

흡연 청소년은 담배 판매 금지를 어떻게 뚫는가?: 담배 구매와 획득 방법을 중심으로

허 원 빈¹ | 오 영 삼^{1*}

¹ 국립부경대학교

* 교신저자: 오영삼 (oys503@pknu.ac.kr)

초 록

본 연구는 흡연 청소년이 담배를 구매 또는 획득하는 방법을 실증적으로 살펴보고자 하였다. 나아가 청소년이 담배를 구매 또는 획득하기 위해 사용하는 방법과 상황적 요인 간 관련성에 대해 검토하였다. 이를 위해 흡연 청소년 10명을 대상으로 개별심층 면접을 한 후 단일 전체 설계 방식을 활용한 사례연구를 진행하였다. 연구 결과, 흡연 청소년은 위·변조 신분증, 대리 구매, 온·오프라인의 뚫리는 가게 활용을 통해 담배를 구매하거나 획득하고 있었다. 한편, 외모가 성인과 비슷할수록 위·변조 신분증을 사용한 직접 구매 방식을 더 많이 사용하는 반면, 외모가 미성년처럼 보이는 경우는 대리 구매와 같은 간접 구매 방식을 더 많이 사용하였다. 이를 바탕으로 본 연구는 청소년의 담배 구매와 획득을 억제하기 위한 실질적인 대안으로 신분증 감별기 의무설치, 담배 총량제, 그리고 온라인을 통한 담배 판매, 유통, 광고 금지를 제안하였다. 이로써 본 연구는 청소년의 담배 구매와 획득을 억제하기 위한 정책 마련에 이바지하리라 기대한다. 나아가 청소년의 흡연을 예방·억제함으로써 청소년 건강증진에 도움을 줄 수 있다는 점에서 본 연구는 의의가 있다.

주요 용어: 뚫값, 청소년 흡연, 사례연구, 대리 구매, 담배 구매 용이성

알기 쉬운 요약

이 연구는 왜 했을까? 청소년 담배 구매가 불법임에도 불구하고 여전히 많은 청소년이 담배를 어려움 없이 구매한다. 이러한 상황에서 흡연 청소년은 어떻게 담배를 구매하는지, 즉, 청소년의 불법적인 담배 구매 방법을 탐색하기 위해 본 연구를 진행했다. 그리고 흡연 청소년이 불법으로 담배를 구매하는 방법과 그들이 가진 특성 그리고 상황 요인 간 관계성을 함께 분석했다.

새롭게 밝혀진 내용은? 본 연구는 흡연 청소년이 위·변조 신분증 사용, 성인을 통한 대리 구매, 온·오프라인의 “뚫리는 가게”를 통해 담배를 구매, 획득하고 있음을 밝혔다. 무엇보다 본 연구는 흡연 청소년이 통용하는 “뚫값”, “뚫구”, “앵바리”와 같은 용어를 발견하였다. 흡연 청소년은 외모가 성인과 비슷할수록 위·변조 신분증을 이용하여 담배를 구매했다. 반면, 외모가 미성년처럼 보이면 대리 구매 방법을 많이 사용하였다. 본 연구는 흡연 청소년이 담배를 구매하기 위해 사용하는 방법이 다양하며, 청소년의 다양한 특성과 환경이 그들의 담배 구매 방법을 선택, 촉진, 제어함을 확인했다.

앞으로 무엇을 해야 하나? 흡연 청소년의 담배 구매를 막기 위해 현재 시행되고 있는 정책을 개선할 필요성이 있다. 특히, 대리 구매를 막기 위한 다양한 제도가 필요하다. 끝으로 흡연 청소년의 담배 구매와 관련된 다양한 당사자들에 대한 규제도 모색할 시점이다.

IRB No. 1041386-202009-HR-57-02

- 투 고 일: 2022. 04. 26.
- 수 정 일: 2022. 07. 27.
- 게재확정일: 2022. 07. 29.

1. 서론

본 연구는 청소년의 담배 구매 및 획득 방법을 파악한 후, 이러한 방법과 흡연 청소년의 상황적 요인 간 관련성을 분석하는 목적을 가진다. 한국은 2015년 1월 1일 담뱃세를 인상해 일반 담배(퀄런) 한 갑당 가격을 2,500원에서 4,500원으로 인상했다. 이후, 2015년 7.8%였던 청소년의 흡연율은 2016년 6.3%로 급감했고, 2020년을 기준으로 4.4%까지 감소했다. 이는 조사 시작 이래 가장 낮은 수준이었다(남학생: 6.0%, 여학생: 2.7%; 교육부, 보건복지부, 질병관리청, 2021). 낮은 흡연율과 함께 흡연 청소년의 금연 시도율도 2019년에 비해 0.3% 증가한 69.4%로 나타났다. 그러나 문제는 청소년 흡연은 분명 줄어들었으나 청소년의 담배 구매 용이성에는 큰 변화가 없다는 점이다. 청소년건강행태조사에 따르면 담배 판매처에서 담배를 쉽게 살 수 있다고 응답한 청소년의 비율은 2010년 80.9%에서 2020년 67%로 감소했다. 하지만, 이 비율은 2021년 약 75%로 다시 증가했다(교육부, 보건복지부, 질병관리청, 2021). 흡연율은 감소했지만, 청소년의 담배 구매 용이성은 다시 증가함은 흡연 청소년의 수는 줄었으나 흡연 청소년이 담배를 구매·획득하는 환경엔 큰 변화가 없음을 방증한다. 높은 구매 용이성은 흡연 청소년뿐만 아니라 전체 청소년의 흡연율을 높이는 잠재요인으로 작용할 수 있음을 고려할 때, 이에 대한 학계와 사회의 관심이 필요하다.

청소년의 담배 구매 용이성은 크게 청소년의 인구·사회학적 요인과 환경적 요인으로 구분할 수 있다. 가장 일반적인 인구·사회학적 요인으로는 나이, 성별, 경제 수준, 주변 환경 등이 있다. 기존 연구에 따르면 청소년은 자신의 신체(외모), 주변 환경, 흡연 방식, 경제적 특성을 기반으로 가장 성공률이 높은 담배 획득 전략을 사용한다(Johnston, O'malley, & Terry-McElrath., 2004). 예를 들어, 성인과 유사한 외모를 가지거나 위·변조된 신분증과 비슷한 외모를 가진 청소년의 경우, 판매처에서 직접 담배를 구매한다. 반면, 외모가 앳되거나 흡연하는 친구나 성인이 주변에 많은 경우에는, 간접 구매(대리 구매)를 통해 담배를 획득할 가능성이 크다. 그리고 전자담배를 주로 피우는 청소년은 부모의 신분증을 도용하여 온라인에서 전자담배 혹은 퀄런 담배를 구매할 가능성이 있다.

청소년의 담배 구매 용이성을 높이는 환경적 요인은 크게 네 가지로 요약할 수 있다. 첫 번째는 담배 판매처가 직면한 상황적 요인이다. 담배 판매과정에서 구매자 신분을 확인하는

절차를 철저히 하지 않는다. 담배 판매처는 다양한 이유로 청소년에게 신분증을 확인하지 않고 담배를 판매한다. 가장 큰 이유는 판매자의 번거로움이다. 고객이 많은 변화거나 바쁜 시간대 신분증을 일일이 점검·확인을 하면서 담배를 판매하는 일은 판매처에 번거로움으로 작용한다. 또한, 청소년의 외모가 성인처럼 보이는 경우, 판매자는 굳이 신분증을 확인하는 번거로움을 자처하지 않으려 한다. 한편 편의점 매출의 상당 부분을 담배 판매가 차지한다. 따라서 매출을 떨어뜨릴 수 있는 신분증 검사에 판매처가 소극적인 가능성도 있다. 실제로 김희라 외(2005)의 연구에서 담배 구매과정에서 신분 확인 절차를 요구받은 청소년은 연구에 참여한 청소년의 절반에도 못 미쳤다. 오영삼 외(2020)의 연구에서도 상당수 학생이 신분증 확인 절차를 거치지 않고 담배를 구매할 수 있음을 밝혔다.

두 번째는 청소년이 저지르는 불법과 위법행위다. 많은 청소년이 담배 구매를 위해 신분증을 위·변조(예: 사진 교체)하거나 도용(예: 형 혹은 언니 신분증 사용)한다. 이영교, 안정희(2018)에 따르면 청소년은 위·변조 그리고 도용된 신분증을 담배, 술, 본드를 구매하거나 클럽, 술집, 모텔 등 유흥업소 출입에 악용하였다. 이 연구에 따르면 청소년은 거리에서 습득한 혹은 훔친 신분증을 위·변조하거나 도용할 뿐만 아니라 습득한 신분증을 SNS(사회관계망서비스)에 올려 판매하였다. 온라인 암시장에는 청소년이 원하는 위·변조 신분증(예: 주민등록증, 대학교 학생증, 여권 등)을 제작해주는 업체도 존재한다.

세 번째는 온라인을 통한 구매다. 온라인에서는 담배 광고와 판촉 활동, 그리고 판매가 활발하게 이뤄지고 있다(양유선 외, 2016). 또한, SNS나 온라인 중고시장을 통해 암암리에 일반 퀄런 담배의 판매와 구매도 이루어지고 있다(오영삼 외, 2020). 이처럼 온라인은 오늘날 청소년의 담배 구매와 획득에 주요 통로이자 청소년의 담배 구매 용이성을 높이는 장소 중 하나가 되었다.

네 번째는 대리 구매다. 대리 구매는 가장 규제하기 어려우며 동시에 청소년이 담배 구매를 위해 가장 빈번하게 사용하는 방법이다. 흡연 가족이나 친구 혹은 친분이 있는 성인이 있는 경우, 청소년은 담배를 직접 구매하지 않더라도 쉽게 담배를 획득할 수 있다(김희라 외, 2005). 청소년의 담배 구매가 주변 지인(주로 성인)을 통한 간접 구매(대리 구매)에 크게 의존하고 있음에도 국내에서 시행하는 청소년 흡연 예방과 억제 정책 대부분은 직접 구매에 초점이 맞춰져 있다. 따라서 기존

정책은 청소년의 간접 구매(대리 구매)를 통한 담배 구매와 획득에는 무방비 상태에 놓여있다. 이로 인해 청소년의 담배 구매 용이성은 높은 수준을 유지할 수밖에 없다. 이상의 내용을 고려할 때, 청소년이 담배를 구매하고 획득하는 행위를 기존 규제의 허점이나 청소년 개인의 특성 또는 일탈 행위, 혹은 암시장 발생과 같은 단일 요인으로 설명하기는 어렵다. 오히려 앞서 열거한 다양한 요인 간 상호교차나 구매 방법의 단계(연령)별 선택으로 볼 필요성이 존재한다. 동시에 흡연 청소년이 가진 인구 사회학 요인과 상황 요인 간 연계성을 중심으로 청소년의 담배 구매를 이해할 필요성이 있다.

기존 연구에서도 청소년의 담배 구매 방법, 특히 구매 환경을 분석했다(예: 김희라 외, 2005; 황지은 외, 2018). 하지만 이들 연구는 청소년이 어떤 환경에서, 어떤 방식으로, 그리고 왜 그 방법을 선택하는지에 대한 이유를 충분히 제시하지 못했다. 왜냐하면, 앞서 언급한 인구 사회학 요인과 환경적 요인이 청소년에게 혼합되어 작용함을 명확히 분석하지 않았기 때문이다. 이상의 논거를 바탕으로 본 연구는 청소년의 담배 구매와 획득 과정을 살펴본 후, 구매와 획득 방법과 청소년이 가진 특성과 환경 간 연계성을 분석하고자 한다. 연구 절차는 다음과 같다. 먼저 청소년의 흡연을 예방하고 억제하는 목적을 가진 규제를 검토한 후, 한계를 논의하였다. 이어 10명의 흡연 청소년을 대상으로 이들이 사용하는 담배 구매·획득 방법을 탐색했다. 그리고 이들의 인구 사회학 그리고 환경적 요인과 담배 구매 및 획득 방법 간 관계를 분석하였다. 끝으로 청소년의 담배 구매를 억제하고 나아가 청소년의 흡연을 예방, 억제할 수 있는 전략을 모색하였다.

II. 문헌 고찰

1. 청소년 흡연의 영향요인

가. 인구·사회학 요인

한국 청소년 흡연에 영향을 미치는 인구·사회학 요인은 연구마다 다양하지만 주로 개인, 가족, 친구 요인으로 구분할 수 있다. 첫째, 성별은 흡연에 유의한 영향을 미치는 개인 요인이다(김희경 외, 2002; 김영미 2005; 황성현 2012; 김지경, 김

균희, 2013). 다수 연구(이정렬 외, 2004; 김영미 2005; 꺾연희, 김태준, 2011, 황성현 2012)는 여성보다 남성 청소년의 흡연 가능성과 빈도가 높다고 보고했다. 하지만 금연 태도나 금연 시도에서 성별은 유의한 차이를 보이지 않았다. 한편, 청소년의 학년(연령)은 성별만큼 유의한 개인 요인이다. 기존 연구(황성현 2012; 김지경, 김균희, 2013; 김보라, 권영주, 2019)에 따르면 청소년의 학년(연령)이 증가할수록 흡연 가능성도 함께 증가했다. 다른 연구(김희경 외, 2002)에서는 흡연 시기(흡연 연령)가 빠를수록 흡연 정도와 위험이 증가함을 보고하였다.

둘째, 청소년 흡연에 영향을 미치는 가족 요인으로는 주로 부모와의 관계, 가족구조, 가족 역동이 있다. 가족과 부모는 청소년에게 애정, 지지, 감독의 역할을 하며 훈육과 자원을 제공하기에 청소년 흡연을 저하하는 요인으로 작용한다. 반면, 부모의 이혼이나 별거, 가족 간 스트레스는 청소년의 흡연을 초래하는 위험요인으로 작용한다. 가족구조의 경우, 두 부모 가족보다 한 부모 가족이거나 가족의 경제적 수준이 낮을수록 청소년의 흡연이 증가하였다(김영미, 2006). 또한, 부모와 관계가 나쁠수록, 과거에 부모로부터 방임 경험이 있을수록, 그리고 가족 애착이 낮을수록 청소년은 높은 흡연 가능성을 보였다(이상균, 2001; 박선희, 2007). 부모가 흡연할수록 그리고 부모, 친척 등 자신에게 중요하다고 인지하는 사람이 흡연할수록 청소년 흡연의 가능성은 증가한다(이상균, 2001; 함진선 외, 2006).

셋째, 가장 빈번하게 밝혀진 친구 요인은 차별적 교제, 즉 주변에 흡연하는 친구의 수와 존재였다(김희경 외, 2002; 이정렬 외, 2004; 박선희 2007; 꺾연희, 김태준, 2011; 황성현 2012). 연구에 따르면 자신 주변에 흡연하는 친구의 수가 많을수록 청소년의 흡연은 증가하는 추세를 보였다. 친구의 흡연 여부와 더불어 친구의 영향력도 주요하게 다루어졌다. 주변에 흡연하는 친구와 접촉하는 빈도가 증가하거나 흡연 친구의 부정적 영향이 높을수록 흡연의 가능성은 증가했다(이상균 2001; 유순화, 정규석, 2003; 황성현, 2010). 동시에 청소년이 학교에서 느끼는 외로움도 흡연 빈도를 증가시키는 요인으로 밝혀졌다(박선희, 2007, 박선희, 2009). 다른 연구(강이주·김효신, 2005; 김지경·김균희, 2013)에서는 낮은 학업성적과 흡연 가능성 간 유의성이 밝혀졌으며, 기출 경험이나 클럽가입도 흡연 가능성을 높이는 요소로 작용했다.

나. 행동 · 심리 요인

청소년의 행동 · 심리 요인은 외적 행동요인과 내적 심리요인으로 구분할 수 있다(김보라, 권영주, 2019). 외적 행동요인과 흡연 간 관계에서 청소년의 비행(돈, 물건 뺏기 등) 증가와 흡연은 유의한 관계를 보였다(박선희, 2007). 그리고 청소년이 흡연에 관한 지식이 부족하거나 잘못된 정보를 가지고 있거나 흡연을 긍정적으로 인식하면 흡연 가능성이 증가하였다(강이주, 김효신, 2005; 변은경 외, 2008).

가장 핵심적 내적 심리요인은 청소년의 스트레스다. 기존 연구를 살펴보면 교우 관계 스트레스나 일반적 스트레스가 높을수록 청소년의 흡연 가능성은 증가하였다(이수연, 전은영, 2001; 함진선 외, 2006; 박선희 2009). 또한, 외모, 친구, 학업 관련 긴장과 스트레스도 흡연과 정적으로 유의 관계를 보였다(황성현, 2012). 기존 연구에서는 청소년의 낮은 자존감, 높은 공격성, 높은 수준의 우울도 흡연의 가능성을 높임을 보고했다(함진선 외, 2006; 박선희 2007; 박선희 2009). 흡연 혹은 흡연 동기를 조절할 수 있는 개인적 특질이나 생물학적 기질인 충동성, 조절력, 유전적 민감성 역시 청소년의 흡연에 영향을 미치는 요인으로 제시되었다(전종설, 2009). 이와 더불어 자기통제력과 정서조절감이 낮은 청소년일수록 높은 흡연 동기와 니코틴 의존 증가, 그리고 흡연 가능성이 증가하였다(박선희, 2007; 임규영, 2012).

다. 제도 · 환경 요인

선행 연구에서 청소년의 흡연과 유의한 관계를 보인 제도 · 환경 요인은 지역사회에서 청소년 보호에 관한 관심, 술과 담배에 대한 접근성(담배 구매를 규제하는 사회제도), 담배(흡연)경고, 그리고 담배회사가 진행하는 다양한 광고와 판촉, 후원(Tobacco Advertising Promotion, and Sponsorship, TAPS)이었다. 김지경과 김균희(2013)는 담배에 대한 청소년의 접근 용이성이 증가할수록 흡연 가능성이 증가함을 밝혔다. 강이주, 김효신(2005)의 연구에서도 청소년이 흡연에 대한 높은 통제와 낮은 흡연 가능성은 유의한 관계를 보였다. 제도 측면에서 자주 고려되는 또 다른 요인은 담뱃갑의 경고문구(그림과 문자)나 금연 광고의 효과였다. 전승우, 박준우(2016)의 연구에 따르면 경고문구를 더 명확히 인지할수록(예: 시각적이고 강력하다) 금연에 대한 호의적 태도가 더 크게 나타났다.

특히 이러한 효과(관계)는 문자보다 그림에서 더 명확하게 밝혀졌다. 김보라, 권영주(2019)의 연구에서도 담뱃갑 경고 그림을 본 학생은 보지 못한 학생보다 높은 수준의 금연 시도율을 보였다. 이 연구에서는 또한 흡연 예방 및 금연교육을 받은 학생이 받지 않은 학생보다 더 높은 금연시도율을 보였다. 마지막으로 담배회사가 진행하는 다양한 담배 광고, 판촉, 후원(TAPS)은 청소년의 흡연에 영향을 미치는 주요한 환경 요인 중 하나이다. TAPS는 청소년의 호기심을 자극하여 흡연을 유도하거나 금연을 시도하는 사람을 다시 흡연으로 이끄는 효과를 가진다(Wakefield, Germain, & Henriksen, 2008; Shadel, Tharp-Taylor & Fryer, 2009). 이 때문에 세계보건기구의 담배규제국제 협약(Framework Convention on Tobacco Control, FCTC)은 TAPS에 대해 포괄적인 금지조치를 각 국가가 시행하기를 요구한다(제13조). 2005년에 FCTC에 비준한 한국도 이와 관련한 규제, 금지조치를 다양하고 포괄적으로 시행하고자 노력하고 있다.

2. 청소년 흡연과 구매 용이성

교육부, 보건복지부, 질병관리청(2021)의 청소년건강행태 조사에 따르면 청소년이 처음 흡연하는 시기(흡연 경험자 중에서 처음으로 일반 담배[궐련]를 한두 모금 피워본 평균연령)는 13.5세이다. 그리고 매일 담배를 피우기 시작한 나이(매일 흡연 시작 연령, 최근 30일 동안 매일 일반 담배[궐련] 흡연자 중에서 일반 담배[궐련]를 매일 피우기 시작한 평균연령)는 14.2세로 나타났다(교육부, 보건복지부, 질병관리청, 2021). 이는 청소년 담배 구매가 불법임에도 불구하고 많은 청소년이 불법으로 담배를 구매 및 획득하여 담배를 피우고 있음을 의미한다. 청소년의 담배 구매 방법을 조사한 오영삼 외(2020)의 연구에 따르면 흡연 청소년은 대부분 흡연 친구를 통해 담배를 구매 또는 획득하거나, 신분을 확인하지 않고 담배를 파는 가게를 이용했다. 또한, 청소년은 신분증을 위조하거나, 성인에게 구매를 부탁하는 다양한 대리 구매 방법을 동원하였다(오영삼 외, 2020). 청소년이 담배를 구매할 수 있는 환경은 그 자체로 청소년 흡연에 위험요인이다. Siegel et al.(1999)의 연구에 따르면 담배 판매 규제가 있는 지역 내 거주 청소년은 규제가 없는 지역에 거주하는 청소년보다 습관적 흡연자(established smoking)가 될 가능성이 작았다. 또한, 청소년의 담배 구매 용이성에 관한 국내 연구에서 친한 친구 중 흡연자

가 많을수록, 음주 일수가 많을수록, 전자담배보다는 일반 담배를 사용할수록 청소년의 담배 구매 용이성이 높았다(허원빈, 오영삼, 2020). 즉, 청소년이 쉽게 담배를 구매함으로써 담배에 대한 접근성이 증가하고 이는 청소년의 흡연 빈도와 흡연량을 높일 수 있다. 이 상황에서 담배 구매 가능 나이를 높이면 청소년의 규칙적 흡연(regular smoking)을 감소시킬 수 있다는 Millett et al.(2011) 연구는 청소년의 담배 구매 용이성의 감소가 청소년의 흡연 행동 감소 가져올 수 있다는 주장을 뒷받침해준다.

3. 청소년의 담배 구매 용이성

국내 청소년의 담배 구매를 규제하는 법은 「청소년 보호법」과 「국민건강증진법」이다. 청소년에게 담배 판매와 유통 금지 그리고 청소년의 구매 제한은 「청소년 보호법」 제2조(청소년유해약물규정), 제28조(청소년유해약물 판매, 대여 등의 금지), 제49조(청소년유해약물 유통에 대한 신고), 그리고 「국민건강증진법」 제9조(금연을 위한 조치)에 의한다. 담배 광고 제한과 금연 관련 법은 「청소년 보호법」 제2조(청소년유해약물규정), 제11조(청소년유해매체물 심의), 제17조(청소년유해매체물 전시 및 진열 제한), 「국민건강증진법」 제8조(금연 및 절주 운동), 제9조2(담배경고문구), 제9조4(담배에 관한 광고 금지)에 의한다. 청소년 흡연 예방과 억제를 위한 다양한 규제와 법이 제정되었으나 2020년 이후 청소년의 현재 흡연율에는 큰 감소가 없다(2020년 청소년 현재 흡연율 4.4%, 2021년 청소년 현재 흡연율 4.5%; 교육부, 보건복지부, 질병관리청, 2021). 청소년 흡연 예방과 억제를 위한 가격과 비가격 정책이 큰 효과를 가지지 못하는 비단 국내뿐만 아니다. 다수 국외 연구(Stead, Lancaster, 2005; Richardson et al. 2009; NICE, 2008; Robinson & Amos, 2010)에 따르면 청소년 흡연 예방과 억제를 위한 규제가 청소년의 담배 판매량 자체를 단기에 감소시키지만, 장기적 관점에서 흡연율 감소엔 큰 영향을 미치지 않음을 예측했다.

청소년 담배 구매와 관련하여 Lenk et al.(2014)는 종단연구를 활용하여 청소년의 담배 구매경로 추세를 파악하였다. 연구 결과 주요 구매경로는 상점으로부터 구매, 다른 청소년으로부터 획득, 흡치기, 다른 사람에게 구매하기, 또는 성인으로부터 얻기였다. 나이에 상관없이 가장 흔히 사용한 구매경로는 다른 청소년으로부터 구매였다(대리 구매). 한편, 이 연

구에서 나이가 어린 청소년일수록 구매보다는 절도를 통해 담배를 획득하는 가능성이 컸다. Kong et al.(2017)은 미국 청소년의 전자담배 획득경로에 대해 파악하였다. 연구 결과 전자담배 획득의 주요 통로는 친구, 담배상점, 온라인 상점 순이었다. 비록 친구를 통해 다수 흡연 청소년이 전자담배를 획득하였으나 일부는 판매처에서 전자담배를 구매하였다. Pepper et al.(2019) 역시 청소년이 전자담배를 구매하는 방법에 대해 살펴보았는데, 응답자 30%는 온라인이나 상점을 통해 구매하였다. 그리고 약 16%는 다른 사람으로부터 구매하였고, 15%는 대리 구매 즉, 다른 사람에게 돈을 주고 전자담배를 대리 구매하는 방식을 사용했다. Robinson & Amos(2010)는 영국 청소년이 담배를 구매하는 상황을 조사하였다. 연구 결과 대부분 청소년은 사회적 통로(친구, 선배 등)를 통해 담배를 구매하였고, 지역 내 작은 상점에서 구매하는 청소년도 있었다. 연구에서 청소년은 불법(구매 가능 나이 이하에서 담배를 구매)으로 구매 가능한 상점에 대해서 잘 알았고, 담배를 구매하기 위한 구체적 방법도 잘 알았다. 대표적인 예로는 신분 확인을 하지 않는 소매상 찾기, 성인에게 담배를 대신 구매해 달라고 부탁하기였다(대리 구매: indirect or proxy purchase). 연구에 참여한 청소년들은 소매상이 담배 판매를 통해 이익을 얻는 한 청소년을 대상으로 한 담배 판매는 계속하리라 확신했다.

한편, 국외 연구와 달리 국내 연구는 청소년의 담배 구매경로와 방법에 큰 초점을 두지 않았다. 청소년의 담배 구매를 다룬 상당수 국내 연구는 경로보다는 담배 구매 시 경험이나 담배 회사의 마케팅에 초점을 맞추었다. 일부 연구에서 경로와 방법에 대한 분석을 시도했다. 김희라 외(2005)의 연구에 따르면 연구에 참여한 36%의 청소년은 상점으로부터 담배를 직접 구매했고, 약 30%의 청소년은 친구나 가족으로부터 담배를 빌리거나 대리 구매를 이용했다. 담배 구매를 시도하였을 때, 약 49%의 청소년만 신분 확인을 요청받았고 그중 27%는 확인 요청에도 불구하고 담배를 구매하였다. 하지만 이 연구에서도 청소년의 담배 구매경로는 밝혔으나 청소년이 담배 구매를 위해 사용한 구체적 방법과 전략을 명확히 제시하지 못했다. 양유선 외(2016)는 온라인을 통해 이뤄지는 적극적인 담배 마케팅과 청소년 흡연 간 관계성을 밝혔다. 하지만 이 연구도 온라인 내 담배 마케팅 자체에만 초점을 맞출 뿐 청소년이 구체적으로 담배를 구매하는 경로와 사용하는 전략에 대해서는 크게 논의하지 않았다. 이영교, 안정희(2018)의 연구

에서는 미성년자의 신분증 위·변조와 도용을 검출하는 방법을 제시하는 과정을 집중하였지, 청소년의 위·변조 신분증 이용 방법, 경로, 구체적 사용법에 대한 심도 있는 조사와 이해는 부족했다.

청소년의 담배 구매와 획득을 억제하고 청소년의 흡연을 감소시키기 위해 청소년이 어떻게 담배를 구매하고 획득하는지에 대한 이해와 실증 자료가 필요하다. 앞서 언급했듯이 담배 구매 용이성은 청소년의 흡연 행동을 촉진하는 핵심 요인이다. The Theory of Planned Behavior(TPB)에 따르면(Ajzen 1985; Ryan & Carr, 2010), 인간이 지각한 행위 통제는 의도와 행동과 직결된다. 즉, 담배를 구매하기 쉽다는 청소년의 인식(통제감)은 이들의 흡연 의도와 흡연 행동의 촉매로 작용한다. 김연정 외(2020) 연구는 담배 구매 용이성을 청소년 흡연의 강력한 요인으로 보고했다. 김지경, 김근희(2013)의 연구에서도 담배에 대한 청소년의 접근 용이성 증가가 흡연 가능성을 증가시킨다고 보고하였다. 한편 사용하는 담배 유형(전자담배와 일반 담배)도 청소년의 담배 구매 용이성에 영향을 미친다. 허원빈, 오영삼(2020) 연구에 따르면 전자담배를 사용하는 청소년에 비해 일반 담배를 사용하는 청소년이 더 높은 담배 구매 용이성 인식하였다.

4. 기존 연구의 한계와 본 연구의 목적

청소년 흡연을 예방하고 억제하기 위한 다양한 규제가 국내에서 시행되고 있다. 그러나 청소년 흡연율의 감소는 미미한 수준이다. 오히려 전자담배와 같은 신종담배의 등장으로 청소년 흡연은 또 다른 문제에 직면하고 있다. 담배 구매 가능 연령의 상향 조정이나 담뱃값의 인상과 같은 기존 규제는 청소년이 직접 담배를 구매하는 상황만을 전제한다(Stead & Lancaster, 2005; Richardson et al., 2009; Robinson & Amos, 2010). 하지만 대리 구매와 같은 방식이 일반화되는 시점에서 위와 같은 전략은 큰 효과를 거두기 어렵다. 따라서 청소년이 기존의 관련 규제를 어떤 식으로 회피하여 담배를 구매·획득하는지에 대한 조사와 분석이 필요하다. 그러나 지금까지 국내에서 이뤄진 청소년 흡연 관련 연구는 청소년의 흡연 행동과 문제(흡연량, 문제행동, 획득경로 등)에 초점을

맞추었다. 따라서 담배를 구매·획득하는 과정에서 청소년이 보이는 일탈행위, 경로선택 요인, 상황 요인 등을 자세히 분석한 연구는 드물다. 일부 연구(허원빈, 오영삼, 2020)에서는 청소년 담배 구매를 담배 구매 용이성이라는 개념을 이용하여 구매 획득과 실패의 요인에 대해서 분석하였다. 하지만 이 연구에서도 구체적인 담배 구매·획득 방법에 대한 심층 분석을 시도하지는 않았고, 다양한 인구사회학과 상황요인과 구매·획득 방법 간 관계에 대한 분석 또한 시도하지 않았다.

모든 흡연과 흡연으로부터 발생하는 다양한 문제는 담배 구매와 획득으로부터 시작한다. 이는 청소년도 예외가 아니다. 청소년 흡연에 대한 영향요인과 환경 요인을 밝히는 노력만큼 담배를 구매하는 다양한 경로와 요인 그리고 경로와 요인 간 상관관계에 대한 분석도 함께 진행할 필요성이 있다. 청소년 흡연의 출발점이자 전제조건인 담배의 구매와 획득에 대해 이해가 충분하지 않았다는 점에서 기존 연구는 청소년 흡연에 대해 충분한 분석과 논의를 끌어내는 데 한계를 가진다. 기존 연구가 가진 한계를 바탕으로 본 연구는 질적 연구 방법을 통해 흡연 청소년의 담배 구매가 어떻게 이뤄지는지를 자세히 탐색하고 분석하고자 한다. 나아가 담배 구매와 획득 방법이 청소년의 인구 사회학 그리고 환경적 요인과 어떤 관계를 맺는지 분석하고자 한다. 본 연구는 단순히 청소년의 흡연 행동이나 담배 구매에 대한 이해를 넘어 청소년이 어떤 방법을 이용하여 현 규제를 뚫고 담배를 구매·획득하는지를 규명하려 한다. 그리고 이러한 과정에서 어떠한 요인이 직·간접적으로 영향을 미치는지 분석하고자 한다. 이를 바탕으로 청소년 담배 구매 억제를 위한 기존 규제의 한계를 살펴보고, 향후 청소년의 담배 구매 용이성을 낮출 수 있는 전략을 제시하였다.

III. 연구 방법

1. 대상자 모집

연구 목적을 위해 흡연 청소년¹⁾ 10명을 대상으로 개별심층 면접을 실시하였다. 본 연구에서 흡연 청소년의 선정기준은

1) 청소년 관련 법규를 보면 청소년은 초등학교생인 만 9세부터 대학생, 직장인인 만 24세까지 광범위한 나이로 규정하고 있다. 「청소년 기본법」, 「청소년 복지 지원법」, 「청소년활동 지원법」은 만 9~24세, 「청소년 보호법」과 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」은 만 19세 미만, 그리고 「게임산업진흥에 관한 법률」은 만 18세 미만으로 각각 규정하고 있다. 본 연구에서는 「청소년 보호법」의 규정을 따라 만 19세 미만을 청소년을 정의하였다.

두 가지였다. 하나는 ‘지금까지 살면서 담배를 한두 모금이라도 피워본 적이 있습니까?’라는 질문과 ‘현재 종류와 관계없이 담배를 흡연하고 있습니까?’라는 질문에 모두 긍정적인 청소년을 흡연 청소년으로 정의하였다. 청소년의 학교 유형에 따라 담배 구매와 획득에 차이가 있으리라 판단하여 학교 유형을 일반계, 특성화, 대안학교, 중학교, 그리고 학교 밖 청소년으로 구분하여 대상자를 모집하였다. 청소년 흡연은 성별에 따른 차이가 존재함을 고려하여 남자 청소년과 여자 청소년을 최대한 고르게 모집하고자 하였다. 한편, 본 연구에서 학교 유형 분류는 교육부가 제시한 고등학교 유형을 기준으로 고려했다. 이 분류 외에도 고등학교 유형에는 특수목적고, 예술고, 자율형 공립고, 외국어고, 국제고, 자율형사립고가 있지만 본 연구 기준에 부합하는 참여자를 구할 수 없었다.

본 연구의 참여자 모집을 위해 설정한 선정기준으로는 첫째, 현 13세 이상 18세 미만의 나이와 둘째, 최근 3개월 이내 흡연 경험이었다. 이러한 기준을 바탕으로 본 연구는 눈덩이 추출법(snowball sampling)을 활용하여 참여자를 모집하였다. 구체적으로 지역사회 내 청소년 기관을 통한 대상자 추천을 통해 참여자를 모집했다. 활용한 지역사회 내 기관으로는 종합사회복지관, 학교, 꿈드림 센터(학교 밖 청소년 관리), 금연지원센터 등이다. 연구자는 각 기관 담당자에게 본 연구에 관해 소개한 후, 참여자 선정기준에 부합하는 학생 추천을 요청하였다. 기관 담당자는 참여 가능한 학생의 동의를 받아 학생 연락처를 연구자에게 전달하였고, 연구자는 학생에게 연락한 후 본 연구에 관해 설명하였다. 설명을 듣고 난 후, 본 연구에 참여 의사를 밝힌 참여자와 보호자로부터 참여 동의서를 서면으로 획득한 후 연구를 진행하였다. 한편, 참여자 모집을 위해 청소년이 이용하는 다양한 온라인 사이트(게임, 학업 등)에 연구 홍보 게시물을 게시하였다. 관련 게시물을 보고 연구자에게 직접 연락하여 참여 의사를 밝힌 청소년은 본 연구 선정기준에 부합하는지를 확인한 후, 부합하는 경우 참여 동의서를 받고 연구를 진행하였다. 참여자에게는 시간과 노력에 대한 감사의 의미로 소정의 상품권을 지급하였다. 본 연구는 부경대학교 내 기관 생명윤리위원회의 승인을 받은 후 진행되었다(IRB No. 1041386-202009-HR-57-02).

2. 조사 방법

개별심층 면접을 통해 본 연구진은 담배 유형을 포함한 흡

연 행동과 담배 구매·획득 방법, 구매비용에 대해서 질문했다. 개별심층 면접을 위해 사용된 면접지침과 질문은 연구자간 토의를 거쳐 초안을 만든 후, 예비조사를 통하여 면접지침과 질문의 적절성을 파악하였다. 조정이 필요한 경우 예상되는 면접상황과 질문의 적절성을 고려하여 내용을 수정·보완하였다. 면접은 대면, 전화, 온라인(ZOOM) 면접을 통해 이루어졌다. 대면이 가능한 청소년은 대면으로 조사를 진행하였으나, 거주지가 연구자와 먼 청소년의 경우 줌이나 전화로 면접을 진행하였다. 본 연구에서 줌을 통해 면접에 참여한 경우가 7명으로 가장 많았으며, 대면 2명, 전화 참여는 1명이었다. 면접에 앞서 미리(1주일 전) 연구 방향과 목적에 대해 참여자에게 충분히 설명했고, 면접은 반 구조화된 면접 지침서를 활용하였다. 연구진은 2020년 9월 22일부터 2020년 11월 12일까지 면접을 진행했다. 면접은 약 60분 동안 실시하였고, 전 면접 과정은 참여자의 동의를 얻은 후 두 개의 녹음기를 통해 녹음되었다.

3. 자료 분석 방법

본 연구는 개별사례로부터 동질 혹은 이질적 주제(theme)가 함께 도출될 가능성이 있음을 고려해 사례연구(case study analysis)를 활용했다. 설명, 기술, 탐색적 유형의 사례연구에서 본 연구는 청소년의 담배 구매 방법과 특성에 관한 기술을 중심으로 기술적 사례연구를 진행하였다. 사례연구에서 사례 수는 참여한 대상자 수가 아닌 범주화 되는 집단의 수를 의미하며(Yin, 2009, p.53) 사례 수를 기준으로 단일사례(single-case)와 다중사례(multiple-case)로 구분할 수 있다(Yin, 2009). 사례연구는 사례 내 분석단위를 기준으로 단일분석 단위(혹은 전체설계)와 다중분석 단위(혹은 내재설계)로 구분한다. 사례는 일반적으로 여러 가지 단위(unit)로 혼합되어 있거나 하위범주로 구분할 수 있다. 이때 단위별 혹은 하위범주별 다양한 환경이 존재하거나 이질적 주제가 도출할 가능성이 있는 경우, 내재설계로 연구를 진행할 수 있다.

본 연구는 사례연구 중 단일, 전체 설계(single-case, holistic design)를 활용하여 자료를 분석하였다. 왜냐하면, 대부분의 연구 참여 청소년이 기존 국내외 연구에서 언급한 전형적인(typical) 담배 획득 방식을 보였기 때문이다. 비록 참여자 간에 사용하는 구매와 획득 방식의 차이는 존재했지만, 자료수집과정에서 언급된 구매와 획득 방식은 기존 연구에서 언

급한 범위를 크게 벗어나지 않았다. 즉, 담배 구매와 획득에 있어서 연구에 참여한 흡연 청소년을 두 가지 이상의 범주로 보기보다는 단일사례(single-case)로 고려함이 더 적절하다고 판단했다. 사례의 분석단위도 전체(holistic)로 고려했다. 본 연구에 참여한 청소년 집단은 성별, 학년, 학교 유형, 흡연 유형 등에 따라 다양한 하위범주로 구분할 수 있지만, 하위 집단 별 특수하거나 이질적 주제는 도출되지 않았기에 분석단위를 하나로 설정하였다. 이를 통해 본 연구는 청소년이 담배를 구매와 획득하는 경우를 제시하였다. 이후 이러한 구매·획득 방법이 청소년의 인구 사회학 요인, 환경적 요인과 어떠한 관련성을 가지는지를 분석하였다(표 1).

IV. 연구 결과

1. 참여자 인구 사회학 요인

본 연구에 참여한 흡연 청소년은 10명이다(표 1). 연구참여자는 중학생이 1명, 일반계 고등학생은 4명, 특성화 고등학교 학생 3명, 대안학교 학생 1명, 그리고 학교 밖 청소년은 1명이

었다. 출생연도는 2001년(만 18세)부터 2005년(만 14세)까지였다. 거주 지역은 부산이 3명으로 가장 많았고 경북 2명, 대구 2명, 인천 1명, 경기도 1명 순이었다. 처음 흡연 시기는 초등학교 5학년이 가장 낮았고, 초등학교 6학년부터 고등학교 1학년까지로 다양했다. 1명을 제외하고 참여자 모두 전자담배 시도 경험이 있었다. 10명의 참여자 중 2명은 현재 일반(궐련) 담배와 전자담배를 모두 사용하고 있었다.

2. 청소년의 담배 획득(acquisition) 방법

연구 결과에 따르면 청소년이 담배를 획득하는 방법은 위·변조 신분증을 이용한 구매(이하 위·변조 신분증 이용), 온·오프라인 상점을 이용한 구매(이하 온·오프라인 이용), 대리 구매를 통한 담배 획득(이하 대리 구매)으로 나타났다. 참여자는 위 세 가지 방법을 모두 사용하거나 혹은 한 가지 이상의 방법을 통하여 담배를 획득·구매하였다.

가. 위·변조 신분증 이용

인터뷰에 참여한 10명의 흡연 청소년은 모두 위·변조 신

표 1. 청소년 특성과 담배 구매·획득 방법

번호	학교 유형	성별	출생 연도 (만 나이)	지역	최초 흡연시기*	흡연경력	전자담배 유무	외모**	흡연 사실 부모인지	획득 방법***
1	중학생	남	2005(14)	부산	초5	3년	시도 유	어른	유	위, 델
2	일반계	남	2005(14)	경기	중2	1년	시도 유	청소년	무	온/오
3	일반계	남	2003(16)	대구	고1	1년	없음	어른	유	온/오, 델
4	일반계	남	2003(16)	대구	중3	2년	시도 유	청소년	무	위, 온/오, 델
5	일반계	여	2004(15)	경남	중1	2년	시도 유	어른	유	위
6	특성화	남	2004(15)	인천	중2	2년	과거 사용 유	청소년	무	델
7	특성화	여	2002(17)	경북	고1	1년	시도 유	어른	유	위, 델
8	특성화	여	2002(17)	경북	고1	1년	혼용	어른	무	위, 델
9	대안학교	여	2003(16)	부산	중2	1년	과거 사용 유	청소년	유	위, 온/오, 델
10	학교 밖	남	2001(18)	부산	초6	7년	혼용	어른	유	위

주: * 본 연구에서 최초흡연시기는 습득 방법이나 담배 종류와 관계없이 처음으로 담배를 피운 날을 기준으로 했음.

** 외모: 어른, 어른 같은 외모를 가지고 있음, 청소년: 청소년처럼 보이는 어린 외모를 가지고 있음을 의미함. 실제 참여자들의 진술문을 바탕으로 분류하였음

*** 획득 방법: 위: 위·변조 신분증, 델: 대리 구매, 온/오: 온, 오프라인 이용

2) 본 연구에서 제시한 외모에 대한 명확한 기준은 없다. 연구를 진행하면서 청소년은 “자기 외모가 어른(성인)과 유사하여 담배를 구매했다(어른 외모).” 혹은 “외모가 성인과 같지 않아서 담배를 구매하지 못했다(청소년 외모)”고 반복해서 언급했다. 청소년은 키가 커서 혹은 얼굴이(여성은 화장한 모습) 성인과 구분이 안 될 경우, 자신의 외모가 성인과 유사하다고 언급했습니다. 반면, 구매에 실패한 경우, 자신의 외모를 성인과 유사하지 않다고 언급했다. 따라서 여기서 언급한 외모는 객관적 척도가 아닌 청소년 스스로가 자신의 외모를 평가한 혹은 경험으로 평가한 외모를 의미한다.

분증에 대해 듣거나 사용한 경험이 있었다. 위·변조 신분증 사용은 나이와 학교 유형에 따라 차이를 보였다. 먼저, 나이가 어린 중학생의 경우 위·변조 신분증을 사용하더라도 어려 보이는 외모로 인해 담배 획득에 어려움이 있음을 언급했다. 본인의 외모와 위·변조 신분증에 있는 외모 간 차이 때문에 중학생은 위·변조 신분증 이용에 제약이 있었다. 반면 고등학생의 경우, 중학생보다 더욱 쉽게 위·변조 신분증을 사용해 담배를 구매할 수 있었다.

“(중학생인) 저는 키가 큰 편도 아니고, 얼굴이 어른스럽게 생긴 편도 아니어서 (위·변조 신분증을 1년 정도 전에 시도해 봤는데 (실패했어요))”

“(고등학생인데 저는) 언니와 얼굴이 비슷하게 생겨서 언니 지갑에서 몰래 꺼낸 후 담배를 산 적이 있어요”

“(고등학교) 친구 중에 형, 언니, 누나 신분증을 빌려서 사는 경우도 있고”

학교 유형에 따라서도 위·변조 신분증 사용 경험은 다소 다르게 나타났다. 일반계 고등학교에 재학 중인 학생의 경우 직접 신분증을 위·변조한 경험은 없었다. 하지만 주위에서 또는 온라인(SNS나 중고거래 사이트)을 통해 신분증 위·변조와 성인 신분증 거래가 이루어짐을 인지하고는 있었다.

“페이스북 같은 곳에서 (위·변조) 신분증(을) (담배를 피우는 친구들이 직접) 사는 것은 본 적은 있어요”.

반면, 특성화 고등학교와 대안학교에 재학 중인 학생 그리고 학교 밖 청소년의 경우 신분증을 직접 위·변조하거나 위·변조 신분증을 직접 거래하기도 하였다.

“(직접) 위조하는 일도 많죠 일단 지금 (신분증을 담배 구매를 위해) 쓰지는 못하지만, 주민등록증은 발급받은 상태니까 (생년월일을) 칼로 도려내서 캔 같은 데에 있는 (바코드) 숫자를 잘라내서 붙이면 돼요”

“(신분증을) 위조해주는 개인이나 업체를 알아보기도 하고 형들 중에서도 돈을 받고 (신분증을) 위조 해주기도 해요”

신분증 위·변조 거래는 온라인부터 오프라인까지 다양하게 이뤄졌다. 위·변조 신분증 거래는 3만 원 선에서 이루어졌으나 출생연도에 따라 가격 차이를 보였다. 즉, 위·변조되

는 신분증 원주인의 나이가 더 어릴수록 위·변조 신분증의 가격은 시장(black market)에서 더 높은 가격을 형성하였다. 다시 말해, 위·변조되는 신분증 원주인의 나이가 많으면 판매처에서 위·변조 신분증을 사용하는 청소년이 발각될 가능성이 커진다. 반면 원주인의 나이가 어리면 사용 청소년과 나이 차가 크지 않기에 판매처의 확인이 어려워진다. 이 때문에 신분증 원주인의 나이는 청소년에게 민감하게 작용하였다. 나이를 제외한 가격 결정의 다른 요인은 외모 일치성이었다. 위·변조 신분증을 구매하고자 하는 청소년의 외모와 신분증 사진이 유사할수록 위·변조 신분증은 담배 구매의 성공 가능성을 높여주기 때문에, 더 높은 비용을 내더라도 위·변조 신분증을 구매하고자 하였다.

“출생 연도에 따라서 (위·변조 신분증) 가격이 다르죠. 황금민증이라고 01년생(2020년 현재 20살), 00년생(2020년 현재 21살) 것은 더 비싸구요. 97년생(2020년 현재 24살)이면 5~6만 원이면 [살 수 있어요]”

“(얼굴이) 닮은 사람의 주민등록증이 아무래도 (더 비싸죠)”

최근에는 담배를 판매하는 가게에서 사이패스를 활용하는 경우가 많아졌다. 사이패스는 신분증 위·변조를 막기 위하여 신분증에 기재된 정보와 사용자의 신체 정보(예: 지문 등) 간 일치 여부를 검사하는 장치이다. 하지만 위·변조 신분증을 만드는 업자들은 사이패스를 통과하는 사이패스 전용 위·변조 신분증을 청소년에게 판매한다. 그리고 흡연 청소년 중 상당수는 사이패스 전용 위·변조 신분증의 존재와 거래 가능성에 대해 알고 있었다.

“(위·변조 신분증에) 사이패스 기능(까지) 넣으면 12만 원에서 20만 원에 살 수 있어요”

이처럼 위·변조 신분증을 통한 담배 구매가 가능한 이유로 참여 청소년 대부분은 구매 시 편의점에서 신분증에 대한 철저한 확인절차를 거치지 않기 때문이라고 진술하였다.

“(편의점에서는 주민등록번호만 확인하고 얼굴과 사진이) 많이 안 닮은 경우가 아니면 그냥 (담배를) 줘요”

나. 온·오프라인 이용

청소년은 속칭 ‘**똥리는 가게**’를 찾고 그곳에서 직접 담배를

구매하기도 하였다. 청소년이 말하는 뚫리는 가게는 청소년의 신분을 확인하지 않고 담배를 파는 곳을 의미한다. 뚫리는 가게를 이용하면 위·변조 신분증을 이용할 필요가 없다. 뚫리는 가게를 명확히 범주화하거나 정형화할 수는 없었지만, 청소년들이 말하는 뚫리는 가게는 주로 (일부) 편의점, 동네 슈퍼마켓, 철물점, 그리고 온라인 상점이었다. 편의점을 제외한 동네 슈퍼마켓과 철물점은 일반 편의점과 비교하면 신분 확인 절차가 철저하게 이뤄지지 않았고 청소년에게 담배를 판매하는 경우가 상대적으로 빈번하였다. 싸이패스의 경우에도 동네 슈퍼마켓이나 철물점에서는 거의 사용하지 않았으며, 편의점에서도 일부만 사용함을 보았다고 하였다.

“주민등록증 검사를 하지 않는 곳에 가서 사요.”

“할머니나 할아버지가 운영하시는 가게(인테)... 거기서는 주민등록증 검사를 안 해요.”

오프라인의 뚫리는 가게와 함께 흡연 청소년 중 대다수는 온라인을 통해 담배를 구매하였다. 왜냐하면 실제 구매자와 사용하는 신분증의 원주인 간 직접 대조가 어렵고, 부모님이나 친분 있는 성인의 신분증을 활용하면 어려움 없이 신분 확인 절차를 통과할 수 있기 때문이었다. 이처럼 온라인을 통한 담배 구매는 오프라인보다 훨씬 쉽게 이뤄지고 있었다.

“(주문할 때 성인 인증받으라고 하는데 그때는) 엄마 아이드로 (담배를) 구매해서 집으로 배송시키면 (돼요)”

또한, 온라인을 통해 신분 확인 절차를 거친 후, 담배를 직접 구매하는 방법 이외에도 청소년들은 신분 확인 절차가 거의 이뤄지지 않는 중고거래 사이트(번개장터, 중고나라, 당근마켓 등)를 이용하였다. 중고거래 사이트에서 술이나 담배와 같은 기호식품을 청소년에게 판매하는 행위는 명백히 불법이다. 그러나 판매 시, 청소년에게 신분증을 요구하거나 신분을 확인하는 절차가 의무는 아니기에 청소년은 온라인 중고거래 사이트를 통해 담배를 쉽게 판매 혹은 구매할 수 있었다.

“(번개 장터나 당근 마켓 같은 중고거래 사이트)를 이용해서 전자담배를 사죠”

“아이코스가 궁금해서 [당근 마켓에서] 중고로 사봤어요”

다. 대리 구매

앞서 살펴본 바와 같이 위·변조 신분증을 이용하거나 온, 오프라인의 뚫리는 가게를 통해서 청소년은 담배를 구매 또는 획득했다. 그러나 연구에 참여한 대부분 참여자는 대리 구매라는 방식을 통해 담배를 구매하거나 획득하였다. 청소년의 담배 대리 구매(“댁구”)는 뚫값이라는 기제와 함께 이루어진다. 뚫값은 담배 구매 가능 연령(만 18세 이상)을 “뚫는다(evade)” 혹은 나이 규제를 피해서 담배를 구매한다는 의미로 본 연구 참여자들이 공통으로 이 용어를 사용했다. 뚫값은 통상 담배가격의 10% 정도 수준을 형성했는데, 예를 들어, 담뱃값의 10%인 500원 정도이거나 담배 한 개비 수준으로 형성되고 있었다.

뚫값은 고정가격을 형성하기보다 흡연 청소년의 구매와 흡연 환경에 따라 차이를 보였다. 즉, 구매를 원하는 청소년의 나이, 담배 관련 규제 정도, 담뱃값과 같은 다양한 요인에 따라 뚫값은 변동되었다. 먼저 고등학생보다는 중학생이 상대적으로 더 높은 뚫값 비용을 냈다. 또한, 담배 구매 시 신분증 검사가 철저하게 이뤄지면 청소년은 상대적으로 높은 뚫값을 지급하였다. 한편, 담뱃값이 2,500원인 과거에 비해 4,500원 수준으로 증가하였다고 하더라도 이에 비례해서 뚫값이 증가하지는 않았다.

“중학교 2학년 때쯤, 중학교 3학년 형들에게 500원씩 수수료를 주고 (편의점에서 담배를) 사달라고 했어요. 그 때는 (어려서) 편의점 (같이 신분증 검사를 하는 곳)은 잘 안 뚫리니까...”

“(담뱃값으로) 5000원을 주면 4500원(으로 담배를) 사고 남은 500원을 (뚫값으로) 줄 때도 있고”

이어 흡연 청소년이 넁구를 요청하는 대상은 또래, 중고등학교 선배, 그리고 성인이었다. 성인의 경우는 아는 성인 또는 모르는 성인으로 나누어졌다. 아는 성인에는 막 성인이 된 동네 선배나 친척 혹은 이성 친구 등이 포함되었다. 반면, 모르는 성인에는 가게 앞 행인, 온라인을 통해 알게 된 구매자 등이 포함되었다.

“(중학생인 제가) 직접 편의점에서 구하기는 어렵고 ... 성인인 형이나 어른처럼 생긴 고등학교 형(에게 대신 사 달라고 부탁을 하죠)....”

“학생들은 (지나가는 모르는 성인에게 담배 사 달라고) 하기도 하죠. ‘앵바라라고 부르는데 (저도 해 본 적이 있는데) 다들 잘 사주셨어요”

“[트위터에] 성인이 대리 구매 해 준다는 사람이 많아서 몇 명 찾을 수 있(어)요. 위치보고 (가까운 데 있는 사람이랑) 거래 하죠. 뭐... #떨구, #[지역명]을 검색하면 짜르륵 (많이) 나오거든요”

반면, 일부 여학생은 담배를 쉽게 획득하기 위해 성인과 불법으로 만나기도 했다고 진술하였다. 즉 조건 만남을 통해 성인 남성과 만나면, 여자 청소년은 그 대가로 담배와 돈을 받을 수 있었다.

“(남자들은) 만나면 같이 피기도 하고 사주기도 하고... 만나면 (그 대가로) (담배를 그냥) 주기도 해요”

“(담배 피우는 여자) 애들은 성인 ... 만난다(고 보면 되)요. 만나면 돈도 주고 (담배도 주고 뭐) 다 해주니까”

“여자애들 스타킹 팔기도 하고 인스타에 사진 올리면 남자들 DM 많이 오거든요. ‘영상 통화해주면 얼마 준다, 또는 만나주면 얼마 준다’ 이런 식으로 말하는데...”

3. 청소년 담배 구매와 획득 방법의 구조와 특성

가. 청소년 특성과 환경 그리고 담배 구매·획득 방법 간 관계

본 연구참여자들은 위·변조 신분증을 활용하거나, 대리 구매를 하거나 온·오프라인의 푼리는 가게를 통해 담배를 큰 어려움 없이 구매하였다. 이들은 담배 구매와 획득을 위해 한 개 이상의 방법을 사용했다. 사용 방법과 인구 사회학 요인 그리고 환경적 요인은 일정한 관계를 보였다. 본 연구는 앞서 발견한 청소년 담배 구매와 획득 방법이 흡연 청소년이 가진 인구 사회학 요인(예: 나이, 외모, 성별 등) 및 환경적 요인(예: 흡연 친구)과 어떤 관계를 맺는지를 분석하였다(표 1).

첫째, 연구에 참여한 청소년 중 과반수는 위·변조 신분증을 사용했다(70%[7/10]). 신분증을 사용한 청소년 7명 대부분이 현재 본인의 외모가 성인과 유사하다고 진술했으며(57%[4/7]), 부모가 자신의 흡연을 알고 있다고 했다(71%[5/7]). 성별로 보면 위·변조 신분증을 이용하는 경우,

남학생(50%[3/6])보다는 여학생(100%[4/4])이 담배를 구매, 획득할 가능성이 컸다. 일반적으로 여자 청소년은 화장이나 옷차림 등을 통해 남자 청소년보다 성숙한 외모를 꾸밀 수 있음을 고려하면, 여자 청소년이 남자 청소년보다 위·변조 신분증을 활용하여 담배를 구매, 획득할 가능성이 클 수밖에 없다. 즉, 담배를 구매하고자 하는 청소년의 외모가 위·변조 신분증 사용 시 성패를 결정짓는 데 영향을 미친다고 해석할 수 있다. 담배판매점에서 가짜 신분증을 제시해도 판매점 업주나 아르바이트생은 그들의 외모에 속아 의도하지 않게 담배를 판매할 가능성이 크다. 같은 이유로 외모 규제(예: 머리카락 길이)가 있는 학교에 재학 중인 남학생은 또래 여자 청소년보다 훨씬 위·변조 신분증을 활용하기 어렵다. 따라서 위·변조 신분증은 청소년의 현재 외모가 얼마나 성인과 유사한지 혹은 위·변조 신분증의 성인(사진)과 얼마나 닮았는지에 따라 사용 여부와 빈도가 결정된다. 이와 더불어 담배를 피운 경력이 길수록 위·변조를 사용하는 경우가 많았다. 본 연구에서 3년 이상 담배를 피운 청소년은 모두 위·변조를 시도하였는데, 이는 나이와 큰 관계를 보이지 않았다. 즉, 나이가 어려도 담배를 피운 기간이 늘어나면 위·변조 신분증을 사용할 가능성이 커짐을 암시한다.

둘째, 일부 흡연 청소년은 푼리는 가게에서 담배를 직접 구매하였다(30%[3/10]). 이는 위·변조 신분증 사용(70%[7/10])이나 대리 구매(70%[7/10])보다 상대적으로 적은 비율이다. 또한, 위·변조 신분증 사용과 대리 구매에만 의존하여 담배를 획득하는 학생은 각각 20%였으나 푼리는 가게에만 의존하여 담배를 획득하는 학생은 한 명도 없었다. 이는 푼리는 가게를 통한 직접 구매는 청소년이 주로 이용하는 담배 획득 방법이 아님을 알 수 있다. 이 결과는 푼리는 가게를 통한 직접 구매는 위·변조 신분증이나 대리 구매의 보조 수단임을 암시한다. 후술하겠지만 청소년의 담배 획득은 주로 대리 구매를 통해 이루어졌다. 따라서 청소년의 직접 구매는 푼값을 아끼기 위해 혹은 대리 구매를 할 수 없는 상황(예: 방학)에서 일시 발생할 가능성이 크다. 온라인을 통한 구매 역시, 판매자가 같은 지역에 거주하고 있지 않으면 손쉽게 즉각적으로 담배를 구매 또는 획득하기 어렵다. 이 때문에 대부분의 흡연 청소년은 대리 구매와 같은 간접 구매 방식을 통해 상대적으로 손쉽고 빠르게 담배를 구매, 획득하고 있었다.

셋째, 대리 구매는 흡연 청소년이 가장 많이 활용하는 방법이었다. 남녀 청소년 각각 1명을 제외하고 본 연구에 참여한

청소년은 모두 대리 구매를 통해 담배를 구매하고 획득했다. 대리 구매를 하지 않는 두 청소년은 모두 외모가 성인과 유사하다고 밝혔다. 반면, 미성년의 외모를 가지는 청소년은 모두 담배를 대리 구매한다고 밝혔다. 앞서 위·변조 신분증 사용과는 완전 반대의 결과다. 즉, 외모가 성인일수록 위·변조 신분증을 통해 담배를 구매(직접 구매)하지만, 외모가 어리게 보일수록 청소년은 또래 청소년이나 성인에게 담배 구매를 요청하는 대리 구매(간접 구매)를 사용한다고 해석할 수 있다. 외모를 제외하고 대리 구매는 성별, 나이, 지역, 흡연 시기, 부모 인지 등 대부분 요인과 특정한 관계가 보이지 않았다. 이는 청소년의 특성과 대리 구매 간 관계가 없다기보다 대리 구매가 청소년 사이에 보편적인 방법이기 때문에 개인 간 차이가 발생하지 않는다고 해석할 필요가 있다. 다시 말해, 나이, 흡연 시기, 학교 유형, 거주 지역과 관계없이 흡연하는 청소년 대부분은 대리 구매를 이용할 가능성이 있다. 외모가 성인이 가깝거나 나이가 상대적으로 많아도 대리 구매를 이용하여 청소년은 담배를 획득한다. 왜냐하면, 담배를 직접 구매함으로써 발생하는 비용(예: 위·변조 신분증 보유, 위·변조 신분증 판별기 사용 부담, 판매자의 판매 거부와 이로 인한 신고 위험, 구매 시 귀찮음 등)이 발생하기 때문이다. 따라서 청소년 담배 구매와 획득의 주 경로는 직접 구매가 아닌 간접 구매(대리 구매)를 통해서 이루어진다. 그리고 외모가 성숙한 또래나 성인이 공급처 혹은 대리 판매처로서 역할을 하면서 대리 구매 시장을 형성한다.

나. 담배 주 구매 방법의 운영 구조: 델구(대리 구매)와 뚫값(뚫어 주는 값)

흡연 청소년은 위·변조 신분증 활용, 대리 구매, 또는 온·오프라인의 뚫리는 가게를 통해 담배를 구매·획득하였다. 이 방법은 청소년의 인구 사회학 그리고 환경적 요인과 밀접한 관계를 맺는다. 청소년의 외모가 성인과 유사한 경우 위·변조 신분증을 사용하는 경우가 상대적으로 많았다. 뚫리는 가게를 통한 직접 구매는 담배 구매의 주 방법이 아닌 보조 방법으로 나타났다. 본 연구에서 청소년 담배 구매·획득의 주는 대리 구매다. 대리 구매는 뚫값이라는 기제와 함께 이뤄지고 있었다. 뚫값의 제공자는 담배 구매자인 흡연 청소년이며, 뚫값을 받는 수혜자는 성인이나 성인으로 보이는 청소년(대리 구매자 혹은 판매자)이었다. 뚫값이 청소년의 흡연 욕구 해결

을 위한 구매 기제라면, 델구는 판매자의 다양한 욕구(관계, 경제적 이득, 성적 만족 등)를 충족하기 위한 판매 기제(동기)였다. 구매자인 청소년과 판매자인 성인(혹은 청소년)은 담배 암시장에서 각자의 다른 욕구를 해결하기 위해 두 방법 즉, 뚫값과 델구를 활용한다.

흡연 청소년의 경우 나이가 어릴수록, 시장 내 청소년의 담배 구매에 대한 규제가 강할수록 지급하는 뚫값은 상승했다. 청소년을 대신해 담배를 구매하는 대리 구매자의 관점에서 높은 뚫값은 대리 구매의 동기를 높인다. 하지만 본 연구에서 판매자와 가까운 관계 즉, 친동생이나 친한 후배 등에 대해서 청소년은 대리 구매를 해줄 의향은 낮다고 언급했다. 반면, 잘 모르는 대상이나 친구에게는 대리 구매를 해 줄 의향은 상대적으로 높았다. 한편, 청소년에게 대리 구매를 해 주는 판매자가 청소년과 관계(예: 성적 접촉 등)를 추가로 원하거나 특정 욕구가 존재하는 경우, 그들이 청소년을 위해 대리 구매를 해 줄 가능성은 커진다. 특히, 여성 청소년을 대상으로 판매자가 가진 욕구를 요구할 가능성이 크다. 판매자가 본인의 욕구를 위해 델구하거나, 청소년이 담배를 구매하기 위해 뚫값을 내면 청소년의 담배 구매를 억제하기 위해 작동하는 대부분 규제는 시장에서 무너지거나 혹은 뚫린다. 대리 구매자인 성인의 담배 구매는 합법이며 개인 간 담배 판매(주로 청소년을 대상)는 거의 단속할 수 없기 때문이다. 특히 개별 만남이나 온라인 통해 이루어지는 담배거래를 단속하기는 현실에서 불가능에 가깝다. 또한, 청소년의 담배 구매를 억제하기 위해 시행하고 있는 규제, 예를 들어 담배 구매 가능 연령 상향 조정이나 담뱃값 인상은 현 상황에서 큰 효과를 발휘할 수 없다. 결과적으로 뚫값과 델구를 통해 이뤄지는 담배 대리 구매는 현 규제를 통해 막을 가능성이 거의 없어 보인다.

“성인들은 만나면 (담배를) 같이 피(우)기도 하고 (담배를) 사주기도 하고 만나면 일부로 (담배를 그냥) 주기도 하고...”

“저는 남자친구가 성인이어서 (만약에 못사게 된다면) [성인인 남자친구에게 부탁하면 돼요.]”

“(청소년 흡연이) 광고 때문이니, (또는 청소년 담배 못 사게 하려고) 담뱃값을 올려야 되니 (그러는데) 이런 것 다 소용 없을 것 같어요 (신분 확인 위해 담배 구매 시) 지문 찍게 하고 해봐야 ... [예학생들은 (담배를 대신 구매해 줄) 성인 남자를 더 만날 걸요 제 생각뿐만이 아닌 주변 친구들 생각도 마찬가 지예요]”

“성인처럼 하고 다니거나 나이가 좀 있어 보이는 친구들은 신분증 필요 없이 그냥 가서 달라고 하면 (담배를) 살 수 있거든요. 나라에서 (청소년이 담배를 직접 구매 못하게 할) 방법을 구하더라도 (청소년들은) 더 막 나가고, 불법적인 경로만 (오히려) 더 많아질 뿐이지 뭐.. (그런 규제가 큰 의미) 없을걸요”

V. 연구 결과에 기반을 둔 정책 제안

본 연구 결과에서 보듯이 흡연 청소년은 다양한 방법을 동원하여 관련 규제를 우회하여 담배를 구매하거나 획득하고 있다. 흡연 청소년이 큰 어려움 없이 담배를 구매·획득할 수 있는 이유는 크게 두 가지다. 하나는 현재 시행 중인 흡연 예방과 억제 목적의 규제가 분명한 한계를 가지기 때문이다. 흡연을 예방하고 억제하기 위한 규제는 청소년이 담배를 구매, 획득하는 과정에서 분명한 걸림돌이어야 한다. 하지만 본 연구가 확인하였듯이 청소년에게 기존 규제는 담배를 구매하는 과정에 있어 전혀 걸림돌이 아니다. 신분증을 요구하지 않는 판매점(푼리는 가게), 위·변조 신분증을 쉽게 구별하지 못하는 판매자, 또는 의도적으로 위·변조 신분증을 모른 채하고 담배를 판매하는 판매자, 청소년을 대신해서 담배를 구매해주는 대리 구매자, 그리고 청소년이 지급하는 푼값은 현재 시행되고 있는 관련 규제가 가진 한계를 여실히 드러낸다. 다른 하나는 새롭게 등장하는 담배 구매와 획득 통로를 막기 위한 제도와 체계의 부재다. 본 연구에서 나타났듯이 청소년은 온라인이라는 새로운 통로(channel)를 활용하여 담배를 구매, 획득하고 있다. 구체적으로 흡연 청소년은 온라인 중고거래 사이트나 SNS(트위터, 페이스북 등)에서 신분 확인절차가 철저하게 이뤄지지 않는 점을 이용해 담배를 어려움 없이 구매, 획득하였다. 심지어 담배는 물론이고 오프라인에서 담배를 구매(푼기)하기 위한 위·변조 신분증도 온라인을 통해 거래한다. 이처럼 청소년이 손쉽게 담배를 구매·획득하고 있는 상황을 효과적으로 대처하지 못함은 분명 문제다. 따라서 본 연구는 앞서 살펴본 연구 결과를 바탕으로 청소년의 담배 구매와 획득을 막기 위한 현실적 대안을 다음과 같이 제시하고자 한다.

1. 신분증 감별기 의무설치와 담배 총량제

청소년이 큰 어려움 없이 담배를 구매할 수 있는 이유는

신분증을 통한 신분 확인절차가 가진 허점에 있다. 이 허점과 한계를 극복하기 위해 신분증 감별기 도입과 운영을 의무로 할 필요가 있다. 신분증 위·변조 감별기 도입과 동시에 구매 가능한 담배 총량을 제한하는 이른바 담배 총량제를 도입함으로써 잉여 담배의 거래를 막는 노력이 추가로 필요하다. 기존 연구가 계속해서 지적해 온 바와 같이 청소년의 담배 구매 용이성은 낮지 않다(교육부, 보건복지부, 질병관리청, 2021). 본 연구에서도 청소년은 담배 구매에 큰 어려움이 없다고 언급했다. 이러한 상황에서 신분증 감별기를 담배판매점이 의무로 도입할 경우, 현재 직면한 몇 가지 문제 상황을 극복할 수 있다.

첫째, 신분증 감별기 사용을 의무화하면 신분증 검사를 하지 않는 판매처는 존재할 수 없다. 즉, 청소년이 언급하는 푼리는 가게는 더는 시장에서 존재하기 어렵다. 이를 통해 청소년이 담배를 구매·획득할 수 있는 주요 통로(푼리는 가게를 활용한 담배 구매와 획득)를 제거할 수 있다. 둘째, 신분증 감별기는 지문인식 시스템을 함께 갖추고 있다(그림 1-1). 이 때문에 변조 신분증을 사용하여 담배를 구매하려는 청소년의 담배 구매 시도를 판매처에서 즉각 확인한 후 막을 수 있다. 셋째, 청소년의 위조 신분증 사용을 막을 수 있다. 일부 청소년은 자신의 사진과 지문을 사용한 위조 신분증을 제작한 후, 이를 담배 구매에 사용하였다. 그러나 신분증 감별기의 경우 신분증의 진위를 함께 확인한다. 이 때문에 청소년이 사진과 지문이 정확하게 일치하는 위조 신분증을 사용해도 담배 구매가 불가능하다(그림 1-2). 이처럼 지문인식 기능을 갖춘 신분증 감별기는 신분증 위·변조를 식별하는 동시에 신분증과 사용자의 일치를 확인(verification)하기에 구매 가능 나이에 도달하지 못한 청소년들이 불법으로 담배를 구매할 가능성을 낮출 수 있다.

한편, 신분증 감별기 사용의 의무화를 통해 청소년의 담배 구매 용이성은 일정 정도 낮출 수 있으나 다른 사람을 통해 담배를 구매하는 대리 구매까지 막을 수는 없다. 왜냐하면, 신분증 감별기 사용이 성인이 행하는 대리 구매와 불법 판매를 막을 수는 없기 때문이다. 본 연구에서 나타났듯이 청소년이 직접 담배를 구매하지 못하는 경우, 흡연 청소년들은 성인을 통해 담배를 구매하는 대리 구매를 이용했다. 성인이 청소년 대신 담배를 구매하고 이를 청소년에게 판매할 수 있는 가장 큰 이유는 담배 구매량과 빈도가 무제한이기 때문이다. 현행 법상 흡연자(성인 혹은 청소년)는 본인이 사용코자 하는 담배 이외에도 판매를 목적으로 한 잉여담배를 제한 없이 구매할

수 있다. 이러한 구매의 무제한은 대리 구매자의 판매 동기를 감소시키지 못한다. 따라서 잉여담배 발생을 방지함으로써 대리 구매를 억제하는 조치를 고려해 볼 수 있다. 잉여담배의 발생을 막는 조치로 하루에 1인이 구매할 수 있는 담배 개수를 제한하는 담배 총량제 도입³⁾을 제안한다. 본 연구에서도 청소년의 담배 대리 구매처는 주로 흡연하는 친구, 선배, 또는 성인이었다. 따라서 담배 총량제를 도입하면 청소년 간 대리 구매의 비중은 매우 감소하리라 예상된다. 청소년이 현재 담배를 구매, 획득하기 위해 주로 사용하는 방법이 위·변조 신분증을 이용한 방법과 대리 구매를 이용한 방법이라는 점을 고려할 때, 신분증 감별기와 담배 총량제는 청소년의 담배 구매와 획득을 줄이는 데 효과를 가지리라 기대한다.

한편, 생체인식기술을 활용한 신분증 위·변조 감별기 도입의 의무화를 내용으로 하는 「청소년 보호법」이 개정되면 판매처를 대상으로 감별기 도입을 위한 재정지원이 필요하다. 신분증 위·변조 감별기 도입을 위해 사용 가능한 재원은 크게 국고보조금과 민간부담금이 있다. 이를 바탕으로 세 가지 가능한 경우의 수는 첫째, 국고보조금으로 신분증 위·변조 감별기 도입, 둘째, 민간부담금으로 신분증 위·변조 감별기를 도입하는 방안이다. 마지막으로 국고보조금과 민간부담금을 각각 일정한 비율로 활용하는 방법이 있다. 세부 방안을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 국고보조금으로 신분증 위·변조 감별기를 도입하는 경우 담뱃세로부터 재원 마련이 가능하다. 보건복지부장관은 「담배사업법」 제2조에 따라 제조업자 또는 수입판매업자가 판매하는 담배에 국민건강증진부담금을 부과·징수하는데 필연형 담배는 20개비당 841원, 액상형 전자담배는 1mL당 525원, 필연형 전자담배는 20개비당 750원의 세금을 부과한다. 이렇게 마련된 국민건강증진기금은 「국민건강증진법」 제25조제1항 및 「국민건강증진법 시행령」 제30조에 따라 금연교육 및 광고, 흡연피해 예방 및 흡연피해자 지원 등 국민건강관리사업을 비롯한 사업에 사용된다. 보건복지부 세입세출결산보고서에 따르면 국민건강증진기금으로 감별기 구매비용을 100% 충당⁴⁾할 수 없다. 따라서 일정 수준의 담뱃세 증액을 통한 재원 마련이 필요하다. 이 경우 신속하고 일괄적인 기기 보급이 전국 담배소매점에 이뤄질 수는 있으나 재원 마련을 위해 담뱃세가 인상되어야 하기에 여론 특히 흡연자들의 반대를 초래할 수 있다.

두 번째는 민간부담금을 활용하여 기기를 마련, 설치하는 방법이다. 이 경우 담배소매점 업주들이 직접 구매하거나 KT&G가 감별기 도입을 위한 비용을 지원할 수 있다. 「청소년 보호법」의 개정이 이루어질 경우, 관련 법을 준수하고 이를 위반하면 받게 되는 처벌 또는 벌금을 피하고자 업주는 기기를 도입하고 운영해야 한다. 또한, KT&G의 경우 사회 책임

그림 1. 신분증 감별기(사이패스[Cy-pass])



그림 1-1. 신분증 스캐너(좌)와 지문인식기(우)

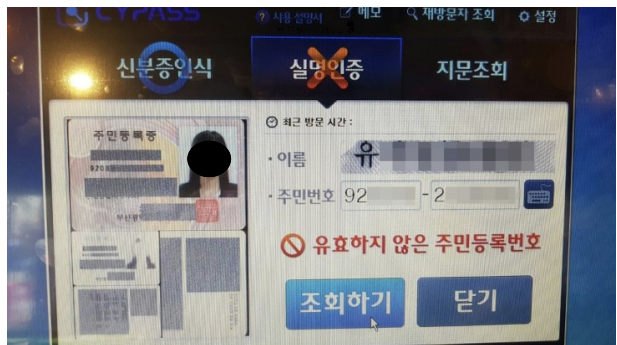


그림 1-2. 사이패스 사용화면

3) 총량제에 따른 구매량이나 빈도 그리고 구매 방식에 대한 논의는 지면의 한계로 인해 본 연구에서 충분히 논의하지 않았음을 밝힌다. 하지만 한국은 이미 복권이나 스포츠 토토(toto) 구매에 제한을 두고 있으며 외국은 음주와 흡연 구매에 제한이나 총량제(일별 혹은 주별)를 시행하고 있다.
 4) 2018년 보건복지부 세입세출결산보고서에 따르면 국민건강증진기금 수입은 계획 대비 7.6% 감소한 3,751,644백만 원이었고 지출은 3,751,644백만 원으로 보고되었다. 사업비 등의 국민건강증진기금 지출 후 2018년 전체 집행 잔액은 178,795백만 원이었다. 2018년을 기준 전국 담배소매점이 15만 1,300개이고 신분증 위·변조 감별기가 50만~80만 원대임을 고려하면 약 760억 원 정도의 비용이 요구된다.

분야의 공익 프로그램으로 청소년 흡연 예방을 위한 다양한 활동들을 펼치고 있다는 점에서 청소년 흡연을 예방하기 위한 목적으로 시행하는 국가 노력에도 적극적인 동참을 기대할 수 있다. 그러나 작고 영세한 업체가 50만 원에서 80만 원 대의 기기를 직접 구매하는 부담으로 작용한다. 또 전국 담배소매점의 구매와 설치, 운영에 대한 추가 점검은 또 다른 비용을 초래한다.

세 번째 방안이 이 문제를 보완하기 위하여, 일정 비율의 보조금을 지급해 주는 방식이다. 지방자치단체의 재정자주도를 기준으로 보조율을 산정하는 방식을 사용하거나, 각 담배소매점의 매출을 기준으로 국고보조금의 비율을 산정하는 방법을 고려할 수 있다. 예를 들어, 도입 시점 최근 6개월 평균 담배 판매순수익이 월 100만 원 미만이면 80%, 월 100에서 300만 원 미만이면 50%, 월 300에서 500만 원 미만이면 30%, 500만 원 이상이면 보조금 제외와 같은 방식으로 비율을 정할 수 있다. 이 경우 국고보조금은 앞서 언급한 국민건강증진기금 일부를 사용하는 방안을 고려할 수 있다.

2. 온라인을 통한 담배 판매, 유통, 광고 금지

흡연자는 온라인을 통해 손쉽게 전자담배 구매를 할 수 있다. 문제는 온라인을 통한 전자담배 구매가 성인 흡연자뿐 아니라 청소년 흡연자에게도 쉽다는 데 있다. 현행법상 온라인에서 청소년은 전자담배를 구매할 수 없다(전자담배 기기장치류 청소년유해물건 결정 고시). 그러나 본 연구에서 밝혔듯이 많은 흡연 청소년은 온라인에서 전자담배를 구매하고 있었다. 대부분 전자담배를 판매하는 온라인 상점은 주민등록번호 입력, 휴대전화를 통한 성인 인증(인증번호), 신분증 제출(이메일 혹은 카카오톡 등)의 방식을 통해 성인 인증을 시행한다. 이러한 인증 방식을 통해 성인으로 인증되면 누구나 상품을 구매할 수 있다. 반면 미국은 연방 담배 밀매 방지법을 통해 온라인에서 구매한 담배를 받을 때, 수신자의 신분 확인을 의무⁵⁾로 확인해야 한다(Williams, Derrick, & Phillips, 2017). 하지만 현재 우리나라는 관련 규정이 존재하지 않는다. 이 상황 요인으로 인해 청소년은 부모의 주민등록증 번호를 도용하거나, 부모 혹은 타인을 통해 대리 구매를 시도하거나, 타인의

신분증을 사용하는 방법을 통해 온라인을 통해 어려움 없이 담배를 구매한다. 특히, 막 성인이 된 선배나 지인을 통한 온라인 대리 구매는 현존하는 거의 모든 성인 인증 절차와 방법을 무력화시킨다. 다시 말해, 정교한 장치와 절차를 통해 성인 인증을 진행한다고 할지라도 구매자와 실제 이용자가 다른 경우, 청소년의 담배 구매를 억제하기 위한 판매 절차와 인증 방법은 무력화된다. 한편, 온라인을 통한 전자담배 판매는 판매유형에 따라 신제품과 중고판매로 구분된다. 신제품판매는 적어도 성인 인증 절차를 적용하고 있지만 대부분 중고판매는 성인 인증 절차를 요구하지 않는다. 동시에 카페나 SNS 등을 통해 이루어지는 개인 간 중고품 거래에선 성인 인증은 개인의 도덕에 맡길 뿐이다.

이 같은 온라인에서의 청소년 대상 전자담배 판매와 유통을 제한하기 위해서는 「청소년 보호법」의 개정을 통해 온라인을 통한 모든 담배 판매가 중지되어야 한다. 「청소년 보호법」 제4장(청소년유해약물등, 청소년유해행위 및 청소년유해업소 등의 규제) 제 28조 1항에 따르면 “누구든지 청소년을 대상으로 청소년유해약물등을 판매·대여·배포(자동기계장치·무인판매장치·통신장치를 통하여 판매·대여·배포하는 경우를 포함한다)하거나 무상으로 제공하여서는 아니 된다.”라고 규정하고 있다. 그리고 2항은 “누구든지 청소년의 의뢰를 받아 청소년유해약물등을 구매하여 청소년에게 제공하여서는 아니 된다”, 그리고 4항은 “청소년유해약물등을 판매·대여·배포하고자 하는 자는 그 상대방의 나이 및 본인 여부를 확인하여야 한다.”라고 규정한다. 종합하면 청소년에게 청소년을 대상으로 담배를 판매해서는 안 되며, 청소년을 대신하여 대리 구매를 해서도 안 되며, 반드시 청소년임을 확인 후, 담배를 판매해야 한다. 하지만 앞서 언급한 바와 같이 온라인을 통한 구매과정에서는 신분을 확인하고 청소년의 대리 구매를 효과적으로 막을 방법이 없다. 따라서 「청소년 보호법」의 개정을 통해 온라인을 통한 전자담배의 판매를 전면으로 규제할 필요성이 있다.

이와 함께, 본 연구 결과에서 확인할 수 있듯이 흡연 청소년들은 온라인 사이트와 SNS를 통해 담배를 구매, 획득하였다. 새로운 구매 통로가 발생하고 발전해 나가는 상황에서 단순히 구매 가능 나이를 상향 조정하거나 담뱃값을 인상하는 조치는

5) 미국의 경우 연방 담배 밀매 방지법(Federal Prevent All Cigarette Trafficking (PACT) Act19)는 미국 우편 서비스(US Postal Service, USPS)로 배송 금지를 확대하였고, 주문 시 공공기록데이터베이스(public records database, PRD)를 확인하여 연령을 확인하고, 배송 시 신분증을 사용하여 연령확인을 요구하도록 하고 있다.

온라인에서 이뤄지는 청소년의 담배 구매, 획득을 효과적으로 억제할 수 없다. 따라서 온라인(예: 카페, SNS, 유튜브 등) 내에서 담배 관련 용어의 게시 혹은 검색을 제한할 필요가 있다. 또는 온라인을 통해 담배 판매가 적발될 시 주민등록번호와 연동한 아이디를 영구삭제하는 조치를 강행할 필요성이 있다. 이를 통해 온라인을 통해 이뤄지는 청소년의 담배 구매와 획득 통로를 완전히 제거할 필요가 있다.

무엇보다 온라인은 가상의 공간이자 그 공간에서 제공되는 대부분 정보를 성인과 청소년 구분 없이 누구나 공유, 유통, 재생산할 수 있다(오영삼, 조영은, 2019). 온라인에서 제공하는 대부분 담배 광고, 특히 전자담배 광고를 청소년은 아무런 거름막 없이 시청하고 받아들인다. 청소년 유해 매체물(「청소년 보호법」 제2조 3항, 17조)을 청소년에게 유통이 허용된 매체물과 구분·격리하지 아니하고서는 판매나 대여를 위하여 전시하거나 진열해서는 안 된다. 담배 광고도 청소년유해매체물이기에 온라인을 통한 제공되는 모든 담배 광고를 막을 필요성이 있다. 하지만 웹사이트나 쇼핑몰, 유튜브, SNS 등을 청소년과 구분하거나 격리는 현실에서 불가능하다. 그러나 다양한 연구에서 보여주듯이 온라인이 청소년들에게 전자담배에 대한 정보를 제공하는 동시에 진입을 유도하는 기제로써 작용하고 있다(Zheng et al., 2021). 따라서 온라인에서 진행하는 다양한 담배 광고와 홍보를 규제할 필요가 있다. 이상의 강력한 규제 조치는 청소년이 시장에서 담배를 구매하고 획득하는 통로를 막음으로써 기존 제도의 사각지대를 해소하리라 생각한다.

VI. 결론

본 연구는 먼저 흡연 청소년의 담배 구매와 획득 방법에 대해 탐색하였다. 그리고 청소년의 인구 사회학 그리고 환경적 요인이 구매 및 획득 방법과 어떤 관련을 맺는지 분석하였다. 연구 결과 흡연 청소년이 담배를 구매·획득하기 위해 활용하는 방법은 위·변조 신분증 이용, 대리 구매 이용, 온·오프라인을 통한 뚫리는 가게 이용이었다. 청소년은 두 개 이상의 방법을 상황에 따라 사용하였다. 청소년이 사용하는 담배 구매·획득 방법은 청소년의 인구 사회학, 환경적 요인에 따라 차이를 보였다. 성인과 유사한 외모를 가진 청소년은 그렇지 않은 청소년보다 위·변조 신분증을 상대적으로 더 많이

사용하였다. 그 이유는 위·변조 신분증을 사용하더라도 적발될 가능성이 상대적으로 적은 데 있다. 한편, 대부분 흡연 청소년은 담배를 구매하기 위해 대리 구매를 이용하였고, 오프라인의 뚫리는 가게나 온라인을 통한 담배 구매를 보조 통로로 활용하였다. 본 연구는 기존 연구에서 충분히 탐색하지 못한 청소년의 담배 구매경로를 이해하고, 이 경로가 청소년의 인구 사회학, 환경적 요인과 어떠한 관계를 맺는지 분석했다는 점에서 의의가 있다. 그뿐만 아니라, 현행법상 청소년의 담배 구매와 획득이 불법임에도 불구하고 청소년이 담배를 구매·획득하고 있음을 상기함으로써 기존 제도가 가진 한계를 명확히 제시하였다.

이상의 연구 결과에도 불구하고 본 연구는 일정한 한계를 가진다. 첫째, 참여 청소년 모두 참여 의지를 밝히고 본 연구에 참여하였고, 이 과정에서 연구자는 참여 청소년의 개인정보를 획득했다. 익명이 아닌 실명으로 자기 진술을 연구자에게 제공하기에 참여자는 흡연과 관련한 모든 내용을 연구자에게 전달할 수 없었으리라 추측한다. 예를 들어, 담배 구매와 관련한 성매매(혹은 성 접촉)는 연구에 참여한 네 명의 여자 청소년 가운데 단 한 명만 언급했다. 이 경험이 단 한 명에게만 존재할 수 있다. 하지만 나머지 세 명의 여자 청소년이 연구자에게 모든 상황과 경험을 솔직하게 이야기하지 않았을 가능성도 존재한다. 또한, 국외 연구에서 나타난 바와 같이 청소년은 절도, 갈취 등을 통해서도 담배를 획득한다. 이 역시 청소년이 자유롭게 거리낌 없이 연구자에게 진술하기에는 개인정보가 노출된 상황에서는 한계를 가진다. 이처럼 청소년이 담배 획득을 위해 자신이 이용한 모든 방법과 경험을 연구진에게 이야기하지 않았을 가능성이 존재 함은 본 연구의 첫 번째 한계이다.

둘째, 본 연구에서 청소년의 흡연 특성, 즉 사용한 궤련과 전자담배 종류, 흡연 행동 등을 파악하지 못했다. 이로 인해 흡연 특성으로부터 담배 구매에 이르는 경로를 자세히 분석할 수 없었다. 이 한계는 연구 과정에서 나타난 몇 가지 요인으로 발생했다. 먼저, 청소년은 자신의 사용하는 담배 종류를 명확하게 말하기 힘들어했다. 왜냐하면, 대다수 학생은 신상품이 나오면 기존에 사용한 담배에서 새 담배로 선호를 바꾼다고 언급했다. 일부 학생은 그때그때 마다 담배를 얻어 피거나 궤련에서 전자 혹은 그 반대로 사용을 바꾸는 예도 있었다. 따라서 성인처럼 담배 종류를 고정함이 아니라 대부분 시기별로 바꾸는 형태를 보였다. 특정 시기에는 선호하는 담배가 있지

만, 흡연 기간이 길어질수록 선호하는 담배의 종류나 행태가 바뀔을 언급했다. 이 한계로 인해 본 연구는 청소년에게 흡연하는 담배의 종류에 대한 명확한 정보를 획득하지 못했다. 따라서 추후 연구에서는 시기별 혹은 연차별 흡연 종류와 구매에 관한 관계를 분석할 필요성이 있다.

셋째, 본 연구는 흡연 청소년의 진학, 성장, 가족력과 담배 구매 간 관계에 대해 분석을 하지 못했다. 일반적으로 청소년의 성장(예: 진학), 가족 환경, 흡연 환경은 그들의 흡연과 담배 구매에 영향을 미친다(Her & Oh, 2021). 하지만 본 연구는 이러한 정보를 청소년으로부터 충분히 조사하지 못했다. 조사하는 과정에서 청소년은 현재 흡연 상태나 환경에 관해서는 언급했지만, 과거 혹은 가정환경에 관한 이야기는 자주 하지 않았다. 몇몇 청소년은 일부 정보를 제공했지만(예: 처음 담배를 배운 경로), 대다수 참가자는 흡연요인에 관한 자기 이야기를 많이 공개하지 않았다. 이로 인해, 연구에 참여한 모든 청소년으로부터 성장 과정에서 발생한 흡연 과정과 경험, 동기, 가족 내 흡연 환경과 조건 등에 관한 정보를 충분히 획득하지 못했다. 그리고 이 한계는 본 연구의 한계로 작용한다. 한편, 본 연구에서 학교 유형 분류는 교육부가 제시한 고등학교 유형을 기준으로 고려했다(교육부, 한국교육개발원, 2022). 이 분류 외에도 고등학교 유형에는 특수목적고, 예술고, 자율형공립고, 외국어고, 국제고, 자율형사립고가 있으나, 모든 학교 유형별로 참여자를 구할 수 없었다. 따라서 학교 유형에 따라 청소년이 담배를 구매하는 방법과 과정을 본 연구에서는 파악할 수 없었다. 추후 연구에서는 세분화한 학교 유형과 담배 구매 간 관계를 분석할 필요성도 있다.

넷째, 판매자와 구매자가 같은 상황 그리고 가족으로부터 담배 획득은 본 연구가 파악하지 못한 또 다른 한계다. 흡연 청소년이 담배를 구매·획득하는 과정에서 편의점을 빈번히 언급하였다. 일부 고등학생은 편의점 아르바이트를 한다. 만약 흡연 청소년 본인이, 또는 친구가 편의점에서 아르바이트 하면 본 연구에서 밝혀진 위·변조 신분증 사용, 뚝값을 이용

한 대리 구매를 사용하지 않고도 쉽게 담배를 구매할 수 있었다. 이는 구매자 관점을 벗어나 판매자(아르바이트생)와 구매자(흡연 청소년)와 같은 상황에서 발생하는 담배 구매에 관한 분석이 필요한 이유이다. 한편, 본 연구 결과에 제시하지는 않았으나 참여자는 몇몇 친구가 부모를 통해 담배를 받는다고 언급했다(부모를 통한 대리 구매). 편의점 아르바이트생과 마찬가지로 부모가 담배를 제공해주는 참여자를 특정하여 모집하지 않았기에 이에 대한 이해도 충분히 이뤄지지 못하였다. 본 연구는 비확률표집을 통해 참여자를 모집한 만큼 연구참여자가 제공한 자료에 대한 대표성 문제가 있다. 그뿐만 아니라 청소년의 담배 구매와 획득과 관련한 특정 대상(아르바이트)이나 예외적 경우(부모를 통한 대리 구매)에 대한 조사나 분석이 제외되었다.

이상의 한계는 본 연구가 진행할 후속 연구의 필요성을 방증한다. 연구가 가진 한계와 별개로 본 연구는 청소년의 담배 구매와 획득 방법(경로)을 파악하고, 이 방법이 청소년이 가진 특성과 어떤 관련이 있는지 실증 분석했다는 점에서 의의가 있다. 또한, 본 연구는 청소년의 담배 구매 용이성을 낮추는 전략을 모색했다. 담배는 청소년 유해 물질이며 청소년에게 금지되어야 함이 마땅하다. 이 당위성에도 불구하고 연구진은 연구 과정에서 흡연 청소년에게 수없이 들었던 말을 잊을 수 없다. “담배 사는 게 전혀 어렵지 않아요!”

허윤희는 University of Illinois at Chicago에서 사회복지학 박사학위를 받았으며, 국립부경대학교 사회복지학전공 조교수로 재직 중이다. 주요 관심분야는 아동 및 청소년복지, 정신건강과 사회복지이며, 현재 청소년 흡연, 청소년 건강 문해력, 포토포이스 등을 연구하고 있다.
(E-mail: wonbinonebin@pknu.ac.kr)

오영삼은 미국 Case Western Reserve University에서 사회복지학 박사학위를 받았으며, 국립부경대학교 사회복지학전공 부교수로 재직 중이다. 온라인 건강정보, 암 생존자와 부양가족연구, 중재프로그램 개발, 건강 정책 등을 연구하고 있다.
(E-mail: oys503@pknu.ac.kr)

참고문헌

- 강이주, 김효신. (2005). 남자고등학생들의 흡연 영향 요인 분석. *소비문화연구*, 8(4), pp.121-142.
- 곽연희, 김태준. (2011). 청소년 흡연에 영향을 미치는 가족요인과 친구요인에 관한 연구. *Journal of Transactional Analysis & Counseling*, 1(1), pp.47-71.
- 교육부, 보건복지부, 질병관리청. (2021). 제16차(2020) 청소년건강행태조사.
- 교육부, 한국교육개발원. (2022). *고등학교 유형안내. 고입정보포털*. <http://www.hischool.go.kr/entrance/typeellbango.jsp>에서 2022. 3. 16. 인출.
- 김보라, 권영주. (2019). 담뱃갑 경고그림이 청소년 흡연행태에 미치는 영향. *한국공공관리학보*, 33(1), pp.129-153.
- 김연정, 최종윤, 김선자, 오경원, 김희진. (2020). 청소년건강행태조사 기반의 청소년 흡연 관련 요인. 주간 건강과 질병, 13(35), pp.2580-2595.
- 김영미. (2005). 음주, 흡연 동시행위 청소년의 특성에 관한 연구. *정신건강과 사회복지*, 20, pp.40-68.
- 김영미. (2006). 청소년 음주와 흡연에 대한 가족구조와 사회통제적 요인의 관계. *청소년학연구*, 13(6), pp.151-178.
- 김지경, 김균희. (2013). 중·고등학생의 흡연여부 및 빈도의 결정 요인 분석. *청소년문화포럼*, 33, pp.88-118.
- 김희경, 강현숙, 고연화, 문선순, 박연숙, 신연순 등. (2002). 청소년 흡연행위 영향요인. *Community Nursing*, 13(2), pp.376-386.
- 김희라, 김지영, 이기형, 정지태, 박상희. (2005). 흡연을 하는 청소년의 담배 구입 경로 및 신분 확인의 유무. *소아과*, 48(4), pp.363-368.
- 박선희. (2007). 청소년들의 흡연경험 및 흡연빈도 증가에 영향을 미치는 요인. *아동간호학회지*, 13(3), pp.318-328.
- 박선희. (2009). 학령기 및 청소년 초기 흡연행태와 흡연시작에 영향을 주는 요인. *Journal of Korean Academy of Nursing*, 39(3), pp.376-385.
- 변은경, 김규수, 최원석. (2008). 고등학생의 흡연유혹에 영향을 미치는 요인. *서울도시연구*, 9(3), pp.149-162.
- 양유선, 차정림, 공재형, 황지은, 최정미, 이정은, 오유미. (2016). 온라인 담배 마케팅 분석을 통한 담배규제정책의 향후 과제: 온라인 담배 판매 및 광고를 중심으로. *보건교육건강증진학회지*, 33(5), pp.71-81.
- 오영삼, 정혜진, 송나경, 허원빈. (2020). 청소년 담배 구매 실태 분석을 통한 흡연예방·관리 방안 마련 연구. 보건복지부.
- 오영삼, 조영은. (2019). 온라인 건강정보 활용의 한계와 발전방향 모색: 무지의 틀을 이용한 전문가 지식 분석을 중심으로. *보건사회연구*, 39(2), pp.358-393.
- 이상균. (2001). 청소년 흡연행위의 결정요인. *사회복지리뷰*, 6, pp.77-94.
- 이수연, 전은영. (2001). 청소년 흡연에 영향을 미치는 심리환경적 요인. *청소년학연구*, 8(1), pp.197-217.
- 이영교, 안정희. (2018). 미성년자의 신분증 위·변조 및 도용을 검출하기 위한 방법 연구. *디지털산업정보학회논문지*, 14(3), pp.87-101.
- 이정렬, 서미혜, 서구민, 함옥경, 이경희, 배선형, 조원정. (2004). 서울 일지역 청소년 흡연관련 요인 분석, 15(1), pp.95-101.
- 임규영. (2012). 정서조절곤란이 청소년의 흡연동기, 흡연행동, 니코틴의존에 미치는 영향: 우울의 매개효과를 중심으로. *한국심리학회 학술대회 자료집*, 2012(1), pp.231-231.
- 전승우, 박준우. (2016). 담뱃갑 경고그림이 금연태도와 금연의도에 미치는 영향: 대처양식(coping styles)의 조절 효과의 남녀 차이. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 17(3), pp.591-613.
- 전종철. (2009). 미국 약물사용 청소년들의 흡연행동 요인에 관한 연구. *청소년학연구*, 16(3), pp.1-23.
- 함진선, 현명호, 임영식. (2006). 스트레스, 중요타인의 흡연 및 흡연에 대한 신념이 청소년 흡연행동에 미치는 영향. *한국심리학회지: 건강*, 11(1), pp.191-207.
- 허원빈, 오영삼. (2020). 청소년의 담배 구매 용이성 분석: 전자담배와 일반 담배 간의 차이를 중심으로. *보건과 복지*, 22(1), pp.51-67.
- 황성현. (2012). 청소년 흡연: 음주행위의 원인에 대한 비행이론적 접근. *일반건강이론과 사회학습이론을 중심으로. 보건과 사회과학*, 32(1), pp.19-38.
- 황지은, 양유선, 오유미, 이선영, 이정은, 조성일. (2018). 담배판매점에서의 담배 광고와 진열이 흡연시작과 담배구매에 미치는 영향: 포커스 그룹 인터뷰를 중심으로. *대한보건연구*, 44(1), pp.63-73.
- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. In *Action control*. Springer, Berlin, Heidelberg. pp.11-39.
- Her, W., & Oh, Y. S. (2021). Examining the Mediating Effect of Believability on the Relationship between Social Influences and Smoking Behavior for Smoking Cessation among Korean Youths. *International Journal of Mental Health and*

- Addiction*, pp.1-14.
- Johnston, L. D., O'malley, P. M., & Terry-McElrath, Y. M. (2004). Methods, locations, and ease of cigarette access for American youth, 1997-2002. *American Journal of Preventive Medicine*, 27(4), pp.267-276.
- Kong, G., Morean, M. E., Cavallo, D. A., Camenga, D. R., & Krishnan-Sarin, S. (2017). Sources of electronic cigarette acquisition among adolescents in Connecticut. *Tobacco regulatory science*, 3(1), pp.10-16.
- Lenk, K. M., Toomey, T. L., Shi, Q., Erickson, D. J., & Forster, J. L. (2014). Do sources of cigarettes among adolescents vary by age over time? *Journal of child & adolescent substance abuse*, 23(2), pp.137-143.
- Millett, C., Lee, J. T., Gibbons, D. C., & Glantz, S. A. (2011). Increasing the age for the legal purchase of tobacco in England: impacts on socio-economic disparities in youth smoking. *Thorax*, 66(10), pp.862-865.
- NICE. (2008). *Mass-Media and Point-of-Sales Measures to Prevent the Uptake of Smoking by Children and Young People*. NICE Public Health Guidance 14. London: National Institute for Health and Clinical Excellence.
- Pepper, J. K., Coats, E. M., Nonnemaker, J. M., & Loomis, B. R. (2019). How do adolescents get their e-cigarettes and other electronic vaping devices? *American Journal of Health Promotion*, 33(3), pp.420-429.
- Richardson, L., Hemsing, N., Greaves, L., Assanand, S., Allen, P., McCullough, L., ... & Amos, A. (2009). Preventing smoking in young people: a systematic review of the impact of access interventions. *International journal of environmental research and public health*, 6(4), pp.1485-1514.
- Robinson, J., & Amos, A. (2010). A qualitative study of young people's sources of cigarettes and attempts to circumvent underage sales laws. *Addiction*, 105(10), pp.1835-1843.
- Ryan, S., & Carr, A. (2010). *The Theory of Planned Behavior*. Science Direct.
- Shadel, W. G., Tharp-Taylor, S., & Fryer, C. S. (2009). How does exposure to cigarette advertising contribute to smoking in adolescents? The role of the developing self-concept and identification with advertising models. *Addictive behaviors*, 34(11), pp.932-937.
- Siegel, M., Biener, L., & Rigotti, N. A. (1999). The effect of local tobacco sales laws on adolescent smoking initiation. *Preventive medicine*, 29(5), pp.334-342.
- Stead, L. F., & Lancaster, T. (2005). Interventions for preventing tobacco sales to minors. *Cochrane database of systematic reviews*, 1.
- Williams, R. S., Derrick, J., & Phillips, K. J. (2017). Cigarette sales to minors via the internet: how the story has changed in the wake of federal regulation. *Tobacco control*, 26(4), pp.415-420.
- Wakefield, M., Germain, D., & Henriksen, L. (2008). The effect of retail cigarette pack displays on impulse purchase. *Addiction*, 103(2), pp.322-328.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods (5th Ed.)*. sage.
- Zheng, X., Li, W., Wong, S. W., & Lin, H. C. (2021). Social media and E-cigarette use among US youth: Longitudinal evidence on the role of online advertisement exposure and risk perception. *Addictive Behaviors*, 119, 106916.

How Do Adolescent Smokers Evade Cigarette Sales Restrictions?: Focusing on How They Purchase and Acquire Cigarettes

Her, Wonbin¹ | Oh, Young Sam¹

¹ Pukyong National University

Abstract

This study aims to examine the channels used by adolescent smokers who purchase or acquire cigarettes. In addition, this study examines how adolescents' demographic factors and smoking-related factors are related to the methods used by adolescent smokers. To address this research purpose, in-depth interviews were conducted with 10 adolescent smokers to collect data. Using case study approach, this study analyzed the qualitative data. In this study, adolescent smokers used forged ID cards, proxy purchase, or purchasing cigarettes through online/off-line "evading stores." Furthermore, the more similar the appearance to an adult, the more direct purchase methods using a forged ID card was used. Also, the proxy purchase(indirect purchase) method was used when the appearance looked like a minor. The study suggested mandatory installation of an ID identifier, a total amount of cigarettes, and prohibition of online cigarette sales, distribution, and advertising as realistic alternative to prevent adolescents from purchasing and acquiring cigarettes. This study would contribute to the reducing ease of cigarette purchase by understanding how adolescents purchase and acquire cigarette. furthermore, this study would contribute to the development of ways to prevent and control adolescent smoking. Ultimately, this study expect to improve adolescent health.

Keywords: Margin on Proxy Purchasing Cigarette, Adolescent Smoking, Case Study, Proxy Purchase, Ease of Cigarette Purchase