

정치참여와 소셜미디어 정보순환 효과: 2016년 촛불집회 참가자 현장설문조사를 중심으로

장우영* | 대구가톨릭대학교

송경재** | 경희대학교

+ 국문요약 +

이 연구는 정치참여에서의 소셜미디어 효과를 분석하고자 하였다. 특히 비관습적 정치참여의 대표 유형인 사회운동에서의 소셜미디어의 영향을 촛불집회를 사례로 경험적으로 분석하였다. 이 연구는 촛불집회 참가자들을 특정하여 진행함으로써 독창적인 분석의 함의를 제공한다. 아울러 촛불집회가 2000년대 한국사회에 관습화된 사회운동이라는 점에서 그리고 참가자들을 대상으로 한 경험적 분석이 매우 빈곤하다는 점에서 이 연구의 의의를 더욱 크게 강조할 수 있다. 나아가 사회운동에서 시민들의 자발적 동원 기제로 운위되는 소셜미디어의 효과가 해외 연구에서는 실증적으로 고찰되며 분석의 지평을 넓히고 있는 반면, 국내에서는 거의 진척되지 않고 있는 현실에서 이 연구는 실험적 탐색으로 활용될 수 있을 것이다.

주제어 | 민주주의, 소셜미디어, 정치정보, 정치참여, 촛불집회

* 제1저자. ** 공동저자.

I. 소셜미디어와 정치참여

정치와 미디어의 상호작용은 불가분의 관계로서 현대 정치과정에서 미디어 활용은 중추적인 현상이다. 나아가 매스미디어 시대의 정치 엘리트 중심의 미디어 과독점은 커뮤니케이션 플랫폼의 다변화에 따라 크게 약화되고 있다. 가령 시민 미디어로 일컬어지는 인터넷의 등장으로 절대 다수를 대상으로 하는 소수의 게이트키퍼(gate-keeping)과 일방향 일색의 커뮤니케이션에 변화를 초래하였다. 즉 게이트키퍼의 반명제로서 시민의 게이트워칭(gate-watching)이 보편화되고, 커뮤니케이션의 단방향성은 상호작용성으로 전화되고 있다. 이러한 흐름은 소셜미디어의 확산에 힘입어 더욱 강하게 고착되고 있다. 소셜미디어는 이용자 간 직접 네트워킹에 기반한 1인 미디어로서 대인 커뮤니케이션(inter-personal communication)을 통해 상호작용의 범위와 강도를 비약적으로 높이고 있는 것으로 평가되고 있다(Bruns 2005; Castells 2009).

소셜미디어를 매개한 시민의 정치참여는 정치 엘리트와의 소통 밀도를 높일 뿐만 아니라, 소통 관계를 수평화하여 시민의제를 적극적으로 투입하는 양상으로 나타나고 있다. 아울러 지인을 중심으로 한 시민 상호간의 연결과 소통을 확대하며 잠재적 동원 네트워크(mobilizing network)를 구축하고 있다. 동원 네트워크는 연결 양태에 따라 교량형(bridging)과 결속형(bonding)으로 구분할 수 있다. 교량형은 네트워크는 대인 간 연결이 개방적이며 느슨한 구조를 띠는 반면, 결속형 네트워크는 대인 간 연결이 반(semi)개방적이며 강한 구조를 띤다. 네트워크 노드 간의 소통 밀도와 연결 강도 등 응집성(cohesiveness) 및 공유되는 의제의 범위와 반응의 수준 등 수용성(acceptability)은 양 네트워크를 구분하는 지표이다. 즉 교량형 네트워크는 응집성이 낮고 수용성이 높은 반면, 결속형 네트워크는 응집성이 높고 수용성이 낮다(Graonovetter 2005). 그런데 특정 유형의 네트워크가 정치참여에 더 용이하다고 단정할 수는 없다.

가령 주목할 만한 최근의 연구결과를 참고하면, 김은이·정선영·문원기(2015, 175-200)는 결속형 네트워크가 정치참여에 부정적인 효과를 낳은 것으로 분석한 반면, 장우영(2013, 2017)은 결속형 네트워크가 정치참여에 더욱 효과적이라는 분석 결과를 제시하고 있다. 부연하면 교량형 네트워크의 노드들은 정치적 관심도와 결속력은 상대적으로 약하지만 상호 연결과 의제의 공유 범위가 넓다. 이와는 달리 결속형 네트워크의 노드들은 높은 정치적 관심사와 결속력을 표출하지만 상호 연결과 의제의 공유 범위가 좁다. 흔히 전자를 약한 유대(weak tie)의 네트워크로, 후자를 강한 유대(strong tie)의 네트워크로

지칭하는 이유가 여기에 있다(Shirky 2010; Sinclair 2012; 이창호·정낙원 2014). 그러나 동원 네트워크는 잠재적이기 때문에, 사회정치적으로 중대이슈나 국민적 공분이 폭발하는 임계점을 만나면 교량형 네트워크는 더욱 강하고 광범한 결속형 네트워크로 전환될 수 있다.

이와 같은 소셜미디어의 네트워크 효과가 세계적으로 이목을 끈 최초 사례로는 ‘아랍의 봄 시위’를 들 수 있다. 서키(Shirky 2008, 2010)는 일찍이 소셜미디어가 정치참여의 도구로 활용될 잠재력을 예견하고, 네트워크의 확장성이 인지 잉여(cognitive surplus)를 수렴하여 국가 간 경계를 뛰어넘는 과급효과를 가져올 것이라고 주장한 바 있다. 이러한 선형적 주장은 오래지않아 아랍 민주화운동에서 입증되었는데, 그는 권위주의에 저항하는 시민저항의 자원이 소셜미디어라는 점과 이에 토대한 동원 네트워크가 아랍 민주화운동의 핵심 공로자라는 점을 재차 강조하였다. 특히 개방형 소셜미디어의 정치참여 잠재력을 주목한 커크패트릭(2010)과 마리찰(2012)은 아랍의 봄 시위를 위시한 권위주의 국가들에서의 민주화운동의 과급을 ‘페이스북 효과(Facebook effect)’로 언명할 수 있다고 분석하였다. 즉 이들은 기성 미디어를 불신한 대중들이 페이스북과 같은 개방형 소셜미디어를 대안적 커뮤니케이션 채널로 추구하고, 대항적 정치정보 확산을 통해 아래로부터의 의제 설정(bottom-up agenda setting)을 수행한 성과를 페이스북 효과로 제시하였다.

소셜미디어를 매개한 정치참여에서 나타나는 시민저항이나 사회운동의 가장 큰 특징은 ‘집단행동의 개인화(personalization of collective action)’라고 할 수 있다(Bennett & Segerberg 2012). 주지하듯이 전통적 사회운동이 결사체 기반의 조직화된 행위라는 점에서 이는 시뮬 대조적이다. 즉 아랍의 봄 시위와 같은 개인 기반의 비조직적 행위가 위력한 집단행동으로 전화될 수 있는 이유는 무엇인가 하는 점이다. 우선 이 물음에 대한 첫 번째 해명은 정보 비대칭성의 상쇄 효과이다. 정보 순환이 단절되거나 비대칭적인 상황에서는 고립된 개인이 자신의 안위를 추구하는 죄수의 딜레마 게임이 전개된다. 따라서 이러한 상황을 반전시키는 매개나 조건이 갖추어질 경우 개인 간 연결망을 통해 정보를 폭넓게 공유할 수 있게 된다. 이에 주목해서 마리찰(Marichal 2012)은 아랍 민주화운동 과정에서 페이스북이 시민 공론장의 기제로 활용되어 개인적 참여가 집단행동으로 전화되었다고 강조한다. 다음으로 두 번째 해명은 소셜미디어 정보의 신뢰 효과이다. 단순히 누군가 정보순환의 연결망 속에 위치해 있다는 것만으로 집단행동 참여를 합리화하기는 불충분하다. 즉 정보의 양과 순환 범위는 네트워크 규모와 비례하는 경향을 보이지만, 이러한 정량적 차원을 넘어 정보의 품질과 그에 대한 신뢰가 정치참여에 훨씬 더 큰 영향을 미친다(Diamond and Plattner 2012). 특히 언론이 통제되거나 권언유착이 만연한

정치체제에서 정보에 대한 신뢰의 중요성은 더욱 커진다. 이런 점에서 소셜미디어를 통한 집단적인 정보 여과(filtering)와 게이트워칭은 정보 신뢰를 기할 수 있는 기제이다. 특히 기성 권력과 언론의 정보를 불신하는 반작용으로 대항 미디어이 정보 신뢰도는 배가될 수 있다. 나아가 정보 수용자의 정치적 태도를 강화하고 참여 효능감을 촉진하는 데에서도 순기능적으로 역할할 수 있다(Sunstein 2007).

그러나 이와 같은 소셜미디어 효과가 자연적으로 담보되는 것은 아니다. 즉 소셜미디어 효과는 조건적으로 발생한다. 이와 관련해서 지트레인(Zittrain 2006)은 세 가지의 필요조건을 제시한다. 우선 소셜미디어가 기성 미디어에 대한 대체재 또는 경합재로서의 위상과 역할을 확보해야 한다는 것이다. 소셜미디어 또한 거대한 미디어 생태계의 일원으로 의제 설정 경쟁을 통하여 이용자를 충원하고 내구력을 갖추어 적절한 규모의 경제에 적응해야 한다. 그렇지 않을 경우 시장논리에 잠식되어 보조적 미디어로 퇴화하거나 기성 미디어의 플랫폼으로 흡수될 수 있다. 다음으로 소셜미디어가 민주주의의 기술로 진화해야 한다는 것이다. 기술 자체의 속성은 중립적이지만, 기술에 투영되는 논리는 가치지향적이다. 소셜미디어는 정보통신혁명의 산물로서 개방·참여·공유의 가치 체계를 내재화한 도구이다. 따라서 내외적으로 네트워크 양극화와 허위정보 발흥 및 정보검열 등 오도된 가치개입이 횡행할 경우 소셜미디어의 도태를 촉진할 수 있다. 마지막으로 정치적 기회구조의 개방성 수준에 따라 소셜미디어 효과는 증폭되거나 위축될 수 있다. 표현의 자유 등 정치적 기본권이 확립되어 사회적 소통이 활발한 사회에서 소셜미디어 효과는 증대하지만 그렇지 않은 사회에서는 그 효과를 기대하기 어렵다. 그럼에도 아랍 민주화운동에서 볼 수 있듯이 억압된 권위주의체제에서 지배연합이 균열되어 정치참여의 공간이 확장됨에 따라 소셜미디어 효과가 증폭될 수 있다. 이 경우 소셜미디어는 불신과 분노를 조직화한 저항의 무기로 역할한다.

이러한 선행연구의 의미 있는 진척에도 불구하고 사회운동에서의 소셜미디어 효과가 경험적으로 분석된 성과는 찾아보기 어렵다. 특히 네트워크와 정보라는 소셜미디어를 구성하는 두 핵심 요인이 사회운동 참가자에게 미친 효과를 규명한 연구가 시도된 사례는 없다. 이러한 배경에서 이 연구는 소셜미디어의 네트워크 규모와 정보에 대한 신뢰와 파급 수준을 고려하여, 그것이 사회운동 참여자의 정치의식과 참여 행태 및 효능감에 미친 영향을 경험적으로 분석하고자 한다. 이 연구는 특히 2016~2017년 촛불집회(이하 '촛불집회')를 사례로 소셜미디어가 참가자들에게 미친 영향을 고찰함으로써 분석의 의의와 함의를 배가할 수 있을 것으로 기대된다.

조인호·장우영·최성철(2017), 도묘연(2017), 이종환·강내원·전종우(2017)의 최근 연

구에 따르면 촛불집회 참가에서 소셜미디어의 활용은 세대와 계층을 넘어 폭넓게 대중화된 것으로 파악된다. 특히 카카오톡 단톡방을 통한 반개방형 소통 및 페이스북 포스팅과 공유를 통한 개방형 소통이 대표적인 방식으로 회자되고 있다. 이 밖에 페이스북의 촛불 태그와 촛불집회 현장 실황 중계도 활발하게 이루어져 소셜미디어 공감장을 폭넓게 확산하였다. 이는 1인 미디어가 사회운동에 처음 등장한 2008년 촛불집회와 비교할 때보다 진일보한 현상으로 평가할 수 있다. 2008년 촛불집회에서는 웹 기반의 블로그나 아프리카 TV와 같은 동영상 채널에 BJ(Broadcasting Jockey)라 불리는 소수의 액티비스트들이 캠코더와 노트북을 이용해서 촛불집회 실황을 중계하는 방식이 주를 이루었다(장우영 2010). 이 또한 당시로서는 획기적인 진전이었으나 극히 일부가 BJ로 활동하였고 pc에 접근하지 않고서는 실황 중계 등 정보를 공유할 수 없다는 점이 근본적인 한계로 지적된다. 그리고 공감장의 확대 이면에 공권력의 폭력 감시가 주요한 목표였던 점도 상기할 필요가 있다.

이러한 면에서 2016~2017년 촛불집회는 지트레인(Zittrain 2006)이 제시한 세 필요조건 — 의제설정자로서의 소셜미디어, 민주주의의 기술로서의 소셜미디어, 개방된 정치공간에서의 소셜미디어를 통한 불신과 분노의 조직화 — 과 상당히 정합함으로써 실제로 소셜미디어 효과가 발생했는지 탐문해볼 가치가 있다. 구체적으로 이 연구는 소셜미디어에 대한 신뢰도·활용도·네트워크 규모를 고·저 집단으로 분류하여 촛불집회 참가자들의 정치의식, 참여행태, 정치효능감이 유의한 차이를 보였는지를 경험적으로 분석한다. 이 연구의 경험적 분석을 위한 자료 구축과 연구방법을 제시하면 다음과 같다.

우선 2016년 11월 25일 제5차 촛불집회가 개최되는 동안 광화문 일원에서 참가자들을 대상으로 현장설문조사를 실시하였다. 5차 촛불집회는 집회측 추산 150만 명이 참가하여 6차 촛불집회와 함께 민주화 이후 최대 규모 시위로 기록되었다. 이를 위해서 3·4차 촛불집회 참가자들의 성별 연령별 분포를 광화문 사거리에서 사전에 파악하여 5차 촛불집회 현장설문조사에 근사치의 구성비를 반영하였다(〈표 2〉 참고).

참고로 본 연구조사에 적용한 성비(남녀 54.7:45.3)는 지난해 11월 촛불집회 참가자들의 성비를 분석한 최근의 빅데이터 분석 결과(남녀 52:48)와 거의 근사한 것으로 나타나(한겨레신문, 170921) 본 연구의 표본의 적절성을 뒷받침한다. 현장설문조사는 연구자가 20명의 대학생들로 구성된 조사자들을 사전교육하고 가설문조사를 시행하여 문제점을 보정한 뒤 본 설문조사에 투입하였다. 그리고 조사대상자들의 호응과 응답률이 대단히 높아 배포된 설문지의 약 90%를 수거하여 응답이 크게 누락되거나 훼손된 설문지를 제거하고 551명의 표본을 확보하였다. 마지막으로 사회과학 통계프로그램인 SPSS ver. 22.0을 이

용하여 수집된 설문자료에 대하여 빈도분석과 t-test분석 및 이원분산분석을 수행하였다.

이 연구는 현장설문조사의 특성상 표본 대표성의 한계가 불가피하다. 그럼에도 촛불집회 참가자들을 대상으로 한 연구의 의의가 크다는 점과 가능한 범위에서 조사 설계에 최선의 합리성을 기했다는 점은 충분히 고려할 필요가 있다. 아울러 비관습적 참여의 관습화를 보여주는 촛불집회에 대한 연구가 보다 다양한 접근을 통해 시도되어야 한다는 학문적 의무감도 존중되어야 한다고 여겨진다. 이 글의 구성은 다음과 같다. I절에서는 소셜미디어의 정치참여 효과에 관련된 국내외 선행연구 검토와 이론적 논의를 통하여 연구문제의 필요성을 제기한다. II절에서는 연구가설과 변인의 조작화를 논의하고 표본의 개요를 제시한다. III절에서는 경험적 분석을 수행하여 결과를 토의하고 연구가설을 검증한다. 마지막으로 IV절에서는 연구내용을 요약하고 촛불집회 참가자들의 소셜미디어와 정치참여 행태의 함의에 대하여 논의한다.

II. 선행연구 검토와 연구가설 도출

1. 변인의 조작화와 연구가설

이 연구에서는 선행연구에서 확인되는 단순한 소셜미디어의 참여효과 또는 참여효능감 등의 단편적인 인과관계 분석에서 벗어나 심화된 연구를 위한 시도에서 구상되었다. 좀 더 구체적으로 소셜미디어의 정치정보의 내용과 소셜미디어 연계성의 효과 그리고 정치정보의 구체적인 습득과 전파 행위에 따른 정치참여 효과를 다각적으로 살펴볼 것이다. 이를 위해 선행 연구와 이론을 바탕으로 변인의 조작화와 연구가설을 도출하였다.

먼저, 독립변인은 정치정보 신뢰도와 동원 네트워크의 규모, 정치정보 습득과 전파 등으로 구분했다. 첫째, 정치정보는 타자와 상호작용하는 매개이자 근거이기 때문에 내용에 대한 신뢰도가 매우 중요하다. 이를 위해서는 무엇보다 사실관계에 위배되지 말아야 하며 공공성이 담보되어야 한다. 정치정보는 정치적 관심도 및 정치행위의 원천으로 미디어 자체의 신뢰도와 동일시되는 경향이 있다(송경재·임정빈·장우영 2016). 프레이저와 두타(Fraser & Dutta 2009)는 소셜미디어 확산 초기에 나타났던 ‘파키스탄의 부토 전 총리의 아들과 관련한 사건’을 예로 들면서 당시 소셜미디어 정보에 대한 검증 없이 세계 우수

의 언론사가 공개 사과를 하는 곤욕을 치렀다고 비판했다. 그리고 그들은 소셜미디어 정치정보를 과대평가해서는 안 된다고 경고한 바 있다. 이러한 정치정보의 신뢰는 참여집단의 의식과 행태에 중요한 영향을 미치게 된다. 카스텔(Castells 2009) 또한 이렇듯 커뮤니케이션 소스(source)의 유형에 따라 정치정보에 대한 신뢰도가 상당한 차이를 보인다고 지적하였다. 이런 맥락에서 이 연구는 촛불집회과정에서 소셜미디어 정치정보의 신뢰도를 파악하기 위하여 “귀하는 최순실 게이트와 촛불집회에 대해 소셜미디어와 모바일 메시저의 정보를 어느 정도 신뢰하십니까?”라는 설문문항을 제시하고 리커트 5점 척도(Likert 5 point-scale)로 측정했다.

둘째, 라파엘리(Rafaeli 1988)는 네트워크의 동원 규모에 따라 상호작용 강도가 상이하고 그에 따라 정치적 행위의 차이로 연쇄된다고 분석 결과를 제시한 바 있다. 최근 국내 연구(김은이·정선영·문원기 2015)에서도 소셜미디어상의 네트워크가 강한 연계인지 혹은 약한 연계인지에 따라 소속된 노드의 정치참여 의향과 강도에 차이가 발생한다는 결과가 제시되었다. 이와 함께 이들은 사회연결망(social networking)을 통하여 다양한 활동을 하는 것은 정보의 다양한 수용과 반응을 통해 네트워크에 소극적으로 참가하는 경우보다 활발하게 정치에 참여한다고 주장하였다. 이처럼 개인과 집단이 정보·사람·서비스를 재구축하고 스스로 생산자가 된다는 점에서 네트워크의 구조적 특성은 매우 중요하다(조화순 2012). 이 연구에서는 개인의 소셜미디어 동원 규모를 파악하기 위하여 “귀하는 소셜미디어와 모바일 메시저에서 평균 친구나 팔로워가 몇 명입니까?”로 질문하였다.

셋째, 최순실 게이트와 촛불집회 과정에서 소셜미디어에서의 정치정보 습득과 전파는 일상적인 현상이었다. 특히 미디어 생태계의 주류 언론에 대한 불신과 반감이 증폭된 상황에서 시민들이 정치정보를 신뢰하거나 습득하는 채널은 상대적으로 특정 비주류 미디어로 이동하는 양상이 나타났다. 그중 소셜미디어에서는 페이스북과 카카오톡 단톡방이 정치정보의 전파 공간으로 가장 활발하게 활용된 것으로 알려졌다. 정치적 격변기에서의 이러한 소셜미디어 정보 습득과 전파 효과는 해외의 선행연구에서 폭넓게 확인되어왔다. 대표적으로 2011년 중동의 민주화운동에서 소셜미디어 정치정보의 습득과 전파는 권위주의 국가를 붕괴시키고 민주주의로 이행하는 데 크게 공헌했다는 분석이 공감을 이룬다. 아울러 서구 민주주의 사회에서 소셜미디어상의 정치정보 습득과 전파는 온라인 정치참여의 주된 방식이자 일상 정치(politics as usual)의 지배적인 유형으로 저변화되었다(커크패트릭 2010; Shirky 2010; Marichal 2012). 이러한 맥락에서 이 연구는 정치정보 습득과 관련해서 “귀하는 최순실 게이트와 촛불집회에 대해 소셜미디어와 모바일 메시저에서 하루 몇 시간 정도 정보를 얻습니까?”와 정치정보 전파와 관련해서 “귀하는 현재까지 소

설미디어나 모바일 메시지를 통해서, 메시지를 작성하거나 타인의 메시지를 공유하는 방식으로, 최순실 게이트와 촛불집회 정보를 얼마나 많이 전달하였습니까?”로 질문을 제시하였다.

다음으로 정치참여 효과는 3가지 측면으로 세분하여 종속변인으로 설정할 것이다. 연구에서 종속변인으로 설정한 정치의식과 행태, 효능감은 정치참여의 주요 개념이자 변인으로 인식된다(이승중·김혜정 2011). 첫째, 정치참여를 위한 전 단계로서 정치의식(political consciousness)은 광의의 개념으로 사실 정의와 측정이 용이하지 않다. 그렇지만 구체적인 정치참여 효과를 파악하기 위해서는 전단계로서 의식에 관한 조작화와 측정이 중요하다. 정치참여 효과를 측정 위해서는 정치의식의 변화가 무엇보다 선행되어야 한다. 일반적으로 정치의식은 특정한 정치적 사안과 현상에 대한 신념·태도·판단·사고·감정 등을 통칭한다(헤이우드 2006). 따라서 일반적 범주에서 정치의식을 측정하기 위해서는 다층위의 측정지표가 요구된다. 이 연구에서는 집회 현장에서 설문조사를 진행해야 하는 여건상 문항의 난이도와 빈도를 고려해서 대표 질문을 제시하였다. 구체적으로 촛불집회 참가자들의 정치의식을 박근혜 정부에서의 한국 민주주의 수준에 대한 평가로 조작적으로 정의하여, 설문에서는 정치의식을 “귀하는 현재 한국사회가 어떤 정치체제라고 평가하십니까?”로 측정했다. 응답은 강한 민주주의에서 강한 권위주의까지 5점 척도로 측정하였다.

둘째, 참여행태 또한 조작화와 측정의 범위가 넓은 개념이다. 따라서 이 연구는 참여의 경험과 습성에 초점을 맞추어 참여행태의 측면을 파악하고자 했다. 즉 조사대상자가 촛불집회 참가자라는 점에서 기존의 참여유형보다는 현재의 참여방식인 촛불집회에 대하여 과거에 얼마나 참여한 경험이 있는지와 앞으로 촛불집회에 계속 참여할 의향이 있는지를 조작화했다. 덧붙이면 사후적으로도 대규모 촛불집회가 장기간 지속되었다는 점에서 이러한 문항 설계는 적절했던 것으로 여겨진다. 구체적으로 설문문항은 “귀하는 지난해(2015년)까지 촛불집회 참여한 경험이 몇 차례 있습니까?”와 “귀하는 박근혜 대통령이 하야하지 않을 경우 몇 차례 더 촛불집회에 참가할 의향이 있습니까?”로 제시하였다.

셋째, 참여 효능감(political efficacy)은 “자신의 정치적 행동이 갖거나 혹은 가질 수 있는 정치과정에 미치는 영향력에 대한 개인의 감정”을 말한다(Campbell 1954; 이정기 2011; 송경재·임정빈·장우영 2016에서 재인용). 선행 연구에서는 소셜미디어 사용과 사회경제적 변인에 따라 정치효능감이 다르게 나타난다는 연구가 제출되어 있다(이정기 2011). 이 연구에서는 촛불집회의 목표 달성 확신에 초점을 두고 “귀하는 촛불집회 참가 목표가 어느 정도 이루어지리라 믿고 있습니까?”라고 문항을 제시하였다. 이러한 변인

〈표 1〉 가설검증 요약

구분	연구가설	검증	
1	소셜미디어 정치정보 신뢰 정도에 따라 촛불집회 참가자들의 정치의식, 참여행태, 참여 효능감에 차이가 나타날 것이다.	민주주의 수준	채택
		촛불집회 참가횟수	채택
		계속 참가여부	채택
		목표달성 효능감	채택
2	소셜미디어 동원네트워크의 크기에 따라 촛불집회 참가자들의 정치의식, 참여행태, 참여 효능감에 차이가 나타날 것이다.	민주주의 수준	기각
		촛불집회 참가횟수	기각
		계속 참가여부	기각
		목표달성 효능감	기각
3	소셜미디어 정치정보 습득 정도에 따라 촛불집회 참가자들의 정치의식, 참여행태, 참여 효능감에 차이가 나타날 것이다.	민주주의 수준	기각
		촛불집회 참가횟수	기각
		계속 참가여부	기각
		목표달성 효능감	기각
4	소셜미디어 정치정보 전파 정도에 따라 촛불집회 참가자들의 정치의식, 참여행태, 참여 효능감에 차이가 나타날 것이다.	민주주의 수준	채택
		촛불집회 참가횟수	채택
		계속 참가여부	채택
		목표달성 효능감	채택
5	소셜미디어 정치정보 습득과 전파 정도에 따른 촛불집회 참가자들의 지속적인 참여 의향에 차이가 나타날 것이다.	정치정보 전파 채택	
6	소셜미디어 정치정보 습득과 전파 정도에 따른 촛불집회 참가자들의 참여 효능감에 차이가 나타날 것이다.	정치정보 전파 채택	

설정을 통한 연구가설은 다음과 같이 제시된다.

구체적으로 연구가설 1~4까지는 소셜미디어 효과(정치정보 신뢰, 동원 네트워크의 크기, 정치정보 습득과 전파 정도)에 따른 정치의식, 참여행태, 참여 효능감 차이를 분석할 것이다. 첫째, 선행 연구에 따르면 소셜미디어의 정치정보 신뢰는 정치의식과 행태, 효능감에 영향이 있다(Fraser & Dutta 2009; Castells 2009). 따라서 이 결과가 한국의 촛불집회 과정에도 적용되는지를 파악하기 위하여 연구가설을 설정했다(〈표 1〉 참조).

〈연구가설 1〉 소셜미디어 정치정보 신뢰 정도에 따라 촛불집회 참가자들의 정치의식, 참여행태, 참여 효능감에 차이가 나타날 것이다.

둘째, 소셜미디어 기반의 네트워크 규모와 동원강도가 정치의식과 행태, 효능감과 인과성이 있다. 초기 연구에서도 확인된 바와 같이(Rafaeli 1988), 네트워크는 연계성으로 인한 무한확장성을 가진다. 특히 소셜미디어의 경우 서키(2008)가 지적한 바와 같이 네트워크 확장성이 가장 뛰어난 정치 참여의 도구이기도 하다. 따라서 동원네트워크의 규모는 정치참여와 의식과 효능감에 큰 영향을 미친다(송경재·임정빈·장우영 2016). 이를 반영하여 연구가설 2는 소셜미디어의 참여와 동원효과가 한국의 촛불집회 과정에서 작동했는지를 밝히고자 한다.

〈연구가설 2〉 소셜미디어 동원네트워크의 크기에 따라 촛불집회 참가자들의 정치의식, 참여행태, 참여 효능감에 차이가 나타날 것이다.

셋째, 소셜미디어 정치정보 습득과 전파는 촛불집회 참가자들의 유력한 참여방식이었다. 과연 촛불집회 참가자들의 정치정보 습득과 전파의 강도에 따른 정치의식과 행태, 효능감의 차이는 존재할 것인가? 선행 연구에 따르면 오프라인 기반의 정치참여 행위(예를 들면 시위나 파업 또는 투표 등)가 정치의식과 행태, 효능감에 차이가 존재한다는 연구는 존재한다. 하지만 소셜미디어 기반의 정치정보와 습득의 차이에 따른 변화는 가능한지에 관한 분석은 많지 않다(송경재·임정빈·장우영 2016). 연구가설 3과 4는 소셜미디어 정치정보 습득과 전파에 따른 촛불집회 참가자들의 정치의식, 참여행태, 참여 효능감 차이를 분석할 것이다.

〈연구가설 3〉 소셜미디어 정치정보 습득 정도에 따라 촛불집회 참가자들의 정치의식, 참여행태, 참여 효능감은 차이가 나타날 것이다.

〈연구가설 4〉 소셜미디어 정치정보 전파 정도에 따라 촛불집회 참가자들의 정치의식, 참여행태, 참여 효능감은 차이가 나타날 것이다.

다음으로, 연구가설 5와 6은 소셜미디어를 통한 정치정보의 습득, 전파에 따른 참여의 지속성과 효능감의 차이를 분석할 것이다. 앞서의 연구가설 1~4를 분석한 후에, 보다 심

화하여 촛불집회 참가자중 소셜미디어 사용자 집단의 정치정보 습득과 전파의 변인들이 참여의향과 효능감에 어떻게 영향을 미쳤는지 살펴볼 것이다. 많은 정보정치학을 연구하는 학자들은 소셜미디어의 정치정보 습득과 전파는 정치참여에 긍정적이며 참여의 도구 또는 아키텍처(tool or architecture of participation)라고 강조한 바 있다(Shirky 2008; Castells 2009). 정보사회가 성숙됨에 따라 정치정보는 기존 오프라인의 면대면 또는 신문이나 방송의 일대다의 전파방식이 아니라 다대다의 정치정보 습득과 전파가 동시에 진행된다. 간단한 버튼으로 정치정보를 검색하고, 역시 간단하게 정치정보를 전달할 수 있기 때문이다. 이런 변화상을 반영한다면, 커크패트릭(2010)이 강조한 바와 같이 소셜미디어 또는 인터넷의 정치정보 습득과 전파가 일상의 정치 영역이 되었다면 이러한 변화가 촛불집회 과정에서는 어떤 효과가 있는지를 살펴볼 필요가 있다. 이 가설검증을 통해서 소셜미디어 정치정보 습득과 전파변인이 촛불집회 정국에서 정치참여의 지속적 참여 의향과 참여 효능감 차이를 살펴볼 것이다. 이는 소셜미디어의 정치정보 전파와 습득의 두 변인 간의 개별변인 효과 또는 상호작용성이 있는지를 파악하고자 한 것이다. 분석에서는 소셜미디어 정치정보의 습득과 전파효과 또는 상호 결합된 상호작용 효과가 존재하는지를 통계적으로 분석하고 그 함의를 제시할 것이다.

〈연구가설 5〉 소셜미디어 정치정보 습득과 전파 정도에 따른 촛불집회 참가자들의 지속적 참여 의향에 차이가 나타날 것이다.

〈연구가설 6〉 소셜미디어 정치정보 습득과 전파 정도에 따라 촛불집회 참가자들의 참여 효능감에 차이가 나타날 것이다.

2. 표본의 개요

〈표 2〉 표본의 개요

구분		촛불집회 참가자 설문조사		
		빈도	비율(%)	비고
합계		551	100.0	
성	남자	301	54.7	평균: 1.45 표준편차: 0.498 결측: 1
	여자	249	45.3	

연령	만 18세 이하	45	8.2	평균: 3.29 표준편차: 1.526 결측: 1
	만 19~29세	189	34.4	
	30대	80	14.5	
	40대	95	17.3	
	50대	82	14.9	
	60대 이상	59	10.7	
최종 학력	고졸 미만	77	14.0	평균: 2.61 표준편차: 0.867 결측: 1
	고졸	122	22.2	
	대재/대졸	287	52.2	
	대학원재 이상	64	11.6	
가계 소득	200만 원 이하	53	9.7	평균: 2.95 표준편차: 1.195 결측: 6
	201~400만 원	167	30.6	
	401~600만 원	159	29.2	
	601~800만 원	88	16.1	
	801만 원 이상	78	14.3	

III. 분석과 토의

1. 소셜미디어와 촛불집회 참가 효과

2016~2017년 촛불집회과정에서 소셜미디어의 정치정보에 관한 신뢰도에 따른 정치의식과 정치참여행태 변인 간의 인과성은 <표 3>과 같이 제시된다. 분석에서 확인되는 바와 같이 소셜미디어 정치정보를 더 강하게 신뢰하는 집단에서 박근혜 정부 국정농단을 더 부정적으로 평가하고 촛불집회 참여도가 더 높게 나타났다.¹⁾ 구체적으로 살펴보면 우선 소셜미디어 정치정보 고신뢰 집단일수록 박근혜 정부에서의 한국사회를 강한 권위주의라고 인식하였다($t=-3.451, p<0.001$). 그리고 고신뢰 집단일수록 촛불집회에 참가

1) 소셜미디어 정치정보 신뢰를 구분한 기준은 평균을 기준으로 평균 이상인 경우 고신뢰 집단으로, 평균 이하는 저신뢰 집단으로 분류했다.

〈표 3〉 최순실게이트와 촛불집회과정에서의 소셜미디어 정치정보 신뢰 분석

	구분	N	평균	표준편차	t
박근혜 정부 민주주의 수준평가 /5=강한 권위주의체제	소셜미디어 정치정보 저신뢰 집단	381	3.50	1.155	-3.451**
	소셜미디어 정치정보 고신뢰 집단	168	3.86	1.105	
촛불집회 참가횟수 /5=10회 이상	소셜미디어 정치정보 저신뢰 집단	382	2.04	1.165	-2.605**
	소셜미디어 정치정보 고신뢰 집단	168	2.33	1.303	
촛불집회 계속 참가 여부 /5=계속 참가할 것임	소셜미디어 정치정보 저신뢰 집단	382	3.95	1.341	-2.641**
	소셜미디어 정치정보 고신뢰 집단	168	4.27	1.236	
촛불집회 목표달성 효능감 /5=완전히 이루어질 것이다	소셜미디어 정치정보 저신뢰 집단	382	3.97	.851	-2.938**
	소셜미디어 정치정보 고신뢰 집단	168	4.19	.656	

+ < 0.1, * < 0.05, ** < 0.01, *** < 0.001

한 빈도수도 더 많았다($t=-2.605$, $p<0.01$). 또한 촛불집회의 지속적인 참가 의향도 고신뢰 집단이 더 높게 나타났다($t=-2.641$, $p<0.01$). 마지막으로 촛불집회 참여 효능감 역시 정치정보 고신뢰 집단이 더 강하게 나타났다($t=-2.938$, $p<0.01$).

둘째, 소셜미디어의 동원 네트워크 크기와 정치의식과 정치참여 행태 간의 분석은 정치정보 신뢰 변인과는 상이한 결과가 도출되었다.²⁾ 즉 촛불집회 참여 효능감을 제외하고 세 변인 모두 동원 네트워크 규모가 201명 이상일 경우보다 강한 경향성은 있지만 통계적으로 유의하지는 않았다. 특히 동원 네트워크 크기와 촛불집회 참가횟수 및 지속적 참가 여부 간의 인과성이 없다는 점은 해석의 여지를 제공한다. 우선 조사대상자가 촛불집회 참가자들이라는 점에서 기본적으로 정치의식과 참여 자발성이 상대적으로 높은 집단이라는 것을 고려할 수 있다. 아울러 이들이 사회연결망구조에서 누군가에게 영향을 받기보다

2) 소셜미디어 동원 네트워크를 구분한 기준 역시 평균을 기준으로 분류했다.

〈표 4〉 최순실게이트와 촛불집회과정에서의 동원 네트워크 크기 분석

	구분	N	평균	표준편차	t
박근혜 정부 민주주의 수준평가 /5=강한 권위주의체제	200명 이하	330	3.59	1.146	-0.557
	201명 이상	219	3.64	1.162	
촛불집회 참가횟수 /5=10회 이상	200명 이하	330	2.12	1.186	-0.301
	201명 이상	220	2.15	1.216	
촛불집회 계속 참가 여부 /5=계속 참가할 것임	200명 이하	330	3.99	1.348	-1.257
	201명 이상	220	4.13	1.266	
촛불집회 목표달성 효능감 /5=완전히 이루어질 것이다	200명 이하	330	4.06	.823	0.738
	201명 이상	220	4.01	.770	

+ < 0.1, * < 0.05, ** < 0.01, *** < 0.001

는 영향을 미치는 위치에 입지했을 가능성도 고려할 수 있다. 다만 이러한 추론은 심층면 접과 사회연결망분석을 통해서 확인할 수 있을 것이다. 요컨대 촛불집회 참가자 집단에서는 소셜미디어의 동원 네트워크의 크기는 정치의식과 참여행태에 큰 영향을 미치지 못했다고 정리할 수 있다(〈표 4〉 참조).

셋째, 최순실게이트와 촛불집회 과정에서 소셜미디어 정보습득도에 따른 정치의식과 참여행태 간의 차이 역시 통계적인 유의성이 발견되지 않았다. 즉 동원 네트워크 크기와 마찬가지로 박근혜 정부에서의 민주주의 수준 평가, 촛불집회 참가횟수, 계속 참가 의향, 촛불집회 목표달성 효능감 변인이 모두 동일하게 인과성을 보이지 않았다. 이러한 결과는 사회운동 참가 집단의 정치의식이 비참가집단보다 높은 배경에서 정보 반응성이 상대적으로 수용보다는 가공이나 전파에 초점이 맞추어져 있을 개연성을 드러낸다(〈표 5〉 참조).

넷째, 최순실게이트와 촛불집회과정에서의 소셜미디어 정보전파 변인은 정치의식과 참여행태에 중요한 변인이었던 것으로 나타났다.³⁾ 즉 각 변인별로 통계적인 유의성이 강하게 나타났으며 대부분 소셜미디어에서 정보를 많이 전파할수록 다양한 정치의식과 참여행태, 참여 효능감에 인과성이 높은 것으로 조사되었다. 우선 박근혜 정부에서의 민주주의 수준 평가는 26회 이상 정치정보를 전파한 집단이 강한 권위주의의 성격을 띠고 있다

3) 소셜미디어 정치정보전파를 구분한 기준은 표본의 평균을 기준으로 분류했다.

〈표 5〉 최순실게이트와 촛불집회과정에서의 소셜미디어 정치정보습득도

	구분	N	평균	표준편차	t
박근혜 정부 민주주의 수준평가 /5=강한 권위주의체제	평균보다 낮은 수준	316	3.58	1.156	-0.661
	평균보다 높은 수준	233	3.65	1.147	
촛불집회 참가횟수 /5=10회 이상	평균보다 낮은 수준	316	2.15	1.205	0.329
	평균보다 높은 수준	234	2.11	1.231	
촛불집회 계속 참가 여부 /5=계속 참가할 것임	평균보다 낮은 수준	316	4.02	1.332	-0.613
	평균보다 높은 수준	234	4.09	1.298	
촛불집회 목표달성 효능감 /5=완전히 이루어질 것이다	평균보다 낮은 수준	316	4.03	.824	-0.284
	평균보다 높은 수준	234	4.05	.773	

+ < 0.1, * < 0.05, ** < 0.01, *** < 0.001

〈표 6〉 최순실게이트와 촛불집회과정에서의 소셜미디어 정치정보 전파

	구분	N	평균	표준편차	t
박근혜 정부 민주주의 수준평가 /5=강한 권위주의체제	25회 이하	367	3.56	1.139	-1.731 ⁺
	26회 이상	182	3.73	1.170	
촛불집회 참가횟수 /5=10회 이상	25회 이하	367	1.96	1.158	-4.630***
	26회 이상	183	2.46	1.261	
촛불집회 계속 참가 여부 /5=계속 참가할 것임	25회 이하	367	3.85	1.386	-5.108***
	26회 이상	183	4.44	1.062	
촛불집회 목표달성 효능감 /5=완전히 이루어질 것이다	25회 이하	367	3.99	.791	-2.000*
	26회 이상	183	4.14	.817	

+ < 0.1, * < 0.05, ** < 0.01, *** < 0.001

고 평가했다($t=-1.731, p<0.1$). 이어서 촛불집회 참가횟수 역시 26회 이상 전달집단이 많았다($t=-4.630, p<0.001$). 다음으로 촛불집회 계속 참가 의향($t=-5.108, p<0.001$)과 촛불집회 목표달성 효능감 변인도 통계적으로 유의했다($t=-2.000, p<0.05$). 이러한 결과는 소셜미디어를 이용한 정치정보 전파를 많이 할수록, 정치적인 참여고 활발하고 효능감

도 높으며, 집회참가 횟수도 많았음을 알려준다(〈표 6〉 참조).

2. 소셜미디어 변인과 촛불집회 참가의 상호작용성

그렇다면 이상의 결과를 토대로 소셜미디어의 변인들이 구체적으로 어떻게 촛불집회 참여에 영향을 미쳤는지를 탐색할 필요가 있다. 즉 소셜미디어 정보습득과 정보전파 변인이 촛불집회 정국에서 정치참여에 상호작용성이 있는지를 파악해보고자 한다. 이를 검증하기 위해서 이원분산분석(two-way ANOVA)을 실시하였다.⁴⁾

분석 결과, 촛불집회 참가자들의 촛불집회 계속 참가 의향과 참여 효능감에 영향을 미치는 소셜미디어 효과는 소셜미디어를 이용한 정치정보 전파가 유의한 것으로 나타났다($p < 0.001$). 그러나 소셜미디어 정치정보 습득 변인은 통계적으로 유의하지 않았고($p = 0.519$), 상호작용성 효과 역시 유의하지 않았다($p = 0.507$). 즉 촛불집회 정국에서 단순한 소셜미디어 정보의 습득은 주요한 영향변인이 되지 않았음을 알려준다. 이 결과는 촛불집회에서 계속 참여의지가 높은 경우 소셜미디어를 이용해 25회 이상의 정보를 전파

〈표 7〉 소셜미디어와 촛불집회 계속참여 상호작용성

소스	종속변인: 촛불집회 계속 참가 의향		
	제Ⅲ유형 제곱합	F	유의확률
수정된 모형	45.312	9.097	0.000 (***)
절편	7618.376	4588.413	0.000 (***)
소셜미디어 정보습득	0.691	0.416	0.519
소셜미디어 정보전파	45.319	26.090	0.000 (***)
소셜미디어 정보습득 * 정보전파	0.732	0.441	0.507

R 제곱 = 0.048(수정된 R 제곱 = 0.042)

* < 0.05, ** < 0.01, *** < 0.001

4) 이원분산분석은 종속변인에 영향을 주는 독립변인이 2개일 경우 각 변인의 영향도와 상호작용효과를 파악하는 통계기법이다. 이 분석은 개별 독립변인이 종속변인에 영향을 주는 효과를 알아보고, 변인들 간의 상호작용효과를 통해서 종속변인에 영향을 줄 수 있는지를 알아보는 것이다.

〈표 8〉 소셜미디어와 촛불집회 참여 효능감 상호작용성

소스	종속변인: 촛불집회 참여 효능감		
	제III유형 제곱합	F	유의확률
수정한 모형	12,641	1,372	0.251
절편	7379.890	11496.908	0.000 (***)
소셜미디어 정보습득	0.078	0.121	0.728
소셜미디어 정보전파	2.585	4.026	0.045 (*)
소셜미디어 정보습득 * 정보전파	0.021	0.032	0.875

R 제곱 = 0.007(수정된 R 제곱 = 0.002)

* < 0.05, ** < 0.01, *** < 0.001

한 집단이 통계적으로 더욱 강한 인과성이 확인되었다. 그리고 정의(+) 방향성을 띠므로 소셜미디어 정보전파를 활발히 할수록 촛불집회에 계속 참가할 의지가 강하다는 것을 알려준다(〈표 7〉 참조).

다음으로 종속변인을 촛불집회 참여 효능감을 설정하고 소셜미디어 정치정보효과를 분석했다(〈표 8〉 참조). 분석 결과, 앞의 계속 촛불집회 참여분석과 마찬가지로 소셜미디어를 이용한 정치정보 전파가 유의한 것으로 나타났다($p < 0.001$). 소셜미디어 정치정보 습득변인은 통계적으로 유의하지 않았고($p = 0.728$), 소셜미디어 정보습득*정보전파의 상호작용성 효과 역시 유의하지 않았다($P = 0.875$). 이를 해석하면 개별 변인으로서 소셜미디어 정보습득은 참여 효능감과 인과성이 없고 상호작용 효과 또한 나타나지 않았다. 다만 소셜미디어 정보전파는 촛불집회 참여 효능감에 영향을 미친 것으로 확인되었다.

이상의 소셜미디어의 정치정보 습득*전파와 촛불집회 참여 효능감 간의 관계는 소셜미디어라는 빅데이터 정치정보에서 주로 습득보다는 전파활동을 하는 사용자들이 보다 적극적인 정치참여집단임을 확인할 수 있다. 그리고 이들의 참여 효능감 역시 매우 강한 것으로 분석되었다. 요컨대, 소셜미디어 정치정보는 단지 수동적으로 접하기보다는 적극적으로 전달과 확산을 통한 활동을 전개할수록 강한 정치참여 지향성을 가지며 참여 효능감 역시 배양된다는 것이 확인되었다.

물론 이런 결과가 5차 촛불집회라는 특정한 국면에서의 분석 결과이기 때문에 정치적 격변기의 맥락이 충분히 고려되어야 한다. 그렇지만 탄핵과 관련한 비상한 정치일정 속에서 소셜미디어 이용자들이 단지 정치정보를 습득하는 것은 중요한 정치적 행위 또는

효능감과는 큰 인과성이 없다는 점은 재차 강조할 수 있다. 그리고 오히려 정치정보를 소셜미디어를 통해 전파할 경우 계속 촛불집회에 참여하겠다는 의향이 강하고, 촛불집회의 참여 효능감 또한 강한 것으로 나타나 사회운동에서의 소셜미디어 효과의 단면을 이해하는데 적지 않은 시사점을 제공한다.

IV. 결론

이 연구는 정치참여에서의 소셜미디어 효과를 분석하고자 하였다. 특히 비관습적 정치참여의 대표 유형인 사회운동에서의 소셜미디어의 영향을 촛불집회를 사례로 경험적으로 분석하였다. 서두에서 밝혔듯이 이 연구는 촛불집회 참가자들을 특정하여 진행했다는 점에서 강점과 약점을 동시에 드러낸다. 다만 촛불집회가 2000년대 한국사회에 관습화된 사회운동이라는 점에서 그리고 참가자들을 대상으로 한 경험적 분석이 매우 빈곤하다는 점에서 이 연구의 의의를 충분히 찾을 수 있을 것이라 여겨진다. 나아가 사회운동에서 시민들의 자발적 동원 기제로 운위되는 소셜미디어의 효과가 해외 연구에서는 실증적으로 고찰되며 분석의 지평을 넓히고 있는 반면, 국내에서는 거의 진척되지 않고 있는 현실에서 이 연구는 실험적 탐색으로 활용될 수 있을 것이다.

표본집단의 한계로 이 연구의 경험적 분석 결과를 일반화하기는 어려울 것이나, 촛불집회와 같은 자발적 사회운동에서의 시민참여의 경향성을 탐구하는 차원에서 분석의 함의를 정리하면 다음과 같다. 우선 소셜미디어 정치정보 신뢰도가 높을수록 그리고 정치정보 전파 활동이 활발할수록 정치의식과 참여행태 및 참여 효능감이 배양된다는 시사점에 주목할 수 있다. 즉 기성 언론의 게이트키퍼의 반명제로서 시민의 게이트워칭이 사회운동 참여에서 중요한 역할을 할 수 있다는 것이다. 그리고 소셜미디어는 일상적이고 편의적인 시민 공론활동 기재라는 점에서 사회운동자원으로서의 활용도가 더욱 커질 여지가 있다. 다만 가짜뉴스(fake news)를 둘러싼 사회정치적 혼란 사례들이 빈발하고 있는 바, 신뢰도가 높은 정보가 곧 진실한 정보라고 단정할 수 없기 때문에, 소셜미디어 공론활동에서의 정보 식별과 여과의 중요성 또한 더욱 커질 것이다. 특히 지난해 미국 대선 사례에서 보듯이 가짜뉴스가 선거 정당성을 위협하거나, 국내 태극기집회에서 가짜뉴스를 통한 오도된 동원이 국민통합을 저해할 수 있는 수준이어서 팩트체크제와 같은 제도적 규제 방안

도 속고할 필요가 있다.

그리고 소셜미디어 정치정보의 습득 정도와 촛불집회 참여 간의 인과성이 존재하지 않는다는 분석 결과도 주목할 만한 시사점이다. 정보 습득의 양적 증대와 정치적 행위 간의 인과성 여부는 정치커뮤니케이션 분야의 전통적인 탐색 주제이다. 그러나 TV와 신문 등 주로 매스미디어와 인터넷상의 포털 뉴스를 중심으로 연구가 진행된 반면, 소셜미디어와 같은 시민 저널리즘 차원에서는 연구가 부진한 실정이다. 이 주제를 집성한 선행 연구에 따르면 사례별 차이가 있지만 경향적으로 정보 습득보다는 신뢰나 전파가 정치참여에 보다 유의한 영향을 미치는 분석 결과가 두드러진다. 아울러 수동적인 반응으로서의 정보 습득보다는 수용자의 정치적 각성이 선행한 상태에서 이를 강화하는 정보 습득이 정치참여에 더 강한 영향을 미치는 것으로 분석되고 있다(Kaid 2004). 따라서 이러한 양상이 소셜미디어에서도 재현될 가능성을 염두에 둘 수 있으며, 이 연구의 결과 또한 선행 연구의 맥락에서 벗어나지 않는다. 종합하자면 소셜미디어 정보에 대한 신뢰와 적극적인 공론 활동이 정치참여에 중요한 영향을 미치며, 이 과정에서 수용자의 정치적 자각은 주요하게 고려되어야 할 또 다른 변인이다.

참·고·문·헌

- 김은이·정선영·문원기. 2015. "SNS, 사회자본 네트워크 유형, 그리고 정치참여: SNS(트위터와 페이스북)의 유형별 비교를 중심으로." 『사회과학연구』 39-1. 175-200.
- 도묘연. 2017. "촛불집회 참여의 결정 요인." 『한국정당학회·21세기정치학회·한국지방정치학회 공동학술회의 자료집』.
- 송경재. 2014. "소셜네트워크서비스(SNS) 사용자는 참여적인가?: 미국의 정치참여 유형과 SNS." 『한국과 국제정치』 30-3. 59-94.
- _____. 2015. "네트워크 사회, 소셜 시티즌의 사회적 자본." 『한국정당학회보』 14-2. 167-194.
- 송경재·임정빈·장우영. 2016. "SNS는 정치를 어떻게 변화시키는가?" 『한국콘텐츠학회논문지』 16-7. 154-167.
- 이승종·김혜정. 2011. 『시민참여론』. 서울: 박영사.
- 이정기. 2011. "온·오프라인 공간에서의 '저항적(대안적) 정치참여'에 관한 연구: 미디어 이용량, 미디어 신뢰도, 정치신뢰도, 정치효능감이 저항적(대안적) 정치참여 경험과 의도에 미치는 영향을 중심으로." 『미디어, 젠더 & 문화』 18. 73-109.
- 이종환·강내원·전종우. 2017. "SNS를 통한 시민 사회운동의 공론화 과정." 『사이버커뮤니케이션 학보』 34-2. 83-123.
- 이창호·정낙원. 2014. "소셜미디어 이용정도 및 이용동기가 사회자본에 미치는 영향: 개방형·폐쇄형 소셜미디어 비교." 『한국언론정보학보』 65. 5-26.
- 장우영. 2010. "네트워크 개인주의와 시민저항: 2008년 촛불시위를 사례로." 『한국정치연구』 19-3. 25-55.
- _____. 2013. "트위터스피어의 선거 이슈와 동원: 19대 총선을 사례로." 『21세기정치학회보』 23-3. 247-268.
- _____. 2017. "20대 총선의 소셜미디어 캠페인 특징과 효과: 수도권 사례." 『입법과 정책』 9-1. 5-30.
- 조인호·장우영·최성철. 2017. "촛불집회 정치개혁 이슈와 헤테라키 정치 메가트렌드." 『한국정당학회·21세기정치학회·한국지방정치학회 공동학술회의 자료집』.
- 조희순. 2012. "소셜네트워크 시대의 정치참여와 민주주의의 미래: 연구의 동향과 과제." 『대한정치학회보』 19-3. 23-48.
- 커크패트릭, 데이비드, 임정빈·임정진 옮김. 2010. 『페이스북 이펙트』. 서울: 에이콘출판.
- 한겨레신문. 170921. "촛불시민 빅데이터, 남녀 52% 대 48%."
- Bennett, Lance, and Alexander Segerberg. 2012. "Digital Media and the personalization of collective action," Brian Loader and Dam Mercea. *Social Media and Democracy*. New York: Routledge. 13-38.

- Bruns, Axel. 2005. *Gatewatching*. New York: Peter Lang Publishing.
- Campbell, Angus, Gerald Gurin, and Warren Edward Miller. 1954. *The Voter Decides*. Greenwood Press.
- Castells, Manuel. 2009. *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Diamond, Larry, and Marc Plattner. 2012. *Liberation Technology: Social Media and the Struggle for Democracy*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Fraser, Matthew, and Soumitra Dutta. 2009. *Throwing Sheep in the Boardroom: How Online Social Networking Will Transform Your Life, Work and World*. WILEY.
- Granovetter, Mark. 2005. "The Impact of Social Structure on Economic Outcomes." *Journal of Economic Perspectives* 19, No.1. pp.33-50.
- Kaid, Lynda Lee. 2004. *Handbooks of Political Communication*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Marichal, José. 2012. *Facebook Democracy*. Burlington: Ashgate Publishing Company.
- Rafaeli, Sheizf. 1988. "Interactivity: From new media to communication." In R. P. Hawkins, J. M. Wiemann & S. Pingree (eds.). *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes*. Newbury Park, CA: Sage.
- Shirky, Clay. 2008. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. New York: Penguin Press.
- _____. 2010. "The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change." *Foreign Affairs*, at <http://www.foreignaffairs.com/articles/67038/clay-shirky/the-political-power-of-social-media>(accessed June 14, 2017).
- Sinclair, Betsy. 2012. *The Social Citizen: Peer Networks and Political Behavior*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Sunstein, Cass R. 2007. *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press.
- Zittrain, Jonathan. 2006. "The Generative Internet." *Harvard Law Review* 119.

접수일자: 2017년 10월 13일, 심사일자: 2017년 11월 25일, 게재확정일: 2017년 12월 13일
--

[Abstract]

Political Participation and Social Media Information Circulation Effect: Focusing on the Field Survey of Korean Candlelight Demonstration in 2016

Chang, Woo-young | Daegu Catholic University
Song, Kyong Jae | Kyung Hee University

The purpose of this study is to analyze the effects of social media on political participation. In particular, this study empirically analyzed the influence of social media in the social movement, which is a representative type of unconventional political participation, in the case of Korean candlelight demonstrations in 2016. This study provides a unique implication by specially conducting candlelight demonstrators. The significance of this study can be emphasized in that candlelight vigils are customized social movements in Korean society in the 2000s and that empirical analysis of participants is very poor. In addition, the research of social media effects, which is motivated by the citizens' voluntary social mobilization in social movements, will expand the horizon of political communication and political mobilization research.

-
- Keyword: candlelight demonstration, network, political information, political participation, social media