

빅데이터를 활용한 선거운동에 대한 한국 유권자들의 반응 연구

김학량*

<국문요약>

본 연구는 한국유권자들이 자신이 인터넷 뉴스, 카카오톡, 페이스북 등에 남긴 댓글 등을 후보자가 선거운동에 활용하는 것에 대해 한국유권자 전체와 정치성향별, 연령대별, 성별, 거주지별, 학력별로 어떤 차이가 있는지를 분석하였다. 본 연구는 성별, 연령별, 지역별 비례할당을 통해 추출된 표본 1,000개의 전화여론조사에 근거하고 있으며, 가설검증을 위해 로지스틱회귀분석과 교차분석을 사용하였다. 한국유권자의 과반수이상인 56.5%는 자신들이 SNS 등에 남긴 댓글 등을 후보자가 활용하는 것에 동의하지 않는 것으로 나타나 아직은 빅데이터를 활용한 선거운동이 제도화되기 어렵다는 것을 보여주고 있다. 연령대에서는 20대와 30대만이 후보자가 자신의 정보 활용 동의여부에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 습관적 사용자의 비율이 상대적으로 더 높은 20대보다 SNS 등을 적게 사용하지만 실용적 사용자의 비율이 상대적으로 더 높은 30대가 자신의 정보 활용에 동의하는 비율이 더 높은 것으로 나타났다. 거주 지역에서는 도시거주자와 농어촌거주자가 자신의 정보 활용 동의에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 상호간의 동질성 때문에 소통을 많이 하여 실용적 사용자의 비율이 상대적으로 더 높은 농어촌거주자가 도시거주자보다 자신의 정보 활용에 동의하는 비율이 더 높은 것으로 나타났다. 정치성향, 성, 학력은 후보자가 선거운동에 자신의 정보 활용 동의여부에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

[주제어] 선거운동, 빅데이터, 정치성향, 연령, 성, 거주지, 학력

* 김학량 (E-mail : docwin20@naver.com)
학위취득대학: 오하이오 주립대학교 정치학 박사
현직: 국민대학교 교양대학 부교수

논문접수일: 2017년 6월 30일, 논문수정일: 2017년 8월 21일, 게재확정일: 2017년 8월 9일

Korean Voters' Reaction to an Election Campaign Using Big Data

Kim, Hak-ryang

<Abstract>

This study analyzes how Korean voters think about candidates through information or opinions they left on SNS. For this study, a telephone survey of Korean adults was conducted in 2015. The total sample of the survey of 1,000 was proportionally extracted by gender, age, and region. The statistical analysis methods for hypothesis verification in this study are logistic regression analysis and cross-tabulations. The results show that 56.5% of Korean voters do not agree that candidates use the information or opinions they left on SNS. It means that election campaigns based on big data may not yet be possible. In the analysis by age group, only people in their 20s and 30s turn out to have a significant relationship with candidates' using their information on SNS. Since people in their 30s have a higher rate of practical use of SNS than those in their 20s, they agree candidates' use their information or opinions they left on SNS more than individuals in their 20s. In the analysis by residence, both urban and rural residents turn out to have a significant relationship with candidates' using their information on SNS. Since rural residents have a higher rate of the practical use of SNS than urbanites, they agree candidates' use their information or opinions they left on SNS more than urban residents. In the analysis of political orientation, sex and education, they all turn out to have no significant relationship with candidates' using their information on SNS.

[Keyword] *Election Campaign, Big Data, Political Orientation, Age, Sex, Residential Area, Education*

I. 서론

1. 연구의 목적

대의민주주의가 적절히 이행되기 위해서는 유권자가 후보자의 정책과 자질 평가에 근거하여 투표하는 선거분위기가 조성되어야 한다. 그러나 근래에 정치인에 대한 실망감 증폭과 선거구의 도시화 현상 심화 등에 따른 후보자 선거운동의 어려움 증대로 인해 한국유권자들은 후보자의 정책이나 자질에 근거한 투표보다는 지역주의와 세대 간 대결에 근거한 투표를 하는 경향이 있다.¹⁾

이 문제를 해결하기 위해서 후보자는 유권자 개개인의 관심사를 정확히 파악하고, 해결책을 제시하려고 노력해야 한다. 이런 노력 중의 하나가 유권자 빅데이터를 활용한 선거운동이다.

빅데이터는 여러 유형의 다양한 데이터가 모여 구성된 테라바이트 단위의 대규모 데이터 집합임에도 불구하고 빠른 속도로 관리와 분석이 되는 데이터를 말한다(허성욱 2014, 8). 즉 빅데이터는 개개인의 이름, 주소, 전화번호와 같은 정형화된 데이터뿐만 아니라 SNS 등에 나타나는 개인의 의견, 사진, 동영상 등 비정형 데이터의 수집과 분석을 포함하는 개념이다(박재석·황병일 2013, 94).²⁾

미래의 현상은 과거에 발생한 사실을 토대

로 어느 정도 예측이 가능한데, 과거사실에 대한 정보수집 및 분석기술인 빅데이터는 공공, 민간, 정치 분야에서 대책이나 전략을 수립하는데 큰 도움을 준다(윤석진 2015, 8). 즉 빅데이터 분석기술은 변수들 간의 인과관계 등을 도출시켜 미래예측이나 의사결정에 활용하기도 하며(김지연 2013), 때로는 전혀 예측하지 못한 통찰력을 주기도 한다(Cate와 2015, 21).

선거운동과정에서도 빅데이터는 유용하다. 빅데이터는 후보자로 하여금 유권자 개개인의 관심사와 욕구를 파악한 후 이것을 충족시키는 정책 등을 제시하여 득표하게끔 한다. 한 예가 2012년 미국 대통령선거에서 민주당 후보자 오바마의 빅데이터의 성공적인 활용이다. 오바마 캠프는 1억 6천만 명의 유권자들을 대상으로 1인당 약 200-400개의 정보를 수집하고 분석하여 선거운동에 활용한 것으로 알려져 있다(고한석 2013, 19). 오바마 캠프는 선거운동 기간 내내 사전에 축적된 정보에 근거하여 자원봉사자가 만나는 유권자 각각에 대해 성향, 관심사가 무엇이며, 그의 지지를 얻기 위해 어떤 대화를 나눠야 하는지를 자원봉사자 개개인이 소지하고 있는 스마트 기기를 통해 알려주었고, 자원봉사자는 유권자를 접촉한 뒤에 자신이 얻은 새로운 정보를 선거캠프에 알려줌으로써 각 유권자에 대한 정보를 꾸준히 업데이트시켰다(Noh 2013, 116). 이러한 과학적이고 개별화된 빅데이터 선거운동 결과 오바마는 대중매체들의 예상과 달리 선거에서 승리할 수 있었다.

빅데이터의 활용이 후보자의 정책과 자질 평가에 근거한 투표행태에 긍정적인 영향을 미치는 것이 확실한 반면, 빅데이터가 활용되면 유권자들이 자신의 정보를 후보자가 수집하고 활용하는 것에 대해 긍정적 혹은 부정적으

- 1) 한국유권자의 투표행태는 2002년 대통령 선거 이전에는 지역주의, 그 이후에는 지역주의와 세대균열의 영향을 크게 받고 있는 것으로 나타났다(김학량 2015^a).
- 2) 한국선거에 후보자들은 유권자의 휴대폰번호, 집 주소, 집 전화번호, 전자우편주소 등의 순으로 유권자 정보를 선호하고 있으며(김학량 2015^b, 14), 빅데이터를 선거에 활용할 수 있다는 생각조차하지 못하고 있다.

로 생각하는 지를 파악해야 한다. 만약 유권자들이 자신의 정보가 선거운동에 활용되는 것을 반대한다면 빅데이터의 활용은 어려워지기 때문이다. 그러나 유권자들이 SNS나 인터넷 메신저 등에 올려놓은 자신의 정보를 후보자가 선거운동에 활용하는 것에 대해 어떻게 생각하는 지에 대한 연구는 거의 전무하다시피하다.

본 연구의 목적은 한국유권자들이 자신이 인터넷 뉴스, 카카오톡, 페이스북 등에 남긴 댓글 등을 후보자가 선거운동에 활용하는 것에 대해 어떻게 생각하는 지를 파악하는 것이다. 또한 후보자의 유권자 정보 활용에 대해 유권자의 정치성향별(보수/진보), 연령대별, 성별, 학력별(고졸이하/대졸/대학원졸), 거주지역별(도시지역/도농복합지역/농어촌지역)로 차이가 있는 지를 파악하려고 시도하였다.

본 연구를 위한 통계의 수집방법은 한국의 전체 유권자들을 대상으로 실시된 표본 1,000개의 전화설문조사이다. 분석방법은 로지스틱 회귀분석을 통해 변수들 간의 인과관계를 파악하고, 교차분석을 통해 변수들 사이의 관계를 조금 더 구체적으로 설명하려고 시도하였다.

2. 연구의 중요성

본 연구는 다음과 같은 이유 때문에 의미가 있다고 사료된다. 첫째 미래에 한국 선거운동에서 이슈가 될 것이 거의 확실한 빅데이터를 활용한 선거운동에 대한 유권자들의 의사를 미리 파악해 본다는 것은 의미가 있다. 이를 통하여 빅데이터를 활용한 선거운동에 대한 유권자 의견의 주기별 변화파악에 기여한다. 유권자 의견의 주기적인 변화파악은 빅데이터를 이용한 선거운동이 언제 가능한지 예측하게 해준다.

둘째 한국에서 빅데이터를 이용한 선거운

동 연구의 출발점을 제공한다. 빅데이터를 활용한 선거운동은 미국이외에는 한국을 포함하여 전 세계적으로 실행된 적이 없고, 이와 관련된 연구도 매우 부족한 실정이다.

셋째 온라인을 통한 선거운동 활성화 및 관련 연구의 발전에 기여한다. 스마트 기기의 발달과 SNS 사용의 증가에 따라 필연적으로 온라인 선거운동의 중요성이 점차적으로 증대된다. 이런 상황에서 온라인을 통해 얻어지는 유권자 정보를 활용한 빅데이터 선거운동에 대한 연구는 온라인 선거운동의 효율성을 높이는 데 기여한다.

넷째 빅데이터를 활용한 선거운동의 구현은 지역주의나 세대균열 등 보다는 후보자들 사이의 정책대결에 근거한 선거를 고양시켜 중국에는 대의민주주의 발전에 기여한다.

II. 선행연구 및 논의

근래에 빅데이터의 활용가치가 높아지면서 정치, 경제, 경영, 의료 등 각 분야에서 빅데이터의 수집 및 활용이 이슈가 되고 있다(박재석·황병일 2013). 정보화의 초점이 소프트웨어 단계를 지나 빅데이터로 이동하고 있는 것이다.

그러나 빅데이터를 선거운동에 활용하는 방안에 대한 선행연구는 거의 없다. Noh(2013)가 빅데이터에 근거한 선거캠페인을 제안했지만 논리적 제안일 뿐이고, 실증적 자료에 근거한 빅데이터 활용 검증은 아니다. 따라서 본 연구에서는 빅데이터의 활용과 그에 따른 법적문제와 관련된 선행연구들을 중심으로 서술하고 논의했다.

빅데이터와 관련하여 두 가지 가치가 대립하고 있다. 정보의 공유와 활용이 사회를 발전시키지만, 개인의 프라이버시를 침해한다는 것

이다(허성욱 2014, 7). 따라서 정보의 사회적 공유를 증대시키면서 동시에 개인의 프라이버시를 보호할 수 있는 메커니즘을 개발하는 것이 중요하다는 것이다(Cate와 2015, 21).

1. 빅데이터 공유와 활용 관련 선행연구

빅데이터가 선거운동을 포함한 다양한 분야에서 효율적이기 위해서는 적어도 세 가지가 충족되어야 한다. 첫째 정보가 처리할 수 없을 정도로 과잉상태이어야 한다(Schultz & Vandenbosch 1998). 근래에 이 조건은 어렵지 않게 충족되고 있다. 블로그, 미니홈피, 페이스북, 트위터의 사용자들이 끊임없이 수많은 정보를 생산하고 전파하기 때문에 정보는 과잉상태를 넘어선지 이미 오래다(김성태 외 2011, 32).

둘째 빅데이터를 축적하고 분석하는 기술의 발전이다. 이 조건도 충족되고 있다. IT 관련분야의 지속적이고 빠른 발전은 자연스럽게 빅데이터의 축적과 분석을 위한 기술의 발전으로 이어지고 있기 때문이다(허성욱 2014, 7).

셋째 유권자들이 인터넷 뉴스나 SNS 댓글 등을 통해 적극적으로 자신의 의견을 표출하는 정치참여행위를 해야 한다. 전통적 선거운동에서는 사람의 입을 통해 전해지는 구전(口傳)이 유권자의 투표행태에 영향을 미친다. 그런데 페이스북, 트위터, 블로그, 인터넷 뉴스 댓글 등에 유권자들이 글 등으로 표현한 데이터가 또 다른 형태의 구전이 되어 선거운동에 영향을 미치고 있으며(변은숙·조은성 2015, 1), 선거운동에 점차로 더 많이 활용되고 있다. 즉 온라인이 후보자홍보에 더 많이 활용되고 있으며, 유권자들이 이에 반응하고 있다는 것이다. 실제로 '투표참여 인증샷' 등을 SNS에 올리는

행위는 정보화를 통한 정치참여 행위로서, 다른 유권자들의 정치참여를 독려하는 동기가 되고 있다(강진숙·김지연 2013).

선거와 정치관련 빅데이터가 효과적인지를 파악하기 위해서는 SNS 등에 올린 데이터가 실제로 유권자들의 투표독려와 정치참여에 효과가 있는지를 확인해야 하는데, 이에 대해 상반된 주장이 있다.

조희정·신경식(2014)은 2010년 이후의 지방선거 연구에서 트위터, 소셜미디어 등을 통한 유권자들의 선거운동 참여효과의 증대는 미미한 반면, 이것을 통한 후보자 홍보만이 두드러지고 있는데, 이것은 정치혐오과 정당불신 등이 주요 원인이라고 주장했다. 박창문·조재욱(2013) 또한 트위터가 후보자 등 공급자들의 일방적 선거매체로만 활용되었지, 유권자들 간의 상호작용을 유발시키기는 못했다고 했다.

반면 송효진·고경민(2013)은 SNS 등을 통한 정치 및 정책 서비스의 결과는 아직 만족스러운 수준은 아니지만, 유권자의 정치참여에 어느 정도 영향을 미친다고 주장했다. 장우영·우석진(2013, 93)은 트위터가 팔로우 모집, 트윗, 리트윗 등의 기능을 통해 정치참여 정도가 아니라 후보자의 득표율과 당락을 결정할 정도로 그 역할이 강력하다고 주장했다.

2. 개인정보보호 관련 선행연구

헌법상 국민 개개인은 자신에 대한 정보가 언제, 누구에게, 어느 범위까지 알려지고 이용되는지를 스스로 결정하고, 자신에 관한 정보의 수집, 이용, 제공 등에 대해 동의 또는 반대할 수 있는 권리를 가지고 있다(권건보 2014, 14). 근래에 급속히 발전하고 있는 빅데이터의 수집 및 분석 기술은 수많은 개인정보의 수집, 저장, 분석을 용이하게 하여 매우

유용한 반면 개인의 프라이버시를 심각하게 침해하는 부작용도 있다(이환수의 2013, 125: 손영화 2014, 355: 윤석진 2015, 8). 실제로 빅데이터가 개인의 프라이버시를 침해하는 정도를 넘어 감시하는 차원까지 갈 수 있어 부작용이 심각하다고 할 수 있다.

이런 부작용을 해소하기 위해 정부는 주로 개인사용자들의 방대한 정보를 관리하는 정보통신서비스 제공자들에게 개인 프라이버시 침해의 책임을 묻는데, 이들을 『개인정보보호법』, 『정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률』 등을 통해 제어하고 있다(이원우 2011, 237).³⁾

개인차원에서 자신의 프라이버시를 보호하는 행동도 나타나는데, 이에 대한 연구도 있다. 첫 번째 관점은 SNS 등을 통해 자신의 정보를 더 많이 노출시킨 사용자일수록 자신의 개인정보 활용에 더 많이 저항하느냐 아니냐이다.

장성호·이기동(2014)은 SNS 사용자의 프라이버시 위협의 인지는 프라이버시 침해 염려에 영향을 미치고, 위협의 인지와 염려는 사용자의 저항을 유발하며, 사용자 저항은 프라이버시 보호행동을 야기 시킨다고 주장했다. 이환수의(2013, 133)는 개인정보의 과잉노출이 개인프라이버시 침해에 대한 위협인식과 우려로 이어진다고 주장한다. 즉 인터넷뉴스와 SNS 등에 의견 등 정보를 많이 노출시킨 개인일수록 프라이버시의 침해를 우려하여 자신의 개인정보 사용에 저항할 가능성이 더 높다는 것이다.

그러나 위의 주장과 명확한 정반대는 아니지만 상반된 경향의 주장도 있다. 그것은 SNS

등을 지속적으로 사용할 의지가 있거나 습관적으로 접속하는 사용자들은 정보를 공유할 의지가 더 크다는 것이다(김병수 2014, 308). 즉 더 활발히 SNS 등을 사용하는 유권자일수록 프로그램이 요구하는 정보공유에 동의하면서 정보유출 가능성에 대한 저항을 적게 한다는 의미를 내포하고 있다.

두 번째 관점은 사용자들의 정치성향의 동질성과 SNS 등을 통한 소통의 적극성 의 관계이다. 김희조(2013)는 SNS 사용자 집단의 정치성향이 유사할수록 정치소통에 더 많이 관여한다고 주장한다. 소통에 더 많이 관여할수록, 다양한 정치이슈에 대해 자신의 의견을 더 많이 노출하는데, 이것은 자신의 정보 유출을 감수한 행위라고 할 수 있다.

III. 분석의 틀

1. 연구문제

본 연구는 선행연구에서 논의되었던 SNS 등의 사용자 집단인 유권자들의 SNS 등에 의견을 노출하는 정도와 정치적 성향 유사성 정도가 후보자가 선거운동에 자신들의 정보를 활용하는 것을 용인하는 것에 어떤 영향을 미치는가라는 관점에서 다음과 같이 연구문제를 설정했다.

문제1) 한국 유권자들은 전반적으로 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 긍정적인가 혹은 부정적인가? 본 연구문제는 유권자들이 자신의 개인정보보호와 후보자 선거운동의 효율성 증대 중 어느 것을 더 중요하게 생각하느냐를 보여줄 것이다.

3) 정부 등 공공분야가 합법적으로 축적된 데이터는 공개되어 다양한 분야에서 활용될 수 있도록 하는 ‘오픈 데이터 정책’이 추진되고 있다(윤석진 2015, 8).

문제2) 진보성향보다 인터넷 등을 통한 정치참여를 많이 하는 보수성향의 유권자가 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 더 긍정적인가 혹은 부정적인가? 본 연구를 위한 설문조사에서 보수성향 유권자의 39.8%, 진보성향 유권자의 37.0%가 댓글을 남겨, 보수성향 유권자가 진보성향 유권자보다 오차범위 내에서 인터넷 뉴스나 SNS 댓글 등을 통해 정치참여를 많이 하는 것으로 나타났다. 본 연구문제는 이러한 차이가 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한 동의여부에 어떤 영향을 미치는 지를 보여준다.

문제3) 유권자의 연령대가 낮을수록 후보자가 선거에 자신의 정보를 활용하는 것에 더 긍정적인가 혹은 부정적인가? 본 연구를 위한 설문조사에서 19세/20대의 47.5%, 30대의 36.5%, 40대의 32.9%, 50대의 22.2%, 60대의 26.4%가 댓글을 남겨, 대체적으로 연령대가 낮을수록 인터넷 뉴스나 SNS 등에 더 많이 의견을 남기는 것으로 나타났다. 본 연구문제는 이러한 차이가 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한 동의여부에 어떤 영향을 미치는 지를 보여준다.

문제4) 여성보다 정치에 관심이 많은 남성이 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 더 긍정적인가 혹은 부정적인가? 본 연구를 위한 설문조사에서 남성의 33.7%, 여성의 31.5%가 댓글을 남겨,

남성이 오차범위 내에서 여성보다 인터넷 뉴스나 SNS 등에 더 많이 의견을 남기는 것으로 나타났다. 본 연구문제는 이러한 차이가 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한 동의여부에 어떤 영향을 미치는 지를 보여준다.

문제5) 저학력 유권자보다 정치에 관심이 더 높은 고학력 유권자들이 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 더 긍정적인가 혹은 부정적인가? 본 연구를 위한 설문조사에서 고졸이하의 28.7%, 대졸의 33.5%, 대학원졸 이상의 44.2%가 댓글을 남겨, 학력이 높을수록 인터넷뉴스나 SNS 등에 더 많이 의견을 남기는 것으로 나타났다. 본 연구문제는 이러한 차이가 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한 동의여부에 어떤 영향을 미치는 지를 보여준다.

문제6) 도시거주자보다 정치적 성향이 상호간 더 유사한 농어촌거주자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 더 긍정적인가 혹은 부정적인가? 본 연구를 위한 설문조사에서 도시거주자의 27.5%, 도농복합거주자의 47.1%, 농어촌거주자의 37.3%가 댓글을 남겨 도농복합지역, 농어촌지역, 도시지역 거주자의 순으로 인터넷 뉴스나 SNS 등에 더 많이 의견을 남기는 것으로 나타났다. 본 연구문제는 이러한 차이가 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한 동의여부에 어떤 영향을 미치는 지를 보여준다.

2. 검증자료 및 분석방법

후보자가 유권자들이 SNS 등에 남긴 댓글 등을 수집하여 선거운동에 활용하는 것에 대한 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 2015년 8월 27일에 성별, 연령별, 지역별 비례할당을 통해 추출된 한국의 19세 이상 성인 1,000명을 대상으로 전화방식으로 실시되었으며, 표본 오차는 95% 신뢰수준에 ±3.1%이다.

본 연구는 로지스틱회귀분석과 교차분석을 사용하였다. 먼저 로지스틱회귀분석을 통해 독립변수와 종속변수의 관계를 검증한 후 교차분석을 통해 로지스틱회귀분석을 통해 확인되지 못한 부분을 더 구체적으로 확인하려고 시도하였다. 예를 들면 로지스틱회귀분석은 거주지역을 도시지역과 그 외의 지역으로 나눈 뒤 도시지역 출신 유권자들의 자신의 정보 활용에 대한 동의여부를 분석하는데, 로지스틱회귀분석을 통해서도 도시지역, 도농복합지역, 농어촌지역 유권자들의 직접적인 비교가 되지 않는다는 단점이 있다. 이런 단점을 교차분석을 통해 설명하려고 시도하였다.

본 연구에서는 로지스틱회귀분석을 통한 검증을 위해 변수를 조작화 한다. 종속변수에 대해서는 “선거에 출마하는 후보자가 선생님이 인터넷 뉴스, 카카오톡, 페이스북, 트위터 등에 남긴 댓글 등을 선생님의 지지를 얻기 위해 활용하는 것에 동의하십니까? 동의하지 않으십니까?”에 대해 “동의한다.”라고 응답한 경우에는 1의 값을 부여하고, “동의하지 않는다.”라고 응답한 경우에는 2의 값을 부여했으며, “잘 모르겠다.”는 결측치로 처리했다.⁴⁾

4) 자신의 개인정보를 후보가 활용하는 것에 대해 ‘잘 모르겠다.’라고 대답한 응답자가 13.6%이므로 결측치로 처리해도 분석결과에 커다란 영향을 미치지 않을 것으로 사료된다.

독립변수에는 응답자들의 정치성향, 연령대, 성별, 거주지역(도시지역/도농복합지역/농어촌지역), 학력이 포함되었다. 응답자의 정치성향의 경우 ‘보수’이면 1, ‘진보’이면 2, 중도이면 ‘3’을 부여하였다. 연령대의 경우 설문 응답자 중 19세를 포함한 20대에게는 1, 30대 2, 40대 3, 50대 4, 60대 이상은 5의 값을 부여하였다. 거주지의 경우 응답자가 도시지역에 거주하면 1, 도농복합지역에 거주하면 2, 농어촌지역에 거주하면 3을 부여하였다. 학력의 경우 고졸이면 1, 대졸이면 2, 대학원졸 이상이면 3을 부여하였다.

IV. 분석의 결과 및 해석

<표 1>은 19세 이상 한국유권자들이 자신들이 인터넷 뉴스, 카카오톡, 페이스북 등에 남긴 댓글을 후보자가 활용하는 것에 동의하는지에 대한 응답이다. “동의한다.”는 29.9%이고, “동의하지 않는다.”가 56.5%이며, “잘 모르겠다.”는 13.6%이다.

<표 1> 유권자가 자신이 인터넷 뉴스, 카카오톡, 페이스북 등에 남긴 댓글을 후보자가 선거운동에 활용하는 것에 대한 동의여부(한국의 전체유권자)

동의한다	동의하지 않는다	잘 모르겠다
299 (29.9%)	565 (56.5%)	136 (13.6%)

<표 1>은 “한국유권자들이 전반적으로 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 긍정적인가 혹은 부정적인가?”라는 문제 1)에 응답하고 있다. 즉 한국유권자 과반수이상

인 56.5%는 자신들이 SNS 등에 남긴 댓글 등을 후보자가 활용하는 것에 동의하지 않는 것으로 나타났다. 이것은 “동의한다.”라고 대답한 29.9%의 두 배 가까운 수치이며, “잘 모르겠다.”라고 대답하여 “동의”의 여지가 있는 유권자들을 합한 수치보다 높은 수치여서, 한국에서 빅데이터를 활용한 선거운동이 아직 용이하지 않다는 것을 보여주고 있다. 즉 개인정보 노출 문제가 꾸준히 대중매체를 통해 제기되고 있고, 정치에 대한 불신이 가속화되고 있는 상황에서, 유권자들은 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대해 긍정적 보다는 부정적인 모습을 보이고 있는 것으로 사료된다.

<표 2>는 유권자 자신이 SNS 등에 남긴 댓글을 후보자가 선거운동에 활용하는 것에 대한 동의여부가 종속변수이고 정치성향, 연령대, 성, 거주 지역, 학력이 독립변수인 로지스틱회귀분석결과이다. 독립변수들이 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 Nagelkerke R²는 8.9%이다.

<표 2> 유권자가 자신이 인터넷 뉴스, 카카오톡, 페이스북 등에 남긴 댓글을 후보자가 선거운동에 활용하는 것에 대한 동의여부(로지스틱회귀분석) 5)

독립변수	Exp(β)	P
보수성향	1.146	0.578
진보성향	1.331	0.277
중도성향	0.692	0.148
20대	0.494	0.005**
30대	2.062	0.001**
50대	0.832	0.422
60대이상	0.912	0.703
성별	0.959	0.779
도시거주	1.663	0.011*
농어촌거주	2.544	0.001**
고졸	1.068	0.705
대학원졸	1.330	0.291
N=1,000		
Nagelkerke R ² =0.089		
* p<0.05, ** p<0.01		

분석결과 독립변수들 중에서 20대, 30대, 도시거주자, 농어촌거주자만이 종속변수인 후보자가 선거운동에 자신의 정보 활용 동의여부에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 30대가 20대보다 후보자가 자신의 정보를 선거운동에 활용하는 것에 동의할 가능성이 더 높았다. 30대는 그 외의 연령대보다 2.06배 만큼 후보자가 자신의 정보를 선거운동에 활용하는 것에 동의할 가능성이 있는 것으로 나타났고, 20대는 그 외의 연령대보다 0.49배 만큼 후보자가 자신의 정보를 선거운동에 활용하는 것에 동의할 가능성이 있는 것으로 나타났다. 농어촌거주자는 기타지역거주자보다 2.54배 만큼 후보자가 자신의 정보를 선거운동에 활용하는 것에 동의할 가능성이 있는 것으로 나타났고, 도시거주자가 기타지역거주자보다 1.66배 만큼 후보자가 자신의 정보를 선거운동에 활용하는 것에 동의할 가능성이 있는 것으로 나타났다.

정치성향, 성, 학력은 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한 유권자의 동의여부에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로

5) SPSS통계프로그램을 이용한 로지스틱회귀분석에서 도출되는 Exp(β)값은 1을 초과한 경우에는 ‘+’의 영향을 미치고, ‘1’보다 작은 경우에는 ‘-’의 영향을 미치는 것으로 해석된다.

나타났다.

<표 3>은 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한 정치성향별 유권자의 동의여부를 보여주고 있다. 보수성향 유권자의 경우 “동의한다.” 32.0%, “동의하지 않는다.” 53.3%, “잘 모르겠다.” 14.8%이다. 중도성향 유권자는 “동의한다.” 26.9%, “동의하지 않는다.” 66.2%, “잘 모르겠다.” 6.9%이다. 진보성향 유권자는 “동의한다.” 35.6%, “동의하지 않는다.” 50.9%, “잘 모르겠다.” 13.5%이다.

즉 후보자가 선거운동에 자신의 정보 활용 동의여부에 대해 진보성향이 가장 높고, 보수성향이 그 다음이며, 중도성향이 가장 낮다. 교차분석에 의한 카이제곱 검증결과는 정치성향별로 차이가 있음이 발견되었다($p=0.000$).

<표 3> 유권자가 자신이 인터넷 뉴스, 카카오톡, 페이스북 등에 남긴 댓글을 후보자가 선거운동에 활용하는 것에 대한 동의여부(정치성향별)

	동의한다	동의하지 않는다	잘 모르겠다
보수	108 (32.0%)	180 (53.3%)	50 (14.8%)
중도	78 (26.9%)	192 (66.2%)	20 (6.9%)
진보	79 (35.6%)	113 (50.9%)	30 (13.5%)
잘 모르겠다	40 (26.3%)	79 (52.0%)	33 (21.7%)

$X^2=29.1, P<0.05$

<표 2>의 로지스틱회귀분석과 <표 3>의 교차분석을 종합하면 교차분석에서는 보수, 진보, 중도 유권자가 선거운동에 자신의 정보가 활용되는 것에 동의하는 비율에 대해 유의한

차이가 있는 것으로 나타났으나, 로지스틱회귀 분석에서는 유권자의 정치성향은 후보자가 자신이 정보 활용 동의여부에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 유권자의 정치성향과 후보자가 SNS 등에 드러난 자신의 정보를 선거운동에 활용하는 것에 대한 유권자의 동의여부와는 유의한 인과관계가 있다고 볼 수 없다.

위의 결과는 문제 2)에 응답하고 있다. 보수성향의 유권자가 진보성향 유권자보다 SNS 등을 더 많이 활용하지만, 보수성향은 정치효능감이 낮아도 SNS 등을 활용하고 진보성향은 정치효능감이 높을 때에만 SNS 등을 활용하는 성향이 있다(김학량 2016). 사용량과 실용적인 측면을 동시에 고려할 때 보수성향의 유권자와 진보성향 유권자 사이에 SNS 등의 활용에서 거의 차이가 없기 때문에 댓글 등 자신의 개인정보를 후보자가 활용하는 것에 대해서도 거의 차이가 없는 것으로 해석된다.

<표 4>는 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한 연령대별 유권자의 동의여부를 보여주고 있다. 19세/20대의 경우 “동의한다.” 20.2%, “동의하지 않는다.” 76.4%, “잘 모르겠다.” 3.4%이다. 30대는 “동의한다.” 44.4%, “동의하지 않는다.” 44.4%, “잘 모르겠다.” 11.1%이다. 40대는 “동의한다.” 31.6%, “동의하지 않는다.” 55.8%, “잘 모르겠다.” 12.6%이다. 50대는 “동의한다.” 28.3%, “동의하지 않는다.” 60.6%, “잘 모르겠다.” 11.1%이다. 60대 이상은 “동의한다.” 27.3%, “동의하지 않는다.” 46.8%, “잘 모르겠다.” 25.9%이다.

후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대해 30대, 40대, 50대, 60대 이상, 20대의 순으로 동의하는 비율이 높다. 20대를 제외하면 대체로 연령이 낮을수록 선거운동에

자신의 정보가 활용 되는 것에 동의하는 비율이 높은 것으로 나타났다. 교차분석에 의한 카이제곱 검증결과는 연령대별로 차이가 있음이 발견되었다($p=0.000$).

<표 4> 유권자가 자신이 인터넷 뉴스, 카카오톡, 페이스북 등에 남긴 댓글을 후보자가 선거운동에 활용하는 것에 대한 동의여부(연령대별)

	동의한다	동의하지 않는다	잘 모르겠다
19세 /20대	36 (20.2%)	136 (76.4%)	6 (3.4%)
30대	84 (44.4%)	84 (44.4%)	21 (11.1%)
40대	68 (31.6%)	120 (55.8%)	27 (12.6%)
50대	56 (28.3%)	120 (60.6%)	22 (11.1%)
60대 이상	60 (27.3%)	103 (46.8%)	57 (25.9%)

$X^2=82.0$, $P<0.05$

<표 2>의 로지스틱회귀분석과 <표 4>의 교차분석을 종합하면 교차분석에서는 연령대별로 유권자가 선거운동에 자신의 정보가 활용되는 것에 동의하는 비율에 대해 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나, 로지스틱회귀분석에서는 20대와 30대만이 후보자가 자신의 정보 활용 동의여부에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 연령대에서는 20대와 30대만이 SNS 등에 드러난 자신의 정보가 선거운동에 활용되는 것에 대한 동의여부와 유의한 인과관계가 있다고 볼 수 있다.

위의 결과는 문제 3)에 응답하고 있다. 즉 30대는 20대보다 SNS 등을 적게 사용하지만 <표 2>의 로지스틱회귀분석이 보여준 것처럼

20대보다 후보자가 자신의 정보를 선거운동에 활용하는 것에 동의할 가능성이 높으며, 이유는 다음과 같이 사료된다. 20대는 정치에 대한 관심이 다른 연령대에 비해 상대적으로 낮지만(송태수·양민석 2014), 습관적 사용자들이 많기 때문에 SNS 등의 사용정도가 높은 반면, 30대에서는 습관적 사용자의 비율이 낮지만 실용적 사용자의 비율이 높다. 20대와 같이 습관적으로 SNS 등에 접속하는 비율이 높은 사용자들은 자신이 SNS 등을 실용적으로 활용하는 정도가 낮기 때문에 정보를 공유할 의지가 상대적으로 더 강하다기보다는 프라이버시의 침해를 우려하여 자신의 개인정보 사용에 더 심하게 저항한다는 것이다. 즉 SNS 등을 실용적으로 활용하고 있다고 생각하는 사용자일수록 자신의 정보 활용에 관대하다고 해석된다.

<표 5>는 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한 성별 유권자의 동의 여부를 보여주고 있다. 남성의 경우 “동의한다.” 30.8%, “동의하지 않는다.” 57.9%, “잘 모르겠다.” 11.3%이다. 여성은 “동의한다.” 30.2%, “동의하지 않는다.” 54.8%, “잘 모르겠다.” 15.1%이다. 즉 남성과 여성 사이에 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대해 거의 차이가 없다. 교차분석에 의한 카이제곱 검증결과도 성별로 차이가 없음이 발견되었다($p=0.203$).

<표 5> 유권자가 자신이 인터넷 뉴스, 카카오톡, 페이스북 등에 남긴 댓글을 후보자가 선거운동에 활용하는 것에 대한 동의여부(성별)

	동의 한다	동의하지 않는다	잘 모르겠다
남성	153 (30.8%)	287 (57.9%)	56 (11.3%)
여성	152 (30.2%)	276 (54.8%)	76 (15.1%)

$X^2=3.1, P>0.05$

<표 2>의 로지스틱회귀분석과 <표 5>의 교차분석을 종합하면, 로지스틱회귀분석과 교차분석 모두에서 성별로 선거운동에 자신의 정보 활용여부에 대해 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

위의 결과는 문제 4)에 응답하고 있다. 남성이 여성보다 정치시위나 정치토론에 더 적극적이라는 주장이 있지만(조동성·나은경 2011, 276; 이상훈·김상돈 2009, 46). 가장 중요한 정치참여 기준의 하나인 투표율에 관한 한 남성과 여성의 차이가 거의 없고, 2012년 18대 한국대통령 선거에서는 오히려 여성의 투표율이 남성보다 1.6% 더 높았다.⁶⁾ 따라서 정치참여에서 남성과 여성 사이에 차이가 없기 때문에 성별로 선거운동에 자신의 개인정보가 활용여부에 대해서도 차이가 없는 것으로 해석된다.

<표 6>은 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한 학력별 유권자의 동의여부를 보여주고 있다. 고졸이하의 경우 “동의한다.” 27.6%, “동의하지 않는다.” 54.5%, “잘 모르겠다.” 17.9%이다. 대졸은 “동의한다.” 31.3%, “동의하지 않는다.” 58.6%, “잘 모르겠다.” 10.1%이다. 대학원졸은 “동의한다.” 39.0%, “동의하지 않는다.” 50.6%, “잘

6) 한국중앙선거관리위원회홈페이지 (www.nec.go.kr)간행물. 2014. “제6회 전국동시지방선거 투표율 분석” 참조.

모르겠다.” 10.4%이다. 즉 학력이 높을수록 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대해 동의하는 비율이 높아지는 것을 볼 수 있다. 교차분석에 의한 카이제곱 검증도 학력별로 차이가 있음이 발견되었다($p=0.005$).

<표 6> 유권자가 자신이 인터넷 뉴스, 카카오톡, 페이스북 등에 남긴 댓글을 후보자가 선거운동에 활용하는 것에 대한 동의여부(학력별)

	동의 한다	동의하지 않는다	잘 모르겠다
고졸 이하	105 (27.6%)	207 (54.5%)	68 (17.9%)
대졸	170 (31.3%)	318 (58.6%)	55 (10.1%)
대학 원졸	30 (39.0%)	39 (50.6%)	8 (10.4%)

$X^2=14.8, P<0.05$

<표 2>의 로지스틱회귀분석과 <표 6>의 교차분석을 종합하면 교차분석에서는 학력이 높을수록 유권자가 선거운동에 자신의 정보가 활용되는 것에 동의하는 비율에 대해 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나, 로지스틱회귀분석에서는 학력과 자신의 정보 활용 동의와 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다. 따라서 유권자의 학력과 후보자가 SNS 등에 드러난 자신의 정보를 선거운동에 활용하는 것에 대한 유권자의 동의여부와는 유의한 인과관계가 있다고 볼 수 없다.

위의 결과는 문제 5)에 응답하고 있다. 즉 유권자의 학력이 높을수록 정치에 대한 정보를 더 많이 가지고 있고, 이 때문에 정치에 영향을 미칠 수 있다고 생각하여 더 적극적으로 정치에 참여할 것이라는 주장(Almond&Verba

1963; 박종민 1994, 174; 이상훈·김상돈 2009, 46)은 설득력이 있으나, 학력이 높을수록 자신의 개인정보를 후보자가 활용하는 것에 동의한다고 주장할 수는 없다.

<표 7>은 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한 거주 지역별 유권자의 동의여부를 보여주고 있다. 도시거주자의 경우 “동의한다.” 31.4%, “동의하지 않는다.” 56.4%, “잘 모르겠다.” 12.1%이다. 도농복합 지역거주자는 “동의한다.” 23.6%, “동의하지 않는다.” 66.0%, “잘 모르겠다.” 10.5%이다. 농어촌거주자는 “동의한다.” 35.8%, “동의하지 않는다.” 42.5%, “잘 모르겠다.” 21.6%이다. 즉 농어촌거주자, 도시거주자, 도농복합지역거주자의 순으로 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대해 동의하는 비율이 높아지는 것을 볼 수 있다. 교차분석에 의한 카이제곱 검증도 거주 지역별로 차이가 있음이 발견되었다($p=0.000$).

<표 7> 유권자가 자신이 인터넷 뉴스, 카카오톡, 페이스북 등에 남긴 댓글을 후보자가 선거운동에 활용하는 것에 대한 동의여부?(거주지역별)

	동의한다	동의하지 않는다	잘 모르겠다
도시 지역	212 (31.4%)	381 (56.4%)	82 (12.1%)
도농복합 지역	45 (23.6%)	126 (66.0%)	20 (10.5%)
농어촌 지역	48 (35.8%)	57 (42.5%)	29 (21.6%)

$X^2=21.0$, $P<0.05$

<표 2>의 로지스틱회귀분석과 <표 6>의

교차분석을 종합하면 교차분석에서는 도시거주자와 농촌지역 거주자 사이에 선거운동에 자신의 정보가 활용되는 것에 동의하는 비율에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 로지스틱회귀분석에서는 거주지역과 자신의 정보 활용 동의와 유의한 관계가 있는 것으로 나타났으며, 도시거주자보다 농어촌거주자가 선거운동에 자신의 정보 활용에 동의하는 비율이 더 높은 것으로 나타났다.

위의 결과는 문제 6)에 응답하고 있다. 즉 SNS 등을 사용하는 집단의 성향이 동질적일수록 상호간 실용적인 정치소통을 더 많이 하고(금희조 2013), 실용적 정치소통을 많이 할수록 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 동의하는 비율이 더 높다. 따라서 도시거주자보다 정치적 성향이 상호간 더 유사하여 실용적인 목적으로 SNS 등을 상대적으로 더 많이 사용하는 농촌지역의 거주자가 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 더 긍정적이라고 해석될 수 있다. 단 <표 7>에서 볼 수 있듯이 농어촌지역의 속성을 도시지역보다 더 많이 가지고 있는 도농복합지역 거주자가 도시거주자보다 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 더 부정적인 이유는 명확하지 않다.

IV. 결론

본 연구는 한국유권자들이 자신이 인터넷 뉴스, 카카오톡, 페이스북 등에 남긴 댓글 등을 후보자가 선거운동에 활용하는 것에 대해 유권자 전체와 정치성향별, 연령대별, 성별, 학력별, 거주 지역별로 어떤 차이가 있는지를 분석하였다. 본 연구는 한국의 전체 유권자들을 대상으로 실시된 표본 1,000개의 전화설문 조사에 근거하고 있으며, 가설 검증을 위해 로

지스틱회귀분석과 교차분석을 사용하였다.

분석결과 한국유권자의 과반수이상인 56.5%는 자신들이 SNS 등에 남긴 댓글 등을 후보자가 활용하는 것에 동의하지 않는 것으로 나타났다. 과반수이상의 유권자들이 선거운동의 효율성 증대보다는 개개인의 프라이버시 침해를 중요하다고 생각하기 때문인 것으로 해석된다. 이것은 아직은 한국선거에서 빅데이터를 활용한 선거운동이 제도화되기 어렵다는 것을 보여주고 있다.

연령대에서는 20대와 30대, 거주 지역에서는 농어촌거주자와 도시거주자가 후보자가 선거운동에 자신의 정보 활용 동의여부에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정치성향, 성, 학력은 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한 동의여부에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

후보자가 자신의 정보 활용 동의여부에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난 연령대, 거주 지역에서는 습관적 사용으로 인한 SNS 등 접속 비율이 상대적으로 높은 유권자 층보다는 실용적 사용 비율이 상대적으로 높은 유권자 층에서 자신의 정보 활용 동의가 더 높은 것으로 나타났다. 20대보다 SNS 등을 적게 사용하지만 실용적 사용 비율이 상대적으로 높은 30대가 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 동의하는 비율이 더 높은 것으로 나타났다. 또한 상호간의 동질성 때문에 실용적 소통을 많이 하는 농어촌거주자가 도시거주자보다 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 동의하는 비율이 더 높은 것으로 나타났다.

본 연구는 미래 연구를 위해 두 가지를 시사하고 있다. 첫째 독립변수들인 정치성향과 인구통계학적 특성이 종속변수인 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 대한

동의여부를 설명하는 정도가 8.9% (Nagelkerke $R^2=0.089$)로 낮은 편이라는 점이다. 이것은 본 연구의 한계인 동시에 설명력을 높이기 위한 기타 변수의 발견을 위해서 추가적인 연구가 필요하다는 것을 의미한다. 둘째 SNS 등의 실용적 사용자들이 습관적 사용자들보다 후보자가 선거운동에 자신의 정보를 활용하는 것에 동의하는 비율이 더 높은 것으로 나타났는데, 이 문제에 초점을 맞춘 추가적인 설문조사에 근거해 더 구체적인 연구가 필요하다.

참고문헌

- 고한석. 2013. 『빅데이터, 승리의 과학』. 서울: 이지스 퍼블리싱.
- 권건보. 2014. “개인정보 보호의 헌법적 기초와 과제”. 『저스티스』 144: 7-42.
- 금희조. 2013. “SNS활용과 정치적 소통의 양극화: 미국 퓨 리서치 데이터 분석”. 『한국언론학보』 57(3): 272-293.
- 김병수. 2014. “빅데이터시대, SNS 사용자의 정보공유형태분석: 프라이버시 계산이론 관점에서”. 『e-비즈니스연구』 15(1): 297-315.
- . 2012. “모바일 소셜네트워크 서 비즈니스 환경에서 지속사용의도의 선행요인에 관한 연구: 신뢰와 프라이버시 우려의 역할”. 『지식경영연구』 13(4): 83-99.
- 김학량. 2015a. “세대균열과 출신지별 지역주의가 투표행태에 미치는 영향 비교연구: 2014년 서울시장 선거를 중심으로”. 『현대사회와 행정』 25(3): 77-95.
- . 2015b. “후보자의 유권자 정보수요에 대한 연구: 2014년 동시 지방선거를 중심으로”. 『인문사회과학연구』 49: 3-24.
- . 2016. “한국인의 인터넷 댓글을 통한 정치참여에 대한 연구: 정치성향 및 인구통계학적 특성을 중심으로”. 『인문사회과학연구』 52: 29-49.
- 김성태·김여진·최홍규·김형지. 2011. “뉴 미디어를 통한 소통 채널의 확장과 정치참여 변화 연구”. 『평화연구』 봄호: 5-38.
- 김지연. 2015. “빅데이터의 주체-디지털 시민의 구성”, 『경제와사회』 105: 94-126.
- 강진숙·김지연. 2013. “SNS이용자의 정치참여에 대한 현상학적 연구: 10·26 서울시장 보궐선거를 중심으로”. 『한국언론정보학보』 62: 179-199.
- 박종민. 1994. “한국에서 비선거적 정치 참여”. 『한국정치학회보』 28(1): 163-182.
- 박재석·황병일. 2013. “우체국 빅데이터 활용 전략에 관한 소고”. 『우정정보』 94: 27-50.
- 박창문·조재욱. 2013. “SNS의 정치적 동원기능에 관한 비판적 고찰: 18대 대선에서 트위터를 중심으로”. 『한국정당학회보』 12(2): 187-220.
- 변은숙·조은성. 2015. “빅데이터를 이용한 온라인 구전문화 분석”. 『문화산업연구』 15(2): 1-8.
- 송태수·양민석. 2015. “여성정치참여와 여성정치교육 활성화방안연구”. 『사회과학연구』 30(4): 235-257.
- 손영화. 2014. “빅데이터 시대의 개인정보 보호방안”. 『기업법연구』 28(3): 355-393.
- 송효진·고경민. 2013. “SNS 정보서비스의 질, 정치 효능감 그리고 정치참여의 촉진”. 『한국정당학회보』 12(1): 175-216.
- 윤상오. 2013. “빅데이터의 위험유형 분류에 관한 연구”. 『한국지역정보화학회지』 16(2): 93-122.
- 윤석진. 2015. “개인정보 보호와 빅데이터 활용의 충돌, 그 문제와 입법정책과제: 보건의료 빅데이터를 중심으로”. 『중앙법학』 17(1): 7-47.
- 이승훈·김상돈. 2009. “인터넷과 디지털 시민성에 관한 탐색적 논의”. 『한국지역정보화학회지』 12(1): 31-58.
- 이원우. 2011. “개인정보 보호를 위한 공법적

- 규제와 손해배상책임: 개인정보 누출을 중심으로”. 『행정법연구』 30: 237-275.
- 이환수·임동원·조항정. 2013. “빅데이터 시대의 개인정보 과잉이 사용자 저항에 미치는 영향”. 『지능정보연구』 19(1): 125-139.
- 장성호·이기동. 2014. “소셜네트워크서비스 프라이버시 위험이 사용자저항에 미치는 영향”. 『e-비즈니스연구』 15(3): 323-338.
- 장우영·류석진. 2013. “소셜네트워크 캠페인의 정치적 효과: 19대 총선의 트위터 빅데이터분석”. 『한국정치학회보』 47(4): 93-112.
- 정진민. 1994. “정치세대와 14대 국회의원 선거”. 『한국정치학회보』. 28(1): 257-274.
- 조동성·나은경. 2011. “매체의 이용 장르와 기능이 정치참여에 미치는 영향”. 『한국방송학보』 25(1): 242-286.
- 조희정·신경식. 2014. “제6회 지방선거의 온라인 참여: 참여유형과 참여효과를 중심으로”. 『시민사회와 NGO』 12(2): 117-149.
- Cate, Fred H.·손금주·이영조. 2015. “빅데이터 활용에 있어서의 프라이버시 보호”. 『경제 규제와 법』 8(1): 21-33.
- 하승태. 2012. “소셜 네트워크 서비스(SNS) 이용이 수용자의 정치사회적 태도에 미치는 영향: SNS 이용빈도 및 이용목적 분석을 중심으로”. 『언론과학연구』 12(4): 575-606.
- 허성욱. 2014. “한국에서 빅데이터를 둘러싼 법적쟁점과 제도적 과제 관찰”. 『경제규제와 법』 7(2): 7-21.

Non-Korean References

- Almond, Gabriel A. and Sidney Verba. 1963.
The Civic Culture. Princeton: Princeton University Press.
- Noh, Kyoo-Sung. 2013. "An Exploratory Study on Big-data based Election Campaign Strategy Model in South Korea." *Journal of Digital Policy and Management* 11 (12): 113-120.
- Schultz, Ulrike and Betty Vandenbosch. 1998.
"Information Overload in a Groupware Environment: Now You See It, Now You Don't." *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce* 8 (2): 127-148.

국문참고문헌의 영어표기
(Korean References in Roman Alphabet)

- Cate, Fred H., Son Kum-ju, and Lee Young-jo. 2015. "Protecting Privacy in Big Data." *Journal of Law and Economic Regulation* 8 (1): 21-33
- Chang Woo-young and Lew Seok-jin. 2013. "The Political Effect of a Social Network Campaign: Tweeter Big Data Analysis of the 19th National Election." *Korean Political Science Review* 47 (4): 93-112
- Cho Hee jung and Shin Kyung-shik. 2014. "Online Participation in the 6th Local Election." *Civil Society and NGO* 12 (2): 117-149
- Cho Sung-dong and Na Eun-kyung. 2011. "The Effects of Media Genre and Function on Political Participation Considering of Role of Political Psychology and Social Capital Variables." *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies* 25 (1): 242-286.
- Chung Jin-min. 1994. "Political Generation and the 1992 Parliamentary Election in Korea." *Korean Political Science Review* 28 (1): 257-274.
- Ha Sung-tae. 2012. "Use of Social Network Service and Socio-Political Interest and Participation." *Journal of Communication Science* 12 (4): 575-606.
- Heo Seong-wook. 2014. "Big Data Legal Issues in Korea." *Journal of Law and Economic Regulation* 7(2): 7-21.
- Jang Sung-ho and Lee Ki-dong. 2014. "Privacy Risk of Social Network Service and User Resistance." *The e-Business* 15 (3): 323-338.
- Kang Jin-suk and Kim Ji-yeon. 2013. "A Phenomenological Study on the Political Participation of SNS Users: Focusing on the By-election for Mayor of Seoul on October 26." *Korean Journal of Communication and Information* 62: 179-199.
- Kim Byoung-soo. 2014. "Analyzing SNS Users' Knowledge Sharing Behaviors in a Big Data Era: A Privacy Calculus Model Perspective." *The e-Business Studies* 15 (1): 297-315.
- . 2012. "A Study of Antecedents of Continuance Intention in Mobile Social Network Service: The Role of Trust and Privacy Concerns." *KMR* 13 (4): 83-99.
- Kim Hak-ryang. 2015a. "A Comparative Study of the Influence of Regionalism and Age Effect on the Voting Behavior of the Electorate in the June 4 Seoul Mayoral Election." *Modern Society and Administration* 25 (3): 77-95.
- . 2015b. "A Study on Candidate's Demand for Voter Information in the 2014 Local Election." *Studies in Humanities and Social Sciences* 49: 3-24.
- . 2016. "A Study of Koreans' Political Participation through Internet Comments, Focusing on Political Inclinations and Democratic Characteristics." *Studies in Humanities and Social Sciences* 52: 29-49.

- Kim Ji-yeon. 2015. "Big Data and Its Subjects-Digital Citizens Are Constructed." *Economy and Society* 105: 94-126.
- Kim Sung-tae, Kim Yeo-jin, Choi Hong-gyu, and Kim Hyoung-je. 2011. "Communication Channel Expansion and Political Participation Focusing on the Internet and Social Media." *Peace Studies* Spring: 5-38.
- Kwon Geon-bo. 2014. "The Basic Issues of Information Protection." *The Justice* 144: 7-42.
- Lee Hwan-soo, Lim Dong-won, and Zo Hang-jung. 2013. "Personal Information Overload and User Resistance in the Big Data Age." *Journal of Intelligence and Information systems* 19 (1): 125-139.
- Lee Won-woo. 2011. "Öffentlich-rechtliche Regulierungen für Datenschutz und Schadenersatzverantwortung." *Administrative Law Journal* 30: 237-275.
- Park Chang-moon and Cho Jae-wook. 2013. "A Critical Review of Twitter Political Mobilization Effect." *Korean Party Studies Review* 12 (2): 187-220.
- Son Young-hoa, 2014. "The Protection of Personal Information in the Era of Big Data." *Business Law Review* 28 (3): 355-393.
- Song Hyo-jin and Ko Kyung-min. 2013. "The Quality of Social Network Service (SNS), Political Efficacy and the Acceleration of the Political Participation." *Korean Party studies Review* 12 (1): 175-216.
- Song Tae-soo and Yang Min-suk. 2014. "A Study on the Development of Women's Political Participation and Political Education for Women." *Social Science Research Review* 30 (4): 235-257.
- Yoon Seok-jin. 2015. "Conflicts of Personal Information Protection and Advantage of Big Data, the Problem and the Legislative Policy Issues: Focus on Health and Medical Big Data." *Chung-Ang Law Review* 17 (1): 7-47.
- Yun Sang-oh. 2013. "A Study on the Classification of Risks Caused by Big Data." *Journal of Korean Association for Regional Information Society* 16 (2): 93-122.