

SNS 활용에 따른 학교폭력 대응방안 연구 -사이버불링(따돌림)을 중심으로-

A Study on School Violence Countermeasures of SNS Utilization - Focused on the Cyber bullying -

신 승 균
영산대학교

Shin seung-gyoon
Youngsan Univ.

요약

스마트기기의 대중화와 SNS의 활용은 우리 사회생활에 많은 변화를 가져왔다. 하지만 이를 활용함으로써 나타나는 폐해는 개인의 프라이버시 침해, 사이버폭력, 허위정보의 양산, 각종 범죄 등에 노출되는 부작용을 보이고 있다. 이 연구에서는 국내의 SNS 활용실태와 현재 경찰의 4대악 척결의 하나인 학교폭력을 중심으로 고찰을 시도하고자 한다. 특히 SNS의 급격한 확산으로 인해 발생하는 사이버불링(따돌림)의 실태에 대해 파악하고 그에 대한 제언을 하고자 한다.

I. 서론

최근 우리 사회는 스마트폰의 확산으로 인해 다양한 무선인터넷 서비스가 등장하면서 웹의 시대가 끝나고 모바일 시대가 왔다. 특히 트위터 등 Social Network Service(SNS)는 기존의 오프라인 중심의 인간관계를 온라인으로 이동시켰으며, 사회적 변화를 이끌어내는 새로운 매개체로 급부상하고 있다. 인터넷과 스마트기기를 이용한 SNS의 확산은 자신을 표현하고 소통하는 하나의 수단으로 자리 잡고 있으며, 이에 대한 긍정적 측면과 함께 부정적 측면에 대하여도 주목해야 할 필요성이 있다. 특히 사이버범죄는 그 발생의 양적인 증가와 더불어서 질적인 부분에서의 부정적인 형태로의 발전이 이루어지고 있다. 이에 본 연구에서는 SNS의 개념과 활용실태를 살펴보고, SNS를 통한 학교폭력의 한 형태인 사이버불링(따돌림)에 대하여 살펴보고자 한다. 이를 통해 경찰이 사이버상의 학교폭력에 대응할 수 있도록 제언을 하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. SNS의 개념

SNS란 인터넷상에서 공동의 관심사를 지니고 있는 사용자들을 프로필·친구목록·댓글 등의 요소를 이용하여 친구에서 친구로 이용하며, 프로필을 가지고 있는 사용자와의 소통이 가능하도록 관계 형성을 지원한다. 이렇게 형성된 지인관계를 바탕으로 친구 맺기를 통해 인맥 쌓기, 구축 및 관리 등 사람과 사람들을 연결하여 그들 간의 관계 맺기를 지원하는 서비스라고 할 수 있다¹⁾. 2009년에 한국인터넷진흥원은 SNS의 범위를 '카페·클럽·인터넷 동호회·블로그·미니홈피·인스턴트메신저

·인맥관리(교류)서비스'로 범위를 한정하면서 이러한 SNS 사용자를 'SNS를 통해 타인과 교류활동을 활발히 하는 자'라고 정의하면서 SNS를 '개개인을 나타내는 노드(node)와 개개인들 간의 관계를 의미하는 연결(link) 또는 묶음(ties)으로 사회적 관계성을 보여주고 있는 가치·비전·생각·링크·친구 등 여러 특별한 매개물로 묶어질 수 있는 사회적 구조를 온라인 커뮤니티로 구현한 서비스'로 정의하였다²⁾.

2. 사이버불링 개념

사이버불링(Cyber bullying)이란 한 개인이나 그룹이 다른 사람들에게 해악을 끼칠 의도로 인터넷이나 다른 소통 매체를 통해 의도적이고 반복적으로 적대적 발언, 악성 댓글, 기타 악의적 행위를 벌이는 일이다. 현재 우리나라에서는 아직까지 사이버불링을 대상으로 하는 법률은 존재하지 않는다. 그렇지만 관련된 법령으로서 '학교폭력예방 및 대책에 관한 법률'이 있는데 여기에는 전반적인 학교폭력에 대해 규정하고 있다. 2012년 법률개정으로 사이버불링도 학교폭력의 범위에 포함되었는데, 법률에서는 '사이버 따돌림'이라는 용어를 사용한다. '학교폭력예방 및 대책에 관한 법률'에서도 사이버 따돌림을 "인터넷, 휴대전화 등 정보통신기기를 이용하여 학생들이 특정 학생들을 대상으로 지속적, 반복적으로 심리적 공격을 가하거나, 특정 학생과 관련된 개인정보 또는 허위 사실을 유포하여 상대방이 고통을 느끼도록 하는 일체의 행위"라 정의하고 엄격히 규제하고 있다.

최근에는 인터넷상에서 발생하던 사이버상의 집단따돌림 현상이 좀 더 발달되어 스마트 기기를 활용한 '스마트 불링'으로 발전하기도 했다. 이러한 사이버불링과 스마트 불링은 스마트폰의 보급이 늘어남에 따라 네이트온, 카카오톡 등 모바일 메신저를 통해 사이버 공간에서 언어

폭력이나 왕따를 하는 등 학교뿐만 아니라 방과 후에도 '왕따' 피해를 호소하는 학생들이 늘어나는 추세이다.

Ⅲ. SNS 이용현황과 사이버불링의 실태

1. SNS의 이용현황 및 실태

2014년 3월 기준으로 국내의 페이스북 월간 이용자가 1천3백만 명에 이르며 이중 92%는 모바일로 한 달에 한번 이상 사용하고 있다. 모바일 메신저 카카오톡과 연동한 카카오톡은 국내 최대 SNS로 2013년 4월 기준으로 4천만여 명이 사용하고 있다.

표 1. 세대별 주요 SNS 이용현황

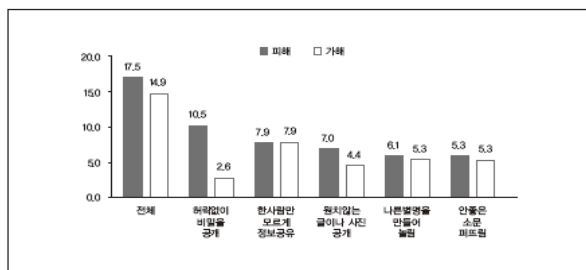
순위	10대	20대	30대	40대
1	카카오톡(33%)	페북(38.9%)	카스(41.4%)	카스(39.6%)
2	페이스북(23.9%)	트위터(22%)	싸이(19.1%)	페북(23.2%)
3	싸이월드 미니홈피(23%)	카스(20.8%)	페북(18.8%)	트위터(22.7%)
4	트위터(13.8%)	싸이(15.2%)	트위터(18.2%)	싸이(9.4%)
5	기타(6.4%)	기타(3.1%)	기타(2.6%)	기타(5.1%)

출처 : 정보통신정책연구원, "SNS 이용현황 보고서", 2013.

하지만 SNS 이용에 따른 사회적 변화도 나타나고 있다. 긍정적 측면에서는 건강한 소통과 사회참여의 확대가 나타나고 있으며, 부정적 측면에서는 프라이버시 침해와 사이버폭력으로 나타나고 있다[3].

2. 사이버불링의 실태

2014년에 한국청소년정책연구원이 2014년 5월12일~6월10일 전국 중·고등학생 4000명을 대상으로 진행한 '2014 한국청소년사이버불링실태조사'에 의하면 중·고등학생 27.7%가 "사이버불링 피해를 당한 경험이 있다"고 답했다. 피해 유형별로는 '온라인상 개인정보 유출'(12.1%)이 가장 많았고, '온라인게임을 통한 괴롭힘'(10.2%)이 뒤를 이었다. 반대로 응답자 19.4%는 "사이버불링 가해 경험이 있다"라고 답했다. 남학생은 주로 온라인 게임 도중 괴롭힘을 당한 경우가 많았고, 여학생은 SNS 활용에서 피해당한 사례가 많았다. 사이버불링과 가족 관계의 측면에서는 사이버불링을 겪은 학생 집단이 그렇지 않은 집단보다 부모에 대한 애착과 신뢰가 낮았다. 사이버불링을 목격했을 때 행동을 묻은 결과 응답자의 절반(52.2%)이 "그냥 상황을 지켜봤다"고 답했다. 경찰에 신고하거나(2.2%) 교사에게 알리는 경우(3.0%)는 드물었다.



출처 : 한국형사정책연구원 (2014)

▶▶ 그림 1. 중·고생의 SNS 사이버불링 피해 및 가해 실태

Ⅳ. 제언 및 결론

1. 경찰의 전담 인력 확보

사이버 상에서의 SNS의 관리체계가 미흡한 부분을 보완하고 각종 정보수집 및 컨트롤 역할을 할 수 있는 조직을 신설하고 인력을 확충해야 할 것이다. 인력은 순수 증원, 직급조정, 업무분석을 통한 인력재배치 방안 등 다양한 방안을 검토해야 한다.

2. 경찰전담부서 구축을 통한 예방

인터넷을 포함한 SNS의 영향력은 향후 더욱 커질 것으로 예상된다. 따라서 학교폭력 담당 부서에 사이버불링에 대한 전담부서의 구축 또는 사이버범죄 담당부서를 활용하는 방식으로의 전담부서의 구축이 필요하다.

경찰서 단위에서 여성청소년과 내에서 사이버불링에 대한 활동의 강화를 통해 예방하는 것도 검토되어야 할 것이다.

3. SNS 관련매체와의 협력 네트워크 구축

인터넷의 주요 포털사이트나 SNS 검색 사이트 등의 관련매체와의 협력 네트워크가 구축되어야 한다. 이를 통해서 사이버 상의 학교폭력과 관련한 사안에 대해서는 지속적인 모니터링 체제를 갖추고 필요시 관련 부서에 통보하는 등의 협력적 활동을 할 수 있도록 해야 한다.

4. 경찰의 대외교육 및 홍보프로그램 제작

경찰의 여성청소년과, 사이버수사대 등은 민간분야 SNS 전문교육기관에서의 위탁교육이나 전문강사를 초청한 워크숍 등을 진행하여 경찰의 SNS 활용 및 분석능력을 키울 수 있도록 해야 한다. 더불어 사이버불링이 발생할 가능성이 높은 초·중·고등학교를 대상으로 사이버불링에 대해 경각심이 제고될 수 있도록 홍보가 필요하다. 이를 위하여 홍보프로그램을 제작하고 전담경찰관의 지정을 통한 지속적인 예방교육이 실시되어야 한다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 송주완, "의식업체 SNS의 광고가치가 브랜드 자산, 브랜드 충성도에 미치는 영향", 세종대학교 석사학위논문, pp.10-11, 2012.
- [2] 이관형 "정보경찰", 순천향대학교 석사학위논문, pp.1-6, 2014.
- [3] 이윤희 "국내 SNS의 이용 현황과 주요 이슈 분석", 한국인터넷진흥원, INTERNET & SECURITY, pp.56-78, Aug. 2014.