한국청소년연구 제17호 1994 여름

청소년의 전화이용실태 조사연구*

정 문 성*

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 연구내용
Ⅲ. 조사방법
Ⅳ. 조사결과
Ⅴ. 요약 및 시사점

Ⅰ. 서 론

정보화시대가 본격적으로 자리를 잡아가고 있다. 한 나라의 경제발전 정도를 측정하기 위해 GNP에 관심을 가졌듯이 최근에는 정보화시대에 걸맞게 각국은 정보화의 정도가 곧 국가발전의 정도임을 반영한다고 보고 정보유통량의 측정에 관심을 갖고 있다. 미국과 일본에서 실시한 정보유통량 조사에 의하면 1960년대 이후 총정보유통량은 급속히 증가하고 있으며, 특히 인쇄매체의 성장은 둔화되고 있는데 비하여 전자매체에 의한 성장은 급속한 것으로 나타나고 있다(Pool, 1984 ; 노규형, 1986). 우리나라의 경우도 정보유통의 형태에 따라 정보유통량의 변화가 다르게 나타나고 있다. 정보유통 형태는 음성정보(전화, 차량전화, 전화전용회선), 문자정보(편지, 엽서), 신호정보(전보, 텔렉스), 그림정보(모사전보, 팩시밀리), 데이타정보(데이타전용회선, DNS)로 나눌 수 있다. 노규형(1986)의 조사분석에 의하면 정보유통의 형태 중에 특히 음성정보는 1963년이래 29배 이상의 증가를 보이고 있으며, 문자에 비해 9배 이상의 정보유통량을 전달하고 있는 것으로 조사되었다. 특히 년도별 정보량 추이가 커다란 증가를 보이고 있는 것으로서 전화(22.7배)가 가장 높은 성장을 보이고 있고, 다음이 차량전화(16.6배), 팩시밀리(14.4배)의 순으로 나타났다. 뿐만 아니라 정보유통량에 있어서도 전화 등 음성정보가 편지 등의 문자정보에 대하여 1963년에 60 : 40이던 것이 84년에는 음성, 문자, 데이타의 비가 87 : 9 : 4까지 그 유통량의 차이를 보이고 있다.

이처럼 전화를 중심으로 하는 음성정보가 정보화시대의 중심적 역할을 하고 있다. 정보를 전달하고, 축적하고, 처리하는 세 가지 기능수행을 위한 정보혁신의 단계적 변화를 보면 〈표 1〉에서 보듯이 현재는 컴퓨터와 전기통신의 결합에 의한 제5단계 정보혁명단계에 들어서고 있다고 볼 수 있다(이상덕, 1986). 제4단계에서 제5단계로 이행되고 있는 오늘날에 있어 전화는 단순한 음성

* 한국청소년개발원 연구원

〈표 1〉 정보혁신의 단계적 변화

정보혁식의 단계 / 구분		제1단계	제2단계	제3단계	제 4 단 계					제5단계
인식형태	청각	언 어	—	—	—	전 화	라디오	—	TV (영상)	전기신호 ↑ 인터페이스 온라인 / 고도 정보통신 시스템 → 컴퓨터커뮤니케이션 시스템을 포함
	시각	회 화	문 자	—	전 신	—	—	팩시밀리		
전보(전달)		대 성 봉 화	비 각 (우편)	인 쇄 (출판)	전기 통신 · 방송					
기록(축적)		구 전 벽 화	문서류	인쇄물	서 류	기 억 (테이프)	기 억 (테이프)	서류 (문장 화면)	기억 (비디오 테이프)	컴퓨터
가공(처리)		인간이 직접 계재								

출처 : 이상덕. 1986. "전화수급에 관한 한일분석", 「통신정책동향」, 창간호, pp.36~45.

을 통한 의사소통이라는 기능을 벗어나 TV 및 컴퓨터와 더불어 고도의 정보화사회의 실현을 위한 3대 정보기기로서의 위치를 확고히 해 가고 있다.

우리나라에서 전화는 덕률풍(德律風 ; 텔레폰), 전어기(傳語機) 등의 이름으로 1898년 당시 궁내부(宮內部) 주관으로 궁중에서 각 아문(衙門)과 연락을 위해 덕수궁에 전화시설을 마련 개통한 것이 처음이며, 1902년 시내 교환전화가 가설되었다(한국통신, 1993). 특히 1960년대 이후 전화보급이 본격화되기 시작하여 1985년 이후에는 급속히 보급되었다(추광영, 1991). 1991년말 현재 우리나라 총전화시설규모는 1,751만 1,411회선, 총전화가입자수는 457만 2,585명으로 인구 100인당 전화보급율이 33.7대에 달하고 있다(염명배, 1993). 비록 이 통계에는 기업의 업무용전화가 포함되어 있고, 지역간 격차(서울 : 38.4대, 전남 : 26.5대)는 있지만 '1가구 1전화'시대가 도래하였다고 볼 수 있다.

전화는 이와 같은 양적 확대라는 차원을 넘어서 정보사회의 근간네트워크로서의 중요성이 더 강조되고 있다(추광영, 1991). 단순한 개인간 의사소통의 차원을 넘어 컴퓨터와의 결합, 각종 정보서비스의 제공은 물론 각종 컴퓨니케이션네트워크의 통합에 있어서 핵심적인 기기로 다양한 서비스가 통합제공될 수 있는 ISDN으로 발전할 전망으로 있다.

최근 우리나라에서도 이러한 전화의 중요성이 부각되고 있다. 각종 상담, 소비자보호 및 고발, 민원 안내, 생활정보 안내, 관광 및 레저, 교통정보, 클로바 서비스 등 전화를 이용한 각종 생활편의 시스템이 개발 소개되고, 각종 정보서비스가 보급되고 있다(김경화·조미옥, 1994). 그러나 정보사회에 대한 일반국민의 이해부족과 정보 및 통신서비스를 효율적으로 이용하는 생활태도의 미숙, 이용자들을 위한 정보제공자들의 홍보부족, 상업성을 앞세운 바람직하지 못한 정보서비스의 난립 등 여러가지 문제점들이 도출되고 있다.

이처럼 정보화시대에서 전화의 보급이 보편화되고, 많이 이용되며, 그 중요성이 강조되고, 또

현실적으로 그 중요성이 나타나고 있음에도 불구하고 전화에 관한 과학기술적인 연구는 많지만, 실제 전화를 이용하는 사람들의 행태에 대한 사회과학적 조사나 연구들은 거의 없는 실정이다. 어쩌면 전화보급의 보편화에도 불구하고 전술한 많은 문제점들이 나타나는 것은 전화이용에 대한 사회과학적 연구들의 부족으로 인하여 올바른 전화이용의 방향이나 정책들을 세우지 못한 데에 기인한 것이 아닌가 생각된다.

본 연구는 이처럼 전화의 보편성과 중요성에 비하여 전화 이용행태에 관한 조사가 없는 점에 주목하고, 특히 청소년을 대상으로 전화이용조사를 하고자 하였다. 청소년을 조사대상으로 한 것은 청소년들은 정보화시대의 초기에 태어나 성장하고 있는, 정보의 홍수와 정보이용매체의 급격한 확대를 피부로 느끼고 있는, 그리고 앞으로 정보화시대의 선두주자가 되는 세대들이기 때문이다. 비록 청소년들이 대학입시라는 특수한 환경으로 인하여 전화이용에 있어 많은 제약을 받고 있기는 하지만 조사를 통해 나타나는 청소년들의 전화이용행태는 정보화시대를 살아갈 청소년들의 정보 또는 전화에 관련된 청소년정책이나 교육정책에 많은 시사점을 줄 수 있을 것이다.

II. 연구내용

많은 미래학자들은 산업사회 이후의 새로운 사회의 모습에서 '정보'의 중요성을 강조해 왔다(Bell, 1973 ; Toffler, 1970). 실제로 현대사회는 재화보다 정보의 중요성이 더 강조될 정도로 정보화시대의 정착단계에 들어서고 있다. 그리고 그 정보의 전달매체인 전기통신 *tele-communication* 사업이 한 국가의 핵심적 과제로 등장하고 있다. 즉 정보화사회에 있어 전기통신은 한 국가의 혈관과 같은 기반산업이 된 것이다. 뿐만 아니라 종래의 전기통신은 '전기적 현상을 이용하여 정보를 전달하는 것'으로 인식되었으나 최근에는 반도체, 통신기술 등의 발달로 전기통신은 정보의 생산, 저장, 가공 및 이용과정을 포괄하는 의미로써 교환가치와 사용가치가 내재된 하나의 상품으로 인식되고 있다(이상덕 등, 1989). 특히 전화는 가장 폭넓게 보급되어 있는 전기통신으로 이러한 정보상품의 기본적인 매체수단이다. 따라서 전화는 단순히 연락을 위한 도구외에도 다양한 정보상품들의 생산과 구매의 매체로, 또한 전화와 결합한 뉴미디어들의 창조와 보급 등 그 기능이 점차 확대, 다양화되고 있다.

본 연구는 이러한 전화를 청소년들이 어떻게 이용하고 있는지에 관한 것이다. 전화에 대한 일반적인 이용형태와 정보화사회의 도래와 함께 나타나는 정보상품의 이용도구로서의 전화, 폰팅이나 전화폭력 등 청소년문화 내지는 청소년비행으로서의 전화 등 전화를 이용하는 청소년들에게 가능한 행태들을 종합적으로 조사하고자 한다.

Williams(1987)는 전화를 이용하는 목적 및 이용방식을 네 가지로 구분하고 있다. 첫째는 사교적 *social* 목적으로 친구와 연락하거나 안부를 묻기 위하여 통화하는 경우이다. 둘째는 거래적 *transational* 목적으로 영화관람이나 연극공연, 그리고 교통수단을 이용하기 위하여 좌석이나 입장권을 예매하거나, 물건을 구매하기 위하여 전화를 이용하는 경우가 이에 해당한다. 셋째는 긴급구조 *emergency*의 목적으로 화재, 도난, 환자발생 등 긴박한 상황이 발생하여 도움을 청하기 위하여 전화를 이용하는 경우가 이에 해당한다. 넷째는 업무적 *business*목적으로 업무처리를 위하여 전화를 이용하는 경우가 이에 해당한다. 추광영(1991)은 전화가 TV나 라디오, 신문 등에 비해

정보적 기능이 떨어지지만 즉시성과 쌍방향성이 높은 매체로서 정보적 목적으로 이용가능성이 점점 높아진다고 보고 Williams의 네 유형에 정보적 목적을 추가하였다.

그러나 이 유형의 분류는 일반인을 대상으로 한 것이므로 청소년에게는 적합하지 않은 것으로 생각된다. 청소년들의 일상생활을 기준으로 본다면, 주로 사교적 목적과 정보목적의 유형이 대부분을 차지할 것이다. 그래서 본 연구에서는 사전조사를 통하여 주로 청소년들의 일상생활의 모습을 고려하여 일반적인 전화이용행태와, 특히 최근 문제가 되고 있는 폰팅전화, 음성정보서비스, 무선호출기(삐삐) 사용, 그리고 청소년들의 일탈적 행동인 전화폭력을 조사내용에 포함시켰다.

폰팅전화는 직접 만나거나 얼굴을 보지 않고 전화를 통해 이성교제를 할 수 있으므로 청소년의 이성교제에 대한 사회적, 또는 시간적인 제약을 다소 극복할 수 있는 대안으로 청소년 사이에서 많이 퍼져 있다.

음성정보서비스 *autotex*는 각종 생활정보를 전화로 들을 수 있는 통신서비스의 하나로 단순히 정보 뿐만 아니라 오락적 기능도 있어 최근 청소년사이에 유행하고 있는 것으로 알려져 있다.

무선호출기는 무선전파로 무선호출기를 휴대한 사람을 호출하는 수단으로 미국에서는 58년부터, 우리나라에서는 82년부터 서비스를 하고 있으며, 그 가격이 저렴화된 이후로 청소년층에도 많이 보급되고 있는 것으로 알려져 있다.

전화폭력은 익명성을 무기로 언어적 폭력이나 침묵 등으로 불쾌감을 주는 행위를 말한다. 그리고 전화 폭력은 주로 청소년들이 많이 하는 것으로 알려져 있다.

각 구체적인 문항 구성은 〈표 2〉와 같다.

〈표 2〉 설문 조사내용

항 목	세 부 조 사 내 용	문항수
1. 인구학적 배경	성별, 학교, 가정수입	3
2. 일반적인 전화이용	전화이용 정도	1
	이용전화종류와 이유	2
	전화이용 용도	1
3. 폰팅전화	폰팅전화의 경험	5
	폰팅에 대한 태도	1
4. 전화폭력	전화폭력을 받은 경험	3
	전화폭력을 한 경험	4
5.음성정보서비스	인지 및 인지경로	2
	사용경험	2
	이용내용	1
	문제점	2
6.무선호출기	소지여부	1
	구입동기, 자금, 장소	3
	용도, 태도	2
계		33

Ⅲ. 조사방법

조사방법은 서울시내 중학생 300명, 고등학생 300명(인문계 200, 실업계 100), 대학생 150명 등 모두 750명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 표집방법은 성별, 교급별 표집인원을 할당하여 대상인원을 선정하는 다단계 유층표집방법을 사용하여 표본을 선정하였다.

실제 조사는 1994년 5월 16일에서 21일까지 6일 동안에 실시하였다. 회수되어 최종 분석에 사용된 응답지는 734개이며 그 인구학적 특성은 〈표 3〉과 같다.

〈표 3〉 표집의 인구학적 특성

단위 : 백분율(실수)

변인 \ 교급별		중학교	고등학교	대학교
성 별	남자	51.2	47.3	67.1
	여자	48.8	52.7	32.9
월수입	100만원 미만	23.7	26.7	31.4
	100~200만원 미만	50.3	54.2	47.9
	200만원 이상	26.0	19.1	20.7
계		100.0 (299)	100.0 (292)	100.0 (143)

N=734

Ⅳ. 조사결과

본 연구의 조사결과는 일반적인 전화이용 실태, 폰팅전화, 전화폭력, 전화음성정보서비스, 무선호출기의 순으로 교급별 결과표를 제시하고 분석하기로 한다. 성별 변인에 따른 결과는 유의미한 차이가 있는 것만 기술하고 표는 생략하였다.

1. 일반적인 전화이용 실태

1) 전화이용 정도

청소년의 전화이용 정도가 〈표 4〉에 나타나 있다. 〈표 4〉을 보면 과반수(52.4%)의 청소년들이 '거의 매일' 전화를 이용하고 있었다. 큰 차이는 아니지만 대학생이 '거의 매일'에 60.8%가 응답하여 중, 고등학생에 비하여 다소 전화를 많이 사용하는 것으로 나타났다.

성별로 보면 남자청소년은 42.6%가 '거의 매일'에 응답한데 비하여 여자청소년은 63.3%가 응답하여 여자청소년이 전화를 더 많이 사용하는 것으로 나타났다. (χ^2=32.85, p=.000)

2) 이용전화종류와 공중전화를 이용하는 이유

전화는 가입전화와 공중전화로 나누어져 있다. 그리고 공중전화는 관리형태에 따라 관리공중전화(요식업소나 약국 등 고객의 편리제공을 목적으로 설치된 것으로 발생수입과 관리주체는 설치업소에 있다)와 무인공중전화(관리주최는 공사

〈표 4〉 전화이용정도

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
한달에 한두번 정도	10.1	11.0	3.5	9.2
일주일에 한두번 정도	40.7	37.5	35.7	38.4
거의 매일	49.2	51.5	60.8	52.4
계	100.0 (295)	100.0 (291)	100.0 (143)	100.0 (729)

$\chi^2=9.71$ $p=.046$

〈표 5〉 이용전화종류

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
가입 전화	91.2	88.9	69.9	86.1
공중 전화	8.8	11.1	30.1	13.9
계	100.0 (296)	100.0 (289)	100.0 (143)	100.0 (728)

$\chi^2=39.71$ $p=.000$

에 있다)로 구분된다. 공중전화는 설치수가 점점 확대되고 있으며 1989년 181,814대이던 것이 1993 3/4분기 현재 283,609대에 이르고 있다(통계청, 1994) 이것은 공중전화를 이용할 기회가 더 많아졌다는 것을 반영한다. 우리나라 청소년들이 대부분 가정의 밖에서 많은 시간을 보낸다고 할 때 공중전화는 청소년들에게 매우 중요한 통신수단이라고 볼 수 있다.

'청소년들이 주로 이용하는 전화가 무엇이냐?'라는 질문에 대한 응답이 〈표 5〉에 나타나 있다. 〈표 5〉를 보면 주로 이용하는 전화가 중학생과 고등학생은 공중전화에 각각 8.8%, 11.1%가 응답하였으나 대학생은 30.1%가 공중전화를 주로 이용하여 대학생에게 있어서는 공중전화가 중요한 통신수단임을 알 수 있다.

일반적으로 공중전화를 이용하는 이유는 세 가지로 설명되고 있다. 첫째는 가입전화가 없어서 공중전화를 사용하는 경우가 있고, 둘째는 가입전화의 유무와 관계없이 외출중일 때 이용하는 경우, 그리고 셋째는 차별적 요금구조 때문이다. 즉 공중전화의 요금이 싸기 때문이다. 최근에는 가입전화의 확대보급과 가입전화에 대한 각종 다양한 서비스의 확대로 첫째와 셋째의 경우보다는 둘째의 경우가 공중전화를 이용하는 이유로 지적되고 있다(최병익, 1990).

'공중전화를 이용하는 이유가 무엇이냐?'에 대한 질문에서도 이와 비슷한 응답이 나타났다. 즉 '주로 집밖에서 생활하므로'(29.1%)와 '집밖에서

〈표 6〉 공중 전화를 이용하는 이유

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
비밀스런 내용이 있어서	34.1	24.8	9.6	24.4
전화많이 한다는 꾸중때문에	22.2	17.8	5.6	16.5
주로 집밖에서 생활하므로	11.8	23.9	64.0	29.1
집밖에서 연락할 일이 있을때	20.5	30.0	20.0	24.4
기 타	11.4	3.5	.8	5.6
계	100.0 (185)	100.0 (230)	100.0 (125)	100.0 (540)
			$\chi^2=127.59$	p=.000

연락할 일이 있을 때'(24.4%)에 대부분 응답하였다. 특히 대학생은 64.0%가 '주로 집밖에서 생활하므로'에 응답하여 대학생활모습을 반영해 주고 있다. 그러나 '비밀스런 내용이 있어서'에 중학생(34.1%)과 고등학생(24.8%)이 비교적 높은 응답을 보인 것은 특기할 만하다. 또 중학생의 경우에는 '전화를 많이 한다는 꾸중 때문에'도 22.2%의 높은 응답을 보였다.

성별로 보면 '전화를 많이 한다는 꾸중 때문에'(남자 : 10.2%, 여자 : 23.0%)에 여자청소년이 상대적으로 높게 나타났고, '집밖에서 생활하므로'(남자 : 38.5%, 여자 : 19.2%)에는 남자청소년이 상대적으로 높게 나타났다.($\chi2=33.44$, p=.000) 그리고 기타에서는 동전이 남아서나 시외전화를 할 때 등이 많았다.

3) 전화이용 용도

추광영(1991)은 전화의 목적(용도)별 통화량이 사교(51.3%), 업무(36.2%), 거래(3.6%), 정보(3.1%)의 순이라고 조사보고한 바 있다. 또한 통화상대별 통화량은 직무상 지인(37.3%), 친구(23.5%), 가족(18.3%), 친척(11.3%)의 순으로 조사보고 하였다. 청소년의 전화이용 용도에 관해 질문한 결과가 〈표 7〉에 나타나 있다. 청소년 역시 사교와 업무(여기서 업무는 청소년들이 대부분 학생이므로 학교생활에 관련된 정보교환으로 볼 수 있다)가 중요한 전화이용 용도임을 알 수 있다. 특히 사교적 목적, 즉 '친구와 안부나 잡담'이 65.7%로 가장 높게 나타났다. 그리고 중학생은 '친구와의 정보교환'에 30.2%가 응답하여 다른 집단에 비하여 높은 응답을 하였다.

이상의 결과를 요약정리하면 과반수의 청소년들이 거의 매일 전화를 이용하며 특히 대학생의 전화이용 빈도가 높다. 그리고 남자보다 여자청소년이 전화를 더 많이 이용하는 것으로 나타났다. 또한 공중전화는 특히 대학생이 많이 이용하는 것으로 나타났다. 그리고 공중전화를 이용하는 이유로는 외출의 경우가 가장 많았다. 그러나 중학생과 고등학생의 경우는 비밀스러운 내용이 있을 때 많이 이용하며, 특히 중학생은 전화많이 한다는 꾸중때문에 공중전화를 이용한다는 응답도 상당수 있었다. 그리고 남자보다는 여자청소년이 전화를 많이 하고, 전화많이 한다는 꾸중때문에 공중전화를 이용한다는 응답 비율이 높았다. 전화

〈표 7〉 전화 이용의 용도

단위 : 백분율(실수)

문항내용\교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
친구와 안부나 잡담	56.9	74.7	65.0	65.7
친구와 정보교환	30.2	16.0	12.9	21.0
부모와 연락	9.6	4.2	15.0	8.5
기 타	3.3	5.1	7.1	4.8
계	100.0 (281)	100.0 (288)	100.0 (140)	100.0 (709)
			χ^2=43.11	p=.000

〈표 8〉 폰팅전화를 받은 경험과 해본 경험

단위 : 백분율(실수)

문항내용\교급별		중학생	고등학생	대학생	전체
받은 경험	있다	48.6	78.1	52.1	61.1
	없다	51.4	21.9	47.9	38.9
계		100.0 (294)	100.0 (292)	100.0 (142)	100.0 (728)
				χ^2=59.48	p=.000
해본 경험	있다	18.1	30.0	6.4	20.5
	없다	81.9	70.0	93.6	79.5
계		100.0 (293)	100.0 (283)	100.0 (141)	100.0 (717)
				χ^2=34.07	p=.000

이용의 용도는 사교적 목적이 가장 많은 것으로 나타났다.

2. 폰팅 전화

1) 폰팅전화의 경험

최근 청소년들 사이에 유행하는 폰팅전화에 대한 경험정도를 조사한 결과가 〈표 8〉에 나타나 있다. 청소년의 61.1%가 폰팅전화를 받은 경험이 있어 폰팅전화가 청소년들 사이에 상당히 퍼져 있음을 알 수 있다. 특히 고등학생이 폰팅전화를 받은 경험이 가장 많았고(78.1%), 동시에 해본 경험이 가장 많은 것(30.0%)으로 나타났다. 그리고 폰팅전화를 해본 경험이 있느냐의 질문에 대해서는 20.5%가 응답하여 폰팅전화를 받은 경험에 비해 상대적으로 적은 응답을 보였다. 이는 상대적으로 소수의 청소년들이 다수의 청소년들에게 폰팅전화를 시도하고 있음을 추측할 수

〈표 9〉 폰팅전화의 빈도

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
거의 안함	55.8	88.0	88.9	76.4
한달에 한두번	28.8	4.8	.0	13.2
일주일에 한두번	11.5	4.8	.0	6.9
거의 매일	3.9	2.4	11.1	3.5
계	100.0 (52)	100.0 (83)	100.0 (9)	100.0 (144)

χ^2=24.33 p=.000

〈표 10〉 폰팅전화에 대한 반응

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별		중학생	고등학생	대학생	전체
본인의 반응	그냥 끊었다	32.6	15.7	8.3	20.5
	싫다고 하고 끊었다	41.8	62.0	63.9	55.8
	응해 주었다	23.4	15.8	27.8	20.3
	기 타	2.2	5.5	.0	3.4
	계	100.0 (141)	100.0 (221)	100.0 (72)	100.0 (434)
				χ^2= 34.64	p=.000
상대의 반응	그냥 끊었다	13.5	9.9	.0	10.6
	싫다고 하고 끊었다	21.2	17.3	.0	17.6
	응해 주었다	57.7	65.4	100.0	64.8
	기 타	7.6	7.4	.0	7.0
	계	100.0 (52)	100.0 (81)	100.0 (9)	100.0 (142)
				χ^2= 6.17	p=.404

있다. 그 이유는 전화를 받은 대상이 폰팅에 응해 주지 않을 때 계속 다른 대상에게 폰팅을 제의할 수 있는 전화의 편리성 때문인 것으로 보인다. 그것은 〈표 10〉에서처럼 폰팅을 받은 응답자의 76.3%(그냥 끊었다 : 20.5%, 싫다고 하고 끊었다 : 55.8%)가 폰팅을 거부했다는 사실에서 추측이 가능하다. 그러나 폰팅을 시도해 본 청소년은 폰팅을 제의받은 사람의 64.8%가 응해 주었다고 하여 다소 모순된 반응을 보이고 있다. 이것은 본 조사에서 폰팅제의에 대한 대체적인 응답 경향을

물었기 때문에 그런 수치가 나온 것으로 생각된다. 그리고 남자청소년(54.5%)보다 여자청소년(68.4%)이 폰팅전화를 받은 경험이 더 많은 것으로 나타났다.(χ^2=14.62, p=.000)

폰팅을 한 경험에 대한 질문에서는 중학생이 '한달에 한두번'에 28.8%, '일주일에 한두번'에 11.5%가 응답하여 비교적 다른 집단에 비해 자주 폰팅전화를 하고 있으며, 고등학생은 폰팅전화를 해 본 경험은 많지만 '거의 안한다'에 88.0%가 응답하여 상습적으로 하지는 않는 것으로 보인다.

폰팅전화에 대해 어떻게 응답하였는지에 대한 질문에서 대학생은 폰팅제의(6.4%)를 거의 하지는 않지만 폰팅전화에 응해준다에는 27.8%로 가장 높은 응답을 하였다.

성별로 보면 남자청소년(26.7%)이 여자청소년(14.7%)에 비해 응해주는 응답이 높게 나타났다.(χ^2=10.36, p=.016)

2) 폰팅에 대한 태도

'폰팅에 대해 어떻게 생각하느냐?'의 질문에 대해 청소년은 대부분 '그저 그렇다'에 78.5%가 응답하여 중립적 태도를 취하고 있었다. 특히 '좋다고 생각한다'에 대학생은 2.9%가 응답해 중학생이나 고등학생에 비해 낮은 응답을 보였고 '그저 그렇다'에 82.4%로 가장 높은 응답을 보였다. 이것은 비교적 이성교제가 자유로운 대학생들에게 폰팅은 별로 관심이 없는 것으로 보이는 반면에 중, 고등학생은 다소의 관심이 있는 것으로 보인다.

성별로 보면 '좋다고 생각한다'에 남자청소년(13.4%)이 여자청소년(3.6%)보다 많이 응답하였고, '나쁘다고 생각한다'에는 여자청소년(15.4%)이 남자청소년(10.4%)보다 많이 응답하여 남자청소년이 여자청소년보다 다소 긍정적인 태도를 나타내었다.(χ^2=23.54 p=.000)

이상의 결과를 요약하면 61.1%의 청소년이 폰팅전화를 받은 경험이 있으며 20.5%가 폰팅전화를 시도한 경험이 있어 폰팅전화가 청소년 사회에 퍼져 있음을 알 수 있다. 특히 고등학생이 폰팅전화를 받은 경험이 많고, 한 경험도 많은 것으로 나타났다. 그리고 여자청소년이 남자청소년보다 폰팅전화를 많이 받은 것으로 나타났다. 폰팅제의에 대해 교급별로는 대학생이, 성별로는 남자청소년이 응해주는 경우가 많았다. 그리고 고등학생은 폰팅을 해본 경험은 많지만 상습적으로 하는 경향은 중학생에서 많이 발견되었다. 청소년들은 폰팅전화에 대해서는 중립적인 태도를 보이

〈표 11〉 폰팅에 대한 태도

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
나쁘다고 생각한다	14.8	9.9	14.7	12.8
그저 그렇다	73.9	81.3	82.4	78.5
좋다고 생각한다	11.3	8.8	2.9	8.7
계	100.0 (291)	100.0 (284)	100.0 (136)	100.0 (711)

χ^2=12.03 p=.017

고 있었지만 상대적으로 대학생보다 중, 고등학생은 다소 긍정적인 태도를 보였으며, 여자청소년보다는 남자청소년이 상대적으로 긍정적 태도를 보였다.

3. 전화폭력

1) 전화폭력의 경험

전화보급의 보편화와 함께 나타난 청소년비행의 주요 유형중의 하나가 전화폭력이다. 전화폭력은 전화를 통하여 욕설이나 공갈협박, 음란한 대화, 일방적으로 음악이나 노래를 들려주거나, 말없이 가만 있거나 하는 등 이유없이 상대방을 불쾌하게 하는 전화통화이다. 여기에는 장난전화도 포함된다. 청소년들이 전화폭력을 당한 경험과 해본 경험에 대한 조사결과가 〈표 12〉에 나타나 있다.

〈표 12〉를 보면 청소년들의 약 반수(48.6%) 정도가 전화폭력을 당한 경험이 있다고 응답하였다. 청소년만 전화를 받는 것이 아니라고 보면 전화폭력이 상당히 많이 보편화되고 있음을 시사받을 수 있다. 〈표 13〉에서 폭력전화를 받은 경험을 보면 '일주일에 한두번'이 13.7%, '거의 매일'이 8.4%로 상당수가 상습적으로 전화폭력의 피해를 입는 것으로 보인다. 특히 대학생, 고등학생, 중학생으로 내려갈수록 전화폭력을 당한 경험이 많은 것으로 나타났다. 성별로 보면 여자청소년(60.2%)이 남자청소년(38.0%)에 비해 전화폭력을 당한 경험이 훨씬 많은 것으로 나타났다. (χ^2=36.00, p=.000)

전화폭력을 한 경우, 〈표 12〉에서처럼 14.5%의 청소년이 전화폭력을 한 경험이 있다고 응답하여 상당수의 청소년이 전화폭력을 하는 것으로 나타났다. 전화폭력의 빈도를 보면 특히 중학생이 '일주일에 한두번'에 17.0%, '거의 매일'이 11.9%로 고등학생과 대학생에 비하여 전화폭력을 상습적으로 하는 경우가 많은 것으로 나타났다. 성

〈표 12〉 전화폭력을 받은 경험과 해본 경험

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별		중학생	고등학생	대학생	전체
받은 경험	있다	47.0	55.3	38.0	48.6
	없다	53.0	44.7	62.0	51.4
	계	100.0 (298)	100.0 (291)	100.0 (142)	100.0 (731)
				χ^2=11.94	p=.003
해본 경험	있다	17.8	17.0	2.1	14.5
	없다	82.2	83.0	97.9	85.5
	계	100.0 (297)	100.0 (289)	100.0 (140)	100.0 (726)
				χ^2=21.37	p=.000

〈표 13〉 전화폭력의 빈도

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별		중학생	고등학생	대학생	전체
본인이 당한 경우	일년에 한두번	47.4	51.9	77.4	54.1
	한달에 한두번	23.7	26.9	15.1	23.8
	일주일에 한두번	17.0	14.7	1.9	13.7
	거의 매일	11.9	6.4	11.9	8.4
	계	100.0 (135)	100.0 (156)	100.0 (53)	100.0 (344)
				χ^2=18.63	p=.005
본인이 한경우	일년에 한두번	49.1	57.4	100.0	54.4
	한달에 한두번	32.1	34.0	.0	32.0
	일주일에 한두번	7.5	8.5	.0	7.8
	거의 매일	11.3	.0		5.8
	계	100.0 (53)	100.0 (47)	100.0 (3)	100.0 (103)
				χ^2=8.46	p=.207

별로 보면 남자청소년(18.2%)이 여자청소년(10.4%)에 비해 전화폭력을 한 경험이 많은 것으로 나타났다.(χ^2=8.80, p=.003)

2) 전화폭력의 내용과 이유

사랑의 전화에서 전화폭력의 사례조사(1989)를 한 것에 의하면 '성에 관련된 것'(46%), '욕설'(16%)', '침묵'(14%), '고독호소'(11%), '협박'(4%), '기타'(9%)의 순으로 조사되었었다. 그러나 본 조사결과는 다소 차이를 보이고 있다. 〈표 14〉은 어떤 내용의 전화폭력을 받았으며, 또한 어떤 내용의 전화폭력을 하였는지에 대한 응답결과이다. 〈표 14〉을 보면 본인이 당한 경우는 '침묵'(44.3%)이 가장 많고, '욕설'(24.3%), '음란한 내용의 대화'(21.7%), '일방적인 음악, 노래'(6.2%)의 순으로 나타났다. 전화폭력을 한 경우에도 '침묵'(56.7%)이 가장 많았으나, 그 다음으로는 '일방적인 음악, 노래'(13.5%),'욕설'(13.5%), '음란한 내용의 대화'(8.7%)의 순으로 나타났다. 전화폭력을 당한 경험에서 침묵에 가장 높은 응답이 나온 것은 의도적인 폭력전화가 아니라 전화를 잘못 걸었을 때 머뭇거리다 끊어버리는 경우도 포함되었을 가능성을 고려하면 다소 과장된 수치임을 고려해야 할 것이다. 그러나 전화폭력을 한 경우에도 가장 높은 응답이 나타난 것은 침묵이 가장 많이 사용되는 폭력내용임을 알 수 있다.

〈표 14〉 전화폭력의 내용

단위 : 백분율(실수)

문항내용\교급별		중학생	고등학생	대학생	전체
본인이	욕설	25.8	20.5	32.1	24.3
당 한	음란한 내용의 대화	16.7	24.4	26.4	21.7
경 우	일방적인 음악, 노래	5.3	9.0	.0	6.2
	침묵	48.5	42.9	37.7	44.3
	기 타	3.7	3.2	3.8	3.5
	계	100.0 (132)	100.0 (156)	100.0 (53)	100.0 (341)
				χ^2=11.56	p=.172
본인이	욕설	11.3	14.6	33.3	13.5
한경우	음란한 내용의 대화	7.5	10.4	.0	8.7
	일방적인 음악, 노래	17.0	10.4	.0	13.5
	침묵	54.7	58.3	66.7	56.7
	기 타	9.5	6.3	.0	7.6
	계	100.0 (53)	100.0 (48)	100.0 (3)	100.0 (104)
				χ^2=3.52	p=.898

〈표 15〉 전화폭력을 한 이유

단위 : 백분율(실수)

문항내용\교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
스트레스 해소하려고	5.8	10.6	.0	7.8
호기심에서	26.9	27.7	100.0	29.4
화풀이 하고 싶어서	9.6	4.3	.0	6.9
나도 잘 모르겠다	38.5	21.3	.0	29.4
기 타	19.2	36.2	.0	26.5
계	100.0 (52)	100.0 (47)	100.0 (3)	100.0 (102)
			χ^2=14.36	p=.073

성별로 보면 남자청소년은 침묵(남자 : 53.2%, 여자 : 38.0%)과 욕설(남자 : 31.2%, 여자 : 19.5%)등의 전화폭력을 당한 경험이 상대적으로 많고, 여자청소년은 음란한 대화(남자 : 7.8%, 여자

: 31.5%)로 전화폭력을 당한 경험이 많은 것으로 나타났다. (χ^2= 31.78, p=.000)

또 전화폭력을 한 경우에는 여자청소년은 침묵(남자 : 45.6%, 여자 : 77.8%)을 남자청소년은 욕설(남자 : 19.1%, 여자 : 2.8%)을 상대적으로 많이 하는 것으로 나타났다. (χ^2=15.88, p=.003) 기타에는 장난으로 또는 심심해서 한 경우가 많았다.

전화폭력을 한 이유는 '호기심에서'(29.4%)와 '나도 잘 모르겠다'(29.4%)에 높은 응답을 보였고 특히 중학생은 '나도 잘 모르겠다'(38.5%)에 높은 응답을 보여 별다른 이유없이 충동적으로 전화폭력을 하는 것으로 생각된다.

이상의 결과를 요약하면 청소년의 약 반수가 전화폭력을 당한 경험이 있으며, 주로 중, 고등학생의 청소년이 전화폭력을 당한 경험이 많은 것으로 나타났다. 또한 14.5%의 청소년이 전화폭력을 한 경험이 있으며 특히 중학생이 고등학생에 비해 상대적으로 상습적인 전화폭력을 많이 하는 것으로 나타났다. 전화폭력을 당한 경우나 하는 경우 침묵이 가장 많고, 다음으로 욕설이 많았다. 남자청소년은 욕설과 침묵의 전화폭력을, 그리고 여자청소년은 음란한 대화의 전화폭력을 상대적으로 많이 당했으며, 남자청소년은 욕설을, 여자청소년은 침묵의 전화폭력을 많이 한 것으로 나타났다. 전화폭력을 하는 이유는 호기심과 자신도 잘 모르겠다는 반응을 많이 보여 충동적으로 전화폭력을 하는 것으로 보인다.

4. 음성정보서비스

1) 음성정보서비스의 인지 및 인지경로

'전화음성정보서비스를 알고 있느냐?'의 질문에 대해서는 〈표 16〉에서와 같이 85.9%의 청소년이 알고 있다고 응답하였다. 그리고 중학생, 고등학생, 대학생으로 갈수록 인지도가 높게 나타났다. 알게 된 경로에 대해서는 〈표 17〉에서와 같이 '잡지의 광고'(44.2%)가 가장 많고, 다음으로 '길거리에서 나누어 주는 광고지'(19.1%),'TV나 라디오'(17.5%), '친구로부터'(16.8%)의 순으로 나타났다. 특히 중학생의 경우 '길거리에서 나누어주는 광고자'에 29.1%의 높은 응답을 보였다. 최근 국민학교나 중학교 근처에서 음성정보서비스 광고지를 나누어 주며 어린 학생들을 유혹하는 관련업체의 상술이 문제가 되고 있는데 그런 사실을 반영해준다.

〈표 16〉 음성정보서비스의 인지

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
안다	79.5	90.1	90.8	85.9
모른다	20.5	9.9	9.2	14.1
계	100.0 (297)	100.0 (292)	100.0 (141)	100.0 (730)

χ^2=17.12 p=.000

〈표 17〉 인지 경로

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
친구로부터	15.7	17.6	17.3	16.8
TV나 라디오	13.9	19.5	19.7	17.5
잡지의 광고	37.0	45.2	55.1	44.2
길거리에서 나누어주는 광고지	29.1	16.5	6.3	19.1
기 타	4.3	1.2	1.6	2.4
계	100.0 (230)	100.0 (261)	100.0 (127)	100.0 (618)

$\chi^2=38.78$ p=.000

2) 음성정보스비스의 사용경험

전화음성정보서비스의 사용경험에 대한 조사결과가 〈표 18〉에 나타나 있다. 응답자의 70.3%가 사용한 경험이 있다고 하여 음성정보서비스가 청소년들에게 상당히 관심을 끌고 있음을 알 수 있다. 특기한 것은 고등학생이 77.7%로 가장 높고, 다음이 중학생 68.6%, 그리고 대학생이 58.6%로 가장 경험도가 낮다는 점이다.

이용빈도에 있어서는 '거의 안함'(63.0%), '한달에 한두번'(28.0%), '일주일에 한두번'(7.7%), '거의 매일'(1.4%) 순으로 응답하여 대부분 청소년들이 이용해 본 경험은 많지만 음성정보서비스의 이용수준이 생활정보로서 보편화되어 정착되어 있지는 않으며 가끔식 한번 해보는 정도에 불과한 것으로 보인다.

3)음성정보서비스의 이용 내용

청소년들이 주로 어떤 정보를 이용하는지에 대한 조사결과가 〈표 20〉에 나타나 있다. '노래방'(25.3%)이 가장 많이 이용되며, 다음으로 '퀴즈'(19.9%), '음악감상'(13.1%), '사랑이나 연애관련'(8.5%)의 순서로 나타났으며 그 외에도 다양한 내용들이 이용되고 있었다. 기타에는 스타와의 대화, 폰팅서비스, 상담 등이 포함되었다. 교급별

〈표 18〉 음성정보서비스의 사용경험

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
있다	68.6	77.7	58.6	70.3
없다	31.4	22.3	41.4	29.7
계	100.0 (296)	100.0 (287)	100.0 (140)	100.0 (723)

$\chi^2=17.16$ p=.000

〈표 19〉 음성정보서비스 이용빈도

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
거의 안함	66.5	61.0	59.8	63.0
한달에 한두번	24.6	30.5	29.3	28.0
일주일에 한두번	5.9	8.1	11.0	7.7
거의 매일	3.0	.4	.0	1.3
계	100.0 (203)	100.0 (223)	100.0 (82)	100.0 (508)

$\chi^2=10.27$ p=.114

〈표 20〉 가장 많이 이용하는 음성정보서비스

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
노래방	31.2	26.3	8.9	25.3
퀴즈	22.6	17.5	20.3	19.9
음악감상	11.8	12.4	17.7	13.1
시나 수필 등 명상	1.6	1.4	5.1	2.1
사랑이나 연애 관련 서비스	7.5	9.2	8.9	8.5
바이오 리듬	2.7	8.3	11.4	6.6
스포츠	2.7	4.1	6.3	3.9
날씨	.0	3.7	11.4	3.5
운세	1.6	3.7	2.5	2.7
기 타	18.3	13.4	7.5	14.4
계	100.0 (186)	100.0 (217)	100.0 (79)	100.0 (482)

$\chi^2=54.97$ p=.000

로 보면 중, 고등학생이 노래방을 많이 이용한 반면 대학생은 음악감상, 바이오리듬, 날씨나 행사 안내 등에 상대적으로 많이 이용하였다. 성별로는 노래방(남자 : 21.3%, 여자 : 29.8%)은 여자청소년이, 퀴즈(남자 : 25.6%, 여자 : 13.5%)는 남자청소년이 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타났다.($\chi^2=45.75$, p=.000)

4) 음성정보서비스의 문제점

'음성정보서비스의 문제점이 무엇이냐?'의 질문에서는 응답자의 과반수가 '비싸다'(52.2%)에 응답하여 음성정보서비스의 가장 큰 문제가 내용에

〈표 21〉 음성정보서비스 문제점

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
비싸다	66.7	50.7	33.3	52.2
음란한 내용이 많다	11.7	10.3	21.0	13.3
단순 소비적이고 상업적이다	8.3	16.5	34.6	17.9
쓸데없이 시간을 끈다	8.3	15.8	8.6	11.5
기 타	5.0	6.7	2.5	5.1
계	100.0 (298)	100.0 (291)	100.0 (142)	100.0 (731)

$\chi^2=47.19$ p=.000

〈표 22〉 음성정보서비스 이용으로 인한 과대요금 경험

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
있다	31.7	21.4	9.2	23.3
없다	68.3	78.6	90.8	76.7
계	100.0 (199)	100.0 (224)	100.0 (87)	100.0 (482)

$\chi^2=17.88$ p=.000

비해 가격이 비싸다는 것으로 지적되었다. 다음으로 '단순 소비적이고 상업적이다'(17.9%), '음란한 내용이 많다'(13.3%), '쓸데없이 시간을 끈다'(11.5%) 등의 순서로 나타났다. 그외 기타에는 연령에 관계없이 누구나 이용할 수 있으므로 통제하기가 어렵다, 마약성이 있다, 사용방법이 어렵다, 음질이 안좋다, 부정확한 정보가 많다, 사행성을 조장한다, 기계적이다 등의 다양한 반응이 있었다.

실제로 음성정보서비스 이용으로 인한 과대요금 경험의 여부에 대해서는 23.3%가 경험하였다고 응답하여 음성정보서비스의 가격이 비싼 것이 가장 큰 문제임을 알 수 있다.

이상의 결과를 요약하면 음성정보서비스에 대해서는 대다수 청소년들(85.9%)이 잘 알고 있으며 70.3%가 사용한 경험이 있었다. 그러나 상시적으로 이용하고 있지는 않은 것으로 보인다. 그리고 대학생은 음성정보서비스에 대한 인지는 가장 높지만 사용경험은 중, 고등학생에 비해 가장 낮은 것으로 나타났다. 음성정보서비스를 알게 된 경로는 잡지의 광고가 제일 많았고 특히 중학생은 '길거리에서 나누어 주는 광고지'를 통한 경우가 상당히 많았다. 가장 많이 이용하는 내용은 노래방과 퀴즈이며, 그 다음으로 음악감상으로 나타

났다. 교급별로 보면 중,고등학생이 노래방을 많이 이용한 반면 대학생은 음악감상, 바이오리듬, 날씨나 행사안내 등에 상대적으로 많이 이용하였다. 성별로는 노래방은 여자청소년이, 퀴즈는 남자청소년이 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타났다. 음성정보서비스의 가장 큰 문제점은 가격이 비싸다는 것이고, 다음으로는 단순소비적이고 상업적이라는 것과 음란한 내용이 많다는 반응이 많이 나왔다. 그리고 과대요금의 경험도 23.3%로 나타났다.

5. 무선호출기

1) 무선호출기의 소지여부·구입자금·구입장소

청소년들이 무선호출기를 얼마나 소유하고 있는지 조사한 결과가 〈표 23〉에 나타나 있다. 〈표 23〉를 보면 청소년의 8.8%가 무선호출기를 가지고 있는 것으로 나타났다. 중학생이 5.56%, 고등학생이 10.4%, 그리고 대학생이 가장 많은 12.1%가 소지하고 있다고 응답하였다. 성별로는 남자청소년(13.5%)이 여자청소년(3.5%)에 비해 많이 소유하고 있었다.(χ^2= 22.63 p=.000) 구입 자금은 대학생의 경우에는 자신의 용돈(52.9%)이 가장 많았고, 중, 고등학생의 경우에는 부모가 사준 경우가 각각 60.0%, 40.0%로 가장 많았으며, 기타의 경우는 주로 자신의 용돈과 부모의 도움을 합한 경우나 선물로 받은 경우가 대부분이었다.

구입장소는 전문매장이 75.4%로 가장 많았으나 중학생과 고등학생의 경우에는 '길가의 가판대'에서 각각 7.1%, 6.7%가 구입하였다고 응답해 판매업자들의 유혹에 의한 충동구매의 현상이

〈표 23〉 무선호출기의 소지여부

단위 : 백분율(실수)

문항내용\교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
있다	5.5	10.4	12.1	8.8
없다	94.5	89.6	87.9	91.2
계	100.0 (291)	100.0 (288)	100.0 (141)	100.0 (720)

χ^2=6.79 p=.033

〈표 24〉 무선호출기의 구입자금

단위 : 백분율(실수)

문항내용\교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
용 돈	26.7	33.3	52.9	37.1
부모님	60.0	40.0	17.6	38.7
기 타	13.3	26.7	29.5	24.2
계	100.0 (15)	100.0 (30)	100.0 (15)	100.0 (62)

χ^2=6.42 p=.170

적지 않음을 시사해 준다.

2) 무선호출기의 구입동기·용도·태도

무선호출기를 구입한 동기는 '친구들과 연락'(56.5%)이 가장 많았다. 다음으로 '부모님과 연락'(19.4%), '재미있을 것 같아서'(12.9%)의 순으로 응답하였다. 기타에는 선물로 받았다는 경우가 많았다.

무선호출기의 사용용도는 구매동기와 마찬가지로 '친구들과 연락'(67.7%)에 가장 많이 사용하였고, 다음으로 '이성친구와 연락'(17.7%)에 많은 응답을 해 최근의 광고와 유행이 반영된 것으로 보인다.

무선호출기의 태도에 대해서는 다소 부정적인 것으로 나타났다. '그저 그렇다'가 52.5%로 과반수가 중립적인 태도를 보였지만 '좋지 않다고 생각한다'가 31.1%로 '좋다고 생각한다'의 16.4%보다 높게 응답하여 긍정적 반응을 얻지 못하고 있었다.

이상의 결과를 요약정리하면 무선호출기는 청소년의 8.8%가 소유하고 있었고, 대학생(12.1%)이 가장 많이 소유하였고, 고등학생이 10.4%

〈표 25〉 무선호출기의 구입장소

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
길가의 가판대	7.1	6.7	.0	4.9
슈퍼마켓 등 대형상점	.0	3.3	.0	1.6
무선호출기 전문매장	71.4	70.0	88.2	75.4
기 타	21.4	20.0	11.8	18.0
계	100.0 (14)	100.0 (30)	100.0 (17)	100.0 (61)

$\chi^2=3.24$ p=.778

〈표 26〉 무선호출기의 구입동기

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
재미있을 것 같아서	40.0	6.7	.0	12.9
친구들과 연락	20.0	63.3	76.5	56.5
부모님과 연락	33.3	20.0	5.9	19.4
기 타	27.6	10.0	6.7	11.3
계	100.0 (15)	100.0 (30)	100.0 (17)	100.0 (62)

$\chi^2=20.67$ p=.002

〈표 27〉 무선호출기의 사용용도

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
친구들과 연락	53.3	66.7	82.4	67.7
부모님과 연락	20.0	6.7	.0	8.1
이성친구와 연락	6.7	26.7	11.8	17.7
기 타	20.0	.0	5.9	6.5
계	100.0 (17)	100.0 (30)	100.0 (15)	100.0 (62)

χ^2=14.03 p=.029

〈표 28〉 무선호출기 소지에 대한 태도

단위 : 백분율(실수)

문항내용 \ 교급별	중학생	고등학생	대학생	전체
좋지 않다고 생각한다	35.5	26.8	30.7	31.1
그저 그렇다	45.4	56.7	58.6	52.5
좋다고 생각한다	19.1	16.5	10.7	16.4
계	100.0 (293)	100.0 (291)	100.0 (140)	100.0 (724)

χ^2=12.40 p=.015

중학생의 5.5%가 소유하고 있었다. 구입자금은 대학생의 경우는 자신의 용돈으로가 가장 많았고, 중, 고등학생은 부모가 사준 경우가 가장 많았다. 구입장소는 전문매장이 많았으나 중, 고등학생은 길거리 가판대에서 산 경우도 적지 않아 판매 업자의 유혹에 충동구매한 경우가 많은 것으로 추측된다. 구입동기는 친구들과의 연락이 가장 많고, 사용용도 역시 친구들과의 연락이 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 이성친구와의 연락이 많은 것으로 나타났다. 그리고 무선호출기에 대한 태도는 다소 부정적인 것으로 나타났다.

V. 요약 및 시사점

본 연구의 조사결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째 우리나라 청소년들의 일반적인 전화이용 실태를 보면 과반수의 청소년들이 거의 매일 전화를 이용하여 높은 이용률을 보이고 있으며, 여자청소년이 남자청소년보다 더 많이 이용하고 있다. 공중전화는 특히 대학생이 많이 이용하는 것으로 나타났다. 그리고 공중전화를 이용하는 이유로 외출의 경우가 가장 많았으나 중학생과 고등학생의 경우는 비밀스러운 내용이 있을 때 많이 이용하며, 특히 중학생은 부모님께 꾸중을 듣기

때문에 공중전화를 이용한다는 응답도 상당수 있었고 그런 경향은 남자보다 여자청소년이 많았다. 그리고 전화이용의 용도는 사교적 목적이 가장 많은 것으로 나타났다.

둘째 폰팅전화에 대한 조사결과 61.1%의 청소년이 폰팅전화를 받은 경험이 있으며 20.5%가 폰팅전화를 시도한 경험이 있어 폰팅전화가 청소년 사회에 퍼져 있음을 알 수 있다. 특히 고등학생이 폰팅전화를 받은 경험이나 한 경험이 많았고 남자보다는 여자청소년이 폰팅전화를 받은 경험이 많았다. 그리고 중학생은 폰팅전화를 상습적으로 하는 비율이 상대적으로 높았다. 청소년들은 폰팅전화에 대해 대체로 중립적인 태도를 보였으나 대학생보다는 중, 고등학생이, 여자보다는 남자청소년이 상대적으로 긍정적 태도를 보였다.

셋째 전화폭력에 대한 조사에서 청소년의 약 반수가 전화폭력을 당한 경험이 있으며, 주로 중, 고등학생의 청소년이 전화폭력을 당한 경험이 많은 것으로 나타났다. 또한 14.5%의 청소년이 전화폭력을 한 경험이 있으며 특히 중학생의 경우 상습적인 전화폭력을 많이 하는 것으로 나타났다. 전화폭력의 내용은 받은 경험이나 한 경험에서 침묵이 가장 많고, 다음으로 욕설의 순으로 나타났다. 전화폭력을 하는 이유는 호기심과 자신도 잘 모르겠다는 반응을 많이 보여 충동적으로 전화폭력을 하는 것으로 보인다.

넷째 음성정보서비스에 대한 조사 결과 음성정보서비스에 대해서는 대다수 청소년들이 잘 알고 있지만 상시적으로 이용하고 있지는 않은 것으로 나타났다. 그리고 대학생이 인지도는 가장 높지만 사용경험은 가장 낮은 것으로 나타났다. 음성정보서비스를 알게 된 경로는 잡지의 광고가 제일 많았고 특히 중학생은 '길거리에서 나누어 주는 광고지'를 통한 경우가 상당히 많았다. 가장 많이 이용하는 내용은 노래방과 퀴즈이며, 그 다음으로 음악감상으로 나타났다. 성별로 보면 노래방은 여자가, 퀴즈는 남자청소년이 많이 이용하는 것으로 나타났다. 음성정보서비스의 가장 큰 문제점은 가격이 비싸다는 것이고, 다음으로는 단순소비적이고 상업적이라는 것과 음란한 내용이 많다는 반응이 많이 나왔다. 그리고 과대요금의 경험도 23.3%로 나타나 그 피해가 심각함을 알 수 있다.

다섯째 무선호출기의 사용에 대한 조사결과 무선호출기는 청소년의 8.8%가 소유 하고 있으며, 대학생 12.1%, 고등학생 10.4%, 중학생 5.5%의 순으로 소유하고 있었다. 구입자금은 대학생의 경우는 자신의 용돈으로가 가장 많았고, 중, 고등학생은 부모가 사준 경우가 가장 많았다. 구입장소는 전문매장이 많았으나 중, 고등학생은 길거리 가판대에서 산 경우도 적지 않아 판매업자의 유혹에 충동구매한 경우가 많은 것으로 추측된다. 구입동기와 사용용도는 친구들과의 연락이 가장 많고, 두번째로 많은 사용용도는 이성친구와의 연락으로 나타났다. 그리고 무선호출기에 대한 태도는 다소 부정적인 것으로 나타났다.

이상의 조사결과 청소년 정책이나 청소년 교육에 주는 몇 가지 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째 청소년의 전화예절에 대한 교육이 강화되어야 한다는 점이다. 조사결과에 의하면 하급학년으로 내려갈수록 전화폭력을 많이 하는 것으로 나타나 있고, 특히 중학생의 경우 충동적으로 전화폭력을 하는 것으로 추측된다. 최근 전화폭력을 한 경우 그 전화번호를 알아내어 처벌할 수 있는 법령이 마련되었으나 공중전화를 이용할 경우에는 폭력전화를 예방하는데 효과를 발휘하기 어려울 것이다. 그러므로 청소년들이 건전하게 전화를 이용하는 전화예절의 교육이 강조되어야 할 것이다.

둘째 정보화 시대를 대비한 전화의 기능과 이용방법의 교육이 시급하다. 서론에서도 밝혔듯이 이제 전화는 단순히 사람과 사람을 연락하거나 사교적 목적에서만 사용되는 것이 아니다. 특히 정보화 시대에 있어서 전화는 정보유통의 핵심적 기능을 수행하는 도구이다. 전화예절도 중요하지만 지식과 정보를 획득하는 도구로서 전화에 대한 바른 인식과 사용교육이 필요하다. 음성정보서비스의 조사에서 나타났듯이 청소년들이 주로 노래방이나 퀴즈 등 단순히 오락적인 목적으로 전화를 이용하는 것은 바람직하지 못한 것으로 생각된다. 물론 손쉽게 오락을 즐길 수 있는 기회를 가지는 것은 좋지만 이런 결과가 상업적 목적에 의한 과대광고에 의해 나타난 것이라면 큰 문제가 아닐 수 없다. 조사결과에도 나왔듯이 중학생의 경우 길거리에서 나누어주는 광고지에 의해 음성정보서비스에 대해 알게 된 경우가 많았다는 결과가 이를 시사해 준다. 최근 정부나 문화단체 등에서도 건전한 음성정보서비스를 많이 제공하고 있으나 상업적 목적으로 만들어진 음성정보서비스에 비해 홍보가 부족하여 청소년들이 이를 잘 이용하지 못하고 있는 것으로 생각된다. 그러므로 음성정보서비스에 대한 홍보와 올바른 사용교육이 필요하다.

셋째 청소년을 상품판매의 대상으로 생각하는 지나친 상업주의에 대한 청소년 보호대책이 필요하다. 경제적 풍요와 함께 청소년은 새로운 소비층으로 부상되고 있다. 따라서 청소년층을 향한 무분별한 상업주의가 청소년의 건전한 정신적 육체적 성장에 많은 폐해를 가져오고 있는 것은 이미 알려진 사실이다. 특히 정보화 시대가 급격히 진행되면서 정보상품부분에서도 이런 현상이 크게 만연되고 있다. 본 조사에서 나타난 음성정보서비스의 경우도 청소년 스스로가 문제점으로 지적하였듯이 단순 소비적이고 상업적이거나 음란한 내용의 소비성 정보들을 청소년을 대상으로 한 대대적 광고를 통해서 판매하고 있는 것으로 나타났다. 또한 무선 호출기의 경우도 길거리 가판대에서 어린 학생들을 유혹하여 충동구매를 유도하는 현상도 나타나고 있다. 관련업체들의 각성도 중요하지만 학교나 가정, 그리고 사회적으로도 정보화 시대의 정보상품에 대한올바른 홍보와 사용법 등의 교육과 정책이 필요한 것으로 생각된다.

참 고 문 헌

김경화·조미옥. 1994.「전화정보 24시」, 서울 : 책과 사람들.

노규형. 1986. "우리나라 정보유통량 조사 보고",「통신정책동향」, 86 겨울호, 6~14.

「동아백과대사전」. 1989.

서울대학교 사회과학연구소. 1985.「전기통신학술연구보고서 : 정보화사회의도전과 대응」.

염명배. 1993. "전화부문의 사회요금제도에 관한 논의",「통신정책연구」, 8권 1호, 38~41.

이상덕. 1986. "전화수급에 관한 한일분석".「통신정책동향」, 창간호, 36~45.

이상덕 등. 1989.「통신상품의 분류체재 및 관리방안 연구」. 통신개발연구원.

전화정보. 1989. 9월호, 62~64.

최병익. 1990. "공중전화산업의 현황과 성장을

위한 모색", 「통신정책동향」, 5권 1호, 56~74.

추광영. 1991. "한국민의 전화이용패턴 및 행태에 관한 조사연구". 「정보사회연구」, 봄호, 49~71.

통계청. 1994. 「한국통계월보」, 2.

한국통신. 1993. 「전화」.

Bell, D. 1973. *The Coming of Post-Indstrial Society Adventure in Social Forecasting.* NY : Basic Book.

Williams, F. 1987. *Technology and Communication Behavior*, CA : Wadsworth Publishing Co.

Ithiel de Sola Pool et.al.. 1984. *Communications Flows : A Census in the United States and Japan.* Tykyo : University of Tokyo Press.

Toffler, A. 1970. *Future Shock.* N.Y. : Randon House Inc.