

소셜 미디어 시대와 선거의 변화: 인터넷 팟캐스트 ‘나는 꼼수다’의 대학생 정치참여 효과를 중심으로*

송 경 재**

본 논문은 정치 인터넷 팟캐스트로 대중적인 인기를 끌고 있는 ‘나는 꼼수다(이하 나꼼수)’의 청취가 대학생 집단의 정치참여에 미치는 영향을 분석하고자 하는 연구이다. 논문은 2011년 10.26 서울시장 선거가 끝난 후, 서울지역 대학생들을 대상으로 설문조사를 실시하여 대학생집단의 나꼼수 청취와 정치참여 행태의 특성을 살펴보고자 했다. 설문조사는 2011년 11월 1일부터 4일까지 4일간 수행되었으며 530명의 대학생들을 대상으로 실시되었다. 분석결과, 첫째, 대학생 집단에 한정된 결과이기는 하지만, 팟캐스트 나꼼수 청취가 투표참여와 지지후보의 결정에 통계적인 유의미성이 있는 것으로 확인되었다. 둘째, 대학생 집단은 나꼼수를 청취할수록 지지후보에 대한 강화효과가 강력한 것으로 도출되었다. 셋째, 반면에 이러한 나꼼수의 정치참여효과가 공론장의 영역으로 발전하기 보다는 왜곡된 팬덤과 끼리끼리(like-minded) 집단의 분극화(polarization)에 대한 우려도 확인했다.

주제어 : SNS, 민주주의, 대학생 정치참여, 인터넷 팟캐스트, 나는꼼수다, 분극화

* 논문에 대한 세심한 심사와 지적을 해 주신 익명의 심사위원들께 감사드린다. 이 논문은 2008년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구이다(NRF-2008-005-J01802).

** 경희대학교 인류사회재건연구원

1. 들어가며

2011년 10월 26일 서울시장 재보궐 선거(이하 10.26 서울시장 선거)는 한국 정치지형에 많은 변화를 야기했다. 무엇보다, 기존 제도권 정치정당의 후보가 아닌 제3의 시민후보가 등장했고, 그 과정에서 정치인이 아닌 ‘안철수’, ‘박원순’ 등이 세간에 회자되면서, 결국 시민후보가 제1야당과 여당후보를 제치는 한편의 정치드라마가 펼쳐졌다.

이러한 2011년 정치지형의 이면을 보면, 다음과 같은 몇 가지 사실이 감지된다. 첫 번째 변화는 지방자치 권력의 교체이다. 한나라당(현재 새누리당의 전신)이 전통적으로 강세를 보인 서울특별시장 선거에서 무소속 시민후보의 당선은 유권자의 변화 욕구와 기존 정치세력 간의 경합구도가 이완되었음을 알려주었다. 전통적으로 정당후보를 선호했던 서울시 유권자들이 무소속 시민후보에게 표를 몰아준 것은 이례적인 일이다. 물론 변화의 중심에는 기존 정치권에 실망한 유권자들이 새로운 제3의 대안 후보를 찾았고, 그 결과가 안철수, 박원순으로 상징화한 것이란 해석도 있다. 하지만 본질적으로 기존 정당구조와 행태에 대해 실망감이 표출된 것은 분명하다. 둘째, 우리가 주목하는 것은 이러한 정치지형의 변화에 인터넷 기반 미디어의 역할도 있었다는 점이다. 그런 맥락에서 일부 미디어학자들과 정치커뮤니케이션 학자들은 10.26 서울시장 선거가 단지 정당 또는 후보 간의 경합이 아닌 선거운동 방식에서도 새로운 이정표가 되었다고 평가한다. 대표적으로 선거과정에서 소셜 네트워킹 사이트(social networking sites; 이하 SNS)로 통칭되는 소셜 미디어(social media) 선거운동의 확산은 전통적인 캠페인과 유권자들의 지지·조직·동원의 방식과 구조를 크게 흔들었다. 실제 박원순후보가 소셜 미디어를 이용해 멘토단을 운영하거나, 투표장 인증샷 등을 통해 젊은 층의 투표를 독려한 것은 과거에

쉽게 찾기 힘든 광경이었다(유창주 2011).

물론 선거결과를 둘러싼 여러 분석이 있겠지만, 많은 이들이 주목한 것은 인터넷을 활용한 선거운동이다. 엄밀히 말한다면, 10.26 서울시장 선거는 SNS를 적극 활용한 선거였다. 후보 이미지 제고와 시민과 소통하려는 대응 방식이 기존 선거캠페인과 달랐다는 평가를 받고 있다(송경재 2012). 이를 의식하듯이 언론에서는 10.26 서울시장 선거 이후 소셜 미디어를 기반으로 하는 새로운 웹 캠페인(web campaign)에 주목하고 있다. 각종 매체에서는 ‘SNS를 잡으면 선거도 이긴다.’는 말이 나올 정도로 관심이 쏠렸다(조선일보 2011년 10월 20일; 경향신문 2011년 12월 27일).

하지만 SNS와 함께 10.26 서울시장 선거에서 주목받은 것이 또 있었다. 그것은 “나는 꼼수다(이하 나꼼수)”라는 소셜 미디어의 한 종류인 인터넷 팟캐스트(Podcast)이다. 일반적으로 팟캐스트란 애플사(Apple)의 MP3 플레이어인 아이팟(iPod)과 방송(broadcast)이 결합된 신조어로, 라디오 방송을 디지털로 녹음해 인터넷에서 개인 오디오 플레이어로 다운받는 것을 의미한다(정종기 2010, 99; 이은민 2006, 27).¹⁾ 그중의 하나인 나꼼수라는 팟캐스트가 지난 10.26 서울시장 선거에서 중요한 영향력을 행사한 것이다.

나꼼수는 정치분야 팟캐스트 중의 하나이다. 2011년 4월 28일, 첫 방송을 시작한 나꼼수는 단기간에 날카로운 정치풍자로 선풍적인 인기를 불러 일으켰다. 나는 꼼수다라는 이름은 MBC 예능 프로그램 ‘나는 가수다’에서 따왔다고 한다. 정치적인 내용은 팟캐스트 청취자들에게 별 다른 관심이 없을 것이라던 세간의 예상과 달리 나꼼수는 정치

1) 팟캐스트라는 용어는 2004년에 처음 사용되었다. 많은 사람들이 팟캐스트를 아이폰즈에서만 구독할 수 있는 것으로 알고 있으나 실제로는 팟캐스트를 구독하고 관리할 수 있는 프로그램이 다수 존재한다. 뉴(new) 옥스퍼드사전은 팟캐스트를 2005년 2월에 올해의 단어로 선정하기도 했다(이은민 2006).

분야 팟캐스트에서 놀라운 성과를 이룩했다. 2011년 7월 31일 기준으로 나꼼수는 아이폰으로 방송을 다운받아 들을 수 있는 아이튠즈 팟캐스트 사이트에서 다운로드 순위 1위로 누적 수백만 건의 다운로드를 기록중이다. 당시까지 뉴스 및 정치 분야에서 부동의 1위를 달리던 MBC ‘손석희의 시선집중’을 제쳤고(한국일보 2011년 8월 1일), 전체 다운로드 순위에서도 선두로 올라선 이후 2012년 5월까지 1위를 유지하고 있다(팟캐스트 순위사이트 팟빵닷컴 집계 <http://www.podbbang.com/ranking/monthly> 검색일 : 2012년 5월 16일). 이에 나꼼수를 패러디한 경제 분야의 ‘나는 꼽사리다’ 등 다양한 팟캐스트가 등장할 정도이다.²⁾ 이러한 인터넷 팟캐스트 나꼼수는 2012년 3월 15일 현재 32회, 호외 4편, 특별공지 1편, 봉주 8회 등이 방송되었다.³⁾ 나꼼수는 판지일보 총수 김어준, 정봉주 전 국회의원, 주진우 시사인 기자, 김용민 시사평론가가 제작하고 있다.

나꼼수의 주된 내용은 한국 정치를 비판하고, 현정부의 실정과 비위 사실에 대한 의혹을 추적 보도하면서 날카로운 풍자의 B급 언론으로 많은 이들의 관심을 유발했다. 특히, 2011년 광화문 침수사건에 대한 풍자, 이명박 대통령의 내곡동 사저 투기의혹, 서울시장 한나라당 후보의 고급 뷰티샵 출입 논란을 위시로 한 집권층 측근과 친인척 비리를 파헤쳐 새로운 고발 미디어로서의 가능성을 보이기도 했다. 이 과정에서 나꼼수는 뉴스 및 정치분야 팟캐스트 다운로드 전 세계 1위에 오를 정도로 많은 정치·사회적으로 영향력을 행사하고 있는 매체가

2) ‘나는 꼽사리다’는 나꼼수와 같이 경제민주화를 주제로 시사풍자와 해학을 담은 팟캐스트이다. 방송인 김미화를 비롯해 경제학자이자 시사평론가 들인 선대인, 우석훈, 김용민 등이 출연하고 있다. 이에 대한 자세한 내용은 인터넷 사이트 <http://old.ddanzi.com/appstream/ggobsari.xml>를 참조 바람.

3) 봉주라는 방송명은 나꼼수의 출연진중 한명인 정봉주 전의원이 2011년말 구속되면서, 특집방송을 한 것으로 2012년 3월 15일 현재 8회까지 방송되었다.

되었다. 이러한 현상에 주목해 2011년 11월 1일 뉴욕타임즈는 통치자의 풍자를 통해 젊은이들의 분노표출의 창구 역할을 하는 토크쇼로 나꼼수를 보도하기도 했다(The New York Times 2011년 11월 1일; 김용민 2011).

나꼼수는 개국 이래 여러 정치이슈의 중심이 되었지만 그 중에서 가장 논란이 되었던 것은 역시 앞서 지적한 바, 10.26 서울시장 선거에서의 영향력이다. 당시 여당후보의 문제점을 폭로하고 박원순후보를 간접 지원했다는 평가를 받고 있다(내일신문 2011년 10월 18일). 이런 나꼼수의 서울시장 선거 영향력에 천착해 본 논문에서는 인터넷 팟캐스트의 정치참여 효과를 분석하고자 한다. 구체적으로 첫째, 나꼼수가 열풍이었던 지난 10.26 서울시장 선거가 끝난 후, 대학생들을 대상으로 설문조사를 실시하여 대학생집단의 나꼼수 청취와 정치참여 행태의 특성을 살펴보고자 한다. 둘째, 정치참여 행태에서의 나꼼수가 투표참여와 후보자 선택에 영향이 있었는지를 살펴볼 것이다. 그리고 마지막으로, 나꼼수가 한국적 맥락에서 정치적 함의는 무엇인지를 고찰하고자 한다.

본 연구가 나꼼수에 주목한 이유는 첫째, 나꼼수가 뉴스 및 정치분야 팟캐스트 다운로드 1위로서 소셜 미디어의 한 형태인 팟캐스트의 정치적 영향력이 한국에서는 가장 크기 때문이다. 둘째, 사회과학 연구 방법론적으로 단일 사례(single case) 연구의 한계는 존재하지만 인터넷 팟캐스트의 정치적 영향력, 특히 정치참여 효과에 대한 전망을 제시하는데 기여할 수 있을 것이기 때문이다.

연구 논문의 구성은 다음과 같다. 1장은 10.26 서울시장 선거에서 나타난 팟캐스트 나꼼수의 정치적 영향력에 관한 문제의식을 제시하고 연구의 목적, 방법론을 기술했다. 2장에서는 이론적인 논의로서 기존 인터넷과 소셜 미디어의 선거와 정치참여 효과에 관한 국내외 이

론을 비판적인 시각에서 체계화하고, 3장에서는 2장의 이론적인 검토를 바탕으로 연구의 방법론과 변인 추출, 연구문제를 제시한다. 그리고 4장에서는 설문에 대한 다양한 계량분석을 통해 논의점을 추출하고, 마지막 5장에서는 나꼼수와 10.26 서울시장 선거에서의 정치참여와 그 함의에 대해서 규명하고자 한다.

2. 인터넷과 선거, 정치참여에 관한 선행 연구

선거과정에서 인터넷의 정치참여 효과에 대한 의문은 시민의견 제시, 의제설정과 시민운동, 선거 영향, 정당 활동 등 다각적인 차원에서 제기되고 있다. 정보통신기술이 발전한 유럽과 미국에서는 이미 정당 활동에서 전자정당(e-party)을 활용한 시민과 당원간의 정치 커뮤니케이션을 시작했고, 선거에서도 주요한 캠페인 도구로 활용한 지 오래다(Norris 2002). 그 영향으로 정치의 기술적 적용이 많은 이들의 관심이 되었다. 실제 TV가 등장하고 위성방송이 등장하면서 과학기술 발전이 정치에 미치는 효과에 대한 많은 연구가 진행되었다.

초창기 인터넷 연구는 채드윅(Chadwick 2006, 18)이 강조한 바와 같이, 사회과학 전반에 행해졌던 기술의 본성과 그 사회·경제·정치적 삶에서의 역할에 주목했다(Feenberg 1999). 그리고 이 연구경향은 19세기 이래 만연했던 기술결정론(technological determinism)과 이에 대응하는 사회결정론(social determinism)의 논쟁 산물이라고 할 수 있다. 기술결정론은 기술발전이 사회구조와 틀의 형성에 영향을 준다는 입장인 반면, 사회결정론은 기술이 중립적인 도구(neutral tools)이고 사회계급이나 정치권력 등의 비기술적 요인이 독립적인 영향을 준다는 입장이다. 하지만 초기 양자 간의 논쟁은 결국 정치맥락에서의 정치적 기술

론(political technologies in political contexts)이란 논리로 수용되면서 오늘날 정치학에서 기술과 사회 영향변인에 대한 논쟁에 중추부를 찍었다. 정치맥락에서의 정치적 기술론 논의는 기술이 정치적으로 사용되었을 때 그 정치적 의미성을 찾을 수 있는 것이지, 기술이 독립적으로 존재했을 때는 사회정치적으로 어떤 의미가 될 수 없다는 이론이다(Winner 1988, 33; Chadwick 2006, 18-19).

이러한 고전적인 논쟁에서 주류이론으로 자리잡은 인터넷의 정치적 맥락에서의 해석은 정치학 각 영역으로 확산된다. 그 중에서 인터넷의 정치참여 효과에 주목한 학자들은 인터넷에서 정보를 공유하고, 집단을 구성하고, 시민참여를 증진시킬 수 있는 효과에 주목한다. 이들은 시민참여의 도구로서 인터넷을 주목하거나(Barber 1984), 마치 공론장과 같은 토론을 통한 심의 민주주의의 가능성(Norris 2002), 협업을 통한 시민참여의 도구이자 무기로서의 아키텍처, 그리고 집단 내에서의 토론을 통한 자기 강화 또는 반향실 효과(echo chamber effect) 등에 주목하고 정치참여 이론을 전개한다(Shirky 2008; 2010).

이런 이론과 함께 최근 국내외에서 주목받고 있는 분야가 공식적이고 제도적인 참여인 선거과정에서의 인터넷 정치참여 효과와 관련된 연구이다(Foot and Schneider 2006; Delany 2009; Smith 2009; 김용호 2003; 강원택 2007; 송경재 2009). 인터넷의 오프라인 동원효과에 주목한 학자들은 인터넷이 새로운 참여채널이 되어 선거에서 새로운 지지집단을 유입시킬 수 있다고 주장한다. 반대로 인터넷은 오프라인의 공론장보다 분절화 된 지지집단들 끼리의 강화효과만 있을 뿐이지 새로운 지지집단의 유입은 어렵다는 주장도 있다(김용철·윤성이 2005; Sunstein 2007). 이러한 연구는 인터넷의 정치참여 효과가 전면적인지 또는 제한적인 정치참여 효과만 있을 것인지에 대한 다양한 실증적인 연구로 이어졌다. 그러나 효과에 관한 핵심적인 논쟁은 연구자들마다

사례선정이나 표본 집단의 문제 등으로 인해 여러 상이한 결과가 도출되고 있다.

이러한 인터넷의 정치참여 효과에 관한 논쟁과 검증은 웹 2.0이라고 할 수 있는 소셜 미디어가 등장한 이후에도 크게 바뀌지 않고 있다.⁴⁾ 그러나 최근 소셜 미디어의 선거효과와 관련된 흥미로운 사례가 발견되면서 연구는 활기를 띠고 있다(윤영민 2011; 최민재·양승찬 2009). 그 사례는 바로 2008년 미국 대선이다. 당시 버락 오바마(Obama) 민주당 후보는 오프라인에서의 적극적 시민들의 참여유도 활동도 있었지만 세계 최초로 소셜 미디어를 결합한 웹 캠페인 전략을 도입해 언론의 주목을 받았다. 그는 입후보 전까지는 연설 잘하는 흑인 상원의원이고 정치적으로 이라크전쟁에 반대하는 소신 있는 정치인 정도로 인식되었다. 그렇지만 그는 기성 정치인들과 달리 때 묻지 않은 신선함을 가지고 있었고 유권자와 소통할 수 있는 강력한 무기가 있었다. 그것이 바로 스마트폰과 진화된 인터넷으로서 웹 2.0 도구인 소셜 미디어이다.

2008년 당시 선거운동 초기부터 오바마 진영에서는 블로그와 유튜브(Youtube.com), 페이스북(Facebook.com), 트위터(Twitter.com) 등 웹 2.0

⁴⁾ 뉴슨과 호가튼, 패튼(Newson, Houghton, & Patten 2009)은 소셜 미디어의 개념이 가이드와이어 그룹(Guidewire Group)의 설립자인 크리스 쉬플리(Chris Shipley)가 규정했다고 밝히고 있다. 이들은 소셜 미디어를 “블로그나 소셜 네트워킹 사이트, 위키, 팟캐스팅과 비디오 캐스팅, 소셜 북마킹 등을 통해 온라인상 정보의 커뮤니케이션과 참여와 축적이 가능케 하는 온라인상의 도구와 프로그램을 의미한다”고 정의했다. 한편, 사프코와 브레이크(Safko & Brake 2009)는 소셜 미디어를 “문서나 그림, 동영상, 음원 등을 전송하거나 제작할 수 있게 해주는 웹 기반의 응용 소프트웨어를 통칭하는 대화형 미디어로서, 이를 통해 참여자들이 정보와 지식, 의견을 공유할 수 있는 미디어”로 개념화하고 있다(최민재·양승찬 2009에서 재인용). 이와 같은 개념들을 종합하면, 소셜 미디어는 웹 2.0 환경 하에서 네티즌의 참여·공유 정신을 기반으로 한 인터넷 서비스들의 기술적 속성과 그 실천행위를 통칭한다고 할 수 있다(최민재·양승찬 2009, 21). 때문에 소셜 미디어는 여러 형태를 띠고 나타나게 된다. 실제 선행 연구에서의 개념정의를 보아도 블로그에서부터 SNS, 팟캐스팅, 위키방식에 이르기까지 다양하게 표현되고 있다.

의 소셜 미디어를 활용해 유권자들과 밀접한 연계를 가졌으며, 정치정보 공유, 정책의견 수집의 도구로서 사용했다. 입후보 선언과 주요 정책발표를 유튜브로 했고, 예비경선을 유튜브로 중계하는 등 적극적으로 활용했고 오바마 후보도 스마트폰을 들고 다니며 사용했다(Delany 2009, 9-10; 송경재 2010). 그러나 가장 극적인 소셜 미디어 기반 캠페인은 2008년 10월 19일 공화당 정부에서 국무장관을 지낸 콜린 파월(Colin Powell)의 지지선언이 전파되는 과정이었다. 켈먼(Qualman 2009)은 공화당원인 파월의 민주당 후보 오바마에 대한 지지를 표시한 지 몇 분이 지나지 않아 뉴스는 소셜 미디어를 타고 타전되었고 이 선언은 NBC 방송의 미트 더 프레스(Meet the Press)에 방송되었고 다시 SNS와 유튜브, 각종 동영상 사이트, 팟캐스트 등 소셜 미디어를 타고 전 세계로 확산되는 과정을 주목했다. 과정에서 미국 내 유권자들보다 지구 반대편에 있던 다른 나라 사람들이 이 소식을 먼저 듣게 되었고, 심지어는 동부지역보다 시차가 늦은 서부지역의 유권자들도 소셜 미디어로 그 중계를 보았다고 한다. 이러한 여러 측면이 투영되면서 세인들은 2008년 미국 대선을 소셜 네트워크 선거전이라고까지 표현하고 있다.

이 현상은 단지 미국만의 경험이 아니다. 2010년 영국 총선에서도 트위터를 활용한 선거운동이 부각되었다. 보수당, 노동당, 자민당 등 주요 정당은 경쟁적으로 소셜 미디어를 활용한 소셜 네트워킹 캠페인을 전개했다. 영국에서 제3당인 자민당이 급속히 의석수를 확대할 수 있었던 배경에도 소셜 미디어의 적극적인 소통 전략이 유효했다는 분석도 나오고 있다(송경재 2010).

이런 미국과 영국 등의 경험은 소셜 미디어의 정치참여 효과와 관련된 많은 연구 결과를 양산했다. 스미스(Smith 2009)는 소셜 미디어가 다양한 사람들의 관심사를 다루고 있으며, 미국선거에서 유권자들이

지지후보나 정당선택에 도움을 주고 있다는 설문조사를 분석한 바 있다. 그는 설문자료를 바탕으로 일반 인터넷 사용자들이 인터넷이 정당이나 지지후보 선택에 도움을 준다는 응답이 28%인 반면, SNS 사용자들은 54%가 그렇다는 응답을 했다고 설명했다.

탭스콧(Tapscott 2008)은 단지 정치참여 효과만을 넘어서 참여지향적인 세대의 등장에 더욱 주목했다. 탭스콧은 SNS를 비롯한 소셜 미디어를 통한 웹 2.0혁명이 넷 세대(Net generation)를 만들었다고 본다. 그는 정치적인 측면에서 오바마의 선거 SNS인 마이버락오바마닷컴(<http://my.barackobama.com>)에서 페이스북, 마이스페이스, 트위터, 유튜브로 연계된 다층적 웹 캠페인을 분석했다. 그리고 몽고메리(Montgomery 2007, 184-187)는 동등계층형 정치(peer-to-peer politics)에 주목하고 시민들 간의 연계로서 젊은 층의 투표참여에 도움이 되고 동원을 위한 정치-기술적 하이브리드형 조직(political-technical hybrid organizations)을 만들 수 있다고 강조한 바 있다. 채드웁(2006)도 무브온(MoveOn.org) 운동과 밋업닷컴(MeetUp.com)에서의 자발적 시민정치조직, 동원의 지지집단이 형성되는 것을 사례로 제시한다.

프레이저와 두타(Fraser, and Dutta 2008, 381-382) 역시 소셜 미디어의 등장이 사회 전반의 변화를 가져올 것을 예측하며 이를 소셜 네트워크 e-혁명으로 지칭한다. 그들은 소셜 네트워크 e-혁명이 효과적인 시민참여 도구가 되어 선거과정과 정치과정에서 민주주의의 새로운 버전인 민주주의 2.0(Democracy 2.0)의 시대가 왔음을 전망한다. 이들은 아래로부터의 자발적인 참여가 정치과정 특히 시민참여의 새로운 양상을 만들고 있다고 전망한다.

최근에는 트위터 등의 특정 소셜 미디어에 관한 연구가 활발하다. 코노보 등(Conover et al. 2011)은 2010년 미국 중간선거 기간 6주간 트윗(tweets), 멘션(mention)과 리트윗(retweet) 네트워크를 분석하였다. 이

들에 의하면 리트윗 네트워크상에서 정당간의 교류는 극히 제한적이라는 것을 규명했다. 트위터가 소통의 공간에서 시민참여는 활성화 되지만 기존의 정치적 입장을 강화하는 반향실 효과만 발생한다고 분석한 바 있다.

국내에서의 소셜 미디어 중에서 특정한 서비스형태에 따른 정치참여 효과에 관한 연구도 진행 중이다. 한국에서는 트위터에 대한 분석이 활발하다. 우선 장덕진(2011, 80-107)은 주요 정치인의 트위터 네트워크 분석을 통해서 시민의 정치적 선택과 트위터 네트워크 사이의 상관성이 있다고 실증적으로 분석했다. 금혜성(2011) 역시 18대 국회의원들의 트위터의 게시글을 대상으로 내용분석을 실시해 정치인들의 SNS 활용이 시민과의 ‘개인적 접촉’ 및 ‘소통’을 촉진함으로써 시민사회와의 정치심리적 거리를 줄이는데 기여하고 있음을 분석하였다. 장우영과 민희, 이원태(2010)도 2010년의 5회 서울시장 선거 후보들의 트위터 내용분석을 통해서 미디어 효과의 장점과 규제환경에 따른 제약점을 분석하기도 했다.

이상의 인터넷과 소셜 미디어의 정치참여 효과에 관한 연구는 다양한 차원에서 진행 중이다. 앞서도 지적한 바, 2008년 이후 미국의 대선에서부터 활성화된 소셜 미디어 기반의 선거운동은 이제 전 세계적으로 보편적인 현상이 되고 있다. 그러나 기존 연구는 대부분 사례 중심적 연구에 머물러 있어 성공한 경우만을 부각시킨다는 문제점이 존재한다. 실제 많은 국가에서도 선거가 실시되었는데 소셜 미디어를 성공적으로 활용한 일부 사례만 분석한 나머지 소셜 미디어가 웹 캠페인의 만능의 도구인 것으로 묘사되기도 한다는 비판까지 있다.

그런 비판에도 이미 소셜 미디어가 정치과정에서 일정한 변인으로 등장한 것은 부인할 수 없다. 그럼 다음 단계는 소셜 미디어가 변인이냐 아니냐의 논쟁보다는 소셜 미디어의 여러 영역의 서비스에 따른

세부분석으로 연구범위를 확장할 필요성이 제기된다. 본 연구에서는 소셜 미디어 전반이 아닌 그 중의 한 영역이라고 할 수 있는 인터넷 팟캐스트를 주요 분석대상으로 설정하여 구체적인 서비스 유형에 따른 정치참여 행태를 분석하고자 한다.

3. 연구방법론 및 연구문제

기존 성과를 바탕으로 연구에서는 한국 대학생집단을 대상으로 소셜 미디어의 한 종류인 팟캐스트의 정치참여 효과에 대해 실증적인 분석을 하고자 한다. 연구에서는 설문조사를 바탕으로 한국적 특색을 가진 소셜 미디어인 팟캐스트 나꼼수 청취가 정치참여 중에서 관습적·제도적인 참여라고 할 수 있는 선거에 어떤 영향을 미쳤는지를 살펴 볼 것이다.

본 연구가 대학생집단만을 한정하여 나꼼수의 정치참여효과를 분석한 이유는 첫째, 현실적인 조사 설계의 한계가 작용했다. 당초 본 설문조사의 기획의도가 나꼼수 청취자들을 대상으로 설계된 것이 아니기 때문에, 관련 데이터를 적용하기에는 다소 문제점이 있었다. 때문에 대학생집단 연구로 한정하여 결과를 도출했다. 둘째, 팟캐스트 나꼼수의 청취열기가 주로 젊은 세대에서 시작되었다는 점도 반영했다. 앞서도 살펴본 바, 나꼼수는 젊은 층의 사회비판, 정부 풍자 등을 기반으로 성장했다(The New York Times 2011년 11월 1일). 이에 해외 언론에서도 젊은 층의 정치참여에 주목한 바 있다. 때문에 본 연구가 대학생집단을 대상으로 조사를 실시하여, 비록 한정적이기는 하지만 특정 집단의 정치행태에 대한 분석을 하고자 한다. 이로 인한 표본추출과 일반화의 한계에 대해서는 결론에서 다시 논의하도록 하겠다.

표집은 현재 서울지역의 한 대학교에 재학 중인 대학생들을 대상으로 모집단을 설정하였으며 집락무선표집법(cluster random sampling)을 이용하여 표본을 추출하였다.⁵⁾ 설문조사는 2011년 11월 1일부터 4일까지 4일간 수행되었으며 530명의 대학생들을 대상으로 조사되었다. 이중 설문 완료 응답자 수는 359명으로 응답률은 67.74%이다. 표본추출에서 본 연구가 대학생집단의 정치참여와 나꼼수 청취간의 인과성에 대한 분석이기 때문에 응답자의 사회경제적 변인을 명확하게 구분하지는 않았다. 한편 수집된 표본은 사회과학 통계프로그램인 SPSS ver. 18.0의 빈도분석과 교차분석, 독립표본 t-test, 상관분석, 회귀분석 등을 이용하여 연구문제를 검증했다.

연구문제를 제시하기에 앞서, 변수의 설정은 중요하다. 특히, 종속 변수인 정치참여는 다양한 층위로 구분되는 행태적인 변인이다. 크게 정치참여의 층위를 구분하면 투표행위 및 선거유세활동 등의 관습적 참여(conventional participation)와 가두시위나 항의행위 등의 비관습적 참여(unconventional participation)로 나눌 수 있다. 그리고 범위로도 광의의 정치적인 관심을 가지는 것(Milbrath & Goel 1977)에서 협의로 정부 인사를 선출하거나 정부나 정책에 영향을 미치는 직·간접적 활동(Verva & Nie 1972)으로 구분이 가능하다. 이에 본 연구에서는 10.26 서울시장 선거를 연구대상으로 한 관계로 정치참여를 투표여부와 지지후보 투표로 조작적으로 정의했다. 이러한 조작화된 변인을 설정하여 구체적인 나꼼수의 정치참여 효과를 분석하고자 한다.

다음으로, 연구문제는 다음과 같다. 먼저, 팟캐스트 나꼼수를 대학생집단에서는 누가 주로 청취하는지를 살펴보았다. 이는 나꼼수가 주

5) 집락무선표집법은 표본 단위를 무작위 형태로 표집하여 최종 단위는 집락이 되는 표집방법이다. 하지만 이 방식은 후술하겠지만 과학적인 표본추출 원칙이라고 할 수 없다. 따라서 대학생집단만을 대상으로 하고 있다는 점에서 연구결과를 일반화 하는데 한계가 있을 수 있다.

로 대학생 중에서 어떤 계층에 정치적으로 소구하는지를 파악할 수 있을 것이다. 둘째, 나꼼수 청취자의 정치의식과 참여행태를 살펴볼 것이다. 셋째, 대학생 투표참여자들의 지지후보 결정요인은 무엇인지를 분석할 것이다. 구체적으로 연구문제를 세분하여 첫째, 누가 나꼼수를 청취하는지에 관한 연구문제는 나꼼수 청취집단과 비청취집단 간의 사회경제적 차이가 있는지 빈도분석과 독립표본 t-test를 사용하여 검증할 것이다. 둘째, 대학생 나꼼수 청취에 따른 투표여부와 지지후보 간의 차이가 존재하는 지를 살펴볼 것이다. 이 연구문제는 마찬가지로 독립표본 t-test를 통해 검증할 것이다. 마지막으로, 실제 투표자 수 15,408표(전체 득표율 기준 0.38%)에 머물렀던 배일도후보에 투표했다는 응답자 2명을 제외한 114명의 대학생 투표참여자들만을 별도로 표본 추출하여 지지후보의 결정요인이 무엇인지를 회귀분석을 시도할 것이다. 이상의 연구문제를 정리하면 다음과 같다.

연구문제 1 : 대학생 나꼼수 청취집단과 비청취집단 간의 사회경제적 차이가 있을 것이다.

연구문제 2 : 대학생 나꼼수 청취집단과 비청취집단 간의 투표참여와 투표후보의 차이가 있을 것이다.

2-1 : 대학생 중 나꼼수 청취집단과 비청취집단 간의 투표참여의 차이가 있을 것이다.

2-2 : 대학생 중 나꼼수 청취집단과 비청취집단 간의 지지후보의 차이가 있을 것이다.

연구문제 3 : 대학생 투표참여자의 후보결정 요인은 무엇인가?

4. 분석

1) 누가 나꼼수를 듣는가?

먼저, 표본의 특징은 다음과 같다. 응답자 수 359명 중에서 남성은 140명(39.0%), 여성은 219명(61.0%) 이었다. 전공은 4개 계열로 구분해서 조사했는데, 가장 많은 응답을 한 계열은 이공계열이 145명(40.4%)이고, 그 뒤를 이어 사회과학계열이 132명(36.8%)를 기록했다. 그리고 인문(어문철학 포함)계열이 61명(17.0%), 예체능계열이 21명(5.8%)의 순이었다. 주민등록상의 실제 거주지를 확인한 결과, 서울지역에 거주한다는 응답이 223명(62.1%)이고 서울 이외지역에 거주한다는 응답은 136명(37.9%) 이었다.

흥미로운 것은 지지정당의 유무를 확인한 결과, 지지정당이 있다는 응답이 92명(25.6%)에 불과해 대학생집단의 약 3/4이 지지정당이 없는 무당파 층임을 확인할 수 있었다. 이에 대해서는 보다 세부적인 분석이 필요할 것이지만, 향후 정당정치와 대학생집단의 비정치화 등 여러 요인을 바탕으로 한 보완적인 연구가 있어야 할 것이다.⁶⁾

다음으로, 대학생 나꼼수 청취집단과 비청취집단 간의 사회경제적 차이를 분석하기 위해 청취와 비청취의 2개 집단으로 표본을 분리하여 빈도분석과 독립표본 t-test를 실시했다. 빈도분석의 결과는 다음 <표 1>과 같다. 분석결과에서도 확인되지만 나꼼수 청취집단의 특징

⁶⁾ 사실 대학생집단의 정치적 무당파 경향은 여러 징후가 있었다. 한국대학신문이 2010년 10월 전국 200여개 대학 남녀 대학생 2,001명을 대상으로 한 대학생 의식조사에 따르면, 응답자의 50.8%가 ‘지지정당이 없다’고 답했다(한국일보 2010년 10월 11일). 이런 현상이 발발한 원인에 대해서는 여러 해석이 있다. 하지만 주요 원인에 대한 체계적인 분석도 부재한 상황이다(전용주·김도경·서영조 2008). 본 연구에서는 대학생집단의 무당파 경향 또는 정당지지도 약화가 주제가 아니므로 논의에서는 제외할 것이다.

을 살펴보면, 성별로는 남성이 46명(52.9%), 여성 41명(47.1%)로 큰 차이가 없었다. 그리고 연령별로는 대개 고르게 청취를 했지만 22세(16.1%), 20세(14.9%), 26세 이상(13.8%) 등의 순으로 나타났다. 한편, 월 가계소득은 201만원에서 600만원대가 48명(55.2%)를 차지했다. 전공은 사회과학계열이 가장 많은 40명(46.0%)이고 이공계열이 31명(35.8%)로 나타났다.

〈표 1〉 나꼼수 청취 집단과 비청취 집단 간의 빈도분석

구 분		나꼼수 청취 집단(%)	나꼼수 비청취 집단(%)
성별	남성	46 (52.9%)	94 (34.6%)
	여성	41 (47.1%)	178 (65.4%)
연령	18세 이하	3 (3.4%)	12 (4.4%)
	19세	10 (11.5%)	40 (14.7%)
	20세	13 (14.9%)	57 (21.0%)
	21세	7 (8.0%)	43 (15.8%)
	22세	14 (16.1%)	39 (14.3%)
	23세	10 (11.5%)	35 (12.9%)
	24세	10 (11.5%)	21 (7.7%)
	25세 26세 이상	8 (9.2%) 12 (13.8%)	11 (4.0%) 14 (5.1%)
월 가계소득	200만원 이하	6 (6.9%)	32 (11.8%)
	201~400만원	28 (32.2%)	107 (39.3%)
	401~600만원	20 (23.0%)	72 (26.5%)
	601~800만원	15 (17.2%)	32 (11.8%)
	801만원 이상	18 (20.7%)	29 (10.7%)
전공	인문(어학, 철학)계열	11 (12.6%)	50 (18.4%)
	사회과학계열	40 (46.0%)	92 (33.8%)
	이공계열	31 (35.8%)	114 (41.9%)
	예체능계열	5 (5.7%)	16 (5.9%)
합 계		87 (59.9%)	272 (40.1%)

그러나 보다 분명한 청취집단과 비청취집단 간의 차이는 독립표본 t-test에서 확인된다. <표 2>에서 확인된 바와 같이 성·연령·소득

에 따라 청취집단과 비청취집단 간의 차이가 확연히 갈린다.

첫째, 조사대상 대학생집단 중에서 남학생들이 여학생보다 더 많이 나꼼수를 청취한 것으로 나타났다($p < 0.01$). 이는 표본 추출의 문제와 대학생집단에서의 단순한 성별 차이이기 때문에 일반화시키기에는 어렵다는 한계가 있다. 물론 후속연구를 통해서 보다 엄밀한 연구가 보완되어야 할 것이다. 중앙값(median)이 1.5임을 감안하면 청취집단과 비청취 집단간의 차이는 확연한 것으로 산출되었다.

〈표 2〉 나꼼수 청취 집단과 비청취 집단 간의 사회경제적 차이

문항	구분	평균	t값	유의확률
성별	청취 집단 (N=87)	1.4713	3.080	0.002 (**)
	비청취 집단 (N=272)	1.6544		
연령별	청취 집단 (N=87)	5.3103	-3.355	0.001 (**)
	비청취 집단 (N=272)	4.4154		
소득별	청취 집단 (N=87)	4.7011	-2.852	0.005 (**)
	비청취 집단 (N=272)	3.9265		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

둘째, 대학생집단 중에서 나꼼수 청취는 연령이 높을수록($p < 0.01$) 많은 것으로 나타났다. 이러한 경향은 이전의 나꼼수 청취에 관한 여론조사의 결과와도 일치한다. 2012년 2월 6일 여론조사 전문기관 리얼미터의 조사에 따르면, 팟캐스트 나꼼수 청취는 연령대별로는 30대의 청취경험이 47.6%가 청취했고, 40대는 31.2%, 20대는 28.4%, 50대 이상이 17.5%로 나타났다(세계일보 2012년 2월 6일). 이를 바탕으로 추론하면, 대학생집단 역시 상대적으로 연령대가 높은 층에서 나꼼수에 대한 관심이 높았던 것으로 해석할 수 있다.

셋째, 대학생집단 중에서 나꼼수 청취는 소득이 높을수록($p < 0.01$),

많은 것으로 집계되었다. 상대적으로 팟캐스트는 스마트폰과 태블릿 PC 등으로 청취하기 때문에 - 인터넷으로도 청취가 가능하지만 상당수가 팟캐스트로 다운로드 받아서 사용한다. - 소득격차에 따른 청취의 차이가 통계적으로 발견되고 있다. 일반 국민들을 대상으로 한 설문조사에서도 스마트폰 사용자들은 상대적으로 고소득층이 활발하게 사용하고 있는데 이러한 현상이 대학생 집단에도 투영된 것으로 보인다(송경재 2011). 다만 2011년 10월 스마트폰 사용자수가 2,000만명을 넘었다는 점에서 소득격차에 따른 청취여부 차이는 줄어들 것으로 예측된다.

2) 나꼼수 청취와 투표참여

다음으로 분석한 것은 나꼼수 청취와 서울시장 선거 참여여부이다. 분석의 엄밀성을 보장하기 위해 연구는 서울지역 선거인 관계로 선거권을 가진 유권자만을 대상으로 2차 표집하여 154명을 추출했다. 이는 연구의 목적이 서울시장 선거에서 나타난 나꼼수의 정치참여 효과에 대한 분석이기 때문이다. 첫째, 나꼼수 청취여부에 따른 선거참여를 분석한 결과, 청취집단이 서울시장 선거에 통계적으로 유의하게 ($p < 0.05$) 더 많이 참여한 것으로 산출되었다 이는 나꼼수 청취집단일수록 서울시장 선거에 많이 참여를 한 것으로 설명할 수 있다.

〈표 3〉 나꼼수 청취 집단과 비청취 집단 간의 투표참여

(서울지역 유권자 = 154명)

문항	구분	평균	t값	유의확률
서울시장 투표여부	청취 집단 (N=35)	1.8857	-2.084	0.039 (*)
	비청취 집단 (N=119)	1.7143		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

이러한 경향은 교차분석에서 보다 분명하게 확인된다. 서울지역 유권자를 대상으로 한 교차분석 결과, 나꼼수 청취자는 31명(88.6%)이 투표에 참여한 것으로 나타났다. 그렇지만 비청취 집단에서도 투표참여 비율이 높은 것으로 나타났다. 이에 대해서는 다음 연구문제에서 나꼼수의 정치참여 효과의 실제와 한계에서 다시 분석하도록 하겠다. 그리고 이는 통계적으로 유의하다(Pearson $\chi^2 = 4.276$, sig = 0.039).

〈표 4〉 교차분석 결과

(서울지역 유권자 대상 = 154명)

구분		서울시장 투표여부		전체
		투표했다	투표 안했다	
나꼼수 청취 여부	청취 했다	31 (88.6%)	4 (11.4%)	35
	청취 안했다	85 (71.4%)	34 (28.6)	119
전체		116 (75.3%)	38 (24.7%)	154 (100%)

Pearson Chi-Square = 4.276, sig = 0.039 (*)

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

둘째, 나꼼수 청취여부에 따른 지지후보 간의 차이는 통계적으로 더욱 크다. 청취집단은 압도적으로 야당후보에게 집중되는 경향을 보인다(p<0.01). 이는 <표 5>에서도 확인되지만, 나꼼수를 청취하는 집단일수록 여당후보보다는 비여당 시민후보였던 박원순후보와 배일도후보로 결집하는 경향이 강하다는 것을 확인할 수 있었다. 이를 해석한다면, 결국 나꼼수를 청취한 경험이 있다면, 여당보다는 비여당후보에 투표를 한 것이라 할 수 있다. 교차분석 결과는 더욱 의미 있다. 나꼼수 청취집단은 100% 비여당후보에 표를 몰아준 것으로 나타났다(Pearson $\chi^2 = 13.214$, sig = 0.000). 즉 나꼼수를 청취한 31명이 모두 야당후보에게 투표를 한 것이다.

〈표 5〉 나꼼수 청취 집단과 비청취 집단 간의 지지후보

(투표자 대상 = 116명)

문항	구분	평균	t값	유의확률
서울시장 지지후보	청취 집단 (N=31)	2.0000	-3.217	0.002 (**)
	비청취 집단 (N=85)	1.7059		

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

이러한 경향은 나꼼수라는 팟캐스트가 가지는 정치비판과 정부정책 반대라는 성격과도 연관되어 있을 것이다. 그럼에도 청취집단 전원이 비여당후보에 투표했다는 것은 놀라운 결과가 아닐 수 없다. 팟캐스트 나꼼수가 사회비판, 정치풍자와 해학, 그리고 심층적인 보도를 통해 기득권을 가진 정부 권력자에 저항하는 방송이기 때문에 청취집단이 당연히 10.26 서울시장 선거에서 야당을 지지했으리라는 것은 해석이 가능하다. 이는 후술하겠지만, 미디어를 통한 지지집단의 강화와 연계한 해석이 가능하다(Chadwick 2006). 실제 나꼼수 팟캐스트의 성격은 대학생 청취자 인터뷰에서도 확인되었다. 연구를 보완하기 위해 설문에 참여한 동일한 대학에 다니는 나꼼수 청취자를 인터뷰한 결과는 이를 잘 설명한다.

처음에는 친구들의 추천으로 듣게 되었는데 나꼼수를 청취할수록 부정적 의견의 문제점을 알게 되었다...(중략)... 특히, 나꼼수 방송에서 서울시장 선거에 출마한 여당후보의 문제점을 고발하는 방송을 들으면서, 올바른 시장을 선출해야겠다는 생각을 하게 되었다. 그래서 주변 친구들과 함께 서울시장 투표에 참여하자는 이야기도 했다.

(나꼼수 청취자 인터뷰 2012년 5월 4일).

이러한 인터뷰는 나꼼수 청취자들이 정치성향적인 편기는 존재했지만 실제 나꼼수를 청취하면서 투표참여와 지지후보에 일정한 영향이

있었음을 의미한다. 이는 당시 나꼼수가 공개적으로 박원순후보에 대한 지지운동을 벌였다는 점에서 정치적인 동원을 시도했고 그것이 어느 정도 성공적인 결과가 있었음을 짐작케 한다.

3) 10.26 서울시장 선거와 나꼼수

마지막으로, 대학생집단의 후보결정 요인은 무엇인가? 이를 검증하기 위해 연구는 앞서 정의한 대로 의미없는 지지후보자 투표를 제외한 114명 표본을 별도 추출했다. 이러한 추가적 조작화(operationalization)를 통해 대학생집단 중에서 투표에 참여자들을 대상으로 실제 어떤 요인이 지지후보 결정에 영향을 미쳤는지를 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 통해 검증했다. 독립변인은 앞서 나꼼수 청취여부 변인과 성·소득·연령의 사회경제 변인을 투입(enter)한 최소자승법(OLS) 회귀분석을 실시하였다. 그 결과, 회귀방정식의 적절성은 유의미한 것으로 나타났으며($F=5.688, p<0.001$), 회귀모형의 변인 설명력인 수정된 결정계수(R^2)는 0.142로 도출되었다. 그리고 자기상관(autocorrelation)을 확인한 결과, Durbin-Watson(D-W) 계수가 2.077로 2.0에 근접한 것으로 나타나 자기상관은 없다.

분석결과를 해석하면, 첫째, 나꼼수 청취여부는 지지후보 결정에 중요한 그리고 아주 결정적인 변인이었음을 알려준다. 무엇보다 통계적으로 유의미하고($p<0.001$), 영향력 역시 상당히 높은 것으로 나타났다(37.0%). 이는 그동안 확인되지 않았던 소셜 미디어의 한 형태인 팟캐스트 나꼼수가 지난 10.26 서울시장 선거 시, 지지후보를 결정하는데 있어서 통계적으로 유의미한 변인이었음을 알려준다.

〈표 6〉 다중회귀분석 결과

	B(기울기)	표준오차	표준화된 β	t
상수	0.882	0.257		3.433(**)
나꼼수 청취여부				
나꼼수 청취 (1=비청취/2=청취)	0.354	0.085	0.370	4.177(***)
인구사회변수				
성별(남성=1)	0.231	0.092	0.272	2.517(*)
소득	0.033	0.021	0.169	1.569
연령	-0.019	0.015	-0.112	-1.251
N				114
수정된 결정계수				0.142
F				5.688(***)

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

1) 종속변인 : 지지후보 (1=나경원, 2=박원순)

둘째, 사회경제변인 중에서 성별 변인이 유의미한 것으로 나타났으며(p<0.05) 지지후보 결정에 정(+)의 효과를 갖는 것으로 산출되었다. 이는 여성일수록, 범 야권후보인 박원순 무소속 후보를 지지했음을 알려준다. 그렇지만 연령과 소득변인은 박원순후보 지지와는 큰 인과성을 가지고 있지 않은 것으로 나타났다.

요컨대, 지난 10.26 서울시장 선거에서 나꼼수를 청취한 사람일수록(p<0.001), 여성일수록(p<0.05) 박원순 후보를 지지한 것으로 나타난다. 물론 인구사회변수인 성별에 대한 결과는 제한된 설문조사인 관계로 좀 더 고민할 필요가 있다. 하지만 연구결과는 대학생집단에 한정된 분석이기는 하지만 10.26 서울시장 선거에서 일정하게 나꼼수 청취가 박원순 후보 지지에 일정한 영향이 있었음을 알려준다. 그리고 종속변인에 대한 영향력을 알려주는 표준화된 β계수는 이러한 해석을 뒷받침해주는데, 회귀식에서의 설명력이 37.0%에 달했다. 이는 성별변인 27.2%보다 약 10%p 높은 것으로 박원순후보 지지의 결정요인이

대학생집단에서 나꼼수 청취여부가 중요한 변인이었음을 알려주고 있다.

5. 결론에 대신하여

인터넷은 정보통신 기기(devices) 간의 연계를 넘어서 기기와 사람, 사람과 사람 간의 관계를 획기적으로 전환시켰다. 정보사회학자 카스텔(Castells 2001; Castells et al. 2009)의 지적대로, 구텐베르크 금속활자가 사회·문화·산업적으로 근대사회(modern society)의 진입을 가속화했다면, 인터넷은 정보사회(information society)를 가능케 하고 있다. 여기에 최근 등장한 SNS와 팟캐스트를 위시로 하는 소셜 미디어는 스마트폰, 태블릿 PC 등의 스마트 기기와 융합하면서 새로운 사회정치적 패러다임 전환을 가속화 시키고 있다. 이러한 변화상에 천착하여 본 연구에서는 뉴스 및 정치분야 팟캐스트 1위를 기록 중인 나꼼수와 10.26 서울시장 선거에서의 영향력에 대한 분석을 시도했다. 분석결과 많은 함의를 추출할 수 있었다.

연구의 중요한 함의는 대학생집단의 나꼼수 청취와 정치참여와의 상관성이다. 분석에서도 확인되지만 나꼼수 청취충일수록 확연히 투표를 많이 했으며($p < 0.05$), 지지후보 역시 비여당후보에 집중되는 경향을 보였다($p < 0.01$). 이는 이중적인 해석이 가능하다. 첫째, 나꼼수 청취자의 100%가 비여당후보를 찍었다는 것은 나꼼수의 선거참여와 특정후보 지지가 실제로 영향력이 있었음을 알려준다. 둘째, 그러나 나꼼수 비청취자들의 상당수도 박원순후보를 지지했다는 것은 당시 소셜 미디어의 선거구도만이 아니라 오프라인에서도 대학생 집단에서는 이미 박원순후보에 대한 지지가 강했다고 볼 수 있다. 그렇기 때문에 나꼼수 청취집단의 투표참여와 지지가 전적으로 박원순후보 당선

에 영향력이 있다고 해석할 수는 없을 것이다.

앞서 합의의 연장선상에서 본다면, 한 가지 추가의문이 제기된다. 그것은 인터넷의 정치참여 효과에 대한 고전적인 논쟁과 관련된 것이다. 많은 연구에서 인터넷이나 소셜 미디어의 활용과 정치참여 사이의 상관성은 확인된다. 하지만 시민들의 자발적인 정치참여가 인터넷이나 소셜 미디어의 활용을 높이는 것인지, 높아진 인터넷 활용이 정치참여를 활성화시키는 것인지 그 인과적 방향성에 대한 검증이 어렵다(유석진·이현우·이원태 2005; Boulianne 2009; 송경재 2010; Hirzalla et al. 2011). 다시 말해 정부비판적인 경향을 가진 이들이 팟캐스트나 나꼼수를 통해 결집하는 것인지, 아니면 새로운 지지집단을 형성하는 것인지에 대한 부분은 여전히 규명되기 힘든 것은 사실이다. 이를 증명하기 위해 연구자는 추가적으로 상관분석과 교차분석을 통해 살펴보고자 한다.

실제 나꼼수는 성격상 지지집단이 분명하고, 진보적이고, 정부 비판적인 정보를 제공하는 팟캐스트이다. 연구결과는 당연한 귀결로서 나꼼수 청취와 진보적 이념간의 상관성은 당연히 높게 나올 수밖에 없다. 대학생 집단에서는 나꼼수 청취와 이념적인 차이는 진보일수록, 나꼼수를 더욱 많이 청취하는 것으로 나타났다(Pearson $r = 0.526$, $p < 0.01$). 진보적인 이들이 나꼼수를 청취하고, 이들은 결국 야권 성향의 후보에게 투표했다는 기존의 ‘지지의 강화’가 나타난 것이라 할 수 있다. 이는 미국의 인터넷 커뮤니티를 분석한 선스타인(Sunstein 2007)이 제시한 바와 같이 인터넷을 기반으로 하는 다양한 정치참여행태는 동질적인 집단의 의견을 강화(reinforcement)하는 경향을 보인다는 기존 연구와 궤를 같이 한다(Chadwick 2006, 25). 동일한 결론은 교차분석에서 확인된다. 대학생집단 중 투표자들은 나꼼수를 청취한 경우, 놀랍게도 100% 박원순후보에게 투표했다. 이는 나꼼수가 지지집단의 강화

에 영향을 미쳤음을 다시 한 번 증명하고 있는 것이다. 요컨대, 나꼼수는 10.26 서울시장 선거에서 정부비판적인 성향의 유권자 표를 결집시키는데 일정한 기여를 했음을 확인할 수 있다.⁷⁾

〈표 7〉 나꼼수 청취와 지지후보 교차분석 결과

(투표자 대상 = 114명)

구분		나경원	박원순	전체
나꼼수 청취 여부	청취 했다	0 (-)	31 (100.0%)	31
	청취 안했다	27 (32.5%)	56 (67.5%)	83
전체		27 (23.7%)	87 (76.3%)	114 (100%)

Pearson Chi-Square = 14.102, sig = 0.001 (**)

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

또 유의해서 지켜봐야 할 점은 대학생 중, 박원순 지지자가 나꼼수 비청취집단에도 상당하다는 것이다(83명중 56명(67.5%)). 이는 나꼼수가 지지집단의 강화에 기여한 것과 마찬가지로 나꼼수 청취와 상관없는 다른 변인들에 의해서도 박원순과 나경원후보 간의 대학생집단에서 승패는 갈렸음을 알려주는 증거라 할 수 있다. 하지만 그렇다고 해서 나꼼수의 정치참여 강화효과가 의미 없다는 해석은 또 다른 편향이 될 수 있다. 왜냐하면 나꼼수는 지지의 강화에 일정한 기여를 했고, 이러한 지지결집은 다른 여러 변인들과 결합하여 박원순후보의 당선에 영향을 미쳤을 수도 있기 때문이다. 그런 맥락에서 본 연구자는 나

7) 이와 같은 현상에 대해 나꼼수 청취자인 대학생(A/B)과의 인터뷰는 시사하는 바가 있다. A군은 나꼼수 초기부터 청취했다고 밝히고 지지집단 강화가 나꼼수의 콘텐츠 성격이 반정부적인 성향을 가지고 있음을 지적했다. 또 B군은 나꼼수가 기존 미디어가 다루지 않은 정부정책 반대나 고위층의 비리 등의 정보를 제공하기 때문에 그 성향을 가진 사람들이 당연히 더욱 열광한다는 것이다. 그래서 동일한 생각을 가지고 있고 같은 정치적 지지집단의 모임이라는 성격이 강하다는 것이다(나꼼수 청취자 인터뷰 2012년 5월 4일).

꼼수가 제한적이지만 지지집단을 결집하는 효과는 있었던 것으로 해석한다. 따라서 소셜 미디어 나꼼수는 10.26 서울시장 선거에서 조셉 클래퍼(Joseph Klapper 1960)가 오래전에 제시한 미디어의 효과가 수용자 또는 유권자의 기존 가치를 바꾸기 보다는 지지집단을 강화하고 투표참여를 독려 또는 강화(reinforcement)하는 제한적인 효과가 있었던 것으로 해석할 수 있다.

한편, 지지집단의 강화는 정치집단에게 중요한 자원이자 동력이 될 수 있다. 그러나 자칫 이러한 정치자원은 기존 정당정치의 왜곡이나 무조건적인 지지현상으로 변질될 우려가 있는 것도 사실이다. 선스타인(Sunstein 2007)이 인터넷 공론장에서의 분극화(polarization)을 우려한 다거나, 강원택(2007)이 과거 노사모의 경험에서 정치인 팬클럽의 팬덤화로의 변질에 대한 논의는 여러 차례 연구된 바 있다. 물론 인터넷이 오프라인에서도 안 되는 공론의 이상적인 영역이 될 수는 없다. 하지만 자칫 과도한 지지집단끼리의 몰입화는 정상적인 정치과정에 대한 불신으로 이어져 장기적으로 정치발전에 해악이 될 수도 있다. 장우영과 송경재(2007)도 한국의 인터넷 정치인 팬클럽에서의 과도한 팬덤으로 인한 사인화의 경향이나 리더에 대한 충성이 정당조직을 약화시켜 정상적인 정치과정의 왜곡을 야기할 수 있음을 지적한 바 있다.

나꼼수의 정치참여 효과를 분석한 본 논문에서도 연구의 주제가 정치참여 효과에 한정된 것이므로 무게중심이 기능주의적인 효과분석에만 초점을 둔 것은 사실이다. 하지만 나꼼수 역시 지지집단의 강화가 자칫 운영자에 대한 과도한 충성과 몰입을 할 경우, 또 다른 문제점을 양산할 우려가 있는 것도 사실이다. 지지집단 결집이 자칫 하나의 정치세력화 되었을 경우, 선행 학자들의 우려대로 분극화의 공간이자 과도한 팬덤화로 인한 정치적 불신 조장 등을 야기할 문제도 존재한다. 따라서 나꼼수의 정치참여 효과만이 아닌 정치과정에서 나꼼수로 인

한 부정적인 문제에 대한 분석도 필요하다.

마지막으로, 연구의 한계를 지적하지 않을 수 없다. 앞서도 지적한 바와 같이 이 연구는 다분히 시론적인 연구라고 할 수 있다, 체계적이고 일반화된 전국민 대상의 조사결과를 도출하기 보다는 향후 다양하게 등장하리라 예측되는 소셜 미디어의 정치참여 효과를 규명하기 위한 시도 중의 하나라고 할 수 있다. 때문에 방법론적으로 문제점은 분명히 존재한다. 첫째, 본 연구는 서울의 4년제 대학교에 재학중인 학생집단을 대상으로 표본을 추출했다는 점에서 표본의 편향성(bias)이 강하게 나타날 수 있다. 둘째, 때문에 이 연구결과를 바탕으로 과도한 일반화의 오류도 존재한다.

그럼에도 본 연구자가 제시하고자 하는 것은 대학생집단 내에서의 소셜 미디어 팟캐스트 나꼼수의 이용행태가 정치참여와 어떤 영향을 주었는지를 파악하고자 하는 시도라는 점에서는 일정한 의미가 있을 것이다. 연구방법론적으로 일반화에는 문제점을 내포하고 있으나 대학생집단이 10.26 서울시장 선거에서의 투표유입과 지지집단 강화 도구로서 나꼼수가 의미성이 있었다는 것을 확인할 수 있었다. 이 연구를 발판으로 소셜 미디어중의 한 분야인 팟캐스트 만이 아닌 트위터, 페이스북 등 다양한 소셜 미디어 플랫폼을 대상으로 한 중층적인 분석과 투표참여와 지지후보 선택의 인과성에 대한 추가적인 연구가 있기를 기대한다.

(2012년 4월 6일 접수, 5월 1일 심사완료, 5월 21일 게재확정)

참고문헌

- 강원택. 2007. 『인터넷과 한국정치』. 파주: 집문당.
- 금혜성. 2011. “정치인의 SNS 활용-정치적 소통 도구로서의 트위터,” 『한국정당학회보』, 제10권 제2호.
- 김어준 · 김용민 · 정봉주 · 주진우. 2012. 『나는 꿈수다 1』. 서울: 시사HN북.
- 김용민. 2011. 『나는 꿈수다 (뒷담화)』. 서울: 미래를소유한사람들.
- 김용철 · 윤성이. 2005. 『전자 민주주의: 새로운 정치패러다임의 모색』. 서울: 오름.
- 김용호. 2003. “네티즌 포폴리즘이나, 새로운 형태의 정치참여인가?: ‘노사모’ 사례연구.” 『정보화정책 자료집 2004-3』. 서울: 한국정보화진흥원.
- 류석진. 2006. “인터넷 보수의 대반격,” 조선일보. 2006년 5월 9일. http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2006/05/08/2006050870073.html (검색일: 2012년 3월 25일).
- 송경재. 2012. “입맛대로 SNS 분석 보도 정파성 함정 경계해야,” 미디어오늘 3월 21일 <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=101167> (검색일: 2012년 3월 23일).
- _____. 2011. “디지털 디바이드에서 다층적 스마트 디바이드 사회로,” 미발표 원고.
- _____. 2010. “미국 소셜 네트워크 서비스(SNS) 사용자의 특성과 정치참여,” 『한국과 국제정치』, 제26권 제3호: 129-158.
- _____. 2009. “웹 2.0 정치 UCC와 전자민주주의: 정당, 선거 그리고 촛불시민운동의 시민참여를 중심으로,” 『담론 201』11(4). 63-91.
- 유석진 · 이현우 · 이원태. 2005. “인터넷의 정치적 이용과 정치참여,” 『국가전략』, 제11권 3호.
- 유창주. 2011. 『박원순과 시민혁명』. 서울: 두리미디어.
- 윤영민. 2011. 『Dialogue 1 : 소셜미디어와 집단지성』. 서울: 한양대학교 출판부.
- 이은민. 2006. “팟캐스트(Podcast) 시장 분석,” 정보통신정책연구원. 『정보통신정책』, 제18권 제7호. 27-32.

- 장덕진. 2011. “트위터 공간의 한국 정치-정치인 네트워크와 유권자 네트워크.”
언론정보연구 제48권 제2호.
- 장우영 · 민희 · 이원태. 2010. “지방선거와 웹캠페인: 제5회 서울시장 선거를 중
심으로,” 『정보와 사회』, 제18권.
- 장우영 · 송경재. 2007. “정보화시대의 선거와 유권자,” 『사이버커뮤니케이션학
보』, 22. 237-262.
- 전용주 · 김도경 · 서영조. 2008. “부산 · 광주지역 대학생들의 정치성향 비교연
구 - 설문조사결과를 중심으로,” 『한국정치학회보』, 제42집 제4호.
- 정종기. 2010. “웹 2.0기반의 ‘팟캐스트’ 정보통신기술을 이용한 미국의 도서관
서비스에 관한 연구,” 한국도서관 · 정보학회. 『한국도서관 · 정보학회지』,
제41권 제1호. 99-120.
- 최민재 · 양승찬. 2009. 『인터넷 소셜미디어와 저널리즘』. 서울: 한국언론재단.
- Barber, Benjamin. 1984. *Strong democracy: Participatory politics for a new age*. Berkeley:
University of California Press.
- Boulianne, Shelly. 2009. “Does Internet use affect engagement? A meta-analysis of
research” *Political Communication* 26: 193-211.
- Castells, Manuel. 2001. *The Internet Galaxy*. Oxford University Press.
- Castells, Manuel, Qiu, Jack Linchuan, and Fernandez-Ardevol, Mireia. 2009. *Mobile
Communication and Society: A Global Perspective*. MIT PRESS.
- Chadwick, A. 2006. *Internet Politics: States, Citizens, and New Communication Technologies*.
New York & Oxford: Oxford University Press.
- Conover, M. D. et al. 2011. “Political Polarization on Twitter.” *In proceeding of 5th
International AAAI Conference on Weblogs and Social Media ICWSM*.
- Delany, Colin. 2009. “Learning from Obama: Lessons for Online Communicators in
2009 and Beyond,” at <http://www.epolitics.com> (2012/02/24).
- Ellison, Nicole B., Steinfield, Charles, and Lampe, Cliff. 2007, “The benefits of
Facebook “friends”: Exploring the relationship between college students’ use of

- online social networks and social capital,” *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (4). <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>. (2010/05/12).
- Feenberg, A. 1999. *Questioning Technology*. London ; Routledge.
- Foot, Kirsten A., and Schneider, Steven M. 2006. *Web Campaigning*. MIT press.
- Fraser, Matthew and Dutta, Soumitra. 2008. *Throwing Sheep in the Boardroom: How Online Social Networking Will Transform Your Life*. Work and World. Wiley.
- Hirzalla, Fadi, Liesbet van Zoonen, Jan de Ridder. 2011. “Internet use and political participation: Reflections on the mobilization/normalization controversy.” *The Information Society* 27.
- Joseph Klapper. 1960. *The Effects of Mass Communication*. New York, Free Press.
- Milbrath, L. W. & Goel, M. L. 1977. *Political Participation*. Chicago: Rand McNally.
- Montgomery, Kathryn. 2007. *Generation Digital: Politics, Commerce, and Childhood in the Age of the Internet*. Cambridge: The MIT Press.
- Newson, A. Houghton, D. and Patten, J. 2009. *Blogging and other social media*. Farnham: Gower.
- Norris, Pippa. 2002. *Democratic Phoenix : Reinventing Political Activism*. New York: Cambridge University Press.
- Panbianco, A. 1988. *Political Parties: Organization and Power*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Qualman, Erik. 2009. *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*. USA: Wiley.
- Safko, L., and Brake, D. 2009. *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. NY: Wiley.
- Shirky, Clay. 2008. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. USA: Penguin Books, 송연석 옮김. 2008. 『끌리고 쓸리고 들끓다』. 서울: 갤리온.
- _____. 2010. *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*. Penguin Press.

- Smith, Aaron. 2009. "Online participation in the social media era," at the 2009 Annual Symposium on Racing & Gaming, presented by The University of Arizona's Race Track Industry Program.
- Sunstein, Cass. 2007. *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press.
- Tapscott, Don. 2008. *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. New York: McGraw-Hill.
- Verva, Sidney and Norman H. Nie. 1972. *Participation in America: Political democracy and social equality*. New York: Harper and Row.
- Winner, L. 1988. "Do Artifacts Have Politics?" In Kraft, M. E., and Vig, N. J. (eds.) *Technology and Politics*. Cambridge, MA: MIT Press.
- The New York Times. November 8, 2011.
http://www.nytimes.com/2011/11/02/world/asia/lamooning-leaders-talk-show-channels-young-peoples-anger-in-south-korea.html?_r=4&pagewanted=1 (2012/03/16).
- 경향신문. 2011년 12월 27일.
http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201112272155325&code=910402 (검색일: 2012년 3월 23일).
- 내일신문. 2011년 10월 18일.
<http://www.naeil.com/News/politics/ViewNews.asp?nnum=629707&sid=E&tid=1>
 (검색일: 2012년 5월 13일).
- 세계일보. 2012년 2월 6일.
<http://www.segye.com/Articles/NEWS/SOCIETY/Article.asp?aid=20120206003754&subctg1=&subctg2=> (검색일: 2012년 3월 23일).
- 조선일보. 2011년 10월 20일.
http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2011/10/20/2011102000146.html
 (검색일: 2012년 3월 12일)
- 한국일보. 2011년 8월 1일.

<http://news.hankooki.com/lpage/society/201108/h2011080102342521950.htm>

(검색일: 2012년 3월 23일).

한국일보. 2010년 2월 11일.

<http://news.hankooki.com/lpage/society/201010/h2010101117184621950.htm>

(검색일: 2012년 3월 18일).

나는 폼사리다. <http://old.ddanzi.com/appstream/ggobsari.xml> (검색일: 2012년 3월 23일).

Social Media Age and the Changes in Election

Kyong-Jae Song

The purpose of this study is to examine and analyze the effects that the popular political internet podcast program titled “Naneun Ggomsuda” (hereinafter referred to as “Naggomsu”) has on the political participation of college students. This study attempts to analyze the characteristics of the political participation of college students that listen to Naggomsu by conducting a survey for college students in Seoul after the Seoul mayor election held on October 26, 2011. A quantitative statistical analysis method was applied as the research method for this study.

Although the study was limited to the college student group, the results showed that, first, the podcast Naggomsu had a statistical significance on the college student group’s determination to vote or selection of the supported candidate. Second, the college student group displayed a stronger effect of self-reinforcement regarding their chosen candidate as such group listened to Naggomsu. Thirdly, despite of Naggomsu’s positive effects on the group’s political participation, the results showed that it caused the polarization of like-minded groups and a distorted sense of fandom rather than creating and developing an area for the public to voice their opinions

Key Words : Social Networkin Sites(SNS), political participation of college students, internet podcast, Naneun Ggomsuda, polarization.

