

청소년의 소셜미디어 이용실태 연구

- ▶ 책임연구원 : 이창호(한국청소년정책연구원 · 연구위원)
- ▶ 공동연구원 : 성윤숙(한국청소년정책연구원 · 연구위원)
정낙원(서울여대 언론영상학부 · 교수)
- ▶ 연구보조원 : 장상아(한국청소년정책연구원 · 연구인턴)
박선영(한국청소년정책연구원 · 연구인턴)

발 간 사 ■ ■ ■

통계청에 따르면, 2011년 12월 기준 국내 트위터 이용자는 544만 명, 페이스북 이용자는 536만 명을 기록하고 있습니다. 이처럼 소셜미디어 이용이 증가하면서 우리의 일상생활도 많은 변화를 겪고 있습니다. 소셜미디어를 통해 생활에 필요한 유용한 정보를 얻기도 하며 주요 사회적 사건이나 이슈에 대한 뉴스도 접합니다. 아울러 소셜미디어를 통해 새로운 친구를 만나고 사귀기도 하며 평소 만나기 어려운 유명인들과 스스럼없이 대화를 나눌 수도 있습니다. 이처럼 소셜미디어는 개인의 의견, 감정, 정보, 지식을 교환하고 공유하는 사회적 네트워크로 성장하고 있습니다.

이같은 소셜미디어의 확산에도 불구하고 청소년들의 소셜미디어 이용실태나 소셜미디어가 청소년들에게 미치는 영향을 다룬 연구는 부족한 실정입니다. 더구나 최근 카카오톡이나 페이스북 등이 청소년들에게 급속히 확산되면서 여러 문제들이 발생하고 있습니다. 카카오톡을 통해 여러명의 친구로부터 언어폭력 등 집단따돌림을 당해 아파트에서 여고생이 투신자살한 사건도 있었고 아이돌 그룹 티아라의 왕따사건을 모방해 청소년들 사이에서 친구 한명을 왕따로 지목하고 괴롭히는 일명 ‘티아라놀이’가 유행하기도 했습니다. 청소년들의 소셜미디어중독 또한 심각해지고 있습니다.

이처럼 소셜미디어를 통한 따돌림이나 중독이 최근 청소년들의 심각한 문제로 대두되고 있지만 아직까지 구체적인 실태파악이나 대응책 마련이 미흡한 편입니다.

이에 본 연구는 전국의 고등학생, 대학생 등 총 4,876명을 대상으로 청소년들의 소셜미디어 이용실태를 조사하고 20명의 심층인터뷰를 통해 소셜미디어가 청소년에게 미치는 긍정적, 부정적 영향에 대해 분석하고 소셜미디어의 역기능을 방지하기 위한 다양한 정책적 방안을 마련했습니다.

이 연구보고서가 청소년들의 건전한 소셜미디어 활용을 위한 발판을 마련하고 소셜미디어의 여러 폐해를 막을 수 있는 초석이 되길 기대해봅니다.

2012년 12월
한국청소년정책연구원
원장 이 재 연

국 문 초 록

소셜미디어의 확산으로 소셜미디어의 영향력을 다룬 여러 연구들이 쏟아지고 있지만 아직까지 정보화세대인 청소년들의 소셜미디어 이용실태를 다룬 대규모 연구는 부족한 실정이다. 이에 본 연구는 전국적 규모의 조사와 심층면접을 통하여 고등학생과 대학생들의 소셜미디어 이용실태를 분석하고자 했다.

선행연구를 바탕으로 이 연구는 청소년들의 소셜미디어 이용동기, 이용시간 등 소셜미디어 이용행태 뿐 아니라 사회자본, 정치참여, 사이버불링 등 소셜미디어가 청소년에게 미치는 긍정적, 부정적 영향을 포괄적으로 살펴보고자 했다. 또한 소셜미디어이용정도나 이용동기에 따라 정치참여나 사회자본의 정도가 어떻게 나타나는지도 경험적으로 입증하고자 했다.

연구결과, 청소년들은 카카오톡과 페이스북을 즐겨 이용하는 것으로 나타났다. 주된 소셜미디어 이용동기는 정보/교류나 즐거움/추억공유 등 관계지향성에 있었다. 소셜미디어를 통해 일어난 긍정적 변화로는 정보획득, 스트레스해소, 친한 친구와의 유대강화, 교량적/결속적 사회자본 증진, 사회참여 및 정치참여 활성화 등이다. 즉 정보/교류 목적으로 소셜미디어를 이용할수록 교량적/결속적 사회자본은 강화되었다. 또한 정치, 사회적인 정보를 소셜미디어에 의존하는 정도가 높을수록 소셜미디어를 통한 참여정도가 매우 높은 것으로 나타났다.

반면, 소셜미디어를 통한 개인정보유출이나 사이버불링은 심각한 것으로 드러나 이에 대한 대책마련이 절실했다. 특히 응답자의 45.5%가 소셜미디어를 통해 개인정보가 유출된 적이 있다고 답해 개인정보유출로 인한 피해가 큰 것으로 나타났다.

소셜미디어의 역기능에 대한 대책으로는 소셜미디어리터러시 증진, 소셜미디어이용가이드 라인마련, 소셜미디어 서비스업체의 청소년보호를 위한 정책 및 약관 마련, 미디어교육의 법제화 등이 제시되었다.

주요어 : 소셜미디어, 사이버불링, SNS, 중독, 참여

연구 요약

1. 연구목적

- 소셜미디어 이용이 증가하면서 우리의 일상생활이 많이 바뀌고 있음. 소셜미디어를 통해 생활에 필요한 유용한 정보를 얻기도 하며 주요 사회적 사건이나 이슈에 대한 뉴스도 접함. 아울러 평소 알고 지내던 지인들과 즐거운 일, 슬픈 일 등 일상생활을 공유하기도 함.
- 2000년 초, 중반 싸이월드와 블로그가 청소년들의 중요한 소통수단이었다면 2010년을 전후해 트위터, 페이스북 등 소셜미디어가 청소년들에게 많은 영향을 미치고 있음.
- 특히 스마트폰의 보급으로 언제 어디서든지 누구나 쉽게 소셜미디어를 이용하게 되면서부터 트위터나 페이스북 이용자수가 급증하고 있는 추세임.
- 이에 따라, 소셜미디어의 영향력을 다룬 여러 연구들이 쏟아지고 있지만 아직까지 정보화세대인 청소년들의 소셜미디어 이용실태를 다룬 대규모 연구는 부족한 실정임.
- 이에 본 연구는 전국적 규모의 조사와 심층면접을 통하여 고등학생과 대학생들의 소셜미디어 이용실태를 분석하고자 함. 선행연구를 바탕으로 이 연구는 청소년들의 소셜미디어 이용동기, 이용시간 등 소셜미디어 이용행태 뿐 아니라 사회자본, 정치참여, 사이버불링 등 소셜미디어가 청소년에게 미치는 긍정적, 부정적 영향을 포괄적으로 살펴보고자 함. 또한 소셜미디어이용정도나 이용동기에 따라 정치참여나 사회자본의 정도가 어떻게 나타나는지도 경험적으로 입증함.

2. 연구방법

- 문헌연구 : 문헌연구를 통해 소셜미디어의 개념 및 특성, 종류 등을 파악함. 아울러 기존연구와 자료를 바탕으로 소셜미디어 이용동기 및 목적, 소셜미디어 이용 현황 등을 정리함.
- 전문가자문회의 : 수차례의 전문가 자문을 통해 소셜미디어가 청소년에게 미치는 영향 및

정책, 국내외 소셜미디어 법제도 및 정책동향 등에 관한 전문가들의 의견을 청취, 보고서에 반영

- 설문조사 : 청소년들의 소셜미디어 이용실태를 파악하기 위해 전국의 고등학생 2,574명, 대학생 2,302명 등 총 4,876명을 대상으로 설문조사를 실시함. 설문조사의 내용은 소셜미디어 이용시간, 이용동기, 소셜미디어를 통해 친하게 지내는 친구 수, 소셜미디어를 통해 형성된 교량적/결속적 사회자본 정도, 소셜미디어를 통해 일어난 변화, 소셜미디어를 통한 따돌림, 욕설, 놀림 등 가해/피해 경험, 소셜미디어를 통한 정치, 사회적 참여(기부, 봉사활동, 서명운동 등), 19대 총선 참여 여부, 18대 대선 투표 참여계획 여부 등임.
- 심층면접 : 소셜미디어 이용현황과 청소년의 삶을 알아보기 위해 고등학생 10명, 대학생 10명 등 총 20명의 심층면접 조사를 통해 청소년들의 소셜미디어 이용현황 뿐 아니라 일상생활 및 정치에 대한 관심, 소셜미디어 만족도 및 사회적 자본형성, 소셜미디어 영향 및 정책방안 등을 분석
- 국내외 소셜미디어정책 분석 : 소셜미디어 관련 국내의 현행 법·제도 및 외국의 관련 정책사례를 수집분석하였고, 소셜미디어 관련 정책적·법적 쟁점에 대하여 소셜미디어 이용이 활발한 미국, 영국, EU 등의 사회적 대응 정책사례를 수집·분석하여 시사점을 도출

3. 주요 연구결과

1) 청소년의 소셜미디어 이용 현황

- 청소년들이 일주일에 어느 정도 소셜미디어를 이용하는 지 살펴본 결과, 8가지 소셜미디어 중 카카오톡을 가장 많이 이용하는 것으로 나타났음. 즉 전체 응답자의 75.0%가 거의 매일 카카오톡을 이용하고 있다고 답했음. 카카오톡과 더불어 페이스북과 유튜브, 미니홈피, 블로그의 이용도 비교적 높게 나타났음. 페이스북의 경우는 거의 매일 이용한다고 응답한 비율이 전체 응답자의 33.4%에 달해 페이스북이 청소년들 사이에 빠르게 확산됐음을 확인할 수 있음.
- 하지만 미투데이, 트위터, 팟캐스트의 이용빈도는 매우 낮은 것으로 조사됐음. 즉 전체응답자의 78.9%는 트위터를 전혀 이용하지 않는 것으로 나타났고 전체 응답자의 86.6% 또한 팟캐스트를 전혀 이용하지 않는 것으로 나타났음.

- 주된 소셜미디어 이용동기는 정보/교류나 즐거움/추억공유 등 관계지향성에 있음이 나타났다. 또한 청소년들이 소셜미디어를 사용함으로써 얻고자 하는 효과나 목적 역시 “소통과 교류”라고 보는 것으로 드러났음. 이는 또래문화를 중시하는 청소년의 특성상 자연스러운 현상이라고 볼 수 있음. 또한 질적 연구결과 90%의 응답자가 컴퓨터보다 스마트폰을 선호하는 것으로 나타난 것으로 볼 때, 컴퓨터중심의 삶이 스마트폰중심의 삶으로 전환하고 있음을 알 수 있음.
- 청소년들의 관계망을 조사한 결과 형식적 관계망(등록된 친구의 수)은 수 백 명에 이르는데 반해 실질적 관계망(실제 소통하는 친구의 수)은 수십 명에 불과한 것으로 나타났다. 청소년들은 이질적 네트워크보다는 동질적 네트워크를 선호하는 경향을 보이고 있는 것을 시사해줌.

2) 소셜미디어가 청소년에게 미치는 긍정적 영향

- 소셜미디어를 통해 일어난 긍정적 변화로는 정보획득, 스트레스해소, 친한 친구와의 유대강화, 교량적/결속적 사회자본 증진, 사회참여 및 정치참여 활성화 등으로 나타남. 청소년들은 소셜미디어를 통해 관계망이 확충되고 유지되는 것을 확인할 수 있었음. 나아가 소외나 자살충동 그리고 폭력문제 등 청소년들의 개인적 문제를 소셜미디어를 통해 나누고 어느 정도 문제의 해소에 기여할 수 있음을 보여주고 있음. 또한 이러한 관계망이 지자체의 다양한 청소년기관들과 연결될 수 있을 때 청소년문제의 해결에 관한 보다 생산적인 결과로 이어질 수 있을 것이라 추측됨.
- 소셜미디어는 미래지향적으로 관계망의 양적 확충을 가능하게 하며, 이는 사회적 자본의 양적 증가가 이루어질 수 있는 가능성을 제공해줌. 특히 양적연구를 보면 소셜미디어를 통해 다양한 정보와 의견을 교환하거나 소셜미디어를 통해 다른 문화를 접하는 청소년들의 비율이 높았음.
- 소셜미디어는 또한 사회참여를 활성화시키기도 함. 설문조사결과 서명운동에 참여한 적이 있다고 응답한 청소년은 전체의 36%에 달했고 소셜미디어를 통해 기부를 한 적이 있거나 자원봉사에 참여한 비율도 각각 16.6%, 9.2% 였음. 이 같은 수치는 오프라인 참여(서명 57.6%, 기부 47.1%, 봉사활동 67.3%)에 비해 많이 낮지만 소셜미디어를 통해 이뤄졌다는 면에서 주목할 만함. 트위터의 경우 대학생들의 투표참여에 매우 큰 영향을 미쳐 청소년들에게 트위터가 중요한 정치참여와 정치커뮤니케이션의 수단이 되고 있음을 알 수 있음.
- 소셜미디어는 청소년들의 정치적 관심을 증가시키는 것으로 나타났다. 정치, 사회적인 정보를 소셜미디어에 의존하는 정도가 높을수록 소셜미디어를 통한 정치, 사회적 참여정도가 매우

높은 것으로 나타났음. 즉 소셜미디어를 통해 정치, 사회적인 정보를 많이 얻을수록, 소셜미디어를 통한 기부참여, 서명운동, 자원봉사, 투표인증샷, 정치적 이슈에 대한 의견표명이 활발함.

3) 소셜미디어가 청소년에게 미치는 부정적 영향

- 본 조사결과, 소셜미디어가 청소년에게 미치는 부정적 영향이 매우 심각한 것으로 드러났음. 특히 응답자의 45.5%가 소셜미디어를 통해 개인정보가 유출된 적이 있다고 답해 개인정보유출로 인한 피해가 큰 것으로 나타남. 소셜미디어를 통해 누군가를 따돌린 적이 있다고 응답한 비율은 6.8%에 불과했지만 소셜미디어를 통해 욕을 하거나 누군가를 놀린 적이 있다고 답한 청소년이 10명 중 3명이었음. 또한 10명 중 2명은 소셜미디어를 통해 선생님의 험담을 해본 적이 있다고 응답했고 소셜미디어를 통해 공부를 소홀히 한 적이 있다고 답한 청소년의 비율도 45%에 달함. 절반이 넘는 청소년이 소셜미디어 상에서 근거 없는 소문이나 괴담을 본 적이 있다고 답해 소셜미디어를 통해 괴담이 많이 유포되고 있음을 알 수 있음. 마지막으로 사이버따돌림이 성행하고 있음. 면접대상자의 15%정도는 가해경험과 피해경험을 모두 갖고 있는 것으로 나타났는데, 대부분 아는 사이에서 발생하며 장난으로 행해지는 경우도 있는 것으로 드러났음.
- 소셜미디어를 통한 지나친 포래문화중시현상은 청소년의 자율성과 주체성의 약화를 초래할 수 있으며, 동시에 개성과 창의성의 발전을 저해할 수 있는 소지가 있음. 특히 면접대상 응답자의 60%가 사진이나 글을 올리는 내용이 “신변잡기”인 반면 상대적으로 “공감을 얻을 수 있는 내용”의 경우는 15%에 불과했음. 이는 청소년들의 적극적인 소셜미디어 사용에도 불구하고 그 사용이 생산적이고 창의적으로 이루어지고 있지 않음을 시사함.
- 급속히 발전하는 소셜미디어의 추세를 고려할 때 쉽게 적응하는 청소년세대와 기성세대와의 문화격차가 더 커질 수 있는 문제가 있음.
- 면접조사결과, 소셜미디어상의 인간관계가 피상적이고 일시적이며 우연적일 수 있다는 것을 보여줌. 소셜미디어상의 관계가 피상적이라는 사실은 상대방을 차단해본 경우(85%)가 차단당해본 경우(30%)보다 현저하게 높다는 사실에서도 나타남. 이는 차단했을 경우 상대방이 모를 수 있는 경우도 있지만 그만큼 관계가 피상적이라보니 관심이 적은 관계로 확인해보지 않은 결과일 수 있기 때문임. 동시에 90%의 응답자가 전혀 모르는 친구요청을 받아본 경험이 있다고 응답했는데 이는 알지 못하는 외국인이나 자동연결시스템에 의한 경우가 포함되며 따라서 피상성을 엿볼 수 있음.

- 청소년들이 이질적 네트워크보다는 동질적 네트워크를 선호하는 경향을 보인다는 점을 사회적 자본측면에서 바라보면 결속적(bonding) 사회적 자본에만 치중된 결과이며, 연결적(bridging) 사회적 자본의 확충에는 크게 기여하지 않는 것으로 평가할 수 있음.
- 소셜미디어의 심각한 폐해는 중독현상임. 면접대상자의 60%가 소셜미디어 중독 성향을 보인 것으로 조사된 반면 관계망증가에 기여한 경우는 25%였음. 정보취득에 용이하다는 입장은 10%에 불과했음. 이는 소셜미디어가 전체적으로 볼 때 청소년에게 긍정적이기보다는 수업권이나 수면권을 침해하는 등 부정적으로 작용하고 있음을 시사해줌. 특히 사생활침해가 심각한 것으로 드러났으며 그 외에도 왜곡된 정보를 통한 갈등발생과 반사회적 여론형성의 문제 등이 있는 것으로 나타났음. 그럼에도 불구하고 응답자의 70%는 SNS를 습관적으로 사용하는 것으로 나타났음. 그래서 앱삭제나 비활성화 그리고 탈퇴 등의 방식으로 자제하려고 노력하나 일시적이고 조건적으로 끝나는 경우가 많은 것으로 드러났음. 동시에 스스로 의식전환의 노력을 하는 경우는 10%에 불과했음. 더욱이 주변에서 중독으로 여겨지는 사례가 있는지에 대해 응답자의 65%가 있다고 했는데 결국 청소년들의 소셜미디어 중독이 우려할 만한 수준이며 자율적으로 자유로워지는 것은 어려운 것으로 판단됨.

4) 국내외 소셜미디어 관련 법제도 및 정책

- 국내의 경우 청소년들의 SNS 사용에 대한 보호장치와 미디어교육이 아직까지 체계화되고 있지 않음. 하지만 최근 들어 사이버불링이 심각한 문제로 떠오르면서 2012년 3월 학교폭력예방 및대책에관한법률이 개정되면서 사이버따돌림이 처음으로 학교폭력의 한 유형에 포함된 바 있음.
- 미국의 경우 학교와 도서관 또는 학교-도서관 연합체는 인터넷상 어린이 보호법(CIPA)이 요구하는 ‘인터넷 안전정책(Internet safety policy)’에 따라, 미성년자 즉 학생들의 온라인 활동을 반드시 모니터(monitored)하고, 학생들에게 소셜네트워킹 웹사이트와 대화방을 포함한 온라인상에서의 알맞은 행동규범과 가상공간에서 약자를 괴롭히는 행위(cyberbullying)에 대한 인지 및 대응방법을 반드시 교육하며 그 교육실시 증명서를 제출하도록 요구하고 있음.
- 영국의 경우 2008년 ‘소셜네트워킹서비스 및 기타 사용자 상호작용서비스 제공자들을 위한 실무지침’을 마련해 사업자들에게 권고하고 부모들을 위한 웹사이트를 개설하는 등 미디어교육프

로그래를 강화하면서 SNS의 유해정보로부터 아동·청소년을 보호하기 위한 다양한 정책을 펼치고 있음.

- EU의 경우 회원국 간의 공조와 협력을 통해 SNS를 비롯한 온라인에서 어린이들이 안전하게 보호받을 수 있도록 하고 있음.

4. 정책제언

○ 소셜미디어 리터러시 증진

소셜미디어 리터러시는 하워드 라인골드의 주장처럼 개인과 개인, 개인과 집단, 집단과 집단이 연결되어 있는 네트워크 사회에 살고 있다는 인식에서 출발함. 소셜미디어를 통해 연결된 온라인 네트워크는 민주주의 사회에 필요한 중요한 사회적 자본임. 따라서 소셜미디어로 연결된 네트워크를 통해 공동의 문제에 대한 인식을 공유하고 문제해결을 위해 상호 협력할 때 소셜미디어의 긍정적 활용은 촉진될 수 있고 소셜미디어 리터러시는 증진됨.

소셜미디어 리터러시를 증진하기 위해서는 또한 소셜미디어의 유익하고 건전한 활용을 장려할 필요가 있음. 페이스북을 비롯한 소셜미디어를 통해 청소년들은 지역사회와 문화를 알리기도 하고 독도에 대한 사랑을 실천하기도 함. 또한 자신들이 아르바이트로 번 돈 가운데 일부를 기부해 저소득층 아이들에게 도움을 주기도 함. 이러한 기부 및 사회참여 활동을 통해 청소년들은 국가와 사회의 문제에 대한 관심을 갖게 되며 소속감을 느끼고 공동체의식을 함양해 나가게 됨.

○ 사이버불링 대책 마련

사이버공간을 이용한 따돌림이나 괴롭힘이 사회적 문제가 되자 2012년 3월 학교폭력예방및대책에 관한법률이 개정되면서 사이버따돌림이 처음으로 학교폭력의 한 유형에 포함된 바 있음. 하지만 아직까지 후속대책 및 부모교육 등이 미흡한 실정임. 미국의 사이버따돌림연구센터는 사이버따돌림에 대응하는 10가지 팁을 제시하면서 청소년 뿐 아니라 학부모, 교사, 경찰을 대상으로 사이버따돌림근절 방안 및 대응요령을 교육하고 있음. 따라서 우리사회도 사이버따돌림을 당했을 경우 증거자료를 어떻게 모아놓아야 하는지, 피해사실을 어떻게 알려야 하는지 등 기본적인 교육을 학부모, 학생, 교사들을 대상으로 실시할 필요가 있음. 사이버따돌림이 청소년들에게 미치는 심각한 영향 뿐 아니라 사이버따돌림을 당했을 경우 기초적인 대응방안을 학생들에게 주지시키는 것이 매우 절실함.

○ 대규모 사이버불링 실태 조사

교육과학기술부는 2012년 초 학교폭력실태조사를 대규모로 실시한 바 있음. 하지만 대부분 물리적 폭력이나 따돌림에 초점을 뒀 최근 확산되고 있는 사이버불링의 실태를 구체적으로 파악하기에는 한계가 있음. 사이버불링이 심각한 청소년문제로 떠오르고 있는 만큼 사이버불링의 유형이나 원인 등에 대한 대규모 조사가 필요함.

○ 청소년들에게 적합한 소셜미디어이용 가이드라인 마련

소셜미디어 이용이 일상화되면서 SNS 중독, 과다사용으로 인한 피로감, 수업방해 등 이로 인한 문제점들도 다수 발생하고 있음. 따라서 무분별한 소셜미디어 이용을 억제하고 건전한 소셜미디어 이용의 정착을 위해 청소년들에게 적합한 가이드라인을 마련할 필요가 있음(아래 제시된 가이드라인 참조).

- SNS에 올린 개인 신상에 관한 정보는 악용될 수 있으므로 가급적 개인 전화번호나 주민등록번호, 신용카드 정보 등 유출될 경우 피해가 심각한 정보는 올리지 말자.
- SNS는 개인들 간의 사적인 연결망인 동시에 여러 사람들이 이용하는 공적인 공간임을 명심하자.
- 수업시간에는 SNS 이용을 하지 말자.
- SNS를 통해 글을 올리기 전 한 번 더 자신이 쓸 글이 혹시 남에게 상처를 주거나 남을 힘들게 하는 것인지 생각 한 후 신중히 글을 쓰자.
- 사실 확인이 되지 않은 악성 루머를 퍼뜨리지 말자.

○ 미디어교육의 법제화

스마트미디어의 확산 등 매체환경의 변화에 따라 청소년들에게 미치는 미디어의 중요성은 갈수록 커지고 있음. 하지만 현실은 미디어교육이 학교현장에서 거의 이뤄지지 않는다는 데 있음. 미디어교육이 학교현장에 뿌리내리기 위해서는 미디어교육의 법제화가 시급함.

○ 창의적 체험활동 중 미디어 활동 강화

창의적 체험활동은 동아리활동, 봉사활동, 진로활동, 자율 활동 등으로 구성돼 있으며 2011년부터 실시돼 오고 있는 제도임. 2013년부터는 초, 중, 고 모든 학년에게 확대 적용됨. 미디어교육이 중요한 만큼 창의적 체험활동 영역 중 하나로 미디어활동을 넣는 것이 필요함. 창의적 체험활동

안에 미디어활동을 중요한 활동으로 포함시킴으로써 미디어교육 및 활동에 대한 관심과 주의를 환기시킬 수 있음.

○ 자녀지도를 위한 소셜미디어 활용 매뉴얼 제작 및 학부모교육 강화

부모에게 자녀들이 SNS를 이용하면서 부딪힐 수 있는 위험들과 대응방법, 친구들을 대하는 방법에 관한 매뉴얼이나 홍보동영상을 제작하여 리플릿, 방송, 유튜브, SNS 등 다양한 매체에 보급할 필요가 있으며, 이를 부모들에게 교육시키고 적극적으로 홍보할 필요가 있음.

○ 소셜미디어 서비스업체의 청소년보호를 위한 정책 및 약관 마련

미국의 소셜미디어 서비스업체에 비해 국내 업체의 청소년보호를 위한 약관이나 제도적 뒷받침이 부족한 실정임. 따라서 국내 서비스업체는 청소년 음란물, 성매매, 사이버따돌림, 소셜미디어 중독, 사생활 침해, 개인정보 유출 등 청소년들과 밀접한 관련이 있는 문제를 사전에 예방할 수 있는 청소년보호 정책 및 약관을 마련할 필요가 있음, 또한 청소년보호책임자 및 담당자의 지정 뿐 아니라 올바른 스마트폰 활용에 대한 캠페인 및 교육에 적극적으로 참여하여 사회적 책임을 다할 필요가 있음.

○ 스마트폰 대화방 필터링 및 무료 스팸차단프로그램 설치

스마트폰 판매업자 및 보호자의 의무 규정을 두어 청소년이 불법·유해정보 접근을 차단하는 프로그램을 설치하고, 스마트폰 인터넷 접속서비스 제공 사업자로 하여금 사용자가 청소년인 경우 유해정보 필터링 서비스 이용을 조건으로 서비스를 제공하도록 의무화하고, 스마트폰상의 음란물사이트와 청소년 유해 앱을 차단하는 ‘스마트보안관’ 어플리케이션을 무료로 보급하고 이를 홍보할 필요가 있음.

○ 청소년 유해매체물 점검 모니터링 강화 및 청소년보호대책마련

소셜미디어를 통한 청소년 유해매체물 접촉이 증가하고 있어 매체물의 청소년 유해성 영향평가를 실시하여 소셜미디어 서비스 제공시 청소년에 대한 위험성 및 유해성 여부에 대한 사전, 사후 검증 제도를 도입하고, 내용의 위험성, 유해성 판정 및 심의에 대한 상시 모니터링 제도를 도입하고 모니터링을 강화할 필요가 있음.

○ 소셜텍스트 분석으로 위기청소년 위험징후식별 예측 DB구축

SNS확산에 따라 빅데이터를 활용한 소셜텍스트 분석은 학교폭력, 성매매, 자살 등 위기청소년의 위험징후식별에 활용되어 청소년문제를 사전에 예방할 수 있는 가능성을 시사하고 있음. 청소년은 다양한 소셜미디어를 통해 자살이나 자신의 고민을 이야기하는 창구로 활용하기 때문에 온라인 Buzz를 대상으로 청소년의 자살예방 DB로 활용할 수 있을 것임.

○ 청소년관련 기관의 소셜미디어 활용 확대 및 교육·홍보 강화

청소년관련 중앙부처나 지자체, 청소년관련기관들의 경우 청소년들의 욕구를 신속하게 반영하고 효율적인 처리를 위한 SNS서비스 전담부서 설립과 유기적 운영체제 확립이 필요하고 지자체나 청소년관련 기관을 중심으로 청소년들에 대한 건전한 SNS활용방안 관련 교육이 필요함. 특히 주체적 사회적 자본창출이란 관점과 IT선진국으로의 진입이라는 관점에서 새로운 사회적 공간으로서의 SNS에 대한 이해와 대면관계가 배제된 상태에서 기호만이 교환되는 의사소통관계에서의 분별력 함양을 위한 교육 필요.

목 차

I. 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	3
2. 연구내용	5
3. 연구방법	7
II. 이론적 배경	11
1. 소셜미디어의 개념 및 종류	13
2. 소셜미디어의 특성	20
3. 소셜미디어 이용현황 및 동기	24
4. 소셜미디어의 활용	28
5. 소셜미디어의 영향	33
III. 국내외 소셜미디어 법제도 및 정책동향 분석	53
1. 국내 소셜미디어 법제도 및 정책	55
2. 해외 소셜미디어 법제도 및 정책	63
IV. 청소년의 소셜미디어 이용실태 및 영향	81
1. 설문조사개요	83
2. 설문조사결과	85
3. 소결	149
V. 소셜미디어와 청소년의 삶	151
1. 조사 개요	153
2. 조사 결과	157
3. 소결	198

VI. 결론 및 정책제언	203
1. 결론	205
2. 정책제언	210

참고문헌	231
------------	-----

부 록	243
부록 1. 청소년의 소셜미디어 이용실태 조사 설문지(고등학생용)	245
부록 2. 청소년의 소셜미디어 이용실태 조사 설문지(대학생용)	259
부록 3. 청소년의 SNS 이용실태와 대응방안연구 심층면접조사 설문지	272
부록 4. 청소년의 소셜미디어 이용과 삶에 관한 연구 분석표	278

표 목 차

【표Ⅰ-1】 자문회의 내용	7
【표Ⅰ-2】 설문조사 개요	8
【표Ⅰ-3】 질적 연구 개요	8
【표Ⅱ-1】 소셜네트워크서비스 기능에 대한 정의	14
【표Ⅱ-2】 소셜미디어의 종류	15
【표Ⅱ-3】 소셜미디어의 특징	20
【표Ⅱ-4】 소셜미디어 이용 여부	25
【표Ⅱ-5】 트위터 이용자의 주제별 관심도	26
【표Ⅱ-6】 학교폭력 피해 유형별 응답 현황	49
【표Ⅱ-7】 학교폭력 발생 장소 응답 현황	50
【표Ⅲ-1】 SNS 심의에 대한 방송통신심의위원회의 입장	56
【표Ⅲ-2】 헌법재판소 판결문 주요 내용(위헌의견)	57
【표Ⅲ-3】 법관의 SNS 사용 지침	59
【표Ⅳ-1】 고등학생 표본 추출과정	83
【표Ⅳ-2】 대학생 표본 추출과정	84
【표Ⅳ-3】 설문조사 내용	84
【표Ⅳ-4】 배경 질문	86
【표Ⅳ-5】 일주일 평균 소셜미디어 이용 횟수	87
【표Ⅳ-6】 하루 평균 소셜미디어 이용시간	89
【표Ⅳ-7】 소셜미디어 친구 수	92
【표Ⅳ-8】 또래 친구들의 정치적, 사회적 인식 정도	93
【표Ⅳ-9】 소셜미디어를 이용하는 동기	95
【표Ⅳ-10】 소셜미디어 이용동기에 대한 요인 분석	96
【표Ⅳ-11】 사회자본에 대한 요인 분석	97
【표Ⅳ-12】 사회자본에 대한 인식	98
【표Ⅳ-13】 집단별 사회자본 비교	99

【표Ⅳ-14】 소셜미디어를 통해 일어난 변화	99
【표Ⅳ-15】 최근 1년간 소셜미디어 상에서 경험한 일	101
【표Ⅳ-16】 최근 1년간 소셜미디어를 통해 참여한 일	107
【표Ⅳ-17】 최근 1년간 정치, 사회적 참여	108
【표Ⅳ-18】 하루 평균 미디어 이용 시간	110
【표Ⅳ-19】 오프라인 친구 수	112
【표Ⅳ-20】 삶의 만족도	112
【표Ⅳ-21】 4.11 총선 투표 참여 여부	113
【표Ⅳ-22】 19대 대통령 선거 참여 여부	113
【표Ⅳ-23】 사회, 정치적 문제에 대한 관심도	114
【표Ⅳ-24】 또래 친구들과 비교한 본인의 정치적 관심 정도	115
【표Ⅳ-25】 정치, 사회적 문제에 대한 정보획득 매체	116
【표Ⅳ-26】 정치적 효능감	118
【표Ⅳ-27】 집단별 정치적 효능감 비교	119
【표Ⅳ-28】 제 1 야당의 이름	120
【표Ⅳ-29】 막말 발언으로 구설수에 오른 후보자의 이름	120
【표Ⅳ-30】 논문표절의혹을 받은 후보자의 이름	121
【표Ⅳ-31】 의사이자 컴퓨터 프로그래머로 유력한 대선후보로 주목받는 인물 ...	121
【표Ⅳ-32】 집단별 정치적 지식 비교	122
【표Ⅳ-33】 ‘나는 꿈수다’ 정취 횡수	123
【표Ⅳ-34】 ‘나는 꿈수다’ 정보 신뢰 정도	123
【표Ⅳ-35】 탈물질주의 가치	124
【표Ⅳ-36】 탈물질주의 가치에 대한 요인분석	126
【표Ⅳ-37】 교급별, 성별 탈물질주의 가치 비교	127
【표Ⅳ-38】 소셜미디어를 통한 기부참여 예측변인	128
【표Ⅳ-39】 소셜미디어를 통한 서명운동 예측변인	129
【표Ⅳ-40】 소셜미디어를 통한 자원봉사 예측변인	130
【표Ⅳ-41】 소셜미디어를 통한 투표 인증샷 예측변인	131
【표Ⅳ-42】 소셜미디어를 통한 정치적 이슈에 대한 의견표명 예측변인	132
【표Ⅳ-43】 대학생의 투표 참여에 영향을 미치는 예측변인	133

【표Ⅳ-44】 교량적 사회자본에 미치는 변인	134
【표Ⅳ-45】 결속적 사회자본에 미치는 변인	135
【표Ⅳ-46】 ‘소셜미디어 이용 시간’과 ‘또래 집단 규범’의 상관관계	136
【표Ⅳ-47】 소셜미디어 ‘친구들’의 정치·사회적 관심도 인지에 영향을 미치는 요인들 ..	136
【표Ⅳ-48】 소셜미디어 ‘친구들’의 정치·사회적 지식 인지에 영향을 미치는 요인들	137
【표Ⅳ-49】 소셜미디어 ‘친구들’의 정치·사회적 참여도 인지에 영향을 미치는 요인들 ..	137
【표Ⅳ-50】 개인의 정치 지식을 설명하는 요인들	138
【표Ⅳ-51】 개인의 정치 효능감을 설명하는 요인들	139
【표Ⅳ-52】 개인의 정치 관심도를 설명하는 요인들	140
【표Ⅳ-53】 교량적 사회 자본을 설명하는 요인들	140
【표Ⅳ-54】 배경변인에 따른 사이버불링 피해경험 차이	145
【표Ⅳ-55】 배경변인에 따른 사이버불링 가해경험 차이	145
【표Ⅳ-56】 소셜미디어 이용정도 및 소득수준과 사이버불링과의 상관관계	146
【표Ⅳ-57】 사이버불링 피해 예측변인	147
【표Ⅳ-58】 사이버불링 가해 예측변인	148
【표Ⅴ-1】 조사대상자의 일반적 특성	153
【표Ⅴ-2】 심층 면접 질문 주요 내용	155
【표Ⅵ-1】 사이버불링을 방지하기위한 학부모, 교사, 학생의 실천방안	220

그림 목 차

【그림 I-1】 연구절차	9
【그림 IV-1】 소셜미디어 이용 비율	89
【그림 IV-2】 소셜미디어 상에서의 개인정보유출 피해/가해 경험	104
【그림 IV-3】 소셜미디어 상에서의 욕설 피해/가해 경험	105
【그림 IV-4】 소셜미디어 상에서의 놀림 피해/가해 경험	105
【그림 IV-5】 소셜미디어 상에서의 따돌림 피해/가해 경험	106
【그림 IV-6】 소셜미디어 상에서의 미확인 글 읽기/게시 경험	106
【그림 IV-7】 교급별 정치적 효능감	119
【그림 IV-8】 성별 정치적 효능감	119
【그림 IV-9】 교급별 정치지식 수준	122
【그림 IV-10】 성별에 따른 정치지식 수준	122
【그림 IV-11】 SNS 친구들의 정치·사회적 지식 수준과 관심도 인지가 개인의 교량적 사회 자본 형성에 미치는 효과에 대한 구조모델	142
【그림 IV-12】 SNS 친구들의 정치·사회적 지식 수준과 관심도 인지가 개인의 결속적 사회 자본 형성에 미치는 효과에 대한 구조모델	142
【그림 IV-13】 사이버불링피해척도분포	144
【그림 IV-14】 사이버불링가해척도분포	144
【그림 VI-1】 소셜미디어가 청소년에게 미치는 긍정적 영향	207
【그림 VI-2】 소셜미디어가 청소년에게 미치는 부정적 영향	209
【그림 VI-3】 소셜미디어 리터러시 증진 방안	217
【그림 VI-4】 소셜미디어 리터러시 함양을 위한 로드맵	217

제 1 장

서 론

1. 연구의 필요성 및 목적
2. 연구내용
3. 연구방법

제 1 장

서 론¹⁾

1. 연구의 필요성 및 목적

2011년 말 세계미래포럼이 2011년 한해 가장 유행한 10대 미래 키워드를 조사해 발표한 결과, 소셜 네트워크가 3위를 차지했다. 2011년 글로벌 전략컨설팅회사인 맥킨지가 국내 인터넷사용자 6,000명을 대상으로 조사한 바에 따르면, 국내 SNS 가입자 비율은 70%로 조사대상국(미국이나 중국, 일본 등 15개 국가) 가운데 가장 높았다(중앙일보, 2011년 6월 22일자). 스마트폰을 이용해 SNS를 하고 있다고 답한 비율도 67%에 달해 15개 조사대상국 중 가장 높은 것으로 나타났다. 최근 1년 이내에 페이스북에 가입한 사람들 중 40~50대 남성 비율이 가장 높은 것으로 나타난 것도 흥미로운 결과다. 2000년 중반 싸이월드가 10대와 20대 중심으로 열풍이었다면 2010년을 전후해 페이스북을 중심으로 청소년층뿐만 아니라 중장년층들이 몰려들고 있는 것이다. 특히 스마트폰의 보급으로 언제 어디서든지 누구나 쉽게 소셜미디어를 이용하게 되면서부터 트위터나 페이스북 이용자수가 급증하고 있는 추세다. 방송통신위원회가 2011년 연말 발표한 스마트미디어이용행태조사에 따르면, 스마트미디어를 이용하지 않는 사람 중 SNS를 이용한 사람은 15.3%에 불과했지만, 스마트폰 이용자 중 SNS를 이용한 사람은 44%, 태블릿PC 이용자 중에서는 65.5%가 SNS를 사용하는 것으로 나타났다. 즉 스마트폰과 태블릿PC를 비롯한 스마트미디어를 이용하는 집단이 그렇지 않은 집단보다 SNS를 즐기는 비율이 세배 이상 높았다. 이러한 조사결과는 스마트 폰의 확산으로 트위터나 페이스북을 이용하는 사람들이 급격히 증가하고 있다는 것을 보여주고 있다. 통계청(2011)에 따르면, 2011년 12월 기준 국내 트위터 이용자는 544만 명, 페이스북은 536만 명을 기록하고 있다. 만 12~19세 인터넷 이용자의 76.4%가 SNS를 이용하고 있으며 전체 인구 10명 당 1명꼴로 트위터나 페이스북을 이용하고 있다. SNS를 이용하는 목적은 대부분 인맥관리와 정보교류로 나타났다. 2011년 11월을 지나면서 국내 스마트폰 가입자 수가 2천만 명을 돌파한 만큼 향후 스마트폰 이용자가

1) 이 장은 이창호 연구위원과 성윤숙 연구위원(한국청소년정책연구원)이 집필하였음.

늘면서 소셜미디어 이용자수도 급속히 증가할 것으로 예상된다.

이처럼 소셜미디어 이용이 증가하면서 우리의 일상생활도 많은 변화를 겪고 있다. 소셜미디어를 통해 생활에 필요한 유용한 정보를 얻기도 하며 주요 사회적 사건이나 이슈에 대한 뉴스도 접한다. 아울러 평소 알고 지내던 지인들과 즐거운 일, 슬픈 일 등 일상생활을 공유하기도 한다. 또한 소셜미디어를 통해 새로운 친구를 만나고 사귀기도 하며 평소 만나기 어려운 유명인들과 스스럼없이 대화를 나눌 수도 있다. 이처럼 소셜미디어는 개인의 의견, 감정, 정보, 지식을 교환하고 공유하는 사회적 네트워크가 되고 있다. 사회자본의 중요성을 지속적으로 제기한 푸트남(Putnam)은 한 논문(Helliwell & Putnam, 2004)에서 사회자본은 “사회적 네트워크가 가치를 지닌다.”는 사고가 핵심이라고 주장했다. 즉 사회자본은 가족과 친구, 이웃, 직장, 교회, 시민단체 심지어 인터넷에 기반을 둔 가상공동체 안에 구현되어 있다는 것이다. 그의 언급대로라면 최근 우리사회를 강타한 트위터와 페이스북 같은 소셜미디어는 사회자본의 한 형태로 볼 수 있다. 따라서 사회자본으로서의 소셜미디어는 개인의 주관적 행복을 증진시키고 사회적 참여를 활성화 시킬 수 있다.

이처럼 소셜미디어에 대한 관심이 증가하면서 소셜미디어가 일상생활과 사회에 미치는 영향을 다룬 많은 연구들이 쏟아지고 있다. 이러한 연구들은 크게 소셜미디어 이용 동기(최영·박성현, 2011), 소셜미디어와 사회자본의 관계(심홍진·황유선, 2010; Valenzuela et al., 2009), 소셜미디어와 정치참여(송경재, 2011; Kushin & Yamamoto, 2010; Zuniga et al., 2012), 소셜미디어와 프라이버시문제(Debatin et al., 2009) 등으로 정리될 수 있다. 즉 소셜미디어를 이용하는 동기가 무엇인지, 소셜미디어가 사회자본을 증진시키는데 얼마나 큰 역할을 하는지, 소셜미디어가 선거나 시위 등 제도적, 비제도적 정치참여를 어느 정도 활성화시키는지 등 소셜미디어의 긍정적인 측면을 다루고 있다. 동시에 정보격차나 프라이버시침해, 사이버괴롭힘(Patchin & Hinduja, 2011) 등 소셜미디어로 인한 역기능도 다룬다. 하지만 많은 연구들이 대학생들을 대상으로 이뤄지고 표집된 샘플수도 몇 백 명밖에 되지 않아 연구결과를 일반화하기 어려운 한계를 지니고 있다. 특히 10대들의 소셜미디어 이용실태를 다룬 연구는 극히 드문 실정이다. 가령, 한국언론진흥재단이 매년 실시하고 있는 언론자수용의식조사는 만18세 이상 국민들을 대상으로 이뤄지고 있어 10대들의 소셜미디어 이용실태를 구체적으로 파악하기 어렵다.

이에 본 연구는 전국적 규모의 조사를 통하여 고등학생과 대학생들의 소셜미디어 이용실태를 분석하고자 한다. 선행연구를 바탕으로 이 연구는 청소년들의 소셜미디어 이용동기, 이용시간 등 소셜미디어 이용행태 뿐 아니라 사회자본, 정치참여, 프라이버시문제, 사이버폭력 등 소셜미디어가 청소년에게 미치는 긍정적, 부정적 영향을 포괄적으로 살펴볼 것이다. 또한 소셜미디어이용정도나

이용동기에 따라 정치참여나 사회자본의 정도가 어떻게 나타나는지도 경험적으로 입증하고자 한다. 특히 2012년은 4월에 총선, 12월에 대선이 예정돼 있어 트위터나 페이스북 등 소셜미디어를 통한 정치참여 정도를 알 수 있는 좋은 기회다. 따라서 본 연구는 소셜미디어가 청소년들의 정치의식 및 정치참여에 어느 정도 기여하는 지를 파악하는 데 중요한 역할을 할 것으로 보인다. 아울러 본 연구는 최근 사회적 문제가 되고 있는 사이버폭력이나 사이버따돌림 등 현황 통계자료를 제시함으로써 소셜미디어의 역기능을 해소할 수 있는 정책적 방안을 마련하는 데 중요한 기여를 할 것으로 기대된다. 최근 급증하고 있는 SNS를 통한 사이버따돌림의 피해를 고려할 때 본 연구는 그 실태를 보여주고 대응방안을 제시할 수 있는 중요한 연구가 될 것이다.

본 연구의 연구문제는 크게 다음과 같다.

- ① 청소년의 소셜미디어 이용정도는 어떠한가?
- ② 소셜미디어는 청소년의 참여 및 사회자본에 어떤 영향을 미치고 있는가?
- ③ 소셜미디어가 청소년에 미치는 부정적 영향은 무엇인가?
- ④ 국내외 소셜미디어 관련 법제도 및 최근 정책동향은 어떠한가?

2. 연구내용

1) 청소년의 소셜미디어의 이용행태 및 영향에 관한 선행연구 분석

소셜미디어의 개념, 소셜미디어의 종류, 소셜미디어 이용행태 및 영향, 소셜미디어가 사회에 미치는 긍정적 기능과 부정적 기능, 국내외 소셜미디어 법제도, 관련 통계 자료 등에 관한 이론 및 선행연구를 분석한다. 또한 한국언론진흥재단, 여성가족부, 한국정보화진흥원 등에서 조사한 소셜미디어 이용관련 자료를 통해 소셜미디어 이용현황 및 동기에 대해 정리하고자 한다.

2) 청소년의 소셜미디어 이용현황 설문조사

본 연구는 고등학생 및 대학생을 대상으로 한 설문조사를 통해 청소년의 소셜미디어 이용현황을 우선적으로 살펴보고자 한다. 이 연구가 주목하는 소셜미디어의 범주는 2000년 초중반 국내에

확산된 싸이월드, 블로그 뿐 아니라 최근 확산되고 있는 트위터, 페이스북, 카카오톡, 팟캐스트 등이다. 이를 통해 소셜미디어 이용시간, 이용동기 및 목적 등을 살필 것이다. 또한 소셜미디어가 청소년에게 미치는 영향을 크게 긍정적, 부정적 영향으로 나눠 분석하고자 한다. 긍정적 영향으로는 사회자본(교량적/결속적)의 증진정도, 정치참여 활성화정도, 관계의 확장정도 등을 고찰할 것이다. 부정적 영향으로는 프라이버시침해우려, 괴담유포, 사이버따돌림 등을 살펴볼 것이다.

3) 청소년의 소셜미디어 이용행태 및 영향에 관한 심층면접조사

소셜미디어 이용 청소년을 대상으로 소셜미디어 이용행태 및 영향에 관한 전반적인 실태를 심층적으로 조사·분석한다. 소셜미디어 이용경험이 많은 청소년을 대상으로 심층 면접조사를 실시하는데 심층면접 내용은 소셜미디어 이용 청소년의 특성, 소셜미디어 이용 및 행태, 소셜미디어 이용의 긍정적·부정적 영향, 소셜미디어 만족도, 성향 및 인맥(친구 맺기, 배척 현상, 정보연 등), 소셜미디어의 신뢰도, 소셜미디어에서의 정치참여, 건전한 소셜미디어 활용방안에 대해 조사할 것이다.

4) 국내외 소셜미디어 법제도 및 정책동향 분석

소셜미디어 관련 국내의 현행 법·제도 및 외국의 관련 정책사례를 수집·분석한다. 소셜미디어 관련 정책작법적 쟁점에 대하여 소셜미디어 이용이 활발한 미국, 영국, EU 등의 사회적 대응 정책사례를 수집·분석하여 시사점을 도출한다.

5) 청소년의 건전한 소셜미디어 이용방안 모색

연구결과를 바탕으로 청소년의 소셜미디어 역기능 예방과 건전한 소셜미디어 활용을 위한 소셜미디어 종합대책을 제시한다. 특히 청소년들의 소셜미디어 리터러시 증진을 위한 구체적인 정책방안을 제시하고자 한다.

3. 연구방법

1) 문헌연구

문헌연구를 통해 소셜미디어의 개념 및 특성, 종류 등을 파악했다. 아울러 기존연구와 자료를 바탕으로 소셜미디어 이용동기 및 목적, 소셜미디어 이용 현황 등을 정리했다. 또한 소셜미디어가 사회에 미치는 기능을 크게 긍정적 기능과 부정적 기능으로 구분해 서술했다. 마지막으로 소셜미디어를 둘러싼 법적, 제도적 쟁점 등도 다루었다.

2) 전문가 자문

본 연구는 수차례의 전문가 자문을 통해 소셜미디어가 청소년에게 미치는 영향 및 정책, 국내외 소셜미디어 법제도 및 정책동향 등에 관한 전문가들의 의견을 청취, 보고서에 반영하였다.

표 I-1 자문회의 내용

회수	자문영역(내용)	비고
1	실행계획서 정책자문회의 (소셜미디어가 청소년에게 미치는 영향 및 정책방안 자문)	
2	설문지심의를 위한 자문회의 (소셜미디어이용실태조사 설문지심의)	
3	심층면접조사 설문지 검토를 위한 자문회의	
4	국내외 소셜미디어 법제도 및 정책동향 자문회의	

3) 양적 연구

본 연구는 층화다단계집락표집방법을 이용하여 전국의 고등학교, 대학교를 표본추출한 뒤 고등학생 2,574명, 대학생 2,302명을 대상으로 설문조사를 실시했다. 교육을 받은 면접원이 직접 해당학교를 방문하여 교사 협조 하에 학생들을 대상으로 설문조사를 진행하였다.

표 I-2 설문조사 개요

주요 요소	내용	비고
모집단	전국 고등학생(1~3학년), 대학생(1~4학년)	
표집틀	2011 교육통계연보	
표본수	고등학생 2,574명, 대학생 2,302명 등 총 4,876명	
표집방법	층화다단계집락표집	
조사시기	2012년 6월 한 달간	

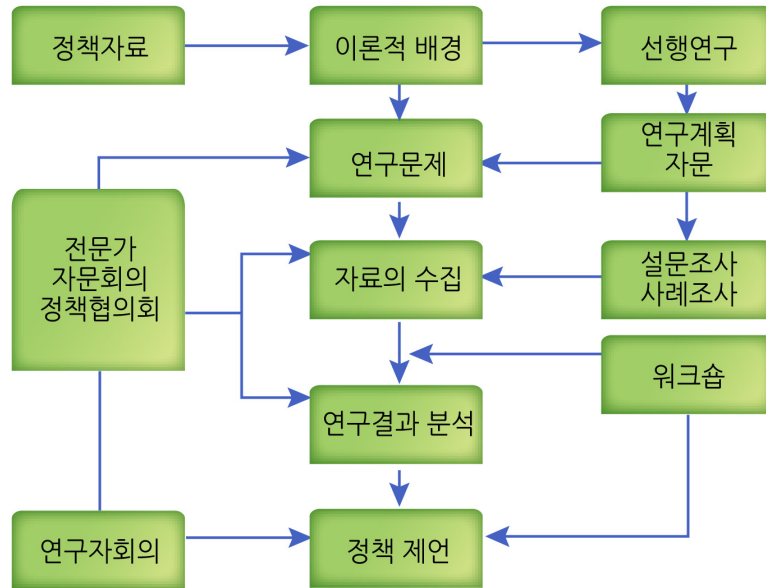
4) 질적 연구

- 심층면담(면접): 소셜미디어를 이용한 경험이 청소년을 대상으로 심층 면접조사
- 면접대상 : 소셜미디어 이용 청소년(고등학생 10명, 24세 이하의 대학생 10명)
- 표집방법 : 비확률 표집방법(non-probability sampling), 눈덩이표집방법
- 조사방법 : 1:1 개별 심층면접, 집단 심층면접(focus group discussion)
- 조사내용 : ① 소셜미디어 이용 청소년 일반 특성 ② 소셜미디어 이용동기 ③ 소셜미디어 이용행태 ④ 소셜미디어 이용의 긍정적 영향 ⑤ 소셜미디어 이용의 부정적 영향 ⑥ 소셜미디어 만족도, 성향 및 인맥(친구맺기, 배척 현상, 정보연 등) ⑦ 소셜미디어의 신뢰도 ⑧ 소셜미디어 상의 정치참여 ⑨ 건전한 소셜미디어 활용 방안

표 I-3 질적 연구 개요

주요 요소	내용
면담참여자 섭외과정	정보동아리 담당교사, 청소년기관이나 센터 등 접촉
면담참여자 수	20명
면담참여자 특성 개요	소셜미디어 이용경험이 많고, 소셜미디어 온라인 활동 활발
면담방식 (공식성 정도, 구조화 정도, 개별 혹은 집단면담)	구조화질문지, 개별면담, 집단면담
면담 시간 및 횟수	2시간, 2회
면담자료 기록 및 녹취 여부	자료 기록 및 녹취 실시
면담자	연구자 및 심층면접 요원

위에서 살펴본 본 연구의 절차는 <그림 I-1>과 같다.



【그림 I-1】 연구절차

제 2 장

이론적 배경

1. 소셜미디어의 개념 및 종류
2. 소셜미디어의 특성
3. 소셜미디어 이용현황 및 동기
4. 소셜미디어의 활용
5. 소셜미디어의 영향

제 2 장

이론적 배경²⁾

1. 소셜미디어 개념 및 종류

1) 소셜미디어의 개념

소셜미디어란 용어는 가이드와이어 그룹(Guidewire Group)의 창업자인 크리스 쉬플리(Chris Shipley)가 2004년 한 컨퍼런스에서 처음 사용하면서 주목을 끌기 시작했다. 위키백과(아래 박스 참조)의 정의에서도 나타나듯이, 소셜미디어는 이용자들이 자신의 일상경험과 평소 생각, 의견 등을 자유롭게 나누는 참여적이고 개방적인 온라인 플랫폼이다. 즉 참여, 공유, 개방을 바탕으로 한 웹 2.0 환경에 잘 부합하는 소통방식인 셈이다.

이러한 소셜미디어는 흔히 소셜네트워크사이트(Social Network Site, SNS)로 불리기도 한다. 보이드와 엘리슨(boyd & Ellison, 2008)은 소셜네트워크사이트를 “개인의 프로파일을 구성하도록 하고 타인과 연결을 도모하며 이러한 연결망을 아우르는 웹기반의 서비스” (p. 211)로 규정하고 있다. 그들의 언급대로 지구상에는 수백 개의 소셜네트워크사이트가 있으며 이러한 사이트들은 2003년 이후부터 본격적으로 등장하기 시작했다. 대표적인 글로벌 SNS로는 일본의 므시(MiXi), 중국의 QQ, 국내의 싸이월드, 미국의 MySpace, Twitter, Facebook 등이 있다. 초기의 웹사이트들이 공통의 이해관계나 관심사에 의해 조직되었다면 소셜네트워크사이트들은 주로 사람 중심으로 조직된다는 특징이 있다. 즉 SNS는 개인적 네트워크로 구조화되어 있으며 개인이 커뮤니티의 중심에 있는 것이다. 고상민·황보환·지용구(2010)는 소셜네트워크서비스 기능을 모두 다섯 가지 요인으로 정의하고 있다(<표 II-1> 참조). 즉 이용자들은 소셜네트워크서비스를 통해 전문적인 지식을 갖고 있는 사람들을 찾거나 친구나 동료 등 알고 지내는 사람들과 연락하기도 한다. 또한 개성을 표현하거나 기분이나 감정을 표현하기 위해 서비스를 이용하기도 한다.

2) 이 장은 이창호 연구위원과 성윤숙 연구위원(한국청소년정책연구원)이 집필하였음.

소셜미디어(Social media)는 사람들이 자신의 생각과 의견, 경험, 관점 등을 서로 공유하고 참여하기 위해 사용하는 개방화된 온라인 툴과 미디어 플랫폼으로, 가이드와이어 그룹의 창업자인 크리스 쉬플리가 처음 이 용어를 사용하였다. 소셜미디어는 그 자체가 일종의 유기체처럼 성장하기 때문에 소비와 생산의 일반적인 메커니즘이 동작하지 않으며, 양방향성을 활용하여 사람들이 참여하고 정보를 공유하며 사용자들이 만들어 나가는 미디어를 소셜미디어라 부른다. 소셜미디어는 접근이 매우 용이하고 확장 가능한 출판기법을 사용하여, 사회적 상호작용을 통하여 배포될 수 있도록 설계된 미디어를 말한다. 소셜미디어는 방송 미디어의 일방적 독백을 사회적 미디어의 대화로 변환시키는 웹 기반의 기술을 이용한다. 소셜미디어는 지식과 정보의 민주화를 지원하며 사람들을 콘텐츠 소비자에서 콘텐츠 생산자로 변화시킨다.

출처: 위키백과

표 II -1 소셜네트워크서비스 기능에 대한 정의

요인	정의
전문가 검색	소셜네트워크서비스를 통해 평소 만날 수 없었거나 전문적인 지식을 소유하고 있는 사람들을 검색하는 기능
커뮤니케이션	소셜네트워크서비스를 통해 자신의 의견을 상대방에게 전달하거나 친구들과 대화를 나누기 위한 기능
연결	소셜네트워크서비스를 통해 오프라인 상으로 관계를 맺고 있는 사람들과 연락하면서 관계를 유지하는 기능
콘텐츠 공유	소셜네트워크서비스를 통해 알고 싶은 정보나 음악, 동영상 등의 콘텐츠를 공유하거나 배포하는 기능
정체성	소셜네트워크서비스를 통해 자신의 최근 상황이나 기분, 감정 등을 표현하고 자신만의 개성을 표현하는 기능

앞서 언급한대로, 이러한 소셜미디어는 아이폰이나 갤럭시 S와 같은 모바일기기의 보급과 더불어 확산되기 시작했다. 즉 초기의 소셜네트워크 서비스는 웹에서 출발했지만 와이브로나 와이파이 등 모바일 네트워크 환경의 개선과 스마트 폰의 확산과 더불어 언제 어디서든지 실시간 소통이 가능하게 된 것이다(김문구박종현조영환, 2010). 실제로 한국인터넷진흥원이 2010년 11월 스마트폰 이용자 2,109명을 대상으로 조사한 결과, 스마트폰 이용자의 64%가 SNS를 이용하고 있었다. 이유는 ‘장소에 관계없이 SNS 이용이 가능해서’(73.5%), ‘스마트폰을 항상 갖고 다니기 때문’(72.7%), ‘필요시

즉시 SNS를 이용할 수 있어서'(65.7%) 순으로 나타났다(한국인터넷진흥원, 2011). 전세계 사용자 5억 명을 돌파하기 까지 라디오는 38년, TV는 13년, 인터넷은 4년, 아이팟은 3년, 페이스북은 1년, 트위터는 9개월이 걸렸다(중앙일보, 2011년 6월 22일자 참조)고 하니 소셜미디어의 확산속도는 가히 혁명적이라고 할 만하다.

이러한 소셜미디어의 확산요인으로는 개인화, 소형화, 모바일화가 꼽히고 있다(이항우·이창호·김종철·임현경 외, 2010). 즉 소셜미디어의 확산은 공식적, 비공식적 집단으로부터 독립된 개인이 정보의 생산과 소비, 유통의 주체로 나서고 있기 때문이라는 것이다. 또한 정보가 범람하는 시대에 축약된 간결한 정보에 대한 욕구가 증대되면서 소셜미디어가 널리 활용되고 있다. 언제 어디서든지 인터넷에 접속함으로써 정보를 자유롭게 공유할 수 있는 모바일기기의 확산도 소셜미디어의 확산에 중요한 역할을 했다.

2) 소셜미디어의 종류

소셜미디어는 사용자의 상호작용과 관계에 의해 콘텐츠가 생성되고 확산되는 메커니즘을 가지고 있는데 트위터와 더불어 블로그, 페이스북(facebook) 등이 소셜미디어에 속한다(류한석, 2009). 소셜미디어의 유형으로는 트위터와 같이 단문메시지로 수익을 창출하는 마이크로 블로그, 페이스북과 같이 프로파일을 올리고 의견을 교환하고 관계를 형성하는 소셜네트워크서비스, 위키피디아와 같은 온라인 백과사전, 유튜브와 같은 사진/비디오공유 서비스 등이 있다(아래 <표 II-2> 참조).

표 II -2 소셜미디어의 종류

구분	특징
블로그	이용자들이 웹에 기록하는 일기나 일지를 뜻하는 온라인상의 저널
SNS(Social Network Service)	이용자들이 자신의 웹 페이지를 구축한 뒤 친구들과 연결하거나 콘텐츠를 공유하고 상호작용할 수 있도록 하는 서비스(페이스북등)
위키스	온라인백과사전인 위키피디아와 같이 온라인상의 데이터베이스역할을 함
콘텐츠 커뮤니티	콘텐츠를 생산하고 공유하는 커뮤니티로 유 튜브가 대표적 사례
팟 캐스트	방송과 아이팟(iPod)의 합성어로 아이튠(iTunes)과 같은 서비스 통해 오디오 및 비디오파일을 구독할 수 있는 것
포럼	다음의 아고라 광장과 같이 특정한 주제에 대해 온라인 토론이 이뤄지는 것
마이크로블로깅	트위터와 같이 간단한 콘텐츠를 배포하는 소셜네트워크 서비스

출처: 황유선·박남기(2010), 『미디어기업의 소셜미디어활용』, 27페이지.

최민재·양승찬(2009)은 소셜미디어의 유형을 크게 네 가지로 분류한다. 가장 대표적인 모델은 커뮤니케이션모델로 블로그와 소셜네트워킹사이트, 싸이월드, 티스토리, 아이러브스쿨, 포털블로그 등이 대표적인 예다. 두 번째는 협업모델로 위키피디아나 네이버지식인 같은 사이트들이 이에 해당한다. 세 번째는 콘텐츠공유모델로 유튜브나 판도라TV 같은 사례가 이에 속한다. 네 번째는 엔터테인먼트모델로 대표적인 예는 세컨드 라이프다.

본 연구에서는 국내외 대표적인 소셜미디어인 트위터, 페이스북, 카카오톡, 팟캐스트에 대해 자세히 알아보려고 한다.

(1) 트위터

최근 선거시즌을 맞아 트위터의 열풍이 거세다. 트위터의 본래 의미는 ‘재잘거리다’라는 뜻으로 이용자들이 140자 이내의 짧은 글을 주고받는 네트워크 서비스를 제공하고 있다. 이 때문에 소셜미디어(Social Media) 혹은 소셜 네트워킹 서비스(SNS, Social Networking Service)로 불리며 진화를 계속하고 있다. 트위터는 2006년 잭 도시(Jack Dorsey), 이반 윌리엄스(Evan Williams), 비즈 스톤(Biz Stone) 등이 공동으로 개발한 마이크로 블로그 또는 미니블로그로서 미국의 벤처기업인 Obvious Corp이 처음으로 개설한 무료 정보 네트워크 서비스이다(네이버백과사전, 안재민, 2009 참조). 잭 도시는 자신의 친구들이 지금 무엇을 하고 있는지 궁금해 하는 것에서 아이디어를 얻어 사이트를 만들었다고 한다(이광수 · 조연아 · 김성일, 2009).

트위터 홈페이지(twitter.com)에 따르면, 트위터는 전 세계 사람들이 현재 일어나고 있는 일들이나 발견한 것들을 공유할 수 있는 실시간 정보네트워크다. 가령, 트위터를 통해 기업들은 소비자들의 제품에 대한 만족도를 실시간으로 체크할 수 있고 신제품에 대한 홍보를 할 수 있다. 또한 연예인들은 출연 중인 영화, 드라마에 대한 소개나 새로 나온 앨범에 대한 홍보 등을 트위터를 통해 팔로우들(followers)에게 전달할 수 있다. 이처럼 트위터는 온라인 공간에서의 중요한 마케팅, 홍보 수단으로 최근 주목을 받고 있다.

사실, 그동안 온라인을 통해 메시지를 주고받는 방법은 이메일(Electronic Mail), 메신저(IM, Instant Messaging), 문자메시지(SMS, Short Message Service) 등 다양했다. 트위터는 이러한 서비스들을 대체하는 것이 아니라 보다 개방적인 서비스를 제공하면서 새로운 형태의 서비스를 선보이고 있다고 볼 수 있다. 실제로 트위터는 블로그의 인터페이스, 미니홈페이지의 ‘친구맺기’ 기능, 메신저의 신속성을 모두 갖춘 사회적 네트워크 서비스로 관심 있는 상대방을 뒤따르는 ‘팔로우(follow)’라는 독특한 기능을 중심으로 소통한다(네이버백과사전에서 인용). 이 때문에 이용자들은

소통하기 어려운 유명 연예인이나 정치인 등 누구와도 소통이 가능하다. 즉 기존의 미니홈피에서 선보였던 ‘일촌맺기’는 상대방의 동의하에 주로 아는 사람과 맺어진 다소 폐쇄적인 네트워크 구조였다면 트위터는 상대방의 의사와 무관하게 타인과 자유롭게 소통할 수 있는 점이 다르다. 트위터는 또한 리트윗(Retweet)이라는 기능을 통해 자신이 따르고 있는 사람이 쓴 글을 자신을 따르는 다른 사람과 쉽게 공유할 수 있도록 해 정보의 확산속도가 빠른 특징이 있다(김태현, 2010). 트위터가 140자 이내의 짧은 글만 올릴 수 있도록 한 이유는 휴대폰의 단문문자서비스(SMS) 글자 수에 맞추기 위해서다(류한석, 2009). 또한 짧은 글이나 메시지에 대중들이 익숙해져가고 있기 때문에 간단한 메시지를 주고받는 서비스가 시작됐다고 볼 수 있다.

황혜정(2009)은 트위터의 성장을 견인하는 힘을 다음 몇 가지 측면에서 찾는다. 첫째, 이용의 편리성이다. 즉 글을 올리는 사람이나 읽는 사람 모두 빠르고 가볍게 부담 없이 이용할 수 있다는 것이다. 둘째, 접근용이성이다. 트위터를 이용하기 위해서는 휴대가 용이한 스마트 폰과 같은 모바일 기기와 인터넷이 연결된 컴퓨터가 있으면 된다. 셋째, 독특한 네트워크 확장방식이다. 즉 트위터에서는 이용자가 관심 있는 사용자의 사이트에 가서 following 실행을 하면 ‘관계맺기’가 이뤄진다. 이 같은 기능으로 인해 모르는 사람과의 인적 네트워크 형성이 가능하다. 이광수 · 조연아 · 김성일(2009) 또한 트위터의 성장원인으로 단순함과 높은 접근성, 다양성과 개방성을 꼽고 있다. 즉 트위터는 자체를 개방하여 다양한 응용프로그램이 연계될 수 있도록 하고 있다. 이 때문에 텍스트 뿐 아니라 사진과 동영상을 트위터에 올릴 수 있으며 트위터를 통해 간단한 여론 조사도 실시 할 수 있다.

몇 년 전 미국에서 인기를 모았던 트위터는 이제 국내에서도 많은 이용자를 확보하고 있다. 오바마 미국 대통령이 트위터를 대통령 선거캠페인에 효과적으로 활용하면서 알려지기 시작한 트위터는 오프라 윈프리, 샤킬 오닐 등 유명인들의 사용이 점점 늘어나면서 확산되고 있다. 국내에서는 특히 2009년 5월 김연아 선수가 트위터를 이용한다는 사실이 알려지면서 그 해 6월 이용자 수가 58만 명에 달했고 11월에는 60만 명가량이 트위터를 이용했다. 이후 소설가 이외수와 방송작가 김수현 등 유명인들의 트위터 개설이 이어지면서 트위터 인구는 급속히 증가하기 시작했다. 또한 트위터를 쉽게 즐길 수 있는 아이폰 등 스마트 폰의 도입과 확산으로 트위터 이용자들이 빠르게 증가하고 있는 추세다. 실제로 미국의 경우 아이폰 사용자 3명 중 2명 꼴로 트위터를 사용하고 있다고 한다(이광수 · 조연아 · 김성일, 2009). 실제로 한국의 트위터 인기순위를 보면 대부분이 스포츠 스타, 가수, 정치인 등 유명인들의 트위터가 상위에 랭크돼 있을 정도다(안재민, 2009). 아울러 트위터는 유명연예인들이 대중과 소통할 수 있는 중요한 채널이 되고 있다.

(2) 페이스북

페이스북 창업자 마크 주커버거(Mark Zuckerberg)는 하버드 대학시절 기숙사 친구들의 친목도모와 정보교류를 위해 페이스북을 처음 만들게 됐다. 480만 명의 사람들이 좋아하는 그의 페이스북(<http://www.facebook.com/markzuckerberg>)에는 다음과 같은 소개 글귀가 있다.

나는 사람들이 서로 연락하고 정보를 공유하도록 도와줌으로써 세계를 보다 열린 공간으로 만들기 위해 노력하고 있다.(I'm trying to make the world a more open place by helping people connect and share).

이러한 노력 덕분에 그는 미국의 시사주간지 타임(Time)이 선정한 2010년 올해의 인물로 선정되는 영예를 안았다. 5억 명 이상의 사람들을 연결시키고 그들 간의 사회적 관계를 강화시킨 공로다. 또한 새로운 정보교환체계를 만들고 우리의 삶을 변화시킨 것도 인정을 받았다. 타임은 “우리는 페이스북 시대에 들어섰고 마크 주커버거가 우리를 여기로 이끈 장본인이다”라고 보도했다. 미국인 뿐 아니라 전 세계인을 하나의 망으로 묶은 페이스북의 위력을 높이 산 것이다.

트위터와 달리 페이스북에는 개인의 정보가 비교적 상세하게 공개되는 편이다. 가령, 직업과 출신학교, 개인의 관심사, 취미 등 개인에 관한 기본 이력과 정보가 비교적 자세하게 전달되기 때문에 이용자들이 그 개인이 누구인지에 관해 쉽게 파악할 수 있다. 트위터가 모르는 사람과도 쉽게 관계 맺기가 가능한 매체라면 페이스북의 경우는 친한 사람들끼리의 관계를 돈독히 해 주는 매체인 셈이다.

페이스북 통계를 제공하는 소셜베이커(<http://www.socialbakers.com/>)에 따르면, 전 세계 페이스북 이용자는 6억 3천 7백만 명에 달하는 것으로 나타났다(2011년 2월 17일 기준). 페이스북을 사용하는 상위 5개 국가는 미국, 인도네시아, 영국, 터키, 필리핀이다. 미국과 영국의 경우 전체 인구의 반가량이 페이스북을 이용하고 있는 것으로 나타났고 터키는 전체 인구의 33%, 필리핀은 22%, 인도네시아는 14% 가량이 페이스북을 이용하고 있었다. 이들 국가의 페이스북 이용자 연령은 대체로 18~24세가 높게 나타나 젊은 층인 10대 후반이나 20대들이 페이스북을 많이 이용하고 있음을 알 수 있다.

(3) 카카오톡

국내 스마트폰 앱 시장에서 최고의 스타를 꼽으라면 단연 ‘카카오톡’이다. 카카오톡은 한마디로

‘스마트폰용 메신저’이다. PC웹에서 사용되는 메신저를 모바일 환경에 구축한 앱이다. 최근 무료 인터넷음성전화서비스를 시작하면서 다시 한 번 주목을 받고 있다. 2012년 3월을 기준으로 국내 카카오톡 사용자는 3,000만 명을 넘어섰다. 국내 스마트폰 사용자 10명 중 8명이 카카오톡을 쓰고 있다고 한다.

카카오톡 소개 (홈페이지 참조)

카카오톡은 전 세계 어디서나 아이폰과 안드로이드폰, 블랙베리폰 사용자간 무료로 메시지를 주고받을 수 있는 서비스입니다.

가입과 로그인 없이 전화번호만 있으면 실시간 그룹채팅 및 1:1 채팅을 즐길 수 있고 사진, 음성메시지, 동영상, 연락처 등의 멀티미디어도 간편하게 주고받을 수 있습니다.

또는 좋아하는 브랜드나 스타, 미디어를 친구로 추가하여 다양한 콘텐츠와 혜택을 받을 수 있습니다.

카카오톡을 운영하는 카카오의 설립자는 김범수 카카오 이사회 의장이다. 김 의장은 네이버를 운영하는 NHN의 설립자로 유명한 벤처업계의 거물이다. 카카오는 김 의장이 2006년 직접 설립한 회사로 여러 차례의 시행착오를 겪다가 카카오톡으로 일어난 기업이다. 김범수 카카오 이사회 의장은 스마트폰용 메신저인 카카오톡을 개발, 세계시장에 도전장을 내밀었다.

해외 가입자는 현재 전체의 10퍼센트를 차지하고 있으며 미국과 일본이 각각 41퍼센트, 15퍼센트로 비중이 가장 크다. 사용 국가는 2백16개국에 달한다. 현재 해외 가입자는 하루 1만 명씩 증가하고 있는데 SNS의 특성상 증가세는 더욱 강해질 것으로 기대된다. 김 의장은 카카오톡의 경쟁자는 페이스북이라고 말한다. 페이스북이 전 세계 6억 명의 사용자에게 50만개의 애플리케이션을 전달하는 ‘플랫폼’역할을 하는 것처럼 카카오톡도 메신저를 넘어 쇼핑, 게임, 영화, 음악, 오피스 등 다양한 서비스를 제공하는 ‘서비스 플랫폼’으로 만들겠다는 구상이다.

(4) 팟캐스트

아이팟과 브로드캐스팅의 합성어로 이용자들에게 오디오, 비디오파일형태로 뉴스나 드라마 등 다양한 콘텐츠를 제공하는 것을 말한다. 아이폰이나 아이패드 등에서 쉽게 접근이 가능하다. 방송시간에 맞춰 프로그램을 듣는 것이 아니라 자동으로 업데이트되는 프로그램을 아무 때나 원하는 곳에서 들을 수 있는 장점이 있다.

2011년 10. 26 서울시장 보궐선거 때 사상 처음으로 시민운동가가 서울시장에 당선되는 역사가

만들어졌다. 이러한 역사적 사건의 배경을 둘러싸고 여러 가지 논의가 있었지만 박원순 후보가 서울시장에 당선된 일등공신은 누가 뭐라고 해도 ‘나는 꼼수다’ 열풍이다. 이 인터넷라디오방송은 소셜미디어인 팟캐스트(Podcast)를 통해 빠르게 확산되면서 주류미디어의 편향된 보도에 싫증난 국민들의 가슴을 파고들었다. 특히 나경원 후보가 연 회비 1억 원이나 되는 강남의 한 피부과를 다녔다는 의혹을 제기해, 선거막판 투표에 결정적 영향을 미치면서 세간의 주목을 끌기도 했다.

여론조사기관인 리얼미터가 전국 19세 이상 남녀 750명을 대상으로 전화 조사해 〈나꼼수〉 인지도를 조사한 결과, 응답자의 15.4%가 이 방송을 들어본 적이 있고 이에 대해 잘 알고 있다고 응답했고 44.0%는 방송을 들어본 적이 없지만 〈나꼼수〉에 대해 알고 있다는 반응을 보였다. 즉 응답자의 60% 가량은 〈나꼼수〉에 대해 어느 정도 인지하고 있다는 것이다. 〈나꼼수〉를 즐겨듣는 연령대는 30대가 가장 많았고 20대, 40대 순이었다. 즉 이 방송은 20대와 30대에게 인기를 끌고 있음을 알 수 있다. 민주당 지지층의 경우 20.7%가 청취경험이 있는 반면 한나라당 지지층의 경우 이 방송을 들어본 사람은 7.4%에 불과했다.

2. 소셜미디어의 특성

소셜미디어의 특징은 아래 〈표 II-3〉에 제시된 것처럼 참여, 공개, 대화, 커뮤니티, 연결이다. 즉 소셜미디어는 특정 신분이나 계층에 상관없이 누구나 참여할 수 있는 매체인 동시에 개인의 일상사와 관심을 함께 공유할 수 있는 플랫폼이다. 소셜화는 정보통신기술의 주요한 트렌드로 인맥형성, 집단지성의 협업이 강조되고 관계중심의 커뮤니티에 대한 관심이 높아지면서 새롭게 주목받고 있는 개념이다. 이러한 특성으로 인해 소셜미디어는 사회적 소통을 활성화하는 데 많은 기여를 할 것으로 기대되고 있다(김문구·박종현·조영환, 2010).

표 II-3 소셜미디어의 특징

구분	내용
참여(participation)	소셜미디어는 관심 있는 모든 사람들의 기여와 피드백을 촉진함
공개(openness)	대부분의 소셜미디어는 피드백과 참여가 공개되어 있으며, 정보공유를 촉진함으로써 콘텐츠 접근과 사용에 대한 장벽을 해체함

구분	내용
대화(conversation)	전통적인 미디어의 경우 콘텐츠가 일방적으로 청중에게 전달되는 반면 소셜미디어는 쌍방향성을 띠고 있음
커뮤니티(community)	소셜미디어는 커뮤니티를 빠르게 구성할 수 있고 공통의 관심사에 대해 이야기할 수 있는 공간을 마련함
연결(connectedness)	대부분의 소셜미디어는 다양한 미디어의 조합이나 링크를 통한 연결에서 출발함

* 출처: 한국정보화진흥원(2010)의 내용을 토대로 재구성.

소셜미디어는 전통적인 매체인 신문이나 방송 등 대중매체와 여러 면에서 구별되기도 한다(설진아, 2009). 먼저, 대중매체는 개인이나 국가가 소유하는 형태를 취하지만 소셜미디어는 누구나 적은 비용으로 이용가능하다. 속보성 면에서도 대중매체에 비해 실시간 소통이 가능한 소셜미디어가 훨씬 앞선다. 대중매체 생산을 위해서는 전문화된 기술과 훈련이 요구되지만 소셜미디어의 경우 누구나 쉽게 콘텐츠를 생산할 수 있다는 특징이 있다.

소셜미디어는 웹 3.0 미디어로 분류되기도 한다(김성태 외, 2011). 웹 1.0 단계는 웹의 초기 모델로 인터넷 홈페이지나 커뮤니티, 이메일서비스 등을 통해 이용자가 정보를 제공받는 수준에 머물렀다. 이후 블로그나 미니홈피, UCC 등이 등장하면서 이용자들이 적극적으로 정보를 생산하고 공유할 수 있는 웹 2.0 시대가 도래했다. 잘 알려져 있듯이, 웹 2.0은 개방, 공유, 참여라는 중요한 특징을 지니고 있다. 스마트 폰의 보급과 확산, 트위터, 페이스북의 등장은 언제 어디서든지 접속할 수 있고 연결될 수 있는 웹 3.0 환경을 만들어냈다. 이 단계에서는 이용자가 개인의 욕구나 필요에 맞는 맞춤형 정보를 제공받을 수 있다. 디지털 컨버전스를 기반으로 한 웹 3.0 시대는 지식과 네트워크 중심의 개인 맞춤형 소셜네트워크서비스가 대표적인 정치참여수단이 된다.

송민정(2011)은 SNS의 성장 잠재력을 크게 시간적, 대상적, 비용적, 관계적 가치에서 찾을 수 있다고 주장한다. 즉 시간적 가치 측면에서 보면 SNS의 잠재력은 신속성과 지속성이다. SNS를 통해 신속하게 정보가 전달되고 공유된다. SNS는 또한 국가와 계층을 넘어 다양한 사람들에게 콘텐츠를 확산시키는 대상적 가치를 지니고 있다. 소셜미디어의 경우 비슷한 관심과 라이프스타일을 지닌 사람들까지 연결된 경우가 많아 기존미디어에 비해 적은 비용으로 목표집단 개발이 가능하다는 면에서 경제적 가치를 지닌다. 마지막으로 관계적 가치에서 본 성장잠재력은 참여자의 흥미와 호기심을 자극하는 홍보와 마케팅이다. 이처럼 소셜미디어는 실시간 전송과 폭넓은 네트워크, 경제성 등 잠재력이 풍부한 매체이다.

소셜미디어가 가진 특성을 정리해보면 다음과 같다.

1) 실시간 정보 전달 및 공유

소셜미디어의 가장 중요한 특징은 실시간 정보 전달 및 공유다. 이 때문에 큰 사건이 발생했을 때 소셜미디어는 기존 언론사보다 앞서 상황을 보도할 수 있는 것이다. 일례로 2009년 1월 발생한 미 항공기 허드슨강 불시착 뉴스를 처음으로 알린 매체는 트위터였다. 이 외에도 화재나 테러, 지진 등 굵직굵직한 사건이 발생했을 때 트위터는 위력을 발휘했다. 스마트폰의 보급으로 현장에서 곧바로 사진을 찍어 트위터에 올리기가 한층 쉬워졌기 때문이다. 이처럼 소셜미디어를 통해 개인의 의견이나 주장, 정보 등이 곧바로 게시되고 공유되기 때문에 빠르고 신속하게 정보를 제공할 수 있다.

2) 실명에 기초한 소통

소셜미디어가 기존의 미디어와 다른 점은 무엇보다도 실명에 기초한 소통이라는 점이다. 페이스북의 경우를 보면 나타나듯이 이용자들은 닉네임을 사용하지 않고 실명을 쓰는 경우가 대부분이다. 또한 개인의 프로필을 적극적으로 밝히는 경우가 많다. 가령, 이메일, 생일, 종교관, 정치성향, 자신이 좋아하는 책이나 영화, 인용문 등을 드러낸다. 아울러 출신배경이나 결혼여부를 공개하기도 한다. 이러한 소통방식은 익명에 기초한 이전의 인터넷소통과 구별되는 것으로 마치 면대면 소통방식과 크게 다를 바 없다. 즉 상대방이 누구인지에 대해 어느 정도 알고 있는 상태에서 커뮤니케이션을 수행하는 것이다. 사실, 소셜미디어 이전의 인터넷환경에서는 사람들은 자신이 누구인지를 잘 드러내지 않았다. 그러다보니 많은 네티즌들이 익명을 사용하면서 타인에게 상처를 주거나 타인의 명예를 훼손할만한 글들을 올리곤 했다. 하지만 이러한 문제는 실명과 자신의 프로필 공개에 바탕을 둔 소셜미디어의 등장으로 점차 해결되고 있다. 사람들은 면대면 상황에서 대놓고 마주한 친구들을 함부로 욕하질 못한다. 마찬가지로 페이스북 상에서 사람들은 누구와 소통하는 지를 잘 알기 때문에 함부로 남을 비방하는 글을 쓰기 어렵다. 왜냐하면 자기 자신의 이미지를 관리해야 하기 때문이다.

실제로 미국대학생 119명을 대상으로 한 조사에서 응답자의 90% 이상은 그들의 실명을 쓰면서 가입등록을 했고 성별, 생일, 고향을 개인 프로필에 포함시켰다(Debatin et al., 2009 참조). 또한 대부분의 대학생들은 자신뿐 아니라 친구나 가족의 사진을 올렸다. 10명 중 8명(80%)은 취미,

좋아하는 TV 쇼, 음악 영화, 관심분야, 다녔던 학교, 이메일 주소를 그들의 프로파일에 올려 놓았다. 대략 3분의 1 가량은 전화번호나 주소, 집 번호와 같이 연락할 수 있는 정보를 제공하기도 했다. 이처럼 페이스북 이용자들은 프라이버시 침해 우려에도 불구하고 개인정보를 비교적 자세하게 제공하고 있다. 바야흐로 자기정체성과 이미지 관리에 기반을 둔 의사소통시대가 다가오고 있는 것이다.

3) 관계의 확장 용이

소셜미디어를 이용하는 비율은 아직까지 낮지만 소셜미디어를 이용하는 사람들은 소셜미디어를 통해 관심사를 확대하고 인맥을 넓히는 등 소셜미디어의 긍정적인 측면을 많이 느끼고 있는 것으로 나타났다. 중앙일보가 2011년 4월 트위터이용자 689명을 조사한 결과, 응답자의 56%가 SNS를 통해 기부나 서명, 공동구매에 참여한 적이 있다고 응답했다. 인간관계의 변화에 대해서는 응답자의 25%가 온라인 인맥이 늘었다고 이야기했고 14%는 지인과 교류가 늘었다고 말했다. 단지 응답자의 19%만이 변화가 없다고 답했을 뿐이다. 트위터와 같은 마이크로블로그를 이용하는 목적은 정보습득 및 교류가 가장 많았고 커뮤니케이션, 친교·교제, 오락·여가, 개인홍보 순이었다.

세계적인 정보사회학자 하워드 라인골드도 자신이 트위터를 이용하는 이유 중 하나로 ‘새로운 사람들을 만나는 수단’을 꼽았다³⁾. 이처럼 소셜미디어는 지인과의 관계 증진 뿐 아니라 모르는 사람들과의 관계도 확장할 수 있는 매체가 되고 있다.

3) ① 개방성 : 어떤 사람이라도 트위터에 가입할 수 있고 가입 후에는 어떤 사람과도 관계를 맺을 수 있다.

② 즉시성 : 트위터 상에서는 끊임없이 일이 일어나기 때문에 만약 당신이 일주일에 한번 트위터를 방문한다면 트위터에 대한 재미를 느끼지 못할 것이다.

③ 다양성 : 트위터에는 정치적인 논쟁, 가십, 과학적 정보, 뉴스 플래쉬, 사회적 논쟁, 학교수업 등 다양한 정보들이 존재한다.

④ 호혜성 : 사람들은 그들이 필요로 하는 정보에 대해 트위터를 통해 자유롭게 서로 주고받는다.

⑤ 새로운 사람들을 만나는 수단 : 내가 잘 알지 못하지만 교육적 기술에 대한 열정을 공유하고 있는 사람들을 팔로우 한다.

⑥ 커뮤니티 형성 : 트위터는 커뮤니티는 아니지만 커뮤니티가 출현할 수 있는 생태적 환경을 갖추고 있다.

⑦ 정보탐색 : 트위터는 필요한 단어를 실시간으로 쉽게 찾을 수 있는 기능을 가지고 있어 트위터를 이용하면 내가 관심을 갖고 있는 주제에 대한 다양한 정보를 찾을 수 있다.

출처 : http://www.facebook.com/note.php?note_id=142421425799191

3. 소셜미디어 이용현황 및 동기

1) 소셜미디어 이용현황

앞서 서술했듯이, 청소년들의 소셜미디어 이용실태를 광범위하게 조사한 연구는 매우 드물다. 기존에 나온 몇 가지 자료를 바탕으로 청소년들의 소셜미디어 이용실태를 살펴보면 다음과 같다. 우선, 본원이 2011년 6월 한 달간 전국 중고교생 1,451명을 대상으로 조사한 결과, SNS를 이용한 경험이 있는 청소년은 전체의 52.4%로 나타났다. 이 조사에서 SNS는 트위터, 페이스북, 미투데이, 블로그, 미니홈피, 메신저 등의 온라인 커뮤니케이션서비스로 규정되었다. 다시 말해, 절반의 청소년이 앞서 열거한 SNS를 이용해 본적이 있다고 답했다. 성별로 보면 남자가 45.2%, 여자가 60.6%로 여학생들이 남학생들보다 SNS를 많이 이용하는 것으로 조사됐다. SNS 이용시간은 평일 기준 하루 평균 1시간 미만이 51.7%, 1시간 이상이 48.3%로 나타났다. 청소년들이 SNS를 사용하는 주된 이유는 친구교제(52.3%)가 가장 높았고 취미생활 정보제공(19.3%), 일상생활 정보제공(10.7%), 연예 및 오락 정보제공(9.5%) 순이었다. 학업관련 정보수집 및 획득은 2.6%에 그쳤고 정치 및 사회적 쟁점에 관한 의견교류(0.9%)는 1%에 불과했다. 이 같은 사실은 청소년들에게 SNS는 정치적 담론이나 학습의 공간이기보다는 친구들과끼리 연락하고 교제하는 사적 교류의 공간이 되고 있다는 것을 보여주고 있다. 한편, 조사대상 청소년 중 27.2%가 스마트폰을 이용하고 있었다. 하지만 이 조사는 청소년들이 트위터, 페이스북 등 각각의 소셜미디어를 어느 정도 이용하는 지는 파악하지 않아서 청소년들에게 최근 유행하고 있는 트위터나 페이스북이 얼마나 확산돼 있는지는 파악할 수 없다.

한국언론진흥재단이 매년 실시하고 있는 『언론수용자의식조사』는 미디어 환경변화에 따른 국민들의 미디어 이용패턴을 한눈에 파악할 수 있다는 점에서 매우 주목할 만한 연구다. 특히 전국의 만 18세 이상 5,000명의 국민을 대상으로 진행된 2011년 조사에는 SNS 이용에 관한 문항을 새롭게 추가했다. 이 조사에서 SNS는 미니홈피(싸이월드)와 마이크로블로그(트위터, 페이스북, 미투데이, 요즘)에 한정되었다. 1주일에 한번 이상이라도 방문하는 사이트를 모두 물어본 결과(복수응답) 싸이월드(22.2%)가 가장 많았고 페이스북(6.6%), 트위터(6.0%), 미투데이(3.5%) 순이었다. “모두 이용하지 않는다”는 응답도 74.8%로 매우 높게 나타나 SNS가 국민들 일상 속에 깊숙이 자리 잡지 않은 것으로 조사됐다. 소셜미디어를 통해 주로 어떤 일을 하는지 질문한 결과(복수응답), 지인에게 메시지

보내기(62.9%), 지인의 메시지 공유하기(45.3%), 나의 일상사 알리기(40.2%)가 높은 비율을 차지했다. 다음으로는 정보검색하기(28.9%), 내 의견을 제시하기(13.3%), 새로운 사람 사귀기(12.7%), 뉴스 및 시사문제 점검하기(12.3%) 순이었다. 즉 대부분의 응답자들은 소셜미디어를 통해 지인과 소통하고 일상경험을 공유하는 것으로 나타났다. 소셜미디어에 연결되어 있는 사람 수를 물어본 결과 싸이월드와 트위터, 페이스북의 경우 10~100명이 가장 많았고, 미투데이의 경우는 10명 미만이라고 응답한 비율이 가장 높았다. 흥미로운 것은 연령대별로 소셜미디어 이용패턴이 매우 다르다는 것이다. 18~29세 응답자의 69.5%가 SNS를 이용한다고 답한 반면, 30대는 37.0%, 40대는 14.0%, 50대는 6.2%, 60대 이상은 1.2%로 연령대가 올라갈수록 SNS를 이용한다고 응답한 비율은 가파르게 낮아졌다(〈표 II-4〉 참조). 트위터나 페이스북 이용도 20대가 가장 많았으며 연령이 올라갈수록 그 빈도는 현격히 낮아졌다. 이러한 결과는 우리사회에서는 여전히 싸이월드가 지배적이며 트위터나 페이스북은 아직까지 국민들에게 확산되지 않았음을 시사해준다.

하지만 앞서 서술했듯이, 스마트폰의 확산으로 트위터나 페이스북 이용자가 급속하게 증가하고 있어 향후 소셜미디어 이용자는 가파르게 상승할 것으로 예상된다.

표 II-4 소셜미디어 이용 여부

연령	싸이월드	미투데이	요즘	페이스북	트위터	모두 이용하지 않음
18~29세	63.1	8.5	1.3	19.9	14.5	30.5
30대	30.5	6.5	0.3	8.2	8.8	63.0
40대	10.7	1.4	0.2	3.3	3.9	86.0
50대	4.4	0.5	0.2	1.0	2.4	93.8
60대 이상	0.8	0.3	0.0	0.2	0.2	98.8

* 출처 : 한국언론진흥재단(2011), 『2011 언론수용자의식조사』.

2) 소셜미디어 이용자들의 특성

유명인들의 트위터 사용으로 일반인들에게까지 트위터이용이 확산되자 수용자들의 이용 특성을 연구한 논문들이 우후죽순처럼 생기고 있다. 이원태·김춘식·이나경(2010)이 2010년 국내 트위터 이용자 305명을 대상으로 조사한 바에 따르면, 응답자들은 하루 중 오전 9시부터 12시 사이에

트위터를 가장 많이 이용했고 하루 평균 1시간 10분 가량 트위터를 이용했으며 컴퓨터를 접속기기로 가장 많이 활용하였다. 트위터를 주로 이용하는 장소는 회사가 가장 많았고 트위터에서 가장 많이 하는 행위는 다른 사람들이 올린 게시물 읽기로 나타나 글을 올리는 것보다는 읽는 경우가 더 많은 것으로 조사됐다. 트위터 이용자들이 어떤 주제에 관심이 있는 지 조사한 결과, 트위터 이용자들은 경제와 새로운 테크놀로지, 스포츠, 연예 소식에 많은 관심을 나타냈다. 반면, 국내정치, 정부와 지방자치단체의 활동, 종교에 대한 관심은 매우 적었다(아래 <표 II-5> 참조).

표 II-5 트위터 이용자의 주제별 관심도

주제	평균
경제	3.83
새로운 테크놀로지	3.83
스포츠, 연예계	3.76
다른 나라에 관한 정보	3.63
건강, 의료	3.58
음악, 예술	3.58
다른 사람이나 다른 지역에 관한 이야기	3.50
과학	3.41
국내정치	3.29
정부와 지방자치단체의 활동	2.92
종교, 영적인 것	2.58

* 5점 척도로 측정 (전혀 관심이 없다(1점)~아주 관심이 많다(5점))

출처: 이원태·김춘식·이나경(2010), 『소셜미디어에서 온라인정치담론의 특성』

흥미롭게도 트위터 이용자들이 지지하거나 선호하는 정당은 민주당이 가장 많았으며 자신을 진보성향으로 응답한 비율이 높게 나타나 트위터 이용자들의 정치적 성향이 다소 진보적인 것을 알 수 있다.

국내 트위터 이용자들의 네트워크 호혜성(한 사용자가 다른 사용자를 팔로우 했을 때 그 사용자도 상대방을 팔로우 할 확률) 또한 매우 높은 것으로 나타났다(이원태 외, 2011 참조). 즉 트위터 이용자가 다른 사용자를 팔로우했을 때 상대방도 팔로우하는 이른바 맞팔 확률이 무려 80%나 됐다. 이는 장덕진·김기훈(2011)의 연구결과(맞팔 비율 68%)와 유사한 것으로 국내 이용자들의 경우 외국에 비해 높은 호혜성 수준을 보여주고 있다. 멘션을 보냈을 상대방도 멘션을 보낼 확률 또한 절반(48.2%)에

약간 못미치는 것으로 나타나 국내 트위터 이용자들 사이에 호혜성의 원리가 강력하게 작용하고 있음을 알 수 있다. 리트윗을 가장 많이 받은 유력자 상위 20명의 프로필을 보면, 인기연예인은 거의 없고 기자나 블로거가 대다수를 차지하고 있다. 이는 트위터라는 공간이 사회적인 이슈나 사건에 대한 전파가 매우 활발히 일어나는 곳이라는 것을 암시해주고 있다. 즉 유력자들을 따르는 팔로우 수가 많다고 해서 그들의 영향력이 곧바로 발휘되지는 않는다는 것이다.

장덕진·김기훈(2011)은 2010년 8월 1일부터 9월 30일까지 한국인 트위터 계정 백만여개를 모두 크롤링하여 네트워크 분석을 수행한 뒤 다음과 같은 흥미로운 연구결과를 발표하였다.

첫째, 트위터 이용자들은 평균 72명의 팔로워를 가지고 있었고 69명을 팔로하고 있었으며 서로 팔로우하는 소위 '맞팔' 비율은 68%였다. 이 기간 동안 작성된 트윗을 유형별로 분석한 결과 일반 트윗이 전체의 25%를 차지했고 리트윗이 13%, 다른 이용자에게 보낸 리플라이가 62%를 차지한 것으로 나타나 트위터가 소통과 담론의 공간이라는 점을 보여주고 있다.

둘째, 리트윗 상위를 차지한 주요 사회적 이슈에 대한 트윗을 정치적 태도에 따라 분석한 결과, 대부분 정부비판적인 입장을 취하고 있었다. 이는 앞서 언급한 트위터 연구에서도 나타나듯이 트위터 이용자들의 정치적 성향이 대체로 진보적인 데 기인한 것으로 보인다.

셋째, 전체 트윗의 13.7%가 웹주소를 링크하고 있었다. 트위터의 특성상 많은 글을 담지 못하다보니 이용자들이 관련 웹사이트 주소를 링크시키고 있는 것이다.

네트워크 이론 중 하나인 '동종애의 원리(homophily principle)'도 트위터 이용자들에게 나타나고 있다. 이 원리는 사회적 지위나 개인적 성향이 비슷할수록 사람들은 서로 친근감을 느끼게 되고 활발하게 상호작용한다는 것이다. 이 원리대로라면, 트위터이용자들은 자신들과 비슷한 정치적 성향을 가진 사람들을 팔로우하거나 자신들의 관점과 부합하는 의견을 지지하거나 그것을 리트윗할 가능성이 높다. 실제로, 이 연구에서도 어떤 이슈에 비판적인 입장을 가진 사람들은 비판적인 입장을 가진 다른 사람들의 글을 리트윗하는 경우가 많았지만 옹호론자가 비판론자의 글을 리트윗하는 경우는 적었다. 박한우와 동료들의 연구(2011)에서도 진보신당의 노회찬 전의원을 팔로워하고 있는 이용자들 중 많은 수가 민주노동당 강기갑 의원의 트위터도 팔로워하고 있는 것으로 나타난 반면 한나라당 나경원 의원을 팔로워하면서 노회찬 전의원과 강기갑 의원을 같이 팔로워하는 이용자들은 극히 소수였다.

이러한 연구결과들은 비슷한 정치적 성향이나 입장을 가진 사람들끼리의 상호작용이 트위터를 통해서도 강화되고 있음을 잘 보여주고 있다. 또한 어떤 이슈에 비판적인 입장을 가진 사람들이 보다 적극적으로 자신의 입장을 다른 사람들에게 알리려는 경향이 강하다는 것을 알 수 있다.

3) 소셜미디어 이용동기

소셜미디어가 아직까지 많이 확산되지 않았지만 기존 연구를 종합해보면 소셜미디어를 이용하는 목적은 크게 사회적 상호작용, 정체성표현, 정보공유, 유행성 등으로 요약된다. 최영·박성현(2011)이 대학생들을 대상으로 한 조사에 따르면, 대학생들의 소셜미디어 이용동기는 정보추구, 자긍심표출, 추억공유, 사회적 상호작용, 기분전환/여가, 정체성표현, 유행성 등 7가지 요인으로 나타났다. 즉 대학생들은 자신의 정체성을 드러내며 타인과 교류하고 정보를 얻기 위해 소셜미디어를 이용하고 있는 것이다.

국내의 또 다른 연구결과, 소셜네트워크서비스의 이용목적은 전문가검색, 커뮤니케이션, 관계유지, 정보공유, 개성표현 등 5가지 요인으로 나타났다(고상민·황보환·지용구, 2010). 즉 소셜네트워크 이용자들은 서비스를 통해 전문적인 지식을 소유하고 있는 사람들을 검색하거나 자신의 의견을 상대방에게 전달하고 아는 사람들과 관계를 지속적으로 유지하고자 한다. 또한 소셜네트워크서비스를 통해 알고 싶은 정보나 동영상 등의 콘텐츠를 공유하고 개성을 표현하며 기분이나 감정을 표출하기도 한다.

트위터 이용자들 역시 정보를 학습하거나 타인과 교류하기에 적합한 매체로 트위터를 인식하였다(이원태·김춘식·이나경, 2010). 주요 트위터 이용동기는 자기존중·자아성찰, 학습대인관계, 오락 요인으로 나타났다. 즉 다른 사람에게 잘 보이고 자신에 대해 성찰하기 위해 트위터를 이용했으며 트위터를 통해 인간적 유대를 맺고 새로운 아이디어를 얻으려는 목적이 강했다. 또한 즐거운 시간을 보내고 재미를 얻기 위해 트위터를 이용한다고 답했다.

4. 소셜미디어의 활용

소셜미디어는 정치, 언론, 공공기관, 기업, 엔터테인먼트 등 다양한 방면에서 소통의 채널로 활용되고 있다. 여기서는 각 영역별 영향을 간략히 살펴보기로 한다.

1) 정치

정기권이 SNS에 지대한 관심을 보이고 있다. 2002년 노무현 대통령은 인터넷을 통해 ‘노사모’라는

온라인 팬클럽을 통해 지지층을 결집했고 실제로 대선 승리에 적잖은 역할을 담당했다. 인터넷 등장이 었그제지만 이젠 모바일 시대가 도래하고 있는 셈이다. 상황이 이렇다보니 정치권이 ‘SNS 따라잡기’에 혈안이 될 수밖에 없다.

트위터는 정치인들이 유권자들과 소통할 수 있는 주요 커뮤니케이션 채널이 되고 있다. 2010년 6월 2일 지방선거를 앞두고 경쟁이라도 하듯 서울시장과 경기도지사 후보로 나선 후보자들은 트위터를 개설, 선거캠페인의 주요 도구로 활용했다. 한 조사에 따르면, 2010년 6월 2일 실시된 지방선거 기간동안 트위터 이용자들이 가장 많이 접한 정치적인 정보는 선거 및 투표참여독려 메시지였고 선거공약과 관련된 정책이슈, 천안함사건 등 외교안보이슈 순이었다(이원태 · 김춘식 · 이나경, 2010). 이어 진행된 2010년 강원도지사 보궐선거에서 당선된 최문순 후보의 당시 선거전략은 트위터 등 SNS를 활용한 시민참여운동이었고 20~40대 젊은 유권자층을 적극적으로 공략해 지지를 이끌어 냈다. 2011년 10월 26일 서울시장 보궐선거에서도 트위터를 통한 선거캠페인과 투표참여독려 운동이 젊은 층의 투표참여를 확산시키는 데 큰 기여를 했다.

중앙일보 한 논설위원은 트위터와 선거에 대한 흥미로운 분석을 내놓았다. 내용의 일부분을 소개하면 다음과 같다.

트위터리안은 급증하고 있다. 지난해 6월 서울시장선거 당시 100만 명이었는데 지난 4월 분당보궐선거 때는 250만으로 늘었고 최근 400만으로 추산된다. 트위터 100만 시절 민주당(한명숙 후보)은 0.6% 차이로 한나라당(오세훈 시장)에 졌다. 트위터 250만이 되면서 민주당(손학규)은 한나라당(강재섭)을 2.7% 차이로 이겼다. 트위터 400만 시점에서 박원순은 한나라당 나경원을 7.2% 차이로 이겼다.

출처: 중앙일보 (2011년 10월 28일자)

제18대 국회의원의 SNS 활용실태를 분석한 결과, 2010년 10월 당시 국회의원의 58.7%인 175명이 트위터에 가입돼 있었다. 정당별로 보면 여당원의 63.7%, 야당원의 52%가 트위터를 운영하고 있어 여당원들의 비중이 야당원보다 높았다(금혜성, 2011). 하지만 야당원들이 여당원들에 비해 3배 가까이 더 많은 트윗을 작성하는 것으로 나타나 야당원들이 트위터를 통해 훨씬 활발한 커뮤니케이션 활동을 벌였다. 대부분의 국회의원들은 정보공유와 관계지향 목적으로 트위터를 사용하는 것으로 나타났으나 트위터를 통해 정보를 일방적으로 전달하거나 자기홍보에 치우친 경우가 많았다.

트위터가 정치인과 유권자 간의 정치커뮤니케이션의 활성화에 기여하게 되자 정치인들의 트위터

연결망 분석도 흥미를 끌고 있다. 한 조사결과 트위터 상에서 영향력을 발휘하는 정치인 중 가장 영향력이 있는 정치인은 민주노동당 이정희 대표로 나타났고 천정배 의원과 정동영 의원, 안희정 충남도지사가 뒤를 이었다(주간동아 792호, 2011. 06 참조). 즉 여당인 한나라당보다도 야당 의원들의 트위터 참여가 적극적이었다. 이들 정치인들의 공통점은 보좌관이나 다른 사람들이 아닌 본인 스스로 글을 쓴다는 점이고 스마트 폰을 통해 필요할 때 현장에서 바로 글을 올린다는 점이다. 물론, 가급적이면 모든 질문에 답하려고 노력하고 일방향적 의사전달보다 쌍방향적 의사소통을 실천하려고 애를 쓴다.

이처럼 소셜미디어는 다가올 총선, 대선에서 후보자들의 당락을 좌지우지할 새로운 변수로 떠오르고 있다. 소셜미디어에 기반한 정치는 언제 어디서나 정치적 소통과 참여가 가능한 환경을 만들고 있다는 점과 생활이슈중심의 정치적 의제를 형성할 수 있다는 점에서 긍정적인 측면을 가지고 있다(소셜미디어연구포럼, 2012). 또한 소셜미디어는 대중의 정치에 대한 관심을 높이며 정치효능감을 증진시키기도 한다.

2) 언론

트위터의 확산과 더불어 언론사들도 트위터 개설에 적극적으로 앞장서고 있다. 자사 뉴스나 프로그램을 알리는 차원 뿐 아니라 증가하고 있는 소셜미디어 이용자와의 관계를 돈독히 하기 위한 것이다. KBS 방송문화연구소(2010)는 방송부문이 소셜미디어와 융합하는 방식을 다음과 같이 크게 다섯가지로 요약하고 있다. 첫째, 소셜미디어는 방송프로그램의 직접 홍보 창구로 활용되고 있다. 둘째, 소셜미디어의 링크, 퍼나르기 등의 기능은 특정 프로그램에 대한 입소문과 긍정적 평가를 확산시켜 방송사 및 방송프로그램의 간접홍보창구로도 활용된다. 셋째, 소셜미디어는 방송콘텐츠의 새로운 전달창구로서 의미를 갖는다. 가령, 소셜미디어에 연동하여 콘텐츠를 제공하는 방송사들이 늘어나고 있는 추세다. 넷째, 소셜미디어는 새로운 뉴스 출처가 되고 있다. 다섯째, 소셜미디어는 방송콘텐츠와 서비스에 대한 수용자들의 평가와 반응을 이끌어 내는 훌륭한 수단이 되고 있다.

3) 정부부처

공공기관에서도 트위터는 고객들과의 중요한 소통채널이 되고 있다. 가령, 미국 델라웨어 주의 아동부서(Delaware Children's Department)는 트위터를 개설하고 주요 행사나 뉴스, 기념일, 유용한 통계나 정보를 지역 내의 아동과 가족들에게 전달하고 있다(Solomon, 2009). 방송통신위원회

도 최근 트위터(twitter.com/withkcc)를 통해서 주요 정책과 방송 통신 분야의 다양한 정보를 단문 메시지로 제공하고 있다. 외교통상부(박스 참조)는 모팻스토리(MOFAT STORY)라는 소셜허브를 만들어 재외공관에서 보내오는 소식 등 다양한 국내외 소식을 SNS를 통해 공유하고 있다.

외교통상부는 2011년 The PR이 선정한 스마트 정부기관 대상을 수상했다. 외교통상부 조병제 대변인은 The PR과의 인터뷰에서 외교통상부가 2011년 가장 역점을 두었던 뉴미디어정책홍보내용에 대해 다음과 같이 말했다.

“국민 이해와 직결되는 외교 현안이 발생했을 때 필요한 소식과 정보를 제때 전달하는 것에 역점을 두었습니다.

예를 들어 연초 동일본대지진, 리비아, 이집트 사태 등 대형 이슈가 발생했을 때 외교통상부 본부-영사콜센터-재외공관 간 실시간 연락망을 구축해 SNS를 통해 신속히 현지 사정을 전달하고, 제기되는 민원에 일일이 응대했습니다.

최근에는 한미 FTA와 관련해 사실에 기초한 올바른 정보를 전달하는데 역점을 두고, 국민들께서 궁금해 하시는 사안에 대해 다양한 방식으로 가급적 알기쉽게 설명드리려고 노력하고 있습니다.”

출처: <http://www.the-pr.co.kr/>

4) 기업

트위터는 기업홍보에도 중요한 역할을 한다. 삼성그룹은 공식 트위터인 삼성인(@samsungin)과 삼성캠페인(samsungcampaign)을 운영 중이고 한국 피자헛은 트위터를 통해 ‘피자헛 트위터 리포터’를 모집했다(강은영, 2010). 이는 트위터 이용자들 중에서 리포터를 선발해 신제품 시식 평가 이벤트 소식을 실시간으로 소비자에게 전달하기 위해서다.

두산그룹의 박용만 회장은 두산그룹 자금악화설이 시중에 나돌면서 그룹관련 주가가 떨어지자 트위터를 통해 “전혀 걱정할 사안이 아니다”는 메시지를 남겨 투자자를 안심시키기도 했다. 그는 대표적인 재계의 트위터 마니아로 알려져 있으며 팔로우 수는 38,000여명에 이른다.

트위터는 고객 데이터를 얻는 효율적인 채널로 사용되기도 한다(황혜정, 2009). 기업 제품이나 서비스에 대해 고객들이 어떻게 생각하고 평가하는지에 대한 데이터를 트위터를 통해 빠르고 적은 비용으로 수집할 수 있는 것이다.

이제 소셜미디어는 기업을 단순히 홍보하는 마케팅 도구에서 소비자의 의견을 듣고 이를 반영하는 아이디어뱅크로 자리잡아가고 있다(중앙일보 2011년 11월 8일자 참조). SK 텔레콤의 사회봉사 캠페인 ‘가능성 프로젝트’는 이 회사의 페이스북 계정 (<http://www.facebook.com/SKtelecom>)을 통해 시작됐다. ‘OOO이 모이면 OOO이 가능해진다’는 문장의 빈칸을 채워달라는 문구를 페이스북에 띄워놓고 아이디어를 공모한 결과 수천건의 아이디어가 고객들로부터 쏟아졌다. 최종적으로 ‘버려진 자전거가 모이면 누군가의 희망자전거가 됩니다’가 뽑혀 폐자전거를 활용해 복지기관에 기증하는 캠페인이 시작됐다. ‘가능성 프로젝트’ 제2탄은 ‘버려진 작은 소망이 모이면 꿈의 비행이 가능해집니다’로 고객들이 직접 비행시설을 견학하고 비행훈련체험을 하는 행사를 펼치고 있다. 삼성사회봉사단의 경우 페이스북에 ‘희망의 문화클럽’을 열고 문화소외층을 콘서트에 초청하는 활동을 하고 있다. SNS를 통해 대규모 청원운동도 벌어지고 있다. 바디샵코리아는 아동·청소년 인권보장을 위한 유엔 청원을 준비하고 있다.

이처럼 기업들은 소셜미디어를 기업이미지 제고를 위한 마케팅도구로 적극 활용하고 있다. 또한 고객들의 불만을 즉각적으로 처리함으로써 위기상황에 대처하고 있다(박스 참조).

미국의 사우스웨스트(Southwest) 항공은 할리우드의 유명한 감독이자 배우인 케빈 스미스가 너무 똥똥하다는 이유로 그의 항공기 탑승을 거부했다. 이에 화가난 스미스감독은 트위터를 통해 항공사의 조치를 비난하는 내용을 계속 올렸다. 파문이 확산되자 항공사는 스미스감독에게 사과하고 100달러에 해당하는 상환권을 지급하고 사과의 글을 게시하기 시작했다. 이후 항공사는 솔직한 태도로 고객들에게 피드백을 제공한 결과 업계 최저수준의 고객불만 민원접수율을 달성하였다.

출처: 한국정보화진흥원(2010). 공공부문의 성공적인 소셜미디어도입 및 활용전략.

5) 엔터테인먼트

소셜미디어는 대중이 유명 연예인들과 직접적으로 소통할 수 있는 기회를 열어주고 있다. 근래 들어 소셜 네트워크 서비스를 이용해 자신의 평소 모습을 공개하는 스타들이 점차 늘어나고 있다. 즉 스타와 대중의 장벽이 허물어지고 있는 것이다. 스타들이 대중들과 소통하는 방법으로 SNS를 활용하는 이유는 쉽고 빠르게 멀리 퍼지는 특성 때문일 것이다.

〈영화 ‘그대를 사랑합니다’ 흥행 요인〉

강풀 작가의 웹툰을 영화로 만든 이순재 주연의 ‘그대를 사랑합니다’는 트위터를 통해 입소문이 나면서 흥행몰이에 나섰다. 김수현 작가와 무한도전의 정형돈, 김제동씨 등이 트위터를 통해 영화를 추천하면서 많은 관객을 끌어모았다. 윤은혜씨는 영화를 본 뒤 자신의 트위터에 “정말 마음 한구석에 아직까지 아련함과 따뜻함이 남아있다. 그분들처럼 연기하고 싶고 그분들처럼 살아가고 싶고, 그렇게 사랑하고 싶어졌다”라고 밝히기도 했다.

출처: <http://www.nemopan.com>

스타들은 또한 소셜미디어를 통해 기부 캠페인도 펼치고 있다. 상추, 김태우 등 인기연예인들은 성탄절을 앞두고 전국지역아동센터의 어린이들을 위해 ‘산타의 양말’ 기부 릴레이를 2011년도에 펼치기도 했다. 이들은 직접 아이들에게 격려의 메시지도 남겨 연말연시를 훈훈하게 했다. 동물애호가로 알려진 이효리는 고양이와 함께 찍은 사진, 유기견 순심이와 찍은 다정한 사진을 트위터를 통해 공개하며 동물 사랑을 인증했다.

5. 소셜미디어의 영향

1) 긍정적 영향

소셜미디어의 긍정적 기능으로는 크게 사회자본의 증진, 주관적 행복의 증진, 사회참여활성화 등을 들 수 있다.

(1) 소셜미디어와 사회자본

인터넷의 발전과 더불어 온라인공간은 사회자본이 형성될 수 있는 중요한 네트워크가 되고 있다(김명아, 2007). 이처럼 인터넷공간에서 형성된 인터넷 사회자본은 인터넷 정치참여에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(안명규·류정호, 2007). 안명호·류정호(2007)의 연구에서 인터넷 사회자본은 인터넷상의 네트워크, 호혜성을 바탕으로 한 인터넷규범, 인터넷에서 접하는 정보와 만나는

사람들에 대한 신뢰로 구성되었다. 사이버공간과 더불어 소셜미디어 역시 관계와 상호작용에 기반한 온라인 네트워크이기 때문에 중요한 사회자본이다. 푸트남(Putnam)의 주장대로 사회자본은 가족과 친구, 이웃, 직장, 교회, 시민단체 심지어 인터넷에 기반한 가상공동체 안에 구현되어 있다(Helliwell & Putnam, 2004). 따라서 온라인공간의 대표적인 사회적 네트워크인 트위터와 페이스북 같은 소셜미디어는 사회자본의 한 형태로 볼 수 있다. 즉 소셜미디어의 확산은 소셜네트워크의 증가를 가져오고 결국 사회자본의 축적으로 이어질 수 있다(최영·박성현, 2011).

소셜미디어의 확산에 따라 소셜미디어와 사회자본의 관계를 연구한 국내외 논문들이 발표되고 있다(고상민·황보환·지용구, 2010; 김희조, 2010; 심홍진·황유선, 2010; Brandtzaeg, 2012; Valenzuela et al., 2009). 대부분의 연구들은 소셜미디어가 사회자본을 증진시키는 데 중요한 역할을 하고 있다고 주장한다. 심홍진·황유선(2010)은 트위터 이용자를 대상으로 트위터 상에서 온라인 설문조사를 실시하였다. 그 결과 트위터 이용 강도는 교량적 사회자본(약한 유대)과 결속적 사회자본(강한 유대) (박스 참조)에 대해 모두 긍정적인 효과를 미쳤다. 이와 더불어 자아존중감이 높을수록 교량적 사회자본과 결속적 사회자본 역시 강화되었다.

교량적 사회자본(bridging social capital)과 결속적 사회자본(bonding social capital)을 측정하는 데 사용된 설문문항

• 교량적 사회자본 (6문항)

- 트위터를 통해 다양한 정보와 의견을 교환하고 있다.
- 트위터를 통해 사회문제에 관한 다양한 해석과 설명을 접할 수 있다.
- 트위터를 통해 우리사회의 중요한 문제가 무엇인지 알 수 있다.
- 트위터를 통해 사회문제에 관심을 갖게 된다.
- 트위터를 통해 다른 문화를 접할 수 있다.
- 트위터를 통해 전문적인 지식과 정보를 얻을 수 있다.

• 결속적 사회자본 (5문항)

- 트위터에서는 다른 사람에게 마음을 쉽게 열 수 있다.
- 다른 트위터러부터 즉각적 피드백을 받을 수 있다.
- 나의 관심사와 일치하는 팔로어 그룹을 구성할 수 있다.
- 중요한 지식을 부담 없이 공유할 수 있다.
- 다른 트위터러 간에 일어나는 대화에 쉽게 참여할 수 있다.

연구자들은 트위터의 이용강도가 높을수록 교량적 사회자본이 커지는 이유에 대해 다음과 같이 주장한다. 우선, 트위터가 제공하는 커뮤니케이션특성이다. 즉 트윗, 리플, 리트윗, 팔로어 수 등의 소통도구는 이용자들 간의 상호작용을 강화시켜 그들의 관계발전과 유지욕구를 충족시켜

준다는 것이다. 또한 트위터는 이용자들의 활동을 팔로어들에게 편리하게 알릴 수 있어 트위터가 사회문제에 대한 정보와 의견을 교환하고 전문적 지식과 정보를 구하는 도구로 활용되고 있다는 것이다. 잘 알려져 있듯이, 교량적 사회자본은 다양한 사회집단 사이를 넘어서는 연결망인데 비해 결속적 사회자본은 인종, 나이, 사회계급 등에서 유사한 사람 간의 연결망이다. 전자가 집단과 집단 사이의 관계를 이어주는 것(약한 유대)을 의미한다면 후자는 집단 내의 결속을 강화하는 네트워크(강한 유대)를 의미한다. 따라서 트위터 이용자들은 트위터를 통해 다양한 세계와 문화를 접하며 다양한 분야의 지식과 정보를 얻고 있음을 알 수 있다. 아울러 그들은 트위터를 통해 지인과의 관계와 네트워크를 동시에 강화하고 있다.

트위터와 더불어 페이스북 이용 또한 사회자본을 증진하는 데 중요한 역할을 하고 있다. 엘리슨과 동료들이 미국의 대학생들을 대상으로 조사한 연구(Ellison et al., 2007)에 따르면, 페이스북 이용정도는 교량적, 결속적 사회자본 모두에 긍정적인 영향을 미쳤다. 특히 페이스북을 많이 할수록 교량적 사회자본이 결속적 사회자본보다 더 크게 증가하는 것으로 나타났다. 더불어 삶의 만족도와 자기존중이 낮은 학생들은 그들이 페이스북을 보다 많이 이용하면 교량적 사회자본이 더 증대되는 것으로 나타났다. 즉 페이스북은 주관적 행복감이 낮은 대학생들에게 혜택을 주고 있는 것이다.

발렌주엘라와 동료들의 연구결과(Valenzuela et al., 2009)에 의하면, 페이스북 이용⁴⁾은 사회자본(삶의 만족, 사회적 신뢰, 시민참여)과 긍정적인 관련이 있었다.⁵⁾ 하지만 페이스북 이용이 사회적 신뢰에 미치는 영향은 그다지 크지는 않았다. 또한 페이스북 이용 정도는 시민참여(자원봉사활동 등)와 유의미한 관련이 있었지만 정치적 참여(서명, 투표참여, 불매운동 등)와는 관련이 없었고 오히려 페이스북 그룹 이용 정도가 정치적 참여와 관련이 높았다. 즉 페이스북에 있는 그룹에 가입해 활동을 많이 하는 사람일수록 시민참여도 높을 뿐더러 정치적 참여정도도 높은 것으로 나타났다. 이 연구결과를 요약하면, 페이스북을 많이 이용할수록 개인적인 삶의 만족도 크고 타인에 대한 높은 신뢰를 갖고 있으며 시민 참여활동과 정치적 활동에도 적극적이다. 이 같은 결과는 앞서 언급한 트위터 이용처럼 페이스북 이용정도가 사회적 자본의 증진에 큰 영향을 미치고 있다는 것을 경험적으로 뒷받침 해주고 있다.

이처럼 개별 소셜미디어의 사회자본에 대한 영향력을 분석한 연구 뿐 아니라 소셜미디어 전체 이용이 사회자본에 어떤 영향을 미치는지를 규명하려는 연구들도 활발해지고 있다.

4) 페이스북 이용정도는 페이스북 친구 수, 페이스북에 보내는 하루 평균 시간, 페이스북에 대한 감정적 집착정도로 측정되었다.

5) 여기서 사회자본은 삶의 만족, 사회적 신뢰, 시민참여활동, 정치적 참여활동을 포괄하는 개념으로 규정되었다.

금희조(2010)는 한국과 미국의 대학생을 대상으로 소셜미디어⁶⁾가 참여적 사회자본에 미치는 영향을 연구했다. 이 연구에서 참여적 사회자본은 친교활동, 시민참여, 사회운동의 세 가지로 측정되었다. 그 결과 한국과 미국 대학생 모두 소셜미디어 이용이 시민참여와 사회운동 모두에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만 소셜미디어 이용은 친교활동에는 별다른 영향을 미치지 못했다. 한국대학생의 경우 연결적 네트워크가 소셜미디어 이용과 더불어 시민참여와 사회운동에 긍정적인 영향을 미쳤으며 미국대학생의 경우 결속적 네트워크가 사회운동에만 긍정적인 영향을 미쳤다. 이 같은 연구결과는 한국 대학생들의 경우 소셜미디어 이용이 연결적 네트워크형성과 더불어 시민참여와 사회운동을 증진시키는 중요한 변인이라는 것을 보여주고 있다. 즉 소셜미디어를 통해 새로운 정보를 얻고 새로운 사람을 만나 활발히 소통하는 대학생일수록 시민참여도 높고 사회운동에도 적극적이라는 것이다.

연결적 네트워크와 결속적 네트워크 형성 측정을 위해 사용한 설문문항

◆ 연결적 네트워크 (10문항)

- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람들은 우리 동네 밖에서 일어나는 일들에 대해 관심을 갖게 만든다.
- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람들은 내가 새로운 것을 시도하고 싶도록 만든다.
- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람들은 나와 다르게 생각하는 사람들에게 관심을 갖게 만든다.
- 소셜미디어를 통해 대화하는 사람들은 세계 다른 곳에 관해 호기심을 갖게 만든다.
- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람들은 내가 더 큰 공동체의 일부임을 느끼게 만든다.
- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람들은 내가 더 전체적인 상황을 연결시켜 고려할 수 있게 해 준다.
- 소셜미디어를 통한 소통은 세계의 모두가 연결되어 있다는 것을 상기시킨다.
- 소셜미디어를 통해 일반적인 공동체 활동에 기여하는 데 기꺼이 시간을 소비한다.
- 소셜미디어를 통한 소통은 새로운 사람과 대화할 수 있게 한다.
- 소셜미디어를 통해 나는 항상 새로운 사람과 접촉하게 된다.

◆ 결속적 네트워크(10문항)

- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내 문제를 해결하는 데 도움을 줄 것이라고 신뢰하는 사람이 많다.
- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 중요한 결정을 할 때 조언을 구할 수 있는 사람이 있다.
- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 개인적인 사적인 문제에 관해 얘기하는 것이 편하게 느껴지는 사람은 없다.

6) 소셜미디어는 크게 블로그, 마이크로블로그(트위터 등), 사회적 네트워크 사이트(싸이월드, 페이스북 등), 사진/동영상공유 사이트(유튜브 등) 등 네 가지 유형으로 구분되었고 평균을 내어 소셜미디어이용량 척도를 구성하였다.

- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 외로움을 느낄 때 얘기할 수 있는 사람이 많다.
- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 급하게 50만원 정도가 필요하다면 도움을 구할 수 있는 사람을 안다.
- 소셜미디어를 통해 내가 이미 알고 있는 사람들과의 관계를 강화할 수 있다.
- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람들이 나의 취업에 좋은 추천인인 될 것이다.
- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람들이 나와 마지막 돈도 나눌 수 있을 만큼 나에게 진심이다.
- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람들은 내가 어떤 중요한 일을 맡길 만큼 잘 알지 못한다.
- 소셜미디어를 통해 소통하는 사람들이 내가 부당함에 맞서 싸우는 데 있어 도움을 줄 것이다.

소셜미디어 이용동기가 사회자본에 미치는 영향에 관한 연구도 활발하다. 가령, 최영박성현(2011)은 대학생들을 대상으로 소셜미디어 이용동기가 사회자본에 미치는 영향을 탐구하였다. 먼저, 소셜미디어⁷⁾ 이용동기는 정보추구, 자긍심표출, 추억공유, 사회적 상호작용, 기분전환/여가, 정체성표현, 유행성 등 7가지 요인이었다. 소셜미디어 이용동기가 공적 차원의 사회자본⁸⁾에 미치는 영향을 살펴본 결과, 7가지 요인 중 사회적 상호작용만이 대인신뢰와 공적활동의사에 유의미한 영향을 미쳤다. 반면, 대부분의 소셜미디어 이용동기는 사적 차원의 사회자본⁹⁾에 긍정적인 영향을 미쳤다. 즉 소셜미디어 이용동기는 사적 차원의 사회자본에 많은 영향을 미쳤지만 공적 차원의 사회자본에는 별다른 영향을 미치지 못했다. 고상민·황보환·지용구(2010)의 연구에서는 소셜네트워크서비스 기능 중 전문가탐색과 커뮤니케이션 요인이 교량적 사회자본을 강화하는 데 유의미한 영향을 미쳤으며 전문가탐색과 관계유지기능은 결속적 사회자본을 증진하는 데 중요한 역할을 했다.

노르웨이의 연구결과도 SNS가 사회자본¹⁰⁾에 미치는 긍정적 효과를 뒷받침해주고 있다(Brandtzaeg, 2012). 즉 SNS 이용자들은 비이용자에 비해 교량적 사회자본이 높았고 친한 친구들과 면대면 접촉을 보다 활발히 했으며 아는 사람들이 보다 많았다. 즉 SNS 덕분에 아는 사람들과의 교류도 활발해지고 그들과의 접촉도 활성화되고 있는 것이다. 하지만 SNS 이용자들은 비이용자에 비해 외로움을 많이 느끼는 것으로 나타났고 특히 남자들의 경우 여자들보다 그 정도가 심했다. 이 같은 연구결과는 SNS가 사회자본과 연관돼 있고 사회적 유대를 강화할지 모른다는 메시지를 던져주고 있다. 이 연구에서 흥미로운 것은 사교목적으로 SNS를 이용하는 사람들(Socializers)¹¹⁾의 사회적 자본이

7) 소셜미디어는 트위터와 싸이월드에 한정되었다.

8) 공적 차원의 사회자본은 대인신뢰, 제도신뢰, 공적활동의사로 측정되었다.

9) 사적 차원의 사회자본은 표출적 보상과 도구적 보상으로 구분돼 측정되었다. 표출적 보상은 삶의 만족도 정도로 도구적 보상은 직접적인 도움을 얻은 정도를 의미한다.

10) 이 연구에서 사회자본은 친한 친구와의 면대면 접촉정도, 오프라인 지인 수, 교량적 자본 수준, 외로움이 덜한 정도로 측정되었다.

11) 연구자는 SNS 이용행태를 크게 다섯 가지로 구분하였다. 1) Advanced Users : 다양하고 폭넓게 SNS를 이용하는 사람

높게 드러났다는 것이다. 즉 이용자들의 이용행태에 따라 사회자본이 다르게 나타나고 있다는 것이다.

(2) 소셜미디어와 주관적 행복

소셜미디어는 개인의 주관적 행복을 증진시키기도 한다. 싸이월드²⁾를 이용하는 대학생들을 대상으로 조사한 국내의 한 연구(Lee et al., 2011)에 따르면, 싸이월드 상에서 속내를 털어놓는 행위는 개인의 주관적 행복에 긍정적인 영향을 미쳤다. 이와 더불어 싸이월드 미니홈피 방문자 수가 많을수록 주관적 행복감을 더 느끼는 것으로 나타났다. 하지만 싸이월드를 이용하는 시간은 개인의 주관적 행복에 별다른 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이 같은 조사결과는 싸이월드에 머무는 시간보다는 싸이월드를 통해 형성되는 네트워크 크기가 개인의 주관적 행복에 더 많은 영향을 미치고 있다는 것을 보여주고 있다. 아울러 소셜네트워크서비스를 통해 자신의 감정과 느낌을 거리낌 없이 터놓고 이야기하고 자신의 경험을 공유할수록 개인의 주관적 만족도와 행복감은 증진될 수 있다는 것을 보여준다.

사회자본 또한 개인의 주관적 행복과 삶의 만족을 높이는 것으로 나타났다(Helliwell & Putnam, 2004). 즉 사회적 신뢰가 높은 환경에서 살고 있다고 응답한 사람일수록, 친구와 이웃 간의 접촉이 잦은 사람일수록, 공동체참여가 높은 사람일수록 주관적 행복감을 더 느끼고 있는 것이다.

이러한 연구결과를 종합하면, 소셜미디어를 통해 형성된 네트워크가 강한 사람일수록 다시 말해 소셜미디어 상에 친구가 많은 사람일수록 행복감을 더 많이 느낄 수 있을 것이라 기대할 수 있다. 특히 소셜미디어가 중요한 사회자본이라는 점을 고려하면 소셜미디어를 통해 형성된 네트워크강도가 개인의 주관적 행복을 증진시키는 중요한 자원이라는 것을 예상해 볼 수 있다.

(3) 소셜미디어와 정치참여

가) 소셜미디어와 사회운동

소셜미디어는 사회운동과 참여에도 많은 영향을 미치고 있다. 예를 들어, 2011년 초 중동지역을 강타한 민주화운동, 이후 발생한 일본 동북부 지방 대지진 사건, 그해 6월 발생한 대학생들의 반값 등록금 촛불시위 등 이슈가 되었던 모든 현장에 소셜미디어가 있었다.

잘 알려진 바와 같이, ‘소셜미디어혁명’이라고 불리는 중동의 민주화혁명은 소셜미디어가 있었기에

2) Debaters : 토론과 논쟁에 적극적인 유형 3) Socializers : 친구, 가족 등 사람과의 상호작용에 관심이 많은 유형 4) Lurkers : 수동적인 소비유형 5) Sporadics : 거의 비사용자에 가까운 유형

확산될 수 있었다. 중동 지역 대부분의 언론이 정치권력에 의해 장악돼 있어 정부의 이익을 대변할 수밖에 없었지만 개방적인 플랫폼인 트위터를 통해 시위상황과 요구 등이 신속하게 전달되면서 소셜미디어는 독재와 억압에 눌린 중동 시민들의 자유로운 의사소통의 공간이 되었다. 트위터는 아랍권 젊은이들의 메시지를 빠르게 전파하고 이들을 결집해 튀니지, 이집트, 리비아의 독재자를 잇달아 물러나게 한 ‘아랍의 봄’에 결정적 역할을 했다. 아랍권에서 트위터 사용자는 빠르게 증가하고 있으며 트위터로 전달된 아랍어 메시지는 지난 1년간 2146% 증가했다. 모든 언어를 통틀어 가장 빠른 증가 속도이다.

일본 동북부 지방에 발생한 대지진 때도 소셜미디어를 통해 서로의 안부를 묻기도 했으며 피해지역을 돕는 모금운동이 트위터를 통해 활발히 전개됐다.

소셜미디어는 또한 대학생들의 반값등록금 시위 확산과정에 중요한 역할을 했다. 전국 대학생들의 모임인 21세기 한국대학생연합은 웹 사이트와 함께 반값 촛불 공식트윗(@hdrzzang)을 만들어 반값등록금실현을 위한 투쟁을 적극적으로 알렸다. 팔로우 수는 수 천 여명에 불과하지만 트위터를 통해 매일 청계광장에서 벌어지고 있는 촛불시위현장을 알리고 국민들의 지지를 호소했다. 다음은 반값촛불 공식트윗의 안내문이다.

[반값촛불공식트윗] 반값등록금 실현을 위해 대학생들이 촛불을 듭시다!! 매일저녁7시!!! 청계광장에서 반값등록금 촛불이 열립니다!! 재능, 식량, 성금을 기부받고 있습니다!!^^ 기부하실분들은 멘션남겨주세요 ㅋ

나) 소셜미디어와 정치참여

소셜미디어가 사회운동 및 사회참여에 미치는 영향이 커짐에 따라 소셜미디어가 투표나 집회참여 등 정치참여에 미치는 영향을 탐색하는 연구들이 쏟아지고 있다. 초기의 연구들은 소셜미디어가 정치참여에 별다른 영향을 미치지 않았다고 주장한다. 가령, 쿠신과 야마모토(Kushin & Yamamoto)의 연구에 따르면, 소셜미디어는 정치효능감과 정치관여에 별다른 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 잘 알려져 있듯이, 정치효능감과 정치관여도는 정치적 행동에 영향을 미치는 중요한 요소들이다. 연구자들은 2008년 미국 대통령 선거 전 대학생들을 대상으로 온라인 서베이를 실시했다. 그 결과 전통적인 인터넷소스¹²⁾를 통해 선거에 관한 정보를 많이 얻은 응답자일수록 정치적 효능감과 관여가

12) 전통적인 인터넷소스의존은 신문이나 TV 뉴스의 웹사이트를 방문하거나 후보자나 정부의 웹사이트를 찾는 행위를 의미한다.

높은 것으로 나타났다. 반면, 소셜네트워크사이트나 블로그 등을 통해 캠페인 정보를 얻은 사람의 경우 정치효능감과 관여에 별다른 영향이 없었다. 하지만 이 당시는 소셜미디어가 그다지 확산되지 않았기 때문에 소셜미디어가 선거에 미치는 영향력이 크지 않았다고 볼 수 있다.

이후의 연구는 소셜미디어가 선거참여에 긍정적인 영향을 미치고 있다는 것을 경험적으로 제시하고 있다. 최근 미국 국민을 대상으로 한 조사에서 SNS를 통해 정치정보를 얻거나 지역공동체에 대해 알게 되는 사람일수록 사회자본도 증가하였고 온라인 및 오프라인 정치참여도 활발한 것으로 나타났다(Zuniga et al., 2012). 즉 정치적 정보나 뉴스를 SNS에 많이 의존하는 사람일수록 시민참여(기부, 자원봉사 등), 온라인정치참여(이메일을 통한 정치적 메시지 보내기, 인터넷을 통해 정치인들에게 편지쓰기 등), 오프라인정치참여도(대선투표참가, 공청회참가, 정치적 집회참가 등)가 높다는 것이다.

송경재(2010)가 미국 소셜네트워크서비스 사용자의 특성과 정치참여를 분석한 결과에서도 SNS를 이용하는 집단은 SNS를 사용하지 않는 일반 인터넷 사용자 집단에 비해 온라인 정치참여가 더 활발했다. 즉 SNS 사용자 집단은 일반 인터넷 이용집단보다 온라인뉴스로 정치 및 선거정보를 더 습득하고 웹사이트나 블로그에 정치·사회적 이슈에 대한 글을 더 많이 게재하였다. 또한 SNS 사용자 집단의 경우 이 같은 온라인 활동이 활발할수록 대선투표참여를 위한 유권자등록에도 더 적극적이었다. 송경재(2011)의 연구결과 SNS를 적극적으로 이용하고 있는 세대는 웹 1.0 세대에 비해 정치참여가 높았다. 그는 SNS 세대를 “생물학적 세대가 아닌 디지털 환경에서 소셜네트워크 기반의 소통양식 변화에 친숙하여 사회의 정치·경제·문화적 가치를 변화시키고 주도하는 집단”(62페이지)으로 규정한다. 이러한 SNS 세대는 투표, 길거리정치참여(집회, 촛불시위 등) 뿐 아니라 온라인 정치토론이나 게시판 글쓰기 등 온라인정치참여가 활발했다.

국내연구에서도 소셜네트워크서비스 이용이 정치적 의사결정에 많은 영향을 미치는 것으로 드러났다. 가령, 최민재·이홍천·김위근(2012)이 SNS 이용자 1,034명을 대상으로 2011년 실시된 10·26 서울시장 보궐선거에서 SNS가 미친 영향을 연구한 바에 따르면, 트위터를 이용한 사람이 투표한 비율이 비교적 높게 나타났다. 또한 투표에 참여한 유권자들은 그렇지 않은 유권자들에 비해 SNS를 통해 선거관련 뉴스나 정보를 상대적으로 많이 접했고 이러한 뉴스나 정보를 SNS를 통해 많이 전달했다. 아울러 투표 당일에도 선거참여관련 메시지와 후보자선택관련 메시지를 SNS를 통해 더 많이 전송했다. 이처럼 SNS가 정치적 의사결정에 미치는 영향은 점차 커지고 있고 SNS 중에서도 트위터의 영향력이 다시 입증되었다. 하지만 응답자들이 보궐선거에 관한 정보를 얻는 정보원은 방송이 가장 높았고 친지, 포털사이트, SNS, 신문 순으로 나타나 아직까지 정치정보의 SNS에 대한 의존도는 낮았다.

사실, 청소년의 정치참여는 인터넷이 확산된 2000년 이후 활발히 전개되어 왔으며, 그 예로 2000년 여름, 교육당국의 두발규제에 맞서 전개된 온라인과 오프라인 상의 다양한 두발자유화운동을 들 수 있다. 당시 두발제한 반대서명운동을 주도했던 조직은 ‘채널 10’(www.ch10.com), ‘아이두’(www.idoo.net), ‘사이버유스’(www.cyberyouth.org)와 같은 청소년 웹진이었다(김영지, 2000). 이후 2002년 미 장갑차에 희생당한 여중생 추모 집회, 2004년 노무현대통령탄핵반대 촛불집회, 2008년 5월 전국을 떠들썩하게 만들었던 미국산 쇠고기 수입반대 촛불집회 등 주요 사회적 사건이 발생할 때마다 인터넷을 비롯한 뉴미디어 기기는 청소년의 중요한 사회참여채널이었다. 최근 들어서는 대학생들의 반값등록금시위가 주목을 받았다. 2011년 6월 반값등록금 시위 당시 소셜미디어는 집회상황을 알리고 참가자 서로의 연대를 확인하는 중요한 매체로 자리 잡았다. 2011년 6월 10일 집회현장에 있던 한 대학생은 다음과 같이 말했다.

스마트폰 바꾼 지가 얼마안돼 두 달 전부터 페이스북을 이용했다. 이번집회에 참가하게 된 것도 사람들이 트위터나 페이스북에 올린 글을 보고 자극받아 오게 됐다. 저의 팔로어가 성공회대 탁현민교수와 김여진, 김제동 연예인인데 이들이 집회 실시간 상황과 제가 생각할 수 있는 글들을 많이 올린다. 오늘날만큼 나와야 되지 않느냐고 생각해 나오게 됐다. (저자와의 인터뷰)

이처럼 소셜미디어의 등장으로 소셜미디어 공간에서 영향력을 발휘하는 유력자들의 역할도 커지고 있다. 이들은 트위터나 페이스북 등 소셜미디어를 통해 많은 팔로우나 친구들을 보유하면서 정보의 확산 뿐 아니라 정치사회적 의제설정 및 여론형성에 큰 영향력을 발휘하고 있다(이원태·차미영·양해륜, 2011). 소셜미디어 유력자들은 인기연예인인 김제동씨부터 시골의사로 잘 알려진 박경철씨, 강남좌파로 인기를 얻고 있는 서울대 조국 교수 등 공중에게 인지도가 높은 유명인들이다. 누구나 관계맺기가 가능한 트위터의 확산으로 특히 청소년들이 이들로부터 많은 영향을 받을 것으로 예상된다.

다) ‘나는 꿈수다’ 열풍

앞서 언급한 것처럼, 팟캐스트 ‘나는 꿈수다’는 대안매체로서 우리사회의 여론 형성에 많은 영향을 미쳤다. 이 인터넷방송의 경우 반값등록금문제나 광노현 사건 등 시사적인 내용을 다루면서 현 정부를 풍자하거나 비방하는 내용이 방송의 주류를 이루고 있다.

〈나는 꼼수다〉 방송 정보

2011년 4월 27일 첫 방송을 시작했다. 매주 목요일 오전 공동체 라디오방송 마포 FM의 스튜디오에서 녹음을 한다. 팟캐스트는 보통 목요일 밤에 업로드 하는 것을 원칙으로 하되, 특집 등의 사정으로 편집이 늦어질 경우 토요일 아침까지 업로드를 하고 있다. 이명박 대통령의 임기가 끝나는 2013년 2월까지 방송 예정이다. 2011년 8월 22일 호외 편으로 아이튠즈 세계 팟캐스트 에피소드 1위를 차지하는 등 단기간에 큰 인기를 끌었다.

제작비는 1회 제작 시 스튜디오 임대 비용 5만 원 (야간 8만 원)과 식사비 3만 6천 원이다. '나는 꼼수다 뒷담화' 판매 수익금 전액은 나는 꼼수다 제작과 서버 비용에 사용된다. 나는 꼼수다 토크 콘서트 (전국 일주), 나는 꼼수다 티셔츠, 후드티 판매 수익금도 나는 꼼수다 서버 비용에 사용된다. 팟캐스트 운영하는 데 드는 서버 비용은 깎아주고도 한 달에 2800만원이 든다. 다운로드 방식으로 청취하면 그나마 괜찮으나 스트리밍으로 실시간 듣기 방식으로 청취하면 서버 부담이 매우 늘어난다. 서버 부담이 늘어나면 늘어날수록 재정 문제로 심각해진다. 그리고 일각에서 자발적 유료화 모델이 필요하다는 목소리도 나오고 있다. 일부 청취자들은 나는 꼼수다의 서버 부담을 줄여주기 위해 자발적으로 자체 서버를 운영해 서비스를 제공하거나 토렌트 파일 공유 또는 외국 P2P 사이트 공유로 다운로드하여 청취하고 있다.

〈위키백과 참조〉

〈나꼼수〉가 인기가 있는 이유는 이용자들이 이 방송을 통해 일종의 대리만족을 얻고 있기 때문이다. 즉 답답한 정치현실과 어려운 경제여건에 지친 사람들의 스트레스를 해소해 주면서 즐거움과 위안을 안겨주고 있는 것이다. 〈나꼼수〉는 또한 정치에 관심이 없던 20대, 30대들의 호응을 이끌어내고 있고 이들의 정치참여를 활성화시키고 있다.

〈나꼼수〉가 우리사회에 많은 파장을 불러 온 데는 여러 요인이 있을 수 있다. 우선, 내용적인 측면에서 보면 〈나꼼수〉는 제도권 언론이 담아내거나 보도하지 못한 우리사회의 문제를 과감히 건드렸다는 것이다. 즉 BBK 문제, 반값등록금문제, 저축은행비리문제 등 우리사회의 주요 이슈들을 적나라하게 비판하고 풍자하고 있다. 전국언론노동조합은 제21회 민주언론상 본상에 〈나꼼수〉를 선정하면서 “정권의 부도덕성을 폭로하고 거침없는 독설과 재미로 주류 언론이 권력 감시 등 제 기능을 다하지 못하고 있는 상황에서 대안언론으로 훌륭한 역할을 했다”고 선정이유를 밝히기도 했다. 이처럼 무엇보다도 현 정부와 주류언론에 대한 불신이 〈나꼼수〉열풍의 원인이다. 실제로 젊은 세대들은 높은 대학등록금과 실업률, 집값 등으로 어려운 삶을 살고 있다. 이러한 상황에도 불구하고 문제해결의 기미가 보이질 않으니 젊은이들의 정치에 대한 불신은 높아질 수밖에 없다. 결국 우리사회의 젊은층은 〈나꼼수〉가 풍자한 정치현실을 보면서 카타르시스를 경험하고 있는 것이다.

커뮤니케이션 측면에서 보면 〈나꼼수〉는 소셜미디어인 팟캐스트를 잘 활용해 수용자들에게 쉽게 다가갔다. 스마트폰이 일상화 된 요즘 아이폰을 가지고 있는 사람이라면 누구나 팟캐스트를 자유롭게 이용할 수 있다. 따라서 모바일 매체인 아이폰을 이용하면 언제 어디서든지 방송을 들을 수 있다. 즉 〈나꼼수〉는 스마트폰이 대중화되고 소셜미디어가 활성화 되는 시대적 흐름을 잘 읽고 시대적 추세에 발맞춰 방송을 했기 때문에 성공했다고 볼 수 있다. 또 하나 〈나꼼수〉의 열풍요인은 온라인과 오프라인을 동시에 활용하고 있다는 것이다. 〈나꼼수〉는 온라인방송에만 국한하지 않고 지역을 순회하면서 〈나꼼수〉 콘서트도 개최하고 있다. 즉 기존의 인터넷방송들이 온라인에만 국한돼 활동을 했다면 〈나꼼수〉는 온라인과 오프라인을 넘나들며 이용자와의 소통을 강화하고 있는 것이다.

라) 또래집단규범인지와 인지된 규범의 영향력

새로운 미디어가 어떤 효과를 가지고 있는지 조사하기 위해서는 먼저 그 미디어가 기존의 미디어와 비교하여 어떤 고유의 특징을 가지고 있는지를 관찰해보고, 그 속성이 어떤 효과를 파생하는지에 주목해야 한다. 소셜미디어가 가지고 있는 중요한 특징 중의 하나는 소셜미디어에서 유통되는 정보의 원천이 바로 ‘친구들’이라는 것이다. 소셜미디어 상의 ‘친구’는 지리적으로 멀리 떨어져 있을 수도 있고, 그다지 친밀한 관계가 아닐 수도 있으며, 심지어 한 번도 직접 만나보지 못한 사람일 수도 있는 등 현실 세계에서의 친구의 개념과는 다를 수 있는 것이 사실이다. 그럼에도 불구하고, 대다수의 ‘친구들’은 어느 정도의 심리적 관련성을 가진 사람들이며 지인들이다. 같은 정보여도 아무런 연관이 없는 사람에게서 얻은 정보보다 소셜미디어에서 ‘친구’로부터 얻은 정보에 더 큰 관심과 집중도를 가지고 처리하게 되고, 결국 여기에 더 높은 인지적 효과가 발생한다는 것이다.

한편 커뮤니케이션 학자들은 이 같은 또래 집단의 사회 규범의 인지는 직접 경험할 수도 있지만, 사회 전반에 걸친 보다 보편적 규범은 미디어를 통해서 인지된다고 주장한다. 예를 들어, Gunther와 그 동료들(2006)은 매스 미디어에서 나타나는 담배 광고나 흡연 영상을 통해 청소년들이 또래 집단 사이에서 담배 피우는 행위가 만연하고 있음을 인식하고 그것은 다시 실제 자신들의 흡연에 대한 의지와 실제 흡연 행위와 관련이 있음을 보여주었다. 이와 함께 Bandura의 사회 학습 이론(1997)도 또래 집단에 의해 드러나는 태도와 행동이 관찰자에 의해 직접 경험하지 않고도 간접적으로 학습될 수 있음을 설명하고 있다. 이 이론도 관찰자가 행위자의 활동을 미디어를 통해서 접할 때에도 일어난다고 설명하고 있으며 이는 결국 미디어를 통한 간접경험이 개인의 태도와 행동을 변화시키는 설득적 과정이라고 할 수 있다.

소셜미디어에서의 네트워크가 일반적으로 또래 집단을 중심으로 형성됨을 감안했을 때, 소셜미디어

는 또래 집단 규범을 인지하는데 매우 중요한 채널이 될 가능성이 높다. 청소년과 대학생 소셜미디어 이용자들은 소셜미디어 상에서 ‘친구들’은 또래 집단의 친구들이 많으며, 이들이 소셜미디어에서 보여주는 정치적 관심도와 참여도, 그리고 그들의 정치 지식은 규범으로 인지되어 정치적 태도와 행동에 영향을 받을 수 있다는 것이다. 즉, 소셜미디어를 통해서 또래 집단 친구들이 정치나 사회적 이슈에 얼마나 관심을 보이는지, 그리고 특정 사안에 대해서 어떻게 생각하는지 등을 소셜미디어에 나타난 그들의 활동을 통해서 엿볼 수 있는 것이다. 이러한 규범 인지는 여러 사회 심리학의 순응연구에서 보여주는 바와 같이 결국 개인의 효능감, 태도, 그리고 행동에 영향을 미칠 것이라고 가정해 볼 수 있다. 따라서 본 연구는 소셜미디어에 나타난 또래 집단의 정치적 · 사회적 지식의 수준, 그리고 관심도와 참여도가 어느 정도인지 지각하는 것이 자신의 정치적 효능감, 그리고 정치 · 사회적 관심도와 참여도에 얼마만큼 영향을 주는지 조사하고자 한다.

2) 소셜미디어의 부정적 기능

소셜미디어는 사회자본의 증진, 주관적 행복감 향상, 사회 및 정치참여 활성화 등 여러 면에서 긍정적인 영향을 미치기도 하지만 사생활침해나 명예훼손, 허위정보의 확산 등 부정적인 영향도 많다.

(1) 프라이버시침해

소셜미디어의 부정적 기능 중 하나는 개인의 프라이버시 문제이다. 일례로 미국의 유명한 가수인 코트니 러브(Courtney Love)는 2009년 3월부터 자신의 트위터와 마이 스페이스에 패션 디자인 사업을 함께 하면서 알게 됐던 패션디자이너 돈 시모랭커(Don Simorangkir)를 비방하는 글을 올렸다. 동업을 한 사이지만 사업이 잘 안되자 둘 간의 관계가 악화되면서 불화가 생기게 된 것이다. 돈(Don)은 코트니(Courtney)가 트위터에 올린 글이 자신의 명예와 디자이너로서의 명성, 사업에 막대한 손해를 입혔다며 로스앤젤레스 법원에 코트니를 상대로 손해배상소송을 제기했다. 2011년 3월 8일 첫 재판이 열릴 예정이었지만 재판 며칠 전 코트니가 돈에게 수억 원의 위자료료를 지불하면서 소송을 취하함에 따라 이 사건은 극적으로 일단락됐다. 이 사건은 유명인이 소셜미디어에 올린 글로 인한 피해를 호소한 첫 사례로서 법원의 판결이 주목된 바 있다. 또한 소셜미디어에 어떤 내용의 글을 담아야 하는 지에 대한 기준을 법원이 처음으로 제시할 것이라는

기대를 모으기도 했다.

특히 페이스북의 경우 개인 프로필(이메일, 출신학교, 직장, 취미 등)이 그대로 외부에 공개되고 있기 때문에 이러한 개인정보를 악용하는 사례가 발생할 수 있다. 물론, 페이스북에 아무런 정보도 올려놓지 않으면 이러한 문제를 예방할 수 있지만 실제로 많은 사람들이 페이스북에 개인의 관심사나 인적사항을 올려놓고 있는 것이 현실이다. 누군가와 자유롭게 관계를 맺을 수 있는 트위터와 달리 페이스북의 경우 친구요청을 하고 상대방의 승낙을 받아야만 타인과 관계 맺기가 이뤄지는 차이점이 있다. 따라서 사람들은 친한 사람끼리의 친밀한 관계를 유지하기 위해 페이스북을 많이 이용한다. 이 때문에 페이스북 이용자들은 개인의 출생지나 생일, 연락처, 출신학교 등 기본적인 정보를 적극적으로 제공하는 편이다. 실제로 미국 대학생들을 대상으로 한 조사에서 응답자의 90% 이상은 그들의 실명을 쓰면서 가입등록을 했고 성별, 생일, 고향을 개인 프로필에 포함시켰다(Debatin et al., 2009 참조). 또한 대부분의 대학생들은 자신뿐 아니라 친구나 가족의 사진을 올렸다. 10명 중 8명(80%)은 취미, 좋아하는 TV 쇼, 음악 영화, 관심분야, 다녔던 학교, 이메일 주소를 그들의 프로필에 올려놓았다. 대략 3분의 1 가량은 전화번호나 주소, 집 번호와 같이 연락할 수 있는 정보를 제공하기도 했다. 이처럼 페이스북 이용자들은 프라이버시 침해 우려에도 불구하고 개인정보를 비교적 자세하게 제공하고 있다. 이처럼 페이스북 이용자들이 개인 신상정보를 공개하는 주된 동기는 크게 정보공유, 정보저장, 유행, 과시로 요약될 수 있다(Waters & Ackerman, 2011). 또한 다른 사람들과의 친밀감 및 관계를 유지하고 심리적 안정을 위해 개인의 신상을 공개하기도 한다. 즉 페이스북 이용자들은 타인과의 관계를 유지하고 자신의 존재를 드러내기 위해 개인정보를 적극적으로 제공하고 있는 것이다.

하지만, 개인이 무심코 공개한 이메일이나 전화번호로 인해 스토킹의 대상이 될 수 있다. 또한 개인 신상이 비교적 상세하게 공개되기 때문에 누구라도 마음만 먹으면 페이스북에 공개된 정보를 수집해 이를 악용할 수도 있다. 이 때문에 소셜미디어 이용에 있어 개인의 사생활침해에 관한 우려가 많다. 특히 페이스북에는 개인에 관한 많은 정보들이 공개되기 때문에 선불리 글을 올리기도 쉽지 않다. 가령, 누군가가 슬기운에 글을 올릴 수가 있는 데 횡설수설한 글이 게재된다면 그를 아는 사람들이 그를 어떻게 평가할 것인지는 자명하다. 이러한 프라이버시 침해 우려에도 불구하고 이용자들이 개인정보를 비교적 자세하게 제공하는 것은 페이스북이 주는 혜택이 그 위험보다도 크기 때문이다(Debatin et al., 2009). 더불어 프라이버시침해의 우려가 이용자 자신보다 다른 사람들에게 더 일어나 것이라고 생각하는 경향도 중요한 원인이다.

(2) 허위정보의 확산

트위터나 페이스북 북 등 소셜미디어가 가지고 있는 문제점 중의 하나는 허위 정보들이 마치 사실인 양 급속히 확산될 수 있다는 것이다. 소셜미디어의 특성 상 전달 속도가 빠르기 때문에 순간적으로 올린 정보들이 과장되거나 왜곡돼 전달될 우려도 많다.

가령, 2011년 11월 17일 트위터에는 ‘오늘 오전 강호동 자택에서 숨진 채 발견’이란 글이 순식간에 퍼졌다. 자세히 보면 알겠지만 연예인 강호동씨가 자택에서 숨진 채 발견됐다는 내용으로 읽힐 가능성이 매우 많은 글이다. 우려대로 강호동 사망설로 급격히 비화돼 유포돼 혼란을 초래하기도 했다. 이날 강호동 사망설은 실시간 검색어 1위에 오르기도 했다. 이 사건이 발생하기 며칠 전에는 이효리 사망설이 비슷한 식으로 SNS를 통해 유포되기도 했다. 이에 이효리는 자신의 트위터를 통해 “재미도 없고 의미도 없는 농담을 뭐라하죠? ㄸ ㄹ ㄱ”이라고 불쾌감을 드러내기도 했다. 누군가 장난으로 올린 글이 피해자에게 깊은 상처를 줄 수도 있다.

괴담이 SNS를 통해 빠르게 확산되는 것도 문제다. 가령, 전남 순천에서는 인체의 장기를 적출하기 위해 여고생 인신매매가 성행하고 있다는 괴담이 돌아 경찰이 곤욕을 치르기도 했다. 급기야 순천경찰서는 “인신매매단이 여고생 세 명을 잡아간 한 명이 죽고 두 명이 실종됐다”는 괴담이 급속도로 확산되고 있어 수사에 착수하기까지 했다.

서울대법학전문대학원 조국 교수를 사칭한 한 트위터리안은 박원순 서울시장의 장녀인 박다인양의 법대 전과에 조금이라도 비리가 있다면 서울법대 교수직을 당장 사직하겠다는 글을 올려 파장이 일기도 했다. 조국 교수를 자임한 글이 올라오자 네티즌들은 이 글에 대해 각종 찬반의견을 개진하기도 했다.

이처럼 소셜미디어는 사실에 기반을 두지 않은 거짓 정보들이 확산돼 마치 사실인 것처럼 수용자에게 전달될 우려가 큰 공간이다. 또한 추측성 글이 떠돌아 사회불안을 조성하거나 사회의 안전을 해칠 우려가 있다.

(3) 사이버불링

사이버불링(cyberbullying)은 이메일이나 채팅룸, 소셜네트워킹 웹사이트를 이용하여 동료들을 괴롭히는 행위를 일컫는다(Patchin & Hinduja, 2011). 즉 누군가의 사진을 허락 없이 온라인에 게시하거나 친구를 화내거나 조롱할 목적으로 메시지를 보내거나 게시하는 등의 행위가 이에 해당된다.

사이버불링의 경우 디지털 기기를 통해 발생하기 때문에 그 유형은 크게 단문문자, 사진 혹은 동영상, 보이스메일, 이메일, 채팅방, 인스턴트 메시징 서비스, 블로그나 SNS 사이트, 온라인게임의 상호작용 공간 등을 통한 행위유형으로 분류된다(임상수, 2011).

사이버불링은 면대면 상황이 아닌 익명성을 전제로 한 온라인 공간에서 일어난다는 면에서 전통적인 따돌림이나 괴롭힘과 다르다. 또한 전통적인 괴롭힘은 가해자와 피해자가 동일한 물리적 공간에 있을 때 일어나지만 사이버따돌림이나 괴롭힘은 물리적 공간에 규제받지 않고 일어나며 그 영향 및 효과도 크다. 사이버불링 사건은 많은 사람들에게 의해 목격되고 사이버공간에 보다 오래 남기 때문에 그 부정적 효과가 매우 크다(Parris et al., 2012). 익명성을 바탕으로 한 사이버공간을 통해서는 면전에서 이야기할 수 없는 것들을 익명성을 이용해서 말할 수 있다. 이러한 특성 때문에 SNS 등 디지털 기기를 이용한 집단 따돌림이나 괴롭힘이 최근 심각한 청소년문제로 부상하고 있다. 학교 왕따가 사회적 이슈가 되고 있는 가운데 최근 스마트폰과 인터넷이 일상화되면서 학교폭력은 이제 물리적 공간을 넘어 사이버상의 왕따와 괴롭힘으로까지 확대되고 있다(조희정, 2012).

사이버불링의 원인에 대해 현재 많은 연구들이 진행 중이지만 학생들이 학교생활에서 겪는 스트레스가 큰 원인으로 지목되고 있다. 일례로 미국 중학생들을 대상으로 조사한 결과, 긴장과 좌절을 많이 겪는 청소년일수록, 사이버불링을 더 많이 자행한 것으로 드러났다(Patchin & Hinduja, 2011). 즉 학교에서 나쁜 성적을 받거나 가족과의 불화 등을 경험한 청소년들이 사이버공간에서 더 적극적으로 남을 괴롭히고 있다는 것이다. 국내의 한 연구결과에서도, 교우관계가 안 좋거나 학업스트레스가 심할수록 휴대전화와 인터넷을 통한 사이버불링을 더 많이 저지르는 것으로 나타났다(한국정보화진흥원, 2011). 따라서, 학생들의 좌절이나 분노를 통제하거나 억제할 수 있는 프로그램 마련이 절실한 상황이다.

사이버불링피해와 관련해서는 부모와의 관계가 원인으로 지목되기도 했다(Accordino & Accordino, 2011). 즉 부모와 자녀와의 관계가 가깝지 않을수록 사이버불링피해를 더 많이 겪는 것으로 나타났다.

이처럼 부모와의 관계나 교우관계, 학업스트레스 등이 사이버불링에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다.

이와 더불어 미디어 관련 변인들도 사이버불링에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 채팅룸이나 마이스페이스 같은 소셜네트워크를 많이 이용하고(Accordino & Accordino, 2011), 인터넷을 많이 이용할수록(Smith et al., 2008) 사이버불링위험에 더 노출된 것으로 나타났다.

국내의 경우 사이버불링 실태를 파악한 조사연구가 거의 없지만 외국의 경우 2008년을 전후로

많은 연구들이 진행돼 오고 있다.

네덜란드 초, 중학생을 대상으로 조사한 바에 따르면, 16% 가량의 학생들이 인터넷을 통해 누군가를 괴롭힌 것으로 나타났고 22%의 학생들은 누군가에 의해 최소한 한차례는 인터넷을 통해 불링피해를 당한 적이 있는 것으로 조사됐다(Dehue et al., 2008). 성별로 봤을 때, 남학생들은 불링가해경험이, 여학생들은 불링피해경험이 더 많은 것으로 나타나 대조를 보였다. 또한 인터넷상의 불링은 전통적 불링과 높은 상관관계를 보였다. 다시 말해, 물리적 공간에서 불링가해경험이 많을수록 인터넷을 통한 불링가해경험도 높았다. 또한 물리적 공간에서 불링피해를 많이 당할수록 인터넷 상에서도 불링피해를 많이 당하는 것으로 나타났다. 이 연구는 부모조사도 병행했는데 많은 부모들이 자녀가 사이버불링에 관련한 사실을 모르고 있는 것으로 나타났다.

영국학생들을 대상으로 한 조사에서도 전통적 불링과 휴대전화와 인터넷을 이용한 사이버불링 간에 관련성이 높았다(Smith et al., 2008). 또한 여학생들이 전통적 불링과 사이버불링의 피해를 남학생보다 더 많이 겪는 것으로 나타났다. 전통적 불링과 다르게, 사이버불링은 학교 안보다는 학교 밖에서 더 많이 발생했다.

미국중학생들을 대상으로 조사한 결과, 21%의 응답자들은 지난 한달 동안 두 번 이상 사이버불링가해 행위에 가담한 적이 있다고 응답했다(Patchin & Hinduja, 2011). 반면, 전통적 불링에 가담한 적이 있다고 응답한 비율은 34.1%였다. 이 연구에서도 전통적 불링과 사이버불링 간의 상관관계는 높게 나타났다.

캐나다 고등학생들을 대상으로 한 조사에서는 사이버불링의 원인으로 대다수의 학생들이 재미와 가정문제를 꼽았다(Li, 2010). 즉 많은 학생들이 사이버불링의 심각성을 깨닫지 못하고 있다는 것이다. 이 연구에서 흥미로운 것은 학교나 가정에서 사이버불링을 당한다고 했을 때 그 사실을 교사나 상담원에게 알리겠느냐는 질문에 80% 가량의 학생들이 “그렇지 않겠다”고 답했다는 점이다. 그 이유로 절반에 가까운 학생들이 학교가 사이버불링을 멈추기 위해 어떤 것도 하지 않거나 할 수 없다고 생각하기 때문이라고 말했다.

이 같은 연구결과를 종합하면, 일반적으로 남학생보다는 여학생이 사이버불링에 더 취약한 것을 알 수 있다. 또한 전통적 불링과 사이버불링 간에도 높은 상관관계가 존재하고 있다는 것을 알 수 있다. 대체로 전통적 불링경험이 사이버불링경험보다는 높은 것으로 나타나고 있다.

국내에서도 최근 사이버공간을 이용한 학교폭력이 사회적 문제가 되고 있다. 교육과학기술부가 2012년 실시한 학교폭력실태 전수조사에 따르면, 전체 응답자의 12.3%가 최근 1년간 학교폭력을 경험하였다고 답하였다(교육과학기술부, 2012).

표 II-6 학교폭력 피해 유형별 응답 현황(복수응답 가능, 발생빈도 순)

구 분		학교폭력 당한 적 있음							당한 적 없음	모름/ 무응답
		말로 하는 협박이나 욕설	인터넷 채팅, 이메일, 휴대전화 로 하는 욕설과 비방	집단 따돌림	돈 또는 물건을 빼앗김	손, 발 또는 도구로 맞거나 특정한 장소 안에 갇힘	강제 심부름과 같은 괴롭힘	성적인 부끄러움 을 갖게 하는 말과 행동 또는 강제로 몸을 만지는 행위		
응답 자 전체 대비 1)	건수 (건)	111,725	39,104	39,104	37,707	30,724	20,948	15,362	1080,942	143,846
	비율 (%)	8.0	2.8	2.8	2.7	2.2	1.5	1.1	77.4	10.3
학교 폭력 피해 응답 건수 대비 2)	비율 (%)	37.9	13.3	13.3	12.8	10.4	7.1	5.2	-	-

※ 산출방식 1): 피해 유형별 해당 피해 학생수 / 총 응답 학생수 * 100

2): 피해 유형별 해당 피해 학생수 / 총 피해응답건수 * 100

출처: 교육과학기술부(2012)

피해유형별로는 말로 하는 협박이나 욕설(37.9%)이 가장 많았고 인터넷, 휴대전화 등을 통한 욕설과 비방(13.3%), 집단따돌림(13.3%)이 뒤를 이었다. 이처럼 사이버공간을 통한 따돌림이 심각한 청소년문제로 떠오르자 2012년 3월 학교폭력예방및대책에관한법률이 개정되면서 사이버따돌림이 처음으로 학교폭력의 한 유형에 포함됐다. 학교폭력이 발생하는 장소는 교실이 25.0%로 가장 많은 비율을 차지했으며 화장실, 복도가 9.6%로 뒤를 이었다. 온라인이나 휴대전화를 통해 폭력이 발생하고 있다고 답한 비율도 7.7%에 달했다.

이처럼 사이버공간을 이용한 욕설과 비방이 난무하면서 휴대전화 등 디지털 기기는 학교폭력의 중요한 온상지가 되고 있는 것이다.

표 II-7 학교폭력 발생 장소 응답 현황(복수응답 가능, 발생빈도 순)

구분	학교폭력 발생장소 응답											무응답
		교실	화장실 복도	온라인 휴대 전화	그 외 학교내 장소	운동장	등하곳 길	학원 및 그 주변	공터 빈 건물 주차장	오락실 PC방 노래방	기타 장소	
응답 자 전체 대비 1)	건수	89,483	34,485	27,678	26,603	21,139	21,783	12,464	10,927	10,455	102,444	1,147,764
	비율 (%)	6.4	2.4	2.0	1.9	1.5	1.5	0.9	0.8	0.7	7.4	82.2
학교 폭력 피해 응답 건수 대비 2)	비율 (%)	25.0	9.6	7.7	7.5	5.9	6.1	3.5	3.1	2.9	28.7	-

※ 산출방식 1): 장소별 응답건수 / 총 응답 학생수 * 100

2): 장소별 응답건수 / 총 응답건수 * 100

출처: 교육과학기술부(2012)

(4) 소외, 우울, 집중력저하 등

과도한 소셜미디어 이용은 청소년에게 때론 부정적인 영향을 미치기도 한다. 청소년 소셜미디어 중독과 일탈과의 관계를 규명한 연구에 따르면, 페이스북에 대한 강한 선호를 보이는 젊은 성인은 반사회적 행동, 마니아, 그리고 공격적 경향 등의 심리적 질병을 보이는 반면, 페이스북을 하는 10대들은 자기애적 경향을 더 많이 보여주는 것으로 나타났다(Rosen, 2011). 또한 소셜미디어를 습관적으로 과도하게 사용하는 아동은 미디어와 기술을 통해 미래 건강 문제에 대해 더 예민하게 반응할 뿐만 아니라 다른 심리적 질병과 우울, 걱정을 더 많이 하는 경향이 있는 것으로 드러났다. 페이스북은 학습에 있어서 집중을 떨어뜨리기도 한다. 최소한 15분마다 페이스북을 확인하는 중·고·대학생들은 낮은 점수를 받은 것으로 연구되었다(Rosen, 2011). 미국 콜롬비아 대학 산하의 약물중독 남용센터(CASA)는 12~17세 청소년 2,043명을 대상으로 중독 증세가 있는 청소년 대비 그렇지 않은 청소년간 술(26% vs. 9%), 마리화나(13% vs. 7%), 흡연(10% vs. 2%) 비율을 비교한 결과

중독과 일탈 행동의 상관관계가 있음을 발견했으며 이는 소셜미디어를 통한 일탈 사진이나 동영상의 영향에 따른 것으로 분석하였다(Reuters, 2011. 8. 24).

소셜미디어 이용 확산에 따라 ‘디지털 소외’의 가장 대표적인 현상으로 소셜미디어를 통한 검색과 이용과정에서 대인관계나 사회적으로 무언가 기회를 놓치거나 소외되고 있다는 두려움을 느끼는 사회관계 고립공포감(FOMO: Fear Of Missing Out)에 대한 연구(The NewYork Times, 2011. 4. 9)도 진행되고 있다. 가령, 마케팅 컨설팅 업체인 JWT는 2011년 3월 미국과 영국의 1,024명의 소셜미디어 이용자를 대상으로 설문조사를 실시한 결과 청년층(18~33세)이 72%로 FOMO를 가장 많이 느끼고 있으며, 소셜미디어로 친구들의 이야기 주제나 쇼핑상품, 특정 활동을 하고 있지 않음을 알 때 사회관계 고립공포감을 경험한다고 보고하였다. 성별로는 남성(45%)이 여성(29%)보다 더 자주 사회관계 고립공포감을 느끼며, 그 격차는 영국보다 미국에서 더 크게 발생하였다. 사회관계 고립공포감의 주요 원인은 소셜미디어를 통해 드러나는 실시간 일상생활 공개나 해쉬태그 등을 통해 알려진 사고모임, 행사 등에 관한 사진, 동영상 등에서 비롯된 상대적 박탈감이었다(JWT, 2011).

마이스페이스 사용과 양육유형, 제한된 환경/모니터링, 마이스페이스 문제점 그리고 미디어 인식에 대한 교차비교 연구결과, 양육유형은 약간의 나이차가 있는 청소년들의 마이스페이스 경험, 행동 그리고 태도와 매우 관련이 있었다(Rosen et al., 2008). 아이의 나이가 많아질수록 부모는 무관심하고 방임하는 양육태도를 보였고 온라인 행동에 대해 제한을 덜 두었다. 성적인 유혹, 음란물 그리고 사이버 왕따의 정도는 인터넷 관련 문제의 정도가 높다고 평가되는 연구와 비교했을 때 상대적으로 낮았다. 온라인 위험을 높게 예측하는 부모는 ‘자녀 모니터링’과 ‘제한된 환경’에서는 낮은 점수였기 때문에 서로 일치하지 않았다. 결과에 대한 이론적이고 실증적인 관점들은 부모와 그들의 자녀를 위한 소셜네트워크 경험을 증대하게 할 것이다(Rosen et al., 2008).

(5) 정치적 통제

다른 매체와 마찬가지로 소셜미디어도 자유로운 의사소통의 공간은 아니다. 일례로, 인천지법의 한 부장판사는 한미 FTA 협정에 반대하는 글을 자신의 페이스북에 올려 공직자윤리위원회에 회부되기도 했다. 그는 2011년 11월 22일 “뻗속까지 친미인 대통령과 통상관료들이 서민과 나라살림을 팔아먹은 2011년 11월 22일, 난 이날을 잊지 않겠다”는 글을 자신의 페이스북에 올렸다. 비슷한 시기에 창원지법의 한 부장판사 역시 페이스북에 “드라마 계백을 보고 있다. 황산별전투가 나온다.

나라를 위해 자신의 목숨을 바치는 사람과 자신을 위해 나라를 팔아먹는 사람들”이라는 글을 올렸다. 그는 이어 “대한민국과 우리 후손의 미래를 위해 한미 FTA 비준동의안을 통과시키신 구국의 결단. 그런 결단을 내리신 국회의원님들과 한미안보의 공고화를 위해 불철주야 노력하시는 대통령님을 진심으로 존경합니다. 고생 많으셨습니다”라는 글을 올리면서 “이것도 정치편향적인 글입니다”라고 말을 남기기도 했다. 급기야 대법원 공직자윤리위원회는 회의를 열고 “법관이 사회적 논란의 중심에 놓이게 되거나 향후 공정한 재판에 영향을 미칠 우려를 야기할 수 있는 외관을 만들지 않도록 신중하게 처신해야 한다”는 의견을 내놓고 SNS 사용가이드라인제정에 착수했다.

위 사례는 소셜미디어라는 공간이 사적 영역인가, 공적 영역인가에 대한 논쟁을 다시 한 번 불러일으키고 있다. 또한 소셜미디어 상에서 자유롭게 자신의 정치적 견해나 생각을 표출할 수 있는 지에 대해서도 또 다시 논란을 불러일으키고 있다. 이러한 논쟁은 사실 그동안 새로운 매체가 등장할 때마다 늘 제기됐던 문제들이다. 블로그가 등장해 확산될 때도 비슷한 문제가 촉발됐고 포털이 여론지배력을 행사할 때도 유사한 문제에 부딪혔다. 이처럼 SNS 사용이 확산되고 그 파급력이 커지면서 SNS를 통한 표현의 자유 영역이 어디까지인가에 대한 논쟁이 가열되고 있다. 이 과정에서 중요한 것은 SNS가 더 이상 사적 공간은 아니라는 점이다. 때문에 SNS를 통한 소통에는 사회적 책임과 윤리의식이 뒤따라야 할 필요가 있다. 다른 새로운 네트워킹 서비스처럼 트위터도 사적인 동시에 공적인 공간이고 자유로운 소통공간인 만큼 책임도 따르는 곳이다.

제 3 장

국내외 소셜미디어 법제도 및 정책동향 분석

1. 국내 소셜미디어 법제도 및 정책
2. 해외 소셜미디어 법제도 및 정책

제 3 장

국내외 소셜미디어 법제도 및 정책동향 분석

1. 국내 소셜미디어 법제도 및 정책¹³⁾

소셜미디어를 통한 소통이 활성화되자 2010년부터 국내에서는 이를 규제하려는 법적, 제도적 장치들이 만들어지기 시작했다. 그 대표적인 사례가 방송통신심의위원회의 뉴미디어정보심의팀 신설과 중앙선거관리위원회의 트위터를 통한 선거운동 규제다. 근래 들어서는 일부 법관들이 SNS를 통해 정부를 비판하는 글을 올려 사회적 문제가 되기도 했다. 이에 따라 대법원 공직자윤리위원회는 2012년 5월 회의를 열고 법관의 SNS 사용에 대한 기준을 마련하였다. 문화체육관광부 역시 공직자들의 SNS 사용에 대한 지침을 만들어 각 부처에 하달하기도 했다.

이처럼 SNS 사용이 급격하게 증가하였지만 아직까지 국내에서는 SNS 사용에 대한 법적, 제도적 규제정치가 체계적으로 마련되지 않고 있는 실정이다. 특히 SNS 상의 유해한 정보로부터 청소년을 보호하기 위한 제도적 장치나 뒷받침은 거의 없다.

뒤에 서술할 대법원 공직자윤리위원회의 결정에서도 나타나듯이, 아직까지 SNS 사용에 대한 규제가 일반인이 아닌 공직자 중심으로 강하게 이뤄지고 있는 것을 알 수 있다.

1) 뉴미디어정보심의팀 신설

SNS를 통한 정보생산과 유통이 활발해지자 방송통신심의위원회는 뉴미디어정보심의팀을 신설해 2011년 말부터 SNS 내용 및 애플리케이션을 검열하고 사안에 따라 해당 계정을 차단할 수 있도록 했다. 이러한 조치에 대해 야당과 시민단체는 표현의 자유에 대한 침해이자 언론통제라고 반박했다. 이처럼 SNS 규제에 대한 반발이 거세지자 방송통신심의위원회는 2011년 11월 보도자료를 통해 SNS 심의에 대한 입장을 아래와 같이 밝히기도 했다.

13) 이 절은 이창호 연구위원(한국청소년정책연구원)이 집필하였음.

표 III-1

SNS 심의에 대한 방송통신심의위원회의 입장

□ 방송통신심의위원회(위원장 박만)는 지난 10월 20일 사무처 조직개편(안)을 발표한 이후, 일각에서 문제 제기를 하고 있는 SNS 및 애플리케이션 등 심의에 관한 몇 가지 오해에 대해서 다음과 같이 입장을 밝힙니다.

■ SNS 심의에 대해

- 방송통신심의위원회는 2008년부터 국내 SNS인 싸이월드와 미투데이 및 국외 SNS인 트위터와 페이스북 등에 게재된 내용에 대하여 심의를 진행하여, 2008년 36건, 2009년 54건 정도의 시정요구 조치 결정을 하였으나, 2010년 345건, 2011년 9월 현재 262건으로 시정요구 조치 건수가 급속히 증가하고 있는 추세임.
- 시정요구 결정된 SNS 내용(총 697건)을 살펴보면, 학력 위조 등을 알선해주는 문서위조 정보가 279건 (40%)으로 가장 많았고, 김정일 부자를 찬양하고 주체사상을 노골적으로 미화하는 국가보안법 위반이 187건(26.8%), 성매매 등 음란물 정보 108건(15.5%), 초상권침해 및 명예훼손이 53건(7.6%)이었음. 이외에도 마약 거래 및 자살 방조, 지적 재산권 위반 등 범죄행위에 해당하는 내용이 38건(5.5%) 있었음.

이러한 추세를 감안했을 때 향후 시정 요구 건수는 해마다 급등할 것으로 예측됨.

※ 주요 5개 SNS 가입자 현황(2011년 8월)

페이스북 약 440만 명, 트위터 약 500만 명, 싸이월드 약 2,500만 명, 미투데이 약 500만 명, 요즘 약 100만 명

○ SNS에 대한 심의는

- 「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」 제21조 제4호에 명백히 규정된 방송통신심의위원회 고유 직무이고,
- 심의 대상은 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제44조의7에 따라 음란물, 허위사실 유포 명예훼손, 사이버스토킹, 해킹, 청소년보호법 위반, 사행행위, 국가보안법 위반 및 각종 범죄를 목적으로 하거나 교사, 방조하는 내용의 정보임.

※ 「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」 제21조제4호

전기통신회선을 통하여 일반에게 공개되어 유통되는 정보 중 건전한 통신윤리의 함양을 위하여 필요한 정보의 심의 및 시정요구

○ 이렇듯 SNS에 대한 심의는

- 방송의 경우처럼 방송법 제32조에 따라 방송 내용의 공정성과 객관성을 심의하는 것이 아니라 명확한 불법성과 유해성만 심의하는 것이기 때문에,
- 정보통신망법에 명시되어 있지 않은 '정치적인 내용에 대한 심의'는 할 수도 없고 하여서도 안 되는 것임.

○ 또한, 일부에서는 내년 총선과 대선을 겨냥하여 정치적 표현을 통제하려는 의도가 아니냐는 의혹을 제기 하고 있으나,

- SNS 등 정보통신망을 통한 「공직선거법」 위반 사항은 동법 제82조의4(정보통신망을 이용한 선거 운동)에 따른 선거관리위원회의 소관사항으로,
- 방송통신심의위원회는 해당 정보에 대해 심의할 법적 근거와 권한이 전혀 없음.

출처 : 방송통신심의위원회 보도자료 (2011. 11. 1)

이처럼 방송통신심의위원회는 SNS를 통해 유통되는 불법정보나 음란물, 장기매매 등 불건전한 정보를 차단하는 데 주력하고 있다.

2) 중앙선거관리위원회의 트위터 규제

2010년 6월 2일 지방선거를 앞두고 중앙선거관리위원회는 그해 3월 트위터를 통한 선거운동을 규제하고 단속하겠다고 밝혔다. 이에 따라 그해 4월 29일 유권자가 지지하는 경기도지사 후보와 정당을 묻는 여론조사를 트위터로 하고 그 결과를 공표한 혐의로 한 트위터 이용자가 선거법위반혐의로 입건되기도 했다. 2011년 10. 26 서울시장보궐선거 때도 트위터를 이용한 선거운동은 논란거리였다. 투표당일 투표인증샷은 허용했지만 누구에게 투표했는지를 밝히는 것은 단속대상이었다. 이처럼 중앙선거관리위원회가 SNS 이용에 대한 규제를 강화하자 소셜미디어 이용자들의 강한 반발을 사기도 했다. 네티즌들은 중앙선거관리위원회의 규제가 소셜미디어의 네트워크 특성을 잘 파악하지 못한 데 따른 조치라며 어디까지가 단순 지지고 비방인지 단속규정이 애매하다고 지적하기도 했다.

결국 2011년 말 헌법재판소는 SNS를 통한 사전 선거운동을 법적으로 규제하는 공직선거법 93조 1항에 대해 한정위헌판결(박스 참조)을 내리면서 SNS를 통한 정치활동과 선거운동이 가능하게 됐다. 이에 따라 선거운동 기간 전이라도 트위터나 블로그, 인터넷게시판 등을 통해 특정 정당이나 후보에 대한 지지나 반대 등을 할 수 있어 네티즌들의 자유로운 의사표현이 가능해졌다. 이에 따라 2012년 총선과 대선에서 소셜미디어의 영향력이 더욱 커질 것으로 보인다.

표 III-2 헌법재판소 판결문 주요 내용 (위헌의견)

인터넷은 누구나 손쉽게 접근 가능한 매체이고 이를 이용하는 비용이 거의 발생하지 아니하거나 상대적으로 저렴해 선거운동비용을 획기적으로 낮출 수 있는 정치공간으로 평가받고 있어 오히려 매체의 특성 자체가 '기획의 균형성, 투명성, 저비용성의 제고'라는 공직선거법의 목적에 부합한다고도 볼 수 있다.

현행 공직선거법은 '후보자'나 '후보자가 되고자 하는 자', '예비후보자'에게 선거운동기간 전이라도 일정한 인터넷 공간에서의 선거운동을 허용하고 있는 바 이들이 선거운동기간 전 인터넷 홈페이지 또는 전자우편을 통한 선거운동을 위해 확보한 콘텐츠 게시공간을 이 사건에서 문제되고 있는 인터넷 공간으로 전환해 이용할 수 있고 그 경우 비용이 특별히 증가할 것으로 보이지 않는다.

따라서 선거일 전 180일부터 선거일까지 인터넷상 정치적 표현 내지 선거운동을 제한하는 것은 후보자

간의 경제력 차이에 따른 불균형이라는 폐해를 방지한다는 입법목적의 달성을 위한 적절한 수단이라 할 수 없다.

또 인터넷상 정치적 표현 내지 선거운동의 경우 이를 접하는 수용자 또는 수신자가 그 의사에 반해 정보를 수용하게 되는 것이 아니고, 자발적이고 적극적으로 이를 선택(클릭)한 경우에 정보를 수용하게 된다는 점에서 선거의 평온을 해할 가능성이 크지 않다.

민주주의 사회에서 선거과정은 ‘국민주권주의의 실현과정’, ‘국민 가치결단의 표현과정’, ‘국정수행 대표자에 대한 검증과정’으로서의 의미를 가지는 것이므로 그 과정에서 발생하는 정치적 관심과 열정의 표출을 반드시 부정적으로 볼 것은 아니다.

일반유권자는 이 사건 법률조항에 의해 선거일 전 180일부터 선거일까지(선거운동기간 제외) 후보자나 정당에 대한 정치적 표현 내지 선거운동 일체를 제한받고 있는 바, 기본권 제한의 기간이 지나치게 길다.

특히 그 기간 동안 ‘통상적 정당활동’은 선거운동에서 제외됨으로써 정당의 정보제공 및 홍보는 계속되는 가운데, 정당의 정강·정책 등에 대한 지지, 반대 등 의사표현을 금지하는 것은 일반국민의 정당이나 정부의 정책에 대한 비판을 봉쇄해 정당정치나 책임정치의 구현이라는 대의제도의 이념적 기반을 약화시키게 될 것이다.

한편 사이버선거부정감시단의 상시적 운영, 선거관리위원회의 공직선거법 위반 정보 삭제요청 등 선거운동을 할 수 없는 자의 선거운동, 비방이나 허위사실 공표의 확산을 막기 위한 사전적 조치는 이미 별도로 입법화돼 있고 선거관리의 주체인 중앙선거관리위원회도 인터넷 선거운동의 상시화 방안을 지속적으로 제시해오고 있으므로 인터넷의 신속성·확장성으로 인한 폐해나 선거관리의 곤란이라는 이유를 들어 이 사건 법률조항을 정당화시키기는 어렵다.

무엇보다 일반유권자의 정치적 표현 내지 선거운동 속에 비방·흑색선전 등의 부정적 요소가 개입될 여지가 있다하여 이 사건 법률조항과 같이 일반적·포괄적 금지조항으로써 인터넷 상 정치적 표현 내지 선거운동 일체를 일정한 기간 전면적으로 금지하고 처벌하는 것은 최소 침해성의 요건을 충족시키지 못한다고 할 것이다.

이 사건 법률조항에 대한 법익균형성 판단은 이로써 달성하고자 하는 선거의 공정과 평온이라는 공익과 그로 인한 기본권 제한 간의 법익균형성, 국민의 선거참여를 통한 민주주의 발전 및 민주적 정당성 제고라는 공익 또한 감안해야 할 것이다.

이 사건 법률조항이 인터넷상 정치적 표현 내지 사전선거운동을 금지함으로써 얻어지는 선거의 공정성은 명백하거나 구체적이지 못한 반면, 인터넷을 이용한 의사소통이 보편화되고 각종 선거가 빈번한 현실에서 이 사건 법률조항이 선거일 전 180일부터 선거일까지 장기간 동안 인터넷상 정치적 표현의 자유 내지 선거운동의 자유를 전면적으로 제한함으로써 생기는 불이익 내지 피해는 매우 크다 할 것이므로 이 사건 법률조항은 법익균형성의 요건을 갖추지 못했다고 할 것이다.

따라서 이 사건 법률조항 중 ‘기타 이와 유사한 것’에 ‘정보통신망을 이용해 인터넷 홈페이지 또는 그 게시판·대화방 등에 글이나 동영상 등 정보를 게시하거나 전자우편을 전송하는 방법’이 포함되는 것으로 해석해 이를 금지하고 처벌하는 것은 과잉금지원칙에 위배해 청구인들의 선거운동의 자유 내지 정치적 표현의 자유를 침해한다.

출처: 아시아투데이 (2011년 12월 29일자)

3) 대법원의 ‘SNS 사용 규제’

앞서 언급한처럼, 일부 판사들이 한미 FTA를 반대하거나 대통령을 욕하는 글을 SNS를 통해 주장하자 대법원 공직자윤리위원회는 다음과 같이 법관의 SNS 사용 가이드라인을 만들었다. 이 내용을 보면 법원도 SNS가 사적인 공간이 아닌 공적 성격을 지닌 공간이라는 사실을 인정하고 있음을 알 수 있다. 따라서 법관들이 SNS를 통해 소통하는 데 있어 신중을 기할 것을 강조하고 있다.

표 III-3 법관의 SNS 사용 지침

대법원 공직자윤리위원회 권고의견 제7호
“법관이 SNS를 사용할 때 유의할 사항”

‘소셜 네트워크 서비스’(Social Network Service, 이하 ‘SNS’라 합니다)는 신속한 의사소통을 가능하게 하고 다양한 인적 관계를 형성할 수 있게 하는 특성이 있습니다. 반면에 SNS 상의 의사소통은 즉각적으로 이루어지고, 게시된 정보가 사용자의 의도와 무관하게 널리 전파되어 계속 존속할 수 있으므로 공개적 성격이 있음을 부인할 수 없습니다.

이와 같은 SNS의 특성을 고려하여 대법원 공직자윤리위원회는 법관윤리강령의 취지에 맞추어 법관이 SNS를 사용할 때 유의할 사항에 관한 권고의견을 제시하고자 합니다.

첫째, 법관은 SNS의 특성을 잘 이해하고 사용법을 숙지함으로써 SNS를 사용하는 과정에서 의도하지 않은 결과가 발생하지 않도록 주의해야 합니다. 그리고 법관은 자신의 SNS 상에서 신상정보와 게시물의 공개 범위 설정 및 타인이 자신의 SNS 상에 남긴 게시물 관리에 신중해야 합니다.

둘째, 법관은 SNS를 사용하는 경우에도 법관윤리강령을 준수하여 품위를 유지하고, 법관으로서의 공정성과 청렴성이 의심받지 않도록 해야 하며, 편견이나 차별을 드러내거나 그러한 오해를 받지 않도록 유의해야 합니다.

셋째, 법관은 SNS 상에서 변호사 등 소송관계인이 될 수 있는 사람과 교류할 때에는 법관으로서의 공정성에 의심을 일으킬 외관을 만들어서는 안 됩니다. 만약 법관으로서의 공정성에 의심을 일으킬 수 있는 상황이라면 더 이상의 교류를 중단하는 등 적절한 조치를 취해야 합니다.

넷째, SNS의 공개적 성격으로 인하여, 법관은 SNS 상에서 구체적 사건에 관하여 논평하거나 의견을 표명하는 것이 제한되고(대법원 공직자윤리위원회 권고의견 제3호 “구체적 사건에 관한 법관의 공개적 논평이나 의견표명시 유의할 사항” 참조), 구체적 사건에 관하여 타인에게 법률적 조언을 하거나 법조인에 관한 구체적 정보를 제공해서도 안 됩니다.

다섯째, 법관은 SNS 상에서 사회적·정치적 쟁점에 대하여 의견 표명을 하는 경우에도 자기절제와 균형적인 사고를 바탕으로 품위를 유지해야 하고, 법관이 사회적 논란의 중심에 놓이게 되거나 향후 공정한 재판에 영향을 미칠 우려를 야기할 수 있는 외관을 만들지 않도록 신중하게 처신해야 합니다.

2012. 5. 17

대법원 공직자윤리위원회

출처: 대법원 공직자윤리위원회 회의 개최 관련 보도자료 (2012. 06. 05).

4) 공직자들이 준수해야 할 SNS 사용원칙

공직자들의 소셜미디어사용이 논란이 되자 2011년 8월 문화체육관광부는 공직자들이 준수해야 할 SNS 사용원칙과 요령(박스 참조)을 각 정부부처에 전달하기도 했다.

공직자 SNS 사용원칙과 요령

공직자 및 정부관계자가 SNS를 사용할 때는, 공적인 사용과 공적 영향력을 지닐 수 있는 사적 활용(본인의 개인활동이 정부 및 공공기관에 영향을 미칠수 있는 경우) 모두에서 전문성과 책임감을 투철하게 지녀야 한다.

공직자 및 정부관계자는 정부 및 공공기관의 행동강령 및 정책반향, 내부지침에 따라 SNS를 사용해야 하며, 정부 및 공공기관의 자산과 기밀정보를 보호해야 하는 공적 의무가 있음을 명시해야 한다.

다음의 주요 원칙은 공직자 및 정부관계자들이 SNS를 유효적절하게 사용하기 위해서 명심해야 할 기본적인 원칙이다.

원칙 1 : 책임감을 갖자

공직자는 온라인을 통한 모든 활동에 책임을 지닌다. 조금이라도 의문이 든다면 메시지를 올리 기 전에 관련 부서의 소셜미디어 전문가, 직속상관, 동료 또는 온라인홍보팀에 조언을 구하자

원칙 2 : 공론화 가능성을 늘 염두에 두자

사적이건 공적이건 SNS의 모든 콘텐츠는 공론화될 수 있으며 모든 형태의 매체에서 기사가 되고 이슈가 될 수 있다. 온라인에 올리는 모든 내용은 온라인상에 영원히 남을 수 있다. 특히 언론이 SNS를 취재한다는 점에 항상 유의하면서 신중을 기하자.

- 원칙 3 : 기밀을 유지하자
공공기관과 관련된 어떠한 기밀도 유포해서는 안 된다.
- 원칙 4 : 투명하자
정부 및 공공기관의 입장을 대변할 수 있는 명확한 권위와 책임을 부여받았더라도, 나의 개인적인 생각이나 의견을 부서의 공식적인 입장인 양 표명해서는 안 된다.
- 원칙 5 : 수용자를 존중하자
각종 차별적 발언, 개인적 모욕, 욕설 등은 절대 사용하지 말자.
- 원칙 6 : 정책 및 업무와의 일치성을 고려하자
SNS에서 공식적인 콘텐츠를 생성, 소비, 공유할 때는 그 내용이 정부 및 관련기관의 정책방향 및 전반적인 업무와 일치해야 한다.
- 원칙 7 : 친밀감과 공감대를 형성하자
SNS의 가장 큰 특징은 일방향적인 대중매체가 아니라 쌍방향적인 개인매체라는 점이다. 이에 따라 일방향적인 정보전달보다는 상호교류와 공감대형성을 통한 인간적인 접근이 중요하다.
- 원칙 8 : 정확성
공무원 및 공공기관의 직원은 소속기관이 담당하고 있는 업무에 대해서 전문가라는 인식을 줄 필요가 있으며, 이를 통해 소셜미디어 상에서 신뢰도를 쌓아나가야 한다.
- 원칙 9 : 가치창출
소셜미디어사이트에는 매일 많은 글이 올라간다. 많은 이들이 주목할만한 글을 쓰기 위해선 사람들의 관심을 끌거나 사람들이 가치있게 여길 내용을 포함해야 한다. 공직사회의 경우, 특정 정책이 국민에게 어떤 이익이 있고 어떻게 활용할 수 있는지 등 일반 국민의 입장에서 정책을 다룬 글이 주목받을 수 있을 것이다. 행정서비스를 알리고, 행정서비스에 있을 수 있는 문제점을 인식하고 해결하며, 기관을 널리 알리는데 도움이 된다면 그 콘텐츠는 궁극적으로 가치있는 것이 될 것이다.
- 원칙 10 : 다양성
홍보메시지 등을 개발할 때 단순히 텍스트 위주의 메시지만을 개발할 것이 아니라 동영상, 이미지 등의 다양한 형태로 메시지를 개발해 이를 활용할 것을 권장한다.

출처 : 공감코리아 웹사이트 (www.korea.kr)

5) 사이버따돌림 규제법안

앞서 언급했듯이, 사이버공간을 이용한 따돌림이나 괴롭힘은 사·공간적 제약을 받지 않고 일어나며 그것이 미치는 영향력이나 파급효과가 크다는 면에서 전통적인 괴롭힘과는 확연히

구별된다. 또한 익명성이라는 사이버공간의 특성을 이용해 타인을 괴롭히기 때문에 가해자를 식별하기도 쉽지 않다. 사이버따돌림사건은 많은 사람들에게 의해 목격되고 사이버공간에 보다 오래 남기 때문에 그 부정적 효과가 매우 크다(Parris et al., 2012).

국내에서도 소셜미디어를 이용하는 청소년이 늘면서 사이버따돌림으로 인한 피해가 잇따르고 있다. 가령, 2012년 8월 14일 서울의 한 아파트에서 투신자살한 한 여고생은 카카오톡을 통해 십여명의 친구로부터 언어폭력 등 집단따돌림을 당한 것으로 드러나 충격을 줬다.

국내 뿐 아니라 미국에서도 사이버따돌림은 몇 년 전부터 사회적 이슈가 돼 왔다. 미국의 한 연구결과, 긴장과 좌절을 많이 경험한 청소년일수록, 사이버공간을 이용하여 따돌림을 더 저지른 것으로 드러났다(Patchin & Hinduja, 2011). 즉 성적이 떨어졌거나 가족과의 불화 등 좌절을 경험한 청소년들이 사이버공간에서 남을 더 괴롭히고 있는 것이다. 사이버따돌림을 경험하는 청소년의 비율은 아직까지 정확히 알려져 있지 않지만 10~20%의 청소년들이 이를 경험하고 있는 것으로 알려져 있다.

미국의 Cyberbullying Research Center (www.cyberbullying.us)에 의하면, 2012년 6월 현재 미국 50개 중 49개 주가 따돌림과 관련된 법안을 가지고 있고 전체 50개주 가운데 14개 주(캘리포니아, 하와이, 오리건주 등)는 사이버불링에 관한 내용을 따돌림법안에 포함시키고 있다. 가령, 하와이주의 경우 자녀가 불링이나 사이버불링을 저지르게 되면, 그 자녀와 부모는 100달러에 해당하는 벌금을 물게 돼 있다. 이처럼 미국은 사이버불링에도 무관용원칙을 적용해 매우 엄하게 처벌을 하고 있는 실정이다.

우리나라의 경우 2012년 3월 학교폭력예방및대책에관한법률이 개정되면서 사이버따돌림이 처음으로 학교폭력의 한 유형에 포함된 바 있다(박스 참조).

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음 각 호와 같다. <개정 2009.5.8, 2012.1.26, 2012.3.21>

1. “학교폭력”이란 학교 내외에서 학생을 대상으로 발생한 상해, 폭행, 감금, 협박, 약취·유인, 명예훼손·모욕, 공갈, 강요·강제적인 심부름 및 성폭력, 따돌림, **사이버 따돌림**, 정보통신망을 이용한 음란·폭력 정보 등에 의하여 신체·정신 또는 재산상의 피해를 수반하는 행위를 말한다.
- 1의2. “따돌림”이란 학교 내외에서 2명 이상의 학생들이 특정인이나 특정집단의 학생들을 대상으로 지속적으로 신체적 또는 심리적 공격을 가하여 상대방이 고통을 느끼도록 하는 일체의 행위를 말한다.
- 1의3. “사이버 따돌림”이란 인터넷, 휴대전화 등 정보통신기기를 이용하여 학생들이 특정 학생들을 대상으로 지속적, 반복적으로 심리적 공격을 가하거나, 특정 학생과 관련된 개인정보 또는 허위사실을 유포하여 상대방이 고통을 느끼도록 하는 일체의 행위를 말한다.

하지만 아직까지 사이버따돌림예방이나 후속대책이 미흡한 실정이다. 가령, 사이버불링의 원인이나 유형, 실태파악이 거의 이뤄지지 않고 있다. 또한 일선 학교에서는 사이버불링의 심각성에 대한 교육이 전혀 이뤄지지 않고 있고 사이버불링에 대한 처벌규정이나 예방방안도 마련해 놓지 않고 있다. 사이버불링을 당했을 경우 증거자료를 어떻게 모아놓아야 하는지, 피해사실을 어떻게 알려야 하는지 등 기본적인 교육이 잘 이뤄지지 않고 있는 것이다. 따라서 사이버불링이 청소년들에게 미치는 심각한 영향 뿐 아니라 사이버불링을 당했을 경우 기초적인 대응방안을 학생들에게 주지시키는 것이 필요하다.

2. 국외 소셜미디어 법제도 및 정책¹⁴⁾

1) 미국

(1) 개황

미국에 있는 거의 모든 10대 청소년들은 매일 같이 소셜미디어를 사용하고 있다. 지난해 미국 퓨연구소(Pew Research Center)가 미국 10대 청소년들과 부모 또는 보호자들을 대상으로 실시한 MySpace, Facebook, Twitter와 같은 소셜미디어 이용행태에 관한 설문조사에 따르면, 만 12-17세 청소년들의 95%는 현재 온라인을 이용하고 있으며, 이들의 80%는 소셜미디어를 이용하고 있다.

아울러 이들 청소년들의 59%는 소셜미디어 사이트에서 또래에게 대부분 친절하다고 응답했다. 그러나 88%의 10대 청소년들은 소셜미디어 사이트에서 누군가가 다른 사람들에게 매우 “품위 없이 귀찮게 굴거나 몹시 괴롭히는(mean or cruel)” 행동을 하는 것을 본적이 있는 것으로 나타났다(Lenhart, Madden, Smith, Purcell, Zickuhr, & Rainie, 2011).¹⁵⁾

이와 같이 소셜미디어는 미국 청소년들의 일상적인 삶에서 떼려야 뗄 수 없는 삶의 일부가 되었다. 그러다보니 소셜미디어는 청소년들에게 긍정적인 영향뿐만 아니라 부정적인 영향도 미치게 되었다.

14) 본 절은 한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 안동근 교수가 집필하였음.

15) 이 퓨연구소가 실시한 설문조사는 만 12세-17세 미국 청소년들을 대상으로 2011년 4월 19일부터 7월 14일까지 부모 또는 법적 대리인 2,260명을 대상으로 7월 25일부터 8월 26일까지 유선전화와 휴대전화를 통해 이루어졌다.

<http://www.fosi.org/images/stories/research/Pew-Executive-Summary-D6.pdf>

<http://www.fosi.org/images/stories/research/PIP-Teens-Kindness-Cruelty-SNS-Report-Nov-2011.pdf>

이러한 성인들이 청소년들을 대상으로 혹은 청소년들끼리 소셜미디어를 통해 상대방을 괴롭힌다거나, 성적 유혹을 하는 사회적 일탈행위들이 미국사회의 문제로 부상하게 되었다.

이러한 사회적 변화에 대응하기 위한 노력의 일환으로 미국 정부는 매년 10월을 “국가 사이버 안전 인식제고의 달(National Cyber Security Awareness Month, NCSAM)”로 정하였으며, 올해로 9년째 다양한 행사를 시행해오고 있다. 또한 미국 정부는 사이버안전에 대한 인식을 높이고 사이버 상에서 사고가 발생할 경우 국가가 속히 원상회복할 수 있는 능력을 높이기 위하여 공공기관은 물론 민간 파트너들과 협력하고 있다. 특히 미국정부(국토안전부 Department of Homeland Security, DHS)는 청소년과 관련하여 미국 전국 일간지인 USA Today와 손잡고 아동, 청소년들에게 가정과 학교에서 사이버 범죄 예방의 중요성을 교육하기 위한 프로그램을 주창하고¹⁶⁾ 민간기구인 StaySafeOnline에¹⁷⁾ 위임하고 있다.

아울러 미국정부는 최근 온라인상에서 청소년 보호를 강화하기 위하여 청소년관련보호법을 개정하였다. 즉, 인터넷상 어린이 보호법(Children’s Internet Protection Act, CIPA)을 2008년 수정한 21C 어린이보호법(Protecting Children in the 21st Century Act) 시행령은 새로운 미디어환경에서 청소년들을 보호하기 위한 미국의 대표적인 청소년보호법이다. 미국의 청소년보호법에 대해 자세히 살펴보면 다음과 같다.

(2) 21세기 어린이보호법(Protecting Children in the 21st Century Act)¹⁸⁾

21세기 어린이보호법은 온라인 범죄자들에 의한 범죄를 포함한 사이버범죄로부터 어린이를 보호하고 어린이 포르노그래피를 찾아 제거하기 위한 노력을 강화하며, 부모들이 미성년자에게 알맞지 않은 정보들로부터 자녀들을 보호하는 것을 돕기 위해 제정되었다.

이 법의 주요 골자를 살펴보면 다음과 같다.

우선, 연방무역위원회(Federal Trade Commission, FTC)는 어린이들이 안전하게 인터넷을 사용할 수 있도록 하기 위한 전략과 관련하여 국민의 인식을 제고하고 안전교육을 제공하기 위한

16) 미국 국토안전부 웹사이트:

<http://www.dhs.gov/shaping-future-cybersecurity-education-and-workforce-development>

17) StaySafeOnline 웹사이트:

<http://www.staysafeonline.org/teach-online-safety/grades-k-2>

18) 21세기 어린이보호법 웹사이트:

<http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/BILLS-110s1965es/pdf/BILLS-110s1965es.pdf>

범국민 캠페인을 벌여야 한다. 이를 위해 연방무역위원회는 기존의 자원과 연방정부 및 지방정부, 비영리기관, 민간 기술금융기관, 인터넷서비스제공자(ISP), 기타 관련 조직기구들을 활용할 계획이다. 다양한 매체와 인터넷 기반 자원들을 활용하여 인터넷 안전 교육과 범국민 인식제고를 위한 캠페인을 전개하며, 인터넷 안전관련 사회적 현안들에 관한 최신정보와 지식을 제공하도록 한다.

이 법 발효 90일 이내에 상무부 차관이 “온라인 안전 및 기술” 연구반(Online Security and Technology working group)을 정부기관, 관련 산업계, 공익단체 및 관련 기구 대표들로 구성하여, ① 온라인상에서 어린이, 청소년들을 위한 안전한 환경을 증진시키기 위하여, 교육, 부모들에 의한 자녀관리 기술, 필터링소프트웨어, 연령확인표시 및 기타 기술이나 주도적 조치들을 산업계가 그동안 얼마나 노력해왔는가, ② 명백한 아동포르노그래피를 정보통신사업자들이 신고함으로써 온라인 안전을 도모하려는 노력을 얼마나 기울여왔는가, ③ 어린이 대상 범죄관련 기록 보유 유지를 위한 활동, ④ 인터넷상에서 부모들이 자녀들을 보호할 수 있도록 돕기 위한 기술개발 등을 평가하고 점검한다.

이 연구반 출범 1년 내, 매년 3월 31일 전에 그동안 실시한 전략과 기술들의 효율성 및 교육캠페인, 부모에 의한 자녀 관리기술, 온라인 정보차단거름장치 즉 필터링 소프트웨어, 인터넷 내용등급기술, 및 부모를 돕기 위한 기타 기술 보급률 등 기타 관련 정보에 관한 평가 점검 결과를 상무부 차관과 상원위원 통상과학상무위원회(Senate Committee on Commerce, Science, and Transportation)에 보고한다.

또한 온라인 어린이 포르노그래피 방지 강화를 위해서 어린이 착취 피해자 보호법(Victims of Child Abuse Act, 1990)을 개정하여 정보통신사업자들(electronic communication service providers)이 어린이 포르노그래피법 위반사실을 국립실종어린이착취방지센터(National Center for Missing and Exploited Children)에서 운영하는 사이버팁라인(Cyber Tipline)을¹⁹⁾ 이용하여 의무적으로 보고하도록 개정(H.R.2708, 1999년)한 개정법을 강화했다. 만약 정보통신사업자가 제때에 신고하는데 실패할 경우 1년 이하의 징역이나 벌금 또는 징역과 벌금을 동시에 물어야 한다. 벌금에 대해서는, 정보통신사업자가 ① 불법정보를 처음으로 알고 고의로 신고하는데 실패할 경우에는 15만달러 이하의 벌금, ② 두 번째 또는 그 이상 반복해서 알고도 고의로 신고하는데 실패할 경우에는 30만달러의 벌금을 물도록 한다(18 USC § 2258A).²⁰⁾

19) 센터 웹사이트:

http://www.missingkids.com/missingkids/servlet/PageServlet?LanguageCountry=en_US&PageId=2936

(3) 소규모기관들의 21C 어린이보호법 시행령 준수지침(Small Entity Compliance Guide)

미국 연방통신위원회(Federal Communications Commission, FCC)는 2001년 의회가 채택한 인터넷상 어린이 보호법(Children's Internet Protection Act, CIPA)을 2008년 수정한 21C 어린이보호법(Protecting Children in the 21st Century Act) 시행령으로서, 소규모 기관들²¹⁾의 법령 준수지침(Small Entity Compliance Guide)을 2012년 4월 19일 발표하였다. 이 지침을 통해 연방통신위원회는 특히 21C 어린이보호법이 연방정부지원금프로그램(E-rate program)을 신청하는 학교와 도서관 또는 학교-도서관 연합체는 인터넷상 어린이 보호법(CIPA)이 요구하는 '인터넷 안전정책(Internet safety policy)'에 따라, 미성년자 즉 학생들의 온라인 활동을 반드시 검토(monitoring)하고, 또 학생들이 소셜네트워킹 웹사이트와 대화방을 포함한 온라인상에서의 알맞은 행동규범, 그리고 가상공간에서 약자를 괴롭히는 행위(cyberbullying) 인지 및 대응방법을 학생들에게 반드시 교육하고 그 교육실시 증명서를 제출하도록 요구하고 있다. 이 규정은 초, 중, 고등학교(1-12학년)에만 해당된다.²²⁾ 이 규정은 2012년 7월 1일자로 시행한다.

학교와 도서관의 인터넷 안전정책은 음란물, 어린이 포르노그래피, 또는 미성년자에게 해로운(harmful 원문 강조) 영상물을 막는 기술적 보호조치를 포함시킬 것을 해당 법(CIPA)은 요구하고 있다. 무엇이 미성년자들에게 적절하지 않는가(inappropriate)를 판단하는 권한은 학교, 학교운영위원회, 지방교육청, 도서관, 또는 기타 관련기관에게 있다. 그리고 페이스북(Facebook)이나 마이스페이스(Myspace)의 개별 페이지에 미성년자에게 해로운 정보가 포함될 잠재적 가능성이 있다고 할지라도, 이러한 웹사이트들 그 자체가 “미성년자에게 해롭다”거나 학교나 도서관이 차단해야할 범주들 가운데 어느 하나에 속하는 것은 아니라는 것을 분명히 하고 있다.

20) 정보통신사업자의 신고의무(18 USC § 2258A) 등:

<http://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/2258>

<http://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/2258A>

<http://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/2258B>

<http://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/2258C>

<http://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/2258D>

21) 여기서 소규모 기관(small entities)라함은 소규모 기업, 기관(비영리), 정부하급법원을 말한다(Small Entity Compliance Guide, Report and Order, FCC 11-125, CC Docket No. 02-6, GN Docket No. 09-51)

22) Small Entity Compliance Guide, Report and Order, FCC 11-125, CC Docket No. 02-6, GN Docket No. 09-51)

(4) 아동청소년보호 관련 정책동향

미국의 아동청소년보호 관련 정책은 두 가지 큰 특징이 있다. 그 하나는 아동청소년보호를 위해서는 엄격한 법을 제정하고 그 위반자들을 엄격히 처벌한다는 것이다. 다른 하나는 전통적으로 통신사업자들에게는 그들이 관할하는 통신망을 통해서 제공되는 내용 즉 정보나 자료에 대한 심사나 통제 또는 관할권을 부여하지 않았다는 것이다. 이는 통신기밀과 사생활 보호 및 표현의 자유를 지키기 위한 건국이념이 담긴 철학에 바탕을 둔 것이다.

이러한 역사적 맥락에서 미국 정부는 그동안 인터넷 즉 온라인을 통해 제공되는 내용물에 대한 관할 통제권을 인터넷서비스제공자(ISP)와 같은 통신사업자들에게 주지 않았다. 따라서 통신사업자들은 그 내용에 대한 책임을 지지 않았다. 즉 사업자들 스스로 자율규제에 맡겨온 것이 전통이다.

지금도 여전히 이러한 자율규제의 정신은 살아있다. 그러나 새로운 미디어, 이를테면 소셜미디어의 발달에 따른 아동청소년들의 피해가 늘어감에 따라 미국 정부는 사업자들의 적극적인 협조를 강조하는 정책적 기조를 강화하는 모습을 보여주고 있다. 비록 ISP를 포함한 정보통신사업자들이 자신들이 운영하는 정보통신망을 스스로 점검(monitoring)할 의무는 없지만, 만약 아동 포르노그래피나 미성년자들에게 해로운 정보를 알게 될 경우, 즉 스스로 알게 되었거나 또는 제3자가 보고해서 알게 되었을 경우에는 이를 즉시 관련 기관에 보고하도록 하고 있다.

2) 영국

(1) 개황

영국 방송통신규제기관인 Ofcom의 최근 발표에 따르면, 소셜네트워킹서비스(SNS)를 이용하는 사람들의 71%는 적어도 하루에 한번 이상 그리고 20%는 하루에 다섯 번 이상 소셜네트워킹 사이트를 방문한다.²³⁾ 또한 영국 가구의 46%는 소셜네트워킹 사이트를 사용한다. 그리고 소셜네트워킹 사이트에서 소비하는 시간의 91%를 페이스북에서 보내고 있다. 페이스북은 소셜네트워크에서 게임, 비디오

23) Ofcom 소비자연구보고서(2011년 10월)(Ofcom Consumer Research October 2011)

<http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/market-data/communications-market-reports/cmr11/international/icmr1.17>

콘텐츠(예: Warner Bros 영화, BBC 방송 프로그램 Dr. Who), 및 전자우편 주소 서비스 등을 제공하는 보다 더 일반적인 포털사이트로 진화하고 있다.²⁴⁾

12-15세 어린이 청소년 10명 중 7명은 SNS를 이용하며, 인터넷을 이용하는 5-7세 어린이 3%, 8-11세 어린이 청소년 28%, 12-15세 청소년 78%는 SNS를 적극적으로 활용하고 있다. 그리고 12-15세 소녀들(80%)이 같은 나이 또래 소년들(70%)에 비해서 더 많이 소셜네트워킹 사이트를 활용하고 있다.²⁵⁾

2011년 3월 현재 영국 5-7세 어린이의 40.06%(10% 이상의 방문자수를 기록한 25개 웹사이트 가운데 5위), 8-11세 어린이의 52.83%(상위 50개 방문사이트 가운데 4위), 12-15세 어린이의 69.21%(상위 50개 방문사이트 가운데 3위)가 소셜미디어의 하나인 Facebook을 이용한 것으로 나타났다(Ofcom, Children and parents: media use and attitudes report, October 25, 2011, 171-174쪽 참고).²⁶⁾

영국 어린이인터넷안전위원회(UK Council for Child Internet Safety) 소속 연구그룹(UKCCIS Evidence Group)은 인터넷 안전과 관련된 연구를 지속적으로 진행해오고 있다. 이 그룹은 “현명한 어린이(Childwise)”라는²⁷⁾ 어린이 청소년 전문연구기관에 맡겨 수행한 연구결과인 어린이 청소년의 미디어 이용행태에 관한 연구보고서(Trends in Media Use)를²⁸⁾ 2012년 5월 발표했다. 설문조사결과에 따르면, 2011년 현재 5-16세 아동 청소년 74%는 자신의 컴퓨터를 소유하고 있다. 5-10세 어린이 청소년 47%, 11-16세 어린이 청소년 94%는 휴대전화를 가지고 있으며, 휴대전화를 가진 어린이 청소년 52%는 휴대전화를 가지고 인터넷에 가끔 접속한다. 인터넷을 사용하는 7-16세 어린이 청소년 68%는 유튜브를 사용하는데 이를 세분화하면, 7-10세 어린이 청소년 53%와 11-16세

24) OfCom 정보통신시장 보고서(2011)(Communications Market Report 2011). 참고로 SNS 이용자들은 페이스북 사용에 한달 평균 6시간 23분을 사용하는 반면 다른 SNS 사용시간은 30분에도 미치지 못하는 것을 보면 다른 SNS는 이따금씩 이용하는 것으로 나타났다.

http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/cmr11/UK_CMR_2011_FINAL.pdf

25) 영국 어린이 인터넷 안전위원회 보고서(2011). 어린이들의 온라인 활동: 위험과 안전(UK Council for Child Internet Safety(2011). Children's Online Activities: Risks and Safety). 15쪽.

http://www.saferinternet.org.uk/Content/Childnet/Safer-Internet-Centre/downloads/Research_Highlights/UKCCIS_Report_2012.pdf

26) 영국 Ofcom research document:

http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/oct2011/Children_and_parents.pdf

27) 현명한 어린이(Childwise) 사이트: <http://www.childwise.co.uk/>

28) 어린이 청소년 미디어 이용행태 흐름(Trends in Media Use):

http://www.saferinternet.org.uk/Content/Childnet/Safer-Internet-Centre/downloads/Research_Highlights/UKCCIS_RH_28_Childwise.pdf

어린이 청소년 78%가 유튜브를 사용하고 있다. 인터넷을 사용하는 9-16세 어린이 청소년 33%는 정기적으로 페이스북을 사용하고 있으며, 이들을 포함한 이 연령대의 68%가 페이스북 계정을 가지고 있다. 공식적으로 자신의 페이스북 계정을 가지기에는 너무 어린 9-12세 어린이들 가운데 23%는 정기적으로 페이스북을 이용하고 있으며, 이들을 포함 46%는 페이스북 계정을 가지고 있다.

이처럼 많은 어린이 청소년들이 소셜네트워킹 사이트들을 이용하고 있다. 문제는 이러한 사이트에서 어린이 청소년들은 바람직하지 못한 사회적 일탈행위들을 경험하고 있다는 것이다. 그러한 사회적 일탈 가운데 하나의 본보기가 전세계적으로 나타나고 있는 사이버 괴롭힘(cyberbullying) 현상이다.

사이버 괴롭힘이 가장 많이 일어나는 곳은 페이스북이다. 2012년 발간된 연구보고서에 따르면, 아동 청소년의 52%가 페이스북에서 사이버 괴롭힘을 직접 당했다고 보고했다. 그 다음으로는 24%가 MSN 메신저 서비스를 손꼽았다. 그리고 응답자의 47%는 페이스북(Facebook)에서, 20%는 MSN 메신저에서 다른 사람들이 괴롭힘 당하는 것을 보았다고 보고했다. 또한 소수의 응답자들이 비보(Bebo, 9%), 하보(Habbo, 6%), 마이스페이스(MySpace, 4%), 유튜브(YouTube 11%), 트위터(Twitter 7%) 등에서 사이버 괴롭힘을 직접 당했다. 또한 유튜브(YouTube 17%), 트위터(Twitter 10%) 등에서 다른 사람이 사이버 괴롭힘을 당하는 것을 목격하기도 했다.²⁹⁾

(2) 어린이 청소년 보호법

영국에서 어린이보호를 위한 법률 제정은 1889년 ‘어린이 헌장(Children’s Charter)’으로부터 시작한다.³⁰⁾ 이 법은 역사상 처음으로 부모 자녀간의 관계에 있어서 정부가 개입할 수 있는 법적 권한을 부여하였다. 그 이후 이루어진 주요 법률 제정만 간략히 살펴보면 다음과 같다. 우선 1989년 어린이법(Children Act 1989)은 어린이 보호 구조와 원칙을 규정했다는 점에서 최초의 현대적 의미의 어린이 보호법으로 평가받고 있다. 이 법은 어린이 입장에서 어린이의 요구와 안전을 최우선시 하며, 어린이 관련사건 발생 시 경찰을 포함한 관련 전문가들은 그 어린이의 부모와 긴밀한 협조 하에 일해야 한다는 것을 의무규정으로 두고 있다.

29) Emma-Jane Cross, Richard Piggan, Thaddaeus Douglas, & Jessica Vonkaenel-Flatt (2012). VIRTUAL VIOLENCE II: Progress and Challenges in the Fight against Cyberbullying. 23쪽.
<http://www.beatbullying.org/pdfs/Virtual-Violence-II.pdf>

30) 영국 어린이 보호 법률 제정에 관한 간단한 역사를 위해서 아래 사이트 참조:
<http://www.guardian.co.uk/society/2005/may/18/childrenservices2>
<http://www.communitycare.co.uk/Articles/07/01/2011/48564/child-protection.htm>

2004년에는 이 어린이법을 개정하여 어린이 보호를 위한 정보를 일상적이고 확실히 수집하기 위하여 통합적인 어린이 컴퓨터 시스템(integrated children's computer system, ICS) 설립을 규정하였다.

아울러 어린이 안전을 위한 모든 위원회에 어린이 서비스 책임자를 임명하도록 하였다. 문제 발생 시 어린이 평가를 위한 틀을 마련하고 보건, 교육 및 경찰 내에 어린이 안전 보호 담당자가 가족들을 위한 보다 나은 지원을 할 수 있도록 규정하였다. 지역 어린이 보호 위원회를 설립하여 관련 기관들이 협력하여 어린이 보호 훈련을 실시하고 사망이나 심각한 상해의 원인들을 조사할 수 있도록 하였다.

2011년 5월 런던정경대학 먼로(Eileen Munro) 교수가 수행한 어린이 보호 검토보고서(The Munro Review of Child Protection)³¹⁾ 의회에 제출하였다. 이 보고서에서 먼로 교수는 그 동안 영국에서 실행해오던 광범위한 어린이 보호 정책과 법 제도를 검토하고 정책적 제안을 제시하였다. 그 핵심 내용은 어린이 보호를 위한 중앙정부 주도형 단일 접근방법은 지방의 어린이 보호 담당기관들이 보다 더 많은 자유를 갖고 지역 특성에 맞는 보다 효율적인 어린이보호 서비스를 할 수 있도록 하라는 것이다. 기존 어린이 보호의 문제는 지역 관청의 담당자들이 중앙 정부에서 제시한 절차와 방법에 초점을 맞추다보니 실질적으로 어린이 보호라는 목표 달성은 뒷전으로 밀리는 결과를 가져왔다. 따라서 규정과 절차를 간소화하고 지역 특성에 맞는 보다 효율적인 어린이 보호 조치가 필요하다.

이 먼로 보고서가 권고한 사항들을 실제로 법과 행정에 반영하기 위하여 영국 정부는 현행 제도를 검토하고 개선하기 위한 노력을 기울이고 있는 중이다.

한편, SNS를 포함한 새로운 미디어의 출현에 의한 사회적 환경변화에 따라 영국정부는 새로운 법제도적 장치를 제개정 하였다. 그 대표적인 것이 바로 2008년 ‘소셜네트워킹서비스 및 기타 사용자 상호작용서비스 제공자들을 위한 실무지침(Good practice guidance for the providers of social networking and other user interactive services 2008)’이다.³²⁾ 이 지침은 법적 구속력은 없지만 정부는 이를 사업자들에게 강력하게 권고하고 있다.

주요 핵심적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 소셜네트워킹 사이트들은 18세 미만의 이용자들의 경우 이들의 사생활보호를 위해 프라이버시

31) 먼로(Munro) 보고서:

http://www.education.gov.uk/munroreview/downloads/8875_DfE_Munro_Report_TAGGED.pdf

32) 소셜네트워킹서비스 및 기타 사용자 상호작용서비스 제공자들을 위한 실무지침(2008):

<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20100413151441/http://police.homeoffice.gov.uk/publications/operational-police/social-networking-guidance/social-networking-good-practice2835.pdf?view=Binary>

기능을 활성화시키지 않도록 반드시 조치해야 한다. 일반적으로 인터넷 사이트에서 이 기능은 활성화되어 있다. Ofcom에 따르면, 소셜네트워킹 사이트를 사용하는 수백만 명의 어린이들은 이 기능을 활성화된 채로 사용하기 때문에 잠재적 위험에 노출되어 있다. 그 까닭은 대부분의 어린이와 청소년들은 이러한 개인정보보호 기능에 대한 이해부족과 함께, 그 기능을 어떻게 활성화시키지 않는지 모른다. 따라서 사업자들이 이 기능을 비활성화 시키도록 조치해야 한다.

둘째, 소셜네트워킹 사이트들은 18세 미만의 미성년자들의 개인정보프로파일은 본인들이 동의하지 않는 한 검색할 수 없도록 확실하게 조치해야 한다.

셋째, 소셜네트워킹 사이트들은 무슨 정보가 사용자의 프로파일에 공개될 것이며, 무슨 정보가 개인적으로 처리되어 공개되지 않는지를 그 사이트 등록 시에 분명하게 명시해야 한다. 그런 다음 사용자들은 그 정보를 숨기거나, 접근을 제한하거나 또는 편집할 수 있는 기회를 반드시 가질 수 있도록 조치해야 한다.

넷째, 소셜네트워킹 사이트들은 어린이 청소년들이 사이트 오남용이 의심되는 경우, 이를 보고할 수 있는 간단명료하고 손쉬운 방법을 제공해야 한다. 여기에는 긴급 상황 신고전화번호인 999번, 국립 어린이학대방지기구(National Society for the Prevention of Cruelty to Children)나³³⁾ 어린이범죄신고전화(Childline)와 같은 어린이복지기구 전화번호들이 포함된다.

다섯째, 소셜네트워킹 사이트들은 어린이 청소년들이 자신들의 개인정보를 지나치게 제공하지 않도록 격려해야 한다.

여섯째, 잠재적 불법행위와 의심스런 행동 보고 자료를 산업계와 법집행기관들이 공유하기 위한 협정을 체결해야 한다.

이상의 내무성 지침이 소셜네트워킹 업체들에게 새로운 요구를 하고 있지만, 소셜네트워킹 사이트들에게 영향을 미치는 다음과 같은 법들은 이미 존재하고 있다.

가. 형사처벌 및 이민법(Criminal Justice and Immigration Act, CJIA 2008)

형사처벌 및 이민법(Criminal Justice and Immigration Act, CJIA 2008)은 국무장관이 성범죄자들의 보고의무를 강화할 수 있도록 하는 권한을 허용하고 있다. 과거에는 성범죄자들이 자신의 이름과 주소 등 상세정보를 경찰에게 보고하도록 요구받을 수 있었다. 그러나 이 법에 따라 범죄자의

33) 국립 어린이학대방지기구(National Society for the Prevention of Cruelty to Children):
http://www.netdoctor.co.uk/childrenshealth/support_groups/006188.htm

어떠한 전자우편 주소도 요구받을 수 있게 되었다. 정부는 범죄자들의 전자우편 블랙리스트가 소셜네트워크 사이트들에게 활용될 수 있도록 허용하여, 그 범죄자들의 전자우편 주소와 사이트 일반 이용자들의 전자우편 데이터베이스를 대조해서 만약 범죄자의 주소와 일반 이용자 데이터베이스의 주소가 일치하면, 범죄자의 전자우편 계정을 해지시키도록 사이트에 요구할 것이다.

나. 데이터보호법(Data Protection Act 1998)

영국에서 생존인물과 관련된 정보를 처리하는 조직들은 1998년 데이터보호법을 준수하도록 되어있다. 서비스제공자들은 특히 어린이 관련 정보를 처리할 때는 이 법과 관련하여 특별한 주의를 기울일 필요가 있다는 것이 강조되고 있다. 이러한 조치는 서비스 사용자들이 회원 등록을 가능하게 하는 조건으로 개인정보를 수집하는 소셜네트워크서비스 제공자들에게도 해당된다.

2007년 영국 정보위원회 사무국(Information Commissioner's Office, ICO)은 어린이들을 대상으로 하는 웹사이트에 대한 조항을 포함한 실무 각서(good practice note)를 웹사이트 운영자들을 위해 발간하였다. 이 실무 각서는 어린이들로부터 정보를 수집하는 웹사이트들이 개인정보처리가 올바르게 이루어질 수 있도록 보다 더 강력한 안전조치를 취할 것을 요구하고 있다. 만약 어린이가 서비스 회원 가입 시 서비스 제공자가 어린이들에게 개인정보를 제공할 것을 요구한다면, 그 서비스 제공자는 부모 또는 법정후견인으로부터 직접 동의를 받을 것을 규정하고 있다.

정보위원회 사무국은 또한 어린이를 위한 어떠한 사이트도 어린이들이 쉽게 이해할 수 있는 언어를 사용하여 개인정보보호(privacy) 정책, 사이트 이용규정 및 조건을 알리는 링크를 눈에 띄게 표시할 것을 권고하고 있다. 또한 서비스 제공자들은 온라인 안전 지침으로 연결되는 링크를 운영자의 사이트나 제3자 사이트에 반드시 제공하도록 권고하고 있다.

(3) 아동청소년보호 관련 정책 법적 동향

아동 청소년들의 소셜네트워크 사이트 이용이 점차 늘어나면서 이들의 일상생활에 많은 영향을 끼치고 있는 시대적, 사회적 환경변화에 따라 영국은 각국의 규제기관들과 함께 관심사를 공유하며 최선의 규제정책 방향을 모색하고 있다. 우선 콘텐츠 전달 수단은 그 무엇이 되었든지 간에 전통적인 '방송내용' 규제 모델을 그대로 적용할 것인가 하는 문제가 가장 먼저 떠오른 규제정책 관련 질문이다. SNS를 포함한 인터넷이 제공하는 다양한 서비스와 관련하여 어린이 청소년들을 보호하는 것은 규제기관들에게는 새로운 도전으로 다가오고 있다. 나아가 어린이 청소년을 보호하기 위해서 자녀와

부모들이 주도적인 입장에서 어린이 청소년들을 보호할 수 있도록 미디어교육을 강화하는 것 또한 중요한 정책적 고려사항으로 떠올랐다.

이러한 맥락에서 영국의 미디어규제기구인 Ofcom은 2011년 10월 미디어교육 프로그램 연구의 일환으로, 부모와 자녀의 온라인 미디어 이용 및 태도에 관한 연구보고서를 내놓았다. 이 보고서에 따르면, 자녀를 둔 영국부모들은 자녀들에게 휴대전화, 인터넷, 게임 사용 등에 관하여 감시·통제하고 있으며, 온라인 안전에 관한 대화와 교육을 하고 있다. 이러한 대화와 교육은 자녀들의 미디어 부작용으로부터 보호하는데 도움을 주고 있다.

온라인 콘텐츠와 규제 및 부모통제와 관련하여, 영국은 2011년 가을 부모들을 위한 웹사이트 ‘부모포트(ParentPort)’를³⁴⁾ 출범시켰다. 이는 미디어규제기관들이 함께 협력하여 잠재적으로 명백한 시청각 정보 자료들로부터 자녀들을 보호할 수 있도록 자문을 하기 위한 역할을 수행한다. 나아가 영국 어린이 인터넷안전위원회(UK Council for Child Internet Safety)는 영국의 4대 인터넷서비스 제공자들(ISPs)과 협약을 맺었다. 이 협약에서 ISP의 모든 고객들이 이들로부터 서비스구매를 하는 그 시점에서 가정용 인터넷 PC나 노트북 컴퓨터에서 성인용 정보에 대한 차단 선택권을 행사할 수 있도록 조치하였다.³⁵⁾

한편, 영국 정부는 2012년 정보통신 데이터 법(Communications Data Act)을 제정하여 소셜네트워크 서비스와 같은 새로운 정보통신 미디어 환경을 맞이하여 사법기관 특히 경찰이 정보통신망을 통해 공개되는 정보통신 데이터에 대한 지속적으로 접근할 수 있는 법적 권한을 부여받아 데이터를 감시할 수 있도록 하였다. 이 법에 따르면 정보통신서비스 제공자들(communications service providers)은 사법당국이 법원의 허가를 받아 데이터 접근과 제출을 요구할 경우 이에 응하도록 규정하고 있다.

최근 형사처벌 및 허가(Scotland) 법(Criminal Justice and Licensing(Scotland) Act 2010)을 개정하여 극단적인 포르노그래피를 소지할 경우 형사처벌하는 새로운 규정을 마련하였다.³⁶⁾ 이에 따라 이를 위반한 자에 대해 기존의 3년에서 5년으로 징역형을 강화하였다. 이 법은 2011년 3월 28일부터 시행되었다.

끝으로, 영국은 기본적으로 소셜네트워크서비스 제공자들을 포함한 인터넷서비스 제공자들의

34) ParentPort: <http://www.parentport.org.uk/>

35) International Communications Market Report 2011: The UK in context, 36-39쪽 참고:
http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/cmr11/icmr/1_-_context.pdf

36) 형사처벌 및 허가(Scotland) 법(Criminal Justice and Licensing(Scotland) Act 2010):
<http://www.iwi.org.uk/hotline/the-laws/criminally-obscene-adult-content/criminal-justice-and-licensing-scotland-act-2010>

자율적 규제를 권장해오고 있다. 그러나 최근 들어 소셜네트워킹 사이트들을 이용하는 아동 청소년들의 인구가 늘어남에 따라 아동 청소년보호를 위한 보다 엄격한 안전조치를 취할 것을 권고하고 있다. 아울러 아동 청소년 대상 범죄행위에 대한 처벌 수위를 강화하는 방향으로 정책을 펼치고 있다. 또한 소셜네트워킹 사이트들을 포함한 온라인상에서 발생하고 있는 아동 청소년 대상 범죄는 국경을 초월하여 발생되어오고 있기 때문에 국제적 협력의 필요성을 절감한 영국 정부는 EU 회원국들은 물론, 미국, 캐나다, 호주, 일본, 한국 등 정보통신 선진국들과 긴밀한 협조를 취하며 정책과 법 집행의 효율성을 증대시키는 노력을 해오고 있다.

3) 유럽연합(European Union, EU)

(1) 개황

인터넷에서의 아동 청소년 보호를 위한 최신 정책 및 법제도는 유럽연합이 2012년 10월에 발표한 “온라인에서의 EU 어린이 청소년들: 회원국들의 관점(U Kids Online: National perspectives)”에 가장 잘 나타나 있다.³⁷⁾ 이 연구보고서는 유럽연합 회원국 25개국에서 SNS를 포함한 모든 온라인 서비스를 이용하는 9-16세 어린이 청소년 25,142명과 그들의 부모님들 중 한분을 대상으로 가정에서 1:1 면접방식을 통해서 설문조사를 하였다. 면접기간은 2010년 봄과 여름에 걸쳐 진행되었다. 아울러 최종 보고서에는 8개국의 새로운 국가들의 면접설문조사 결과도 포함되었다.

우선, 25개국의 어린이 청소년들의 온라인 활동에 관한 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다.

가. 인터넷 접근 및 이용 현황

인터넷은 어린이 청소년들의 일상생활에 깊숙이 파고들고 있다. 9-16세 어린이와 청소년의 60%는 매일같이 인터넷을 이용한다. 어린이 청소년들은 어린 나이에 이미 온라인에 접속하기 시작한다.

인터넷을 사용하는 곳은 가정(87%), 학교(63%)이다. 그러나 인터넷 접속은 다양한 곳에서 이루어지고 있다. 49%는 자신의 방에서, 33%는 휴대전화나 휴대용 통신기기 등을 사용해 인터넷에 접속한다.

37) Haddon, L., & Livingstone, S. (2012). 온라인에서의 EU 어린이들: 회원국들의 관점(U Kids Online: National perspectives): <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/PerspectivesReport.pdf>
www.eukidsonline.net

나. 인터넷 활동 및 기술

아동·청소년들은 다양한 활동을 하며 잠재적으로 유익한 활동을 하고 있다. 9-16세는 학교 공부(85%), 온라인 게임(83%), 비디오 클립보기(76%), 메시지주고받기(62%)를 한다. 이미지 올리기(39%), 메시지 올리기(31%), 웹캠(31%), 파일 주고받는 사이트 이용(16%) 및 블로그 이용(11%) 활동은 상대적으로 적다.

9-16세 59%는 소셜네트워킹 사이트에 가입하고 있다. 9-10세 26%, 11-12세 49%, 13-14세 73%, 15-16세 82%가 SNS를 이용한다. 소셜네트워크 이용자들 가운데 26%는 자신의 개인정보에 관한 공개된 프로파일(public profile)을 갖고 있다.

인터넷활동이 보다 많이 이용 될수록 디지털 문맹률(digital literacy)은 낮아지고 안전기술은 높아질 것이다. 9-16세의 36%는 “나는 나의 부모님들보다 인터넷을 더 잘 알고 있다”는 질문에 대하여 ‘그렇다’고 대답하고 있으며, 33%는 ‘그렇지 않다’고 대답했다.

나이가 어릴수록 인터넷 이용기술이 미숙하며 자신감도 부족한 것으로 나타났다. 11-16세 대부분은 자신이 싫어하는 사람으로부터의 메시지를 차단할 줄 알거나(64%) 온라인에서 안전 대처방법을 찾을 수 있다(64%). 절반 정도는 자신들의 사생활보호방식을 컴퓨터에서 변경할 수 있고(56%), 웹사이트의 질적 수준을 평가할 수 있으며(56%), 스팸을 차단할 수 있다(51%).

다. 위험 경험

9-10세 어린이 9%를 포함해서 9-16세 어린이 청소년 12%는 인터넷에서 괴롭힘을 당하거나 화난 경험이 있다. 그러나 대부분의 어린이 청소년들은 이러한 사실들을 보고하지 않는다.

위험요소가 이들에 의해서 반드시 해롭거나 화나게 하는 것으로 받아들여지지 않는다. 9-16세 14%는 지난 1년 동안 ‘명백한 음란물’ 이를테면, 나체사진이나 섹스장면과 같은 이미지를 보았다. 이들 가운데 1/3은 괴로움을 느꼈으며, 이들 중 절반 즉 1/6 약 2%만 상당히 또는 매우 화나거나 기분 나쁜 경험으로 보고하고 있다.

9-16세 6%는 마음의 상처를 입히는 메시지를 받아본 적이 있으며, 3%는 보낸 적이 있다. 그러나 괴롭히는(bullying) 메시지를 받은 절반 이상은 상당히 또는 매우 화났다. 괴롭히는 행위는 온라인보다 오프라인 즉 현실세계 속에서 더 많이 발생하는 것 같다. 즉 6%는 온라인에서 괴롭힘을 경험한데 비하여 19%가 온라인이나 오프라인에서 괴롭힘을 당한 것으로 보고하고 있다. 12%는 온라인이나 오프라인에서 누군가를 괴롭힌 반면, 3%만 온라인에서 누군가를 괴롭혔다.

오직 12명 가운데 1명만이 온라인에서 만난 사람을 오프라인에서 만난 경험이 있다. 그러나

11-16세 21%는 잠재적으로 해로운 UCC 한두 가지 형태, 이를테면, 인종갈등 차원에서 증오(12%), 거식증(pro-anorexia, 10%), 스스로를 해치는 행위(7%), 마약복용(7%), 또는 자살(5%) 관련 정보에 노출된 적이 있다.

전반적으로 보면, 9-16세 41%는 이러한 위험의 한두 가지를 경험한 적이 있다. 이러한 위험 경험은 나이가 많아질수록 증가한다. 즉, 9-10 14%, 11-12세 33%, 13-14세 49%, 15-16세 63%로 증가하는 경향을 보이고 있다.

(2) 정책 동향 및 정책적 함의

“온라인에서의 EU 어린이 청소년들: 회원국들의 관점(U Kids Online: National perspectives)” 연구보고서는 각 국가별로 주요한 통계와 국가별 인터넷 접속과 이용, 활동과 숙련도, 위험에 대한 부모 중재와 안전교육, 및 국가 정책적 함의를 포함하고 있다. EU 회원국들의 SNS를 포함한 온라인 아동 청소년 보호정책과 관련하여 이 연구보고서의 핵심적 내용을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 온라인상에서 자녀들이 위험에 노출되는 것을 잘 인식하지 못하는 부모가 많은 국가(예: 리투아니아, 오스트리아, 루마니아, 에스토니아)에 대해서는 위험인식 수준을 높이고 부모자녀간의 대화를 증진시키기 위한 정책을 펼칠 것을 권고한다.

둘째, 아직까지 인터넷 보급률이 낮아서, 위험수준이 낮은 인터넷 저개발 국가(예: 아일랜드, 이탈리아)들은 어린이 청소년들이 온라인에서 보다 많은 활동을 하도록 권고하며 동시에 향후 보다 큰 위험에 대비할 수 있는 정책을 권고한다.

셋째, 몇몇 국가들에서 개인이나 휴대용 인터넷 접속 수준이 높은 국가들은 어린이 청소년 보호를 위한 새로운 도전에 직면해 있으며 이러한 국가들을 위해서는 새로운 전략을 권고한다. 이를테면, 노르웨이, 영국, 독일은 스마트폰 접속이 높으며, 그리스, 불가리아, 사이프러스 및 오스트리아는 일반 휴대전화를 이용한 인터넷 접속이 높다.

넷째, 인터넷 안전에 관한 논의가 아직도 새로운 사회적 현안이며, 인터넷 안전을 위한 사회적 정책적 움직임은 아직 활발하지 않은 국가들(예: 크로아티아, 스위스, 슬로바키아, 불가리아, 터키)도 있다. 이들에 대한 인식제고가 필요하다.

정책적 권고사항들을 자세히 살펴보면 다음과 같이 요약할 수 있다.³⁸⁾

첫째, 모든 어린이들은 온라인에서 안전하게 보호받을 권리가 있다. 이는 또한 자신의 권리뿐만

아니라 다른 사람들의 권리를 보호하기 위한 자신들의 책임 또한 중요함을 명심해야 한다.

둘째, 인터넷 접근이 여전히 어려운 국가의 어린이 청소년들을 위해서는 디지털 소외가 사회적 소외로 이어지지 않도록 하기 위한 노력이 대단히 중요하다.

셋째, 유치원과 초등학교 어린이와 같은 어린 아이들에 대한 특별한 관심이 더욱 절실하다.

넷째, 모든 플랫폼에 걸쳐 어린이 청소년들을 보호할 수 있는 조치와 함께, 새로운 온라인 접속 장치에 필요한 안전장치를 제공해야 한다.

다섯째, 인터넷 저개발 국가 어린이 청소년들을 위한 교육 지원과 디지털 문맹율을 낮추기 위한 정책이 필요하다.

여섯째, 학교는 디지털 기술을 교육하고 디지털 소외를 줄이기 위해서 매우 중요한 역할을 할 수 있으며, 학교 선생님들이 이와 관련하여 교육과 훈련이 필요하다.

일곱째, 어린이들을 위한 긍정적인 인터넷 내용을 제공하는 것이 우선 정책이 되어야 하며, 이는 나이가 어린 어린이들과 소수민족 언어를 사용하는 공동체 어린이들을 위해서 매우 중요하다.

여덟째, 활발한 온라인을 구축하기 위해, 디지털 안전훈련을 위한 합의된 틀이 교육자들과 시민사회 구성원들을 위해서 필요하다.

아홉째, 소셜네트워킹 서비스제공자들은 모든 사용자들의 사생활보호와 안전 요구에 부응해야 한다.

열째, 위험에 처한 온라인 사용자들을 보호하기 위하여 어린이 청소년과 부모들의 인식제고를 위한 활동을 최신 정보와 함께 강화해야 한다.

열한 번째, 온라인 음란물에 어린이 청소년들이 노출되지 않도록, 그리고 온라인과 오프라인에서의 괴롭힘에 민감하게 대응하고 적절한 조치를 취해야 한다.

열두 번째, 부모들은 자녀들이 온라인에서 접속하는 상대를 알고 있어야 하며, 오프라인에서 모르는 사람을 만나는 것은 위험할 수 있다는 것을 알아야 한다.

열세 번째, 정책 입안자들은 P2P와 UCC로부터 어린이 청소년들이 해를 입을 수 있다는 것을 경각심을 갖고 이해할 필요가 있다.

열네 번째, 부모·친구·선생님들께 이야기하는 것을 포함해, 효율적인 안전전략을 강조하는 메시지를 통해 안전인식을 높여야 한다.

38) O'Neill, B., Livingstone, S. & McLaughlin, S. (2011). Final recommendations for policy, methodology and research, LSE, London: EU Kids Online. 참고,
<http://eprints.lse.ac.uk/39410/>

열다섯 번째, 유해정보를 차단하기 위한 필터링과 부모의 자녀통제 소프트웨어는 사용하기 쉽도록 만들어야 하며, 자녀들의 안전한 인터넷 사용을 위해 부모들이 잘 간여할 수 있도록 조치해야 한다.

열여섯 번째, 신뢰를 높이기 위해서 어린이들이 이용하는 안전, 개인 식별 및 사생활보호 서비스의 효율성이 독립적으로 평가되어야 한다.

4) 각국의 SNS 관련 정책 비교 및 정책적 함의

어린이 청소년 보호와 관련하여 미국이 취해온 전통적인 입장은 인터넷 사업자들의 자율적인 규제를 우선시 한다는 것이다. 미국의 방송과 정보통신 내용을 심의하고 규제하는 기구인 연방통신위원회(Federal Communications Commission, FCC)는 시장 주도형의 정책 기조를 유지하고 있기 때문에 인터넷 관련 정책도 이러한 원칙에서 크게 벗어나지 않는다. 이러한 원칙 아래 인터넷 서비스 제공자들(ISPs)은 비교적 자신들의 망을 통해서 제공되는 다양한 종류의 인터넷 내용들에 대한 법적인 책임을 사실상 면제 받아 왔다. 즉, 그러한 정보에 대한 책임은 그 정보를 제공하는 인터넷 콘텐츠제공자들(Internet content providers, ICPs)에게 일차적으로 있다.

그런데 최근 들어 페이스북(Facebook)이나 트위터(Twitter)와 같은 소셜네트워킹 서비스가 세계적으로 선풍적 인기를 끌면서, 이러한 사이트들을 통해 어린이와 청소년의 안전이 위협받는 사회적 일탈행위들이 등장하기 시작하였다. 특히 소셜네트워크 사이트에 어린이와 청소년들이 무심코 올린 정보들을 악용하는 어른들이 이들을 대상으로 성적 착취나 스토킹(stalking), 괴롭힘(cyberbullying) 등 어린이 청소년 착취행위가 사회적 현안으로 크게 부상하였다.

이러한 정보통신환경과 사회적 변화에 부응하기 위하여 미국 정부는 기존의 어린이 청소년 보호 관련법들을 개정하고 어린이와 청소년들의 개인정보보호와 사생활 보호를 위한 보다 안전한 조치들을 취하기 시작하였다. 특히 어린이, 청소년들을 대상으로 하는 성적 착취 행위에 대해서는 그 처벌을 강화하였다.

그리고 SNS가 부상하자 ISP들의 법적 책임을 강화하면서, 사업자 스스로 알았거나, 제3자가 신고를 하여 알게 된 불법 또는 청소년 유해정보를 ISP 서버에서 삭제조치를 취하도록 책임을 강화하고 있다.

성인들에 의한 아동 청소년의 성적 착취 행위로부터 이들을 보호하고 처벌을 강화하려는 움직임은 우리나라가 본받을 만한 흐름이라고 할 수 있다. 왜냐하면 미국은 전통적으로 표현의 자유를 천부적

권리로서 헌법에 의해서 보호해왔기 때문에, 인터넷 상에서도 그러한 표현의 자유를 보장하려는 것이 큰 흐름이었다. 그러나 어린이와 청소년을 대상으로 하는 범죄행위에 대해서는 엄중한 처벌과 재발방지를 위한 노력을 강화해오고 있다.

아울러 온라인을 통해 피해를 입은 어린이와 청소년들을 보호하기 위해서 수사와 재활프로그램을 강화하고 있다. 이를테면 어린이 포르노그래피 제작과 유통으로 인해 피해를 입은 어린이나 성적 착취를 당한 어린이 청소년을 수사할 때 전문가들이 수사 초기부터 개입하고 부모의 철저한 보호 아래 수사가 진행될 수 있도록 하는 새로운 조치를 취하고 있다. 그리고 이러한 피해 어린이 청소년을 상처로부터 빨리 회복시키기 위하여 재활 프로그램을 강화하는 추세이다.

SNS와 같은 새로운 미디어 사회 환경을 맞이하여 취하고 있는 이러한 미국의 정책과 같은 맥락에서 영국 또한 SNS의 부작용으로부터 어린이와 청소년들을 보호하기 위해 어린이 보호 관련법을 개정하거나 제정하여 한층 더 강화된 보호 정책을 취하고 있다.

영국과 EU는 미국과 같이 소셜네트워킹 서비스 제공자들의 자율적 규제와 책임을 강조하는 기조를 유지하고 있다. 아울러 최근 소셜네트워크 사이트들이 미국처럼 어린이와 청소년들 사용이 늘어나자 SNS의 부작용으로부터 이들을 보호하기 위해서 SNS 사업자들의 책임을 강화하는 추세다. 즉, 어린이 청소년 보호법을 고쳐 온라인상에서 어린이와 청소년을 대상으로 하는 범죄행위에 대한 형사처벌 수위를 높이고 있으며, 아동 착취 성범죄로부터 피해 어린이 청소년을 보호하기 위하여 자녀들을 부모로부터 분리시켜 보호하는 조치를 취하고 있다. 또한 미국과 같이 수사 초동단계부터 피해 어린이와 청소년을 보호하기 위하여 부모의 개입과 보호 아래 수사를 착수하도록 하고 있다.

이러한 외국 사례를 바탕으로 우리나라의 SNS를 포함한 온라인상에서 어린이와 청소년들을 보호하기 위한 정책적 제안을 하면 다음과 같다.

첫째, SNS를 포함한 온라인상에서 어린이와 청소년들을 대상으로 하는 범죄행위에 대한 형사 및 민사상의 처벌 수위를 강화하여 그러한 범죄가 반복해서 나타나지 않도록 해야 한다. 특히 어린이 청소년 대상 성범죄의 경우 절대 다수가 그 피해자의 가족이나 친척 혹은 친지들이기 때문에 범죄가 반복 재발될 가능성이 매우 높은 현실을 감안해야 한다.

둘째, SNS를 포함하여 ISP들에 대한 법적 책임을 강화할 필요가 있다. 과거와는 달리 ISP의 자율성을 최대한 보장하던 미국과 영국에서도 새로운 정보통신환경에 따라 ISP의 책임을 강화하는 추세이다. 따라서 이러한 사업자들의 자율규제를 강조하면서도, 법적인 책임을 강화하는 것이 현실적으로 어린이 청소년의 보호의 효율성을 높이는 길이다.

셋째, SNS 부작용으로 인한 그 피해 어린이 청소년들을 보호하기 위한 교육 및 재활프로그램의

강화가 필요하다. 학교와 사회복지 기관들의 긴밀한 협조로 안전교육은 물론 그 피해 어린이 청소년들이 후유증으로부터 신속히 벗어날 수 있는 사회적 안전장치가 마련되어야 한다.

넷째, 어린이 청소년 대상 성범죄자들의 전자우편 블랙리스트를 작성하여, 이러한 범죄 전과자들의 전자우편 주소와 SNS 계정의 주소를 대조하여 일치할 경우, 그 SNS 계정을 취소하도록 하는 어린이 청소년 보호 관련법을 개정해야 한다. 왜냐하면 이러한 전과자들을 SNS를 통해서 또 다른 피해자를 찾아 나설 가능성이 높기 때문이다.

제 4 장

청소년의 소셜미디어 이용실태 및 영향

1. 조사개요
2. 조사결과
3. 소결

제 4 장

청소년의 소셜미디어 이용실태 및 영향³⁹⁾

1. 설문조사개요⁴⁰⁾

1) 표집과정

본 연구는 전국의 고등학생 및 대학생들을 대상으로 설문조사를 실시하기 위해 층화다단계표집을 이용하여 해당 표본을 추출하였다. 표집틀로는 『2011년 교육통계연보』가 사용되었다. 고등학생의 경우 전국 16개 시도별로 일반계고/전문계고 학생 수를 고려하여 단순비례배분에 의해 지역별로 학교를 표집 하였다. 그 결과 일반계 64개교, 전문계 24개교 등 총 88개의 학교가 추출되었고 2,574명의 표본을 얻을 수 있었다.

표 IV-1 고등학생 표본 추출과정

1. 16개 시도별/교급(일반계/전문계)별 모집단 학생수를 고려하여 조사 대상 학생 수를 결정
2. 단순비례에 의해 지역별로 표본 학교수 할당
3. 표본으로 선정된 학교에서 한 학년, 한 학급을 선정하여 조사하되 선정된 학급에 속한 학생들을 모두 조사

대학생의 경우 전국 16개 시도별로 일반대/전문대 학생 수를 고려하여 모두 76개의 대학을 추출하였다. 전문대의 경우 각 학교당 24명, 일반대의 경우 각 학교당 48명을 성, 학년, 전공을 고려하여 추출하였고 총 2,302명의 대학생이 표집 되었다.

39) 이 장은 이창호 연구위원(한국청소년정책연구원)과 정낙원 교수(서울여대 언론영상학부)가 집필하였음.

40) 본 연구의 설문조사는 본원에서 수행하고 있는 다른 6개의 연구과제들과 함께 한 조사업제를 통해 2012년 6월 한 달 간 실시되었다.

표 IV-2 대학생 표본 추출과정

1. 16개 시도별/교급(일반대/전문대)별 모집단 학생 수를 고려하여 조사 대상 학생 수를 결정
2. 1개 대학 기준 조사 대상 목표 표본 수 결정
 - 성, 학년, 전공계열을 고려하여 1개 학교 당 조사할 학생 수 결정
: 표본 수 2,000명 조사를 위해 전문대 24명, 일반대 48명을 조사 대상으로 함
 - 1개 일반대 : 성(2개) X 학년(4개) X 전공 계열(3개)별로 2명씩 총 48명
 - 1개 전문대 : 성(2개) X 학년(2개) X 전공 계열(3개)별로 2명씩 총 24명
 - 전공 계열은 계열 특성을 고려하여
① 인문/사회/교육 계열, ② 공학/자연/의약 계열, ③ 예체능 계열 의 3가지로 구분함.
3. 조사 대상 학생 수 및 1개 대학 기준 조사 대상 목표 표본수를 고려하여 조사 대상 학교 수를 결정
 - 16개 시도별 일반대 및 전문대 학생 수 비율에 비례하게 일반대 및 전문대 학교 수 결정
 - 16개 시도별 일반대 및 전문대 각각 최소 1개 이상씩 추출되도록 하여 지역별 누락이 없도록 함
4. 16개 시도별 표집 대학 수에 따라서 대학 추출
 - 16개 시도별로 전공계열이 모두 있는 학교 위주로 선발

2) 설문내용

본 연구는 설문조사를 통해 청소년들의 소셜미디어 이용현황 뿐 아니라 미디어이용정도, 일상생활 및 정치에 대한 관심, 사회정치적 참여정도 등을 분석했다.

구체적인 설문조사 내용은 아래 <표 IV-3>과 같다.

표 IV-3 설문조사 내용

주요 측정 범주	측정 문항	참고자료
소셜미디어 이용 현황	- 소셜미디어를 일주일에 어느 정도 이용하는지 질문 - 소셜미디어를 하루에 몇 시간 이용하는지 질문 - 소셜미디어를 통해 친하게 지내는 친구 수 - 소셜미디어를 이용하는 동기 - 소셜미디어가 교량적, 결속적 사회자본을 어느 정도 증진 시키는지 질문 - 소셜미디어를 통해 일어난 변화	교량적 사회자본문항은 심홍진·황유선 (2010), 결속적 사회자본 문항은 김희조 (2010)의 연구를 참조함

주요 측정 범주	측정 문항	참고자료
	(새로운 친구의 만남, 스트레스 해소, 정보획득 등 조사) - 소셜미디어 상에서 경험할 수 있는 일들에 대한 질문 (따돌림, 개인정보유출 등 가해, 피해 경험 유무 조사) - 소셜미디어를 통한 정치사회적 참여 경험 (기부, 서명운동, 투표인증샷 등 참여 여부 조사)	
미디어이용	신문, TV, 라디오, 잡지, 휴대전화, 인터넷의 하루 평균 이용 시간	
친한 친구	평소 오프라인에서 가깝게 지내는 친구 수	
삶의 만족도	현재의 삶에 어느 정도 만족하는 지 조사	
정치, 사회적 문제	- 정치, 사회적 문제에 대한 관심 - 정치, 사회적 문제에 관한 정보획득경로 조사	
선거참여	- 4.11 총선 참여 여부 - 대통령 선거 참여 여부	
정치효능감	- 바람직한 국가정책 및 참신한 선거후보자들이 누구인지에 대한 합리적 판단을 할 수 있는지 질문	
정치지식	- 제1야당의 이름, 막말파문과 논문표절의혹을 받은 4.11 총선 후보자의 이름을 아는지 질문	
‘나는 꼼수다’반응	- ‘나는 꼼수다’ 청취정도 및 정보 신뢰 정도 질문	
탈물질주의가치	- 국가가 장기적으로 추구해야 할 목표를 6가지로 제시함으로써 탈물질주의가치를 측정함	이종원 · 김영인 (2009) 참조
정치사회적 참여정도	- 기부, 봉사, 서명운동, 집회참여, 불매운동 참여 조사	

2. 설문조사결과

1) 청소년의 소셜미디어 이용 현황

본 연구에 참여한 청소년들은 모두 4,876명으로 고등학생이 2,574명이고 대학생이 2,302명이다. 남학생은 전체의 51.2%로 나타났다. 가족유형은 양부모와 함께 사는 경우가 88.0%로 대다수였다. 고등학생의 경우 대도시에 거주하고 있는 비율이 43.3%로 가장 높았다. 대학생들의 경우 전공이 인문 · 사회계열 33.1%, 이공 · 의학계열 34.0%, 예 · 체능 계열 32.9%로 비교적 고르게 분포되었다.

표 IV-4 배경 질문

배경		인원수	퍼센트
교급별	고등학생	2,574명	52.8%
	대학생	2,302명	47.2%
성별	남	2,496명	51.2%
	여	2,380명	48.8%
가족유형	양부모	4,276명	88.0%
	한부모	420명	8.6%
	조손가정	41명	.8%
	기타	122명	2.5%
지역 (고등학생의 경우)	대도시	1,115명	43.3%
	중·소도시	647명	25.1%
	읍·면지역	812명	31.5%
전공 (대학생의 경우)	인문·사회	763명	33.1%
	이공·의학	782명	34.0%
	예·체능	757명	32.9%

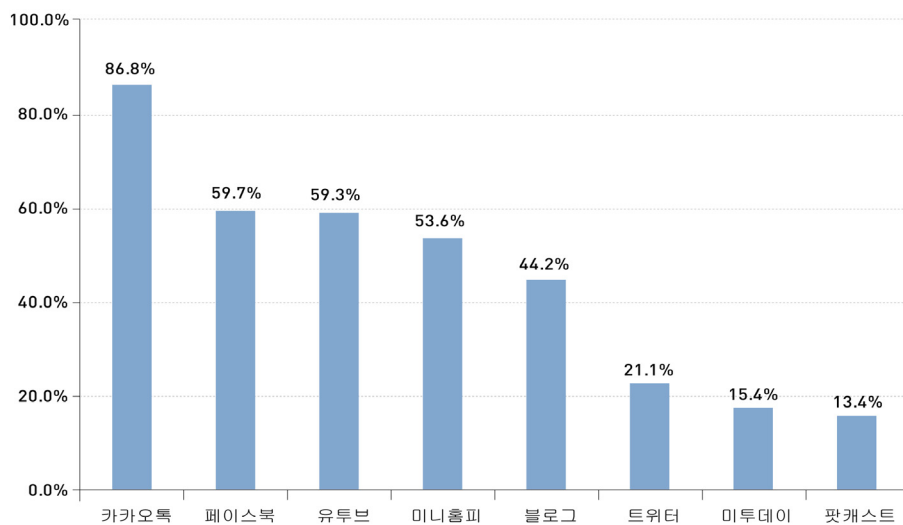
(1) 소셜미디어 이용 시간

청소년들이 일주일에 어느 정도 소셜미디어를 이용하는 지 살펴본 결과, 8가지 소셜미디어 중 카카오톡을 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다(〈표 IV-5〉 참고). 즉 전체 응답자의 75.0%가 거의 매일 카카오톡을 이용하고 있다고 답했다. 특히 대학생들의 경우 거의 모든 학생들이 카카오톡을 이용하고 있을 정도다. 페이스북과 유튜브, 미니홈피, 블로그의 이용도 비교적 높게 나타났다. 페이스북의 경우는 거의 매일 이용한다고 응답한 비율이 전체 응답자의 33.4%에 달해 페이스북이 청소년들 사이에 빠르게 확산됐음을 확인할 수 있다. 하지만 미투데이, 트위터, 팟캐스트의 이용 빈도는 매우 낮은 것으로 조사됐다. 이러한 결과를 종합하면, 청소년들의 경우 카카오톡과 페이스북을 가장 즐겨 이용한다고 볼 수 있다. 하지만 트위터, 팟캐스트 등 비교적 정치적인 성향을 띠고 있는 소셜미디어의 이용률은 매우 낮았다(〈그림 IV-1〉 참고).

표 IV-5 일주일 평균 소셜미디어 이용 횟수

			일주일에 1일 미만 이용 한다	일주일에 1-2일 이용 한다	일주일에 3-4일 이용 한다	일주일에 5일 이상 이용 한다	전혀 이용 하지 않는다	전체
블로그	전체		15.8%	12.7%	8.1%	7.7%	55.8%	100.0%
	교급별	고등 학생	367 14.3%	310 12.1%	179 7.0%	191 7.4%	1,521 59.2%	2,568 100.0%
		대학생	400 17.4%	306 13.3%	213 9.3%	184 8.0%	1,192 51.9%	2,295 100.0%
	성별	남	380 15.3%	331 13.3%	204 8.2%	219 8.8%	1,356 54.5%	2,490 100.0%
		여	387 16.3%	285 12.0%	188 7.9%	156 6.6%	1,357 57.2%	2,373 100.0%
미니 홈피 (싸이월드 등)	전체		20.6%	13.9%	8.2%	10.9%	46.4%	100.0%
	교급별	고등 학생	420 16.3%	317 12.3%	203 7.9%	381 14.8%	1,248 48.6%	2,569 100.0%
		대학생	580 25.3%	359 15.6%	197 8.6%	149 6.5%	1,012 44.1%	2,297 100.0%
	성별	남	463 18.6%	344 13.8%	167 6.7%	212 8.5%	1,307 52.4%	2,493 100.0%
		여	537 22.6%	332 14.0%	233 9.8%	318 13.4%	953 40.2%	2,373 100.0%
미투 데이	전체		9.9%	3.0%	1.5%	.9%	84.6%	100.0%
	교급별	고등 학생	175 6.8%	58 2.3%	19 .7%	18 .7%	2,298 89.5%	2,568 100.0%
		대학생	307 13.4%	89 3.9%	53 2.3%	28 1.2%	1,821 79.2%	2,298 100.0%
	성별	남	259 10.4%	91 3.6%	32 1.3%	28 1.1%	2,084 83.6%	2,494 100.0%
		여	223 9.4%	56 2.4%	40 1.7%	18 .8%	2,035 85.8%	2,372 100.0%
트위터	전체		10.4%	4.6%	2.8%	3.3%	78.9%	100.0%
	교급별	고등 학생	177 6.9%	94 3.7%	44 1.7%	62 2.4%	2,192 85.3%	2,569 100.0%
		대학생	327 14.3%	130 5.7%	91 4.0%	100 4.4%	1,646 71.8%	2,294 100.0%
	성별	남	258 10.4%	120 4.8%	60 2.4%	63 2.5%	1,990 79.9%	2,491 100.0%
		여	246 10.4%	104 4.4%	75 3.2%	99 4.2%	1,848 77.9%	2,372 100.0%

			일주일에 1일 미만 이용 한다	일주일에 1-2일 이용 한다	일주일에 3-4일 이용 한다	일주일에 5일 이상 이용 한다	전혀 이용 하지 않는다	전체
페이스북	전체		9.2%	7.7%	9.4%	33.4%	40.3%	100.0%
	교급별	고등 학생	230 9.0%	190 7.4%	212 8.3%	457 17.8%	1,480 57.6%	2,569 100.0%
		대학생	217 9.5%	183 8.0%	246 10.7%	1,169 51.0%	479 20.9%	2,294 100.0%
	성별	남	252 10.1%	199 8.0%	243 9.8%	724 29.1%	1,072 43.1%	2,490 100.0%
		여	195 8.2%	174 7.3%	215 9.1%	902 38.0%	887 37.4%	2,373 100.0%
팟 캐스트	전체		9.4%	1.9%	1.1%	1.0%	86.6%	100.0%
	교급별	고등 학생	162 6.3%	17 .7%	14 .5%	10 .4%	2,363 92.1%	2,566 100.0%
		대학생	296 12.9%	77 3.4%	40 1.7%	37 1.6%	1,841 80.4%	2,291 100.0%
	성별	남	255 10.2%	56 2.2%	34 1.4%	28 1.1%	2,117 85.0%	2,490 100.0%
		여	203 8.6%	38 1.6%	20 .8%	19 .8%	2,087 88.2%	2,367 100.0%
카카오톡	전체		5.1%	2.8%	4.0%	75.0%	13.2%	100.0%
	교급별	고등 학생	118 4.6%	94 3.7%	136 5.3%	1,667 65.0%	551 21.5%	2,566 100.0%
		대학생	130 5.7%	40 1.7%	58 2.5%	1,979 86.1%	91 4.0%	2,298 100.0%
	성별	남	140 5.6%	71 2.9%	116 4.7%	1,787 71.8%	376 15.1%	2,490 100.0%
		여	108 4.5%	63 2.7%	78 3.3%	1,859 78.3%	266 11.2%	2,374 100.0%
유튜브	전체		18.1%	19.8%	12.2%	9.2%	40.7%	100.0%
	교급별	고등 학생	466 18.2%	503 19.6%	268 10.4%	177 6.9%	1,152 44.9%	2,566 100.0%
		대학생	413 18.0%	459 20.0%	325 14.1%	273 11.9%	830 36.1%	2,300 100.0%
	성별	남	411 16.5%	491 19.7%	299 12.0%	270 10.8%	1,022 41.0%	2,493 100.0%
		여	468 19.7%	471 19.8%	294 12.4%	180 7.6%	960 40.5%	2,373 100.0%



【그림 IV-1】 소셜미디어 이용비율

소셜미디어를 이용한다고 응답한 학생들 중 각 소셜미디어에 대한 하루 평균 이용시간을 알아본 결과, 카카오톡을 제외하고 7가지 소셜미디어에 대한 이용시간이 30분 미만인 경우가 가장 많았다(〈표 IV-6〉 참고). 즉 이용자들은 카카오톡을 가장 열심히 하고 있는 것이다. 카카오톡을 이용하는 전체 응답자의 56.9%가 하루 평균 2시간 이상 카카오톡을 이용한다고 답했고 이 비율은 고등학생(48.0%)보다는 대학생(65.0%)이, 남학생(49.6%)보다는 여학생(64.1%)이 더 높았다.

표 IV-6 하루 평균 소셜미디어 이용시간

			30분 미만	30분 - 59분	1시간 - 1시간 29분	1시간 30분 - 1시간 59분	2시간 이상	전체
블로그	전체		68.0%	17.5%	8.2%	2.5%	3.9%	100.0%
	교급별	고등학생	714 68.5%	191 18.3%	77 7.4%	22 2.1%	38 3.6%	1,042 100.0%
		대학생	746 67.5%	184 16.6%	99 9.0%	32 2.9%	45 4.1%	1,106 100.0%
	성별	남	783 69.0%	208 18.3%	79 7.0%	20 1.8%	44 3.9%	1,134 100.0%
		여	677 66.8%	167 16.5%	97 9.6%	34 3.4%	39 3.8%	1,014 100.0%

			30분 미만	30분 -59분	1시간 -1시간 29분	1시간 30분 -1시간 59분	2시간 이상	전체
미니홈피 (싸이월드 등)	전체		69.6%	17.2%	6.0%	2.4%	4.8%	100.0%
	교급별	고등 학생	870 66.1%	243 18.5%	86 6.5%	40 3.0%	78 5.9%	1,317 100.0%
		대학생	943 73.3%	204 15.9%	70 5.4%	23 1.8%	47 3.7%	1,287 100.0%
	성별	남	870 73.5%	189 16.0%	58 4.9%	14 1.2%	53 4.5%	1,184 100.0%
		여	943 66.4%	258 18.2%	98 6.9%	49 3.5%	72 5.1%	1,420 100.0%
미투데이	전체		81.6%	9.8%	4.3%	1.9%	2.4%	100.0%
	교급별	고등 학생	228 85.1%	23 8.6%	9 3.4%	2 .7%	6 2.2%	268 100.0%
		대학생	380 79.7%	50 10.5%	23 4.8%	12 2.5%	12 2.5%	477 100.0%
	성별	남	330 81.1%	42 10.3%	16 3.9%	8 2.0%	11 2.7%	407 100.0%
		여	278 82.2%	31 9.2%	16 4.7%	6 1.8%	7 2.1%	338 100.0%
트위터	전체		72.6%	13.8%	6.4%	3.0%	4.2%	100.0%
	교급별	고등 학생	289 77.3%	46 12.3%	15 4.0%	9 2.4%	15 4.0%	374 100.0%
		대학생	453 69.9%	95 14.7%	50 7.7%	22 3.4%	28 4.3%	648 100.0%
	성별	남	372 74.7%	68 13.7%	26 5.2%	14 2.8%	18 3.6%	498 100.0%
		여	370 70.6%	73 13.9%	39 7.4%	17 3.2%	25 4.8%	524 100.0%
페이스북	전체		42.8%	24.0%	11.6%	6.1%	15.4%	100.0%
	교급별	고등 학생	623 57.4%	265 24.4%	88 8.1%	43 4.0%	66 6.1%	1,085 100.0%
		대학생	620 34.1%	432 23.8%	250 13.8%	133 7.3%	382 21.0%	1,817 100.0%
	성별	남	639 45.2%	337 23.8%	155 11.0%	76 5.4%	208 14.7%	1,415 100.0%
		여	604 40.6%	360 24.2%	183 12.3%	100 6.7%	240 16.1%	1,487 100.0%

			30분 미만	30분 -59분	1시간 -1시간 29분	1시간 30분 -1시간 59분	2시간 이상	전체
팟캐스트	전체		81.8%	9.6%	4.9%	2.5%	1.2%	100.0%
	교급별	고등 학생	170 85.0%	18 9.0%	7 3.5%	3 1.5%	2 1.0%	200 100.0%
		대학생	361 80.4%	44 9.8%	25 5.6%	13 2.9%	6 1.3%	449 100.0%
	성별	남	301 81.1%	41 11.1%	17 4.6%	8 2.2%	4 1.1%	371 100.0%
		여	230 82.7%	21 7.6%	15 5.4%	8 2.9%	4 1.4%	278 100.0%
카카오톡	전체		11.7%	12.9%	11.0%	7.6%	56.9%	100.0%
	교급별	고등 학생	329 16.4%	331 16.5%	235 11.7%	151 7.5%	964 48.0%	2,010 100.0%
		대학생	166 7.5%	211 9.6%	227 10.3%	168 7.6%	1,432 65.0%	2,204 100.0%
	성별	남	297 14.1%	326 15.5%	267 12.7%	173 8.2%	1,047 49.6%	2,110 100.0%
		여	198 9.4%	216 10.3%	195 9.3%	146 6.9%	1,349 64.1%	2,104 100.0%
유튜브	전체		58.3%	22.6%	9.9%	3.9%	5.4%	100.0%
	교급별	고등 학생	897 63.8%	284 20.2%	125 8.9%	42 3.0%	58 4.1%	1,406 100.0%
		대학생	778 53.0%	366 24.9%	159 10.8%	70 4.8%	96 6.5%	1,469 100.0%
	성별	남	837 57.1%	330 22.5%	157 10.7%	61 4.2%	80 5.5%	1,465 100.0%
		여	838 59.4%	320 22.7%	127 9.0%	51 3.6%	74 5.2%	1,410 100.0%

(2) 소셜미디어 친구 수

소셜미디어를 통해 친하게 지내는 친구수를 알아본 결과, 80명 이상이라고 응답한 경우는 카카오톡 (전체응답자의 64.1%)이 가장 많았다(〈표 IV-7〉 참고). 미니홈피의 경우 절반가량(48.8%)이 80명 이상이라고 답했고 페이스북의 경우에는 절반이 약간 넘는 55.5%가 페이스북을 통해 친하게 지내는 친구수가 80명 이상이라고 응답했다. 하지만 트위터나 미투데이의 경우는 20명 미만이라고 응답한

비율이 가장 높았다. 이러한 결과는 청소년들이 소셜미디어 중 카카오톡이나 페이스북을 통해 많은 친구들과 소통하고 있음을 보여주고 있다.

표 IV-7 소셜미디어 친구 수

			20명 미만	20명 ~39명	40명 ~59명	60명 ~79명	80명 이상	전체
미니 홈피	전체		20.7%	11.2%	10.1%	9.3%	48.8%	100.0%
	교급별	고등 학생	263 19.9%	172 13.0%	149 11.3%	138 10.4%	600 45.4%	1,322 100.0%
		대학생	277 21.5%	119 9.2%	114 8.9%	104 8.1%	673 52.3%	1,287 100.0%
	성별	남	252 21.2%	121 10.2%	104 8.8%	94 7.9%	615 51.9%	1,186 100.0%
		여	288 20.2%	170 11.9%	159 11.2%	148 10.4%	658 46.2%	1,423 100.0%
미투 데이	전체		67.3%	9.6%	7.6%	4.0%	11.4%	100.0%
	교급별	고등 학생	192 71.1%	26 9.6%	18 6.7%	9 3.3%	25 9.3%	270 100.0%
		대학생	311 65.2%	46 9.6%	39 8.2%	21 4.4%	60 12.6%	477 100.0%
	성별	남	265 65.0%	45 11.0%	26 6.4%	14 3.4%	58 14.2%	408 100.0%
		여	238 70.2%	27 8.0%	31 9.1%	16 4.7%	27 8.0%	339 100.0%
트위터	전체		59.9%	13.4%	8.6%	3.9%	14.2%	100.0%
	교급별	고등 학생	257 68.2%	53 14.1%	21 5.6%	7 1.9%	39 10.3%	377 100.0%
		대학생	358 55.2%	84 12.9%	67 10.3%	33 5.1%	107 16.5%	649 100.0%
	성별	남	285 56.9%	72 14.4%	39 7.8%	19 3.8%	86 17.2%	501 100.0%
		여	330 62.9%	65 12.4%	49 9.3%	21 4.0%	60 11.4%	525 100.0%
페이스북	전체		15.9%	11.0%	9.6%	8.0%	55.5%	100.0%
	교급별	고등 학생	255 23.4%	155 14.2%	126 11.6%	107 9.8%	446 41.0%	1,089 100.0%
		대학생	208 11.4%	165 9.1%	152 8.4%	126 6.9%	1,167 64.2%	1,818 100.0%

			20명 미만	20명 ~ 39명	40명 ~ 59명	60명 ~ 79명	80명 이상	전체
	성별	남	225 15.8%	139 9.8%	139 9.8%	115 8.1%	804 56.5%	1,422 100.0%
		여	238 16.0%	181 12.2%	139 9.4%	118 7.9%	809 54.5%	1,485 100.0%
카카오톡	전체		10.9%	8.0%	8.9%	8.1%	64.1%	100.0%
	교급별	고등 학생	291 14.4%	208 10.3%	216 10.7%	202 10.0%	1,099 54.5%	2,016 100.0%
		대학생	170 7.7%	130 5.9%	159 7.2%	139 6.3%	1,606 72.9%	2,204 100.0%
	성별	남	207 9.8%	163 7.7%	184 8.7%	177 8.4%	1,382 65.4%	2,113 100.0%
		여	254 12.1%	175 8.3%	191 9.1%	164 7.8%	1,323 62.8%	2,107 100.0%

(3) 소셜미디어 친구들의 정치적, 사회적 인식

소셜미디어를 통해 교류하는 또래 친구들의 정치, 사회에 대한 인식정도를 알아본 결과, 전체적으로 낮은 것으로 조사됐다. 즉 청소년들은 소셜미디어를 통해 만나는 친구들의 정치적, 사회적 관심과 지식, 참여정도가 낮은 것으로 평가했다. 특히 10명 중 7명은 소셜미디어를 통해 만나는 친구들의 정치적, 사회적 참여정도는 낮은 것으로 응답했다.

표 IV-8 또래 친구들의 정치적, 사회적 인식 정도

			①매우 낮다	②낮다	③높다	④매우 높다	전체
정치적, 사회적 관심 정도	전체		16.6%	47.7%	32.0%	3.6%	100.0%
	교급별	고등 학생	448 18.4%	1,126 46.2%	774 31.7%	91 3.7%	2,439 100.0%
		대학생	338 14.8%	1,131 49.4%	741 32.4%	80 3.5%	2,290 100.0%
	성별	남	475 19.9%	1,121 46.9%	701 29.3%	95 4.0%	2,392 100.0%
		여	311 13.3%	1,136 48.6%	814 34.8%	76 3.3%	2,337 100.0%

			①매우 낮다	②낮다	③높다	④매우 높다	전체
정치적, 사회적 지식	전체		15.1%	53.9%	28.7%	2.3%	100.0%
	교급별	고등 학생	408 16.7%	1,289 52.9%	682 28.0%	59 2.4%	2,438 100.0%
		대학생	304 13.3%	1,260 55.0%	677 29.6%	48 2.1%	2,289 100.0%
	성별	남	432 18.1%	1,189 49.7%	697 29.1%	74 3.1%	2,392 100.0%
		여	280 12.0%	1,360 58.2%	662 28.4%	33 1.4%	2,335 100.0%
정치적, 사회적 참여 정도	전체		21.2%	53.8%	22.1%	2.9%	100.0%
	교급별	고등 학생	595 24.4%	1,294 53.1%	469 19.2%	81 3.3%	2,439 100.0%
		대학생	408 17.8%	1,249 54.5%	575 25.1%	58 2.5%	2,290 100.0%
	성별	남	595 24.9%	1,213 50.7%	510 21.3%	74 3.1%	2,392 100.0%
		여	408 17.5%	1,330 56.9%	534 22.8%	65 2.8%	2,337 100.0%

(4) 소셜미디어 이용동기

소셜미디어를 이용하는 동기를 살펴본 결과, 아는 사람들과 쉽게 연락을 주고 받을 수 있어서, 재미있고 즐거워서, 친구들과의 추억을 나눌 수 있어서가 주요한 요인으로 나타났다. 반면, 유명인들과 쉽게 교류하거나 전문적인 지식을 가진 사람을 찾기 위해 소셜미디어를 이용하는 비율은 낮았다. 외국에 있는 친구들과 연락을 주고 받기 위해 소셜미디어를 이용하는 경우도 드문 것으로 드러났다.

특히 대학생들의 경우 고등학생보다 전문적인 지식을 가진 사람을 찾거나 새로운 사람을 만나고 사귀기 위해 소셜미디어를 이용하는 경향이 강했다. 여학생들의 경우 남학생보다 친구들과 추억을 나누거나 재미있고 즐거워서 소셜미디어를 이용하는 목적이 많았다.

이러한 결과는 청소년들이 소셜미디어를 통해 새로운 사람을 만나거나 유명인과 교류할 목적보다는 친구들과 연락하거나 즐거워서 이를 이용하고 있음을 잘 보여주고 있다.

표 IV-9 소셜미디어를 이용하는 동기

	합계	교급별		성별	
		고등학생	대학생	남	여
1) 나 자신을 드러내고 표현할 수 있어 이용한다.	2.53 (.807)	2.39 (.838)	2.68 (.745)	2.47 (.843)	2.60 (.763)
2) 나에게 필요한 정보를 얻을 수 있어 이용한다.	2.85 (.732)	2.87 (.777)	2.83 (.681)	2.79 (.787)	2.91 (.666)
3) 아는 사람들과 쉽게 연락을 주고받을 수 있어 소셜미디어를 이용한다.	3.27 (.765)	3.25 (.823)	3.29 (.697)	3.18 (.814)	3.37 (.698)
4) 새로운 사람을 만나고 사귄다 수 있어 이용한다.	2.29 (.864)	2.19 (.865)	2.40 (.850)	2.32 (.884)	2.26 (.843)
5) 전문적인 지식을 가진 사람을 찾을 수 있어 소셜미디어를 이용한다.	2.17 (.837)	2.07 (.849)	2.28 (.809)	2.16 (.871)	2.18 (.800)
6) 유명인들과 쉽게 교류할 수 있어 이용한다.	1.93 (.830)	1.83 (.816)	2.03 (.832)	1.86 (.827)	2.00 (.827)
7) 재미있고 즐거워서 이용한다.	3.12 (.728)	3.13 (.749)	3.12 (.705)	3.04 (.783)	3.21 (.655)
8) 친구들과의 추억을 나눌 수 있어 이용한다.	3.09 (.772)	3.03 (.821)	3.16 (.710)	2.98 (.813)	3.21 (.709)
9) 학습자료를 공유하기 위해 이용한다.	2.34 (.829)	2.20 (.832)	2.49 (.801)	2.28 (.861)	2.39 (.792)
10) 주위 사람들이 사용하니까 이용한다.	2.72 (.812)	2.59 (.848)	2.85 (.747)	2.66 (.867)	2.78 (.746)
11) 외국에 있는 친구들과 연락을 주고 받기위해 소셜미디어를 이용한다.	1.99 (.945)	1.79 (.893)	2.20 (.953)	1.93 (.949)	2.06 (.937)

* 전혀그렇지 않다(1점)~매우 그렇다(4점)

소셜미디어 이용동기에 대한 요인분석결과, 모두 두 개의 요인으로 나타났다⁴¹⁾.

첫 번째 요인은 정보/교류의 목적으로 소셜미디어를 이용하는 것으로 모두 6문항이 이에 해당된다. 이 요인은 전체의 33.26%를 설명해주고 있으며 크론바하 알파값은 .738로 높게 나타났다. 두 번째 요인은 즐거움/추억 요인으로 즐겁고 재미있으며 추억을 나누기 위해 소셜미디어를 이용하는 것으로 모두 4문항이 이에 해당된다. 이 요인은 전체의 16.69%를 설명해주고 있다. 크론바하 알파값은 .723으로 나타났다.

41) '나자신을 드러내고 표현할 수 있어 이용한다'는 문항 5번의 2, 4, 5, 6, 9, 11번과 함께 한 요인으로 묶였으나 다른 문항과의 관련성이 떨어진다고 판단해 제외하고 분석을 실시하였다.

표 IV-10 소셜미디어 이용동기에 대한 요인 분석

요인	소셜미디어 이용동기에 대한 문항	요인1	요인2	설명변량
정보/교류	2) 나에게 필요한 정보를 얻을 수 있어 이용한다.	.433		33.26
	4) 새로운 사람을 만나고 사귄 수 있어 이용한다.	.656		
	5) 전문적인 지식을 가진 사람을 찾을 수 있어 소셜미디어를 이용한다.	.809		
	6) 유명인들과 쉽게 교류할 수 있어 이용한다.	.762		
	9) 학습 자료를 공유하기 위해 이용한다.	.540		
	11) 외국에 있는 친구들과 연락을 주고 받기위해 소셜미디어를 이용한다.	.596		
즐거움/추억	3) 아는 사람들과 쉽게 연락을 주고받을 수 있어 소셜미디어를 이용한다.		.780	16.69
	7) 재미있고 즐거워서 이용한다.		.773	
	8) 친구들과의 추억을 나눌 수 있어 이용한다.		.815	
	10) 주위 사람들이 사용하니까 이용한다.		.514	

* 주성분분석과 베리맥스회전방법 사용

* 전혀그렇지 않다(1점)~매우 그렇다(4점)

(5) 소셜미디어를 통한 사회자본증진

기존 연구를 바탕으로 소셜미디어를 통한 사회자본증진은 크게 교량적 사회자본과 결속적 사회자본으로 구분하였다. 요인분석결과도 두 가지 요인으로 나타나 교량적, 결속적 사회자본을 구성하는 문항들의 타당성을 확인할 수 있었다.

표 IV-11 사회자본에 대한 요인 분석

요인	사회자본에 대한 인식 문항	요인1	요인2	설명변량
교량적 사회자본	1) 소셜미디어를 통해 다양한 정보와 의견을 교환하고 있다.	.530		48.0%
	2) 소셜미디어를 통해 사회문제에 관한 다양한 해석과 설명을 접할 수 있다.	.807		
	3) 소셜미디어를 통해 우리사회의 중요한 문제가 무엇인지 알 수 있다.	.841		
	4) 소셜미디어를 통해 사회문제에 관심을 갖게 된다.	.823		
	5) 소셜미디어를 통해 다른 문화를 접할 수 있다.	.735		
	6) 소셜미디어를 통해 전문적인 지식과 정보를 얻을 수 있다.	.747		
결속적 사회자본	7) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내 문제를 해결하는 데 도움을 줄 것이라고 신뢰하는 사람이 있다.		.795	18.6%
	8) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 중요한 결정을 할 때 조언을 구할 수 있는 사람이 있다.		.853	
	9) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 외로움을 느낄 때 얘기할 수 있는 사람이 있다.		.864	
	10) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 사적인 문제에 관해 얘기하는 것이 편하게 느껴지는 사람이 있다.		.839	

* 주성분분석과 베리맥스회전방법사용

* 전혀 그렇지 않다(1점)~매우 그렇다(4점)

소셜미디어를 통해 사회자본이 어느 정도 증진되는지를 알아본 결과, 청소년들은 소셜미디어를 통해 다양한 정보와 의견을 교환하고 있다는 데 가장 많이 동의했으며 소셜미디어를 통해 다른 문화를 접할 수 있다는 데도 긍정적이었다. 또한 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 외로움을 느낄 때 얘기할 수 있는 사람이 있다는 데도 많은 응답자들이 동의했다. 하지만 소셜미디어를 통해 우리사회의 중요한 문제가 무엇인지 알게 되고 사회문제에 관심을 갖게 된다고 인식한 응답자들은 비교적 낮게 나타났다. 전반적으로 청소년들의 교량적, 결속적 사회자본은 평균 이상으로 비교적 높게 나타났다.

표 IV-12 사회자본에 대한 인식

	합계	교급별		성별	
		고등학생	대학생	남	여
1) 소셜미디어를 통해 다양한 정보와 의견을 교환하고 있다.	2.78 (.725)	2.75 (.777)	2.81 (.665)	2.71 (.787)	2.86 (.648)
2) 소셜미디어를 통해 사회문제에 관한 다양한 해석과 설명을 접할 수 있다.	2.45 (.793)	2.35 (.835)	2.56 (.732)	2.38 (.827)	2.53 (.750)
3) 소셜미디어를 통해 우리사회의 중요한 문제가 무엇인 지 알 수 있다.	2.49 (.784)	2.43 (.830)	2.56 (.727)	2.41 (.828)	2.58 (.726)
4) 소셜미디어를 통해 사회문제에 관심을 갖게 된다.	2.48 (.793)	2.39 (.824)	2.57 (.746)	2.38 (.836)	2.57 (.733)
5) 소셜미디어를 통해 다른 문화를 접할 수 있다.	2.67 (.782)	2.63 (.826)	2.72 (.728)	2.60 (.826)	2.75 (.726)
6) 소셜미디어를 통해 전문적인 지식과 정보를 얻을 수 있다.	2.52 (.785)	2.48 (.812)	2.57 (.753)	2.49 (.830)	2.56 (.734)
7) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내 문제를 해결하는 데 도움을 줄 것이라고 신뢰하는 사람이 있다.	2.51 (.823)	2.46 (.872)	2.56 (.764)	2.49 (.845)	2.52 (.799)
8) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 중요한 결정을 할 때 조언을 구할 수 있는 사람이 있다.	2.61 (.832)	2.57 (.874)	2.65 (.783)	2.57 (.867)	2.64 (.794)
9) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 외로움을 느낄 때 얘기할 수 있는 사람이 있다.	2.71 (.834)	2.66 (.884)	2.76 (.774)	2.66 (.856)	2.75 (.809)
10) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 사적인 문제에 관해 얘기하는 것이 편하게 느껴지는 사람이 있다.	2.62 (.874)	2.58 (.925)	2.66 (.813)	2.59 (.898)	2.65 (.847)

교량적/결속적 사회자본에 대한 집단별 평균비교를 한 결과, 대학생의 사회자본이 고등학생에 비해 비교적 높게 나타났다. 이러한 교급별 차이는 통계적으로 유의미하였다 (교량적 사회자본 $F=50.47$, $p<.001$ 결속적 사회자본 $F=18.65$, $p<.001$). 성별로 비교해보면, 남학생보다는 여학생의 사회자본이 비교적 높게 나타났다. 이러한 성별 차이는 통계적으로 유의미하였다 (교량적 사회자본 $F=70.39$, $p<.001$ 결속적 사회자본 $F=9.03$, $p<.01$).

표 IV-13 집단별 사회자본 비교

	합계	교급별		성별	
		고등학생	대학생	남	여
교량적 사회자본	15.40 (3.63)	15.04 (3.90)	15.79 (3.27)	14.97 (3.89)	15.84 (3.28)
결속적 사회자본	10.44 (2.89)	10.27 (3.14)	10.63 (2.58)	10.32 (2.97)	10.57 (2.79)

* 교량적 사회자본과 결속적 사회자본 척도는 각 척도를 구성하는 문항의 값을 합쳐 구성함

* ()은 표준편차임

(6) 소셜미디어를 통해 일어난 변화

소셜미디어를 통해 일어난 변화 중 주목할 것은 정치, 사회적 관심이 늘었다고 답한 사람의 비율(37.1%)이 그다지 높지 않다는 것이다. 또한 선생님(대학생의 경우 교수님)과 더 가까워졌다고 답한 비율(21.1%)도 매우 적었다. 반면, 소셜미디어를 통해 기존에 알던 친구들과 더 친해지고(76.9%) 관심 있는 정보를 많이 얻게 되었다(66.1%)고 응답한 비율은 높았다. 또한 소셜미디어를 통해 일상의 스트레스를 해소하게 되었다고 답한 비율(65.1%)도 높게 나타났다.

이 같은 사실은 소셜미디어가 정치, 사회적 관심을 높이는 데 기여하기 보다는 정보획득과 인맥을 강화하는 데 이바지 하고 있음을 암시해주고 있다. 또한 소셜미디어가 청소년들의 일상의 스트레스를 해소하는 데 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있다.

표 IV-14 소셜미디어를 통해 일어난 변화

			①전혀 그렇지 않다	②그렇지 않다	③그렇다	④매우 그렇다	전체
1) 정치, 사회적 관심이 늘었다.	전체		18.7%	44.2%	34.2%	2.9%	100.0%
	교급별	고등 학생	573 23.5%	1041 42.6%	749 30.7%	78 3.2%	2441 100.0%
		대학생	313 13.7%	1051 45.9%	866 37.8%	58 2.5%	2288 100.0%
	성별	남	544 22.7%	1026 42.9%	749 31.3%	73 3.1%	2392 100.0%
		여					

			①전혀 그렇지 않다	②그렇지 않다	③그렇다	④매우 그렇다	전체
		여	342 14.6%	1066 45.6%	866 37.1%	63 2.7%	2337 100.0%
2) 기존에 알던 친구들과 더 친해졌다.	전체		6.2%	16.9%	60.0%	16.9%	100.0%
	교급별	고등 학생	202 8.3%	362 14.8%	1434 58.7%	443 18.1%	2441 100.0%
		대학생	92 4.0%	437 19.1%	1404 61.4%	355 15.5%	2288 100.0%
	성별	남	199 8.3%	428 17.9%	1384 57.8%	382 16.0%	2393 100.0%
		여	95 4.1%	371 15.9%	1454 62.2%	416 17.8%	2336 100.0%
3) 새로운 친구를 많이 사귀게 되었다.	전체		10.9%	33.2%	45.9%	10.1%	100.0%
	교급별	고등 학생	315 12.9%	801 32.8%	1077 44.1%	247 10.1%	2440 100.0%
		대학생	199 8.7%	768 33.6%	1091 47.7%	228 10.0%	2286 100.0%
	성별	남	302 12.6%	722 30.2%	1105 46.2%	262 11.0%	2391 100.0%
		여	212 9.1%	847 36.3%	1063 45.5%	213 9.1%	2335 100.0%
4) 선생님(교수님)과 더 가까워졌다.	전체		28.3%	50.6%	18.5%	2.6%	100.0%
	교급별	고등 학생	819 33.6%	1253 51.4%	326 13.4%	42 1.7%	2440 100.0%
		대학생	521 22.8%	1139 49.8%	547 23.9%	81 3.5%	2288 100.0%
	성별	남	745 31.1%	1129 47.2%	442 18.5%	76 3.2%	2392 100.0%
		여	595 25.5%	1263 54.1%	431 18.5%	47 2.0%	2336 100.0%
5) 내가 관심 있는 정보를 많이 얻게 되었다.	전체		9.5%	24.5%	54.8%	11.3%	100.0%
	교급별	고등 학생	273 11.2%	579 23.7%	1262 51.7%	326 13.4%	2440 100.0%
		대학생	176 7.7%	577 25.2%	1328 58.0%	207 9.0%	2288 100.0%
	성별	남	298 12.5%	592 24.7%	1236 51.7%	267 11.2%	2393 100.0%
		여	151 6.5%	564 24.2%	1354 58.0%	266 11.4%	2335 100.0%

			①전혀 그렇지 않다	②그렇지 않다	③그렇다	④매우 그렇다	전체
6) 일상의 스트레스를 해소하게 되었다.	전체		9.9%	25.0%	52.7%	12.4%	100.0%
	교급별	고등 학생	281 11.5%	578 23.7%	1250 51.2%	332 13.6%	2441 100.0%
		대학생	187 8.2%	605 26.4%	1241 54.2%	256 11.2%	2289 100.0%
	성별	남	308 12.9%	619 25.9%	1185 49.5%	281 11.7%	2393 100.0%
		여	160 6.8%	564 24.1%	1306 55.9%	307 13.1%	2337 100.0%

(7) 소셜미디어를 통한 가해/피해 경험

소셜미디어를 통해 지난 1년간 경험한 일을 묻은 결과, 사이버불링의 경우 피해경험보다 가해경험이 더 많은 것으로 나타났다(〈표 IV-15〉 참고). 또한 학생 10명 중 2명은 소셜미디어를 통해 선생님(교수님)의 험담을 해 본 적이 있다고 답했고 이러한 비율은 고등학생의 경우가 대학생보다 훨씬 높게 나타났다. 소셜미디어를 너무 과도하게 사용해서 부모님에게 혼난 적이 있다고 응답한 비율은 전체의 20.8%였고 대학생보다는 고등학생의 비율이 배 가량 높았다. 소셜미디어 때문에 공부를 소홀히 한 적이 있다고 답한 응답자는 절반에 약간 못미치는 45.0%였다. 대학생보다는 고등학생이, 남학생보다는 여학생이 소셜미디어이용에 집착한 나머지 공부를 소홀히 하는 것으로 나타났다.

표 IV-15 최근 1년간 소셜미디어 상에서 경험한 일

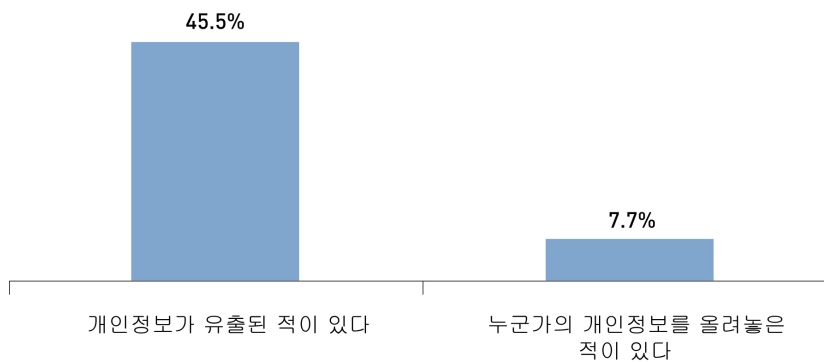
			없다	있다	전체
1) 소셜미디어 상에서 나의 개인정보(연락처, 다니는 학교 등)가 유출된 적이 있다.	전체		54.3%	45.7%	100.0%
	교급별	고등 학생	1473 60.3%	969 39.7%	2442 100.0%
		대학생	1098 47.9%	1193 52.1%	2291 100.0%
	성별	남	1408 58.8%	985 41.2%	2393 100.0%
		여	1163 49.7%	1177 50.3%	2340 100.0%
	전체		75.1%	24.9%	100.0%

			없다	있다	전체
2) 소셜미디어 상에서 누군가로부터 나에게 대한 욕설을 들은 적이 있다.	교급별	고등학생	1763 72.2%	679 27.8%	2442 100.0%
		대학생	1789 78.1%	501 21.9%	2290 100.0%
	성별	남	1679 70.2%	714 29.8%	2393 100.0%
		여	1873 80.1%	466 19.9%	2339 100.0%
3) 소셜미디어 상에서 나를 놀리는 글을 본 적이 있다.	전체		81.9%	18.1%	100.0%
	교급별	고등학생	2053 84.1%	388 15.9%	2441 100.0%
		대학생	1824 79.7%	466 20.3%	2290 100.0%
	성별	남	1854 77.5%	538 22.5%	2392 100.0%
		여	2023 86.5%	316 13.5%	2339 100.0%
4) 소셜미디어 상에서 누군가로부터 따돌림을 당한 적이 있다.	전체		96.2%	3.8%	100.0%
	교급별	고등학생	2381 97.5%	61 2.5%	2442 100.0%
		대학생	2169 94.7%	121 5.3%	2290 100.0%
	성별	남	2289 95.7%	103 4.3%	2392 100.0%
		여	2261 96.6%	79 3.4%	2340 100.0%
5) 소셜미디어 상에서 확인되지 않은 글(괴담, 소문 등)을 본 적이 있다.	전체		45.5%	54.5%	100.0%
	교급별	고등학생	1064 43.6%	1377 56.4%	2441 100.0%
		대학생	1087 47.5%	1203 52.5%	2290 100.0%
	성별	남	1201 50.2%	1190 49.8%	2391 100.0%
		여	950 40.6%	1390 59.4%	2340 100.0%
6) 소셜미디어를 통해 누군가를 따돌린 적이 있다.	전체		93.2%	6.8%	100.0%
	교급별	고등학생	2287 93.7%	155 6.3%	2442 100.0%
		대학생	2122 92.7%	168 7.3%	2290 100.0%
	성별	남	2188 91.4%	205 8.6%	2393 100.0%
		여	2221 95.0%	118 5.0%	2339 100.0%

			없다	있다	전체
7) 소셜미디어를 통해 허락 없이 누군가의 개인정보를 올려놓은 적이 있다.	전체		92.3%	7.7%	100.0%
	교급별	고등 학생	2298 94.1%	143 5.9%	2441 100.0%
		대학생	2069 90.3%	222 9.7%	2291 100.0%
	성별	남	2173 90.8%	220 9.2%	2393 100.0%
		여	2194 93.8%	145 6.2%	2339 100.0%
8) 소셜미디어를 통해 누군가에 대해 욕을 한 적이 있다.	전체		71.0%	29.0%	100.0%
	교급별	고등 학생	1574 64.5%	867 35.5%	2441 100.0%
		대학생	1786 78.0%	504 22.0%	2290 100.0%
	성별	남	1658 69.3%	734 30.7%	2392 100.0%
		여	1702 72.8%	637 27.2%	2339 100.0%
9) 소셜미디어를 통해 누군가를 놀린 적이 있다.	전체		72.8%	27.2%	100.0%
	교급별	고등 학생	1750 71.7%	691 28.3%	2441 100.0%
		대학생	1693 73.9%	597 26.1%	2290 100.0%
	성별	남	1633 68.3%	759 31.7%	2392 100.0%
		여	1810 77.4%	529 22.6%	2339 100.0%
10) 소셜미디어를 통해 확인되지 않은 글(괴담, 소문 등)을 올려놓은 적이 있다.	전체		93.5%	6.5%	100.0%
	교급별	고등 학생	2314 94.8%	128 5.2%	2442 100.0%
		대학생	2112 92.2%	179 7.8%	2291 100.0%
	성별	남	2196 91.8%	197 8.2%	2393 100.0%
		여	2230 95.3%	110 4.7%	2340 100.0%
11) 소셜미디어를 통해 선생님(혹은 교수님)의 험담을 해본 적이 있다.	전체		80.4%	19.6%	100.0%
	교급별	고등 학생	1870 76.6%	571 23.4%	2441 100.0%
		대학생	1933 84.4%	357 15.6%	2290 100.0%
	성별	남	1984 82.9%	408 17.1%	2392 100.0%
		여	1819 77.8%	520 22.2%	2339 100.0%

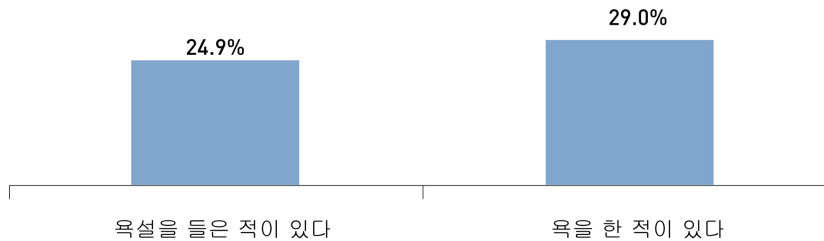
			없다	있다	전체
12) 소셜미디어를 너무 과도하게 사용해서 부모님에게 혼난 적이 있다.	전체		79.2%	20.8%	100.0%
	교급별	고등학생	1767 72.4%	675 27.6%	2442 100.0%
		대학생	1979 86.4%	311 13.6%	2290 100.0%
	성별	남	1976 82.6%	416 17.4%	2392 100.0%
		여	1770 75.6%	570 24.4%	2340 100.0%
13) 소셜미디어 때문에 공부를 소홀히 한 적이 있다.	전체		55.0%	45.0%	100.0%
	교급별	고등학생	1215 49.8%	1227 50.2%	2442 100.0%
		대학생	1387 60.6%	900 39.4%	2287 100.0%
	성별	남	1483 62.0%	908 38.0%	2391 100.0%
		여	1119 47.9%	1219 52.1%	2338 100.0%

이번 조사에서 특히 흥미로운 것은 소셜미디어 상에서 자신의 개인정보가 유출된 적이 있다고 답한 비율이 거의 절반(45.7%)에 육박해 개인정보유출이 매우 심각한 것으로 드러났다는 것이다(그림 IV-2] 참조). 하지만 누군가의 개인정보를 올려 놓은 적이 있다고 응답한 비율은 7.7%에 그쳤다.



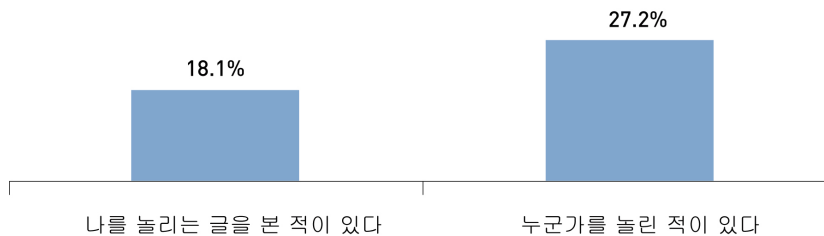
【그림 IV-2】 소셜미디어 상에서의 개인정보유출 피해/가해 경험

사이버불링실태를 구체적으로 살펴보면, 소셜미디어 상에서 누군가에게 욕한 적이 있다고 답한 비율은 전체의 29.0%였고 누군가로부터 욕설을 들은 적이 있다고 답한 학생은 전체의 24.9%였다([그림 IV-3]).



【그림 IV-3】 소셜미디어 상에서의 욕설 피해/가해 경험

자신을 놀리는 글을 본 적이 있다고 답한 학생은 18.1%였으나 누군가를 놀린 적이 있다고 답한 비율은 27.2%에 달했다([그림 IV-4]).



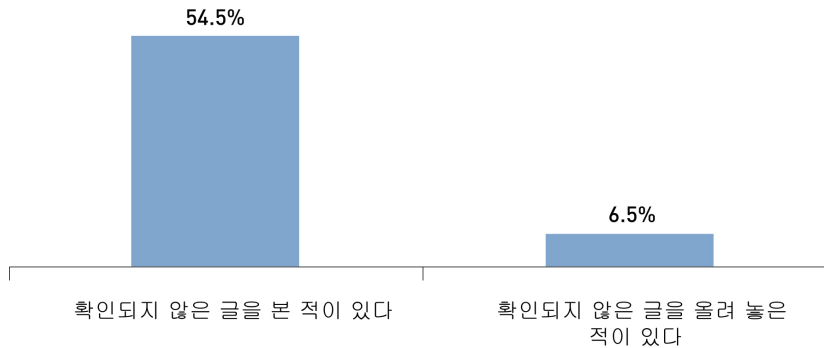
【그림 IV-4】 소셜미디어 상에서의 놀림 피해/가해 경험

전체 응답자의 3.8%가 소셜미디어 상에서 누군가로부터 따돌림을 당한 적이 있다고 답한 반면, 누군가를 따돌린 적이 있다고 응답한 비율은 전체의 6.8%로 두 배 가량 높았다([그림 IV-5]).



【그림 IV-5】 소셜미디어 상에서의 따돌림 피해/가해 경험

한편, 소셜미디어 상에서 확인되지 않은 괴담이나 소문 등을 본 적이 있다고 답한 비율도 반 이상(54.5%)이어서 근거 없는 소문이나 괴담이 소셜미디어 상에서 많이 퍼져 있음을 유추해 볼 수 있다([그림 IV-6]).



【그림 IV-6】 소셜미디어 상에서의 미확인 글 읽기/게시 경험

이처럼 본 연구결과, 소셜미디어를 통한 개인정보유출과 학업소홀, 욕설 등이 청소년들 사이에서 심각한 문제로 나타났다. 대체로 대학생보다는 고등학생들 사이에서 이런 문제들이 빈번히 발생하는 것으로 나타나 고등학생들을 대상으로 한 미디어교육이 한층 강화돼야 할 것으로 보인다.

(8) 사회, 정치적 참여

가) 소셜미디어를 통한 사회, 정치적 참여

소셜미디어를 통한 사회, 정치적 참여 여부를 살펴본 결과, 전반적으로 참여 수준은 낮은 것으로 나왔다. 그나마 소셜미디어를 통해 서명운동에 참여해본 적이 있다고 응답한 비율(전체의 36.1%)이 가장 높았으며 소셜미디어를 통해 정치적 이슈에 대한 의견표명을 한 적이 있는 비율은 15.5%에 불과했다. 소셜미디어를 통해 기부에 참여한 적이 있다고 답한 비율은 전체의 16.6% 였고 고등학생이 대학생보다, 남학생보다는 여학생의 참여가 더 높았다.

			없다	있다	전체
1) 소셜미디어를 통해 기부를 한 적이 있다.	전체		83.4%	16.6%	100.0%
	교급별	고등 학생	1971 80.8%	469 19.2%	2440 100.0%
		대학생	1973 86.1%	318 13.9%	2291 100.0%
	성별	남	2033 85.0%	359 15.0%	2392 100.0%
		여	1911 81.7%	428 18.3%	2339 100.0%
2) 소셜미디어를 통해 서명운동에 참여한 적이 있다.	전체		63.9%	36.1%	100.0%
	교급별	고등 학생	1546 63.4%	893 36.6%	2439 100.0%
		대학생	1475 64.4%	816 35.6%	2291 100.0%
	성별	남	1658 69.3%	733 30.7%	2391 100.0%
		여	1363 58.3%	976 41.7%	2339 100.0%
3) 소셜미디어를 통해 자원봉사에 참여한 적이 있다.	전체		90.8%	9.2%	100.0%
	교급별	고등 학생	2240 91.9%	198 8.1%	2438 100.0%
		대학생	2052 89.6%	239 10.4%	2291 100.0%
	성별	남	2206 92.3%	185 7.7%	2391 100.0%
		여	2086 89.2%	252 10.8%	2338 100.0%
4) 소셜미디어를 통해 투표 인증샷을 올린 적이 있다.	전체		92.4%	7.6%	100.0%
	교급별	고등 학생	2365 97.0%	73 3.0%	2438 100.0%
		대학생	2006 87.6%	285 12.4%	2291 100.0%
	성별	남	2225 93.1%	166 6.9%	2391 100.0%
		여	2146 91.8%	192 8.2%	2338 100.0%
5) 소셜미디어를 통해 정치적 이슈에 대한 의견표명을 한 적이 있다.	전체		84.5%	15.5%	100.0%
	교급별	고등 학생	2098 85.9%	343 14.1%	2441 100.0%

			없다	있다	전체
		대학생	1901 83.0%	390 17.0%	2291 100.0%
		남	2015 84.2%	377 15.8%	2392 100.0%
	성별	여	1984 84.8%	356 15.2%	2340 100.0%

나) 오프라인 사회, 정치적 참여

최근 1년간 정치, 사회적 참여를 알아본 결과, 기부나 봉사활동, 서명운동에 참여한 비율은 높게 나타났으나 정치적 집회에 참여하거나 특정제품 불매운동에 참여한 적이 있는 청소년은 10%도 채 안됐다. 흥미로운 것은 고등학생이 대학생보다 더 많이 기부에 참여했다는 것이다. 이러한 결과는 청소년들의 사회참여는 높으나 정치적 참여는 매우 낮다는 것을 보여주고 있다.

표 IV-17 최근 1년간 정치, 사회적 참여

			없다	있다	전체
1) 기부를 한 적이 있다.	전체		52.9%	47.1%	100.0%
	교급별	고등 학생	1,262 49.1%	1,310 50.9%	2,572 100.0%
		대학생	1,315 57.2%	985 42.8%	2,300 100.0%
	성별	남	1,363 54.7%	1,131 45.3%	2,494 100.0%
		여	1,214 51.1%	1,164 48.9%	2,378 100.0%
2) 봉사활동을 한 적이 있다.	전체		32.7%	67.3%	100.0%
	교급별	고등 학생	630 24.5%	1,942 75.5%	2,572 100.0%
		대학생	965 42.0%	1,334 58.0%	2,299 100.0%
	성별	남	837 33.6%	1,656 66.4%	2,493 100.0%
		여	758 31.9%	1,620 68.1%	2,378 100.0%
3) 서명운동에 참여한 적이 있다.	전체		42.4%	57.6%	100.0%

			없다	있다	전체
	교급별	고등 학생	1,240 48.2%	1,332 51.8%	2,572 100.0%
		대학생	828 36.0%	1,473 64.0%	2,301 100.0%
	성별	남	1,261 50.5%	1,234 49.5%	2,495 100.0%
		여	807 33.9%	1,571 66.1%	2,378 100.0%
4) 집회에 참여한 적이 있다.	전체		94.2%	5.8%	100.0%
	교급별	고등 학생	2,485 96.7%	86 3.3%	2,571 100.0%
		대학생	2,105 91.5%	195 8.5%	2,300 100.0%
	성별	남	2,358 94.5%	136 5.5%	2,494 100.0%
		여	2,232 93.9%	145 6.1%	2,377 100.0%
5) 특정제품 불매운동에 참여한 적이 있다.	전체		94.5%	5.5%	100.0%
	교급별	고등 학생	2,442 95.0%	129 5.0%	2,571 100.0%
		대학생	2,160 93.9%	141 6.1%	2,301 100.0%
	성별	남	2,382 95.5%	112 4.5%	2,494 100.0%
		여	2,220 93.4%	158 6.6%	2,378 100.0%

(9) 미디어이용시간

청소년들이 하루 평균 어느 정도 미디어를 이용하는 지 알아본 결과 신문, 라디오, 잡지 등 전통적 매체보다는 휴대전화와 인터넷 같은 뉴미디어를 즐겨 이용하는 것으로 조사됐다. 휴대전화나 인터넷의 경우 하루 평균 2시간 이상을 이용한다고 응답한 비율이 가장 높았다.

표 IV-18 하루 평균 미디어 이용시간

			전혀 이용 하지 않는다	30분 미만	30분 ~59분	1시간~ 1시간 29분	1시간 30분 ~ 1시간 59분	2시간 이상	전체
1) 신문	전체		59.7%	31.9%	5.8%	1.4%	.4%	.8%	100.0%
	교급별	고등 학생	1,763 68.6%	680 26.5%	96 3.7%	18 .7%	0 0.0%	12 .5%	2,569 100.0%
		대학생	1,143 49.7%	874 38.0%	184 8.0%	51 2.2%	19 .8%	28 1.2%	2,299 100.0%
	성별	남	1,412 56.7%	815 32.7%	174 7.0%	46 1.8%	13 .5%	31 1.2%	2,491 100.0%
		여	1,494 62.9%	739 31.1%	106 4.5%	23 1.0%	6 .3%	9 .4%	2,377 100.0%
2) TV	전체		12.6%	24.7%	20.5%	20.2%	7.1%	14.9%	100.0%
	교급별	고등 학생	333 13.0%	639 24.9%	537 20.9%	500 19.5%	177 6.9%	382 14.9%	2,568 100.0%
		대학생	282 12.3%	565 24.6%	461 20.1%	481 20.9%	168 7.3%	342 14.9%	2,299 100.0%
	성별	남	355 14.3%	622 25.0%	558 22.4%	491 19.7%	161 6.5%	303 12.2%	2,490 100.0%
		여	260 10.9%	582 24.5%	440 18.5%	490 20.6%	184 7.7%	421 17.7%	2,377 100.0%
3) 라디오	전체		78.4%	15.2%	3.2%	1.6%	.8%	.8%	100.0%
	교급별	고등 학생	2,166 84.3%	295 11.5%	55 2.1%	29 1.1%	10 .4%	15 .6%	2,570 100.0%
		대학생	1,648 71.8%	447 19.5%	103 4.5%	49 2.1%	27 1.2%	22 1.0%	2,296 100.0%
	성별	남	1,957 78.5%	362 14.5%	86 3.5%	44 1.8%	18 .7%	25 1.0%	2,492 100.0%
		여	1,857 78.2%	380 16.0%	72 3.0%	34 1.4%	19 .8%	12 .5%	2,374 100.0%
4) 잡지	전체		74.7%	18.7%	4.2%	1.4%	.5%	.6%	100.0%
	교급별	고등 학생	2,171 84.5%	303 11.8%	64 2.5%	18 .7%	2 .1%	10 .4%	2,568 100.0%
		대학생	1,461 63.7%	605 26.4%	138 6.0%	49 2.1%	20 .9%	19 .8%	2,292 100.0%

			전혀 이용 하지 않는다	30분 미만	30분 ~59분	1시간~ 1시간 29분	1시간 30분 ~ 1시간 59분	2시간 이상	전체
	성별	남	1,944 78.1%	385 15.5%	95 3.8%	36 1.4%	12 .5%	16 .6%	2,488 100.0%
		여	1,688 71.2%	523 22.0%	107 4.5%	31 1.3%	10 .4%	13 .5%	2,372 100.0%
5) 휴대 전화	전체		3.7%	10.0%	11.6%	12.1%	9.4%	53.2%	100.0%
	교급별	고등 학생	169 6.6%	355 13.8%	353 13.8%	297 11.6%	195 7.6%	1,197 46.6%	2,566 100.0%
		대학생	9 .4%	133 5.8%	210 9.1%	291 12.7%	264 11.5%	1,392 60.5%	2,299 100.0%
	성별	남	117 4.7%	269 10.8%	334 13.4%	367 14.7%	242 9.7%	1,163 46.7%	2,492 100.0%
		여	61 2.6%	219 9.2%	229 9.7%	221 9.3%	217 9.1%	1,426 60.1%	2,373 100.0%
	전체		2.4%	14.4%	16.1%	17.2%	12.0%	37.9%	100.0%
6) 인터넷	교급별	고등 학생	94 3.7%	512 19.9%	494 19.2%	460 17.9%	257 10.0%	752 29.3%	2,569 100.0%
		대학생	22 1.0%	187 8.1%	292 12.7%	378 16.4%	328 14.3%	1,093 47.5%	2,300 100.0%
	성별	남	66 2.6%	301 12.1%	402 16.1%	445 17.8%	287 11.5%	993 39.8%	2,494 100.0%
		여	50 2.1%	398 16.8%	384 16.2%	393 16.5%	298 12.5%	852 35.9%	2,375 100.0%
	전체		2.4%	14.4%	16.1%	17.2%	12.0%	37.9%	100.0%
	전체		2.4%	14.4%	16.1%	17.2%	12.0%	37.9%	100.0%

(10) 오프라인 친한 친구 수

평소 가깝게 지내는 친한 친구수를 파악한 결과, 10명 ~ 19명이라고 응답한 비율이 33.9%로 가장 높았고 10명 미만이 31.5%로 그 뒤를 이었다. 다시 말해 청소년들이 친하게 지내는 친구는 10명 내외가 가장 많음을 알 수 있다.

표 IV-19 오프라인 친구 수

	전체	교급별		성별	
		고등학생	대학생	남	여
① 10명 미만	31.5%	763 29.7%	773 33.6%	645 25.9%	891 37.5%
② 10명 ~ 19명	33.9%	902 35.1%	752 32.7%	802 32.1%	852 35.8%
③ 20명 ~ 29명	13.3%	371 14.4%	277 12.0%	377 15.1%	271 11.4%
④ 30명 ~ 39명	4.7%	127 4.9%	104 4.5%	139 5.6%	92 3.9%
⑤ 40명 이상	16.5%	409 15.9%	395 17.2%	532 21.3%	272 11.4%
합계	100.0%	2,572 100.0%	2,301 100.0%	2,495 100.0%	2,378 100.0%

(11) 삶의 만족도

청소년들의 삶의 만족도는 보통인 경우가 가장 많았으며 만족한다는 비율도 38.0%로 나타나 비교적 삶에 만족하는 청소년이 만족하지 않는 청소년에 비해 훨씬 많았다. 고등학생보다는 대학생의 삶의 만족도가 다소 큰 것으로 나타났다.

표 IV-20 삶의 만족도

	전체	교급별		성별	
		고등학생	대학생	남	여
① 전혀 만족하지 않는다	3.6%	120 4.7%	57 2.5%	107 4.3%	70 2.9%
② 만족하지 않는다	8.6%	288 11.2%	132 5.7%	211 8.5%	209 8.8%
③ 그저 그렇다	38.2%	1,030 40.0%	830 36.1%	878 35.2%	982 41.3%
④ 만족한다	38.0%	889 34.6%	964 41.9%	943 37.8%	910 38.3%
⑤ 매우 만족한다	11.6%	246 9.6%	318 13.8%	357 14.3%	207 8.7%
합계	100.0%	2,573 100.0%	2,301 100.0%	2,496 100.0%	2,378 100.0%

(12) 투표참여 여부

투표권이 있는 대학생들을 대상으로 지난 4.11 총선 때 투표했는지를 질문한 결과, 절반이 넘는 인원이 투표에 참여한 것으로 드러나 대학생들의 투표참여가 다소 낮은 것을 알 수 있다⁴²⁾. 여학생보다는 남학생이 약간 더 투표를 한 것으로 드러났다.

표 IV-21 4.11 총선 투표 참여 여부

		투표하지 않았다	투표했다	전체
성별	전체	46.2%	53.8%	100.0%
	남	426 44.0%	543 56.0%	969 100.0%
	여	449 48.6%	475 51.4%	924 100.0%

하지만 2012년 12월 예정된 19대 대통령 선거에서 투표를 할 계획이 있는 지 알아본 결과, 대부분의 대학생들이 투표에 참여할 것(87.9%)이라고 답해 대통령선거에 대한 대학생들의 높은 관심을 확인할 수 있었다.

표 IV-22 19대 대통령 선거 참여 여부

		투표하지 않을 것이다	투표할 계획이다	아직 결정하지 못했다	전체
성별	전체	4.4%	87.9%	7.8%	100.0%
	남	66 5.9%	959 85.9%	92 8.2%	1,117 100.0%
	여	30 2.8%	977 90.0%	79 7.3%	1,086 100.0%

42) <표 IV-21>에 제시된 전체 1,893명의 수치는 당시 투표권이 없어 투표를 할 수 없었다고 응답한 인원을 제외한 숫자다.

(13) 사회, 정치적 문제에 대한 관심도 및 정보획득 경로

가) 사회, 정치적 문제에 대한 관심도

청소년들의 사회, 정치적 문제에 대한 관심정도를 알아본 결과, ‘약간 관심이 있다’가 51.8%로 가장 높게 나타나 우리나라의 정치, 사회문제에 대한 청소년들의 관심은 다소 높은 것으로 나타났다. 교급별로 비교한 결과, 고등학생보다는 대학생의 관심이 약간 더 높았다.

표 IV-23 사회, 정치적 문제에 대한 관심도

	전체	교급별		성별	
		고등학생	대학생	남	여
전혀 관심이 없다	8.3%	246 9.6%	160 7.0%	262 10.5%	144 6.1%
별로 관심이 없다	29.7%	779 30.3%	667 29.1%	718 28.8%	728 30.7%
약간 관심이 있다	51.8%	1,328 51.6%	1,194 52.1%	1,209 48.5%	1,313 55.4%
매우 관심이 많다	10.1%	220 8.6%	271 11.8%	305 12.2%	186 7.8%
합계	100.0%	2,573 100.0%	2,292 100.0%	2,494 100.0%	2,371 100.0%

나) 친구들과 비교한 정치관심도

청소년들은 비슷한 나이 친구들과 비교해 정치와 사회에 대한 관심정도가 낮다고 평가하는 경우가 많았다. 4.11 총선에 대해서도 친구들에 비해 본인의 관심정도가 낮다고 생각하는 경향이 강했다. 하지만 정치활동에 관심을 가지고 정치적으로 기여하고 싶은 정도는 친구들에 비해 비슷한 것으로 생각하는 것으로 나타났다.

표 IV-24 또래 친구들과 비교한 본인의 정치적 관심 정도

			매우 낮다	낮다	높다	매우 높다	전체
1) 정치와 사회에 대한 나의 관심정도는	전체		12.6%	51.6%	31.4%	4.4%	100.0%
	교급별	고등 학생	369 14.4%	1,305 50.8%	784 30.5%	112 4.4%	2,570 100.0%
		대학생	243 10.6%	1,209 52.6%	746 32.5%	100 4.4%	2,298 100.0%
	성별	남	383 15.4%	1,194 47.9%	782 31.4%	134 5.4%	2,493 100.0%
		여	229 9.6%	1,320 55.6%	748 31.5%	78 3.3%	2,375 100.0%
2) 지난 2012년 4.11 총선에 대한 나의 관심정도는	전체		18.1%	50.2%	25.4%	6.2%	100.0%
	교급별	고등 학생	607 23.6%	1,325 51.5%	511 19.9%	128 5.0%	2,571 100.0%
		대학생	277 12.0%	1,122 48.8%	727 31.6%	174 7.6%	2,300 100.0%
	성별	남	510 20.5%	1,168 46.9%	640 25.7%	175 7.0%	2,493 100.0%
		여	374 15.7%	1,279 53.8%	598 25.1%	127 5.3%	2,378 100.0%
3) 내가 앞으로 투표나 정치활동에 관심을 가지고 참여함으로써 정치적으로 기여하고 싶은 정도는	전체		11.7%	36.9%	38.6%	12.8%	100.0%
	교급별	고등 학생	366 14.2%	853 33.2%	972 37.8%	378 14.7%	2,569 100.0%
		대학생	204 8.9%	942 41.0%	907 39.4%	247 10.7%	2,300 100.0%
	성별	남	376 15.1%	911 36.6%	912 36.6%	293 11.8%	2,492 100.0%
		여	194 8.2%	884 37.2%	967 40.7%	332 14.0%	2,377 100.0%

다) 정치, 사회적 문제에 관한 정보획득 매체

청소년들은 정치, 사회적 문제에 관한 정보를 얻기 위해 인터넷에 가장 많이 의존하는 것으로 나타났다. 하지만 신문, 라디오, 잡지에 의존한다고 응답한 비율은 10%도 채 안되었다. TV, 휴대전화, 소셜미디어에 대한 의존도 비교적 높았다.

표 IV-25 정치, 사회적 문제에 대한 정보획득 매체

			전혀 의존하지 않는다	대체로 의존하지 않는다	약간 의존한다	매우 의존한다	전체
1) 신문	전체		44.0%	25.7%	25.1%	5.3%	100.0%
	교급별	고등 학생	1,141 50.7%	563 25.0%	433 19.2%	115 5.1%	2,252 100.0%
		대학생	784 36.9%	560 26.4%	664 31.3%	116 5.5%	2,124 100.0%
	성별	남	1,055 45.8%	542 23.5%	596 25.8%	113 4.9%	2,306 100.0%
		여	870 42.0%	581 28.1%	501 24.2%	118 5.7%	2,070 100.0%
2) TV	전체		11.6%	15.4%	51.4%	21.6%	100.0%
	교급별	고등 학생	293 12.0%	336 13.7%	1,236 50.5%	581 23.8%	2,446 100.0%
		대학생	250 11.3%	382 17.2%	1,161 52.4%	424 19.1%	2,217 100.0%
	성별	남	367 15.3%	406 16.9%	1,190 49.6%	437 18.2%	2,400 100.0%
		여	176 7.8%	312 13.8%	1,207 53.3%	568 25.1%	2,263 100.0%
3) 라디오	전체		65.9%	25.0%	8.1%	1.1%	100.0%
	교급별	고등 학생	1,748 71.8%	526 21.6%	140 5.8%	19 .8%	2,433 100.0%
		대학생	1,299 59.2%	632 28.8%	233 10.6%	30 1.4%	2,194 100.0%
	성별	남	1,643 68.7%	527 22.1%	189 7.9%	31 1.3%	2,390 100.0%
		여	1,404 62.8%	631 28.2%	184 8.2%	18 .8%	2,237 100.0%
4) 잡지	전체		65.9%	25.5%	7.8%	.9%	100.0%
	교급별	고등 학생	1,824 74.3%	506 20.6%	106 4.3%	18 .7%	2,454 100.0%
		대학생	1,259 56.6%	686 30.8%	257 11.5%	24 1.1%	2,226 100.0%
	성별	남	1,698 70.5%	530 22.0%	159 6.6%	21 .9%	2,408 100.0%
		여	1,385 61.0%	662 29.1%	204 9.0%	21 .9%	2,272 100.0%

			전혀 의존하지 않는다	대체로 의존하지 않는다	약간 의존한다	매우 의존한다	전체
5) 휴대 전화	전체		16.4%	19.2%	39.2%	25.2%	100.0%
	교급별	고등 학생	506 19.9%	437 17.2%	956 37.6%	644 25.3%	2,543 100.0%
		대학생	287 12.5%	494 21.5%	940 40.9%	576 25.1%	2,297 100.0%
	성별	남	471 19.1%	493 19.9%	977 39.5%	531 21.5%	2,472 100.0%
		여	322 13.6%	438 18.5%	919 38.8%	689 29.1%	2,368 100.0%
6) 인터넷	전체		4.4%	9.0%	43.5%	43.0%	100.0%
	교급별	고등 학생	131 5.2%	205 8.1%	1,103 43.6%	1,089 43.1%	2,528 100.0%
		대학생	83 3.6%	231 10.1%	991 43.3%	985 43.0%	2,290 100.0%
	성별	남	144 5.8%	250 10.1%	1,061 43.0%	1,013 41.0%	2,468 100.0%
		여	70 3.0%	186 7.9%	1,033 44.0%	1,061 45.1%	2,350 100.0%
7) 소셜 미디어	전체		23.8%	27.5%	37.5%	11.3%	100.0%
	교급별	고등 학생	747 29.1%	714 27.8%	848 33.0%	258 10.1%	2,567 100.0%
		대학생	411 17.9%	623 27.1%	977 42.5%	290 12.6%	2,301 100.0%
	성별	남	721 28.9%	675 27.1%	820 32.9%	275 11.0%	2,491 100.0%
		여	437 18.4%	662 27.9%	1,005 42.3%	273 11.5%	2,377 100.0%

(14) 정치적 효능감

아래 <표 IV-26>에 제시된 항목들은 정치적 효능감을 측정하는 문항들이다. 응답자들은 자신의 사회, 정치적 참여가 바람직한 국정운영에 도움이 될 것이라는 데 비교적 많이 동의했다. 하지만 자신이 능력 있고 참신한 선거 후보자들이 누구인지에 대한 합리적 판단을 할 수 있다는 데는 다소 부정적인 견해를 표명했다.

표 IV-26 정치적 효능감

			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다	전체
1) 나는 바람직한 국가 정책이 무엇인지에 대한 합리적 판단을 할 수 있다.	전체		8.6%	38.9%	48.0%	4.4%	100.0%
	교급별	고등 학생	299 11.6%	979 38.1%	1,175 45.7%	116 4.5%	2,569 100.0%
		대학생	120 5.2%	917 39.9%	1,163 50.6%	100 4.3%	2,300 100.0%
	성별	남	260 10.4%	860 34.5%	1,231 49.4%	141 5.7%	2,492 100.0%
		여	159 6.7%	1,036 43.6%	1,107 46.6%	75 3.2%	2,377 100.0%
2) 나는 능력 있고 참신한 선거 후보자들이 누구인지에 대한 합리적 판단을 할 수 있다.	전체		10.0%	46.0%	40.1%	3.8%	100.0%
	교급별	고등 학생	351 13.7%	1,228 47.8%	899 35.0%	91 3.5%	2,569 100.0%
		대학생	137 6.0%	1,013 44.0%	1,055 45.9%	95 4.1%	2,300 100.0%
	성별	남	306 12.3%	1,040 41.7%	1,014 40.7%	132 5.3%	2,492 100.0%
		여	182 7.7%	1,201 50.5%	940 39.5%	54 2.3%	2,377 100.0%
3) 나의 사회, 정치적 관심과 참여는 바람직한 국정운영에 도움이 될 것이다.	전체		9.8%	34.8%	46.6%	8.8%	100.0%
	교급별	고등 학생	344 13.4%	882 34.3%	1,108 43.1%	234 9.1%	2,568 100.0%
		대학생	134 5.8%	813 35.3%	1,161 50.5%	192 8.3%	2,300 100.0%
	성별	남	308 12.4%	857 34.4%	1,106 44.4%	219 8.8%	2,490 100.0%
		여	170 7.1%	838 35.2%	1,163 48.9%	207 8.7%	2,378 100.0%

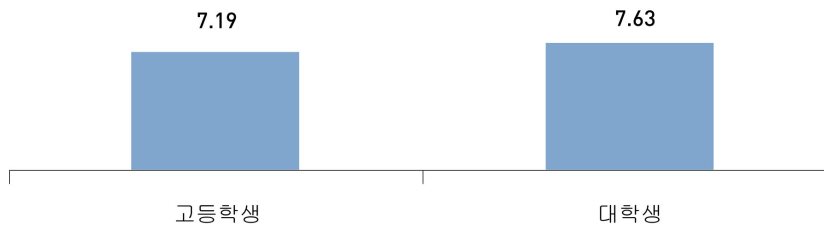
아래 <표 IV-27>에 나타나듯이, 정치적 효능감은 평균에 다소 못 미치는 것으로 나타났다. 교급별로 살펴본 결과, 고등학생보다는 대학생의 정치적 효능감이 높았다 ($F=65.25$, $p<.001$). 하지만 남학생과 여학생의 정치효능감 차이는 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 드러났다 ($F=.249$, $p>.05$).

표 IV-27 집단별 정치적 효능감 비교

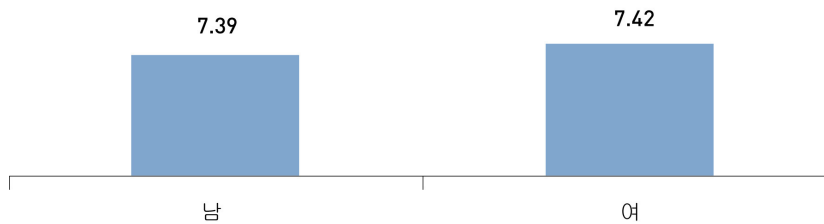
	합계	교급별		성별	
		고등학생	대학생	남	여
정치적 효능감	7.40 (1.91)	7.19 (2.03)	7.63 (1.74)	7.39 (2.05)	7.42 (1.75)

* 정치적 효능감은 세 문항의 값을 합쳐 구성함

* ()은 표준편차임



【그림 IV-7】 교급별 정치적 효능감



【그림 IV-8】 성별 정치적 효능감

(15) 정치지식

청소년들의 정치지식을 알아본 결과, 제1야당의 이름을 정확하게 쓴 청소년은 전체의 23.7%에 불과했다. 하지만 대다수의 청소년들은 안철수 서울대 융합기술대학원장에 대해 잘 알고 있었다. 그럼에도 불구하고 지난 4.11 총선에서 막말 발언으로 구설수에 올랐던 김용민씨나 논문표절의혹을 받은 문대성씨에 대해서는 잘 모르는 사람이 많았다.

우선, 제1야당의 이름을 정확하게 알고 있는 청소년은 전체 10명 가운데 2명 정도에 불과했다. 흥미로운 것은 맞게 대답한 비율이 고등학생과 대학생이 동일하게 나타난 것이다. 성별로는 남학생이 여학생보다 맞게 대답한 비율이 더 높았다.

표 IV-28 제 1 야당의 이름

		모르거나 틀리게 답함	맞게 답함	전체
전체		76.3%	23.7%	100.0%
교급별	고등학생	1,963 76.3%	611 23.7%	2,574 100.0%
	대학생	1,756 76.3%	546 23.7%	2,302 100.0%
성별	남	1,885 75.5%	611 24.5%	2,496 100.0%
	여	1,834 77.1%	546 22.9%	2,380 100.0%

이번 4.11 총선에서 막말 발언으로 구설수에 올랐던 후보자의 이름을 묻는 질문에 전체 10명 가운데 4명 가량이 맞게 대답한 것으로 조사됐다. 고등학생보다는 대학생이, 여학생보다는 남학생이 비교적 정확하게 대답했다.

표 IV-29 막말 발언으로 구설수에 오른 후보자의 이름

		모르거나 틀리게 답함	맞게 답함	전체
전체		61.6%	38.4%	100.0%
교급별	고등학생	1,655 64.8%	900 35.2%	2,555 100.0%
	대학생	1,329 58.0%	962 42.0%	2,291 100.0%
성별	남	1,451 58.5%	1,031 41.5%	2,482 100.0%
	여	1,533 64.8%	831 35.2%	2,364 100.0%

이번 총선에서 논문표절의혹을 받은 후보자의 이름을 묻는 질문에 전체의 41.9%가 맞게 대답했다. 고등학생보다는 대학생이, 여학생보다는 남학생이 더 정답을 맞혔다.

표 IV-30 논문표절의혹을 받은 후보자의 이름

		모르거나 틀리게 답함	맞게 답함	전체
전체		58.1%	41.9%	100.0%
교급별	고등학생	1,745 68.2%	812 31.8%	2,557 100.0%
	대학생	1,071 46.7%	1,222 53.3%	2,293 100.0%
성별	남	1,377 55.4%	1,108 44.6%	2,485 100.0%
	여	1,439 60.8%	926 39.2%	2,365 100.0%

이번 대선후보로 떠오른 안철수씨를 묻는 질문에는 대부분의 응답자들이 정확하게 대답한 것으로 조사됐다. 워낙 알려진 인물이어서인지 교급별, 성별 차이는 크지 않았다.

표 IV-31 의사이자 컴퓨터 프로그래머로 유력한 대선후보로 주목받는 인물

		모르거나 틀리게 답함	맞게 답함	전체
전체		17.7%	82.3%	100.0%
교급별	고등학생	469 18.3%	2,093 81.7%	2,562 100.0%
	대학생	392 17.1%	1,900 82.9%	2,292 100.0%
성별	남	431 17.3%	2,055 82.7%	2,486 100.0%
	여	430 18.2%	1,938 81.8%	2,368 100.0%

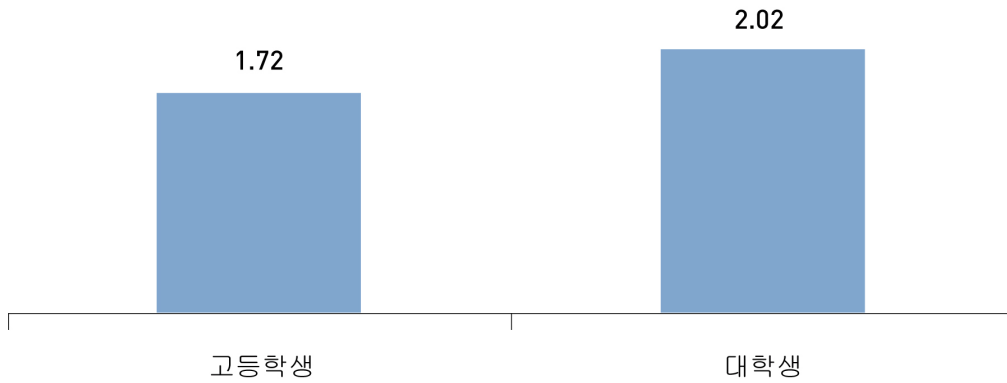
각 문항별로 맞으면 1, 틀리면 0점을 부여해 위 4가지 문항의 값을 합쳐 정치지식척도를 구성했다. 집단별 차이를 비교한 결과, 대학생의 정치적 지식이 고등학생보다 높게 나타났으며 남학생들의 정치적 지식이 여학생보다 높았다. 이러한 차이는 통계적으로 유의미했다(각각 $F=68.34$, $p<.001$, $F=15.02$, $p<.001$).

표 IV-32 집단별 정치적 지식 비교

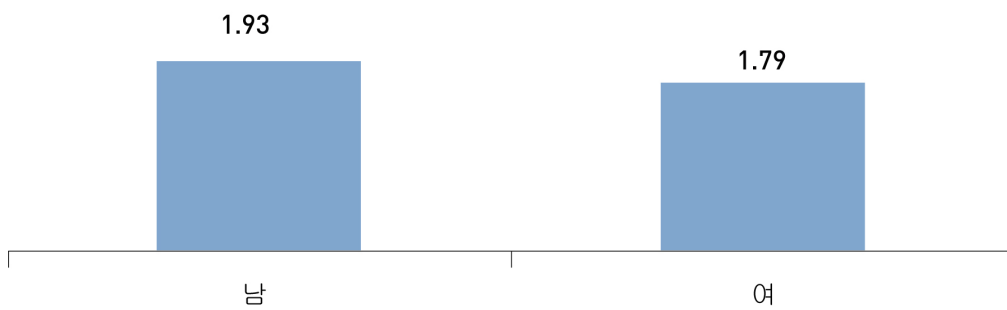
	합계	교급별		성별	
		고등학생	대학생	남	여
정치지식	1.86 (2.24)	1.72 (2.46)	2.02 (2.38)	1.93 (2.57)	1.79 (1.22)

* 정치지식 척도는 4개 문항의 값을 합쳐 구성함 (각 문항은 맞으면 1, 틀리면 0으로 코딩됨)

* ()은 표준편차임



【그림 IV-9】 교급별 정치지식 수준



【그림 IV-10】 성별에 따른 정치지식 수준

(16) ‘나는 꿈수다’청취 및 정보신뢰 정도

‘나는 꿈수다’를 어느 정도 청취했는지 알아본 결과, 대다수의 청소년들이 전혀 들어본 적이 없다고 답했다. 들어본 횟수는 10회 미만이 가장 많았다.

표 IV-33 ‘나는 꿈수다’ 정취 횟수

		전혀 들어본 적이 없다	1회~9회	10회~19회	20회~29회	30회 이상	전체
전체		73.9%	20.9%	2.9%	1.0%	1.3%	100.0%
교급별	고등 학생	2,011 78.7%	449 17.6%	50 2.0%	16 .6%	28 1.1%	2,554 100.0%
	대학생	1,579 68.6%	568 24.7%	89 3.9%	31 1.3%	35 1.5%	2,302 100.0%
성별	남	1,820 73.1%	518 20.8%	76 3.1%	27 1.1%	49 2.0%	2,490 100.0%
	여	1,770 74.8%	499 21.1%	63 2.7%	20 .8%	14 .6%	2,366 100.0%

‘나는 꿈수다’를 들어본 청소년들 중 이 방송에 나오는 이야기를 어느 정도 신뢰하는 지 물어본 결과, ‘약간 신뢰한다’고 응답한 비율이 53.0%로 가장 많았다.

표 IV-34 ‘나는 꿈수다’ 정보 신뢰 정도

		①전혀 신뢰하지 않는다	②거의 신뢰하지 않는다	③약간 신뢰한다	④매우 신뢰한다	전체
전체		10.5%	27.2%	53.0%	9.3%	100.0%
교급별	고등 학생	51 9.6%	143 26.8%	279 52.3%	60 11.3%	533 100.0%
	대학생	81 11.3%	197 27.4%	384 53.4%	57 7.9%	719 100.0%
성별	남	79 11.9%	178 26.8%	334 50.4%	72 10.9%	663 100.0%
	여	53 9.0%	162 27.5%	329 55.9%	45 7.6%	589 100.0%

(17) 탈물질주의가치

잉글하트(Inglehart, 2000)는 국가가 경제발전 초기의 단계에는 경제성장과 같은 양적 가치를 강조하나 어느 정도 경제성장이 궤도에 오르면 환경보호와 라이프스타일과 같은 삶의 질을 강조하게 된다고 주장한다. 즉 산업화 초기 단계에서는 경제적 안정과 물질적 안정에 초점을 두지만 이후 단계에서는 문화적 누림이나 사적 취향의 향유 혹은 자기표현 같은 삶의 질에 정책의 초점을 두게 된다는 것이다. 따라서 물질적 풍요 속에 자라난 청소년 세대는 기성세대와 달리 자기표현과 사회참여욕구가 강하고 소속에 대한 필요성을 많이 느끼게 된다. 따라서 기성세대와 달리 청소년 세대는 물질적 풍요보다는 자기표현을 강조하는 탈물질주의가치관을 지닌 세대다. 이러한 탈물질주의가치는 정치 참여 및 의식에 긍정적인 영향을 미치고 있다.

전반적으로 청소년들의 탈물질주의 가치는 비교적 높은 것으로 드러났다. 즉 청소년들은 국방예산을 늘리는 것보다 자연환경보존에 동의하는 경향이 강했고 사회질서유지를 위한 개인의 자유로운 의사표현을 존중하는 태도를 보였다. 또한 경제성장보다 시민이 국가정책의사결정에 참여하는 것이 더 중요하다고 생각하는 경향이 강했다. 하지만 물가안정보다 언론자유가 더 중요하다는 견해에 대해서는 부정적인 의견이 긍정적인 의견보다 더 많아 언론자유보다 물가안정을 더 중요시했다.

표 IV-35 탈물질주의 가치

			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다	전체
1) 많은 일자리를 만드는 것보다 경제성장에 주력하는 것이 중요하다.	전체		16.5%	53.2%	24.6%	5.7%	100.0%
	교급별	고등 학생	563 22.0%	1,417 55.3%	457 17.8%	126 4.9%	2,563 100.0%
		대학생	240 10.5%	1,163 50.8%	739 32.3%	149 6.5%	2,291 100.0%
	성별	남	495 19.9%	1,162 46.8%	642 25.9%	184 7.4%	2,483 100.0%
		여	308 13.0%	1,418 59.8%	554 23.4%	91 3.8%	2,371 100.0%
	전체		25.4%	52.2%	19.5%	2.9%	100.0%
2) 자연환경 보존보다 국방예산을 늘리는 것이 더 중요하다.	전체		25.4%	52.2%	19.5%	2.9%	100.0%
	교급별	고등 학생	805 31.4%	1,337 52.1%	369 14.4%	53 2.1%	2,564 100.0%
		대학생	428 18.7%	1,197 52.2%	579 25.3%	88 3.8%	2,292 100.0%

			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다	전체
	성별	남	639 25.7%	1,158 46.6%	565 22.7%	123 4.9%	2,485 100.0%
		여	594 25.1%	1,376 58.0%	383 16.2%	18 .8%	2,371 100.0%
	전체		28.1%	49.4%	19.2%	3.3%	100.0%
3) 시민이 국가 정책 의사결정에 참여하는 것보다 경제성장이 더 중요하다.	교급별	고등 학생	884 34.5%	1,301 50.8%	312 12.2%	63 2.5%	2,560 100.0%
		대학생	477 20.8%	1,096 47.9%	618 27.0%	98 4.3%	2,289 100.0%
	성별	남	697 28.1%	1,124 45.3%	539 21.7%	120 4.8%	2,480 100.0%
		여	664 28.0%	1,273 53.7%	391 16.5%	41 1.7%	2,369 100.0%
	전체		3.8%	16.6%	55.5%	24.1%	100.0%
4) 경제 발전보다 인간적인 사회를 만드는 것이 더 중요하다.	교급별	고등 학생	121 4.7%	368 14.4%	1,368 53.4%	705 27.5%	2,562 100.0%
		대학생	65 2.8%	436 19.1%	1,323 57.8%	464 20.3%	2,288 100.0%
	성별	남	129 5.2%	450 18.1%	1,295 52.2%	606 24.4%	2,480 100.0%
		여	57 2.4%	354 14.9%	1,396 58.9%	563 23.8%	2,370 100.0%
	전체		12.8%	45.9%	33.2%	8.1%	100.0%
5) 물가안정보다 언론자유가 더 중요하다.	교급별	고등 학생	388 15.1%	1,193 46.6%	780 30.4%	201 7.8%	2,562 100.0%
		대학생	233 10.2%	1,032 45.1%	832 36.3%	193 8.4%	2,290 100.0%
	성별	남	377 15.2%	1,033 41.7%	828 33.4%	242 9.8%	2,480 100.0%
		여	244 10.3%	1,192 50.3%	784 33.1%	152 6.4%	2,372 100.0%
	전체		6.8%	17.6%	47.8%	27.8%	100.0%
6) 사회질서 유지를 위하여 개인의 자유로운 의사표현을 제한해서는 안 된다.	교급별	고등 학생	213 8.3%	466 18.2%	1,153 45.0%	732 28.5%	2,564 100.0%
		대학생	115 5.0%	390 17.0%	1,167 50.9%	619 27.0%	2,291 100.0%
	성별	남	196 7.9%	449 18.1%	1,125 45.3%	713 28.7%	2,483 100.0%
		여	132 5.6%	407 17.2%	1,195 50.4%	638 26.9%	2,372 100.0%

탈물질주의가치에 대한 요인분석결과 두 가지 요인이 추출되었다. 앞 세 문항은 공동체적 가치를 추구하는 경향이 강해 공동체적 가치로 명명하였다. 문항 간 내적 일치도는 .705로 높게 나타났다. 뒤 세 문항은 개인적 자유 및 참여를 추구하는 항목들이어서 개인적 자유 및 참여가치로 이름 붙였다. 문항 간 내적 일치도는 .572로 다소 낮게 나타났다.

표 IV-36 탈물질주의 가치에 대한 요인분석

요인	탈물질주의 가치에 대한 인식문항	요인1	요인2	설명변량
공동체적 가치	1) 많은 일자리를 만드는 것보다 경제성장에 주력하는 것이 중요하다.	.751		32.62
	2) 자연환경 보존보다 국방예산을 늘리는 것이 더 중요하다.	.796		
	3) 시민이 국가 정책 의사결정에 참여하는 것보다 경제성장이 더 중요하다.	.818		
개인적 자유 및 참여 가치	4) 경제 발전보다 인간적인 사회를 만드는 것이 더 중요하다.		.732	26.53
	5) 물가안정보다 언론자유가 더 중요하다.		.687	
	6) 사회질서 유지를 위하여 개인의 자유로운 의사표현을 제한해서는 안 된다.		.775	

* 주성분분석과 베리맥스회전방법사용

* 전혀그렇지 않다(1점)~매우 그렇다(4점)

교급별, 성별로 탈물질주의가치가 어떻게 다른지 비교, 분석하였다.

우선, 교급별로 비교한 결과 공동체적 가치의 경우 고등학생의 탈물질주의 가치가 대학생보다 더 높게 나타났고 이러한 차이는 통계적으로도 유의미했다 ($F=302.32$, $p<.001$).

또한 남학생보다는 여학생의 공동체적 가치가 더 높은 것으로 나타났다 ($F=29.01$, $p<.001$). 개인적 자유 및 참여가치의 경우 집단 간 차이는 크게 나타나지 않았다. 하지만 대체로 남학생보다는 여학생의 탈물질주의가치가 높은 것으로 나타났다.

표 IV-37 교급별, 성별 탈물질주의 가치 비교

		공동체적 가치			개인적 자유 및 참여 가치		
집단구분		평균 (표준 편차)	F값	유의 확률	평균 (표준 편차)	F값	유의 확률
교급별	고등학생	3.08 (.58)	302.32	.000	2.76 (.61)	3.97	.046
	대학생	2.78 (.59)			2.79 (.55)		
성별	남	2.89 (.65)	29.01	.000	2.76 (.63)	3.76	.052
	여	2.99 (.54)			2.79 (.54)		

2) 소셜미디어와 참여

(1) 소셜미디어를 통한 참여에 영향을 미치는 요인

소셜미디어를 통한 참여에 미치는 다양한 예측요인들을 살펴본 결과, 소셜미디어를 통한 기부참여에는 미디어와 사회자본이 많은 영향을 미쳤다. 소셜미디어 중에는 블로그를 많이 이용할수록 기부를 할 가능성이 높았다. 교량적 사회자본과 결속적 사회자본 모두 소셜미디어를 통한 기부참여에 긍정적으로 유의미한 영향을 미쳤다. 남학생보다는 여학생이, 고등학생보다는 대학생이 소셜미디어를 통해 기부에 참여할 확률이 더 높은 것으로 나타났다.

표 IV-38 소셜미디어를 통한 기부참여 예측변인

변수		B	S.E.	Wals	자유도	유의 확률	Exp (B)
(상수)		-4.775	.389	150.713	1	.000	.008
배경 변인	성	.209	.095	4.859	1	.027	1.233
	교급	-.778	.109	50.486	1	.000	.459
	소득수준	.068	.042	2.590	1	.108	1.071
정치, 사회적 변인	관심	.340	.075	20.609	1	.000	1.404
	효능감	.116	.090	1.655	1	.198	1.123
	지식	-.026	.041	.426	1	.514	.974
미디어 의존도	신문	.096	.056	2.878	1	.090	1.101
	TV	-.334	.058	33.108	1	.000	.716
	라디오	.227	.078	8.373	1	.004	1.255
	잡지	.046	.082	.310	1	.578	1.047
	휴대전화	-.133	.059	5.145	1	.023	.875
	인터넷	.057	.074	.576	1	.448	1.058
	소셜미디어	.213	.063	11.549	1	.001	1.237
소셜미디어 이용정도	블로그	.273	.041	44.556	1	.000	1.314
	트위터	.057	.058	.961	1	.327	1.058
	페이스북	.033	.033	.983	1	.321	1.033
	팟캐스트	.052	.085	.372	1	.542	1.053
	카카오톡	.003	.029	.008	1	.930	1.003
사회자본	교량적 사회자본	.458	.100	20.888	1	.000	1.581
	결속적 사회자본	.152	.075	4.075	1	.044	1.164

소셜미디어를 통한 서명운동참여에는 인터넷, 소셜미디어, 블로그, 페이스북, 카카오톡 등이 중요한 영향을 미쳤다. 사회자본 가운데는 교량적 사회자본이 서명운동참여에 큰 영향을 미쳤다. 정치적 관심과 효능감, 정치적 지식 등 정치, 사회적 변인도 서명운동을 활성화시키는 주요 변인이었다. 이와 더불어 남학생보다는 여학생이, 대학생보다는 고등학생이 소셜미디어를 통한 서명운동에 참여할 가능성이 높았다.

표 IV-39 소셜미디어를 통한 서명운동 예측변인

변수		B	S.E.	Wals	자유도	유의 확률	Exp (B)
(상수)		-4.684	.314	222.730	1	.000	.009
배경 변인	성	.427	.075	32.322	1	.000	1.532
	교급	-.565	.086	43.506	1	.000	.568
	소득수준	-.026	.034	.598	1	.440	.974
정치, 사회적 변인	관심	.356	.059	37.056	1	.000	1.428
	효능감	.227	.071	10.170	1	.001	1.255
	지식	.072	.032	5.037	1	.025	1.074
미디어 의존도	신문	.041	.045	.817	1	.366	1.041
	TV	-.185	.047	15.684	1	.000	.831
	라디오	.031	.066	.227	1	.634	1.032
	잡지	-.093	.068	1.906	1	.167	.911
	휴대전화	-.070	.047	2.233	1	.135	.933
	인터넷	.182	.060	9.226	1	.002	1.200
	소셜미디어	.286	.048	35.585	1	.000	1.331
소셜미디어 이용정도	블로그	.154	.036	17.898	1	.000	1.167
	트위터	.026	.051	.263	1	.608	1.026
	페이스북	.175	.026	46.147	1	.000	1.192
	팟캐스트	-.047	.075	.399	1	.528	.954
	카카오톡	.056	.023	5.958	1	.015	1.058
사회자본	교량적 사회자본	.549	.079	48.419	1	.000	1.731
	결속적 사회자본	.014	.059	.057	1	.812	1.014

소셜미디어를 통한 자원봉사참여에는 남학생보다는 여학생이 더 적극적인 것으로 나타났다. 라디오, 잡지, 휴대전화, 소셜미디어는 자원봉사참여에 긍정적인 영향을 미쳤지만 TV와 인터넷은 부정적인 영향을 미쳤다. 소셜미디어 중에는 블로그만이 유의미한 영향을 미쳤고 교량적 사회자본은 자원봉사 참여에 큰 영향을 미쳤다.

표 IV-40 소셜미디어를 통한 자원봉사 예측변인

변수		B	S.E.	Wals	자유도	유의 확률	Exp (B)
(상수)		-5.094	.482	111.897	1	.000	.006
배경 변인	성	.323	.120	7.267	1	.007	1.381
	교급	.019	.134	.021	1	.885	1.020
	소득수준	.065	.053	1.521	1	.217	1.067
정치, 사회적 변인	관심	.032	.090	.124	1	.725	1.032
	효능감	.061	.115	.286	1	.593	1.063
	지식	-.039	.050	.594	1	.441	.962
미디어 의존도	신문	.097	.074	1.736	1	.188	1.102
	TV	-.298	.075	15.691	1	.000	.743
	라디오	.299	.093	10.343	1	.001	1.348
	잡지	.257	.095	7.339	1	.007	1.293
	휴대전화	.173	.080	4.600	1	.032	1.188
	인터넷	-.238	.097	6.043	1	.014	.788
	소셜미디어	.324	.083	15.280	1	.000	1.383
소셜미디어 이용정도	블로그	.107	.053	4.151	1	.042	1.113
	트위터	.079	.068	1.347	1	.246	1.083
	페이스북	-.015	.041	.131	1	.718	.985
	팟캐스트	.058	.101	.333	1	.564	1.060
	카카오톡	-.069	.036	3.650	1	.056	.934
사회자본	교량적 사회자본	.495	.131	14.213	1	.000	1.640
	결속적 사회자본	.084	.099	.726	1	.394	1.088

소셜미디어를 통한 투표인증샷에 미치는 예측변인들은 그다지 많지 않았다. 정치, 사회적인 문제에 대한 정보를 얻기 위해 소셜미디어를 많이 이용할수록 투표인증샷을 올릴 가능성이 높았다. 반면, 사회자본은 투표인증샷에는 미미한 영향을 미쳤다. 소득수준이 높을수록 투표인증샷을 올리는 확률이 높았다.

표 IV-41 소셜미디어를 통한 투표인증샷 예측변인

변수		B	S.E.	Wals	자유도	유의 확률	Exp (B)
(상수)		-6.071	.555	119.532	1	.000	.002
배경 변인	성	.180	.130	1.906	1	.167	1.197
	교급	1.409	.176	64.106	1	.000	4.091
	소득수준	.140	.058	5.786	1	.016	1.150
정치, 사회적 변인	관심	.215	.099	4.695	1	.030	1.240
	효능감	.064	.128	.250	1	.617	1.066
	지식	.012	.054	.046	1	.830	1.012
미디어 의존도	신문	-.023	.079	.085	1	.771	.977
	TV	-.142	.083	2.948	1	.086	.868
	라디오	.187	.102	3.373	1	.066	1.206
	잡지	.128	.105	1.483	1	.223	1.136
	휴대전화	.103	.088	1.388	1	.239	1.109
	인터넷	-.215	.108	4.000	1	.045	.806
	소셜미디어	.294	.091	10.527	1	.001	1.342
소셜미디어 이용정도	블로그	.032	.061	.274	1	.600	1.032
	트위터	.084	.073	1.320	1	.251	1.088
	페이스북	.074	.040	3.316	1	.069	1.077
	팟캐스트	.114	.101	1.270	1	.260	1.121
	카카오톡	-.039	.042	.872	1	.350	.961
사회자본	교량적 사회자본	.035	.145	.057	1	.812	1.035
	결속적 사회자본	.238	.116	4.233	1	.040	1.269

소셜미디어를 통한 정치적 이슈에 대한 의견표명에는 정치적 관심과 효능감이 큰 영향을 미쳤다. 아울러 소셜미디어에 대한 의존도도 중요한 예측변인이었다. 교량적, 결속적 사회자본 모두 유의미한 영향을 미쳤고 트위터와 페이스북 또한 정치적 이슈에 대한 의견표명 확률을 높이는 데 기여했다. 하지만 TV와 휴대전화에 대한 의존도는 정치적 이슈에 대한 의견표명 가능성을 떨어뜨리는 역할을 했다.

표 IV-42 소셜미디어를 통한 정치적 이슈에 대한 의견표명 예측변인

변수		B	S.E.	Wals	자유도	유의 확률	Exp (B)
(상수)		-7.660	.474	260.941	1	.000	.000
배경 변인	성	-.014	.101	.019	1	.891	.986
	교급	-.155	.114	1.848	1	.174	.857
	소득수준	-.023	.045	.256	1	.613	.977
정치, 사회적 변인	관심	.764	.085	80.587	1	.000	2.146
	효능감	.508	.101	25.463	1	.000	1.662
	지식	.009	.043	.044	1	.835	1.009
미디어 의존도	신문	.176	.057	9.357	1	.002	1.192
	TV	-.239	.062	14.932	1	.000	.788
	라디오	-.049	.083	.356	1	.551	.952
	잡지	.069	.085	.657	1	.418	1.072
	휴대전화	-.158	.062	6.409	1	.011	.854
	인터넷	.042	.082	.259	1	.611	1.043
	소셜미디어	.351	.068	26.902	1	.000	1.420
소셜미디어 이용정도	블로그	.023	.047	.239	1	.625	1.023
	트위터	.220	.058	14.580	1	.000	1.246
	페이스북	.084	.033	6.352	1	.012	1.088
	팟캐스트	-.015	.090	.026	1	.871	.986
	카카오톡	-.009	.031	.076	1	.783	.991
사회자본	교량적 사회자본	.619	.111	30.818	1	.000	1.857
	결속적 사회자본	.164	.082	3.945	1	.047	1.178

(2) 19대 총선 투표참여에 영향을 미치는 예측변인

앞서 논의했듯이, 소셜미디어는 선거참여에 많은 영향을 미치고 있다. 기존 연구결과를 토대로, 4.11 총선 투표참여에 미치는 예측요인을 정치, 사회적 변인, 미디어 의존정도, 소셜미디어 의존 및 실천 정도, 소셜미디어 이용정도 등에 따라 살펴본 결과, 소셜미디어 중 트위터만이 투표참여에 유의미한 영향을 미쳤다. 즉 트위터를 활발히 이용할수록 투표에 참여할 확률이 높다는 것이다. 또한 소셜미디어를 통해 투표인증샷을 올린 적이 있다고 응답한 대학생일수록 투표에 참여할 가능성이 매우 높았다. 하지만 소셜미디어를 포함한 미디어 의존 정도는 대학생들의 투표참여에 별다른 영향을

미치지 못했다. 반면, 정치적 관심, 효능감, 정치지식 수준은 모두 다 대학생들의 투표참여에 유의미한 영향을 미치는 주요 변인으로 나타났다. 즉 정치적 관심이 높고 효능감이 높으며 정치적 지식수준이 높을수록 투표에 참여할 확률이 높다는 것이다.

표 IV-43 대학생의 투표 참여에 영향을 미치는 예측변인

변수		B	S.E.	Wals	자유도	유의 확률	Exp (B)
(상수)		-2.719	.433	39.447	1	.000	.066
배경 변인	성	-.043	.112	.146	1	.703	.958
	소득수준	.036	.050	.515	1	.473	1.037
정치, 사회적 변인	관심	.382	.085	20.235	1	.000	1.465
	효능감	.440	.111	15.783	1	.000	1.553
	지식	.292	.046	39.884	1	.000	1.339
미디어 의존도	신문	.089	.067	1.795	1	.180	1.093
	TV	.124	.071	3.040	1	.081	1.132
	라디오	.166	.094	3.137	1	.077	1.181
	잡지	-.150	.094	2.541	1	.111	.861
	휴대전화	-.031	.072	.190	1	.663	.969
	인터넷	-.028	.092	.093	1	.760	.972
소셜미디어 의존 및 실천	소셜미디어 의존도	-.090	.073	1.533	1	.216	.914
	투표 인증샷	1.127	.186	36.525	1	.000	3.086
	정치적 이슈에 대한 의견표명	.010	.160	.004	1	.951	1.010
소셜미디어 이용정도	블로그	-.071	.056	1.636	1	.201	.931
	트위터	.277	.079	12.395	1	.000	1.319
	페이스북	-.049	.035	1.964	1	.161	.952
	팟캐스트	.009	.100	.008	1	.929	1.009
	카카오톡	-.054	.037	2.080	1	.149	.947

3) 소셜미디어와 사회자본

소셜미디어가 사회자본(교량적/결속적 사회자본)에 미치는 영향을 살펴본 결과, 소셜미디어를 통해

친하게 지내는 친구 수나 소셜미디어 이용은 별다른 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 오히려 소셜미디어 이용동기가 큰 영향을 미쳤다. 특히 정보/교류 목적으로 소셜미디어를 이용할수록 교량적 사회자본과 결속적 사회자본이 크게 나타났다.

〈표 IV-44〉는 교량적 사회자본에 미치는 예측변인들을 보여주고 있다. 배경변인 가운데는 소득수준이 유의미한 영향을 미쳤는데 소득수준이 높을수록 교량적 사회자본은 떨어지는 것으로 나타났다. 소셜미디어 친구 수나 소셜미디어 이용정도는 교량적 사회자본에 별다른 영향을 미치지 않았다. 소셜미디어 이용동기는 모두 교량적 사회자본에 긍정적 영향을 미쳤는데 이 중 정보/교류목적으로 소셜미디어를 이용하는 사람일수록 교량적 사회자본이 크게 증가하는 것으로 나타났다.

표 IV-44 교량적 사회자본에 미치는 변인

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
(상수)		1.059	.156		6.778	.000
배경변인	성	.078	.040	.073	1.961	.050
	교급	-.044	.047	-.037	-.949	.343
	소득수준	-.042	.018	-.085	-2.294	.022
소셜미디어 친구 수	미니홈피	.025	.016	.081	1.549	.122
	미투데이	-.026	.027	-.068	-.970	.332
	트위터	.003	.026	.007	.101	.920
	페이스북	.004	.017	.012	.209	.835
	카카오톡	.002	.019	.007	.133	.895
소셜미디어 이용	미니홈피	.005	.024	.008	.187	.852
	미투데이	.018	.039	.025	.450	.653
	트위터	-.004	.030	-.007	-.137	.891
	페이스북	.017	.018	.045	.924	.356
	카카오톡	-.002	.016	-.007	-.153	.878
소셜미디어 이용동기	정보적 동기	.456	.042	.439	10.830	.000
	오락적 동기	.186	.040	.185	4.636	.000

아래 〈표 IV-45〉는 결속적 사회자본에 미치는 예측변인들을 보여주고 있다. 교량적 사회자본처럼 소셜미디어 이용동기가 결속적 사회자본에 유의미한 영향을 미쳤다. 하지만 소셜미디어 이용정도는 결속적 사회자본에 별다른 영향을 미치지 않았다. 소셜미디어 가운데는 카카오톡 친구가 많을수록 결속적 사회자본이 증가하는 것으로 나타났다.

표 IV-45 결속적 사회자본에 미치는 변인

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
(상수)		.700	.193		3.626	.000
배경변인	성	-.039	.049	-.031	-.792	.429
	교급	.020	.057	.014	.347	.729
	소득수준	-.014	.022	-.025	-.628	.530
소셜미디어 친구 수	미니홈피	.029	.020	.083	1.490	.137
	미투데이	-.054	.032	-.120	-1.658	.098
	트위터	-.006	.030	-.015	-.211	.833
	페이스북	.003	.021	.009	.154	.878
	카카오톡	.050	.023	.113	2.189	.029
소셜미디어 이용	미니홈피	.020	.030	.033	.687	.492
	미투데이	.037	.047	.046	.778	.437
	트위터	.029	.036	.044	.804	.422
	페이스북	-.001	.022	-.003	-.056	.955
	카카오톡	.004	.019	.008	.183	.855
소셜미디어 이용동기	정보적 동기	.374	.051	.310	7.298	.000
	오락적 동기	.260	.049	.221	5.266	.000

4) 소셜미디어를 통한 규범인지의 정치, 사회적 효과

소셜미디어를 통한 규범인지의 정치사회적 효과를 알아보기 위해 먼저 소셜미디어 이용시간과 또래집단규범 간의 상관관계를 파악했다. <표 IV-46>에 나타난 바와 같이 학생들이 소셜미디어를 자주 이용할수록, 그리고 소셜미디어 ‘친구 수’가 많을수록 또래 집단의 정치·사회적 관심도, 지식, 그리고 참여도를 모두 더 높게 인식하는 경향을 보였다. 이는 결국 소셜미디어를 자주 이용하고 소셜미디어 안에서 형성된 네트워크가 클수록 ‘친구들’에 의해 게시된 정치·사회적 정보에 자주 노출되어 그들의 정치·사회적 관심, 지식, 참여적 수준을 높게 인지하는 경향이 있음을 알 수 있다.

표 IV-46 '소셜미디어 이용 시간'과 '포레 집단 규범'의 상관관계

	상관관계
관심도	.203**
지식 정도	.212**
참여도	.190**

** p<.001

인구 통계학적 속성, 뉴스 미디어 이용, 정치 지식, 정치적 참여도, 정치적 관심도 등 다른 변인들을 통제한 후에도 소셜미디어 이용 빈도와 '친구 수'는 소셜미디어 '친구들'의 정치·사회적 규범이 높게 형성되어 있음을 인지하는 유의미한 요인임을 알 수 있었다(<표 IV-47>, <표 IV-48>, <표 IV-49> 참고).

표 IV-47 소셜미디어 '친구들'의 정치·사회적 관심도 인지에 영향을 미치는 요인들

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
(상수)		.772	.276		2.801	.000
배경변인	성	-.117	.073	-.077	-1.596	.111
	교급	-.387	.228	-.228	-1.699	.090
	소득수준	.003	.033	.005	0.105	.916
기존 미디어 이용	신문	-.063	.045	-.076	-1.408	.160
	TV	-.004	.026	-.009	-.166	.868
	라디오	.099	.052	.114	1.912	.052
	잡지	-.068	.050	-.082	-1.369	.172
	인터넷	.006	.027	.011	.218	.828
정치적 세련도	정치 지식	.015	.029	.026	.522	.602
	정치 효능감	.170	.075	.130	2.284	.023
	정치 관심도	.028	.061	.264	4.605	.000
	정치 참여도	.003	.033	.005	.091	.927
소셜미디어 이용	소셜미디어 이용 빈도	.021	.008	.127	2.508	.013
	소셜미디어 친구수	.019	.007	.143	2.771	.006

R-square=.195, p<.001

표 IV-48 소셜미디어 '친구들'의 정치·사회적 지식 인지에 영향을 미치는 요인들

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
(상수)		.906	.245		3.698	.000
배경변인	성	-.216	.068	-.150	-3.199	.001
	교급	-.138	.081	-.086	-1.700	.090
	소득수준	-.005	.031	-.007	-.147	.883
기존 미디어 이용	신문	-.099	.042	-.124	-2.336	.020
	TV	-.011	.025	-.022	-.426	.670
	라디오	.066	.048	.080	1.369	.172
	잡지	-.002	.046	-.003	-.049	.961
	인터넷	-.018	.025	-.037	-.714	.476
정치적 세련도	정치 지식	.044	.027	.079	1.590	.113
	정치 효능감	.209	.070	.169	2.991	.003
	정치 관심도	.210	.057	.208	3.680	.000
	정치 참여도	.010	.031	.017	.339	.735
소셜미디어 이용	소셜미디어 이용 빈도	.020	.008	.127	2.544	.011
	소셜미디어 친구수	.017	.006	.137	2.690	.007

R-square=.186, p<.001

표 IV-49 소셜미디어 '친구들'의 정치·사회적 참여도 인지에 영향을 미치는 요인들

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
(상수)		.618	.255		2.425	.016
배경변인	성	-.113	.070	-.077	-1.612	.108
	교급	-.100	.084	-.061	-1.186	.236
	소득수준	-.011	.032	-.017	-.351	.726
기존 미디어 이용	신문	.024	.044	.030	.549	.584
	TV	.049	.026	.103	1.908	.057
	라디오	.042	.050	.051	.844	.399
	잡지	-.031	.048	-.039	-.644	.520
	인터넷	-.010	.026	-.021	-.392	.695

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
정치적 세련도	정치 지식	-.003	.029	-.005	-.104	.918
	정치 효능감	.210	.073	.167	2.894	.004
	정치 관심도	.181	.059	.177	3.054	.002
	정치 참여도	.006	.032	.009	.184	.854
소셜미디어 이용	소셜미디어 이용 빈도	.015	.008	.093	1.810	.071
	소셜미디어 친구수	.020	.007	.162	3.104	.002

R-square=.176, p<.001

그렇다면 소셜미디어를 통해서 인지된 소셜미디어 ‘친구들’의 정치·사회적 지식, 관심도, 참여도는 자신의 정치적 지식, 관심도, 참여도에 얼마나 영향을 미칠까? 아래의 표에서 보는 바와 같이 소셜미디어 상에서 인지된 ‘친구들’의 정치·사회적 지식은 자신의 정치·사회적 지식과 관심도의 유의미한 예측변인이 되었고, ‘친구들’의 정치·사회적 관심도는 자신의 정치·사회적 관심도, 정치 효능감, 그리고 교량적 사회자본을 설명하는 중요한 요인으로 나타났다(〈표 IV-50〉, 〈표 IV-51〉, 〈표 IV-52〉, 〈표 IV-53〉 참고).

표 IV-50 개인의 정치 지식을 설명하는 요인들

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
(상수)		1.092	.440		2.485	.013
배경변인	성	.013	.132	.005	.102	.919
	교급	.270	.157	.093	1.722	.086
	소득수준	.005	.060	.004	.078	.938
기존 미디어 이용	신문	.193	.080	.135	2.416	.016
	TV	-.118	.047	-.140	-2.503	.013
	라디오	-.077	.093	-.052	-.829	.408
	잡지	.020	.089	.014	.225	.822
	인터넷	.084	.048	.096	1.751	.081
소셜미디어 이용	소셜미디어 이용 빈도	.000	.015	.002	.028	.977

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
	소셜미디어 친구수	-.023	.012	-.103	-1.868	.063
소셜미디어 '친구들'의 정치적 세련도	정치·사회 지식	.075	.134	.044	.560	.576
	정치·사회 관심도	.383	.139	.212	2.754	.006
	정치·사회 참여도	-.150	.137	-.084	-1.093	.275

R-square=.092, p<.001

표 IV-51 개인의 정치 효능감을 설명하는 요인들

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
(상수)		1.547	.187		8.263	.000
배경변인	성	.128	.056	.110	2.269	.024
	교급	.086	.067	.066	1.274	.203
	소득수준	.013	.026	.025	.520	.603
기존 미디어 이용	신문	.084	.034	.131	2.454	.015
	TV	-.013	.020	-.035	-.657	.511
	라디오	.079	.040	.119	1.984	.048
	잡지	.076	.038	.121	2.001	.046
소셜미디어 이용	인터넷	.022	.021	.055	1.041	.299
	소셜미디어 이용 빈도	.002	.006	.014	.277	.782
	소셜미디어 친구수	-.002	.005	-.016	-.311	.756
소셜미디어 '친구들'의 정치적 세련도	정치·사회 지식	.067	.057	.088	1.173	.241
	정치·사회 관심도	.167	.059	.207	2.805	.005
	정치·사회 참여도	.045	.058	.057	.779	.436

R-square=.092, p<.001

표 IV-52 개인의 정치 관심도를 설명하는 요인들

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
(상수)		2.604	.423		6.158	.000
배경변인	성	.253	.127	.094	1.985	.048
	교급	-.093	.152	-.031	-.615	.539
	소득수준	.009	.058	.007	.155	.877
기존 미디어 이용	신문	.368	.077	.262	5.053	.000
	TV	-.082	.046	-.094	-1.799	.073
	라디오	-.091	.090	-.059	-1.015	.311
	잡지	-.072	.086	-.049	-.833	.405
	인터넷	.076	.047	.084	1.628	.104
소셜미디어 이용	소셜미디어 이용 빈도	.005	.015	.018	.364	.716
	소셜미디어 친구 수	.009	.012	.038	.737	.462
소셜미디어 '친구들'의 정치적 세련도	정치·사회 지식	.346	.130	.195	2.670	.008
	정치·사회 관심도	.285	.134	.152	2.124	.034
	정치·사회 참여도	.054	.131	.030	.415	.678

R-square=.199, p<.001

표 IV-53 교량적 사회 자본을 설명하는 요인들

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
(상수)		1.652	.168		9.855	.000
배경변인	성	.117	.050	.109	2.326	.021
	교급	.037	.060	.031	.614	.539
	소득수준	-.042	.023	-.084	-1.823	.069
기존 미디어 이용	신문	-.081	.030	-.137	-2.672	.008
	TV	.007	.018	.021	.414	.679
	라디오	.006	.036	.010	.173	.863
	잡지	.035	.034	.060	1.037	.300
	인터넷	.050	.018	.137	2.714	.007

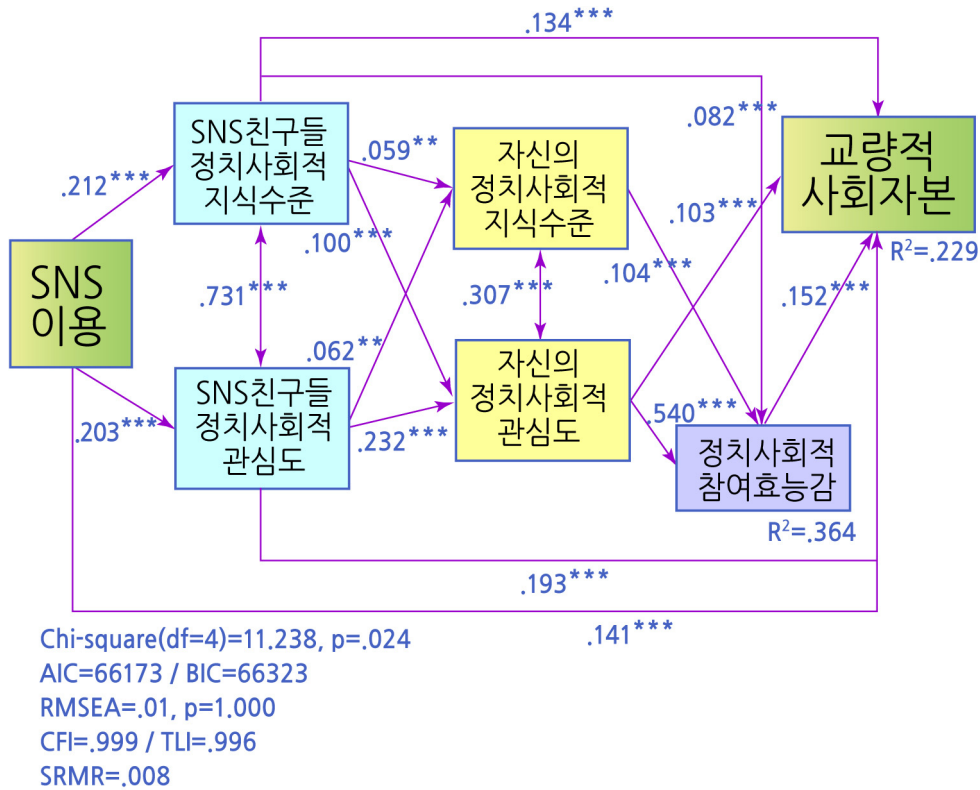
변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
소셜미디어 이용	소셜미디어 이용 빈도	.015	.006	.124	2.495	.013
	소셜미디어 친구 수	.007	.005	.072	1.411	.159
소셜미디어 '친구들'의 정치적 세련도	정치·사회 지식	.158	.052	.223	3.038	.003
	정치·사회 관심도	.047	.053	.063	.883	.378
	정치·사회 참여도	.056	.052	.076	1.076	.283

R-square=.228, p<.001

아래 그림 [IV-11]은 SNS이용이 정치 효능감과 교량적 사회자본을 증가시키는데 있어서 SNS친구들의 정치·사회적 지식 수준과 관심도를 어느 정도로 인지하는가가 중요한 매개 요인으로서의 역할을 함을 보여주는 모델이다. 모델에서 보는바와 같이 SNS이용이 증가하게 되면 SNS친구들의 정치·사회적 수준과 관심도를 높게 인지함을 관찰할 수 있다. 이는 SNS에 자주 접속하게 되면 그만큼 친구들이 제시한 정보에 많이 노출되고 이는 그들의 지식과 관심도를 높게 인지하는 원인이 된다고 할 수 있다. 즉, SNS이용 목적과 상관없이 SNS이용이 증가하게 되면 어느 정도 정치·사회적 정보에 노출될 가능성이 높아져서 SNS친구들의 정치·사회적 지식과 관심도가 높다고 인식하는 결과를 가져오게 된다는 것이다.

SNS친구들의 정치적 세련도가 높다고 인지하게 되면 이를 집단 규범으로 지각하게 되어 자신도 이에 동조하여 정치·사회적 이슈에 대해 관심을 갖고 정보를 수집하는 경향을 보이게 된다. 그림에서 나타난 바와 같이 SNS친구들이 정치·사회적 지식 수준이 높고 관심도 많다고 받아들이게 될 때 자신의 정치·사회적 관심도도 높아짐을 관찰할 수 있다. 또한 개인의 정치·사회적 지식과 관심은 자신이 정치·사회적 문제와 관련하여 효과적인 판단과 결정을 내릴 수 있다는 효능감을 증가시키고, 이는 또 교량적 사회 자본으로 연결되는 관계를 보인다.

결론적으로, SNS이용은 그 이용 목적과 상관없이 SNS친구들의 정치·사회적 참여 규범을 인지하게 만들고 이는 자신의 지식과 관심, 효능감을 높여 사회 자본의 형성에 긍정적인 역할을 한다는 것이다. 한편 그림은 SNS친구들의 규범 인지는 교량적 사회 자본에 직접 영향을 주고 있음을 보여주는데, 이는 집단 규범에 순응하고자 하는 개인의 사회적 성향을 보여주는 것이라고 해석할 수 있다.

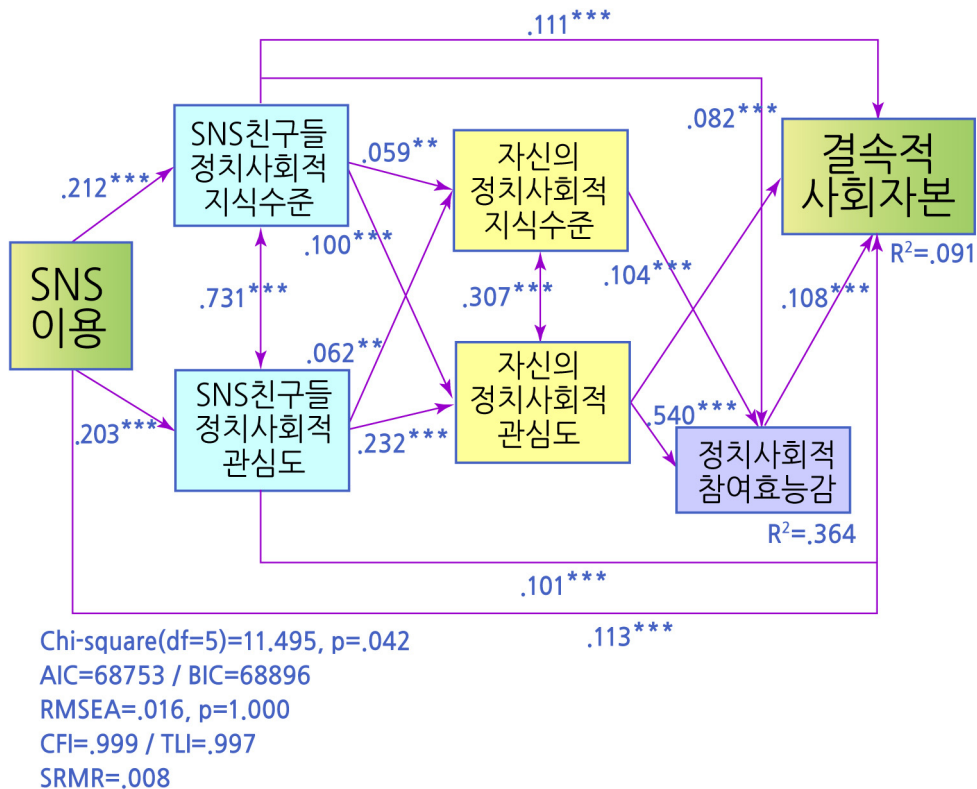


【그림 IV-11】 SNS 친구들의 정치·사회적 지식 수준과 관심도 인지가 개인의 교량적 사회 자본 형성에 미치는 효과에 대한 구조모델

구체적으로 살펴보면 SNS친구들이 정치와 사회 문제에 관심이 많다고 생각하게 되면 자신의 관심도도 증가하는 효과가 상대적으로 큰 것으로 나타났다. 친구들의 지식 수준이 높다고 인지하는 것도 자신의 관심도를 높게 되는 유의미한 요인으로 나타났다. 그러나 친구들의 지식 수준과 관심도가 자신의 지식 수준에 미치는 효과는 유의미하지는 않지만 그다지 크지 않았다. 또한 그림에서 나타난바와 같이 개인의 정치·사회적 지식 수준이 정치 효능감과 교량적 사회 자본 형성에 미치는 영향력은 약한 반면 관심도는 큰 효과를 미치고 있다. 따라서 이를 종합해보면 SNS 정보를 통한 규범 인지가 효능감과 사회 자본에 미치는 효과는 주로 개인의 정치·사회적 관심도를 높여 발생한다고 볼 수 있다.

아래 그림 [IV-12]에서 보이는바와 같이 SNS친구들의 정치·사회적 지식과 관심도를 높게 인식할 수록 결속적 사회 자본도 증가하는 것으로 나타났다. 결속적 사회 자본은 사회 문제 해결에 필요한 관계 형성과 관련된 개념이기 때문에 자신의 지식 수준과 관심도는 결속적 사회 자본의 형성에

직접적 영향력은 없었고, 정치·사회적 효능감을 증가시켜서 간접적으로 증가시키는 것으로 나타났다. 그러나 SNS친구들의 지식과 관심도는 결속적 사회 자본에 직접적으로 유의미한 효과를 가지는 중요한 요인임을 알 수 있다.

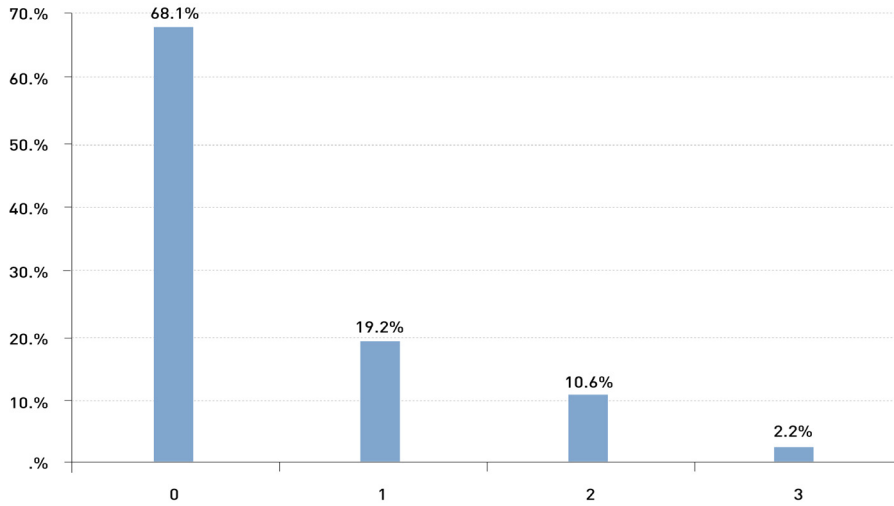


【그림 IV-12】 SNS 친구들의 정치·사회적 지식 수준과 관심도 인지가 개인의 결속적 사회 자본 형성에 미치는 효과에 대한 구조모델

5) 사이버불링에 영향을 미치는 요인

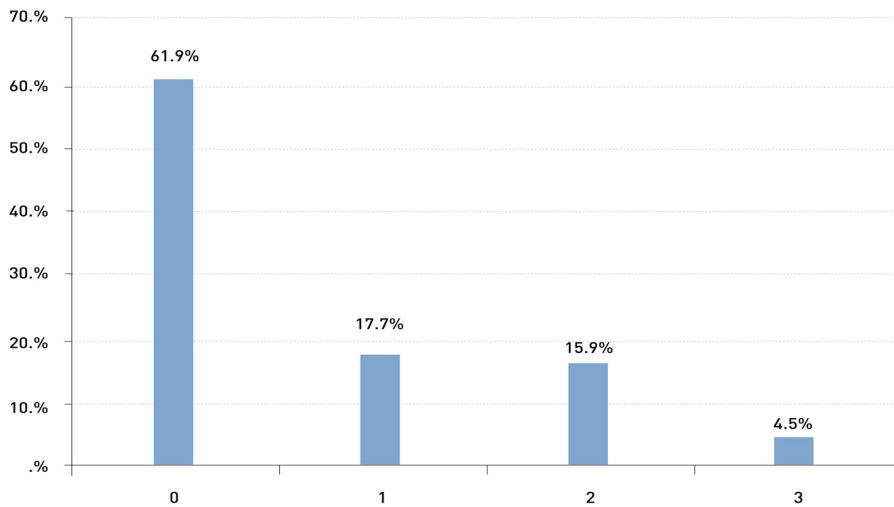
소셜미디어를 통해 경험한 일 중 사이버불링과 관련된 세 가지 즉 욕설, 놀림, 따돌림 내용을 토대로 어떤 변인들이 사이버불링과 상관관계가 있는지 분석하였다. 이를 위해 각 문항의 값을 합쳐 사이버불링 피해, 가해 척도를 만들었다. 각각의 분포는 아래 [그림 IV-13], [그림 IV-14]와 같다.

사이버불링피해 역시 가해분포와 비슷했다. 사이버불링피해를 한번이라도 당해 본적이 없는 학생은 전체의 68.1%였고 이 중 한번이라도 겪은 응답자는 19.2%, 두 번 겪은 응답자는 10.6%, 욕설, 놀림, 따돌림 등 세 가지 피해를 당한 응답자는 2.2%였다.



【그림 N-13】 사이버불링피해척도분포

사이버불링을 한 번도 해 본적이 없는 청소년은 전체의 61.9%였고 한번이라도 저지른 사람이 17.7%, 두 번 저지른 사람은 15.9%, 욕설, 놀림, 따돌림 등 셋을 다 저지른 학생은 4.5%였다.



【그림 N-14】 사이버불링가해척도분포

성별, 교급별, 부모 학력수준별, 부모직업유무별로 사이버불링 피해, 가해 경험이 어떻게 다른지 살펴보았다. 분석결과 사이버불링피해의 경우 성별 차이만 통계적으로 확인되었다. 즉 남학생들이 여학생보다는 더 많이 사이버불링을 당하는 것으로 나타났다.

표 IV-54 배경변인에 따른 사이버불링 피해경험 차이

	교급별		성별		아버지학력		어머니학력		아버지직업		어머니직업	
	고등 학생	대학생	남	여	전문대 이상	고졸 이하	전문대 이상	고졸 이하	유	무	유	무
피해 경험	.46 (.74)	.47 (.79)	.56 (.81)	.36 (.69)	.46 (.76)	.47 (.78)	.46 (.75)	.46 (.77)	.46 (.76)	.44 (.74)	.47 (.76)	.43 (.74)
통계적 유의미 정도	F=.335 p=.563		F=79.961 p=.000		F=.339 p=.561		F=.100 p=.752		F=.107 p=.743		F=3.191 p=.074	

사이버불링가해경험의 경우, 교급별, 성별, 어머니직업유무가 통계적으로 유의미한 영향을 미쳤다. 즉 대학생보다는 고등학생이, 여학생보다는 남학생이 어머니가 직업을 가진 경우가 그렇지 않은 경우보다 더 사이버불링가해경험이 많은 것으로 나타났다.

표 IV-55 배경변인에 따른 사이버불링 가해경험 차이

	교급별		성별		아버지학력		어머니학력		아버지직업		어머니직업	
	고등 학생	대학생	남	여	전문대 이상	고졸 이하	전문대 이상	고졸 이하	유	무	유	무
가해 경험	.70 (.93)	.55 (.86)	.70 (.95)	.54 (.84)	.61 (.90)	.63 (.90)	.60 (.89)	.63 (.90)	.62 (.90)	.61 (.89)	.65 (.91)	.56 (.86)
통계적 유의미 정도	F=31.761 p=.000		F=37.260 p=.000		F=.376 p=.540		F=.803 p=.370		F=.028 p=.866		F=8.210 p=.004	

소셜미디어 이용정도와 소득수준과 사이버불링 간의 상관관계를 분석한 결과, 미니홈피와 카카오톡을 많이 이용할수록 사이버불링 피해, 가해경험도 많은 것으로 나타났다. 또한 블로그, 미투데이, 트위터, 페이스북, 팟캐스트 이용이 높을수록 사이버불링피해도 많은 것으로 분석됐다. 하지만 전반적으로 소셜미디어이용과 사이버불링피해정도의 상관관계는 그다지 높지 않은 수준이었다. 또한

소득수준이 높을수록 사이버불링피해를 덜 겪는 것으로 나타났다. 사이버불링피해경험과 가해경험과의 상관관계는 .517로 매우 높게 나타나 사이버공간에서 불링피해를 많이 당할수록 가해경험도 높은 것으로 나타났다.

표 IV-56 소셜미디어 이용정도 및 소득수준과 사이버불링과의 상관관계

소셜미디어 이용정도	사이버불링 피해경험	사이버불링 가해경험
1) 블로그	.049**	.023
2) 미니홈피 (싸이월드 등)	.082**	.067**
3) 미투데이	.064**	.021
4) 트위터	.055**	.012
5) 페이스북	.066**	.021
6) 팟캐스트	.060**	.006
7) 카카오톡	.067**	.086**
8) 유튜브	.025	.028
소득수준	-.030*	-.012
사이버불링 피해경험		.517**
사이버불링 가해경험	.517**	

* $p<.05$, ** $p<.01$

소셜미디어를 통한 불링 피해, 가해 경험에 영향을 미치는 변수들을 투입해 회귀분석을 실시하였다. 아래 <표 IV-57>에 나타나듯이, 남학생일수록, 고등학생일수록, 경제적 수준이 낮을수록 사이버불링 피해를 더 경험하는 것으로 나타났다. 부모학력이나 직업여부는 유의미한 영향을 미치지 않았다. 소셜미디어 가운데는 미니홈피, 페이스북, 카카오톡을 많이 이용할수록 사이버불링피해경험도 더 많은 것으로 나타났다. 소셜미디어 이용동기는 별다른 영향을 미치지 못했고 결속적 사회자본은 사이버불링피해에 정적인 영향을 미쳤다. 즉 결속적 사회자본이 높을수록 사이버불링피해를 더 많이 당하고 있는 것이다.

표 IV-57 사이버불링 피해 예측변인

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
(상수)		.186	.116		1.607	.108
성별 (여자=1)		-.231	.025	-.150	-9.048	.000
교급별 (대학생=1)		-.084	.029	-.055	-2.942	.003
가정의 경제수준(1~7)		-.029	.012	-.040	-2.357	.018
부모학력	아버지학력 (전문대이상=1)	-.006	.031	-.004	-.181	.857
	어머니학력 (전문대이상=1)	.014	.032	.008	.426	.670
부모직업	아버지직업 (있다=1)	.124	.076	.027	1.647	.100
	어머니직업 (있다=1)	.021	.027	.013	.787	.431
소셜미디어 이용시간	블로그	.007	.014	.009	.518	.605
	미니홈피	.040	.013	.056	3.111	.002
	미투데이	.013	.028	.010	.453	.651
	트위터	.011	.019	.011	.560	.575
	페이스북	.025	.009	.053	2.824	.005
	팟캐스트	.046	.028	.032	1.656	.098
	카카오톡	.026	.008	.061	3.303	.001
	유튜브	-.013	.011	-.020	-1.146	.252
소셜미디어 이용동기	정보적 이용	.021	.029	.015	.714	.475
	오락적 이용	-.021	.027	-.015	-.779	.436
사회자본	교량적 사회자본	.031	.027	.024	1.115	.265
	결속적 사회자본	.073	.021	.068	3.517	.000
R-square=4.4%						

사이버불링피해와 마찬가지로 사이버불링가해경험도 여학생보다는 남학생이, 대학생보다는 고등학생이 더 높았다(표 IV-58) 참고). 어머니 직업이 있는 경우가 그렇지 않은 경우보다 더 사이버불링을 저지르는 것으로 나타났다. 소셜미디어 가운데서는 카카오톡을 많이 이용할수록 사이버불링을 더

저지르는 것으로 확인됐다. 또한 소셜미디어를 오락적으로 이용할수록 가해경험도 더 높은 것으로 나타났다. 결속적 사회자본은 피해경험 때와 마찬가지로 가해경험에 정적인 영향을 미치는 것으로 드러났다.

표 IV-58 사이버불링 가해 예측변인

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	t	유의확률
(상수)		.075	.134		.557	.577
성별 (여자=1)		-.211	.030	-.118	-7.131	.000
교급별 (대학생=1)		-.233	.033	-.130	-7.026	.000
가정의 경제수준(1~7)		-.004	.014	-.005	-.279	.780
부모학력	아버지학력 (전문대이상=1)	.018	.036	.010	.502	.616
	어머니학력 (전문대이상=1)	-.023	.037	-.012	-.617	.537
부모직업	아버지직업 (있다=1)	.019	.088	.004	.220	.826
	어머니직업 (있다=1)	.062	.032	.032	1.966	.049
소셜미디어 이용시간	블로그	.021	.016	.024	1.333	.183
	미니홈피	.024	.015	.029	1.642	.101
	미투데이	.010	.033	.007	.314	.754
	트위터	.000	.022	.000	-.008	.994
	페이스북	.013	.010	.023	1.224	.221
	팟캐스트	-.013	.032	-.008	-.413	.679
	카카오톡	.043	.009	.087	4.761	.000
	유튜브	.002	.013	.003	.176	.860
소셜미디어 이용동기	정보적 이용	-.064	.034	-.039	-1.902	.057
	오락적 이용	.126	.031	.078	4.058	.000
사회자본	교량적 사회자본	-.040	.032	-.026	-1.244	.213
	결속적 사회자본	.144	.024	.114	6.004	.000
R-square=5.7%						

3. 소결

소셜미디어 이용실태 및 영향에 대한 분석을 통해 몇 가지 흥미로운 결과를 얻을 수 있었다.

우선, 소셜미디어를 통해 형성된 사회자본에는 소셜미디어 이용정도는 유의미한 영향을 미치지 않았고 오히려 소셜미디어를 이용하는 동기가 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 단순히 소셜미디어를 오래 이용한다고 해서 사회자본이 강화되는 것이 아니라 정보나 교류, 친목도모 등의 목적으로 적극적으로 활용해야 사회자본이 강화될 수 있다는 것이다.

소셜미디어를 통한 정치, 사회참여에는 소셜미디어가 모든 참여에 긍정적으로 영향을 미쳤다. 앞서도 서술했듯이, 최근 확산되고 있는 소셜미디어는 인간관계의 확장 뿐 아니라 정치·사회적 참여를 활성화시키는 매체로 자리 잡고 있다. 따라서 소셜미디어를 통해 정치·사회적 정보를 많이 얻는 청소년일수록 정치, 사회적 참여가 높을 확률이 크다. 이 같은 연구결과는 기존 연구결과(송경재, 2011; Zuniga et al., 2012)와 일치하는 것으로 향후 소셜미디어를 통한 정치, 사회적 참여가 활성화될 것으로 보인다. 하지만 전통매체의 경우 신문과 방송의 효과가 대조를 보였다. 신문은 참여의 가능성을 높였으나 방송은 참여의 가능성을 줄이는 경향이 있었다. 또 다른 흥미로운 사실은 인터넷이 청소년의 참여에 별다른 영향을 미치지 못하고 있다는 것이다. 앞서도 언급했듯이, 청소년은 정보화세대로 인터넷으로부터 많은 영향을 받고 있고 인터넷이 청소년의 참여를 촉진시키는 중요한 매체가 돼 왔다. 하지만 스마트폰 확산에 따른 소셜미디어의 영향력이 커지면서 점차 인터넷의 영향력은 줄어들고 개인들 간의 연결네트워크인 소셜네트워크서비스의 영향력이 커지고 있다고 볼 수 있다. 정치, 사회적 참여에 영향을 미치는 정치관심과 효능감은 청소년들의 정치, 사회적 참여를 활성화시키는 중요한 변수였다. 즉 정치, 사회적 문제에 대한 관심이 높고 효능감이 클수록 청소년들이 기부활동이나 서명운동, 특정제품불매운동에 참여할 가능성이 높았다. 이 같은 연구결과는 관심, 효능감과 정치적 참여와의 높은 연관성을 입증한 기존 연구결과(송종길·박상호, 2006; 이재신·이영수, 2009; 하종원, 2006)를 뒷받침해주고 있다.

대학생들의 19대 총선투표참여에는 정치관심, 효능감, 정치지식 등이 유의미한 영향을 미쳤으며 소셜미디어 가운데는 트위터가 중요한 영향을 미쳤다. 이러한 결과는 트위터가 활발한 정치커뮤니케이션의 수단이 되고 있다는 것을 보여주고 있다. 즉 페이스북이나 카카오톡과 달리 트위터에서 정치적 소통이나 정보가 매우 활성화되고 있다는 것이다.

소셜미디어는 또한 또래 집단 규범을 인지하는데 매우 중요한 채널이 되고 있다. 소셜미디어

이용 빈도와 ‘친구 수’는 소셜미디어 ‘친구들’의 정치·사회적 규범이 높게 형성되어 있음을 인지하는 유의미한 요인임이 확인되었다.

한편, 사이버불링에 대한 조사에서는 먼저, 사이버불링 피해경험보다 가해경험이 더 많은 것으로 나타나고 있다. 또한 사이버불링 피해경험과 가해경험 간의 정적인 상관관계가 매우 높게 나타나고 있다. 즉 물리적 공간에서 일어나는 따돌림 행위와 마찬가지로 가해자가 동시에 피해자가 되는 상황이 발생하고 있는 것이다.

남학생이 여학생보다 사이버불링피해를 더 많이 당하고 가해경험도 더 높은 것으로 나타난 것도 흥미롭다. 이는 Harman 등이 실시한 미국의 연구결과(임상수, 2011서재인용)⁴³⁾와 다른 것으로 우리사회에서는 남학생들이 사이버불링에 더 취약한 것으로 나타났다.

또한 본 연구에서는 고등학생들이 대학생들보다 사이버불링을 더 경험하고 이를 더 저지르는 것으로 나타났다. 이는 대학생에 비해 아직 미성숙한 고등학생들이 소셜미디어를 통한 사이버불링에 더 취약한 것을 보여주고 있는 결과다.

부모의 사회경제적 배경 가운데는 경제수준이 사이버불링 피해와 부적으로 유의미한 상관관계를 나타냈다. 즉 경제적 수준이 낮을수록 사이버불링피해를 더 경험하는 것으로 나타나 소득이 낮을수록 사이버불링피해를 더 당하고 있는 것이다. 하지만 부모학력수준이나 직업유무는 사이버불링에 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않았다.

소셜미디어 가운데는 카카오톡 이용정도가 사이버불링 피해/가해 경험에 정적으로 유의미한 영향을 미쳤다. 즉 카카오톡을 많이 이용하는 학생들일수록 사이버불링을 더 당하고 더 저지르는 것으로 드러났다. 또한 미니홈피나 페이스북을 많이 할수록 사이버불링피해를 더 경험하는 것으로 분석됐다. 이러한 결과는 블로그나 트위터 등 정보지향적 매체보다는 카카오톡이나 페이스북 등 관계지향적 매체에서 사이버불링이 보다 많이 발생하고 있다는 것을 시사해주고 있다.

43) 이 연구에 따르면, 여학생들이 남학생들에 비해 사이버불링피해확률이 높았으며 가해확률 또한 높았다(임상수, 2011).

제 5 장

소셜미디어와 청소년의 삶

1. 조사개요
2. 조사결과
3. 소결

제 5 장

소셜미디어 이용과 청소년의 삶⁴⁴⁾

1. 조사 개요

1) 연구대상

(1) 조사대상자의 인구통계학적 특성

본 연구는 소셜미디어이용이 청소년들에게 미치는 영향을 질적으로 파악하기 위해 소셜미디어 이용 경험이 있는 청소년들 5명과 예비면접을 우선 실시하였다. 예비면접조사결과를 토대로 청소년의 소셜미디어와 관련된 사회적 맥락을 보다 잘 드러낼 수 있는 방향으로 주 제보자를 선정했다.

이를 위해 소셜미디어를 1년 이상 이용한 경험이 있는 청소년 중에 본 연구의 목적에 동의하며, 심층면접에 참여할 의사를 가지고 있는 고등학생 10명, 24세 이하 대학생 10명 등 총 20명의 청소년을 주 제보자로 선정하였다. 이러한 기준에 따라 선정된 주 제보자의 인적 사항을 정리하면, 다음의 <표 V-1>과 같다.

표 V-1 조사대상자의 일반적 특성

사례 번호	나이	성별	한달 용돈	(고등학생) 특목고/일반고/ 전문계고, (대학생) 전공
1	17세	남	8만원	특성화 자율고
2	17세	남	4만원	특성화 자율고
3	18세	여	4~5만원	특성화 자율고
4	18세	여	15만원	특성화 자율고
5	17세	여	10만원	자율형 사립고

44) 이 장은 성윤숙 연구위원(한국청소년정책연구원)이 집필하였음.

사례 번호	나이	성별	한달 용돈	(고등학생) 특목고/일반고/ 전문계고, (대학생) 전공
6	17세	남	3만원	인문계
7	18세	여	6만원	인문계
8	17세	여	12만 4천원	특성화 자율고
9	18세	여	4만원	인문계
10	17세	남	2만 5천원	인문계
11	22세	여	100~150만원	동양학(유학생)
12	23세	남	30~40만원	물리학(유학생)
13	21세	여	90~100만원	화학과(유학생)
14	22세	남	70~80만원	전기공학(유학생)
15	20세	여	50~60만원	수학과(유학생)
16	19세	여	50만원	신문방송학
17	19세	남	45만원	신문방송학
18	20세	남	40만원	신문방송학
19	20세	여	60만원	신문방송학
20	19세	여	30~40만원	신문방송학

2) 조사도구

질문지를 구성하기 위해 선행연구(성윤숙 · 이춘화 · 유의선, 2008) 분석과 소셜미디어를 2년 이상 이용한 청소년과 대학생을 대상으로 소셜미디어를 이용하는 청소년의 특성에 대해 사전 인터뷰를 실시하였다. 이를 토대로 질문지를 만들고 소셜미디어 관련 전문가 8인으로부터 자문을 받아 질문지를 구성하였다. 또한 질문지 내용의 이해도를 알아보기 위해 소셜미디어 이용 청소년 4명을 대상으로 사전 조사를 실시하였다. 청소년의 소셜미디어 이용실태 및 문제점에 관한 질문지의 내용 구성은 다음과 같다.

번호	조사영역	세부항목
1	소셜미디어 이용 현황	- 스마트폰 사용 여부 - 스마트폰과 소셜미디어 이용 기간 - 현재 이용 중인 소셜미디어 종류 - 현재 이용 중인 특정 소셜미디어를 선택하게 된 이유 - 소셜미디어 이용방법이나 기능 숙지 여부 - 소셜미디어 이용 동기 또는 계기 - 일주일간 소셜미디어 접속 일수 - 하루 평균 소셜미디어 이용 시간 - 컴퓨터와 스마트폰 중 소셜미디어 접속비율 - 소셜미디어 참여 방법 - 소셜미디어 이용을 통해 만족하는 부분 혹은 얻고자 하는 점 - 향후 현재 이용 중인 소셜미디어를 이용할지 여부
2	소셜미디어 만족도 및 사회적 자본 형성	- 소셜미디어 만족도 - 소셜미디어 관계 전체 규모 - 현실과 소셜미디어에서 나타나는 본인의 모습 차이 - 소셜미디어 정치참여 정도 - 소셜미디어 교류 형태 - 소셜미디어에서 친구 차단 경험(가해자 측면) - 소셜미디어에서 친구 차단 당해본 경험(피해자 측면) - 친구신청경험
3	소셜미디어의 영향	- 소셜미디어 긍정적 영향 - 소셜미디어 부정적 영향 - 소셜미디어 이용 후 일상생활의 변화 - 소셜미디어의 부정적인 면을 해결하기 위해 필요한 서비스 - 소셜미디어를 통한 사이버따돌림 가해 경험 - 소셜미디어를 통한 사이버따돌림 피해 경험 - 소셜미디어 중독 여부 및 증상
4	소셜미디어 정책방안	- 소셜미디어가 사이버공동체나 지역공동체 활성화에 도움 정도 - 소셜미디어에서 청소년을 보호하기 위한 정부와 서비스업체의 대책 방안 - 청소년이 소셜미디어를 건전하게 활용 할 수 있는 방안 - 소셜미디어 이용 시 규제 대상에 대한 인식
5	일반적인 특성	- 연령 - 성별 - 한 달 용돈 - 고등학생 교급 및 대학생 전공

(3) 연구 절차

문화기술적 접근은 소셜미디어를 이용하는 청소년들과 관련된 사회적 맥락과 청소년들 자신의 의미 창출과정을 심층적으로 분석할 수 있는 적절한 연구방법이다. 본 연구는 청소년의 소셜미디어 이용현황과 문제점을 심층적으로 분석하기 위하여 문화기술적 연구방법을 통하여 면담조사와 참여관찰을 중심으로 이루어졌다.

본 연구는 2012년 8월 13일부터 시작하여 2012년 9월 15일 사이에 이루어졌다. 문화기술적 연구방법을 취한 본 연구자는 ‘있는 그대로’ 최대한 일상적인 생활 장소에서 심층면접을 실시하였다. 주 제보자들의 심층면접은 주 제보자들의 사정에 따라 1~2회 개별면접과 집단심층면접(FGD: Focus Group Discussion)을 병행하여 진행되었다. 면접 전에 연구의 목적과 취지에 대한 정보를 제공하고, 심층면접 내용에 대해 녹취하는 것을 승낙 받아 녹음을 하였다.

또한 문화기술적 연구방법의 성공을 위해서는 라포를 형성하는 것이 매우 중요하기 때문에 면접시작 전에 라포를 형성하기 위해 식사를 같이 하거나 다과를 먹으며 한 시간 정도 그들 옆에서 행동을 관찰하였다. 청소년들이 일상생활에서 하는 행동이나 모습, 표정 등을 현장노트에 적었다. 이렇듯 제보자들이 주로 생활하는 장소, 하는 행동을 관찰함으로써 연구자는 각 개인의 개인적 관심과 특징을 발견할 수 있었고, 면접 내용과 연관시켜 생각해 볼 수 있었다. 연구자는 참여관찰을 통하여 이전에 알지 못했던 사실이나 새로운 느낌들을 현장노트에 정리하여 기록하고 이것을 자료의 분석에 활용하였다.

(4) 자료 수집과 분석

현장 노트를 읽을 때마다 연구지에서의 일을 떠올리며 연구자의 생각, 느낌, 연상되는 비유나 속담을 포함한 일차적인 해석들을 적고 검토하였다. 범주화(coding category)를 하기 위하여 현장노트를 반복하여 읽어가면서 상황을 적절하게 묘사하는 핵심단어들을 적는 한편, 단어들의 연관성을 고려하여 웹(web)을 만들었다(성운숙·박병식, 2009).

웹 자료의 범주화에서 주제영역 분류를 청소년의 소셜미디어 이용현황(이용시간, 이용동기, 참여방법, 교류형태, 정치참여, 친구 차단 경험), 소셜미디어 영향(일상생활의 변화, 사이버따돌림 피·가해 경험, 소셜미디어 중독) 등 소셜미디어를 이용하는 청소년의 심리, 주변 환경, 인맥, 사회적 지지망 등으로 상·하위 범주들을 정하고 이를 부호화 범주로 전환한 뒤 현장노트에 이를 적용시킴으로써

코딩작업을 완결하였다. 마지막으로 표기된 부호와 범주의 수대로 현장노트를 복사해서 범주별로 정리한 뒤 동일 범주의 사례들을 읽어가며 해석하였다. 연구자는 다양하고도 심층적 해석을 위하여 자료 분석을 하는 동안 ‘좋은 눈’을 유지하고자 노력하였다.

최종적으로 연구자의 이해와 해석이 제대로 이루어졌는지 확인하기 위해서 ‘삼각검증(triangulation)’의 방식을 활용하여 연구자의 자료의 분석과 해석을 소셜미디어 관련 전문가 5인에게 의뢰하여 자료와 분석결과를 재검토하였다. 즉 제보자에 대한 이해와 해석을 관점, 시간, 공간, 상황 등을 달리하여 자료와 그 분석결과를 재검토함으로써 연구의 타당도와 신뢰도를 검증하였다(Denzin, 1978; Goetz & LeCompte, 1984).

2. 조사 결과

1) 청소년의 소셜미디어 이용 현황

(1) 스마트폰소셜미디어 이용기간

스마트폰을 사용한 기간을 묻는 질문에 5%의 청소년만이 사용해본 적 없다고 응답하였다. 사용기간이 1년 이내라고 응답한 비율은 35%, 1~2년 사이는 50%이며, 10%의 청소년이 2년 이상 사용한 것으로 응답하였다.

소셜미디어 이용기간에 대해서 80%의 청소년이 2년 이상 사용하였다고 응답하였다. “소셜미디어는 초등학교 4학년 때부터 싸이월드를 시작으로 했어요.”, “버디버디부터 하면 초등학교 4학년 때부터, 싸이월드는 중1때부터 3년 정도, 페이스북은 작년부터요.”, “다음카페를 치면 2003년부터 했어요. 버디버디는 2002년부터 채팅으로 쓰다가 2005년부터 자연스럽게 싸이월드로 넘어갔어요.”, “싸이월드는 중2때부터, 버디버디는 초4,5학년 때부터 썼던 것 같아요. 페이스북은 작년 겨울부터 썼어요.” 그리고 10%의 청소년은 1~2년 사이라고 응답하였다. “소셜미디어도 6개월. 전에 컴퓨터로는 사용 안했어요.”, “스마트폰 소셜미디어 전부 재작년부터” 라고 응답하였다. 1년 이내, 그리고 사용한 적 없다는 의견도 각각 5%로 나타났다.

기본적으로 스마트폰을 사용하는 기간은 평균적으로 2년 이내인 것으로 나타났다. 반면 소셜미디어

의 경우는 스마트폰의 교체주기와 상관없이 2년 이상 사용하는 경우가 80%로 대부분의 청소년이 소셜미디어 이용에 익숙한 것으로 나타났다(부록 4, <표 I-1> 참조).

(2) 스마트폰 사용계기

40%의 청소년이 부모님 혹은 가족의 권유에 의해 스마트폰을 사용하게 되었다고 응답하였다. “아버지께서 기계는 신제품으로 나온 걸 써야 시대에 같이 갈 수 있다, 그러시면서 사 주셨어요.”, “가족 전체로 핸드폰을 바꾸는 과정에서 바꾸게 되었습니다.” 30%는 주변에서 다들 쓰니까 자연스럽게 사용하게 시작했다고 응답하였다. “다른 애들 다 스마트폰 사용하는데 저만 피쳐폰 사용하니까 그래서 바꿀 때도 됐다 싶어 바꿨어요.”, “핸드폰을 바꾸려는데, 스마트폰 밖에 없더라고요. 자연스럽게 시대가 바뀌었으니까 쓰는 게 낫겠다 싶었죠.” 편리해서 사용하기 시작했다는 응답은 20%였다. “학교를 멀리 다녀서 버스 정보라든지 그런 게 매우 절실했고요. 소셜미디어를 이용하고 싶기도 했고요.”, “다이어리, 카메라, 컴퓨터 등 하나로 사용할 수 있으니까 써 보고 싶었어요.”

청소년의 스마트폰 사용계기가 자율적이고 주체적이기 보다는 주변 환경에 영향을 받는 것을 의미한다. 특히 “다들 쓰니까”로 응답한 경우도 30%에 달해 청소년들의 또래문화에 있어서 타자 지향성이 큰 것으로 나타났다(부록 4, <표 I-2> 참조).

(3) 현재 이용 중인 소셜미디어 종류

현재 이용 중인 소셜미디어의 종류를 묻는 질문에 모든 응답자가 페이스북을 사용한다고 응답하였다. 스마트폰을 사용하지 않는 한명을 제외한 모든 청소년이 카카오톡을 사용하는 것으로 나타났다. “카카오톡하고 페이스북, 틱톡 그 정도. 다른 건 안 써요.”, “카톡이랑 페이스북만 사용하고 있어요. 싸이월드 같은 나머지는 요새 거의 안해서요.”, “카카오톡하고 페이스북은 거의 매일 매일이죠.”

또한 55%의 청소년들이 싸이월드를 이용한다고 응답하였다. “싸이월드 이걸 클럽 때문에 하고……”, “싸이월드는 원래 안하려고 했는데 친구들이 하자고 해서…….”, “카카오톡, 페이스북은 거의 매일매일, 다음에 트위터랑 싸이월드 이런 거…….”

20%의 청소년들은 트위터와 블로그를 이용한다고 응답하였다. “현재 이용 중인 것은 카카오톡, 트위터, 페이스북 3개예요.”, “뱅크 활동의 미션 중 하나가 블로그를 만드는 거예요. 그거 미션 수행의 하나로 시작했는데, 사용빈도 수는 적어요.”

그 외에 스카이프, 카카오톡, 틱톡, 텀블러, 인스타그램, 마이피플 등 기타 답변이 있었다. “스카이프는 해외 친구들도 다 써요. 근데 아이팟에 보면 페이스타임 있잖아요. 그런 것처럼 얼굴 보면서 통화도 할 수 있고 메시지도 보낼 수 있고 사진 전송도 되고.”, “텀블러와 인스타그램은 해외 친구들이 사용해서 써요.”

싸이월드와 페이스북의 사용추세가 이어지고 있는 것으로 보여지나 상대적으로 싸이월드의 이용이 새로운 소셜미디어의 등장으로 감소하는 것으로 보인다. 특히 카카오톡의 약진이 돋보이는데, 이는 문자와 통화를 모두 무료로 이용할 수 있고 그룹 간에 소통을 하기 때문에 사생활 노출이 적은 강점 때문인 것으로 추측된다(부록 4, <표 I-3> 참조).

(4) 소셜미디어 선택 및 미선택 이유

가. 현재 이용 중인 특정 소셜미디어 선택 이유

카카오톡을 선택하게 된 이유에 대해서는 60%의 청소년이 이용자가 많아 연락하기 용이하다고 응답하였다. “연락이 진짜 뜸했던 친구들까지 친구 되니까 되게 반가운거예요.”, “친구들 다 대화할 때 이걸로 말 걸고 그러니까 그걸 다 사용하는 것 같아요.”, “친구들이 거의 그걸로 소통을 많이 하고 있기 때문에 쓰고 있어요.”

다음으로 40%의 청소년이 비용이 저렴하고 무료이기 때문에 선택했다고 응답하였다. “무선인터넷 잡히면 무료이기도 하고.”, “문자 대용이랄까 그런 측면이 강한 것 같고요.”

편리한 기능 때문에 선택했다는 응답은 30%로 나타났다. “문자보다는 빠르고 수신확인 기능 때문에 더 쓰는 거 같아요.”, “남들이 내걸 읽었는지 아닌지 알 수 있기 때문에 답답하지 않고.”, “단체채팅 기능이 있어서 그게 굉장히 유용하거든요.”

기타 의견으로는 주변인의 추천이 10%로 나타났다. “일단 지인이 이거 한번 써봐라. 그래서 썼고요.”, “처음에 추천 어플에 떠서 받았어요.”

페이스북에 대해서는 25% 청소년이 친구들 다수가 선택해서 따라서 시작했다고 응답하였다. “싸이월드 하다가 애들이 건너가니까, 친구 따라 강남 가듯이.”, “주변에서 친구들이 많이 싸이에서 갈아타 길래 저도 같이 유행을 탔어요.”, “미국 친구들이 트렌드에 따라서 다 옮겨가기 때문에 저도 옮겨서 시작하게 되었어요.”, “싸이월드를 이용하는 지인들이 줄어들고 대부분 페이스북으로 옮겨가서요.”

20%의 청소년들은 주변인의 추천에 의해 선택하였다고 응답하였다. “페이스북은 친구들이 하라고 해서……. 옛날 친구들도 찾게 해준다고 해서, 중학교 친구들과 연락이 안 됐는데, 그것 때문에

이용하게 되었어요.”, “유학을 하다 보니까 외국 애들이 페이스북을 많이 하잖아요? 그래서 시작하게 됐는데, 요즘은 한국 사람들도 많이 하니까 그냥 싸이월드만 하기보다 페이스북으로 주로 하게 되는 것 같아요.”

다음으로 각각 10%의 청소년이 ‘편리한 기능’과 ‘친목유지’라고 응답하였다. “그나마 네트워크 중에서 글자 수 제한도 없고, 되게 다양한 거 같아서…….”, “개인적인 사생활이 나오는 장소 뿐 아니라, 인맥 관리하는 데 쓰고, 여러 그룹을 만들어서 필요한 정보를 주고받는 장으로 쓰고 있어요.”

그 외에 기타 의견으로 “또래 그룹에서도 많이 이용하고 그래서 생활이나 이벤트 등등 참여할 때 도움이 되더라고요.”, “영화 <소셜네트워크>를 보고 난 후에 페이스북에 관한 관심이 생겨서 그때부터 사용하게 되었습니다.” 등의 의견이 있었다.

싸이월드를 선택한 이유로 15%의 청소년들이 사진·글 등의 정보를 공유하기 위해서라고 응답하였다. “친구들이 사진같은거 올릴 수도 있고 같이 다이어리 공유할 수도 있으니까 해보라고 해서……. 싸이월드 클럽에서는 청소년 활동 하면서 공지사항이나 활동보고서 같은 거 올릴 때 이용해야 해서……. 제가 클럽 운영하는 것도 있고, 가입되어 있는 것도 있어요.”

그리고 5%의 청소년들이 지인들과의 친목을 다지기 위해 시작했다고 응답하였다. “처음엔 ‘우리끼리만 모인다’는 연대감이 있었어요. 우리끼리만 볼 수 있고 우리끼리만 나눌 수 있는 그런 점에서 일촌 때문에 하게 된 거죠.”, “친구들이 싸이에서 뭐 했고, 우리 1촌 맺자 이런 얘기를 하니까 저도 시작하게 되었어요.”, “실제로 얼굴 보면서 친해지지 못한 친구도 싸이월드에서 1촌 맺고 글 한번 쓰고 그러면 더 친해진 것 같잖아요.”

“친구들이 추천해줘서…….”, “흐름이었던 거 같아요. 당연히. 재도 하고 나도 하고. 생각이 잘 안나요. 사실 왜 했는지……. 너무 오래돼가지고…….” 등의 응답도 있었다.

기타로 트위터를 사용하는 것은 유명 인사의 생각이나 의견을 듣는 정보 획득을 위해 시작했다고 했다. “트위터는 실질적으로 저명한 인사의 발언이나 생각을 읽기 위해서 보는 거예요.”

그 외 스카이프는 영상통화를 위해 시작한 것으로 나타났다. “유학중에 외국친구들이 영상통화 하자고 해서 스카이프를 깔았더니 너무 좋은거예요.” 등의 매체를 꼽기도 했다.

전체적으로 청소년들의 선택이 다수의 흐름을 따라가는 것을 확인할 수 있다. 이는 대표적인 소셜미디어인 카카오톡과 페이스북에서 나타난다. 특히 페이스북의 경우 “주변인의 추천”까지 포함하면 거의 50%에 달하는 청소년들이 기능보다는 다수의 선택을 중요시 여기는 것을 알 수 있다. 이는 청소년의 타자지향성과 관계지향성이 두드러짐을 보여주는 결과라고 할 수 있다. 또 다른 특이점은 카카오톡의 경우인데 이는 청소년들이 재정적인 부분에 민감한 것을 보여준다(부록 4, <표 I-4-1> 참조).

나. 다른 소셜미디어를 이용하지 않는 이유

다른 소셜미디어를 이용하지 않는 이유에 대한 응답은 크게 개인적인 문제, 시스템의 문제 두 가지 특징으로 나눌 수 있다.

첫째로 개인적인 문제를 들 수 있다. 가장 많은 응답으로는 주변에 쓰는 사람이 없다는 것이 60%로 가장 많았다. “다들 페이스북만 하지 트위터 하는 애들 별로 못 봤어요.”, “미투데이나 그런 건 요즘은 친구들은 잘 안하는 거 같아요. 그래서 나도 굳이 할 필요를 못 느끼겠어요.” 다음으로 25%가 귀찮아서 하지 않는다는 응답이 많았다. “블로그는 친구가 하는건 봤는데 제가 하는 건 귀찮을 것 같아요. 남이 하는 건 읽기는 해요.”, “블로그 같은 경우 너무 손이 많이 가니까 귀찮아서 못하고요.”

둘째로 소셜미디어의 시스템 문제를 들 수 있는데, 기존에 사용하고 있던 미디어와 기능이 중복되기 때문이라는 응답이 20%로 나타났다. “트위터는 페이스북이랑 다른 게 없는 것 같아서 필요성을 못 느껴요.”, “제가 지금 이용하는 것들과 기능들이 겹치는 게 많으니까 이용할 필요성을 못 느꼈어요.”

다음으로 10%의 청소년은 사생활이나 익명성을 침해 받는다는 응답이 있었다. “지나치게 익명성 보장이 안 되는 것도 마음에 안 들고요.” 또한 10%의 청소년은 불편하다거나 조잡해서 사용하지 않는다는 응답(5%)도 있었다. “싸이월드는 조잡해서 잘 안 써요. 일단 다른 사람 소식 확인하려면 하나하나 들어가서 확인해야하는 게 너무 불편해요. 창도 많아지고 배경음악 막 섞이고 조잡하고. 어떤 사람들은 들어가면 닫아놓고.”, “카카오톡 계정은 만들었는데, 사용하기가 제 기준에는 너무 복잡해서 사용하지 않았어요.”, “트위터는 계속 담벼락에 리트윗 올라오는 게 귀찮기도 하고 뭔가 페이스북이랑 다르게 불편한 점이 있는 거 같아요.”

그 외에 기능을 익히기에 어렵고 복잡해서, 또는 불필요하기 때문에 쓰지 않는다는 응답도 각각 20%를 차지했다. “트위터는 복잡해 보여서……. 요즘이나 마이스페이스, 미투데이는 뭔지도 모르겠고.”, “페이스북으로 친구들하고 연락을 하고 하니까 굳이 할 필요를 못 느껴서 트위터는 안 해요.” 그 외 선동성이 지나치다 또는 여유가 없다거나 개인적인 성향에 맞지 않는다는 기타 응답이 있었다. “친구 중에 정치에 관심 있는 친구들이 트위터 많이 하는데, 저는 혹여나 맞지 않는 사실인데 애들에 의해 선동당하는 게 싫은거예요.”, “꾸준하게 관리하고 블로그에서 할 만한 시간적 여유가 없었던 거 같아요. 트위터는 너무 가벼운 느낌이라가지고……. 너무 온라인스러운 느낌? 그래서 전 안해요.”, “꾸준하게 관리하고 블로그에서 할 만한 시간적 여유가 없었던 거 같아요.”, “트위터는 140자 이내인가요? 저는 생각을 단편적이게 전달하는 것 보다 길게 전달하는 것을 좋아해서 제 성향하고 맞지 않아서…….”

이상에서 주목할 부분은 시스템 문제보다 개인적 문제가 더 우위를 점하고 있다는 사실, 그리고 개인적인 문제에서 “주변에 사용하는 사람이 없는 경우”가 60%에 달한다는 점이다. 이는 청소년들이 소셜미디어를 선택하는 이유와 선택하지 않는 지배적인 이유가 동일하게 “다수의 선택”에 의존하고 있다는 것을 나타내며, 이는 청소년이 타지향적이며 관계중심적인 특징이 있다는 것을 시사한다(부록 4, <표 I-4-2> 참조).

(5) 주변 친구들이 가장 많이 사용하는 소셜미디어의 종류

주변 친구들이 가장 많이 사용하는 소셜미디어에 대해 80%의 청소년이 ‘페이스북’을 꼽았다. 또한 70%의 응답자가 ‘카카오톡’을 선택하였다. “주변에는 카카오톡이랑 페이스북이요. 그러니까 아무래도 친구들이랑 연락을 많이 하다보니까 저도 그런 것 많이 사용하는 거 같아요.”, “카톡이나 페이스북 많이 이용하느 거 같아요. 애들과 얘기하다 보면 ‘페이스북에 올려’ 이런 식이지, ‘미투데이에 올려’ 이런 건 없거든요.” 기타로 ‘트위터’를 선택하기도 하였다.

개인의 선택과 주변사람들이 주로 사용하는 소셜미디어가 동일하게 나타난 것은 자연스러운 현상으로 청소년들의 경우 관계중심적이며 타지향적인 경향을 보이고 있는 것을 알 수 있다(부록 4, <표 I-5> 참조).

(6) 소셜미디어를 이용 동기(또는 계기)

청소년들이 소셜미디어를 처음 사용하게 된 동기로 45%의 청소년들이 주변인의 소개로 시작하게 되었다고 응답하였다. 다음으로 ‘소통/관계유지’가 30%로 높은 응답률을 나타냈다. “다른 사람들의 소식을 금방 알고 싶고, 새로운 다른 사람들도 연락해 보고 싶어서요. 간단한 사진 같은 거 올려도 댓글로 안부 같은 거 물을 수 있어서 좋은 관계가 잘 유지되는 거 같아요.”, “처음 시작은 중학교 때 친구들이랑 서로 연락하려고 블로그를 만들어서 시작했는데, 페이스북이 나오면서 자연스럽게 옮겨가게 된 거 같아요.”, “미국으로 유학가면서 한국 친구들과 연결할 수 있는 거의 유일한 연결고리가 싸이월드였어요.”

그리고 다들 쓰기 때문에 사용하게 됐다는 응답도 30%를 차지했다. “단순하게 그냥 친구들이 추천해줘서, 친구들이 하니까 가입한 것 같아요.” 기타 응답으로는 “그냥 관심사를 적당히 정리하고 인터넷상에다 저장하는 게 도움이 되었습니다.”, “기자단으로 활동하면서, 어느 단체를 소셜네트워크

로 홍보하는 일을 하면서 접해서, 끝나고도 계속 하게 됐어요.”, “페이스북이나 싸이월드는 소외되기 싫은 군중심리? 그런 게 있었고, 호기심도 있었고…….”, “싸이월드는 약간 자기만의 공간이라, 제가 글 쓰고, 아기자기하게 꾸미는 것도 좋아했고, 남들이 제 홈페이지에 와 주는 것도 좋았고 그런 것에 대해 만족감이 있었어요.”, “카카오톡은 권유보다 금전적인 이유예요.” 등 콘텐츠를 정리하고 홍보에 이용하거나, 자기만의 공간을 만들어 나가는 것에 대한 만족감 또는 금전적인 이유 등이 언급되었다.

청소년들이 소셜미디어를 처음 사용하게 된 동기 역시 “주변인의 소개” 또는 “다들 쓰니까”라는 응답이 압도적으로(75%) 나타났다. 그 다음이 “소통관계유지(30%)”였는데 이는 청소년들이 타자지향적이며 동시에 관계중심적인 성향을 지니고 있음을 보여준다(부록 4, <표 I-6> 참조).

(7) 소셜미디어 기능이나 사용방법 습득능력

소셜미디어 기능을 얼마나 숙지하고 있는지에 대한 질문에 50%의 청소년이 ‘잘 알고 있다’고 응답하였다. “처음에는 너무 어려운 거예요. 그래서 사진 올리는 거나 뉴스피드 그런 것만 했는데, 쓰면 쓸수록 많이 알아가는 거 같아요.” “저는 거기 있는 기능 다 쓰는 거 같아요. 저에게 필요한 기능도 다 알고 쓰시는 거 같아요.” 주로 사용하는 기능으로 30%가 다른 사람의 글을 읽고, 직접 글이나 사진을 올리며 포스팅한다고 응답하였다. “페이스북에서는 소식 같은 거 듣고, 그룹 공지 같은 거 듣고 그런 거……. 싸이월드도 클럽이요. 클럽에서 글 읽고 올리고……. 공지 같은 거.”, “블로그 같은 경우는 개발 쪽도 어느 정도 할 수 있고 웬만한 기능을 다 사용할 수 있다고 생각합니다. 주로 글이나 사진 올리는 기능을 많이 써요.”

20%는 대화를 주로 한다고 응답하였으며 “주로 카카오톡은 채팅하는 거밖에 안 해요. 그룹채팅은 멀리 사는 친구랑 하거나 회의 같은 거 있을 때.” 체크인, 태그, 리트윗 등을 이용한다는 응답이 15%로 나타났다. “페이스북에서는 주로 포스팅, 체크인, 사진 올리기, 누구와 같이 있었다. 태그도 주로 사용하는데요.”, “페이스북 같은 경우에는 답벼락에다 남기고요, 스피드 읽어보면서 댓글도 달고 그러고 페이스북의 메인 기능이란 건 거의 다 이용하고 있어요.”, 15%는 게임을 한다고 응답하였다. “카카오톡 게임 같은 거 할 때도 있고요. 애니팡이 요즘 대세예요.”

40%는 기본적인 기능은 알고 있다고 응답하였다. 일기와 포스팅 같이 정보공유 등을 위해 게시물을 작성 한다는 응답이 35%로 “페이스북에선 주로 글 쓰고, 사진 올리고, 그 정도? 좋아요 누르고, 댓글 달고. 계정비활성화 시키는 건 최근에 알았어요.”, 대화를 주로 한다는 응답이 35%로 “한

반 정도? 그냥 말 걸고, 말 받고, 프리스톡? 그것도 하고.”, “카카오톡에서는 그냥 톡, 대화하고 단체 톡하고, 카카오톡하고, 그 정도 쓰고요.”, 15%는 체크인, 태그, 리트윗 등을 한다고 응답하였다. “페이스북 주로 쓰는 기능은 기본적인 것은요, 애들이랑 메시지하고, 사진 올리고…….”, “저는 순수하게 네트워크의 목적으로만 다 이용했던 사람이라서 친구 담벼락에 안부글 남기거나 그룹만드는 거, 그룹은 많이 만들었어요. 각종 모임, 동창회 등을 유지하기 위해서…….”

5%는 잘 모른다고 응답하였다. “카톡은 어려운 건 별로 없다고 생각하는데, 페이스북은 아까 말했던 친구가 하는 애길 들어보니 되게 많은 기능이 있는 거 같더라고요. 제가 많이 모르는구나 생각했어요.”

기본적으로 청소년들은 소셜미디어의 기능에 해박한 것으로 드러났다. 특히 “잘 알고 있다”라고 답한 경우와 “기본적인 기능은 알고 있다”의 경우 각각 50%, 40%로 나타났는데, 실질적인 사용기능을 보면 읽기&포스팅(정보공유), 체크인, 태그, 리트윗, 그리고 대화로 나타났다. 따라서 어감상의 차이일 뿐 대부분의 청소년들이 소셜미디어의 기능에 친숙해 있다는 것을 알 수 있다. 나아가 새롭게 알게 된 기능도 다양성과 다수라는 특징을 겸한 것으로 보아 청소년들이 새로운 기능에 민감하게 반응하고 있는 것을 알 수 있다(부록 4, <표 II-1> 참조).

(8) 다른 기능을 사용하지 않는 이유

다른 기능을 사용하지 않는 이유에 대해서 “필요성을 못 느낀다.”는 응답이 25%로 가장 많았다. “별로 필요를 못 느껴요. 필요가 생기면 깔겠쬬. 그런데 필요 없으면 안 깔아요. 많이 깔면 핸드폰 안 돌아가니까.”, “쓰지 않는 기능은 이유가 있는 것 같아요. 필요성을 못 느끼니까.”

10%는 지금 쓰고 있는 기능으로 충분하다고 응답하였다. “저는 제가 필요한 것만 딱 쓰는 것 같아요. 불필요한 거 하면 귀찮아서? 관리를 못하겠어요. 너무 많으면 또 골치 아플 것 같고.” 흥미가 없다거나, 경제적인 이유를 든 응답자도 각각 10% 있었다. “싸이월드의 다른 기능은 흥미가 없어서입니다. 그림을 그리거나 그런 거는 흥미를 못 느끼기 때문에…….”, “제 핸드폰 같은 경우에는 제가 내는 게 아니라 엄마아빠가 내주시는 거기 때문에 제가 함부로 결제할 수 없는 거고…….” 그 외에 “싸이 다이어리는 다른 애들이 허세성 글을 올려서 안써요.”, “굳이 똑같은 사진을 두 군데에다가 다 올릴 필요가 있나 싶어서…….”, “기업과 친구 맺기 같은 경우는 사실 다 광고성이잖아요?”, “게임 같은 거는 수준이……. 사양자체가 좋지 않아서 플래시게임, 옛날 게임만 많아요.”와 같은 기타 응답이 있었다(부록 4, <표 II-2> 참조).

(9) 소셜미디어 사용 습득 능력

절반의 청소년이 소셜미디어 사용이 매우 쉽다고 응답하였다. 그 중에 40%가 시스템이 간단하여 바로 기능을 습득할 수 있다고 응답하였고, “저는 처음부터 쉬웠어요. 이걸 이렇게 사용하게 되는 거구나 바로 알고.”, “카카오톡은 진짜 쉽다고 생각해요. 그걸 처음 접했을 때의 어려움이라면 당연히 느낄 수 있는 거지, 시스템 적인 어려움은 없는 거 같아요.”, “맨 처음에 이런 기능이 어렵다고 생각한 사람들도 하루 정도 사용하고 나면 이것에 익숙해지거든요.” 디지털에 익숙한 세대이기 때문에 어려움이 없었다는 의견도 있었다(5%). “저는 디지털 쪽에 대해서 거리감이 없어서요. 페이스북도 친구들 중에서도 제일 먼저 시작한 것 같고요 그쪽에 대해서는 거부감이 없어요. 그래서 쉽게 이용하게 됐죠.” 매우 어렵다고 응답한 20% 중 15%가 적응기간이 필요하기 때문이라고 응답하였다. “특히 처음 접하는 사람은 되게 어려운 것 같아요. 많이 해 봐야 느는 거지, 처음 접하는 사람에게는 신세계니까. 어려웠어요.” 또한 부모님 세대가 적응하기 힘들어서라는 응답도 있었다(5%). “저는 어려운 지 안 어려운지는, 부모님이 사용하시나 안하시나 보면 알 수 있다고 생각하거든요? 우선 페이스북은 너무 어렵다면서 사용할 엄두도 안 내세요, 그거 보면 진짜 어려운 것 같아요.”

20%는 일부 어려움이 있다고 응답하였는데, 소셜미디어 매체에 따라 어려운 것이 있다는 응답이 있었다(30%). “카카오톡은 정말 쉽잖아요. 문자보다 더 쉬운 것 같은데? 페이스북은 좀 어려워 보여요.” 15%는 기능이 많아서 다소 복잡하다는 응답이었고, “아직 모르는 기능이 너무 많아서 헷갈리는 부분도 있고, 좀 더 적응해야 할 것 같아요.” 콘텐츠 제작의 어려움, 부모님 세대가 적응하기 힘들거라는 응답이 각각 5%로 나타났다. “미디어 자체를 공유하는 거는 굉장히 쉽지만 소셜미디어에 올라갈 콘텐츠를 제작해내는 것은 어떤 작업이든지 어려운 작업이죠.”, “약간 어려운 부분도 있는 것 같아요. 특히 어르신들 가르쳐 드릴 때에는.”

청소년들은 디지털에 익숙한 세대임을 알 수 있는 대목이다. 청소년의 50%가 소셜미디어 사용이 쉽다고 응답했는데 그 중 40%의 학생이 시스템이 간단해 바로 기능 습득이 가능하다는 조사결과를 통해서, 실제 청소년에게 디지털이 생소하거나 어렵게 다가가는 것이 아님을 알 수 있다. 특히 “어렵다”고 지적한 경우도 자신보다는 부모님 세대에 대한 걱정이 있었다는 점도 기능문제가 그들의 문제가 아님을 보여준다. 그럼에도 일부 디지털기능의 급속한 발전이 청소년에게 어렵게 다가가는 경우도 있음(40%)이 나타났다. 이는 디지털자체의 문제라기보다는 발전 속도의 문제로 보인다. 그리고 이는 그만큼 기성세대에게는 그 이해의 어려움이 가중될 것이라는 것을 시사하고 있기에 주목할 필요가 있는 것으로 보인다(부록 4, <표 II-3> 참조).

(10) 소셜미디어 이용 시간 및 장소

가. 소셜미디어 일주일 접속 일수

일주일에 며칠정도 소셜미디어에 접속하냐는 질문에는 모든 응답자가 매일 접속한다고 응답했다. 즉 소셜미디어가 청소년들의 일상생활과 밀접한 관련이 있고 삶의 일부로 자리 잡고 있다는 것을 알 수 있다. “카카오톡 포함이면 일주일 내내 트위터는 일주일에 한두 번? 페이스북도 매일 하는데, 글은 안올리니까, 지하철에서 버스에서 심심하면 들어가 보고…… 글 올리는 건 일주일에 적으면 한 번, 많으면 세 번? ”, “뭐, 매일이죠 매일. 아침 눈 떠서 저녁 할 때까지 카카오톡 확인하고, 실체론 24시간…….”(부록 4, 〈표 II-4-1〉 참조).

나. 소셜미디어 하루 평균 이용시간

소셜미디어의 하루 평균 이용시간을 묻는 질문에 가장 많은 30%의 청소년들이 수시로 이용한다고 응답하였다. “대략 잠자는 시간 빼고? 학교에서도 핸드폰을 책이랑 같이 펴놓고 이렇게 터치만 하면 되니까. 확인하고 댓글도 달거 달고, 그냥 편하게 하는 것 같아요. 거의 16시간?”, “솔직히 집에 가서 누울 때까지 계속 해요. 버스에 있을 때도 하고, 쉬는 시간에도 하고 폐해가 큰 거 같아요.”, “그룹 카톡은 자고 일어나면 계속 쌓여요. 여러 그룹 카톡이 계속 열려있다 보니까. 물론 무의미한 게 많긴 하지만 계속 쌓여요.”다음으로 25%의 청소년이 2~3시간 정도 이용한다고 응답하였다. “페이스북 같은 경우는, 글썄요, 잠깐잠깐 여러 번 접속하기 때문에, 두세 시간 되지 않을까?”1~2시간 정도는 20%, “시간을 정해놓는 게 아니라 틈날 때마다 하죠. 하는 시간을 종합해보면 한 시간 정도 하죠.”, “저는 되게 안 쓰려고 하는데 못해도 카톡은 1시간에 1번 씩 보는 거 같아요. 그리고 잉여시간에는 한 30분~40분씩 계속하죠.”, 4~5시간 정도는 15%의 응답률을 나타냈다. “ 4~5시간 하지 않나 싶는데…….스마트폰이 있잖아요, 심심할 때마다 들어가 보고 이러니까.”, “되게 많이 해요 4시간?5시간? 제가 다니는 시간이 많아서 움직이면서 그런 시간에 대부분 하는 거 같아요.”

응답자 전체가 소셜미디어를 매일 접속하고 있다는 사실에서 청소년들에게 소셜미디어가 삶의 일부로 녹아있음을 알 수 있다. 특히 수시로 접속하는 경우는 30%까지 달하며 하루 접속 시간이 총 4~5 시간인 경우도 15%로 나타나 청소년들이 많은 시간을 소셜미디어에 투자하고 있는 것으로 나타났다(부록 4, 〈표 II-4-2〉 참조).

다. 소셜미디어 1회 접속시간

1회 접속기준으로 얼마나 이용하는지에 대해서는 30분 정도 이용한다는 응답이 30%로 가장 많았다. “페이스북 같은 경우에는 한 30분 넘는 거 같아요.” 1시간 정도 이용한다는 응답이 20%, “한 시간은 기본으로? 학교에 등교해도 계속 해요. 수업시간에도 몰래 해요. 안 보이게…….”, “남들 블로그 때문에 시간이 길어지니까. 한번 들어가면 한 시간 정도.” ‘때에 따라 다르다’ 와 ‘제한 없다’는 응답도 각각 20%로 나타났다. “카카오톡은 때에 따라 다른데, 오래하면 밤새서도 하고, 짧게 할 거면 용건만 주고받기도 하고.”, “카카오톡 룸에서는 대화가 끊이지 않는 것 같아요.” 5%는 10분정도 이용한다고 응답하였다. “페이스북은 보통 한 10분 쯤 확인하는 거 같아요.” 다음으로 20%는 1~5분 사이로 짧게 이용한다고 응답하였다. “1분? 답장이 1분씩 오거든요.” “카카오톡 같은 경우 그냥 간단한 대화정도면 3분 정도, 페이스북은 5분 이내로 한 번에 접속하면 확인만? 그리고 싸이월드도 한 5분 이내로…….” 한 번에 몇 시간씩 접속한다는 응답도 5% 있었다. “몇 분 간격으로 할 때도 있고, 길게 몇 시간 동안 할 때도 있고…….”

즉, 한 번 접속했을 때 “제한 없음”이 20%, “1시간 정도”가 20%, “몇 시간” 5%로 응답자가 답변한 것으로 미루어 청소년 10명 가운데 4~5명은 일단 접속하면 1시간 이상 사용하는 것으로 나타났다(부록 4, <표 II-5> 참조).

라. 소셜미디어 사용 시간대

절반 가량이 주로 저녁~밤 시간에 이용한다고 응답하였다. “역시 밤이죠. 평상시에는 학교에 있으니까. 야자 11시에 끝나고 밤 11시, 12시에 하고.”, “페북에 올린다 그래도 하루 종일 일이 있는 다음에 올리는 거잖아요. 그래서 저녁 때 사람들도 제일 많이 올리는 거 같고, 그 때 읽을 것도 많고.” 특정 시간이 없이 하루 종일 사용한다는 응답이 35%로 나타났다. “그냥 다 하는 거 같은데요? 항상 핸드폰 있으니까 심심할 때마다 보게 되는 것 같아요. 새벽에도 만약에 잠자다가 깨면 그냥 확인 해 보고. 컴퓨터로만 하면 좀 다를 텐데, 스마트폰에 그게 다 있으니까 그렇게 되는 것 같아요.” 15%는 아침/저녁에 주로 이용한다고 응답했다. “방과 후에 많이 하는 것 같아요. 아침에도 하고, 몇 번 버스를 타야 하지? 하고. 제가 길을 잃어버린 적이 있거든요.”, “지하철에서 오갈 때죠. 아침에 학교 올 때랑 저녁에 일과 마치고 집에 갈 때 되게 많이 스마트폰을 사용하죠.”

55%의 응답자가 소셜미디어를 사용하는 시간이 주로 “저녁~밤”이라고 답했다. 하지만 35%의 경우는 하루 종일이었다. 이는 청소년들의 수업권이나 수면권이 소셜미디어에 의해 침해받고 있음을 추측할 수 있는 결과이다(부록 4, <표 II-6-1> 참조).

마. 소셜미디어 사용 장소

사용 장소에 대한 질문에 55%의 청소년이 집 또는 방이라고 응답하였다. “집이죠. 제가 있을 데는 집밖에 없으니까.”, “방에서 많이 이용해요.” 45%는 교통수단으로 이동 중에 한다고 답하였다. “요즘은 LTE 다 되니까 버스 안에서도 사용할 수 있어요.”, “이동하는 경로에서요. 걸어가거나 대중교통을 이용하거나 그럴 때요.” 25%는 학교에서 많이 한다고 응답하였다. “강의실에서 하는 데 되게 많아요. 수업 듣다가 카톡 확인하고 문자 보내고 그런 게 되게 만연해요.” 20%는 특정 장소 없이 어디서나 이용한다고 응답하였다. “그냥 핸드폰이랑 있으면 어디든지……. 진짜 그냥, 있을 때마다, 심심할 때마다 보는 것 같아요.” 그 외에 “도서관 카페. 어디 편하게 앉아 있을 때, 시간이 나면.”과 같은 기타 의견이 있었다.

사용하는 특별한 장소는 없는 것으로 드러났다. 특히 모바일기기의 영향이 두드러졌다. 이동 중 사용하는 경우가 45%였고 “어디서나”의 경우도 20%나 되었기 때문이다(부록 4, <표 II-6-2> 참조).

바. 컴퓨터 vs 스마트폰 중 소셜미디어 접속 빈도와 이용 시간

소셜미디어 사용에 있어 컴퓨터와 스마트폰의 접속빈도를 비교해 달라는 질문에 90%의 청소년이 스마트폰을 통해 이용하는 경우가 더 많다고 응답하였다. 40%가 스마트폰이 훨씬 접근성이 용이하다는 것을 이유로 꼽았다. “스마트폰이 훨씬 많은 것 같은데. 이용시간도 스마트폰이 더……. 9:1? 컴퓨터로 들어가려면 로그인도 하고 복잡하잖아요, 애는 누르면 바로 나오니까 컴퓨터 있어도 스마트폰 쓰는 것 같아요.”, 25%는 밖에 있는 시간이 길기 때문에 발생하는 이용시간에 차이를 이유로 들었다. “방학 때는 집에 항상 늦게 들어가기 때문에 8:2 정도 되는 거 같아요.”, “평상시에는 컴퓨터 할 기회가 별로 없죠. 한 8:2까지 되는 거 같아요.”

비슷하다는 의견은 5%에 그쳤다. “일단 스마트폰은 집이랑 밖에서 쓸 수 있으니까 스마트폰을 많이 이용하는 것 같긴 한데, 컴퓨터로 페이스북을 이용할 때가 이용시간이 긴 것 같아요. 접속 빈도로만 봤을 때는 스마트폰이 더 많죠. 5:5정도.”

90%의 응답자가 컴퓨터보다 스마트폰을 선호하는 것으로 나타났다. 이는 모바일기기의 막대한 영향력을 확인할 수 있는 결과이다(부록 4, <표 II-7> 참조).

(11) 소셜미디어 참여 정도

가. 소셜미디어 이용 참여도

소셜미디어 이용 참여도에 관한 질문에 대해 60%의 학생이 적극적으로 활용한다고 응답하였다. 그 중 사진이나 글 등을 직접 작성하여 포스팅하는 활동을 한다는 응답이 45%로 가장 많았다. “되게 자주 하죠. 전 글 많이 남기고, 하루 두 세 개씩 남기는 거 같아요.”, “글도 많이 올리고, 한 일주일에 4번은 글 올리는 것 같아요.”, “내가 뭘 하고 있나 봐야할 것 같은 사진? 포스팅할 때는 내 월에다가 그냥 LIKE 많이 찍힐 것 같은 웃긴 거 주로 올리는 거 같아요. 재미있는 콘텐츠를 올리죠.” 다음으로는 40%의 청소년이 댓글을 달거나, 페이스북의 ‘좋아요’기능, 트위터에서 리트윗하는 등 다른 이용자의 글을 읽고 반응하는 활동을 하는 것으로 응답하였다. “저는 한 번 할 때 눈팅하고, 댓글 달고, 좋아요 누르고, 글도 많이 올리고.”, “전 페이스북 볼 때마다 괜찮은 거 있으면 댓글 많이 달아주고, 좋아요 눌러주고.” 그 외에는 채팅 등 대화참여, 이벤트 참여 등의 응답이 있었다. “카카오톡 같은 경우는 그룹 채팅하죠.”, “남는 시간에는 폰을 되게 많이 만지는 편이라서요. 그룹채팅을 하게 되면 항상 주요 화자는 저예요, 말을 제가 제일 많이 하니까.”

소셜미디어를 적극적으로 이용하지 않는다는 그룹은 전체의 50%로 그 중 30%의 학생이 댓글 등 읽고 반응하는 활동을 주로 한다고 응답하였다. “팀블러는 다른 사람 리뷰 많이 하고요. 제가 직접 올린진 않아요. 제 개인적으로 정보수집……”, “안 친한 사람들 건 조용히 보고요, 친하고 웃기다, 흔적을 남길만한 가치가 있다 싶으면 ‘좋아요’ 누르고, 댓글도 달고.” 읽기만 한다는 응답은 20%로, “제 일상을 한 시간 단위로 업데이트 할 필요는 없을 것 같고요, 친구들의 게시물 같은 데 굳이 코멘트 안 해도 되면 안하는 것 같아요.”, “페이스북은 더 많이 읽는 것 같아요, 쓰는 것 보다는…….” 같은 답변이 있었다. 그 외에 대화를 하거나 용건만 간단히 사용한다는 응답이 있었다(10%). “카카오톡은 때에 따라 다른데, 짧게 할 거면 용건만 주고받기도 하고 그러는데. 짧게 할 때는 너 어디야? 하고 만날 때, 문제 같은 거 생겼을 때.”

응답자의 60%가 소셜미디어의 이용에 “적극적으로 참여한다”로 나타났지만 “적극적이지 않다”에도 응답한 중복응답자가 15%였다. 이는 소셜미디어의 종류에 따라 참여정도의 차이가 있기 때문이다. 일례로 트위터는 열심히 참여하지만 페이스북은 소극적인 경우가 해당된다. 참여여부는 개인의 기호에 의해 결정되는 것으로 나타났다. 중복응답자의 10%는 페이스북을 거의 사용하지 않는다고 한 반면 5%는 적극적으로 사용한다고 응답했기 때문이다. 또한 적극적이지 않은 응답자 가운데에도 “읽고 반응하기”처럼 소극적 참여를 보인 경우가 30%나 되는 것으로 나타났다(부록 4, <표 II-8> 참조).

나. 소셜미디어 적극 참여 이유

소셜미디어를 적극적으로 이용하는 이유로는 30%의 청소년이 인맥관리와 교류·소통이라고 응답하였다. “외국 친구들 근황도 확인하고, 아니면 고등학생 친구들 중에도 토픽? 이슈들 가지고 기록 남겨두면 저도 한 마디 쓸 수 있고. 그런 편이에요.”, “전국적으로 하는 모임을 몇 개 하고 있는데, 애들하고 만나서 얘기할 시간이 적잖아요. 그래서 페이스북으로, 가상의 공간에서 계속 만나면서 교류하는 거죠. 외국인 친구나 이민 간 친구는 전화 같은 게 힘들잖아요. 그럴 때 페이스북이 유용해요. 카카오톡도 비슷한 이유로 그런 거 같아요.” 그리고 15%가 소통하는 즐거움이라고 응답하였다. “오프라인에서의 관계를 온라인에서 경험할 수 있는? 나이의 제한과 환경의 제한을 약간 벗어난 느낌? 그리고 손쉽게 할 수 있고, 다양한 사람들을 만날 수 있으니까요.”, 그 외에 내 자신을 기록하기 위해서라는 기타 의견이 있었다. “제가 약간 우울증 같은 게 있어서, 아무도 보지 않아도 제 상태를 올리고 싶어요. 나는 이렇구나 하는. 제 자신을 기록하고 싶어요.”

적극적으로 활용하지 않는 이유로는 15%의 청소년이 지나친 사생활의 노출이라고 응답하였다. “그냥 제가 생각하는 거를 다른 사람들에게 그렇게 많은 사람에게. 아무래도 많이 볼 수 있으니까. 다 알리고 싶은 생각은 딱히 없어요. 그러면 약간 저만의 privacy가 없는 것 같아서.”, “하다보니까 회의감이 드는 게요, 그게 막 서로 자랑하는 공간이고, 모르는 사람들에게도 너무 많이 노출되고 그래서.” 기타 의견으로는 “요즘엔 싸이월드 쓰는 사람이 별로 없어서요. 아무래도 읽을 것도 별로 없고.”, “다른 애들이 다 쓰니까 같이 해야 하는 게 있어서 쓰긴 하는데, 적극적으로 쓰기에는 너무 귀찮아요.”, “한창 열 올라서 하다가 좀 시들해지면 대충하다가 그럴 때 있잖아요. 그런 거 같아요.”, “한 번 카카오톡에 사진과 글을 올렸어요. 어디 놀러갔다 왔다, 좀 자랑하는 것 같이 글을 올렸는데, 애들이 너 왜 그렇게 나대니, 글을 올려요, 그런 친구들이 카카오톡에 유난히 많아요. 물론 친구추가로 되어 있지만, 제 생각엔 그런 친구들이 많아서 그 쪽엔 글을 잘 안 올려요.”처럼 함께하는 이용자가 감소하였기 때문에, 귀찮아서, 흥미가 떨어져서 또는 인간관계에 문제가 발생하였기 때문에 등이 있었다.

응답자의 60%가 소셜미디어를 적극적으로 이용하는 것으로 나타났으며 특히 그 이유를 볼 때 “인맥관리(30%)”, “소통의 즐거움(15%)”인 것으로 미루어 관계지향성이 주요요인인 것으로 분석되었다(부록 4, <표 II-8-1> 참조).

다. 글이나 사진 올리는 빈도

직접 글이나 사진을 올리는 빈도를 묻는 질문에 일주일 단위로 올린다는 응답이 35%로 가장

많았다. 그 중 일주일에 3번 이상은 20%, 나머지 15%는 일주일에 1~2번 정도 올린다고 응답하였다. “3일에 한 번쯤. 사진은 찍을 때 괜찮은 사진 올리고, 글을 이틀에 한번이나 3일에 한번 정도.”, “페이스북 제 담벼락에 올리는 글은 일주일에 한두 번 정도인 거 같고, 다른 사람 거에 올리는 글은 매일까진 아닌데, 거의 매일?” 다음으로 30%의 청소년이 매일 올린다고 응답하였다. “매일매일 하죠. 사진은 매일 안올리지만, 글은 매일 올리죠. 사진은 무슨 일이 있었을 때. 맛있는 거 먹으러 갈 때나, 누구랑 어디 가서 사진 찍고, 그런 것 하루에 하나씩은 올리는 것 같아요.”, “더 많이 올릴 때도 있지만 최소 1개씩은 올리는 것 같아요. 너무 많이 올리면 저도 눈치가 보여서 많이 올리지는 못해요(하하), 글도 올리고 사진도 올리고 하는데 글을 좀 더 많이 쓰죠.” 한 달 단위로 올린다는 응답은 15%로, “1~2주에 한 번씩 올려요. 보는 건 맨날 하고, 댓글도 만날 달긴 하는데 내가 올리는 건 그래요…….”, “사진은 별로 안올리고 글을 주로 올리고. 한 달에 두 번.”이라는 답변이 있었으며, 비규칙적이라는 응답도 15%를 차지했다. “어디 놀러갔을 때, 사진 많이 찍었을 때.”, “옛날에 가수 팬질할 때는 했는데 지금은 안 해요.”, “제 친구들이 찍은 사진을 태그하는 경우가 더 많았어요. 제가 직접 올리지는 잘 않아요. 한두 번?”, “안부인사는 페이스북 내에서 메시지를 보낼 수 있기 때문에 그 메시지 보내는 걸 이용하지 게시를 하지는 않습니다.”

응답자의 65%가 일주일에 한번 이상 직접 글이나 사진을 올리는 적극적 이용자로 드러났다. 이는 청소년들이 실제 소셜미디어 사용에 적극적으로 참여하고 있음을 보여주는 대목이다(부록 4, <표 II-9> 참조).

라. 글이나 사진 게시 내용

직접 게시하는 글이나 사진의 내용을 묻는 질문에 가장 많은 60%의 청소년이 신변잡기적인 내용이 주를 이룬다고 응답하였다. “글은 기분이나 오늘 날씨 어때? 이런 거나 학교 가기 싫다 이런 거…….”, “페이스북은 개인적인 이야기를 하는 그냥 가벼운 공간이라고 생각해요.”, “페이스북에 올리는 내용은 제가 지금 어디에 있다가 아니면 제가 지금 상태가 어떻다는 거. 그런 신변잡기적의 내용을 주로 올립니다.”, “비 온다 그러면 비오는 사진 찍어서 올리고, 커피 먹고 있으면 커피사진 찍어서 올리고, 거의 제 일상 관련한 거예요.” 다음으로 15%의 청소년이 공감을 얻을 수 있는 내용이라고 응답하였다. “제가 느낀 건데, 딴 사람도 공감하지 않을까 싶어서 올려요.”, “좋은 글을 올릴 때도 있고, 아니면 제 생각인데, 너무 시시콜콜한 거 말고, 이걸 너무 재미있다, 아니면 너무 감동적이라 많은 사람들에게 관심을 받을 수 있을 것 같고, ‘좋아요’ 많이 받을 수 있을 것 같으면 올려요.”, “남들에게 보여주고, 공유하고 싶을 때 글을 많이 올리는 것 같아요. 제가 올린 건 항상 사진이 같이 있어요. 왜냐면,

항상 그런 글이기 때문에. 남들에게 보여주거나.”개인적인 감정이나 상념, 또는 연락이나 근황 확인은 각각 10%의 응답률을 차지했다. “고3이다 보니까 힘들 때, 자괴감 들 때, 사람들에게 위로 받고 싶을 때.”, “카카오톡은 너 어디야? 하고 만날 때, 문제 같은 거 생겼을 때. 페이스북이나 싸이월드는 들어가서 애들 소식보고, 재밌으면 댓글 달고.” 재미있는 콘텐츠를 올린다는 응답도 10% 있었다. “웃긴글, 유머, 모임 공지사항 글이요. 부담 없이 볼 수 있는 글들 올려요.”

응답자의 60%가 사진이나 글을 올리는 내용이 “신변잡기”인 것으로 드러났다. 상대적으로 “공감을 얻을 수 있는 내용”의 경우는 15%로 나타났다. 이는 청소년들의 적극적인 소셜미디어사용에도 불구하고 그 사용이 생산적이고 창의적으로 이루어지고 있지 않음을 시사한다(부록 4, <표 II-10> 참조).

2) 청소년의 소셜미디어 만족도 및 사회적 자본 형성

(1) 현재 이용 중인 소셜미디어 이용 의사

지속적으로 소셜미디어를 이용할 의사가 있는지를 묻는 질문에 90%의 청소년이 계속 이용 할 것이라고 응답하였다. “아마 다른 좋은 게 생기지 않는 이상 세 개 다 이용할 것 같아요. 유행이 바뀌어서, 카카오톡 말고 다른 비슷한 서비스가 생겼을 때 친구들이 다 옮겨가면, 저도 옮겨가겠죠.”, “싸이월드는 우선 계속 냅둘 생각이예요. 너무 많은 추억이 있는데 버리는 건 아깝고…….”

35%의 학생들은 계속 이용하지 않겠다고 응답하였다. “페이스북은 지울까 고민 중이고요. 부담스러워요. 친구들과 메시지 주고받고 하는 것도요, 너무 길게 쓰다보니까 제 시간 뺏기는 것 같고요. 그리고 친구들이 제 사진 자꾸 태그해서 올리는 것도 귀찮고. 그냥 제 허락 없이 제 사진 안 올렸으면 좋겠어요.”, “페이스북은 남들이 사용 안하면 저도 안할 생각이예요.”

90%의 응답자가 소셜미디어를 앞으로 계속 활용할 것이라고 응답했다. 이는 청소년의 삶과 소셜미디어가 미래에도 분리되지 않을 것임을 시사해준다(부록 4, <표 III-1> 참조).

(2) 소셜미디어 이용 감소 이유

70%가 예전보다 소셜미디어 이용빈도가 줄었다고 응답하였다. “줄었어요. 처음에는 재미있어서 막 했는데, 흥미가 떨어지면서 귀찮아지더라고요.”, “뜰 때마다 일일이 말 걸어주는 것도 지겹고,

이제 고3이니까 시간도 줄이려고 하고…….”. 이용빈도가 늘었다고 응답한 비율은 35%로, “카카오톡 이용은 늘은 것 같아요. 하는 애들도 많아지고, 문자하는 애들도 없으니까.”, “친구들하고 그룹채팅방을 하게 되면서 사용량이 많아졌어요.”, “사람들이랑 연락해서 더 많이 만나려고 더 많이 하는 것 같아요.”와 같은 의견이 있었다. 15%는 전과 비슷하다고 응답하였다. “전체적인 시간대는 예전과 똑같은 거 같아요.”

소셜미디어의 이용빈도가 줄었다는 응답도 “페이스북이 줄고 카카오톡이 늘는 경우”처럼 미디어의 종류가 변한 경우이거나 “수능 때문” 또는 “바빠서”라는 조건적 이유, 나아가 “사적이야기가 줄었다”는 제한적 경우가 포함되어 있는 것이었으며 실질적인 의미에서 소셜미디어 자체에 대한 비판적 시각에서 이용빈도가 줄은 경우는 15%에 불과했다. 이는 실질적인 의미에서 청소년들의 삶과 소셜미디어의 관계가 분리되기 어려움을 보여준다(부록 4, <표 III-2> 참조).

(3) 소셜미디어와 사회적 자본

가. 이용하는 소셜미디어에서 형식적 대 실질적 네트워크 수

응답자들의 대부분이 형식적 네트워크(등록된 친구의 수)가 수백 명에 이르는데 반해 실질적 네트워크(실제 소통하는 친구의 수)는 수 십 명에 불과한 것으로 나타났다. 즉 형식적 사회적 자본(등록된 친구의 수)이 실질적 사회적 자본(실제 소통하는 친구의 수)보다 월등히 많은 것으로 나타났다. 이는 긍정적 측면에서 관계망의 양적 확충이 가능하다는 점, 따라서 사회적 자본의 양적 증가가 이루어질 수는 잠재적 가능성을 보여주나 사회적 자본의 질적 증가로는 이어지지 않을 다른 측면도 보여주고 있다. 구성원들의 사회성, 인성 및 합리성에 따라 여론으로서의 사회적 자본이 지니는 신뢰성이나 정확성이 결정되는데 특히 실질적 사회적 자본 가운데에서는 연결적 사회적 자본이 결속적 사회적 자본보다 우위에 있는 것을 시사해주고 있다(부록 4, <표 III-3-1> 참조).

1	카카오톡 200명(20명) 페이스북 3~400명(40~50명) 싸이월드 24명(5명)	11	페이스북 600명(100명)
2	카카오톡 170명(5명) 페이스북 250명(10명)	12	페이스북 461명(15~20명)
3	카카오톡 173명(6~10명) 페이스북 329명(20명)	13	카카오톡 150명(30명) 페이스북 600명(30~35명)

4	카카오톡 98명(40명) 페이스북 350명(70명)	14	카카오톡 300명(80명) 페이스북 750명(200~300명)
5	카카오톡 117명(13명) 페이스북 300명(10명)	15	페이스북 770명(50명)
6	카카오톡 160명(100명) 페이스북 160명(60명)	16	트위터 팔로잉(100명)
7	카카오톡 300명(30명) 페이스북 500명(30명)	17	카카오톡 250명(10명) 페이스북 250명(10명) 싸이월드 100명(3명)
8	카카오톡 500명(70명) 페이스북 460명(100명)	18	카카오톡 380명(100명) 페이스북 380명(100명)
9	카카오톡 300명(10명) 페이스북 300명(70명)	19	카카오톡 600명(50명) 페이스북 600명(50명)
10	카카오톡 275명(13명) 페이스북 430명(카톡보다 많음)	20	카카오톡 200명(20명) 페이스북 300명(100명)

나. 소셜미디어 교류형태

70%의 청소년이 평소 알고지내는 사람들 하고만 소셜미디어를 통해 교류한다고 응답하였다. “제가 이름을 들어봤으면 친구를 맺는데, 처음 들어봤으면 안 해요. 카카오톡은 전화번호에 저장된 사람이 나타나니까요. 그리고 친구추천이 뜨는데 제가 아는 사람이면 하고요.”, “생판 모르는 사람들이 말 거는 것도 부담스럽고, 같은 또래면 생각도 비슷하고 그래서 말 잘할 수 있는데, 친목카페 같은 경우 어른들이 많이 계시니까 말 걸기가 부담스러워서…….”, “페이스북은 일부친구에게만 공개할 수 있잖아요, 그걸 적절히 이용해서 모르는 친구에게는 사적인 이야기는 볼 수 없게 해요.” 새로운 사람들과 교류한다는 응답은 25%로 나타났다. “새로운 사람들하고 많이 하는 것 같아요. 친구의 친구도 있고, 아니면 새로 만나는 사람도 있고.”, “모르는 사람들하고도 같은 관심사가 있는 사람들끼리는 가끔 하기는 해요.”, “동아리에서 동아리 위에 제가 알지 못하는 선배들 같은 경우에는 친구추가가 오면 받아야 하는 상황이니깐 그런 경우도 있습니다. 나중에 봤을 때 머쓱한 상황이 벌어지니까 일단 받아두는 거죠.”

응답자의 대부분이 소셜미디어 네트워크의 동질적 교류가 중심(70%)인 것으로 드러났다. 이질적 교류라고 응답한 경우도 25%에 달하나, 이 경우에도 모두 조건적인 것으로 드러났다. 즉 “친구 추가정도만 하는 경우”, “오프라인의 만남이 전제되는 경우”, “동아리선배이기 때문에” 등으로 나타났다. 결국 실질적으로 순수하게 이질적 네트워크를 맺고 있는 경우는 거의 없는 것으로 볼 수 있다.

사회적 자본측면에서 바라보면 결속적 사회적 자본에만 치중하여 연결적 사회적 자본의 확충에는 크게 기여하지 않는 것을 시사해주고 있다. 청소년의 경우 친구와 아는 사이의 개념의 모호성이 존재하며, 동질적 네트워크를 선호한다는 점에서 청소년의 경우 연결적 사회적 자본 형성에 소극적임을 알 수 있다. 청소년들은 인간관계 형성에 있어서 주제나 이슈가 아닌 포래문화 중심의 특성이 반영된 것으로 사려 된다.

청소년들의 사회적 자본에 대한 잠재적 형성 가능성이 높으나 동질적 네트워크가 우위인 상황과 정치적 이슈 등에 대한 관심의 미비, 그리고 정보의 부족으로 참여적 사회적 자본의 형성이 충분히 이루어지지 않고 있음을 알 수 있다(부록 4, <표 III-3-2> 참조).

(3) 소셜미디어와 사회적 성향

가. 평소 본인 사회적 성향(친교성)

평소 사회적 성향을 묻는 질문에 80%가 본인이 적극적이라고 응답하였다. “연결다리가 있으면 잘 친해지는 편이고, 없으면 낯을 가리고.”, “좀 답답한 거나 어색한 걸 싫어해서”, “그냥 두루두루 잘 지내는 것 같은데 마음을 탁 터놓고 얘기는 잘 못하는 것 같아요. 요즘엔 별로 낯은 안 가리는 거 같아요.” 소극적이라는 응답은 20%에 그쳤다. “골고루 친하고 그런 건 아니거든요? 마음에 맞는 친구나 저랑 취미가 비슷한 친구들과 두세 명 소수로 다니는 경우가 많은 거 같아요.”, “처음 보는 사람들에게 먼저 다가가는 타입은 아니구요 일적인 관계를 떠나면 그 외 다른 관계를 맺게 되는 경우가 별로 없어요.”

응답자의 80%가 관계지향적 사회적 성향을 지니고 있는 것으로 드러났다. 이는 기성세대에 비해 청소년들이 관계에 보다 적극적임을 보여준다(부록 4, <표 III-4> 참조).

나. 사회적 성향이 SNS 이용에 미치는 영향에 대한 인식

개인의 사회적 성향이 SNS이용에 비슷한 영향을 가진다고 응답한 비율은 60%로 나타났다. “아예 내성적인 애들은 사진을 올리거나 글을 올리던가 하는 경우는 없는 것 같아요, 제 친구들은, 적극적이고 자기 표현 잘하는 애들이 아무래도 더 많이 참여하지 않을까.”, “네. 확실히. 그런 사람들이 확실히 흔적도 많이 남기고, 안부 인사도 잘하고.” 30%는 다른 영향을 가진다고 응답하였다. “만약 그렇더라도 능숙함의 차이 때문이지, 정말 외적인 애라고 거기서 외적일 거라고는 생각 안해요.”, “네. 예외는 많이 못 봤어요. 가끔, 페이스북에서는 글을 생각 있게, 현대사회에 대한 고찰 그런 거 올리는

경우 있잖아요, 그런데 실제로 만나면 말을 잘 못하는 경우는 있더라고요. 그렇다고 실제로는 멍청하다 그런 건 아닌데, 말하는 스킬이 부족한거지.”

응답자의 60%가 사회적 성향이 SNS이용과 비슷한 영향을 가진다고 응답했다. 흥미로운 점은 다른 영향을 가진다고 답한 30%의 경우이다. 특히 주목할 점은 비대면성을 언급한 경우이다. 즉 “아무래도 얼굴이 안보이니까” 자신의 소극적 성향에 대한 보상심리를 발동할 수 있다고 보는 것이다(부록 4, 〈표 III-5〉 참조).

다. 소셜미디어와 현실 자아와 차이

응답자의 70%가 소셜미디어에서와 현실에서의 본인의 모습이 비슷하다고 응답했다. 이는 청소년들이 비대면성에도 불구하고 자신을 솔직하게 드러내고 있음을 보여주는 결과이다. 반면 30%의 경우 두 모습이 다르다고 응답했는데 비대면성의 영향이 잔존하고 있음을 알 수 있다(부록 4, 〈표 III-6〉 참조).

(4) 소셜미디어와 정치적 참여

가. 정치적 관심도 및 성향

본인의 정치적 관심도에 대한 질문에 본인의 정치적 관심도가 높은 편이라고 응답한 청소년은 전체의 20%를 차지했다. “저는 그쪽으로 공부할 거니까 관심도는 있죠.” 35%는 관심도가 낮다고 응답하였다. “관심도는 아주 낮아요. 정치적 성향은, 관심도도 없어서 아예 없어요.”, “조금 관심을 갖기는 하는데 그냥 그 정도.”

청소년들의 경우 일반적으로 정치에 관심이 없음을 보여주는데, 실제 관심이 높다고 응답한 학생들의 경우에도 구체적인 객관적인 이유를 제시한 경우는 없었다. 일부는 자신의 미래직업과 연관되기에 관심이 있는 것이었고, 나머지는 구체적인 이유 없이 단지 관심이 있다고만 언급한 것이기 때문이다(부록 4, 〈표 III-7〉 참조).

나. 정치적 성향

45%의 청소년이 본인의 정치적 성향에 대해 진보라고 응답하였다. “전 완전 진보적인 거 좋아해요. 우리나라 확 같이었으면 좋겠지만 우리나라엔 보수적인 성향이 많이 때문에 쉽진 않을 거 같아요.”, “좀 진보 쪽에 조금 관심을 갖기는 하는데 그냥 그 정도.” 보수라는 응답은 25%로, 같은 의견이

있었다. “저는 보수적 성향이에요. 구럼비 사건 있잖아요? 저는 진보 쪽 애들이 약간 이해가지 않는 거예요.”, “개혁보수라고 할 수 있죠. 보수적인데 충분히 바뀌어야 하는걸 말하죠. 바뀔 수 있는 보수다 이렇게 말할 수 있죠.” 20%는 중도의 성향을 가지고 있다고 응답하였다. “우리나라에서 진보와 보수를 구분하는 것이 애매한 거 같아요. 학생으로서 봤을 땐 웃겨요. 전 둘 다 똑같은데, 서로 가치관 정통이라고 하고, 개혁 운운하며 싸우는 거 보면.”, “나 자체가 보수적이다, 진보적이다 해서 모든 걸 보수적, 진보적으로 보는 그런 건 너무 이분법적인 문제라서 아닌 거 같아요.”, “전 중간인 것 같아요.”

응답자의 45%가 진보라고 답한 것으로 보아 청소년들의 일반적인 경향은 진보인 것으로 드러났다. 하지만 아쉽게도 ‘진보’와 ‘보수’에 대해 구체적으로 알고 있는 응답자는 없는 것으로 드러났다. 이러한 사실은 청소년들이 기성세대의 정치가 만들어내는 왜곡된 이데올로기에 현혹될 수 있음을 보여준다(부록 4, 〈표 III-7-1〉 참조).

다. 소셜미디어를 통한 정치활동 참여 경험

소셜미디어를 통한 정치활동 참여 경험을 묻는 질문에 25%가 서명운동에 참여한 적이 있다고 응답하였다. “저희가 어쩌다 보니 학교에 문제가 생겨서 반이 바뀌었어요, 그래서 전교회장이 페이스북에서 서명운동 한 것 같아요.”, “서명운동 해 봤어요. 무한도전 결방했던 거 다시 살려라 그거. 그리고 독도 서명운동 해봤고.” 20%는 정치이슈에 대해 의견표명을 해본 적 있다고 응답하였다. “너무 답답해서. 독도문제, 독도 진짜 너무 답답해요.”, “딱 한 번 정치 관련 글을 썼던 게 있었어요. 2008년 촛불시위 때 경찰의 가혹 행위 등에 대한 소셜미디어 보도를 편집해서 다른 나라 말로 번역해서 블로그에 올렸던 적이 있어요. 아까도 얘기했다시피 그런 식으로 정치 관심도가 높아지는 것 같아요.”, “누가 사회문제에 대한 글을 남기면 댓글로 의견을 표명하는 정도예요” 15%는 기부에 참여해 본 적 있다고 응답하였다. “좋아요 누르면 유니세프에서 아기들한테 1달러 씩 주고.” 자원봉사와 투표인증샷을 올려봤다는 응답은 각각 10%로 조사되었다. “사랑의 도시락 배달? 처음에 카페에 가입해서 페이스북에 연동되는 그런 거예요.”, “투표했다고 남기기는 했는데 투표해야 된다고 올리긴 한 것 같아요.”

응답자들의 정치활동은 서명운동 참여(25%)나 정치 이슈에 대한 의견표명(20%)이 중심이었다. 하지만 주로 “학교문제”, “무한도전결방에 대한 항의” 그리고 “외국대학진학문제”등 개인적인 사안이나 광우병이나 독도 등 사회적으로 큰 이슈가 된 사안에 집중되어 있었다(부록 4, 〈표 III-8〉 참조).

라. 소셜미디어를 통한 정치 관심도

70%의 청소년이 소셜미디어를 통해 정치 관심이 높아진다고 응답하였다. “리트윗된 걸 보면, 흥미롭잖아요.”, “트위터 이런 것으로 높아진다고 생각하는데, 페이스북으로는 아닌 것 같아요.”, “트위터에서 막 뉴스 공유되고 그러니까. 그런 것 같이 보고, 사람들 서로 막 생각이 다른 게 많잖아요. 그런 것으로 보면서 생각 한 번 더 해보게 되고.” 반대로 낮아진다고 응답한 비율은 35%정도로 나타났다. “애들 싸우는 것 보고 관심이 떨어져서.”, “이건, 트위터 이런 것으로 높아진다고 생각하는데, 페이스북으로는 아닌 것 같아요.”

소셜미디어를 통해 정치 관심이 높아진다고 응답한 청소년이 70%로 나타났는데 그 구체적인 이유로는 관계망의 증가나 정보습득 등을 들고 있다. 반면 정치적 관심이 낮아진다는 응답도 35%에 달했는데 이 경우는 객관적 근거제시보다는 개인적 추측의 경우도 있어 실제 소셜미디어가 정치관심 자체를 높이는 데는 기여하는 것으로 판단된다. 다만 건전한 비판적 사고에 기초한 관심이 아니라 흥미위주의 호기심일 수 있다는 가능성도 상존한다(부록 4, 〈표 III-9-1〉 참조).

(5) 소셜미디어 인맥 VS 현실 인맥의 차이

응답자중 소셜미디어를 통해서만 관계가 유지된다고 응답한 경우가 60%에 달했는데 이유는 오프라인상의 지리적 문제가 큰 것으로 나타났다. 소셜미디어의 종류와 관련해서는 페이스북의 경우 현실에서 보는 경우가 트위터나 카카오톡에 비해 일반적으로 많은 것으로 나타났다. 반면 트위터 같은 경우 “연예인들 같은 사람들”의 경우처럼 팔로잉의 경우가 있는 관계로 페이스북에 비해 저조한 것으로 드러났다(부록 4, 〈표 III-10〉 참조).

(6) 소셜미디어에서 친구차단 경험

가. 소셜미디어에서 친구차단 경험(가해자 측면)

소셜미디어 사용 중 친구차단을 해 본 경험여부를 묻는 질문에 60%의 청소년이 경험이 있다고 응답하였다. “카카오톡에서 친구 차단한적 있어요.”, “제가 아는 친구가 친구추가를 했을 때, 그리고 사실은 아빠도 차단을 했는데……”, “오프라인에서 인간관계를 하다보면 사이가 안 좋아질 수도 있잖아요, 근데 그게 좋게 끝날 수도 있고, 좋게 끝났지만 아직도 감정이 안 좋은 사람도 있잖아요. 그런 사람을 차단할 수도.” 40%는 차단해본 경험이 없다고 응답하였다. “친구차단은 없고, 뉴스피드에

안 뜨게 한 적은 있어요.”, “나랑 별로 관계가 없고 하면 아예 친구를 안하죠. 초반에 차단해버리죠.”, “처음부터 친구 수락을 안하는거죠.”

응답자의 60%는 소셜미디어에서 친구를 차단해본 경험이 있는 것으로 나타났다. 반면 40%는 그렇지 않은 것으로 응답했는데 실질적으로 “단 한번”이라도 차단한 경우나 “아예 무관심한 경우”, “거절”이나 “뜨지 않게 하는 경우”, 그리고 마지막으로 “차단하지 않을 친구만 관계”하는 경우를 제외하면 실제로 전혀 차단하지 않은 경우는 15%에 불과하다. 이는 소셜미디어상의 인간관계가 피상적이고 일시적이며 우연적일 수 있다는 것을 보여준다(부록 4, <표 III-11-1> 참조).

가) 친구 차단 이유

차단 이유에 대해서는 절반이 상호 관계에 관한 응답이었다. 계속 귀찮게 해서 차단했다는 응답이 15%로 나타났다. “학교에서 무슨 문제가 있었는데, 자꾸 물어보는 거예요. 그래서 말 안하기로 하고 카톡에서 차단했어요.”, “별로 연락하고 싶지 않은 사람인데 자꾸 연락해서 일촌 끊었어요.” 헤어진 연인을 차단했다는 응답도 15%를 차지하였다. “옛날에 사귀던 사람 그 외에는 없어요. 연락하고 싶지 않은데 연락 들어와 가지고요.” 또 성격이 달라서(15%), 다툼이 나서(10%)라는 응답이 있었다. “사촌형이 공부를 잘 하는 편인데요, 제가 페이스북에 글을 남겼을 때, 그 형이 이진 아닌 거잖아, 글을 남기면 제가 상처받을 거 같더라고요. 그래서 차단했어요.”, “저랑 성향 자체가 잘 안 맞고 그런 부분이 있어서.”, “오프라인에서 그 친구와 싸워서 많이 틀어졌는데, 페이스북도 친구 끊기를 해도 주위 친구들이 댓글로 계속 연락되니까 그거조차 싫은 거예요. 그래서 그냥 아예 차단해 버렸어요.” 그리고 “친구들하고 아무 생각 없이 쓰는 글들도 뭔가 부모님이 보시기엔 좀 그런 것 같아서, 친구추가 했는데, 차단했어요.”, “나쁜 관계는 아닌데…… 좀 뭐랄까? 내 얘기를 보여주기 싫은 관계랄까?”처럼 사생활에 관한 응답도 15%로 나타났다. 기타로 ‘기업광고가 자주 떠서’라는 의견이 있었다. “예전에 대한항공에서 케냐-나이로비 취향이벤트하면서 대한항공 카카오톡을 친구 추가한 적이 있어요. 그런데 그런 건 아무래도 광고 같은 게 많이 날아오니깐 그런 경우엔 차단한 적이 있죠.”

차단을 한 이유는 “헤어진 연인(15%)”이나 “성격차이(15%)” 또는 “갈등(10%)”등 개인적인 이유 또는 “귀찮게 함(15%)”, “기업광고 등 사생활침해(20%)” 등 스팸성 스트레스가 작용한 것으로 나타났다(부록 4, <표 III-11-2> 참조).

나) 친구 차단 경우 상대방의 인지 여부

차단을 했을 경우 상대방이 알 수 있다는 응답은 35%였다. “페이스북은 차단하면 상대방에게 차단한 사람 글이 안보여요, 그래서 어느 정도 지나도 글이 계속 안 올라오면 눈치는 좀 챌 수

있을 거 같아요.”, “블록을 하면 없는 사람처럼 되지만 그 사람을 태그를 하면 태그가 안 되고 골뱅이 누구누구 이름이 나오기 때문에 이 사람이 나를 차단했구나 알 수 있죠. 그리고 누가 댓글을 달았는지 알 수가 있으니까.” 15%는 알 수 없다고 응답하였다. “그 사람이라 저랑 친구였는데 제가 끊었어요. 그런데 그 사람이 제가 궁금해서 찾아왔는데 친구추가 하라고 하면 끊은 거죠. 그런데 끊었다고 해서 상대방에게 누구누구가 끊었습니다. 하고 연락이 가진 않아요.” 잘 모르겠다는 기타 응답은 10%였다. “저도 그게 궁금해서 인터넷으로 찾아 봤는데, 카카오톡은 자세히 안 보면 모르는 거 같아요.”

차단을 하였을 경우 상대방이 알 수 있는가 없는가의 여부는 기기의 종류나 방법에 있어서 다소 차이가 있는 것으로 나타났다. 하지만 기본적으로는 상대방이 “알 수 있다”는 응답이 35%로 다수였다. 반면 “알 수 없다”의 경우는 15%에 불과했다(부록 4, <표 III-11-3> 참조).

다) 본인 계정을 비활성화 시킨 경험

본인계정 비활성화 경험을 묻는 질문에 40%가 경험이 있다고 응답하였는데, 그 중 25%가 학업을 이유로 꼽았다. “싸이월드에서, 작년에 시험기간이라 공부할까 해서 일시정지 했었어요. 페이스북에서는 한 번 해보려 했는데 여태까지 했던 기록이나 댓글 같은 거 다 없어진다고 해서……”, “시험 기간에 한번 해봤어요. 그런데 못 참고 다시 했어요.” 나머지 15%는 친구나 옛 연인을 정리하기 위해서라고 응답하였다. “그냥 아는 여자가 좀 많은 건데 여기다가 막 카사노바라 그러는 거예요. 솔직히 너무 열 받아서 이걸 잠수 타야 할 문제다 해서 비활성화 시킨 경험은 있어요.”, “페이스북이요. 한동안 심리적으로 힘들어서 그런 것 때문에. 다른 사람들과 소통하고 싶지 않아서.” 비활성화 해본 적 없다는 응답은 20%였다. “잘 안 들어가 본 적은 있는데, 비활성화해본 적은 없어요.” 소셜미디어의 본인 계정을 비활성화한 경험이 있다고 응답한 경우는 40%이다. 그리고 이유는 시험, 학업 그리고 인간관계 등 개인적인 이유였다(부록 4, <표 III-11-4> 참조).

나. 소셜미디어에서 친구 차단 당한 경험(피해자 측면)

소셜미디어에서 차단당한 적 있는지를 묻는 질문에 30%의 청소년이 경험이 있다고 응답했고, “예전에 엄청 친했던 친구가 있어요. 엄청 싸웠는데, 이 사람이 차단했다고 뜨는 거예요. 기분이 되게 더러웠어요. 그 다음부터 생까고……. 그거 외에는 없어요.”, “학교 선배인데, 그냥 제가 싫테요. 페이스북. 황당하긴 했는데, 평소에 자주 만나는 사람은 아니거든요. 그냥 그러려니 했어요.” 차단당한 적 없다는 응답은 40%로 나타났다. “모르겠어요. 블록을 해본적도 없고 당해본적도 없어가지고요.

있다고 들은 거 같은데 잘 모르겠어요.”, “소셜미디어 자체 내에서 당한 거는 몰라요. 내가 당하는 게 아니라 그 친구의 이름이 사라지기 때문에 저는 제가 당했는지 조차 할 수 없어요.”, “제가 아는 건 없는데, 저를 차단하기보다는 지웠을 수도 있잖아요? 친구목록에서. 그런 건 제가 모르니까. 그랬을 수도 있을 것 같아요.”처럼 잘 모르겠다는 기타 응답(30%)도 있었다.

응답자의 30%만이 소셜미디어에서 차단 당해본 경험이 있다고 응답했다. 이는 앞의 문항에서 소셜미디어에서 차단해본 경험(85%)과 비교할 때 현저한 격차를 보여주며 따라서 모순된 현상을 보인다. 이는 차단했을 경우 상대방이 모를 수 있는 경우가 있고 또 소셜미디어상의 관계가 피상적이다 보니 관심이 적은 관계로 확인해보지 않은 결과로 추측할 수 있다(부록 4, <표 III-12-1> 참조).

가) 친구차단 당한 이유

차단당한 이유에 대한 질문에 전 남자친구와의 관계정리, 불필요한 정보공유가 각각 5%로 나타났다. “남자친구랑 헤어졌을 때 남자친구가 먼저 차단했더라고요. 그 외에는 없어요.”, “드라마 옥탑방 왕세자 그것도 결말을 개한테 말했어요. 그랬더니 시끄럽다고, 말하지 말라고 하면서 차단하더라고요.” 그 외에 “일방적으로 뒀을 때는 기분 되게 안 좋죠. 다시는 연락안하죠. 그렇게 하면 저도 연락할 필요 없죠.”처럼 일방적이었다는 응답이 있었다.

무응답이 85%로 나타났다. 이는 실제 소셜미디어상에서 이루어지는 관계가 피상적이며 또 일방적인 경우가 많다는 것을 보여준다. 즉 차단하는 것에 대해서는 관심이 있지만 차단당하는 경우에 대해서는 무관심하다는 것을 보여주기 때문이다(부록 4, <표 III-12-2> 참조).

다. 친구신청 경험

전혀 혹은 잘 알지 못하는 사람에게 친구신청을 해본 경험이 있는 청소년은 전체의 35%로 나타났다. “약간 멋있는 사람? 대학생 언니 그분 같은 경우는 수락해준 케이스고요.” 반면 잘 알지 못하는 사람에게 친구신청을 해본 경험이 없는 경우는 65%로 나타났다. “저도 제가 안 받잖아요? 무서우니까. 실제 저를 공개한다는 게, 내가 모르는 사람한테 공개한다는 게, 저는 별로, 그러고 싶지 않거든요? 인터넷으로 인맥을 맺는다는 것 자체가, 저는 얼굴보고 얘기하고, 실제로 그 사람 표정 보고 눈을 마주치는 거랑, 이거랑은 다르다고 생각하거든요. 그래서 저는 그런 거 싫어해요.”

기본적으로 소셜미디어상에서도 현실세계와 마찬가지로 잘 알지 못하는 경우는 친구신청을 하지 않는 것으로 드러났다(65%). 하지만 35%의 경우는 모르면서도 친구신청을 한 경우가 있는 것으로 응답했다. 이는 소셜미디어의 장점일 수 있지만 동시에 그만큼 관계가 피상적이고 진지하지 않을 수 있다는 사실을 보여준다(부록 4, <표 III-13-1> 참조).

가) 친구신청 이유

친구신청해 본 경험이 있는 청소년 중에서 가장 높게 나타난 이유는 인맥 만들기(35%)로 나타났다. 즉, 친구의 친구와 친해지고 싶어서, 친목회 활동하면서 인맥 넓히려고, 랜덤으로 알게 됐는데 너무 예뻐서 친해지려고 등의 사례로 응답했다. “제 친구의 외국친구. 제가 호주에 있는데, 캐나다로 간 친구가 있는데, 그 친구 타임라인에 갔는데 그 친구와 대화한 게 많은 거예요. 그래서 제가 난 그 친구의 친구다. 그러니까 아, 그러냐고. 그래서 친구 맺은 친구가 많아요.”, “그건 친구의 친구인데 내가 친해지고 싶은 사람이라서 그렇게 했죠. 웬만해서는 수락하죠. 왜냐하면 친구들 관계에서 겹치는 친구들이 있기 때문이에요.”

모르는 사람에게 친구신청을 하는 경우 인맥 쌓기가 35%로 다수였다. 반면 무응답이 60%나 되었는데 이는 그만큼 무관심하다는 의미로 해석된다. 결국 모르는 사람에게 친구신청을 하는 것이 자연스럽지 않은 일로 받아들여지는 것으로 추측할 수 있다(부록 4, <표 III-13-2> 참조).

나) 모르는 사람에게 친구신청 받아본 경험

전혀 혹은 잘 알지 못하는 사람에게 친구신청을 받아본 경험이 있는 청소년은 전체의 90%로 나타났다. “페이스북에서도 있었는데, 구글 번역기를 돌린 듯한 영어로 슈퍼주니어를 아느냐고 해요.”, “페이스북 있어요. 인도 애들? 여자애들이 한 3번 정도 보낸 적이 있어요.”, “외국인들에게 가끔씩 친구신청 들어오고 그런 경우 있잖아요.”

90%가 전혀 모르는 사람에게 친구신청을 받아본 경험이 있다고 응답했다. 이 역시 잘 알지 못하는 사람에게 친구신청을 한 경우(35%)와 비교할 때 모순되는 것으로 보인다. 하지만 외국인이 친구신청을 한 경우와 페이스북의 경우처럼 자동으로 가까운 사람에게 연결되는 시스템을 고려하면 이해되는 부분이다. 하지만 동시에 소셜미디어에서 이루어지는 친구맺기가 얼마나 피상적인 지를 보여준다(부록 4, <표 III-14-1> 참조).

다) 친구신청 받은 후 대응 방법

모르는 사람에게 친구신청 받아본 경험이 있다면 이후에 어떻게 대응했냐는 질문에 친구수락을 하지 않았다는 의견이 40%로 가장 많은 응답을 보였다. “진짜 모르는 사람이면 바로 거절하고 차단해요. 그런데 딱 봐도 내 친구의 친구인데 나를 못 만났다, 싶으면 거절하지도 않고 그냥 놔둬요.” 그 다음으로 조건부 친구수락을 하였다는 의견이 전체의 30%로 조사됐다. “모르는 사람이면 다 거절하고, 얼굴 아는 사람 같은 경우는 그 사람이 나 추가신청하면, 그 사람이 나랑 아는구나 싶어서

받아요. 거기서 친해지면 되니까.”, “그러니까 잘 알지 못하는 사람이라는 경우가, 전 이름을 알고 있는 경우에는 다 받아요. 그 사람이 누군지 아는 경우에는 받는데, 전혀 모르는 경우에는 받지 않습니다.”

반면 모두 친구수락을 한다는 의견이 15%로 나타났다. “오면 일단 받아주고, 정보공개여부를 조절해서 내 정보 보여주고”, “아 반갑습니다, 제가 받으면 그 사람이 오더라고요? ‘어떻게 궁금해서 친구추가 하게 되었습니다.’ 제가 매일 친구추가가 들끓는 사람이 아니라, ‘친구추가 해 주셔서 반갑습니다. 앞으로 좋은 관계 가졌으면 좋겠습니다.’ 이렇게…….”

소셜미디어의 특성상 단순히 받아줄 수 있는 경우도 있는 것으로 나타났으나 대부분의 경우 현실공간과 마찬가지로 모르는 사람과의 친구맺기는 거부하는 것으로 나타났다(부록 4, 〈표 III-14-2〉 참조).

라) 친구 수락 기준 및 대응방법

친구로 수락한다면, 친구 수락의 기준에서 이름이나 안면이 있으면 수락한다는 의견이 50%로 나타났다. “모르는 사람이면 다 거절하고, 얼굴 아는 사람 같은 경우는 그 사람이 나 추가신청하면, 그 사람이 나랑 아는구나 싶어서 받아요. 거기서 친해지면 되니까.”, “제가 이름이라도 아는 사람, 얼굴이라도 아는 사람? 아니면 예를 들어서 제가 몰라도 그 사람이 메시지를 보내거든요, 그래서 기억나면…… 제가 그 존재를 아는 사람?” 나와 관련이 있는 사이면 수락한다는 의견도 15%로 나타났다. “제가 아는 친구랑, 그 사람 아는 친구랑 겹치는 게 많으면” 또한 싫어하는 사람만 아니면 수락한다는 경우도 10%로 나타났다. “그냥 싫어하는 사람만 아니면 다 받는 것 같아요.” 한편, 서로 좋은 영향을 주거나 정보제공을 하고 싶으면 수락한다는 의견도 10%로 나타났다. “나에게 좋은 영향을 줄 수 있겠다? 일하는 분야라든가, 나이가 얼마 정도 되는가…….” 친구수락의 경우 상호관계가 수락의 결정적인 이유로 나타났다. 정보제공의 경우는 10%에 불과하였다(부록 4, 〈표 III-14-3〉 참조).

마) 나를 검색할 수 있는 사람 설정

응답자의 30%는 스스로를 검색할 수 있게 설정해놓은 것으로 나타났다. 반면 비공개인 경우는 10%에 불과했다. 이는 적지 않은 청소년들이 소셜미디어상에서 자신의 개인정보유출에 대한 문제의식이 적으며 관대한 것으로 해석된다(부록 4, 〈표 III-14-4〉 참조).

3) 소셜미디어가 청소년에게 미치는 영향

(1) 긍정적 영향

가. 소셜미디어 이용 중 얻고자 하는 점

소셜미디어 이용으로 얻고자 하는 점을 묻는 질문에, 75%의 청소년이 소통과 교류라고 응답하였다. “이메일과 번호만 입력하면 초등학교 유치원까지 뜨니까, 그거로 연락하고 만나는 건 좋은 것 같아요.”, “카톡을 하면서는 친구와 우정이 돈독해짐, 사람들과의 교류, 시간 때우기도 있고 해외 거주자들과 소통.”, “좀 더 쉽게 친근하게 접근할 수 있는거. 너무 오랫동안 보지 못한 사람들이라도 그렇게 하면 좀 더 부담 없이 만날 수 있게 되고.” 그리고 30%가 빠르고 편리한 통신수단으로 이용한다고 응답하였다. “카카오톡은 무료니까? 문자보다 부가적인 기능이 많아서 편한 것 같아요. 보이스톡도 있고, 사진도 보낼 수 있고, 그냥 여러 가지 기능이 있으니까.”, “제가 전화번호가 없어도 그 사람이 제 전화번호를 가지고 있다면 친구추천에 떠서 연락이 닿지 않는 사람과도 연락이 닿게 만들어 주는 부분이요.” 새로운 정보를 습득한다는 응답도 15%를 차지하였는데, 그 중 10%가 이익이 되는 정보습득을 꼽았고, 나머지는 지식정보를 습득하기 위해 이용한다고 응답하였다. “트위터에서 과학잡지계정을 팔로잉하면, 제가 과학에 관심이 많은데, 그런 기사 같은걸 트위터로 날려주니까 그걸 읽으면서 잡학 습득하고, 사람들이 올리는 정치적인 얘기 듣고…….”, “요즘엔 페이지라 해서 기업 같은데서 많이 하잖아요. 좋아요 누르면 행사쿠폰 받기도 하고……. 좋은 거 같아요.”, “저랑 성향이 다른 사람이 올리는 그 사람이 봤을 때 좋은 것은 나랑 성향이 다른 거잖아요. 그런 거를 접할 수 기회는 확실하게 있는 것 같아요.”

응답자의 75%가 “소통과 교류”를 소셜미디어 이용의 주된 효과 또는 목적으로 지목했다. 이는 청소년들의 관계지향성이 잘 드러나는 대목이다(부록 4, <표 II-11> 참조).

나. 소셜미디어의 긍정적 측면

소셜미디어를 이용하면서 편리했거나 긍정적인 면은 커뮤니케이션의 강화(70%)가 가장 높게 나타났다. 그 중에서 옛 친구들과 다시 연락하거나 친한 친구들과 계속 연락할 수 있다는 의견(60%)이 가장 많았다. “옛날에 친했던 친구들을 건너건너 찾으니까, 연락이 끊어졌었는데 다시 만날 수 있고, 멀리 사는 친구 같은 경우도 일일이 전화나 메일을 보내지 않아도 바로바로 연락을 할 수 있으니까.”, “가까운 애들은 자주 연락할 수 있는데, 멀리 있는 친구들도 사진 올리면 잘 살고 있네, 할 수 있고.”

SNS를 통해 위로를 받을 수 있다고 응답한 청소년은 전체의 10%였다. “페이스북은 위로받는 거. 좋았던 거 같아요.” 소셜미디어 이용하면서 편리했던 사항에서 빠르고 편리한 정보의 취득과 공유(40%)도 포함되었다. “봉사활동 소식. 여기서 자원봉사자 모집해요 보게 되고, 트위터에서. 페이스북은 잘 모르겠고요. 아, 특히 트위터에서 장학재단에서 올라온 거 보고 리트윗하고.” 즉, 알고 싶은 정보를 쉽게 알 수 있고 실시간 공유를 통해 자신의 문제 해결방안을 찾아낼 수 있다는 것에 대한 응답이 많았다.

한편, 소셜미디어 이용 시 긍정적인 면에서 연락의 간편화(35%)에 대한 응답한 청소년들이 많았다. 문자보다 빠르고 편리하게 연락할 수 있다. “전송속도가 문자보다 확실히 빨라요. 급할 때 쓸 수 있어요. 지하철을 친구가 잘못 탔을 때, 내리라고 해서 내렸어요.”, 한 번에 여러 명과 연락할 수 있다. “애들하고 축구나 농구 같은 거 할 때, 거기다 올려요, 몇 시에 어디서 한다. 그러면 알아서 모여요. 그게 좋은 거 같아요. 일일이 연락할 필요가 없어요. 댓글로 올 사람 누구누구 딱 올리고.” 위와 같은 사례에서처럼 통신수단의 대체 개념으로 소셜미디어를 이용하는 경우도 많음을 알 수 있었다.

소셜미디어의 긍정적인 측면은 연락의 간편화, 커뮤니케이션의 강화, 그리고 편리한 정보습득과 관련된 것으로 나타났다. 특히 커뮤니케이션의 강화가 가장 핵심이 되는 장점으로 나타났다(부록 4, <표 IV-2> 참조).

다. 소셜미디어가 온라인모임 및 친교에 미치는 영향

가) 소셜미디어가 온라인 모임이나 친교 도움정도

심층인터뷰에 참여한 청소년들은 소셜미디어가 온라인 모임에 도움이 된다고 응답하였다. 특히 온라인 모임에 도움을 주는 경우는 전체의 60%를 차지하였다. 단체 형성으로 인한 친분 지속 및 상승효과, 관심사를 공유하는 사람들과 모임 형성 가능, 함께 행동하기가 편리해짐, 모임 형성에 도움이 되는 것으로 나타났다. “온라인 모임 가지기 전에 미리 대화를 나눠볼 수도 있고, 그 사람에 대해 조금 더 알 수도 있잖아요, 그래서 조금 더 도움이 된다고 생각해요.”, “온라인 모임에서 오토바이를 타는 친구인데요. 어느 날 멀리 갔는데 갑자기 어느 순간 엔진에 문제가 생겨서 고장이 나서 움직이지 못하는 상황인데 스마트폰을 사용해서 온라인 모임에다가 제가 이런 상황에 빠져 있는데 도와주실 수 있냐, 어떻게 해야 되느냐, 라고 요청을 하였을 때 그 온라인 모임의 사람 중 한명이 와서 처리를 해주고 같이 있어주고 하는 그런 일이 있었어요.”

친교에 도움을 주는 경우는 전체의 30%를 차지했다. 연락의 편리성 증가, 연락의 지속성 증가, 상호 일상의 공유 가능, 단순 긍정적 답변 등의 사항들로 나타났다. “고민 같은 거 카톡으로 들어 줄 수 있고, 일단 서로 친해질 수 있는 기회가 카톡 이런 것으로 좀 더 많아질 수 있는 거 같아요. 옛날 문자보다 훨씬 쉬어진 거 같아요.”, “연락을 안 하는 것 보다는 조금씩 연락하는 게 사람들한테 임팩트를 주고 나를 계속 생각하게 하고 그래서 약간 도움이 되는 것 같아요.”

결국 소셜미디어로 이루어지는 가상공간의 관계망이 현실공간에서 부족할 수 있는 관계문제를 보완해주는 것으로 나타났으며, 거기에서 더 나아가 단순한 보완을 넘어 관계망의 양적 증가에 기여하는 것이 드러났다. 이는 소셜미디어가 사회적자본의 증가에 기여하는 것을 보여준다(부록 4, <표 IV-6-1> 참조).

나) 소셜미디어 온·오프라인 모임 유무

참여하고 있는 소셜미디어 모임이(온라인 모임) 있냐는 질문에 모든 응답자가 소셜미디어 모임이 있다고 응답하였다. 한편 소셜에서도 만나고 오프라인에서도 만나는 모임이 있냐는 질문에 오프라인 친구들이 온라인으로 연결된다는 응답이 전체의 70%에 해당되었다. “원래 아는 사람들끼리 소셜에서 뭉치는 건 있는데”, “오히려 오프라인에서 만났던 것이 온라인으로 간 거지. 그랬던 경우가 많았던 거 같아요.” 소셜 모임의 오프라인 확장 된 경우는 16%에 해당했다. “자전거 동호회요. 카페에서. 동호회에서 자전거 타러 가요. 다른 건 안 하고.”

온라인에서만 만나는 모임인 경우는 전체의 14%로 나타났다. “고고아프리카 라고, 여행정보 하는 그런 데가 있어요, 페이스북에.”, “청소년참여위원회. 그리고 월드비전?”

이러한 결과는 청소년들에게 두 개의 사회가 공존하고 있음을 보여준다. 즉 시공간의 제한을 받는 현실공간적 사회와 시공을 초월한 가상공간적 사회가 그것이다. 동시에 이 두 사회가 상호 연결되어 있음을 보여준다. 또한 일반적 추세는 현실공간의 관계가 가상공간으로 이어지는 것으로 드러났다. 특히 순수 온라인상의 모임이 14%에 그친다는 것은 그 만큼 온·오프라인의 연결성을 보여주는 것으로 청소년에 대한 오프라인의 교육과 함께 온라인상의 교육도 중요함을 시사해주는 부분이다(부록 4, <표 IV-6-2> 참조).

(2) 부정적 영향

가. 소셜미디어의 부정적 측면

소셜미디어를 이용하면서 불편했던 경험이나 부정적인 면은 사생활 침해(60%)로 가장 높게 나타났

다. “너무 쉽게 사람들이 제 일, 사생활을 다 접하고, 지금은 제가 설정할 수 있는데, 예전엔 제가 댓글을 달면 누구한테, 뭐라고 달았는지 다 떴었어요. 그래서 너 나한테 연락 안하는데 재한텐 댓글 다냐? 이리고 그래서 불편했어요.” 즉 본인의 사생활이 지나치게 노출되어 불편함을 호소했고 SNS 상에서 보기 싫은 정보의 차별적 수용이 불가능한 점, 원치 않은 연락이나 친구신청을 받았을 때 불편함들이 주를 이뤘다.

한편, 단체여론의 형성 및 분쟁(25%)에 관해서도 부정적인 응답을 보였다. “페이스북은 부정적인 면이라면, 좀 몰아가기가 있을 거 같아요. 마녀사냥 같은…… 한 사람이 어떤 잘못을 하면 애들이 꼬투리를 쫓 잡잖아요. 거기에 대해 분명히 찬반의견이 나날 건데 한 쪽으로 몰아가는 게……. 그건 좀 아닌 것 같아요.” 소셜미디어 사용할 때 일방적 여론을 형성하고 몰아가는 식의 문화와 온라인상에서 소통할 때 오해 가능성이 발생할 수 있다는 부분, 거짓 정보의 발생과 확산, 편파적인 정치의견이나 정보들을 일방적으로 확산시키는 것 등에 대한 부정적인 면들을 나타냈다. 또한 시간 낭비(15%)로 인한 부정적인 의견도 나타났다. “음~이게 중독이더라고요. 그래서 페이스북이나 카카오톡도 한 번 하면은, 아직 공부를 하는 나이인데 공부에도 지장이 있고.”처럼 소셜미디어 중독 성향을 보인 경험도 많이 나타났으며 결국 개인 시간의 침해를 받아 불편하다는 청소년들도 있었다.

무엇보다 지나친 사생활침해가 소셜미디어의 부정적인 측면으로 부각되었다.(60%) 그 중에서도 특히 지적된 것은 응답자의 40%가 지적한 “지나친 사생활 노출”이었다. 나아가 “SNS 상에서 보기 싫은 정보의 차별적 수용 불가”나 “원치 않는 연락이나 친구신청”도 지적되었다. 다수는 아니었지만 왜곡된 정보로 인한 갈등발생을 지적하는 응답도 있었으며 “중독”에 대한 문제점을 언급하기도 하였다. 결론적으로 소셜미디어는 사생활침해가능성, 무용이나 위해정보, 또는 왜곡된 정보유입을 통한 반사회적 여론형성 그리고 중독 등의 위험성이 존재하는 것으로 확인되었다(부록 4, <표 IV-3-1> 참조).

나. 소셜미디어 부정적인 면 해결방법

소셜미디어 이용 시 불편했던 경험이나 부정적인 면을 해결하기 위해서 필요하다고 생각되는 서비스는 카카오톡의 경우, 사진을 순서대로 보낼 수 있으면 좋겠다, 보이스톡 통화음질 개선, 전체적인 서비스 개선 요구 등의 응답을 하였다. “사소한 건데, 사진 여러 장 보낼 때, 순서를 정할 수 있으면 좋겠어요. 지금 여러 장 보내기 하면 순서가 뒤죽박죽으로 가거나, 누른 순서대로 가지 않고 반대로 가요. 순서대로 갔으면 좋겠어요.”, “카카오톡에서는 될 지 안 될지 모르겠지만 보이스톡 통화 음질 좀 개선해 주었으면 좋겠어요.” 한편 페이스북의 경우는 서비스 진행속도가 느리다, 개인정보 및 사생활 유출, 그룹의 카테고리별 정리 서비스, 개인맞춤형 서비스 제공, 초보 사용자를 위한

안내서 제공에 대한 의견이 많았다. “근데 새로 고침이 너무 오래 걸려요. 핸드폰에 따라 1분까지?”, “너무 사생활이 없는 것 같아요. 제 친구가 300명인데 글을 올리면 꼭 퍼지잖아요? 내가 잊고 있던 사람들, 내가 보이고 싶지 않은 사람들에게 내가 글을 쓰면 꼭 퍼지니까 저도 모르게 다른 사람들이 저의 정보를 많이 볼 수 있고, 그런 면에서 사생활 침해가 되긴 해요.”

그 외에 트위터의 경우는 메타서비스 제공, 허용 글자 수 확장이 되었으면 좋겠다는 응답도 있었다. “트위터의 내용들을 받아서 다른 정보들과 같이 제공해주는 그런 ‘메타 서비스’라고 들어보셨어요? ‘메타 서비스’라고 해서 블로그 아티클(article)들을 모아서 예쁘게 표시해준다든지 하는 서비스가 있었어요. 그런 서비스가 마이크로 블로거들한테 통용 되는 것은 기술적으로 어려운 문제이지만 그것도 필요하다고 봐요.”

부정적인 면을 해결하기 위한 서비스 개선요구 역시 문제점에 부합하는 응답위주로 나타났다. 특히 사생활 침해와 관련하여 페이스북이 구체적으로 지적되었으며 그에 따라 개인정보 및 사생활 유출에 대한 개선을 희망하고 있는 것으로 파악되었다. 그 외에 특이 사항은 “사용자의 자발적 개선 추구”라는 응답도 25%나 되었다는 사실이다. 이는 청소년들이 정책적 개입보다는 소셜미디어 사용자의 자율성에 대한 신뢰를 여전히 보내고 있다는 것으로 볼 수 있다. 동시에 자살 카페 같은 것이나 사생활 침해를 막기 위한 소셜미디어의 기술적 개입을 원하고 있는 것으로 나타났다(부록 4, 〈표 IV-3-2〉 참조).

다. 소셜미디어 사이버 따돌림 경험

가) 소셜미디어 사이버 따돌림(폭력) 가해경험

소셜미디어를 이용하면서 사이버 따돌림을 한 경험이 있다고 응답한 청소년은 전체의 15%로 나타났는데 카카오톡에 초대하고 단체로 공격, 장난식의 가벼운 따돌림, 싫은 사람을 온라인상에서 괴롭히는 방법으로 따돌림을 했다고 응답했다. “친구들이 저를 갑자기 카톡에 막 초대해서 들어가 봤더니 애를 막 다굴 하고 있더라고요. 진짜로, 저는 모르는 앤데, 개가 무슨 말을 하면 막 웃고 욕해요. 막 무시하는? 제가 아무 말도 안하고 있으니까 왜 아무 말도 안하냐고 그래서 저도 뭔가 말을 해야 할 것 같은 분위기에 살짝 동참하고…….”, “언어폭력은 하죠. 친구들끼리니까 장난으로 ‘야 강아지야’ 같이 기분 나쁘지 않을 정도로 하죠.”

기본적으로 응답자의 80%는 사이버따돌림의 가해자가 되어본 경험이 없는 것으로 나타났다. 그럼에도 불구하고 “카카오톡에 초대하고 단체로 공격하는 행위”나 “장난식의 가벼운 따돌림”, 나아가

“싫은 사람을 온라인상에서 괴롭히는 행위”등 가해의 경험자가 15%로 나타났는데 이는 가볍게 볼 사안이 아닌 것으로 판단된다. 사회 전체적으로 확대할 때 심각한 사안임에 틀림없기 때문이다(부록 4, <표 IV-4-1> 참조).

나) 소셜미디어 사이버 따돌림 피해경험

소셜미디어를 이용하면서 사이버 따돌림을 당한 경험이 있다는 응답자는 전체의 15%로 나타났다. 사이버 따돌림(폭력)을 당할 때 어떻게 반응했는지에 대한 대답으로 의견 충돌, 장난식으로 표현, 오히려는 답변 등으로 응답하였다. “의도적으로 한 경우는, 싫어서 왕따 시키는 경우는 없고요, 의견이 달라서 충돌하는 경우가 대부분이죠. 따라서 가해자들이 꽤 있는 거죠”, “물증은 없지만 심증은 확실한데, 그런 글을 올려서 상처가 됐던 적은 있어요. 저는 그런 거 있으면 바로 연락하거든요, 이거 나 맞냐, 맞대요, 오해가 있는데 이렇게 된 것 같다, 미안하다.”

사이버따돌림의 피해경험을 말한 응답자 15%는 가해경험의 15%와 일치한다. 특히 사이버따돌림의 가해자가 대부분 지인들인 것으로 나타났으며 장난으로 하는 경우도 있는 것으로 드러났다. 따라서 청소년들의 관계교육과 인성교육이 중요함을 알 수 있다(부록 4, <표 IV-4-2> 참조).

다) 주변에 사이버 따돌림 가해·피해 사례

주변에 사이버 따돌림 가해·피해 사례가 있는지에 대한 응답에서 전체에서 20% 청소년이 피해사례가 있다고 대답하였다. 금전적 요구, 뒤에서 헐뜯, 연예인의 사례를 제시하는 등의 행동으로 따돌림을 했다고 나타났다. “제 친구가 카카오톡을 이용해서 돈 갖고 오라고 했던 것 같긴 해요. 개는 돈을 갖고 왔겠죠? 제 친구가 저에게 그런 말을 했었거든요. 이런 사례가 빈번히는 잘 모르겠고, 가끔 일어나는 것 같아요.”, “주위에는 있어요. 애들이 약간 싸이월드에서 그런 게 있는 것 같아요. 다이어리에 개 막 욕 쓰고, 개 볼 수 있게. 반 친구가 그랬던 것 같아요. 아는 애만 알아요. 다 친한데, 저희 학교는 그렇게 따돌리거나 다굴하는게 아니고 다 친한데, 뒤에서 좀 그래요. 진짜 왜 그렇게 사는지 모르겠어요.”

수치상으로는 20%만 보면 사이버따돌림이 아직 우리사회의 보편적 현상이 아님을 알 수 있다. 하지만 “사이버따돌림을 경험하지 못했다”고 응답한 학생들 중 20%의 말을 주의 깊게 살펴 볼 필요가 있다. “애들이 민감한 사안은 이야기 하지 않아서”, “그런 건 소수이고”, “있을 것 같긴 한데”, 그리고 “남고는 없어요”라는 표현들은 모두 사이버따돌림의 실질적 존재를 의미하는 표현들이다. 이들을 합치면 40%가 된다. 그리고 이 수치는 우리사회의 사이버따돌림이 예외현상이 아님을 시사하고 있다(부록 4, <표 IV-4-3> 참조).

라. 소셜미디어 의존현상

가) 소셜미디어 과다사용 경험 및 자제 노력

심층인터뷰에 참여했던 청소년들 중에서 75%가 소셜미디어를 많이 이용한다고 응답했다. 소셜미디어 사용을 줄이려고 했던 본인의 노력이나 사례는 앱 삭제, 탈퇴, 비활성화 방식 설정을 한다가 응답자의 50%를 차지하였다. “카카오톡은 지우기도 하고, 탈퇴도 하고, 일부러 3G나 와이파이를 더 안 쓰려고 했어요. 3G도 꺼버리고 MP3로 썼어요. 시험 기간에, 페이스북은 탈퇴 빼고는 다 해봤어요. 탈퇴는 차마 못하겠더라고요. 비활성화도 시켜보고, 3G도 꺼보고, 앱도 지워보고…….” 휴대전화 사용을 자제한다는 의견도 있었다. “핸드폰을 멀리한다든지. 옆에 있으면 가방에 넣거나, 집에 있으면 책상에 놓고 다른 데로…….”, “핸드폰 아예 안가지고 나가거나, 처박아 두는 것”, 휴대전화를 바꾼다는 응답도 있었다. “고민하다가 핸드폰을 아예 피쳐폰으로 바꿨어요. 카카오톡 안 되게.”

응답자의 75%는 자신이 소셜미디어를 많이 이용한다고 응답했다. 그리고 그런 상황에서 벗어나기 위해 사용한 일반적인 방식은 “앱 삭제, 탈퇴, 비활성화(50%)”였다. 근본적으로 자신의 의식을 전환하려는 노력은 10%에 불과했다. 더욱이 앱 삭제나 비활성화의 경우는 시험처럼 조건적이고 일시적인 경우에만 국한되어 있었을 뿐 다시 앱을 깔거나 활성화하는 경우가 일반적이었다. 결국 전체적으로 볼 때 청소년들이 소셜미디어로부터 자유로워지기가 어려운 것으로 판단된다(부록 4, <표 IV-5-1> 참조).

나) 소셜미디어 중독 증상

본인이 생각하는 소셜미디어 중독은 어떤 증상이 있다고 생각하냐는 응답에 “SNS의 습관적인 사용”이라고 응답한 청소년이 전체의 70%를 나타냈다. 즉, SNS를 계속 확인하거나 핸드폰을 손에서 놓지 않는 태도들 그리고 SNS에 계속 상주하는 과정들이 소셜미디어 중독이라고 응답했다. “계속 들어가 보는 거? 페이스북도 안하려고 했던 이유가, 1분도 안 돼서 계속 들어가 보게 되고, 좀만 더 되면 중독일 거 같아요.”, “계속 뭔가를 올리고, 그리고 아까 분명히 1분전에 봤어요. 뭐 올라왔나 싶어서. 그런데 몇 분 전에도 봤거든요? 공부를 할 때도 분명히 봤는데 또 올라온 게 없나, 찾는 게 중독인 것 같아요.”, “핸드폰을 자꾸 손에 쥐고 확인하고. 습관적으로.” 또한 연락확인에 대한 강박증을 소셜미디어 중독의 증상으로 응답하였다. 즉 연락확인에 대한 강박증이 생기고 메시지가 오지 않았는데 카카오톡이 오는 듯한 느낌이 들거나, 연락 확인이 바로 되지 않을 때 조금함이 생긴다면 중독의 증상이라고 응답하였다. “공부하다가도 무의식적으로 생각하는 나를 찾았을 때

중독이구나, 아니면 노이로제처럼 카톡카톡 이런 게 들릴 때, 다른 사람들의 카톡이 내 것인 것처럼 느껴질 때.”, “핸드폰을 하지 않아도 카카오톡이나 문자알람소리가 계속 들린다든지”, “사람들하고 연락이 안 되거나 또는 늦게 연락이 오거나 그러면 불안증상이 좀 있을 수도 있지 않을까 싶어요.”

한편, 소셜미디어 위주로 바뀐 일상들을 볼 때 중독이라고 생각하는 것으로 나타났다. 모든 활동 시 소셜미디어에 올리는 것을 염두에 두거나 오프라인보다 온라인 만남을 선호하는 경향이 있다고 응답했다. “무엇을 하든지 다 남기려는 사람들. 뭐만 하면 찍고 올리고.”, “오프라인에서 만나는 것보다 온라인에서 만나는 걸 좋아하고 오프라인에서 만나는 거를 분명히 온라인에서 분명히 친한데 오프라인에서 만나면 어색해하고 힘들어하는 거?”

응답자의 70%가 SNS를 습관적으로 사용하는 것으로 나타났는데, 주로 “SNS에 계속 상주 또는 확인”하거나 “핸드폰을 손에서 놓지 않는 것”으로 조사되었다. 그 외에도 “연락확인에 대한 강박증”의 증상도 20%나 되었고 일상활동 자체가 SNS중심으로 바뀐 경우도 15%나 되었다. 이를 통해 청소년의 SNS중독이 우려할 만한 수준인 것으로 판단할 수 있다(부록 4, 〈표 IV-5-2〉 참조).

다) 소셜미디어 과다사용 인식 정도

인터뷰에 참여한 청소년들 중 10%는 자신을 중독으로, 60%는 과다사용이라고 응답하였다. “저는 어느 정도 중독이라고 생각을 해요.”, “저도 안 하는 건 아닌 것 같아요. 할 것 없을 때 책을 읽는 게 아니라, 나도 모르게 소셜미디어하고 있어요. 그런 거 보면 중독은 아니더라도 좀 더 고쳐야 될 것이 있다, 시간을 아깝게 쓰고 있다는 생각이 들어요.”, “일정 부분 중독이라고 생각해요. 여차피 제 삶의 일부분이니까.”한편, 주위에서 소셜미디어 중독이라고 생각되는 사람이 있는지에 대한 질문에서 65%가 있다고 대답하였다. “친구 중에서 중독이라고 생각되는 사람이 있어요. 하루에 페이스북 한 10개 쓰나? 카카오톡도 한 10개 쓰고, 하루 종일 그것만 해요. 학교에서도 수업시간에 그것만 하고. 수업시간에. 큰애 뒤에 숨어 앉아서.”, “친구가 카카오톡은 잘 안하는 거 같은데, 페이스북은 계속 글이 올라와요.”

순수하게 중독이라고 여기는 경우를 볼 때 개인은 10%에 불과한데 주위에 중독으로 여겨지는 경우가 있다고 본 경우가 65%나 되었다. 얼핏보면 격차가 크지만 개인의 경우 “과다사용”으로 답한 60%에 주목할 필요가 있다. 이는 청소년들이 자신에 대한 평가는 관대한 반면, 주변에 대한 평가는 보다 객관적이기 때문인 것으로 분석된다. 다시 말해 자신을 볼 때는 중독보다는 과다사용으로, 타인을 볼 때는 중독으로 바라볼 수 있다는 것이다. 따라서 실질적으로 청소년의 소셜미디어 의존현상이 심각한 수준임을 알 수 있다. 특히 자신의 경우 과다사용과 과거 중독경험을 합치면 55%에 이르는

사실을 함께 고려할 때 실제 청소년 2명 중 1명은 중독성이 있음을 확인할 수 있다(부록 4, 〈표 IV-5-3〉 참조).

(3) 소셜미디어 이용 후 일상생활 변화

소셜미디어 이용 후 자신의 일상생활에 나타난 변화에서 가장 높게 나타난 응답이 SNS 중독 성향의 확대(60%)가 가장 높게 나타났다. 그 중에서 SNS 이용에 보내는 시간이 증가한다는 응답은 가장 높은 수치를 보였다. “페이스북은 시간을 일단 너무 많이 쓰는 것 같아요. 평소에 안 했으면 몰랐을 텐데, 하고 나니까 뭐 와 있나 하고, 애들이 뭐하나 하고 자꾸 확인해 보게 되고, 카카오톡은 심심하면 무조건 그거부터 켜니까, 옛날에는 시간 있으면 만나잖아요. 이제는 카톡하니까, 시간이 확실히 그런 것 같아요.”

학업 집중도가 저하된다는 의견도 있었다. “학업집중도가 떨어지는 것 같아요. 자꾸 신경 쓰이니깐? 알림이 막 오고 그러니까. 공부하다가도 신경 쓰이고…….” 수면 직전 SNS 접속이 습관화 되었다는 응답을 통해 소셜미디어 이용행태의 변화를 볼 수 있었다. “자기 전에, 제가 자기 전에 약간 불면증이 있어서 수면제를 먹고 자거든요. 자기 전에 누우면 생각을 해요, 원래. 그런데 보면 한 것도 없는 것 같고, 핸드폰만 만진 것 같고. 약간 많이 달라진 것 같아요. 그런 면에서 좀 아쉬워요.”

그 다음으로 높게 나타난 응답이 친분관계 존속에 영향을 주는 사항(25%)으로 나타났다. 과거에 비해 연락빈도가 증가하였다. “그냥 애들끼리 소통을 더 많이 한다고 해야 하나? 좀 더 예전보다 연락하게 되는 정도요.” 지인들과 쉽게 접촉이 가능하다. “주변사람들 소식을 쉽게 접할 수 있는 거 같아요. 페이스북 통해서 멀리 있는 친구들도 금방금방 얘기할 수 있고, 카카오톡에서도 상대방 통해서 애가 지금 기분이 어땠구나, 알 수 있고 그러니까…….”, 연락이 끊겼던 친구와 다시 연락이 된다. “또 원래 연락이 잘 닿지 않았던 사람들과 연락이 닿게 되는 그런 게 있어요. 그게 반갑고”

정보 취득에 용이하다는 응답(10%)도 있었다. “청소년들이 창업 같은 걸 할 수 있을 거란 걸 몰랐거든요. 저에게 이 친구들은 신세계죠. 그런 새로운 세계를 알게 되었고, 또 이 친구들 덕분에 청소년 개발자 주최로 하는 프로그램도 알게 되었고, 일반인들이 IT 프로그램이나 엑스포 그런 거, 저는 잘 몰랐는데, 이 친구들이 제가 그런 걸 잘 모른다는 걸아니까 같이 참여하게 해서, 일반인들 대상으로 강연하거나 코엑스, 엑스포 행사 등을 알려주거든요. 이렇게 제가 새로운 걸 알게 되는 거 같아요. 그런 게 있는 거 같아요.”

응답자들을 통해 소셜미디어가 일부 관계망 증가에는 기여하지만 개인의 삶에는 부정적 영향을

주는 것으로 나타났다. 다시 말해 60%가 SNS 중독성향을 보인 것으로 조사된 반면 관계망증가에 기여한 경우는 25%였다. 나아가 정보취득에 용이하다는 입장은 10%에 불과했다. 이는 소셜미디어가 전체적으로 볼 때 청소년에게 긍정적이기보다는 부정적으로 작용하고 있음을 시사해준다. 그리고 실제 SNS가 정보취득이라는 측면보다는 관계확대를 위해 주로 사용되고 또 그 관계적 측면이 수업권이 나 수면권을 침해함으로써 양날의 칼이 되고 있었다(부록 4, <표 IV-1> 참조).

4) 소셜미디어 정책방안

(1) 소셜미디어의 청소년보호 대책 방안

소셜미디어에서 청소년을 보호하기 위한 대책으로 유해매체 차단 및 규제기준을 강화했으면 좋겠다는 응답이 전체의 70%로 나타났다. 정부차원의 보호대책으로 선정적인 글과 악성댓글에 대한 의견을 했다. “정부차원인지 청소년 차원인지 모르겠는데, 가끔 해킹도 되고 또 선정적인 글이나 사진, 동영상도 되고 그런 게 있어요, 가끔. 그런 건 철저히 차단을 해 주었으면 좋겠어요.”, “법적으로도, 너무 악성댓글 그런 거 있으면 처벌을 한다든지, 너무 사생활이 침해되지 않게 그런 거 관리해 주었으면 좋겠어요.” 서비스업체의 보호대책으로 “탈퇴의 기준이 애매한 것 같아요. 그런데 또 그런 것도 있어요. 다른 사람 계정으로 다시 가입하는 거에 대한 기준이 확실했으면 좋겠어요.”라는 응답이 있었다. 또한 소셜미디어에서 청소년 교육에 대한 보호차원에 대해 청소년들은 소셜미디어를 이용할 때 적절한 대처방법과 매너를 배울 수 있는 교육이 필요하다고 대답했다. “미디어 교육을 통해서 시민의식을 높여야지, 아무리 서비스 업체에서 신고를 받아서 강력하게 처벌한다고 해도 아이디 삭제인데, 그런 사람들은 또 새로 아이디 만들어서 할 수 있잖아요. 근데 어른들은 그렇다 쳐도 청소년은 교육에 의해서 많이 좌지우지 될 수 있으니까……저는 교육의 힘을 많이 믿기 때문에……”, “소셜미디어에서 잘못되면 성매매하기도 하고 그렇잖아요. 그런데 그냥 이런 건 하지 말아야 한다, 이 말만 하고 어떻게 대책을 세워야 하는 지 이 말은 안하는 것 같아요. 솔직히 싱글맘 되게 많잖아요, 하지 말아야 한다는 것보다 어떻게 해야 한다 그러면 그런 일도 줄어들고 학교에서도 가르쳐 줬으면 좋겠어요.”

개인정보 관련 해결 방안의 경우, 익명성 제한이 아닌 인터넷 실명제로 인터넷 문화를 투명하게 했으면 좋겠다고 응답하였다. “저는 개인적으로 소셜네트워크 상에서도 인터넷 실명제를 했으면 좋겠어요, 제가 누군지 아무도 모르잖아요, 그래서 악플도 달고 그런 거 같아요. 주민등록번호

등 개인정보까지는 아니지만 개인정보는 밝힐 수 있다고 생각해요.”

한편 규제에 관한 부정적 의견을 제시(25%)한 청소년들도 있었다. “인터넷에서 가장 익명성이 극대화 된 사이트가 있어요. 디시 인사이드라는 사이트가 있는데요. 거기 같은 경우는 실제로 그 사이트에 대해서 정부 규제가 따로 있지는 않아요. 정부 규제가 따로 있지는 않는데 서비스 업체 차원에서, 그 서비스를 관리하는 관리 업체 측에서 내리는 규정들이 있기 때문에 처벌을 하거나 글을 삭제 시킨다든가 그런 게 있기 때문에 굳이 정부 규제가 있을 필요는…….”

청소년들은 소셜미디어의 부정적 영향으로부터 보호받기 위하여 차단 및 규제를 가장 선호하는 것으로 드러났다. 정부 차원의 차단(20%)과 서비스 업체 차원의 차단(25%)을 비교하면 후자의 선호도가 약간 높으나 구분하지 않은 경우도 20%나 되었다. 결국 주체와 상관없이 규제와 차단이 효과적으로 이루어져야 한다는 점을 더 중요시하고 있는 것으로 나타났다. 그 외에 “적절한 대처방법과 매너를 배울 수 있는” 청소년교육의 필요성도 15% 있었으며 역으로 규제에 대한 부정적 의견을 제시한 경우도 25%나 되었다. 하지만 부정적 견해도 실효성 문제나 조건적 규제가 주로 제기된 것으로 나타났다. 그리고 특이점은 인터넷 실명제를 언급한 청소년도 있다는 사실이다(부록 4, <표 IV-11> 참조).

(2) 청소년들의 소셜미디어 건전 활용 방안

청소년들이 소셜미디어를 건전하게 활용할 수 있는 방법에서 소셜미디어 관련 교육이 필요하다고 응답한 학생이 전체의 60%로 나타났다. 인성교육과 학교나 정부 주도의 교육, 제대로 효과를 낼 수 있는 교육으로 프로그램이 짜여 있었으면 한다는 응답이 많았다. “소그룹 교육 같은 걸로 미디어 교육을 했으면 좋겠어요. 일반적으로 학교교육은 그저 했다는 표시만 나니까. 강당에서 애들 몇 반 불러놓고 호응시키고, 교실에서는 TV 켜놓고 자습하라고 하고.”, “청소년들은 학교 차원에서, 정부 차원에서 교육을 시켜야겠죠. 그것이 가장 중요하겠죠. 가정교육도 중요하고, 일단 그게 제일 중요하고, 컴퓨터 수업이 있으니까 컴퓨터 시간에도 집중적으로 다뤄서 ‘어떻게 사용하는 것이 좋을 거다’ 가르쳐주는 게. 배우는 게 제일 좋을 것 같아요.”

또한 소셜미디어 차단 및 규제를 해야 한다는 응답도 15%로 나타났다. 즉 성인물이나 지나친 광고 규제 및 차단을 강화해야한다는 의견이 많았다. “일단 나이에 맞게? 해로운 정보 같은 경우는 루트를 차단했으면 좋겠어요.”, “앱스토어에 들어가면 받은 성인 앱 이에요, 좀 줄여줬으면 좋겠고, 아니면 광고 되게 많이 올라오잖아요, 사행성 광고도 많은데 그런 것 좀 줄여줬으면 좋겠어요.”

한편 SNS 기능의 기본 목적에 맞는 이용을 하면 좋겠다(10%)고 응답하였다. “누구든지 소셜미디어를 쉽게 접할 수 있는 거잖아요, 그래서 기본 rule에 충실하되, 이상하게 사용하는 사람들에 대한 제재를 강화해야 한다고 생각해요.”

소셜미디어의 유해성으로부터 보호라는 소극적 차원이 아니라 건전한 활용이라는 적극적이고 근본적인 문제에 대해서 청소년들은 차단 및 규제 등의 인위적 개입보다 청소년의 자율적 조절능력을 키워주는 SNS 관련 교육을 선호하는 것으로 나타났다. 특히 강조된 것은 인성교육(30%)이었으며 학교나 정부 주도 교육(15%)의 필요성도 제기되었다. 주목할 만한 사실은 “제대로 효과를 낼 수 있는 교육”을 언급한 경우(10%)이다. 비록 소수이지만 이는 청소년들이 실질적인 결과를 기대하고 있음을 보여준다. 다양하고 현란한, 그러나 무용한 각종 대책보다 정말 청소년들의 삶을 변화시켜줄 수 있는 대책을 요구하고 있는 것이다(부록 4, <표 IV-12> 참조).

(3) 소셜미디어를 통한 청소년관련기관과 소통경험

가. 청소년관련기관과 소셜미디어 소통해본 경험 유무

청소년관련기관과 소셜미디어로 소통해본 경험이 없는 경우가 전체의 75%로 높게 나타났다. “청소년관련기관은 없고, 월드비전은 소통해 본적 있어요.”, “청소년관련기관이요? 그런 건 없는 것 같아요. 전 솔직히 그런 게 있는 지도 몰랐어요.” 반면 청소년관련기관과 소셜미디어로 소통한 경험이 있는 경우는 전체의 10%로 나타났는데 “페이스북 페이지로, 한국청소년진흥원도 있고, 이번에 청소년정책연구원 같은 경우도 ‘좋아요’ 눌렀거든요. 되게 많아요. 청소년 관련기관에서 페이스북 페이지 활용을 되게 많이 해요. 그래서 저도 그걸로 얻고 있는 정보도 많고, 그것과 직접적인 소통은 아니더라도 페이스북을 통해 많은 걸 얻고 있다고 생각해요.”

청소년관련기관과의 소통을 확대시켜야 함을 확인시켜주는 결과이다. “그런 게 있는 지도 몰랐다”라는 한 청소년의 답변은 작금의 현실을 단적으로 보여주고 있는 것으로 사려 된다. 청소년관련기관과의 소통이 다양한 청소년문제의 해소에 기여할 수 있다는 점을 고려할 때 무엇보다도 실질적 효용성에 대해 청소년들에 대한 교육과 홍보를 강화해야 함을 알 수 있다(부록 4, <표 IV-7> 참조).

나. 청소년관련기관, 학교 및 공공기관 소셜미디어 활동에서 바라는 점

청소년관련기관, 학교 및 공공기관 소셜미디어 활동에서 원하는 것 중에서 정보 제공이 우선되었으면 한다는 응답이 전체의 52%로 나타났다. 즉, 청소년에게 유용한 정보, 기관을 관련 정보, 시기적절한

정보 제공 및 답변 등으로 응답하였다. “입시 정보도 올라오면 좋을 테고, 장학생 선발 내용도 올라오면 좋을 테고”, “자원봉사나 캠페인활동 정보를 제공해 준다면, 그런걸.” 또한 소통(참여, 상담) 및 캠페인 활동을 원한다는 응답은 전체의 17%로 나타났다. “학생들이 많이 참여할 수 있는 걸 많이 제공해 줬으면 좋겠어요.”, “상담이 열려 있다고 되게 많이 어필을 해 줬으면 좋겠어요. 상담 쪽 글은 거의 없어요, 상담을 해 주겠다 그런 글은 거의 없는데 주변 친구들이 기관들, 원하는 것 같기는 해요.” 홍보 활동을 보다 더 적극적으로 해줬으면 한다는 응답은 13%를 차지했다. “좋은 정보나 좋은 내용은 좋죠. 사회에서 하려고 하는 것들을 좀 더 홍보해줬으면 좋겠어요.” 단적으로 청소년들이 원하는 것은 정보, 소통, 그리고 상담임을 보여준다. 그들은 유용한 정보를 얻고 관계를 확대하고 누군가에게 이해받고 싶은 것이다(부록 4, <표 IV-8> 참조).

다. 청소년관련기관, 학교 및 공공기관과 소통을 활성화하는 방법

청소년관련기관, 학교 및 공공기관과 소통을 활성화하는 방법에서 홍보 등을 통한 이용자 수 증가(29%)가 필요하다는 응답이 가장 높게 나타났다. 입소문을 통해 기관에 대한 관심 유도하거나 이벤트를 통한 소통, 학교와 링크하여 소통 시도, 사회 이슈 토론에 청소년 참여를 유도하는 방법 등은 제안하였다. “많은 학생들이 쓰면 사용할 것 같아요, 호기심에라도.”, “한국청소년 진흥원에서 페이스북 좋아요 클릭이 몇 만 명 이상일 시 뭘 쏜다! 해서 우리 진흥원에 바라는 점을 댓글로 달면 추첨으로 뭘 준다고 해서, 그걸 하면 실제로 페이스북 이용자들이 어떤 걸 원하는 지 그쪽에서 알 수 있고, 우리는 상품을 얻을 수 있어서 좋고. 이런 이벤트 등을 하면 좀 더 우리나라 국민들의 생각을 듣고, 우리도 이런 좋은 이벤트를 하고 소셜미디어를 통해 우리의 생각을 듣는구나 하는, 이벤트를 하면 좋겠어요.”

유익한 정보 제공을 해주면 소통이 활성화될 것이라고 응답한 청소년들은 전체의 23%로 나타났다.

“일단 직접적으로 저희와 관련되거나 도움이 될 만한 자료 등을 올리면, 저희도 필요하니까 가까워지겠죠? 그러면 도움이 될 거 같은데?”, “여길 통해서 학교에서 학생들에게 알리고 싶은 거나, 청소년에게 알리고 싶은 걸 많이 글을 써 주면은 이게 뉴스피드에 뜨잖아요. 그런 걸 통해서 애들이 많이 관심을 가져 줄 것 같아요. 공공기관에서 적극적으로 활동을 많이 하면.”

한편 이용자의 호기심을 자극하거나 좀 더 친근한 접근을 하면 좋겠다는 의견도 있었다. “페이스북, 트위터 서비스를 할 거면 거기서 정말 재미있는 장소, 그러니까 애들로부터 호기심을 자극하고 거기서 애들이 어느 정도 로열하게 되면, 그때 실질적으로 홍보하고 상담하는 애들의 문제를 케어 하는 건 다른 웹사이트나 어차피 클릭한방으로 연결될 수 있거든요. 각 기관 소셜미디어를 bridge

역할로 이용하면 좋을 것 같아요.”

결론은 청소년들이 원하는 것, 즉 정보, 소통, 그리고 관계에 대한 욕구를 충족시켜주는 방향으로 청소년기관이 거듭날 필요가 있는 것으로 보인다(부록 4, <표 IV-9> 참조).

라. 긍정적인 소셜미디어 운영 기관

소셜미디어를 잘 운영하고 있다고 생각되는 단체나 기관에서 연예기획사, 연예인들이 소셜미디어를 잘 운영하고 있다고 응답하였다. “연예기획사 잘 이용하는 거 같은데, 카톡 플친? 그런 거 있잖아요? 그런 것도 잘 이용하는 거 같고, 페이스북도 다 만들어 났더라고요? 애들이 자기 좋아하는 친구 걸어놓으면 콘서트 정보 같은 게 올라오더라고요. 그거 보고 가고……”

기업들은 홍보대사 임명 등 참여성 홍보 콘텐츠 등의 활발한 활동으로 잘 운영하고 있는 것으로 나타났다. “삼성은 머리가 참 잘 돌아가는 기업인 것 같아요. 'Young Samsung'이라는 프로그램을 하잖아요. 대학생들을 모아다가 홍보 블로그를 만들고 대학생들을 거기서 교육시키고 그런 것들을 하면서 확대, 재생산을 하고요.”

한편 스포츠 단체에서도 소셜미디어를 잘 운영하는 것으로 응답하였다. “맨체스터 유나이티드가 진짜 잘해요, 레알 마드리드가 진짜 잘해요, 선수들의 일거수일투족을 사진으로 찍어서 올려요. 지금 누가 뭐하고 있나. 이렇게. 페이스북에. 그리고 이번에 카가와 신지가 맨유에 입단하게 되었잖아요? 그러기 위해 비행기 타는 모습부터, 유니폼에 싸인 하는 모습까지 다 올라와요, 실시간으로. 그러면 팬들 반응이 폭발적이잖아요? 그러면 팬들 뿐 아니라 팬들 아닌 사람도 관심 가지고 되고요.”

공공기관 단체에서는 유니세프 및 정보 관련 기관들도 소셜미디어 운영을 잘하고 있다고 응답하였다. “유니세프는 많이 뜨더라고요, 오늘은 무슨 날입니다. 오늘은 어린이 관련 무슨 날입니다. 그런 거요. 제가 유니세프에 관심이 많아가지고, 나중에 그 쪽에서 근무하고 싶어서요.”, “한국청소년활동진흥원 여기가 괜찮은 거 같고요. 되게 많은데? 저는 얻는 게 많다 보니까 다 괜찮다고 생각해요. 청소년활동진흥원은 좋은 정보 많이 올려줘서 좋고요, 또 제가 안산에 사는데, 안산청소년문화원이나 디지털문화의 집 같은 경우는 페이스북에 되게 자주 올려주고 이번 8월에는 이런 프로그램이 있으니 청소년들의 참여 부탁드린다, 이런 게 자주 올라와요. 타겟층이 확실한 특정 지역의 기관일수록 좀 더 가까이 다가갈 수 있고, 그런 프로그램도 자주 올리니까.”, “서울시청이요. 서울 시청 같은 경우가 박원순 시장이 취임을 하면서 가장 꼽을 수 있는 측면 중에 하나가 소셜미디어, 트위터를 통해서 시민들과의 직접 소통을 통해서……기사를 접하고 그랬기 때문에. 그런 점들을 관찰 해봤을 때에는 시민들의 건의, 시민 민원 같은 것들이 빠르게 소통되고 빠르게 처리되는 것들을 보았습니다.”

연예기획사나 기업 등 다양한 기관이 소셜미디어를 잘 이용하고 있는 것으로 드러났는데 특히 서울시청을 언급한 부분은 주목할 가치가 있다. ‘박원순시장의 취임이후’라는 말을 통해 결국 소통의 질적, 양적 확대를 위해서는 단체장의 결단과 리더십이 중요한 것으로 이해할 수 있기 때문이다(부록 4, 〈표 IV-10〉 참조).

3. 소결

청소년들의 소셜미디어 이용과 삶에 대한 문화기술적 연구는 다음과 같은 결과를 보여주고 있다. 먼저 청소년들의 소셜미디어 이용여부와 이용동기와 관련하여 청소년들은 주된 이유가 관계지향성과 타자지향성에 있음이 나타났다. 또한 청소년들이 소셜미디어를 사용함으로써 얻고자 하는 효과나 목적 역시 “소통과 교류(75%)”로 드러났다. 이는 포래문화를 중시하는 청소년의 특성상 자연스러운 현상이라고 볼 수 있다. 또한 90%의 응답자가 컴퓨터보다 스마트폰을 선호하는 것으로 나타난 것으로 볼 때, 컴퓨터중심의 삶이 스마트폰중심의 삶으로 전환하고 있음을 알 수 있다. 이를 통해 우리는 청소년의 일상에 대한 소셜미디어의 영향력이 증대될 것으로 진단할 수 있다.

나아가 소셜미디어 이용현황의 측면에서 볼 때 청소년들은 기본적으로 소셜미디어의 다양한 기능에 익숙하며 새로운 기능에도 민감하게 반응하는 것으로 나타났다. 무엇보다 청소년들에게는 소셜미디어가 삶의 일부로 녹아있음을 확인할 수 있었다. 응답자의 90%이상이 하루 1시간 이상 소셜미디어를 사용하고 있었으며 10명 가운데 4.5명은 일단 접속하면 1시간 이상 사용하는 것으로 나타났다. 나아가 55%의 응답자가 “저녁~밤”에 35%의 경우는 “하루 종일” 사용한다고 응답했으며, 일주일에 한 번 이상 글이나 사진을 올리는 적극적 참여자도 55%나 되었다. 결국 청소년들에게 소셜미디어의 사용은 일상이 된 것으로 확인되었다.

다음으로 가치론적 측면에서 소셜미디어의 긍정적 측면을 보면 일단 청소년들은 소셜미디어를 통해 관계망이 확충되고 유지되는 것을 확인할 수 있었다. 이는 소외나 자살충동 그리고 폭력문제 등 청소년들의 개인적 문제를 소셜미디어를 통해 나누고 어느 정도 문제의 해소에 기여할 수 있는 측면도 있음을 보여준다. 나아가 이러한 관계망이 지자체의 다양한 청소년기관들과 연결될 수 있을 때 청소년문제의 해결에 관한 보다 생산적인 결과로 이어질 수 있을 것이라 추측된다. 그리고 소셜미디어를 통해 청소년들의 정치적 관심이 증가한다는(70%) 결과가 나타났다. 하지만 무엇보다 미래지향적

으로 관계망의 양적 확충이 가능하며, 동시에 사회적 자본의 양적 증가가 이루어질 수 있는 가능성이 있다.

소셜미디어의 부정적 측면 역시 간과할 수 없음이 확인되었다. 먼저 소셜미디어를 통한 지나친 또래문화중시현상은 청소년의 자율성과 주체성의 약화를 초래할 수 있으며, 동시에 개성과 창의성의 발전을 저해할 수 있는 소지가 있다. 특히 응답자의 60%가 사진이나 글을 올리는 내용이 “신변잡기”인 반면 상대적으로 “공감을 얻을 수 있는 내용”의 경우는 15%에 불과했다. 이는 청소년들의 적극적인 소셜미디어 사용에도 불구하고 그 사용이 생산적이고 창의적으로 이루어지고 있지 않음을 시사한다. 또한 급속히 발전하는 소셜미디어의 추세를 고려할 때 쉽게 적응하는 청소년세대와 기성세대와의 문화격차가 더 커질 수 있는 문제가 있다.

다음으로 소셜미디어 만족도 및 사회적 자본과 관련하여 보면 응답자들 대부분의 경우 형식적 관계망(등록된 친구의 수)은 수백 명에 이르는데 반해 실질적 관계망(실제 소통하는 친구의 수)은 수십 명에 불과한 것으로 나타났다. 나아가 실질적으로 응답자의 85%가 소셜미디어에서 친구를 차단해본 경험이 있는 것으로 나타났다. 이는 소셜미디어상의 인간관계가 피상적이고 일시적이며 우연적일 수 있다는 것을 보여준다. 소셜미디어상의 관계가 피상적이라는 사실은 상대방을 차단해본 경우(85%)가 차단당해본 경우(30%)보다 현저하게 높다는 사실에서도 나타난다. 이는 차단했을 경우 상대방이 모를 수 있는 경우도 있지만 그만큼 관계가 피상적이다보니 관심이 적은 관계로 확인해보지 않은 결과일 수 있기 때문이다. 동시에 90%의 응답자가 전혀 모르는 친구요청을 받아본 경험이 있다고 응답했는데 이는 알지 못하는 외국인이나 자동연결시스템에 의한 경우가 포함되며 따라서 피상성을 엿볼 수 있는 부분이다.

이런 상황에서 청소년들은 자연스럽게 이질적 네트워크보다는 동질적 네트워크를 선호하는 경향을 보이게 된다. 이는 사회적 자본측면에서 바라보면 결속적(bonding) 사회적 자본에만 치중된 결과이며, 연결적(bridging) 사회적 자본의 확충에는 크게 기여하지 않는 것으로 평가할 수 있다.

동질적 네트워크에만 머무르고 있는 청소년의 경향은 정치적 관심에도 연결된다. 또래문화에 관한 관심의 집중이 국가적 차원의 문제에 대해서는 무관심하게 되는 결과를 초래하고 있는 것이다. 실제 응답자의 20%만이 정치적 관심이 높다고 응답하였고, 그 중에서도 구체적이고 객관적인 이유를 제시한 경우는 없었다. 동시에 청소년들의 정치활동이라고 하는 것도 개인적인 이해관계에 얽힌 것이거나 독도나 광우병 촛불집회처럼 사회적으로 크게 이슈화된 사안에 국한되어 있었다. 따라서 정치적 사안의 경우 합리적이고 비판적인 사고보다는 기성세대의 이분법적 시각을 그대로 답습하는 모습을 보여주고 있었다. 이는 청소년들이 쉽게 기성정치의 왜곡된 이데올로기에 의해 탈정치화

되는 즉, 비판적 사고가 마비되는 일이 벌어질 수 있음을 뜻한다. 이러한 결과는 소셜미디어가 정치적 관심을 높여준다는 결과와 모순되는 것처럼 보인다. 하지만 그 관심이 흥미에 기초한 호기심의 결과일수도 있다.

따라서 소셜미디어와 정치와 관련한 청소년의 비판적 사고와 관련해서는 좀 더 지속적인 연구가 필요하다. 소셜미디어에서 간과할 수 없는 또 하나의 문제는 사이버따돌림이다. 실제 응답자의 15%정도는 가해경험과 피해경험을 모두 갖고 있는 것으로 나타났는데, 대부분 아는 사이에서 발생하며 장난으로 행해지는 경우도 있는 것으로 드러났다.

마지막으로 소셜미디어가 주는 심각한 폐해는 중독현상이다. 소셜미디어의 부정적 측면으로 면접대상자의 60%가 소셜미디어 중독 성향을 보인 것으로 조사된 반면 관계망증가에 기여한 경우는 25%였다. 정보취득에 용이하다는 입장은 10%에 불과했다. 이는 소셜미디어가 전체적으로 볼 때 청소년에게 긍정적이기보다는 수업권이나 수면권을 침해하는 등 부정적으로 작용하고 있음을 시사해준다. 특히 사생활침해가 심각한 것으로 드러났으며 그 외에도 왜곡된 정보를 통한 갈등발생과 반사회적 여론형성의 문제 등이 있는 것으로 나타났다. 그럼에도 불구하고 응답자의 70%는 SNS를 습관적으로 사용하는 것으로 나타났다. 그래서 앱 삭제나 비활성화 그리고 탈퇴 등의 방식으로 자제하려고 노력하나 일시적이고 조건적으로 끝나는 경우가 많은 것으로 드러났다. 동시에 스스로 의식전환의 노력을 하는 경우는 10%에 불과했다. 더욱이 주변에서 중독으로 여겨지는 사례가 있는지에 대해 응답자의 65%가 있다고 했는데 결국 청소년들의 소셜미디어 중독이 우려할 만한 수준이며 자율적으로 자유로워지는 것은 어려운 것으로 판단된다.

이상 제기된 사항들에 대한 대책문제와 관련해서는 먼저 소셜미디어의 실질적 의미를 이해할 필요가 있다. 현대사회의 청소년들은 근대의 경우와 달리 기본적으로 시공간의 제한을 받는 현실사회와 시공을 초월한 가상사회의 두 영역에서 살고 있음이 드러났다. 특히 순수 온라인상의 모임이 14%에 그치는 것으로 확인된 바, 이는 온라인이 오프라인과 분리된, 따라서 영향을 주지 않는 독립공간이 아니라 현실공간과 긴밀히 연결되어 영향을 주고 있음을 의미한다. 따라서 청소년을 대상으로 소셜미디어 전반에 관한 교육이 중요함을 알 수 있다. 더 나아가 청소년들이 원하는 것이 정보, 소통, 그리고 상담이라는 사실, 즉 유용한 정보를 얻고 관계를 확대하고 누군가에게 이해받고 싶어 하는 것이 청소년의 마음이라는 사실을 이해한다면 정책 역시 수요자의 요구를 충족시키는 방향으로 나아가야 할 것이다. 그리고 이 과정에서 단체장의 의지와 결단이 중요한 요소임이 드러났다.

소셜미디어 대책과 관련해서 청소년들은 소셜미디어의 부정적 영향으로부터 보호받기 위하여 차단 및 규제를 가장 선호하는 것으로 드러났다. 원칙적으로 정부나 서비스업체의 문제보다는

주체와 상관없이 규제와 차단이 효과적으로 이루어져야 한다는 점을 더 중요시하고 있는 것으로 나타났다. 동시에 인성과 같은 청소년교육의 필요성도 제기되었다. 반면 소극적 관점의 보호문제가 아니라 적극적 차원에서 소셜미디어의 건전한 활용이라는 근본적인 문제에 대해서 청소년들은 차단 및 규제 등의 인위적 개입보다 청소년이 자율적 조절능력을 키워줄 수 있는 소셜미디어 교육을 선호하는 것으로 나타났다. 특히 강조된 것은 인성교육(30%)이었으며 학교나 정부 주도 교육(15%)의 필요성도 제기되었다. 주목할 만한 사실은 “제대로 효과를 낼 수 있는 교육”을 언급한 경우(10%)로 청소년들은 실질적인 결과를 기대하고 있다. 다양하고 현란한, 그러나 무용한 각종 대책보다 정말 청소년들의 삶을 변화시켜줄 수 있는 대책을 요구하고 있는 것이다.

제 6 장

결론 및 정책제언

1. 결론
2. 정책제언

제 6 장

결론 및 정책제언⁴⁵⁾

1. 결론

본 연구는 청소년의 소셜미디어 이용 현황을 살펴보고 소셜미디어가 청소년에게 미치는 긍정적, 부정적 영향을 설문조사와 심층면접 방법을 통하여 분석하였다. 아울러 국내외 소셜미디어관련 법제도 및 정책을 분석하였다. 위 연구결과들을 정리하면 다음과 같다.

1) 청소년의 소셜미디어 이용 현황

무엇보다도, 청소년은 여러 소셜미디어 중 카카오톡을 가장 많이 이용하였다. 더불어, 페이스북과 유튜브, 미니홈피, 블로그의 이용도 비교적 높게 나타났다. 하지만 10명 중 8명 가량은 트위터를 전혀 이용하지 않는다고 답해 트위터의 이용은 매우 낮았다. 미니홈피와 블로그가 2000년대 초중반 선풍적 인기를 끌었다면 이제 카카오톡과 페이스북이 청소년들에게 인기를 얻고 있는 것이다. 트위터의 이용률이 낮은 것은 누구에게나 관계 맺기가 가능한 독특한 개방구조에서 부분적인 원인을 찾을 수 있다. 즉 청소년들은 자신들이 모르는 사람들과 관계를 맺기보다 자신들과 친한 사람들과의 관계 맺기를 선호하고 있다는 것이다. 트위터와 달리 카카오톡이나 페이스북의 경우 친구수락을 해야만 타인과의 교류가 가능하다는 특징이 있다. 하루 평균 이용시간도 카카오톡이 가장 높았다. 즉 카카오톡 이용자 중 하루 평균 2시간 이상을 쓰고 있다고 응답한 청소년들이 57%에 달했다. 소셜미디어 중에서 카카오톡을 통해 친하게 지내는 친구수가 가장 많았다. 이 같은 사실을 통해 볼 때, 지금의 청소년들에게 가장 인기 있는 소셜미디어는 카카오톡이라고 볼 수 있고 이 매체의 사용이 청소년들에게 매우 일상화돼 있음을 확인할 수 있다.

소셜미디어를 이용하는 동기는 크게 정보/교류의 목적과 즐거움/추억공유로 구분되었다. 개별 문항을 분석해 보면, 새로운 사람을 사귀기 위해 소셜미디어를 이용하는 동기는 낮게 나타난 반면,

45) 이 장은 이창호 연구위원과 성윤숙 연구위원(한국청소년정책연구원)이 집필하였음.

이는 사람들과 쉽게 연락을 주고받을 수 있어 소셜미디어를 이용하는 동기는 높게 나타나 소셜미디어가 새로운 사람을 사귀는 공간이기보다는 지인과의 교류 및 네트워크를 강화하는 장임을 확인할 수 있다. 또한 재미있고 즐거워서 소셜미디어를 이용하는 경우는 높게 나타나고 학습 자료를 공유하기 위해 소셜미디어를 이용하는 경우는 낮게 나타나 소셜미디어가 학습공간이기보다는 즐거움과 추억을 공유하는 장이 되고 있음을 알 수 있다.

청소년들의 관계망을 조사한 결과 형식적 관계망(등록된 친구의 수)은 수 백 명에 이르는데 반해 실질적 관계망(실제 소통하는 친구의 수)은 수십 명에 불과한 것으로 나타났다. 청소년들은 이질적 네트워크보다는 동질적 네트워크를 선호하는 경향을 보이고 있는 것을 시사해준다.

2) 소셜미디어가 청소년에게 미치는 긍정적 영향

소셜미디어를 통해 일어난 변화에 대한 분석을 통해 소셜미디어가 청소년에게 미친 긍정적 영향을 유추해 볼 수 있다. 앞서 언급했듯이, 많은 청소년들이 소셜미디어를 통해 기존에 알고 있던 친구들과 더 친해졌고 자신이 관심 있는 정보를 많이 얻게 되었으며 일상의 스트레스를 해소하게 되었다고 응답했다. 즉 소셜미디어가 청소년에게 미친 긍정적 영향은 친구들과의 돈독함 강화, 관심 있는 정보의 획득, 일상의 스트레스 해소 등이다.

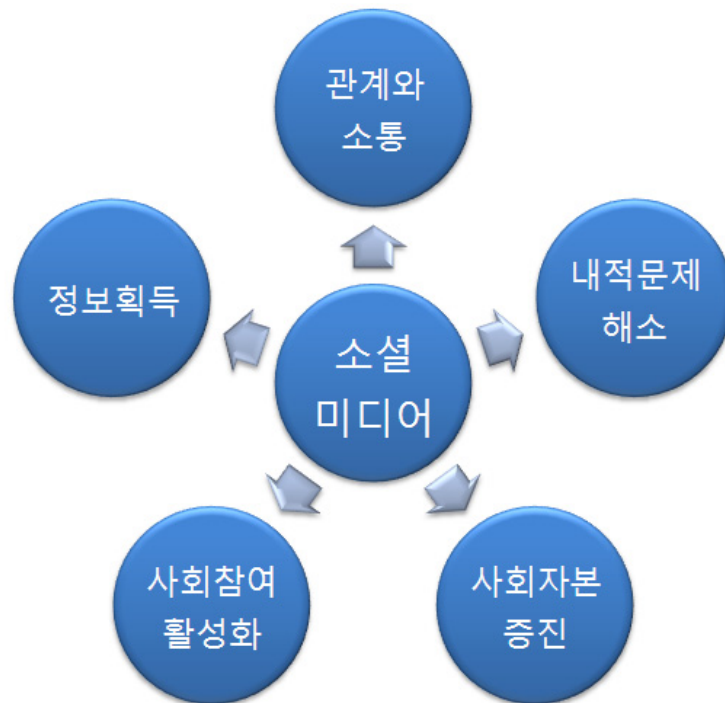
이와 더불어 소셜미디어는 사회자본을 강화하기도 한다. 사회자본에 대한 인식조사에서 드러났듯이, 소셜미디어를 통해 다양한 정보와 의견을 교환하거나 소셜미디어를 통해 다른 문화를 접하는 청소년들의 비율이 높았다. 또한 외로움을 느낄 때 소셜미디어를 통해 얘기할 수 있는 사람이 있다는 데 동의한 비율도 높았다. 이처럼 소셜미디어는 청소년의 사회자본을 높이는 데 어느 정도 기여하고 있다.

소셜미디어는 또한 사회참여를 활성화시키기도 한다. 소셜미디어를 통해 서명운동에 참여한 적이 있다고 응답한 청소년은 전체의 36%에 달했다. 또한 소셜미디어를 통해 기부를 한 적이 있거나 자원봉사에 참여한 비율도 각각 16.6%, 9.2%였다. 이 같은 수치는 오프라인 참여(서명 57.6%, 기부 47.1%, 봉사활동 67.3%)에 비해 많이 낮지만 소셜미디어를 통해 이뤄졌다는 면에서 주목할 만하다. 트위터의 경우 대학생들의 투표참여에 매우 큰 영향을 미쳐 청소년들에게 트위터가 중요한 정치참여와 정치커뮤니케이션의 수단이 되고 있음을 알 수 있다.

소셜미디어는 정치 및 사회참여에도 중요한 영향을 미쳤다. 앞서 분석했듯이, 정치, 사회적인 정보를 소셜미디어에 의존하는 정도가 높을수록 소셜미디어를 통한 참여정도가 매우 높은 것으로

나타났다. 즉 소셜미디어를 통해 정치, 사회적인 정보를 얻을수록, 소셜미디어를 통한 기부참여, 서명운동, 자원봉사, 투표인증샷, 정치적 이슈에 대한 의견표명이 활발하다는 것이다. 이 같은 결과는 소셜미디어가 청소년의 정치, 사회적 참여활성화에 매우 긍정적인 역할을 하고 있다는 것을 보여주고 있다.

이처럼 소셜미디어는 정보획득, 스트레스해소, 친한 친구와의 유대강화, 교량적/결속적 사회자본 증진, 사회참여 및 정치참여 활성화 등 청소년에게 긍정적 영향을 미치고 있다.



【그림 Ⅶ-1】 소셜미디어가 청소년에게 미치는 긍정적 영향

3) 소셜미디어가 청소년에게 미치는 부정적 영향

본 조사결과, 소셜미디어가 청소년에게 미치는 부정적 영향이 매우 심각한 것으로 드러났다. 특히 개인정보유출이 심해 이에 대한 대책마련이 시급한 것으로 조사됐다. 더불어 피해경험보다 가해경험이 많은 것으로 나타나 소셜미디어를 통한 괴롭힘 등 사이버폭력에 대한 대응방안 마련이

절실하다.

구체적으로 소셜미디어를 통해 욕을 하거나 누군가를 놀린 적이 있다고 답한 청소년이 10명 중 3명이었다. 소셜미디어를 통해 누군가를 따돌린 적이 있다고 응답한 비율은 6.8%에 불과했다. 10명 중 2명은 소셜미디어를 통해 선생님의 험담을 해본 적이 있다고 응답했다. 소셜미디어를 통해 공부를 소홀히 한 적이 있다고 답한 청소년의 비율도 45%에 달했다. 절반이 넘는 청소년이 소셜미디어 상에서 근거 없는 소문이나 괴담을 본 적이 있다고 답해 소셜미디어를 통해 괴담이 많이 유포되고 있음을 알 수 있다. 이는 결국 왜곡된 정보를 통한 갈등발생과 반사회적 여론형성의 문제 등이 발생할 소지를 보여주는 것이다. 나아가 청소년의 주체적이고 합리적인 비판능력에 부정적 영향을 줄 수 있는 것으로 판단된다.

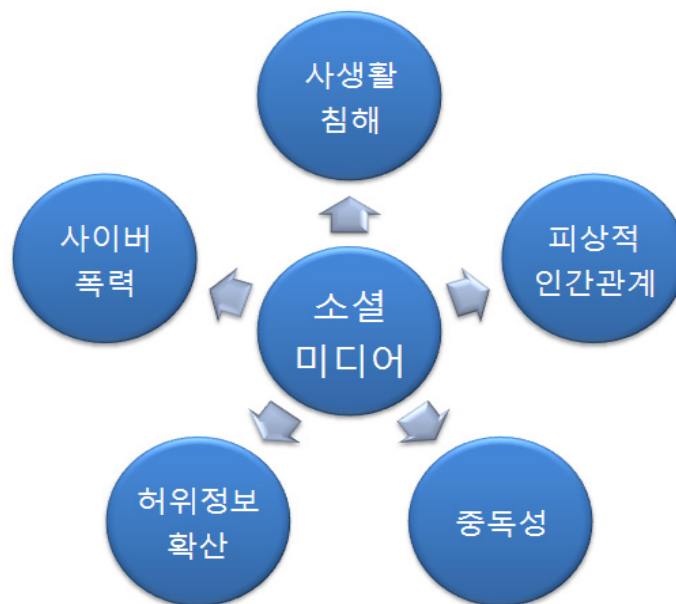
이 같은 조사결과를 통해 볼 때, 소셜미디어 상에서 일어나는 청소년들의 괴롭힘이 심각한 수준임을 확인할 수 있다. 누군가에게 욕을 하고 놀리는 행위가 결국은 따돌림으로 이어질 가능성이 크다고 할 때 소셜미디어를 통한 따돌림 행위는 더욱 늘어날 것으로 보인다.

면접조사결과를 통해서는 소셜미디어상의 인간관계가 피상적이고 일시적이며 우연적일 수 있다는 것이 나타났다. 소셜미디어상의 관계가 피상적이라는 사실은 상대방을 차단해본 경우(85%)가 차단당해본 경우(30%)보다 현저하게 높다는 사실에서도 나타났다. 이는 차단했을 경우 상대방이 모를 수 있는 경우도 있지만 그만큼 관계가 피상적이라보니 관심이 적은 관계로 확인해보지 않은 결과일 수 있기 때문이다. 동시에 90%의 응답자가 전혀 모르는 친구요청을 받아본 경험이 있다고 응답했는데 이는 알지 못하는 외국인이나 자동연결시스템에 의한 경우가 포함되며 따라서 피상성을 엿볼 수 있다. 청소년들이 이질적 네트워크보다는 동질적 네트워크를 선호하는 경향을 보인다는 점을 사회적 자본측면에서 바라보면 결속적(bonding) 사회적 자본에만 치중된 결과이며, 연결적(bridging) 사회적 자본의 확충에는 크게 기여하지 않는 것으로 평가할 수 있다.

또 하나 소셜미디어의 부정적 측면은 소셜미디어 중독이다. 면접대상자의 60%가 소셜미디어 중독 성향을 보인 것으로 조사된 반면 관계망증가에 기여한 경우는 25%였다. 정보취득에 용이하다는 입장은 10%에 불과했다. 이는 소셜미디어가 전체적으로 볼 때 청소년에게 긍정적이기보다는 수업권이나 수면권을 침해하는 등 부정적으로 작용하고 있음을 시사해준다. 특히 사생활침해가 심각한 것으로 드러났으며 그 외에도 왜곡된 정보를 통한 갈등발생과 반사회적 여론형성의 문제 등이 있는 것으로 나타났다. 그럼에도 불구하고 응답자의 70%는 SNS를 습관적으로 사용하는 것으로 나타났다. 그래서 앱 삭제나 비활성화 그리고 탈퇴 등의 방식으로 자제하려고 노력하나 일시적이고 조건적으로 끝나는 경우가 많은 것으로 드러났다. 동시에 스스로 의식전환의 노력을

하는 경우는 10%에 불과했다. 더욱이 주변에서 중독으로 여겨지는 사례가 있는지에 대해 응답자의 65%가 있다고 했는데 결국 청소년들의 소셜미디어 중독이 우려할 만한 수준이며 자율적으로 자유로워지는 것은 어려운 것으로 판단된다.

그 외 소셜미디어가 개성과 창의성의 발전에 기여하는지에 대한 의문이 제기되었다. 특히 질적 연구를 통해 응답자의 60%가 사진이나 글을 올리는 내용이 “신변잡기”인 반면 상대적으로 “공감을 얻을 수 있는 내용”의 경우는 15%에 불과했다는 사실에서 청소년들의 적극적인 소셜미디어 사용에도 불구하고 그 사용이 생산적이고 창의적으로 이루어지고 있지 않음을 시사하고 있다.



【그림 VI-2】 소셜미디어가 청소년에게 미치는 부정적 영향

4) 외국의 소셜미디어정책 비교 및 함의

페이스북이나 트위터 등 소셜미디어가 청소년들 사이에 급속도로 확산되면서 사회적 부작용이 나타나자 미국, 영국, EU 회원국들은 새로운 미디어환경으로부터 청소년 보호를 위해 산업계의 자율규제를 원칙으로 하면서도 관련법을 강화하는 추세다.

미국의 경우, 일찍이 어린이 착취 피해자 보호법(Victims of Child Abuse Act, 1990)을 개정하여

정보통신사업자들의 신고의무를 부과하고 처벌을 강화했다. 특히 2012년 올해에는 ‘소규모기관들의 21C 어린이보호법 시행령 준수지침(Small Entity Compliance Guide)’을 마련했다. 이에 따라 미국연방통신위원회(FCC)는 연방정부지원금프로그램(E-rate program)을 신청하는 학교와 도서관 또는 학교-도서관 연합체는 ‘인터넷상 어린이 보호법(CIPA)’에 따라, 미성년자들의 온라인 활동을 반드시 점검(monitors)하고, 소셜네트워킹사이트와 대화방을 포함한 온라인상에서의 알맞은 행동 규범, 사이버불링 인지 및 대응방법을 학생들에게 반드시 교육하고 그 증명서를 제출하도록 요구했다.

영국의 경우, ‘소셜네트워킹서비스 및 기타 사용자 상호작용서비스 제공자들을 위한 실무지침(Good practice guidance for the providers of social networking and other user interactive services 2008)’을 통해 어린이 청소년 보호조치를 강화했다. 2012년 정보통신 데이터 법(Communications Data Act)을 제정하여 소셜네트워킹서비스와 같은 새로운 정보통신 미디어 환경을 맞이하여 사법기관 특히 경찰이 공개된 정보통신 데이터를 감시할 수 있게 했다. 또한 극단적 포르노그래피를 지닐 경우 형사 처벌하는 새 규정을 마련해 이를 위반한 자에 대해 기존 3년에서 5년으로 징역형을 강화하였다.

EU의 경우, 인터넷에서의 아동·청소년 보호를 위한 최신 정책 및 법제도는 유럽연합이 2012년 10월에 발표한 “온라인에서의 EU 어린이 청소년들: 회원국들의 관점(U Kids Online: National perspectives)”에 가장 잘 나타나 있다. 그 내용을 요약하면, 소셜네트워킹 서비스를 포함한 인터넷에서 아동·청소년들이 개인정보보호 및 사생활 침해 없이 안전하게 인터넷을 활용할 수 있는 환경을 만들어 주고, 아동·청소년들 자신들도 권리와 책임을 다해야 한다는 것이다. 또한 아동·청소년들의 인터넷 문맹률을 낮추기 위해서 꾸준히 교육해야 하며, 안전을 위한 기술적, 정책적 뒷받침을 해야 한다.

국내에서도 SNS 사업자의 신고의무를 강화하고 안전한 인터넷 환경을 조성하도록 요구할 필요가 있다. 아울러 아동·청소년을 대상으로 한 온라인 범죄 처벌을 강화해야 한다.

2. 정책제언

소셜미디어가 가진 매력은 실시간 소통, 실명에 기초한 의사소통행위, 관계의 확장, 사회자본의 증진, 사회참여의 활성화 등에서 찾아 볼 수 있다. 하지만, 소셜미디어의 역기능 또한 만만치 않다.

소셜미디어의 부정적 기능으로는 개인정보의 유출, 허위정보나 소문, 루머의 확산 등을 들 수 있다. 또한 소셜미디어가 개인들의 네트워크 연결이다 보니 타인을 비방하거나 명예를 훼손하는 글들이 유포될 우려가 있다. 앞서 설문조사결과에도 나왔지만, 소셜미디어를 통한 개인정보유출이나 욕설, 따돌림 등의 문제가 청소년들 사이에서 심각한 것으로 나타났다. 이런 문제를 해결하기 위해서는 무엇보다도 소셜미디어 리터러시 증진이 필요하다. 즉 소셜미디어가 지닌 여러 문제점이나 역기능을 예방하기 위해서는 소셜미디어 리터러시 강화 등 뉴미디어교육이 어렸을 때부터 이뤄져야 한다.

1) 소셜미디어 리터러시 증진

소셜미디어 리터러시는 하워드 라인골드의 주장(박스 참조)처럼 개인과 개인, 개인과 집단, 집단과 집단이 연결되어 있는 네트워크 사회에 살고 있다는 인식에서 출발한다. 앞서 논의한 푸트남의 주장대로, 이러한 온라인 네트워크는 민주주의 사회에 필요한 중요한 사회적 자본이다. 소셜미디어로 연결된 네트워크를 통해 공동의 문제에 대한 인식을 공유하고 문제해결을 위해 상호 협력할 때 소셜미디어의 긍정적 활용은 촉진될 수 있고 소셜미디어의 미래는 밝을 것이다. 소셜미디어의 올바른 사용은 단순히 그 기술적 기능을 습득하는 데 있지 않다. 소셜미디어에 참여하고 있는 사람들에게 대한 신뢰가 쌓이고 규범이 정착돼야 소셜미디어를 유용하게 활용할 수 있는 것이다.

〈정보사회학자 하워드 라인골드(Howard Rheingold)가 말하는 5가지 소셜미디어 리터러시〉

하워드 라인골드는 트위터나 유튜브 같은 네트워크화 된 디지털미디어의 효과적인 사용을 위해 다섯 가지 소셜미디어 리터러시를 제시하고 있다. 각각은 상호 연관돼 있으며 21세기 네트워크 사회에서 이용자들이 갖춰야할 능력들이다.

1. 주의 (Attention)

소셜미디어리터러시 중 가장 기본적인 요소로 디지털미디어의 비판적 소비자가 되기 위해 소셜미디어에 주의를 집중하는 방법을 배울 필요가 있다.

2. 참여(Participation)

소셜미디어에 참여할 때, 우리는 수동적 소비자가 아니라 활동적 시민이 된다.

3. 협력(Collaboration)

소셜미디어는 사람들이 함께 협력할 수 있는 장을 열어주고 있다. 소셜미디어를 통해 전 세계 사람들이 뭉치고 협력하며 공동으로 문제해결에 나서고 있다. 가령, 2009년에 트위터 축제가 개최된 적이 있었는데 당시 수천 명의 자원봉사자와 기부자들이 깨끗한 물을 필요로 하는 우간다와 이디오피아의 우물을 파는 데 필요한 기금을 모으기도 했다.

4. 네트워크 지식(Network Awareness)

19세기 산업화 시대, 20세기 정보화 시대를 거쳐 21세기인 오늘날 우리는 네트워크 사회에 살고 있다. 사회적 네트워크는 이제 인류의 본질적인 부분이 되고 있다. 이제 기술적 네트워크는 우리가 접촉하는 사람들의 수와 범위를 확장시켰고 전 세계적인 사회적 네트워크를 만들었다. 따라서 네트워크화 된 온라인 공간에서 평판과 호혜성이 점차 중요해지고 있다.

5. 비판적 소비(Critical Consumption)

비판적 소비는 온라인 공간에서 무엇이 신뢰할만하고 누가 신뢰할만한지를 가려내는 능력을 의미한다. 만약 당신이 신뢰할만한 권위 있는 인물을 찾아낸다면, 그들을 개인적 네트워크에 포함시키고 그들과 개인적으로 교류하면 된다. 우리가 온라인으로 정보를 얻는 요즈음 그것이 정확하다는 보장은 없다. 텍스트의 권위는 이제 더 이상 저자와 출판업자에게 있는 것이 아니다. 정보소비자가 비평가가 돼야 하고 정보의 실재에 대해 끊임없이 조사해야 한다.

출처: <http://www.educause.edu>

(1) 소셜미디어의 긍정적 활용방안

이처럼 소셜미디어 리터러시를 강화하기 위해서는 무엇보다도 소셜미디어의 긍정적 활용방안에 대한 교육이 필요하다. 즉 청소년들에게 소셜미디어가 어떤 용도로 활용될 수 있는지를 가르칠 필요가 있다.

다음 사례들은 소셜미디어가 청소년의 사회문제에 대한 관심과 참여를 높이는 데 기여할 수 있는 예들로 시사하는 바가 크다.

사례 1. Like! 독도

이 페이스북 페이지는 경기 파주 울곡고등학교 학생들이 만든 페이지로 독도를 사랑하고 아끼고자 하는 마음에서 비롯됐다. 현재 4명의 학생들이 운영진으로 참여하고 있으며 독도에 대한 역사적인 정보를 제공할 뿐 아니라 최근 이슈가 되고 있는 일본과의 갈등문제까지 다루고 있다. 또한 이 페이지는 독도에 대한 자유로운 의견과 정보를 나눌 수 있는 장으로도 활용되고 있다. 지난 5월 8일 개설된 이 페이지에는 다음과 같은 안내 글이 게시돼 있다.

저희는 국민들의 독도에 대한 잘못된 지식을 바로잡고 국민들이 독도에 대한 애정을 더 가지도록 노력할 것이다. 여러분의 좋아요! 클릭 한번으로 우리의 독도를 지킬 수 있습니다. 많은 관심부탁드립니다.

출처: <http://www.facebook.com/likedokdolike>

사례 2. LoveJeonbuk

이 페이스북 페이지는 전북 전주에 있는 고등학생들이 운영하는 페이지로 전주를 비롯한 전북지역을 해외에 널리 소개하기 위해 만들어졌다. 해외 홍보가 중요한 목적이어서 모든 게시글은 영어로 쓰여 있다. 2012년 5월 21일 개설됐다. 전주 비빔밥에 대한 소개, 2012년 10월 개최된 전주국제발효식품엑스포 안내, 변산반도, 새만금에 대한 소개 등 전북 지역의 유명 관광명소를 알리고 지역 축제를 알리며 지역 문화를 홍보하는데 노력하고 있다.

출처: <http://www.facebook.com/pages/LoveJeonbuk/401320159912462?fref=ts>

사례 3. 한 시간의 기적

2012년 2월 2일 설립된 이 페이지는 대학생들의 기부운동 및 확산을 위해 시작됐다. 아래의 소개글을 보면 대학생들이 아르바이트로 번 한 시간의 돈이 학업이 어려운 중, 고등학생들에게 큰 힘이 된다고 돼 있다.

*2012년, 전에는 없었던, 그리고 대학생들이 만들어가는 새로운 기부 운동이 시작됩니다!
여러분의 아르바이트 5000원 한시간 시급 만큼의 가치가 학업이 어려운 중, 고등학생들에게는 큰 힘이 됩니다. 모두 저희와 함께 뜻깊고, 가슴 따뜻한 기부운동에 동참해주세요 :)
"기부는 하단 사이트주소 goo.gl/aW6IM 를 방문해주세요"*

캠페인을 시작한 지 6개월이 지난 9월말에는 100명의 기부자가 828시간(4,140,000원)을 기부하는 성과를 올리기도 했다. 기부금은 주로 저소득 청소년들에게 장학금을 주거나 도서를 전달하는 데 쓰인다.

출처: <http://www.facebook.com/MiracleinanHour>

사례 4. 위 제너레이션(We Generation)

지난 5월 18일 개설된 이 페이스북 페이지는 기부도 하고 유명인사도 만나는 신개념 소셜기부 플랫폼이다.

우리는 여러 가지 이유로 기부를 망설이게 되죠. 투명성과 신뢰성 때문에 기부를 망설였던 분들께서는 투명한 100% 기부 옵션을 제공합니다. 나에게 직접적으로 돌아오는 혜택이 부족하다 느끼셨던 분들께서는 평소에 만나고 싶었던 유명인사와의 사적인 만남의 기회에 응모할 수 있는 권리를 제공합니다. 유명인사, 기업, 그리고 우리가 모임으로써 지속가능하고 진정 우리 사회를 변화시키는 기부문화를 만들어 나가겠습니다.

기부를 통해 모금된 돈은 위안부문제를 알리는 광고로 활용되기도 했고 북한 수해지역 어린이를 돕는데 쓰이기도 했다.

출처: <http://www.facebook.com/wegeneration>

이처럼 소셜미디어를 활용해 청소년들은 자신들이 속한 지역사회와 문화를 알리기도 하고 독도에 대한 사랑을 실천하기도 한다. 또한 자신들이 아르바이트로 번 돈 가운데 일부를 기부해 저소득층 아이들에게 도움을 주기도 한다.

이 외에도 청소년들은 소셜미디어를 통해 학내문제에 대한 의견수렴도 할 수 있으며 학습 정보나 자료를 공유할 수도 있다.

교사들 역시 소셜미디어의 교육적 기능을 충분히 활용해 효과를 거둘 수 있다. 가령, 인천의 한 교사는 페이스북을 수업에 활용함으로써 수업분위기 개선과 학생들의 수업참여율을 높이고 있다⁴⁶⁾. 학생들은 미처 수업시간에 하지 못한 질문을 SNS를 통해 교사에게 할 수 있으며 자신들의 고민을 털어놓을 수도 있다.

46) 이 사례는 본원과 신경민 국회의원이 공동으로 주최한 “청소년의 소셜미디어리터러시증진방안을 위한 정책세미나”(12. 11. 12 개최) 토론에서 나온 내용이다.

이 같이 SNS는 교사와 학생들에 의해 다양한 방식으로 얼마든지 유용하게 활용될 수 있다. 앞서 언급한 사례들에 나타나듯이, 청소년들은 소셜미디어를 통한 기부 및 사회참여 활동을 통해 국가와 사회의 문제에 대한 관심을 갖게 되며 소속감을 느끼고 공동체 의식을 함양해 나가게 된다. 이같이 소셜미디어를 통한 사회참여가 활발해지면 소셜미디어에 대한 관심과 애착을 갖게 되고 소셜미디어를 잘 활용할 수 있게 될 것으로 기대된다.

(2) 공론장으로서의 소셜미디어 활용

잘 알려져 있듯이, 독일 학자 하버마스(Habermas)는 17~18세기 유럽사회에서 공론장이 형성되는 과정과 20세기에 이르러 그것이 쇠퇴하는 과정을 비판이론의 시각에서 역사적으로 분석했다(김종길 · 김문조, 2006). 그가 제시한 공론장은 개인들이 공공의 관심이나 공통적 이해에 관련된 문제를 논의하고, 숙의하기 위해 모이는 사적 공간의 장을 의미한다(Fraser, 1997). 즉 공론장은 공적인 담론과 커뮤니케이션이 만들어지고 행해지는 곳이다. 하버마스는 누구나 아무런 제약 없이 합리적이고 비판적인 의사소통을 통해 공평하게 의사결정과정에 참여할 때 민주주의는 발전한다고 주장했다.

이런 공론장 개념은 소셜미디어가 대중화되고 있는 요즘 시대에도 적용될 수 있다. 즉, 소셜미디어 상에서 누구나 사회적 이슈에 대한 자신의 의견과 주장을 피력할 수 있고, 댓글 등을 통해 다른 사람의 의견에 대한 자신의 생각을 이야기 할 수 있다. 실시간 정보공유와 관계형성을 강화한 소셜미디어의 등장은 이용자 간의 직접 소통과 연대, 정치참여의 가능성을 높이고 민주주의 도구로서의 잠재력을 보여주고 있다(소셜미디어연구포럼, 2012). 특히 인터넷의 개방적이고, 탈중심적이며, 상호작용적인 특성 때문에 소셜미디어는 참여적 공론장의 기능을 충분히 가지고 있다. 따라서 다양한 주체들이 동등한 자격을 가지고 소셜미디어라는 공간을 공적 논의의 장으로 활용할 때 공론장으로서 소셜미디어의 가능성은 무궁무진하다고 할 수 있다.

하지만, 특정 담론이 소셜미디어라는 네트워크를 지배할 때 공론장은 위축될 수 있다. 또한 앞서 언급한 대로 허위사실이나 소문 등이 네트워크를 통해 빠르게 확산될 때 공론장의 기능은 약화될 수 있다. 트위터를 통해 전파되는 메시지는 140자 이내의 짧은 메시지인 만큼 사건이나 이슈의 배경이나 맥락을 전달하기에는 한계가 많다. 따라서 자칫 맥락이 결여된 피상적인 정보가 유통돼 이용자들에게 영향을 미칠 우려가 있다. 소셜미디어의 특성 상 전파 속도가 빠르기 때문에 이용자들은 게시글을 올리기 전 충분한 검토와 숙의의 과정을 거쳐야 할 것이다.

이처럼 소셜미디어는 공론장으로서의 가능성과 위험성을 동시에 내포하고 있는 매체다. 빠른 확산속도만큼이나 메시지의 정확성이 요구되는 이유가 바로 여기에 있다.

(3) 소셜미디어 이용 가이드라인 마련

위에서 논의한 바와 같이, 소셜미디어를 통해 개인정보누출, 헐담, 욕설, 따돌림 등 여러 부작용이 생겨나고 있다. 한국정보화진흥원은 SNS 사용의 쟁점을 모두 10가지로 추출하고 이에 따라 10가지 가이드라인을 제시했다(송경재 외, 2012 참조). 10가지 가이드라인은 프라이버시보호의 원칙, 정보인권보호의 원칙, 허위사실유포금지의 원칙, 불법정보유포금지의 원칙, 지적재산권보호의 원칙, 올바른 소셜커머스이용의 원칙, 금융사기금지 및 스팸메시지차단 원칙, 해킹 등 보안위협금지의 원칙, SNS 피로감해소의 원칙, 표현의 자유보장의 원칙 등이다.

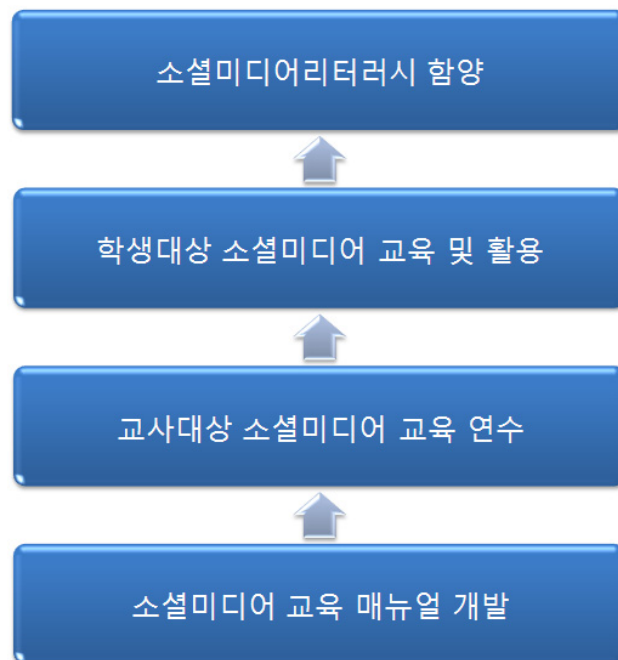
한국정보화진흥원에서 제시한 이 원칙들은 청소년 뿐 아니라 모든 이용자들을 대상으로 한 가이드라인이어서 청소년을 위한 가이드라인이 필요하다. 우리나라에서 청소년들에게 적합한 가이드라인을 제시해 보면 다음과 같다.

- SNS에 올린 개인 신상에 관한 정보는 악용될 수 있으므로 가급적 개인 전화번호나 주민등록번호, 신용카드 정보 등 유출될 경우 피해가 심각한 정보는 올리지 말자.
- SNS는 개인들 간의 사적인 연결망인 동시에 여러 사람들이 이용하는 공적인 공간임을 명심하자.
- 수업시간에는 SNS 이용을 하지 말자.
- SNS를 통해 글을 올리기 전 한 번 더 자신이 쓸 글이 혹시 남에게 상처를 주거나 남을 힘들게 하는 것인지 생각 한 후 신중히 글을 쓰자.
- 사실 확인이 되지 않은 악성 루머를 퍼뜨리지 말자.

지금까지 언급된 소셜미디어리터러시증진방안을 도식화하면 [그림 VI-3]과 같다. 이를 위한 추진 로드맵은 [그림 VI-4]와 같다.



【그림 VI-3】 소셜미디어 리터러시 증진 방안



【그림 VI-4】 소셜미디어 리터러시 함양을 위한 로드맵

2) 사이버불링 대책 마련

지난 8월 14일 서울의 한 아파트에서 투신자살한 한 여고생은 카카오톡을 통해 십여 명의 친구로부터 언어폭력 등 집단따돌림을 당한 것으로 드러나 우리사회에 적잖은 충격을 줬다. 또한 아이돌그룹 티아라의 왕따 사건을 모방해 초등학생들 사이에 일명 ‘티아라 놀이’가 유행하기도 했다. 이 놀이는 친구 한명을 왕따로 지목하고 카카오톡 등 SNS를 통해 이 친구를 괴롭히는 행위다.

이처럼 사이버공간을 이용한 따돌림이나 괴롭힘이 사회적 문제가 되자 2012년 3월 학교폭력예방및 대책에관한법률이 개정되면서 사이버따돌림이 처음으로 학교폭력의 한 유형에 포함된 바 있다. 하지만 아직까지 후속대책 및 부모교육 등이 미흡한 실정이다. 가령, 사이버따돌림의 원인이나 유형, 실태파악이 거의 이뤄지지 않고 있다. 또한 일선 학교에서는 사이버따돌림의 심각성에 대한 교육이 전혀 이뤄지지 않고 있고 사이버따돌림에 대한 처벌규정이나 예방방안도 마련해 놓지 않고 있다. 사이버따돌림을 당했을 경우 증거자료를 어떻게 모아놓아야 하는지, 피해사실을 어떻게 알려야 하는지 등 기본적인 교육이 잘 이뤄지지 않고 있는 것이다. 따라서 사이버따돌림이 청소년들에게 미치는 심각한 영향 뿐 아니라 사이버따돌림을 당했을 경우 기초적인 대응방안을 학생들에게 주지시키는 것이 필요하다.

미국의 사이버따돌림연구센터는 사이버따돌림에 대응하는 10가지 팁(아래 **박스** 참조)을 제시하면서 청소년 뿐 아니라 학부모, 교사, 경찰을 대상으로 사이버따돌림근절방안 및 대응요령을 교육하고 있다.

〈청소년들이 사이버불링에 대처하는 10가지 팁〉

1. 사이버불링에 관해 누군가와 대화하라.
 - 당신이 사이버불링의 타깃이 되고 있다면, 부모나 친구, 선생님 등과 그 문제에 대해 얘기할 필요가 있다.
2. 괴롭히는 자들을 무시하라.
 - 누군가 당신을 괴롭히는 것이 지속적이지 않은 사건이라면, 그들을 무시하는 것이 좋다.

3. 결코 복수하지 마라.
 - 복수는 상황을 악화시키고 결코 문제해결의 수단이 안 된다.
4. 당신을 괴롭히는 자들에게 당장 멈추라고 말하라.
 - 따돌림이 지속될 경우, 그들이 하고 있는 행동이 얼마나 남에게 상처를 주는 것인지 알게 하는 것이 좋다.
5. 웃어라.
 - 만약 누군가가 당신에 대해 재미있는 뭔가를 말하면, 단지 웃으려고 노력하라.
6. 따돌림에 관한 모든 증거를 모아라.
 - 페이스북 메시지를 프린트하거나 스크린을 캡처해 저장하거나 텍스트 내용을 컴퓨터에 저장하라.
7. 당신을 괴롭히는 사람들에 대한 접근을 차단하라.
 - 웹사이트나 소프트웨어 프로그램을 이용해 당신을 괴롭히는 사람들이 당신을 접촉하지 않도록 하라.
8. 피해사실을 웹사이트 관리자에게 알려라.
 - 당신을 괴롭히는 사람이 누구인지 모르면, 사이트 관리자에게 사이버따돌림이 발생하고 있다는 사실을 알려라.
9. 결코 따돌림에 관한 메시지를 남에게 보내지 말라.
 - 누군가를 괴롭히거나 놀리는 메시지를 받으면 그것을 지우고 결코 타인에게 보내지 말라.
10. 경찰에게 연락하라.
 - 만약 당신의 안전이 위태롭다고 생각하면, 즉시 경찰에 연락하는 것이 좋다.

출처: 사이버불링연구소 홈페이지(www.cyberbullying.us)서 재구성함.

우리사회에서는 아직까지 사이버불링이 낯선 현상이지만 소셜미디어의 확산속도에 비춰볼 때 우리도 하루빨리 이에 대한 대책을 마련할 때다.

기존연구와 외국사례들을 토대로 교사, 학생, 학부모 등 교육공동체가 사이버불링을 방지하기 위해 실천할 수 있는 사항들을 정리해보면 다음과 같다.

표 VI-1 사이버불링을 방지하기 위한 학부모, 교사, 학생의 실천방안

구분	실천방안
학부모	· 자녀와의 꾸준한 대화를 통해 자녀의 인터넷, 휴대전화 이용습관 파악 (가령, 자녀들이 어떤 웹사이트를 주로 방문하고 하루에 얼마나 인터넷이나 휴대전화를 이용하는지 등을 파악할 필요가 있음) · 특히 자녀들이 어떤 SNS를 즐겨 이용하는 지 알 필요가 있음. 가능하다면 자녀가 즐겨 쓰는 SNS 계정의 아이디와 패스워드를 미리 파악해두는 것도 도움이 됨.
교사	· 상담시간을 통해 학생들이 사이버불링의 위험에 어느 정도 노출돼 있는지를 수시로 체크함. · 학급회의 등 토론시간을 활용하여 사이버불링의 심각성에 대해 학생들이 스스로 깨닫도록 지도할 필요가 있음.
학생	· SNS의 네트워크적 속성에 대해 이해한 후 SNS를 사용함. · 사이버불링을 당했을 경우 즉시 교사나 부모에게 알려 도움을 청함. · 사이버불링과 관련된 증거자료들을 수집함.

사이버불링에 대한 교육뿐 아니라 사이버불링에 대한 구체적 실태조사도 필요하다. 교육과학기술부는 2012년 초 학교폭력실태조사를 대규모로 실시한 바 있다. 하지만 대부분 물리적 폭력이나 따돌림에 초점을 뒀 최근 확산되고 있는 사이버불링의 실태를 구체적으로 파악하기에는 한계가 있다. 사이버불링이 심각한 청소년문제로 떠오르고 있는 만큼 사이버불링의 유형이나 원인 등에 대한 대규모 조사가 뒷받침돼야 할 것이다.

3) 소셜미디어 중독 대책 마련

소셜미디어 중독은 게임중독이나 인터넷중독과 또 다른 지평을 제시한다. 기본적으로 중독이 주는 폐해는 유사하다. 수업권이나 수면권의 침해, 일상생활 장애 등 개인의 삶에 심각한 피해를 낳는다. 기본적으로 인터넷중독이 게임중독을 포함하여 음란물중독, 채팅중독이나 웹서핑중독 등을 포함한다는 점에서 소셜미디어 중독은 인터넷중독의 대상이 증폭되고 확장되며, 획기적으로 다양해진 것을 의미한다. 따라서 일차적으로는 양적 증대만을 언급할 수 있겠으나 인터넷중독과 소셜미디어 중독은 물방울과 바다의 차이와 같다고 할 수 있다. 물방울과 바다는 동일한 질이지만 단순히 양의 차이를 통해 질적 차이를 가져온 것이기 때문이다. 마찬가지로 소셜미디어 중독은 고정된 장소에서 시공을 초월하는 컴퓨터와 달리 움직이는 상태에서 시공을 초월하며 앱을 통해 기존에 상상도 못한

다양한 세계를 경험할 수 있다는 특징이 있다.

따라서 소셜미디어 중독에 대한 다학문적인 접근의 심화된 연구가 필요하다. 무엇보다 소셜미디어 중독을 객관적으로 측정할 수 있는 소셜미디어 중독 진단척도의 개발이 우선되어야 한다. 동시에 소셜미디어 중독 예방과 치료를 위한 제도와 시스템이 개발되어야 할 것이다. 소셜미디어 중독을 예방하기 위해서는 일차적으로 기술적인 개입과 정책적인 규제가 요구된다. 소셜미디어 중독을 예방할 수 있는 기술적인 제어장치를 개발하고 동시에 법제도 마련 및 소셜미디어 중독예방 캠페인 등이 요구된다. 이를 위해선 오픈마켓의 특성상 국제적인 공조와 합의가 요구된다. 하지만 현실적으로 실천적 효율성을 담보하기 어려운 면이 있기 때문에 다방면에서의 통합적인 접근이 요구된다.

가장 먼저 의식의 측면으로 접근해야 한다. 행동은 항상 의식을 전제하기 때문이다. 동일한 음란성 스팸을 접했을 때 청소년이 그것을 열어보고 안 열어보고는 결국 그가 지니고 있는 삶의 패러다임과 가치관에 달려있다. P. 브루디외가 말한 아비투스(habitus), 즉 일정한 패턴의 습관화된 의식과 행위성향이 건전하고 합리적인 동시에 사회성이 갖추어진 인성에 바탕을 둘 수 있도록 교육의 진지한 접근이 요구된다.

4) 소셜미디어 서비스업체의 청소년보호를 위한 정책 및 약관 마련

국내의 소셜미디어 서비스업체의 2012년 기준 서비스 운영정책 사례를 살펴보면 카카오톡은 서비스 이용제한 정책에 음란성 게시물, 악성코드유포게시물, 지적 재산권 위반 게시물, 불법성 게시물, 기타 게시물을 올렸을 경우 게시글이나 계정 제한 조치를 취하고 있다. 네이버 “라인”은 이용약관을 통해 저작권, 프라이버시, 폭력적인 표현, 성적인 표현, 악물 남용 등에 타인에게 불쾌감을 주는 표현을 금지사항으로 규정하고 있다. “틱톡”의 운영원칙은 게시물 삭제 기준을 마련해서 이용제한을 하고 있으며, 특히 음란물 및 청소년 유해게시물 원칙을 통해 음란 콘텐츠에 대한 규제를 하고 있다. 앞에서 살펴본 카카오톡, 라인, 틱톡은 모든 사용자를 대상으로 운영정책이나 이용약관을 규정하고 있어 청소년보호를 위한 제도적 뒷받침이 부족하다.

그러나 다음 “마이피플”은 청소년 보호를 위한 목표 및 기본원칙, 청소년 보호 장치, 유해정보로 인한 피해상담 및 고충처리, 유해정보에 대한 청소년접근제한 및 관리조치, 유해정보로부터 청소년을 보호하기 위한 교육, 전체 이용자들의 인식제고를 통한 청소년 보호, 청소년보호책임자 및 담당자의 지정 등의 정책을 통해 건전한 인터넷 문화를 조성할 필요가 있다는 내용의 청소년보호 정책을 실시하고 있다.

대부분의 국내 소셜미디어업체와 대조적으로 소셜미디어를 대표하는 미국의 페이스북, 마이스페이스, 트위터의 서비스업체는 청소년들을 위한 청소년보호 정책을 펼치고 있는데 그 사례를 제시하면 다음과 같다.

사례 1. Facebook 청소년보호 정책⁴⁷⁾

- 페이스북은 만 13세 미만의 청소년들의 가입을 금지시키고 있다. 페이스북 운영자들은 수시로 이용자들이 페이스북에 지인들과 올리는 사진을 확인하여 이용자들의 나이를 어림잡아 파악하는데 만약 특정 이용자가 13세 미만이라고 판단되었을 경우 그 이용자에게 경고를 주거나 페이지를 삭제하는 조치를 취한다. 하지만 최근 페이스북은 만 13세 미만의 청소년들이 부모의 지도 아래 페이스북을 사용 할 수 있게 하는 소프트웨어를 개발하고 있는데 이는 청소년 보호와 관련해 사회적 논란이 되고 있다(1, 3).
- 부모는 사생활 보호법에 따라 미성년자 자녀의 페이스북 계정을 관리 혹은 삭제 할 수 있는 권한이 없다(1).
- 페이스북의 보안설정은 청소년과 성인 사이에 차별을 두고 있다. 성인이 보안설정을 ‘모두에게’로 설정해 놓으면 페이스북의 모든 이용자들이 그 사람의 프로필과 페이지를 확인할 수 있지만 만 18세 미만의 청소년이 똑같이 보안설정을 ‘모두에게’로 설정해 놓더라도 이는 친구들, 친구들의 친구들, 그리고 같은 학교 네트워크에 있는 사람들에게만 제한된다(1).
- 페이스북은 만 18세 미만의 이용자들에게는 그들의 “친구의 친구”까지만 메시지를 보낼 수 있도록 제한해 놓았다(1).
- 성인 페이스북 이용자들의 아이디는 타 인터넷 사이트에서도 검색이 가능하지만 만 18세 미만의 청소년 이용자들의 아이디는 타 인터넷 사이트에서의 검색이 불가능하다(1).
- 페이스북은 만 18세 미만의 청소년들이 현재 위치를 친구들에게만 공개할 수 있도록 제한해 놓았다(1).
- 페이스북에서는 가짜 이름을 허용하지 않지만 실명에 애칭을 섞어 변화를 줄 수 있게 함으로서 개인정보의 온전한 유출을 막고 있다(2).

- 페이스북은 만 18세 미만의 청소년들이 친구들의 친구들과만 글과 사진을 공유할 수 있도록 제한해 놓았다. 반면에 성인은 설정에 따라 그 누구와도 정보를 공유할 수 있다. 이는 청소년들이 더 많은 사람들과 정보를 공유할 권리를 침해한 것이 아닌지에 대해 논란이 되고 있다(1).
- 청소년들에게 유해가 되는 사진, 동영상, 글 등을 발견하였을 경우 이용자들이 신고할 수 있다. 다만, 이러한 내용들의 삭제 여부는 운영자들의 판단에 따름으로 신고가 되었다고 무조건 그 내용이 삭제되는 것은 아니다(1).

사례 2. My Space 청소년보호 정책⁴⁸⁾

- 만 18세 미만의 청소년 회원들의 계정의 기본설정은 'Private'로 되어있다(1).
- 어떤 회원도 만 16세 미만의 회원을 검색할 수 없다(1).
- 만 18세 미만의 회원은 'Romance and Relationship', 'Mature Chats' 등 나이에 걸맞지 않는 그룹에는 접속할 수 없다(1).
- 만 18세 미만의 회원은 음주, 흡연여부, 소득 등의 카테고리로 다른 회원을 검색할 수 없다(1).
- 마이스페이스는 부모들이 미성년자 자녀들의 이메일 주소를 등록하는 소프트웨어를 개발 중이다(1).
- 마이스페이스는 유해 정보 등의 신고가 들어왔을 경우 72시간 내에 조치를 취하겠다고 약속한 바 있다(4).
- 마이스페이스는 이용자 정보 유출, 마이스페이스를 사용하는 청소년을 상대로 이루어진 성범죄, 자살사건 등으로 여러 차례 고소를 당한 바 있다(2, 3).

47) 출처:

1. <http://www.facebook.com/help/search/?q=minors>
2. <http://www.safetyweb.com/blog/10-mistakes-teens-make-on-facebook-and-what-to-do-about-it/>
3. <http://www.bbc.co.uk/news/technology-18321553>

48) 출처:

1. <http://www.marketingpilgrim.com/2008/01/myspace-adds-protections-for-minors.html>
2. <http://www.bloomberg.com/news/2011-04-13/news-corp-s-myspace-sued-for-giving-away-data-on-members-without-consent.html>
3. <http://www.wired.com/threatlevel/2008/02/myspace-sued-ov>

사례 3. Twitter 청소년보호 정책⁴⁹⁾

- 만 13세 미만인 아동의 가입을 금지 시키고 있다. 13세 미만 아동의 트위터 사용 사실을 발견한 이용자는 트위터에 신고할 수 있다. 13세 미만의 아동이 트위터에 가입하였음을 알게 되는 경우 트위터는 해당 아동으로부터 수집한 개인정보를 삭제하고 계정을 해지하는 조치를 한다(1).

위 사례에서 볼 수 있듯이 페이스북, 트위터 같은 사이트는 13세 미만의 아동은 서비스 가입을 금지시키고 있으며, 13세 이상의 청소년은 부모의 허락을 받으라고 조언하고 있다. 하지만 SNS가 가입하는 회원들의 정보를 파악하는 것은 어려운 일이다. SNS는 적절하지 못하다고 판단되는 내용의 글을 스캔하고 지울 능력이 있다. SNS는 적절하지 않은 글 혹은 원하지 않는 사람으로부터의 메시지를 신고 받고 여기에 대응할 수 있다. 하지만 이와 같은 일은 소 잃고 외양간 고치기일 뿐이다. 자체 규정은 원치 않는 행동을 정정하는 데에 영향을 줄 수는 있지만 완전히 막을 수는 없다.

중국과 같은 경우는 페이스북과 같은 웹사이트의 접속을 아예 차단시켜 버렸다. 하지만 서양 국가들에서는 국민들의 인터넷 사용을 통제하기가 훨씬 더 어렵다. 그 이유는 소셜미디어의 이용을 통제함으로써 국민들이 가치가 있다고 생각하는 정보를 차단할 우려가 있기 때문이다. 정부는 보안, 이용, 신고 대응에 관한 조건을 업체에게 지시할 수 있지만 대부분의 경우 업체들은 정부의 관할구역 밖에 있다. 학교나 직장 등의 기관들도 특정 웹사이트의 접속을 차단할 수 있지만 학생들이나 직원들이 다른 곳에서 접속하는 것은 막을 수는 없다.

국내 소셜미디어 서비스업체는 국내외 사례를 벤치마킹하여 국내 실정에 맞는 청소년 음란물대책, 성매매, 사이버따돌림, 소셜미디어 중독, 사생활 침해, 개인정보 유출 등 청소년들과 밀접한 관련이 있는 문제를 사전에 예방할 수 있는 청소년보호 정책 및 약관의 자체규정 마련, 청소년보호책임자 및 담당자의 지정할 뿐만 아니라 올바른 스마트폰 활용에 대한 캠페인 및 교육에 적극적으로 참여하여 사회적 책임을 다할 필요가 있다. 정부에서는 서비스업체가 청소년보호에 적극적으로 참여할 수 있도록 지원 및 제도적인 장치 마련과 동시에 산업계와의 지속적인 파트너십을 유지할 수 있도록 노력할 필요가 있다.

4. <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1575635/MySpace-agrees-child-protection-measures.html>
49) 출처:

1. <https://twitter.com/privacy>

5) 스마트폰 유해정보 차단 프로그램 설치 의무화

최근 스마트폰 등 정보통신기기의 급속한 보급으로 청소년들의 유해매체 접촉이 증가하고 있으며 누구나 터치 하나로 손쉽게 소셜미디어 유해매체 접근이 가능하다.

네이트온, 카카오톡, 틱톡 등 PC나 스마트폰 메신저 등을 통해 아동·청소년 음란물이 무차별적으로 유포되는 사례가 심각하여 정부차원에서 대책을 마련하고 있다(경인일보, 2012. 9. 10).

행정안전부는 여성가족부와 방송통신위원회와 공동으로 ‘청소년 음란물 차단 대책’을 추진하고 있다. 주요 내용은 스마트폰을 통해 주민번호 이용만으로 성인인증을 받을 수 없게 음란물 차단 프로그램이 보급될 예정이고, 스마트폰을 이용하는 청소년의 경우 가입 시 청소년 전용 가입계약서에 통신사와 관련협회가 공동으로 음란물 차단 수단 사전 고지를 의무화하고, 부모의 동의를 받아 어플을 설치할 수 있는 대책을 마련하고 성인물을 제공하는 프로그램 업체는 휴대폰, 신용카드, 아이핀(i-PIN), 공인인증서 등으로 본인 여부를 묻고 청소년이 손쉽게 성인 주민번호로 접근할 수 있는 조건을 막기 위한 대책을 마련하였다.

경찰청은 아동·청소년 음란물을 배포하는 웹사이트 주소를 미리 설정해주고 이런 링크가 PC·스마트폰 메시지에 등장하면 메시지 중 해당 내용을 아예 삭제한 후 전송하는 방안 추진 중에 있다(경인일보, 2012. 9. 10).

위 대책과 함께 스마트폰 판매업자 및 보호자의 의무 규정을 두어 청소년이 불법·유해정보 접근을 차단하는 프로그램을 설치하고, 스마트폰 인터넷 접속서비스 제공 사업자로 하여금 사용자가 청소년인 경우 유해정보 필터링 서비스 이용을 조건으로 서비스를 제공하도록 의무화하고, 스마트폰상의 음란물사이트와 청소년 유해 앱을 차단하는 '스마트보안관' 어플리케이션 무료 보급 및 홍보할 필요가 있다.

6) 스마트폰 대화방 필터링 및 무료 스팸차단프로그램 설치

2006년 New Jersey의 한 쓰레기통에서 14세 소녀의 시신이 나체로 발견되었다. 이 사건의 범인은 살인당한 소녀와 SNS사이트에서 만난 남성이었다. 같은 해 텍사스에서는 26세의 남성이 마이스페이스에서 15세 소녀에게 성관계를 요구해 체포되었으며 뉴욕에서는 성인 남성이 16세 소녀가 SNS사이트에 올려놓은 개인 정보를 보고 연락해 성관계를 요구해 체포되었다. 이런 이야기들은 미디어에 매일같이 등장하는 추세이다. 인터넷과 SNS사이트들이 아동 성범죄자들의

사냥 장소로 이용되고 있다는 지적이 나오고 있다. 마이스페이스 사용자들은 14세 이상이어야 한다고 규정하고 있다. 하지만 이보다 더 어린 사용자들이 이 사이트에 가입하고 있으며 개인적이고 성적인 글을 올리고 있다. 이는 잠재적인 아동 성범죄자들을 자극시킨다.

2003년에 발표된 인터넷 안전 연구에 의하면 19%의 청소년들이 인터넷을 통하여 성관계를 요구 받았으며, 25%의 청소년들은 원치 않게 인터넷을 통해 유해 매체를 접하였다고 한다. 5명중 한명 꼴로 낯선 사람에게 인터넷으로 연락이 온다고 응답하였다⁵⁰⁾.

국내에서도 몇 년 전만 해도 버디버디 등 채팅사이트를 통한 인터넷성매매가 청소년들 사이에서 발생하여 사회문제가 되었는데(성운숙·박병식, 2009), 최근에는 카카오톡 등 스마트폰 어플리케이션을 통해서 불법 성매매가 손쉽게 이루어지고 있고, 카톡에서 집단으로 언어폭력을 당해 여고생이 자살한 사건도 발생하였다.

청소년 사이버따돌림을 방지하는 수단으로 첫째, 스마트폰 상의 그룹대화방(카톡)이나 소셜 미디어 프로그램에서 청소년들이 욕설이나 비속어, 성매매 은어 등을 사용할 경우에 이를 차단할 수 있도록 프로그램을 개발하여 설치하도록 의무화하고 둘째, 상대방이 욕설이나 비속어를 할 경우 이를 스팸으로 처리할 수 있도록 무료스팸서비스 설치 등 기술적·제도적 장치 마련이 필요하다.

7) 청소년 유해매체물 점검 모니터링 강화 및 청소년보호대책마련

소셜미디어를 통한 청소년 유해매체물 접촉이 증가하고 있어 매체물의 청소년 유해성 영향평가를 실시해야 한다. 즉, 소셜미디어 서비스 제공시 청소년에 대한 위험성 및 유해성 여부에 대한 사전, 사후 검증 제도를 도입하고, 내용의 위험성, 유해성 판정 및 심의에 대한 상시 모니터링 제도를 도입하고 모니터링을 강화할 필요가 있다.

또한 SNS를 포함한 온라인상에서 어린이와 청소년들을 보호하기 위한 대책을 다음과 같이 마련할 필요가 있다.

첫째, SNS를 포함한 온라인상에서 어린이와 청소년들을 대상으로 하는 범죄행위에 대한 형사 및 민사상의 처벌 수위를 강화하여 그러한 범죄가 반복해서 나타나지 않도록 해야 한다. 특히 어린이 청소년 대상 성범죄의 경우 절대 다수가 그 피해자의 가족이나 친척 혹은 친지들이기 때문에 범죄가 반복 재발될 가능성이 매우 높은 현실을 감안해야 한다.

50) Tamyra, A. Pierce의 Talking to Strangers on MySpace: Teen's Use of Social Networking Sites. (California State University, Fresno; Volume of Media Psychology, Volume 11, No.3에 발표된 글)

둘째, SNS를 포함하여 ISP들에 대한 법적 책임을 강화할 필요가 있다. 과거와는 달리 ISP의 자율성을 최대한 보장하던 미국과 영국에서도 새로운 정보통신환경에 따라 ISP의 책임을 강화하는 추세이다. 따라서 이러한 사업자들의 자율규제를 강조하면서도, 법적인 책임을 강화하는 것이 현실적으로 어린이 청소년의 보호 효율성을 높이는 길이다.

셋째, SNS 부작용으로 인한 그 피해 어린이 청소년들을 보호하기 위한 교육 및 재활프로그램의 강화가 필요하다. 학교와 사회복지 기관들의 긴밀한 협조로 안전교육은 물론 그 피해 어린이 청소년들이 후유증으로부터 신속히 벗어날 수 있는 사회적 안전장치가 마련되어야 한다.

넷째, 앞서 논의한 영국사례에서 나타나듯이, 범죄자들의 전자 우편 블랙리스트가 SNS에 활용될 수 있도록 허용할 필요가 있다. 즉 범죄자들의 전자우편주소와 일반 이용자들의 전자우편 데이터베이스를 대조해서 두 주소가 일치하면 범죄자의 전자우편계정을 해지하도록 사이트에 요구할 수 있다.

8) 자녀 지도를 위한 소셜미디어 활용 매뉴얼 제작 및 학부모 교육·홍보 강화

2003년에 발표된 ‘인터넷 안전 연구’에 의하면 많은 청소년들이 자신들이 SNS를 이용하고 있다는 사실을 부모님이 알고 있다고 응답하였지만 그 중 부모님이 SNS사이트가 무엇인지 직접 보았다는 청소년들은 드물었다.⁵¹⁾

최근 개방성이 강한 페이스북에 질린 청소년들이 점점 트위터로 옮겨가는 추세이다. 트위터는 페이스북만큼 개인 활동이 공개적이지 않기 때문에 부모님들의 감시를 피하고 싶어 하는 청소년들이 트위터를 더 선호하는 경향을 보이고 있다⁵²⁾.

부모들은 자녀들의 온라인 활동에 대해 기술적인 어려움과 관심 부족으로 효과적인 지도가 이루어지지 않고 있다. 즉 청소년들은 대부분 부모들보다 인터넷 이용 빈도가 높을뿐더러 더 많은 지식을 가지고 있기 때문에 이는 여러 문제점들을 일으킬 수 있다. 또한, 금지된 행동은 청소년들에게 모험심과 흥분을 가져다 줄 수 있으며 이는 청소년들이 부모들의 의도와는 반대되는 행동을 하게 할 수 있다.

정부와 학교는 자녀의 인터넷 역기능 예방의 최종 책임자인 부모에게 자녀들이 SNS를 이용하면서 부딪힐 수 있는 위험들과 대응방법, 친구들을 대하는 방법에 관한 매뉴얼이나 홍보동영상을 제작하여

51) Tamyra, A. Pierce의 Talking to Strangers on MySpace: Teen's Use of Social Networking Sites. (California State University, Fresno; Volume of Media Psychology, Volume 11, No.3에 발표된 글)

52) <http://www.mobiledia.com/news/126128.html>

리플릿, 방송, 유튜브, SNS 등 다양한 매체에 보급할 필요가 있으며 이를 부모들에게 교육시키고 적극적으로 홍보할 필요가 있다.

9) 소셜텍스트 분석으로 위기청소년 위험징후식별 예측 DB구축

최근 SNS확산에 따라 빅데이터를 활용한 소셜 분석은 학교폭력, 성매매, 자살 등 위기청소년의 위험징후식별에 활용되어 청소년문제를 사전에 예방할 수 있는 가능성을 시사하고 있다. 본 연구에서 청소년들은 소셜미디어를 통해 자신의 외로움과 스트레스 해소 창구로 소셜미디어를 활용하고 있는 것으로 나타났다. 청소년은 다양한 소셜미디어를 통해 자살이나 자신의 고민을 이야기하는 창구로 활용하기 때문에 온라인 Buzz를 대상으로 청소년의 자살예방 DB로 활용할 수 있을 것이다.

10) 청소년관련 기관의 소셜미디어 활용 확대 및 교육·홍보 강화

본 연구결과 청소년관련기관과 소셜미디어로 소통해본 경험 없는 경우가 전체의 75%로 높게 나타났다. 청소년과 청소년관련기관과의 소통을 확대시켜야 함을 확인시켜주는 결과이다. 소셜미디어를 통한 청소년관련기관과의 소통이 다양한 청소년문제의 해소에 기여할 수 있다는 점을 고려할 때 무엇보다도 실질적 효용성에 대해 청소년들에게 교육과 홍보를 강화해야 함을 알 수 있다. 그럼에도 불구하고 청소년과 지속적인 소통이 필요한 청소년관련기관들이 SNS계정조차 없는 경우가 대부분이다. 청소년관련 중앙부처나 지자체, 청소년관련기관들의 경우 청소년들의 욕구를 신속하게 반영하고 효율적인 처리를 위한 SNS서비스 전담부서 설립과 유기적 운영체제 확립이 필요하고 지자체나 청소년관련 기관을 중심으로 청소년들에 대한 건전한 SNS활용방안 관련 교육이 필요하다. 특히 주체적 사회적 자본창출이란 관점과 IT선진국으로의 진입이라는 관점에서 새로운 사회적 공간으로서의 SNS에 대한 이해와 대면관계가 배제된 상태에서 기호만이 교환되는 의사소통관계에서의 분별력 함양을 위한 교육이 요구된다.

SNS의 주 이용자층이 청소년들이라는 사실로부터 청소년이 사회적 자본형성의 주요 주체 중 하나임을 인지할 수 있는 인식 제고 및 프로그램 개발이 필요하다. 생산적 사회적 자본형성을 위해 창조, 변화, 도전의 발전적 자세를 함양할 수 있도록 이끌어줄 수 있는 청소년중심의 정책 요구 반영과 동시에 청소년의 눈높이와 관심을 유발할 수 있는 소셜미디어 활성화 프로그램을 개발하고 SNS가 청소년에게 미칠 수 있는 부정적 영향 즉 개인정보유출, 소셜미디어 중독, 비판적 사고

함양, 반사회적 행위의 도구화 방지시스템 등을 최소화하기 위한 제도적 보완장치도 필요하다.

11) 미디어교육 법제화

청소년들에게 미치는 미디어의 중요성은 이루 말할 나위도 없다. 하지만 현실은 미디어교육이 학교현장에서 거의 이뤄지지 않는다는 데 있다. 미디어교육이 학교현장에 정착하기 위해서는 미디어교육의 법제화가 시급하다.

현재 민주통합당 최민희 의원이 대표 발의한 미디어교육지원법안⁵³⁾은 미디어교육의 지원에 관한

53) 미디어교육지원법안 내용은 아래와 같다.

미디어교육지원법안 (최민희의원 대표발의)	
• 제안이유	현대사회에서 미디어는 정보전달이나 여론형성 기능뿐만 아니라, 오락매체로서 중요한 기능을 수행함에 따라 일상 생활에 있어 미디어를 떼놓을 수 없는 상황이며, 특히 청소년에게 영향력이 막대함. 또한 기술발달에 따라 새로운 형태의 미디어가 등장하고 갖가지 부작용의 사례가 속출하는 등 국민에게 미디어 전반에 대해 교육의 기회를 제공해야 할 필요성이 더욱 강하게 제기되고 있음. 이미 학계나 교육현장, 시민사회 영역에서 다양한 형태의 미디어교육에 대한 논의와 실천들이 확산되었으나 이를 제도화하고 국가적 차원에서 지원하기에는 법적·제도적 장치가 미흡함. 이에 미디어교육을 활성화함으로써 모든 국민이 미디어 활용능력과 창의적인 표현능력을 갖추 수 있도록 지원하고, 나아가 국민의 의사소통능력과 미디어에 대한 비판적 이해 능력을 향상하고 미디어의 폐해를 최소화하여 국민의 삶의 질 향상과 국가의 민주주의 역량 강화에 이바지하기 위해 미디어교육지원법을 제정하려고 함.
• 주요내용	가. 미디어교육의 지원에 관한 필요한 사항을 정하여 미디어교육을 활성화함으로써 모든 국민이 미디어 활용능력과 창의적인 표현능력을 갖추 수 있도록 지원하고, 나아가 국민의 의사소통능력과 미디어에 대한 비판적 이해 능력을 향상하고 미디어의 폐해를 최소화하여 국민의 삶의 질 향상과 국가의 민주주의 역량 강화에 이바지함을 목적으로 함(안 제1조). 나. 미디어에 관한 전반적인 이해와 활용능력 증진을 목적으로 하는 모든 형태의 교육을 “미디어교육”이라 하고 이를 “학교미디어교육”과 “사회미디어교육”으로 구분함(안 제2조). 다. 방송통신위원회 위원장으로 하여금 교육과학기술부장관과 합의하여 5년마다 미디어교육종합계획을 수립하도록 함(안 제6조). 라. 학교미디어교육을 활성화하기 위하여 교육과학기술부장관으로 하여금 대통령령으로 정하는 바에 따라 「초·중등교육법」 제23조제3항에 따른 학교 교과에 미디어교육 관련 내용을 반영하도록 하고, 학교의 장으로 하여금 창의적재량활동과 창의적체험활동 또는 이에 준하는 학교 교육과정의 운영에 미디어교육을 반영하기 위해 노력하도록 함(안 제7조). 마. 국가 및 지방자치단체로 하여금 질 높은 사회미디어교육을 위하여 미디어 관련 교육과정 및 교육내용의 개발·연구 및 각종 미디어 교육활동과 이를 위한 시설·장비를 지원할 수 있도록 함(안 제8조). 바. 미디어교육 지원에 관한 주요 정책과 사업을 조정하고 예산의 효율적인 운영 등에 관한 사항을 심의하기 위하여 방송통신위원회 위원장과 교육과학기술부장관 소속 하에 미디어교육진흥위원회를 두도록 함(안 제9조). 사. 미디어교육 지원에 관한 지역별 시행계획의 수립 및 집행에 관한 협의와 관계 행정기관, 시·도교육청, 학교,

여러 방안들을 제시하고 있다. 이 중 눈에 띄는 것은 학교 교과에 미디어교육 관련 내용을 반영하도록 하고, 학교의 장으로 하여금 창의적재량활동과 창의적 체험활동 또는 이에 준하는 학교 교육과정의 운영에 미디어교육을 반영하기 위해 노력하도록 하는 것이다. 즉 창의적 체험활동의 시간을 미디어교육의 장으로 잘 활용하자는 것이다.

잘 알려져 있듯이, 창의적 체험활동은 동아리활동, 봉사활동, 진로활동, 자율활동 등으로 구성되어 있으며 2011년부터 실시돼 오고 있는 제도다. 2013년부터는 초, 중, 고 모든 학년에게 확대 적용된다. 미디어교육이 중요한 만큼 창의적 체험활동 영역 중 하나로 미디어활동을 넣는 것이 필요하다. 따라서 창의적 체험활동 안에 미디어활동을 중요한 활동으로 포함시킴으로써 미디어교육 및 활동에 대한 관심과 주의를 환기시킬 수 있을 것이다.

교육과학기술부 또한 학생미디어 이용에 관한 특별법을 제정 중이다⁵⁴⁾. 교육과학기술부는 2012년 게임·인터넷·스마트폰 올바른 사용을 위한 생활지도매뉴얼을 만들어 일선 학교에 배포한 바 있다.

이처럼 청소년들의 미디어교육에 관한 노력들이 정부차원에서 활성화 되고 있는 추세다.

미디어교육의 법제화와 더불어 청소년들을 대상으로 한 정보통신윤리교육이 강화돼야 한다⁵⁵⁾. 2004년부터 정보통신윤리교육이 실행되고 있으나 연간 1회 1시간으로 실효성이 없다는 지적이 많다. 따라서, 정보통신윤리교육의 교육시간과 횟수를 적극적으로 늘려야 한다. 아울러 교육을 받는 대상의 특성(연령, 이해력 등)을 고려하여 보다 차별화된 교육이 필요하다.

교육시설의 경영자 및 교육단체 등의 협력 증진을 위하여 시·도에 지역미디어교육지원협의회를 설치함(안 제11조).

아. 방송통신위원회 위원장으로 하여금 미디어교육 관련 학력 또는 경력을 갖춘 사람이 미디어교육과정을 이수하는 경우 미디어교육사의 자격을 부여하도록 함(안 제14조).

자. 방송통신위원회 위원장으로 하여금 미디어교육사의 양성을 위하여 미디어교육진흥위원회의 심의를 거쳐 교육시설, 교육단체, 대학 및 관련 전문기관을 미디어교육사의 교육기관으로 지정할 수 있도록 함(안 제15조).

차. 교육시설과 교육단체에 미디어교육사를 배치하도록 하고 국가 및 지방자치단체로 하여금 예산의 범위 안에서 인건비 등의 전부 또는 일부를 보조할 수 있도록 함(안 제17조).

카. 학교의 장의 요청이 있는 경우 미디어교육사로 하여금 학교의 미디어교육을 지원하도록 하고, 국가 및 지방자치단체는 지원을 위하여 예산의 범위 안에서 필요한 경비의 전부 또는 일부를 보조할 수 있도록 함(안 제18조).

출처: 전국미디어교육네트워크 주최 미디어교육 활성화를 위한 법제정비 방안 연속토론회(2012년 9월 20일 개최) 자료집

54) 이 내용은 본원 자문회의('12. 12. 14) 때 교육과학기술부 윤소영 과장이 발표한 자료에서 나온 것이다.

55) 이 내용은 본원 자문회의('12. 12. 14) 때 최영재 교사가 제안한 것이다.

참 고 문 헌

참 고 문 헌

- 강은영(2010. 05). 트위터, 진화는 계속된다. **주간한국**.
- 고상민 · 황보환 · 지용구(2010). 소셜네트워크서비스와 온라인 사회적 자본 : 한국과 중국 사례를 중심으로. **한국전자거래학회지**, 15권 1호, 103-118.
- 교육과학기술부(2012). **2012년 학교폭력실태 전수조사결과 중간발표 보도자료**.
- 권상희 · 우지수(2005). 블로그 미디어 연구: 블로그 이용 및 만족과 인지 행태에 관한 연구. **한국방송학보**, 19권 2호, 419-460.
- 권오상(2009). 위원회 조직으로서의 FCC에 관한 고찰. **정보통신정책**, 제20권 제14호.
- 금혜성(2011). 정치인의 SNS 활용: 정치적 소통도구로서의 트위터. **한국정당학회보**, 제10권 제2호, 189-220.
- 금희조(2010). 온라인 소셜미디어와 참여적 사회자본: 한국과 미국 대학생의 연결적 vs. 결속적 이용을 중심으로. **한국방송학보**, 24권 5호, 9-46.
- 김명아(2007). 사이버공간의 사회자본형성과정에 관한 연구: 대학생들과 온라인네트워크를 중심으로. **정보와 사회**, 11권, 25-61.
- 김문구 · 박종현 · 조영환(2010). **흔히 보이는 IT 소비자행동의 이해**. 서울: 전자신문사.
- 김성태 · 김여진 · 최홍규 · 김형지(2011). 뉴미디어를 통한 소통채널의 확장과 정치참여변화 연구: 인터넷과 소셜미디어를 주목하며. **평화연구**, 봄호, 5-38.
- 김영지(2000). **청소년웹진 활용의 실태와 의미에 관한 연구**. 서울: 한국청소년개발원.
- 김종길 · 김문조(2006). **디지털한국사회의 이해**. 서울: 집문당.
- 김태현(2010. 02). 실시간 소셜 웹 주도권 경쟁: 페이스북 vs 트위터 vs 구글버즈. **DIGIECO FOCUS**. 서울: KT 경제경영연구소.
- 김형성 · 김경애(2011). 소셜미디어의 적극적 실현을 위한 헌법적 연구. **미국헌법연구**, 22(1), 82-132.
- 류한석(2009. 09). 트위터 열풍과 소셜미디어의 진화. **DIGIECO FOCUS**. 서울: KT 경제경영연구소.

- 목단단(2011). **한국과 중국 대학생들의 SNS 이용행태에 관한 비교 연구**. 한양대학교 석사학위논문.
- 박광순 · 조명휘(2004). 인터넷의 웹블로그(Web-blog) 이용동기와 만족도에 관한 연구: 대학생 집단을 중심으로. **한국언론학보**, 48권 5호, 270-294.
- 박한우(2011). **인터넷 거미줄에 걸린 사람들**. 영남대학교출판부.
- 방송통신위원회 · 한국인터넷진흥원(2010). **2010년 인터넷이용실태조사 요약보고서**.
- 설진아(2009). **소셜미디어의 진화양상과 사회적 영향**. 2009 한국언론정보학회 가을철 정기학술대회발표문.
- 설진아(2011). **소셜미디어와 사회변동**. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 성운숙 · 박병식(2009). **여성청소년의 인터넷성매매 실태와 대응방안 연구**. 한국청소년정책연구원, 연구보고 09-R05.
- 성운숙 · 이춘화 · 유의선(2008). **인터넷 댓글에서의 청소년 인권침해 현황과 대응방안**. 한국청소년정책연구원, 연구보고 08-R12-1.
- 소셜미디어연구포럼(2012). **소셜미디어의 이해**. 서울: 미래인.
- 송경재(2010). 미국 소셜네트워크 서비스 사용자의 특성과 정치참여. **한국과 국제정치**, 제26권 제3호, 129-157.
- 송경재(2011). 소셜네트워크 세대의 정치참여. **한국과 국제정치**, 제27권 제2호, 57-88.
- 송경재 · 장우영 · 오강탁 · 양희인(2012). **SNS 이용자 리터러시 제고방안 연구: SNS 쟁점 분석과 이용자가이드 제언**. 서울: 한국정보화진흥원.
- 송민정(2011). 소셜네트워크 서비스와 스마트 TV: SNS 개념과 성장잠재력. KT 경제경영연구소, **Issue & Trend**.
- 송종길 · 박상호 (2006). 정치관여도, 미디어중요성, 정치냉소주의와 정치효능감이 정치결정 과정에 미치는 영향에 관한 연구. **한국방송학보**, 20권 3호, 166-197.
- 심홍진 · 황유선(2010). 마이크로블로깅 서비스와 사회자본: 트위터 초기사용자집단을 중심으로. **한국언론학보**, 54권 5호, 327-347.
- 안명규 · 류정호 (2007). 인터넷정치참여 요인에 관한 탐색적 연구: 대학생 이용자의 정치심리 변수와 인터넷사회자본을 중심으로. **사이버커뮤니케이션학보**, 23호, 113-148.
- 안재민(2009). 미국 및 국내 트위터 이용 현황. **동향**, 제21권 20호, 60-66. 서울: 정보통신정책연구원.

- 이광수 · 조연아 · 김성일(2009. 09). 무선인터넷 시장 견인의 기대주, 트위터. DIGIECO FOCUS. 서울: KT경제경영연구소.
- 이규정(2010). **소셜미디어의 확산과 법제도적 시사점**. 한국정보화진흥원.
- 이나리(2011. 2. 18). **TGIF 혁명**. 중앙일보.
- 이옥기(2011). **트위터의 리더와 팔로우 유형과 특성에 대한 사용자 인식에 관한 연구**. 한국소통학회 춘계 정기학술대회 발표요약문.
- 이원태 · 김춘식 · 이나경(2010). **소셜미디어에서 온라인정치담론의 특성**. 서울: 정보통신 정책연구원.
- 이원태 · 차미영 · 양해륜(2011). 소셜미디어 유력자의 네트워크 특성: 한국의 트위터 공동체를 중심으로. **언론정보연구**, 48권 2호, 44-79.
- 이재신 · 이영수 (2009). 정치정보습득, 관여도, 정치적 불만과 정치참여 유형의 관계. **한국언론학보**, 53권 2호, 183-205.
- 이종원 · 김영인(2009). **세대간 의식구조비료를 통한 미래사회변동전망 II: 사회 · 정치의식 및 참여를 중심으로**. 한국청소년정책연구원 연구보고서.
- 이항우 · 이창호 · 김종철 · 임현경 외(2010). **정보사회의 이해**. 서울: 미래인.
- 이현희(2011). **SNS 불법 · 유해정보 실태 및 대응방안 연구**. 방송통신심의위원회.
- 임상수(2011). 사이버불링에 대한 윤리교육의 대응. **윤리연구**, 81호, 291-315.
- 장덕진 · 김기훈(2011). 한국인 트위터 네트워크의 구조와 동학. **언론정보연구**, 48(1), 59-86.
- 조남익(2011). 청소년기의 페이스북 활용을 통한 사회적 자본형성에 관한 연구. **청소년학연구**, 18권 5호, 267-289.
- 조희정(2012). 청소년사이버불링의 현황과 대책. **이슈와 논점**, 제457호.
- 최민재 · 양승찬(2009). **인터넷 소셜미디어와 저널리즘**. 서울: 한국언론진흥재단.
- 최민재 · 이홍천 · 김위근(2012). 소셜네트워크서비스 이용이 정치적 의사결정에 미치는 영향: 2011년 10.26 서울특별시장 보궐선거 사례. **언론과학연구**, 12권 2호, 502-533.
- 최영 · 박성현(2011). 소셜미디어이용동기가 사회자본에 미치는 영향. **한국방송학보**, 25권 2호, 241-276.
- 통계청(2011). **한국의 사회동향 2011**.
- 하종원(2006). 대학생의 인터넷정치참여에 관한 연구: 정치효능감과 정치신뢰감을 중심으로. **한국언론정보학보**, 32호, 369-406.
- 한국언론진흥재단(2011). **2011 언론수용자의식조사**.

- 한국인터넷진흥원(2010. 11+12). 리서치 2. 마이크로블로그 이용실태조사. *internet*, 60-61.
- 한국인터넷진흥원(2011. 01+02). 리서치. 제2차 스마트폰 이용실태조사. *internet*, 49-51.
- 한국정보화진흥원(2010. 08). 공공부문의 성공적인 소셜미디어도입 및 활용전략. *CIO REPORT*, 24.
- 한국정보화진흥원 (2011). “소리없는 폭력, 사이버왕따 진단과 해법” 세미나 자료집.
- 한국청소년정책연구원(2011). 청소년의 휴대폰과 SNS 이용실태분석. *이슈리포트*, 2권 5호.
- 현대원 · 박창신(2004). *퍼스널 미디어*. 서울: 디지털미디어리서치.
- 황유선 · 박남기(2010). *미디어기업의 소셜미디어 활용*. 서울: 한국언론진흥재단.
- 황혜정(2009. 07). 트위터, 기업과 고객의 소통채널 될까. *Weekly 포커스*, 40-46. 서울: LG 경제연구소.
- KBS 방송문화연구소(2010). *2010 KBS 해외방송정보 Special Edition*.

언론보도

- 경인일보(2012. 9. 10). 아동음란물 유포메시지 자동차단.
- 아시아투데이(2011. 12. 29). [SNS 사전선거운동규제위헌] 헌재판결 주요내용.
- 조선일보(2012. 2. 16). 특정학생에 집단 욕설, 또다른 학교폭력 확산.
- 중앙일보(2011. 6. 22). [스페셜리포트] 한국 SNS 보급률 세계 최고.
- 중앙일보(2011. 10. 28). [오병상의 시시각각] 트위터가 뭐길래?
- 중앙일보(2011. 11. 8). SKT, 페이스북서 소비자 아이디어 2100건 받아.

- Accordino, D. B., & Accordino, D. B. M. P. (2011). An Exploratory Study of Face-to-Face and Cyberbullying in Sixth Grade Students. *American Secondary Education*, 40(1), 14-30.
- Asch, S. E. (1952). *Social psychology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- boyd, D., & Ellison, N. B.(2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Brandtzaeg, P. B. (2012). Social Networking Sites: Their Users and Social Implications-A Longitudinal Study. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 467-488.

- Carey, J.(1989). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. NewYork: Routledge.
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology*, 55, 591–621.
- Debatin, B., Lovejoy, J.P., Horn, A., & Hughes, B.N.(2009). Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15, 83–108.
- Dehue, F., Bolman, C., & Vollink, T. (2008). Cyberbullying: Youngsters' Experiences and Parental Perception. *Cyberpsychology & Behavior*, 11(2), 217~223.
- Denzin, N. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. New York: McGraw-Hill.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143–1168.
- Emma-Jane Cross, Richard Piggin, Thaddaeus Douglas, & Jessica Vonkaenel-Flatt (2012). VIRTUAL VIOLENCE II: Progress and Challenges in the Fight against Cyberbullying. p. 23.
- Fraser, N. (1997). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. In C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the Public Sphere* (pp. 109~142). The MIT Press.
- Goetz, J., & LeCompte, M. (1984). *Ethnography and qualitative design in educational research*. New York: Academic Press.
- Gunther et al., (2006) Presumed influence on peer norms: How mass media indirectly affect adolescent smoking. *Journal of Communication*, 56, 52–68.
- Haddon, L., & Livingstone, S. (2012). U Kids Online: National perspectives.
- Helliwell, J, F. & Putnam, R. D. (2004). The Social Context of Well-Being. *The Royal Society*, 359, 1435–1446.
- Inglehart, R. (2000). Globalization and Postmodern Values. *The Washington Quarterly*, 23(1), 215–228.

- International Communications Market Report (2011). The UK in context, 36–39 page.
- JWT(2011). JWT TrendReport ‘FOMO’.
- Kernper, K. A., Sargent, R. G., Drane, J. W., Valois, R. E. and Hussey, J.R. (1994), Black and White Females’ Perceptions of Ideal Body Size and Social Norms. *Obesity Research*, 2, 117–126.
- Kushin, M. J., & Yamamoto, M. (2010). Did Social Media Really Matter? College Students’ Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election. *Mass Communication and Society*, 13(5), 608–630.
- Lee, G., Lee, J. & Kwon, S. (2011). Use of Social–Networking Sites and Subjective Well–Being: A Study in South Korea. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Network*, 14(3), 151–155.
- Lenhart, A., Madden, M., Smith, A., Purcell, K., Zickuhr, K., & Rainie, L. (2011). *Teens, Kindness and Cruelty on Social Network Sites*. Pew Research Center.
- Li, Q. (2010). Cyberbullying in High Schools: A Study of Students’ Behaviors and Beliefs about This New Phenomenon. *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma*, 19, 372–392.
- Morozov, E. (2009). Iran: Downside to the “Twitter Revolution”. Dissent, Fall.
- Ofcom Consumer Research (2011).
- Okun, M. A., Ruehlman, L., Karoly, P., Lutz, R., Fairholme, C., & Schaub, R. (2003). Social Support and Social Norms: Do Both Contribute to Predicting Leisure–time Exercise? *American Journal of Health Behavior*, 27, 493–507.
- O’Neill, B., Livingstone, S. & McLaughlin, S. (2011). Final recommendations or policy, *methodology and research*, LSE, London: EU Kids Online.
- Parris, Leandra., Varjas, K., Meyers, J., & Cutts, H. (2012). High School Students’ Perceptions of Coping With Cyberbullying. *Youth & Society*, 44(2), 284–306.
- Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2011). Traditional and Nontraditional Bullying Among Youth: A Test of General Strain Theory. *Youth & Society*, 43(2), 727–751.

- Perkins, H. Wesley. (2002). Social Norms and the Prevention of Alcohol Misuse in Collegiate Contexts. *Journal of Studies on Alcohol*, 14, 164–172.
- Pierce, Tamyra A. (2006). Talking to Strangers on MySpace: Teens' Use of Internet Social Networking Sites. *Journal of Media Psychology* 11 : 1–18. 27 Mar.
- Rosen, L., Cheever, N., & Carrier, L. M. (2008). The association of parenting style and child age with parental limit setting and adolescent MySpace behavior. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 459–471.
- Rosen, L. D. (2011). Social Networking's Good and Bad Impacts on Kids, *American Psychological Association*, 119th Convention Washington DC 2011.
- Reuters (2011. 8. 24). Social networking increase risk of teen drug abuse: study.
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: its nature and impact in secondary school pupils. *The Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49(4), 376–385.
- Solomon, F. (2009). State and local news. *Policy & Practice*, 33.
- The New York Times (2011. 4. 9). Feel Like a Wallflower? Maybe It's Your Facebook Wall.
- UK Council for Child Internet Safety (2011). Children's Online Activities: Risks and Safety. p. 15.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 857–901.
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C.T., Ellison, N., & Lampe, C. (2011). It's Complicated: Facebook Users' Political Participation in the 2008 Election. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1), 107–114.
- Waters, S., & Ackerman, J. (2011). Exploring Privacy Management on Facebook: Motivations and Perceived Consequences of Voluntary Disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 101–115.
- Zuniga, H. J., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 319–336.

인터넷자료

- <http://www.fosi.org/images/stories/research/Pew-Executive-Summary-D6.pdf>
- <http://www.fosi.org/images/stories/research/PIP-Teens-Kindness-Cruelty-SN-S-Report-Nov-2011.pdf>
- <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/market-data/communications-market-reports/cmr11/international/icmr1.17>
- http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/cmr11/UK_CMR_2011_FINAL.pdf
- http://www.saferinternet.org.uk/Content/Childnet/Safer-Internet-Centre/downloads/Research_Highlights/UKCCIS_Report_2012.pdf
- http://www.saferinternet.org.uk/Content/Childnet/Safer-Internet-Centre/downloads/Research_Highlights/UKCCIS_RH_28_Childwise.pdf
- <http://www.facebook.com/help/search/?q=minors>
- <http://www.safetyweb.com/blog/10-mistakes-teens-make-on-facebook-and-what-to-do-about-it/>
- <http://www.bbc.co.uk/news/technology-18321553>
- <http://www.marketingpilgrim.com/2008/01/myspace-adds-protections-for-minors.html>
- <http://www.bloomberg.com/news/2011-04-13/news-corp-s-myspace-sued-for-giving-away-data-on-members-without-consent.html>
- <http://www.wired.com/threatlevel/2008/02/myspace-sued-ov>
- <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1575635/MySpace-agrees-child-protection-measures.html>
- <https://twitter.com/privacy>
- <http://www.mobiledia.com/news/126128.html>
- <http://eprints.lse.ac.uk/39410/>
- <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/PerspectivesReport.pdf>

www.eukidsonline.net

http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/cmr11/icmr/1_-_context.pdf

<http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/BILLS-110s1965es/pdf/BILLS-110s1965es.pdf>

http://www.netdoctor.co.uk/childrenshealth/support_groups/006188.htm

<http://www.dhs.gov/shaping-future-cybersecurity-education-and-workforce-development>

http://www.missingkids.com/missingkids/servlet/PageServlet?LanguageCountry=en_US&PageId=2936

<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20100413151441/>

<http://police.homeoffice.gov.uk/publications/operational-policing/social-networking-guidance/social-networking-good-practice2835.pdf?view=Binary>

<http://www.beatbullying.org/pdfs/Virtual-Violence-II.pdf>

http://www.education.gov.uk/munroreview/downloads/8875_DfE_Munro_Report_TAGGED.pdf

<http://www.guardian.co.uk/society/2005/may/18/childrensservices2>

<http://www.communitycare.co.uk/Articles/07/01/2011/48564/child-protection.htm>

http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/oct2011/Children_and_parents.pdf

<http://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/2258>

<http://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/2258A>

<http://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/2258B>

<http://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/2258C>

<http://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/2258D>

<http://www.childwise.co.uk/>

<http://www.iwf.org.uk/hotline/the-laws/criminally-obscene-adult-content/criminal-justice-and-licensing-scotland-act-2010>

<http://www.parentport.org.uk/>

<http://www.staysafeonline.org/teach-online-safety/grades-k-2>

.....

부 록

부 록

부록 1. 청소년의 소셜미디어 이용실태 조사 설문지(고등학생용)

조사학교 ID
(기록하지 마세요)

--	--	--	--	--

청소년의 소셜미디어 이용실태 조사 [고등학생용]

안녕하세요?

한국청소년정책연구원은 국무총리실 산하 정부출연 연구 기관으로 청소년의 인성 함양과 잠재력 계발, 디지털, 글로벌 역량 강화를 위해 노력하고 있습니다.

이번에 본 연구원에서는 ‘청소년의 소셜미디어 이용실태 연구’의 일환으로 청소년들의 소셜미디어 이용동기 및 목적, 이용시간 등에 대한 조사를 실시하게 되었습니다.

여러분께서 응답하신 내용은 **무기명으로(이름을 밝히지 않고)** 처리되어 아동·청소년 관련 정책 수립을 위한 연구 자료로만 활용되므로 개인의 비밀이 철저히 보장됩니다. 또한 **여러분의 응답 내용은 학교에서나 선생님이 절대로 볼 수 없으며, 모든 질문에는 맞고 틀린 답이 없습니다.**

여러분의 의견이 정확하게 정책에 반영될 수 있도록 설문에 솔직하고 성실하게 응답해 주시길 부탁드립니다. 바쁘신데 본 조사에 응해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

2012년 5월

한국청소년정책연구원

(137-715) 서울특별시 서초구 태봉로 114

<http://www.nypi.re.kr>

주관기관: 한국청소년정책연구원
수행기관: (주)한국리서치

담당자: 이창호 연구위원
담당자: 박선경 대리/염숙희 팀장

(02)2188-8801
(02)3014-1016/0131

조사 일시	2012년 ____월 ____일 ____시 ____분부터 ____시 ____분까지		
면접원 성명		면접원 ID	

설문지 작성 요령

설문지에는 여러분 자신에 관한 질문들이 들어있습니다. 사실대로 대답해야 하는 질문도 있고, 여러분의 생각을 밝혀야 하는 질문도 있습니다. 질문의 내용을 잘 읽고 정확하고 솔직하게 응답해 주세요. 만일 이해가 되지 않거나 궁금한 것이 있으면 앞에 계신 면접원 또는 선생님께 손을 들고 질문해도 좋습니다.

♣ 표시하는 방법

질문 다음에는 대개 1에서 4까지의 숫자 중 하나를 골라 답을 하게 되어 있습니다. 왼쪽의 문장을 읽고, 왼쪽의 문장을 읽고, 여러분이 생각할 때 ‘전혀 그렇지 않다’면 ①에, ‘그렇지 않다’면 ②에, ‘그렇다’면 ③에, ‘매우 그렇다’면 ④에 동그라미(○)로 표시해 주세요.

〈보기1〉

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
a	소셜미디어를 통해 다른 문화를 접할 수 있다.	①	②	③	④

☞ 나는 소셜미디어를 통해 다른 문화를 접할 수 있다가 매우 그렇다고 생각하기 때문에 ‘④’에 ○를 표시했습니다.

♣ 표시한 것을 바꾸고 싶을 때

〈보기2〉와 같이 처음 답을 한 곳에 가위표(X)를 하고 맞다고 생각하는 답에 동그라미(○) 표시를 하십시오. 지우개 또는 볼펜으로 지우지 않아도 됩니다.

〈보기 2〉

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
a	소셜미디어를 통해 다른 문화를 접할 수 있다.	①	②	③	④

소셜미디어 이용 현황

소셜미디어(Social Media)는 자신의 생각과 의견, 경험, 관점 등을 서로 공유하고 타인과 상호 교류할 수 있는 온라인 네트워크를 의미합니다. 소셜미디어의 종류로는 미니홈피, 블로그, 트위터, 페이스북, 미투데이, 팟캐스트, 카카오톡, 유튜브 등이 있습니다.

문 1. 귀하께서는 다음 항목의 소셜미디어를 **일주일**에 보통 며칠 이용하십니까?

	일주일 1일 미만 이용한다	일주일 1~2일 이용한다	일주일 3~4일 이용한다	일주일 5일 이상 이용한다	전혀 이용하지 않는다
1) 블로그	①	②	③	④	⑨
2) 미니홈피 (싸이월드 등)	①	②	③	④	⑨
3) 미투데이	①	②	③	④	⑨
4) 트위터	①	②	③	④	⑨
5) 페이스북	①	②	③	④	⑨
6) 팟캐스트	①	②	③	④	⑨
7) 카카오톡	①	②	③	④	⑨
8) 유튜브	①	②	③	④	⑨

1) ~ 8) 중 한 가지라도 ① ~ ④인 경우 ⇒ 문 2로 이동

1) ~ 8) 모두 ⑨ 전혀 이용하지 않는다 인 경우 ⇒ 문 10으로 이동

문 2. 귀하께서는 다음 항목의 소셜미디어를 **하루 평균 몇 시간** 이용하십니까?

	30분 미만	30분 ~59분	1시간 ~1시간 29분	1시간 30분 ~1시간 59분	2시간 이상	전혀 이용하지 않는다
1) 블로그	①	②	③	④	⑤	⑨
2) 미니홈피	①	②	③	④	⑤	⑨
3) 미투데이	①	②	③	④	⑤	⑨
4) 트위터	①	②	③	④	⑤	⑨
5) 페이스북	①	②	③	④	⑤	⑨
6) 팟캐스트	①	②	③	④	⑤	⑨
7) 카카오톡	①	②	③	④	⑤	⑨
8) 유튜브	①	②	③	④	⑤	⑨

문 3. 소셜미디어를 통해 친하게 지내는 친구 수는 대략 몇 명입니까?

	20명 미만	20명 ~ 39명	40명 ~ 59명	60명 ~ 79명	80명 이상	전혀 이용하지 않는다
1) 미니홈피	①	②	③	④	⑤	⑨
2) 미투데이	①	②	③	④	⑤	⑨
3) 트위터	①	②	③	④	⑤	⑨
4) 페이스북	①	②	③	④	⑤	⑨
5) 카카오톡	①	②	③	④	⑤	⑨

문 4. 소셜미디어를 통해 교류하는 또래 친구들의 정치, 사회에 대한 인식과 행동에 대한 질문입니다. 다음 항목에 대해 매우 낮다(1점) ~ 매우 높다(4점)로 응답해 주십시오.

		매우 낮다	낮다	높다	매우 높다
소셜미디어에서 만나는 또래 친구들의	1) 정치적, 사회적 관심정도	①	②	③	④
	2) 정치적, 사회적 지식	①	②	③	④
	3) 정치적, 사회적 참여정도	①	②	③	④

문 5. 소셜미디어를 이용하는 동기에 대한 질문입니다. 다음 항목에 대해 동의하는 정도를 전혀 그렇지 않다(1점) ~ 매우 그렇다(4점)로 응답해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
1) 나 자신을 드러내고 표현할 수 있어 이용한다.	①	②	③	④
2) 나에게 필요한 정보를 얻을 수 있어 이용한다.	①	②	③	④
3) 아는 사람들과 쉽게 연락을 주고 받을 수 있어 소셜미디어를 이용한다.	①	②	③	④
4) 새로운 사람을 만나고 사귄다 수 있어 이용한다.	①	②	③	④
5) 전문적인 지식을 가진 사람을 찾을 수 있어 소셜미디어를 이용한다.	①	②	③	④
6) 유명인들과 쉽게 교류할 수 있어 이용한다.	①	②	③	④
7) 재미있고 즐거워서 이용한다.	①	②	③	④

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
8) 친구들과의 추억을 나눌 수 있어 이용한다.	①	②	③	④
9) 학습자료를 공유하기 위해 이용한다.	①	②	③	④
10) 주위 사람들이 사용하니까 이용한다.	①	②	③	④
11) 외국에 있는 친구들과 연락을 주고 받기위해 소셜미디어를 이용한다.	①	②	③	④

문 6. 다음 항목에 대해 동의하는 정도를 전혀 그렇지 않다(1점) ~ 매우 그렇다(4점)로 응답해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
1) 소셜미디어를 통해 다양한 정보와 의견을 교환하고 있다.	①	②	③	④
2) 소셜미디어를 통해 사회문제에 관한 다양한 해석과 설명을 접할 수 있다.	①	②	③	④
3) 소셜미디어를 통해 우리사회의 중요한 문제가 무엇인지 알 수 있다.	①	②	③	④
4) 소셜미디어를 통해 사회문제에 관심을 갖게 된다.	①	②	③	④
5) 소셜미디어를 통해 다른 문화를 접할 수 있다.	①	②	③	④
6) 소셜미디어를 통해 전문적인 지식과 정보를 얻을 수 있다.	①	②	③	④
7) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내 문제를 해결하는 데 도움을 줄 것이라고 신뢰하는 사람이 있다.	①	②	③	④
8) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 중요한 결정을 할 때 조언을 구할 수 있는 사람이 있다.	①	②	③	④
9) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 외로움을 느낄 때 얘기할 수 있는 사람이 있다.	①	②	③	④
10) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 사적인 문제에 관해 얘기하는 것이 편하게 느껴지는 사람이 있다.	①	②	③	④

문 7. **소셜미디어를 통해 일어난 변화**에 대한 질문입니다. 다음 항목에 대해 동의하는 정도를 전혀 그렇지 않다(1점) ~ 매우 그렇다(4점)로 응답해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
1) 정치, 사회적 관심이 늘었다.	①	②	③	④
2) 기존에 알던 친구들과 더 친해졌다.	①	②	③	④
3) 새로운 친구를 많이 사귀게 되었다.	①	②	③	④
4) 선생님과 더 가까워졌다.	①	②	③	④
5) 내가 관심 있는 정보를 많이 얻게 되었다.	①	②	③	④
6) 일상의 스트레스를 해소하게 되었다.	①	②	③	④

문 8. **소셜미디어 상에서 경험할 수 있는 일들**에 대한 질문입니다. **최근 1년간** 아래에 열거된 경험을 한 적이 있습니까?

	있다	없다
1) 소셜미디어 상에서 나의 개인정보(연락처, 다니는 학교 등)가 유출된 적이 있다.	①	②
2) 소셜미디어 상에서 누군가로부터 나에게 대한 욕설을 들은 적이 있다.	①	②
3) 소셜미디어 상에서 나를 놀리는 글을 본 적이 있다.	①	②
4) 소셜미디어 상에서 누군가로부터 따돌림을 당한 적이 있다.	①	②
5) 소셜미디어 상에서 확인되지 않은 글(괴담, 소문 등)을 본 적이 있다.	①	②
6) 소셜미디어를 통해 누군가를 따돌린 적이 있다.	①	②
7) 소셜미디어를 통해 허락 없이 누군가의 개인정보를 올려놓은 적이 있다.	①	②
8) 소셜미디어를 통해 누군가에 대해 욕을 한 적이 있다.	①	②
9) 소셜미디어를 통해 누군가를 놀린 적이 있다.	①	②
10) 소셜미디어를 통해 확인되지 않은 글(괴담, 소문 등)을 올려놓은 적이 있다.	①	②
11) 소셜미디어를 통해 선생님의 험담을 해본 적이 있다.	①	②
12) 소셜미디어를 너무 과도하게 사용해서 부모님에게 혼난 적이 있다.	①	②
13) 소셜미디어 때문에 공부를 소홀히 한 적이 있다.	①	②

문 9. 귀하께서는 **최근 1년간** 소셜미디어를 이용하면서 다음 항목에 **참여**한 경험이 있습니까?

	있다	없다
1) 소셜미디어를 통해 기부를 한 적이 있다.	①	②
2) 소셜미디어를 통해 서명운동에 참여한 적이 있다.	①	②
3) 소셜미디어를 통해 자원봉사에 참여한 적이 있다.	①	②
4) 소셜미디어를 통해 투표 인증샷을 올린 적이 있다.	①	②
5) 소셜미디어를 통해 정치적 이슈에 대한 의견표명을 한 적이 있다.	①	②

일상생활 및 평소 정치에 대한 관심

문 10. 귀하께서는 다음 항목의 미디어를 **하루 평균** 얼마나 이용하십니까?

	전혀 이용하지 않는다	30분 미만	30분 ~59분	1시간~ 1시간 29분	1시간 30분 ~1시간 59분	2시간 이상
1) 신문	①	②	③	④	⑤	⑥
2) TV	①	②	③	④	⑤	⑥
3) 라디오	①	②	③	④	⑤	⑥
4) 잡지	①	②	③	④	⑤	⑥
5) 휴대전화	①	②	③	④	⑤	⑥
6) 인터넷	①	②	③	④	⑤	⑥

※ 휴대전화를 이용하여 인터넷을 할 경우, 6) 인터넷 이용으로 간주합니다.

문 11. 평소 가깝게 지내는 친한 친구(온라인공간이 아닌 오프라인에서)는 몇 명입니까?

- ① 10명 미만
- ② 10명 ~ 19명
- ③ 20명 ~ 29명
- ④ 30명 ~ 39명
- ⑤ 40명 이상

문 12. 귀하께서는 **현재의 삶에 어느 정도 만족**하십니까?

- ① 전혀 만족하지 않는다
- ② 만족하지 않는다
- ③ 그저 그렇다
- ④ 만족한다
- ⑤ 매우 만족한다

문 13. 귀하께서는 우리 사회의 정치, 사회적인 문제에 대해 얼마나 관심이 있습니까?

- ① 전혀 관심이 없다
- ② 별로 관심이 없다
- ③ 약간 관심이 있다
- ④ 매우 관심이 많다

문 14. 귀하께서는 우리 사회의 정치, 사회적인 문제에 관한 정보를 얻기 위해 다음 항목의 미디어에 어느 정도 의존하십니까? 전혀 의존하지 않는다(1점) ~ 매우 의존한다(4점)로 응답해 주십시오.

	전혀 의존하지 않는다	대체로 의존하지 않는다	약간 의존한다	매우 의존한다
1) 신문	①	②	③	④
2) TV	①	②	③	④
3) 라디오	①	②	③	④
4) 잡지	①	②	③	④
5) 휴대전화	①	②	③	④
6) 인터넷	①	②	③	④
7) 소셜미디어	①	②	③	④

문 15. 비슷한 나이 대 친구들과 비교했을 때, 귀하의 정치와 사회에 대한 의견을 묻는 질문입니다. 다음 항목에 대해 매우 낮다(1점) ~ 매우 높다(4점)로 응답해 주십시오.

		매우 낮다	낮다	높다	매우 높다
또래 친구들에 비해	1) 정치와 사회에 대한 나의 관심정도는	①	②	③	④
	2) 지난 2012년 4.11 총선에 대한 나의 관심정도는	①	②	③	④
	3) 내가 앞으로 투표나 정치활동에 관심을 가지고 참여함으로써 정치적으로 기여하고 싶은 정도는	①	②	③	④

문 16. 다음 항목에 동의하는 정도를 전혀 그렇지 않다(1점) ~ 매우 그렇다(4점)로 응답해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 바람직한 국가 정책이 무엇인지에 대한 합리적 판단을 할 수 있다.	①	②	③	④
2) 나는 능력 있고 참신한 선거 후보자들이 누구인지에 대한 합리적 판단을 할 수 있다.	①	②	③	④
3) 나의 사회, 정치적 관심과 참여는 바람직한 국정운영에 도움이 될 것이다.	①	②	③	④

※ 다음 문항들(문17~문20)은 귀하의 정치적 지식을 묻는 질문입니다.

문 17. 현재 우리나라 **제10야당**의 이름은 무엇입니까? (_____)

문 18. 다음 중 막말 발언으로 구설수에 올랐던 2012년 4.11 총선 후보자의 이름은 무엇입니까?

- ① 손수조
- ② 김용민
- ③ 문대성
- ④ 안철수
- ⑤ 문재인
- ⑥ 모름

문 19. 다음 중 논문 표절 의혹을 받은 2012년 4.11 총선 후보자의 이름은 무엇입니까?

- ① 손수조
- ② 김용민
- ③ 문대성
- ④ 안철수
- ⑤ 문재인
- ⑥ 모름

문 20. 현재 서울대학교 융합과학기술대학원 원장으로 의사이자, 컴퓨터 프로그래머이기도 하며 2012년 유력한 대통령 선거 후보로 주목받고 있는 인물은 누구입니까?

- ① 박근혜
- ② 손학규
- ③ 박지원
- ④ 안철수
- ⑤ 문재인
- ⑥ 모름

문 21. 최근 인터넷방송 ‘나는 꿈수다’가 화제입니다. ‘나는 꿈수다’ 청취 횟수는 총 몇 회입니까?

- ① 전혀 들어본 적이 없다 ⇒ 문 23으로 이동
- ② 1회 ~ 9회 ⇒ 문 22로 이동
- ③ 10회 ~ 19회
- ④ 20회 ~ 29회
- ⑤ 30회 이상

문 22. **‘나는 꿈수다’를 들어본 적 있는 사람만 응답** ‘나는 꿈수다’에 나오는 이야기를 어느 정도 신뢰합니까?

- ① 전혀 신뢰하지 않는다
- ② 거의 신뢰하지 않는다
- ③ 약간 신뢰한다
- ④ 매우 신뢰한다

문 23. **국가가 추구해야 할 장기적인 목표**에 관한 질문입니다. 다음 항목에 대해 동의하는 정도를 전혀 그렇지 않다(1점) ~ 매우 그렇다(4점) 으로 응답해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
1) 많은 일자리를 만드는 것보다 경제성장에 주력하는 것이 중요하다.	①	②	③	④
2) 자연환경 보존보다 국방예산을 늘리는 것이 더 중요하다.	①	②	③	④
3) 시민이 국가 정책 의사결정에 참여하는 것보다 경제 성장이 더 중요하다.	①	②	③	④
4) 경제 발전보다 인간적인 사회를 만드는 것이 더 중요 하다.	①	②	③	④
5) 물가안정보다 언론자유가 더 중요하다.	①	②	③	④
6) 사회질서 유지를 위하여 개인의 자유로운 의사표현을 제한해서는 안된다.	①	②	③	④

문 24. 귀하께서는 **최근 1년간** 다음 항목을 실천한 경험이 있습니까?

	있다	없다
1) 기부를 한 적이 있다.	①	②
2) 봉사활동을 한 적이 있다.	①	②
3) 서명운동에 참여한 적이 있다.	①	②
4) 집회에 참여한 적이 있다.	①	②
5) 특정제품 불매운동에 참여한 적이 있다.	①	②

배경 질문

배문1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- 배문2. 아래에 귀하의 가족구성원을 모두 표시해 주십시오.

① (외)할아버지 ② (외)할머니 ③ 아버지
④ 어머니 ⑤ 형제 또는 자매 ⑥ 친척
⑦ 기타() ⑧ 없음

	학교 안다님	초등학교 졸업	중학교 졸업	고등학교 졸업	2~3년제 대학 졸업	4년제 대학 졸업	대학원 졸업 (석사·박사)	잘 모르겠음
1. 아버지	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑨
2. 어머니	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑨

배문4. 부모님께서 현재 직업을 갖고 계십니까? 부모님 각각에 대하여 응답해 주세요.

	현재 직업이 있는지 없는지 여부	
	있음	없음
1. 아버지	①	②
2. 어머니	①	②

배문5. 귀하의 학업 성적(2012년 1학기)이 반에서 대략 어디에 해당한다고 생각합니까?

※ 다른 사람에게 알려지지 않으므로 솔직하게 응답해 주세요.

매우 못하는 수준	못하는 수준	중 간	잘하는 수준	매우 잘하는 수준
①	②	③	④	⑤

배문6. 귀하 가정 형편(경제 수준)이 다음 중 어디에 해당한다고 생각합니까?

매우 못산다	〈----- 보통 수준 -----〉					매우 잘산다
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

배문7. 현재 살고 있는 집은 어디입니까?

()시/도 ()시/군/구 ()읍/면/동

※ 사는 곳이 서울시 서초구 우면동이라면 (서울)시/도 (서초)시/군/구 (우면)읍/면/동으로 표기함

※ 사는 곳이 충청남도 아산시 배방읍이라면 (충청남)시/도 (아산)시/군/구 (배방)읍/면/동으로 표기함

배문8. 귀하의 학년은?

① 1학년

② 2학년

③ 3학년

배문9. 귀하가 다니는 학교 유형은?

① 일반고

② 자율고 (자율형 공립고, 자율형 사립고, 기숙형고)

③ 특목고 (외국어 · 국제고, 과학고, 마이스터고, 예 · 체고)

④ 특성화고 (전문계고)

♣ 조사에 협조해 주셔서 감사합니다 ♣

부록 2. 청소년의 소셜미디어 이용실태 조사 설문지(대학생용)

조사학교 ID
[기록하지 마세요]

--	--	--	--	--

청소년의 소셜미디어 이용실태 조사 [대학생용]

안녕하세요?

한국청소년정책연구원은 국무총리실에 소속된 국가 연구 기관으로 아동·청소년 관련 각종 조사 연구와 정책 개발 업무를 맡아 수행하고 있습니다.

이번에 본 연구원에서는 ‘청소년의 소셜미디어 이용실태 연구’의 일환으로 청소년들의 소셜미디어 이용동기 및 목적, 이용시간 등에 대한 조사를 실시하게 되었습니다.

여러분께서 응답하신 내용은 통계법 제33조에 의거, 조사결과의 통계적인 분석을 통해 아동·청소년 관련 정책 수립을 위한 연구 자료로만 활용되므로 개인의 비밀이 철저히 보장됩니다.

여러분의 의견이 정확하게 정책에 반영될 수 있도록 솔직하고 성실한 응답을 부탁드립니다. 바쁘신데 본 조사에 응해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

2012년 5월

한국청소년정책연구원

(137-715) 서울특별시 서초구 태봉로 114

<http://www.nypi.re.kr>

주관기관: 한국청소년정책연구원
수행기관: (주)한국리서치

담당자: 이창호 연구위원
담당자: 박선경 대리/염숙희 팀장

(02)2188-8801
(02)3014-1016/0131

조사 일시	2012년 ____월 ____일 ____시 ____분부터 ____시 ____분까지		
면접원 성명		면접원 ID	
응답자 성명		응답자 휴대전화	

선정 질문

선문1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남자
- ② 여자

선문2. 귀하께서 현재 다니고 있는 학교의 유형은 무엇입니까?

- ① 2·3년제 대학
- ② 4년제 대학교

선문3. 귀하의 전공은 다음 어느 계열에 속하나요?

- ① 인문·사회·교육계열
- ② 이공·의학계열
- ③ 예·체능계열

선문4. 귀하의 학년은?

- ① 1학년
- ② 2학년
- ③ 3학년
- ④ 4학년

소셜미디어 이용 현황

소셜미디어(Social Media)는 자신의 생각과 의견, 경험, 관점 등을 서로 공유하고 타인과 상호 교류할 수 있는 온라인 네트워크를 의미합니다. 소셜미디어의 종류로는 미니홈피, 블로그, 트위터, 페이스북, 미투데이, 팟캐스트, 카카오톡, 유튜브 등이 있습니다.

문 1. 귀하께서는 다음 항목의 소셜미디어를 **일주일**에 보통 며칠 이용하십니까?

	일주일 1일 미만 이용한다	일주일 1~2일 이용한다	일주일 3~4일 이용한다	일주일 5일 이상 이용한다	전혀 이용하지 않는다
1) 블로그	①	②	③	④	⑤
2) 미니홈피 (싸이월드 등)	①	②	③	④	⑤
3) 미투데이	①	②	③	④	⑤
4) 트위터	①	②	③	④	⑤
5) 페이스북	①	②	③	④	⑤
6) 팟캐스트	①	②	③	④	⑤
7) 카카오톡	①	②	③	④	⑤
8) 유튜브	①	②	③	④	⑤

1) ~ 8) 중 한 가지라도 ① ~ ④인 경우 ⇒ 문 2로 이동

1) ~ 8) 모두 ⑤ 전혀 이용하지 않는다 인 경우 ⇒ 문 10으로 이동

문 2. 귀하께서는 다음 항목의 소셜미디어를 **하루 평균 몇 시간** 이용하십니까?

	30분 미만	30분 ~59분	1시간 ~1시간 29분	1시간 30분 ~1시간 59분	2시간 이상	전혀 이용하지 않는다
1) 블로그	①	②	③	④	⑤	⑥
2) 미니홈피	①	②	③	④	⑤	⑥
3) 미투데이	①	②	③	④	⑤	⑥
4) 트위터	①	②	③	④	⑤	⑥
5) 페이스북	①	②	③	④	⑤	⑥
6) 팟캐스트	①	②	③	④	⑤	⑥
7) 카카오톡	①	②	③	④	⑤	⑥
8) 유튜브	①	②	③	④	⑤	⑥

문 3. 소셜미디어를 통해 친하게 지내는 친구 수는 대략 몇 명입니까?

	20명 미만	20명 ~39명	40명 ~59명	60명 ~79명	80명 이상	전혀 이용하지 않는다
1) 미니홈피	①	②	③	④	⑤	⑨
2) 미투데이	①	②	③	④	⑤	⑨
3) 트위터	①	②	③	④	⑤	⑨
4) 페이스북	①	②	③	④	⑤	⑨
5) 카카오톡	①	②	③	④	⑤	⑨

문 4. 소셜미디어를 통해 교류하는 또래 친구들의 정치, 사회에 대한 인식과 행동에 대한 질문입니다. 다음 항목에 대해 매우 낮다(1점) ~ 매우 높다(4점)로 응답해 주십시오.

		매우 낮다	낮다	높다	매우 높다
소셜미디어에서 만나는 또래 친구들의	1) 정치적, 사회적 관심정도	①	②	③	④
	2) 정치적, 사회적 지식	①	②	③	④
	3) 정치적, 사회적 참여정도	①	②	③	④

문 5. 소셜미디어를 이용하는 동기에 대한 질문입니다. 다음 항목에 대해 동의하는 정도를 전혀 그렇지 않다(1점) ~ 매우 그렇다(4점)로 응답해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
1) 나 자신을 드러내고 표현할 수 있어 이용한다.	①	②	③	④
2) 나에게 필요한 정보를 얻을 수 있어 이용한다.	①	②	③	④
3) 아는 사람들과 쉽게 연락을 주고 받을 수 있어 소셜미디어를 이용한다.	①	②	③	④
4) 새로운 사람을 만나고 사귄다 수 있어 이용한다.	①	②	③	④
5) 전문적인 지식을 가진 사람을 찾을 수 있어 소셜미디어를 이용한다.	①	②	③	④
6) 유명인들과 쉽게 교류할 수 있어 이용한다.	①	②	③	④
7) 재미있고 즐거워서 이용한다.	①	②	③	④

8) 친구들과의 추억을 나눌 수 있어 이용한다.	①	②	③	④
9) 학습자료를 공유하기 위해 이용한다.	①	②	③	④
10) 주위 사람들이 사용하니까 이용한다.	①	②	③	④
11) 외국에 있는 친구들과 연락을 주고 받기 위해 소셜미디어를 이용한다.	①	②	③	④

문 6. 다음 항목에 대해 동의하는 정도를 전혀 그렇지 않다(1점) ~ 매우 그렇다(4점)로 응답해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
1) 소셜미디어를 통해 다양한 정보와 의견을 교환하고 있다.	①	②	③	④
2) 소셜미디어를 통해 사회문제에 관한 다양한 해석과 설명을 접할 수 있다.	①	②	③	④
3) 소셜미디어를 통해 우리사회의 중요한 문제가 무엇인지 알 수 있다.	①	②	③	④
4) 소셜미디어를 통해 사회문제에 관심을 갖게 된다.	①	②	③	④
5) 소셜미디어를 통해 다른 문화를 접할 수 있다.	①	②	③	④
6) 소셜미디어를 통해 전문적인 지식과 정보를 얻을 수 있다.	①	②	③	④
7) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내 문제를 해결하는 데 도움을 줄 것이라고 신뢰하는 사람이 있다.	①	②	③	④
8) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 중요한 결정을 할 때 조언을 구할 수 있는 사람이 있다.	①	②	③	④
9) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 외로움을 느낄 때 얘기할 수 있는 사람이 있다.	①	②	③	④
10) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 사적인 문제에 관해 얘기하는 것이 편하게 느껴지는 사람이 있다.	①	②	③	④

문 7. **소셜미디어를 통해 일어난 변화**에 대한 질문입니다. 다음 항목에 대해 동의하는 정도를 전혀 그렇지 않다(1점) ~ 매우 그렇다(4점)로 응답해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
1) 정치, 사회적 관심이 늘었다.	①	②	③	④
2) 기존에 알던 친구들과 더 친해졌다.	①	②	③	④
3) 새로운 친구를 많이 사귀게 되었다.	①	②	③	④
4) 선생님과 더 가까워졌다.	①	②	③	④
5) 내가 관심 있는 정보를 많이 얻게 되었다.	①	②	③	④
6) 일상의 스트레스를 해소하게 되었다.	①	②	③	④

문 8. **소셜미디어 상에서 경험할 수 있는 일들**에 대한 질문입니다. **최근 1년간** 아래에 열거된 경험을 한 적이 있습니까?

	있다	없다
1) 소셜미디어 상에서 나의 개인정보(연락처, 다니는 학교 등)가 유출된 적이 있다.	①	②
2) 소셜미디어 상에서 누군가로부터 나에게 대한 욕설을 들은 적이 있다.	①	②
3) 소셜미디어 상에서 나를 놀리는 글을 본 적이 있다.	①	②
4) 소셜미디어 상에서 누군가로부터 따돌림을 당한 적이 있다.	①	②
5) 소셜미디어 상에서 확인되지 않은 글(괴담, 소문 등)을 본 적이 있다.	①	②
6) 소셜미디어를 통해 누군가를 따돌린 적이 있다.	①	②
7) 소셜미디어를 통해 허락 없이 누군가의 개인정보를 올려놓은 적이 있다.	①	②
8) 소셜미디어를 통해 누군가에 대해 욕을 한 적이 있다.	①	②
9) 소셜미디어를 통해 누군가를 놀린 적이 있다.	①	②
10) 소셜미디어를 통해 확인되지 않은 글(괴담, 소문 등)을 올려놓은 적이 있다.	①	②
11) 소셜미디어를 통해 선생님의 험담을 해본 적이 있다.	①	②
12) 소셜미디어를 너무 과도하게 사용해서 부모님에게 혼난 적이 있다.	①	②
13) 소셜미디어 때문에 공부를 소홀히 한 적이 있다.	①	②

문 9. 귀하께서는 **최근 1년간** 소셜미디어를 이용하면서 다음 항목에 **참여**한 경험이 있습니까?

	있다	없다
1) 소셜미디어를 통해 기부를 한 적이 있다.	①	②
2) 소셜미디어를 통해 서명운동에 참여한 적이 있다.	①	②
3) 소셜미디어를 통해 자원봉사에 참여한 적이 있다.	①	②
4) 소셜미디어를 통해 투표 인증샷을 올린 적이 있다.	①	②
5) 소셜미디어를 통해 정치적 이슈에 대한 의견표명을 한 적이 있다.	①	②

일상생활 및 평소 정치에 대한 관심

문 10. 귀하께서는 다음 항목의 미디어를 **하루 평균** 얼마나 이용하십니까?

	전혀 이용하지 않는다	30분 미만	30분 ~59분	1시간~ 1시간 29분	1시간 30분 ~1시간 59분	2시간 이상
1) 신문	①	②	③	④	⑤	⑥
2) TV	①	②	③	④	⑤	⑥
3) 라디오	①	②	③	④	⑤	⑥
4) 잡지	①	②	③	④	⑤	⑥
5) 휴대전화	①	②	③	④	⑤	⑥
6) 인터넷	①	②	③	④	⑤	⑥

※ 휴대전화를 이용하여 인터넷을 할 경우, 6) 인터넷 이용으로 간주합니다.

문 11. 평소 가깝게 지내는 **친한 친구**(온라인공간이 아닌 오프라인에서)는 **몇 명**입니까?

- ① 10명 미만
- ② 10명 ~ 19명
- ③ 20명 ~ 29명
- ④ 30명 ~ 39명
- ⑤ 40명 이상

문 12. 귀하께서는 **현재의 삶에 어느 정도 만족**하십니까?

- ① 전혀 만족하지 않는다
- ② 만족하지 않는다
- ③ 그저 그렇다
- ④ 만족한다
- ⑤ 매우 만족한다

문 13. 지난 2012년 **4월 11일 총선**에 투표를 하셨습니까?

- ① 투표하지 않았다
- ② 투표했다
- ③ 당시 선거권이 없었다

문 14. 다가올 2012년 12월 **대통령선거**에 투표할 계획입니까?

- ① 투표하지 않을 것이다
- ② 투표할 계획이다
- ③ 아직 결정하지 못했다
- ④ 선거권이 없어 투표할 수 없다

문 15. 귀하께서는 우리 사회의 **정치, 사회적인 문제**에 대해 **얼마나** 관심이 많습니까?

- ① 전혀 관심이 없다
- ② 별로 관심이 없다
- ③ 약간 관심이 있다
- ④ 매우 관심이 많다

문 16. 귀하께서는 우리 사회의 정치, 사회적인 문제에 관한 정보를 얻기 위해 다음 항목의 미디어에 **어느 정도 의존**하십니까? 전혀 의존하지 않는다(1점) ~ 매우 의존한다(4점)로 응답해 주십시오.

	전혀 의존하지 않는다	대체로 의존하지 않는다	약간 의존한다	매우 의존한다
1) 신문	①	②	③	④
2) TV	①	②	③	④
3) 라디오	①	②	③	④
4) 잡지	①	②	③	④
5) 휴대전화	①	②	③	④
6) 인터넷	①	②	③	④
7) 소셜미디어	①	②	③	④

문 17. **비슷한 나이 대 친구들과 비교했을 때, 귀하의 정치와 사회에 대한 의견을 묻는 질문입니다.**
다음 항목에 대해 매우 낮다(1점) ~ 매우 높다(4점)로 응답해 주십시오.

		매우 낮다	낮다	높다	매우 높다
또래 친구들에 비해	1) 정치와 사회에 대한 나의 관심정도는	①	②	③	④
	2) 지난 2012년 4.11 총선에 대한 나의 관심정도는	①	②	③	④
	3) 내가 앞으로 투표나 정치활동에 관심을 가지고 참여함으로써 정치적으로 기여하고 싶은 정도는	①	②	③	④

문 18. 다음 항목에 동의하는 정도를 전혀 그렇지 않다(1점) ~ 매우 그렇다(4점)로 응답해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 바람직한 국가 정책이 무엇인지에 대한 합리적 판단을 할 수 있다.	①	②	③	④
2) 나는 능력 있고 참신한 선거 후보자들이 누구인지에 대한 합리적 판단을 할 수 있다.	①	②	③	④
3) 나의 사회, 정치적 관심과 참여는 바람직한 국정운영에 도움이 될 것이다.	①	②	③	④

※ 다음 문항들(문19~문22)은 귀하의 정치적 지식을 묻는 질문입니다.

문 19. 현재 우리나라 제1야당의 이름은 무엇입니까? (_____)

문 20. 다음 중 막말 발언으로 구설수에 올랐던 2012년 4.11 총선 후보자의 이름은 무엇입니까?

- | | | |
|-------|-------|-------|
| ① 손수조 | ② 김용민 | ③ 문대성 |
| ④ 안철수 | ⑤ 문재인 | ⑥ 모름 |

문 21. 다음 중 논문 표절 의혹을 받은 2012년 4.11 총선 후보자의 이름은 무엇입니까?

- | | | |
|-------|-------|-------|
| ① 손수조 | ② 김용민 | ③ 문대성 |
| ④ 안철수 | ⑤ 문재인 | ⑥ 모름 |

문 22. 현재 서울대학교 융합과학기술대학원 원장으로 의사이자, 컴퓨터 프로그래머이기도 하며 2012년 유력한 대통령 선거 후보로 주목받고 있는 인물은 누구입니까?

- ① 박근혜 ② 손학규 ③ 박지원
④ 안철수 ⑤ 문재인 ⑥ 모름

문 23. 최근 인터넷방송 ‘나는 꼼수다’가 화제입니다. ‘나는 꼼수다’ 청취 횟수는 총 몇 회입니까?

- ① 전혀 들어본 적이 없다 ⇒ 문 25로 이동
② 1회 ~ 9회 ⇒ 문 24로 이동
③ 10회 ~ 19회
④ 20회 ~ 29회
⑤ 30회 이상

문 24. **‘나는 꼼수다’를 들어본 적 있는 사람만 응답** ‘나는 꼼수다’에 나오는 이야기를 어느 정도 신뢰합니까?

- ① 전혀 신뢰하지 않는다
② 거의 신뢰하지 않는다
③ 약간 신뢰한다
④ 매우 신뢰한다

문 25. **국가가 추구해야 할 장기적인 목표**에 관한 질문입니다. 다음 항목에 대해 동의하는 정도를 전혀 그렇지 않다(1점) ~ 매우 그렇다(4점)로 응답해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
1) 많은 일자리를 만드는 것보다 경제성장에 주력하는 것이 중요하다.	①	②	③	④
2) 자연환경 보존보다 국방예산을 늘리는 것이 더 중요하다.	①	②	③	④
3) 시민이 국가 정책 의사결정에 참여하는 것보다 경제성장이 더 중요하다.	①	②	③	④
4) 경제 발전보다 인간적인 사회를 만드는 것이 더 중요하다.	①	②	③	④
5) 물가안정보다 언론자유가 더 중요하다.	①	②	③	④
6) 사회질서 유지를 위하여 개인의 자유로운 의사표현을 제한해서는 안된다.	①	②	③	④

문 26. 귀하께서는 **최근 1년간** 다음 항목을 실천한 경험이 있습니까?

	있다	없다
1) 기부를 한 적이 있다.	①	②
2) 봉사활동을 한 적이 있다.	①	②
3) 서명운동에 참여한 적이 있다.	①	②
4) 집회에 참여한 적이 있다.	①	②
5) 특정제품 불매운동에 참여한 적이 있다.	①	②

배경 질문

※ 다음은 설문 조사의 결과분석을 위한 질문입니다. 응답 내용에 대한 비밀은 보장되오니 솔직하게 응답해 주세요.

배문1. 아래에 귀하의 가족구성원을 모두 표시해 주십시오.

※ 가족구성원 중에서 **결혼을 해 따로 살고 있는 가족(예: 시집간 언니)**은 제외하고,

1) 함께 살고 있거나,

2) 직장 또는 학교 때문에 따로 떨어져 살고 있는 가족은 모두 표시해 주세요.

※ 예 1: 시집 가서 따로 사는 언니, 삼촌 집에서 사는 사촌형 ☞ 표시하지 않습니다.

예 2: (같이 살다가) 직장이 지방에 있어서 내려가 있는 큰형 ☞ 표시합니다.

① (외)할아버지

② (외)할머니

③ 아버지

④ 어머니

⑤ 형제 또는 자매

⑥ 친척

⑦ 기타()

⑧ 없음

배문2. 부모님은 학교를 어디까지 다니셨나요? 아래에 부모님께서 완전히 마치신(졸업하신) 학교를 표시해 주세요. (중간에 학교를 그만 둔 경우는 '졸업'이 아닙니다. 예를 들어, 중학교를 다니다가 졸업하지 않고 중간에 그만둔 경우 초등학교 졸업(②번)에 표시합니다)

	학교 안다님	초등학교 졸업	중학교 졸업	고등학교 졸업	2-3년제 대학 졸업	4년제 대학 졸업	대학원 졸업 (석사·박사)	잘 모르겠음
1. 아버지	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
2. 어머니	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧

배문3. 부모님께서 현재 직업을 갖고 계십니까? 부모님 각각에 대하여 응답해 주세요.

	현재 직업이 있는지 없는지 여부	
	있음	없음
1. 아버지	①	②
2. 어머니	①	②

배문4. 귀하의 가정 형편(경제 수준)이 다음 중 어디에 해당한다고 생각합니까?

매우 못 산다	〈----- 보통 수준 -----〉					매우 잘 산다
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

배문5. 현재 살고 있는 집은 어디입니까?

()시/도 ()시/군/구 ()읍/면/동

※ 사는 곳이 서울시 서초구 우면동이라면 (서울)시/도 (서초)시/군/구 (우면)읍/면/동으로 표기함

※ 사는 곳이 충청남도 아산시 배방읍이라면 (충청남)시/도 (아산)시/군/구 (배방)읍/면/동으로 표기함

♣ 조사에 협조해 주셔서 감사합니다 ♣

부록 3. 청소년의 SNS 이용실태와 대응방안연구 심층면접조사 질문지

안녕하십니까?

국무총리산하 국책연구기관인 한국청소년정책연구원에서는 청소년의 SNS 이용실태에 대한 연구를 하고 있습니다.

본 조사는 SNS와 관련하여 여러분이 과거에서부터 현재에 이르기까지 어떤 경험을 하였으며, 앞으로 여러분을 돕기 위한 사회적 지원방안이 무엇인지 파악하여 여러분을 보호하기 위한 정책을 수립하기 위한 것입니다.

아울러, 본 면접조사를 통해 얻은 정보는 본 조사 이외의 다른 목적으로 절대 사용되지 않을 것이며, 모든 질문에는 맞고 틀림이 없으며, 응답에 대한 내용은 비밀이 보장됨을 약속드립니다.

귀한 시간을 내주셔서 대단히 감사합니다.

2012년 8월

한국청소년정책연구원

서울시 서초구 우면동 142번지 교총빌딩 한국청소년정책연구원

연구자 : 성윤숙 연구위원 (☎ 02-2188-8823)

first1004@nypi.re.kr

※ 다음은 SNS 이용여부와 이용하게 된 경로/계기/동기에 관한 질문입니다.

1. 스마트폰과 SNS를 이용한 기간은?

* 스마트폰 사용 기간

* SNS 사용한 기간(컴퓨터로 SNS 사용한 기간 포함)

2. 현재 이용 중인 SNS를 모두 말씀해주시겠습니까?

(ex: 카카오톡, 트위터, 페이스북, 미투데이, 요즘, 마이스페이스, 싸이월드, 블로그 등)

3. 처음 SNS를 이용하게 된 동기(또는 계기)는 무엇이었나요?

4. 어떻게 처음으로 SNS를 이용하게 되었나요?

5. 현재 이용 중인 특정 SNS를 선택하게 된 이유는 무엇입니까?

※ 다음은 SNS 이용 현황에 관한 질문입니다.

1. 본인은 SNS 사용방법이나 기능을 얼마나 또는 어느 정도 잘 알고 계십니까?

* 주로 사용하는 기능들, 최근 알게 된 기능들

2. SNS 사용방법이 어느 정도 또는 얼마나 쉽다고 느낍니까?

3-1. SNS를 일주일에 며칠 정도 접속하나요?

3-2. SNS를 하루 평균 몇 시간 이용하나요?

4. SNS를 일단 접속하면 어느 정도 몇 분 또는 몇 시간 정도 사용하나요? (1회 접속 기준)

5-1. 주로 사용하는 시간대(오전, 오후, 저녁시간, 새벽)는?

5-2. 주로 사용하는 장소는?

6. 컴퓨터 vs 스마트폰 중 SNS 접속 빈도와 이용시간은?

7. SNS 이용에 있어서 얼마나 적극적으로 참여하는가요?

(직접 글, 댓글만, 다른 사람 작성내용 확인만...)

* 눈팅만 하는지, 혹은 적극적으로 글을 남기는지 여부확인

8. 직접 글이나 사진을 얼마나 자주 올리니까(단위: 일주일)?

9. 직접 글이나 사진을 게시할 때, 주로 올리는 내용은 무엇인가요?

10. SNS 이용을 통해 가장 만족하는 부분 혹은 가장 얻고자 하는 부분이 있다면 무엇인가요?

(친구랑 우정이 돈독해짐, 사람들과 교류, 스트레스 해소, 지인들의 근황알기, 새로운 인맥
쌓기, 지식과 정보 공유, 일상과 관심사 공유, 빠른 소통, 해외 거주자들과 소통, 유명인의
근황 확인, 시간 때우기, 생각정리 등)

※ 다음은 SNS 만족도, 성향 및 인맥에 관한 질문입니다.

1. 현재 이용 중인 SNS를 계속 이용할 생각이 있습니까?

2. SNS 이용 빈도가 예전보다 줄었다면 그 이유는 무엇입니까?

3-1. 이용하는 SNS에서 관계를 맺고 있는 사람(인맥)의 전체 수와 자주 소통하는 사람의 수는?

(트위터의 경우 following과 follower, 페이스북이나 미투데이 친구 등)

3-2. SNS 네트워크에서 귀하께서는 글/정보를 주로 올리는(제공하는) 편입니까(중심부)? 아니면

다른 사람들이 올린 글/정보를 그냥 읽는 편입니까(주변부)?

* 눈팅만하는지 적극적인 의사표현을 하는지 여부

3-3. SNS 이웃(친구)은 평소에 알고지내는 사람들 하고만 교류하나요? 아님 새로운 사람들과도

교류를 하나요? (네트워크의 동질적 vs 이질적 점검)

4. 평소 본인의 사회적 성향은 어떻습니까?(친교성)
5. 평소 자신의 성향, 성격과 비교했을 때 SNS에서 나타나는 본인의 모습과 얼마나 차이가 있나요?
6. 평소 본인의 정치적 관심도 및 성향은 어떻습니까?(매우 진보적~매우 보수적)
7. SNS를 이용하면서 다음사례에 참여한 적이 있나요?
(기부, 서명운동, 자원봉사, 투표인증샷, 정치 이슈에 대한 의견표명)
- 8-1. SNS를 통해 정치 관심이 높아진다고 생각하십니까?
- 8-2. SNS를 통해 정치 참여율이 높아진다고 생각하십니까?
9. SNS 인맥 중 주로 SNS를 통해서만 유지되고 오프라인/현실에서는 거의 보지 못하는 인맥은 어느 정도인가요? (없다, 소수, 반 정도, 반 이상, 대부분)
- 10-1. SNS에서 친구를 차단해본 경험이 있습니까? (가해자 측면)
- 10-2. 있다면 어떤 이유였나요?
- 10-3. SNS에서 차단 당해본 경험이 있습니까? (피해자 측면)
- 10-4. 있다면 어떤 이유였나요?
- 11-1. 전혀 혹은 잘 알지 못하는 사람에게 친구신청을 해본 경험이 있나요?
- 11-2. 친구신청해본 경험이 있다면, 그 이유는?
- 11-3. 전혀 혹은 잘 알지 못하는 사람에게 친구신청을 받아본 경험이 있나요?
- 11-4. 받아본 경험이 있다면 이후 어떻게 대응했나요?
12. 트위터에서 following & follower와 어떻게 지내는지, 오프라인에서도 모임을 갖나요?

※ 다음은 SNS에 대한 영향 및 대책에 관한 질문입니다.

- 1-1. SNS를 이용하면서 불편했던 경험이나 부정적인 면이 있다면 어떤 게 있습니까?
(전문성 및 신뢰성 부족, 관리 부담, 쓸데없는 신변잡기류의 내용이 많음, 황당하고 무례한 글이나 비방글, 지나친 사생활 노출, 사이버 따돌림 등)
- 2-1. SNS 중독이라고 본인이 느끼거나 주변 사례가 있는지요?
(시간 많이 뺏겨 일상생활에 지장, SNS 알림이 오면 바로 확인해야 된다는 것, follow & following 혹은 댓글에 대한 집착..등)
- 2-2. SNS 중독을 개선하려고 했던 본인의 노력이나 사례는 어떤 것이 있나요?
- 3-1. SNS가 온라인 모임이나 친교에 도움이 된다고 생각합니까?
- 3-2. 참여하고 있는 SNS 모임(온라인 모임)이 있나요?
4. SNS 이용 후 자신의 일상생활에 나타난 변화는 어떤 것이 있습니까?
5. SNS 이용 시 필요하다고 생각하는 서비스가 있다면 어떤 것들이 있나요?
(언어폭력, 사이버 모욕죄, 본인 확인제, 허위 사실유포, 프라이버시나 개인정보관련 염려, 그 외)
- 6-1. SNS에서 청소년을 보호하기 위해 어떤 노력이 필요하다고 생각합니까? (보호차원)
- 6-2. SNS에서 청소년을 위해 어떤 부분에서 지원을 해줬으면 합니까? (지원차원)
7. SNS 이용 시 개선이나 보완이 필요한 부분이 있나요?

※ 청소년관련기관과 소통 현황

1. 청소년관련기관과 SNS로 소통해본 경험이 있나요? (이웃맺기, 글보기 등)

2. 있다면 그 이유는/ 없다면 그 이유는?

3. 청소년관련기관의 SNS 활동에서 원하는 건 어떤 게 있나요? (상담, 정보성 글 등)

4. 개인 말고 단체에서 SNS를 잘 운영하고 있다고 생각되는 단체나 기관을 추천해주세요.
(ex. 정부기관, 공공기관, 기업, 연예인기획사 등)

※ 다음은 일반적인 특성에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 나이는? 만()세

2. 성별: ① 남 ② 여

3. 학생의 한 달 용돈은?

혹은 한 달 지출금액은?

(식비, 교통비 포함, 부모님이 대신 지출해주시는 사항 포함)

4. (대학생의 경우) 귀하의 전공은?

(중고등학생) 특목고/일반고/전문계고, 문과/이과?

♣ 끝까지 성실하게 응답하여 주셔서 대단히 고맙습니다 ♣

부록 4. 청소년의 소셜미디어 이용과 삶에 관한 연구 분석표

I. 다음은 소셜미디어 이용여부와 이용하게 된 경로/계기/동기에 관한 질문입니다.

1. 스마트폰과 소셜미디어를 이용한 기간은?

<표 I-1> 스마트폰 소셜미디어 이용기간

- | | |
|---|---|
| 1 스마트폰은 6개월 정도, 소셜미디어도 6개월, 전에 컴퓨터로는 사용 안했어요. | 같은 경우는 2008년 겨울에 시작했고 페이스북 같은 경우는 2005년? 6년? 그쯤부터 사용했어요. 지금은 블로그랑 페이스북만 하고 있어요. 트위터는 2011년에 반년정도 이용했어요. |
| 2 스마트폰은 3월 달부터 썼는데 그 전에 아이팟터치 재작년부터 썼어요. 1년 좀 넘게? 싸이월드는 중3겨울 때부터 컴퓨터로 먼저 하고, 모바일로 확인하고. | 13 (스마트폰) 한 1년 반 됐어요. (소셜미디어) 싸이월드를 중2때부터 시작했구요(8년 정도). 전에 버디버디도 썼고, 세이클럽? 이런 거도 있었는데 그건 초등학교 5학년인가 그랬어요. 11년……. |
| 3 스마트폰 소셜미디어 전부 재작년부터. | 14 (스마트폰) 미국에서는 사용한지 1년 반밖에 안됐고요, 한국에서는 2년 정도 된 거 같아요. (소셜미디어) 페이스북은 못해도 5년 정도 쓴 거 같아요, 싸이월드 기준으로 하면 처음에는 PC로 접속해서 썼지요. 한 8년 정도 썼어요. |
| 4 스마트폰은 2년 전부터 해외에서부터 썼어요. | 15 (스마트폰) 1년 정도 됐어요. 그 전에는 아이팟터치로 한 1년 정도 사용하고……. 아이팟터치는 카카오톡이 안돼서 불편했어요. 인증이 안와가지고……. (소셜미디어) 다음카페를 포함하면 2003년부터 했어요. 버디버디는 2002년부터 채팅으로 쓰다가 2005년부터 자연스럽게 싸이월드로 넘어갔어요. |
| 5 스마트폰 사용한 지는 9개월 됐고요, 소셜미디어는 초등학교 4학년 때부터 싸이월드를 시작으로 했어요. 핫수로 9년째네요, 거의. | 16 스마트폰은 작년 3월부터 1년 좀 넘게 썼어요. 싸이월드는 중1때부터 해서 6년 정도 된 거 같아요. 페이스북은 대학교 들어와서 작년 3월부터 사용을 했고, 블로그는 한 3개월 전부터, 트위터는 1년 정도? 대부분의 사람들은 1년에서 2년 정도 되는 것 같아요. 폐북 활성화된 이후로는 싸이월드가 많이 죽어가지고, 혼자하면 의미가 없잖아요. 그래서 잘 안 들어가요. 열어만 두고 있어요. |
| 6 (스마트폰) 1년이요. (소셜미디어) 싸이월드 같은 경우는 중학교 때 부터 사용했던 거 같아요. 페이스북이나 카카오톡, 카카오톡스토리는 스마트폰 사용하면서 했으니까 1년 정도 됐어요. | 17 스마트폰은 약 1년 정도 되었습니다. 소셜미디어는 약 1년하고도 6개월 정도요. 싸이월드를 포함하면 약 5년가량이에요. 블로그는 사용을 잘 안했어요. |
| 7 (스마트폰) 2년 정도. 버디버디부터하면 초등학교 4학년 때부터, 싸이월드는 중1때부터 3년 정도, 페이스북은 작년부터요. | 18 스마트폰은 4~5개월 정도 썼네요. 싸이월드는 중2때부터, 버디버디는 초4,5학년 때부터 썼던 것 같아요. 페이스북은 작년 겨울부터 썼어요. |
| 8 (스마트폰) 작년 7월이요. 1년 좀 넘었어요. (소셜미디어) 페이스북은 작년 8월. 나머지는 잠깐 하다 다 접어서 지금 안 해요. 맨 처음 시작한건 초등학교 때 버디버디. | 19 스마트폰은 1~1년 8개월 정도 되고요, 소셜미디어 |
| 9 (스마트폰) 작년 2월이요(1년 6개월 정도). (소셜미디어) 폐북 같은 경우에는 작년 8월부터, 싸이월드는 6학년 때 시작하고, 버디버디도 초등학교 때부터 했죠. 당연히. 페이스북은 작년 8월부터. 작년 말부터 완전 폭풍인기였던 거 같아요. | |
| 10 (스마트폰) 딱 1년 됐어요. (소셜미디어) 이 번 연도 겨울부터 페이스북 시작했어요. 버디버디는 초등학교 3,4학년 때부터 시작하고, 싸이월드는 2005년 5학년 때부터 컴퓨터로 했어요. | |
| 11 (스마트폰) 3년 됐어요. 소셜미디어는 더 길어요. 한 10년 정도 된 거 같아요. | |
| 12 스마트폰은 사용 안합니다. 소셜미디어는 사용하고 있어요. 2006년 5월부터 블로그 시작했어요. 싸이월드 | |

사용기간은 한 6년 정도 됐어요.
20 스마트폰은 작년 9월부터 열 달 정도 된 것 같아요.
싸이는 중학생 때 한 5년 전에 했고, 트위터랑 페이스북

은 한 1년 전쯤에 한 것 같아요. 블로그는 있는데 잘 안 해요.

2. 스마트폰 사용계기는?

<표 1-2> 스마트폰 사용 계기

■ 부모님/가족 권유	■ 편리함
3 아버지께서 기계는 신제품으로 나온 걸 써야 시대에 같이 갈 수 있다, 그러시면서 사 주셨어요. 4 호주에 있는 1년 동안 핸드폰이 없었는데 부모님이 이제 가져라 그래서 스마트폰을 샀어요. 7 약정이 다 되어서 바꿔야 하는데 그때 스마트폰이 나와서 이걸로 바꿔야겠다고 부모님께서 바꿔 주셨어요. 8 제가 국제교류 간 동안 아버지께서 페이스북 같은 걸 통해서 연락하면 쉬울 거라고 하시면서 스마트폰으로 바꿔 주셨어요. 실시간으로 연락하면 편할 거라면서. 10 저는 스마트폰이 필요 없다고 생각했는데, 부모님께서 동생이 바꾸니까 너도 바꾸라고 하셔서……. 13 별로 그런데 관심은 없는데 동생이 쓰다가 군대를 가게 되어서 물려받았어요. 17 가족 전체로 핸드폰을 바꾸는 과정에서 바꾸게 되었습니다. 19 대학 들어올 때 대학 입학 선물로 받았어요.	1 확실히 그게 2G폰보다 확실히 편하니까 쓰게 되는 것 같아요. 2 전에 쓰던 핸드폰이 망가져서, 스마트폰 쓰는 게 좋잖아요. 2 애들이 다 쓰니까요. 5 학교를 멀리 다녀서 버스정보라든지 그런 게 매우 절실했고요, 소셜미디어를 이용하고 싶기도 했고요. 6 다른 애들 다 스마트폰 사용하는데 저만 피쳐폰 사용하다가 그래서 바꿀 때도 됐다 싶어 바꿨어요. 9 핸드폰을 바꾸려는데, 스마트폰 밖에 없더라고요, 자연스럽게 시대가 바뀌었으니까 쓰는 게 낫겠다 싶었죠. 11 스마트폰이 계속 나오니까, 한번 쓰면 계속 쓰게 되는 거 같아요. 16 필요에 의해서라기보단 남들이 많이 사용하니까, 나만 카카오톡 하지 않으면 뒤처지는 기분? 그런 기분이 들어서 나도 사용하게 되는 거 같아요. 17 당시 사람들이 거의 대부분 스마트폰을 사용하고 있었고 저도 스마트폰을 사용하고 싶어 하는 욕구가 있었기 때문에 사용하게 되었어요. 18 일단 피쳐폰보다는 사용할 수 있을게 다양할 거 같고요, 다이어리, 카메라, 컴퓨터 등 하나로 사용할 수 있으니까 써 보고 싶었어요. 다들 쓰니까(시대의 흐름에 따라) 20 그 때 친구들이 주변에 다 거의 바뀌가는 분위기여서, 다 그룹 카톡하고 그러니까 소외감이 들어서.
■ 무응답 12 사용안함. 14 무응답	

3. 현재 이용 중인 소셜미디어를 모두 말씀해 주시겠습니까?

<표 I-3> 현재 이용 중인 소셜미디어

■ 카카오톡&페이스북 1 카카오톡하고, 페이스북하고, 2 카카오톡하고 페이스북, 틱톡 그 정도. 다른 건 안 써요. 7 카카오톡이랑, 싸이월드랑, 이걸 클럽 때문에 하고, 페이스북도 하구요. 그거 말고는 별로 안 해요. 가입은 돼 있는데, 사용하지는 않아요. 18 저는 카톡이랑 페이스북만 사용하고 있어요. 싸이월드 같은 나머지는 요새 거의 안해서요. 19 카카오톡하고 페이스북은 거의 매일매일이죠. ■ 페이스북 12 싸이월드는 그만하고 있고요 현재는 블로그랑 페이스북만 지금하고 있어요. ■ 블로그 8 반크 활동의 미션 중 하나가 블로그를 만드는 거예요. 그거 미션 수행의 하나로 시작했는데, 사용빈도수는 적어요.	■ 싸이월드 1 싸이월드는 원래 안하려고 했는데 친구들이 하자고 해서……. 19 카카오톡, 페이스북은 거의 매일매일, 다음에 트위터랑 싸이월드 이런 거……. ■ 트위터 20 현재 이용 중인 것은 카카오톡, 트위터, 페이스북 3개예요. ■ 기타 4 스카이프는 해외 친구들도 다 써요. 근데 아이팟에 보면 페이스타임 있잖아요. 그런 것처럼 얼굴 보면서 통화도 할 수 있고 메시지도 보낼 수 있고 사진 전송도 되고. 5 텀블러와 인스타그램은 해외 친구들이 사용해서 써요.
---	---

4-1. 현재 이용 중인 특정 소셜미디어를 선택하게 된 이유는 무엇입니까?

<표 I-4-1> 현재 이용 중인 특정 소셜미디어를 선택하게 된 이유

■ 카카오톡 1 카카오톡은 쓰기 편하잖아요. 공짜기도 하고 그래서 쓴 것 같아요. 2 문자 대신이니까. 스마트폰 있는 애들은 다 쓰잖아요. 3 어느 순간부터? 문자대신 사용하는? 스마트폰 사용하는 애들은 당연히 사용하는 그런 기능이니까 자연스럽게 사용하게 되었던 것 같아요. 4 처음에 추천어플에 떠서 받았는데, 연락이 진짜 뜸했던 친구들까지 친주 되니까 되게 반가운거예요. 그리고 공짜	니까? 문자보다는 빠르고 수신확인 기능 때문에 더 쓰는 거 같아요. 5 일단 지인이 이거 한번 써봐라 그래서 썼고요. 앱스토어 쪽 보다가 재미있겠다 싶어서 깔아놨다가 사람이 별로 없다 싶으면 지워버리고, 웬만한 건 다 경험해봤는데 남은 게 애네예요.(트위터, 인스타그램, 카카오톡, 페이스북은 가끔) 7 요금도 안 나가고, 친구들 다 대화할 때 이걸로 말 걸고 그러니까 그걸 다 사용하는 거 같아요. 9 아무래도 사람들이 제일 많이 이용하는 거 같아요.
---	--

- 10 제가 문자하는 걸 좋아하는데, 통신사 요금제를 문자 300개, 400개 잘라버리니까, 애들 때문에 하는 거죠. 문자로 커버가 다 안 되니까요.
- 11 스마트폰 사용하게 되면서 그냥 당연하게 사용하게 되는 거 같아요.
- 14 어쩔 수 없는 대세였고요, 제가 이걸 안 쓰면 연락이 안 될 만큼이었으니까요. 젊은 사람들 가운데 문자 자체를 답장을 잘 안 해요. 저한테는 메신저 같은 거예요.
- 15 사람들이 제일 많이 하기도 하고, 무선인터넷 잡히면 무료이기도 하고, 제가 해외에 사니까 한국친구들하고는 국제문자보다 카톡으로 연락하는 게 편해요.
- 16 스마트폰의 문자 기능과 다를 게 없지만 빠르고 좀 더 저렴해서 써요. 남들이 내걸 읽었는지 아닌지 알 수 있기 때문에 답답하지 않고, 안 좋은 점은, 너무 공개적이고 읽음 표시가 되는 게 오히려 안 좋을 때도 많아요.
- 17 서비스 자체가 매우 편리하기도 하고 많은 사람들이 사용하기 때문입니다.
- 18 문자 대용이랄까 그런 측면이 강한 것 같고요, 공짜이고 무료라서요, 단체채팅 기능이 있어서 그게 굉장히 유용하거든요.
- 19 소셜미디어 자체가 사람들과 소통하는 거잖아요. 카카오톡도 페이스북도 지금 매일 쓰고 있으니까, 친구들이 거의 그걸로 소통을 많이 하고 있기 때문에 쓰고 있어요.
- 20 이게 그냥 깔아 놓으면 무료잖아요. 그래서 더 많이 친구들이랑 이야기 할 수 있으니까.

■ 싸이월드

- 1 누나가 옛날에 싸이월드를 했었거든요. 누나가 지금 유학 갔는데, 누나 사진을 보려고…….
- 7 친구들이 추천해줘서……. 사진 같은 거 올릴 수도 있고, 같이 다이어리 공유할 수도 있으니까 해보라고 해서……. 싸이월드 클럽에서는 청소년 활동 하면서 공지사항이나 활동보고서 같은 거 올릴 때 이용해야 해서……. 제가 클럽 운영하는 것도 있고, 가입되어 있는 것도 있어요.
- 9 흐름이었던 거 같아요. 당연히. 재도 하고 나도 하고. 생각이 잘 안나요. 사실 왜 했는지……. 너무 오래돼가지고…….
- 13 사람들이 많이 한다고 하길래 처음엔 궁금해서 가입을 했고, 호기심에……. 사진 올리고 댓글 달리고 이런 게

재밌어지니까 계속 사용하게 됐어요.

- 14 한국친구와 연락하기 위해서 썼어요. 처음엔 '우리끼리만 모인다.'는 연대감이 있었어요. 우리끼리만 볼 수 있고 우리끼리만 나눌 수 있는 그런 점에서 일촌 때문에 하게 된 거죠.
- 15 초등학교 때 어린이 디카 교실에 갔다가 클럽에 강제 가입했는데 안 쓰고 있다가 학교에서 친구들이 사이에서 뭐 했고, 우리 1촌 맺자 이런 얘기를 하니까 저도 시작하게 되었어요.
- 16 방문자 수 높고, 사진 많이 올리고 이런 애들 보면 재밌을 것 같고 나도 하고 싶고 이러잖아요? 남들이 하니까 나도 같이 하고 싶고, 동참된 것 같고, 실제로 얼굴 보면서 친해지지 못한 친구도 싸이월드에서 1촌 맺고 글 한번 쓰고 그러면 더 친해진 것 같잖아요. 또 페이스북에 비하면, 방명록/다이어리도 비밀로 쓸 수 있고 더 아끼자기하게, 몰래몰래 할 수 있어서 더 좋았어요.

■ 페이스북

- 1 페이스북은 친구들이 하라고 해서……. 옛날 친구들도 찾게 해준다고 해서, 중학교 친구들과 연락이 안 됐는데, 그것 때문에 이용하게 되었어요.
- 2 싸이월드 하다가 애들이 건너가니까, 친구 따라 강남 가듯이.
- 3 스위스에 사는 사촌동생이 한국의 저희 집에 놀러왔었는데 그때 가르쳐 주더라고요. 그 이후에 제가 미국에 가게 되었는데 이미 대중화되어 있더라고요. 그때부터 많이 사용하게 되었어요.
- 4 외국에서 원래 제가 영어를 잘 못했어요. 근데 일본 친구가 추천해 줘서 가입하게 되었는데, 싸이월드랑 비슷한 거구나 해서, 친구도 많아지고 한국친구들도 이용하게 되어서 사용하게 되었어요.
- 7 이제 싸이월드보다 페이스북이 좀 더 간편한 거 같아서 많이 이용하게 되었어요. 친구들도 많이 써요.
- 9 되게 좀, 더 편해진 거 같아요. 사람들이 많이 오고…….그나마 네트워크 중에서 글자 수 제한도 없고, 되게 다양한 거 같아서…….제가 할 때만 해도 미투데이나 그런 게 유명할 때도 아니라서 페이스북이랑 트위터 두 가지 중에서 선택해야 했는데, 이 두 가지를 다 할 여력은 안 되고, 한 가지 정도만…….
- 10 처음에 왜 시작했는지 모르겠는데, 지금은 폰을 딱 쳐면 무조건 페이스북 먼저 들어가는 거 같아요.
- 11 제가 아무래도 유학을 하다 보니까 외국 애들이 페이스

북을 많이 하잖아요? 그래서 시작하게 됐는데, 요즘은 한국 사람들도 많이 하니까 그냥 싸이월드만 하기보다 페이스북으로 주로 하게 되는 거 같아요.

- 12 워낙 이용자가 많고 또래 그룹에서도 많이 이용하고 그래서 생활이나 이벤트 등등 참여할 때 도움이 되더라고요.
- 13 원래 만들려고 하지는 않았는데 고등학교 때 친구가 거의 강제로 만들어 줬어요. 처음에는 별로 사용 안하다가, 친구들이 하는 것을 보다보니까 재밌을 것 같아서 같이 따라가게 됐어요.
- 14 미국 친구들이 트렌드에 따라서 다 옮겨가기 때문에 저도 옮겨서 시작하게 되었어요. 개인적인 사생활이 나오는 장소 뿐 아니라, 인맥 관리하는 데 쓰고, 여러 그룹을 만들어서 필요한 정보를 주고받는 장으로 쓰고 있어요.
- 17 영화 <소셜네트워크>를 보고 난 후에 페이스북에 관한 관심이 생겨서 그때부터 사용하게 되었습니다.
- 18 싸이월드를 이용하는 지인들이 줄어들고 대부분 페이스북으로 옮겨가서요. 제가 소셜미디어 사용할 때 당시에 주변에 사람들이 싸이보다 페이스북을 더 많이 써서 그런 이유가 큰 거 같아요.
- 20 주변에서 친구들이 많이 싸이에서 갈아타길래 저도 같이 유행을 탔어요.

■ 블로그

- 12 충분히 시간과 노력을 들여서 콘텐츠를 만들고 그 다음에 그것을 마음에 드는 공간에서 공유할 수 있으니까 그게 장점인 것 같아서 선택했던 것 같고, 또 원하는 대로 익명성이 보장이 되기 때문에 그것도 큰 선택요인이었어요.
- 14 제가 활동했던 봉사단체 위주로 홍보활동 할 때 주로 썼어요.
- 15 정보였는데 보통 제품 리뷰나 음식점 리뷰를 많이 써요. 아무래도 광고보다는 정확하니까.
- 16 대외활동 지원할 때 자기 URL남기라는 거 보고 시작했는데, 무슨 대외활동을 지원하든 그게 다 붙는거예요. 기업 입장에서선 다룰 수 있는 사람을 좋아하거든요.

근데 블로그가 켈 어렵고 귀찮고, 그런 거 같아요.

■ 트위터

- 14 실질적으로 저명한 인사의 발언이나 생각을 읽기 위해서 보는 정도예요. 저는 글을 올리지 않아요. 앞으로 트위터 활동을 많이 해야죠.
- 16 제가 스포츠 중에서 축구에 제일 관심이 많아요. 근데 트위터를 사용하면, 구단에서 소식을 올리니까 제가 궁금한 소식을 바로바로 알 수 있어요.
- 20 유명인이나 연예인 같은 사람들을 제가 팔로우 하면 소식을 알 수 있어서요.

■ 기타

■ 틱톡

- 2 카카오톡이랑 비슷한데, 예전 카카오톡이 느릴 때 잠깐씩 쓰고 그랬죠. 지금은 많이 안 써요.

■ 스카이프

- 4 유학중에 외국 친구들이 영상통화하자고 해서 깔았더니 너무 좋은 거예요. 마음도 맞고 고민도 같이 들어주고 해서, 그래서 쓰는 것 같아요. 개네도 페이스북하고, 카카오톡 안하고, 페이스북보다 스카이프에서 친구들이랑 더 대화하는 거 같아요.

■ 마이피플

- 4 카카오톡이랑 비슷한 거 같아서 다운받아보니까 친구들이 많더라고요. 이것도 많이 사용하는구나 했는데 연락하는 친구가 한명도 없어요. 그래서 사용 안 해요

■ 그 외

- 8 주위 친구들이 많이 하니까, 같이 연락하려고

4-2. 이용하지 않는 이유는 무엇인가요?(관심 갖지 않는 이유)

<표 I-4-2> 이용하지 않는 이유

■ 시스템 문제

- 3 트위터나 그런 거요? 그냥……. 페이스북하기도 바쁘고…….
- 5 싸이월드는 조잡해서 잘 안 써요. 일단 다른 사람 소식 확인하려면 하나하나 들어가서 확인해야 하는 게 너무 불편해요. 창도 많아지고 배경음악 막 켜고 조잡하고, 어떤 사람들은 들어가면 닫아놓고.
- 6 카카오톡 계정은 만들었는데, 사용하기가 제 기준에는 너무 복잡해서 사용하지 않았어요.
- 7 트위터는 계속 담벼락에 리트윗 올라오는 게 귀찮기도 하고 뭔가 페이스북이랑 다르게 불편한 점이 있는 거 같아요.
- 11 트위터는 페이스북이랑 다른 게 없는 것 같아서 필요성을 못 느껴요.
- 12 스마트폰을 쓰기 않기 때문에 그런 장점들을 잘 모르고 있고, 싸이월드 같은 경우는 그만 둔 이유가 이용자 밀도가 빠지고 있고, 지나치게 익명성 보장이 안 되는 것도 마음에 안 들고요. 마이스페이스 같은 경우는 서비스가 어중간해서 원하는 것들의 단점이 다 모여 있다고 생각하거든요. 익명성 보장도 안 되고, 블로그 같은 경우 번거로움도 존재하고 그래서 안 씁니다. 페이스북은 아는 사람들과 연락을 나누는 것이기 때문에 익명성이 보장될 필요는 없겠죠.
- 15 제가 지금 이용하는 것들과 기능들이 겹치는 게 많으니까 이용할 필요성을 못 느꼈어요.
- 17 트위터는 이용법 자체를 잘 모르고…….
- 19 굳이 트위터 하면서 마이스페이스같은거 하는데 그런 생각을 하게 되더라고요. 기능이 되게 많이 겹치더라고요.

■ 개인적 문제

- 1 트위터는 복잡해 보여서……. 요즘이나 마이스페이스, 미투데이는 뭔지도 모르겠고, 블로그는 친구가 하는 건 봤는데 제가 하는 건 귀찮을 것 같아요. 남이 하는 건 읽기는 해요.
- 2 블로그 같은 경우 너무 손이 많이 가니까 귀찮아서 못하고요. 트위터는 복잡한 거 같고 그래서, 별로 관심이 없어서. 다들 페이스북만 하지 트위터 하는 애들 별로 못 봤어요.

- 3 트위터나 그런 거요? 그냥 페이스북 하기도 바쁘고…….
- 4 블로그는 제가 컴퓨터를 별로 안 해서…….트위터는 페이스북 있는데 뭐 하러 더 가입할까 해서요. 솔직히 다 귀찮고, 그냥 불필요할 것 같아요. 나한테 그런 도움? 그런 게 별로 없을 것 같아서.
- 5 트위터는 하는데 제 지인들은 미투데이는 안 해요.
- 6 미투데이는 주변에 사용하는 친구들이 별로 없어요. 카카오톡이나 카카오톡스토리 많이 이용해서…….
- 7 애들도 그렇게 많이 하지 않고요. 그냥…….전체적으로 저랑 좀 안맞는거 같아요.
- 8 친구 중에 정치에 관심 있는 친구들이 트위터 많이 하는데, 저는 호여나 맞지 않는 사실인데 애들에 의해 선동당하는 게 싫은거예요. 미투데이는 주위에 하는 애들이 없으니까 안하게 되고…….
- 9 꾸준히 관리하고 블로그에서 할 만한 시간적 여유가 없었던 거 같아요. 트위터는 너무 가벼운 느낌이라 가지고…….너무 온라인스러운 느낌? 그래서 저는 안 해요.
- 10 페이스북으로 친구들하고 연락을 하고 하니깐 굳이 할 필요를 못 느껴서 트위터는 안 해요. 블로그는 남의 글을 퍼오려고 만든 거예요. 남에게 보여주기 위한 게 아니라…….
- 11 트위터엔 한 번도 관심을 가져본 적이 없는 것 같아요. 주변 친구들이 트위터를 많이 안 해서…….
- 13 이유는 딱히 없는 것 같고요. 그냥 뭔가를 처음 시작한다는 거는 배워야 된다는 거니까 그런 거는 약간 귀찮은 것도 있고. 트위터는 사람들이 많이 사용하는데 저는 왜 잘 사용 안하는지 저도 잘 모르겠어요.
- 14 유명하신 분들이 하시는 미투데이는 워낙 기사화 돼서 나오니까 접하기는 하는데 제가 트위터도 열심히 안 쓰는데 아직 미투데이는 안 쓰게 되죠.
- 15 사용하는 친구들이 주변에 없으니까 안 쓰고…….
- 16 트위터는 일단 사용법을 잘 모르고요. 140자 이내인가요? 저는 생각을 단편적이게 전달하는 것 보다 길게 전달하는 것을 좋아해서 제 성향하고 맞지 않아서……. 미투데이나 마이스페이스 같은 경우 가장 큰 요인은 같이 사용하는 사람이 드물어서입니다.
- 18 일단 주변에 트위터를 사용하는 사람이 적어요. 블로그도 제 주변에 하는 사람들이 별로 없는 것 같아요. 트위터는 시스템이 저랑 안 맞는 것 같아요.
- 20 미투데이나 그런 건 요즘은 친구들은 잘 안하는 거 같아요. 그래서 나도 굳이 할 필요를 못 느끼겠어요.

5. 주변 친구들이 가장 많이 사용하는 SNS는?

<표 I-5> 주변 친구들이 가장 많이 사용하는 SNS

■ 카카오톡&페이스북 1 카카오톡이랑 페이스북 많이 하겠죠? 카카오톡스토리는 하긴 하는데 많이 안 해요. 한다고 말할 수 없어요. 2 카카오톡, 페이스북. 이 두 개를 제일 많이 쓰고. 4 카카오톡을 제일 많이, 페이스북도. 그거 말고는 없는 것 같아요. 트위터 많이 사용하는 친구들도 없어요. 6 아무래도 카카오톡이 제일 많고요. 그 다음이 페이스북. 싸이월드도 요새 거의 사용 안하는 거 같아요. 너무 번거롭게 꾸미잖아요. 방문자수 늘리려고 집에서 자작하고 그런 친구들 보면 그렇게 해서까지 내 자신을 포장해야 하나……. 10 카톡이나 페이스북 많이 이용하는 거 같아요. 애들과 얘기하다 보면 페이스북에 올려, 이런 식이지, 미투데이에 올려, 이런 건 없거든요. 13 주변에는 카카오톡이랑 페이스북이요. 그러니까 아무래도 친구들이랑 연락을 많이 하다보니까 저도 그런 것 많이 사용하는 거 같고. 15 국내 친구들은 카카오톡, 해외 친구들은 페이스북. 해외 친구들은 보통 카카오톡 그룹채팅을 안 좋아하는 것 같아요. 페이스북 많이 하니까 페이스북 그룹채팅을 많이 하고.	16 카카오톡은 진짜 눈떠서 하루 종일 하지 않아요? 페이스북은 할 땐 진짜 많이 하는데, 내가 들어가지 않으면 안하게 되잖아요. 카카오톡은 연락하는 거니까 더 많아요……. 18 카톡이랑 페이스북 같아요. 요즘 싸이월드는 하는 사람이 있긴 하지만 정말 적고요. ■ 페이스북 17 페이스북이요. 카카오톡을 사용하지 않아도 페이스북을 사용하는 경우가 있기 때문에. ■ 트위터 3 트위터 많이 하는 거 같고, 페이스북이나 카카오톡? 이걸 제일 많이 하는 거 같아요. ■ 무응답 5, 12, 14
--	--

6. 처음 소셜미디어를 이용하게 된 동기(또는 계기)는 무엇이었나요?

<표 I-6> 처음 소셜미디어를 이용하게 된 동기(또는 계기)

■ 소통/관계유지 5 사람들과 소통하고 싶어서. 그 사람들과 오랜 시간 후에도 sustain 터치를 할 수가 있으니까요. 7 다른 사람들의 소식을 금방 알고 싶고, 새로운 다른 사람들도 연락해 보고 싶어서요. 간단한 사진 같은 거 올려도 댓글로 안부 같은 거 물을 수 있어서 좋은 관계가 잘 유지되는 거 같아요. 8 처음엔 외국친구들이었고, 그 다음엔 주변 친구들 때문에…….	11 처음 시작은 중학교 때 친구들이랑 서로 연락하려고 블로그를 만들어서 시작했는데, 페이스북이 나오면서 자연스럽게 옮겨가게 된 거 같아요. 14 미국으로 유학가면서 한국 친구들과 연결할 수 있는 거의 유일한 연결고리가 싸이월드였어요. 페이스북은 미국친구들과 친하게 지내려고 시작했어요. 18 저는 따로 문자나 연락을 잘 안하는 스타일이라서, 버디버디나 싸이월드를 통해 연락을 지속하고 얘기하기가 더 편했어요. 페이스북도 제가 주변에 권하는데, 페이스북 그룹에서 연락하고 하니까 안하면 따로 연락을 취하기가 불편하더라고요.
---	---

■ 관심사 정리

- 12 그냥 관심사를 적당히 정리하고 인터넷상에다 저장하는 게 도움이 되었습니다. 컴퓨터를 공부하다 보니까 관련 기술에 관심이 있었기 때문에…….
- 19 야구를 좋아하는데, 그런 팬들끼리 소통하는 게 블로그가 좋아서 하다가…….

■ 호기심

- 12 트위터는 사실 호기심 때문에 시작했어요.
- 15 페이스북이나 싸이월드는 소외되기 싫은 군중심리? 그런 게 있었고, 호기심도 있었고…….

■ 자기만의 공간에 대한 만족감/자기과시

- 5 싸이월드를 처음 시작할 땐 소통 같은 목적으로 한 게 아니고요, 애들이 배경음악 깔고 스킨 바꾸고, 꾸미고 장식하고 자기과시 막 이런 거, 그래서 저도 해보고 싶었어요.
- 9 싸이월드는 약간 자기만의 공간이라, 제가 글 쓰고, 야기자기하게 꾸미는 것도 좋아했고, 남들이 제 홈페이지에 와 주는 것도 좋았고 그런 것에 대해 만족감이 있었어요.

■ 주변인의 소개

- 3 스위스에 사는 사촌동생이 한국의 저희 집에 놀러왔다가 페이스북을 가르쳐줘서 사용하다가, 한 달 뒤 제가 미국에 갔을 때 많이 사용하게 되었어요.
- 19 단순히 그냥 친구들이 추천해줘서, 친구들이 하나씩 가입한 것 같아요.
- 10 페이스북은 영화 〈소셜네트워크〉 보고 친구랑 얘기하다가 친구가 하라고 해서 했던 게 처음이었던 거 같아요.

■ 다들 쓰니까

- 4 사람들이 사용하니까 나도 한번 해볼까 해서 해봤는데, 솔직히 지금도 이게 편한 건지 잘 모르겠는데 없으면 불편할 것 같긴 해요.
- 5 싸이월드는 친구들이 다 하나씩 궁금해서 시작했어요.
- 6 사람들이 카카오톡 많이 이용하니까 스마트폰 사자마자 깔았어요.
- 12 싸이월드가나 페이스북, 트위터 다 사용했는데, 포레집단에서 많이 이용하고 있고, 알고 있는 사람들과 긴밀하게 연락을 취하는데 도움이 되기 때문에 시작하였습니다.
- 16 제 생각에 장점은 싸이월드가 더 많지만 페이스북을 많이 쓰는 건 사람들이 사용하니까 쓰는 거라고 생각해요. 스마트폰을 많이 사용하게 된 거랑 같은 거죠.
- 19 싸이월드는 잘 기억이 안 나는데 비슷하게 친구들이 다 하나씩 했던 거 같아요.

■ 금전적 이유

- 15 카카오톡은 권유보다 금전적인 이유예요.

■ 단체활동홍보

- 9 기자단으로 활동하면서, 어느 단체를 소셜네트워크로 홍보하는 일을 하면서 접해서, 끝나고도 계속 하게 됐어요.

■ 무응답

- 1, 13, 17

7. 어떻게 처음으로 소셜미디어를 이용하게 되었나요?

<표 I-7> 처음 소셜미디어를 이용하게 된 계기

■ 친구 추천 6 카카오톡 하다가 친구가 카카오톡스토리를 소개해줘서 추천으로 다운받아 사용하게 되었어요. 대외활동 중 만난 사람들이 많이 하길래 시작했고, 싸이는 기억이 잘 안나는데 아마 친구들이 다 해서 사용하기 시작했을 거예요. 7 학교에서 같이 다니는 친구들이 쓰라고 해서 이용하게 되었어요. 8 페이스북은 친구들이 연락하기 어렵다고 하니까 되게 친절하게 가르쳐 줬어요. 19 비슷하게 추천받고 설명 듣고…….소셜미디어 자체가 스마트폰 때문에 더 하게 되는……. ■ 자연스럽게 8 카카오톡은 스마트폰 사면 기본으로 까는 거니까. 제 친구들이 다 하니까 하게 되더라고요. 9 그냥 자연스럽게. 저 같은 청소년 세대는 컴퓨터가 언제나 접할 수 있는 거기 때문에 다른 사람들이 뭐 하는지 이슈가 되고 저게 뭐지 나도 해볼까? 해서 하게 됐어요.	■ 채팅 5 외국친구들이랑 연락하려면 페이스북이 필요해서 시작했어요. 11 중학교 때 영국에 살면서 다른 한국인들이랑 MSN채팅으로 대화했어요. 그러다가 미국에서 많이 쓰는 블로그가 있는데, 그때 처음 시작하게 된 것 같아요. 16 초3때 컴퓨터를 처음 사면서 친구들이 뭘 하나 봤더니 버디버디 메신저를 하더라고요. 집에 가도 친구들과 대화할 수 있잖아요. ■ 취미생활 5 트위터는 제가 좋아하는 가수가 한다고 해서 시작했고, 텀블러는 제가 팬질 하는 외국가수 소식 들으려고 했어요. ■ 연동 5 인스타그램은 하고 있던 트위터랑 연동돼서 했고……. ■ 무응답 1, 2, 3, 4, 10, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 20
--	---

II. 다음은 소셜미디어 이용 현황에 관한 질문입니다.

1. 본인은 소셜미디어 사용방법이나 기능을 얼마나 또는 어느 정도 잘 알고 계십니까?

<표 II-1> 소셜미디어 기능이나 사용방법 습득능력

■ 잘 알고 있다.

- 3 처음에는 너무 어려운 거예요. 그래서 사진 올리는 거나 뉴스피드 그런 것만 했는데, 쓰면 쓸수록 많이 알아가는 거 같아요. 지금은 카카오톡이나 카카오톡스토리 다 능숙하게 다뤄요.
- 4 (카톡 관련해서 최근 알게 된 기능은?) 예전엔 사진 1장 보낼 수 있었는데, 지금은 여러 장 보낼 수 있고, 지금도 다운은 하나 할 수 있지만 올릴 땐 여러 장 올릴 수 있고. (페이스북에서 주로 사용하는 기능은?) 내 현재 위치 상태메시지. 그럼 친구가 당장 달려갈게! 그리고, (페이스북에서 최근 알게 된 기능은?) 처음엔 컴퓨터로만 사용했었어요. 핸드폰 앱으로도 되더라고요. 그거 알게 되었어요.
- 5 만약 100이 있는데 제가 70%를 활용한다면, 나머지 30%의 존재를 모르는 거잖아요. 얼마나 아는지 모르겠어요. 제가 봤을 때는 잘 쓰는 거 같아요. 제 입장에서는, 페이스북은 사실 요즘 메시지기능 아니면 잘 사용 안 해요. 엄청 친한 외국친구랑 그냥 편지 주고받고 하지, 페이스북에서는 활발한 활동 안 해요.
- 6 카카오톡은 거의 다 알고 있는 거 같아요. 모르는 건 거의 없는 거 같은데, 페이스북도 잘 아는 거 같아요.
- 7 카카오톡 게임 같은 거 할 때도 있고요. 애니팡이 요즘 대세예요. 친구들도 다 하고, 선배들도 다하고, 심지어 엄마까지도 하세요. 최근 알게 된 기능도 게임이에요. 페이스북에서는 소식 같은 거 듣고, 그룹 공지 같은 거 듣고 그런 거...싸이월드도 클럽이요. 클럽에서 글 읽고 올리고...공지 같은 거.
- 8 저는 거기 있는 기능 다 쓰는 거 같아요. 저에게 필요한 기능도 다 알고 쓰시는 거 같아요. 주로 카카오톡은 채팅하는 거밖에 안 해요. 그룹채팅은 멀리 사는 친구랑 하거나 회의 같은 거 있을 때. 최근 게임하는 기능 알았어요. 페이스북은 이벤트, 노트 많이 하잖아요. 요새 그거 해요.
- 12 질문이 애매하다고 생각하는데……. 블로그 같은 경우는 원래 관심이 컴퓨터 공부하면서 나온 거니까 개발 쪽도 어느 정도 할 수 있고 웬만한 기능을 다 사용할 수 있다고 생각합니다. 주로 글이나 사진 올리는 기능을

많이 써요. 소셜미디어에서 새로 추가된 기능이 있나요?

17 네. 비교적 잘 알고 있다고 생각합니다. 카카오톡 같은 경우는……. 알림 제어를 많이 사용하는데요. 그 이외에도 플러스 친구 이런 것들을 이용해서 정보를 얻는데 사용합니다. 페이스북에서는 주로 포스팅, 체크인, 사진 올리기, 누구와 같이 있었다 태그도 주로 사용하는데요. 가장 최근 알게 된 기능이 아마 그룹을 나누어서 글을 게시할 수 있다……. 싸이월드 같은 경우는 가장 기본적인 기능을 사용합니다.

19 거의 다. 주로 사용하는 기능은, 페이스북 같은 경우에는 담벼락에다 남기고요, 스피드 읽어보면서 댓글도 달고 그리고 페이스북의 메인 기능이란 건 거의 다 이용하고 있어요. 잘 이용하고 있어요.

20 기능은 한……. 거의 8-90퍼센트는 아는 거 같아요. 페이스북은 사진 올리거나 공유하고 그런 정도, 댓글 달고, 트위터는 리트윗하고, 되게 간단한 정도 해요. 카카오톡은 아이콘 팔고 그런 거는 잘 안 쓰고 그냥 친구들이랑 대화정도만 해요. 다른 기능들은 잘 안써요.

■ 기본적인 기능은 알고 있다.

1 한 반 정도? 그냥 말 걸고, 말 받고, 프리스톡? 그것도 하고. 그런데 전 아는 게 그게 끝이라. 아, 그룹 톡도. 설정 같은 건 대부분이 알지 않나요? 최근에 그룹채팅 알람 끄는 거 알았어요.

2 카카오톡에서는 그냥 톡, 대화하고 단체 톡하고, 카카오톡스토리하고. 그 정도 쓰고요. 게임은 안 해 봤어요. 최근에 알게 된 기능은 단체 톡에 공지하는 거 있잖아요. 얼마 전에 알았어요. 페이스북에서는, 예전에는 사진도 많이 올리고 그런 편인데, 요즘엔 주로 보기만 해요. 최근에 알게 된 기능은 이름 태그 하는 거. 골뱅이 쓰고, 그것도 궁금해서 물어보고 싶었는데 어떻게 물어보는지 몰라서… 애들이 태그하다 오ตาน 거 보고 따라해 봤더니 되더라고요? 요즘은 이름 쓸 때 만날 써요.

9 톡에서는, 요즘엔 게임도 막 하고…그런데 카톡도 기능이 보이스톡? 카톡이 기능은 많은데, 기능이 그냥 메신저잖

아요? 저도 그런 거 같고, 다른 사람들도 그것만 사용하는 거 같아요. 그렇게 완전 다양한 기능은 없는 거 같고, 어차피 문자메시지의 연장선이니깐 그렇게 이용하고 있어요. 최근 알게 된 기능은 보이스톡?

- 11 옛날에는, 특히 페이스북 같은 경우는 좀 더 간단해서 다 안다고 생각을 했는데요, 초대, 광고 등이나, 너무 떠서, 그런 거가 귀찮아지면서, 좀, 관심을 안 갖게 되는 것 같아요. 새로운 기능에 대해서……, 주로 쓰는 기능은 기본적인 것은요, 애들이랑 메시지하고, 사진 올리고…….
- 13 적당히만. 딱 저는 거의 사람들하고 연락하는 위주로만 사용해서, 그 기능 이외에는 딱히 잘 모르는 것 같아요. 싸이는 요새 잘 안 쓰는데 전에 사용할 때 아무래도……. 요즘도 마찬가지로이긴 한데, 페이스북도, 전에는 페이스북을 많이 안 할 때 싸이로 친구 많이 찾고 그렇게 하는 걸로도 많이 사용했고, 사진 올리고, 그냥 사람들하고 사진 그런 거 공유하고 방명록에 뭐 남기고.
- 14 저도 기능을 많이 아는 편은 아닌 것 같아요. 저는 여태까지 한 번도 기사를 링크해본 적도 없고요 저는 순수하게 네트워크의 목적으로만 다 이용했던 사람이라서 친구 담벼락에 안부를 남기거나 그룹 만드는 거, 그룹은 많이 만들었어요. 각종 모임, 동창회 등을 유지하기 위해서……. 주로 사용하는 기능이 그룹 만들기, 안부전하고, 사진은 많이 올라오긴 해요. 다 태그가 되니까. 최근 알게 된 건 카카오톡이요. 페이스북에서 위치남기는 서비스는 한 번도 안 해봤는데 얼마 전에 처음 해 봤어요.
- 15 제일 기본적인 거? 문자, 사진 보내기라든지? 채팅방은

좋아하지 않기 때문에 제가 개설하지는 않아요. 카톡에서 새로 알게 된 건 추천친구 목록에서 안 뜨게 하는 거? 차단하는 게 아니라, 페이스북에선 주로 글 쓰고, 사진 올리고, 그 정도? 좋아요 누르고, 댓글 달고, 계정 비활성화 시키는 건 최근에 알았어요.

- 16 카카오톡은 주로 메시지 보내는 거 쓰고요, 최근 보이스톡 알았어요. 처음에 나왔을 때 진짜 많이 썼거든요? 근데 그게 약간 느리고 답답한 그런 게 있잖아요, 그래서 잘 안 쓰게 되는 거 같아요. 트위터는 솔직히 따로 올리거나 하진 않으니까, 정보 얻는 거? 눈팅하고, 알게 된 기능이라기 보단 바뀐 기능이, 타임라인이 원래 선택할 수 있었잖아요? 근데 8월 19일부터가, 강제로 다 타임라인으로 바뀐다는 거예요. 그런데 전 타임라인이 진짜 싫었던 게, 이거였거든요?

▣ 잘 모른다.

- 10 카톡은 어려운 건 별로 없다고 생각하는데, 페이스북은 아까 말했던 친구가 하는 애길 들어보니 되게 많은 기능이 있는 거 같더라고요. 제가 많이 모르는구나 생각했어요. 카카오톡은 보내고 받는 거, 그룹채팅, 사진보내기 등 기본적인 것만 하고, 페이스북도, 체크 이런 건 안 해요, 저는. 카톡에 사진 여러 개 올리게 되는 거 알게 된 거 같아요. 페이스북은 하던 것만 하는 스타일이라서 잘 모르겠어요.

2. 다른 기능을 사용하지 않는 이유는?

<표 II-2> 다른 기능을 사용하지 않는 이유

▣ 필요성을 못 느낌

- 1 처음 할 때 장소가 뜨더라고요. 그거 소용없어 보여서 꺼버렸는데? 싸이 다이어리는 쓸 이유가 없어요. 애들도 안하고 재미도 없고 그래서.
- 2 별로 필요를 못 느껴요. 필요가 생기면 깔겠죠. 그런데 필요 없으면 안 깔아요. 많이 깔면 핸드폰 안 돌아가니까.
- 15 카카오톡 동영상 전송 같은 경우는 한 번도 다른 사람과 공유하고 싶다. 이런 생각이 없었어요.

- 16 쓰지 않는 기능은 이유가 있는 것 같아요. 필요성을 못 느끼니까. 내가 필요하면 알아서 찾아 쓸 텐데 굳이 사용하지 않아도 SNS 사용에 지장이 없으니까.

- 17 필요성을 못 느껴서요. 게임 같은 경우 제가 충분히 다른 PC 게임을 통해서 얻을 수 있는 쾌락이 있기 때문에 충분히…….

▣ 흥미 없음

17 싸이월드의 다른 기능은 흥미가 없어서입니다. 그림을 그리거나 그런 거는 흥미를 못 느끼기 때문에…….

18 계속 손이గా야 되는 게임이 많아요. 해도 질리게 되더라고요.

■ 지금 쓰고 있는 기능으로 충분

4 저는 제가 필요한 것만 딱 쓰는 것 같아요. 불필요한 거 하면 귀찮아서? 관리를 못하겠어요. 너무 많으면 또 골치 아플 것 같고.

19 지금 기능으로도 충분하기 때문에 그래요. 만족해요.

■ 경제적 이유

6 아이템 선물, 기프트콘처럼 돈을 지불하는 서비스는 잘 안하는 거 같아요. 결제하려면 카드 사용해야한다 막

이리고, 휴대폰 결제는 청소년이라 불가능 하다고 해서 별로 안 해요.

9 제 핸드폰 같은 경우에는 제가 내는 게 아니라 엄마아빠가 내주시는 거기 때문에 제가 함부로 결제할 수 없는 거고…….

■ 기타

1 싸이 다이어리는 다른 애들이 허세성 글을 올려서 안써요.

13 카카오토리는 페이스북이 있으니까. 굳이 똑같은 사진을 두 군데에다가 다 올릴 필요가 있나 싶어서…….

15 기업과 친구 맺기 같은 경우는 기업이, 사실은 다 광고성 이잖아요?

18 게임 같은 거는 수준이……. 사양자체가 좋지 않아서 플래시게임, 옛날 게임만 많아요. 게임을 하려면 차라리 게임 사이트로 가면 되지 페이스북으로 가서 게임을 하지는 않아요. 재미 측면에서도 좀 그렇고…….

3. 소셜미디어 사용방법이 어느 정도 또는 얼마나 쉽다고 느끼니까?

<표 II-3> 소셜미디어 사용 습득 능력

■ 매우 쉽다.

4 친구들이 처음에 페이스북 쓸 때 어떻게 해야 할지 모르겠다 그랬는데, 근데 저는 처음부터 쉬웠어요. 이걸 이렇게 사용하게 되는 거구나 바로 알고.

6 카카오톡은 메뉴얼이 딱4개 있잖아요. 그렇게 어렵지 않아요. 페이스북도 어렵다고 생각 안 해요.

7 저는 쉽지만, 다른 사람들은 어렵다고 느끼는 거 같아요. 되게 청소년들도 어린아이들이나 나이 드신 분들도 쉽게 할 수 있는 거 같은데, 페이스북은 어렵다고 하는 사람들이 많아요. 뭐가 어렵냐고 물으면 아, 전체적으로 어려워 막 이리고, 싸이월드를 하다가 페이스북으로 넘어간 애들이 많아요. 둘이 체계가 다르니까 어색해 가지고 어렵다고 하는 애들이 많아요.

8 카카오톡은 되게 단순하고 쉽다고 생각하는데, 페이스북은 지금은 괜찮은 데 처음에는 좀 어렵다고 생각했어요.

9 저는 되게 편했어요. 좋았어요. 기능이 어려운 게 아니라 그냥 글 올리는 거, 이런 기능이구나, 암기하고 그런

게 아니라 그냥 바로바로.

10 카카오톡은 진짜 쉽다고 생각해요. 그냥 깔고…어렵다고 느낄 수도 있는데, 그걸 처음 접했을 때의 어려움이라면 당연히 느낄 수 있는 거지, 시스템 적인 어려움은 없는 거 같아요. 페이스북도, 애들이 어렵다고 하는데 애들이 왜 어렵다고 하는지 이해하지 못하겠어요. 물론 용어가 좀 어색해서 그럴 수도 있지만 그건 기본적인 문제지 어려운 건 아니라고 생각해요.

11 한 번 빠지면 계속 할 정도로 쉬운 것 같아요. 굳이 어렵게, 어떻게 사용하는 지 찾아보지 않아도 해보면은

17 소셜미디어 사용 방법이 얼마나 쉽다고 생각하느냐면요. 맨 처음에 이런 기능이 어렵다고 생각한 사람들도 하루 정도 사용하고 나면 이것에 익숙해지거든요.

18 저는 디지털 쪽에 대해서 거리감이 없어서요. 페이스북도 친구들 중에서도 제일 먼저 시작한 것 같고요 그쪽에 대해서는 거부감이 없어요. 그래서 쉽게 이용하게 됐죠. 사용방법이 쉬운 것 같아요

20 사용 방법은 쉬운 거 같은데…….저는 그렇게 느끼는데, 페이스북은 어렵다고 하는 애들도 있긴 있었어요. 처음에는

이렇게 해보고 눌러보고 가끔 모르는 게 있으면 검색해 보면 나오니까.

■ 매우 어렵다.

- 2 카카오톡은 세로드립도 할 수 있을 거 같아요. 페이스북은, 안 되겠다. 페이스북은 조금 어렵긴 한데, 맨 처음 시작할 때 막막한 거 있잖아요. 익숙하지 않으니까 적응하는데 시간이 걸리잖아요. 전체적으로 낯서니까 한 적응 기간이 이를 걸린?
- 3 근데, 특히 처음 접하는 사람은 되게 어려운 것 같아요. 많이 해 봐야 느는 거지, 처음 접하는 사람에게는 신세계니까. 어려웠었어요. 처음엔 주변의 친구들도 처음 하는 애들은 처음엔 되게 어렵다고 하고...
- 13 처음에 시작하기가 조금 복잡하다고 그럴까? 알다보면 괜찮은데. 그렇게 쉽다고는 못할 것 같은데요. 적응도 그렇긴 할 테고, 우선 사람들마다 기계 다루는 거나 빨리 습득할 수 있는 게 다르니까.
- 16 저는 어려운 지 안 어려운지는, 부모님이 사용하시나 안하시나 보면 알 수 있다고 생각하거든요? 우선 페이스북은 너무 어렵다면서 사용할 엄두도 안 내세요, 그거 보면 진짜 어려운 것 같아요. 페이스북이랑 트위터는 좀 달라서 어려운 것 같아요.

■ 일부 어려움을 겪는다.

- 1 카카오톡은 정말 쉽잖아요. 문자보다 더 쉬운 것 같은데? 페이스북은 좀 어려워 보여요. 아직 모르는 기능이 너무 많아서 헛갈리는 부분도 있고, 좀 더 적응해야 할 것 같아요. 싸이월드는 별 기능이 없어서 정말 쉽다고 생각해요.
- 5 텀블러는 솔직히 아직 어려워요. 제가 아직 모르는 기능이 많은 것 같아요. 그리고 트위터는 처음에 해쉬태그랑 멘션 보내기도 몰랐는데, 어찌다 보니까 알게 됐고요. 눈치가 조금 있는 젊은 사람이라면 눈치 까면서 기능 습득하는 것 같아요. 카카오톡은 조잡한 기능 없어서 쉬웠어요.
- 12 아까 얘기했듯이 자주 쓰는 기능들, 글을 올리고 미디어 자체를 공유하는 거는 굉장히 쉽다고 생각해요. 직관적으로, 그 대신에 소셜미디어에 올라갈 콘텐츠를 제작해 내는 것은 어떤 작업이든지 어려운 작업이죠.
- 15 소셜미디어 다 통틀어서 말하면, 제일 기본적인 게, 글 올리고, 사진 올리고 이런 건 쉽다고 느끼는데, 다른 기본적인 기능 있잖아요, 설정을 바꾼다든가, 이런 건 저만 힘들다고 느낄 수 있는데, 그리고 약간 어려운 부분도 있는 건 있는 거 같아요. 특히 어르신들 가르쳐 드릴 때에는.

■ 무응답 및 기타

- 14 무응답
- 19 하루 한 두 번.....몇 시간.

4-1. 소셜미디어를 일주일에 며칠 정도 접속하나요?

<표 II-4-1> 소셜미디어 일주일 간 접속 일수

- | | |
|---|---|
| 1 카카오톡은 일주일에 7일? 페이스북도 거의 매일 해요. 싸이월드는 일주일에 4번 정도? | 7 거의 매일 해요. |
| 2 맨날맨날 쓰죠. | 8 계속, 매일매일. |
| 3 매일. | 9 매일매일 하죠. |
| 4 일주일에 일곱 번. | 10 스마트폰 있어서 며칠이라는 개념보다는 수시로, 매일. 페이스북에 접속한 게 남잖아요. 선생님께서 제 주기 보시고 전 미친놈이라고 할 정도로, 그 정도로...11 매일 해요. |
| 5 매일. | 12 매일 씁니다. 페이스북 같은 경우에는 매일 쓰고요. 블로그 같은 경우는 한 달에 두 번 정도 거의. 글을 쓰는 거는 한 달에 두 번 정도. 페이스북은 그냥 매일 |
| 6 카카오톡은 하루 종일, 매일매일...카카오톡스토리는 이틀에 한 번 정도? 페이스북은 하루에 2시간? 매일매일. 싸이월드는 안 해요. | |

습관적으로 접속하는 것 같아요. 13 카카오톡은 매일 접속해요. 페이스북도 매일. 핸드폰에 돼있으니까. 앱이. 싸이월드는 일주일에 한 번도 안 들어가는 것 같아요. 14 7일 다 쓰죠 15 페이스북, 카카오톡, 싸이월드 매일 접속하기는 해요. 16 카카오톡 포함이면 일주일 내내 트위터는 일주일에 한두 번? 페이스북도 매일 하는데, 글은 안올리니까, 지하철에서 버스에서 심심하면 들어가 보고.. 글 올리	는 건 일주일에 적으면 한 번, 많으면 세 번? 블로그는 한두 번? 계정 확인용으로. 17 매일 접속하는 편입니다. 18 거의 매일 해요 19 네. 그게 소셜미디어, 페이스북이나 카카오톡 같은 거 포함한다고 한다면 일주일에 셀 수 없어요. 뭐, 매일 이죠 매일. 아침 눈 떠서 저녁 할 때까지 카카오톡 확인하고, 실제론 24시간.. 20 맨날 하는 거 같아요. 일주일에 7일.
--	---

4-2. 소셜미디어를 하루 평균 몇 시간 이용하나요?

<표 II-4-2> 소셜미디어 하루 평균 이용시간

■ 1시간 이내 8 카카오톡은 학교 끝나고 저녁시간에, 페이스북도 저녁시간 때 해요. 학교에서는 핸드폰을 걷으니까 어차피 못써요. 그런데 방학 때에도 낮 시간 때는 애들이 안하니까 저도 안하게 되더라고요. 12 시간 단위는 아니고요 3분에서 5분정도, 밥 먹고 라든지 한두 번, 여러 번은 아닌 거 같고. ■ 1~2시간 9 시간을 정해놓는 게 아니라 틈날 때마다 하죠. 하는 시간을 종합해보면 한 시간 정도 하죠. 카톡, 페이스북, 싸이월드를 다 합치면 한 시간 정도 하는 거 같아요. 14 저는 되게 안 쓰려고 하는데 못해도 카톡은 1시간에 1번 씩 보는 거 같아요. 그리고 잉여시간에는 한 30분~40분씩 계속하죠. 그룹 카톡도 많이 하는데 웬만하면 무시해요. 그것까지 다 보고 있으면 내 할 일을 못해요. 패북은 잉여시간에만 하고 있어요. 지하철 왔다 갔다할 때.....하루에 1시간 반에서 2시간 정도하지 않을까요? 17 스마트폰을 통해서 주로 접속을 하기 때문에 시간을 전부 합치면 한시간 반 가량 됩니다. 18 잠깐잠깐 이용하는 거라서..... 길게 할 때도 있긴한니까 카톡 포함한다면 1~2시간 이용하는 것 같아요.	■ 2~3시간 1 카카오톡은 하루 2~3시간, 페이스북은 30분, 싸이월드는 접속하면 30분 2 세 시간 정도? 많이 쓰면 하루종일 붙잡고 있기도 하죠. 7 수업시간, 잠자는 시간, 밥 먹는 시간 같은거 빼면.....야자시간 끝나고 하는데 하루 한 시간 정도 되는 거 같고요? 자기 전에도 카톡하고, 페이스북하고 계속 하니까 3시간 정도..... 15 카카오톡 같은 경우는 누구와 얼마나 할 얘기가 있느냐에 따라 다르고요, 페이스북 같은 경우는, 글썽요, 잠깐잠깐 여러 번 접속하기 때문에, 두세 시간 되지 않을까? 싸이월드는 10분? 16 세 시간? ■ 4~5시간 11 합해서요? 4~5시간 하지 않나 싶은데.....스마트폰이 있잖아요, 심심할 때마다 들어가 보고 이러니까. 컴퓨터로는 거의 안 쓰는 거 같아요. 페이스북도 똑같아요. 노티스 뜨거든요. 13 되게 많이 해요 4시간? 5시간? 제가 다니는 시간이 많아서 움직이면서 책 읽기도 그렇고 머리 아프고 그렇거든요. 그런 시간에 대부분 하는 거 같아요. 페이스북은 한 30~40분. 싸이월드는 거의 안하니까 들어가면 10분.
---	--

■ 수시로

- 3 그것도 수시로 해가지고……. 틈날 때마다.
- 4 대략 잠자는 시간 빼고? 학교에서도 핸드폰을 책이랑 같이 펴놓고 이렇게 터치만 하면 되니까. 확인하고 댓글도 달거 달고, 그냥 편하게 하는 것 같아요. 거의 16시간?
- 6 카카오톡은 개인톡을 할 경우에는 이용을 많이 하지 않는데, 그룹톡을 할 경우에는 대답 안 해주도 알림이 계속 뜨고 진동이 계속 울리면 확인을 해줘야 하잖아요. 알림끄기 있는데 저는 쌓이면 못 읽으니까 웬만하면 바로바로 받아봐요. 거의 하루종일 카톡을 붙자고 있는 거 같은……. 카카오톡스토리는 이틀에 한 번 꼴로 한 20분? 페이스북은 아까 2시간 이용한다고 했고.
- 10 솔직히 집에 가서 누울 때까지 계속 해요. 버스에 있을 때도 하고, 쉬는 시간에도 하고 폐해가 큰 거 같아요.
- 19 매일이죠 매일. 아침 눈 떠서 저녁 할 때까지 카카오톡 확인하고, 실제로 24시간……. 그룹 카톡은 자고 일어나면 계속 쌓여요. 여러 그룹 카톡이 계속 열려있다

보니까, 물론 무의미한 게 많긴 하지만 계속 쌓여요. 20 사실 깨어있을 때 맨날 보는 것 같은데. 틈틈이 치면 뭐 한 대어섯 시간정도 되려나? 정확히는 잘 모르겠어요.

■ 기타

- 5 자주자주 확인하기 때문에, 시간으로 환산하면 저도 궁금한데, 글썽요? 상황에 따라 다른데 한번 접속할 때마다 한 10분정도 확인하고, 아니면 1분 확인하고 꺼버리고, 카카오톡은 알림 오면 그냥……. 말하기가 좀 애매하네요.
- 6 카카오톡은 개인톡을 할 경우에는 이용을 많이 하지 않는데, 그룹톡을 할 경우에는 대답 안 해주도 알림이 계속 뜨고 진동이 계속 울리면 확인을 해줘야 하잖아요. 알림끄기 있는데 저는 쌓이면 못 읽으니까 웬만하면 바로바로 받아 봐요. 거의 하루종일 카톡을 붙자고 있는 거 같은……. 카카오톡스토리는 이틀에 한 번 꼴로 한 20분? 페이스북은 아까 2시간 이용한다고 했고.

5. 소셜미디어를 일단 접속하면 어느 정도 몇 분 또는 몇 시간 정도 사용하나요? (1회 접속기준)

<표 II-5> 소셜미디어 1회 접속 시간

■ 분 단위

- 4 1분? 답장이 1분씩 오거든요. 되게 중요한 얘기를 하면은, 사소한 얘기 말고 고민거리, 그런 걸 할 때는 들어주는 입장이 되거든요. 그러면 30~40분? 자기 전에 많이 그러는 것 같아요.
- 5 10분정도 확인하고, 페이스북에서 편지를 쓴다 하면 한 시간은 걸리는데 그런 건 보통 2주에 한번정도니까……. 보통 한 10분 쯤 확인하는 거 같아요.
- 6 카카오톡은 한 번 이용하면 한 30분정도? 단체카톡방 같은 경우 친구들은 2시간 동안 계속 하는데 전 30분정도 하다가 지쳐서 눈팅만 하거든요. 카카오톡스토리는 거의 20분?
- 7 카톡은 짧게 할 때도 있고, 길면 한 30분 넘게 할 때도 있고…….
- 9 장난 아니죠. 페이스북 같은 경우에는 한 30분 넘는 거 같아요. 카톡은 제가 너무 많이 하다보니까 부모님이

■ 시간 단위

- 2 한 시간은 기본으로? 학교에 등교해도 계속 해요. 수업시간에도 몰래 해요. 안 보이게…….
- 3 몇 분 간격으로 할 때도 있고, 길게 몇 시간 동안 할 때도 있고…….
- 8 페이스북은 한번 접속하면 한 시간.
- 16 블로그는 한번 들어가면 오래있죠, 남들 거 타고 들어가면 재밌는 소식 있고, 하니까 남들 블로그 때문에 시간이 길어지니까. 한번 들어가면 한 시간 정도, 좀 오래 하는 거 같아요.

■ 때에 따라 다름

- 1 카카오톡은 때에 따라 다른데, 오래하면 밤새서도 하고, 짧게 할 거면 용건만 주고받기도 하고.

데이터 요금을 끊어놓으셔서 와이파이 존에서만 쓸 수 있어요. 11 이게 계속 다른 것 같아요. 좀 오랫동안 안 했다가 켜면 좀 오래하는 편이고요, 30분에서 1시간 정도……. 13 누구랑, 어떤 대화 하느냐에 따라 다른데 보통은 30분은 하는 거 같아요. 페이스북은 한 20분에서 25분. 14 페이스북 같은 경우 10분에서 15분 정도 이용하는 것 같아요. 카톡은 1분정도 해요. 확인만 하고 나와요. 트위터는 모아져있는 글들만 보기 때문에 30분정도 하는 것 같아요. 15 카카오톡 같은 경우 그냥 간단한 대화정도면 3분정도, 페이스북은 5분 이내로 한 번에 접속하면 확인만? 그리고 싸이월드도 한 5분 이내로……. 16 단체카톡방 등 가벼운 대화의 경우 20~30분 정도. 페이스북은 남들 꺼 쪽 볼 때 10분정도면 다 보잖아요? 트위터도 잠깐 보니까 5분도 안 걸리고. 17 한번 접속하면 약 5분가량 합니다. 19 분당 한 1~2분밖에 안 되는 거 같아요. 카톡확인, 끝, 이렇게……. 하나의 소셜미디어를 계속 잡고 있진 않아요. 20 한번 하면 뭐 한 10분.	8 카카오톡은 딱 몇 시간이라고 말하기 힘든 거 같아요. 빨리 끝날 때도 있고, 계속 붙잡을 때도 있고. 12 블로그는 한번 접속하면 글을 쓰는 시간에 따라 다르죠. 18 이진 편차가 되게 커서……. ■ 제한 없음 4 어쨌든 몇 분 단위로 환산 못 하겠어요. 카카오톡 룸에서는 대화가 끊이지 않는 것 같아요. 10 새로운 거나 업데이트 뜨면 보는 거지, 딱히 시간제한은 없는 거 같아요.
--	---

6-1. 주로 사용하는 시간대(오전, 오후, 저녁시간, 새벽)는?

<표 II-6-1> 소셜미디어 사용 시간대

■ 저녁~밤 2 학교에서 집에 들어오면 5~6시쯤 되니까 저녁 먹고? 새벽에는 자기 전에 하는 거니까 1시~2시? 7 밤에, 자기 전에, 저 1시쯤 자요. 8 저녁시간에……. 9 역시 밤이죠. 평상시에는 학교에 있으니까, 야자 11시에 끝나고 밤 11시, 12시에 하고. 10 저녁시간에 사용해요. 누워서 할 게 없으니까……. 13 보통 저녁시간, 그 때가 집에 가는 시간이라. 버스나 기차 이런 거 타고 갈 때. 14 페이스북 같은 경우는 출근시간, 퇴근시간, 자기 전 이렇게 이용하는 것 같아요. 16 저녁에 많이 하는 것 같아요. 저녁에 학교 끝나고 집에	■ 아침/저녁 3 아침에 학교 갈 때랑, 학교 쉬는 시간이나 잠에 자려고 누웠을 때. 4 방과 후에 많이 하는 것 같아요. 아침에도 하고, 몇 번 버스를 타야 하지? 하고, 제가 길을 잃어버린 적이 있거든요. 19 지하철에서 오갈 때죠. 아침에 학교 올 때랑 저녁에 일과 마치고 집에 갈 때 되게 많이 스마트폰을 사용하죠. ■ 하루종일 1 카카오톡은 때에 따라 다른데, 오래 하면 밤새서도 하고, 짧게 할 거면 용건만 주고받기도 하고.
---	---

가는 시간이니까. 아니면 자기 전 누워서라던가, 하루 일과 다 끝나고 집에서 TV 앞에 앉아서 심심할 때 하고 그러니까.	5 아침에 눈 뜨는 7시부터 새벽 2~3시까지.
17 오후 시간대가 제가 주로 많이 활동하는 시간이고 활동을 하면서 주로 다른 사람들과 체크하여야 할 것이 있거나 아니면 제가 지금 어디에 있다는 것을 알리기 위해서 주로 사용하기 때문에...	6 카카오톡은 시간대가 따로 정해져 있지 않고요. 페이스북은 알림 오면 그것만 확인하고, 학교활동 마치고 집에 오면 컴퓨터 들어가면 한 30분 정도? 핸드폰으로 못하는 기능 있잖아요. 그걸로.....
18 아무래도 오후나 저녁때죠.	11 그냥 다 하는 거 같은데요? 항상 핸드폰 있으니까 심심할 때마다 보게 되는 것 같아요. 새벽에도 만약에 잠자다가 깨면 그냥 확인 해 보고, 컴퓨터로만 하면 좀 다를 텐데, 스마트폰에 그게 다 있으니까 그렇게 되는 것 같아요.
20 오후나 저녁, 저녁에 제일 많이 쓰는 거 같아요. 그제 소통을 하는 거잖아요. 페이스북에 올린다 그래도 하루종일 일이 있는 다음에 올리는 거잖아요. 그래서 저녁 때 사람들도 제일 많이 올리는 거 같고, 그 때 읽을 것도 많고.	12 주로 사용하는 시간은 없습니다. 랜덤하게 들어갑니다.
	14 카톡은 그냥 1~2시간에 한 번씩 사용하는 것 같아요.
	15 하루종일이요. 잠자는 시간 빼고 다.

6-2. 주로 사용하는 장소는?

<표 II-6-2> 소셜미디어 사용 장소

■ 집 또는 방 2 방, 집. 3 방? 화장실? 4 집에서 많이 하는 거 같아요. 7 집이요. 방 8 집. 9 집이죠. 제가 있을 때는 집밖에 없으니까. 14 방에서 많이 사용해요. 15 집. 이동하면서는 위험하니까. 버스 안에서는 어지러워서 잘 안하고요. 16 집에서 할 때나 혼자 있을 때나. 밖에서 할 땐 글만 딱 올리고 많이 안하고, 사람들 만날 때 하는 것도 좀 별로 좋아보이지 않더라고요. 19 집이랑..... 20 주로 사용하는 장소는 대중교통이나 집인 것 같아요. ■ 어디서나 5 에브리데이 에브리웨어. 스마트폰이 있으니까 장소는 큰 구애를 받지 않아요.	■ 이동 중(교통수단) 3 차 안이나..... 7 요즘은 LTE 다 되니까 버스 안에서도 사용할 수 있어요. 8 집이 아닌 다른 장소에서는 이동할 때. 학원 차량 안에서 9 이동할 때 하죠. 제 건 와이파이가 터져야 하니까 지하철에선 아무 때나 하죠. 14 지하철, 이동할 때. 16 집 아니면 대중교통. 17 이동하는 경로에서요. 걸어가거나 대중교통을 이용하거나 그럴 때요. 19 지하철. 20 대중교통. ■ 학교 3 학교나..... 6 주로 학교에서 제일 많이 쓰고요. 수업시간에도 해본 적 있어요. 저희 반은 36명인데, 열 몇 명을 하는 거 같아요. 선생님께 걸리면 뺏겨요. 그래서 지금 한 달 뺏겨있는 상태고요.
--	---

11 그냥 핸드폰이랑 있으면 어디든지……. 진짜 그냥, 있을 때마다, 심심할 때마다 보는 것 같아요. 12 장소도 랜덤 합니다. 집에서는 거의 안하려고 해요. 부모님이 별로 안 좋아하셔서……. 18 스마트폰이 있으니까 여기저기서 많이 사용하는데……. 장소가 특별히 있는 것 같지 않아요.	10 학교에서 많이 사용해요. 학교에서 금지하긴 하는데 딱히 실질적인 제재가 없어서 전 다 해요. 걸리면 뺏기긴 하는데 고3은 지금 내신이 끝나서 제재가 없어요. 대부분 그냥 넘어가시니까……. 15 집 그리고 학교, 도서관, 카페……. 19 강의실에서 하는 애 되게 많아요. 수업 듣다가 카톡 확인하고 문자 보내고 그런 게 되게 만연해요. ■ 기타 15 도서관 카페, 어디 편하게 앉아 있을 때, 시간이 나면,
---	--

7. 컴퓨터 vs 스마트폰 중 소셜미디어 접속 빈도와 이용 시간은?

<표 II-7> 컴퓨터 vs 스마트폰 중 소셜미디어 접속 빈도와 이용 시간

■ 스마트폰>컴퓨터 ■ 이용시간의 차이 1 스마트폰이 훨씬 많은 것 같은데, 이용시간도 스마트폰이 더……. 9:1? 5 당연히 스마트폰이죠. 스마트폰 사고 나서는 컴퓨터 접속 시간이 확 줄었어요. 7 스마트폰이요, 10기준으로 8:2? 스마트폰으로 더 오래 쓰는 거 같아요. 9 핸드폰인 거 같아요. 요즘에는 자기소개서 쓰다 보니까 PC를 많이 이용했던 것 같은데, 평상시에는 컴퓨터 할 기회가 별로 없죠. 한 8:2까지 되는 거 같아요. 9:1까지 해야 하나? 지속적인 건 스마트폰 같은데, 한 번 앓을 때 오래하는 건 컴퓨터인 거 같아요. 14 방학 때는 집에 항상 늦게 들어가기 때문에 8:2 정도 되는 거 같아요. ■ 접근성 1 컴퓨터로 들어가려면 로그인도 하고, 복잡하잖아요. 애는 누르면 바로 나오니까 컴퓨터 있어도 스마트폰 쓰는 것 같아요.	3 컴퓨터는 켜고 접속하고 그래야 되는데, 스마트폰은 들고 다니면서 할 수 있는 거잖아요. 11 컴퓨터를 사용하게 되면 항상 켜 놓기는 하는데 굳이 페이스북을 하려고 컴퓨터를 켜 적은 없어요. 컴퓨터는 주로 밤에 쓰는 거 같아요. 스마트폰은 계속 쓰고……. 16 7:3? 솔직히 과제 같은 거 이외에 컴퓨터 하는 이유가, 다음카페, 싸이월드, 페이스북 이런 건데, 그런 건 솔직히 스마트폰으로 충분히 할 수 있잖아요. 그러니까 굳이 컴퓨터 켜고 그 앞에 앉아서 하지 않아도, 앉아서든, 누워서든, 자유롭게 할 수 있으니까. 17 6:4정도 됩니다. 컴퓨터 같은 경우 자기가 직접 인터넷 창을 열어서 해야 하는 불편함이 있는 대신에 스마트폰 같은 경우는 아이콘을 누르면 접속이 되니까 그런 차이점이 있습니다. 소셜네트워크를 하기 위해 컴퓨터를 켜 적은 없고, 다른 거를 할 때 켜놔요. 20 8:2요. 핸드폰은 아무데서나 하니까 그게 더 편하고. ■ 기타 2 전 컴퓨터로 거의 안 해요. 9:1? 컴퓨터는 게일 할 때 말고는, 페이스북도 아예 안 들어가요. 4 스마트폰. 9:1? 스마트폰이 9. 이용시간은 스마트폰 기준으로 8:2. 6 주로 스마트폰이죠. 비율은 8:2정도? 이용시간도 스마트
---	--

폰이 더……. 8 역시 스마트폰…….비율로 보면 3:7. 스마트폰이 7이에요. 10 컴퓨터 전혀 안 해요. 10 중에 0.5정도? 컴퓨터가……. 15 핸드폰으로 더 많이 접속해요. 핸드폰이 7 컴퓨터가 3? ■ 컴퓨터≈스마트폰	18 일단 스마트폰은 집이랑 밖에서 쓸 수 있으니까 스마트폰을 많이 이용하는 것 같긴 한데, 컴퓨터로 페이스북을 이용할 때가 이용시간이 긴 것 같아요. 접속 빈도로만 봤을 때는 스마트폰이 더 많죠. 5:5정도. ■ 무응답 12, 19
---	---

8. 소셜미디어 이용에 있어서 얼마나 적극적으로 참여하는가요?

<표 II-8> 소셜미디어 이용 참여도

■ 적극적으로 활용한다.	■ 그렇지 않다.
4 저는 댓글하고 직접 글 올리는 거 되게 많아요. 저는 한 번 할 때 눈팅하고, 댓글 달고, 좋아요 누르고, 글도 많이 올리고, 한 일주일에 4번은 글 올리는 것 같아요. 6 페이스북은 되게 적극적으로 이용하고 있어요. 제가 글 쓰는 거랑 구경하는 거랑 비율은 반반. 7 전 페이스북 볼 때마다 괜찮은 거 있으면 댓글 많이 달아주고, 좋아요 눌러주고, 사진이나 글 같은 것도 올리고 그래요. 카카오톡도 대화 많이 하는 편이에요. 8 페이스북은 적극적으로 글 올리기도 하고, 댓글 달기도 하고, 이벤트 참여하기도 하고… 9 어…되게 자주 하죠. 전 글 많이 남기고, 하루 두 세 개씩 남기는 거 같아요. 카카오톡 같은 경우는 그룹 채팅 하죠. 10 저는 되게 적극적이에요. 그리고 남는 시간에는 폰을 되게 많이 만지는 편이라서요. 그룹채팅을 하게 되면 항상 주요 화자는 저예요, 말을 제가 제일 많이 하니까. 12 블로그 같은 경우 남의 블로그에 가서 읽는 경우가 별로 없고, 글을 쓰는 것을 더 많이 해요. 14 재밌는 말만 올려요. 사진은 약간 이걸 사람들이 내가 뭘 하고 있나 봐야할 것 같은 사진? 포스팅 할 때는 내 월에다가 포스팅 할 때는 그냥 Like 많이 찍힐 것 같은 옷건 거 주로 올리는 거 같아요. 재미있는 콘텐츠 올리죠. 동시다발적으로 사람들에게 전달해야 될 메시지가 있어야 할 때, 내용 퍼트릴 때 많이 필요하죠.	1 카카오톡은 때에 따라 다른데, 오래 하면 밤새서도 하고, 짧게 할 거면 용건만 주고받기도 하고 그러는데, 짧게 할 때는 너 어디야? 하고 만날 때, 문제 같은 거 생겼을 때, 페이스북은 30분? 싸이월드도 거의 비슷해요. 들어가서 애들 소식보고, 재밌으면 댓글 달고. 2 카톡은 그냥, 중간 정도 먼저 하기도 하고, 받기도 하고, 채팅방 개설해서 가끔 초대하긴 하죠. 자주는 안 해요. 페이스북은 초창기에는 사진도 올리고 담벼락에 글도 쓰고 그랬죠. 지금은 그 정도는 아니고…좋은 글 있으면 좋아요 누르고 댓글도 달고 하죠. 3 그게, 기간이 있더라구요. 한창 열심히 할 때가 있고, 지겨워서 댓글만 쓸 때도 있고, 아니면 업로드된 거 볼 때만 있고, “딱 이거다” 라고 말하기는 곤란한데… 5 페이스북은 적극적으로 안 합니다. 텀블러는 다른 사람 리뷰 많이 하고요. 제가 직접 올리진 않아요. 제 개인적으로 정보수집… 6 카카오톡은 계속 하고, 카카오톡스토리는 적극적으로 이용 안 해요. 11 제가 접속하는 것에 비해서는 적극적으로 참여하는 건 아닌 것 같아요. 굳이. 귀찮다고 할까요? 제 일상을 한 시간 단위로 업데이트 할 필요는 없을 것 같고요, 친구들의 게시물 같은 데 굳이 코멘트 안 해도 되면 안하는 것 같아요. 13 저는 보통 거의 읽고 누가 저한테 얘기를 하면 댓글 정도, 아니면 가끔 누가 딱 생각나면 ‘아, 보고 싶다’

16 페이스북 많이 하는데, ‘좋아요’누르는 거 많이 하는 거 같아요.	이런 정도. 이런 글 같은 거 남기는 것 빼고는 거의 다른 활동은 안 해요.
17 주로 작성하는 쪽입니다. 다른 사람 것도 많이 읽고 댓글도 많이 다는 편이고요 글을 많이 쓰기도 하고 많이 읽기도 합니다.	15 카카오톡은 주고받는 거니까 제외하고, 페이스북은 더 많이 읽는 것 같아요, 쓰는 것 보다는…….안 친한 사람들 건 조용히 보고요, 친하고 웃기다, 흔적을 남길만한 가치가 있다 싶으면 ‘좋아요’ 누르고, 댓글도 달고.
18 저는 적극적으로 참여하는 편인것 같아요. 글을 많이 남기고요, 댓글도 많이 남기고요. Like도 많이 누르고요. 커뮤니티를 개설하는 편은 아닌데 커뮤니티에서 게시 글이 올라오면 바로 댓글을 달아주는 편이에요	16 페이스북 많이 하는데, ‘좋아요’ 누르는 거 많이 하는 것 같아요. 글 올리는 것 보다…….
19 댓글도 달고 작성도 하고 그래요.	20 페이스북 같은 경우 요즘은 좀 읽는 편으로 바뀌었어요. 그게 하다보니까 회의감이 드는 게요, 그게 막 서로 자랑하는 공간이고. 모르는 사람들에게도 너무 많이 노출되고 그래서. 트위터는 친구가 많이 없어서 거의 보는 쪽이 많은 거 같아요.

8-1. (8번 문항) 그 이유는?

<표 II-8-1> 소셜미디어 적극 참여 이유

■ 적극적으로 활용한다. 4 딱히 없는 것 같아요. 음~제 상태를 사람들에게 알리고 싶어요. 제가 약간 우울증 같은 게 있어서, 아무도 보지 않아도 제 상태를 올리고 싶어요. 나는 이렇구나 하는. 제 자신을 기록하고 싶어요. 6 대외활동을 하면서 만난 사람들이 더 많아요. 대학생들 많거든요? 외국 나간 분들도 많고, 외국 친구들 근황도 확인하고, 아니면 고등학생 친구들 중에도 토크? 이슈들 가지고 기록 남겨두면 저도 한 마디 쓸 수 있고. 그런 편이에요. 7 할 말이 많다 보니까. 보기만 하는 것보다 말하는 게 더 재미있고. 8 전국적으로 하는 모임을 몇 개 하고 있는 데 그래서 애들하고 만나서 얘기할 시간이 적잖아요. 그래서 페이스북으로, 가상의 공간에서 계속 만나면서 교류하는 거죠. 외국인 친구나 이민 간 친구는 전화 같은 게 힘들잖아요. 그럴 때 페이스북이 유용해요. 카카오톡도 비슷한 이유로 그런 거 같아요. 9 그냥…좋으니까. 오프라인에서의 관계를 온라인에서 경험할 수 있는? 학생이다 보니까 확실히 온라인의 힘을 빌어야 할 때가 많아요. 나이의 제한과 환경의 제한을 약간 벗어난 느낌? 그리고 손쉽게 할 수 있고, 다양한 사람들을 만날 수 있으니까.	10 재미있어서요. 12 무응답 14 저한테는 인맥관리이자 통신수단이에요 재미있는 콘텐츠 올리죠. 동시다발적으로 사람들에게 전달해야 될 메시지가 있어야 할 때, 내용 퍼트릴 때 많이 필요하죠. 16 페이스북 많이 하는데, ‘좋아요’누르는 거 많이 하는 거 같아요. 17 무응답 18 귀찮을 때도 있는데. 첫 번째로 재미가 있는 것 같아요. 소통하는 즐거움이 큰 것 같아요. 19 무응답 ■ 그렇지 않다. 1 무응답 2 아예 관심을 끄기에는 다른 애들이 다 쓰니까 같이 해야 하는 게 있어서 쓰긴 하는데, 적극적으로 쓰기에는 너무 귀찮아요. 3 한창 열 올라서 하다가 좀 시들해지면 대충하다가 그럴 때 있잖아요. 그런 거 같아요. 5 무응답 6 한 번 카카오톡스토리에 사진과 글을 올렸어요. 어디 놀러갔
--	---

다 왔다. 좀 자랑하는 것 같이 글을 올렸는데, 애들이 너 왜 그렇게 나대니, 글을 올려요, 그런 친구들이 카카오 스토리에 유난히 많아요. 물론 친구추가로 되어 있지만, 제 생각엔 그런 친구들이 많아서 그 쪽엔 글을 잘 안 올려요.

11 다 오픈하고 싶지는 않은 것 같아요.

13 그냥 제가 생각하는 거를 다른 사람들에게 그렇게 많은 사람에게, 아무래도 많이 볼 수 있으니까. 다 알리고 싶은 생각은 딱히 없어요. 그러면 약간 저만의 프라이버시가 없는 것 같아서.

15 페이스북은 주목적이 지인들의 근황을 알고, 사람들과 연락하는 수단이기 때문에, 그래서 보는 거니까 아무래도 더 많이 읽게 되고요, 또 요즘엔 싸이월드 쓰는 사람이 별로 없어서요. 아무래도 읽을 것도 별로 없고.

16 무응답

20 하다보니까 회의감이 드는 게요, 그게 막 서로 자랑하는 공간이고, 모르는 사람들에게도 너무 많이 노출되고 그래서.

9. 직접 글이나 사진을 얼마나 자주 올리니까(단위: 일주일)?

<표 II-9> 글이나 사진을 올리는 빈도

■ 매일

1 카카오톡은 때에 따라 다른데, 오래 하면 밤새서도 하고, 짧게 할 거면 웅건만 주고받기도 하고 그러는데. 페이스북은 30분? 싸이월드도 거의 비슷해요.

3 열심히 할 때는 거의 만날 올렸던 것 같아요.

6 (페이스북에는 글을 얼마나 자주 올려요?) 하루에 한두 개? 뉴스피드에 올릴 때도 있고, 타임라인에 올릴 때도 있어요. 타임라인은 잘 안올리고, 뉴스피드에 많이 올리는 거 같아요. 뉴스피드에 보이게 하면 애들이 글에 보이게 하는 거 있잖아요. 무슨 생각을 하고 계신가요? 네. 자기 타임라인에 쓰는 건데, 뉴스피드에 보이잖아요. (친구들 담벼락엔 글 안 써요?) 가끔 써요. 생일이 있을 때나 쓰고, 아니면 개한테 용건 있을 때 쓰는 편이에요. (페이스북 채팅은 잘 안 써요?) 자주 하죠. 주로 컴퓨터로 많이 하고요. 페이스북은 스마트폰으로 채팅하는 거 보다는 컴퓨터로 하는 게 더 편한 거 같고요. 타자치는 게 컴퓨터가 더 빠르니까.

8 사진은 하루에 하나씩, 찍는 걸 좋아해서, 예쁘게 나왔다 싶으면 올리고, 사진은 내 사진일 수도 있고, 배경이나 음식일 수도 있고. 글은 자주 올려요. 일이 있을 때 많이 올리고, 바쁘면 아예 안 올리고 그래요.

9 매일매일 하죠. 사진은 매일 안올리지만, 글은 매일 올리죠. 사진은 무슨 일이 있었을 때. 맛있는 거 먹으러 갈 때나, 누구랑 어디 가서 사진 찍고, 그런 거.

18 하루에 하나씩은 올리는 것 같아요. 더 많이 올릴 때도 있지만 최소 1개씩은 올리는 것 같아요. 너무 많이 올리

면 저도 눈치가 보여서 많이 올리지는 못해요(하하), 글도 올리고 사진도 올리고 하는데 글을 좀 더 많이 쓰죠.

■ 일주일 단위

7 3일에 한 번쯤. 사진은 찍을 때 괜찮은 사진 올리고, 글을 이틀에 한번이나 3일에 한번 정도.

10 이게 되게 애매한데, 일주일에 몇 개 올려야지 하는 게 아니잖아요. 한 3일에 2번 정도? 하루에 한 번은 아니고, 그 비슷하게 하는 거 같아요. 사진은 거의 안 올려요. 남자가 셀카 찍을 이유도 없고, 음식사진 같은 거 찍고 그러는 건... (친구들도 다 그래요?) 그러는 애들도 있기는 해요. 저번에 노을이 되게 예뻐거든요? 노을 찍어서 올리는 애들도 있긴 한데, 저는 별로, 잘 모르겠어요. 저도 올리긴 올리는데, 프로필 사진하나 있고, 뭐...

11 일주일에 한 두세 번? 많으면 네다섯 번 같아요.(사진도 올리고?) 네, 사진도 올리고, 글도 올리고.

14 페이스북에 많이 올릴 때는 2-3일에 1번씩 올렸는데 내 월에다 올릴 때는 그렇게 이용해요. 트위터는 전혀 글을 안올리고요, 카톡은 매일 이용하고 있죠.

15 페이스북 제 담벼락에 올리는 글은 일주일에 한두 번 정도인 거 같고, 다른 사람 거에 올리는 글은 매일까진 아닌데, 거의 매일? 올리고, 싸이월드는 보름에 한 번?

19 댓글도 달고 작성도 하고 그래요. (본인이 직접 참여하는지?) 예, 제가 직접. (그 이유는 뭐예요?) 여기에 적극적

으로 글을 남기는지 여부확인이라고 되어 있잖아요? 전 실제로 글도 남기고, 댓글도 달고, 페이스북 통해서 연락도 되게 많이 하고 하기 때문에 저는 적극적으로 참여를 한다고 생각을 해요. (이유가?) 네. 기능을 다 쓰니까. 눈팅만 하는 친구들도 많거든요. (그런데 그렇게 하는 이유가 뭐예요?) 어, 그걸 통해서, 제가 그걸 참여할 때 모든 사람들에게 적극적으로 댓글을 남기는 게 아니라 제가 관심 있게 생각하는 사람들을, 어떻게 지낼까 보면서 댓글을 남기는 거예요. 제가 스스로 생각하기엔 관심? 네. (직접 글이나 사진을 얼마나 자주 올리려요? 일주일에?) 일주일에 한 번 밖에 안 올리는데, (사진은?) 아, 글 사진 다 해서요? 한 번 밖에 안 올리요. 보통 올릴 때는 여행갈 때, 맛있는 거 먹을 때나 제가 홍보대사 (학교?) 네. 제가 홍보할 수 있는..

- 20 일주일에 한두 번 정도. (자기 담벼락에요?) 네. 댓글 같은 거는 많이 다는데 제 것에 올리는 거는 한두 번. (댓글은 얼마나 자주 다세요?) 댓글은 하루에 열 개 안팎으로. 뭐 있을 때, (페이스북에 사진도 일주일에 두 번 정도 올리요?) 네. 합쳐서 일주일에 두세 번? (트위터에는 글을 얼마나 자주 올리요?) 리트윗도 포함 되요? 합치면 그건 진짜 안 해요. 이 주에 한두 번.

■ 한 달 단위

- 2 1~2주에 한 번씩 올리요. 보는 건 맨날 하고, 댓글도 만날 달긴 하는데 내가 올리는 건 그래요...
- 12 (블로그에 있는 글을 얼마나 자주 올리세요? 사진이나?) 사진은 별로 안 올리고 글을 주로 올리고. 한 달에 두 번. (페이스북에는 글이나 사진을 얼마나 자주 올리세요?) 올린다고 해야 되는지는 모르겠는데 페이스북에는 링크 같은 것 밖에 안 올리요.
- 13 글을 올린다는 게 뭐 다른 사람한테 얘기하는 것도 포함되는 거예요? (본인 담벼락에는요?) 그건 거의 안하는데...한 번도 안 해 본 것 같아요. 내 담벼락에는 사진 올리는 것 빼고는 한 번도 안한 것 같아요. (사진은 얼마나 자주 올리세요?) 이것도 주기가 있는데. 올릴 때는 여행을 갔거나 사진을 많이 찍었을 때는 많이 올리는 편인데 그렇지 않을 때는 하나도 안 올리니까 얼마나

자주냐고 하면은 한 달에 2번 정도. (상대방의 담벼락에는 글을 얼마나 자주 올리세요?) 그 것도 거의 요새는... 글쎄요. 일주일에 한번, 그 정도. (댓글은요?) 댓글은 그래도 꽤 많이 하는 것 같아요. 많이는 아니어도 일주일로 치면 한 4~5번 정도. 4~5개.

■ 비규칙적

- 4 어디 놀러갔을 때, 사진 많이 찍었을 때.
- 5 게시판이 있는 소셜미디어를 잘 안 사용해서...옛날에 가수 팬질 할 때는 했는데 지금은 안 해요. 애정이 식어서... (그럼 다른데서는 글 잘 안 올리셨어요? 댓글도요?) 아니요...댓글은 가끔 달긴 했어요. 활발하게 댓글 다는 사람이 아니어서...할 말이 없어서 그냥, 보고 아 그런가 보다...하고. (페이스북에서는 어땠어요?) 페이스북은 제가 직접 올리기보다, 제 친구들이 찍은 사진을 태그하는 경우가 더 많았어요. 제가 직접 올리지는 잘 안 해요. 한두 번? (다른 데에서는요?) 인스타그램 많이 올리고요. 트위터도 많이 해요.
- 17 (얼마나 자주 글을 올리세요? 페이스북에?) 많으면 하루에 2개이고요. 어떤 때는 3일에 한번 올릴 때도 있고요. (페이스북에 사진은 얼마나 자주 올리세요?) 사진 같은 경우는 일주일에 2개 정도요. 2개정도 게시를 하는데요, 주로 올리는 내용 같은 경우는 친구들과 어디에 갔다는 내용을 올립니다. 아니면 제가 MT나 이런 거를 갔을 때 공식 보고용 사진 등을 올립니다. (싸이월드에는요?) 싸이월드 같은 경우는.... 거의 한 일주일에 2번이요. (싸이월드에는 사진을 자주 올리세요?) 싸이월드에는 사진을 올리지 않습니다. (싸이월드에는 글만?) 네. (페이스북에서 내 담벼락 말고 다른 사람의 담벼락에는 글을 얼마나 자주 올리세요?) 그건...2주일에 한번? (페이스북으로 안부인사 같은 건 안 해요?) 페이스북으로 안부인사 같은 건 안 해요. 안부인사는 페이스북 내에서 메시지를 보낼 수 있기 때문에 그 메시지 보내는 걸 이용하지 게시를 하지는 않습니다. (댓글은 얼마나 자주 올리세요?) 댓글은...주로 많으면 하루에 3~4개 정도 쓰는데, 안 쓰면 일주일 내내 안 쓰는 경우도 있어요.

10. 직접 글이나 사진을 게시할 때, 주로 올리는 내용은 무엇인가요?

<표 II-10> 글이나 사진 게시 내용

■ 신변잡기	■ 공감을 얻을 수 있는 내용
2 일상? 누구 욕하는 거? 장난식으로? 친구가 뭘 어떻게 했다고 한 얘기 올리고...사진은 자전거 타고 나가서 여기 왔다, 그런 거 올리기도 하고... 3 지금 내 생각, 이런 거나, 오늘 뭘 했다, 이런 거나, 셀카 찍어서 사진 올리기도 하고, 영화보고 후기 올리기도 하고... (개인적인 내용?) 네. 4 제 얼굴. 진짜 많이 찍거든요. 그냥 친구들하고 뭘 먹을 때, 제가 집에 별로 잘 안 들어가는 편이에요. 학교도 멀고, 집도 멀고, 잠만 집에서 자는 편이에요. 끝나면 10시 12시 막 이려고. 그래서 저녁타임 끝나면 친구들하고 밥을 잘 먹는 편이에요. 그 때 다 같이 짬뽕 진짜 많이 먹는데, 짬뽕 찍는 단체 컷 같이 찍고 그런 편이에요. 5 트위터는 혼자 꾸민다는 일기장이고요. 제 불평불만 토로 하는? 그리고 인스타그램은 그냥...허세? 인스타는...사진만 올리는 소셜네트워크예요. 그래서 내가 팔로잉 한 사람의 사진이 올라와 있어요. 사진으로 소통하는 거죠. 한 30 몇 개 올렸어요. (카카오톡에서 사진이나 글 많이 보내세요?) 네. (주로 올리는 건?) 친구들이 보내달라고 하는 거. 제 핸드폰으로 사진을 찍잖아요. 보내달라니까 보내주고, 찰? 보고 한 번 웃어봐 하고 보내주고. (사회적인 이슈 같은 건 글 안 올리세요?) 웬만하면 전 그런 얘기 안 해요. 7 글은 기분이나 오늘 날씨 어때? 이런 거나 학교 가기 싫다 이런 거... (댓글은요?) 나도 가기 싫다...좋아요 누르고. (사진은요? 본인 얼굴 많이 올리는 편이에요?) 네. 보정 어플도 이용하고... (싸이월드 어플은 잘 사용 안 해요?) 네. 하나 깔아두면 그거 사용하고 용량도 도 따지니까 그게 좀... 10 (개인적인 거 많이 올리세요?) 그런 것도 올리고, 사회적 이슈 같은 거 절대 안 올리고, 그런 거 정말 싫어해요. 이거 자체를 친구들하고 많이 얘기하는데, 페이스북에서, 솔직히 인터넷에 앉아서 이번 대권주자가 어떻게, 이명박이나 박근혜가 어떻게 하는 건 솔직히 페이스북에서 할 얘기는 아니라고 생각해요. 이런 얘기 하는 것 자체는 좋아요. 저는 정치 쪽으로 진로를 생각하고 있는데, 그 쪽에 관심이 많으니까 만나면 얘기는 많이 하는데 페이스북에서 할 얘기는 아니라고 생각해요. (페이스북은 개인적인 이야기를 하는 공간이다?) 그냥 가벼운 공간이라고 생각해요. (정치적인 이야기가 아니라 사회	4 (글은 어떤 거 올려요?) 제 상태, 그런 거. 저는 되게 임팩트 있는 말을 되게 많이 써요. 제가 오늘 하루 임팩트 있는 일을 쓰면 축약해서 많이 쓴단 말이에요. 만약에 오늘 제가 좀 잊고 싶은 과거가 있으면, 그게 과거가 됐잖아요. 그러면 사람들은 하나씩 잊고 싶은 과거가 있지 않나? 그렇게 올리면 좋아요 막 올라가고, 그러면 나만 그런 게 아니구나, 다 공감하는구나, 그리고 고민이 있을 때 이렇게 해도 되나? 그러면 친구들이 어, 이렇게 해, 그리고, 사람들 생각을 공유하는? 혼자 생각하는 것보다 제가 글을 올리면 댓글이 달리는? 그런 쪽에서 도움이 되는 것 같아요. 11 주로 올리는 내용은..그냥 그때그때 느낀 것? (본인이 느낀 것?) 네. 제가 느낀 건데, 딴 사람도 공감하지 않을까 싶어서 올려요. 그래야지 코멘트도 달리고 그러니까..제가 굳이 뭐, 예를 들어, 오늘 어디 갔다든지, 그런 일기 같은 건 잘 안올리는 것 같아요. (주로 공감하는 내용 위주로?) 예를 들어, 친구들이 대학애들이거나, 유학생애들이거나, 이러니까, 만약에 학교에 무슨 일이 있으면, 예를 들어 연예인이 온다든가, 그런 거 있잖아요? 올림픽에 대해서도 자주.. 15 제 담벼락에 올리는 건, 보통 사진 같은 경우는 핸드폰에 있는, 평소 사진 찍어서 올리고, 글 같은 건 사람들의 공감을 많이 얻을 수 있는 걸 올리는 것 같아요 (자기 생각을, 아니면 다른 좋은 글요?) 좋은 글을 올릴 때도 있고, 아니면 제 생각인데, 너무 시시콜콜한 거 말고, 별로 사람들이 관심 안 가져주니까 올리나마나 일 것 같아서 올리지 않고요, 정말, 이건 너무 재미있다, 아니면 너무 감동적이라 많은 사람들에게 관심을 받을 수 있을 것 같고, '좋아요' 많이 받을 수 있을 것 같으면 올려요. 16 저는 어딜 놀러가거나, 맛있는 걸 먹거나, 남기고 싶은 거 있잖아요. 내가 오늘 진짜 맛있는 걸 먹었는데, 진짜 이걸 뱃속으로 들어가기엔 아깝고, 사진으로 찍어서 기록으로 남기고 싶은데, 야경이 너무 예쁜 데를 갔는데 이 야경을 나만 보고 왔다는 게 너무 아쉬울 때, 남들한테도 보여주고 싶을 때? 남들에게 보여주고, 공유하고 싶을 때 글을 많이 올리는 것 같아요. 사진도 올리고, 제가 올린 거, 저는 최근에 올린 거 봐도, 글만 절대 안 올리거든요? 제가 올린 건 항상 사진이 같이 있어요. 왜냐면, 항상 그런 글이기 때문에, 남들에게 보여주거나.

적 이슈를 올리는 것도 있잖아요?) 저는 한 번도 생각 안 해봤어요. (사진은 어떤 거 올리세요?) 제가 올리는 것 보다는 태그당하는 편이니까. 둘이 만나서 셀카를 찍으면, 네가 올려라 해서 태그하는 쪽이니까. 가장 최근 사진은 저랑 친구랑 영화관 오락실에서 게임하는 거 뒷모습 찍히고 그런 거. 개가 절 찍은 거요, 전 인물사진을 많이 올린다는 거죠. 이런 것 보다는.

11 사진들은 제가 찍은 거 있잖아요, 친구들이랑 어디 놀러 갈 때 찍은 거나, 아니면 재미있는 걸 발견했거나, 그런 걸 잘 올리는 것 같아요

13 (상대방 담벼락에 글을 올릴 때는 주로 어떤 내용을 올리나요?) 갑자기 생각나서 연락을 할 때, 그런 내용이나. 어떤 사람이 자기 생각을 올렸을 때 그런 리액션. 아니면 사진을 올렸을 때에는 그냥 사진에 대한 내 느낌. 느낌이랄기보다는 예쁘면 예쁘다. 뭐 그런 거. 그런 것 이외에는 딱히 없는 것 같아요. (사진은 주로 어떤 걸 올리시나요?) 전 주로 인물 사진을 많이 올렸는데요. (본인의 셀카요?) 네. 그런 것도 많이 올렸고, 다른 사람 찍어준 것도 많이 올렸고.

15 제 담벼락에 올리는 건, 보통 사진 같은 경우는 핸드폰에 있는, 평소 사진 찍어서 올리고.

17 (보통 페이스북에 올리는 글은 어떤 내용이에요?) 페이스북에 올리는 내용은 제가 지금 어디에 있다든가 아니면 제가 지금 상태가 어떻다는 거. 그런 신변잡기적의 내용을 주로 올립니다.

18 신변잡기? 비 온다 그러면 비오는 사진 찍어서 올리고, 커피 먹고 있으면 커피사진 찍어서 올리고, 거의 제 일상 관련한 거예요. (사진보다 글을 많이 올린다고 했잖아요, 그럼 어떤 글을 많이 올려요?) 일단 제 얘기를 많이 올리는 것 같고요, 어떻게 살고 있는지...일기 같은 개념이 강해서 그런 글들을 올려요. 감정에 대한 글은 전혀 없고요, 평소 제 생각? 그런 글들 올려요. 예를 들면, 어제 쓴 글 중에 어제 비와서 비와 관련한 글을 썼고요, TV를 보고 있는데 뭐가 나온다, 뭐 이런 글도 있고요, 지금 어느 장소에 왔다 그런 거죠. 나 이런 시간표를 켜다 그런 걸 자주 올려요. (그러면 페이스북에 올린 글에 사람들이 호응을 잘 해줘요?) 좋아요 눌러주고 댓글 달아주고 그래요. (페이스북에 올린 글 중에 반응이 전혀 없는 경우도 있잖아요?) 별 상관은 없는 것 같아요. 제가 막 다른 사람과 얘기하고 싶어서 올렸는데 반응이 없으면 좀 그렇겠지만...비 온다 글 올렸는데 댓글이 없으면 없는 거지...제가 투표하는 날 투표해야 되지 않겠어? 그런 글들을 올렸는데 댓글도 없고 공감도 없으면 살짝 슬픈 감은 있겠죠. 근데 제 신변잡기 관련한 글에 반응이 없으면 상관없어요, 처음부터 기대를 안 하고 올리는 것 같아요.

(그게 보통 쓰는 기능?) 네, 그리고 제가 글을 많이 올리는 건 맞는데, 댓글을 많이 다는 건 아닌 것 같아요. (찾아오길 바라는 쪽?) 네. '좋아요' 는 많이 누르는데, 댓글은.. (댓글만 달거나 담벼락에만 글 남기는 사람도 있는데, 그러진 않고?) 음, 저는 그냥 그런 식으로 많이 올리는 것 같아요.

■ 개인적 감정이나 상념

9 고3이다 보니까 힘들 때, 자괴감 들 때, 사람들에게 위로 받고 싶을 때, 되게 다양한 거 같아요.

17 (싸이월드에는 어떤 내용을 올리세요?) 싸이월드에는 주로 제 심리상태, 감정상태 같은 거를 많이 올립니다.

■ 연락이나 근황 확인

1 카카오톡은 너 어디야? 하고 만날 때, 문제 같은 거 생겼을 때. 페이스북이나 싸이월드는 들어가서 애들 소식보고, 재밌으면 댓글 달고.

15 남의 담벼락에 쓰는 것은 보통 안부인사고요, 다른 사람에게 할 말이 있을 때? 보통 쓰고?

■ 재미있는 콘텐츠

12 보통 관심사 기사나 인터넷에서 접하는 쓰잘데기 없는 사진을 재밌으라고 올리죠. 아니면 관심사 논문 같은 것도 올릴 때도 있고, 음악, 동영상 이런 링크들을 주로 올리니까. 내가 만든 것이 아닌 남이 만든 것을 주로 올리니까.

14 웃긴글, 유머, 모임 공지사항 글이요. 부담 없이 볼 수 있는 글들 올려요.

■ 기타

6 제가 기분이 안 좋을 때나 두 가지 중 선택을 해야 할 때, 친구들 의견을 많이 물어볼 때 쓰거나, 아니면 좀 유머 있잖아요. 아니면 평소에 컴퓨터 할 때도 네이버 기사라인 보다보면 이슈 되는 기사들 가끔 몇 개 올리고요. (사진은요?) 캡처 해 놓은 사진 올리거나 친구들이 찍은 사진 가끔 올리고...

8 페이스북에 페이지라는 기능이 있어요. 좋은 정보나 어떤 기관의 소식을 올리는 거잖아요? 저는 이것 덕분에 좋은

19 어디 갔다 왔거나, 일상을..

20 그냥 일상적인 거. 저한테 있었던 거. 오늘 뭐 했다. 뭐 먹었다. (사진도요?) 네. 오늘 먹은 거. 오늘 본거. (트위터에는 글을 얼마나 자주 올려요?) 리트윗도 포함 되요? 합치면 그건 진짜 안 해요. 이 주에 한두 번. (어떤 내용이에요?) 제가 야구 좋아한다고 그랬잖아요. 그래서 그거 관련된 소식이나 뭐 순위가 올랐다 이런 거. 기념적인 거. (싸이월드는 아예 안하나요?) 네. 거의 안 해요. 그런데 요즘 또 다시 싸이 하겠다고 이런 애도 있어가지고 가끔 보기만 해요. 자꾸 알람이 오더라고요. 일촌이 새 글을 올렸다고 하면서. 가끔 보기만 해요. 거의 안 해요.

모임과 관련 분야의 좋은 사람들도 알게 되었고, 또 이번 일도 페이지를 잘 안 봤으면 몰랐겠죠. 이런 좋은 정보를 쉽게 받을 수 있는 게 좋은 거 같고, 페이스북의 특징이 그거잖아요. 학교나 직장, 사는 곳, 관심 분야 등을 입력하면 그걸로 연결되는 게 좋은 거 같아요.

11. 소셜미디어 이용을 통해 가장 만족하는 부분 혹은 가장 얻고자 하는 부분이 있다면 무엇인가요?

<표 II-II> 소셜미디어 이용 중 얻고자 하는 점

■ 빠르고 편리한 통신 수단

1 카카오톡은 무료니까? 문자보다 부가적인 기능이 많아서 편한 것 같아요. 보이스톡도 있고, 사진도 보낼 수 있고, 그냥 여러 가지 기능이 있으니까.

4 처음 카카오톡이 안 났을 때, 페이스북으로 메시지가 갔는데, 친구들과하고 메시지가 바로바로 올라오는 거예요. 그게 되게 좋은 거예요. 바로바로 올라오는구나, 이렇게. 또 바라는 부분은 없는 것 같아요.

6 카카오톡-요새 들어 보이스톡이 가장 마음에 들어요. 3G보다 와이파이가 더 통화 음질이 좋긴 한데, 이게 핸드폰으로 통화하면 요금이 나가잖아요. 그런데 보이스톡은 무료예요. 통화요금이 안 나가요. 물론 일반통화보다 통화 음질이 떨어진다고 하고 저도 그걸 느낄 때가 있어요. 그래도 통화가 된다는 게 어디예요. 문자는 개인적인 생각으로는, 제가 갤럭시2 청소년 요금제를 사용하고 있는데, 카카오톡 많이 쓴다지만, 사실 문자 길이제한 없는 건 좋아요. 문자가 길어지면 SNS 안 되는데 끊기는 게 없는 건 좋고, 그거 외에는 문자요금도 6만 원 정도 인데, 한 달 동안 계속 다 써도 다 못쓰니까...

13 아무래도 문자는 딱 정해져있으니까. 저는 정해져있거든요. 그런데 그 걸 너무 많이 쓰다 보면 더 이상 못쓰게 되니까. 아니면 추가 요금으로 넘어가니까. 그런데 카톡 같은 경우는 인터넷만 되고 와이파이만 되면 무료로 계속 할 수 있으니까 그 것도 좋고.

15 카카오톡은 금전적인 것, 네, 가장 만족하고, 가장 얻고자 하는 부분이고, 또 영국 같은 경우는 런던만 해도 꽤많은 데 제가 사는 곳은 지방이라 한국처럼 통신사 시그널? 전화가 잘 안 터져요. 문자도 몇 시간 뒤에 오고.. 그럴 때가 많아서. 그래도 학교나 도서관, 기숙사는 무선 인터넷이 많이 있잖아요? 그러니까, 통신사에 의존하는 문자 그런 건 못 믿기 때문에, 무선인터넷으로 연락하는 거에 많이 의존해서.. (통신수단이네요?) 인터넷으로 사용하는, 제가 사는 곳에서는 한국의 전화 문자 대체하는 수단으로.. (만족하고 있어요?) 네.

17 (카카오톡을 사용하면서 만족하는 부분?) 제가 전화번호가 없어도 그 사람이 제 전화번호를 가지고 있다면 친구추천에 떠서 연락이 닿지 않는 사람과도 연락이 닿게 만들어 주는 부분이에요. 그리고 문자 메시지 같은 경우에는 비용이 드는데 카카오톡 같은 경우에는 무선 인터넷을 사용하거나 요금제에 따라서 다르지만 무료이기 때문에.....

■ 새로운 정보 습득

5 (새롭고 배우는 건 어떤 것?) 많죠. 트위터에서 과학잡지 계정을 팔로잉하면, 제가 과학에 관심이 많은데, 그런 기사 같은걸 트위터로 날려주니까 그걸 읽으면서 잡학 습득하고, 사람들이 올리는 정치적인 얘기 듣고...

7 (가장 얻고자 하는 부분?) 정보 같은 거 많이 얻었으면

좋겠어요. 요즘엔 페이지라 해서 기업 같은데서 많이 하잖아요. 예를 들면 스무디킹 같은 것도 사람들이 많이 해서 정보를 얻었어요. 기프트콘도 공짜로 받고, 롯데월드 같은 경우도 야간에 만원이라고 행사한다, 그래서 좋아요 누르면 행사쿠폰 받기도 하고... 좋은 거 같아요.

- 9 (가장 얻고자 하는 부분은?) 다양한 정보, 확실히 정보성이 좋은 거 같아요. 지금 시대는 정보화 시대인데, 무슨 물건을 살 때에도, 이런 핸드폰 같은 경우도 어떤 데에서 사면 100만원인데 어떤 데에서는 90만원 할 수 있는 거죠. 어디서 할인행사를 한다든가 하는 건, 모르면 바보인 거고 알면 가서 할인받을 수 있는 거잖아요. 이런 경제적인 것뿐만 아니라, 제가 어떤 하고 싶은 일이 있는데 인턴 같은 기회가 있으면, 제가 나이가 들면 취업도 할 텐데 다양한 구직정보도, 제 친구들도 나중에는 저와 같이 취업이 공통목적이 되겠죠. 그런 사람들끼리 다양한 얘기와 다양한 정보가 나올 테고, 또 소셜네트워크를 하는 대상이 지금처럼 한정된 게 아니라 제 취업정보에 맞게 달라질 테니까, 이거에 맞게 정보를 찾아다니는 것보다 그걸 통해 많은 정보를 얻고 싶어요. 사실 이 시대는 정보가 없으면 안 되는 거 같아요. 아는 것이 힘이다? 이걸 요새 실감하고 있어요. 이번 청소년정책연구원 설문조사도 소셜네트워크, 페이스북을 통해 알게 된 거고요. 어느 어느 분께서 한 번 해보는 게 어떻냐고 부탁 와서 하게 된 거거든요. 이렇게 몰랐던 것을 하게 됨으로써 저에게 온 것도 어느 정도 정보의 힘이지요.

- 14 일단 가장 핵심은 네트워킹이고요. 두 번째로는 내가 간파하고 지나갔을 것 같은 내용들을 많이 얻죠. 쉽게 말해 정보성 글 같은 것들이요. 기사 같은 경우는 편협하잖아요. 내가 보고 싶은 것만 보게 되고요. 책도 내가 서점에 가보고 싶은 책만 보게 되는데 평소에 내가 별로 아니라고 생각했던 책이나 영화, 신문기사들을 내 이웃들이 올려 줄때 이 사람이 어느 정도 생각을 하고 올리게 된 글이라면 한 번씩 클릭해서 보죠. 제가 간파했던 부분이니깐요. 왜냐하면 누구든지 페이스북 이든지 트위터든지 글을 올리고 할 때는 어쩔 수 없이 좋아하는 걸 올릴 수 밖에 없어요. 저랑 성향이 다른 사람이 올리는 그 사람이 봤을 때 좋은 것은 나랑 성향이 다른거잖아요 그런 거를 접할 수 기회는 확실하게 있는 것 같아요. (그런 경험이 있는 건 어떤 소셜미디어인가요?) 페이스북에서 기사 링크 거는 거.. 그 다음에 영화리뷰 같은 거 올라오는 거 트위터에서는 저명한 인사들이 사회현안에 대해서 자기 생각을 올릴 때, 아~ 이렇게 생각도 하는구나 정도 느끼게 되죠. (만족하는 부분에 대해서 네트워크 뿐 아니라 정보성 관해 다양한 시각들을 얻는다고 했는데 그런 거에 대해서 만족도가 얼마큼 되나요?) 정보성 같은 경우는 아직까지는 여과 없이 흐르는 게 많기 때문에 그래도 새로운 시각을

준다는 점에서 60%정도 만족하고 있는 것 같아요. 네트워킹측면에서 90% 정도 만족하고 있어요. (이용하는 것만큼 피드백이 큰 가 봐요?) 쉽게 사람들이 잊혀져 갈 수 있고 연락이 잘 안될 수도 있는 건데 자기가 조금만 고생하면 되게 잘 유지가 되고 있기 때문에 만족해요.

- 5 음...역시 소통? 친구들이랑 더 친해지기도 하고, 교류도 늘어나고, (모르는 사람과 친해지는 건요?) 그건 아니에요. 저는 아니에요. 제 친구들은 그러기도 하는데, 저는 아니에요. (옛날에 친했는데 연락이 끊긴 친구와 연락하는 건?) 아 네. 초등학교 동창이 가끔, 페이스북으로 들어오는데 잘 지내? 하고 물어보면 연락하는 거고요. (재미있는 거 올리면서 스트레스도 해소하고?) 글썽 저는... 그건 아니에요. (소셜미디어를 통해서 새로운 인맥을 쌓기도 해요?) 아뇨, 저는 오프라인 친구를 거기에 추가하지, 온라인 친구를 새로 사귀지는 않아요. (유명한 근황도 확인하시고요?) 네. 그런데 지금 그 사람이 트위터를 안하시더라고요. (시간 때우기용으로도 하고...) 시간 때우기용으로는 안 해요. 작정을 하고 해야겠다 그건 아니고, 그냥 습관적으로 하는 것 같아요.

▣ 소통과 교류

- 1 (얻고자 하는 부분은?) 카카오톡을 통해 교류도 하고 그러는 거? 페이스북은 못 만나는 친구들을 만나는 것? 이메일과 번호만 입력하면 초등학교 유치원까지 뜨니까, 그거로 연락하고 만나는 건 좋은 것 같아요. 채팅기능은 아주 가끔, 한두 번 쓰는 것 같은데? 친구들 잘 지내나 근황과 친구 찾기가 되니까. 애들 글, 요즘 뭐하나 하는 거 쓰는 것 같아요. 싸이월드든 애들 얼굴 안 꺼먹어요. 친구들의 근황확인, 시간 때우기?
- 2 (소셜미디어를 쓰면서 만족스러웠던 부분은?) 애들과 페이스북으로 계속 커뮤니케이션하니깐 그게 좋죠. (더 친해지는 건가요?) 네. 약간 그런 게 있죠.
- 3 아무래도 제가 글을 올렸을 때 그 밑에 댓글이 달리잖아요? 그런 게 뭔가 관심 받고 있다는 그런 느낌? 알림이 올리면 뭐지? 이려고, 안 올리면 섭섭하고... (사람들과 적극적으로 소통하는 게 좋은 거군요?) 네. 그리고 페이스북 같은 경우는 세계의 사람들도 모두 하는 거잖아요. 그러니까 멀리 사는 다른 나라 사람들 소식도 알 수 있으니까. 어떻게 사는 지 그런 근황을 아는 것도 좋은 것 같아요.
- 5 음...역시 소통? 친구들이랑 더 친해지기도 하고, 교류도 늘어나고, (모르는 사람과 친해지는 건요?) 그건 아니에요. 저는 아니에요. 제 친구들은 그러기도 하는데, 저는

아니에요. (옛날에 친했는데 연락이 끊긴 친구와 연락하는 건?) 아 네. 초등학교 동창이 가끔, 페이스북으로 들어오는데 잘 지내? 하고 물어보면 연락하는 거고요.

6 페이스북은 그룹. 그러니까 카카오톡에도 그룹이 있지만 페이스북은 그룹이 더 많고, 그룹에 소속된 소속감 정도?

■ 친구들과 연락하는 거...

9 (가장 만족하는 부분은?) 전 아까 말했던 것처럼, 전화를 연락하기에는 좀 껄끄러운 사이인데, 폐북 같은 경우, 소셜네트워크를 이용하면 좀 보완할 수 있는 느낌? 그래서 저 사람과의 관계가 시간이 지나면, 하마터면 잊혀질 뻔한데, 이런 것들을 통해서 저 사람과 내가 꾸준히 서로의 존재, 이렇게 살고 있구나 파악하고, 약간 고립되지 않는 느낌? 사람들과의 소통에서 너무 동떨어지지 않는 느낌? 이런 것 같고, 좋은 사람들과 좋은 관계 그런 거 같고.

10 친구들이 스타일이 되게 달라요. 저 자체가 많이 바뀌면서 자라서 친구들이 다른데, 그래서 연락 끊긴 친구들이 많은데, 그런 친구들이 많이 연락와요. 함께하는 친구들 이런 걸로. 그런 거 보면 되게 괜찮다고 생각해요.

12 도움이 되는 부분이 있다면 페이스북 같은 경우는 아무래도 행사, 학생회 같은 것을 운영을 할 때 필요하잖아요. 홍보라든지. 아니면 친구들하고, 여기저기 멀리 떨어져 있는 친구들이 있으면 연락하기가 수월하고. (행사 홍보라고 그러셨는데 어떻게 페이스북을 이용해서 홍보하는 거죠?) 보통은 페이스북에 페이지를 만들죠. 행사 페이지를. 그 다음에 친구들을 초대하는 거고 아니면 관련 파일을 내보내면서 관심을 유도하든지.

13 (카톡을 이용하면서 가장 만족하는 부분이 있나요?) 카톡을 하면서는 친구와 우정이 돈독해짐, 사람들과의 교류, 시간 때우기도 있고 해외 거주자들과 소통. 그 정도. 그리고 더 빨리빨리 뭔가 진행돼가지고 훨씬 재밌는 것 같아요. 문자보다. 바로바로 대화처럼 돼있으니까. 채팅. 말 그래도. (카카오톡을 통해서 얻고자 하는 부분이 있다면 무엇인가요?) 그냥 지금 하고 있는 그런 것 다. 사람들과 더 얘기를 많이 함으로서 우정이 돈독해 지는 거랑. 그런거죠 뭐. 딱히 뭐..... 일부러 시간 때우려고 그거 한다는 건 좀 한심한 것 같고. 새로운 인맥은 딱히 아닌 것 같고. 왜냐하면 연결 돼있는 사람들과고만 하는 거니까. (페이스북을 통해서 가장 만족하는 부분은 뭐예요?) 그 것도 친구들과의 교류. 그리고 다른 사람들이 지금 현재 무엇을 하고 있는지, 어떤 생각을 할 수 있는지 알게 되는 거. 물론 저는 제 자신에 대해서 얘기는 안하지만..... 그런 거랑

친구들 뿐 만이 아니고 뭐 유명인들이나 아니면 지금 현재 무슨 일이 일어나고 있는지 이런 거에서도 알 수가 있을 때가 있으니까. 뉴스 같은 거나 사람들이 공유하는 것들이 있으니까 그런 것들을 보면서 새로운 것들을 알게 될 때도 있고. (페이스북을 통해서 얻고자 하는 부분이 있다면요?) 더더욱 쉽게 사람들과 교류할 수 있고. 아무래도 저는 전화 통화를 하는 것보다 문자나 카카오톡을 하는 게 좀 더 편한 것 같아요. 사람들과 대화하기가. 좀 부담스러울수도..... 갑자기 전화하면 '어, 왜 애 갑자기 전화해?' 이럴 수도 있으니까. 그런 거 말고 그냥 그런 식으로 좀 더 쉽게 친근하게 접근할 수 있는거. 너무 오랫동안 보지 못한 사람들이라도 그렇게 하면 좀 더 부담 없이 만날 수 있게 되고. (페이스북은 채팅 기능 많이 사용하세요?) 네. 그 것도 꽤 많이 사용하는 것 같아요. 그런데 그거는 친한 사람들과 더 많이 하는 것 같아요. 그리고 그런 것 말고는 딱히 없는 것 같아요.

16 만족하는 부분은, 연락을 계속 할 수 있다는 것, 소통? 남들과 끊기지 않고, 내가 어떻게 사는 지 보여주고 애가 어떻게 사는지 알면, 계속 연락하는 느낌이 들어서 그게 좋은 것 같고. 얻고자 하는 것도, 사람들과 끊기지 않고 계속 소통하기 위해 사용하는 거잖아요. 내가 카카오톡으로 옮겨간 이유도, 남들과 소외받는 것 같아서 옮겨간 거니까. 페이스북도 남들이 많이 사용하는 거라서 하는 거니까 (페이스북 친구는 어느 정도?) 700 좀 안돼요. 600? (그럼 거기서 자주 연락하는 사람의 수는?) 자주 태그 거는 사람은 즐겨찾기 목록에 뜨니까 그거 보면 알 수 있는데, 한 열 명 좀 넘는 것 같아요. 대학교 진짜 친한 친구 몇 명. 고등학교 진짜 친한 친구 몇 명. 이렇게. 솔직히 붙어 다닌 애들이랑 내내 태그 걸잖아요? (소통이 목적인데, 기대만큼 만족되나요?) 그렇지 않은 것 같아요. 진술한 걸 알아낼 수 없는 공간은 아니잖아요. 페이스북, (어떤 사람들은 진솔하게 올리기도 해요) 근데 저는 그게 막, 남들에게 보이려고 하는 것 같고, 꾸며낸 것 같고 그래서. (그러면 페이스북에 사람들이 어떤 걸 올리면 좋겠어요?) 그냥, 어떻게 살고 있는지, 일상 팩트, 뭐 먹었다, 남자친구 생겼다. 어디 놀러갔다, 이런 거. 진짜 힘든 상황, 예를 들어 누가 돌아가셨어요, 그에 대해서 담담하게 올리는 거? 남들이 알아야 하잖아요? 이런 건? 그런 정도는 올릴 수 있는데, 아무 일도 아닌데 혼자 우울해가지고 그러는 감정의 글 전 되게 싫거든요, 감정의 글을 올려선 안 된다고 생각하거든요, 전 페이스북은 남들과 웃고 떠들며 즐기며 연락하는 소통의 공간으로는 좋으나 나 힘들어, 그런 지극히 사적인 공간은, 남들이 봤을 때 앤 맨날 우울해? 하고 싫을 수도 있잖아요, 전 그런 밝지 않은 거 짜증나가지고.. (소통이 목적인데 만족하지

못하는 이유는?) 솔직히 누가 내 글에 댓글 다는 거랑, 나한테 직접 전화 오는 거랑 정말 다르잖아요? 내 글에 댓글로 정말 잘 지내? 하는 거랑, 나한테 직접 전화해서 잘 지내? 하는 거랑 다르잖아요? 페이스북은 걸치레식 인간관계, 잘 보이기 위해서, 이해타산적인 인간관계 이런 것 같아요. 근데 전화하는 건 정말 어떻게 지내는 지 궁금해서? 목소리 듣고, 이런 게 다르잖아요? 그런 점에 있어서 진정한 의미의 인간관계 소통은 안 되는 것 같아요. (오프라인을 선호하는?) 꼭 오프라인이 아니더라도 직접 전화나 연락하는 것과 페이스북은 다르다..

- 17 (페이스북을 사용하면서 좋아하던 부분?) 페이스북을 사용하면서 좋았던 것은 페이스북을 통해서 사람들과 연결할 수 있으니깐..... 제가 찾고 싶었는데 잘 찾을 수 없었던 사람을 찾아서 연락이 될 수 있다. 그리고 직접 같이 있지 않아도 그 사람이 어떤 경험을 했는지 알 수 있음으로서 그 사람과 대화를 할 때 같이 대화를 나눌 수 있는 요소가 생긴다는 게 좋은 거 같아요. (싸이월드를 하면서 좋았던 점?) 그 사람의 생각을 잘 알 수 있어서. (본인이 글을 많이 작성한다고 하였는데 그러면서 얻는 만족감이 있나요? 주로 작성하는 편이라고 하셨는데.....) 작성하는 이유 자체가 저 같은 경우는 그 순간에 대한 기록적 측면이 강해서요.... 대체로 누가 봐주길 원해서 쓰는 게 아니라 제가 보통 애매모호한 글을 쓰거든요. 사람에게 따라 해석하는 게 달라지는 글을 쓰기 때문에..... (일기장 같은 걸로 사용하시는 거죠?) 네. (카카오톡을 하면서 얻고 싶은 게 있나요?) 사람과의 소통을 얻고 싶어요. 대화. (페이스북은요?) 페이스북 같은 경우도 소통이라고 할 수 있겠네요. (싸이월드는요?) 싸이월드 같은 경우는 좀 다른 경우인데요. 조금 더 깊은 소통이 이루어진다고 생각하거든요. 페이스북 같은 경우가 개방성이 조금 더 강한편이기 때문에 사람들간의 심층적 대화가 오가지 않는데 싸이월드 같은 경우에는 일촌의 개념이 있기 때문에.... (페이스북에도 친구라는 개념이 있잖아요. 싸이월드의 일촌과는 다른 개념인가요?) 다른 개념인 이유가 페이스북 같은 경우는 뉴스피드에 바로바로 뜨거든요. 그런데 싸이월드 같은 경우는 자기가 보고 싶은 사람의 미니홈피를 직접 접속해야 하기 때문에.... (이제 싸이월드에서 모아보기 기능이 생겼잖아요.) 모아보기 기능 자체를 사용하려고 해도 넘어가게 되거든요. 댓글을 달기 위해서는 자기가 직접 들어가야 하는데 페이스북 같은 경우는 싸이월드의 모아보기 상태에서 댓글을 달지만 싸이월드 같은 경우에는 모아보기 상태에서 다시 한 번 접속을 하고 들어가서 그 사람의 페이지에 내용을 작성하는 차이점이 있기 때문에..... (페이스북에서 메시지 기능과 싸이월드의 비공개 방명록이랑

다른 가요? 페이스북에서는 심층적 대화가 이루어질 수 없나요?) 페이스북 메시지 같은 경우에는 일종의 채팅방 기능을 한다고 보는데요..... 비공개 방명록과의 차이점은 비공개 방명록은 채팅의 기능이 아니고 자신이 비공개 방명록을 남기는 사람에게 어떤 특별한 얘기를 하기 때문에.... 페이스북 메시지 같은 경우에는 그저 그냥 채팅..... 두 개의 차이점이 뭐냐 면요 메시지 같은 경우에는 대화이고요 방명록은 편지라고 생각을 합니다. 방명록을 쓰는 도중에 피드백이 돌아오지 않잖아요. 메시지 같은 경우에는 빠르게 빠르게 피드백이 되잖아요. 방명록 같은 경우에는 작성하고 이를 뒤에 피드백이 올 때가 있잖아요. 그런 차이점이 있는 걸로 봐서는 제가 봤을 때는 대화가 편지의 차이라고.....

- 18 인맥유지부분이 되게 약해서 다른 사람들처럼 같이 관계를 유지해나가는 차원이 크죠. (폐북하면 인맥유지가 잘 되요) 폐북하는 사람들끼리는 인맥유지가 잘 되는 편인 것 같아요 카톡 같은 경우도 단체카톡방 있으니까 다른 사람들이 먼저 얘기하면 제가 대답을 해주면 되니까 먼저 말거는 것보다 훨씬 수월하죠. (그럼 페이스북 안하는 친구들도 있잖아요. 그럼 그 친구들이랑 소통을 못하잖아요) 그런데 대부분이 카톡은 하니깐요.
- 19 소셜미디어를 통해 확실히 제가 소통이 활발해진 것 같아요. 저 같은 경우 외국에 자주 나가는데 외국 친구들과 소통이 정말 끊이지 않는다는 게 너무 즐겁고 네, 실제로 외국친구들이 페이스북 통해서 한 번 더 놀러 올께 하고 써 붙이고, 저는 옛날에 메일로 주고받을 때보다 훨씬 더 효과적이라고 생각을 하거든요. (가장 얻고자 하는 부분은?) 인간관계? 네.
- 20 사람들과 공유하고 친하게 지내고 그런 느낌. 못 만나도 애가 뭘 했는지 알 수 있잖아요. 어디에 갔구나, 뭘 봤구나 이런거 (카카오톡을 이용하면서 만족스러운 점?) 무료인 것도 좋고요. 빠르고, 사람들이 많이 쓰니까 연락하기도 좋고. (페이스북은요?) 페이스북은 아까 말한 것처럼 사람들 소식을 잘 알 수 있어서. (트위터는요?) 트위터는 유명인들 아까 말한 것처럼 그런 사람들이 조금 더 개인적인 것들을 올리잖아요. 그런 걸 볼 수 있고..... (SNS를 사용하면서 스트레스가 해소 되거나 그런가요?) 스트레스를 얻을 때도 있고 해소 될 때도 있기는 한데 해소 되는 거는 사람들이 웃긴 거를 올린다든가 그런 식으로 할 때. (카카오톡을 사용하면서 가장 얻고 싶은 것은요?) 카톡 같은 경우는 그냥 친분. (페이스북에서 가장 얻고 싶은 것은요?) 폐북은 그냥 뭐 사람들 소식이나 그 정도. (트위터는요?) 트위터도 그냥 다 소식 같은 거나 새로운 어떤 그런 정보 같은 거.

III. 다음은 소셜미디어 만족도, 성향 및 인맥에 관한 질문입니다.

1. 현재 이용 중인 소셜미디어 이용 의사

<표 III-1> 현재 이용 중인 소셜미디어를 계속 이용 여부

■ 소셜미디어 계속 이용

- 1 카카오톡은 죽을 때까지 계속 사용할 거구요, 거의 문자 대체라서 안 쓸래야 안 쓸 수가 없을 것 같은데?
- 2 페이스북과 카카오톡을 쓰는데, 다른 애들이 다 넘어가지 않는 한 계속 쓸 의향이 있어요. 아무래도 소셜미디어 자체가 상호작용이니까 친구 따라가는 경향이 있죠.
- 3 네, 네, 그런 생각은 안 해 봤는데, 계속 이용하는 건 계속 이용할 의향이 있어요.
- 5 트위터는 계속 사용할 의향 있어요. 카카오톡은 필요하니까 그냥 계속...
- 6 네, 카카오톡하고 페이스북하고 카카오톡스토리는 계속 사용할 의향이 있고요, 싸이월드는 아니에요. 그건 주변에 사용하는 친구들이 없어요. 일단, 갈아탄 친구들이 많아요.
- 7 네, 계속 이용할 마음 있어요.
- 8 네, 계속 이용할거예요.
- 9 그렇죠. 안 하면 안 되죠.
- 11 카카오톡 같은 경우는 계속 쓸 것 같은데요.
- 12 네, 아마 블로그 같은 경우는 계속 쓸 것 같고
- 13 카카오톡은 계속 사용할 것 같아요. 아마 일부러 지우려고 할 것 같지는 않아요.
- 14 네, 이용할 의향이 있어요.
- 15 아마 다른 좋은 게 생기지 않는 이상 세 개 다 이용할 것 같아요. 유행이 바뀌어서, 카카오톡 말고 다른 비슷한 서비스가 생겼을 때 친구들이 다 옮겨가면, 저도 옮겨가겠죠.
- 16 싸이월드는 우선 계속 내버려 둘 생각이예요. 너무 많은 추억이 있는데 버리는 건 아깝고, 블로그는 지금처럼 안 사용해도 굳이 없앨 이유는 없으니 내버려둘 것 같고, 페이스북은 남들이 사용 안하면 저도 안할 생각이예요.
- 17 (카카오톡 계속 사용할 의향이 있으세요?) 네, 아마도.

(페이스북은요?) 페이스북 같은 경우도 그럴 것 같습니다. (싸이월드는요?) 싸이월드는 그럴 것 같아요. (세 개 다 만족을 많이 하시니까요?) 네.

- 18 싸이월드 같은 경우도 점점 서비스가 쇠락해가니까 옮겨 갔잖아요 그렇게 서비스가 쇠락해가면 옮겨가긴 하겠지만 그런 게 아니라면 그대로 이용할 것 같아요.
- 19 네, 계속 이용할 생각이 있습니다.
- 20 네, 더 좋은 게 안 나오는 이상 계속 이용할 생각 있어요. 트위터는 폐북 보다는 더 할 거 같아요.

■ 소셜미디어 계속 이용하지 않음

- 1 페이스북은 좀 생각해봐야 할 것 같아요. 생각보다 너무 많이 해요. 한 번 할 때 새 소식이 와서 보면, 2분 있다 다시 켜거든요, 손이 자주 가는 것 같아요. 싸이월드는 조만간 안할 것 같아요. 애들 얼굴 너무 많이 봐서 재미가 없어요.
- 5 페이스북은 지을까 고민 중이고요. 부담스러워요. 친구들과 메시지 주고받고 하는 것도요, 너무 길게 쓰다보니까 제 시간 뺏기는 것 같고요. 솔직히 이메일로 해도 되잖아요. 그리고 친구들이 제 사진 자꾸 태그해서 올리는 것도 귀찮고 그냥 제 허락 없이 제 사진 안 올렸으면 좋겠어요. 자기 사진 잘 나왔다고 올리고...
- 6 싸이월드는 아니에요. 그건 주변에 사용하는 친구들이 없어요. 일단, 갈아탄 친구들이 많아요.
- 7 싸이월드는 잘 모르겠어요. 좀 질려가서...미니홈피도 페이스북하니까 잘 안 들어가고, 친구들도 다 페이스북하니까 다 달아놓고, 딱히 볼 거 없으면 판 이런데 가서 웃긴 거 보거나, 사람들 맛집 같은 거 간 거 보는데, 싸이월드는 잘 사용하지 않아요.
- 13 페이스북은 가끔 '아, 지을까하는 생각이 들 때도 있긴 한데.....
- 16 페이스북은 남들이 사용 안하면 저도 안할 생각이예요.
- 20 페이스북은 하다가 안할 것 같기도 해요.

2. 소셜미디어 이용 빈도가 예전보다 줄었다면 그 이유는 무엇입니까?

<표 III-2> 소셜미디어 이용 감소 이유

■ 소셜미디어 이용 빈도가 줄었음

- 1 페이스북은 요즘은 줄었어요. 너무 많이 해서 좀 안하려고 일부러 안 켜고 있어요.
- 2 줄었어요. 처음에는 재미있어서 막 했는데, 흥미가 떨어지면서 귀찮아지더라고요.
- 3 줄었다면, 다른 할 게 많아서?
- 5 네. 페이스북은 확실히 줄었어요.
- 7 처음에 할 땐 일일이 다 찾아가서 댓글도 달아주고 그러는데, 이제는 그런 게 줄었어요. 사람들이 한 명 한 명 계속 말 걸고 그러니까 뜰 때마다 일일이 말 걸어주는 것도 지겹고, 이제 고3이니까 시간도 줄이려고 하고...
- 8 사적인 이야기는 줄었어요.
- 9 줄었던 거 같아요. 수능이 얼마 안 남아서.
- 11 참여도는 많이 줄은 것 같아요. 그냥.. 좀 더 나이가 먹다 보니까.. 많은 지인들을 두기보다 친한 사람들과 연락하게 되는 것 같아서요.. 그래서 그렇게 되는 것 같아요.
- 13 페이스북은 좀 줄은 것 같아요. 학교에 있을 때는 아무래도 방에 있는 시간이 더 많고 밖에 있는 시간보다 학교에 있는 시간이 많고 방에 있는 시간이 많으니까 아무래도 컴퓨터를 먼저 켜게 된단 말이에요. 거의 켜져 있고 심심할 수도 있으니까 거의 그걸로 사람들과하고 연락하고, 요새는 내가 할 거 다른 거 하게 되고 다른 사람들과하고 교류하고 그런 경우가 많으니까 그러니까 빈도가 좀 줄은 것 같아요. 그런데 저는 좀 좋은 거 같긴 해요. 거기에 얽매이지 않고 있어서.
- 15 페이스북은 이용 빈도가 비슷하긴 한데, 글을 쓰는 정도가 준 것 같아요.
- 16 페이스북을 처음보다 덜 이용하는 이유라면 제 생각엔 안 좋은 점, 단점이 있기 때문이겠죠? 너무 자랑 식의 글을 올리는 사람도 그렇고.
- 17 비교적 줄어든 편이에요. 그 이유는 점차 하면서 여러 가지 조건 같은 거를 얻은 경우도 있고 사람들에게서 비판을 받은 부분도 있고 너무 내 모든 게 공개되고 있구나 이런 생각도 들고.
- 19 줄었다면 아무래도 바빠기 때문에.. 예를 들면 그냥.. 일상이.. 바빠서.. 멀티 같은 거 잘 안 되는 스타일이라

서.. 집중하게 되면 안 보게 되더라고요. 바쁜 일 있으면 20 초반에는 좀 많이 쓰다가 지금은 조금 준 거 같아요. 너무 자랑하는 게 구차한 거 같아서요.

■ 소셜미디어 이용 빈도가 늘었음

- 1 카카오톡 이용은 늘은 것 같아요. 하는 애들도 많아지고, 문자하는 애들도 없으니까. 친구들도 다 스마트폰 사용해요.
- 4 많이 늘었어요. 친구들이 이제 외국친구들하고 예전에는 학교 갔다 와서 많이 했는데, 그 때는 어플리케이션이 없었거든요. 그래서 컴퓨터로 해야 돼서 예전에는 학교 갔다 와서 많이 했거든요. 그런데 한국 와서 고등학교 오고 다른 친구들도 사귀니까, 어플리케이션도 생기고 그러니까 많이 하는 것 같아요. 핸드폰 맨날 가지고 다니고 그러니까.
- 5 트위터는 늘어났고요.
- 6 카카오톡은 예전보다 더 사용해요. 제가 어디서 참여위원을 하게 되면서, 그 전에는 친구들하고 개인톡 밖에 없었는데, 하는 친구들하고, 제가 95년생인데 95년생 친구들하고 그룹채팅방을 하게 되면서 사용량이 많아졌어요.
- 8 저에게 공적인 일은 많이 올리는 거 같아요. 이런 거 했다. 그런 거요.
- 10 진짜 하기 싫은데, 카톡도 저는 삭제해 봤는데 안 되겠더라고요. 하기는 싫은데 할 수 밖에 없다, 그런 게 많은 거 같아요. 중독 같아요. 이용 빈도가 많이 늘었죠. 1학기 끝나고 내신이 끝나니까 할 게 없어요.
- 13 카카오톡은 훨씬 많아졌어요. 그렇게 사람들이랑 연락해서 더 많이 만나려고 더 많이 하는 것 같아요. 친구들이랑 연락해서 만나야 하잖아요. 그래서 그 걸로 시간 약속 잡고 그런 거.

■ 소셜미디어 이용 빈도 비슷함

- 8 전체적인 시간대는 예전과 똑같은 거 같아요.
- 12 변함이 없을 것 같은데요.
- 18 거의 비슷하게 사용하고 있는 것 같아요.

3-1. 이용하는 소셜미디어에서 관계를 맺고 있는 사람(인맥)의 전체 수와 자주 소통하는 사람의 수는?

<표 III-3-1> 이용하는 소셜미디어에서 형식적 대 실질적 네트워크 수

- | | |
|---|---|
| <p>1 카카오톡은 한 200명. 자주 소통하는 사람은 한 20명. 자주 만나거나 하는 사람만 연락을 자주 하잖아요, 좀 덜 친하거나 멀리 있는 애들은 지금 연락 할 필요가 없으니까 그런 것 같은데? (페이스북 친구는 3~400명. 자주 소통하는 사람은 잘 모르겠는데, 한 4~50명. 싸이월드 일촌 수는 24명. 자주 소통하는 사람은 5명 되요.</p> <p>2 카카오톡과 페이스북 멤버는 비슷해요. 카카오톡이나 페이스북 친구나 같은 애들이니까. 학교 친구들이랑 동네 친구들이랑 다 있어요. 페이스북 전체 친구는 250명 정도 되는데, 자주 댓글 달고 하는 친구는 10명 안 쪽이에요. 학교 친구들이랑, 중학교 때 친했던 친구들이랑.. 카카오톡 친구는 170명 되고요, 가장 대화 많이 하는 친구는 5명 안쪽. 맨날 얘기하지만 24시간은 아니에요. 페이스북은 뉴스피드에 따라 맨날 다르죠. 친구는 250명. 친구 추가하기는 페이스북이 더 좋잖아요. 바로 되니까.</p> <p>3 카카오톡은 한 6명? 10명? 정도 되고 페이스북은 한 20명? 전체적으로 연락만 맺고 있는 사람은 페이스북은 329명? 카카오톡은 173명.</p> <p>4 카톡은 전체 98명 정도? 거기서 자주 대화하는 사람은 한 40명. 페이스북은 전체 350명 정도, 거기서 소통하는 사람은 거의 한 70명.</p> <p>5 페이스북은 전체 수는 300명 정도 되는데, 자주 소통하는 사람은 10명 정도. 트위터는 약간 개념이 다르잖아요? 유명 인사를 제가 팔로잉한다고 해서 그 유명인사가 저를 팔로잉하는 건 아니잖아요? 팔로잉하는 사람은 52명이고, 저를 팔로잉하는 사람은 40명. 그런데 제가 모르는 사람도 많아요. 누군지 모르겠어요. 40명 중에서 저랑 진짜 연락하는 사람은 7명이요. 카카오톡은 지금 친구가 117명 있는데요, 자주 소통하는 사람은 13명?</p> <p>6 카카오톡 친구는 160명 정도 되고, 잘 소통하는 사람은 100명 정도. 외국친구들이나 해외 나가있는 친구들, 대학생 형 누나들은 가끔 안부나 묻는 정예요. 페이스북도 카카오톡이랑 비슷해요, 160정도. 잘 소통하는 사람은, 그거도 한 비슷해요, 카카오톡이랑. 나머지 60명은, 외국인 친구들 중에는 영어권 국가 중에는 제가 알아들으니깐 어떻게 해줄 수 있잖아요, 모국어 사용하는 경우는 제가 못 해줘요, 지금 인도네시아 친구 1명 있는데 인도네시아말로 올리면 제가 알아들을 수 없잖아요, 그렇다고 그걸 번역하면 알아듣기가 더 힘들어요. 그런 경우하고, 좀 소홀한 관계, 얼굴만 알고 지내는 경우...</p> | <p>7 카카오톡은 300명. 자주 얘기하는 사람은 30명 정도. 페이스북은 500명. 자주 소통하는 사람은, 그것도 비슷하게 30명. (얘기하는 것도 비슷해요?) 네, 페이스북으로 얘기하다가 여기서 얘기하긴 좀 그러니까 카카오톡으로 옮겨서 얘기하자 그러기도 하고..</p> <p>8 페이스북 친구가 460명. 자주 소통하는 사람은 100명 정도 되는 거 같아요. 카카오톡은 전체 수는 500명 저장되어 있어요. 그런데 실제로 연락하는 친구는 70명 정도 되는 거 같아요.</p> <p>9 페이스북은 300명 정도 되는 거 같고, 자주 소통하는 사람은 70명? 카카오톡은 아무래도 10명 내외? 꾸준히 연락하는 건 아닌 것 같아요. 전체는 한 300명 정도, 제 나이에 300명이면 많은 거거든요.</p> <p>10 봐야 해서.. 외우고 그런 사람이 아니라.. 카카오톡은 275명. 자주 소통하는 사람은, 채팅방을 제가 맨날 지우거든요? 그런데 안 지우는 게 5개가 있어요, 이게 다 그룹채팅이라서, 다 하면 13명? 페이스북은 제가 알아요, 430 몇 명이에요. 자주 소통하는 사람은 딱히 모르겠어요. 카톡보다는 많은 거 같아요. 애네들 말고도 하는 사람은 많은데, 애네들은 그룹채팅방에서 나가 질 않아서 계속 이어지는 게 그 정도이고, 페이스북은 글 올리면 좋아요 누르는 사람도 있고, 댓글 다는 사람도 있고, 지속적인 필요가 없잖아요? 그래서 카톡 보다 많은 거 같아요.</p> <p>11 페이스북 친구는 한 600몇 명이 되요. 저는 초등학교부터 나와서 초중고 친구들이랑, 동기들이랑.. 외국인들도 많고 런던의 유학생 친구들도 많고. 자주 소통하는 사람의 수는 한 100명? 100명도 안 되는 것 같아요.</p> <p>12 내 블로그가 즐겨찾기 된 것은 10회에서 12회 정도 즐겨찾기 됐던 걸로 기억해요. 페이스북 친구는 461명인데 주로 연락을 주고받는 사람들은 15명에서 20명 정도 같아요. 그러면 3퍼센트 정도 되는 건가요?</p> <p>13 카톡 친구는 150명 정도 되는 것 같은데요, 자주 소통하는 사람들..... 그 대화에 돼있는 사람들은 한 30명 정도 되는 것 같아요. 페이스북에서 주로 소통하는 사람의 수는 한 30명, 35명. 그 정도 될 것 같은데요. 페이스북 전체 친구는 어렵잖아 600명 정도요.</p> <p>14 소셜미디어 이용하는 전체 사람들 중에서 못해도 40~50% 자주 안부를 하려고 하고 있어요. 되게 오지랖이 넓은 거죠. 카톡 같은 경우는 300명쯤 되요, 실질적</p> |
|---|---|

으로 계속 연락하는 사람은 80명 되고요. 나머지는 못해도 한 달에 두세 번 정도는 100명 정도는 연락해요. 페이스북에서는 750명 정도 친구 맺고 있는데 200명~300명 정도는 틈틈이 한 달에 한 번씩은 가서 안부해요. 오지랖이죠. 15 사실 카카오톡은 세어 보지 않아서 잘 모르겠는데, 남들 있는 만큼 있지 않을까요? 그런데 자주 소통하는 사람은 한 10명? 페이스북 한 770명 정도 있는 것 같은데, 이진 페이스북에서 세 주니까, 자주 소통하는 사람도 100명 이내? 50명? 50명은 넘으려나? 싸이월드도 일촌은, 확인 안 해봐서 모르겠는데, 자주 소통하는 사람은 한두 명? 16 트위터에서 제가 팔로잉하는 건 100명 조금 넘고 자주 소통하는 사람은 없는데.. 소통은, 같이 소통해야 하는 거잖아요? 근데 제 주변에는 트위터하는 사람이 많이 없어요. 17 카카오톡 친구는 250명 가량이요. 그 중에서 자주 소통하는 사람의 수는? 10명 정도 되요. 페이스북 친구는 거의 비슷해요. 자주 소통하는 사람의 수는 그것도 한 10명 가량이에요. 싸이월드 일촌 수는? 100명 정도 있답니다. 자주 소통하는 사람의 수는 싸이월드 같은 경우는 세 명이에요. 18 카톡 친구는 380명 정도 되는 것 같아요. 주로 얘기하는	사람들의 수는 100명 정도는 얘기하고 지내는 것 같아요. 페이스북 친구는 380명 정도 되는 것 같아요. 페이스북 자주 연락하는 친구는..대학 동기들이 많이 쓰고 중고등학교 동기들은 적은편인데..100여명 되는 것 같아요. 19 페이스북은 거의 560, 카톡은..96명..그 중에서, 전체 수와 자주 소통하는 사람의 수는 50명 정도 되는 것 같아요. 카톡의 경우 그룹채팅 말고, 그러니까 개인 개인 소통하는 사람의 수는..10명 정도 되요. 페이스북은 좀 많아요. 소통하는 사람이 20명 정도예요. 20 카톡 친구는 얼마나 되요? 200명 조금 안 되는 것 같아요. 자주 연락하는 사람은 한 20명 안 되는 거 같아요. 페이스북 친구는 한 300명. 그 중에 자주 연락하는 사람은 한 100명. 트위터 같은 경우는 본인이 팔로잉 하고 있는 수는 팔로잉은 한 150명. 내가 진짜 관심 있게 읽는 사람의 수는 그제 하도 트위터가 빨리 올라가서 제가 리스트를 만들어서 따로 해 놓은 게 있거든요. 그제 한 30명. 팔로우 해놓고도 잘 계속 보지는 않아요.(본인을 팔로우 하는 사람의 수는?) 한 80명? 50명이요. (그 중 실제로 나와 연락하는 수는?) 실제로 아는 사람이요? 그냥 친구들 그 정도가 계정만 해 놓은 사람이 20명 안 되는 거 같아요. 모르는 사람들이 다 팔로잉 해놨더라고요.
---	---

3-2. 소셜미디어 이웃(친구)은 평소에 알고지내는 사람들 하고만 교류하나요?

아님 새로운 사람들과도 교류를 하나요? (네트워크의 동질적 vs 이질적)

<표 III-3-2> 소셜미디어 교류 형태

■ 소셜미디어 네트워크의 동질적 교류 1 페이스북은 대부분은 아는 사람과 하고, 어떤 경우에는 예전에 알던 친구하고 하고, 카카오톡은 지금 친한 애들 하고 쓰는 것 같아요. 싸이월드도 지금 친한 애들하고 쓰는 것 같아요. 5 아는 사람만 해요. (친구 맺는 사람은 아는 사람만 맺어요?) 제가 이름을 들어봤으면 친구를 맺는데, 처음 들어봤으면 안 해요. 카카오톡은 전화번호에 저장된 사람이 나타나니까요. 그리고 친구추천이 뜨는데 제가 아는 사람 이면 하고요. 6 카카오톡은, 그 새로운 사람이라는 기준을 잘 모르겠어	서..알고 지내는 사람들하고는 카톡 많이 하는데, 가끔씩 카카오톡 동기화해보면 저를 친구 추가해 놓은 사람이 있어요. 제가 알고 있는 사람이라면 그냥 넘어가고 모르는 사람이라면 개인카톡에서 저랑 관련 있는 사람인지 보고, 모르는 경우에는 차단하죠. 페이스북은 몰랐던 사람들이 저한테 친추를 먼저 걸어요. 뜬금없이. 외국인 친구추가 요청이 온다던가 하는 경우가 가끔 있어요. 요즘. 7 아는 사람이요. 예전에는 새로운 사람들과도 교류하고 싶어서 친목카페 이런데 가입하기도 했었는데, 요즘에는 아는 사람들끼리만 해요. 생판 모르는 사람들이 말 거는 것도 부담스럽고, 같은 또래면 생각도 비슷하고 그래서 말 잘할 수 있는데, 친목카페 같은 경우 어른들이 많이
---	---

계시니까 말 걸기가 부담스러워서 그래서 어른들이 그런 것 해서 여자랑 남자랑 번개, 헌팅하자 그런 것도 많이 뜨고, 대학생들도 아는 대학생들이면 편한데, 모르는 대학생들은 어른 같이 느껴지고..(활동 언제부터 했어요?) 고등학교 1학년 때. (언제 소원해지셨어요?) 그것도 고등학교 1학년 때. 한 두 달만 하고 그랬어요. 그 뒤로는 아는 사람들하고만 연락해요. 예전에 하다가 안 좋은 일 있었어요?) 그건 모르겠는데, 하다보면 너무 모르는 사람들이 댓글 달고 그러니까 나에 이 사람들이 나에 대해 아는 것도 없고 그래서 거부하고 그랬어요. 8 저는 제가 먼저 친구신청 안 해요. 진짜 아는 친구는 하는데, 내 친구의 친구인 거 같고, 아는 많은 친구들의 댓글이 보이는 경우일 지라도 제가 친구신청 하는 경우는 없어요. (대신 친구신청이 오면 수락해요?) 네. (전혀 모르는 사람이 친구신청하면?) 일단 받기는 해요. 그런데 저는 페이스북은 일부친구에게만 공개할 수 있잖아요, 그걸 적절히 이용해서 모르는 친구에게는 사적인 이야기는 볼 수 없게..(그러면 삭제하지는 않으세요?) 네. 가슴 아프잖아요. 10 지금은 아는 사람하고만 하는 거 같은데? 싸이월드에서 저를 착각해서 친구신청을 한 경우가 있었는데, 1촌 신청을 하길래 일단 받아서 물어봤어요. 알고 보니 아니에요, 그런데 그냥 그걸로 말 이어가면서 친해져서 친구들하고 만나서, 그래서 친해진 경우도 있고, 제 소문 듣고 친구 같었다는 친구도 있었고, 또 페이스북은 제 친구의 여자친구, 남자친구 그런 경우가 모르는 사람 중 대부분 인거 같아요. (모르는 사람도 받아요?) 알기만 하면 받고, 제가 모르더라도, 같은 학교이거나 하면 받아요. 왜냐하면 얼굴은 알아도 이름을 모르는 경우가 많아요. 제가. 그렇게 같은 학교라는 공통점이 있으면 받아주고. 11 한번쯤 만났는데 좀 더 친해지고 싶은 사람과도 연락을 하고요 (그럼 아예 새로운 사람들하고는?) 잘 안 해요, 누군지 몰라서. 12 만약에 새로운 사람들이 밖에 만나지 않는 사람들이라면 친구 추가 정도는 같은 단체에 속해 있으면 하게 되더라고요. 그렇지 않은 경우는 보통 거절하는 편이고. 13 저는 모르는 사람들하고는 친구를 안 맺어요. 그래서 교류를 거의 안하죠. 카톡이야 말로 진짜 아는 사람들하고만. 아니면 예를 들면 누가 그룹채팅에 초대했는데 그 사람들도 몰랐지만 그 걸 통해서, 아니면 그 걸 통하지 않아서도 다른 걸 통해서 알게 될 사람들하고만 연락하지 아예 모르는 사람들하고는 전혀 안 해요. 15 카카오톡은 문자라고 저는 생각하기 때문에, 모르는 사람하고 문자하진 않잖아요, 그래서 카카오톡은 아는 사람하고만 하고, 16 모르는 사람들하곤 절대 안 맺어요. 트위터에서도,	페이스북에서도, 우선 인터넷은 좀 무섭잖아요? 전 무서운 공간이라고 생각하거든요? 제가 보수적이라 그럴 수도 있는데, 제가 모르는 사람을 페이스북 친구로 받아줬어요. 난 그 사람이 실제로 어떤 사람인지 모르는데, 인터넷이란 공간에서 그 사람이 날 안다는 게, 전 좀 달갑지 않더라고요. 그래서 안 받고, 트위터도 안 받고 18 친구 외에는 이웃을 맺지는 않아요. 제가 아는 사람들만 교류를 해요 19 평소 알고 지내는 사람들하고 교류해요. ■ 소셜미디어 네트워크의 이질적 교류 2 제 친구들은 다 자기 친한 애들이랑만 하고요, 한 명은 외국애들이랑도 해요. 인도 애들이랑도 하더라고요. 영어공부 목적으로. 근데 개 인도친구 애들이 저를 친구추가하기도 하고 그래요. 3 새로운 사람들하고 많이 하는 것 같아요. 친구의 친구도 있고, 아니면 새로 만나는 사람도 있고.. 4 한국인하고는 교류를 안 해요. 모르는 사람하고는 안하고, 외국친구들하고는 하는 것 같아요. 약간 그걸 켜켜 소크가 있는 것 같아요. 그러니까 한국에서는 한국에서 태어났으니까 약간 사상이 한국인이잖아요, 그러니까 한국에서는 모르는 사람이 사기도 많이 치고 채팅에서 막 성매매 같은 것도 하고 그러니까 잘 모르는 한국 사람하고는 카톡이나 페이스북 절대 안 해요. 외국 사람은 건너 건너 친구라도 hi하고 introduce하고 많이 하는 편이에요. (외국사람에게 더 개방적인 편인데, 외국인들이 더 안전할 것 같아요?) 아뇨, 안전할 것 같기보다는 약간 처음부터 그랬던 것 같아요. 제가 호주가서 개념이 약간 바뀌었다 그랬잖아요. 제가 원래 의심도 많고 사람도 골라 사귀고 그랬었어요. 그런데 호주가서 영어를 먼저 해야 되니까, 제가. 영어를 원래 못했거든요, 외국인들과 친구가 되려면 영어로 먼저 해야 되잖아요, 그래서 거침없이 친구를 사귀었던 것 같아요, 그냥. 생존본능. 그래서 한국에서도 약간 그런 게 있어요. 지금은 골라서 사귀지 않아요. 달라졌어요. 9 알고 지내는 사람들하고도 하고, 새로운 사람들과도 하기는 하죠. 14 저는 새로운 사람들 만나는 걸 좋아해요 오프라인이 베이스가 안 되고 온라인에서 새로 만나서 하는 거는 새로 만나서 실질적으로 오프라인에서 친구가 된 거는 많지 않아요. 솔직하게 얘기해서요. 있긴 있어요. (모르는 사람이랑 친구추가를 하는 기준은 모예요?) 제가 알게 된 사람들은 온라인에서 생뚱맞게 친구추가를
---	---

한 사람들이 아니라 카페나 다른 동호회 같은 거에서 나랑 약간 뜻이 맞다 이런 경우 서로 접근해서 만나면 만나는건데... 정말 모르는 사람이 생뚱맞게 저랑 친구 하자고 하면 저는 안 받아요. 그건 아예 안 받아요. 조금이라도 관심분야가 있든지 해야 되요. 15 페이스북이 남는데, 페이스북은 새로운 사람들과도 많이 맺어요. 그래도 새로운 사람이라는 게 아예 모르는 사람이 아니라, 어디서 누구를 만났다, 그리고 집에 오면 그 사람이 내게 친구신청을 맺거나 내가 그 사람을 친구신청을 하는 그런 식으로..	17 평소에 알고 지내는 사람들이 주축이 되는데요. 평소에 알고 지내는 사람들이 주축이 되지만 동아리에서 동아리 위에 제가 알지 못하는 선배들 같은 경우에는 친구추가가가 오면 받아야 하는 상황이나 그런 경우도 있습니다. 나중에 봤을 때 머쓱한 상황이 벌어지니까 일단 받아두는 거죠. 20 모르는 사람들하고도 같은 관심사가 있는 사람들끼리는 가끔 하기는 해요.
---	--

4. 평소 본인의 사회적 성향은 어떻습니까?(친교성)

<표 III-4> 평소 본인의 사회적 성향

■ 사회적 성향 적극적이다(친교성이 좋다)	
1 활발한 것 같아요. 2 약간 외향적인 거 같아요. 연결다리가 있으면 잘 친해지는 편이고, 없으면 낯을 가리고. 3 네, 좋은 것 같아요. (사교성이 좋다는?) 네, 그렇게 내성적이지는 않아요. 어떨 땐 사교적이다가, 어떨 땐 혼자 있는 게 좋다가..그렇죠. 전반적으로는 중간.. 4 완전 애들이 애들 말로는 되게 사교성이 진짜 좋대요. 저는 잘 모르겠어요. 그냥 되게 처음 막 봐도 안녕? 그리고 친하게, 외국에서 개념이 바뀌어서 그런 것 같아요. 제가 A형인데 다 O형 같다 그래요. 5 저는 큰 그룹에서 노는 걸 별로 안 좋아하고요. 2~3명, 특히 2명에서 노는 걸 좋아하고요. (본인 포함해서 2명이요?) 네. 친구는 많은데, 개념들이 서로 아는 친구들이 아니고요 저랑 하는 단짝 친구 아니고요. (그러면 본인이 사교적이라고 생각해요?) 네, 저 사교적이에요. 7 되게 사교적인 거 같아요. (처음 만난 사람도 스스럼없이 대하는?) 네. 전체적으로 같은 반애들과 친한데, 몇 명 애들과 더 친하고.. 8 저는 처음 보는 사람과도 웃으면서 이야기할 수 있어요. 9 친교성이 있다고 생각하세요?) 좀 있는 거 같아요. (그럼 처음 만난 사람들하고도 친해지고?) 네. 좀 답답한 거나 어색한 걸 싫어해서.. 10 되게 좋아요. 전 장난 아니예요. 진짜. 입 열면 끝나요. 어떤 활동을 하잖아요? 항상 매개체는 저예요. 지금도	5명 학생끼리 모였잖아요? 애랑애랑 몰라요, 그런데 애랑 나랑 알면 저 때문에 이 둘이 친해지고 이런 경우가 많아요. 13 그냥 두루두루 잘 지내는 것 같은데 마음을 탁 터놓고 얘기는 잘 못하는 것 같아요. (낯은 많이 가리나요?) 그건 좀 줄었어요. 예전엔 그랬는데, 요즘엔 별로 안 가리는 것 같아요. 14 저는 오지랖 넓죠. 15 친화력이 좋다고 사람들이 그러긴 하는데, 친한 사람들과 친하지만 내 친구의 친구? 는 낯을 안 가리는데, 정말 처음 보는 사람의 경우는? 음~잘 모르겠어요. 제가 버스 옆자리 모르는 사람한테 말 잘 걸기도 해서.. 제 나이 또래에서는 낯을 잘 안 가리는데, 저보다 나이가 많은 분들에게는 좀 심하게 낯을 가리는 것 같아요. 16 저는 좀 두루두루 친하게 지내는 편이에요. 온라인에서는 뚜렷한데, 싫은 건 싫고 좋은 건 좋은데, 그래서 싫은 사람과는 맺지 않거나 차단하거나 그런 식으로 하고. (오프라인에서는 처음 만나는 사람과 쉽게 친해지는 편인가요?) 네. 오프라인은 제가 마음에 안 들면 별로 안 나가거든요. 제가 마음에 들면 나가고 (그러면 온라인 쪽이 폐쇄적인 거네요?) 네. 17 친교성이 높은 편이에요. 18 좀 낯을 가리기는 하는데 친해지는데 별로 안 걸려요. 저는 사교성 자체는 좋은 편이라고 생각해요. 19 굉장히 외향성이예요. 예, 굉장히 외향적이고, 누구한테 쉽게 말 못 붙이는 성격도 아니고, 되게 친구를 중요시 하면서, 카카오톡이나 페이스북에다 제가 소중한 여기

는 사람과 자주 소통하는 편이에요.

■ 사회적 성향이 좋지 않음

6 제가 친화력이 좋다고는 생각 안 해요. 골고루 친하고 그런 건 아니거든요? 마음에 맞는 친구나 저랑 취미가 비슷한 친구들과 두세 명 소수로 다니는 경우가 많은 거 같아요.

11 전 내성적이진 않은데, 모르는 사람들 진짜 많은 자리에 서는 좀, 잘 못 친해지는데, 이제 조그마한 모임에서는

잘 어울리는 것 같아요.

12 친화력이 좋은 편은 아니라고 생각합니다. 처음 보는 사람들에게 먼저 다가가는 타입은 아니고요 일적인 관계를 떠나면 그 외 다른 관계를 맺게 되는 경우가 별로 없어요.

20 활발하지는 않은 거 같아요.(친교성은요?) 보통. 보통 보다 조금 낮은 거 같아요. (낮 많이 가리세요?) 조금 가려요. (친한 사람들에게도 낮을 가리세요?) 친해지면 안 가려요. (친한 사람들과는 활발한가요? 모르는 사람들처럼 친한 사람들처럼 극과 극인 사람들 있잖아요.) 네. 제가 그래요.

5. 일반적으로 사람들의 사회적 성향이 SNS 이용에 영향을 미친다고 생각하나요?

<표 III-5> 사회적 성향이 SNS 이용에 미치는 영향에 대한 인식

■ 사회적 성향이 SNS 이용과 비슷한 영향을 가짐

1 전 모르겠는데, 저도 그렇게 생각하고 애들도 그렇게 생각하는 것 같아요. 페이스북 같은 데 어떤 애가 사회현상을 얘기하면 댓글이 한 500개 달리더라고요, 그래서 그거 보고 아, 영향을 미치는구나..(활발한 사람이 온라인에서 활발한 지 그런 건?) 예, 전 비슷하다고 생각해요. 직접 본 적은 없는데, 소심한 친구들은 가입만 하는 것 같더라고요. 친구도 10명 정도 되고, 활발한 애들은 열심히 하고, 친구 걸면 2초 만에 받고.

3 (적극적인 사람이 소셜미디어 활용에 적극적이던가 하다는?) 그런 거 같아요, 아, 아닌 경우도 있어요. 근데 아예 내성적인 애들은 사진을 올리거나 글을 올리던가 하는 경우는 없는 것 같아요. 제 친구들은, 적극적이고 자기표현 잘하는 애들이 아무래도 더 많이 참여하지 않을까..

5 네, 미쳐요. (그러면 오프라인에서도 사교적인 사람이 SNS에서도 같은 모습을 보이나요?) 꼭 그렇지는 않아요. 사교성이 나쁜 사람들이 밖에서 소외를 받으니까 온라인에서 더 활발하게 활동할 때도 있고요. 혼자 막 상태메세지 남기고 여기저기 찢러보고 그런데 실제로는 엄청 소심한 사람이 있고요. 원래는 되게 활발한데 소셜미디어 활동 안 하는 사람도 있고요. (대체적으로는 비슷하다고 생각하다고 생각하세요?) 네.

6 네, 미칠 수밖에 없죠. 예를 들면, 충북지역은 서울에 비하면, 아무래도 반응이 느려요. 아까 그 친구들은 다

페이스북 이용한다고 했잖아요? 사실 몇 달 전만 해도 저희 반에 페이스북 이용하는 사람이 저 하나밖에 없었어요. 그런데 지금 반 친구들 중 이용하는 사람이 이제 3~4명 정도.. 우리 지역은 그렇다 치더라도 서울 지역은 그럴 거 같아요. 반 친구들이 페이스북을 다 이용하면 반 친구들 끼리 그룹 만들어서 활동하고, 또 그게 영향을 미치는 거 같아요.

7 네, 미친다고 생각해요. 실제로 말 걸기 어려워하는 사람들은 페이스북에서도 말 되게 조심스럽게 하고, 글 같은 거 잘 안올리고 그래요. (실제로 활발한 사람들은 페이스북에서도 활발하고?) 네, 한 시간에도 몇 번씩 글이 올라오고, 도배할 때도 있고, 미안하다고 감정이 너무 요새 오락가락한다고 사과글까지 올릴 때도 있어요.

9 네, 확실히. 그런 사람들이 확실히 흔적도 많이 남기고, 안부 인사도 잘하고.

11 네, 많이 그런 것 같아요. 왜냐하면 좀 더 사교성이 있으면 모르는 사람들도 막 수락하고 그러니까, 그러면 친구도 더 느는 건데, 그리고 사교성이 좋으면 연락도 더 자주하고, 시간도 더 투자해서 많은 사람들과 연락하고..

15 아무래도 비슷한 것 같긴 해요. 좀 다른 경우가 있다면, 오프라인에서 소심한 사람들이 오프라인에서는 얼굴이 없으니까 좀 자신감이 생긴다고 할까? 그래서 친화력이 없는 사람들이 온라인에서 친화력이 더 높은 경우를 봤어요. (왜 그런 것 같아요?) 얼굴을 마주하지 않으니까 두려움? 부끄러움이 덜하잖아요.

16 전 같다고 생각해요. 실제로 온라인과 오프라인 성향이 같다고 생각하는 게, 실제로 여기저기 다 친한 애들이 페이스북에서도 여기저기 다 댓글 남기고, 난리도 아니고, 친한 애들과 친한, 내성적인 애들은 거의 사용 안하거든요. 자기랑 진짜 친한 애들이랑만 사용하고, 다 드러나는 것 같아요. 실제로.

17 네. 비슷한 편이라고 생각합니다. 실제 상황에서도 내성적 성향을 가지고 있는 사람이 소셜미디어를 사용할 때도 어떻게 보면 연장선이라고 생각하기 때문에 내성적인 사람은 내성적 성향을 펼 테고 외향적 사람은 외향적인 성향을 펼 거라고 생각합니다. (아닌 사람을 본적 있나요?) 카카오톡에서는 말을 많이 하는데 현실에서는 말을 잘 안 하는 친구는 있어요.

18 대체적으로 사람들이 그런다고 생각해요. 그런데 또 현실에서는 조용하다가 온라인에서는 활발한 사람들도 있고, 현실에서는 시끄러운데 페이스북에서는 되게 조용한 사람들도 있고 그래서 그건 개인차인 것 같아요. 온라인에서 소통을 좋아하느냐의 차이인 것 같아요. 기본적으로 어느 정도 영향을 있겠죠.

20 (본인 말고도 일반적으로 온라인이랑 오프라인이랑 비슷하다고 생각하세요?) 같은 게 더 많은 거 같아요. 개드립 많이 하는 애들은 온라인에서도 많이 하고, (주위에서 평소에는 아무 말도 없다가 인터넷에서는.....?) 아, 네. 있다. 있는 거 같아요. (그럼 오프라인에서는 말 진짜 많다가 온라인에서는 소극적인 친구들?) 그거는 좀 더 적은 거 같아요. 그 반대가 더 많은 거 같아요. (그 반대사람들하고 온라인 오프라인하고 똑같은 사람들의 비율은요?) 똑같은 사람이 한 7, 7대 3정도.

■ 사회적 성향이 SNS 이용과 다른 영향을 가짐

2 일반적으로는 그런데, 제 생각은 좀 달라요. SNS에서

더 활발해지는 애들도 있고, 소극적인 애들도 있고.

4 약간. (온라인과 오프라인이 정반대인 사람도 있잖아요?) 그런 게 약간 있는 것 같아요, 사람마다 성향이 다르니까. 성격도 다르고 환경도 다르고 그러니까 그런 데에서 영향이 미치는 것 같아요.

8 네. 예외는 많이 못 봤어요. 가끔, 페이스북에서는 글을 생각 있게, 현대사회에 대한 고찰 그런 거 올리는 경우 있잖아요, 그런데 실제로 만나면 말을 잘 못하는 경우는 있더라고요. 그렇다고 실제로는 명청하다 그런 건 아닌데, 말하는 스킬이 부족한거지. 그런데 실제 모습이랑 SNS랑 비례하는 거 같아요. 예외의 경우는 제 주위에서는 못 봤어요.

10 저는 그렇다고는 생각 안 해요. 만약 그렇더라도 능숙함의 차이 때문이지, 정말 외적인 애라고 거기서 외적일 거라고는 생각 안 해요.

13 한 예를 들자면 제 친구 같은 경우는 되게 사람들과고 나쁘게 지내는 건 아닌데 말도 별로 없고 되게 조용한데 온라인상에서는 말도 되게 잘하고 되게 잘 웃고 사람들하고 연락도 잘하고 그러는 사람이 있어요. 처음에는 MSN 같은 거 할 때, 그거나 페이스북 같은 경우에서 연락은 되게 잘하고 그러는데 직접 만나면 막 조용하고 그래가지고, 그런데 거의 대부분의 사람들이 그럴 것 같기는 해요. 아무래도 얼굴이 안보이니까 편하게, 덜 부담스럽게 사람들을 대할 수 있는 것 같기도 하고.

19 사회적 성향은.. (아까 말한 친구들과의.. 자기가 말한 친교성..) 근데 이걸 개인차가 크게 영향을 미친다고 생각 안하고 사회적인 것 보다는 심리적인 것, 개인적인 것이 더 크게 영향을 미친다고 생각해요. (근데 이제 본인의 성향이 친교적이냐 아니냐 해서 SNS 이용에 영향을 미친다고 생각하나요?) 저의 친교성이 영향을 미치나.. (그러니까 본인이 친교적이기 때문에 SNS에 영향을 미치느냐 하는..) 그렇죠, 아무래도, 왜냐하면 제가 아이들의 댓글을 달기 때문에 제가 글을 달 때도 아이들이 댓글을 달기 때문에...

6. 평소 자신의 성향, 성격과 비교했을 때 소셜미디어에서 나타나는 본인의 모습과 얼마나 차이가 있나요?

<표 III-6> 소셜미디어와 현실 자아와 차이

■ 평소 자신 성향과 소셜미디어의 모습은 비슷하다

1 저도 그런 것 같은데, 활발하게 잘하는 것 같아요.

3 (소셜미디어에서 자신의 모습을 좀 더 포장하는 경우도 있잖아요?)전 그런 건 별로 없는 것 같아요. 전 글을 쓸 때 좀 더 귀여운 척을.. 평소 말투와 다르게 쓴다던가?

(실제의 모습과 차이가 있는 건 당연한데, 어느 정도 차이가 있는지..)그렇게 많이 있는 것 같진 않아요. 조금?

4 똑같은데 약간 다른 것 같아요. 비슷한데.. 이제 오프라인에서는 되게 외향적이거든요. 그런데 온라인에서는 그 외향적보다 덜한? 약간 솔직히 댓글이나 그런 걸로 다 표현할 수 없으니까..제가 친구들이 보면 말투가 있잖아요, 네 말투가, 표정이 상상이 된다, 그런 거에서 좀 제한이 있는 것 같아요.

5 똑같은 것 같아요. 저는 비슷하게 써요. 그래도 가끔 서로 얼굴만 아는 친구들에게도 좋아요는 많이 놀러요. (그런데 페이스북 같은 경우는 모르는 사람도 쉽게 볼 수 있잖아요, 그래도 신경 안 쓰세요?)그래서 글을 안 올려요.

7 비슷해요. (소셜미디어 쓸 때에도 사교적이에요?) 네.

8 그렇게 크진 않은 거 같아요. 물론 아주 기분이 안 좋을 때 페이스북에 다 올리진 않죠. 그래도 기분 좋을 땐 기분 좋은 거 올리고, 안 좋으면 안 좋은 거 올리고..아주 안 좋을 때 빼고요. 그런데 거의 제 모습 그대로인 거 같아요. (기분이 너무 안 좋을 땐 올리지 않아요?) 그래서 제 지인 중 하나가, 비밀 폴더를 만들었어요. 너무 기분이 안 좋으면 여기다가 풀라고. 거기에 그냥 올려요.

10 비슷하다고 생각해요. 조금도 차이가 없진 않겠지만 제가 보여 지는 모습과 소셜미디어에서 보이는 모습은 비슷하다고 생각해요. 그게 제가 아닐 순 있어요. 그러니까 남들에게 보여 지는 모습이 제가 아닐 순 있지만, 그게 소셜미디어에서 보여 지는 저의 모습과 차이는 없어요. 저하고의 차이는 모르겠지만, 보여 지는 모습의 차이는 없어요.

11 음~저는 비슷한 것 같은데, 소셜미디어에서는 좀 더 활발한 것 같아요. 예를 들어, 뭐 그렇게 웃긴 게 아닌데도 반응해주고, 댓글도 달고, '좋아요'도, 그렇게 좋은 건 아닌데 그냥 놀러주고.. (차이가 많진 않고?) 많진 않아요.

12 되게 비슷하다고 생각해요.

14 저는 온라인에서 친하게 지낼 거면 오프라인에서도 똑같이 친하게 지낼 수 있을 만한 게 모토라서.. 온라인과 오프라인 성향이 비슷한 걸 추구하는 편이에요. (오프라인과 온라인에서 자기의 성향이라든지 동일하게 나타나겠네요) 일단 성격 같은 건 거의 비슷해요. 똑같아요. 정치적인 성향을 좀 다르게 나타낼지 모르는 데.. 그런 소신 있는 정치적인 성향 웬만한 거는 온라인에서는 발언하지 않아요. 절대요. 그거는 나중에 문제가 될 수 있고 쉽게 얘기해서 불특정다수가 보게 되는 건데 나랑 아직 친해지지 않고 나하고 친밀도가 있는데 그 사람이 내가 가를 써도 그걸 오해해서 보면 아 다르고

어 다를 수 있기 때문에 한 글자도 그 의미를 잘못 이해하면 나에 대한 편견이 생길 수 있잖아요. 그래서 온라인에서는 웬만하면 정치적 발언이나 소신 있는 발언은 정말 누가 봐도 동의할 수 있는 일이라든지 선이 아니면 웬만하면 자제하려고 하고요. (정치적인 거 말고 자기가 조심하는 콘텐츠들이 있나요?) 예민하거나 민감한 사람들은 회피하고요. 누가 봐도 한쪽으로 치우쳐있는 입장이라면 지양하는 편이에요. (일반적으로 올리는 콘텐츠들은 어떤 건가요?) 웃긴 거 위주로, 인간관계 유지할 수 있는 콘텐츠 위주로 올려요.

15 똑같은 것 같아요? (비슷해요?) 네. 대신 오프라인에서 그렇게 안 친한 사람들하고 온라인에서 대화하면 더 친한 것처럼 느끼긴 하죠. 덜 어색해서. 아가와 같은 이유로, 얼굴 안 보고..

17 네. 비슷한 편이라고 생각합니다. 실제 상황에서도 내성적 성향을 가지고 있는 사람이 소셜미디어를 사용할 때도 어떻게 보면 연장선이라고 생각하기 때문에 내성적인 사람은 내성적 성향을 뽐내고 외향적 사람은 외향적인 성향을 뽐낸다고 생각합니다. (혹시 그런 친구 있어요? 카카오톡에서는 안 어색한데 만나면 어색한 친구?) 카카오톡에서 어색하지 않으면...바로....음..... 저만 안어색한건진 모르겠는데 저는 그렇지 않아가지고. (만나도 안 어색해요?) 네. (페이스북에서 채팅을 하거나 댓글을 달 때에는 안 어색한데 만나면 어색한 친구 있어요?) 어색할 거 같은 사람한테는 아예 댓글을 달지 않기 때문에. 주로 소통하는 사람들은 제가 자주 만나는 사람들이고 그렇다 보니까.....

18 기본적으로 별 차이가 없게 쓰려고 하는데, 페이스북은 글자로 되어 있고 카톡도 글자로 되어 있으니까 평소보다 진지한 얘기를 좀 더 자주하는 것 같아요. 글이라서 생각을 들어 내기 쉬운 것 같아요.

19 비슷한 것 같아요. 왜냐하면 제가 남한테 힘든 일이라든가 의지를 잘 안하는 성격이라서, 표출하지 않는 스타일인데, 그래서 더 밝은 모습 많이 보이려고 하는데, 페이스북에도 내용 보면 우울한 내용 거의 안 쓰고 보통 다 즐거운 내용만 쓰기 때문에 전 차이는 크게 없다고 생각을 해요.

■ 평소 자신 성향과 소셜미디어의 모습은 다르다

2 저는 SNS에서는 조금 조용히 있어요. 귀찮아서. 페이스북 같은 경우는 글 올리는 경우가 좀 귀찮아요. 그거 쓰는 시간에 다른 거 하는 게 낫겠다 싶고.

6 (친화력이 좋은 사람은 온라인에서도 친화력이 좋다고 생각해요?) 네. 제 친구 중에는 그런 거 같아요. 평소에도

말이 적은 친구가 있어요, 페이스북에서도 확실히 말이 적은 편이고요, 진짜 말이 많은 애들은 페이스북에서도 말이 많고요. 아닌 사람은 아닌 거 같아요. (본인은 어때요?)저요? 전 좀 차이가 나는 거 같아요, 그러니까 제가 편하게 대할 수 있는 친구가 있고 아닌 친구가 있는데, 대외활동하면서 만난 친구들은 제 사고방식을 이해할 수 있다고 생각해요, 그래서 그 쪽 친구들은 적극적으로 많이 얘기하고 교류하는 반면에, 학교친구들은 관심사가 주로 운동이에요, 축구나 농구? 그런데 저는 사실 운동을 많이 안 좋아하거든요? 그래서 학교친구들과 교류하는 편이 아닌 거 같아요. 제가 사실 적극적인 편이 아니라 말주변이 많지 않아요, 학교에서는.. 그런데 페이스북에서는 대외 활동하는 친구들이 많아서 말이 많은 편이예요. 9 음~좀 다른 거 같아요, 오프라인, 학교에서는 공부하고, 약간 지금 제가 학생이 본분이잖아요, 본분에 충실한 거고, 온라인에서는, 하는 이유가 상대방과 소통하기 위해서이니까. 그리고 또 그렇게 구분 짓는 게 아니라, 오프라인에서 만나는 애들이 온라인에서도 만나니까, 그렇게 구분 짓는 거지 구분 짓는 건.. 제 나이가 나이다	보니까 학생은 공부가 우선이니까..학교에서 제가 공부를 안 할 순 없는 거니까. 13 온라인에서는 오히려 더 친한 사람들과고만 더 연락하고 그런 것 같아요. (그 이유는요?) 잘 모르겠어요, 오히려 반대의 사람들이 더 많을 것 같기는 한데..... 저는 웬지는 모르겠는데 그냥 그렇게 친하지 않아도..... 얼굴을 직접 보면 어쩔 수 없이 얘기를 하게 되는데 온라인상이면 내가 이 사람한테 연락을 하고 말을 걸지 않아도 딱히 이상해 보이지 않으니까 그래서 안하는 것 같아요. 16 좀 다른 것 같은 게, 전 실제로 되게 소심하고 남들에게 쉽게 못 다가가고, 상처받고, 잘 빠지고, 오프라인에선, 근데 페이스북에선 그렇지 않은 것처럼 보이게 하고, 상처 잘 안 받고, 쿨 한 것처럼 보이게 하고, 실제로 안 그러거든요. 20 네. 아는 사람한테는 막말하고 이상한 소리하고, (다른 점은 있어요?) 아무래도 한번 거처서 말하는 거잖아요. 그래서 안 친한 사람에게는도 친한척하고 좋게 말하고.
--	--

7. 평소 본인의 정치적 관심도 및 성향은 어떻습니까?(매우 진보적~매우 보수적)

<표 III-7> 평소 본인의 정치적 관심도 및 성향

■ 정치 관심이 높다 4 (정치에 관심 있어요?) 예. 저 관심 있어요, 꿈이 경찰이거든요, 경찰대 가는 게 꿈이에요. 저는 부검, 과학수사 쪽 관심 있어요, 경찰대 가면 그런 과가 있대요, 대한민국에 그런 과가 별로 없어서 외국에도 좀 생각해 봤거든요, 그런데 아버지께서 외국까지 말라고, 나 너무 외롭다고, 아니면 꿈이 법의관인데 9급 공무원 되고 나서 더 꿈을 펼쳐볼까, 아직 시간은 많으니까. (정치적 성향은 어느 쪽이라고 생각하세요?)잘 모르겠어요, 어른들의 성향은 약간 보수적인 것 같아요, 그리고 100분토론 보면 되게 답답해요, 사회자는 되게 통쾌해요, 쓸데없는 말만하고 대한민국에 대해 나아가는 정책을 세워야 하는데, 자꾸 거기서만 머물러 있는, 자기만 안다는 듯이 말하고, 고등학생인 저도 아는 데 자기만 아는 것처럼 얘기하는 게 답답해요. 9 (정치에 관심 있어요?) 네. (그럼 본인 성향은?)중도? 음~전 사실 잘 모르겠어요, 제가 모르는 게 아니라,	우리나라에서 진보와 보수를 구분하는 것이 애매한 거 같아요. 10 저는 그쪽으로 공부할 거니까 관심도는 있죠, 저는 그 쪽으로 생각 많이 해봤어요, 나는 어느 쪽일까, 책도 많이 찾아보고 했는데, 딱히 매겨지는 건 없는 거 같아요. 보수적이거나 진보적이어야 문제가 있는 거예요, 예를 들기 애매한데, 우리나라에서 진보적이라고 해도 세계적으로는 보수적일 수 있는 거고, 문제에 따라 그걸 다르게 해야 하지, 나 자체가 보수적이다, 진보적이다 해서 모든 걸 보수적, 진보적으로 보는 그런 건 너무 이분법적인 문제라서 아닌 거 같아요. 17 (정치적 관심도는 어떻게 되세요?) 높은 편이고요. ■ 정치적 관심이 낮다 1 관심도는 아주 낮아요. 정치적 성향은, 관심도도 없어서 아예 없어요. 3 정치적 관심이요? 별로 없어요.
--	--

6 관심도는 엄청 많은 거 같진 않은데, 없진 않아요.
7 (정치적 관심 있어요?) 없어요.
8 많이 크진 않아요.

13 저는 전혀 관심이 없어요.
20 조금 관심을 갖기는 하는데 그냥 그 정도.

7-1. 평소 본인의 정치적 성향은 어떻습니까?

<표 III-7-1> 정치적 성향

■ 정치 성향: 진보

- 2 비교적 중립적인 거 같은데, 약간 진보? 최대한 중립을 지키려고 해요.
3 진보 쪽?
5 전 완전 진보적인 거 좋아해요. 전 확 같아엎는 거 좋아해요. 우리나라 확 같아엎었으면 좋겠지만 우리나라엔 보수적인 성향이 많이 때문에, 새누리당이 아무리 잘못해도 그걸 지지해주는 국민 층이 있기 때문에 쉽진 않을 거 같아요. 그런데 전 될 수만 있다면 교육정책 다 같아엎고 싶고요. 다 확 같아엎고 싶어요.
6 저는 좀 진보적인 거 같아요.
12 정치적 관심도는 어떤 사람들이랑 비교를 해야 할지 모르겠는데 성향은 중도좌파라고 얘기를 하면 될까요?
15 약간 진보?
18 저는 진보적이라고 생각해요. 1~10이라고 생각했을 때 3~5정도라고 생각해요.
19 진보적인 편이에요. 진보적인 편인데...
20 좀 진보 쪽에 조금 관심을 갖기는 하는데 그냥 그 정도

■ 정치 성향: 보수

- 8 보통은 보수적인? 주위엔 진보적인 친구들이 많은데, 얘기하다보면 애는 왜 이러지? 할 때가 가끔 있어요. 진보적인 친구들은 글을 올리면 개혁적이잖아요, 단적인 예를 말씀드리자면, 개네들은 새누리당을 엄청 까요, 엄청 안 좋게 얘기하고, 왜 애네는 이렇게 고리타분하냐. 그러면 진보적인 성향이고요, 인터넷 뉴스를 공유할 때 예를 들어 중앙일보, 동아일보를 공유하는 애들은 보수적인 성향이 있는 애들이고, 민중의 소리라던가 위키트리, 경향신문 등을 공유하는 애들은 진보적인 성향의 애들이

예요. 나도 저렇게 생각하는데, 이렇게 글을 올리거든요. 단적으로 생각해 보수진영을 까는 애들은 진보적인 애들이고, 새누리당 페이스북에 좋아요 누르는 애들은 보수적인 성향의 애들이예요. (그럼 왜 본인은 보수적 성향이라고 생각하세요?) 정치적 얘기가 나올... 전 잘 모른다고 말해요. 구럼비 사건 있잖아요? 진보적인 애들은 지켜야 한다고 하고, 보수적인 애들은 해군기지를 해야 한다고 하는데 그 이야기만큼은 관심을 가져야겠다 싶어 주위 사람들에게 많이 물어봤어요. 그런 거 많이 아는 애들은 일부 극우, 극좌 애들 빼고 정치에 관심 없는 애들에게 친절하게 가르쳐 주더라고요, 그래서 얘기를 듣는데, 저는 진보 쪽 애들이 약간 이해가지 않는 거예요. 저는 우리나라가 아직 휴전 중이니까 자연환경도 중요하지만 해군기지를 지어야겠다고 생각했어요.

- 11 특정 문제에 대해서는 보수적인데, 예를 들어 복지, 이런 건 정부가 다 해야 한다, 이런 식인데, 개개인, 다 똑같은 순 없고, 사람들은 다, 개인의 능력이 있으니까 그걸 따라 사는 것 같아요.
14 개혁보수라고 할 수 있죠. 보수적인데 충분히 바뀌어야 하는 걸 말하죠. 바뀔 수 있는 보수다 이렇게 말할 수 있죠.
16 저는 약간 보수적.
17 약간 보수적이라고 볼 수 있습니다.

■ 정치 성향: 중도

- 7 보통인 거 같아요. 받아들이건 받아들이고, 멀리할 건 멀리하고
9 중도? 음~전 사실 잘 모르겠어요. 제가 모르는 게 아니라, 우리나라에서 진보와 보수를 구분하는 것이 애매한 거 같아요. 솔직히 저쪽이 진보다, 보수다 하는데, 새누리당이 보수라 하는데 거기서도 진보적 성향을 갖고 있고, 민주통합당에서도 진보라곤 하지만 보수적인 성향을 갖

고 있거든요, 그래서 좀 말이 안 돼요, 학생으로서 봤을 땐 웃겨요. 전 둘 다 똑같은데, 서로 가치관 정통이라고 하고, 개혁 운운하며 싸우는 거 보면, 똑같이 싸우는데, 또 싸우고.

- 10 딱히 매겨지는 건 없는 거 같아요. 보수적이거나 진보적 이어야 문제가 있는 거예요, 예를 들기 애매한데, 우리나라에서 진보적이라고 해도 세계적으로는 보수적일 수 있는 거고, 문제에 따라 그걸 다르게 해야 하지, 나 자체가 보수적이다, 진보적이다 해서 모든 걸 보수적, 진보적으로 보는 그런 건 너무 이분법적인 문제라서

아닌 거 같아요. 나꼼수 같은 경우 솔직히 진보적이잖아요, 그런데 전 나꼼수 싫어하거든요? 너무 왜곡된다고 할까? 그렇게 생각해요. 진짜 비교적으로 어린 학생들이나 여성들은 정치에 관심 없는 편인데 나꼼수는 다 알아요. 그러면 거기서 처음 접하는 게 그건데, 왜곡된 정보를 준다는 걸 전 되게 별로거든요? 나꼼수는 별로지만, 그렇지만 진보적인 성향 자체는 괜찮다고 생각하고, 이런 식으로 상황에 따라 다른 거 같아요. (아직까지는 성향이라고 말하기는 뭣하고 상황에 따라 다르다?) 네.

- 13 전 중간인 것 같아요.

8. 소셜미디어를 이용하면서 정치활동에 참여한 적이 있나요?

(기부, 서명운동, 자원봉사, 투표인증샷, 정치 이슈에 대한 의견표명)

<표 III-8> 소셜미디어를 통한 정치활동 참여 경험

■ 서명운동 참여

- 1 서명운동? 저희가 어찌다 보니 학교에 문제가 생겨서 반이 바뀌었어요, 그래서 전교회장이 페이스북에서 서명 운동 한 것 같아요.
- 4 서명운동 해 봤어요, 무한도전 결방했던 거 다시 살려라 그거..그리고 독도 서명운동 해봤고, 그건 한 지 얼마 안 됐어요, 한 달 전? 그리고 소셜로 외국대학 가고 싶은 데가 있어요, 법의관 그 쪽으로, 그런데 서명운동하면 거기가 쪽 올라간다고 하더라고요, 그래서 제가 거기 가고 싶어서 맨날 댓글 달고, 댓글 다는 게 힘든 게 아니니까, 댓글 달고 좋아요
- 7 서명운동 같은 거 했던 거 같아요, 잘은 기억 안 나는데,
- 13 예전에 무한도전 안 할 때는 무한도전 해달라고 그거 서명 운동한다고는 한번 해봤는데,
- 19 아 예, 서명운동은 정말 필요한 경우에 했는데.

■ 기부 참여

- 7 좋아요 누르면 유니세프에서 아기들한테 1달러 씩 주고.. 좋아요 누르면 1달러, 댓글 달면 2달러, 공유하면 3달러 인가? 그리고 유니세프에서 기부해요, 그렇게 해서 관심도를 높이고,
- 12 네이버 해피빈을 한 번 써서 기부 100원을 해봤어요.

- 14 기부활동 같은 건 가끔하는데

■ 자원봉사

- 4 자원봉사는 사랑의 도시락 배달? 처음에 카페에 가입해서? 페이스북에 연동되는 그런 거예요, 그거 하면 제 타임라인에 뜨잖아요, 그럼 저도 갈게요, 그때 시간돼요, 그러면 어디로 나와라
- 5 자원봉사 같은 거 참여했고요, 희망식당 참여해봤고요, 더 해보고 싶는데 많이 안 해봤어요, 시간이 없어서..

■ 투표인증샷

- 18 투표했다고 남기기는 했는데 투표해야 된다고 올리긴 한 것 같아요, 정치적인 글들은 최대한 자제하려고 하는 편이에요, 민감한 사안 들일 수 있고 하나까 투표해야 된다 이거는 해야 되는 거니까 올린거고요,
- 20 투표 인증샷 해봤어요.

■ 정치 이슈에 대한 의견표명

- 4 정치의견 표명한 적은 있어요, 너무 답답해서, 독도문제, 독도 진짜 너무 답답해요, 내가 외국 가서 있는데, 일본에 들은 독도에 대해 정말 아무것도 몰라요, 독도가 뭐지?

제가 일본친구도 많고, 한국친구도 있는데, 그 때 주제가 자기나라 그리기였는데 제가 독도를 엄청 크게 그렸어요. 영문으로, 그런데 모르더라고요. 약간 싸울 것 같은 거예요. 그래서 Dokdo is our territory. 이렇게 썼는데 모르더라고요. 근데 개네도 다케시마도 몰라요. 제가 물어봤거든요. 10대 20대 정말 몰라요.

12 정치적 이슈에 대한 의견 표명은 페이스북을 통해서 한번이나 두 번. 트위터로는 한 번 정도 했었나? 그래서 있기는 한데 그렇게 빈번한 것은 아니죠. 딱 한 번 정치 관련 글을 썼던 게 있었어요. 아마도 2008년이었나? 광우병 촛불 시위 사태가 일어났고 그 때 당시

오마이뉴스나 라디오21인가, 라디오 방송이 있었고. 그 때 당시 외국에 있었거든요. 그 때 경찰의 가혹 행위 등이 문제가 되었을 때 대부분 소셜미디어로 보도가 됐었고요. 그래서 그 것을 편집해서 다른 나라 말로 번역해서 블로그에 올렸던 적이 있어요. 아까도 얘기했 다시피 그런 식으로 정치 관심도가 높아지는 것 같아요.

15 비리사건이 터졌을 때 이런 사회모습에 너무 화가 나서 그런 글을 올렸던 것 같아요.

18 누가 사회문제에 대한 글을 남기면 댓글로 의견을 표명하는 정도예요

9-1. 소셜미디어를 통해 정치 관심이 높아진다고 생각하십니까?

<표 III-9-1> 소셜미디어를 통한 정치 관심도

■ 정치적 관심이 높아진다

16 높아지긴 했어요.

18 네 높아진다고 생각해요.

19 네, 그건 확실히 높아진다고 생각합니다. 소셜미디어를 통해서 유명한 사람과 친분을 맺는 경우가 다반사잖아요? 그렇다보면, 그 사람들 그냥 페이스북 뉴스피드를 아무것 없이 읽어보는 것도 그 사람 생각이 저한테 입혀지는 거잖아요. 그 사람들이 어떤 말을 하는지에 제가 볼 수 있는 거잖아요. 쉽게 여론을 미칠 수 있다고 생각을 합니다.

20 보는 길로는 관심이 높아진 것 같아요. 사실은 제가 기숙사 살고 그래서 신문이나 뉴스 같은 거를 집에서 애들 보는 것처럼 그렇게는 잘 못 보거든요. 그래서 핸드폰으로 돌아다니면서 소식 같은 거 올라올 때. 트위터에서 막 뉴스 공유되고 그러니까. 그런 것 같이 보고, 사람들 서로 막 생각이 다른 게 많잖아요. 그런 것으로 보면서 생각 한 번 더 해보게 되고.

■ 정치적 관심이 낮아진다

1 아니요, 더 낮아진 것 같아요. 애들 싸우는 것 보고 관심이 떨어져서..일부러 알아야 할 필요는 없는 것 같은데?

3 제가 트위터를 안 해서 모르겠는데, 그렇게 높아질 것 같진 않아요.

4 그건 아닌 것 같아요. 정치 관심은 자기가 찾아서 해야 되는 것 같아요.

9 반신반의해요. 약간 눈꼴사나운 글도 많이 보고..일반적으로 근거 없이 비방하는 글? 누가누가 나쁘다, 나쁜놈, 그런 글?

11 이진, 트위터 이런 것으로 높아진다고 생각하는데, 페이스북으로는 아닌 것 같아요.

13 저는 딱히 모르겠어요. 아무래도 보이니까 그래서 아무래도 퍼지지 않을까요? 눈으로 직접 보이고 거기에 있으니까

17 더 높아지거나 그러지는 않았어요.

10. 소셜미디어 인맥 중 주로 소셜미디어를 통해서만 유지되고 오프라인/현실에서는 거의 보지 못하는 인맥은 어느 정도인가요? (없다, 소수, 반 정도, 반 이상, 대부분)

<표 III-10> 소셜미디어 인맥과 현실 인맥의 차이

■ 소셜에서만 만나고 못 보는 인맥은 50% 4 거의 300명? 왜냐면 외국친구들이니까. 거의 반 정도 돼요. 6 아예 보지 못하는 친구는 없는데 자주 보지 못하는 친구들이 대부분이에요. 대외활동을 하면서 만난 친구들이기 때문에 이상 되죠. 페이스북도 마찬가지고요. 9 음~절반정도? 12 비율은 대강 반반정도 되는 것 같아요. 10프로 정도는 온라인에서만 만나는 사람들인 것 같아요. 만날 기회가 없어서. 18 페이스북 같은 경우는 초등학교 때 같은반 친구였다 그러면 페이스북에서는 봐도 현실에서는 못 보는 경우가 많은 것 같고요. 그래서 반 정도 그런 것 같아요. 19 음.. 정말 친한사람 말고는 다..그러니까 거의 반 정도 되요. 고등학교 1,2,3학년, 중학교 1,2,3학년 친구들과는 다 페이스북 친구들을 맺지만 그 친구들 모두 보는 건 아니고, 제일 친했던 친구들만 보는 거니까..	보기가 좀 그렇고. 15 거의 보지 못하는 것 같아요. 한 80%가 보지 못하는 거 같아요? 멀리 사니까, 또 저는 해외 사니까. 저는 해외 살지만 한국친구들과 연락할 수 있잖아요? 그런 친구들은 오프라인에선 보기 힘들고, 또 같은 나라에 살더라도, 같은 고등학교 다녔지만, 한국처럼 대학이 서울에 몰려있고 그런 게 아니라, 영국은, 유명한 곳은 각 도시마다 있거든요, 친구들이 전국에 흩어져 있어서 보지 못 해요. 17 카카오톡 친구들 중에서 오프라인에서 잘 보지 못하는 친구들의 비율은 60 %되고요. 페이스북은 80% 되요.
■ 소셜에서만 만나고 못 보는 인맥은 50% 이상 3 한 100명은 넘는 것 같아요. 전체적으로 3분의 2정도 되요. 7 SNS에서 사는 애들이 거의 멀리 살아서..청소년활동을 하는 애들이 전국에 다 있어요. 청소년특별회의 그걸 해가지고 지방에 있는 애들도 있고 멀리 있어서..그렇게 많진 않아요. 다음카페로도 있어요. 되게 거의 다 가입되어 있고 되게 많아요. 정기회이나 본회의 때, 정기적으로 큰 행사 있을 때 볼 수 있어요. 비율로 계산하면 3:7? 3은 보고 7은 못 보는... 11 반 이상 되는 것 같아요. 전체 600명 중에서 400? 13 페이스북에서는 더 많은 것 같아요. 아무래도 그 명수가 많으니까. 예전에 학교에서 같이 다니던 친구들 같은 경우는 못 보는 경우도 있으니까 퍼센티지로 하면 한 70프로. 아무래도 시간이 지나다 보니까 서로 보기가 좀 부담스러운 경우도 있고 그렇게 친하지 않았어도 친구를 맺는 경우가 있기는 있잖아요. 같은 학교 네트워크를 통해서 아는 사람이면 하는 거. 그러면 잘 모르는데	■ 소셜에서만 만나고 못 보는 인맥은 50% 이하 1 카카오톡에서는 조금 있는 것 같아요. 한 5명? 페이스북은 좀 많은 것 같아요. 한 30명? 확신이 안 서는데, 한 10%? 그 친구들은 유학 갔거나 학교 자퇴했거나, 멀리 갔거나 그런 애들? 14 페이스북에서 750명 있다고 말씀드렸는데 언제든지 편하게 만날 수 있는 사람이 100명 정도 되고요, 카톡이랑 페이스북이 겹치니까.. 전체 친구를 700으로 본다면 전체를 10으로 봤을 때 2는 언제든지 편하게 만나고요 나머지 2는 충분히 만날 의사가 있으면 언제든지 연락할 수 있는 사람들이예요. 6:4 정도 되죠 20 카톡 친구들 중에서 실제로 보는 친구들은 반 정도. 제 집이 지방이라서 친구들도 지방에 많이 있거든요. 페이스북에는 보는 사람들이 반 이상인거 같아요. 보긴 보는데 학교사람들도 보긴 보는데 안 친한 사람들도 있고 그러니까. 트위터 같은 경우는 현실에서 보는 사람이 소수. 연예인들 막 이런 사람이라서. ■ 기타 2 대체로 그렇죠? 친구 수가 너무 많다 보니까, 평소에 교류가 없던 친구들도 많고. 5 캐나다 친구들은 멀리 있으니까 못 보고요. 저는 소셜미디어에서 유지가 되면 오프라인으로도 가요. 트위터에서 만났는데, 제가 어떤 글을 올렸는데 그 사람이 특정 발언을 보고 제 트위터를 보고, 제 프로필을 검색해 보고

잘 맞겠다 싶어서 팔로잉하고 자기 맨션 보내고 그런 적은 있었어요. 8 온라인에서 친해져서 오프라인에서 발전된 경우는 좀 있어요. 계속 온라인으로 유지되는 경우는 만나기 힘든 곳에 사는 경우에 그런 거지, 해외 등에 있어서 만나기 힘든 경우를 제외하면 절반가량은 온라인에서 오프로 발전된 경우인 거 같아요.	10 네 있죠. 여자친구의 여자친구? 친구의 여자친구나 남자친구. 많진 않아요. 지금 딱 생각나는 게 3명? 그렇게 아는 사람은 별로 없어요. 16 저는 소셜에서의 인맥과 오프라인에서인 인맥이 거의 일치하는 것 같아요. 오프라인에선 안 친한데, 소셜에서는 친하고, 이러진 않는 것 같아요. 오프라인에서 친한 사람이 소셜에서도 친하고.
---	--

11-1. 소셜미디어에서 친구를 차단해 본 경험이 있습니까?(가해자 측면)

<표 III-11-1> 소셜미디어에서 친구 차단 경험

☐ 친구 차단해본 경험이 있음	☐ 친구 차단해본 경험이 없음
1 네. 3 제가 아는 친구가 친구추가를 했을 때, 그리고 사실은 아빠도 차단을 했는데... 4 많죠. 6 네. 7 네. 8 있어요. 11 네, 있어요. 15 카카오톡 차단해 봤어요. 16 한 명 있는데요, 이런 거죠, 실제로 오프라인에서 인간관계를 하다보면 사이가 안 좋아질 수도 있잖아요, 근데 그게 좋게 끝날 수도 있고, 좋게 끝났지만 아직도 감정이 안 좋은 사람도 있잖아요, 그런 사람을 차단할 수도.. 실제로 오프라인에서 사이가 안 좋으니까? 소셜에서도.. 17 네, 있어요. 페이스북으로요. 18 네. 20 카카오톡에서 친구 차단한적 있어요.	2 없어요. 필요하면 할 수도 있는데. 없어요. 5 없어요. 페이스북 같은 경우는 아예 확인도 안하고, 차단도 안하고 9 전 없어요. 한 번도 없었던 거 같아요. (페이스북이나 카톡에서 해보지 않았어요?)한 번 있었던 거 같아요. 헤어진 남자친구? 딱 한번? 10 친구차단은 없고, 뉴스피드에 안 뜨게 한 적은 있어요. 12 아니오, 친구 거절도 차단이라고 봐야합니까? 그건 아닌 것 같아요. 있던 친구를 차단하거나 그런 적은 없었어요. 13 아니오. 한 번도 해 본적이 없어요. 14 나랑 별로 관계가 없고 하면 아예 친구를 안 하죠, 초반에 차단해버리죠. 처음부터 친구 수락을 안 하는 거죠. 19 없어요.

11-2. 있다면 어떤 이유였나요?

<표 III-11-2> 친구 차단 이유

☐ 계속 귀찮게 해서 차단함	차단했어요.
1 계속 귀찮게 해서, 학교에서 무슨 문제가 있었는데, 자꾸 물어보는 거예요, 그래서 말 안하기로 하고 카톡에서	9 연락이 계속 오는데 짜증나서. 15 별로 연락하고 싶지 않은 사람인데 자꾸 연락해서 일촌 끊었어요.

■ 헤어진 연인이기 때문에 차단함

- 11 옛날에 사귀던 사람.. 그 외에는 없어요. 연락하고 싶지 않는데 연락 들어와 가지고요.
- 15 전남자친구라든가, 아니면 친구추천목록에 뜨는데, 처음엔 친구추천목록에 안 보이게 하는 방법을 몰랐어요, 그래서 모르는 사람이 뜨면 그냥 차단해버렸어요.

■ 사생활 침해라서 차단(너무 잘 알거나, 혹은 전혀 모르는 사이이기 때문)

- 3 아빠가 보게 하면 안 되겠다. 그리고 친구들하고 아무 생각 없이 쓰는 글들도 뭔가 부모님이 보시기엔 좀 그런 것 같아서, 친구추가 했는데, 차단했어요.
- 4 들도 보도 못한 사람들, 그 사람이 제 친구추천에 뜨는 이유가, 그 사람이 제 연락처를 갖고 있다는 뜻인데, 카카오톡에서는 많이 떠오, 그래서 맨날 차단하고,
- 18 나쁜 관계는 아닌데...좀 뭐랄까? 내 얘기를 보여주기 싫은 관계랄까?

■ 기업 광고가 자주 떠서 차단함

- 6 예전에 대한항공에서 케냐-나이로비 취항이벤트하면서 대한항공 카카오톡을 친구추가한 적이 있어요. 그런데 그런 건 아무래도 광고 같은 게 많이 날아오니까 그런 경우엔 차단한 적이 있죠.

■ 성격이 달라서 차단

- 6 사촌형이 공부를 잘 하는 편인데요, 사람들에게서 직언이나 비판을 많이 하는 편이에요. 제가 페이스북에 글을 남겼을 때, 그 형이 이진 아닌 거잖아, 글을 남기면 제가 상처받을 거 같더라고요. 그래서 차단했어요.

- 10 제가 엄살 부리는 거 되게 싫어하거든요? 여자한테, 고3인데, 지금 다 고3이잖아요? 다 힘들어요. 솔직히, 사람마다 다르겠지만. 그런데 고3이라 너무 힘들고 그런 건 너무 보기 싫어요. 욕 나올 정도로. 힘든 건 알겠는데, 거기에 올리면 뭐가 달라져요? 자기만 힘든 거고요. 진짜 너무 싫은 거 예요.

- 17 지랑 성향 자체가 잘 안 맞고 그런 부분이 있어서.

■ 다툼이 나서 차단

- 7 고등학교 2학년 때 저희가 모르는 사람한테 친구가 왔어요. 제가 아는 애 친구데, 첫인상이 괜찮다고 해서 승낙을 받았거든요. 그런데 애가 나중에 제가 활동하는 단체를 욕하는 거예요. 병신 같다고 글을 올린 거예요. 그 동영상 에다가, 물론 그 애가 한국말이 서툰 거라 그런 걸 수도 있다고 이해하는데, 나는 엄청 열심히 했는데, 몇 달 동안 준비했는데 그렇게 얘기하니까 너무 기분 나빠서 좀 싸웠어요. 같이 단체했던 사람들도 애 뭐냐고, 우리가 했던 걸 왜 욕 하냐며 다 같이 싸웠어요. 애가 자기가 한 말에 뭐라 하니까 기분 나빠서 자기네나라 말로 욕하는 거예요. 사우디 애였나? 그래서 애랑 끊어버렸어요.

- 8 오프라인에서 사이가 안 좋아져서 개인적인 오해가 있어서 그 친구와 싸워서 많이 틀어졌는데, 페이스북도 친구 끊기 했는데, 해도 주위 친구들이 댓글로 계속 연락되니까 그거조차 싫은 거예요. 그래서 그냥 아예 차단해 버렸어요.

11-3. 차단을 하였을 경우 상대방이 알 수 있는지?

<표 III-11-3> 친구 차단 경우 상대방이— 인지 여부

■ 차단하면 상대방이 알 수 있다

- 1 카카오톡은 방법이 있다는데, 저는 몰라요. 페이스북은 없다는데, 제 글이 안 뜨니까 언젠가는 알겠죠?
- 7 페이스북은 차단하면 상대방에게 차단한 사람 글이 안보

여요, 그래서 어느 정도 지나도 글이 계속 안 올라오면 눈치는 좀 쬔 수 있을 거 같아요.

- 8 표면적으로는 알 수 없는데, 제가 개를 차단했으면, 예를 들어 A가 B를 차단했어요. 그런데 이 둘에게 C라는 친구가 있는데, C친구가 A를 언급한 글을 썼는데 이게 B에게 안 떠오, 그러면 아, 애가 날 차단했구나 알 수

있고, 댓글 자체가 안 보이니까 차단한 지 알 수 있어요.

- 11 차단당하면 그 사람이 아예 안 떠오. 검색을 해도 안 뜨고 그래서, 그 사람이 내 프로필에 적은 것도 다 없어지고 그러거든요? 그래서 아예 그 사람에 대해서 안 떠오
- 13 페이스북은 그 사람의 페이스북 페이지를 들어갔을 때 원래 보이던 사진들이 안 보인다는 거 글들이 안 보인다는 거 하면 의심하지 않을까요? 차단하지 않았나.....
- 17 블락을 하면 없는 사람처럼 되지만 그 사람을 태그를 하면 태그가 안 되고 골뱅이 누구누구 이름이 나오기 때문에 이 사람이 나를 차단했구나 알 수 있죠. 그리고 누가 댓글을 달았는지 알 수가 있으니까.
- 20 예를 들면 이렇게 보냈는데 차단을 했으면 그 친구한테 아예 안가는 거잖아요. 그 숫자가 계속해서 안 없어지고 요. 그래서 그건 좀 불확실하고요. 두 명 중에서 한명이 나를 차단했을 거 같으면 단체 대화방을 열어요. 그러면 저 까지 3명이잖아요. 그런데 뭘 보냈는데 그 사람이 없어지고 숫자가 1만 된다는 거. 그룹이 2명으로 남아요. 애가 알아서 없어지고. 그럼 차단한 거예요.

■ 차단하면 상대방이 알 수 없다

- 3 잘 알 수 없는 것 같아요.
- 9 상대방이 알 순 없어요. 상대방이 그 사람에게 갔는데 친구가 아니라고 친구 하라고 하는 거 말고, 그 사람랑 저랑 친구였는데 제가 끊었어요. 그런데 그 사람이 제가 궁금해서 찾아왔는데 친구추가 하라고 하면 끊은 거죠. 그런데 끊었다고 해서 상대방에게 누구누구가 끊었습니다 하고 연락이 가진 않아요.
- 10 모르죠.

■ 기타

- 6 저도 그게 궁금해서 인터넷으로 찾아 봤는데, 카카오톡은 자세히 안 보면 모르는 거 같아요.
- 15 전 잘 모르는데, 그 사람에게 연락을 보냈는데 답이 없다면 둘 중 하나겠죠? 보고 연락을 안 하는 거든가, 아니면 날 차단해서 내가 보낸 메시지가 안 갔다는 거?

11-4. 본인 계정을 비활성화 시킨 경험?

<표 III-11-4> 본인 계정을 비활성화 시킨 경험

■ 본인 계정 비활성화 시킨 경험이 있다

■ 시험기간이거나 학업 때문에

- 1 그것도 공부하려고 했는데, 그건 10분 만에 풀었어요. 비활성화? 놀랐는데, 로그인 창이 뜨더라고요. 로그인했더니 되더라고요. 앱도 지웠는데, 지우니까 인터넷 창으로 들어가더라고요. 시험기간에는 애들이 멘붕을 많이 하니까 글이 웃겨서 그걸 보는데.
- 7 싸이월드에서, 작년에 시험기간이라 공부할까 해서 일시 정지 했었어요. 페이스북에서는 한 번 해보려 했는데 여태까지 했던 기록이나 댓글 같은 거 다 없어진다고 해서...
- 9 있어요. 공부하려고요.
- 13 시험 기간에 한번 해봤어요. 그런데 못 참고 다시 했어요.

며칠 못 갔어요. 한 3일? 아무래도 시험기간이 되니까 생각도 많아지고 오히려 그럴 때 딴 생각이 많아지잖아요. 그러다가 deactivate 했는데 '아, 못 참겠다!'하고 다시.....

■ 인간관계 정리(친구, 연인)

- 10 그냥 아는 여자가 좀 많은 건데 여기다가 막 카사노바라 그러는 거예요. 솔직히 너무 열 받아서 이진 잠수 타야 할 문제다 해서 비활성화 시킨 경험은 있어요.
- 17 페이스북이요. 한동안 심리적으로 힘들어서 그런 것 때문에. 다른 사람들과 소통하고 싶지 않아서.

■ 본인 계정 비활성화 시킨 경험이 없다

- 3 아니요. 잘 안 들어가 본 적은 있는데, 비활성화해본 적은 없어요.
5 귀찮아서 안 해요.
8 비활성화까지 시켜본 적은 없어요.

- 19 아니 없어요.
20 카카오 탈퇴해 본적 없고 페이스북 계정 비활성화 시켜 본 적 없어요.

12-1. 소셜미디어에서 차단 당해본경험이 있습니까? (피해자 측면)

<표 III-12-1> 소셜미디어에서 친구 차단 당한 경험

■ 소셜미디어에서 차단 당해본 경험이 있음

- 1 페이스북은 개가 절 차단했을 거예요. 자기도 저 차단했대요.
4 예전에 엄청 친했던 친구가 있어요. 엄청 싸웠는데, 이 사람이 차단했다고 뜨는 거예요. 기분이 되게 더러웠어요. 그 다음부터 생까고... 그거 외에는 없어요.
8 네. 있어요.
10 네.
14 있죠. 나 모르게 있죠. 아까 전에 듣고 알았어요. 왜 이웃들이 줄어들지? 그럴 때는 차단된 거겠죠. 그쪽에서 저를 정리하는 거 아녜요.
15 학교 선배인데, 그냥 제가 싫데요. 페이스북. 그래서 차단시켰더라고. 황당하긴 했는데, 평소에 자주 만나는 사람은 아니거든요. 한 번 같이 밥먹어봤는데, 제가 싫다고해서.. 뭐, 세상엔 이상한 사람들이 많으니까 그냥 그러려니 했어요.

■ 소셜미디어에서 차단 당해본 경험이 없음

- 2 그것도 없어요.
5 아니요. 없어요.
6 페이스북에서는 없어요.

- 12 아니요. 없습니다.
13 아니요. 저는 없어요.
17 차단을 당해본 경험은 없는 거 같아요.
18 저는 없었던 것 같아요
20 모르겠어요. ब्ल록을 해본적도 없고 당해본적도 없어가지고요. 있다고 들은 거 같은데 잘 모르겠어요.

■ 기타(잘 모름)

- 3 모르겠어요.
7 그건 제가 잘 모르겠어요. 딱히 애들이랑 싸운 적은 없는 거 같아서...
9 모르죠. 그렇게까지 고민해 본적 없었던 거 같아요.
11 제가 아는 건 없는데, 저를 차단하기보다는 지웠을 수도 있잖아요? 친구목록에서. 그런 건 제가 모르니까.. 그랬을 수도 있을 것 같아요.
16 몰라요. 제가 알기로는 이 사람이 있어요. 제가 이 사람을 차단했어요. 이 사람에 대한 글이 안보이잖아요. 그럼 끝이잖아요. 전 했는지 몰라요.
19 소셜미디어 자체 내에서 당한 거는 몰라요. 내가 당하는 게 아니라 그 친구의 이름이 사라지기 때문에 저는 제가 당했는지 조차 할 수 없어요.

12-2. 있다면 어떤 이유였나요?

<표 III-12-2> 친구 차단 당한 이유

■ 전 남자친구 관계정리 8 남자친구랑 헤어졌을 때 남자친구가 먼저 차단했더라고 요. 그 외에는 없어요. ■ 불필요한 정보 공유 10 되게 친한 여자후배인데, 제가 심야영화를 친구들하고 자주는 아니지만 가끔 보러 가요. 어벤져스 봤는데, 제가 그 친구한테 장난으로 아이언맨이 죽는다고 거짓 말 쳤거든요? 그런데 개 입장에서는 스포일러인거죠.	그리고 드라마 옥탑방 왕세자 그것도 결말을 개한테 말했어요. 그랬더니 시끄럽다고, 말하지 말라고 하면서 차단하더라고요. ■ 기타 14 한 번 정도 있는데.. 화는 많이 나더라고요. 차단하려면 나를 표명하고 차단하든지.. 그것도 모르고 어차피 보는 관계라서 친구들 돌고 돌아 어떻게라도 차단상태를 알 게 되는 관계인데.. 일방적으로 됐을 때는 기분 되게 안 좋죠. 다시는 연락안하죠. 그렇게 하면 저도 연락할 필요 없죠.
--	--

13-1. 전혀 혹은 잘 알지 못하는 사람에게 친구신청을 해본 경험이 있나요?

<표 III-13-1> 친구 신청 경험

■ 소셜미디어에서 잘 알지 못하는 사람에게 친구신청을 해 본 경험이 있음 3 네. 4 예, 있어요. 5 동명이인? 6 페이스북은 있어요. 7 네. 9 제가 아까 말씀드렸듯이, 약간 멋있는 사람? (대학생 언니?) 그분 같은 경우도 그렇고, (수락해주셨어요?) 수락해준 케이스고, 한 적이 있었는데? 있었던 거 같아요. 14 한 몇 번 있을 거예요. ■ 소셜미디어에서 잘 알 지 못하는 사람에게 친구신청을 해 본 경험 없음 1 페이스북에서는 없는 것 같아요. 친구 중에 모르는 사람에 게 했다가 호되게 당한 경우가 있어서. 그 사람이 학교	선생님이었는데, 친구가 학교 선생님 욕을 페이스북에 썼다가 별점을 받았어요. 그래서 그런 일을 조심하고 있어요. 2 해본 적 없었어요. 5 저는 절대 안 해요. 8 안 해요. 친구의 친구도 안하는데, 아예 모르면 안 해요. 10 페이스북에서는 없는데. 11 저는 절대 안 해요. 저는, 제 성격 상 모르는 사람들과 친해지고 싶다 이런 건 없어요. 12 없습니다. 13 아니오. 없어요. 16 아니 없어요. 저도 제가 안 받잖아요? 무서우니까. 실제 저를 공개한다는 게, 내가 모르는 사람한테 공개한 다는 게, 저는 별로, 그리고 싶지 않거든요? 인터넷으로 인맥을 맺는다는 것 자체가, 저는 얼굴보고 얘기하고, 실제로 그 사람 표정 보고 눈을 마주치는 거랑, 이거랑은 다르다고 생각하거든요. 그래서 저는 그런 거 싫어해요. 17 그런 적 없습니다. 저 같은 경우는 신청을 먼저 하지 않는 이유가 신청을 하면 제 동아리 선배 같은 경우는 동아리 쪽 문화가 신청을 하면 제가 누구이고 누구고
--	---

이렇게 설명을 해야 되는데 하기 싫어서요. 친구신청을 하고 안하고의 문제 같은 경우는 친구신청을 하는 경우는 실제로 연락을 하는 사람이고 제가 직접 제가 페이스북 친구추가를 하겠다고 얘기를 한 사람한테는 제가 먼저 친구신청을 합니다. 하지만 연락이 현재 안 닿으면 안 해요.

18 안 해봤어요. 페이스북이라는 것도 아는 사람들끼리 얘기를 하는 거지. 모르는 사람과는 온라인에서 처음 만나는 거는 싫어해서요.

19 아니 없어요. 네, 전혀 없습니다.

20 전혀 모르는 사람한테는 해본 적이 없어요.

13-2. 친구신청해본 경험이 있다면, 그 이유는?

<표 III-13-2> 친구신청 이유

■ 인맥 만들기

■ 친구의 친구와 친해지고 싶어서

3 제가 아는 언니의 친구데, 너무 예쁜 거예요. 그래서 그냥 친구신청 했어요.

4 제 친구의 외국친구. 제가 호주에 있는데, 캐나다로 간 친구가 있는데, 그 친구 타임라인에 갔는데 그 친구와 대화한 게 많은 거예요. 그래서 제가 난 그 친구의 친구다. 그러니까 아, 그러냐고, 그래서 친구 맺은 친구가 많아요.

6 친구의 친구. 그런 게 있어요. 페이스북 친구 중에 꼭 찔러보기라고 있어요. 그거 한 번 해봤어요.

14 그건 친구의 친구인데..내가 친해지고 싶은 사람이라서 그렇게 했죠. 웬만해서는 수락하죠. 왜냐하면 친구들 관계에서 겹치는 친구들이 있기 때문예요.

15 이름이 같은데, 프로필 사진이 애매한 경우 있잖아요. 본인이 아니라 만화 캐릭터 같은 경우. 그리고 서로 아는 사람이 어느 정도 비슷하면, 아는 사람이라고 오해할 수 있잖아요. 그럴 때 친구신청 해봤어요.

■ 친목회 활동하면서 인맥 넓히려고

7 친목회 활동할 때, 이 친구 괜찮네 싶어서 친구신청 걸고, 수락해 줬어요. 싸이월드에서 사람들 만나자 하면서 인맥 넓히는 카페였는데, 저는 만나서 밥먹고 그러진 않았는데 사람들은 그러기도 했어요.

■ 랜덤으로 알게 됐는데 너무 예뻐서 친해지려고

10 너무 예쁜 거예요. 웬만하면 안하거든요? 랜덤 홈페이지 하는 게, 돌아다니다 아는 친구 만나면 친해져야지 하는 걸로 했는데, 너무 예쁜 거예요. 그래서 친구 걸었어요.

■ 정보 공유 때문에

13 내가 이 사람과 무언가를 공유할 수 있는 게 있나. 거기에 따른 것 같아요.

14-1. 전혀 혹은 잘 알지 못하는 사람에게 친구신청을 받아본 경험이 있나요?

<표 III-14-1> 모르는 사람에게 친구신청 받아본 경험

■ 알지 못하는 사람에게 친구신청을 받았 본 경험이 있음

1 페이스북에서도 있었는데, 구글 번역기를 돌린 듯한

영어로 슈퍼주니어를 아느냐고 해요.

2 페이스북 있어요. 인도 애들? 여자애들이 한 3번 정도 보낸 적이 있어요.

3 네.

4 있어요.	13 네. 있는데...
6 페이스북에서는 있어요.	14 그런 경우는 많이 있죠.
7 네. 페이스북은 친구추천으로 한 명이라도 같이 아는 사람이 있으면 친구추천이 떠오, 외국인 중에는 진짜 가입하면 바로 친구추천 바로 뜨고 아무나 신청하는 사람도 있어요. 그리고 한 명 걸러 아는 사람도 뜨고 그래요.	15 예를 들면, 제 친구의 친구가 친구신청을 한 것이 있는데 수락하지 않았고, 또 황당한 게 제가 간단하게 알파터치로 그림을 그려서 페이스북에 귀여운 만화캐릭터를 올렸어요. 제 얼굴도 아니고, 귀여우니까 전체공개로 올렸는데, 어떤 사람이 그걸 자기 프로필로 만든 다음에, 저한테 친구신청을 한 거예요.
8 네.	17 네.
9 있어요.	18 외국인들에게 가끔씩 친구신청 들어오고 그런 경우 있잖아요.
10 네. 거의 다 잘 모르는 애들이예요.	19 있어요.
11 네. 많이 있어요. 근데 이상한게 제 친구의 친구들까지만 저를 검색하면 뜰 수 있게 해 놔는데, 진짜 제 친구의 친구도 아니고, 아무도 모르는 사람이 친구추가해올 때가 있는데, 그런 것 때문에 페이스북이 좀 그런 것 같아요.	20 진짜 많이 와요.
12 네. 있습니다.	

14-2. 받아본 경험이 있다면, 이후 어떻게 대응했나요?

<표 III-14-2> 친구신청 받은 후 대응 방법

■ 친구수락 하였음 3 그래도 다 받은 것 같아요. 8 오면 일단 받아주고, 정보공개여부를 조절해서 내 정보 보여주고. 9 아 반갑습니다, 제가 받으면 그 사람이 오더라고요? ‘어떻게 궁금해서 친구추가 하게 되었습니다.’ 제가 매일 친구추가가 들끓는 사람이 아니라, ‘친구추가 해 주셔서 반갑습니다. 앞으로 좋은 관계 가졌으면 좋겠습니다.’ 이렇게...	10 알면 대부분 다 받지요. 외국인처럼 아예 모르는 경우는 아예 안 받고요. 12 페이스북에서는 다 거절했고요. 페이스북 같은 경우는 그렇죠. 모르더라도 어떤 특정 동아리에 멤버들이면 수락하는 경우도 있고 15 한 번이라도 만나본 사람? 아니면 곧 만날 것 같은 사람도 수락해요. 19 그러니까 잘 알지 못하는 사람이라는 경우가, 전 이름을 알고 있는 경우에는 다 받아요. 그 사람이 누군지 아는 경우에는 받는데, 전혀 모르는 경우에는 받지 않습니다.
■ 조건부 친구수락 하였음 1 모르는 사람이면 다 거절하고, 얼굴 아는 사람 같은 경우는 그 사람이 나 추가신청하면, 그 사람이 나랑 아는구나 싶어서 받아요. 거기서 친해지면 되니까. 4 그 사람 정보를 보고 좀 이상하다 싶으면 안하고, 거의 모르는 사람이면 다 차단하긴 하는데, 같이 아는 친구가 5명 이상이다 싶으면 받아주고.	■ 친구수락하지 않았음 5 그런 경우에는 거절해요. 7 아니요, 안 해요. 11 진짜 모르는 사람이면 바로 거절하고 차단해요. 그런데 딱 봐도 내 친구의 친구인데 나를 못 만났다, 싶으면 거절하지도 않고 그냥 놔둬요. 13 그냥 수락을 안했어요. 모르니까, 혹시나 ‘아냐?’ 하고서

‘같이 아는 친구들’ 뭐 그런 거 있잖아요. 들어가 봤는데 거기서 아는 사람도 없고, 있었어도 누구냐고 물어봤었거든요 그 친구랑. 그런데 자기도 모른다고 그런데 친구 맺었다고. 그래서 난 안한다고 했죠.

14 내가 아무것도 모르는데 갑자기 하면.. 그런 사람들에게 까지 내 사생활을 보여줄 필요가 없죠. 만약에 그 사람이 내 친구들을 많이 알고 있거나 그런 경우에는 수락을 하지만 그런 경우가 아닌 뽕뽕 맞은 사람이라면 거절해요.

17 네. 거절했어요.

18 다~ 거절해요. 거의 다 거절해요. 그냥 별로... 최대한 공개 같은 거는 모르는 사람들한테는 안하려고 해요. 제가 어디 있고 뭐하고 있고 제 신변잡기들이 다 있기 때문에 제 정보들이 다 거기 있기 때문에 모르는 사람과 친구 맺지 않죠.

20 외국인이나 진짜 모르는 사람들이 실수인지 뭔지 오는데 안 받아요. (그러면 다 차단하나요?) 옛날에는 그냥 초반에는 그냥 수락하고 ‘누구세요’ 이랬는데 이제는 안 받아요. 그냥 모르니까...

■ 기타

2 페이스북으로 막 보내갈래. 인사말 정도만 하고 다음부터는 무시했어요.

6 일단 누구냐고 물어봤죠. 외국인이 친구신청 했더라고요. 나도 왜 친구추가 했는지 모르겠다고 하더라고요. 그렇다면 이왕 이렇게 된 거 친구추가 해 봅시다 하고 하게 됐는데...

14-3. 친구로 수락한다면, 친구 수락의 기준은 어떤가요? 있다면 어떻게 대응하였는지?

<표 III-14-3> 친구수락 기준 및 대응 방법

■ 이름이나 안면이 있으면 수락

1 모르는 사람이면 다 거절하고, 얼굴 아는 사람 같은 경우는 그 사람이 나 추가신청하면, 그 사람이 나랑 아는구나 싶어서 받아요. 거기서 친해지면 되니까.

2 그냥 학교 친구 같은 경우는 얼굴 알고 얘기를 해 봤거나.

5 제가 이름이라도 아는 사람, 얼굴이라도 아는 사람? 아니면 예를 들어서 제가 몰라도 그 사람이 메시지를 보내거든요, 그래서 기억나면... 제가 그 존재를 아는 사람?

7 한 번이라도 안면이 있다든가 하는...아예 모르는 사람은 받지 않아요. 거절하거나 아니면 내버려두거나 해요. 페이스북에서는 오프라인에서 한 번 인사한 적이라도 있으면...온라인에서 만난 경우는 같은 주제로 얘기해봤다 하면 친구요청 들어오면 해요. 카페나 친구 담벼락에서 같이 말 좀 몇 번 해봤다 하면...

10 알거나, 내가 알면서도 기억 못하는 사람.

11 한 번이라도 만나본 사람. 한 번이라도 만나서 어디의 이름이 뭐고 하는 프로필을 나눠본 사람.

13 내가 이 사람과 무언가를 공유할 수 있는 게 있나. 거기에 따른 것 같아요. 같은 학교를 나왔다든지 같은

모임에 있다든지 같이 활동을 했었다든가 얼굴을 알든가 하면 친구 신청을 하는데 전혀 그런 게 없으면 아예..... 그냥은 못하겠어요. 예를 들어서 신입생이 새로 들어온다든가 그러면 할 수는 있는데 아직은 얼굴을 못 봤으니까 아직은 안하는데 나중에는 친구가 되겠죠.

15 한 번이라도 만나본 사람? 아니면 곧 만날 것 같은 사람도 수락해요.

19 제가 알고 있는 사람. 최소한 이름, 얼굴은 알아야 해요.

20 아는 사람. 이름은 들어본 사람. 그 정도.

■ 나와 관련이 있는 사이면 수락

4 제가 아는 친구랑, 그 사람 아는 친구랑 겹치는 게 많으면

6 나와 관련이 있는 사람인가... 예를 들면 활동을 하고 있는 데서 만난 친구라든가, 아니면 제가 아는 친구의 친구라든가 하는...

12 페이스북 같은 경우는 전혀 사회적인 접점이 없으면 거절해요. 사회적인 접점은 예를 들면 같은 단체라든가, 같은 대학이라든지, 같은 동아리 등등

■ 싫어하는 사람만 아니면 수락

- 3 그냥 싫어하는 사람만 아니면 다 받는 것 같아요.
 18 거의 다 제가 아는 사람들에게 친구신청이 오기는 하는데요. 제가 쓴 얘기들을 보여주고 싶은 사람? 제가 쓴 글들을 봐도 되는 사람한테... 친구수락을 하는 것 같아요. 친구 수락할 때 폭은 넓은 편이긴 해요. 제 글을 보여주기 꺼렷고 그런 사람들 있잖아요. 별로 안 친하고 별로 좋아하지 않는 사람은 친구를 맺지 않아요. 근데 제가 싫어하는 사람들도 별로 없어서 거의 다 친구 수락은하는 편이에요.

■ 서로 좋은 영향을 주거나 정보제공 하고 싶으면 수락

- 9 나에게 좋은 영향을 줄 수 있겠다? 일하는 분야라든가, 나이가 얼마 정도 되는가...
 17 이 사람에게 내 정보를 제공하고 싶다. 제공하고 싶지 않다. 이런 차이.

■ 무조건 다 수락

- 8 오면 다...

14-4. 나를 검색할 수 있는 사람 설정?

<표 III-14-4> 나를 검색할 수 있는 사람 설정

■ 나를 검색할 수 있게 설정해놨음

- 1 되게 해 놔어요. 처음 페이스북 하는 목적이, 친구 찾는 거니까, 애들 다 커놓는 거 같아요. 저도 커놓고,
 3 친구공개 그 정도...
 7 모두 다
 8 전부 다
 11 검색창에 제 이름을 하면은, 누구한테 내가 뜨는지를 컨트롤 할 수 있어요.
 17 그냥 친구요. 친구까지만 설정을 하였습니다.

■ 소셜미디어 계정을 비공개함

- 5 트위터는 비공개고요. 페이스북도 비공개예요. 비공개인데 검색해서 제가 나오기는 하는데 전혀 볼 수 없게 하는...저를 알면 보겠조. 하지만 제 타임라인을 보면서 굳이 댓글 달 필요는 없잖아요.
 6 아뇨... 설정하지 않았어요.

■ 잘 모르겠음

- 10 설정이 있는지는 잘 모르겠어요. 딱히 비공개 같은 거 하지 않아요.
 13 친구만이라고 한 것 같은데 잘 모르겠어요.
 20 게시물에만 그럴 수 있는 거 아니었어요? 모르는 기능이에요.

IV. 다음은 소셜미디어에 대한 영향 및 대책에 관한 질문입니다.

1. 소셜미디어 이용 후 자신의 일상생활에 나타난 변화는 어떤 것이 있습니까?

<표 IV-1> 소셜미디어 이용 후 일상생활 변화

■ SNS 중독 성향의 확대	
1 페이스북은 시간을 일단 너무 많이 쓰는 것 같아요. 평소에 안 했으면 몰랐을 텐데, 하고 나니까 뭐 와 있나 하고, 애들이 뭐하나 하고 자주 확인해 보게 되고, 카카오톡은 심심하면 무조건 그거부터 켜니까, 옛날에는 시간 있으면 만나잖아요. 이제는 카톡하니까, 시간이 확실히 그런 것 같아요. 2 확실히 핸드폰 잡고 있는 시간이 늘어났죠. 정확히는 잘 모르겠지만, 보통 소셜미디어 쓰는 사람은 스마트폰도 많이 쓰기 때문에 얼마나 늘었는지는 잘 모르겠지만, 늘은 거 같아요. 4 네. 돌이켜 봤을 때, 약간 정신없이, 생각 없이 사는 것 같아요. (언제 그렇게 느껴요?) 자기 전에, 제가 자기 전에 약간 불면증이 있어서 수면제를 먹고 자거든요. 자기 전에 누우면 생각을 해요, 원래. 그런데 보면 한 것도 없는 것 같고, 핸드폰만 만진 것 같고, 약간 많이 달라진 것 같아요. 그런 면에서 좀 아쉬워요. (하지만 아까 소셜미디어를 계속 이용한다고 하지 않으셨나요?) 네. 하지만 없으면 불편할 것 같아요. 한 번 경험했기 때문에... 5 자기 전에 이걸 많이 보고요. 잠이 잘 안 오니까 트위터 많이 보고요. 12시에 누워서, 2~3시까지 잡고 있는 경우 있어요. 카톡 계속 오면요. 그래서 잠을 훨씬 늦게 자는 경우 있고요. 그리고 전에는 책 읽는 시간이 많았는데, 예를 들면 지하철에서 책을 읽는데 카톡이 오잖아요. 그러면 책을 안 읽게 되요. 카톡을 하게 되니까. 독서하고, 피아노 치고 기타치고, 악기 같은 거 하는 시간들이 줄어들었어요. 아, 미드 보는 건 안 줄었어요. 11 예를 들어 옛날에는 핸드폰으로 문자도 자주 하고, 친구들이랑 전화도 많이 했어요. 그런데 이젠 소셜미디어-페이스북이나 카카오톡이 핸드폰에 연결됐으니까 그걸로 연락을 하지, 전화, 특히 잘 안하게 되고, 문자도 잘 안하게 되고, 그런 것도 있고요, 나쁜 영향은.. 친구랑 만났는데, 핸드폰 확인하고, 실례되는 것 같아요. 그걸 알고 있으면서도 습관이 돼 있으니까.. 서로 그래요. 공부할 때도 똑같아요. 앉아서 공부해야 되는데 핸드폰 만지작거리고, 저는 가끔씩 도서관 갈 때 핸드폰 주고	나와요. 분명 할 걸아니까. 주고, 나와서 앉아서 한 시간 공부하고, 쉬고..공부에 좀 방해가 되는 것 같아요. (그 외엔?) 친구들이랑 그걸로 연락되니까 덜 자주 만나게 되는 것 같아요. 옛날에도 분명히 잘 만났는데, 핸드폰으로 만나면 되니까. 13 아무래도 핸드폰이나 컴퓨터에 시간을 보내는 경우가 많아졌고요. 좀 더 사람들과 연락할 때 말보다는 그러니까 전화통화보다는 이렇게 문자를 더 많이 하게 되고, 다른 건 딱히 모르겠어요. 쉬는 시간이 조금 있다 그러면 핸드폰 보는 거. 시험 기간에는 집중을..... 그 것 때문에 집중을 안 하는 건 아니지만, 시험 기간 같은 경우는 거기에 매달리고, 오히려 시험공부 하기 싫으니까 거기에 매달려 있어서... 그렇게 되는...매달리게 되는 거. 14 좀비 되죠... 일하다가도 카톡 보고 싶고 답장하고 싶고, 안하려고 하는데 그렇게 하면 삶에 흐름이 되게 끊기더라고요. 5분에 1번씩 카톡하고 있으면 엄청 끊겨요. 12시간 정도 깨어있는 시간동안 답장을 해주니까 그 안에서만 회신해주면 상관없잖아요. 가끔 바로바로 연락 안 해서 빠지는 경우가 있는데 여자들의 경우가 대부분이에요. 친구들끼리는 안 그런데 연인사이로 발전할 수 있는 경우에는 되게 민감하더라고요. 15 학업집중도가 떨어지는 것 같아요. 자주 신경 쓰이니까? 알람이 막 오고 그러니까. 공부하다가도 신경 쓰이고... 16 너무 소셜미디어에 집착하게 되는 것?(집착이란?)내가 맛있는 거 먹은 거 굳이 안 올려도 되는데, 올려 버릇했고, 계속 자랑해 왔으니까, 의무감에 올리는 것? 그런 것도 있는 것 같고, 또 내 글에 '좋아요' 누르던 사람이 안 놀러주면, 이 사람이 나에게 서운한 게 있나? 이런 잡생각도 많아지는 것 같고, 내가 별로 좋아하는 사람이 아닌데 잘 보여야 하는 사람이어서 댓글 의무적으로 달고 그러니까. 인간관계에 있어서 스트레스가 많아지는 것 같아요. 생각보다 신경써야 할 게 있으니까. 19 핸드폰을 잡고 계속 있는 것 같아요. 그러니까 네, 옛날 같은 경우에는 그렇게까지 핸드폰을 자주 잡고 있지는 않았는데 스마트폰은 솔직히 문자보다 소통이 너무 뛰어나서 카카오톡이나 페이스북이나, 정말 무의식중에 쓰게 되더라고요. 한 번 봐야겠다, 딱 들고...(항상, 그러니까 삶이 되 버렸다?) 네. 정말 이게 휴대폰

이라는 부속물품이 아니라 네, 그냥 제 삶의 하나의 중요한, 네, 이렇게 되어버린 것 같아요... (그게 없으면, 이게 일부니까) 대답할 것 같아요. 솔직히, 연락이 안 되니까, 이제는, 옛날처럼 막, 그리고 많은 친구들이 결국엔 다 끊어질 것 같아요. 멀리 사는 친구라든가, 자주 만날 수 없는 친구는 만나기가 버겁잖아요.

■ 친분관계 존속에 영향

- 3 그냥 애들끼리 소통을 더 많이 한다고 해야 하나? (좀 더 예전보다 연락하게 되는 정도요?) 네.
- 7 주변사람들 소식을 쉽게 접할 수 있는 거 같아요. 페이스북 통해서 멀리 있는 친구들도 금방금방 얘기할 수 있고, 카카오톡에서도 상대방 통해서 애가 지금 기분이 어떻구나, 알 수 있고 그러니까...
- 10 (소통이 늘어난 거 있잖아요?) 그건 당연히 있겠쥬. 연락 안 됐던 친구랑 연락 되는 것도 있겠고.
- 17 나타난 변화 같은 경우는 제가 어디에 있다고 체크인을 하였을 때 사람을 갑작스럽게 만날 수 있는 경우도 발생하고요 또 원래 연락이 잘 닿지 않았던 사람들과 연락이 닿게 되는 그런 게 있어요. 그게 반갑고.
- 18 남들이랑 자주 얘기할 수 있다는 점이 좋은 것 같아요. 시간의 제약 없이.. 얘기할 수 있으니깐요.

■ 정보 취득에 용이

- 8 예를 들면, 제가 청소년을 주제로 한 국제교류 같은 거에 관심 많은데, 만 16세에서 25세까지의 청소년들을 위한 연맹활동에 참가했어요. 환경보호가 주목적인 곳인데, 실제로는 문화교류 이런 거에 더 집중하는 곳이에요. 그리고 그 후 올해 초에 여성가족부에서 했던 국가와 청소년 교류에 선발되어서 중국에 파견 갔다 오고, 여수에서 했던 국제청소년축제에서 외국인들과 함께 문화교류하기도 했어요. 댄스페스티벌이라고, 춤도 추고 노래도 부르는... 외국인들은 대회 참가하려고 온 거고 저희는 국제교류하려고 온 거고, 해서 한류문화 같은 거 교류하기도 했고, 주체가 청소년인 것에 많이 참여하려고 하는데, 그 전에는 정보를 얻기가 힘들었어요. 그런데 페이스북 시작하면서, 상대적으로 얻기가 쉬워졌어요. 이번에 여수 갔다 온 것도 아예 오빠가 자기가 신청했다고 글을 올려서 물어봐서 알게 된 게 그거였고요. 반크에서 한식 홍보대사 모집하는 걸 알게 된 것도 페이스북 덕분이었어요. 솔직히 반크도 정회원은 회비 3만원을 내야 한다고 해서 안 하고 있었는데, 이런 단기 활동은 돈을 내지

않는다고 해서 활동하게 되었어요. 이런 정보나 활동을 페이스북을 통해 알게 되었고, 다른 면에서는 아까 말했던 남자친구가 IT 특성화고를 다녔어요. 그 때 저랑 알게 되었는데, IT학교에 다니는 애들은 네트워크가 되게 잘 되어 있는 거 같아요. 그래서인지 페이스북으로 정말 많은 글이 올라와요. 그 친구들 같은 경우엔 그래서 지식공유를 하는 거예요. 예를 들면 이번에 마이크로소프트 코리아에서 해커톤이라는, 청소년들을 위한 개발투자프로그램을 한다, 폐북에 올리면 관련된 애들이 그걸 다 보고 같이 가더라고요. 그 친구들은, 그런데 제가 남자친구로 인해 이 친구들을 알게 되고, 나중에는 헤어졌어도 그 친구들과 계속 연락하게 되었어요. 솔직히 저 같은 일반계 문과생이 IT에 대해 뭘 알겠어요? 컴퓨터에 관심도 없는데. 그 쪽 애들은 많이 알게 되었거든요. 페이스북을 통해, 남자친구와는 끝났지만 계속 그 애들과 연락하는 거예요. 이런 경우, 이 친구들을 통해 변화까지는 아니더라도 많은 영향을 입은 거 같아요. 청소년들이 창업 같은 걸 할 수 있을 거란 걸 몰랐거든요. 저에게 이 친구들은 신세계죠. 그런 새로운 세계를 알게 되었고, 또 이 친구들 덕분에 청소년 개발자 주축로 하는 프로그램도 알게 되었고, 일반인들이 IT 프로그램이나 엑스포 그런 거, 저는 잘 몰랐는데, 이 친구들이 제가 그런 걸 잘 모른다는 걸아니까 같이 참여하게 해서, 일반인들 대상으로 강연하거나 코엑스, 엑스포 행사 등을 알려주거든요. 이렇게 제가 새로운 걸 알게 되는 거 같아요. 그런 게 있는 거 같아요.

- 18 정보도 교류가능하고요. 페이스북에서도 기상청 같은 정보도 받을 수 있고, 비울 것 같으면 바로바로 정보가 뜨니까 유용하더라고요. 날씨 같은걸 챙겨보지 않아도 습관적으로 들어가는데 자연스럽게 그런 정보에 노출되니까 유용한 것 같아요.

■ 변화를 느끼기 힘들

- 12 잘 모르겠네요. 소셜미디어 이용 전과 후를 비교하기가 참 어려운 것 같아요. 쓴지가 한 6년 됐잖아요. (싸이월드와 트위터를 그만 두고 나타난 변화는 있나요?) 특별히 없어요. (시간이 절약되지는 않았나요?) 소셜미디어를 그렇게 많이 쓰는 편은 아니었고, 아까 말했듯이 활용도가 떨어져서 그만 둔 것이기 때문에.
- 20 되게 큰 변화는 없는 것 같은데요. 인종샷 같은걸 많이 찍고, 무의식중에 그런 생각을 하는 게 무슨 일이 생겼다면 이걸 뭐라고 쓸지 상상 되는 거.

■ 기타

6 좀 더 표현이 자유로워진 것, 아까도 말씀드렸듯이 정치에 관한 의사표현이 자유로워졌고, 지금 나의 생각, 기분을 표현하면 애들이 반응해주잖아요. 좋은 거 같아요. (다른 건 없어요?) 좀 더 적극적이 된 거 같고...

9 기록적인 성향이 많아진 거 같아요. 그리고 저의 사소한 일상에도 다른 사람의 말을 귀담아듣게 됐다는 거?
10 시력이 안 좋아진 거, 안경 쓰게 되었다. (카톡은 문자도 공짜로 되잖아요?) 저는 요금제가 3,000원이 공짜거든요? 그래서 저는 딱히 문자 공짜라 좋은 건 없고.

2. 소셜미디어를 이용하면서 편리했거나 긍정적인 면이 있다면 어떤 게 있습니까?

<표 IV-2> 소셜미디어의 긍정적인 측면

■ 연락의 간편화

- 1 전송속도가 문자보다 확실히 빨라요. 급할 때 쓸 수 있어요. 지하철을 친구가 잘못 탔을 때, 내리라고 해서 내려요.
- 2 문자보다 간편하게 연락할 수 있습니까?
- 3 카톡 같은 경우는 단체카톡 만들어서 애들이랑 하기도 하고, 그리고 와이파이존에서는 요금도 안 나가잖아요? 그것도 좋았고.
- 5 그리고 카카오톡은 문자가 공짜라 좋고, 사진도 마음대로 올리고.
- 6 카카오톡은 문자를 제한 없이 쓸 수 없다는 느낌. 길이에 제한 없는, 얼마나 길게 쓰든 한 번에 딱 보낼 수 있다는 게 좋고.
- 10 전 거하고 비슷한 거 같은데, 애들하고 축구나 농구 같은 거 할 때, 거기다 올려요. 몇 시에 어디서 한다. 그러면 알아서 모여요. 그게 좋은 거 같아요. 일일이 연락할 필요가 없어요. 댓글로 올 사람 누구누구 딱 올리고.
- 11 똑같은 건데요, 왜냐면 연락이 더 편리해졌으니까. 멀리 있는 친구들은 연락하기 훨씬 편하고.

■ 커뮤니케이션의 강화

- 1 페이스북도, 친구 많이 만날 수 있어서 좋은 거 같아요. 싸이월드든, 좋게 말하면 우정을 좀 더 돈독하게?
- 3 그리고 페이스북 같은 경우는 아까도 말했는데, 옛날에 친했던 친구들을 건너건너 찾으니까, 연락이 끊어졌었는데 다시 만날 수 있고, 멀리 사는 친구 같은 경우도 일일이 전화나 메일을 보내지 않아도 바로바로 연락을 할 수

있으니까..

- 4 긍정적인 면은 빨리빨리 커뮤니케이션을 만들 수 있다는 거?
- 6 페이스북은 위로받는 거. 좋았던 거 같아요.
- 7 가까운 애들은 자주 연락할 수 있는데, 멀리 있는 친구들도 사진 올리면 잘 살고 있네, 할 수 있고.
- 9 긍정적인 경우에는, 위로를 받고 싶었어요. 너무 공부하기 힘들고, 수시 원서를 써야 하는데 너무 힘든데, 사람들에게 쩡쩡대고 싶은데, 사람들에게 연락하기 힘들니까. 너무 힘들다. 어떻게 해야 할지 모르겠다. 글을 올렸는데 사람들에게 힘내라는 위로를 받을 수 있었고...
- 12 (페이스북만의 좋은 점은요?) 페이스북만의 좋은 점은 그야말로 '소셜 네트워크'를 할 수 있다는 점. 가까운 사람들과.
- 13 연락이 안 됐던 사람하고 연락할 수 있는 거. 그거는 편리한 것 같아요. 예를 들어서 초등학교 때 친구를 찾는다. 그럴 때 그런 네트워크가 있음으로서 거기에서 다른 사람들과 연결이 되고 연락이 끊겼던 사람들과고 연락이 되고 그런 거나.
- 14 점점 시간이 지날수록 오프라인에서 사람들 만나게 쉽지 않잖아요. 내가 지금 여기 있다고 부산친구 매일 만날 수 있는 건 아니잖아요? 그런 면에서 소셜미디어가 있기 때문에, 부산에 있는 친구, 미국에 있는 친구도 어제만난 친구처럼 유대감을 유지할 수 있고, 서로 공감대를 키워갈 수 있는 것 같아요. 한 번도 안 본 사이라도 공감대를 형성할 수 있는 것 같아요. 저는 미국에 유학 갔을 때, 미국에 있는데 한국친구들이랑 실시간으로 채팅하고 실시간으로 전화하고 연락할 수 있다는 거 자체는 기적이라고 생각하거든요. 저는 그게 정말 제일 좋은 것 같아요.
- 15 다수와 편하게 연락할 수 있는 장점도 있고, 친구들이

뭐 하고 사는지 볼 수 있는 것도 있고, 재미있는 건 사람들이 올리잖아요, 그거 보는 재미도 있고, 핸드폰으로 치면 대화가, 전 자판이 더 편해서, 채팅? 그런 게 편하고, 문자나 이메일은 스팸이 많이 오잖아요? 그런데 소셜미디어는 서로 수락한 사람들하고만 하니까 스팸 같은 게 안 와서 좋아요. 그래서 저는 페이스북 메시지를 이메일 대신으로 사용해요, 친구들한테. 채팅 말고도 긴 걸 보내고 싶을 때.

- 16 그런 거죠, 연락되지 않은 친구와 연락될 때? 오래 만나지 못한 애 소식을 알게 되거나, 왜냐면 진짜 무섭게 고치고고치고 해서 뜨잖아요, 함께하는 친구들, 고등학교를 등록해 놓으면 고등학교 친구들 다 뜨고, 연락처를 몰라도 그걸로 연락하고 그러면 되니까.
- 18 그리고 제가 얼마 전에 고려대학교 멘토링 캠프에 다녀왔어요, 거기서 새로운 사람들을 많이 알게 됐는데 일하다 만난 사람들이기 때문에 서로 친해질 시간은 별로 없었어요. 그런데 캠프 끝나고 카톡 같은걸 주고받으면서 서로 친해진 느낌이랄까? 그러니까, 오프라인에서 만난사람을 소셜에서도 계속 만나는 거죠, 지금도 계속 연락하면서 지내고 있어요. 관계가 끈끈해졌죠.
- 19 편리한 점은 우선...긍정적인 면은 그거예요. 제가 좀 바쁘다보니까 많은 친구들을 만날 수 없잖아요. 그런데 고등학교 졸업 후 그룹, 친했던 친구가 10명 정도가 돼요. 근데 그 친구들을 매번 만날 순 없는데 그렇게 스마트폰이나 카카오톡채팅을 통해서 이 친구들이 어떻게 사는지 어떤 일이 오는 있었는지, 그런 거 있잖아요, 하나 사소한 것 까지 하나하나 알 수 있게 되니까.

▣ 빠르고 편리한 정보의 취득과 공유

- 5 봉사활동 소식, 여기서 자원봉사자 모집해요 보게 되고, 트위터에서, 페이스북은 잘 모르겠고요. 아, 특히 트위터에서 장학재단에서 올라운 거 보고 리트윗하고, 또 이런 것도 있어요. 제가 좋아하는 가수가 강아지를 엄청 좋아하는데, 사람들이 강아지를 찾아달라고 올리니까 그 가수가 리트윗하고, 저도 올리고 그래서..강아지를 찾았겠죠?
- 7 정보 같은 것도 금방금방 알 수 있어요, 기업에서도 화장품이나 음식점, 카페 이런 데서 이벤트 있으면 바로 올리고...그런 데서 기프티콘이나 상품 많이 받는 편이에요.
- 8 정보 같은 거...
- 9 어디 가야하는데 모르겠는 거예요, 제가 북촌 한옥마을을 갔는데 어떻게 가야하는지 알아보는 게 귀찮은 거예요, 그래서 제가 너무 가고 싶는데 코스도 잘 모르겠고, 서울 지리를 잘 아는 것도 아니고, 그래서 글을 올렸죠, 북촌 한옥마을 가는 데 코스 좋은 데 알려 주세요, 그랬더니

글이 올라오는 거예요. 어디서 어디까지 가고, 어디에서 무엇을 먹고 어디서 친구들과 놀라는 식으로 글이 올라오는 거예요. 그 코스로 했는데, 되게 좋았어요. 네, 그래서 이렇게 편리하게 다른 사람들의 도움을 받을 수 있구나. 제가 일일이 찾아보는 것보다 경험자니까, 그걸 가지고 제 시간도 줄이고, 비용에도 좋고 그랬죠.

- 11 아까 전 정보를 받으려고 잘 안 쓴다고 했지만 정보가 많이 들어와요. 예를 들어 어디어디 세일한다, 그런 거 있잖아요? 아니면 학생이면 어디서, 예를 들어 제가 이번에 친구한테 받은 건데, 이거 참여 좀 해 달라, 그런 것도 있고, 만약 열흘 동안 인턴이나 알바 하고 싶으면 그런 정보도 들어와요.
- 12 그리고 행사 홍보라든지 등등을 충분히 할 수 있잖아요. 다른 사람들과 소통, 네트워킹을 충분히 할 수 있는 서비스다...
- 13 누구한테 또는 어떤 사건이 있거나 그랬을 때, 빨리 알려지게 되는 거. 인터넷을 통해서 페이스북에다가 제가 한건 아니지만, 그런 게 있으면 바로바로 많은 사람들에게 공유할 수 있고 알릴 수 있고 그런 건 편리한 것 같고, 그런 게 긍정적일수도 있고 부정적일수도 있기는 한데, 긍정적이라면 긍정적일 수 있고요.
- 15 사람들이 많이 하니까, 행사 같은 거 있을 때 홍보하는 것도 편하게 되어 있고.
- 18 수강신청하는 데 이 수업 바글 사람 있냐? 페이스북에 글 올리기도 하고요, 어떤 수업을 듣고 싶는데 못 들었으면 그 수업을 페이스북에서 구하는 거죠~ 그래서 그 사람들이 자기가 구미에 맞는 수업을 바꾸기도 하고, 정정할 수 있는 기간이 있으니까 그렇게 사용하기도 해요. 성공률을 높지 않으나 다들 필요하니까 그렇게 글을 남기기도 해요. 콘서트 티켓 같은 경우도 페이스북에서 지인한테 팔고 그런 것들이 있으니까 편리하죠. 마룬 5 콘서트 티켓, 친구들 사이에서 중개도 하고 그랬던 경험이 있어요.

▣ 일기장처럼 활용

- 12 아무래도 편리했던 거는 '소셜미디어'라는 개념이랑은 좀 동떨어져 있는데, 되게 개인적인 내용들을 컴퓨터에 주로 들어가니까, 데이터들이. 그런 거를 왔다 갔다 할 때 편하게 보존하는 용도로 많이 썼던 것 같아요. 그런 게 굳이 소셜 네트워크 서비스의, 소셜미디어의 장점이 아니었지만, 그런 용도로 썼기 때문에 편했죠. 초기에는 그런 용도로 썼기 때문에. (블로그만의 편했던 점은요?) 아까 얘기했지만 익명성이 보장 되면서도 충분히 원하는 스타일의 콘텐츠를 만들어서 개발해

낼 수 있다. 글의 형식이나 디스플레이도 다 바꿀 수 있잖아요. 개인화 할 수 있다고 하죠. 그런데 싸이 같은 경우는 틀이 정해져 있잖아요. 그런 것 없이 마음대로 할 수 있고 그러면서 익명성 보장이 어느 정도 되면서.

(싸이월드 하면서 좋았던 점은요?) 별로 모르겠어요. 그냥 사진 저장하고, 사진 작업했던 게 있었으니까 그런 거 저장하고, 글 저장하고, 거기까지였던 것 같아요.

3-1. 소셜미디어를 이용하면서 불편했던 경험이나 부정적인 면이 있다면 어떤 게 있습니까?

<표 IV-3-1> 소셜미디어의 부정적 측면

■ 사생활 침해

4 딱히는 없는데, 딱 꼽아 말하면 제 사생활이 없다는 것? 약간 그런 게 있는 것 같아요. 그 외에는 별로 없는 것 같아요.

7 너무 쉽게 사람들이 제 일, 사생활을 다 접하고, 지금은 제가 설정할 수 있는데, 예전엔 제가 댓글을 달면 누구한테, 뭐라고 달았는지 다 뒀었어요. 그래서 너 나한테 연락 안하는데 재한텐 댓글 다냐? 이려고 그래서 불편했어요. 또 페이스북에서 요즘에 앱 같은 게 되게 많아요. 전생애 뒀었을까? 하는, 전 그런 거 되게 싫어한단 말이에요. 그거 하라고 하면 어디 들어가라고 하고, 정보 남기는 데 동의하냐고 하는데 신뢰성도 없고 믿을 만한 것도 아니니까, 장난인데 친구들이 자꾸 추천하고 보내요. 다른 사람들이 제 글을 태그하는 것도 그렇고...(사생활침해는 걱정되지 않으세요?) 걱정되죠.

8 (사생활이나 신상노출에 대한 불편함 같은 건 없어요?) 있죠, 싸이는 그런 건 적었어요. 싸이가 불편하긴 했어도 일부공개 같은 기능이 있었는데, 기능은 있지만 관리하기 까다로워서, 이게 싸이를 접은 이유 중의 하나예요. 그런데 페이스북은, 처음 그 기능을 몰랐을 땐 많이 고민했어요. 그래서 계정을 2개 만들기도 했는데, 방법을 아니까 이제 편하더라고요.

10 (쓰면서 불편했던 점은?) 친구가 더 태그다는 거. 알려져서 안 될 그런 게 있는데, 아까 말씀드렸듯이 여자 그런 거 올리는 것도 그렇고.

11 부정적인 면은 최근에, 소셜커머스가 늘었거든요. 페이스북에서도 광고, 회사에서도 돈을 벌어야 되니까 광고를 되게 많이 준대요. 그런 게 많이 올라오고, 나는 원하지 않는데, 친구들도 그렇고, 게임해서, 계속 추가해서 계속 날라 오고 그러니까...(쓸데없는 것? 신변잡기?) 예 그런 게 많아요.

13 아니면 자기네들끼리 사생활을 너무 노출하거나, 좀

보기 민망한 그런 글들을 써놓는 경우도 있고. (예를 들면요?) 뭐...남자애들끼리 막 얘기 하는 건데, 그걸 아무렇지도 않게 사람들이 다 보는 페이지에 써놓으니까. 선정적인 거, 보기 되게 민망한 그런 것도 있고, 또 자기가 원하지 않는데 사진이 올라오거나 그러면 사생활 노출이 되니까 그런 게 싫은 것 같고. 신뢰성 같은 경우는 자기 생각을 얘기하는 것이 대부분이니까 아무래도 신뢰성은 좀 떨어지지 않을까.

14 내가 원치 않은 사람이 내 글을 봤을 때 불편했던 것 같아요. 웃긴 일인데...제가 페이스북 하는데 친구들이랑 술 먹는 사진을 올렸어요. 나도 모르는 사이에 태그가 되어 있는 거예요. 그걸 했을 때 그 친구의 친구도 내 사진을 볼 수 있다는 거예요. 그러다 보니까 누군가 알면 안 되는데 알게 됐어요. 깨졌죠. 그게 부모님이었죠. 저희 누나랑 같이 페이스북 하는데 뉴스피드에 사진이 뜨잖아요. 제 사진이 누나 뉴스피드에 뒀던 거예요. 그걸 부모님이 보셨고 바로 전화 거셨고, 혼났죠. 부모님은 페이스북을 안하셔서 다행인데 최근에 카톡을 시작하셨죠. 얼마 전에 보이스톡으로 전화를 하셨는데, 기계결함이라고 안 들린다고 했어요.

15 아까도 말 했듯이, 모르는 사람들이 내 그림을 가지고 와서 친구하자고 할 때? 그리고 모르는 사람들이 친구신청이 오면, 그 사람들이 저에게 나쁜 길 한 건 아니지만, 불쾌해요. 그냥 불쾌해요. 미행당하는 것 같아요. 그리고 또 페이스북스토킹이란 게 있잖아요? 그러니까, 페이스북으로 남의 사생활을 다 캐는 거예요. 괜히 들어가서 옛날 사진 다 들어가고, 친구들이라도 사람들이 심심하니까, 제가 남이 안 봤으면 하는 건 올리지 않으니까 상관없는데, 나랑 별로 안 친한 사람도 페이스북 친구 할 수 있는데, 자꾸 내 것 보고, 친구들끼리 하는 건 솔직히 신경 쓰지 않는데, 애정결핍 같은 거 있는 사람 있잖아요. 외로움 잘 타는 사람들. 그런 사람들이 친구 거 막 보고, 친구 부모님 껴 들어가서 막 봐요. (친구 부모님 건 친구가 안 되면 못 보잖아요?) 그런데 전체공개로 설정되어 있는 분들이 있으니까, 어르신들

같은 경우는 잘 모르시니까, 그런 거 구경하고, 그러면 그 사람에 대해 다 알 수 있어요.

- 16 카카오톡은 아까 그거, 읽는 거 뜨는 거, 수신확인 기능 없어졌으면 좋겠어요. 진짜 안 읽거든요. 페이스 북도 어디 근처, 그거 뜨는 거? (계정 바꾸면 안 뜨던데?) 저는 뜨던데? 아까 말했던 그거, 페이스북 자체의 개선 이라기 보단, 사람들이 이용하는 거? (너무 많이 오픈된 거?) 그것도 그렇고, 보기 싫은 글 너무 많이 올라오고, 그런 것 때문에 전 이런 것도 있었어요. 내가 보면 기분 나빠질 글도 있으니까, 안 들어가게 되는 거예요. 알기 싫은 소식을 알게 될 수도 있잖아요. 그런 것 때문에 좀..(필터링 기능이 있으면 어떨까요?) 제가 그 사람을 차단하니까 페이스북이 좀 편해졌거든요? 필터링 기능이 있으면 좀 자주 사용하게 되지 않을까.
- 17 (카카오톡을 하면서 이런 건 좀 불편했다 하는 것은?) 상대방이 확인을 했는지 안했는지 공개되는 것들 있잖아요. 못 본 척 하고 싶은 경우도 있고 제가 이것을 중요하게, 어떤 사안에 대해서 이걸 빨리 처리해야 되는 문제인데 상대방이 확인을 안 하면 되게 속이 타니까..... 그런 것들이 공개가 되니까 짜증이 나는 측면이 있으니까요. (페이스북하면서 불편했던 점?) 개방성이 너무 강하다 보니까 가장 친한 가족들 같은 경우는..... 가족들이 몰랐으면 하는 거 있잖아요. 그런 것들 같은 경우는 피하려고 태그를 막..... 아니면 같은 술자리인데 제가 다른 사람들에게 거짓말을 하고 다른 술자리로 왔는데 사진이 올라와서 태그를 당하면 안 되니까 태그를 하지 말아라, 하고 계속 말해야하는 그런.....
- 20 (소셜미디어를 이용하면서 싫었던 점?) 싫었던 점은 사생활 같은 게 너무 아예 모르는 사람한테까지 공개가 되니까. (그룹카톡은 어때요?) 그룹카톡은 좀 짜증나요. 나가기는 좀 그렇고, 몇 십 명 씩 있고 그러면 엄청 많이 오잖아요. 딱히 중요한 얘기도 안하는데, 동아리나 그런 데에서는, 나가기도 좀 그렇고, 너무 많이 오니까. (페이스북을 사용하면서 싫었던 점?) 사생활이 너무 노출 되는 거. (트위터 하면서 불편했던 점?) 트위터는 글자 수가 제한이 있잖아요. 그래서 좀.....

■ 단체여론의 형성 및 분쟁

- 3 제가 아무 생각 없이 올린 글이나, 제 생각대로 올린 글인데도 남에게 영향을 줄 수도 있고, 그런 것 같아요.
- 6 페이스북은 부정적인 면이라면, 좀 몰아가기가 있을 거 같아요. 마녀사냥 같은...한 사람이 어떤 잘못을 하면 애들이 꼬투리를 짚 잡잖아요. 거기에 대해 분명히 찬반

의견이 나날 건데 한 쪽으로 몰아가는 게...그리고 전 게임을 잘 안 해서, 인터넷을 하면 뉴스피드 옆에 게임스 폰서가 많이 떠요. 그건 좀 아닌 것 같은 게...

- 8 아까 말했던 정치적인 거. 계속 보면 짜증나요, 그리고 저는 종교가 없는데, 종교 있는 친구들이, 그런 내용을 계속 올리는 친구들이 있어요. 제가 종교가 없어서 그런 지는 모르겠지만, 계속 그런 식의 내용을 올리니까 보면 약간 스트레스 받죠.
- 9 나는 이런 의미로 쓴 게 아닌데, 그 사람은 저런 의미로 오해해서 약간 비꼬는 듯한 말투로 댓글을 달고, 나는 그런 뜻이 아니었다, 오해다, 그런 경우가 있었고, 카톡 같은 경우에는 말하기 싫은데 말을 걸고, 페이스북에서는 싸우는 경우도 많이 봤고, 저 사람들은 왜 저렇게 싸우지? 하는. 그게 정치적인 글을 올린 경우였어요. 어떤 사람이 글을 올렸는데 그것과 가치관이 반대인 사람이 댓글 단 거예요. 두 사람이 댓글로 엄청 싸웠죠. 그걸 보고, 아, 저건 아니다, 잘못된 점이야 고칠 수 있겠지만, 서로 비방하며 얼굴 붉힐 일은 아닌 거 같은데... 좀 불쾌했어요. 남에게도 보이는 건데, 자기 가치를 폄하시키는 느낌? 소셜에서 다 보이는 건데, 욕설 쓰고, 약간 성적인 거 쓰고 그런 거 보면 좀 불쾌해요. 저 사람은 소셜네트워크를 통해 저렇게 자기 가치를 폄하시키고 싶은가? 하는...
- 10 (헛소문 드는 거요?) 지금도 별명이, 애들이 막 지어요. 남고지만 여자랑 같이 듣는 수업이 있어요. 그 때 제가 친구한테 재 예쁘다고 했어요. 그냥. 그런데 이 친구가 아는 엔가 봐요, 그래서 이름이 노세영이거든요? 자음으로 노, 서, 오 인데, 남시왕이 된 거예요. 그래서 애들이 물어보면 남자에들이 다 말해요. 그런데 여자에들이 물어보면 대답을 못해요. 그러면 제가 그냥 남시왕이라고 해요...
- 11 (저기 안에서 황당하고 무례한 글이나 비방글?) 그런 것도 가끔 보죠, 그리고 저와 의견이 다른 친구가 올려놓은 걸 봤으면 기분 상하기도 하고.. 또 저는 그런 거 찾아보지 않는데, 친구들 중에서 찾아서 링크를 올려놓는 애들이 많아요. 예를 들어, 뉴스에서 안 좋은 일이 있으면 그런 거 올려놓고.. 페이스북은 그런 거 되게 많거든요? 진짜 가난한 아이가 사고를 당해 있는데, '좋아요'가 몇 만개 이상이면 얼마얼마 기부된다, 뭐 이런 거..진짜 많이 올라오는 것 같아요.그런 것도 눌러주고..(실제로?) 네, 저도 많이 해요. 친구들도 하고 링크해서 올려놓고..영국 애들도 하고 한국 애들도 많이 해요. 더 많이 클릭을 받을 수 있게. 그런 건 좋은 건데, 그런 걸 싫어하는 사람이 있죠. 그리고 저도, 안 좋은 게, 친구들은 자기는 좋아서 계속 올리는데, 저한테 귀찮은 거 있잖아요.

■ 부정적인 면 느끼지 못함

- 12 불편했던 경험은 잘 모르겠어요, 사실은. (사생활 보장 같은 경우는요?) 사생활 보장은 충분히 조심하면 가능하다고 보는데요. (본인 하기 나름이다?) 일단은 제가 이용하는 수준에서는 그렇습니다. (블로그를 하면서 불편했던 점은요?) 특별히 잘 모르겠는데요. (시간을 너무 많이 잡아먹는다?) 아니요, 왜냐하면 그냥 말하자면 내가 글 써서 정리해야 할 필요가 있을 때 블로그를 쓰기 때문에. 그렇게 특별히 시간을 낭비한다는 생각은 별로 안 들었고. (남의 블로그를 읽을 때는요?) 아까 말했듯이 남의 블로그를 별로 안 읽기 때문에..... (페이스북의 불편한 점은요?) 페이스북의 불편한 점은 글 써..... 페이스북도 초기에는 privacy setting이 약했는데 최근 많이 강화가 되면서 별로 크게 불편한 점은 없는 것 같아요. (싸이월드도 하면서 불편했던 점은요?) 싸이월드 같은 경우도 별로..... (그럼 싸이월드는 좋은 것도 없고 불편한 것도 없어서 그만두신 건가요?) 그만둔 이유는 아까도 얘기했다시피 이용인구 감소, 그리고 대체할 수 있는 것들을 찾았기 때문에. 페이스북 같은 것으로도 대체가 가능했고. 초기에는 페이스북을 쓸 때는 해외 사용자들과 커넥션을 위해서 썼지만 그 다음에 한국 사용자들도 많이 유입이 되기 시작하면서 싸이월드에서 페이스북으로 많이 넘어갔잖아요. 그래서 싸이월드가 필요가 없어졌어요.
- 18 글쎄요, 별로. 제가 쓴 글이 페이스북 같은 경우에는 보장되지 않잖아요, 뭐랄까? 비밀 같은 것들? 이 사람한테만 써도 다른 사람한테 보이고 그런 면이 좀 불편하긴 한 대요, 어차피 열린 공간에서는 제가 알아서 잘 필터링 해서 글을 올리고, 개인적인 얘기는 또 개인적으로 하고 그러니까... 불편한 점? 불편한 점은 많이 없는

것 같아요.

- 19 말씀드렸듯이, 한편으로는 정말 무의미하다, 심심하니까 버스에서 자꾸 올리는 그런 거니까... (무례한 일 겪은 경우 없어요?) 저는 그런 거 다 없어요. (사생활 노출?) 없어요. 사생활 노출 돼 봤자, 별로, 남의 약제, 상관 안 해요.

■ 시간 낭비

- 3 음~이게 중독이더라고요. 그래서 페이스북이나 카카오톡도 한 번 하면은, 아직 공부를 하는 나이인데 공부에도 지장이 있고,
- 5 나만의 시간을 갖기 힘들다는 거? 사생활은 제가 철저하게 관리하기 때문에 괜찮고, 귀찮다는 정도?
- 20 이용이 줄어들기 전에는 약간 중독 된 거 같은 게 조금 있어가지고.

■ 기타

- 1 카카오톡은 3G가 안되거나 와이파이가 안되면 못쓰니까, 정작 중요할 때 못 쓴 경우가 있어요.
- 6 카카오톡은 그룹카톡감옥, 카톡 지옥이라고 하잖아요. 거기에 참여했을 시에는, 나을 의사가 있으면 나오면 되는데, 나을 수 있는 그룹이 있고 못 나오는 그룹이 있어요.
- 13 부정적인 거는 사람들이 그런 걸 사용할 때 막무가내로 아무렇지도 않게 뭐 욕설을 막 적거나 그런 거는 보기도 좀 그렇고...

3-2. 소셜미디어 이용 시 불편했던 경험이나 부정적인 면을 해결하기 위해서 필요하다고 생각되는 서비스가 있다면 어떤 것들이 있나요?

<표 IV-3-2> 소셜미디어의 부정적인 면 해결 방법

■ 카카오톡

- 1 사소한 건데, 사진 여러 장 보낼 때, 순서를 정할 수 있으면 좋겠어요. 지금 여러 장 보내기 하면 순서가 뒤죽박죽으로 가거나, 누른 순서대로 가지 않고 반대로

가요. 순서대로 갔으면 좋겠어요. 친구 생일 이벤트로 스케치북 찍어서 보내기로 했는데, 한 장씩 보내니까 여러 장을 하니까 시간이 너무 많이 걸리더라고요.

6 카카오톡에서는 될 지 안 될지 모르겠지만 보이스트통화 음질 좀 개선해 주었으면 좋겠어요.

13 전 카카오토리 별로인 것 같아요. 너무 이제 좀 한 가지만 집중적으로... 처음에 채팅하는 걸로 시작을 했으면 그걸로 계속 갔으면 좋았을 텐데, 계속 새로운 거 만들고 이런 거에 집중하는 것 같아서. 개성 있는 자기만의 뭔가를 만드는 것이 아니고 다른 소셜미디어를 따라하는 것 같은 느낌이 드는 것 같아요. 카카오톡은 광고 이런 건 없어서 괜찮은 것 같아요. (플러스 친구는요?) 플러스 친구 자꾸 뜨는 것도 좀 그렇긴 한데, 그리고 그런 거, 이모티콘 같은 거 파는 거 그런 것 좀 안했으면 좋겠어요. 상술이 좀 보이는 것 같고, (그룹 채팅은 어때요?) 저는 그룹채팅 있으면 할 말만 하고 없애버려요. 그래서 지금은 하나도 없어요. 그룹 채팅 있는 거 보면 좀 짜증날 것 같아요. (숫자 뜨는 건 어때요?) 그게 좀 거슬리기는 해요. '이 사람이 아직 안 읽었네?' 아니면 '읽었는데 답장을 안 하네' 이런 거. 처음엔 몰랐을 때 아무 생각 없었는데... 그 1이 무슨 뜻인가 했어요. 그런데 알고 나니까 이 사람에 대해서 의심 이런 것도 생기는 것 같고, 전 그거 없었으면 좋겠어요. 1 뜨는 거 없었으면 좋겠고.

■ 페이스북

1 근데 새로고침이 너무 오래 걸려요. 핸드폰에 따라 1분까지?

3 그런데, 너무 사생활이 없는 것 같아요. 제 친구가 300명 인데 글을 올리면 꼭 퍼지잖아요? 내가 읽고 있던 사람들, 내가 보이고 싶지 않은 사람들한테 내가 글을 쓰면 꼭 퍼지니까, 그것도 그렇고 아까 말했던 것처럼 알 수도 있는 사람, 이렇게 다 뜨면서 예전에 알았던 사람도 친구 추가가 가능하잖아요. 그러니까 저도 모르게 다른 사람들이 저의 정보를 많이 볼 수 있고, 그런 면에서 사생활 침해가 되긴 해요. (부분적으로 차단하면 좋겠다고 생각하세요?) 네.

4 음~개인정보는 알려주지 않는, 이름하고 성별, 나이만 알려주고 나머지는 안 알려 줬으면 좋겠어요. (사진은 올리지 않나요?) 음~직업하고 학교, 소속 같은 것도 그렇고(그런 거 알 수가 있어요?) 네. 페이스북은 다 알려줘요. (입력 안 하면 모르잖아요?)그냥, 전 다 입력했죠..

6 페이스북 하면 누구나 다 그룹생성이 가능하잖아요. 내가 원하면 누구나 다 그룹을 만들 수 있는데, 네이버 지식인은 내가 지식을 달면 카테고리도 다 달리잖아요. 그런 식으로 카테고리 좀 달았으면 좋겠어요. 네이버에 예전에 자살카페 같은 게 생겼잖아요. 근데 페이스북도 그런 게 생기지 말란 법은 없잖아요? 그래서 그렇게 그룹을 나눠 놓고 이런 부정적인 면이 안 생기도록...

7 친구들이 처음 페이스북 시작할 때 어렵다고 해요. 뭐가 어려운데? 하면 딱 찍진 못하는데 전체적으로 어렵다고 해요. 그런 걸 쉽게 해 줬으면 좋겠어요. 글도 어떻게 쓰는지 모르고, 이거 어떻게 하는 거야? 물어보고(본인은 처음에 쉽게 시작하셨어요?)저도 어려워져서 막 물어보고 그랬어요. 그리고 요즘에는 처음 시작할 때 안내 같은 게 있는 거 같은데... 앱 추천 차단 기능 같은 거 있으면 좋겠어요. 거부해도 계속 오는 경우도 있거든요.

11 옛날에는 괜찮았는데, 요즘엔 추가된 기능이 많아서, 회사도 이거 테스트하는 거거든요? 이게 될까 말까, 이런 식으로? 그래서 예를 들어 내 피드백과, 올라올 것과 올라오지 않을 거 필터하는 게 있으면 좋은데, 그런 기능이 아주 자세하게는 없어요. 그래서 쓸데없는 게 자주 올라오는 것 같아요. 나를 위한 페이스북, 나에게 맞도록 설정을(개인을 위해?) 네.

17 페이스북 같은 경우는 자기가 설정하는 여부에 따라서 달라지기 때문에. 아 근데 서비스 중에서 요 근래 바뀐 건데 제가 다른 사람의 글에 좋아요를 눌렀을 때 제 답변막에 제가 누구의 글에 좋아요를 눌렀습니까라고 뜨는 것이 좀 요새 써보면서 많이 안 좋아서..... 심지어는 이런 사례도 보았거든요. 좋아요를 눌렀는데 전 여자 친구가 그거를 보고서 '아, 앤 연애를 하는구나'이런걸 알 수 있다 하는 그런 거를 막 봤다고 얘기를 들은 경우가 있어가지고... 신기했었어요. 그런 점들을 좀 개선해야 되지 않을까. 친구의 친구가 '좋아요'를 눌렀는데, A라는 사람이 B라는 사람의 연락을 알고 싶지 않아서 친구를 끊었는데 C라는 사람이 A랑 친구인데 중간적으로 C하고 B하고 아는 상황이니깐 C가 '좋아요'를 눌렀는데 B의 글이 게시가 되니까. 답변막에 이 글에 '좋아요'를 눌렀습니다. 라고 뜨니까 A라는 사람은 보기 싫어도 봐야 되니까 그런 측면은 좀.....

18 댓글은 남이 읽을 수 있는 것은 상관없는데, 오해할만한 소지가 있는 거? 그런 건 좀 그렇죠. Like 버튼을 누를 때는 의미가 여러 개가 있잖아요? 참 안됐구나, 이럴 때? '좋겠다'의 의미로 Like 누르기도 하구 공감의 의미로 Like 누르기도 하고 '감사합니다'의 의미로 Like 누르기도 하는데...그런 게 다른 사람한테 다 여과 없이 보이잖아요. 그렇게 되면 상대방이 제 의도를 잘못 이해해서 해석할 수도 있고...그런 건 있는 것 같아요. 심각한 문제는 아니지만...그런 게 조금 있어요.

20 (개선했으면 하는 서비스는?) 제가 받아보고 싶은 소식이 아니어도 친구의 친구가 자꾸 뜨잖아요. 그런 거는 좀 안 떴으면 좋겠어요. (필요한 서비스는?) 페이스북은 어떻게 안 보이게 해 줬으면...

■ 기타 SNS

- 1 싸이월드는 남자도 좀 쓰기 편하게 하는 것도 좋은 것 같아요. 스킨 같은 것도 되게 여자 같은 거 많잖아요. 그런 것도 그렇고.
- 12 (트위터 같은 경우는 근거 없이 너무 짧게 쓰니까 싫었다고 하셨는데 그런 점은 트위터가 개선해 주어야 한다고 생각하나요?) 트위터의 개선점이라고 하기엔 어렵겠죠. 하지만 굳이 얘기하자면, 기술적인 얘기지만 트위터의 내용들을 받아서 다른 정보들과 같이 제공해주는 그런 '메타 서비스'라고 들어보셨어요? '메타 서비스'라고 해서 블로그 아티클(article)들을 모아서 예쁘게 표시해준다든지 하는 서비스가 있었어요. '블로그 스피어' 뭐 그런 얘기도 하고요. 그런 서비스가 마이크로 블로거들한테 통용 되는 것은 기술적으로 어려운 문제이지만 그것도 필요하다고 봐요. 대표적으로 다음에서 검색 서비스에서 트위터나 마이크로 블로그들의 검색 결과를 같이 제공하거나 제공하는 경우가 있으니까.
- 17 (싸이월드가 개선해주었으면 하는 서비스?) 제가 봤을 때 싸이월드는 지금 그 상태로 내버려 두는 것이 싸이월드가 가지고 있는 장점이라고 생각을 하거든요. 싸이월드만의 장점이 폐쇄성이라고 볼 수 있는 측면인데 그런 측면을 허물어 버리면 싸이월드는 자신만의 개성을 잃어버리지 않을까. (그런데 싸이월드는 그대로 내버려 두니까 사람들이 점점 안하잖아요?) 제가 요새 새로운 현상을 발견한 게요~ 제 주변의 몇몇 사람들은 오히려 페이스북에서, 자신만의 생각 같은 거를 말을 잘 못하고 피상적 관계가 되어버리는 그런 것들에 좀 염증을 느껴서, 자신만의 생각을 좀 깊게 적을 수 있는 그런 싸이월드로 다시 돌아가는 그런 것들을 봤습니다.
- 20 (트위터에서 개선해주었으면 하는 서비스는?) 글자 수 제한이 있잖아요. 개인적으로는 늘어나거나 그랬으면 좋긴 좋겠는데, 그게 트위터만의 특징이라고 하는 사람들이 있어서.....

■ 전체 SNS

- 8 크게 생각해본 적은 없는데, 정치나 종교관련 특정 단어를 차단하는 거. 페이스북을 예로 들면 게시판에 올렸는데, 애들끼리 속된 말로 진보 빨갱이 그런 말 있잖아요. 그럴 때 특정 단어가 게시글에 올라오면 차단하거나. 게임에 있잖아요. 욕을 하면 순화된 글로 올라오거나 빠르게 올라와요. 어느 날 기분이 안 좋아서 욕을 하더니 별로 올라오더라고요? 그걸 보고 생각났어요. 게시글이 올라오면 차단하거나 못 보게 하는 거. (프라이버시 침해에

대해서도 생각해 본 적 있으세요?) 없잖아 있죠. 싸이같은 경우는 이름 검색을 하면 뜨는데, 싸이는 검색을 안 뜨게 하는 란에 체크하면 되긴 한데, 관리하긴 힘들었던 거 같아요. 페이스북은 잘 관리하면 침해를 받지 않는 거 같은데, 다른 건 침해를 받는다 생각해요. 네이버 블로그 같은 경우에는 좀만 뒤지면 금방 알 수가 있어요. 익명성이 많다고 생각했는데, 아니라고 느낀 게 있어요. 전체공개 글을 올려놓고, 아이디도 저를 알 수 없고, 제 사진도 올리지 않았는데... 네이버 블로그가, 지금은 좀 나아졌는데 제가 예전에 할 때는 검색을 방지하려면 어디에 들어가서 체크해야 한다는 그런 게 불편했어요. 개인정보관리는 다른 것도 힘든 거 같아요.

- 12 (아까 익명성이 보장 안 되는 점이 불편하셨다고 했는데 익명성을 보장해 주어야 한다고 생각하나요?) 네. 보장이 돼야 한다고 생각합니다. 두 가지 측면이 있죠. 하나는 너무 떠들면 재미없겠죠? 어쨌거나 소셜미디어가 개인적인 공간이 아니라는 점은 있죠. 하지만 익명성이 보장이 돼야만 소셜미디어로서의 기능을 할 수 있다고 보죠. (하지만 안 그러면 범죄에 악용될 수 있잖아요? 성범죄, 유괴, 납치 등등.....) 그건 익명성이 보장 된다는 게 그 사람을 트래킹(tracking)할 수 없다는 얘기는 아니거든요. 그거랑은 조금 다른 것 같아요. 그 건 완전히 다른 문제인 것 같아요.
- 16 언어폭력, 허위사실유포 등은 사람들이 모든 글이 무언가를 거처서 올라간다는 건, 너무 이상적인 말이지 않아요. 그래서 그건 좀.. (소셜미디어에서 마련한 처벌 관련규정이 있으면 좋겠어요?) 네. 확실하게, 현재 대응 있는 규정을 끼워 맞춰서 하는 게 아니고, 이거에 맞는 규정이. 그러면 지금처럼 무분별하게 페이스북이나 트위터에 올리고 그런 게...
- 19 음, 그러니까 아직은, 제가 아직 3g를 쓰고 있잖아요? lte같은 경우는 어떤지 모르겠는데 좀 사람이 급해지는 것 같아요. 성질이, 카톡 안보이면 적응이 안 되고, 아 짜증나고 좀, 옛날처럼 그렇게 느긋하게 기다리는 게 아니라 하도 빨라지니까 더 빠른 걸 원하고 안 되면 막 안 돼, 그렇게 계속 불만 있게 되고, 좀 부정적으로 되는 것 같아요. (그럼 그런 걸 해소하기 위해서 어떻게 해야 하나요?)빨라져야죠. 통신망의 개선?

■ 사용자의 자발적 개선 추구

- 2 전 없어요. 사용하는 자들의 의식적인 문제이지 콘텐츠 자체에 문제는 없다...
- 5 모르겠어요. 그냥 제가 다 사용하기 나름인 것 같고, 제가 원하면 그 불편한 점들을 알아서 개선할 수 있을

것 같아요.(개인의 조절능력 쪽?) 네. 다만 해킹을 당하거나 그럴 땐 법적으로 강력하게 처벌하는 건 찬성해요. 9 (바라는 서비스가 있나요?)필요성까지는 못 느끼겠고, 과연 한다 하더라도 개인의 의식문제까지 통제할 수 있는가? 정책을 만든다고 하더라도, 좋게 작용할 수도 있겠지만 학생들이나 사람들이 나 하나쯤이야, 이러면, 욕설 같은 건 안보이게 해 준다든가, 타인에게 불쾌해 보이는 걸 삭제요청 할 수 있다면 좋겠지만, 이런 걸 피해야 하는 사람도 많으니까. 10 (그러면 이런 건 개선되었으면 좋겠어요?)개선되지 않아도 괜찮아요. 제가 싫어하는 거지, 애들은 편리하게 사용하니까. 서비스는 잘 모르겠고, 페이스북은 어쨌거나 본인이 쓰는 거거든요? 그래서 개인이 공개 같은 거 조절하면 되는 건데, 시스템적인 문제는 없다고 생각해요, 서비스는 잘 모르겠고, 페이스북은 어쨌거나	본인이 쓰는 거거든요? 그래서 개인이 공개 같은 거 조절하면 되는 건데, 시스템적인 문제는 없다고 생각해요. 14 참 이게 어려운 게, 우리가 설정하면 충분히 할 수 있거든요. 보안단계 가서 내 관심 있는 사람들만 볼 수 있게 할 수 있거든요. 근데 처음 사진이나 글을 올린 사람이 설정하면 되는데, 일반적으로 그렇게 안 하죠. 올린사람이 보안설정만 잘 하면 내 친구의 친구가 볼 수 없게 할 수 있는데, 태그를 남이 해주는 게 장점이면서 단점인 것 같아요. 그런 면에서 오프라인에서 착실하게 살아야 되는 것 같아요. 그런데 거부감이 없을 수 없죠. 놓고 있는 사진이 돌고 돌면 좋을 건 없죠, 내 꼴 언태그하든지, 그래도 어차피 내 친구의 친구들이 보는 건 똑같은니까 장점이자 단점인 것 같아요.
--	--

4-1. 소셜미디어를 이용하면서 사이버 따돌림을 한 경험이 있나요? (가해경험)

사이버 따돌림(폭력)을 어떤 방법으로 했나요?

<표 IV-4-1> 소셜미디어 사이버 따돌림(폭력) 가해 경험

■ 경험 없음 1 아니요, 그런데 사이버 따돌림을 당하면 안 할 거 같은데? 따돌림을 당하면 개가 알 거 아니에요. 그런데 고등학교 올라와서 갑자기 그런 거면 몰라도, 제가 저라면 안 할 거 같은데요. 2 본 적도 없어요. 3 아니요, 친구한테 장난으로 다굴하기? 그런 건 있어도, 따돌린 경험은 없는 것 같아요. 4 아니요, 전 그런 성격이 아니에요. 6 아니요. 진짜 없어요. 7 아니요, 없어요. 8 그런 건 솔직히 없어요. 9 그렇게까지, 좀 무서운 거 같아요. 비호감 가지고 따돌림까지는 안 한 거 같아요. (언어폭력 같은 것도 있잖아요?) 있긴 있겠지만, 저는 없었어요. 제가 그렇게까지는...(주위에 그런 사람 있어요?)있어요. (페이스북? 카톡이 나...) 그룹채팅하는데 그 사람은 초대를 안 하는 거. 그 사람한테만 안 알려주고, 그 사람은 나중에 궁금해서 알려달라고 하고 다니고.(페이스북은 없어요?) 약간 무	관심 아닐까요? 그 사람 글에는 댓글 안 달아주고 (댓글로 비난하는 경우도 있던데?) 약간 기분 상하게 하는 말? 그렇게 하는 사람 본 적 있어요. 10 장난으로 해본 적은 있는 거 같은데, 진짜로 해본 적은 없어요. 11 없는데, 예를 들어 친구들이, 안 좋아하는 사람을 모욕했다 이런건 한 적이 있는데, 따돌린 경우는 없는 것 같아요. 12 해 본 경험은 없고요. 13 아니요. 16 아뇨, 없어요. 전 그런 글만 올리니까... 17 아니요. 18 네, 저는 그런 건 없어요. 그냥 장난으로 서로 바로 옆에서 pc방에서 의미 없는 댓글을 한 50개씩 달아서 알림창을 마비시킨다든가 그런 적은 있었는데요. (그런 건 따돌림은 아니잖아요.) 네. 따돌린 적은 없어요. 그런 적은..... 그렇게까지 한 적은 없어요. 19 전혀 없어요. (차단?) 차단은 아까 제가 말씀드렸듯이 남자문제 외엔 거의 없기 때문에 (따돌림이 아니라?) 따돌림이라 부르지 않죠, 그건. 그 사람한테 관심이 없는데 관심이 있는 척 계속 카톡을 하는 것 보다 차단을
---	--

하는 게 낫다고 보기 때문에...

■ 경험 있음

5 어, 있어요. 친구들이 저를 갑자기 카톡에 막 초대해서 들어가 봤더니 애를 막 다굴하고 있더라고요. 진짜로. 저는 모르는 앤데, 개가 무슨 말을 하면 막 웃고 욕해요. 막 무시하는? 제가 아무 말도 안하고 있으니 왜 아무 말도 안하냐고 그래서 저도 뭐가 말을 해야 할 것 같은 분위기에 살짝 동참하고...(기분이 어땠어요?) 짜증났어요. 그 친구들이 너무 어리다는 느낌? 나중에 그 친구 카톡으로 너무 마음 담아두지 말라고 했어요.

14 언어폭력은 하죠. 친구들끼리니까 장난으로 “야 강아지야” 같이 기분 나쁘지 않을 정도로 하죠. (사이버상에서 왕따, 따돌림, 안 좋은 감정이 있어서 하게 되는 경우 있잖아요?) 그런 경우 어느 정도 있죠. 누가 어떤 식으로 글을 올려요, 그 사람인지 뻔히 아는데 이름만 빼서 댓글에 병맛이네, 왜 그런 거 올려? 그런 식으로 리플이 달리죠. 덩이덩이덩이, 병맛병맛병맛 이런 식으로 댓글이 달리죠. 누가 봐도 애인줄 아는데 말이죠. 그런 식으로 가는 거...있죠. (왜 그렇게 하는 거예요?) 왜 그러냐

면 상대방이 그런 포스팅을 안해야하는데...

15 초등학교 때 다음카페, 4명이 친해서 하는 비공개카페가 있었는데, 뒷담화 게시판을 만들었어요. 어려서 철이 없어서. 거기서 막 싫은 사람 막 욕하는 거예요. 그 게시판에. (고등학교, 대학교 때에는 그런 적 없었어요?) 아, 있어요. 저 차단한 사람 있잖아요. 저 싫어서 차단했는데요. 어이가 없잖아요. 그 사람이 왕따는 아닌데, 성격이 특이해서 사람들이 좀 기피했어요. 그 사람이 제 뒷담화하고 그러니까 너무 화가 나서 약올려주는 생각으로 일부러, 친구와 채팅할 때, 이 사람이 이런 글을 올렸는데 어떻게 해야 잘 비꿀 수 있을까, 이렇게... 또 비꼬는 댓글 막 쓰고... (상대방에게 써 봤어요?) 말하기 창피한데...이 사람에게 관심 있는 남자가 있는데, 그 사람 사진에 잘나왔다, 멋있는 것 같아, 이렇게 쓰면 너 사실은 실물이 멋있어~이런 식으로...되게 유치한데, 따돌림까진 아니고, 여러 사람이 한 사람한테 그렇게 한 거니까 (친구들도 같이?) 네. 따돌림이라고도 할 수 있겠죠. (지금은 그 분과 연락하나요?) 아예 안해요. (상대방이 역습한 경우는?) 있었던 것 같기도 해요. 비꼬는 것 쓴 다음에 친구들에게 ‘좋아요’ 누르라고 해서 뜨면 그 사람도 기분이 나쁘잖아요. 근데 그 사람을 사람들이 많이 안 좋아해서, ‘좋아요’ 많이 못 받았어요.

4-2. 소셜미디어를 이용하면서 사이버 따돌림을 당한 경험이 있나요? (피해경험)

혹시 있다면 사이버 따돌림(폭력)을 당할 때 어떻게 반응했나요?

<표 IV-4-2> 소셜미디어 사이버 따돌림 피해 경험

■ 경험 없음

1 아니요. (단체톡으로 욕을 한다던 가 카톡으로 헐박하는 사례도 있었잖아요?) 그런 적은 없는 거 같아요. 진짜 저는.

2 없어요.

3 아니요.

4 아니요, 없어요. 저는 소셜미디어가 많이 발달되면서는 없는데, 예전에 전화로 그랬던 적은 있었어요. 미친년 막 이러면서... 제 친구의 친구가. 오해를 했던 거죠. 뭐지? 그러고, 제가 그땐 좀 소심했거든요. 막 무서웠는데, 중학교 1,2학년 때라서 어떻게 해야 하지 그랬는데, 지금은 저도 성격이 변해서 안 그래요.

5 없어요.

6 당한 경험도 없는 거 같아요.

7 없어요.

8 없어요.

10 없어요.

11 그런 것도 없어요. 저는, 왜냐면 정말 아는 사람만 추가하니까 그런 경우는 없는 것 같아요.

12 워낙 사람들이 말을 안 걸어줘서 당하고 있나.... 농담이 고요. 없습니다.

13 없는데요.

17 그런 적도 없습니다. 왜냐면은 제가 사이버 따돌림을 당한다는 거는 제가 친하지 않은 사람들에게 강제로 연결이 되어 있다는 얘기인데 소셜미디어 같은 경우는 자기가 원해서 연결된 사람들이 대부분이다 보니까. 그렇기 때문에 따돌림을 당하지는 않은 것 같습니다.

18 저는 없었던 것 같아요.

19 없어요.

20 (혹시 SNS에서 본인한테 욕한 사람이 있어요?) (트위터에서는요?) 없어요. (사이버따돌림을 당한 경험이 있어요?) 아니요. (누가 나한테 욕설을 했든가?) 진지하게 그런 적은 없어요.

▣ 알 수 없음

9 솔직히 저는 모르죠. 제가 알 방법이 있을까요? 약간 저랑 얘기하기 싫어하는 사람은 있는 거 같아요. 답장이 짧거나...딱히 전, 제가 아직 어려서 그런 걸까요?

▣ 경험 있음

14 있죠. 그럴 때 처음에는 화났다가 나중에는 편하게...지 내죠. (그럼 다 알고 있는 관계에서 이루어지나요?) 네 그렇죠. 다 알고 있는 관계에서 이루어지죠. (그럼 오프라인에서 만나는 사이인가요?) 학교친구들, 고등학교 때 친구들, 친구의 친구들, 같이 인턴 했던 친구들 그렇죠. (그런 경우가 꽤 많아요?) 의도적으로 한 경우

는, 싫어서 왕따 시키는 경우는 없고요, 의견이 달라서 충돌하는 경우가 대부분이죠. (그럼 혼자 하는 게 아니고 왕따라는 게 집단이 공격하는 거잖아요. (그러면 그 친구들도 가해라고 봤을 때 가해자들이 꽤 많다는 거잖아요?) 그렇죠. 가해자들이 꽤 있는 거죠

15 친한 애들끼리 장난으로 그런 적은 있는데, 진지하게 그런 적은 없는 것 같아요. 제 친구가 담벼락에다가, 제 목소리가 특이하니까, 지하철에서 저와 목소리와 말투가 똑같은 사람이 전화통화 하는 걸 봤다. 그러니까 남자애들이 장난으로, 헐~그걸 어떻게 견뎌? ○○ ○이 두 명이라니 세상 참 어둡다, 이런.

16 아, 이런 적은 있었어요. 옛날에 싸이월드에서 확실히 나를 겨냥한 글이 올라온 적이 있었거든요, 그것 때문에 상처받은 적이 있어요. (어떤 글이었는데요?) 제가 어떤 행동을 했는데, 난 그런 네가 그렇게 행동할 줄 몰랐는데 정말 실망스러웠다.. (친한 사람이?) 그냥 그런 사람이. 저 인건 정말 확실한데, 물증은 없지만 심증은 확실한데, 그런 글을 올려서 상처가 됐던 적은 있어요. 저는 그런 거 있으면 바로 연락하거든요, 이거 나 댔냐, 맞대요, 오해가 있는데 이렇게 된 것 같다, 미안하다, 그렇게 마무리하고.. (친구 삭제했어요?) 아니요, 지금도 친구예요. (글은 삭제했어요?) 네, 삭제했어요.

4-3. 주변에 사이버 따돌림 가해/피해 사례가 있는지?

<표 IV-4-3> 주변에 사이버 따돌림 가해 · 피해 사례

▣ 있음

1 주변에는 많이 있지 않나요? 뉴스 같은 데서도 많이 보고, 제 친구가 카카오톡을 이용해서 돈 갖고 오라고 했던 것 같긴 해요. 개는 돈을 갖고 왔겠죠? 제 친구가 저에게 그런 말을 했었거든요. 이런 사례가 빈번히는 잘 모르겠고, 가끔 일어나는 것 같아요. 제 친구 중에 그런 애는 더 없고, 우리 학교에는 없어요.

4 (주위에서는 가해 사례 본 적 없어요?)주위에는 있어요. 제가 원래 개인주의예요. 이기주의가 아니고, 재는 저렇구나 하고, 다른 애들은 재는 왜 저래? 하고 자기 기준에 안 맞으면 소위 뒷담화를 까잖아요. 제가 요번에 처음 알았거든요, 근데 저는 안 그래요. 재는 저래, 그러면 아 그렇구나 하고 상관을 안 했는데, 신경 안 썼어요.

친구가 고민 있으면 고민 들어주고 그런 거였는데, 애들이 약간 싸이월드에서 그런 게 있는 것 같아요. 다이어리에 개 막 욕 쓰고, 개 볼 수 있게. 반 친구가 그랬던 것 같아요. (선생님은 그 사실을 아나요?)몰라요.(주위 친구들은 아나요?) 아는 애만 알아요. 다 친한데, 저희 학교는 그렇게 따돌리거나 다굴하는 게 아니고 다 친한데, 뒤에서 좀 그래요. 진짜 왜 그렇게 사는지 모르겠어요. (친구들은 그런 피해 경험 없나요?)아뇨, 없어요. (그러면 주변의 피해사례를 본 적이 있나요?)거의 가만히 있는 거 같아요. 그게 약간 사람 심리 같아요. 사람들이 안하니까 약간... 그리고 제 기준에서 왕따를 당할만하다 그런 건 없는데, 왕따를 하는 사람들, 여기서 애 욕하고 저기선 재 욕하고 그런 애들은 좀 punish를...전 좀 중립적이예요.

16 그런 거, 티아라, 사이버 따돌림 거잖아요? (그런 경우가

있어요?) 있는 것 같아요, 따돌림이라기보다는, 누구를 겨냥해서 감정적인 글, 안 좋은 글을 한두 명 올린 것 같아요, 예를 들면 이런 거죠, 페이스북에, 만약에, 극단적인 예로, 누가 컨닝을 했어요, 대학 시험에. 걸리진 않았지만 한두 명이 목격했어요. 그래서 컨닝이 잘한 건 아닌데, 너 같은 애가 컨닝을, 하면서 모욕적인 글을 올리는 거예요. 이름은 거명 안하고, 그런 적이 있어요. 댓글로 누구야? 미친 거 아니냐? 개 얼마나 스트레스 받겠어요? (그럼 컨닝은 근절되었나요?) 그런 것 같진 않아요. 그 친구는 모르겠는데, 대학생들 컨닝 많이 하잖아요, 그로 인해 컨닝이 줄거나 하진...

- 17 뉴스에서 나온..... (예를 들면요?) 예를 들면 모 걸그룹 같은 경우가 그런 경우겠죠. 그런 경우가 주로 대표적 사례인거 같아요.

■ 들어보지 못했거나 없음

- 2 전혀, 사이버 따돌림 자체를 잘 모르겠어요.
3 들어보지 못한 것 같아요.
5 어~잘 모르겠어요. 제 친구들은 그런 얘기도 잘 안 해요.
6 모르겠어요. 애들이 민감한 사안은 얘기 안 해서...그런데 애들이 이런 건 많이 해요. 이게 따돌림이랄 수도 아닐 수도 있는데, 애들이 카카오톡에 엮드려 자고 있는 사진을 딱 찍어 올려요, 그러면 애들이 와~돼지가 자네... 그러는데 그게 상황에 따라 다르잖아요?
7 (그룹카톡방 초대해서 따돌린 일도 있었다고 했잖아요?) 그런 건 소수고, 주변에 그런 경우는 없어요.

8 그런데 그런 걸 어떻게 하지? 저는 잘 못 느꼈고 주위 친구들도 없는 거 같은데? 제가 느껴보지도 않았고 하지도 않아서 잘 모르겠어요. 기분 안 좋으면 차라리 삭제해버리지...

9 제가 어려서 그런가요? 관계를 맺는 사람이 한정돼 있다 보니까. 학교 친구들? 학교 친구들은 오프라인이니까. 있겠죠. 있을 거라곤 생각해요. (학교 외에 모임이라던지?)모임? 없어요. 있을 거 같긴 한데, 제 주위에는 없었던 거 같아요.

10 실제로 했으면 했지 사이버로 그걸 어떻게 해요?(카톡방에서 따돌렸던 경우도 있었잖아요?) 아, 그런데 저희는 남고잖아요? 공학하고 남고가 되게 비교되는데, 남고가 오히려 일진이나 싸움이 안 나고 친구들끼리 다정해요. 왜냐하면 일진이란 게, 솔직히 자기 멋이잖아요? 여자 애들이 있어야 가능한 거거든요? 여자가 없는 게 굳이 가오 부리고 그럴 필요가 없고, 남자애들만 있는데, 여자애가 없는데 일부러 가오잡고 그러는 거지, 남고는 그런 거 거의 없어요.

13 저는 모르겠어요. 제 주변에는 그런 거 한 번도 못 봐서, 없어요. (예를 들면 한명에게 집단으로 욕을 한다든가?) 그런 거 한 번도 못 봤어요.

15 (중, 고등학교 때 온라인 왕따 사례 있었어요?)뉴스에서 본 것 말고는..직접 본 건 없어요.

19 아니, 없어요, 저는 그러니까, 저희 나이가 되면 이제 따돌림 자체를 수치스럽게 여겨요. 뭐 굳이 따돌리나, 같이 안 놀면 되지 뭐 애를 카톡을, 따돌림을 시켰니 뭐 이런 건 어린 거 아니면 안 하죠... (정말 없어요?) 제 주변엔 없어요.

5-1. 본인이 소셜미디어를 많이 이용한다고 생각하나요?

(있다면) 소셜미디어 사용을 줄이려고 했던 본인의 노력이나 사례는 어떤 것이 있나요?

<표 IV-5-1> 본인이 소셜미디어 과다사용 여부와 노력사례

■ 많이 하는 경우

- 1 카카오톡은 지우기도 하고, 탈퇴도 하고, 일부러 3G나 와이파이를 더 안 쓰려고 했어요. 3G도 꺼버리고 MP3로 썼어요. 시험 기간에, 페이스북은 탈퇴 빼고는 다 해봤어요. 탈퇴는 차마 못하겠더라고요. 비활성화도 시켜보고, 3G도 꺼보고, 앱도 지워보고...

3 시험기간 때에는 페이스북이나 카톡을 스마트폰에 깔아 놓잖아요. 그런데 있으니까 이게, 도저히 집중이 안 되는 거예요. 그래서 한 시험기간 일주일 전이나 시험기간에는 이 앱을 지워서, 그래서 사용하지 말자, 이럴 때 있었어요.

4 (줄이려고 노력하고 있나요?) 네. 핸드폰을 멀리한다던지. 옆에 있으면 가방에 넣거나, 집에 있으면 책상에 놓고 다른 데로...(효과 있었어요?) 약간.(언제부터요?)어 제부터...얼마 안 됐는데, 요즘 생각해 보니까 너무 때어

- 있는 거예요. 일단 핸드폰을 옆에서 던지고 그냥 그런 거 같아요. 제가 집에서는 TV를 안 봐요, 아빠에게 혼나서, TV를 안보면 할 게 많단 말예요, 은근히, 친구들은 이해 잘 못하는데, 예전으로 돌아가자, 그렇게.
- 5 네. 엄청 많이 이용한다고 생각해요. 핸드폰 아예 안가지고 나가거나, 책박아 두는 것. (앱을 없앤단가?) 그건 많이 해봤죠. 그런데 페이스북이나 트위터를 없앤 적은 없고요. 제가 앞으로 사용 안할 것들은 지웠어요. 카카오톡도 그런 거.
- 6 네. 줄여야 되는데 잘 안돼요. 이미 일상생활에 많은 지장을 주는데, 공부할 안 한다든가 하는... 삭제할 한다던가 시험기간 때만 되면 어플을 지운다든가. 그런데 어플을 지우는 건 소용없는 거 같아요. 자기가 다시 깔려면 깔거든요? 그런데 제 친구 중에 페이스북이나 카카오톡을 사용 안하려고 어플을 몇 시간 동안 잠그는 기능이 있더라고요? 그걸 사용하는 친구들은 있어요. (페이스북을 줄이려는 본인의 노력은?) 계정 비활성화. 그건 해 봤어요. 하루에 2번? 한 번 지워봤는데 3일 후에 다시 깔더라고요. 공부하려고 페이스북을 지운 게 아니라 너무 집착하는 거 같아 자중하려고 했다가...
- 7 네. 저는 만날 하거든요. 하루 종일까지는 아니더라도, 시간 날 때 자주 해요. 자기 전에 많이 하고, 매일매일, 고 3이라 줄여보려고 싸이월드 같은 경우는 일시정지를 시킨 적도 있고, 페이스북은 핸드폰에서 어플을 삭제하거나 어플을 끈 적도 있었어요. 카카오톡도 삭제요.
- 8 많이 이용한다고 생각해요. 이번에 안 그랬는데, 저번 시험기간에는 좀 사용량이 많다고 느꼈어요. 그래서 고민하다가 핸드폰을 아예 피쳐폰으로 바꿨어요. 카카오톡 안 되게. 그랬다가 시험 끝나고 바로 방학이에요. 그래서 다시 스마트폰으로 바꾸고...제가 생각해도 많이 하는 거 같아요.
- 9 있어요. 글 안올리려고 노력했어요. 보기는 하는데, 보는 것도 줄이려고요. 핸드폰 숨기고 엄마한테 맡기고 그랬는데 안 되더라고요. 한 이틀까지 가더라고요.
- 10 네. 굉장히 많이 이용한다고 생각해요. 카톡도 삭제해봤고, 비활성화도 해봤고. 그런데 페이스북은 기본어플이라 지워도 남아요. 그래서 못 지웠어요. 카톡은 저 같은 경우는 알람이 무알람이고 아예 안 띄우. 저는 그거예요. 나 뭐 할 때 건들지 마라, 이런 거. 제가 보고 싶을 때 보고, 그게 너무 수시라 그런 거지...
- 11 좀 많이...하긴 하죠. 참여도는 많은데, 많이 이용하죠. 저도 이제 페이스북을 잡아둔 적도 있고요 (비활성화?) 네, 핸드폰에서도 그 페이스북 어플을 지워본 적도 있고요...근데 이게 지워도 인터넷으로 들어갈 수가 있어요. 그래서 노력은 하되 거의 실패로 돌아가는 것 같아요. (노력을 하는 이유는?) 제 생각으로는 넘어선다고 하니까, 넘어선다고 생각해서 줄이는 것 같아요. 특히 계속 쓴다 해도 새로운 게 올라오는 건 별로 없거든요. 습관적으로...
- 13 채팅 기능은요, 다른 기능은 별로 안 사용하지만. 채팅하는 거. 그런 거는 많이 사용하고... (줄여야겠다고 생각을 해요?) 전 줄여야 한다고 생각해요. 너무 거기에 얽매어 있고 그래서, 집착하게 되기도 하고. 가끔 제 자신을 돌이켜 보면 '아 정말 한심하다. 이 시간에 책이나 읽고 다른 걸 배우거나 그러지... 좀더 생산적으로 좀 하지... 물론 이게 생산적이지 않다는 건 아닌데...사람들과 연락하는 게 괜찮은 것이긴 한데 너무 얽매어 있어서. 그렇긴 해요. (사용을 줄이려고 했던 본인의 노력이나 사례는 어떤 것이 있나요?) 페이스북은 deactivate 했었고, 얼마 못 갔지만, 그리고 카카오톡은 핸드폰 소리를 아예 무음으로 했어요. 아예 안 보게. 전혀 신경 안 쓰려고. 그래도 계속 체크해보고... (핸드폰에서 앱을 지워본 적이 있나요?) 아니요. 그건 한 번도 안했어요. 앱은 딱히 지우고 싶지는 않아요. 언젠가는 필요할 것 같아서요. 나중에 또 다시 깔기가 귀찮을 것 같기도 하고. 그럴 필요가 없다고 생각해요 사실.
- 15 네. (소셜미디어 사용을 줄이려고 했던 본인의 노력이나 사례는 어떤 것이 있나요?) 카카오톡이나 싸이월드는 많이 하지 않는데. 페이스북 하나거든요? 많이 한다 생각하는 게? 줄이려고 했던 노력은, 비활성화 한다든가, 페이스북 앱을 핸드폰에서 삭제한다든가 하는 사례가 있었는데, 지금 생각은 굳이 줄여야 하나, 그런? (그래서 지금은 다 살려뒀어요?) 네.
- 16 네. 자제하고 싶어요. 들어가 버릇하면 들어가게 되고, 안 들어가 버릇하면 안 들어가게 되는 것 같아요. 그래서 들어가지 말아야지, 하고 의식적으로 계속 생각하고 있으면, 심심하면 바로 들어가야지, 그랬는데, 심심하면 음악을 듣는다거나, 카페를 한다든가 이런 식으로 다른 활동을 하면, 안 궁금해지니까. 페이스북이, 들어가면 내가 안 본 뉴스피드가 이런데, 다 봐야겠다는 의무감이 생기잖아요? 근데 아예 안 들어가 버리면 아, 재미없다 하고 안보니까, 잘 안 들어가려고..
- 17 네. 많이 사용하는 편이에요. 좀 줄여야겠다고 생각을 한 적도 많습시다. 주변에서 '너는 참 많이 사람들에게 마음을 내비친다'라는 지적들을 좀 당한 것도 있고. (혹시 너무 많이 해서 '학업에 방해가 된다' 혹은 '내가 해야 할 일을 못한다' 이런 적은 있나요?) 그런 적은 없습니다. 그냥 제가 꼭 해야 될 일을 할 때에는 아예 폰을 던져놓고 있기 때문에. (본인이 사용을 줄이려고 노력했다고 그랬잖아요? 그러면 어떤 노력을 하였나요?) 페이스북 아이콘을 되게 찾기가 어렵게 폴더 속에다가 깊숙이 넣어 놓은 적은 있어요. 그래서 그 폴더를

찾아서 들어가면 ‘에이 하지 말아야지’ 귀찮아서.....
(효과적이었나요?) 많이 줄은 편이에요.

- 20 네. 중간에서 좀 많이. (‘줄여야겠다’ 이렇게 생각을 했어요?) 줄여야겠다고 생각을 했어요. (그 이유는요?) 너무 묶여 있는 거 같은 느낌. 뭘 해도 막 ‘이거를 찍어서 뭘 해야지’ 이런 생각이 막 드니까 스스로. (고치려고 했던 노력을 해본 적 있어요?) 뭘 올리려고 하다가도 한 번 더 생각해서 지우고 안올리고, 한 번 더 점검을 하고. (아까 말했듯이 페이스북을 핸드폰에서 지워본 적도 있고요?) 네. (카카오톡은 알림이 많이 오잖아요. 그건 어떻게 했어요?) 그룹 같은 경우에는 알림을 꺼놓고. 너무 많이 사람이 있는 거는. 나중에 들어갔다가 바로 나오고. 안 읽고.

■ 적거나 중간 정도 이용하는 경우

- 2 남들과 비교해서 중간정도라고 생각해요. 시험기간에, 제가 목표로 했던 공부량을 다 채우기 전에는 핸드폰을 꺼놓거나 던져놓거나 했죠.
- 12 아니요. (블로그는 한 번에 몇 시간씩 이용하시면 ‘아, 이게 많다’라고 생각하세요?) 아니요. 그냥 글을 쓰는 데에 몇 시간이 드는 거고 블로그는 그냥 내 글을 발행하는 용도로 사용하는 거잖아요. 블로그에 몇 시간 접속해서 글을 썼다고 해서 그게 뭐...
- 14 요즘 젊은이들에 비하면 저는 굉장히 활용도가 낮다고 생각하거든요. (보통 젊은이들은 대체 얼마나 마니 해요?) 카카오톡 같은 거는 일상생활, 페이스북도 일상생활이죠. 정말 많이 쓰는 사람들도 트위터는 일상이죠. 시간을 잉여스럽게 보낸다고 생각해요. 저는 약간 줄여야 된다고 생각하는 사람이기 때문에...왜 아침부터 저녁까지 그 사람의 일거수일투족을 페이스북에 올리는지 모르겠어요. 그건 확실해요. (또래 집단의 특징인가요?) 이걸 가장 받아들이기 좋은 시대가 저희 또래인 것 같아요. 이게 한참 붐이 터졌을 때 고등학생, 대학생인 우리들이 이걸 신기하고 재미있으니까 미친 듯이 이용하고 있었어요. 이게 잘못되면 나이가 30세가 되어도 계속 할 것 같다는 생각이 들거든요. 이게 내 생활의 하나의 취미가 되어 버리는 것이니까요. 그래서 그런 면에서 조금 약간 너무 과하게 사용하고 있는건 아닌가 생각이 들어요. (본인이 너무 많이 사용해서 좀 줄이려고 했던 노력은 있나요?) 저는 카톡 같은 건 친구랑

연락할 때... 그룹카톡을 떠나서라도 창이 떠 있는 것만 80개 정도 있어요. 시간이 나면 연락하는 사람만 연락하면 되는데 안부로 메시지 하긴 해요. 하지만 지금 당장 메시지 안 해도 될 것 같은 사람들과 안부 메시지. 하게 되면 시간이 마니 소비가 되죠. 어떻게 보면 시간낭비죠. 특히 말씀드리다시피 중간에 일이 끊기니까요. 그래서 저는 집중해서 할 때는 보더라도 바로 답장을 안 하려고 되게 노력을 해요. 어차피 제가 핸드폰을 무음으로 해놔요. 진동 오면 신경 쓰이니까요. 무음으로 놓고 가끔씩 확인해서 중요한 거 얘기할거 있나보고 1분 내로 확인해서 중요한 거 없으면 그냥 넘어가고 그렇게 이용하죠. (바로 답장안보내도 불안하거나 그러나요?) 아예 클릭을 안 하죠. 이렇게 보고..보면 또 모라고 하니까, 어...뭐가 있네, 이렇게 살펴보다가 답장해야 될 사람이 있으면 바로 답장을 하거나 별일 없으면 바로 끄고 그러죠.

- 18 글썄요. 너무 글을 많이 올리면...하루에 10개씩 올리면 주위에 눈치가 보이고 그런 건 있는데 그렇게는 안올리니까요. 오늘은 몇 개 올렸으니까..하나정도 (많이 올리면 누가 뭐라고 해요?) 그런 건 아닌데 눈치가 보이잖아요. 하루 종일 이것만 하는 것 같고. 이것만 붙잡고 있는 것 같고 그런 것 때문에 하루에 이런 글을 올렸으니까 별로 중요하지 않은 것 같으니까 참자 이러면 그 정도지.. (그러면 사용을 줄이려고 어떠한 노력을 했나요?) 글을 너무 많이 올리면 눈치가 보이니까 글을 적당히 올리자 그 정도예요
- 19 저는 많이 이용한다고 생각해요. 근데 제 친구들은 어우 너 진짜 카톡 안올린다. 8시간 막 붙잡고 이런다고.. 친구들은 막 핸드폰 잘 안 쓴다고 하는데 저는 많이 쓰는 거 같거든요. 네. (그럼 있다면 소셜미디어 사용을 줄이려고 노력했던 본인의 노력이나 사례는 어떤 것이 있나요?) 딱히 없어요. (그럼 충분히 자기가 적절하게 사용하고 있다?) 네 그리고 많이 사용하는 것도 있고, 네, 전 적절히 사용하고 있는 것 같아요. (시험 기간이나?) 시험기간이요? 시험기간 같은 경우는 그때 제가 노력을 해요. 제가 시험공부 해야 되니까. (그럴 땐 어떻게?) 그냥 안 봐요. (아~조절이 되는 거예요?) 네, 저는. 보면 그룹카톡 같은 경우는 같이 이제다 아니까. 그리고 정말 중요한 경우엔 전화를 할 거기 때문에. 진동이라도 느낄 수 있으니까. 그냥 그렇게 두고.. 소셜도..

5-2. 본인이 생각하는 소셜미디어 중독은 어떤 증상이 있다고 생각하나요?

<표 IV-5-2> 본인이 생각하는 소셜미디어 중독 증상

■ SNS의 습관적 사용

- 1 네. 있다고 생각해요. 계속 들어가 보는 거? 페이스북도 안하려고 했던 이유가, 1분도 안 돼서 계속 들어가 보게 되고, 좀만 더 되면 중독일 거 같고, 습관이라도 좋은 습관은 아니니까. 안 하면 불안하진 않지만, 공부를 해야 하는데 이걸 보면서 저걸 보면 효율이 떨어지니까.
- 2 핸드폰을 아예 놓지 못하는 것? 남들이 보기 심한 정도로...
- 3 놓지 못하는 거? 계속 뭔가를 올리고, 그리고 아까 분명히 1분전에 봤어요. 뭐 올라왔나 싶어서. 그런데 몇 분 전에도 봤거든요? 공부를 할 때도 분명히 봤는데 또 올라온 게 없나, 찾는 게 중독인 것 같아요. 또 한 번 시작하면, 카톡도 애들이랑 한 번 하면 밤새도록 할 때도 있고, 또 필요한 얘기가 아닌데...
- 5 30분마다 계속 체크해야 하는 거? 습관적으로 체크. 아무리 짧은 시간도 너무 자주하면 그렇죠. 손에서 아예 안 놓는 거? 어떤 애는 손에서 아예 안 놔요, 심지어는 샤워하면서든 하는 애예요. 한 손으로 수건 옆에다 갖다 놓고.
- 6 네. 있다고 생각해요. 제 친구 중에 학교를 안 다니는 친구가 있어요. 검정고시 패스한 친구들이 있는데 합격하니까 할 게 없잖아요. 제가 개교기념일에 페이스북 들어가면, 저도 하루 종일 있거든요? 그런데 아침 9시부터 해서 오후 3시까지 안 나가 있어요. (페이스북 의존도가 있다고 생각해요?) 불안한 것 까진 모르겠는데, 궁금한 건 있어요. 지금 핸드폰을 뺏겨서 더 한 거 같은데, 아침에 페이스북 확인하고 학교를 딱 가요. 제가 지금 핸드폰을 뺏겨서 확인할 수 없으니까 아침 9시부터 집에 갈 때까지 페이스북 알림이 몇 개 떴을까 이런 생각을 해요.
- 8 하루 종일, 24시간 들어가 있는 거. 굳이 스마트폰이 아니더라도, 계속 컴퓨터로 글 올리는 거.
- 9 핸드폰을 자꾸 손에 쥐고 확인하고, 습관적으로.
- 10 그냥 계속 하는 거. 하루 종일이 아니더라도, 자기 일에 피해를 받으면 중독이라고 생각해요.
- 11 저는, 지금은 그나마 나아진 편인데, 옛날엔 더 했었거든요? 페이스북도 컴퓨터로 많이 했었고, 핸드폰도 항상 하고 있었어요. (중독증상이 있었고?) 네. (지금은 많이 나아졌고?) 지금은 참여를 많이 하지 않아요, 옛날에는 저도 많이 했었거든요.

- 16 길 걸어가면서도 하고, 사람들 만나면서도 하고? 그런 진짜 극단적인 것 같아요.
- 17 (소셜미디어 중독이 있다고 생각하세요?) 중독 있다고 생각합니다. (그럼 어떤 증상이 나타나야 중독이죠?) 어디를 가나 다 체크인을 하고 어디를 가나 꼭 확인을 하고... (그게 습관일수도 있잖아요. 중독인가요?) 아 그걸 도를 넘어서는 사람을 한명 본적이 있기 때문에. 막 시시콜콜한 얘기들도 다 쓰는 사람도 있고..... 카톡 오면 팝업화면에 뜨잖아요. 그때 바로 확인하고 싶어지잖아요. 그럴 때? 그런 것 같아요. 그리고 아무 일 없을 때도 계속 보고 있고...별로 업데이트 된 게 없을 때도 계속 봤던 것 또 보고 그럴 때 중독이다, 라고 생각을 해요. 그러니까 특별한 정보가 없는데도 소셜미디어에 접속해서 계속 보고 있는 거...그런걸 보면 중독이다, 라고 생각이 되요. 뭔가 일을 해야 하는데 소셜미디어 팝업화면을 바로 봐야하는 거? 그런 걸 중독이라고 생각해요.
- 18 카톡 오면 팝업화면에 뜨잖아요. 그때 바로 확인하고 싶어지잖아요. 그럴 때? 그런 것 같아요. 그리고 아무 일 없을 때도 계속 보고 있고..별로 업데이트 된 게 없을 때도 계속 봤던 것 또 보고 그럴 때 중독이다 라고 생각을 해요. 그러니까 특별한 정보가 없는데도 소셜미디어에 접속해서 계속 보고 있는 거..그런걸 보면 중독이다 라고 생각이 되요. 뭔가 일을 해야 하는데 소셜미디어 팝업화면을 바로 봐야하는 거? 그런 걸 중독이라고 생각해요.
- 19 카톡 보내는 것도 아니고, 뭔가 핸드폰을 계속 만지고 있는 친구들이 있어요, 주변에 은근 되게 많아요. 그런 경우엔 저는 확실히, 그냥..(중독이다?) 네, 중독. 마냥 하지만, 중독이 그냥 많이 보는 것 같아요. 네, 중독이.
- 20 자꾸 뭐를 올리고, 보고, 실제로 만나서도 자꾸 그렇게 인터넷에 있는 거를 하니까. 만나서도 핸드폰 붙잡고 있고. (SNS 중독에 금단 현상이 있다고 생각해요?) 있는 것 같아요. 자고 일어나면 바로 보니까.

■ 연락 확인에 대한 강박증

- 4 제 생각에는, 자꾸 생각날 때? 공부하다가도 무의식적으로 생각하는 나를 찾았을 때 중독이구나, 아니면 노이로제처럼 카톡카톡 이런 게 들릴 때, 다른 사람들의 카톡이 내 것인 것처럼 느껴질 때.

7 핸드폰을 하지 않아도 카카오톡이나 문자알람소리가 계속 들린다던지, 애들도 대화를 막 사진이나 댓글 같은 걸 막 구경한다던지, 별로 친한 애도 아닌데 댓글 같은 걸 과시한다든가, 댓글 좀 달아줘 그러면서...

13 사람들하고 연락이 안 되거나 또는 늦게 연락이 오거나 그러면 불안증상이 좀 있을 수도 있지 않을까 싶은데요. (어떻게 불안한 거요?) 사람들 의심병 이런 게 생길 수도 있을 것 같고, 연락을 했는데 답장이 안 온다든가 그러면, 아니면 아까 말한 대로 차단시킨 거 그런 게 있을 수도 있고, 차단되거나 그거 그대로 속상해하고 아파하고 그 사람하고 사이가 더 멀어질 수도 있는 거고, 너무 중독되거나 그거에 빠져있으면 글썽요... 따돌림도 아무래도 있을 수도 있지 않을까 싶은데요. 잘 모르겠어요. 불안 증상이 제일 클 것 같아요. (소셜 미디어가 중독이 있다고 생각하나요?) 있다고 생각을 해요.

17 (혹시 SNS에 중독이 되면 심리적 의존이 있다고 생각해요?) 네. 의존성을 가져 올 수 있습니다. 왜냐하면 사람들한테... 그런 게 있거든요... 그런 사람이 있는 걸 봤거든요. 핸드폰이 꺼져있을 때 가능한 두 사람을 봤는데 한 사람 같은 경우는 핸드폰이 꺼져도 '나중에 집에 가서 충전하지, 뭐' 이런 사람이 있고 핸드폰이 꺼지고 핸드폰 배터리가 두 개 다 방전이 되면 난리가 나는 사람이 있어요. 아, 이거 빨리 연락 올지 모른다고 계속..... (그게 핸드폰으로 SNS를 사용하기 위해서 난리가 나는 거예요, 아니면 그냥 전화나 문자?) 카톡이요. 카톡과 페이스북. 카톡하고 페이스북 못 본다고 징징거리고..... (금단 현상이 일어나는 걸 본적이 있어요?) 금단 현상까지는 못 봤어요. (핸드폰 꺼지면 난리 나는 사람 있다고 했잖아요?) 뭐...그런 사람은 그러다가 주위에서 사람들이 뭐라고 하면 가만히 있다가...뭐...아 뭐 그게 금단 현상이라고 하겠네요.

■ SNS 위주로 바뀐 일상 활동

9 그리고 막 뭐 하던지 다 남기려는 사람들. 뭐만 하면 찍고 올리고.

14 오프라인에서 만나는 것보다 온라인에서 만나는 걸 좋아하고 오프라인에서 만나는 거를 분명히 온라인에서 분명히 친한데 오프라인에서 만나면 어색해하고 힘들어하는 거? 오프라인에서 만났음에도 불구하고 온라인 서비스를 이용하고 있는 경우 정말 이해 안돼요. 예를 들면 친구들끼리 만났어요, 많은 카페들에서 보게 되면 3명이 앉아서 서로 얘기는 안 해요, 각자 페이스북

이랑 카톡만 해요 그럴 거면 온라인에서 만나지 왜 비싼 돈 주고 카페에서 만나요. 커피값을 왜 축내고 있을까? 안타깝죠. 엄청 많아요, 이런 상황들이... 그 정도면 중독이라고 생각해요.

17 (습관을 넘어섰다고 생각해요?) 네. 그러니까 증상이란 게...왜 그러냐면, 이미지 메이킹을 하려는 게 좀 보이는 게 있기 때문에, 사람들이 자신의 이미지 메이킹을 하려고 애를 쓰려는 게 보여서 그런 것도 좀 그렇고 습관을 넘어서 중독 단계가 아닐까하는 생각이 들어서요.

20 (SNS 중독이 있다고 생각하세요?) 있는 것 같아요. (어떤 증상이 있다고 생각하세요?) 친구 중에 어디 같이 만나서 어디를 갈 때 마다 자꾸 '어디어디에서' 이런 거 있잖아요. 이런 걸 자꾸 하고, 하라 그러고, 그런 건 좀 중독 수준인 것 같아요. 같이 만나서도 막 계속 하고 그러니까.

■ 중독은 없다고 생각

12 중독이라고 하는 게, 사실은 심리적인 dependency가 있으면 '소셜미디어 중독'이라고 하는 것 같아요. 그러면 심리적인 dependency를 어떻게 정의를 내릴 수 있을까 잘 모르겠네요. 전 소셜미디어 중독이 없다고 생각하거든요 사실은. 만날 라디오를 틀어놓고 있는 사람이 있어요. 그 사람을 라디오 중독이라고 말 할 수는 없잖아요. 소셜미디어 사용이 되게 보편적이고 습관적으로 됐다고 해서 그 것을 중독이라고 말하기는 어려운 것 같아요. (시험 기간에 공부 안하고 소셜미디어를 사용하는 사람들은요?) 표현을 '중독'이라고 표현하는 거지, 실제로 병적인 현상으로서의 중독은 없다고 생각해요.

15 중독이라? 모르겠어요. 중독이 아니라 많이 하는 사람 있어요. 자꾸 혼자 있을 때 흥얼흥얼 하는 사람한테, 넌 노래중독이야 이러진 않잖아요. 그냥 댓글 많이 다는 사람한테, 그게 많이 하는 행동이지.. 전 제 주위에서, 밤을 새가면서 한다든가...그런데 밤을 새며 하는 사람은 원래 밤을 새는 사람이지, 원래 잠을 줄여가면서 인터넷 때문에 못한다든가 하는 사람은 본 적이 없어요. (그럼 친구들이 보기에 저 사람이 중독이야, 하는 사람은 있나요?) 중독만큼 심한 사람은 없다고 생각해요. (그냥 많이 사용한다, 이 정도?) 아 저는 한 번 인터넷 창을 켜면 다른 인터넷에 접속해야 하는데, 자꾸 페이스북을 입력하는 거예요. 아, 그래서 이걸 중독일 수도 있겠다, 싶은데, 습관일 수도 있잖아요? 습관이라고 믿고 싶어요. 그런데 페이스북 안 해서 불안해하던 가 그런 사람은 본 적이 없어요.

5-3. 본인은 소셜미디어 중독이라고 생각하나요? 아니면 소셜미디어 중독이라고 느껴지는 주변 사람이 있나요?

<표 IV-5-3> 과다사용 인식 정도

■ 본인 사례 1 - 중독 5 네. 6 네. ■ 본인 사례 2 - 과다 사용 2 중독까진 아니지만 약간 많이 쓰는... 4 네. 약간 초기단계? 9 어느 정도 있는 거 같아요. 많이 읽고 많이 하고? (개선해 보고픈 마음 있어요?) 그러니까, 너무 글을 자주 올리면 사람들에게 내가 가벼워 보일 수 있다고 생각해서 줄이려고 노력했어요. (성과가 있었어요?) 좀 줄어진 거 같아요. 한 번 생각해 보고 올려요. 14 저도 안 하는 건 아닌 것 같아요. 할 것 없을 때 책을 읽는 게 아니라, 나도 모르게 소셜미디어 하고 있어요. 그런 거 보면 중독은 아니더라도 좀 더 고쳐야 될 것이 있다, 시간을 아깝게 쓰고 있다는 생각이 들어요. 18 저는 어느 정도 중독이라고 생각을 해요. (본인이 소셜미디어 중독이라고 생각을 하는데 큰 불편함을 느끼는지? 혹은 이런 부분 개선하고 싶다는 생각을 하고 있는지 궁금해요) 별로 개선해야 된다는 생각은 없어요. 저는 경미한 수준이라고 생각을 하거든요. 19 일정 부분 중독이라고 생각해요. 어차피 제 삶의 일부 아니니까. 네, 근데 전 조절이 가능한 거죠. 저 같은 경우는. (소셜미디어 중독을요?) 네, 근데 보고 싶기는 하니까. 안보고 있을 때도 궁금하기는 하니까. 어떤 카톡 내용을 친구들이 지금 하고 있을까 생각이 들고. ■ 본인 사례 3-과거 중독 경험 1 요즘은 아닌 거 같아요. 8 예전에 겨울방학 때 폐인처럼 그랬던 적이 있었는데, 지금은 안 그래요. 11 (본인은 소셜미디어 중독이라고 생각하나요? 중독이라고) 저는, 지금은 그나마 나아진 편인데, 옛날엔 더 했었거든요? 페이스북도 컴퓨터로 많이 했었고, 핸드폰	도 항상 하고 있었어요. (중독증상이 있었고?) 네. (지금은 많이 나아졌고?) 지금은 참여를 많이 하지 않아요, 옛날에는 저도 많이 했었거든요. ■ 본인 사례 4 - 중독 없음 7 아니요, 저는 없어요. 12 제가 중독이라고 생각하지는 않는데요. 13 저는 아니라고 생각하고 싶은데 엄마가 너무 중독 같다고, 너무 핸드폰만 만지고 있다고 그렇게 말씀하셔서 충격 받았어요. (안하면 불안한가요?) 그렇지 않아요. 그렇지 않아서 스스로 중독이라고는 생각 안해봤는데 주변 사람들이 보기에는 너무 매달려 있는 것 같아서 그렇게 보이냐 봐요. 15 아니라고 생각해요. 17 저는 중독은 아니에요. 왜냐하면 좀 제가 가끔가다 무신경일 때도 있고 그래서. 제가 바쁘면 안하거든요. (소셜미디어 중독이 심각하다고 생각해요?) 심각하지는 않은 거 같아요. 어떻게 보았을 때는 그건 그냥 현대사회의 문제점이라고 생각하는데요. 현대사회가 만들어낸 어떻게 보면 사람들 간의 소통이 좀 모자라니까 사람들이 각자 바빠지는 사회가 되다 보니까, 사람들 간에 서로 얼굴을 맞대고 얘기하는 시간이 줄어들다 보니까 소통이 안돼서 소통에 의존을 좀 많이 하는 거지 사회적 문제가 되지는 않는다고 생각해요. 20 아니요. 많이 하지만 중독은 아니에요. ■ 주위 사례 1 - 중독 1 친구 중에서 중독이라고 생각되는 사람이 있어요. 하루에 페이스북을 한 10개 쓰냐? 카카오토티도 한 10개 쓰고, 하루 종일 그것만 해요. 학교에서도 수업시간에 그것만 하고, 수업시간에. 큰에 뒤에 숨어 앉아서. 5 그리고 제가 타임라인을 체크 하는데, 그 중에서도 특히 많이 보이는 애들이 있어요. 어떤 걸 봐도 개 멧글이 달려 있고. 6 네. 한두 명 정도? 계속 페이스북 들어와 있고, 내가 무슨 글을 달던 좋아요 눌러주고.(그런 게 심각한 사회
--	---

- 현상이라고 느끼세요?) 아직까지는 심각하다고 생각 안 해요. 역기능보다 순기능에 아직까지 더 도움 된다고 생각해요.
- 7 네, 주변에는 사진 올리면서, 댓글 좀 달아줘 그러고...
- 8 (주변에 그런 친구들은?) 있어요. 카카오톡은 잘 안하는 거 같은데, 페이스북은 계속 글이 올라와요.
- 10 네, 굉장히 많죠.
- 11 (소셜미디어 중독이라고 느껴지는 주변사람이 있나요?) 좀 있는 것 같아요. 자기가 뭐하고 있는 지 계속 올리고, 그런거? 항상 친구들이 코멘트를 이루거나 '좋아요'하는 게 뜨거든요? 제 친구가 아닌데도? 그런 거 중독 있는 애들은 항상 코멘트 계속 뜨고, '좋아요' 계속 뜨고..
- 13 (주변에는 중독이라고 느껴지는 사람이 있나요?) 있어요. 계속 그 걸로만... 소셜미디어 뿐 아니라 핸드폰만으로 무엇이든 다 하는 사람들. 밖에 있으면 어쩔 수 없지만 계속 그걸로 리서치하고 TV 보고 영화보고 사람들처럼 연락하고. (그러면 소셜미디어 중독이 아니잖아요.) 아무래도 그러다보면 소셜미디어를 많이 사용하게 되고 사람들처럼 많이 연락하게 되고 그러지 않을까요? 소셜미디어를 많이 사용하지 않을까요? 그건 스마트폰을 사용하는 거니까. (다른 중독 사례는 없나요?) 네. 모르겠어요. 그건. (소셜미디어 중독이 사회에 심각한 영향을 미친다고 생각하나요?) 네. 아무래도. 왜냐하면 다는 아니겠지만 소셜미디어 상에서만 얘기하고 연락하고 하지만 그게 아무래도 어떤 사람들한테는 직접 사람을 보고 이야기하는 것보다 더 편할 수 있으니까. 너무 거기에서 집중하고 하다 보면 정말 사회생활을 할 때 사람들하고 교류를 못하는 경우가 생길 수도 있을 것 같아요.
- 14 (친구들 중에 애는 소셜미디어 중독이다. 이런 경우는 어떤가요?) 우리랑 술 먹고 있는데 카톡, 페이스북 하기에 뺏겼더니 달라고 막... 하라고 하고, 우리랑 있는데 한 시간 동안 카톡 하나고 하면 여자 친구와 하고 있고... 꽤 많죠. 카톡 쉬지 않고 하는 사람 되게 많죠. 저도 되게 많이 한다고 느끼는데, 저 정도 하는 사람들은 널리고 널렸어요. (그럼 또래에서는 그런 모습들이 심각하네요?) 네. 저는 그런 모습들이 심각하다고 생각 되요.
- 16 네, 있어요. 제가 야까 말했듯이 그런 거. 저랑 만나고 있는데도 혼자 얘기하는 것처럼 느껴질 만큼 계속 카톡 하고 페이스북하고. 밥 먹고 싶어 죽겠는데 사진 찍어 올리고, 댓글 다 확인하고 밥 먹고(밥은 못 먹게 하고?) 저는 혼자 먹고 있죠. 개는 막 댓글 다느라 밥도 제대로 못 먹고 이러고 있고.. 중독인 것 같아요. (그러면 그 친구는 중독인 걸 아나요?) 많이 하나까 알지 않을까요? 중독인 것 같아요. (주위에 그런 경우 많아요?) 아니, 많진 않아요.
- 18 (그럼 주위에 소셜미디어 중독된 사례들이 있나요?) 제가 이번에 고등학교 아이들을 가르치고 왔는데, 개네들도 이것 때문에 고민이 많더라고요. 공부해야 되는데 계속 스마트폰 만지고 있다고... 자기 침대 밑에 자기가 숨겨 놓고도, 자기가 너무 많이 하나까 사용을 줄여보겠다고 침대 밑에 숨겨 놓고 그래도 어느 순간 스마트폰을 꺼내고 있는 자기를 발견한다면서 그런 말을 했었죠. (자주 소통하는 친구들 사이에서 소셜미디어 중독된 사례들은 있나요?) 있긴 있는 것 같아요. 30-40%정도 그런 것 같아요.
- 19 (혹시 주변에 소셜미디어 중독이라고 느끼는 주변사람이 있나요?) 네. 있어요. 정말 한 순간도 손에서 안 뉘요. 진짜. (계속?) 네. 옆에서 카톡을 해요. (강의실에 서도?) 네. 샤워를 하면서 하는 건 아닌데 샤워를 할 때도 알람을 쳐놓고 메시지 어떻게 오고 있는지 신경을 쓰고 있더라고요. 너무 당연한 거예요. 개한테는. 강의 도중에 핸드폰을 계속하고, 밥 먹으면서도 계속하고, 길가다 보면 계속 해요. (일상생활이 되나요?) 되긴 되요. 이거 잡고, 카톡이나, 페이스북 들어가고, 보면 그닥 하는 건 없어요. 네. 그닥 하는 건 없어요. 네. 하면서도 보고 보면서 하고 보면서 하고.. 근데 되게 많이 그래요. 요즘.
- 20 (주변 친구들 중에 중독이라고 생각하는 친구들 있잖아요. 어때요?) 중독인 것 같은데, 심각하다 그러기 보다는 자주 생각하고 머릿속에 '이거 올려야지, 이거 올려야지' 이런 생각밖에 없고.

■ 주위 사례 1 - 중독 없음

- 2 (주변 사람이 있나요?) 없어요. 좀 많이 쓰는 경우는 봤는데, 정확하겐 잘 몰라요.
- 4 (소셜미디어 중독이라고 느껴지는 주변사람이 있나요?) 아뇨, 없어요. 원래 이래야 된다고 하는 사람들이 더 많아요. 그렇지만 저는 개인주의니까 그렇게 생각하는구나 그러는데, 예전의 전 안 그랬는데 난 중독이구나, 이렇게...
- 12 (주변에 '이 사람은 중독이다'라고 느낀 사례도 없겠네요?) 좀 심하지 않나? 하는 사람들은 있었던 것 같아요. 그런데 어쨌거나 그게 뭐 딱히 중독이다 그런 생각은..... 표현이 아니라 실제 현상으로서의 소셜미디어 중독은 없다고 생각해요. (심하다고 생각했던 사람들은 어떻게 심하다고 생각하신 건가요?) 이용 시간이 길다는 거죠 단지. 기본적으로.
- 15 (아니면 소셜미디어 중독이라고 느껴지는 주변사람이 있나요?) 그런 사람도 없어요. 그러니까 좀 심하게 많이

한다. 공부에 지장을 주는 정도로 많이 한다. 그런 사람이 있긴 한데, 그건 중독이라기보다는 그 사람은 SNS가

없었어도 공부 안했을 것 같아요.

6-1. 소셜미디어가 온라인 모임이나 친교에 도움이 된다고 생각합니까?

<표 IV-6-1> 소셜미디어가 온라인 모임이나 친교 도움 정도

■ 온라인 모임에 도움을 주는 경우

- 1 네, 온라인 모임 가지기 전에 미리 대화를 나눠볼 수도 있고, 그 사람에 대해 조금 더 알 수도 있잖아요, 그래서 조금 더 도움이 된다고 생각해요.
- 2 예, 도움 된다고 생각해요. 단체톡 같은 경우로 얘기하면 웃긴 얘기하면 다들 얘기 많이 하고 그러잖아요. 친분관계에 도움이 된다고 생각해요.
- 6 예. 제가 온라인상에서 그룹을 하나 들었는데, 여행정보 공유하거나 동행할 사람을 모집해요. 그러면서 친교도 쌓을 수 있는 거고.
- 9 도움 되죠. 전 확실히 그룹카톡처럼 뭐 하나 알고 싶을 때 페이스북에 올리고, 페이스북은 그룹도 만들 수 있잖아요.
- 11 도움은 되는 것 같아요. 연락하는 게 편하니까, 온라인으로 그룹 만들 때가 많아요. 제가 영국에 있는 한국 친구들이랑 여행을 간 적이 있었는데, 여행 계획이랑, 그런 걸 다 그룹을 만들어서 거기에 다 했거든요? 그런 건 좋은 것 같은데, 그런 걸 모르는 애들이 같이 껴서 여행을 가도, 그걸 통해서 정보를 아니까..
- 12 온라인 모임에는 도움이 되겠죠 당연히. 소셜미디어나 네트워크 서비스는 온라인 모임에 지대한 도움을 주죠. 온라인 모임에 도움을 준다는 것은 친교에 도움을 준다는 거겠죠. 어떻게 보면, (오프라인에서 보는 사람들도 소셜미디어를 사용하면서 더 친해졌다고 생각하세요?) 그건 잘 모르겠어요. 그런데 도움이 되는 이유를 굳이 얘기를 하자면 소셜미디어를 통한 온라인 모임 이런 거는 그 내용이 저장이 되잖아요. 기록이 되고, 그럼 모임의 기록이 계속 모이다 보면 하나의 새로운 데이터가 되니까 그 것으로서의 소셜미디어 기능을 하는 거죠. 정보가 확대, 재생산 되면서. (혹시 페이스북에서 채팅 기능을 사용하세요?) 메시지 기능이요? 네. 씁니다. (자주 쓰세요?) 네. 자주 쓰는 것 같네요. (어떤 점이 편하세요?) 이메일 주소를 안 쳐도 된다는 것이 편하고요. 이메일 주소를 몰라도 된다는 것이 편하죠. 그 대신

에 내 담벼락에 공개할 필요가 없는 얘기들을 할 수 있고, 비공개적이고, 그룹 메시지도 보낼 수 있으니까. 홍보하는 도구로서의 기능을 할 수 있고. (채팅기능을 더 많이 쓰세요 아니면 담벼락을 더 많이 쓰세요?) 빈도로 따지자면 담벼락을 더 많이 쓰는 것 같아요. 하지만 담벼락에서 구체적인 대화를 하지는 않거든요 보통. 대부분 담벼락에 들어가서 씁니다 보통. (문자를 더 많이하세요 아니면 채팅을 더 많이하세요?) 문자를 더 많이 합니다.

- 16 네. 예를 들어 페이스북에 그룹 만들 수 있잖아요? 저 같은 경우는 대외활동 하는 그룹도 있고, 동창도 있고, 고등학교 때 친한 여자친구 그룹도 있고, 그룹 되게 많거든요, 그런 게 쉽게 말해서, 온라인 모임이잖아요? (비공개그룹이에요?) 네. 뉴스피드에 올리기 싫은데 우리끼리는 뭐 하고 싶은 말이 있을 수도 있으니까, 거기다 글을 올리고 하면, 온라인 모임이 친교에 도움 되는 것 같아요.

- 17 (온라인 모임은 어때요? 도움이 된다고 생각해요? 소셜 미디어가?) 온라인 모임도 도움이 된다고 생각해요. (어떤 면에서요?) 온라인 모임 같은 경우에는 제가 봤을 때 그런 경우가 있었거든요. 오토바이를 타는 친구인데요, 어느 날 멀리 갔는데 갑자기 어느 순간 엔진에 문제가 생겨서 고장이 나서 움직이지 못하는 상황인데 스마트폰을 사용해서 온라인 모임에다가 제가 이런 상황에 빠져 있는데 도와주실 수 있냐, 어떻게 해야 되느냐,라고 요청을 하였을 때 그 온라인 모임의 사람 중 한명이 와서 처리를 해주고 같이 있어주고 하는 그런 일이 있었어요.

- 18 페이스북 같은 건 잘 모르겠는데 카톡같은 경우는 같은 방에 묶여 놓으면 그 안에서 더 친해질 수 있는 것 같아요. 소통은 같이 하는 거니까, 훨씬은 일대일 카톡 보다는 신변잡기 같은걸 할 수 있으니까요. 저는 그룹카톡 방에는 사소한 내용을 올리는 게 편해요. 나 지금 커피 먹고 있다? 이런 내용이요, 일대일 카톡을 할 때 그런 얘기하는 건 어렵잖아요, 그룹채팅에서 그런 내용을 올리면 반응도 있고 그래요. 누구나 그런 얘기를 하니까요. 카카오톡 그룹채팅에서는 나 뭐 먹고 싶다

이런 글을 올리는 정도라면 페이스북은 나 뭘 먹고 있다는 좀 더 구체적인 내용이죠. 카톡은 대화의 연장이 라면, 페이스북은 대화보다는 좀 더 진지한 내용의 콘텐츠를 올리는 편이에요. 카톡을 하루 종일 하게 되면 문제가 되지만, 그래도 1~2시간 정도 대화를 나누면 그럴 수 있겠거니 생각을 하지만 페이스북을 1~2시간 붙잡고 댓글 달고 그러면 좀 이상하잖아요. 그런 느낌? 그거예요.

- 19 네. 온라인 모임 같은 경우 도움이 되죠. 온라인 모임은 들어갈 때 컴퓨터 수단 밖에 없는데 그 수단이 일상 바로 옆에 생각나면 놀라볼 수 있는 그런 게 존재하니까 온라인 모임을 활성화시킬 수 있다고 생각을 하고요.
- 20 (소셜미디어가 온라인 모임에 도움이 된다고 생각해요?) 도움 되는 것 같아요. 그걸로 공지도 하고 무슨 소식 있을 때 알려주고 그런 정도. (페이스북을 통해서 공지하는 편이에요 아니면 다른 그룹이 있어요?) 원래 제가 있는 데가 싸이월드 클럽을 썼는데 사람들이 싸이를 안하니까 싸이 클럽까지 들어가기도 잘 안 들어가게 되잖아요. 그래서 새로 페이스북에 만들었어요.

■ 친교에 도움 주는 경우

- 1 고민 같은 거 카톡으로 들어줄 수 있고, 일단 서로 친해질 수 있는 기회가 카톡 이런 것으로 좀 더 많아질 수 있는 거 같아요. 옛날 문자보다 훨씬 쉬어진 거 같은데?
- 4 네. 연락을 안 하는 것 보다는 조금씩 연락하는 게 사람들에게 임팩트를 주고 나를 계속 생각하게 하고 그래서 약간 도움이 되는 것 같아요.
- 10 네 친교에 도움 돼요.
- 13 도움이 된다고 생각해요. 아무래도 좀 연락하기가 편하니까. 직접 만나려면 일단 연락이 돼야 되는데. 인터넷을 하다보면 아무래도 빨리 빨리 연락이 되는 것 같고. 그리고 거의 대부분이 있는데 페이스북 account가 있는데 누군가 그 사람이 페이스북 account가 없다 이러면 연락하기가 불편할 때도 있고. (친교에는 도움이 된다고 생각하세요?) 네. 아무래도요. 그런 식으로. 비슷하게.
- 14 저는 엄청 많이 된다고 생각해요 (안부메세지로는 보통 어떤 걸 남겨요?) 잘 지내셨어요? 안본지 오래됐는데,

언제 시간돼서 밥 한 끼 먹어요. 그리고 연락처 오면, 바로 만나서 밥 한 끼 사주고 밥 먹고 그래요. 저는 잘 쓰고 있는 것 같아요. (사람 만나는 거 평상시에 좋아 하나 봐요?) 네~ 저는 원래 좋아해요. 저는 사람 만나는 걸 좋아하고 적 만드는 걸 싫어해서 개인적으로 오프라인에서 만난 사람들은 사람 괜찮은 면이 있어서 친구를 하고 싶어요. 운동을 잘한다든지, 얼굴이 잘 생겼다든지 하면 푹푹하긴, 착하긴 그 사람이 좋은 점이 있으면 제가 친구하고 싶어지거든요. 그러면 온라인관계에서 사부작사부작 그러죠.

- 15 네. (어떤 면에서 도움 되나요?) 그러니까, 사람들하고 친해지는 게, 서로 접촉횟수, 빈도가 많을 수록 친분도 올라가는 거잖아요. SNS는 서로 만나지 않아도 인터넷을 통해서 만나는 빈도가 높아지니까 친해지는 것 같고. 그래도 얼굴 대 얼굴보다는 약하죠. 멀리 있는 사람은, 멀리 떨어지면 마음도 멀어지게 마련인데, 인터넷으로 계속 연락하고 그러면 인맥이 끊기 지 않으니까.
- 17 네. 친교에 도움이 되요. 예를 들어서 카톡을 할 때도 페이스북 상태에서 '아, 이 아이가 어디에 있구나' 라는 걸 보고 나중에 '너 거기에 다녀왔더라. 거기 어땠니?' 이러면서 서로 대화를 할 수 있는 소재가 될 수 있고 아까 말했던 것처럼 체크인을 보고서 그 주변의 누구를 같이 만난다든가 그렇게 소셜미디어를 활용해서 사람들 간의 친분을 더 쌓을 수 있다고 생각합니다.
- 19 친교도 아까 말씀드렸듯이 그 친구가 내 옆에 있다는 생각을 하니까, 네 되게 도움이 되는 것 같아요.
- 20 (SNS가 친교에 도움이 된다고 생각해요?) 네. (어떤 면에서요?) 내가 무슨 생각을 하는지 이런 거를 뭘 했는지 공유 할 수 있으니까 서로 아는 게 좋은 것 같아요.

■ 단순히 답변을 한 경우

- 3 네.
- 5 네.
- 7 네.
- 8 네. 저는 솔직히 많이 도움 되었어요.

6-2. 참여하고 있는 소셜미디어 모임이(온라인 모임) 있나요? 혹은 소셜에서도 만나고 오프라인에서도 만나는 모임이 있나요?

<표 IV-6-2> 소셜미디어 온·오프라인 모임 유무

■ 오프라인 친교의 연결

- 1 페이스북 그룹? 중학교 친구들이랑 뭘 만들긴 했어요. 싸이월드도 중학교 친구들이랑. 그리고 다 오프라인에서 만나죠. 멀리 살아도 버스 타면 되는데..
- 3 모임이요? 그룹채팅도 되나? (소셜에서도 만나고 오프라인에서도 만나는 모임이 있나요?) 아, 그런 경우는 없어요. 원래 아는 사람들끼리 소셜에서 뭉치는 건 있는데, 거기서 만나서 오프라인으로 확장된 경우는 없는 것 같아요.
- 4 많아요. 카카오톡은 그룹팅이 한 4개 있어요, 중학교 친구들, 자고 일어나면 한 600개 오고, 페이스북은 그룹은 딱히 없는데 중학교 애들도 하고, 아! 46기 초등학교 애들만 있는 거 있다!
- 7 네, 저는 청소년단체활동 많이 해서 그런 쪽으로 그룹이나 카톡 활동 많이 해요. 청소년특별위원회도 했었고, 지금은 청소년참여위원으로 활동해요. (온라인에서 오프라인으로 확장된 모임이 있나요?) 아뇨, 저는 그런 건 없어요. 오프라인 먼저 해서 소셜로..
- 9 있죠. 네, 오프라인에서도 만난요. 오히려 오프라인에서 만났던 것이 온라인으로 간 거지. 그랬던 경우가 많았던 거 같아요. (온라인에서 만나서 오프라인으로 간 경우는 없어요?) 없었던 거 같아요.
- 10 그런데 다 오프라인에서 기초해서 간 거지, 저는 온라인에서 오프라인으로 가는 건 잘.. 옛날에 네이버카페에서 온라인에서 정모했지, 요새는 모르겠어요. (옛날에 정모 같은 거 나가본 적 있으세요?) 아뇨, 없어요.
- 11 지금은 없는데, 약간 그런 식이에요, 항상. 친구들이랑 어디 갈 때도 그렇게 그룹 만들어서 하고..
- 12 소셜미디어 모임 있습니다. (예를 들면요?) 예를 들면 학교 선배가 참여하는 포럼도 자체 발행하는 블로그가 있고요. 페이스북 페이지로 대학교 동아리 및 학생회 등이 있고요 그 외에 다른 모임들도 페이스북 페이지로 주로 관리하고 있습니다, 저는. (소셜미디어에서도 만나고 오프라인에서도 만나는 모임은요?) 동아리, 학생회, 포럼 아까 얘기했죠? 그 다음에 제가 따로 진행하는 모임들도 다 오프라인에서 만나니까요. 한 6개 정도 하고 있고요 페이스북에서 관리하는 것들이. 그리고 다 오프라인에서도 만나고요.
- 13 저는 없어요. 오프라인인데 온라인인 경우는 있는데. (뭐

가 있죠?) 뭐 학교 커뮤니티 이런 거, 그 정도 밖에 없어요. 친구들끼리 재미삼아 만든 그런거, 그런거 밖에 없어요. 아니면 여행가자고 뭐..... '여행을 감시다' 이렇게 친구들끼리 만들어가지고 정보를 공유하고 '이런 여행 상품도 있대' 이렇게 서로 올리고 그런 것 밖에는 없어요.

- 15 제가 들어가 있는 것은 통일부 인터넷 모임, 학교 동기 모임, 그리고 학교 동문회 모임, 그 다음에 기숙사 그룹, 교회, 그 정도 있는 것 같아요. 아, 동아리도 있다. (소셜에서도 만나고 오프라인에서도 만나는 모임이 있나요?) 아마 다, 온라인 오프라인 보기는 하는데, 아마 못 보는 것은, 통일부 인터넷 모임 같은 경우는 멀리 살아서, 제가 볼 사람들이긴 한데 멀리 살아서 못 보는 경우도 있고.
- 16 네, 제가 말한 모든 모임이 온라인에서 만난 사람들이 소셜미디어로 온 게 아니고, 오프라인에서 원래 친한 사람들이랑 만들어진 거잖아요.
- 17 소셜미디어 모임은 없어요. 소셜에서도 만나고 오프라인에서도 만나긴 하는데 온라인 모임만은 없어요. (그럼 온라인이랑 오프라인이랑 다 만나는 모임은요?) 그건 있어요. (예를 들면요? 어떤 모임에 참여하고 있나요?) 저는 장학퀴즈 나갔었거든요. 거기서 출연자 모임이 있어가지고요 거기 나가긴 해요. (다른 그룹은 없어요?) 학교 학회하고 동아리 있어요. (그러면 이런 온라인 모임을 통해서 동아리라든가의 모임 운영이 더 잘 된다고 생각하세요?) 네. 운영이 더 잘 된다고 생각해요. (왜죠?) 왜냐면은 문자 메시지나 전화 같은 경우에는 1대 1로 소통을 하지만 페이스북 같은걸 이용하였을 때에는 게시글을 올림으로서 '저희가 이런 활동을 합니다'라고 공지를 딱 올리면 연락을 하는 측이나 받는 측이나 부담감이 조금 줄어들어서 조금 더 가벼운 마음으로 소식을 접할 수 있고 소식을 전달할 수 있기 때문에 서로 간의 소통이 조금 더 늘지 않게 되나, 라는 생각을 합니다.
- 18 오프라인에서 맺어진 인연이 온라인에서도 만나잖아요, 그래서 다시 오프라인으로 가는 경우가 있는데, 온라인으로만 만나는 인맥은 없어서요.
- 19 저는 실제 하고 있는 모임이랑 소셜미디어 모임이랑 그거밖에 없어요, 저는. 실제로 아는 사람들끼리 만나는 모임이에요. (그게 어떤 모임이에요?) 학회도 있고, 동아리도 있고, 홍보회사도 있고, 또 고등학교 친구들도 있고, 되게 다양해요. 페이스북 그룹가보면 그것도 그렇

게, 네. (실제가 온라인 모임이 활성화하고 있어요?) 그 범위가 포함이 된다면 활성화되겠죠.. (소셜에서도 만나고 오프라인에서도 만나는 모임이 있어요?) 지금 말하는 건 거의 다 오프라인이 함께 하는 건데, 저는 온라인에서만 만나고, 온라인에서 만난 친구들을 오프라인에서 만나려고 시도하는 경우는 한 적이 없어요. (오프라인 기준?) 네, 저는 오프라인 기준이에요, 확실히. 20 동아리 그룹 있고, 학회 그룹 있고, 저희 과 동문 같은 그런 그룹도 있고, 친한 애들끼리 소수로 만들어 놓은 것도 있고, (그런 사람들은 오프라인에서도 보겠네요?) 동아리나 그런 사람들은 보는데 동문 분들은 못 보는 분들도 있죠. ■ 온라인에서만 만나는 모임 5 (카페 같은 건?) 카페도 하나 가입했어요. 정보 얻으려고. 6 네, 고고아프리카 라고, 여행정보 하는 그런 데가 있어요, 페이스북에. 11 (소셜에서도 만나고 오프라인에서도 만나는 모임이 있나요?) 그런 건 없어요..(소셜에서만 만나고?) 네. 12 본인이 특정 단체를 '좋아요'해서 소식을 받아본 적이 있나요? 네. 있습니다. (예를 들면요?) 예를 들면 'Physics Today'라는 물리 관련 웹진일 거 같은데 그 것도 그렇고, 물리는 전공입니다. 아니면 'PhD Comic' 이라고 대학원생 라이프 스타일에 대해서 만화가 나오는 게 있는데, 그런 어떤 소셜 meme이라고 하나요?	인터넷 meme, 그런 사이트에 가입 돼있고요. ■ 소셜 모임의 오프라인 확장 2 네, 있어요, 자전거 동호회요. 카페에서, 동호회에서 자전거 타러 가요. 다른 건 안 하고. 5 (소셜에서 만난사람이 오프라인에서도 만난 적 있어요?) 네, 김동률 가수로 만난 그 분. 6 오프라인 모임은..있어요. 청소년참여위원회, 그리고 월드컵전? 8 이 인터뷰 끝나고 가는 곳도 온라인 모임에서 알게 된 경우예요, 야까 말했던 IT친구 중 3명이 같은 날에 생일이라서 고기부패하러 가요. 그런데 이 친구들이, 자기들끼리는 온라인 교류는 많이 했는데 실제로는 자주 못 만나봤대요, 그래서 이 친구들이나 저에게도 여러 모로 처음으로 만나게 되는? 이런 경우가 좀 많아요. 이거 말고도 온라인 사진동호회, 프로들도 만나기 힘들고, 그리고 제 개인적으로는 카메라가 아니라 핸드폰으로도 사진 충분히 찍을 수 있다고 생각했는데 보통은 카메라 없으면 가입도 힘들고 오프라인 모임도 나가기 힘들었어요, 그런데 온라인 모임을하면서 가장 궁극적인 문제인 돈, 시간, 준비 같은 게 가벼워지니 여기서 좀 더 적극적으로 활동하는 거 같아요. 또 이게 도움이 되는 이유는, 스마트폰으로 찍는 사람들끼리 얘기하거든요, 그래서 전 이런 게 도움되는 거 같아요. (오프라인에서 만난 적 있으세요?) 전 안 만났는데, 겨울쯤에 만날까 이야기하고 있어요.
--	--

7. 청소년관련기관과 소셜미디어로 소통해본 경험이 있나요? (이웃맺기, 글보기 등)

<표 IV-7> 청소년관련기관과 소셜미디어로 소통해본 경험

■ 청소년관련기관과 소셜미디어로 소통한 경험이 없는 경우 1 아니요, 없는 거 같아요. 2 아뇨. 4 아니요. 5 한 번도 못 봤어요. 6 청소년관련기관은 없고, 월드컵전은 소통해 본적 있어요. 11 청소년관련기관이요? 그런 건 없는 것 같아요, 전 솔직히	14 그건 한 번도 이용한 적 없는 것 같아요, 통일부, 중앙부처, 정치인들 그 정도만 이용한 것 같아요, 청소년관련단체랑은 직접 해본적은 없는 것 같아요, NGO 정도 소통해본 것 같아요. 15 없어요. 16 없는 것 같고요, 없어요. 17 없어요. 18 저는 없는 것 같아요. 20 아니요.
---	--

그런 게 있는 지도 몰랐어요. 12 네, 없습니다. 13 아니요, 없어요. 10 그 걸로는 없는 거 같아요, 실제로 했으면 했지...아예 없는 거 같아요, 그냥 학교 대표로 하는 청소년, 그런 거나, 그걸로 알게 된 친구들을 통해 하게 되거나 그런 경우지, 페이스북을 통해 하게 되는 경우는 없는 거 같아요.	■ 청소년관련기관과 소셜미디어로 소통한 경험이 있는 경우 7 네. 8 네, 있어요. 페이스북 페이지로, 한국청소년진흥원도 있고, 이번에 청소년정책연구원 같은 경우도 ‘좋아요’ 눌렀거든요. 되게 많아요. 청소년 관련기관에서 페이스북 페이지 활용을 되게 많이 해요. 그래서 저도 그걸로 얻고 있는 정보도 많고, 그것과 직접적인 소통은 아니더라도 페이스북을 통해 많은 걸 얻고 있다고 생각해요. 9 네. 청소년활동진흥원? 여성가족부랑, 청소년단체 쪽? 19 그제, 어렸을 때, 고등학교 때, 청소년관련기관에 글을 쓴 적이 있었어요. 근데 지금은 좀 오래돼서 어디였는지 정확히 기억 안나요. (그래도 거기 모임이 있었을 텐데?) 전, 청소년이었기 때문에, 그러니까 공모전이나 시사회 그런 게 어떤 게 있나 그게 궁금했었기 때문에... (그런 게 열려 있었어요?) 그냥 컴퓨터로 들어가서 인터넷 게시판 찾아보면...
--	--

7-1. 청소년 관련 기관과 소셜미디어로 소통해본 경험이 있다면 그 이유는/ 없다면 그 이유는?

<표 IV-7-1> 청소년 관련 기관과 소셜미디어로 소통해본 경험

■ 소통 경험이 있는 경우와 그 이유 9 청소년 활동을 하게 돼서요. (여성가족부는요?) 여가부는 거기 위쪽이라서. ■ 소통 경험이 없는 경우와 그 이유 1 제가 거기 갈 이유도 없고, 그 사람이 절 찾을 이유도 없는 거 같은데? 전 청소년 관련 기관? 특별한 경우 말고는 거의 만날 일이 없으니까 그런 거 같은데? 4 생각해 본 적 없어요. (주위의 친구들도 그렇겠네요?) 네. 그런 게 있는 줄도 몰랐어요. (알면 이용할 생각 있나요?) 네. 할 것 같아요, 아, 저 경찰대랑 친구라서 만날 정보 받고... 6 친구추가 자체가 아예 안 되어 있고, 학교는 아예 없어요. 그리고 별로 하고 싶은 마음도 없어요. 일단 단체에 대한 거부감이 있고, 딱딱한 느낌이라니까?	11 있는 지도 몰랐고, 솔직히 이런 게 있어서 내게 도움 되는 지도 잘 모르고. 이걸 비판하는 게 아니라, 뭘 위해 쓴다, 이런 걸 모르니까. 12 그 이유는 관심사에서 벗어나 있다. 그리고 그 사람들이 소셜미디어를 잘 활용하고 있지도 생각하지 않고, 그리고 그 사람들에게 소셜미디어가 정말 필요한지도 모르겠어요. (왜 관심사에서 없으세요?) 그거는 일단은 ‘청소년 관련 기관’이라고 했을 때 그 기관들이 어떤 일을 하는지에 대한 기본적인 이해도 많이 떨어지는 것 같아요. 그리고 아까도 얘기했듯이 제 관심 특정 분야들에 포함이 안 되고요. (청소년 기관들이 SNS를 왜 잘 활용하지 못한다고 생각하시죠?) SNS나 소셜미디어의 특징은 불특정 다수한테 자기 콘텐츠를 전달하면서도 그 사람들의 피드백을 즉각적으로 받아볼 수 있다는 장점이 있잖아요. 그런데 중요한 거는 그 과정에서 정보가 아까 계속 얘기하듯이 재생산되고 확대되고 편집돼야 되는데 정부, 공공기관 등에서 사실은 어떤 특정한 목적을 가지고 있잖아요. 그런데 그 목적에서 벗어나는 자유로운 재생산 활동은 굉장히 어렵고요. 그리고 정부
---	--

기관 대부분에서 사실은 우리나라는 소셜미디어 검열을 하거든요, 그게 제가 알기로는 검열하는 4개 국가가 있는데 그 중 우리나라가 하나이고, 그리고 특히 대부분 정부기관에 글을 올릴 때는 주민등록번호를 사용해서 가입해야하고요. 익명성 보장이 안 되죠. 그러니까 아까 얘기했다시피 SNS의 장점은 하나도 없는 거죠. (정부기관에서 중앙부처 같은 경우는 페이스북 페이지가 있잖아요. 그러면 주민등록번호를 치지 않아도 소통할 수 있는데, 거기에 대해선 어떻게 생각하세요?) 페이스북이 사실은 익명성 보장이 잘 되는 공간은 아니잖아요. 어쨌거나 아까 얘기했다시피 소통하고 확대, 재생산하는 활동이 이루어지지는 않는다고 보거든요.

13 소통해보려고 노력한 것도 아니고요 뭐 연락인 온 것도 아니기 때문에. 그럴 기회가 없어서. (소통을 하고 싶기는 해요?) 괜찮을 것 같은데요, 거기에 반대하거나 그렇지 않아요. (그 이유는요?) 뭐..... 불이익 될 게 없으니까 나한테. (청소년 관련 기관과 소셜미디어로 소통을 하면 좋을 것 같아요?) 아무래도 제게 도움이 될 수 있다면 저는 되게 뿌듯할 것 같아요.

14 홍보가 안 된다고 생각해요. 페이스북 페이지가 있으면 적극적으로 대외활동을 많이 해야 하는데, 제가 느낄 만큼 홍보활동이 안된다고 생각해요. (홍보활동을 잘한다면 청소년들이 많이 이용할까요?) 되게 어렵다고 생각해요. SNS는 아니지만 청소년들을 위해 진로상담, 고민상담 사이트를 운영했음에도 불구하고 1년 정도 운영하면서 오프라인에서 만날 수 있는 사람은 만날 수 있게 하고 그렇게 운영을 했었는데 대부분 눈팅만 하는 것 같아요. 많이 들어 왔을 때는 하루에 400~500명 정도 왔는데 실질적으로 글을 남기고 고민상담하는 사람은 진짜 500명 들어오면 1명 정도 되더라고요. 개인적으로 참여는 미미할 것 같아요. 청소년들이 클릭할 만큼 매력적이어야 하는데 사회문제나 이슈보다는 재미있는 것에 관심을 두니까 그런 부분을 잘 믹스하는

게 중요한 것 같아요, 그게 지난 1년 동안 제가 고민했던 딜레마였어요.

15 그냥, 뭐가 있는지도 모르고, 뭐가 잘 되어 있는지도 모르고.

16 필요성을 못 느끼니까. 그리고 저 같은 경우 올리는데 답장까지 시간이 걸리거든요, 그럴 바에야 전화하지. (그러면 ○○대와 왜 맺었어요?) 저는 청소년관련기관 소속이 아니라 ○○대 소속이잖아요, 소속감을 맺는 거죠. ○○대 학생이니까? 이렇게.

17 소셜미디어를 사용 할 때 필요성을 느끼지 못해서요. (왜 필요가 없다고 생각하시죠?) 제가 그 쪽과 관련해서 해결해야할 문제 같은 것도 많이 없었고요, 관심도 없었고, 필요성도 느끼지 못해서. (정보는 있었나요?) 정보 같은 거는 있었습니다. 뉴스 기사를 통해서 이런 문제를 해결하기 위해서 교육 관련해서 페이스북이 있고 트위터가 있다 라는 걸 알 수 있었습니다. (정보가 잘 전달되지 않아서 안한 건 아니네요?) 네, 정보의 문제는 아니고 관심의 이유로...

19 그때까지만 해도 소셜미디어가 그렇게 활발한 때가 아니었어요. (왜 지금은 10세 이상~24세 이하..) 아, 지금 있죠, 왜냐하면 글보기가 이제 되니까. 글을 이걸로 보면 되니까 (예, 그래요) (그러면 지금 어떤 일하세요?) 청소년 관련기관..(네) 북한인권관련, 학교 및 보호 저희 학교와 소셜미디어 맺어줬고요. (소통, 아까 뭐, 북한?) 네, 그걸로 인권 뭐 그런, 친구추가하면 그쪽에서 쓴 글을 받아볼 수 있거든요, 그 정도. (아~인권에 대해서 관심이 많구나) 엄청 많거나 활발하게 활동, 뭐 그런 건 아닌데 기본적으로 관심이 없진 않아요.

20 딱히 그거를 그렇게 찾아서 뭐를 쓴다든가 그럴 정도로 어떤 정보가 있거나 그런 거를 못 느껴본 것 같아요. 필요성을.

8. 청소년관련기관, 학교 및 공공기관 소셜미디어 활동에서 원하는 건 어떤 게 있나요?

<표 IV-8> 청소년관련기관, 학교 및 공공기관 소셜미디어 활동에서 바라는 점

▣ 정보 제공 우선

1 정보를 좀 더 많이 제공하는? 그 기관에 관련된 정보 같은 게 어떤 사람에겐 유용하게 쓰일 수 있잖아요, 제가 직접 접하기 힘든 정보를 이런 데 올려주면 보기도 쉽고,

그 사람들 목적과도 맞을 듯한데? (학교 건 잘 올라와요?) 네, 잘 올라오는 거 같은데?

2 학교 같은 경우에는 시험관련 범위라 던지, 그런 걸 해줬으면 좋죠. 네, 정보.

3 이런 데서 공지 같은 거나 그런 걸 알릴 때, 소셜미디어를

- 통해서 알리면 애들이 더 쉽고 빠르게 알 수 있지 않을까..
- 5 입시 정보도 올라오면 좋을 테고, 장학생 선발 내용도 올라오면 좋을 테고.
 - 6 자원봉사나 캠페인활동 정보를 제공해 준다면, 그런걸.
 - 7 온라인 쪽에서 많은 정보를 주셨으면 좋겠어요. 이번 인터뷰도 페이스북을 통해서 알게 되었는데, 이벤트 같은 걸 많이 알려 주셨으면 좋겠어요.
 - 8 솔직히 지금 충분히 만족하고 있긴 해요. 좀 더 활성화되면 하는, 정보를 지금만큼 많이 줬으면 하는 바람입니다.
 - 11 저는 제가 아직 청소년인지도 몰랐거든요. 저희에게 유용한 정보가 계속 제공되면 괜찮지 않을까 싶어서..
 - 13 글썄요...좀 더 그런 큰 그룹이 있다면 정보성 글이 더 필요할 것 같아요. (어떤 정보성 글이요?) 거기서 무슨 일을 하고 있는지 무슨 행사가 있는지 그런 거에 대해서 알려준다거나... 상담은 온라인상이기 때문에 그렇게 privacy가 존중될 것 같지 않아서 그런 별로일 것 같아요. 직접 전화한다면 모를까.
 - 16 상담은 소셜미디어에서 하기엔 너무 공개적이고, 다양한 혜택이나 정보제공은 더 많아졌으면 좋겠어요. 예로 국가장학금 신청 받을 때, 오류 되게 많았잖아요? 그런 거 같은 경우에는, 빨리빨리 처리 안 되고 답변도 확실하게 안 해주고 그러더라고요. 궁금증이 있어서 물어봤을 때, 신속하고 정확한 답변을 소셜미디어가 해 주면 좋겠어요. 홈페이지는 아무래도 느리니까.
 - 18 제가 기상청 쓰는 이유랑 비슷하다고 생각을 해요. 제가 필요한 정보를 주면은 이용할 것 같아요. 실제로 ○○대 같은 경우는 어느 동문게서 어디에 취업하셨다 그런 내용이 올라오곤 하는데 그런 건 실생활에 도움이 되지는 않잖아요. 그런 것 보다는 언제 수강신청 있습니다, 이번 수강신청 어떤 부분이 바뀌었습니다, 이런 식의 실용적인 정보가 많으면 링크를 좀 더 맺고 싶어질 것 같아요. 정책홍보 페이스북이 있어요, 에너지를 절약해야 된다, 지금 예비 전력률이 얼마큼이다, 이런 거 알려 주는데 그런 것까지는 괜찮다고 생각이 되요.
 - 19 일단 저희 학교 같은 경우는 정보를 많이 줬으면 좋겠고요, 소셜미디어를 통해서 읽어보기만 해도 아 이런 게 있구나, 알 수 있잖아요?
 - 20 필요한 정보를 제 때 제 때 잘 전해주었으면 좋겠어요. SNS를 통해서.

▣ 소통(참여, 상담 등) 및 캠페인 활동

- 4 학생들이 많이 참여할 수 있는 걸 많이 제공해 줬으면

좋겠어요.

- 5 카카오톡, 반끼리 하는 그룹톡?(자발적인 그룹톡 말고, 학교에서 만들어 주는 건 없어요?) 아, 학교에서 만들어 주는 건 없어요. 또 안티 불리 캠페인 같은 것도 했으면 좋겠어요. 왕따 금지 캠페인이요, 외국 같은 경우는 되게 활발하게 그걸 재미있고 다양한 콘텐츠로 만들어 유포시키거든요. 근데 우리나라는 그냥 왕따를 하지 말시다 하는 도덕적인? 지루한 그런. 그런데 외국애들은 트위터에 월드와이트트렌드에 anti-bully 그런 거 나오는데, 우리나라는 올라오나요? 전 그런 캠페인 같은 것 있으면 좋겠어요.
- 19 그리고 상담등? 열려 있다고 되게 많이 어필을 해 줬으면 좋겠어요. 정보성 글은 없진 않아요. 하지만 상담 쪽 글은 거의 없어요, 상담을 해 주겠다 그런 글은 거의... (학교의 소통을 원하는 건가요?) 주변 친구들이 기관들, 원하는 것 같기는 해요. 근데 그게 잘 되는지는 모르겠어요.

▣ 홍보 활동

- 9 정보를 많이 줬으면 좋겠어요. 청소년들을 위한 정책이나 이벤트를 만들어도 홍보가 잘 안되니까. 홍보가 문제예요. 정책은 잘 만들어요. 청소년들을 위해 고민하는 건 알겠는데, 학생들이 몰라요. 그래서 많이 알려줬으면 좋겠어요.
- 14 좋은 정보나 좋은 내용은 좋죠. 그들이 사회에서 하려고 하는 것들을 좀 더 홍보해줬으면 좋겠어요. 그러니까, 알 수 있게. 솔직히 알기가 되게 어려워요. 어디서 뭔 일이 일어나는지 말이에요. 정부 정책, 청소년 정책 등은 돈이 되지 않는 일이에요. 청소년들을 위해 뭔가 일을 한다면 충분한 홍보가 있어야 된다고 생각해요. 좀 더 학생들이 느낄 수 있게 해야 된다고 생각해요. 정부부처 같은 것도, 젊은 사람들이 어린 중고등학생부터 대학생까지 청춘콘서트 되게 좋아 하잖아요. 저는 강연 자체를 되게 좋다고 생각하거든요. 그런 건 왜 정부부처에서는 못할까요? 왜 나라에서는 못할까요? 애들이 좋아하는 거는 길거리에서 퍼포먼스, 길거리 공연 같은 건데... (그런 거 정부에서 하고 있어요) 근데 홍보를 안 하면 전혀 학생들이 모르잖아요, 그나마 알고 있는데 토크콘서트가 김제동씨랑 박경철 의사랑 안철수 원장 그 분들이 하는 거 있잖아요, 그거는 개인이 하는 거 아니에요? 그런데 왜 이렇게 인기가 높고 매스컴을 타고 그런 거를 가고 싶어서 난리인데, 정부부처에서는 왜 그걸 못하는지 그게 궁금한 거예요. (디시인사이드에 홍보를 하면 아이들이 올까요? UCC를 만들어서 아이들의 호기심과 재미를 주면 어떨까요?) 너무 건전하고

다들 와서 태극기 휘날리면서 이런 거 말고 되게 재미있게 만들어야죠.

- 20 홍보나 이런 게 있어야 되니까, 홍보 같은 것을 많이 하고, 만들어 놓고 관리 안하는 데도 있잖아요. 관리 꾸준히 하고 그러면 당연히 사람들이 보고 싶은 정보가 있으면 보게 되니까. (어떻게 홍보하면 좋을까요?) 요새는 이벤트 같은 것도 많이 하고 그러니까, 뭐 선물 준다고 이러면 많이 하잖아요. 그런 것도 있는 거 같고.

■ 기 타

- 10 모르겠어요. 뭐가 필요한지.(필요성을 못 느끼세요?) 저는 지금 잘 살고 있으니까..
- 12 없고요. 그냥 단지 소셜미디어가 필요한가를 생각해 보아야 한다고 봐요. 정말로 정부기관에서 '소셜미디어'라는 미디어를 사용할 필요가 있는지를 다시 한 번 생각해 볼 필요가 있다고 봐요.(본인 생각은요?) 일단은 소셜미디어의 특성과 목적 자체에는 어긋나는 것 같아요. 장점이 있다면 많은 사람들이 인터넷을 사용하고 소셜미디어 접속 시간이 기니까 홍보효과가 있을 거예요. 하지만 그 외에는 특별히 소셜미디어를 잘 활용하고 있다는 거는 모르겠어요. 굳이 잘 활용해야 할 필요도 없다고 생각하네요.

15 글썄요? 강요하진 않았으면 좋겠어요. (누가 강요해요?) 강요까진 아니더라도, 웬지 꼭 가입해야 한다는 식으로 강요하지 않았으면 좋겠어요. (어떤 사례를 들 수 있을까요?) 지나친 홍보? 라든지, 꼭 강요까진 아니더라도. (지나친 홍보는 안 했으면 좋겠어요?) 그런데 뭐...하긴 해야 하겠죠? (그런데 소셜미디어로 그런 기관들과 소통하고 싶어요?) 별로 하고 싶진 않아요. (진짜? 왜요?) 또 그제, 그런 것도 이젠, 공공기관에서 예를 들면, 강요라고 할 수 있는데.. 정치 이런 걸 중립적인 시각으로 정보를 제공해 주었으면 좋겠어요. 흑백논리가 아니라, 정부에서 관리하면 그렇게 될 수 있잖아요.

17 소셜미디어 활동에서 원하는 것은 조금 더 빠른 피드백 같은 필요하다고 생각을 합니다. (홍보는 충분히 이루어지고 있다고 생각하나요?)홍보는 지금도 충분한 거 같아요. 홍보는 꾸준히 하는 걸로 접할 수 있는데 그 것을 흥미를 가지고 직접 관심을 가지고 보지를 않아서 그런 거지. (홍보를 다른 방법으로 해야 한다는 생각은 안하세요? 아니면 지금 잘 하고 있는데 그냥 사람들의 관심이 없다고 생각하세요?) 그런 거라고 생각을 합니다. 왜냐하면 사람들의 흥미를 끝만한 소재를 가진 페이지 같은 경우에는 관심을 많이 받기도 하고 사람들마다의 관심사에 따라서 페이지에 접속해서 '좋아요'를 눌러주는 그런 횟수 같은 게 있기 때문에.....

9. 청소년관련기관, 학교 및 공공기관과 소통을 활성화하는 방법은 어떤 것이 있나요?

<표 IV-9> 청소년관련기관, 학교 및 공공기관과 소통을 활성화하는 방법

■ 유익한 정보 제공

- 1 일단 직접적으로 저희와 관련되거나 도움이 될 만한 자료 등을 올리면, 저희도 필요하니까 가까워지겠죠? 그러면 도움이 될 거 같은데?
- 3 여길 통해서 학교에서 학생들에게 알리고 싶은 거나, 청소년에게 알리고 싶은 걸 많이 글을 써 주면은 이게 뉴스피드에 뜨잖아요. 그런 걸 통해서 애들이 많이 관심을 가져 줄 것 같아요. 공공기관에서 적극적으로 활동을 많이 하면.
- 7 이벤트나 공모전 같은 거 말고는 딱히..제가 청소년활동진흥센터에서 활동했었는데, 작년 선배들이 찾아와서 어떤 활동을 했었는지 홍보했던 경험은 있어요.

13 좀 더 활동적으로, 이런 기관 같은데서 아무래도 사람들이 많이 사용을 하니까...소셜미디어 활동을 하니까... 그런 거를 좀 더 많이 활용을 해서 사람들에게 정보도 제공해 주고 좀 더 적극적으로 했으면 좋겠어요. 저 같은 경우도 그런데서 연락이 오거나 그런 게 아니어서, 아예 관심이 없어서 그런 것도 아니고...만약에 연락이 온다면 답은 해 줄 것 같거든요. (굳이 SNS를 활성화시켜야 한다고 생각하나요?) 네, 아무래도. 저는 그러면 좋을 것 같아요. 아니면 계속 세상은 변하는데 계속 자기 것만의 예전에 사용했던 그런 방법만 하면 아무래도 계속 변화하는 세상에서 퇴보 되는 듯한 느낌이 들지 않을까요?

■ 대화 및 피드백

6 일단은 저희 학교는 인식을 재고할 필요가 있을 거 같아요. 저희 학교는 페이스북이나 카카오톡 계정이 아예 없어요. 그리고 있어도 문제가 되는 게 잘 안하는 경우 많잖아요. 그래서 청소년 관련기관이나 공공기관이 소셜네트워크 쪽으로 전담팀을 마련해서 대화할 수 있는 사람들이 있으면 좋을 거 같아요.

9 우리가 글을 남기면 피드백을 잘 해줬으면 좋겠어요. 쌍방향적? 나는 이걸 요구하는데 학교에서는 안 들어주고...어디에서나 발생하는 문제죠, 내가 문제를 말하면 답변을 달아줬으면 좋겠는데...

■ 홍보 등을 통한 이용자 수 증가

4 애들이 알면 쓸까요? 많은 학생들이 쓰면 사용할 것 같아요. 호기심에라도.(그러려면 이벤트나, 재미있어야 하지 않을까요? 너무 심각하거나 진지하면 싫어하지 않을까요?)그런데 딱 그렇게 생각하진 않을 것 같아요. 다들 그렇다고 생각하는데, 막상 자기가 생각해 보면 애도 이걸 하네? 하고 할 것 같아요. 페이스북에 이런 게 있다고 광고나 홍보를 많이 하면 많이 할 것 같아요. (예를 들어, 페이스북에서 버카충 등 학생들이 많이 쓰는 언어를 딱딱한 말 대신 쓰면 많은 도움이 될까요?) 아노, 별로 도움 안 될 것 같아요. 그냥 개가 생각할 땐 그 정보만의 개성이 있어야 호기심을 갖고 할 것 같아요.

5 (그러면 활성화하는 방법은 뭘까요?)청소년 몇 명이 시작 해서 주위에 퍼지는? 개네가 먼저 예를 들어 안티불리에 관한사진을 올려요. 그렇게 개네가 시작하면 관심 없던 애들도 나도 해볼까 하고 따라 해보는? 그렇게 확산되는?

8 지금 정부기관에서도 페이지 하잖아요, 가장 큰 예를 들자면 청와대. 거기서도 페이스북 관리하잖아요. 그런데 청소년관련기관은 지금도 충분히 괜찮은데, 공공기관 같은 경우, 예를 들면 여성가족부가 청소년 관련해서는 소통을 잘하고 있다고 생각해요. 청소년보호정책, 설탕 운제 같은 걸로 몇몇 친구들이 악감정을 가지는 경우가 있어요. 그래서 이런 친구들인 여성부 홈페이지나 페이스북에 안좋은 글을 막 달아요. 이런 부분에 대해서는 좀 제한? 을 걸어줬으면 좋겠다는 생각이 들어요. 이걸 단순한 비방글이잖아요? 그런데 애들이 그런 걸 정부기관에 올리고, 우리가 그걸 보게 된다는 것이 좀 불쾌하더라고요. 그런 게 좀 개선되었으면 좋겠고, 활성화 정도는 지금으로도 충분하고요, 좀 더 좋은 방법이 있다면 직접적인 소통? 개인적으로 괜찮았던 건, 한국청소년 진흥원에서 좋아요 클릭이 몇 만 명 이상일 시 뭘 쏜다! 해서 우리 진흥원에 바라는 점을 댓글로 달면 추천으로 뭘 준다고 해서, 그걸 하면 실제로 페이스북 이용자들이

어떤 걸 원하는 지 그쪽에서 알 수 있고, 우리는 상품을 얻을 수 있어서 좋고. 이런 이벤트 등을 하면 좀 더 우리나라 국민들의 생각을 듣고, 우리도 이런 좋은 이벤트를 하고 소셜미디어를 통해 우리의 생각을 듣는구나 하는, 이벤트를 하면 좋겠어요.

11 이걸 이제, 기관들이 학교랑 좀 연관을 맺어서 홍보를 하는 게, 저는 몰랐거든요 있는 지도... 학생이라면 자기 학교 연관되는 건 잘 쓰거든요? 근데 공공기관이라든지 청소년 관련기관, 이런 건 잘 모르니까, 학교랑 링크해서 홍보하는 것도 괜찮을 것 같아요.

19 이런 기관이나 학교에서 확실히 지금 청소년들이 현 사회에서 가장 문제시되는 부분에 대해서 소통을 하려고 하는 노력을 하는, 예를 들어 그 등록금 같은 경우엔, 학교가 그러긴 어렵지만 관련 기관 같은 데에서 어떻게 생각을 하느냐 이런 식으로 자극을 주다 보면 자기의 분이 있잖아요, 그럼 관심이 가잖아요. 그러면 친구들이 글을 보고, 내 관심이기 때문에 이렇게 생각을 하겠다! 하고 글을 쓸 수 있는 건데요, 그러니까 글을 올릴 때, 사회적으로 지금 가장 크게 이슈가 되고 있고 관심이 되고 있는 주제에 대해서 글을 올리면 활성화가 되지 않을까 이렇게 생각을 하고 있어요.

■ 입문 통로 역할

14 페이스북, 트위터 서비스를 할 거면 거기는 정말 재미있는 장소, 그러니까 애들로부터 호기심을 자극하고 거기서 애들이 어느 정도 로열하게 되면, 그때 실질적으로 홍보하고 상담하는 애들의 문제를 케어 하는 건 다른 웹사이트나 어차피 클릭한방으로 연결될 수 있거든요. bridge 역할로 이용하면 좋을 것 같아요. 페이스북이나 트위터의 용도는 애들로 하여금 '이런 게 있다? 너희들이 생각하는 것처럼 딱딱하고 부담스러운 데 아니고 재미있는 곳이다'라는 점음...저도 블로그를 그런 취지에서 했거든요. 필요한 정보를 주거나 개네들이 얘기해서 피드백을 주는 것이 아니라 내 얘기를 뱉어놔요, 그런 게 재미있고 피드백이 도움이 되고 정보가 있어서 타고 넘어오는 경우가 많거든요. 그 정도가 되어야지 그 이상은 페이스북에서 못할 것 같아요. 홈페이지처럼 구체적인 무슨 부분이 있고 비밀글이 될 수 있고 그런 게 없기 때문에...

17 공공기관 페이지 같은 경우의 문제점 같은 경우는 사람이 아니고 단체와 소통하는 느낌이 들기 때문에 좀 딱딱한 대답이 나올 것이다 하는 사람들의 예측이 좀 있기도 하거든요. 좀 비인간적인 소통이라고 사람들이 생각할 수 있기 때문에 그런 점들을 조금만 보완한다면... 인간적 접근이라고 해야 하나요? 그런 것들이

좀 필요하지 않나... 자세하고 친절하게 있잖아요...그런 것들이 좀 필요하다고 생각해요.

- 18 공유하기 기능이 있잖아요, 사람들이 청소년관련기관 소셜미디어가 있다는 것 자체도 몰라서 누가 그런 걸 공유를 해주면 많이 홍보가 돼서 링크를 할 수 있을 것 같아요. 정부기관들끼리라도 다 링크가 되어 있으면 관련 사람들도 알게 되고 그럴 것 같아요. 제가 기상청에 링크가 되어 있지만 다른 정책 관련 예를 들어 서울시 정책관련 정보를 공유를 해주면 그런 사이트가 있다는 걸 자연스럽게 알게 되잖아요. 거기에 존재를 알게 되고 뭐하는 곳이지? 한번쯤 들어가 보게 되는 것 같아요.

■ 기 타

- 10 그냥, 뭐 하려고 하지 말고 재미있으면 되는 거 같아요. 관심 없는 사람을 억지로 끌어들이는 거 없는 거잖아요. 기관에서 억지로 그러지 말고, 관심 있는 애들이나 잘 소통하지, 관심 없는 애들에게 굳이 그럴 필요는...
- 15 제 생각으로는 사실, 보통 청소년들은 SNS사용을 친구들이랑 하기 때문에 굳이 기관들이 꺼졌다는 건... 제가 필요한 정보가 있고, 원하는 정보가 있으면 제가 찾아가서, 그 기관 사이트에서 어떻게 다 보거든요. 예를 들면 통일부동화 공모전도, 제가 사이트 들어가서 다 봤으니까. 또 저는 기관들이 SNS정보 제공하는 걸 별로 좋아하지 않는 게, 페이스북이 자꾸 밑으로 내려가잖아요. 거기서 새로운 걸 올릴 때마다. 그러면 제가 전에 올린 공지나 글을 보고 싶으면, 페이스북은 검색기능이 안

되니까, 제가 자꾸 스크롤 내려야 되고, 그게 밑에 묻히는 수가 있는데, 기관 사이트 가면은 공지사향 이렇게 해서 잘 정리되어 있잖아요. 홈페이지에서. 그런데 페이스북 같은 경우는 이게 공지사향인지, 뉴스인지, 이게 잘 정리되어 있지 않고, 하니까, 아니면 어떤 행사가 있어서 사진이 몇 십장이 올라오면, 페이스북은 이게 하나하나하나 올라오기 때문에 글들이 저~기 묻히니까. 그래서 공공기관 같은 경우는 홈페이지 통해서 소통하는 걸 좋아하긴 해요. 또 사람들 민원인지 뭔지 구분이 없고 한 페이지에 있으니까. 그런데 친구들하고는 담벼락에서 밑에 걸, 너 잘 지냈니? 그런, 제가 밑에다 쓴 걸 찾아보지 않잖아요. 또 제가 말하는 게 모순인 게, 또 어떤 행사나 이벤트가 있는데, 제가 매일 공공기관 웹사이트에 들어가서 뭐가 있는지 확인해 보는 게 아니니까, SNS가 효과적이긴 한데, 그런데 공공기관이 SNS를 통해서 홍보하고 싶다면, 그래도 어차피 제가 그 단체와 링크가 되어 있어야 하잖아요? 제가 '좋아요' 누른다는 거. 근데 청소년들에게 내가 원할지 원하지 않을지 모를 정보를 얻기 위해 '좋아요'를 누른다고 하는 게 약간 억지인 것 같고, 제 생각에는 공공기관이 SNS 소통하는 게 좋긴 한데...그게 제일 효과적인 것 같아요. 그러니까, 홍보할 게 있으면, 예를 들면 학생회 회장한테 메일을 써서 이걸 홍보해 달라, 학교 페이지, 동아리페이지, 이런 많이 가니까, 학생들이, 이런 식으로 하는 게 더 효과적인 것 같아요.

10. 소셜미디어를 잘 운영하고 있다고 생각되는 단체나 기관을 추천해주세요.
(ex. 정부기관, 공공기관, 기업, 연예인기획사 등)

<표 IV-10> 긍정적인 소셜미디어 운영 기관

■ 연예인 & 연예기획사

- 1 연예기획사 잘 이용하는 거 같은데, 카톡 플친? 그런 거 있잖아요? 그런 것도 잘 이용하는 거 같고, 페이스북도 다 만들어 놔더라고요? 애들이 자기 좋아하는 친구 걸어 놓으면 콘서트 정보 같은 게 올라오더라고요. 그거 보고 가고...다른 단체는 잘 겪어본 게 없어요.
- 5 연예인 기획사는 공연 정보 같은 거 홍보용으로 많이 올라오고, 또.. 제가 트위터하는 과학 잡지 거기 잘하는

것 같아요.

- 8 또 연예인 키우는 엔터테인먼트 같은 경우, 소니뮤직엔터테인먼트라고, 세인이랑 김보경 소속된 여기 좋아요. 자주 글 올리고, 이벤트하고, 또 소속연예인 소식을 자주 올려주는데, 이게 친근해 보이고 좋은 거 같아요.
- 10 연예기획사 잘하는 거 같아요. 카카오톡 플러스친구 보면 다 연예인들이더라고요? 솔직히 전 요즘 연예인들 잘 몰라요. 옛날엔 원더걸스랑 카라 정말 좋아했어요. 쫓아다녔어요, 플랜카드 만들고, 막, 그랬었거든요?

그런데 요새는 그때 엄청 좋아하고 다른 게 눈에 안 들어온 달까? 했다가 부질없단 걸 알았죠. 솔직히 부질 없잖아요, 제가 나이 많은 건 아니지만, 그래도 그 때 경험을 통해 부질없단 걸아니까... 그래서 관심은 없는 데, 카카오톡 하면 이름 정도는 알게 되더라고요.

13 (개인 말고 단체는요?) 그건 잘 몰라요, 제가 그런 기관 이런 거에 소속돼있지 않아서, 아무래도 연예인 기획사 같은 경우는 열심히 하지 않을까요?

15 음~연예인들이 잘 하긴 하죠? (예를 들면?) 제가 따로 보지 않아서 잘 모르겠는데요, 뉴스를 보면 아무래도 연예인들이 많은 사람한테 자기 이미지를 promote해야 하니까 그런 게 있긴 한데, 또 연예인들도 SNS 잘못 사용해서 이미지 추락하는 경우도 많이 봐서...

3 판 건 잘 모르겠는데, 유니세프는 많이 뜨더라고요, 오늘은 무슨 날입니다. 오늘은 어린이 관련 무슨 날입니다. 그런 거요, 제가 유니세프에 관심이 많아가지고, 나중에 그 쪽에서 근무하고 싶어서요.

7 유니세프 같은 경우는 난민이나 기아, 신체결함을 가진 사람들 사진을 올려서 좋아요 누르면 기부하는 등의 활동을 많이 해요, 그런 건 좀 잘하는 거 같아요, 다른 기업, 카페 이런 곳도 페이스북 통해 '좋아요' 누르면 이벤트에 응모해서 경품행사하고, 사람들이 이게 뭔지 알게 되고, 경품 받으면 찾아가게 되잖아요, 그래서 알게 되고...

8 한국청소년활동진흥원 여기가 괜찮은 거 같고요, 되게 많은데? 저는 얻는 게 많다 보니까 다 괜찮다고 생각해요, 청소년활동진흥원은 좋은 정보 많이 올려줘서 좋고요, 또 제가 안산에 사는데, 안산청소년문화원이나 디지털문화의 집 같은 경우는 페이스북에 되게 자주 올려주고 이번 8월에는 이런 프로그램이 있으니 청소년들의 참여 부탁드린다, 이런 게 자주 올라와요, 타겟층이 확실한 특정 지역의 기관일수록 좀 더 가까이 다가가갈 수 있고, 그런 프로그램도 자주 올리니까, (그럼 잘한다는 건 어떤 걸까요?)아무래도 페이스북을 통해 사람들과 소통하는 것? 자주 소통하고, 게시글을 올리면 댓글에 답변해주는 페이지가 있는 곳과 아닌 곳이 있잖아요? 그게 큰 차이인 거 같아요.

9 국가기관에서도 잘하는 거 같아요, 어디였더라? 통일부 인지는 잘 모르겠지만, 통일부 산하 어느 기관이었던 거 같아요, 라디오프로그램이었나? 제가 받아보는 게 있는데 꾸준히 라디오앱을 올려주더라고요.

12 Seri 같은거, 경제연구소에서 하는 웹진 같은 것도

꽤 좋다고 생각하고요, 그 외에도 조그마한 연구 소그룹 등에서 이런 소셜미디어 같은 것들을 운영한다고 알고 있어요, 그런 거 좋아요, (어떻게 좋아요?) 적당한 퀄리티의 정보가 나오면서도 정보 편집, 생산 되는 것도 잘 보이고요, 물론 진정한 의미에서의 '소셜미디어'냐고 하면 그 건 아니죠, 왜냐면 자발적인 게 아니니까, 그리고 위키링크스, 위키피디아 이런 것도 사실은 소셜 미디어니까, 그리고 '콘 아카데미'라는 것도 있는데 아니면 OCW, 오픈 코스웨어 같은 거, 그러니까 대학 기관에서 무료로 제공하는 비디오 лек처 서비스 이런 것 등등, 좋은 서비스들이죠, 그 다음에 북아프리카에서 민주화 항쟁을 할 때 어디서 어떤 일이 일어났는지를 소셜미디어에서 트래킹 했던 서비스들이 있었죠, 그런 거, TED도 좋은 서비스고.

17 서울시청이요, 서울 시청 같은 경우가 박원순 시장이 취임을 하면서 가장 꼽을 수 있는 측면 중에 하나가 소셜미디어, 트위터를 통해서 시민들과의 직접 소통을 통해서...기사를 접하고 그랬기 때문에, 그런 점들을 관찰 해봤을 때에는 시민들의 건의, 시민 민원 같은 것들이 빠르게 소통되고 빠르게 처리되는 것들을 보았습니다.

8 그리고 이벤트를 통해 여러분은 어떤 생각을 하나요? 하거나, 소소한 일상을 올리면서 쉽게 다가가갈 수 있는 기업은 괜찮은데, 그냥 자기네 정보만 올리는 곳은, 잘난 척하려고 올리나? 이런 생각이 들기도 해요.

9 화장품 회사들 잘하더라고요, 에뛰드 같은 경우 이벤트 되게 많이 하더라고요, 이런 경우 많이 봤어요, 에뛰드 같은 경우 홍보대사 많이 뽑더라고요? 제가 아는 사람이 홍보대사예요, 서포터즈 이런 느낌? 글 올리는 거보면 며칠부터는 무슨 데이니까 할인입니다, 그런 글을 올리고, 그게 업무니까, 기업에서도 그런 필요성을 느끼기 때문에 온라인에서도 할 사람이 필요하니까 그런 걸 많이 하는, 화장품회사에서 그런 걸 많이 하는 거 같고, 음식점들도 많이 해요, 전문체인점 많잖아요, 세일기간 알려주고.

12 아, 삼성은 위대하지, 이런 쪽으로 머리가 참 잘 돌아가는 기업인 것 같아요, 'Young Samsung'이라는 프로그램을 하잖아요, 대학생들을 모아다가 홍보 블로그를 만들고 대학생들을 거기서 교육시키고 그런 것들을 하면서 확대, 재생산을 하고요.

14 큰 거는 아닌데...작은 벤처인데, 애드라떼라고 있어요, 어플리케이션인데, 광고를 보고 퀴즈를 풀면 500원씩

주는 건데, 저희학교 선배가 운영하는 건데, 저는 그 아이디어가 재미있다고 생각하는데..1년밖에 운영을 안했는데 벌써 다운로드가 엄청 많거든요, 성공한사람 이라서 관심 있게 보고 있는데...페북에서 홍보할 때 재미있는 거 되게 많이 해요. 틈틈이 꾸준하게 글 올리고 자기 행사 있는 거 글 올리고 순간순간 이벤트 하고 '오늘 퀴즈를 맞히시면 저희가 오늘 쏘니다'이런 거 하면 사람들이 되게 참여를 많이 하더라고요. 이슈가 됐죠. 청소년들한테 사랑을 받는 앱이죠, 공짜로 돈을 벌 수 있는 앱 아니까요. 광고를 보고 돈을 벌 수 있으니까요. 만약에 사회에서 내가 커피 사먹을 정도 능력이 되거나 직장 있는 사람은 별로 관심이 없어요. 이용자들이 무조건 고등학생, 대학생들이 그 일상생활에 치여 있을 때 잉여시간에 30초짜리 광고보고 퀴즈 풀면 500원, 1000원, 2000원씩 받아 가면 하루에 2~3번씩만 하면 커피 한 잔 먹을 수 있는 거예요. 그들에게는 되게 절약적인 거죠.

17 (페이스북에서 단체를 '좋아요' 눌러본 경험에 있나요?) 교보문고, 핫 트랙스, 이런 정도. 교보문고는 팬층은 것 같습니다. 좋은 문구 같은 게 자주 올라오니까 그래서 좋은 것 같습니다.

19 기업 같은 경우엔 거의 다, 컨버스나, 아니면? 그런데, 네, 되게 자주 흥미로운 내용이 올라와요. 페이스북 뉴스피드로.

■ 스포츠 단체

16 구단! 맨체스터 유나이티드가 진짜 잘해요, 레알 마드리드가 진짜 잘해요, 선수들의 일거수일투족을 사진으로 찍어서 올려요. 지금 누가 뭐하고 있나. 이렇게. 페이스북에. 그리고 이번에 카가와 신지가 맨유에 입단하게 되었잖아요? 그러기 위해 비행기 타는 모습부터, 유니폼에 싸인 하는 모습까지 다 올라와요, 실시간으로. 그러면 팬들 반응이 폭발적이잖아요? 그러면 팬들 뿐 아니라 팬들 아닌 사람도 관심 가지고 되고, 그리고 이번에 아스날이라는 구단에서 반 펠시라는 선수가 맨유로 이적했거든요? 이 과정이 오피셜에 뜨기 전까지 비밀리에 진행되는데, 트위터의 스포츠 현지 기자들이, 딱 올라온단 말이에요, 펠시가 협상 중이다. 관련 사람들이 다 올려요, 그런 거 보면 완전 빠르고 그러니까. 축구구단들이 잘하는 것 같아요. 우리나라도 FC서울이나 수원 구단, 경기 전만 후반, 몇 대 몇 누가 골 넣다, 이런 거 페이스북으로 생중계하거든요, 그럼 축구장

안 가도 누가 누가 골 넣다, 이런 거 알 수 있으니까. 20 스포츠 팀들 같은 경우에는 이런 거 알려주는 데도 요즘은 되게 많이 되어 있고요. (어떤 SNS를 통해서요?) 페북이요, 트위터도 있고요.

■ 기타

2 아뇨, 잘 모르겠어요.

4 음~(경찰대는 어때요?)경찰대는 좀 아쉬운 게 있어요. 학생들에게 제공해 주는 게 없어요. 만날 이거 한다 얘기만 올라오고, 딱 한 번 있어요, 경찰에서 주최하는 2박3일 청소년을 위한 캠프 같은 게 있었어요, 제가 그걸 지원했는데, 60명이 정원인데 애들이 400명이 지원한 거예요. 일주일 간 지원했는데, 인원이 400명이 지원하니까 마감 이 된 거예요, 저는 지원도 못했는데. 그래서 그게 너무 안타까웠어요, 너무 제한이 있다는 게. 그게 좀 많았다면 좋았을 텐데..

6 일단은 저희 학교는 인식을 재고할 필요가 있을 거 같아요. 저희 학교는 페이스북이나 카카오톡 계정이 아예 없어요, 그리고 있어도 문제가 되는 게 잘 안하는 경우 많잖아요. 그래서 청소년 관련기관이나 공공기관이 소셜네트 워크 쪽으로 전담팀을 마련해서 대화할 수 있는 사람들이 있으면 좋을 거 같아요.

11 저는 잘 모르는 것 같아요. 영국은, 회사는 잘 안 쓰는 거 같거든요? 자기네 기관 페이지를 잘 안 만드는 것 같아요.

19 (정부기관 같은 경우엔?) 근데 정부기관 자체가 페이스북을 잘 안 해요, 네, 정부기관이 페이스북 하는 걸 거의 못 봤어요, 한다 해도, 국민들이 어떤 일이 일어나면 법정으로, 사실 전 그래서 차단을 했어요, 왜 그러냐면 그런 일이 일어나면 국민들이 그 관련 기관 소셜미디어에 글을 엄청 많이 올려요, 글이 폭주를 하는데, 제가 그거와 친구 되면 뉴스피드에 다 뜨잖아요, 싫으니까 차단시키고 그랬어요, 왜냐면 뉴스피드에 꼭 차 버리면 기분이 나쁘잖아요, 욕을 보면, 그런 것도 되게 많고, 올라와 있고 하니까 차단하는 것 같아요.

20 (페이스북에서 특정 단체의 페이지를 '좋아요' 눌러본 적 있어요?) 무슨 기업 같은 거에서는 이벤트 한다고 그래가지고 잡지사 같은 거에서 무슨 소식 알려주고 그래서 그런 거 해봤어요. (잘 운영 되고 있다고 생각해요?) 네, 근데 아직은 좀 덜 되어 있는 것 같아요.

11. 소셜미디어에서 청소년을 보호하기 위해 어떤 대책이 필요하다고 생각합니까?

a) 정부 차원

b) 서비스업체 차원

<표 IV-11> 소셜미디어에서 청소년을 보호하기 위해 필요한 대책

■ 차단 및 규제

3 아, 이게 정부차원인지 청소년 차원인지 모르겠는데, 가끔 해킹도 되고 또 선정적인 글이나 사진, 동영상도 되고 그런 게 있어요, 가끔. 그런 건 철저히 차단을 해주었으면 좋겠어요. (법적 규정은 있어야 한다고 생각하지 않아요?) 법적으로도, 너무 악성댓글 그런 거 있으면 처벌을 한다든지, 너무 사생활이 침해되지 않게 그런 거 관리해 주었으면 좋겠어요.

5 [a] 정부 차원 : 아까 말씀드렸던 안티불리 같은 거 해 줬으면 좋겠고요, 그리고 성인인증 같은 거 다 필요 없어요, 어떻게든 다 들어가거든요? 그러니까 그런 건 쓸데없는 짓이고요, 관련 법 제정하는 건 좋은 것 같아요. 이미 있지 않아요? 허위사실 유포하는 것 관련한 법...만 들었으면 홍보를 해야죠. [b] 서비스업체 차원 : 시행에 대해서는 잘 모르겠고요, (회원탈퇴 같은 방법도 있잖아요?) 아, 그거 좋겠네요. 하지만 그것도 탈퇴의 기준이 애매한 것 같아요. 그런데 또 그런 것도 있어요. 다른 사람 계정으로 다시 가입하는 거.

7 유해매체 차단을 강하게 했으면 좋겠어요. 광고가 뜨거나, 어른들이 볼 때는 괜찮아도 청소년에게 유해한 게 있는데 어떤 단어 같은 거 검색하지 못하게 하던지...(그러면 청소년인증을 해야겠네요?) 그렇죠, 그런데 페이스북은 주민번호로 가입하지 않아요, 그런데 페이스북 가입할 수 있는 나이가 따로 있어요, 저도 몰랐는데, 중학교 1학년 아이가 가입이 안 된다고 해서 쳐 봤더니 중학교 3학년 나이 때부터 가입할 수 있게 설정되어 있더라고요. (그렇지만 나이를 속여서 가입할 수 있지 않아요?) 그래도 핸드폰 등으로 확인할 수 있으니까...

8 정부차원은 확실히, 특정 어떤 것을 차단하던가, 아예 안보이게 하던가, 그렇게 할 수 있고, (12시 넘으면 컷다운제 같은 것도 했었잖아요?) 그건 너무 잔인한 거 같아요. 필요한 건 맞지만 12시는 너무 잔인하다 생각돼요. 그래도 나쁜 건 아닌 거 같아요. 제 생각에는 컷다운제의 경우 12시만 되면 바로 닫아버리잖아요? 그것보다 접속 시간이 초과되면 사용제한을 두는 게 더 낫다고 생각해요. IT개발하는 친구들이 이야기해줬는데, 학교에서 컴퓨터 하다가 집에 와서 컴퓨터 켜면, 다 저보다 어린 친구들이예요. 만 16세 이하인 애들이 있는데, 애네

들은 학교에서 열심히 공부하고, 회사 가서 일하고 집에 와서 여가생활하려고 컴퓨터 켜는데 12시 넘으면 못하는 거잖아요? 그리고 시간을 제한할 때도, 바로 차단하는 게 아니라 시간이 경과되었다는 메시지를 먼저 띄우는 게 좋을 거 같아요. 적당히 해라 이렇게 올려도 좋고...정부차원에서 하면 좋고, 그것이 국민들에게 반발심을 불러 일으킨다면 서비스업체에서 하면 좋을 거 같아요. 자체적으로, 물론 그렇게 하면 수익성이 줄어든다는 말도 하지만, 본질적으로 청소년들의 건강문제를 생각하고 그런 게 더 좋다고 생각해요. 그리고 게임 같은데 제한 두지 말고 오히려 소셜미디어에 제한 두는 게 맞다, 라고 생각해요. 소셜미디어에 중독된 애들도 많아요.

9 대책이요? 19금 그런 쪽 정보가 많은 거 같아요. 페이스북 뿐만 아니라 SNS쪽에서 접할 수 있는 기회가 정말 많아요. 그런 거 규제했으면 좋겠고, 언어적인 면도, 그런데 소셜네트워크 기준이 우리나라가 아니라 해외니까 얼마나 피할 수 있을까.. 근본적으로 고민해 봐야 할 거 같아요.

10 그냥 유해매체만 잘 막으면 될 거 같아요. 딱히 학생들이 올린 걸 규제할 수는 없는 거 같아요, 하는 사람이 몇 명인데, 성인물 같은 것만 잘 규제하면 되는 거 같아요.

11 [a]정부차원 : 정부가 모든 소셜미디어를 컨트롤하기엔 무리가 있다고 생각해서, 서비스업체가 이렇게 이렇게 해야 한다, 해서 서비스업체가 자기만의 그걸 만든다면 괜찮을 것 같은데요? (예를 들면 프라이버시 문제가 있는데, 정부차원에서 이걸 하라고 할 수 있지 않을까?) 예, 그런 게 필요하다고 생각해요. 지금은 워낙 사람들이 Personal Freedom이라고, 자기 right가 있다고 하니까 정부도 프라이버시 보호를 해야 하는데 어려움을 겪을 것 같긴 해요. [b]서비스업체 차원 : 서비스업체에서 거의 컨트롤해야 할 것 같긴 해요. (어떻게?) 필터링, 안 좋은 일들, 욕설, 딴사람 비판하는 글? 아니면 예를 들어, 연예인이 잘못해서 뉴스에 나오잖아요? 그러면 사람들이 욕하는 데 그런 것도 필요하지 않을까 해서...

12 (소셜미디어를 이용하는 청소년들을 보호하기 위해서 소셜미디어 사이트의 기능이 추가돼야 한다고 생각하세요?) 아니요. (청소년들은 어떻게 보호돼야 할까요?) 청소년들에게 유해한 정보가 흘러 들어갈 수 있다는 게 가장 큰 문제가 될 것 같아요. 그런 거는 아무래도 그 자체로 규제가 돼야겠죠. 정부차원이나 서비스 업체

차원에서 블로킹이 되거나, 아니면 나이에 따라서 미성년자와 성인이 접속할 수 있는 매체들이 구분이 되어줬죠. 그 점은 충분히 되고 있다고 알고 있는데요. 특별한 사례를 제가 아는 거는 없고요. 그리고 아까 온라인에서의 따돌림 이런 얘기들을 하셨는데 온라인에서의 따돌림은 사실은 처음 들어보거든요. (악플 같은 거는요?) 악플은 온라인 따돌림인가? 악플 같은 건 그리고 특별히 어떤 대책이 마련돼야 한다고 생각하지는 않거든요. 그러면 정부 차원에서 인터넷 교육은 할 수 있겠죠. 웹사이트가 개선할 필요는 없죠. 사실은 많은 커뮤니티들이 악플을 달고 놀잖아요. 그 것도 하나의 문화로 받아들여질 수도 있고요 사실은. 물론 청소년들이 거기에 접속하면 안 된다고 사회적인 합의가 이루어지면 또 다른 문제겠지만.

15 (서비스 업체 차원에서?) 서비스 업체가 하고 있는 것 중에서...그런 것도 좋다고 생각해요. 어떤 욕설을 쓰면 자체 필터링을 해서 바꾸는 것도 좋은 아이디어라고 생각하는데, 그것도 좀 불편하다고 생각하는 게, 예를 들어, 1년 2년, 연도를 얘기하는데, 년이 또 욕이라고 바꾸는 사이트가 있더라고요. 그럼 일상적인 대화도 안 되니까...근데 지금, 이미 잘 하는 것 같아요. 제 생각엔 이게 이용자들의 문제지, 서버들의 문제는 아니라고 생각해서...

17 업체차원이요. 인터넷에서 가장 익명성이 극대화 된 사이트가 있어요. 디시 인사이드라는 사이트가 있는데요. 거기 같은 경우는 실제로 그 사이트에 대해서 정부 규제가 따로 있지는 않아요. 정부 규제가 따로 있지는 않는데 서비스 업체 차원에서, 그 서비스를 관리하는 관리 업체 측에서 내리는 규정들이 있기 때문에 처벌을 하거나 글을 삭제 시킨다든가 그런 게 있기 때문에 굳이 정부 규제가 있을 필요는... (그런 걸 안하는 사이트들도 있잖아요?) 그런 걸 안하는 사이트들이 있어도 사람들이 접속을 해서 사용자들이 자체적으로 자정작용을 하는 것들이 있어서 저는 그런 자정작용을 긍정적으로 바라보는 사람이라서 자정작용을 믿기 때문에... 정부 차원에서 규제를 하거는 법이 되거든요. 법이 된다는 거 자체가 강제적 측면을 띄기 때문에 사람들에게 소셜미디어가 발전 할 수 있는 발전 가능성을 줘야 하지 않을까 생각하기 때문에.....(어린 이용자들은 판단을 잘 못하잖아요? 이런 걸 올려도 되는지 아니면 올리면 안 되는지. 그것도 서비스 업체 차원에서 관리해야 한다고 생각하나요?) 업체 차원에서 관리 할 수 있다고 생각하는 게요. 회원정보들을 다 가질 수가 있잖아요. 물론 그게 안 될 수도 있는데. 외국 사이트인 페이스북 같은 경우 자신의 인적사항을 그렇게 입력하지 않아도 되지만 사람들이 그 것을 신고할 수 있거든요. 이 게시물들이 어떤 게시물이고, 청소년이 만약에 좋지

못한 예로서는, 청소년 성매매를 유도하는 글을 올린다든가 했을 경우에는 현재 가지고 있는 법률로도 충분히 처벌을 할 수가 있고 그 서비스 업체에다가 신고를 할 경우에는 부적절한 내용을 삭제할 수 있고 계정 사용자에게 불이익을 줄 수 있기 때문에 그래서 그것을 위해서 다른 법을 만들거나 대책을 만들 필요는 없다고 생각합니다. (신고를 하면 며칠이 걸리잖아요? 바로 삭제되는 것이 아니라, 그 사이에 청소년이 그 글을 읽고 성매매에 뛰어들 수 있는 거잖아요? 그런 건 어떻게 하죠?) 그런 점들을 보완하기 위해서 조금 더 서비스 업체 측에서 빠르게 삭제를 한다든가 그러한 보완이 필요하다고 생각하거든요.(꼼꼼한 관리요?) 꼼꼼한 관리가 좀 필요하고 그 여부에 따라서 소셜미디어 사이트가 가지고 있는 특징적 질 같은 게 향상이 되느냐 저하가 되느냐가 차이가 될 것 같아요.

19 (그럼 서비스업체 차원에서?) 서비스업체차원이요? 서비스업체란 게? (소셜미디어 같은 업체...) 확실하게 나이 파악을 해서 열려지는 콘텐츠의 범위를 조금은 조절을 해야 될 것 같아요. 카톡을 통해서도 되게 많이 왔다갔다 거리고 솔직히...

20 (SNS가 청소년을 보호하기 위해서 무엇을 해주어야 한다고 생각해요?) SNS는 걸러주는 게 좀 없는 것 같아서 그런 안전망 같은 게 필요하지 않나 그런 생각이 들어요. (보안 설정 같은 것은 잘 돼있다고 생각하나요?) 보안은 해킹당하고 그럴 때도 있잖아요. 그건 좀 아닌 것 같아요. (유해 이용자들이 SNS를 많이 이용한다고 생각하나요?) 사기 같은 거는 있는 것 같아요. (사기 사례요?) 블로그 같은 데서 뭐 파는 사람들이 있잖아요. 중고 이런 것도. 제가 당해본 적은 없는데 막 돈만 받고 튀었다 이런 것도 있고. (보호는 정부 차원에서 규제를 내려서 이용자들을 보호해야 한다고 생각해요 아니면 서비스 업체 차원에서 보호해야 한다고 생각해요?) 정부차원에서 먼저 해야 할 것 같아요. '이런 게 문제가 된다,' 이러면 정부에서 말하는 것은 약간 좀 추상적인 거라고 해야 되나요? 실질적인 거는 없잖아요. '이런 것을 강화해라' 이러면 업체에서도 따라가는 게 아닌가 싶어요.

■ 청소년 교육

4 솔직히 대한민국 청소년들은 많이 억압되어 있는 것 같아요. 제가 다른 나라 애들과 비교해서 봤을 때, 소셜미디어에서 잘못되면 성매매하기도 하고 그렇잖아요. 그런데 그냥 이런 건 하지 말아야 한다, 이 말만 하고 어떻게 대책을 세워야 하는 지 이 말은 안하는 것 같아요. 한국에서는 성교육을 하면 뭐 하지 말아야 한다, 성관계는

절대 하지 말아야 한다. 그러잖아요. 그런데 외국에서는 피임을 어떻게 해야 한다 이러거든요. 애기가 생기지 않게. 솔직하게 대처방법을. 솔직히 싱글맘 되게 많잖아요. 하지 말아야 한다. 이렇게 하는 것보다 어떻게 해야 한다 그러면 그런 일도 줄어들고 서버에서도 그런 쪽으로 광고 많이 하고 그러면 사람들도 개념이 바뀌면서 하면 안 된다 그러는 게 아니라, 인간의 자연스런 욕구잖아요? 할 때 피임을 이렇게 해야 된다, 라는 걸 서버에서도, 그리고 학교에서도 가르쳐 줬으면 좋겠어요.

14 그래서 저는 제대로 된 미디어교육이 필요하다고 생각해요. 수업까지는 아니더라도 CA시간을 활용할 수 있잖아요. 정부부처에서 미디어교육 지도자를 양성해서 보내는 거죠. 그래서 공부를 했을 때, 아니면 홍보영상을 통해서, 여과를 해서 정보를 받아들여라, 라는 교육이 필요하죠. 선통되는 게 너무 심하거든요. 외국에서 보면 너무 안타까워요. 사람들이 정말 갈대인거예요.

15 저는 교육이 중요하다고 생각해요. (정부차원에서? 미디어 교육이 중요하죠?) 네. 아니면 인성교육 같은 것도...특히 SNS하면서 눈살 찌푸리게 하는 글들도 있긴 하거든요. 그런데 그건 현실에서도 마찬가지잖아요. 제가 길을 가다가도, 눈살 찌푸리게 하는 경우도 많잖아요. 그러니까 그게 이제 교육을 통해서 시민의식을 높여야지, 아무리 서비스 업체에서 신고를 받아서 강력하게 처벌한다고 해도 아이디 삭제인데, 그런 사람들은 또 새로 아이디 만들어서 할 수 있잖아요. 근데 어른들은 그렇다 쳐도 청소년은 교육에 의해서 많이 좌지우지 될 수 있으니까...저는 교육의 힘을 많이 믿기 때문에...

16 소셜미디어를 통해서 상처받거나 안 좋은 영향을 받는 건 정말 안 좋다고 생각하거든요. 소셜미디어는 개인적인 공간이고, 약간의 익명성을 보장받으면서 할 수 있는 활동이기 때문에, 이 공간에서조차 상처받는 부작용이 생긴다면 안 좋은 것 같아서, 건전한 환경조성을 위해서는, 아닌 건 아닌 것 같다, 하는 것도 필요한 것 같고, 건전한 캠페인이나 학교 교육도 필요한 것 같고, 이게 올바르게 사용되기 위해선 의식함양이 있어야 하니까, 의식적으로 알려야 한다고 생각해요, 이것들.

■ 개인정보 관련 해결방안

1 어느 쪽인지는 잘 모르겠는데, 친구가 말한, 네이버가 치면 뜨는 거 있잖아요, 트위터? 거기다 뭘 좀 잘못 말하면 이것저것 질타를 받는데, 또 어느 소셜미디어는 응용성이 너무 있대요, 그래서 페이스북 같은 경우는 자기 이름 아닌 걸로 계정 만들 수 있잖아요? 그래서 자기 이름 아닌 걸로 만들어서 나쁘게 쓰는 경우도 있고..

좀 적당한 정도의 익명성? 이 있어야 할 것 같은데? 익명성이 너무 보장되어도 문제고, 너무 개방되어도 문제고. 적당히.(좀 더 자기 이름을 걸고 사용했으면 좋겠다?) 네.

6 저는 개인적으로 소셜네트워크 상에서도 인터넷 실명제를 했으면 좋겠어요. 제가 누군지 아무도 모르잖아요. 그래서 악플도 달고 그런 거 같아요. 주민등록번호 등 개인정보까지는 아니지만 개인정보는 밝힐 수 있다고 생각해요. 만약 주민번호까지 필요하게 된다면, 서비스 업체 차원이 아니라 정부 차원에서 해야 한다고 생각해요. 서비스업체에서 하게 되면 정보유출이 될 수도 있고, 예산 부족 시 해킹 등에 노출될 수 있기 때문에 정부가 나서서 하는 게...

13 저는 일단 우선은 서비스 업체 차원의 대책이 더 효과적인 일 것 같아요. 어떤 것에 대해서 차단을 시켜놓거나 그러면 사람들이 아예 사용을 할 수 없는 거니까. 그런데 정부 차원에서 '이렇게 하지마세요'해도 분명히 사람들이 다른 길을 찾아서 할 거란 말이에요. 그래서 아예 '대책을 세웠다'하면 우선은 서비스 업체에게 말을 해야 되는 게 맞는 것 같아요. (예를 들면 어떤 대책이요?) 페이스북은 외국 것이라서 그런지 한국 소셜 네트워크 보다는 나이 이런 정보를 주지는 않잖아요. 그러니까 선정적인 것이 있을 수도 있고 폭력적인 것이 있을 수도 있는데 그게 딱히 막아지지 않아서 약간의 생년월일 같은 거를 해서.... 생일에 따라서 뭘는 막아놓고 뭘는 열어놓고 이렇게 할 수 있으면, (페이스북에 생일 입력하잖아요.) 저는 예전에 할 때 안했거든요. 그래서 저는 잘 모르는데. 아무래도 그렇게 하면 그런 위험에서 벗어날 수 있지 않을까 싶어요.(거짓에서 입력하는 사람 은요?) 그건 어떻게 잡아낼까요? 글썄요..... 전 프로그램 이런 건 잘 모르니까. 그런데 어떤 아이디어가 생기면 물론 정부도 중요하기는 하지만 서비스 업체에 다가 하는 게 더 근본적이지 않을까 싶은데요.

■ 신고 기능과 그에 따른 대처방안

1 악플 같은 것도 신고하는 기능 그런 걸 제대로 만들어야 할 거 같아요. 이번에 살해? 같은 것도 그 사람이 댓글 같은 걸 남겼었어요. 어떤 사람이 신고했었는데 목살되었는데, 그걸 제대로 봐 주면 나올 거 같아요. (SNS로 성폭행당하는 사례도 있잖아요?)그건 자기가 안 나오게 서비스 업체 같은 데서 막기도 해야 하지만, 이 사람들이 할 수 있는 만큼 다 해서 저희가 더 주의해야 할 거 같은데?

18 온라인상에서 험한 말 같은 게 오고 가잖아요. 그런데 표현의 자유가 있긴 하니까...음~얘기하기가 어렵네

요. (소셜미디어에서 청소년들을 보호하기 위해서 어떤 대책이 필요하다고 생각해요? 서비스업체 차원에서 말씀해주세요) 신고 같은 것들을 장난 식으로 하는 경우도 많고, 해도 잘 받아들여지지 않는 경우가 많거든요, 그래도 그 안에서는, 페이스북과 카카오톡 같은 경우는 아는 사람들끼리 하기 때문에 그런 일이 많이 있을 거라고 생각을 안 해서, 따돌림이나 그런 문제도 현실 상황에서 따돌림이 연결되는 거잖아요, 페이스북이나 소셜미디어에서 따돌림 문제를 취하기보다는, 오프라인에서 따돌림 문제를 먼저 해결하고 논의를 해야 된다고 생각을 하거든요.

■ 규제에 관한 부정적 의견 제시

2 이것도 잘 모르겠네요. 글썄요, 이게 청소년을 보호하기 위해서라는 게 무엇을 위해 보호해야 하는지 모르겠어요. 그렇게 한다고 잘되는 것도 아니지 않나요? 규제한다면

다른 게 생기고, 또 규제하면 다른 게 생기고, 어쩔 수 없는 거 같아요. 물론 노력은 해야겠지만 제가 뭘 해야겠다고 생각한 거 없어요.

14 (소셜미디어에서 청소년들을 보호하기 위한 대책은 어떤 게 있을까요?) 소셜미디어 자체가 어쩔 수 없이 약간 개인의 자유에 의해서 운영되는 체제이기 때문에 이걸 억압하는 규제를 만드는 자체가 되게 위험한 것 같아요. 반발이 일어날 것 같아요.

19 정부차원에서는 소셜미디어가, 청소년들을 보호해야 할 게 있잖아요? 성적이러던가, 예를 들어 사이월드 같은 거에 대해서는 친구 타고 왔다갔다 거리면 이상한 사이트 나타나기도 하고 그런 부분에 대해서는 미성숙한 학생들을 위해서 좀 보호해야 될 게 있는 것 같아요. 이런데 대해서는, 또 그렇다고 엄청 그런 부분은 이것도 안 되고 이런 건 서터하고 이런 건... (많이 규제하면 안 된다?) 네.

12. 청소년들이 소셜미디어를 건전하게 활용할 수 있는 방법은 어떤 것들이 있나요?

<표 IV-12> 청소년들이 소셜미디어를 건전하게 활용할 수 있는 방법

■ SNS 관련 교육

5 (대책 필요하다고 생각하세요?) 아뇨. 인성교육 잘 시키면 좋겠어요.

6 (교육은 어떻게 생각하세요?) 소그름 교육 같은 거. 학교 교육은 그저 했다는 표시만 나니까. 강당에서 애들 몇 반 불러놓고 호응시키고, 교실에서는 tv켜놓고 자습하라고 하고.

7 비속어 같은 거 안 쓰고...네티켓 교육 같은 걸 통해서 건전하게 사용할 수 있을 것 같은데, 그런 건 선택인 것 같아요.

13 우선은 자기 스스로가 하는 것이 제일 중요한데 그게 어려워니까 청소년들은..... 학교 차원에서, 정부 차원에서 교육을 시켜야겠죠. 그 것이 가장 중요하겠죠. 가정교육도 중요하고, 일단 그게 제일 중요하고, 컴퓨터 수업이 있으니까 컴퓨터 시간에도 집중적으로 다뤄서 '어떻게 어떻게 사용하는 것이 좋을 거다' 가르쳐주는 게. 배우는 게 제일 좋을 것 같아요.

15 일단 교육? 그런데 부모들도 교육을 시켜야겠고, 학교에서도 하면 좋을 것 같고, 음~글썄요, (아까 말했던

미디어교육, 인성교육을 청소년뿐만 아니라, 부모와 함께 하자, 이런 말씀인가요?) 네. 또 하라고 하는 게 아니니까...

16 소셜미디어를 통해서 상처받거나 안 좋은 영향을 받는 건 정말 안 좋다고 생각하거든요. 소셜미디어는 개인적인 공간이고, 약간의 익명성을 보장받으면서 할 수 있는 활동이기 때문에, 이 공간에서조차 상처받는 부작용이 생긴다면 안 좋은 것 같아서. 건전한 환경조성을 위해서는, 아닌 건 아닌 것 같다, 하는 것도 필요한 것 같고, 건전한 캠페인이나 학교 교육도 필요한 것 같고, 이게 올바르게 사용되기 위해선 의식함양이 있어야 하니까, 의식적으로 알려야 한다고 생각해요, 이것을.

17 일단은 현실세계에서의 도덕교육이 가장 먼저 필요하다고 생각하거든요. (그건 정부차원인가요?) 네. 그렇죠. 정부 교육차원이라고 생각을 하거든요. 왜냐면 어차피 소셜미디어라는 것도, 웹상이라는 것도 현실세계의 사회의 연장이라고 생각을 하기 때문에. 그럼 연장이 되는 사회라면 뿌리는 현실 사회니까 소셜미디어만 규제를 할 것이 아니고 현실 사회의 뿌리를 치료를 해야 우리가 치료가 되니까 교육이 필요하다고 생각이 듭니다.

18 불건전한 내용이 있다면 욕설 같은 거 따돌림인 텐데

그런 것들을 안 하는 게 건전하게 활용 할 수 있는 방안일 텐데 그런 것들이 방법들로 찾기가 어렵지 않을까요? 언어 같은 경우도 미약하게나마 자정작용이 되고 있다고 생각을 하거든요 건전하게 이용하는 방법은... 남들의 신상을 텅다고 하잖아요. 남들의 신상을 털거나 유포하는 사람들의 처벌이 강화되어 된다고 생각을 하긴 하는데 다른 부분에 대해서는 다들 그런 게 표현의 자유가 있는 거니까 여러 사람들이 모여 있고 비대면적인 공간이다 보니까 질서가 정연하고 그럴 수는 없다고 생각해요. 자연스러운 현상이라고 생각을 해요. 교육을 통해서 차라리 그런 일이 예방을 해야지 그런 것들을 처벌하고 신고하고 유도하고 그런 건 아닌 것 같아요

20 (교육도 필요하다고 생각하나요?) 교육도 필요한데 교육을 할 거면 관심이 가게... 좀 더 쉽고 재미있게...

■ SNS 기능의 기본 목적에 맞는 이용

- 1 있는 기능만 잘 쓰면 될 거 같아요. 다른 기능으로 쓰지 말고, 굳이 그렇게 안 써도 되는 기능을 그렇게 쓰니까 소셜미디어를 만들 때 나쁜 목적으로 쓰려고 한 게 아닐 거 아니에요? 그냥 거기에 맞게 쓰면 될 거 같은데..(하지만 안 그런 사람들이 분명히 있는데, 그럴 땐 어떻게 해야 할까요?)누구든지 소셜미디어를 쉽게 접할 수 있는 거잖아요, 그래서 기본 rule에 충실하되, 이상하게 사용하는 사람들에 대한 제재를 강화해야 한다고 생각해요.
- 2 원래 목적대로, 주변인과의 소통을 목적으로 사용하는 게 제일 건전한 거 같긴 해요.

■ SNS 차단 및 규제

- 4 일단 나이에 맞게? 해로운 정보 같은 경우는 루트를 차단했으면 좋겠어요.
- 6 카카오톡을 다운받으려 앱스토어에 들어가면 받은 성인 앱 이에요, 좀 줄여줬으면 좋겠고, 아니면 광고 되게 많이 올라오잖아요, 사행성 광고도 많은데 그런 것 좀 줄여줬으면 좋겠고, 물론 올라올 수밖에 없죠, 스폰서들이 페이스북에 제공하는 돈을 무시할 수는 없잖아요. 그것도 수익의 일부인데, 업체 측에서 규제하라고 하면 난감할 거예요. 다만 그걸 정부 차원에서 규제한다던가 하면 좀 건전해질 거 같아요.
- 20 좀 더 걸러지는 그런 제도면 좋겠어요.

■ 이용자의 절제된 SNS 사용

10 진짜 뻔 한 얘기인데, 의식 개선? 자기가 욕 같은 걸 쓰면 안 되겠다 하는 걸 법적으로 할 수는 없는 거 같아요. 이걸 법적으로 하면, 잡아갈 거예요? 그건 아닌 거 같아요.

11 제일 어려운 질문 같은데요, (아까 중독성이나 프라이버시가 심하잖아요, 그걸 건전하게 사용하는 건 아니잖아요?) 네, 건전하게, 이걸 근데 성격 문제 거 같아서, 내 성격이 만약 건전하지 않고 욕도 많이 하고 사람 비판도 많이 한다 싶으면...

■ 기타

8 저는 정보 전달을 그렇게 받았다고 하지만, 일부 친구들은 잘못된 정보를 그렇게 받았을 수도 있잖아요? 저도 제가 잘못된 정보를 받는지도 몰라요. 며칠 전에 페이스북이 안 좋다고 느낀 것 중의 하나가, 이 인터뷰 준비를 통해 페이스북을 평소와 다른 시각으로 보게 되었어요. 특히 이번 기성용 페이스북 사건을 통해 많은 걸 느꼈어요. 기성용은 하지 않는데, 기성용을 사칭해서 페이스북을 제정했더라고요. 저는 이제까지 기성용이 하는 줄 알았는데, 아니라는 기사를 봤어요. 너무 실망스러운 거예요. 저는 그걸 통해 기성용이 훈련 가져나 휴가 갔다고 알았는데, 다 거짓말이었던 거잖아요? 이번 사건으로 다른 페이스북도 사실 가짜인 게 아닌가 하는 생각이 들더라고요. 그래서 이것의 공정성, 신뢰성을 좀더 높여줬으면 좋겠어요. 페이스북 같은 경우는 이번에 좀 많이 실망했어요. 다른 것들도 좀 무섭다고 느낀 게, 네이버카페 같은 경우 가입 시 나이제한이 있어요. 제 동생이 중고나라에 가입하고 싶어 하는데 나이제한이 있어서 가입이 안 되자 저에게 묻지도 않고 제 주민번호로 아이디를 하나 만들어 가입하게 된 거 아녜요. 이런 사칭도 좀 무서운 거 같아요. 걸러내기 힘든 건 사실이지만 강화하는 게 맞다고 생각해요. 더 심한 건 서든터택도 제 동생이 시작했는데, 썬다운 제 도입 이후로 자기 나이로는 안 된다고 제 이름으로 하기 시작했어요. 그러면 모두 제가 하는 걸로 알려 아니에요. 심지어 친구들에게도 제 주민번호로 가입한 아이디를 공유해서 마음대로 썼다고 하더라고요. 그래서 실명제도 개인정보를 보호할 수도 없다고 생각해요. 그리고 가입할 때 개인정보 활용에 동의하십니까? 란이 있잖아요. 어릴 땐 신경 쓰지 않았는데, 하루는 읽어본 적 있는데 생각 외로 많은 외부업체에게 많은 개인정보를 주더라고요. 이게 무슨 개인정보보호인가 하는 생각이 들더라고요? 물론 많은 업체들이 수익과 더 나은 서비스 제공을 위해 개인정보를 요구할 순 있겠지만, 이렇게 외부업체에 준다고 적혀있고, 동의 안하면 가입할 수 없는 게 전 마음에 안 들었어요. 이런 게 좀 안 좋은 거 같다는 생각이

들었어요. 비속어 같은 거 안 쓰고..네티켓 교육 같은 걸 통해서 건전하게 사용할 수 있을 거 같은데, 그런 건 선택인 거 같아요.

- 11 (사람들에게 교육을 시킨다든가 하는..) 아, 그런 거요? 캠페인도 괜찮고 홍보도 괜찮은데, 약간 가르친다고 그걸 꼭 할 청소년들이 아닌 것 같아요. 예를 들면, 이러이러해서 이런 게 나쁘다, 얘기를 해도 무시할 청소년들이 많이 있을 것 같아요. (예를 들면 청소년이 그렇게 해서 본인이 안 해도 타인에게 가해를 가하는 거잖아요? 자기 멋대로 막 쓰는 거잖아요? 일부 몰지각한 사람들이 있는데 그런 사람들을 위한 활용방안은?) 근데 그걸 꼭 해야 한다고 할 순 없잖아요. 만약 캠페인이 있어서 이걸하세요~하고 참여하게 할 순 있는데, 그걸 꼭 해야 한다고 하는 것도 없고... 만약에 이것도 다 링크로 올라올 것 아니에요, 그럼 안 읽으면 마는 거니까. (실효성이 없다는?) 네. 예를 들어 페이스북 한 쪽에 늘 그게 올라와 있다, 그러면 괜찮은데, 사람들이 일부러 들어가서 보지 않는 한 어려울 것 같아요. (어쨌든 한 페이지에 계속 게시하는 건 좋겠다는?) 네, 인터넷 깨끗하게 살기? 캠페인 해가지고 (그런 거 있어요?) 없어요. 그런 스티커 붙여놓으면, 인터넷 창에. 괜찮을 것 같아요.
- 14 그 청소년을 대학생 전후로 나눠서 본다면, 대학생 전에 있는 학생들에게, 그들에게 어떻게 좋게 이용하고 나쁘게 이용하는지 저도 잘 모르겠어요. 저도 대학을 졸업했기 때문에 고등학생들이 어떻게 소셜미디어를 잘 이용하는지 모르겠어요. 근데 그게 얼마나 나쁘게 하는지 모르겠는데 그거 어떻게 제재해야할지도 모르겠고, 저는 솔직히 소셜미디어 자체가 살아있는 생명체라고 생각하거든요 이게 어떻게 움직일 수 있기 때문에, 제재하고 틀 안에 가두는 거는 불가능하다고 생각해요.

그 말의 뜻은, 소셜미디어 오퍼레이션시스템을 막지 말고 그 안에다가 각종 정보나 기업들이 좋은 콘텐츠를 담으면, 나쁜 것보다 좋은 게 많다 보면, 어쩔 수 없이 소셜미디어는 파도 타는 것처럼 클릭해서 넘어가는 거잖아요, 그래서 그 안에서 알아서 좋게 되지 않을까요?

- 17 (국내 사이트에 가입하려면 주민등록번호까지 다 입력해야하는데 외국 사이트는 이메일만 입력하면 가입이 되잖아요? 그럼 사람들이 거짓 정보를 입력하고 이름 같은 것도 지어낼 수 있는데 그런 문제에 대해서는 어떻게 생각하세요?) 그런 문제에 대해서는 많이 발생하는데 그런 사칭을 해서 범죄가 발생하는 경우에는 그 범죄에 사칭 죄나 사기죄를 적용시킬 수 있는 법이 있기 때문에 현재 가지고 있는 법으로도 충분히 처벌이 가능하니까... (IP 주소 같은 걸로 추적을 할 수 있으니까요?) 현실 사회에서 범죄가 발생하였을 때에도 이 사람이 가명을 사용할 수 있고, 또 현재 기술로도 이 사람이 사칭을 통해서 범죄를 저질렀고 그 사람이 잘못했다는 점을 알 수 있으니까, 그래서 충분히 다 IP 추적을 해서 잡을 수 있기 때문에...
- 19 소셜미디어를 공부하다가, 하니까 핸드폰 끊고 부모님이 핸드폰 압수하고 하는 자체가, 핸드폰이 유용한 수단 이긴 하지만 오락의 기능이 굉장히 발전한 수단으로 보는 것 같아요. 근데 그런 거를 좀 더 효율적으로 쓴다든가, 좀 더 약간 자기계발방식으로 만들어야 될 것 같아요. (그렇게 할 수 있는 방안은?) 그러니까 소통을 좀 더 많이? 별도로 해야 될 것 같아요. 예를 들어 어떤 식으로, 아니면 다양한 것들이 실시되고 있는데 모르잖아요, 사람들이 많이. 그런 거에 대해 홍보를 좀 많이 해야 될 것 같아요

Abstract

A Study on the SNS Use of Young People

There have been many studies on the influence of social media according to their diffusion, but there were few studies which dealt with the use of social media by young people called information generation. Therefore, this study aimed to analyze the social media use of high school students and college students through nationwide survey and in-depth interview.

Based on previous studies, this paper investigated not only time spent on social media and its motive but also social capital, political participation, cyberbullying. In addition, it tried to prove how much political participation or social capital was influenced by the extent of social media use or motive.

According to the result, young people used KakaoTalk and Facebook a lot. The motives for social media use were information/communication and pleasure seeking/memory sharing. The positive results caused by social media use were obtaining information, getting rid of stress, tightening ties with friends, reinforcing bridging/bonding social capital, and promoting social, political participation. That is, students whose main motive is information/communication have higher social capital. Furthermore, students who depend on social media for social, political issues are more likely to participate through social media.

On the contrary, the disclosure of personal information and cyberbullying were serious, which called for policy suggestions to overcome them. Especially, 45.5% of respondents said that their personal information was disclosed. This result shows that damage caused by the disclosure of information in social media can be serious.

Policy suggestions against the dysfunctions of social media are promoting social media literacy, preparing for guideline of social media use, urging service providers to make youth protection conventions, and legalization of media education.

Key words : social media, cyberbullying, SNS, addiction, participation

2012년 한국청소년정책연구원 간행물 안내

기관고유과제

- 12-R01 청소년활동시설 평가모형 개발 연구Ⅲ: 청소년문화의집을 중심으로 / 김형주 · 황진구 · 김정주 · 권순달
- 12-R01-1 청소년문화의집 평가편람 / 김형주 · 황진구
- 12-R02 창의적 체험활동 지역사회 운영모형 개발연구Ⅱ / 김현철 · 황여정 · 민경석 · 윤혜순
- 12-R03 후기청소년 세대 생활 · 의식 실태조사 및 정책과제 연구Ⅰ / 조혜영 · 김지경 · 전상진
- 12-R04 주5일수업제에 따른 청소년활동 활성화 방안 연구 / 맹영임 · 이광호 · 이진원
- 12-R05 청소년의 소셜미디어 이용실태 연구 / 이창호 · 성윤숙 · 정낙원
- 12-R06 청소년정책 총괄조정방안 연구 / 윤철경 · 박병식 · 김진호 · 강현주
- 12-R07 청소년 생활실태 국제비교연구 : 진로준비 / 안선영 · 김희진 · 강영배 · 송민경
- 12-R08 다문화가족 아동 · 청소년의 발달과정 추적을 위한 종단연구Ⅲ / 양계민 · 김승경 · 김윤영
- 12-R09 취약계층 아동 · 청소년 종단조사Ⅲ / 이해연 · 박영균 · 유성렬 · 정선욱
- 12-R10 청소년의 사회적 참여 활성화를 통한 저소득가정 아동 지원방안 연구Ⅲ : 청소년멘토링 활성화 방안 연구 / 김경준 · 김영지 · 정익중 · 김지혜
- 12-R10-1 청소년의 사회적 참여 활성화를 통한 저소득가정 아동 지원방안 연구Ⅲ : 청소년멘토링 시범사업 보고서 / 김경준 · 김영지 · 정익중 · 김지혜
- 12-R11 한국 아동 · 청소년 인권실태 연구Ⅱ / 임희진 · 김현신
- 12-R11-1 한국 아동 · 청소년 인권실태 연구Ⅱ : 2012 아동청소년인권실태조사 통계 / 임희진 · 김현신 · 강현철
- 12-R11-2 한국 아동 · 청소년 인권실태 연구Ⅱ 아동 · 청소년의 놀 권리 : 현실과 대안 / 황옥경
- 12-R12 청소년 도덕성 검사도구 표준화 연구Ⅱ / 김영한 · 이승하
- 12-R12-1 청소년 도덕성 검사도구 표준화 연구Ⅱ : 청소년 도덕 감수성 및 판단력 검사도구 개발 / 임영식 · 손경원 · 신태수 · 정경원
- 12-R12-2 청소년 도덕성 검사도구 표준화 연구Ⅱ : 청소년 도덕 동기화 및 품성화 검사도구 개발 / 이인재 · 박균열 · 홍승훈 · 윤영돈 · 유숙희 · 전중희
- 12-R13 아동 · 청소년 성보호 종합대책 연구Ⅰ: 아동 · 청소년 성폭력 예방 및 피해지원 대책연구 / 이유진 · 강지명 · 조윤오 · 윤옥경
- 12-R14 한국아동 · 청소년패널조사2010 Ⅲ 사업보고서 / 이경상 · 서정아 · 배상률 · 성은모 · 김지영 · 강현철
- 12-R14-1 한국아동 · 청소년패널조사2010 Ⅲ 데이터분석보고서 1 : 범죄유발적 지식구조와 청소년비행에 관한 연구 / 이경상 · 이순래 · 박철현
- 12-R14-2 한국아동 · 청소년패널조사2010 Ⅲ 데이터분석보고서 2 : 중학교 2학년 청소년의 뉴미디어활용이 인지, 정서, 사회 발달에 미치는 영향 / 성은모
- 12-R14-3 한국아동 · 청소년패널조사2010 Ⅲ 데이터분석보고서 3 : 미디어가 청소년에게 미치는 문화배양효과 연구 / 배상률
- 12-R14-4 한국아동 · 청소년패널조사2010 Ⅲ 데이터분석보고서 4 : 사회자본이 청소년의 학교적응에 미치는 영향 - 가족, 지역사회 사회자본을 중심으로 / 서정아 · 조홍식

협동연구과제

- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 12-21-01 아동 · 청소년 정신건강 증진을 위한 지원방안 연구Ⅱ :총괄보고서 / 최인재 · 모상현 · 이선영 (자체번호 12-R15)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 12-21-02 아동 · 청소년 정신건강 증진을 위한 지원방안 연구Ⅱ :조사 결과 자료집 / 최인재 (자체번호 12-R15-1)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 12-21-03 아동 · 청소년 정신건강 증진을 위한 지원방안 연구Ⅱ :아동 · 청소년 정신건강증진 인프라현황 및 서비스 전달체계 개선방안 연구 / 최은진 · 김미숙 · 이명수 · 윤명주 · 정지원 (자체번호 12-R15-2)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 12-21-04 아동 · 청소년 정신건강 증진을 위한 지원방안 연구Ⅱ :아동 · 청소년 정신건강 증진을 위한 지역별 지원모형 개발 연구 / 이창호 · 최보영 · 유춘자 (자체번호 12-R15-3)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 12-22-01 아동 · 청소년의 민주시민역량 국제비교 및 지원체계 개발 연구Ⅱ : 2012 청소년 민주시민역량 실태조사 / 이종원 · 김준홍 (자체번호 12-R16)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 12-22-02 아동 · 청소년의 민주시민역량 국제비교 및 지원체계 개발 연구Ⅱ : 미디어 이용과 가족내 사회적 자본 / 이종원 · 김준홍 · 정선아 (자체번호 12-R16-1)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 12-22-03 아동 · 청소년의 민주시민역량 국제비교 및 지원체계 개발 연구Ⅱ : 교육분야 민주시민역량 요인과 관계성 분석 / 김태준 · 이민영 (자체번호 12-R16-2)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 12-23-01 청소년 한부모가족 종합대책 연구Ⅰ : 총괄보고서 / 백혜정 · 김지연 · 김혜영 · 방은령(자체번호 12-R17)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 12-23-02 청소년 한부모가족 종합대책 연구Ⅰ : 청소년 한부모의 발생과정에 따른 예방 및 지원정책 연구 / 김은지 · 김동식 · 최인희 · 선보영 (자체번호 12-R17-1)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 12-23-03 청소년 한부모가족 종합대책 연구Ⅰ : 청소년 한부모가족 지원정책 국가 비교 연구 / 신윤정 · 이상림 · 김윤희 (자체번호 12-R17-2)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 12-23-04 청소년 한부모가족 종합대책 연구Ⅰ : 청소년 한부모가족 지원사업 편람 / 백혜정 · 김지연 (자체번호 12-R17-3)

수 시 과 제

- 12-R18 청소년수련시설 운영 개선방안 연구 / 박영균 · 김호순
- 12-R18-1 청소년수련시설 운영매뉴얼 : 청소년수련원 청소년수련관 / 박영균 · 김호순
- 12-R19 청소년 흡연 · 음주 실태와 효과적인 정책적 대응방안 / 이경상 · 김지연 · 최수미 · 이순래
- 12-R20 차기정부 청소년정책 방향과 과제 / 김기현 · 장근영
- 12-R21 청소년활동정책 체계화 방안 연구 / 김현철
- 12-R22 청소년방과후아카데미 경제적 효과성 분석을 위한 기초연구 / 김지경 · 우석진
- 12-R23 학교폭력 및 학교문화에 대한 학부모 · 교사 인식조사 연구 / 윤철경 · 강명숙
- 12-R24 예술영재청소년의 정신건강 연구 : 한예종 사례를 중심으로 / 안선영 · 김희진 · 김준홍 · 김정희 · 최인호
- 12-R25 청소년운영위원회 운영활성화 기초 연구 / 서정아 · 김지경
- 12-R26 소년보호기관 자원봉사자들의 참여도 제고를 위한 역할 강화 방안 연구 / 서정아
- 12-R27 지역사회와 청소년 보호 효과(이슈페이퍼 발간) / 황여정
- 12-R28 청소년정책 환경변화에 따른 청소년지도사교재 개선방안(이슈페이퍼 발간) / 황진규

수탁과제

- 12-R29 청소년보호체계 구축을 위한 정책방안 연구 / 김경준 · 김희진 · 성윤숙
- 12-R29-1 제1차 청소년보호종합대책(안) : 2013~2015 / 김경준 · 김희진 · 성윤숙
- 12-R30 청소년 인터넷게임 건전이용제도관련 평가척도개발 연구 / 이창호 · 이경상 · 변승환 · 유홍식 · 김현수 · 김동일 · 이형초
- 12-R31 청소년 자살예방을 위한 효과적인 사업 방향 및 대응방안 연구 / 최인재 · 김영지 · 김지연 · 오승근
- 12-R32 청소년수련시설 청소년동아리 활성화를 위한 운영모델 및 매뉴얼 개발연구 : 총괄보고서 / 모상현 · 이진숙 · 조남익
- 12-R32-1 청소년수련시설 청소년동아리 활성화를 위한 운영모델 및 매뉴얼 개발연구 : 청소년 동아리 활동 운영 매뉴얼 (지도자용) / 모상현
- 12-R32-2 청소년수련시설 청소년동아리 활성화를 위한 운영모델 및 매뉴얼 개발연구 : 청소년 동아리활동 실태조사 결과 보고서 / 모상현 · 이진숙 · 조남익
- 12-R33 청소년수련활동인증제 개선 연구 / 김형주 · 김진호 · 김혁진
- 12-R34 디지털게임에 대한 이미지분석 연구 / 모상현 · 장근영 · 이장주
- 12-R35 공생발전 종합연구 아동, 청소년과 함께하는 공생의 사회구현 실행방안 연구 / 김지연
- 12-R36 CYS-Net과 Wee센터의 효율적 연계 운영방안 / 김지연 · 전연진 · 차성현
- 12-R37 학교규칙 운영 매뉴얼(초등용, 중등용) / 이창호 · 성윤숙 · 김경준 · 김영지
- 12-R37-1 학교규칙 평가표 개발 연구 / 허종렬 · 조진우 · 박형근 · 이수경 · 이지혜
- 12-R37-2 학교규칙 운영 내실화 정책사례 분석 및 지원방안 연구 / 한유경 · 정제영 · 김성기 · 정성수
- 12-R38 2012 청소년 가치관 국제비교 조사 / 임희진 · 백혜정 · 김현철
- 12-R39 청소년동아리활동인증 시범운영 / 맹영임 · 조남익 · 손익숙 · 김현경
- 12-R40 제8회 청소년특별회의 의제연구 / 김영한
- 12-R41 한 · 중 청년의 국제관과 문화자원의 가치에 대한 인식비교 / 윤철경 · 장수현 · 정계영
- 12-R42 2012 청소년 방과후 아카데미 효과 · 만족도 조사 연구 / 양계민
- 12-R43 청소년 유해환경별 현황분석 및 제도개선 방안 연구 / 김영한
- 12-R44 2012년도 청소년 유해환경 접촉 종합실태조사 / 이종원 · 이유진 · 김준홍
- 12-R45 청소년 체험활동의 발달적 가치 및 사회 · 경제적 가치 연구 / 성은모 · 이해연 · 황여정
- 12-R46 멘토링 수행기관 유형별 사례지침서(매뉴얼) 개발 / 성은모
- 12-R47 경제사회지표 변화 조사 연구 - 청소년정책 부문 / 이종원 · 김기현 · 이경상
- 12-R48 한국가족의 변화와 청소년정책 / 김준홍 · 장근영 · 배상률
- 12-R49 한국의 가족변화에 대응하는 Public Relations 정책의 진단과 정책과제 / 김준홍 · 김지경 · 배상률
- 12-R50 체험중심 진로교육 인프라 구축을 위한 전문기관간 연계협력 방안 / 김현철 · 안선영
- 12-R51 포레조정 시범학교사업(2013년 1월 발간예정) / 양계민 · 김지경 · 맹영임 · 조혜영
- 12-R52 청소년의 인터넷게임 이용 실태조사(2013년 1월 발간예정) / 배상률 · 김준홍 · 이창호
- 12-R53 인성교육실천 우수학교(2013년 2월 발간예정) / 김경준 · 성윤숙 · 김영지
- 12-R54 학생모니터단 운영 사업 결과보고서(2013년 2월 발간예정) / 박영균 · 최인재 · 모상현
- 12-R55 학업중단 학생 중단 정책연구(2013년 2월 발간예정) / 윤철경 · 김영지 · 유성렬 · 강명숙
- 12-R56 학업중단학생 교육지원사업 성과분석 연구(2013년 2월 발간예정) / 윤철경 · 김성기
- 12-R57 서울 교육복지정책 적정성 분석 및 체계화 방안(2013년 2월 발간예정) / 김준홍 · 윤철경 · 우창빈

세미나 및 워크숍 자료집

- 12-S01 개원 23주년 기념 특별 세미나 : 19대 국회에 청소년정책을 묻는다(7/6)
- 12-S02 연구성과발표회(2/26)
- 12-S03 청소년 한부모가족 종합대책 연구 I 콜로키움 자료집 : 청소년 한부모 지원정책의 쟁점과 방향(3/20)
- 12-S04 2012년 한국아동·청소년패널 1차 콜로키움 자료집 : 한국교육종단연구 2005의 설계, 결과 그리고 종단조사에서 유의해야할 개인정보보호법(3/21)
- 12-S05 청소년과 SNS 소통(4/6)
- 12-S06 2012년 한국아동·청소년패널 2차 콜로키움 자료집 : 고령화연구패널조사(4/4)
- 12-S07 학생대상교사의 표본설계와 조사데이터 분석(4/5)
- 12-S08 인성교육실천 우수학교 워크숍(4/9, 10)
- 12-S09 청소년활동 관점에서 바라본 주5일 수업제(4/13)
- 12-S10 지역사회 자원활용 진로체험활동 국내외 사례(4/12)
- 12-S11 청소년활동시설 평가모형 개발 연구Ⅲ(4/24)
- 12-S12 제2차 한국청소년정책연구원 2011년도 고유과제 연구성과발표회 : 아동·청소년의 건강한 성장(4/19)
- 12-S13 질적연구에서의 자료수집방법에 대한 이해(4/25)
- 12-S14 정책의 원리 및 정책분석·평가의 이해(4/24)
- 12-S15 2012년 인성교육실천우수학교 컨설팅위원 워크숍(4/30)
- 12-S16 청소년보호대책의 문제점과 개선방안(5/2)
- 12-S17 정책분석 및 성과평가의 방법(5/11)
- 12-S18 2012년 진로진학상담교사 배치교 교장 특별연수(4/25)
- 12-S19 2012년 청소년활동정책 체계화 방안 : 육성·수련·활동·역량, 개념의 고리를 찾아서
- 12-S20 주5일수업제와 청소년활동(5/25)
- 12-S21 청소년활동시설 평가모형 개발 연구Ⅲ 제1차 콜로키움 자료집 : 지역아동센터 평가제도에 대한 이해
- 12-S22 질적연구 자료분석방법의 다양성 이해(5/24)
- 12-S23 청소년활동시설 평가모형 개발 연구Ⅲ 제2차 콜로키움 자료집 : - 청소년방과후아카데미 평가제도에 대한 이해 -(6/11)
- 12-S24 아동·청소년 인권 관련 국내·외 동향(6/5)
- 12-S25 청소년멘토링 국내·외 실태 및 활성화 과제 모색(6/8)
- 12-S26 다문화가족 아동·청소년의 발달과정 추적을 위한 종단연구Ⅲ
- 12-S27 청소년정책 총괄조정 현황 및 관련정책 동향 분석 : 국내외 사례를 중심으로(6/8)
- 12-S28 청소년 도덕성 검사도구 표준화 연구Ⅱ 콜로키움 혼합형 모형 : 아동·청소년 발달연구에서의 대상 중심적 접근과 적용
- 12-S29 인성교육실천우수학교 2차 워크숍
- 12-S30 한국아동·청소년 패널조사2010 Ⅲ : 데이터방법론 세미나(7/5)
- 12-S31 후기청소년세대 연구를 위한 쟁점과 이슈(2/10)
- 12-S32 청소년동아리활동 인증 시범운영워크숍
- 12-S33 청소년 한부모가족 지원정책 국가비교와 예방접근 모색(7/13)
- 12-S34 청소년심터 평가제도에 대한 이해
- 12-S35 2012 전국청소년운영위원회 워크숍(8/8)

- 12-S36 2012 초·중·고 진로업무담당교사 직무연수
- 12-S37 주5일 수업제 전면실시에 따른 청소년활동 활성화 방안(8/23)
- 12-S38 청소년보호대책안 전문가 워크숍(8/24)
- 12-S39 청소년 도덕성 검사도구 표준화 연구Ⅱ : 제2차 콜로키움 자료집(9/4)
- 12-S40 학교규칙을 통한 실천적 인성교육 구현방안 학술대회 및 우수사례 발표대회(9/26)
- 12-S41 청소년멘토링 효과분석 및 활성화 정책과제
- 12-S42 청소년멘토링 시범사업 기관 성과발표회
- 12-S43 청소년활동시설 평가모형 개발 연구Ⅲ 워크숍 자료집 : - 청소년문화의집 시범평가용 편람(안) -
- 12-S44 교과속의 체험활동요소(9/27)
- 12-S45 청소년 한부모와 학습권(10/16)
- 12-S46 일본의 진로교육정책 콜로키움(10/19)
- 12-S47 청소년의 소셜미디어 리더러시 증진을 위한 정책세미나(11/12)
- 12-S48 제2회 한국아동·청소년 패널조사 학술대회(11/16)
- 12-S49 소셜텍스트를 활용한 사회문제분석 : 빅데이터를 중심으로(11/29)
- 12-S50 진로교육정책 이해과정
- 12-S51 아동·청소년 성보호 종합대책 연구Ⅰ : 아동·청소년 성폭력 예방 및 피해지원 대책 연구결과 발표 워크숍(12/18)

학 술 지

- 「한국청소년연구」 제23권 제1호(통권 제64호)
- 「한국청소년연구」 제23권 제2호(통권 제65호)
- 「한국청소년연구」 제23권 제3호(통권 제66호)
- 「한국청소년연구」 제23권 제4호(통권 제67호)

청소년지도총서

- 청소년지도총서① 「청소년정책론」, 교육과학사
- 청소년지도총서② 「청소년수련활동론」, 교육과학사
- 청소년지도총서③ 「청소년지도방법론」, 교육과학사
- 청소년지도총서④ 「청소년문제론」, 교육과학사
- 청소년지도총서⑤ 「청소년교류론」, 교육과학사
- 청소년지도총서⑥ 「청소년환경론」, 교육과학사
- 청소년지도총서⑦ 「청소년심리학」, 교육과학사
- 청소년지도총서⑨ 「청소년상담론」, 교육과학사
- 청소년지도총서⑩ 「청소년복지론」, 교육과학사

청소년지도총서⑪ 「청소년문화론」, 교육과학사
 청소년지도총서⑫ 「청소년 프로그램개발 및 평가론」, 교육과학사
 청소년지도총서⑬ 「청소년 자원봉사 및 동아리활동론」, 교육과학사
 청소년지도총서⑭ 「청소년기관운영론」, 교육과학사
 청소년지도총서⑮ 「청소년육성제도론」, 교육과학사
 청소년지도총서 「청소년학 연구방법론」, 교육과학사
 청소년지도총서 「청소년학 개론」, 교육과학사

한국청소년정책연구원 문고

한국청소년정책연구원 문고 01 「좋은교사와 제자의 만남」, 교육과학사
 한국청소년정책연구원 문고 02 「행복한 심대 만들기 10가지」, 교육과학사
 한국청소년정책연구원 문고 03 「집나간 아이들 - 독일 청소년 중심」, 교육과학사
 한국청소년정책연구원 문고 04 「청소년학 용어집」, 교육과학사

기타 발간물

NYPI 청소년정책 리포트 29호 : 청년층의 효과적인 성인기 이행 지원 방안
 NYPI 청소년정책 리포트 30호 : 청소년 정신건강 실태 및 대응 방안
 NYPI 청소년정책 리포트 31호 : 청소년 멘토링 활성화 정책 방안
 NYPI 청소년정책 리포트 32호 : 다문화가족 청소년의 발달실태 및 지원정책 개선방안
 NYPI 청소년정책 리포트 33호 : 대학 재학 후기청소년 현안과 정책과제
 NYPI 청소년정책 리포트 34호 : 청소년문화의집 현황과 평가방안
 NYPI 청소년정책 리포트 35호 : 청소년 국제교류 현황 및 정책안
 NYPI 청소년정책 리포트 36호 : 주5일수업제 전면 실시에 따른 청소년활동 활성화 방안
 NYPI 청소년정책 리포트 37호 : 지역사회 자원을 활용한 창의적 체험활동 활성화 방안
 NYPI 청소년정책 리포트 38호 : 청소년정책 총괄조정 방안
 NYPI 청소년정책 리포트 39호 : 지역사회의 청소년 보호 효과
 NYPI 청소년 통계브리프 1호 : 2011 민주시민역량 실태조사
 NYPI 청소년 통계브리프 2호 : 2011 아동·청소년 인권실태조사
 NYPI 청소년 통계브리프 3호 : 다문화가정 아동·청소년의 발달과정 추적을 위한 종단연구 결과
 NYPI 청소년 통계브리프 4호 : 2011 한국 아동·청소년 정신건강 실태조사
 NYPI 청소년 통계브리프 5호 : 제19대 국회의원 청소년정책 의견조사
 NYPI 청소년 통계브리프 6호 : 청소년의 소셜미디어 이용실태조사

연구에 도움을 주신 분들

◆ 집필진 ◆

안 동 근 (한양대학교 미디어커뮤니케이션전공 · 교수)

◆ 자문진 ◆

고 영 삼 (한국정보화진흥원 미디어중독대응부 · 부장)

김 봉 규 (서강대학교 · 교수)

김 상 순 (변호사)

김 태 동 (여성가족부 청소년매체환경과 · 주무관)

서 우 석 (서울시립대학교 도시사회학과 · 교수)

오 창 우 (계명대학교 광고홍보학과 · 교수)

원 용 진 (서강대학교 커뮤니케이션학부 · 교수)

윤 소 영 (교육과학기술부 학교폭력근절과 · 과장)

이 승 훈 (누리터 커뮤니케이션즈 · 대표)

이 은 택 (한국방송통신대학교 미디어영상학과 · 교수)

이 진 로 (영산대학교 신문방송학과 · 교수)

조 인 호 (서강대학교 언론문화연구소 · 박사)

최 영 재 (야탑고등학교 · 교사)

연구보고 12-R05

청소년의 소셜미디어 이용실태 연구

인 쇄 2012년 12월 21일

발 행 2012년 12월 26일

발행처 한국청소년정책연구원

서울특별시 서초구 태봉로 114

발행인 이 재 연

등 록 1995. 08. 31 제 301-2012-019호

인쇄처 동진문화사 전화 02)2269-4783 대표 이병무

사전 승인없이 보고서 내용의 무단전재·복제를 금함.

구독문의 : (02) 2188-8844(연구기획·대외협력팀)

ISBN 978-89-7816-344-6 93330

