

# 정치 웹사이트를 대상으로 한 웹 공간 분석:

## 필리핀의 2004년 선거 웹사이트를 중심으로\*

박한우\*\*, 한지은\*\*\*, 최경호\*\*\*\*, 김효동\*\*\*\*\*, Kate A. Mirandilla\*\*\*\*\*

### 요약

본 연구의 목적은 필리핀의 정치 시스템 및 선거 과정에 있어 인터넷의 이용, 역할, 영향 등을 살펴봄으로써 사이버 공간에서 전개되는 정치 활동의 온라인 구조를 분석하는 것이다. 구체적으로 말하면, 본 논문은 지난 2004년의 필리핀 총 선거에서 인터넷이 이용되는 다양한 방식을 검토하여 선거에서의 인터넷의 역할을 필리핀의 정치 문화와 연관하여 탐구하였다. 방법론적으로 먼저, 지난 필리핀 선거의 웹 공간을 형성하는 여러 웹사이트들 가운데 92개가 표집되었다. 표본들을 대상으로 정보성 및 참여유도성 피쳐의 분포 현황을 운영자의 유형에 따라 조사하였다.

연구 결과에 따르면, 정당과 비정부기구에서 운영하는 웹사이트들의 역할이 두드러지는 경향이 나타났다. 정당과 비정부기구는 선거와 관련된 뉴스와 온라인 포럼의 운영 등 가장 많은 유형의 피쳐(feature)를 제공하였다. 후보자 웹사이트 또한 유권자들의 참여를 촉진하는 여러 콘텐츠와 서비스를 상당히 제공하고 있었다. 이러한 결과는 필리핀의 인터넷 정치 문화에 영향을 미친 정치 및 사회적 상황과 결부되어 논의되었다.

키워드: 필리핀, 2004년 선거, 웹 공간 분석, 웹 피쳐 분석, 인터넷, 아시아

## I. 연구 배경 및 목적

인터넷은 정치 활동과 정치 정보의 유통에 있어 중요한 요소가 되어가고 있다. 정치인은 유권자와의 효율적인 접촉과 다른 정치인들과의 원활한 상호 커뮤니케이션을 위한 도구로써 인터넷을 사용하고 있다. 또한, 인터넷이 제공하는 잠재적인 동원력은 과거에 주류 담론으로부터 배제되었던 계층들의 권한을 강화하며 대안적인 정치 정보의 생산을 활성화하는 역할을 하고 있다 (McCaughy & Ayers, 2003). 정당 웹사이트를 비롯한 정치 웹사이트는 온라인 아카이브

(archive)로써 정치 관련 정보의 전달과 확산 역할을 하고 있다. 특히 선거 캠페인 기간에는 후보자의 홍보 도구로써 점차 중요한 역할을 수행하고 있다. 기존 연구들은 새로운 정보 기술이 어떻게 정치 및 선거 과정에서 중요한 역할을 하는지에 대해 논의하고 있다 (Chan, 2005; Davis, 1999; Margolis & Resnick, 2000).

그런데, 정치와 관련된 인터넷의 작동 방식은 국가에 따라 차이가 있을 수 있다. 왜냐하면, 각국이 지닌 정치 문화가 동일하지 않기 때문이다. 정치 문화란 종교적, 철학적 전통과 역사적 경험에 의해 형성

2005년 10월 15일 접수, 2005년 10월 16일 심사, 2006년 2월 27일 심사완료

\* 이 논문은 2004년도 한국학술진흥재단의 지원에 의한 협동 과제인 <정치 웹사이트를 대상으로 한 웹 공간 분석>의 부분으로 연구되었음을 밝힙니다 (KRF-2004-042-H00004). 본 연구의 데이터는 WebArchivist.org가 인터넷과 선거 프로젝트를 위해서 개발한 소프트웨어를 통해서 수집되었습니다.

\*\* 영남대학교 언론정보학과 교수 (hanpark@ynu.ac.kr)

\*\*\* 영남대학교 뉴미디어와 사회 연구실 연구원 (hanjieun@korea.com)

\*\*\*\* 전주대학교 여론정보통계학과 교수 (ckh414@jj.ac.kr)

\*\*\*\*\* 아주대학교 미디어학부 교수 (hkimscil@teramail.com)

\*\*\*\*\* Professor, College of Mass Communication, University of the Philippines (kate.mirandilla@up.edu.ph)

된 여러 정치관행(practice)의 상징적 환경이다 (Kluver, 1997; Martin & Stronach, 1992). 정치 문화는 정치 행동에 영향을 주는 사회적 가치와 태도의 방식 그리고 법제도적 환경이다. 따라서 어떤 국가에서 정치 커뮤니케이션 매체로서 인터넷의 이용 방식은 정치와 관련된 해당 국가의 기대, 가정, 규제, 관행 등을 반영한다 (Kluver, 2003). 최근 연구들 또한 인터넷의 이용 방식은 지역적 경계를 넘어서 일반적으로 나타나지 않으며, 사회 및 문화적인 중재요인의 역할이 무시되어서는 안 된다는 것을 강조하고 있다 (Banerjee, 2003; Ho et al., 2003).

다시 말하여, 정치 문화는 국가별로 다르게 형성될 수 있으며, 이것은 인터넷에서 전개되는 정치 행위에 도 직간접적으로 영향을 미칠 수 있다. 이러한 상황에서, 세계 각국의 정치 시스템과 선거 과정에서 인터넷의 역할을 파악하기 위한 국제적 연구팀이 만들어졌다. 이 팀은 싱가포르 인터넷 연구소(Singapore Internet Research Institute)의 Randolph Kluver 교수가 전체적인 조정과 책임을 맡고 있다. 아시아, 유럽, 북미 등 20여 개국에서 개별 연구팀들은 인터넷이 정치 커뮤니케이션, 선거 캠페인, 민주주의 운영 등과 관련하여 어떤 방식으로 도입되고 접목되는지에 대한 연구를 진행 중에 있다. 본 논문은 지난 2004년 5월 10일에 열린 필리핀의 국가 선거에서 인터넷의 역할을 검토하였다. 이미 한국 연구팀은 별도의 논문에서 지난 2004년 4월 15일에 진행된 한국의 국회의원 선거에서 인터넷의 역할에 대한 연구 결과를 발표하였다 (박한우 외, 2005).

따라서, 본 논문은 필리핀에 초점을 맞추고 있다. 덧붙여, 국내 학계에서 필리핀의 정치 커뮤니케이션에 대한 논의를 거의 찾아볼 수 없는 상황을 고려하면 본 논문의 가치는 적지 않다고 하겠다. 지금까지 정치 학계에서 발표된 논문들은 필리핀의 정당 시스템, 선거 제도, 민주화와 같은 전통적인 영역에 머물고 있을 뿐 정치 과정에서의 커뮤니케이션 매체 특히, 인터넷의 역할에 대한 주제는 다루어지지 않았다

(박기덕, 2002; 서경교, 2005; 이동윤·정영국, 2004).

## II. 필리핀의 정치적 배경

### 1. 필리핀의 정치 환경 및 선거 시스템

여기에서는 필리핀의 정치 문화의 형성에 영향을 미치는 사회적 관행과 법 제도적 환경을 정리하였다. 이것은 필리핀의 인터넷 문화에 영향을 미친 정치 및 사회적 상황의 이해에 필요한 맥락적 정보를 제공하는 기대 효과가 있다. 필리핀의 정치 시스템에 대한 개괄적 정보는 본 논문의 공저자인 필리핀의 Kate Mirandilla와 그녀의 동료인 Arleen Cuevas가 제공한 정보를 바탕으로 재구성하였다 (Mirandilla & Cuevas, 2004).

첫째, 필리핀의 주요 정치 행위자들은 대통령과 부통령 그리고 24명의 상원 의원들이다. 필리핀은 지리적인 요인에 의해 여러 지역으로 분할되어 있어 지난 1991년부터 '지방 자치제'를 시행하고 있는데, 지역 정부 단위의 공무원들은 지역을 대표하는 하원 의원, 시장, 지역 의회 의원, 마을(바랑가이)의 지도자들을 망라한다. 2004년 5월에 실시된 필리핀의 선거는 유권자들이 대통령으로부터 부통령, 상원의원, 지역 정부 단위의 공직자들까지의 모든 후보자들을 동시에 투표하여 결정하는 총선거였다. 한편, 2004년 5월 10일의 선거에서는 등록된 전체 유권자 중의 74%가 투표한 것으로 나타났다 (MSN Election Specials, 2004).

둘째, 대중 매체를 이용한 선거 활동은 필리핀의 선거에서 없어서는 안 될 중요한 역할을 한다. 다양한 대중 매체 수단은 후보자의 이미지를 만들고 정보를 확산시키며 여론 조사를 전개하는 등의 영역에 사용된다. 예컨대, 후보자들은 토크 쇼와 TV 시트콤, 라디오에 출연하고 신문과 다른 인쇄 매체들의 광고 지면을 구매하는 등의 행위를 통해 점점 창의적이고

세련된 방법을 통해서 선거 캠페인을 수행한다. 흥미롭게도, 필리핀의 공정선거법(The Fair Elections Act)은 텔레비전, 라디오, 인쇄 매체와 같은 전통적인 미디어 사용에 관한 규제는 포함하고 있으나, 인터넷을 통한 선거 캠페인에 관한 규제는 전혀 담고 있지 않다.

셋째, 필리핀의 정치 행위자들 중, 정당과 후보자 다음으로 큰 영향력을 행사하는 정치 세력으로는 종교계를 들 수 있다. 가톨릭 교회는 정치적인 문제에 종종 관여하며 비공식적으로 특정 후보자를 지지한다. 국가의 가장 큰 비가톨릭 그룹 중 하나인, 이글레시아 니 크리스토(Iglesia ni Kristo, 그리스도의 교회)는 자신들의 종교가 지지하는 후보자를 당선시키기 위해 집단 투표를 한 것으로 알려졌다. 이 때문에, 정치인들은 종교적인 그룹의 호의를 얻기 위해 예배에 참여하는 등 할 수 있는 모든 일을 한다.

마지막으로, 필리핀의 정치 환경에 영향을 미친 중대한 사건으로 시민의 힘 II (People Power II)가 발생한 것이다. 이것의 구체적인 내용을 살펴보면 다음과 같다. 1998년의 대선에서 압승을 거두고 대통령에 취임한 에스트라다 대통령은 공적 자금의 잘못된 운용, 뇌물 수수 등을 포함한 심각한 부정행위에 연루된 것으로 밝혀져 의회로부터 탄핵을 받게 되었다. 그러나, 2001년 1월 16일에 상원의원들은 투표를 하여 11-10으로 탄핵과 관련된 에스트라다의 비밀 거래에 관한 기록을 공개하는 것을 부결시켰다. 곧 이어, 상원 의장과 하원 의장을 포함한 수십 명의 고위 공무원들과 국회의원들은 에스트라다의 집권당에 대한 지지를 철회하였다. 또한, 여러 조사를 통해 에스트라다에게 불리한 증거들이 점점 더 많이 밝혀졌고 국민들의 분노는 높아만 갔다. 격분한 마닐라 시민들은 다음과 같은 명령들을 SMS 메시지를 통해 유포시켰다. “1986년 People Power의 장소인 Los Santos 거리의 Epifanio 성당으로 집결하라.” 이로 인해 People Power II로 불리는 대규모 시위가 16일부터 20일까지 나흘 동안 계속되었다. 결정적으

로, 군대가 시위대와 뜻을 함께 하면서 2001년 1월 20일, 에스트라다는 군대에 의해 말라카냥 궁전 밖으로 쫓겨났다. 그 날, 대법원은 대통령직이 공석중임을 선언하고 당시 부통령이던 글로리아 아로요에게 대통령직을 위임하였다. 이로써 People Power II는 시민들의 승리로 끝맺었다.

시위대의 정보 유통에는 새로운 커뮤니케이션 기술의 역할이 두드러졌다 (Rafael, 2005). 특히, SMS와 인터넷은 시위를 촉진시키고 가능하게 한 중요한 요소이다. 에스트라다를 비판하고 반대하는 정보는 그가 대통령직에 취임한 1998년부터 온라인 포럼을 통해 축적되기 시작했다. 그리고 People Power II가 시작된 시기에는 200여 개의 웹 사이트와 100여 개의 이메일 토론 그룹이 생겨 최고조에 달했다. 가장 유명한 온라인 포럼은 elagda.com이다. 그것은 인터넷과 SMS를 통해 탄핵을 지지하는 약 90,000개의 전자 서명을 모은 것으로 알려졌다. 인터넷과 문자 메시지를 통해 유통된 정보들은 탄핵에 대한 정보 외에 에스트라다에 대한 조롱과 풍자가 주류를 이루었다. People Power II 기간 동안에 전송된 문자 메시지는 7,000만 개에 달했다. 아래는 당시에 사용된 SMS의 일부분이다 (Bagalawis, 2001). 여기에서 ‘ERAP’이라는 단어는 ‘친구’를 뜻하는 필리핀 토착어인 PARE를 거꾸로 읽은 것이다. 이것은 에스트라다의 별명으로, 그의 대중적인 인기와 친근한 이미지를 강조하기 위해 만들어낸 조어이다. 이것은 동시에, 에스트라다를 풍자하는 데에도 빈번하게 사용되었다.

Wala kang pera? HINGI KA KAY ERAP.

(You don't have money? Ask ERAP.)

Wala kang bahay? LAPIT KA KAY ERAP.

(You don't have a house? Go to ERAP.)

Wala kang trabaho? SABI KA KAY ERAP.

(You don't have work? Tell ERAP.)

Wala kang alam? LALO NA SI ERAP.

(You don't know anything? So does ERAP)

〈표 1〉 필리핀의 이동전화 이용현황

항목	2000	2001	2002	2003	2004
총 인구(명)	76,320,141	77,898,196	79,476,271	81,054,329	82,652,033
가입자수(명)	6,454,359	12,159,163	15,383,001	22,509,560	32,935,875
가입률(%)	8.46	15.61	19.36	27.77	39.85

그러나, 휴대 전화의 정치적인 영향력은 상대적으로 부유한 도시 거주자들에게 제한되었을 가능성이 높다. 필리핀의 National Telecommunications Commission(2002)에 따르면, 2001년도 당시 필리핀의 이동전화 가입자 수는 1,216만 명 정도로 인구 대비 가입률은 15.61퍼센트에 불과했다. 〈표 1〉은 2000년도부터 2004년까지의 필리핀 이동전화 이용현황을 정리하고 있다(National Telecommunications Commission of Philippines, 2002).<sup>1)</sup>

## 2. 2004년 선거의 상황적 맥락들

필리핀의 정치 문화에 영향을 미친 법 제도적 환경에 이어, 여기에서는 본 연구의 대상인 지난 2004년 선거와 관련된 상황적 맥락에 대한 요약적인 개관을 제공한다. 다시 말해서, 이번 선거 기간 동안에 사이버 공간에서 정치적 활동을 촉진하거나 제한하는 어떤 사회적 요인이 있었는지를 설명한다.

첫째, 최초의 현직 대통령 입후보라는 점에서 2004년의 필리핀 선거는 많은 면에서 주목할 만하였다. 2004년의 총 선거는 지난 1986년 전임 대통령 아퀴노에 의해 민주주의가 회복된 이래 현직 대통령이 선거에 입후보한 최초의 사례였다. 대중적으로 인기 있던 전임 대통령 조셉 에스트라다(Joseph Ejercito Estrada)가 부정부패와 권력 남용으로 2001년 권좌에서 축출된 후, 1987년의 필리핀 자유

헌법을 계승한 필리핀의 법률에 따라 당시 부통령이던 글로리아 마카파갈 아로요(Gloria Macapagal-Arroyo)가 그의 뒤를 이어 잔여 임기 동안의 대통령 직을 맡아 왔다. 그리고 이번 선거에서 현직 대통령으로는 처음으로 대통령 선거에 입후보한 것이다.

둘째, 2004년 선거에서는 해외에 거주하는 필리핀인의 투표 참여를 가능하게 한 해외 부재자 투표(Overseas Absentee Voting, OAV) 법률이 처음으로 시행되었다. 이 때문에 정치 행위자들은 자신의 캠페인 활동을 대중들에게 알리기 위한 새로운 전략을 선보였다. 예컨대, 정치 행위자들은 국내뿐만 아니라 해외 유권자들에게도 효과적인 캠페인을 전개하기 위해서 정당과 후보자들의 공약에 대한 정보를 인터넷을 통하여 제공하는 등 여러 활동을 수행하였다.

셋째, 이번 선거는 국가가 정치 광고 금지령을 해제하여 정당과 후보자가 텔레비전과 라디오 광고를 할 수 있도록 허용한 첫 번째 선거였다. 따라서 선거 자금이 많은 후보자일수록 더 많은 정치 캠페인을 전 송할 수 있는 기회를 갖게 되었다. 과거 라디오가 지배적으로 수행한 정치 정보 제공의 역할을 텔레비전이 담당하게 될 것으로 기대되었다.

넷째, 이번 선거는 후보자들의 선거 캠페인을 위해 휴대 전화를 통한 문자 메시지 시스템, 인터넷과 같은 새로운 과학 기술을 이용한 캠페인 도구들이 사용된 최초의 선거였다. 특히, 이번 선거는 정치 광고 금지령이 해제됨에 따라 다양한 대중 매체 시스템의 영향력이 더욱 강화되었다. 그러나, 상대적으로 높은 비용

1) 필리핀의 정보통신 통계에 관한 보다 자세한 내용은 다음 웹사이트를 참조 바람, <http://www.ntc.gov.ph/consumer-frame.html>

〈표 2〉 필리핀의 인터넷 이용 현황

항목	인구 (2005 추정)	인터넷 이용자 (2000년)	인터넷 이용자 (최근 자료)	증가율 (2000-2005)	인구 대비 보급률	아시아 지역에서 점유율
필리핀	84,174,092	2,000,000	7,820,000	291.00%	9.30%	2.60%
아시아 전체	3,612,363,165	114,303,000	302,257,003	164.40%	8.40%	100.00%

을 요구하는 대중 매체 광고는 유권자들에게 자신의 공약 또는 개성을 전달하려는 소자본의 후보자들과 정당들에게는 여전히 높은 장벽을 형성하고 있었다. 따라서, 전통적인 대중 매체의 사용 이외에 선거에서의 인터넷의 역할은 보다 두드러져 가고 있었다.

한편, 필리핀의 정보화 환경을 살펴보면 〈표 2〉와 같다. Internet World Stats(2005)가 2005년 3월 28일에 업데이트한 자료에 따르면, 필리핀의 인터넷 보급률은 2005년 3월 현재 9.3 퍼센트로 낮은 수준을 보이고 있다. 지난 5년간의 성장 속도를 보면 필리핀은 291.0 퍼센트로 아시아평균 성장률보다 훨씬 빠르게 인터넷이 확산되고 있다. 그런데 애초의 낮은 보급률을 고려하면, 높은 성장률은 그 해석에 있어 많은 주의가 요구된다. 그러나, 필리핀에서는 한국의 전화 카드와 유사하게 미리 일정액을 구입하여 보다 저렴하게 인터넷을 사용하는 인터넷 카드가 대중화되어 있다. 따라서, 카페와 카드를 이용하여 인터넷을 이용하는 사람들을 합치면 공식적인 통계보다 더 많은 사람들이 온라인에서 활동할 가능성이 높다.

다섯째, 이번 필리핀의 대통령 선거는 캠페인 기간 동안에 정당들 간의 활발한 합종연횡 행태가 있었다. 에컨대, 아로요와 카스트로(Noli de Castro)의 동맹으로 인해 4개 정당이 연합하였으며, 포와 레가다(Loren Legarda)의 제휴로 3개의 서로 다른 정당이 통합하였다. 또한 대통령 후보자들의 신상에 여러 변동 사항이 생겼다. 야당 후보인 페르디난도 포 주니어는 어머니가 미국 시민권자라는 이유로 선거에서의 후보 자격 박탈 문제에 직면하였으나, 대법원의 판결에 따라 입후보 자격이 주어졌다. 또 다른 후보

인 에디 길(Eddie Gil)은 자신의 입후보 문서에 의도적으로 중요한 정보를 왜곡한 것이 입증되어 선거관리위원회에 의해 불법 후보자로 공표되어 자격을 상실했다. 또 다른 후보자인 라울 로코(Raul Roco)는 미국에서의 치료를 위해 선거 후반부에 갑자기 선거를 포기했다.

여섯째, 2004년 필리핀의 선거에서는 연예·오락 산업에 기반한 후보자들의 증가로 보다 극심한 경쟁 구도를 가져왔다. 필리핀 정치의 이러한 새로운 현상은 쇼비지니스 정치(showbiztocracy)라는 용어로 불리기도 했다(Hofilena & Rufo, 2004). 유명한 연예인이 연예인으로서의 개성과 대중적 인기를 이용하여 정치인으로 변신하는 것이다. 예를 들면, 현 대통령 아로요와 함께 유력 대권 후보자 구도를 형성한 주요 야당 후보인 포는 아주 유명한 베테랑 배우이다. 인기 뉴스 앵커인 카스트로와 레가다는 서로 다른 대통령 후보자의 러닝메이트로서 부통령 후보에 올랐으며, 10명의 유명 연예인이나 스포츠계 인물이 상원 의원 후보자로 격돌하였다.

### Ⅲ. 연구 방법

#### 1. 웹 공간 분석: 피쳐 분석

웹 공간(web sphere)이란 어떤 개인 혹은 조직이 자유롭게 활동할 기회가 주어지는 특정한 전자 공간(electronic space)으로 다양한 웹페이지들, 콘텐츠 및 서비스 피쳐들(features), 하이퍼링크들, 텍스트들로 구성된다(Schneider & Foot, 2005). 웹 공간

이란 단일 웹사이트 혹은 여러 웹사이트들의 단순한 집합체를 의미하지 않는다. 웹 공간은 특정한 주제와 연관된 여러 웹사이트들이 개별 웹사이트의 경계를 넘어서 역동적으로 변화하는 다양한 디지털 자원들이 하이퍼링크화된 영역이다. 따라서 웹 공간을 분석하면, 여러 정치 웹사이트 운영자가 전개하는 다양한 사이버 활동에 대한 온라인 구조를 파악할 수 있다. 정치 웹사이트 운영자가 이용자와 공유하기를 원하는 객체(object)뿐만 아니라 해당 웹사이트에서 생산되는 다양한 콘텐츠가 하이퍼링크 등을 통하여 운영자에 의해서 매개되는 정치 행위의 온라인 구조를 발견하게 한다.

웹 공간을 분석하는 기법은 웹사이트에서 제공되는 콘텐츠나 서비스의 유형에 대한 피쳐 분석, 운영자와의 심층인터뷰, 온라인 설문 조사, 에스노그래피(ethnography), 하이퍼링크 분석 등 다양한 방법으로 수행될 수 있다. 본 연구에서는 다양한 웹 공간 분석 기법 가운데 피쳐 분석을 이용하여 지난 국회의원 선거의 웹 공간을 분석한다. 피쳐 분석은 각 웹사이트 내부에서 발견된 피쳐들에 초점을 맞춘다. 피쳐 분석의 경우는 예컨대 정보성 텍스트, 서치 엔진, 사생활 보호, 다양한 웹 탐색 옵션의 존재 여부와 같은 여러 콘텐츠 및 서비스 피쳐에 기반한다. 다시 말하여, 콘텐츠가 디지털화된 내용물 예컨대, 뉴스, 자료, 소프트웨어, 영화, 음악, 게임, 사진 등을 통칭하는 용어인 반면, 피쳐는 웹에서 이용 가능한 정보 내용물, 커뮤니케이션 메시지, 기능성 서비스 등을 지칭한다.

## 2. 자료 수집의 방법

본 연구의 대상은 92개의 웹사이트들이다. 자료 수집의 방법은 다음과 같다. 첫째 필리핀 유권자들에게 선거와 관련된 콘텐츠와 서비스를 제공하는 것으로 알려진 235개의 웹사이트들을 선거관리위원회와 같은 관련된 정부기관, 검색엔진, 연구자의 판단 등

을 통하여 수집하였다. 반드시 언급되어야 할 점은 인터넷의 속성상 235개는 선거 웹 공간을 구성하는 웹사이트들을 총망라하는 것은 아니라는 사실이다. 시간, 비용, 인력의 제약으로 인하여 선거 웹 공간을 구성하는 좀 더 많은 웹사이트를 수집하지 못하였다. 둘째, 조사 당시에 작동되지 않거나 중복 수집된 웹사이트를 제외하고 그 중 92개의 웹사이트를 무작위와 전문가의 판단에 의해 표집했다. 가장 많은 수가 코딩된 웹사이트는 후보자에 의해 운영되는 것이었다. 선거 과정에서 후보자는 가장 중요한 정치 행위자들 가운데 하나이다. 표집된 웹사이트들의 운영자 유형별 빈도를 보면, 후보자 26개 정부기관 10개 비정부기구(NGO) 등에서 9개 정당 3개 언론사 9개 기타 35개였다. 그러나 웹사이트 운영자의 유형을 구분하기 어려운 사례도 있었다. 예컨대, 대통령 후보의 한 명인 에디 빌라누에바(Eddie Villanueva)의 공식 웹사이트들 가운데 하나인 <http://www.bangonpilipinas.com>는 “후보자” 혹은 “정당”의 웹사이트로 분류할 수 있다. 이러한 경우에는 연구자들의 협의를 통하여 결정하였다. 이 경우는 후보자의 웹사이트로 분류하였다.

표본으로 선정된 92개 웹사이트들은 26개 측정 항목에 따라 코딩되었다(〈표 3〉 참조). 92개의 웹사이트를 각각 방문하여 해당 웹사이트 곳곳을 향해하면서, 측정하려고 하는 피쳐들의 존재 유무를 확인하고 특별히 제작된 코딩 프로그램인 WebArchivist.org에서 바로 입력하였다. 그런데 앞서 설명한 바와 같이 웹의 구조는 하이퍼링크로 연결되어 있기 때문에, 어떤 웹사이트의 범위 혹은 경계를 조작적으로 정의할 필요가 있다. 본 연구에서는 어떤 웹사이트의 첫 번째 메인 웹페이지인 프론트 웹페이지를 1단계로 하여서 하이퍼링크로 연결된 2단계 웹페이지까지를 분석대상으로 하였다. 한편 피쳐 분석을 위한 조사 항목은 크게 정보성과 참여유도성 피쳐로 나눌 수 있다. 정보성에 속하는 항목들은 표본 웹사이트들에서 선거와 관련된 정보가 제공되는지 여부를 측정하였

〈표 3〉 코딩 항목의 이름과 내용

코딩 항목	구체적인 내용	대응분석에 사용된 ID
Codeable	코딩이 가능한 사이트인가	
Confirm site producer	리소시스 웹사이트를 입력할 때 해당 웹사이트의 운영자를 바르게 분류했는가	
Election Content	웹사이트에는 선거관련 내용이 제공되고 있는가	1
Biography/History/About Us	웹사이트의 정보와 역사에 관한 내용을 제공하는가	2
Endorsements	웹사이트의 운영자가 다가올 선거에서 특정 정당 혹은 후보에 대한 공개적인 추천 및 지지를 제공하는가	3
Issue Positions	웹사이트의 운영자가 어떤 정치적 토파에 대한 자신의 견해나 관점을 제공하는가	4
Speeches	웹사이트에서 후보자나 정당 대표에 의해 작성된 연설문의 사본이 제공되는가	5
Calendar/ List of Events	웹사이트에서 선거와 관련된 행사의 일정이나 리스트를 제공하고 있는가	6
Comparison of Issue Positions	웹사이트에서 특정 정치 이슈에 대한 후보자, 정당, 혹은 그들 사이의 논점을 비교하여 제공하는가	7
Information about Electoral Campaign Process	웹사이트에서 선거 캠페인 과정에 대한 정보를 제공하는가, 예컨대 선거법과 캠페인의 규칙 등에 관한 정보	8
Information about Voting Process	웹사이트에서 투표 과정에 대한 정보를 제공하는가, 예컨대 투표자의 자격 및 투표장소와 시간에 관한 정보	9
Image	웹사이트에 선거와 관련된 어떤 이미지가 존재하는가, 이미지는 사진과 로고 등이 포함된 그래픽을 뜻함	10
Audio Video Files	웹사이트에서 선거와 관련된 오디오 또는 비디오 파일이 존재하는가	11
Privacy Policy	웹사이트에서 개인 정보보호 정책에 관한 사항이 존재하는가	12
Terms of Use	웹사이트는 이용약관을 제공하고 있는가	13
Contact Producer	웹사이트 운영자에게 연락할 수 있는 정보를 제공하고 있는가	14
Join / Become a Member	웹사이트의 방문자가 해당 웹사이트의 운영자 혹은, 어떤 후보자, 정당, 정치 단체에 회원가입을 할 수 있는 기회를 제공하는가	15
Register to Vote	웹사이트에서 방문자가 선거의 투표와 관련하여 어떤 법적인 등록절차를 수행할 수 있는 피처를 제공하는가	16
Get Email from Site	웹사이트는 방문자들에게 선거와 관련된 소식을 메일을 통해서 받을 수 있는 서비스를 제공하는가	17
Donate	웹사이트를 통해서 기부금을 장려하고 또 기부할 수 있게끔 하는가	18
Contribute to Forum or Communication Space	웹사이트에서 방문객들이 온라인 포럼 등을 할 수 있게 하는 등 의사소통 공간이 있는가	19
Offline Distribution of Election or Electoral Campaign Material	웹사이트에서 선거 그 자체 혹은 선거 캠페인과 관련된 자료를 오프라인에서 분배하도록 하는가	20
Send Links	웹사이트는 방문자가 해당 웹사이트 URL이나 제공되는 콘텐츠 혹은 서비스를 동료나 친구 등에게 e-메일로 알릴 수 있는가	21
Public Support Statement	웹사이트 방문자가 어떤 정치인이나 단체 혹은 특정 정치 이슈에 대해 공개적인 입장을 표명할 수 있도록 지원하거나 촉진시키는가	22
E-Paraphernalia	웹사이트는 선거 캠페인이나 투표행위를 온라인에서 촉진할 수 있는 전자 자료를 방문자들에게 제공하는가	23
Volunteer	웹사이트는 방문자들이 선거 캠페인과 관련하여 자원 봉사 활동을 하는 것을 장려하는가	24

으며, 참여유도성 피쳐는 웹사이트를 방문하는 네티즌들이 선거 캠페인 과정에 능동적으로 개입하고 참여할 수 있도록 유도하는 피쳐들이 있는지를 조사하였다. 예를 들어, 정치 웹사이트의 경우에 온라인 상의 정치적 동원 및 참여를 가능하게 하는 웹 피쳐로는 특정 후보의 웹사이트에서 지역 주민들의 생활과 연관된 중요한 이슈에 대해서 신문사 편집자에게 전자 메일을 쉽게 보낼 수 있는 서비스를 제공하는 것 등이다.

### 3. 연구 문제

본 연구를 수행하기 위해서 다음과 같은 3개의 연구 문제를 제기했다. 첫째 및 둘째 연구문제의 목적은 필리핀 선거의 캠페인 기간 동안에 어떤 유형의 정치 행위자가 선거와 관련된 웹 공간을 생산하는데 중요한 역할을 했는지를 경험적으로 파악하는데 있다. 그리고, 마지막 연구문제는 필리핀의 정치 행위자별로 제공하는 피쳐들의 차원을 비교하는데 있다.

**〈연구문제 1〉** 2004년 5월의 필리핀 선거의 캠페인 기간 동안에 웹사이트를 운영하는 정치 행위자에 따라 정보성 피쳐(information feature)의 존재 유무는 어떤 차이를 보이는가? 어떤 유형의 웹사이트 운영자가 가장 다양한 형태의 피쳐를 제공했으며 그리고 어떤 종류의 피쳐가 가장 많이 존재하는가?

**〈연구문제 2〉** 2004년 5월의 필리핀 선거의 캠페인 기간 동안에 웹사이트를 운영하는 정치 행위자에 따라 참여유도성 피쳐(engagement feature)의 존재 유무는 어떤 차이를 보이는가? 선거 웹 공간에서 현저하게 높게 나타나거나 특징적인 참여유도성 피쳐는 무엇인가?

**〈연구문제 3〉** 필리핀의 선거 웹 공간에서 웹사이트를 운영하는 정치 행위자에 따라 제공되는 피쳐들

은 어떤 차이를 보이는가?

## IV. 연구 결과

**〈연구문제 1〉** 2004년 5월의 필리핀 선거의 캠페인 기간 동안에 웹사이트를 운영하는 정치 행위자에 따라 정보성 피쳐(information feature)의 존재 유무는 어떤 차이를 보이는가? 어떤 유형의 웹사이트 운영자가 가장 다양한 형태의 피쳐를 제공했으며 그리고 어떤 종류의 피쳐가 가장 많이 존재하는가?

〈표 4〉는 웹사이트 운영자 형태에 따른, 13가지 정보성 피쳐의 목록을 정리하고 있다. 그 결과를 보면 첫째, 코딩된 필리핀의 웹사이트들 가운데 비정부 기구의 웹사이트가 13개 중 11개로 가장 많은 유형의 정보성 피쳐를 제공하고 있었다. 그 다음으로 정당 웹사이트에서 여러 정보 유형에 걸쳐 많은 정보성 피쳐가 나타났다. 반면에, 정부기관과 언론사에 의해 운영되는 웹사이트들이 상대적으로 선거와 관련된 적은 유형의 정보성 피쳐를 포함하고 있었다. 비정부 기구 웹사이트에서 정보성 피쳐가 다양하게 나타난 이유의 하나는 필리핀 사회의 경험과 관련이 있다. 유혈 사태가 없이 진행된 People Power의 사례에서 알 수 있듯이, 강렬하고 극적인 결과를 가지고 온 필리핀 사회의 역사적인 경험은 국가의 다양한 이슈에 관해 이익단체나 비정부기구들이 적극적으로 자신들의 의견을 표현할 수 있는 건전한 환경을 증가시켰다. 이러한 상황은 비정부기구로 하여금 유권자들의 결정을 도와주기 위한 선거와 관련된 더 많은 정보를 제공하도록 하는 주된 동기 유발 요소로 작용한 것으로 보인다. [Votewisely.com](http://www.votewisely.com)은 이번 선거에서 유용한 선거 콘텐츠가 게재된 비정부기구의 웹사이트 중 하나이다. 비정부기구 웹사이트가 가장 다양한 형태의 피쳐를 제공한 또 다른 이유는 표집에 포함된 대부분의 비정부기구가 오프라인보다 온라인 상에서

〈표 4〉 웹사이트 운영자에 따른 정보성 피쳐의 유형

(단위 : 백분율)

유형	사례수	Elec	Bio	End	Issue	Sp	Cal	Com	InfC	InfV	Im	AV	Priv	Ter	행평균
후보자	26	100	81	15	62	46	12	0	0	8	100	35	0	0	35.3
정부기관	10	70	60	0	0	10	20	0	30	40	100	0	0	0	25.4
비정부기구	9	100	100	0	22	11	33	11	0	44	100	11	11	11	34.9
정당	3	100	67	67	100	100	67	0	67	0	100	33	0	0	53.9
언론기관	9	78	67	0	11	0	0	11	11	11	100	11	0	0	23.1
기타	35	89	60	14	23	20	26	0	17	17	86	26	17	26	32.4
열 평균		89.5	72.5	16.0	36.3	31.2	26.3	3.9	20.8	20.0	97.7	19.3	4.7	6.2	

더 많이 존재하고 있었다는 것이다.

둘째, 13개의 유형들 가운데 3가지 정보 유형만이 50% 이상의 비율을 보이고 있다: 선거 관련 내용(Elec), 웹사이트 소개(Bio), 선거 관련 이미지(Im). 코딩 결과에 기초해보면, 필리핀 정치 웹 공간의 웹사이트는 사이버 공간에 존재하는 “브로셔”의 역할에 가까운 것으로 판단된다. 왜냐하면, 정보성 피쳐들 가운데 가장 기본적인 것이 주로 포함되어 있기 때문이다. 대부분의 정치 웹사이트에서는 선거와 관련된 뉴스와 운영자에 대한 배경 정보를 제공하고 나아가, 여러 이미지를 담고 있다. 이러한 관행은 오프라인 공간에서 이루어지는 캠페인 팸플릿과 거의 유사하다. 표집된 웹사이트들 가운데 비정부기구, 정당, 후보자 사이트는 선거와 관련된 정보성 콘텐츠(Elec)를 모두 담고 있는 것으로 나타났다. 구체적으로, 비정부기구, 정당, 후보자들이 운영하는 웹사이트들에서 웹사이트의 소개(Bio), 정치적 견해나 관점(Issue), 연설문(Sp) 피쳐가 다른 행위자와 비교할 때 상대적으로 더 많이 있었다. 이것은 웹사이트가 또 다른 선거 캠페인 통로 혹은 채널로 이용된 것을 보여준다. 그런데 사이버 공간임에도 불구하고 정당(100%)과 후보자(46%)들은 그들의 웹사이트에서 정치 연설문들을 위한 링크를 걸어놓는데, 이것의 대부분은 문서 형태로 되어 있고 시청각 정보는 드물었다.

셋째, 여러 정치 행위자에 걸쳐서 고르게 나타나는

정보의 유형은 정치적 입장(Issue), 연설문(Sp), 선거 행사의 일정(Cal), 투표 정보(InfV), 그리고 오디오/비디오 파일(AV)이었다. 언론사 웹사이트를 제외하고 거의 모든 웹사이트 운영자들은 정당과 후보자의 선거 관련 행사의 일정이나 리스트를 제공하고 있었다. 특징적인 현상의 하나는 비정부기구(44%)와 정부기관(40%) 웹사이트들의 대다수는 5월 10일의 선거를 위해 투표 과정에 대한 정보를 제공하였다. 해외 부재자 투표(OAV)의 시행은 웹사이트 운영자들에게 해외 부재자 투표율을 증대시킬 수 있는 부가적인 정보를 포함시키는 것에 대한 동기 유발 요인이 되었다. 비정부기구와 정부기관 웹사이트들은 집에서 멀리 떨어져 있는 필리핀인들이 언제, 어떻게 투표 할 수 있는지를 알 수 있도록 날짜와 장소에 관한 정보를 게재했다. 예를 들어, 외무부와 해외 필리핀 대사관과 영사관의 웹사이트들은 선거 기간 동안 각 국에서의 투표 날짜와 선거구에 관한 정보를 게재했다.

넷째, 정보성 피쳐별 존재 비율은 차이가 있었다. 예컨대, 웹사이트 운영자의 형태에 관계 없이 적게 나타난 정보 피쳐의 유형은 공개적 지지 표명(End), 논점 비교(Comp), 선거 캠페인 정보(InfC), 개인 정보 보호(Priv), 그리고 이용 약관(Ter)이었다. 모든 웹사이트 운영자의 절반 이하만이 사이트에 시청각 파일(AV)을 업로드했다. 정부기관 웹사이트의 경우는 오디오 및 비디오 파일을 전혀 사용하지 않았다.

오직 정당 웹사이트만이 특정 정당 혹은 후보에 대한 공개적인 지지(End)와 선거 캠페인 과정에 대한 정보(InfC)를 중요한 것으로 다루어 웹사이트의 공간을 할애하고 있음을 알 수 있다 (각 67%). 개인 정보 보호 정책에 관한 사항(Priv)과 이용 약관의 제공(Ter)은 비정부기구와 기타 웹사이트에서만 제공되었을 뿐 후보자, 정부, 정당, 언론사 웹사이트에서는 전혀 발견되지 않았다.

〈연구문제 2〉 2004년 5월의 필리핀 선거의 캠페인 기간 동안에 웹사이트를 운영하는 정치 행위자에 따라 참여유도성 피쳐(engagement feature)의 존재유무는 어떤 차이를 보이는가? 선거 웹 공간에서 현저하게 높게 나타나거나 특징적인 참여유도성 피쳐는 무엇인가?

〈표 5〉를 보면 첫째, 정보성 피쳐의 결과와 조금 상이하게 정당에서 운영한 웹사이트들이 비정부기구 사이트보다 더 많은 참여유도성 피쳐를 포함하고 있었다. 그리고 후보자들 또한 비정부기구 못지않게 유권자들의 참여를 촉진하는 콘텐츠와 서비스를 제공한다는 것을 발견할 수 있다. 반면에, 참여유도성 피쳐를 가장 적게 포함하고 있는 운영자는 정부기관이라는 것도 알 수 있다. 이것은 정부기관 웹사이트는 특정 정당에 선호가 없이 중립된 입장에서 유권자들

에게 콘텐츠를 제공하기 때문인 것으로 추측된다. 다음으로 모든 유형의 웹사이트들이 방문자들이 선거 캠페인 자료를 다운로드 받아 오프라인에서 배포(OffDist)할 수 있도록 하고 있었다. 그러나 이 피쳐는 정부기관과 언론사 웹사이트에서는 뚜렷하게 나타나지 않았다. 사실 오프라인 배포는 인터넷이 전통적인 정치 캠페인 메커니즘을 지원하는 도구로서 이용될 수 있다는 점에서 중요한 피쳐이다. 또한 이러한 피쳐의 증대는 전통적인 대중 매체에게 위협적인 요소로 작용할 수도 있다. 더 구체적으로 살펴보면, 정당 웹사이트들은 투표 등록 피쳐(Regis)를 제외하면 모든 카테고리의 참여유도성 피쳐를 가장 높은 비율로 제공하고 있었다. 그리고 후보자들도 정당에 비교해서는 적지만 웹사이트를 통해서 보다 많은 사람들에게 도달하기 위해서 캠페인 자료의 전자적 배포(EPara)와 자원봉사(Volunt)와 같은 정교한 기능도 설치하고 있었다. 이러한 결과는 정당과 후보자들이 캠페인 매체로서 인터넷의 잠재력을 최대한으로 활용하기 위해서 노력했음을 간접적으로 보여준다.

둘째, 웹사이트 운영자들 사이에 가장 두드러지게 나타나는 참여유도성 피쳐는 연락방법(Cont)과 의사소통 공간인 온라인 포럼(Forum)이었다. 참여유도성 피쳐들 가운데 연락 항목이 모든 유형의 웹사이트 운영자에서 가장 높은 비율을 나타낸 이유는 아마도, 운영자들이 방문자들의 피드백에 관심이 있기 때문일

〈표 5〉 웹사이트 운영자에 따른 참여유도성 피쳐의 유형

(단위 : 백분율)

유형	사례수	Cont	Join	Regis	GMail	Don	Forum	OffDist	SLink	PubSup	EPara	Volunt	행평균
후보자	26	73	27	0	12	15	35	31	8	23	19	35	25.3
정부기관	10	90	0	0	0	0	10	10	0	0	0	0	10.0
비정부기구	9	89	22	0	33	0	56	33	22	11	0	11	25.2
정당	3	100	33	0	67	33	67	67	33	33	33	67	48.5
언론기관	9	89	0	0	11	0	33	11	11	22	0	0	16.1
기타	35	71	29	0	26	17	60	20	14	6	11	11	24.1
열 평균		85.3	18.5	0	24.8	10.8	43.5	28.7	14.7	15.8	10.5	20.7	

수 있다. 또한 열린 커뮤니케이션에 대한 기대는 웹사이트들로 하여금 온라인 커뮤니케이션 포럼을 설치하도록 이끌었을 것으로 추측된다. 포럼과 함께 웹 공간에서 사용될 수 있는 상호작용적 피쳐는 공개적인 입장 표명(PubSup), 메일 수신 서비스(GMail), 링크 보내기(SLink) 등이다. 그러나 이러한 피쳐들의 존재 비율은 포럼에 비해 상대적으로 낮았다.

한편, 투표 등록(Regis)은 필리핀 법률 상에서 허용되지 않기 때문에 코딩된 모든 웹사이트에서 이 피쳐는 존재하지 않았다. 기부(Don)와 온라인 선거 자료(EPara)는 미미한 비율로 존재하고 있었다. 그것은 필리핀이 아직 전자 상거래(e-commerce)와 관련된 인프라 부문에서 기초적인 단계에 머물러 있어서, 온라인 상거래에 대한 신뢰성이 낮기 때문인 것으로 보인다. 필리핀에서 기부 행위들은 여전히 오프라인 공간에서 더 많이 행해지고 있다. 유사한 맥락에서, 스크린 세이버(screen saver)나 컴퓨터 바탕화면 그림(desktop wallpaper) 등과 같은 세련된 그래픽적 캠페인 요소들이 많이 나타나지 않은 이유도 인터넷 기술의 능력과 관련이 있을 수 있다. 마지막으로, 회원가입(Join)의 피쳐가 낮게 나타났다.

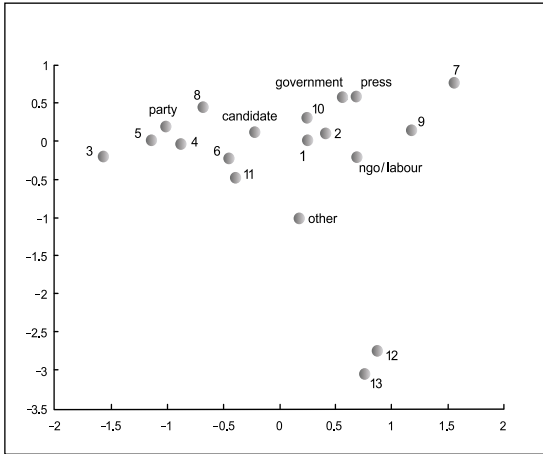
**〈연구문제 3〉** 필리핀의 선거 웹 공간에서 웹사이트를 운영하는 정치 행위자에 따라 제공되는 피쳐들은 어떤 차이를 보이는가?

〈연구문제 3〉에 답하기 위하여, SPSS(Statistical Package for Social Science)를 이용하여 대응분석(correspondence analysis)을 수행하였다. 대응분석에 나타난 코딩 항목 즉 측정 지표의 번호(ID)는 〈표 3〉에 제시되어 있다. 대응 분석은 커뮤니케이션 송신자(source)와 수신자(receiver)의 정보 유통 관계를 2차원 공간에 동시에 시각화하는 방법이다(Barnett, 1993). 대응분석은 인터넷 연구를 비롯하여 사회과학의 여러 분야에서 폭넓게 사용되는 분석 기법이다(남기성, 2004; Park, 2004). 구체적으로

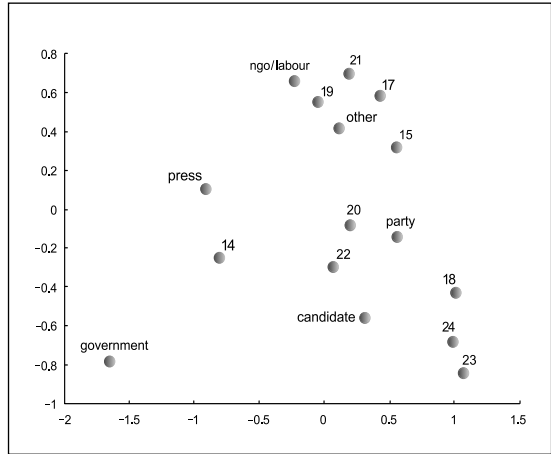
설명하면, 대응분석은 행과 열, 행과 행, 열과 열의 관계를 분석하여 그 결과를 그래프로 표현하는 기법으로, 커뮤니케이션 패턴(pattern)이 비슷한 집단끼리 분류하는데 목적이 있다. 즉 패턴양상을 탐색적으로 보여 주는 데에 중점을 두는 것으로, 분석에 투입된 대상들의 정확한 좌표를 얻는 것이 주 목적은 아니다. 그리고 각 집단의 주변 값(marginal)-본 논문의 경우에 각 유형의 합계-이 동일하지 않아도 무방하다. 따라서 각 유형의 표본 수가 같아야 할 필요는 없다. 한편, 웹사이트의 유형과 측정된 지표의 거리가 가까울수록 코딩 항목이 특정 유형에서 상대적으로(relatively) 더 많이 나타나는 경향이 있음을 의미한다.

대응분석 결과를 바탕으로 필리핀의 정치 웹 공간을 살펴보면 다음과 같다. 〈그림 1〉은 정보성 피쳐에 대한 필리핀의 결과를 제시하고 있다. 눈에 띄게 나타난 현상은 X축을 기준으로 하여서 좌측에는 정당(party)과 후보자(candidate) 웹사이트와 이러한 2개 유형의 웹사이트에서 상대적으로 많이 제공하는 피쳐들이 위치해 있다. 예를 들면, 좌측 공간의 중심부에 위치한 정당 웹사이트는 입장(Issue, 4번), 연설문(Sp, 5번) 피쳐를 다른 유형의 웹사이트보다 많이 제공하고 있음을 보여준다. 대조적으로 우측 공간에는 언론(press)과 정부(government) 그리고 비정부기구(ngo/labour) 웹사이트와 여기에 많이 포함된 피쳐들이 위치해 있다. 이러한 3개 유형 웹사이트들에서는 선거(Elec, 1번) 및 소개(Bio, 2번) 피쳐와 이미지(Im, 10번) 항목이 상대적으로 많이 나타나고 있었다. 특히, 언론과 정부는 매우 가깝게 위치함으로써 제공하는 피쳐들이 유사한 집단이라는 것을 알 수 있다. 마지막으로 기타(other) 유형의 웹사이트는 홀로 떨어져 다소 고립되어 있는 것으로 나타났다.

이어서, 〈그림 2〉에서 나타난 바와 같이 참여유도성 피쳐에 대한 결과를 해석하면 다음과 같다. Y축의 양수(positive) 공간에는 비정부기구와 기타 유형에 속



〈그림 1〉 정보성 피처에 대한 필리핀의 대응분석



〈그림 2〉 참여유도성 피처에 대한 필리핀의 대응분석

하는 웹사이트들과 그들이 상대적으로 많이 제공하는 피쳐들인 링크 보내기(SLink, 21번), 메일링 리스트 가입(GMail, 17번), 의사소통 공간인 온라인 포럼(Forum, 19번) 등이 분류되어 있다. Y축 음수(negative) 공간의 오른쪽에는 정당과 후보자 웹사이트들이 포함되어 있으며, 이러한 2개 유형의 웹사이트에서 주로 발견된 선거 캠페인과 관련된 피쳐들이 많이 나타났다. 예컨대, 오프라인 배포(OffDist, 20번), 공개적 지지(PubSup, 22번), 기부(Don, 18번), 자원 봉사(Volunt, 24번), 전자적 자료(EPara, 23번)와 같은 정교한 참여유도성 피쳐들이 다양하게 위치되어 있었다.

정리하면, 필리핀에서는 정보성 및 참여유도성 모두에서 정당과 후보자가 가까이 위치함으로써 두 유형의 웹사이트가 유사한 피쳐를 제공하고 있음을 드러냈다. 정당과 후보자 웹사이트들은 온라인 매체가 시공간의 제약을 크게 받지 않는 점을 활용하여, 연설문과 같은 선거 정보와 온라인에서 다운로드 받아서 오프라인공간에서 확산시킬 수 있는 참여 촉진형 피쳐를 제공했다. 이외에 비정부기구 등이 해당 웹사이트들에서 선거와 관련된 적극적인 정보 배포 및 제공한 정보를 매개로 하여 시민들이 네트워크화 될 수 있는 피쳐들을 디자인함으로써 그 역할이 두드러지게 나타났다.

## V. 결론

본 연구의 목적은 필리핀을 대상으로 정치적 제도와 사회, 문화적 맥락에서 정보통신 기술의 확산과 함께 선거 캠페인 등에 어떤 특징적 요소가 있는지를 검토하는 것이다. 구체적으로, 본 연구는 지난 2004년 필리핀 선거 기간 동안에 수집된 정치 웹사이트들을 대상으로 실시된 피쳐 분석의 결과를 정리 및 검토하고 있다.

연구 결과를 간략히 정리하면, 필리핀에서는 정당과 비정부기구 등에서 운영하는 웹사이트들이 다양한 커뮤니케이션 기능을 제공하면서 유권자들의 관심과 정치 참여를 증가시키기 위해서 활발한 활동을 하고 있는 것으로 나타났다. 예컨대, 비정부기구는 정당과 후보자에 관한 광범위한 정보를 제공해 주는 것으로 확인되었다. 비정부기구 웹사이트는 정부기관, 언론사 사이트 등과 비교할 때 후보자에 관한 보다 포괄적인 정보를 제시하고 있었다.

한편 정부기관 웹사이트에서 발견한 흥미로운 요소는 해외 부재자 투표에 초점을 맞춘 콘텐츠를 제공하는 것이었다. 또 다른 특징의 하나는 필리핀의 선거 웹 공간에서 이용자들이 참여하는 공간인 온라인 포럼이 비교적 적다는 것이다. 이러한 현상은 필리핀

의 현재 정치적 상황을 간접적으로 보여준다. 필리핀은 아직 민주화의 초기 단계에 있기 때문에, 선거 캠페인 동안에 정치적 담화가 논쟁 혹은 토론을 할 수 있는 환경이 충분히 성숙되지 않았다. 따라서, 인터넷과 같은 공개적인 공간에서 어떤 정치 이슈에 대한 상호작용적인 피쳐가 보다 구체적으로 작동하기에 어려운 여건이다.

현재 한국을 비롯하여 아시아의 여러 나라들이 서구 선진국들의 온라인 정치를 배우기 위해서 노력하는 것으로 보인다. 서구의 사례들은 인터넷을 통하여 정치 정보를 제공하거나 수집하려고 하는 개인이나 기관, 그리고 정치 활동에 종사하는 후보자, 정당, 비정부기구 등에게 중요한 참고임에 틀림없다. 그런데 미국 및 유럽의 정치 시스템, 정치 담화, 선거 토론의 구조는 아시아와 다르다. (신뢰성과 균형성을 갖춘) 정치 행위 능력에 대한 개인들의 믿음과 시민들에 의한 정치 관행도 아시아 국가와 동일하지 않다. 이런 상황에서, 본 연구의 결과는 아시아 국가들에 적합한 새로운 인터넷 정치 모델의 제시에 유용한 자료로 사용될 수 있을 것이다. 나아가 본 연구와 같이 아시아 지역의 서로 다른 국가에서 일어나는 선거 과정에 있어 인터넷의 역할에 대한 실증적 결과는 아시아적 이론화에 기여할 것이다.

그럼에도 불구하고, 본 연구는 다음과 같은 한계점이 있다. 첫째, 웹 피쳐 분석으로는 인터넷이 민주적 정치를 위한 커뮤니케이션 도구 혹은 채널로 실제로 이용되고 있는지 파악하기 힘들다. 다시 말해서, 피쳐 분석은 형식적인 요소에 국한되어 측정하였기 때문에 선거 웹 공간에서 정치 행위자들의 정치 역량이 실질적으로 나타나는 정도를 검토하기 어렵다. 둘째, 본 연구의 결과는 표본을 대상으로 한 관찰이며 이것을 일반화하는 것은 적지 않은 주의가 필요하다. 왜냐하면 선거 웹 공간을 구성하는 가능한 많은 웹사이트들을 수집하려고 노력했지만 여전히 중요한 정치 행위자의 사이트가 표본에서 누락될 가능성이 존재한다. 셋째, 독립 및 종속 변인의 설정, 코딩 아이템

에 대한 신뢰성 분석, 인자 분석을 통한 측정 변수의 내재적 구조 파악, 웹사이트 운영자 유형에 대한 군집 분석 등과 같은 심화된 통계적 측면은 수행되지 못했다. 이것은 본 논문이 엄격한 조사 및 통계 분석을 사용한 실증적 분석 연구가 되기에는 부족하다는 것을 의미한다.

따라서 후속 연구에서 시간, 비용, 인력 등이 충분히 주어진다면 좀 더 포괄적인 웹 공간의 확인(identification)과 함께 앞서 서술한 한계점을 해결할 계획이다. 나아가 연구자들은 웹 피쳐와 관련된 데이터(content mining)와 더불어 사이트의 구조를 보여주는 데이터(structural mining), 방문자들의 이용 패턴을 보여주는 사용자 데이터(usage mining)을 수집할 계획이다. 이와 같이 여러 데이터들을 수집하게 되면, 어떤 유형의 정치 행위자가 웹사이트를 통하여 어떤 형태의 피쳐를 얼마나 제공했는지 뿐만 아니라 웹사이트 내/외부의 구조적 형상, 이용자들의 정보 추구 행위 및 정치적 참여도에 대한 연구가 가능할 것으로 생각된다.

## ■ 참고문헌

- 남기성 (2004). “사회과학에서 통계분석방법의 선택에 관한 연구.” *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 6(5):1255-1265.
- 박기덕 (2002). “필리핀의 정치 변동과 시민 사회의 역할: 호혜적 포섭 전략적 동원 그리고 민주적 참여.” *한국정치학회보*, 36(1): 263-288.
- 박한우 · 김효동 · 최경호, · Randolph Kluver (2005). “정치 웹사이트를 대상으로 한 웹 공간 분석: 17대 국회의원 선거의 웹 피쳐 분석.” *대한정치학회보*, 13(1): 293-318.
- 서경교 (2005). “필리핀의 민주주의: 민주화 과정을 통한 고찰.” *동남아시아연구*, 15(1): 1-39.
- 이동운 · 정영국 (2004). “필리핀의 정당 정치와 민주주의의 공고화.” *동남아시아연구*, 14(1): 87-120.
- Banerjee, I. (Ed.) (2003). *Rhetoric and reality: the Internet challenge for democracy in*

- Asia. Singapore: Eastern Universities Press.
- Bagalawis, J. E. (2001). "How IT helped to topple a president." *Computer World*. 1월 30일. [http://wireless.itworld.com/4273/CW\\_1-31-01\\_it/page\\_1.html](http://wireless.itworld.com/4273/CW_1-31-01_it/page_1.html) (검색일: 2006. 03. 18).
- Barnett, G. A. (1993). Correspondence analysis: A method for the description of communication networks. Barnett, G., & Richards, W. (Eds.). *Progress in communication sciences*: 135-164 Norwood, NJ: Ablex.
- Chan, J. M. (2005). Who Can Mobilize Hong Kong People to Protest? A Survey-based Study of Three Large-Scale Rallies. A paper presented at the 14th AMIC conference, Beijing, China.
- Davis, R. (1999). *The web of politics: The internet's impact on the American political system*. New York, NY: Oxford University Press.
- Ho, K.C., Kluver, R., & Yang, K. (Eds.) (2003). *Asia.com: Asia Encounters the Internet*. London: Routledge.
- Hofilena, C., & Rufo, A. (2004). The Showbiz press gets into politics. Philippine Center for Investigative Journalism website. 2004년 5월 3/4일. <http://www.pcij.org/stories/2004/media.html> (검색일: 2004. 07. 07)
- Kluver, R. (1997). Political identity and national myth: Toward an intercultural understanding of political legitimacy, in A. Gonzales & D. Tanno. (Eds.). *Politics, Culture, and Communication : International and Intercultural Communication Annual*, XX. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Kluver, R. (2003). National variation in the political deployment of the Internet: The role of political culture in Internet politics. Unpublished manuscript. <http://www.ntu.edu.sg/home/trkluver/ASEFdocs/national.pdf> (검색일: 2006. 03. 18).
- Internet World Stats (2005). "Asia Internet Usage Stats and Population Statistics." <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm> (검색일: 2005. 04. 18).
- Leones, E. & Moraleta, M. (1999). Philippines. In Sachsenroder, W., & Frings, U. (Eds). *Political party systems and democratic development in East and Southeast Asia*, 1: 289-342. England: Ashgate.
- Margolis, M., & Resnick, D. (2000). *Politics as usual: The cyberspace revolution*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Martin, C. H., & Stronach, B. (1992). *Politics East and West A comparison of Japanese and British political culture*. Armonk, NY: M.E. Sharpe.
- McCaughy, M., & Ayers, M. D. (Eds.) (2003). *Cyberactivism: Online activism in theory and practice*. London: Routledge.
- Mirandilla, K. A., & Cuevas, A. C. (2004). A country profile about Philippines. A CD-Rom for the International Internet & Election Project, Singapore: Singapore Internet Research Institute.
- MSN Election Specials (2004). Hatol ng bayan 2004: Electionresults. <http://www.journal.com.ph/msn> (검색일: 2004. 07. 11)
- National Telecommunications Commission of Philippines (2002). Annual Report 2002. [http://www.ntc.gov.ph/consumer\\_info/Annual/Annual2002.pdf](http://www.ntc.gov.ph/consumer_info/Annual/Annual2002.pdf) (검색일: 2006. 03. 18)
- Park, H. W. (2004). Presence of Taiwan on the world wide web in south korea: Dynamics of digital and geographical presence on cyberspace. *International Information & Library Review*. 36(4): 329-340.
- Rafael, V. (2005). The cell phone and the crowd: Messianic politics in the contemporary Philippines, in Rao, M., & Mendoza, L. (Eds). *Asia unplugged: The wireless and mobile media boom in the Asia-Pacific*: 286-318. The Asia-Pacific Internet Handbook, VI. New Delhi: Sage.
- Schneider, S. M., & Foot, K. A. (2005). Web sphere analysis: An approach to studying online

action. In Hine, C. (Ed). Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet; Chapter eleven. London: Berg.

## ■ 필자소개

박한우(Han-Woo Park)

2002, 커뮤니케이션학박사, 미국뉴욕주립대(버팔로)

현재, 영남대학교 교수

관심분야 : 디지털 관계망, 전자과학, 인간-컴퓨터 상호작용

한지은(Ji-Eun Han)

현재, 영남대학교 <뉴미디어와 사회> 연구실 연구원

관심분야 : 미디어 산업, 문화 콘텐츠

최경호(Kyoung-Ho Choi)

1995, 이학박사, 서울대학교

현재, 전주대학교 여론정보통계학과 교수

관심분야 : 사회과학 통계분석

김효동 (Hyo Kim)

2003, 커뮤니케이션학박사, 럿거스대학교

현재, 아주대학교 미디어학부 교수

관심분야 : 컴퓨터 매개 커뮤니케이션, 사회관계망분석, 모바일 커뮤니케이션

Kate A. Mirandilla

매스커뮤니케이션 석사, 싱가포르 난양기술대학교

현재, 필리핀 대학교의 매스컴 대학 교수

관심분야: 인터넷과 정치, 전자정부

