

## 감정 표현 빅데이터에 나타난 MZ세대의 토픽 분석

박 주 현<sup>†</sup>

이화여자대학교 심리학과

본 연구는 MZ세대의 감정 표현 데이터를 분석하여 주요 이슈를 도출하는 데 목적을 두고 수행되었다. 이를 위해 어플리케이션을 통해 수집된 MZ세대의 대화 데이터를 성별과 감정 유형별로 분류하고, LDA 토픽모델링 기법을 적용하였다. 분석 결과, MZ세대 남성과 여성의 슬픔 및 화 감정 토픽, 여성의 행복 감정 토픽에서 주요 이슈가 도출되었다. MZ세대 감정 표현 대화에서 나타난 주요 이슈는 가족(특히 아버지), 취업 및 직장 스트레스, 반려동물, 공동 거주 갈등이었다. 해당 이슈는 남성-슬픔 토픽에서 ‘자신과 가족 및 친구의 건강을 염려함’, ‘취업 스트레스’, ‘직무 스트레스로 몸과 마음이 지침’, ‘반려견의 죽음에 슬퍼함’ 주제에서 확인되었다. 여성-슬픔 토픽에서는 ‘가족과 친구의 건강을 염려함’, ‘반려견의 죽음에 슬퍼함’, ‘취업 스트레스’ 주제가 확인되었다. 또한, 남성과 여성 모두의 화 토픽에서 ‘직장 스트레스’, ‘공동 거주 갈등’, ‘유기견주에게 화가 남’ 주제가 확인되었다. 여성에서만 확인된 주요 이슈로 어플리케이션을 통해 자신의 우울감을 다루기 위한 방법을 이야기한다는 특징이 도출되었으며, SNS를 통한 소비와 마라톤 취미와 같은 문화 트렌드도 주요한 특징으로 드러났다.

주요어 : MZ세대, 토픽모델링, 빅데이터

<sup>†</sup> 교신저자: 박주현, 이화여자대학교 심리학과 박사수료, 서울시 서대문구 이화여대길 52, 포스코관 553-2호  
E-mail: bluem10027@daum.net

 Copyright © 2024, The Korean Society for Woman Psychology. This is an Open Access article This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution -NonCommercial Licenses (<https://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.

MZ세대는 1980~1994년에 출생한 밀레니얼 세대와 1995년~2010년에 출생한 Z세대를 합친 세대를 지칭한다(Francis & Hoefel, 2018). 밀레니얼 세대와 Z세대 모두 영미권에서 출발한 개념이지만 'MZ세대'는 한국에서만 사용하는 용어로(호규현 등, 2023), 현재 우리나라 총인구의 32.5%를 차지한다. 이들은 개인의 취향을 중요시하고, 부모 세대에 비해 풍족한 환경에서 성장하여 소비수준이 높은 점, 환경문제나 윤리, 공정의 문제에 민감한 세대로 특징지어진다. 더불어, 디지털 발전의 영향을 온몸으로 흡수하는 세대로 '디지털 유목민', '디지털 네이티브'라 불릴 정도로 SNS를 통한 자기표현과 의사소통에 익숙한 집단이기도 하다(박시내, 박혜균, 2022; Deloitte, 2021).

MZ세대가 본격적으로 주목받게 된 계기는 '90년생이 온다'(임홍택, 2018)를 통해 조직과 사회의 주요 구성원으로 떠오르는 90년생 세대를 조명하면서부터다. 실제로 사회적 이슈와 관심도를 확인할 수 있는 구글 트렌드에서는 'MZ세대'에 대한 검색량이 2019년 이후 확연히 증가했다. 또한, 국내 대표 학술 데이터베이스인 KCI의 심리학 분야에서 'MZ'를 검색한 결과, 2020년에는 관련 논문을 한 건도 찾을 수 없었으나, 2024년에 발행된 심리학 분야 논문 중 MZ가 언급된 논문이 전체의 19%에 달하는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 MZ세대에 대한 사회적·학문적 관심이 크게 증가했음을 보여준다.

MZ세대가 기존 세대와 어떻게 다른지 파악하고, 이들 특성을 분석하기 위해서는 세대 개념을 정의하는 것에서부터 출발할 필요가 있다. 세대는 크게 다음의 네 가지 관점에서 정의될 수 있다(Kertzer, 1983). 첫 번째는 친족 계보적 관점으로서, 세대를 조부모, 부모, 자

녀와 같이 같은 항렬에 속하는 사람들로 구분하는 관점이다. 둘째는 동일한 시기에 태어난 집단으로 세대를 정의하는 방식으로, 동일 '코호트(cohort)'는 동일한 생애주기를 겪으며 특정한 역사적 사건과 경험을 공유하므로 의식이나 행위에서 동질성을 보이는 집단으로 묶일 수 있다. 셋째는 생애주기 관점으로 아동, 청년, 노년과 같이 동일한 생애주기를 겪는 집단으로 세대를 정의하는 방식이다. 마지막으로, 특정한 역사적 시기를 살아가는 사람들로 세대를 정의하는 방식이다. 예를 들어, 1950년대 한국 전쟁을 경험한 세대나 1997년도 외환 위기를 겪은 IMF 세대가 여기에 해당한다. 이처럼 세대를 구분하는 기준과 방법은 다양하며, 각 기준에 따라 세대 간 동질성과 이질성도 서로 다른 관점에서 분석될 수 있다.

본 연구에서 주목하는 MZ세대는 코호트 관점에서 분류한 세대 정의를 따른다. 출생 코호트를 기반으로 MZ세대를 이해하기 위해서는 동일한 시기에 태어나 유사한 문화적 맥락을 경험하며 이를 통해 독특한 문화를 형성한 집단으로 MZ세대를 바라보는 관점이 필요하다(Campbell et al., 2015). 즉, MZ세대만의 특징을 발견하려면 이들이 태어난 출생 시기뿐만 아니라 이들에게 영향을 미친 사회 문화적 사건들을 고려해야 한다. 이를 통해 MZ세대가 기존 세대와 비교하여 구별되는 특성을 파악할 수 있다.

MZ세대가 성장하던 시기 중 하나인 1996년은 한국이 OECD 경제 선진국에 가입한 해였다. 한국은 2009년에 기부금의 수혜국에서 최초의 주요 기부국으로 전환될 만큼 가파른 경제 성장을 이루었으며, 현재는 아시아에서 4번째, 세계에서 10번째로 큰 경제 규모를 자랑한다(Kim & Kim, 2022). MZ세대는 부모 세

대의 높은 교육열 아래 성장하였으며, 2022년 기준으로 25~34세의 고등교육 이수율이 OECD 국가 중 가장 높은 69.6%에 달하며, 이는 OECD 평균인 47.4%를 크게 상회하는 수준이다(OECD, 2022). 이 세대는 빠른 경제 성장, 산업화, 도시화의 영향을 받으며 권위적이고 생산성을 중시하는 사회적 분위기 속에서 성장했다(Kim & Kim, 2022). 이 과정에서 가족 단위의 결속과 신뢰는 높아졌으나, 기업, 기관, 정부와 같은 외부에 대한 불신은 증가하는 환경에서 자랐다(Kim et al., 2002). 현재 한국은 OECD 국가 중 최저 출산율을 기록하고 있으며, 사회경제적 지위에 대한 불평등 인식 또한 높아지고 있다. 국가가 실시한 조사에 따르면, 2013년에는 성인 10명 중 4명이 개인의 노력으로 자녀 세대의 사회경제적 지위가 향상될 것이라고 기대했으나 이 기대는 점차 감소하여 2023년에는 10%포인트 하락한 것으로 나타났으며, 특히 대졸 이상 학력층의 사회이동 가능성에 대한 인식이 낮아지고 있다(통계청, 2013; 2023). MZ세대는 이러한 한국의 특수한 역사적 맥락 속에서 성장했을 뿐만 아니라, 디지털 플랫폼의 발전이라는 전 세계적인 변화를 공통적으로 경험한 세대이기도 하다. PC와 스마트폰 보급률 증가와 SNS 사용의 확산으로 MZ세대는 정보 접근과 네트워킹의 한계를 사실상 무한히 확장하였다(Kim & Kim, 2022). 이로 인해 MZ세대는 온라인에서 빠른 속도로 소통하고, 인스턴트 메시징이나 재미 요소가 강조된 게시물을 통해 자신의 정체성을 자유롭게 표현하는 데 익숙하다.

위와 같이 MZ세대가 겪은 역사적·사회적 배경을 바탕으로 이들의 주요 특징을 몇 가지로 정리할 수 있다. 먼저, MZ세대는 기성세대에 비해 가족 관계는 더욱 개선된 반면, 가족

외 타인과의 관계는 상대적으로 느슨해졌다(Kim & Kim, 2022). 예를 들어, 유정균 등(2021)의 연구에 따르면 MZ세대는 기성세대보다 가족 간 관계에 더 큰 만족감을 느끼는 것으로 나타났다. 반면, X세대와 베이비붐 세대로 갈수록 부모에 대한 만족도가 낮아진 것으로 나타나, 이전 세대일수록 가족 간 갈등과 상처의 정도가 더 높은 경향이 보인다. 또한, 가족 간 관계의 만족도가 높아진 것과 달리, MZ세대는 이전 세대보다 이웃과의 상호 도움의 빈도가 낮았으며, 이웃에게 도움을 받기보다 도움을 주는 측면이 더 많다고 인식하는 경향을 보였다.

두 번째로, MZ세대는 조직 내에서 조직의 목표 달성보다 개인의 능력과 성과에 따른 공정한 보상을 중시하며 이를 선호하는 특징을 보인다(김선애, 2021; 김정인, 2023; Schroth, 2019). 이러한 경향은 한국의 MZ세대에만 국한되지 않고 전 세계적으로 공통적으로 나타나는 현상이다. Deloitte(2024)가 44개국 23,000명의 응답자들을 대상으로 설문 조사하여 발표한 2024 Gen Z and Millennial Survey에 따르면 MZ세대의 개인적 목표 지향성을 뚜렷하게 확인할 수 있다. 설문 결과, 10명 중 9명이 목적 지향적인 일을 중요시하며, 목적의식을 갖춘 일을 수행할 때 직무 만족도와 웰빙이 향상되는 것으로 나타났다. 특히, MZ세대 내에서도 젊은 층인 Z세대는 연공 서열과 상관없이 목적의식을 중요하게 여기는 경향이 더 강한 것으로 드러났다. 이는 이전 세대에 비해 MZ세대가 일을 통해 자신의 정체성과 가치를 더 뚜렷하게 하고자 하는 흐름을 반영한다. 이처럼 조직보다는 개인의 자율적인 목적과 의미를 중심으로 동기화되는 MZ세대에게 가치관이 맞지 않는 업무나 관행적으로 지속되

는 부정적이고 불평등한 근무 환경은 이들이 일터를 떠나게 되는 주요한 원인이 될 수 있다.

세 번째, MZ세대는 개인의 고유한 정체성을 드러내는 방식으로 유행과 놀이를 만드는 특징을 가진다. 예를 들어, ‘미닝 아웃(Meaning Out)’처럼 자신의 신념과 가치관을 소비 행위로 표현하거나, ‘디깅(Digging)’처럼 특정 분야에 대한 깊은 관심과 애정을 바탕으로 상품을 소비하는 트렌드를 보면 MZ세대의 소비는 단순한 경제활동을 넘어 자신을 표현하는 중요한 통로로 작용하고 있음을 알 수 있다. 또한, MZ세대는 소비를 하나의 경험과 놀이의 일부로 받아들이며 이를 적극적으로 공유하는 특징이 있다. 이를 보여주는 사례로 SNS를 통해 소비 문화를 공유하는 ‘라우드 버짓팅(Loud Budgeting, 시끄러운 예산관리)’이 있다. 국내에서 인기를 끌고 있는 카카오톡 오픈채팅방 ‘거지방’은 대표적인 라우드 버짓팅의 하나로, 이곳에 모인 익명의 사용자들은 매일 자신의 소비 내역을 기록하며 절약을 넘어 ‘무지출’, ‘짤테크’와 같은 극단적인 소비 패턴을 서로 권장한다. 동시에, 이들은 유머러스하게 상황을 공유하며 힘들게 절약하는 과정을 하나의 놀이처럼 즐기고, 이를 통해 공감대를 형성한다. 이러한 행동은 MZ세대가 소비를 단순한 경제활동으로만 여기지 않고 재미와 소통을 결합하여 자신을 표현하는 수단으로 활용하고 있음을 나타낸다.

넷째, 국내에서 MZ세대의 정신건강에 관한 연구는 상대적으로 부족하여 정확한 실태 파악이 어렵지만, 해외 연구들에 따르면 이들의 심리적 위기 대처 능력과 회복력은 기성 세대에 비해 낮은 것으로 나타났다(Angeles & Perkins, 2024; Grelle et al., 2023; Harari et al.,

2023; Twenge et al., 2019). 특히, COVID-19 팬데믹 전후를 비교한 연구들에서 MZ세대의 심리적 어려움은 팬데믹의 영향과 무관하게 계속적으로 높은 수준을 보였다. 60만 명이 넘는 미국 인구의 정신건강을 조사한 Twenge 등(2019)의 결과를 살펴보면, MZ세대의 기분장애와 자살 사고 및 계획, 자살로 인한 사망과 같은 지표들은 팬데믹 이전인 2005년부터 2017년 사이에도 기성 세대보다 더 높았다. 팬데믹 기간인 2020년에도 미국의 MZ세대는 기성 세대보다 더 높은 스트레스, 외로움, 불안과 긴장을 경험하였다. 실질적으로는 코로나가 신체에 미칠 위험이 기성 세대에 더 위협적이었는데도 MZ세대의 주관적인 피로도, 동기 저하, 신체 활동과 집중력의 정도가 기성 세대보다 더 부정적이었다(Grelle et al., 2023). 연구자들은 이 같은 결과가 동시대를 공유하는 MZ세대가 겪는 사회 문화적인 영향 (코호트 효과)때문일 수도 있고, 나이가 들면서 자연스럽게 축적된 경험과 삶의 지혜로 인해 노년층의 회복탄력성이 더 높은 것 (연령 효과)때문일 수도 있다고 해석한다. 다만, Twenge 등(2019)의 연구에서는 연령, 기간, 출생 코호트의 영향을 분리하여 정신건강 지표의 세대 차이를 분석한 결과를 제시하였는데 이를 주목할 필요가 있다. 연구에 따르면, 1980년대 초반(밀레니얼 세대)에서 1990년대 후반(Z세대)에 태어난 코호트 사이에서 기분장애 및 자살 관련 결과가 꾸준히 증가하는 것은 코호트 효과 때문인 것으로 나타났다. 이는 젊은 시절 발병한 기분장애가 이후의 기분장애 발병률을 높이는 강력한 예측 요인이 된다는 점에서 중요한 시사점을 제공한다. 현재 MZ세대의 높은 기분장애 및 자살 관련 지표는 향후에도 지속적으로 높은 사회적 비용

부담을 예견하는 지표가 될 수 있기 때문이다 (Twenge et al., 2019). Twenge 등(2019)은 이러한 코호트 효과의 주요한 원인으로 디지털 미디어 사용의 증가와 수면 시간의 감소를 제안하였다. 추가적인 연구가 필요하지만 이는 MZ세대의 정신건강 문제와 관련하여 의미 있는 결과로 여겨진다.

MZ세대의 특성은 때때로 미디어에서 이기적이라고 부정적으로 묘사되기도 한다(호규현 등, 2023). 그러나 이러한 외부적인 평가에만 의존하기보다 MZ세대 내부에서 직접 발현되는 목소리를 탐구하는 것이 중요하다. 특히, 본 연구에서는 MZ세대의 감정 표현에 주목하고자 한다. 기존의 MZ세대 관련 연구는 주로 가치관, 노동 시장 내 특징, 사회적 태도, 소비 행태 등을 중심으로 이루어졌다(남윤주, 남승규, 2022; 임예지 등, 2023; 진보래, 2024). 반면, 이들 세대의 감정 표현 방식과 특정한 감정이 드러나는 맥락에 대한 연구는 상대적으로 부족하다. 감정 표현은 개인의 내면뿐만 아니라 사회·문화적인 변화를 반영하므로 MZ세대의 감정을 분석하면 이들이 변화하는 가치관과 정체성을 어떻게 드러내는지 파악할 수 있다. 예를 들어, 헬조선은 지옥을 뜻하는 ‘헬(hell)’과 한국 사회를 의미하는 ‘조선’의 합성어로 청년 세대가 사회 구조의 불공정성에 대한 분노와 허탈감을 담아 만든 신조어다. 한 단어에 청년들이 직면한 주거와 근로 빈곤, 구직난 등 취업 문제의 본질이 함축되어 있다고 평가된다(김애린 등, 2016). 또 하나의 예로, 세대별 감정을 분석하여 각 세대의 중심 정서를 확인하고 그 차이를 비교한 연구도 있다. 구혜란과 구서정(2019)은 정서적 요소로 중심으로 한국인의 마음 연결망을 분석하였다. 그 결과, 청년 세대는 우울을 중심 정서로 경험

하며, 자존감과 소속감이 장년 세대에 비해 정신건강에 영향을 크게 주는 중요한 요소로 나타났다. 또한, 청년이 경험하는 분노의 직접적인 기저 요인으로 우울감이 확인되었는데, 이는 장년 세대에서는 나타나지 않은 결과다. 청년 세대는 윗세대에 비해 상대적으로 풍족한 혜택을 받았지만 자신의 역량에 비해 충분히 성취하기 어렵고 미래에 대한 기대감도 낮은 것으로 나타났다(구혜란, 구서정, 2019). 이 연구는 감정 표현의 세대 간 비교를 통해 청년 세대의 우울감을 효과적으로 관리해야 한다는 사회적 함의를 도출했다고 여겨진다. 이처럼 감정 표현을 분석하면 MZ세대의 특성을 명확하게 파악할 수 있을 것이라 예상된다.

MZ세대의 감정 표현을 분석하는 통로로 디지털 플랫폼을 고려할 수 있다. 이들에게 디지털 환경은 정체성을 드러내고 놀이 문화를 만들어갈 만큼 익숙하며, 현실과 분리되지 않은 세계다. 이러한 모습은 기성세대와는 다르다. 예를 들어, Zhitomirsky-Geffet와 Blau(2017)의 연구에서 기성세대인 X세대는 주로 실용적이고 지적인 정보를 얻기 위해 스마트폰을 활용하는 반면, MZ세대는 다른 이들과 교류하고 지속적인 인간관계를 유지하려는 사회적인 정보 추구 행동을 훨씬 더 많이 하는 것으로 나타났다. 즉, MZ세대는 온라인에서도 실제 관계 못지 않게 감정적으로 높은 참여를 보일 수 있다. 최한별 등(2023)의 연구에서도 유사한 결과가 확인되었다. 연구에서는 세대 별로 온라인 커뮤니티와 실제 여론조사에서 표현한 정치 후보자에 대한 감정을 비교하였다. 그 결과, MZ세대가 온라인 커뮤니티에 표현한 특정 후보자에 대한 감정은 실제 여론조사 결과와 유의미한 상관관계를 보였고, 이는 기성세대가 온라인에 표현한 감정과 실제 여론조사

결과 간 상관이 유의미하지 않았다는 결과와 대비된다. 이처럼 MZ세대는 디지털 플랫폼을 통해 감정을 적극적으로 표현하며 온라인에서의 감정적 소통과 사회적 참여를 실천하는 새로운 세대이다. 따라서 디지털 플랫폼을 효과적으로 활용하면 이들의 감정 표현을 분석하는 데 유용할 것이다.

디지털 플랫폼을 통하여 MZ세대의 감정을 파악할 때 온라인 의사소통의 특성을 고려해야 한다. 디지털 플랫폼은 대면이나 설문조사와 같은 전통적인 의사소통 방식과는 다른 독특한 특성을 지니고 있다. 경험적 연구들에 따르면, 사람들이 SNS에 의견과 감정을 표현하는 양상은 매체의 성격에 따라서 다양한 것으로 나타났다(Vermeulen et al., 2018; Waterloo et al., 2018; Zhitomirsky-Geffet & Blau, 2017). Waterloo 등(2018)의 연구에서 Z세대의 페이스북, 트위터, 인스타그램과 왓츠앱 상에서의 인지된 감정 표현 규범을 확인하였는데 그 결과, 사람들은 더 공격적으로 인식하는 공간인 페이스북에서는 부정적 감정 표현을 덜 하는 경향이 있었으며, 가장 사적인 성격의 플랫폼인 왓츠앱에서는 부정적인 감정도 활발하게 공유하였다. Vermeulen 등(2018)의 연구에서도 유사한 결과가 나타났다. 사람들은 페이스북, 인스타그램, 스냅챗과 같이 자신을 호감 있고 심미적으로 표현하도록 장려하는 플랫폼에서는 주로 긍정적인 감정을 공유하려는 경향이 강했다. 반면, 개방적이고 즉각적인 피드백이 가능한 트위터에서는 주로 부정적인 감정이나 더 넓은 범위의 감정을 표현하는 경향이 두드러졌다. 한편, 전적으로 비공개적인 성격인 챗봇 앱에서는 사람들이 부정적인 정서를 많이 공유하였으며, 정신건강을 목적으로 설계되지 않았음에도 불구하고 챗봇에 정서적인 지원

을 요청하기까지 한 경우도 있다(Chin et al., 2023). 챗봇 사용자들은 트위터와 같은 공개적인 SNS에 비해 더 많은 수준으로 우울감과 민감한 주제를 털어놓는 경향을 보였다. 종합하면 디지털 플랫폼이라는 동일한 수단 내에서도 플랫폼 별로 감정 표현 규칙이 암묵적으로 작용할 수 있으며, 플랫폼의 공개성 혹은 개방성이 영향을 미치는 것으로 보인다.

사람들의 온라인 상 감정 표현을 분석할 때 성별 역시 고려해야 할 중요한 기준으로 보인다. 예를 들어, Bunker 등(2021)의 연구에서는 성별에 따른 대면과 온라인 상황에서의 심리 차이를 분석하였다. 결과에 따르면, 여성은 대면 상황에서 다른 사람을 의식하는 경향인 공격 자기의식 수준이 남성보다 높아 오프라인에서 신경증 경향이 남성보다 유의미하게 높았다. 그러나 온라인에서는 다른 이를 의식할 필요가 줄어들기 때문에 남성과 여성 간 신경증 경향의 점수 차이가 유의미하지 않게 나타났다. 한편, 플랫폼 상에서 여성은 남성보다 대체로 긍정적인 감정을 표현하는 경향이 높은 것으로 나타났다(Waterloo et al., 2018). 앞선 결과들로부터 성별에 따라 기대되는 감정 표현 규칙이 다를 가능성이 있음을 알 수 있다. 이상으로 살펴본 매체의 성격과 성별에 따른 감정 표현 연구 결과들을 종합하면, MZ세대의 목소리를 탐색할 때에는 플랫폼의 성격과 사용자 성별을 반영한 분석이 필요하다는 점을 고려할 수 있다.

본 연구에서는 MZ세대의 감정 표현을 탐색하기 위해 어플리케이션에 수집된 감정 표현 데이터를 분석하여 주요 이슈를 파악하고자 하였다. 이를 위해 다음의 세 가지를 고려하였다. 첫 번째로, 비공개적인 성격을 지닌 어플리케이션 플랫폼에서 MZ세대가 표현하는

고민과 주제가 어떤 양상으로 나타나는지 확인하였다. 둘째, Ekman과 Friesen(2003)의 기본 감정 분류를 기준 삼아, MZ세대가 슬퍼하거나 화를 내는 등의 특정한 감정에 따라 관여하는 주제를 분석하였다. 이를 통해 긍정과 부정의 이분법적인 접근을 넘어 다양한 감정 범주를 반영한 다각적인 분석 결과를 기대하였다. 셋째, 사용자들이 성별에 따라 감정 표현을 다르게 할 수 있음을 고려하여 어플리케이션에 나타난 MZ세대의 감정 표현을 성별 기준으로 분류하고 이를 바탕으로 주제를 분석하였다.

데이터 분석은 빅데이터 분석 방법의 하나인 LDA 토픽모델링을 활용하였다. 이 방법은 여러 면에서 본 연구의 데이터를 분석하기에 적합하다. 우선, LDA 토픽모델링은 대량의 텍스트 데이터를 처리할 수 있는 효율성을 갖춘 방법으로 본 연구에 사용되는 방대한 말뭉치 데이터 분석 작업을 체계적으로 수행할 수 있다(김정택, 2019). 이와 함께, LDA는 사용자가 명시적으로 제공하지 않은 내재적인 관심사나 주제를 파악하기에 용이하다. LDA의 기본 가정은 문서들을 구성하는 여러 토픽이 존재하며, 각 토픽은 문서를 구성하는 단어 집합으로 구성된다는 점이다(Blei et al., 2003). 문서가 포함하고 있는 잠재적 주제를 확률 기반으로 도출함으로써 데이터를 심층적으로 이해하고 그 안에 담긴 주요 이슈를 발견하는 것이 LDA의 주요 목적이다. 이러한 면에서 MZ세대의 감정 표현 말뭉치를 분석하여 그 안에 담긴 관심사를 파악하는 데에 LDA 토픽모델링이 적합하다고 판단하였다. 위와 같은 점을 고려하여 LDA 토픽모델링을 MZ세대의 감정 표현 데이터 분석에 적합한 방법론으로 판단하였으며, 이를 통해 데이터에 내재된 주요 이슈를 체계적으로 도출하고자 하였다. 분석

과정은 다음과 같이 진행되었다. 먼저, MZ세대의 감정 표현 데이터를 감정 별, 성별로 분류한 후에 빈도를 분석하였다. 이후에 7가지 감정별로 분류된 전체 발화문 데이터 가운데서 규모와 내용 면에서 주제 분석에 의미가 있다고 판단되는 감정 말뭉치를 선택하였다. 끝으로, 선택된 말뭉치를 LDA를 수행할 수 있도록 전처리한 후, 토픽모델링을 수행하였다.

본 연구에서 확인하고자 하는 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, MZ세대의 특정 감정(슬픔, 분노, 행복)에 따라 도출된 주요 토픽은 무엇인가?

둘째, MZ세대의 감정별 주요 토픽은 성별에 따라 어떻게 나타나는가?

## 방 법

### 연구참여자

본 연구에서는 KAIST 인공지능연구소가 AI 데이터 플랫폼인 AI hub에 개방한 ‘감정 분류를 위한 대화 음성 데이터셋’을 사용하였다. AI-hub는 다양한 연구 및 산업 분야에서 신뢰할 수 있는 공공 데이터 플랫폼으로 활용되는 빅데이터 소스다. 해당 데이터셋은 20-40대 남녀가 감성 어플리케이션과 자연스럽게 대화한 데이터를 기반으로 구축되었으며, 데이터에는 발화문, 발화자의 성별과 나이, 감정 라벨(슬픔, 화, 중립, 행복, 혐오, 두려움, 놀람)이 포함되어 있다. 본 연구에서는 MZ세대에 해당하는 20세에서 43세의 데이터를 분석 대상으로 선정하였으며, 각 발화문과 감정 라벨을 중심으로 연구를 수행하였다. 본격적인 분석에 앞서, 데이터 전처리를 위해 다음과 같은 절차

를 수행하였다. 먼저 전체 데이터에서 발화문의 결측값과 중복값을 확인하여 제거하였다. 중복 데이터로 판단하는 기준은 전체 25,567건의 발화문 가운데 내용과 나이, 성별 항목이 완전히 일치하는 경우로 간주하였다. 발화문의 내용이 완전히 일치하는 상황은 데이터 수집 과정에서 같은 문장이 여러 번 기록되는 경우 등을 고려해볼 수 있다. 한 참가자가 이야기한 발화문이 중복 수집되는 경우를 방지하고자, 나이와 성별 및 발화문의 내용이 완전히 일치하는 경우, 중복 데이터를 제거하고 고유한 발화문을 중심으로 분석하였다. 이 과정을 통해 총 23,804건의 발화문을 확보하였다. 이후, 발화문을 특정한 하나의 감정으로 분류하기 위해 5명의 평정자 중 3명 이상이 동일한 감정으로 평정한 데이터만 해당 감정으로 라벨링하였다. 평정자 간 합의가 이루어지지 않은 데이터는 분석에서 제외하였다. 결과적으로, 남성 8,853건과 여성 11,139건을 합한 총 19,992건의 데이터를 대상으로 최종 분석 대상으로 선정하였다. 데이터는 엑셀 형식

으로 제공되었으며, 예시는 아래 표 1에 제시하였다.

### 분석절차

#### 분석 감정 발화문 선정

전체 말뭉치를 감정별, 성별로 분류하여 발화문의 개수를 확인하였다. 이후에, 감정 말뭉치 가운데 규모와 내용 면에서 주제 분석에 의미 있다고 판단되는 발화문을 선정하였다. 분석에 포함하는 발화문을 선정하는 기준은 첫째, 감정가가 드러나지 않은 중립 감정 발화문을 분석에서 제외하기로 하였다. 이는 중립 감정 발화문과 비교하여 감정가를 갖는 발화문이 MZ세대의 내재적인 감정 표현 심리의 파악에 용이하다고 판단한 데에 따른 것이다. 둘째, 성별과 감정에 따라 분류된 전체 발화문 가운데 토픽모델링을 활용할 만큼 데이터 크기가 확보되었으며, 내용 분석이 가능한 발화문을 선정하였다. 이를 위해 성별과 감정에 따라 분류된 데이터의 초기 탐색적 분석을 통

표 1. 데이터 예시

발화문	1번 감정	2번 감정	3번 감정	4번 감정	5번 감정	나이	성별
한 달 전에 한번 얘기했는데, 고쳐지는가 싶더니 다시 똑같이 행동하더라고.	화	화	화	중립	화	24	여성
숨이 턱 막히는줄 알았거든? 근데 결승선 넘으니까 기분 최고더라?	행복	행복	행복	행복	행복	23	여성
지금까지 싸운 적이 한 번도 없었는데, 애가 다른 사람 생겼나봐.	슬픔	슬픔	슬픔	중립	슬픔	30	여성
그렇다고 일찍 퇴근하면 잘 하지도 못하면서 노력도 안한다고 그럴 것 같아.	슬픔	슬픔	슬픔	슬픔	슬픔	33	남성
응. 회사에서 혼났어. 밤 새워서 기획안 작성한건데 마음에 안들었나봐.	슬픔	슬픔	슬픔	중립	슬픔	35	남성

해 데이터의 크기가 토픽모델링 결과의 일관성과 해석 가능성에 미치는 영향을 확인하였다. 구체적으로, 발화문의 규모가 700여 건 미만인 경우 토픽모델링을 수행했을 때 특정한 주제가 명확하게 형성되지 않거나, 주제를 구성하는 핵심 단어들이 일관되지 않아 연구 목적에 부합하는 해석을 내리기 어려웠다. 반면, 700여 건 이상의 문서를 포함하는 경우에는 주제들이 명확하게 도출됨을 확인하였다. 따라서, 본 연구의 최종 분석에서는 신뢰할 수 있는 주제 도출을 위하여 700여 건 이상의 문서를 포함하는 말뭉치만을 대상으로 토픽모델링을 수행하였다. 이에 따라 토픽모델링을 수행하는 대상으로 남녀 슬픔과 화 토픽, 그리고 여성의 행복 토픽이 포함되었다.

#### 텍스트 데이터 전처리

데이터 전처리 과정은 LDA 토픽모델링 결과의 신뢰성을 높이기 위해 LDA 수행 결과로 도출된 단어 집합을 확인하고, 원자료를 검토하며 필요한 경우 단어를 수정하는 순환적인 방식으로 수행되었다. 본 연구에 사용된 데이터는 이미 정제된 데이터로 특수기호, 인터넷 용어, 신조어와 같은 요소를 별도로 전처리해야 할 경우는 드물었다. 그러나 단어의 형태와 의미를 일관되게 유지하고 분석의 정확성을 높이기 위해 다음과 같이 몇 가지 규칙을 적용하였다. 첫 번째, 의미 있는 단어가 토큰화 과정에서 분리되어 분석 결과에 포함되지 않는 경우에는 사용자 사전을 지정하여 해당 단어가 결과로 나타나도록 처리하였다. 토큰화한 텍스트 데이터를 분석하기 위해 문장을 의미 있는 단위로 나누는 과정을 의미한다. 토큰화는 텍스트를 정형화된 데이터로 변환하는 필수적인 전처리 과정이다. 토큰화 과정에

서 단어가 신조어나 합성어 등일 경우 의미 있지만 형태소 분석에서 적절하게 토큰화되지 못하는 경우가 발생할 가능성이 있다. 이에 따라, 본 연구에서는 초기 토큰화 과정을 수행한 후 이를 원문과 대조하여 원래의 단어를 확인하고, 단어가 분리되었을 경우 사용자 사전에서 하나의 단어로 인식하도록 지정하였다. 이 과정을 통해 ‘인플루언서’나 ‘알바비’, ‘당첨자’, ‘홀가분’ 등이 의미 있는 단어로 지정되었다. 둘째, 동일한 의미를 가지나 서로 다른 형태의 단어는 하나로 통일하였다. 예를 들어, ‘무기력’과 ‘무기력증’, ‘룸메’와 ‘룸메이트’, ‘아빠’와 ‘아버지’, ‘얘기’와 ‘이야기’, ‘km’와 ‘킬로미터’를 하나의 형태로 통일하였다. 셋째, 의미는 동일하지만 품사가 다른 단어는 명사 형태로 통일하였다. 예를 들어, ‘짜증나’와 ‘짜증’, ‘달리는’과 ‘달리기’는 각각 ‘짜증’, ‘달리기’로 통일하였다. 넷째, 단수와 복수는 단수 형태로 통일하였다. 그 예로 ‘친구들’과 ‘친구’, 혹은 ‘유튜버들’과 ‘유튜버’를 들 수 있다. 다섯째, 동사의 시제가 혼재된 경우 현재 시제로 통일하였다. 여섯째, ‘죄송’과 ‘미안’과 같이 존칭과 평어가 함께 나타난 경우에는 평어로 통일하였다. 마지막으로, 결과 처리의 용이함을 위하여 원래의 LDA 분석에서는 제외되었던 한 글자단어 중, 내용적으로 의미 있다고 판단되는 단어는 대체 표현을 사용하여 분석에 포함하였다. 예를 들어, ‘술’이라는 단어를 ‘알코올’로 수정하여 분석에 반영하였다.

#### 불용어 처리

불용어 처리 과정은 초기 LDA 토픽모델링을 수행 후 도출된 결과를 검토한 후에 데이터의 일관성과 분석의 신뢰성을 높이는 데에 필요하다고 판단되는 경우에 수행하였다. 불

용어로 간주되는 단어는 어법에 맞지 않거나 어미, 접두사, 접미사, 접속사처럼 주요 토픽과 직접적인 관련이 없는 단어를 포함한다. 분석 과정에서 과도하게 자주 등장하여 의미 있는 주제 도출에 방해가 되는 단어들도 제거 대상에 포함되었다. 이렇게 하여 제외된 단어는 예를 들면, ‘씨다’, ‘에가’, ‘식이’, ‘냐고’, ‘에서는’, ‘이라’, ‘께서’, ‘밖에’, ‘끼리’, ‘그러면’, ‘하지만’ 등이었다. 욕설이나 비속어는 관련된 주제에 관해 생생한 감정을 표현한다는 이점이 있었지만, 본 연구 결과 제시에 부합하지 않는다고 판단하여 분석에서 제외하였다. 다만, 욕설은 단순한 의미를 넘어 감정의 강도를 강화하는 역할을 하며, 특히 분노 감정과 함께 사용될 가능성이 크다. 따라서 추가적으로 남성과 여성의 분노 감정 발화문에서 욕설 및 비속어와 특정한 단어들의 동시 출현(Co-occurrence) 빈도를 확인하였다. 불용어 처리된 데이터를 기반으로 다시 LDA 분석을 수행하여 결과를 도출하였으며, 이러한 반복적 과정을 통해 최종 결과의 정확성과 해석 가능성을 향상시키고자 하였다.

### 토픽모델링

데이터 분석에는 Blei 등(2003)이 개발한 LDA(Latent Dirichlet Allocation) 토픽모델링 알고리즘을 사용하였다. LDA는 베이저안 확률 모델을 기반으로 대량의 문서에서 반복적으로 등장하는 단어들의 패턴을 분석하여 각 문서가 포함하는 주제를 추론하는 방법이다. 이를 통해 문서 내에 명시적으로 드러나지 않은 주제를 귀납적으로 파악할 수 있다. Dimaggio 등(2013)은 텍스트 분석 방법론으로서 토픽모델링의 몇 가지 장점을 언급하였다. 그 중 하나로, 토픽모델링은 분석의 반복 가능성과 자

동화로 인하여 전문가의 식견으로 텍스트를 읽고 해석하는 경우에 비해 대량의 데이터도 체계적으로 처리할 수 있다. 또한, 토픽모델링은 특정 가설을 사전에 설정하지 않고 귀납적인 접근을 통해 대량의 텍스트에 포함된 의미 패턴을 발견하는 방법이다. 이 방법은 기존 연구에서 다루지 않은 주제를 특정한 이론이나 선입견 없이 실제 데이터를 기반으로 도출함으로써, MZ세대가 특정한 감정 상태에서 강조하는 주제를 데이터 기반으로 도출할 수 있다. 본 연구의 데이터는 어플리케이션에 수집된 대량의 말뭉치로, 위와 같은 토픽모델링의 방법론적 장점을 활용하여 MZ세대의 심리적 주제를 파악할 수 있다. 특히, LDA는 토픽모델링 기법 중 가장 널리 쓰인다. LDA의 기본적인 가정은 문서들을 구성하는 몇 개의 토픽이 존재하며, 각 토픽은 단어의 집합으로 구성된다는 것이다(Blei et al., 2003). 즉, LDA 분석을 통해 각 문서에서 특정 토픽이 나타날 확률 분포를 추정하고 각 토픽을 구성하는 단어들의 확률 분포를 도출할 수 있다. 분석은 디리클레 분포(Dirichlet Distribution)를 기반으로 수행된다. 디리클레 분포는 다항 분포의 사전 분포(prior distribution)로 자주 사용되며, 한 문서가 여러 개의 토픽을 가질 확률을 모델링할 때 각 토픽의 비중을 조절하는 역할을 한다. 또한, LDA는 베이저안 모델을 활용하여 추정되며, 이는 사전 확률(prior probability)과 사후 확률(posterior probability)을 이용해 최적의 값을 추정하는 계산하는 방식이다. 이러한 접근법은 소량의 데이터에서도 일반화가 가능하고, 새로운 데이터가 추가될 경우 기존 정보를 반영해 확률을 조정할 수 있어 보다 유연한 분석이 가능하다.

자료의 분석은 파이썬을 사용하였다. 먼저,

7가지 감정으로 분류된 말뭉치를 성별, 감정별 기준으로 분류하여 각 발화문 빈도를 구하였다. 이후, 규모와 내용 면에서 주제 분석에 의미가 있다고 판단되는 감정 말뭉치를 선별하여 성별, 감정별 발화문을 LDA 분석하였다. 토픽모델링을 수행하여 주제를 도출한 후에 내용적으로 더 큰 범주로 묶일 수 있는 경우에는 토픽들끼리 합쳐 하나의 대주제를 명명하였다.

각 감정 말뭉치를 토픽모델링한 과정은 다음과 같다. 전처리한 텍스트를 단어로 토큰화하기 위해 파이썬의 Okt 클래스를 사용하여 두 글자 이상의 명사와 형용사를 추출하였다. 이는 한 글자로 이루어진 단어를 제외하여 토큰의 양이 지나치게 방대해지는 것을 방지하기 위함이다. 또한, 사용자들의 감정을 포함하는 자연스러운 대화 발화는 맥락이 중요한 경우가 많으므로, 단순히 명사만 분석하는 경우 의미 있는 주제를 도출하기 어려울 수 있다고 판단하였다. 따라서 맥락적 의미를 반영할 수 있는 형용사를 분석 대상 품사에 포함하여 보다 풍부한 주제 도출을 가능하게 하였다. 초기 LDA 수행 후 도출된 단어들을 빈도 분석하여 불용어 처리 기준에 따라 불용어를 지정한 후, 다시 LDA 분석을 수행하였다. 토픽모델링 수행은 파이썬의 Gensim 라이브러리를 이용하였다. 파라미터 가운데 빈도수가 너무 높게 나온 단어를 제외하기 위한 no\_above는 0.8로, 모델을 학습시키는 횟수인 passes는 35로 지정하였다. 적절한 토픽의 수를 찾기 위해서 혼란도(perplexity)와 응집도(coherence) 지수를 구하였다. 혼란도와 응집도는 LDA 토픽모델링의 결과로 적절한 토픽 수를 판단하기 위해 사용되는 지표다. 혼란도는 추정된 디리클레 모형이 주어진 문서 집합을 얼마나 비슷하

게 생성할 수 있는지 나타내는 정도를 뜻하며, 값이 작을수록 모형이 문서 집합 특성을 잘 나타낸다. 응집도는 각 토픽에서 높은 비중을 차지하는 단어들이 유사한 의미를 가지는 정도를 뜻하며 클수록 좋은 성능을 보인다. 본 연구에서는 일차적으로 혼란도 값은 작으면서 응집도 값은 큰 경우를 만족하는 토픽 수를 확인하였다. 그러나 토픽모델링의 결과가 성능이 뛰어나다고 판단된 경우여도 도출된 토픽이 문화적 맥락에서 실질적으로 해석 가능하지 않다면 좋은 결과라고 볼 수 없다(DiMaggio et al., 2013). 따라서, 본 연구에서는 먼저 혼란도와 응집도 지수를 확인한 후, 이를 만족하는 토픽 수 가운데 결과의 해석 가능성을 가장 높이는 방향으로 최종 모형을 선정하였다. 이는 단순히 수치적인 성능 지표에만 의존하지 않고, 결과의 실질적 의미를 고려하여 분석 결과의 타당성을 확보하고자 한 것이다.

## 결 과

### 발화문 데이터 빈도분석

전체 19,992건의 데이터 가운데 남성 데이터는 8,853건으로 20대 5,317명, 30대 3,234명, 40대 302명의 분포를 나타냈다. 여성 데이터는 11,139건으로 20대 4,569명, 30대 5,657명, 40대 913명의 분포를 보였다. 표 2에 남녀 데이터를 감정별로 분류한 빈도분석표를 제시하였다.

발화문의 감정별 빈도분석 결과, 남성과 여성 모두에게 슬픔 감정이 가장 높은 빈도를 보였으며, 놀람 감정은 가장 낮았다. 자세히 살펴보면, 남성의 경우 감정별 빈도는 슬픔

표 2. 감정 별 남녀 데이터 빈도 (단위: 건)

감정	남성	여성	합계
화(Angry)	1,668	2,447	4,115
슬픔(Sadness)	3,539	4,575	8,114
중립(Neutral)	2,547	1,963	4,510
행복(Happiness)	238	744	982
혐오(Disgust)	396	573	969
두려움(Fear)	358	654	1,012
놀람(Surprise)	107	183	290
합계	8,853	11,139	19,992

(40.0%), 중립(28.8%), 화(18.8%), 혐오(4.5%), 두려움(4.0%), 행복(2.7%), 놀람(1.2%) 순으로 나타났다. 이 중 슬픔, 중립, 화의 표현이 전체 텍스트의 87.6%를 차지하였으며, 나머지 감정들의 빈도는 두드러지지 않았다. 반면, 여성 발화문의 감정 별 빈도는 슬픔(41.1%), 화(22.0%), 중립(17.6%), 행복(6.7%), 두려움(5.9%), 혐오(5.1%), 놀람(1.6%)의 순으로 나타났으며, 슬픔, 화, 행복, 중립의 표현이 전체 발화문 가운데 87.4%를 차지하였다.

중립적인 감정을 제외하고 여성에서는 행복 감정 발화가 세 번째로 높은 빈도를 보인 반면, 남성에서는 행복 감정이 혐오나 두려움보다 낮은 빈도로 나타났다. 특히, 남성의 경우 슬픔, 중립, 화 감정을 제외한 나머지 감정 표현의 비중이 상대적으로 낮았다.

#### 감정 발화문 단어 빈도 분석

발화문 가운데 규모와 내용 면에서 주제 분석에 의미 있다고 판단되는 감정 말뭉치를 선정하였다. 우선, 감정가가 드러나지 않은 중립 감정은 분석에서 제외하기로 하였다. 다음으

로 남성의 경우, 중립(28.8%) 감정을 제외하고 난 후 전체 텍스트의 반 이상인 58.8%를 차지한 슬픔 및 화 감정 발화문을 분석에 포함하였다. 여성의 경우, 중립(17.6%) 감정을 제외하고 난 후 전체 텍스트의 69.8%를 차지한 슬픔과 화 및 행복 감정 발화문을 분석에 포함하였다. 이렇게 성별과 감정을 기준으로 분류된 발화문의 단어를 빈도 분석하였다. 표 3에 빈도분석 후 도출된 상위 15개의 단어를 제시하였다.

#### LDA 토픽모델링

발화문 가운데 데이터 규모와 내용 면에서 주제 분석에 의미가 있다고 판단되는 감정 말뭉치를 선정한 결과, 남성과 여성의 슬픔과 화 감정, 여성의 행복 감정에 해당하는 발화문이 분석에 포함되었다. 이를 바탕으로 LDA 토픽모델링을 활용하여 각각 성별과 감정 별로 주요 토픽을 도출한 결과는 다음과 같다.

#### 남성-슬픔 토픽

남성의 슬픔 감정에 대한 분석 결과, 총 여

표 3. 감정 발화문의 상위 15개 단어

순위	남성 슬픔 빈도	여성 슬픔 빈도	남성 화 빈도	여성 화 빈도	여성 행복 빈도
1	힘들다 166	자다 247	연락 189	연락 249	고맙다 125
2	다치다 154	힘들다 215	친구 175	친구 195	끝나다 98
3	헤어지다 147	다치다 205	이야기 166	기다리다 193	완전 79
4	생각 143	좋다 200	기다리다 161	시간 189	기분 65
5	사람 138	사람 182	청소 141	약속 162	드디어 63
6	만나다 137	먹다 177	약속 130	짜증 159	주다 61
7	아프다 135	모르다 176	룸메이트 125	청소 146	프로젝트 51
8	고맙다 133	갑자기 174	시간 122	회사 140	당첨 51
9	회사 132	아프다 172	회사 110	룸메이트 133	축하 42
10	떨어지다 128	떨어지다 145	모르다 99	싸우다 117	이벤트 36
11	친구 128	친구 145	매번 89	아직도 114	마라톤 32
12	먼집 112	우울하다 144	싸우다 87	자주 114	기록 30
13	싸우다 111	시간 136	짜증 82	퇴근 106	갱신 23
14	병원 107	생각 135	받다 81	사람 103	뿔다 22
15	갑자기 107	슬프다 132	퇴근 78	전화 93	향수 22

섯 개의 토픽이 도출되었다. 혼란도는 토픽 2~11개 사이에서 오르락 내리락하며 점차 증가하는 경향을 보이고, 응집도는 오르락 내리락하며 점차 감소하는 경향을 보이다가 7개를

기점으로 급격히 감소한다. 지수를 모두 고려하여 7개 이하의 토픽 분류 결과를 내용 분석하였고, 최종적으로 토픽 6개를 선정하였다. 남성-슬픔 토픽의 혼란도와 응집도는 각각 그

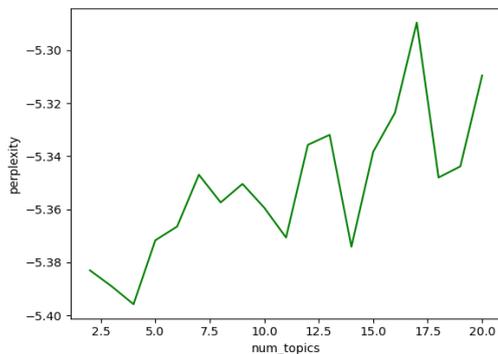


그림 1. 남성-슬픔 토픽 혼란도

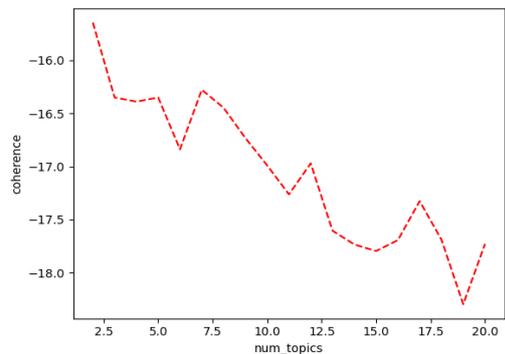


그림 2. 남성-슬픔 토픽 응집도

림 1과 그림 2에 제시되어 있다. 가장 높은 비중을 차지한 토픽은 ‘연인과의 갈등과 이별’로 나타났으며, 전체 토픽의 18.4%를 차지하였다. 다음으로는 ‘자신과 가족 및 친구의 건강을 염려함’이 17.6%로 나타났으며, 이어 ‘취업 스트레스’(16.4%), ‘직무 스트레스로 몸과 마음이 지침’(16.2%), ‘반려견의 죽음에 슬퍼함’(16.2%), ‘경제적 스트레스’(15.2%) 순으로 나타났다. 토픽 1의 ‘연인과의 갈등과 이별’은 연인 간에 권태기를 경험하거나 싸움이 잦아 고민이라는 내용, 연인에게 다른 사람이 생겼다는 내용 등으로 확인되었다. 이에 해당하는 원문은 “지난 3년간 만나면서 싸운적도 없고 말다툼한적도 없는데, 갑자기 나랑 헤어지제. 이게 무슨 상황인지도 모르겠고, 너무 지금 황당해.”, “권태기가 왔다고 하는데 만나는 사람이 따로 있었던 거 같애” 등으로 나타났다. 토픽 2의 ‘자신과 가족 및 친구의 건강을 염려함’은 자신을 포함한 친구나 가족이 다쳤

거나 건강에 문제가 생겼다는 내용이 포함되었다. 원문은 “괜찮지는 않고 지금 좀 많이 다치셔서 병원에 가 계셔.”, “아니 원래 좀 안 좋았었는데, 오늘 아침에 갑자기 더 심해져서.” 등이 확인되었다. 도출된 단어 중 ‘코로나’의 경우, 이 자료가 수집되었던 시기에 COVID-19를 겪었던 시기가 포함되기 때문에 이와 관련된 건강 염려의 내용인 것으로 확인되었다. 토픽 3의 ‘취업 스트레스’는 면접에 떨어진 내용, 취업 준비를 해야 하는 부담감으로 확인되었다. 예를 들어, “떨어질까봐 면접 본다는 것도 말씀 안드렸어. 그래서 아직 모르셔.” 등의 발화가 포함되었다. 토픽 4의 ‘직무 스트레스로 몸과 마음이 지침’은 제출한 기획안에 대해 부정적인 피드백을 들은 경우, 상사로부터 혼났다는 내용, 직장 일로 인해 마음이 지치고 힘들다는 내용 등으로 이루어졌다. 예를 들어, “눈치 보여서 일찍 퇴근은 힘들 것 같아.”와 “일 때문에 그런 거 같기도

표 4. 남성-슬픔 토픽 분포

토픽	분포비율 (%)	주제	도출된 상위 단어
1	18.4	연인과의 갈등과 이별	만나다, 사람, 싸우다, 이야기, 가족, 생기다, 권태기, 슬프다, 3년, 평소
2	17.6	자신과 가족 및 친구의 건강을 염려함	다치다, 친구, 힘들다, 갑자기, 괜찮다, 아버지, 발목, 코로나, 혼자, 지내다
3	16.4	취업 스트레스	헤어지다, 떨어지다, 면접, 준비, 회사, 바쁘다, 오래, 지장, 시작, 싫다
4	16.2	직무 스트레스로 몸과 마음이 지침	생각, 혼나다, 퇴근, 상사, 기획, 일찍, 힘들다, 잘못, 다니다, 무기력증
5	16.2	반려견의 죽음에 슬퍼함	아프다, 허리, 병원, 떠나다, 장례, 기분, 세상, 우울하다, 마음, 강아지
6	15.2	경제적 스트레스	고맙다, 시간, 걱정, 말씀, 넘어지다, 부모님, 계단, 서로, 남다, 2만원

해 무기력증인가?” 등의 발화문이 확인되었다. 토픽 5인 ‘반려견의 죽음에 슬퍼함’은 가족이 기르던 반려견이 죽음을 맞이한 내용과 이에 슬퍼하는 내용으로 확인되었다. 원문으로는 “장례도 잘 진행했어. 가까운 공원에 묻어줬어.”와 “괜찮을 리가 없잖아. 다들 너무 충격적이고 강아지가 자꾸 생각 난다고 하셔.” 등이 확인되었다. 토픽 6인 ‘경제적 스트레스’에 해당하는 내용으로는 생활비가 얼마 남지 않았다는 내용과 부모님께 걱정 끼쳐 드리는 데에 대한 미안한 마음이 포함되었고, 해당 토픽은 여성-슬픔 발화에서는 확인되지 않았다. 남성-슬픔 발화 토픽의 분포와 도출된 상위 단어를 표 4에 제시하였다.

### 여성-슬픔 토픽

여성의 슬픔 감정 발화에 대한 분석 결과, 총 다섯 개의 토픽이 도출되었다. 여성-슬픔 토픽의 혼란도는 토픽 3~6개 사이에서 작다가 점차 증가하는 경향을 보였고, 응집도는 3-6개 사이에서 크다가 토픽 수가 많아질수록 값이 작아지는 경향을 보였다. 이를 고려하여 3-6개 사이로 분류된 토픽에 따른 원문 내용을 확인하고, 최종적으로 토픽 5개를 선정하였다. 여성-슬픔 토픽의 혼란도와 응집도는 그

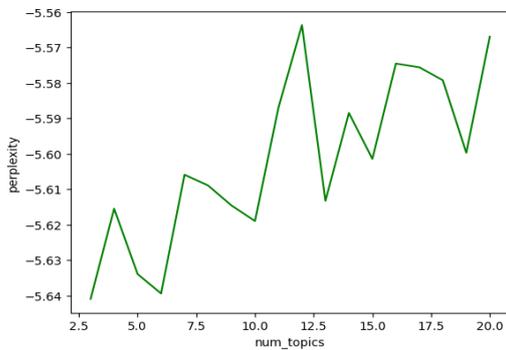


그림 3. 여성-슬픔 토픽 혼란도

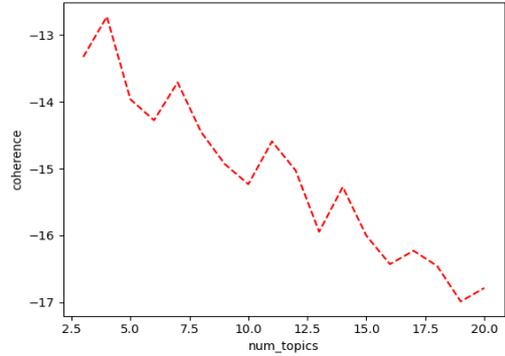


그림 4. 여성-슬픔 토픽 응집도

림 3과 그림 4에 각각 제시하였다.

가장 높은 빈도를 보인 토픽은 ‘연인과의 갈등과 이별’로 전체의 21.7%를 차지하였다. 다음으로 ‘반려견의 죽음에 슬퍼함’(21.2%), ‘우울감을 다루기 위한 방법을 이야기해 봄’(19.5%), ‘가족과 친구의 건강을 염려함’(19.3%), ‘취업 스트레스’(18.4%) 순으로 나타났다. 이 가운데 토픽 1, 2, 4, 5의 경우, 남성-슬픔 토픽에서 확인된 주제와 유사한 토픽으로 확인되었다. 토픽 2의 ‘반려견의 죽음에 슬퍼함’은 키우던 반려견의 갑작스러운 죽음을 경험하며 느낀 슬픔을 표현한 것으로 확인되었다. 이는 밤새 모르는 사이 반려견이 갑작스럽게 죽음을 맞이했다거나 세상을 떠났다는 표현으로 나타났다. 토픽 3의 ‘우울감을 다루기 위한 방법을 이야기해 봄’의 경우, 힘들고 우울한 기분을 전환하기 위해 산책을 하거나 외출을 하거나 맛있는 음식을 먹어보려는 의사를 표현한 내용으로 나타났다. 원문에 포함된 예로는 “산책이라도 하면 기분이 좀 나아질까?”와 “음 집에 있으면 더 우울하니깐 자꾸 밖으로 나가서 운동이라도 해야되긴 할 것 같아.” 등이 확인되었다. 이 토픽은 남성-슬픔에서는 확인되지 않고, 여성에서만 확인

표 5. 여성-슬픔 토픽 분포

토픽	분포비율 (%)	주제	도출된 상위 단어
1	21.7	연인과의 갈등과 이별	사람, 고맙다, 생각, 만나다, 얘기, 싸우다, 3년, 맞다, 다른, 슬프다
2	21.2	반려견의 죽음에 슬퍼함	좋다, 자다, 모르다, 갑자기, 알다, 괜찮다, 일이, 우리, 떠나다, 아프다
3	19.5	우울감을 다루기 위한 방법을 이야기해 봄	힘들다, 우울하다, 나가다, 먹다, 기분, 기획, 코로나, 쉬다, 산책, 혼나다
4	19.3	가족과 친구의 건강을 염려함	다치다, 친구, 시작, 가보다, 허리, 아버지, 퇴근, 병원, 넘어지다, 받다
5	18.4	취업 스트레스	회사, 떨어지다, 시간, 아프다, 헤어지다, 면접, 마음, 싫다, 바쁘다, 마지막

되었다. 표 5에 여성-슬픔 발화의 토픽 분포와 도출된 상위 단어를 제시하였다.

### 남성-화 토픽

남성의 화 감정 발화에 대한 분석 결과, 총 다섯 개의 토픽이 도출되었으며, 내용 면에서 유사한 토픽들을 하나의 범주로 묶어 최종적으로 세 개의 대주제가 도출되었다. 남성-화 토픽의 혼란도는 토픽 11개 이하에서 오르락 내리락하며 변동을 보였으며, 응집도는 토픽

11개까지 점차 감소하는 경향을 보였다. 이를 고려하여 11개 이하로 분류된 토픽에 따른 내용을 확인하였고, 토픽 5개를 최적 개수로 판단하였다. 그림 5와 그림 6에 남성-화 토픽의 혼란도와 응집도를 제시하였다.

가장 높은 빈도를 보인 대주제는 ‘직장 스트레스’로 전체 남성-화 토픽의 40%를 차지하였다. 세부적으로는 토픽 1과 토픽 5가 이에 해당하며, 토픽 1은 ‘직무 스트레스 및 이직을 고려함’(20.7%), 토픽 5는 ‘격무 및 상사에게

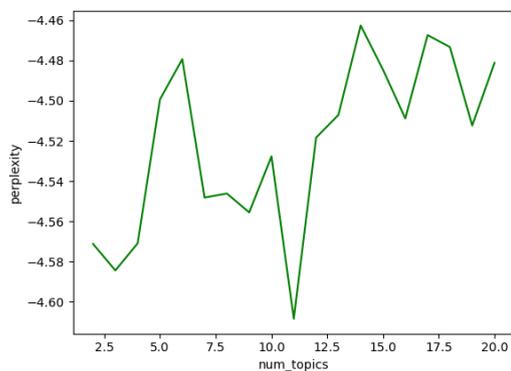


그림 5. 남성-화 토픽 혼란도

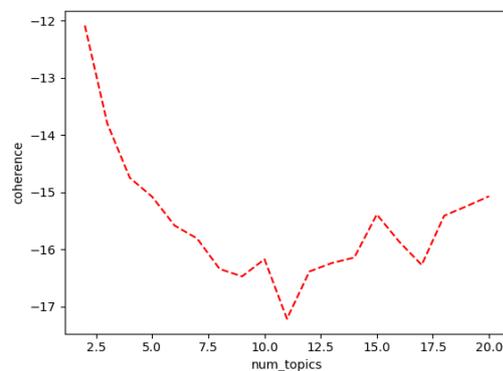


그림 6. 남성-화 토픽 응집도

받는 스트레스'(19.3%)로 나타났다. 토픽 1은 퇴근 시간 이후에도 회사에서 오는 연락을 받았다는 내용과 현재 회사에서 다른 회사로의 이직을 고려한다는 내용이 포함되었다. 원문을 확인한 결과, “정말, 퇴근한지 얼마나 됐다고 회사에서 지금 또 연락 왔어!”와 “이직도 계속 생각중이야. 근데 이직할 시간도 없네.” 등이 포함되었다. 토픽 5는 야근을 해야 하는 상황에 화가 난다는 내용과 상사에 대한 불만이 포함되었다. 예를 들어, “상사는 맞는데, 아 다른 사람한테 안 그러는데 나한테만 그래.”와 “오늘도 야근. 내일도 야근.” 등이 확인되었다. 두 번째로 높은 빈도를 보인 대주제는 ‘공동 거주 갈등’으로 전체의 39.8%를 차지하였다. 토픽 3과 토픽 4가 이에 해당하며, 토픽 3은 ‘청소 습관의 차이로 룸메이트와 갈등함’(20.1%), 토픽 4는 ‘친구와 공동 거주할 때의 갈등’(19.7%)으로 나타났다. 토픽 3은 룸메이트가 청소를 하지 않는다는 불만과 거주 공간의 쓰레기나 음식물을 잘 치우지 않는다는 불만 등으로 확인되었다. 예를 들어, 원문 내

용으로“룸메가 너무 방을 더럽게 써. 음식물도 막 버리고, 치우지도 않고.”와 “나만 맨날 청소하고, 화를 내도, 바뀌질 않아.”등이 나타났다. 토픽 4의 경우, 친구 혹은 학교 동창과 함께 거주할 때 경험하는 갈등과 친구에 대한 불편감이 주된 내용으로 확인되었다. 예를 들어, “학교 동창생으로 만났는데, 이렇게 더럽게 생활할 줄은 너무 몰랐어.”와 같은 표현이 등장하였다. 세 번째로 도출된 대주제는 유기견주에게 화가 남’(20.3%)으로, 책임감 없이 반려견을 키우다가 버리는 사람들에 대한 비판이 주로 확인되었다. 한 예로, “유기견 다큐멘터리 봤는데, 진짜 양심 없는 사람들 너무하더라.”와 같은 표현이 원문에서 확인되었다. 표 6에 남성-화 토픽 분포와 도출된 상위 단어를 제시하였다.

#### 여성-화 토픽

여성의 화 감정 발화를 분석한 결과, 총 7개의 토픽이 도출되었으며, 토픽 간 유사한 내용을 하나의 범주로 묶어 최종적으로 다섯

표 6. 남성-화 토픽 분포

대주제	토픽	분포비율 (%)	주제	도출된 상위 단어
직장 스트레스 (40%)	1	20.7	직무 스트레스 및 이직을 고려함	연락, 회사, 받다, 퇴근, 전화, 계속, 이직, 다른, 넘어지다, 사다
	5	19.3	격무 및 상사에게 받는 스트레스	시간, 매번, 아직도, 넘다, 30분, 일이, 상사, 지나다, 혼자, 야근
공동 거주 갈등 (39.8%)	3	20.1	청소 습관의 차이로 룸메이트와 갈등함	룸메이트, 싸우다, 청소, 다섯, 일주일, 버리다, 치우다, 음식물, 쓰레기, 그만두다
	4	19.7	친구와 공동 거주할 때의 갈등	친구, 모르다, 고등학교, 같이, 우리, 동창, 친하다, 지내다, 나오다, 주의
유기견주에게 화가 남	2	20.3	유기견주에게 화가 남	이야기, 화나다, 고치다, 따로, 진지하다, 책임감, 다큐멘터리, 똑같다, 한번, 유기견

개의 대주제가 도출되었다. 여성-화 토픽의 혼란도는 토픽 11개까지 값이 증가하다가 이후에는 증가와 감소를 반복하는 경향을 보였으며, 응집도의 경우 값이 계속 감소하다가 토픽 7개를 기점으로 큰 변동이 없는 경향을 보였다. 이를 종합적으로 고려하여, 토픽 7개로 최종 선정하였다.

여성-화 토픽에서 가장 높은 빈도를 보인 대주제는 ‘공동 거주 갈등’으로 전체 토픽의 30.8%를 차지하였다. 이에 해당하는 토픽은 토픽 1과 토픽4로 각각 ‘청소 습관의 차이로 공동 거주가 힘들’ (16.7%)과 ‘친구와 공동 거주할 때의 갈등’ (13.9%)으로 확인되었다. 원문을 확인한 결과, “전에 개한테 경고했거든. 근데 시간 지나니까 또 똑같애. 나만 청소해.”와 “고등학교 때 친구야. 학교다닐 땐 이런 줄 정말 몰랐어. 성격도 좋고 괜찮았거든. 근데 이런애줄 알았다면 같이 안살았을 거야.”와 같은 문장이 포함되었다. 다음으로 높은 빈도를 보인 대주제는 ‘직장 스트레스’로 전체의 30.5%를 차지하였다. 이에 해당하는 토픽 2와 토픽 5는 각각 ‘과중한 업무와 상사와의 관계에 짜증이 남’ (16.7%)과 ‘업무 외 시간에 회사에서 오는 연락에 힘들’ (13.8%)으로 나타났다. 토픽 2의 경우, 업무가 과중하다는 내용과 상사의 성격 및 상사와의 관계에 대한 불만이 포함되었다. 토픽 5의 경우에는 퇴근 이후에도 계속된 연락에 화가 난다는 내용이 포함되었다. 세 번째 주제는 ‘유기견주에게 화가 남’ (16.2%)으로 확인되었다. 앞선 주제인 ‘공동 거주 갈등’, ‘직장 스트레스’, ‘유기견주에게 화가 남’은 남성-화 토픽과 공통적으로 나타났으며, ‘아버지의 음주에 대한 가족의 불만과 갈등’과 ‘소비자 불만’의 경우에는 여성-화 토픽에서만 나온 주제로 확인되었다. 아버지의 음주에 대

한 가족의 불만과 갈등’ (13.4%)은 아버지의 음주 습관으로 나타나는 건강과 안전 문제, 그리고 이를 대하는 가족의 불만과 갈등이 주된 내용이었다. 확인된 원문의 예로는 “애기도 엄청 했지. 아주 가족끼리 번갈아 가면서 아버지랑 얘기했어. 근데도 못 고쳐, 술 먹는 버릇.”와 같은 문장이 포함되었다. ‘소비자 불만’ (9.3%) 주제는 소비자로서 경험한 불만 사항을 다루고 있었다. 세부적으로는 자신이 좋아하는 ‘유튜버’가 뒷광고를 한 데에 대한 실망감을 표현한 내용과 음식에 별레가 나와 이에 대해 주인에게 항의해야겠다는 내용 등으로 확인되었다. 원문으로는 “아니 유튜버들 말이

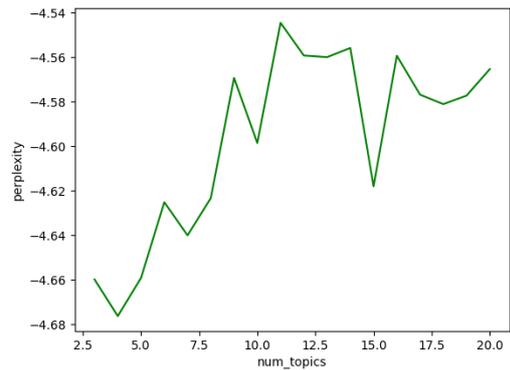


그림 7. 여성-화 토픽 혼란도

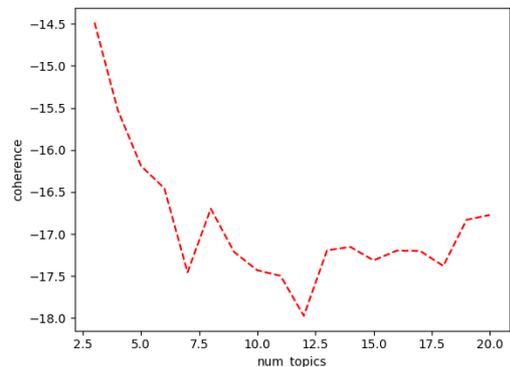


그림 8. 여성-화 토픽 응집도

표 7. 여성-화 토픽 분포

대주제	토픽	분포비율 (%)	주제	도출된 상위 단어
공동 거주 갈등 (30.8%)	1	16.7	청소 습관의 차이로 공동 거주가 힘들	시간, 청소, 버리다, 쓰레기, 기다리 다, 지저분하다, 음식물, 더럽다, 여 기저기, 치우다
	4	13.9	친구와 공동 거주할 때의 갈등	고등학교, 동창, 살다, 포기, 힘들다, 다니다, 걱정, 따로, 그만두다, 나아 지다
직장 스트레스 (30.5%)	2	16.7	과중한 업무와 상사와의 관계에 짜증이 남	짜증, 친구, 약속, 아직도, 기다리다, 죽다, 히스테리, 부리다, 상사, 다음
	5	13.8	업무 시간 외 회사에서 오는 연락에 힘들	연락, 회사, 전화, 퇴근, 계속, 누구, 휴가, 엉망, 미치다, 일찍,
유기견주에게 화가 남	3	16.2	유기견주에게 화가 남	룸메이트, 자주, 싸우다, 사람, 화나 다, 너무하다, 유기견, 이해, 당연하 다, 다큐멘터리
아버지의 음주에 대한 가족의 불만과 갈등	6	13.4	아버지의 음주에 대한 가족의 불만과 갈등	시키다, 알코올, 다치다, 우리, 자꾸, 아버지, 스트레스, 알다, 원래, 계단
소비자 불만	7	9.3	소비자의 불만	다섯, 일주일, 똑같다, 기분, 문제, 입 원, 짜장면, 유튜브, 벌레, 광고

야. 우리가 좋다고 아주 기고만장해진 건가?”와 같은 문장이 확인되었다. 여성-화 토픽 분포를 표 7에 제시하였다.

**단어 동시출현 분석**

남성 및 여성의 화 발화문에서 욕설 및 비속어와 함께 등장한 단어를 단어 동시출현 분석을 통하여 확인하였다. 그 결과, 남성-화 발화문에서 욕설 및 비속어와 함께 등장한 단어들은 ‘나한테(만)’(18번), ‘히스테리’(10번), ‘짜증나’(44번) 등이었으며, 욕설 및 비속어는 친구나 룸메이트에 대한 불만과 상사에 대한 불만에서 등장하였다. 단어 ‘나한테(만)’의 경우

원문을 확인한 결과, 회사에서의 업무 관련 불만으로 나타났다. 여성-화 발화문의 경우에는 ‘나한테(만)’(29번), ‘짜증나’(43번), ‘히스테리’(11번), 상사를 지칭하는 말(3번) 등으로 확인되었다. 여성-화 발화문(2,447건)은 남성-화 발화문(1,668건)보다 데이터셋의 크기가 더 컸음에도 불구하고, 남성이 표현한 욕설 및 비속어 단어의 종류가 더 많았고, 더 다양한 상황에서 욕설 및 비속어를 사용하는 경향이 발견되었다.

**여성-행복 토픽**

여성의 행복 감정 발화를 분석한 결과, 총

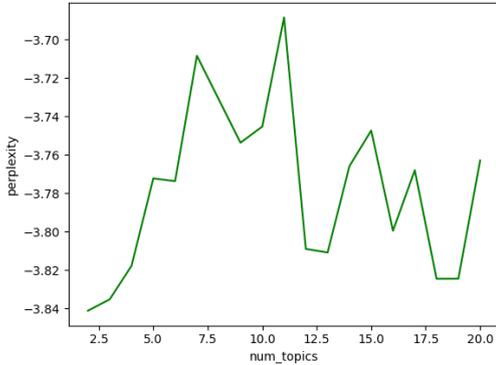


그림 9. 여성-행복 토픽 혼란도

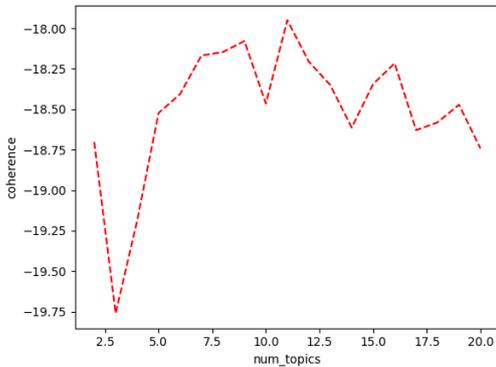


그림 10. 여성-행복 토픽 응집도

다섯 개의 토픽이 도출되었다. 여성-행복 토픽의 혼란도와 응집도는 토픽 5개 이후 변동을 보인다. 토픽에서 도출된 상위 단어와 발화문을 대조하여 최종적으로 5개를 토픽 수로 지정하였고, 내용적으로 유사한 부분을 하나의 범주로 묶어 최종적으로 세 개의 대주제가 도출되었다. 그림 9와 그림 10에 여성-행복 토픽의 혼란도와 응집도를 각각 제시하였다.

여성-행복 토픽에서 가장 높은 빈도를 보인 주제는 ‘소비 문화’로 전체의 44.9%를 차지하였다. 이 주제에는 토픽 4와 토픽 5가 포함되며, 토픽 4는 ‘소비하는 설렘’(19.4%)으로 상품을 구매하거나 경험한 후 느끼는 만족감과 관련된 내용이 확인되었다. 토픽 5는 ‘SNS를 통한 소비’(15.9%)로, 인플루언서가 진행하는 이벤트에 당첨되었다는 내용 등이 포함되었다. 이에 해당하는 원문의 내용으로는 “내가 자주 보는 인플루언서가 이벤트 했는데 나 거기 당첨됐어.”와 같은 문장이 포함되었다. 다음으로는 ‘여가 생활을 하며 누리는 기쁨’ 주제가 도출되었다. 여기에는 토픽 1 ‘여가를 즐

표 8. 여성-행복 토픽 분포

대주제	토픽	분포비율 (%)	주제	도출된 상위 단어
소비 문화 (44.9%)	4	19.4	소비하는 설렘	고맙다, 생각, 노트북, 오다, 구매, 다행, 드디어, 뜬다, 보여주다, 자랑
	5	15.9	SNS를 통한 소비	당첨, 이벤트, 뽑다, 향수, 신나다, 어머니, 인플루언서, 열심히, 당연하다, 갖다
여가 생활을 하며 누리는 기쁨 (44.1%)	1	22.2	여가를 즐김	기분, 주다, 축하, 일이, 괜찮다, 친구, 만나다, 약속, 사다, 주말
	2	21.9	마라톤 취미	완전, 끝나다, 마라톤, 기록, 갱신, 아니, 힘들다, 오늘, 나가다, 맛다
집중했던 일을 끝낸 홀가분한 기분	3	20.7	집중했던 일을 끝낸 홀가분한 기분	끝나다, 드디어, 프로젝트, 마음, 음악, 자다, 여행, 받다, 행복, 뛰다

김'(22.2%)과 토픽 2'마라톤 취미'(21.9%)가 포함되었다. 예를 들어, “어. 항상 마라톤 동호회 사람들이랑 같이 뛰어.”와 같은 문장이 원문에서 확인되었다. 마지막 세 번째 주제는 ‘집중했던 일을 끝낸 홀가분한 기분’(20.7%)으로 토픽 3이 포함되었으며, 회사의 프로젝트가 끝난 후의 기쁨을 표현한 내용과 여행 계획과 관련한 내용 등이 확인되었다. 여성-행복 토픽 분포를 표 8에 제시하였다.

## 논 의

본 연구는 MZ세대의 감정 표현 데이터에 내재된 핵심 이슈를 발견하고자 수행되었다. 이를 위해 MZ세대가 어플리케이션과 대화한 자료를 수집하여 감정과 성별에 따라 발화문을 분류하고, LDA 토픽모델링을 적용하였다. 이와 같은 과정을 통해 도출된 주요 결과를 논의하고자 한다. 먼저, MZ세대에게 공통적으로 중요하게 나타난 주제를 제시한 뒤 이를 사회 문화적인 맥락에서 살펴보고, 이후 성별에 따라 독특하게 나타난 주제를 중심으로 논의하고자 한다.

분석 결과, MZ세대에게 공통적으로 중요한 이슈는 가족(특히 아버지), 취업 및 직장 스트레스, 반려동물, 공동 거주 갈등의 네 가지로 확인되었다.

첫째, MZ세대 남녀에게 가족은 염려와 갈등을 경험하는 주요한 대상으로 확인되었다. 이와 같은 결과는 남성-슬픔 토픽에서 나타난 ‘자신과 가족 및 친구의 건강을 염려함’ 주제와 여성-슬픔 토픽에서 나타난 ‘가족과 친구의 건강을 염려함’, 그리고 여성-화 토픽에서 나온 ‘아버지의 음주에 대한 가족의 불만과 갈등’

주제에서 확인되었다. MZ세대는 가족 간 결속이 높고 가족을 중요하게 여기는 부모 아래에서 양육 받은 세대로(기쁘다, 성미애, 2022; 유정균 등, 2021), 본 연구에서도 이들에게 가족 관계는 정서적으로 중요한 주제로 나타나 앞선 연구 결과와 일관된 것으로 확인되었다.

본 연구에서는 가족 구성원 중에서 아버지와 갈등이 주요한 토픽으로 도출되었다는 점이 의미 있는 발견이다. 이는 기존 연구에서 MZ세대가 기성세대보다 가족 관계 만족도가 높다고 보고된 결과(유정균 등, 2021)와 다소 상반될 수 있다. MZ세대는 가족을 중요한 관계로 여기지만 가족 관계의 질적인 측면에서 단순히 만족도를 넘어 특정 가족 구성원과 관계에서 갈등은 여전히 존재함을 시사한다. 본 연구에서는 아버지와 관계 갈등이 두드러지게 나타났으며, MZ세대가 경험하는 가족 관계의 특성을 보다 심층적으로 이해할 필요성이 제기된다. MZ세대의 부모인 베이비붐세대는 전통적으로 집단의 대표자 역할을 맡았던 아버지가 자녀의 교육과 돌봄에서는 점차 그 영향력을 어머니에게 이양했다는 특징을 지닌다(Kim & Kim, 2022). MZ세대는 자녀의 위치에서 이러한 변화를 경험하는 핵가족에서 성장한 세대다. 즉, 결혼과 자녀 양육의 주체로 기능했던 아버지의 역할은 과거에서 현재로 오면서 전통적인 세대와 비교하여 축소되었고, 자녀에 대한 어머니의 직접적인 영향력이 더욱 강화되었다. 이러한 사회적인 맥락에서 본 연구를 통해 도출된 ‘아버지의 음주에 대한 가족의 불만과 갈등’이라는 주제는 가족 내 아버지의 역할과 정서적인 영향력이 어떻게 변화하고 있는지 심층적으로 탐구할 필요성을 제기한다.

심리학적인 관점에서는 자녀의 발달에서 아

버지의 역할이 점차 강조되고 있으며(Bar-On & Scharf, 2016; Beutell & Behson, 2018; Marsiglio et al., 2000), 아버지의 정서적 참여와 양육태도가 자녀의 성장에 미치는 영향이 중요하게 다뤄지고 있다. 한편, 베이비붐 세대와 X세대 아버지들 사이에서는 자신들의 양육 방식을 반성하고 변화의 필요성을 자각하는 목소리가 나타나고 있다(Bar-On & Scharf, 2016). 이러한 아버지 역할에 대한 인식과 태도는 MZ세대의 미혼 남성에게도 중요한 주제가 될 수 있다(김재윤, 2023). 본 연구에서 도출된 결과는 MZ세대가 가족 구성원으로서 아버지의 역할과 의미를 어떻게 인식하고 있는지 심층적으로 탐구할 단서를 제공한다. 이를 바탕으로 MZ세대의 가족 내 아버지의 역할 변화와 심리적, 사회적 의미를 다각도로 볼 수 있을 것이다.

둘째, 일 관련 주제는 MZ세대에게 중요한 이슈로 나타났다. 특히, 취업난 속에서 경험하는 스트레스와 직장에서의 과도한 업무량, 그리고 상사와의 관계에서 겪는 고충이 MZ세대가 직면하는 주요한 일 관련 주제로 도출되었다. 이는 남성-슬픔 토픽에서 도출된 ‘취업 스트레스’, ‘직무 스트레스로 몸과 마음이 지침’과 여성-슬픔 토픽의 ‘취업 스트레스’, 그리고 남성-화 및 여성-화 토픽에서 나타난 ‘직장 스트레스’대주제에서 확인되었다. 기존의 연구에 따르면, MZ세대는 워라벨을 중요시하는 세대로, 이는 이들이 개인의 자율적인 목표에 의해 동기화되는 특성과 관련이 있다(엄민우, 2023; Deloitte, 2024). 한 예로 경제인연합회가 MZ세대 827명을 대상으로 한 설문조사 결과, 이들이 가장 선호하는 직장은 ‘워라벨이 보장되는 기업(36.6%)’으로, 이는 ‘월급(29.6%)’이나 ‘정년보장(16.3%)’보다 더 높은 비중을 차지하

였다(엄민우, 2023). 이와 같은 결과는 사회적 생태계와 보상을 받는 구조가 세대 간에 변화하면서 MZ세대가 추구하는 진로 가치가 이전 세대와는 다른 양상을 보이고 있음을 반영한다(Kim & Kim, 2022). 과거 세대가 중요시하던 승진이나 성취와 같은 가치로는 MZ세대의 직업적 선호를 충분히 설명하기 어렵다. 예를 들어, 직장 윤리와 공정성은 중요한 가치로 인식하고 있다(Kim & Kim, 2022). 이와 같은 특성으로 인해, MZ세대는 상사의 독단적 의사 결정이나 젊은 세대의 변화된 근무 방식을 잘 반영하지 못하는 조직 시스템에 불만을 갖는 경향이 있다. 또한, 과거의 허슬 컬처(Hustle culture)와는 달리, 조직에 지나치게 헌신하지 않고 출퇴근 시간을 정확하게 지키며 자유롭게 휴가 사용을 선호한다. 이러한 태도는 단순히 직업적 성과를 넘어 개인적 삶과 직업적 정체성을 동시에 중요하게 여기는 가치관을 반영한다.

최근에는 MZ세대를 중심으로 조용한 사직(Quiet quitting)이라는 현상이 대두되었다(김광태 등, 2023; 최지현, 2023). 이는 실제로 직장을 그만두는 것이 아니라 근무 태도의 변화를 지칭하는 개념으로, 최지현(2023)은 이를 네 가지 속성으로 정리하였다. 여기에는 일보다 개인적 삶을 우선순위에 두는 균형적 삶에 대한 욕구, 업무에 필요한 극히 최소한의 일만 처리함, 의욕과 열정이 없고 의도적으로 에너지를 투입하지 않는 상태, 마지막으로 언제든 그만둘 수 있는 마음가짐인 심리적 이탈이 포함된다. 이에 더해 김광태 등(2023)은 조용한 사직을 측정하는 다차원적 척도를 국내 실정에 맞게 타당화하며 측정 가능한 심리학적 개념으로서 ‘조용한 사직’을 제시한 바 있다. ‘조용한 사직’ 현상은 MZ세대가 조직 중심의

가치관에서 벗어나 개인적 삶과 직업적 균형을 지향하는 태도를 명확히 보여준다. 지금까지 살펴본 MZ세대의 워라벨 가치, 개인적 목표 지향성, 조용한 사직 현상과 같은 특징들은 본 연구 결과에서 확인된 일 관련 토픽에서 도출된 직장 내 과도한 업무량 혹은 상사와의 대인관계 고민과 맥락을 공유한다. 따라서, MZ세대의 일 관련 요구와 가치관을 반영한 조직적 지원이나 정책의 중요성을 강조할 수 있다. 특히 변화된 직업적 가치와 태도를 이해하고 이를 수용할 수 있는 유연한 조직 문화의 구축이 중요하다.

세 번째 논의점으로, MZ세대에게 공동 거주는 상당한 불만과 갈등을 유발할 수 있는 요인으로 도출되었다. 이는 남성-화 토픽과 여성-화 토픽에서 나타난 ‘공동 거주 갈등’ 주제를 통해 확인되었다. 공동 거주는 한 집에 가족이 아닌 여러 사람이 함께 사는 경우나 기숙사, 학사에 거주하는 형태를 포함한다. MZ세대는 사적이고 독립적인 공간에 대한 요구가 높은 세대로 알려져 있지만, 거주 비용의 부담으로 인해 공동 거주를 선택하는 경우에 이는 스트레스 요인으로 작용할 가능성이 크다. 셰어하우스는 이러한 MZ세대의 요구를 충족시키면서도 갈등을 줄일 수 있는 대안으로 주목할 만하다(김정기 등, 2023; 이보람 등, 2021). 셰어하우스는 취사나 휴식 같은 공용 공간과 개인 공간이 분리된 구조로 설계된 주택 유형으로 2인 이상의 임차인이 공용 공간을 공유하면서도 독립적인 개인 공간을 보장받을 수 있다. 특히, 거주자 간의 기본적인 규칙(청소나 소음 등)이 정해져 있는 경우가 많고, 관리 업체에서 운영하는 경우도 있다. 따라서, 셰어하우스는 기숙사나 다세대 가구에서 일반적으로 공동 거주하는 형태와 다르게

개인의 독립성은 유지하면서도 사회적 교류가 가능하다는 점에서 MZ세대가 비교적 낮은 비용으로 좋은 주거환경을 누릴 수 있다. 더 나아가, 셰어하우스에서 제공하는 프로그램의 일환으로 심리상담 서비스를 도입하는 것도 고려해볼 만하다. 이러한 방안은 MZ세대의 주거 만족도를 높이고, 공동 거주 장점을 극대화할 수 있는 실질적인 대안으로 평가될 수 있을 것이다.

넷째, MZ세대에게 반려견이 중요한 애착 대상으로 언급되었다는 점은 주목할 만하다. 본 연구 결과 도출된 토픽을 살펴보면 MZ세대에게 중요한 대상인 관계는 연인, 가족(특히 아버지)으로 확인되었다. 이에 더하여 본 연구에서 도출된 ‘반려견의 죽음에 슬퍼함’과 ‘유기견주에 대한 화’ 주제는 MZ세대가 가족이나 연인 외에도 친밀감을 나눌 수 있는 관계로서 반려동물을 중요한 존재로 여긴다는 사실을 시사한다. ‘2023 한국 반려동물 보고서’에 따르면, 우리나라에서 반려동물을 기르는 가구는 2022년 기준 552만 가구로 전체의 25.7%가 반려동물을 기르고 있으며, 이는 4가구 중 1가구 이상이 반려동물과 함께 생활하고 있음을 보여준다(황원경, 이신애, 2023). 반려동물을 키우는 사람들은 반려동물을 단순한 소유물이 아닌 가족의 일원으로 간주하며, 안정감과 깊은 유대감을 맺는 존재로 여긴다(Sharkin & Knox, 2003). 이러한 태도는 유기견주에 대한 비판적인 태도에서도 일치한다. 실제로 20대에서 30대 사이에서는 유기견이나 유기묘를 입양하는 문화가 확산하고 있으며(황원경, 이신애, 2023), 이는 MZ세대가 반려동물과의 관계를 더 책임감 있게 바라보는 인식을 반영한다.

그러나 반려동물에 대한 인식은 반려가구와

비반려가구 간에 다소 차이를 보인다. 국내 조사에 따르면 ‘반려동물은 가족의 일원이다’는 설문에서 반려가구의 81.6%가 동의한 반면, 비반려가구는 46.9%만이 동의하였다. 또, ‘주변에서 펫티켓을 잘 지킨다’는 설문에서는 반려가구의 63.7%가 동의한 반면, 비반려가구는 17.1%만이 동의하는 등 반려동물에 대한 태도 차이가 명확히 드러났다. 이러한 사회적 맥락에서 반려동물 주인들은 반려동물과의 관계를 타인에게 이해받기 힘들다는 견해를 가질 가능성이 있다. 특히, 반려동물의 죽음을 경험한 주인은 상실의 슬픔을 충분히 표현하지 못하거나 이를 평가절하하고 상실 경험을 축소할 가능성이 있다. 반려동물과의 관계가 인간관계보다 덜 중요하거나 단순한 소유물의 상실로 여겨질 것이라는 염려 때문으로 해석된다(김현정, 김수임, 2023; Packman et al., 2011; Sharkin & Knox, 2003). 따라서 상담자는 내담자가 반려동물을 잃은 상황에 대해 너무 슬퍼하는 것처럼 비칠까 염려하지 않도록 애도 과정을 충분히 지지해야 한다. 반려동물을 상실한 사람들의 애도 수준이 사람을 상실한 집단과 차이가 없었다는 연구 결과(Lavorgna & Hutton, 2019)는 반려동물 상실 애도에 대한 상담적 접근의 중요성을 시사한다. 예를 들어, 애도의 대처 방법이나 지지적인 접근의 일환으로 새로운 반려동물을 키울 수 있다는 조언은 내담자의 심리적 상태를 충분히 고려하여 신중하게 다루어져야 한다. 오히려 반려동물의 삶과 죽음을 충분히 이야기하며 내담자의 삶에서 새로운 의미를 찾도록 조력하되, 그 과정에서 내담자의 감정을 충분히 수용하고 타당화하는 등의 긍정적인 반응을 제공한다면 심리적 회복을 꾀할 수 있을 것이다(한성아, 유성경, 2022).

여성에서만 나타난 토픽을 확인한 결과, 여성에서만 ‘우울감을 다루기 위한 방법을 이야기해 봄’ 주제가 나타났다. 여성은 우울한 기분을 전환하기 위해 산책이나 외출을 하거나 맛있는 것을 먹으려는 시도를 이야기하였다. 이러한 방법은 정서를 조절하기 위해 주의를 다른 방향으로 돌리거나 환경을 바꾸기, 혹은 긍정적인 자기대화(self-talk)의 전략으로 이해할 수 있다. 이는 남성에서는 나타나지 않았던 내용이다. 특히, 여성이 어플리케이션을 통해 슬픈 기분을 조절하는 방법을 이야기했다는 점은 주목할 만하다. 서양 문화권에서 이루어진 감정 표현 연구들에 따르면, 여성은 남성에게 비해 불안, 두려움, 슬픔과 같은 부정적 정서나 일상 및 만성적인 스트레스를 더 많이, 그리고 더 강렬하게 보고하는 경향이 있다(Chaplin, 2015; Deng, et al., 2016; Matud, 2004). 또한, 여성은 부정적인 기분을 느낄 때 대체로 감정을 표현하거나 타인과 상호작용하며 정서적 지지를 얻는 방식과 긍정적인 자기 대화를 통해 감정을 조절하는 경향이 있다(Matud et al., 2020; Tamres et al., 2002). 이러한 방식은 대체로 문제를 떠올릴 때 감정적으로 거리를 두거나, 감정 경험을 억제하여 표현하는 경향이 있는 남성과는 대조적이다(Chaplin, 2015; Deng et al., 2016; Tamres et al., 2002). 본 연구 결과 확인된 ‘우울감을 다루기 위한 방법을 이야기해 봄’이라는 주제는 앞선 연구와 일관성 있는 결과로 해석된다.

성별에 따른 감정 표현과 관련하여 욕설 및 비속어가 가질 수 있는 생생한 정보를 분석에 활용하기 위하여 단어 동시출현 분석을 수행한 결과, 남성은 데이터 크기가 여성보다 많았음에도 불구하고 욕설 및 비속어의 종류가 더 다양하게 나타났으며, 여성보다 다양한 상

황에서 화 감정을 표현할 때 욕설 및 비속어를 사용하는 경향이 확인되었다. 토픽모델링 결과와 욕설 및 비속어의 단어 동시출현 분석의 결과를 종합하면, 감정을 주로 억제하고 거리 두는 방식으로 표현하는 경향이 있는 MZ세대 남성들에게 욕설이나 비속어는 사회적으로 허용되는 감정 표현 방식일 가능성이 있다.

다음으로 MZ세대 여성에게 특징적으로 나타난 이슈로는 SNS를 통한 소비와 마라톤 취미가 문화 트렌드로 부각되었다. 이같은 결과는 여성-화 토픽에서 유튜브의 뒷광고에 대한 실망과 여성-행복 토픽에서 인플루언서가 진행한 이벤트에 당첨된 경험, 그리고 마라톤 대회를 준비하고 참여하는 내용에서 확인되었다. 특히, 유튜브의 뒷광고에 대한 실망감을 포함한 ‘소비자 불만’ 주제는 남성 집단에서는 확인되지 않고, 여성 집단에서만 도출된 결과로 나타났다. 이를 통해 SNS가 특히 MZ세대 여성에게 문화를 향유하는 중요한 통로로 기능하고 있음을 알 수 있다. 기존 연구에서도 MZ세대는 전통적인 유명인사보다 디지털 셀레브리티의 영향을 더 크게 받는 경향이 있으며, 인플루언서들에 대해 보다 더 진솔하고 현실적인 존재로 기대하며 상품을 구매하는 경향이 있다고 보고된 바 있다(Audrezet et al, 2020; Djafarova & Rushworth, 2017). 한편, 마라톤 취미는 러닝 크루와 함께 달리는 과정에서 연대감을 형성하고 재미와 성취감을 동시에 경험할 수 있는 MZ세대의 문화 트렌드로 나타났다. 예를 들어, 2024년에 열린 한 하프마라톤 대회에서는 약 1만 2천여 명의 신청자 가운데 60%가 2030세대로 집계되어 MZ세대에게 마라톤 취미가 큰 관심사임을 보여준다(김민기, 2024).

본 연구에서는 단어 단위(unigram)를 기반으로 LDA 분석을 수행하였으며 일부 연속된 단어(예: “고등학교 동창”, “우리 아버지”)를 bigram(2-gram)으로 처리할 경우 의미적 일관성이 강화될 수 있음을 고려하였다. 이에 따라 bigram 적용을 검토한 결과, 일부 토픽에서는 특정 개념이 더욱 주제를 명확하게 드러내는 경향이 발견되었다. 그러나 전체적인 토픽 주제의 변화는 크지 않았으며, unigram 방식과 비교했을 때 연구의 주요 결론에 영향을 줄 정도의 차이는 발견되지 않았다. 특정 개념들을 구 단위로 묶을 경우 토픽 해석력이 높아질 가능성이 있는 만큼, 향후 연구에서는 bigram을 체계적으로 적용하거나, 문장 내 의미 관계를 반영하는 추가적인 전처리 기법을 활용하는 방안을 고려할 필요가 있다.

지금까지 살펴본 논의점을 고려하여 MZ세대가 당면한 사회적, 문화적 맥락에서의 시사점은 다음과 같다. 우선, 한국 사회는 현재 저출산과 비혼, 만혼의 증가를 경험하고 있으며, 핵가족화를 넘어서서 1인 가구가 증가하고 있다. 이러한 가구의 변화는 가족 관계의 재편과 MZ세대의 정서 경험에 중요한 영향을 미치고 있는 것으로 보인다. 특히, 반려동물이 전통적인 친밀 관계를 넘어 애착 대상으로 부상한 점은 점차 개인화되는 생활상을 반영하는 부분으로 보인다. 더불어, MZ세대의 직장 과 취업 스트레스는 상사와의 관계, 과도한 업무량, 취업난 등에서 크게 영향을 받는 것으로 나타났다. 졸업 후 취업 준비 과정이나 조직 내에서 주니어에서 시니어로 넘어가는 생애주기 단계에서 자연스럽게 경험할 수 있는 스트레스 요인이라 할 수 있다. 이는 단순히 개인의 문제를 넘어 조직 문화와 노동 환경 전반이 개선될 필요성을 시사한다. 또한

본 연구는 비공개 플랫폼 데이터를 활용하였는데, 특히 남성과 여성 간 감정 조절 방식에서 차이를 확인할 수 있었다. 이는 성별에 따른 사회적 기대와 정서 표현 방식이 다르다는 가능성을 시사하며 추가적인 연구가 필요할 수 있다.

지금까지 논의된 내용을 바탕으로 본 연구의 의의와 제한점을 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 본 연구는 MZ세대의 감정 표현 빅데이터를 기반으로 이들의 주요 감정과 관련된 핵심 이슈를 분석함으로써 이 세대의 특성을 이해하는 데에 기여하였다. 특히, 감정 별로 MZ세대에게 관심 있는 주제를 도출함으로써 새로운 분석 틀을 제시하였다. 덧붙여, 디지털 플랫폼에 수집된 자료는 자기 보고 설문보다 덜 인위적이라는 점에서 MZ세대의 자연스러운 목소리를 포착할 수 있다는 장점을 제공한다. 이러한 접근은 향후 디지털 플랫폼을 활용한 연구의 확장 가능성을 제시한다는 점에서 의미가 있다.

둘째, 본 연구 결과에서 도출된 MZ세대가 경험하는 주요한 스트레스 요인을 제시함으로써 이들의 내면적인 목소리를 심층적으로 탐구할 수 있는 기초를 마련하였다. 취업 및 직장 스트레스, 애착 대상 가운데 특히 아버지와 반려동물에 대한 마음, 그리고 공동 거주를 하며 경험하는 갈등은 연구 결과에서 확인된 주요 주제로, MZ세대가 처한 사회적이고 상황적인 맥락에서 이들의 경험과 상호작용을 반영한다.

셋째, 본 연구 결과는 실천적인 측면에서 MZ세대의 심리적인 문제를 해결하기 위한 지원 방안이나 상담 프로그램 개발에 활용될 수 있다. 예를 들어, 가족구성원으로서 아버지의

역할을 재해석하고 MZ세대가 경험한 갈등에 대한 심리적 지원과 트라우마 완화를 목표로 하는 프로그램을 설계할 수 있다. 또는 반려동물 상실로 인한 심리적인 어려움을 다루는 프로그램을 개발하는 데에도 기여할 수 있다.

본 연구의 제한점과 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 기존 어플리케이션에 수집된 데이터를 기반으로 분석되었기 때문에 플랫폼 사용자의 특성이 연구 결과에 영향을 미쳤을 가능성을 배제하기 어렵다. 어플리케이션 사용자들이 디지털 환경에 익숙한 집단으로 제한되었을 가능성이 있으며, 이는 전체 MZ세대를 대표하기에 한계가 될 수 있다. 이에 따라, 향후에는 어플리케이션 외에도 SNS, 온라인 커뮤니티와 같이 다양한 디지털 환경에서 데이터를 수집하여 분석함으로써 특정 플랫폼에 국한된 결과 해석의 한계를 보완할 수 있을 것이다. 더 나아가서는 플랫폼 특성에 따른 감정 표현의 차이를 탐구하는 연구도 의미 있는 시사점을 제공할 것이다.

둘째, 본 연구는 말뭉치를 7가지 감정 범주를 기준으로 분류한 후 각 말뭉치의 주요 토픽을 도출하였으나, 인간의 감정은 이보다 더 복잡적이다. 예를 들어, 동일한 슬픔 감정이라 하더라도 부정적적이고 절망적인 슬픔과 애도 과정에서 나타나는 적응적 슬픔은 본질적으로 다른 경험으로 해석될 수 있다. 이러한 복잡한 감정의 차이는 본 연구에서 충분히 고려되지 못하였다. 또한, 한 문장 안에 여러 감정이 혼재할 가능성이 있음에도 불구하고 본 연구에서는 평가자 간 합의가 이루어진 단일 감정 레이블을 채택하였다. 이 과정에서 서로 다른 감정이 복합적으로 나타나는 경우는 평가자 간 의견 불일치로 제외되었을 수 있다.

이로 인해 감정 표현에서 나타날 수 있는 복잡성을 완전히 반영하지 못하였을 가능성이 있다. 향후 연구에서는 복잡적이고 세부적인 감정 분류 체계를 도입하여 포괄적으로 분석함으로써(예. Larsen et al., 2015) 더욱 풍부한 결과를 도출할 수 있을 것이다. 이렇게 함으로써 감정 표현의 복잡성을 더욱 정교하게 반영할 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구의 자료는 특정 시기에 수집된 자료를 기반으로 수행되었으므로 MZ세대의 감정 표현과 세대 특성이 시간이 지나면서 변화할 가능성을 반영하지 못하였다. MZ세대의 감정과 관심사는 사회적 환경에 따라 변화할 수 있으므로 시간의 흐름에 따른 데이터를 수집하고, 종단적 연구를 통해 감정 표현과 주요 주제의 변화 양상을 추적할 필요가 있다. 이를 통해 MZ세대의 감정 표현이 사회적 트렌드 속에서 어떻게 변화하여 가는지 보다 입체적으로 이해할 수 있을 것이다.

넷째, 본 연구는 감정 표현 어플리케이션에서 수집된 데이터를 기반으로 하였기 때문에 연구 결과가 MZ세대 전반에서 중요한 주제를 모두 포함한다고 보기 어렵다. 특히, 본 연구에서 도출된 토픽들은 감정을 표출하는 맥락에서 부각된 이슈일 가능성이 크며, 환경 문제나 사회 정의와 같은 보다 거시적인 관점의 주제는 덜 반영되었을 수 있다.

### 참고문헌

구혜란, 구서정 (2019). 우울한 청년, 불안한 장년의 나라: 연결망 접근을 통해 본 세대별 마음의 형상(形象). *한국사회학*, 53(2), 253-292.

기쁘다, 성미애 (2022). 세대별 성인자녀의 부모와의 관계인식에 영향을 미치는 변인 고찰: 가족 가치, 경제적 교류 및 주관적 계층인식을 중심으로. *가정과 삶의 질 연구*, 40(4), 73-86.

김광태, 이해원, 손영우 (2023). 다차원적 조용한 사직 척도 (MQQS) 타당화 연구. *한국심리학회지: 산업 및 조직*, 36(4), 557-583.

김민기 (2024. 4. 28). 신청자 60%가 2030... MZ 놀이터가 된 하프마라톤. *조선일보*. [https://www.chosun.com/sports/sports\\_general/2023/05/01/J2Y6CHOO5FD75KZBKZTFSP674](https://www.chosun.com/sports/sports_general/2023/05/01/J2Y6CHOO5FD75KZBKZTFSP674)

김선애 (2021). MZ세대의 직업문화. *충북 Issue & Trend*, 45, 14-19.

김애린, 임혜빈, 장한솔, 박주화, 기승연, 정윤정, 김수진, 신주영, 이기형 (2016). ‘헬조선 현상’의 특징과 함의를 분석하기: 보수언론과 진보언론 간의 재현작용에 대한 텍스트 분석을 중심으로: 보수언론과 진보언론 간의 재현작용에 대한 텍스트 분석을 중심으로. *한국언론정보학보*, 80, 40-114.

김재운 (2023). MZ세대 미혼 남성의 부성 이데올로기에 관한 비판적 학습 경험: 어떻게 나는 새로운 아버지상을 추구하게 되었는가? *질적탐구*, 9(3), 95-121.

김정기, 구한민, 김갑성 (2023). 공유주거의 고급화와 차별화: 직장인 청년 1인 가구의 세어하우스 수요 특성 탐색. *도시재생*, 9(2), 24-42.

김정인 (2023). MZ세대 공무원의 이직 의도. *한국사회와 행정연구*, 34(1).

김청택 (2019). 빅데이터를 이용한 심리학 연구 방법. *한국심리학회지: 일반*, 38(4), 519-548.

- 김현정, 김수임 (2023). 반려동물 상실경험 자  
기개방이 심리적 성장에 미치는 영향: 긍  
정적 사회적 반응과 의도적 반추의 순차  
적 매개효과. *상담학연구*, 24(4), 107-131.
- 남윤주, 남승규 (2022). 세대별 소비자행복: MZ  
세대를 중심으로. *한국심리학회지: 소비  
자·광고*, 23(2), 129-152.
- 박시내, 박혜균 (2022). MZ세대의 생활 환경:  
생활비 원천, 주거실태. *통계청 통계프리  
즘*, 2, 2022.
- 엄민우 (2023. 4. 24). MZ세대들의 슬기로운 직  
장생활. 시사저널.  
[https://www.sisajournal.com/news/articleView.ht  
ml?idxno=261626](https://www.sisajournal.com/news/articleView.html?idxno=261626)
- 유정균, 김동영, 유영성, 이상훈, 김을식, 김정  
훈, 박경철, 오재호, 이은환, 정대영, 김세  
현, 신동훈, 박서연, 박누리, 최혜진 (2021).  
2020 경기도민 삶의 질 조사. *정책연구*,  
1-338.
- 이보람, 박이수, 서경희 (2021). 청년주거문제  
의 대안으로서 국내 세어하우스에 관한  
연구. *Journal of Korea Planning Association*,  
56(2), 235.
- 임예지, 윤가영, 김혜민, 박선웅 (2023). 기성세  
대의 권위주의와 MZ 세대에 대한 부정적  
태도. *사회과학연구*, 62(3), 105-127.
- 임홍택 (2018). 90년생이 온다. *웨일북*.
- 진보래 (2024). MZ 는 전화를 두려워하는가?:  
문자 선호와 전화 불안의 세대 차이.  
*Korean Journal of Journalism & Communication  
Studies*, 68(3), 43-82.
- 최지현 (2023). 조용한 사직에 대한 진화론적  
개념분석. *경영교육연구*, 38(6), 447-470.
- 최한별, 김수림, 양희동 (2023). 온라인 커뮤니  
티에 드러난 MZ세대의 감성과 여론조사  
간 상관관계에 관한 연구. *한국 IT 서비스  
학회지*, 22(3), 101-118.
- 통계청 (2013). *사회조사. 통계청*
- 통계청 (2023). *사회조사. 통계청*
- 한성아, 유성경 (2022). 반려동물 상실 애도와  
심리적 성장의 관계: 의미재구성과 긍정  
적 사회적 반응의 조절된 매개효과. *한국  
심리학회지: 상담 및 심리치료*, 34(2),  
623-642.
- 호규현, 심승범, 조재희 (2023). 정말 MZ세대  
직원은 까다로운 개인주의자일까?: 미디어  
에서 묘사된 MZ 세대 조직원 특징에 대  
한 당사자의 주관적 인식연구. *한국언론  
학보*, 67(1), 272-315.
- 황원경, 이신애 (2023). *한국 반려동물보고서*.  
서울, 한국: KB 금융지주 경영연구소.
- Angeles, I. T., & Perkins, R. G. (2024).  
Intergenerational differences on resilience, sense  
of coherence, and self-efficacy coping of family  
during COVID19 crisis: A salutogenic  
perspective. *Current Psychology*, 43(19), 17727-  
17739.
- Audrezet, A., De Kerviler, G., & Moulard, J. G.  
(2020). Authenticity under threat: When social  
media influencers need to go beyond  
self-presentation. *Journal of business research*,  
117, 557-569.
- Bar-On, I. K., & Scharf, M. (2016). The  
reconstruction of fatherhood across two  
generations: From experiences of deficiency,  
strictness, precocious maturity, and distance to  
indulgence, permissiveness, and intimacy.  
*Journal of Family Issues*, 37(5), 645-670.
- Beutell, N. J., & Behson, S. J. (2018). Working  
fathers and work-family relationships: A

- comparison of generation X and millennial dads. *Journal of Organizational Psychology*, 18(1).
- Blei, D. M., Ng, A. Y., & Jordan, M. I. (2003). Latent dirichlet allocation. *Journal of machine Learning research*, 3(Jan), 993-1022.
- Bunker, C. J., Saysavanh, S. E., & Kwan, V. S. (2021). Are gender differences in the big five the same on social media as offline? *Computers in Human Behavior Reports*, 3, 100085.
- Campbell, W. K., Campbell, S. M., Siedor, L. E., & Twenge, J. M. (2015). Generational differences are real and useful. *Industrial and Organizational Psychology*, 8(3), 324-331.
- Chaplin, T. M. (2015). Gender and emotion expression: A developmental contextual perspective. *Emotion Review*, 7(1), 14-21.
- Chin, H., Song, H., Baek, G., Shin, M., Jung, C., Cha, M., Choi, J., & Cha, C. (2023). The potential of chatbots for emotional support and promoting mental well-being in different cultures: mixed methods study. *Journal of Medical Internet Research*, 25.
- Deloitte. (2021). A call for accountability and action: The Deloitte global 2021 millennial and Gen Z survey.
- Deloitte. (2024). The Deloitte Global 2024 Gen Z and Millennial Survey.
- Deng, Y., Chang, L., Yang, M., Huo, M., & Zhou, R. (2016). Gender differences in emotional response: Inconsistency between experience and expressivity. *PloS one*, 11(6).
- DiMaggio, P., Nag, M., & Blei, D. (2013). Exploiting affinities between topic modeling and the sociological perspective on culture: Application to newspaper coverage of US government arts funding. *Poetics*, 41(6), 570-606.
- Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in human behavior*, 68, 1-7.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (2003). *Unmasking the face: A guide to recognizing emotions from facial clues* (Vol. 10). Ishk.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen?: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 12(2).
- Grelle, K., Shrestha, N., Ximenes, M., Perrotte, J., Cordaro, M., Deason, R. G., & Howard, K. (2023). The Generation gap revisited: Generational Differences in Mental Health, Maladaptive coping behaviors, and pandemic-related concerns during the initial COVID-19 pandemic. *Journal of adult development*, 30(4), 381-392.
- Harari, T. T. E., Sela, Y., & Bareket-Bojmel, L. (2023). Gen Z during the COVID-19 crisis: A comparative analysis of the differences between Gen Z and Gen X in resilience, values and attitudes. *Current Psychology*, 42(28), 24223-24232.
- Kertzner, D. I. (1983). Generation as a sociological problem. *Annual review of sociology*, 9, 125-149.
- Kim, U., Helgesen, G., & Ahn, B. M. (2002). Democracy, trust, and political efficacy: Comparative analysis of Danish and Korean political culture. *Applied Psychology: An international Review*, 51(2), 317-352.
- Kim, U., & Kim, J. (2022). Economic

- development, sociocultural change and quality of life in Korea: Analysis of three generations growing up in Colonial, industrial and Digital age. *Psychology and Developing Societies*, 34(2), 200-239.
- Larsen, M. E., Boonstra, T. W., Batterham, P. J., O’Dea, B., Paris, C., & Christensen, H. (2015). We feel: mapping emotion on Twitter. *IEEE journal of biomedical and health informatics*, 19(4), 1246-1252.
- Lavorgna, B. F., & Hutton, V. E. (2019). Grief severity: A comparison between human and companion animal death. *Death studies*, 43(8), 521-526.
- Marsiglio, W., Amato, P., Day, R. D., & Lamb, M. E. (2000). Scholarship on fatherhood in the 1990s and beyond. *Journal of marriage and family*, 62(4), 1173-1191.
- Matud, M. P. (2004). Gender differences in stress and coping styles. *Personality and individual differences*, 37(7), 1401-1415.
- Matud, M. P., Díaz, A., Bethencourt, J. M., & Ibáñez, I. (2020). Stress and psychological distress in emerging adulthood: A gender analysis. *Journal of Clinical Medicine*, 9(9), 2859.
- OECD (2022). Population with tertiary education. <https://www.oecd.org/en/data/indicators/population-with-tertiary-education.html>
- Packman, W., Field, N. P., Carmack, B. J., & Ronen, R. (2011). Continuing bonds and psychosocial adjustment in pet loss. *Journal of Loss and Trauma*, 16(4), 341-357.
- Schroth, H. (2019). Are you ready for Gen Z in the workplace? *California Management Review*, 61(3), 5-18.
- Sharkin, B. S., & Knox, D. (2003). Pet loss: Issues and implications for the psychologist. *Professional Psychology: Research and Practice*, 34(4), 414.
- Tamres, L. K., Janicki, D., & Helgeson, V. S. (2002). Sex differences in coping behavior: A meta-analytic review and an examination of relative coping. *Personality and social psychology review*, 6(1), 2-30.
- Twenge, J. M., Cooper, A. B., Joiner, T. E., Duffy, M. E., & Binau, S. G. (2019). Age, period, and cohort trends in mood disorder indicators and suicide-related outcomes in a nationally representative dataset, 2005-2017. *Journal of abnormal psychology*, 128(3), 185.
- Vermeulen, A., Vandebosch, H., & Heirman, W. (2018). # Smiling, # venting, or both? Adolescents’ social sharing of emotions on social media. *Computers in Human Behavior*, 84, 211-219.
- Waterloo, S. F., Baumgartner, S. E., Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2018). Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. *New media & society*, 20(5), 1813-1831.
- Zhitomirsky-Geffet, M., & Blau, M. (2017). Cross-generational analysis of information seeking behavior of smartphone users. *Aslib Journal of Information Management*, 69(6), 721-739.
- 1차원고접수 : 2025. 02. 26.  
심사통과접수 : 2025. 03. 18.  
최종원고접수 : 2025. 03. 30.

## Key Issues in Generation MZ's Emotional Expression Data

Ju Hyun Park

Department of Psychology, Ewha Womans University

This study examines the emotional expressions of the generation MZ using app-based conversational data, which were classified by gender and emotion type and analyzed through LDA topic modeling. The analysis identified key topics related to sadness and anger for both genders, as well as happiness for females. Common issues among the MZ generation included family(particularly issues involving fathers), employment and workplace stress, companion animals, and shared living conflicts. Male-sadness topics highlighted concerns about personal, family, and friends' health, employment stress, exhaustion from job responsibilities, and grief over the loss of a companion animal. Female-sadness topics similarly focused on concerns about family and friends' health, grief over the death of a companion animal, and employment stress. Anger-related topics for both genders pointed to workplace stress, shared living conflicts, and anger toward irresponsible companion animal owners. Female-specific issues included discussions on coping strategies for depression through the app, as well as cultural trends such as SNS-driven consumption and marathon running.

*Key words* : MZ generation, Topic modeling, Big data