

ISSN: 2800-051X

HankookResearch

한국리서치 주간리포트(제316-1호)

여론속의 여輿론論

기획: 우리 국민의 온라인 댓글에 대한 인식은?

2025. 02. 12.

담당자 정관철 부서장

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.
- 정기지표-기획조사 등으로 구성합니다.
- 정기지표는 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

이동한 수석연구원

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

연구진

이소연 연구원

전화 | 02-3014-1062
e-mail | lee.sy@hrc.co.kr

저작권 정책

- 본 보고서에서 제공하는 모든 콘텐츠(텍스트, 차트 및 그래프)는 저작권법에 의하여 보호받는 저작물로서, 별도의 저작권 표시 또는 다른 출처를 명시한 경우를 제외하고는 원칙적으로 (주)한국리서치에 저작권이 있습니다. 따라서 본 보고서의 콘텐츠를 무단 복제, 배포하는 경우에는 「저작권법」 제136조의 지적재산권침해죄에 해당하여 5년 이하의 징역 또는 5천 만원 이하의 벌금에 처해질 수 있습니다.
- 본 보고서의 콘텐츠는 (주)한국리서치가 상당한 투자나 노력으로 만든 성과물입니다. 출처를 명기하지 않고 이를 무단으로 사용하는 행위는 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」에 위반되므로 위 행위자에 대해 해당 법률에 따른 조치 및 손해배상을 청구할 수 있습니다.
- 본 보고서로 연결되도록 링크하는 것은 허용합니다. 다만, 이 경우에도 출처는 반드시 명기하여야 합니다.
- 보도, 연구, 교육 등 정당한 범위 안에서 공익적 목적을 위해 본 보고서를 인용할 수 있습니다. 그러나 이 경우에도 인용은 저작물의 일부분에 한정되어야 하며, 전체 내용의 10% 이상을 인용하는 경우에는 이를 저작권 침해로 판단할 수 있습니다.
- 본 보고서의 콘텐츠를 영리 목적 없이 개인적으로 이용할 경우에는 복제가 가능합니다.
- 본 보고서의 콘텐츠로 수익을 얻거나 이에 상응하는 혜택을 누리고자 하는 경우에는 (주)한국리서치와 사전에 별도의 협의를 하거나 허락을 얻어야 하며, 협의 또는 허락을 얻어 자료의 내용을 게재하는 경우에도 출처가 (주)한국리서치임을 반드시 명시하여야 합니다.
- 본 보고서의 콘텐츠를 적법한 절차에 따라 다른 인터넷 사이트에 게재하는 경우에도 단순한 오류 정정 이외에 내용의 무단변경을 금지하며, 이를 위반할 때에는 형사 처분을 받을 수 있습니다.

일러두기

- 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 보고서 상에 표기된 값의 합이 100%가 되지 않을 수 있습니다.
- 복수응답 문항의 빈도는 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 응답 사례 수가 적은 경우 해석에 유의하여 주십시오.

우리 국민의 온라인 댓글에 대한 인식은?

주요 결과

- 2019년 10월 25일 가수 겸 배우 설리의 극단적 선택, 2020년 7월 여자 프로배구 고유민 선수의 극단적 선택을 계기로 대형 포털은 연예 뉴스와 스포츠 뉴스의 댓글 서비스도 중단하였다. 최근에는 무안공항 항공기 참사와 관련한 뉴스에 악의적인 댓글이 올라오면서 경찰청 국가 수사본부가 악성 게시물, 악의적인 댓글, 허위 조작 정보 등에 대한 수사를 진행하고 있는 상황이다. 한국리서치 <여론 속의 여론>팀은 2019년, 2020년 악성 댓글에 대한 국민인식조사를 진행하였는데 2020년 코로나19가 한참이었던 시기를 지나 일상으로 회복이 이루어진 2024년 우리 국민은 온라인 댓글을 어떻게 인식하고 있는지 댓글에 대한 국민 인식의 변화를 살펴보았다.
- 우리 국민의 대부분(96%)은 온라인 콘텐츠를 일주일 동안 하루 이상 이용한다. 매일 이용하는 사람은 59%이다.
- 온라인 콘텐츠를 이용할 때 댓글을 읽는 비율(항상+종종)은 플랫폼별로 인터넷 웹사이트(74%), 온라인 동영상 플랫폼(72%), SNS(59%), 인터넷 카페·커뮤니티(53%) 순이다. 18~29세는 SNS와 온라인 동영상 플랫폼에서 댓글을 읽는다는 응답이 유독 눈에 띄게 높다.
- 지난 조사 대비 댓글 작성 경험은 플랫폼별로 소폭 증가했다.
- 댓글을 통해서는 긍정적 인식(새로운 정보 습득, 재미/흥미 습득)이 부정적 인식(불쾌, 불신 증가)보다 높다.
- 10명 중 9명에 이르는 89%는 악성 댓글의 심각성에 공감한다. 선플과 악플의 비율로는 선플 47%, 악플 53% 정도로 인식한다. 댓글이 나에게는 아무런 영향이 없으나(42%), 다른 사람들에게는 부정적인 영향을 준다는 인식이다(59%).
- 악성 댓글을 접했을 때는 소극적 대응(무시한다 64%, 댓글을 삭제하거나 숨긴다 7%)을 한다는 응답이 적극적 대응(신고한다 20%, 댓글로 응수한다 7%)을 한다는 응답보다 2.5배 이상 높다.
- SNS 댓글 서비스 중단에 관해서는 지난 조사(67%) 대비 13%포인트 감소한 54%가 동의한다. 인터넷 실명제를 도입해 악성 댓글 작성을 규제해야 한다는 응답은 지난 조사 대비 20%포인트 감소했으나(80%→60%), 여전히 다수가 필요성에 공감한다. 동시에 인터넷 실명제 도입으로 악성 댓글이 줄어들 것이라는 기대를 하고 있다(78%).
- 악성 댓글 감소를 위해서는 처벌 수위 강화(44%)와 처벌 구성 요건 완화(29%) 등 법적 강제력을 동원한 수단에 대한 응답이 높게 나타난다.

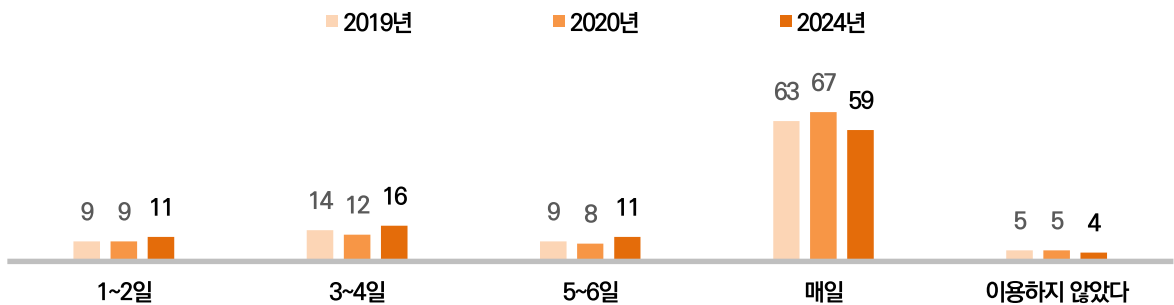
1 온라인 콘텐츠 이용 현황

국민 대부분 온라인 콘텐츠 하루 이상 이용(96%) 매일 이용자 2020년 대비 다소 감소

최근 일주일 동안 응답자의 96%가 인터넷 웹 사이트, SNS, 온라인 동영상 플랫폼, 인터넷 카페/커뮤니티(이후 온라인으로 지칭)의 콘텐츠를 하루 이상 이용한 것으로 나타난다. 이용량에 있어서 매일 이용했다는 응답은 2019년 대비 코로나19가 한참이었던 2020년 다소 증가하였다가 2024년 다소 감소한다. 연령대별로 정도의 차이는 있지만 전 연령층에서 매일 이용했다는 응답이 감소한 것으로 나타났다.

대부분의 국민은 온라인 콘텐츠를 ‘하루 이상’ 이용, ‘매일 이용’ 59%
온라인 플랫폼 ‘매일 이용’ 지난 3년간 증감, 60% 내외 수준 유지

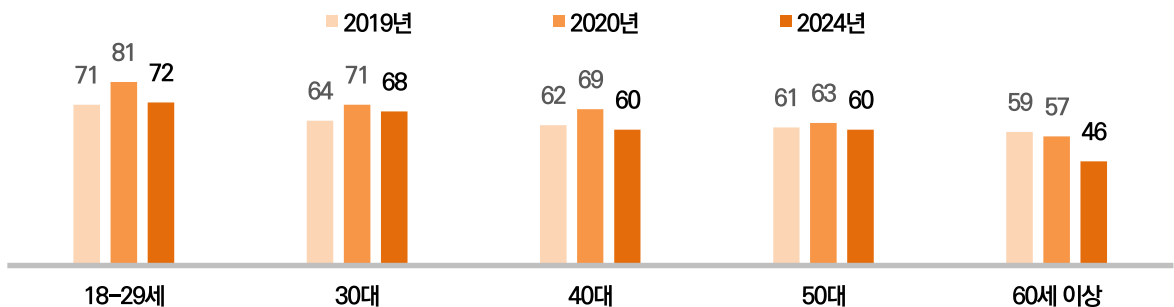
(단위: %)



연령대별 매일 이용자, 2020년 대비 2024년 감소

(단위: %)

‘매일 이용한다’



질문: 최근 일주일 동안 인터넷 웹사이트(네이버, 다음 등 포털 사이트, 언론사 등 홈페이지)와 SNS(페이스북, 인스타그램, X(구 트위터), 틱톡 등) 또는 온라인 동영상 플랫폼(유튜브, 아프리카TV, 트위치 등)의 콘텐츠를 며칠 정도 이용하셨습니까?

응답자 수: 각 조사별 1,000명

조사기간: 2019.11.15.~18. // 2020.11.27.~30. // 2024.11.22.~25.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

온라인 콘텐츠 이용 시, 댓글도 함께 읽는다

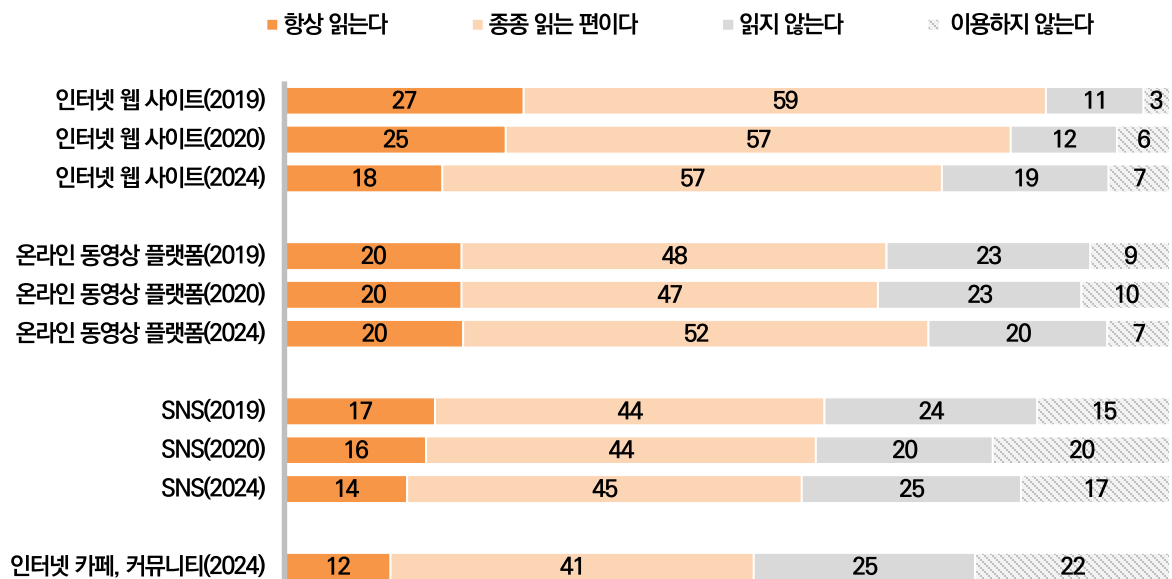
인터넷 웹 사이트 74%, 온라인 동영상 플랫폼 72%, SNS 59%, 인터넷 카페, 커뮤니티 53%

온라인 콘텐츠를 이용할 때 댓글을 읽는지 확인했다. 댓글을 많이 읽는 매체는 인터넷 웹 사이트(74%), 온라인 동영상 플랫폼(72%), SNS(59%), 인터넷 카페·커뮤니티(53%) 순이다(항상+종종 읽는다 기준). 이전 조사 결과 대비 인터넷 웹 사이트(27%→25%→18%), SNS(17%→16%→14%)는 댓글을 항상 읽는다는 응답이 다소 감소했다.

(단위: %)

온라인 콘텐츠 이용 시, 댓글도 함께 읽는다

인터넷 웹 사이트 74%, 온라인 동영상 플랫폼 72%, SNS 59%, 인터넷 카페·커뮤니티 53%



질문: 인터넷 웹사이트(네이버, 다음 등 포털 사이트, 언론사 등 홈페이지)와 SNS(페이스북, 인스타그램, X(구 트위터), 틱톡 등) 또는 온라인 동영상 플랫폼(유튜브, 아프리카TV, 트위치 등), 인터넷 카페, 인터넷 커뮤니티(디씨인사이드, 블라인드, 인스티즈 등)의 콘텐츠를 이용할 때 댓글도 함께 읽으십니까?

비고: 인터넷 카페, 커뮤니티는 2024년 조사에서 추가함.

응답자 수: 각 조사별 1,000명

조사기간: 2019.11.15.~18. // 2020.11.27.~30. // 2024.11.22.~25.

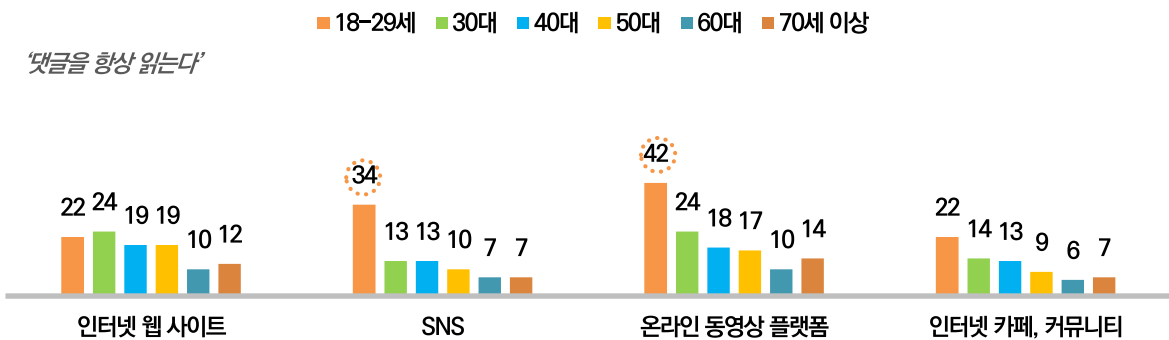
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

댓글을 항상 읽는다는 응답은 연령별로 큰 차이를 보인다. 18~29세를 제외한 연령대에서는 인터넷 웹 사이트와 온라인 동영상 플랫폼의 댓글을 항상 읽는다는 비율이 비슷하게 높게 나타난다. 18~29세에서는 온라인 동영상 플랫폼(42%) 이용 시 댓글을 함께 읽는다는 응답이 가장 높고 SNS(34%), 인터넷 웹 사이트, 인터넷 카페·커뮤니티(각 22%) 순이다. 지난 3년간 18~29세가 온라인 매체를 매일 이용한다는 응답은 세대 중 가장 높고, 세대 중 온라인 동영상 플랫폼이나 SNS 이용 경험이 높다는 점을 이유로 들 수 있다.

댓글을 항상 혹은 종종 읽는다는 응답 기준으로 살펴봐도 SNS와 온라인 동영상 플랫폼에서 댓글을 읽는다는 18~29세의 응답이 유독 눈에 띄게 높다.

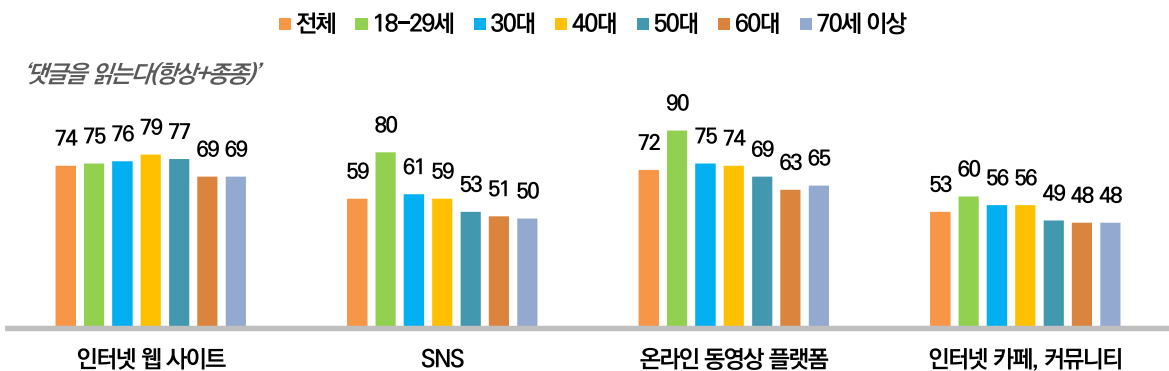
(단위: %)

온라인 콘텐츠 이용 시 항상 댓글도 함께 읽는 비율 20대는 SNS(34%)와 온라인 동영상 플랫폼(42%)에서 상대적으로 높아



(단위: %)

온라인 콘텐츠 이용 시 댓글도 함께 읽는 비율 20대는 인터넷 카페와 커뮤니티를 제외한 모든 플랫폼에서 70% 이상



질문: 인터넷 웹사이트(네이버, 다음 등 포털 사이트, 언론사 등 홈페이지)와 SNS(페이스북, 인스타그램, X(구 트위터), 틱톡 등) 또는 온라인 동영상 플랫폼(유튜브, 아프리카TV, 트위치 등), 인터넷 카페, 인터넷 커뮤니티(디씨인사이드, 블라인드, 인스티즈 등)의 콘텐츠를 이용할 때 댓글도 함께 읽으십니까?

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2024.11.22.~25.

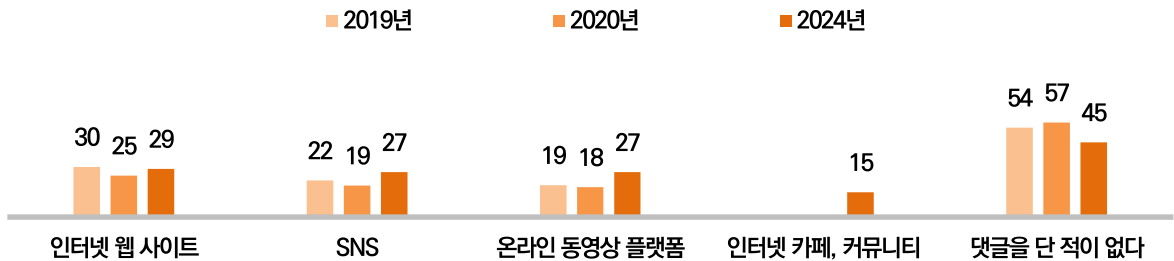
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

2020년 대비 댓글 작성 경험 다소 증가

댓글을 단 적이 없다는 응답이 45%로 2020년 조사 결과(57%) 대비 다소 감소했다. 댓글 작성 경험은 인터넷 웹 사이트(29%), SNS(27%), 온라인 동영상 플랫폼(27%), 인터넷 카페·커뮤니티(15%) 순이다. SNS(22%→19%→27%)와 인터넷 웹 사이트(30%→25%→29%)의 댓글 작성 경험이 2020년 조사 대비 상대적으로 큰 폭으로 증가했다.

콘텐츠 이용할 때 댓글 작성 경험, 이전 조사 대비 증가
댓글을 단 적 없다 57% → 45% 감소해

(단위: %)



질문: 최근 일주일 동안 인터넷 웹사이트(네이버, 다음 등 포털 사이트, 언론사 등 홈페이지)와 SNS(페이스북, 인스타그램, X(구 트위터), 틱톡 등) 또는 온라인 동영상 플랫폼(유튜브, 아프리카TV, 트위치 등), 인터넷 카페, 인터넷 커뮤니티(디씨인사이드, 블라인드, 인스티즈 등)의 콘텐츠를 이용할 때 댓글을 단 적이 있으십니까? 모두 골라 주세요.

응답자 수: 각 조사별 1,000명

조사기간: 2019.11.15~18. // 2020.11.27~30. // 2024.11.22~25.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

댓글 작성 플랫폼은 연령대별로 다르게 나타난다. 2030세대가 댓글을 작성한 경험이 있는 매체는 온라인 동영상 플랫폼, SNS, 인터넷 웹 사이트, 인터넷 카페·커뮤니티 순으로 높다. 50대를 제외한, 40대 이상에서는 인터넷 웹 사이트, SNS, 온라인 동영상 플랫폼, 인터넷 카페·커뮤니티 순으로 댓글 작성한 경험이 있다. 50대는 인터넷 웹 사이트, 온라인 동영상 플랫폼, SNS, 인터넷 카페·커뮤니티 순으로 댓글을 작성한 경험이 있다고 답했다.

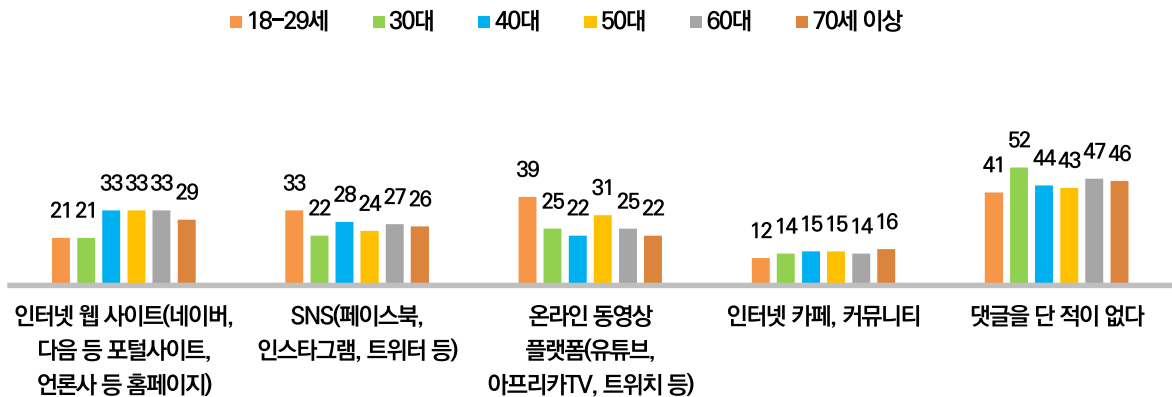
댓글 작성 경험이 있는 플랫폼

(단위: %)

2030세대, 온라인 동영상 플랫폼 > SNS > 인터넷 웹 사이트 > 인터넷 카페·커뮤니티

40대·60대·70세 이상, 인터넷 웹 사이트 > SNS > 온라인 동영상 플랫폼 > 인터넷 카페·커뮤니티

50대, 인터넷 웹 사이트 > 온라인 동영상 플랫폼 > SNS > 인터넷 카페·커뮤니티



질문: 최근 일주일 동안 인터넷 웹사이트(네이버, 다음 등 포털 사이트, 언론사 등 홈페이지)와 SNS(페이스북, 인스타그램, X(구 트위터), 틱톡 등) 또는 온라인 동영상 플랫폼(유튜브, 아프리카TV, 트위치 등), 인터넷 카페, 인터넷 커뮤니티(디씨인사이드, 블라인드, 인스티즈 등)의 콘텐츠를 이용할 때 댓글을 단 적이 있으십니까? 모두 골라 주세요.

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2024.11.22.~25.

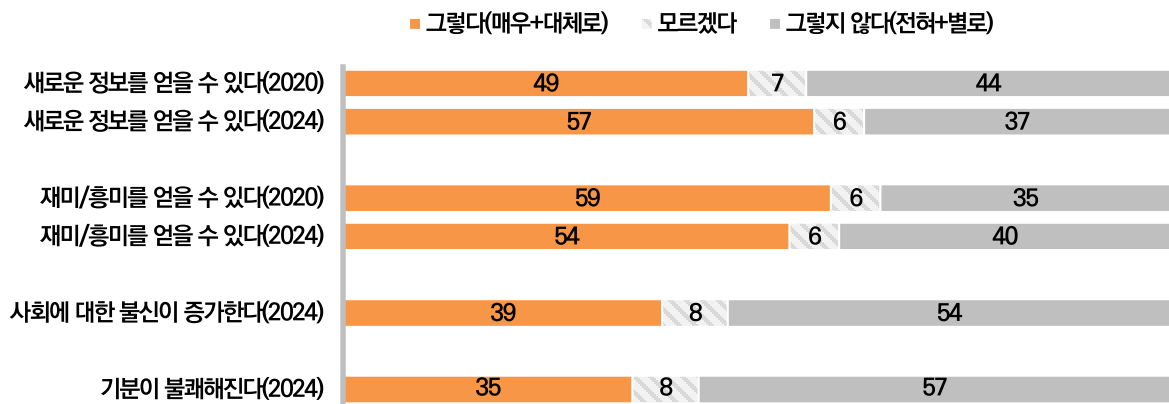
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

댓글에 대한 긍정 인식이 부정 인식보다 높아

2020년 조사에서는 댓글 관련 정보 습득과 재미/흥미 습득에 대한 긍정적 부분만 확인했는데, 이번 조사에서는 부정적 인식에 대해서도 확인했다. 정보 습득(57%)과 재미/흥미(54%)는 과반이 그렇다고 답했다. 기분이 불쾌(35%), 사회 불신 증가(39%)는 상대적으로 낮게 나타난다. 연령이 낮을수록 긍정적 인식과 동시에 부정적 인식도 상대적으로 높다.

(단위: %)

긍정적 인식(새로운 정보 습득, 재미/흥미 습득)이 부정적 인식(불쾌, 불신 증가)보다 높아



(단위: %)

연령이 낮을수록 온라인 댓글에 관한 긍·부정 인식이 다른 세대 대비 높아

그렇다(매우+대체로) 응답 기준		사례수(명)	새로운 정보를 얻을 수 있다	재미/흥미를 얻을 수 있다	사회에 대한 불신이 증가한다	기분이 불쾌해진다
전체		(1,000)	57	54	39	35
연령	18~29세	(157)	70	76	44	43
	30대	(149)	65	59	47	48
	40대	(176)	57	53	43	39
	50대	(195)	53	50	29	29
	60대	(175)	49	48	36	28
	70세 이상	(148)	49	41	36	24

질문: 댓글과 관련하여 다음 진술에 대해 어떻게 생각하시는지 응답해 주세요.

응답자 수: 각 조사별 1,000명

조사기간: 2020.11.27.~30. // 2024.11.22.~25.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

2 악성 댓글에 대한 인식

악성 댓글 심각하다, 89%

악성 댓글 비율

인터넷 웹 사이트, 인터넷 카페·커뮤니티(55%) > 온라인 동영상 플랫폼(52%) > SNS(51%)

국민 10명 중 9명은 온라인상 악성 댓글이 심각한 것으로 인식하고 있다. 2020년 대비 심각성에 관한 인식은 크게 변하지 않았고, 댓글을 선플과 악플로 나누었을 때 비율도 2020년 조사 결과와 큰 차이는 없다. 악플의 비율은 인터넷 웹 사이트, 인터넷 카페·커뮤니티(각각 55%), 온라인 동영상 플랫폼(52%), SNS(51%) 순으로 나타나 플랫폼별 차이가 크지는 않다. 네 가지 플랫폼의 선플 평균은 47%, 악플 평균은 53%로 악플이 선플 대비 6%포인트 높다는 인식이다.

악성 댓글 심각하다, 89%

(단위: %)



질문: 인터넷 웹사이트(네이버, 다음 등 포털사이트, 언론사 등 홈페이지)와 SNS(페이스북, 인스타그램, X(구 트위터), 틱톡 등) 또는 온라인 동영상 플랫폼(유튜브, 아프리카TV, 트위치 등), 인터넷 카페, 인터넷 커뮤니티(디씨인사이드, 블라인드, 인스티즈 등)의 악성 댓글의 심각성에 대해 어떻게 생각하십니까?

응답자 수: 각 조사별 1,000명

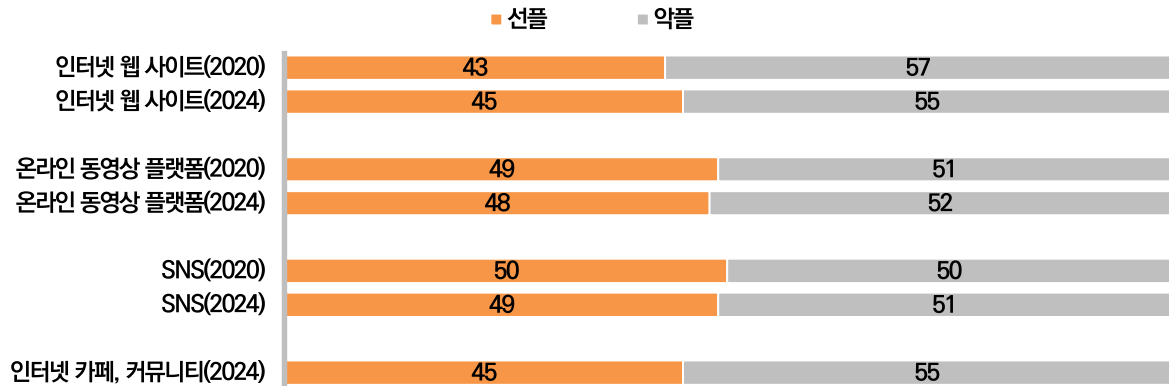
조사기간: 2020.11.27.~30. // 2024.11.22.~25.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

악성 댓글이 많은 플랫폼 순서는

인터넷 웹 사이트(55%), 인터넷 카페, 커뮤니티(55%) > 온라인 동영상 플랫폼(52%) > SNS (51%)

(단위: %)



질문: 댓글을 선폴과 악플로 나누었을 때, 선폴과 악플의 비율은 어느 정도라고 생각하십니까?

비고: 선폴과 악플의 비율이 100%가 되도록 응답을 받고, 평균 값을 제시함.

응답자 수: 각 조사별 1,000명

조사기간: 2020.11.27.~30. // 2024.11.22.~25.

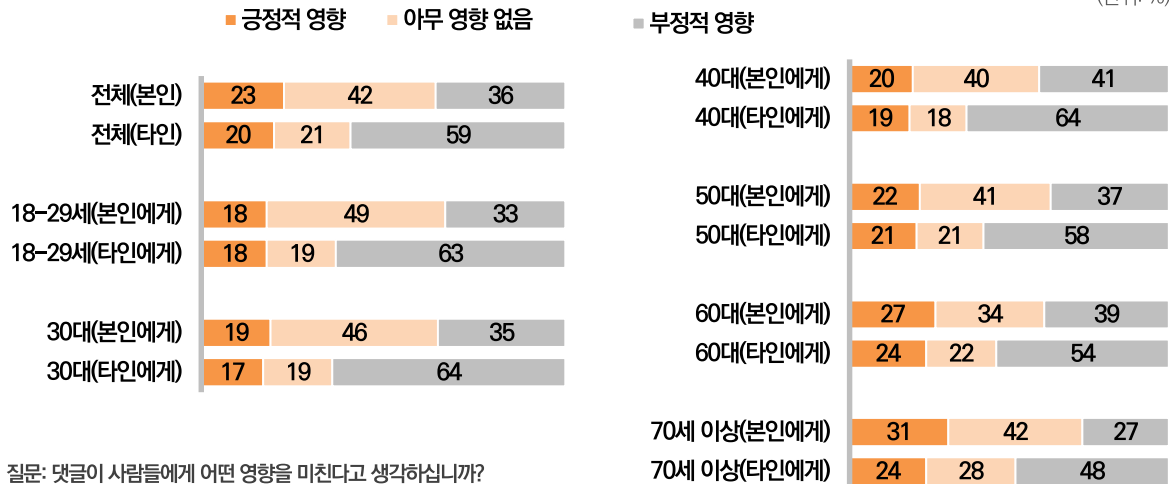
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

댓글 영향 나보다는 다른 사람에게서는 부정적 영향이 클 것이다

댓글이 영향을 미치는 것에 대해서는 나에게서는 별 영향이 없는(42%) 반면, 다른 사람에게서는 부정적 영향(59%)을 줄 것이라고 인식하고 있다. 전 연령대에서 나보다는 다른 사람에게 부정적 영향을 주는 것으로 생각하고 있었다.

댓글은 본인에게는 별 영향이 없다는 인식이 높지만,
타인에게는 부정적 영향을 줄 것이라는 인식이 전 연령대에서 높음

(단위: %)



질문: 댓글이 사람들에게 어떤 영향을 미친다고 생각하십니까?

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2024.11.22.~25.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

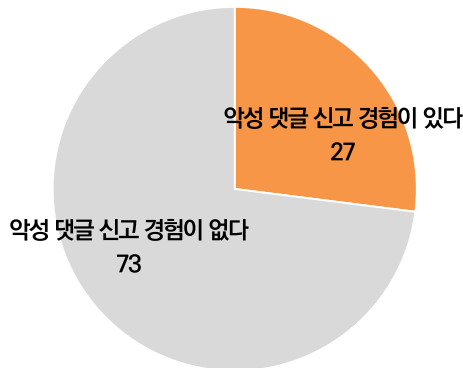
악성 댓글 신고 경험 27%

악성 댓글에 대해서는 소극적 대응

국민 10명 중 3명 정도는 악성 댓글 신고 경험이 있는 것으로 나타났으며, 악성 댓글을 접했을 때에는 소극적 대응(무시한다 64%, 댓글을 삭제하거나 숨긴다 7%)을 한다는 응답이 적극적 대응(신고한다 20%, 댓글로 응수한다 7%)을 한다는 응답보다 2배 반이 넘는다. 특히 무시한다는 응답은 연령이 높을수록, 신고한다는 응답은 연령이 낮을수록 높게 나타난다. 18~29세는 신고한다는 응답이 46%에 달하지만, 댓글로 응수한다는 응답은 2%로 상대적으로 낮았다.

(단위: %)

악성 댓글 신고 경험이 없다 73%



질문: 악성 댓글을 신고한 경험이 있습니까?

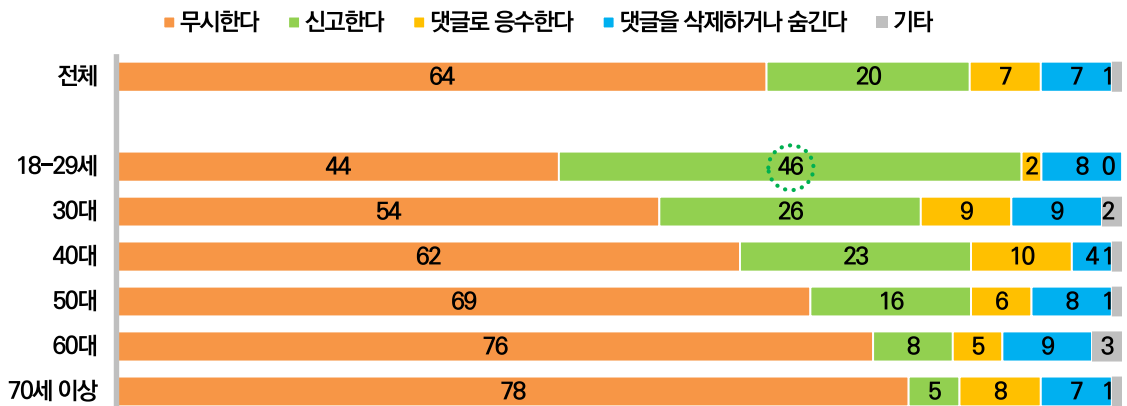
응답자 수: 1,000명

조사기간: 2024. 11.22. ~ 11. 25.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

(단위: %)

악성 댓글을 접했을 때, 무시한다는 응답이 가장 높은 가운데 20대에서는 신고한다는 응답이 46%로 무시한다는 응답보다 높아



질문: 악성 댓글을 접했을 때, 보통 어떤 행동을 취하십니까?

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2024. 11.22. ~ 11. 25.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

댓글을 많이 보는 분야는 정치 분야, 연예 분야, 사회 분야 순 악성 댓글이 심한 분야는 연예 분야, 정치 분야, 사회 분야 순

댓글을 많이 보는 분야는 정치 분야(29%), 연예 분야(21%), 사회 분야(15%) 순이다. 악성 댓글이 심하다고 생각하는 분야는 연예 분야(45%), 정치 분야(43%), 사회 분야(7%) 순으로 나타난다. 연령이 높을수록 정치 분야의 댓글을 많이 보고, 정치 분야에 악성 댓글이 심한 것으로 인식하고 있다. 연령이 낮을수록 연예 분야의 댓글을 많이 보고, 연예 분야에 악성 댓글이 심한 것으로 인식하고 있다. 이는 연령대별 관심 분야의 차이가 반영된 것으로 보인다.

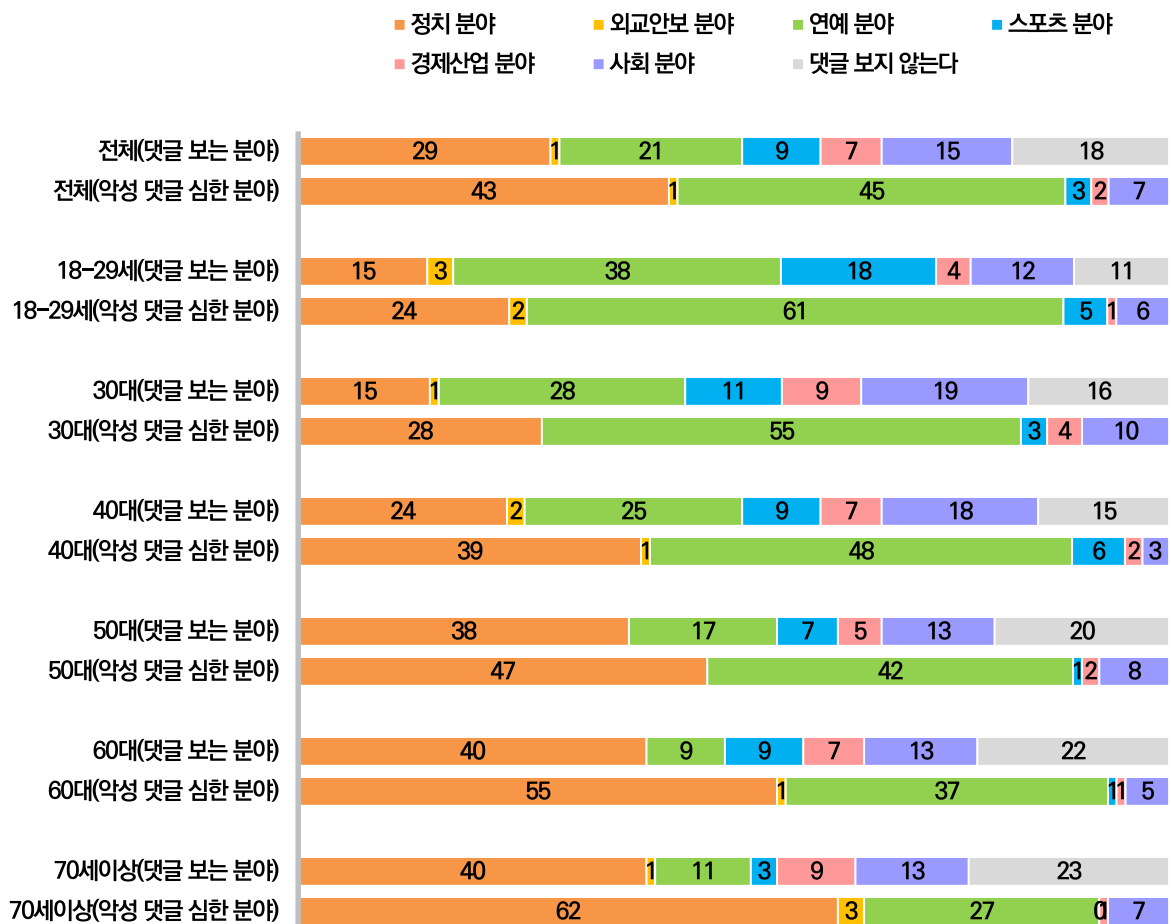
18~29세 대비 다른 세대는 상대적으로 연예 분야의 댓글을 잘 보지 않지만, 연예 분야의 악성 댓글이 심각하다는 데에는 어느 정도 공감대가 형성되어 있다.

(단위: %)

댓글을 많이 보는 분야는 정치 분야와 연예 분야 순

악성 댓글이 심한 분야는 저연령일수록 연예 분야, 고연령일수록 정치 분야로 인식

20대 대비 다른 연령층에서 연예 분야의 댓글을 적게 보지만, 악성 댓글은 심각한 것으로 인식함



질문: 댓글을 많이 보는 분야는 무엇입니까? / 악성 댓글이 가장 심하다고 생각하는 분야는 무엇입니까?

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2024. 11.22. ~ 11. 25.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

3 댓글 서비스 및 악성 댓글 규제에 관한 인식

SNS 댓글 서비스 중단 동의, 2020년 67% → 2024년 54%로 소폭 감소
연예, 스포츠 뉴스 댓글 서비스 재시작 비동의 52%
댓글 관리 강화해야 44%

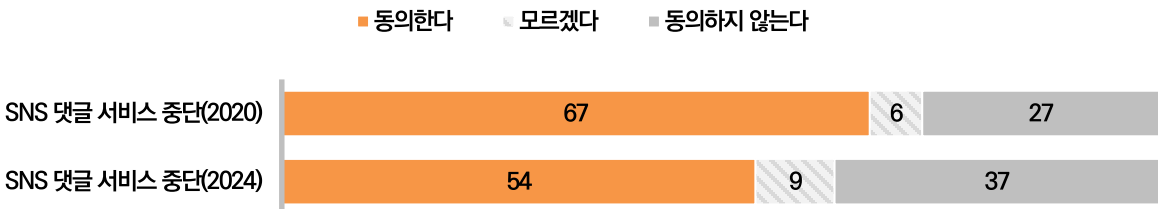
2년 연속 과반이 SNS 댓글 서비스 중단에 동의하는 가운데, 2020년(67%) 대비 2024년(54%) 조사에서 동의하는 응답이 13%포인트 감소했다. 연예, 스포츠 뉴스 댓글 서비스를 폐지 또는 중단해야 한다는 응답 역시 2020년 80%에서 2024년 54%로 크게 감소했다.

포털 사이트의 연예뉴스와 스포츠뉴스의 댓글 서비스를 다시 하는 것에 대해서는 동의하지 않는 응답이 더 높게 나타난다(비동의 52%, 동의 38%). 즉 댓글 서비스 부활에 과반이 부정적인 인식이다. 댓글 서비스 중단, 특히 연예나 스포츠 분야에 있어서 중단해야 한다는 응답은 감소세를 보이는 동시에 관련 분야의 댓글 서비스를 시작해야 한다는 응답은 과반이다.

댓글 서비스에 관한 인식이 아직 혼선을 빚는 것으로 보이는 가운데 댓글을 폐지하기보다(26%) 관리를 강화해야 한다(44%)는 인식이 더 높다.

(단위: %)

SNS 댓글 서비스 중단, 동의한다 54%



질문: 포털 사이트의 연예뉴스, 스포츠 뉴스 댓글 서비스 폐지/중단되면서 페이스북, 인스타그램 등 SNS 서비스 유명 계정을 활용한 악성 댓글과 다이렉트 메시지(DM)가 증가하였습니다. 이에 SNS도 포털처럼 댓글 서비스를 중단해야 한다는 주장도 있습니다. SNS 댓글 서비스를 중단해야 한다는 주장에 대해 어떻게 생각하십니까?

응답자 수: 각 조사별 1,000명

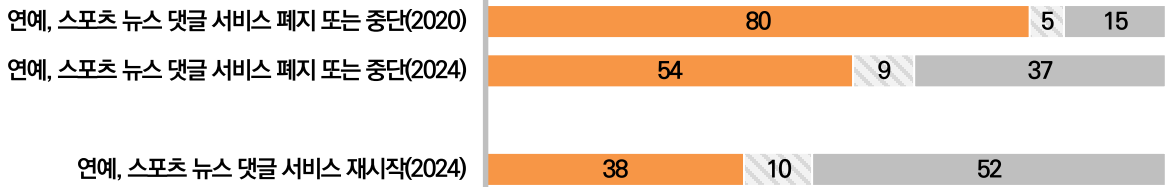
조사기간: 2020.11.27.~30. // 2024.11.22.~25.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

(단위: %)

연예, 스포츠 뉴스 댓글 서비스 폐지 또는 중단해야 한다, 80%→54% 감소
 연예, 스포츠 뉴스 댓글 서비스 재시작에 동의하지 않는다 52%

■ 동의한다 ■ 모르겠다 ■ 동의하지 않는다



질문: 폐지 또는 중단 - 포털 사이트의 연예뉴스, 스포츠 뉴스 댓글 서비스 폐지/중단에 대해 어떻게 생각하십니까?

재시작 - 표현의 자유를 위해 포털 사이트의 연예뉴스와 스포츠 뉴스의 댓글 서비스를 다시 해야 한다는 주장에 대해 어떻게 생각하십니까?

응답자 수: 각 조사별 1,000명

조사기간: 2020.11.27.~30. // 2024.11.22.~25.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

(단위: %)

댓글 관리를 강화해야 한다 44%, 댓글을 폐지해야 한다 26%

■ (1)에 훨씬 가깝다 ■ (1)에 좀 더 가깝다 ■ 어느쪽도 아니다 ■ (2)에 좀 더 가깝다 ■ (2)에 훨씬 가깝다



질문: 악성 댓글의 폐해에 따라 폐지해야 한다는 주장과 삭제 관리를 강화해야 한다는 주장이 있습니다. 다음 중 귀하의 생각과 가까운 것을 골라 주세요.

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2024.11.22.~25.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

인터넷 실명제를 도입하여 악성 댓글 규제 60%

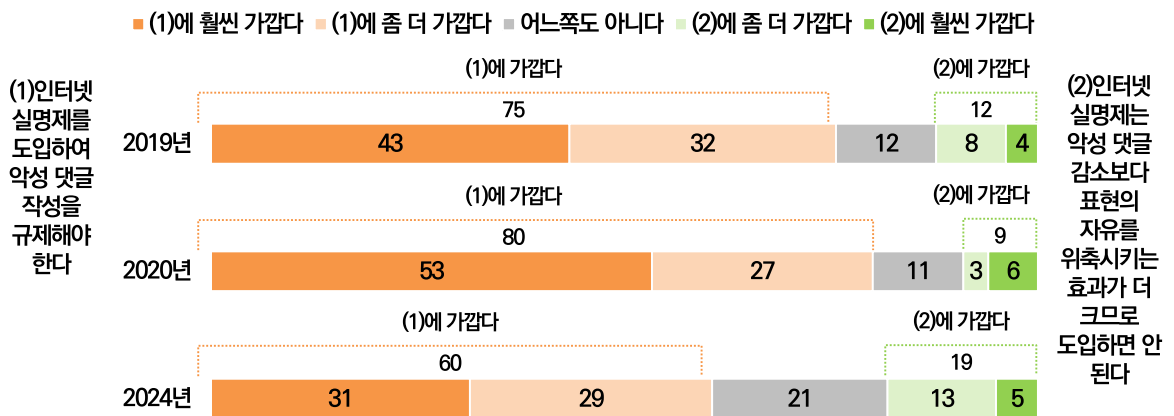
인터넷 실명제 도입하면 악성 댓글 감소할 것 78%

인터넷 실명제와 관련해서는 “인터넷 실명제를 도입하여 악성 댓글 작성을 규제해야 한다”는 응답이 2020년 조사(80%) 대비 20%포인트 감소한 60%이다. 반면, “인터넷 실명제는 악성 댓글 감소보다 표현의 자유를 위축시키는 효과가 더 크므로 도입하면 안 된다”는 의견은 10%포인트 증가한 19%이다(9%→19%). 연령별로는 인터넷 실명제에 관한 동의율이 60% 내외로 큰 차이가 나지 않는다.

(단위: %)

인터넷 실명제를 도입하여 악성 댓글 작성을 규제해야 한다, 60%

2020년 대비 20%포인트 감소(80%→60%)



질문: 인터넷 실명제와 관련한 다음 의견 중 귀하의 생각과 가까운 것을 골라 주세요.

응답자 수: 각 조사별 1,000명

조사기간: 2019.11.15.~18. // 2020.11.27.~30. // 2024.11.22.~25.

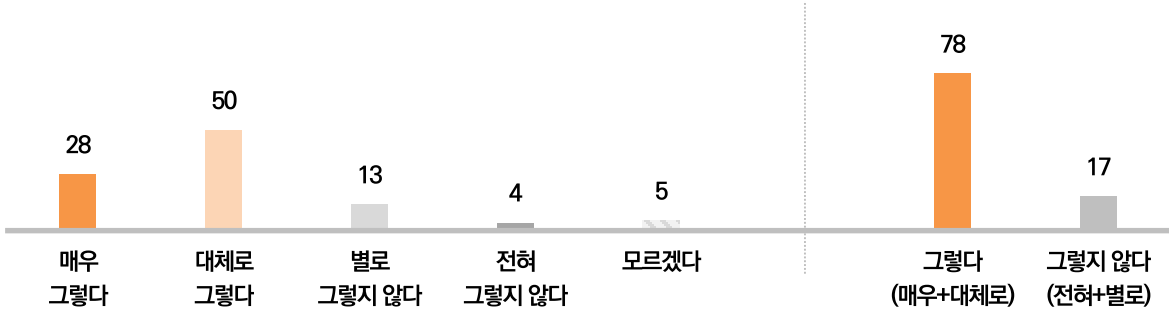
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

인터넷 실명제 도입 시, 10명 중 8명은 악성 댓글이 감소할 것으로 기대한다. 모든 세대에서 인터넷 실명제 도입으로 악성 댓글 예방 가능하다는 데 공감하는 가운데 18~29세와 30대 인터넷 실명제를 도입해도 악성 댓글이 줄어들지 않을 것이라는 응답이 각각 22%, 25%로 상대적으로 높다.

인터넷 실명제를 도입한다면, 악성 댓글이 줄어든 것 78%

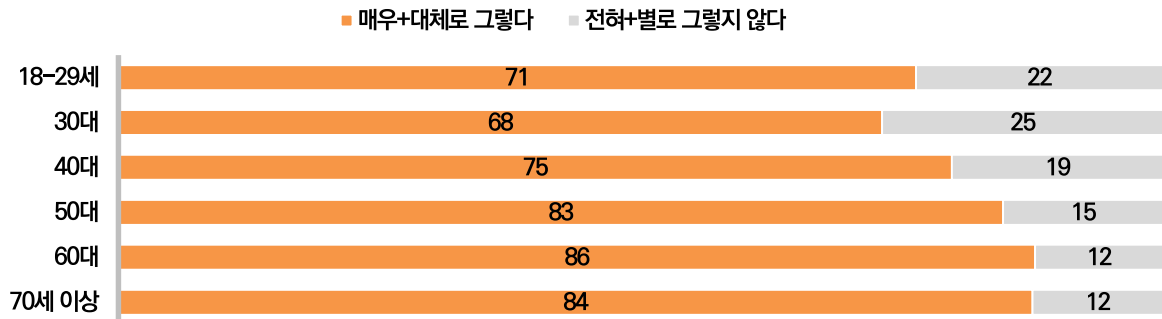
(단위: %)

‘인터넷 실명제를 도입하면 악성 댓글 줄어들 것이다’



모든 세대에서 인터넷 실명제 도입으로 악성 댓글 예방 가능하다는 데 공감
2030세대 10명 중 2명 가량은 효과 없다고 답해

(단위: %)



질문: 만약 인터넷 실명제를 도입한다면, 악성 댓글이 줄어들 것이라고 생각하십니까?

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2024.11.22.~25.

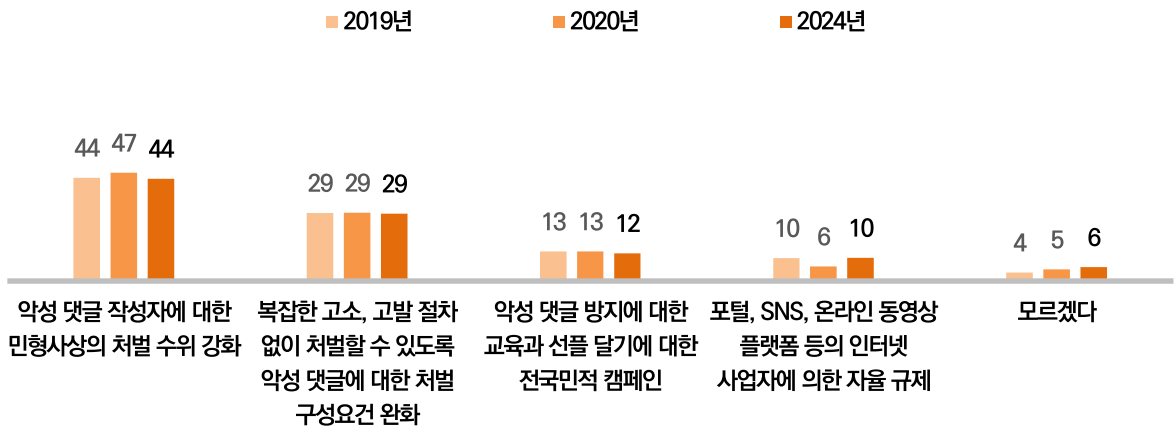
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

악성 댓글 줄이기 위해서는 처벌 수위 강화 44%, 처벌 구성요건 완화 29%

악성 댓글을 줄이기 위한 방안으로는 2019년과 2020년 조사 결과와 동일하게 처벌 수위 강화(44%), 처벌 구성 요건 완화(29%), 교육 및 전 국민적 캠페인(12%), 인터넷 사업자의 자율 규제(10%) 순이다. 국민 10명 중 7명은 캠페인 또는 자율 규제보다는 법적 강제력을 동원이 악성 댓글을 줄일 수 있는 것으로 생각하고 있는 것이다.

악성 댓글 줄이기 위한 가장 효과적인 방안, 처벌 수위 강화 44%, 처벌 구성요건 완화 29%

(단위: %)



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

응답자 수: 각 조사별 1,000명

조사기간: 2019.11.15.~ 18. // 2020.11.27.~ 30. // 2024.11.22.~25.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

코로나19 대유행 시기 대비 국민들의 온라인 콘텐츠 이용은 다소 감소했지만, 온라인 콘텐츠는 일상에서 빼놓을 수 없는 큰 부분을 차지하고 있다. 우리 국민들은 온라인 콘텐츠를 이용하면서 댓글을 작성하기도, 읽기도 한다. 악성 댓글에 대해서는 심각하다(89%)고 인식하고 있지만 새로운 정보, 재미, 흥미를 얻을 수 있다는 긍정적 인식이 불쾌해지거나 불신이 증가하는 등의 부정적 인식보다는 높게 나타났다. 나보다는 다른 사람이 악성 댓글로 인한 부정적 영향을 더 받을 것으로 생각하고 있으며, 악성 댓글에 대해서는 무시하는 소극적 대응을 주로 하는 것으로 나타났다. 인터넷 실명제 도입은 지난 2020년 대비 큰 폭으로 감소했는데, 그만큼 표현의 자유를 더 중요시하는 것으로 보인다. 악성 댓글 감소를 위해서는 국민적 캠페인이나 자율 규제 등의 자정작용보다는 법적인 규제가 더 효과가 있을 것으로 생각하고 있다. AI 기술의 발달, 새로운 플랫폼의 등장 등에 따라 악성 댓글을 규제와 법으로만 대응하는 것은 어렵다. 댓글을 작성하기 전에 악성 댓글 작성은 범죄행위라는 것을 다시 한번 생각해야 할 것이다.

조사개요

구 분	내 용
모집단	• 전국의 만 18세 이상 남녀
표집틀	• 한국리서치 마스터샘플(24년 10월 기준 전국 약 94만 명)
표집방법	• 지역별, 성별, 연령별 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(셀가중) (2024년 9월 행정안전부 발표 주민등록 인구 기준)
응답율	• 조사요청 31,981명, 조사참여 1,401명, 조사완료 1,000명 (요청대비 3.1%, 참여대비 71.4%)
조사일시	• 2024년 11월 22일 ~ 11월 25일
조사기관	• (주)한국리서치(대표이사 노익상)

한국리서치 주간리포트

여론속의 여輿론論

HankookResearch

