

행복은 우리를 통(通)하게 한다:

긍정심리학 관점에서 커뮤니케이션 이론 다시 보기

김주환* 연세대학교 언론홍보영상학부 교수

신우열** 연세대학교 커뮤니케이션 대학원 석사과정

함정현*** 연세대학교 커뮤니케이션 대학원 석사과정

긍정적 정서는 커뮤니케이션과 대인관계의 핵심적 요소다. 하지만 한국 커뮤니케이션 연구에서 긍정적 정서의 역할과 기능에 대한 연구는 찾아보기 힘들다. 본 논문의 목적은 지금까지 주로 심리학에 의해 이루어진 긍정적 정서에 관한 연구와 이론적 발전이 커뮤니케이션 이론에 어떠한 함의를 지니는지를 살펴보는 데 있다. 이를 위해 특히 프레드릭슨의 확장과 수립 이론 등이 대인커뮤니케이션 과정에 어떻게 적용될 수 있는지를 논의하였다. 나아가 긍정적 정서 경험이 의사결정, 설득과 협상, 정보 처리, 대인관계, 사회적 동조 등의 커뮤니케이션 상황에 미치는 영향에 관해서 살펴보았다. 또한 정교화 가능성 모델, 제한용량 모델, 사교적 침투 이론 등의 전통적 커뮤니케이션 이론에 긍정적 정서에 대한 고찰이 어떠한 함의를 지니는지를 검토하고, 이에 관한 구체적인 연구 사례를 제시하였다.

키워드: 긍정적 정서, 확장과 수립 이론, 주관적 안녕감, 행복 커뮤니케이션

* jkim@yousei.ac.kr

** kalshin@yonsei.ac.kr

*** hahm@yonsei.ac.kr

1. 문제제기

공자의 가르침인 논어의 첫 문장은 이렇게 시작한다. ‘학이시습지(學而時習之) 불역열호(不亦說乎).’ 그 어떤 것을 배우고 적절한 시기에 익히고 활용하는 것은 엄청난 희열을 가져다준다는 뜻이다. 여기서 그 어떤 것(之)이란 공자의 가르침 혹은 논어 자체를 의미하는데, 곧 인간관계, 대인 커뮤니케이션-인, 충, 효, 덕, 신의 등-에 대한 가르침이다. 인간관계를 잘 배우고 그것을 실천하면 행복해진다는 뜻이다. 두 번째 문장 ‘유붕자원방래(有朋自遠方來) 불역낙호(不亦樂乎).’ 인간관계에 대해 잘 배우고 실천하면 먼 곳으로부터 친구가 찾아오는 대단히 즐거운 일도 생긴다는 뜻이다. 혹은 멀리서 친구가 찾아 올 정도로 평소 인간관계에 대해 제대로 공부하고 실천하며 살라는 뜻이기도 하다.

한편, 공자는 ‘인부지이불온(人不知而不慍) 불역군자호(不亦君子乎),’ 다른 사람들이 나를 알아주지 않더라도 화내거나 하는 부정적 감정에 휩싸이지 않아야 진정한 군자임을 말하고 있다. 즉, 기뻐하고 즐거워하는 것이 군자의 진정한 모습이며, 타인과의 인간관계에서 부정적인 감정을 느끼지 않아야 군자다. 군자는 곧 리더의 이상형인데, 공자는 수천 년 전에 리더십의 본질이 행복과 긍정적 감정에 기반을 둔 인간관계에 있다는 것을 이미 간파했던 것이다. 리더십을 발휘한다는 것은 내가 원하는 방향으로 사람을 끌어 온다는 뜻이다.

논어의 첫머리를 통해 알 수 있듯이 설득력의 핵심 기반은 바로 스스로 긍정적 정서를 경험하고, 그것을 나눠주는 힘이다. 사람은 자신을 행복하게 해주는 사람을 본능적으로 따르게 되어 있다. 행복해지면 설득 당하고, 설득 당하는 순간 행복해진다. 훌륭한 리더가 된다는 것은 다른 사람을 행복하게 해준다는 것과 같은 뜻이다. 긍정적 정서가 증진되면 타인에게 보다 좋은 인상을 주고 타인을 설득할 수 있는 가능성이 높아진다. 이 경우

긍정적 정서의 경험은 단순한 감정 상태의 문제가 아니라 원하는 것을 이뤄낼 수 있는 커뮤니케이션 능력이라 할 수 있다.

논어의 첫 부분은 이처럼 커뮤니케이션 학자에게 주는 의미가 크다. 공자가 강조하고 있는 것은 기쁨(說)과 즐거움(樂) 등의 긍정적 정서이며, 긍정적 정서는 학문과 인간관계의 목적임과 동시에 커뮤니케이션의 핵심적 요소라는 점이다. 또한 부정적 정서의 배제가 곧 ‘군자다움’의 요소임을 이야기하고 있는데, 이는 역으로 긍정적 정서의 경험이 인간됨, 인간관계, 개인의 인지·행동, 커뮤니케이션 상황에 영향을 미칠 수 있음을 역설하고 있다.

커뮤니케이션에 미치는 정서(emotion)¹⁾의 영향이 큼에도 불구하고, 지금까지 한국 커뮤니케이션 학계에서 개인이 경험하는 정서가 커뮤니케이션에 미치는 효과를 연구 주제로 삼은 경우는 많지 않은 편이다. 최근 들어 몇몇 학자들이 정서와 커뮤니케이션에 대해 연구를 시도하고 있는데 정서의 범주화(이준웅·송현주·나은경·김현석, 2008; 한덕웅, 2000), 정치 커뮤니케이션 상황과 정서(이강형, 2002, 2006; 이준웅, 2007; 송현주, 2008; 송현주·김현석·이준웅, 2008), 뉴스와 정서(나은경·송현주·김현석·이준웅, 2008) 등의 연구가 있는 정도다.

본 연구의 목적은 개인이 경험하는 긍정적 정서의 측면에서 커뮤니케이션 현상을 연구하는 새로운 이론적 관점을 제시하는 것이다. 먼저 커뮤니케이션 연구에 긍정적 정서 연구를 접목하기 위해 필요한 기본 개념들과 이론들을 소개하고, 이를 바탕으로 대인관계, 의사결정과 설득, 정보처리, 사회적 동조 등에 긍정적 정서가 미치는 영향력을 살펴보려 한다. 마지막으로 후속 연구를 위해 긍정적 정서의 경험이 커뮤니케이션 연구에 어떠

1) 이 연구는 한국심리학회 심리학 학술 용어 정비위원회의 영문 심리학 학술용어에 따라 ‘affect’를 ‘감정’으로 ‘emotion’을 ‘정서’로 번역했다.

(http://www.koreanpsychology.or.kr/sub07_5.php 참조)

한 함의를 지니는지를 구체적으로 설명하고, 이를 위한 연구 방법과 예상되는 결과를 제시할 것이다.

2. 긍정적 정서에 대한 연구

1) 긍정적 정서의 개념적 정의와 그 특징

심리학 영역에서 정서 이론은 전통적으로 부정적 정서에 대한 연구들을 통해 발전되어 온 것이 사실이다(Fredrickson, 1998, 2008). 하지만 “더 나은 삶”에 대한 학문적 관심이 지난 10여 년간 급속히 증대됐고, 이에 따라 긍정적 정서의 효과를 밝히기 위한 많은 경험적 연구들이 축적되어 이제 긍정적 정서 연구는 독자적인 학문적 위치를 갖게 되었다(Ryff & Singer, 1998; Fredrickson, 1998; Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi, 2006).

긍정적 정서는 환경적 자극을 긍정적으로 평가한 의식상태(consciousness)다(Fredrickson, 1998). 정서를 유사한 감정 상태, 예컨대 기분(mood)이나 느낌(feeling)과 구분하는 것은 쉽지 않지만, 현재 많은 연구자들은 정서의 일반적인 특징들에 대해 어느 정도 함의를 이뤄내고 있다. 정서는 근육 긴장도, 호르몬 방출 정도, 심박수, 표정, 주의(attention), 인지(cognition)를 포함한 다양한 반응에 대한 자각 혹은 느낌이며(송현주, 2008; Diener, 1999; Ekman & Davidson, 1994; Fredrickson, 2001), 상대적으로 짧은 기간 동안 지속되는 심리적 상태다(Fredrickson, 2008). 긍정적 정서는 환경적 자극에 대해 부정적 정서와는 뚜렷이 구분되는 정신적, 신체적, 주관적 반응을 일으킨다(Fredrickson, 1998, 2001, 2008).

긍정적 정서는 종종 긍정적 감정(affect), 긍정적 기분(mood), 감각적 쾌락(sensory pleasure) 등과 동일시되거나 혼용되어 사용된다

(Fredrickson, 2005). 때때로 갈증이나 식욕, 성욕 해소 등의 감각적 쾌락을 긍정적 정서라 일컫기도 하는데, 이는 모두 주관적 느낌, 생리적인 변화, 긍정적 정서 등을 포함하는 개념이기 때문이다. 그러나 긍정적 정서는 환경에 대한 주관적 의미 부여라는 인지적 평가가 주요한 요소인 반면에, 쾌락은 물리적 환경에 대한 즉각적인 반응에 주로 기인한다는 차이가 있다. 또한 프레드릭슨(Fredrickson, 2005)은 쾌락은 대부분의 경우 신체적 자극에 의해 발생하지만 긍정적 정서는 종종 외적인 자극 없이도 발생할 수 있다는 점을 강조한다.

긍정적 정서는 긍정적 기분과도 유사한 개념으로 사용된다. 하지만 정서는 개인적으로 의미 있는 환경에 대한 것으로 명확한 대상이 있지만, 기분은 경험의 대상이 없이 막연한 상태이며 상대적으로 더 오랜 기간 지속된다는 특징이 있다(Fredrickson, 2008; Oatley & Kenkins, 1996; Rosenberg, 1998).

긍정적 정서, 감각적 쾌락, 긍정적 기분, 긍정적 감정 등에 대한 개념적인 구분은 실증적인 수준에서보다는 이론적인 수준에서 행해졌다는 한계를 지닌다(Fredrickson, 2008). 특히 긍정 심리학(positive psychology) 연구들은 긍정적 정서의 효과에 대해 언급하면서 긍정적 정서를 긍정적 감정과 구분하지 않은 채, 긍정적 감정에 대한 연구를 인용하는 경우도 흔하다. 뿐만 아니라, 실험 설계를 할 때에도 긍정적 기분을 유발하기 위한 처치와 긍정적 정서를 유발하기 위한 처치를 구분하지 않고 모두 동일한 처치(사탕 주기, 코미디 비디오 보여주기 등)를 가하는 경우도 종종 있다(예컨대, Fredrickson, 1998, 2001, 2003, 2005).

정서에 대한 많은 연구들은 정서가 구체적인 행동 성향(action tendency)과 관련되어 있다고 본다(송현주, 2008; Frijda, 1986; Frijda, Kuipers, & Schure, 1989; Lazarus, 1991; Levenson, 1988, 1994). 예컨대, 분노는 공격 성향과, 혐오는 그 대상을 떨쳐내고자 하는 행동 성향과, 그리고

공포는 위협으로부터 벗어나고자 하는 행동성향과 연관되어 있다는 것이다(Fredrickson, 2003; Fredrickson & Levenson, 1998). 라자루스(Lazarus, 1991)는 구체적인 행동 성향은 구체적인 방법으로 행동하려는 마음뿐만 아니라, 신체적인 상태까지 그 행동 성향에 맞춰 준비된다고 주장한다. 예를 들어 두려움은 신체의 대근군(large muscle groups)으로 많은 양의 혈액을 공급하여 달릴 수 있는 상태를 유발한다(Fredrickson, 2003)는 것이다.

정서가 구체적인 행동 성향을 포함한다는 이론적 논의는 분노, 혐오, 공포 등의 부정적 정서의 효과에 대해서는 적절한 설명력을 지니지만, 긍정적 정서의 효과에 대해서는 이론적 적절성이 떨어진다. 왜냐하면 기쁨(joy), 흥미(interest), 만족(contentment), 자부심(pride), 사랑(love) 등의 개별적 긍정적 정서는 구체적이고도 특정한 행동 성향을 관련시키기 힘들기 때문이다(Fredrickson, 2001, 2003). 프리자(Frijda, 1986)는 만족(contentment)은 “별다른 행위를 필요로 하지 않는(inactivity) 상태”와, 기쁨(joy)은 “다양한 자발적인 행위(free activation)를 하려는 상태”와 관련을 지으려고 시도했지만, 결국 “정서가 긍정성을 가질 때면, 이를 구체적인 행동 성향과 관련시키기가 쉽지 않다”고 인정한다. 결국 개별적인 긍정적 정서는 어떤 특정한 구체적인 행동 성향을 야기한다고 보기는 힘들다. 바로 이 점이 긍정적 정서의 효과에 대한 이론화 작업이 어려운 이유다.

이러한 어려움은 정서에 대한 표정 연구나 신경과학적 연구에서도 드러난다. 타인의 표정을 통해 상대방의 정서를 파악하는 것은 커뮤니케이션을 잘 수행하기 위해 필수적인 조건이다. 표정 연구의 큰 흐름 중 하나가 바로 특정 정서에 대한 표정 해석 연구다. 에크만(Ekman, 1992, 1994)은 행복, 놀람, 슬픔, 두려움, 혐오, 분노라는 여섯 가지 얼굴 표정에 대한 해석은 각 문화권마다 그리고 개별 주체들마다 유사하다고 주장했다. 특정 정서는 특정 표정을 유발하며 이 표정에 대한 해석은 대부분의 사람들

에게 동일하다는 것이다. 이러한 기제는 표정이 정서 연구의 하나의 지표가 될 수 있음을 시사한다. 하지만 슬픔, 두려움, 분노, 혐오 등의 부정적 정서에 대한 표정을 정의하고 해석하는 것은 어렵지 않으나 자부심, 기쁨 등의 긍정적 정서에 대한 표정에서 각각의 독특한 특징을 잡아내기란 쉽지 않다(Fredrickson, 2003). 각각의 긍정적 정서로 인해 유발되는 표정은 주로 웃음이나 미소인데 만족할 때의 미소, 기쁨 때의 미소, 행복할 때의 미소를 보고 개별적 정서를 해석해내기란 쉽지 않은 것이다.

에크만, 프리슨, 리벤슨(Ekman, Friesen, & Levenson, 1983)은 개별 정서들에 대한 표정을 짓게 했을 때 심박수, 좌우측 손가락 온도, 피부 저항 등을 측정하여 각각의 정서가 자율신경계(autonomic nervous system)에 어떤 변화를 가져오는지를 연구했다. 그 결과, 분노, 두려움, 슬픔 등의 부정적 정서들은 자율 신경계 내에서 각기 다른 반응을 야기하지만, 각각의 긍정적 정서 간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이 결과는 긍정적 정서와 부정적 정서는 자율신경계의 반응을 통해서 구분될 수 있음을 시사하며 각각의 부정적 정서들은 신경생리학적 기저에서부터 차이를 보일 수 있음을 나타낸다.

행동 경향성에 대한 연구 결과는 정서가 위협 상황에 대한 생존을 가능케 했다는 진화론적 관점으로 수렴한다(Fredrickson, 2001, 2003). 즉, 정서가 위협 속에서의 생존 혹은 상황에 대한 적응을 가능케 하는 구체적인 행동이나 신체 반응을 유발시킨다는 것이다. 하지만 기쁨, 만족, 자부심 등을 설명하기 위해선 진화론적 관점이 유용하지 않다. 긍정적 정서는 부정적 정서처럼 생존에 필요한 구체적인 행동을 유발하지도 않고, 조상들이 위협에서 살아남기 위해 필요했을 자율신경계의 반응을 만들어내지도 않는다. 이를 종합하면 정서 연구는 주로 부정적 정서 연구에 최적화된 모델로 발전되어 왔음을 알 수 있다(Fredrickson, 2003).

이러한 이론적 어려움을 극복하기 위한 긍정적 정서 연구의 뛰어난 시

도 중 하나가 바로 최근 발전된 확장과 수립 이론(the broaden-and-build theory)이다. 이 이론에 따르면 긍정적 정서는 순간적으로 생각과 행동의 레퍼토리(thought-action repertoires)를 확장시켜줄 뿐만 아니라, 그러한 자원을 보다 영속적으로 수립해준다. 확장과 수립 이론의 주창자인 프레드릭슨(Fredrickson, 1998)은 정서 연구에서 행동 성향(action tendencies) 개념을 사고-행동 성향(thought-action tendencies) 개념으로 확장해야 한다고 주장한다. 우선 긍정적 정서는 신체적/물리적 변화를 반드시 수반하지는 않지만, 인지 수준의 변화 혹은 인지 변화에 이어 나타나는 신체적 상태의 변화를 야기하기 때문이다.

부정적 정서의 경우 사람을 특정한 방식으로 생각하고 행동하게 한다. 화나면 공격적으로 반응한다든지, 슬퍼지면 수동적으로 생각하고 행동하는 것이 그 예다. 즉 부정적 정서는 사고와 행동의 레퍼토리를 제한하고 좁히는 기능을 하지만(구재선 · 이아룡 · 서은국, 2009; Fredrickson & Branigan, 2005), 긍정적 정서는 이와는 반대로 사고와 행동의 레퍼토리를 확장시킨다는 것이 확장과 수립이론의 핵심이다(Fredrickson, 1998; Fredrickson & Branigan, 2005).

이처럼 부정적 정서와 긍정적 정서에 대한 사고-행동 레퍼토리가 반대 경향을 띤다는 이론적 논의나 자율신경계 반응이 부정적 · 긍정적 정서에 따라 각기 다른 양상의 변화를 보인다는 연구 결과 등은 긍정적 정서와 부정적 정서는 분명히 다른 방식의 접근을 통해 연구해야 함을 시사하고 있다. 이는 인지신경학적 연구를 통해서도 지지되고 있다(Freitas, Katz, Azizian, & Squires, 2008). 이 연구는 행복한 표정 자극물(긍정적 정서 유발)과 혐오스러운 표정 자극물(부정적 정서 유발)에 대한 피험자의 사건 관련 전위(Event-Related Potential: ERP)를 뇌파검사를 통해 살펴봤는데, 창의력이나 심리적 유연성(flexibility)과 관련된 특정 전위에서 피험자들은 자극물 조건에 따라 각기 다른 정도의 활성화화를 보였다. 이 결과

는 긍정적 정서와 부정적 정서가 각기 다른 인지신경학적 기제와 관련 있음을 보여준다.

프레드릭슨과 동료들(Fredrickson, 1998, 2001, 2005; Fredrickson & Branigan, 2005; Johnson & Fredrickson, 2005)은 부정적 정서와 달리 긍정적 정서는 대부분 위협 상황과는 무관한 맥락에서 경험되기 때문에 다른 심리적 과정을 거친다고 주장했다. 따라서 분노, 혐오, 두려움 등의 부정적 정서들은 위협 상황에 대해 현상적·인지적·행동적으로 각기 다른 구체적인 반응을 할 수 있도록 하는 반면, 즐거움, 흥미, 만족, 자부심, 사랑 등의 긍정적 정서들은 현상적으로는 각기 다르게 경험되지만 모두 순간적으로 사고-행동 레퍼토리를 넓힌다는 것이다. 이상의 논의를 종합하면, 긍정적 정서와 부정적 정서는 현상적으로뿐만 아니라 구조적으로도 다른 심리적 기제이며, 대인 커뮤니케이션 과정에서 각기 다른 혹은 상호 보완적인 효과와 영향력을 발휘하리라는 것을 알 수 있다.

2) 현재까지의 긍정적 정서의 효과에 대한 연구

긍정적 정서는 주로 심리학 분야에서 주관적 안녕감(subjective well-being)에 대한 연구의 일환으로 다뤄져 왔는데, 행복한 사람의 특징은 무엇인지 혹은 행복은 어떤 기제에 의해 증진될 수 있는지 등에 대한 연구를 통해 긍정적 정서의 경험 빈도가 행복의 척도임이 밝혀지고 있다(Diener, 2000; Kahneman, 1999). 특히 프레드릭슨과 로사다(Fredrickson & Losada, 2005)는 긍정적 정서와 부정적 정서 간의 비율이 행복의 정도를 나타내는 지표인데, 일상 속에서 부정적 정서에 비해 긍정적 정서를 약 2.9배 이상 경험할 때 자신을 행복하다고 평가한다고 했다.

확장과 수립 이론에서는 긍정적 정서를 하나의 독립변인으로 보고 성격의 여러 측면과 삶의 경험 등에 특정 효과를 발휘할 수 있다고 본

다(Fredrickson, 1998, 2001, 2003). 이는 행복이 사회적 경험에 긍정적인 영향을 미친다는 디너(Diener, 2000)의 주장을 뒷받침한다. 긍정적인 정서가 유발하는 개인적 자원들은 건강, 직업선택, 결혼 등의 삶의 요소에 대해서도 영향력을 발휘한다(Fredrickson, 1998, 2001, 2005). 일반적으로 사람들은 건강, 직업, 결혼을 성공의 가장 큰 요소로 보는 경향이 있다(이훈구, 1997). 따라서 긍정적 정서를 갖고 있는 사람은 성공할 가능성이 높다고도 말할 수 있다. 이는 긍정적인 정서가 성공의 원인으로 작용한다는 개념적 모델과도 일치한다(Lyubomirsky, King, & Diener, 2005).

커뮤니케이션 이론과 관련해서 특히 관심을 끄는 실증적 연구 결과는 긍정적 정서의 경험이 창의성과 혁신성을 증가시킬 뿐만 아니라, 신속하게 정보를 수집하게 하고, 효율적인 문제해결 방식을 촉진시킨다는 것이다. 주로 아이젠(Alice Isen) 교수 연구팀에 의해 20년 이상 진행된 일련의 연구에 따르면 사람이 긍정적 정서를 경험할 때 사고의 폭이 넓고 깊어지며, 정보 처리의 속도가 빨라지며, 창의력과 상상력도 풍부해진다는 것이다. 그 결과 문제해결능력이 향상될 뿐만 아니라 협상의 능력이나 설득의 능력 역시 향상되는 효과가 있다(Deldin & Levin, 1986; Isen, 1987; Isen & Baron, 1991; Isen & Daubman, 1984; Isen, Daubman, & Nowicki, 1987; Isen, Johnson, Mertz, & Robinson, 1985; Isen & Means, 1983; Isen, Nygren, & Ashby, 1988; Isen, Rosenzweig, & Young, 1991; Kraiger, Billings, & Isen, 1989). 이러한 연구 결과는 커뮤니케이션 능력 향상에 긍정적 정서가 커다란 효과를 지닐 수 있음을 의미한다.

긍정적 정서의 경험은 순간적이고 일시적인 효과뿐만 아니라 축적되어 장기적으로도 지속적인 긍정적 효과를 가져온다(Fredrickson, 1998, 2001, 2005). 이러한 장기적 효과는 신체기능, 사회성, 지적 능력, 심리적 상태 등 개인적 자원의 증가로 나타나며, 증가한 개인적 자원은 지속되고

〈표 1〉 선행연구들에 의해서 발견된 긍정적 정서의 효과들

구분	구체적인 긍정적 정서의 효과	연구자
일시적인 효과	시각적 주의를 확장	Fredrickson & Branigan (2005) Wadlinger & Isaacowitz (2006) Fredrickson (1998, 2001, 2005) Isen, Johnson, Mertz, & Robinson (1985)
	새로운 경험에 대한 개방성 증가	Kahn & Isen (1993)
장기적인 효과	신체적 자원 형성 -장수/협동심 개발 -심장혈관 건강증진 : 부정적인 감정에 의해 유발된 생리학적(심박수, 혈압) 변화가 빠르게 정상치로 돌아옴(회복력)	Fredrickson (1998, 2001, 2005) Danner, Snowdon, & Friesen (2001) Fredrickson & Levenson (1998) Fredrickson, Mancuso, Branigan, & Tugade (2000)
	지적 자원형성 -운동성, 창의력, 사고패턴, 뇌발달 -이상과 현실의 괴리를 적게 지각 -현실을 더 날카롭게 인식 -능력향상(좋은 성과를 냄) : 업무성과 증대/ 불확실성 하에서 신속하고 정확한 의사결정/ 과거의 경험을 토대로 신속한 (자기 발견적) 문제 해결 능력 /창조적인 정보 처리능력	Isen & Daubman (1984) Isen, Daubman, & Nowicki (1987) Isen, Johnson, Mertz, & Robinson (1985) Heady & Veenvhoven (1989) Seligman & Schulman (1986) Isen & Means (1983) Isen & Daubman (1984) Isen, et al. (1985) Staw & Barsade (1993)
	사회적 자원형성 -새로운 관계 형성 과정에서 친밀감·일체감 -타인에 대한 복합적 이해증가 -사회적 자본형성 -적극적인 사회 개입(정치참여 등)을 유발하고 사회접촉을 촉진 -타인의 감정과 욕구에 더 민감하게 반응 -팀 내의 갈등을 줄이고 팀워크를 높임 -타인으로 하여금 매력적인 사람으로 생각하도록 함 -타인을 긍정적으로 생각 -사회적이며 자상한 행동을 함	Waugh & Fredrickson (2006) Carnevale & Isen (1986) Staw & Barsade (1993) Cardy & Dobbins (1986) Baron (1987) Veenhoven (1988, 1989)
	심리적 자원의 증가 -자아존중감/자기 신뢰감/낙관주의 자기효능감/생활 만족도/ 자기신뢰감의 증가 (내적인 심리적 요소들의 변화)	Fredrickson, Tugade, Waugh, & Larkin (2003) Fredrickson (1998, 2001, 2005) Veenhoven (1989) Harker & Keltner (2001) Sarason, Potter, & Sarason (1986) Barsade (2002) Baron (1990)
증가된 개인적 자원으로 부터 오는 2차적 효과	-삶의 만족 향상/우울 증상 감소/개인의 성장 과 발전유도/성공/자아실현/긍정적 대처방식 증가	Fredrickson, John, Coffey, Pek, & Finkel (2008) Fredrickson & Joiner (2002) Fredrickson, et al. (2003) 정옥분 (1998) Carver & Scheier (2005) Compton (2005) Lybomirsky, et al. (2005)

축적되어 또 다른 긍정적 정서에 대한 자원이 된다(구재선 · 이아롱 · 서은국, 2009; Fredrickson, 1998, 2001, 2005; Fredrickson & Joiner, 2002). 뿐만 아니라 많은 연구에서 긍정적 정서를 충분히 경험하는 사람은 부지런하여 신체적으로 건강할 뿐만 아니라 활력이 넘쳐 열정적으로 활동하여 심리적인 건강도 향상된다고 밝히고 있다. 또한 적극적인 사회적 접촉, 공감 능력의 발달, 상황에 대한 신속하고 정확한 인식도 긍정적 정서를 충분히 경험하는 사람들의 특징들이다(Veenhoven, 1988, 1989).

이처럼 긍정적 정서가 연구주제로 주목받은 지 오랜 시간이 지나지 않았음에도 불구하고 그것이 갖는 다양하고 유용한 영향력이 밝혀졌고, 그 결과는 계속적으로 입증되고 구체화되고 있다. 본 연구의 저자들은 프레드릭슨(Fredrickson, 1998)의 제안에 따라 긍정적 정서의 효과를 지속성을 기준으로 일시적/장기적 효과로 구분하여 정리할 수 있다고 보았으며, 이러한 입장에서 기존의 연구를 <표 1>과 같이 정리하여 보았다. 특히 장기적인 효과의 경우, 개인적 자원에 의한 분류와는 별개로 긍정적 정서로 형성된 자원에 의해 2차적으로 발생하는 효과에 관한 연구를 구분하였다. 이러한 2차적 효과는 상당 부분 1차적으로 형성된 개인적 자원과 중복되었지만, 보다 고차원적 효과인 개인의 성장, 자아 발전, 자아실현 등을 포함하기에 구분될 수 있다고 보았다.

결국 긍정적 정서는 우리 삶의 목적인 동시에 수단임이 실증적 수준에서 밝혀지고 있으며, 그 중요성이나 연구 가치는 점점 높아지고 있다. 긍정적 정서에 의한 효과는 다양한 측면에서 발견되며, 부정적인 면보다는 긍정적이고 바람직한 면으로 나타나는 것을 확인할 수 있다. 또한 긍정적 정서는 여러 선행 사건에 의해 발생하는 종속변인이기도 하지만, 다른 조건에 효과 및 영향을 미칠 수 있는 변인이 될 수 있음을 알 수 있다. 다시 말해 긍정적 정서는 인간이 추구하는 목표이기도 하면서 다른 긍정적인 결과들을 낳는 기능을 한다.

이는 우리의 커뮤니케이션 상황에도 마찬가지일 것이다. 우리는 경험적으로 행복한 대인관계, 흥미로운 대화, 활발한 토론은 분명 사람들에게 긍정적 정서를 유발한다는 것을 알고 있다. 하지만 역으로 긍정적 정서 역시 커뮤니케이션을 보다 바람직한 방향으로 고양시킬까? 이제 이 질문에 대한 답을 줄 수 있을만한 연구들을 살펴보도록 하자.

3. 긍정적 정서와 의사결정, 설득

커뮤니케이션 영역에서 의사결정은 주로 갈등과 문제를 해결하기 위한 수단으로서의 설득과 토론 과정에 대한 연구, 스피치 커뮤니케이션 영역에서의 집단 토론에 대한 연구 등을 통해 이론화되고 있다. 하지만 커뮤니케이션 영역에서 상대적으로 덜 다뤄진 긍정적 정서와 의사결정 사이의 관계에 대한 심리학 연구들을 보면 흥미로운 점들을 발견할 수 있다.

긍정적 정서의 경험은 커뮤니케이션 영역의 가장 오래되고 중요한 주제인 의사결정, 협상과정, 문제해결, 설득 등의 상황에 긍정적 영향을 미치는 것으로 알려졌다(Carnevale & Isen, 1986; Kuykendall & Keating, 1990; Isen, 1984, 1987, 1993, 2001; Isen & Geva, 1987; Isen, Nygren, & Ashby, 1988; Mackie & Worth, 1989; Schwarz & Clore, 1996).

특히, 아이젠과 그의 동료들은 지난 20여 년 동안 수많은 연구를 통해 긍정적 감정이 창의성과 문제해결 능력을 향상시킨다는 사실을 여러 연구를 통해 입증하였다(Isen, 1987; Isen & Baron, 1991; Isen & Daubman, 1984; Isen, et al., 1987; Isen, et al., 1985; Isen & Means, 1983; Isen, et al., 1988; Kraiger, et al., 1989).

예컨대 아이젠과 그 동료는 내과 의사들을 상대로 흥미로운 실험을 했다(Isen, et al., 1991; Estrada, Isen, & Young, 1994, 1997). 의사들에

게 가상의 환자 사례를 제시하면서 어떻게 처치해야 하는지를 물었다. 한 집단에게는 자그마한 사탕 한 봉지를 선물로 나눠주면서 기분을 좋게 해주었고, 다른 집단에는 문제만을 제시했다. 그 결과 사탕을 받은 집단의 의사들이 훨씬 더 높은 문제해결 능력을 보였다. 그들은 더 높은 창의성을 보였고, 더 빠르게 관련 정보들을 수집했으며, 초기에 내린 잘못된 진단에 대해 스스로의 입장을 신속히 바꾸는 유연성을 보였다. 뿐만 아니라 사탕을 받은 집단의 의사들은 자신의 직업에 대해 더 높은 만족도와 직업에 대한 더 높은 사명감마저 보였다. 일명 “캔디 스터디”라 불리는 이 유명한 연구는 겨우 사탕 한 봉지에 의해 촉발된 긍정적 감정이 전문직 의사의 의사결정 과정과 문제해결 능력에 긍정적인 영향을 광범위하게 미칠 수 있음을 단적으로 보여주었다.

아이들을 상대로 한 아이젠 팀의 또 다른 실험(Isen, 2001)에서는 한 집단에는 코미디 영화를, 다른 집단에는 정서를 유발하지 않는 영화를 보여줬다. 그리고 나서 압정 한 상자, 성냥 한 묶음, 양초 하나씩을 나눠주면서 양초를 판 위에 불을 켤 수 있는 상태로 부착하라는 과제를 주었다. 그 결과 정서를 유발하지 않는 영화를 본 아이들 중 단지 20%만이 주어진 시간(10분) 내에 이 문제를 해결했다. 그러나 코미디 영화를 본 아이들은 무려 75% 이상이 주어진 시간 내에 문제를 해결해냈다. 아이젠은 이러한 일련의 실험들을 통해 사람이 긍정적인 상태일 때 사고의 폭은 넓어지고, 깊어지고, 빨라지며, 창의력과 상상력도 풍부해진다고 주장했는데, 이는 긍정적 정서의 경험이 의사결정에 매우 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 보여주는 또 다른 사례다.

개인적인 의사결정 과정이나 문제해결 능력뿐만 아니라 사람을 상대로 하는 협상 과정에 있어서도 긍정적 정서는 감정의 통제와 타인의 설득에 있어 놀라운 효과를 발휘함이 입증되었다(Isen, 1984, 1987, 1993, 2001). 특히 카네발레와 아이젠(Carnevale & Isen, 1986)은 긍정적 감정을 경험

하는 사람의 경우 중요한 사항에 대해 의견을 개진하고 결정을 내릴 때 그 과정 자체를 즐기고, 원하는 답을 얻을 가능성이 높다고 주장했다.

이러한 연구 결과를 종합해 보면 결국 뛰어난 커뮤니케이션 능력은 필요한 순간에 긍정적 감정을 스스로 불러일으킬 수 있는 능력을 의미한다고 볼 수 있다. 이러한 사실은 인지적 차원에서 주로 커뮤니케이션 능력을 이해하고자 했던 커뮤니케이션 학자들에게 시사하는 바가 크다. 우리는 커뮤니케이션 능력이 뛰어난 사람일수록 감정통제 능력이 뛰어나는 것이라고 보는데, 여기서 감정통제 능력이란 단지 부정적 정서를 억누르는 것만을 의미하지는 않는다. 오히려 그보다는 긍정적 감정을 스스로 불러일으키는 능력을 의미한다고 보아야 한다.

이러한 일련의 연구 결과들을 보면 긍정적 정서는 의사결정과 설득에 대한 하나의 독립변수로 기능하고 있다. 결국 긍정적 정서가 설득 과정이나 커뮤니케이션 효과 연구에 있어서 중요한 연구 대상이 되어야 함은 분명해 보인다. 하지만 지금 커뮤니케이션 영역에서 의사결정, 설득, 현상 등에 대한 연구는 주로 커뮤니케이션 효과에 대한 연구나 설득 메시지 구성에 대한 연구, 메시지의 출처 등에 대한 연구, 의사결정에 대한 관여도 등에 초점을 맞춰왔다.

의사결정 과정에 대해 긍정적 정서가 미칠 영향에 대한 연구는 매우 흥미로운 연구 주제로, 예컨대 정교화 가능성 모델(Elaboration Likelihood Model: ELM)에도 긍정적 정서를 적용해볼 수 있다. 정교화 가능성 모델에 따르면, 수용자는 설득 메시지에 노출될 경우 메시지를 처리할 동기와 능력 등에 따라 중심 경로와 주변 경로를 통해 태도를 형성한다(Petty & Cacioppo, 1984). 중심 경로와 주변 경로의 선택에 영향을 주는 가장 중요한 요인으로 밝혀진 것은 동기와 능력인데, 메시지에 대해 개인적 동기가 높고 처리할 수 있는 능력이 있는 경우엔 '인지적 정교화(cognitive elaboration)'의 정도가 높아진다. 반면 메시지 처리 능력이 결여되거나

동기가 없는 경우에는 ‘주변 경로’를 통해 즉, 정서적 반응에 의존해 정보를 처리하게 된다(김명주·나은영, 2005; 이준웅, 2007). 결국 정교화 가능성 모델은 인지가 정서를 통제한다고 보는 대표적인 이론으로 볼 수 있다.

하지만 수용자의 정서 상태가 인지적 정교화에 영향을 미칠 가능성은 없을까? 정서적 반응에 의해 영향을 받는 주변 경로는 정서의 긍정성 혹은 부정성에 따라 다른 종류의 영향을 받는 것은 아닐까? 앞서 언급했던 연구 결과들에 의하면 커뮤니케이터가 긍정적 정서를 경험하는 경우, 의사결정 시 관점의 유연한 전환, 창의력의 증진, 적대적인 의견에 대한 호의적인 태도, 효율성의 증진, 주의 집중력의 증가 등의 변화가 생긴다고 한다. 그렇다면 이는 결국 긍정적 정서의 경험이 인지적 수준에도 영향을 미쳐 태도변화를 야기할 수도 있으리라는 가정이 가능하다.

그러나 게이블과 하몬-존스(Gable & Harmon-Jones, 2008)는 어떤 일을 하고자 하는 동기가 높을 경우에는 긍정적 정서의 수준이 높을수록 오히려 주의력이 떨어진다고 주장한다. 이러한 상반된 연구 결과들은 긍정적 정서의 경험이 의사결정이나 문제해결에 어떤 영향을 미치는 것은 분명하지만, 수용자의 정서 경험은 동기, 능력 등의 인지적 수준과 복잡한 관계를 맺고 있다는 것을 암시한다. 즉, 수용자의 정서 상태가 독립변인으로 메시지에 대한 경로 선택에 영향을 주거나 혹은 매개변인으로 작용하여 메시지 처리에 대한 동기나 능력에 영향을 미치고 결국 설득 메시지에 대한 경로 선택에 영향을 미칠 수 있다는 것이다.

4. 긍정적 정서와 정보처리

정보처리(information processing) 연구는 인간이 정보 처리자(information processor)라는 가정 하에 메시지의 부호화(encoding),

저장(storage), 인출(retrieval), 해석(interpretation), 판단(judgment) 등을 포괄하여 다루는 커뮤니케이션의 연구 분야다. 하지만 커뮤니케이터가 경험하는 긍정적 정서가 정보처리에 미치는 효과에 대한 연구 결과들을 보면(Aspinwall, 1998; Carver & Scheier, 1990; Forgas & Moylan, 1987; Fredrickson, 2004) 인간의 메시지 처리 과정을 이해하기 위해서는 컴퓨터의 그것과는 다른 방식의 분석이 필요하다.

아스핀월(Aspinwall, 1998)은 사람들이 긍정적 정서를 경험할 때 부적절한 정보를 더 잘 파악하고, 대화의 목표와 관련된 정보를 더 신중하게 평가하고 처리한다고 주장한다. 또한 포가스와 모이란(Forgas & Moylan, 1987)은 긍정적 정서를 경험하고 있을 때는 현재 상황을 더 긍정적으로 본다고 했으며, 프레드릭슨(Fredrickson, 2004)은 긍정적 정서를 경험하고 있는 사람은 새로운 정보와 경험을 추구하려는 경향이 생긴다고 봤다. 또한 긍정적 정서의 경험이 상황의 긍정적인 측면을 선택적으로 부호화하도록 만든다는 연구도 있다(Carver & Scheier, 1990). 이러한 연구 결과들은 긍정적 정서가 메시지의 입수, 해석과 판단 등의 전반적인 정보처리 과정에 영향을 미친다는 것을 보여준다.

한편, 정보처리의 제한용량모델(The Limited Capacity Model of Motivated Mediated Message Processing: LC4MP)은 현재 커뮤니케이션 분야에서 가장 활발하게 논의되고 있는 이론 중 하나인데, 사람들이 어떻게 텔레비전 메시지를 처리하는지에 대해 조사하면서 발전된 모델이다(Lang, 2000, 2006; Lang, Potter, & Grabe, 2003; Lang, Bradley, Park, Shin, & Chung, 2006). 이 모델의 기본적인 가정은 정보를 처리하는 사람의 정보처리 용량은 제한되어 있다는 것인데 앞서 논의했던 긍정적 정서가 정보처리에 미치는 효과들을 적용하면 흥미로운 결과를 얻을 수 있으리라 여겨진다.

제한용량모델에서는 메시지를 처리하는 사람은 정신적인 자원을 필요

로 하는데 이 자원은 개인별로 한정된 용량을 가지고 있고, 각각의 정보처리 과정에서 이 용량을 분배하여 사용한다고 본다(Lang, 2000). 인지처리 과정은 부호화(encoding), 저장(storage), 인출(retrieval)의 세 가지 단계에 의해 발생되는데, 인지 자원은 각 단계에 자동적이고도 인위적인 기제에 의해 할당된다. 랭(Lang, 2006)은 자원 분배의 기제를 설명하면서 커뮤니케이터의 동기, 미디어, 인간의 행동, 메시지와 정보처리 체계 사이의 상호작용 등을 정보처리의 자원 할당에 영향을 미치는 핵심적인 과정으로 보고 있다. 결국 제한용량모델은 커뮤니케이터(혹은 정보처리자)의 정서적인 측면에 대해선 철저하게 외면하고 있다는 한계를 지닌다.

여기서 우리는 다음과 같은 질문을 던져보아야 한다. 커뮤니케이터가 경험하는 긍정적 혹은 부정적 정서가 정보처리 용량에 어떠한 영향을 미칠까? 확장과 수렴 이론에 의하면 긍정적 정서의 경험은 순간적인 사고, 행동, 주의 집중력 등을 확장시켜 준다(Fredrickson, 1998). 또한 정서를 유발하는 메시지의 경우 더 빨리 부호화되고 더 오래 저장되며 더 쉽게 회상된다는 연구 결과들도 있다(Aspinwall, 1998; Carver & Scheier, 1990). 이처럼 제한용량모델이 제시한 정보처리의 세 단계 모두에 긍정적 정서의 경험이 직접적인 영향을 미칠 가능성이 있으므로, 긍정적 정서는 정보처리를 위한 인지 용량에도 분명히 영향을 줄 것이다. 향후 커뮤니케이션 이론은 긍정적 정서와 정보처리의 핵심 이론의 통합적 연구에 관심을 가져야 할 것인데, 특히 제한된 인지 용량과 긍정적 정서 사이의 관계 규명은 인간의 정보처리에 대한 새로운 이론적 관점을 제시해 줄 것이다.

5. 긍정적 정서와 대인관계

원만한 대인관계는 주관적 안녕감과 생활만족도의 핵심적 요소다

(Diener & Seligman, 2002, 2004; Myers & Diener, 1995; Hintikka, Koskela, Kontula, Koskela, & Viinamaeki, 2000; Pavot, Diener, & Fujita, 1990). 바우마이스터와 리어리(Baumeister & Leary, 1995)는 소속감과 대인관계를 인간의 기본적인 욕구로 보았으며 삶에 대한 만족감이 이러한 기본적 욕구의 충족을 통해 향상된다고 했다. 또한 디너와 셀리그만(Diener & Seligman, 2002)은 주관적 안녕감이 높은 사람들은 혼자 지내는 시간을 최대한 줄이고 사회생활을 하는 데 많은 시간을 할애하기 때문에 좋은 대인관계를 가지고 있다고 주장했다. 이러한 연구들은 대인관계와 주관적 안녕감, 혹은 대인관계와 긍정적 정서가 상관을 가지고 있다는 결론을 내리고 있다.

긍정심리학의 창시자라고 일컬어지는 셀리그만(Seligman, 2002)은 긍정적 정서와 관계성 사이에 상관관계는 확인되었으나 인과관계의 방향성은 확정짓기 어렵다는 입장을 표명한 바 있다. 이런 의미에서 종단 데이터를 사용하여 생활만족도와 관계성 사이의 인과관계의 방향성을 검증해 본 김민규와 김주환(2008)의 연구는 각별한 의미를 지닌다. 이 연구는 행복감이 높을수록 관계성이 높다는 인과적 방향성을 자기회귀교차지연 모형(autoregressive cross-lagged model)을 사용해 통계적으로 입증해냈다.

긍정적 정서를 느끼면 느낄수록 더욱 원만한 인간관계를 맺게 될 것이라는 김민규와 김주환(2008)의 연구 결과는 긍정적 정서가 개인의 행복을 유발하는 자원이 되며 결국 축적된 행복이 바람직한 사회적 자원을 생산한다는 구재선, 이아롱과 서은국(2009)의 연구결과와도 일맥상통한다. 구재선 등(2009)은 청소년들의 학기 초 행복의 수준과 그 이후 형성된 또래 관계를 살펴봤는데 행복 수준은 4개월 이후의 긍정적 자기 지각과 또래로부터의 사랑과 인정과 관련 있는 것으로 나타났다. 워오와 프레드릭슨(Waugh & Fredrickson, 2006)의 연구에서도 기숙사 생활을 하는 대

학생들을 대상으로 긍정적 정서가 초기 관계 형성에 미치는 영향을 밝혔다. 그 결과 긍정적 정서는 자신과 타인을 동일시하는 정도(Aron, Aron, Tudor, & Nelson, 1991)를 증가시키는데 이러한 동일시가 결국 룸메이트(roommate)를 깊은 수준까지 이해하게 만든다고 봤다. 이러한 일련의 연구들을 통해 결국 개인이 경험하는 긍정적 정서와 행복의 수준이 대인관계에 주요한 변인으로 작용함을 알 수 있다(구재선 외, 2009; Aron, Norman, Aron, McKenna, & Heyman, 2000; Waugh & Fredrickson, 2006; Fredrickson, 1998, 2000; Isen, 1987, 2001; Johnson & Fredrickson, 2005; Vittingl & Holt, 2000; Waugh & Fredrickson, 2006; Wegener & Petty, 1994).

긍정적 정서의 경험과 대인관계에 대한 연구 결과들은 사교적 침투 이론(social penetration theory)을 보다 정교화시킬 수 있을 것이다. 사교적 침투 이론에 따르면, 인간관계의 발전 과정에서 상호 간에 더욱 친밀해지고 싶다는 욕구가 발생하는데 이는 많은 경우에 자기노출(self-disclosure)로 나타난다. 자기노출은 간단히 “자신에 대한 개인적 정보를 언어적으로 밝히는 것”으로 정의되며(박주연, 2007), 이는 친밀한 관계에서 나타나는 매우 중요한 커뮤니케이션 행위다(김교현, 1992; 한주리·허경호, 2005). 자기노출이 발생하는 맥락이나 자기노출 방식은 사람마다 다양하지만(김교현, 1992), 콜린스와 밀러(Collins & Miller, 1994)는 상대방의 자기노출을 경험하는 사람은 대체로 긍정적인 정서를 느끼고 상대방에게 신뢰와 호감을 느낀다고 주장한다. 이처럼 자기노출은 긍정적 정서를 불러일으킬 수도 있지만, 역으로 특정 상황에서 주입된 긍정적 정서의 경험이 자기노출의 정도 혹은 자기와 타인의 동일시 정도에 영향을 줄 가능성도 배제해선 안 된다.

한편, 본 논문의 저자들은 긍정적 정서의 경험이 인간관계 형성에 일정한 영향을 주리라는 것을 검증하기 위해 실험 연구를 진행하고 있다. 이

실험에서는 막대를 입술로 물거나(웃는 근육 억제를 통해 긍정적 정서 유발 억제) 어금니로 물게 한 상태(웃는 근육 수축을 통해 긍정적 정서 유발 촉진)에서 대인관계 형성과 관련 있는 과제를 수행하게 했다.

기존의 표정 연구들에 의하면 사람들은 얼굴 표정을 조작으로 유발된 감정에 따라 타인의 동일한 표정을 서로 다른 정서로 파악한다 (Schiffenbauer, 1974). 즉, 자신의 정서 상태가 다른 사람의 얼굴 표정에 귀인되기 때문에 자신의 상태와 일치하는 해석을 하게 된다는 것이다. 예를 들어 스스로 긍정적 정서를 경험할 때는 타인의 얼굴을 보다 긍정적으로 보며 부정적인 정서를 경험하고 있을 때는 보다 부정적으로 인식하는 경향이 있다.

라이어드는(Laird, 1974) 얼굴 근육을 조작하는 것만으로도 정서 상태가 변할 수 있다고 주장한다. 즉, 웃는 근육을 활성화하면 긍정적인 정서가 주입되고 같은 자극물을 보더라도 좀 더 재미있다고 느끼게 되는데, 펜을 치아와 입술로 물도록 하여 각각 웃는 근육을 수축 및 억제할 수 있다 (Laird, 1974; Strack, Martin, & Stepper, 1988).

본 연구의 저자들도 같은 방법으로 60여 명의 피험자에게 막대를 물도록 하여 얼굴 근육을 억제·수축시켜 긍정적·부정적 정서를 유발시켰다. 이때 무표정한 표정의 얼굴 사진을 제시하여 그 표정이 행복해 보이는지 혹은 불행해 보이는지를 평가하는 과제를 실시했다. 그 결과 피험자들은 우울한 표정을 지은 조건(부정적 정서 주입 조건)에 비해 웃는 표정을 지은 조건(긍정적 정서 주입 조건)에서 무표정한 표정에 대해 통계적으로 유의미하게 더 행복해 보이는 것으로 판단했다. 결국 이 실험의 결과는 타인의 표정을 읽는 인지적인 수행에 주입된 긍정적 혹은 부정적 정서가 영향을 미침을 나타낸다. 향후 감정 유발과 대인관계에 대한 다양한 실험, 그리고 긍정적 정서의 경험과 관계에 대한 종단 연구를 보완적으로 실시한다면 긍정적 정서와 대인관계에 대해 보다 명확한 이론화가 가능할 것이다.

6. 긍정적 정서와 사회적 동조

긍정적 정서와 의사결정의 관계에 대한 또 다른 연구 가능성으로 집단 동조(group conformity)에 대한 것이 있다. 동조는 타인의 반응에 맞추기 위해 자신의 행동을 바꾸는 행위다(Cialdini & Goldstein, 2004). 치알디니와 골드스타인(Cialdini & Goldstein, 2004)은 집단 동조적 행동을 유발하는 대표적인 동기 세 가지로 첫째, 적절한 현실에 대한 해석과 정확한 행동, 둘째, 타인으로부터 사회적인 인정을 받고자 하는 욕구, 셋째, 긍정적인 자아 개념을 유지하고자 하는 욕구를 들고 있다.

이처럼 집단 동조는 행동적·인지적 측면에서 주로 다루어져 왔다. 하지만 앞서 언급했던 긍정적 정서의 다양한 효과들로 미뤄볼 때, 집단 동조를 유발하는 경우에도 긍정적 정서가 미칠 영향이 클 것이라 예상할 수 있다. 예를 들면, 긍정적 정서의 경험은 목표와 관련 있는 정보를 더욱 신중하게 평가하고 처리하게 하고, 부적절한 정보를 더 잘 파악케 한다(Aspinwall, 1998). 이러한 효과는 동조의 정확성에 대한 동기에 영향을 미칠 것이다. 또한 긍정적 정서를 경험하는 사람들은 순간적으로 사교적 매력(Aspinwall, 1998)이 증가하고(Vittengl & Holt, 2000), 갈등이나 분노가 감소하는 경향을 보이는데(Gottman, 1998), 이는 타인으로부터 인정을 받게 만들 확률을 높여줄 것이다. 또한 긍정적 정서를 경험하는 비율이 부정적 정서를 경험하는 비율에 비해 높을수록 자기 효능감이 높다는 기존 연구들을 보면(Fredrickson, 1998, 2005), 긍정적 정서는 자아 개념을 유지하고자 동조적 행동을 하는 경우에도 영향을 미칠 것이다. 이러한 가정들은 결국 동조를 유발하는 대표적인 동기 세 가지 모두에 긍정적 정서가 영향을 미칠 수 있음을 의미한다.

이런 가정을 바탕으로 본 논문의 저자들은 또 다른 실험을 수행했다. 우선 피험자들의 얼굴 근육을 수축 혹은 억제시켜 긍정적 정서와 부정적 정서를 유발하는 처치를 했다. 이때 각 피험자들은 미술 작품을 보면서 각각

의 작품을 선호하는지, 혹은 선호하지 않는지를 평가했다. 각 자극물들은 모두 비슷한 수준의 작품들이지만, 한 조건에서는 해외 유명작가의 작품이라는 정보를, 다른 조건에서는 미대 신입생이 그렸다는 정보를 제시했다. 즉 비슷한 수준의 작품에 대한 선호도가 해외 유명작가 혹은 미대 신입생이라는 “프레임”에 의해 어떻게 달라지는지와 유발된 정서에 따라 어떻게 달라지는지, 또 두 조건 간의 상호작용 효과는 없는지를 보고자 한 것이다. 15명에 대해 파일럿 실험을 진행한 결과 흥미로운 결과를 볼 수 있었다. 15명 피험자의 선호도의 평균을 낸 결과, 피험자들은 우울한 표정을 지은 조건(부정적 정서 주입 조건)에서 해외 유명작가 조건과 미대 신입생 조건 사이의 선호도 차이가 가장 큰 것으로 나타났다. 이 결과는 부정적 정서가 주입되었을 때 주변 정보의 영향에 더 크게 반응한 것으로 볼 수 있다. 하지만 웃는 표정을 지은 조건(긍정적 정서 주입 조건)에서는 두 조건에 따른 선호도에 유의미한 차이가 발견되지 않았다. 적은 수의 피험자를 대상으로 한 파일럿 실험이지만, 실험 결과는 사람이 부정적 정서를 경험하고 있을 때 더 크게 타인의 의견에 영향을 받고, 긍정적 정서를 경험하고 있을 때 비교적 타인의 평가나 다수 의견으로부터 벗어나 자유롭게 독자적인 판단을 하는 경향을 보임을 짐작할 수 있다.

7. 결론: 행복 커뮤니케이션의 제안

지금까지 커뮤니케이션학은 긍정적 정서가 커뮤니케이션의 다양한 과정에 미치는 영향에 대한 연구에 상대적으로 소홀히 해온 느낌이 없지 않다. 신문과 방송의 뉴스 내용은 물론이거니와, 각종 연구 결과들만 보더라도 문제와 사회병리적인 현상들에 대한 지적과 분석에 치우쳐 있다. 최근 심리학계를 중심으로 ‘더 나은 삶’에 대한 연구가 유행처럼 번지고 있고,

긍정 심리학이란 하위 분야까지 생겼다. 긍정 심리학의 등장은 문제가 아닌 인간의 복지와 안녕에 대한 연구를 위해서는 ‘문제 해결’에 초점을 둔 연구 패러다임으로 해결할 수 없다는 인식에서 출발하였다(Seligman, 2002). 커뮤니케이션 영역에서도 문제에 치우쳐 있던 학문적 관심의 치우침을 해소하기 위해서는 ‘문제 해결’에 초점을 두고 발전한 이론들을 재조명하여 정교화하고, 새로운 이론들을 구축해야 한다.

본 연구는 이를 위한 첫걸음으로 긍정적 정서의 경험이 의사결정, 설득, 정보처리, 대인관계, 사회적 동조 등의 커뮤니케이션 상황에 미치는 영향력을 살펴봤다. 특히 기존의 이론들을 긍정적 정서의 경험이란 관점에서 재조명하고자 했다. 본 논문을 마무리하면서, 지금까지 언급했던 긍정적 정서에 관한 연구들을 중심으로 대인 커뮤니케이션 연구의 각 분야에 어떻게 관련될 수 있겠는지를 <표 2>와 같이 정리해 보았다. 향후 이 분야에 관심을 갖게 될 커뮤니케이션 연구자들에게 도움이 되기를 바란다.

본 연구는 다음과 같은 제한점을 갖는다. 첫째, 인용한 대부분의 연구들은 긍정적 정서의 이점을 다루고 있다. 긍정적 정서 역시 제한점을 가지고 있는데, 그 예로 긍정적 정서의 경험이 지나치면, 수행 능력이 감소한다는 연구(Diener, 2004; Fredrickson & Losada, 2005)나 개인적 동기의 수준이 높을 경우에는 긍정적 정서의 경험이 오히려 집중을 방해한다는 연구(Gable & Harmon-Jones, 2008) 등을 들 수 있다. 둘째, 부정적 정서 역시 인간의 삶에 긍정적인 영향을 미치는 경우가 있다. 두려움, 불안, 혐오 등이 위협에 대한 대비를 가능케 한다는 진화론적 관점이 그것이다(Fredrickson, 2008).

하지만 이러한 제한점에도 불구하고, 커뮤니케이션 영역에 긍정적 정서의 효과를 강조하고 소개하는 것은 여전히 유의미한 일이다. 긍정적 정서의 경험은 커뮤니케이션의 결과이기도 하지만 바람직한 커뮤니케이션을 위한 수단이기도 하기 때문이다. 인간이 경험하는 긍정적 정서는 기존

(표 2) 긍정적 정서가 커뮤니케이션 상황에 미치는 영향

구분	주요 효과	연구자
대인 관계	- 자신과 타인의 동일시(self-other overlap)로 인한 사회적 친밀감 증가	Waugh & Fredrickson (2006)
	- 타인에 대한 이해 수준 증가	Isen (2001)
	- 자기 노출의 증가	Vittengl & Holt (2000)
	- 사교적 매력의 증가	
	- 타인이 경험하는 부정적 정서에 보다 민감함	Wegener & Petty (1994)
	- 부부 간 대화의 레퍼토리 넓어짐	Fredrickson (1998, 2000)
	- 갈등, 분노의 감소	Gottman (1998)
	- 이타심의 증가	Isen (1987, 2001)
	- 자민족 편향(own-race bias) 감소	Johnson & Fredrickson (2005)
정보 처리	- 목표와 관련된 정보를 더욱 신중하게 평가하고 처리	Aspinwall (1998)
	- 부적절한 정보를 더 잘 파악해 냄	
	- 부정적인 정보에 대한 주의력 증진	
	- 정서와 관련된 정보는 더 잘 기억함	Fredrickson (2004)
	- 현재 상황을 더 긍정적으로 봄	
	- 상황의 긍정적인 측면을 선택적으로 부호화(encoding)	
	- 새로운 정보와 경험을 추구하게 함	
자기 규제	- 긍정적 감정의 유지와 주관적 안녕감(subjective well-being)의 증진을 위해 보다 효과적인 자기 규제	Aspinwall (1998)
	- 보다 호의적이고 긍정적인 판단	Schwarz & Clore (1996)
의사 결정	- 창의적(creativity)이고 유연함(flexibility) 판단	Isen (1984, 1987, 1993)
	- 효율적이고 보다 완전한 의사결정과 문제해결	Isen (2001)
	- 발견적 해결 방법(heuristic approach)을 사용하여 의사결정을 하는 경향	
	- 큰 위험을 야기하는 상황을 피하고자 함	Isen (1993) Isen & Geva (1987) Isen, Nygren, & Ashby (1988)
	- 설득 과정 자체를 즐김	Carnevale & Isen (1986)
- 적대적인 의견이 많더라도 관점의 전환이 빠르므로 다양한 해결책을 제시하여 충돌을 피함		
- 수준을 달리 하여 주장을 하여도 태도 변화에 영향을 주지 못함		
기타 (광고, 소비 등)	- 소비자, 피고용자의 만족도에 민감하게 대처	Isen (2001)
	- 상품의 전체적인 측면을 고려하는 성향의 유발	
	- 복잡한 상품에 대해서 혼란을 덜 일으킴	Estrada, Isen, & Young (1997)
	- 기준점(anchoring)에 대한 고민을 적게 함	

의 커뮤니케이션 이론들이 간과하거나 알 수 없던 부분에 대해 새로운 관점을 제공한다.

“웃는 낯에 침 뱉으라?”는 속담이 있다. 웃는 얼굴로 대하는 사람에게 화를 내거나 나쁘게 대할 수 없다는 의미다. 우리는 경험적으로 웃는 얼굴을 대할 때 화내기관 쉽지 않다는 것을 잘 알고 있다. 상호 간 기분이 상해 침묵이 유지되고 있는 상황에서 어느 한 명이 농담을 던지게 되면 어떠한가? 진정한 유머는 침묵을 깨뜨리고 얼어붙은 관계를 회복시켜준다. 이러한 평소의 경험들만 보더라도 상대방의 긍정적인 한마디나 웃는 표정, 혹은 행복한 사람의 존재 자체가 우리의 공동체적 삶에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 만약 이러한 긍정적인 커뮤니케이션 요소들을 행복이란 개념 하에 묶을 수 있다면, 결국 행복은 커뮤니케이션의 목적이자 수단이 된다. 우리는 행복하기 위해 커뮤니케이션을 하지만, 동시에 행복해야 커뮤니케이션을 더 잘 할 수 있는 것이다.

긍정적 정서는 커뮤니케이션 능력의 핵심이다. 긍정적 정서의 효과뿐만 아니라 커뮤니케이션 과정 일반에 있어서 다양한 ‘행복 요소’의 기능과 역할에 관한 연구는 앞으로 대인커뮤니케이션 연구에 있어서 꼭 필요한 주제가 될 것이다. 커뮤니케이션학 분야에서의 이러한 연구 분야를 ‘행복 커뮤니케이션’이라고 부르는 것은 그저 “행복하기만 한 꿈”일까?

참고문헌

- 구재선 · 이아룡 · 서은국 (2009). 행복의 사회적 기능: 행복한 사람이 인기가 있나? 『한국심리학회지』, 15권 1호, 29~47.
- 김교현 (1992). 친교 관계에서 자기노출의 기능. 『한국심리학회지: 임상』, 11권 1호, 196~222.
- 김명주 · 나은영 (2005). 방송 연설 후보자의 비언어적 커뮤니케이션이 고 · 저관여 시청자에게 미치는 영향. 『한국방송학보』, 19권 3호, 42~103.
- 김민규 · 김주환 (2008). 대인관계와 주관적 안녕감의 인과성 검증: 자기회귀교차지연모형을 중심으로. 한국언론학회 학술대회 발표논문집(97~98쪽).
- 나은경 · 송현주 · 김현석 · 이준웅 (2008). 정서의 프레이밍: 경제 뉴스 보도 기사의 정서 반응 유발 효과. 『한국언론학보』, 52권 2호, 378~406.
- 나은영 (1995). 의식개혁에 장애가 되는 문화적 요인들: 체면과 동조. 『한국심리학회지: 사회문제』, 2권 1호, 33~51.
- 박주연 (2007). 인터페이스 에이전트와의 상호작용을 통한 친밀성 형성. 『한국언론학보』, 51권 2호, 334~362.
- 송현주 (2008). 정서와 정치 커뮤니케이션 연구. 『커뮤니케이션 이론』, 4권 1호, 32~76.
- 송현주 · 김현석 · 이준웅 (2008). 대통령 후보 경선 여론조사보도에 대한 인지평가와 정서 반응이 정치적 행동성향에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 52권 4호, 353~376.
- 이강형 (2002). 유권자의 정치후보에 대한 감정이 정치참여에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국언론학보』, 46권 5호, 73~104.
- 이강형 (2006). 정치후보에 대한 유권자 감정 유발 요인 및 미디어 캠페인 활동의 효과에 관한 연구. 『한국언론학보』, 50권 3호, 337~366.
- 이준웅 (2007). 대통령 후보에 대한 정서적 반응의 형성과 정치적 효과. 『한국언론학보』, 51권 5호, 111~137.
- 이준웅 · 송현주 · 나은영 · 김현석 (2008). 정서 단어 분류를 통한 정서의 구성 차원 및 위계적 범주에 관한 연구. 『한국언론학보』, 52권 1호, 85~116.

- 이훈구 (1997). 한국인의 긍정적 정서. 『심리과학』, 6권 2호, 45~60.
- 정옥분 (1998). 『청년발달의 이해』. 서울: 학지사.
- 한덕웅 (2000). 대인관계에서 4단7정 정서의 경험. 『한국심리학회지: 사회 및 성격』, 14권 2호, 145~166.
- 한주리 · 허경호 (2005). 가족 의사소통 패턴과 자녀의 자아존중감, 자아노출, 내적통제성 및 의사소통능력과의 관계. 『한국언론학보』, 49권 5호, 202~227.
- Aron, A., Norman, C. C., Aron, E. N., McKenna, C., & Heyman, R. E. (2000). Couple's shared participation in novel and arousing activities and experienced relationship quality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 273~284.
- Aron, A., Aron, E. N., Tudor, M., & Nelson, G. (1991). Close relationships as including other in the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(2), 241~253.
- Aspinwall, L. G. (1998). Rethinking the role of positive affect in self-regulation. *Motivation and Emotion*, 22, 1~32.
- Baron, R. A. (1987). Mood interviewer and the evaluation of job candidates. *Journal of Applied Social Psychology*, 17, 911~926.
- Baron, R. A. (1990) Attributions and organizational conflict. In S. Graham and V. Folkes. (Eds.) *Attribution theory applications to achievement, mental health, and interpersonal conflict*. Hillsdale (pp. 185~204). NJ: Erlbaum.
- Barsade, S. G. (2002). The ripple effect: Emotional contagion and its influence on group behavior. *Administrative Science Quarterly*, 47(4), 644~675.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497~529.
- Cardy, R. L., & Dobbins, G. H. (1986). Affect and appraisal accuracy: Liking as an integral dimension in evaluating performance. *Journal of Applied Psychology*, 71, 672~678.
- Carnevale, P. J. D., & Isen, A. M. (1986). The influence of positive affect

- and visual access on the discovery of integrative solutions in bilateral negotiation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 37, 1~13.
- Carver, C. S., & Scheier, M. F. (1990). Origins and functions of positive and negative affect: A control-process view. *Psychological Review*, 97, 19~35.
- Carver, C. S., & Scheier, M. F. (2005). Optimism. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Ed.), *Handbook of positive psychology* (pp. 231~243). NY: Oxford University Press.
- Gialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology*, 55, 591~621.
- Collins, N. L., & Miller, L. C. (1994). Self-disclosure and liking: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 116, 457~475.
- Compton, W. C. (2005). *Introduction to Positive Psychology*. CA: Thomson Wadsworth.
- Csikszentmihalyi, M., & Csikszentmihalyi, I. (2006). *A life worth living: Contributions to positive psychology*. New York: Oxford University Press.
- Danner, D. D., Snowdon, D. A., & Friesen, W. V. (2001). Positive emotions in early life and longevity: Findings from the nun study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 804~813.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227~268.
- Deldin, P. J., & Levin, I. P. (1986). The effect of mood induction in a risky decision-making task. *Bulletin of the Psychonomic Society*, 24, 4~6.
- Diener, E. (1999). Introduction to the special section on the structure of emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(5), 803~804.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55, 34~43.
- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2002). Very happy people. *Psychological Science*, 13, 80~83.

- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2004). Beyond money. *Psychological Science in the Public Interest*, 5(1), 1~31.
- Ekman, P. (1992). Are there basic emotions? *Psychological Review*, 99, 550~553.
- Ekman, P. (1994). Moods, emotions, and traits. In P. Ekman, & R. J. Davidson (Eds.), *The nature of emotion: Fundamental questions*, (pp. 56~58). New York: Oxford University Press.
- Ekman, P., Friesen, W., & Levenson, R. (1983). Autonomic nervous system activity distinguishes among emotions. *Science*, 221, 1208~1210.
- Estrada, C. A., Isen, A. M., & Young, M. J. (1994). Positive affect influences creative problem solving and reported source of practice satisfaction in physicians. *Motivation and Emotion*, 18, 285~299.
- Estrada, C. A., Isen, A. M., & Young, M. J. (1997). Positive affect facilitates integration of information and decreases anchoring in reasoning among physicians. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 72, 117~135.
- Forgas, J. P., & Moylan, S. (1987). After the movies: Transient mood and social judgments. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 13, 467~477.
- Fredrickson, B. L. (1998). What good are positive emotions? *Review of General Psychology*, 2, 300~319.
- Fredrickson, B. L. (2000). Cultivating positive emotions to optimize health and well-being. *Prevention & Treatment*, 3.
<http://journals.apa.org/prevention/volume3/pre0030001a.html>.
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology. *American Scientist*, 56, 218~226.
- Fredrickson, B. L. (2003). The value of positive emotions. *American Scientist*, 91, 330~335.
- Fredrickson, B. L. (2004). The broaden-and-build theory of positive emotions. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London*, 359, 1367~1377.
- Fredrickson, B. L. (2005). Positive emotions. In C. R. Snyder, & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology*, 120~134. NY: Oxford University Press.

- Fredrickson, B. L. (2008). Positive emotions. In M. Lewis, J. M. Haviland-Jones, & L. F. Barrett (Eds.), *Handbook of emotions* (pp. 777 ~ 796). New York: Guilford Press.
- Fredrickson, B. L., & Branigan, C. (2005). Positive emotions broaden the scope of attention and thought-action repertoires. *Cognition and Emotion, 19*, 313 ~ 332.
- Fredrickson, B. L., John, M. A., Coffey, K. A., Pek, J., & Finkel, S. M. (2008). Open hearts build lives: Positive emotions, induced through loving-kindness meditation, build consequential personal resources. *Journal of Personality and Social Psychology, 95*(5), 1045 ~ 1062.
- Fredrickson, B. L., & Joiner, T. (2002). Positive emotions trigger upward spirals toward emotional well-being. *Psychological Science, 13*, 172 ~ 175.
- Fredrickson & Losada (2005). Positive affect and the complex dynamics of human flourishing. *American Psychologist, 60*(7), 678 ~ 686.
- Fredrickson, B. L., & Levenson, R. W. (1998). Positive emotions speed recovery from the cardiovascular sequelae of negative emotions. *Cognition and Emotion, 12*, 191 ~ 220.
- Fredrickson, B. L., Tugade, M. M., Waugh, C. E., & Larkin, G. R. (2003). What good are positive emotions in crises? A prospective study of resilience and emotions following the terrorist attacks on the United States on September 11th, 2001. *Journal of Personality and Social Psychology, 84*, 365 ~ 376.
- Fredrickson, B. L., Mancuso, R. A., Branigan, C., & Tugade, M. M. (2000). The undoing effect of positive emotions. *Motivation and Emotion, 24*, 237 ~ 258.
- Freitas, A. L., Katz, A., Azizian, A., & Squires, N. K. (2008). When affective cues broaden thought: Evidence from event-related potentials associated with identifying emotionally expressive faces. *Cognition and Emotion, 22*, 1499 ~ 1512.
- Frijda, N. H. (1986). *The emotions*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Frijda, N. H., Kuipers, P., & Schure, E. (1989). Relations among emotion,

- appraisal, and emotional action readiness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(2), 212~228.
- Gable, P. A., & Harmon-Jones, E. (2008). Approach-motivated positive affect reduces breadth of attention. *Psychological Science*, 19, 476~482.
- Gottman, J. M. (1998). Psychology and the study of marital processes. *Annual Review of Psychology*, 49, 169~197.
- Harker, L., & Keltner, D. (2001). Expressions of positive emotion in women's college yearbook pictures and their relationship to personality and life outcomes across adulthood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 112~124.
- Heady, B., & Veenhoven, R. (1989). Does happiness induce a rosy outlook? In R. Veenhoven (Ed.), *How harmful is happiness? Consequences of enjoying life or not*. Universitaire Pers Rotterdam, The Netherlands, Chapter 10, 106~127.
- Hintikka, J., Koskela, T., Kontula, O., Koskela, K., & Viinamaeki, H. (2000). Men, women and friends: Are there differences in relation to mental wellbeing? *Quality of Life Research*, 9, 841~845.
- Isen, A. M. (1984). Toward understanding the role of affect in cognition. In R. Wyer, & T. Srull (Eds.), *Handbook of social cognition* (Vol. 3, pp. 179~253). New York: Academic Press.
- Isen, A. M. (1987). Positive affect, cognitive processes, and social behavior. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, 20, 203~253. New York: Academic Press.
- Isen, A. M. (1993). Positive affect and decision making. In M. Lewis, & J. M. Haviland (Eds.), *Handbook of emotions* (pp. 261~277). New York: Guilford.
- Isen, A. M. (2001). An influence of positive affect on decision making in complex situations: Theoretical issues with practical implications. *Journal of Consumer Psychology*, 11, 75~85.
- Isen, A. M., & Baron, R. A. (1991). Positive affect as a factor in organizational behavior. In L. L. Cummings & B. M. Starr (Eds.), *Research in Organizational Behavior*, 13, 1~53. Greenwich, CT: JAI Press.

- Isen, A. M., & Daubman, K. A. (1984). The influence of affect on categorization. *Journal of Personality and Social Psychology*, *47*, 1206~1217.
- Isen, A. M., Daubman, K. A., & Nowicki, G. P. (1987). Positive affect facilitates creative problem solving. *Journal of Personality and Social Psychology*, *52*, 1122~1131.
- Isen, A. M., & Geva, N. (1987). The influence of positive affect on acceptable level of risk: The person with a large canoe has a large worry. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *39*, 145~154.
- Isen, A. M., Johnson, M. M. S., Mertz, E., & Robinson, G. F. (1985). The influence of positive affect on the unusualness of word associations. *Journal of Personality and Social Psychology*, *48*, 1413~1426.
- Isen, A. M., & Means, B. (1983). The influence of positive affect on decision-making strategy. *Social Cognition*, *2*, 18~31.
- Isen, A. M., Nygren, T. E., & Ashby, F. G. (1988). Influence of positive affect on the subjective utility of gains and losses: It is just not worth the risk. *Journal of Personality and Social Psychology*, *55*, 710~717.
- Isen, A. M., Rosenzweig, A. S., & Young, M. J. (1991). The influence of positive affect on clinical problem solving. *Medical Decision Making*, *11*, 221~227.
- Johnson, K. J., & Fredrickson, B. L. (2005). We all look the same to me: Positive emotions eliminate the own-race bias in face recognition. *Psychological Science*, *16*, 875~881.
- Kahneman, D. (1999). Objective happiness. In D. Kahneman, E. Diener, & N. Schwarz (Eds.), *Well-being: The foundations of hedonic psychology* (pp. 3~25). New York: Russell Sage Foundation.
- Kahn, B. E., & Isen, A. M. (1993). The influence of positive affect on variety-seeking among safe, enjoyable products. *Journal of Consumer Research*, *20*, 257~270.
- Kraiger, K., Billings, R. S., & Isen, A. M. (1989). The influence of positive affective states on task perceptions and satisfaction. *Organizational*

Behavior and Human Decision Processes, 44, 12~25.

- Kuykendall, D., & Keating, J. P. (1990). Mood and persuasion: Evidence for the differential influence of positive and negative states. *Psychology & Marketing*, 7, 1~9.
- Laird, J. D. (1974). Self-attribution of emotion: The effects of expressive behavior on the quality of emotional experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 29, 475~486.
- Lang, A. (2000). The limited capacity model of mediated message processing. *Journal of Communication*, 50(1), 46~70.
- Lang, A. (2006). Using the limited capacity model of motivated mediated message processing to design effective cancer communication messages. *Journal of Communication*, 56, 57~80.
- Lang, A., Bradley, S. D., Park, B., Shin, M., & Chung, Y. (2006). Parsing the resource pie: Using stars to measure attention to mediated messages. *Media Psychology*, 8, 369~394.
- Lang, A., Potter, D., & Grabe, M. E. (2003). Making news memorable: Applying theory to the production of local television news. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(1), 113~123.
- Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. New York: Oxford University Press.
- Levenson, R. W. (1988). Emotion and the autonomic nervous system: A prospectus for research on autonomic specificity. In H. L. Wagner (Ed.), *Social psychophysiology and emotion: Theory and clinical applications* (pp. 17~42). London: Wiley.
- Levenson, R. W. (1994). Human emotion: A functional view. In P. Ekman & R. Davidson(Eds.), *The nature of emotion: Fundamental questions*. New York: Oxford University Press.
- Lyubomirsky, S., King, L., & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success? *Psychological Bulletin*, 131, 803~855.
- Mackie, D. M., & Worth, L. T. (1989). Processing deficits and the mediation of positive affect in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 27~40.
- Myers, D. G., & Diener, E. (1995). Who is happy? *Psychological Science*,

6(1), 10~19.

- Oatley, K., & Jenkins, J. M. (1996). *Understanding emotions*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Pavot, W., Diener, E., & Fujita, F. (1990). Extraversion and happiness. *Personality and Individual Differences, 11*, 1299~1306.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1984). The effects of involvement on responses to argument quantity and quality: Central and peripheral routes to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology, 46*, 69~81.
- Rosenberg, E. L. (1998). Levels of analysis and the organization of affect. *Review of General Psychology, 2*, 247~270.
- Ryff, C. D., & Singer, B. (1998). The contours of positive human health. *Psychological Inquiry, 9*, 1~28.
- Sarason, I. G., Potter, E. H., & Sarason, B. R. (1986). Recording and recall of personal events: Effects on cognitions and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(2), 347~356.
- Schiffenbauer, A. (1974). Effect of observer's emotional state on judgments of the emotional state of others. *Journal of Personality and Social Psychology, 30*(1), 31~35.
- Scjwarz, N., & Clore, G. L. (1996). Feelings and phenomenal experiences. In E. T. Higgins, & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 433~465). New York: Guilford.
- Seligman, M. E. P. (2002). *Authentic happiness*. New York: Free Press.
- Seligman, M. E. P., & Schulman, P. (1986). Explanatory style as a predictor of productivity and quitting among life insurance sales agents. *Journal of Personality and Social Psychology, 50*, 832~838.
- Staw, B. M., & Barsade, S. G. (1993). Affect and managerial performance: A test of the sadder-but-wiser vs. happier-and-smarter hypothesis. *Administrative Science Quarterly, 38*, 304~331.
- Strack, F., Martin, L. L., & Stepper, S. (1988). Inhibiting and facilitating conditions of the human smile: A nonobtrusive test of the facial feedback hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology, 54*(5), 768~777.

- Veenhoven, R. (1988). The utility of happiness. *Social Indicators Research*, 20, 333~354.
- Veenhoven, R. (Eds.) (1989). *How harmful is happiness? consequences of enjoying life or not?* Rotterdam, The Netherlands: University Press Rotterdam.
- Vittengl, J. R., & Holt, C. S. (2000). Getting acquainted: The relationship of self-disclosure and social attraction to positive affect. *Journal of Social and Personal Relationships*, 17, 53~66.
- Wadlinger H. A., & Isaacowitz, D. M. (2006). Positive mood broadens visual attention to positive stimuli. *Motivation and Emotion*, 30(1), 89~101.
- Waugh, C. E., & Fredrickson, B. L. (2006). Nice to know you: Positive emotions, self-other overlap, and complex understanding in the formation of new relationships. *Journal of Positive Psychology*, 1, 93~106.
- Wegener, D. T., & Petty, R. E. (1994). Mood management across affective states: The hedonic contingency hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 1034~1048.

abstract

Positive Emotions Make Us More Communicative: Taking Another Look at Communication Theories from the Perspectives of Positive Psychology

Joohan Kim

Professor

Dept. of Communication, Yonsei University

Wooyeol Shin

Graduate Student

School of Communication and Arts, Yonsei University

Junghyun Hahm

Graduate Student

School of Communication and Arts, Yonsei University

Positive emotions play a key role in interpersonal communication processes. In this essay, the authors have attempted to reappraise communication theories from the perspectives of positive psychology. Based on the previous studies on positive emotion, this essay examines theoretical relevance of positive psychology to interpersonal communication processes, including decision making, persuasion, information processing, social conformity, and interpersonal relationship building and maintenance.

key words: positive emotion, subjective well-being, communication theory, broaden-and-build theory