

http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2023.9.1.19

JCCT 2023-1-3

MZ세대에 대한 대중감성 연구: 소셜미디어(SNS) 감성 분석을 통해

A Study on Popular Sentiment for Generation MZ: Through social media (SNS) sentiment analysis

안명숙*

Myung-suk Ann*

요약 본 연구에서는 소셜 미디어 빅데이터 감성분석 방법을 통해 'MZ세대'에 대한 대중 감성을 살펴보았다. 분석을 위해 소비자 계정 SNS 텍스트를 살펴보고 내용상 외부 감성과 MZ세대 본인들의 감성을 분류하여 긍정 및 부정 감성 요인들을 제시하였다. 이에 따른 결론은 'MZ세대' 관련하여 호감과 흥미의 긍정정서가 72.1%로, 부정적인 감성비율 27.9 % 보다 높았다. 긍정감성에서 기성세대들은 'MZ세대의 개성과 당당함에 대한 호감', '새로운 가치관을 가진 MZ세대에 대한 흥미'를 보였다. 이에 비해 MZ세대들은 '자신들의 당당함, 발랄함 및 개성 세대라는 점'과 '소소한 성장주의'에 대한 호감을 갖고 있다. MZ세대 외부의 부정감성은 'MZ세대의 결혼기피, 취업난, 빚투자 및 퇴사 트렌드에 대해 걱정', '꼰대 취급하는 MZ 세대 미움', 'MZ세대와 대화하기 힘들'으로 나타났다. 한편, MZ세대 본인들이 느끼는 부정감성은 '일반화에 대한 거부감', '세대 및 젠더 갈등과 기성세대보다 심한 경쟁에 대한 거부감', '풍요로운 시대의 상대적 실재감', '예고된 기후재앙 속에서 살아야하는 슬픔'으로 나타났다. 따라서 기성세대는 MZ세대를 일반화하여 바라볼 것이 아니라 개인으로 보아야 하며, 세대간 이해와 공감으로 갈등을 완화해야한다. 세대 갈등, 젠더 갈등 및 환경문제 해결을 위한 공동체적인 고민의 필요성도 있다.

주요어 : MZ세대, 긍정감성, 부정감성, 호감, 갈등

Abstract In this study, the public sensitivity of the 'MZ generation' was examined through the social media big data sensitivity analysis method. For the analysis, the consumer account SNS text was examined, and positive and negative emotional factors were presented by classifying external sensibilities and emotions of the MZ generation. In conclusion, the positive emotions of liking and interest in relation to the "MZ generation" were 72.1%, higher than the negative emotional ratio of 27.9%. In positive sensitivity, the older generation showed 'a favorable feeling for the individuality and dignifiedness of the MZ generation' and 'interest in the MZ generation with new values'. In contrast, the MZ generation has a favorable feeling for 'the fact that they are a generation of their own boldness, youthfulness and individuality' and 'small growthism'. Negative sensitivity outside the MZ generation was found to be 'A concern about the marriage avoidance, employment difficulties, debt investment, and resignation trends of the MZ generation', 'Hate the MZ generation who treats Kkondae' and 'Difficult to talk to the MZ generation'. On the other hand, the negative emotions felt by the MZ generation itself were 'Rejection of generalization', 'Rejection of generation and gender conflicts', 'Rejection of competition worse than the older generation', 'Relative failure of the rich era', and 'Sadness to live in a predicted climate disaster'. Therefore, the older generation should not look at the MZ generation in general, but as individuals, and should alleviate conflicts with intergenerational understanding and empathy. there is a need for community consideration to solve generational conflicts, gender conflicts, and environmental problems.

Key words : MZ Generation, Positive Sensitivity, Negative Sensitivity, Favorable Feeling, Generational Conflict

*정희원, 서울장신대학교 신학과 부교수 (단독저자)
접수일: 2022년 8월 14일, 수정완료일: 2022년 11월 17일
게재확정일: 2022년 12월 20일

Received: August 14, 2022 / Revised: November 17, 2022
Accepted: December 20, 2022
*Corresponding Author: msan67@hanmail.net
Dept. of Theology, Seoul Jangsin University.Korea

I. 서론

이 연구의 목적은 ‘MZ세대’ 관련 SNS(Social Network Service)를 분석하여 MZ세대 심리정서적 이해를 위한 기초자료를 제공하는 것이다. ‘MZ세대’에서 ‘M’은 1980년부터 2004년생까지를 일컫는 밀레니얼(M) 세대를 나타낸다. ‘Z’는 1995년부터 2004년 출생자를 뜻하는 Z세대를 말한다. 2019년 기준으로 MZ세대는 국내 전체 인구의 약 34%이다. 대한민국에서 가장 큰 세대 집단이다. MZ세대는 디지털 세대이고, 트렌드를 주도하며, 새로운 경험을 추구하는 세대이다[1]. 이에 정치, 경제, 사회 및 문화 패러다임이 MZ 세대를 중심으로 개편되고 있다[2]. MZ세대의 인구학적 중요도와 더불어 미래의 불확실성이 높아지는 상황에서 미래의 주축 세력이 될 MZ세대에 대한 이해의 폭을 확장시키기 위해 다각도의 연구가 필요하다[3]. 이에 본 연구에서는 한국사회에서 ‘MZ세대’에 대하여 형성되는 SNS 담론의 감성을 빅데이터 분석을 통해 밝힘으로서 MZ세대를 조망하고자 한다. 분석에서는 MZ세대를 바라보는 외부감성과 MZ세대 본인들의 감성을 분류하여 긍정 및 부정 감성의 요인들을 제시하고자 한다. 연구문제는 ‘현재 MZ세대 관련 대중 감성은 무엇인가?’ 이다.

II. 관련연구

‘강유림, 김문영의 연구’[4]에 따르면 2010과 2020년 MZ세대 관련 연구는 사회분야 39.7%, 예술분야 30.8%, 융합 및 교육 분야 17.3%의 순으로 이루어졌다. 2021년과 2022년에는 첫째, 경제소비주체로서의 MZ세대 연구가 두드러진다. 이 연구들은 4차혁명시대를 맞이하여 사회 주요 소비층으로 부각된 MZ세대의 라이프스타일과 소비성향의 특징을 연구하여 MZ세대 맞춤형 패러다임으로 재구조화를 촉진한다[5-7]. 또한 MZ세대가 주 사용층인 메타버스 플랫폼을 소비경제에 활용하는 논의도 활발하다[8-9]. 둘째, MZ세대 문화적 특성으로 홀로(H-YOLO)형(자신만의 삶을 즐김), 집콕템 가치소비형(집에 틀어박혀 즐기는 유형), 헬시라이프 챌린저(healthy-life challenger)형, 카우치 포테이토(couch potato)형이 있다. 또한 MZ세대 유행 신조어들도 이 세대의 문화와 가치관을 담고 있다. 규칙적으로 자신을 성장시키는 습관을 반복하는 ‘갓생(God生)’, 소비에 자신의

가치를 담은 ‘미닝 아웃(meaning out)’, 재력이나 귀중품을 과시하는 행위인 ‘플렉스(Flex)’, 복고풍이 새롭게 유행하는 현상인 ‘뉴트로(newtro)’ 등이다[10]. 그 밖의 MZ세대의 문화적 특징으로 정치참여 의식과 사회공정성인식[11-12], 과시적 소비성향[13], 환경의 심각성에 대한 인식과 실천[14-15] 등이 있다. MZ세대 심리 정서에 대한 연구들에 의하면 MZ세대는 경제적 양극화 사회에서 상대적 결핍과 좌절을 경험해야하는 불안한 존재이며, 이 불안으로 인해 문화소비와 계층상승 욕망이 발생하고 결과적으로 현대소비 사회에서 자본의 노예화가 되는 생존주의에 취약한 존재가 된다고 말한다[16-17]. 이상의 MZ세대 연구는 사회경제, 문화 및 심리의 측면에서 논의되었다. 그러나 위의 연구들은 주로 문헌 및 양적 연구 중심으로 진행되었다는 한계가 있다. 이에 본 연구에서는 ‘MZ세대’ 담론 빅데이터를 분석하여 대중 감정 측면에서 MZ세대에 대해 살펴보고자 한다. 또한 SNS사례를 인용하여 질적 측면을 보완하고 MZ세대를 바라보는 외부시선과 당사자들의 관점을 구별하여 제시함으로써 MZ세대에 대한 통합적 이해로 나아가고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구설계

본 연구자는 ‘MZ세대’ 관련 대중 감성은 무엇인가? 라는 연구문제에 따라 우선 관련 연구를 살펴보고, MZ세대 소셜네트워크 서비스(SNS) 감정 분석을 통해 세부감성요인들을 살펴보고자 한다.

2. 자료수집 및 분석방법

연구방법은 빅데이터 분석 방법을 활용하였다. 빅데이터 분석은 현재 MZ세대 관련 대중감성을 살펴보고자 하는 연구목적에 적합한 방법이다. 데이터 수집과 분석을 위하여 빅데이터 분석 프로그램 ‘텍스톰’ (textom) [18]을 사용하였다. 이 프로그램은 소셜 미디어상의 데이터를 수집하고 분석하여 감정 정보를 제공해준다.

3. 분석개요

분석 수집 키워드는 ‘MZ세대’로 표 1에 제시된 바와 같다. 데이터 수집기간은 MZ 세대에 대한 최근 정서를 알기 위해 2021년 10월 14일부터 2022년 10월 14일까지

1년으로 설정했다. 정보 접근성과 방문성을 고려하여 수집 채널은 다음(daum), 네이버(naver)의 카페, 블로그 그리고 트위터로 설정하였다. 분석도구인 텍스트롬(Textom)을 통해 네이버 블로그(976건), 카페(1,000건), 다음 블로그(861건), 카페(879건) 그리고 트위터(144건)로부터 총 3,860개의 수집텍스트가 도출되어 본 연구에 사용되었다.

표 1. 분석 개요
 Table 1. Analysis overview

수집 키워드	MZ세대
데이터 수집기간	2021-10-14 ~ 2022-10-14
수집 채널	다음(카페, 블로그), 네이버(카페, 블로그), 트위터
분석 도구	텍스트롬(Textom)
분석 대상	다음(카페, 블로그), 네이버(카페, 블로그), 트위터에서 수집된 3,860건의 수집텍스트
분석 모듈	MeCab
정제 방법	명사

4. 분석절차

데이터 수집 결과 'MZ세대'의 총 3,860건의 수집리스트를 분석리스트로 생성하였다. 그 다음 이 수집리스트의 원문을 편집한 데이터를 업로드하여 긍정 정서와 부정 정서를 분석하고 수치화하는 감성분석을 시도한다. 그 결과 3,007건의 감성단어를 도출하고 시각화한다. 이를 통해 MZ세대 관련 SNS상의 감성요인을 분석할 수 있다. 마지막으로 참여관찰자 시점에서 SNS 원문 텍스트를 인용하며 감성 요인 분석을 제시하였다. 분석단계는 그림.1과 같다.

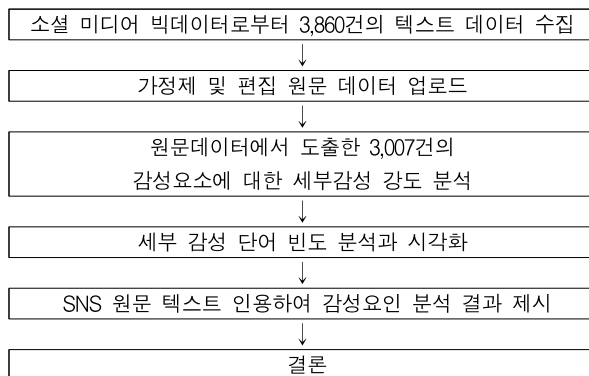


그림 1. 분석 단계
 Figure 1. analysis procedure

IV. 원문데이터의 감성분석

1. 긍정 및 부정 감성분석

원문 데이터로 감성분석한 결과 3,007건의 감성요소가 도출되었다. 이에 대해 감성강도분석을 하여 Table 2.와 같이 감성 중 긍정과 부정의 비율을 확인할 수 있다. 즉 'MZ세대'와 관련하여 긍정적인 감성은 전체 3,007건의 감성요소 중 2,168건으로 72.1%의 높은 빈도를 나타냈다. 부정적인 감성의 비율은 3,007건 중 839건으로 27.9%의 빈도를 보이고 있다. 감성강도비율을 빈도비율과 비교하면 감성강도비율이 71.38%로 긍정빈도 72.1%보다 낮다. 또한 부정감성의 경우 감성빈도 27.9%보다 감성강도비율이 28.62%라는 것은 긍정감성이 우세하긴 하지만 강도 면에서는 부정 감성이 강하다는 것을 의미한다. 종합적으로 볼 때 'MZ세대'에 대한 대중 감성은 부정 감성보다 긍정적 감성이 훨씬 높다.

표 2. 긍정 및 부정감성 분석
 Table 2. Positive and negative sentiment analysis

구분	빈도(건)	감성강도비율(%)	빈도비율(%)
긍정	2168 / 3007	71.38	72.1
부정	839 / 3007	28.62	27.9

2. 세부감성 분석

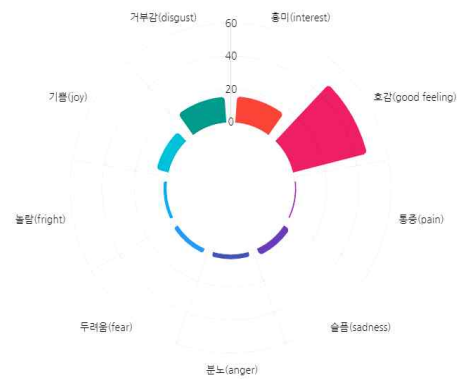


그림 2. 세부감성강도 시각화
 Figure 2. Detailed emotional intensity analysis

긍정 및 부정감성을 세부 감성으로 다시 분류하여 그 중 높은 비율의 감성이 무엇인지 알아본다. Textom 감성이 어휘사전에는 긍정과 부정 범주가 9개의 감성단어로 분류되어 있다. 긍정 감성 단어는 흥미, 호감, 기쁨

3가지이다. 부정 감성 단어는 거부감, 슬픔, 두려움, 놀람, 분노, 통증의 6개의 단어가 있다. 이 감성단어들은 50점 만점으로 표준화되어 강도를 표시한다. 그림. 2는 ‘MZ세대’에 대한 세부감성의 강도를 시각화한 것이다. 그림.2는 ‘거부감’이 강도 높은 부정정서이고, ‘호감’과 ‘흥미’가 강도 높은 긍정정서임을 보여준다.

3. 감성단어 빈도분석

감성 단어 빈도 분석은 Textom의 감성 어휘 사전을 활용하여 ‘MZ세대’ 관련 원문데이터에서 가장 많은 빈도의 긍정 및 부정감성을 확인한다. 감성 어휘 사전은 감정적 의미를 내포한 단어들을 ‘호감’, ‘흥미’, ‘기쁨’, ‘슬픔’, ‘두려움’, ‘놀람’, ‘분노’, ‘거부감’, ‘통증’의 9개 범주로 분류한 후, 7점 만점으로 순위를 매기고 빈도수를 보여주도록 구조화되어있다. 예를 들어 단어 ‘호감’에 내포된 의미를 표현하는 단어들에 ‘좋다’와 ‘그저 그렇다’라는 단어가 있을 경우 ‘좋다’라는 단어에는 7점, ‘그저 그렇다’라는 단어에는 1점을 주어 같은 호감 범주의 단어라도 강도를 다르게 사전을 구축하여 놓은 것이다. ‘MZ세대’ 관련 감성단어 빈도분석 결과 ‘호감’ 감성요소는 1,401건수, ‘기쁨’ 감성은 240건, ‘흥미’ 감성 527건, ‘거부감’ 감성 443건, ‘슬픔’ 감성 120건, ‘놀람’ 감성 46건, ‘통증’ 감성 21건, ‘분노’ 감성 87건, ‘두려움’ 감성 122건으로 나타났다. 긍정단어 중 가장 높은 빈도의 감성은 ‘호감’인데, 호감의 세부 감성 단어는 ‘좋다’, ‘추천’, ‘좋아하다’, ‘성장하다’, ‘사랑스럽다’의 순서로 강도가 강하다. 부정단어 중 가장 높은 빈도수는 ‘거부감’인데, 거부감의 세부 감성 단어는 ‘싫다’, ‘어렵다’, ‘심하다’, ‘심각하다’, ‘이상하다’의 순서로 강도가 강하다. 본 연구에서는 MZ세대의 9개의 감정단어에 따른 세부감성단어를 상위 5개 감성으로 분류하여 표 3.와 같이 제시하였다.

이러한 세부감성요인들은 MZ세대’에 대하여 ‘좋다’, ‘성장하다’ 등 긍정적인 감성이 많이 조성되고 있다는 것을 보여준다. 또한 부정적인 감정으로 나타난 ‘싫다’, ‘어렵다’ 등 부정적 정서의 공감대도 존재한다는 것을 알 수 있다. SNS 담론 빅데이터 감성분석을 거쳐 MZ세대 관련 세부감성 요인을 도출하였다. 다음은 SNS 텍스트를 인용하여 긍정 및 부정 감성의 요인들을 구체적으로 제시하고자 한다. 특히 텍스트 내용을 살펴본 MZ세대를 바라보는 외부감성(기성세대 감성)과 MZ세대 본인의 감성을 분류하여 제시한다.

표 3. 감성단어 빈도수
Table 3. Emotional word frequency

감성 범주	세부 감성	세부감성요인	건수	빈도(%)
긍정	호감	좋다	1401	47.59
		추천		
		좋아하다		
		성장하다		
		사랑스럽다		
	기쁨	웃다	240	7.82
		행복하다		
		대박		
		최고다		
		즐겁다		
	흥미	새롭다	527	15.97
		이색적이다		
		재미있다		
특별하다				
부정	거부감	싫다	443	15.76
		어렵다		
		심하다		
		심각하다		
		이상하다		
	두려움	주의	122	2.86
		걱정하다		
		불안		
		무섭다		
	슬픔	힘들다	120	4.3
		울다		
		포기하다		
		우울하다		
놀람	아쉽다	46	1.99	
	충격			
	놀랍다			
	깜짝			
	깜작스럽다			
통증	아프다	21	0.84	
	답답하다			
	딱딱하다			
	무겁다			
분노	찢어지다	87	2.88	
	밟다			
	불만스럽다			
	짜증			
		화나다		
		무시당하다		
total			3007	100%

V. 분석결과

1. MZ세대를 바라보는 외부 감성

1) 긍정 감성

(1) MZ세대의 개성과 당당함에 대한 호감

최근 대중의 'MZ세대' 관련 감성으로 가장 높은 감성은 긍정적 감성 '호감'이다. 전체 9개의 정서 카테고리 중 47.59%에 달한다. '호감'의 주된 긍정적 세부감성 요인 1위는 '좋다'이다. 기성세대들이 볼 때 MZ세대만의 긍정적 패기와 개성을 좋게 보는 호감정서가 많다. SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

요즘 친구들은 상상을 넘는 실력과 밝음이 좋다. 다 천재야..우리 때와는 다르다. 60~80년대 동안 쌓인 고전들을 원없이 섭렵 가능하고 거기에 MZ 세대만의 당당함이 더해진게 너무 좋고 부럽다. 딱 30년 전으로 회춘하여 같이 즐기고 싶다(참깨 & 올리@blackzzam 2:10 AM · Jul 5, 2022).

(2) 새로운 가치관을 가진 MZ세대에 대한 흥미

흥미 감성은 전체의 15.97%이다. 흥미 감성의 세부감성요인 1위는 '새롭다'이다. MZ세대는 기성세대와는 달리 안정보다는 가치와 의미 및 새로움을 추구하는 흥미로운 세대로 인식되고 있다. SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

신선하게 새롭다. MZ세대가 몰고 온 프레시한 바람. 바로 MZ세대다. MZ세대는 기존 세대와는 전혀 다른 사고 체계를 지닌 것으로 보인다. 조직의 안정보다는 부업이나 이중직업이나 적극 투자로 수입을 창출한다. 저축보다는 돈을 가치있게 쓰는 것을 중요하게 여기는 흥미로운 세대이다. 정착보다는 여러 삶을 경험하는 가볍고, 하늘 아래 처음 등장한 새로운 것을 추구할 뿐 아니라 옛것도 새롭고 신선하게 해석한다(미래에셋증권 · 2022. 3. 17. 8:57).

2) 부정 감성

MZ세대를 바라보는 외부의 부정감성 요인들은 다음과 같다.

(1) MZ세대 결혼기피, 취업난, 빚투자 및 퇴사 트렌드

거부감 감성은 15/76%로 부정 감성 중 가장 높은 수치이다. 이 거부감 범주의 세부부정감성 요인 중 '심각하다'는 외부에서 볼 때 MZ세대의 결혼기피, 취업난, 빚투자 및 퇴사 트렌드의 심각성에 대한 우려를 나타낸다. MZ 세대의 결혼기피 현상을 걱정하는 SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

취업난, 집값 상승, 결혼관 가치 변화가 동시에 나타나면서 MZ세대의 결혼기피현상이 심각하다(일코노미, 2022, 5.26).

MZ세대의 취업난과 빚투자 현상을 걱정하는 SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

2030 청년들은 가장 스펙이 좋은 세대다. 그런데 대출 실업률은 유독 심각하다. 높은 경쟁률을 뚫고 취업해도 MZ 세대 청년들의 걱정은 사라지지 않는다. 이번 생애에 내 집 마련은 어려운 MZ세대의 현실. 시간이 지날수록 벌어지는 빈부 격차에 MZ세대는 고민이 많을 수밖에 없겠습니다(타카 · 2022. 7. 9. 21:34).

한편 MZ 세대는 힘들게 들어간 직장도 쉽게 퇴사하는 특징을 보인다. 이런 퇴사 트렌드는 기성세대를 당황시키고 있다. 거부감 범주의 세부부정감성 요인 중 '심하다'는 이런 트렌드와 연관된다. SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

MZ세대들의 퇴사 트렌드가 심하다. 이들의 이유있는 퇴사에 공기업 및 대기업이 당황하고 있다. MZ세대들의 미래가 보장되지 않는 퇴사, 고민없는 퇴사, 자유를 위한 퇴사, 재택근무선호, 주인의식이 없어서 퇴사 등 다양하다(상도동흔한개발자@MrJavaTkim·Mar 16, 2022).

(2) 끈대 취급하는 MZ 세대 미움

부정감성 중 분노는 전체의 2.88%이고 이 범주의 세부감성 요인으로 '밉다'가 있다. 이 감성에는 특히 '끈대' 취급하는 MZ세대들에 대한 원망이 담겨있다. SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

젊은 끈대 취급받는다. 그러나 30~40 상사의 입장에서 나도 할 말 있다. 개인주의, 자유분방, MZ세대 신입들은 일할때 불평이 많고, 책임감이나 의지는 적다. 기초적인 일에 대해 알려주는 것까지도 끈대라고 부르니 오히려 신입들 눈치 본다(도봉문화재단 · 2022. 1. 4. 10:37).

(3) MZ세대와 대화하기 힘들다

두 번째로 높은 부정감성 '슬픔'의 세부감성요인 중 '힘들다' 감성은 세대간의 의사소통이 힘든 기성세대들의 어려움을 나타낸다. SNS텍스트를 인용하면 다음과

같다.

요즘 아이들인 MZ세대 두 딸과 대화를 하기 힘들다. 냉정한 애들, 두 번 얘기 안 한다. 우리는 귀가 어두우니 우리가 노력해야한다. 너희들 신조어 갓생, 미닝아웃. 우리는 이미 먼저 실천하고 있고 우리도 그 루틴으로 하루하루를 살아가고 있다. MZ세대들이 우리도 소통을 위해 노력할 테니 우리가 잘 이해를 못하면 제발 한번만 더 이야기해 주겠니. 갈수록 귀가 어두워져서 그렇다. 그리고 말인데, 우리도 한때는 주름잡던 X세대였단다(편준마 장바구니, 2022,9,22,17:11).

2. MZ세대 트렌드에 대한 본인들의 감성

1) 긍정 감성

(1) 당당함, 발랄함 및 개성 세대라는 점 호감
‘호감’ 범주의 의 주된 긍정적 요인 1위인 ‘좋다’는 MZ세대 자신들의 특징에 대한 긍정적 자가평가를 하고 있음을 보여준다. SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

절대 기가 죽을 필요가 없어요 mz세대의 패기 너무 좋다(들@PIHDeul· Aug 18,2022).

진짜너무너무말랑말랑 사랑스러운개발랄mz세대라서 좋다블라블라@Bula_bula· Aug 28 2022).

니트 한팔만 빼고입어봐라 그게 패션이다. 접이 많으면 특징이 있어서 좋다. 자기만의 세계가 있으면 좋지. mz세대의 장점이지 (란프@Megg_farm· Sep 30, 2022).

(2) 소소한 성장주의 자부심

MZ세대는 개성과 독립을 중요하게 여기는 세대이다. 또한 갓생(신과 인생) 이라는 신조어 유행이 보여주듯, MZ세대는 개인적이고 확실하게 조금씩 성장하는 방법을 택한다. SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

우리 MZ세대가 ‘성장’에 집착한다는 건 이 연봉제 내지는 기업간 서열화에 대응하기 위한 개인적 노력의 일환이 아닌가 싶다. MZ세대는 ‘먼 미래보다 행복한 하루 살기’, ‘갓생살기’ 트렌드에 쫓는다. 소확행. 루틴. 아침의 물 한 잔, 하루 한 번 칭찬, 퇴근 후 ‘홈 트레이닝’하기 등등 소소하고 건강하게 하루하루를 작은 활동으로 채워가고 입증하는 ‘습관 형성 챌린지’가 확산된다 (Montana_SF@Montana_SF2·Sep 5 7:56 AM · Sep 5, 2022).

2) 부정감성

(1) 일반화에 대한 거부감

가장 높은 부정적 감성 범주인 ‘거부감’의 세부감성 요인 1위는 ‘싫다’ 이다. 이 감성은 정작 MZ세대 당사자들은 MZ세대로 획일적, 일반화되는 것에 거부감을 갖고 있다는 것을 나타낸다. SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

나도 MZ 세대의 일원이다. 나는 우리를 일반화를 하는 게 너무 싫다. MZ 세대론의 문제점 중에 가장 많이 지적되는 것이 바로 지나치게 스펙트럼이 넓다는 점인데, 나는 딱 그 스펙트럼의 중심 즈음에 있다. MZ세대라고 해서 모든 사람이 그 특징을 가지고 있는 것도 아니고, MZ 세대가 아니라 해서 그 특징을 가질 수 없는 것도 아니다(성지·2022. 7. 11. 23:28).

(2) 세대 및 젠더 갈등과 기성세대보다 심한 경쟁에 대한 거부감

부정감성 ‘거부감’의 세부감성요인 ‘심하다’와 ‘심각하다’는 MZ세대들이 느끼는 기성세대 및 젠더 갈등과 심한 경쟁의 ‘심각한’ 현실을 반영한다. 세대 갈등에 대한 SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

나는 MZ세대이다. MZ세대는 참 애매하고 서럽다. 어떨 땐 아이 같지만 어떨 땐 어른 같은 세대. 그야말로 복잡한 혼돈의 세대들이다. 특히 기성세대들과 갈등이 심하다. 전 세계를 찾아봐라. 우리나라처럼 이렇게 세대간 갈등 심한 나라 없다. 부모님과과의 갈등과 소통 불가는 MZ세대라면 모두 공감(글토닥@Dec 11. 2021)

젠더 갈등에 대한 SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

우리사회 남성과 여성 사이에 젠더 갈등 ‘심각하다’. 젠더 갈등이 ‘심각하다’고 본 MZ세대가 거의 90%에 육박한다(시대를 보는 눈·2021. 7. 19. 14:44).

MZ세대의 심한 경쟁에 대한 SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

기성세대 왠, MZ세대는 풍족하게 누린다. 마음만 먹으면 더 기회가 많다. 쓸 거 다 쓰면서 없다고 한다. 나 때는 가난해서 먹을 것도 없었다. MZ세대 왠, 기회가 없다. 기성세대를 부양해야 한다. 부모세대보다 못 산다. 우린 경쟁이 너무 심하다(투자자와 여행·2022. 9. 16. 8:16).

(3) 풍요로운 시대 & 상대적 실패감

‘슬픔’의 세부감성요인 ‘우울하다’는 모든 것이 풍요로운 세상에서 상대적 실패감을 느끼는 MZ 세대들의 현실을 반영한다. 또한 한탕주의를 선택할 수 밖에 없는 우울한 현실을 시사한다. SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

나는 MZ세대라는 말이 싫다. MZ세대로 살아가는 나는 이렇게 정의한다. MZ 세대란, 실패를 허락받지 못한 우울한 세대이다. 오늘날은 어느때보다도 풍요로운 시대이다. 그 풍요가 세대를 가르고 망치고 있다. 한탕주의에 빠지기 쉬운 하이리스크, 하이리턴의 길목들이 우릴 유혹한다. 그리고 모든 조명은 성공한 자를 비추고 있다(2030대의 여러 이야기 비센터 2022. 9. 26. 00:33).

(4) 예고된 기후재앙 속에서 살아야 하는 슬픔

부정 감성 중 두 번째로 높은 감성은 48%의 ‘슬픔’이다. ‘슬픔’의 세부감성요인인 ‘힘들다’ 감성은 MZ 세대들의 환경 관심 트렌드와 관계있다. 기후 재앙 시대를 살아가야하는 자신들의 슬픔과 힘겨움을 표현한다. SNS텍스트를 인용하면 다음과 같다.

지금 MZ세대는 아이를 낳아서는 안 될것 같다. 무슨 나라 망하게 하는 소리냐고? 기후 재앙속에 নিজ식이 갈가리 찢어죽는 모습을 보고싶지 않다면 낳지 않는게 좋겠다는 것이다. 조금만 자세히 들여다봐라 탄소중립은 70억명이 하는 조별과제이고 마감은 바로 코앞이다. 7명 조별과제도 힘들다!(에이커@eggiscomming·Sep 16 2022).

VI. 결 론

본 연구에서는 SNS 빅데이터 감성분석 방법을 통해 ‘MZ세대’에 대한 대중 감성을 살펴보았다. 분석을 위해 소비자 계정 SNS 텍스트를 살펴보고 내용상 외부 감성(기성세대)과 MZ세대 본인들의 감성을 분류하여 긍정 및 부정 감성 요인들을 제시하였다. 이에 따른 결론은 다음과 같다. 우선, ‘MZ세대’ 관련하여 호감과 흥미의 긍정정서가 72.1%로, 부정적인 감성비율 27.9 % 보다 높았다. 긍정감성에서 기성세대들은 ‘MZ세대의 개성과 당당함에 대한 호감’, ‘새로운 가치관을 가진 MZ세대에 대한 흥미’를 보였다. 이에 비해 MZ세대들은 ‘자신들의

당당함, 발랄함 및 개성 세대’라는 점과 ‘소소한 성장주의’에 대한 자부심을 갖고 있다. MZ세대 외부의 부정감성은 ‘MZ세대의 결혼기피, 취업난, 빚투자 및 퇴사 트렌드에 대해 걱정’, ‘꼰대 취급하는 MZ세대 미움’, ‘MZ세대와 대화하기 힘들’으로 나타났다. 한편, MZ세대 본인들이 느끼는 부정감성은 ‘일반화에 대한 거부감’, ‘세대 및 젠더 갈등과 기성세대보다 심한 경쟁에 대한 거부감’, ‘풍요로운 시대의 상대적 실패감’, ‘예고된 기후재앙 속에서 살아야 하는 슬픔’으로 나타났다. 따라서 기성세대는 MZ세대를 일반화하여 바라볼 것이 아니라 개인으로 보아야 하며, 세대간 이해와 공감으로 갈등을 완화해야한다. 넷째, 세대 갈등, 젠더 갈등 및 환경문제 해결을 위한 공동체적인 고민의 필요성이 있다.

본 연구의 의의는 ‘MZ세대’ 관련 SNS 분석을 통해 대중감성의 세부 요인을 분석했다는 점이다. 또한 MZ세대 관련 부정 감성에도 주의를 환기시킴으로서 MZ세대 심리정서 이해를 위한 기초자료로서의 의의가 있다. 본 연구의 한계점은 연구자의 주관성이 정량적 소셜 빅데이터 자료를 분석에 개입되었을 가능성이 있다. 또한 데이터 수집 기간이 1년으로 설정되어 있어서 과거나 미래를 아우르는 시계열적 분석에는 신뢰도가 떨어진다. 데이터에서 성별이나 사회맥락 관점의 고려가 누락되었다는 점도 이 연구의 한계이다. 따라서 차후 MZ세대 관련 연구에서는 이러한 한계점들이 보완될 필요가 있다.

References

- [1] kostat.go.kr/
- [2] Choi Saet-byul. “The Story of the MZ Generation in Korea: Beyond the Common Sense of the Older Generation”. *Orbis Sapientiae*. Vol. 32. 1-15. 2022.
- [3] Park Min-jin, Min Bo-kyung, Lee Min-joo “A study on the happiness of future generations : focusing on MZ generations”, *Journal of the Korean urban management association*, Vol. 34. no.4. 121-147. 2021.
- [4] Kang Yu-rim, Kim Moon-young, “An exploratory study on the lifestyle characteristics of the MZ generation : a focus on the 2010-2020 studies”. *Fashion & textile research journal*. Vol.24 No.1, 81-94. 2022.
- [5] Kim Eun-kyung, Kim Ji-eun. “A Study on Changes

- in Body Shape of MZ Generation (2030s) Women for Clothing Construction - Focused on the 7th and 8th Size Korea's Anthropometric Data". *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, Vol.24 No.3, 111-125. 2022.
- [6] Sim Hyeon-jun, Sun Sup-hee. "A Study on the Preference and Preference Factors of Home Furnishing Products in Single-person Households of MZ Generation". *Industrial design*. Vol.15 No.4. 65-75. 2021.
- [7] Lee Kyu-Hong, Jeong Seong-Sung. "A study on the spatial expression characteristics of lifestyle hotels for the MZ generation". *Journal of the Korea Institute of the Spatial Design*. Vol.17 No.1 239-252. 2022.
- [8] Sa Hye-ji. "A Study on the Strategic Value of Multi-Persona in Metaverse From a Place-Branding Perspective- Focusing on MZ Generation". *A Journal of Brand Design Association of Korea*. Vol.20 No.3, 113-127. 2022.
- [9] Lee Kyung-eun, Jang Dong-ryun. "A Study on the Generation MZ Users' Perception of Metaverse in Public Libraries" *Journal of Information Management*. Vol.20 No.1, 245-262. 2022.
- [10] Kim Ki-yeon, "The Study on Typologies of Generation MZ's Lifestyle Change in the New Normal Era". *Journal of KSSSS*. Vol.- No.59. 27-47. 2022.
- [11] Kim Jung-in. "Perceived (In)Justice and Response Behavior of Civil Servants of MZ Generation Using Farrell Model: Comparative Study of MZ Generation and Older Generation Civil Servants". *Korea Public Administration Journal*. Vol.30 No.4. 141-175. 2021.
- [12] Kim Soo-jung. "A Study on Factors Affecting Generational Happiness: Focusing on the differences between Baby Boom Generation, Generation X, and Generation MZ". *social science research*. Vol.35 No.1, 29-58. 2022.
- [13] Jeon Ki-jae, Shin Sueng-a, Sung Jun-young. "A Comparative Study on the Conspicuous Consumption and Symbolic Consumption according to the Exercise Participant of the MZ Generation: Focused on Martial Arts, Golf and Bodybuilding". *The Journal of Korean Alliance of Martial Arts*. Vol.24 No.1. 41-50. 2022.
- [14] Kim Mi-kyung, Jang An-ri, "An exploratory study to understand the environmental awareness and behavior and social media role of Generation MZ: using in-depth interviews". *Advertising PR Practical Research*. Vol.15 No.3, 37-66. 2022.
- [15] Kim Mi-kyung, Jang An-ri, "Exploratory Study on Pro-environmental Awareness and Behaviors of MZ Generation: The Role of Social Media and Pro-environmental Campaigns". *ADVERTISING RESEARCH*. Vol.- No.134, 88-131.2022.
- [16] Kim Do-hee. "A Critical Study on the 'Open-run to Gallery' Phenomenon of MZ Generation". *The Journal of Humanities and Social science*. Vol.13 No.4. 79-94. 2022.
- [17] Jeong Jae-won. "A Study of Carl G. Jung's 'Individuation Process' for Recovery of Relationship of the MZ Generation: From the Perspective of Christian Education". *THEOLOGICAL FORM*. Vol.109 No.- ,221-272. 2022.
- [18] <http://www.textom.co.kr>.