 현실을 벗어나게 해

주는 것처럼 보이지만, 그 대신에 또 다른 위험으로 인도하고 있는 것이다.

게파트는 조직내에서 직위를 승계하는 시점에서 그 후보를 지명하는 과정에 대한 연구를 진행하였다(Gephart, 1978). 특히 구성원들끼리 나누게 되는 상호작용과 대화에 중점을 두어서 계승과정에 대한 미시적 기제를 찾으려 하였으며, 조직 구성원들 스스로가 만들어 내는 상징 작용을 해석해 내는 것에 주안점을 두고 있다. 게파트는 기업의 이사회나 조직의 중요행사에서 주요 직책의 인사가 교체되는 과정을 구성원의 시각으로 읽어내었다. 이를 위해서 조직의 이사회에 속한 구성원들이 직접 여러자료들을 해석해 내게 하였다. 자료들은 그 조직고유의 문서들이나 대화들을 청취한 것들이다. 이 연구를 통해서, 조직의 규칙을 어긴 사례를 제기하고, 그 사례가 조직 고유의 가치를 범한 것임을 입증하며, 그에 대해 탄핵을 제기하는 인물이 나타나고, 이 규칙을 범한 인물이 단 한번의 실수가 아니라 여러차례 동일한 잘못을 했다는 것을 밝혀낸다. 이 과정을 통해서 일정 조직의 목적에 위배되는 인물을 추출하게 된다.

그동안 많은 연구들이 개인의 윤리적 판단기준에 대해서 비중을 두어 왔지만, 이 연구들은 기업조직의 구조적 압력이야말로 특정한 상황을 구성하고 있다는 현실을 파악하고 있다. 이러한 조직의 현실과 그 밑에 숨어있는 제도적 논리를 파악하는 것이 기업조직의 행위를 접근하기 위해서 필수적이라 할 수 있다. 이 연구들은 이해관계자들이 암묵적으로 상호합의하고 있는 규칙에 따라 규정된, 구조적으로 논의가 불가능한 논제를 토론의 장으로 끌어내고 있다는 점에서 실천적 함의가 크다고 하겠다. 또한 기업조직을 윤리적으로 만들기 위해서는 바로 이러한 과정들을 먼저 이해하는 것이 급선무라고 하겠다.

(3) Q 방법(Q-methodology): 계량화를 통한 주관성 연구

윤리적 주관성, 곧 기업구성원 개인의 심층적인 자기준거(Brown, 1980)는 기존의 고립된 설문들을 통한 연역적 가설검증의 논리로써 찾아내기가 어렵다. 저자들은(Lee & Park, 1995, 1996) Q-방법을 통해서 기업조직내 구성원들의 주관적인 윤리적 기준에 대한 연구를 시도하였다. Q-방법(Stephenson, 1967, 1983)은 조직구성원들 스스로의 의견에서 추출하여 구성한 설문문항을 다시 그 조직구성원들인 피설문자들이 분류함으로써 조작적 주관성을 찾아낸다

(McKeown & Thomas, 1988). Q-방법은 어떠한 정의나 개념을 미리 가정하지 않으면서 대신에 Q-문항들을 나열함으로써 발생하는 연구대상자들의 분포로부터 새로운 가정을 생성하게 된다. 따라서 전체조사에 흐르는 전후관계성을 중요하게 여기며, 결국 연구 대상에서 비작위적 가설을 생성하는 질적 방법론의 논리를 갖는다. Q-방법의 절차는 크게 두개로 나눌 수 있다. 연구하려는 주제에 대한 의견을 모으는 첫번째 단계에서는 가능한 한 다양한 전체표본의 의견을 모은다. 두번째 단계에서는 수집되어 정리된 의견들, 곧 Q-문항들을 연구하고자 하는 대상자들에게 분류하게 한다. 파악된 결과들을 기반으로 연구대상자들 스스로가 연구주제에 대하여 질문을 던지고 인과적 관계를 표시하게 하여, 그들의 주관적 기준을 확인하며 가설을 확립할 수 있다(Bougon, 1983).

이 방법을 기반으로 윤리적 주관성을 탐구하여 기업 구성원들의 윤리적 위치를 찾아내었다. 특히 이 연구는 Q-방법을 통해서 기업구성원들의 윤리적 주관성이 상대적으로 위치하고 있는 모습을 읽어내었으며, 인구통계학적 자료를 가지고 개인적 기제를 찾아내고 있다. 예를 들면, 기업의 생존에 최우선 순위를 두며 기업과 기업활동의 윤리를 부정하는 기업이기주의자와 윤리적 문제를 인정하지만 그에 대한 반응에 따라서 여러가지 차원을 설정하였다. 곧 윤리적으로 문제를 일으키는 사안이 발생한 책임이 구조에 있는가, 개인에 있는가라는 차원과 그에 대한 반응역할을 적극적으로 할 것인가 소극적으로 안위를 지킬 것인가라는 두차원을 찾아내었다(Lee & Park, 1995). 이 차원들은 개인적으로 당혹스럽고 민감한 윤리적 주제이면서 혹시 고통스런 감정을 유발시킬지도 모르는 주제에 대한 토의를 가능하게 하고 있다는 점과 개인들이 결코 기업조직의 희생양만이 아니라 적극적인 윤리실천가가 될 수도 있다는 것을 보여줌으로써 실천적 함의가 크다.

Q-방법을 통해서 기업내 구성원들에 대한 연구뿐 아니라 기업끼리의 비교나 국가별 비교도 가능하다. 우리나라의 재벌기업과 외국기업들의 구성원들을 비교한 결과, 우리나라 기업구성원들이 상대적으로 구조적인 면에 민감하며 공리주의적이라는 점을 찾아내었다. 또한 기업간 비교에서 전문경영인이 상대적으로 많은 기업조직의 구성원들이 균일한 특성을 보이며, 윤리적 문제를 야기시킬 소지가 크다는 점을 발견하였다(Lee & Park, 1996).

그동안 기업조직의 구성원들이 윤리적 기준을 다양하게 지니고 있다는 점은 많이 지적되어 왔으나 그 실체를 찾는 작업이 부진하였다. 이 Q-방법을 이용한 연구사례들은 구성원들의 시

각에서 연구를 전개하여, 구체적으로 기업구성원들의 가치가 무엇인지를 찾아내고 있으며, 실천적 함의를 내포하게 된다. 대부분의 기업윤리 연구에서는 비윤리적 행위들이 일어나는 과정을 조직 또는 관료제라는 추상적 개념에 책임을 지우고 있으나, 조직 구성원들도 적극적, 소극적으로 동조할 수 있음(Nielson, 1984a, 1984b)을 구체적으로 밝히고 있다.

3. 연구방법에 대한 제언

가설생성의 논리와 가설검증의 논리를 차례로 진행하고 상호보완적으로 사용함으로써 생산적인 연구활동을 가능케 할 수 있다는 주장은 이미 있어 왔으나(Jick, 1979; Louis & Bartunek, 1992), 최근의 로렌스와 와익의 문제중심적 접근과 이론중심적 접근의 논쟁을 통하여 특히 정교화되었다.

와익(Weick, 1992)은 이론중심적 접근을 주장하면서 몇가지 메타포를 이용하여 연구방법론의 필요한 다양성(requisite variety)을 제안하고, 결과적으로 존경스런 상호보완성과 통합을 강조하는 연구공동체를 만들어나가자고 주창하고 있다. 그의 이론중심적 접근이란 ‘이론이 어디에서, 어떤 맥락에서 진실인가’라는 질문으로부터 연구가 시작된다고 한다.

로렌스는 행동과학자들이 자연과학 방법론을 빌어오는 잘못을 범했다고 하면서, 이미 알고 있는 것을 바탕으로 알아야 할 것을 찾아내는 실수를 저지르고 있다고 주장한다(Lawrence, 1992). 문제중심적 접근에서는 실제로 사용가능한 발견을 하고 그발견이 실제로 사용되어지는 데, 그 이유는 문제가 실무가들의 언어와 사고에 쉽게 받아들여지기 때문이다. 문제중심적 접근의 단점이라면 일반화하는 데에 어려움이 있다는 것인데, 이는 발견이 아주 좁고 구체적 특정상황에만 적용되는 경우, 타당한 비판이라고 할 수 있다. 그러나 수준 높은 문제중심적 연구를 인정하고 보상해 주는 전환이 필요하며, 연구를 판단하는 기준도 그에 따라 전환되어야 한다.

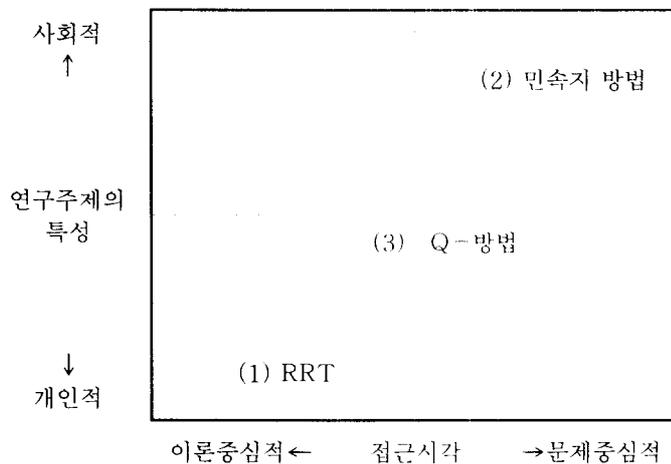
캐플란(Kaplan, 1964)의 메타포에 따르면, 문제중심적 접근은 내포, 내연(intension)에 의한 지식창출에 해당하고, 이론중심적 접근은 외연(extension)에 의한 지식창출이라고 할 수 있다. 로렌스의 참여적 몰두형은 내부자 탐구이고, 와익의 초연한 비개입형은 외부자 탐구에 해당한다(Evered & Louis, 1981; Louis & Bartunek, 1992). 이론중심적 접근은 좀 더 인지적이고 내재적 관점이, 문제중심적 접근은 연구가 실천적 도움을 줄 수 있는가가 연구의 출

발점이다. 다시 말하면, 문제중심적 접근은 전체에 대한 부분적 설명을 개발하여 점점 더 적합한 설명을 찾아나간다는 것이고, 이론중심적 접근은 조그만 부분에 대한 보다 완벽한 설명을 통해 인접한 부분에 대한 설명을 발전시켜 나간다는 것이다.

문제중심적 접근의 목적처럼 사람들의 비정기로운 상태를 바로잡는 것이 연구의 목적이거나 보다는 불완전한 이론과 수수께끼를 풀어나가는 목적이 이론중심적 접근의 목적이다 (Mitroff & Kilmann, 1978). 이론 중심적 접근과는 달리 문제중심적 접근에서 문제를 선택하는 기준은 인간과 사회체계를 어떻게 하면 더 잘 움직일 수 있게 만들 것인가라는 것이다.

〈그림 1〉은 앞에서 제시한 세가지 연구사례들을 위치시켜 놓은 것이다. 표현된 바와 같이 앞의 세 사례들은 각각 연구주제의 특성이 개인과 조직중 어느 부분에 중점을 두는지, 그리고 접근하는 시각이 이론중심적인지 문제중심적인지에 따라서 각각 다른 방법을 이용하였다.

그러나 동일한 연구주제에 위의 여러가지 방법을 한꺼번에 적용시킬 수 있다. 예를 들면, 기존 이론들을 현실에 검증시키기 위한 방법으로 RRT와 같은 기법을 이용하며, 그 밖의 문제들에 대해서 민속지 방법을 이용할 수 있다. 많은 경우에 현실에서는 양자택일의 시각보다는, 길 보기에 대조되는 가치들이 함께 작용하고 있다(Collins & Porras, 1994). 중요한 것은 이론 중심적 접근이나 문제중심적 접근중 단 한가지만을 고수하는 것이 아니라, 두가지 접근을 함께 조화롭게 이용할 수 있다는 것이다.



〈그림 1〉 대안적 연구방법들의 위치

방법은 그 자체만으로는 연구자의 가치개입과는 거리가 멀다. 그러나 이를 이용하는 연구자의 시각에 영향을 받으며, 이를 통해서 나름대로의 특성을 지니고 있다. 예를 들면, 도덕이나 윤리는 겉으로 드러나지 않는 성질의 것이므로 ‘보이는 것이 곧 실재의 전부’라는 왜곡된 실증주의적 시각으로 관찰하기에는 한계를 지니게 된다. 여기서는 우리가 언제나 이미 삶을 영위하고 있다는 사실의 자명함에서 출발하는 비분석적 자세가 필요하다. 비분석적 자세란 그 대상을 하나의 전체로서 파악하고 해석하는 방법이며, 중요한 것은 사회현상과 삶에 대한 이해라는 점이다(Argyris, 1993; Rosen, 1991). 그러므로, 특히 현실을 읽어내는 연구성과가 아직 미흡하며 실천적 대안제시가 필요한 기업윤리 분야에서는, 문제중심적 접근에 의해서 실제로 일어나고 있는 일들을 올바르게 읽어내는 노력이 필요하며, 이와 함께 기존의 이론들이 우리사회나 기업조직 현실에 설명력이 있는지를 이론중심적 접근에 의해 검증해 나가는 노력이 요구된다.

IV. 방법론을 위한 제언

사회과학에서 방법론에 대한 성격이나 특징에 대한 논의는 이미 오래된 것이 되었으며, 이 와함께 사회과학에서 방법론과 연구방법의 발전은 여러단계를 거쳐 왔다. 초기 사회과학의 입장에서 자연과학의 실증주의적 세계관을 그대로 수용했으므로 주된 관심은 어떻게 객관적으로 타당한 지표를 찾느냐 하는 것에 있었으며, 이는 자연스럽게 검증만능주의로 흐르게 되었다(오세철, 1980; Giddens, 1978). 다시 말하면, 사회과학의 목표가 사회현상을 지배하고 있는 법칙을 발견하는 데 두며 보편적 법칙의 발견을 위하여 자료를 계량화하며, 이를 위해서 자료를 객관화한다. 나아가서 객관적 관찰이 가능한 현상에 초점을 맞추고, 이에 대한 엄밀한 측정과 처리에 관심을 두게 되었다. 결국 일반화에 대한 지향은 사회현상의 다양한 실재를 일원적으로 환원함으로써 사회현상이 지니고 있는 고유한 사회적, 역사적 맥락뿐 아니라, 사회현상의 주체가 지니고 있는 의지나 주관성을 무시하게 된다(Denzin, 1989). 연구자는 자신이 지닌 방법론과 시각이 만병통치약이 아님을 깨닫고, 연구주체에 바람직한 시각들을 다양하게

수용할 수 있는 자세를 지니고 있어야 한다. 또한 행위주체를 통해 일어나는 사회현상을 연구하는 만큼, 이론적 감수성으로 연구대상을 이해하여야 한다.

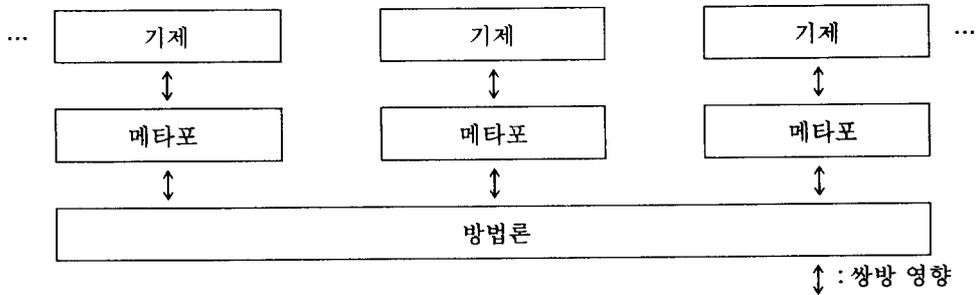
이 부분에서는 방법론에 대한 제언들을 정리한다. 실체 자체가 다양하며 주관적인 사회현상과 대상들을 연구하기 위해서는 폭넓은 시각이 필요하다. 이를 위해서 방법론적인 개방성을 주장한다. 또한 이론과 실천을 통합하기 위한 연구프로그램을 위해서는 일면적이고 단편적인 지식을 위한 연구가 아니라, 동일한 또는 유사한 주제에 대한 꾸준한 관심과 연구가 필요하다. 이를 위한 끊임없는 실천학습 연구방법론과 연구시각을 제시한다.

1. 연구시각의 개방성과 다양성 견지

사회과학은 개별기술적이며 개별적인 구체적 사상에 대한 주관적 이해를 도모하려는 특성을 지니기 때문에 그 내용자체에 가치가 개입될 수 밖에 없다. 사회과학에서 객관성이 불가능하며 필연적으로 연구자의 주관이 개입되게 된다는 논의는 특히 베버에 의해서 주장된 바 있다(Weber, 1949). 각각의 방법론은 나름대로의 세계관을 지니게 되며 대상을 분석하는 시각을 통제하게 되어 객관적인 시각의 확보를 제한한다(Lincoln & Guba, 1985).

또한 연구방법론은 연구자가 위치하고 있는 패러다임이나 인식론적 위치에 밀접한 관계를 지닌다(Morgan, 1980, 1983; Weick, 1992). 자연과학의 경우 연구자의 가치개입을 필요로 하지 않는 객관적 현상의 기술이나 수치의 제시가 연구목적의 대부분이다. 하지만 사회라는 커다란 구조내의 문화나 제도들과 뗄 수 없는 관계를 지니고 있는 사회과학의 경우에는 그 방법론이 곧 인식론과 이어지게 된다. 연구자가 세계를 보고 해석하게 하는 기초에 대한 구성적 가정들인 패러다임과 세계에 대한 통찰, 이해, 설명에 있어서 특정한 입장을 옹호하게 하는 메타포는 연구자의 시각에 영향을 미치게 된다. 연구자는 연구대상의 상을 나름의 메타포를 통해 구성하며, 그에 따라 연구분석의 전제와 가정을 구축한다. 따라서 연구자는 자신이 지니고 있는 시각과 메타포들을 돌이켜봄으로써 자신의 위치를 명확하게 인식할 수 있다(Morgan, 1983).

그런데 문제가 되는 것은 '단 한가지 시각(one best way)'를 지향하는 연구자들의 신념이다. 또한 연구하려는 문제와 상황에 가장 적합한 메타포들을 찾지 못하는 가장 큰 이유도 연



〈그림 2〉 바람직한 방법론 시각

구자들이 전통에 얽매인 나머지 열린 자세를 지향하지 못하는 데에 있다(Spender, 1994). 만일 연구시각이 특정한 이론이나 메타포들에 따라 그 형태가 이미 정해져 있는 지식의 생산 도구에 불과하다면, 연구과정에 있어서 방법론은 수동적으로 단순히 선택되는 위치일 뿐이다. 다시 말하면 방법론이 이론을 정당화해 주는 수단에 그치게 되기 때문에 지식을 탐구하는 역할은 의미가 없게 된다. 그러므로 이론이나 연구에 있어서 보편성이나 일반성을 지나치게 강조하게 되면, 이를 지속적으로 재생산해내기 위한 연구방법론은 이론에 종속되고 마는 것이다.

이론의 경직된 구조와 한계를 넘어서고 현실에 적절한 설명력을 찾기 위해서는, 법칙과 같이 “A이면, B이다”라는 이론틀을 넘어서서, “A이면, 때로는 B이고, C이고, D이고, E이거나, F이다”라는 다양한 기제(mechanism)를 찾으려는 노력이 필요하다(Elster, 1989; 1993). 이론은 단지 어떤 상황에서 특정한 기제가 작용함을 보여줄 뿐이다(Swedberg, 1990). 따라서 거대이론을 추구하는 것보다 현실적 기대감을 충족시키는 자세가 필요하다.

결국 사회과학에서 연구자가 할 수 있는 최대한의 노력은 다양한 시각에 의해서 야기되는 편차를 어떻게 하면 줄일 수 있는가에 있다. 몇몇 메타포들을 통해서만 사회현상을 접근하려는 자세는 편협한 시각만을 고수하게 된다. 그러므로 연구자들은 연구상황에 맞는 보다 적절한 기제와 메타포들을 찾아내는 노력을 게을리하지 않아야 한다. 다시 말하면, 상황에 따른 특정한 맥락들을 파악해 나가는 각각의 작은 인과적이며 설명력있는 기제들을 끊임없이 탐구해야 한다. 바람직한 방법론은 〈그림 2〉에서 표현된 바와 같이, 다양한 기제와 메타포들을 이용하여, 실천력과 설명력을 겸비한 시각을 채워나가는 과정이 되어야 할 것이다.

2. 이해적 상호작용을 통한 실천학습 방법론

사회안에서 인간은 일상생활에서 의식의 교차를 통해서 끊임없이 현실을 구성하고 조직해 나가므로(Denzin, 1989), 인간의 주관적 의미에 대한 연구를 통하여 인간의 본질과 사회현상을 제대로 연구해야 할 것이다. 방법론에 대한 제언으로 내용적으로는 연구대상 자체의 통찰(epiphany)과 설명의 긴박감(verisimilitude)을 중요시한다는 것과 연구과정으로는 끊임없는 실천학습(action learning)을 통해 채워나가는 과정이 필요하다.

사회현상 자체를 지나치게 객관화하여 바라보는 신념체계는 다양하게 존재하고 있는 가능한 해석이나 의미를 간과하게 된다. (Strauss, 1987, 277-278) 우리가 이론과 현실, 그리고 실천의 통합을 지향하는 데 필요한 연구방법론의 다양성을 갖추기 위해서는 먼저 세계를 주어진 객체로 볼 것이 아니라(Zelditch, 1962), 의미를 지닌 존재로 파악하는 자세에서부터 시작할 수 있으며, 이론적 감수성을 지니고 현상의 의미에 대한 세심한 관찰이 필요하다(Strauss & Corbin, 1990; Glaser, 1978; Glaser & Strauss, 1967) 의미에 대한 것들, 곧 사물을 특징짓는 정의나 추론, 모형, 은유들(Dabbs, 1982)을 내부로부터 이해하는 자세(Bhaskar, 1978)가 필요하다. 결국 이론적 감수성이 연구자에게 요구된다.

이러한 맥락에서 기존의 객관성을 추구하는 사회과학의 연구방법론과는 다른 실천적 학습 탐구방법론(action learning inquiry)이 요청되고 있다. 실천적 학습 탐구방법론은 역사적으로 다양한 형태로 발전되어 왔으며, 행동탐구(action research)의 전통에서부터 출발하고 있다. 행동탐구의 기본 과정은 문제와 기회요인, 인과적 요인, 환경상의 제약요인과 적합한 실천양식등을 규명하고, 변화를 제안하고 실행계획을 수립하며, 대상영역에서의 변화를 시도하며, 변화와 실행상황에 대해 평가하고, 마지막으로 그 변화를 심화시키고, 제도화시키며, 확산시켜 나가는 것으로 이루어진다(Lewin, 1948). 참여적 행동탐구(participatory action research)는 공동탐구자와 피험자로서 실천경영자가 참여하는 형태의 행동탐구이다(Whyte, 1991). 인간의 행위에 대한 추론은 그 인간이 추론과정에 같이 참여했을때 보다 타당성이 있고, 행동과 실천에 옮겨질 수 있기 때문이다. 또한 행동탐구과학(action science)은 참여자들이 실천과 연구현장에서 특히 위협적이거나 당황스런 상황에서 묵시적으로 사용하게 되는 이론에 초점을 맞추고 있다. 사용자들이 대체로 인식하지 못하는 여러 방어기제들이 암묵적 사

용이론들이다(Argyris & Schon, 1974; Argyris et al., 1985; Argyris, 1993). 행동탐구과학은 기본적으로 현실과 이론이 엮물려 있으며 이를 통해서 실천적 대안을 찾을 수 있는 원칙에 기반을 두고 있다. 연구자는 연구하려는 상황의 본질을 드러내기 위해서, 그 상황에 직접 뛰어들어 그 상황의 개념을 사용하여야 한다(Morgan, 1988; Reason, 1988).

진리를 찾아가는 과정은 결코 완전히 성취될 수 없는 것이며, 지속적인 과정이다. 아지리스는 기존의 인과성에 기반한 과학개념과 현실에 대한 올바른 자각을 위한 지식을 대비하고 있다. 현실과의 관계를 보면, 전자에서는 일상에 대한 방어적 자세를 견지하는 반면, 후자의 원리에서는 현실과의 지속적 상호작용으로 변화를 주도한다. 나아가서, 연구를 얼마나 잘하고 있는가를 검증하는 것은, 가설을 지속적으로 반증해 나가는 것이다(Argyris, 1993; Popper, 1968). 일반화가 최고의 목표라는 생각 대신, 현실과 지속적으로 상호작용 하며, 연구의 시각을 정립하는 자세가 필요하다. 이는 '탐구→가설→실천'의 큰 축으로 이루어 지는데, 각 과정사이에 앞선 결과를 반영하는 자세가 요구된다(Garrat, 1991).

실천학습 탐구를 통해서 현실을 제대로 배우고, 좋은 사례들을 직접 느낌으로써 적합한 실천전략을 깨닫게 된다(Pedler, 1991a; 1991b). 실천학습 과정에서는 조직의 안과 밖을 가르는 경계를 넘어서 통합된 기제를 배워나갈 수 있다. 결과적으로는 연구시각의 범위를 넓혀감으로써 이론적 이해와 사회의 진보라는 목표를 동시에 성취할 수 있는 가능성을 획기적으로 증대시킬 수 있을 것이다. 특히 실무경영자와 함께 중요한 실무적 문제를 해결하는데 적극적으로 연구자가 관련함으로써 이론과 실천 양면에서 연구자의 시각을 새롭게 넓혀줄 수 있을 것이다.

V. 결 론

본 연구에서는 이론과 현실의 통합을 통해서 실천적 함의를 지니는 기업윤리연구를 위한 새로운 연구방향을 제시하였다. 특히 현실의 올바른 인식을 통해서 실천적 방법을 보여야 하는 기업윤리 분야에서는 기존의 가설-검증의 연구방법론으로는 제 역할을 다할 수 없다. 기존 연구

들은 주로 이미 존재하고 있는 이론들이 얼마나 적실성이 있는가를 검증하는 작업에 그치고 있다. 이는 본질적이고 근본적인 문제에 대한 해결책을 제시하지 못할 뿐더러, 기업윤리 분야에 대한 공헌 또한 미흡하게 된다. 응용과학의 하나인 경영학 연구의 임무중 하나는 사회내에서 인간이 어떻게 표현하고 구성되는가를 살핌으로써, 삶이란 상징적 상호작용의 연속임을 보이며 해석하는 것이다. 따라서 연구대상에서 일정한 거리를 두고 객관적 접근을 하여서는 그 실체를 파악할 수 없다. 비취(Beech, 1994)가 주장하는 것처럼 기업윤리가 상아탑 속의 사변적 주제로 전락되는 것을 막기 위해서는, 객관성을 기본으로 한 인지적 이해에만 초점을 맞추기 보다는 이론과 실천의 통합을 추구해야 한다. 또한 경영자들에게 비판적 인식과 더불어 그들이 영향력을 행사할 수 있는 실천현장에 변화를 가져올 수 있는 능력도 제공할 수 있어야 한다(Snell, 1993). 그러므로 기업윤리에 대한 연구는 이론과 현실사이의 통합은 물론 응용 실천학문으로서의 실천적 유용성을 확보해야만 할 것이다. 실천적 지식을 생산해 낼 수 있는 올바른 연구과정은 설명, 규범, 처방의 기준으로 (Argyris, 1993) 이루어져야 한다.

기업윤리에 대한 구체적 연구방향을 요약해 보면 다음과 같다.

첫째, 우선 방법론적 제안에 걸맞는 통합된 시각이 필요하다. 기업윤리에 대한 연구에 있어서 세가지 대안적 연구사례에서 보았듯이, 구조적으로 또한 사회적으로 토론이 금지된 윤리적 측면에 대한 논의를 촉진시킨 이러한 연구들은 방법적 다양성을 탐구하고 새로운 연구방향을 모색하는 연구자들에게 커다란 시사점을 던져준다.

둘째, 조직 구성원들이 실제로 활용하는 논리가 무엇인지를 찾아내야 한다. 어느 조직이든지 사회적 가치와는 별개로 추구하는 가치체계가 있기 마련이기 때문이다.

셋째, 처방과 실천적 함의를 위해서는 기업조직의 구성원이 수동적인 규범의 담지자만일 뿐만 아니라, 스스로 가치체계를 변화시켜 나간다는 사실을 인식해야 한다(Jackall, 1988).

나아가서 대부분의 기존연구들이 서구의 가치체계와 개념들을 사용하고 있는데(Said, 1978; Vogel, 1992), 우리의 가치체계를 올바르게 반영하는 노력이 필요하다. 기존의 몇몇 인류학적 연구들에서 이미 한국의 기업구성원들이 독특한 가치를 지니고 있으며(Janelli, 1993), 이종적이며 혼합적인 특성이 있음을(Kim, 1992) 보여주고 있다. 또한 우리 기업인들은 법적 요소보다는 나름의 규범체계로서(Lee & Park, 1995, 1996) 윤리기준을 설정하고 있다.

우리의 연구는 응용학문(applied discipline)이며 실제 세상에 유용하고 건설적인 연구를 생성해 내는 일어야말로 의미있고 보람있는 일이기 때문이다. 최근의 우리 연구공동체의 제도적 장애물이라고 할 수 있는 수량적 연구성과의 강조는, 종단적 연구방법의 사용을 억제하고, 진정 중요한 연구과제에 대한 탐색적 연구방법의 사용보다 실천적 유용성이 적은 계량적 연구방법의 적용을 유도할 가능성이 크다. 이러한 상황 하에서 기업윤리에 대한 연구야말로 탐색적 연구방법의 적용을 통한 가설생성적 연구와 문제중심적 연구를 중시하여야 할 것이다. 진실을 찾는 과정은 좀 더 나은 시각을 찾는 과정과 연결되어야 한다. 왜냐하면 우리들이 연구하고 있는 현실세계는 우리들에 의해서 창조되는 것이기 때문이다. 우리는 우리들이 살고 있는 세계에 대한 지식을 서서히 채워나가면서, 세계의 참모습과 우리들이 지닌 시각 사이의 간극을 좁혀가야 한다.

참 고 문 헌

1. 신유근, 한정화 (1990), 『한국기업의 사회참여활동』, 서울:전국경제인연합회.
2. 오세철 (1980), “사회과학에 있어서 양적방법론의 문제: 실험을 중심으로 (상)”, 산업과 경영, 17, 865-884.
3. 장익선 (1993), “기업윤리의 인식과 실천에 관한 연구”, 생산성 논집, 7, 205-229.
4. 한국경영학회 (1992), 『한국의 기업윤리: 이론과 실제』, 서울: 세경사.
5. 한기수 (1987), 『기업의 사회적 책임에 관한 실증적 연구: 사회적 지출에 대한 이해관계자 집단의 태도를 중심으로』, 연세대학교 대학원 경영학과 박사학위논문.
6. Aguilar, F. S. (1994). *Managing Corporate Ethics: Learning from America's Ethical Companies How to Supercharge Business Performance*. Oxford, UK: Oxford University Press.
7. Akaah, I. P., & Lund D. (1994). “The Influence of Personal and Organizational Values on Marketing Professionals' Ethical Behavior”, *Journal of Business Ethics*, 13,

- 417-430.
8. Alexander, C. S., & Becker, H. J. (1978). "The Use of Vignettes in Survey Research", *Public Opinion Quarterly*, 42, 93-104.
 9. Argyris, C. (1993). *Knowledge for Action: A Guide to Overcoming Barriers to Organizational Change*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
 10. Argyris, C., Putnam, R., & Smith, R. M. (1985). *Action Science*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
 11. Argyris, C., & Schön, D. (1974). *Theory in Practice*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
 12. Argyris, C., & Schon, D. (1978). *Organizational Learning: A Theory of Action Perspective*. Reading, MA: Addison-Wesley.
 13. Argyris, C., & Schon, D. (1991). "Participatory Action Research and Action Science Compared: A Commentary", In W. F. Whyte (Ed.), *Participatory Action Research*, Newbury Park, CA: Sage. 85-96.
 14. Bartunek, J. (1984). "Changing Interpretative Schemes and Organizational Restructuring: The Example of a Religious Order". *Administrative Science Quarterly*, 29, 355-372.
 15. Beauchamp, T. L. (1983). *Case Studies: In Business, Society, and Ethics*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
 16. Beech, N. (1994). "Business Ethics", *Management Learning*, 25, 599-604.
 17. Bhaskar, R. (1978). *A Realist Theory of Science*. London, UK: Harvester Wheatsheaf.
 18. Boruch, R. F., & Cecil, J. S. (1979). *Assuring the Confidentiality of Social Research Data*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
 19. Bougon, M. G. (1983). "Uncovering Cognitive Maps: The Self-Q Technique", In G. Morgan (ed.), *Beyond Method: Strategies for Social Research*. Beverly Hills, CA: Sage. 173-188.

20. Bradburn, N. M., & Sudman, S. (1979). *Improving Interview Method & Questionnaire Design*, SF: Jossey-Bass.
21. Bradburn, N. M. (1983), "Response Effects" In P. H. Rossi, J. D. Wright & A. B. Anderson (Eds.) *Handbook of Survey Research*, NY: Academic Press.
22. Brady, F. N., & Hatch, M. J. (1992). "General Causal Models in Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, 11, 307-315.
23. Brown, S. R. (1980). *Political Subjectivity: Applications of Q Methodology in Political Science*. New Haven and London: Yale University Press.
24. Cannella, Jr. A. A., & Paetzold, R. L. (1994). "Pfeffer's Barriers to the Advance of Organizational Science: A Rejoinder", *Academy of Management Review*, 19, 331-341.
25. Cavanagh, G, Moberg, D., & Velasquez, M. (1981). "The Ethics of Organizational Politics". *Academy of Management Review*, 6, 363-368.
26. Chaudhuri, A., & Mukerjee, R. (1988). *Randomized Response: Theory and Techniques*. New York, NY: Marcel Dekker, Inc.
27. Colby, A., & Kohlberg, L. (1987). *The Measurement of Moral Judgement: Theoretical Foundations and Research Validation*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
28. Cole, R. E. (1991). "Participant Observer Research: An Activist Role", In W. F. Whyte (Ed.), *Participatory Action Research*, Newbury Park, CA: Sage. 85-96.
29. Collins, J. C., & Porras, J. I. (1994). *Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies*, NY: Harper & Business.
30. Coxon, T. (1988). "Something Sensational; The Sexual Diary as a Tool for Mapping Detailed Sexual Behavior", *Sociological Review*, 36, 353-367.
31. Dabbs, Jr. J. M. (1982). "Making Things Visible", In J. Van Mannen et al., *Varieties of Qualitative Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
32. Daboub, A. J., Rasheed, A. M. A., Priem, R. L., & Gray, D. A. (1995). "Top Management Team Characteristics and Corporate Illegal Activity". *Academy of*

- Management Review*, 20, 2, 138-170.
33. Dalton, R. D., & Metzger, M. B. (1992), "Towards Candor, Cooperation, & Privacy in Applied Business Ethics Research: The Randomized Response Technique (RRT)", *Business Ethics Quarterly*, 2, 2, 207-221.
 34. Dalton, D. R., Wimbush, J. C. & Daily, C. M. (1996). "Candor, Privacy and "Legal Immunity" in Business Ethics Research: An Empirical Assessment of the Randomized Response Technique (RRT)", *Business Ethics Quarterly*, 6, 1, 87-99.
 35. David, D. K. (1954). Foreword. In M. P. McNair (Ed.), *The Case Method at the Harvard Business School*, New York, NY: McGraw-Hill.
 36. Denzin, N. (1970). *The Research Act*. Chicago, IL: Aldine.
 37. Denzin, N. (1989). *Interpretive Interactionism*. Newbury Park, CA: Sage.
 38. Donaldson, G. & Lorsh, J. (1983). *Decision Making at the Top*. New York, NY: Basic Books.
 39. Donaldson, T. (1989). *The Ethics of International Business*. New York: Oxford university Press.
 40. Dubinsky A. J., & Loken, B. (1989). "Analyzing Ethical Decision Making in Marketing". *Journal of Business Research*, 19, 2, 83-107.
 41. Dukerich, J. M., Nichols, M., Lippitt, E., Dawn, R., & Vollrath, D. A. (1990). "Moral Reasoning in Groups", *Human Relations*, 43: 473-493.
 42. Dunbar, R. L. M., & Ahlstrom, D. (1995). "Seeking the Institutional Balance of Power: Avoiding the Power of a Balanced View", *Academy of Management Review*, 20, 1, 171-192.
 43. Elster, J. (1989). *Nuts and Bolts for the Social Sciences*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
 44. Elster, J. (1993). *Political Psychology*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
 45. Epstein, E. M. (1987). "The Corporate Social Policy Process: Beyond Business

- Ethics, Corporate Social Responsibility, and Corporate Social Responsiveness”. *California Management Review*, 29, 3, 99-114.
46. Etzioni, A. (1988). *The Moral Dimension: Toward a New Economics*. New York, NY: The Free Press.
 47. Evered, R., & Louis, M. R. (1981). “Alternative Perspectives in the Organizational Sciences: Inquiry from the Inside and Inquiry from the Outside”, *Academy of Management Review*, 6, 385-395.
 48. Farberow, N. L. (1963), Introduction In N. L. Farberow (Ed.) *Taboo Topics*, NY: Atherton Press.
 49. Ferrell, O. C., & Gresham, L. G. (1985). “A Contingency Framework for Understanding Ethical Decision Making in Marketing”, *Journal of Marketing*, 49, 3, 87-96.
 50. Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Process. *Human Relations*, 7, 117-140.
 51. Finch, J. (1987). The Vignette Technique in Survey Research, *Sociology*, 21, 105-114.
 52. Frederick, W. C. (1992). “The Empirical Quest for Normative Meaning: Introduction and Overview”, *Business Ethics Quarterly*, 2, 91-98.
 53. Frederick, W. C. (1987). Theories of Corporate Social Performance. In S. P. Sethi & Falbe (Eds.) *Business and Society: Dimensions of Conflict and Cooperation*. New York, NY: Oxford University Press.
 54. Freeman, R. E. & Gilbert, D. R. Jr. (1988). *Corporate Strategy and the Search for Ethics*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
 55. Friedman, M. (1962). *Capitalism and Freedom*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
 56. Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profit. *New York Times Magazine*, September 13, 33, 122-126.
 57. Garrat, B. (1991). “The Power of Action Learning”, In *Action Learning In Practice*.

- Brookfield, Vermont: Gower Pub. Co. 45-62.
58. Gephart, R. (1978). "Status degradation and organizational succession: An ethno-methodological approach", *Administrative Science Quarterly*, 23, 553-581.
59. Giddens, A. (1978), "Positivism and Its Critics". In T. B. Bottomore & R. Nisbet (Eds.), *A History of Sociological Thought*. London, UK: Heinemann.
60. Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*, Berkeley, CA: University of California Press.
61. Gilligan, C. (1980). *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
62. Glaser, B. (1978). *Theoretical Sensitivity*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
63. Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. Chicago, IL: Aldine.
64. Glenn, J. R. Jr. & Van Loo, M. F. (1994). "Business Students' and Practitioners' Ethical Decisions over Time", *Journal of Business Ethics*, 12, 835-847.
65. Goodstadt, M. S., Cook, G. & Gruson, V. (1978). The Validity of Reported Drug Use: The Randomized Response Technique, *International Journal of Addictions*, 13, 359-367.
66. Greenberg, J. (1990). "Looking Fair vs. Being Fair: Managing Impressions of Organizational Justice", *Research in Organizational Behavior*, 12, 111-157.
67. Grover, S. L., & Chun, H. (1994). The Influence of Role Conflict and Self-interest on Lying in Organizations, *Journal of Business Ethics*, 13, 295-303.
68. Gummesson, E. (1991). *Qualitative Methods in Management Research*, Newbury Park, CA: Sage.
69. Halme, M. (1993). "Environmental Issues in a Product Development Process". University of Tampere, School of Business Administration Series A1: 39.
70. Hansen, R. S. (1992). "A Multidimensional Scale for Measuring Business Ethics: A Purification and Refinement", *Journal of Business Ethics*, 11, 523-534.

71. Harris, J. R. (1990). "Ethical Values of Individuals at Different Levels in the Organization Hierarchy of a Single Firm", *Journal of Business Ethics*, 9, 741-750.
72. Headland, T., Pike, K., & Harris, M. (1990). *Emics and Etics: The Insider/Outsider Debate*. Newbury Park, CA: Sage.
73. Hosseini, J. C., & Armacost, R. L. (1993). "Gathering Sensitive Data in Organizations", *American Behavioral Scientist*, 36, 443-471.
74. Hunt, S. D., & Vitell, S. (1986). "A General Theory of Marketing Ethics", *Journal of Macromarketing*, 6, 5-16.
75. Jackall, R. J. (1988). *Moral Mazes: The World of Corporate Managers*. Oxford, UK: Oxford University Press.
76. Janelli, R. L. (1993). *Making Capitalism: The Social and Cultural Construction of a South Korean Conglomerate*. Stanford, CA: Stanford University Press.
77. Janis, I. L. (1972). *Victims of Groupthink: A Psychological Study of Foreign Policy Decisions and Fiascos*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
78. Jick, T. D. (1979). "Mixing Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action", *Administrative Science Quarterly*, 24, 602-611.
79. Johnson, G. (1987). *Strategic Change and a Management Process*. New York, NY: Basil Blackwell.
80. Johnson, G. (1992). "Managing Strategic Change - Strategy, Culture, and Action", *Long Range Planning*, 1, 28-36.
81. Johnson, R. A., & Greening, D. W. (1994). "Relations Between Corporate Social Performance, Financial Performance, and Firm Governance", *Academy of Management Best Paper Proceedings*, 314-318.
82. Jones, T. M. (1991). "Ethical Decision Making by Individuals in Organizations: An Issue-Contingent Model", *Academy of Management Review*, 16, 366-395.
83. Jones, W. A. Jr. (1990). Student Views of Ethical Issues: A Situational Analysis, *Journal of Business Ethics*, 9, 201-205.

84. Kahn, W. A. (1990). "Toward an Agenda for Business Ethics Research", *Academy of Management Review*, 15, 311-328.
85. Kaplan, A. (1964). *The Conduct of Inquiry*. San Francisco, CA: Chandler.
86. Karlsen, J. I. (1991). "Action Research as Method: Reflections from a Program for Developing Methods and Competence", In W. F. Whyte (Ed.), *Participatory Action Research*, Newbury Park, CA: Sage. 143-158.
87. Kim, C. S. (1992). *The Culture of Korean Industry: An Ethnography of Poongsan Corporation*, Tucson: University of Arizona Press.
88. Kinsey, A. C., Pomeroy, W. B. & Martin, C. E. (1948). *Sexual Behavior in the Human Male*. Philadelphia: Saunders.
89. Kinsey, A. C., & Bebhard, P. H. (1953). *Sexual Behavior in the Human Female*. Philadelphia: Saunders.
90. Kotz, S. & Stroup, D. F. (1983). *Educated Guessing: How to Cope in an Uncertain World*, New York, NY: Marcel Dekker Inc.
91. Lakatos, I. (1970). "Falsification and the Methodology of Research Programmes", In I. Lakatos & A. Musgrave(Eds.), *Criticism and the Growth of Knowledge*. Cambridge University Press, 91-96.
92. Lawler III, E. E. (1985). "Challenging Traditional Research Assumptions", In E. E. Lawler III, A. M. Mohrman, Jr., S. A. Mohrman, G. E. Ledford, Jr., & T. G. Cummings (Eds.) *Doing Research That is Useful for Theory and Practice*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
93. Lawler III, E. E., Mohrman, Jr., A. M., Mohrman, S. A., Ledford, Jr., G. E., & Cummings, T. G. (1985). (Eds.) *Doing Research That is Useful for Theory and Practice*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
94. Lawrence, P. R. (1992). "The Challenge of Problem-Oriented Research", *Journal of Management Inquiry*, 1, 139-142.
95. Lee, R. M. (1993). *Doing Research on Sensitive Topics*, Newbury Park, CA: Sage

Pub. Inc.

96. Lee, J. & Park, H. J. (1995). "Ethical Subjectivity: An Application of Q-methodology to Ethical Decision Making in Korean Business Organizations", *The International Association for Business and Society(IABS) Proceedings*, 120-125.
97. Lee, J. & Park, H. J. (1996). "Ethical Contexts of Korean Chaebols: An Exploratory Study with an Emphasis on Ethical Subjectivity", *The International Society for Business, Economics, and Ethics(ISBEE) Proceedings*.
98. Lee, R. M. & Retzetti, C. M. (1990). The Problems of Researching Sensitive Topics: An Overview and Introduction, *American Behavioral Scientist*, 33, 510-528.
99. Lewin, K. (1948). *Resolving Social Conflicts*. New York, NY: Harper.
100. Lincoln, Y. S. & Guba E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage.
101. Louis, M. R., & Bartunek, J. M. (1992). "Insider /Outsider Research Teams: Collaboration Across Diverse Perspectives", *Journal of Management Inquiry*, 1, 101-110.
102. MacLagan, P., & Snell, R. (1992). Some Implications for Management Development of Research into Manager's Moral Dilemmas. *British Journal of Management*, 3, 157-168.
103. McGuire, J. B., Sundgren, A., & Schneeweis, T. (1988). "Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance", *Academy of Management Journal*, 31, 4, 854-872.
104. McKeown, B., & Thomas, D. (1988). *Q Methodology*. Beverly Hills, CA: Sage.
105. Mishler, E. G. (1986), *Research Interviewing: Context and Narrative*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
106. Mitchell, W. J., Lewis, P. V., & Reinsch, N. L. Jr. (1992). Bank Ethics: An Exploratory Study of Ethical Behavior and Perceptions in Small, Local Banks, *Journal of Business Ethics*, 11, 197-205.

107. Mitroff, I. I., & Kilmann, R. H. (1978). *Methodological Approaches to Social Science*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
108. Morgan, G. (1980). "Paradigms, Metaphors and Puzzle Solving in Organization Theory", *Administrative Science Quarterly*, 25, 605-622.
109. Morgan, G. (Ed.) (1983). *Beyond Method: Strategies for Social Research*. Beverly Hills, CA: Sage. 11-42.
110. Morgan, G. (1986). *Images of Organization*. Beverly Hills, CA: Sage.
111. Morgan, G. (1988). *Riding the Waves of the Change: Developing Managerial Competencies for a Turbulent World*. San Francisco: Jossey-Bass.
112. Morgan, G. (1993). *Imaginization: The Art of Creative Management*. Beverly Hills, CA: Sage.
113. Morgan, G. & Smircich, L. (1980). "The Case for Qualitative Research", *Academy of Management Review*, 5, 491-500.
114. Nash, L. L. (1990). *Good Intentions Aside: A Manager's Guide to Resolving Ethical Problems*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
115. Nicholson, N. (1994). "Ethics in Organizations: A Framework for Theory and Research", *Journal of Business Ethics*, 13, 581-596.
116. Nielson, R. P. (1984a). "Toward an Action Philosophy for Managers Based on Arendt and Tillich", *Journal of Business Ethics*, 3, 153-161.
117. Nielson, R. P. (1984b). "Arendt's Action Philosophy and the Managers as Eichmann, Richard III, Faust, and Institution Citizen", *California Management Review*, 191-200.
118. Nielson, R. P. (1993). "Organization Ethics from a Perspective of Praxis", *Business Ethics Quarterly*, 3, 131-151.
119. Pedler, M. (1991a). "Introduction", *In Action Learning In Practice*. Brookfield, Vermont: Gower Pub. Co.
120. Pedler, M. (1991b), "Management development as moral art", *In Action Learning*

- In Practice*. Brookfield, Vermont: Gower Pub. Co. 31-44.
121. Perrow, C. (1994). "Dialogue", *Academy of Management Review*, 19, 191-194.
 122. Pfeffer, J. (1993). "Barriers to the Advance of Organizational Science: Paradigm Development as a Dependent Variable", *Academy of Management Review*, 18, 599-620.
 123. Pfeffer, J. (1981). *Power in Organizations*, Marshfield, MA: Pitman Pub.
 124. Phillips, N. (1992). "Understanding Ethics in Practice: An Ethnomethodological Approach to the Study of Business Ethics", *Business Ethics Quarterly*, 2, 2, 223-244.
 125. Piper, T. R., Gentile, M. C., & Parks, S. D. (1993). *Can Ethics Be Taught?* Boston, MA: Harvard Business School Press.
 126. Popper, K. (1968). *The Logic of Scientific Discovery*. London, UK: Hutchinson.
 127. Posner, B. Z., & Schmidt, W. H. (1993). "Value Congruence and Difference between the Interplay of Personal and Organizational Value Systems", *Journal of Business Ethics*, 12, 349-357.
 128. Randall, D. M., & Gibson, A. M. (1990). "Methodology in Business Ethics Research: A Review and Critical Assessment", *Journal of Business Ethics*, 9, 457-471.
 129. Reason, P. (Ed.) (1988). *Human Inquiry in Action: Developments in New Paradigm Research*. London, UK: Sage.
 130. Reed, L., Getz, K., Collins, D., Oberman, W., & Toy, R. (1990). "Theoretical Models and Empirical Results: A Review and Synthesis of JAI Volumes 1-10". In L. E. Preston (Ed.) *Corporation and Society Research: Studies In Theory and Measurement*. Greenwich, CT: JAI press. 27-62.
 131. Reidenbach, R. E., & Robin, D. P. (1988). "Some Initial Steps Toward Improving the Measurement of Ethical Evaluations of Marketing Activities", *Journal of Business Ethics*, 7, 871-879.
 132. Reidenbach, R. E., & Robin, D. P. (1990). "Toward the Development of a Multi-dimensional Scale for Improving Evaluations of Business Ethics", *Journal of Busi-*

- ness Ethics”, *Journal of Business Ethics*, 9, 630-653.
133. Rest, J. R. (1986). *Moral Development: Advances in Research and Theory*. New York: Praeger.
134. Robertson, D. C. (1993). “Empiricism in Business Ethics: Suggested Research Directions”, *Journal of Business Ethics*, 12, 585-599.
135. Rosen, M. (1991). “Coming to Terms with the Field: Understanding and Doing Organizational Ethnography”, *Journal of Management Studies*, 28, 1-24.
136. Ruf, B., & Muralidhar, K. (1993). “Eight Dimensions of Corporate Social Performance: Determination of Relative Importance Using the Analytic Hierarchy Process”, *Academy of Management Best Paper Proceedings*, 326-330.
137. Said, E. (1978). *Orientalism*. New York, NY: Patheon Books.
138. Schacter, S. (1951). Deviation, Rejection, and Communication. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 46, 190-207.
139. Schein, E. (1992). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
140. Schutz, A. (1967). “Concepts and Theory Formation In the Social Sciences”, In M. Nathansan (Ed.), *Collected Papers*. The Hague: Martinus Nijhof.
141. Scott, M., & Rothman, H. (1992). *Companies with a Conscience: Intimate Portraits of Twelve Firms that Make a Difference*. New York: NY: Birch Lane Press.
142. Selznick, P. (1992). *The Moral Commonwealth*. Berkeley, CA: University of California Press.
143. Sen, A. (1987). *On Ethics and Economics*. Oxford, UK: Blackwell.
144. Sethi, P. S. (1979). A Conceptual Framework for Environmental Analysis of Social Issues and Evaluation of Business Response Patterns. *Academy of Management Review*, 4, 63-74.
145. Sieber, J. E. & Stanley, B. (1988). Ethical and Professional Dimensions of Socially Sensitive Research, *American Psychologist*, 43, 49-55.

146. Sieber, S. (1973). "The Integration of Field work and Survey Method", *American Journal of Sociology*, 78, 1335-1359.
147. Sikula, Sr., A., & Costa, A. D. (1994). "Are Wemen More Ethical Than Men?", *Journal of Business Ethics*, 13, 859-871.
148. Simmel, G. (1971). *On Iindividuality and Social Forms*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
149. Skipper, R., & Hyman, M. R. (1993). "On Measuring Ethical Judgements", *Journal of Business Ethics*, 12, 535-545.
150. Snell, R. (1993). *Developing Skills for Ethical Management*. London, UK: Chapman & Hall.
151. Song, J., & Park, H. J. (1996). "Normative Values and Expressions: Commitment or Manipulation?", The International Society for Business, Economics, and Ethics(ISBEE) Proceedings.
152. Spender, J. -C. (1994). "Knowing, Managing, and Learning: A Dynamic Managerial Epistemology", *Management Learning*, 25, 3, 387-412.
153. Sridhar, B. S., & Campburn, A. (1993). "Stages of Moral Development of Corporations", *Journal of Business Ethics*, 12, 727-739.
154. Stark, A. (1993). "What's the Matter with Business Ethics?", *Harvard Business Review*, May-June, 38-48.
155. Steiner, J. D. (1982). Heuristic Models of Groupthink. In M. Brandstatter, J. H. Davis, & G. Stocker-Kreichgauer (Eds.), *Group Decision Making*: New York, NY: Academic Press, 503-524.
156. Stephenson, W. (1967). *The Play Theory and Mass Communication*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
157. Stephenson, W. (1983). "Communication Review and Commentaries", *In Communication Year Book*, 1983, 13.
158. Stephenson, W. (1985). A Lecture on the 50th Anniversary of Q methodology.

University of Missouri.

159. Strauss, A. (1987). *Qualitative Analysis for Social Scientists*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
160. Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park, CA: Sage.
161. Strong, K. C., & Meyer, G. D. (1992). "An Integrative Descriptive Model of Ethical Decision Making", *Journal of Business Ethics*, 11, 89-94.
162. Sudman, S. & Bradburn, N. M. (1974). *Response Effects on Surveys: A Review and Synthesis*, Chicago, IL: Aldine.
163. Sudman, S. & Bradburn, N. M. (1982). *Asking Questions: A Practical Guide to Questionnaire Design*, San Francisco: Jossey-Bass.
164. Swanson, D. L. (1995). "Addressing a Theoretical Problem by Reorienting the Corporate Social Performance Model". *Academy of Management Review*, 20, 1, 43-64.
165. Swedberg, R. (1990). Interview with Jon Elster, *Economics & Sociology*, Princeton University Press. 232-248.
166. Tajfel, H. (1982). "Social Ppsychology of Intergroup Relations", In M. R. Rosenzweig & L. W. Porter, (eds.) *Annual Review of Psychology*, 33, 1-39.
167. Thomas, A. S., & Simerly, R. L. (1993). "Strategic Leadership and Corporate Social Performance: An Empirical Examination", *Academy of Management Best Paper Proceedings*, 331-335.
168. Trevino, L. K. (1986). "Ethical Decision Making in Organizations: A Person-Situation Interactionist Model", *Academy of Management Review*, 11, 601-617.
169. Trevino, L. K. (1992). "Moral Reasoning and Business Ethics: Implications for Research, Education, and Management", *Journal of Business Ethics*, 11, 445-459.
170. Tsalikis, J., & Fritzsche, D. J. (1989). "Business Ethics: A Literature Review with a Focus on Marketing Ethics", *Journal of Business Ethics*, 8, 695-743.

171. Umesh, U. N., & Peterson, R. A. (1991). "A Critical Evaluation of the Randomized Response Method: Applications, Validation and Research Agenda", *Sociological Methods and Research*, 20, 104-238.
172. Van Maanen, J. (1988). *Tales of the Field: On Writing Ethnography*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
173. Vogel, D. (1991a). "The Ethical Roots of Business", *Business Ethics Quarterly*, 1, 1, 101-120.
174. Vogel, D. (1991b). "Business Ethics: New Perspectives on the Old Problem", *California Management Review*, 101-117.
175. Vogel, D. (1992). "The Globalization of Business Ethics: Why America Remains Distinctive", *California Management Review*, 30-49.
176. Webb, E. J., Campbell, D., Schwartz, R., & Sechrest, L. (1966). *Unobtrusive Measures: Non-reactive Research in the Social Sciences*. Chicago, IL: Rand McNally.
177. Weber, J. (1994). "Influences upon Managerial Moral Decision Making: Nature of the Harm and Magnitude of Consequences", *Academy of Management Best Paper Proceedings*, 329-333.
178. Weber, J. (1993). Institutionalizing Ethics into Business Organizations, *Business Ethics Quarterly*, 3, 419-436.
179. Weber, M. (1949). "Objectivity In Social Science and Social Policy", In E. A. Shills & H. A. Finch (tr.) *The Methodology of the Social Sciences*. New York: Free Press. 50-112.
180. Weick, K. E. (1979). *The Social Psychology of Organizing*, Second Edition, Reading, MA: Addison-Wesley.
181. Weick, K. E. (1992). "Agenda Setting in Organizational Behavior: A Theory-Focused Approach", *Journal of Management Inquiry*, 1, 171-182.
182. Weick, K. E., & Browning, L. D. (1986). "Argument and Narration in Organizational Communication", *Journal of Management*, 12, 2, 243-259.

183. White, T. (1992). "Business, Ethics and Carol Gilligan's Two Voices", *Business Ethics Quarterly*, 2, 51-61.
184. Whyte, W. F. (ed.) (1991). *Participatory Action Research*. Newbury Park, CA: Sage.
185. Whyte, W. F., Greenwood, D. J., & Lazes, P. (1991). "Participatory Action Research: Through Practice to Science in Social Research", In W. F. Whyte (Ed.), *Participatory action research*, Newbury Park, CA: Sage. 19-55.
186. Wood, D. J. (1991). "Corporate Social Performance Revisited", *Academy of Management Review*, 16: 691-718.
187. Yin, R. & Held, K. (1975). "Using the Case Survey Method to Analyze Policy Studies", *Administrative Science Quarterly*, 20, 371-381.
188. Zahra, S. A., Oviatt, B. M., & Minyard, K. (1993). "Effects of Corporate Ownership and Board Structure on Corporate Social Responsibility and Financial Performance", *Academy of Management Best Paper Proceedings*, 336-340.
189. Zdep, S. M., Rhodes, I. N., Schwartz R. M. & Kikenny, M. (1979). "The Validity of RRT", *Public Opinion Quarterly*, 43: 544-549.
190. Zelditch, M. (1962). "Some Methodological Problems of Field Studies", *American Journal of Sociology*, 67, 566-576.

An Inquiry into Research Methodology for Business Ethics

Hun-Joon Park* · Jegoo Lee**

ABSTRACT

This paper presents some alternative research methodologies to improve the level of inquiry into business ethics and ultimately to enhance the level of practical usefulness by linking theories with ethical realities of organizations and their members. While there is an increasing attention to the study of business ethics, most extant researches did no more than arousing the ethical consciousness and awareness among ourselves. Conventional quantitative studies have their own limitations since ethical matters are subjective phenomena in itself. Naturally most of them lack deep understanding of ethical realities and do not contribute much to bridge the gap between theory and reality as well as the gap between theory and its praxis. These limitations also originated from the epistemological conflicts between normative legitimacy and economic efficiency. It is, therefore, essential to inquire into some alternative research methodologies that would grasp the ethical context of business organization, its members, and its stakeholders. Three research methodological strategies are suggested and illustrated: (1) RRT(Randomized Response Technique), (2) ethnomethodology, and (3) Q-methodology. These methodological strategies are discussed in terms of either problem-oriented research or theory-focused research. Finally, this paper calls for the methodological diversity and action learning inquiry among our research community.

* Yonsei University

** Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand