

유머 종류에 따른 유머 선호와 활용에 관한 연구

성별·연령별 차이를 중심으로

조현지·김옥영*

(서강대학교 언론대학원 석사·연세대학교 사회과학연구소 연구원)

이 연구는 유머 종류에 따른 유머 선호와 활용이 성별·연령별로 어떠한 차이를 보이는지 알아보았다. 이를 위해 수도권 지역 143명을 대상으로 한 설문조사 내용을 분석하였다. 분석결과 유머 종류에 따른 유머 선호와 활용에 있어서 성별로는 남성이 여성에 비해 공격적 유머를 선호하는 것으로 나타났으나 전체적으로 큰 차이는 없었다. 하지만, 연령별로는 상당히 많은 차이가 났다. 특히, 10대는 비언어적 유머를 선호하는 반면, 40대 이상은 언어적 유머를 선호하는 것으로 나타났다. 활용에 있어서는 10~20대를 중심으로 하는 저연령층에서 유머를 더 많이 활용하고 있는 것으로 나타났다. 성별에 따른 차이보다 연령별 차이가 큰 이유에 대해 한국인의 전통적 체면 의식과 연관시켜 논의하였다.

주제어 : 유머종류, 유머선호, 유머활용, 한국인의 유머

1. 머리말

현대인에게 있어서 적절한 유머의 사용은 의사소통과 인간관계를 원활하게 한다. 그런데 말은 최소한 적게 하고, 필요한 말만 진실 되게 하는 것을 미덕으로 여겨온 전통적 유교문화에 익숙한 한국 사회에서는 오랫동안 유머의 사용이 어색한 일이었다. 하지만 요즘 여성들이 이상적인 배우자상으로 생각하는 남자는 유머감각이 있는 남자이다. 각 기업에서는 유머감각이 훈련에 의해 습득 가능하다고 인식하고 커뮤니케이션 관리 차원에서 유머의 교육훈련을 강화하고 있다(김경훈 외, 2004). 이에 이러한 사회문화적 변화

* hyunji-cho@hanmail.net·solki@dreamwiz.com

와 함께 유머의 선호와 활용이 세대와 성별에 따라 어떻게 차이가 있는지를 분석하는 연구는 매우 중요하다.

유머의 배경이 되는 스피치에 있어서 청중을 웃기는 자극은 필수 조건이다(전영우, 2003). 스피치의 구성요소로서 상호작용관리, 표현력, 타인지향성, 긴장완화 능력은 실제로 눈맞춤, 속도, 유창함, 목소리 신뢰감, 발음, 자세, 질문, 고개 끄덕임, 몸의 기울임, 목소리 크기와 다양성, 제스처, 얼굴 표정, 타인 지향적 말하기 등과 같은 전통적인 구체적 기술뿐만 아니라 적절한 유머 사용까지 포함된다(Spitzberg&Hurt, 1987). 유머의 사용은 다른 사람들의 공격적인 행동을 감소시키며 자신의 걱정과 긴장감을 완화시켜줌으로써 부조화, 당황스러움, 공격적인 사회적 상황의 지각을 감소시켜 의사소통 적응력을 높이는 데 기여하며 또한 그러한 행동은 의사소통 만족으로 이어진다(Duran, 1983). 이에 스피치에 있어서 유머가 어떤 의미를 가지고 있고, 종류에 따라 스피치의 효과를 얼마나 크게 가져 올 수 있는지에 대한 연구는 이미 서구에서는 꽤 많이 이루어져 왔다.

유머는 갈등과 긴장을 해소해주는 설득의 원천으로서, 청중의 관심을 끌고 다른 사람과의 인간관계를 원활히 해주는, 의사소통의 효과를 극대화 할 수 있는 요소이다. 유머는 웃으면서 잘못된 사람들을 풍자하고, 상처받은 기분을 치유해 주며, 공부하는 학생들에겐 학습 이해도를 높인다(한성일, 2002). 또한 유머 있는 분위기를 가진 사람이 더욱 더 너그럽게 받아들여지는 현상은 유머와 도덕성 발달이 밀접한 관계가 있다고 볼 수 있는 근거이다(Wilson & Molleston, 1981). 뿐만 아니라 유머는 인간의 건강에 커다란 영향을 미치고 웃음을 통해 사람의 마음과 마음을 하나로 엮어 주는 융화와 유인 작용을 한다. 복잡한 사회 속에서 자신의 의사를 정확하게 전달하는 커뮤니케이션 능력이 더욱 중요해짐에 따라, 적절한 유머의 활용이 현대 사회인에게는 매우 중요한 성공요인으로 자리 잡고 있다.

이런 경향은 사회가 무거운 것보다 가벼운 것을 좋아하는 사회로 변모하고 있음과 무관하지 않다. 심각한 사회 문제들조차도 직설적으로 정색을 하고 비판하기보다 한 번 비틀어 웃음을 유발하려 한다. 이러한 현상은 한국인

들이 전통적으로 적극적인 자기표현의 필요성을 인정하지 않는 분위기 속에서 유머의 사용을 접잡지 못한 것으로 여겨오던 것과는 반대의 현상으로서 유머에 대한 평가 기준이 변화되고 있는 것으로 이해된다. 임태섭(1999)의 연구에 따르면 한국인의 스피치 평가 기준이 서구화되어 점잖고 진중한 사람보다는 재미있고, 솔직하고 유쾌한 사람이 좋다는 생각이 많아진 것으로 나타났다.

이와 같이 한국인의 유머 인식이나 기타 맥락(context)적 상황은 조금 특수한 것으로 파악된다. 한국인은 체면을 중시하는 문화 속에 길들여져 왔다. 사람들은 자신이 가진 영향력과 권위가 높을수록 체면을 세우고자 하는 욕구가 높아질 뿐만 아니라, 상대의 권위가 높아질수록 그 상대의 체면을 다치지 않고자 더 주의하는 경향이 있다(Goffman, 1967). 한국인에게 그러한 권위는 나이에 의해 결정되는 수가 많다. 또한 한국 남성과 여성은 별개의 문화를 가지고 있고, 생각하는 방식도 다르고, 표현하는 방식도 매우 다른 성적 차이도 존재한다(구현정, 2000).

이에 본 연구는 기본적으로는 유머의 종류에 따라 성별·연령별로 선호와 활용이 어떻게 다른지 연구하였고, 이를 통해 나아가 한국인의 유머 선호 및 활용이라는 문제에 대해서 생각해 보고자 하였다.

2. 이론적 논의

1) 한국인의 스피치 스타일과 유머

듀란(Duran, 1983)은 의사소통의 능력 중 위트(wit) 능력은 사회적 긴장 완화와 관련된 개념으로 긴장감을 완화시키기 위해 유머를 사용하는 능력을 말하고, 유머의 사용은 다른 사람들의 공격적인 행동을 감소시키며 자신의 걱정과 긴장감을 완화시켜줌으로써, 부조화, 당황스러움, 공격적인 사회적 상황의 지각을 감소시켜 의사소통 적응력을 높이는 데 기여하며 또한 그러

한 행동은 의사소통을 만족으로 이끈다고 하였다. 임태섭(1997)은 청중의 호응을 가장 잘 얻을 수 있는 것은 유머가 담긴 이야기를 인용하는 것이라고 보고, 옛날 사람들의 해학, 문화적 유머, 현재 시중에서 유행하고 있는 유머 시리즈, 최근 코미디언들이 개발한 유머 등은 청중을 즐겁게 만들고 분위기를 화기애애하게 하는 데 특별한 효과를 가지고 있다고 보았다. 최윤선(1998)은 TV토론에서 정치인의 이미지 구축전략을 연구하면서 김대중의 유머에 대한 설명을 제시하였는데, 김대중의 연설은 자연스러운 유머를 사용함으로써 청중의 관심을 끌어내어 그의 말에 집중하게 한다는 점을 발견하였다. 이는 유머가 말하는 이에게 친근감을 갖게 하고 청중을 이쪽의 이야기에 끌어들인다는 점을 발견한 것이다. 또한 송경숙(1999)은 TV생방송 토론의 사회언어학적 분석에 대한 연구에서 TV생방송 토론 사회자가 수행하는 중요한 대표적인 역할의 하나로서 ‘유머로 토론을 부드럽게 진행하기’를 꼽았다. 이와 같이 유머는 스피치의 과정이다. 따라서 유머를 분석하고 이해하기 위해서는 스피치에 대한 이해가 선행되어야 한다.

포괄적인 의미에서 스피치는 대중연설 뿐만 아니라 일상적인 대화, 토의와 토론까지 아우르는 의사소통 방식의 일종이다. 일반적으로 스피치 능력을 상호작용적 의사소통 능력으로 이해하지 않고 단순히 대중 앞에서 말을 잘하는 능력으로 인식하는 것은 스피치를 좁은 의미로 파악하는 경우이다(장해순& 강태완, 2005). 스피치는 두 가지 다른 방법으로 나누어 볼 수 있다. 첫째 방법은 상황에 따른 분류이며, 두 번째 방법은 목적에 따른 분류이다(임태섭, 1997). 상황에 따른 분류는 발표, 진행, 참여 및 대화로 나뉘어 지는데, 대화는 일상생활에서 자주 일어나는 중요한 스피치이다. 목적에 따른 분류는 어떠한 목적을 가지고 청중을 대하느냐에 따라 스피치를 나누는 방식으로 설득스피치, 정보 제공 스피치, 유희스피치 및 격려 스피치 등이 있다.

스피치는 크게 언어적(verbal)요소와 비언어적(nonverbal)요소로 이루어져 있다(Knapp & Hall, 2002). 의사소통의 과정에서 언어적 메시지가 담당하는 기능에는 의사소통 집단 구성원을 대상으로 한 지식과 정보의 제공, 문제

해결 전략의 제공, 동기의 강화 등이 있다. 우선 언어적 메시지는 비공식적 의사소통의 과정에서 의사소통 상대방에게 사회생활에 필요한 정보를 제공한다. 또한 언어적 메시지는 의사소통 집단의 문제를 해결하는 데 필요한 내용과 방법과 전략을 제공하고, 집단 구성원의 의사소통 동기를 강화하며, 상호간에 적절한 피드백을 제공하는 데 이용된다. 반면 비언어적 메시지는 정서와 감정의 표지 기능, 조정과 지시의 표지 기능, 대인관계성향의 표지 기능, 언어적 메시지의 명료화를 위한 표지기능 등을 수행한다. 예를 들어 정서와 감정의 표지로서는 얼굴 표정 몸짓 등을 이용하며, 조정과 지시의 표지로서는 눈짓, 끄덕임, 박수, 손짓 등을 이용한다. 또한 대인관계 성향의 표지로서는 시선 접촉, 고개 끄덕임 등을 이용하고, 언어적 메시지의 명료화를 위한 표지로서는 음질, 성량, 고저, 억양 등을 이용한다. 따라서 정확하고도 효과적인 의사소통을 위해서는 언어적 메시지뿐만 아니라 비언어적 메시지에 대해서도 주의를 기울여야 한다. 비언어적 의사소통은 의사소통 참여자 서로가 공유하고 있는 비언어적 코드로 된 메시지를 통하여 경험을 공유하는 현상이다(Whitman & Boase, 1983). 이에 스피츠버그와 허트(Spitzberg & Hurr, 1987)는 스피치능력의 구성요소로서 눈 맞춤, 속도, 유창함, 목소리 신뢰감, 발음, 자세, 질문, 고개 끄덕임, 몸의 기울임, 적절한 유머 사용, 목소리 크기와 다양성, 제스처, 얼굴표정, 타인 지향적 말하기 등과 같은 구체적인 기술을 제시하였다.

영국인들은 짧으면서(short) 내용에 의미가 있고(sense) 짜릿하고 통쾌한 윗트(wit)가 있는 스피치를 좋은 스피치라고 하는 반면, 한국인은 얼굴에 미소가 있고 음성이 부드러우면서 신념에 찬 내용을 좋은 스피치로 평가해왔다(forc842, 2004). 한국사회는 전통적으로 표현의 적극성보다는 신중함을 중요시하였고 말보다는 행동을 중시하였다. 이런 표현의 신중함은 다른 사람들을 인식한 ‘체면’에서 온 것으로서, ‘예(禮)’를 중시했던 것도 체면을 통한 몸가짐을 높게 평가한 것이다. 이는 한국 전통사회에서 언어적 커뮤니케이션 보다는 비언어적 커뮤니케이션에 높은 가치를 부여한 결과이다.

한국인은 생활전반에 걸쳐서 체면에 신경을 쓴다. 고프만(Goffman,

1967)은 “체면이란 상호 작용 시에 사람들이 스스로를 위하여 주장하는 바람직한 사회적 가치로 구성된 이미지”라는 정의를 했는데, 브라운과 레빈슨(Brown & Levinson, 1978, 1987)은 체면을 ‘긍정적인 체면(positive face)’¹⁾과 ‘부정적인 체면(negative face)’²⁾로 구성되어 있다고 보았다. 임태섭(1991)은 체면욕구의 결정요인으로 상호작용에 임하고 있는 두 사람 사이의 영향력 혹은 권위의 차이(relative power and prestige) 그리고 두 사람 사이의 사회적 거리(social distance) 등이 있다고 보았다. 영향력 또는 권위의 차이란 두 사람 사이의 힘의 관계를 의미하는 것으로서 이것이 체면욕구에 영향을 미치는 가장 중요한 요인 중의 하나라는 데는 모든 체면 연구자들이 의견을 같이 하고 있다(Hu, 1994; Goffman, 1973). 한국인에게 영향력과 권위의 차이를 가져오는 대표적인 것으로 나이를 들 수 있다. 한국 사회에서 나이가 많고 적음은 매우 중요하다. 한국인은 대화를 시작하기 전 상대방의 나이를 물어본다. 상대방의 나이에 따라 자신과의 관계가 달라지며 자신의 행동도 달라지기 때문이다(박기순, 2004).

이렇게 한국의 전통사회는 체면을 중시하였고, 말을 많이 하고 적극적으로 자신을 표현하기 보다는 표현의 신중함과 점잖고 진중한 언행 등을 선호하였다. 그러나 현대 사회에서 성공적인 삶을 살기 위해서는 스피치 혹은 의사소통 능력이 절실하게 요구된다. 임태섭(1999)의 연구에 따르면 한국 사회 커뮤니케이션 가치관이 서양화되어 스피치에서 전통적으로 강조하던

-
- 1) 긍정적인 체면이란 “긍정적이고 일관적인 자아 이미지 또는 인간상(positive consistent self-image or personality)”을 말한다. 스스로의 인간상이 긍정적이고 일관적이라고 생각하는 사람은 남들이 이러한 자신의 이미지를 인정해 주고 좋아해 주기를 바라게 된다. 따라서 긍정적 체면은 “남들로부터 인정을 받고자 하는 욕구(Want to be appreciated and approved of)”를 포괄하게 된다.
 - 2) 부정적인 체면이란 “자신의 영역, 개인의 고유권리, 방해받지 않을 자유 등에 대한 기본적인 주장(Basic claim to territories, personal preserves, rights to non-distraction)”을 의미한다. 부정적 체면이란 스스로가 자신의 일을 판단하고 결정할 수 있는 자율적인 사람이라는 스스로의 이미지를 가리킨다. 따라서 부정적 체면은 “간섭받고 싶지 않은 욕구(Want not to be imposed)”와 동일한 개념이 된다.

진실함이 서구의 가치인 유창함과 논리정연함보다 덜 중요한 것으로 평가되고 있는 것으로 나타났다. 비언어적 행위에서는 아직도 전통적 가치가 어느 정도 효력을 갖고 있으나 서구적 가치도 상당한 영향력을 발휘하고 있는 것으로 드러났다. 또한 이 연구에서는 젊은 층일수록 전통적 가치를 덜 따라 외래 요소가 더욱 강해지는 현상을 설명하였다.

2) 유머의 종류와 분류

유머는 의도적으로든 실수에 의해서든 관계없이 결과적으로 남을 웃기거나 즐겁게 해주는 것이다(Long & Graesser, 1989). 이는 사건, 사물, 생각, 사회적 기대감이 정상적이거나 기대된 양식과 일치하지 않을 때 발생하는 것으로서, 상황의 부조화를 순간적으로 지각하며 즐거움 또는 웃음을 자극하는 것이라 할 수 있다(McGhee, 1979). 앵트(Apte, 1985)는 유머란 사회 문화적 현실 속에서 내적수정을 요하는 인지적이며 무의식적으로 경험하는 유쾌한 마음의 상태라고 하였다. 여기서 유쾌함이란 인지적 경험으로 추론된 것이다. 또한 유머는 문화적 인지에 대한 부조화, 왜곡, 과장, 또는 사건에 대한 문화적 요소의 비정상적인 결합을 초래한다고 하였다. 스탠달과 크레이그(Standal & Creig, 1973)는 3가지 차원으로 유머를 정의하였다. 첫째는 자극적인 속성으로서의 유머인데 유머의 호소력을 말장난, 농담, 돌려말하기, 아이러니, 풍자, 부조화 등의 기준에서 결정하는 것이다. 둘째는 자극으로부터 유도되는 행동적 반응, 즉 고조되는 감정, 미소, 웃음 등으로 유머를 정의하였다. 셋째, 유머를 수용자의 지각반응과 관련지어 정의하는 것으로 수용자가 메시지를 유머러스하다고 인지하는 정도를 측정하는 것이라고 의미하였다.

유머에 대한 의견과 이론이 많이 있는데, 크게 각성이론, 부조화 이론, 우월성 이론으로 나눌 수 있다(Lefcourt & Martin, 1986). 각성 이론은 유머가 축적된 긴장 또는 에너지를 감소시킨다고 보는 견해이고, 부조화 이론은 유머 자극에 대한 인지적 이해 과정에 초점을 둔 것으로 유머의 본질이 예

기치 않은 형식으로서 본질적으로 서로 다른 두 사상, 개념 또는 상황이 함께 진행됨으로써 유머가 발생한다고 보는 것이다. 또한 우월성 또는 멸시 이론은 주로 타인의 약함과 흉함에 대한 반응으로 유머가 유발된다고 본다. 버거(Berger, 1987)는 유머에 관한 이론을 체계적으로 서술하면서 유머에는 구조(structure)와 기법(technique)이 있다고 밝혔다. 즉 유머는 언어적인 면(유머를 언어적으로 본 것), 논리적인 면(유머를 관념적으로 본 것), 실제적인 면(유머를 존재적으로 본 것), 그리고 행동적인 면(유머를 육체적 행위로 본 것)의 4가지 차원에 따라 여러 가지 테크닉이 있을 수 있다고 하였다.

벌린(Berlyne, 1972)은 1950년에서 1971년에 이르는 기간 동안 유머를 조사하여 유형화하였는데, 그 내용을 중심으로 유머를 분류하여 공격적 유머, 성적유머, 모순적 유머로 구분하였다. 이것은 공고롭게도 프로이트(Freud)의 분류와 일치하여 이 분류가 가장 널리 쓰이는 분류법 중의 하나이다. 프로이트는 목적성(tendencious)이 있는 것과 목적성이 없는 것이 있고 목적성이 있는 것에는 공격적 유머(aggressive humor)와 성적 유머(sexual humor)가 있고 목적성이 없는 것에는 모순적 유머(non-sense humor)가 있다고 보았다(노영송, 1999에서 재인용). 이러한 유머를 즐기는 데는 남녀의 차이가 존재하는 것으로 알려져 있다. 전반적으로 남자의 경우 목적성이 있는 공격적 유머와 성적 유머를 즐기고 여성의 경우는 반응이 복잡한 것으로 알려져 있다. 앨런(Alan, 1983)의 연구에 따르면, 성적인 유머가 남녀차별적일 때, 그리고 남녀의 지위가 확고할 때에는 남자가 여자보다 성적인 유머를 더 즐겼지만, 최근에는 여자도 성적인 유머를 남자만큼 감상할 줄 안다는 사실이 제시되고 있다.

스피치뿐만 아니라 유머에서도 언어적 유머와 비언어적인 유머에 대한 연구들이 있어왔다. 그러한 연구들에서 언어적 유머를 형성하는 원칙은 언어적 규범의 일탈이라고 보고 유머는 규범의 파괴를 통해서 실현되고 언어적인 규범이 파괴되는 경우에 의사전달 상황에서 언어의 내용과 형식이 모순 되는 일이 발생하게 된다고 보았다. 대표적으로 버그슨(Bergson, 1969)은 유머가 반드시 언어적으로 표현 될 필요는 없다고 보고 언어 이외의 어떠한

사건이나 행동, 몸짓, 표정, 기호 등에 의해서도 유머가 표현된다고 보았다. 한성일(2002)은 유머텍스트가 소통되는 과정에는 언어적 요소와 비언어적 요소가 함께 나타난다고 보았다. 그는 유머 텍스트라는 메시지에는 언어적 요소뿐만 아니라 비언어적 요소가 반영되는 특성을 갖고 있기 때문에 수용자가 코드를 해독하여 유머 텍스트를 이해하는 코드 해독에 있어서 비언어적 요소를 해독하는 것이 매우 중요하다는 점을 강조했다. 이도영(1999)은 언어적 유머와 비언어적 유머를 나누어 설명하였는데, 언어적인 것에는 발음, 동음이의어, 단어의 중의성, 사투리, 반침, 음성연상, 대구 활용하기 등이 있고, 비언어적인 것에는 동문서답하기, 되받아치기, 고정 관념 이용하기, 특징 찾아 핵심 찌르기, 정곡 찌르기, 우스운 상황 연출하기, 함정 만들기, 배경 지식 충돌시키기, 패러디하기 등이 있다고 하였다.

3. 연구문제 및 연구방법

1) 연구문제 및 연구가설

대화는 일상생활에서 자주 일어나는 중요한 스피치이다. 남성과 여성의 대화를 연구한 구현정(1999)은 같은 언어 공동체 속에 살면서도 남성과 여성은 별개의 문화를 가지고 있고 생각과 표현하는 방식이 다르다는 점을 강조했다. 그녀의 연구에서는 남성이 주로 사용하는 유머에는 격식성과 직접성이 나타나고, 여성이 사용하는 유머에는 친화력과 간접성이 나타났다. 지브(Ziv, 1983)는 유머에 관한 연구에서 남성은 여성에 비해 유머를 만드는 일이 많고, 여성은 남성보다는 유머를 즐기는 경향이 있다는 점을 밝혀내었다. 상야(上野, 1990)의 대학생을 상대로 유머 자기평가 척도를 개발하는 연구에서는 여학생이 남학생보다 유머선호와 유머를 통한 감정표현 정도가 높은 것으로 나타났다. 이에 여성이 남성보다 유머에 대한 선호도가 높은데, 남성은 다소 공식적이고 공격적인 유머에 여성은 정서적이고 감성적인

유머에 더 반응할 것으로 예상된다. 이에 본 연구는 다음과 같은 연구문제와 연구가설을 설정하였다.

연구문제 1: 성별에 따라 유머종류의 선호와 활용에 어떠한 차이가 있는가?

가설 1-1: 유머에 대한 선호도는 여성이 남성보다, 유머에 대한 활용도는 남성이 여성보다 높을 것이다.

가설 1-2: 여성은 남성보다 정서적인 유머를 남성은 여성보다 공격적인 유머를 선호할 것이다.

임태섭(1997)의 연구에 따르면 스피치에 대한 인식, 비언어적 행위에 대한 인식, 대인관계에 대한 신념이 세대별로 다르다. 이는 세대별로 관심 분야가 다르기 때문이라고 할 수 있다. 이에 10대는 흉내 내는 것과 유행어에 대한 유머에 더 반응하고 20-30대는 금기 시 되었던 농담 등에, 40대 이상은 정치, 경제 등에 대한 분야에서의 풍자적인 유머에 더 반응할 것으로 예상된다. 또한 우리 사회의 커뮤니케이션 가치관에 있어서 전통적 요소가 점차 그 빛을 잃어가고 젊은 세대를 중심으로 서구에서 유입한 외래요소가 더욱 강해지는 현상을 보이고 있다는 임태섭의 같은 연구 결과에 따라, 유머의 종류에 상관없이 유머에 대한 선호와 활용은 젊은 세대일수록 더욱 크게 나타날 것으로 예상된다. 이에 본 연구는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 2: 연령에 따라 유머 종류의 선호와 활용에 어떠한 차이가 있는가?

가설 2-1: 저연령층은 고연령층에 비해 비언어적이고 공격적인 유머를 선호하고, 고연령층은 저연령층에 비해 언어적이고 정서적인 유머를 선호할 것이다.

가설 2-2: 유머의 활용 정도는 저연령층에서 고연령층 보다 높을 것이다.

2) 연구방법

유머 선호의 측정은 다분히 주관적인 영역일 수 있다. 따라서 유머의 선호도를 측정하기 위해서는 엄격하게 상황을 통제한 상태에서 독립변인을 조작함으로써 그것이 종속변인에 미치는 효과를 측정·관찰·분석하는 실험적 연구방법이 적합하다. 이에 본 연구는 유머의 선호를 측정하기 위해 방송 프로그램의 일부를 선택 편집하여 설문 응답자에게 노출한 뒤 그 선호정도를 측정하는 실험적 연구 방법을 사용하였다. 또 활용 정도를 측정하기 위해서는 질문지를 통한 질문지법을 사용하였다. 우선 본 연구의 측정은 10대는 안산에 소재한 중학교 학생을 대상으로 하였으며, 20-30대는 서울지역소재 대학의 대학생과 직장인, 40대 이상은 서초 YMCA 회원들과 기타 직장인들을 대상으로 실시되었다. 측정을 위한 표집은 성별, 연령별 분배를 고려하였지만³⁾ 대체적으로 편의적 표집을 실시하였다.

실험연구를 위해서는 독립변인을 정확히 제시하여 구체화하는 작업이 필요하다. 이에 본 연구는 유머의 종류에 따른 피험자의 선호강도를 측정하고자 하는 연구목적에 의해 독립변인으로서 유머의 종류를 언어/비언어적 유머와 정서/공격적 유머로 나누었다. 또 이와 같은 독립변인을 활성화하고 연구문제를 측정하기 적합한 영상물을 준비해야 했는데, 유머는 사회적 맥락에서 이해되는 것이기 때문에 조사 대상자들에게 너무 낯설어도 적절하지 않다. 이에 본 연구에서는 대중적으로 널리 알려진 방송 영상물을 대상으로 하였다. 최종 유머 영상물 선정은 사전조사를 통해 이루어졌다. 사전조사는 준비한 영상을 13명(남: 6명, 여: 7명)의 대상자에게 보여주고, 영상이 언어

3) 본 연구의 조사대상은 성별, 연령별로 총 143명에 대하여 실시되었다. 연령별로 10~19세는 48명, 20~29세는 36명, 30~39세는 31명, 40대 이상은 28명이었고, 성별로는 남자 73명과 여자 70명으로 구성되었다.

적으로 재미있었는지 혹은 몸짓이나 표정 등에 의해 재미있었는지 등에 대해 물었다. 이를 통해 실험을 위한 영상은 실험목적에 적합하도록 언어/비언어적 유머와 정서/공격적 유머를 드러낼 수 있는 영상물을 선정하였다. 비언어적 유머로는 모 방송국 개그프로그램인 ‘화상고’와 ‘행님아’를 선정하였으며, 언어적 유머로는 두 사람 이상이 대화하고 언어 사용 빈도가 높은 ‘돌발영상’과 혼자서 강의하는 것 중에서 일화를 통해 언어사용이 높은 유머를 구사하는 ‘김진배 특강’을 선정하였다. 선정된 각 영상은 정서적인 면과 공격적인 면을 적절히 나타낼 수 있는 것으로 사전조사 결과 나타났다. 그 선정결과는 <표 1>과 같다.

<표 1> 유머 종류에 따른 영상물 선정결과

	정서	공격
언어	김진배 특강	돌발영상
비언어	행님아	화상고

구체적인 실험을 위해서 실험설계가 필요했는데, 본 연구는 실험 대상자를 실험집단을 무선으로 배치하기 어려운 상황이어서 유사실험설계의 형식을 따르고자 했다. 우선 선정된 유머 동영상들 각각 2분여 정도 편집하였고, 배치 순서를 김진배 특강, 화상고, 행님아, 돌발영상의 순으로 배치하였다. 이는 언어/비언어(김진배 특강-언어/화상고-비언어, 행님아-비언어/돌발영상-언어)가 반복적으로 측정될 수 있고, 정서/공격(김진배 특강-정서/화상고-공격, 행님아-정서/돌발영상-공격) 역시 반복적으로 측정될 수 있다는 점에서 설계되었다.

활용정도를 측정하기 위해서는 행동이나 제스처, 표정의 사용정도와 유머 기억과 기억한 유머의 활용 정도, 적절한 유머를 사용하기 위해 필요한 유머를 적극적으로 수집한 경험 정도 등에 대해 피험자에게 질문을 통해 측정되었다.

이와 같이 구성된 각 독립변인을 활성화 시키고 측정하는 종속변인인 성별·연령별 차이를 검증하기 위해 기본적으로 T-검증과 일원변량검증을 실시하였고, 정서/비정서와 언어/비언어로 이루어진 감정적 요인과 언어적 요인의 복합적인 효과를 측정하기 위해 반복측정 일원변량분석(repeated ANOVA)을 실시하였다. 측정은 5점 척도를 사용하여 측정되었으며, 통계는 SPSS12.0을 통해 처리하였다.

4. 분석결과

1) 유머에 대한 일반적 인식 분석 결과

우선 조사대상자들의 유머에 대한 일반적 인식을 분석하기 위하여 유머 있는 사람에 대한 인식과 유머의 필요성에 대한 인식에 대해 성별, 연령별 차이를 분석하였다. 분석결과 유머 있는 사람에 대해 대인관계가 원만하고(평균값 4.15), 여유가 있으며(평균값 3.86), 적극적인 사람(평균값 4.27)으로 호감이 간다(평균값 3.82)는 결과를 나타내었고, ‘경솔해 보인다’는 질문에 대해서는 평균값이 2.21로 나타나 경솔하게 느끼지 않는 것으로 나타났다. 이는 유머 있는 사람에 대한 조사대상자들의 인식이 긍정적인 것으로 분석된다. 이에 대한 성별·연령별 차이를 분석한 결과는 <표 2>, <표 3>과 같이 나타났다. <표 2>에서 보듯이 성별에 따른 유머 있는 사람에 대한 인식은 거의 차이가 없지만, 남성의 경우가 여성보다 유머 있는 사람을 조금은 더 경솔하게 보는 경향이 있는 것으로 분석되었다.

연령별로는 10대에서 유머 있는 사람에 대해 보다 경솔해 보인다고 인식하는 경향이 있는 것으로 나타났고, 또 다른 연령에 비해서 호감의 정도도 떨어지는 결과를 도출하였다(<표 3>참조). 이는 유교적 문화에서 자란 고연령층에서 유머에 대해 더욱 부정적인 인식을 갖고 있을 거라는 예상과는 다른 결과였다. 하지만, 각 연령별 수치를 보면 40대의 경우는 부정적인 모

<표 2> 성별에 따른 유머 있는 사람에 대한 인식 분석 결과

	성별	N	평균	t값
경솔해 보인다	남	71	2.3803	2.519*
	여	66	2.0455	
대인관계가 원만하다	남	72	4.0833	-1.283
	여	68	4.2206	
여유가 있다	남	71	3.7606	-1.121
	여	69	3.8986	
적극적인 사람이다	남	72	4.3889	.998
	여	67	3.9552	
호감이 간다	남	71	3.8169	-.027
	여	67	3.8209	

*p<.05

<표 3> 연령에 따른 유머 있는 사람에 대한 인식 분석 결과

	10대평균	20대평균	30대평균	40대평균	F값
경솔해보인다	2.4792	1.9722	2.0714	2.2400	3.386*
대인관계가 원만하다	4.0000	4.3056	4.3103	4.0370	2.611
여유가 있다	3.6875	3.8056	4.0000	3.9259	1.315
적극적인 사람이다	4.6250	4.0556	3.8966	3.8462	.774
호감이 간다	3.4792	4.0556	4.0000	3.9231	4.174**

* p<.05 ** p<.01

습을 보이고 있고, 30대에서 20대로 낮아질수록 더욱 긍정적인 모습을 보이고 있어서 10대에서의 차이는 다른 이유로 해석되어야 할 것으로 판단된다.

전체적으로 20~30대에서 유머 있는 사람에 대한 인식이 다른 연령층보다 호의적인 것으로 나타났다. 유머의 필요성에 대한 각 연령별 분석에서는 더욱 두드러지게 나타났다. 유머의 필요성에 대해서 전반적으로 높은 긍정적인 태도를 보여주었는데, 성별에 의한 차이는 크게 나타나지 않았지만, 연령별 차이는 뚜렷하게 나타났다(<표 4> 참조).

<표 4> 연령에 따른 유머의 필요성에 대한 인식 분석 결과

	10대평균	20대평균	30대평균	40대평균	F값
분위기 전환을 위해 필요하다	4.1667	4.1111	4.2000	4.0000	.545
대인관계를 원만하게 한다	3.7500	4.1389	4.2069	3.9259	4.559**
긴장을 완화 시킨다	3.6458	4.1944	4.3214	3.8000	6.533***
대상자를 격려하고 지지하는데 도움이 된다	3.4583	3.8333	3.9286	3.6800	2.413
유머는 아무런 의미가 없다	1.8125	1.333	1.7143	1.8000	3.356*

* p<.05 ** p<.01 *** p<.001

특히 30대가 유머가 대인관계를 원만히 하고, 긴장을 완화 시키는데 필요한 것으로 가장 크게 인식하고 있는 것으로 나타났으며, 20대는 유머가 아무런 의미가 없다는데 가장 반대하는 것으로 나타났다. 이를 통해 볼 때, 20-30대에 유머의 필요성에 대해 가장 직접적으로 느끼고 있는 것으로 판단된다.

2) 유머 종류에 따른 선호 분석결과

성별에 따라 유머의 종류에 대한 선호가 어떻게 다른지를 분석한 결과 남성의 경우 공격적인 유머로 분류된 화상고를 여성에 비해 더 선호하는 것으로 나타났다. 그리고, 비록 여성이 남성에 비해 정서적 유머를 선호하는 것으로 나타났지만 이는 통계적으로 유의미한 결과를 얻지 못하여, 가설 1-2)는 부분적으로만 지지되었다(<표 5> 참조).

연령에 따른 유머 종류 선호분석 결과 연령에 따라 선호하는 유머의 종류가 다른 것으로 나타났다(<표 6> 참조).

우선 김진배 특강이나 돌발영상과 같은 언어적 유머의 경우 40대 이상의 고연령층에서 선호하는 경향을 나타냈고, 화상고나 행님아와 같은 비언어적

<표 5> 성별에 따른 유머 종류에 대한 선호 분석 결과

	성별	N	평균	t값
김진배 특강	남	70	1.7000	-1.899
	여	70	1.7143	
화상고	남	70	3.1571	2.500*
	여	70	2.7429	
행님아	남	73	3.0000	-.296
	여	70	3.0429	
돌발영상	남	70	2.1286	-.103
	여	70	2.5143	

* p<.05

<표 6> 연령별 유머 종류에 대한 선호분석 결과

	10대평균	20대평균	30대평균	40대평균	F값
김진배 특강	1.7872	1.6000	1.4333	2.0000	2.769*
화상고	3.4681	2.9714	2.6000	2.4286	9.451***
행님아	3.0851	3.1143	3.1935	2.6071	2.935*
돌발영상	1.6809	2.3143	2.7333	2.9643	9.667***

* p<.05 *** p<.001

유머의 경우는 10대와 같은 저연령층에서 선호하는 경향을 나타냈다. 하지만, 이와 같은 결과는 연령에 따라 정서적·공격적 유머의 선호 경향을 분석하기에는 적합하지 않은 것으로 나타났다. 이에 언어·비언어적 요인을 한 데 묶고(언어적 요인), 정서·공격적 요인을 한 데 묶어(감정적 요인) 연령에 따른 반복측정 일원변량분석(Repeated ANOVA)결과 <표 7>과 같은 결과를 얻었다.

반복측정 일원변량분석은 유머종류에 따른, 즉 각 두 개의 변인(언어/비언어, 정서/공격)을 가지고 있는 언어적 요인과 감정적 요인이 연령에 따라 상호 어떻게 영향을 미치고 있는지를 파악하기 위해 실시되었다. 그 결과

<표 7> 연령별 유머 종류에 대한 반복측정 일원변량 분석 결과

변 인	평균제곱	자유도	F값
언어·비언어(A)	133.087	1	82.895***
정서·공격(B)	16.802	1	12.073***
A×B	10.045	1	11.519***
오 차	.872		
전 체	3505.002	1	1962801.0

*** p<.001

언어적 요인과 감정적 요인이라는 유머종류에 따라 연령별로 선호의 차이가 있다고 할 수 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 연령에 따라 선호하는 유머의 종류가 다를 것이라는 가설 2-1)를 부분적으로 지지하는 결과라고 할 수 있다.

3) 유머의 활용 경험에 대한 분석결과

피험자의 유머에 대한 활용경험 정도를 묻는 질문에 대해 성별로는 특별한 차이가 없는 것으로 나타났다. 하지만 유머 자료에 대한 적극적 수집경험 정도는 남성의 경우 여성보다 적극성을 띄는 것으로 나타났다(<표 8> 참조).

같은 질문에 대한 연령별 차이는 통계적으로 유의미한 차이를 보였다(<표 9> 참조). 10대, 20대에서는 유머 활용 경험 정도가 높은 것으로 나타났다, 40대 이상에서는 유머 활용 경험 정도가 보통 이하로 나타났다. 이는 저연령층에서 고연령층보다 유머 활용 정도가 높을 것이라는 가설 2-2)를 지지하는 결과라고 할 수 있다.

<표 8> 유머 활용 경험에 대한 성별 분석결과

	성 별	N	평 균	t값
행동, 제스처, 표정 사용정도	남	72	2.8611	-.661
	여	70	2.9714	
말장난 사용정도	남	73	3.1233	-.660
	여	70	3.2286	
유머 적극적 수집경험정도	남	73	2.2329	2.082*
	여	70	1.9286	
유머 기억과 활용정도	남	73	2.7534	-1.422
	여	70	3.0000	

* p<.05

<표 9> 연령별 유머의 활용 경험에 대한 연령별 분석결과

	10대평균	20대평균	30대평균	40대평균	F값
행동, 제스처, 표정을 통한 유머 사용정도	3.1667	3.0278	3.0667	2.1786	7.450***
말장난 등과 같은 유머 사용정도	3.4583	3.2778	3.1290	2.6071	5.356**
적극적인 유머수집경험정도	1.8750	2.1667	2.1613	2.2500	1.463
유머 기억과 활용정도	2.7083	3.2500	2.9355	2.6071	2.072

** p<.01 *** p<.001

4) 소결론

이상과 같은 분석 결과는 본 연구의 연구문제인 성별·연령별 유머 종류의 선호와 활용이 어떻게 다른가를 보여주었다. 우선 ‘성별에 따라 유머 종류의 선호와 활용에 어떠한 차이가 있는가?’라는 연구문제 1)에 대한 결과로서 성별에 따라 유머 종류의 선호와 활용은 크게 다르지 않았다. 하지만, 연구 가설 1-2) ‘여성은 남성보다 정서적인 유머를, 남성은 여성보다 공격적인 유

머를 선호할 것이다'는 가설검증에서 남성의 경우 여성에 비해 공격적 유머를 선호하는 것으로 나타나 정서적 남녀의 차이가 유머 종류의 선호에 영향을 끼치는 것으로 분석되었다.

'연령에 따라 유머 종류의 선호와 활용은 어떠한 차이가 있는가?'라는 연구문제 2)에 대한 결과는 연령에 따라 차이가 큰 것으로 나타났다. 우선 '저연령층은 고연령층에 비해 비언어적이고 공격적인 유머를 선호하고, 고연령층은 저연령층에 비해 언어적이고 정서적인 유머를 선호할 것이다'라는 가설 2-1)이 부분적으로 지지되었다. 고연령층에서는 언어적 유머를 선호하고 연령층에서는 비언어적 유머를 선호하는 것으로 나타났을 뿐만 아니라, 언어·비언어적 유머요인과 정서·공격적 유머요인에 대해 연령별 차이를 반복 측정된 결과 통계적으로 유의미한 결과를 얻었다. 이에 연령별로 선호하는 유머의 종류가 다르다고 이야기 할 수 있겠다. 다음으로 '저연령층에서 고연령층 보다 대화에 있어서 유머의 활용정도가 높을 것이다'라는 가설 2-2)는 저연령층에서 유머 활용정도가 높은 것이 통계적으로 지지되었다. 특히 10대의 유머 활용 정도는 다른 연령층에 비해 매우 높은 것으로 나타났는데, 적극적 수집 경험 정도는 매우 낮음(평균값 1.8750) 것으로 나타났다.

5. 맺음말

이 연구는 성별·연령별로 유머 종류의 선호와 활용에 어떠한 차이가 있는지를 실험적 연구방법을 통해 알아보았다. 분석결과 유머 종류에 따른 유머 선호와 활용의 성별 차이는 크게 나타나지 않았으나, 연령별 차이는 두드러지게 나타났다. 이는 한국인의 경우 서구화의 경향으로 세대간 유머의 선호와 활용에 어떠한 차이가 존재하는지를 가늠하고자 했던 연구자에게는 한국인의 전통적 유교 문화가 아직도 유머의 선호와 활용에 영향을 미치고 있는 것으로 파악되었다.

유머에 대한 전반적 인식은 성별·연령별로 긍정적으로 나타났는데, 특히

20-30대에서 유머 있는 사람에 대한 인식이 매우 호의적인 것으로 나타났다. 유머에 대한 필요성 역시 20~30대에서 가장 많이 느끼고 있는 것으로 나타났다. 선호하는 유머의 종류도 연령별로 다르게 나타났다. 실험물이었던 김진배 특강이나 돌발영상과 같은 언어적 유머는 40대 이상에서 선호하는 경향을 나타냈지만, 화상이나 행남아와 같은 비언어적 유머의 경우는 10대에서 가장 선호하는 것으로 나타났다. 이는 적극적으로 자신을 표현하기 보다는 점잖고 진중한 언행을 선호하던 한국인의 나이에 따른 체면문화의 영향을 보여준다. 성별로는 남성의 경우 여성에 비해 공격적 유머를 선호하는 것으로 나타나서 기존의 연구 결과에 부합하였다.

유머의 활용에 대한 분석 결과 유머의 선호에 비해 활용은 매우 미약한 것으로 나타났다. 특이한 점은 남녀 간의 차이가 통계적으로 유의미한 차이를 보이지는 않았지만, 여성의 활용 평균이 남성보다 높은 것으로 나타났다는 점이다. 이는 남성의 경우 여성보다 활용이 높다는 기존의 연구결과와는 차이가 있는 결과였다. 이와 같은 결과는 추후 연구를 통해 검증할 만한 내용으로 파악되었다. 그럼에도 남성의 경우 여성에 비해 유머를 적극적으로 수집해본 경험이 많은 것으로 나타났다. 유머의 활용에 대한 연령별 차이는 뚜렷하게 나타났다. 특히 10~20대의 일상 대화 속에서 유머 활용 정도는 기타 연령대에 비해 통계적으로 유의미한 차이를 보여주고 있었다.

유행하는 유머는 그 시대의 사회상이나 대중들의 사회 인식과 밀접한 관계를 갖는다(손세모들, 1999). 즉, 유머는 즐거움과 웃음을 주기도 하지만, 웃음을 통해 대중들의 인식과 사회현상을 파악할 수 있는 수단이기도하다. 이러한 유머를 이해하고 분석하는 일은 매우 중요하다. 하지만, 유머에 대한 우리 사회의 체계적 이해와 접근은 아직까지 풍성하지 못했다. 비록 외국의 많은 연구결과물이 있지만, 유머가 그 시대의 사회상과 대중들의 사회인식을 담고 있는 만큼, 한국인의 유머와는 많은 차이가 있다. 본 연구의 가장 큰 의의는 기존 연구를 바탕으로 한국인의 유머 선호와 활용에 대해 분석하고자 했다는데서 찾을 수 있다. 물론 한국 사회가 급격히 서구화되고, 가치관도 많이 바뀌고 있음을 고려한다면 기존의 연구 결과물로도 충분할 것이

다. 하지만, 한국인의 가치관과 인식의 변화는 분명 서구화되고 있지만, 서구의 것 그 자체로의 변화는 아니다. 한국인의 유머는 한국 사회의 정서와 문화를 담게 된다. 즉 유머는 사회상과 사회인식을 반영하는 것이다. 바로 이점이 한국인의 유머를 분석할 필요가 있는 이유이다.

유머는 세대간·지역간 차이를 좁힐 수 있는 코드이기도 하지만, 역으로 그 차이를 넓힐 수도 있다. 본 연구결과에서 성별에 의한 유머 선호와 활용의 차이보다는 연령별 유머의 선호와 활용이 큰 차이를 나타낸 것처럼 말이다. 여기에 유머에 대한 심도 있는 논의와 연구의 필요성이 있다. 본 연구가 성별·연령별 차이만을 고려하였다면, 추후의 연구에서는 학력별·지역별·계층별 유머의 선호와 활용에 대한 연구를 통해 웃음이 담고 있는 사회상을 드러낼 필요가 있다. 또한 유머의 종류도 본 연구에서는 언어·비언어적 요인과 정서·공격적 요인만을 고려하였지만, 이외에도 인지·비인지, 기대·예측 유무 요인 등의 보다 다양한 요인을 고려하여 분석해야 할 필요도 있다.

◆ 참고문헌

- 강길호 (1994). 한국인의 커뮤니케이션에 나타난 공손전략. 『한국언론학보』, 제32권, 9~37.
- 구현정 (2000). 유머 담화의 구조와 생성 기제. 『한글』, 통권248호, 159~184.
- 김경훈·김정홍·이우홍(2004). 『한국인트렌드』, 서울 : 책바치
- 노영송 (1999). 『유머소구가 광고의 커뮤니케이션 효과에 미치는 영향 연구』. 충남대학교 대학원 석사학위논문.
- 박기순 (2004). 문화간 갈등을 야기하는 한국문화의 특성에 관한 연구. 『한국언론학술논총』, 서울 : 커뮤니케이션북스.
- 손세모돌 (1999). 『유머 형성의 원리와 방법』, 한양어문.
- 송경숙 (1999). 한국어와 영어 사이버 커뮤니케이션에서 남성과 여성간의 성 역할. 『사회언어학』, 제11권 2호, 161~186.
- 신현제 (1999). 유머의 활용성. 『한국커뮤니케이션학』, 제7권 1호, 14~30.

- 이도영 (1999). 유머텍스트의 웃음 유발 장치. 『텍스트 언어학』, 제7호.
- 임태섭 (1997). 『스피치커뮤니케이션』. 서울 : 연암사.
- 임태섭 (1999). 한국인의 커뮤니케이션 가치관-정통과 변화. 『한국커뮤니케이션학』, 제7권 1호, 52~66.
- 장해순·강태완 (2005). 스피치교육이 커뮤니케이션 능력과 불안감에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 제49권 1호, 163~192.
- 전영우 (1995). 『국어화법론』. 서울 : 집문당.
- 최윤선 (1998). TV토론에서 정치인의 이미지 구축전략. 『영산논총』, 제2권.
- 한성일 (2002). 『유머텍스트의 원리와 언어학적 분석』. 경원대학교 박사학위 논문.
- 허경호 (2003). 포괄적 대인 의사소통 능력 척도개발 및 타당성 검증. 『한국언론학보』, 제47권 6호, 380~409.

- Alan, G.(1983), Social Approaches to the Study of Humor, *Handbook of Humor Research*(pp.159-181). McGhee, P. and Goldstein, J. (Eds), New York: Springer-Verlag NY Inc..
- Apte, M. L.(1985). *Humor and Laughter: An anthropological approach Ithaca*. N.Y. : Cornell University Press.
- Apter, M. J. (1982). *The experience of motivation*. London : Academic.
- Berger, C.(1987). Humor. *American Behavioral Scientist*, 30(3), 6~10.
- Bergson, H.(1969). Laughter. in JJ. Enck, E. T. Foster, and A. Whitley(Eds.). *The comic in theory and practice*. New York : Academic Press.
- Berlyne, D.(1972). Humor and its kin. in Goldstein, J. and McGhee, P. (Eds.), *The Psychology of Humor*(pp. 43~60). New York: Academic Press.
- Brown, P., & Levinson, S.(1978). Universals in language usage: Politeness phenomena. in E. Goody (ED.). *Questions and Politeness: Strategies in social interaction*(pp.56~289). Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown, P., & Levinson, S(1987). *Politeness: Some universals in language use*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Duran, R. L. (1983). Communicative adaptability: A measure of social communicative competence. *Communication Quarterly*, 31, 320-326.
- Eysenck, H. J.(1947). Appreciation of Humor - an experimental and Theoretical study. *British journal of psychology*, 42(4), 402~421.
- Goffman, E.(1967). *Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior*. NY: Doubleday Anchor Books.
- Goffman, E.(1973). *The presentation of self in everyday life*. Woodstone. NY: Bobbs-Merrill Company.
- Gruner, C(1978). *Understanding laughter*. Chicago: Nelson-Hall, Harrel.
- Honig, A. S.(1988). *Humor development in children*. *Young children*, May, 60~73.
- Hu, H.C.(1944). *The Chinese concepts of face*. *American Anthropologist*, 46, 45~64.
- Keith-Spiegel, P.(1972). Early conceptions of humor: Varieties and issues. in J. Goldstein and P. McGhee (Eds.), *The Psychology of Humor*(pp.4~39). New York: Academic Press.
- Knapp,M. L. & Hall, J.A.(2002). *Nonverbal communication in human interaction* (5th ed.). Belmont, CA : Wadsworth/Thomson Learning.
- Lefcourt,H.M & Martin, R.A.(1986). *Humor and life stress: Antidote to adversity*. New York: Springer-Verlag.
- Lim, T., & Bowers, J. W.(1991). Facework: Solidarity, approbation, and Tack. *Human Communication Research*, 17, 415~450.
- Long D. L., A. C. Graesser(1989). Wit and Humor in Discourse Processing, *Discourse Processes*, 202, 151~166.
- McGhee,P. (1979). *Humor, its origin and development*. San Francisco: W. H. Freeman and Company.
- Morreall, J.(1987). *Philosophy of Laughter and Humor*. New York.
- Simon J.M.(1988). *Humor and its relationship to perceived health life satisfaction and morale in order adults*. The University of Texas at Austin
- Spitzberg, Brian H.; Hurt, H. Thomas(1987). The measurement of interpersonal skills in instructional contexts. *communication education*, 36(1), 28~45.

- Standal, B. and Craig, O. S.(1973), Humor in advertising. *Journal of Marketing*, 37, 12~18.
- Whitman, R. F., & Boase, P. H. (1983). *Speech communication: Principles and contexts*. New York: Macmillan.
- Willis, M. R. (1997). *An investigation of second and third grader's oral responses to humorous children's literature*. Unpublished doctoral dissertation, University of Kentucky, Lexington.
- Wilson, D. & Molleston, J.(1981). Effect on sex and type of humor appreciation. *Journal of Personality Assessment*, 45, 90~96.
- Ziv, A.(1976). Facilitating effects of humorous of creativity. *Journal of Educational Psychology*, 68, 318~322.
- Ziv, A.(1983). The influence of humorous atmosphere on divergent thinking. *Contemporary Education Psychology*, 8, 68~75.

上野良重(1990). 大學生のユーモア 自己評價尺度の日本語版作成の試圖, 『久留米大學大學院記要』, 40~53.

fotc842(2004.01.04). 스피치에는 규칙이 있습니다. Available:
http://cafe.naver.com/talentleone.cafe?iframe_url=/ArticleRead.nhn%3Farticleid=1

(최초 투고 2005.6.1, 최종원고 제출일 2005.10.25)

A Study on the Differences of Humor Preferences and Uses

Hyun-Ji Cho

MA.

(Graduate School of Mass Communication, Sogang University)

Ug-Young Kim

Research Fellow

(Social Science Research Institute, Yonsei University)

This study aims to examine the differences of Humor Preferences and Uses by the distinction of sex and age. For this purpose, an experimental survey was analyzed. The major findings of this analysis could be summarized like as follows:

There is few significant difference in the sex distinction, although men prefer aggressive humor more than women. But there are significant differences in the distinction of age. The teenagers prefer nonverbal humor compare to other ages, and the over forties prefer verbal humor. There are also significant differences of humor uses between age groups. The under twenties use humor more than over thirties.

This study deliberates on the reason why there are significant differences of humor preferences and uses in the distinction of age. This study suggests one of the reasons which is related with face consciousness of korean.

Key words : Humor Preference, Humor use, Face consciousness