

# SNS(Social Network Service)와 정책선거: 선거공론장으로서의 SNS

김 경 래 (Kim, Kyung-rae) \*

(E-mail : kimkyungrae@googlemail.com)

나 인 섭 (Na, In-seop) \*\*

(E-mail : ypencil@hanmail.net)

논문접수일 : 2012년 7월 1일

논문심사일 : 2012년 7월 20일

게재확정일 : 2012년 8월 17일

\* 학위취득대학 : 베를린자유대학

현직: 호남대학교 인문사회과학연구소 겸임교수(제1 저자)

\*\* 학위취득대학 : 전남대학교

현직: 전남대학교 유비쿼터스정보가전사업단 BK 계약교수(교신저자)

# SNS(Social Network Service)와 정책선거: 선거공론장으로서의 SNS \*

## <국문요약>

자스민 혁명, 투표 독려 인증샷 등은 우리의 일상생활에서 손쉽게 사용할 수 있는 SNS가 어떠한 정치적 영향력을 갖는지를 보여주는 좋은 예이다. 이에 본 연구는 SNS의 이러한 정치적 영향력이 정책선거를 위한 공론장으로서의 역할을 할 수 있는지 알아보았다.

페이스북(Facebook), 트위터 등과 같은 SNS는 그 자체의 특성으로 인해 사적 의견의 공론화, 이슈의 연쇄적 파급 등의 특징을 갖고 있다. 이는 SNS가 정책선거를 위한 공론장으로서 기능할 수 있는 잠재력을 보여준다.

그러나 다른 한편으로 SNS는 정치적 담론을 위한 한계점을 갖고 있다. 트위터의 140자로는 정치적 주제에 대한 진지한 토론이 불가능하다는 점, SNS에서의 교류는 자신과 정치적 성향이 비슷한 사람들과 이루어지기 때문에 제한된 공론장으로서의 모습을 보인다는 점, SNS에서 실질적으로 진행되는 정치담론의 경우 정책적 논의가 부족하다는 점 등을 들 수 있다.

SNS는 이러한 단점에도 불구하고 높은 접속 빈도, 페이지 뷰를 바탕으로 다양한 논의 및 거대 담론장 또한 형성하고 있다. 이에 우리 국민 스스로가 좀 더 정치적 책임의식과 사명의식을 가지고 SNS를 정책선거 공론장으로 만들어간다면 우리 선거문화는 혈연, 지연, 학연이 아닌 정책 중심으로 바뀔 수 있을 것이다.

[주제어] SNS, 정책선거, 선거 공론장, 논쟁적 민주주의

\* 이 논문은 호남대 인문사회과학연구소(2012.3.28.) 제19대 국회의원선거 정책토론회의 “정치분야의 SNS 이용사례 연구”내용을 일부 발췌, 수정 보완하였음을 밝힙니다.

## I. 서론

가트너(Gartner)<sup>1)</sup>는 2011년 10대 전략기술의 하나로 소셜 기술을 꼽았다. 그리고 2012년 각광받을 10대 모바일 어플리케이션으로 다시 한 번 소셜 기술들을 언급했다. 최근 아이폰, 안드로이드, 아이패드 등의 스마트 모바일 기기들의 활성화는 기존 일상생활의 패러다임을 ‘트위터’, ‘페이스북’으로 대변되는 SNS(Social Networking Service)로 급속하게 이동시키고 있다. 이러한 SNS의 확산은 우리 사회 여러 분야의 생활양식과 행동양식을 바꾸고 있다.

이러한 변화는 2010년 튀니지에서 시작된 자스민 혁명을 통해 명확하게 알 수 있다.<sup>2)</sup> 우리 사회에서도 지난 2010년 6·2지방선거 당시 유명 연예인들을 중심으로 ‘인증샷’이라는 형태로 SNS를 이용해 투표를 독려하는 등 정치 분야에 적용되었다. 더불어 2011년 12월 29일 헌법재판소는 SNS를 이용한 사전선거운동을 금지한 공직선거법 조항이 위헌이라는 결정을 내렸다. 이로 인해 4월에 실시되었던 제19대 총선부터 사실상 트위터를 통한 선거운동을 규제할 수단이 사라졌으며, 정당이나 특정 후보에 대한 지지·반대 등 자유로운 의사표현이 가능해졌다. 따라서 앞으로 SNS를 활용한 다양한 형태의 선거운동이 나타날 것으로 예상된다.

그런데 SNS상에 이루어지는 선거운동이 과연 긍정적인 기능을 하여 우리의 선거문화를 지연, 학연이 아닌 정책을 위주로 한 선거운동으로 바꿀 수 있을지 관심이 집중되고 있다.

이에 이 글에서는 SNS가 정책선거를 위한 공론의 장으로서의 역할을 할 수 있는지 또 그렇다면 그것을 위한 전제조건이 무엇인지를

1) 가트너(Gartner)는 미국 코네티컷주 스탠포드에 있는 IT분야의 리서치 및 자문 회사이다. 2001년까지 가트너 그룹(The Gartner Group)으로 불렸다. 가트너의 고객은 대기업 및 정부 기관, IT 기업, 투자 회사 등 다양하다. 1979년에 설립되어 세계 80개국에 4,400명 이상의 종업원을 거느리고 있으며, 이 중 1,200명이 연구개발직 인력이다.

2) 자스민 혁명에 대해서는 본 논문의 2.2.1 참조

규명하고자 한다.

이를 위해 2장에서는 SNS의 개념을 알아보고, 2000년대 초·중반 등장하기 시작한 SNS가 스마트폰의 대중화로 폭발적인 급성장을 하면서, 정치적인 면에서 어떻게 활용되고 있는지 그 사례를 알아보았다. 다음으로 3장에서는 실질적인 정책선거를 위해서는 유권자들이 단지 후보, 정책을 선택만 하는 수동적인 존재가 아니라 갈등과 문제의 당사자로서 직접적으로 문제해결을 제시하며 또는 해결을 위한 토론에 참여할 수 있는 상황까지도 상정해야 된다는 것을 제시하였다. 이는 정책선거를 위한 공론장의 중요성을 그 전제로 하는 것이다. 따라서 4장에서는 SNS가 정책선거를 위한 공론장으로서의 역할을 수행할 수 있는지에 대해 초점을 맞추었다. 이를 위해 샹탈 무페(Chantal Mouffe)의 논의를 바탕으로 민주주의에서 정책으로 인한 갈등, 대립은 필연적인 것으로 이의 해결은 다수결에 의한 것이다. 특히 선거 시기 이러한 특징은 더욱 명확한 것으로 정책선거를 위한 공론장은 타협과 조율 보다는 경쟁과 대립이 기본적인 것임을 명확히 하였다. 정책선거를 위한 공론장의 이러한 기본적인 성격을 바탕으로 SNS가 갖는 장단점을 분석하였고 한계에도 불구하고 SNS가 정책선거를 위한 공론장으로서 중요성에 대해 살펴보았다. 5장은 결론으로 SNS의 가능성과 함께 분명히 존재하는 문제점의 극복을 위해서는 법적인 규제가 아닌 민주주의 사회에서 정책선거가 갖는 의미와 그의 현실화를 위해 민주시민으로서의 자질 함양에 더 큰 비중을 두어야 함을 강조하였다.

## II. SNS(Social Network Service)

웹상에서 지인(知人)들과의 인맥을 강화하고 또 새로운 인맥을 쌓는 등 폭넓은 인적 네트워크(인간관계)를 형성할 수 있도록 하는 서비스를 ‘소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, SNS)’라

고 한다. 국내의 대표적인 SNS로는 1999년에 시작된 미니홈피 '싸이월드', 2010년 3월에 시작된 '카카오톡'을 들 수 있다. 해외에서는 1995년 소개된 친구 찾기 서비스 Classmate, 1997년 SixDegrees, 2004년 Facebook, 2007년 Twitter등이 대표적이다.<sup>3)</sup>

Facebook의 경우 2007년 1월에 1,500만 명에 불과하던 회원수가 7월에 3,000만 명, 12월에는 5,800만 명으로 급증하여 2011년 6월에는 7억 명에 육박한 회원을 거느린 전 세계 최고의 사이트로 성장했다. SNS 방문자 수와 이용 시간이 기존 포털 서비스를 추월하고 있는 추세이다.<sup>4)</sup>

Gartner에 따르면 2011년 엔터프라이즈 소셜 소프트웨어 시장 규모는 전년 대비 16% 성장한 7억 6,900만 달러로 예상되며, 2014년 13억 달러 규모로 성장할 전망이다.

## 1. 카카오톡, Facebook, 트위터

(주)카카오가 2010년 3월 18일 서비스를 시작한 글로벌 모바일

- 3) 2011년 Facebook이 7억명, 2010년 하반기 기준, Twitter가 1억 6천만 명, 네이버 3400만 명, 다음 3100만 명, 그리고 2012년 3월 현재 카카오톡은 국내의 사용자가 4000만 명에 달한다.
- 4) SNS 이용자가 급증하고 있을 뿐만 아니라(07년 4.6억명→10년 15.1억명), SNS가 포털 서비스의 이용시간보다 3배(페이스북 6시간, 야후 1시간 50분) 높다. 또한 페이스북, 트위터 등 범용 SNS이외에 음악·게임(애플 PING, 정가 등), 비즈니스 인맥(링크드인 등), 위치기반(포스퀘어 등) 서비스로 SNS가 다양화되고 전문화되고 있으며, 아마존 등 일반 인터넷서비스가 페이스북에 입접하고, 단말제조사가 페이스북 전용 스마트폰을 출시하는 등 일상생활에서 쇼핑, 게임, 비즈니스에 이르기까지 SNS와의 융합이 가속화되고 있다. 이는 SNS가 새로운 국가·사회 커뮤니케이션 및 비즈니스 플랫폼으로 활용될 수 있음을 의미한다. 특히, 이용현황을 보면, 전 세계 리트윗의 50%는 트윗이 생성된 지 60분 이내에 유통되는 반면, 우리나라의 경우 30분 이내로 유통되고 있어, 해외에 비해 2배가 빠르고 상호작용(트윗-리트윗-댓글)도 8배 높다. 따라서, 이와 같은 우리나라의 역동적인 SNS 이용문화와 첨단 IT 기술을 효율적으로 결합하면 SNS의 생산적 활용을 촉진할 수 있을 것으로 기대된다. 방송통신위원회, 2011. 5.11 보도자료, "소셜융합의 전면화 본격 지원, 「소셜플랫폼 기반의 소통·창의·신뢰 구현 전략」 수립", pp. 1-2.

인스턴트 메신저인 카카오톡은 현재 스마트폰 사용자를 대상으로 프리웨어로 제공된다. 안드로이드 모바일 장치 사용자는 구글 플레이에서, 애플의 모바일 장치 사용자는 애플 앱스토어에서, 블랙베리 기기 사용자는 앱월드에서 내려 받아 사용할 수 있다.

사용자 수는 대한민국 사용자와 해외 사용자 수를 합하여 2011년 4월 1일 1,000만 명, 2011년 7월 28일 2,000만 명, 2011년 11월 14일 3,000만 명을 넘어선데 이어, 2012년 3월 11일 4,000만 명을 돌파하였다. 2011년 12월 29일 카카오톡을 통해 일일 오가는 메시지 개수가 10억 건이 넘었다(헤럴드경제 2012. 01. 02) 현재 지원하는 플랫폼은 안드로이드, iOS, 블랙베리이며, 사용언어는 한국어, 영어, 일본어, 스페인어로 웹사이트 <http://talk.kakao.com>을 통해 정보를 제공하고 있다.

페이스북의 전신은 당시 하버드대 2년생이던 마크 주커버그(Mark Zuckerberg)가 2003년 10월 하버드대 학생들을 대상으로 시작했던 장난스러운 서비스 '페이스매시(Facemash)'였다. 당시 인기였던 '핫 오어 낫(Hot or Not)'과 비슷한 서비스였다. 하버드대 기숙사를 해킹해서 학생들의 사진과 정보를 빼낸 후 각자의 사진 옆에 2개의 다른 사진들을 올려놓고 더 '핫(hot)'한 쪽을 고르도록 하는 것이었다. 핫 오어 낫은 미혼 남녀들이 사진을 올리고 간단한 정보를 입력하면 방문자들이 사진 옆에 평점을 매기기도 하고 직접 연락할 수도 있는 서비스였다. 페이스매시는 개시 직후 엄청난 인기를 끌다가 하버드대 행정당국에 의해 강제로 차단당했다. 주커버그(Mark Zuckerberg)는 보안규정을 어기고, 저작권을 위반했으며, 개인 사생활을 침해했다는 이유로 학교에서 제명 위기에 몰렸지만 겨우 구제됐다. 주커버그는 그 학기 '예술의 역사' 기말고사를 위해 500개의 로마 아우구스티누스 시대의 이미지에 각각의 설명을 단 사이트를 만들어 학과 친구들에게 공개했는데, 이를 본 다른 친구들도 자신이 학습한 내용을 올리기 시작했다(중앙일보 2011.03.29.). 2004년 2월 주커버그(Mark Zuckerberg)는 크리스 휴즈(Chris Hughes), 더스틴

모스크비츠(Dustin Moskovitz), 에두알도 세브린(Eduardo Saverin)과 하버드대 기숙사에서 thefacebook.com이라는 사이트를 처음 개설했다. 페이스북이란 미국 대학들이 새 학년이 시작되는 학기 초에 나눠주는 학생명부로 학생들의 얼굴 사진과 이름 및 간략한 소개 정보가 들어 있다. 이 사이트는 3월 스탠퍼드대, 컬럼비아대, 예일대 등으로 확대됐고 곧 미국 전역의 대학과 고등학교로 번졌다. 공식적인 회사 이름을 페이스북으로 한 것은 2005년 8월이었다. 2006년 9월에는 e-메일을 갖고 있는 13세 이상의 모두에게 확대했다. 페이스북 로고가 파란색인 것은 주커버그(Mark Zuckerberg)가 적록색 맹이어서 적색과 녹색을 제대로 인지하지 못하기 때문이다. 현재 페이스북 가입자 수는 7억 명을 넘어섰고, 기업 가치는 72조원(약 650억 달러)가 넘는다(중앙일보 2011.03. 29).

트위터의 전신은 2005년 설립된 팟캐스트 서비스업체인 '오데오'다. 잭 도시(Jack Dorsey), 비즈 스톤(Biz Stone), 노아 글래스(Noah Glass) 등 오데오 임직원들이 새로운 사업에 대한 브레인스토밍 - 자유로운 형식의 아이디어 회의 - 을 하다 나온 아이디어가 트위터였다. 공원 어린이용 미끄럼틀에 앉아 멕시코 음식을 먹다가 '소그룹 내에서 어떤 일이 벌어지고 있는지 알려주는 단문 문자메시지' 서비스를 해보는 것이 어머니는 아이디어가 나왔다고 한다. 미국 트위터 본사 홍보팀에 따르면 이들은 이 서비스의 이름도 브레인스토밍을 통해 정했다고 한다. '주머니 속에서 휴대전화가 현재 일들을 업데이트해서 알려주느라 웅웅거리는 모습'을 표현할 수 있는 이름을 고민하다 '지터(Jitter)' '트위터(Tw-itter)'를 포함해 몇 개의 이름에 대한 아이디어가 나왔고 이 이름들을 종이에 적은 후 모자에 넣어 한 개를 뽑았는데 그것이 트위터였다.<sup>5)</sup> 2006년 4월 처음 서비

5) 처음엔 이 프로젝트가 잘될지 모두들 자신이 없었다. 그러던 어느 주말 카펫 청소를 하던 비즈 스톤의 주머니에 있던 휴대전화가 울렸다. 오데오 창업자 에번 윌리엄스가 지금 포도주를 마시고 있다는 내용의 트윗을 올린 것이었다. 스톤은 그 순간 트위터의 성공을 예감했다고 한다. 트위터란 새가 지저귀는 모양이 나 사람이 속삭이듯 말하는 걸 표현하는 단어다. 잭 도시는 후에 "새들이 지저

스를 시작한 트위터는 세계적인 인기를 끌며 확대됐고, 현재 2억 명 이상이 사용하는 글로벌 서비스로 성장했다(중앙일보 2011.03.29). 영어뿐만 아니라 다국어를 지원하며, 지역에 제한 없이 전 세계 이용자와 짧은 글로 대화와 비슷한 방식으로 이야기가 오가는 특징이 있기 때문에, 누군가가 시작한 이야기가 급속히 유포되어 세계적인 이슈가 되는 일도 일어난다. 장문의 진지한 글을 쓰는 데 좋은 블로그와 달리, 트위터는 간단한 글을 손쉽게 쓸 수 있는 단문 전용 사이트이기 때문에, 이동 통신 기기를 이용한 글 등록도 편리하다. 상대방의 최근 활동을 알게 해주는 '팔로우(follow)'라는 기능이 있다는 점, 그리고 메신저와 같은 신속성을 갖춘 점이 특징이다. 그리고 다른 SNS와는 달리 상대방이 허락하지 않아도 일방적으로 '팔로어(follower)'로 등록할 수 있다. 한국어 서비스는 2011년 1월 18일 트위터에서 공식적으로 시작하였다. 한국어 서비스가 공식적으로 시작됨에 따라 트위터 고객센터(@d-woomi), 트위터 대한민국(@twitter\_kr) 트위터 인기 트윗(@topt-weets\_ko) 계정이 추가되었다. 현재 트위터는 중화인민공화국, 이집트, 대한민국에서 검열을 실시하고 있으며, 한 때 영국에서 시위 진압을 목적으로 검열을 실시하였다. 2012년 1월 26일 트위터가 '국가별 차단' 정책을 시행하겠다고 밝히면서 '표현의 자유' 보장에 대한 논란이 불거졌다. 국경 없는 기자회견(RSF)는 잭 도시 트위터 공동 창업자에게 항의서한을 통해 "트위터가 억압받는 나라의 반체제 인사들에게 매우 중요한 도구를 박탈했다"고 항의했다. 발표 이후 국내외 트위터 이용자들은 "트위터가 배신했다"는 비판적인 목소리를 높였다. 반대로 트위터의 이같은 정책이 오히려 '표현의 자유'를 지킬 수 있다는 목소리도 나온다. 트위터는 "해당 국가가 법에 따라 요청을 하면 이를 받아들일 수 있다는 것"이라며 "또한 이를 무분별한 검열 반대 웹사이트인 "

컴, 그것은 트위터를 있는 그대로 설명한다"고 말하기도 했다.

칠링이펙트(Chillingeffects.org)'에 이 사실을 공개해 오히려 투명해졌다"고 설명했다(위키백과 트위터).

## 2. 정치와 SNS

### 1) 튀니지 자스민혁명

자스민 혁명이란 2010-2011년 독재 정권에 반대해 전국적 시위로 확산된 튀니지의 민주혁명으로, 튀니지의 국화(國花) 이름을 따서 방 언론이 붙인 명칭이다. 시위의 발단은 2010년 12월 남동부 지방도시인 시디 부지드 거리에서 무허가 노점상을 하던 한 청년의 죽음에서 시작되었다. 대학을 졸업하고도 취직을 못해 노점상을 하던 20대 청년이 경찰의 단속에 항의해 분신자살을 했고, 이러한 사연은 청년층의 분노를 촉발시켰다. 여기에 극심한 생활고와 장기집권으로 인한 억압통치, 집권층의 부정부패 등 현 정권에 대한 불만이 쌓여 있던 시민들이 합세하면서 독재 타도를 외치며 전국적인 민주화 시위로 확산됐다. 결국 지네 엘아비디네 벤 알리(Zine El-Abidine Ben Ali) 당시 튀니지 대통령은 2011년 1월 14일 사우디아라비아로 망명했다.

일련의 폭동은 정보 공유를 위해, 페이스북 등을 통한 인터넷에 의한 정보 교환이 힘을 발휘했고, 유튜브, 트위터, 위키리크스 등 인터넷 매체도 중요한 역할을 했다고 평가되고 있다. 2010년 말에 시작된 튀니지혁명은 아프리카 및 아랍권에서 쿠데타가 아닌 민주봉기로 독재정권을 무너뜨린 첫 사례가 되었다. 또한 인근 이집트를 비롯해 알제리·예멘·요르단·시리아·이라크·쿠웨이트 등 독재정권에 시달리던 아프리카 및 아랍국가로 민주시위가 점차 확산되는 계기를 만들었다.

시위 첫날, 이집트 정부는 대부분의 이집트 방송국을 검열했고, 시위자들에게 일어나고 있는 일들을 퍼뜨리는데 도움을 준 소셜 미

디어 웹사이트를 차단 조치를 했다. 1월 27일, 트위터에 외국 기자와 이집트인들에게서 이집트 내의 SMS와 블랙베리 메시지 서비스가 차단당했다는 소식이 전해졌다. 트위터와 페이스북도 간헐적으로 차단됐다. 현지시간으로 1월 27일에서 28일로 넘어가는 밤에 이집트 정부는 인터넷 접속을 전면 차단하는 전례 없는 행위를 실행했다. 사실상 전 세계적으로 이집트의 인터넷 주소들은 접속 불가상태였다.

### 2) 선거 인증샷

2011년 10.26 서울시장 재보궐 선거 당시 연예인 김제동은 트위터에 투표 인증샷을 올리고 투표를 지속적으로 독려했다. 그는 트위터 팔로어가 60만 명이 넘어 선거당일 수많은 매체를 통해 실시간 전파된 행위가 단순 독려 행위를 넘어 선다고 한 시민에 의해 공직선거법 위반 혐의로 고발되기도 하였다. 소설가 이외수는 2012년 3월 현재 125만 명의 팔로어가 있다. 유명 인사들이 투표장에서 찍은 사진을 SNS에 게재하고 친구, 지인들이 정치에 목소리를 높이는 것은 많은 젊은 유권자들을 자연스럽게 SNS에 영향을 받아 정치참여를 할 수 있게 유도하고 있다.

### 3) 오바마 대통령 SNS선거운동

페이스북 공동창업자 크리스 휴즈(Chris Hughes)가 2007년 2월 페이스북을 떠나서 오바마 선거운동에 합류하여 마이보(Mybo)로 알려진 마이버락오바마닷컴과 보트포체인지(Vote for Change)라는 웹사이트를 개설했다. 보트포체인지(Vote for Change) 사이트는 지금은 www.barackobama.com 으로 연결되고 있다. 마이보 액티비티 트랙커(MYB-O Activity Tracker)은 쌍방향 게임인데, 쌍방향 게임을 선거운동에 도입해서 등급을 매기고 선거운동에 지속적으로 참

여하도록 독려한 것이 대히트를 쳤다.

### III. 정책선거

#### 1. 정책선거의 의미

오늘날 민주주의 정치체제에서 선거는 국민들이 정책결정에 참여하여 주권자로서 자신의 주권을 행사할 수 있는 기본적인 구체적 행동이다. 이를 통해 인민의 의사가 무엇인지 확인되며 또 확인된 의사의 실현을 위한 근거가 된다(임혁백 2009, 33).

오늘날 이러한 인민의 의사는 정책이라는 단어로 표현되고 있다. 그리고 이는 정당에 의해 규합, 개발되고 있으며, 정당에서 추천하는 후보자와 함께 선거를 통해 유권자의 심판을 받는다. 이러한 의미에서 신두철(2005, 77)은 선거를 후보자와 정당의 정책을 평가하는 장으로 이해하며, 그리고 이를 통해 유권자가 정책의 차별성을 기준으로 자신의 선호에 맞는 후보자나 정당을 선택하는 정책대결의 장이 되어야 한다고 하였다. 이러한 기준에 의하면 정책선거란 유권자들이 선거에 임하는 정당과 후보자들이 제시하는 정책 또는 공약을 판단의 근거 삼아 자신의 견해를 표현하는 것을 의미한다. 즉 유권자들이 단순히 개인적인 친분 - 지연, 학연, 혈연 - 에 의해 투표를 하는 것이 아니라 정당 또는 후보자가 자신들이 집권했을 경우 시행할 정책을 제시하고, 유권자는 이를 다른 경쟁하는 정당 또는 후보자와 비교해서 더 우수하다고 생각하는 것에 투표를 하는 선거운동을 의미하는 것이다(박명호 2003, 217).

그러나 정책선거에 대한 이러한 논의들은 그 타당성에도 불구하고 후보자들을 단순히 투표를 통해 선택만 하는 피동적인 행위자들로 간주하는 한계를 갖고 있다. 기존의 논의들은 정당 또는 후보자를 정책의 공급자로, 이에 반해 유권자들을 정책의 수요자로 파악하면서, 공

급자들에 의해 제시되는 정책을 선택하는 존재로만 파악하고 있다(박명호 2003, 박희봉 2008). 정책선거에 대한 이러한 이해는 유권자들을 단지 수동적인 존재로 제시된 문제와 그것의 해결에 대해 선택, 심판하는 존재로만 파악하는 것이다. 이러한 의미는 정책선거를 단지 개인적인 선호와 열망의 집합으로만 이해하는 한계를 지니고 있다.

오늘날 복잡하고 다원화된 자유민주주의 체제하에서 유권자들은 다양한 요구를 갖고 있다. 정당과 후보자들은 선거를 통해 자신들의 정책을 제시하면서 유권자들의 요구에 부응하기 위해 경쟁을 한다. 다수결의 원칙에 의해 많은 유권자들의 지지를 획득한 정책이 합의로 인정되고 있다. 그러나 이 경쟁의 과정에서 유권자는 자신이 지지하는 정책의 효율성 또는 정당성을 주장하면서 경쟁하는 정책의 문제점 또는 비효율성을 지적할 수 있는 과정을 통해 자신이 요구하는 바를 구체적으로 표현할 수 있는 기회를 갖지 못하고 있는 것이 현실이다.

이러한 한계를 극복하고 의미 있는 그러면서 실질적인 정책선거를 위해 유권자를 국민의 의사를 형성하고 제시하는 정책의 공급자이자 수요자라는 측면에서 바라볼 필요가 있다. 따라서 정책선거를 위한 중요한 요소 중 하나는 바로 유권자들을 단순히 선택 하는 사람 또는 심판자로서 이해하는 것이 아니라 이해와 요구의 당사자로서 주체적으로 정책을 제시하고, 경쟁하는 정책에 대해 자유롭게 토론할 수 있는 주체적인 존재로 이해해야 할 것이다.

#### 2. 정책선거를 위한 선거 공론장의 역할

정책선거에 관한 이러한 논의는 결국 유권자들을 정책의 수요자로만 보는 것이 아니라 공급자로서 역할을 할 수 있는 제도, 환경의 중요성을 제기하는 것이다. 이는 서로 경쟁하는 정당 또는 후보자들 간에 정책에 대한 활발한 논의 그리고 일반 유권자들 또한 정당, 후보자가 제시하는 정책에 대해 자신의 견해를 자유롭게 제시할 수 있는 토론, 소통을 할 수 있는 공간으로서 공론장의 필요성을 제기한다.

정책선거와 관련해 이러한 공론장의 필요성은 무엇보다 오늘날의 사회는 다양한 이해가 존재하고 있고 이로 인해 다양한 갈등이 존재한다는 사실에 근거한다. 다양성을 기본으로 하는 민주주의에서 사회가 당면하고 있는 문제 그리고 그것의 해결 방안에 대해 유권자들은 자신의 가치관, 이념, 이해 등에 따라 우선순위가 다를 수밖에 없고 그로 인한 갈등은 당연한 것이라 할 수 있다. 이러한 상황에서 선거는 서로 다른 이해로 인한 갈등의 해결과정이라 할 수 있다. 그리고 정책 선거는 갈등이 구체적으로 어떻게 나타나고 있으며 그 원인은 어디에 있는지 등의 문제와 관련해 자신의 견해를 제시하면서 설득하는 과정이라 할 수 있다. 즉 정책선거는 사회의 문제점, 갈등 등이 무엇인지를 명확하게 하면서 이의 해결을 위해 어떠한 방법들이 있는지를 제시한 후 유권자들의 심판을 받는 것으로 중요한 것은 이 과정에서 유권자는 정책의 공급자이자 수요자로서 역할을 하는 것을 의미한다. 이에 정책선거를 위해서는 갈등과 이를 해결하기 위한 공론의 장이 전제되어야 할 것이다. 따라서 이러한 공론의 장에서는 하버마스(Habermas)가 이야기하듯이 그 어떠한 문제, 이슈에 대해 다양한 관점들이 제기되고, 논의될 수 있는 즉 상이한 의견이 담론과 토론을 통해 반영되어야 한다(한규섭·이혜림 2012, 47).

공론장에 대한 이러한 논의는 결국 민주주의 사회라면 누구나 자유롭게 공론장에 접근할 수 있어야 하며, 또 그곳에서 연합, 표현 등의 자유가 보장되어야 한다는 것을 말한다(조맹기 2007, 77-78). 따라서 선거에서 수동적으로 주어진 정책에 대해 단지 심판만 했던 유권자 또한 공론장에 자유롭게 접근하여 자신의 견해를 자유롭게 표현할 수 있어야 한다.

유권자가 선거 공론장에 자유롭게 접근할 수 있다는 것은 바로 후보자, 정당과의 직·간접적이며 수평적인 의사교환이 가능하다는 의미로 유권자가 단순히 후보자의 당선을 위한 설득의 대상으로 간주되지 않는다는 것을 의미한다. 따라서 공론장은 정책선거에서 가장 중요한 요소라 할 수 있는 유권자가 정책의 공급자이며 수요자로서의 역할을

할 수 있는 제도적 기초를 제공한다.

공론장은 또한 정치적 지식의 확산을 위한 매개로서의 역할을 한다. 일련의 연구 결과는 정치적 지식이 높을수록 유권자들은 선거에서 합리적 선택을 할 가능성이 더 높으며, 민주주의에서 가장 중요한 요소인 정치적 참여가 더 높다는 것을 보여준다(Michael X and Delli Carpini et. al. 1996; Zaller 1992). 일반적으로 정치적 지식이 낮은 유권자들은 후보자의 개인적인 외모, 이력, 카리스마 또는 출신 지역 등을 기준으로 투표를 하는 경향이 강하다. 반면에 정치적 지식이 높은 사람들은 후보자들 간의 정책적 입장이나 차이를 잘 알고 그에 대한 자신들의 평가에 기반을 두어 투표할 확률이 높은 것으로 알려져 있다. 공론장을 통해 이루어지는 다양한 담론과 토론은 정치적 지식을 확산시켜 정치적 지식이 낮은 사람들에게 후보자들 간의 정책적 입장이나 차이를 명확하게 인식할 수 있는 기회를 제공한다(이소영 2012, 117).

#### IV. 정책선거를 위한 공론장으로서 SNS

지금까지 유권자들이 후보자나 정당에 의해 제시되는 정책에 대해 단순히 투표를 통한 심판 그리고 이러한 심판이 단순히 유권자 개인의 선호와 열망의 집합으로 머물지 않기 위해서는 누구나 자유롭게 접근해 토론할 수 있는 공론의 장이 필요함에 대해 지적하였다.

그러나 현실적으로 이러한 공론장에서는 하버마스(Habermas)가 전제하는 합리적 의사소통을 위한 이성론 토론이 이해관계로 인해 제한을 받는다. 즉 이해관계를 떠난 개인적인 선호의 문제에 대해서는 토론을 통한 의견의 수렴적 조율이 가능하지만 이해관계의 대립이 첨예한 이슈와 관련해서는 합리적 의사소통이 이루어지는 공론장의 가능성에 대해서는 의문이 제기된다(이동훈·류정호 외 2011, 77). 더욱이 하버마스(Habermas) 스스로 말하고 있듯이 오늘날 매스미디어에 의

해 매개되는 주류 공론장에서는 언론권력에 의해 여론이 조작적으로 행사되고 있으며 이로 인해 공론장의 중요한 요소인 공개성이 강탈당하고 있는 상황이다.<sup>6)</sup>

이러한 현상은 오늘날 선거 공론장에 이상적인 소통 규범만이 존재하는 것이 아니라 공론장내에서는 참여하게 이해관계들이 대립하고 있으며 또한 공개성에 문제가 있는 폐쇄적 양태를 보이고 있음을 의미한다. 따라서 이러한 현상의 극복을 위해 무엇보다도 현실적인 상황을 인정하고 그 속에서 효과적인 방법을 찾을 필요가 있다. 이러한 측면에서 논쟁적 공론장과 온라인 공론장으로서의 SNS의 의미를 살펴볼 필요가 있다.

## 1. 논쟁적 민주주의와 정책선거

논쟁적 공론장이라는 개념은 합의와 조율을 강조하는 속의적 민주주의 공론장보다는 갈등에 대한 논쟁에 초점을 맞추는 무페(Mouffee)의 논쟁적(agonistic) 민주주의 이론에 근원을 두고 있다(Papacharissi, 2009)<sup>7)</sup>.

무페(Mouffee)의 논쟁적 민주주의는 선거가 유권자들의 공공선 또는 일반의지를 형성하는 과정이 아니라고 본다. 오히려 선거는 엘리트 중심의 경쟁에만 초점을 맞추는 것으로 일반시민들을 정상적인 정

6) “의사소통망의 상업화와 밀집화, 언론매체 설립자본의 증가와 언론매체의 조직화 정도의 증가를 통해 의사소통의 통로는 점차 강하게 유도되고, 공적 의사소통에의 접근기회는 더욱 더 선택압력에 맡겨졌다. 이로써 새로운 범주의 영향력이 생겨났는데, 그것이 바로 언론권력이다. 이 권력이 여론 조작적으로 행사될 때 공개성의 원리가 갖는 순수함은 강탈당했다. 대중매체에 의해 선(先)구조화된 동시에 지배당하는 공론장은 화제와 기고문을 통해 영향력을 쟁취하기 위해서뿐만 아니라 전략적 의도를 가능한 한 은폐하고 행위에 영향을 미치는 의사소통적 영향력의 조종을 위해 싸우는 권력화한 투기장으로 성장하였다.”(위르겐 하버마스 저 한승완 역 2001, 31-32)

7) <http://files.campus.edublogs.org/blogs.cornell.edu/dist/3/809/files/2010/03/Papacharissi-The-Virtual-Sphere-Revisited-Handbook.pdf>

치과정에서 소외시키는 것으로 파악하고 있다(상탈 무페·곽준혁 2009, 138-139; Mouffee 2000, 80-83).

논쟁적 민주주의는 또한 시민들의 정치과정으로부터의 소외를 극복하기 위한 대안으로 제시되는 심의민주주의에 대해 비판을 제기한다. 심의의 절차는 결코 중립적일 수 없는 것으로 심의는 항상 본질적이고 도덕적인 논의를 포함하기에 헌정질서 또는 절차로 제한될 수 없다는 것이 비판의 핵심이다. 또한 사회관계의 구성 요소로서 권력을 둘러싼 갈등이 고려되지 않았다는 점을 강조하고 적대감과 권력을 향한 열정 또한 심의의 필수적인 구성 요소로 파악해야 한다는 점을 강조하였다(상탈 무페·곽준혁 2009, 139). 이러한 논의로부터 무페의 논쟁적 민주주의는 사회 내에 존재하는 갈등을 중립적인 절차를 통해 해결하려는 것에 대한 비판과 민주주의 사회에서는 다원성으로 인해 갈등은 불가피한 것이라는 전제를 갖고 있다(상탈 무페·곽준혁 2009, 139-140).

갈등을 기본적으로 내포하고 있는 무페(Mouffee)의 논쟁적 민주주의는 정책선거에 시사 하는 바가 크다. 먼저, 갈등은 기본적인 것으로 갈등적 의견의 표출과 대립은 정책선거에 있어 전제이자 기본이라 할 수 있다. 정책이라는 것이 기본적으로 사회가 직면한 문제점과 그에 대한 해결을 의미하는 것으로 이는 개인의 가치관, 이념에 의해 다르게 제시될 수 있다. 따라서 민주주의 사회에서 정책으로 인한 갈등과 대립은 필연적이며 다수결의 원칙에 의해 결정되는 선거에서는 타협과 조율 보다는 경쟁과 대립이 정책선거에서는 기본적인 것이고 따라서 정책선거를 위한 공론장 또한 타협과 조율 보다는 경쟁과 대립이 기본적인 것이다.

갈등으로 인한 경쟁과 대립을 전제로 하는 공론장의 성격과 더불어 둘째는 유권자들이 공론장에 참여하는 것을 확대하기 위한 방안으로 온라인 선거 공론장의 활성화이다. 온라인 선거 공론장의 활성화는 다양한 유권자들로 하여금 자신들이 의견을 개진하게 하여 다양한 의견들의 교류를 통해 정치적 지식의 확산뿐만 아니라 공론장에서의 경쟁과

대립을 긍정적인 방향으로 발전시킬 수 있다. 미국 스탠포드 대학교의 다이애나 머츠(D. Mutz)교수의 연구에 의하면 정치담론이 합리적, 민주적으로 기능하기 위해서는 자신과 반대되는 이견에 노출되고 그것을 수용하는 환경의 조성과 관련해 인터넷상에서 이견에 노출 경험이 많을수록 반대자의 논리를 더 잘 이해하고 정치적 관용성이 증가된다. 이는 빈번한 접촉을 통해 반대자의 논리를 이해하게 되는 인지적 메커니즘과 반대자에게 친밀감을 느끼는 정서적 메커니즘이 함께 작동하기 때문이라는 것이 그의 주장이다(이원태 2012, 322).

## 2. 선거 공론장으로서의 SNS

정책을 둘러싼 대립과 갈등은 당연한 것으로 현실적으로 이러한 갈등과 대립은 다수결의 원칙에 의해 해소된다. 이 과정에서 정책선거를 위한 선거 공론장은 자신이 제시하는 또는 자신이 지지하는 정책의 정당성 등을 설명하면서 지지를 획득하는 장이다.

myspace(Myspace), 페이스북(Facebook), 트위터 등과 같은 SNS가 이러한 정책선거를 위한 공론장으로서의 역할을 수행할 수 있는지에 대한 논의는 전자적 공론장으로서 인터넷 혁명과는 다른 차원에서 다루어질 수 있다(박동진 2004). 즉 SNS는 새로운 웹 2.0으로서의 특징을 갖고 있다. 먼저 SNS는 개인들 간의 소통을 밀실이 아닌 공적인 공간으로 불러내며 이용자들의 자발적 참여에 기반한다. 트위터, 페이스북, 유튜브의 개방형 소통구조가 그 예로 커뮤니케이션은 공적, 사적 영역 간의 경계를 불식시키며, 특히 정치과정에서 개인적 의견의 공론화를 빈번하게 촉발하고 있다. 둘째, 네트워크의 역할로 인해 이슈의 연쇄적 파급이 구조화되어 있다. 가령 친구 맺기 등의 1차적 네트워크를 바탕으로 사용자들 간의 매개와 재매개의 네트워크가 연쇄적으로 구조화되어 있다. 그리고 이를 통해 특정 이슈를 둘러싼 커뮤니티의 형성과 정치동원을 활성화시킬 충분한 잠재력을 갖고

있다(장우영·차재권 2011, 6-7).

개인적 의견의 공론화, 네트워크로 인한 이슈의 연쇄적 파급 등의 특징이 웹 2.0으로서 SNS의 특징이라 할 수 있으며 이는 SNS가 정책선거를 위한 공론장으로서 기능할 수 있는 잠재력을 보여준다. 그러나 SNS가 정책선거 공론장으로서 기능하기 위한 것은 SNS상에서 실질적으로 정책과 관련한 정치적 담론이 진행될 수 있는가의 문제라 할 수 있다.

SNS가 다양한 이해의 주체들 간에 정책을 둘러싼 정치적인 논쟁의 장으로서 기능할 가능성에 대한 논의는 대략 3가지로 정리된다.

먼저 첫째로 정치적 담론을 하기 위해 SNS가 갖고 있는 한계점에 대한 지적이 있다. 트위터의 경우 140자로 자신의 견해를 표현하는데 과연 이를 통해 정치적 주제에 대한 진지한 토론이 가능할 수 있겠는가에 대한 의문이다. 또한 실질적으로 트위터 상에서의 대화의 내용은 주로 신변잡기식의 가벼운 이야기들이 주를 이루고 있으며 무엇보다도 대화를 통해 교류되는 정보의 정확성을 검증할 수 있는 방법이 없다는 점이 지적되고 있다.

그러나 트위터는 실질적으로 140자의 한계를 갖고 있지만 하이퍼링크를 통해 장문의 글쓰기가 가능하다. 더욱이 이미지, 동영상 등을 자유롭게 연결될 수 있기 때문에 140자의 제약은 의미가 없다는 반론이 있다. 즉 더욱이 트위터 상에서는 네트워크를 바탕으로 다양한 형식의 커뮤니케이션이 가능하다는 것이다. 예를 들어 @기호를 이용해 일대일 대화가 가능하며, 특정 키워드에 # 기호를 붙여 동일한 주제에 대해 집단적으로 토론할 수 있는데 바로 이러한 기능은 SNS가 공론장으로서 역할을 할 수 있다는 것을 보여주는 것이다. 또한 토론의 내용이 주로 신변잡기식의 수다라 할지라도 선거라는 특수한 상황에서는 트위터를 정치적 토론의 장으로서 이용할 수 있고 이용되고 있다는 점을 고려해야 한다. 더욱이 트위터 상에서 교류되는 정보는 개인의 평판, 명성과 직접적으로 연결되기 때문에 고의적인 허위정보의 흐름을 억제할 수 있는 기제를 트위터는 자체적으로 갖고 있다고 봐

야 할 것이다.

둘째로 SNS 상에서 논의되는 정치적 담론의 양극화에 관한 지적이다. 정치적 담론의 장으로 기능하기 위해서는 무엇보다 자신과 다른 견해들과의 자유로운 토론이 가능해야 하는데 실질적으로 SNS 상에서의 교류는 자신과 정치적 성향이 비슷한 사람들과 이루어지면서 제한적인 공론장으로서의 모습을 보이고 있다는 지적이다. 이러한 제한된 공론장으로서의 SNS는 단지 기존의 동질적 정치이념을 공유하는 집단 사이에서의 결속력을 강화시키면서 뉴스나 정보의 당파적 이용만을 촉진할 뿐 좀 더 다양한 견해에 노출되는 것을 제약하는 역기능을 수행할 수밖에 없다(이원태 2012, 312). 정책을 둘러싼 다양한 이해집단들 간의 개방적이며 포용적인 대화를 할 수 있는 공간이 아니라 단지 동질적인 사람들 간의 폐쇄적인 논의의 장으로서만 기능하기 때문에 대의민주주의의 정치체제에서 정책을 둘러싼 논쟁의 장소가 될 수 없다는 것이다. 즉 SNS는 기본적으로 제한된 공론장으로서 기능 이상을 할 수 없다는 주장이다.

그러나 이러한 문제제기는 SNS가 갖고 있는 대안적 매체로서의 성격, 가능성을 간과하는 것이다. 일반적으로 트위터와 같은 SNS에서 논의되는 내용들은 진보적 성향을 갖는 것으로 알려져 있다. SNS의 이러한 성향은 한국에서 주류 뉴스 미디어가 보수적인 성향을 취한다는 점을 고려하면 그에 대한 반향으로 온라인 뉴스가 진보적 성향을 중심으로 나타나고 있다는 것을 의미한다(한규섭·이혜림 2012, 179). 또한 트위터는 주류 언론에 의한 매개과정을 거치지 않고 누구나 개인 스스로 언론인으로서 정보를 생산하고 유통할 수 있는 공간을 제공한다. 따라서 개인들의 이러한 노력은 결국 SNS를 통한 정보의 확산 및 그에 따르는 간접적인 미디어로서의 기능 수행을 의미한다.

안지순 등은(Jisun An and Meeyoung Chay et. al. 2011) 이러한 특징으로 인해 SNS는 사용자들에게 다양한 뉴스를 접할 수 있는 기회를 제공하며, 또한 이를 통해 다양한 정치적 의견을 확대시키는 역할을 한다고 주장하였다, 즉 일반 유권자 또는 시민들이 더 이상 주류

언론에 의한 정보 독점으로부터 벗어날 수 있는 계기를 마련해 이념적 성향이 오히려 한 방향으로만 흐르는 것을 막을 수 있는 공론장으로서의 역할을 기대할 수 있다는 것이다.

세 번째로 정책담론의 빈곤에 대한 지적이다. 즉 SNS에서 실질적으로 진행되는 정치담론의 내용 분석을 통해 정책적 논의가 부족하다는 것이다(이원태, 김춘식 외 2010). 2010년 6·2 지방선거 당시 트위터 상에서 유통되는 논의의 주제를 정치일반, 천안함 사건, 정책·이슈, 선거·투표 그리고 정치행위체 발언·행동·평가 다섯 가지로 구분한 후 개별 메시지에서 어떤 내용들이 언급되었는지를 분석한 결과에 의하면 가장 빈번하게 언급된 주제는 선거, 투표에 관한 내용으로 전체 분석 대상의 79.7%, 다음으로 천안함 사건이 17.4%, 정치일반이 11%, 정치행위체 발언·행동·평가가 10.8% 순으로 나타났다. 그런데 가장 적게 언급된 주제는 정책·이슈에 관한 내용으로 2.9%에 불과하다는 결과를 발표하였다(이원태 2012, 316). SNS상에 정책에 대한 논의의 부재와 관련된 이러한 결과는 신현기와 우지숙(2011)의 연구에서도 분명하게 드러나고 있다. 즉 2010년 6·2지방선거 동안 트위터 이용자와 서울 시장후보자간의 대화내용을 분석한 이들의 연구에 의하면 대화 내용의 94%가 정서적인 것인 반면에 정책 관련 트윗은 6%에 불과한 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과들은 실질적으로 SNS가 그 잠재력에도 불구하고 정책선거를 위한 공론장으로서의 역할을 제대로 수행하지 못하고 있음을 반증하는 것이라 할 수 있다.

그러나 이러한 문제점에도 불구하고 한 가지 명확한 것은 바로 온라인 정치담론의 특성은 인터넷 매체의 진화에 따라 변화, 발전해 왔다는 점이다. 토론 게시판, 카페 그리고 블로그와 달리 페이스북은 전세계 이용자와 높은 접속 빈도, 페이지 뷰를 바탕으로 다양한 논의 및 거대 담론을 형성할 수 있다. 또한 트위터는 기존 미디어에서 탈락된 의제를 세설정할 수 있으며, 빠른 의견 교류 및 사실 확인을 할 수 있다(이원태 외 2010).

이처럼 기술의 진화에 따라 이용자들의 정치적 적응능력도 계속

변화하고 있다. 그리고 정치담론의 과정 또한 점차 사적인 영역과 공적인 영역 간의 탈경계화 속에 전개됨에 따라 오락, 흥미 중심의 개인화된 소통형식에서 선거, 정책이슈, 등 무거운 담론적 소통에 이르기까지 매우 다양화된 정치담론 양식으로 변모되고 있다(이원태 2012, 318).

## V. 결론 : 정책선거 공론장으로서 SNS의 가능성

이상의 논의를 통해 SNS는 기본적으로 정책선거를 위한 공론장으로서의 잠재력과 가능성을 갖고 있음을 알 수 있다. 이러한 측면에서 이전까지는 허용되지 않았던 SNS를 통한 선거운동이 2012년 제19대 국회의원선거부터 허위사실 유포와 비방을 제외하고는 허용되었고 이는 긍정적인 발전이다.

그러나 이러한 긍정적인 발전에도 불구하고 현실에서는 인터넷에 올린 글을 이유로 소환되거나 기소되는 국민들이 존재하고 있다. 이로 인해 여전히 규제 일변도의 선거법과 경찰과 검찰의 자의적 법 해석에 대한 비판이 제기되고 있다.

분명 SNS를 통한 정보의 흐름은 순식간에 거의 전 국민들에게 알려지는 상황에서 개인에 대한 허위사실, 비방은 엄청난 영향을 미친다. 더욱이 선거에 후보자로 입후보한 개인일 경우 당락에 직접적인 영향을 미친다. 그러나 SNS 상에서 허위사실과 비방은 결국 그 내용을 올린 개인의 평판, 명성과 직접적으로 연결되며 SNS는 또한 그 내용이 허위사실, 비방이었다는 점 또한 급속하게 전파된다. 이는 결국 정책선거를 위한 다양한 노력은 법적인 규제에 집중될 필요가 없다는 점을 의미한다.

민주주의 사회에서 선거 특히나 정책선거는 갈등을 그 전제로 하고 이러한 갈등은 합의를 통한 해결이 아니라 다수결에 의해 해

결된다. 따라서 갈등의 당사자들은 자신이 다수의 지지를 얻기 위해 자신과 경쟁자의 정책에 대해 시시비비를 가릴 필요가 있고 이를 위해 다양한 정보를 제공할 필요가 있다. 유권자들 또한 자신의 이해에 따라 정책들에 대한 호불호를 분명히 하며 정책에 대한 자신의 견해를 자유롭게 제시할 필요가 있다.

이러한 정책선거를 위해 결국 필요로 한 것은 법적인 규제가 아니라 민주주의 사회에서 정책선거가 갖는 의미와 그러한 의미를 현실화하기 위한 민주시민으로서의 자질 함양에 더 큰 비중을 두어야 할 것이다. 정책선거를 위한 규제는 필요하다. 그러나 그러한 규제는 정책선거가 갖는 특징 즉 시시비비를 가리려고 하는 특징으로 인해 정책선거 그 자체를 옹호할 수 있는 요소를 갖고 있다. 따라서 SNS가 갖는 정책선거를 위한 가능성과 잠재력은 결국 법적인 규제가 아니라 민주시민으로서의 의식과 자질 함양에 달려 있다고 하겠다.

## < 참고문헌 >

- 박명호, 2003, "정책선거 실현을 위한 방안", 『한국정당학회』, 제2권, 제1호, pp. 215-237.
- 박희봉, 2008, "정책선거를 위한 국회의원 공천제도 개선 방향", 한국정책과학학회 2008년 춘계학술대회, pp. 71-89.
- 상탈 무폐, 곽준혁, 2009, "민주주의와 한국 사회", 『아세아연구』, 제52권, 3호, pp. 129-186.
- 신두철, 2005, "한국 재·보궐선거 캠페인의 특징과 정책선거 실현 방안", 『한국정당학회』, 제4권, 제2호, pp. 73-93.
- 신현기·우지숙, 2011, "트위터에서 일어나는 정치적 담론활동에 대한 탐색적 연구", 『언론과 사회』, 19권, 3호, pp. 45-76
- 위르겐 하버마스 저, 한승완 역, 2001, 『공론장의 구조변동. 부르주아 사회의 한 범주에 관한 연구』, 파주: 나남.
- 이동훈·류정호·정수영, 2011, "소셜 미디어 관련 온라인 선거 공론장 규제체계 비교연구", 『한국언론정보학보』, 통권 55호, pp. 74-99.
- 이소영, 2012, "소셜미디어는 정치적 지식을 어떻게 확대하는가?", 조화순 엮음, 『소셜네트워크와 정치변동』, pp. 115-145, 서울: 한울.
- 이원태, 2012, "소셜미디어에서 온라인 정치담론의 가능성과 한계", 조화순 엮음, 『소셜네트워크와 정치변동』, pp. 287-324, 서울: 한울.
- 임혁백, 2009, "대의제 민주주의는 무엇을 대의하는가?", 『한국정치학회보』, 제43집, 제4호, pp. 27-49.
- 장우영·차재권, 2011, "소셜미디어와 선거정치", 『한국정당학회보』, 제10권, 제2호, pp. 5-41.
- 조맹기, 2007, "하버마스(Juergen Habermas)의 공론장 형성과 그 변동", 『스피치와 커뮤니케이션』, 제8호, pp. 70-105.
- 한규섭·이혜림, 2012, "소셜미디어는 온라인 공론장인가?", 조화순 엮음, 『소셜네트워크와 정치변동』, pp. 146-180, 서울: 한울.
- Papacharissi, Zizi, 2009, "The Virtual Sphere 2.0: The Internet, the Public Sphere and beyond," in <http://files.campus.edu-blogs.org/blogs.cornell.edu/dist/3/809/files/2010/03/Papacharissi-The-Virtual-Sphere-Revisited-Handbook.pdf>, 2012/03/05.

# SNS (Social Network Service) and Policy-Oriented Election: SNS as the Election Public Sphere

Kim, Kyung-rae  
(Honam University)  
Na, In-seop  
(Chonnam National University)

## Abstract

In this paper, we investigate the concept and definition of Social Network Service (SNS). We present the political side of the Tunisian Jasmine Revolution, certification election photo, and Obama campaign as SNS use cases. We also evaluate SNS as the role of the election of public sphere. Moreover, we attempt to discover the prerequisites of SNS. Facebook and Twitter are examples of SNS where personal opinion is made publicly and the networking feature has a spread chain. This feature allows a sense that SNS functionality, as the policy for the election, shows the public sphere.

However, due to the limitations for political discourse, the political topic of Twitter, and word count limited to 140 characters, it is not possible for any serious discussion to take place. SNS is a hub for an exchange of communication with others like themselves and with those who have political affiliations. As made public sphere as fragmented appearance will seem. In the progress of the actual content, SNS has a

limitation of political discourse through a lack of analysis on political contents. As described above, SNS has some disadvantages in the election public sphere but has a high frequency of access, high page views, and a huge variety of discussion. If we want to change SNS as an election public sphere, then, our people should have a higher sense of political responsibility and mission. As a result, our election culture can be transformed, focusing on policy-driven choices and not choices based on blood, regional, and alumni relationships.

**Keywords :** Soical Network Service, Policy-oriented Election, Election Public Sphere, Agonistic Democracy