

# Factors Influencing Adolescents' Empty Self: Focusing on Gender Differences\*

Jae Woong Shim\*\*

Sookmyung Women's University

## Abstract

This study aimed to explore the factors associated with adolescents' empty self phenomenon. This study conducted an integrative analysis of determinants of empty self formation, incorporating both environmental and media-related factors. Specifically, using a sample of middle- and high-school students, we examined how life satisfaction and perceived economic status, along with media-use attitudes, social media platform use, and vulnerability to fake news, influence adolescents' empty self formation. To this end, a survey was administered to 300 adolescents. The results showed that, among girls, a stronger empty self was associated with lower life satisfaction, more unconscious and automatic app use, and greater vulnerability to fake news. Among boys, a stronger empty self was associated with lower life satisfaction, more unconscious and automatic app use, heavier social media platform use, and greater vulnerability to fake news. Although the predictors and directions of associations were largely similar for girls and boys, social media platform use emerged as a significant factor only among boys, suggesting that media use is more closely linked to boys' empty-self formation. Finally, the study discusses the theoretical extension of the empty self concept and the theoretical and policy implications of the findings from a media education perspective.

## Keywords

Mental health, Adolescent, Empty-self, Social Media, Media Education, Hate

---

\*This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea (NRF-2020S1A6A3A03063902).

\*\* First Author. Sookmyung Women's University. jwshim@sookmyung.ac.kr

# 청소년의 텀 빈 자아 형성 요인에 관한 탐색적 연구: 성별에 따른 차이를 중심으로\*

심재웅\*\*

숙명여자대학교

## 요약

텀 빈 자아는 내면에 아무것도 없는 듯한 공허한 자아를 의미하며, 정서적 공허함과 낮은 자존감이 주요 속성이다. 심해지고 있는 청소년 정신건강의 위기와 함께 이 개념에 주목할 필요가 있다. 이 연구에서는 청소년의 텀 빈 자아 형성에 영향을 미치는 요인을 환경적 요인과 미디어 요인을 포함해 종합적으로 분석했다. 구체적으로 중학생과 고등학생을 대상으로 삶의 만족도, 경제 수준 및 미디어 이용 태도, 소셜미디어 플랫폼 이용, 가짜뉴스에 대한 취약성이 이들의 텀 빈 자아 형성에 어떤 영향을 미치는가를 분석했다. 이를 위해 청소년 300명을 대상으로 설문조사를 실시했다. 분석 결과, 여학생은 삶에 대한 만족도가 낮을수록, 앱 이용 행위가 무의식적이며 자동으로 이뤄질수록, 가짜뉴스에 취약할수록 텀 빈 자아가 강화되는 것으로 나타났다. 한편, 남학생은 삶에 대한 만족도가 낮을수록, 앱 이용 행위가 무의식적이며 자동으로 이뤄질수록, 소셜미디어 플랫폼 이용이 많을수록, 가짜뉴스에 대한 취약성이 클수록 강화되는 것으로 나타났다. 여학생과 남학생의 텀 빈 자아에 영향을 미치는 요인과 그 방향성은 유사하지만, 남학생의 경우에는 소셜미디어 플랫폼 이용이 유의미했다. 미디어 이용은 남학생의 텀 빈 자아와 더 밀접하게 관련되는 것으로 나타났다. 텀 빈 자아 개념의 이론적 확장과 연구 결과의 이론적·제도적 함의를 혐오와 미디어 교육 차원에서 논의했다.

## 주제어

정신건강, 청소년, 텀 빈 자아, 소셜미디어, 미디어 교육, 혐오

---

\* 이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임.  
(NRF-2020S1A6A3A03063902)

\*\* 주저자, 숙명여자대학교. jwshim@sookmyung.ac.kr

## I. 들어가며

한국 청소년의 정신건강은 한마디로 적신호다. 청소년의 스트레스와 우울감, 삶의 만족도 및 주관적 행복감 등 정신건강을 나타내는 수치들이 이를 잘 보여준다. 한국의 어린이·청소년 행복지수와 삶의 만족도는 OECD 22개 국가 중 최하위이며, 외로움 지수는 두 번째로 높다(염유식, 2021). 2024년 통계에서 중고등학생의 스트레스 인지율은 37.3%로 나타났다. 고등학생과 중학생은 각각 37.6%와 37%로 별 차이가 없지만, 여학생이(44.2%) 남학생(30.8%)보다 스트레스를 더 많이 느끼고 있었다(여성가족부, 2024). 우울감 역시 중학생(26.3%)과 고등학생(25.6%) 간 차이는 없었지만, 여학생(30.9%)이 남학생(21.4%)보다 높았다. 학교 밖 청소년의 정신건강은 문제가 더 크다. 보건복지부의(2024) 조사에 따르면 이들의 53.3%가 정신장애 진단 기준을 충족한 적이 있다. 2주 이상 무기력하며 식용과 체중이 변하고 불면증이나 자신감이 떨어지는 주요우울장애 증상이 20.9%로 가장 많았다. 정신건강 문제가 극단적으로 나타나기도 한다. 2023년 15개 응급의료기관에 내원한 중독 환자 7,766명 중 10대가 10.9%(848건), 10대 미만이 3.4%(264건)로 나타났다. 10대 여자 청소년의 경우, 자해나 자살 목적의 의도적 중독 사례가 572건이었는데, 이는 20대 여성 다음으로 높은 결과다(질병관리청, 2024). 아동·청소년의 사망원인 1위는 자살이다. 12~14세 청소년의 자살은 2016년 1.3명에서 계속 증가해 2021년에는 5명으로 나타났다. 15~17세는 2009년 9.1명에서 2020년 9.9명, 2021년 9.5명으로 나타났다(통계개발원, 2024).

이와 관련해 청소년의 정신건강 문제의 원인을 밝히려는 연구와 관련 정책을 모색하는 연구들이 많이 진행되었다. 학교 성적이나 친구 관계, 가정의 경제적 형편 등이 청소년들의 정신건강에 영향을 미치는 주요 원인으로 밝혀졌다(보건복지부, 2024). OECD(2025)는 코로나 이후 청소년의 사회적 고립 심화, 기후 위기 및 전쟁과 갈등 고조, 교육의 질적 하락 등의 문제를 원인으로 진단했다. 최근에는 청소년 우울 증상의 급속한 증가가 소셜미디어 이용의 증가와 동시에 발생하고 있다는 점에 주목하는 연구도 등장하고 있다(Twenge, 2020). 이러한 연구들은 청소년의 정신건강에 부정적 영향을 미치는 일부 요인들을 밝혀냈다는 점에서 의미가 있다. 하지만 대부분 묘사적 차원에 머물고 있으며, 연구 결과를 통한 대안이 기능적이라는 한계가 있다. 예를 들어, 청소년의 우울과 불행감으로 이어지는 대표적인 요인의 하나가 학교 성적이다. 이는 성적 지상주의로 인한 치열한 경쟁으로 나타나는 결과인 만큼 청소년에게 과도한 부담과 스트레스를 주지 않는 정책을 만들어야 한다는

식이다.

이 연구에서는 청소년의 정신건강 문제에 대해 이들이 느끼는 공허함에 초점을 맞추고자 한다. 기존 연구에 따르면, 공허함은 불안감, 우울증, 자살 충동이나 자살 등 정신건강과 깊은 관련이 있다. 공허함이 클수록 무감각하고 각종 관계와의 단절감, 만성적인 지루함을 자주 느낀다. 공허함은 단순한 상태가 아니라 사람이 경험할 수 있는 가장 고통스러운 감정이며(D'Agostino et al., 2020), 계속해서 누적되는 증상이다. 자나리니와 동료들(Zanarini, 2007)은 추적조사를 통해 경계선 성격장애 증상은 대개 8년 이내에 완화되지만 공허함은 10년 후에도 남아 있다는 사실을 발견했다. 특히 공허함은 정신건강 문제를 겪고 있는 개인에게서 더 심각하게 나타난다.

이러한 공허함의 특성을 고려할 때, 발달 과정에 있는 청소년의 자아 형성에도 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다. 청소년기 자아 형성에는 가정, 학교, 미디어 등 환경요인의 영향이 크다. 청소년기에 계속해서 공허함을 경험하면서 청소년은 이에 기반한 자아를 형성할 수 있다. 공허함에 관한 대표적인 개념이 텅 빈 자아(empty self)다. 텅 빈 자아는 내면에 아무것도 없는 듯한 공허한 자아를 의미하며, 정서적 공허함과 낮은 자존감이 주요 속성이다(Cushman, 1990). 2차 대전 이후 자본주의와 신자유주의라는 새로운 환경에서 사회적 연결이 단절되고 소외되며 전통과 문화의 기능이 제대로 작동하지 않으면서 등장한 새로운 자아 유형이다(Cushman, 1990, Grant, 2020). 본 연구의 목적은 쿠시만의 텅 빈 자아 개념을 바탕으로 청소년의 공허한 자아 형성에 영향을 미치는 요인을 밝히는 데 있다.

특히 이 연구에서는 소셜미디어(SNS) 이용이 청소년의 텅 빈 자아 형성에 미치는 영향에 주목한다. 지금까지 이 개념은 미디어 분야에서는 거의 적용되지 않았다. 하지만 공허함이 미디어 이용으로 이어진다는 기존 연구들과 청소년의 SNS 중독 관련 연구들은 소셜미디어 이용이 청소년의 텅 빈 자아 형성으로 이어질 가능성을 보여준다. 예를 들어, 공허함을 자주 느끼는 청소년일수록 인터넷 중독 가능성이 높았다(송수민·박승민, 2008). 공허함을 고립과 외로움, 자기조절 실패, 비현실성으로 정의했을 때, 고립과 외로움 및 비현실성이 높을수록 페이스북 이용량이 많았다(김형지·김영임·허은, 2016). 청소년에게 유행하고 있는 셀카는 그들의 공허함을 보여주는 행위이기도 하다. 한병철(2016)은 자기 이익만을 추구하는 가운데 타인과 공감하고 관계를 형성하는 능력이나 방법을 잃어버리면서 발생하는 공허함을 채우려는 강박적인 행위를 셀카의 본질로 본다. 따라서 셀카는 공허한 자신을 외부로 드러내는 행위이며, 셀카는 역설적으로 공허함을 반복한다는 것이다.

한국 사회에서 청소년을 둘러싼 환경과 제도는 이들을 더 고립시키며 학업을 통한 성공만이 가장 중요한 가치라는 인식을 공고하게 만들고 있다. 여기에 과도한 SNS 이용은 청소년의 공허함을 더 강화하고 있다. 이러한 맥락에서 텅 빈 자아 형성에 영향을 미치는 요인을 환경적 요인 및 미디어 요인과 함께 종합적으로 살펴볼 필요가 있다. 구체적으로 이 연구에서는 중학생과 고등학생을 대상으로 삶의 만족도, 경제 수준을 포함해 최근 미디어 환경을 고려해 미디어 이용 태도, 소셜미디어 플랫폼 이용, 가짜뉴스에 대한 취약성이 이들의 텅 빈 자아 형성에 어떤 영향을 미치는가를 분석했다. 특히 성별에 따라 이러한 영향이 서로 다르게 나타나는지를 분석했다. 이 연구 결과는 텅 빈 자아 개념을 이론적으로 확장하고 정책적·제도적 차원의 함의를 도출할 수 있을 것으로 기대한다.

## II. 이론적 논의

### 1. 텅 빈 자아에 관한 이론적 논의

19세기 중반 서구사회는 열심히 일하고, 근면하고, 도덕적 규율을 따르는 프로테스탄트 윤리를 충실하게 따르는 자아가 지배적이었다. 따라서 체계적인 계획, 자기통제와 금욕 등 신의 명령을 따르는 것이 가장 중요한 가치로 여겨졌다. 주어진 규범을 수용하고 부여된 역할을 성실하게 수행하면서 자아 정체성을 확립한 시기라는 의미에서 트릴링(Trilling, 1972)은 이 당시의 자아를 성실성에 기반한 자아로 부른다.

그러나 제2차 세계대전은 전통적 가치체계와 사회적 연결망을 붕괴시키고 공동체 기반을 무너뜨리면서 사회문화 전반에 걸친 광범위한 구조적 변동을 초래했다. 당시 새롭게 대두한 자본주의 기반의 경제 체계는 사람들의 삶의 영역과 소비를 급격하게 바꾸었다. 성적·공격적 충동을 억누르고 돈을 아끼고 검소해야 한다는 전통적 가치가 사라지고, 돈을 쓰고 자신의 충동을 추구해야 한다는 의식이 빠르게 수용되기 시작했다(Lears, 1983). 과도한 물질주의와 그로 인한 소비주의가 심화하는 전후 경제 변화 속에서 19세기와는 다른 자아가 형성되기 시작했다. 쿠시맨(Cushman, 1990, 1996)은 이처럼 물질적 가치의 우위가 공고해지고 소비주의적 행태가 강화되면서 새롭게 등장하는 자아의 핵심을 공허한 자아로 보고, 텅 빈 자아라는 개념을 제시했다. 그는 내면의 공허함을 채우기 위해 자연스럽게 저항할 수 없는 충동에 따라 소비하도록 만들어진 존재인 텅 빈 자아가 지배적 형태로 등장했다고 주장했다.

텅 빈 자아는 전통적 자아에 비해 여러 가지 면에서 다르다(Cushman, 1990, 1996). 규범을 중시하고 부여된 역할에 가치를 내면화하면서 정체성을 확립했던 시기와는 달리, 순간적인 자극의 가치를 중요하게 여기고, 충실함보다는 기회를 엿보고 당장의 효율성을 추구한다. 솔직하고 진실한 가치보다는 타인을 즐겁게 만들고 이용하는 능력이 더 중요한 가치로 인식되며, 안정보다는 이동과 변화를 추구하는 특징을 보인다. 텅 빈 자아는 자립적 개인주의와 자율성, 자기 충족을 추구하면서 필요에 따라 주변 환경을 바꾸고 지배하려는 강한 욕구를 보이는 긍정적 측면도 있지만, 공동체와 삶의 의미 상실, 고립감, 가치관의 혼란, 우울증, 낮은 자존감, 타인과의 관계 형성의 어려움 등의 대가도 따른다는 면에서 관심이 필요하다(Reeves, Baker, & Trulck, 2012).

무엇보다 텅 빈 자아는 항상 내부의 부족함을 채워야 한다는 만성적인 정서적 욕구로 이어진다는 면에서 중요하다(Cushman, 1990, 1996). 이때 사람들은 대부분 불필요한 재화를 끊임없이 획득하려 한다든지 과도한 소비로 해결하려는 경향을 보이기 때문이다(Lance, 2019). 그 결과 약물 남용, 알코올 중독, 섭식장애, 지속적인 연인 관계 실패, 정치인과 셀럽에 대한 과도한 몰입으로 이어진다. 예를 들어, 청소년들은 내부의 부족함을 달래기 위해 연예인으로부터 외적인 충족을 적극적으로 추구하게 된다. 심재웅과 황재원(2016)은 미디어를 통한 연예인과의 관계 형성은 어떤 청소년에게는 문제해결책을 제공한다고 주장한다. 즉, 연예인이 무엇을 입고 먹는지, 무엇을 하며 어떻게 하는지 등을 관찰하면서 자아의 빈 곳을 채운다는 것이다. 하지만 공허함에서 벗어나기 위한 여러 노력과 시도는 일시적인 해결책일 뿐, 역설적으로 스스로 자기를 소외시키는 결과로 이어진다(Lance, 2019).

2차 대전 이후 대중적으로 발전하기 시작한 신문과 잡지, 방송 등 대중매체와 상업광고는 텅 빈 자아를 더욱 지배적인 형태로 강화하는 중요한 기제로 작용했다. 대중매체와 상업광고는 인간의 탐욕이나 질투, 소비 등이 자연스럽게 보편적이라는 점을 강조하면서 소비주의가 본격적으로 모든 부분에서 고착되도록 만들었다. 특히 영화와 음악 산업은 연예인이라는 스타를 생산하면서 이러한 가치를 극대화하는 중요한 도구로 작용했다. 또한 상업광고는 특정 제품을 소비하거나 광고 모델과 자신을 동일시하면 자신의 삶을 바꾸고 성취감을 느낄 수 있다는 메시지를 전달하면서 텅 빈 자아에 대한 해결책을 제시하는 것처럼 작용했다. 그러나 대중매체와 상업광고가 제공한 것은 정서적 허기를 달래면서 텅 빈 자아를 치유할 수 있다는 환상일 뿐이다. 음식, 물건 소비, 화려한 연예인 등으로 채워지는 자아는 치료받는 것처럼 느껴지지만, 역설적으로 그 정도가 심해지는 악순환이 반복된다

(Lance, 2019; Henley, 2002).

텅 빈 자아에 관한 실증 연구들은 정서적 공허함이 다양한 소비 형태로 이어질 수 있다는 점을 보여준다. 예를 들어 텅 빈 자아는 과도하거나 부적절한 소비(malconsumption)를 부추기면서 개인과 우리 환경에 더 큰 해를 끼치는 악순환으로 이어진다(Hillcoat & van Rensburg, 2014). 심리적 공허함이 큰 소비자일수록 시각적으로 디자인 밀도가 높은 제품을 더 긍정적으로 판단하기도 한다. 수와 동료들(Su, Wan, & Jiang, 2019)은 심리적 공허함이 클수록 스마트폰 케이스에 더 많은 스탬프를 붙이거나 그린다는 점을 발견했는데, 이는 밀도가 높은 디자인 패턴을 통해 사회적 배제로 인한 심리적 공허함을 완화해 주기 때문이라고 해석했다. 사회적으로 배제된 소비자들은 심리적으로 공허함을 느끼며, 이러한 공허함을 채우려는 동기가 특정한 행동으로 이어진다(Henley, 2002). 이러한 행동은 “은유적으로 내적 충만감을 제공하고, 일시적으로 공허함에서 오는 부정적 감정을 완화해 준다”(Su et al., 2019, p. 809).

텅 빈 자아 개념에 대한 비판도 다수 존재한다. 예를 들어, 쿠시만은 공허함을 자본주의 내에서 주체성이 구성되는 과정에서 형성되는 것으로 보지만, 프롬(Fromm)과 같은 학자들은 공허함은 인간 조건에 내재하고 있으며 자본주의가 이를 더욱 악화하고 착취하는 것이라고 본다(Grant, 2020). 또한 텅 빈 자아 개념이 제시된 이후 개념에 관한 재정립 연구가 몇 차례 이뤄졌다.

하지만, 텅 빈 자아는 최근의 디지털 미디어 상황에서 자아와 관련한 연구에 많은 시사점을 제공할 것으로 보인다. 예를 들어 인스타그램이나 틱톡처럼 무한한 연결이 가능하며 촉진하도록 설계된 플랫폼들은 비교문화를 조장하고 사회적 소외를 악화시킨다. 이용자들은 자신의 자아보다는 다른 사람들이 원하는 모습의 자아를 형성하고 표현한다. 타인이 정교하게 연출해 제시한 삶의 모습과 자신의 삶을 끊임없이 비교하게 되고, 그 과정에서 불충분함과 실존적 공허함을 자주 경험하게 된다. 특히 청소년의 과도한 SNS 이용은 감정과 목적 없이 기계적으로 삶을 살아가고 있으며 내면이 비어 있다는 느낌을 더욱 강화한다. 자신을 타인에게 보이지 않는 투명한 존재로 느끼면서 타인과의 단절이나 소외감을 크게 느끼도록 한다(Herron & Sani, 2022).

기존 연구에서 텅 빈 자아는 주로 독립변수로 다루졌다. 예를 들어, 리브스와 동료들(Reeves et al., 2012)은 텅 빈 자아의 한 특징인 낮은 자존감을 측정해 물질주의, 충동구매, 연예인 숭배와 강한 상관관계가 있다는 점을 발견했다. 반면 텅 빈 자아를 형성하거나 강화하는 요소들에 대한 경험적 연구는 찾아보기 어렵다. 특히 미디어 이용이나 미디어

이용태도 등이 텅 빈 자아에 어떻게 영향을 미치는가에 관한 연구는 없다. 다양한 외적 환경의 변화와 함께 계속해서 변화해 가는 상태 변인으로서 텅 빈 자아에 관한 연구가 필요한 이유다.

## 2. 텅 빈 자아에 영향을 미치는 요인

전술한 바와 같이 텅 빈 자아에 영향을 미치는 요인은 환경적 요인과 미디어 관련 요인으로 구분해 볼 수 있다. 이와 관련한 연구는 진행된 바가 없지만 환경적 요인으로는 삶의 만족도와 경제 수준을 고려할 수 있다. 한편, 기존 연구에 근거해 미디어 관련 요인으로 앱 이용 행위, 소셜미디어 플랫폼 이용, 가짜뉴스 취약성 등을 고려할 수 있다.

### 2.1 삶의 만족도와 경제 수준

삶의 만족도는 개인이 느끼는 행복의 정도로 주관적 안녕감을 의미한다. 기존 연구에서 삶의 만족도는 대부분 종속변수로 간주해 삶의 만족도에 영향을 미치는 요인을 밝히는 탐색적 연구가 많았다. 예측변수에는 사회성, 소득수준, 종교, 민족성, 건강, 네트워크 등이 있다. 미디어 관련 변수도 직접 혹은 매개변수를 통한 간접적 영향을 미치고 있었다. 예를 들어, SNS에서 배제를 경험한 청소년일수록 삶의 만족도가 낮았다(Wang et al., 2025). 이 과정에서 청소년의 자존감은 SNS 배제 경험과 삶의 만족도를 매개한다. 즉, SNS에서 자주 배제될수록 자존감이 떨어지고, 이는 삶의 만족도를 더욱 떨어뜨린다. 박현지(2024)의 연구에 따르면, 대학생의 SNS 이용과 삶의 만족도 관계가 문화적 차이에 따라 달랐다. 유연한 서양 문화권의 경우, SNS 이용이 활발할수록 삶의 만족도가 높아지지만, 경직적인 동양 문화권의 경우 타인과의 연결을 통한 사회적 유대감이 삶의 만족도에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 학교 밖 청소년의 온라인 사회자본과 삶의 만족도에 관한 연구 결과 직접적인 효과는 발견되지 않았지만, 학교 밖 청소년의 온라인 사회자본 형성과 축적을 통해 이들의 내적 임파워먼트가 높아지며 이를 매개로 삶의 만족도가 높아지는 것으로 나타났다(양경해·강현아, 2023). 모든 연령대에 걸쳐 스마트폰기 활용 능력은 비판적 이해 역량의 매개 작용을 통해 삶의 만족도에 영향을 미치고 있었다(엄혜미·강소라, 2023).

한편, 삶의 만족도를 독립변수로 간주한 연구도 진행된 바 있다. 일반적으로 건강한 사람일수록 삶의 만족도가 높지만, 반대로 삶의 만족도가 높을수록 정신건강에 긍정적인 영향도 나타난다(Habibov & Afandi, 2016). 삶의 만족도가 높을수록 온라인에서 충동구매

욕구와 행위가 줄어드는 것으로 나타났다(Sezer, 2021).

이러한 연구 결과들은 삶의 만족도가 정신건강을 비롯해 다양한 삶의 영역에 영향을 미치거나 영향을 받는다는 사실을 의미한다. 본 연구에서는 청소년의 삶의 만족도를 그들의 텅 빈 자아에 영향을 미치는 독립변수로 설정했다. 삶의 만족도가 낮은 청소년일수록 텅 빈 자아 현상이 높아질 것이며, 남학생과 여학생에 따라 달라질 것이라 예상해 볼 수 있다.

연구문제 1. 청소년의 삶에 대한 만족도는 텅 빈 자아와 어떤 관련이 있는가? 성별로 이러한 관련은 다른가?

누군가의 사회적 지위 특히 경제적 수준은 그 사람의 정신적 및 육체적 건강에 큰 영향을 미친다. 마뮷(Marmot, 2004)은 사회적 지위에 따른 건강과 장수에 관한 저술에서 부(富)의 정도에 따라 건강 스펙트럼이 극단적으로 나타난다는 점을 밝혔다. 1972년부터 1991년까지 20년간 미국 남녀 약 8,500명의 평균 가구소득별 사망위험률을 조사한 결과 최하위 소득계층인 5등급의 사망위험률이 1등급 인구와 비교하면 4배가 높았다. 리와 앨런(Lee & Allen, 2023)은 남성의 소득수준이 우울증과 관련이 있으며, 이 과정에서 학력이 두 변수의 관계를 조절한다는 점을 발견했다. 즉 소득수준이 높은 남성에 비해 소득수준이 낮은 남성에게서 학력이 우울증에 미치는 영향이 더 컸다. 메타분석에서는 소득의 불평등과 우울증 간에 유의미한 상관관계가 나타났다(Patel et al, 2018). 국내에서도 가정의 경제적 수준에 따른 우울감, 불안감 및 스트레스와 관련한 연구 결과가 많다(예. 송연주 외, 2014). 우울감이나 불안감 및 스트레스는 텅 빈 자아가 경험하는 대표적인 증상이다. 이러한 결과를 통해 청소년이 자신의 가정에서 주관적으로 느끼는 경제 수준이 텅 빈 자아에 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다. 경제 수준이 어려운 청소년일수록 텅 빈 자아를 더 크게 느끼고 있을 것이다. 그리고 이러한 현상은 성별에 따라 다르게 나타날 것으로 예상할 수 있다.

연구문제 2. 청소년의 경제 수준은 텅 빈 자아와 어떤 관련이 있는가? 성별로 이러한 관련은 다른가?

## 2.2 미디어 이용 관련: 앱 이용 행위, 소셜미디어 플랫폼 이용, 가짜뉴스 취약성

미디어 교육의 핵심 요소 중 하나는 청소년이 미디어를 이용할 때의 태도, 다양한 미디어 플랫폼 이용 및 미디어 콘텐츠에 대한 대처 능력에 있다. 아직 이러한 요소들이 텅 빈

자아 형성과 어떤 관련이 있는가에 관한 연구는 진행되지 않았다. 여기에서는 미디어 이용 행위와 관련한 변수로 앱 이용 행위를, 미디어 이용 변수로는 소셜미디어 플랫폼 이용을, 콘텐츠 대처 능력 변수로는 가짜뉴스에 대한 취약성 변수를 제안했다.

### 2.2.1 앱 이용 행위

앱은 콘텐츠를 접하는 인터페이스다. 모바일 기기의 콘텐츠를 접하기 위해서는 앱에 대한 접근이 필수적이다. 앱을 이용하면서 이용자는 어떤 생각을 하는지에 대한 연구는 찾아보기 어렵다. 하지만, 앱을 이용하면서 자신이 무슨 목적으로 이용하는지를 의식하는 것과 무의식적이며 습관적으로 앱을 사용하는 것은 차이가 있을 수 있다. 미디어 교육 측면에서, 무의식적으로 앱을 사용한다는 것은 결국 플랫폼에 무비판적이며 앱 이용 방식이나 시간을 제대로 통제하지 못한다는 의미로 볼 수 있다. 그렇다면 텅 빈 자아의 관점에서 앱을 기계적이며 자동으로 이용하는 행위는 한편으로 무엇인가 부족한 부분을 채우려는 욕구 발현에 대한 대응 행위라고 볼 수 있다. 앱을 열 때 자동으로 연다든지, 별생각 없이 연다든지, 어떤 앱을 열었는지 기억하지 못하는 것은 미디어 교육에서 자신의 미디어 이용에 대한 숙고나 반성 측면에서도 바람직하지 못하다.

최근에는 앱 이용자에게 의식적 측면을 강조하려는 디자인 개발이 이루어지고 있다. 소위 넛지(nudge)를 적용하는 방식이다. 넛지는 기존 옵션을 가능한 한 금지하지 않고, 경제적 인센티브도 변경하지 않는 가운데 예측 가능한 방식으로 사람들의 행동을 바꾸는 선택 아키텍처(choice architecture)로 정의할 수 있다(Thaler & Sunstein, 2009). 앱 디자인에 넛지를 고려하는 이유는 사용자 스스로 선택의지를 행사할 수 있는 공간을 제공하는 취지다. 이 과정에서 앱 이용자는 의식적 차원에서 자신의 앱 이용과 선택 행위에 대해 반추할 수 있는 시간을 갖는다. 이러한 넛지 개념에 착안해 모바일 앱을 디자인한 결과 실험 참여자들이 자신의 소셜미디어 이용에 대해 더 통제력을 행사하며 부분적으로 자신의 스마트폰 이용 행위 시간을 줄이는 효과가 있음을 밝혔다(Roffarello & Russis, 2024). 이러한 내용을 고려할 때, 자동으로 앱을 열고 무의식적으로 이용하는 행위는 청소년의 텅 빈 자아를 더 강화할 것이며, 이는 성별에 따라 다르게 나타날 것으로 예상할 수 있다.

연구문제 3. 청소년의 앱 이용 행위는 텅 빈 자아와 어떤 관련이 있는가? 성별로 이러한 관련은 다른가?

### 2.2.2 소셜미디어 플랫폼 이용

소셜미디어 플랫폼이란 자신과 비슷한 관심사를 가지고 유사한 활동에 참여하거나 동등한 배경 또는 실제 연결망을 가지고 있는 타인과 사회적 관계를 구축하고 형성하는 인터넷 기반의 미디어로 정의할 수 있다(Tamitiadini, 2023). 또는 사용자가 생성한 콘텐츠, 사용자가 상호작용해 콘텐츠 생산에 직접 참여할 가능성, 사용자 간의 온라인 연결 기능이라는 3가지 구체적인 기술적 기능을 제공하는 정보 중개자로 정의되기도 한다(DeNardis & Hackl, 2015). 종합하면 소셜미디어 플랫폼은 이용자 간의 관계 형성을 촉진하는 네트워크 기반의 인터넷 매체로 이용자 생성 콘텐츠와 상호작용에 기반한 참여, 온라인 연결구조를 통한 참여형 중개 시스템이라고 할 수 있다.

소셜미디어 플랫폼 이용이 청소년에게 미치는 영향은 매우 크며, 소셜미디어 이용과 소셜 네트워크는 개인의 일상생활에서 필수적인 요소가 되었다. 미국 최근 조사에 따르면, 미국 청소년들 사이에서 유튜브와 틱톡을 통한 숏폼 콘텐츠 노출이 크게 늘었다(Pew Research Center, 2023).

미국 최근 조사에 따르면, 미국 청소년들 사이에서 유튜브와 틱톡을 통한 숏폼 콘텐츠 노출이 크게 늘었다(Pew Research Center, 2023). 미국의 만 13세~17세 청소년 가운데 70%는 매일 최소 한 번 이상 유튜브에 접속하며 이들 중 16%는 유튜브를 거의 하루 종일 이용하는 것으로 나타났다. 한국에서도 청소년의 과도한 소셜미디어 이용이 빠르게 증가하면서, 과의존 위험군에 속하는 비율도 증가하는 추세다. 예를 들어, 2023년 과의존통부의 조사에 따르면, 스마트폰 이용자 중 과의존 위험군 비율은 만3~9세 유아동이 25%, 만 10~19세 청소년이 40.1%, 만20~59세 성인이 22.7%, 60대가 13.5%로 나타났다. 한편, 온라인 동영상 이용자 중 약 74%가 숏폼을 이용하고 있으며, 이들 중 23%는 이용 시간을 조절하지 못하는 것으로 나타났다. 특히 청소년 집단에서 이용 시간 조절의 어려움이 가장 컸다. 배상률(2024)의 연구에 따르면, 청소년들이 미성년자 관람불가 콘텐츠를 가장 많이 시청하는 채널은 유튜브였다. 예를 들어, 유튜브를 통해 범죄도시 1편(40.2%), 최악의 악(51.2%). 무빙(50.7%), 더 글로리(50.7%) 등 폭력적이며 선정적인 콘텐츠를 쉽게 시청하고 있었다. 한국언론진흥재단(2023)의 조사 결과, 10대 청소년들은 뉴스를 다양한 플랫폼에서 짧게 이용하는 것으로 나타났다. 이들은 모바일·PC 인터넷(80.3%), 텔레비전(69.1%), 인공지능 스피커(14.4%), 라디오(10.8%), 종이신문(8%), 잡지(4.7%) 등 다양한 경로로 뉴스를 접하고 있었다. 인터넷에서도 포털(63.7%), 온라인 동영상(63.3%), SNS(49.3%), 메신저 서비스(46.9%), 인터넷 뉴스 사이트(17.1%), 언론사 홈페이지

(15.3%), 온라인 커뮤니티(7.0%) 등 다양한 플랫폼에서 뉴스를 이용하고 있었다.

소셜미디어 플랫폼 이용이 증가하는 것은 전 세계적인 일이다. 하지만 미디어 교육 측면에서 볼 때, 적절한 비판적 역량이나 타인에 대한 배려, 상황에 맞는 윤리의식 등의 부재로 인해 다양한 문제가 일어나고 있다는 점에서 중요한 이슈로 대두하고 있다. 정보의 출처가 분명하지 않은 가운데 알고리즘에 의해 관심사에만 맹목적으로 노출되는 환경에서 청소년들의 정신건강 위험성을 지적하는 학자가 많다(Diwi & Kengadaran, 2025). 숙고적 사고보다는 빠른 자극만을 추구하는 청소년에게 플랫폼 이용이 많을수록 텅 빈 자아는 더 강화될 수 있을 것이다. 성별에 따라 이러한 현상은 다르게 나타날 수 있다.

연구문제 4. 청소년의 앱사용태도는 텅 빈 자아와 어떤 관련이 있는가? 성별로 이러한 관련은 다른가?

### 2.2.3 가짜뉴스 취약성

가짜뉴스에 대한 취약성 또한 텅 빈 자아 현상에 영향을 미칠 수 있다. 가짜뉴스는 개인적 피해는 물론 국가 시스템에 위협을 가하며 엄청난 사회적 비용을 유발한다. 가짜뉴스를 경험한 사람일수록 실제보다는 자신의 믿음과 주장을 강조하며, 주변 사람들과 불필요한 정치적 논쟁을 자주하고, 언론과 정부를 잘 믿지 않는다. 가짜뉴스 기사 제목에 노출된 사람들은 그렇지 않은 사람들에 비해 그 정보에 대한 믿음이 더 크게 나타났다(Ross, Rand, & Pennycook, 2021). 정보가 쉽고 수월하다고 느껴질수록 정확하다고 잘못 판단하는 경향이 강해진다. 가짜뉴스는 이러한 경향에 잘 부합하기 때문에 오히려 사람들의 신뢰가 높다. 특히 감정에 치우친 정보일수록 더 쉽고 빠르게 처리되기 때문에 이러한 정보를 믿으려는 경향이 강하게 나타난다(Ross et al., 2021). 가짜뉴스는 충격, 공포, 분노 등의 감정에 소구하는 내용이 많다는 점에서, 단순한 노출만으로도 정확하다는 판단이 높아질 수 있다. (심재웅·신명환, 2024). 가짜뉴스와 텅 빈 자아와 관련한 문헌은 찾기 어렵다. 하지만 가짜뉴스에 대해 취약한 이용자일수록 가짜뉴스를 사실처럼 수용할 가능성이 크며, 이것은 결국 공허함을 강화하고 이러한 공허함은 자신의 기존 주장을 고수하려는 태도로 이어질 수 있다고 볼 수 있다. 또한 성별에 따라 가짜뉴스 취약성이 텅 빈 자아에 미치는 영향은 다르게 나타날 수 있다.

연구문제 5. 청소년의 가짜뉴스에 대한 취약성은 텅 빈 자아와 어떤 관련이 있는가? 성별로 이러한 관련은 다른가?

### III. 연구 방법

#### 1. 연구 개요

이 연구를 위해 14~19세 청소년을 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다. 국내 온라인 전문 조사업체를 통해 진행하였으며, 2023년 5월 4일부터 11일까지 일주일간 시행했다. 참가자가 설문지의 모든 질문에 꼼꼼하게 대답하였을 경우 20분 정도의 시간이 소요되었다. 조사업체가 보유한 청소년 패널들을 대상으로 무작위 표집을 통해 300명의 표본을 추출하였다. 남학생과 여학생 각각 150명이었다. 이 중 중학생 83명과 고등학생 217명이었다.

#### 2. 변수 측정

‘삶의 만족도’는 자기 삶에 대한 전반적인 만족도를 의미하며, 매우 불만족에서 매우 만족까지 5점 척도로 측정했다( $M = 3.5$ ,  $SD = 1.07$ ). ‘경제 수준’은 응답자가 주관적으로 인식하는 집안의 경제 형편을 의미하며, 매우 가난에서 매우 부유까지 5점 척도로 측정했다( $M = 3.11$ ,  $SD = 1.01$ ). ‘앱 이용 행위’는 모바일 기반의 기기에서 여러 애플리케이션을 이용하는 과정에서 자신의 행위에 대한 인식을 의미한다. “앱을 거의 자동으로 연다, 어떤 앱을 열었는지 기억이 나지 않는다, 별생각 없이 연다, 뭘 여는지도 모르는 채 연다”의 4가지 질문으로 측정했다. 4가지 항목 간 신뢰도는 다수 수용할 만한 수준( $\alpha = .67$ )이어서 4가지 항목의 평균값을 앱 이용 행위로 활용했다( $M = 2.89$ ,  $SD = .84$ ). ‘소셜미디어 플랫폼 이용’은 일주일 평균 12개의 플랫폼 이용 시간을 의미한다. 구체적으로 “온라인 동영상 플랫폼, OTT 서비스, 게임 플랫폼, 메신저 서비스, SNS, 인터넷 포털, 온라인 커뮤니티, 메타버스 플랫폼, 화상회의 플랫폼, 라이브 커머스 플랫폼, 음악 스트리밍 서비스, 음성기반 소셜미디어” 각각에 대해 일주일 평균 전혀 이용하지 않음, 30분 미만, 30분~1시간 미만, 1시간~2시간 미만, 2시간~3시간 미만, 3시간~4시간 미만, 4시간 이상으로 측정했다. 12개 소셜미디어 플랫폼 이용 평균값을 구해 소셜미디어 플랫폼 이용 변수로 활용했다( $M = 3.18$ ,  $SD = 1.01$ ). ‘가짜뉴스에 대한 취약성’은 가짜뉴스에 대해 얼마나 영향을 많이 받는가에 대한 응답자의 주관적 평가를 의미한다. 나는 가짜뉴스에 취약하다, 나는 가짜뉴스로부터 많은 영향을 받는다. 두 항목을 각각 5점 척도로 측정했다. 두 항목의 평균을 구해 가짜뉴스에 대한 취약성 변수로 활용했다( $M = 2.71$ ,  $SD = .92$ ). ‘텅 빈 자아’는

쿠시맨(Cushman, 1990)의 정의에 근거해 6가지 항목을 개발했다. 6가지 항목은 “나의 내부가 텀 빈 것 같다, 나의 일부가 빠진 것 같다, 내 안에 아무것도 없는 느낌이다, 나는 완전히 혼자인 듯하다, 나는 어린애처럼 더 유치해지는 것 같다, 무엇인가 자꾸 부족한 느낌이다”로 구성했다. 각 항목은 5점 척도로 측정했다. 6개 항목 간 신뢰도가 높게 나타나 ( $\alpha = .90$ ) 모든 항목의 평균을 구해 텀 빈 자아 변수로 활용했다( $M = 2.48, SD = .98$ ).

#### IV. 연구 결과

분석에 사용된 주요 변수간의 상관관계 분석결과가 <표 1>에 제시됐다. 텀 빈 자아는 삶의 만족도와 부적의 관계를( $r = -.33, p < .01$ ), 앱 이용 행위( $r = .20, p < .01$ ), 소셜미디어 플랫폼 이용( $r = .17, p < .01$ ), 가짜뉴스 취약성과 정적인 관계를 보였다( $r = .22, p < .01$ ). 이러한 결과는 삶에 대한 만족도가 낮을수록, 앱을 자동으로 사용할수록, 다양한 소셜미디어 플랫폼 이용량이 많을수록, 가짜뉴스에 취약할수록 텀 빈 자아가 강해지는 경향이 있음을 의미한다.

성별에 따른 회귀분석 결과가 <표 2>에 제시됐다. 먼저 여학생들의 경우 6개 독립변수

<표 1> 주요 변수의 상관관계 분석

	삶의 만족도	경제 수준	앱 이용 행위	소셜미디어 플랫폼 이용	가짜뉴스 취약성	텀 빈 자아
청소년 (중학생 = 0)	.06	-.07	.09	.01	-.02	-.06
삶의 만족도	-	.22**	.04	.04	.00	-.33**
경제 수준		-	-.11	-.02	-.08	-.11
앱 이용 행위			-	.20**	.06	.20**
소셜미디어 플랫폼 이용				-	.13*	.17**
가짜뉴스 취약성					-	.22**

\*\*\*  $p < .001$ , \*\*  $p < .01$ , \*  $p < .05$  수준에서 통계적으로 유의미함을 의미함.

전체가 여학생의 텀 빈 자아에 미치는 영향력은 31%로 나타났다( $F(6,143) = 10.62, p < .001$ ). 수정된  $R^2$ 는 28%였다. 변수별로는 삶의 만족도가 텀 빈 자아와 부적인 관계를 보였고( $\beta = -.46, p < .001$ ), 앱 이용 행위( $\beta = .21, p < .01$ )와 가짜뉴스 취약성( $\beta = .18, p < .05$ )은 텀 빈 자아와 정적인 관계를 보였다. 즉, 삶의 만족도가 낮을수록, 앱을 무의식적으로 이용할수록, 가짜뉴스에 취약할수록 여학생들의 텀 빈 자아가 강해지는 경향이 있었다. 반면 경제 수준과 소셜미디어 플랫폼 이용은 텀 빈 자아와 유의미한 관계를 보이지 않았다.

한편, 6개 독립변수 전체가 남학생의 텀 빈 자아에 미치는 영향력은 19%로 나타났다( $F(6,143) = 5.53, p < .001$ ). 수정된  $R^2$ 는 15%였다. 변수별로는 삶의 만족도가 텀 빈 자아와 부적인 관계를 보였고( $\beta = -.25, p < .01$ ), 앱 이용 행위( $\beta = .18, p < .05$ ), 소셜미디어 플랫폼 이용( $\beta = .21, p < .01$ )과 가짜뉴스 취약성( $\beta = .18, p < .05$ )은 텀 빈 자아와 정적인 관계를 보였다. 이는, 삶의 만족도가 낮을수록, 앱을 어떻게 사용하는지 의식을 잘하지 못할수록, 소셜미디어 플랫폼 이용이 많을수록, 가짜뉴스에 취약할수록 남학생의 텀 빈 자아가 강해지는 경향이 있다는 점을 의미한다. 반면 경제 수준은 텀 빈 자아와 유의미한 관계를 보이지 않았다.

<표 2> 성별에 따른 회귀분석 결과

변수	여학생			남학생		
	비표준 계수		표준 계수	비표준 계수		표준 계수
	B	SD	Beta	B	SD	Beta
청소년 (중학생 = 0)	-.09	.15	-.04	-.16	.17	-.07
삶의 만족도	-.44	.07	-.46***	-.22	.07	-.25**
경제 수준	.04	.07	.04	-.03	.07	-.03
앱 이용 행위	.26	.09	.21**	.20	.09	.18*
소셜미디어 플랫폼 이용	-.00	.07	-.00	.20	.07	.21**
가짜뉴스 취약성	.15	.06	.18*	.15	.07	.18*
$R^2$ (adj $R^2$ )	.31(.28)			.19(.15)		

\*\*\*  $p < .001$ , \*\*  $p < .01$ , \*  $p < .05$  수준에서 통계적으로 유의미함을 의미함.

## V. 결론 및 함의

최근 한국 사회에서 청소년의 정신건강은 큰 사회적 문제로 대두하고 있다. 이와 관련해 정신건강의 부정적 결과는 강조되고 있지만, 부정적인 영향을 일으키는 메커니즘에 관한 연구는 찾아보기 어렵다. 이 연구에서는 쿠시맨(Cushman, 1990)이 제시한 텅 빈 자아라는 개념을 중심으로 텅 빈 자아 형성에 미치는 요인을 탐색적으로 분석했다. 기존 이론 및 변화한 미디어 환경의 특성에 근거해 주요 독립변수로는 학년(중학생/고등학생), 삶의 만족도, 경제 수준, 앱 이용 행위, 소셜미디어 플랫폼 이용, 가짜뉴스에 대한 취약성 등 6가지로 설정했다. 기존 연구에서 텅 빈 자아 변수를 종속변수로 설정한 경우는 찾아보기 어렵지만, 텅 빈 자아는 변하지 않는 성격(traits)이라기보다는 환경에 따라 변화할 수 있는 성격(personality)에 가깝다는 점을 고려한다면 이러한 변화에 영향을 미치는 변수를 파악하고 이를 이론 및 실천적 차원에서 고민해 볼 필요가 있다.

연구 결과 여학생의 텅 빈 자아는 삶에 대한 만족도가 낮을수록, 앱 이용 행위가 무의식적이며 자동으로 이뤄질수록, 가짜뉴스에 취약할수록 강화되는 것으로 나타났다. 표준 회귀 계수를 기준으로 할 때, 삶의 만족도가 가장 큰 영향력을 보이는 가운데 앱 이용 행위와 가짜뉴스에 대한 취약성 순으로 영향력이 컸다. 한편, 남학생의 텅 빈 자아는 삶에 대한 만족도가 낮을수록, 앱 이용 행위가 무의식적이며 자동으로 이뤄질수록, 소셜미디어 플랫폼 이용이 많을수록, 가짜뉴스에 대한 취약성이 클수록 강화되는 것으로 나타났다. 표준 계수 기준으로 삶의 만족도 영향력이 가장 컸고, 이어 소셜미디어 플랫폼 이용, 앱 이용 행위 및 가짜뉴스 취약성 순이었다.

여학생과 남학생의 텅 빈 자아에 영향을 미치는 요인과 그 방향성은 유사하지만, 남학생의 경우에는 소셜미디어 플랫폼 이용이 유의미하게 나타났다는 점이 다르다. 남학생은 온라인 동영상 플랫폼, OTT 서비스를 비롯해 이 연구에서 상정한 12가지 소셜미디어 플랫폼을 많이 이용할수록 공허함을 크게 느끼면서 텅 빈 자아가 커지는 것으로 나타났다. 왜 여학생에게서 미디어 이용량이 유의미하지 않은지에 대한 이유는 명확하지 않지만, 기존 연구에서 여학생의 경우 미디어 이용 자체의 효과가 유의미하게 나타나지 않기도 한다. 예를 들어, 남학생은 TV 예능과 오락프로그램 이용량이 성형수술 의지에 유의미한 영향을 미쳤지만, 여학생은 TV 예능과 오락프로그램 이용량이 성형수술 의지와 무관하게 나타난 바가 있다(심재웅, 2014). 아마도 여학생은 추상적인 미디어 이용량보다는 앱 이용 행위나 가짜뉴스 취약성의 경우처럼 구체적인 미디어 관련 행위에 더 영향을 받는 것으로

보인다. 이런 경향은 SNS 이용 동기에서도 확인된다. 여성은 밀접한 관계를 유지하거나 사회적 정보를 얻으려는 구체적 동기 때문에 SNS를 이용하지만, 남성은 전반적인 정보를 얻기 위해 SNS를 이용하는 것으로 나타났다(Krasnova et al., 2017). 남학생은 심재웅(2014)의 연구에서 상정한 3가지 미디어 관련 변수의 영향이 모두 유의미하게 나타났다는 점에서 미디어 이용은 남학생의 텀 빈 자아와 더 밀접하게 관련되어 있다고 하겠다.

이 연구의 결과는 특히 미디어 관련 변수들이 남학생과 여학생의 텀 빈 자아와 깊게 연관되어 있다는 점을 보여주었다는 면에서 새롭다. 앱을 생각 없이 사용하거나, 소셜미디어 플랫폼을 과도하게 이용한다든지, 가짜뉴스에 대한 준비가 충분하지 않은 상황에서 청소년의 미디어 소비는 이들의 정서적 허기와 낮은 자존감으로 대표되는 텀 빈 자아를 더 강화할 수 있다는 점에 주목해야 한다. 탐색적으로 이뤄진 연구의 결과라고 하더라도 텀 빈 자아를 강화하는 요인으로 미디어가 일관되게 작용하고 있다는 점은 미디어 교육의 방향에도 여러 시사점을 던지고 있다.

기존 연구는 텀 빈 자아가 알코올 중독, 쇼핑 중독, 약물 중독, 섭식장애 등으로 이어지는 주요 요인이라는 점에서 관심을 촉구하고 있다. 텀 빈 자아는 중독이라는 심각한 행위로 이어지는 강력한 동기적 상태라는 점을 고려한다면, 미디어 관련 변수가 텀 빈 자아를 강화한다는 연구 결과는 다양한 중독 행위로 연결될 가능성이 크다는 의미로 해석될 수 있다. 예를 들면, 남녀 청소년들은 자신의 정서적 허기를 채우기 위해 더욱 가짜뉴스에 의존하거나 소셜미디어 플랫폼에서 타인과의 가상적인 연결에 더 종속될 수 있다. 또한, 앱을 아무런 목적이나 의식 없이 수시로 열고 이용하는 과정에서 행위 중독으로 이어질 수도 있다. 이외로도 불안이나 스트레스 등 부정적인 정신건강에 영향을 미칠 수도 있다. 따라서 차후 연구에서는 텀 빈 자아가 어떤 중독 혹은 문제 증상으로 이어지는지에 대한 분석이 필요하다.

한편, 이 연구의 한계점은 다음과 같다. 우선 연구에서 사용된 변수들의 측정 문제다. 기존에 개발된 척도가 없어서 개념에 근거해 척도를 구성했다. 텀 빈 자아의 경우 6개 항목의 신뢰도는 높았지만, 앱 이용 행위 4개 항목의 신뢰도는 중간 정도에 그쳤다. 소셜미디어 플랫폼 이용 변수는 서로 다른 12개 플랫폼의 이용 시간을 평균값으로 처리했다. 이 경우 플랫폼 간 이용 맥락의 차이를 고려되지 못했다. 텀 빈 자아 형성 설명 요인으로 삶의 만족도, 경제 수준, 소셜미디어 플랫폼 이용, 가짜뉴스에 대한 취약성을 제시했지만, 더 다양한 설명 변수를 개발할 필요가 있다. 이러한 한계점은 향후 연구를 통해 개선되어야 한다. 그리고 탐색적 성격의 연구인 점을 고려해 연구 결과에 대해 인과적인 해석은 주의할

필요가 있다.

이러한 한계점은 있지만, 이 연구는 텅 빈 자아 개념을 보다 이론적으로 확장했다는 의미가 있다. 그동안 텅 빈 자아는 주로 디지털 세상이 아닌 물리적 세상에서 적용되었다. 하지만, 이 연구 결과는 디지털 융복합과 시가 보편화되고 있는 현 상황까지 확장될 수 있을 것으로 보인다(Wijesundara & Rathayake, 2024). 예를 들어, AI 기반의 새로운 기술들의 특징은 더욱 정교한 방식으로 청소년의 주의력과 공허함을 파고들고 있다. 10대 청소년에게 시는 외로움과 허전함을 달래주는 좋은 친구로 인식된다. 청소년은 인간관계, 자기 표현, 건강 등과 관련해서는 인공지능이 산출하는 대답을 더 선호하지만, 자살과 같은 민감한 주제에 관해서는 인간과의 대화를 더 선호하는 경향이 있는 것으로 나타났다(Young et al., 2025). 텅 빈 자아의 특징 중 하나인 강한 소속감은 마케팅용 가상 AI 캐릭터 이용 의도를 중재하는 것으로 나타났다. 이는 어딘가에 소속 욕구가 강한 사람일수록 마케팅용 가상 AI 캐릭터를 통해 심리적인 보상을 받으려는 의도가 강하게 나타난다는 것을 의미한다(Jin & Viswanathan, 2025). 이런 면에서 시와 소셜미디어로 대표되는 디지털 미디어 환경에서 텅 빈 자아 개념은 유용하게 적용될 수 있다. 예를 들어, 텅 빈 자아로 인한 공허함이 커진 청소년들은 시와 소셜미디어를 통한 왜곡된 정보나 유해 콘텐츠에 쉽게 의존하면서 소속감, 우월감, 확실성 등을 전달하는 담론에 유혹되기 쉽다. 혐오 커뮤니티에서 공허함을 채우고 불안감을 벗어나려 하는 과정에서 혐오 표현에 익숙해질 수도 있다.

이런 점에서 본 연구는 미디어 교육 차원에서도 함의가 있다. 미디어 교육에서는 왜곡된 정보를 비판적으로 분석하고, 소셜미디어 플랫폼을 제대로 활용하며, 정치적·사회적 이슈에 대한 자기의 생각을 공유하는 사회적 소통 그리고 타인을 배려하는 윤리 역량의 필요성을 역설한다. 이 때문에 미디어 교육은 21세기 생존에 필수적인 역량에 대한 교육이라고도 불린다. 한국 미디어 교육은 30년 이상 계속 이어진 축적된 경험이 있지만, 그 효과에 대한 평가는 여전히 부정적이다. 미디어 교육이 대부분 제작 및 제작 관련 기술을 교육하는 내용에 머물러 있고 기술적 차원에 대한 부분이 크게 강조되고 있다. 반면, 미디어 교육의 더 본질적인 측면은 간과하고 있다.

이 연구에서는 다양한 미디어 이용, 앱 이용 행위, 가짜뉴스 취약성 등의 변수가 종합적으로 청소년, 특히 남학생의 텅 빈 자아에 큰 영향을 미치고 있음을 밝혔다. 그렇다면, 미디어 교육은 이러한 정서적 공허함을 해결하는 방향을 고려할 필요가 있다. 자아에 대한 더 진정성 있는 감정을 일으켜서 지속가능성, 감정적 성숙, 사회 책임으로 이어지는 교육이 필요하다(Hillcoat & vanRensburg, 2014). 미디어 교육이 제대로 효과를 거두기 위해서는

청소년의 텅 빈 자아, 즉 정서적 공허함과 낮은 자존감을 높일 수 있는 교육이 함께 진행되어야 한다는 의미다. 현재처럼 미디어 교육이 단순한 기술이나 이용에만 치중한다면 오히려 청소년의 정서적 공허함을 더 키울지도 모른다. 방송미디어통신위원회를 비롯한 다양한 정부 기관과 산하 미디어 교육기관 그리고 일선의 학교에서 진행되는 미디어 교육 내용을 충분히 검토하고 텅 빈 자아의 관점에서 분석해 볼 필요가 있다.

## 참고문헌

- 경찰청 (2024.5.3). 경찰청, 청소년 사이버 불법도박 근절을 위해 중독성 범죄 선도프로그램 연계 등 종합 대응 시해. 경찰청 보도자료.
- 과학기술정보통신부 (2023). 스마트폰 과의존 실태조사.
- 김형지·김영임·허은. (2016). 페이스북 이용자의 공허감 연구. *한국콘텐츠학회논문지* 16권 8호, 717-728.
- 리종민·김소영. (2022). 개인요인, 가정요인, 학교요인이 청소년의 행복에 미치는 영향. *Global Creative Leader : Education & Learning* 12(4), 57-76.
- 박현지. (2024). FoMO와 삶의 만족도의 관계에서 소셜미디어 이용강도와 사회적 유대감의 다면적 이해: 글로벌 대학생의 경직적-유연적 문화 차이를 중심으로. *미디어, 젠더 & 문화* 39권 1호, 101-146.
- 배상률 (2024). *미디어 속 학교폭력 양상 분석을 통한 학교폭력 예방 및 대응 방안 도출*. 한국청소년정책연구원.
- 보건복지부 (2024). 2022년 정신건강실태조사 보고서: 소아청소년. 국립정신건강센터.
- 송수민·박승민 (2008). 인터넷중독 유형별 개입 프로그램 개발연구 보고서. 한국청소년상담원.
- 송연주·이상수·김대현·함경애·이동훈. (2014). 학업성취 수준과 가정의 경제적 수준에 따른 우울, 불안, 스트레스의 차이. *교육종합연구* 12권 1호, 29-50.
- 심재웅 (2014). TV예능·오락프로그램 시청이 청소년들의 미용성형수술 의지에 미치는 영향: 온정적 성차별주의의 역할. *대한성학회지* 1권 3호, 87-98.
- 심재웅·신명환 (2024). 미디어 리터러시 역량이 가짜뉴스 대응에 미치는 영향에 관한 연구. *횡단인문학* 16호, 145-174.
- 심재웅·황재원 (2016). 청소년의 연예인에 대한 관심과 섭식장애. *한국언론학보* 60권 4호, 328-349.
- 양경해·강현아 (2023). 학교 밖 청소년의 온라인 사회자본이 삶의 만족도에 미치는 영향: 임파워먼트의 매개효과를 중심으로. *청소년복지연구* 25권 3호, 85-117.
- 엄혜미·강소라 (2023). 디지털 문화에서 개인의 미디어 리터러시가 삶의 만족도에 미치는 영향. *문화산업연구* 23권 3호, 181-192.
- 여성가족부 (2024). *2024 청소년 통계*. 여성가족부.
- 염유식 (2021). 2021년도 한국 어린이·청소년 행복지수국제비교연구 조사결과 보고서. 한국방정환재단.
- 질병관리청 (2024). 2023년 응급실 기반 중독 심층 실태조사 보고서.
- 통계개발원 (2024). *아동·청소년 삶의 질 2022*. 통계청.
- 한병철 (2016). *아름다움의 구원*. 문학과 지성사.
- Cushman P. (1990). Why the self is empty. Toward a historically situated psychology. *The American psychologist* 45(5), 599-611.
- Cushman, P. (1996). *Constructing the self, constructing America*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- D'Agostino, A., Pepi, R., Monti, M. R., & Starcevic, V. (2020). The feeling of emptiness: A review of a complex subjective experience. *Harvard Review of Psychiatry* 28(5), 287-295.
- DeNardis, L., & Hackl, A. M. (2015). Internet governance by social media platforms. *Telecommunications Policy* 39(9), 761-770.

- Grant, S. (2020). Addressing the empty self: Toward socially-just subjectivities. In Morris, B., O'Gwin, C. K., Grant, S., & McDonald, S. Subjectivity in *psychology in the era of social justice* (1st edition). Routledge.
- Habibov, N. & Afandi, E. (2016). Does life satisfaction determine subjective health?. *Applied Research Quality Life* 11, 413-428.
- Henley, N. (2002). The healthy vs the empty self: Protective vs paradoxical behaviors. *M/C Journal*, 5(5), <https://doi.org/10.5204/mcj.1987>
- Herron, J., & Sani, F. (2022). Understanding the typical presentation of emptiness: A study of lived-experience. *Journal of Mental Health* 31(2), 188-195.
- Hillcoat, J., & van Rensburg, E. J. (2014). Consuming passions: Educating the empty self. *Australian Journal of Environmental Education* 30(1), 88-95.
- Jin, S. V., & Viswanathan, V. (2025). Threatened and empty selves following AI-based virtual influencers: Comparison between followers and non-followers of virtual influencers in AI-driven digital marketing. *AI & Society* 40(1), 117-131.
- Divji, A., & Kengadaran, S. (2025). Addressing the impact of YouTube short video addiction on adolescents—a growing public health concern. *Journal of Family Medicine and Primary Care* 14(7), 3055-3056.
- Krasnova, H., Veltri, N. F., Eling, N., & Buxmann, P. (2017). Why men and women continue to use social networking sites: The role of gender differences. *The Journal of Strategic Information Systems* 26(4), 261-284.
- Lance, D. (2019). Perspectives on emptiness. *Psychology and Behavioral Science*, 12(4), 5558444.
- Lears, T. J. (1983). The rise of American advertising. *The Wilson Quarterly* 7(5), 156-167.
- Lee, J. & Allen, J. (2023). Does education matter? Income inequality and mental health among young adult men. *Journal of Men's Health*, 19(5), 1-6.
- Marmot, M. (2004). *The status syndrome: How social standing affects our health and longevity*. Owl Books.
- OECD (2025). *Promoting good mental health in children and young adults*. Available from <https://tinyurl.com/2jyyhtdt>
- Patel, V., Burns, J.K., Dhingra, M., Tarver, L., Kohrt, B.A. & Lund, C. (2018). Income inequality and depression: a systematic review and meta-analysis of the association and a scoping review of mechanisms. *World Psychiatry* 17, 76-89.
- Reeves, R. A., Baker, G. A., & Truluck, C. S. (2012). Celebrity worship, materialism, compulsive buying, and the empty self. *Psychology & Marketing* 29(9), 674-679.
- Ross, R. M., Rand, D. G., & Pennycook, G. (2021). Beyond "fake news": Analytic thinking and the detection of false and hyperpartisan news headlines. *Judgment and Decision Making* 16(2), 484-504.
- Su, L., Wan, E. W., & Jiang, Y. (2019). Filling an empty self: The impact of social exclusion on consumer preference for visual density. *Journal of Consumer Research* 46(4), 808-824.

- Tamitiadini, D. (2023). Designing risk communication strategy on social media for disaster risk reduction in community based tourism. In *The Transformation of digital technology: Its impact on human communication* (eds., Priyanti, D., Yustisia, I., & Mulachelah, N.) (pp. 226-247).
- Thaler, R. & Sunstein, C. (2009). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Penguin Books.
- Trilling, L. (1972). *Sincerity and authenticity*. Harvard University Press.
- Twenge, J. (2020). Increases in depression, self-harm, and suicide among U.S. adolescents after 2012 and links to technology use: Possible mechanisms. *Psychiatric Research and Clinical Practice* 2, 19-25.
- Wang, W., Liu, J., Lv, J., Gao, P., Wang, P., Zhang, X., Zheng, J., & Jiang, S. (2025). The relationship between cyberostracism and life satisfaction among Chinese adolescents: The roles of self-esteem and rumination. *Current Psychology*, 44(12), 12059-12070.
- Wijesundara, T., & Rathnayake, C. (2024). Attachment to AI-generated self-image in a twinning society: a perspective from empty self. *Discover Artificial Intelligence* 4(1), 68. <https://doi.org/10.1007/s44163-024-00174-9>
- Young, J., Jawara, L. M., Nguyen, D. N., Daly, B., Huh-Yoo, J., & Razi, A. (2024, May). The role of AI in peer support for young people. In *Proceedings of the 2024 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-18).
- Zanarini, M. C., Frankenburg, F. R., Reich, D. B., Silk, K. R., Hudson, J. I., & McSweeney, L. B. (2007). The subsyndromal phenomenology of borderline personality disorder: A 10-year follow-up study. *American Journal of Psychiatry* 164(6), 929-935.

Manuscript: January 18, 2026; Review completed: January 30,  
2026; Accepted: February 02, 2026