

소셜네트워크서비스(SNS) 이용실태 조사 CODE BOOK

자료번호	A1-2010-0059
연구책임자	
연구수행기관	KBS 방송문화연구소
조사년도	2010년
자료서비스기관	한국사회과학자료원
자료공개년도	2012년
코드북 제작년도	2012년

이 자료를 연구 및 저작에 이용, 참고 및 인용할 경우에는 KOSSDA의 자료인용표준서식에 준하여 자료의 출처를 반드시 명시하여야 합니다. 자료 출처는 자료명이 최초로 언급되는 부분이나 참고문헌 목록에 명시할 수 있습니다.

■ 자료를 이용, 참고, 인용할 경우 표준서식

KBS 방송문화연구소. 2010. 「소셜네트워크서비스(SNS) 이용실태 조사」. 연구 수행기관: KBS 방송문화연구소. 자료서비스기관: 한국사회과학자료원. 자료공개년도: 2012년. 자료번호: A1-2010-0059.

■ 코드북을 인용할 경우 표준서식

한국사회과학자료원. 2012. 「소셜네트워크서비스(SNS) 이용실태 조사 CODE BOOK」. pp. 5-10.

이 자료의 코드북에 대한 모든 권한은 KOSSDA에 있으며 KOSSDA의 사전허가 없이 복제, 송신, 출판, 배포할 수 없습니다.

sex **응답자 성별**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
남성	1	824	39.8	39.8
여성	2	1,245	60.2	60.2
		2,069	100.0	100.0

age **응답자 연령**

==> 데이터와 아래 리코드 변수 참조

re_age **응답자 연령 [RE]**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
10대	1	335	16.2	16.2
20대	2	782	37.8	37.8
30대	3	599	29.0	29.0
40대	4	239	11.6	11.6
50대	5	80	3.9	3.9
60대이상	6	34	1.6	1.6
		2,069	100.0	100.0

area **조사지역**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
서울	1	695	33.6	33.6
부산	2	153	7.4	7.4
대구	3	94	4.5	4.5
인천	4	166	8.0	8.0
광주	5	41	2.0	2.0
대전	6	68	3.3	3.3
울산	7	21	1.0	1.0
경기	8	486	23.5	23.5
강원	9	32	1.5	1.5
충북	10	35	1.7	1.7
충남	11	43	2.1	2.1

A1-2010-0059
 소셜네트워크서비스(SNS) 이용실태 조사

전북	12	56	2.7	2.7
전남	13	28	1.4	1.4
경북	14	54	2.6	2.6
경남	15	82	4.0	4.0
제주	16	14	.7	.7
기타 (교포)	99	1	.0	.0
		2,069	100.0	100.0

re_area **조사지역 [RE]**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
서울	1	695	33.6	33.6
인천,경기	2	652	31.5	31.5
부산,울산,경남	3	256	12.4	12.4
대구,경북	4	148	7.2	7.2
광주,전라	5	125	6.0	6.0
대전,충청	6	146	7.1	7.1
강원,제주	7	46	2.2	2.2
기타 (교포)	99	1	.0	.0
		2,069	100.0	100.0

ico **월평균 소득**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
200만원 미만	1	530	25.6	25.6
200만원~299만원	2	450	21.7	21.7
300만원~399만원	3	461	22.3	22.3
400만원~499만원	4	281	13.6	13.6
500만원 이상	5	347	16.8	16.8
		2,069	100.0	100.0

edu **응답자 학력**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
고졸 이하	1	470	22.7	22.7
대재	2	464	22.4	22.4
대졸 이상	3	1,135	54.9	54.9
		2,069	100.0	100.0

marr **혼인상태**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
미혼	1	1,524	73.7	73.7
기혼	2	530	25.6	25.6
이혼,사별	3	15	.7	.7
		2,069	100.0	100.0

job **응답자 직업**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
사무직	1	585	28.3	28.3
생산직	2	16	.8	.8
기능직/기술직	3	77	3.7	3.7
판매직/서비스직	4	72	3.5	3.5
경영/관리직	5	59	2.9	2.9
전문직	6	175	8.5	8.5
자영업	7	76	3.7	3.7
일용직/노무직	9	1	.0	.0
중/고등학생	10	303	14.6	14.6
대학(원)생	11	472	22.8	22.8
전업주부	12	52	2.5	2.5
무직/퇴직	13	56	2.7	2.7
기타	14	125	6.0	6.0
		2,069	100.0	100.0

q1 최근 3개월 사이 트위터 접속 여부

1. 귀하는 최근 3개월 사이에 트위터에 접속하신 적이 있으십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
있다	1	2,030	98.1	98.1
없다	2	39	1.9	1.9
		2,069	100.0	100.0

q2_a 트위터 일일 이용 횟수

2. 귀하는 하루 평균 몇 회 몇 분 정도 트위터에 접속하십니까?
 ()회

==> 데이터와 아래 리코드 변수 참조

re_q2_a [RE] 트위터 일일 이용횟수

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
1회 이하	1	756	36.5	37.2
2~3회	2	622	30.1	30.6
4~5회	3	294	14.2	14.5
6~9회	4	33	1.6	1.6
10~14회	5	201	9.7	9.9
15~19회	6	19	.9	.9
20회 이상	7	105	5.1	5.2
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q2_b 트위터 일일 이용 시간

2. 귀하는 하루 평균 몇 회 몇 분 정도 트위터에 접속하십니까?
 ()분

==> 데이터와 아래 리코드 변수 참조

re_q2_b [RE] 트위터 일일 이용 시간

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
5분 미만	1	209	10.1	10.3
5~9분	2	324	15.7	16.0
10~19분	3	572	27.6	28.2
20~29분	4	231	11.2	11.4
30~59분	5	410	19.8	20.2
60~119분	6	180	8.7	8.9
120분 이상	7	104	5.0	5.1
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q2_1 트위터 팔로잉 수

2-1. 귀하가 following 하는 사람의 수는 몇 명입니까?

==> 데이터와 아래 리코드 변수 참조

re_q2_1 [RE] 트위터 팔로잉 수

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
5명 미만	1	444	21.5	21.9
5~9명	2	400	19.3	19.7
10~19명	3	473	22.9	23.3
20~29명	4	202	9.8	10.0
30~39명	5	126	6.1	6.2
40~49명	6	57	2.8	2.8
50~99명	7	139	6.7	6.8
100명 이상	8	189	9.1	9.3
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q2_2 트위터 팔로잉 대상

2-2. 귀하가 주로 following 하는 트위터는 다음 중 누구입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
연예인/정치인 등 유명인 (개인적 친분이 없는 사람)	1	746	36.1	36.7
친구/가족 (개인적 친분이 있는 사람)	2	431	20.8	21.2
동료/업무 관련 인물 (개인적 친분은 있지만 가까운 사람은 아님)	3	111	5.4	5.5
고루 섞여있음	4	712	34.4	35.1
개인적 친분이 없는 일반인	5	8	.4	.4
기업홍보/언론사/이벤트	6	5	.2	.2
없음	7	14	.7	.7
기타	99	3	.1	.1
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q2_3 트위터 팔로워 수

2-3. 귀하를 following 하는 사람의 수는 몇 명입니까?

==> 데이터와 아래 리코드 변수 참조

re_q2_3 [RE] 트위터 팔로워 수

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
5명 미만	1	764	36.9	37.6
5~9명	2	384	18.6	18.9
10~19명	3	343	16.6	16.9
20~29명	4	141	6.8	6.9
30~39명	5	91	4.4	4.5
40~49명	6	39	1.9	1.9
50~99명	7	109	5.3	5.4
100명 이상	8	159	7.7	7.8
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q3_1 트위터 이용동기1: 친구 또는 동료와의 커뮤니케이션을 위해

3. 다음 사항별로 트위터 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 친구 또는 동료와의 커뮤니케이션을 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	187	9.0	9.2
거의 그렇지 않다	2	245	11.8	12.1
보통이다	3	493	23.8	24.3
약간은 그런 편이다	4	772	37.3	38.0
정말 그런 편이다	5	333	16.1	16.4
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q3_2 트위터 이용동기2: 가족 구성원과의 커뮤니케이션을 위해

3. 다음 사항별로 트위터 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 가족 구성원과의 커뮤니케이션을 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	674	32.6	33.2
거의 그렇지 않다	2	486	23.5	23.9
보통이다	3	489	23.6	24.1
약간은 그런 편이다	4	281	13.6	13.8
정말 그런 편이다	5	100	4.8	4.9
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q3_3 트위터 이용동기3: 모르는 사람이나 새로운 사람을 만나기 위해

3. 다음 사항별로 트위터 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 모르는 사람이나 새로운 사람을 만나기 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	260	12.6	12.8
거의 그렇지 않다	2	286	13.8	14.1
보통이다	3	640	30.9	31.5
약간은 그런 편이다	4	630	30.4	31.0
정말 그런 편이다	5	214	10.3	10.5
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q3_4 트위터 이용동기4: 연예인, 정치인 등 유명인사를 만나기 위해

3. 다음 사항별로 트위터 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 연예인, 정치인 등 유명인사를 만나기 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	121	5.8	6.0
거의 그렇지 않다	2	193	9.3	9.5
보통이다	3	520	25.1	25.6
약간은 그런 편이다	4	709	34.3	34.9
정말 그런 편이다	5	487	23.5	24.0
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q3_5 트위터 이용동기5: 주위의 다른 사람들이 이용하기 때문에

3. 다음 사항별로 트위터 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 주위의 다른 사람들이 이용하기 때문에

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	215	10.4	10.6
거의 그렇지 않다	2	336	16.2	16.6
보통이다	3	711	34.4	35.0
약간은 그런 편이다	4	628	30.4	30.9
정말 그런 편이다	5	140	6.8	6.9
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q3_6 트위터 이용동기6: 인맥이나 연줄을 확대하기 위해

3. 다음 사항별로 트위터 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 인맥이나 연줄을 확대하기 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	284	13.7	14.0
거의 그렇지 않다	2	395	19.1	19.5
보통이다	3	715	34.6	35.2
약간은 그런 편이다	4	522	25.2	25.7
정말 그런 편이다	5	114	5.5	5.6
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q3_7 트위터 이용동기7: 최신 뉴스 및 정보를 빨리 받기 위해

3. 다음 사항별로 트위터 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 최신 뉴스 및 정보를 빨리 받기 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	189	9.1	9.3
거의 그렇지 않다	2	241	11.6	11.9
보통이다	3	574	27.7	28.3
약간은 그런 편이다	4	698	33.7	34.4
정말 그런 편이다	5	328	15.9	16.2
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q3_8 트위터 이용동기8: 습관적으로 이용하는 편임

3. 다음 사항별로 트위터 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 습관적으로 이용하는 편임

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	250	12.1	12.3
거의 그렇지 않다	2	407	19.7	20.0
보통이다	3	690	33.3	34.0
약간은 그런 편이다	4	524	25.3	25.8
정말 그런 편이다	5	159	7.7	7.8
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q3_9 트위터 이용동기9: 시간을 보내기 위해

3. 다음 사항별로 트위터 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 시간을 보내기 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	289	14.0	14.2
거의 그렇지 않다	2	413	20.0	20.3
보통이다	3	707	34.2	34.8
약간은 그런 편이다	4	521	25.2	25.7
정말 그런 편이다	5	100	4.8	4.9
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q3_10 트위터 이용동기10: 기분 전환을 위해

3. 다음 사항별로 트위터 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 기분 전환을 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	282	13.6	13.9
거의 그렇지 않다	2	388	18.8	19.1
보통이다	3	740	35.8	36.5
약간은 그런 편이다	4	525	25.4	25.9
정말 그런 편이다	5	95	4.6	4.7
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q3_11 트위터 이용동기11: 외로움을 느끼지 않기 위해

3. 다음 사항별로 트위터 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 외로움을 느끼지 않기 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	478	23.1	23.5
거의 그렇지 않다	2	510	24.6	25.1
보통이다	3	665	32.1	32.8
약간은 그런 편이다	4	314	15.2	15.5
정말 그런 편이다	5	63	3.0	3.1
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q4_1 트위터 이용만족도1: 다른 사람과의 관계 형성 만족도

4. 다음 트위터 이용에 대해 귀하의 만족도를 평가해 주세요.
 다른 사람과의 관계 형성 만족도

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 불만족	1	28	1.4	1.4
약간 불만족	2	136	6.6	6.7
보통이다	3	934	45.1	46.0
약간 만족	4	760	36.7	37.4
매우 만족	5	172	8.3	8.5
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q4_2 트위터 이용만족도2: 다른 사람과의 관계 유지 만족도

4. 다음 트위터 이용에 대해 귀하의 만족도를 평가해 주세요.
 다른 사람과의 관계 유지 만족도

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 불만족	1	38	1.8	1.9
약간 불만족	2	149	7.2	7.3
보통이다	3	981	47.4	48.3
약간 만족	4	686	33.2	33.8
매우 만족	5	176	8.5	8.7
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q4_3 트위터 이용만족도3: 최신 뉴스 및 정보 이용 만족도

4. 다음 트위터 이용에 대해 귀하의 만족도를 평가해 주세요.
 최신 뉴스 및 정보 이용 만족도

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 불만족	1	37	1.8	1.8
약간 불만족	2	146	7.1	7.2
보통이다	3	775	37.5	38.2
약간 만족	4	764	36.9	37.6
매우 만족	5	308	14.9	15.2
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q5_1 트위터 이용 장소 - 1순위

5. 귀하는 주로 어디에서 트위터 서비스를 이용하는지 2개만 선택하세요.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
집	1	1,253	60.6	61.7
회사(직장)	2	493	23.8	24.3
공공교통수단 (지하철, 버스, 택시 등)	3	102	4.9	5.0
개인교통수단 (승용차)	4	8	.4	.4
PC방이나 인터넷 카페	5	9	.4	.4
학교	6	26	1.3	1.3
공공장소	7	13	.6	.6
장소에 관계없다	8	126	6.1	6.2
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q5_2 트위터 이용 장소 - 2순위

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
집	1	485	23.4	23.9
회사(직장)	2	407	19.7	20.0
공공교통수단 (지하철, 버스, 택시 등)	3	238	11.5	11.7
개인교통수단 (승용차)	4	35	1.7	1.7
PC방이나 인터넷 카페	5	216	10.4	10.6
학교	6	191	9.2	9.4
공공장소	7	109	5.3	5.4
장소에 관계없다	8	349	16.9	17.2
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q5_a 트위터 이용 미디어

5-1 트위터는 주로 어떤 미디어를 통해 이용하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
가정용 PC	1	1,008	48.7	49.7
직장용 PC	2	346	16.7	17.0
스마트폰	3	408	19.7	20.1
노트북/넷북	4	227	11.0	11.2
일반 핸드폰	5	24	1.2	1.2
아이팟터치	6	15	.7	.7
기타	99	2	.1	.1
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q6_1 트위터 이용 시간대 - 1순위

6. 귀하는 주로 언제 트위터 서비스를 이용하시는지 2개만 선택하세요.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아침 및 출근 시간대 (오전 6시~9시)	1	159	7.7	7.8
오전 시간 (오전 9시~정오)	2	243	11.7	12.0
점심시간 (정오~오후 1시 30분)	3	292	14.1	14.4
오후 시간 (오후 1시 30분~저녁 6시)	4	348	16.8	17.1
저녁 및 퇴근 시간대 (저녁 6시~밤 9시)	5	314	15.2	15.5
밤 시간대 (밤 9시 이후)	6	380	18.4	18.7
시간에 관계없다	7	294	14.2	14.5
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q6_2 트위터 이용 시간대 - 2순위

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아침 및 출근 시간대 (오전 6시~9시)	1	84	4.1	4.1
오전 시간 (오전 9시~정오)	2	144	7.0	7.1
점심시간 (정오~오후 1시 30분)	3	214	10.3	10.5
오후 시간 (오후 1시 30분~저녁 6시)	4	351	17.0	17.3
저녁 및 퇴근 시간대 (저녁 6시~밤 9시)	5	472	22.8	23.3
밤 시간대 (밤 9시 이후)	6	589	28.5	29.0
시간에 관계없다	7	176	8.5	8.7
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q7_1 트위터 뉴스 정보 이용1: 트위터를 통해 세상 돌아가는 뉴스 정보를 자주 살펴보는 편이다

7. 다음은 트위터를 통한 뉴스 정보 이용에 대한 질문입니다.
 트위터를 통해 세상 돌아가는 뉴스 정보를 자주 살펴보는 편이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	135	6.5	6.7
거의 그렇지 않다	2	350	16.9	17.2
보통이다	3	656	31.7	32.3
약간은 그런 편이다	4	712	34.4	35.1
정말 그런 편이다	5	177	8.6	8.7
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q7_2 트위터 뉴스 정보 이용2: 트위터를 통해 방송사나 신문사에 뉴스, 정보를 제공한 적이 있다

7. 다음은 트위터를 통한 뉴스 정보 이용에 대한 질문입니다.
 트위터를 통해 방송사나 신문사에 뉴스, 정보를 제공한 적이 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	605	29.2	29.8
거의 그렇지 않다	2	549	26.5	27.0
보통이다	3	526	25.4	25.9
약간은 그런 편이다	4	279	13.5	13.7
정말 그런 편이다	5	71	3.4	3.5
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q7_3

트위터 뉴스 정보 이용3: 내가 중요하다고 생각한 뉴스 정보를 트위터를 통해 자주 올리는 편이다

7. 다음은 트위터를 통한 뉴스 정보 이용에 대한 질문입니다.
 내가 중요하다고 생각한 뉴스 정보를 트위터를 통해 자주 올리는 편이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	374	18.1	18.4
거의 그렇지 않다	2	530	25.6	26.1
보통이다	3	714	34.5	35.2
약간은 그런 편이다	4	330	15.9	16.3
정말 그런 편이다	5	82	4.0	4.0
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q8_1

트위터 방송 프로그램 이용1: 트위터를 통해 새로운 방송 프로그램 정보를 자주 살펴보는 편이다

8. 다음은 트위터를 통한 방송 프로그램 이용에 대한 질문입니다.
 트위터를 통해 새로운 방송 프로그램 정보를 자주 살펴보는 편이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	235	11.4	11.6
거의 그렇지 않다	2	463	22.4	22.8
보통이다	3	718	34.7	35.4
약간은 그런 편이다	4	516	24.9	25.4
정말 그런 편이다	5	98	4.7	4.8
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q8_2 트위터 방송 프로그램 이용2: 트위터를 통해 전달되는 방송 프로그램 정보는 새로운 것들이 많다

8. 다음은 트위터를 통한 방송 프로그램 이용에 대한 질문입니다.
 트위터를 통해 전달되는 방송 프로그램 정보는 새로운 것들이 많다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	210	10.1	10.3
거의 그렇지 않다	2	370	17.9	18.2
보통이다	3	750	36.2	36.9
약간은 그런 편이다	4	565	27.3	27.8
정말 그런 편이다	5	135	6.5	6.7
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q8_3 트위터 방송 프로그램 이용3: 방송 프로그램을 시청한 뒤 나의 느낌을 트위터를 통해 자주 올리는 편이다

8. 다음은 트위터를 통한 방송 프로그램 이용에 대한 질문입니다.
 방송 프로그램을 시청한 뒤 나의 느낌을 트위터를 통해 자주 올리는 편이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	411	19.9	20.2
거의 그렇지 않다	2	516	24.9	25.4
보통이다	3	676	32.7	33.3
약간은 그런 편이다	4	340	16.4	16.7
정말 그런 편이다	5	87	4.2	4.3
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q9_1 트위터와 다른 미디어 비교1: 인터넷 포털 서비스와 비슷

9. 트위터 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
 인터넷 포털 서비스와 비슷

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	147	7.1	7.2
거의 그렇지 않다	2	485	23.4	23.9
보통이다	3	779	37.7	38.4
약간은 그런 편이다	4	534	25.8	26.3
정말 그런 편이다	5	85	4.1	4.2
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q9_2 트위터와 다른 미디어 비교2: 모바일 인터넷 서비스와 비슷

9. 트위터 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
 모바일 인터넷 서비스와 비슷

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	111	5.4	5.5
거의 그렇지 않다	2	389	18.8	19.2
보통이다	3	810	39.1	39.9
약간은 그런 편이다	4	624	30.2	30.7
정말 그런 편이다	5	96	4.6	4.7
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q9_3 트위터와 다른 미디어 비교3: 텔레비전 방송 서비스와 비슷

9. 트위터 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
 텔레비전 방송 서비스와 비슷

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	258	12.5	12.7
거의 그렇지 않다	2	621	30.0	30.6
보통이다	3	839	40.6	41.3
약간은 그런 편이다	4	263	12.7	13.0

정말 그런 편이다	5	49	2.4	2.4
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q9_4 트위터와 다른 미디어 비교4: 신문과 비슷

9. 트위터 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
신문과 비슷

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	276	13.3	13.6
거의 그렇지 않다	2	608	29.4	30.0
보통이다	3	778	37.6	38.3
약간은 그런 편이다	4	303	14.6	14.9
정말 그런 편이다	5	65	3.1	3.2
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q9_5 트위터와 다른 미디어 비교5: 완전히 새로운 서비스

9. 트위터 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
완전히 새로운 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	46	2.2	2.3
거의 그렇지 않다	2	183	8.8	9.0
보통이다	3	666	32.2	32.8
약간은 그런 편이다	4	766	37.0	37.7
정말 그런 편이다	5	369	17.8	18.2
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q9_6 트위터와 다른 미디어 비교6: 메신저 서비스와 비슷

9. 트위터 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
 메신저 서비스와 비슷

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	26	1.3	1.3
거의 그렇지 않다	2	138	6.7	6.8
보통이다	3	599	29.0	29.5
약간은 그런 편이다	4	963	46.5	47.4
정말 그런 편이다	5	304	14.7	15.0
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q9_7 트위터와 다른 미디어 비교7: 휴대전화 및 문자 서비스와 비슷

9. 트위터 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
 휴대전화 및 문자 서비스와 비슷

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	49	2.4	2.4
거의 그렇지 않다	2	171	8.3	8.4
보통이다	3	712	34.4	35.1
약간은 그런 편이다	4	880	42.5	43.3
정말 그런 편이다	5	218	10.5	10.7
시스템 결측값		39	1.9	
		2,069	100.0	100.0

q10 최근 3개월 사이 페이스북 접속 여부

10. 귀하는 최근 3개월 사이에 페이스북에 접속하신 적이 있으십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
있다	1	728	35.2	35.2
없다	2	1,341	64.8	64.8
		2,069	100.0	100.0

q11_a 페이스북 일일 이용 횟수

11. 귀하는 하루 평균 몇 회 몇 분 정도 페이스북에 접속하십니까?
 ()회

re_q11_a [RE] 페이스북 일일 이용횟수

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
1회 이하	1	422	20.4	58.0
2~3회	2	210	10.1	28.8
4~5회	3	64	3.1	8.8
6~9회	4	7	.3	1.0
10~14회	5	15	.7	2.1
15~19회	6	1	.0	.1
20회 이상	7	9	.4	1.2
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q11_b 페이스북 일일 이용 시간

11. 귀하는 하루 평균 몇 회 몇 분 정도 페이스북에 접속하십니까?
 ()분

==> 데이터와 아래 리코드 변수 참조

re_q11_b [RE] 페이스북 일일 이용량

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
5분 미만	1	119	5.8	16.3
5~9분	2	182	8.8	25.0
10~19분	3	184	8.9	25.3
20~29분	4	90	4.3	12.4
30~59분	5	116	5.6	15.9
60~119분	6	26	1.3	3.6
120분 이상	7	11	.5	1.5
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q11_c_w 페이스북 일주일 주기 교류

11-1 귀하가 페이스북에서 평균 일주일/한달에 1번 이상 교류하는 사람의 수는 몇 명입니까?

==> 데이터와 아래 리코드 변수 참조

re_q11_c_w [RE] 페이스북 일주일 주기 교류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
0명	1	79	3.8	10.9
1~2명	2	217	10.5	29.8
3~4명	3	126	6.1	17.3
5~9명	4	145	7.0	19.9
10~19명	5	97	4.7	13.3
20~29명	6	24	1.2	3.3
30~39명	7	12	.6	1.6
40~49명	8	4	.2	.5
50~99명	9	14	.7	1.9
100명 이상	10	10	.5	1.4
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q11_c_m 페이스북 한 달 주기 교류

11-1 귀하가 페이스북에서 평균 일주일/한달에 1번 이상 교류하는 사람의 수는 몇 명입니까?

==> 데이터와 아래 리코드 변수 참조

re_q11_c_m [RE] 페이스북 한 달 주기 교류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
0명	1	55	2.7	7.6
1~2명	2	157	7.6	21.6
3~4명	3	97	4.7	13.3
5~9명	4	150	7.2	20.6
10~19명	5	136	6.6	18.7
20~29명	6	41	2.0	5.6

30~39명	7	32	1.5	4.4
40~49명	8	8	.4	1.1
50~99명	9	31	1.5	4.3
100명 이상	10	21	1.0	2.9
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q11_2 페이스북 교류 대상

11-2 귀하가 주로 페이스북에서 교류하는 사람들은 누구입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
연예인/정치인 등 유명인 (개인적 친분이 없는 사람)	1	88	4.3	12.1
친구/가족 (개인적 친분이 있는 사람)	2	342	16.5	47.0
동료/업무 관련 인물 (개인적 친분은 있지만 가까운 사람은 아님)	3	101	4.9	13.9
고루 섞여있음	4	185	8.9	25.4
없음	5	9	.4	1.2
외국인/새로운 사람	6	3	.1	.4
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q12_1 페이스북 이용동기1: 친구 또는 동료와의 커뮤니케이션을 위해

12. 다음 사항별로 페이스북 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
친구 또는 동료와의 커뮤니케이션을 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	38	1.8	5.2
거의 그렇지 않다	2	39	1.9	5.4
보통이다	3	188	9.1	25.8
약간은 그런 편이다	4	302	14.6	41.5
정말 그런 편이다	5	161	7.8	22.1
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q12_2 페이스북 이용동기2: 가족 구성원과의 커뮤니케이션을 위해

12. 다음 사항별로 페이스북 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 가족 구성원과의 커뮤니케이션을 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	154	7.4	21.2
거의 그렇지 않다	2	130	6.3	17.9
보통이다	3	230	11.1	31.6
약간은 그런 편이다	4	170	8.2	23.4
정말 그런 편이다	5	44	2.1	6.0
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q12_3 페이스북 이용동기3: 모르는 사람이나 새로운 사람을 만나기 위해

12. 다음 사항별로 페이스북 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 모르는 사람이나 새로운 사람을 만나기 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	98	4.7	13.5
거의 그렇지 않다	2	122	5.9	16.8
보통이다	3	260	12.6	35.7
약간은 그런 편이다	4	195	9.4	26.8
정말 그런 편이다	5	53	2.6	7.3
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q12_4 페이스북 이용동기4: 연예인, 정치인 등 유명인사를 만나기 위해

12. 다음 사항별로 페이스북 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 연예인, 정치인 등 유명인사를 만나기 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	110	5.3	15.1
거의 그렇지 않다	2	125	6.0	17.2
보통이다	3	253	12.2	34.8
약간은 그런 편이다	4	174	8.4	23.9

정말 그런 편이다	5	66	3.2	9.1
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q12_5 페이스북 이용동기5: 주위의 다른 사람들이 이용하기 때문에

12. 다음 사항별로 페이스북 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
주위의 다른 사람들이 이용하기 때문에

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	95	4.6	13.0
거의 그렇지 않다	2	105	5.1	14.4
보통이다	3	262	12.7	36.0
약간은 그런 편이다	4	215	10.4	29.5
정말 그런 편이다	5	51	2.5	7.0
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q12_6 페이스북 이용동기6: 인맥이나 연줄을 확대하기 위해

12. 다음 사항별로 페이스북 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
인맥이나 연줄을 확대하기 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	107	5.2	14.7
거의 그렇지 않다	2	124	6.0	17.0
보통이다	3	263	12.7	36.1
약간은 그런 편이다	4	186	9.0	25.5
정말 그런 편이다	5	48	2.3	6.6
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q12_7 페이스북 이용동기7: 최신 뉴스 및 정보를 빨리 받기 위해

12. 다음 사항별로 페이스북 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 최신 뉴스 및 정보를 빨리 받기 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	132	6.4	18.1
거의 그렇지 않다	2	141	6.8	19.4
보통이다	3	237	11.5	32.6
약간은 그런 편이다	4	158	7.6	21.7
정말 그런 편이다	5	60	2.9	8.2
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q12_8 페이스북 이용동기8: 습관적으로 이용하는 편임

12. 다음 사항별로 페이스북 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 습관적으로 이용하는 편임

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	129	6.2	17.7
거의 그렇지 않다	2	123	5.9	16.9
보통이다	3	279	13.5	38.3
약간은 그런 편이다	4	162	7.8	22.3
정말 그런 편이다	5	35	1.7	4.8
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q12_9 페이스북 이용동기9: 시간을 보내기 위해

12. 다음 사항별로 페이스북 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 시간을 보내기 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	123	5.9	16.9
거의 그렇지 않다	2	139	6.7	19.1
보통이다	3	254	12.3	34.9
약간은 그런 편이다	4	181	8.7	24.9
정말 그런 편이다	5	31	1.5	4.3
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q12_10 페이스북 이용동기10: 기분 전환을 위해

12. 다음 사항별로 페이스북 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 기분 전환을 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	127	6.1	17.4
거의 그렇지 않다	2	128	6.2	17.6
보통이다	3	265	12.8	36.4
약간은 그런 편이다	4	171	8.3	23.5
정말 그런 편이다	5	37	1.8	5.1
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q12_11 페이스북 이용동기11: 외로움을 느끼지 않기 위해

12. 다음 사항별로 페이스북 이용 동기에 대해 평가해 주세요.
 외로움을 느끼지 않기 위해

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	176	8.5	24.2
거의 그렇지 않다	2	133	6.4	18.3
보통이다	3	266	12.9	36.5
약간은 그런 편이다	4	119	5.8	16.3
정말 그런 편이다	5	34	1.6	4.7
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q13_1 페이스북 이용만족도1: 다른 사람과의 관계 형성 만족도

13. 다음 페이스북 이용에 대해 귀하의 만족도를 평가해 주세요.
 다른 사람과의 관계 형성 만족도

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 불만족	1	22	1.1	3.0
약간 불만족	2	56	2.7	7.7
보통이다	3	304	14.7	41.8
약간 만족	4	277	13.4	38.0
매우 만족	5	69	3.3	9.5
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q13_2 페이스북 이용만족도2: 다른 사람과의 관계 유지 만족도

13. 다음 페이스북 이용에 대해 귀하의 만족도를 평가해 주세요.
 다른 사람과의 관계 유지 만족도

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 불만족	1	26	1.3	3.6
약간 불만족	2	57	2.8	7.8
보통이다	3	306	14.8	42.0
약간 만족	4	265	12.8	36.4
매우 만족	5	74	3.6	10.2
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q13_3 페이스북 이용만족도3: 최신 뉴스 및 정보 이용 만족도

13. 다음 페이스북 이용에 대해 귀하의 만족도를 평가해 주세요.
 최신 뉴스 및 정보 이용 만족도

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 불만족	1	51	2.5	7.0
약간 불만족	2	117	5.7	16.1
보통이다	3	329	15.9	45.2
약간 만족	4	173	8.4	23.8
매우 만족	5	58	2.8	8.0
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q14_1 페이스북 이용 장소 - 1순위

14. 귀하는 주로 어디에서 페이스북 서비스를 이용하는지 2개만 선택하세요.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
집	1	455	22.0	62.5
회사 (직장)	2	189	9.1	26.0
공공교통수단 (지하철, 버스, 택시 등)	3	18	.9	2.5
개인교통수단 (승용차)	4	5	.2	.7
PC방이나 인터넷 카페	5	3	.1	.4
학교	6	9	.4	1.2
공공장소	7	6	.3	.8
장소에 관계없다	8	43	2.1	5.9
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q14_2 페이스북 이용 장소 - 2순위

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
집	1	179	8.7	24.6
회사 (직장)	2	177	8.6	24.3
공공교통수단 (지하철, 버스, 택시 등)	3	59	2.9	8.1
개인교통수단 (승용차)	4	12	.6	1.6
PC방이나 인터넷 카페	5	67	3.2	9.2
학교	6	62	3.0	8.5
공공장소	7	42	2.0	5.8
장소에 관계없다	8	130	6.3	17.9
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q14_a 페이스북 이용 미디어

14-1. 귀하는 페이스북을 어떤 미디어를 통해 이용하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
가정용 PC	1	334	16.1	45.9
직장용 PC	2	146	7.1	20.1
스마트폰	3	119	5.8	16.3
노트북/넷북	4	128	6.2	17.6
아이패드티치	5	1	.0	.1
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q15_1 페이스북 이용 시간대 - 1순위

15. 귀하는 주로 언제 페이스북 서비스를 이용하는지 2개만 선택하세요.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아침 및 출근 시간대 (오전 6시~9시)	1	77	3.7	10.6
오전 시간 (오전 9시~정오)	2	89	4.3	12.2
점심시간 (정오~오후 1시 30분)	3	106	5.1	14.6
오후 시간 (오후 1시 30분~저녁 6시)	4	91	4.4	12.5
저녁 및 퇴근 시간대 (저녁 6시~밤 9시)	5	93	4.5	12.8
밤 시간대 (밤 9시 이후)	6	170	8.2	23.4
시간에 관계없다	7	102	4.9	14.0
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q15_2 페이스북 이용 시간대 - 2순위

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아침 및 출근 시간대 (오전 6시~9시)	1	26	1.3	3.6
오전 시간 (오전 9시~정오)	2	44	2.1	6.0
점심시간 (정오~오후 1시 30분)	3	77	3.7	10.6
오후 시간 (오후 1시 30분~저녁 6시)	4	118	5.7	16.2
저녁 및 퇴근 시간대 (저녁 6시~밤 9시)	5	181	8.7	24.9

밤 시간대 (밤 9시 이후)	6	190	9.2	26.1
시간에 관계없다	7	92	4.4	12.6
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q16_1 페이스북 뉴스 정보 이용1: 페이스북을 통해 세상 돌아가는 뉴스 정보를 자주 살펴보는 편이다

16. 다음은 페이스북을 통한 뉴스 정보 이용에 대한 질문입니다.
페이스북을 통해 세상 돌아가는 뉴스 정보를 자주 살펴보는 편이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	103	5.0	14.1
거의 그렇지 않다	2	161	7.8	22.1
보통이다	3	243	11.7	33.4
약간은 그런 편이다	4	171	8.3	23.5
정말 그런 편이다	5	50	2.4	6.9
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q16_2 페이스북 뉴스 정보 이용2: 페이스북을 통해 방송사나 신문사에 뉴스, 정보를 제공한 적이 있다

16. 다음은 페이스북을 통한 뉴스 정보 이용에 대한 질문입니다.
페이스북을 통해 방송사나 신문사에 뉴스, 정보를 제공한 적이 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	199	9.6	27.3
거의 그렇지 않다	2	182	8.8	25.0
보통이다	3	215	10.4	29.5
약간은 그런 편이다	4	104	5.0	14.3
정말 그런 편이다	5	28	1.4	3.8
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q16_3

페이스북 뉴스 정보 이용3: 내가 중요하다고 생각한 뉴스 정보를 페이스북을 통해 자주 올리는 편이다

16. 다음은 페이스북을 통한 뉴스 정보 이용에 대한 질문입니다.
 내가 중요하다고 생각한 뉴스 정보를 페이스북을 통해 자주 올리는 편이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	167	8.1	22.9
거의 그렇지 않다	2	182	8.8	25.0
보통이다	3	231	11.2	31.7
약간은 그런 편이다	4	115	5.6	15.8
정말 그런 편이다	5	33	1.6	4.5
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q17_1

페이스북 방송 프로그램 이용1: 페이스북을 통해 새로운 방송 프로그램 정보를 자주 살펴보는 편이다

17. 다음은 페이스북을 통한 방송 프로그램 이용에 대한 질문입니다.
 페이스북을 통해 새로운 방송 프로그램 정보를 자주 살펴보는 편이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	154	7.4	21.2
거의 그렇지 않다	2	171	8.3	23.5
보통이다	3	214	10.3	29.4
약간은 그런 편이다	4	150	7.2	20.6
정말 그런 편이다	5	39	1.9	5.4
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q17_2

페이스북 방송 프로그램 이용2: 페이스북을 통해 전달되는 방송 프로그램 정보는 새로운 것들이 많다

17. 다음은 페이스북을 통한 방송 프로그램 이용에 대한 질문입니다.
 페이스북을 통해 전달되는 방송 프로그램 정보는 새로운 것들이 많다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	141	6.8	19.4
거의 그렇지 않다	2	154	7.4	21.2
보통이다	3	244	11.8	33.5

약간은 그런 편이다	4	157	7.6	21.6
정말 그런 편이다	5	32	1.5	4.4
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q17_3

페이스북 방송 프로그램 이용3: 방송 프로그램을 시청한 뒤 나의 느낌을 페이스북을 통해 자주 올리는 편이다

17. 다음은 페이스북을 통한 방송 프로그램 이용에 대한 질문입니다.
방송 프로그램을 시청한 뒤 나의 느낌을 페이스북을 통해 자주 올리는 편이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	175	8.5	24.0
거의 그렇지 않다	2	185	8.9	25.4
보통이다	3	221	10.7	30.4
약간은 그런 편이다	4	116	5.6	15.9
정말 그런 편이다	5	31	1.5	4.3
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q18_1

페이스북과 다른 미디어 비교1: 인터넷 포털 서비스와 비슷

18. 페이스북 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
인터넷 포털 서비스와 비슷

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	66	3.2	9.1
거의 그렇지 않다	2	132	6.4	18.1
보통이다	3	250	12.1	34.3
약간은 그런 편이다	4	229	11.1	31.5
정말 그런 편이다	5	51	2.5	7.0
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q18_2 페이스북과 다른 미디어 비교2: 모바일 인터넷 서비스와 비슷

18. 페이스북 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
 모바일 인터넷 서비스와 비슷

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	71	3.4	9.8
거의 그렇지 않다	2	139	6.7	19.1
보통이다	3	284	13.7	39.0
약간은 그런 편이다	4	192	9.3	26.4
정말 그런 편이다	5	42	2.0	5.8
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q18_3 페이스북과 다른 미디어 비교3: 텔레비전 방송 서비스와 비슷

18. 페이스북 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
 텔레비전 방송 서비스와 비슷

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	104	5.0	14.3
거의 그렇지 않다	2	209	10.1	28.7
보통이다	3	259	12.5	35.6
약간은 그런 편이다	4	132	6.4	18.1
정말 그런 편이다	5	24	1.2	3.3
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q18_4 페이스북과 다른 미디어 비교4: 신문과 비슷

18. 페이스북 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
 신문과 비슷

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	118	5.7	16.2
거의 그렇지 않다	2	186	9.0	25.5
보통이다	3	267	12.9	36.7
약간은 그런 편이다	4	127	6.1	17.4

정말 그런 편이다	5	30	1.4	4.1
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q18_5 페이스북과 다른 미디어 비교5: 완전히 새로운 서비스

18. 페이스북 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
 완전히 새로운 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	34	1.6	4.7
거의 그렇지 않다	2	105	5.1	14.4
보통이다	3	299	14.5	41.1
약간은 그런 편이다	4	201	9.7	27.6
정말 그런 편이다	5	89	4.3	12.2
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q18_6 페이스북과 다른 미디어 비교6: 메신저 서비스와 비슷

18. 페이스북 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
 메신저 서비스와 비슷

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	28	1.4	3.8
거의 그렇지 않다	2	77	3.7	10.6
보통이다	3	276	13.3	37.9
약간은 그런 편이다	4	272	13.1	37.4
정말 그런 편이다	5	75	3.6	10.3
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q18_7 페이스북과 다른 미디어 비교7: 휴대전화 및 문자 서비스와 비슷

18. 페이스북 서비스는 보기의 다양한 미디어 서비스들과 비교할 때 어느 정도 비슷한 것 같습니까?
 휴대전화 및 문자 서비스와 비슷

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	42	2.0	5.8
거의 그렇지 않다	2	112	5.4	15.4
보통이다	3	299	14.5	41.1
약간은 그런 편이다	4	217	10.5	29.8
정말 그런 편이다	5	58	2.8	8.0
시스템 결측값		1,341	64.8	
		2,069	100.0	100.0

q19_1 미디어별 이용빈도1: 지상파 텔레비전

19. 귀하는 다음의 매체들을 하루에 얼마나 자주 이용하십니까?
 지상파 텔레비전

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용하지 않는다	1	44	2.1	2.1
거의 이용하지 않는다	2	147	7.1	7.1
보통이다	3	336	16.2	16.2
약간 이용한다	4	636	30.7	30.7
매우 자주 이용한다	5	906	43.8	43.8
		2,069	100.0	100.0

q19_2 미디어별 이용빈도2: 케이블 텔레비전 또는 위성방송

19. 귀하는 다음의 매체들을 하루에 얼마나 자주 이용하십니까?
 케이블 텔레비전 또는 위성방송

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용하지 않는다	1	144	7.0	7.0
거의 이용하지 않는다	2	215	10.4	10.4
보통이다	3	388	18.8	18.8
약간 이용한다	4	594	28.7	28.7
매우 자주 이용한다	5	728	35.2	35.2
		2,069	100.0	100.0

q19_3 미디어별 이용빈도3: 신문(일간지)

19. 귀하는 다음의 매체들을 하루에 얼마나 자주 이용하십니까?
 신문(일간지)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용하지 않는다	1	270	13.0	13.0
거의 이용하지 않는다	2	501	24.2	24.2
보통이다	3	588	28.4	28.4
약간 이용한다	4	457	22.1	22.1
매우 자주 이용한다	5	253	12.2	12.2
		2,069	100.0	100.0

q19_4 미디어별 이용빈도4: 라디오

19. 귀하는 다음의 매체들을 하루에 얼마나 자주 이용하십니까?
 라디오

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용하지 않는다	1	211	10.2	10.2
거의 이용하지 않는다	2	537	26.0	26.0
보통이다	3	597	28.9	28.9
약간 이용한다	4	484	23.4	23.4
매우 자주 이용한다	5	240	11.6	11.6
		2,069	100.0	100.0

q19_5 미디어별 이용빈도5: 인터넷 포털

19. 귀하는 다음의 매체들을 하루에 얼마나 자주 이용하십니까?
 인터넷 포털

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용하지 않는다	1	21	1.0	1.0
거의 이용하지 않는다	2	26	1.3	1.3
보통이다	3	204	9.9	9.9
약간 이용한다	4	419	20.3	20.3
매우 자주 이용한다	5	1,399	67.6	67.6
		2,069	100.0	100.0

q19_6 미디어별 이용빈도6: 잡지

19. 귀하는 다음의 매체들을 하루에 얼마나 자주 이용하십니까?
 잡지

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용하지 않는다	1	348	16.8	16.8
거의 이용하지 않는다	2	676	32.7	32.7
보통이다	3	676	32.7	32.7
약간 이용한다	4	304	14.7	14.7
매우 자주 이용한다	5	65	3.1	3.1
		2,069	100.0	100.0

q19_7 미디어별 이용빈도7: DMB(위성,지상파)

19. 귀하는 다음의 매체들을 하루에 얼마나 자주 이용하십니까?
 DMB (위성, 지상파)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용하지 않는다	1	362	17.5	17.5
거의 이용하지 않는다	2	462	22.3	22.3
보통이다	3	599	29.0	29.0
약간 이용한다	4	488	23.6	23.6
매우 자주 이용한다	5	158	7.6	7.6
		2,069	100.0	100.0

q19_8 미디어별 이용빈도8: 무료신문

19. 귀하는 다음의 매체들을 하루에 얼마나 자주 이용하십니까?
 무료신문

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용하지 않는다	1	470	22.7	22.7
거의 이용하지 않는다	2	532	25.7	25.7
보통이다	3	584	28.2	28.2
약간 이용한다	4	315	15.2	15.2
매우 자주 이용한다	5	168	8.1	8.1
		2,069	100.0	100.0

q19_9 미디어별 이용빈도9: 핸드폰(음성통화)

19. 귀하는 다음의 매체들을 하루에 얼마나 자주 이용하십니까?
 핸드폰(음성통화)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용하지 않는다	1	97	4.7	4.7
거의 이용하지 않는다	2	171	8.3	8.3
보통이다	3	470	22.7	22.7
약간 이용한다	4	643	31.1	31.1
매우 자주 이용한다	5	688	33.3	33.3
		2,069	100.0	100.0

q19_10 미디어별 이용빈도10: 핸드폰(문자)

19. 귀하는 다음의 매체들을 하루에 얼마나 자주 이용하십니까?
 핸드폰(문자)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용하지 않는다	1	57	2.8	2.8
거의 이용하지 않는다	2	100	4.8	4.8
보통이다	3	344	16.6	16.6
약간 이용한다	4	608	29.4	29.4
매우 자주 이용한다	5	960	46.4	46.4
		2,069	100.0	100.0

q19_11 미디어별 이용빈도11: 메신저

19. 귀하는 다음의 매체들을 하루에 얼마나 자주 이용하십니까?
 메신저

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용하지 않는다	1	101	4.9	4.9
거의 이용하지 않는다	2	220	10.6	10.6
보통이다	3	466	22.5	22.5
약간 이용한다	4	548	26.5	26.5
매우 자주 이용한다	5	734	35.5	35.5
		2,069	100.0	100.0

q20_1

소셜네트워크 서비스 평가1: 내 주변 사람들은 트위터나 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스를 이용하는 것이 필요하다고 생각하는 것 같다

20. 다음은 트위터나 페이스북과 같은 소셜네트워크 서비스(SNS) 이용에 대한 평가를 묻는 문항입니다.
 내 주변 사람들은 트위터나 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스를 이용하는 것이 필요하다고 생각하는 것 같다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	75	3.6	3.6
거의 그렇지 않다	2	290	14.0	14.0
보통이다	3	749	36.2	36.2
약간은 그런 편이다	4	793	38.3	38.3
정말 그런 편이다	5	162	7.8	7.8
		2,069	100.0	100.0

q20_2

소셜네트워크 서비스 평가2: 내 주변 사람들은 이미 트위터나 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스를 이용하고 있거나 조만간 이용할 것 같다

20. 다음은 트위터나 페이스북과 같은 소셜네트워크 서비스(SNS) 이용에 대한 평가를 묻는 문항입니다.
 내 주변 사람들은 이미 트위터나 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스를 이용하고 있거나 조만간 이용할 것 같다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	70	3.4	3.4
거의 그렇지 않다	2	252	12.2	12.2
보통이다	3	664	32.1	32.1
약간은 그런 편이다	4	858	41.5	41.5
정말 그런 편이다	5	225	10.9	10.9
		2,069	100.0	100.0

q20_3

소셜네트워크 서비스 평가3: 이미 많은 사람들이 트위터나 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스를 이용하는 것 같다

20. 다음은 트위터나 페이스북과 같은 소셜네트워크 서비스(SNS) 이용에 대한 평가를 묻는 문항입니다.
 이미 많은 사람들이 트위터나 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스를 이용하는 것 같다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	49	2.4	2.4
거의 그렇지 않다	2	168	8.1	8.1
보통이다	3	629	30.4	30.4
약간은 그런 편이다	4	843	40.7	40.7
정말 그런 편이다	5	380	18.4	18.4
		2,069	100.0	100.0

q20_4

소셜네트워크 서비스 평가4: 트위터나 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스를 통해 내가 원하는 집단에 속해있는 것 같은 느낌을 가질 수 있다

20. 다음은 트위터나 페이스북과 같은 소셜네트워크 서비스(SNS) 이용에 대한 평가를 묻는 문항입니다.
 트위터나 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스를 통해 내가 원하는 집단에 속해 있는 것 같은 느낌을 가질 수 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	89	4.3	4.3
거의 그렇지 않다	2	324	15.7	15.7
보통이다	3	859	41.5	41.5
약간은 그런 편이다	4	632	30.5	30.5
정말 그런 편이다	5	165	8.0	8.0
		2,069	100.0	100.0

q20_5

소셜네트워크 서비스 평가5: 트위터나 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스는 내가 속한 집단 안에서 나의 이미지를 좋게 해 줄 것이다

20. 다음은 트위터나 페이스북과 같은 소셜네트워크 서비스(SNS) 이용에 대한 평가를 묻는 문항입니다.
 트위터나 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스는 내가 속한 집단 안에서 나의 이미지를 좋게 해 줄 것이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	108	5.2	5.2
거의 그렇지 않다	2	352	17.0	17.0
보통이다	3	966	46.7	46.7
약간은 그런 편이다	4	526	25.4	25.4
정말 그런 편이다	5	117	5.7	5.7
		2,069	100.0	100.0

q20_6

소셜네트워크 서비스 평가6: 트위터나 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스 이용은 내가 속한 집단 안에서의 내 지위를 향상시킬 것이다

20. 다음은 트위터나 페이스북과 같은 소셜네트워크 서비스(SNS) 이용에 대한 평가를 묻는 문항입니다.
 트위터나 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스 이용은 내가 속한 집단 안에서의 내 지위를 향상시킬 것이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	174	8.4	8.4
거의 그렇지 않다	2	453	21.9	21.9
보통이다	3	967	46.7	46.7
약간은 그런 편이다	4	388	18.8	18.8
정말 그런 편이다	5	87	4.2	4.2
		2,069	100.0	100.0