



## 저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위 청구논문

지도교수 유 두 규

# 청소년의 SNS 사용습관이 신조어 인식에 미치는 영향에 관한 연구

고등학교 남녀학생을 대상으로

2020년 2월

건국대학교 교육대학원

교육학과 정보컴퓨터교육전공

문 병 학

# 청소년의 SNS 사용습관이 신조어 인식에 미치는 영향에 관한 연구

고등학교 남녀학생을 대상으로

A study on the effect of social media usage  
habit of the youth on their perception of  
neologisms: Centering on high school students

이 논문을 교육학 석사학위 청구논문으로 제출 합니다

2019년 11월

건국대학교 교육대학원  
교육학과 정보컴퓨터교육전공  
문 병 학

# 문병학의 교육학 석사학위 청구논문을 인준함

심사위원장 \_\_\_\_\_ 최 윤 정 (인)

심사위원 \_\_\_\_\_ 민 덕 기 (인)

심사위원 \_\_\_\_\_ 유 두 규 (인)

2019년 11월

건국대학교 교육대학원

# 목 차

표 목 차 .....	iii
그림목차 .....	v
국문초록 .....	vii
제1장 서론 .....	1
제1절 연구의 필요성과 목적 .....	1
제2절 선행연구 검토 .....	2
제3절 연구의 내용과 방법 .....	4
1. 연구 내용 .....	4
2. 연구 방법 .....	4
제4절 연구가설 .....	5
제5절 용어의 정의 .....	6
제6절 연구의 제한점 .....	8
제2장 이론적 배경 .....	10
제1절 신조어의 개념과 유형 .....	10
1. 신조어의 개념 .....	10
2. 신조어의 유형 .....	11
제2절 신조어의 활용과 역기능 .....	14
1. 신조어의 활용 .....	14
2. 신조어의 역기능 .....	15
제3절 인터넷 이용실태 .....	16
1. 인터넷 이용률 .....	16
2. 인터넷 사용현황 .....	17
3. SNS 사용현황 .....	19

제3장 연구결과 분석 .....	22
제1절 기초분석 .....	22
제2절 컴퓨터 및 SNS 사용관련 분석 .....	23
제3절 신조어 사용실태 분석 .....	34
제4절 성별 신조어 사용실태 차이분석 .....	51
1. 성별 개인의 언어사용 습관차이 .....	51
2. 성별 신조어 사용 실태와 인식차이 .....	51
3. 성별 신조어 사용 문제점에 관한 경험차이 .....	53
4. 성별 신조어 사용의 향후 전망차이 .....	54
제5절 신조어 관련 항목의 분산분석 및 상관관계분석 .....	57
1. SNS 사용시간별 신조어 관련 항목의 분산분석 .....	57
2. SNS를 이용하는 목적별 신조어 관련 항목의 분산분석 .....	63
3. 신조어 관련 항목간의 상관관계분석 .....	69
제4장 결론 및 제언 .....	71
제1절 결론 .....	71
제2절 제언 .....	73
참고문헌 .....	75
부 록 .....	77
ABSTRACT .....	83

## 표 목 차

<표 1-1> 용어의 정의 .....	6
<표 3-1> 기술 분석: V1. 귀하의 성별은? .....	22
<표 3-2> 기술 분석: V2. 현재 몇 학년에 재학하고 있습니까? .....	22
<표 3-3> 기술 분석: V3. 현재 내가 사는 곳은? .....	23
<표 3-4> 기술 분석: V4. 가정에서 인터넷 서비스에 가입하고 있습니까? .....	23
<표 3-5> 기술 분석: V5. 컴퓨터를 사용한 경력은 얼마나 됩니까? .....	24
<표 3-6> 기술 분석: V6. 컴퓨터를 사용 시 용도는 무엇입니까? .....	25
<표 3-7> 기술 분석: V7. 스마트폰을 사용한 경력은 얼마나 됩니까? .....	26
<표 3-8> 기술 분석: V8. 스마트폰을 사용 시 용도는 무엇입니까? .....	27
<표 3-9> 기술 분석: V9. 주로 이용하는 SNS는 무엇입니까? .....	28
<표 3-10> 기술 분석: V10. SNS를 사용한 기간은 어느 정도 입니까? .....	29
<표 3-11> 기술 분석: V11. SNS에 어느 정도 자주 접속을 하십니까? .....	30
<표 3-12> 기술 분석: V12. SNS에 접속시간은 평균 어느 정도 입니까? .....	31
<표 3-13> 기술 분석: V13. SNS에 접속장소는 주로 어디 입니까? .....	32
<표 3-14> 기술 분석: V14. SNS를 이용하는 목적은 주로 무엇입니까? .....	33
<표 3-15> 기술 분석: V15. 자신의 언어 사용 습관은 어떻다고 생각합니까? .....	34
<표 3-16> 기술 분석: V16. 자신의 언어 습관에 가장 영향을 미친 요인은? .....	35
<표 3-17> 기술 분석: V17. 신조어가 무엇인지 얼마나 정확하게 알고 있습니까? .....	36
<표 3-18> 기술 분석: V18. 일상생활에서 신조어를 얼마나 자주 쓰고 있습니까? .....	38
<표 3-19> 기술 분석: V19. 어떤 경로를 통해 신조어를 처음 알게 되었습니까? .....	39
<표 3-20> 기술 분석: V20. 어떤 상황에서 주로 신조어를 쓰고 있습니까? .....	40
<표 3-21> 기술 분석: V21. 신조어의 뜻을 몰라서 곤란한 적이 있습니까? .....	41
<표 3-22> 기술 분석: V22. 주위 사람이 나에게 그 뜻을 물어본 적이 있습니까? .....	43
<표 3-23> 기술 분석: V23. 신조어를 쓰는 이유는 무엇입니까? .....	44
<표 3-24> 기술 분석: V24. 신조어를 자주 쓰는 것을 어떻게 생각하십니까? .....	45
<표 3-25> 기술 분석: V25. 앞으로 계속해서 신조어를 쓸 생각이십니까? .....	46
<표 3-26> 기술 분석: V26. 일상생활에서 자주 쓰고 있는 신조어는? .....	48
<표 3-27> 기술 분석 : V27. 각종 신조어에 대한 인식조사 .....	49

<표 3-28> 성별 차이 : V15. 자신의 언어 사용 습관은 어떻다고 생각합니까? ...	51
<표 3-29> 성별 차이: V17. 신조어가 무엇인지 얼마나 정확하게 알고 있습니까?	52
<표 3-30> 성별 차이: V18. 일상생활에서 신조어를 얼마나 자주 쓰고 있습니까?	52
<표 3-31> 성별 차이: V21. 신조어의 뜻을 몰라서 곤란한 적이 있습니까? .....	53
<표 3-32> 성별 차이: V22. 주위 사람이 나에게 그 뜻을 물어본 적이 있습니까?	54
<표 3-33> 성별 차이: V24. 신조어를 자주 쓰는 것을 어떻게 생각하십니까? .....	54
<표 3-34> 성별 차이: V25. 앞으로 계속해서 신조어를 쓸 생각이십니까? .....	55
<표 3-35> 성별 차이: V27. 각종 신조어에 대한 인식조사 .....	56
<표 3-36> SNS 시간: V15. 자신의 언어 사용 습관은 어떻다고 생각합니까? .....	57
<표 3-37> SNS 시간: V17. 신조어가 무엇인지 얼마나 정확하게 알고 있습니까?	58
<표 3-38> SNS 시간: V18. 일상생활에서 신조어를 얼마나 자주 쓰고 있습니까?	59
<표 3-39> SNS 시간: V21. 신조어의 뜻을 몰라서 곤란한 적이 있습니까? .....	59
<표 3-40> SNS 시간: V22. 주위 사람이 나에게 그 뜻을 물어본 적이 있습니까?	60
<표 3-41> SNS 시간: V24. 신조어를 자주 쓰는 것을 어떻게 생각하십니까? .....	61
<표 3-42> SNS 시간: V25. 앞으로 계속해서 신조어를 쓸 생각이십니까? .....	61
<표 3-43> SNS 시간: V27. 각종 신조어에 대한 인식조사 .....	62
<표 3-44> SNS 목적: V15. 자신의 언어 사용 습관은 어떻다고 생각합니까? .....	63
<표 3-45> SNS 목적: V17. 신조어가 무엇인지 얼마나 정확하게 알고 있습니까?	64
<표 3-46> SNS 목적: V18. 일상생활에서 신조어를 얼마나 자주 쓰고 있습니까?	65
<표 3-47> SNS 목적: V21. 신조어의 뜻을 몰라서 곤란한 적이 있습니까? .....	65
<표 3-48> SNS 목적: V22. 주위 사람이 나에게 그 뜻을 물어본 적이 있습니까?	66
<표 3-49> SNS 목적: V24. 신조어를 자주 쓰는 것을 어떻게 생각하십니까? .....	67
<표 3-50> SNS 목적: V25. 앞으로 계속해서 신조어를 쓸 생각이십니까? .....	67
<표 3-51> SNS 목적: V27. 각종 신조어의 인식 및 사용빈도 .....	68
<표 3-52> 신조어 관련 주요 변수 간 상관관계 분석 .....	68



## 그 립 목 차

<그림 2-1> 한국 야쿠르트의 신조어를 활용한 상품출시 예 .....	14
<그림 2-2> CU의 신조어를 활용한 상품출시 예 .....	15
<그림 2-3> 년도별 가구 인터넷 접속률 .....	16
<그림 2-4> 연령별 인터넷 이용률과 인원수 .....	17
<그림 2-5> 한 주간 인터넷 이용시간 .....	18
<그림 2-6> 인터넷 이용 목적 .....	18
<그림 2-7> 개인이 휴대한 정보통신기기 현황 .....	19
<그림 2-8> 한 주간 SNS 이용시간 .....	20
<그림 2-9> SNS 이용 목적 .....	20
<그림 2-10> 주로 이용하는 SNS 서비스 .....	21
<그림 3-1> 컴퓨터 사용 경력 .....	24
<그림 3-2> 컴퓨터 사용할 때 가장 많이 사용하는 용도 .....	25
<그림 3-3> 스마트폰 사용 경력 .....	26
<그림 3-4> 스마트폰을 사용할 때 가장 많이 사용하는 용도 .....	27
<그림 3-5> 주로 사용하는 SNS .....	28
<그림 3-6> SNS 사용 기간 .....	29
<그림 3-7> SNS 접속 빈도 .....	30
<그림 3-8> SNS 접속 시 사용시간 .....	31
<그림 3-9> SNS 접속 시 주로 이용하는 장소 .....	32
<그림 3-10> SNS를 이용하는 목적 .....	33
<그림 3-11> 언어 사용 습관에 대한 인식 .....	35
<그림 3-12> 언어 사용 습관에 영향을 준 사람 또는 매체 .....	36
<그림 3-13> 신조어에 대한 인식 조사 .....	37
<그림 3-14> 신조어에 대한 사용 빈도 .....	38
<그림 3-15> 신조어에 대한 획득 경로 .....	39
<그림 3-16> 신조어를 사용하는 상황 .....	40
<그림 3-17> 신조어의 뜻을 정확히 알지 못해 어려움을 느낀 경험 .....	42

<그림 3-18> 선생님 또는 부모님께서 신조어의 뜻을 물어본 경험 .....	43
<그림 3-19> 신조어를 쓰는 이유 .....	44
<그림 3-20> 신조어를 자주 쓰는 것에 대한 생각 .....	46
<그림 3-21> 향후에도 계속해서 신조어를 사용할 의향 .....	47

## 국문초록

# 청소년의 SNS 사용습관이 신조어 인식에 미치는 영향에 관한 연구 (고등학교 남녀학생을 대상으로)

시대가 빠르게 변화하고 세대 간의 생각과 가치관의 차이가 점점 더 크게 벌어짐에 따라 기존세대와 신세대 간의 소통과 대화가 무엇보다 중요한 사회가 되었다. 특히, 학교에서 학생들과의 소통을 위해서는 그들의 생각을 이해하는 것이 중요하고 이를 위해서 그들의 표현과 그 표현이 사용되는 이유를 생각해 볼 필요가 있다.

현대 사회에 사회활동을 하는 사람이라면 누구나 컴퓨터와 스마트폰을 사용하고 있다. 이에 따라 인터넷과 SNS의 사용이 급격히 늘어나고 소통의 장소 또한 면대면 대화에서 사이버 공간의 소통으로 점점 더 옮겨가고 있으며 앞으로는 사이버상의 의사소통이 더 많아질 것으로 예상된다. 특히 청소년들은 어려서부터 인터넷과 스마트기기에 노출되어 사이버 소통에 능하고 그 사용비중도 더욱 증가하고 있다.

본 연구는 청소년들이 SNS를 사용하는 패턴과 신조어 인식을 조사하여 연관성을 알아봄으로써 청소년들의 표현을 이해하고 더 나아가 사이버 공간에서 신조어 사용 지도에 필요한 교육 방안을 만드는 데 기초자료를 제공하기 위한 목적으로 진행되었다.

먼저 국립국어원의 자료와 인터넷진흥원의 데이터를 활용하여 일반적인 신조어와 인터넷 사용현황을 알아보고 연구 목적에 맞도록 설문지를 작성하여 일반계 고등학교 학생들을 대상으로 설문을 실시하였다. 학생들이 인터넷이나 SNS에 얼마나 자주 접속하는지, 얼마나 오랜 시간 사용하는 지, 어떤 신조어를 많이 사용하는지, 그리고 SNS 사용과 신조어 사용실태는 어떤 관련이 있는지 설문 조사를 하였다.

설문조사결과 청소년들이 자주 사용하는 신조어로는 “갑분싸”가 가장 많았고, “TMI”, “존버”, “현타”, “땡언”, “취존”, “문썸” 등의 순서로 많이 사용

됨을 알 수 있었다. 또한, 유의미한 결과로 SNS 사용시간이 많을수록 신조어에 대한 인식 및 사용빈도가 높게 나타났다. 청소년들은 SNS를 친구들과의 소통을 위해 가장 많이 사용하는 데, 이때 그들이 좋아하는 신조어를 주로 사용하는 것으로 나타났다.

분석결과 SNS 사용시간이 많을수록 자신이 나쁜 언어습관을 가지고 있으며, 신조어의 뜻에 대해서는 잘 모르겠다는 답변이 많았지만 신조어의 인식 및 사용빈도는 높게 나타났다. 그 외의 결과로 여학생이 남학생에 비해 신조어에 대해 더 잘 인식하고, 선생님 또는 부모님도 여학생에게 더 많이 물어 보며, 여학생이 남학생보다 향후 신조어 사용을 더 줄여 나갈 생각임을 알 수 있었다.

사이버 공간에서 학생들이 쓰는 언어와 표현은 교사들이 쉽게 파악하기 힘들기 때문에 이와 같은 연구 자료는 학생들의 언어문화를 이해하고 그들과 소통하는 데 도움을 줄 것으로 기대한다. 더 나아가 건전하고 효율적으로 학생들이 사이버 공간에서 소통하도록 교육하는 방안을 만드는 밑거름이 될 것이다.

# 제1장 서론

## 제1절 연구의 필요성과 목적

학교에서 이루어지는 정보과목에 대한 교육현장을 관찰해보면 대다수의 학생들이 수업에 집중하지 못하는 경우가 많다. 특히, 컴퓨터 실습실에서 진행되는 수업일 경우, 딴 짓을 하거나 수업에 집중하지 못하는 학생들이 많은데 이는 수업을 좀 더 재미있게 하거나 학생들의 관심 분야와 연관을 시킨다고 해결될 문제는 아니라고 생각된다. 일부 학생들은 처음부터 주요과목이 아닌 정보과목 수업에 참여할 생각이 없는 것처럼 보이기도 했다. 학교교육의 목적이 단순 지식전달이 아닌 전인교육임을 생각해 보면 그 해결책은 끊임없는 학생들과의 소통과 이해라고 생각한다.

그런데 현대 사회를 살아가는 사람들은 컴퓨터나 스마트폰으로 많은 일을 수행하고 사이버 상에서 사람들과 대화한다. 즉 소통의 대부분이 사이버 공간에서 이루어진다고 해도 과언이 아니다. 사람들이 점차 더욱 많은 자신의 시간을 사이버 공간에서 보내게 되고 사이버 공간에서 만남과 대화에 더 큰 의미를 부여하고 있다. 특히 청소년들은 어려서부터 스마트기기 사용에 익숙할 뿐만 아니라 사이버공간에서의 활동이 더욱 자연스럽고 편안할 수밖에 없다.

사이버공간에서의 소통은 쉽고 빠르게 전 세계와 소통할 수 있는 장점이 있지만 심각한 부작용 가지고 있다. 중학교와 고등학교에서 다루어지는 정보과목의 내용요소 중 공통적으로 다루는 사이버윤리에서는 “사이버 폭력, 사이버 범죄, 개인 정보 유출이나 유해 정보 유통으로 인한 문제점”을 사이버공간에서 발생하는 문제점으로 지적하고 있다. 청소년들이 인터넷과 스마트폰을 사용하면서 주로 나타난 또 다른 부작용으로는 “스마트폰 중독”, “게임중독”, “현실도피”, “사이버 불링과 따돌림” 등이 있고 앞으로 또 어떤 부작용이 더 나타날 지 예상하기 어렵다.

사이버 공간에서 훨씬 더 많은 시간을 보내는 학생들에게 컴퓨터나 스마트폰을 무조건 못하게 막기 보다는 교육을 통해 사이버상에서 올바른 언어

사용법을 알려 주어야 할 것이다. 한 사람의 인격과 품성은 그 사람의 행동과 말에서 잘 나타나는 데 한 사람이 행한 행동과 말은 주위 사람에게 뿐 아니라 이를 행하거나 말을 한 당사자에게 가장 큰 영향을 미친다. 따라서, 한 사람의 올바른 말과 행동은 주위사람들 뿐 아니라 자기 자신에게도 좋은 영향을 미치므로 잘못된 말과 행동은 자신을 위해서도 반듯이 고쳐져야 할 것이다. 이것은 사이버 공간에서의 소통에서도 다르지 않다.

그런데 현재 2015 개정 교육과정의 정보과목에서는 중학교와 고등학교에서 공통적인 내용요소로 사이버윤리에 대한 수업을 진행하고 있지만 사실상 사이버공간의 특수성에 따른 각종 문제점과 인터넷 중독에 따른 예방에 대한 내용이 주를 이루고 있다. 결국 학생들에게 하지 말아야 할 것은 가르치면서 어떻게 사이버공간을 활용해야 하는가는 나와 있지 않는 것이 현실이다. 학생들에게 사이버공간의 활용법을 가르치기 위해서는 사이버공간에서 사용되는 표현들을 면밀히 분석하여 학생들에게 신조어라도 얼마든지 건전하게 활용할 수 있고 어떻게 활용해야 하는 지 그 방법을 가르쳐야 할 것이다.

이를 위한 첫 걸음으로 사이버 공간이라는 특수한 환경에서 나타나는 신조어를 조사하고 학생들이 빈번하게 사용하는 줄임말, 상형언어들에 대한 학생들의 인식과 태도를 알아보고자 한다. 그리고 그 결과를 바탕으로 학생들을 이해하고 그들과 원활히 소통함으로써 사이버공간에서 신조어 사용에 필요한 교육 방안을 만드는 기초자료를 제공하고자 한다.

## 제2절 선행연구 검토

유사한 선행연구로는 사이버 공간에서 사용되는 언어 사용 패턴에 관한 연구와 순수하게 신조어를 조사하여 고찰한 연구가 있다. 사이버 공간에서의 언어 사용 패턴에 관한 연구는 사이버 상에서 사용되는 은어, 비속어 등 유해언어 사용에 관한 연구와 언어폭력 예방교육에 관한 연구가 주를 이루고 있으며, 순수하게 신조어를 조사한 연구는 신조어 사용 실태 자체에 초점을 둔 연구가 가장 많고 신조어 생성 원인을 찾거나 신조어의 조어 방식

을 다각도로 분석한 연구가 있다. 그 외에 언어 의식, 언어 문제 개선에 관한 연구가 있다.

김미화(2014)의 “중학생의 사이버 언어폭력 예방을 위한 집단상담 프로그램 개발”에서는 상담심리 교육적 측면에서 교육프로그램 개발과 그 효과 검증에 초점이 맞춰져 있으며 중학생을 실험집단(30명)과 통제집단(30명)으로 나누어 비교함으로써 집단상담 프로그램의 효과를 입증하고 있다.

김난경(2002)의 “사이버 공간에서 사용되는 유해 언어 연구”에서는 활발하게 운영되고 있는 동호회 사이트에서 청소년들이 사용하는 유해 언어를 조사하여 유해 정도의 심각성과 실태를 알아보고, 그 원인을 분석하여 대책을 제시하였다. 그 대책으로 가정교육의 중요성과 학교뿐 아니라 정부, 언론, 사회단체 등 사회전체가 나서서 유해언어 사용에 대한 예방교육을 실시해야 한다고 결론짓고 있다.

신용철(2018)의 “인터넷 언어 고찰을 통한 교수·학습방안 연구”에서는 인터넷 문체 생성과 그 유형을 조사하고 국어교육 측면에서 신조어와 인터넷 문체 교육을 위한 교수·학습 방안을 제시하였다. 제시된 교수·학습 지도안은 인터넷 신조어의 의미, 형성법, 장점과 단점, 인터넷 문체의 의미와 종류에 대한 수업방안을 내용으로 하고 있다.

장경일(2019)의 “중·고등학생의 신조어 사용 양상과 신조어 교육 방안 모색”에서는 국어교과 교육적 측면에서 신조어 사용양상과 신조어의 유입경로를 알아보고 2015 국어교육과정에서의 성취기준을 기준으로 부족한 점에 대해 신조어와 관련된 새로운 개선안을 제시하였다.

김미영(2010)의 “신조어의 생성과 보급에 대한 사회·심리 언어학적 분석 연구”에서는 2005년부터 2009년까지 널리 사용되는 신어와 약어, 비표준어, 임시어, 은어를 연구대상으로 그 개념, 특성, 형성배경, 유형을 조사하여 인간심리와 특정 사회 유형별로 신조어를 분석하였다. 결론적으로 신조어는 사람들의 특유한 심리현상과 사회상이 반영되어 생성과 보급되는 것임을 증명하였다.

선행연구에서 정보교과교육의 사이버윤리 측면에서 신조어를 분석한 자료는 나타나지 않았고, 본 연구와 같이 신조어와 SNS 사용의 관계에 대해 분석한 자료도 찾을 수 없었다.

본 연구에서는 SNS 사용실태와 신조어 인식에 관한 연관관계를 알아보기 위해 정보교과 교육의 측면에서 설문문항을 만들어 청소년들에게 직접 설문을 실시하고, 그 데이터를 가지고 T검정과 ANOVA분석, 상관관계분석을 통하여 결과를 도출 하였다. 청소년들과 소통을 위해 그들의 표현을 이해하고자 하는 연구자와 사이버 상에서 언어표현에 관한 교육 방안을 만들고자 하는 교사에게 이러한 자료는 실질적인 청소년들의 표현과 의미를 이해하는 데 많은 도움이 될 것이다.

## 제3절 연구의 내용과 방법

### 1. 연구 내용

본 연구목적을 위해 아래와 같은 내용으로 연구를 진행 하였다.

2장에서는 연구의 이해를 돕기 위하여 신조어의 개념과 유형을 어종별, 조어 방법별로 분류하고 신조어 활용 실태와 연관하여 조사한 결과를 제시 하였다. 또한 사회 전반적으로 인터넷과 SNS 사용실태를 조사하였다.

3장에서는 연구 결과로 각 설문 항목별 결과와 남녀 학생별 차이를 분석하고 최종적으로 SNS 사용 관련 항목과 신조어 사용실태를 분석 하여 연관성이 있는가에 대해 검증하였다.

4장에서는 결론으로 3장에서 도출된 결과를 통해 청소년들이 자주 사용하는 신조어를 분석하고 SNS와 신조어 사용의 연관성을 고찰하여 그 의미를 기술하였다.

### 2. 연구 방법

연구를 시작하기 전 국립국어원으로부터 신조어 조사 자료를 받아 최근 5년간의 신조어 중 급식체라 불리는 청소년들의 신조어를 설문조사에 반영하여 설문조사를 하였다.

일반계 고등학교 학생 223(남학생 112명, 여학생 111명)명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 불성실한 답변을 제외한 198명(남학생 99명, 여학생



99명)을 대상으로 스마트기기 사용과 SNS 이용 그리고 신조어 사용실태에 관하여 설문조사결과를 분석하였다. 분석도구로는 SPSS25를 사용하였다. 기본 기술 분석과 T-test를 통한 남녀 차이분석, ANOVA를 통한 주요 항목별 비교분석, 그리고 신조어관련 항목간의 상관관계분석을 진행하였다.

본 연구의 연구 절차는 아래와 같다.

- 국립국어원의 신어 조사 보고서를 통해 최근 신조어의 경향을 분석하고 이들 중 청소년들이 많이 사용하는 급식체에 대해 알아본다.
- 인터넷진흥원에서 최근 조사한 통계 데이터를 바탕으로 인터넷과 SNS의 사용현황을 알아본다.
- 일반계 고등학생을 대상으로 스마트기기 사용과 SNS 이용 그리고 신조어 사용실태에 관하여 설문조사를 실시한다.
- 설문 결과에 대해 빈도 및 기술 분석을 실시한다.
- 동일한 수의 남녀 학생을 대상으로 실시한 설문결과를 비교 한다
- SNS 이용 패턴에 따른 신조어 사용 실태와의 연관관계를 분석하고 신조어 관련 항목들 간의 상관관계 분석을 실시한다.
- 청소년들이 많이 사용하는 신조어를 분석해 보고, SNS 사용실태와 연관하여 학생들의 인식을 고찰한다.

## 제4절 연구가설

신조어에 관한 연구자료 중 국립국어원의 2018 신어연구 프로젝트에서 조사한 결과에 의하면 최근 신조어의 생성 양상은 SNS의 폭발적인 사용 증가와 깊은 상관관계를 가지고 있다고 한다. SNS의 폭발적인 사용 증가가 신조어 생성과 연관이 있다면 신조어의 인식이나 사용과도 관련이 있음을 생각해 볼 수 있다. 본 연구는 이러한 가정 하에 아래와 같이 연구가설을 세우고 그 관계를 조사해 보았다.

- SNS 사용시간이 많을수록 신조어를 더 많이 인식하고 사용할 것이다.
- SNS 사용목적에 따라 신조어의 사용빈도가 차이가 날 것이다.
- 성별에 따라 신조어 인식에 유의미한 차이를 보일 것이다.

## 제5절 용어의 정의

본 연구의 이해를 돕기 위해 본문에서 사용된 기본용어에 대해 아래와 같이 설명하였다.

<표 1-1> 용어의 정의

용 어	정 의
SNS	Social Networking Service의 약어로 소셜 네트워킹 서비스란 사용자 간의 자유로운 의사소통과 정보 공유, 그리고 인맥 확대 등을 통해 사회적 관계를 생성하고 강화해 주는 온라인 플랫폼을 의미한다.
신조어	새로 만들어진 단어 및 용어 가운데 표준어로 등재되지 않은 말을 뜻한다. 이 후 2장에서 자세한 설명을 해 놓았다.
급식체	인터넷상에서 급식충이라 불리는 학생들이 사용하는 문자체
복세편살	‘복잡한 세상 편하게 살자’의 줄임말. 복잡하게 생각하지 말고 단순하게 생각하며 살자는 뜻이지만 주로 안 좋은 어감으로 사용된다.
갑분싸	‘갑자기 분위기 싸해진다’의 준임말로 예능방송에도 가끔 등장할 정도로 일반대중에게도 알려졌다.
케바케	‘케이스 바이 케이스’ case by case를 줄여서 쓰는 말로 ‘경우에 따라’, ‘개별적으로’ 등의 뜻으로 쓰이는 데 그때 그때마다 다르다는 의미로 사용하고 있다.
소확행	‘소소하고 확실한 행복’의 줄임말.
별다줄	‘별걸 다 줄인다’의 줄임말로 별것도 아닌데 줄여서 알아듣기 힘들다고 표현할 때 쓴다.

TMI	‘Too Much Information’ 영어로는 과한 정보의 뜻이지만 실제로는 티엠아이를 쓸데없이 또는 과하게 말 많은 사람을 일컫는다.
버정	‘버스 정류장’의 줄임말
커엽다	‘귀엽다’의 자모를 바꿔 쓴 표현으로 줄임말도 아니지만 자신만의 독특한 표현을 추구하는 의도가 내포되어 있다.
생선	‘생일선물’의 줄임말.
사바사	‘사람 by 사람’의 줄임말로 케바케처럼 사람에 따라 다르다는 의미로 사용된다.
버카충	‘버스 카드 충전’의 줄임말
롬곡옴높	‘폭풍눈물’을 180도 뒤집어서 댓글과 문자대화에 주로 사용한다.
JMT	‘존맛탱’의 자음을 영어화 시킨 단어로 매우 맛있다는 표현이다.
존버	‘존나 버틴다’의 속어가 포함된 줄임말로 생각보다 오래 버티거나 정말 힘들게 버티고 있다는 표현으로 사용한다.
비담	‘비주얼 담당’의 줄임말로 무리 중 가장 이쁘거나 잘생긴 사람을 지칭한다.
마상	‘마음의 상처’의 줄임말.
범블레스유	‘범’, ‘bless’, ‘you’ 합성어로 ‘범이 없었으면 너는 끝났어’의 의미로 사용된다.
현타	‘현자타임’의 줄임말로 일반적으로 무언가 열정적으로 일을 한 뒤에 지쳐 있는 상태를 ‘현자타임이 왔다’라고 이야기 한다. ‘현실자각타임’의 준말로도 사용한다.

이생망	‘이번생은 망했다’는 표현으로 주로 젊은 층에서 많이 쓰는 스스로를 비웃거나 위로하는 표현이다.
만반잘부	‘만나서 반가워 잘 부탁해’의 줄임말.
팬아저	‘팬이 아니어도 저장’의 줄임말로 소장가치가 있어 사진이나 영상을 저장할 때 쓰는 표현이다.
띵언	‘명언’의 자음과 모음을 바꿔 비슷한 모양의 단어 표현.
취존	‘취향존중’의 줄임말로 취향을 존중해 달라고 표현할 때 사용된다.
혼코노	‘혼자 코인 노래방’의 줄임말.
애빼시	‘애교 빼면 시체’의 줄임말.
문찐	‘문화 찐따’의 줄임말로 새로운 유행을 따라가지 못하고 뒤쳐진 사람을 일컫는 말.
좋못사	‘좋아하다 못해 사랑해’의 줄임말로 매우 좋아하는 마음을 표현.
갑통알	‘갑자기 통장을 보니 알바 해야 겠다’의 줄임말
가심비	가격대비 마음의 만족을 추구하는 소비 형태.
머박	‘대박’의 자음과 모음을 바꿔 비슷한 모양의 단어 표현.
야민정음	단어의 자음과 모음을 비슷한 걸로 바꿔 만든 단어로 머박, 띵언, 땡땡이, 커엽다 등의 단어를 일컫는 말.

## 제6절 연구의 제한점

본 연구는 아래와 같은 제한점을 갖는다.

첫째, 설문조사 표본 대상을 서울특별시 광진구에 소재한 일반계 고등학교에 재학 중인 남녀 학생으로 제한하여 영향을 줄 수 있는 다른 변수를 최대한 한정할 수 있었지만 대신 표본 대상이 지역적, 학교계열의 특수성으로

인해 일반 학생 전체를 예측하는 데는 한계가 있다.

둘째, 활용된 설문지는 순수하게 본 연구의 목적을 위해 작성 되었으므로 청소년의 신조어에 관한 모든 기초자료를 담고 있다고 보기 어렵다. 본 연구는 설문조사 결과를 데이터로 활용하여 조사 되었으므로 설문 문항에 언급되지 않는 항목에 대한 내용은 배제되어 있다.

셋째, 신조어는 시대 흐름에 따라 조사 결과가 매순간 바뀌는 특수성을 가지고 있으므로 본 연구는 해당 시점을 반영한 조사이며 향후에 비슷한 조사를 하더라도 다른 결과가 나올 수 있다.

## 제2장 이론적 배경

1994년부터 매년 신어연구 프로젝트를 진행하고 있는 국립국어원에서 제공한 최근 5년간(2014년-2018년)의 자료에 따르면 SNS를 통한 실시간 의사소통의 증가로 신조어의 유통 주기도 이전과 다른 양상을 띠고 변화하고 있다. 최근 신조어의 생성 양상은 SNS의 폭발적인 사용 증가와 깊은 상관관계를 가지고 있는데 의사소통의 계층이 폭넓어지고 언어의 경제성과 유희성을 추구하는 현실도 신조어 증가의 중요한 요인으로 작용하고 있다고 한다.

이중 청소년들이 사용하는 급식체라 불리는 신조어들이 점점 더 빠르게 늘고 있으며 그 조어 방식 또한 다양한 방법으로 진화하고 있음을 알 수 있다. 이러한 신조어는 빠르고 간편하게 의사전달을 하고자 하는 목적 이외에 최근 청소년의 생각과 가치관을 담고 있지만 세대간의 의사소통 단절과 갈등을 부추기는 역기능 또한 가지고 있다. 특히, SNS상에서 사용되는 신조어는 면대면 대화에서 얻을 수 있는 비언어적 정보가 없는 상황에서 이해해야 하므로 이를 알지 못하는 구세대 성인들이 이해하기에는 더 난해할 수밖에 없고 이는 세대간의 갈등의 한 원인이 되고 있다.

2장에서는 본 연구에 앞서 신조어의 개념과 신조어의 근원이 되는 원어별, 조어방식별 분류를 통하여 최근 사용하는 신조어에 대해 알아본다. 그리고, 사회 전반적인 구성원들의 인터넷 및 SNS 사용실태에 대해 조사함으로써 기초자료로 활용하고자 한다.

### 제1절 신조어의 개념과 유형

#### 1. 신조어의 개념

신조어란 표준어로 등재되지 않은 새로 만들어진 단어나 용어를 말한다. 시대가 변하면서 우리가 사용하는 언어도 조금씩 변화하게 되는데 이는 새로운 개념이나 발명품의 등장으로 용어가 생성되기도 하지만 사회구성원의 사용편의나 가치관의 변화에 따라 새로운 용어가 생기거나 변화하기도 한

다. 예컨대 20년 전에는 스마트폰이라는 단어자체가 존재하지도 않았고 그런 단어를 알지 못했다. 하지만 현대 사회를 살아가는 사람은 누구나 스마트폰이 뭔지 알고 있으며 길을 걸어가면서도 스마트폰을 보는 사람들을 쉽게 찾아 볼 수 있을 정도로 많은 사람들이 스마트폰에 의존하는 사회로 크게 변화되었음을 알 수 있다. 이런 사회변화에 따라 신조어 또한 생성되어 꾸준히 사용되기도 하고 잠깐 나타났다가 사라지기도 한다.

## 2. 신조어의 유형

가장 최근 국립국어원에서 조사된 신조어(2018년)는 단어와 구를 포함하여 모두 434개이다. 이중 단어는 222개(51.2%)이고, 구는 212개(48.8%)로 구와 단어의 비율이 비슷하다. 또한 일반어는 356개(81.8%), 전문어는 79개(18.2%)로 전문어보다는 일반어가 신조어로 훨씬 풍부하게 생산되었다.

2018년 신조어의 유형을 품사, 원어, 조어법, 사용 분야에 따라 분류하여 아래와 같이 그 특성을 살펴보았다.

### 가. 품사에 따른 분류

신조어의 대부분은 명사이며, 신조어로 조사된 일반어 구와 전문어 구가 모두 명사구이므로, 신조어의 약 99.1%가 명사 또는 명사구라고 할 수 있다. 명사 외에는 형용사 2개, 부사 1개, 동사 1개가 나타나 다른 품사의 생산은 명사에 비해 극히 낮다.

### 나. 원어에 따른 분류

원어에 따른 신조어 유형을 분석하면 신조어 생산에 기여하는 원어의 결합 유형 및 결합의 경향성을 알 수 있다. 원어에 따른 분류는 크게 단일원어와 복합원어가 있다. 단일원어는 고유어나 한자어, 외래어로 생성되거나 같은 유형의 결합으로 생성된다. 복합어의 경우는 고유어와 외래어, 한자어의 조합으로 두 개의 원어가 결합된 신조어이며 셋 이상의 원어가 결합된 신조어는 많지 않다.

2018년 신조어에는 원어가 단일한 것이 221개(50.9%), 두 종류 이상의 연

어가 복합된 것이 213개(49.1%)로 나타났다. 이를 통해, 2018년 신조어에는 단일원어와 복합원어의 비율이 크게 차이나지는 않는 것을 알 수 있다. 단일원어의 경우 고유어에 비해 한자어는 약 5배, 외래어는 약 8배 정도 높은 비율로 나타나고 있다. 또한 복합원어에서는 외래어와 한자어가 결합한 신조어가 2018년 신조어 전체의 약 27%를 차지하고 있다. 복합원어에서 2018년 신조어의 생산에 기여한 정도를 살펴보면 ‘한자어 > 외래어 > 고유어’ 순으로 각각 178개, 162개, 97개이다.

#### 다. 조어 방법별 분류

신조어를 조어법에 따라 구분하면 크게 단일어와 복합어로 나누어 볼 수 있다. 복합어는 또한 합성어와 파생어로 나눌 수 있는데 단일어의 경우 ‘차용’과 ‘생성’으로 구분하고, 합성어는 ‘합성’, ‘축약’, ‘혼성’으로 파생어는 ‘접두 파생’, ‘접미 파생’으로 나누어 볼 수 있다.

신조어 중 단일어는 복합어에 비해 그 수가 많지는 않지만 ‘생성’에 해당하는 단어로는 ‘네주얼’, ‘뽀시래기’, ‘흑우’ 등이 있고, ‘차용’에 해당하는 단어로는 ‘고프고어’, ‘베그패커’, ‘탈룰라’ 등이 있다.

복합어는 최근 나타나는 신조어 중에 많은 비중을 차지하고 있다. 합성의 경우 ‘개딸’, ‘넵병’ 등이 있고, 혼성의 경우 ‘걸페미’, ‘멘즈테리어’, ‘슬로컬리제이션’ 등이 나타나고 있으며 축약의 경우 ‘소확성’, ‘탈잘싸’, ‘혼코노’ 등이 있다. 파생어의 경우 접미파생이 나타나고 있는데 ‘엔잡러’, ‘직세권’, ‘책카죽’ 등을 그 예로 볼 수 있다.

신조어의 조어 유형 중 파생어는 약 20.3%이며, 모두 접미 파생어로 나타났다. 접미 파생어는 신조어 전체에서 두 번째로 높은 비율을 차지한다. 이는 소수의 생산력이 높은 접미사가 신조어 생산에 적극적으로 기여하기 때문이다.

접미사는 한자어 접미사가 9개(36개 단어), 고유어 접미사가 5개(6개 단어), 외래어 접미사가 2개(3개 단어)로 모두 17개(45개 단어)이다. 한자어 접미사는 ‘-족(族)’이 신조어에서 가장 높은 생산성을 보였다. ‘-족(族)’ 접미사를 포함한 단어가 20개로 접미 파생어 전체의 약 44.5%를 차지한다. 그 다음으로 ‘-권(圈)’이 뒤를 이었다. 그동안 ‘-족(族), -남(男), -녀(女)’는 2012년



부터 꾸준히 많은 어휘를 파생시키며 신조어 생성에서 높은 생산력을 보인 접미사라고 조사 되었는데 2018년 신조어에서 ‘-족’은 여전히 생산성이 높은 접미사지만, ‘-남’이 결합한 신조어는 1개로 낮은 빈도로 나타났다. ‘-녀’가 결합한 신조어는 나타나지 않았다.

외래어 접미사로는 ‘사람’을 의미하는 영어 접사 ‘-어(er)’와 주로 ‘사상’, ‘신념’ 등을 의미하는 ‘-이즘(ism)’이 각각 2개, 1개 단어를 만드는 데 사용되었다.

#### 라. 사용 분야별 분류

2018년 신조어에서는 전문어가 일반어에 비해 1/5 수준으로 나타났다. 전문어 가운데 ‘니트 비용, 역김치 프리미엄’과 같은 ‘경제’ 분야의 신조어가 25개(31.6%) 나타나 가장 많았다. 다음으로 ‘관트리피케이션’과 같은 ‘사회 일반’ 분야의 전문어가 10개(12.7%)로 두 번째로 많이 생산되었다. 2018년에 새롭게 시행되거나 제기된 법안들인 ‘반반차 휴가제, 오너 리스크 방지법’과 같은 ‘법률’ 분야의 신조어와 ‘소아성 치매, 피사 증후군’과 같은 ‘의학’ 분야 전문어가 각각 6개(7.6%)로 세 번째로 많이 나타났다. ‘고프코어, 아이슬레저 룩’과 같은 ‘복식’ 분야 신조어를 통해 2018년에 유행한 옷차림이나 머리 모양을 알 수 있다.

일반어 신조어 중에는 ‘친족, 여가, 일상 행위, 병과 증상’ 등의 의미를 포함하는 영역인 ‘삶’에 속하는 신조어가 일반어 신조어의 약 23%를 차지했다. 다음으로 ‘인간관계, 직장, 사회생활 행위, 언어 행위’ 등의 의미를 포함하는 영역인 ‘사회생활’에 속하는 것이 18.3%로 나타났다. 세 번째는 ‘경제행위 주체, 경제 상태, 경제 행위’ 등의 의미를 포함하는 영역인 ‘경제생활’에 속하는 것이 약 16.1%로 나타났다. 이를 통해 2018년 일반어 신조어의 절반 이상이 ‘삶, 사회생활, 경제생활’의 세 가지 의미 영역에 속함을 알 수 있었다. 다음으로 양고기와 맥주를 아울러 이르는 말인 ‘양맥’과 케첩과 마요네즈를 섞어 만든 소스인 ‘케요네즈’와 같은 ‘식생활’ 영역의 신조어와, 애완동물처럼 귀여운 매력을 뜻하는 ‘댕댕미’, 주제와 상관이 없이 말을 아주 많이 하는 사람을 뜻하는 ‘티엠티’와 같은 ‘인간’ 영역의 신조어가 각각 9.3%, 5.9%로 조사되었다. 그 뒤로 ‘정치와 행정’(5.1%), ‘통신 및 게임’(4.8%) 의미 영역에 속

하는 신조어가 많이 나타났다.

## 제2절 신조어의 활용과 역기능

### 1. 신조어의 활용

SNS 상에 사용되는 급식체는 빠른 전달을 위해 줄여 쓰는 약어 뿐 아니라 유사한 모양의 단어를 사용하거나 단어를 거꾸로 뒤집어 사용하는 등 여러 가지 방법으로 변형된 신조어들이 나타난다.

대부분 학생들이 주로 접할 수 있는 상황이나 그들이 자주 느끼는 감정을 나타내는 단어가 많이 사용되었으며 그 사용 장소나 상황의 제한은 없었으나 많은 응답자가 무분별하게 사용하지는 않는 것으로 나타났다.

최근 이런 새로운 문화에 민감하게 반응하는 일부 기업에서는 ‘야민정음’, ‘초성체’ 등을 제품에 활용하는 기업이 등장하고 있다. 야민정음은 한글의 자음과 모음을 모양이 비슷한 한글로 바꾸어 표현하는 방식으로 ‘멍멍이’는 ‘댕댕이로’, ‘귀여워’는 ‘커여워’로 쓰는 방식이다.



<그림 2-1> 한국야쿠르트의 신조어를 활용한 상품출시 예

2019년 2월 한국야쿠르트가 팔도 비빔면 35년 한정판에 야민정음을 활용하여 출시한 ‘팔도비빔면’은 SNS등에서 화제가 되면서 온라인 한정수량 500만 개가 불과 한달 만에 완판 되었다.(대한상공회의소, 2019)



<그림 2-2> CU의 신조어를 활용한 상품출시 예

또한 편의점 CU에서 판매되는 초코케이크 ‘ㅇ즈? ㅇ즈’는 ‘반박할 수 없을 정도로 좋다’는 뜻의 ‘이거레알 반박불가’의 초성을 따서 지었다. CU는 2018년에도 쿠키앤크림 케이크 ‘ㅇ즈? ㅇ즈’를 선보였다. ‘인정? 어 인정’이라는 뜻으로 ‘맛있는 것을 인정한다’는 의미를 담았다. 두 제품의 인기에 힘입어 해당업체 매출은 2017년 36억원에서 2018년 114억원으로 1년만에 3배이상 급증했다.(대한상공회의소, 2019)

## 2. 신조어의 역기능

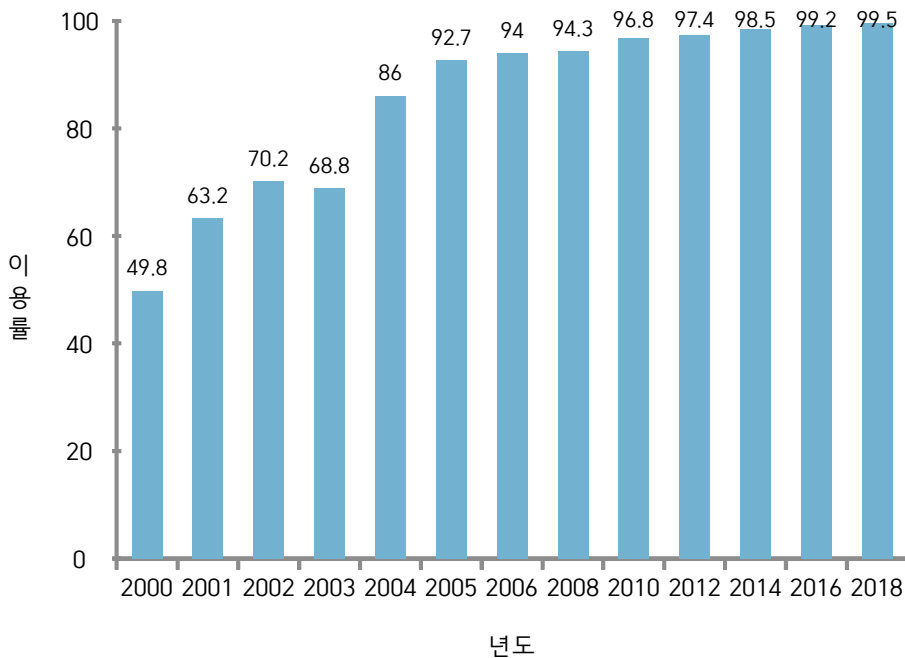
사회생활을 하는 사람이라면 어떤 일에 종사하던지 사람들 간의 의사소통이 매우 중요하다. 우리가 상대방과 대화를 하면서 또는 소그룹의 토의석상에서 자신이 표현한 말이 토의 참석자들에게 몇 퍼센트나 전달되고 있다고 판단하는가? 안타깝게도 전혀 모르는 사람과 대화 시 내가 전달하고자 하는 표현의 50%도 상대방에게 전달되지 않는다고 한다. 하물며 상대가 알지 못하는 신조어를 쓸 경우 그 의미 전달은 현저히 떨어질 수밖에 없다. 이런 의미에서 신조어는 그 의미를 알지 못하는 사람과의 소통을 방해할 뿐 아니라 소통하는 사람들 간에 갈등의 실마리가 될 수 있다. 과한 신조어 사용은 세대 간의 소통을 단절시키고, 청소년끼리의 소통 시에도 신조어를 알지 못하면 소외될 우려가 있다. 또한, 무분별한 줄임말이 과도하게 사용된다면 한글이 파괴될 가능성도 생각해 보지 않을 수 없다.

### 제3절 인터넷 이용실태

최근 인터넷 이용실태를 보다 정확하고 면밀히 알아보기 위해 3절의 자료들은 과학기술정보통신부 산하 한국인터넷진흥원으로부터 2019년 3월에 발간된 인터넷이용실태조사(국가승인 통계 제120005호)의 데이터를 활용했음을 미리 밝힌다.

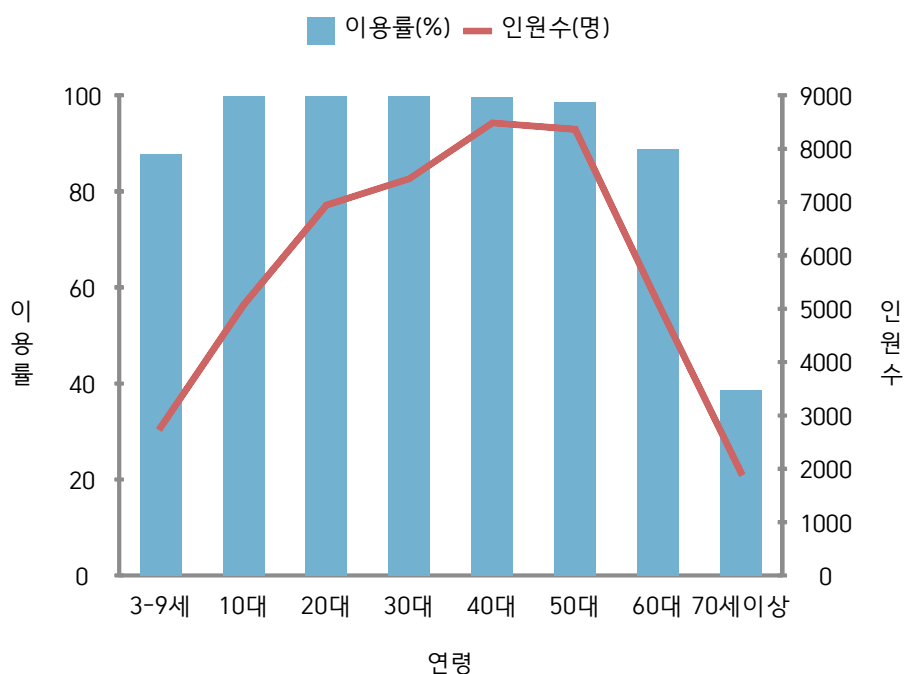
#### 1. 인터넷 이용률

<그림 2-3>은 우리나라 1,975만 가구를 대상으로 인터넷 이용률을 조사한 결과로 가장 최근에 조사한 2018년 4분기에는 우리나라 총 가구의 99.5%인 1,965만 가구가 집에서 인터넷을 사용하고 있다. 인터넷 이용률은 2000년부터 급속히 늘어난 이후 최근 5년간 그 사용률이 99%이상 유지하고 있다.



<그림 2-3> 년도별 가구 인터넷 이용률

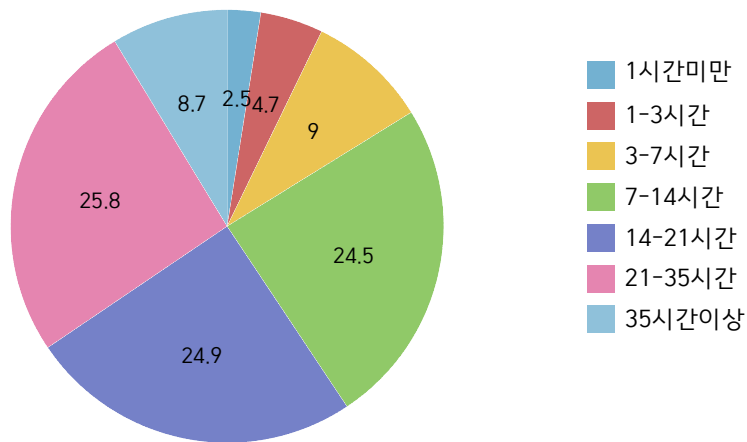
<그림 2-4>는 우리나라 인구 50,393천명을 대상으로 연령별 인터넷 이용률과 인원수를 조사한 결과이다. 인터넷 이용률은 만 3-9세가 87.8%(2,781천명), 70세 이상이 38.6%(1,935천명)으로 전년대비 각각 3.9%, 6.3% 큰 폭으로 증가하였다. 또한 10대-40대는 99.9%로 거의 모든 인원이 인터넷을 사용하고 있고 이 중 40대는 8,484천명으로 가장 많은 수가 인터넷을 사용하고 있다.



<그림 2-4> 연령별 인터넷 이용률과 인원수

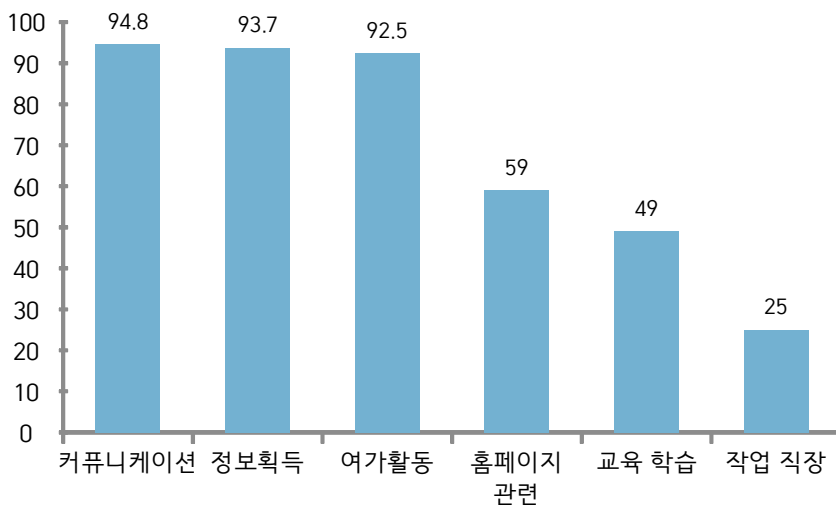
## 2. 인터넷 사용현황

<그림 2-5>는 한 주간 인터넷 평균 사용시간을 조사한 결과이다. 조사 결과 만3세 이상 인터넷이용자 중 95.3%가 매일 한번 이상 인터넷에 접속하고, 주 평균 16시간 30분을 이용한다. 인터넷 이용자 중 59.4%가 주 평균 14시간이상(14-21시간 24.9%, 21-35시간 25.8%, 35시간 이상 8.7%) 이용한다.



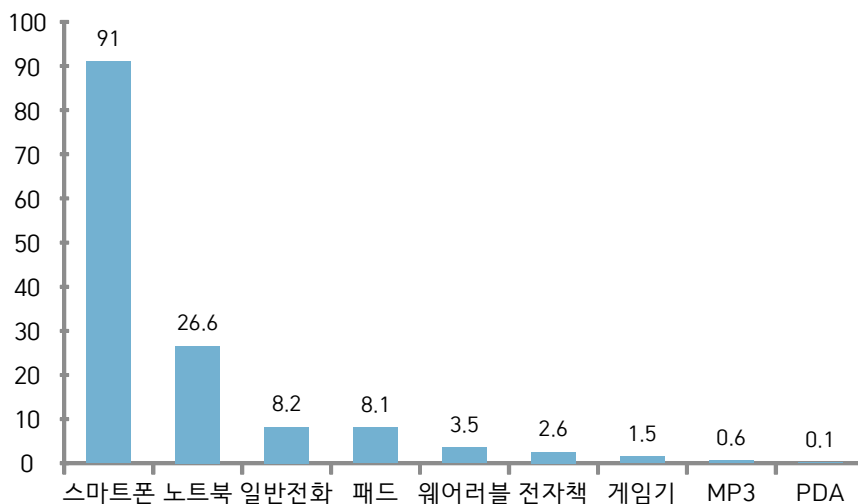
<그림 2-5> 한 주간 인터넷 이용시간별 이용자 비율

<그림 2-6>는 인터넷 이용목적에 대해 조사한 결과이다. 조사결과 만3세 이상 인터넷이용자는 주로 의사소통(94.8%)과 자료수집 및 정보획득(93.7%) 그리고 여가활동(92.5%) 등의 목적으로 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다.



<그림 2-6> 인터넷 이용 목적

<그림 2-7>은 개인이 휴대한 정보통신기기 현황이다. 조사결과 만6세 이상 인구 중 스마트폰을 보유한 비율은 91.0%에 달하고, 노트북컴퓨터, 일반이동전화, 스마트패드 보유 비율이 각각 26.6%, 8.2%, 8.1%로 나타났다. (인터넷진흥원, 2019)

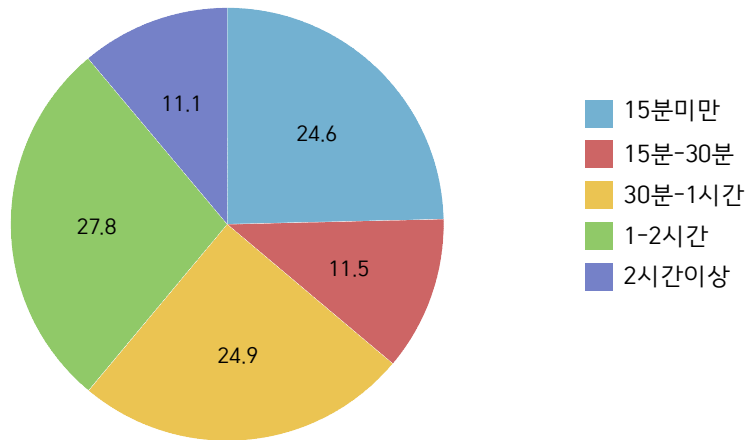


<그림 2-7> 개인이 휴대한 정보통신기기 현황

### 3. SNS 사용현황

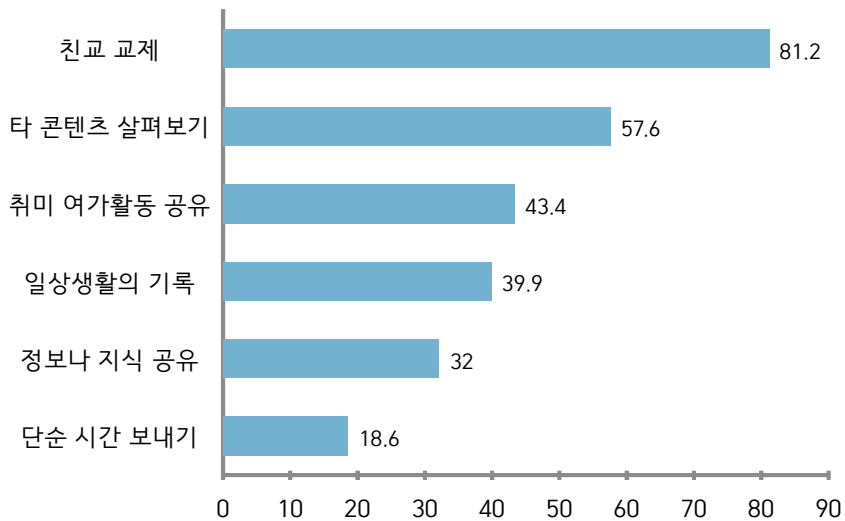
만 6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 SNS를 이용한 사람의 비율은 65.2%이며, PC를 통한 이용률(26.5%)보다 모바일기기를 통한 이용률이 2배 이상 높게 나타났다.

<그림 2-8>은 한 주간 SNS 평균 사용시간을 조사한 결과이다. 조사결과 만6세 이상 SNS 이용자 중 절반에 가까운 47.0%가 주 평균 20회 이상 이용하고, 주 평균 53분(1일 평균 약8분) 이용하는 것으로 나타났다.



<그림 2-8> 한 주간 SNS 이용시간에 따른 이용자 비율

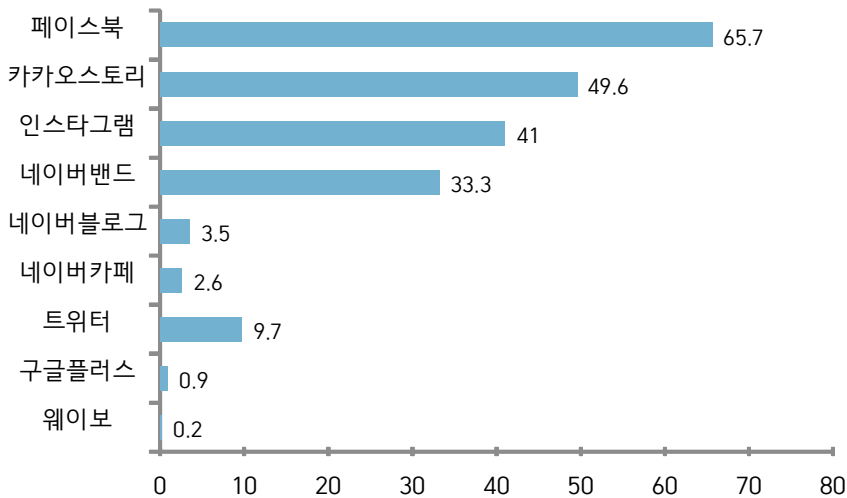
<그림 2-9>는 SNS 이용목적에 대해 조사한 결과이다. 조사결과 만6세 이상 인터넷이용자는 주로 커뮤니케이션(94.8%)과 자료 및 정보획득(93.7%) 그리고 여가활동(92.5%) 등의 목적으로 SNS를 이용하는 것으로 나타났다.



<그림 2-9> SNS 이용 목적



<그림 2-10>은 개인이 주로 이용하는 SNS 서비스 현황이다. 조사결과 만6세 이상 SNS 이용자들의 주이용 SNS 서비스는 페이스북이 65.7%로 가장 많았고, 카카오톡이 49.6%, 인스타그램이 41.0%, 네이버밴드가 33.3% 순으로 나타났다.



<그림 2-10> 개인이 주로 이용하는 SNS 서비스

인터넷 이용실태를 분석해 본 결과, 성인뿐 아니라 아이들까지 우리나라 인구 대부분이 인터넷을 사용하고 있으며 사용시간도 주 평균 16시간 30분으로 하루에 2시간이상 인터넷에 접속하는 것을 알 수 있다. 인터넷 사용자가 주로 사용하는 휴대용기기는 노트북컴퓨터보다도 스마트폰 사용자가 훨씬 많고 인터넷을 사용하는 목적이 커뮤니케이션이 가장 많은 것에 주목해볼 필요가 있다.

커뮤니케이션을 위해서 많은 사람들이 SNS를 사용함을 알 수 있는데 가장 많은 사람들이 친교·교제를 위해서 사용한다고 한다. 그렇다면 청소년들은 과연 SNS를 얼마나 이용하고 있고 어떤 식으로 이용하는지 그들이 쓰는 신조어와 연관 지어 알아보고자 한다.

### 3장 연구결과 분석

#### 제1절 기초분석

제1절에서는 설문에 참여한 일반계 고등학교 학생들의 기본정보에 해당하는 변인들을 분석 하였다.

##### 1. 응답자 성별 및 학년

<표 3-1>은 응답자의 성별 구성에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이고 <표 2-2>는 설문조사시의 학년을 분석한 결과이다. 분석결과 성별은 남자 99명(50.0%), 여자 99명(50.0%)으로 학년은 모두 고등학교 2학년으로 나타났다.

<표 3-1> 기술분석: V1. 귀하의 성별은?

	빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
남자	99	50.0	50.0	50.0
여자	99	50.0	50.0	100.0
전체	198	100.0	100.0	

<표 3-2> 기술분석: V2. 현재 몇 학년에 재학하고 있습니까?

	빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
고2	198	100.0	100.0	100.0

##### 2. 응답자 지역별 통계

<표 3-3>은 설문에 참여한 학생의 거주지에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 80%의 응답자가 서울시 광진구에 거주하고 그 외에 성동구 8명, 동대문구 3명, 중랑구 2명, 구리시와 남양주시가 각각 1명씩으로 나타났으며 그 외 그냥 서울특별시라고 답한 대상자가 4명으

로 나타났다.

<표 3-3> 기술분석: V3. 현재 내가 사는 곳은?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	서울시 광진구	160	80.8	89.4	89.4
	서울시 성동구	8	4.0	4.5	96.1
	서울시동대문구	3	1.5	1.7	97.8
	서울시 중랑구	2	1.0	1.1	98.9
	경기도 구리시	1	0.5	0.6	99.4
	경기도 남양주시	1	0.5	0.6	100.0
	전체	175	88.4	100.0	-
결측	N/A	23	11.6		
전체		198	100.0		

## 제2절 컴퓨터 및 SNS 사용관련 분석

제2절에서는 컴퓨터 및 인터넷 사용실태와 관련된 변인들을 분석 하였다.

### 1. 인터넷 서비스 가입여부

<표 3-4>은 가정에서 인터넷 서비스에 가입여부를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 188명(94.9%)의 응답자가 가정에서 인터넷을 사용한다고 답했으며 대답을 하지 않은 1명을 제외하고 나머지 9명(4.5%)은 가정에서 인터넷 가입을 하지 않았다고 답했다.

<표 3-4> 기술분석: V4. 가정에서 인터넷 서비스에 가입하고 있습니까?

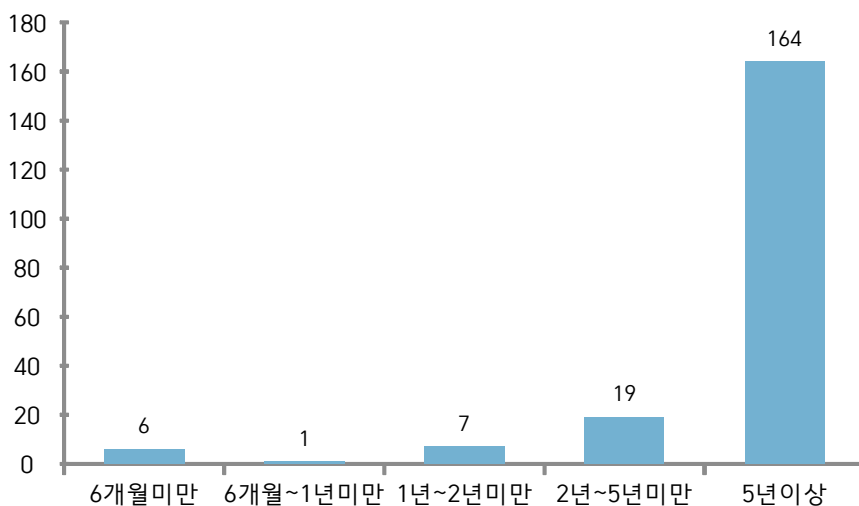
		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	예	188	94.9	95.4	95.4
	아니오	9	4.5	4.6	100.0
	전체	197	99.5	100.0	
결측	N/A	1	0.5		
전체		198	100.0		

## 2. 컴퓨터 사용 경력

<표 3-5>는 청소년의 컴퓨터 사용경력을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 164명(82.8%)의 가장 많은 응답자가 5년이상 컴퓨터를 사용했다고 답했으며 그 외에 2년~5년미만이 19명(9.6%), 1년~2년미만이 7명, 6개월~1년미만이 1명, 6개월 미만 6명으로 대부분의 학생들이 5년이상 컴퓨터를 사용해 온 것으로 나타났다.

<표 3-5> 기술분석: V5. 컴퓨터를 사용한 경력은 얼마나 됩니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	6개월 미만	6	3.0	3.0	3.0
	6개월~1년 미만	1	0.5	0.5	3.6
	1년~2년 미만	7	3.5	3.6	7.1
	2년~5년미만	19	9.6	9.6	16.8
	5년이상	164	82.8	83.2	100.0
	전체	197	99.5	100.0	
결측	N/A	1	0.5		
전체		198	100.0		



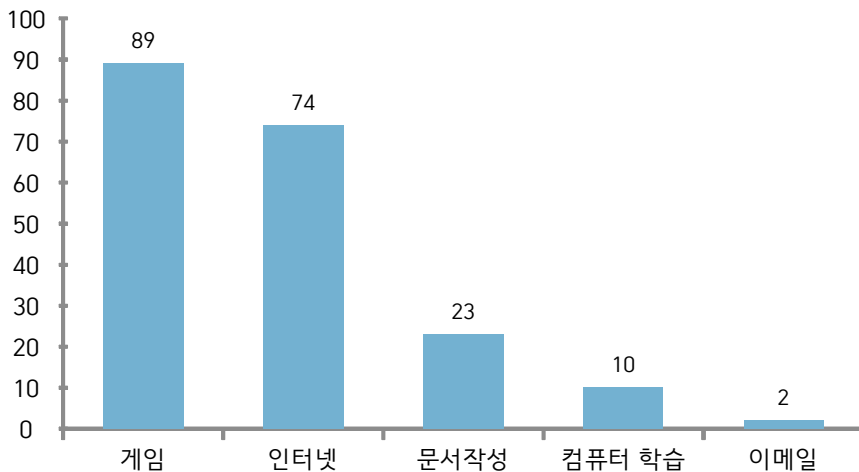
<그림 3-1> 컴퓨터 사용 경력

### 3. 컴퓨터 사용할 때 가장 많이 사용하는 용도

<표 3-6>은 컴퓨터를 사용 시 가장 많이 쓰는 용도를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 89명(44.9%)의 가장 많은 응답자가 게임을 꼽았으며 그 외에 인터넷이 74명(37.4%), 문서작성이 23명(11.6%), 컴퓨터 학습이 10명(5.1%), 이메일이 2명(1.0%)으로 학생들이 학습이나 문서작성보다는(16.7%) 주로 게임이나 인터넷 서핑을(82.3%) 하기 위해 컴퓨터를 사용함을 알 수 있다.

<표 3-6> 기술분석: V6. 컴퓨터를 사용할 때 가장 많이 사용하는 것은 무엇입니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	게임	89	44.9	44.9	44.9
	인터넷	74	37.4	37.4	82.3
	문서작성	23	11.6	11.6	93.9
	컴퓨터 학습	10	5.1	5.1	99.0
	이메일	2	1.0	10	100.0
	전체	197	99.5	100.0	



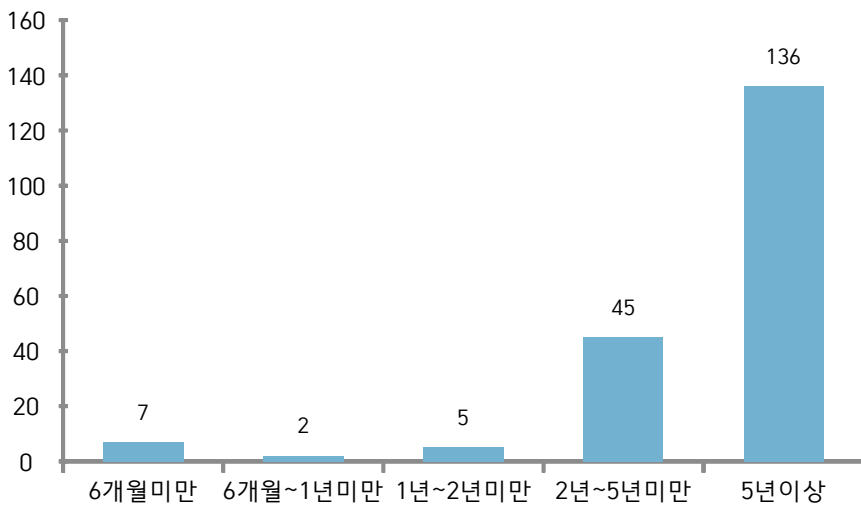
<그림 3-2> 컴퓨터 사용할 때 가장 많이 사용하는 용도

#### 4. 스마트폰 사용 경력

<표 3-7>은 청소년의 스마트폰 사용경력을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 138명(69.7%)의 가장 많은 응답자가 5년이상 스마트폰을 사용했다고 답했으며 그 외에 2년-5년미만이 45명(22.7%), 1년-2년미만이 5명, 6개월-1년미만이 2명, 6개월 미만인 7명으로 대부분의 학생들이 5년이상 스마트폰을 사용해 온 것으로 나타났다.

<표 3-7> 기술분석: V7. 스마트폰을 사용한 경력은 얼마나 됩니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	6개월 미만	7	3.5	3.6	3.6
	6개월-1년 미만	2	1.0	1.0	4.6
	1년-2년 미만	5	2.5	2.5	7.1
	2년-5년미만	45	22.7	22.8	29.9
	5년이상	136	69.7	70.1	100.0
	전체	197	99.5	100.0	
결측	N/A	1	0.5		
	전체	198	100.0		



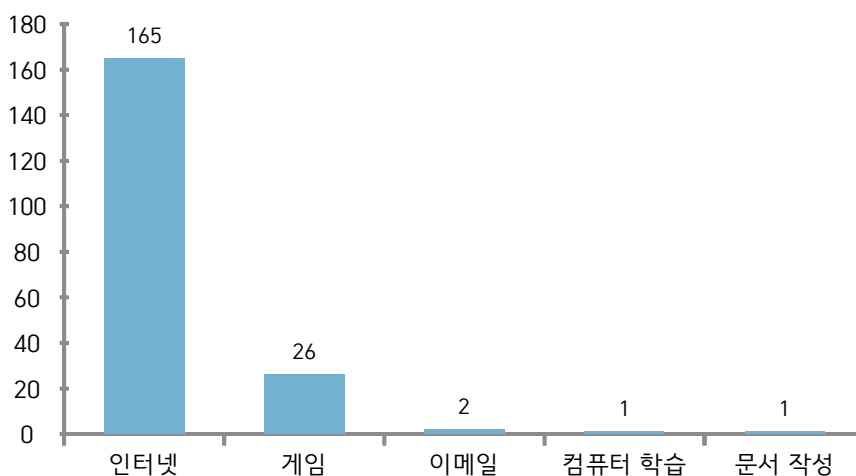
<그림 3-3> 스마트폰 사용 경력

## 5. 스마트폰을 사용할 때 가장 많이 사용하는 용도

<표 3-8>은 스마트폰을 사용할 때 가장 많이 사용하는 용도를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 165명(83.3%)의 가장 많은 응답자가 인터넷을 꼽았으며 그 외에 게임이 26명(13.1%), 이메일 2명, 컴퓨터 학습과 문서작성이 각 1명씩으로 학생들이 인터넷 서핑에 주로 스마트폰을 사용함을 알 수 있다.

<표 3-8> 기술분석: V8. 스마트폰을 사용할 때 가장 많이 사용하는 것은 무엇입니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	인터넷	165	83.3	84.6	84.6
	게임	26	13.1	13.3	97.9
	이메일	2	1.0	1.0	99.0
	컴퓨터 학습	1	0.5	0.5	99.5
	문서 작성	1	0.5	0.5	100.0
	전체	195	98.5	100.0	
결측	N/A	3	1.5		
전체		198	100.0		



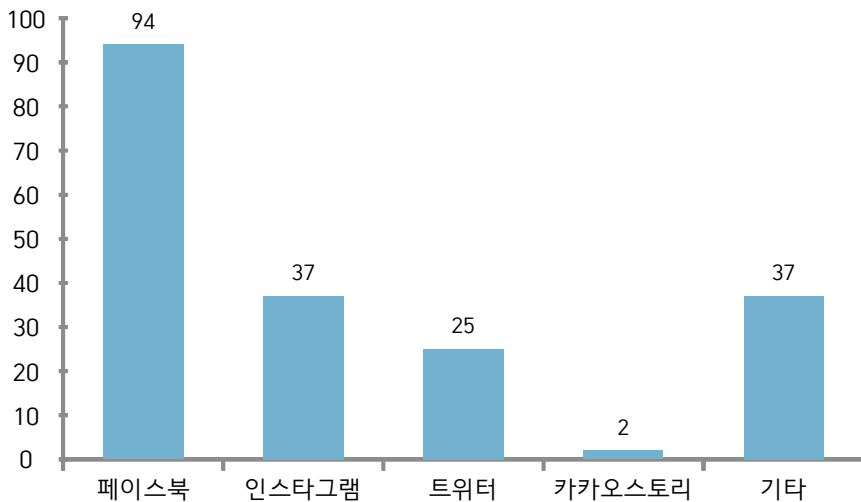
<그림 3-4> 스마트폰을 사용할 때 가장 많이 사용하는 용도

## 6. 주로 사용하는 SNS

<표 3-9>은 주로 사용하는 SNS를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 94명(47.5%)의 가장 많은 응답자가 페이스북을 꼽았으며 그 외에 인스타그램이 37명(18.7%), 트위터가 25명(12.6%), 카카오톡이 2명으로 나타났다. 그 외에 37명이 기타 의견을 제시했는데 대부분이 사용안함으로 답했으며 디스코드 등을 사용한다는 응답도 나왔다.

<표 3-9> 기술분석: V9. 주로 이용하는 SNS는 무엇입니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	페이스북	94	47.5	48.2	48.2
	인스타그램	37	18.7	19.0	67.2
	트위터	25	12.6	12.8	80.0
	카카오톡	2	1.0	1.0	81.0
	기타	37	18.7	19.0	100.0
	전체	195	98.5	100.0	
결측	N/A	3	1.5		
전체		198	100.0		



<그림 3-5> 주로 사용하는 SNS

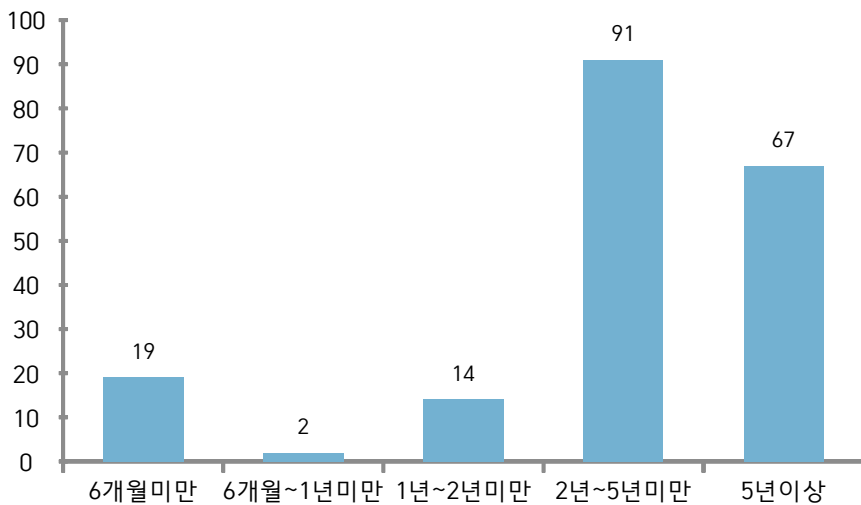


## 7. SNS 사용 기간

<표 3-10>은 SNS 사용기간을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 91명(46.0%)의 가장 많은 응답자가 2년~5년미만 SNS를 사용했다고 답했으며 그 외에 5년이상이 67명(33.8%), 6개월미만이 19명(9.6%), 1년~2년미만이 14명(7.1%), 6개월~1년미만이 2명으로 대부분 2년이 상 사용(158명(79.8%))하였음을 알 수 있다.

<표 3-10> 기술분석: V10. SNS를 사용한 기간은 어느 정도입니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	6개월 미만	19	9.6	9.8	9.8
	6개월~1년 미만	2	1.0	1.0	10.9
	1년~2년 미만	14	7.1	7.3	18.1
	2년~5년미만	91	46.0	47.2	65.3
	5년이상	67	33.8	34.7	100.0
	전체	193	97.5	100.0	
결측	N/A	5	2.5		
전체		198	100.0		



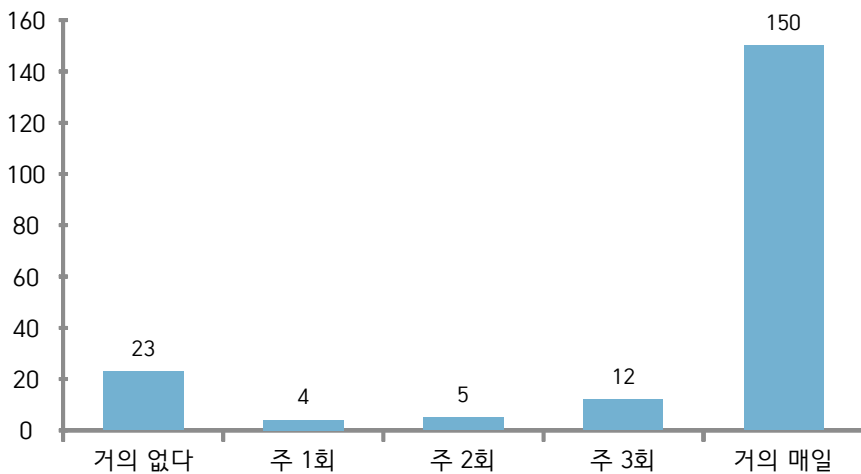
<그림 3-6> SNS 사용 기간

## 8. SNS 접속 빈도

<표 3-11>은 SNS 접속 빈도를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 150명(75.8%)의 가장 많은 응답자가 거의 매일 SNS를 사용했다고 답했으며 접속을 거의 하지 않는다는 대답은 23명(11.6%)이 답했다. 그 외에 주 3회가 12명(6.1%), 주 2회가 5명, 주 1회가 4명으로 나타났다.

<표 3-11> 기술분석: V11. SNS에 어느 정도 자주 접속을 하십니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	거의 없다	23	11.6	11.9	11.9
	주 1회	4	2.0	2.1	13.9
	주 2회	5	2.5	2.6	16.5
	주 3회	12	6.1	6.2	22.7
	거의 매일	150	75.8	77.3	100.0
	전체	194	98.0	100.0	
결측	시스템	4	2.0		
	전체	198	100.0		



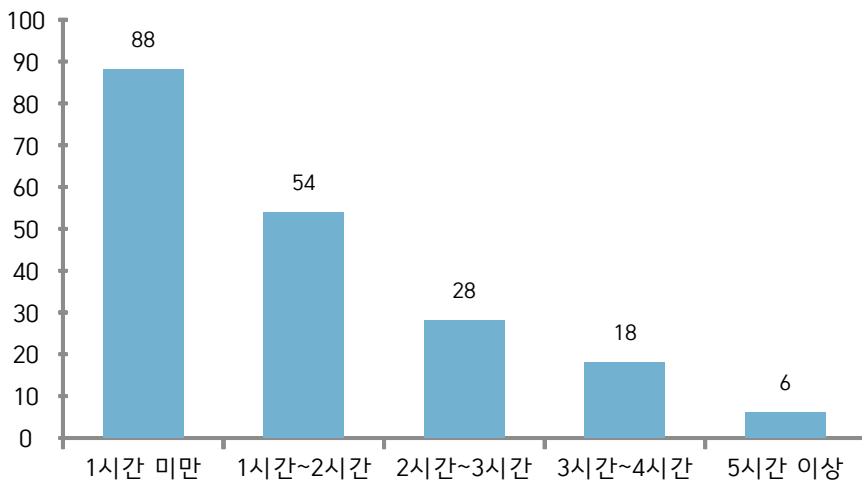
<그림 3-7> SNS 접속 빈도

## 9. SNS 접속 시 사용시간

<표 3-12>은 SNS 일회 접속 시 사용시간을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 88명(44.4%)의 가장 많은 응답자가 1시간미만으로 사용했다고 답했으며 그 외에 1시간-2시간이 54명(27.3%), 2시간-3시간이 28명(14.1%), 3시간-4시간이 18명(9.1%), 5시간이상이 6명으로 나타났다.

<표 3-12> 기술분석: V12. SNS에 접속했을 경우 사용하는 시간은 평균 어느 정도 인니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	1시간 미만	88	44.4	45.4	45.4
	1시간-2시간	54	27.3	27.8	73.2
	2시간-3시간	28	14.1	14.4	87.6
	3시간-4시간	18	9.1	9.3	96.9
	5시간 이상	6	3.0	3.1	100.0
	전체	194	99.5	100.0	
결측	N/A	4	2.0		
전체		198	100.0		



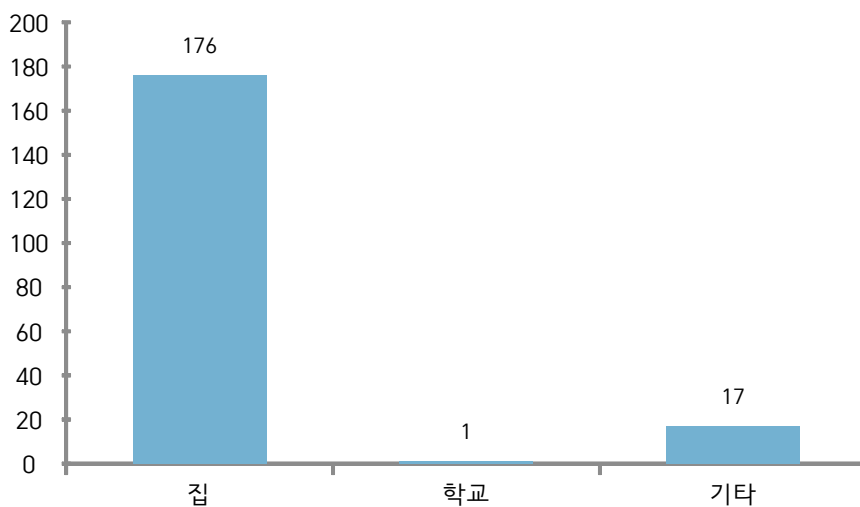
<그림 3-8> SNS 접속 시 사용시간

## 10. SNS 접속 시 주로 이용하는 장소

<표 3-13>은 SNS 접속시 주로 이용하는 장소를 알아보기 위하여 빈도 분석을 실시한 결과이다. 분석결과 176명(88.9%)의 가장 많은 응답자가 집이라고 답했으며 그 외에 학교가 1명 기타 의견으로는 카페, 도서관, 전철 등이 있었다..

<표 3-13> 기술분석: V13. SNS에 접속할 때 주로 이용하는 장소는 어디입니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	집	176	88.9	90.7	90.7
	학교	1	0.5	0.5	91.2
	기타	17	8.6	8.8	100.0
	전체	194	99.5	100.0	
결측	N/A	4	2.0		
전체		198	100.0		



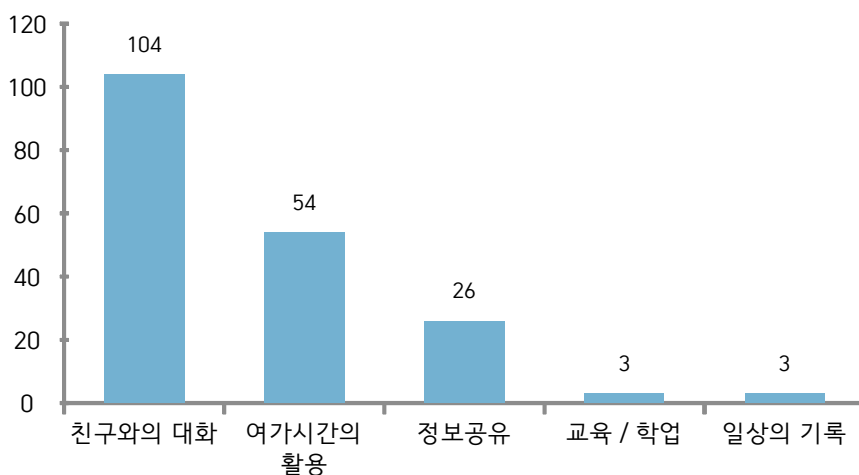
<그림 3-9> SNS 접속 시 주로 이용하는 장소

## 11. SNS를 이용하는 목적

<표 3-14>은 SNS를 이용하는 목적을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 104명(52.5%)의 가장 많은 응답자가 친구와 대화를 할 목적으로 사용한다고 답했으며 그 외에 여가 시간의 활용이 54명(27.3%), 정보공유가 26명(13.1%), 교육/학업이 3명(1.5%), 일상의 기록이 3명(1.5%)으로 나타났다.

<표 3-14> 기술분석: V14. SNS를 이용하는 목적은 주로 무엇입니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	친구와의 대화	104	52.5	54.5	54.5
	여가시간의 활용	54	27.3	28.3	82.7
	정보공유	26	13.1	13.6	96.8
	교육 / 학업	3	1.5	1.6	98.4
	일상의 기록	3	1.5	1.6	100.0
	전체	190	96.0	100.0	
결측	N/A	8	4.0		
	전체	198	100.0		



<그림 3-10> SNS를 이용하는 목적

### 제3절 신조어 사용실태 분석

제3절에서는 언어 및 신조어의 사용실태 관련된 변인들을 분석 하였다.

#### 1. 언어 사용 습관에 대한 인식

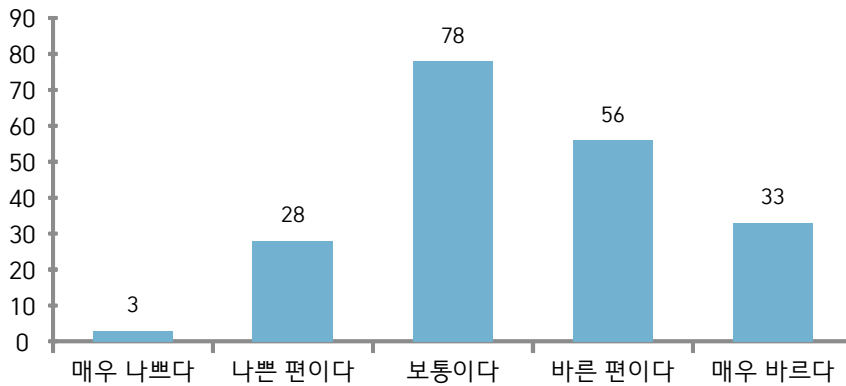
<표 3-15>은 언어 사용 습관에 대한 인식을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 78명(39.4%)의 가장 많은 응답자가 보통이라고 답했으며 그 외에 바른 편이다가 56명(28.3%), 매우 바르다가 33명(16.7%), 나쁜 편이다 28명(14.1%), 매우 나쁘다라고 답한 응답자도 3명(1.5%)이 있었다. 평균값은 3.44가 나왔으며 대체로 자신의 언어습관이 바르다고 대답했음을 알 수 있다.

<표 3-15> 기술분석: V15. 자신의 언어 사용 습관은 어떻다고 생각합니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 나쁘다	3	1.5	1.5	1.5
	나쁜 편이다	28	14.1	14.1	15.6
	보통이다	78	39.4	39.4	55.1
	바른 편이다	56	28.3	28.3	83.3
	매우 바르다	33	16.7	16.7	100.0
	전체	198	100.0	100.0	

<평균 및 표준편차>

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
자신의 언어 사용 습관은 어떻다고 생각합니까?	198	1	5	3.44	0.708
유효	198				



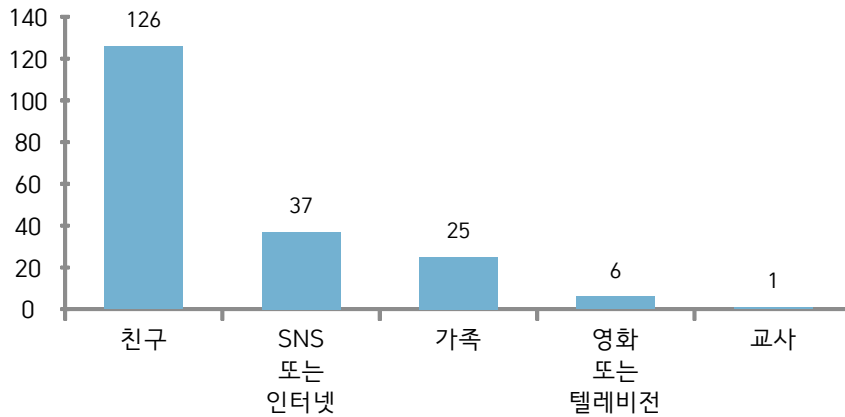
<그림 3-11> 언어 사용 습관에 대한 인식

## 2. 언어 사용 습관에 가장 영향을 미친 사람 또는 매체

<표 3-16>은 언어 사용 습관에 가장 영향을 미친 사람 또는 매체를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 126명(63.6%)의 가장 많은 응답자가 친구라고 답했으며 그 외에 SNS 또는 인터넷이 37명(18.7%), 가족이 25명(12.6%), 영화 또는 텔레비전이 6명(3.0%), 교사가 1명으로 나타났다.

<표 3-16> 기술분석: V16. 자신의 언어 습관에 가장 영향을 미친 사람 또는 매체는 무엇입니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	친구	126	63.6	64.6	64.6
	SNS 또는 인터넷	37	18.7	19.0	83.6
	가족	25	12.6	12.8	96.4
	영화, 텔레비전	6	3.0	3.1	98.5
	교사	1	0.5	0.5	100.0
	전체	195	98.5	100.0	
결측	N/A	3	1.5		
전체		198	100.0		



<그림 3-12> 언어 사용 습관에 영향을 준 사람 또는 매체

### 3. 신조어에 대한 인식 조사

<표 3-17>은 신조어에 대해 얼마나 인식하고 있는지 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 112명(56.6%)의 가장 많은 응답자가 대충 알고 있다고 답했으며 그 외에 잘 알고 있다가 65명(32.8%), 정확히 잘 모르겠다가 16명(8.1%), 들어본 적이 있지만 잘 모르겠다가 4명(2.0%), 전혀 모르겠다가 1명으로 나타났다. 평균값은 4.19가 나왔으며 대체로 신조어가 무엇인지 알고 있다고 답했음을 알 수 있다.

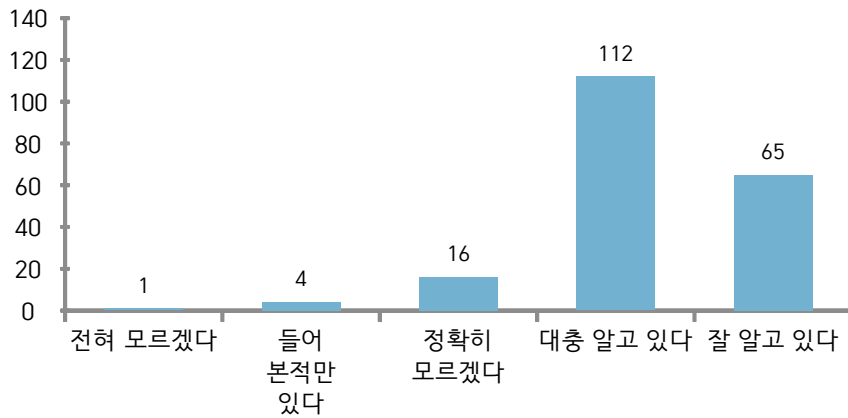
<표 3-17> 기술분석: V17. 신조어가 무엇인지 얼마나 정확하게 알고 있습니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	전혀 모르겠다	1	0.5	0.5	0.5
	들어 본적만 있다	4	2.0	2.0	2.5
	정확히 모르겠다	16	8.1	8.1	10.6
	대충 알고 있다	112	56.6	56.6	67.2
	잘 알고 있다	65	32.8	32.8	100.0
	전체	198	100.0	100.0	



<평균 및 표준편차>

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
신조어가 무엇인지 얼마나 정확하게 알고 있습니까?	198	1	5	4.19	0.708
유효	198				



<그림 3-13> 신조어에 대한 인식 조사

#### 4. 신조어에 대한 사용 빈도

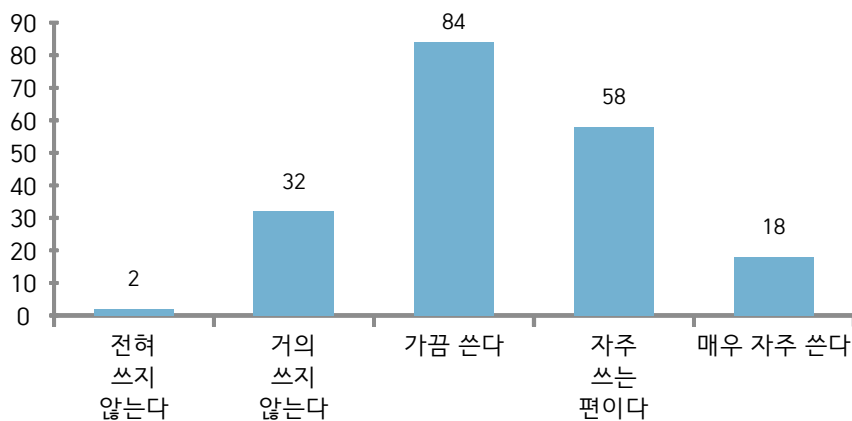
<표 3-18>은 신조어에 대한 사용 빈도를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 84명(42.4%)의 가장 많은 응답자가 가끔 쓴다고 답했으며 그 외에 자주 쓰는 편이다가 58명(29.3%), 거의 쓰지 않는 편이다가 32명(16.2%), 매우 자주 쓴다가 18명(9.1%), 전혀 쓰지 않는다가 2명으로 나타났다. 평균값은 3.30이 나왔으며 대체로 신조어를 가끔 쓴다고 답했음을 알 수 있다.

<표 3-18> 기술분석: V18. 일상생활에서 신조어를 얼마나 자주 쓰고 있습니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	전혀 쓰지 않는다	2	1.0	1.0	1.0
	거의 쓰지 않는다	32	16.2	16.5	17.5
	가끔 쓴다	84	42.4	43.3	60.5
	자주 쓰는 편이다	58	29.3	29.9	90.7
	매우 자주 쓴다	18	9.1	9.3	100.0
	전체	194	98.0	100.0	
결측	N/A	4	2.0		
전체		198	100.0		

<평균 및 표준편차>

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
일상생활에서 신조어를 얼마나 자주 쓰고 있습니까?	198	1	5	3.30	0.708
유효	198				



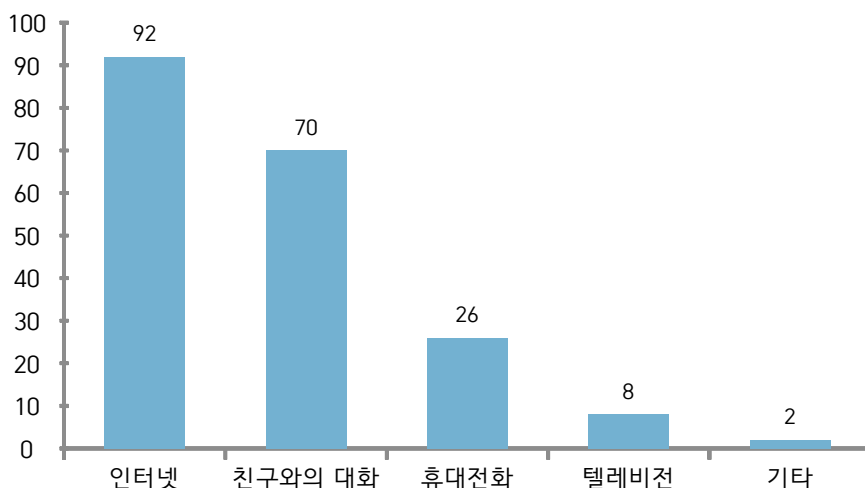
<그림 3-14> 신조어에 대한 사용 빈도

## 5. 신조어에 대한 최초 획득 경로

<표 3-19>은 신조어에 대한 최초 획득 경로를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 92명(46.5%)의 가장 많은 응답자가 인터넷이라고 답했으며 그 외에 친구와의 대화가 70명(35.4%), 휴대전화가 26명(13.1%), 텔레비전이 8명(4.0%), 기타의견이 2명으로 나타났다.

<표 3-19> 기술분석: V19. 주로 어떤 경로를 통해 신조어를 처음 알게 되었습니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	인터넷	92	46.5	46.5	46.5
	친구와의 대화	70	35.4	35.4	81.9
	휴대전화	26	13.1	13.1	95.0
	텔레비전	8	4.0	4.0	99.0
	기타	2	1.0	1.0	100.0
	전체	198	100.0	100.0	



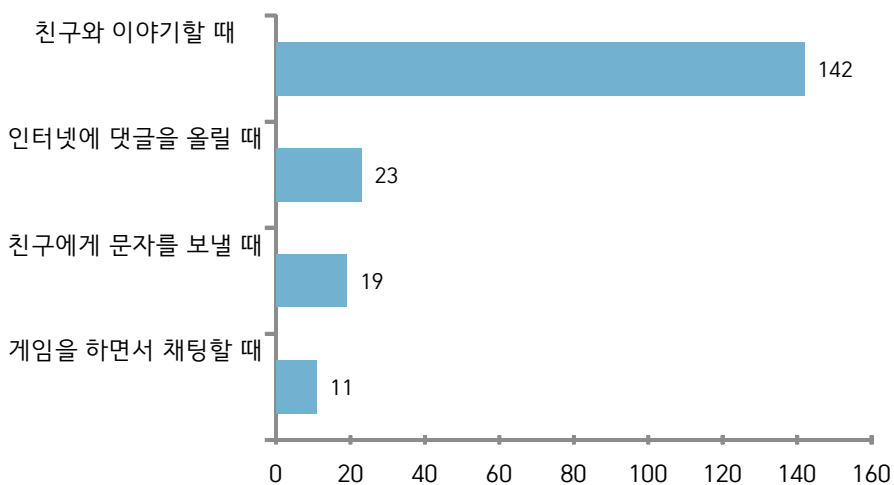
<그림 3-15> 신조어에 대한 획득 경로

## 6. 신조어를 사용하는 상황

<표 3-20>은 어떤 상황에서 주로 신조어를 사용하는가를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 142명(71.7%)의 가장 많은 응답자가 친구와 이야기할 때라고 답했으며 그 외에 인터넷 댓글 23명(11.6%), 휴대전화로 문자 메시지를 보낼 때 19명(9.6%), 컴퓨터 통신이나 게임채팅할 때가 11명(5.6%)으로 나타났다.

<표 3-20> 기술분석: V20. 신조어를 쓰고 있다면, 어떤 상황에서 주로 신조어를 쓰고 있습니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	친구와 이야기할 때	142	71.7	72.8	72.8
	인터넷에 댓글을 올릴 때	23	11.6	11.8	84.6
	친구에게 문자를 보낼 때	19	9.6	9.7	94.4
	게임을 하면서 채팅할 때	11	5.6	5.6	100.0
	전체	195	98.5	100.0	
결측	N/A	3	1.5		
전체		198	100.0		



<그림 3-16> 신조어를 사용하는 상황

## 7. 신조어의 뜻을 정확히 알지 못해 어려움을 느낀 경험

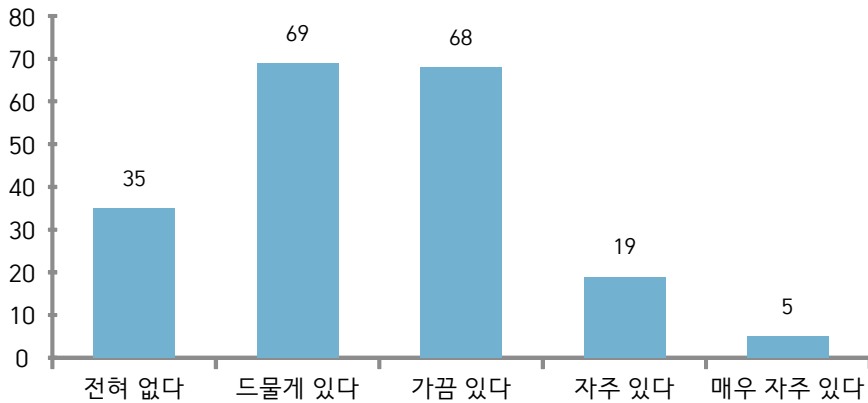
<표 3-21>은 청소년들이 친구들이 쓴 신조어의 뜻을 정확히 알지 못해서 어려움을 겪은 경험이 있는가를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 69명(34.8%) 응답자가 드물게 있다라고 답하고, 68명(34.3%)은 가끔 있다라고 답했다. 그 외에 전혀 없다가 35명(17.7%), 자주 있다가 19명(9.6%), 매우 자주 있다가 5명(2.5%)로 나타났다. 평균값은 1.44로 나왔으며 대체로 신조어의 뜻을 몰라 어려움을 느낀 경험이 드물게 있다고 답했음을 알 수 있다.

<표 3-21> 기술분석: V21. 친구들이 쓴 신조어의 뜻을 정확히 알지 못해서 어려움을 느낀 적이 있습니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	전혀 없다	35	17.7	17.9	17.9
	드물게 있다	69	34.8	35.2	53.1
	가끔 있다	68	34.3	34.7	87.8
	자주 있다	19	9.6	9.7	97.4
	매우 자주 있다	5	2.5	2.6	100.0
	전체	196	99.0	100.0	
결측	N/A	2	1.0		
전체		198	100.0		

<평균 및 표준편차>

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
친구들이 쓴 신조어의 뜻을 정확히 알지 못해서 어려움을 느낀 적이 있습니까?	196	1	5	1.44	0.977
유효	196				



<그림 3-17> 신조어의 뜻을 정확히 알지 못해 어려움을 느낀 경험

## 8. 선생님 또는 부모님께서 내가 쓴 신조어의 뜻을 물어본 경험

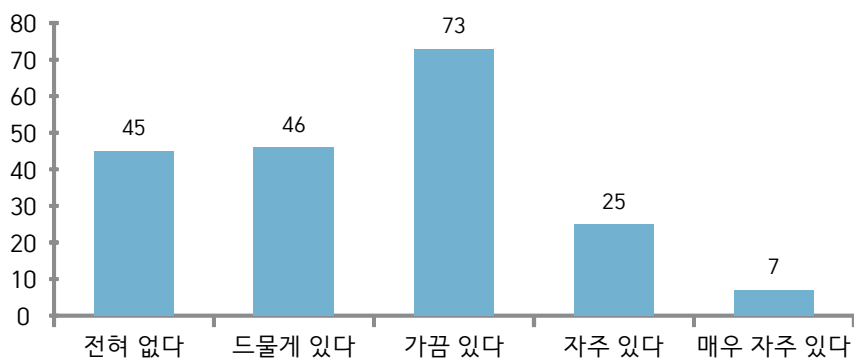
<표 3-22>은 청소년들에게 선생님 또는 부모님이 청소년이 쓴 신조어의 뜻을 몰라서 그 뜻을 물어본 경험이 있는가를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 73명(36.9%) 응답자가 가끔 물어 본 경험이 있다고 대답 했으며 그 외에 드물게 있다가 46명(23.2%), 전혀 없다가 45명(22.7%), 자주 있다가 25명(12.6%), 매우 자주 있다가 7명(3.5%)로 나타났다. 평균값은 1.451로 나왔으며 대체로 선생님 또는 부모님께서 내가 쓴 신조어의 뜻을 몰라서 나에게 그 뜻을 물어본 경험이 드물게 있다고 답했음을 알 수 있다.

<표 3-22> 기술분석: V22. 선생님 또는 부모님께서 내가 쓴 신조어의 뜻을 몰라서 나에게 그 뜻을 물어본 적이 있습니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	전혀 없다	45	22.7	23.0	23.0
	드물게 있다	46	23.2	23.5	46.5
	가끔 있다	73	36.9	37.2	83.8
	자주 있다	25	12.6	12.8	96.4
	매우 자주 있다	7	3.5	3.6	100.0
	전체	196	99.0	100.0	
결측	N/A	2	1.0		
전체		198	100.0		

<평균 및 표준편차>

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
선생님 또는 부모님께서 내가 쓴 신조어의 뜻을 몰 라서 나에게 그 뜻을 물어 본 적이 있습니까?	196	1	5	1.51	1.088
유효	196				



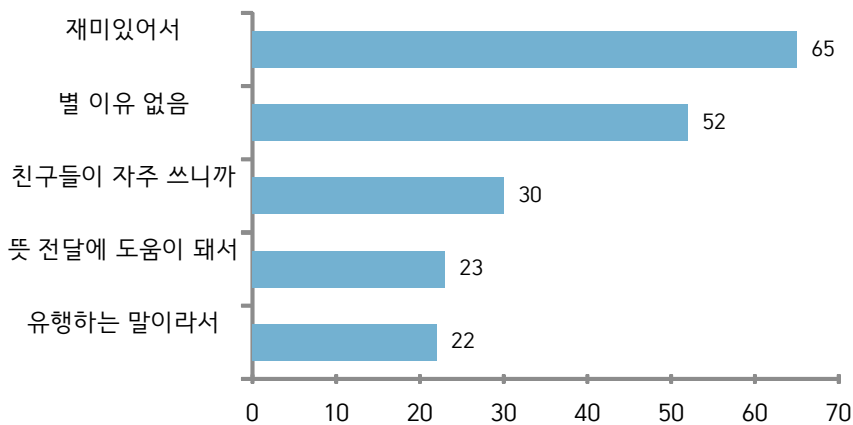
<그림 3-18> 선생님 또는 부모님께서 신조어의 뜻을 물어본 경험

## 9. 신조어를 쓰는 이유

<표 3-23>은 신조어를 사용하고 있는 청소년에게 신조어를 사용하는 이유를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 65명(32.8%) 응답자가 재미있어서 라고 대답 했으며, 그 외에 별 이유 없음이 52명(26.3%), 친구들이 자주 쓰니까가 30명(15.2%), 뜻을 정확하게 전달하는데 도움이 되서가 23명(11.6%), 유행하는 말이라서가 22명(11.1%)으로 나타났다.

<표 3-23> 기술분석: V23. 신조어를 쓰고 있다면, 신조어를 쓰는 이유는 무엇입니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	재미있어서	65	32.8	33.9	33.9
	별 이유 없음	52	26.3	27.1	61.0
	친구들이 자주 쓰니까	30	15.2	15.6	76.7
	뜻 전달에 도움이 돼서	23	11.6	12.0	88.6
	유행하는 말이라서	22	11.1	11.5	100.0
	전체	192	97.0	100.0	
결측	N/A	6	3.0		
전체		198	100.0		



<그림 3-19> 신조어를 쓰는 이유



## 10. 신조어를 자주 쓰는 것에 대한 생각

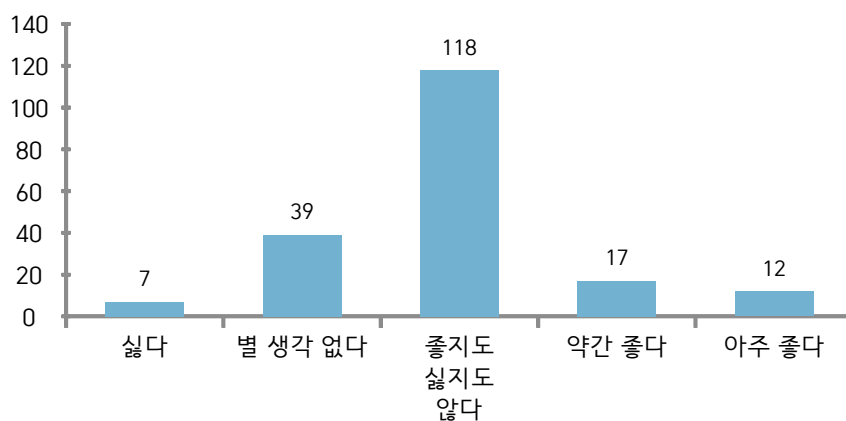
<표 3-24>은 청소년들이 본인 또는 친구들이 신조어를 자주 쓰는 것에 대한 생각을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 118명(59.6%) 응답자가 좋지도 싫지도 않다고 대답 했으며, 그 외에 별 생각 없다가 39명(19.7%), 약간 좋다가 17명(8.6%), 아주 좋다가 12명(6.1%), 싫다가 7명(3.5%)으로 나타났다. 평균값은 2.89로 나왔으며 대체로 좋지도 싫지도 않다고 답했음을 알 수 있다.

<표 3-24> 기술분석: V24. 나 또는 친구들이 신조어를 자주 쓰는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	싫다	7	3.5	3.6	3.6
	별 생각 없다	39	19.7	20.2	23.8
	좋지도 싫지도 않다	118	59.6	61.1	84.9
	약간 좋다	17	8.6	8.8	93.8
	아주 좋다	12	6.1	6.2	100.0
전체		196	97.5	100.0	
결측	N/A	5	2.5		
전체		198	100.0		

<평균 및 표준편차>

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
나 또는 친구들이 신조어를 자주 쓰는 것에 대해 어떻게 생각하십니까	193	1	5	2.89	1.065
유효	193				



<그림 3-20> 신조어를 자주 쓰는 것에 대한 생각

## 11. 향후에도 계속해서 신조어를 사용할 의향

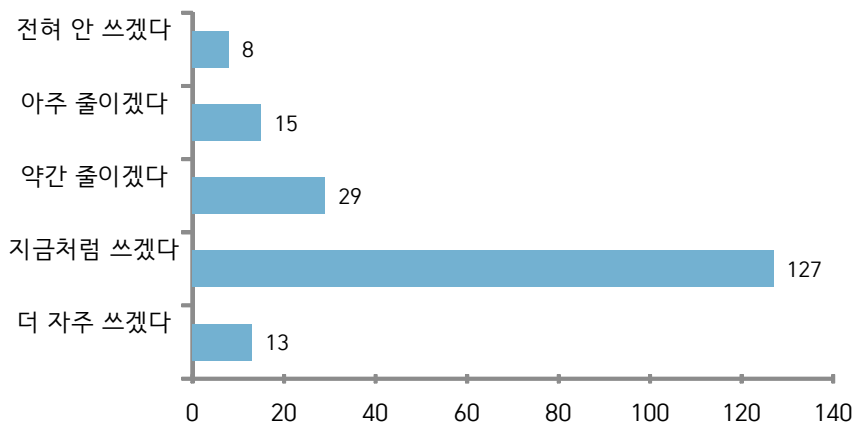
<표 3-25>은 청소년들이 향후에도 계속해서 신조어를 사용할 의향이 있는가를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 127명(64.1%) 응답자가 지금처럼 쓰겠다고 대답 했으며, 그 외에 약간 줄이겠다고 29명(14.6%), 아주 줄이겠다고 15명(7.6%), 더 자주 쓰겠다고 13명(6.6%), 전혀 안 쓰겠다고 8명(4.0%)으로 나타났다. 평균값은 3.62로 나왔으며 대체로 지금처럼 쓰겠다고 답했음을 알 수 있다.

<표 3-25> 기술분석: V25. 앞으로 계속해서 신조어를 쓸 생각이십니까?

		빈도	퍼센트	유효퍼센트	누적퍼센트
유효	전혀 안 쓰겠다	8	4.0	4.1	4.1
	아주 줄이겠다	15	7.6	7.8	11.9
	약간 줄이겠다	29	14.6	15.0	26.9
	지금처럼 쓰겠다	127	64.1	65.8	93.3
	더 자주 쓰겠다	13	6.6	6.7	100.0
	전체	192	97.0	100.0	
결측	N/A	6	3.0		
전체		198	100.0		

<평균 및 표준편차>

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
앞으로 계속해서 신조어를 쓸 생각이십니까	192	1	5	3.62	0.918
유효	192				



<그림 3-21> 향후에도 계속해서 신조어를 사용할 의향

## 12. 자주 사용하는 신조어 조사

<표 3-26> 은 일상생활에서 자주 사용하는 신조어를 조사한 결과이다. 가장 많은 응답자가 자주 사용한다고 응답한 신조어는 “갑분싸”, “TMI”로 각각 79명, 64명이며 그 외에도 “존버”, “현타”, “JMT”, “버억”, “문쩐” 등의 순서로 많은 응답이 나왔다. 전체적으로는 총 150여개의 신조어 중 5명이상이 응답한 신조어가 30개로 조사되었다.

<표 3-26> 기술분석: V26. 일상생활에서 자주 쓰고 있는 신조어를 적어 주십시오.(5개)

신조어	응답수	신조어	응답수	신조어	응답수
갑분싸	79	JMTGR	4	-맨이야	1
TMI	64	ㅇㅈ	4	-하누	1
존버	34	인정	4	-했누	1
현타	28	존맛	4	1도없어	1
JMT	23	갑분떠	3	F4F	1
버억	21	개꿀	3	OOTD	1
문쩜	20	극혐	3	ㄱㅈ	1
인싸	18	노답	3	개쩜다	1
케바케	17	댕댕이	3	고인물	1
버징	15	땡곡	3	그남티	1
쩜다	15	머머리	3	그수몇	1
땡언	14	빠카충	3	금사빠	1
취존	14	커엽다	3	기기	1
혼코노	14	혼코	3	깔미	1
아싸	13	낄끼빠빠	2	꿀-	1
맨붕	12	노잼	2	낄끼	1
존맛탱	11	뇌질	2	ㄴㅇㄱ	1
마상	10	레알	2	뇌피셜	1
별다줄	10	롬곡	2	닐로먹네	1
생선	8	만반잘부	2	때결룩	1
오진다	8	버카충	2	와	1
지린다(지렸다)	8	빡친다	2	ㄱㄹ	1
에바	7	뽕또	2	맨붕	1
개-	6	야민정음	2	맵짤이	1
TMT	5	열라	2	머단	1
머박	5	이생망	2	배불떠	1
소확행	5	커엽	2	범블레스유	1
손절	5	코노	2	복세편살	1
오젓다	5	ㅎㅇ	2	상스치콤	1
(갓)땡작	5			팬아저	1

### 13. 신조어에 대한 인식조사

<표 3-27>은 각종 신조어에 대한 응답자의 인식조사 결과이다. 본 신조어는 2019년 4월 기준으로 최신의 신조어 33개 항목을 대상으로 하였다. 대상이 되는 신조어의 선정 방법은 국립국어원에서 2018년 3월부터 2018년 12월까지 조사한 신조어 중 청소년이 주로 쓰는 급식체 일부와 우리나라 최초의 청년 연구회인 “대학 내일 20대연구소”에서 조사한 청소년들의 신조어를 발췌하였다.

조사결과 전체적으로 평균 2.84(남학생 2.63, 여학생 3.06)의 인식률이 나타났으며 “갑분싸”가 4.28로 가장 높은 인식률을 보였다. 그 외에도 “현타”, “TMI”, “문젠”, “취존”, “존버”, “땡언” 등이 높은 인식률을 나타내고 있으며, “갑통알”이 1.45로 가장 낮은 인식률을 보였다.

<표 3-27> 기술분석: 각종 신조어에 대한 인식조사

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
갑분싸	193	1	5	4.28	0.905
현타	193	1	5	4.26	0.901
TMI	193	1	5	3.97	1.200
문젠	193	1	5	3.94	1.064
취존	193	1	5	3.88	1.092
존버	193	1	5	3.83	1.183
땡언	193	1	5	3.78	1.013
생선	193	1	5	3.63	1.238
혼코노	193	1	5	3.63	1.246
커업다	193	1	5	3.56	1.057
케바케	193	1	5	3.50	1.211
JMT	193	1	5	3.45	1.252
버카충	193	1	5	3.21	0.916
마상	193	1	5	3.21	1.271
소확행	193	1	5	3.12	1.225

버정	193	1	5	3.03	1.438
별다줄	193	1	5	3.01	1.369
머박	193	1	5	2.80	1.368
롬곡웁늑	193	1	5	2.73	1.186
뎡망진창	193	1	5	2.36	1.205
팬아저	193	1	5	2.35	1.249
사바사	193	1	5	2.33	1.366
이생망	193	1	5	2.14	1.237
야민정음	193	1	5	2.11	1.308
범블레스유	193	1	5	2.10	1.155
만반잘부	193	1	5	1.96	1.158
애빼시	193	1	5	1.88	1.061
복세편살	193	1	4	1.80	1.008
종못사	193	1	5	1.79	1.185
비담	193	1	5	1.73	1.121
남아공	193	1	5	1.62	0.961
가심비	193	1	5	1.49	0.908
갑통알	193	1	5	1.45	0.871

## 제4절 성별 신조어 사용실태에 관한 차이 분석

제4절에서는 남녀 성별로 신조어 사용에 관한 실태를 t-test를 통하여 분석 하였다.

### 1. 성별 개인의 언어사용 습관차이

<표 3-28>은 자신의 올바른 언어 사용 습관에 대한 남녀 차이를 분석한 결과이다. 남학생이 여학생에 비해 자신이 올바른 언어사용 습관을 가지고 있다고 생각하는 것으로 나타났다. 분석결과 Levenue 등분산 검정결과 F값 유의확률이 0.164의 수치를 보여 남녀의 분산은 동질 한 것으로 나타났다. 따라서 등분산이 가정됨으로 해석하여 t값은 -3.747, p값은 0.000으로 95% 신뢰수준에서 t값은 -1.96의 절대값보다 크고 p값이 0.05보다 낮게 나타났으므로 성별에 따라서 올바른 언어 사용 습관을 지각하는데 유의한 차이가 난다고 말할 수 있다.

<표 3-28> 성별 차이: V15. 자신의 언어 사용 습관은 어떻다고 생각합니까?

귀하의 성별은?	N	평균	표준화 편차	표준오차 평균
남자	99	2.30	0.974	0.098
여자	99	2.81	0.922	0.093

Levene 등분산 검정		평균의 동질성에 대한 T검정				
F	유의확률	t	자유도	유의확률	평균차이	표준오차 차이
1.952	0.164	-3.747	196	0.000	-0.505	0.135

### 2. 성별 신조어 사용 실태와 인식차이

<표 3-29>는 신조어 의미 인식에 대한 남녀 차이를 분석한 결과이다. 여학생(1.73)이 남학생(1.89)에 비해 잘 알고 있다고 답했으나 유의미한 차이를 보이지 않았다. 분석결과 Levenue 등분산 검정결과 F값 유의확률이 0.171의 수치를 보여 남녀의 분산은 동질 한 것으로 나타났다. 따라서 등분

산이 가정됨으로 해석하여 t값은 1.613, p값은 0.108로 95% 신뢰수준에서 t값은 1.96의 절대값보다 작고 p값이 0.05보다 크게 나타났으므로 성별에 따라서 신조어의 의미 인식에 관하여 유의한 차이가 난다고 말할 수 없다.

<표 3-29> 성별 차이: V17. 신조어가 무엇인지 얼마나 정확하게 알고 있습니까?

귀하의 성별은?		N	평균	표준화 편차	표준오차 평균	
남자		99	1.89	0.807	0.081	
여자		99	1.73	0.586	0.059	

Levene 등분산 검정		평균의 동질성에 대한 T검정				
F	유의확률	t	자유도	유의확률	평균차이	표준오차 차이
1.887	0.171	1.613	196	0.108	0.162	0.100

<표 3-30>는 신조어의 사용 빈도에 대한 남녀 차이를 분석한 결과이다. 남학생(2.72)이 여학생(2.69)에 비해 자주 사용한다고 답했으나 유의미한 차이를 보이지 않았다. 분석결과 Levene 등분산 검정결과 F값 유의확률이 0.498의 수치를 보여 남녀의 분산은 동질한 것으로 나타났다. 따라서 등분산이 가정됨으로 해석하여 t값은 0.226, p값은 0.822로 95% 신뢰수준에서 t값은 1.96의 절대값보다 작고 p값이 0.05보다 크게 나타났으므로 성별에 따라서 신조어의 사용빈도에 관하여 유의한 차이가 난다고 말할 수 없다.

<표 3-30> 성별 차이: V18. 일상생활에서 신조어를 얼마나 자주 쓰고 있습니까?

귀하의 성별은?		N	평균	표준화 편차	표준오차 평균	
남자		99	2.72	0.930	0.095	
여자		99	2.69	0.853	0.086	

Levene 등분산 검정		평균의 동질성에 대한 T검정				
F	유의확률	t	자유도	유의확률	평균차이	표준오차 차이
0.460	0.498	0.226	192	0.822	0.029	0.128



### 3. 성별 신조어 사용 문제점에 관한 경험차이

<표 3-31>는 신조어의 뜻을 몰라서 곤란했던 경험에 대한 남녀 차이를 분석한 결과이다. 남학생(3.63)이 여학생(3.53)에 비해 자주 어려움을 느낀다고 답했으나 유의미한 차이를 보이지 않았다. 분석결과 Levenue 등분산 검정결과 F값 유의확률이 0.187의 수치를 보여 남녀의 분산은 동질 한 것으로 나타났다. 따라서 등분산이 가정됨으로 해석하여 t값은 0.520, p값은 0.604로 95% 신뢰수준에서 t값은 1.96의 절대값보다 작고 p값이 0.05보다 크게 나타났으므로 성별에 따라서 신조어의 뜻을 몰라서 곤란했던 경험에 관하여 유의한 차이가 난다고 말할 수 없다.

<표 3-31> 성별 차이: V21. 친구들이 쓴 신조어의 뜻을 정확히 알지 못 해서 어려움을 느낀 적이 있습니까?

귀하의 성별은?		N	평균	표준화 편차	표준오차 평균	
남자		97	3.60	0.920	0.093	
여자		99	3.53	1.034	0.104	

Levene 등분산 검정				평균의 동질성에 대한 T검정		
F	유의확률	t	자유도	유의확률	평균차이	표준오차 차이
1.754	0.187	0.520	194	0.604	0.073	0.140

<표 3-32>는 선생님 또는 부모님이 나에게 신조어의 뜻을 물어본 경험에 대한 남녀 차이를 분석한 결과이다. 여학생(3.33)이 남학생(3.66)에 비해 선생님 또는 부모님이 나에게 신조어의 뜻을 물어본 경험이 많은 것으로 나타났다. 분석결과 Levenue 등분산 검정결과 F값 유의확률이 0.094의 수치를 보여 남녀의 분산은 동질 한 것으로 나타났다. 따라서 등분산이 가정됨으로 해석하여 t값은 2.118, p값은 0.035으로 95% 신뢰수준에서 t값은 1.96의 절대값보다 크고 p값이 0.05보다 낮게 나타났으므로 성별에 따라서 선생님 또는 부모님이 나에게 신조어의 뜻을 물어본 경험이 유의한 차이가 난다고 말할 수 있다.

<표 3-32> 성별 차이: V22. 선생님 또는 부모님께서 내가 쓴 신조어의 뜻을 몰라서 나에게 그 뜻을 물어본 적이 있습니까?

귀하의 성별은?		N	평균	표준화 편차	표준오차 평균	
남자		97	3.66	1.135	0.115	
여자		99	3.33	1.020	0.103	

Levene 등분산 검정				평균의 동질성에 대한 T검정		
F	유의확률	t	자유도	유의확률	평균차이	표준오차 차이
2.824	0.094	2.118	194	0.035	0.326	0.154

#### 4. 성별 신조어 사용의 향후 전망차이

<표 3-33>은 신조어를 자주 쓰는 것의 좋고 나쁨 정도에 대한 남녀 차이를 분석한 결과이다. 남학생(3.21)이 여학생(3.24)에 비해 신조어를 자주 쓰는 것이 좋다고 답했으나 유의미한 차이를 보이지 않았다. 분석결과 Levenue 등분산 검정결과 F값 유의확률이 0.852의 수치를 보여 남녀의 분산은 동질 한 것으로 나타났다. 따라서 등분산이 가정됨으로 해석하여 t값은 0.223, p값은 0.823로 95% 신뢰수준에서 t값은 1.96의 절대값보다 작고 p값이 0.05보다 크게 나타났으므로 성별에 따라서 신조어를 자주 쓰는 것의 좋고 나쁨 정도에 관하여 유의한 차이가 난다고 말할 수 없다.

<표 3-33> 성별 차이: V24. 나 또는 친구들이 신조어를 자주 쓰는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

귀하의 성별은?		N	평균	표준화 편차	표준오차 평균	
남자		95	3.21	1.100	0.113	
여자		98	3.24	1.036	0.105	

Levene 등분산 검정				평균의 동질성에 대한 T검정		
F	유의확률	t	자유도	유의확률	평균차이	표준오차 차이
0.035	0.852	-0.223	191	0.823	-0.034	0.154

<표 3-34>은 앞으로 신조어를 계속 사용할 것인가에 대한 남녀 차이를 분석한 결과이다. 남학생(2.37)이 여학생(2.40)에 비해 앞으로 신조어를 사용할 것이라고 답했으나 유의미한 차이를 보이지 않았다. 분석결과 Levene 등분산 검정결과 F값 유의확률이 0.917의 수치를 보여 남녀의 분산은 동질한 것으로 나타났다. 따라서 등분산이 가정됨으로 해석하여 t값은 0.223, p값은 0.824로 95% 신뢰수준에서 t값은 1.96의 절대값보다 작고 p값이 0.05보다 크게 나타났으므로 성별에 따라서 앞으로 신조어를 계속 사용할 것인가에 관하여 유의한 차이가 난다고 말할 수 없다.

<표 3-34> 성별 차이: V25. 앞으로 계속해서 신조어를 쓸 생각이십니까?

귀하의 성별은?	N	평균	표준화 편차	표준오차 평균
남자	95	2.37	0.912	0.094
여자	98	2.40	0.928	0.094

Levene 등분산 검정				평균의 동질성에 대한 T검정		
F	유의확률	t	자유도	유의확률	평균차이	표준오차 차이
0.011	0.917	-0.223	191	0.824	-0.030	0.132

<표 3-35>은 각종 신조어의 인식 및 사용빈도에 대한 남녀 차이를 분석한 결과이다. 여학생의 평균이 3.05, 남학생의 평균이 2.61로 여학생의 인식 및 사용빈도가 높은 것으로 나타났다. 분석결과 Levene 등분산 검정결과 F값 유의확률이 0.013의 수치를 보여 남녀의 분산은 동질한 것으로 나타났다. 따라서 등분산이 가정됨으로 해석하여 t값은 -4.883, p값은 0.000로 95% 신뢰수준에서 t값은 1.96의 절대값보다 크고 p값이 0.05보다 크게 나타났으므로 성별에 따라서 각종 신조어의 인식 및 사용빈도에 관하여 유의한 차이가 난다고 말할 수 있다.

<표 3-35> 성별 차이: V27. 각종 신조어에 대한 인식조사

귀하의 성별은?	N	평균	표준화 편차	표준오차 평균
남자	93	2.6129	0.70043	0.07263
여자	92	3.0567	0.52172	0.05439

Levene 등분산 검정				평균의 동질성에 대한 T검정		
F	유의확률	t	자유도	유의확률	평균차이	표준오차 차이
6.318	0.013	-4.883	183	0.000	-0.44375	0.09088

남녀학생들의 설문지를 비교한 결과 아래와 같이 4개의 항목에서 유의미한 결과가 나왔다.

- V15. 자신의 언어 사용 습관은 어떻다고 생각합니까?
- V22. 선생님 또는 부모님께서 내가 쓴 신조어의 뜻을 몰라서 나에게 그 뜻을 물어본 적이 있습니까?
- V25. 앞으로 계속해서 신조어를 쓸 생각이십니까?
- V27. 각종 신조어에 대한 인식조사

분석결과 여학생이 남학생에 비해 신조어에 대해 더 잘 인식하고 선생님 또는 부모님도 여학생에게 더 많이 물어 보며 여학생이 향후 신조어 사용을 더 줄여 나갈 생각임을 알 수 있다. 자신의 언어 사용 습관에 관한 질문에서는 남학생이 여학생에 비해 언어 사용 습관이 더 바르다고 답했는데 이는 객관적으로 남학생의 언어 사용 습관이 바르다고 말하기는 어려우며 본인이 느끼는 인식 정도라고 봐야 할 것이다.

## 제5절 신조어 관련 항목의 분산분석 및 상관관계분석

제5절에서는 SNS에 접속 시 사용시간별, SNS 사용 목적별로 신조어 사용 실태에 관한 ANOVA 분석과 신조어 사용 관련 항목간의 상관관계를 분석 하였다.

### 1. SNS 접속 시 사용시간별 신조어 관련 항목의 분산분석

<표 3-36>은 SNS 사용 시간별로 청소년의 올바른 언어 사용 습관에 대한 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.003의 수치를 보여 SNS 접속시 사용시간은 올바른 언어 사용 습관을 지각하는데 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세부적으로 1시간 미만인 그룹의 평균이 가장 낮은 값(올바른 언어습관)을 보이며, SNS 사용시간이 많을수록 큰 값(나쁜 언어습관)을 보이고 있다.

<표 3-36> SNS 시간: V15. 자신의 언어 사용 습관은 어떻다고 생각합니까?

평균 95% 신뢰구간					
	N	평균	표준화편차	하한	상한
1시간 미만	88	2.31	0.951	2.11	2.51
1시간 - 2시간	54	2.54	0.985	2.27	2.81
2시간 - 3시간	28	3.04	0.922	2.68	3.39
3시간 - 4시간	18	3.00	0.907	2.55	3.45
5시간이상	6	2.67	1.033	1.58	3.75
전체	194	2.55	0.987	2.41	2.69

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	15.545	4	3.886	4.259	0.003
집단-내	172.439	189	0.912		
전체	187.985	193			

<표 3-37>는 SNS 사용 시간별로 신조어의 의미 인식에 대한 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.011의 수치를 보여 SNS 접속시 사용시간은 신조어의 의미 인식과 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세부적으로 1시간 미만인 그룹의 평균이 가장 높은 값(잘 알고 있다)을 보이며, SNS 사용시간이 많을수록 낮은 값(잘 모르겠다)을 보이고 있다.

<표 3-37> SNS 시간: V17. 신조어가 무엇인지 얼마나 정확하게 알고 있습니까?

	평균 95% 신뢰구간				
	N	평균	표준화편차	하한	상한
1시간 미만	88	1.98	0.773	1.81	2.14
1시간 - 2시간	54	1.59	0.567	1.44	1.75
2시간 - 3시간	28	1.79	0.630	1.54	2.03
3시간 - 4시간	18	1.56	0.616	1.25	1.86
5시간이상	6	1.67	0.516	1.12	2.21
전체	194	1.79	0.697	1.70	1.89

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	6.269	4	1.567	3.386	0.011
집단-내	87.484	189	0.463		
전체	93.753	193			

<표 3-38>은 SNS 사용 시간별로 신조어의 사용 빈도에 대한 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.184의 수치를 보여 SNS 접속시 사용시간은 신조어의 사용빈도와 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 3-38> SNS 시간: V18. 일상생활에서 신조어를 얼마나 자주 쓰고 있습니까?

평균 95% 신뢰구간					
	N	평균	표준화편차	하한	상한
1시간 미만	87	2.86	0.930	2.66	3.06
1시간 - 2시간	54	2.59	0.880	2.35	2.83
2시간 - 3시간	26	2.58	0.809	2.25	2.90
3시간 - 4시간	17	2.47	0.717	2.10	2.84
5시간이상	6	2.33	1.211	1.06	3.60
전체	190	2.69	0.898	2.57	2.82

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	4.998	4	1.250	1.569	0.184
집단-내	147.297	189	0.796		
전체	152.295	193			

<표 3-39>는 SNS 사용 시간별로 신조어의 뜻을 몰라서 곤란했던 경험에 대한 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.156의 수치를 보여 SNS 접속시 사용시간은 신조어의 뜻을 몰라서 곤란했던 경험과 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 3-39> SNS 시간: V21. 친구들이 쓴 신조어의 뜻을 정확히 알지 못해서 어려움을 느낀 적이 있습니까?

평균 95% 신뢰구간					
	N	평균	표준화편차	하한	상한
1시간 미만	87	3.46	0.112	3.24	3.68
1시간 - 2시간	54	3.46	0.111	3.24	3.69
2시간 - 3시간	27	3.63	0.201	3.22	4.04
3시간 - 4시간	18	3.94	0.235	3.45	4.44
5시간이상	6	4.17	0.307	3.38	4.96
전체	192	3.55	0.071	3.42	3.69

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	6.370	4	1.592	1.681	0.156
집단-내	177.109	187	0.947		
전체	183.479	191			

<표 3-40>는 SNS 사용 시간별로 선생님 또는 부모님이 나에게 신조어의 뜻을 물어본 경험에 대한 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.009의 수치를 보여 SNS 접속시 사용시간은 신조어의 뜻을 몰라서 곤란했던 경험과 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세부적으로 1시간 미만인 그룹의 평균이 가장 높은 값(자주 물어본다)을 보이며, SNS 사용시간이 많을수록 큰 값(드물게 물어본다)을 보이고 있다.

<표 3-40> SNS 시간: V22. 선생님 또는 부모님께서 내가 쓴 신조어의 뜻을 몰라서 나에게 그 뜻을 물어본 적이 있습니까?

평균 95% 신뢰구간

	N	평균	표준화편차	하한	상한
1시간 미만	87	3.72	1.096	3.49	3.96
1시간 - 2시간	54	3.41	1.055	3.12	3.70
2시간 - 3시간	27	3.19	0.962	2.80	3.57
3시간 - 4시간	18	2.83	0.985	2.34	3.32
5시간이상	6	3.33	0.816	2.48	4.19
전체	192	3.46	1.077	3.31	3.62

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	15.421	4	3.855	3.494	0.009
집단-내	206.324	187	1.103		
전체	221.745	191			

<표 3-41>은 SNS 사용 시간별로 신조어를 자주 쓰는 것에 대한 좋고 나쁨 정도와의 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.009의 수치를 보여 SNS 접속시 사용시간은 신조어를 자주 쓰는 것에 대한 좋고 나쁨 정



도와 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. SNS 사용시간이 많을수록 큰 값(신조어를 자주 쓰는 것이 싫다)을 보이고 있다.

<표 3-41> SNS 시간: V24. 나 또는 친구들이 신조어를 자주 쓰는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

평균 95% 신뢰구간					
	N	평균	표준화편차	하한	상한
1시간 미만	85	3.34	1.075	3.11	3.57
1시간 - 2시간	54	3.15	1.053	2.86	3.44
2시간 - 3시간	27	3.33	0.961	2.95	3.71
3시간 - 4시간	17	2.94	1.029	2.41	3.47
5시간이상	6	3.00	1.265	1.67	4.33
전체	189	3.46	1.053	3.09	3.39

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	3.424	4	0.856	0.769	0.547
집단-내	204.862	184	1.113		
전체	208.286	188			

<표 3-42>은 SNS 사용 시간별로 앞으로 신조어를 계속 사용할지에 관한 생각과 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.124의 수치를 보여 SNS 접속시 사용시간은 신조어를 계속 사용할지에 관한 생각과 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 3-42> SNS 시간: V25. 앞으로 계속해서 신조어를 쓸 생각이십니까?

평균 95% 신뢰구간					
	N	평균	표준화편차	하한	상한
1시간 미만	85	2.56	0.993	2.35	2.78
1시간 - 2시간	54	2.30	0.944	2.04	2.55
2시간 - 3시간	27	2.19	0.749	1.89	2.49
3시간 - 4시간	18	2.28	0.752	1.90	2.65
5시간이상	6	1.83	0.408	1.40	2.26
전체	189	2.39	0.925	2.25	2.52

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	6.168	4	1.542	1.835	0.124
집단-내	154.636	184	0.840		
전체	160.804	188			

<표 3-43>은 SNS 사용 시간별로 각종 신조어의 인식 및 사용빈도에 관한 생각과 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.000의 수치를 보여 SNS 접속시 사용시간은 각종 신조어의 인식 및 사용빈도에 관한 생각과 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 결과적으로 SNS 사용시간이 작을수록 각종 신조어의 인식 및 사용빈도가 낮은 것으로 나타났다.

<표 3-43> SNS 시간: V27. 각종 신조어에 대한 인식조사

평균 95% 신뢰구간					
	N	평균	표준화편차	하한	상한
1시간 미만	83	2.56	0.64	2.42	2.70
1시간 - 2시간	50	2.94	0.65	2.76	3.13
2시간 - 3시간	27	3.24	0.54	3.03	3.46
3시간 - 4시간	16	3.23	0.22	3.11	3.36
5시간이상	5	3.08	0.38	2.60	3.56
전체	181	2.84	0.65	2.25	2.94

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	14.040	4	3.510	9.762	0.000
집단-내	63.278	176	0.360		
전체	77.318	180			

SNS 사용시간 분류별 신조어 사용실태를 분석한 결과 아래와 같이 4개의 항목에서 유의미한 결과가 나왔다.

- V15. 자신의 언어 사용 습관은 어떻다고 생각합니까?

- V22. 선생님 또는 부모님께서 내가 쓴 신조어의 뜻을 몰라서 나에게 그 뜻을 물어본 적이 있습니까?
- V25. 앞으로 계속해서 신조어를 쓸 생각이십니까?
- V27. 각종 신조어에 대한 인식조사

분석결과 SNS 사용시간이 많을수록 자신이 나쁜 언어습관을 가지고 있으며, 신조어의 뜻에 대해서는 잘 모르겠다는 답변이 많았지만 신조어의 인식 및 사용빈도는 높게 나타났다. 그 외에 선생님 또는 부모님께서 내가 쓰는 신조어의 뜻을 물어 본 경험이 있는가의 질문에는 드물게 물어본다고 답했으며 자신 또는 친구들이 신조어를 자주 쓰는 것에 대해 좋게 생각하지 않는다는 답변이 많았다.

## 2. SNS를 이용하는 목적별 신조어 관련 항목의 분산분석

<표 3-44>은 SNS 사용 목적별로 자신의 올바른 언어 사용 습관에 대한 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.932의 수치를 보여 SNS를 이용하는 목적은 올바른 언어 사용 습관을 지각하는데 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 3-44> SNS 목적: V15. 자신의 언어 사용 습관은 어떻다고 생각합니까?

	N	평균	표준화편차	평균 95% 신뢰구간	
				하한	상한
친구와의 대화	104	2.53	1.033	2.33	2.73
여가 시간의 활용	54	2.61	0.899	2.37	2.86
정보공유	26	2.46	1.029	2.05	2.88
교육 / 학업	3	2.67	0.577	1.23	4.10
일상의 기록	3	3.00	1.000	0.52	5.48
전체	190	2.55	0.65	2.41	2.70

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	1.298	5	0.260	0.264	0.932
집단-내	181.875	185	0.983		
전체	183.173	190			

<표 3-45>는 SNS 사용 목적별로 신조어의 의미 인식에 대한 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.852의 수치를 보여 SNS를 이용하는 목적은 신조어의 의미 인식과 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 3-45> SNS 목적: V17. 신조어가 무엇인지 얼마나 정확하게 알고 있습니까?

평균 95% 신뢰구간					
	N	평균	표준화편차	하한	상한
친구와의 대화	104	1.80	0.716	1.66	1.94
여가 시간의 활용	54	1.78	0.691	1.59	1.97
정보공유	26	1.81	0.567	1.58	2.04
교육 / 학업	3	1.67	0.577	0.23	3.10
일상의 기록	3	2.33	1.528	-1.46	6.13
전체	190	1.80	0.698	1.70	1.90

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	0.975	5	0.195	0.394	0.852
집단-내	91.465	185	0.494		
전체	92.440	190			

<표 3-46>은 SNS 사용 목적별로 신조어의 사용 빈도에 대한 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.453의 수치를 보여 SNS를 이용하는 목적은 신조어의 사용빈도와 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 3-46> SNS 목적: V18. 일상생활에서 신조어를 얼마나 자주 쓰고 있습니까?

평균 95% 신뢰구간					
	N	평균	표준화편차	하한	상한
친구와의 대화	103	2.72	0.933	2.54	2.90
여가 시간의 활용	52	2.62	0.796	2.39	2.84
정보공유	25	2.76	0.779	2.44	3.08
교육 / 학업	3	2.67	1.528	-1.13	6.46
일상의 기록	3	3.67	1.528	-0.13	7.46
전체	186	1.80	0.894	2.58	2.83

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	3.788	5	0.758	0.945	0.453
집단-내	145.036	181	0.801		
전체	148.824	186			

<표 3-47>은 SNS 사용 목적별로 신조어의 뜻을 몰라서 곤란했던 경험에 대한 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.162의 수치를 보여 SNS를 이용하는 목적은 신조어의 뜻을 몰라서 곤란했던 경험과 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 3-47> SNS 목적: V21. 친구들이 쓴 신조어의 뜻을 정확히 알지 못해서 어려움을 느낀 적이 있습니까?

평균 95% 신뢰구간					
	N	평균	표준화편차	하한	상한
친구와의 대화	103	3.57	0.935	3.39	3.76
여가 시간의 활용	53	3.68	0.956	3.42	3.94
정보공유	26	3.19	0.939	2.81	3.57
교육 / 학업	3	4.00	1.000	1.52	6.48
일상의 기록	3	2.67	2.082	-2.50	7.84
전체	188	1.80	0.970	3.41	3.68

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	7.412	5	1.482	1.601	0.162
집단-내	169.456	183	0.926		
전체	176.868	188			

<표 3-48>는 SNS 사용 목적별로 선생님 또는 부모님이 나에게 신조어의 뜻을 물어본 경험에 대한 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.175의 수치를 보여 SNS를 이용하는 목적은 신조어의 뜻을 몰라서 곤란했던 경험과 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 3-48> SNS 목적: V22. 선생님 또는 부모님께서 내가 쓴 신조어의 뜻을 몰라서 나에게 그 뜻을 물어본 적이 있습니까?

평균 95% 신뢰구간

	N	평균	표준화편차	하한	상한
친구와의 대화	103	3.30	1.056	3.09	3.51
여가 시간의 활용	53	3.72	1.063	3.42	4.01
정보공유	26	3.42	1.102	2.98	3.87
교육 / 학업	3	4.33	1.155	1.46	7.20
일상의 기록	3	2.67	1.155	0.80	6.54
전체	188	3.46	1.074	3.31	3.61

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	8.848	5	1.770	1.556	0.175
집단-내	208.104	183	1.137		
전체	216.952	188			

<표 3-49>는 SNS 사용 목적별로 신조어를 자주 쓰는 것에 대한 좋고 나쁨 정도와의 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.947의 수치를 보여 SNS를 이용하는 목적은 신조어를 자주 쓰는 것에 대한 좋고 나쁨 정도와 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 3-49> SNS 목적: V24. 나 또는 친구들이 신조어를 자주 쓰는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

평균 95% 신뢰구간					
	N	평균	표준화편차	하한	상한
친구와의 대화	102	3.20	1.090	2.98	3.41
여가 시간의 활용	51	3.22	0.945	2.95	3.48
정보공유	26	3.23	1.107	2.78	3.68
교육 / 학업	3	3.67	1.155	0.80	6.54
일상의 기록	3	3.67	1.155	0.80	6.54
전체	185	3.22	1.045	3.07	3.37

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	1.308	5	0.262	0.235	0.947
집단-내	200.655	180	1.115		
전체	201.962	185			

<표 3-50>는 SNS 사용 목적별로 앞으로 신조어를 계속 사용할지에 관한 생각과 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.051의 수치를 보여 SNS를 이용하는 목적은 신조어를 계속 사용할지에 관한 생각과 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 3-50> SNS 목적: V25. 앞으로 계속해서 신조어를 쓸 생각이십니까?

평균 95% 신뢰구간					
	N	평균	표준화편차	하한	상한
친구와의 대화	101	2.42	1.013	2.22	2.62
여가 시간의 활용	52	2.37	0.768	2.15	2.58
정보공유	26	2.23	0.765	1.92	2.54
교육 / 학업	3	2.00	0.000	2.00	2.00
일상의 기록	3	4.00	1.000	1.52	6.48
전체	185	2.40	0.926	2.26	2.53

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	9.351	5	1.870	2.256	0.051
집단-내	149.208	180	0.829		
전체	158.559	185			

<표 3-51>는 SNS 사용 목적별로 각종 신조어의 인식 및 사용빈도에 관한 생각과 차이를 분석한 결과이다. 분석결과 유의확률 0.199의 수치를 보여 SNS를 이용하는 목적은 각종 신조어의 인식 및 사용빈도와 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 3-51> SNS 목적: V27. 각종 신조어의 인식 및 사용빈도

	N	평균	표준화편차	평균 95% 신뢰구간	
				하한	상한
친구와의 대화	97	2.86	0.661	2.72	2.99
여가 시간의 활용	51	2.89	0.535	2.73	3.04
정보공유	23	2.74	0.793	2.40	3.09
교육 / 학업	3	2.54	0.379	1.59	3.48
일상의 기록	3	2.23	0.832	0.16	4.30
전체	176	2.84	0.650	2.74	2.94

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	3.085	5	0.617	1.478	0.199
집단-내	71.794	172	0.417		
전체	74.880	177			

SNS를 이용하는 목적에 따라서 언어 사용 습관이나 신조어 사용실태에 관한 차이분석 결과 신조어의 인식 및 사용빈도를 포함한 모든 항목에 대해서 상호 유의미한 결과가 없는 것으로 나타났다.



### 3. 신조어 관련 항목간의 상관관계분석

<표 3-52>는 신조어 관련 주요 변수(V15, V17, V18, V21, V22, V24, V25)간의 관계를 분석한 상관관계 분석표이다. 신조어 관련 주요 변수로 언어 사용습관(V15), 신조어의 의미인식(V17), 신조어 사용빈도(V18), 신조어로 인해 어려움을 겪은 경험(V21), 자신에게 신조어를 물어본 경험(V22), 신조어를 자주 사용하는 것에 대한 생각(V24), 향후 신조어 사용(V25) 항목 간 상관관계 조사를 위해 피어슨의 상관관계 분석을 하였다.

<표 3-52> 신조어 관련 주요 변수 간 상관관계 분석

	V15	V17	V18	V21	V22	V24	V25
V15	1						
V17	-0.080	1					
V18	-0.215**	0.499***	1				
V21	-0.084	-0.189**	-0.159*	1			
V22	-0.007	0.151*	0.188**	0.036	1		
V24	0.133	0.134	0.199**	0.012	0.122	1	
V25	-0.018	0.291***	0.496***	-0.161*	0.110	0.244**	1

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

분석 결과 언어 사용습관은 신조어 사용빈도( $r=-0.215$ ,  $p<0.01$ )와 유의한 부(-)적 상관관계를 보였고, 신조어의 의미 인식은 신조어 사용빈도( $r=0.499$ ,  $p<0.001$ ), 자신에게 신조어를 물어본 경험( $r=0.151$ ,  $p<0.05$ ), 향후 신조어 사용( $r=0.291$ ,  $p<0.001$ )과는 유의한 정(+)적 상관관계를, 신조어로 인해 어려움을 겪은 경험( $r=-0.189$ ,  $p<0.01$ )과는 유의한 부(-)적 상관관계를 보였다.

신조어 사용빈도는 자신에게 신조어를 물어본 경험( $r=0.188$ ,  $p<0.01$ ), 신조어를 자주 사용하는 것에 대한 생각( $r=0.199$ ,  $p<0.01$ ), 향후 신조어 사용( $r=0.496$ ,  $p<0.001$ )과는 유의한 정(+)적 상관관계를, 신조어로 인해 어려움을 겪은 경험( $r=-0.189$ ,  $p<0.01$ )과는 유의한 부(-)적 상관관계를 보였다.

신조어로 인해 어려움을 겪은 경험은 향후 신조어 사용( $r=-0.161$ ,  $p<0.05$ )와 유의한 부(-)적 상관관계를 보였고, 신조어를 자주 사용하는 것에 대한 생각은 향후 신조어 사용( $r=0.244$ ,  $p<0.01$ )과 유의한 정(+)적 상관관계를 보였다.

반면 언어 사용습관은 신조어의 의미인식, 신조어로 인해 어려움을 겪은 경험, 자신에게 신조어를 물어본 경험, 신조어를 자주 사용하는 것에 대한 생각, 향후 신조어 사용과 유의한 상관관계를 보이지 않았고, 신조어의 의미 인식도 신조어를 자주 사용하는 것에 대한 생각과 유의한 상관관계를 보이지 않았다.

신조어로 인해 어려움을 겪은 경험은 자신에게 신조어를 물어본 경험, 신조어를 자주 사용하는 것에 대한 생각과 유의한 상관관계를 보이지 않았고, 자신에게 신조어를 물어본 경험 또한 신조어를 자주 사용하는 것에 대한 생각, 향후 신조어 사용과 유의한 상관관계를 보이지 않았다.

## 제4장 결론 및 제언

### 제1절 결론

본 연구는 청소년들이 SNS를 사용하는 패턴과 신조어 인식을 조사하여 SNS상의 신조어 사용과 관련된 연관성을 알아봄으로서 청소년들의 표현을 이해하고 더 나아가 사이버 공간에서 신조어 사용 지도에 필요한 교육방안을 만드는 데 기초자료를 제공하기 위한 목적으로 진행되었다.

설문조사결과 급식체라고 불리는 청소년들이 자주 사용하는 신조어로는 “갑분싸”가 가장 많았고, “TMI”, “존버”, “현타”, “땡언”, “취존”, “문젠” 등의 순서로 많이 사용됨을 알 수 있었다. 또한, 유의미한 결과로 SNS 사용시간이 많을수록 신조어에 대한 인식 및 사용빈도가 높게 나타났다. 청소년들은 SNS를 친구들과의 소통을 위해 가장 많이 사용하는 데 이때 그들이 좋아하는 신조어를 주로 사용하는 것으로 나타났다.

분석결과 SNS 사용시간이 많을수록 자신이 나쁜 언어습관을 가지고 있으며, 신조어의 뜻에 대해서는 잘 모르겠다는 답변이 많았지만 신조어의 인식 및 사용빈도는 높게 나타났다. 그리고 SNS 사용목적과 신조어 사용과는 유의미한 결과가 나타나지 않았다. 그 외의 결과로 성별 신조어 사용에 관한 t검증 결과 여학생이 남학생에 비해 신조어에 대해 더 잘 인식하고 선생님 또는 부모님도 여학생에게 더 많이 물어 보며 여학생이 향후 신조어 사용을 더 줄여 나갈 생각임을 알 수 있었다. 분석결과를 바탕으로 한 고찰 결과는 아래와 같다.

첫째, 청소년들이 많이 사용되는 신조어들을 보면 학생들이 자주 마주하는 상황에 대한 자신의 감정이 녹아 들어 있다. 갑자기 분위기 싸늘해지는 상황(갑분싸), 상대가 필요이상으로 많은 정보를 흘릴 때 지루했던 상황(TMI), 싫지만 여의치 않아서 견뎌야 하는 상황(존버), 무언가 집중하거나 온 힘을 쓰고 나서 득도에 이른 듯한 상황(현타)을 자주 접하면서, 청소년들은 나름대로 힘들거나 어려운 상황을 자신만의 언어로 표현하고 싶어 한다는 것을 알 수 있다.

둘째, 유의미한 결과로 SNS 사용시간이 많을수록 신조어에 대한 인식 및 사용빈도가 높게 나왔다. 많은 청소년들이 대체로 신조어를 좋아하거나 의도적으로 사용하려 들지는 않음에도, SNS를 많이 사용할수록 신조어에 대한 인식 및 사용빈도가 높아짐을 알 수 있는데 이는 SNS를 많이 사용하면서 자신도 모르게 신조어를 알게 되고 자신이 많이 본 신조어를 사용하게 됨을 알 수 있다.

셋째, 신조어는 주로 친구들과 소통할 때 감정의 표현을 정확히 전달하기 위해서가 아니라 재미나 흥미를 위해 사용한다. 신조어는 주로 친구들과 이야기할 때(71.7%) 사용한다는 응답자가 많았고, 신조어를 사용하는 이유로는 재미있어서(32.8%)라고 답한 응답자가 가장 많았다. SNS 사용 목적에 관한 설문 결과는 친구와의 대화라고 답한 응답자가(52.5%) 가장 많은 것으로 조사 됐다. 설문 결과들을 종합해 보면 청소년들은 SNS를 주로 친구들과의 소통에 사용하고 신조어 또한 친구와의 대화 때 주로 사용하는 데 특별한 의미의 전달이 필요해서가 아니라 재미(흥미)로 사용하는 경우가 많다는 것을 알 수 있다.

넷째, 신조어를 향후에도 계속 해서 쓸 것인가에 대한 질문에 응답자의 과반수 이상(63.1%)이 지금처럼 쓰겠다고 답했다. 신조어는 이미 청소년들의 언어생활에 깊숙이 스며들어 있으며 향후에도 이와 같은 현상은 계속될 것임을 알 수 있다.

이와 같은 연구 자료는 아래와 같이 두 가지 측면에서 큰 의미를 갖는다.

첫째, 청소년들을 이해하고 소통하기 위해 청소년들의 표현을 이해하는데 유용한 자료가 된다. 학생들을 수업에 집중시키기 위해서는 수업의 내용이 학생 자신에게 꼭 필요하거나 자신이 좋아하는 수업이어야 한다. 하지만 정보과목의 경우, 주요과목으로 승격이 되지 않는 한 학생들에게 국영수보다 더 필요하다고 강조하기 어렵고, 학생들이 좋아하는 수업을 만들기 위해 흥미 있는 것을 준비한다고 해도 잠깐 집중할 뿐 학생들의 집중은 10분을 넘기지 못한다. 하지만 필자의 경험한 바에 따르면 개인면담을 하기 전과 후의 학생들의 수업 참여도는 큰 차이를 보였다. 즉 학생들은 자신을 이해해주고 자신과 말이 통하는 교사에게 집중하므로 교사는 학생들과의 소통에

주목할 필요가 있다. 시대의 흐름에 발맞춰 청소년의 신조어를 인정하고, 그들의 표현을 존중하면서 신조어의 숨은 뜻을 이해할 수 있다면 학생들과 소통하는 데 큰 도움이 될 것이다.

둘째, 사이버공간에서 신조어 활용 방법에 대한 교육 방안을 만드는 기초 자료가 된다. 현재 2015 개정 교육과정의 정보과목에서는 중학교와 고등학교에서 공통적인 내용요소로 사이버윤리에 대한 수업을 진행하고 있지만 사실상 사이버공간의 특수성에 따른 각종 문제점과 인터넷 중독에 따른 예방에 대한 내용이 주를 이루고 있다. 결국 학생들에게 하지 말아야 할 것은 가르치면서 어떻게 사이버공간을 활용해야 하는가는 나와 있지 않는 것이 현실이다. 학생들에게 사이버공간의 활용법을 가르치기 위해서는 사이버공간에서 사용되는 표현들을 면밀히 분석하여 학생들에게 신조어라도 얼마든지 건전하게 활용할 수 있고 어떻게 활용해야 하는지 그 방법을 가르쳐야 할 것이다.

청소년이 사용하는 신조어에는 청소년들이 처한 상황과 그들의 감정이 가감 없이 녹아 있다. 앞에 이론적 배경에서 언급한 바와 같이 일부 기업(한국야쿠르트, CU)에서는 이미 이런 신조어를 활용하여 청소년을 타겟으로 한 제품을 만들어 엄청난 매출 효과를 거두고 있다. 청소년들을 대상으로 교육을 실시하는 학교에서도 신조어를 활용하여 학생들을 좀 더 이해하고 사이버 공간에서 신조어 활용법을 가르치는 데 활용한다면 기업에서의 활용보다 더욱 큰 효과를 기대할 수 있을 것이다.

## 제2절 제언

2019년 10월 14일 한 여성 아이돌 가수가 겨우 25세 꽃다운 나이에 안타깝게 세상을 떠났다. 그녀는 인터넷에 자신의 기사에 달린 악플들을 보고 마음의 상처를 받아 그 고통을 견디지 못하고 자살을 선택했다고 한다. 그녀에게 악성 댓글을 단 사람들은 자신이 살인자임을 인정하지도, 죄책감을 느끼지 못하고 또 다른 기사에 악플을 달고 있을지 모른다.

그녀의 기사에 달린 악플들을 보면 “어그로 끌려고 태어난 X”, “설리 동

공 봐라. 딱 약쟁이”, “기승전 노브라 그냥 설꼭지” 라고 그녀를 공격했다. 사실 신조어에 익숙지 않은 어른들이 볼 때 “어그로(상대를 도발해서 관심을 끄는 행위), 약쟁이(마약하는 사람), 설꼭지(질그릇의 넓죽한 꼭지)”라는 이런 댓글 자체가 무슨 뜻인지 이해하기 힘들 수도 있다. 하지만 대다수의 사람들은 그 의미를 알면서도 이런 악성 댓글이 작은 돌맹이가 되고 무수히 많은 작은 돌맹이들에 맞은 당사자는 얼마나 깊은 상처를 받게 지 알지 못하는 것이 현실이다.

본 연구는 직접적으로 사이버 공간에서 신조어를 어떻게 사용해야 하는지 또는 학교에서 어떤 식으로 학생들에게 SNS상에 신조어 사용법을 가르쳐야 하는지 제시하지 않고 있다. 하지만 본 연구와 같이 사이버공간에서 사용하는 신조어에 대한 청소년들의 인식을 조사한 자료가 쌓이면 이를 바탕으로 사이버 상에서 신조어 사용에 대한 교육 방안이 도출될 수 있을 것이다. 또한, 이번 연구에서는 포함되지 않았지만 교사들을 대상으로 한 신조어 인식조사가 진행된다면 학생들의 인식조사 결과와 함께 유용한 자료가 될 것이다. 이렇게 만들어진 신조어 사용에 대한 교육을 받은 청소년들이 만든 사회에서는 심각한 악플로 인한 안타까운 사건이 발생하지 않을 것이라고 믿는다.

## 참 고 문 헌

- 국립국어원, 2014년 신어 조사 보고서, 2014.
- 국립국어원, 2015년 신어 조사 보고서, 2015.
- 국립국어원, 2016년 신어 조사 보고서, 2016.
- 국립국어원, 2017년 신어 조사 보고서, 2017.
- 국립국어원, 2018년 신어 조사 보고서, 2018.
- 한국인터넷진흥원, 2018 인터넷이용실태조사 보고서, 2019.
- 대한상공회의소, Z세대의 등장과 기업에 주는 시사점, 2019.
- 강경일, 2019, 『중·고등학생의 신조어 사용 양상과 신조어 교육 방안 모색』, 인천대학교 교육대학원 석사학위.
- 김우중, 2012, 『청소년들의 인터넷 이용실태에 대한 정보통신 윤리교육에 관한 연구』, 세명대학교 교육대학원 석사학위.
- 임동찬, 2015, 『청소년의 은어와 비속어 사용 실태와 의식 연구』, 아주대학교 교육대학원 석사학위.
- 신용철, 2018, 『인터넷 언어 고찰을 통한 교수·학습방안 연구』. 충남대학교 교육대학원 석사학위.
- 권중수. 2001. 『인터넷이 청소년에게 미치는 영향에 관한 연구』, 숭실대학교 교육대학원 석사학위.
- 조유영, 2008, 『청소년 인터넷 중독에 영향을 미치는 요인에 관한 연구』, 서울시립대학교 도시과학대학원 석사학위.
- 김난경, 2002, 『사이버 공간에서 사용되는 유해 언어 연구』, 선문대학교 교육대학원 석사학위.
- 이선옥, 2004, 『채팅언어를 통한 한·일 신조어 연구』, 중앙대학교 교육대학원 석사학위.
- 정인웅, 2005, 『고등학생의 비속어에 관한 연구』, 한양대학교 대학원 석사학위.
- 송민규, 2007, 『가상공간의 신어 연구』, 고려대학교 대학원 박사학위.
- 김은영, 2009, 『청소년의 인터넷 댓글 문화 분석』, 전북대학교 교육대학원 석사학위.

원 석사학위.

이정기,우형진, 2010, 『사이버 언어폭력 의도에 관한 연구』, 사이버 커뮤니케이션학회, 사이버커뮤니케이션학보, 27(1), 215-253.

조남현, 2015, 『장애 청소년의 SNS상에서의 비속어 및 은어 사용실태와 통신언어 사용이 일상 언어에 미치는 영향』, 우석대학교 교육대학원 석사학위.

박용찬,남기훈,채현수, 2013, 『중학생의 신조어 사용 인식 실태 및 현황』, 학교교육연구, Vol.8 No-.

장경희, 이삼형, 이필영 외 10명, 2011, 『청소년 언어실태 언어의식 전국조사』, 국립국어원.

이윤지, 2012, 『청소년의 비속어 사용 현상 연구』, 이화여자대학교 교육대학원 석사학위.



## 부록

### 설문지 구성 내용

#### PART 1. 학생의 기본 정보에 관한 질문입니다.

V1. 귀하의 성별은? ( )

- 1) 남자            2) 여자

V2. 현재 몇 학년에 재학하고 있습니까? ( )

- 1) 고1 2) 고2            3) 고3

V3. 내가 사는 곳은? (예) 서울특별시 광진구, 경기도 남양주시

#### PART 2. 컴퓨터 및 스마트폰 사용에 관한 질문입니다.

V4. 가정에서 인터넷 서비스에 가입하고 있습니까? ( )

- 1) 예  
2) 아니오

V5. 컴퓨터를 사용한 경력은 얼마나 됩니까? ( )

- 1) 6개월 미만  
2) 6개월 - 1년 미만  
3) 1년 - 2년 미만  
4) 2년 - 5년 미만  
5) 5년 이상

V6. 컴퓨터를 사용할 때 가장 많이 사용하는 것은 무엇입니까? ( )

- 1) 게임  
2) 인터넷  
3) 컴퓨터 학습  
4) 문서 작성  
5) 이메일

V7. 스마트폰을 사용한 경력은 얼마나 됩니까? ( )

- 1) 6개월 미만  
2) 6개월 - 1년 미만  
3) 1년 - 2년 미만  
4) 2년 - 5년 미만  
5) 5년 이상

V8. 스마트폰을 사용할 때 가장 많이 사용하는 것은 무엇입니까? ( )

- 1) 게임
- 2) 인터넷
- 3) 컴퓨터 학습
- 4) 문서 작성
- 5) 이메일

V9. 주로 이용하는 SNS는 무엇입니까? ( )

- 1) 인스타그램
- 2) 카카오톡
- 3) 페이스북
- 4) 트위터
- 5) 밴드
- 6) 기타 ( )

V10. SNS를 사용한 기간은 어느 정도입니까? ( )

- 1) 6개월 미만
- 2) 6개월 - 1년 미만
- 3) 1년 - 2년 미만
- 4) 2년 - 5년 미만
- 5) 5년 이상

V11. SNS에 어느 정도 자주 접속을 하십니까? ( )

- 1) 거의 없다
- 2) 주 1회
- 3) 주 2회
- 4) 주 3회
- 5) 거의 매일

V12. SNS에 접속했을 경우 사용하는 시간은 평균 어느 정도입니까? ( )

- 1) 1시간 미만
- 2) 1시간 - 2시간
- 3) 2시간 - 3시간
- 4) 3시간 - 4시간
- 5) 5시간 이상

V13. SNS에 접속할 때 주로 이용하는 장소는 어디입니까? ( )

- 1) 집
- 2) 학교
- 3) PC방
- 4) 친구의 집
- 5) 기타

V14. SNS를 이용하는 목적은 주로 무엇입니까? ( )

- 1) 친구와의 대화
- 2) 정보 공유
- 3) 교육 / 학업
- 4) 여가 시간의 활용
- 5) 일상의 기록

**PART 3. 개인의 언어 사용 습관 관련된 질문입니다.**

V15. 자신의 언어 사용 습관은 어떻다고 생각합니까? ( )

- 1) 매우 바르다
- 2) 바른 편이다
- 3) 보통이다
- 4) 나쁜 편이다
- 5) 매우 나쁘다.

V16. 자신의 언어 습관에 가장 영향을 미친 사람 또는 매체는 무엇입니까? ( )

- 1) 가족
- 2) 친구
- 3) 교사
- 4) 영화 또는 텔레비전 프로그램
- 5) SNS 또는 인터넷

**PART 4. 신조어 사용 실태와 인식정도에 관련된 질문입니다.**

V17. 신조어가 무엇인지 얼마나 정확하게 알고 있습니까? ( )

- 1) 잘 알고 있다.
- 2) 대충 알고 있다.
- 3) 정확히 잘 모르겠다.
- 4) 들어본 적은 있지만 잘 모르겠다.
- 5) 들어본 적도 없고 전혀 모르겠다.

V18. 일상생활에서 신조어를 얼마나 자주 쓰고 있습니까?

- 1) 매우 자주 쓴다.
- 2) 자주 쓰는 편이다.
- 3) 가끔 쓴다.
- 4) 거의 쓰지 않는 편이다.
- 5) 전혀 쓰지 않는다.

V19. 주로 어떤 경로를 통해, 신조어를 처음 알게 되었습니까? ( )

- 1) 인터넷
- 2) 텔레비전
- 3) 휴대 전화
- 4) 친구와의 대화
- 5) 기타

V20. 신조어를 쓰고 있다면, 어떤 상황에서 주로 신조어를 쓰고 있습니까? ( )

- 1) 친구와 이야기할 때
- 2) 인터넷에 댓글(답글,덧글)을 올릴 때
- 3) 휴대 전화로 친구에게 문자 메시지를 보낼 때
- 4) 컴퓨터 통신이나 인터넷 게임을 하면서 채팅할 때
- 5) 수업 중 또는 과제물을 작성할 때

**PART 5. 신조어 사용의 문제점과 관련된 질문입니다.**

V21. 친구들이 쓴 신조어의 뜻을 정확히 알지 못해서 어려움을 느낀 적이 있습니까? ( )

- 1) 매우 자주 있다.
- 2) 자주 있다.
- 3) 가끔 있다.
- 4) 드물게 있다.
- 5) 전혀 없다.

V22. 선생님 또는 부모님께서 내가 쓴 신조어의 뜻을 몰라서 나에게 그 뜻을 물어본 적이 있습니까? ( )

- 1) 매우 자주 있다.
- 2) 자주 있다.
- 3) 가끔 있다.
- 4) 드물게 있다.
- 5) 전혀 없다.

**PART 6. 신조어 사용의 향후 전망과 관련된 학생들의 인식에 관한 질문입니다.**

V23. 신조어를 쓰고 있다면, 신조어를 쓰는 이유는 무엇입니까? ( )

- 1) 친구들이 자주 쓰니까
- 2) 재미있어서
- 3) 유행하는 말이라서
- 4) 뜻을 정확하게 전달하는 데 도움이 돼서
- 5) 별 이유 없음

V24. 나 또는 친구들이 신조어를 자주 쓰는 것에 대해 어떻게 생각하십니까? ( )

- 1) 아주 좋다
- 2) 약간 좋다
- 3) 좋지도 싫지도 않다
- 4) 싫다
- 5) 별 생각 없다

V25. 앞으로 계속해서 신조어를 쓸 생각이십니까? ( )

- 1) 더 자주 쓰겠다
- 2) 지금처럼 쓰겠다
- 3) 약간 줄이겠다
- 4) 아주 줄이겠다
- 5) 전혀 안 쓰겠다.

V26. 일상생활에서 자주 쓰고 있는 신조어를 아래에 적어 주십시오(5개 이상)

예) 빠카충(버스카드충전), 찐다(대단하다), 맨붕(멘탈 붕괴) 등

PART 7. 각 종 신조어에 대한 인식 조사입니다.(V27)

	신조어	전혀 알지 못한다	들어본 적이 있다	뜻만 안다	사용해 본 적이 있다	자주 사용한다
v1.	복세편살	①	②	③	④	⑤
v2.	갑분싸	①	②	③	④	⑤
v3.	케바케	①	②	③	④	⑤
v4.	소확행	①	②	③	④	⑤
v5.	별다줄	①	②	③	④	⑤
v6.	TMI	①	②	③	④	⑤
v7.	버정	①	②	③	④	⑤
v8.	커엽다	①	②	③	④	⑤
v9.	생선	①	②	③	④	⑤
v10.	사바사	①	②	③	④	⑤
v11.	버카충	①	②	③	④	⑤
v12.	JMT	①	②	③	④	⑤
v13.	롬곡웁늬	①	②	③	④	⑤
v14.	존버	①	②	③	④	⑤
v15.	비담	①	②	③	④	⑤
v16.	마상	①	②	③	④	⑤
v17.	범블레스유	①	②	③	④	⑤
v18.	현타	①	②	③	④	⑤
v19.	이생망	①	②	③	④	⑤
v20.	만반잘부	①	②	③	④	⑤
v21.	괜아저	①	②	③	④	⑤
v22.	땡언	①	②	③	④	⑤
v23.	취존	①	②	③	④	⑤
v24.	혼코노	①	②	③	④	⑤
v25.	땃망진창	①	②	③	④	⑤
v26.	남아공	①	②	③	④	⑤
v27.	애빼시	①	②	③	④	⑤
v28.	문썬	①	②	③	④	⑤
v29.	쫄못사	①	②	③	④	⑤
v30.	갑통알	①	②	③	④	⑤
v31.	가심비	①	②	③	④	⑤
v32.	머박	①	②	③	④	⑤
v33.	야민정음	①	②	③	④	⑤

# ABSTRACT

## A study on the effect of social media usage habit of the youth on their perception of neologisms: Centering on high school students

Moon, Byung Hak

Major in Information Computer Education  
Graduate School of Education, Konkuk University

Times have changed rapidly and a generation gap in thought and values has widened. Hence, communications and dialogues between the old and new generations have become all the more important in our society. Specifically, to communicate with students in schools, efforts are needed to understand their thinking. What is equally important is to understand their expression and the reason why they use such expression.

The use of internet and social media is exponentially increasing and more people are talking online, instead of face-to-face conversation with regard to the place of conversation. It is likely that people will prefer online instead of talking in person in the future. In particular, they are exposed to the internet and smart devices early on, hence proficient in cyber communication, which is becoming increasingly important for them.

This study aimed to look into patterns in the use of social network services (SNS) by students, their awareness of neologisms, and its relevance with the use of neologisms on SNS, thereby understanding the expressions used by students, and ultimately providing basic materials that will help develop teaching plans for the use of neologisms in

cyberspace.

This study explores the status of the use of the internet and social media of young people as well as their neologisms in social networking. To conduct the study, the author first identified neologisms that were widely used in Korean society and the use of the internet from the data obtained by National Institute of the Korean Language (NIKL) and Korea Internet & Security Agency (KISA). Then, conducted a survey of general high school students with a questionnaire developed in accordance with the purpose of this study. The list of questions include the frequency and duration of internet and social network use, the most frequently used neologisms, and relationships between the use of social media and those newly coined terms.

The survey found that the most frequently used neologism among teens was "Gapbunsa (a sudden chill vibe)", followed by "TMI(too much information)" "Jonbeo (holding on for dear life)", "Hyunta (reality check)" "Ttingeon (wise saying)" "Chuijon (respect one's taste)" "Munjjin (people who fail to follow the trend)". These neologisms are often called as "Geupsikche (teen slang)". Another finding of this study having a significant meaning was that those who spent much time on social media were more aware of neologisms and used them more than others. They used SNS primarily for communication with friends, where they most often used neologisms they like. And they answered that they would continue using the neologisms.

As a result of the analysis, the more time SNS was used, the more they had bad language habits and they were not sure about the meaning of new words, but the recognition and use frequency of new words were high. The female students were more aware of the new words than the male students, and the teacher or parents asked the female students more, and the female students plan to reduce the use of the new words in the future.



It is difficult for teachers to understand the language and expression that students use in cyberspace. Hence, the result of this study will be meaningful in that it will be helpful to understand and communicate with students and further contribute to finding options for educating them on how to communicate with each other in a more sound and efficient way.

---

Keyword : New Word, SNS