

## 유권자의 투표행태와 후보자 선택모델: 지방선거조사의 종단연구\*

송건섭\*\*

이 논문은 지방선거에서 나타난 투표행태를 분석함으로써 유권자의 후보자요인이 투표선택에 어떻게 영향을 미치는지를 검증하고, 후보자 선택모델을 제시하기 위한 것이다. 이를 위해 2002년-2014년까지의 4차례의 지방선거(2002년 6.13, 2006년 5.31, 2010년 6.2, 2014년 6.4지방선거)에 동일한 질문지를 통해 조사한 자료를 활용하였다. 선택모델은 후보자 인지와 이미지, 그리고 결정요인의 관계 속에서 파악되었는데, 인지경로는 적극적 인지와 소극적 인지, 결정요인은 정당, 인물, 외부, 공약, 후보능력, 후보평판 요인 등이며, 매개변수로서의 이미지요인은 선거이미지와 후보이미지 등으로 세분화된다. 분석결과, 전반적으로 몇 개의 가설을 제외하곤 대체로 채택되었는데, 후보선택에 영향을 미치는 결정요인과 이미지 요인은 정당요인이 강력하게 작용하고 있음을 알 수 있었고, 후보 이미지에는 공약요인이 영향을 많이 미치는 것으로 파악되었다.

주제어: 지방선거, 유권자와 후보자, 투표행태

### I. 서론

선거를 통한 정치적 충원이 정치체제의 유지와 발전을 위해 매우 중요하다. 그렇다면 우리나라 유권자의 투표를 결정하는 요인은 무엇인가? 라는 논의는 우리나라 선거 전반을 아우를 수 있는 중요한 문제이다. 그동안 선거에 대한 경험적 연구는 주로 투표 행태적 관점에서 이루어진 경우가 많지만, 주로 투표율과 투표인지 및 결정요인은 무엇인지에 대한 것이 대부분이다. 하지만 우리나라 선거에서 후보자를 선택하는데 있어 어떤 요인을 따르는지를 설명하고 있는 모델에 관한 연구는 전무하다. 이러한 이유는 후보자 선택에는 다양한 요인이 관련되어 있고, 매 선거마다 바뀌는 제도, 지역주의 등으로 제대로 후보자 선택을 설명할 수 있는 모델을 발견할 수 없을 것이라는 인식 때문이

\* 이 논문은 2011년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2011-330-B00021)

\*\* 대구대학교 행정학과 교수(kssong@daegu.ac.kr).

다. 이제 지방선거도 수차례 걸쳐 시행되었고, 지방선거에 대한 주민들의 참여 문화가 정착되고 있다는 점을 고려하여 유권자의 후보자 선택의 바람직한 모델을 탐색하는 것이 필요할 것이다. 따라서 본 연구는 우리나라 지방선거 과정에서 나타난 유권자의 투표행태분석 및 후보자 선택요인을 연구하고 지방선거에 적합한 유권자의 후보자 선택모델을 제시하는데 목적을 두고 있다.

연구범위는 시간적으로 2002년부터 2014년까지 실시된 네 차례 지방선거(2002년 6.13, 2006년 5.31, 2010년 6.2, 2014년 6.4)이고, 공간적으로 대구경북 지역을 대상으로 연구하고자 한다. 연구방법으로는 선거에 관한 제도적 관점 보다는 유권자들의 투표행태 관점에서 후보자 선택에 관한 경험적인 분석을 주로 하고자 한다. 특히, 대구·경북주민을 대상으로 각 선거별 4차례에 걸쳐 이루어진 설문조사 자료를 바탕으로 종단연구를 수행하고자 한다.

## II. 이론적 논의

### 1. 지방선거의 개요

지방선거는 지방자치의 핵심적 요소로서 지방선거가 없다면 실질적으로 주민자치는 불가능하게 될 것이다. 지방선거는 지방의 민주화, 지방자치를 구성하기 위한 가장 기본적인 요소로서의 의의를 지닌다고 볼 수 있다(강용기 2001, 565-566). 지방선거의 기능으로 주민대표의 선출기능, 지방의 정책 선택기능, 지방정부의 구성기능, 지방정부에의 정당성 부여기능, 지방정치 사회화 기능, 통합기능 등으로 설명할 수 있으나, 지방정치에 대한 무관심으로 인해 정치인의 과거의 정치행동에 대한 평가와 정치적 사회화의 기능은 제대로 이루어지지 못한 상황이며 특정 정당이 특정지역에서 우위를 갖는 지역패권정당의 존재로 인해 정부권력의 정당화기능이라는 것은 제한적이며, 정치적 통합기능도 여러 가지 이유로 인해 제한적인 상황이다. 지방선거는 대통령선거나 국회의원선거와 비교하여 후보자와 당선자의 수가 월등히 많으며, 아주 복잡한 상황이 전개된다. 광역단체장 선거, 기초단체장 선거, 광역의원 선거, 비례광역의원선거, 기초의원 선거, 비례기초의원선거 등 6차례의 기표가 동시에 이루어지기 때문이다. 따라서 서로 다른 배경을 가진 많은 후보자들이 경쟁하게 되고 서로 다른 전략과 공약을 내세우며 당선되려고 노력한다. 지방정치 자체가 중앙정치와 불가분의 관계를 맺고 있기 때문에 중앙정치를 분리한 채 지방선거를 논의한다는 것은 타당하지 않다. 즉, 지방선거는 중앙정치로부터 큰 영향을 받는 동시에 역으로 중앙정치에 치명적인 영향을 가하는 것이기도 하다. 우리나라의 지방선거과정<sup>1)</sup>은 1952년 제1차에 이어 2014년 제10차(6차) 등으로 전개되어

1) 우리나라의 지방선거 과정을 살펴보면, 1952년 시·읍·면 의회 의원선거에서 시작하여 1960년 지방의원 및

왔으나, 여기서는 2002년에서 2014년까지의 지방선거를 개괄적으로 검토하고자 한다.

1) 2002년 6.13지방선거는 1991년에 지방자치가 실시된 이후 지방의원선거로는 네 번째, 자치단체장 선거로는 세 번째 치른 선거였다. 각 정당은 6.13 지방선거가 2002년 8월 국회의원 재·보궐선거와 12월 대통령 선거의 전초전이라는 판단아래 총력을 기울였다. 때문에 6.13 선거는 중앙정치의 대리 전 양상을 띤 것은 당연한 것이었다. 그러나 아쉽게도 6.13 지방선거에서는 성숙되고 선진화된 민주주의식을 반영하고자 하는 기대에 훨씬 못 미친 선거였다. 특히, 48.8%라는 지방선거 사상 최저의 투표율을 기록하였는데, 월드컵의 열기로 인한 투표율 저조뿐만 아니라 중앙과 지방을 막론하고 끊이지 않고 지속되어온 공직사회의 부정부패사건이 이를 더욱 부채질한 것으로 이해된다(엄태석 2002, 34-35). 또한 지방선거에 대한 무관심과 정부의 실정에 따른 국민들의 정치 불신도 투표율 하락의 원인이 되었다. 한편, 시민들이 스스로 민주국가의 주권자적 지위를 포기하는 투표불참행태는 심각한 민주주의를 저해하는 요인으로 작용하였다(최봉기 2002, 46-47).

2) 2006년 5.31지방선거는 지방의회로는 5번째, 각급 자치단체장과 지방의회 의원들을 동시에 선출하는 전국동시지방선거로는 네 번째였다. 5.31 지방선거의 의미에 대해 언론과 학계에서는 1995년 이후 제3기 민선지방자치 활동에 대해 평가를 하였다는 것과 2002년 4.13총선 이후 2년 만에 치러졌다는 점에서 참여정부에 대한 중간평가적인 성격이 있다는 점, 그리고 기초자치의원까지 정당공천제가 실시됨으로 정당의 관여가 그 어느 때보다 강해졌다는 점을 들고 있다. 5.31 지방선거는 투표율이 51.6%로 나타났는데, 이는 6.13 지방선거보다는 높지만 그 이외 다른 지방선거보다 낮은 것으로 보이며, 특히 도저촌고(都低村高) 현상이 심각한 것으로 보인다. 투표율 저조는 유권자의 지방정치에 대한 낮은 관심도를 반영한다. 특히, 지방선거의 경우 4개의 별도 선거가 동시에 치러지기 때문에 투표결정에 영향을 미친 요인들이 상대적으로 복잡한 데다 후보자들에 대한 인지도가 낮은 것도 지방선거에의 낮은 투표참여를 낳은 원인으로 작용하였다(김욱 2006, 103-105).

3) 2010년 6.2지방선거는 지방자치단체장 및 지방의회의원뿐만 아니라 최초로 지방자치단체의 교육감 및 교육의원을 유권자가 직접 선출하는 선거였다. 즉, 유권자는 광역자치단체장, 광역자치단체의원(지역대표와 비례대표), 기초자치단체장, 기초자치단체의원(지역대표와 비례대표), 지방자치단체 교육감 및 교육의원 등 총 8명을 선출하였다. 이렇듯 유권자 1인이 8표를 행사한 제5회 지방선거는 투표의 복잡성에 의한 투표율 하락에 대한 우려를 낳았지만 민선지방선거가 실시된 후 두 번째로 그리고 15년 만에 최고인 54.4%의 투표율을 기록하였다(송건섭·이곤수 2011). 6.2지방선거는 이명박 정부의 주요정책 즉, 4대강 사업, 세종시 사업의 수정 등에 대한 중간평가 성격과 더불어 ‘의

시도지사 선거를 기점으로 중단되었다가 1991년 기초 및 광역의원선거를 실시함으로써 지방선거가 부활되었다. 그러다가 지방의원과 자치단체장까지 동시에 선출하는 제1회 전국동시지방선거가 1995년에 실시되고, 1998년 2회, 2002년 3회, 2006년 4회, 2010년 5회를 거쳐 2014년 현재 제6회 전국동시지방선거가 실시되었다(중앙선거관리위원회 2014, 06.15).

무교육 친환경 무상급식 실시’, ‘일자리 창출’등과 같은 사회경제적 정책쟁점을 중심으로 선거경쟁이 이루어졌다. 그 결과, 집권여당인 한나라당의 패배와 야권선거연합(민주당, 민주노동당, 창조한국당, 국민참여당 등 야당과 시민사회단체 간의 선거연합)이 승리함으로써 이명박 정부와 한나라당 주도의 핵심 국가사업과 국정운영을 수행하는데 차질을 빚었다. 따라서 6.2지방선거는 여대야소의 구도 속에서 이명박 대통령과 한나라당 주도의 중앙정치에 대한 야당 중심의 지방정부의 견제와 균형을 가져오는 계기를 마련한 선거였다(김형철 2011). 또한 제5회 지방선거는 정책이슈를 중심으로 한 선거경쟁의 중요성을 보여준 선거라고 할 수 있다. 즉, 복지 및 교육 등과 같은 민생정책이슈를 통한 경쟁이 투표율 상승과 더불어 선거결과에 중요한 영향을 미쳤음을 확인할 수 있다.

4) 2014년 6.4지방선거는 세월호 참사(4월 16일 발생)가 유권자들의 표심에 크게 영향을 미친 선거로 볼 수 있다. 우선 투표율은 56.8%로 1995년 이후 가장 높은 지방선거에서의 투표율을 기록하였다. 이러한 점에서 이번 선거에 대한 국민적 관심이 매우 높았으며, 전국단위에서 처음 실시된 사전투표제가 미치는 영향력은 매우 컸다고 말할 수 있다.<sup>2)</sup> 한편, 선거결과에 대해 여당과 야당 모두 승리한 선거라고 결론을 내리기는 어렵는데, 광역단체장 선거에서 여당은 8곳, 야당은 9곳에서 승리하여 거의 양분하였고, 정당투표라고 여겨지는 광역비례대표선거에는 새누리당이 새정치민주연합을 큰 표 차로 앞서고 있고, 광역의원선거에서는 새누리당 당선자는 375명이고 새정치민주연합 당선자는 309명이며, 기초단체장 선거에서 새누리당은 117곳에서 새정치민주연합은 80곳에서 승리하여 여당인 새누리당이 우위를 점하고 있음을 보여 주었다. 하지만 서울과 경기도 지역만을 놓고 본다면 여당이 고전을 면치 못한 것으로 나타났다.<sup>3)</sup>

## 2. 유권자의 투표행태

투표행태(voting behaviors)는 유권자가 선거에 임하여 투표를 할 것인가? 포기할 것인가? 투표를 한다면 어떤 기준에 의해 선택할 것인가? 등 최종선택에 이르는 표심의 변화 형성 결정의 동태적 과정이다. 투표행태란 유권자가 선거에 있어서 투표로서 후보자 또는 정당을 선택하거나 기권하는 의사결정 양태를 의미한다. 유권자들이 후보자를 선택하는 데는 인물, 정당, 정책 등 여러 가지 변수들이 영향을 미친다. 투표행태에 대해서는 투표자의 주관적 선호(preference)의 차원과 실제 활동의

2) 1995년 제1회 지방선거의 투표율은 68.4%로 가장 높았으며, 1998년(제2회)는 52.7%, 2002년(제3회) 48.8%, 2006년(제4회)는 51.6%, 2010년(제5회)는 54.5%였다. 그리고 사전투표제 투표율은 11.49%였음에도 투표율이 60%를 넘지 못했고, 만약 사전투표제가 실시되지 않았다면 정치에 대한 불신, 징검다리 공휴일 등으로 인해 투표율이 50%나오기 쉽지 않았을 것이다.

3) 서울과 경기 기초의원선거에서 새누리당 당선자는 각각 171명, 184명인데 비해 새정치민주연합 당선자는 191명, 181명으로 커다란 차이가 없다.

차원을 구별해서 연구할 수 있다. 전자는 투표자가 어떤 정당을 좋아하느냐 또는 싫어하느냐, 어떤 문제에 대하여 어떠한 입장을 취하느냐, 그리고 어떤 후보자를 어떻게 평가하느냐 등의 측면을 가리키는 것이고, 후자는 투표자가 어느 정도로 정치적 활동에 참여하느냐의 측면을 말한다(조현걸·박창규 2000; 전재섭 2009).

후보자 선택기준을 연구한 김영하(2000), 조현걸 외(2000) 등은 후보자를 선택하는데 후보자의 인물, 도덕성, 경력·능력 등이 가장 높고, 그다음이 지역발전, 정당 순으로 보았다. Campbell(1960), Miller(1984), Lewis-Beck & Rice(1992) 등은 그들의 연구에서 정당일체감, 이슈 그리고 이미지 등을 유권자의 투표결정과정에서 여타 요인들보다 우월한 요소로 꼽았다. Downs는 유권자들이 시민으로서의 그들에게 효용을 극대화시킬 수 있는 정강이나 정책을 갖고 있는 후보자를 선택할 것이라고 하였고, Campbell(1960)은 정책요인을 유권자의 후보자 선택에 영향을 주는 세 가지 요인 중 하나라고 정의하였다. 후보자 선택에 영향을 미치는 요인과 관련해서 Miller(1973)는 유권자의 후보자선택 요인으로 정당요인이 감소됨에 따라 상대적으로 캠페인 이슈와 후보자의 이미지의 중요성을 증가시켰다고 주장한다. 또한 그의 연구에서 이슈요인이 중요하지만 투표의사결정과정에서 핵심적인 요소는 후보자에 대해 유권자들의 마음속에 지각된 이미지이고, 이슈는 유권자에게 있어서 다른 여러 개의 후보자 특성 중의 하나로 받아들여진다고 하였다. 유권자들은 정당의 이념과 후보자의 정견보다는 대중매체로 전달되는 유권자의 성격, 용모 및 말씨에 더 많은 관심을 보인다고 하였다. 그러나 Patterson(1993)은 대중매체에 의존한 선거과정은 유권자로 하여금 정당의 정책과 대안보다는 후보자의 인상과 인간성에 더욱 주목하게 한다고 주장하고, 이로 인한 정치적 폐해가 심각하다는 점을 지적하고 있다.

유권자의 후보자 선택은 모델화에 초점을 두고 정치적 명성 및 사회적 이미지가 중요한 요인인지 그렇지 않으면 유권자의 행태심리인 신념이나 태도인지 등이 중요한지 구체적으로 규명하려고 노력하였다(Newman and Sheth, 1985; 박이석, 2005; 송건섭 외, 2008). 유권자 모델을 살펴보면, 첫째, 유권자의 투표행태를 파악하기 위한 가장 기본적인 분석구조는 S-O-R모델이다. 외부 상황에 대한 자극(stimulus)과 영향요인이 유권자(objects)의 개인적 특성에 영향을 미쳐 투표의사결정과정을 거쳐 유권자의 반응(response)을 이끌어 내어 투표결정을 하게 된다는 것이다. 둘째, Campbell 모델은 사회심리학적 측면에서 정당일체감, 이슈에 대한 태도, 후보자의 이미지가 유권자의 투표선택에 영향을 미친다고 설명하는 모델이다. 여기서 정당일체감은 이슈에 대한 태도와 후보자 이미지에 직접적인 영향을 미쳐 간접적으로 투표선택에 영향을 주기도 하지만, 직접적으로 투표선택에 영향을 미친다는 것이다(고영욱, 1993). 셋째, Lindon 모델로 투표선택은 개인의 정치적 태도와 자신에게 주어진 선거의 선택간의 상호작용의 결과로 이루어진다고 보는 것이다. 여기서 개인의 정치적 태도는 인구·사회학적 특성, 개인의 인생경로와 인성, 사회적 요건, 생활상태, 후보자 접촉, 최근의 사건에 영향을

받아 형성된다는 것이다(이상울, 1990; 송명학, 2003). 이 모델은 소비자 행태분석과 관련해서는 상당한 설득력을 가지고 있으나, 유권자의 행태분석에 대한 연구로서는 부족하다는 비판도 있다(송건섭, 2009; 박이석, 2005). 넷째, Shama(1976)는 투표선택에는 후보자에 대한 인지과정을 빼놓을 수 없으며 유권자는 여러 인지요인을 통해 후보자를 선택하게 된다고 설명하는 모형이다.

### 3. 후보자 선택요인

유권자들이 지지할 후보자를 결정하는 데는 여러 가지 변수들이 영향을 미친다. 투표행태에 대한 연구는 여러 가지 요인들 가운데서도 특히 어떤 요인들이 어떤 식으로 유권자들로 하여금 투표할 후보자를 결정하는데 영향을 미치는가를 조사하는 것이라 할 수 있다. 투표자는 자신이 속한 집단에 대한 충성심 때문에 그 집단의 지시대로 투표하는 조직표의 성향을 가질 수도 있으며, 선거 때마다 자신의 이익을 중심으로 지지를 변경하는 부동표의 성향을 가질 수도 있다.<sup>4)</sup> 투표행태에 대해서는 투표자의 주관적 선호(preference)의 차원과 실제 활동의 차원을 구별해서 연구할 수 있다. 주관적 선호의 차원이란 투표자가 어떤 정당을 좋아하느냐 또는 싫어하느냐, 어떤 문제에 대하여 어떠한 입장을 취하느냐 그리고 어떤 후보자를 어떻게 평가하느냐 등의 측면을 가리키는 것이다. 실제 활동의 차원은 투표자가 어느 정도로 정치적 활동에 참여하느냐의 측면을 말한다(조현걸·박창규 2000, 209-245). 이렇게 두 가지 차원을 구분하는 이유는 선호의 차원만으로는 투표의 결과를 완전히 설명할 수 없기 때문이다. 즉, 유권자들이 특정 후보자나 정당을 좋아한다고 하더라도 실제투표에 참가하지 않을 때에는 그들의 선호도가 투표결과에 반영되지 않기 때문이다. 선호와 활동이라는 변수를 결합하여 투표행태를 나누어 보면 유권자들이 지지할 후보자를 결정하는 변수들로서 다음과 같은 몇 가지를 생각해 볼 수 있다.

첫째, 귀속적인 인물 중심의 투표성향이다. 이는 후보자에 대한 일체감과 같은 일차적인 유대감에 따라 지지할 후보자를 결정하는 감정적 투표행태를 의미한다. 즉, 후보자의 학연, 혈연, 연고, 지역출신 등을 강조하는 것이다. 우리의 경우, 문중대결이 벌어지는 지역에서 이러한 경향이 두드러지게 나타나며, 또한 후보자간에 뚜렷한 차별성이 부각되지 않는 상황에서 자기와 연고지를 같이 하는 후보자를 선호·지지하는 경향도 이러한 투표행태 때문이라고 할 수 있다.

둘째, 정당 중심의 투표성향이다. 이것은 대의제 민주정치를 움직이는 가장 중요한 조직인 정당에 대한 지지를 바탕으로 자신이 지지하는 정당이 추천한 후보자에 대해 투표하는 경우이다. 정당은

4) 이러한 경우에는 정당지향의 투표성향이 대표적이다. 그러나 정당의 행태를 갖지 않더라도 특정의 가치를 지향하여 특정단체에서 여러 지역에 후보자를 내세워서 특정의 정책, 예를 들면 소수민족의 자치권 확대 또는 특정 종족의 독립, 특정가치의 증진을 추구하는 경우도 여기에 해당한다.

동일한 정치적 견해를 갖는 국민의 부분적 집단으로 선거를 통해 다수 국민의 지지를 얻어 그 구성원들이 지향하는 정치적 견해인 정책을 실현하고자 하는 정치적 집단이다. 따라서 특정의 정당에 가입하여 당원으로 활동하는 유권자들은, 특별한 경우가 아닌 한 자신이 속한 정당에서 추천한 후보자에 대해 뚜렷한 선호를 보이게 되며, 또한 그를 당선시키기 위해서 적극적인 활동을 하게 되는 것이다. 유권자들은 자신의 지지정당과 자기를 동일시하고 그 입장을 취한다는 점에서 정당일체감으로 설명할 수 있는데, Campbell(1960)은 연구에서 정당일체감을 유권자의 투표결정과정에서 여타 요인들보다 우월한 요소로 꼽았다. 정당일체감은 유권자의 후보자에 대한 여타 이미지에도 영향을 미치며 또한 후보나 국내의 정책이나 이슈에 대한 이미지와 같은 단기적인 영향을 미치는 요인들보다도 훨씬 장기적인 영향을 미친다고 보았다.<sup>5)</sup>

셋째, 정책 중심의 투표성향이다(윤용희 1997). 이것은 정당 또는 후보자들이 제시한 공약을 토대로 자신에게 이익이 될 수 있는 공약을 제시한 정당 또는 후보자에게 투표하는 것을 말한다. 이는 유권자가 후보나 후보의 소속 정당의 특정문제나 정책에 대해 갖게 되는 입장이나 의견이 유권자의 투표의사결정요인으로 작용한다는 것이다. 선거공약은 선거 때 정당이나 입후보자가 공직에 진출한 이후 주민의 대표로서 실현하고자 하는 것을 공적인 장소에서 밝히는 정치적인 약속이다. 이러한 공약에 대해서 유권자들은 자신의 이익을 바탕으로 한 합리적인 이익계산을 통해 지지할 후보자를 결정하는 목적지향의 합리적 투표행태를 보이게 된다. Downs는 유권자들이 시민으로서의 그들에게 효용을 극대화시킬 수 있는 정강이나 정책을 갖고 있는 후보자를 선택할 것이라고 하였고, Campbell은 정책요인을 유권자의 후보자 선택에 영향을 주는 세 가지 요인 중 하나라고 정의하였다(Campbell 1960). 이들은 후보자 투표행동에 영향을 주는 요인 중 정당요인은 낮아지고 있으며, 이슈에 따라 투표하는 경향이 중요하며, 또한 증가하고 있다고 보고 있다.

넷째는 후보자 중심의 투표성향이다(안병만 외 1995, 373-392). 이는 후보자 요인을 고려하여 지지할 후보자를 결정하는 것이다. 후보자 요인이란 후보의 개인적 속성(personal attributes)과 관련된 요인을 말한다. 여기서 후보의 개인적 속성은 매우 포괄적인 개념으로 특정후보가 정치인으로서 또는 일반인으로서 갖고 있는 자원이나 특성으로 예컨대 현재의 지위 및 과거의 경력, 정치철학, 성격이나 자질, 능력, 외모, 출신지역, 성장과정, 교육, 종교, 가족, 사생활 등이 여기에 해당된다고 하겠다. 후보자 요인을 고려한 투표는 일차적인 유대를 바탕으로 한 후보자에 대한 맹목적인 지지와는 달리, 일차적인 변수인 지연·혈연·학연과 같은 연고를 고려하면서도 소속정당 및 후보자가 제시하는 선거공약의 내용과 공약의 실천능력 등을 종합적으로 고려하여 투표하는 것이다. 이러한 경우에는 유권자들의 선호정도가 잘 드러나지 않으며, 적극적인 정치활동도 상당히 희박하다.

5) 미국 유권자들의 역대 대통령 후보에 대한 인지요인의 변천과정을 조사한 연구에 따르면 정당요인은 이슈나 후보의 개인적 속성에 비해 상대적으로 낮은 비율을 보이고 있다(송명학 2003, 94).

O'Keefe(1975)는 유권자의 후보자선택 요인으로 정당적 요인이 감소됨에 따라 상대적으로 캠페인 이슈와 후보자의 이미지의 중요성을 증가시켰다고 주장한다. 또한 Miller(1973)는 그의 연구에서 이슈요인이 중요하지만 투표의사결정과정에서 핵심적인 요소는 후보자에 대해 유권자들의 마음 속에 지각된 이미지이고, 이슈는 유권자에게 있어서 다른 여러 개의 후보자 특성 중의 하나로 받아들여진다고 하였다.

#### 4. 선행연구의 검토

한국의 지방선거과정에서 보면 유권자들이 후보자 인지경로를 통해 후보자를 평가하고 판단하며, 나아가 지지할 후보자를 결정하는데 상당한 영향을 미친다. 유권자들의 후보자 인지경로는 크게 개인적 차원과 사회적 차원으로 구분되는데, 과거 후보자를 인지하는 경로는 주로 개인적 차원의 것이었으나, 최근에는 사회적 차원으로 점차 발전된 모습을 보이고 있다. 유권자들이 후보자들을 정확하게 인지하고, 인지된 정보를 주위 사람들과 교환을 통해 한다면, 보다 후보자에 대한 관심과 선거에 대한 관심을 높일 수 있다. 따라서 우리 지역에 어떤 인물이 적합한지, 누가 지역정치를 잘 할 수 있는지에 대한 판단을 스스로 형성하는 통로가 된다. 선거과정에서 유권자가 후보자에 관한 사항을 비롯한 여러 측면의 소식을 접하는 통로(channel)는 크게 '직접통로'와 '간접통로'로 구분된다(박찬욱 1992) 전자는 선거운동주체와 유권자가 일대 일로 직접 접촉할 수 있는 유세장의 연설, 소규모 모임, 정당행사 등을 일컫는다. 후자는 다양한 형태의 매체를 통해서 선거과정에 대한 소식과 정보가 전달되는 것인데, 이것은 다시 텔레비전, 라디오, 신문, 잡지, 인터넷 등과 같이 정당이나 후보로부터 독자성을 갖는 '비통제 매체'와 정당이나 후보자가 기획하는 정치광고, 당보(黨報), 후보자 홍보용 소형인쇄물 현수막 등의 '통제매체'로 분류된다.<sup>6)</sup>

유권자의 투표형태는 유권자들의 인식차원에서 선거공약이 얼마나 후보자를 결정하는데 있어 어느 정도 영향을 미치고 있는지를 파악하고 있다. 평상시에 일반 유권자들이 가지고 있는 정치에 대한 인식과 태도, 일반적인 후보자 선택기준, 선거공약에 대한 인식, 지방자치제도와 관련된 인식과 태도를 평가하였다. 대체로 후보자 인지경로는 언론매체와 이웃과의 대화가 중요한 요인이며, 후보자 결정시에는 후보자의 소속정당과 선거공약, 선거공약의 실현가능성 등을 중요시한 것으로 평가하고 있다(송건섭·이곤수 2011).

유권자의 투표행태와 선택모델 그리고 결정요인에 관한 연구는 많지 않지만, 최근 대선, 총선, 지

6) 후보자 선택기준으로 이중천(1995)은 인물이나 정당요인을 들고 있으며, Campbell은 인물, 정당, 정책분위의 세 가지 요인을 사용하고 있다. 또 Nimmo와 Savage(1973)는 후보자의 이미지가 투표행위를 설명하는 가장 중요한 변인으로 보고 있고, Wattenberg(1994)나 Patterson(1993)도 후보자의 개인 이미지, 인상과 인간성을 더욱 중요한 선택요인으로 보았다.

방선거 등으로 연속해서 이루어지는 선거를 사례로 하여 일정한 유권자의 행태패턴을 찾고자 하는 노력이 전개되고 있다. 송명학(2003)은 유권자의 투표행태를 중심으로 한 정치마케팅 PR효율성에 관한 연구에서 유권자의 선택기준이 정책/공약, 지역발전 기대 등 이성적 투표행태가 높아지는 경향이 있다고 진단하였고, 유권자의 정보매체는 TV/신문/방송 등 매스미디어가 높고, 특히, 선거운동기간에는 정치광고, 정당홍보가 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 한국 정치상황 및 선거제도의 특수성을 고려하여 유권자 행태조사를 했다는 점에서 의미가 있지만, 인터넷 등 뉴미디어의 선거에 대한 영향력은 다소 객관적이지 못했다는 한계를 지니고 있다. 박이석(2005)은 국회의원 선거에 있어서 유권자의 정당 및 후보자 선택요인에 관한 실증적인 분석을 실시하였다. 여기서 유권자의 투표선택에 미치는 요인으로 사회심리학적 요인, 쟁점요인, 후보자 요인, 환경적 요인 등을 들었는데, 이중에서 사회심리학적 요인 중 하나인 지역주의에 의한 지역정당 일체감이 후보자 선택에 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한정택(2007)은 현직 국회의원의 재당선 결정요인을 분석하였는데, 지역주의의 영향을 받는 선거구에서는 후보자 요인의 비중이 커지고 있고, 그렇지 않는 선거구는 소속 정당 요인이 중요한 영향을 미치는 것으로 보고하고 있다. 그러나 지역주의 영향 여부에 대한 구체적인 검증은 이루어지지 않고 있다. 전재섭(2009)은 한국 유권자의 투표행태에 관한 연구를 통해 수도권 유권자의 후보자 선택에 미친 영향요인을 규명하고 있다. 로지스틱 회귀분석을 통해 나타난 결과는 후보자 이미지, 후보자 소속정당, 정당의 분당·통합, 경제살리기 기대, 수도권 및 영남권 유권자 등이 유의성이 있는 것으로 나타났다. 하지만, 후보자 역량, 노무현 정부의 평가는 (-)의 효과가 나타나는 것에 대한 충분한 설명은 이루어지지 않고 있다. 또한 지역주의가 가장 완화된 수도권을 중심으로 연구하여 후보자 선택에서의 지역주의를 충분히 반영하지 않는 것으로 판단된다.

정진민(2012)는 2010년 지방선거에서 나타난 한국유권자들의 행태를 세대별로 나누어 분석하고 있는데, 특히 1980년에 태어난 신세대유권자들은 지역주의나 이념에 의한 영향을 현저하게 덜 받고 있으며, 그들의 삶에 직접적으로 영향을 미치는 구체적인 정책과 관련하여 현 정부나 집권당의 실적에 대한 평가에 기초해서 투표할 가능성이 커지고 있음을 설명하고 있다. 지병근(2014)은 2010년 기초의회선거 사례분석을 통해 유권자의 투표결정에 필요한 선거정보에 유권자들이 쉽게 접근하기 어렵기 때문에 전략적 투표를 지속하거나 자신의 정당선호와 일치하는 순수투표대신 일관투표성향을 보일 가능성이 크다는 점을 지적하고 있다.

### Ⅲ. 설계 및 결과

#### 1. 연구기설 및 모형

본 연구에서는 단편적인 투표행태 요소를 고려하기 보다는 지방선거라는 상황에 적합한 다양한 영향요인을 검토하였다. 여기서 후보자 선택요인으로 유권자의 인지와 이미지 그리고 결정요인을 제시하였고, 요인설명과 가설을 설정하면 다음과 같다.

첫째, 유권자는 선거운동 기간 동안 여러 가지 방법으로 정당 또는 후보자의 캠페인에 대하여 인지하게 된다. 하지만 유권자의 인지능력의 한계로 인하여 유권자가 투표행태를 결정할 때 정확한 판단을 할 수 없다는 것이다. Kelly와 Mirer(1974: 572-591)에 의하면 유권자들은 후보자들에 대하여 좋아하는 요소가 많은 후보자보다 싫어하는 요소가 적은 후보자에게 투표하게 된다는 것이다. 본 연구에서의 인지요인으로는 개인접촉, 선거공보 및 홍보물, 언론매체, 운동원의 선거운동, 이웃사람과의 대화 등을 들 수 있다(H1: 후보자 인지요인은 후보자 선택에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. H2: 후보자 결정요인은 후보자 선택에 긍정적인 영향을 미칠 것이다).

둘째, 유권자들의 후보자 결정과정에 대한 이해는 후보자들이 그들에게 어떻게 영향을 미칠 것인가를 결정하는데 중요하다. 그런데 유권자들의 후보자 결정과정에는 정치·문화적 특성의 차이뿐만 아니라, 선거당시의 정치체제나 정치적 상황, 후보자의 속성, 정당과의 연계성 등의 요인이 복합적으로 작용하기 때문에 어떤 특정요인을 유권자의 후보자 결정요인으로 연결시키기는 어렵다(송건섭, 2004). 여기서 고려되는 후보자 결정요인으로는 정당요인, 내적요인, 후보자 능력, 공약요인, 외적요인, 후보자 평판 등을 들 수 있다(Campbell, 1960; Miller, 1984; Lewis-Beck & Rice, 1992)(H3: 후보자 인지요인은 선거이미지에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. H4: 후보자 인지요인은 후보이미지에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. H5: 후보자 결정요인은 선거이미지에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. H6: 후보자 결정요인은 후보이미지에 긍정적인 영향을 미칠 것이다).

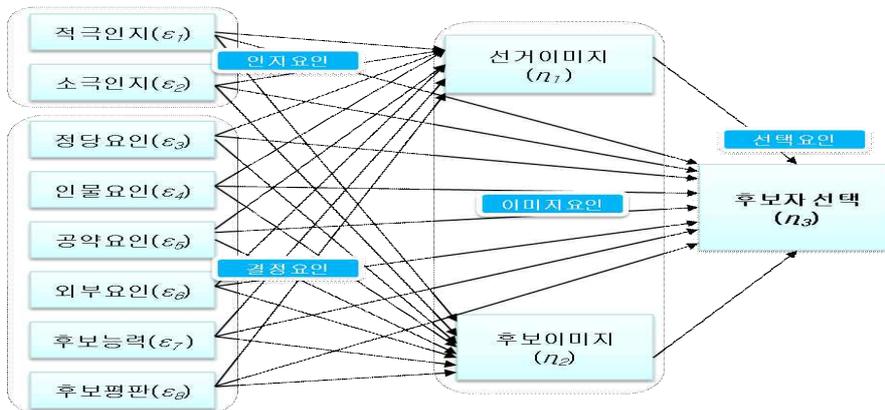
셋째, 후보자의 이미지란 개인이 지닌 기존의 후보에 대한 지식체계에 통합되어 있는 정보 가운데, 특정 후보에 대한 지식체계에 통합되어 있는 가운데, 특정 후보에 상대적으로 강하게 연결되어 있는 개념, 인상, 주장 등의 정보 집적체이다(이준웅, 1998). 기존의 연구들을 살펴보면, 유권자들은 복잡하고 이해가 어려운 정책적 이슈들에 의존하기 보다는 단순 명료하면서도 쉽게 후보자를 비교, 판단할 수 있는 이미지에 근거해서 후보자를 결정하는 것으로 나타났다(Corbett, 1991; Miller, Wattenberg, & Malanchuk, 1984; Wyer et al., 1991). 이러한 이미지 요인은 유권자들에게는 분절적이고 상대적으로 인지적 노력이 많이 드는 개별 이슈들에 대한 지각보다 훨씬 더 손쉽게 후보자와 관련된 정보를 처리하고 평가하도록 도와주는 일종의 추론장치로 간주된다. 후보자에 대한 이미지

는 투표결정에 중요한 영향을 미치게 된다고 한다(H7: 선거이미지 요인은 후보자 선택에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. H8: 후보 이미지 요인은 후보자 선택에 긍정적인 영향을 미칠 것이다).

그리고 변수별 세부적인 내용을 제시하고, 중점적으로 참고한 모델과 가설을 설정하고자 한다. 본 연구에서는 S-O-R모델을 기초로 하여 다양한 모델에서 주장하고 있는 변수들을 선정하였다. 특히 기초모델인 S-O-R모델은 선거상황에 대해 유권자의 반응을 이끌어내어 투표결정에 참여한다는 것으로 현실적으로 지방선거의 투표행태를 설명하는데 적절한 것으로 평가된다. 또한 주요 설명변수 중에서 몇 개를 조작함으로써 그 행태에 영향을 줄 수 있는 방법을 개발하는데 도움을 줄 수 있다는 점에서 이 기초모델로 선택하였다. 그리고 본 연구는 후보자 선택모델을 제시하고, 중요한 영향요인을 파악하기 위해 회귀분석을 통하여 가설을 검증하고자 한다.

문헌연구를 기초로 하여 후보자 선택에 대한 인지요인과 결정요인 그리고 이미지 요인간의 인과성을 검증하기 위한 설명모형의 구성은 <그림 1>과 같다. 여기서 후보자 선택의 인지경로로는 적극적 인지와 소극적 인지를 들었고, 후보자결정의 구성차원은 6가지 요인, 정당요인, 인물요인, 외부요인, 공약요인, 후보능력, 후보평판 변수들로 구성 되었다. 그리고 매개변수로서의 이미지요인은 선거이미지와 후보이미지 등으로 구체화된다. 인과성 검증을 위한 구체적 설명모형은 선거이미지에 대한 인과모형, 후보이미지에 대한 인과모형 그리고 전반적 후보자 선택에 대한 인과모형으로 세분화될 수 있다. 그리고 인과성의 검증은 경로분석을 통해 후보자 선택에 유의한 영향을 미치는 것으로 검증되는 독립변수들이 확인되면, 이를 중심으로 선거이미지 및 후보이미지 모형을 검정하게 될 것이다. 이러한 연구모형에 근거하여, 인과관계를 구조방정식(Structural Equation Model)으로 나타내면 아래 수식과 같다. 그리고 기존의 연구결과를 바탕으로 한 연구모형에 나타난 인지요인과 결정요인, 그리고 이미지요인이 후보자 선택에 미치는 영향관계를 파악하기 위해 가설을 검증하고자 한다.

<그림 1> 연구모형



$$\begin{aligned}
 SEM \text{ 모델} : \eta_1 &= \gamma_{11}\xi_1 + \gamma_{12}\xi_2 + \gamma_{13}\xi_3 + \gamma_{14}\xi_4 + \gamma_{15}\xi_5 + \gamma_{16}\xi_6 + \gamma_{17}\xi_7 + \gamma_{18}\xi_8 + \zeta_1, \\
 \eta_2 &= \gamma_{21}\xi_1 + \gamma_{22}\xi_2 + \gamma_{23}\xi_3 + \gamma_{24}\xi_4 + \gamma_{25}\xi_5 + \gamma_{26}\xi_6 + \gamma_{27}\xi_7 + \gamma_{28}\xi_8 + \zeta_1 \\
 \eta_3 &= \gamma_{31}\xi_1 + \gamma_{32}\xi_2 + \gamma_{33}\xi_3 + \gamma_{34}\xi_4 + \gamma_{35}\xi_5 + \gamma_{36}\xi_6 + \gamma_{37}\xi_7 + \gamma_{38}\xi_8 + \\
 &\quad \beta_{31}\eta_1 + \beta_{32}
 \end{aligned}$$

여기서,  $\eta_1$  = 선거이미지,  $\eta_2$  = 후보이미지,  $\eta_3$  = 후보자선택,  $\xi_1$  = 적극인지,  $\xi_2$  = 적극인지,  $\xi_3$  = 정당요인,  $\xi_4$  = 인물요인,  $\xi_5$  = 외부요인,  $\xi_6$  = 공약요인,  $\xi_7$  = 후보능력,  $\xi_8$  = 후보평판,  $\gamma, \beta$ 는 측정되는모수,  $\zeta$ 는 잔차임.

## 2. 데이터 및 변수측정

본 연구를 수행하기 위해서 그동안 지방선거 관련 조사 자료를 수집하였고, 2002년, 2006년, 2010년, 2014년 지방선거 이후에 거의 동일한 질문지를 통해 조사한 자료를 활용하였다. 본 연구자는 지방 및 국회의원 선거에서 유권자의 투표행태에 많은 관심을 가지고 관련 선거마다 표준화된 질문지를 이용하여 유권자의 의식조사를 수행하여 왔다. 따라서 대부분 선거조사는 횡단조사를 이용하여 분석하지만, 본 연구는 네 차례 지방의회선거조사를 통한 종단분석에 해당된다. 설문지는 모든 선거의 공통적인 항목 즉, 응답자 개인특성, 투표행태, 후보자 인지 및 결정요인, 이미지, 선택요인 등과 선거의 특징을 고려한 개별항목으로 구성되어 있고, 이중 선거의 개별 항목은 제외하고 공통적인 항목을 중심으로 분석에 이용하였다. 그리고 설문응답에서 각 항목의 척도는 5점 Likert 척도로 하였고, 매우 낮은 경우는 1점, 매우 높은 경우는 5점으로 해서 응답하도록 하였다. 여기서 점수가 높을수록 해당 문항에 대한 동의정도가 높음을 알 수 있다. 조사 표본은 대구광역시 8개 자치구·군과 경상북도 23개 자치시·군 전 지역의 주민을 대상으로 실시하였다. 2002년 6.13지방선거는 6월 14일부터 20일까지 조사하여 835부를 수집, 2006년 5.31지방선거는 5월 31일부터 6월 21일까지 조사하여 932부를 수집, 2010년 6.2지방선거는 6월 3일부터 6월 30일까지 조사하여 453부를 수집하였다. 2014년 6.4지방선거는 6월 5일부터 6월 13일까지 조사하여 401부를 수집하였다. 따라서 네 차례에 걸친 지방선거 조사는 총 2,621부를 본 분석에서 사용하기로 하였다<부록 표 1 참조>.

후보자의 인지요인과 결정요인, 그리고 이미지 요인이 후보자 선택에 미치는 영향을 검증하기 위해서 기존 문헌에 기초하여 조작적 정의가 이루어졌다. 유권자의 후보자 인지는 선거에 출마한 후보자에 대한 외부로부터 들어오는 정보를 지각하고 해석하는 것을 의미한다. 후보자 인지에 관한 항목은 개인적 접촉, 선거공보 및 홍보책자, 언론매체, 선거운동, 이웃대화 등 다섯 항목을 선택하였다(김현주, 1999; 조현걸·박창규, 2000; Kelly와 Mirer, 1974). 후보자 결정은 유권자들이 지지할 후보자를 선택하게 되는 수단 혹은 기준을 의미한다. 후보자 결정요인에 관한 항목은 정당요인, 인물요인, 공약요인, 외부요인, 후보능력, 후보평판 등 열다섯 항목을 선택하였다(이준웅, 1998; 김현주,

1999; 조현걸·박창규, 2000; 송건섭, 2004; Miller, 1984; Campbell; Verba와 Nie, 1972).

후보자 이미지란 개인이 지닌 기존의 후보에 대한 지식체계에 통합되어 있는 정보 가운데, 특정 후보에 상대적으로 강하게 연결되어 있는 개념, 인상, 주장 등의 정보 집합체라고 할 수 있다. 후보 이미지는 ‘강하다’, ‘빠르다’, ‘좋다’ 등의 몇 가지 의미론적 함의를 지닌 인지요소가 특정한 방식으로 구성되어 있는 인지구성체(cognitive structure)라고 할 수 있다. 여기서 이미지요인은 선거이미지, 후보자이미지 등 네 개 항목을 선택하였다(이상울, 1990; 이준웅, 1998, 김현주, 1999; 송명학, 2003; Lewis-Beck & Rice, 1992). 후보자 선택은 투표행동을 의미하며, 직접 투표하는 행위를 의미한다. 이는 투표행동이라는 면에서 투표태도에 해당되는 결정요인과는 구별된다. 선택요인은 투표 행동, 필요성, 투표고려, 후보자 정보, 정치인 선호 등 다섯 가지 요인을 고려하였다(권인석, 2000; 김욱, 2006; 조진만·최준영, 2006; 한정훈·강현규, 2009).

측정변수에 대한 타당성 및 신뢰도 분석결과를 제시하면 아래 <표 1>과 같다. 인지요인 중 소극 인지, 결정요인 중 정당요인, 외부요인, 후보평판, 이미지요인, 후보선택 요인들은 낮은 수치를 보여 각각 1개의 변수를 제거한 다음, 재분석한 결과 대체로 만족스러운 수준에 도달하였다. 신뢰성 분석에서도 알파 값( $\alpha$ )이 전반적으로 0.6이상이나 기준치에 부합되었고, 특별히 후보자 선택은 .859로서 다소 높게 나타났다.

<표 1> 타당성 및 신뢰성 검증

	요인과 요인구성	항목 수		요인		신뢰도 크론바하 알파( $\alpha$ )
		최초	사각 회전	요인적재 값	아이겐 값 (분산)	
인지 요인	적극인지	3	3	.687	1.729 (57.639)	.629
	선거운동원들의 선거운동			.783		
이웃사람들과의 대화	.802					
소극인지	선거공보 및 홍보물 언론매체(TV, 신문, 잡지)	3	2	.823 .823	1.355 (67.765)	.624
정당요인	선호하는 정당을 많이 고려 정치적인 상황을 많이 고려	3	2	.875 .875	1.533 (76.638)	.693
	인물요인	후보자의 인물, 성품, 태도 후보자의 교육, 경력, 자질 후보자의 민주성, 참신성, 신뢰성	3	3	.706 .844 .758	1.787 (59.563)
결정 요인	공약요인	3	3	.661	1.808 (60.265)	.661
	후보자의 선거공약(정책)			.843		
	후보자의 선거공약의 실현가능성 후보자의 선거공약의 일치성			.812		
외부요인	후보자의 출신 지역 후보자의 혈연, 학연	3	2	.897 .897	1.610 (80.494)	.757
후보능력	후보자능력에 대한 언론평가 후보자의 법규수행능력 후보자의 지역발전에 대한 능력	3	3	.588 .842 .804	1.702 (56.718)	.693

	후보평판	후보자에 대한 이웃의 조언 후보자에 대한 주민들의 평판	3	2	.852 .852	1.452 (72.611)	.602
이미지	선거이미지	선거에 대한 이미지	3	2	.818	1.339 (66.941)	.600
		선거에 대한 축제 이미지			.818		
후보 선택	후보이미지	후보자의 내적인 이미지	3	2	.857	1.469 (73.446)	.638
		후보자의 외적인 이미지			.857		
후보 선택	후보 선택	후보자 투표의 당위성	6	5	.811	3.202 (64.043)	.859
		후보자 선택 필요성			.863		
		투표결정의 다양한 요소			.833		
		후보자에 대한 정보수집			.741		
		후보자 선택에 대한 관심도			.746		

위의 타당성과 신뢰성분석을 실시한 결과를 토대로 구성개념(요인)별로 확인요인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)을 실시하기로 하였다. 이는 단일차원성을 저해하는 항목을 제거하는데 목적이 있다. 각 요인별 구성개념의 최적상태는 다음의 적합도 지수를 통해서 평가하기로 하였다. 적합도 평가지수는 GFI(Goodness-of-Fit Index  $\geq 0.90$  이상 바람직 함), AGFI(Adjusted Goodness-of-Fit Index:  $\geq 0.90$  이상 바람직함), RMSR(Root Mean Square Residual: 0.05보다 작을 수록 바람직함), NFI(Normed Fit Index:  $\geq 0.90$  이상 바람직함),  $\chi^2$ 에 대한 p값( $\geq \alpha = 0.05$ 이면 바람직함) 등을 이용하였다.

〈표 2〉 각 요인별 확인요인분석결과

요인		GFI	AGFI	RMSR	NFI	$\chi^2$	p
인지요인	적극인지	.912	.832	.026	.887	5.284	.071
	소극인지	.906	.836	.044	.906	5.903	.015
결정요인	정당요인	.915	.818	.040	.908	.954	.329
	인물요인	.963	.854	.016	.902	.302	.582
	공약요인	.940	.811	.013	.926	.800	.672
	외부요인	.917	.820	.035	.908	.529	.467
	후보능력	.963	.854	.015	.905	1.249	.264
	후보평판	.926	.840	.030	.920	.529	.467
이미지요인	선거이미지	.905	.795	.033	.898	1.199	.274
	후보이미지	.900	.782	.010	.890	6.089	.014
선택요인	후보선택	.901	.704	.005	.904	1.397	.497

확인요인분석결과 요인별 단일차원을 확인하고 각 요인 사이의 관련성 정도 및 방향성을 파악하기 위해서 상관분석을 실시하기로 한다. 이를 아래 <표 3>과 같이 나타낼 수 있다. 표에서 보면, 유권자의 후보자 선택이라고 할 수 있는 후보선택 요인은 인지 및 결정요인, 그리고 이미지 요인과 높

은 관계는 아니지만 전반적으로 유의한 상관관계를 보이고 있다. 또한 상관계수의 값들이 모두 양의 상관관계수 값을 보이고 있어 본 연구의 연구가설과 어느 정도 방향성이 일치한다.

〈표 3〉 각 요인별 상관관계분석 결과

요인	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. 적극인지	2.48	.777	1.00										
2. 소극인지	3.10	.807	.228*	1.00									
3. 정당요인	3.01	.915	.164*	.217*	1.00								
4. 인물요인	3.30	.752	.139*	.342*	.368*	1.00							
5. 공약요인	2.83	.726	.322*	.286*	.310*	.336*	1.00						
6. 외부요인	2.55	.861	.392*	.106*	.353*	.168*	.342*	1.00					
7. 후보능력	3.31	.746	.097*	.364*	.309*	.493*	.312*	.131*	1.00				
8. 후보평판	2.92	.991	.400*	.166*	.208*	.262*	.272*	.257*	.265*	1.00			
9. 선거이미지	2.71	.823	.279*	.253*	.384*	.323*	.435*	.304*	.313*	.240*	1.00		
10.후보이미지	2.60	.775	.341*	.208*	.278*	.245*	.454*	.334*	.202*	.235*	.575*	1.00	
11.후보선택	3.02	.852	.190*	.283*	.411*	.436*	.474*	.231*	.393*	.219*	.600*	.457*	1.00

\*요인간의 상관계수는  $\alpha=0.01$ 에서 유의함.

### 3. 모형검증 및 비교

앞에서 제시한 연구모델과 상관관계 분석결과를 기초로 하여, 4개 지방선거 연구모형의 전체적인 구조모형(overall model)을 검정한 결과,  $\chi^2=26.596$ , 자유도(d.f)=1,  $p$ 값=.000으로 매우 낮게 나타났지만, GFI=.995, AGFI=.947, RMR=.041, NFI=.963으로 만족스러운 것으로 나타나 최적모형으로 판단하기에는 무리가 없음을 확인하였다. 그리고 개별 선거들에 대해서도 카이제곱 검증을 통해서 모형의 적합성 여부를 판단하였다. 또한 선거모델을 검증하기 위해 다양한 기초분석을 실시하였고, 선거결과를 종합한 것으로 각 요인들 간의 관계에 대한 연구가설 검증결과는 아래 <표 4>와 같이 정리할 수 있다.

연구가설1을 검증한 결과 적극적 인지요인은 후보선택에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다(가설1 부분채택). 하지만 선거홍보 및 언론매체를 통한 소극적 인지는 유의한 영향요인이 아닌 것으로 판명되었다. 이는 후보자 선택에는 대중매체 및 소형인쇄물이 중요하다는 Wattenberg(1994), Patterson(1993)의 연구, 인쇄물과 언론매체를 강조하는 조현걸 외(2002) 연구, 언론매체를 가장 중요시 하는 송건섭 외(2003)의 연구와는 다소 다른 결과이다. 연구가설2를 검증한 결과, 후보평판을 제외한 모든 결정요인은 후보선택에 영향을 미치는 것으로 나타났다(가설2 부분채택). 이러한 연구결과는 후보자 인물 및 정당요인을 강조하는 Campbell(1960)의 연구, 이중천(1995)의 연구, 후보능

력을 강조하는 송건섭 외(2003) 연구결과와 일치함을 보여주는 것이다. 연구가설3, 4를 검증한 결과 인지요인은 선거이미지에 유의한 영향을 미치고 있으며, 후보평판을 제외한 모든 결정요인도 선거 이미지에 유의한 영향요인임이 밝혀졌다(가설3,4 부분채택). 연구가설5, 6을 검증한 결과 인지요인 중에는 적극적인지, 결정요인 중에는 정당요인, 인물요인, 외부요인 등이 후보이미지에 유의한 영향 요인으로 나타났다(가설5, 6 부분채택). 연구가설7, 8을 검증한 결과 선거이미지와 후보자 이미지는

〈표 4〉 각 요인들 간의 인과분석결과

가설(H)	경로	경로계수	표준오차	t값	p값	
가설1(H1)	인지요인	적극인지⇒ 후보자선택	-.039	.016	-2.443*	.015
	⇒ 후보선택	소극인지⇒ 후보자선택	.022	.015	1.419	.156
가설2(H2)	결정요인 ⇒ 후보선택	정당요인⇒ 후보자선택	.123	.016	7.723***	.000
		인물요인⇒ 후보자선택	.150	.015	9.687***	.000
		공약요인⇒ 후보자선택	.174	.017	10.261***	.000
		외부요인⇒ 후보자선택	-.038	.016	-2.455*	.014
		후보능력⇒ 후보자선택	.097	.015	6.250***	.000
		후보평판⇒ 후보자선택	-.008	.015	-.504	.614
가설3(H3)	인지요인	적극인지⇒ 선거이미지	.100	.018	5.597***	.000
	⇒ 선거이미지	소극인지⇒ 선거이미지	.045	.018	2.533*	.011
가설4(H4)	결정요인 ⇒ 선거이미지	정당요인⇒ 선거이미지	.192	.018	10.710***	.000
		인물요인⇒ 선거이미지	.074	.018	4.131***	.000
		공약요인⇒ 선거이미지	.242	.018	13.468***	.000
		외부요인⇒ 선거이미지	.079	.018	4.391***	.000
		후보능력⇒ 선거이미지	.100	.018	5.558***	.000
		후보평판⇒ 선거이미지	.021	.018	1.173	.241
가설5(H5)	인지요인	적극인지⇒ 후보이미지	.160	.018	8.781***	.000
	⇒ 후보이미지	소극인지⇒ 후보이미지	.031	.018	1.686	.092
가설6(H6)	결정요인 ⇒ 후보이미지	정당요인⇒ 후보이미지	.084	.018	4.131***	.000
		인물요인⇒ 후보이미지	.049	.018	2.709**	.007
		공약요인⇒ 후보이미지	.301	.018	16.502***	.000
		외부요인⇒ 후보이미지	.121	.018	6.617***	.000
		후보능력⇒ 후보이미지	-.010	.018	-.563	.574
		후보평판⇒ 후보이미지	.020	.018	1.106	.269
가설7(H7)	선거이미지 ⇒ 후보자선택	-	.356	.017	19.337***	.000
가설8(H8)	후보이미지 ⇒ 후보자선택	-	.106	.018	5.870***	.000

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

후보선택에 유의한 영향요인임을 확인할 수 있었다(가설7,8 채택). 이러한 연구결과는 후보선택에 이미지 요인을 강조하는 Lewis-Beck & Rice(1992)의 주장, Nimmon과 Savage(1975), 이준웅(1998), 송건섭(2004)의 연구결과와 어느 정도 일치하는 것임을 확인할 수 있다.

아래 <그림 2>의 전체적인 후보자 선택모델에서는 소극적 인지요인과 후보평판 요인은 후보선택에 미치는 영향은 미미한 것으로 보인다. 소극적 인지요인은 자신이 후보를 직접접촉하기보다는 간접적인 인지를 통해 후보를 아는 것이며, 후보평판 또한 이웃이나 주위의견을 참고하여 후보자를 평가하는 것으로 간접적인 결정요인에 해당된다. 따라서 후보자 선택에는 무엇보다 유권자 자신의 관심과 직접적인 후보자 체험이 무엇보다 중요함을 보여주는 것이다. 또한 후보평판요인은 선거 및 후보이미지, 후보능력은 후보이미지에 통계적으로 중요한 요인이 아닌 것으로 나타났다. 특히 후보선택에 영향을 미치는 결정요인 중 정당요인⇒인물요인⇒공약요인 순으로, 선거이미지에는 정당요인⇒공약요인⇒인물요인 순으로, 후보이미지에는 공약요인⇒정당요인⇒인물요인 순으로 중요한 것으로 나타났다. 후보선택에는 여전히 정당요인이 강세인데, 이는 유권자의 정당, 지역정당의 일체감 등이 투표선택에 중요하다는 박이석 연구(2005)와 일맥상통하지만, Norman, Verba & Petrocik(1979)의 연구와 약간의 차이를 보이고 있다. 이들은 과거에 정당요인은 투표를 결정하는 주요한 요소로 안정적인 예측변인이었지만, 그 중요성은 점차 줄어들고 있다고 지적하고 있다. 한정택 연구(2007)<sup>7)</sup>은 지역주의 영향을 받지 않는 지역에서는 후보자 요인의 비중이 커지고 있음을 보여주고 있지만, 지역주의 영향을 받는 지역에서는 정당요인의 영향력이 큰 것으로 보고 있다. 본 연구의 대상지역이 지역주의의 영향을 받는 지역이라는 점에서 유사한 연구결과라 판단된다. 한편, 전제섭 연구(2009)<sup>8)</sup>은 지역주의에서 자유로운 수도권 유권자의 후보자 선택요인을 분석했는데, 이들에게 가장 영향을 미친 것은 정책요인인 것으로 보고 있다. 선거조사 시기별로 보면, 2014년 6.4지방선거에서 후보선택에 정당요인의 영향력의 정도가 높아지고 있음을 알 수 있다<부록 표 6 참조>.

하지만 전체적인 후보자선택에 공약 및 인물요인이 중요한 것으로 설명되고 있다. 적극적 인지요인은 선거 및 후보이미지에는 유의한 영향을 미치나 후보선택에는 그렇지 못한 것으로 나타났다. 결정요인 중 정당요인은 선거이미지에 중요한 영향을 미치며, 공약요인은 선거 및 후보이미지에 가장 중요한 영향요인으로 나타났고, 선거이미지는 후보선택에 중요한 요인임이 밝혀졌다. 전체적으로 인지요인 중에서도 선거홍보, 언론매체, 이웃대화의 순으로 중요한 요인이나, 운동원의 선거운동, 개인접촉 등은 영향력이 약한 것으로 나타났다.<sup>9)</sup> 이는 기존의 선거에 관한 연구와는 다소 다른

7) 이 연구는 제14대부터 제17대까지 한국 국회의원 선거를 중심으로 지역주의의 영향을 받는 지역과 그렇지 않는 지역 간에는 후보자 선택요인에 차이가 있음을 지적하고 있다.

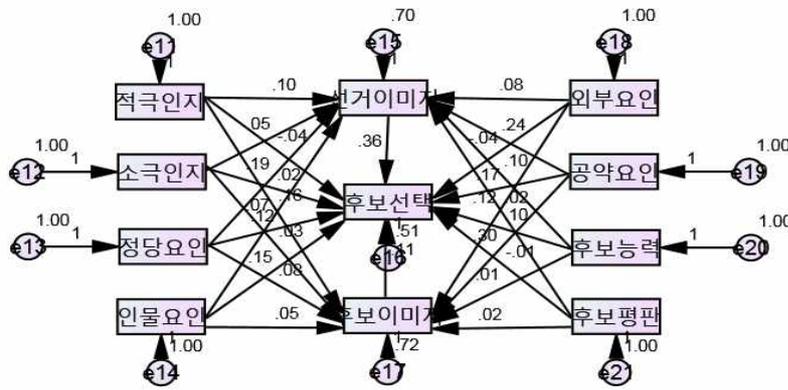
8) 이 연구는 제18대 국회의원 선거에서 수도권 유권자의 정당선호, 후보자 선택을 분석하고 있는데, 이 지역 유권자에게 가장 영향을 미친 요인은 경제 살리기 기대심리, 부동산 세율인하, 뉴타운·재개발 기대심리, 전 정부의 평가, 한반도 대운하 정책 등으로 나타났다.

9) 후보인지수단 및 결정고려요인을 선거조사 시기별로 보면, 모든 선거에서 선거공보 및 홍보물이 가장 중

결과로 해석된다.

따라서 우리나라 유권자의 후보자 선택모델에서 제시하고 특징을 3가지로 요약하면, 첫째, 후보자 선택에 정당, 인물, 공약 등을 모두 고려하나, 그 중에서 인물 및 공약요인의 영향력이 크다. 하지만 정당요인은 지역주의가 강한 지역에서는 중요성의 비중이 높아지고 있는 것으로 이해된다.<sup>10)</sup> 둘째, 후보자 선택에 선거홍보, 언론매체 등 제3자를 통한 간접적인 접촉보다는 개인접촉(온라인 혹은 오프라인)을 통한 직접적인 소통과 만남 등이 더 중요한 것으로 보인다. 최근의 투표결정문화는 정보통신의 발달로 인해 급속하게 변화되고 있는 양상인데, 특히 SNS(Social Network Service)의 망은 유권자의 후보자선택에 영향을 미친다고 할 수 있다. 셋째, 후보자 선택에 이미지 요인이 매우 중요한데, 특히 후보자 이미지, 후보자에 대한 선호도, 참신하고 깨끗한 이미지가 매우 중요함을 알 수 있다.

〈그림 2〉 선택모델



#### IV. 결론

최근의 투표에서는 오히려 지방선거의 관심이 더 높아가는 분위기이다. 이는 중앙정치의 예측과 통제를 벗어나려는 지방정치인의 노력과 지역문제, 생활정치를 표방한 후보자들의 직접적인 주민

요한 인지수단으로 보고 있다. 하지만 후보자 결정에는 2002년 6.13지방선거와 2006년 5.31지방선거는 지역발전기여도, 2010년 6.2지방선거는 공약사항, 2014년 6.4지방선거는 인물 됴됨이를 가장 많이 고려하고 있는 것으로 나타났다<부록 표4 참조>.

10) 최근 젊은 세대일수록 지역주의나 정당, 이념요인에 영향을 받기보다는 현재 정부의 정책이나 실적, 그리고 사이버 공간에서의 집단적인 정치참여 등이 투표결정에 많은 영향을 미치는 것으로 판단된다(최미경, 2011; 정진민, 2012).

접촉을 통해 유권자들의 관심을 불러일으키기 때문으로 이해된다. 중앙선관위의 유권자 의식조사에서 지방선거 관심도 50%수준에 정체하고 있으며, 본 연구의 조사에서도 선거에 대한 관심은 보통을 약간 상회하는 것으로 나타났다. 이러한 투표율의 저조는 낮은 관심도를 반영한다는 박창규(2002), 송건섭(2004)의 연구결과와 일치하는 것이다. 하지만 선거참여자의 선거유무의 결정시기도 점차 빨라지고 있으며 후보자 결정도 시기적으로 투표일주일전에 거의 결정되는 것으로 나타났다 <부록 표 2, 3 참조>.

본 연구의 유권자의 후보자 선택모델은 기본적으로 S-O-R모델에 근거하여 Lindon모델을 주로 고려하였다. 또한 선택모델은 후보자 인지와 이미지, 그리고 결정요인의 관계 속에서 파악되었는데, 인지경로는 적극적 인지와 소극적 인지, 후보자 결정은 정당요인, 인물요인, 외부요인, 공약요인, 후보능력, 후보평판, 그리고 매개변수로서의 이미지요인은 선거이미지와 후보이미지 등으로 구체화된다. 전반적으로 몇 개의 가설을 제외하곤 대체로 채택되었는데, 후보선택에 영향을 미치는 결정요인과 이미지 요인은 정당요인이 강력하게 작용하고 있음을 알 수 있었고, 후보이미지에는 공약요인이 영향을 많이 미치는 것으로 파악되었다.

유권자의 후보자 선택모델에 대한 연구결과에서 보듯, 향후 선거에 대해 환경을 고려한 유권자 및 후보자의 태도변화가 예상된다. 지방선거에서 유권자는 선거관련 자료를 검토하여 후보자를 파악할 것이고, 후보자는 자신의 인물, 이미지를 부각시킬 수 있는 노력이 필요할 것이다. 우리나라의 선거의 환경변화에 능동적으로 대처하기 위해서는 이러한 인지 및 결정요소를 제대로 파악하여 선거를 보는 시각이 필요하다. 한 가지 중요한 발견은 과거의 선거가 후보자에 대한 개인접촉, 선거운동원의 선거운동 등 직접적이고 적극적인 인지행태를 보였다면, 최근의 선거는 선거홍보, 언론 등 간접적이고 소극적인 인지행태를 보인다는 점이다. 이는 도시화의 정도가 심화되고, 후보자 난립으로 인한 유권자들의 후보자에 대한 관심이 떨어졌다는 점을 반증하는 것이다. 물론, 후보자를 알릴 수 있는 방법의 다양화(SNS, 트위터, 선거사이트)도 원인이 될 것이다.

본 연구는 유권자의 후보자 선택모델에 관한 연구가 필요한 시점에서 선거행태와 후보자 인지, 이미지, 결정요인을 고려한 선택모델을 제시하려고 했다는 점에서 그 의미가 있다고 할 수 있다. 또 선행연구와 다소 차이를 보이는 점은 선거제도와 특징 등 주로 거시적 차원에서 논의하기보다는 유권자의 선거 및 투표행태라는 미시적 차원에서 분석하여 우리나라 지방선거의 모델화를 추구했다는 점이다. 하지만 우리나라 지방선거에 대한 표준적인 후보자 선택모델을 개발하기란 쉽지가 않다. 이는 단순히 지방선거 시기별로 차이는 보이는 것뿐만 아니라 선거지역과 유권자 층에 따라 모델이 변할 수 있기 때문이다. 따라서 지방선거에 대한 유권자의 후보자 선택모델의 표준화를 위해 후속적인 연구가 많이 진행되어야 할 것으로 보인다.

## 참고 문헌

- 강원택.(2002). 투표 불참과 정치적 불만족, 「한국정치학회보」, 36(2), 153-175.
- 김 욱.(2006). 선거의 유형과 투표참여. 「한국정치연구」, 15(1), 99-121.
- 박이석.(2005). 유권자의 정당 및 후보자 선택 영향요인에 관한 실증적 연구: 제17대 국회의원선거를 중심으로. 서울시립대 대학원 박사학위논문.
- 송건섭의.(2003). 6.13지방선거에서 유권자들의 후보자 인지요인과 결정요인에 관한 연구. 「지방정부연구」, 6(4), 85-101.
- 송건섭.(2004). 유권자의 투표행태 연구, 「지방정부연구」, 8(3), 215-235.
- 송명학.(2003). 정치 마케팅 PR의 효율성에 관한 연구. 대전대 대학원 박사학위논문.
- 안병만·김인철·서진완.(1995). 6.27지방선거에 나타난 유권자의 자치정향과 투표행태. 「한국정치학회보」, 29(4), 373-392.
- 안청시 외.(2006). 5.31지방선거와 한국의 지방정치, 「한국정치연구」, 15(2), 85-120.
- 육동일.(2006). 지방선거 정당공천제의 한계와 과제, 「한국지방자치학회보」, 18(1), 5-26.
- 이근수·송건섭(2011). 지방선거의 유권자 투표선택, 정당인가 후보인가?: 6.2지방선거와 서울시의 사례. 「한국정책과학학회보」 15(4): 339-360.
- 이상율.(1990). 「정치마케팅-선거를 위한 마케팅전략」. 서울: 이성과 현실.
- 이부희 외.(2006). 5·31지방선거에 관한 유권자 의식조사, 「한국지역혁신논집」 1(2), 99-119.
- 이주희.(2006). 지방의원 유급화가 의원선거에 미친 영향. 「지방행정」, 7, 37-46.
- 이준웅.(1998). 후보 이미지의 정치적 영향력에 대한 사회인지론적 설명: 15대 대통령선거를 중심으로. 「한국언론학보」, 43(2), 243-284.
- 이중천.(1995). 한국유권자의 인물지향적 투표행태분석 비판적 고찰. 연세대 「동서연구」 17.
- 전재섭.(2009). 한국 유권자의 투표행태에 관한 연구, 서울시립대 대학원 박사학위논문.
- 조진만·최준영.(2006). 1인 2표 병립제의 도입과 유권자의 투표행태: 일관투표와 분할투표의 결정요인 분석. 「한국정치학회보」 40(1), 71-91.
- 조현걸·박창규.(2000). 6·4 지방선거에서 선거공약이 유권자의 투표행태에 미친 영향분석. 「대한정치학회보」, 8(2), 209-245.
- 주용학·황아란.(2002). 지방선거에 있어서 정당과 민주주의: 법·제도의 개혁과제. 한국행정학회 춘계학술대회발표논문집.
- 정진민.(2012). 한국유권자들의 투표행태와 세대: 2010년 지방선거를 중심으로. 「한국정치연구」 21(2), 1-21.
- 지병근.(2014). 선거구제도와 군소정당 지지자들의 투표행태: 2010년 기초의회선거 사례분석. 「한국정치연구」, 23(2), 185-210.

- 최미경.(2011). 한국 투표행태의 결정요인에 관한 탐색적 연구. 「한국균형발전연구」2(2): 81-98.
- 한정택.(2007). 현직 국회의원의 재당선 결정요인 분석, 연세대 대학원 박사학위논문.
- 중앙선거관리위원회(1996, 1998, 2000, 2002, 2006, 2010, 2014). 유권자 의식 조사
- Campbell, A.(1960). *The American Voter*. New York: John Wiley.
- Corbett, M.(1991),*American Public Opinion: Trends, Processes, and Patterns*, New York: Longman.
- Dahl, R. A.(1998). *On Democracy*. New Haven: Yale University Press.
- Kelly, S., & Mirer, T.(1974). The Simple Act of Voting. *American Political Science Review*, 68, 572-591.
- Lewis-Beck, M. S., & Rice, T.(1992). *Forecasting Elections*. Washington, DC: *Congressional Quarterly*.
- Miller A. H., et al.(1986). Schematic Assessments of Presidential Candidates. *American Political Science Review*, 80, 521-540.
- Miller, A. H., Wattenberg, M. P., & Malanchuk, O.(1984). Cognitive Representations of Candidate Assessments. In Sander, K. R., Kaid, L. L., & Nimmo, D. ed. *Political Communication Yearbook* Carbondale Ill: Southern Illinois University Press.
- Miller, A. H., Miller, R. E & Brown, T. A.(1973). A Majority Party in Disarray: Policy Polarization in the 1972 Election, Paper Presented at the Meeting of the American Political Science Association, New Orleans.
- Newman, B. I., & Sheth, J. N.(1985). A Model of Primary Voter Behavior, *Journal of Consumer Research*, 9: 178-187.
- Nimmo, D. D., & Savage, R. L.(1975). *Candidates and Their Images: Concepts, Methods, and Findings*, CA: Goodyear.
- Patterson, T.(1993). *Out of Order*, New York: Knopf.
- Reeve A., & Ware, A.(1992). *Electoral Systems. A Comparative and Theoretical Introduction*. London: Routledge.
- Shama A.(1976). Political Marketing: A Study of Voter Decision-Making Process and Candidate Marketing Strategy. *Proceeding of the American Marketing Association*, 381-385.
- Sherif, M., & Hoveland, C. I.(1961). *Social Judgement: Assimilation and Contrast Effects in Communication and Attitude Change*, New Haven: Yale University Press.
- Stanley, F., & Canover, P. J.(1983). Candidates, Issues and Voters: The Role of Inference in Political Perception. *Journal of Politics*, 45: 110-139.
- Verba, S., & Nie, N. H.(1972). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*, New York: Harper and Row.
- Wattenberg, M. P.(1994). *The Decline of American Political Parties, 1952-1992*, Cambridge N. H: Harvard University Press.

Wyer. S. T., Budesheim, T. L., Shavitt, S., Riggle, E. D., Melton, R. J., & Kuklinski, J. H.(1991). Image, issues, and ideology: The processing of information about political candidates, *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(4): 533-545.

---

<논문접수일: 2014.12.9 / 심사개시일: 2015.1.8 / 심사완료일: 2015.1.26>

[부록]

<표 1> 일반적 특성(N=2,621)

변수		2002년(6.13)		2006년(5.31)		2010(6.2)		2014(6.4)	
		N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
성별	남성	480	(57.8)	521	(55.9)	228	(50.3)	229	(57.1)
	여성	350	(42.2)	411	(44.1)	225	(49.7)	179	(42.9)
학력	고졸이하	320	(38.6)	384	(42.1)	34	(7.5)	66	(16.5)
	전문대졸	371	(44.8)	188	(20.6)	161	(35.5)	113	(28.2)
	대졸이상	137	(15.6)	93	(37.3)	258	(56.9)	222	(55.4)
연령	20-30대	510	(65.1)	409	(44.5)	183	(40.4)	229	(57.1)
	40대	154	(19.6)	327	(35.6)	120	(26.5)	100	(24.9)
	50대이상	120	(15.3)	183	(19.9)	150	(33.1)	72	(18.0)
지역	대구	580	(69.5)	343	(36.8)	271	(59.8)	229	(57.1)
	경북	255	(30.5)	589	(63.2)	182	(40.2)	172	(42.9)
합계		835명		932명		453명		401명	

<표 2> 지방선거에 대한 관심도

변수		2002년(6.13)		2006년(5.31)		2010(6.2)		2014(6.4)	
		평균(SD)	t/F(p)	평균(SD)	t/F(p)	평균(SD)	t/F(p)	평균(SD)	t/F(p)
성별	남성	2.57(.98)	1.927	3.29(.98)	2.891	3.15(.99)	2.344	3.27(.88)	2.457
	여성	2.45(.87)	(.044*)	3.11(.83)	(.004**)	2.94(.86)	(.020*)	3.05(.88)	(.014*)
학력	고졸이하	2.64(.91)		3.19(.93)		2.97(.81)		3.02(.94)	
	전문대졸	2.34(.91)	13.961	3.09(.89)	3.887	3.01(.95)	.322	3.05(.86)	4.012
	대졸이상	2.75(.99)	(.000***)	3.31(.91)	(.021*)	3.07(.95)	(.725)	3.29(.87)	(.019*)
연령	20-30대	2.39(.94)		3.13(.92)		3.02(.94)		3.04(.95)	
	40대	2.73(.89)	13.659	3.26(.88)	3.074	3.16(.96)	.880	3.36(.73)	6.626
	50대이상	2.77(.89)	(.000***)	3.31(.97)	(.047*)	3.02(.95)	(.415)	3.36(.79)	(.001***)
지역	대구	2.51(.92)	-485	3.08(.86)	-3.167	2.87(.94)	-4.800	3.11(.92)	-1.659
	경북	2.54(.96)	(.628)	3.28(.95)	(.002***)	3.30(.90)	(.000***)	3.26(.84)	(.043*)
합계		2.52(.939)		3.21(.921)		3.05(.944)		3.18(.887)	
				126.298(.000***)					

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

<표 3> 투표태도 및 결정시기

변수	2002년(6.13)		2006년(5.31)		2010(6.2)		2014(6.4)		통계치
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	
투표 태도	처음부터 포기	141	(17.5)	61	(6.5)	27	(6.0)	18	(4.6)
	투표하려했으나 안함	177	(21.9)	72	(7.7)	68	(15.0)	36	(9.1)
	투표 안하려했으나 투표	214	(26.5)	214	(23.0)	94	(20.8)	94	(23.8)
	처음부터 투표결정	275	(34.1)	585	(62.8)	264	(58.3)	247	(62.5)
결정 시기	투표당일	165	(27.8)	104	(13.1)	81	(21.4)	43	(12.5)
	투표3일전	133	(22.4)	143	(18.0)	120	(31.7)	90	(26.2)
	투표일주일전	137	(23.1)	212	(26.7)	91	(24.1)	103	(29.9)
	후보자등록시기(투표 2주전)	114	(19.2)	209	(26.3)	58	(15.3)	73	(21.2)
	후보자등록이전부터	45	(7.6)	127	(16.0)	28	(7.4)	35	(10.2)

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

〈표 4〉 후보인지수단 및 결정고려

변수	2002년(6.13)		2006년(5.31)		2010(6.2)		2014(6.4)		통계치	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
후보 인지	후보자와 개인접촉	27	(4.6)	44	(5.5)	13	(3.5)	19	(5.5)	$\chi^2=54.966$ (p=.000)
	선거공보 및 홍보물	235	(40.1)	362	(45.6)	212	(57.6)	177	(51.2)	
	언론매체(TV·신문·잡지)	184	(31.4)	233	(29.3)	93	(25.3)	102	(29.5)	
	운동원의 선거운동	37	(6.3)	30	(3.8)	7	(1.9)	9	(2.6)	
	이웃사람들과의 대화	78	(13.3)	103	(13.0)	28	(7.6)	21	(6.1)	
	기타	25	(4.3)	22	(2.8)	15	(4.1)	18	(5.2)	
후보 결정	소속정당	73	(12.5)	167	(21.0)	56	(15.2)	55	(15.9)	$\chi^2=98.576$ (p=.000)
	지역, 학연, 혈연	27	(4.6)	27	(3.4)	14	(3.8)	11	(3.2)	
	공약사항	104	(17.8)	120	(15.1)	121	(32.8)	80	(23.1)	
	인물됨됨이	155	(26.5)	195	(24.5)	61	(16.5)	91	(26.3)	
	지역발전기여도	171	(29.3)	252	(31.7)	88	(23.8)	85	(24.6)	
	이웃의 조언	36	(6.2)	21	(2.6)	15	(4.1)	6	(1.7)	
기타	16	(3.1)	14	(1.8)	14	(3.8)	18	(5.2)		

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

〈표 5〉 지방선거 문제점 및 개선안

변수	2002년(6.13)		2006년(5.31)		2010(6.2)		2014(6.4)		통계치	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
선거 문제점	후보자의 난립	112	(13.7)	276	(31.3)	80	(18.1)	90	(22.4)	$\chi^2=77.545$ (p=.000)
	상호비방	130	(16.0)	120	(13.6)	26	(5.9)	69	(17.2)	
	지역갈등	74	(9.1)	186	(21.1)	49	(11.1)	103	(25.7)	
	금권관권선거	32	(3.9)	53	(6.0)	21	(4.7)	10	(2.5)	
	선거무관심	182	(22.3)	232	(26.3)	114	(25.7)	109	(27.2)	
	기타	285	(35.0)	15	(1.7)	153	(34.5)	20	(4.9)	
선거 개선안	후보자자질 및 능력개선	203	(24.6)	196	(21.5)	119	(27.0)	91	(22.7)	$\chi^2=65.345$ (p=.000)
	선거축제분위기 조성	59	(7.1)	38	(4.2)	13	(3.0)	29	(7.2)	
	유권자 관심과 참여유도	295	(35.7)	249	(27.3)	127	(28.9)	119	(29.7)	
	실현가능한 정책개발	212	(25.7)	320	(35.1)	140	(31.8)	124	(30.9)	
	선거제도의 개선	48	(5.8)	101	(11.1)	35	(8.0)	31	(7.7)	
	기타	9	(1.1)	8	(0.9)	6	(1.4)	7	(1.7)	

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

〈표 6〉 지방선거 시기별 선택에 미친 영향

독립변수	선거 시기	2002년(6.13)		2006년(5.31)		2010(6.2)		2014(6.4)	
		$\beta$	t(p)	$\beta$	t(p)	$\beta$	t(p)	$\beta$	t(p)
인지 요인 (X1)	적극인지	.061	2.109*	.067	2.464*	.150	2.129*	-.070	-1.908*
	소극인지	.036	1.366	.012	.490	.004	.102	.075	1.743*
결정 요인 (X2)	정당요인	.061	2.184*	.067	2.840**	-.147	-2.299*	.161	3.831***
	인물요인	.004	.150	.001	.001	.205	3.938***	.208	4.558***
	공약요인	.235	7.269***	.115	4.141***	.286	5.936***	.213	4.683***
	외부요인	.060	2.211*	.090	3.649***	.196	2.992**	-.008	-.190
	후보능력	.036	1.173	.023	.752	.007	.123	.042	1.149
	후보평판	.013	.520	.010	.418	.049	.854	-.089	-2.260*
이미지 (X3)	선거이미지	.198	6.536***	.275	10.469***	.231	4.878***	.427	9.121***
	후보이미지	.259	8.318***	.360	13.530***	.165	2.077***	-.043	-.980
R <sup>2</sup> (adj.R <sup>2</sup> )		.398(.391)		.545(.540)		.237(.217)		.542(.530)	
F값		54.469***		110.314***		12.112***		46.169***	
상수		-.249		-.132		.266		.111	

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

## Voting behaviors of Voter and Candidate's Selection Model: Longitudinal Research of Local Election survey

Song, Keonsup

This paper is to present a candidate selection model of the voters through analysis voting behavior seen in local elections and validate how to candidate factors of the voter affect the selection. For this purpose, this study used the survey data using the same questionnaire in Local elections four times from 2002 to 2014(2002 6.13, 2006 5.31, 2010 6.2, 2014 6.4 local elections). The select models were identified in relation to the candidate's cognition and image, and the determinants factors. and the cognitive factors can be divided into passive and active cognition, determinants can be divided into political party, figures, external factors, policy commitments, ability of candidate, the candidate reputation factors etc, as a parameter the image can be divided into factors such as electoral, candidate images. The analysis results were as follows. First, overall the hypothesis been adopted generally except for a few, Second, among determinants and image factors that affect candidate selection, political party factors were strongly influenced. Third, policy commitment factors were found to affect significantly the candidate image.

[Key Words: local election, voter and candidate, voting behaviors]