

한국리서치 주간리포트(제54호)

여론속의 여輿론論

기획: 악성 댓글 「이대로 관참은가」

2019. 11. 29.

담당자 정관철 부장

전화 | 02-3014-0753

e-mail | gcjung@hrc.co.kr

한국리서치 주간리포트

- 한국리서치가 기획하고 운영하는 자체 조사입니다.
- 격주로 시행하는 정기조사입니다.
- 특정 의제를 다각도로 조사하고 분석하는 심층 여론조사입니다.
여론의 현상과 함께 흐름을 추적하고, 여론 속의 민심을 파악하고자 합니다.
- 정가지표-기획조사 등으로 구성합니다.
- 정가지표는 국가, 사회, 개인과 관련한 국민들의 인식 추이를 제시합니다.
- 기획조사는 한국리서치 연구원이 기획하고 분석합니다. 주제에 따라 외부 전문가와 함께 기획하고 분석 및 보도를 함으로써, 여론에 대한 심층적인 이해를 돕고자 합니다.
- 궁금하신 사항은 아래 에디터들에게 문의하여 주십시오.

운영책임

정한울 전문위원

전화 | 02-3014-1057
e-mail | hw.jeong@hrc.co.kr

조사실무

오승호 부장

전화 | 02-3014-0167
e-mail | shoh@hrc.co.kr

이동한 과장

전화 | 02-3014-1060
e-mail | dhlee@hrc.co.kr

구정태 연구원

전화 | 02-3014-1040
e-mail | jtkoo@hrc.co.kr

2019년 11월 주요 조사결과



기획조사 : 악성 댓글 「이대로 괜찮은가」

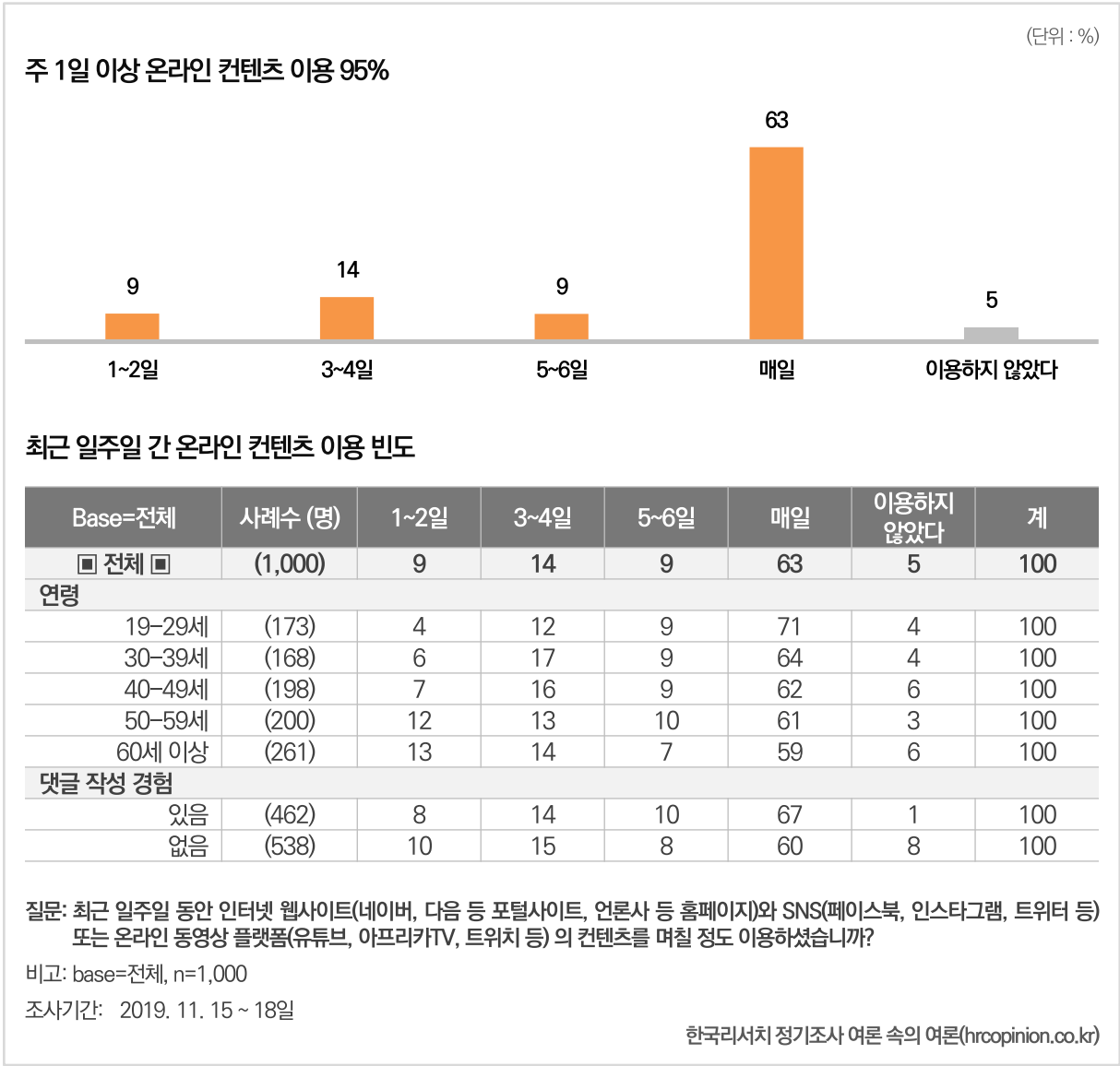
- 2018년에는 댓글 작성을 통한 국가정보원 여론조작 사건에 이어 더불어민주당 댓글 조작 사건(일명 ‘드루킹 사건’)으로 댓글에 대한 사회적 관심이 높았다. 지난 10월 25일 가수 겸 배우 설리의 극단적 선택을 계기로 우리 사회에서 댓글이 다시 사회 문제로 회자되고 있다. 설리 사건을 계기로 정치권에서는 악성 댓글 관련 법률 개정안을 발의하고, 주요 포털 사이트에서는 일부 기사의 댓글 폐지 및 AI 클린봇 적용을 통해 악성 댓글을 제한하는 등의 움직임을 보이고 있다.
- 이번 한국리서치 정기조사에서는 우리 국민들이 댓글을 얼마나 보고 있으며, 댓글을 얼마나 달고 있는지 확인하고, 포털 사이트의 악성 댓글 관련 대응 정책 및 악성 댓글을 줄이기 위한 방안에 대한 인식을 알아보았다.
- 최근 일주일 동안 인터넷 웹 사이트, SNS, 또는 온라인 동영상 플랫폼의 콘텐츠 이용 여부를 물어본 결과 응답자의 95%가 하루 이상 이용한 것으로 확인되었다. 거의 모든 국민이 온라인 콘텐츠를 이용하고 있는 것이다. 매일 이용한다는 응답자는 10명 중 6명이었다.
- 온라인 콘텐츠 이용 시에 댓글도 함께 읽는지 물어본 결과, 인터넷 웹 사이트(네이버, 다음 등 포털 사이트 및 언론사 홈페이지) 86%, 온라인 동영상 플랫폼(유튜브, 아프리카 TV, 트위치 등) 68%, SNS(페이스북, 인스타그램, 트위터 등) 61%로 나타났다. 반면, 댓글 작성 여부에 대해서는 54%가 댓글을 단 적이 없다고 응답하였다. 댓글 작성 여부는 인터넷 웹 사이트(30%), SNS(22%), 온라인 동영상 플랫폼(19%) 순이었다.
- 포털 사이트 다음의 연예 뉴스 댓글 폐지 방침에 대해서 10명 중 7명이 알고 있었으며, 이 방침에 동의한다는 응답은 72%로 나타났다. 포털 사이트 다음의 인물 연관 검색어 폐지 방침에 대해서는 59%가 동의한다고 응답하였다. 포털 사이트 네이버에서 욕설이 들어간 댓글은 뜨지 않도록 클린봇을 적용하는 것에 대해서는 83%가 동의하였다.
- 인터넷 실명제 도입과 관련하여 ‘인터넷 실명제를 도입하여 악성 댓글 작성을 규제해야 한다’는 의견에 가깝다는 응답이 75%, ‘인터넷 실명제는 악성 댓글 감소보다 표현의 자유를 위축시키는 효과가 더 크므로 도입하면 안 된다’는 의견에 가깝다는 의견은 12%였다.
- 선플과 악플의 비율은 선플 41%, 악플 59%로 선플보다 악플이 더 많은 것으로 인식하고 있었다. 악성 댓글을 줄이기 위한 방안으로는 ‘악성 댓글 작성자에 대한 민형사상의 처벌 수위 강화’라는 응답이 44%로 가장 많았고, ‘복잡한 고소, 고발 절차 없이 처벌할 수 있도록 악성 댓글에 대한 처벌 구성요건 완화(29%)’, ‘악성 댓글 방지에 대한 교육과 선플 달기에 대한 전국민적 캠페인(13%)’, ‘포털, SNS, 온라인 동영상 플랫폼 등의 인터넷 사업자에 의한 자율 규제(10%)’ 순으로 법적인 처벌이 효과가 더 있다고 생각하는 것으로 나타났다.

1

온라인 콘텐츠 이용

하루 이상 이용 95%, 매일 이용 20대 71%, 60세 이상 59%

최근 일주일 동안 인터넷 웹 사이트, SNS, 또는 온라인 동영상 플랫폼의 콘텐츠 이용일수를 물어본 결과, 거의 대부분의 응답자인 95%가 하루 이상 온라인 콘텐츠를 이용하고 있다고 답했다. 매일 이용한다는 응답도 63%에 달했다. 연령별로 매일 이용한다는 응답은 20대가 71%로 가장 많았고, 60세 이상도 59%에 달했다. 댓글 작성 경험자(67%)가 비경험자(60%) 대비 매일 이용한다는 응답이 상대적으로 높았다. 스마트폰의 보급에 따른 온라인 콘텐츠 접근성이 향상되고, 기존 인터넷 웹 사이트뿐만 아니라, 소셜 네트워크와 온라인 동영상 플랫폼 등 온라인 콘텐츠 플랫폼이 다양화 된 것도 온라인 콘텐츠 이용이 증가한 배경으로 볼 수 있다.



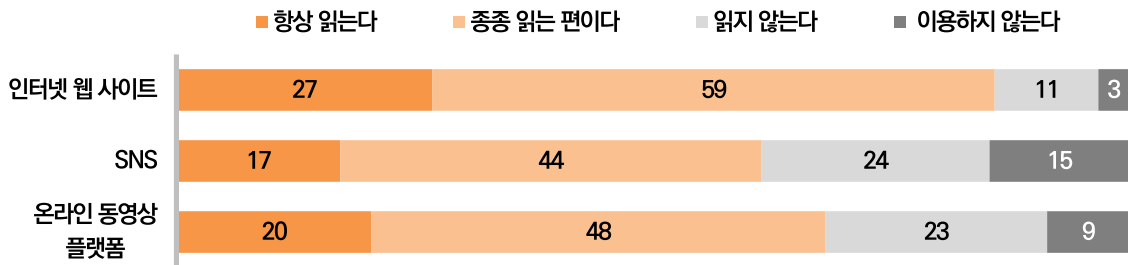
2 플랫폼별 온라인 콘텐츠 댓글 구독

댓글도 함께 읽는다, 인터넷 웹 사이트 86%, 온라인 동영상 플랫폼 68%, SNS 61% 순

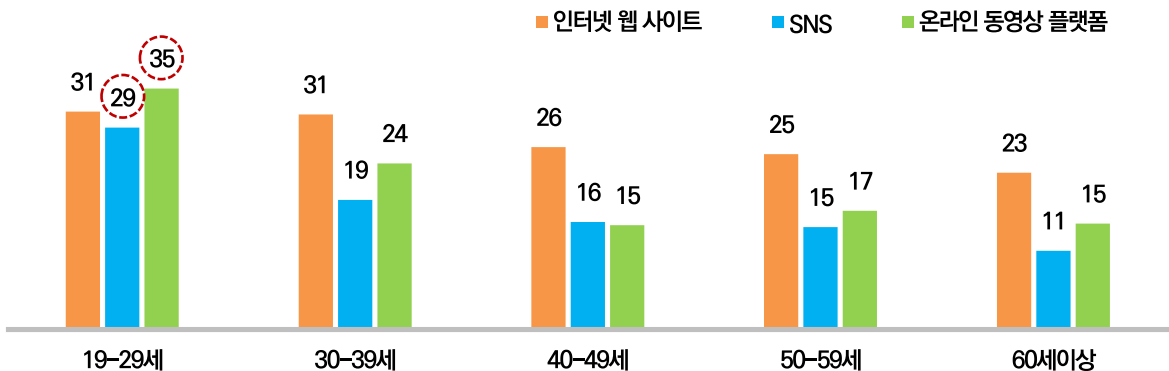
플랫폼별 온라인 콘텐츠를 이용할 때 댓글도 함께 읽는다는 응답은 인터넷 웹 사이트가 86%로 가장 많았고, 온라인 동영상 플랫폼 68%, SNS 61% 순으로 나타났다. 특히, '항상 읽는다'는 비율은 연령대별, 플랫폼별로 교차 비교했을 때 차이점을 확인할 수 있었다. 인터넷 웹 사이트 댓글을 항상 읽는다는 비율은 연령대별로 큰 차이가 나지 않았으나, SNS와 온라인 동영상 플랫폼에서는 20대의 29%, 35%가 댓글을 항상 읽는다고 응답하였다. 댓글 작성 경험자가 비경험자보다 모든 플랫폼에서 댓글을 읽는다는 응답이 높았다.

(단위 : %)

온라인 콘텐츠 이용 시 댓글도 함께 읽는다,
인터넷 웹 사이트 86%, SNS 61%, 온라인 동영상 플랫폼 68%



온라인 콘텐츠 이용 시 댓글도 함께 항상 읽는 비율 20대 상대적으로 높아,
인터넷 웹 사이트 31%, SNS 29%, 온라인 동영상 플랫폼 35%



질문: 인터넷 웹사이트(네이버, 다음 등 포털사이트, 언론사 등 홈페이지)와 SNS(페이스북, 인스타그램, 트위터 등) 또는 온라인 동영상 플랫폼(유튜브, 아프리카TV, 트위치 등)의 콘텐츠를 이용할 때 댓글도 함께 읽으십니까?

비고: base=전체, n=1,000

조사기간: 2019. 11. 15 ~ 18일

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

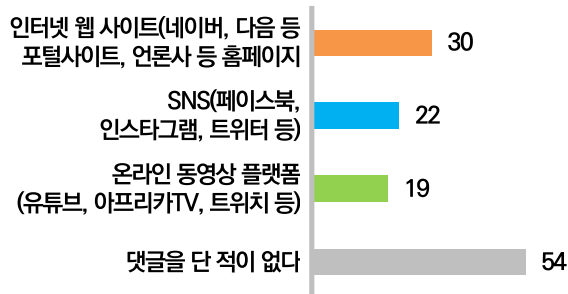
3 플랫폼별 온라인 콘텐츠 댓글 작성

2명 중 1명 댓글을 단 적이 없다

플랫폼별 온라인 콘텐츠를 이용할 때 댓글 작성 여부에 대해서는 ‘댓글을 단 적이 없다’는 응답이 54%였다. 플랫폼별로 댓글 작성 경험은 인터넷 웹 사이트(30%), SNS(22%), 온라인 동영상 플랫폼(19%)로 나타났다. 성별로 보았을 때 댓글을 단 적이 없다는 응답은 여자(59%)가 남자(48%)보다 더 높았다. 연령대별로 댓글을 단 적이 없다는 응답은 20대 46%, 30대 48%, 40대 54%, 50대 55%, 60세 이상 61%로 연령이 높을수록 댓글 작성 경험이 적었다. 한편 연령대별로 플랫폼별 댓글 작성 경험이 다르게 확인되었다. 20대는 온라인 동영상 플랫폼, SNS, 인터넷 웹사이트 순으로 댓글 작성 경험이 있었으나, 30대, 40대, 50대는 20대와 반대로 인터넷 웹사이트, SNS, 온라인 동영상 플랫폼 순이었다. 60세 이상은 인터넷 웹사이트가 가장 많은 가운데, 큰 차이는 없지만 온라인 동영상 플랫폼이 SNS보다 약간 높게 나타났다.

(단위 : %)

최근 일주일 동안 댓글을 단 적이 없다 54%



성별, 플랫폼별 온라인 콘텐츠 댓글 작성

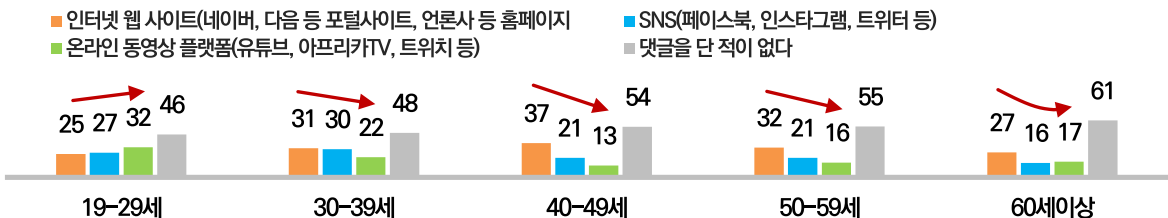
Base= 전체	사례수 (명)	인터넷 웹 사이트 (네이버, 다음 등 포털사이트, 언론사 등 홈페이지)	SNS (페이스북, 인스타그램, 트위터 등)	온라인 동영상 플랫폼 (유튜브, 아프리카TV, 트위치 등)	댓글을 단 적이 없다
■ 전체	■ (1,000)	30	22	19	54
성별					
남자	(495)	35	24	23	48
여자	(505)	25	20	16	59

질문: 최근 일주일 동안 인터넷 웹사이트(네이버, 다음 등 포털사이트, 언론사 등 홈페이지)와 SNS(페이스북, 인스타그램, 트위터 등) 또는 온라인 동영상 플랫폼(유튜브, 아프리카TV, 트위치 등)의 콘텐츠를 이용할 때 댓글을 단 적이 있으십니까? 아래에서 모두 골라 주세요.

20대 댓글 작성 플랫폼 온라인 동영상 플랫폼 > SNS > 인터넷 웹 사이트

30대, 40대, 50대 댓글 작성 플랫폼 인터넷 웹 사이트 > SNS > 온라인 동영상 플랫폼

60세 이상 댓글 작성 플랫폼 인터넷 웹 사이트 > 온라인 동영상 플랫폼 > SNS



질문: 인터넷 웹사이트(네이버, 다음 등 포털사이트, 언론사 등 홈페이지)와 SNS(페이스북, 인스타그램, 트위터 등) 또는 온라인 동영상 플랫폼(유튜브, 아프리카TV, 트위치 등)의 콘텐츠를 이용할 때 댓글도 함께 읽으십니까?

비고: base=전체, n=1,000, 중복 응답

조사기간: 2019. 11. 15 ~ 18일

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

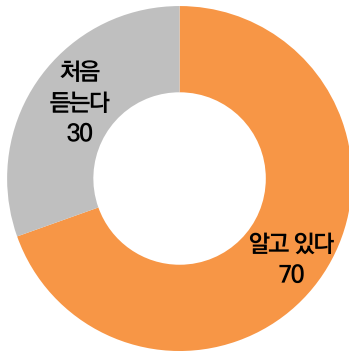
4

포털 사이트 다음 연예뉴스 댓글 폐지 정책 인지도 및 동의율

10명 중 7명 포털 사이트 다음의 연예뉴스 댓글 폐지 정책 알고 있으며 동의

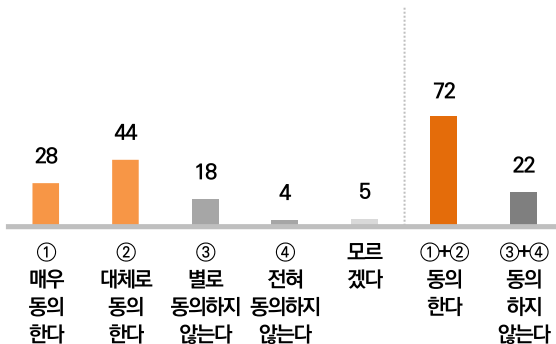
포털 사이트 다음이 연예뉴스 댓글 서비스를 폐지한 것을 알고 있다는 응답이 70%로 나타났으며, 이러한 폐지 정책에 동의한다는 응답은 72%였다. 다음의 연예뉴스 댓글 폐지에 대한 인지도는 여자(65%)보다는 남자(74%)에서 높았으며, 20대(56%)의 인지도가 상대적으로 낮았다. 연예뉴스 댓글 폐지에 대한 동의는 여자(76%)가 남자(68%)보다 상대적으로 높았으며, 연령대별로는 모두 70% 이상이 동의하였다.

포털 사이트 다음 연예뉴스 댓글 폐지, 알고 있다 70%



질문: 지난 달 14일 가수 겸 배우 설리의 사망을 계기로 악성 댓글에 대한 심각성이 재조명되면서 포털 사이트인 다음은 연예뉴스 댓글 서비스를 폐지했습니다. 이러한 사실에 대해 알고 있습니까?

포털 사이트 다음 연예뉴스 댓글 폐지 동의한다 72%



질문: 포털 사이트 다음의 연예뉴스 댓글 서비스 폐지와 관련하여 상반된 의견이 있습니다. 악성 댓글로 인한 피해를 막고 명예훼손과 혐오를 없애야 한다는 의견과 표현의 자유를 아예 없애 이슈나 기사에 대한 의견을 나눌 기회를 막는다는 의견입니다. 포털 사이트 다음의 연예뉴스 댓글 서비스 폐지에 대해 어떻게 생각하십니까?

비고: base=전체, n=1,000

조사기간: 2019. 11. 15 ~ 18일

포털 사이트 다음 연예뉴스 댓글 폐지 인지도

(단위: %)

Base=전체	사례수(명)	알고 있다	처음 듣는다	계
□ 전체 □	(1,000)	70	30	100.0
성별				
남자	(495)	74	26	100
여자	(505)	65	35	100
연령				
19~29세	(173)	56	44	100
30~39세	(168)	73	27	100
40~49세	(198)	73	27	100
50~59세	(200)	76	24	100
60세 이상	(261)	69	31	100
댓글 작성 경험				
있음	(462)	72	28	100
없음	(538)	67	33	100

포털 사이트 다음 연예뉴스 댓글 폐지 동의율

Base=전체	사례수(명)	① 매우 동의한다	② 대체로 동의한다	①+② 동의한다	③ 별로 동의하지 않는다	④ 전혀 동의하지 않는다	③+④ 동의하지 않는다	모르겠다	계
□ 전체 □	(1,000)	28	44	72	18	4	22	5	100
성별									
남자	(495)	25	43	68	21	6	27	5	100
여자	(505)	31	45	76	15	3	18	6	100
연령									
19~29세	(173)	30	41	71	15	7	21	8	100
30~39세	(168)	35	40	75	15	3	18	7	100
40~49세	(198)	32	41	73	18	5	23	4	100
50~59세	(200)	28	45	73	22	3	25	2	100
60세 이상	(261)	21	49	70	19	4	23	7	100

5

포털 사이트 다음 인물 연관 검색어 폐지, 네이버 클린봇 적용 동의율

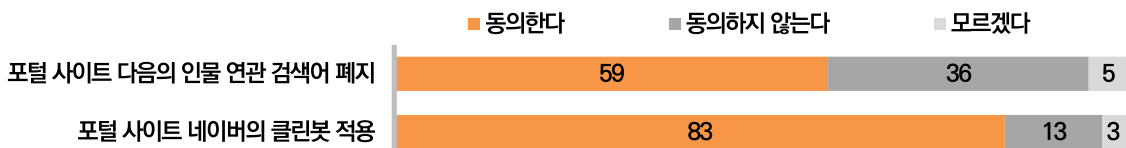
다음 인물 연관 검색어 폐지 59%, 네이버 클린봇 적용 83% 찬성

포털 사이트 다음이 인물 연관 검색어 기능을 없애는 것에 대해서는 59%가 동의하는 것으로 나타났다. 성별로는 여자(63%)가 남자(55%)보다 동의율이 높았으며, 연령별로는 30대(66%)와 50대(65%)의 동의율이 20대(55%), 40대(57%), 60세 이상(55%)보다 상대적으로 높게 나타났다.

포털 사이트 네이버의 욕설이 포함된 댓글을 자동으로 숨겨주는 클린봇 서비스에 대해서는 83%가 찬성하였다. 성별, 연령별 동의율은 모두 80% 이상으로 큰 차이가 없었다. 반면, 댓글 작성 경험자(78%)의 동의율이 비경험자(88%)보다 상대적으로 낮았다.

(단위 : %)

포털 사이트 다음 인물 연관 검색어 폐지 동의한다 59%, 네이버 클린봇 적용 동의한다 83%



질문: 포털 사이트 다음에서는 인물을 검색할 때 함께 나타나는 관련 검색어 기능도 없애는 것을 검토하고 있습니다. 이에 대해서는 어떻게 생각하십니까?

· 네이버는 AI 기술을 이용해 욕설 등이 포함된 댓글을 자동으로 숨겨주는 클린봇을 뉴스서비스에 적용하기로 했습니다. 욕설이 들어간 댓글은 뜨지 않도록 막아주는 클린봇 적용에 대해 어떻게 생각하십니까?

포털 사이트 다음 인물 연관 검색어 폐지 동의율

Base=전체	사례수 (명)	① 매우 동의한다	② 대체로 동의한다	①+② 동의한다	③ 별로 동의하지 않는다	④ 전혀 동의하지 않는다	③+④ 동의하지 않는다	모르겠다	계
☐ 전체 ☐	(1,000)	18	41	59	28	8	36	5	100
성별									
남자	(495)	17	38	55	30	10	40	4	100
여자	(505)	18	45	63	26	5	31	6	100
연령									
19~29세	(173)	19	36	55	29	8	37	8	100
30~39세	(168)	25	41	66	25	5	30	5	100
40~49세	(198)	17	39	57	32	8	39	4	100
50~59세	(200)	19	46	65	25	7	32	3	100
60세 이상	(261)	11	44	55	29	10	38	7	100
댓글 작성 경험									
있음	(462)	16	43	58	28	10	38	3	100
없음	(538)	19	41	60	28	5	34	7	100

질문: 포털 사이트 다음의 연예뉴스 댓글 서비스 폐지와 관련하여 상반된 의견이 있습니다. 악성 댓글로 인한 피해를 막고 명예훼손과 혐오를 없애야 한다는 의견과 표현의 자유를 아예 없애 이슈나 기사에 대한 의견을 나눌 기회를 막는다는 의견입니다. 포털 사이트 다음의 연예뉴스 댓글 서비스 폐지에 대해 어떻게 생각하십니까?

비고: base=전체, n=1,000

조사기간: 2019. 11. 15 ~ 18일

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

5

포털 사이트 다음 인물 연관 검색어 폐지, 네이버 클린봇 적용 동의율

(단위 : %)

네이버 클린봇 적용 동의율

Base=전체	사례수 (명)	① 매우 동의한다	② 대체로 동의한다	①+② 동의한다	③ 별로 동의하지 않는다	④ 전혀 동의하지 않는다	③+④ 동의하지 않는다	모르겠다	계
▣ 전체 ▣	(1,000)	42	42	83	9	4	13	3	100
성별									
남자	(495)	39	41	80	10	6	16	4	100
여자	(505)	45	42	86	9	2	10	3	100
연령									
19-29세	(173)	45	39	84	6	4	10	6	100
30-39세	(168)	44	40	84	9	4	13	3	100
40-49세	(198)	45	39	84	10	3	13	3	100
50-59세	(200)	46	39	84	9	6	14	2	100
60세 이상	(261)	33	48	82	11	4	15	4	100
댓글 작성 경험									
있음	(462)	39	39	78	14	5	19	2	100
없음	(538)	44	44	88	5	3	8	4	100

질문: 네이버는 AI 기술을 이용해 욕설 등이 포함된 댓글을 자동으로 숨겨주는 클린봇을 뉴스서비스에 적용하기로 했습니다. 욕설이 들어간 댓글은 뜨지 않도록 막아주는 클린봇 적용에 대해 어떻게 생각하십니까?

비고: base=전체, n=1,000

조사기간: 2019. 11. 15 ~ 18일

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinon.co.kr)

6 인터넷 실명제 관련 의견

인터넷 실명제를 도입하여 악성 댓글 작성을 규제해야 한다 75% 찬성

인터넷 실명제 도입과 관련된 상반된 2개의 의견에 대해서는 ‘인터넷 실명제를 도입하여 악성 댓글 작성을 규제해야 한다’는 의견이 75%, ‘인터넷 실명제는 악성 댓글 감소보다 표현의 자유를 위축시키는 효과가 더 크므로 도입하면 안 된다’는 의견이 12%, ‘어느 쪽도 아니다’는 의견이 12%로 나타났다.

연령별로는 20대(68%)와 40대(70%)에서 인터넷 실명제 동의율이 상대적으로 낮았다.

(단위 : %)

인터넷 실명제를 도입하여 악성 댓글 작성을 규제해야 한다 75%



인터넷 실명제 관련 의견

Base=전체	사례 (명)	① (1)에 훨씬 가깝다	② (1)에 좀 더 가깝다	①+② (1)에 가깝다	③ 어느 쪽도 아니다	④ (2)에 좀 더 가깝다	⑤ (2)에 훨씬 가깝다	④+⑤ (2)에 가깝다	계
■ 전체 ■	(1,000)	43	32	75	12	8	4	12	100
연령									
19~29세	(173)	42	26	68	17	11	5	16	100
30~39세	(168)	46	31	77	14	6	3	9	100
40~49세	(198)	46	24	70	15	10	4	14	100
50~59세	(200)	45	35	80	7	10	3	12	100
60세 이상	(261)	39	41	80	9	6	5	11	100
댓글 작성 경험									
있음	(462)	42	30	72	13	11	4	15	100
없음	(538)	44	34	79	11	7	4	10	100

인터넷 실명제

실명과 주민등록번호 등을 통해 본인 확인이 되어 인터넷 게시판에 글을 올릴 수 있는 제도로, 2007년 포털 사이트 등을 중심으로 도입되었다. 그런데, 인터넷 실명제가 악성 댓글 감소보다는 게시판 기능 즉 표현의 자유를 위축시키는 효과가 더 크다는 지적이 나오는 등 문제점이 노출돼, 결국 2012년 헌법재판소는 ‘인터넷 실명제가 불법 정보를 줄였다는 증거를 찾을 수 없고, 표현의 자유를 위축시킨다’며 위헌 결정을 내렸다.

질문: 인터넷 상의 악성 댓글의 폐해가 심각해짐에 따라 여러 가지 대책들이 논의되고 있습니다. 그 중 하나는 인터넷 실명제의 도입입니다. 인터넷 실명제와 관련한 다음 의견 중 귀하의 생각과 가까운 것을 골라 주세요.

비고: base=전체, n=1,000

조사기간: 2019. 11. 15 ~ 18일

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

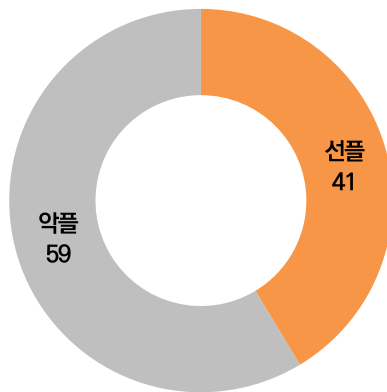
7 선플 VS. 악플 비율

선플 41%, 악플 59%

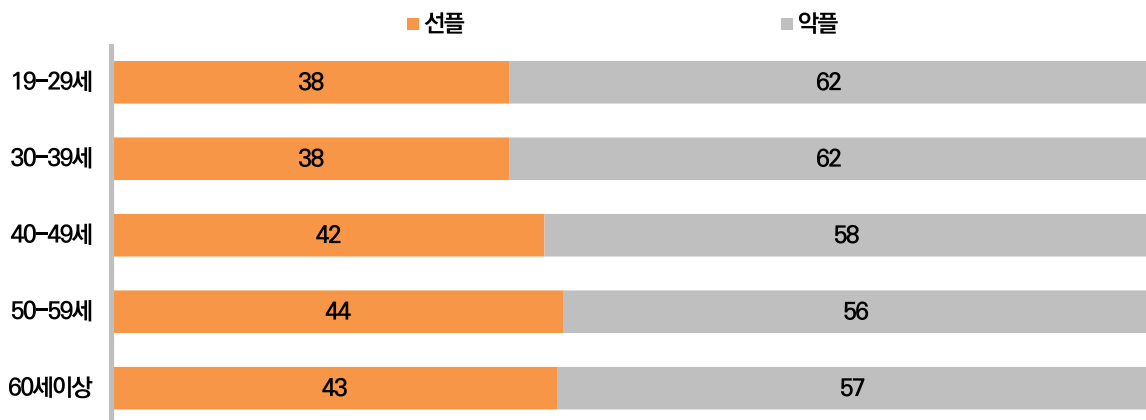
댓글을 선플과 악플로 나누었을 때 인터넷 웹 사이트, SNS, 온라인 동영상 플랫폼의 선플과 악플 비율에 대해 합이 100이 되도록 각각 물어본 결과, 선플 41%, 악플 59%로 응답자들은 악플이 선플보다 더 많은 것으로 생각하고 있었다. 연령대별로 큰 차이가 나진 않았지만, 20, 30대가 40대 이상보다 악플이 더 많은 것으로 응답하였다.

(단위 : %)

선플 41% VS. 악플 59%



2030 악플 비율 응답 62%



질문: 댓글을 선플과 악플로 나누었을 때, 우리 인터넷 웹사이트, SNS, 온라인 동영상 플랫폼의 선플과 악플의 비율은 어느 정도라고 생각하십니까? (선플 %), (악플 %)

비고: base=전체, n=1,000

조사기간: 2019. 11. 15 ~ 18일

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

8 악성 댓글을 줄이기 위한 방안

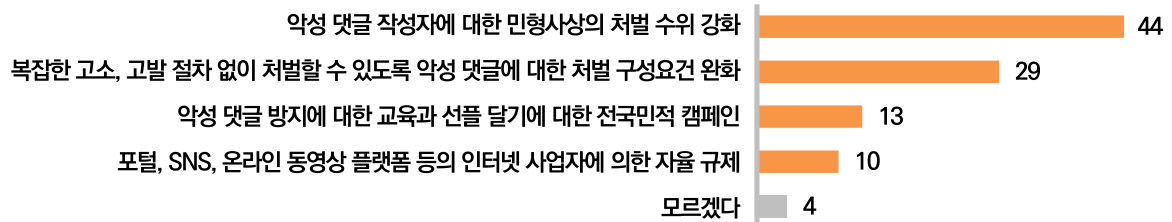
법적 처벌 강화 및 구성요건 완화 73%(악성 댓글 작성자에 대한 민형사상의 처벌 수위 강화 44%, 복잡한 고소, 고발 절차 없이 처벌할 수 있도록 악성 댓글에 대한 처벌 구성요건 완화 29%)

악성 댓글을 줄이기 위한 방안으로는 ‘악성 댓글 작성자에 대한 민형사상의 처벌 수위를 강화(44%)’해야 한다는 의견이 가장 많았고, 다음으로 ‘복잡한 고소, 고발 없이 처벌할 수 있도록 악성 댓글에 대한 처벌 구성요건을 완화(29%)’해야 한다는 의견이었다. ‘악성 댓글 방지에 대한 교육과 선플 달기에 대한 전국민적 캠페인(13%)’과 ‘포털, SNS, 온라인 동영상 플랫폼 등의 인터넷 사업자에 의한 자율규제(10%)’는 상대적으로 낮았다. 국민들은 자율적인 규제나 캠페인보다는 법적 강제력이 필요한 것으로 생각하고 있었다.

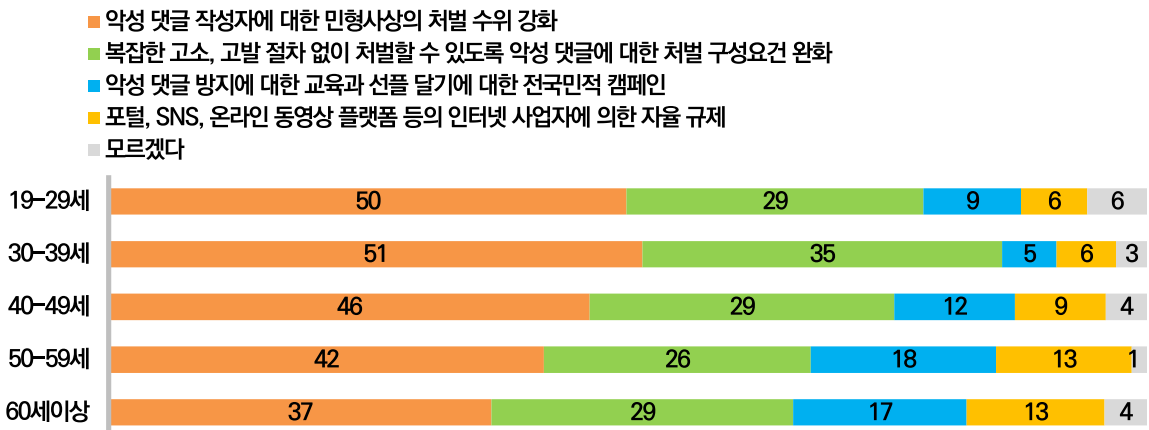
‘악성 댓글 작성자에 대한 민형사상의 처벌 수위를 강화’해야 효과가 있다는 응답은 연령대별로는 20대(50%)와 30대(51%)에서 상대적으로 높았고, ‘악성 댓글 방지에 대한 교육과 선플 달기에 대한 전국민적 캠페인’이 효과가 있다는 응답은 50대(18%)와 60세 이상(17%)에서 상대적으로 많았다.

(단위 : %)

법적 처벌 및 처벌 구성요건 완화 73%



2030 처벌 수위 강화 응답 50% 이상



질문: 악성 댓글을 줄이기 위해 다음과 같은 방안 중 어느 것이 가장 효과가 크다고 생각하십니까?

비고: base=전체, n=1,000

조사기간: 2019. 11. 15 ~ 18일

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

9 맺음말

스마트폰이 보편화되기 전에는 컴퓨터를 켜고, 인터넷에 접속해야만 댓글을 달 수 있는 환경이었다. 지금은 거의 전국민이 스마트폰을 통해 시간과 장소를 불문하고 온라인에 접속하여 콘텐츠를 이용할 수 있는 환경이 되었다.

악성 댓글의 폐해를 경험한 국민들은 다시 인터넷 실명제를 도입하는 데 동의(75%)하고 있다. 교육과 캠페인(13%)보다는 처벌 수위를 강화(44%)하고, 처벌 절차를 간소화(29%)하는 것이 악성 댓글을 줄이기 위해 더 효과적이라고 생각하고 있다.

청와대 국민청원을 ‘댓글’로 검색하면 7,081건, ‘악플’로 검색하면 552건의 청원이 검색된다.

댓글은 온라인 상에서 소통을 하는 한편 공론장을 형성한다는 순기능을 갖고 있는 반면, 익명성을 이용하여 논리적이기 보다는 감정적인 비방, 헐담, 인신공격 등이 이루어지는 역기능도 있다.

우리 속담에 ‘구더기 무서워 장 못 담글까’라는 말이 있다. ‘악성 댓글’이라는 구더기 때문에 더 큰 것을 잃게 되는 것은 아닌지, 구더기를 줄이고 더 나아가 없애기 위한 사회적인 중지(衆智)를 모아야 할 때이다.

조사개요

구 분	내 용
모집단	• 전국의 만19세 이상 성인남녀
표집틀	• 한국리서치 MS 패널(2019년 10월 기준 약 45만명)
표집방법	• 지역별, 성별, 연령별, 학력별 비례할당추출
표본크기	• 1,000명
표본오차	• 무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.1\%p$
조사방법	• 웹조사(휴대전화 문자와 이메일을 통해 url 발송)
가중치 부여방식	• 지역별, 성별, 연령별 가중치 부여(림가중) (2019년 2월 행정안전부 발표 주민등록 인구 기준)
응답율	• 조사요청 7,104명, 조사참여 1,270명, 조사완료 1,000명 (요청대비 14.1%, 참여대비 78.7%)
조사일시	• 2019년 11월 15일 ~ 18일
조사기관	• (주)한국리서치(대표이사 노익상)

한국리서치 주간리포트

여론속의 여輿론論

40 YEARS Hankook Research

