

독일 발-오-맛(Wahl-O-Mat) 사례의 한국적 함의: 선거조언어플리케이션(Voting Advice Applications)의 정치지식 축적 플랫폼으로서의 가능성*

장혜영** 김주희***

| 목 차 |

I. 서론	권자의 정치적 지식
II. 정책선거와 유권자 정치적 지식 관계	IV. 유권자 정치적 지식의 활성화 사례: 선거조언어플리케이션
III. 정책이해의 선행조건으로서 유	V. 결론

| 논문요약 |

본 연구는 정책수요자로서 유권자의 정치적 지식이 정책선거의 활성화를 위한 전제조건이라는 점을 강조하고, 매니페스토 정책선거 운동에서 선거조언어플리케이션(Voting Advice Applications: VAAs)이 정치지식의 습득을 위한 정보제공 채널이 될 수 있음을 살펴본다. 이 논문은 유럽의 선거조언어플리케이션이 기존의 정당 및 후보와 유권자 간의 매칭을 제공하는 기본적인 매칭 기능을 넘어서는 유권자의 정치적 지식 축적이 가능한 플랫폼을 활성화한다는 점에 주목한다. 또한 유럽의 사례를 통해 현재 한국에서 사용되는 선거조언어플리케이션 중 경실련의 후보선택도우미를 살펴보고 이를 통한 한국에서의 유권자 정치적 지식 축적 가능성을 모색한다. 연구 결과 독일 사례인 발-오-맛의 경우 기존 후보자와 유권자 간 매칭 기능을 넘어 심도 있는 정치 지식을 제공하는 플랫폼으로 진화하였지만, 한국의 선거조언어플리케이션은

* 이 논문은 2015년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2015S1A3A2046224).

** 제1저자: 중앙대학교 정치국제학과 조교수.

*** 교신저자: 경희대학교 국제개발협력연구센터 연구교수.

독일 사례보다 제한적 범위 내에서 사용되고 있다는 점을 확인하였다. 그럼에도 한국의 선거조언어플리케이션은 유권자의 정치적 지식의 습득은 적절한 정치정보로의 접근성을 확보하고 이해 가능한 소통을 통해 증진된다. 따라서 정치지식을 제공하는 주체는 정치지식의 축적을 위해 정보의 양(quantity)과 정보의 범위(range)를 조절하고 정보들 간의 조직화(organization)를 활성화할 수 있는 역량이 담보되어야 한다. 이러한 측면에서 정치지식 제공 플랫폼으로서 선거조언어플리케이션의 역할을 살펴보고 정치지식 축적을 향상시키는 도구로서의 의미를 파악하였다.

▪ 주제어: 선거조언어플리케이션, 정책선거, 정치지식, 발-오-맛, 후보선택도우미

I. 서론

2017년 제19대 대통령 선거는 한국 정치 역사에 다양한 의미를 부여한다. 현직 대통령의 탄핵과 그에 따른 구속, 역대 최단 기간에 이루어지는 대통령 선거과정, 다당제하에서 치러진 선거 등 급변하는 한국의 정치 상황은 선거의 의미 그리고 정치 지도자 선택 기준에 대한 연구가 필요함을 보여준다. 이렇듯 급변하는 한국 정치지형은 우리에게 실질적으로 지도자의 선택 기준이 과연 무엇인가에 대한 당위성의 측면을 넘어 적절한 제도에 대한 고민을 하게 한다. 민주주의 제도에서 최적의 대표자를 선출하는 과정의 적절성은 특히 선거에서 각 후보들의 공약 및 정당의 공약에 의거한 유권자의 선택을 요구하지만 여전히 현실 속 한국 선거는 정책선거와 인물중심선거 사이에서 고민하고 있다.

한국에서 정책선거에 대한 논의는 수많은 연구 결과물의 축적과 함께 심화되었다. 특히 정책선거와 매니페스토가 연계된 매니페스토 정책선거에 대한 논의는 주관 기관인 중앙선거관리위원회와 학계, 정당 및 시민사회단체를 아우르며 광범위하게 이루어지고 있다. 2006년 매니페스토 정책선거운동의 시작 이후 중앙선거와 지방선거 모두를 망라하는 지속성을 보이고 있으며, 그 결과 선거공약 평가를 위한 정책공약에 대한 평가 지표

들이 구체적인 결과물로 도출되었다. 그러나 이러한 연구결과물의 양적인 축적이 실질적으로 정책선거의 활성화를 이끌어냈는지, 문제점으로 지적되었던 인물중심선거를 약화시켰는지에 대해서는 여전히 논쟁적이다. 이와 함께 매니페스토 정책선거는 그 개념의 조작적 정의를 정교화하기보다는 정책선거라는 규범적 측면이 강조되어 ‘정책선거’라는 목표를 달성하기 위한 명제로 간주되었다. 결국 매니페스토 정책선거는 정책공급자와 정책수요자를 연결하는 플랫폼으로 이해할 수 있다. 현재 진행되는 매니페스토 정책선거 운동의 메커니즘은 유권자들이 매니페스토 선거공약 평가지표들을 근거로 공약을 평가하여 그 평가 결과가 선거 결과에 반영되도록 하는 것이다(중앙선거관리위원회 2014). 따라서 다양한 시민단체 및 학계가 구체적인 선거 공약 평가 지표를 개발함과 동시에, 그 지표를 통한 평가 결과에 대한 정보를 제공하고 있다.

정책선거란 거시적 차원에서 정당이나 후보자가 자신이 쌓아온 경력과 능력, 앞으로의 국정운영에 대한 비전 등을 바탕으로 자신의 정견과 정책을 중심으로 상대 후보자와 경쟁하는 형태의 선거이다(박명호 2003, 217-218). 즉, 정책선거는 정당이나 후보자가 유권자에게 집권 이후의 정책구상을 제시하여, 경쟁 후보 혹은 정당의 정책과 비교하여 자신들의 정책이 우수함을 강조하는 포지티브 선거운동의 일환이다. 그러나 매니페스토 정책선거는 선거공약에 기간, 목표, 재원 나아가 우선순위 설정 등의 구체적 계약을 담는 것(김영래·이현출 2006)으로 유권자의 공약 평가 및 선거 이후의 공약 실행평가까지를 망라하는 복합적 개념이다. 따라서 정책수요자로서의 유권자는 이러한 일련의 역할을 수행해야 한다. 즉 공약 내용의 소비자로서 유권자는 ‘복잡한 정책 내용을 충분히 이해하고 있다’고 가정하는 것이다. 규범적인 민주주의 이론은 민주주의 체제가 효과적으로 작동하기 위해서는 유권자가 ‘올바른 지식을 충분히 가진 시민(informed citizen)’임을 전제하고 있지만 실제로 유권자가 충분한 정치적 지식(political knowledge)을 가지고 있는지에 대한 연구는 제한적이다(Barabas et al. 2014; Delli Carpini & Keeter 1996; Grönlund & Milner 2006; Jerit et al. 2006). 더욱이 한국의 정책선거 논의는 유권자의 역할을 매니페스토 선거공약에 대한 평가를 하는 주체인지, 아니면 평가의 주체는 따로 있고 평가의 결

과를 소비하는 소비자인지에 대한 구분을 명확하게 하지 않는다. 그러나 공통적으로 유권자가 적어도 매니페스토 정책공약을 통하여 자신들의 정책선호를 확인하고, 정책을 비교하여 ‘최적의 정책’을 찾아내고 그 후보에 투표하기를 ‘기대’한다. 그러나 매니페스토 정책선거에 대한 논의들은 정책선거가 그러한 기대에 부응하고 활성화되기 위해서 유권자의 정치적 지식이 담보되어야 한다는 점을 간과한다. 따라서 정치적 지식을 바탕으로 정책에 대한 이해가 높아지고, 그 결과로 정책선거를 할 수 있는 환경이 만들어질 수 있다는 점을 지적할 필요가 있다.

본 논문은 따라서 정책수요자로서 유권자의 정치적 지식이 정책선거의 활성화를 위한 전제조건임을 제시하고 정치적 지식 축적의 플랫폼으로서 선거조언어플리케이션(Voting Advice Applications)¹⁾의 기능을 살펴보고자 한다. 특히 본 연구는 유럽의 선거조언어플리케이션(VAA)이 기존의 정당 및 후보와 유권자 간의 매칭을 제공하는 기본 매칭 기능과 함께 유권자의 정치적 지식 축적이 가능한 기능을 포함하고 있다는 점을 지적한다. 동시에 유럽에서 활성화된 선거조언어플리케이션과 현재 한국에서 사용되는 선거조언어플리케이션 중 경실련의 후보선택도우미를 통해 선거조언어플리케이션을 통한 유권자의 정치적 지식 추적 가능성을 모색하고자 한다. 이를 위하여 본 연구는 정책선거에서 수요자로서의 유권자의 위치를 기존 연구를 통하여 살펴보고, 정책선거 활성화의 당위성에 묻힌 유권자의 정치적 지식의 중요성을 분석한다. 이후 유권자의 정치적 지식 축적의 플랫폼으로서 선거조언어플리케이션의 기능을 유럽 사례를 들어 확인하고, 한국적 함의를 모색하기 위한 경실련의 후보선택도우미 현황을 살펴본다.

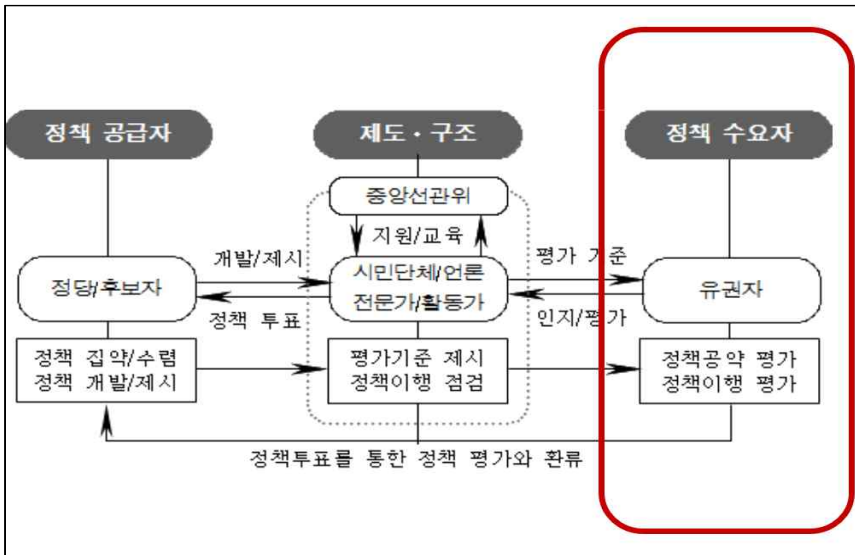
1) Voting Advice Application에 대한 통합된 해석이 없다. 한국의 경우 ‘후보선택도우미 프로그램’ 등으로 불리고 있으나 본 연구에서 영문을 직역하는 것이 프로그램의 성격을 최대한 반영하는 것으로 판단하여 선거조언어플리케이션으로 명명하고 영문 약자로 VAAs로 사용한다. 이후 본 논문에서는 선거조언어플리케이션으로 통용하고, 필요에 따라 VAAs와 병행하여 사용한다.

II. 정책선거와 유권자 정치적 지식관계

1. 정책 수요자로서의 유권자

한국의 정치 환경의 변화는 기존의 인물·지역 중심 선거를 넘어서는 정책선거에 대한 당위성과 정책선거 활성화를 위한 제도적 기반을 요구한다. 정책선거를 미시적 측면에서 본다면, 유권자가 경쟁하는 후보자 혹은 정당이 제시하는 이념과 정책의 차별성을 구별하여 유권자의 정책 선호에 맞는 후보자 및 정당을 선택하는 것이다. 따라서 정책선거를 위해서는 정책의 공급자와 정책의 수요자 그리고 이들을 연결하는 기제가 필요하며 이 과정에서 매니페스토 선거공약이 연결 플랫폼으로 작동한다. 따라서 정책선거는 경쟁선거에서 후보자 및 정당의 이념과 정책적 차이를 바탕으로 유권자들이 투표선호를 결정하는 것을 기반으로 한다. <그림 1>은 정책공급자와 정책수요자 간 관계를 요약한 것이다.

<그림 1> 정책선거의 구조



▪ 한국정당학회(2014, 72)

<그림 1>에 의하면 정책선거는 정당과 후보자가 적절한 정책을 개발하여 선거과정에서 공약으로 제시하고 유권자가 이를 평가하여 그 결과를 자신의 투표행위에 반영하는 선순환 구조를 구축하는 데 목적을 둔다. 따라서 정책선거는 유권자들의 투표선택 기준이 정책적 차별성을 구별할 수 있는 역량이 전제되었을 때 가능하다. 동시에 정당과 후보자는 경쟁자들과의 정책적 차별성을 부각하기 위해 선거전략 및 선거운동에 집중하여 선거환경을 제공한다. 궁극적으로 경쟁 정당체계 내에서 정책 선거는 유권자들의 능동적 역할에 무게를 두고 있다. 이는 정책공급자인 정당이나 후보자가 적절한 공약 및 정책을 제공하는 것은 유권자들의 투표행태에 달려 있음을 의미한다. 즉, 유권자들이 정책적 차별성 보다는 인물 혹은 지역주의에 기초한 투표행위를 한다면 정당이나 후보자가 정책적 차별성을 등한시할 가능성이 높다.

정책선거는 정책공급자와 정책수요자, 그리고 양측을 매개하는 플랫폼을 모두 포함하는 일련의 과정이다. 그러나 정책선거 논의는 실제로 정책공급자의 역량에 대한 논의는 심층적으로 이루어지고 있는 반면 정책수요자인 유권자 측면에 대한 논의는 제한적이다. 유권자 측면에 대한 논의와 관련하여 정책선거는 이슈투표와 비교하여 이해할 수 있다. 정책선거와 이슈선거의 차이를 살펴보면 유권자 측면에서 구분할 수 있다. 정책선거는 유권자의 전망적 투표행태를 기대하는 것에 주안점을 두는 반면 이슈투표는 유권자의 공약에 대한 평가를 토대로 이루어지는 것이 아닌 기존의 정책에 대한 종합적 평가 결과로 이루어지는 회고적 투표행태를 가정하는 측면이 강하다. 이슈투표의 경우 유권자들의 결정은 정교하고 세련된 계산의 결과이며, 유권자들의 정책선택 호형성은 이성적이며 사려 깊은 논의를 통해 이루어진다는 점을 강조한다(Carmines & Stimson 1980, 78). 따라서 유권자 측면의 이슈투표에 대한 기존 논의는 유권자들이 정치적 이슈에 대한 논의를 통해 유권자가 정치정보를 어떻게 소비하고 활용하는가에 대한 연구(Ranibowitz & Macdonald 1989), 정당 및 후보자들이 이슈에 대한 이념적·정책적 위치와 유권자들의 이념 및 정책위치의 유사성(Ansola-behere et al. 2008)에 대한 연구 등을 포함한다. 이슈투표에 대한 기존 논의들은 연구주제 및 연구방법에 있어 다양하지만, 실제로 유권자

의 투표선택이 유권자 개인의 평가라는 점, 그리고 그 평가가 선거 이전에 이미 축적된 정치정보에 의한 결과물이라는 점을 전제로 하고 있다. 이와 비교해 정책선거는 유권자의 전망적 투표와 회고적 투표성향이 복합적으로 작용한다는 점이 특징이다.

정책선거에 대한 초기 논의는 유권자의 정책평가 가능성에 주목하였으나, 이후 정책선거 평가지표에 대한 논의가 강화되면서 실제로 정책공급자의 역량강화 측면이 강조되는 경향이 보였다. 따라서 정책선거 개념은 사전-사후 공약평가를 모두 포함하고 있으며, 사전 공약에 대한 평가를 통한 전망적 투표와 선거 이후 공약 이행 평가를 통해 다음 선거에서 공약이행과 관련한 회고적 투표 및 다음 공약에 대한 전망적 투표가 복합적으로 섞여 있다. 결국 정책선거는 유권자가 미래에 일어날 공약의 효과를 선거에 앞서 평가하여 투표하는 이상적인 ‘지식 있는 시민(informed citizen)’을 전제하고 있다. 정책선거가 인물중심, 지역중심의 선거에서 벗어나 정당한 정책 대결을 통한 대표자의 선출에서 그 정당성을 찾는다면 유권자의 정치적 지식의 확보 여부, 즉 정책에 대한 적절한 이해 여부에 대한 연구가 선행되어야 할 필요가 있다.

2. 정책선거에서 유권자 정치적 지식의 중요성

유권자의 정치적 지식에 대한 필요성은 매니페스토 정책선거 공약과 관련하여 더욱 두드러진다. 우선 매니페스토는 “선거공약이 기간, 목표, 공정, 자원 나아가 우선순위라는 구체적 계약을 담는 것”(김영래·이현출 2006)으로 정의할 수 있으며 매니페스토 정책선거와 관련한 운동은 2003년 일본 지방선거에서 실시된 것을 한국에 도입한 것으로 파악된다. 매니페스토 정책선거 공약의 중요성은 선거정치에서 유권자의 지지(표)가 회고적 투표나 전망적 투표를 모두 가능하게 하고(박경미 2009, 339), 유권자가 정당과 후보자에 대한 종합적 평가를 근거로 투표를 하도록 함으로써 정책중심의 ‘시민선택형’ 정치로 발전할 수 있도록 한다(김영래·정형욱 2008, 23)는 것이다. 근본적으로 매니페스토 정책선거는 유권자가 후보자 간의 정책적 차이를 인지하여 어떤 정책이 유권자 자신에게 더 많은 이득을 가

저다 줄 것인지 평가(최준영 2008, 175)할 수 있다는 점에서 유권자와 정당 및 후보자를 연계하는 기제이다. 이 과정에서 유권자의 정치적 지식은 ‘적절한’ 대표자를 선출하기 위해 후보자들이 제시하는 매니페스토에 대한 유권자들의 심층적 이해가 중요하며 이는 ‘정책선거’의 당위성에 대한 가장 중요한 정당성을 부여한다는 점에서 반드시 선행되어야 할 부분이다.

매니페스토 정책선거에 대한 연구의 방향은 크게 선거에서 나타난 매니페스토 아젠다의 특성과 유권자들이 선호하는 선거 아젠다를 비교하는 연구들과 매니페스토 정책선거 공약 정책지표 및 이에 대한 활용으로 구분할 수 있다. 매니페스토를 통한 유권자와 후보자 간의 ‘정책 아젠다 소통’의 중요성(조진만 2008; 조진만 2010; 조진만 2012; 한정택 2012; 이동운 2012; 이현출·가상준 2011), 매니페스토 정책선거 공약 정책지표(중앙선거관리위원회) 및 정책지표 활용에 대한 연구(이동운 2010; 이동운 2012; 정희욱 2012)는 정치학, 행정학과 정책학 분야 등 다양한 학문 분야에서 축적되고 있다. 그러나 앞서 정책선거에서 살펴본 바와 같이 매니페스토 정책선거 공약 관련 논의 또한 정책공급자 측면의 논의에 집중되고 있으며 정책수요자인 유권자에 대한 논의는 상당히 제한적이다. 또한 정책선거 자체에 대한 논의가 아닌 정책선거를 달성하기 위한 제도적 장치로서의 매니페스토 정책선거에 대한 논의는 근본적 목표인 정책선거에 대한 논의 없이 매니페스토 제도 운영과 그 적용에 중점을 두어 진행되어 왔다.

매니페스토 정책선거 운동 그리고 매니페스토 정책선거를 다루는 기존의 연구들은 매니페스토 정책선거의 긍정적 측면을 인정하면서도 실제 운영되는 측면, 그리고 내재되어 있는 다양한 문제점에 대하여 지속적으로 지적하고 있다. 또한 공통적으로 기존 연구들은 정책수요자라는 측면에서의 논의가 필요함을 인정하면서도 정책수요자인 유권자의 행위에 대한 당위성에 중점을 두고 있다. 즉, 유권자는 매니페스토 정책선거 공약에 대한 평가를 하는 주체인지, 아니면 평가의 주체는 따로 있고 평가의 결과를 소비하는 소비자인지 명확하지 않다. 하지만 유권자가 매니페스토 정책공약을 통하여 자신들의 정책선호를 확인하고, 정책을 비교하여 ‘최적의 정책’을 찾아내고 그 후보에 투표하기를 ‘기대’한다. 이 과정에서 유권자의 정책에 대한 이해(understanding)와 매니페스토 정책공약 사이의 간극은

고려대상이 아니며 유권자가 정책을 이해하고, 정책선호를 표방할 수 있는 능력이 있다는 점을 당연히 여긴다. 따라서 정치적 지식이 결여된 상태에서 매니페스트를 판단하고 이에 따른 투표를 하도록 유도하는 정책선거의 당위성은 정치적 지식의 축적을 자동적으로 간주하는 것에 대한 합리적 의심이 결여되어 있다.

III. 정책이해의 선행조건으로서 유권자의 정치적 지식

유권자의 정치적 지식(political knowledge)에 대한 연구는 민주사회에 대한 논의로부터 시작되고, 민주 사회의 원활한 운영은 시민들이 “각종 정치정보를 충분히 습득하고 있어야” 한다는 점에서 출발한다. 따라서 적절한 정치적 지식을 보유한 시민이 민주체제의 근간이라는 점이 당연히 여겨졌고 이에 대한 합리적 의심이 제기되지 않은 것은 당연한 일일 수도 있다. 정치적 지식은 ‘올바른 정보(corrected information)’이고 올바른 정보는 다양한 사회, 이슈, 후보자에 대한 정보 등 복합적인 내용을 포함하고 있다. 정치적 지식은 정치행태 연구의 기반으로 여겨지고(Mondak & Davis 2001, 238) 투표행태, 투표선택과 같이 개인 차원에서의 다양한 정치행태 연구의 근간이 된다. 정치적 지식에 대한 개념은 델리 카피니와 키터(Delli Carpini & Keeter)의 연구에서 찾을 수 있다. 그들은 “정치적 지식은 장기적 기억에 저장되어 있는 정치에 관한 실제 정보들”로 규정하고(Delli Carpini & Keeter 1996, 10), 정치적 지식과 관련된 요인은 인지적 능력(ability), 가용성(availability of information), 동기(desire to learn) 등에 영향을 받는다고 보고 있다(Barabas et al. 2014, 841).

시민의 정치적 지식에 대한 연구는 민주주의 체제 내에서 그 중요성에도 불구하고 집중적으로 연구되지 않았다. 정치지식에 대한 연구가 제한적인 이유는 정치적 지식 자체에 대한 복잡성이 존재하며 하나의 통일된 개념을 만들기 어렵기 때문일 것이다. 또한 일련의 학자들이 정치적 지식

과 관련하여 여론과 투표행태에 대한 연구과정에서 ‘충분한 정보를 가지고 있는(informed citizen)’에 대해 낙관하는 경향이 있었기 때문에 실제로 서구 민주주의 국가들에서도 각종 여론조사에서 유권자의 정치적 지식을 측정하려는 시도는 제한적이었다(Delli Carpini & Keeter 1993, 1180; Schoen 2005). 서구의 기존 연구들이 정치 커뮤니케이션, 참여의 위기 등과 관련하여 정치적 지식의 측정방식 및 지표에 대한 연구를 하는 것에 비해, 한국에서의 정치적 지식에 대한 연구는 사실상 지극히 제한적이다. 따라서 다수의 여론조사가 특정 이슈(대통령 선거와 관련된 유권자 의식 조사 등)에 중점을 두어 수행되는 과정에서도 응답자가 어느 수준의 정치적 지식을 가지고 있는지 확인하지 않은 채 다양한 설문을 제시하고 응답자의 대답을 요구한다. 특히 정부와 학계에서 끊임없이 제기되는 유권자들의 정치적 무관심과 낮은 투표율에 대한 우려와 각성에도 불구하고, 실질적으로 유권자들이 얼마만큼 정치적 정보를 이해하는지에 대한 근본적인 문제는 제기되고 있지 않다.

유권자의 정치적 지식은 선거 관련 연구의 핵심 변수로 지속적으로 논의되어 왔다(Delli Carpini & Keeter 1996; Grönlund & Milner 2006). 위임된 대표자를 선출하는 대의제 민주주의 체제하에서 유권자가 가장 확실하게 인지해야 하는 부분은 자신의 정치적 위치(political position)와 정당의 이슈 위치(issue position)이다(Jenssen 2012). 유권자의 정치적 지식에 관한 선행 연구들은 기본적으로 유권자들이 일정 수준의 정치적 지식을 가지고 있음을 가정하고 정치적 지식을 확인하는 측정방식에 주목하고 있다. 또한 특정 정책의 내용에 대한 정치적 지식은 상당히 낮을 수 있으며 유권자들이 특정 정책에 대한 구체적 지식을 가지기보다 오히려 정책에 대한 ‘일반적 개념(general conception)’을 보유한다(Dejaeghere & Erkel 2017, 15). 그러나 실제로 유권자들이 일정한 수준의 정치적 지식을 보유하고 있는가에 대한 경험적 연구는 그리 많지 않다.

그렇다면 정책선거 활성화를 위한 매니페스토 선거운동 내에서 유권자의 정치적 지식은 어떻게 소비되고 있는가? 우선 유권자의 정치적 지식과 관련된 ‘가정’은 기존 정책선거 평가지표를 통하여 확인할 수 있다. 기존 정책선거 평가지표 일정 수준의 유권자의 정치적 지식을 가정한 채 정책

공급자가 제공하는 매니페스토의 내용 분석을 위한 정교한 평가지표를 창출하는 데 집중하고 있는데, 이는 두 가지 부분에서 문제를 야기할 수 있다. 첫째 평가지표 창출에 대한 연구의 집중은 정책 공급자와 수요자 간 연구에 균형을 이루지 못하고 정책 공급자의 역량에 주목하여, 유권자를 정책 소비자로 간주한다. 이 과정에서 유권자가 정책 및 공약에 대한 평가를 할 수 있는 역량이 자연스럽게 축적된다고 본다. 그러나 이는 유권자의 정치지식에 대한 일정 수준의 검증이 병행되었을 때 가능하다는 점을 간과한 것이다. 두 번째 정책선거 평가지표는 정책 공급자 측면에 치중하고 있고 이에 대한 시민단체 및 전문가의 대응도 주어진 평가지표를 토대로 내용에 대한 분석이 시도되고 있다. 이 과정에서 정책 수요자인 유권자 측면에 대한 고려가 상대적으로 소홀하다는 문제점이 나타난다. 특히 유권자 측면에 대한 제한된 관심은 유권자들이 ‘정책에 대한 이해도’를 가지고 있다는 점을 ‘가정’한다는 문제점을 노출한다.

매니페스토 운동에 관한 여타 여론조사 또한 유권자의 정치적 지식이라는 부분에 대해 ‘일정 수준에 도달하고 있음’을 가정하고 있다. 유권자의 정치적 지식이 중요한 변수로 인정됨에도 불구하고 이 부분에 대한 연구 및 관심이 제한적인 것은 성숙한 서구 민주주의 국가에서 유권자들의 교육수준이 높아지면서 자연스럽게 일정 수준의 정치적 지식을 보유하게 된다는 가정에서 그 원인을 찾을 수 있다(Grönlund & Milner 2006). 그러나 여전히 유권자의 교육수준과 정치적 지식 간 상관관계가 한국 사회에서 적용되고 검증된 연구는 사실상 제한적이다. 따라서 유권자들이 제공된 정책에 대한 충분한 정치적 지식을 바탕으로 매니페스토 선거공약을 평가한다는 가정은 유권자의 정치적 지식수준에 대한 기초 자료의 확보 이후에 가능한 것이다.

유권자의 정치적 지식과 관련한 기존 연구들은 기본적으로 정치적 참여와 지식 간의 상관관계에 주목하고 있다. 특히 대의제 민주주의의 위기로 일컬어지는 낮은 정치참여율, 즉 낮은 투표율에 대한 우려가 이를 개선하기 위한 다양한 방안을 추적하는 과정에서 유권자의 교육 수준과 정치적 참여 간의 긍정적 상관관계로 논의를 확장시켰다(Wolfinger & Rosenstone 1980; Rosenstone & Hansen 1993; Miliggan et al. 2004). 정치적 지식과

투표율 간의 관계에 대한 경험적 연구는 더 많은 정치적 정보를 획득한 유권자일수록 투표를 더욱 적극적으로 하는 경향을 보인다는 점을 주장한다(Delli Carpini & Keeter 1996; Wattenberg et al. 2000). 정보가 많을수록 참여율이 높다는 것이 경험적으로 증명되면 유권자의 정치적 지식의 기반인 정치적 정보와 참여율 간 관계 또한 이해할 수 있다(Schoen 2005). 라씨네스(Larcinese 2007)의 경우 1997년 영국 총선 데이터를 분석하면서 정치적 정보가 많을수록 투표율이 높아지고, 정치적 참여가 긍정적으로 확대된다는 점을 확인하였다. 특히 미디어가 유권자의 정치적 정보 획득에 중요한 역할을 하고 있음을 동일한 연구에서 다시 한 번 확인하였다.

한국에서 유권자의 정치적 지식에 관한 연구는 사실상 제한적이다. 류재성(2010; 2012)의 경우 유권자의 정치지식에 대한 이론적 설명을 제시하며 정치지식 개념 및 정치지식을 구성하는 요건 그리고 이를 통해 정치지식을 측정하는 방식 등에 대해 논의하고 있다. 또한 정치지식의 보유와 이에 따른 투표율 분석(최석현·윤상진 2015), 미디어와 정치지식 및 정치효능감 간의 관계에 대한 언론학적 분석(이철한·현경보 2007) 등이 정치지식과 관련한 연구동향이라 할 수 있다. 그러나 이러한 논의는 정치지식의 개념 소개 및 정치지식이 민주주의의 활성화에 미치는 긍정적 영향(류재성 2010)에 대한 제시와 함께 이를 통한 정치지식 측정방식에 대한 논의를 주요 연구목표로 삼고 있으며, 정치지식의 축적이 '자연스러운 현상'으로 인식되는 한계가 있다. 또한 정치지식의 축적 및 습득은 기존 연구에서 지적하는 바와 같이 교육 수준, 미디어에 대한 지속적 노출, 사회화 등을 통해 이루어진다는 점을 기정사실화하였다. 그러나 대의 민주주의의 위기와 민주주의 공고화를 고민하는 과정 속에서 정치지식은 자연스럽게 축적되는 현상일 뿐만 아니라 축진되어야 할 필요조건으로 인식되어야 한다. 그 이유는 정치적 지식의 축적과 정보에의 지속적 노출이 언제나 정(+)의 관계를 보이는 것이 아니라는 점을 들 수 있다.

정책선거 활성화의 중요 요소인 유권자의 정치적 지식이 '서구 민주주의에서 일반적으로 높다'는 가정은 최근 조사에서 그 상관관계가 약할 수 있음을 보여준다. 2015년 영국 선거를 앞두고 실시한 한 여론조사에서는 영국인들의 정치적 지식에 대한 복합적 결과를 제시한다. 100명의 영국인

들을 대상으로 2015년 3월에 실시한 여론조사 결과 60%의 응답자가 자신이 투표를 할 때 “상당 수준 잘 알고 투표한다.”고 응답했지만, 3명 중 1명은 가장 기본적인 정치적 지식조차 부족함을 보여주었다. 예를 들어 영국 하원의원이 몇 표를 얻어야 당선이 되는지에 대해 3명 중 1명은 알지 못했고, 약 63%의 응답자는 현재 외교부 장관이 누구인지 모르고 있었다. 이러한 정치적 지식과 현실의 간극을 메우기 위하여 서구 민주주의 체제에서 진행되는 시민정치교육과 함께 최근 등장한 선거조언어플리케이션의 부가적 기능에 주목할 필요가 있다.

IV. 유권자 정치적 지식의 활성화 사례: 선거조언어플리케이션

1. 선거조언어플리케이션(Voting Advice Application)

유권자의 정치정보 접근성은 유권자가 얼마나 다양한 정치정보에 쉽게 접근하여 살펴볼 수 있는가를 측정하는 것으로, 이는 정책선거의 근간인 “유권자가 정책을 이해하고 살펴볼 수 있다.”는 주장을 뒷받침하는 요소이다. 따라서 유권자의 정치적 지식은 정치정보에 접근할 수 있는 방식에 따라 지식의 축적 레벨이 좌우된다. 유권자의 정치적 지식 확보에 대한 가장 일반적인 매체는 전통적인 미디어였고 최근 인터넷을 활용한 유권자의 정치지식 관련 플랫폼이 유럽을 중심으로 이용되고 있다. 인터넷은 TV, 라디오, 그리고 뉴스와 같은 전통적인 매체를 보완하는 플랫폼의 역할을 수행하고 있으며 여러 사회 계층의 정치적 커뮤니케이션의 영역에서 주요한 역할을 담당하고 있다(Chadwick & Howard 2009). 또한 조합 정치적 행위자들 즉 매소단계의 정당, 이익집단과 정부기관들은 구성원들을 조직하기 위해 혹은 직접적으로 그들의 타깃 그룹과 소통하기 위해 인터넷 커뮤니케이션을 사용한다. 특히 주목할 점은 많은 시민들이 온라인 기반의 정치적 커뮤니케이션, 즉 정치정보, 정치 커뮤니케이션, 그리고 정치

참여를 위해 인터넷을 활용하고 있다는 점이다(Zittel & Fuchs 2007; Norris 2008). 이와 같은 현상에 대처하기 위하여 선거캠페인의 새로운 방식이 확립되었다. 후보자와 정당이 웹 어플리케이션을 통해서 그들의 정책 입장을 제시하고 선거 유세를 위한 기금을 모으고 지지자를 결집시키고 또한 새로운 지지자와 정당원을 모집하고 있다. 이 중 유럽에서 활성화된 온라인 베이스 프로그램이 바로 선거조언어플리케이션이다.

<표 1> 유럽 각국의 선거조언어플리케이션(1994-2009년)

<i>Country</i>	<i>VAA</i>	<i>First implementation</i>
Netherlands	<i>StemWijzer</i>	1994
Finland	<i>Vaalikone</i>	1996
Belgium (VL)	<i>Doe de Stemtest!</i>	2002
Switzerland	<i>smartvote.ch</i>	2003
Luxembourg	<i>smartvote.lu</i>	2009
Austria	<i>wahlkabine.at</i>	2002
Netherlands	<i>Kieskompas</i>	2006
Germany	<i>Wahl-O-Mat</i>	2002
UK	<i>VoteMatch</i>	2008
Portugal	<i>Bizzola Eleitoral</i>	2009

선거조언어플리케이션은 정당 간 이념의 균열에 바탕을 둔 정당 일체감을 특징으로 하는 민주주의 국가의 전통적 투표 행태의 점진적 쇠퇴(Franklin et al. 1992; Dalton & Wattenberg 2000)와 그로 인해 발생하게 된 이슈선거(issue-voting)와 같은 새로운 경향의 등장(Dalton 2002; Aardal & van Wijnen 2005)에 영향을 받았다. 특히 이슈선거는 유권자의 선택이 중요 정치적 이슈에 대한 정당들과 유권자의 근접성에 의해 결정된다는 추정에 기반을 둔다. 이에 따라 선거조언어플리케이션은 유권자의 정책 선호를 정당의 입장에 연결하기 위해서 유권자는 선호를 형성할 필요가 있을 뿐만 아니라 경쟁하는 각 정당들 혹은 후보자들의 정책에 대한 충분한 정보를 확보해야 한다(Carmines & Huckfeldt 1996)는 배경에서 등장하게 된다.

<표 2> 유럽 14국가의 협력프로젝트 ‘Vote Match Europe 2014’

국가	VAAs
벨기에	"Doe de Stemtest"
불가리아	"Glasovoditel"
독일	"Wahl-O-Mat"
프랑스	"Vote & Vous"
그리스	"Vote Match"
영국	"Vote Match UK"
이탈리아	"Cabine Electorale"
라트비아	"Providus"
네덜란드	"StemWijzer"
오스트리아	"Wahlkabine"
폴란드	"Latamik Wyborczy"
슬로바키아	"Kohovolit"
스페인	"Elecciones"
체코	"Kohovolit"

· 가르지아·마르샬(Garzia & Marschall 2016, 206)²⁾

대표적인 선거조언어플리케이션은 네덜란드의 ‘스텨뵈저(StemWijzer)’와 독일의 ‘발-오-맷(Wahl-O-Mat)’으로 상당수의 유권자가 사용하고 있는 가장 인기 있는 정치 관련 웹임과 동시에 어플리케이션으로 평가받고 있다. 네덜란드의 스텨뵈저의 경우 2017년 선거에서 3백 8십만 명이,³⁾ 독일의 발-오-맷의 경우 2013년 연방선거에서 1천 3백 30만 명 이상이⁴⁾ 사용했다. 2011년 말타와 슬로베니아를 제외한 유럽 내 모든 국가에서 40개 이상의 선거조언어플리케이션 온라인 툴이 활용되고 있다(<표 2> 참조). 선거조언어플리케이션은 유럽연합회원국 국내선거에서뿐만 아니라 유럽선거에서도 활용되고 있는데 유권자와 유럽의 초국적 정당과의 정책 일치도를 보여주고 있다(Heinsohn et al. 2016). 유럽선거와 관련해서는 두 개의

2) 그 외 다음의 사이트도 참고하였음. BPB Wahl-O-Mat goes Europe, <http://www.bpb.de/presse/183372/wahlomatgoeseurope>. (2017년 4월 3일 검색)

3) StemWijzer, <https://home.stemwijzer.nl>. (2017년 3월 2일 검색)

4) Wahl-O-Mat, <http://www.wahl-o-mat.uni-duesseldorf.de>. (2017년 3월 2일 검색)

선거조언어플리케이션가 활용되고 있는데 2004년부터 시작된 EU의 교육, 시청각, 문화행정국(ECAEC)과 오픈소사이어티 재단이 공동으로 지원하는 ‘VoteMatchEurope’⁵⁾과 플로렌스 소재 유럽대학(European University Institute)의 ‘EU Profiler’⁶⁾을 들 수 있다.

정책 수요자 중심적 접근의 사례인 선거조언어플리케이션은 지난 십여 년 동안 유럽을 중심으로 활성화되었는데, 선거조언어플리케이션은 정당 및 후보자와 유권자의 정책에 대한 입장을 비교해 주는 온라인 기반 도구이며, 선정된 정책들에 대해 유권자와 가장 일치된 정당 혹은 후보자를 보여주는 것을 주요 기능으로 한다. 선거조언어플리케이션은 전 세계 많은 국가들로 확산되고 있으나 여전히 가장 활발하게 선거조언어플리케이션을 활용하고 있는 곳은 유럽이다(Garzia & Marschall 2016; Garzia & Marschall 2012). 이러한 어플리케이션은 공정하고 경쟁적인 환경이 담보되는 서구 민주주의 선거와 긴밀하게 연계되어 운용되고 있는데, 튀니지나 이집트와 같은 신흥민주국가나 전환국가에서 또한 실행되고 있다는 점에서 레짐의 전환 과정에서 그 기능을 할 수도 있다는 가능성을 보여준다(Garzia & Marschall 2016). 이러한 확산으로 인해 고립되어 있던 선거조언어플리케이션 연구에 있어서도 연구 커뮤니티가 형성되어 이러한 어플리케이션의 아이디어, 디자인(이용자의 특성, 정책/테제의 선정과정, 결과 계산 방식 등), 그리고 함의(어플리케이션의 영향)에 대한 주제에 초점을 맞추어 활발한 연구활동을 전개하고 있다. 또한 정치행태, 정당과 선거연구, 정치 커뮤니케이션 연구, 그리고 민주주의 이론을 기반을 둔 연구 등으로 확대 심화되고 있다.

2. 유권자 정치적 지식 축적 플랫폼으로서의 선거조언어플리케이션의 기능: 유럽 사례

기존 선거조언어플리케이션의 연구는 유권자와 정당 혹은 후보자 간 정책 포지션(Policy Position)에 대한 매칭을 통하여 유권자는 자신의 이념

5) VoteMatchEurope, <http://www.votematch.eu>. (2017년 4월 1일 검색)

6) EU Profiler, <http://www.votematch.eu/project>. (2017년 4월 1일 검색)

및 정책 선호와 일치하는 정당 후보들을 선택하는 데 긍정적인 기능을 하고 있음을 보여준다. 따라서 많은 선거조언어플리케이션의 주요 기능을 단순히 정책공급자인 정당과 수요자인 유권자 간 매칭 기능으로만 단순화시킨 것이 사실이다. 그러나 최근 진화하는 선거조언어플리케이션은 기술적 측면 및 내용적 측면에서 이 프로그램을 통하여 유권자들이 정치적 지식을 확보할 수 있는 부가적 기능을 함께 제공하고 있음을 보여준다.

유권자의 측면에서 정치적 지식에 대한 접근성과 정치적 이해 역량을 담보할 수 있는 가능성을 보여주는 선거조언어플리케이션의 특성은 다음과 같다. 첫째, 정책 이슈의 선정에 있어 매니페스토(선거프로그램)를 바탕으로 정당 혹은 후보자와 유권자의 입장을 비교한다. 둘째, 각 유권자는 유권자와 정당 간 특정 이슈에 대한 일치도를 점수로 계산하여 가장 일치도가 높은 순서로 순위 리스트를 결과로 확인할 수 있다. 셋째, 선거조언어플리케이션은 일반적으로 시민교육을 실시하는 비정당기관에 의해서 개발, 발전되었다. 예를 들어 EU Profiler의 경우 유럽 연구의 대표 대학이 주도하고 있으며, EU의 VoteMatch는 그 목적을 유럽선거와 관련된 정치 정보에 접근하도록 하는 교육과 정보를 위한 툴이라고 규정하고 있다. 넷째, 앞의 내용과 연계하여 선거조언어플리케이션의 내용에 있어서, 운영주체들의 정치적 지식을 제공할 수 있는 교육과 정보 제공 능력을 고려하면 대부분의 선거조언어플리케이션들은 특정 이슈의 회고적 평가와 후보자의 인물 중심적인 접근에서 벗어나 전망적이며 이슈 지향적 정보를 제공한다 (Garzia & Marschall 2012, 209). 다섯째, 선거조언어플리케이션의 성공요인 중 하나는 인터넷 사용의 증가이다(Hooghe & Teepe 2007). 인터넷 기술 발전 및 확산으로 인해 이러한 어플리케이션의 발전이 이루어졌고 사용자들로 하여금 이러한 어플리케이션에 쉽게 접근할 수 있는 기회를 제공했다. 그러나 인터넷 사용의 증가는 선거조언어플리케이션의 성공의 필수조건일 수 있으나 충분조건일 수는 없다. 루스비르타(Ruusuvirta 2010)는 선거조언어플리케이션의 주요 성공요인으로 전통적인 대중매체의 선거조언어플리케이션 활성화 노력을 지적하고 있다. 예를 들어 성공한 대부분의 국가에서는 국내에서 가장 영향력 있는 토크쇼에서 각 선거조언어플리케이션을 실연하는 방송을 전파했다. 마지막으로 이러한 선거조언어플

리케이션을 활용한 정치적 지식 및 정보에 대한 데이터의 축적은 학문적으로 시간의 흐름에 따른 정당 위치(*party positioning*)의 변화와 국가 간 차이에 대한 연구가 활성화될 수 있음을 제시한다. 이는 선거조언어플리케이션의 데이터를 기반으로 정당과 정당체계의 특성과 발전에 대한 비교 분석이 가능함을 보여준다. 또한 정당 혹은 후보자가 제시한 정책 공약이 집권 이후 얼마나 정책으로 이행되었는지 평가를 가능하게 한다(Garzia & Marschall 2016).

위에서 제시한 5가지 선거조언어플리케이션의 활성화와 관련한 특징 중 선거조언어플리케이션의 발전이 연구기관 중심으로 발전하고 있으며, 특히 정당의 입장을 대변하는 정당 정치교육기관과 거리를 두어 정보의 중립성 및 프로그램의 중립성을 확보한다는 점에서 선거조언어플리케이션이 제공하는 정보가 상대적으로 이념적으로 균형을 유지할 수 있음을 볼 수 있다. 이는 선거조언어플리케이션이 제공하는 정당 및 후보자들의 정책에 대한 정보가 상대적으로 객관성을 유지하고 있음을 제시하는 것이며, 이에 따라 선거조언어플리케이션을 사용하는 유권자들이 객관적인 정치정보를 확보하여 지식화할 수 있는 가능성을 보여준다.

대표적인 유럽 VAA 중 하나인 독일의 발-오-맛의 경우도 바이마르 공화국 시절에 그 뿌리를 두고 있으며, 민주시민교육을 위한 지원과 방대한 자료를 제공하고 있는 독일의 대표적인 시민교육 기관인 독일연방정치교육원에서 관할하고 있다. 따라서 특정 정당과 정파에 중립을 유지할 수 있다고 주장한다. 중립성의 유지를 통한 공정한 선거조언어플리케이션의 실행에 있어 가장 중요한 점은 그 내용이라고 할 수 있다. 선거조언어플리케이션의 내용은 참여한 정당의 기본 정강과 선거강령의 주요 주장에 기반하여 선택되기 때문이다.

그렇다면 이러한 내용은 누가 선택하는가? 독일의 경우 독일 연방정치교육원이 테제 편집위원회를 구성하여 그 내용(독일의 경우 테제라고 부름)을 형성하도록 하고 있다. 편집위원회는 18-26세 연령으로 선거에 처음 혹은 두 번째 참여하는 유권자들을 대상으로 전체 연방주로부터 20-25명의 참가 신청을 받아 선발한다. 테제 편집위원회를 돕기 위해 각 주로부터 특정 영역의 다수의 학자와 전문가가 참여하고 있으며, 발-오-맛의

영향과 기능에 대한 보장을 위해 정치학자, 통계학자, 교육학자들이 참여하고 있다. 전체적인 책임은 연방단계에서는 독일연방정치교육원이 각 주 단계에서는 각 주의 정치교육원이 그 책임을 다하고 있다.⁷⁾

테제 편집위원회는 첫 번째 워크숍에서 80-100여 개의 테제를 설정하고 정당들은 답변과 근거를 제시하게 된다. 이후 두 번째 워크숍을 통해 38개의 테제로 압축된다. 하루 종일 이루어지는 워크숍 동안 테제는 다음의 조건을 충족해야 한다. 즉, 선거에 있어 가장 중요한 주제를 포함해야 하며 각 정당별로 논쟁의 여지가 드러나도록 답변이 될 수 있어야 한다. 또한 각 정당의 차이점이 보장되어야 하며 주제가 넓은 스펙트럼을 반영해야 한다.

또한 선거조언어플리케이션은 각종 정치정보들을 심도 있게 제공하는 기능을 통해 사용자들이 기존의 지식을 재확인하고, 새로운 지식을 습득할 수 있는 부가적 기능을 제공한다. 발-오-맛의 실행 주체가 이미 바이마르 공화국에 그 뿌리를 두고 있는 전통을 가진 독일의 정치 시민교육을 담당하는 독일연방정치교육원이라는 점이 독일적 특징을 보여준다고 할 수 있다. 그 특징적인 기능이 바로 정치정보를 제공할 수 있다는 점이다. 발-오-맛이 독일연방정치교육원이 제공하는 많은 정치/시민교육 프로그램 중 가장 큰 수요를 보여주고 있다는 점이 그 가능성을 더 넓혀준다고 할 수 있다. 발-오-맛을 실행하면서 사용자들은 선거와 관련된 필요한 정보를 얻는 것이 용이하다. 기존의 매칭 모델을 넘어 관련 배경정보를 기존 선거조언어플리케이션에 통합하는 방식으로 실행되고 있는 많은 선거조언어플리케이션들은 관련 이슈들에 대한 추가적인 정보 링크를 제공하고 있다. 독일의 발-오-맛 또한 정책 일치도 결과를 확인한 이후에는 각 테제에 대한 사용자의 입장과 정당의 입장 그리고 그 근거를 비교할 수 있다. 각 정당들이 제시한 근거의 확인을 통해서 사용자는 후보 정당들 간의 전체 일치도뿐만 아니라 그러한 입장에 대한 근거를 확인하여 정책에 근거한 투표를 할 수 있는 다양한 도움을 얻을 수 있다.⁸⁾

7) bpb, "Die Thesen," <http://www.bpb.de/politik/wahlen/wahl-o-mat/254935/redaktion>. (2017년 8월 30일 검색)

8) bpb, "Das Wahl-O-Mat-Ergebnis," <http://www.bpb.de/politik/wahlen/wahl-o-mat/166945/wie-funktioniert-der-wahl-o-mat>. (2017년 4월 1일 검색)

독일 발-오-맛의 눈에 띄는 특징은 양질의 정보제공 기능이라고 할 수 있다. 예를 들어 각 정당에 대해 잘 알지 못하는 경우 정당로고박스에 커서를 대면 사각형의 대화창에 그 정당에 대한 기본 정보가 나타난다. 그리고 기본 정보 외에 더 많은 내용을 알고 싶은 경우 ‘더보기(mehr Infos zur Partei)’ 기능을 클릭하면 독일연방정치교육원 사이트로 연결되어 정당에 대한 더 많은 정보에 접근할 수 있다.

또한 발-오-맛 선거조언어플리케이션은 학교에서 수업자료로 활용이 가능하다.⁹⁾ 다양한 유권자들, 즉 정치적 지식이 초보수준인 유권자로부터 높은 수준의 정치지식을 보유하고 있는 유권자까지 수요자의 필요에 따라 다양한 정보를 제공하는 채널을 제공하는 실질적인 선거조언을 넘어서는 정치조언업의 역할을 할 수 있는 가능성을 담보하고 있다.

독일연방정치교육원은 학생들의 정치/시민교육을 위해 발-오-맛을 활용하고 있다. 우선 학교 수업을 위한 병행 교재를 개발하여 활용하고 있다. 모듈식 수업교재로 학생들의 참여하는 연습문제지와 수업계획서를 제공하고 있으며 발-오-맛의 오프라인 버전과 함께 수업이 이루어지고 있다. 수업내용은 선거, 선거강령, 즉 공약과 매니페스토, 그리고 선거 후 이루어지는 정치과정에 대한 내용을 담고 있다. 정치활동의 근간이 되는 정당활동과 정당의 정책적 입장과 연정협상까지 다양한 정치과정에 대한 수업교재를 제공하고 있다. 또한 독일의 뼈아픈 역사를 되새기며 극우정당 특히 나치전신당으로 간주되고 있는 독일민족민주당(NPD)에 대한 수업을 발-오-맛을 활용하여 하고 있으며, 스스로 나치가 될 수 있는 가능성에 대한 고민을 하게 하는 수업이 이루어지고 있다.¹⁰⁾ 수업교재와 발-오-맛의 병행 사용은 학생들이 정치적 내용에 대해 자신의 입장을 형성하고 토론하여 스스로 정책적 입장을 확인하여 선택할 수 있는 능력을 키워줄 수 있다는 장점이 있다. 따라서 독일의 발-오-맛 선거조언어플리케이션의 경우 기존의 정당과 후보 그리고 유권자들을 매칭하는 기존 선거조언어플리케이션의 기능 이외에도 각 정당들의 정책 입장, 공약 내용 등에 대해 사

9) bpb, “Wahl-O-Mat Unterrichtsmaterialien,” <http://www.bpb.de/lernen/projekte/wahl-o-mat-im-unterricht/>. (2017년 4월 1일 검색)

10) bpb, “Die NPD im Wahl-O-Mat,” <http://www.bpb.de/politik/wahlen/wahl-o-mat/167421/npd-im-wahl-o-mat>. (2017년 4월 1일 검색)

용자가 손쉽게 접근할 수 있도록 프로그램 내 정보 확장기능을 활성화함으로써 선거조언어플리케이션이 매칭을 넘어 유권자의 정치적 지식 축적의 플랫폼으로 기능할 수 있는 가능성을 보여주었다.

3. 한국 선거조언어플리케이션: 경실련의 후보선택도우미

한국 선거운동에서 최근 등장한 후보선택도우미 프로그램은 앞서 살펴본 유럽의 선거조언어플리케이션과 유사하게 등장하였다. 특히 독일 발-오-맷 프로그램을 응용한 선거조언어플리케이션은 2004년 이후 경실련을 중심으로 지속적으로 운영되고 있으며 중앙선거관리위원회 또한 정책비교도우미 프로그램으로 응용 개발하여 선거에서 사용하고 있다. 이와 함께 최근 선거에서 다양한 형식의 정당선택 도우미 프로그램이 개발, 공개되었다(『연합뉴스』 2004/02/22; 『연합뉴스』 2005/01/31; 『미디어투데이』 2007/12/13; 『서울신문』 2007/12/15; 『연합뉴스』 2008/03/28). 발-오-맷 프로그램 이외에도 다양한 한국형 선거조언어플리케이션이 개발되었고 선거 시기마다 활용되었다. 특히 2016년 총선에서 ‘핑크리아’ 프로그램이 정당과 후보자 간 매칭 프로그램으로 등장하였고, 포털 사이트 다음 등에서 후보선택도우미 프로그램을 운영하였다(『미디어스』 2016/04/07; 『한겨레』 2012/12/04). 또한 대통령 후보 선택에 도움을 줄 수 있는 ‘누드대통령 프로그램’ 또한 개발되어 이번 대통령 선거에서 선보였다.¹¹⁾ 이렇듯 한국 선거에서도 선거조언어플리케이션의 활용이 가시화되고 있고, 특히 경실련의 후보선택도우미 프로그램의 경우 2004년 선거 이후 총선 및 대선에서 지속적으로 이용되고 있고, 홈페이지를 통해 과거 프로그램을 확인할 수 있도록 하였다.

한국 선거조언어플리케이션의 경우 독일 발-오-맷 프로그램을 응용한 경실련의 후보선택도우미 프로그램이 지속성을 가지고 유지되고 있고 기타의 선거조언어플리케이션의 경우 선거가 종료된 이후 사라지는 경우가 일반적이다. 그러나 경실련의 후보선택도우미 프로그램의 경우 지난 선거에서 활용된 프로그램을 재방문할 수 있기 때문에 기존 선거와의 비교가

11) 누드대통령, <https://nudepresident.com>. (2017년 9월 10일 검색)

가능하다는 점에서 의미가 있다.

경실련의 후보선택도우미 프로그램은 이 프로그램을 통해서 “맞춤형 정당”제시를 최초 목표로 하였다. 이 프로그램은 1번부터 20번 문항까지 순차적으로 프로그램이 묻는 질문에 자신의 대답을 선택하면 “당신은 ○○당의 정책 성향과 가장 일치합니다.”라는 결론을 얻을 수 있도록 설계되었다. 경실련이 최초로 이 프로그램을 시행하는 과정에서 20개의 설문에 응답하여 자신과 가장 적합한 후보를 확인한다는 기존의 매칭 기능을 충족하고 있다. 예를 들어 2007년의 경우 경실련은 각 후보에게 경제일반, 정치·입법·지방자치·교육, 사회·복지, 통일·평화·인권, 부동산·주택 등에 대해 59가지 정책질의를 한 뒤 공식입장을 확인해 이 프로그램을 개발한 것으로 나타났다. 따라서 적어도 경실련의 후보선택도우미 프로그램은 각 후보들의 공식입장을 중심으로 매칭 기능을 확보하였다.

그러나 후보선택도우미 프로그램이 유권자와 후보자 간의 정책 매칭 기능에 일정 부분 충실하게 본 기능을 수행하는 것이 사실이지만 동시에 운영주체인 시민단체의 한계점 또한 나타난다. 경실련의 경우 자신들의 정책 선호에 대해 상대적으로 뚜렷한 특징을 설문에도 나타나도록 설계하였다. 이는 특정 정책을 옹호하는 단체의 성격 및 가치관을 투영한 선거조언어플리케이션을 통하여 매칭 기능 이상의 정보제공을 함으로써 사용자로 하여금 이 분야에서의 정치지식 축적의 플랫폼 기능을 할 수 있다는 점에서 한국 선거조언어플리케이션도 유권자의 정치지식 축적의 플랫폼으로서의 기능이 가능함을 보여주었다. 그러나 이는 경실련과 같은 시민단체들이 유사한 선거조언어플리케이션을 개발하여 다양한 정보를 제공한다는 전제 하에서 의미가 있다. 또한 독일 발-오-맛의 경우 독일정치교육원에서 개발 운영하는 프로그램으로 대부분의 정당들이 선택된 주제에 대한 당의 정책 포지션에 대해 공식적 입장 및 정보를 제공하고 있기 때문에¹²⁾ 정보의 객관성이 담보된다. 그러나 한국의 많은 선거조언어플리케이션의 경우 정당의 공식 입장에 대해 자료를 건네받지 못하는 경우가 발생하기 때문에 정보의 객관성에 대해 한계가 있을 수 있다.¹³⁾ 따라서 한국의 선

12) 2017년 9월 24일 독일의 연방선거를 위한 발-오-맛의 경우 선거에 참여하는 33개의 정당 중 32개의 정당이 발-오-맛 테제에 답을 제출했다. Wahl-O-Mat Bundestagswahl, <https://www.wahl-o-mat.de/bundestagswahl2017>. (2017년 9월 1일 검색)

거조언어플리케이션은 유권자와 후보자 간 정책 포지션 및 선호에 대한 매칭 기능은 어느 정도 확보하고 있으나 이 또한 여전히 특정 정책방향에 선호를 보이는 시민단체의 주도로 이루어지고 있으므로 특정 정책에 대한 정치지식의 축적은 기대할 수 있으나 이에 대한 객관성을 담보하는 데 여전히 한계가 있다.

경실련 후보선택 프로그램의 경우 기존 선거조언어플리케이션의 매칭 기능에 충실하면서, 동시에 집단이 추구하는 가치와 공약에 대한 상대적으로 분명한 정책방향 선호도를 보여줌으로써 시민단체가 제공할 수 있는 정보를 제공한다는 점에서 매칭 이후 관심 유권자들의 정치지식을 보조하는 기능이 있다. 그러나 독일 발오맷 프로그램과 달리 후보자들의 정책공약에 대한 정보에 집중하여 새로운 테제를 개발하는 단계가 아니라는 점, 경실련 후보선택 프로그램에 대한 독립 기관의 균형 있는 자문이 여전히 필요하다는 점, 주요 후보 이외 후보자들의 공약에 대한 정보제공이 상대적으로 미흡하다는 점에서 한계를 보이는 것 또한 현실이다.

V. 결론

밀, 로크, 그리고 토크빌과 같은 전통적인 민주주의 이론가들에 의하면 대의민주주의가 작동하기 위한 전제조건으로 시민 혹은 유권자가 수용할 만한 수준의 정치적 역량을 갖추어야 한다. 이러한 역량은 정치적 지식, 정치적 이해, 그리고 정치적 관심과 관련된다. 그러나 이러한 이상적인 시민 혹은 유권자와 현대의 유권자들의 실질적 차이는 명확하다(Berelson et al. 1954). 그렇다면 인물 중심 선거의 폐해를 줄이기 위한 정책선거 활성화

13) 2016년 핑코리아 프로그램의 경우 당시 선거에서 후보자를 낸 21개 정당에 공통 질문을 보냈고 11개 정당으로부터 답변을 받았으나 새누리당과 더불어민주당이 답변을 거부하였다고 밝혔다. 따라서 이 경우 핑코리아팀이 각 정당이 입법 발의 하거나 당론으로 했을 경우를 최우선으로 두고, 대변인 논평, 대국민 담화, 성명과 기자회견 발언 등을 종합해 당별 입장을 정리했다. 한 주제에 대한 답이 일관되지 않을 경우에는 가장 최근 입장에 가중치를 뒀다고 설명하였다(『미디어스』 2016/04/07).

화의 주요 요인인 유권자 정치적 지식과 기술적 진보의 소산인 선거조언어플리케이션은 정(+)의 관계를 가질 수 있는가?

정책선거를 활성화하기 위해서는 우선 정당과 후보자들이 제시하는 정책에 대한 정보가 제공되어야 하며, 다음으로 유권자들은 그러한 정보에 대한 접근성을 보장받고 또한 그러한 정보를 제대로 이해할 수 있어야 한다. 그러한 기반 위에 유권자는 정당들과 후보자들의 정책을 비교 파악하고 자신의 정책적 입장과 비교하는 것을 통해 투표에 임할 수 있게 된다. 이렇게 정책선거의 활성화에 대해서 언급하고 있는 연구들의 주요 주장과 본 연구에서 사례로 소개한 독일의 선거조언어플리케이션 발-오-맛은 기능적인 부분에서 많은 이러한 조건들을 대부분 충족하고 있는 것으로 보인다. 이와 함께 단순히 유권자와 정당 간의 매칭 기능으로 바라본 선거조언어플리케이션의 진화를 통하여 선거조언어플리케이션에서 다루고 있는 정보에 대해 심도 있는 지식의 축적이 가능하며 이를 통하여 유럽의 선거조언어플리케이션이 유권자의 정치지식 축적의 플랫폼으로 기능을 할 수 있다는 점을 보여준다. 특히 한국의 선거조언어플리케이션이 선거 직후 대부분 종료되거나 서비스를 제공하지 않는다는 제한점을 감안하면 유럽의 선거조언어플리케이션은 유권자들의 정치적 호기심을 지속적으로 자극할 수 있도록 상설화된 프로그램을 확보하고 있다는 점에서 선거조언어플리케이션의 한국적 함의를 확인할 수 있다.

한국에서 2004년 이후 경실련 등 시민단체에서 주도하는 정당선택도우미 혹은 후보선택도우미 프로그램을 시행하고 있고, 선거관리위원회 또한 유사한 프로그램을 사용하고 있기 때문에 한국에서 선거조언어플리케이션의 운영은 현재진행형이다. 특히 2016년 이후 다양한 웹사이트를 통하여 유사한 선거조언어플리케이션 프로그램을 운영하는 주체들이 늘어나는 것이 단순히 선거철에 나타나는 단편적 현상인지 아니면 유럽의 선거조언어플리케이션과 같이 매칭 기능에서 정치지식 축적의 플랫폼으로 진화할 수 있는 상설 프로그램이 될지 후속 연구가 필요하다. 이는 왜 유럽 전역에서 확산되고 있는 선거조언어플리케이션이 인터넷 기발과 활용 인구 면에서 조건을 충족하는 한국에서는 여전히 제한적으로 운영되는가에 대한 연구는 향후 선거조언어플리케이션의 기능의 확장과 함께 지속적으로 분석

할 의미가 있다. 특히 상대적으로 공고한 한국의 인터넷 구축 환경 속에서 선거조언어플리케이션이 한국에서 활성화되지 않는 이유에 대한 연구가 유럽 사례의 활성화 요인과 비교하여 분석하는 후속 연구가 의미가 있을 것이다. 기존 선거조언어플리케이션 연구에서 제공한 유럽에서의 어플리케이션 활성화 요인들을 토대로 한국에서의 디지털 정치 및 디지털 선거운동을 통한 유권자들의 정치참여라는 부분을 연계하는 후속 연구의 기초로 본 연구를 활용할 필요가 있다. 따라서 본 연구의 목적은 선거조언어플리케이션과 관련한 기존 논의를 소개하고, 선거조언어플리케이션의 기능 확대를 통하여 유권자의 정치적 지식 축적의 가능성을 제기한다. 이는 동시에 본 연구가 이 분야에 대한 소개를 중심으로 하는 시론적 연구라는 연구 한계를 나타낸다.

정책선거가 요구하는 유권자의 공약평가역량은 기본적으로 축적된 정치적 지식이 전제되어야 하지만 기존 연구는 유권자의 정치적 지식을 이미 주어진 요인으로 인지한다는 한계가 있다는 것이다. 즉, 유권자의 정치적 지식은 단순히 정치정보에 노출되고 교육수준이 향상됨에 따라 자연스럽게 습득된다고 본다. 그러나 민주주의 활성화를 위한 유권자의 정치적 지식의 수준은 총체적이며 정확한 정치정보의 제공을 통해 향상되며 이를 위한 정보 플랫폼이 필요하다.

유권자의 선택은 정치엘리트 및 언론이 제공하는 선택지(choice set)를 기반으로 한다(류재성 2012, 79)는 점에서 유권자의 정치적 지식의 축적은 민주주의의 성공적 운영에 긍정적인 영향을 준다. 따라서 한국적 맥락에서 민주주의의 공고화로의 진행을 위해 정책선거를 추구하는 것은 규범적 정당성을 가진다. 그러나 이는 자신의 정치적 위치 및 정책에 대한 충분한 이해를 가능하게 하는 정치적 지식을 보유한 시민(informed citizens)의 존재를 전제한다는 점에서 현실과 괴리가 있다. 따라서 본 연구는 기존 정책선거 논의에서 배제된 유권자 측면의 연구가 심도 있게 진행되고, 특히 유권자의 정치적 지식에 대한 다양한 접근이 병행되어야 할 필요성을 제기한다.

유권자의 정치적 지식의 습득은 적절한 정치정보로의 접근성을 확보하고 이해 가능한 소통을 통해 증진된다. 따라서 정치지식을 제공하는 주체

는 정치지식의 축적을 위해 정보의 양(quantity)과 정보의 범위(range)를 조절하고 정보들 간의 조직화(organization)를 활성화할 수 있는 역량이 담보되어야 한다. 이러한 측면에서 정치지식 제공 플랫폼으로서 선거조언 어플리케이션의 역할은 의미가 있다. 선거조언어플리케이션은 특히 분산되고 무차별적인 정보 중 정당 혹은 후보 및 선거와 관련한 정치정보들을 종합적으로 구축하여 지속적으로 제공한다는 점에서 여전히 인물 중심, 지역중심의 선거가 진행되는 한국 정치환경에서 유권자들의 정치지식 축적을 향상시키는 도구로 활용될 수 있다.

| 참고문헌 |

1. 논문 및 단행본

- 김영래·이현출 (2006). 『매니페스토와 지방선거: 일본의 경험과 한국의 실험』. 논형.
- 김영래·정형욱 (2008). 『매니페스토와 정책선거』. 논형.
- 류재성 (2010). “한국 유권자의 정치지식(Political Knowledge)에 관한 연구 현황과 과제.” 『한국정치연구』. 19권. 1호, pp. 45-70.
- _____ (2012). “정치이념의 정책선호 결정에 있어 정치지식의 역할.” 『한국정치연구』. 21권. 2호, pp. 53-86.
- 박경미 (2009). “매니페스토를 통한 책임정치: 정치선진화의 제도적 처방.” 『의정연구』. 15권. 1호, pp. 337-349.
- 박명호 (2003). “정책선거 실험을 위한 방안.” 『한국정당학회보』. 2권. 1호, pp. 215-237.
- 이동윤 (2010). “정책선거와 매니페스토 운동: 2010년 제5회 전국동시지방선거 평가.” 『동서연구』. 22권. 2호, pp. 7-35.
- _____ (2012). “한국의 정당정치와 매니페스토 운동: 제19대 국회의원선거를 중심으로.” 『동북아연구』. 27권. 2호, pp. 103-133.
- 이철한·현경보 (2007). “유권자의 미디어의 이용이 정치지식, 정치효능감, 정치불신감에 미치는 영향.” 『언론과학연구』. 7권. 4호, pp. 112-142.
- 이현출·가상준 (2011). “2010 지방선거 매니페스토 평가와 과제.” 『지방행정연구』. 255권. 4호, pp. 155-178.
- 정희욱 (2012). “19대 총선에서 나타난 매니페스토 정책선거의 현실과 한계.” 『한국정당학회보』. 11권. 2호, pp. 125-155.
- 조진만 (2008). “한국 매니페스토 정책선거의 과제와 제도적 개선방안.” 『한국정당학회보』. 7권. 2호, pp. 111-135.
- _____ (2010). “2010 시민매니페스토 운동의 성과와 한계에 대한 탐색적 고찰.” 『한국정치학회보』. 44권. 2호, pp. 113-134.
- _____ (2012). “여론조사 공천의 이론적 쟁점과 기술적 과제, 그리고 정당의 선택.” 『의정연구』. 36권, pp. 131-155.
- 중앙선거관리위원회 (2014). 『매니페스토 선거공약 평가지표』.
- 최석현·윤상진 (2015). “연령별 투표율 차이에 관한 탐색적 연구: 정치지식을 중심으로.” 『동서연구』. 27권. 4호, pp. 29-54.
- 최준영 (2008). “매니페스토를 통한 정치개혁은 가능한가?” 『국가전략』. 14권. 3호,

pp. 169-195.

- 한국정당학회 (2014). 『한국형 매니페스토(K-Manifesto) 기반구축과 정책선거 활성화』.
- 한정택 (2012). “제18대 국회 평가: 정당 매니페스토를 중심으로.” 『21세기 정치학 회보』. 17권. 3호, pp. 73-99.
- Aardal, B. and P. van Wijnen (2005). “Issue voting.” Thomassen, J. (ed.). *The European Voter*. Oxford: Oxford University Press, pp. 192-212.
- Ansolabehere, S., J. Rodden and J. M. Snyder, Jr. (2008). “The Strength of Issues: Using Multiple Measures to Gauge Preference Stability, Ideological Constraint, and Issue Voting.” *American Political Science Review* Vol. 102. No. 2, pp. 215-232.
- Barabas, J., J. Jerit W. Pollock and C. Rainey (2014). “The Question(s) of Political Knowledge.” *American Political Science Review* Vol. 108. No. 4, pp. 840-855.
- Berelson, B. R., P. F. Lazarsfeld and W. N. McPhee (1954). *Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago: University of Chicago Press.
- Carmines, E. G. and R. Huckfeldt (1996). “Political behavior: an overview.” Goodin, R. E. and Klingemann, H. D. (eds). *A New Handbook of Political Science*. New York: Oxford University Press, pp. 223 - 254.
- Carmine, E. G. and J. A. Stimson. (1980). “The Two Faces of Issue Voting.” *American Political Science Review* Vol. 74. No. 1, pp. 78-91.
- Chadwick, A. J. and P. N. Howard (eds). (2009). *Routledge Handbook of Internet Politics*. London: Routledge.
- Dalton, R. J. (2002). “Political cleavages, issues, and electoral change.” LeDuc, L., Niemi, R. and P. Norris (eds). *Comparing Democracies*. Vol. 2. London: Sage, pp. 189-209.
- Dalton, R. J. and M. P. Wattenberg (2000). *Parties without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Dejaeghere, Y. and P. van Erkel (2017). “The importance of issue-ownership and salience for voters’ knowledge of parties’ issue positions.” *Electoral Studies*. Vol. 46, pp. 15-25.
- Delli Carpini, M. X. and S. Keeter (1993). “Measuring Political Knowledge:

- Putting First Things First Michael X.” *American Journal of Political Science*. Vol. 37. No. 4, pp. 1179-1206.
- _____. (1996). *What Americans Know about Politics and Why it Matters*. New Haven: Yale University Press.
- Franklin, M. N., Mackie, T. T. and Valen, H. (1992). *Electoral Change: Responses to Evolving Social and Attitudinal Structures in Western Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Garzia, D. and S. Marschall (2012). “Voting Advice Applications Under Review: The State of Research.” *International Journal of Electronic Governance*. Vol. 5. No. 3/4, pp. 203-222.
- _____. (2016). “Research on Voting Advice Applications: State of the Art and Future Directions.” *Policy & Internet*. Vol. 8. No. 4, pp. 376-390.
- Grönlund, K. and H. Milner (2006). “The Determinants of Political Knowledge in Comparative Perspective.” *Scandinavian Political Studies*. Vol. 29. No. 4, pp. 386-406.
- Heinsohn, T., J. Israel, S. Marschall, and M. Schultze (2016). “Online-Wahlhilfen in Wahlkämpfen: Empirische Ergebnisse einer Panelbefragung zur Europawahl 2014.” *Zeitschrift für Politikwissenschaft*. Vol. 26, pp. 253-277.
- Hooghe, M. and Teepe, W. (2007). “Party profiles on the web: an analysis of the logfiles of nonpartisan interactive political internet sites in the 2003 and 2004 election campaigns in Belgium.” *New Media Society*. Vol. 9. No. 6, pp. 965-985.
- Jenssen A. T. (2012). “Widening or Closing the Knowledge Gap: The Role of TV and Newspapers in Changing the Distribution of Political Knowledge.” *Nordicom Review*. Vol. 33, pp. 19-36.
- Jerit, J, J. Barabas and T. Bolsen. (2006). “Citizens, Knowledge and the Information Environment,” *American Journal of Political Science* Vol50. No 2, pp. 266-282.
- Larcinese, V. (2007). “Does political knowledge increase turnout? Evidence from the 1997 British general election.” *Public Choice*. Vol. 131, pp. 387-411.
- Miliggan, K., E. Moretti and P. Oreopoulos (2004). “Does education improve citizenship? Evidence from the United States and the United Kingdom.” *Journal of Public Economics*. Vol 88, pp. 1667-1695.
- Mondak, J. J. and B. Creel Davis (2001). “Asked and Answered: Knowledge

- Levels When We Will Not Take 'Don't Know' for an Answer." *Political Behavior*. Vol. 23 No. 3, pp. 199-224
- Norris, P. (2008). "Getting the message out: a two-step model of the role of the internet in campaign communication flows during the 2005 British General Election." *Journal of Information Technology & Politics*. Vol. 4, pp. 3-13.
- Rabinowitz, G. and S. Macdonald (1989). "A directional theory of issue voting." *American Political Science Review*. Vol. 83. No. 1, pp. 93-121.
- Rosenstone, S. and J. Hansen (1993). *Mobilization, Participation, and Democracy in America*. New York: Pearson
- Ruusuvirta, O. (2010). "Much ado about nothing? Online voting advice applications in Finland." Cedroni, L. and Garzia, D. (eds.). *Voting Advice Applications in Europe*. Napoli: The State of the Art, ScriptaWeb, pp. 47-77.
- Schoen, H. (2005). "Ist Wissen auch an der Wahlurne Macht? Politische Kompetenz und Wahlverhalten." Schumann, Siegfried and Schoen, Harald (eds.). *Persönlichkeit. Eine vergessene Größe der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, pp. 137-155.
- Wattenberg, M., I. McAllister and A. Salvanto (2000). "How Voting is Like Taking an SAT Test: An Analysis of American Voter Roll-off." *American Politics Quarterly*, Vol. 28, pp. 234-250
- Wolfinger R and S. Rosenstone (1980). *Who Votes?* New Haven: Yale University Press.
- Zittel, T. and D. Fuchs (eds). (2007). *Participatory Democracy and Political Participation: Can Participatory Engineering Bring Citizens Back In?* New York: Routledge.

2. 기타

- "시민단체들, 저마다 '政黨 평가.'" 『연합뉴스』. 2004년 2월 22일.
- "선관위, 정당정책연구소 활동비교 추진." 『연합뉴스』. 2005년 1월 31일.
- "설문조사로 맞춤형 지지후보 '콕.'" 『미디어투데이』. 2007년 12월 13일.
- "[선택 2007 D-4] 나와 통하는 후보 누굴까요." 『서울신문』. 2007년 12월 15일.
- "정책 성향에 맞는 정당 선택도우미 뜬다." 『연합뉴스』. 2008년 3월 28일.

- “나와 맞는 정당 찾기, 1분 30초면 충분! 뉴스타파-와글, ‘정책’으로 정당·후보 판단할 수 있는 ‘핑코리아’ 개시.” 『미디어스』, 2016년 4월 7일.
- “후보선택도우미에게 물어봐.” 『한겨레』, 2012년 12월 4일.
- 누드대통령. <https://nudepresident.com>. (2017년 9월 10일 검색)
- BPB Wahl-O-Mat goes Europe. <http://www.bpb.de/presse/183372/wahlomatgoes-europe>. (2017년 4월 3일 검색)
- bpb. “Das Wahl-O-Mat-Ergebnis.” <http://www.bpb.de/politik/wahlen/wahl-o-mat/166945/wie-funktioniert-der-wahl-o-mat>. (2017년 4월 1일 검색)
- _____. “Die NPD im Wahl-O-Mat.” <http://www.bpb.de/politik/wahlen/wahl-o-mat/167421/npd-im-wahl-o-mat>. (2017년 4월 1일 검색)
- _____. “Die Thesen.” <http://www.bpb.de/politik/wahlen/wahl-o-mat/254935/redaktion>. (2017년 8월 30일 검색)
- _____. “Wahl-O-Mat Unterrichtsmaterialien.” <http://www.bpb.de/lernen/projekte/wahl-o-mat-im-unterricht/>. (2017년 4월 1일 검색)
- EU Profiler. <http://www.votematch.eu/project>. (2017년 4월 1일 검색)
- StemWijzer. <https://home.stemwijzer.nl>. (2017년 3월 2일 검색)
- VoteMatchEurope. <http://www.votematch.eu>. (2017년 4월 1일 검색)
- Wahl-O-Mat Bundestagswahl. <https://www.wahl-o-mat.de/bundestagswahl2017>. (2017년 9월 1일 검색)
- Wahl-O-Mat. <http://www.wahl-o-mat.uni-duesseldorf.de>. (2017년 3월 2일 검색)

| 논문투고일 : 2017년 08월 17일 |

| 논문심사일 : 2017년 08월 22일 |

| 게재확정일 : 2017년 09월 13일 |

ABSTRACT

Journal of Asia-Pacific Studies Vol. 24 No. 3 (2017)

**Study on German Wahl-O-Mat:
Voting Advice Applications as Political Knowledge Platform**

Hyeyoung Chang

(Dept. of Political and International Relations, Chung-Ang University)

Joo Hee Kim

(Center For International Development Cooperation, Kyung Hee University)

This study aims to examine the importance of voters' political knowledge as a fundamental ground of the democratic development and suggests the additional functions of Voting Advice Applications(VAAs) as platform of providing political knowledge. As a policy consumer, voters are considered as "informed citizens" and their political knowledge with positive relations with education level and exposure of the media. Previous studies on policy-oriented election treated the voters' political knowledge as a constant and with the certain level of political knowledge voters have been expected to cast their vote through the evaluation of policy and manifesto. This research focuses beyond European VAAs original matching function and shed lights on Korean VAAs limits and possibilities for knowledge platform. However, policy-oriented elections require the positive feedback effect between electoral candidates and voters. In order to achieve effective policy-oriented electoral result, well informed citizens are a necessary condition and voting advice applications can be a new tool to provide sufficient political information for enhancing political knowledge.

독일 발-오-맛(Wahl-O-Mat) 사례의 한국적 함의:
선거조언어플리케이션(Voting Advice Applications)의 정치지식 축적 플랫폼으로서의 가능성 37

- Key words: Voting Advice Applications, Issue-Voting, Political Knowledge, Wahl-O-Mat, Huboseontaegdoumi