



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2016년 8월

2016년 8월
박사학위논문

박사학위논문

정치인의 이미지와 투표참여의 관계연구

- SNS활동, 의사결정, 병리현상을 중심으로 -

정치인의
이미지와
투표참여의
관계연구

구
자
현

조선대학교 대학원

정치외교학과

구 자 현

정치인의 이미지와 투표참여의 관계연구

- SNS활동, 의사결정, 병리현상을 중심으로 -

A study on the Relationship between the Image of
Politicians and Voter's Intention to Participate in Voting

- Focusing on Politicians's SNS, Political Decision-Making and Political Pathology -

2016년 6월

조선대학교 대학원

정치외교학과

구 자 현

정치인의 이미지와 투표참여의 관계연구

- SNS활동, 의사결정, 병리현상을 중심으로 -

지도교수 오 수 열

이 논문을 정치학 박사학위신청 논문으로 제출함






2016년 6월

조선대학교 대학원

정치외교학과

구 자 현

구자현의 박사학위논문을 인준함

- 위원장 전남대학교 교수 임채완 인 
- 위원 경남대학교 교수 신미식 인 
- 위원 조선대학교 교수 이창현 인 
- 위원 조선대학교 교수 최영준 인 
- 위원 조선대학교 교수 오수택 인 

2016년 6월

조선대학교 대학원

목 차

제1장 서론	1
제1절 연구의 목적	1
제2절 연구의 내용과 구성	3
제2장 이론적 배경	6
제1절 정치인이미지와 투표참여와의 관계	6
1. 정치인이미지 정의	6
2. 투표참여의 개념과 특성	19
3. 정치인이미지와 투표참여	10
제2절 정치인 SNS활동과 정치인이미지와 관계	25
1. SNS활동의 개념과 특성	25
2. 정치인 SNS활동과 정치인이미지	27
제3절 정치적 의사결정과 정치인이미지와 관계	40
1. 의사결정의 개념과 특성	40
2. 정치적 의사결정과 정치인이미지	42
제4절 정치적 병리현상과 정치인이미지와 관계	52
1. 정치적 병리현상의 개념과 특성	52
2. 한국의 정치적 병리현상의 특수성	53
3. 정치적 병리현상과 정치인이미지	55
제3장 연구방법	61
제1절 연구모형과 가설	61
1. 연구모형	61
2. 변수 및 가설의 정의	62
제2절 조사 및 설문방법	65

제4장 연구결과	70
제1절 조사대상의 인구통계적 측면	70
제2절 측정도구의 타당성 및 신뢰성	72
1. 요인분석과 신뢰성 검정	73
1) 정치인 SNS활동의 요인분석 및 신뢰성 검정	74
2) 정치적 의사결정의 요인분석 및 신뢰성 검정	76
3) 정치적 병리현상의 요인분석 및 신뢰성 검정	78
4) 정치인 이미지의 요인분석 및 신뢰성 검정	80
5) 투표 참여의 요인분석 및 신뢰성 검정	82
2. 전체 요인 확인적 요인분석	83
3. 변수간의 상관분석	86
제3절 가설검증	88
1. 구조모형 분석	88
1) 측정모형의 분석	89
2) 연구모형의 분석	90
2. 연령 간 차이	94
1) 연령 간 인식 차이	94
2) 연령 별 연구모형 검증	96
(1) 20대	96
(2) 30대	99
(3) 40대	103
(4) 50대	106
3. 가설결과	110
1) 14개 가설설명	110
2) 가설 요약표	115

제5장 결론 및 제언	116
제1절 연구결과의 요약	116
제2절 연구결과의 함의 및 제언	121
참고문헌	125
부 록	142

표 목차

<표 1> 마이크로블로그 이용실태	27
<표 2> 변수종합	62
<표 3> 응답자들의 인구통계학적 특성	71
<표 4> 정치인 SNS활동 항목 요인분석 및 신뢰도 분석	75
<표 5> 정치적 의사결정 항목 요인분석 및 신뢰도 분석	77
<표 6> 정치적 병리현상 항목 요인분석 및 신뢰도 분석	79
<표 7> 정치인 이미지 항목 요인분석 및 신뢰도 분석	81
<표 8> 투표 참여 항목 요인분석 및 신뢰도 분석	83
<표 9> 웹 사이트 연구모형 적합도	84
<표 10> 웹 사이트 확인적 요인분석 결과	85
<표 11> 변수간의 상관분석	87
<표 12> 측정모형의 모형적합도	90
<표 13> 연구모형의 모형적합도(전체)	90
<표 14> 직접경로의 계수와 유의미성 검증결과(전체)	92
<표 15> Bootstrapping을 이용한 간접 경로의 유의미성 검증결과(전체) ·	93
<표 16> 연령에 따른 각 변인의 일원 변량분석 결과	95
<표 17> 연구모형의 모형적합도(20대)	96
<표 18> 직접경로의 계수와 유의미성 검증결과(20대)	97
<표 19> Bootstrapping을 이용한 간접 경로의 유의미성 검증결과(20대) ·	98
<표 20> 연구모형의 모형적합도(30대)	99
<표 21> 직접경로의 계수와 유의미성 검증결과(30대)	101
<표 22> Bootstrapping을 이용한 간접 경로의 유의미성 검증결과(30대)	101
<표 23> 연구모형의 모형적합도(40대)	103

<표 24> 직접경로의 계수와 유의미성 검증결과(40대) 104
<표 25> Bootstrapping을 이용한 간접 경로의 유의미성 검증결과(40대) 105
<표 26> 연구모형의 모형적합도(50대) 106
<표 27> 직접경로의 계수와 유의미성 검증결과(50대) 108
<표 28> Bootstrapping을 이용한 간접 경로의 유의미성 검증결과(50대) 108
<표 29> 가설 요약표 115

그림 목차

[그림 1] 연구모형	61
[그림 2] 측정모형 결과	89
[그림 3] 연구모형 결과(전체)	91
[그림 4] 20대 연구모형 결과	97
[그림 5] 30대 연구모형 결과	100
[그림 6] 40대 연구모형 결과	104
[그림 7] 50대 연구모형 결과	107

ABSTRACT

A study on the Relationship between the Image of Politicians and Voter's Intention to Participate in Voting

- Focusing on Politicians's SNS, Political Decision-Making and Political Pathology

-

Koo, Ja Hyun

Department of Political Science and International Relations

Chosun University

Supervised by Professor Oh, Soo-yol

The purpose of this study was to examine the effects of politician's images on voter's participation in voting. As a study method, such factors as politician's SNS activities, political decision-making, and political pathology, which had effects on politician's images, were established as independent variables. In addition, politician's images were classified into external images and internal images and then they were established as intervening variables. After examining the causal relations of every variable, 14 hypotheses were worked out and then their results were looked into, thus analyzing the effects of politician's images on voter's participation in voting. In addition, the tendency of participation in voting, which had effects on election policies, was examined by generations.

Study findings are as follows:

First, politician's external/positive images as an intervening variable of politician's SNS activities had negative effects on voter's participation in voting. In other words, politician's external/positive images had negative effects on politician's SNS activity-oriented images. This finding seems to present the fact that voters distrust politicians very much. Politician's external/positive images as a political decision-making had no effects on voter's participation in voting. Political decision-making means that voters want to elect good politicians through their endeavors of voting, but politician's external/positive images are difficult to reflect voter's intention. Politician's external/positive images as an intervening variable of political pathology had positive effects on voter's participation in voting. Since political pathology is a negative thought for politics and politician's external/positive images are not their innate images but camouflaged ones, voters think they must change those false images and therefore their rate of participation in voting increases.

Second, politician's internal/negative images as an intervening variable of politician's SNS activities had positive effects on voter's participation in voting. In other words, politician's SNS activity-oriented internal/negative images make voters think to elect good politicians, thus having positive effects on voter's participation in voting and increasing the rate of their participation in voting. Politician's internal/negative images as an intervening variable of political decision-making had positive effects on voter's participation

in voting, thus increasing the rate of their participation in voting. Since political decision-making means that voters want to elect good politicians through their correct endeavors of voting, they want to change negative politicians and elect good ones through their participation in voting. Therefore, the rate of their participation in voting increases. Politician's internal/negative images as an intervening variable of political pathology had negative effects on voter's participation in voting, thus decreasing the rate of their participation in voting. Political pathology regards politics negatively in general. In this regard, when voters encounter with politicians of negative images, they think all the politicians are liars and do not want to take part in voting. As a result, politician's images have positive or negative effects on voter's participation in voting, according to intervening variables. In addition, whether politician's images are positive or negative, voters take various conditions into account and then make decisions based on their understanding.

As for the difference and common point of generational participation in voting, which having effects on election policies, voters in their 20s presented lower interest in politician's SNS activities than other generations did. This finding seems to present the fact that voters in their 20s nowadays routinely carry out SNS activities, and therefore regard the SNS activities of politicians in their 30s, 40s and 50s not as a good dimension of politician's efforts but as a natural social phenomenon.

In case of voters in their 30s, politician's images as an intervening

variable of political decision-making had no significant effects on their participation in voting, regardless of external, internal, positive or negative. Voters in their 30s are very busy and have a hard time in living and therefore their intention of political decision-making is lower than that of voters in their 20s, 40s, and 50s.

In case of voters in their 40s, the effects of 5 influential variables on their participation in voting were very close to the mean values of every generation.

In case of voters in their 50s, a most unique feature of their participation in voting was that politician's external/positive images had negative effects on the political decision-making-oriented participation in voting of voters in their 20s, thus decreasing the rate of their participation in voting, but it had positive effects on the rate of participation in voting of voters in their 50s contrarily. In other words, voters in their 20s basically have negative ideas for politician's external/positive images, through their political decision-making, and therefore do not want to take part in voting, but voters in their 50s, through their political decision-making, assigned a great meaning to politician's external/positive images, and therefore, want to take part in voting.

A most common point of voters in their 20s, 30s, 40s and 50s was that political pathology-oriented politician's external/positive images increased their participation in voting, whereas political pathology-oriented politician's internal/negative images decreased their participation in voting. The political pathology is voter's negative

perspective to politics. In case of politician's external/positive images, voters think politicians only try to make their images positive, and therefore they want to elect genuine politicians through their participation in voting, thus increasing the rate of their participation in voting. In case of politician's internal/negative images, voters think politicians are alike and their participation in voting has no great meaning, thus decreasing the rate of their participation in voting. This finding seems to present the fact that political pathology decreases the reliability between politicians and voters very much. In addition, voters in their 20s and 30s had a more negative idea for political pathology than those in their 40s and 50s did. Many of voters in their 20s and 30s thought that political pathology had to be removed, but many of voters in their 40s and 50s accepted it as an inevitable phenomenon of Korean society.

Key words: Politician's images, Participation in voting, Politician's SNS activities, Decision-making, Political pathology

제1장 서론

제1절 연구의 목적

국가의 올바른 정치활동이 형성되기 위해서는, 국민 개개인이 정치에 대해 관심을 가져야 하며, 특히 적극적인 투표참여를 통해 자신의 의사를 반영해야 한다. 그러나 대한민국의 투표참여율은 뿌리 깊은 정치적 병리현상에서 비롯된 국민들의 정치에 대한 불신과 혐오 때문에 OECD 국가의 평균에도 미치지 못하고 있다. 따라서 국민들의 정치참여를 확대하기 위해서는 정치적 병리현상을 제거하여야 할 것이며 이를 위해서는 투표참여에 영향을 미치는 변수들의 인과관계를 정확히 파악하는 것이 무엇보다 중요하다. 투표참여에 영향을 미치는 변수들에는 여러 가지가 있겠지만, 최근에 스마트폰의 대중화로 유권자들은 예전보다 훨씬 쉽게 정치인들의 활동사항을 SNS를 통해 쉽게 살펴볼 수 있다는 점에서 SNS의 중요성이 크게 증대되고 있다. 다시 말하면 SNS를 통한 정치인의 이미지가 투표참여에 크게 영향을 미친다는 점에서 SNS를 제외하고는 유권자의 의사결정을 분석하는 것이 불가능하게 된 것이다.

따라서 본 논문에서는 SNS의 대중화로 인해서 중요시되는 정치인의 SNS활동과 선거에서 직접 투표하는 유권자의 정치적 의사결정 그리고 정치인과 유권자사이의 정치적 신뢰를 막는 정치적 병리현상을 독립변수로 상정하고 그 상관관계를 분석함으로써 정치인의 이미지와 유권자의 투표참여의 상관성을 분석하려고 한다. 그러나 실제적인 연구를 위해서는 투표참여에 좀 더 직접적인 영향을 주는 변수가 무엇인지에 대해 가설을 설정하고, 실제 조사를 통해 그것을 검증해야 하는데 연구결과는 정치적 이미지가 투표참여에 직접적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 자신이 좋

아하는 정치적 이미지를 가진 정치인이 있다면 투표참여율은 올라가고 자신이 싫어하는 정치적 이미지를 지닌 정치인이 있다면 투표를 기권할 가능성은 커진다는 것이 조사의 결과이다. 이처럼 이 연구에서는 정치인의 이미지를 매개변수로 상정하였으나 본 논문의 목적인 투표참여에 영향을 주는 변수들의 관계성이 중요함으로 정치인이미지에 대한 좀 더 구체적인 이미지의 전개가 필요하여 정치인 SNS활동의 주된 목적인 외적 긍정적 정치인이미지를 첫 번째 매개변수로, 또한 정치적 의사결정에 가장 영향을 주는 내적 부정적 정치인이미지를 두 번째 매개변수로 상정하였다. 총 5개의 변수를 투표참여에 영향을 미치는 관계성으로 보고 14개의 가설을 상정하여 통계분석을 통해 그 관계성을 검증하였다.

그러나 최근의 선거를 보면 투표참여에 영향을 미치는 변수들의 관계성을 파악하는 것도 중요하지만 각 세대의 정치적 성향이 투표의사결정에 중요하게 작용한다는 점에서 세대별 선거 전략에서 중요한 비중을 차지하고 있음을 알 수 있다. 무엇보다 대표적인 SNS세대라고 상정되는 20대, 30대, 40대, 50대의 각각의 투표참여에 대한 성향을 살펴보는 것이 투표참여를 높이는 것은 물론이고 선거전략 수립에도 중요하는 점에서 이 연구는 그 상관관계를 규명하는데 중점을 두고 있다.

제2절 연구의 내용과 구성

이 연구는 투표참여에 영향을 미친다고 가정한 정치인이미지를 중심으로 정치인의 이미지에 영향을 주는 정치인 SNS활동과 유권자의 정치적 의사결정 그리고 정치적 병리현상을 독립변수로 상정하였다. 그리고 정치인의 이미지를 구체화시켜 정치인의 SNS활동의 주된 목적인 외적 긍정적 정치인 이미지와 정치적 의사결정에서 가장 민감하게 반응하는 내적 부정적 정치인 이미지를 2개의 매개변수로 상정하였다.

또한 각각의 5개의 잠재변인들을 올바르게 측정하기 위해서 기존의 학술지 및 논문의 설문지를 근거로 하여 정치인 SNS활동 10문항, 정치적 의사결정 10문항, 정치적 병리현상 13문항, 외적 긍정적 정치인 이미지 8문항, 내적 부정적 정치인 이미지 7문항, 투표참여 7문항, 총 55문항을 설정하고 실제 설문지를 작성하여 조사를 실시하여 각 측정문항을 요인분석을 통한 타당도와 신뢰도 검사를 실시하였다.

그리고 구조방정식을 통해 투표참여에 영향을 미치는 변수들의 적법성을 파악하였다.

이후 총 14개의 가설을 설정하여 통계분석을 통해서 각각의 변수들의 관계성을 파악하였고, 아울러 최근 주요 선거전략으로 등장한 성향을 파악하였다. 본 논문의 핵심 키워드인 SNS활동의 주된 계층인 20대에서부터 50대까지의 세대를 상정하여 우선 투표참여에 영향을 주는 5개의 잠재변인들을 측정변인들이 잘 반영하는지를 검증하기 위하여 측정모형 검증을 실시하였고 연구모형의 모형적합도에 따라 각 세대를 포함한 전체 연구모형의 결과를 도출하였다. 이후 직접경로의 계수와 유의미성 검증결과, Bootstrapping을 이용한 간접 경로의 유의미성 검증결과로 각 세대의 변수간의 관계성을 파악하여 각 세대의 투표참여의 차이점과 공통점을 파악하

였다.

연구의 내용은 다음과 같다. 제1장은 서론으로 연구의 목적, 그리고 연구의 내용과 구성을 제시하였으며, 제2장은 이론적 배경으로 제1절에서는 정치인 이미지와 투표참여의 관계를, 제2절에서는 정치인 SNS활동과 정치인 이미지 관계를, 제3절에서는 정치적 의사결정과 정치인 이미지 관계를, 제4절에서는 정치적 병리현상과 정치인 이미지 관계를 분석 하였다. 특히 제1절에서는 정치인 이미지를 외적 이미지와 내적 이미지로 구분하여 설명하였다.

제3장에서는 이론적 배경을 바탕으로 연구모형의 가설을 설정하고 연구모형의 각각의 변수 와 14개의 가설을 정의하였다. 이후 각각의 변수에 대한 측정문항인 설문지 측정문항과 조사에 대한 방법을 서술하였다.

제4장은 결과 및 해석으로 조사대상의 인구통계학적 측면과 각 측정도구의 타당성과 신뢰성을 검증하였다. 이후 전체변수의 확인적 요인분석을 실시하였고 변수간의 상관분석을 실시하였다. 또한 각 세대별 정치인 이미지에 따른 투표참여성향을 파악하기 위해 정치인 이미지 형성에 영향을 주는 정치인 SNS활동과 정치적 의사결정 그리고 정치적 병리현상과 정치인 이미지를 세분화한 외적 정치인 이미지와 내적 정치인 이미지 그리고 마지막으로 투표참여의 측정변인들이 잠재변인들을 잘 반영하는지를 검증하기 위하여 측정모형 검증을 실시하였다. 이후 연구모형의 모형적합도를 통해 각 세대를 포함한 전체 연구모형결과를 얻었고 이후 연령에 따른 각 변인의 일원 변량분석 결과를 통해 각 변수들의 차이점을 검증하였다. 각 세대마다 연구모형의 모형적합도, 직접경로의 계수와 유의미성 검증결과, Bootstrapping을 이용한 간접 경로의 유의미성 검증결과를 통해서 각 세대별 투표참여에 영향을 미치는 변수들의 차이점과 공통점을 파악하였다. 끝으로 14개의 가설에 대한 결과를 정리하였고 하나의 요약표로 작성하

였다.

제5장은 결론 및 제언으로 제1절 연구결과의 요약, 제2절 연구결과의 함의 및 제언으로 후속연구에 대한 방향을 제시했다.

본 연구를 진행함에 있어서 주요 대학의 석사학위 논문이 참고 되었는데, 이는 SNS의 활용이 최근에 이르러 급증한 현상이라는 점에서 이를 연구한 논문이 주로 석사학위논문이었고, 아직까지 박사학위 논문은 찾아보기가 쉽지 않았던 데에서 비롯된 한계이다.

제2장 이론적 배경

제1절 정치인 이미지와 투표참여

1. 정치인 이미지 정의

오늘날 정치인의 이미지는 정치인의 생명과 같다. 정치인이 어떤 이미지를 갖고 있느냐에 따라서 선거의 당락이 결정되고 정치과정에서도 큰 영향을 미친다. 정치인 이미지란 선거에 출마한 인물이 지도자로서의 역량, 자질, 신뢰성, 외모, 목소리, 인상등 유권자의 머릿속에 갖는 상이다. 정치인 이미지의 정의는 ‘선거에 출마한 인물이 지도자로서의 외모, 목소리, 성격, 신뢰성, 자질, 역량등 유권자의 머릿속에 갖는 후보 개인에 대한 인상’이다.¹⁾

정치인 이미지는 유권자의 주관적인 평가와 정치인이 전하는 메시지에 근거하여 유권자가 가지는 후보자에 대한 지각이라고 정의할 수 있다.²⁾ 선거에서 정치인의 전체적 이미지를 구성하는 중요한 요소로는 인물 이미지 이슈 이미지 정당 이미지로 구분할 수 있다. 인물 이미지는 능력 개성 지도력으로 이루어지고 이슈 이미지는 선거에서 등장하는 가치나 공정성 현실성 대응성으로 선거를 거치면서 중요한 이슈가 부각되고 이슈에 대한 철학 정책을 말한다. 정당 이미지는 유권자들이 오랜 기간 살펴본 정당에 대한 조직과 구성원 등이다.³⁾ 정치인 이미지는 외적 정치인 이미지와 내적 정치인 이미지로 구분할 수 있다. 외적 정치인 이미지는 정치인으로서 보여

1) Siegel, R. S. "Effect of partisanship on the perception of political candidates". *Public Opinion Quarterly*, 1964, 28, 483-496.

2) Nimmo, D. "Images and voters' decision-making processes". *Advances in Consumer Research*, 1974, 1, 771-781.

3) 김엽제, "텔레비전 토론 전략으로 정치인의 이미지 전략의 모든 것", 『서울 한국광고 연구원』, 1994, p.1.

지는 외향적 성향의 모습이다. 정치인의 언행 외모 목소리가 해당되고 넓은 의미로는 학벌이나 경력등도 포함될 수 있다. 내적인 정치인 이미지는 지도자로서의 정치 쟁점에 대한 이해 능력이나 개인적인 신념 인품이 포함된다. 정치인 이미지는 외적과 내적이 서로 관계성을 맺고 있기 때문에 구분하는 것이 쉬운 일은 아니다. 그러나 통상적으로 외적 이미지는 감성적인 성향이 있고 내적 이미지는 인지적인 측면이 있다. 정치인 이미지는 정치적 경륜이 높은 정치인은 과거의 활동에 비추어 지도자로서의 언행 인품 능력 등 정치인 이미지가 형성되고 신인 정치인의 경우는 실증적 토대가 없기 때문에 새롭게 이미지를 형성해야 된다.

1) 외적 정치인 이미지

외적인 정치인 이미지는 정치인의 외모나 언행 헤어스타일등 외적인 부분의 정치인 이미지이다. 감성적인 요인의 영향력으로 일반적인 이미지의 정의에 가장 부합하는 것이 외적 정치인 이미지이다. 유권자들은 정치인을 평가할 때 필요한 정보를 적절히 접근할 방법이 별로 없고 정치인의 정책이나 세부적이고 구체적인 정보를 유권자가 파악하는 것은 사실상 불가능하다. 또한 정치인과 얼굴을 마주하는 시간을 가질 수 있는 유권자도 드물다. 그래서 일반적인 유권자들은 정치인에 대한 대부분의 정보를 정치인 SNS활동에서 드러난 정치인 이미지에 영향을 많이 받는다. 정치인 SNS활동은 유권자와 소통을 한다기 보다 정치인의 자신의 활동 사항을 알리는 것이 대부분이다. 당연히 정치인 자신에 대한 부정적인 내용은 없을 것이고 가장 쉽게 유권자에게 자신의 이미지를 알릴 수 있는 부분을 홍보할 것이다. 그러기에 정치인들은 가장 쉽게 유권자에게 영향을 줄수 있는 외적 정치인 이미지를 강조할것이고 유권자의 감성적인 부분을 자극

할것이다. 유권자가 판단하기 어려운 정책의 이론이나 주장보다 자신의 외적 개인적인 측면을 강조할 것이고 결과적으로 정치인 개인적인 속성에 관한 부분은 가장 실질적이고 감성적인 차원에서 유권자에게 영향을 미칠 것이다.

사람의 외향적인 이미지를 조작함으로써 유권자가 정치인의 판단과 선택에 얼마만큼 영향을 미치는지를 조사했는데 같은 사람을 각각 다른 두 개의 사진으로 제시하는 것으로 전혀 다른 이미지를 만들어 낼 수 있었다.⁴⁾ 외적 이미지의 차별적인 요소가 유권자의 정치인의 선택에 중요한 영향을 미친다는 사실을 알 수 있었다. 일반적인 유권자는 정치인에 대한 정확한 정보나 스스로의 경험과 숙고를 통해서 정치인을 판단하기 보다는 오히려 피상적이고 감성적 느낌 또는 근거 없는 소문에 의해서 정치인을 판단하는 경우가 많다. 정치인의 경우에는 선거에서 당선이라는 명확한 목표가 있지만 대부분의 유권자들은 정치인만큼 어떠한 정책이나 선거에 대한 관심을 갖기가 어렵기 때문이다.

2) 내적 정치인 이미지

내적 정치인 이미지는 정치인의 내적인 역량으로 외향적으로 보여지는 정치인의 이미지와는 다르게 정치인의 성품이나 능력을 말한다. 외적인 정치인 이미지 보다 정치인을 판단하는데 많은 시간과 노력이 필요하다.

그러나 외향적인 부분보다 많은 노력이 필요하지만 실재적인 정치인 개인을 판단하는데 더 중요한 기준일 수 있다. 내적 정치인 이미지는 외적 정치인 이미지가 감성적인 영향을 많이 미치는 것에 비해서 인지적 요인의 영향이 크다. 정치인의 이미지를 판단하는데 있어서 감정적인 부분보다는

4) Rosenberg, S. W. & McCafferty, P. The image and the vote: Manipulation voters' preference. *Public Opinion Quarterly*, 1987, 51, 31-47.

인지적인 부분이 중요하고 훌륭한 정치인 능력은 유권자들과의 인기도 중요하지만 결국에는 외적 정치인이미지만으로는 한계가 있다는 것이다.

정치인의 이미지에 관한 부분을 보면 ‘정치인들 자신이 외적으로 어떻게 말하는지가 중요한 것이 아니라 무엇을 말했는지가 더 중요하다’라고 말한다.⁵⁾ 선거에서 초기에는 외적 정치인이미지가 효과적이거나 결국에는 내적 정치인이미지까지 확대된다고 볼 수 있다. 외적 정치인이미지는 유권자에게 쉽게 자신의 긍정적 이미지를 전달할 수 있는 장점이 있고 내적 정치인이미지는 유권자에게 외적 정치인이미지보다 쉽게 전달되기는 어렵지만 한번 형성되면 정치인과 유권자 사이에 신뢰가 생겨서 더욱더 지속적으로 정치인이미지를 유지하는 성향이 있다. 이와 같은 내적 정치인이미지의 장점에도 불구하고 이미지에 있어서는 인지적 요인은 감성적 요인보다 이미지 영향을 덜 준다는 게 일반적인 현실이다.⁶⁾

2. 투표참여의 개념과 특성

투표는 일반적으로 일정한 조직이나 집단의 구성원들이 그들을 대표할 사람을 집합적 의사표시의 방법으로 선출하는 행위이다. 투표는 선거의 개념과 유사하며 우리나라의 경우 대통령선거, 국회의원선거, 지방단체장선거, 지방의회의원선거의 4대선거가 있고, 선거권자인 유권자가 직접 후보자를 선택해서 뽑는 직접선거형태이다.

투표참여의 개념을 잘 이해하기 위해서는 투표참여는 정치참여의 한부분으로 이해하는 것이 유용하다. 정치참여는 투표참여, 선거운동참여, 정부관계자나 정치인과의 커뮤니케이션, 정치 단체나 공동체 조직활동 4가

5) Patterson, T. S., & McClure, R. D. "Political advertising: Voter reaction to televised political commercials". *New York: G. P. Putnam*, 1976, 76.

6) Thorson, E., Christ, W. G., & Caywood, C. "Effects of issue-images strategies, attack and support appeals, music, and visual content in political commercials". *Journal of Broadcasting & ElectroMedia*, 1991, 35(4), 465-486.

지로 크게 나누어지는데 이 중에서 투표참여가 국민들 입장에서 가장 확실하고 평등한 정치참여의 방법이다.⁷⁾

미디어 환경의 변화와 함께 정치참여의 형태가 복잡해지고 있는데, 정책결정과정에서 어떠한 방법과 수단을 사용하느냐, 효과가 단기적인지 장기적인지, 참여에 요구되는 시간, 경비, 노력 등에 따라 분류되는데 그중에서 유권자 입장에서 투표참여가 가장 중요하다.⁸⁾ 투표참여는 민주주의의 상징이며, 유권자들의 자발적인 선거참여는 민주주의의 시작이다.

따라서 유권자가 올바른 정치인을 판단하는 기준을 가지고 투표하여 자기 지역일꾼을 뽑아서 지역발전에 기여할 수 있어야 한다. 유권자의 투표참여는 많은 정치적 활동 중에서 정치인에게 영향을 줄 수 있는 가장 강력한 수단이고 다른 정치적 활동 보다 비용이나 시간에 있어서 경제적이다. 그리고 모든 국민은 직위와 능력에 관계없이 누구나가 한번 선거할 수 있는 기회가 주어지기 때문에 정치참여의 평등의 정신에도 기여한다.

3. 정치인 이미지와 투표참여

투표참여의 연구는 주로 투표율 저조에 있다. 유권자의 선거참여저조의 문제는 국가의 문제가 아니라 개인적인 의무라고 주장할 수도 있으나 국가는 다양한 측면에서 유권자가 선거에 참여할 수 있는 부분을 배려하여 유권자의 권리이자 의무인 투표율을 올려야 한다.

1990년대 이후 유권자들의 투표욕구를 연구하는 기존의 주류적 연구주제의 핵심은 합리적 투표행위이론에 근거하여 유권자들의 개인성향, 정치성향, 선거제도, 그리고 사회문화요인들이 유권자들의 투표욕구에 영향을

7) Verva, S., Nie, N. H. & Kim, J-O. "The modes of democratic participations: A cross national comparison". *Beberly Hills: Sage*, 1978, 78-79.

8) 이원태, "인터넷 정치참여의 두 가지 패턴에 관한 연구: 2004년 제17대 총선의 사례를 중심으로", 『사회과학연구』, 2007, 제33권, 제2호, pp.77-96.

미친다는 것이다. 특히 투표율이 저하되는 가장 큰 이유는 낮은 정치적 관심도와 정부에 대한 전반적인 불만이 반영되어 있다는 것이다.⁹⁾

1990년 이후에 또 하나의 사회적 현상으로 우리는 이미지 전쟁의 시기가 될 만큼 치열한 이미지 경쟁을 하고 있다. 특히 정치인들은 자신의 대중적 이미지를 구축하기 위해 노력하고 있다. 정치인이 주는 긍정적 이미지 혹은 호감은 바로 해당 정치인에 대한 투표로 연결된다.

투자의 귀재라 불리는 워렌버핏은 오늘날 사람들이 “그림보다 예술가”에 더 많은 관심을 보이고 있다고 비난한 바 있다. 그만큼 예술가의 이미지가 중요한 것이다. 정치인의 경우 이미지는 정치인의 성격, 리더쉽 혹은 매스미디어나 사람들 사이의 소통을 통해서 전달되는 이야기들을 통해 사람들이 인식하는 상(像)이다.¹⁰⁾ 루즈벨트의 경우 소아마비로 인한 약한 이미지를 극복하기 위해 걷는 모습을 노출시켜 유권자에게 강한 모습을 심어 주려 했는가 하면, 1988년 대통령선거에서 케리 하트는 그 자신이 케네디 대통령과 흡사한 이미지를 만들어 내기 위해 케네디 흉내를 내기도 하였다.

‘이미지’는 미디어나 관찰자에 의해 후보자와 관련지어지는 질(quality)의 총합으로 사람들은 정책이나 철학, 이슈나 정당 같은 정보보다는 미디어가 전달하는 후보자의 개인적 이미지에 관한 정보를 추구하는 경향이 있다고 하였다.¹¹⁾

이미지는 인지적·감정적 이미지가 있는데, 인지적 이미지는 정치인이나 정당 등 대상에 대한 내적인 인식과정을 거쳐 나타나는 형상이라고 정의할 수 있다. 감정적 이미지는 대상에 대해 ‘자동적’으로 작동하는 느낌 같

9) 서현진, “미국 유권자의 정치적 신뢰도와 투표참여의 관계-경로분석을 통한 재검토”, 『한국정치학회보』, 제37권, 제1호, p.337.

10) Stewart, T. A. America's most admired companies. *Fortune*, 1998, March, 137(4), 70-82.

11) Graber, D, “Personal qualities in presidential images: The contribution of the press”. *Midwest Journal of Political Science*, 1972, 16, 46-76.

은 것이라고 정의할 수 있겠는데, 감정적 이미지 형성과 인지적 평가 간의 관계는 인지와 감정이 분리되고 별개라는 이원론과 감정 이미지와 인지적 이미지가 같다는 일원론으로 나뉜다.¹²⁾

정치인 이미지가 중요하게 된 것은 유권자들의 정치적 의사결정이나 선택행위 과정에서 이미지 요인의 영향력이 커졌기 때문이다. 정당조직보다는 정치인 개인의 커뮤니케이션 역할이 커지고 미디어의 영향력이 증대하면서 이미지는 선거결과에 중대한 영향을 미치는 요인으로 간주되고 있다.¹³⁾

정치인 이미지에 따라서 투표참여가 큰 차이를 보인다. 자신이 좋아하는 정치인이 있다면 선거에서 당선되기를 바라는 마음에서 선거를 할 것이고 싫어하는 정치인이 있다면 떨어뜨리기 위해서 경쟁자에게 선거를 할 것이다.

투표율을 결정하는 주요 2가지 부분은 유권자가 인식하는 공중의 분위기와 유권자의 후보에 대한 태도가 작용한다.¹⁴⁾ 선거 캠페인 중에 SNS에서 전달하는 부정적인 보도가 인지적 면에서 공중의 정치적 이해를 높이고 정치적 관심을 높이는 기제로 작동할 수 있으나 정서적 면에서는 공중의 정치적 참여를 낮추는 주요 원인으로 지목되기 때문에, 유권자들의 정치적 흥미를 잃게 하고 궁극적으로 정치 참여를 저해하는 기제로 작동한다는 것이다.¹⁵⁾

투표참여의 가장 중요한 요인은 정치인 이미지 외에 정당과의 소속감 그리고 정책적 이슈, 입후보자에 대한 평가 등이다. 그중에서 정당과의 소속

12) 이준웅, “대통령 후보에 대한 정서적 반응의 형성과 정치적효과”, 『한국언론학보』, 2007, 제51권, 제5호, pp.111-137.

13) Harrison, T. M., Stephen, T. D, & Fehr, B. J. “Image versus in the 1984 presidential election”. *Human Communication Research*, 1991, 18(2), 209-227.

14) 송경재. “소셜 네트워크 세대의 정치 참여”, 『한국과 국제정치』, 2011, 제73호, pp.57-88.

15) 홍원식, “미디어가 대학생의 투표 참여 의지에 미치는 영향에 대한 연구”, 『스피치와 커뮤니케이션』, 2012, 제18호, pp.260-264.

감은 중요하다. 사회심리학적인 변수로서 개인이 정치적 영역에 입문하기 전 느끼는 어릴때부터 전수받은 사회적 변수 등이 큰 영향을 미친다.¹⁶⁾

투표참여에 있어서 정치인이미지가 공공 이슈 정보와 같은 이성적 정보와 유리된 별도의 허구의 개념이 아니고 오히려 서로 영향을 주고받는 상호 관련성을 가진다는 것이다.¹⁷⁾

정치인의 이미지 속성을 지도력과 업무수행 능력 등에 관한 정치적 이미지와, 도덕성과 신뢰성 등에 관한 개인적 이미지로 나누고 있다.¹⁸⁾ 정치적 관심 또는 정치적 세련도가 정치적 태도나 의견 형성 과정에 영향을 미치는 것은 유권자들이 새로운 정보를 처리하는 과정에서 기존에 가지고 있던 정치적 정보를 검색하여, 이를 토대로 새로운 정보를 해석하는 경향이 있기 때문이다.¹⁹⁾

정치인의 지도력 이미지 보도는 유권자의 정치적 의사결정에 영향을 미치고 신뢰성 이미지를 제고시키는 효과를 발휘한 것으로 나타났다.²⁰⁾ 인간의 이미지 인지구조는 다양한 속성 개념들이 서로 연결망을 형성하고 있으며, 연결망 안에서 하나의 속성 개념이 활성화되면 가장 가까운 다른 개념도 자동적으로 활성화된다고 설명하고 있다.²¹⁾

정치인 이미지 표출의 하나의 예로 예능 프로그램의 정치인들의 출현은 ‘예능은 예능’이라는 사실을 넘어서서 토크쇼에서 형성된 후보의 속성 이미지가 후보 평가에 영향을 미친다. 속성 의제설정 효과는 방송출연을 한

16) Kay L. Scholzman, & Henry E. Brady. *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press, 1995, 91-92.

17) O'Keefe, G. *Political communication: Issues and strategies for research*. Beberly Hills: Sage, 1975, 129-164.

18) Rahn, W. M. *Information and democratic process*. Urbana and Chicage, 1990, 11-12.

19) Wyer, Jr., & Ottati, V. C. *Political information processing*. Durham, NC: Duke University Press, 1995, 264-295.

20) Graber, D. *Personal qualities in presidential images: The contribution of the press*. *Midwest Journal of Political Science*, 1972, 16, 46-76.

21) Anderson, J. R. *Spreading activation*. In J. R. Anderson & S. M. Kosolyn(eds.), *Essay on learning and memory*. San Francisco: Freeman, 1984, 51-52.

정치인은 부각된 후보의 특정 속성을 시청자가 후보의 중요한 속성으로 인식한다는 것이다. ‘개인적 특성’ 속성에 대한 의제설정 효과는 통계적으로 검증되지 않았지만, 부각된 후보의 특정 속성을 시청자가 후보의 중요한 속성으로 인지하고 후보의 평가기준으로 생각한다는 것이다. 따라서 뉴스나 시사·선거 토론 프로그램뿐 아니라 예능 프로그램도 정치인 이미지 형성과 평가에 영향을 미칠 수 있다.²²⁾

정치인이미지에 대한 내용을 보면, 이미지 연구는 기존에 주로 다루어진 권력의 제도적 배분양식, 권력획득과정으로서의 선거, 권력행사과정으로서의 공공정책 등을 분석하는 정치이론과는 달리, 기존의 이론들이 큰 의미를 부여 하지 않거나 주변적인 영역으로 제쳐둔 정치현상들에 대한, 인간의 기본적 성향과 특성에 대한 분석을 지향하고 있다. 그중에서도 객관적으로 관찰 가능한 정치적 현상들의 정치행위자의 담론과 미디어의 보도 방식에 따라 특정한 방식으로 재구성 되는 양상을 주목해 보고자 하는데 이미지는 큰 영향력을 미치고 있다. 그 이유로 사람들의 정치적 사고와 행위가 객관적인 정치현상뿐만 아니라 이해관계의 상이성에 따라 재구성되는 ‘주관적인 현상’의 영향을 받는다는 사실 때문에 이는 더욱 정당성을 부여 받는다.

정치인이미지의 관점에서 미디어가 정치과정에서 차지하는 역할을 보면, 정치학에서 미디어는 중요한 변수로 다루지 않았다. 왜냐하면 정치커뮤니케이션은 정치학의 영역이라기보다는 언론학 또는 신문방송학의 영역에 가깝다고 보았는데, 미디어의 정치적 영향력이 계속 상승함으로써 정치학도 미디어에 대한 관심이 증대되고 있다. 미디어와 언론에 노출된 정보는 사실이 되는 큰 힘을 가지고 있고 진위여부를 떠나 무차별적으로 받아들이는 속성이 있다. 미디어는 커뮤니케이션의 하나의 방향성을 지니고

22) 조송현, “TV 토크쇼가 정치인 이미지 형성과 평가에 미치는 영향”, 『동아대학교, 국제전문대학원 박사논문』, 2015, pp.i-iii

이해보다 인식을 주로 하는 의사소통 수단이기 때문이다. 미디어와 언론은 그 자체로 하나의 공공성을 부여받고 이러한 조건이 대중이 느끼기에 더욱 큰 효과로 나타나기 때문이다.²³⁾

정치인이미지와 투표참여의 형태에 있어서 기권에 대한 연구는 중요하다. 유권자들은 정치인이미지에 따라서 투표참여를 하지 않는 경우가 많은데 특히 투표 참여와 기권자의 정치 성향이 다를 경우의 기권은 정치적 행위에 있어서 중요한의미가 있다. 투표참여에 있어서 유권자의 연령과 교육수준 그리고 소득수준과 직업의 유형은 중요 변수이고 투표참여를 하면 윤리적 행동을 지켰다고 믿는 만족감, 정치체계에 대한 충성을 확인한 만족감, 정당 선호를 확인했다는 만족감, 투표장에 가기로 결정했다는 만족감, 그리고 정치체계에 대한 효능감을 확인함으로써 느끼는 만족감이 있으나 기권역시도 투표참여의 하나의 모습으로 볼수 있다.²⁴⁾

정치인이미지에 따른 유권자 투표참여에 관한 이론은 사회심리학적 이론과 합리적 선택이론, 인지심리학적 이론이 있다.

첫째로 사회심리학적 이론은 개인의 성격에 초점을 두는 접근 방식이다. 주된 관심은 “개인의 역할”에 있다. 선거에서 고학력, 고소득, 고연령일수록 투표율이 높은 것으로 나타났으며, 계급별, 소득별 차이와 같은 사회적 요인이 투표율에 영향을 미친다. 연령변수는 투표율에 매우 뚜렷한 차이를 보이는 변인들이 나타나고 있다. 특히 선거에서 가장 분명하고 지속적으로 투표참여율의 차이를 보이는 것으로 조사된 사회심리학적 요인은 연령이다. 젊은 층일수록 투표율이 낮으며 나이가 든 유권자일수록 투표에 적극적이라는 것이다. 유권자의 투표참여를 외부적 요인으로 설명하는 대신에 정당에 대한 충성심, 개인의 신념과 정보와 같은 내부적 요인

23) 장윤창, “정치이미지 형성과 변화”, 『목포대학교 대학원 석사논문』, 2010, p.125.

24) Wolfinger, Raymond E. and Steven J. Rosenstone. “Who Votes? New Haven”. *Yale University Press*, 1980, 21-23.

에 의하여 설명하려는 입장으로 후보자와 선거쟁점과 같은 단기적 쟁점의 변화가 유권자의 개별 심리적 형태에 어떤 영향을 미쳤는지를 연구하려는 이론이다.²⁵⁾

둘째로 합리적 선택이론은 선거에 있어서의 투표참여를 합리적 선택의 시각에서 바라보는 흐름으로 전통적인 사회·심리학적 이론에서 제기되는 요인들을 합리적 선택이라는 관점에서 재해석하여 분석하는 태도를 취한다.²⁶⁾ 합리적 선택이론은 투표 참여의 비용과 그로 인해 얻을 것으로 기대하는 효용을 고려하여 투표 참여의사를 결정한다는 것이다. 이는 유권자의 투표 행위로 인한 효용이 참여의 비용을 능가하게 되는 경우에 투표에 참여할 것이라는 논리에 기초해 있다. 이러한 접근법은 매우 정교하고 논리적이라는 강점을 지니고 있지만, 한 유권자가 선거 결과에 영향을 미칠 수 있는 확률은 거의 0에 가까울 만큼 너무 작기 때문에 전체 효용은 음수가 되고 이 논리대로라면 누구도 투표에 참여하지 않게 되는 결과를 낳게 된다는 비판을 받았다.²⁷⁾ 합리적 선택이론은 투표가 승자 결정 이외에도 투표 참여를 통해 얻을 수 있는 또 다른 효용이 있다는 것이다. 투표행위의 도덕적 만족감, 자신이 좋아하는 정당에 대한 선호도를 표현했다는 만족감, 투표장에 다녀왔다는 만족감, 정치체제 속에서 효능감을 확인했다는 만족감 등이 승자결정에서 비롯되는 효용 이외에도 투표에 참여함으로써 얻을 수 있는 효용이라고 보았다.

세 번째는 인지심리학적 요인이다. 정치적 효용감이나 정치적 일체감, 정당 소속감등 정치적 요인이 투표참여에 영향을 준다는 시각으로 투표율을 높이기 위해서는 정당 경쟁을 보다 활성화할 수 있는 선거제도의 마련

25) Convers, P. E., The Nature of Belief System in Mass Publics. In Apter, D. E.(ed). *Ideology and Discontent*, London: Collier Mac Millan, 1964, 213-257.

26) Lapp, M. 1999 Incorporating Groups into Rational Choice Explanations of Turnout: An Empirical Test. *Public Choice*, 98(1-2), 171-185.

27) 상계논문, 71-72.

과 정치적 불신과 좌절감을 해소하게 해주는 제도의 도입이 중요하다. 정당 일체감이 강할수록 총선에서의 투표에 참여율이 높고 자신과 가장 이념적으로 가깝게 위치한다고 생각하는 정당과는 이념거리가 짧을수록 투표 참여율이 높다. 장기적인 정치적 연계, 즉 정당 일체감이나 정당 정치에 대한 호의적 평가, 그리고 이념적 근접성과 같은 요인이 보다 많은 영향을 미친다.²⁸⁾

정치인 이미지를 통한 투표행위의 정치참여는 “정부 공직자의 선출이나 정부의 행동에 대해 영향을 미치려는 목적을 가지고 행해지는 일반 유권자의 합법적인 행동”이라고 정의할 수 있으며²⁹⁾ 투표행위를 통한 정치참여는 “사회적 재화나 사회적 가치의 분배에 영향을 미치기 위한 일반 유권자의 행동”으로 정의할 수 있다.

유권자의 투표참여를 통한 정치참여에 대한 동향을 보면 과거 유권자의 개인적 특성에 초점을 맞추었던 데에서 벗어나, 유권자의 정치참여를 촉진하거나 유발하는 사회적 요인과 배경을 중시한다는 것이다. 과거 연구들이 정치참여의 비용과 혜택 중에서 비용에 초점을 맞추어 참여의 비용을 경감해 주는 개인적 자원들(시간, 정보처리 능력 등)을 밝혀 왔다.³⁰⁾

최근의 연구들은 비용보다는 참여의 혜택과 동기에 초점을 맞추며 그 중에서도 사회적 요인과 정치제도적 특성에 근거한 혜택과 동기를 강조하고 있다.³¹⁾

또한 정당이나 사회단체의 동원 및 충원 노력은 단순히 유권자의 참여 비용을 줄여 줄뿐만 아니라, 참여자들에게 많은 심리적인 혜택을 가져다

28) Craig, S. C. “Efficacy, trust, and political behavior an attempt to resolve a lingering conceptual dilemma”. *American Politics Research*, 1979, 7(2), 240-241.
 29) Verba, Sidney, Norman H. Nie, and Jae-On Kim, Participation in Political Equality: A Seven-Nation Comparison. *Cambridge: Cambridge University Press*, 1978, 117-118.
 30) Rosenstone, Steven J. and John Mark Hansen. Mobilization. Participation and Democracy in America. *New York: Longman*, 2003, 17-19.
 31) Milbrath Lester W. and M. L. Goel. Political Participation: How and Why Do People Get Involved in Politics? *Chicago: Rand McNally College Publishing Company*, 1977, 124-125.

주며, 참여의 동기를 유발해 준다는 것이다.³²⁾ 유권자 개인의 다양한 사회적 네트워크와 사회적 연대감 또한 매우 중요한 참여의 동기를 제공해 준다.³³⁾

정치인이미지의 증가로 유권자들은 좀 더 쉽게 정치인을 판단하고 정치인의 의견을 개진할 수 있는 시대가 되었다. 사회적 연대감은 이슈에 대한 관심과 민감도를 증진시키며 강력한 참여의 동기를 부여하게 되고 동기에는 일반적인 동기(정치 관심, 정치에 대한 일반적 지식)와 개인적인 동기(특정 이슈에 대한 민감도 및 본인이 속한 집단에 대한 연대감)로 구분하며, 일반적인 동기보다는 개인적인 동기가 보다 더 중요함을 강조하고 있다.³⁴⁾

정치인이미지와 투표참여의 다른 측면은 탈물질주의적 가치관을 가진 사람일수록 정치와 정치참여를 물질적 이득을 위한 수단으로 보기보다는, 정치참여 그 자체에 의미를 부여하고 이로부터 정신적 만족감을 느낄 가능성이 크다. 따라서 이들은 비용이 많이 들고, 보다 많은 자발성과 적극성을 요구하며, 상당한 수준의 정치적 효능감을 필요로 하는 비선거 참여에 이끌릴 가능성이 높다고 할 수 있다.³⁵⁾ 교육 수준이 정치참여 전반에 가장 일관된 영향력을 행사하고 있는 요인인 것으로 확인되고, 사실 정치참여에 있어서 교육 변수의 핵심적 위치는 서구 민주주의 국가에서는 수차례 확인되었던 것이다. 한국의 민주주의가 발전하면서 한국 유권자의 형태가 점차 서구 민주국가의 유권자 형태로 수렴함을 시사하는 것일 수도 있다.³⁶⁾

32) Verba, Sidney, Kay L. Scholzman, and Henry E. Brady. *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press, 1995, 19-20.
 33) Zuckerman, Alan S. ed. "The Social Logic of Politics: Personal Networks as Contexts for Political Behavior". *Philadelphia Temple University Press*, 2005, p.35.
 34) Han, Hahrie, "Moved to Action: Motivation, Participation and Inequality in American Politics". *Stanford University Press*, 2009, p.67.
 35) Inglehart, Ronald, "Culture Shift in Advanced Industrial Society". *Princeton, NJ: Princeton University Press*, 1990, p.114.

정치참여의 형태인 투표참여는 많이 알려져 있지만, 실제로 다른 유형의 참여에 비해 비용이 적고, 자발성이 떨어지며, 수동적이고, 정치적 효능감이 떨어진다는 점도 고려해야 한다.³⁷⁾

상대적으로 비용이 적게 들어가는 투표참여에는 커다란 혜택이나 동기가 필요 없지만, 비선거참여의 경우에는 이보다 더 중요한 동기가 필요하다. 이러한 참여의 동기의 원천은 다양하지만 사회적 연결성 및 유대감, 시민적 의무감, 정치적 효능감, 탈물질주의적 가치등이 중요하다.³⁸⁾

이미지 요인과 정당 요인 중 후보결정에 정당 요인이 더 영향력을 발휘하고, 유권자들은 자신이 이미 선호하고 있는 정당지지성향에 따라, 상대 정당 후보보다 자신의 지지정당 후보의 이미지를 모든 요인에서 높게 평가하는 경향이 있어, 인지균형이론의 적용을 보여주었다. 후보자 이미지에 대한 미디어의 차별적 효과는 부분적으로 증명이 되었고, 후보자의 이미지 중 능력 요인은 TV 토론회, 인터넷 홈페이지, 홍보책자를 각각 주의 깊게 이용한 실험집단 간에 통계학적으로 유의미한 차이를 보였다.³⁹⁾

텔레비전 시청시간이 정치참여와 유의미한 관계가 있고, 인터넷 평균이용시간이 많은 것과 정치참여와는 연관성이 없다.⁴⁰⁾ 그러나 신문과 인터넷 이용이 정치적 효능감을 가지고 오고, 이러한 효능감은 투표로 이어지면서 미디어 이용이 투표에 간접적인 영향을 미치는 중요 중개변인 가운데 하나로 알려졌다.⁴¹⁾

36) Wolfinger, Raymond E. and Steven J. Rosenstone. "Who Votes? New Haven". *Yale University Press*, 1980, p.71.

37) Verba, Sidney, Kay L. Scholzman, and Henry E. Brady. *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. *Cambridge: Harvard University Press*, 1995, 31-37.

38) 김욱, "투표참여와 다른 유형의 정치참여 간의 연계성 분석," 『정치·정보연구』, 2013, 제16권, 제2호, pp.27-59.

39) "김진영 후보자 이미지 형성에 관한 미디어의 차별적 효과와 미디어 이용, 대인커뮤니케이션, 투표참여 간의 상호관계에 관한 연구," 『한국언론정보학회』, 2006, 통권32호, pp.81-82.

40) 강내원, "인터넷과 대중매체 이용이 참여에 미치는 영향에 관한 연구," 『한국언론학보』, 2004, 제48권, 제3호, pp.116-143.

41) 김무곤·김관규, "대학생 유권자집단의 미디어이용과 평가. 제17대 총선의 조사결과를 중심으로",

특정시점에서 특정이슈와 관련된 개인적인 인지로, 관여(involve-ment)를 개념화 시켰는데, 이 관여는 긍정적 경험과 효능감으로 개발된다고 하고 기대심리가 높고, 작은 이익이 돌아온다면, 냉소주의는 커지고 효능감은 떨어질 것이다.⁴²⁾ 공공문제에 대한 관여는 정보추구를 증가시키면서 정치적 효능감과 투표의향의 증가를 가져오며, 미디어에 대한 중요한 인식은 효능감 증가와 직접적으로 연결되어 있는 것으로 알려졌다.⁴³⁾

유권자들의 선택적 미디어 이용이 정치인이미지의 영향을 많이 받게 되는 이유가 되고 정치 효능감과 참여를 증가시키고, 정치현안에 관심이 높은 유권자는 다양한 정보에 대한 욕구를 가지고 있고 이를 적극적으로 탐색하려고 한다는 것이다. 이로써 수용자들은 다양한 정보매체를 통해, 많은 지식과 정보를 획득하고 동시에 정치효능감도 향상시킨다고 주장한다.⁴⁴⁾

정치인이미지와 투표참여를 보면 유권자들은 자신이 가지고 있는 정치적 개념이나 지식 등에 의하여 정치적 참여와 행동을 하고,⁴⁵⁾ 또한 유권자들의 성향 뿐만 아니라 후보자가 창출하고 있는 자극으로서의 정치인이미지가 결정되는데, 수용자보다는 외부의 자극에 의해서 후보자 이미지가 많이 형성된다⁴⁶⁾. 이러한 정치인이미지는 투표에 영향을 미친다.

정치인이미지의 가장 중요한 부분은 독특한 이미지에 의해, 정치인에 대한 태도가 결정된다는 사실이고, 이러한 정치인이미지는 외부로부터 받

『한국방송학보』, 2004, 제18권, 제3호, pp.134-174.

42) Bandura, A. Self efficacy: The exercise of control. *New York: W. H. Freeman*, 1997, 61-62.

43) Pinkleton, B. E., & Austin, E. W., "Individual motivations, perceived media importance, and political disaffections". *Political Communication*, 2001, 18, 321-334.

44) Pinkleton, B. E., Austin, E. W., & Forman, K., "Relationship of media use and political disaffection to political efficacy and voting behavior". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 1999, 42(1), 34-49.

45) Vera, S., Lehman Schlozman, K., & Brady, H. E., "Voice and equality: Civic voluntarism in American politics". *Cambridge MA: Harvard University Press*, 1995, p.91.

46) 안종근, "정치마케팅에서 후보자의 이미지에 관한 탐색적 연구", 『건양대학교 대학원 석사학위논문』, 2001, p.71.

아들여지는 것이므로 얼마든지 바뀔 수 있고, 가장 대중적 이미지의 후보가 인기가 있고 승리확률도 높아지게 된다.⁴⁷⁾

정치인이미지 형성 메커니즘에서 사회적 동조현상에 의한 이미지 확산 메커니즘에서 대중매체의 공명성으로 일시적 플라시보의 정체를 숨기는 것은 어렵다. 플라시보의 정체가 밝혀지면 즉각적인 노시보 효과로 인해 정치인의 이미지는 손상을 받기 때문에 실체가 배제한 정치인 이미지 형성이나 사회적 확산은 불가능하다. 또한 정치 상황은 항상 ‘이미지 경합 메커니즘’에서 이루어지는데, 정치인이미지는 스스로 만들어지고 성장하기도 하는 독립적인 자율성 그리고 상대 정치인과의 이미지 경합을 통해 이미지의 확대 및 축소가 이루어지는 상대성을 갖는다는 사실을 밝혀냈다.⁴⁸⁾

한국선거는 특히 지역감정과 변수가 크게 좌우하고, 지방선거는 패쇄적, 권위적, 보수적 상태에 놓여있으며, 지역성이 더욱 강하게 작용하고, 한국의 유력정당들이 지역분할 구도식 세력 형성을 하고 있다는 사실을 부정할 수 없는 사실이다.⁴⁹⁾ 이와 같은 오랜 기간 한국선거의 분위기는 SNS를 통한 정치인이미지로 하여금 더욱더 유권자의 태도변화에 영향을 줄 수 있고 투표의사를 결정하는데 영향을 주고, 후보인 이미지가 선거결과에 간접과 직접으로, 후보자의 개인변수에 따라서, 학력여부에 따라서, 재산의 축척정도에 따라 선거결과에 영향을 미친다.⁵⁰⁾

투표참여에 SNS에 참여하는 사람들의 정치인이미지의 어떠한 성향 때문에 선거에 영향을 미치는가를 살펴보면, SNS에 적극적으로 견해를 표

47) 차동필, “텔레비전 연설이 후보자의 이미지에 미치는 영향에 관한 연구”, 『연세대학교 대학원 석사학위논문』, 1989, p.92.

48) 전희락, “정치인 이미지 형성 메커니즘에 관한 연구”, 『정치커뮤니케이션 연구』, 2010, 제16권, p.303.

49) 최장집, “지역정치와 분권화의 문제”, 『지역사회연구』, 2001, 제9권 제1호, pp.1-8.

50) Norris, p, “Passages to power: Legislative recruitment in advanced democracies”. *Cambridge University Press*, 1997, p.112.

현하는 사람들은 정치인이미지의 영향을 넘어서서 정치참여도 활발하게 수행하는 경향이 나타났다. 특히 적극적인 정치적 견해 표현은 인구사회학적 변수를 비롯하여 그동안 선행연구에서 정치 참여에 유의미한 영향을 미치는 여타 변수들을 통제된 후에도 정치 참여에 의미 있는 영향력을 보여주었다. 송신자 효과는 정치적 견해 표현과 정치 참여의 관계를 의미있게 매개하는 것으로 나타났고, 이는 정치적 견해 표현이 정치 참여에 대한 직접적인 효과 외에도 정치적 견해 표현을 적극적으로 하는 사람은 스스로의 견해에 대한 영향력을 가시적으로 확인하면서, 자기 확신과 자기 설득도 함께 높아질 수 있음을 확인하였다. 인지적 일관성 역시 정치적 견해 표현과 정치 참여의 관계를 매개하는 효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 사람들이 정치적 견해를 표현함으로써 SNS에 형성된 자신의 정치적 이미지와 일관되게 행동함을 의미한다.

SNS에서는 자신이 중요하게 생각하는 정치인들의 일반적 규범보다 SNS에서 감지되는 전체적인 정치인이미지 및 여론의 분위기 자체가 유권자에게 더욱 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고, SNS는 이와 같은 동료집단압력이 작용하는 좋은 환경인 것이다. SNS는 자신의 정치적 의사를 표현하는 것은 정치 참여의 단초가 될 수 있음을 발견할 수 있었으며, 나아가 SNS는 자신을 둘러싼 여론을 지각하기 좋은 환경임을 이해할 수 있고, 이러한 여론 지각이 개인으로부터 더욱 적극적인 참여를 유발시킬 수 있다.⁵¹⁾

유권자들은 정치참여태도가 긍정적인 경우 정치참여행위를 예측할 수 있는 정치참여의도가 높고, 정치적 효능감과 지도자적 자질이 높은 사람이 정치적 참여가 높은 것으로 나타났다. 개인 심리변인의 설명력은 사회자본 변인보다 개인의 정치참여의도에 대한 설명력이 높은 것으로 나타나

51) 심홍진, “소셜미디어의 정치 참여 효과에 관한 연구”, 『연세대학교 대학원 박사학위논문』, 2011, pp.vi-vii.

고, 정치참여의도에 대한 선행연구도, 개인의 심리적 요인의 설명력이 사회자본 변인의 설명력보다 더 크다는 것을 의미하고, 사회학적 차원과 개인 심리학적 차원이 모두 고려되었을 때 개인의 정치참여에 대한 설명력이 극대화됨을 시사한다.⁵²⁾

유권자의 투표참여에서 시민적 의무감, 선거운동 관심도, 투표편의성 등이 투표참여 적극성에 유의한 영향을 미치고 있으며, 그 중에서 투표 편의성의 영향력이 가장 높고, 유권자 효능감 조절효과를 분석한 결과에서는 시민적 의무감이 투표참여적극성에 미치는 영향에서 유권자 효능감이 플러스의 조절효과를 나타내고 있다.⁵³⁾

정치인 이미지를 살펴볼 때 언론이 정치인을 대하는 방식에 대해 스키마로 설명하는데, 스키마는 일종의 사고의 틀로서 과거의 경험을 토대로 새로운 상황을 해석하고 이해하도록 도와주는 역할을 하는데, 정치가 ‘전략적인 게임의 틀 속에 짜여 있다고 보며, 따라서 선거 중에 새로운 정보를 접하게 되면 어떤 후보에게 유리한지 게임의 틀로 해석하려하지만 유권자들은 정치를 지도자 선택과 문제 해결수단으로 바라보는데, 유권자들이 접하게 되는 정치인에 대한 이미지는 주로 언론을 통하기 때문에 여기에는 언론인의 스키마가 개입된 편향성이 반영될 수밖에 없고, 트위터와 같은 마이크로 블로킹 네트워크는 개인적 의사소통과 상호작용이 가능하며, 사적 영역과 공적 영역이 혼용됨으로써 정치인이 언론의 스키마를 거치지 않고, 유권자와의 직접적인 커뮤니케이션을 가능하게 하며, 유권자 역시 언론의 매개 없이 정치인을 바라보게 됨으로써 정치인에 대한 독자적인 이미지를 형성하고 판단하는 것이 가능하게 되었다. 최근 들어 기술적 용이성이 높아지면서 SNS활용이 활발해지고 있으며, 트위터의 경우

52) 이영수, “다매체환경에서 개인의 정치참여의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, 『중앙대학교 신문방송학과 박사학위논문』, 2007, pp.190-192.

53) 강황성·이명행, “유권자 지방선거 투표참여 영향요인에 관한 연구”, 『GRI연구논총』, 2012, 제14권, 제3호, p.33.

메시지의 간략성과 즉시성, 상호작용성, 대중적 확산 효과 등으로 인해 정치인들이 유권자와 커뮤니케이션 도구로 선택하고 있다. 그러나 기존에 이용하던 홈페이지나 블로그, 카페 등과 마이크로 블로그와의 차별성을 이해하고 이를 활용하여 새로운 시도를 꾀함으로써 유권자와 보다 창의적이고 적극적이며 실험적인 방식으로 소통하려는 노력은 아직까지 부족한 상황이다. 마이크로 블로그의 즉각적이고 감성적인 측면, 재미와 흥미, 호기심을 위한 몰입 효과 등 정치인이 감상적이면서 이성적이고 합리적인 면이 균형과 조화를 이룰 때, 유권자들의 관심과 지지도는 높아질 수 있다. 그러나 경계해야 할 것은 유권자가 어떠한 정치인에 대해 이미지를 좋게 가졌다고 하여 자신과 이해관계가 얽힌 정책에 대해 비논리적으로 행동하지는 않을 것이라는 점이다.⁵⁴⁾

정치인이미지와 투표참여의 관계는 요즘과 같은 인터넷시대에는 상부상조의 관계가 있다. 정치인이미지의 모습에 따라 투표율은 조절된다. 정치인들은 사회적 분위기 속에서 유권자의 정치적 의사결정을 잘 판단하여 자신의 이미지의 단점을 잘 극복하는 것이 무엇보다 중요하다. 정치인이미지를 긍정적으로 지속적으로 유지시키는 가장 확실한 방법은 진실성이다. 정치적 병리현상으로 유권자들은 정치인 SNS활동을 긍정적인 시각으로 보지 않는다. 얼마만큼 진실성 있는 모습을 보여주기 위해 유권자들과 소통하고 유권자들의 정치참여의 기회를 확대시켜주는 노력이 필요하다. 무조건 긍정적인 자신의 이미지를 홍보만 할 것이 아니라 잘못된 부분은 과감히 반성하는 모습도 필요하다. SNS활동으로 보여지는 정치인 자신의 이미지가 바로 자신의 성격을 반영한다는 확신을 주는 것이 중요하다.

54) 홍숙영·조승호, “마이크로 블로깅에서의 정치인 이미지 구축 방식”, 『디지털정책연구』, 2011, 제9권, 제3호, pp.102-103.

제2절 정치인 SNS활동과 정치인이미지와 의 관계

1. SNS 활동의 개념과 특성

SNS(Social Network Service)는 온라인 인맥구축을 목적으로 개설된 커뮤니티 형 웹서비스이고 연결성과 상호작용성으로 정보공유, 관계형성 기능을 수행함으로써 수평적 네트워크를 형성하여 사회적 커뮤니티를 형성 강화시키는 플랫폼이다.⁵⁵⁾

SNS는 가상공간에서 동료, 친구 등 지인과의 친밀함을 강화시키고, 새로운 인맥을 형성하여 다양하고 폭넓은 네트워크를 형성하는 서비스를 의미한다.⁵⁶⁾

SNS의 특성은 다음과 같이 7가지로 정의할 수 있는데 온라인상에서 자신의 독특성을 나타내는 정체성(Identity), 온라인상에서 상대가 대화 가능한 상태를 파악하는 존재감(Presence), 두 사용자가 시스템의 관계를 연결하고 어떻게 관계를 형성하는가에 대한 관계(Relationship), 온라인상에서 사람들과의 대화(Conversation), 공통의 관심사를 형성하는 그룹(Group), 온라인상에 있는 사람들간의 신뢰성 정도를 평가 가능한지 파악하는 평판(Reputations), 참가자들과 의미 있고 유용한 것들을 나눌 수 있는 공유(Sharing)인데, 이러한 기능들이 서비스의 특징에 따라 2-3가지가 집중적으로 나타난다.⁵⁷⁾ 이러한 SNS이용자는 기존의 제도·규제 중심의 아날로그적인 방식을 탈피하여 다원적, 생활중심적, 탈중심적의 디지털 방식으로 삶을 변화하고 있다. 이러한 삶의 변화에 맞추어 정치에 있어서도 SNS의 영향력이 점점 커지고 있다.

55) 정유진·배국진, “소셜네트워킹서비스(SNS)의 동향과 전망”, 『한국과학기술연구원』, 2007, p.16.

56) 김국진, “마이크로블로그이용실태조사”, 『한국인터넷진흥원』, 2015, p.37.

57) 박종철, “소셜 미디어 메시지가 기업이미지에 미치는 영향에 관한 연구”, 『홍익대학교 광고홍보대학원 석사학위논문』, 2013, p.47.

SNS는 정치적 견해를 가진 유권자들로 하여금 인지적일관성(cognitive consistency)등의 심리적 요인과 사회적 규범(subjective norm), 동료집단 압력(peer group pressure)과 같은 사회적 상호작용의 요인들을 일으킨다.

SNS의 정치적 특성을 보면, SNS의 고유한 특성으로 누구나 소유하고 있으면서, 정치적 정보와 관심과 의견을 공유하고 소통하는 네트워크 기능과, 이러한 기능이 확장된 사회적 네트워크에서는 사회적 상호작용에 의해 자연스런 규범이 형성되고, 이러한 규범은 개인이 쉽게 의식할 수 있는 환경을 제공하여, 개인으로 하여금 정치적 발화나 의견교환을 통해 송신자 효과(sender effect)를 나타나게 한다. 송신자 효과를 통해서 송신자 자신이 개인의 자신의 견해나 의견을 글이나 말로 표현하고, 이러한 행위자체가 송신자 스스로를 변화시키거나 설득시킬 수 있다.⁵⁸⁾

SNS의 확장된 모습으로 대중들은 디지털 기술과 웹 환경의 변화로 인해 발달된 미디어를 통해 정치적 참여를 높이고, 자기표현의 욕구를 충족하고자 노력하고 또한 자발적인 ‘투표 인증샷 놀이’에 참여함으로써 유희적 선거문화를 형성하기도 한다. 그들은 열린 공간으로서 SNS에서 자유롭게 소통하고 공유하며 ‘투표 참여’를 특정 이슈로 제기하며, 오프라인 현장에서 직접 인증샷을 찍어 SNS에 올려놓음으로써 사회적으로도 많은 영향을 미치게 되었다. 정치인들도 이러한 SNS 서비스의 영향력을 인지하고 활발하게 활동하고 있다. 정치인들이 상용하는 SNS의 서비스 유형을 구분해 보는 등의 활동을 통해 대중들과 소통을 모색한다.

58) Pingree, R. J. “How messages affect their senders: A more general model of message effects and implications for deliberation”. *Communication theory*, 2007, 17(4), 439-461.

<표 1> 마이크로블로그 이용실태

구분	정의
커뮤니티 (카페·클럽)	인터넷 상에서 취미나 관심분야가 유사한 사람들이 서로의 정보를 교류하거나 친목을 형성하기 위해 형성한 모임. 예)다음 카페, 네이버 클럽
미니홈피	미니홈페이지를 줄여 이르는 말로, 네티즌들이 직접 꾸미고 서로를 초대할 수 있는 공간으로, 함께 활동하면서 네티즌 간의 인맥을 형성하는 1인 미디어 예) 사이월드 미니홈피, 세이클럽 미니홈피, 드림위즈 홈피, 버디 홈피 등
블로그	개인의 관심사에 따라 읽기, 칼럼, 전문자료, 사진 등을 게시·저장하여 타인과 공유하는 대표적인 1인 미디어
마이크로블로그	140~150자 이내의 단문 메시지로 자신의 생각과 감정을 표현·공유할 수 있는 블로그 서비스의 일종으로 미니블로그(miniblog)라고도 함. 예) 트위터, 미투데이, 플레이북, 토씨 등
프로필 기반 서비스	나이, 학력, 직업 등 개인정보를 비롯하여 직접 게시한 사진이나 동영상, 친구 목록 등이 메인 웹페이지인 프로필 페이지에 제공되어, 이를 기반으로 네티즌 간 인맥을 형성하고 교류하는 서비스 예) 페이스북, 마이스페이스, 링크나우, 링크드인 등

한국인인터넷진흥원(2015). 마이크로블로그이용실태조사. 1쪽

2. 정치인 SNS 활동과 정치인 이미지

정치에 가장 중요한 기본은 소통이다, 정치-언론-국민은 서로 소통하여 국가를 올바르게 이끌어야 한다. 특히 정치인은 수시로 여론의 동향을 살피

고 국민들의 마음을 정치에 반영해야 한다. 이러한 소통의 중심에 SNS가 유용하고, 특히 SNS가 스마트폰과 결합함으로써 정보 생산과 분배의 주체가 이용자 개인으로 변화하고, 정보 공유의 공간이 넓어지면서 시공간의 제약 없이 개방과 참여가 가능하게 되었다. 또한 정치에 가장 중요한 투표참여에 있어서 SNS는 IT강국인 우리나라 뿐만 아니라 세계의 젊은이들의 정치참여를 높이고 투표율을 올리는데 기여했다. 이와같은 SNS를 어떻게 활용하느냐가 정치인 이미지와 직결되는 시대가 도래한 것이다.

세계적인 SNS의 정치참여에 대한 연구는 2008년 미국의 대선 등 주요 선거에서 젊은 세대들의 투표율 증가가 나타나고 선거에 영향을 미치면서, 본격적인 연구가 시작되었다. 국내는 모바일을 급속한 보급과 함께 온라인 시민참여가 활발해지면서 SNS의 정치참여에 대한 연구가 활발해지기 시작했다. SNS를 통한 유권자들의 정치참여에 대한 관심은, 정치학 연구자들로 하여금 새로운 디지털 환경과 이용자 인식에 대한 질적분석이 중요하다는 사실을 인지시켜 많은 연구를 시작하게 하였고, 이용자들의 이미지나 문자의 중요성도 부각되었다.⁵⁹⁾

우리의 경우 2012년 대선부터 현재까지 SNS는 선거에서 무시할 수 없는 부분이 되었다. SNS는 특히 투표에 관심이 없는 젊은 층이 많이 포함되어 있으므로 SNS를 정치인들이 어떻게 활용하느냐에 따라 정치인들의 선출여부가 결정되는 매우 중요한 매체가 되었다. SNS의 정치적 영향력을 분명하게 볼 수 있는 부분은 투표율 상승이다. 2010년 6·2지방선거의 투표율은 1995년 이후 전체 54.5%의 최고의 투표율을 보였으며 2011년 10·26서울시장 보궐선거의 투표율은 역대 최고인 48.6%를 기록하였다. 특히 2012년 제18대 대통령선거 때는 75.8%로 제17대 대통령선거 투표율 63.0%를 크게 넘어섰다. 2014년 6·4 지방선거율도 56.8%로 꽤 높은 지방

59) Baumgartner, J. C., & Morris, J. S. "MyFaceTube politics: Social networking web sites and political engagement of young adults". *Social Science Computer*, 2009, 28(1), 24-44.

선거 투표율을 보였다. SNS의 이용이 유권자의 태도와 선거의 분위기를 형성하는데 영향을 준 것이다. 투표와 같은 정치참여 행위는 유권자가 인식하는 공중의 분위기와 유권자의 후보에 대한 태도등과 연관되어 있는 것이다.⁶⁰⁾

인터넷의 등장은 많은 양의 정보가 쉽게 생산되고 시공간적 제약을 초월해 유통되는 등의 구조적 변화뿐만 아니라 사람들 간의 소통방식 및 범위에 있어서도 상당한 변화를 가져왔다.⁶¹⁾ 인터넷 효과 중에서도 가장 두드러진 것 중의 하나가 사용자 존재의 변화일 것이다. 상거래에서의 프로슈머(prosumer)처럼, 정치에서도 수동적 객체였던 시민들을 정치적 관심과 지지를 능동적으로 표출하고, 나아가 정부의 정책 결정에까지 직접적인 영향을 미치는 주체로 탈바꿈하고 있는 것이다. 이러한 현상은 선거와 같은 특수한 상황이나 특정 정책 등의 이슈가 등장할 경우 보다 구체적으로 제기되고 있으며, 최근 인터넷과 스마트폰을 기반으로 하는 SNS의 활성화로 인하여 더욱 힘을 받고 있다.

SNS는 온라인상에서 불특정한 타인과 관계를 맺을 수 있는 서비스로 한정된 시스템 내에서의 공적 또는 준공적인(public or semi-public) 프로필 정보를 형성하여 타인과 연계하고, 시스템 내에서 다른 사람들이 만든 정보를 볼 수 있도록 구축된 웹기반 서비스를 의미한다. 특히, SNS는 인터넷과 달리 개방성, 상호작용성, 그리고 연결성을 특징으로 하고 있어 시민 즉, 개인 사이의 연결성을 강화시켜 정치참여의 효율적 매체로 활용되고 있다.⁶²⁾

정치인들의 SNS활동이 정치인이미지와 직결되는 이유는 일반적인 유권

60) 이소영, “4. 11 총선과 SNS 선거 캠페인”, 『한국언론학회 심포지움 및 세미나』, 2012, 제6호, pp.97-122.

61) Song, H. J., & Ko, K. M. “The quality of social network service (SNS), political efficacy and the acceleration of the political participation”. *Korean Party Studies Review*, 2013, 12(1), 175-216.

62) Kang, W. T., Yun, S. L., Jo, H. J., & Lee, S. S. “Study on political campaign utilizing SNS: Based on the case of 19th election”. *Seoul Korea Press Foundation*, 2012, 123-125.

자의 입장에서 정치인 개인을 만날 기회도 없을 뿐만 아니라 정치인 자신의 정책적 부분을 유권자가 쉽게 접근하여 판단할 수 있는 방법이 없다. 유권자의 입장에서는 클릭 수에 따라 물건을 사고파는 양이 결정되듯 가급적 편하고 쉽게 자신의 지역의 정치인들의 정책과 활동을 보기를 원하는데 현재까지 가장 유용한 방법이 블로그나 페이스북등을 통해서 정치인의 활동을 보는 것이다. 따라서 유권자의 입장에서는 자신의 지역의 정치인을 판단할 수 있는 유용한 방법 중 하나가 사실상 정치인 SNS활동이다.

민주주의 국가의 사회적 목표가 대중적 토론과 관심을 바탕으로 정치참여를 통해서 정의되고 수행되기 때문에 정치참여에 관한 연구와 논의가 활발하게 이루어져 왔다. 특히, 인터넷과 정치참여에 관계는 인터넷의 특성으로 인하여 정치참여가 활성화 될 것이라는 긍정적인 효과를 주장하는 동원이론(mobilization theory)과 인터넷의 정치적 자원은 이미 정치적으로 동기화 되어있는 소수의 정치적 기득권을 강화하는 방향으로 작용한다는 부정적 주장의 강화이론(reinforcement theory), 선별적 정보노출의 용이성으로 인하여 민주주의 발전에 저해요인이 될 수 있다는 편파화 가설(fragmentation thesis)이 있다.

우선, 동원이론은 시민이 인터넷을 통해 더 많은, 그리고 더 높은 수준의 정치 정보에 대해 접근할 수 있게 되었고, 시민의 정치적 지식과 효능감을 높여 정치참여를 활성화시킬 수 있다고 본다.⁶³⁾ 특히 SNS는 상호작용성, 개방성, 그리고 연결성과 같은 특성으로 인해 개인들은 정치인들의 더 많은 정치정보를 습득하고, 타인들과 정치적 의사를 교환하고, 더 많은 사람들과 연결이 가능하므로 정치인들의 이미지를 잘 살펴보고 이를 바탕으로 올바른 선택을 할 수 있다는 것이다. 또한 SNS가 정치효능감을 높이고 자신들의 정치적 판단을 정치인에게 맡기기보다는 스스로 참여하고 결

63) Norris, P. "Digital divide: Civic engagement, information povety, and the internet worldwide". Cambridge University Press, 2001, p.136.

정하려는 욕구를 갖기 때문에 정치참여를 활성화 시킨다는 것이다.⁶⁴⁾ 이와 관련하여 많은 연구들은 SNS를 자주 활용하는 사람들은 사용하지 않는 사람들에 비해 정치적 효능감이 높고, 정치적 토론뿐 아니라 여러 가지 형태의 정치참여에 더 적극적이라고 밝히고 있다. 그리고 SNS는 정치인에게도 비교적 간편한 방법으로 유권자들과 접촉할 수 있는 매체로 활용되고 있어 그 결과 정치인과 유권자들과의 소통이 과거보다 훨씬 원활하게 이루어지고 있어 유권자들의 정치참여에 긍정적이라는 것이다.⁶⁵⁾ 이와 같은 동원이론은 정치인 SNS활동이 유권자와의 소통을 통해 정치활성화를 이룰 수 있으므로 정치인 이미지에 영향을 준다고 볼 수 있다.

그리고 강화이론에 의하면, 인터넷의 정치적 자원은 모든 사람에게 골고루 이용되기보다는 이미 정치적으로 동기화되어 있는 소수의 정치적 기득권자들의 지위를 강화하는 방향으로 작용된다는 것이다.⁶⁶⁾ 즉, 정치적 자원을 동원할 능력이 있는 정당 및 로비스트, 사회운동가들은 인터넷의 활용을 통해 정책과정에서 그들의 능력을 향상시켜줄 수 있는 추가적인 자원을 얻고, 이로 인해 정책과정에서의 접근성에 있어 상대적으로 열등한 접근성을 갖는 시민들과의 불평등이 심화된다는 것이다. 이러한 맥락에서, 인터넷은 기존의 정치참여도와 커뮤니케이션 능력이 높은 집단이나 사람들에게 효과적인 도구로 쓰일 수 있으나, 정치적으로 무관심한 사람들을 새롭게 정치참여로 끌어들이지는 못하고 오히려 참여의 불평등을 강화시킬 뿐이라는 것이다.⁶⁷⁾ 강화이론을 지지하는 연구들에서도 SNS가 모든 정치참여에 효과가 있는 것이 아니라 제한적이거나, 소극적인 참여수준에

64) Shirky, C. "Here comes everybody: How digital networks transform our ability to gather and cooperate". *Penguin Press*, 2008, p.234.
 65) Yun, S. L. "Political use of tweet and its impact on voting behavior: The 19th national assembly election. 21st century". *Political Science Review*, 2013, 23(3), 225-245.
 66) Norris, P. "Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the internet worldwide". *Cambridge University Press*, 2001, 67-72.
 67) Lee, Y. J. "Young netizens' online participation: Motives and implications. 21st century". *Political Science Review*, 2005, 5(3), 49-68.

만 효과가 있으며,⁶⁸⁾ 정치에 무관심한 시민의 참여 유도에는 영향이 없다.⁶⁹⁾는 주장을 하고 있다.

강화이론에 근거하면 정치인 SNS활동과 정치인 이미지는 부정적인 관계라는 것이다. 정치인 SNS활동은 소수의 정치적 관심이 있는 계층에는 유용한 수단이지만 정치에 관심 없는 대다수 일반인들로 하여금 차별심을 유발한다는 것이다.

마지막으로 과편화 가설에 의하면, 선별적 정보노출이 용이한 인터넷 매체의 특성으로 인해 뉴미디어의 확산이 숙의민주주의 발전을 저해할 것이라는 것이다.⁷⁰⁾ 즉, 인터넷의 기술적 특성으로 인해 선별적 정보습득이 매우 용이하기 때문에 정치적 성향이 비슷한 사람끼리 집단(like-minded people) 간의 정보교환이나 정치적 토론이 훨씬 활발하다는 것이다.⁷¹⁾ 이러한 인터넷의 사회과편화 효과는 심리적 요인에 의해 더욱 심화될 가능성이 높다. 심리학적으로 볼 때 사람들은 인지적 일관성과 효과적 정보처리를 위해 자신들의 견해를 뒷받침할 수 있는 정보를 찾는 경향이 강한 것으로 보도 되고 있다.⁷²⁾ 정치인들은 SNS활동을 통해 자신을 지지하는 유권자 모임을 만들기를 원한다. 정치적 후원도 받고 그들의 의견을 받아들여 정책에 반영하기도 한다. 정치인 이미지 역시 한번 형성된 이미지는 쉽게 변하지 않

68) Song, H. J., & Ko, K. M. "The quality of social network service(SNS), political efficacy and the acceleration of the political participation". *Korean Party Studies Review*, 2013, 12(1), 175-216.

69) Lee, Y. J. "Young netizens' online participation: Motives and implications. 21st century". *Political Science Review*, 2005, 5(3), 49-68.

70) Kim, Y. "The contribution of social network sites to exposure to political difference: The relationships among SNSs, online political messaging, and exposure to cross-cutting perspectives". *Computers in Human Behavior*, 2011, 27(2), 971-977.

71) Shin, H. G., & Woo, J. S. "An exploratory study on twitter as a sphere of political discussion: Content analysis of tweets during the 6-2 local election in 2010". *Media and Society*, 2011, 19(3), 45-76.

72) Smith, S. M., Fabrigar, L. R., & Norris, M. E. "Reflecting on six decades of selective exposure research: Progress, challenges, and opportunities. Social and Personality". *Psychology Compass*, 2008, 2(1), 464-493.

고 지속적으로 유지하는 성향이 있다. 결국 자신의 SNS활동을 지지하는 유권자와 그들에 의해서 형성된 이미지는 정치인이미지를 형성하고 서로의 지속적인 인과관계를 통해서 서로에 대한 결속력을 강화시킨다. 정치인 SNS활동이 자신을 지지하는 지지층에게는 자신의 정치인이미지를 유지하는데 유용할수 있다는 것이다.

SNS의 정치참여에 대한 관심이 높아지면서 새로운 디지털 환경과 이용자 인식에 대한 질적분석이 중요한데 플루서의 ‘기술적 상상과 창조적 이론자’론과 레비의 ‘집단지성’은 SNS이용자의 정치참여 현상을 분석하는데 유용하다.

플루서는 탈문자시대의 미디어문화를 ‘기술적 형상’으로, 이용자를 능동적 행위의 주체라는 설정을 넘어서서 창의적 미디어 이용을 강조한 ‘창조적 상상가’로 제시한다.⁷³⁾

플루서는 SNS는 정보의 획득, 보존, 공유, 분배의 측면에서 답론형미디어이기도 하고, 정보의 교환적 측면에서 쌍방향 커뮤니케이션 기능과 사회참여 독려 기능을 하는 대화형미디어 이기도 하다. 미디어는 처음부터 답론형과 대화형이 결정되어 있는 것이 아니고 이용자가 미디어를 어떻게 수용하느냐에 따라 결정된다. SNS이용자가 기술적 상상을 통해 답론형과 대화형을 균형 있게 발전할 수 있다. 미디어에 대한 능동적 대화망에 참여함으로써 “미디어를 통해 작동하는 코드들을 해독하는 것에서 더 나아가 새로운 코드를 창조”함으로써 직접 민주주의를 실현하는 등 대안적 이용행위를 한다.⁷⁴⁾ 정치인 SNS활동이 정치인이미지에 긍정적인 역할을 하기 위해서는 단순히 정보를 전달하는 기능뿐만 아니라 창조적 상상가로서의 역할을 해야한다. 자신의 정보를 유권자에게 분배하는 차원뿐만 아니

73) 강진숙, “1인 미디어로서의 블로그 이용문화와 기술적 상상: 플루서의 커뮤니콜로기론을 중심으로”, 『언론과 사회』, 2010, 제18권, 제3호, pp.2-4.

74) 상계논문, p.9.

라 유권자와의 정보의 공유 및 소통차원으로 발전해야하고 유권자들로 하여금 정치에 대한 관심을 가지고 사회참여까지 나아가야 한다. 이러한 부분의 성과가 이루어질 때 정치인 SNS활동과 정치인이미지가 하나의 커다란 시너지 효과를 발휘할 수 있는 것이다.

레비는 사이버공간은 “지식 공동체의 구성원과 지식 사이의 상호작용이 일어나는 유동적 공간”이다.⁷⁵⁾ 쌍방향적인 대화를 통해 사유와 의사소통이 자유로운 지식 공간이고 이러한 지식공간에서 가상 집단들이 만들어내는 지식 공동체의 실천을 집단지성이라 하고 집단지성은 “어디에나 분포하며, 지속적으로 가치가 부여되고, 실시간으로 조정되며, 역량의 실제적인 동원에 이르는 지성”으로 정의하였다.⁷⁶⁾ SNS는 개방형 소통 구조와 플랫폼을 통해 정보와 지식을 지속적으로 생성·공유하며 사회적 영향을 동원할 수 있는 집단지성의 공간으로 파악될 수 있다.

정치인 SNS활동을 통한 정치인이미지는 유권자와 나누어진 존재가 아니라 사이버공간에서 같이 소통하고 상생하는 존재인 것이다. 정치인 SNS활동이 바로 정치인이미지이고 유권자가 정치인이미지를 통해 정치인을 판단하는 것이 바로 하나의 사실을 판단하는 것이다. 오늘날 같은 IT시대에는 정치인 SNS활동 자체가 정치인의 이미지 그자체인 것이다. 정치인 SNS활동을 통한 정치인이미지를 유권자는 가상공간을 넘어서 하나의 현실로 보는 것이다.

SNS활동은 사회의 정치참여에 영향을 주는 양태로 인지적요인과 정서적요인으로 구분할 수 있다. 인지적 측면은 사회의 정치적 이해를 높이고 정치적 관심을 높이는 기제로 작동할 수 있다. 정서적 측면은 전달되는 정치적 분위기는 사회의 정치적 참여를 낮추는 기제를 작동할 수 있다.

75) 전재연, “Levy, Qu ‘est-ce que le virtuel? ”, 『디지털시대의 가상현실』, 2010, 제3권, 제2호, p.40.

76) 상계논문, p.38.

선거 중에 전달되는 부정적인 보도가 유권자들의 정치적 흥미를 잃게 하고 궁극적으로 정치참여를 저해하는 기제로 작동한다.⁷⁷⁾ 정치인의 SNS활동의 인지적요인의 측면에서는 이성적요인의 측면으로 정치인의 정책에 대한 올바른 전달과 유권자로 하여금 정치에 대한 관심을 유발시킬 수 있다. 정치인의 이미지에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 그러나 정서적 측면은 감정적 측면으로 특히 부정적인 정치인분위기는 정치인 모두를 비판하거나 정치적 병리현상을 증가시켜 정치인이미지에 부정적인 영향을 미칠 확률이 크다. 정치인 SNS활동을 통한 정치인이미지의 경우 인지적요인과 정서적 요인을 어떻게 활용하느냐에 따라 정치인이미지의 장단점이 결정된다.

정치인들이 선거 캠페인 도구로서 SNS를 활용하면서 실제로 어떤 방식으로 대중과 소통 하고 있는지를 살펴보면 제한된 정보와 자원으로 제약을 받았던 과거와는 달리, SNS의 활용으로 인해 대중과의 소통으로 자신의 활동을 강화시켜 나갈 수 있다는 연구결과를 도출하였다.⁷⁸⁾ 정치인 SNS활동은 정치인들로 하여금 과거보다 대중들과 소통을 강화시키는 유용한 도구이면서 자신의 긍정적 이미지를 부각시킬 수 있다.

2010년 6·2 지방 선거 때는 과거의 어떤 선거보다 최초로 SNS에 대한 영향력이 커졌는데 특히 젊은 유권자들이 높은 투표율을 기록했다. 이유는 SNS가 정치에 무관심했던 젊은 층에게 정치에 대한 관심과 참여를 유도하였음이 확인되었고 정치에 무관심했던 젊은 유권자들은 ‘투표 인증샷’등을 자신들의 SNS에 올리면서 선거 결과에도 중요한 영향력을 미친 것으로 드러났다. 즉 다수의 사람들과 연결되어 다양한 이슈에 공유해 의견과 정보를 교환할 수 있는 SNS의 특성이 선거에서 영향력을 발휘한

77) 홍원식·한군태·서영남, “대선보도와 여론조사: 여론조사 공표금지 조항 개정을 중심으로”, 『정치 커뮤니케이션 연구』, 2009, 제12호, pp.245-277.

78) 금혜성, “정치인의 SNS 활용: 정치적 소통 도구로서의 트위터”, 『한국정당학회보』, 2011, 제19호, pp.189-220.

것으로 나타났다.⁷⁹⁾

SNS를 통한 정치참여가 개인의 사회적 관계를 바탕으로 자신의 정치적 견해를 밝히고, 동원효과를 이끌어 낼 수 있는 가능성을 가지고 있기 때문에 SNS를 통한 담론형식 대화가 이루어지고 공유하면서 정치 커뮤니케이션의 통로로서 SNS는 더욱 조직화되고 확산되었다. SNS에서 적극적으로 견해를 표현하는 사람은 정치참여도 활발하게 수행하는 경향이 있고, 더 나아가 스스로의 견해에 대한 영향력을 가시적으로 확인하면서, 자기 확신과 자기 설득도 함께 높아질 수 있고, 자신이 중요하게 생각하는 일반적 규범보다 소셜 미디어에서 감지되는 전체적인 여론의 분위기 자체가 이용자에게 더욱 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났다.⁸⁰⁾

SNS를 통해서 선거 아젠다 형성이나 여론형성 과정, 그리고 선거결과에 당연히 영향을 주고 다양한 의견을 제시하고 정보유통을 촉진시키는 등 정치참여에 실재적인 영향을 미친다. 경제적 장점으로는 기술적 유연성(flexibility)으로 개인들에게 “최소의 비용으로 전세계 모든 이용자들이 자신의 견해와 메시지, 이미지를 게시” 하면서 정치적 표현을 위한 비용을 감소시켰다.⁸¹⁾

SNS의 정치참여에 관한 연구들은 대체로 긍정적인 관계를 보여주고, 온라인 토론방과 포럼에서 타인의 의견을 읽거나 자신의 의견을 개진하거나 이메일을 주고 받거나 하는 사람들은 시민참여와 정치참여를 많이 한다. SNS를 통한 각 개인의 네트워크는 발화 행위를 통해서 사회적 개입(commitment)으로 전환되어 인지적 일관성 등의 심리적 기제가 개인에게 작동될 가능성이 높은데, 사람들은 일련의 행위에 개입하게 되면 그 행위

79) 차소영, “SNS 이용자의 네트워크 동질성이 정치적 대화에 미치는 영향에 대한 탐색적 연구”, 『숙명여자대학교 대학원 석사학위논문』, 2013, pp.88-89.

80) 심홍진, “소셜 미디어의 정치 참여 효과에 관한 연구”, 『연세대학교 대학원 박사학위논문』, 2011, p.117.

81) 조희정, “2011년 중동의 시민혁명과 SNS의 정치적 매개역할”, 『한국정치연구』, 2011, 20(2), pp.309-335.

에 대한 자신들의 생각도 확고해질 수 있고, 특정 행위에 대한 자신의 개입을 정당화하기 위해 후속 요청 등에 순응하거나 자신의 초기 태도와 일치된 행동을 할 가능성이 증가한다.⁸²⁾ 정치인 SNS 활동을 통한 유권자와의 관계형성은 정치인과 유권자사이에 신뢰를 형성해주는 부분도 있지만 정치인과 유권자 스스로 자신의 견해를 주장하기 보다 대화를 통한 소통으로 정치활동을 활성화 시켜야 한다.

정치인들이 선거운동기간 동안 선거 캠페인 기제로서 자신의 정치인이미지를 높이기 위해서 SNS를 활용하는데 있어 어떠한 방법과 목적을 가지고 있고, 그에 대한 유권자들의 정치인이미지 반응을 어떤지 살펴보면 후보자의 주요 정책이나 활동, 후보자와 관련된 정보를 소개하는 ‘단순홍보’와 관련된 메시지를 가장 적극적으로 전달한 것으로 나타났고, 후보자들 모두 자신의 주장이 올바르고 훌륭하다고 자랑하는 등의 메시지, 혹은 자신의 주장을 화제로 삼아 유권자들을 설득하기 위한 의견이나 정보를 제공하는 내용을 포함한 메시지를 가장 많이 사용한 것으로 분석 되었다. 정치인들은 접근이 용이하고, 상호 작용이 가능하며, 보다 쉽게 자신을 홍보할 수 있는 특징을 가지고 있는 SNS를 선거 캠페인 기제로 활용했음을 알 수 있다. 그러나 분석결과 후보자와 유권자 간의 활발한 토론이나 의견을 교환하는 행위는 많이 이루어지지 않아 SNS를 통한 선거 캠페인의 한계가 드러났다. 즉 유권자의 입장에서 ‘좋아요’만 누르는 단순한 반응을 하는 것에 그쳤다는 점, 그리고 후보자의 입장에서 단순히 정보를 공지 하거나 자신의 주장을 전달하는 수단으로 활용하고 있다는 점이다.⁸³⁾

2014년 6·4 전국동시지방선거를 배경으로 유권자의 미디어 유형별 이용

82) Cialdini, R. B. "Influence: Science and practice". Boston: Pearson Inc, 2008, p.124.

83) 박세미, "선거 캠페인 수단으로서 SNS 활용: 4·29 재·보궐선거를 중심으로", 『동국대학교 언론정보대학원 신문방송학과 석사논문』, 2015, pp.56-60.

정도에 따른 정치관심도와 정치지식, 정치 효능감, 정치 냉소주의와 이들 정치참여 변인이 정치인이미지와 더불어 정치인과 유권자가 정치참여에 미치는 영향력과 더불어 미디어 유형별 이용정도에 따른 정치참여에 미치는 영향력을 살펴보면, 미디어는 유형별로 이용정도에 정치적 관여 변인에 유의미한 영향력을 가지고 있으며, 정치관심도에서는 일간지, 인터넷 포털 뉴스 그리고 후보 벽보, 홍보물이 영향력을 가지는데, 이러한 유형별 미디어 이용은 정치에 관한 관심도를 저해하는 방식의 영향을 미치고, 인터넷 포털 정치 뉴스 노출량과 주변사람과의 정치에 관한 대화는, 정치지식을 높이는데 영향력을 갖는 것으로 나타났다. 친구나 직장 동료와 같은 주변사람과의 대화는 내·외적 효능감을 높이는 반면에 가족 혹은 친지와 의 정치에 관한 대화는 두 효능감 모두를 낮추는 것으로 나타났다. 인터넷 포털 정치 뉴스 노출량은 정치 냉소주의를 자극시키는 것으로 나타났으며, 가족과의 대화는 냉소주의를 낮춘다는 결과를 얻을 수 있었다. 정치관심도는 투표참여에 긍정적인 영향력을 갖는 반면에, 캠페인 참여의도는 부정적 영향력을 지니는 반면, 선거 캠페인 활동에는 적극적으로 참여할 가능성을 높이는 변인으로 작용하였다. 정치 내적효능감은 투표의향과 캠페인 관여 모두에 부정적 영향력을 미치고 있다. 종합편성채널의 정치 뉴스 노출은 투표와 선거캠페인참여의도, 모두에 정적인 영향력을 가지는 것으로 분석되었고, 인터넷 포털 사이트의 정치 뉴스는 정치참여의도 모두에 부정적인 영향력을 나타냈다.⁸⁴⁾

정치인의 SNS활동을 통한 정치인이미지에 대한 홍보는 여러 면에서 유용한 부분으로 정치인들이 손쉽게 활용하고 있으나 유권자의 변화에 맞추어 앞으로는 새로운 변화가 필요하다. 단순히 정치인이미지를 홍보하는 수단에 머무르지 말고 서로 소통하고 유권자로 하여금 적극적인 정치활동

84) 정혜진, “선거상황에서 미디어 이용이 정치참여에 미치는 영향-2014년 6·4 전국동시지방선거를 배경으로-”, 『경북대학교 신문방송학과 석사논문』, 2014, pp.108-109.

을 할수 있는 공간으로서의 역할을 해야 한다. 그러한 변화는 정치인과 유권자 사이의 정치적 병리현상의 가장 큰 문제인 불신임을 해소할 수 있을 것이다. 특히 20대 젊은이들에게는 정치인의 SNS활동이 더 이상 차별화된 모습으로 보지 않기 때문에 젊은 유권자들과 소통하기 위해서는 정치인 SNS활동을 더욱 창의적이고 또 다른 정치혁명을 만들 수 있는 사이버 공간으로 바꾸어야 한다, 요즘 컴퓨터 코딩언어가 대학의 필수과목으로 바뀌듯 정치인 SNS활동의 많은 진화발전이 필요한 시점이다.

제3절 정치적 의사결정과 정치인이미지와 의 관계

1. 의사결정의 개념과 특성

의사결정(Decision-Making)은 본질적으로 조직 구성원이 목표한 것을 달성하기 위하여 어떤 방법을 선택하는 것이고, 핵심은 행정이고 조직관리 자가 수행하게 되는 중요한 기준으로 “바람직한 결과를 가져오기 위하여 설정한 목표를 달성하기 위해 여러 대안을 개발하고 그 중에서 필요한 것을 선택하는 과정이다.”⁸⁵⁾

올바른 의사결정은 조직의 구성원으로 하여금 자긍심을 가지게 하고 각자 자신의 조직의 위치에서 긍정적인 이미지를 키워 조직의 발전에 기여하는 바가 매우 크다고 할 수 있다.

특히 정치에 있어서 유권자의 정치적 의사결정의 가능성여부가 정치인들의 정치적 관심사에 크게 영향을 미치고, 정치적 병리현상을 극복하게 하는 밑바탕임과 더불어, 정치인들 스스로 부정적인 모습을 긍정적인 모습으로 바꿀수 있는 동기인 것이다. 유권자의 정치적 의사결정은 유권자 스스로 올바른 정치인을 뽑을 수 있다는 주권의도의 정신을 가지고 있다.

의사결정은 일반적으로 행정조직의 의사결정구조로 행정의 과정으로서 중요성을 강조했고, 의사결정은 오랜 기간 끝에 도달한 결론으로 조직체의 심장역할을 하며, 모든 행정과의 책무이며 결정에 이르는 결과뿐만 아니라 실행과정까지 포함하고 있으며, 결정에 도달하는 과정은 일반적 사건이 아닌 계속적이고 역동적인 과정이라고 정의하였다. 이와 같은 행정조직의 의사결정은 정치적 의사결정과 큰 차이가 없다.

85) 강순희, “교사의 의사결정 참여정도와 학교 조직 효과성과의 관계”, 『서강대학교 교육대학원 석사학위논문』, 1988, p.7.

정치적 의사결정도 정치조직의 심장역할을 하며 결과 및 실행까지 포함하고 있으며 결정에 도달하는 과정역시 항상 역동적이다. 자신의 의사결정능력의 여부는 자신의 정치적 직위에 따른 위치에 의해서 일반적으로 결정되지만 자신의 개인적 소양에 따라 정치적 위치가 낮아도 자신의 의견을 관철하는 경우도 볼 수 있다.

의사결정(Decision-Making)은 목표 달성을 위해 여러 가지 대안의 비용과 편익, 이해득실 등 장단점을 체계적으로 분석·검토함으로써 최선의 대안을 선택하는 과정에 관한 이론을 말한다.⁸⁶⁾

의사결정과정에서 통상 최적의 정책결정이 어렵다는 것은 결국 불확실성이 존재하고 있기 때문이고, 대부분의 정책결정상황에서 불확실성이 없다면 대안의 선택이 가설이어야 할 필요도 없고 선택의 여지도 없다는 것이다.⁸⁷⁾

최근에 유권자의 정치적 의사결정은 정치인 이미지의 장단점에 관심을 갖고 투표참여에 영향을 미치는 능력을 넘어서 다양한 정치적 활용성에 관심을 가지고 있다. 또한 다양한 정치적 참여성을 인식하게 하고 궁극적으로 정치인과 유권자의 관계성을 더욱더 밀착시키는 역할을 한다. 정치적 의사결정의 다변화를 통해서 정치인이미지 역시 기존의 SNS활동을 통한 이미지 뿐만 아니라 다양한 언론매체의 활동과 무엇보다 자신의 과거의 행적에 대한 판단을 통해 이미지가 결정되는 시대가 되었다. 유권자의 정치적 의사결정은 행정이나 정치에 있어서의 의사결정보다 더 많은 유동성을 보이고 다양한 변수들의 영향을 받음으로 좀 더 많은 연구가 필요해 보인다. 과학적, 전문적인 연구를 통해서 다각적인 방향에서의 정책적 방안의 모색이 필요해 지는 시점이다.⁸⁸⁾

86) 김지만, “학교장의 의사결정특성과 초등교사의 심리적 소진의 관계에서 교사효능감의 매개효과”, 『전북대학교 교육대학원 석사학위논문』, 2011, pp.8-9.

87) 김영평, “불확실성과 정책의 정당성”, 『고려대학교 출판부』, 1997, p.13.

88) 박정의 외 1인, “언론인의 여성 정치인에 대한 인식연구. 커뮤니케이션학 연구”,

정치에 있어서 유권자의 정치적 의사결정의 가능성여부에 따라 정치인의 이미지가 결정되고 정치인이미지 역시 유권자의 정치적 의사결정을 일으키는 핵심적인 원인이 된다.

2. 정치적 의사결정과 정치인이미지

사람들이 모여 국가를 이루고 대표자들을 통해 대의 민주주의를 실행하면서 정치인들은 자신들이 살아온 배경을 기초로 자신을 뽑아준 유권자들을 위해 정치활동을 하고, 이 과정에서 유권자들 역시 자신의 정치적 의사결정을 하게 된다. 정치적 의사결정은 의사결정이라는 측면에서 정치인과 유권자사이에 끊임없이 존재한다. 이와 같은 의사결정에서 관여하게 되는 중요한 부분이 정치인의 이미지이다. 유권자들의 선택을 받아야하는 정치인들에게 있어서 이미지는 중요한 부분으로 부각이 되어 있고, 유권자들은 복잡한 정치 정보를 그대로 받아 들여 혼란에 빠지는 것보다 이미지를 통한 정보처리 방법이 효율적이라고 생각한 결과이다.⁸⁹⁾ 이와 같은 정치인이미지가 형성된 근본이유는 인간은 환경으로부터 모든 정보를 인지하고, 처리할 수 없는 한계를 가지고 있기 때문에 의사결정의 상황에서 제한된 정보만을 이용한다는 것이다. 유권자의 정치적 의사결정에서 정치인이미지가 중요한 부분을 차지하게 되는 이유이다.

현대 대의제는 기본적으로 다수결을 원칙으로 하고, 정치인들의 정치적 의사결정은 다수의 정치인들이 지역대표성과 비례대표를 기초로 당의 전략에 따라 투표하는 상황에 대해 영향을 미친다. 이러한 정치적 의사결정은 국회라는 강연장에서 많은 변수들에 의해 이루어지고, 정치적 이슈와

『한국커뮤니케이션학회』, 2010, 제18권, 제3호, p.50.

89) Marcus, H., Zajonc, R.B. The Cognitive Perspective in Social Psychology. In G. Lindzey, & E. Aronson (eds.), *The Handbook of Social Psychology*, Vol, 1 (3rd ed.) New York: Random House, 1985, 137-138.

여론, 당론, 참여자들의 역학관계 등이 역동적으로 상호작용하면서 의사결정이 이루어지는 것이다. 이러한 의사결정은 민주적 적정 절차에 의한 논의과정을 거쳐 이루어지는데, 정치적 의지와 함께 상호작용하는 게임의 룰을 좌우하는 정치인의 토론과정은 경연장에서 중요한 역할을 한다. 토론과정에서 기존의 긍정적인 정치인이미지를 가지고 있는 정치인은 당연히 대중의 신뢰를 가지기가 쉽고 이를 바탕으로 자신의 주장을 펼 확율이 크다. 이러한 상황에서 유권자들의 정치적 의사결정도 존재하게 된다. 요즘 많은 언론매체를 통해서 끊임없이 정치인들의 활동사항이 보도된다. 이러한 부분을 목격한 유권자들은 SNS를 통해 과감하게 자신의 정치적 성향을 표출하고 이를 지지하는 세력들이 리플을 달면서 의견의 중요성을 부각시킨다.

정치인이미지의 장점은 유권자가 복잡한 정치정보에 압도당하지 않고 효율적인 쉽게 정보처리를 수행할 수 있게 하고, 정치인 대상에 대해 가지는 믿음, 인상, 개념 등의 총합이므로 정책이나 철학, 이슈나 정당 같은 어려운 정보보다는 정치인이미지를 쉽게 감정적으로 전달하기 때문에 정치인에게는 정치인이미지가 무엇보다 중요한 것이다.⁹⁰⁾

다시 말하면 정치인이미지가 유권자의 정치적 의사결정에서 중요한 이유는 정치인의 이미지가 유권자측면에서 정치인을 판단하기에 가장 쉬운 방법이기 때문이다. 얼마나 쉽게 구매자에게 접근하느냐에 따라 물건의 판매수익이 결정되듯 정치인이미지가 유권자에게는 가장 쉽게 정치인을 판단할수 있는 기준이기 때문이다. 정치인이미지의 진의여부는 이미 두 번째의 문제인 것이다.

정치인은 자신의 이미지 관리를 위해서 의사표시를 합리성에 기초하여 논리적으로 해야 하고, 이 과정에서 전문성은 말의 무게를 뒷받침하는 힘

90) Graber, D. "Personal qualities in presidential images: The contribution of the press". *Midwest Journal of Political Science*, 1972, 16,

이다. 그러나 기존의 자신의 정치인의 이미지 역시 무시할 수 없는 현실이다. 자신의 과거의 언행에 대한 실천여부가 많은 대중들에게 알려져 있고 이러한 분위기 속에서 전문성이 중요하다. 그러나 실제로 국가는 전문성만 가지고 운영할 수 없고 많은 대중들의 지지가 있어야 한다. 전문성이라는 근거로 다수의 대중들이 피해를 본다면 그 역시 올바른 정치적 결정이라고 볼 수 없다. 국가는 힘 있는 특정 지지층만 대변하는 정책역시 문제가 많은 것이다.

유권자나 정치인이나 정치적 의사결정은 전문적 영역을 보완하는 이해관계의 대변이라는 측면도 있으나 종국적으로 합리적 판단에 기초해야 한다. 그러나 최근에 정치인들의 의사결정은 각종 이슈나 정책, 법안이나 예산에 대한 정치적 의사결정이 대표성에 기초한 부분 이익에 지나치게 경도되는 경향이 없지 않고, 특히 정치인의 경우 이러한 현상은 재선이라는 정치적 목표에 기초한 것으로 볼 수 있다. 이와 같은 사실로 인해 정치인들은 합리성을 넘어선 자신의 이미지에 지나치게 집중하는 경우가 있다.

그러나 국가와 사회공동체 전체의 공동선을 추구해야 하는 정치인이 자신의 이해관계나 자신의 지지층의 의견만을 중시한다면 결국 국가전체로서의 이익에 좋지 않고 자신의 이미지에도 부정적 결과를 초래할 수 있다.

따라서 정치적 의사결정에 있어 합리성과 이해관계의 대변이라는 두 측면이 조화를 이루는 제도를 모색하고 이를 법제화해야 하는 이유이다.

유권자의 정치적 의사결정도 정치에 대한 올바른 판단을 기초로 의사결정을 해야 한다. 정치인들의 정치적 의사결정보다 전문성이 부족하지만 자신의 이해관계를 넘어서 국가전체의 합리성에 기초하여 의사결정이 진행되어야 한국정치의 미래가 좋아질 것이다. 정치인을 욕하면서 자신도 똑 같은 행동으로 정치적 의사표시를 한다면 문제가 있는 것이다.

인간은 기본적으로 자신의 이익을 추구하는 성향이 강하다. 자신에게 도움을 주는 사람을 좋은 사람이라고 본다. 그러나 진정한 유권자라면 대승적 측면에서 자신의 이해관계라는 측면보다 합리성에 기초하여 정치인을 뽑아야 한다. 자기의 개인적 이해관계보다 국가전체의 이익을 위해 정치활동을 할 수 있는 정치인을 뽑아야 한다. 유권자의 정치적 의사결정이 정치인으로 하여금 자신이 추구해야 할 정치인 이미지를 보여줄 수도 있다.

정치인 이미지의 중요한 순기능은 정치인 자신들의 이미지 장단점을 알고 그것을 수정하면서 유권자에게 정서적 친밀감과 호감을 주면서 자신의 좋은 이미지를 부각시키는 것이다. 정치인 이미지가 이미지의 허상으로 끝나는 것이 아니라 현실적인 모습을 대변함으로써 결국에는 투표율과 연결이 되어서 자신의 긍정적인 부분으로 발전하는 것이다.⁹¹⁾ 그러나 정치적 의사결정에 있어서는 순기능과 더불어 역기능이 존재한다. 자신의 기득권을 유지하기 위해 정치적 의사결정을 하고 정치인 이미지도 선거에 승리하기 위한 하나의 수단으로만 판단한다면 결국에는 자신의 정치적 이미지도 하락할 것이다.

정치적 의사결정에 영향을 미치는 정치적 형태는 조직내 구성원의 정치적 형태와 의사결정 과정의 왜곡문제와 정치적 조작과 문제해결의 함정에 있다. 인간사회에서 야기되는 모든 정치 현상의 본질은 사람의 ‘의견차이’에 있다. 그리고 의견 차이는 사람들이 제각기 다양한 목표와 관심을 갖고 있으며 다양성을 토대로 하는 서로 다른 이해관계에 놓이게 됨으로써 발생하는 현상이다.

다양성은 흔히 불평등 또는 불공평의 감정을 유발한다. 그리고 불평등하다는 생각은 바로 상대적 열등의식과 권력에 대한 불평등 의식으로 연결된다. 불평등 열등의식은 우리에게 자원이 늘 부족하다는 사실로 인해

91) 박양신, 『정치인 이미지메이킹』, (서울: 도서출판 새빛, 2008), p.23.

더욱 증폭된다. 이러한 관점에서 볼 때 인간의 다양한 이해관계는 정치를 이해하는 중요한 개념이며 정치는 사람들의 다양한 이해관계를 이용하여 최상의 선택을 이끌어내는 수단이 된다. 이해는 한 개인이나 집단이 집착하는 관심사이며 얻고자 하는 대상이기도 하다. 그래서 의사결정이나 문제해결에 있어 같은 사안을 놓고 어떤 사람은 자기 이해에 따라 그 사안이 중요하다고 생각하는 반면 또 다른 사람은 중요하지 않다고 생각하게 된다. 모든 의사결정에는 찬성과 반대가 있을 수 있다. 만일 의사결정이 자기 이해에 반하면 결정을 바꾸거나 자기의 의견이 관철되지 않으면 결정을 무산시켜 자기 이익을 보호하거나 손실을 최소화하려고 할 것이다. 흔히 조직에서 의사결정을 할 때 구성원들은 회사의 이해관계에 기여할 수 있는 의사결정보다는 자기부서나 개인의 이해에 따라 찬성하거나 반대하는 경우가 허다하다. 결국 본인의 이익을 최우선시 한다는 것이다. 유권자의 정치적 의사결정은 위와 같은 개인적 이해관계를 벗어나는 것이 최우선 과제이다.

정치인 이미지를 살펴보면 이미지가 감정적 이미지로 나타나면 대상에 대해 '자동적'으로 느끼는 것이고, 감정적 이미지와 인지적 평가 간의 관계는 분리되고 별개라는 이원론이 있을 수 있고 감정적 이미지는 인지적 평가과정을 거친다는 일원론으로 볼 수도 있다. 그러나 통상적으로 이미지 정치는 정치인의 실체가 아니라 허상이고, 이미지는 유권자들의 의사결정과정에서 현실론을 반영하고, 이미지 정치는 승리를 위한 도구이며 유권자의 합리적 선택이 아닌 최소한의 인지적 노력만을 쏟은 것이 의사결정이라고 말한다. 그럼에도 결국에는 가장 강력한 긍정의 이미지는 정치인의 과거 경력이나 업적을 토대로 사실에 근거한 제안일 경우이다.⁹²⁾ 결국 정치인이미지도 현실의 상황을 덮을 수는 없는 것이다. 여기에

92) 이준웅(1999), "후보 이미지의 정치적 영향력에 대한 사회인지론적인 설명", 『한국언론학보』, 1999, 제43권, 제2호, pp.243-284.

정치인 이미지와 유권자의 정치적 의사결정의 중요성이 있다.

현실에서 이해관계에서는 정치적 힘, 즉 권력이 필요하다. 이 힘은 의사결정의 과정에 영향력을 행사하는 요인이 되기 때문이다. 조직 내의 권력은 공식적인 것과 비공식적인 것이 있는데 공식적인 권력은 직위에 따라 달라질 수 있으나 직위가 높다고 반드시 권력을 행사하는 것이 아니다. 공식적인 권력을 갖고도 제대로 행사하지 못하는 사람이 있는 반면, 지위가 낮아도 비공식적인 권력을 활용하여 의사결정에 영향을 주는 사람도 있다.

의사결정과정 조작은 권력에 의한 의사결정 과정을 조작하려고 할 경우 의사결정자는 대개 자기 이해에 맞추고 대안 설정 과정에 개입하고 정보를 통제한다. 직권남용은 상반된 이해로 부서간 합의에 의해 의사결정이 이루어지지 않을 경우 일부 부서의 반대가 있어도 경영자는 자신의 이해를 옹호하기 위해 직권으로 정치적인 결정을 내리는 경우도 있다. 정치적 의사결정도 위의 경우가 크게 다르지 않다. 의사결정의 어려움은 결정에 대해서 자신의 위치에 따라 이익과 손해가 구분된다는 것이다. 따라서 합리성을 근거로 하여 일괄적 원칙이 있어야 의사결정의 결과를 합법화할 수 있다.

정치적 의사결정에서 중요한 것은 공정성과 합리성을 확보하는 것이고 의사결정을 할 때 합리적인 전략 또는 정의적인 전략을 사용하는 정도와 자신의 정치적 결정에 대한 책임을 지는 정도에 기초하여 의사결정 유형을 합리적 유형, 직관적 유형, 의존적 유형의 세가지가 있다.⁹³⁾

합리적 유형의 의사결정과정은 우선 현재의 문제를 파악한다. 의사결정에 앞서서 문제에 대한 올바른 인식과 정의가 필수적이고 문제를 파악하는 절차가 필요하다. 현재의 상황에서 가장 현실적으로 어려움이 무엇인

93) Harren, V. H. "A model of career decision-making for college students". *Journal of Vocational Behavior*, 1979, 14, 119-133.

지를 파악하는 것이다. 다음에 의사 결정의 기준을 설정한다. 문제의 해결 방안들을 발굴해서 비교, 평가하기 전에 일정한 평가기준을 마련해야 하고 그 평가기준은 조직의 비전이나 사명 등이다. 다음으로 문제를 해결할 수 있는 여러 대안들이 개발되어야 한다. 대안들은 조직 내에서 실현가능 여부와 문제를 해결하는데 얼마나 도움을 줄수 있는지 고려하여 최적의 대안을 선택하고 실행하여야 한다. 대안이 중요한 이유는 꼭 현실 가능해야 한다는 것이다. 아무리 정책적 이상이 좋고 자신의 정치적 이미지를 극대화한다고 해도 현실성이 없는 것은 문제가 큰 것이다. 그러나 현재의 정치적 형태에서는 현실성보다는 미래의 지나친 희망을 주거나 일시적인 어려움을 극복하려고 하는 정책적 홍보가 많아서 국민들에게 실망을 주는 경우가 많다. 이러한 모습은 한국사회의 정치적 병리현상을 가속화 시킨다. 정치적 의사결정 다음으로는 반드시 피드백을 거쳐서 결과가 예상과 다르면 결정과정을 다시 한번 순서대로 평가해서 재계획을 수립해야 한다. 합리적 유형의 의사결정 과정은 많은 정보가 필요하고 많은 시간과 노력을 통해서 결정하므로 가장 현실적이고 올바른 결정일 확률이 크다. 정치인들의 합리적 정치적 의사결정을 통한 유권자와의 관계를 유지시켜 정치인이미지를 지속적으로 긍정의 이미지로 유지할 수 있다.

직관적유형의 의사결정과정은 개인의 내적인 감정적 상태에 의존하는 것으로 사실에 대해 논리적인 비중을 거의 두지 않으며 현재의 느낌에 주의를 기울인다. 결정과정이 빠르며 수용이 빨리 이루어진다. 그러나 직관적 유형의 의사결정 역시 일정정도 타인의 의견을 수용하면서 진행하여야 한다. 잘못하면 지나친 독선이 빠질 확률이 크다.

의존적유형의 의사결정과정은 결정에 대한 자신의 책임을 거부하며, 그 책임을 자신 이외의 다른사람에게 전가한다. 타인들의 기대에 크게 영향을 받고 수동적이고 복종적인 성향의 소유자의 의사결정과정이다.

위와 같이 정치적 의사결정의 핵심사항은 불확실성의 상황을 자신의 정치적 의사결정에 의해서 처리하여 명확하지 않은 현실을 최선을 다해서 명확하게 바꾸는 것이다.⁹⁴⁾

정치적 의사결정의 가장 어려움은 최선의 의사결정을 통해서도 불확실성 상황을 극복하기 어렵고 가능성 있는 상황이 발생할 것인가에 대한 확률의 지식과 정보를 가지고 있지 않은 경우가 많다.⁹⁵⁾

그럼에도 의사결정은 자율적 삶을 결정하는데 중요한 개념이고 자율성의 핵심에는 '능력' 개념이 자리 잡고 있어서 어려움 속에서도 의사결정이 최선의 방법이다.⁹⁶⁾

의사결정능력을 살펴보면 정보를 이해할 능력, 결정을 내릴 수 있을 만큼 정보를 기억할 수 있는 능력, 결정을 내릴 수 있는 정보를 활용하거나 비교 평가할 수 있는 능력, 의사결정 내용을 전달할 수 있는 능력의 4가지가 있고 이중 어느 하나도 결여되어 있으면 안된다.⁹⁷⁾

정치적 의사결정을 판단하는 기본 원칙은 첫째, 모든 사람은 능력을 결여하고 있음이 확정되지 않는 한 능력을 갖고 있는 것으로 보아야한다는 것이고 소수보다는 다수의 의견이 올바른 경우가 많다는 것이다. 정치란 결국 소수가 아니라 다수의 국민들을 편안하게 이끌어야 되는 것이다. 국민들의 여론이 중요한 것은 여론은 결국 국민들의 의지이고 이러한 틀을 유지하고 지키느냐가 국민들의 행복에 영향을 미치는 것이다. 둘째, 스스로 결정할 수 있을 정도로 충분한 지지가 성공적으로 제공되지 않는 한, 의사결정능력이 결여되었다고 간주해서는 안 된다. 투표연령을 계속적으

94) Lipshitz, R. & Strauss, O, "Coping with Uncertainty: A Naturalistic Decision-Making Analysis. *Organizational Behavior*". *Human Decision Process*, 1997, 69(2), 149-163.

95) Humphreys, P. & Berkeley, D. "Handling uncertainty: Levels of analysis of decision problems. In G. Wright(ed.), *Behavioral decision-making*". *New York :Plenum Press*, 1985, 2(1), p.19.

96) 우국희, "자기방임 노인의 자기결정권과 의사결정능력에 대한 탐색적 연구", 『비판사회정책』, 2013, p.29.

97) MacCrimmon, k. R. & Wehrung, D. A. "Taking risks". *New York: Free Press*, 1986, 2(2), p.231.

로 낮추려고 하는 의도 역시 많은 사람의 의견이 반영되고 자기스스로의 선택에 의해 정치인을 뽑아야 정치적 관심을 갖고 국민들도 좀더 정치에 대한 믿음을 키울 수 있기 때문이다. 셋째, 현명하지 못한 결정을 내리는 것도 권리로서 인정해야 한다. 인간은 완벽하지 않을 수 있다. 실수를 통해 잘못을 깨닫고 발전할 수도 있다. 현명하지 못하고 능력이 없다고 개인의 의사결정을 제약하는 것은 있을 수 없는 일이다. 넷째, 의사결정능력이 결여된 사람을 대신하여 취해진 결정이나 행동은 최선의 이익이란 관점에서 이루어져야 한다. 이미 다수의 의견에 의해서 선택된 정책은 누구도 거역할수 없다. 적법한 절차가 중요하고 누군가가 나의 기득권을 대신해서 의견을 말했다면 그것 역시 존중받아야 한다. 다섯째, 최소 제약적 개입의 원칙은 행동이나 결정이 내려지기 전에 개인의 권리와 행동의 자유를 덜 제약하면서 목적을 효과적으로 달성할 수 있는 방법에 관심이 있어야 함을 의미한다.⁹⁸⁾

올바른 정치적 의사결정을 위해서는 가능한 많은 정보를 얻고 각 대안의 결과를 평가한 다음 최선의 대안을 선택하는 것이 좋은 의사결정이다. 현실의 불확실성에 의해 문제가 복잡해지면 이러한 과정들 즉 정보획득, 예상결과의 비교평가, 최선의 대안선택 등이 복잡해진다. 어떤 종류의 정보가 얼마나 필요하고 해결해야 할 문제와 관련된 정보는 무엇이며 대안의 어떤 결과가 중요한지 불확실성이 있을 때는 그것들을 어떻게 평가해야 하는 등의 많은 문제가 대두된다.⁹⁹⁾

의사결정의 불확실성은 인과성의 부재로 행동을 결정할 수 없는 무능력과 과업수행과 관련하여 과업수행에 요구되는 정보양과 이미 조직이 소유하고 있는 정보양과의 차이를 불확실성으로 규정하였고 유사한 사건에 대한 실제지식의 부족성으로 일관적이지 않거나 잘못 정의된 목표 때문에

98) Thompson, J. "Organizations in action". *New York: McGraw Hill*, 1991, p.211.

99) 강맹규, 「불확실성의 의사결정론」, (서울: 회중당, 1990), p.67.

불명확성을 불확실성으로 규정하였다.¹⁰⁰⁾

유권자의 정치적 의사결정과 정치인의 이미지도 유권자의 올바른 정치적 의사결정은 정치인들로 하여금 올바른 자신의 이미지를 형성시키는 하나의 기틀이 된다는 것이다. 무능한 국민들은 정치인들이 이용하지만 유권자들의 올바른 정치인들에 대한 판단기준과 시각은 정치인의 이미지를 바꾸게 할 것이다. 정치인의 긍정적 이미지가 유권자들로 하여금 투표참여를 올리듯 정치인 이미지는 정치인들이 재선을 하기 위한 가장 중요한 목표이다. 이 밑바탕에 유권자의 정치적 의사결정이 있는 것이다.

100) March, J. G. & Olsen, J. P. "Ambiguity and choice in organizations". *Bergen: University*, 1976, 19-21.

제4절 정치적 병리현상과 정치인이미지와 의 관계

1. 정치적 병리현상의 개념과 특성

병리현상은 원래는 의학용어로 병의 진행을 나타내는 증상인데 이것이 사회적 용어로 전환되면서 건전한 상태가 아닌 사회현상을 말한다. 병리현상은 정치 경제 언론등 모든 분야에 해당될 수 있고 특히 지나친 서구적 문물의 유입을 통한 가치관의 변화와 한국의 전통문화의 충돌로 인한 한국적 병리현상의 문제는 모든 분야에 끝없이 확장하여 큰 피해를 주고 있다.¹⁰¹⁾

한국적 병리현상이 만연하게 된 계기는 전근대사회에서 근대사회로 접어들면서 개인의 외부환경과 개인의 사생활의 명확한 구분이 사라지면서 쉽게 외부환경의 영향을 받게 되고 자아의 정체성과 자존감이 약해지면서 자신의 현실과 이상을 구분하는 능력의 부재로 병리현상이 생기게 되었다.¹⁰²⁾

정치적 병리현상(Political pathology)은 모든 병리현상의 총합이다. 사회 지도층이 모여 있다는 정치계는 국가적 이익보다는 개인적 이익이 크고 원칙을 무시한 행동들이 많이 나타난다. 미봉책이나 편법으로 현재의 상황만 극복하면 된다는 사고와 정치계의 무사안일의 태도는 시민들을 사회적 병리현상으로 이끌고 있다. 이와 같은 정치적 병리현상을 해결하는 것이 무엇보다 중요한데 정치인들은 근거 없는 무분별적인 자신의 이미지 경쟁으로 정치적 병리현상을 도리어 강화시키고 있다.

101) 홍승표, “한국인의 사회심리적 문제점과 동양사상을 통한 해결방안”, 『계명대학교 인문학논집』, 2010, p.266.

102) 김광일, “문화와 망상”, 『한양대학교 정신건강연구소』, 1992, p.55.

2. 한국의 정치적 병리현상의 특수성

한국의 정치적 병리현상(Political pathology)의 발생배경은 우리 고유의 전통의 심리학적 특성과 해방후 30년간의 무비판적 서양문화의 유입을 통한 문화적 충돌에 의해 생겼다. 정치란 결국 인간이 하게 되는 진리를 망각한채 정치이론, 정치제도, 정치철학과 선거제도등 정치학의 이론만을 강조하는 사고체계의 진행이 정치적 병리현상을 지속시키는 하나의 원인이 되었다.

정치를 하는 주체인 정치인들을 보면 부단히 권력에의 갈증을 느끼며 자신의 욕구를 충족하기 위해서 투쟁도 불사하고 기본적으로 열등의식이 있다. 또한 자아에 대한 자신감이 없고 남들로부터 인정을 받으려고 하는 욕구가 강하다. 그리고 항시 권력체나 조직에 귀속되기를 바라고 그 속에서 만족을 느끼며 대중의 주목을 끌려하고 대중 속에서 자신의 기득권유지에 집중한다. 해방 후 한국의 정치인들은 모두 민주주의를 외치고 스스로 민족투사라고 자처하면서 자유민주주의를 위해 헌신했다고 하고 있으나 사실상 서구 민주주의 제도를 채택하고 주장하는 속에서도 정신구조는 한국적 전통문화를 계승하고 있기 때문에 정치적 역할에 있어서 문화적 충돌이 일어나는 것이다.

정치적 병리현상의 하나인 정치적 연고주의를 살펴보면 정당과 정당간의 이득을 위해 서로 불신하고 지나친 경쟁구도를 가지고 있다는 것이다. 이러한 연고주의에 입각한 집단적 갈등은 자기집단의 중심성, 고정관념을 통해서 정치인 개인의 자유로운 의사는 없어지고 당리당략에 빠져 오직 정권을 유지하고 쟁취하는데 집중하고 있다.¹⁰³⁾ 유가의 치료학적 접근방법에 대한 고찰을 보면 한국적 연고 집단은 한국사회가 개체화 과정에서

103) 이수정, “집단 갈등의 심리적 원인과대응”, 『인문논총』, 경기대학교, 1999, p.434.

발생한 무력함·고독함·허무함등의 심리적인 불안을 해소해 주는 긍정적인 측면도 있지만, 집단 간의 폐쇄성과 배타성 등의 집단이기주의 등의 사회 병리현상의 요인이 되기도 하는데, 건강한 한국사회를 조성하기 위해서는 한국의 연고 집단에 대한 진단과 대안이 필요한데, 유가는 연고 집단을 ‘붕당(朋黨)’적 사회라고 비판하면서, 연고 집단의 폐쇄성은 사사로운 욕심에 기인하는 것으로 보면서, 개인의 도덕적 수양을 통해서 개방적인 네트워크로 전환할 수 있다고 보고, 한국사회의 병리현상을 치유하기 위해서는 연고집단을 부정하기 보다는 연고집단의 폐쇄성을 극복한 개방적 네트워크로 전환할 필요가 있음을 논의하였다.¹⁰⁴⁾ 정치적 병리현상을 유발하는 요인중 두번째는 무사안일주의라 할 수 있다. 어떤 사항에 대해서 책임지기를 싫어하고 문제해결의 적극적인 태도를 취하지 않는다. 지금 상황만 피하면 된다는 사고이다. 정치적 병리현상의 세번째는 권위주의로 상관은 부하의 맹종을 원하며 건설적인 조언을 받아들이지 않고 오직 충성심만 강조하고 모든 사물이나 사람을 등급화 하려는 태도를 말하며, 이는 지나치게 상하의 위계질서만을 강조하여 온 유교문화의 소산으로 볼 수 있다.¹⁰⁵⁾ 마지막으로 온정주의가 있다. 정확하게 업무를 구분하여 일을 추진해야 됴도 불구하고 대충대충 온정주의로 넘어가는 습성이 많다. 이러한 온정주의는 귀속주의와 연관하여 자신의 지역과 출신신분에 따라 자신의 집단을 만들어서 사회에 무리를 일으킨다. 자신을 지지해준 유권자에게 지나치게 관대하고 정책적 반영 역시 국가적 측면에서 접근하는 것이 아니라 자신의 기득권을 유지하고 자신의 지지층의 이익에 관심을 가지고 도와주는 것도 온정주의의 하나의 예이다. 이와 같은 한국적 병리현상이 우리사회에 만연되어 있다. 그러나 무엇보다 한국적 병리현상의 하나인 정치적 병리현상에서 가장 큰 문제점은 유권자들을 무시워하지 않

104) 이영찬, "한국의 사회병리현상에 대한 유가치료적 접근", 『국학연구』, 2012, 20집, pp.465-466.

105) 백완기, "한국행정의 근대화에 대한 문화심리학적 접근법", 『한국행정학보』, 1995, pp.71-102.

는다는 것이다. 선거때만 잘해주고 유권자의 감정을 잘 다스리기만 하면 된다는 생각이 많다. 이와 같은 문제점을 극복하는 가장 좋은 방법은 유권자 스스로가 올바른 기준을 가지고 올바른 정치인을 뽑는 것이 가장 중요한 부분이다. 유권자들을 더 이상 정치인에 속지 않고 정치인 스스로가 올바른 모습으로 정치를 잘 할 때 유권자의 지지를 받는다는 사실을 인식시켜주어야 한다.

3. 정치적 병리현상과 정치인 이미지

정치적 병리현상을 살펴보면 국가의 모든 수입을 필요한곳에 골고루 배분하도록 법을 만드는 것이 국회에서 국회의원들이 해야 할 가장 중요한 역할중의 하나임에도 불구하고 자신의 지역구에 선심성 예산을 배정하는 것을 최우선으로 지역구에서 자신의 이미지만 긍정적으로 부각시키면 된다는 것이 국회의원들의 생각이다. 광역 및 기초단체장들 역시 배정된 예산을 자신의 이미지 홍보에 많이 사용하고 선심성 예산을 집행하는 것을 볼수 있다. 자신의 이미지만 부각시키면 된다는 것이다. 선거에서 뺏혀야 정치인 역할을 할 수 있는 현실을 인정해야 하지만 지나친 감이 많다. 국가의 통합적 상생적 측면에서 국가가 운영되어야 하는데 지역마다 지역이기주의가 너무 강하다. 자신의 고장을 홍보한다고 하는 축제가 너무 많고 사실상 축제는 거의 적자인 경우가 많다. 재정이란 한정되어 있는데 불필요한 곳에 지출하면 꼭 필요한곳에 지출을 못하는 것이다. 정치인들은 자신의 이해관계를 높이는 쪽으로 정책을 반영할 것이 아니라 공심을 가지고 진정으로 필요한 곳에 예산과 정책을 반영하는 것이 필요하다.

정치적 병리현상과 정치인 이미지의 관계는 정치적 병리현상의 핵심인 연고주의 무사안일주의 권위주의 온정주의 같은 사고체계가 결국 정치인

자신의 이미지를 형성하는데도 크게 기여한다는 것이다. 선거철에 자신의 이미지를 수단과 방법을 가리지 않고 긍정적으로 포장하고 홍보하여 당선만 되면 된다는 사고체계를 가지고 있는데 이 밑바탕에 정치적 병리현상의 사고체계가 있는 것이다.

정치인이미지 자체가 잉여적인 품위, 미학, 감정 등 욕망과 같은 허상을 추구하는 본질에 부합된다.¹⁰⁶⁾라고 정의하고 있는데 정치적 병리현상의 측면과 일치한다. 이미지는 사람과 사물에 대한 합리적인 기준이라기 보다는 대상에 대해서 느끼는 인상이라 할 수 있고 실체화된 허구성으로 ‘내가 진실이라고 믿는 나의 주관적 지식’으로 각각의 이미지는 주관적인 부분으로 구성되어 있다.¹⁰⁷⁾ 객관적인 사실이 아니라 주관적이라는 것이다. 이미지 자체가 허상이라는 측면이 강하기 때문에 정치인이미지 역시 주관적인 부분이 강한 것이다.

최근에 이미지가 부각되는 이유는 ‘정보 홍수’ 시대에 들어서면서, 각종 텍스트와 영상 정보들이 인터넷과 방송, 종이 매체로부터 쏟아져 나오면서 입력되는 정보가 적정량을 넘어서고, 따라서 사람은 자신도 모르게 더 이상 정보를 받아들이지 않게 되면서, 넘쳐나는 정보가 오히려 사람들의 판단기준을 혼란스럽게 만들고 그 순간부터 정보보다 ‘이미지’가 더 중요해지며, ‘실제 내용’이 아닌 ‘느낌’으로 판단을 내리는 사람이 많아지고 있다는 것이다.¹⁰⁸⁾

많은 정보 속에서 쉽게 판단할 수 있는 것을 선호하는 유권자속에서 정치인의 이미지 부각은 필요악인 것이다. 예를 들어 정치인의 언행 스타일은 이미지 구성체를 결정하는 중요한 본질이며, 유권자들은 결국 객관적

106) 장윤희, “정치인 이미지 형성에 관한 연구”, 『성균관대학교 언론정보대학원 석사학위논문』, 2006, p.2.
 107) Botan, C., “A Human Nature Approach to Image and Ethics in International Public Relations”. *Journal of Public Relations Research*, 1993, 27-28.
 108) 최영재, “정치인의 이미지 형성에 관한 실험 연구”, 『언론과 사회』, 2004, pp.12-15.

실체가 아니라 언행스타일에 근거하여 정치인이미지를 형성할 수도 있다는 의미가 된다.¹⁰⁹⁾

정치적 병리현상이 만연한 우리의 상황에서 정치인이미지 역시 정치적 병리현상에 부합하는 이미지가 지속된다면 유권자와 정치인의 신뢰는 형성되기 어려울 것이다. 정치인은 유권자에게 좋은 이미지를 갖게 하려면, 적극적인 활동과 접촉을 통하여 유권자들에게 자신의 이미지 홍보가 아니라 공익적 차원에서 중요하거나 좋은 정보를 진실성 있게 제공하고 서로 소통하고 유권자로 하여금 정치활동을 참여할 수 있는 기회를 제공 하는 것이 가장 중요하다.¹¹⁰⁾ 이와 같은 유권자와의 진실성 있는 소통이 자신의 정치인 이미지에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. 궁극적으로 정치인과 유권자 사이의 정치적 병리현상을 극복하게 할 것이다. 정치인이미지는 개인에 대한 복잡한 정보를 쉽게 이해할 수 있는 이점과, 특히 이미지 인 지구조는 다양한 속성 개념들이 서로 연결망을 형성하고 있으며, 연결망 안에서 하나의 속성 개념이 활성화되면 가장 가까운 다른 개념도 자동적으로 활성화된다는 것으로 결국에 정치인의 긍정적인 이미지에 기여하게 된다.¹¹¹⁾

정치인의 가장 큰 역할은 올바른 정책을 통해서 국가의 발전에 크게 기여함에도 정치적 병리현상으로 인해서 이러한 부분이 잘 이루어지지 못하고 있다. 한국사회의 정치적 병리현상은 모든 분야의 병리현상을 일으키는 영향력을 발휘하고 있고 특히 청소년들에게 큰 영향을 미치고 있다. 윗물이 맑아야 아랫물이 맑아진다는 말처럼 국가를 운영하는 정치인들의 하나하나의 행동은 바로 미래를 짊어질 청소년들에게 까지 부정적인 파급

109) Boorstin, D. J, *The image*. NY: *Athbaum*, 1961, 41-42.

110) 김영수, “정치인 이미지에 관한연구 : 정치인 이미지연구를 중심으로”, 『고려대학교 신문방송학과 대학원 박사학위논문』, 2000, p.50.

111) Anderson, J. R.. Spreading activation. In J. R. Anderson & S. M. Kosolyn(eds.), *Essay on learning and memory*. *San Francisco: Freeman*, 1984, 81-82.

효과가 크다. 무관심한 아이들, 냉소적인 아이들, 비겁한 아이들, 정직하지 못한 아이들, 이기적인 아이들, 부모와 어른을 존경하지 않는 아이들, 서로에게 상처를 주는 아이들, 무책임한 아이들이 양산된다. 정치인들의 부정적 이미지는 정치적 신뢰를 떨어뜨리고 잘못된 정책으로 가정은 파괴되고 학교역시 올바른 기능을 하지 못하여 청소년들로 하여금 집이나 학교에서 멀어지게 한다.¹¹²⁾

유권자들은 정치인이미지에 대한 분석이 필요한데 정치인 이미지는 신뢰성이나 도덕성 같은 개인적 이미지와 지도력과 업무수행등과 같은 정치적 본연의 이미지가 있다.¹¹³⁾ 정치인 이미지 속성은 커뮤니케이션의 전통에 따라 후보자의 자질과 개인적 속성으로 구분할 수 있다.¹¹⁴⁾ 이와 같은 정치인의 이미지를 잘 구분하여 유권자들이 올바른 정치인을 판단하는 것이 중요하다.

미디어 효과 이론에서 점화효과(priming effect)는 언론이 특정이슈를 일정기간 집중적으로 부각시킴에 따라 정치인이미지는 그 이슈를 기준으로 해서 커다란 평가를 받게 된다는 것이다.¹¹⁵⁾ 실제로 지속적으로 한 정치인에 대한 하나의 사건을 계속적으로 부각시킴으로서 그 정치인의 이미지가 되는 것이다. 대선과 같은 상황에서 많이 이용할 수 있다.

정치인이미지는 시대 흐름에 따라 변화하면서 유권자의 여러 속성에 영향을 미치고 이에 따라 이미지가 달라지는 상호작용 관계가 있음을 알 수 있다.¹¹⁶⁾ 정치적 병리현상에 따른 정치인이미지의 가장 중요한 관점은 계

112) 박민영, “청소년 문제, 사회적 병리현상의 축소판2”, 『현대 사회 리포트』, 2010, pp.80-81.

113) Rahn, W. M., Aldrich, J. H., Borgida, E. & Sullivan, J. L. A social-cognitive model of candidate appraisal. In Ferejohn, J. A. & Kukhnski, J. H. (eds.), *Information and democratic process. Urbana and Chicago: University of Illinois Press*, 1990, 77-78.

114) Graber, D. “Personal qualities in presidential image: The contribution of the press”. *Midwest Journal of Political Science*, 1972, 16, 46-76.

115) Iyengar, S., & Kinder, D. R. “News that matter: Television and American opinion”. *Chicago: University of Chicago Press*, 1987, p.18.

116) Funk, C. L. “Bringing the Candidate into Models of Candidate Evaluation”. *The Journal of Politics*, 1999, 61(3), 27-28.

속적으로 사회적 상황이 바뀔에 따라 정치인이미지의 장단점도 바뀐다는 것이다. 정치인이미지가 장점으로 부각되는 시기도 있지만 올해 총선결과를 보면 여론에 많이 부각된 정치인들이 유권자에게 도리어 역풍을 맞아서 떨어진 경우를 볼 수 있다. 정치적 병리현상은 항상 존재하지만 그 속에서 정치인의 이미지가 부정적으로 전개될 수도 있고 긍정적으로 전개될 수도 있다. 이러한 점을 판단하는 것이 중요하다.

정치 분야에서 좋은 정치인이미지란 근본적으로 당선되고자 하는 지역을 잘 담당할 수 있는 능력과 자질이 있다는 것을 유권자에게 확신시키는 데서 나온다고 할 수 있다.¹¹⁷⁾ 이러한 점을 정치인들은 이미지로 잘 부각시켜야 한다.

갈수록 정치인 이미지가 중요하게 된 이유는 유권자들의 정치적 의사결정이나 선택행위 과정에서 이미지 요인의 영향력이 커졌고 정당조직보다는 정치인 개인의 커뮤니케이션 역할이 미디어의 영향력과 같이 증대하면서 이미지는 선거결과에 중대한 영향을 미치는 요인이 되었다.¹¹⁸⁾

유권자들은 정치적 병리현상을 기반으로한 정치인이미지에 지나치게 현혹되는 모습에서 벗어나야 하고 정치인들도 정치적 행정의 능률화, 민주화, 합리화를 모색하여 정책발전과 국가발전을 이룩하고자 하기 위해서는 다음과 같이 사고의 틀이 바뀌어야 한다.

첫째, 정치적 관료 행태적 요인에서 긍정적 가치관확립, 민주주의적 행태, 과업 및 성과 지향적 사고방식이 필요하다. 둘째, 정치적 기득권을 유지하기 위한 불합리한 방법 등이 개선 되어야하고, 부정하지 않아도 적정 수준의 정치가 가능하도록 보수의 적정화, 정치인들 스스로 자기 현실의 욕구를 충족시킬 수 있도록 과감한 정신적 지원, 그리고 정치적 선거를

117) 김영수, 전계논문, p.53.

118) Harrison, T. M., Stephen, T. D. & Fehr, B. J. "Image versus in the 1984 presidential election". *Human Communication Research*, 1991, 18(2), 209-227.

공정하고 객관성 있게 함으로써 능력 있는 정치인이 유권자들로부터 대우 받는 제도를 정착화 시켜야 한다. 또한 비밀주의에 입각한 정치권을 공개해야 한다.¹¹⁹⁾

정치인이미지에 현혹되는 정치적 병리현상의 극복방안으로 유권자들의 시민참여에 대한 방법을 살펴보는 것이 유용한데 정부조직의 비능률성, 행정조직의 관료제화 심화현상, 그리고 정치조직의 비민주성 등이 병리현상으로 주목받았는데 이들 병리현상의 치유방법으로 시민의식을 가지고 있는 사회구성원들이 자신의 이익과 공공의 이익에 영향을 미칠수 있는 결정과정과 집행과정에 자발적으로 자신의 역할을 수행하도록 분위기를 만들고 본질적인 차원에서 한국정치 조직에 내재해 있는 문제점을 해결하고 치유할 수 있도록 한다. 정치조직은 활동내용을 공보할 책임과 의무를 의식적 실천을 통해 수행하는 동시에 참여자들의 의견을 수렴할 수 있는 자세를 가지고 더 나아가 시민참여자체가 정치조직의 평가의 기준으로 활용할 때 비로소 의식적 실천과 정치조직의 민주성을 확보하는 또 하나의 방안이 될수 있다는 것이다.¹²⁰⁾

119) 류장희, “한국 정치의 병리현상과 개선방안에 대한 연구”, 『관동대학교 행정학과 석사학위논문』, 2008, pp.74-75.

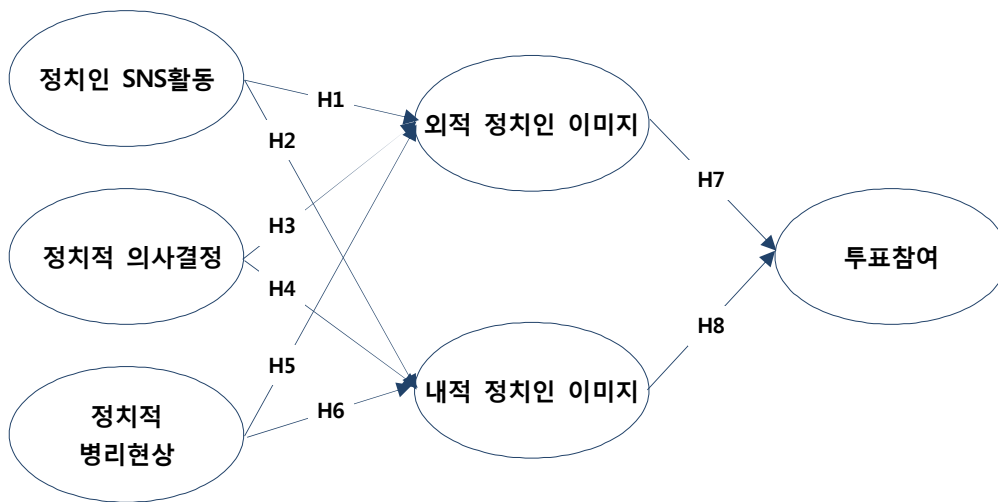
120) 이재은, “한국 행정조직의 병리현상과 시민참여 개념을 중심으로”, 『사회과학연구』, 2001, 17권, 제2호, pp.241-242.

제3장 연구방법

제1절 연구모형과 가설

1. 연구모형

독립변수(정치인의 SNS활동, 정치적 의사결정, 정치적 병리현상) 와 매개변수(외적 정치인 이미지, 내적 정치인 이미지), 종속변수(투표참여)의 연구모형은 <그림 1>과 같다.



[그림 1] 연구모형

2. 변수 및 가설의 정의

변수를 종합해 보면 <표 2>와 같다.

<표 2> 변수종합

인구통계변수	매개변수
1. 성별, 연령, 학력, 계급 등	1. 외적 정치인 이미지 2. 내적 정치인 이미지
독립변수	종속변수
1. 정치인 SNS활동 2. 정치적 의사결정 3. 정치적 병리현상	1. 투표참여

가설은 다음의 14개로 정리가 된다.

가설 1. 정치인 SNS 활동이 외적 긍정적 정치인이미지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 정치인 SNS활동이 내적 부정적 정치인이미지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 정치적 의사결정이 외적 긍정적 정치인이미지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 정치적 의사결정은 내적 부정적 정치인이미지에 유의한 영향을

미칠 것이다.

가설 5. 정치적 병리현상이 외적 긍정적 정치인이미지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 6. 정치적 병리현상이 내적 부정적 정치인이미지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 7. 외적 긍정적 정치인이미지는 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 8. 내적 부정적 정치이미지는 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설9. 정치인 SNS활동은 외적 긍정적 정치인이미지를 통해 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설10. 정치인 SNS활동은 내적 부정적 정치인이미지를 통해 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설11. 정치적 의사결정이 올라가면 외적 긍정적 정치인이미지를 통해서 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설12. 정치적 의사결정이 올라가면 내적 부정적 정치인이미지를 통해서 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설13. 정치적 병리현상이 올라가면 외적 긍정적 정치인이미지를 통해서 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설14. 정치적 병리현상이 올라가면 내적 부정적 정치인이미지를 통해서 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

제2절 조사 및 설문방법

본 연구의 조사대상은 전국의 일반적인 기준인 7개(서울, 경기, 강원, 충청, 전라, 경상, 제주)지역을 기준으로 SNS활동세대라고 추측한 20대부터 50대까지를 대상으로 하였다. 설문대상을 전 지역으로 설정한 이유는 각 지역의 정치적 성향을 최소화 하여 공정성을 확보하기 위해서이다. 자료 수집은 총 설문지는 7000장을 만들어 1000부씩 7곳에 배치하였다. 지역은 각 시청 및 도청근처에서 실시하였고 설문지를 작성한 사람에게는 소정의 기념품(1000원상당)을 증정하였다. 각 지역마다 설문지에 대한 관심의 차이가 있었고 특히 서울과 전라도에서 관심이 높았다. 7개 지역에 총 2007장의 설문지가 회수되었으나 여기에 충실하게 답변한 1894장을 자료로 분석하였다.

설문조사 기간은 2015년 6월1일부터 9월1일까지 약 90일동안 진행되었다.

배포된 설문지는 자기기입식 설문조사법(self-administered questionnaire)으로 하였다. 설문지 내용은 예비조사를 거친 후, 정치인 SNS활동 10문항, 정치적 의사결정 10문항, 정치적 병리현상 13문항, 외적 긍정적 정치인 이미지 8문항, 내적 부정적 정치인 이미지 7문항, 투표참여 7문항 등 총 55문항으로 구성하였다. 각 문항의 구체적인 내용과 평가는 다음과 같다.

1. 정치인 SNS활동 측정문항

정치인 SNS활동은 정치인이 SNS를 통하여 유권자 즉, 시민과의 연결성을 강화시키기 위한 활동에 대한 인식으로 정의하고, 측정문항은 최동규¹²¹⁾의 연구에서 활용한 정치인 SNS활동에 대한 인식을 측정하는 총 10

121) 최동규, “소셜네트워크서비스(SNS)가 사회 및 정치 참여에 미치는 영향 연구:정치인 소셜네트워크서비스(SNS) 평가를 중심으로”, 『고려대학교 언론정보대학원 석사학위논문』, 2011.

개 문항을 인용하였다. 석사논문이지만 문항에 대한 신뢰도와 타당도가 높아 유효한 문항이므로 인용하였다. 구체적인 문항은 다음과 같다. 유권자들과 SNS를 통해 메시지를 주고받는 등 소통하려는 노력이 보인다. 개인적인 질문에 개별적으로 답을 줄 수 있어 더 가깝게 느낄 수 있다. 홍보위주의 활동만을 제시할 경우 오히려 유권자들의 반감을 살 수 있다. 정치적인 제안을 위주로 이야기 할뿐 소통하려 하지 않는다. 정치 이외의 다양한 이슈에 대한 생각을 솔직하게 나누려고 노력해야 한다. 정치인의 의정활동이나 정치활동에 대한 정보를 알려주어 적극적으로 활용한다는 인상을 준다. 다양한 사회적 이슈에 대한 정보를 알 수 있어 좋다. 개인적인 이야기 등을 들을 수 있어 친근하게 느껴진다. 이미지 관리에만 집중하여 소신 있는 정치활동을 방해할 수 있다. 정치인의 감정 등이 솔직하게 드러나 인간적인 면을 느낄 수 있다. 응답형식은 각 문항을 ‘전혀 그렇지 않다’ 와 ‘정말 그렇다’를 양극으로 ‘보통이다’를 중앙으로 하는 Likert 5점 척도를 사용하였다. (<표 4> 참고)

2. 정치적 의사결정 측정문항

정치적 의사결정은 현 정부와 정권, 정치인을 유권자의 개인적인 기준으로 평가하고 판단하여 미래 대선, 총선 투표 등을 결정하려고 계획하는 것을 말한다. 따라서 이윤주¹²²⁾와 홍지원¹²³⁾의 선행연구를 기초로 하여, 본 연구자가 측정항목을 총10개 문항으로 실정에 맞게 추가 수정한 것을 사용하였다. 구체적인 문항은 다음과 같다. 나는 현정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준에서 평가할 때 기준점이 정보수집, 시간, 계획, 정보확실여

122) 이윤주, “의사소통 연결망이 청소년 정치참여에 미치는 효과: ‘서울시 어린이청소년참여위원회’의 집합적 의사결정을 중심으로”, 『서울대학교 대학원, 박사학위 논문』, 2015

123) 홍지원, “청소년의 정치·사회적 인과워먼트가 장래 투표참여의사에 미치는 영향”, 『서울시립대학교 도시과학대학원 석사학위 논문』, 2014.

부, 선택시간, 선택결과, 판단력, 경제상황, 감정과 반응, 결정에 대한 만족여부의 기준내용을 가지고 미래 대선, 총선 투표 등을 결정한다는 것이다. 응답형식은 각 문항을 ‘전혀 그렇지 않다’ 와 ‘정말 그렇다’를 양극으로 ‘보통이다’를 중앙으로 하는 Likert 5점 척도를 사용하였다. (표5참고)

3. 정치적 병리현상 측정문항

정치적 병리현상은 한국의 정치제도, 선거제도 등의 문제점과 부작용 등 제도적으로 올바르지 못한 현상을 의미한다. 따라서 이명석¹²⁴⁾의 선행 연구를 기초로 하여 본 연구자가 측정항목을 총 13개 문항으로 실정에 맞게 추가 수정한 것을 사용하였다. 구체적인 문항은 다음과 같다. 현재 우리나라는 부패한 정치지도자, 특정 지역의 정당구조, 특정 인물 정당, 무정책 정당, 소신 없는 정당, 정당 이익만 추구, 돈선거, 공약불이행, 선거에 정부조직개입, 3권무분립, 무책무국회, 자질 없는 국회의원, 정당이익최우선 한다는 것이다. 응답형식은 각 문항을 ‘전혀 그렇지 않다’ 와 ‘정말 그렇다’를 양극으로 ‘보통이다’를 중앙으로 하는 Likert 5점 척도를 사용하였다. (<표 6> 참고)

4. 외적 정치인 이미지 측정문항

외적 긍정적 정치인 이미지는 현재의 정치인에 대해서 외적으로 느끼는 긍정적 느낌을 말한다. 따라서 최영재·박동진¹²⁵⁾과 조수영¹²⁶⁾의 선행연구

124) 이명석·권혁주·강근복·박근후·최영훈, “한국 민주주의 공고화와 시민의 정치인식: 설문조사 자료를 중심으로”, 『의정연구』, 2011, 제11권, pp.174-204.

125) 최영재·박동진, “정치인과 CEO의 이미지에 관한 연구: 인지적, 감정적 요소의 구성과 효과”, 『홍보학연구』, 2012, 제16권, 제3호, pp.250-272.

126) 조수영, “서민적 이미지와 리더십 유형이 여성 정치인/CEO 평가에 미치는 영향”, 『홍보학연구』, 2014, 제18권, 제3호, pp.71-101.

를 기초로 총8개 문항을 실정에 맞게 추가 수정한 것을 사용하였다. 구체적인 문항은 다음과 같다. 정치인들은 인기, 목소리, 학벌, 경력, 리더십, 카리스마, 성격, 말솜씨가 좋다는 것이다. 응답형식은 각 문항을 ‘전혀 그렇지 않다’ 와 ‘정말 그렇다’를 양극으로 ‘보통이다’를 중앙으로 하는 Likert 5점 척도를 사용하였다. (표7참고)

5. 내적 정치인 이미지 측정문항

정치인 이미지는 현재의 정치인에 대해서 내적으로 느끼는 부정적 느낌을 말한다. 따라서 김재범·최민음¹²⁷⁾의 선행연구를 기초로 하여 본 총7개 문항을 실정에 맞게 추가 수정한 것을 사용하였다. 구체적인 문항은 다음과 같다. 정치인들은 부정부패, 무책임, 무신뢰, 독선적, 무청렴, 기회주의자, 지역이기주의자 라는 것이다. 응답형식은 각 문항을 ‘전혀 그렇지 않다’ 와 ‘정말 그렇다’를 양극으로 ‘보통이다’를 중앙으로 하는 Likert 5점 척도를 사용하였다. (표7참고)

6. 투표참여 측정문항

투표참여는 투표에 대한 참여정도와 인식, 참여권유의 정도로 정의되며, 측정문항은 금현수·주지혁¹²⁸⁾의 연구에서 모바일 투표의도를 측정하는 문항을 바탕으로 총7개 문항을 실정에 맞게 추가 수정한 것을 사용하였다. 구체적인 문항은 다음과 같다. 나는 투표에 꼭 동참하고, 투표는 중요한 권리이고, 투표 권유, 투표에 필히 동참, 투표는 꼭 참여하고 다른 개인일

127) 김재범·최민음, “정치인 이미지 구성 요인과 유권자의 투표 행위, 광고연구”, 2013, 제98호, pp.154-183.

128) 금현수·주지혁, “유권자의 기술준비도와 정치심리변인이 모바일 투표의도에 미치는 영향”, 『사이버커뮤니케이션학보』, 2013, 제30권, 제4호, pp.169-217.

정을 보고, 내가 선택하고자 하는 후보자가 없더라도 투표 실시하고, 나는 지역구 정당 등도 생각하면서 투표에 참여한다는 것이다. 응답형식은 각 문항을 ‘전혀 그렇지 않다’ 와 ‘정말 그렇다’를 양극으로 ‘보통이다’를 중앙으로 하는 Likert 5점 척도를 사용하였다. (<표 8> 참고)

제4장 연구결과

제1절 조사대상의 인구통계적 측면

설문조사를 통해 회수된 1894명의 응답자에 대한 인구통계적 특성은 <표 1>과 같다. 성별에 대해서는 남성이 52.5%(994명), 여성이 47.5%(900명)로 나타났으며, 결혼여부에 대해서는 기혼이 60.6%(1148명), 미혼 39.4%(746명)로 나타났다. 연령으로는 30대 27.0%(512명), 40대 26.5%(502명), 20대 26.4%(500명), 50대 20.1%(380명)의 순으로 나타났으며, 응답자의 학력으로는 대졸이 67.2%(1272명)로 가장 많았고 응답자에 대한 회사 업종으로는 전문직이 31.0%(588명)로 가장 많았다. 업무분야에 대해서는 대기업이 77.4%(1466명)로 가장 많았다. 응답자의 소득수준으로는 200~300만원 미만인 25.6%(484명)으로 가장 높았으며, 거주 지역으로는 서울 40.9%(774명), 전라 27.1%(514명), 경기 9.5%(180명), 경상 9.1%(172명), 충청 7.1%(134명), 강원 6.0%(114명), 제주 0.3%(6명)의 순으로 나타났다.

<표 3> 응답자들의 인구통계학적 특성

항목		빈도(명)	퍼센트(%)	항목		빈도(명)	퍼센트(%)	
성별	남성	994	52.5	소득 수준	100만원 미만	2	0.1	
	여성	900	47.5		100-200만원 미만	234	12.4	
결혼 여부	미혼	746	39.4		200-300만원 미만	484	25.6	
	기혼	1,148	60.6		300-400만원 미만	366	19.3	
연령	20대	500	26.4		400-500만원 미만	298	15.7	
	30대	512	27.0		500-600만원 미만	172	9.1	
	40대	502	26.5		600-700만원 미만	120	6.3	
	50대	380	20.1		700-800만원 미만	92	4.9	
학력	고졸	220	11.6		800만원 이상	126	6.7	
	전문대졸	248	13.1		거주 지역	서울	774	40.9
	대졸	1,272	67.2	경기		180	9.5	
	대학원 이상	154	8.1	강원		114	6.0	
회사 업종	사무직	324	17.1	충청		134	7.1	
	서비스직	180	9.5	전라		514	27.1	
	전문직	588	31.0	경상		172	9.1	
	의료직	154	8.1	제주		6	0.3	
	건설직	124	6.5	업무 분야		대기업	1,466	77.4
	교육직	116	6.1			중소기업	204	10.8
	영업/판매	92	4.9			소기업	126	6.7
	IT/디자인/미디어	206	10.9		공강기관/공기업	34	1.8	
	유통/무역	16	0.8		외국계기업	38	2.0	
	특수계층/공공/기타	94	5.0		기타	26	1.4	

제2절 측정도구의 타당성 및 신뢰성

타당성은 측정하고자 하는 개념을 정확히 측정하였는가를 말하는 것으로 일반적으로 내용타당성과 개념타당성으로 구분된다. 내용타당성은 측정도구를 구성하고 있는 항목들이 측정하고자 하는 개념을 대표하고 있는 정도를 의미한다. 즉, 내용타당성은 해당 개념을 측정할 수 있는 모든 항목 중에서 가장 대표성 있는 항목들이 측정도구로써 선정되는 것을 의미한다. 본 연구에서는 관련된 선행연구에서 사용된 설문문항들이 선정되었기 때문에 내용타당성은 충분한 것으로 판단할 수 있다.¹²⁹⁾

그리고 개념타당성은 측정도구가 측정하고자 하는 구성개념을 측정하였는지의 여부를 통계적으로 검정하는 방법이다. 이러한 개념타당성은 집중타당성, 판별타당성, 법칙타당성으로 구분되며, 요인분석 및 상관분석을 사용하여 평가되어진다.¹³⁰⁾

본 연구에서의 개념타당성 검정을 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 서로 동일한 개념들을 측정한 항목들이 동일한 요인으로 묶여지는지를 평가하는 방법으로 하나의 요인으로 묶여진 항목들은 동일한 개념을 측정하는 것으로 간주할 수 있고 요인들 간에 상호 독립적이라는 것은 서로 상관관계가 없으므로 각 요인들은 서로 상이한 개념이라고 할 수 있다. 따라서 같은 요인 내의 항목들은 집중타당성을 유지하고 다른요인 간에는 판별타당성이 유지되는 것으로 해석될 수 있다.

한편, 신뢰성은 동일한 개념에 대하여 측정을 반복했을 때 나타나는 측정값들의 분산을 의미한다. 즉, 동일한 개념을 반복해서 측정했을 때 동일한 측정값이 얻어지는 정도를 말한다. 이러한 신뢰성의 평가방법으로는 재측정 신뢰성, 반분신뢰성, 문항분석, 알파계수, 평가자간 신뢰성 등 다양

129) 김범중, 『연구조사방법 에센스』, 대전, 대경, 2005, p.112.

130) 신민철, 『사회연구방법의 기초』, 서울, 창민사, 2007, pp.162-163.

한 방법들이 존재하고 있다.

본 연구에서는 측정도구의 신뢰성을 평가하기 위하여 크론바흐 알파계수(Cronbach's alpha coefficient)를 산출하고 이를 평가하였다. 크론바흐 알파계수는 하나의 개념에 대해 여러 개의 항목으로 구성된 척도를 이용할 경우에 사용되어지는 방법으로 동일한 개념을 측정한 항목들의 내적 일관성을 평가하여 일관된 측정값의 분산이 나타나는지를 판단할 수 있게 한다.

1. 요인분석과 신뢰성 검정

본 연구의 요인분석은 각 구성개념별로 주성분 분석을 통하여 실시하였으며, 요인회전은 배리맥스(varimax) 회전법을 사용하였다. 그리고 요인추출의 판단기준은 회전된 요인 혹은 단일요인에 대한 고유 값이 1.0 이상으로 나타나는지를 평가하였다. 또한 본 연구에서의 요인분석은 다음과 같은 기준으로 변수를 정제하여 타당성과 신뢰성을 확보하고자 하였다.

첫째, 본 연구에서는 요인분석 결과 요인 적재 값이 0.5 이하인 문항들은 타당성이 결여된 항목으로 판단하고 이를 제거한다.

둘째, 0.5 이상의 요인 적재 값이 두 개 이상의 요인에 적재된 경우 개념적으로 불투명하고 판별타당성을 저해하는 항목으로 판단하고 이러한 항목들은 제거한다.

셋째, 각 요인의 신뢰성을 판단하기 위한 Cronbach's alpha 계수는 0.8 이상을 기준으로 한다.

넷째, 적재된 요인의 항목들이 이론적으로 정당성이 확보될 수 있는지를 검토한 후 이론적으로 정당성이 결여되고 적합하지 않은 항목들은 제거시킨다. 본 연구에서는 이러한 기준을 적용하여 측정항목을 정제하고

개념타당성을 확보하고자 하였으며, 요인분석 결과로 추출된 요인과 측정 항목을 추후 가설검정을 위한 회귀분석의 변수로 활용하였다.

1) 정치인 SNS활동의 요인분석 및 신뢰성 검증

본 연구의 독립변수인 정치인 SNS 활동에 대하여 요인분석 및 신뢰성 분석을 실시한 결과 최종적인 요인분석 결과는 <표 4>와 같이 나타났다. 고유값 1.0 이상으로 추출된 요인은 총 1개의 단일요인으로 구분되었으며 요인명은 선행연구와 같이 ‘정치인 SNS활동’으로 명명하였다. 표본 적합도를 판단하는 KMO는 0.957로 나타났으며, 요인분석을 위한 측정항목간의 상관행렬에 대한 단위행렬여부를 검증하는 Bartlett의 구형성 검증 결과 Approximated- $\chi^2=21071.870$ 으로 $df=45$, 유의수준 $\alpha<0.05$ 에서 $p=0.000$ 으로 나타나 수집된 데이터와 측정항목은 요인분석을 수행하기에 적합한 것으로 나타났다. 그리고 총 분산 설명력은 77.167%로 나타나 정치인의 SNS활동은 1개의 단일요인에 의하여 잘 설명되어지는 것으로 판단되었다.

한편, 각 요인에 적재된 측정항목의 요인 적재 값은 모든 항목이 0.5이상으로 나타나, 본 연구의 요인분석 결과로 정치인 SNS활동 항목에 대한 측정항목은 집중타당성과 판별타당성이 충분한 것으로 평가되었으며, 이를 토대로 품질 항목의 개념타당성이 확보되었다.

그리고 신뢰도 분석 결과 ‘정치인 SNS활동’ 항목의 Cronbach’s $\alpha=0.967$ 로 기준치인 0.8보다 높게 나타나고 있어서 내적일관성이 있는 것으로 평가되어 측정항목에 대한 신뢰성이 확보되었다.

<표 4> 정치인 SNS활동 항목 요인분석 및 신뢰도 분석

요인명	측정항목	요인 적재값	공통 성	고유값	알파 계수	
정치인 SNS 활동	SNS활동 1	정치인 SNS를 통해 유권자들과 메시지를 주고받는 등 소통하려는 노력이 보인다.	.833	.693	7.717	.967
	SNS활동 2	정치인 SNS를 통해 내 개인적인 질문에 개별적으로 답해줄 수 있어 더 가깝게 느껴진다.	.838	.701		
	SNS활동 3	정치인 SNS를 통해 홍보위주의 활동뿐만 아니라, 유권자들의 호응을 얻으려고 노력한다.	.858	.736		
	SNS활동 4	정치인 SNS를 통해 정치적인 제안 이외에도 많이 소통하려고 노력한다.	.915	.836		
	SNS활동 5	정치인 SNS를 통해 정치 이외의 다양한 이슈에 대한 생각을 솔직하게 나누려고 노력한다.	.905	.820		
	SNS활동 6	정치인 SNS를 통해 정치인의 의정활동이나 정치활동에 대한 정보를 알려주어 적극적으로 활동한다는 인상을 심어준다.	.897	.804		
	SNS활동 7	정치인 SNS를 통해 다양한 사회적 이슈에 대한 정보를 알려주어 좋다.	.889	.791		
	SNS활동 8	정치인 SNS를 통해 개인적인 이야기 등을 들을 수 있어 친근하게 느껴진다.	.866	.751		
	SNS활동 9	정치인 SNS를 통해 이미지 관리가 아닌 진심어린 마음으로 소신 있는 정치활동을 하는 것처럼 보인다.	.893	.798		
	SNS활동 10	정치인 SNS를 통해 정치인의 감정 등이 솔직하게 드러나 인간적인 면을 느낄 수 있다.	.887	.786		
KMO = .957 Approximated- $X^2=21071.870$, $df=45$, $p=.000$ 누적분산설명력 = 77.167%		요인추출방법 : 주성분 분석 회전방법 : 단일요인으로 추출되어 회전되지 않았음.				

2) 정치적 의사결정의 요인분석 및 신뢰성 검증

정치적 의사결정에 대하여 요인분석 및 신뢰성 분석을 실시한 결과 최종적인 요인분석 결과는 <표 5>과 같이 나타났다. 고유값 1.0 이상으로 추출된 요인은 총 1개의 단일 요인으로 구분되었으며 각각의 요인명은 선행연구와 같이 ‘정치적 의사결정’으로 명명하였다. 표본 적합도를 판단하는 KMO는 0.919로 나타났으며, 요인분석을 위한 측정항목간의 상관행렬에 대한 단위행렬여부를 검증하는 Bartlett의 구형성 검증 결과 Approximated- $\chi^2=12052.200$ 로 $df=45$, 유의수준 $\alpha<0.05$ 에서 $p=0.000$ 으로 나타나 수집된 데이터와 측정항목은 요인분석을 수행하기에 적합한 것으로 나타났다. 그리고 총 분산 설명력은 58.624%로 나타나 정치 의사결정은 1개의 단일요인으로 잘 설명되어지는 것으로 판단되었다.

한편, 각 요인에 적재된 측정항목의 요인 적재 값은 모든 항목이 0.5이상으로 나타나, 본 연구의 요인분석 결과로 정치 의사결정 항목에 대한 측정항목은 집중타당성과 판별타당성이 충분한 것으로 평가되었으며, 이를 토대로 정치 의사결정 항목의 개념타당성이 확보되었다.

그리고 신뢰도분석결과 ‘정치적 의사결정’ 항목의 Cronbach’s $\alpha=0.920$ 으로 기준치인 0.8보다 높게 나타나고 있어서 내적일관성이 있는 것으로 평가되어 측정항목에 대한 신뢰성이 확보되었다.

<표 5> 정치적 의사결정 항목 요인분석 및 신뢰도 분석

요인명	측정항목	요인 적재값	공통 성	고유값	알파 계수
유권자의 정치적 의사결정	의사결정 1 나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 주변의 모든 정보를 수집한 후에 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	.809	.655	5.862	.920
	의사결정 2 나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 시간을 두고 생각을 한 후에 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	.828	.686		
	의사결정 3 나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 충분한 계획을 세워서 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	.813	.660		
	의사결정 4 나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 모든 정보가 확실한지 검토하여 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	.796	.634		
	의사결정 5 나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 성급하게 선택하지 않고, 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	.835	.697		
	의사결정 6 나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 그 선택이 가져올 결과를 가능해본 후 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	.809	.654		
	의사결정 7 나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 나 자신의 판단력만으로 놓고 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	.718	.516		
	의사결정 8 나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 경제시대에 맞게 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	.805	.648		
	의사결정 9 나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 나 자신의 감정과 반응에 맞춰 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	.567	.321		
	의사결정 10 나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 내가 내린 어떤 결정이 감정적으로 만족스러우면 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	.626	.392		
KMO = .919 Approximated- $X^2=12052.200$, $df=45$, $p=.000$ 누적분산설명력 = 58.624%		요인추출방법 : 주성분 분석 회전방법 : 단일요인으로 추출되어 회전되지 않았음.			

3) 정치적 병리현상의 요인분석 및 신뢰성 검증

정치적 병리현상에 대하여 요인분석 및 신뢰성 분석을 실시한 결과 최종적인 요인분석 결과는 <표 6>과 같이 나타났다. 고유값 1.0 이상으로 추출된 요인은 총 1개의 단일 요인으로 구분되었으며 각각의 요인명은 선행연구와 같이 ‘정치적 병리현상’으로 명명하였다. 표본 적합도를 판단하는 KMO는 0.947로 나타났으며, 요인분석을 위한 측정항목간의 상관행렬에 대한 단위행렬여부를 검증하는 Bartlett의 구형성 검증 결과 $\text{Approximated-}\chi^2=15997.797$ 로 $df=78$, 유의수준 $\alpha<0.05$ 에서 $p=0.000$ 으로 나타나 수집된 데이터와 측정항목은 요인분석을 수행하기에 적합한 것으로 나타났다. 그리고 총 분산 설명력은 57.505%로 나타나 정치적 병리현상은 1개의 단일요인으로 잘 설명되어지는 것으로 판단되었다.

한편, 각 요인에 적재된 측정항목의 요인 적재 값은 ‘병리현상1’, ‘병리현상2’ 항목은 0.5 이하로 나타나 삭제하였으며, 그 외 모든 항목이 0.5 이상으로 나타나, 본 연구의 요인분석 결과로 정치적 병리현상 항목에 대한 측정항목은 집중타당성과 판별타당성이 충분한 것으로 평가되었으며, 이를 토대로 정치적 병리현상 항목의 개념타당성이 확보되었다.

그리고 신뢰도 분석 결과 ‘정치적 병리현상’ 항목의 Cronbach’s $\alpha=0.937$ 로 기준치인 0.8보다 높게 나타나고 있어서 내적일관성이 있는 것으로 평가되어 측정항목에 대한 신뢰성이 확보되었다.

<표 6> 정치적 병리현상 항목 요인분석 및 신뢰도 분석

요인명	측정항목	요인 적재값	공통 성	고유값	알파 계수
정치적 병리 현상	병리현상 1 현재 우리나라 정치 지도층의 부패는 심하다.	.771	.594	7.476	.937
	병리현상 2 현재 우리나라의 정당은 특정 지역 중심의 정당구조를 가지고 있다.	.706	.499		
	병리현상 3 현재 우리나라의 정당은 특정 인물에 의해 정당의 당론이 좌지우지 된다.	.721	.520		
	병리현상 4 현재 우리나라의 정당은 정책을 가지고 경쟁하지 못하고 있다.	.804	.646		
	병리현상 5 현재 우리나라의 정당은 소신이 없다.	.794	.631		
	병리현상 6 현재 우리나라의 정당은 국민의 이익보다는 정당의 이익에 관심을 가지고 있다.	.825	.680		
	병리현상 7 현재 우리나라의 선거는 돈이 없으면 당선되기 힘들다.	.686	.471		
	병리현상 8 선거기간 중의 공약은 당선된 이후 이루어지는 것이 거의 없다.	.711	.506		
	병리현상 9 현재 우리나라의 선거에는 정부조직의 개입이 이루어지고 있다.	.669	.447		
	병리현상 10 현재 우리나라의 정치체제는 3권(정부, 의회, 사법)분립이 되어 있지만, 실제적으로 시행되지 못하고 있다.	.740	.547		
	병리현상 11 현재 우리나라의 국회는 본연의 책무를 다하지 못하고 있다.	.813	.660		
	병리현상 12 현재 우리나라 국회의원은 자질과 능력이 낮다고 생각한다.	.774	.599		
	병리현상 13 현재 우리나라의 국회는 국민을 대변하는 것이 아니라 정당의 이익을 우선시 한다.	.821	.674		
KMO = .947 Approximated- $X^2=15997.797$, $df=78$, $p=.000$ 누적분산설명력 = 57.505%		요인추출방법 : 주성분 분석 회전방법 : 단일요인으로 추출되어 회전되지 않았음.			

4) 정치인 이미지의 요인분석 및 신뢰성 검증

정치인 이미지에 대하여 요인분석 및 신뢰성 분석을 실시한 결과 최종적인 요인분석 결과는 <표 7>과 같이 나타났다. 고유값 1.0 이상으로 추출된 요인은 총 2개의 하위 요인으로 구분되었으며 각각의 요인명은 선행연구와 같이 ‘정치인 이미지’로 명명하였다. 표본 적합도를 판단하는 KMO는 0.908로 나타났으며, 요인분석을 위한 측정항목간의 상관행렬에 대한 단위행렬여부를 검증하는 Bartlett의 구형성 검증 결과 Approximated- $\chi^2=16415.386$ 으로 $df=105$, 유의수준 $\alpha<0.05$ 에서 $p=0.000$ 으로 나타나 수집된 데이터와 측정항목은 요인분석을 수행하기에 적합한 것으로 나타났다. 그리고 총 분산 설명력은 60.478%로 나타나 정치적 이미지는 2개의 하위요인으로 잘 설명되어지는 것으로 판단되었다.

한편, 각 요인에 적재된 측정항목의 요인 적재값은 모든 항목이 0.5이상으로 나타나, 본 연구의 요인분석 결과로 정치적 이미지 항목에 대한 측정항목은 집중타당성과 판별타당성이 충분한 것으로 평가되었으며, 이를 토대로 정치인 이미지 항목의 개념타당성이 확보되었다.

그리고 신뢰도 분석 결과 ‘내적 이미지’ 항목의 Cronbach’s $\alpha=0.927$, ‘외적 이미지’ 항목의 Cronbach’s $\alpha=0.843$ 으로 기준치인 0.8보다 높게 나타나고 있어서 내적일관성이 있는 것으로 평가되어 측정항목에 대한 신뢰성이 확보되었다.

<표 7> 정치인 이미지 항목 요인분석 및 신뢰도 분석

요인명	측정항목		요인 적재값	공통 성	고유값	알파 계수
외적 정치인 이미지	이미지8	정치인들은 인기가 있다.	.579	.436	3.768	.843
	이미지9	정치인들은 목소리가 좋다.	.682	.548		
	이미지10	정치인들은 학벌이 좋다.	.617	.430		
	이미지11	정치인들은 다양한 경력을 가지고 있다.	.654	.428		
	이미지12	정치인들은 리더십이 있다.	.730	.671		
	이미지13	정치인들은 카리스마가 있다.	.780	.714		
	이미지14	정치인들은 외향적인 성격을 지니고 있다.	.727	.532		
	이미지15	정치인들은 말솜씨가 좋다.	.676	.471		
내적 정치인 이미지	이미지1	정치인들은 부정부패하다.	.869	.762	5.304	.927
	이미지2	정치인들은 무책임하다.	.860	.745		
	이미지3	정치인들은 신뢰가 가지 않는다.	.861	.745		
	이미지4	정치인들은 독선적이다.	.849	.726		
	이미지5	정치인들은 청렴하지 않다.	.865	.753		
	이미지6	정치인들은 기회주의자이다.	.755	.570		
	이미지7	정치인들은 지역 이기주의적이다.	.732	.540		
KMO = .908 Approximated- $X^2=16415.386$, $df=105$, $p=.000$ 누적분산설명력 = 60.478%			요인추출방법 : 주성분 분석 회전방법 : 배리맥스			

5) 투표 참여의 요인분석 및 신뢰성 검정

투표 참여에 대하여 요인분석 및 신뢰성 분석을 실시한 결과 최종적인 요인분석 결과는 <표 8>과 같이 나타났다. 고유값 1.0 이상으로 추출된 요인은 총 1개의 단일 요인으로 구분되었으며 각각의 요인명은 선행연구와 같이 ‘투표 참여’로 명명하였다. 표본 적합도를 판단하는 KMO는 0.931로 나타났으며, 요인분석을 위한 측정항목간의 상관행렬에 대한 단위행렬 여부를 검정하는 Bartlett의 구형성 검정 결과 Approximated- $\chi^2 = 10792.715$ 로 $df=21$, 유의수준 $\alpha < 0.05$ 에서 $p=0.000$ 으로 나타나 수집된 데이터와 측정항목은 요인분석을 수행하기에 적합한 것으로 나타났다. 그리고 총 분산 설명력은 73.460%로 나타나 투표 참여는 1개의 단일요인으로 잘 설명되어지는 것으로 판단되었다.

한편, 각 요인에 적재된 측정항목의 요인 적재값은 모든 항목이 0.5이상으로 나타나, 본 연구의 요인분석 결과로 투표참여 항목에 대한 측정항목은 집중타당성과 판별타당성이 충분한 것으로 평가되었으며, 이를 토대로 투표참여 항목의 개념타당성이 확보되었다.

그리고 신뢰도 분석 결과 ‘투표 참여’ 항목의 Cronbach’s $\alpha=0.938$ 로 기준치인 0.8보다 높게 나타나고 있어서 내적일관성이 있는 것으로 평가되어 측정항목에 대한 신뢰성이 확보되었다.

<표 8> 투표 참여 항목 요인분석 및 신뢰도 분석

요인명	측정항목		요인 적재값	공통 성	고유값	알파 계수
투표 참여	투표참여1	나는 현재까지 대부분 선거가 실시되면 투표에 동참하였다.	.865	.749	5.142	.938
	투표참여2	대한민국의 국민으로서 투표는 중요한 권리라고 생각한다.	.851	.724		
	투표참여3	나는 다른 사람들에게도 투표에 참여하라고 권유를 한다.	.866	.749		
	투표참여4	향후 선거가 실시되면 투표에 필히 동참할 것이다.	.887	.786		
	투표참여5	나는 아무리 바빠도 투표는 꼭 참여하고 다른 개인일정을 본다.	.901	.812		
	투표참여6	내가 선택하고자 하는 후보자가 없더라도, 투표는 실시한다.	.829	.687		
	투표참여7	나는 지역구, 정당 등도 생각하면서 투표에 참여한다.	.797	.636		
KMO = .931 Approximated- $X^2=10792.715$, $df=21$, $p=.000$ 누적분산설명력 = 73.460%			요인추출방법 : 주성분 분석 회전방법 : 배리믹스			

2. 전체 요인 확인적 요인분석

본 연구에 이용된 변수들을 측정하는 개별 항목들은 대부분 선행연구를 기반으로 하고 있다. 이러한 선행연구에서는 각 변수를 측정하는 설문항목들을 제시하고 있으며, 본 연구에서는 이를 바탕으로 구성된 것이기에 측정항목 자체가 측정하고자 하는 속성 또는 개념을 측정할 수 있는가를

평가하는 내용타당성(content validity)은 확보하였다고 볼 수 있다.

본 연구에서는 신뢰성분석과 탐색적 요인분석을 실시 한 후 각 연구단위에 대하여 집중타당성을 검증하기 위하여 AMOS 16.0을 사용하여 구성개념들에 대한 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis: CFA)을 실시하였다.

일반적으로 GFI, AGFI, CFI, NFI 등은 0.8 ~ 0.9이상이면 양호한 것으로 보고(Mulaik et al., 1989), RMR은 0.05이하이면 양호, RMSEA는 0.8 이하이면 양호한 것으로 보고 있다(Steiger and Lind, 1980). 본 연구모형의 적합도 지수는 AGFI가 기준치보다 낮기는 하나 다른 적합도 지수들이 양호한 수치를 나타내고 있기 때문에 본 연구모형의 적합도 지수는 양호한 것으로 판단하였다.

전체변수 구성개념인 정치인의 SNS 활동, 정치적 의사결정, 정치적 병리현상, 외적 긍정적 정치인 이미지, 내적 부정적 정치인 이미지, 투표참여의도 등 각 요인에 대한 확인적 요인분석을 실시하였다. 요인분석 결과 측정모형에 대한 적합도 지수는 $\chi^2=11474.965(p=.000, df=1631)$, GFI=0.815, AGFI=0.800, CFI=0.888, NFI=0.872, IFI=0.889, TLI=0.883, RMR=0.047, RMSEA=0.056으로 나타났다.

<표 9> 웹 사이트 연구모형 적합도

$\chi^2(p)$	df	GFI	AGFI	CFI	NFI	IFI	TLI	RMR	RMSEA
11474.965 (p=0.000)	1631	.815	.800	.888	.872	.889	.883	.047	.056

<표 10> 웹 사이트 확인적 요인분석 결과

경로		표준화 요인 부하량	S.E.	C.R.	P	개념 신뢰도	AVE
정치인 SNS 활동	→ SNS활동1	0.806	Fix	-	-	.970	.762
	→ SNS활동2	0.809	0.023	41.377	.000		
	→ SNS활동3	0.841	0.024	43.708	.000		
	→ SNS활동4	0.908	0.023	49.159	.000		
	→ SNS활동5	0.898	0.023	48.336	.000		
	→ SNS활동6	0.889	0.023	47.554	.000		
	→ SNS활동7	0.875	0.022	46.456	.000		
	→ SNS활동8	0.848	0.023	44.281	.000		
	→ SNS활동9	0.883	0.023	47.079	.000		
	→ SNS활동10	0.877	0.022	46.565	.000		
정치적 의사결정	→ 의사결정1	0.797	Fix	-	-	.940	.617
	→ 의사결정2	0.827	0.025	40.825	.000		
	→ 의사결정3	0.801	0.026	39.113	.000		
	→ 의사결정4	0.782	0.025	37.895	.000		
	→ 의사결정5	0.828	0.025	40.933	.000		
	→ 의사결정6	0.791	0.026	38.488	.000		
	→ 의사결정7	0.651	0.027	30.093	.000		
	→ 의사결정8	0.768	0.025	36.991	.000		
	→ 의사결정9	0.481	0.028	21.237	.000		
	→ 의사결정10	0.544	0.027	24.410	.000		
정치적 병리현상	→ 병리현상1	0.746	Fix	-	-	.957	.635
	→ 병리현상2	0.665	0.031	29.440	.000		
	→ 병리현상3	0.681	0.029	30.247	.000		
	→ 병리현상4	0.781	0.029	35.222	.000		
	→ 병리현상5	0.775	0.030	34.899	.000		
	→ 병리현상6	0.814	0.030	36.873	.000		
	→ 병리현상7	0.651	0.028	28.807	.000		
	→ 병리현상8	0.678	0.029	30.093	.000		
	→ 병리현상9	0.622	0.034	27.403	.000		
	→ 병리현상10	0.701	0.030	31.194	.000		
	→ 병리현상11	0.805	0.027	36.412	.000		
	→ 병리현상12	0.774	0.030	34.863	.000		
	→ 병리현상13	0.821	0.028	37.265	.000		

경로		표준화 요인 부하량	S.E.	C.R.	P	개념 신뢰도	AVE
외적 정치인 이미지	→ 이미지8	0.597	Fix	-	-	.902	.542
	→ 이미지9	0.668	0.044	23.552	.000		
	→ 이미지10	0.666	0.038	14.351	.000		
	→ 이미지11	0.695	0.040	18.645	.000		
	→ 이미지12	0.852	0.050	27.630	.000		
	→ 이미지13	0.895	0.051	28.277	.000		
	→ 이미지14	0.558	0.041	20.556	.000		
	→ 이미지15	0.669	0.041	17.809	.000		
내적 정치인 이미지	→ 이미지1	0.869	Fix	-	-	.958	.768
	→ 이미지2	0.861	0.020	50.876	.000		
	→ 이미지3	0.843	0.019	48.945	.000		
	→ 이미지4	0.831	0.021	47.637	.000		
	→ 이미지5	0.846	0.020	49.267	.000		
	→ 이미지6	0.702	0.024	36.176	.000		
	→ 이미지7	0.685	0.023	34.879	.000		
투표참여	→ 투표참여1	0.844	Fix	-	-	.950	.730
	→ 투표참여2	0.829	0.019	45.174	.000		
	→ 투표참여3	0.837	0.023	45.881	.000		
	→ 투표참여4	0.877	0.021	49.744	.000		
	→ 투표참여5	0.893	0.021	51.315	.000		
	→ 투표참여6	0.783	0.026	41.283	.000		
	→ 투표참여7	0.747	0.024	38.399	.000		

***: p<.001

3. 변수간의 상관분석

본 연구에서는 측정변수들 간의 관련성을 분석하기 위하여 변수 간 공분산 계산에 의해 가장 폭넓게 사용되는 피어슨 상관계수를 사용하여 상관분석을 실시하였다.

변수들 간의 상관관계를 분석한 결과는 <표 10>과 같이 나타났다.

한편, 이러한 상관계수에서 0.90 이상이면 두 변수가 거의 같다고 할 수 있고 다중공선성의 문제를 야기 시킬 수 있는 가능성이 있기 때문에 변수의 제거를 심각히 고려해야 하는데, 본 연구에서 사용될 변수에 대한 상관관계행렬에서는 이러한 변수가 없는 것으로 나타났다. 따라서 상관계수들이 통계적으로 유의한 수준이지만 0.9보다 작게 나타나 판별타당성이 확보된 것으로 판단할 수 있다.

본 연구에서는 요인분석 및 신뢰도 분석, 상관분석을 실시하여 본 연구의 측정항목에 대해 개념타당성 및 신뢰성을 평가하였다. 그 결과, 모든 측정항목의 집중타당성과 내적일관성이 성립되었으며, 판별타당성 및 법칙타당성도 성립이 되어 제거된 항목을 제외한 본 연구의 측정항목은 개념타당성과 신뢰성이 충분한 것으로 판단할 수 있다.

<표 11> 변수간의 상관분석

변수	정치인의 SNS 활동	정치적 의사결정	정치적 병리현상	외적 정치인 이미지	내적 정치인 이미지	투표 참여의도	평균	표준편차
정치인의 SNS 활동	1						2.69	.844
정치적 의사결정	.412**	1					3.31	.655
정치적 병리현상	-.153**	.182**	1				4.12	.618
외적 정치인 이미지	-.193**	.113**	.742**	1			4.26	.628
내적 정치인 이미지	.227**	.150**	-.169**	-.237**	1		3.07	.692
투표 참여의도	.118**	.353**	.347**	.328**	.165**	1	4.02	.774

** p<.01

제3절 가설검증

1. 구조모형 분석

본 연구는 정치인 SNS활동, 정치적 의사결정, 정치적 병리현상이 외적 정치인이미지, 내적 정치인이미지, 투표 참여의도에 미치는 영향을 알아보기 위한 연구이다. 이를 위해 정치인이미지를 외적 긍정적 이미지와 내적 부정적 이미지로 구분하여 연구모형을 설정하였다.

연구모형을 검증하기 위하여 2단계 접근법을 적용하여 측정모형 검증과 연구모형 검증을 나누어 실시하였다(Anderson & Gerbing, 1988). 1단계는 측정모형 검증 과정으로 연구에서 사용되는 측정변인들이 잠재변인들을 잘 반영하는지, 혹시 측정변인들이 다른 잠재변인들을 반영하는 것은 아닌지 확인하는 과정이다. 본 연구에서는 6개의 잠재변인이 사용되며 잠재변인을 반영하는 측정변인들은 모두 item parceling(문항묶음)을 하여 사용하였다. 2단계는 연구모형을 검증하는 과정으로 1단계에서 확인된 측정변인들을 이용하여 연구모형을 검증한다.

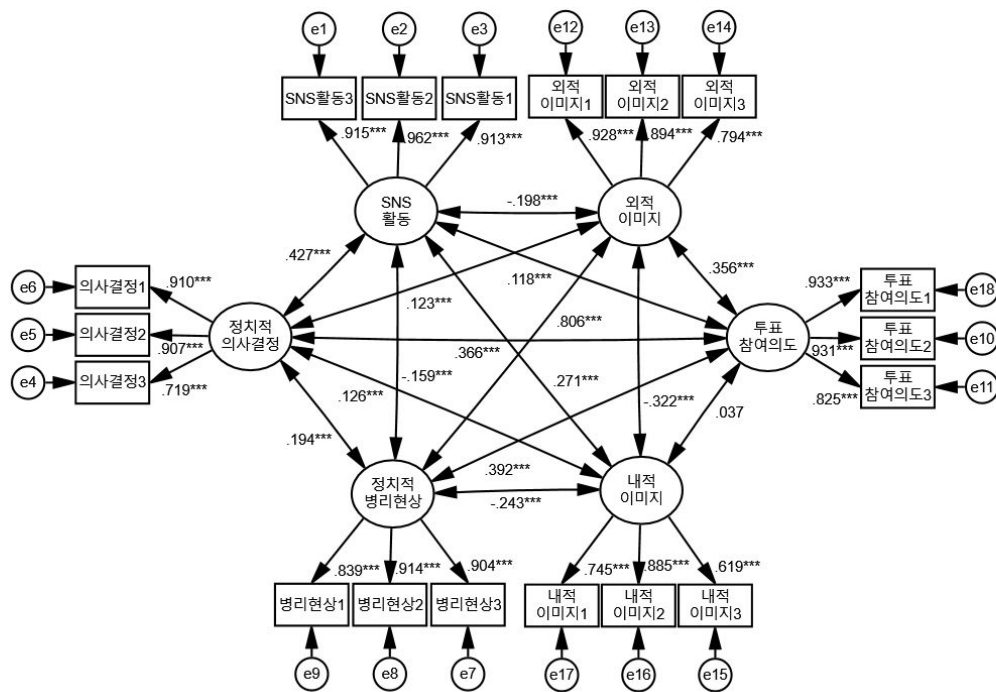
구조방정식 모형 분석에서 어떤 모형적합도를 사용하고 보고할 것인가는 학자들에 따라 다소 차이가 있다. Kline(2005)과 Hayduk등 (2007)은 χ^2 가 표본수에 민감하여 쉽게 기각된다는 문제가 있지만 통계적 검증을 하는 유일한 지표이므로 χ^2 , p-value, df를 보고하여야 한다고 하였다. 하지만 χ^2 는 일반적으로 표본수에 민감하여 잘 기각된다는 문제점(홍세희, 2000)을 가지고 있어 보고는 하지만 모형적합도로 해석하지는 않는다. 본 연구에서는 모형적합도를 평가하기 위해 홍세희(2000)와 Kline(2005)의 주장을 바탕으로 CFI(Comparative Fit Index), TLI(Tucker Lewis Index), NFI(Normed Fit Index), RMSEA(Root Mean Square Error or

Approximation)을 적합도 지수로 확인하였다.

적합도 지수의 수용기준을 살펴보면 CFI, NFI, TLI의 경우 .90 이상인 경우 모형의 적합도가 좋은 것으로 간주하며(Kline, 2005; Marsh, Hau & Wen, 2004), RMSEA의 경우 .05이하이면 아주 좋은 모형, .08이하이면 좋은 모형, .10이하이면 보통 수준으로 평가한다(Browne & Cudeck, 1993).

1) 측정모형의 분석

연구모형을 검증하기 전 item parceling한 측정변인들이 잠재변인들을 잘 반영하는지 검증하기 위하여 측정모형 검증을 실시하였다. <표 12>에 측정모형의 모형적합도를, 그림 2에 각 경로들의 표준화된 계수를 제시하였다.



[그림 2] 측정모형 결과

(주 : 모든 경로는 표준화된 계수임, * $p < .05$, ** $p < .01$ *** $p < .001$)

<표 12> 측정모형의 모형적합도

$\chi^2(p)$	df	CFI	NFI	TLI	RMSEA
822.396 ($p < .001$)	120	.974	.970	.967	.056 (.052~.059)

측정모형의 적합도는 $\chi^2=822.396(df=120, p<.001)$, CFI=.974, TLI= .967, NFI=.970, RMSEA=.059(.052~.059)로 좋은 적합도 수준을 보였다. 또한 잠재변인을 구성하는 각 측정변인들의 표준화된 요인계수들이 모두 .5 이상으로 유의미하였다. ($p<.001$).

2) 연구모형의 분석

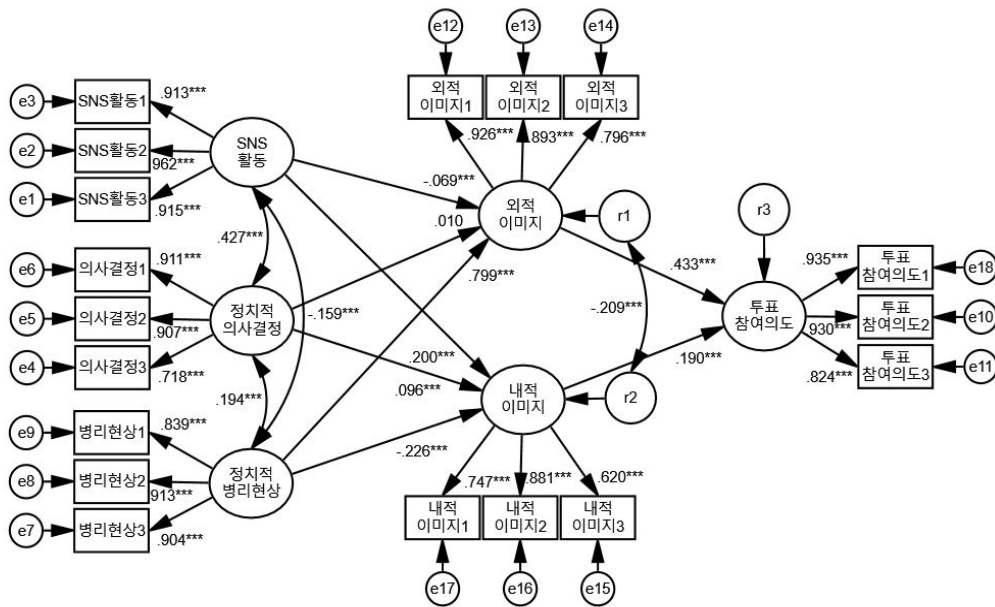
정치인 SNS활동, 정치적 의사결정, 정치적 병리현상이 외적 긍정적 정치인이미지, 내적 부정적 정치인이미지에 영향을 주고 이것이 다시 투표참여의도에 영향을 주는지 검증하기 위하여 구조방정식 모형 분석을 하였다.

연구모형의 모형적합도를 <표 13>에 그리고 연구모형 분석결과를 그림 3에 제시하였다.

<표 13> 연구모형의 모형적합도(전체)

$\chi^2(p)$	df	CFI	NFI	TLI	RMSEA
1029.147 ($p < .001$)	123	.966	.962	.958	.062 (.059~.066)

연구모형의 적합도는 $\chi^2=1029.147(df=123, p<.001)$, CFI=.966, TLI=.958, NFI=.962, RMSEA=.062(.059~.066)로 좋은 적합도 수준을 보였다.



[그림 3] 연구모형 결과(전체)

(주 : 모든 경로는 표준화된 계수임, * $p < .05$, ** $p < .01$ *** $p < .001$)

정치인 SNS활동, 정치적 의사결정, 정치적 병리현상, 외적 긍정적 정치인 이미지, 내적 부정적 정치인 이미지 그리고 투표참여의도 간의 직접효과의 유의미성을 검증하였으며 그 결과를 <표 14>에 제시하였다.

정치인 SNS활동은 외적 긍정적 정치인 이미지에 부정적으로 영향을 주며($\beta = -.054, p < .001$), 정치적 병리현상은 긍정적으로 영향을 주는 것으로 나타났다($\beta = .815, p < .001$). 정치적 의사결정의 직접경로는 통계적으로 유의미하지 않았다.

정치인 SNS활동($\beta = .132, p < .001$)과 정치적 의사결정($\beta = .103, p < .001$)은 내적 부정적 정치인 이미지에 긍정적으로 영향을 주며, 정치적 병리현상($\beta = -.193, p < .001$)은 부정적으로 영향을 주었다.

외적 긍정적 정치인 이미지($\beta = .550, p < .001$)와 내적 부정적 정치인 이미지($\beta = .287, p < .001$) 모두 투표참여의도에 긍정적으로 영향을 주었다.

<표 14> 직접경로의 계수와 유의미성 검증결과(전체)

경로	b	β	se	t
정치인 SNS활동→ 외적 긍정적 정치인 이미지	-.054***	-.069	.015	-3.609
정치적 의사결정→ 외적 긍정적 정치인 이미지	.012	.010	.025	0.494
정치적 병리현상→ 외적 긍정적 정치인 이미지	.815***	.799	.021	39.343
정치인 SNS활동→ 내적 부정적 정치인 이미지	.132***	.200	.019	6.813
정치적 의사결정→ 내적 부정적 정치인 이미지	.103***	.096	.032	3.234
정치적 병리현상→ 내적 부정적 정치인 이미지	-.193***	-.226	.024	-8.168
외적 긍정적 정치인 이미지→ 투표참여	.550***	.433	.032	17.343
내적 부정적 정치인 이미지→ 투표참여	.287***	.190	.040	7.213

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

연구모형의 간접경로의 통계적 유의미성을 검증하기 위하여 부트스트랩(bootstrap) 기법을 적용하여 간접효과의 95% 신뢰구간을 산출하였으며 그 결과를 <표 15>에 제시하였다. 부트스트랩 결과에서 하한값(lower)과 상한값(upper) 값 사이에 0 이 없으면 통계적으로 유의미하다고 해석한다(Bollen & Stein, 1992).

각 경로별로 정치인 SNS활동에서 투표 참여의도로 가는 경로는 외적 긍정적 정치인 이미지($b = -.030$, BCI 95: $-.048 \sim -.012$)와 내적 부정적 정치인 이미지($b = .038$, BCI 95: $.023 \sim .068$) 모두에서 유의미하였다. 정치적 의사결정→외적 긍정적 정치인 이미지→투표참여로 가는 간접효과($b = .007$, BCI 95: $-.017 \sim .038$)는 통계적으로 유의미하지 않았지만 정치적 의사결정→내

적 부정적 정치인이미지→투표참여의도로 가는 간접효과($b=.030$, BCI 95: .006~.066)는 유의하였다. 정치적 병리현상→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여의 간접효과($b=.448$, BCI 95: .379~.516)와 정치적 병리현상→내적 부정적 정치인이미지→투표참여의 간접효과($b=-.055$, BCI 95: -.081~-.035)는 모두 유의미한 것으로 나타났다.

정치인 SNS활동은 외적 긍정적 정치인이미지를 통해 투표참여에 부정적으로 영향을 주는 반면, 내적 부정적 정치인이미지를 통해 긍정적으로 영향을 주었다. 반면 유권자의 정치적 의사결정은 내적 부정적 정치인이미지를 통해 투표참여에 긍정적으로 영향을 주는 것으로 나타났다. 정치적 병리현상은 외적 긍정적 정치인이미지를 통해 투표참여에 긍정적으로, 내적 부정적 정치인이미지를 통해 부정적으로 영향을 준다고 할 수 있다.

<표 15> Bootstrapping을 이용한 간접 경로의 유의미성 검증결과(전체)

경로	b	se	BC 95%CI	
			하한값	상한값
정치인 SNS활동→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	-.030	.009	-.048	-.012
정치인 SNS활동→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	.038	.010	.023	.068
정치적 의사결정→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	.007	.014	-.017	.038
정치적 의사결정→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	.030	.015	.006	.066
정치적 병리현상→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	.448	.034	.379	.516
정치적 병리현상→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	-.055	.012	-.081	-.035

2. 연령 간 차이

본 연구는 정치인이미지가 투표참여에 어떠한 영향을 미치는가에 대한 연구로 정치인의 이미지에 영향을 미치는 정치인 SNS활동과 정치적 의사결정, 정치적 병리현상을 독립변수로 설정하고 정치인이미지를 외적과 내적으로 구분하여 매개변수로 상정한 후 각각의 변수의 관계성을 14개의 가설로 검증하였는데 검증에 있어서 중요한 요인이 각 세대의 성향이다. 연령간의 차이와 공통점을 이해하는 것이 각 변수의 투표참여를 이해하는데 좀 더 현실감 있는 결과를 얻을 것이다.

1) 연령 간 인식 차이

연령에 따라 정치인 SNS활동, 유권자의 정치적 의사결정, 정치적 병리현상, 정치인 외적 긍정적 정치인이미지, 내적 부정적 정치인이미지 그리고 투표 참여에 차이가 있는지 살펴보았다. 이를 위해 일원 변량분석을 실시하였으며, 통계적으로 유의미한 경우 scheffe검증을 이용하여 사후검증을 실시하였다. <표 16>에 1원 변량분석 결과를 제시하였다.

분석결과 정치인 SNS활동($F=7.364, p<.001$), 정치적 병리현상($F=5.313, p<.001$) 그리고 외적 긍정적 정치인이미지($F=3.359, p<.05$)에서 연령에 따른 차이가 나타났으며, 정치적 의사결정, 내적 부정적 정치인이미지와 투표참여에서는 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

정치인 SNS활동에 대한 인식은 20대가 다른 연령대에 비해 상대적으로 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 정치 병리현상에 대해서는 20대와 30대가 40대와 50대 비해 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 외적 긍정적 정치인이미지는 비록 전반적 통계결과는 유의미하였으나 사후검증에서 차이가 나타날 정도로 연령 간 차이가 크지 않았다.

<표 16> 연령에 따른 각 변인의 일원 변량분석 결과

종속변인	구분	사례수	평균	표준 편차	F	scheffe
정치인 SNS 활동	20대(a)	500	2.54	0.91	7.364***	b, c, d>a
	30대(b)	512	2.75	0.85		
	40대(c)	502	2.76	0.78		
	50대(d)	380	2.73	0.80		
	전체	1894	2.69	0.84		
정치적 의사결정	20대(a)	500	3.28	0.71	.325	
	30대(b)	512	3.31	0.67		
	40대(c)	502	3.31	0.62		
	50대(d)	380	3.32	0.61		
	전체	1894	3.31	0.66		
정치적 병리현상	20대(a)	500	4.18	0.64	5.313***	a, b>c, d
	30대(b)	512	4.17	0.60		
	40대(c)	502	4.06	0.63		
	50대(d)	380	4.06	0.59		
	전체	1894	4.12	0.62		
외적 정치인 이미지	20대(a)	500	4.30	0.62	3.359*	
	30대(b)	512	4.30	0.60		
	40대(c)	502	4.19	0.63		
	50대(d)	380	4.24	0.65		
	전체	1894	4.26	0.63		
내적 정치인 이미지	20대(a)	500	3.05	0.72	1.057	
	30대(b)	512	3.07	0.70		
	40대(c)	502	3.12	0.67		
	50대(d)	380	3.05	0.68		
	전체	1894	3.07	0.69		
투표 참여	20대(a)	500	4.06	0.85	1.141	
	30대(b)	512	4.03	0.77		
	40대(c)	502	4.02	0.71		
	50대(d)	380	3.97	0.74		
	전체	1894	4.02	0.77		

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

2) 연령 별 연구모형 검증

각 연령별로 연구모형이 어떻게 적용되는지 살펴보기 위하여 20대, 30대, 40대, 50대 연령별로 연구모형을 검증하였다.

(1) 20대

20대를 대상으로 연구모형을 검증하였으며, 연구모형의 모형적합도를 <표 17>에 제시하였다. 연구모형의 적합도는 $\chi^2=615.060(df=123, p<.001)$, CFI=.933, TLI= .916, NFI=.918, RMSEA=.090(.083~.097)로 좋은 적합도 수준을 보였다.

<표 17> 연구모형의 모형적합도(20대)

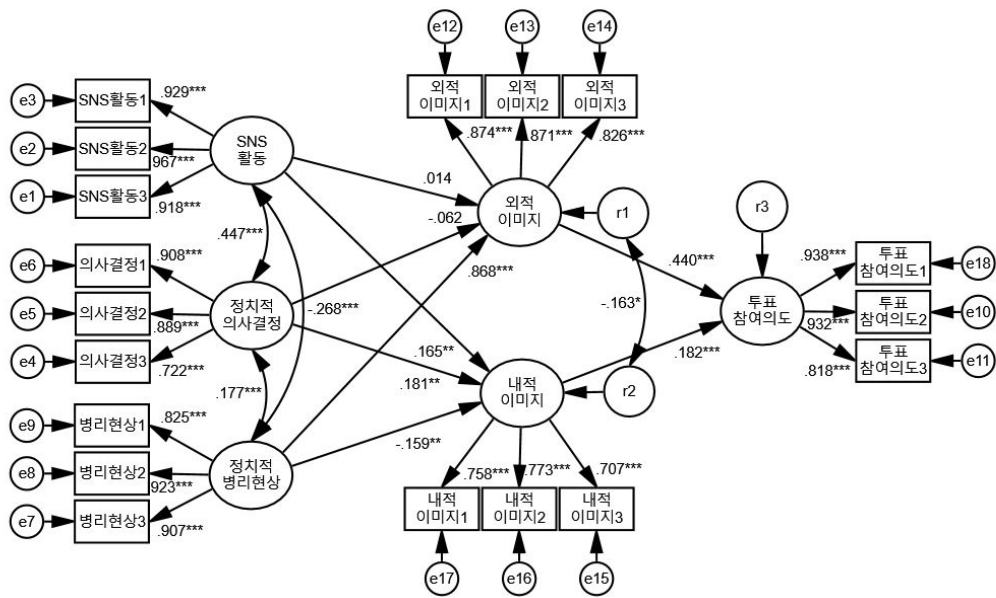
$\chi^2(p)$	df	CFI	NFI	TLI	RMSEA
615.060 ($p<.001$)	123	.933	.918	.916	.090 (.083~.097)

20대를 대상으로 정치인 SNS활동, 정치적 의사결정, 정치적 병리현상, 외적 긍정적 정치인이미지, 내적 부정적 정치인이미지 그리고 투표참여 간의 직접효과의 유의미성을 검증하였으며 그 결과를 그림 4와 <표 18>에 제시하였다.

외적 긍정적 정치인이미지에 대하여 정치인 SNS활동과 정치적 의사결정은 통계적으로 유의미한 영향력이 없는 반면 정치적 병리현상은 긍정적으로 영향을 주는 것으로 나타났다($\beta=.888, p<.001$).

내적 부정적 정치인이미지에 정치인 SNS활동($\beta=.165, p<.01$)과 정치적 의사결정($\beta=.181, p<.01$)은 긍정적으로 영향을 주고, 정치적 병리현상($\beta=-.159, p<.01$)은 부정적으로 영향을 주었다.

외적 긍정적 정치인이미지($\beta=.440, p<.001$)와 내적 부정적 정치인이미지($\beta=.182, p<.001$)는 모두 투표참여에 긍정적으로 영향을 주는 것으로 나타났다.



[그림 4] 20대 연구모형 결과

(주 : 모든 경로는 표준화된 계수임, * $p < .05$, ** $p < .01$ *** $p < .001$)

<표 18> 직접경로의 계수와 유의미성 검증결과(20대)

경로	b	β	se	t
정치인 SNS활동→ 외적 긍정적 정치인이미지	.009	.014	.026	.363
정치적 의사결정→ 외적 긍정적 정치인이미지	-.069	-.062	.043	-1.595
정치적 병리현상→ 외적 긍정적 정치인이미지	.793***	.868	.039	20.147
정치인 SNS활동→ 내적 부정적 정치인이미지	.123**	.165	.046	2.653
정치적 의사결정→ 내적 부정적 정치인이미지	.226**	.181	.079	2.870
정치적 병리현상→ 내적 부정적 정치인이미지	-.162**	-.159	.058	-2.798
외적 긍정적 정치인이미지→ 투표참여	.670***	.44	.073	9.188
내적 부정적 정치인이미지→ 투표참여	.248***	.182	.069	3.600

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

<표 19> Bootstrapping을 이용한 간접 경로의 유의미성 검증결과(20대)

	b	se	BC 95%CI	
			하한값	상한값
정치인 SNS활동→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	.006	.018	-.033	.039
정치인 SNS활동→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	.031	.014	.011	.061
정치적 의사결정→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	-.046	.022	-.086	-.001
정치적 의사결정→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	.056	.046	-.004	.171
정치적 병리현상→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	.531	.076	.391	.708
정치적 병리현상→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	-.040	.028	-.120	-.002

20대에서 연구모형의 간접효과의 통계적 유의미성을 검증하기 위하여 부트스트랩(bootstrap) 기법을 적용하여 간접효과의 95% 신뢰구간을 산출하였으며 그 결과를 표 19에 제시하였다.

정치인 SNS활동→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여의도의 간접효과(b=.006, BCI 95: -.033~.039)는 유의미하지 않았지만 정치인 SNS활동→내적 부정적 정치인이미지→투표참여의 간접효과(b=.031, BCI 95: .011~.061)는 통계적으로 유의미하였다.

정치적 의사결정→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여의도로 가는 간접효과(b=-.046, BCI 95: -.086~-.001)는 유의미한 반면, 정치적 의사결정→내적 부정적 정치인이미지→투표참여로 가는 간접효과(b=.056, BCI 95: -.004~.171)는 유의미하지 않았다.

정치적 병리현상→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여의 간접효과(b=.531, BCI 95: .391~.708)와 정치적 병리현상→내적 부정적 정치인이미지

지→투표참여의 간접효과($b=-.040$, BCI 95: $-.120\sim-.002$)는 모두 유의미한 것으로 나타났다.

20대에서는 정치인 SNS활동은 내적 부정적 정치인이미지를 통해 투표 참여에 긍정적으로, 정치적 의사결정은 외적 긍정적 정치인이미지를 통해 부정적으로 영향을 준다고 할 수 있다. 또한 정치적 병리현상은 외적 긍정적 정치인이미지를 통해 긍정적으로, 내적 부정적 정치인이미지를 통해 부정적으로 투표참여에 간접적으로 영향을 주는 것으로 나타났다.

(2) 30대

30대를 대상으로 연구모형을 검증하였으며, 연구모형의 모형적합도를 <표 20>에 제시하였다. 연구모형의 적합도는 $\chi^2=388.984(df=123, p<.001)$, CFI=.965, TLI= .957, NFI=.950, RMSEA=.065(.058~.072)로 좋은 적합도 수준을 보였다.

<표 20> 연구모형의 모형적합도(30대)

$\chi^2(p)$	df	CFI	NFI	TLI	RMSEA
388.984 ($p<.001$)	123	.965	.950	.957	.065 (.058~.072)

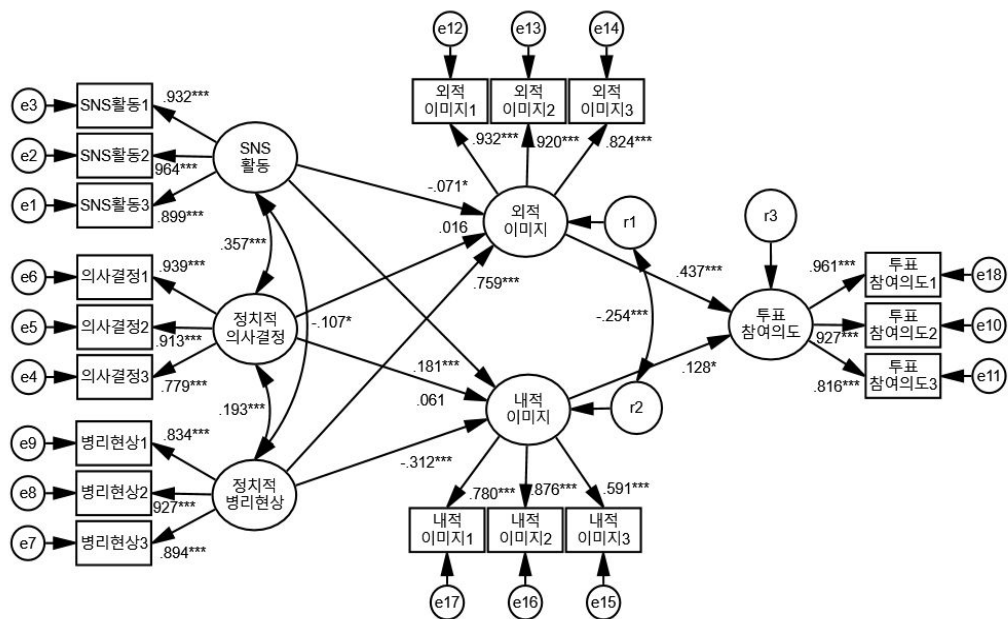
30대를 대상으로 한 정치인 SNS활동, 정치적 의사결정, 정치적 병리현상, 외적 긍정적 정치인이미지, 내적 부정적 정치인이미지 그리고 투표참여 간의 직접효과의 유의미성을 검증하였으며 그 결과를 그림 5와 <표 21>에 제시하였다.

외적 긍정적 정치인이미지에 정치인 SNS활동($\beta=-.071, p<.05$)은 부정적으로 영향을 주고, 정치적 병리현상은 긍정적으로 영향을 주는 것으로

나타났다($\beta=.759, p<.001$). 반면 외적 긍정적 정치인이미지에 대한 정치적 의사결정의 영향력은 통계적으로 유의미하지 않았다.

내적 부정적 정치인이미지에 정치인 SNS활동($\beta=.181, p<.001$)은 긍정적으로 영향을 주고 정치적 병리현상($\beta=-.321, p<.01$)은 부정적으로 영향을 주었다. 정치적 의사결정은 내적 부정적 정치인이미지에 유의미하게 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

외적 긍정적 정치인이미지($\beta=.437, p<.001$)와 내적 부정적 정치인이미지($\beta=.128, p<.001$)는 모두 투표참여에 긍정적으로 영향을 주는 것으로 나타났다.



[그림 5] 30대 연구모형 결과

(주 : 모든 경로는 표준화된 계수임, * $p <.05$, ** $p <.01$ *** $p <.001$)

<표 21> 직접경로의 계수와 유의미성 검증결과(30대)

경로	b	β	se	t
정치인 SNS활동→ 외적 긍정적 정치인이미지	-.054*	-.071	.027	-1.97
정치적 의사결정→ 외적 긍정적 정치인이미지	.018	.016	.041	.438
정치적 병리현상→ 외적 긍정적 정치인이미지	.781***	.759	.041	19.227
정치인 SNS활동→ 내적 부정적 정치인이미지	.108***	.181	.031	3.450
정치적 의사결정→ 내적 부정적 정치인이미지	.053	.061	.046	1.164
정치적 병리현상→ 내적 부정적 정치인이미지	-.253***	-.312	.044	-5.809
외적 긍정적 정치인이미지→ 투표참여	.564***	.437	.064	8.781
내적 부정적 정치인이미지→ 투표참여	.210*	.128	.085	2.465

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

<표 22> Bootstrapping을 이용한 간접 경로의 유의미성 검증결과(30대)

경로	b	se	BC 95%CI	
			하한값	상한값
정치인 SNS활동→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	-.030	.015	-.068	-.004
정치인 SNS활동→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	.023	.015	-.002	.064
정치적 의사결정→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	.010	.019	-.028	.045
정치적 의사결정→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	.011	.020	-.007	.092
정치적 병리현상→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	.440	.068	.320	.618
정치적 병리현상→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	-.053	.031	-.133	-.002

30대에서 연구모형의 간접효과의 통계적 유의미성을 검증하기 위하여 부트스트랩(bootstrap) 기법을 적용하여 간접효과의 95% 신뢰구간을 산출하였으며 그 결과를 표 22에 제시하였다.

정치인 SNS활동→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여의 간접효과 ($b=-.030$, BCI 95: $-.068\sim-.004$)는 유의미하였지만 정치인 SNS활동→내적 부정적 정치인이미지→투표참여의 간접효과($b=.023$, BCI 95: $-.002\sim.064$)는 통계적으로 유의미하지 않았다.

정치적 의사결정→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여의도로 가는 간접효과($b=.010$, BCI 95: $-.028\sim.045$)와 정치적 의사결정→내적 부정적 정치인이미지→투표참여로 가는 간접효과($b=.011$, BCI 95: $-.007\sim.092$)는 모두 유의미하지 않았다.

정치적 병리현상→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여의 간접효과 ($b=.440$, BCI 95: $.320\sim.618$)와 정치적 병리현상→내적 부정적 정치인이미지→투표참여의 간접효과($b=-.053$, BCI 95: $-.133\sim-.002$)는 모두 유의미한 것으로 나타났다.

30대에서는 정치인 SNS활동은 내적 부정적 정치인이미지를 통해 긍정적으로, 외적 긍정적 정치인이미지를 통해 부정적으로 투표참여에 영향을 주었다. 반면 정치적 의사결정의 간접효과는 모두 유의미하지 않아 30대에서 정치적 의사결정이 투표참여에 미치는 간접효과는 없는 것으로 나타났다. 정치적 병리현상은 외적 긍정적 정치인이미지를 통해 긍정적으로, 내적 부정적 정치인이미지를 통해 부정적으로 투표참여에 간접적으로 영향을 주는 것으로 나타났다.

(3) 40대

40대를 대상으로 연구모형을 검증하였으며, 연구모형의 모형적합도를 <표 23>에 제시하였다. 연구모형의 적합도는 $\chi^2=440.103(df=123, p<.001)$, CFI=.958, TLI= .948, NFI=.943, RMSEA=.072(.065~.079)로 좋은 적합도 수준을 보였다.

<표 23> 연구모형의 모형적합도(40대)

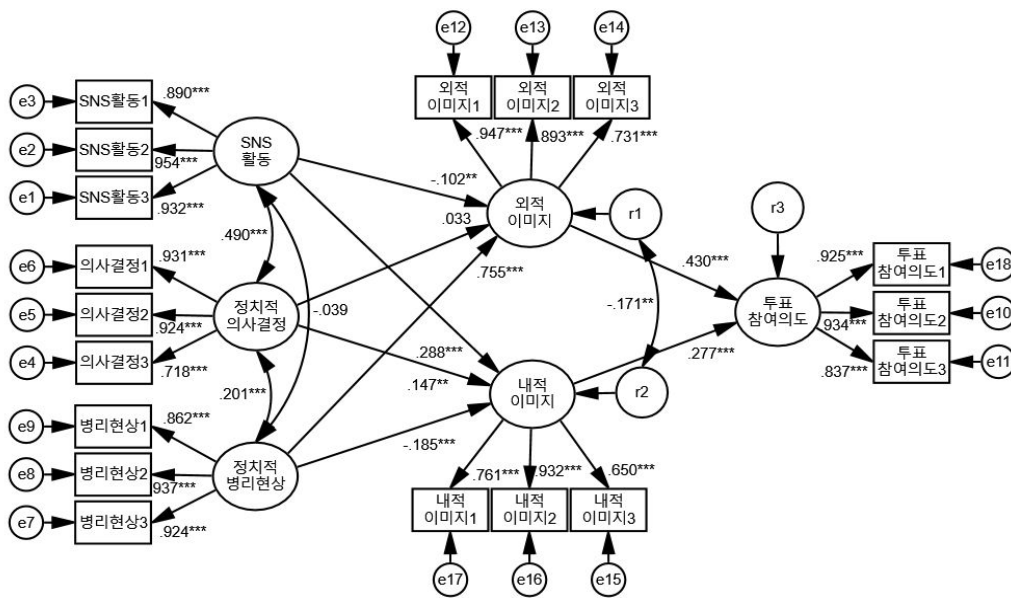
$\chi^2(p)$	df	CFI	NFI	TLI	RMSEA
440.103 ($p<.001$)	123	.958	.943	.948	.072 (.065~.079)

40대를 대상으로 한 정치인 SNS활동, 정치적 의사결정, 정치적 병리현상, 외적 긍정적 정치인이미지, 내적 부정적 정치인이미지 그리고 투표참여 간의 직접효과의 유의미성을 검증하였으며 그 결과를 그림 6와 <표 24>에 제시하였다.

외적 긍정적 정치인이미지에 정치인 SNS활동($\beta=-.102, p<.01$)은 부정적으로, 정치적 병리현상은 긍정적으로 영향을 주는 것으로 나타났다($\beta=.755, p<.001$). 반면 외적 긍정적 정치인이미지에 대한 정치적 의사결정의 영향력은 통계적으로 유의미하지 않았다.

내적 부정적 정치인이미지에 정치인 SNS활동($\beta=.288, p<.001$)과 정치적 의사결정($\beta=.147, p<.01$)은 긍정적으로 영향을 주고 정치적 병리현상($\beta=-.185, p<.01$)은 부정적으로 영향을 주었다.

외적 긍정적 정치인이미지($\beta=.430, p<.001$)와 내적 부정적 정치인이미지($\beta=.277, p<.001$)는 모두 투표참여에 긍정적으로 영향을 주는 것으로 나타났다.



[그림 6] 40대 연구모형 결과

(주 : 모든 경로는 표준화된 계수임, * $p < .05$, ** $p < .01$ *** $p < .001$)

<표 24> 직접경로의 계수와 유의미성 검증결과(40대)

경로	b	β	se	t
정치인 SNS활동→ 외적 긍정적 정치인이미지	-.088**	-.102	.034	-2.614
정치적 의사결정→ 외적 긍정적 정치인이미지	.046	.033	.056	0.823
정치적 병리현상→ 외적 긍정적 정치인이미지	.769***	.755	.038	20.139
정치인 SNS활동→ 내적 부정적 정치인이미지	.198***	.288	.038	5.165
정치적 의사결정→ 내적 부정적 정치인이미지	.162**	.147	.062	2.628
정치적 병리현상→ 내적 부정적 정치인이미지	-.150***	-.185	.039	-3.853
외적 긍정적 정치인이미지→ 투표참여	.474***	.430	.051	9.314
내적 부정적 정치인이미지→ 투표참여	.384***	.277	.067	5.696

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

<표 25> Bootstrapping을 이용한 간접 경로의 유의미성 검증결과(40대)

경로	b	se	BC 95%CI	
			하한값	상한값
정치인 SNS활동→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	-.042	.016	-.076	-.012
정치인 SNS활동→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	.076	.020	.042	.118
정치적 의사결정→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	.022	.031	-.044	.086
정치적 의사결정→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	.062	.032	.002	.139
정치적 병리현상→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	.365	.054	.261	.475
정치적 병리현상→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	-.058	.020	-.114	-.026

40대에서 연구모형의 간접효과의 통계적 유의미성을 검증하기 위하여 부트스트랩(bootstrap) 기법을 적용하여 간접효과의 95% 신뢰구간을 산출하였으며 그 결과를 표 25에 제시하였다.

정치인 SNS활동→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여의 간접효과($b=-.042$, BCI 95: $-.076\sim-.012$)와 정치인 SNS활동→내적 부정적 정치인 이미지→투표참여의 간접효과($b=.076$, BCI 95: $.042\sim.118$)가 모두 통계적으로 유의미하였다.

정치적 의사결정→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여로 가는 간접효과($b=.022$, BCI 95: $-.044\sim.086$)는 유의미하지 않은 반면 정치적 의사결정→내적 부정적 정치인이미지→투표참여로 가는 간접효과($b=.062$, BCI 95: $.002\sim.139$)는 유의미하였다.

정치적 병리현상→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여의 간접효과($b=.365$, BCI 95: $.261\sim.475$)와 정치적 병리현상→내적 부정적 정치인이미지

지→투표참여의 간접효과($b=-.058$, BCI 95: $-.114\sim-.026$)는 모두 유의미한 것으로 나타났다.

40대에서는 정치인 SNS활동은 내적 부정적 정치인이미지를 통해 긍정적으로, 외적 긍정적 정치인이미지를 통해 부정적으로 투표참여에 영향을 주었다. 반면 정치적 의사결정의 간접효과는 내적 부정적 정치인이미지를 통해 긍정적으로만 영향을 주었다. 정치적 병리현상은 외적 긍정적 정치인이미지를 통해 긍정적으로, 내적 부정적 정치인이미지를 통해 부정적으로 투표참여에 간접적으로 영향을 주는 것으로 나타났다.

(4) 50대

50대를 대상으로 연구모형을 검증하였으며, 연구모형의 모형적합도를 <표 26>에 제시하였다. 연구모형의 적합도는 $\chi^2=506.566$ ($df=123$, $p<.001$), CFI=.927, TLI= .909, NFI=.906, RMSEA=.091(.083~.099)로 좋은 적합도 수준을 보였다.

<표 26> 연구모형의 모형적합도(50대)

$\chi^2(p)$	df	CFI	NFI	TLI	RMSEA
506.566 ($p<.001$)	123	.927	.906	.909	.091 (.083~.099)

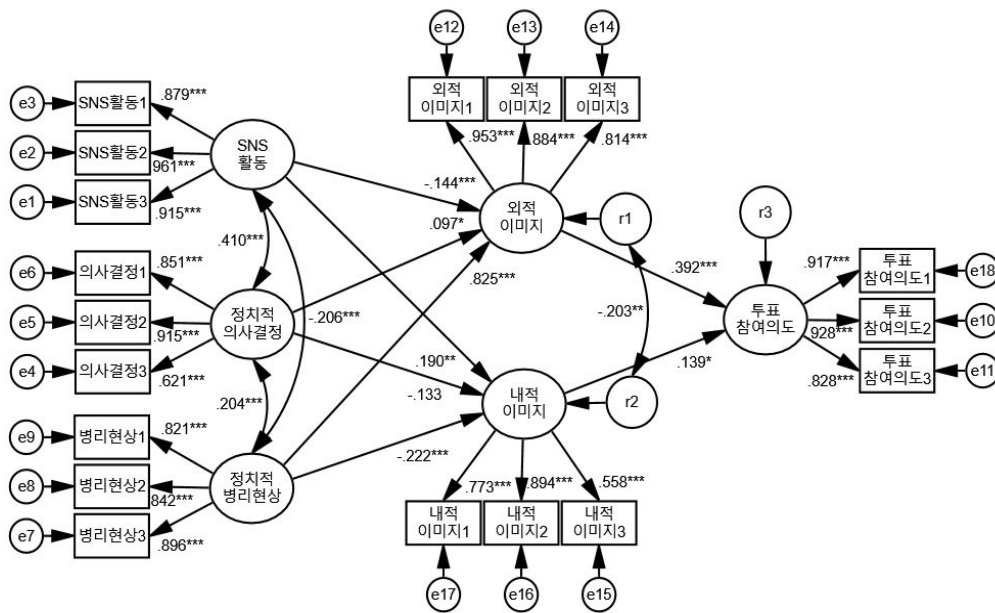
50대를 대상으로 한 정치인 SNS활동, 정치적 의사결정, 정치적 병리현상, 외적 긍정적 정치인이미지, 내적 부정적 정치인이미지 그리고 투표참여 간의 직접효과의 유의미성을 검증하였으며 그 결과를 [그림 7]과 <표 27>에 제시하였다.

외적 긍정적 정치인이미지에 정치인 SNS활동($\beta=-.144$, $p<.001$)은 부정

적으로, 정치적 의사결정($\beta=.097, p<.05$)과 정치적 병리현상($\beta=.825, p<.001$)은 긍정적으로 영향을 주는 것으로 나타났다.

내적 부정적 정치인이미지에 정치인 SNS활동($\beta=.190, p<.001$)은 긍정적으로 영향을 주고 정치적 병리현상($\beta=-.222, p<.001$)은 부정적으로 영향을 주었다. 내적 부정적 정치인이미지에 대한 정치적 의사결정의 영향력은 통계적으로 유의미하지 않았다.

외적이미지($\beta=.392, p<.001$)와 내적이미지($\beta=.139, p<.05$)는 모두 투표 참여에 긍정적으로 영향을 주는 것으로 나타났다.



[그림 7] 50대 연구모형 결과

(주 : 모든 경로는 표준화된 계수임, * $p <.05$, ** $p <.01$ *** $p <.001$)

<표 27> 직접경로의 계수와 유의미성 검증결과(50대)

경로	b	β	se	t
정치인 SNS활동→ 외적 긍정적 정치인이미지	-.131***	-.144	.035	-3.776
정치적 의사결정→ 외적 긍정적 정치인이미지	.166*	.097	.068	2.431
정치적 병리현상→ 외적 긍정적 정치인이미지	.947***	.825	.048	19.591
정치인 SNS활동→ 내적 부정적 정치인이미지	.123**	.190	.043	2.841
정치적 의사결정→ 내적 부정적 정치인이미지	-.164	-.133	.084	-1.947
정치적 병리현상→ 내적 부정적 정치인이미지	-.182***	-.222	.053	-3.435
외적 긍정적 정치인이미지→ 투표참여	.456***	.392	.066	6.872
내적 부정적 정치인이미지→ 투표참여	.228*	.139	.098	2.315

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

<표 28> Bootstrapping을 이용한 간접 경로의 유의미성 검증결과(50대)

경로	b	se	BC 95%CI	
			하한값	상한값
정치인 SNS활동→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	-.060	.018	-.105	-.031
정치인 SNS활동→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	.028	.020	.003	.088
정치적 의사결정→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	.076	.043	.009	.181
정치적 의사결정→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	-.037	.039	-.143	.006
정치적 병리현상→외적 긍정적 정치인이미지 →투표참여	.432	.073	.276	.580
정치적 병리현상→내적 부정적 정치인이미지 →투표참여	-.041	.020	-.121	-.012

50대에서 연구모형의 간접효과의 통계적 유의미성을 검증하기 위하여 부트스트랩(bootstrap) 기법을 적용하여 간접효과의 95% 신뢰구간을 산출하였으며 그 결과를 <표 28>에 제시하였다.

정치인 SNS활동→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여의 간접효과 ($b=-.060$, BCI 95: $-.105 \sim -.031$)와 정치인 SNS활동→내적 부정적 정치인 이미지→투표참여의 간접효과($b=.028$, BCI 95: $.003 \sim .088$)가 모두 통계적으로 유의미하였다.

정치적 의사결정→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여로 가는 간접효과($b=.076$, BCI 95: $.009 \sim .181$)는 유의미한 반면 정치적 의사결정→내적 부정적 정치인이미지→투표참여로 가는 간접효과($b=-.037$, BCI 95: $-.143 \sim .006$)는 유의미하지 않았다.

정치적 병리현상→외적 긍정적 정치인이미지→투표참여의 간접효과 ($b=.432$, BCI 95: $.276 \sim .580$)와 정치적 병리현상→내적 부정적 정치인 이미지→투표참여의 간접효과($b=-.041$, BCI 95: $-.121 \sim -.012$)는 모두 유의미한 것으로 나타났다.

50대에서 SNS활동은 내적 부정적 정치인이미지를 통해 긍정적으로, 외적 긍정적 정치인이미지를 통해 부정적으로 투표참여에 영향을 주었다. 반면 정치적 의사결정의 간접효과는 외적 긍정적 정치인이미지를 통해 부정적으로만 영향을 주었다. 정치적 병리현상은 외적 긍정적 이미지를 통해 긍정적으로, 내적 부정적 정치인 이미지를 통해 부정적으로 투표참여에 간접적으로 영향을 주는 것으로 나타났다.

3. 가설결과

1) 14개 가설결과 설명

본 연구는 정치인의 이미지가 투표참여에 얼마만큼의 영향을 미치는가에 관한 연구이다. 연구의 방법으로 정치인의 이미지에 영향을 주는 변수로 정치인 SNS활동, 정치적 의사결정, 정치적 병리현상을 독립변수로 상정하고 정치인이미지를 외적과 내적으로 구분하여 매개변수로 상정하였다. 각 변수의 인과관계를 파악하여 14개의 가설을 설정하고 결과를 파악하여 정치인이미지가 얼마만큼의 투표참여에 영향을 미치는지 조사하였다. 또한 선거정책에 영향을 미치는 각 세대별 투표참여의 성향을 파악하였다.

각각의 가설의 결과를 살펴보면 다음과 같다.

가설 1. 정치인 SNS활동이 외적 긍정적 정치인이미지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

정치인 SNS활동을 하는 가장 큰 이유는 자신의 외적 이미지를 홍보하는 것이다.

가설검증 결과 정치인 SNS활동은 외적 정치인이미지에 부정적인 영향을 미쳤다. 정치인 SNS활동이 정치인들의 홍보에 치중하고 진실성이 결여되어 있다고 유권자들은 판단한 것이다.

가설 2. 정치인 SNS활동이 내적 부정적 정치인이미지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과 정치인 SNS활동은 내적 부정적 정치인 이미지에 긍정

적인 영향을 미쳤다. 외적 이미지에 대한 부정적 입장과는 다르게 내적 이미지에 대해서는 정치인 SNS활동이 긍정적으로 영향을 미쳤다. 외적 정치인 이미지보다 진실성이 있다고 유권자는 판단한 것이다.

가설 3. 정치적 의사결정이 외적 긍정적 정치인이미지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과 정치적 의사결정은 유권자의 측면에서 정치를 바라보는 입장인데 외적 정치인이미지에는 유의한 영향을 미치지 못했다.

가설 4. 정치적 의사결정은 내적 부정적 정치인이미지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과 정치적 의사결정은 유권자의 측면에서 정치를 바라보는 입장인데 내적 부정적 정치인이미지에는 긍정적인 영향을 미쳤다.

유권자들은 외적 정치인이미지보다 내적 정치인이미지에 영향을 미쳤고 유권자의 정치적 의사결정의 주된 정신은 주권의도의 정신임을 알 수 있었다.

가설 5. 정치적 병리현상이 외적 긍정적 정치인이미지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

정치적 병리현상은 정치를 부정적으로 보는 시각이지만 정치적 병리현상이 올라갈수록 정치인이미지가 외적이든 내적이든 다 떨어지는 것이 아니라 외적 긍정적 정치인이미지의 경우 거짓으로 정치인 이미지를 올렸다고 생각하여 이러한 거짓된 정치인들을 교체하기위해 투표참여가 올라가고 그 중간의 견해에서 외적 긍정적 이미지가 올라가는 것이다. 즉 정치

적 병리현상이 올라갈수록 외적 긍정적 이미지가 올라가고 이러한 현상을 없애기 위해서 투표참여가 올라간다.

가설 6. 정치적 병리현상이 내적 부정적 정치인이미지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과 정치적 병리현상이 올라갈수록 내적 부정적 정치인이미지가 떨어지는 결과가 나타났다.

정치적 병리현상은 정치인의 이미지를 더욱더 부정적으로 바라보게 하는 현상이다.

가설 7. 외적 긍정적 정치인이미지는 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과 외적 긍정적 정치인이미지가 올라갈수록 투표참여가 올라가는 것으로 나타났다. 자신이 좋아하는 정치인이 있으면 유권자가 투표할 확률이 높아지는 것과 일맥상통한다.

가설 8. 내적 부정적 정치인 이미지는 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과 내적 부정적 정치인이미지가 올라갈수록 투표참여가 올라가는 것을 볼 수 있다. 자신이 싫어하는 정치인이 있으며 유권자가 다른 정치인을 뽑기 위해 투표할 확률이 높아지는 것과 일맥상통한다.

가설9. 정치인 SNS활동은 외적 긍정적 정치인이미지를 통해 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과 정치인 SNS활동이 증가하면 외적 긍정적 정치인이미지에 부정적인 영향을 미치고 결국 투표참여가 떨어짐을 알 수 있었다. 유권자들은 정치인들의 거짓된 행동에만 치중하고 자신만 홍보한다고 생각함으로 정치계는 어쩔 수 없다는 포기的心态으로 투표참여가 떨어진다.

가설10. 정치인 SNS활동은 내적 부정적 정치인이미지를 통해 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과 정치인 SNS활동으로 자신의 잘못된 부분을 바로잡는 등 내적 부정적 정치인이미지에 긍정적인 효과가 있고 이러한 효과로 인해서 유권자들은 주권의도가 생기므로 투표참여가 올라간다.

가설11. 정치적 의사결정이 외적 긍정적 정치인이미지를 통해서 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과 유의미한 결과가 나타나지 않았다. 정치적 의사결정은 유권자 스스로 노력을 통해 훌륭한 정치인을 선택하려고 하는 의도인데 외적 긍정적 정치인이미지 자체에 대해서는 유권자의 정치적 의사결정을 일으킬 의도가 없다고 볼 수 있다.

가설12. 정치적 의사결정이 내적 부정적 정치인이미지를 통해서 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과 정치적 의사결정은 유권자 스스로 노력을 통해 훌륭한

정치인을 선택하려고 하는 의도인데 내적 부정적 정치인 이미지를 통해서 유권자들은 올바른 정치인을 뽑아야 된다는 심정으로 투표참여가 올라간다.

가설13. 정치적 병리현상이 외적 긍정적 정치인 이미지를 통해서 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과 정치적 병리현상은 정치에 대해서 부정적으로 바라보는 시각인데 외적 긍정적 정치인 이미지가 올라가면 이 사실을 긍정적으로 바라보지 않고 빨리 선거를 통해 좋은 정치인을 뽑아야 한다는 의지가 생겨 투표참여가 올라간다.

가설14. 정치적 병리현상이 내적 부정적 정치인 이미지를 통해서 투표참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과 정치적 병리현상은 정치에 대해서 부정적으로 바라보는 시각인데 내적 부정적 정치인 이미지를 통해서 결과적으로 투표참여는 떨어진다. 정치인들은 다 부정적이고 똑같다는 자세로 선거에 대한 실망으로 선거를 하지 않아 투표참여가 떨어진다.

2) 가설 요약표

<표 29>

가설	변수	경로	변수	관계	성향	해석		
1	정치인의 SNS활동	→	외적 긍정적 정치인 이미지	○	부정적	유권자들은 정치인들의 SNS활동을 진실성 결여로 판단.		
2	정치인의 SNS활동	→	내적 부정적 정치인 이미지	○	긍정적	유권자들은 정치인의 내적 이미지가 그나마 진실성 있다고 판단함.		
3	정치적 의사결정	→	외적 긍정적 정치인 이미지	×		정치적 의사결정은 외적 긍정적 정치인 이미지에는 유의한 영향을 미치지 못함.		
4	정치적 의사결정	→	내적 부정적 정치인 이미지	○	긍정적	내적 부정적 정치인 이미지를 가진 정치인을 바꿀려고 함. 투표참여 늘어남.		
5	정치적 병리현상	→	외적 긍정적 정치인 이미지	○	긍정적	정치적 병리현상이 올라가면 정치인의 거짓된 모습인 자신의 홍보위주의 외적 긍정적 정치인 이미지 올라감.		
6	정치적 병리현상	→	내적 부정적 정치인 이미지	○	부정적	정치적 병리현상은 정치인을 더 부정적으로 보게함		
7	외적 긍정적 정치인 이미지	→	투표참여	○	긍정적	자신이 좋아하는 정치인이 있으면 투표참여가 올라감		
8	내적 부정적 정치인 이미지	→	투표참여	○	긍정적	자신이 싫어하는 정치인이 있으면 낙선시키려고 투표참여가 올라감		
9	정치인의 SNS활동	→	외적 긍정적 정치인 이미지	→	투표참여	○	부정적	유권자들은 정치인들의 거짓된 행동으로 자신만 홍보한다고 생각하여 포기의 마음으로 투표참여 떨어짐
10	정치인의 SNS활동	→	내적 부정적 정치인 이미지	→	투표참여	○	긍정적	유권자들은 주권의도의 마음으로 좋은 정치인을 뽑기 위해서 투표율 올라감
11	정치적 의사결정	→	외적 긍정적 정치인 이미지	→	투표참여	×		정치적 의사결정은 유권자의 측면에서 정치를 바라보는 입장인데 외적 긍정적 이미지에는 정치적 의사결정을 일으킬 의도가 없음
12	정치적 의사결정	→	내적 부정적 정치인 이미지	→	투표참여	○	긍정적	유권자들은 주권의도의 정신으로 올바른 정치인을 뽑아야 한다는 심정으로 투표참여가 올라감
13	정치적 병리현상	→	외적 긍정적 정치인 이미지	→	투표참여	○	긍정적	외적 긍정적 정치인 이미지를 보면 이 사실을 긍정적으로 바라보지 않고 좋은 정치인을 뽑아야 한다는 의지가 생겨 투표참여 올라감.
14	정치적 병리현상	→	내적 부정적 정치인 이미지	→	투표참여	○	부정적	정치인들은 모두 부정적이고 똑같다는 자세로 선거에 대한 실망으로 선거를 하지 않아 투표참여 떨어짐.

제5장 결론 및 제언

제1절 연구결과의 요약

민주주의의 꽃은 선거이며, 선거는 국민들의 권리이자 의무이다. 그러나 대한민국은 OECD국가들 중에서 낮은 선거율을 보이고 있다. 본 연구는 투표참여에 영향을 미치는 정치인이미지에 대한 연구이다. 정치인의 이미지에 영향을 주는 정치인 SNS활동 그리고 정치적 의사결정과 정치적 병리현상을 독립변수로 상정하여 매개변수인 외적 긍정적 정치인이미지와 내적 부정적 정치인이미지와의 관계성을 파악하여 투표참여에 영향을 주는 관계성을 14개의 변수로 상정하여 조사하였다.

가설 검증결과 외적 긍정적 정치인이미지의 경우는 정치인 SNS활동의 매개변수로서 투표참여에는 부정적인 영향을 미쳤다. 외적 긍정적 정치인 이미지가 정치인 SNS활동을 통한 이미지에 부정적으로 영향을 미치는 것이다. 그만큼 유권자들의 정치인에 대한 불신의 마음을 알 수 있다. 정치적 의사결정으로서 외적 긍정적 정치인이미지는 투표참여에 영향을 주지 못했다. 정치적 의사결정은 유권자의 노력으로 훌륭한 정치인을 뽑는다는 생각인데 외적 긍정적 정치인이미지에는 유권자의 의도를 반영하기가 어렵다는 것이다. 정치적 병리현상의 매개변수로서의 외적 긍정적 정치인이미지는 투표참여에 긍정적인 영향을 미쳤다. 정치적 병리현상은 정치에 대한 부정적인 생각이므로 외적 긍정적 정치인이미지는 정치인의 원래의 모습이 아니고 거짓된 가상의 모습이므로 거짓된 모습을 바꾸고 진정한 정치인을 뽑아야 한다는 심정으로 투표참여가 올라간다는 것이다.

내적 부정적 정치인이미지의 경우는 정치인 SNS활동의 매개변수로서

투표참여에는 긍정적인 영향을 미쳤다. 정치인 SNS활동을 통한 부정적 정치인 이미지는 유권자로 하여금 좋은 정치인을 뽑아야 된다는 마음으로 투표참여에 긍정적인 영향으로 투표참여를 높였다. 정치적 의사결정의 매개변수로서 내적 부정적 정치인 이미지는 투표참여에 긍정적인 영향을 미쳐서 투표참여를 높였다. 정치적 의사결정은 올바른 개인의 노력으로 좋은 정치인을 뽑으려고 하는 마음자세인데 내적 부정적 정치인 이미지를 통해 부정적 정치인을 바꾸고 좋은 정치인을 뽑으려고 하는 마음 때문에 투표참여에 긍정적인 영향을 미쳐 투표참여가 올라가는 것이다. 정치적 병리현상으로서의 매개변수로서의 내적 부정적 정치인 이미지는 정치적 병리현상은 정치에 대해 통상적으로 부정적으로 보는 입장인데 내적 부정적 정치인 이미지를 보면 정치인은 다 똑같은 거짓말쟁이라는 생각으로 투표참여에 부정적인 영향을 미치고 투표율은 떨어진다. 결과적으로 정치인 이미지라는 것도 어떠한 현상에 의해서 생긴 것인가에 따라서 다양한 의미로 투표참여에 영향을 미친다는 사실을 알 수 있었다. 또한 유권자들은 정치인 이미지에 대해서 긍정이든 부정이든 다양한 조건 속에서 이해하고 판단한다는 것이다.

20대부터 50대까지 투표참여의 영향을 미치는 5개의 변수의 성향을 살펴보면 우선 20대의 경우는 정치인 SNS활동에 대한 인식이 다른 연령대에 비해서 상대적으로 낮았다. 지금의 20대는 SNS활동이 너무나 일상화되어 있어 30대 40대 50대에 비해 정치인들의 SNS활동을 정치인들의 노력하는 모습으로 보지 않고 당연한 하나의 사회적 현상으로 생각하는 것이다. 따라서 정치인 SNS활동을 통한 정치인 이미지에 대해서 큰 관심이 없다. 정치인 SNS활동을 통한 외적 긍정적 정치인 이미지에 유효한 결과가 나타나지 않았고 다만 내적 부정적 정치인 이미지에 대해서는 투표참여를 통한 부정적 정치인의 교체의 마음으로 투표참여가 올라갔다. 정치

적 의사결정의 매개변수로서의 정치인이미지의 경우 외적 긍정적 정치인 이미지를 통한 투표참여에는 부정적인 성향으로 투표참여가 떨어졌다. 정치적 의사결정은 유권자 스스로의 노력으로 좋은 정치인을 뽑으려고 하는 마음인데 외적 긍정적 정치인이미지의 경우에는 유권자가 자신의 의사결정을 반영할 수 있는 이유가 없는 것이다. 내적 부정적 정치인 이미지의 경우는 20대의 경우는 유효한 결과가 나타나지 않았다.

30대의 경우는 정치인이미지에 대해서 외적이든 내적이든 긍정이든 부정이든 정치적 의사결정의 매개변수로서의 투표참여에는 유의미한 효과가 없었다. 30대가 가장 바쁘고 힘든 세대기도 하지만 정치적 의사결정에 대한 마음을 일으키지 않는다고 볼 수 있다.

40대의 경우는 투표참여에 영향을 미치는 5개의 변수가 각 세대의 공통된 변수들의 결과와 일치했다. 40대가 각 세대의 평균치에 가장 근접하는 것이다.

50대의 투표참여에 가장 특징적인 성향은 20대가 정치적 의사결정을 통한 외적 긍정적 정치인이미지가 투표참여에 부정적인 영향으로 투표참여를 떨어뜨렸지만 50대의 경우는 반대로 투표참여가 올라간다는 것이다. 20대가 기본적으로 정치적 의사 결정에 대해서 정치인의 외적 긍정적 이미지에 대해서 부정적인 성향으로 투표참여가 떨어지지만 50대의 경우는 정치적 의사결정을 통한 외적 긍정적 정치인이미지에 대해서 크게 의미를 부여하고 투표참여에 긍정적인 효과로 투표참여가 올라간다는 것이다.

20대 30대 40대 50대의 가장 큰 공통점은 정치적 병리현상을 통한 외적 긍정적 정치인이미지의 경우 투표참여가 올라가고 정치적 병리현상을 통한 내적 부정적 정치인이미지의 경우에는 투표참여가 떨어진다는 것이다. 정치적 병리현상은 정치에 대한 부정적인 시각인데 외적 긍정적 정치인 이미지의 경우는 정치인들이 자신의 이미지만 긍정적으로 만드는데 노력한

다는 이유로 투표참여를 통해 거짓 없는 정치인을 뽑기를 바라는 마음에서 투표참여가 올라가고 내적 부정적 정치인이미지의 경우는 정치인들은 다 똑같고 투표참여가 큰 의미가 없다는 이유로 투표참여가 떨어진다는 것이다. 정치적 병리현상이 정치인과 유권자사이에 얼마나 큰 변수인가를 알수 있는 결과이다.

정치적 병리현상에 대해서 살펴보면 20대 30대가 40대 50대에 비하여 정치적 병리현상에 대한 부정적인 생각이 더 많았다. 40대 50대만 해도 정치적 병리현상을 싫어하지만 어느 정도 한국사회의 당연한 모습으로 받아들이는 성향이 있다는 것이다.

종합해보면 정치인 SNS활동은 외적 긍정적 정치인이미지를 경유하면 투표참여가 떨어지고 내적 부정적 정치인이미지를 경유하면 투표참여가 올라감을 볼 수 있다. 이유로는 정치인 SNS활동에 대해서 유권자들은 정치인들은 자신의 홍보를 위해서 SNS활동을 하는 것이지 유권자를 진정으로 위하는 마음이 없다고 본 것이다. 외적 긍정적 이미지의 경우 유권자들로 하여금 정치인들의 홍보에 속았다고 생각하여 포기의 마음을 가지고 투표를 하지 않는다. 그러나 내적 부정적 정치인이미지의 경우는 정치인들의 부정성을 바꾸어야 한다는 마음으로 투표참여가 올라갔다. 유권자들이 얼마나 정치인에 대해 불신의 마음을 가지고 있는지 확인해 볼 수 있는 결과이다. 정치적 의사결정의 경우는 외적 긍정적 이미지에는 통계적으로 유의미를 파악할 수 없었으나 내적 부정적 정치인이미지를 경유하면 투표참여가 올라감을 확인할 수 있었다. 정치적 의사결정은 자신의 올바른 노력으로 좋은 정치인을 뽑으려고 하는 마음자세인데 내적 부정적 정치인이미지를 경유하면 잘못된 정치인을 바꾸어야 한다는 심정으로 투표참여가 올라갔다. 정치적 병리현상의 경우를 살펴보면 외적 긍정적 이미지를 경유하게 되면 투표참여가 올라감이 검증되었다. 정치적 병리현상

을 정치현실을 부정적으로 바라보는 현상인데 외적 긍정적 이미지가 생기면 거짓으로 자신의 이미지를 형성한 정치인을 바꾸어야 한다는 심정으로 투표참여가 올라감을 볼 수 있었고 내적 부정적 정치인 이미지를 경유하면 정치적 실망으로 투표참여를 포기하는 심정이 생겨 투표참여가 떨어지는 현상이 나타났다.

유권자와 정치인들 사이에 불신임을 제거하는 것이 우리의 정치현실을 긍정적으로 바꾸는 가장 중요한 목표임을 확인할 수 있었다.

각 세대별 차이점을 살펴보면 정치인 SNS활동에 대한 인식은 20대가 다른 연령대에 비해서 상대적으로 낮았다. 지금의 20대는 SNS활동이 너무나 일상화 되어 있어 30대 40대 50대에 비해 정치인들의 SNS활동을 노력하는 모습으로 보지 않고 당연한 하나의 모습으로 생각하고 있는 것이다. 정치적 병리현상에 대해서 20대 30대가 40대 50대에 비하여 높게 인식하고 있었다. 40대 50대만 해도 정치적 병리현상을 당연한 모습으로 받아들이는 경향이 있으나 20대 30대는 바꾸어야 할 하나의 목표의식으로 본 것이다.

제2절 연구결과의 함의 및 제언

정치인 SNS활동은 외적 긍정적 정치인이미지를 경유하면 투표참여가 떨어지고 내적 부정적 정치인이미지를 경유하면 투표참여가 올라감을 볼 수 있다. 정치인의 SNS활동이 정치인 자신에게 꼭 긍정적인 효과만 보여주는 것은 아니다. 특히 20대의 경우는 정치인의 SNS활동이 특이한 사항이 아니다. 정치인이 SNS활동을 열심히 했다고 특별하게 보지 않는다는 것이다. 도리어 하지 않으면 현실에 부합하지 못하는 자로 보는 것이다. 여기에 SNS의 한계가 있다. 정치인들의 SNS활동은 자신의 활동을 홍보하는 데 주된 목적이 있는데 앞으로는 유권자와 소통하면서 좀 더 다양한 측면에서 활용하는 노력이 필요해 보인다.

정치인에 대해서 유권자들은 기본적으로 좋지 않게 보기 때문에 정치인 SNS활동에 대해서 기본적으로 부정적 시각을 가지고 있다. 이 부분을 극복하기 위해서는 정치인의 진정성으로 보여주는 것이 가장 중요한데 좀더 많은 연구가 필요해 보인다. 정치인들의 SNS활동에 대해서 외적 긍정적 이미지가 포함되면 유권자들로 하여금 정치인들의 홍보에 속았다고 생각하여 포기의 마음을 가지고 투표를 하지 않는다. 그러나 내적 부정적 정치인이미지의 경우는 정치인들의 부정성을 바꾸어야 한다는 마음으로 투표참여가 올라갔다. 유권자들이 얼마나 정치인에 대해 불신의 마음을 가지고 있는지 확인해 볼 수 있는 결과이다.

정치적 의사결정의 경우는 외적 긍정적 이미지에는 통계적으로 유의미를 파악할 수 없었으나 내적 부정적 정치인이미지를 경유하면 투표참여가 올라감을 확인할 수 있었다. 정치적 의사결정은 유권자가 자신의 올바른 노력으로 좋은 정치인을 뽑으려고 하는 마음자세인데 내적 부정적 정치인 이미지를 경유하면 잘못된 정치인을 바꾸어야 한다는 심정으로 투표참여

가 올라갔다. 정치적 병리현상의 경우는 외적 긍정적 이미지를 경유하게 되면 투표참여가 올라감이 검증되었다. 정치적 병리현상을 정치현실을 부정적으로 바라보는 현상인데 외적 긍정적 이미지가 생기면 거짓으로 자신의 이미지를 형성한 정치인을 바꾸어야 한다는 심정으로 투표참여가 올라감을 볼 수 있다. 내적 부정적 정치인 이미지를 경유하면 정치적 실망으로 투표참여를 포기하는 심정이 생겨 투표참여가 떨어지는 현상이 나타났다. 정치적 병리현상의 경우는 개인의 정치적 의사결정과 다르게 외적 긍정적 정치인 이미지와 내적 부정적 정치인 이미지에 유효한 영향을 보여주었다.

정치인 SNS활동과 유권자의 정치적 의사결정, 정치적 병리현상을 투표참여에 긍정적으로 영향을 미치게 하기 위해서는 유권자와 정치인들 사이에 불신임을 제거하는 것이 우리의 정치현실을 긍정적으로 바꾸는 가장 중요한 목표임을 확인할 수 있었다.

20대부터 50대까지 투표참여에 영향을 주는 5가지 변수의 연구결과 공통점과 차이점이 나타났다. 공통점은 정치인 SNS활동은 외적 긍정적 정치인 이미지에 부정적인 영향을 미친다는 것이다. 기존의 정치인 SNS활동은 유권자들에게 긍정적인 이미지를 준다는 견해와 다른 것이다. 정치인들은 SNS활동에 대한 좀 더 다양한 시각적 변화가 필요해 보인다. 특히 정치적 병리현상이 심한 우리나라의 경우 정치인들의 행위의 진실성 여부에 대해 의심이 많은데 SNS활동을 정치인의 홍보수단으로만 인식한다면 도리어 역효과가 나타날 수 있다. 최근 20대 총선에서 다수의 국회의원들이 적극적인 SNS활동을 통해 자신의 이미지를 부각시켰음에도 낙선된 경우가 SNS의 역효과를 입증하는 부분이다. 그러나 정치인 SNS활동이 내적 부정적 정치인 이미지에 긍정적인 효과가 있음이 입증되었다. 정치인들의 긍정적 이미지를 홍보하는 데에는 효과가 없었으나 자신의 부정적 이미지를 개선하는 데에는 효과가 있음을 보여준 것이다. 유권자는 투표

참여에 있어서 외적 정치인이미지보다 내적 정치인이미지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 평가된 만큼 정치인 SNS활동이 유권자에게 얼마만큼의 진정성을 보여주는 것이 정치인 SNS활동의 핵심과제인 것이다.

정치적 의사결정의 경우는 외적 긍정적 정치인이미지가 투표참여의도에는 유효하지 않았으나 내적 부정적 정치인이미지는 투표참여의도에는 긍정적인 효과가 있음이 입증되었다. 정치적 의사결정은 유권자의 노력으로 올바른 정치인을 뽑으려고 하는 의도인데, 외적 긍정적 정치인이미지에는 유권자의 의도가 들어가기 어려우나, 내적 부정적 정치인이미지에는 부정적인 정치인을 선거에서 낙마시킬 의도로 투표참여가 올라갔다.

정치인 SNS활동에 대한 인식은 20대가 다른 연령대에 비해서 상대적으로 낮았다. 지금의 20대는 SNS활동이 너무나 일상화 되어 있어 30대 40대 50대에 비해 정치인들의 SNS활동을 노력하는 모습으로 보지 않고 당연한 하나의 모습으로 생각하고 있는 것이다. 20대의 지지를 받으려면 정치인 SNS활동에 대한 새로운 연구가 필요해 보인다. 정치적 병리현상에 대해서 20대 30대가 40대 50대에 비하여 높게 인식하고 있었다. 40대 50대만 해도 정치적 병리현상을 한국사회에 존재하는 하나의 당연한 모습으로 받아들이는 성향이 있는 것이다. 반면 20대 30대는 정치적 병리현상을 바꾸어야 할 하나의 목표로 생각한 것이다. 통상적으로 젊은 세대가 기존의 세대보다는 개혁적 이미지가 강한데 통계결과로도 그 사실을 입증하고 있다.

본 연구의 첫 번째 한계를 살펴보면 투표참여의도에 영향을 미치는 정치인 SNS활동과 유권자의 정치적 의사결정 그리고 정치적 병리현상과 외적 내적 정치인이미지의 5개를 변수를 상정하였지만 투표참여에는 상황에 따라 더 많은 변수가 존재할 수 있고 무엇보다 선거일 당일의 날씨나 사회적 분위기의 영향을 많이 받는다. 그만큼 공간적 시간적 관계를 두루

파악하는 연구가 필요하다. 또한 유권자들의 투표참여에 대한 지속적인 임상실험을 통해 장기적인 관점을 가지고 더 많은 연구가 필요해 보인다. 그만큼 인간의 마음을 움직여서 투표참여를 할 수 있도록 하는 변수들을 정하는 것이 어렵고 변수간의 관계성을 파악하는 것은 더욱더 어렵다.

두 번째의 한계로 계수의 수량에 대한 어려움이 있다. 예를 들어 정치인의 SNS활동은 외적 긍정적 정치인이미지에 부정적으로 영향을 주지만 ($\beta = -.054, p < .001$) 계수가 낮아서 부정적인 영향이 미약하고, 정치적 병리현상은 외적 긍정적 정치인이미지에 긍정적으로 영향을 주는 것으로 나타났다($\beta = .815, p < .001$) 계수가 높아 영향력이 강했다. 이와 같은 관계성의 강약에 대한 부분은 파악하지 못했다.

세 번째의 한계로 투표참여의도에 직접적 영향을 주는 외적 긍정적 정치인이미지, 내적 부정적 정치인 이미지를 매개변수를 파악하는 구조방정식을 통해서 검증했으나 좀 더 다양한 모형의 검증도 유용해 보인다. 필요에 따라서 조절변인 모형과 직접모형도 필요해 보인다.

네 번째로 사전 설문지 대상에서는 SNS활동에 관계가 많다고 추측한 20대 30대 40대 50대 대상에 대해서 연구를 하였으나 SNS활동에 대한 관심의 폭이 점차 나이를 초월하고 있으며 인구의 노령화에 따라 투표에 영향을 주는 60대 70대 80대에 대한 연구도 앞으로 필요해 보인다.

마지막으로 유권자의 정치참여의 방법으로 투표참여의도만 상정하여 연구 했으나 우리의 정치현실도 서구화에 발맞추어 좀 더 다양하게 정치참여의 모습을 보이고 있다. 선거운동 참여, 정부관계자나 정치인과의 커뮤니케이션, 정치 단체나 공동체 조직 활동 등 다른 요인에 대한 연구도 필요해 보인다.

참고문헌

1. 단행본

- 강맹규, 『불확실성하의 의사결정론』, 서울, 회중당, 1990.
- 김경웅, 『정치교육론』, 서울, 유풍출판사, 1982.
- 김광웅·방은령, 『한국 청소년의 정치의식과 형성요인』, 서울, 집문당, 2013.
- 김영평, 『불확실성과 정책의 정당성』, 고려대학교 출판부, 1997.
- 김학주, 『공자의 생애와 사상』, 서울, 태양문화사, 1978.
- 박양신, 『정치인 이미지메이킹』, 서울, 새빛, 2008.
- 박영신·김의철 역, 『자기효능감과 삶의 질』, 서울, 교육과학사, 2001.
- 윤사순·고익진(공편), 『한국의 사상』, 서울, 열음사, 1984.
- 민병산 역, 『공자의 사상』, 서울, 현암사, 1985.
- 김성재 역, 『코뮤니콜로지: 코드를 통해 본 커뮤니케이션의 역사와 이론 및 철학』, 서울, 커뮤니케이션북스, 2001.
- 전재연 역, 『디지털 시대의 가상현실』, 서울, 궁리, 2002.
- 김동윤·조준형 역, 『사이버문화: 뉴테크놀로지와 문화협력 그리고 커뮤니케이션』, 서울, 문예출판사, 2000.

2. 학술지 및 학술논문

가. 학술지

- 강진숙·김지연, “SNS 이용자의 정치참여에 대한 현상학적 연구-10·26 서울시장 보궐선거를 중심으로”, 『한국언론정보학회』, 여름, 제62호, 2013.
- 강황선·이명행, “유권자의 지방선거 투표참여 영향요인에 관한연구-유권자 효능감의 조절효과를 중심으로”, 『GRI연구논총』, 제14권, 제3호, 경기개발연구원, 2012.
- 고향자, “대학생의 의사결정유형 및 진로탐색효능감과 진로미결정간의 관계”, 『상담학연구』, 제1권, 제1호, 2000.
- 구교대, “공동체 의식이 정치효능감과 투표의도에 미치는 영향에 관한 연구-대학생에 대한 설문조사를 중심으로”, 『언론학연구』, 제18권, 제2호, 2014.
- _____, “공동체 의식이 정치효능감과 투표의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 『언론학연구』, 제18권, 제2호, 2005.
- 국민호, “신뢰사회: 유교와가족”, 『한국사회학회 사회학대회논문집』, 1998.
- 권명아, “전쟁 상대적 신체와 슬픔의 공동체”, 『석당논총』, 제56집, 1999.
- 권상우, “한국형 사회적 기업 모형 탐색-주자의 사상제의 현대적 변용을 중심으로”, 『새한철학회·철학논총』, 2011.
- 금현수·주지혁, “유권자의 기술준비도와 정치심리변인이 모바일 투표의도에 미치는 영향”, 『사이버커뮤니케이션학보』, 2013.
- 김광일, ‘문화와 망상’, 『정신의학연구』, 제11권, 한양대학교 정신건강연구소, 1992.
- 김염제, “텔레비전 토론 전략으로 정치인의 이미지 전략의 모든 것”, 『서울 한국

- 광고 연구원』, 1994.
- 김영인, “제16대 대선이 청소년 정치의식에 미친 영향과 청소년 정치교육”, 『청소년학연구』, 제10권, 제2호, 2003.
- 김왕식, “제17대 대선에서의 투표 참여 요인”, 『한국시민윤리학회보』, 제21권, 제2호, 2008.
- 김용찬, “이론적 맥락에서 본 정치교육과 정치사회화의 개념과 성격”, 『인천 교육대학교-교육논총』, 제16권, 1999.
- 김육, “투표참여와 다른 유형의 정치참여 간의 연계성 분석”, 『정치정보연구』, 제16권, 제2호, 2013.
- _____, “투표참여와 다른 유형의 정치참여 간의 연계성에 대한 비교연구-한국, 대만, 일본의 비교”, 『세계지역연구논총』, 제32권, 제3호, 2014.
- 김재범·최민음, “정치인 이미지 구성 요인과 유권자의 투표 행위”, 『광고연구』, 제98호, 2013.
- 김재범·최민음, “정치인 이미지 구성요인과 유권자의 투표행위”, 『한국광고홍보학보』, 가을, 제98호, 2013.
- 김종환·남경두·이진우, “중소수출기업의 SNS 마케팅 활용동기 및 성과에 대한 실증분석”, 『통상정보연구』, 제15권, 제3호, 2013.
- 김진영, “후보자 이미지 형성에 관한 미디어의 차별적 효과와 미디어 이용, 대인커뮤니케이션, 투표참여 간의 상호관계에 관한 연구”, 『한국언론정보학보』, 제32권, 한국언론정보학회, 2006.
- 김춘식, “미디어 이용, 미디어 선거정보의 중요성 인식 및 미디어 역할에 대한 평가가 정치에 대한 부정적 감정과 정치효능감에 미치는 영향”, 『언론과학연구』, 제10권, 제3호, 2010.
- 김판옥, “기술교과 교육강화를 통한 사회 병리 현상 대처 방안”, 『한국기

- 술 교육학회지』, 제3권, 제2호, 2007.
- 김해동, “한국관료의 행태상의 제특징”, 『행정논총』, 제23권, 제2호, 1985.
- _____, “한국관료행태의 전통문화적 제요인”, 『행정논총』, 제16권, 제1호, 1985.
- _____, 한국관료의 행태상의 제특징, 『행정논총』, 제23권, 제2호, 1985.
- 김현주, “대통령 후보에 대한 이미지 형성과 커뮤니케이션”, 『한국방송학보』, 12호, 1999.
- 류정호·이동훈, “소셜 미디어로서 마이크로 블로그 공론장의 정치적 의사소통에 대한 탐색적 연구-네트워크 동질성 개념을 중심으로”, 『한국언론학보』, 제55권, 제4호, 2011.
- 류춘렬, “수용자 속성이 뉴스 미디어의 신뢰에 미치는 영향”, 『언론과 정보』, 제5호, 부산대학교 언론정보연구소, 1999.
- 류태건, “정치효능감과 정치참여의 유형별 관계”, 『21세기정치학회보』, 제21집, 제3호, 2011.
- 박병도·안진우, “국제기구의 의사결정과정 에 관한 연구”, 『사회과학연구』, 제17집, 2003.
- 박상호·성동규, “미디어 신뢰도가 정치효능감과 투표행위에 미치는 영향에 관한 연구-대학생의 정치참여행위를 중심으로”, 『한국언론학보』, 제49권, 제4호, 2005.
- 박정서, “청소년의 정치적 태도에 대한 실증적 분석-정치효능감과 정치신뢰감을 중심으로”, 『청소년학연구』, 제19권, 제5호, 2012.
- 박정의 외 1인, “언론인의 여성 정치인에 대한 인식연구”, 『커뮤니케이션학 연구』, 제18권, 제3호, 한국커뮤니케이션학회, 2010.
- 백완기, “한국행정의 근대화 에 대한 문화심리학적 접근법”, 『한국행정학보』, 제9권, 제1호, 한국행정학회, 1975.

- 서준석, “현지법인설립 의사결정과정의 관한연구-삼성중공업의 태국 현지 법인설립사례”, 『산업경제연구』, 제20권, 제5호, 2007.
- 서현진, “미국 유권자의 정치적 신뢰도와 투표참여의 관계-경로분석을 통한 재검토”, 『한국정보학회보』, 제37권, 제1호, 한국정보학회, 2003.
- 송종길·박상호, “정치관여도, 미디어 중요성, 정치냉소주의와 정치효능감이 정치결정과정에서 미치는 영향에 관한 연구”, 『한국방송학보』, 제20권, 제3호, 2006.
- 안동근·목양숙, “SNS 광고 이용 행태와 기업의 SNS 광고마케팅 효과 및 전략”. 『조형미디어학』, 제16권, 제3호, 2013.
- 양국진, “민원행정공무원 형태의 병리현상과 개선방안”, 『사회과학논총』, 제23집, 제1호, 2007.
- 오을임·김구, “불확실성 상황에서의 의사결정 양상에 관한 실증적 연구”, 『한국행정학보』, 제36권, 제3호, 한국행정학회, 2002.
- 우국희, “자기방임 노인의 자기결정권과 의사결정능력에 대한 탐색적 연구”, 『한국행정학보』, 제36권, 제3호, 2002.
- 유덕중, “사회병리현상과 그 대책”, 『정신문화연구』, 제84호, 한국정신문화연구원, 2011.
- 윤각, “공격적 정치광고가 투표의향과 정치 냉소주의 형성에 미치는 영향-유권자의 정치 관여도와 정보원 공신력의 역할을 중심으로”, 『광고학연구』, 제11권, 제2호, 2000.
- 이강영, “유권자의 정치후보에 대한 감정이 정치참여에 미치는 영향에 관한 연구”, 『한국언론학보』, 제46권, 제5호, 2002.
- 이명석·권혁주·강근복·박근후·최영훈, “한국 민주주의 공고화와 시민의 정치인식- 설문조사 자료를 중심으로”, 『의정연구』, 제11권, 2001.

- 이미나·서희정·김현아, “투표인증샷 분석-자기표현과 설득의 커뮤니케이션”, 『한국언론학보』, 제56권, 제6호, 2012.
- 이세희·이종균, “SNS 사용에 따른 한국 정당지지의 변화-한나라당, 민주당, 민주노동당을 중심으로”, 『사회과학연구』, 제21권, 제1호, 2013.
- 이수정, “집단 갈등의 심리적 원인과 대응”, 『경기대학교 인문논총』 제7권, 경기대학교 인문과학연구소, 1999.
- 이영찬, “유교의 소외원리”, 『사회과학논총』, 제21권, 제1호, 계명대학교 사회과학연구소, 2002.
- 이영찬·권상우, “한국의 사회병리현상에 대한 유가치료적인 접근-패쇄적 사회에서 소통적 사회로”, 『국학연구』, 제20집, 한국국학진흥원, 2012.
- 이재은, “한국 행정조직의 병리현상과 시민참여-Praxis와 Intersubjectivity 개념을 중심으로”, 『사회과학연구』, 제17권, 제2호, 2001.
- 이정학·정승훈·김성용·박선희, “프로야구단 SNS 활용을 통한 정보의 공신력이 모기업의 사회적 이미지 및 브랜드자산에 미치는 영향”, 『한국체육학회지』, 제51권, 제5호, 2012.
- 이제영, “2012년 여성 대선후보 정치인 이미지에 관한 연구”, 『정치커뮤니케이션연구』, 제28호, 2013.
- 이제영·박근후, “지역 시, 도의원 정치인 이미지에 관한 연구”, 『정치커뮤니케이션연구』, 제31호, 2014.
- 이종한, “연고주의가 한국사회의 발전에 미치는 부정적 영향과 이에 대한 대안의 모색”, 『한국심리학회지』, 제1권, 제1호, 한국문화및 사회심리학회, 1994.
- 이준웅, “후보 이미지의 정치적 영향력에 대한 사회인지론적 설명”, 『한국

- 언론학보』, 제43권, 제2호, 1999.
- 이지민·제철웅, “신상영역에서의 의사결정능력-영국법을 중심으로”, 『비교사법』, 제20권, 제1호, 한국비교사법학회, 2013.
- 이철성·이호배, “기업의 SNS활동이 기업이미지 제고에 미치는 영향”, 『마케팅연구』, 봄, 2013.
- 전소연·고일선·배가령, “병원간호사의 정치관심도, 정치효능감 및 매체 이용이 정치참여에 미치는 영향”, 『간호행정학회지』, 제20권, 제3호, 2014.
- 전희락, “정치인 이미지 형성 메커니즘에 관한 연구-플라시보 효과와 노시보 효과를 중심으로”, 『정치커뮤니케이션연구』, 제16호, 2010.
- 정명중, “인문과 치유, 그 접합을 위한 제언”, 『인간연구』, 제18권, 가톨릭대학교 인간학연구소, 2010.
- 조수영, “서민적 이미지와 리더십 유형이 여성 정치인/CEO 평가에 미치는 영향”, 『홍보학연구』, 제18권, 제3호, 2014.
- 조진만, “정보화가 정치참여에 미치는 효과의 경험적 분석”, 『한국정치학회보』, 제45권, 제5호, 2011.
- 최영재, “정치인의 구체적 이미지, 자율적 해석, 지지도 효과-대선 후보 이미지를 중심으로”, 『정치커뮤니케이션연구』, 제26호, 2012.
- _____, “정치인의 비언어적 행위와 이미지 형성”, 『한국방송학보』, 제19권, 제2호, 한국방송학회, 2005.
- _____, “정치인의 이미지 관리, 언어 및 비언어 메시지를 중심으로”, 『한국언론학보』, 제50권, 제1호, 2006.
- _____, “정치인의 이미지 형성에 관한 실험 연구”, 『언론과 사회』, 제12권, 제4호, 한국언론학회, 2004.
- 최영재·박동진, “정치인과 CEO의 이미지에 관한 연구: 인지적 감정적 요

- 소의 구성과 효과”, 『홍보학연구』, 제16권, 제3호, 2012.
- 탁진영, “지역선거의 젊은 유권자 참여학대에 관한 연구- SNS활용을 중심으로”, 『사회과학논총』, 제30집, 제1호, 2011.
- 한석태, “한국행정의 전통문화적 병리현상에 관한 고찰”, 『사회과학논총』, 제20집, 1999.
- 홍세희, “구조방정식 모형의 적합도 지수 선정기준과 그 근거”, 『한국심리학회지』, 제19권, 제1호, 2000.
- 홍숙영·조승호, “마이크로 블로킹에서의 정치인 이미지 구축방식-정치인 트위터 메시지 분석을 중심으로”, 『디지털정착연구』, 제9권, 제3호, 2011.
- 홍승표, “한국인의 사회심리적 문제점과 동양사상을 통한 해결방법”, 『인문학논집』, 제41권, 계명대학교 한국학연구소, 2010.
- 홍원식, “미디어가 대학생의 투표 참여 의지에 미치는 영향에 대한 연구-SNS와 매스미디어의 차이를 중심으로”, 『스피치와 커뮤니케이션』, 제18권, 한국소통학회, 2012.
- 홍혜승, “신뢰가 정치참여에 미치는 영향-정치효능감을 매개로 하여”, 『한국지방정부학회 학술대회자료집』, 제1호, 2013.

나. 학위논문

- 김영수, “정치인 이미지에 관한연구 : 정치인 이미지연구를 중심으로.” 고려대학교 박사학위논문, 2000.
- 김정화, “선거운동의 제한과 정치적 의사표현의 자유”, 고려대학교 석사학위논문, 2012.
- 박종화, “정치뉴스 프레임의 냉소주의와 정치 형태 관계 연구”, 경희대학

교 박사학위논문, 2003.

송유진, “SNS에서의 정치적 표현의 자유에 관한 연구-공직선거법 한정위헌결정 전·후의 판례분석을 중심으로”, 한양대학교 석사학위논문, 2013.

유갑열, “한국 청소년들의 정치인식과 사회활동 참여도-서울 지역 고등학생을 대상으로”, 연세대학교 석사학위논문, 2010.

이윤주, “의사소통 연결망이 청소년 정치참여에 미치는 효과: ‘서울시 어린이청소년 참여위원회’의 집합적 의사결정을 중심으로”, 서울대학교 박사학위논문, 2015.

장윤희, “정치인 이미지 형성에 관한 연구”, 성균관대학교 석사학위논문, 2015.

정황욱, “부정적 정치광고가 유권자의 투표의사결정에 미치는 영향-신문의 정치광고를 중심으로”, 중앙대학교 석사학위논문, 2004.

최동규, “소셜네트워크서비스(SNS)가 사회 및 정치 참여에 미치는 영향 연구-정치인 소셜네트워크서비스(SNS) 평가를 중심으로”, 고려대학교 석사학위논문, 2011.

홍지원, “청소년의 정치·사회적 임파워먼트가 장래 투표참여의사에 미치는 영향”, 서울시립대 석사학위논문, 2014.

3. 외국문헌

Anderson, B. F., Deane, D. H., Hammond, K. R., & McClelland, G. H. Concepts in judgement and decision research, *New York: Praeger*, 1981.

- Bandura, A. *Social learning theory*. NJ: Prentice Hall, 1977.
- _____. (1977). *Self-efficacy: The exercise of control*. NY, Freeman.
- Baumgartner, J. C., & Morris, J. S. My Faciale Tube politics: Social networking web sites and political engagement of young adults. *Social Science Computer Review*, 28(1), 24-44, 2009.
- Bimber, B. The Internet and political transformation: Populism, community, and accelerated pluralism. *Polity*, 31(1), 133-160, 1998.
- Bollen, K. A., & Stein, R. A. Bootstrapping goodness-of-fit measures in structural equation models. *Sociological Methods and Research*, 21, 205-229, 1992.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. *Spiral of cynicism: The press and the public good*. New York: Oxford University Press, 1997.
- Choi, Y. J., & Lee, J. H. Leisured political discussion on the internet: An examination of a model that predicts discussion participation and sympathy towards discussants with different views. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 27(3), 206-247, 2013.
- Conway, M. M. *Political participation in the United states*. New York: A Division of Congressional Quartely Inc, 1985.
- Craig, S. C. Efficacy, trust, and political behavior an attempt to resolve a lingering concepttual dilemma. *American Politics Research*, 7(2), 225-239, 1979.

- Craig, S. C., Niemi, R. G., & Silver, G. E. Political efficacy and trust: A report on the NES pilot study items. *Political Behavior*, 12(3), 289-314, 1990.
- Davis, D. Issue Information and Connotation in Candidate Imagery: Evidence from a Laboratory Experiment. *International Political Science Review*, 2, 461-479, 1981.
- Finkel, S. E. Reciprocal Effects of Participation and Political Efficacy: A Panel Analysis. *American Journal of Political Science*. 1985.
- Fiske, S. T., & Tayloy, S. E. Social Cognition (2nd ed.). *New York: McGraw-Hill*, 1991.
- Flusser, V. Die Revolution der Bilder. *University of Minnesota*, 1997.
- Funk, C. L. Bringing the Candidate into Models of Candidate Evaluation. *The Journal of Politics*, 61(3), 1999.
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer Mediated Communication*, 17(3), 319-336, 2012.
- Graber, D. Personal qualities in presidential images: The contribution of the press. *Midwest Journal of Political Science*, 16, 46-76, 1972.
- Graber, D. Processing the News: How People Tame the Information Tide. *New York: Longman*, 1988.
- Harren, V. H. A model of career decision-making for college students. *Journal of Vocational Behavior*, 1979.
- Harrison, T. M., Stephen, T. D., & Fehr, B. J. Image versus in the

- 1984 presidential election. *Human Communication Research*, 18(2), 209-227, 1991.
- Hong, H. S. The effect of trust on political participation: Based on political efficacy. *Korean Association for Local Government Studies, Conference Proceedings*. 587-610, 2013.
- Huntington, Samue, P., & Joan, M. Nelson. No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries. *Cambridge: Harvard University Press*, 1976.
- Hwang, Y-S.(2001). A Exploratory Study of the Relationship between Internet Use and Political Participation. *Korean Society for Journalism & Communication Studies*, 2001.
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. The dark side of the boon? Credibility, selective exposure and the proliferation of online sources of political information. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1862-1871, 2013.
- Jung, H. W., & Lee, G. S. Effect of the combination of political efficacy and political trust on the political participation. *Journal of Legislative Studies*, 38, 211-244, 2013.
- Kang, W. T., Yun, S. L., Jo. H. J., & Lee, S. S. Study on political campaign utilizing SNS: Based on the case of 19th election. *Seoul: Korea Press Foundation*, 2012.
- Kelley, S. Jr., & Mirer, T. W. The simple act of voting. *American Political Science Reiview*, 68(June), 572-591, 2001.
- Kim, D. Y., & Park, H. S. The influence on the political efficacy from reading and writing of twitter users in terms of involvement.

- Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 59(1), 93-114, 2015.
- Kim, Y. The contribution of social network sites to exposure to political difference: The relationships among SNSs, online political messaging, and exposure to cross-cutting perspectives. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 971-977, 2011.
- Kline, R. B. Principles and practice of structural equation modeling (2nd ed.). *New York: Guilford*, 2005.
- Ku, G. T. A Study of the impact of the sense of community on political efficacy and voting intention: Focused on college students. *Journalism & Communication*, 18(2), 5-23, 2014.
- Ladd, J. Attitudes toward the News Media and the Acquisition of political Information. *Annual Meeting of the Midwest Political Science Association*, 2004.
- Lee, Y. J. Young Netizens' Online Participation: Motives and Implications. *21st century Political Science Review*, 5(3), 49-68, 2005
- Lipshitz, R., & Strauss, O. Coping with Uncertainty: A Naturalistic Decision-Making Analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 1997.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. News that matter: Television and American opinion. *Chicago: University of Chicago Press*, 1987.
- MacCrimmon, k. R. & Wehrung, D. A. Taking risks. *New York: Free Press*, 1986.

- March, J. G. & Olsen, J. P. "Ambiguity and choice in organizations", Bergen: Universiyesforlaget, 1976.
- Mehrabian, A. Silent Messages. *Belmont, CA: Wadsworth*, 1981.
- Morrell, M. E. Deliberation, democratic decision-making and internal political efficacy. *Political Behavior*, 27(1), 49-69, 2005.
- Newhagen, J. The role of feedback in the assessment of news. *Information Processing & Management*, 33(5), 583-594, 1997.
- Niemi, R. G., Craig, S. C., & Mattei, F. Measuring internal political efficacy in the 1988 National Election Study. *American Political Science Review*, 85(04), 1407-1413, 1991.
- Niemi, Richard G. Stephen C. Craig, and Franco Mattei. Measuring Internal Political Efficacy in the 1988 National Election Study. *American Political Science Review*, 1991.
- Nimmo, D. Images and voters' decision-making processes. *Advances in Consumer Research*, 1, 771-781, 1974.
- Noggle, G., & Kaid, L. L. In effects of visual images in political ads: Experimental testing of distortions ad visual literacy. *Social Science Quarterly*, 81(4), 913-927, 2000.
- Norris, P. Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the internet worldwide. *Cambridge University Press*, 2001.
- O'Keefe, G. Political campaigns and mass communication: Issues and strategies for research. *Beverly Hills: Sage*. 129-164, 1975.
- Parry, Geraint, George Moyser, & Neil Day. Political participation and democracy in Britain. *Cambridge: Cambridge University Press*,

1992.

- Patterson, T. S., & McClure, R. D. political advertising: Voter reaction to televised political commercials. *New York: G. P. Putnam* 76, 1976.
- Petrocik, J. R. Issue ownership in presidential elections, with a 1980 case study. *American Journal of Political Science*. 40(3). 825-850, 1996.
- Pinkleton, B. E., & Austin, E. W. Individual motivation, perceived media importance, and political disaffection. *Political Communication*, 18, 321-334, 2001.
- Pinkleton, B. E., & Austin, E. W. Exploring relationships among media use frequency, perceived media importance, and media satisfaction in political disaffection and efficacy. *Mass Communication & Society*, 2002.
- Richardson, W. K. Connecting political discussion to civic engagement: The role of civic knowledge, efficacy and context. A Dissertation for degree doctor of philosophy. *University of Maryland*, 2003.
- Rosenberg, S. W. & McCafferty, P. The image and the vote: Manipulation voters' preference. *Public Opinion, Quarterly*, 51, 31-47, 1987.
- Sherrill, K. S., & Vogler, D. J. Power, Policy and Participation: Introduction to American Government. *Harper & Row*, 1982.
- Shin, H. G., & Woo, J. S. An exploratory study on twitter as a sphere of political discussion: Content analysis of tweets during the 6·2 local election in 2010. *Media and Society*, 19(3), 45-76, 2011.

- Shirky, C. Here comes everybody: How digital networks transform our ability to gather and cooperate. *Penguin Press*, 2008.
- Siegel, R. S. Effect of partisanship on the perception of political candidates, *Public Opinion Quarterly*, 28, 483-496, 1964.
- Smith, S. M., Fabrigar, L. R., & Norris, M. E. Reflecting on six decades of selective exposure research: Progress, challenges, and opportunities. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(1), 464-493, 2008.
- Song, H. J., & Ko, K. M. The quality of social network service(SNS), political efficacy and the acceleration of the political participation. *korea party studies Review*, 12(1), 175-216, 2013.
- Stentz, M. C., & Lambert, H. D. An empirical reformulation of political efficacy. *Theory and Research in Social Education*, 5, 61-85, 1977.
- Tedesco, J. C. Political information efficacy and Internet effects in the 2008 US presidential election. *American Behavioral Scientist*, 55(6), 696-713, 2011.
- Thompson, J. Organizations in action. *New York: McGraw Hill*, 1976.
- Thorson, E., & Caywood, C. Effectsofissue-images strategies,attack and support appeals, music, and visualcontent in political commercials, *Journal of Broadcasting & ElectroMedia*, 35(4), 465-486, 1991.
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C. T., Ellison, N., & Lampe, C. It's complicated: Facebook users' political participation in the 2008 election. *CyberPsychology, Behavior, and social networking*, 14(3), 107-114, 2011.

Yun, S. L. Political use of tweet and its impact on voting behavior:
The 19th national assembly election. 21st century. *Political
Science Review*, 23(3), 225-245, 2013.

Zimmerman, B. J., & Schunk, D. H. Self-regulated learning and
academic achievement: Theory, research, and practice. *New
York: Springer-Verlag*, 1989.

부 록

설문지

바쁘신 중에도 본 연구조사에 참여해 주신 여러분께 감사드립니다.
본 설문지는 순수하게 학문적인 목적으로 실시하는 것입니다.
나오는 문항들에 대하여 평소에 느꼈던 대로 솔직하게 응답하시면 됩니다.

본 조사는 무기명으로 실시하여, 통계적으로 처리하기 때문에, 개인에게 어떠한 영향도 주지 않습니다. 여러분의 의견은 선거의 발전과 관련 정책을 수립하는데 소중한 자료가 될 것 입니다.

귀하의 협조에 감사드리며, 항상 건강하고 행복하시기를 기원하겠습니다.

진심으로 감사드립니다.

지도교수: 오수열(조선대)

연구자: 구자현(01077205078)

설문일자: 2015년 3월-6월(총 7회)

NO	설문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	정말 그렇다
1	정치인은 SNS를 통해 유권자들과 메시지를 주고받는 등 소통하려는 노력이 보인다.	1	2	3	4	5
2	정치인은 SNS를 통해 내 개인적인 질문에 개별적으로 답해줄 수 있어 더 가깝게 느껴진다.	1	2	3	4	5
3	정치인은 SNS를 통해 홍보위주의 활동뿐만 아니라, 유권자들의 호응을 얻으려고 노력한다.	1	2	3	4	5
4	정치인은 SNS를 통해 정치적인 제안 이외에도 많이 소통하려고 노력한다.	1	2	3	4	5
5	정치인은 SNS를 통해 정치 이외의 다양한 이슈에 대한 생각을 솔직하게 나누려고 노력한다.	1	2	3	4	5
6	정치인은 SNS를 통해 정치인의 의정활동이나 정치활동에 대한 정보를 알려주어 적극적으로 활동한다는 인상을 심어준다.	1	2	3	4	5
7	정치인은 SNS를 통해 다양한 사회적 이슈에 대한 정보를 알려주어 좋다.	1	2	3	4	5
8	정치인은 SNS를 통해 개인적인 이야기 등을 들을수 있어 친근하게 느껴진다.	1	2	3	4	5
9	정치인은 SNS를 통해 이미지 관리가 아닌 진심어린 마음으로 소신 있는 정치활동을 하는 것처럼 보인다.	1	2	3	4	5
10	정치인은 SNS를 통해 정치인의 감정 등이 솔직하게 드러나 인간적인 면을 느낄 수 있다.	1	2	3	4	5

NO	실문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	정말 그렇다
1	나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 주변의 모든 정보를 수집한 후에 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	1	2	3	4	5
2	나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 시간을 두고 생각을 한 후에 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	1	2	3	4	5
3	나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 충분한 계획을 세워서 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	1	2	3	4	5
4	나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 모든 정보가 확실한지 검토하여 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	1	2	3	4	5
5	나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 성급하게 선택하지 말고 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	1	2	3	4	5
6	나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 그 선택이 가져올 결과를 가늠해본 후 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	1	2	3	4	5
7	나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 나 자신의 판단력만으로 놓고 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	1	2	3	4	5
8	나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 경제시대에 맞게 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	1	2	3	4	5
9	나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 나 자신의 감정과 반응에 맞춰 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	1	2	3	4	5
10	나는 현 정부와 정권, 정치인을 개인적인 기준으로 평가할 때, 내가 내린 어떤 결정이 감정적으로 만족스러우면 미래 대선, 총선 투표 등에 결정한다.	1	2	3	4	5

NO	실문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	정말 그렇다
1	현재 우리나라 정치 지도층은 부패가 심하다.	1	2	3	4	5
2	현재 우리나라의 정당은 특정 지역 중심의 정당구조를 가지고 있다.	1	2	3	4	5
3	현재 우리나라의 정당은 특정 인물에 의해 정당의 당론이 좌지우지 된다.	1	2	3	4	5
4	현재 우리나라의 정당은 정책을 가지고 경쟁하지 못하고 있다.	1	2	3	4	5
5	현재 우리나라의 정당은 소신이 없다.	1	2	3	4	5
6	현재 우리나라의 정당은 국민의 이익보다는 정당의 이익에 관심을 가지고 있다.	1	2	3	4	5
7	현재 우리나라의 선거는 돈이 없으면 당선되기 힘들다.	1	2	3	4	5
8	선거기간 중의 공약은 당선된 이후 이루어지는 것이 거의 없다.	1	2	3	4	5
9	현재 우리나라의 선거에는 정부조직의 개입이 이루어지고 있다.	1	2	3	4	5
10	현재 우리나라의 정치체제는 3권(정부, 의회, 사법)분립이 되어 있지만 실제로 시행되지 못하고 있다.	1	2	3	4	5
11	현재 우리나라의 국회는 본연의 책무를 다하지 못하고 있다.	1	2	3	4	5
12	현재 우리나라의 국회의원은 자질과 능력이 낮다고 생각한다.	1	2	3	4	5
13	현재 우리나라의 국회는 국민을 대변하는 것이 아니라 정당의 이익을 우선시한다.	1	2	3	4	5

NO	실문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	정말 그렇다
1	정치인들은 인기가 좋다.	1	2	3	4	5
2	정치인들은 목소리가 좋다.	1	2	3	4	5
3	정치인들은 학벌이 좋다.	1	2	3	4	5
4	정치인들은 다양한 경력을 가지고 있다.	1	2	3	4	5
5	정치인들은 리더십이 있다.	1	2	3	4	5
6	정치인들은 카리스마가 있다.	1	2	3	4	5
7	정치인들은 외향적인 성격을 지니고 있다.	1	2	3	4	5
8	정치인들은 말솜씨가 좋다.	1	2	3	4	5
9	정치인들은 부정부패하다.	1	2	3	4	5
10	정치인들은 무책임하다.	1	2	3	4	5
11	정치인들은 신뢰가 가지 않는다.	1	2	3	4	5
12	정치인들은 독선적이다.	1	2	3	4	5
13	정치인들은 청렴하지 않다.	1	2	3	4	5
14	정치인들은 기회주의자 이다.	1	2	3	4	5
15	정치인들은 지역 이기주의적 이다.	1	2	3	4	5

NO	실문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	정말 그렇다
1	나는 현재까지 대부분 선거가 실시되면 투표에 동참하였다.	1	2	3	4	5
2	대한민국의 국민으로서 투표는 중요한 권리라고 생각한다.	1	2	3	4	5
3	나는 다른 사람에게도 투표에 참여하라고 권유를 한다.	1	2	3	4	5
4	향후 선거가 실시되면 투표에 필히 동참할 것이다.	1	2	3	4	5
5	나는 아무리 바빠도 투표는 꼭 참여하고 다른 개인일정을 본다.	1	2	3	4	5
6	내가 선택하고자 하는 후보자가 없더라도, 투표는 실시한다.	1	2	3	4	5
7	나는 지역구, 정당 등도 생각하면서 투표에 참여한다.	1	2	3	4	5

● 다음문항을 읽고 해당되는 번호에 √ 표 해주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 결혼여부는?

- ① 미혼 ② 기혼

3. 귀하의 연령은?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대

4. 귀하의 학력은?

- ① 고졸 ② 전문대졸 ③ 대졸 ④ 대학원이상

5. 귀하의 회사업종은?

- ① 사무직 ② 서비스직 ③ 전문직 ④ 의료직
 ⑤ 건설직 ⑥ 교육직 ⑦ 영업/판매 ⑧ IT/디자인/미디어
 ⑨ 유통무역 ⑩ 특수계층/공공/기타

6. 업무분야는?

- ① 대기업 ② 중소기업 ③ 소기업
 ④ 공익기관/공기업 ⑤ 외국계기업 ⑥ 기타

7. 소득수준은?

- ① 100만원 미만 ② 100~200만원미만
 ③ 200~300만원미만 ④ 300~400만원미만
 ⑤ 400~500만원미만 ⑥ 500~600만원미만
 ⑦ 600~700만원미만 ⑧ 700~800만원미만
 ⑨ 800만원이상

8. 거주지역은?

- ① 서울 ② 경기 ③ 강원 ④ 충청 ⑤ 전라 ⑥ 경상 ⑦ 제주

수고하셨습니다.