

스마트폰 SNS의 사용 목적 및 선호도 조사 분석

유황준, 가민경, 김봉현, 조동욱, 김종욱*
충북도립대학교 전자정보계열
*서울시립대학교 재난과학과
e-mail : kyoyhj@naver.com

A Research and Analysis of Use Purpose and Preference of Smart Phone SNS

Hwang-Jun Yoo, Min-Kyoung Ka, Bong-Hyun Kim, Dong-Uk Cho, Jong-Ouk Kim*
School of Electronics and Information, Chungbuk Provincial University
*Dept. of Disaster Science, University of Seoul

요 약

현대 사회에서 대부분의 사람들이 SNS 어플리케이션을 선호하고 자주 이용하고 있다. 그 동안 삐삐, 휴대폰, 문자, 싸이월드&메신저 등 커뮤니케이션의 도구가 진화해왔으나 점차적으로 단순화를 추구하는 경향이 증가하고 있다. 또한, 인터넷을 이용한 인간관계가 대중화되면서 삶을 살아가는데 있어 SNS(Social Networking Service)는 매우 중요한 요소가 되고 있다. 따라서 본 논문에서는 현대 사회에서 SNS에 열광하는 이유와 SNS의 사용목적, 선호도 등을 설문 방식의 적용으로 조사, 분석하는 연구를 수행하였다.

1. 서론

현재 대한민국뿐만 아니라 전 세계적으로 스마트폰 열풍이 불고 있다. 길을 가다보면 지나가는 사람들 10명 중 4명 정도는 스마트폰을 쓸 정도이다. 이러한 추세는 지속적으로 증가하고 있으며 스마트폰을 이용한 다양한 기능들이 개발, 활용되고 있다. 이렇게 많은 사람들이 스마트폰을 사용하면서 사람들의 생활은 많은 변화가 발생하고 있다.

스마트폰 하면 떠오르는 대표적인 어플리케이션으로 SNS(Social Networking Service)를 꼽을 수 있다. SNS는 온라인 인맥 구축을 목적으로 개설된 커뮤니티형 웹사이트를 의미한다. 미국의 트위터, 마이 스페이스, 페이스북, 한국의 싸이월드, 미투데이 같은 1인 미디어와 정보공유 등을 포괄하는 개념이다. 또한, 현재 많은 사람이 다른 사람과 의사소통을 하거나 정보를 공유·검색하는데 SNS를 일상적으로 이용하고 있다[1].

따라서 본 논문에서는 현대인들이 어떠한 이유로 SNS(Social Networking Service)에 열광하고 SNS를 사용하는 목적과 선호도 등의 내용을 설문 방식의 적용으로 조사하고 이를 분석하는 연구를 수행하였다.

2. SNS(Social Networking Service)

기획재정부에서 정의한 시사경제용어 사전에 의하면 SNS를 온라인 인맥 구축을 목적으로 개설된 커뮤니티형 웹사이트로 정의하고 있다. 현재 많은 사람들이 다른 사람과의 의사소통, 정보 공유 및 검색 등의 이유로 SNS를 일상적으로 이용하고 있다. SNS는 이외에도 전자우편이나 인스턴트 메신저 서비스로 사용자끼리 서로 연락할 수 있는 수단을 제공한다. 연예인은 팬들과 소통하는 수단으로, 각 나라의 대통령도 국민들과 소통하는 수단으로 SNS를 이용하는 사례가 늘고 있다.

소셜네트워크 사이트의 역사는 1997년으로 거슬러 올라간다. sixDegrees.com이라는 웹사이트가 자신의 프로필, 친구 리스트 등을 게재하는 기술을 선보였다고 한다. 물론 이 전에도 친구리스트의 공개나 프로필을 게재하는 사이트는 많았지만 지금의 SNS와 가장 유사한 형태의 사이트는 SixDegrees라고 생각한다. Sixdegrees.com은 사람들을 연결시키고 메시지를 보내는 등의 서비스를 제공하였지만 비즈니스화 하는데에는 실패를 하였다. 1997년부터 2001년 사이에 몇몇 개인의 프로필과 친구들을 대중에게 공개

하는 AsianAvenue, BlackPlanet, MiGente 같은 사이트가 생기면서 SNS는 다시 대두되었다. 이들은 타인의 승인없이 친구를 맺을 수 있었고 메세지를 보내는 기능이 가능하였다. 한국에서도 싸이월드가 1999년 사업을 시작하였으며 스웨덴 등에서도 이와 비슷한 사이트가 생기기 시작하였고 이것이 SNS의 첫 번째 물결이라 할 수 있다. 2차 SNS 물결을 주도한 것은 Ryze라 할 수 있다. Ryze는 샌프란시스코에 있는 business, technology 멤버를 위한 커뮤니티였으며 이들은 커뮤니티를 통해 결속력을 다져왔다. 그 후 SNS는 다양한 형태의 사이트가 생겨났고 이들은 각각의 특징들을 가지고 있었다[2][3].

3. 선호도 설문조사

본 논문에서는 SNS 사용 목적 및 선호도에 관한 조사, 분석을 위해 스마트폰 SNS를 사용하고 있는 20대 48명을 대상으로 설문 조사를 수행하였다. 아래 [그림 1]은 설문조사 양식지를 나타낸 것이며 [그림 2]에서 [그림 6]은 각 항목에 대한 조사 결과를 나타낸 것이다.

SNS 선호도 설문 조사

반갑습니다. 항상 'SNS 선호도 설문 조사'에 대한 귀하의 관심에 깊은 감사의 말씀을 드립니다. 다음은 SNS 어플리케이션에 대한 선호도를 알아보는 설문 조사입니다. 이 설문조사의 결과는 앞으로 SNS 어플리케이션이 고객님에게 양적 질적으로 높은 서비스를 제공하기 위한 토대를 마련하는 중요한 기초자료로 활용됩니다. 설문조사의 결과는 여러분의 개인적인 의견과 정보는 외부로 유출되지 않습니다. 안심하시고 설문에 응해 주시면 감사하겠습니다.

성 별	①남자 ②여자	연 령	만()세
성 명		직 업	

1. 현재 당신은 SNS 어플리케이션을 이용하고 있으십니까?
 ① 예 ② 아니요 ③ 기타 ()

1-1. SNS 어플리케이션을 사용하지 않는 이유를 써주세요.
 ()
 위 1번에서 ②를 선택하신 분들은 한해서 응답해주세요.

1-2. SNS 어플리케이션을 사용하는 이유를 써주세요.
 ()
 위 1번에서 ①을 선택하신 분들은 한해서 응답해주세요.

2. SNS 어플리케이션을 사용하시는 분들은 어떤 어플리케이션을 이용하십니까?
 ① 카카오톡 ② 마이피플 ③ 트위터 ④ 페이스북 ⑤ 기타 ()
 (중복 응답 가능)

3. 지금 이용하고 계신 SNS어플리케이션의 이용 만족도는 어느 정도이십니까?
 ① 매우 좋음 ② 좋음 ③ 보통 ④ 나쁨 ⑤ 매우 나쁨

4. SNS 어플리케이션의 이용 목적은 무엇입니까?
 ()

*설문에 응하여주신 분들께 감사드립니다.

[그림 1] SNS 선호도 설문조사 양식

1번 문항. “현재 당신은 SNS 어플리케이션을 이용하고 있으십니까?”에 대한 답변

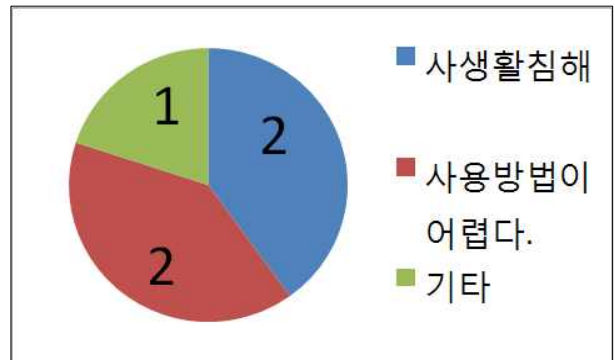
예 : 89.6 % 아니요:10.4 %



[그림 2] 1번 문항에 대한 설문 결과

1-1번 문항. “SNS 어플리케이션을 사용하지 않는 이유를 써주세요.”에 대한 답변

사생활침해: 40% 사용방법 어려움: 40% 기타: 20%



[그림 3] 1-1번 문항에 대한 설문 결과

1-2번 문항. “SNS 어플리케이션을 사용하는 이유를 써주세요.”에 대한 답변

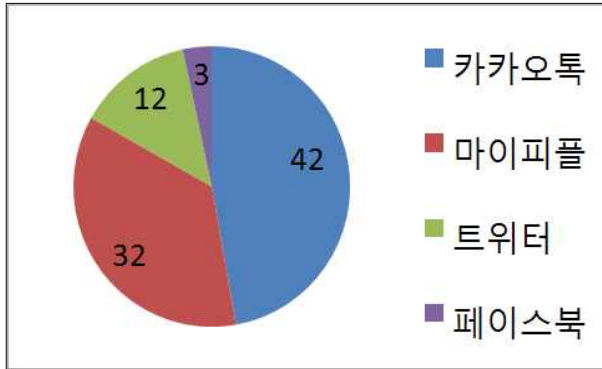
한 번에 여러 명과 소통가능: 7 %
 문자 메시지보다 저렴하다 : 69.8 %
 유명인들과의 소통 : 23.2 %



[그림 4] 1-2번 문항에 대한 설문 결과

2번 문항. “SNS 어플리케이션을 사용하시는 분들은 어떤 어플리케이션을 이용하십니까?”에 대한 답변

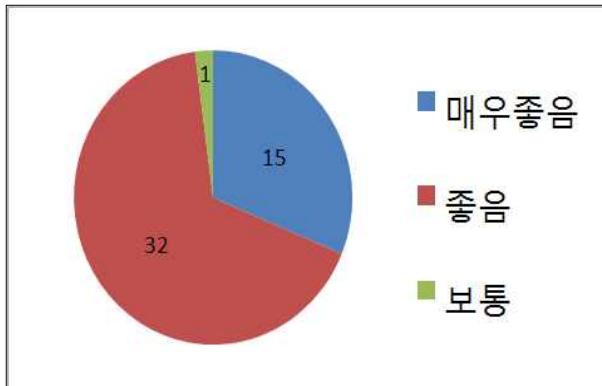
카카오톡 : 48 % 마이피플 : 36 %
트위터 : 13 % 페이스북 : 3 %



[그림 5] 2번 문항에 대한 설문 결과

3번 문항. “지금 이용하고 계신 SNS어플리케이션의 이용 만족도는 어느 정도이십니까?”에 대한 답변

매우 좋음: 66.67 % 좋음: 31.25 % 보통: 2.08 %



[그림 6] 3번 문항에 대한 설문 결과

4. 설문조사 분석

[그림 2]를 보면 SNS어플리케이션을 이용하고 있는 사람이 89.6%가 쓰고 있다. 의외로 많은 사람들이 이용을 하고 있는 추세를 나타낸 것이다. 이에 비해 10.4%가 이용하지 않고 있는데 [그림 3]을 보면 사람들이 사생활 침해를 느낀다고 40%가 응답하였다. 예를 들어 트위터의 경우를 보면, 트위터 이용자가 쓴 내용을 다른 사람들이 본다고 생각하여 SNS를 기피하는 것으로 분석된다. 그리고 사용방법을 어려워하는 사람들도 사생활 침해와 같은 결과가 나온 것으로 분석된다. 스마트폰을 잘 이용하는 사람들이 있는 반면 스마트폰을 제대로 활용하지 못하는 이용자들도 많이 있다. 이렇게 스마트폰을 어려워하는 것처럼 SNS도 어려워하는 사람들도 있다.

이와 같이 SNS를 어려워하지 않게 하기 위해서는

정부차원에서 스마트폰 어플리케이션 교육 시스템을 활성화시켜 스마트폰에 대한 거부감을 방지시켜야 할 것으로 생각된다.

반대로 SNS 어플리케이션을 잘 활용하고 있는 이용자들은 [그림 4]를 보면 알 수 있듯이 SNS 이용자들이 문자 메세지보다 저렴하다는 것에 반응하였다. 예를 들면 핸드폰의 요금 제한이 된 학생들의 요금제를 보면 문자 메시지를 이용하는데 한도가 있다. 이렇게 한도가 있다 보니 학생들의 경우 문자 메시지보다 SNS어플리케이션을 유용하게 쓰이는 것으로 보이며 이중에서도 학생들이 가장 선호하는 대표적 SNS어플리케이션으로는 [그림 5]와 같이 카카오톡을 많이 이용하고 있고 이로써 스마트폰의 SNS 어플리케이션이 많은 사람들로 부터 이용되고 선호되는 것으로 분석된다.

5. 결론

SNS 문화가 발전되면서 트위터, 페이스북의 가장 큰 수혜자는 영어라고 생각한다. 최근에 급부상되는 SNS는 모두 영어를 기반으로 한 구조이다. 이는 영어라는 거부감을 가지고 있는 중, 장년층에게는 큰 장애물임이 틀림없다. 따라서 한국에서 SNS가 성공을 하려면 완벽한 국산화를 이루어야 한다고 생각한다. 트위터의 경우 많은 사람들이 트위터 사이트를 통해 이용하는 경우는 매우 적다. 이는 트위터 사이트가 가지고 있는 문제점도 있겠지만 영어보다는 한글을 매우 선호하는 한국인의 특성도 반영된다고 생각된다. 따라서 한국 정서에 맞는 한국형 SNS를 개발, 보급할 필요가 제기된다.

본 논문에서는 현대인들이 SNS(Social Networking Service)에 열광하는 이유를 설문 방식의 적용으로 조사하고 이를 분석하는 연구를 수행하였다. 조사 결과 스마트폰 어플리케이션에 대한 친숙도를 향상 시킴으로써 스마트폰 SNS를 편리하게 활용할 수 있을 것으로 생각된다. 또한, 특정 전문 분야를 지원하거나 적극적인 홍보를 통해 스마트폰 SNS 매니아층을 형성하고 이를 점차 넓혀나가면 한국형 SNS도 보급, 확산될 것으로 생각된다.

참고문헌

[1] 김은미 외3, SNS 혁명의 신화와 실제, 나남, 2011.
[2] 김홍규 외1, “SNS 이용자들의 심리적 유형”, 한국주관성연구학회, 2011.
[3] 장종욱, SNS와 스마트 세상 이해, 한산, 2011.