

한국심리학회지: 소비자광고
Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology
2025, Vol. 26, No. 3, 389-408
<https://doi.org/10.21074/kjlcap.2025.26.3.389>

빛이나(Light Up) 감사 프로그램이 감사와 신뢰 및 행복에 미치는 영향

최미심 장수용 남윤주 최서연 남승규[†]

대전대학교 산업·광고심리학과

이 연구는 긍정심리학의 핵심 요인 중 하나인 감사(gratitude) 개념을 기반으로 프로그램을 개발하여 감사가 신뢰와 행복에 미치는 인과적인 효과를 검증한 실험연구이다. 이 연구에서는 새롭게 개념화한 감사의 조작적 정의와 구성 요소를 구체화하고, 이를 측정하기 위해 개발한 감사 척도를 활용하여 조사연구를 진행하였다. 그 결과 감사가 신뢰와 행복에 유의미한 영향을 미친다는 실증적 결과를 확인하였으며, 이를 토대로 빛이나 감사 모형(LG Model)에 근거한 감사 증진 프로그램을 개발하였다. 구체적으로, 감사모형은 감사의 선천적 경향성인 ‘감사성향’, 후천적 경향성인 ‘감사경험’ 및 실천적 경향성인 ‘감사표현’으로 감사를 개념화하고, 비움-채움-나눔에 기초한 감사모형에 토대를 둔 감사 프로그램을 개발하였다. 표준형 프로그램은 8회기에 걸쳐서 그룹 코칭 형태로 진행하였고, 부정성은 비우고 긍정성을 채우며 감사한 마음을 나누는 과정을 포함하였다. 감사 프로그램에 참여하는 실험집단과 그렇지 않은 통제집단에 각각 11명씩 무선 배정한 후에, 사전검사와 사후검사를 통하여 감사와 신뢰 및 행복의 차이를 비교하였다. 연구결과에 의하면, 첫째, 감사 프로그램에 참여하는 것은 전체 감사 수준, 감사성향, 감사경험 및 감사표현의 수준을 높여주었다. 둘째, 감사 프로그램에 참여하는 것은 전체 신뢰 수준과 자기신뢰, 타인신뢰 및 기업신뢰를 높여주었다. 셋째, 감사 프로그램에 참여하는 것은 전체 행복 수준과 심신건강, 인간관계, 긍정경험 및 긍정실천을 높여주었다. 이런 연구결과는 새롭게 구안한 표준형 감사 프로그램이 감사뿐만 아니라 신뢰와 행복 수준을 높여주는 데도 효과적임을 보여주는 것이며, 다양한 심리적 변수에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 시사하는 것이다. 그러나 감사행동은 인구통계학적인 요인, 가치, 관점 등과 같은 여러 심리학적 요인에 영향을 받을 수 있기에 연구 결과의 일반화 가능성은 높이기 위해서는 추가적인 후속연구가 필요하다.

주제어 : 감사, 감사성향, 감사경험, 감사표현, 신뢰, 행복

[†]교신저자 : 남승규, 대전대학교 산업광고심리학과, sknam@dju.kr

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.
Copyright ©2025, Korean Society for Consumer and Advertising Psychology

감사하는 마음은 무엇인가를 소중하게 기억하는 행동과 삶에서 시작된다. 감사는 개인의 내적 행복뿐 아니라 사회적 신뢰 형성에도 기여하는 삶의 기술이다. Lyubomirsky(2008)는 행복을 높이기 위한 실천으로 감사하기를 제안하면서, 감사활동이 행복에 미치는 영향을 강조하였다. 최근 소비자 분야에서도 감사소비(grateful consumption)가 주목받고 있다. 일상생활에서도 감사를 표현하는 소비행동은 지속적으로 늘어나고 있고, 5월이면 어린이날, 어버이날, 스승의 날, 부부의 날을 기념하면서 감사와 관련된 광고와 소비가 왕성하게 발생하며, 크리스마스에는 한해를 감사하는 마음을 전하기 위한 소비와 이를 부추기는 광고가 폭발한다. 감사소비란 타인과 사회에 대한 감사를 표현하고, 그 가치를 실천하는 소비행위로, 윤리적 소비, 지속가능한 소비와 연결되며 소비자의 정서적 만족과 공동체적 신뢰를 동시에 향상시킬 수 있다. 따라서 변화하는 사회에서 소비자가 행복한 삶을 추구하기 위해서는 감사를 일상에 적용하고, 이를 소비행동과 같은 구체적 실천으로 확장해 나갈 필요가 있다.

이 연구에서는 혼자만 행복한 삶을 사는 것이 아니라 다 함께 행복한 삶을 살아가기 위해서는 감사가 필요하다고 가정하고, 신뢰할 수 있고 행복한 삶을 만들기 위한 최선의 방안으로 감사에 초점을 맞추어 감사 프로그램을 만들고 실험연구를 진행하였다. 선행연구들(최미심, 남윤주, 남승규, 2022; 최미심, 2025; 최미심 외, 2025)을 토대로 긍정심리학적 관점에서 감사를 ‘살맛 나는 행복한 세상을 위해 부정성을 비우고 긍정성을 채우며 고마운 마음을 나누는 것’이라고 조작적 정의하였다. 이 연구에서는 새롭게 개념화한 감사의 조작적

정의와 구성요소를 반영한 감사척도로 조사연구를 실시하였다. 분석 결과, 감사는 신뢰와 행복을 증진시키며, 감사성향 뿐 아니라 감사 경험 역시 신뢰와 행복에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 이 연구에서는 실험설계를 사용하여 빛이나 감사 모형(LG Model)에 기초한 8회기의 감사 프로그램을 개발한 후에 해당 프로그램이 감사의 수준을 높일 뿐만 아니라, 감사 프로그램 참여경험이 소비자의 신뢰와 행복 수준에 미치는 인과적인 영향을 검증하였다.

감사

감사(gratitude)는 은혜를 뜻하는 말로 고마움, 친절함을 의미하며, 인간뿐만 아니라 자연이나 신, 우주와 같은 비인격적인 근원이 감사의 대상이 된다(추현심, 김주현, 2017). 인간은 다양한 차원에서 감사의 경험을 표현하는데, 받은 축복을 해아려 보고 음미하기, 삶 속에서 누군가에게 고마워하기, 삶에 대한 경이로움이나 고마움을 느끼기, 역경 속에서도 긍정적인 부분을 생각하고 풍요로움을 상상하기, 신에게 감사하기 등이다. 감사의 심리적 기능에 대한 연구에서는 개인의 감사 경험, 감사를 느끼는 빈도와 강도의 개인차, 이를 간의 관계 그리고 감사의 이점을 규명하려는 다양한 시도가 이루어지고 있다. 또한, 긍정심리학의 등장과 함께 행복한 삶을 위한 세 가지 핵심 요소가 제안되었다. 행복은 즐거운 삶, 의미 있는 삶, 그리고 적극적인 삶이 조화를 이루는 데서 비롯된다. 즉, 우리는 즐겁게 살고, 삶의 의미를 찾으며, 능동적으로 행동할 때 진정한 행복을 경험할 수 있다.

오래전 아리스토텔레스는 ‘행복은 감사하는

사람의 것이다.'라고 말했으며, Maslow(1971)는 감사를 '인생의 긍정적인 측면을 즐거움, 경이로움, 환희 속에서 인식하고 고맙게 여기는 능력'으로 정의하며, 이를 자기실현적 인간의 핵심특성으로 보았다. Lyubomirsky(2008)는 행복 수준을 향상시키고 극대화할 수 있는 방안을 탐구하기 위해 행복 개입 실험을 실시하였으며, 그 결과 행복을 결정하는 요인은 유전적 요인 50%, 환경적 요인 10% 그리고 개인의 의지적 활동 40%로 나타났다. 특히, Lyubomirsky는 의지적 활동을 실천함으로써 행복을 극대화할 수 있다고 주장하며, 그 구체적 실천방안 중 하나로 '감사하기'를 권장하였다. 이는 행복이 선천적 요인에 의해 고정되는 것이 아니라, 개인의 태도와 행동적 실천을 통해 향상될 수 있음을 보여주며, 특히 '감사하기'와 같은 의지적 활동이 행복 증진에 있어 충분한 효과성을 지닌 개입임을 실증적으로 뒷받침한다. 최근 연구에 따르면, 감사를 경험한 사람들은 친사회적 행동을 강화하고 도덕적 행동을 지속하는 반면, 파괴적인 대인 관계 행동은 억제하는 경향이 있다고 보고하였다(McCullough et al., 2001). 그뿐만 아니라, 감사하는 사람은 공감능력이 뛰어나고, 타인의 관점을 수용하고, 타인에 대해 혼신과 책임감을 더 잘 인식하고 삶에 대한 신뢰를 높인다(McCullough, Emmons, & Tsang, 2002). 더 나아가 감사와 관련한 다양한 연구들은 감사가 스트레스 감소, 관계 강화, 신체 건강 증진 등 긍정적인 정서를 촉진하여 행복감을 높일 뿐 아니라 전반적인 삶의 질 향상과 같은 다양한 이점을 제공하고 있음을 보여준다. 이처럼 감사는 심리적 안녕뿐만 아니라 우리가 가진 것, 경험하는 것, 그리고 삶 자체에 대한 연결감과 삶의 만족도를 높인다(Adler &

Fagley, 2005). 더욱이, 감사는 주관적 안녕감, 심리적 자원, 그리고 탄력성과 높은 상관관계를 가지며 긍정적인 삶의 태도를 형성하고 행복을 증진하며 우울감을 완화하는 데 효과적이라는 사실이 반복적으로 검증되고 있다(Watkins, 2014).

감사 프로그램 개발과정

이 연구에서는 감사성향과 감사경험 및 감사표현을 하위요인으로 하는 감사모형을 활용하여 감사 프로그램을 개발하였다. 프로그램 연구모형은 상담프로그램 개발에서 주로 사용하는 ADDIE 모형(Branch, 2009)을 참고하여 연구에 적합하도록 ADDIE 모형을 수정하여 <빛이나 감사 프로그램>을 구안하였다. 프로그램 절차는 다섯 단계로 진행하였다. 첫 번째 분석단계에서는 감사 프로그램 개발을 위한 선행연구를 분석하였다. 내용으로는 학습과 관련된 요인들을 검토하고, 학습자 특성 및 수준을 분석하고, 교육환경도 분석하였다. 두 번째 설계단계에서는 프로그램을 설계하였다. 교수방법을 구체화하고, 연구목적과 목표를 정하였다. 그리고 교육내용을 구성하고, 어떤 매체를 사용할 것인지 확정하였으며, 평가도구를 반영하여 프로그램을 시안하였다. 세 번째 개발단계에서는 프로그램을 개발하였다. 이를 위해 예비연구를 진행하고 전문가의 조언과 의견을 참조하여 수정 및 보완하면서 프로그램을 검토하였다. 네 번째 실행단계에서는 수정 및 보완된 프로그램을 현장에 적용해 프로그램의 가능성을 평가하고 관리하였다. 다섯 번째 평가 단계에서는 최종 프로그램을 현장에 실행하여 적합성, 효율성 및 타당성을 확인하고 성취도를 확인하여 프로그램의 효과

성을 분석하였다.

감사 프로그램 구성

이 연구에서 사용된 감사 프로그램은 최미심(2025)의 박사학위논문에서 개발된 것이다. 감사의 선천적 경향성인 ‘감사성향’과 후천적 경향성인 ‘감사경험’ 및 실천적 경향성인 ‘감사표현’으로 개념화한 빛이나 감사모형에 이론적 토대를 두고 있다. 감사행동을 통해 부정성은 낮추고 긍정성은 높이면서 감사를 실천하는 삶은 자신뿐만 아니라 주위의 사람들을 행복하게 만들고, 고난과 역경을 극복하며 살아가는 데도 도움이 될 것이라고 가정하였다. 새롭게 정립된 감사의 개념과 구성요소에 따른 목적을 위해 프로그램 모형을 감사성향, 감사경험 및 감사표현을 포함한 빛이나 감사모형을 도식화하여 그림 1에 제시하였다. 선천적인 감사성향에 있는 부정적인 마음은 비우고, 후천적인 감사경험에는 긍정적인 마음을 채우며, 실천적인 감사표현을 통해 감사하는 마음을 나누어서 마음속의 빛을 밝히고 나아가 세상의 빛을 밝힌다는 의미로 ‘빛이나

감사모형(Light up Gratitude model; LG model)’이라 명명하였다.

감사 프로그램의 구성은 전문가 집단의 평가과정을 거쳐 8회기의 표준형 감사 프로그램을 최종적으로 완성하였다. 전체 프로그램 내용을 간략하게 정리하면, 1단계는 1회기 도입 부분으로 프로그램 전반에 관한 설명과 감사의 중요성과 필요성을 인식하고 프로그램 참여에 대한 동기를 부여하는 과정이다. 2단계는 2-3회기로 감사성향 부분의 ‘비움의 과정’으로 부정성과 감사하지 못하는 마음을 비우는 내용이다. 3단계는 4-5회기로 감사경험 부분의 ‘채움의 과정’으로 긍정성과 감사할 줄 아는 마음으로 채우는 내용이다. 4단계는 6-7회기로 감사표현 부분의 ‘나눔의 과정’으로 감사의 마음과 나눔을 실천하는 내용이다.

최종적으로 전체 8회기로 개발된 빛이나 감사 프로그램의 구체적인 내용은 다음과 같다. 1회기는 도입으로 마음열기이다. 프로그램 안내 및 서약, 프로그램 사전검사와 감사의 중요성과 필요성에 대한 참여자들의 동기부여 시간을 갖도록 하였다. 그리고 별칭 짓기 시간을 통해 자기를 소개하고, 집단원들과 친밀

공감소통 ↑, 신뢰↑, 회복탄력성↑, 행복↑, 우울↓, 불안↓

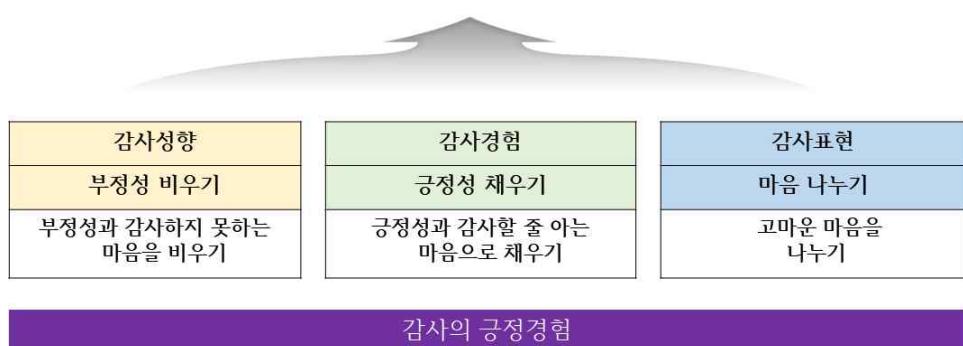


그림 1. 빛이나 감사모형(최미심, 2025)

최미심 등 / 빛이나(Light Up) 감사 프로그램이 감사와 신뢰 및 행복에 미치는 영향

표 1. 최종 감사 프로그램의 구성

회기	구분	주제	목표	프로그램 활동 내용
1	도입	마음 열기	OT	<ul style="list-style-type: none"> ·마음 열기 ·구성원 간의 친밀감과 신뢰감 형성 ·프로그램 목적, 진행방법 안내 ·비밀유지를 위한 서약서 작성
			친밀감,	<ul style="list-style-type: none"> ·감사의 중요성과 필요성 및 동기부여
			신뢰감	<ul style="list-style-type: none"> ·감사동영상 시청
2	감사 성향	비움	형성	<ul style="list-style-type: none"> ·자기소개, 별칭 짓기, 감사일기 작성요령 ·회기마다 실행-한 주간 동안 감사한 일 세 가지 이야기하기, 감사 명상하기, 실천 가능한 감사거리 나누기, 느낌 및 소감 나누기
			부정성과	<ul style="list-style-type: none"> ·감정조절에 필요한 심호흡 배우기
			비우기 (사건)	<ul style="list-style-type: none"> ·화가 나거나 기분 나빴던 경험에 대한 부정감정 털어내기 (감정카드와 활동지 활용) ·감사의 4단계 이해하기
3	감사 경험	채움	못하는	<ul style="list-style-type: none"> ·그럼에도 불구하고 부정적 사건을 통해 감사한 부분 찾기
			마음을	<ul style="list-style-type: none"> ·나를 힘들게 하는 대상에 대한 부정감정 털어내기
			비우는 것 (대상)	<ul style="list-style-type: none"> ·나를 힘들게 하는 대상에 대한 부정감정 털어내기 ·그럼에도 불구하고 힘들게 한 대상에게서 감사한 부분 찾기
4	감사 경험	나눔	긍정성과	<ul style="list-style-type: none"> ·나의 강점을 찾아 긍정적인 자기인식 강화하기(내가 보는 나의 강점 3가지, 타인이 보는 나의 강점 3가지), 강점카드와 활동지 활용
			감사할 줄 아는	<ul style="list-style-type: none"> ·나 자신 칭찬하고, 타인 칭찬하기(롤링페이퍼 작성하기)
			마음으로 채우는 것	<ul style="list-style-type: none"> ·꿈의 목록을 구체화(내가 갖고 싶은 것, 되고 싶은 것, 가고 싶은 곳, 나누고 싶은 것)하면서 긍정정서 다지기 ·미래의 성공한 내 모습으로 자기소개하기
5	감사 표현	감사 나누기	감사의 마음과	<ul style="list-style-type: none"> ·마음의 빛 밝히기 ·나에게 감사편지 쓰기 ·나 자신에게 선물하기
			실천을 나누는 것	<ul style="list-style-type: none"> ·세상의 빛 밝히기 ·고마운 사람에게 감사편지 쓰기 ·감사 선물하기
			감사 다짐하기	<ul style="list-style-type: none"> ·프로그램 참여 경험 나누기 ·감사를 생활 속에서 실천하기 위한 마음가짐 나누기

출처: 최미심(2025) p.144

감을 형성하며, 프로그램에 대한 기대감과 목표를 설정하여 참여도를 높이고, 집단역동의 기반을 다지도록 하였다.

2-3회기에서는 화가 나거나 기분이 나빴던 사건이나 대상에 대해 부정감정을 털어내기 위한 작업과 그럼에도 불구하고 감사한 부분을 찾아 이야기를 나누는 활동을 통해 긍정감정으로의 전환과 감사의 4단계를 이해하는 시간을 가졌다. 4-5회기에서는 긍정성을 채우기 위한 훈련으로 나의 강점을 찾아 긍정적인 자기 인식을 강화하고 꿈의 목록을 구체화하면서 긍정정서를 다지고 자신과 타인에 대한 칭찬을 통해 감사경험을 나누는 시간을 가졌다. 6-7회기에서는 나와 고마운 분께 편지쓰기를 통해 감사를 표현하고 고마운 마음을 나누는 시간을 가졌다. 마지막 8회기는 종결회기로 프로그램을 마무리하는 단계이다. 프로그램을 통해 체험한 내용을 실천할 수 있도록 참여자들과 프로그램 참여 과정 동안의 경험을 나누고 피드백하는 시간을 가졌다. 프로그램을 통해 느꼈던 것들을 자신의 삶에 적용하고, 지속적으로 실천해 나갈 수 있도록 다짐하고 선언하면서 마무리하였다. 회기별 내용을 요약하여 표 1에 제시하였다.

신뢰

신뢰는 누구에게나 두루 통용되는 개념으로 신뢰는 나 자신과의 관계, 가족관계, 대인관계, 더 나아가 사회적 관계망 속에서 중요하게 강조되는 개념이며, 심리학, 사회학, 경제학 및 경영학 등 전반에 걸쳐서도 중요성이 강조되고 있다(최미심, 남윤주, 남승규, 2022). 관계에 기반을 두고 있는 신뢰는 친밀한 인간관계에서는 빠질 수 없는 개념이며(최상진, 김의철,

김기범, 2003), 현대 사회의 발전과 유지에 바탕이 된다. 김재신(2011)은 사람들에 대한 신뢰와 정부에 대한 신뢰수준이 높을수록 민주주의의 발전에 좀 더 기여할 수 있다고 하였고, 시민단체에 대한 신뢰도가 높을수록 민주주의 기여도에 유의미한 영향을 준다고 하였다.

일상적인 삶뿐만 아니라 소비생활에서 신뢰가 중요한 이유는 지속적인 인간관계 유지를 위해서는 신뢰가 바탕이 되어야 하며, 신뢰가 부족한 인간관계는 의심이 파고들고 결국에는 파탄에 이르게 된다. 또한 신뢰를 잃은 개인과 사회, 그리고 국가는 강압과 불신의 악순환에 빠지게 된다(김정희, 2023). 이런 불신과 반목의 악순환으로 인해 기존의 관계는 해체될 뿐만 아니라, 신뢰를 회복하기 위해서는 막대한 비용을 지불해야 한다(박영자, 2018). 따라서 사회적 관계를 전제로 하고 있는 신뢰가 있음으로 인해, 관련 행위자들은 도움을 주고받으며, 감시와 통제에 따르는 비용 또한 줄일 수 있는 것이다(우훈식, 남승규, 2020).

신뢰는 기본적으로 다양한 인간관계 속에서 나타나는 사회적 현상으로, 신뢰가 없다면 평화적이며 상생적인 삶의 관계를 지속적으로 구축할 수 없을 것이다. 신뢰는 개인과 사회, 기업에 큰 유익을 미친다. 신뢰가 높을수록 관계가 건강해지고 범죄율이 낮아지며, 경제가 발전한다(Drazkowski, Kaczmarek & Kashdan, 2017). 감사와 신뢰는 밀접한 관계가 있으며, 긍정적인 인간관계를 유지하는 기본적인 밑바탕이 된다. 감사와 신뢰의 관계를 살펴본 연구에서도 한 주간 의식적으로 감사 거리를 찾은 사람이 그렇지 않은 사람보다 타인을 더 신뢰할 가능성이 높았으며(Hopper, 2017), 감사는 타인과의 신뢰관계를 강화하고, 기존관계에 대한 만족감도 높인다(추병완, 2015).

행복

행복은 하나의 감정이고, 인류가 지향하고 누려야 될 핵심 가치이며, 누구나 살아가면서 체험하는 개인적인 경험이다(남승규, 2021). 행복은 저절로 얻을 수 있는 것이 아니지만, 작은 수고와 노력만으로도 우리는 행복해질 수 있다. 행복은 선천적으로 결정되는 것이 아니라, 개인의 의지적 선택과 행동에 의해 증진 될 수 있으며, 그 양과 질 또한 개인이 조절 할 수 있는 특성을 지닌다. 이에 따라 보다 행복한 삶을 구현하기 위해서는 우선 개인이 자신의 삶에서 행복을 적극적으로 선택하는 것이 필요하며, 나아가 개인의 행복을 사회적 차원의 상호작용과 연결하여 주변 사람들의 행복과 더 나아가 사회 구성원 전체의 행복을 함께 고려하는 태도가 필요하다. 연구에 따르면, 행복한 사람은 그렇지 않은 사람보다 더 건강하고 활동적인 삶을 영위하며, 더 쉽게 결정할 수 있고, 이 세상을 좀 더 안전하게 느낀다(Diener & Seligman, 2002). 행복한 사람들은 친구들과 친밀한 관계를 맺고 폭넓은 대인관계를 가지며, 낙천적이고 궁정적으로 사고하고 행동하며, 스트레스를 잘 이겨내고 자신의 직무에도 만족을 느낀다(Argyle, 2001). 또한, 행복한 사람들이 그렇지 않은 사람들보다 더 성공하고, 행복한 사람들은 그렇지 않은 사람들보다 경쟁력과 적응력 및 몰입 수준이 더 높다(남승규, 2021).

행복의 본질에 대한 논의는 다양하지만, 이 연구에서 다루고자 하는 행복의 본질은 행복은 누구와 함께하고, 무엇을 하며, 어떤 마음으로 하는가에 달려있다(남승규, 2017)는 가정으로 시작한다. 행복한 삶을 살려면 우리가 정원을 가꾸고 키우는 것처럼 우리의 마음의

힘을 가꾸고 키워야 하는데, 감사야말로 마음의 힘을 최상의 상태로 만들고 유지시키는 매우 좋은 방법이다. 또한, 우리가 진정으로 행복해지기 위해서는 긍정사고와 긍정정서, 긍정경험이 필요한데, 우리가 지닌 부정성은 비우고 긍정성을 채워서 긍정사고와 긍정정서 및 긍정경험을 누릴 수 있는 감사를 나누는 삶을 생활화하면 우리는 진정으로 더 행복해질 수 있다.

연구가설

감사에 관한 이론적 연구와 조사연구에 기초하여 얻어진 선행연구들에 의하면, 비움과 채움 그리고 나눔에 기초한 <표준형 빛이나 감사 프로그램>에 참여하는 것은 감사성향과 감사경험 및 감사표현에 긍정적인 영향을 미쳐서 개인의 감사 수준을 높일 뿐만 아니라, 신뢰 수준과 행복 수준을 높여줄 것이라고 예상할 수 있다. 감사 프로그램의 효과는 두 가지 측면에서 검토해야 하는데, 하나는 감사 프로그램에 참여한 실험집단의 사람들에게서 유의미한 변화가 나타나야 하고, 다른 하나는 프로그램에 참여한 실험집단과 프로그램에 참여하지 않은 통제집단 간에 유의미한 차이가 나타나야 한다. 따라서 다음과 같은 연구가설을 세울 수 있다.

실험집단 참가자의 변화: 감사 프로그램 참여에 따른 효과

연구가설 I. 감사 프로그램에 참여한 사람들은 참여 전보다 참여 후에 감사 수준이 높아질 것이다.

연구가설 I-1. 감사 프로그램에 참여한 사람들은 참여 전보다 참여 후에 감사성향 수준이 높아질 것이다.

연구가설 I-2. 감사 프로그램에 참여한 사람들은 참여 전보다 참여 후에 감사경험 수준이 높아질 것이다.

연구가설 I-3. 감사 프로그램에 참여한 사람들은 참여 전보다 참여 후에 감사표현 수준이 높아질 것이다.

연구가설 II. 감사 프로그램에 참여한 사람들은 참여 전보다 참여 후에 신뢰 수준이 높아질 것이다.

연구가설 III. 감사 프로그램에 참여한 사람들은 참여 전보다 참여 후에 행복 수준이 높아질 것이다.

감사 프로그램 참여에 따른 변화: 감사 프로그램 참여 여부에 따른 효과

연구가설 IV. 감사 프로그램에 참여한 사람들은 그렇지 않은 사람들보다 감사 수준이 높아질 것이다.

연구가설 V. 감사 프로그램에 참여한 사람들은 그렇지 않은 사람들보다 신뢰 수준이 높아질 것이다.

연구가설 VI. 감사 프로그램에 참여한 사람들은 그렇지 않은 사람들보다 행복 수준이 높아질 것이다.

연구방법

연구참가자

감사 예비 프로그램 적용의 효과성을 검증하

기 위하여 2개의 집단으로 실험설계를 하였다. 11명의 실험집단(감사 예비 프로그램에 참여한 사람들)과 11명의 통제집단(아무런 프로그램에도 참여하지 않은 사람들)이 연구에 참여하였다. 감사 프로그램에 참여한 대상은 D시에 거주하고 있는 11명의 여성 참여자로 평균 연령은 56세이고 직장인과 주부들로 구성되어 있다.

연구절차

이 연구는 감사 프로그램의 집단 내 효과와 집단 간 효과를 검증하는 것이다. <표준형 빛이나 감사 프로그램>은 비움과 채움 그리고 나눔으로 이루어져 있다. 이 연구는 참가자들을 무선표집 방식으로 실험집단과 통제집단의 두 집단으로 나누고 프로그램이 진행되기 1주일 전에 감사 척도, 신뢰 척도 및 행복 척도를 사용하여 사전검사 자료를 수집하여 프로그램의 효과를 검증하였다. 실험집단은 2024년 7월부터 8월까지 총 8주에 걸쳐서 빛이나 감사(Light up Gratitude; LG) 프로그램을 집단 대면 방식으로 실시하였다. 프로그램 종료 시점에 사후검사를 실시하였으며, 실험집단은 사전검사와 사후검사 모두 동일한 방식으로 수행되었다. 반면, 통제집단은 사전검사는 설문지 직접 작성 방식으로, 사후검사는 온라인 구글 설문지 방식으로 실시하였다. 또한, 실험집단을 대상으로 프로그램 종료 후 빛이나 프로그램의 만족도를 평가하기 위한 만족도 조사를 추가로 시행하여 자료를 수집하였다.

측정도구

감사 척도

이 연구에서는 새롭게 개발된 감사 척도를

최미심 등 / 빛이나(Light Up) 감사 프로그램이 감사와 신뢰 및 행복에 미치는 영향

사용하였다. 감사 척도는 감사성향, 감사경험, 감사표현의 3개의 하위요인으로 구성되어 있다. 이 척도는 감사성향 10문항, 감사경험 10문항, 감사표현 10문항을 포함하여 총 30문항으로 Likert 5점 척도이다. 이 척도의 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .9571(.9599)$ 이다. 감사 척도의 하위요인별 구성요소 및 신뢰도 계수는 표 2에 제시한 바와 같다.

신뢰 척도

신뢰 척도는 남윤주(2020)가 개발한 척도를 사용하였다. 신뢰 척도는 자기신뢰, 타인신뢰, 기업신뢰의 하위요인으로 구성되어 있다. 이

척도는 자기신뢰 5문항, 타인신뢰 4문항, 기업신뢰 7문항을 포함하여 총 16문항으로 Likert 5점 척도이다. 이 척도의 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .9266(.9279)$ 이다. 신뢰 척도의 하위요소 및 신뢰도 계수는 표 3에 제시한 바와 같다.

행복 척도

행복은 남승규(2021)가 개발한 행복 척도를 사용하였다. 행복 척도는 심신건강, 긍정실천, 인간관계, 긍정경험 4개의 하위요인으로 구성되어 있다. 이 척도는 심신건강 4문항, 긍정실천 14문항, 인간관계 4문항, 긍정경험 5문항을 포함하여 총 27문항으로 Likert 5점 척도이다.

표 2. 감사 척도의 하위요인별 구성요소 및 신뢰도 계수

구성요소	문항수	문항번호	신뢰도계수
			원자료(표준자료)
관계형 감사성향	7	1-7	.9308(.9314)
보답형 감사성향	3	8-10	.8068(.8183)
부정성 감사경험	6	11-16	.8888(.8914)
긍정성 감사경험	4	17-20	.7814(.7834)
언어형 감사표현	5	21-25	.9180(.9182)
실행형 감사표현	5	26-30	.8703(.8740)
감사	30	1-30	.9571(.9599)

주) 역채점 문항 없음

표 3. 신뢰 척도의 하위요소 및 신뢰도 계수

구분	문항수	문항번호	신뢰도 계수
			원자료(표준자료)
자기신뢰	5	1-5	.8343(.8855)
타인신뢰	4	6-9	.8733(.8720)
기업신뢰	7	10-16	.9199(.9200)
신뢰	16	1-16	.9266(.9279)

주) 역채점 문항 없음

표 4. 행복 척도의 하위요소 및 신뢰도 계수

구분	문항수	문항번호	신뢰도 계수
			원자료(표준자료)
심신건강	4	1-4	.8901(.8912)
긍정실천	14	5-18	.9424(.9435)
인간관계	4	19-22	.8675(.8680)
긍정경험	5	23-27	.8666(.8685)
행복	27	1-27	.9603(.9615)

주) 역채점 문항 없음

이 척도의 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .9603(.9615)$ 이다. 행복 척도의 하위요소 및 신뢰도 계수는 표 4에 제시한 바와 같다.

연구결과

감사 프로그램 참여에 따른 감사성향, 경험 및 표현의 차이 검증

<표준형 빛이나 감사 프로그램> 참여의 효과를 알아보기 위하여, 프로그램 참여 전 후에 감사 점수에서 차이가 존재하는가를 살펴보았는데, 유의미한 차이를 확인할 수 있었다.

표 5에 제시한 바와 같이, 감사 프로그램 참여에 따라서 감사를 구성하는 감사성향, 감사경험 및 감사표현에서 유의미한 차이가 있음을 확인하였다. <표준형 빛이나 감사 프로그램> 참여의 효과를 알아보기 위하여, 프로그램 참여 전후에 감사 점수에서 차이가 존재하는지를 살펴보았는데, 유의미한 차이를 확인할 수 있었다.

예상한 바와 같이, 감사 프로그램 참여의 결과로 실험집단의 감사 점수가 향상되었고, 그 차이도 유의미하였다. 구체적으로 살펴보면, 감사 프로그램 참여 전의 감사 점수(평균=3.36, 표준편차=0.31)보다 참여 후의 감사 점수(평균=4.21, 표준편차=0.31)가 더 높았고, 그 차이도 .001 수준에서 유의미하였다. 감사를

표 5. 감사 프로그램 참여에 따른 감사의 차이값 및 t값

구분	사전검사	사후검사	차이값	t값
	Mean(SD)	Mean(SD)	Mean(SE)	
감사성향	3.48(0.47)	4.35(0.30)	0.86(0.15)	5.14***
감사경험	3.36(0.34)	4.05(0.41)	0.68(0.15)	3.86**
감사표현	3.23(0.32)	4.24(0.51)	1.00(0.13)	5.52***
감사	3.36(0.31)	4.21(0.31)	0.85(0.12)	6.78***

주) * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

최미심 등 / 빛이나(Light Up) 감사 프로그램이 감사와 신뢰 및 행복에 미치는 영향

구성하는 하위요인들, 감사성향과 감사경험 및 감사표현에서도 일관된 결과를 확인할 수 있었다. 따라서 “감사 프로그램에 참여한 사람들은 참여 전보다 참여 후에 감사 수준이 높아질 것이다.”라는 연구가설 I 이 지지되었다.

표 6에 제시한 바와 같이, <표준형 빛이나 감사 프로그램> 참여의 효과를 알아보기 위하여, 프로그램 참여 전후에 감사성향 점수에서 차이가 존재하는가를 살펴보았는데, 유의미한 차이를 확인할 수 있었다. 예상한 바와 같이, 감사 프로그램 참여의 결과로 실험집단의 감사 점수가 향상되었고, 그 차이도 .001 수준에서 유의미하였다. 감사 프로그램 참여 전의 감사성향 점수(평균=3.48, 표준편차=0.47)보다 참여 후의 감사성향 점수(평균=4.35, 표준편차=0.30)가 더 높아지는 경향을 보였고, 그 차이도 유의미하였다. 감사성향을 구성하는 하위요인들, 관계형 감사성향과 보

답형 감사성향에서도 일관된 결과를 확인할 수 있었다. 따라서 “감사 프로그램에 참여한 사람들은 참여 전보다 참여 후에 감사성향 수준이 높아질 것이다.”라는 연구가설 I-1이 지지되었다.

표 7에 제시한 바와 같이, <표준형 빛이나 감사 프로그램> 참여의 효과를 알아보기 위하여, 프로그램 참여 전후에 감사경험 점수에서 차이가 존재하는가를 살펴보았는데, 유의미한 차이를 확인할 수 있었다. 예상한 바와 같이, 감사 프로그램 참여의 결과로 실험집단의 감사경험 점수가 향상되었고, 그 차이도 .01 수준에서 유의미하였다. 감사 프로그램 참여 전의 감사경험 점수(평균=3.36, 표준편차=0.34)보다 참여 후의 감사경험 점수(평균=4.05, 표준편차=0.41)가 더 높아지는 경향을 보였고, 그 차이도 유의미하였다. 감사경험을 구성하는 하위요인들, 부정성 감사경험과 긍

표 6. 감사 프로그램 참여에 따른 감사성향의 사전, 사후검사, 차이값 및 t값

구분	사전검사	사후검사	차이값	t값
	Mean(SD)	Mean(SD)	Mean(SE)	
관계형 감사성향	3.69(0.51)	4.66(0.28)	0.97(0.18)	5.14***
보답형 감사성향	3.27(0.68)	4.03(0.43)	0.75(0.19)	.3.86**
감사성향	3.48(0.47)	4.35(0.30)	0.86(0.15)	5.52***

주) * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

표 7. 감사 프로그램 참여에 따른 감사경험의 사전, 사후검사, 차이값 및 t값

구분	사전검사	사후검사	차이값	t값
	Mean(SD)	Mean(SD)	Mean(SE)	
부정성 감사경험	3.36(0.43)	4.20(0.56)	0.83(0.17)	.4.67***
긍정성 감사경험	3.36(0.42)	3.91(0.63)	0.54(0.21)	2.50*
감사경험	3.36(0.34)	4.05(0.41)	0.68(0.15)	.4.58**

주) * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

정성 감사경험 둘 다에서도 일관된 결과를 확인할 수 있었다. 따라서 “감사 프로그램에 참여한 사람들은 참여 전보다 참여 후에 감사경험 수준이 높아질 것이다.”라는 연구가설 I-2가 지지되었다.

표 8에 제시한 바와 같이 <표준형 빛이나 감사 프로그램> 참여의 효과를 알아보기 위하여, 프로그램 참여 전후에 감사표현 점수에서 차이가 존재하는가를 살펴보았는데, 유의미한 차이를 확인할 수 있었다. 예상한 바와 같이, 감사 프로그램 참여의 결과로 실험집단의 감사표현 점수가 향상되었고, 그 차이도 .001 수준에서 유의미하였다. 감사 프로그램 참여 전의 감사표현 점수(평균=3.23, 표준편차=0.32)보다 참여 후의 감사표현 점수(평균=4.24, 표준편차=0.51)가 더 높아지는 경향을 보였고, 그 차이도 유의미하였다. 감사표현을

구성하는 하위요인들, 언어형 감사표현과 실행형 감사표현 둘 다에서도 일관된 결과를 확인할 수 있었다. 따라서 “감사 프로그램에 참여한 사람들은 참여 전보다 참여 후에 감사표현 수준이 높아질 것이다.”라는 연구가설 I-3이 지지되었다.

감사 프로그램 참여에 따른 신뢰의 차이 검증

표 9에 제시한 바와 같이, 감사 프로그램 참여에 따라서 신뢰와 신뢰를 구성하는 자기신뢰, 타인신뢰 및 기업신뢰에서 유의미한 차이가 있음을 확인하였다.

<표준형 빛이나 감사 프로그램> 참여의 효과를 알아보기 위하여, 프로그램 참여 전후에 신뢰 점수에서 차이가 존재하는가를 살펴보았는데, 유의미한 차이를 확인할 수 있었다.

표 8. 감사 프로그램 참여에 따른 감사표현의 사전, 사후검사, 차이값 및 t값

구분	사전검사		차이값		t값
	Mean(SD)	Mean(SD)	Mean(SE)		
언어형 감사표현	3.45(0.36)	4.45(0.46)	1.00(0.10)	9.27***	
실행형 감사표현	3.00(0.37)	4.02(0.68)	1.01(0.18)	5.60***	
감사표현	3.23(0.32)	4.24(0.51)	1.00(0.13)	7.39***	

주) * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

표 9. 감사 프로그램 참여에 따른 신뢰의 차이값 및 t값

구분	사전검사		차이값		t값
	Mean(SD)	Mean(SD)	Mean(SE)		
자기신뢰	3.34(0.52)	3.61(0.57)	0.27(0.12)	2.20*	
타인신뢰	3.38(0.46)	3.61(0.59)	0.23(0.11)	2.15*	
기업신뢰	3.39(0.45)	3.62(0.48)	0.23(0.11)	2.11*	
신뢰	3.37(0.37)	3.62(0.45)	0.24(0.09)	2.61*	

주) * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

최미심 등 / 빛이나(Light Up) 감사 프로그램이 감사와 신뢰 및 행복에 미치는 영향

예상한 바와 같이, 감사 프로그램 참여의 결과로 신뢰 점수가 향상되었고, 그 차이도 .05 수준에서 유의미하였다. 감사 프로그램 참여 전의 신뢰 점수(평균=3.37, 표준편차=0.37)보다 참여 후의 신뢰 점수(평균=3.62, 표준편차=0.45)가 더 높았고, 그 차이도 유의미하였다. 신뢰를 구성하는 하위요인들, 자기신뢰, 타인신뢰 및 기업신뢰에서도 일관된 결과를 확인 할 수 있었다. 따라서 “감사 프로그램에 참여 한 사람들은 참여 전보다 참여 후에 신뢰 수준이 높아질 것이다.”라는 연구가설 Ⅱ가 지지되었다.

감사 프로그램 참여에 따른 행복의 차이 검증

표 10에 제시한 바와 같이, 감사 프로그램 참여에 따라서 행복과 행복을 구성하는 심신건강, 인간관계, 긍정경험 및 긍정실천에서 유의미한 차이가 있음을 확인하였다.

<표준형 빛이나 감사 프로그램> 참여의 효과를 알아보기 위하여, 프로그램 참여 전후에 행복 점수에서 차이가 존재하는가를 살펴보았는데, 유의미한 차이를 확인할 수 있었다. 예상한 바와 같이, 감사 프로그램 참여의 결과로 행복 점수가 향상되었고, 그 차이도 .05

수준에서 유의미하였다. 감사 프로그램 참여 전의 행복 점수(평균=3.33, 표준편차=0.45)보다 참여 후의 행복 점수(평균=3.60, 표준편차=0.66)가 더 높았고, 그 차이도 유의미하였다. 행복을 구성하는 하위요인들, 심신건강, 인간관계, 긍정경험 및 긍정실천에서도 일관된 증가를 확인할 수 있었고, 인간관계에서는 유의미한 차이를 확인할 수 있었다. 따라서 “감사 프로그램에 참여한 사람들은 참여 전보다 참여 후에 행복 수준이 높아질 것이다.”라는 연구가설 Ⅲ이 지지되었다.

실험집단과 통제집단 간의 감사의 차이 검증

어떤 프로그램의 효과가 있다는 것은 프로그램이 진행된 후에 실험집단과 통제집단의 사후검사 점수에 유의미한 차이를 통하여 확인할 수 있다. 그런데 사전검사 점수에서 유의미한 차이가 있다면, 일반적인 분산분석(ANOVA)이 아니라 공분산분석(ANCOVA)을 사용하여 집단 간의 차이를 확인해야 한다.

표 11에 나타난 바와 같이, 감사 프로그램에 참여한 실험집단과 아무런 프로그램에도 참여하지 않은 통제집단의 사전검사 점수에서 의미 있는 차이가 없었지만, 사후검사 점수에

표 10. 감사 프로그램 참여에 따른 행복의 차이값 및 t값

구분	사전검사		차이값		t값
	Mean(SD)	Mean(SD)	Mean(SE)		
심신건강	3.43(0.56)	3.68(0.70)	0.25(0.13)		1.82
인간관계	3.38(0.48)	3.77(0.68)	0.38(0.13)		2.91**
긍정경험	3.40(0.50)	3.61(0.68)	0.21(0.13)		1.54
긍정실천	3.09(0.53)	3.33(0.80)	0.23(0.15)		1.50
행복	3.33(0.45)	3.60(0.66)	0.27(0.12)		2.20*

주) * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

표 11. 감사 프로그램 참여집단에 따른 감사의 평균과 표준편차 및 F값

구분	시기	실험집단		F
		Mean(SD)	Mean(SD)	
감사성향	사전	3.48(0.47)	3.58(0.53)	0.23
	사후	4.35(0.30)	3.66(0.54)	13.24**
관계형 감사성향	사전	3.69(0.51)	3.81(0.52)	0.28
	사후	4.66(0.28)	3.74(0.43)	34.15***
보답형 감사성향	사전	3.27(0.68)	3.36(0.70)	0.09
	사후	4.03(0.43)	3.58(0.76)	2.96
감사경험	사전	3.36(0.34)	3.59(0.55)	1.28
	사후	4.05(0.41)	3.53(0.54)	6.49*
부정성 감사경험	사전	3.36(0.43)	3.33(0.73)	0.01
	사후	4.20(0.56)	3.30(0.77)	9.61**
긍정성 감사경험	사전	3.36(0.42)	3.84(0.53)	5.33*
	사후	3.91(0.63)	3.75(0.58)	0.38
감사표현	사전	3.23(0.32)	3.76(0.64)	6.12*
	사후	4.24(0.51)	3.71(0.48)	6.12*
언어형 감사표현	사전	3.45(0.36)	3.98(0.58)	6.31*
	사후	4.45(0.46)	3.95(0.42)	7.10*
실행형 감사표현	사전	3.00(0.37)	3.55(0.72)	4.92*
	사후	4.02(0.68)	3.47(0.60)	3.94
감사	사전	3.36(0.31)	3.28(0.57)	3.28
	사후	4.21(0.31)	3.20(0.50)	12.77**

주) * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

서는 유의미한 차이가 있었다.

분산분석(ANOVA) 결과, 감사 프로그램에 참여한 사람들이 참여 전(평균=3.36, 표준편차=0.31)보다 참여 후(평균=4.21, 표준편차=0.31)에 더 감사할 뿐만 아니라, 전체 감사점수의 사후검사 값이 실험집단(평균=4.21, 표준편차=0.31)이 통제집단(평균=3.20, 표준편차=0.50)보다 더 높았고, 그 차이도 유의수준 .01에서 통계적으로 차이가 있는 것으로 나타났다

($F_{(1,20)}=12.77$, $p<.01$). 따라서 “감사 프로그램에 참여한 사람들은 그렇지 않은 사람들보다 감사 수준이 높아질 것이다.”라는 연구가설 IV를 지지하는 것이다.

실험집단과 통제집단 간의 신뢰의 차이 검증

프로그램의 효과가 있다는 것은 프로그램이 진행된 후에 실험집단과 통제집단의 사후검사

최미심 등 / 빛이나(Light Up) 감사 프로그램이 감사와 신뢰 및 행복에 미치는 영향

점수에 유의미한 차이를 통하여 확인할 수 있다. 그런데 사전검사 점수에서 유의미한 차이가 있다면, 일반적인 분산분석(ANOVA)이 아니라 공분산분석(ANCOVA)을 사용하여 집단 간의 차이를 확인해야 한다.

표 12에 나타난 바와 같이, 감사 프로그램에 참여한 실험집단과 아무런 프로그램에도 참여하지 않은 통제집단의 신뢰 점수에서 차이가 있었다. 분산분석 결과, 감사 프로그램에 참여한 사람들이 참여 전(평균=3.33, 표준편차=0.34)보다 참여 후(평균=3.80, 표준편차=0.38)에 신뢰 수준이 높아질 뿐만 아니라, 전체 신뢰 점수의 사후검사 값이 실험집단(평균=3.80, 표준편차=0.38)이 통제집단(평균=3.43, 표준편차=0.44)보다 더 높았고, 그 차이도 .05 수준에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다 ($F_{(1,20)}=4.46$, $p<.05$). 따라서 “감사 프로그램에 참여한 사람들은 그렇지 않은 사람들보다 신뢰 수준이 높아질 것이다.”라는 연구가설 V를 지지하는 것이다.

실험집단과 통제집단 간의 행복의 차이 검증

프로그램의 효과가 있다는 것은 프로그램이 진행된 후에 실험집단과 통제집단의 사후검사 점수에 유의미한 차이가 있는 것을 실험결과를 통하여 확인할 수 있다. 그런데 사전검사 점수에서 유의미한 차이가 있다면, 일반적인 분산분석(ANOVA)이 아니라 공분산분석(ANCOVA)을 사용하여 집단 간의 차이를 확인해야 한다.

표 13에 나타난 바와 같이, 감사 프로그램에 참여한 실험집단과 어떠한 프로그램에도 참여하지 않은 통제집단의 행복 점수에서 차이가 있었다. 분산분석 결과, 감사 프로그램에 참여한 사람들이 참여 전(평균=3.29, 표준편차=0.46)보다 참여 후(평균=4.00, 표준편차=0.36)에 더 행복할 뿐만 아니라, 전체 행복 점수의 사후검사 값이 실험집단(평균=4.00, 표준편차=0.36)이 통제집단(평균=3.20, 표준편차=0.67)보다 더 높았고, 그 차이도 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F_{(1,20)}=11.86$, $p<.01$). 따라서 “감사 프로그램에 참여한 사람

표 12. 프로그램 참여집단에 따른 신뢰의 평균과 표준편차 및 F값

구분	시기	F	
		Mean(SD)	Mean(SD)
자기신뢰	사전	3.35(0.50)	3.33(0.57)
	사후	3.95(0.28)	3.27(0.60)
타인신뢰	사전	3.32(0.53)	3.43(0.38)
	사후	3.75(0.62)	3.48(0.56)
기업신뢰	사전	3.34(0.42)	3.44(0.49)
	사후	3.71(0.54)	3.53(0.42)
신뢰	사전	3.33(0.34)	3.40(0.41)
	사후	3.80(0.38)	3.43(0.44)

주) * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

표 13. 프로그램 참여집단에 따른 행복의 평균과 표준편차 및 F값

구분	시기	실험집단		F
		Mean(SD)	통제집단 Mean(SD)	
심신건강	사전	3.43(0.58)	3.43(0.57)	0.00
	사후	4.14(0.40)	3.23(0.65)	15.21***
인간관계	사전	3.41(0.43)	3.35(0.55)	0.08
	사후	4.16(0.28)	3.38(0.75)	9.95**
긍정경험	사전	3.32(0.50)	3.48(0.51)	0.54
	사후	4.02(0.43)	3.20(0.65)	11.96**
긍정실천	사전	3.02(0.54)	3.16(0.54)	0.39
	사후	3.67(0.65)	2.98(0.81)	4.84*
행복	사전	3.29(0.46)	3.36(0.46)	0.10
	사후	4.00(0.36)	3.20(0.67)	11.86**

주) * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

들은 그렇지 않은 사람들보다 행복 수준이 높아질 것이다.”라는 연구가설 VI을 지지하는 것이다.

논 의

연구의 시사점

이 연구는 최미심(2025)이 개발한 ‘빛이나 감사 프로그램’을 표준화하는 과정에서 진행된 후속 연구이다. 선천적인 감사성향에만 초점을 둔 감사라는 심리적 구성개념을 후천적인 감사경험과 행동적인 감사표현으로 확장하여 새롭게 개념화하였다. 새롭게 정립된 빛이나 감사모형에 기초한 감사 척도를 개발하여 조사연구를 진행하였고, 실험연구를 통하여 새롭게 구안된 감사 프로그램이 감사 및 신뢰와 행복에 미치는 영향을 실증연구를 통하여

살펴보았다. 구체적인 연구결과와 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 이 연구에서 새롭게 구안한 ‘빛이나 감사 프로그램’은 참여자의 전반적인 감사 수준은 물론, 감사성향, 감사경험, 감사표현의 수준을 높여주었다. 이는 빛이나 감사 프로그램이 일상 속에서 감사하는 삶을 유지하고 지속가능한 감사 습관을 형성하는데 효과적인 방법임을 시사한다. 이는 소비자의 일상에 감사를 실천할 수 있는 감사에 기반을 둔 소비 활성화와 마케팅을 활용함으로써 제품이나 브랜드에 대한 긍정적인 소비경험을 확산시키고 감사경험을 홍보하여 기업과 브랜드에 대한 고객관계 지속성을 유지하는데 효과적인 전략이 될 수 있음을 시사하는 것이다.

둘째, 감사 프로그램 참여는 자기신뢰, 타인 신뢰, 기업신뢰를 포함한 전반적인 신뢰수준을 향상시키는데 기여하였다. 이는 감사를 실천하는 경험이 신뢰를 구축하고 사회적 관계

속에서 긍정적 인식을 증진시킬 수 있음을 보여준다. 이러한 연구결과는 의식적으로 감사 활동을 실천한 사람이 타인을 더 신뢰한다는 선행연구(Hopper, 2017)와 감사가 타인과의 신뢰관계를 강화하고 만족감을 증진시킨다는 연구결과(추병완, 2015)와도 일치한다. 이와 같은 결과는 빛이나 감사 프로그램이 단순히 정서적 유대형성을 넘어 개인의 심리적 지원을 강화하고 사회적 관계를 향상시킬 수 있는 중요한 개입 수단이 될 수 있음을 시사하는 것이다. 이는 감사를 실천하는 삶이 개인 내면의 긍정적 강화는 물론 사회적 관계 속에서의 상호신뢰 및 기업에 대한 긍정적 평가형성에 기여함으로써 감사를 매개로 한 기업과 소비자 간 신뢰 증진을 통한 소비자 행동과 소비활성화에 미치는 영향을 실증적으로 탐색할 수 있다.

셋째, 감사 프로그램에 참여하는 것은 개인의 전반적인 행복 수준은 물론, 심신건강, 인간관계, 긍정경험 및 긍정실천을 향상시키는 효과를 보여주었다. 이러한 결과는 단순히 개인의 정서상태를 개선하는 것 뿐만 아니라 소비자 행동 차원에서도 중요한 함의를 지닌다. 다시 말하면, 감사를 자주 경험하는 소비자는 제품 및 서비스 이용 과정에서 긍정적 정서를 강화하며 이 경험은 소비자의 정서적 만족과 브랜드 애착 형성에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 따라서, 소비장면에서 감사를 경험하거나 표현하게 함으로써 기업과 소비자 관계를 강화하는 전략으로 활용할 수 있다.

넷째, 이 프로그램은 감사의 정서적 경험을 인지적으로 재해석하고, 행동으로 실천하며, 집단원 간 상호작용을 통한 대인관계 강화 활동으로 연계한 통합적인 접근 방식을 도입했다. 기존의 프로그램들이 단기적 정서 개선에

집중하는 경향이 있어 긍정정서 상승 후 효과가 약화되는 한계가 있는 반면(Lyubomirsky et al., 2005), 이 프로그램은 행동 변화와 관계적 역량 향상까지 포괄하는 설계를 통해 효과의 지속 가능성을 높였다는 점에서 차별성이 존재한다. 이는 향후 소비장면은 물론 다양한 실무현장으로 개입의 범위를 확장하여 활용할 수 있음을 시사하는 것이다.

이처럼, 이 연구에서 새롭게 고안한 <표준형 빛이나 감사 프로그램>은 감사성향의 증진 뿐만 아니라 신뢰와 행복 수준의 향상에도 효과적인 개입 도구로서의 가능성을 시사한다. 나아가, 본 프로그램은 다양한 심리적 변인에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 통합적 프로그램으로서의 실용성과 확장성을 지닌다는 점에서 중요한 의의를 가진다.

연구의 제한점 및 앞으로의 연구방향

이 연구에서는 사람들이 신뢰할 수 있고 행복한 삶을 누리기 위해서는 감사가 중요하다는 것을 실증적으로 확인하였다. 감사가 자기와 타인을 신뢰하며, 행복의 중요한 요소인 심신건강과 인간관계 및 긍정경험과 긍정실천에 중요한 요인으로 작용한다는 것을 다시 한번 확인한 것은 이 연구의 가치이다. 그러나 다음과 같은 몇 가지 제한점을 지니고 있기에 향후 연구에 대한 제언을 통해 이를 보완하고자 한다. 첫째, 감사가 신뢰와 행복에 긍정적인 영향을 준다는 점을 확인하였지만, 이 연구는 조사연구로써 각자 개인의 주관적인 인식에 근거한다는 제한점이 있으며, 따라서 이 결과를 인과적인 관계로 해석하는 데에는 한계가 있는 것으로 보인다. 따라서 후속적으로 실험연구를 진행하여 감사가 신뢰와 행복을

높이는데 영향을 미치는 인과성을 검증할 필요성이 있다. 둘째, 이 연구는 중년여성 22명을 대상으로 수행되었으므로 연구 결과를 일반화하는 데에는 한계가 있다. 따라서, 향후 연구에서는 다양한 연령층과 보다 많은 표본을 대상으로 프로그램을 적용하여 추가적인 검증을 할 필요가 있다. 셋째, 자료 수집이 자기보고식(self-report) 설문조사로 진행되었기에 응답자의 주관적 편향이 개입되었을 가능성을 배제할 수 없다. 이에 따라 실제 감사성형, 감사경험, 감사표현 등에 대한 과대 또는 과소 평가 되었을 가능성이 있다. 따라서 향후 연구에서는 행동관찰, 심층면접 등 질적 자료를 포함한 다각적이고 통합적인 자료 수집 방법을 활용하여 연구의 타당성을 강화할 필요가 있다. 마지막으로, 소비자 관련 분야에서 ‘빛이나 감사 프로그램’의 활용도를 높이고 소비자 심리를 기반으로 한 마케팅 전략을 개발하는데 기여하기 위해서는 브랜드 신뢰도, 브랜드 충성도 등 소비자 행동과 직결되는 실무적 성과와 연결되는지에 대한 추가적인 연구가 필요하다.

참고문헌

- 김정희 (2023). 공감소통 모형에 기초한 척도 개발 및 프로그램 효과검증. 대전대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 김재신 (2011). 일반화된 타자, 정부, 시민단체에 대한 신뢰가 공공갈등의 인식에 미치는 영향. 한국심리학회지: 사회 및 성격, 25(2), 1-16.
- 남승규 (2017) 긍정심리학. 경기: 양서원.
- 남승규 (2021) 행복학개론. 경기: 양서원.
- 남윤주 (2020). 고객행복을 위한 신뢰 기반 고객접점관리. 대전대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 박영자 (2018). 직장인의 신뢰와 불신의식; 토착심리적 접근. 인하대학교 대학원 박사학위논문.
- 우훈식, 남승규 (2020). 행복과 신뢰가 워라밸에 미치는 영향. 소비자문제연구, 51(3), 109-133.
- 추병완 (2015). 감사 연습의 도덕교육적 의의. 초등도덕교육, 47, 29-55.
- 추현심, 김주현 (2017). 감사증진프로그램이 만성 조현병 환자의 심리사회적·신체적 건강에 미치는 효과. 한국기초간호학회지, 19(3).
- 최미심 (2025). 감사모형에 기초한 척도개발 및 프로그램 효과검증. 대전대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 최미심, 남윤주, 남승규 (2022). 신뢰와 불안이 여행상품 선택과 행복에 미치는 영향. 소비자분야통합학술대회 발표논문집, 67.
- 최미심, 장수용, 남윤주, 김정희, 남승규 (2025). 감사가 신뢰와 행복에 미치는 영향. 한국소비자광고심리학회 춘계학술대회 발표논문집, 67.
- 최상진, 김의철, 김기범 (2003). 한국사회에서의 대인관계속의 신뢰와 불신의 기반으로서의 마음에 대한 문화심리학적 접근. 한국심리학회지: 문화 및 사회문제, 9(2), 1-17.
- Adler, M. G., & Fagley, N. S. (2005). Appreciation: Individual differences in finding value and meaning as a unique predictor of subjective well-being. Journal of personality, 73(1), 79-114.

최미심 등 / 빛이나(Light Up) 감사 프로그램이 감사와 신뢰 및 행복에 미치는 영향

- Argyle, M. (2001). *The psychology of happiness* (2nd ed.). East Sussex, England: Routledge.
- Branch, R. M., & Varank, I. (2009). *Instructional design: The ADDIE approach*. New York: Springer.
- Dariusz Drazkowski, Lukasz D. Kaczmarek, Todd B. Kashdan (2017). Gratitude pays: A weekly gratitude intervention influences monetary decisions, physiological responses, and emotional experiences during a trust-related social interaction. *Personality and Individual Differences*, 110(1), 148-153.
- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2002). Very happy people. *Psychological Science*, 13, 81-84.
- Hopper, E. (2017). "Can Gratitude Make Society More Trusting?". Greater Good Magazine, June 13.
- Layous, K. & Lyubomirski, S.(2014), "Benefits, mechanisms, and new directions for teaching gratitude to children", *School Psychology Review*, 43(2), 153-159.
- Lyubomirsky, S. (2001). Why are some people happier than others? The role of cognitive and motivational processes in well-being. *American Psychologist*, 56(3), 239-249.
- Lyubomirsky, S., King, L., & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success?. *Psychological bulletin*, 131(6), 803.
- Lyubomirsky, S. (2008). *The how of happiness: A scientific approach to getting the life you want*. New York: Penguin Press.
- Maslow, A. H. (1971). The farther reaches of human nature. New York: Viking.
- McCullough, M. E., Emmons, R. A., & Tsang, J. A. (2002). The grateful disposition: A Conceptual and empirical topography, *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 112-127.
- McCullough, M. E., Kilpatrick, S. D., Emmons, R. A., & Larson, D. B. (2001). Is gratitude a moral affect? *Psychologist Bulletin*, 127, 249-266.
- Watkins Jr, C. E. (2014). The supervisory alliance: A half century of theory, practice, and research in critical perspective. *American journal of psychotherapy*, 68(1), 19-55.

원고접수일: 2025. 07. 13.

수정원고접수일: 2025. 08. 12.

최종원고접수일: 2025. 08. 18.

The Effects of the Light up Gratitude Program on Gratitude, Trust, and Happiness

Choi, Mi-Sim Jang, Su-Yong Nam, Yun-Ju Choi, Seo-Yeon Nam, Seung-Kyu

Dept. of Industrial and Advertising Psychology, Daejeon University

This study is an experimental investigation that examined the causal effects of gratitude, one of the core constructs of positive psychology, on trust and well-being through the development of a gratitude-based program. The study operationalized gratitude by newly conceptualizing its components and developing a measurement scale to assess these components. Empirical findings confirmed that gratitude significantly influenced both trust and well-being. Based on these findings, a gratitude enhancement program grounded in the LG Model of gratitude was developed. Specifically, the gratitude model conceptualizes gratitude through three dimensions: innate tendencies (gratitude disposition), acquired tendencies (gratitude experience), and practical tendencies (gratitude expression). The program, based on the "Empty-Fill-Share" model, consisted of eight group coaching sessions, incorporating processes of letting go of negativity, cultivating positivity, and sharing gratitude. Twenty-two participants were randomly assigned to either an experimental group ($n = 11$), which participated in the program, or a control group ($n = 11$), which did not. Pre- and post-tests were conducted to compare differences in gratitude, trust, and well-being between groups. The results indicated that: (1) participation in the gratitude program increased overall gratitude levels, including gratitude disposition, gratitude experience, and gratitude expression; (2) the program enhanced overall trust, including self-trust, interpersonal trust, and organizational trust; and (3) the program improved overall well-being, including physical and mental health, interpersonal relationships, positive experiences, and positive practices. These findings suggest that the newly developed standardized gratitude program is effective not only in enhancing gratitude but also in improving trust and well-being, indicating its potential positive effects on various psychological variables. However, as gratitude behaviors may be influenced by various psychological factors such as demographic characteristics, values, and perspectives, further studies are needed to enhance the generalizability of these findings.

Key words : Gratitude, Gratitude Disposition, Gratitude Experience, Gratitude Expression, Trust, Happiness