



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](#)

신문방송학석사 학위논문

SNS 이용이 한국과 몽골
20대의 정치참여에 미치는 영향
비교 연구



2017년 8월

부경대학교 대학원

신문방송학과

보양희식

신문방송학석사 학위논문

SNS 이용이 한국과 몽골
20대의 정치참여에 미치는 영향
비교 연구

지도교수 한혜경

이 논문은 신문방송학석사 학위논문으로 제출함

2017년 8월

부경대학교 대학원

신문방송학과

보양히식

보양히식의 신문방송학석사
학위논문을 인준함

2017년 8월 25일



주 심 정치학 박사 한혜경 (인)

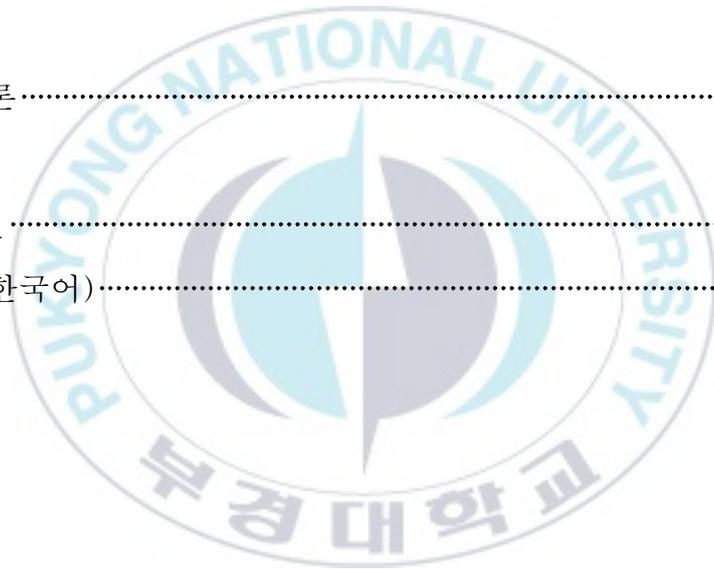
위 원 광고홍보학박사 김정규 (인)

위 원 문 학 박 사 오창호 (인)

- 목차 -

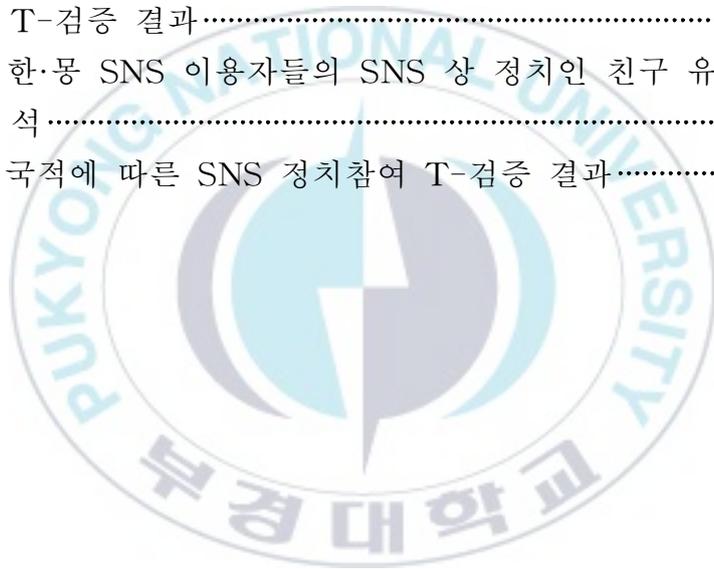
I. 서론	1
1. 문제제기	1
II. 이론적 논의	4
1. 정치참여와 SNS 정치참여	4
가. 정치참여와 유형	4
나. SNS 정치참여	9
2. SNS 이용형태와 이용동기	13
가. SNS 이용형태	13
나. SNS 이용동기	17
III. 연구문제 및 연구방법	21
1. 연구문제	21
2. 연구방법	22
가. 조사방법	22
나. 측정방법	23
(1) 한·몽 인구사회학적 특징	23
(2) 한·몽 SNS 이용자들의 SNS 이용형태	24
다. 분석방법	25
IV. 연구결과 및 해석	26

1. 측정도구의 신뢰성 및 타당성 검증.....	26
가. SNS 이용동기의 요인분석 및 신뢰도분석.....	26
나. 정치참여 요인의 신뢰도분석.....	28
2. SNS 이용형태 및 SNS 이용동기 한·몽 20대 집단별 특성·	29
3. 한·몽 집단별 국적에 따른 나타난 차이.....	32
4. 한·몽 집단별 SNS 정치참여에 미치는 영향력 회귀분석·	32
 V. 결론.....	 35
참고문헌.....	38
설문지(한국어).....	42



- 표 차례 -

<표 1> 정치참여 유형	8
<표 2> 응답자의 인구통계학적 특성	23
<표 3> 한·몽 응답자들의 SNS 이용형태 특성	25
<표 4> SNS 이용 동기 현황	26
<표 5> 한·몽 20대 집단 별 SNS 이용형태 및 SNS 이용 동기 T-검증 결과	29
<표 6> 한·몽 SNS 이용자들의 SNS 상 정치인 친구 유무 교차분 석	31
<표 7> 국적에 따른 SNS 정치참여 T-검증 결과	33



Study of the Influence of SNS use on political participation : Comparing of Korean and Mongolian 20's

Namsrajav Buyankhishig

Department of Mass Communicathion, The Graduate School,
Pukyong National Unicersity

Abstract

Social Networking Service has been already a huge part of our daily life in various aspects at fast pace. The ability of access to information of individual via SNS has been increased rapidly and is functioned as driving force of change in information-oriented society over a variety of fields including politics, economy, society, and culture.

The change in political system through SNS is especially quite noticeable, because the possibility of direct democracy is more visible than ever. Citizens can access to any information regarding current issues on politics, and express their opinion to politicians, at any time, any place. Also, network which is derived from SNS leads potentiality of delivering group voice on long-standing matters to wide-open association in a public square. These examples were demonstrated in Jasmine Revolution in Middle East in 2010, 'Occupy Wall Street' in the U.S in 2011, and lastly, in candlelight rally in South Korea in 2016. Hence, a study of the possibility of citizens'

political participation that goes with the need to change of politics in formal sector should be considered to be a significant topic so as to solve the problems in our life in a political way.

Therefore, in this thesis, it is examined to study the influence of SNS on political participation among those who are in their twenties in South Korea and Mongolia. These days, twenties is main users of SNS and is who create and spread SNS culture. In addition, twenties have a tendency to recognize political comment on SNS as nothing more than a part of daily routine.

Still, a research to study about how this characteristic of twenties has been changed and shown in between two countries that have such different politics and system: South Korea and Mongolia has not existed until now. Thus, in this thesis, it is aimed to analyze the affecting factors on political participation via SNS of twenties in both countries and to compare its influence.

On theoretical argument in the thesis, political participation and SNS is observed and investigated about how usage motivation of SNS and using pattern of SNS affects political participation on SNS, based on a preceding research. Moreover, the difference of using patterns and motivation between SNS users in their twenties respectively in South Korea and Mongolia and how they participate in politics is also examined.

In order to have objective research, questionnaires have been conducted targeting Korean and Mongolian SNS users in twenties. According to the statistical analysis of collected data in questionnaires, a series of subject inquiry and hypothesis are verified to support the thesis. Here is the result summarized below.

First, it is shown that the using pattern (time spent, having friends or not) and motivation of SNS in Korean and Mongolian twenties is meaningful.

Second, the difference between Korean and Mongolian's political participation on SNS as a group is analyzed. These two groups have positive influence on political participation on SNS, and the more one user uses SNS, the more one takes part in politics on SNS.

Third, the more connected to politicians as friends on network, the more actively users join in political activity on SNS. In other words, politicians' activity on SNS is a strong element to have effect on twenties' political participation. Furthermore, on Korean group, the less amusement information a user uses, the more likely they participate in politics. The number of friends on SNS are shown more in Mongol than Whereas, Mongolian groups have more factors about friends on SNS network than those of Korean. Lastly, the factors such as age, sex, time spent on SNS, motive of each information search, sociability, and society do not influence on political participation on SNS in the two groups of Korea and Mongolia.

In conclusion, on the basis of the research result, it is confirmed that political participation on SNS can be powerful impact on political participation, and politician friends on SNS can induce active participation.

I. 서론

1. 문제제기

우리 시대는 스마트 시대로 변환하고 있다. 이 시대의 주요 도구는 SNS(Social Network Service)이다. 2000년대 스마트 기기의 확산과 함께 현재의 SNS가 등장하게 된다. 이때부터 페이스북이나 트위터를 활발히 이용되고 있는 SNS들이 크게 등장, 시작하였고 현재까지 그 인기가 계속되고 있다. 우리 사생활 속에 엄청난 속도로 스며들고 있는 SNS가 세계를 연결하며 많은 나라가 가까워졌다. 세계적으로 SNS 이용자들이 빠르게 증가하고 있으며 SNS를 통해서 사람들 거대한 거미줄을 만들었다.

한국, 몽골, 일본, 중국 사람들은 매우 닮았다. 또한 나라는 4계절이며 아시아 지역에 포함된 나라들이다. 우리에게 이러한 비슷한 것이 있지만 언어, 예술, 문화, 음악, 음식, 사회, 경제, 정치적으로 다르며 나라마다 자기 특징이 있다. 전 세계에서 10년 동안 급하게 발전된 대한민국은 민주공화국이다. 대한민국의 주권은 국민에게 있고, 모든 권력은 국민으로부터 나온다(대한민국 헌법 제1조). 한국인들은 세계의 일곱째 여성 대통령 선택하고 새로운 역사를 이루었던 나라 중 하나이다. 대한민국을 셋째 이웃 나라로 여겨진 나라는 몽골이다. 몽골은 동아시아 자체에서는 민주적인 국가 중 하나이다. 유럽을 제외한 구 공산권 국가 중에서 가장 빠르게 민주주의를 정착시킨 나라이다. 공산권 붕괴 이후 몽골의 여당이었던 몽골 공산당은 시대의 흐름을 읽고 야당 세력과 합의해 다당제와 자유선거를 도입했고 이를 통해 매우 빠른 민주화를 달성했다. 한국, 대만과 더불어 동아시아를 대표하는 민주 공화국이기도 하다. 이를 바탕으로 본 논문에 한국과 몽골 나라의 SNS 이용자들의 정치참여에 미치는 영향을 살펴볼 이유가 있다.

SNS가 큰 영향을 미치고 있는 사례로는 2016년 대한민국 대통령 탄핵을 들 수 있다. 한국에서는 SNS 상에서 ‘박근혜-최순실 게이트’ 뉴스 가장 큰 전달 수단으로 활용하고 댓글과 공유 기능으로 활발한 현실 참여까지 이끌고 있다. SNS 정치 참여에서 현실 정치 참여로 이루어졌던 시민들의 정치 참여가 박근혜 대통령을 탄핵하게 되었다(박기묵,2017). 2016년12월 이른바 ‘박근혜-최순실 게이트’로 인하여 국회에서 탄핵소추안이 가결되어 대통령 직무가 정지되었으며, 2017년 3월 10일 헌법재판소에서 만장일치로 탄핵을 결정함으로써 대통령직에서 파면되었다.

몽골의 경우에는 SNS에서 ‘우리 돈을 돌려라’ 뉴스 가장 많은 전달 수단으로 활용하고 댓글과 공유 기능으로 활발한 현실 참여까지 이끌고 있다. 시민들이 국민의 세금을 해외계좌로 입금시켰던 공직자들을 비판했으며 법에 의한 책임지라고 시위운동 실시하였다. 시민들의 정치참여가 국회에서 합법을 만들게 되었다. 또한 이번 대통령 선거에서는 지지자들의 SNS 선거운동 뜨거웠다. SNS 이용자들이 자신의 지지하는 후보에 대해 응원의 말을 남기는 것에서부터 정책이나 공약에 대해 자신의 의견을 피력하기도 한다. 빠른 속도로 SNS 상에서 펼쳤던 대통령 선거 후보자 바트툴가(Kh.Battulga)의 ‘몽골은 이긴다’라는 선거 활동이 현실에 실시하고 그는 선거에 이겼다.

SNS를 통해 사람들이 정치에 참여하며, 친구들에게 정치정보를 공유하거나, 지지하는 정당이나 정치인들의 정치활동의 견해와 활동을 이미지와 텍스트를 적절히 사용해 친구들에게 설득하거나, 반대한 정치인이나 정당 뉴스에 댓글을 올리거나, 정치 전략을 비판하고 자신의 의견이나 의사를 표출하고 있다. SNS 이용이 정치 참여에 미치는 영향을 최근 투표율의 저하와 연계하여 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 한국은 경우에는 2003년 16대 대선투표율은 70.8%였으나, 2007년 17대 대선의 경우 63.0%로 하락했다. 그렇지만 18대 대선

투표율은 75.8%로 증가했다. 총선 투표율의 경우도 2000년 16대 총선의 경우 57.2%, 2004년 17대 총선의 경우 60.6%, 2008년 18대 총선의 경우는 46% 투표율이 50% 이하로 떨어졌다. 2012년 19대 총선의 경우는 54.2%, 2016년 20대 총선의 경우에는 투표율이 58.0% 까지 증가했다.

둘째, 몽골은 경우에는 2005년 대선투표율은 75.0%, 2009년 대선은 경우에도 73.5%, 2013년 대선 경우에도 66.5%로 하락했다. 총선 투표율의 경우도 2004년 총선의 경우 82.2%, 2008년 총선의 경우 76.46%, 2012년 총선의 경우는 67.28%로 투표율이 떨어졌다. 2016년 총선의 경우에는 투표율이 78.41%로 증가했다. 이러한 투표율 저하현상을 양국의 경우에도 비슷한 경향을 보이며 선거 참여가 뚜렷이 감소한 것을 볼 수 있다. 스마트폰 증가 SNS 이용이 적극적인 상황으로 시민들의 정치에 대한 일반적인 관심은 오히려 증가했다는 것을 선거의 투표율이 올라가는 것에서 관찰해 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서 SNS 이용이 SNS 정치참여에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 문제를 살펴보고자 한다.

이에 본 연구는 첫째, 정치참여에 미치는 요소들을 관찰하고, SNS 이용 형태와 SNS 이용 동기를 살펴보고자 하였다. 둘째, 양국 SNS 이용자들의 정치참여에 차이가 있는지를 알아보려고 하였다. 셋째, SNS 이용 동기와 SNS이용 형태가 SNS 정치참여에 미치는 영향에 대해 발견하도록 하겠다.

본 논문은 전 세계적으로 SNS 이용자들이 급하게 증가한 현 시점에서 많은 정보를 원하는 SNS 이용자들의 정치참여에 어떠한 영향을 미치고 있는지에 대한 문제의식에서 출발한다. 이러한 의식을 바탕으로 SNS 이용이 정치참여에 미치는 영향을 분석해 보고 한국과 몽골 20대 학생들의 SNS 이용과 정치참여 차이를 검토하고 이에 대한 과제를 모색해 보는데 연구의 목적을 두었다.

Ⅱ. 이론적 논의

1. 정치참여와 SNS 정치참여

가. 정치참여와 유형

민주주의의 기본 원리는 모든 시민이 자유롭고 평등하게 정치에 참여하는 것이다. 민주주의가 있어서 국민에 의한 정부는 국민의 정치참여를 통하여 실현될 수 있다. 민주주의 사회에 정치참여를 시민의 의무라고 여기기보다 권력이라고 인식하는 것이 정치참여 주요성을 넓히고 있다. ‘정치참여는 정부 기관, 정부 정책, 그의 과정을 지지하거나 영향을 미치고자 하는 시민의 시도를 말한다. 한편으로 정치참여는 시민들의 정치에 영향을 미치고자 하는 행동을 정치참여’라고 주장한다(B.Dolgor, Ya.Tuguldur, B.Enkh-Amgalan, D.Odmaa, Sh.Ewsanaa,2011).

조석장(2009)의 여구에 따르면 ‘정치참여는 정치적 이슈에 주목하고 관심을 가지고 정치과정에 참여를 하거나 정책결정, 정치현상, 정치적 활동에 직·간접적인 목적으로 하는 시민들의 활동’이라고 정의 하고 있으며 홍득표(2009)는 ‘정치참여는 국가의 구조나 국가 권위의 선출 또는 국가정책에 영향력을 행사할 목적으로 취하는 일반시민의 활동’이라고 설명한다. 그리고 정치참여를 ‘시민들의 정부에 대한 요구하고 이익에 직접적으로 전달할 수 있는 수단’이라고 간주할 수 있다(S.Verba&N.H.Nie,1972;이세희,2012,재인용).

또한 버바와 나이는 정치참여는 체제 내에서 이루어지는 민주적 참여활동에 그 범위를 한정시킨다고 했으며, “정부요원의 선택이나 그들이 취할 행동에 다소간 직·간접으로 영향을 미칠 목적으로 사

적 시민에 의해 이루어지는 행위”라고 정의를 내리고 있다. 결국 정치참여라는 의미는 시민의 자발적으로 하는 정치적인 모든 행위를 정치참여라고 할 수 있다.

정치학자들이 정치참여를 다음 여러 가지로 설명하고 있다. 즉, 1) 정치참여를 시민은 정치참여 목표의 설정, 우선순위의 결정, 목표달성에 요구되는 자원의 배분 등 중요한 정책의 방향과 전략에 영향력을 미칠 수 있다. 2) 정치참여를 통하여 국민에 의한 민주정부의 실현을 가능하다. 3) 정치참여는 국민의 의사가 정부에 전달되는 통로인 동시에 국민에게 만족감을 주는 통로의 기능을 한다. 4) 정부의 엘리트에 대한 국민들의 지지 혹은 반대를 표시할 수 있는 합법적인 방법이라고 한다(김창희,2005). 그리고 홍득표(2009)는 정치참여를 구체적으로 다음과 같이 살펴봤다.

1. 정치참여는 국가의 기구, 조직 등을 포함하는 구조, 정책, 권위 등에 대한 지지와 그들의 변화를 유도하기 위한 시민의 활동이다.
2. 정치참여는 일반시민이 정부인사의 선출과 정부의 결정 직접적으로 영향력을 행사할 목적으로 취하는 활동이다. 공식적으로 가치의 권위적인 배분권을 갖지 못한 일반 국민이 국가의 지도자나 국민이 대표 등을 선출하고 그들이 희소한 가치를 권위적으로 배분하는 정책결정에 영향력을 행사하기 위한 활동이다.
3. 정치참여는 국가의 지배 엘리트를 지지하거나 그들에게 무엇인가 요구하는 시민의 활동이다
4. 정치참여는 어떤 형태든 영향력을 행사하기 위한 의도가 포함된 수단적 목적 지향적 행동이다.
5. 정치참여는 정부나 정치에 대한 관시표명, 의례적 혹은 지원적인 활동, 상징적인 행위 등 수동적인 형태도 포함된다.
6. 정치참여는 형태는 투표를 포함하여 다양한 방법이 있다.
7. 정치참여는 시민의 합법적인 정당한 행동과 그렇지 못한 것을 포함하고 있다.
8. 정치참여는 중앙정부나 지방정부 등 각급의 정부수준에서 이루어

어지고 있다.

9. 정치참여는 시민과 정책결정자 간에 상호작용의 형태를 띠고 있다.

몽골 정치학자 장지드(A.Tsanjid,2011)는 정치 참여를 다음과 같이 설명했다. 그는 ‘시민들에게 정부기관, 공무원 정책, 결정, 광정을 지지하거나 그에 영향을 주기 위해 하는 모든 행동을 정치참여’라고 간주한다. 또한 ‘정치 시스템 민주주의 특성을 가지기 위해 시민들의 참여가 넓히게 하도록 가능성이 공개한다. 하지만 이런 참여에 대해 정치학자들의 의견이 충돌된다. 왜냐하면 민주주의를 중요하다고 생각하는 사람들은 정부 문제를 해결할 때 시민들의 직접 참여가 있어야 민주주의가 존재한다고 여긴다. 그러나 어떤 사람들은 자신의 선택했던 대표자를 통해 국무를 처리하는 것이 충분하다고 생각한다’고 말했다. 그리고 톨랴(M.Tolya,2017)가 “정치 과정에 나타난 한 가지 유형이 정치 참여이며 시민들이 정치 시스템, 정치 제도 성립, 정부 운영, 정치 결정에 영향을 미치는 것을 정치 참여라고 한다’고 설명한다.

민주주의 국가에서 시민들이 자기 나라 정치에 다양한 방식으로 참여하고 있다. 현재는 우리가 선거를 통해서 가장 보편적인 정치 참여로써 국민 대표를 뽑으면서 참여하고 있다. 그리고 대통령 후보, 국회의원 후보, 지방 자치 단체장 후보 등으로 출마하면서 정치참여도 하고 있다. 요즘 인터넷을 통해서 정당이나 정치인에 대한 지지나 반대의견을 표출하고, 자신의 의견을 표현하면서 자발적인 행동으로 정치 참여를 하고 있다. 앞에서 언급한 바와 같이 정치참여의 다양한 정의에 따라 정치참여의 유형도 다양해지고 있다.

민주정치체제하에서 시민이 정치에 참여하는 참여방식은 여러 가지 형태로 나누어지고 있다. 즉, 합법적·비합법적, 수단을 동원하는냐라는 수단 동원의 차원에 의해 구분하거나, 참여자의 소극성·적

극성 또는 자발적·동원적 성격에 따라 분류한 것이 있다. 그리고 정치참여의 난이도에 따라 L.Milbrath 은 다음과 같이 참여 형태를 분류했다. 즉, 비교적 쉬운 참여인 ‘방관자적 활동’으로는 투표에 참여한다거나 혹은 선거용 배지나 스티커를 자기 물건에 부착하는 등의 행위가 여기에 포함된다. 비교적 어려운 참여의 형태는 ‘이행 자적 활동’으로 지지하는 정당의 후보자에게 정치자금을 기부하거나 정치 집회나 선거운동에 참여하는 등 활동이 포함된다(안병만,127p).

정일권(2012)의 연구에 따르면 정치참여는 정부외적 부분에서의 참여나 의도하지 않은 참여도 포함하며 공공재의 분배에 영향을 미치고자 하는 활동으로 정부에 대한 지지, 항의, 폭력을 모두 포괄한다. 그리고 정치참여는 정당 혹은 캠페인 활동, 투표, 로비, 청원, 서명, 합법적 시위나 집회에서부터 보이코트(boycott-사회 · 정치적 이유에서 비롯된 항의의 표현으로, 특정 개인, 기업, 조직 및 국가 등과의 거래를 중단하는 자발적인 행동을 의미한다), 바합법적 시위, 파업, 타격, 점거, 전쟁까지 매우 다양하다. 정치참여는 투표, 캠페인 참여, 정당원 활동 등 구체적이고 직접적이었다. 위 언급한 정치참여가 인터넷 등장한 이후로 더 많이 확장되었다. 인터넷을 통해 정치인이나 정당 사이트에 방문해서 지지하거나 반대한 댓글을 남길 수 있게 되었다. 뿐만 아니라 정부 정책을 제시하는 행동 등을 포함하는 것으로 확장되었다. 또한 보이코트(boycott)나 시위와 같은 대안적 정치활동에는 다른 세대들보다 더 높은 관심을 표명하고 있다. 이제는 전통적인 의미의 정치참여가 아니라 서명, 청원, 시위, 등 비제도적인 정치참여를 선호하고 있다. 자신만의 공간에 자신만의 표현 흔적을 남기는 방식으로 정치적 참여 행위가 이뤄지고 있다. 이런 방식으로 정치적 참여에 젊은 세대가 적극적으로 분출하며 젊은 세대를 중심으로 새로운 시민성이 구축될 수 있다.

정치참여를 크게 4가지로 구분할 수 있다. 선거 시기에 한정된

한시적 참여 행위라는 점에서 (1) 선거를 통한 투표 참여의 방법, (2) 선거 활동 참여, 그리고 선거가 없는 시기에서 상대적으로 지속적으로 이뤄지는 참여 행위라는 점에서 (3) 정치인, 정치단체, 정부의 커뮤니케이션, (4) 정치 단체의 모든 활동(사회 운동 포함된다)라고 구분된다. 여러 학자의 주장을 근거로 정치참여 유형을 다음 표와 같이 분류하였다(홍득표,2009).

<표 1> 정치참여 유형

분류	유형
(1) 인습적인 참여	1 시민단체 참여 2 정치집회 참여 3 선거운동 참여나 정당가입 4 공직자와 접촉 5 정치토론
(2) 비인습적인 참여	6 청원 7 항의 8 시위 9 폭력
(3) 수동적인 정치참여	10 투표
(4) 비활동적인 정치참여	11 정치적 무관심

출처: 홍득표,2009,현대정치과정론

몽골 정치 연구자 장지드(A.Tsanjid,2011)의 정치참여를 다음과 같이 살펴본다. 즉, 적합한 참여, 적합하지 않은 참여에 대해 의견을 살펴보자. 적합한 참여를 첫째, 지지한 참여, 둘째, 영향한 참여라고 구분했다. 시민은 정부 정책, 정부 과정을 찬양하고, 그들의 정당화하고, 지키고, 결과가 잘 되기를 도움이 되면서 참가하면 그것은 지지한 참여이다. 그러나 정부 정책, 정부 활동을 바꾸거나, 개정할 목적을 가지면 영향한 참여이다.

정치참여 적극성을 고려하고 시민들을 세 가지로 나뉜다.

1. 참가하지 않은 사람들이 (정치에 관심 없거나 비적극적인 사람들이)
 2. 관찰자들이 (정치에 적극적으로 참여한다)
 3. 투쟁한 사람들이 (정치에 관심 있거나, 적극적으로 참여한다)
- 또한 민주주의 국가들에 다음 다섯 가지 정치 참여 유형이 있다.
1. 효과적인 참여-어떤 지방이나 기관 정책에 자기 의견을 반영되거나, 현실적이고 평등한 참여,
 2. 평등한 투표- 지방 정책이나 기관에 관련된 결정에 평등하게 참여하기,
 3. 정보를 기반으로 이해- 시민들이 정책의 결과에 대한 정보를 얻고 현실적인 평등한 기회를 가져야한다.
 4. 논의할 문제에 대한 감독- 정책은 어떤 변화에 개방
 5. 성인들의 참여-시민들 평등하게 투표해야한다(G.Undral & B.Oyungerel, 2005).

나. SNS와 정치참여

우리가 정보화 사회에 살고 있으며 정보 통신 기술의 발전으로 우리 생활이 인터넷이나 스마트폰에 달려 있을 것이다. 전 세계가 정보로 덮이고 인간계, 인간관계가 SNS로 가까워지고 연결되고 있다.

SNS는 의사소통 시켜주는 서비스이며, 사람들의 사생활이나 사회적 관계 개념을 인터넷 공간으로 가져온 것이다. 또한 사람들이 지리적인 논란 없이 간편하고 다양한 방식으로 온라인상에서 자신의 개성을 드러내어 변화된 사회에서 관계 맺기를 하고 정보교류의 적합한 수단으로 SNS가 자리를 잡게 되었다(오배문,2012). SNS를 '개인들간의 관계를 의미하는 연결(link)과 개개인을 나타내는 노드(node) 또는 묶음(ties)으로 사회적 관계성을 보여주고 가치, 생각, 비전, 링크, 친구 등 여러 특별한 매개물로 묶여질 수

있는 사회적 구조를 온라인 커뮤니티로 구현한 서비스'이라고 정의하고 있다(유진,2011). 사람들이 SNS를 통한 타인과 관계를 맺고, 자신의 의견을 교환하고, 커뮤니케이션 속에 스며들어오는 SNS는 나라의 문화, 경제, 정치 문제까지 참가하고 있다(이지연,2012). 정일권(2012)은 'SNS는 사회 모든 분야에서 강력한 영향을 넓히고 있으며 SNS형 PR, SNS형 뉴스, SNS형 관계, SNS형 쇼핑, SNS형 교육, SNS 정치참여에 등장하고 있다'고 말했다.

또한 'SNS는 자신의 개인정보와 대인 네트워크를 중심으로 커뮤니케이션하는 도구'(boyd& Ellison,2007;박기목,2017재인용)이며 여러 가지 정보를 추구하는 사람들의 관계가 확장되어 수많은 SNS 이용자들 증가하고 있다. 김윤화(2016)의 연구에 따르면 '2015년 전체 응답자 9,873명 중에서 4,250명이 SNS를 이용하고 있으며 2011년부터 2015년까지 미디어 서비스 이용률 추이를 볼 때, 이메일, 클라우드 서비스 등 여타 다른 미디어 서비스 이용률 증가추세는 완만한 반면, SNS 이용률은 2배 가까운 성장세를 보이고 있다'고 한다.

SNS 이용자들의 경우 유진(2011)은 '그들은 사회적 지위에 민감함, 새로움에 개방적, 사회 참여적이며 인맥이 넓은 특징을 가진'다고 정의를 내린다. 그리고 SNS 이용자들이 정보를 읽고 댓글에 자신의 의견이나 SNS 상에서 글을 올리며 때로는 그 글이 이용자들의 관계망을 통해 엄청난 속도로 SNS 사용자들의 관심사로 부각되기도 한다.

임예숙(2014)는 '중앙선거관리 위원회의 자료에 따르면 제18대 총선 결과와 19대 총선의 총선 결과를 비교 분석해 본 결과 대부분의 연령대에서 투표율이 증가하였다고 했다. 특히 19세 (33.2%→47.2%), 20대 전반(32.9%→45.4%), 20대 후반(24.2%→37.9%)등 젊은 층의 투표율이 상승했다고 보고 하였다. 또한 19대 총선 열흘 전 실시한 조사에서는 총선에 대한 관심도가 65.6%로 조사되었으며, 연령대별로 '꼭 투표할 것'이라고 응답한 비율은 20대 이하가

35.9%, 30대가 49.4%, 40대가 57.0%, 50대가 66.7%, 60대 이상이 80.6%인 것으로 나타났다'고 했다. 그리고 그는 '이는 SNS 시대에서 정당과 정치인의 공약을 공론화 하는데 열심인 층과 직접 선거에 참여하는데 열심인 층으로 나뉘어 진다고 볼 수 있는데, 궁극적으로 올바른 길은 공론화 하고 SNS문화를 바탕으로 네트워크 상에서 자유롭게 의견을 개진할 수 있는 젊은 세대 층이 정치에 직접 적으로 참여할 수 있는 길인 투표에도 이끌어 내어야 한다는 과제를 우리에게 시사한다'고 말했다.

SNS를 중용한 선거도구로 사용함으로써 선공했다는 사실을 살펴 보자.

대한민국의 경우 권태형(2011)는 '2011년 4.27 재보궐 선거는 스마트폰의 보급이 더 확산되고 SNS 이용자들도 엄청난 늘어난 상황에서 치르게 된 선거이다. 4.27 재보선의 평균투표율은 39.4%로 2000년 이후 재보선 선거의 평균투표율 32.8%를 6.6%이나 웃도는 결과를 보여주었다'고 했다. 이 선거는 SNS의 위력이 얼마나 크게 작용할 수 있는가를 단적으로 보여준 사례이다. 특히, 특징 정당이나 후보에 대한 지원보다는 투표율 상승 측면에서는 많은 기여를 했다는 평가가 많았다(박승준,2011). SNS 사용자들이 실시간 투표 참여 독려와 투표자 인증 사진 등을 올리면서 적극적인 정치참여 활동을 펼쳤다. 강치메그(Ganchimeg,2015)는 '여기서 주목할 점은 이러한 현상이 일시적인 현상이 않은 선거와 정치적 활동에 지속적으로 유지되며, 집단화될 가능성을 보이고 있다. 4.27 재보선에서는 스마트폰의 보급이 확산되면서 트위터와 페이스북의 선거 관련 글이 늘어나고, 그 동안 적극적으로 활용되지 않았던 유튜브의 동영상도 많이 늘어나는 등 2010년 6.2 지방선거보다 SNS 선거운동이 훨씬 활발해졌다. 후보자들은 기존 신문과 방송에 보도되지 않은 주장을 SNS를 통해 전달하는 등 새로운 대안미디어로써 SNS의 기능을 최대한 활용하였다. 선거 전 1주일 동안 트위터상에서는 '독려'(5688건), '참여'(3423건), '투표참여'(1178건), '인증

샷’(1171건),‘투표용지’(820건)등 선거와 관련된 글이 무려 3만7605건이나 올라왔다. 이를 리트윗한 트윗들까지 포함하면 투표독려와 관련된 트윗은 8만 6988건이 된다’고 했다.

몽골 나라의 경우 몽골에서는 SNS를 적극적으로 활용한 선거는 2013년 대통령 선거다. 이 선거 홍보가 SNS로 했다. 2012년 국회의원총선거대 정치인들이 SNS의 중요한 것으로 여기지 않았다. 2013년 대통령 선거에 출마했던 엘벡도르지(Ts.Elbegdorj)이 SNS를 통해 ‘Like’ 캠페인을 실시하는데 몽골 모든 지역에서 지지하고 있었다. 이 캠페인으로 대통령 엘벡도르지(Ts.Elbegdorj)의 트위터 추종자 수가 21,000명이었는데 120,000명이 되어 6배로 증가했으며 높은 결과를 보여줬다. 시민들이 후보자를 둘러싸고 제기된 다양한 이슈들에 적극적으로 반응하는 등 보다 역동적으로 SNS를 활용했다. 온라인에서 지지한 젊은 사람들이 골목에 들어서서 오프라인 정치참여 하고 젊은 사람들의 정치참여, 정치관심이 얼마나 많은 지를 보여 줬다. 이후 결국 엘벡도르지(Ts.Elbegdorj)이 2013년 대통령 선거에 이겼다. 2016년 국회의원총선거는 스마트폰 활용이 더 확산되고 SNS 이용자들이 많이 늘어난 상황에 SNS를 통한 실시했던 첫 선거였다. 2016년 선거 후보들은 SNS 관심을 가지고 적극적으로 진행하였다. 2017년 대통령 선거는 유권자들은 두 부분에 나뉘었던 선거였다. 1번 후보자 앙흐벌드(M.Enkhbold) 2번 후보자 바트툴가(Kh.Battulga)의 지지자들이 두 부분에 나누어져 SNS를 통해 토론했던 첫 선거였어. 유권자들의 투표가 정일권(2012)의 연구에서 언급하듯이 ‘SNS의 정치적 기능 후보자와 유권자들 간에 두 방향에서 실현되었’던 선거였다. 그리고 ‘SNS가 정치인과 유권자의 관계를 매개하며 정치 과정과 결과에 큰 변화를 불러왔다. 이렇게 선거에 직접적 영향을 끼칠 수 있는 SNS 이용이 SNS 정치참여에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보도록 하겠다.

2. SNS 이용형태와 이용동기

정치참여에 영향을 미칠 수 있는 요소로 SNS 이용 동기, SNS 이용 시간 들을 수 있다.

이병혜(2013)의 소셜미디어를 이용하는 젊은 층의 소셜미디어 이용동기, 정치관심, 및 이용, 정치관심을 통해 정치참여행위를 결정하는 요인이 무엇인지를 확인하는 연구가 있다. 연구 결과에 따르면 소셜미디어 이용동기는 정치참여의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 필요한 정보를 얻거나 타인과의 의견 교류를 추구할수록 정치참여의도가 높아지는 것을 알 수 있다. 그리고 소셜미디어 이용자들의 정치적 관심은 소셜미디어의 정치적 이용과 정치효능감, 정치참여의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 즉 소셜미디어 이용자들이 정치에 관심이 높을수록 소셜미디어를 정치적인 측면에서 이용하고, 자신의 정치적 행위가 정치적 과정에 영향을 미치고 있는 것을 볼 수 있다. 또한 정치참여 의도도 높아지는 것으로 알 수 있다. 마지막으로 소셜미디어의 정치적 이용은 정치효능감과 정치참여의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며 소셜미디어를 정치적으로 이용할수록 정치효능감과 정치참여의도도 높아지는 것을 볼 수 있다고 한다.

가. SNS 이용형태

정보통신정책연구원에서 ‘SNS 이용추이 및 이용형태 분석’이라는 SNS 이용실태조사 결과에 따르면 2015년 여성(41.8%)과 남성(44.3%)의 SNS 이용률이 큰 차이가 없었다. 또한 연령별에 따르면 20대(75.6%) 가장 높은 이용률이며, 이어서 30대(65.1%), 40대(50.2%), 50대(30.4%) 순으로 나타났다.

20대 이용자가 SNS 이용률이 가장 높으며, 이용하는 서비스도 페이스북, 카카오토리, 트위터 등 개방형과 폐쇄형 모두 활용하고 있다(김윤화,2016). 그리고 SNS를 이용자층은 대부분 스마트폰 사용자이며, 젊은 층에 더 빠르게 보급되고 젊은 층들이 스마트폰을 더 능숙하게 이용하기 때문이라고 볼 수 있다(김다빈,2011).

2014년 정보통신정책연구원 발간한 'SNS 이용과 개인 사회관계 변화'에 대해 연구결과를 살펴보면, 2010-2011년 2년여 동안 트위터와 페이스북이 한국의 SNS 소통을 주도했으며 이제 안정기를 넘어 트위터와 페이스북 이용자가 감소라는 퇴화 조짐을 보이고 있다. 최근 한국 토종 SNS인 카카오톡과 카카오토리를 비롯해 밴드와 라인 등의 SNS가 다시 한국 주이용 서비스로 바뀌고 있다. 즉, 20대 젊은 층은 여전히 트위터와 페이스북과 같은 개방형 SNS를 많이 이용하고 있다. 20대의 SNS 이용목적은 살펴보면, '친교·교제에 대해 도움' SNS를 이용하게 되었다고 답한 응답자(93.6%), '관심사와 일상생활 공유하기 위해서(84.5%)'와 '정보와 지식을 공유하기 위해서' 이용(83.8%)로 나타났다(육건엽,2014)고 했다.

정책연구개발원 보고서 2015년 결과에 따르면 '카카오토리(45.7%) 가장 높은 이용률이며, 이어서 페이스북(33.0%), 트위터(10.8%) 순이었다. 연령대가 낮을수록 페이스북, 트위터 등 플랫폼 기반 개방형 서비스를, 연령대가 높을수록 카카오토리, 네이버 밴드 등 국내 기반 폐쇄형 서비스를 선호하는 특징을 보인다'고 했다. 또한 SNS 이용자들의 하루 평균 이용량 결과를 살펴보면, SNS 이용세대는 20대로 하루 평균 1시간 20분 정도 이용하는 것으로 나타났고, 그 다음으로 10대(1시간10분), 50대(58분), 40대(56분), 30대(51분)의 순으로 나타났다(김윤화,2016).

페이스북은 SNS의 중요 요소인 '사회적 관계'를 맺음에 있어 쌍방향 구조를 가지고 있는 것이 가장 큰 특징(이경환,2012)이라고 한다.

김다빈(2011)의 연구를 살펴보면, ‘SNS 이용자들은 주로 ‘정보와 관계의 도구’로서 이용하고 있으며, 자신이 정보를 만들어 내기보다는 외부로부터 습득하는 수동적인 면을 보여준다. 즉, SNS를 질긴다는 목적으로 사용하기보다는 모바일 SNS 사용자들은 일반 SNS 사용자에 비해 더욱 적극적인 활동을 하며, SNS 이용자들의 대표적인 성향은 사회 참여적’이라고 했다.

홍수정(2014)의 연구 결과를 살펴보면 SNS 이용량이 많고 이용할수록 온라인 시민참여율이 높아진다고 한다. 그리고 SNS 공간에서 개인의 온라인 시민참여에 긍정적 영향을 미친다는 것으로 나타났으며 SNS 이용이 개인의 온라인 시민참여에 긍정적 영향을 미치는 핵심적인 역할을 한다고 볼 수 있다.

신소연(2013)는 트위터·페이스북 이용이 사용자의 정치관심, 정치 지식, 정치효능감에 미치는 영향에 관해 연구했다. 분석 결과 정리를 보면 페이스북 이용자들은 친구들에 대한 정보를 얻기 위해 페이스북을 이용하는 경향이 짙다는 것이다.

최근 SNS의 급격한 확산에 따른 시민의 정치사회적 참여의 증진을 배경으로 SNS의 이용량과 이용목적이 이용자들의 정치사회적 태도에 어떤 영향을 미치는지를 분석하였다. 결과적으로 SNS의 이용 빈도는 전반적으로 응답자의 선거에 대한 관심, 경제뉴스에 대한 관심, 경제 뉴스에 대한 관심, 그리고 온·오프라인상에서의 사회적 참여에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(하승태,2012;정태현,2015재인용).

SNS 이용에 따라 이용 시간이 많을수록 정치에 대한 정보를 많이 받는다고 연구 결과도 있다. 몽골 연구자 다시계렐 툴(Dashgerel Tuul,2017)의 ‘SNS 홍보가 국회의원 선거 유권자의 투표의사 결정에 미치는 영향: 몽골의 경우’(몽골 201명 대상으로 설문조사) 연구 결과로 유권자들은 SNS 이용 시간이 많을수록 정치에 대한 정보를 많이 받아 국회의원 선거에 입후보자 투표의사 결정에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 조진만(2011), 이상

목(2011)의 연구 결과에 나타난 페이스북을 많이 이용할수록 정치 참여에 적극적일 가능성이 더 높아진다는 결과와 일치하다. 그리고 페이스북을 사용하면서 정치적 활동에 적극적으로 참여하는 친구들과 연결될 가능성이 높아지고, 이들의 정치활동을 보면서 스스로도 정치참여를 할 수 있다는 효능감이 증가되면서, 정치활동에 적극적으로 참여하게 된다는 주장 한다. 이것은 SNS를 통해 정치참여 하는 친구가 많으면 SNS 정치참여를 많이 한다는 것을 이해한다.

또한 뇌운(2011)의 연구를 보면 이용 동기 차이가 다음과 같다. 중국·한국 대학생 이용자들의 싸이월드 미니홈피 이용 동기 차이를 알아보기 위하여 차이검증(t-test)를 실시한 결과, 이용 동기 하위영역 중 ‘정보추구적 동기’, ‘자아추구 동기’, ‘휴식적 동기’, ‘즐거움 동기’는 중국 대학생 이용자들이 한국 대학생 이용자들보다 높게 나타났으며 중국과 한국 양국에 따른 차이를 보여 통계적으로도 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났고, ‘사회 상호작용 동기’는 중국과 한국 양국 대학생 이용자들이 모두 비슷하게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 이는 중국 대학생 이용자들은 친구, 가족 등과 연락하기 위하는 것을 목적으로 활용하기 보다는 같은 취미를 가진 사람을 만나는 것 등의 목적으로 활용한다는 것을 이해할 수 있다. 이처럼 SNS 이용자의 이용 동기, 이용 특성과 온라인상에서의 대인간 커뮤니케이션 정도, 즉, SNS 이용 시간, SNS 친구 수, 대화 사람 수, 정보와 견해 교환 정도가 다 다르다.

정낙원(2013)은 대학생들의 소셜 미디어 이용이 정치 참여에 영향을 미치는 과정에 있어 소셜 미디어가 정치적 차원에서의 규범적(‘친구들’의 정치 관여도 지각), 인지적(정치 지식, 주관적 정보 획득감), 태도적(정치 관심도, 정치 효능감) 효과가 참여 정치에 미치는 영향을 검증하였다. 그 결과, 소셜 미디어 이용의 인지적 효과로서 정치 지식의 증가와 정치 사회적 현안에 대한 자신의 정보 획득감의 증가가 있었으며, 소셜미디어 ‘친구들’의 정치 관여도를

전반적으로 높게 지각하였다. 특히, 지각된 ‘친구들’의 정치 관여도와 정보 획득감은 정치 참여에 직접적인 효과를 미침으로써 정치적 관심도와 정치 효능감과 같은 태도적 결과물들은 모두 정치참여 행동에 긍정적이고 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 검증을 통해 결과적으로 소셜 미디어 이용이 정치 차원에서 긍정적 효과가 있음이 실증적으로 밝혀졌다. 그리고 소셜 미디어 이용이 증가할수록, 소셜 미디어 ‘친구’ 수가 많을수록 응답자들은 자신이 정치이나 사회적 정보를 많이 얻고 있다고 인식하였을 뿐만 아니라 실제로 정치 지식이 증가하였으며, ‘친구들’의 정치 관여도를 높게 인지하는 경향을 보였다고 한다. 이러한 소셜 미디어의 인지적 효과는 정치적 관심도와 효능감을 높여 정치 참여를 촉진시키는 것으로 나타났다고 했다.

이처럼 SNS 정치참여에 SNS 상에 있는 정치인 친구가 어떤 영향을 미치는지를 알아보도록 하겠다.

나. SNS 이용동기

동기란 내적인 직접요인의 총칭이며 행동을 일으키게 하는 요인이다(육건엽,2014). SNS 이용하는 사람들의 SNS 이용목적 즉, 이용동기에 따라 그 이용방식과 상호작용하는 방식은 다르며 이용동기에 대한 정의는 연구자마다 다를 수 있다. 왜냐하면, SNS 이용자들 중에 SNS 상에서 필요한 정보를 얻기 위해 SNS를 이용하는 사람들이 있는가 하면, 그렇지 않은 사람도 있기 때문이다.

Bernard and Steiner(1967)는 ‘동기는 어느 개인으로 하여 어떤 행동이나 목표의 추구를 준비하는 단계’, 또는 행동을 일으키게 하고 그 행동을 지속하게 하는 심적 기제’를 뜻한다. 따라서 사람들의 행동을 유발하기 위해서 한수완(2011)는 ‘내재된 욕구가 활성화된 동기적 요인’이 필요하다. 이런 인터넷 이용 행동에 내재된 동기가 무엇인지를 알기 위해서는 이용 충족 이론에 근거하여 이해

할 수 있다.

파파차리시와 루빈(Papacharissi and Rubin,2000)은 인터넷 이용 동기를 총 다섯 가지로 구분했는데, 그들에 의하면 인터넷 이용 동기는 첫째, 정보검색, 둘째, 오락 셋째, 대인관계 형성과 유지 넷째, 시간 보내기 다섯째, 편의성으로 구분된다(김한나,2012).

모바일 SNS 이용자들의 이용동기와 만족감에 대한 연구에 따르면 이용동기를 9개의 요인으로 볼 수 있다. 첫째, ‘타인과의 커뮤니케이션’은 타인과 커뮤니케이션 행위를 위해 서비스를 이용하는 요인이며 둘째, ‘관계 형성의 유용성’은 사람들과 관계를 형성하는데 있어 도움이 되기 때문에 서비스를 이용한다는 의미이다. 셋째, ‘정보성’은 필요한 정보를 얻을 수 있는데 의미를 두었고 넷째, ‘외국에 대한 접근성’은 외국과 관련하여 보다 쉽게 접근할 수 있기 때문에 이용한다는 요인이다. 다섯째, ‘유명인에 대한 접근성’은 연예인이나 정치인 등 유명인에 대한 접근성이 용이하다는 요인이고 여섯째, ‘오프라인과의 관련성’은 온라인의 서비스 이용이 오프라인으로 확장되어 오프라인의 관계가 서비스로 이어짐을 의미한다. 일곱째, ‘이용의 용이함’은 서비스를 많이 이용하는 것을 가능하게 하는 기술적, 도구적 요인을 의미했고, 여덟째, ‘오락성’은 재미를 위해 이용하는 것을 의미한다. 마지막으로 ‘단문성’은 SNS의 특성은 단문으로 메시지가 구성된다는 특징에서 기인한 요인으로 글을 정리할 필요가 없고 즉흥적으로 쓸 수 있어서라는 의미를 가지고 있다(내가영,2010).

페이스북 이용에 대한 김유정(2011)의 연구에서는 오락추구, 정보 검색, 사회적 상호작용 등의 이용동기가 이용에 영향을 주는 것으로 나타났다(신동훈,2017;재인용).

홍아현(2012)는 SNS 이용 동기에 관련된 문항은 모바일 SNS 이용동기와 만족감에 대한 선행 연구 중 내가영(2010)의 이용 동기 아홉 가지 항목 중에서 SNS 이용자가 만족을 느낀 것으로 확인된 ‘타인과의 커뮤니케이션’, ‘관계 형성의 유용성’, ‘정보성’, ‘오프라인

의 관련성’, ‘이용의 용이함’인 다섯 가지를 응용하였다. 따라서 ‘커뮤니케이션 활용성’, ‘관계구축 유용성’, ‘정보 이용성’, ‘온·오프 연계성’, ‘이용 편리성’으로 본 연구의 SNS 이용 동기로 정의했다. 이처럼 연구자에 따라 SNS 이용자들의 SNS 이용 동기의 차이를 조금씩 볼 수 있다.

이론적 논의를 결론 해보면 SNS 이용 동기라는 것은 이용자가 어떤 목적을 가지고 SNS를 이용하고 있는가에 대한 일반적인 이용 동기를 말한다.

페이스북 이용동기는 사회적 관계 맺기, 사회적 조사, 내용, 정체성 공유, 상태 업데이트, 소셜 네트워크 서핑 등으로 나눌 수 있으며, 이는 인구통계학적 요인, 사이트 방문 패턴, 사생활 보호 설정과 관련이 있다(Joinson,2009). 페이스북 이용 동기와 만족, 그리고 오프라인의 정치적, 시민적 참여와의 관계를 살피기 위해 대학생을 대상으로 실시한 결과 페이스북의 그룹에 참여하는 동기는 사교적 동기, 엔터테인먼트 동기, 자아상태 찾기 동기, 그리고 정보 동기로 나타났으며 이는 성별, 고향, 재학년수 등의 이용자의 인구통계학적 요인에 따라 달라진다. 또한 이용 동기 및 충족과 참여와의 관계에서 유희적 이용보다는 정보적 이용이 정치적, 사회적 참여와 더 높은 상관관계를 보였다(Park,Kee & Valenzuela, 2009,서혜란,2012재인용).

청소년의 경우에는 SNS의 이용은 청소년의 정치적인 의식과 행동에 영향을 미친다는 것을 김수지(2015)가 밝혀냈다. 그의 연구에 인터뷰한 학생들이 SNS를 통한 정치적인 이슈와 이야기를 통해서 의식의 변화가 있었다고 답했다. 뿐만 아니라 적극적으로 자신의 의사를 표현하고 실천하는 등 행동적인 측면에도 변화가 있었다고 답했다. 이러한 점들은 정치효능감에도 긍정적인 영향을 미치는 요인들이기 때문에 관심을 가져야할 필요가 있다고 했다.

연구자 홍수정(2014)이 SNS 공간에서 형성된 결속적 네트워크와 연결적 네트워크가 모두 온라인 시민참여에 긍정적 효과가 있음을

밝혀냈다. 그리고 결과적으로 SNS는 어떠한 목적으로 용하더라도 새로운 정보를 접하고 대인 간 의사소통을 장려하는 채널이 되는 것이다. 따라서 SNS를 이용하는 동기 자체가 참여에 영향을 미치지 않아도 SNS 공간에서 네트워크를 형성하게 되면 참여에 긍정적 영향을 미칠 수 있는 가능성이 존재하는 것이라고 연구했다.

최동규(2011)의 연구 결과에 따르면 SNS를 통한 네트워크 형성, 특히 연결적 네트워크가 사회 및 정치 참여에 중요한 역할을 하는 것을 알 수 있다. 또한 정치인의 SNS에 대한 평가도 정치 참여와 관계가 있음을 알 수 있었다. 따라서 SNS를 통한 네트워크와 함께 정치인의 올바른 SNS 활동이 정치 참여를 높이는데 중요하다는 것을 입증하였다.

김선남(2010)의 연구에서는 모바일 수용자의 이용 동기 및 이용행태와 서비스콘텐츠 이용의 결정 요인 등을 살펴봤다. 모바일 콘텐츠의 이용 동기가 성별, 연령, 학력별로 차이가 있음을 밝혀내고, 인구사회학적 요인에 따라서 모바일 콘텐츠를 이용하는 행태가 다르다는 것을 보았다. 이 결과모바일 SNS의 이용 동기과 이용 행태의 인구통계학적 속성이 차이가 있음을 알 수 있었다.

임재원(2015)의 연구를 살펴보면 SNS 이용 동기를 관계적동기, 사회적동기, 정보적동기, 유희적동기 나누었으며 연구 결과에 따르면 SNS 이용자들의 이용동기 중 관계적, 유희적 동기가 강하면 강할수록, 개인의 SNS관계만 내 구성원들과 접촉하는 빈도가 많아지고 있다고 하였다. 선행 연구에 따르면 SNS의 주된 이용 동기로는 정보습득이나 관계유지, 정보나 일상을 기록 및 저장, 새로운 사람과 관계 맺기 등이 있다. 최근 SNS 이용 동기에 대한 선행연구들을 살펴보면 전통적인 이용 동기 외에 사회참여나 여론 및 팔로워 그룹 형성 등의 새로운 이용 동기들 발견되고 있다. 집단 별로 이용 동기가 다르게 나타난다는 결과도 같이 제시되고 있다(김형석,2012;왕웨이,2015재인용).

Ⅲ. 연구문제 및 연구 방법

1. 연구문제

이상의 논의를 토대로 이 연구에서는 크게 세 가지 연구문제를 제기한다. 먼저 SNS 이용형태 및 SNS 이용 동기에 따라 한·몽 20대 집단에서 어떤 차이를 보이는지를 살펴볼 것이다. 구체적으로 한·몽 SNS 이용자들의 SNS 상에 있는 정치인 친구 유무에서 어떤 차이를 보이는지 살펴볼 것이다.

연구문제 1. 한·몽 20대 집단의 SNS 이용형태 및 SNS 이용 동기 어떤 차이를 보이는가?

다음으로 이 연구에서 설정한 예측 요인들이 SNS 정치참여를 예측하는데 국적에 따라 어느 정도 영향력이 유의미한지를 살펴볼 것이다.

연구문제 2. 국적에 따른 SNS 정치참여에 어떤 차이를 보이는가?

마지막으로 한·몽 SNS 이용자들의 인구학적변수, 예측하는 SNS 이용 동기 및 SNS 이용 행태가 SNS 정치참여에 미치는 영향이 어떤지를 살펴보도록 하겠다.

연구문제 3. 한국과 몽골 20대 집단의 SNS 이용 동기와 SNS 이용 행태가 SNS 정치참여에 미치는 영향

2. 연구방법

가. 조사방법

이 조사는 부경대학교 한국 학생 그리고 한국에 유학생할 하는 몽골 학생을 모집단으로 실시하였다. 조사응답자 수는 294명 설문지 제출은 하였으나 트위터 이용자들을 제외하고 페이스북 이용자들만 대상으로 연구 했다. 그렇지만 한국 학생들은 나이가 20대 초반 많고 몽골 학생들은 20대 후반 너무 많았다. 그래서 양국 응답자들의 나이 평균을 비슷하게 연구하기 위해 한국 대학원 학생 26명에게 추가 설문지를 다시 실시한 다음 한국 학생들의 나이 평균이 22.92로 증가했고 몽골 학생들의 나이 평균이 25.08로 나타났다. 대한민국에 유학 생활하는 몽골 학생들의 대부분은 대학원생이며 나이는 20대 후반이 많았다. 드디어 SNS 이용자 한국 학생 76명, 몽골 유학생 75명 대상으로 조사를 실시하였다.

최초 설문조사를 위해 몽골 유학생 104명에게 온라인 조사를 했다. 조사에서는 서울, 부산, 대전, 김해, 진주에 있는 몽골 유학생들 참가했다. 온라인 조사는 'Google'의 모바일 설문조사 시스템을 사용했다. 온라인 조사를 통해 서울, 대전, 부산, 대구, 김해, 진주, 창원 등 몽골 유학생들이 응답해 주었다. 또한 연구대상에 학생을 포함한 이유는 요즘 대한민국에 유학하러 온 몽골학생들 증가한 반면에 한·몽 학생들의 차이를 살펴볼 필요가 있다고 생각했다. 그래서 양국 학생들의 주로 쓰는 SNS 이용이 정치참여에 미치는 영향을 알아보도록 하겠다.

조사기간은 대한민국 제19대 대통령 선거(5월9일) 그리고 몽골 제7대 대통령 선거(6월10일) 전에 2017년 2월 초부터 3월말 까지 2달 동안 실시하였다.

본 연구에서 연구자는 SNS 이용동기를 최동규(2011)의 ‘소셜네트워크서비스(SNS)가 사회 및 정치참여에 미치는 영향 연구’의 개념으로 정의하였다. 그리고 정치효능감 척도를 이지은(2009)의 ‘인터넷을 통한 사회참여활동이 청소년의 정치 효능감에 미치는 영향’, 신재선(2012)의 ‘대학생의 미디어 이용이 정치 효능감과 참여에 미치는 영향’에서 사용된 분류들을 아용하고 조금 변경해서 작성했다. 또한 정치 참여 Online, Offline을 ‘뉴미디어에서의 정치참여에 관한 연구’(김여진,2010)에서 본 연구의 SNS 환경에 맞추어서 조금 변경해서 정의한 바 있다.

나. 측정방법

(1) 한·몽 SNS 이용자들의 인구사회학적 특징

<표 2> 응답자의 인구통계학적 특성

구별		한국		몽골	
		빈도(명)	%	빈도(명)	%
성별	남자	35	47.4	33	44.0
	여자	41	52.6	42	56.0
	합계	76	100.0	75	100.0
나이	20-24	59	76.4	26	34.7
	25-29	17	23.6	49	65.3
	합계	76	100.0	75	100.0
각국 응답자 평균연령		22.92		25.08	

설문은 한국과 몽골 20대를 대상으로 총 151명에게 실시했다. 그중 한국 20대의 수는 76명(50.3%)이었고, 몽골 20대의 수는 75명(49.7%)이었다. 그리고 SNS 정치참여에 영향을 미치는 인구사회학적 요인은 성별, 나이 등의 변인으로 구성하였다. 응답자의 평균 연령은 한국은 22.92세, 몽골은 25.08세였다. 성별의 경우 한국인은

남자 35명(47.4%), 여자 41명(52.6%)으로 나타났으며 몽골인은 남자 33명(44.0%), 여자 42명(56.0%)으로 각각 조사되었다.

인구사회학적 특성은 국적에 따라 아래 <표1>와 같이 나타났다.

(2) 한·몽 SNS 이용자들의 SNS 이용 형태 특성

응답자의 SNS 이용 형태 특성은 크게 SNS 정치인 친구 유무와 SNS 이용 시간 및 SNS 이용 친구 수라는 세 개의 변인으로 구성하였다.

먼저 한국 SNS 이용자들 중에 SNS 상에서 정치인 친구가 있는 사람이 21명, 없는 사람이 90명 반면, 몽골의 경우 정치인 친구가 있는 사람이 31명, 없는 사람이 41명이었다. 몽골 SNS 이용자들은 SNS 상에 정치인 친구가 많다는 것에 주의를 기울이고 몽골 집단은 한국 집단보다 SNS 상 정치인 친구가 더 많았다.

다음으로 SNS 이용 시간 평균이 한국인 집단 96.88로 나타났으며 몽골인 집단 148.613로 각각 나타났다. 마지막으로 양국 SNS 이용자들의 SNS 상에 있는 전체 친구 수 평균을 알아보면 한국인의 SNS 친구 수 평균이 261.95, 몽골인의 SNS 친구 수 평균이 1087.279로 많이 나타났다. 몽골 SNS 이용자들은 한국 SNS 이용자들 보다 SNS 상에 친구가 더 많았다.

몽골 집단은 SNS 상 정치인 친구, SNS 상 친구, SNS 이용 시간 모두 높은 집단이다. 반면 한국 집단은 몽골을 비교하면 SNS 상 정치인 친구, SNS 상 친구, SNS 이용 시간 모두 낮은 집단이다.

이처럼 한국 몽골 응답자들의 SNS 이용형태 특성 결과 중에 양국 SNS 이용자들의 SNS 상 정치인 친구 유무가 중요한 주목한 변수로 나타났으며 본 연구에서 SNS 정치인 친구 유무에 따라 양국 집단 각각에 SNS 정치참여, SNS 이용동기의 특성에 어떠한 차이를 보이는가를 알아보도록 하겠다. 이 같은 측면에서 SNS를 많이 이용하는 20대들의 SNS 정치인 친구 유무가 SNS 정치참여

와 SNS 정치참여에 어떻게 영향을 미칠 것인가를 살펴보고자 하겠다.

<표 3> 한·몽 응답자들의 SNS 이용형태 특성

한국	SNS 정치인 친구 유무	있음(명)		없음(명)		합계(명)	
		빈도	%	빈도	%	빈도	%
		21	18.9	90	81.1	111	100.0
	SNS 이용시간	평균(분)		표준편차(분)		응답자 수(명)	
		96.86		90.834		104	
	SNS 친구 수	평균(명)		표준편차(명)		응답자 수(명)	
261.95		177.725		88			
몽골	SNS 정치인 친구 유무	있음(명)		없음(명)		합계(명)	
		빈도	%	빈도	%	빈도	%
		31	43.0	41	56.9	72	100.0
	SNS 이용시간	평균(분)		표준편차(분)		응답자 수(명)	
		209.38		148.613		72	
	SNS 친구 수	평균(명)		표준편차(명)		응답자 수(명)	
863.67		1087.279		73			

다. 분석 방법

SNS 이용형태 및 SNS 이용 동기에 따라 한·몽 20대 집단에서 나타난 차이 및 국적에 따른 SNS 정치참여에서 어떤 차이를 보이는지를 살펴보기 위해 이 연구에서 사용한 방법은 T-test 분석방법이다. 한편 이 연구에서 제시한 요인들의 SNS 정치인 친구 유무 차이를 살펴보기 위해 사용한 방법은 교차분석이다. 마지막으로 한·몽 SNS 이용자들의 인구사회학적변수, SNS 이용 동기 및 SNS 이용 형태가 SNS 정치참여에 미치는 영향이 어떤지를 살펴보기 위해 사용한 방법은 회귀분석이다.

IV. 연구결과 및 해석

1. 측정도구의 신뢰성 및 타당성 검증

가. SNS 이용동기의 요인분석 및 신뢰도분석

<표 4> SNS 이용 동기 현황

문항 구분		성분			
내용	번호	1	2	3	4
정보동기	3.2	.820	.155	.039	-.146
	3.3	.763	.103	.238	.124
	3.5	.763	.123	.145	.254
	3.1	.756	.186	-.029	-.026
	3.4	.654	.081	.039	.350
사교적동기	3.15	.096	.882	.220	.047
	3.16	.077	.879	.223	.046
	3.14	.251	.811	.171	.057
	3.17	.342	.561	.289	.040
사회동기	3.11	.024	.129	.806	.058
	3.12	.213	.218	.749	.003
	3.10	.073	.263	.743	.095
	3.13	.040	.139	.732	.014
오락 동기	3.7	-.035	.064	.035	.820
	3.8	-.053	-.016	.024	.721
	3.6	.247	.009	-.070	.706
	3.9	.227	.109	.202	.663
Cronbach's α		.848	.869	.784	.720

응답자들의 인구통계학적 특성을 분석한 다음으로, 시민의 SNS 정치참여에 영향을 미치리라 예상되는 변인들의 적합성을 검증하기 위해 변인들의 요인분석 및 신뢰도분석을 실시했다.

이 연구의 문제의식 중 하나가 시민의 SNS 이용동기 및 이용행

태가 정치참여에 어떠한 영향력을 형성하는가를 밝히는 것인 만큼, 선행연구들을 토대로 SNS 이용 동기와 이용행태를 설문조사하여 분석 가능한 형태로 구성하기로 했다. 이에 17개의 동기 항목에 대해 설문 조사 결과를 바탕으로 요인분석을 실시했다. 응답자들은 각 문항에 대해 5점 척도(전혀 그렇지 않다, 별로 그렇지 않다, 보통이다, 대체로 그렇다, 매우 그렇다)로 답했다. 질문한 후 정보동기, 오락동기, 사회동기, 사교적 동기 네 가지로 나뉜다. 그 결과를 T검정을 통해 분석한다. 한·몽 두 집단사이에 어떠한 차이가 나타내는가를 살펴본다.

요인 1은 ‘정보동기’ 요인으로 정보를 얻기 위해 SNS를 이용하는 요인이다.

정보동기는 ‘필요한 정보를 얻을 수 있어서’, ‘관심 있는 분야에 대한 지식을 쌓을 수 있어서’, ‘우리 사회의 중요한 문제가 무엇인지 알 수 있어서’, ‘소식을 빨리 알 수 있어서’, ‘사회문제에 대해 관심을 가질 수 있어서’의 5개 항목으로 구성하고 있다. 정보동기 Cronbach's α 값이 .848로 높게 나타났다.

요인 2는 ‘사교적동기’ 요인으로 사람관계를 위해 SNS를 이용하는 요인이다. 사교적동기는 ‘친구관계를 자유롭게 형성할 수 있어서’, ‘새로운 사람들을 많이 만날 수 있어서’, ‘인맥을 형성할 수 있어서’, ‘영향력 있는 전문가와 어울릴 수 있어서’의 4개 항목으로 구성하고 있다. 사교적동기 Cronbach's α 값이 .869로 높게 나타났다.

요인 3은 ‘사회동기’ 요인으로 사람들과 커뮤니케이션 행위를 위해 SNS를 이용하는 요인이다. 사회동기는 ‘연예인, 정치인 등 유명한 사람들과 대화를 나누기 위해서’, ‘연예인, 정치인 등 유명한 사람들의 일상 등을 확인하기 위해서’, ‘나의 감정이나 생각을 표현하기 위해서’, ‘나의 일상을 기록하기 위해서’의 4개 항목으로 구성하고 있다. 사회동기 Cronbach's α 값이 .784로 나타났다.

요인 4는 ‘오락동기’ 요인으로 오락을 위해 SNS를 이용하는 요

인이다. 오락동기는 ‘스트레스 해소에 도움이 되기 때문에’, ‘일상의 복잡한 일을 잊을 수 있어서’, ‘시간 때우기에 적합해서’, ‘재미있고 유쾌하기 때문에’의 4개 항목으로 구성하고 있다. 오락동기 Cronbach’s α 값이 .720로 나타났다.

나. 정치참여 요인의 신뢰도분석

선행연구들의 결과에 따르면, 시민의 정치참여는 그들이 정치에 대해 지니는 심리적 태도와 상관관계를 형성한다고 말한다. 특히 ‘SNS 정치참여’에 유의미한 영향을 미친다. 따라서 네 가지 변인을 통계적으로 분석하기 위해, 선행연구를 바탕으로 설문지를 작성, 조사를 실시하였다. 즉, 설문조사를 통해 ‘SNS 정치참여’ 9개의 항목에 대한 응답을 받았으며, 이것이 각각의 변인으로서 유용성을 지니는지 확인하기 위해 신뢰도 분석을 실시했다. 응답자들은 각 문항에 대해 5점 척도 (전혀 그렇지 않다, 별로 그렇지 않다, 보통이다, 대체로 그렇다, 매우 그렇다)로 대답했으며, 이에 대한 결과는 다음과 같다.

‘SNS 정치참여’는 ‘정당이나 정치인의 SNS에 방문한다’, ‘정당이나 정치인의 SNS에 친구신청을 한다’, ‘SNS에 정당이나 정치인에 대한 글을 작성한다’, ‘정당이나 정치인 그리고 정치적인 SNS에 있는 글을 RT(리트윗) 한다’, ‘정당이나 정치인을 지지하기 위해 SNS를 통해 타인을 설득한다’, ‘SNS에서 타인과 정당이나 정치인에 대해 이야기한다’, ‘SNS에 투표 독려 메시지 작성한다’, ‘SNS에 투표인증 사진을 게시한다’, ‘SNS에 알게된 정치적인 이슈를 해결하기 위해 전화나 방문을 통해 항의 한다’ 등 9개 항목으로 구성했다. 이에 대해 ‘SNS 정치참여’ 변인의 Cronbach’s α 값은 .902로 매우 높게 나타났으며 우수함을 알 수 있었다.

2. 한·몽 집단별 SNS 이용형태 및 SNS 이용 동기 특성

<표 5> 한·몽 20대 집단 별 SNS 이용형태 및 SNS 이용 동기 T-검증 결과

		국적	N	평균	표준편차	t	유의확률
SNS 이용 동기	정보동기	한국	76	3.33	69.52	-4.17	.000
		몽골	75	3.86	148.61		
	사교동기	한국	76	2.17	122.88	-5.89	.000
		몽골	74	3.09	1087.28		
	오락동기	한국	76	3.66	.718	3.23	.002
		몽골	75	3.20	.837		
	사회동기	한국	76	2.04	.803	-1.44	.153
		몽골	74	2.24	1.085		
SNS 이용 형태	SNS 이용시간	한국	72	93.75	.773	-5.98	.000
		몽골	72	209.38	.944		
	SNS 친구 수	한국	60	238.37	.778	-4.43	.000
		몽골	73	863.67	.941		

분석결과, 한·몽 집단들은 SNS 이용 형태 영역, SNS 이용 동기 영역에서 유의미한 차이를 보였다. 양국 두 집단 모두 유의미한 긍정적인 것으로 보이는 영역은 SNS 이용 형태다. 이 영역 SNS 이용 시간 SNS 친구 수 등 모두 유의미한 긍정적인 관계를 형성했다. 즉, 몽골 집단의 경우 SNS 이용 시간 평균은 209.38분으로 많이 나타났고 한국 집단은 93.75분으로 적게 나타났으며, 몽골 집단의 SNS 이용 시간은 한국 집단보다 많은 것을 밝혀졌다. 정보통신기술 발전이 잘 되는 한국과 몽골을 비교할 수 없지만 SNS과 연결해서 오래 안 되는 상태에서는 몽골인들 SNS를 적극적으로 이용한다는 것을 분석 결과에서 볼 수 있다. 그리고 두 집단 SNS 상 친구 수를 살펴보면 몽골 이용자들의 SNS 친구 평균은 863.67명으로 많이 나타났고 한국 이용자들 평균이 238.37명으로 적게 나타났으며, 몽골 집단이 SNS 상에 친구가 가장 많은 집단으로

밝혔다. 몽골 SNS 이용자들의 경우 SNS 상에서 친구가 많은 것을 선호하는 편이며 이것은 일반적인 상황이다. 이는 몽골인들 SNS 상에서 많은 친구를 통해 여러 가지 정보를 얻기 위해 SNS 를 이용하는 목적을 의미한다.

SNS 이용 동기 영역의 경우 한·몽 두 집단의 정보동기, 사교동기, 오락동기에 유의미한 반면 사회동기에서는 유의미하지 않았다. 정보동기의 경우 몽골 집단(평균=3.86)은 한국 집단(평균=3.33)보다 많이 나타났으며 몽골 집단 사람들은 SNS를 통해 정보를 얻기 위해 SNS를 이용한다고 여긴다. 사교동기의 경우도 몽골 집단(평균=3.09)의 수치가 더 높게 나타났고 한국 집단(평균=2.17)의 수치가 낮게 나타났으며 정보동기와 유세한 해석을 들을 수 있다. 다시 말해, 몽골인들 정보를 목적으로 SNS를 사용할 수 있다고 주장한다. 이상의 분석결과들은, 몽골 SNS 이용자들은 한국인들보다 SNS를 통해 친구를 많이 만났고, 그 친구를 통해 여러 가지 정보를 얻는 것이며 몽골 SNS 이용자들 SNS 상의 친구 등의 친교 목적을 위한 동기가 매우 강하다고 주장한다. 오락동기의 경우 한국 집단은 몽골 집단보다 높은 점수를 보였으며 SNS를 통해 오락 정보를 많이 얻는 집단으로 나타났다.

이상의 분석결과를 요약하자면, 한국 SNS 이용자들은 오락에 대한 관심 많은 반면 몽골 이용자들은 여러 가지 정보나 친구에 대한 정보를 얻기 위해 SNS를 적극적으로 이용하는 경향이 짙다는 것이다. 한·몽 두 집단의 경우 사회동기는 각각에 차이가 보이지 않았으며 영향을 미치지 않았다. 마지막으로 이 연구의 한·몽 두 집단의 SNS 정치인 친구 유무 차이를 표6에서 살펴보았다.

<표 6> 한·몽 SNS 이용자들의
SNS 상 정치인 친구 유무 교차분석

	한국		몽골		합계		X ²
	N	%	N	%	N	%	
정치인 친구 있음	9	11.8	31	43.1	40	27.0	18.264(1)***
정치인 친구 없음	67	88.2	41	56.9	108	73.0	
합계	76	100.0	72	100.0	148	100.0	

***p<.001

SNS 상에서 정치인을 친구 유무에 관한 질문에 양국 집단의 총 148명 중 40명이 ‘예’를, 108명이 ‘아니오’를 선택하였다. 이를 한국 집단과 몽골 집단으로 나누어 살펴보자면, 먼저 한국 집단은 정치인 친구 있는 사람이 9명(11.8%) 없는 사람은 67명(88.2%)이었다. 다음으로 몽골 집단은 정치인 친구가 있는 사람이 31명(43.1%)이었으면 없는 사람이 41명(56.9%)이었다. 한편 양국 두 집단을 비교하면 한국 집단은 응답자 76명 중 9명은 정치인 친구가 있고, 몽골은 총 72명 중 31명 SNS 상에 정치인 친구가 있다고 했다. 이는 앞으로 SNS 상 정치인 친구 유무에 따라 SNS 정치참여가 달라질 수 있다는 것을 시사한다.

몽골 집단의 경우 SNS 상에 친구도 많고 정치인 친구도 많은 특별한 집단이다. 인구가 적은 몽골인들의 경우 서로를 아는 사이라고 주장할 수 있으며 상관성이 높을 것이다. 또 이것은 작은 사회의 본성이라는 것을 시사한다. 그래서 몽골인들은 SNS 상에 친구가 많다는 집단으로 발견했다.

3. 한·몽 집단별 정치참여 차이

<표 7> 국적에 따른 SNS 정치참여 T-검증 결과

	국적	N	평균	표준편차	t	유의확률
SNS 정치참여	한국	76	1.293	.496	-2.572	.011
	몽골	75	1.538	.667		

p<.05

국적에 따른 SNS 정치참여 차이가 유의미하게 나타났다. 먼저 한국의 경우 76명의 평균은 1.293로, 표준편차는 .496로 나타났다. 반면 몽골 75명의 평균은 1.538로, 표준편차는 .667로 각각 나타났다. 또한 두 집단 SNS 정치참여는 유의미하게(p<.05) 나타났고 t 값은 -2.572로 나타났다.

앞서 선행연구에 언급하듯이 SNS 이용은 정치참여에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며 SNS 이용할수록 SNS 정치참여도 높아지는 것을 볼 수 있다.

본 연구는 전 세계적으로 SNS 이용자들은 급하게 증가한 현 시점에서 SNS 이용자들의 정치참여에 미치는 영향에 대한 문제의식에서 출발했다. 이러한 의식을 바탕으로 양국 SNS 정치참여 차이를 살펴봤다.

4. 한·몽 집단별 SNS 정치참여에 미치는 영향력 회귀분석

분석결과대로 표8을 인구학적 요인, SNS 이용 형태, SNS 이용 동기 세 가지 영역으로 구분하였다. 나이, 성별을 묶어 인구사회학적 영역으로, 페이스북 이용시간과 페이스북 친구 수 및 페이스북 정치인 친구 유무를 묶어 SNS 이용 형태로, 정보동기, 사교적동

기, 오락동기, 사회동기 등을 묶어 SNS 이용 동기로 구분하여 살펴보았다. 첫째 영역 인구 사회학적인 경우 유의한 것이 나타나지 않았다. 다시 말해, SNS 이용자들의 경우 SNS 정치참여에 나이와 성별은 중요한 요소로 작용하지 않음을 밝혀졌다.

다음으로 SNS 이용형태 영역의 SNS 정치인 친구 유무($p < .001$)는 한·몽 두 집단에서 유세하게 강력한 영향을 미쳤다. 이것은 한·몽 두 집단 SNS 이용자들의 경우 SNS 상에 정치인 친구 유무에 따라 SNS 정치참여에 직접적인 영향이 있는 모습을 보였다. 즉, SNS 상에 정치인 친구가 많으면 정치참여가 적극적이고, SNS 상에 정치인 친구가 적으면 정치참여가 소극적이라고 해석을 들을 수 있다. 또한 정치인 친구가 SNS 정치참여에 강력한 영향을 미치는 것을 보였다.

<표 8> 한국과 몽골 20대 집단의 SNS 이용동기와 행태가 SNS 정치참여에 미치는 영향

	한국 20대 집단		몽골 20대 집단	
	문항	B	문항	B
인구학적 변수	나이	.070	나이	.076
	성별	-.069	성별	-.153
SNS 이용동기	정보동기	.016	정보동기	.043
	사교적동기	.144	사교적동기	.086
	오락동기	-.284*	오락동기	-.104
	사회동기	.073	사회동기	.167
SNS 이용형태	페이스북 이용시간	-.003	페이스북 이용시간	.107
	페이스북 친구수	.063	페이스북 친구수	.206†
	페이스북 정치인친구	.657***	페이스북 정치인친구	.394***
수정된 R ² 제공 (%)		.506	수정된 R ² 제공 (%)	.245

† $p < .1$, * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

마지막으로 몽골 집단의 경우 SNS 친구 수($p < .1$), 한국 집단의 경우 오락동기($p < .05$)는 영향을 미치는 것으로 나타났다. 몽골 집단은 SNS 상에 친구가 많으며 많을수록 SNS 정치참여를 적극적으로 한다는 집단이다. 반면 한국 집단의 경우 오락정보를 적게 이용하수록 SNS 정치참여를 많이 한다는 것으로 나타났다.

유의미하지 않은 나이, 성별, 페이스북 이용 시간, 정보동기, 사교적동기, 사회동기는 한·몽 두 집단의 경우 SNS 정치참여에 영향을 미치지 않았다.



V. 결론

SNS는 사람들의 정치에 참여하는 도구이며 정치인들도 사람들에게 정치 메시지를 전달하는 도구이기도 하다. 많은 학자들이 SNS가 정치 생태계에서 정치인과 유권자를 매개하며 정치 과정과 결과에 큰 변화를 불러왔거나 앞으로 불러올 것이라는 분석과 전망을 내놓고 있다(정일권,2012).

정치적 참여가 소극적인 20대들의 정치참여를 적극적으로 증가하는 것은 민주주의의 바람직한 변화다. 사회에 강한 강력한 영향을 미치는 집단은 20대들이며 SNS는 그들의 정치에 참여할 기회를 마련해준다고 주장한다.

지금까지 논의되어 왔던 SNS 이용이 정치참여에 미치는 영향을 이해하기 위해서는 이와 같은 미치는 영향들에 대해 함께 살펴보았다. 즉, SNS 이용동기, SNS 이용형태, 나이, 성별 등 정치참여에 미치는 영향에 대해 선행 연구했다. 그리고 이러한 요인들의 정치참여에 미치는 영향을 SNS 정치참여에 어떻게 영향을 미치는지를 살펴보았다.

본 논문은 전 세계적으로 SNS 이용자들이 급하게 증가한 현 시점에서 많은 정보를 원하는 20대 SNS 이용자들의 정치참여에 어떠한 영향을 미치고 있는지에 대한 문제의식에서 출발한다. 이러한 의식을 바탕으로 SNS 이용이 정치참여에 미치는 영향을 분석해 보고 한국과 몽골 20대들의 SNS 이용과 정치참여 차이를 검토하고 이에 대한 과제를 모색해 보고, SNS 이용이 정치참여에 미치는 영향을 발견하도록 검토한 논문이다. 이 연구의 연구문제와 그에 대한 분석 결과의 내용을 종합해 보면 다음과 같다.

첫째, 한·몽 SNS 이용자들의 SNS 이용형태와 SNS 이용동기 비교를 살펴보았다. 분석결과에 두 집단의 SNS 이용 형태 SNS 이

용 동기는 유의미한 차이가 보였다. 즉, 몽골 집단은 한국 집단보다 SNS 이용 시간 많고 SNS 상 친구 수도 많은 집단으로 밝혀졌다. 다시 말해, 몽골 집단 SNS 상 친구 평균은 863.67명으로 많이 나타났으며 한국 집단 SNS의 친구 평균이 238.37명으로 적게 나타났다. 두 집단 SNS 이용 동기의 경우 정보동기와 사교동기 및 오락동기는 유의미하게 나타났다. 즉, 이 두 집단은 SNS를 통해 친구를 많이 만났고, 그 친구를 통해 오락 정보나 여러 가지 정보를 받는 집단들이다. 또한 두 집단 SNS 상 정치인 친구 유무를 살펴보면 한국 집단은 76명 중 9명은 정치인 친구가 있고, 몽골은 72명 중 31명 SNS 상에 정치인 친구가 있다고 했다. 이것은 SNS 상 정치인 친구 수 많을수록 SNS 정치에 적극적으로 참여한다는 모습을 보여준다.

둘째, 양국 SNS 이용자들의 SNS 정치참여를 검토해왔다. 국적에 따른 SNS 정치참여 차이가 유의미하게 나타났다. 이것은 SNS 이용자 누구나 SNS 정치에 참여할 가능성이 높다는 것을 보여준다고 해석을 들을 수 있다.

셋째, 한·몽 집단별 SNS 정치참여에 미치는 영향력을 분석했다. 두 집단의 경우 SNS 정치참여에 나이와 성별이 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 반면 SNS 정치인 친구 유무($p < .001$)는 한·몽 두 집단에서 유세하게 유의미한 영향을 미쳤다. 즉, SNS 이용자들의 경우 SNS 상에 정치인 친구 많으면 많을수록 SNS 정치참여는 적극적으로 늘어나는 것이다. SNS 이용자들은 SNS 정치인 친구를 통해 정치에 관한 정보를 항상 받고 있는 것이다. 그러나 현실은 이와 다를 수 있다. SNS를 통해서 정치참여를 소홀히 할 수도 있고, 무관심할 수도 있다. 그렇지만 SNS에 집중되어 있는 시대의 SNS 이용이 많아지고 있으며 이에 따라 정치참여 존재 가능성이 더욱 크다고 주장하고 있다.

본 연구에서는 한국과 몽골 20대들의 SNS 이용이 SNS 정치참여에 미치는 영향에 관하여 조사했다. 이를 통하여 후속 연구에서

SNS 이용이 SNS 정치참여에 미치는 영향의 표본으로 도움이 될 수 있을 것으로 기대한다.

끝으로, 이 연구 결과를 바탕으로 SNS 정치참여는 정치참여의 강력한 영향 될 수 있으며, SNS 상 정치인 친구는 적극적인 참여를 유발시킬 수 있다는 점을 확인하였다.



참고문헌

- 강치메그 (2015) 『SNS 활용이 정치참여 변화에 미치는 영향에 관한 연구』 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원: 정치외교학과 정치외교학전공
- 권태형 (2011) 『소셜 네트워크 서비스가 선거유권자에게 미치는 영향에 관한 연구』 박사학위논문, 숭실대학교 대학원: IT정책경영학과
- 김다빈 (2011) 『스마트폰 환경에서 소셜 네트워크 서비스(SNS) 뉴스 이용형태에 관한 연구』
- 김수지 (2015) 『SNS 이용이 청소년들의 정치효능감에 미치는 영향에 관한 연구』 석사학위논문, 이화여자대학교 교육대학원: 일반사회교육전공
- 김창희 (2005) 『비교 정치론』
- 김한나 (2012) 『사회복지기관 SNS 이용자의 이용 행태와 이용 동기가 홍보 효과성에 미치는 영향』 석사학위논문, 숭실대학교 일반대학원: 사회복지학과
- 뇌 운 (2011) 『중국과 한국 대학생들의 싸이월드 미니홈피 이용에 관한 비교 연구』 석사학위논문, 한양대학교 대학원: 신문방송학과
- 내가영 (2010) 『모바일 SNS 이용자들의 이용 동기와 만족감에 대한 연구: 트위터와 미투데이를 중심으로』 석사학위논문, 서강대학교 대학원: 신문방송학과
- 다시계렐 톨 (2017) 『SNS 홍보가 국회의원 선거 유권자의 투표 의사 결정에 미치는 영향: 몽골의 경우』 석사학위논문, 한양대학교: 미디어커뮤니케이션학과 대학원 미디어커뮤니케이션학과
- 덜거르, 도길도르, 앵흐암가랴, 어드마, 에브사나 (2011) 『정치연구』

- 박기묵 (2017) 『SNS 뉴스 이용자의 정치·사회 참여 결정 요인』
박사학위논문, 한양대학교: 신문방송학과
- 박승준 (2011) 『소셜네트워크서비스의 과업-매체적합이 성과에 미치는 영향에 관한 연구: 정치 분야에서의 SNS 활용을 중심으로』 박사학위논문, 전남대학교 대학원: 전자상거래협동과정
- 안병만 (2009) 『현대정치과정론』 127p
- 오배문 (2012) 『자아 유형에 따라 SNS 이용과 충족에 관한 연구』
- 옹드랄, 어용게렐 (2005) 『시민들의 직접 참여』
- 왕웨이 (2015) 『SNS 이용동기가 사회자본과 시민참여에 미치는 영향: 웨이보(Weibo)와 위챗(Wechat)을 중심으로』 석사학위논문, 중앙대학교 대학원: 신문방송 신문방송
- 유진 (2011) 『모바일 SNS이용 의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구』 석사학위논문, 忠南大學校 大學院 : 經營學科 마케팅 專攻
- 육건엽 (2014) 『한국과 중국 대학생의 스마트폰 SNS 뉴스 이용 행태에 관한 연구』 석사학위논문, 송실대학교 대학원: 언론홍보학과(일원)
- 이경환 (2012) 『국내 소셜 네트워크 서비스(SNS) GUI 디자인의 발전 방안에 대한 분석 및 연구 : ‘페이스북’과 ‘싸이월드’ SNS 사례 분석을 중심으로』 석사학위논문, 경희대학교 교육대학원: 디자인·도예교육전공
- 이병혜 (2013) 『소셜미디어의 이용이 정치참여에 미치는 영향: 대학생 집단의 정치효능감과 정치참여를 중심으로』 한국 정치 커뮤니케이션학회
- 임예숙 (2014) 『SNS의 확산과 정치참여 : 19대 총선을 중심으로』
- 임재원 (2015) 『SNS 이용 동기에 따른 사회적 연결망 유형 연구:

- SNS 관계망의 매개 효과 분석을 중심으로』
- 서혜란 (2012) 『소셜 미디어(트위터/페이스북) 이용과 만족에 관한 연구』 석사학위논문, 고려대학교 대학원: 언론학과
- 신동훈 (2017) 『SNS 이용동기 요인들이 플로우 하위차원에 미치는 영향: 지각된 침입의 조절효과를 중심으로』 석사학위논문, 중앙대학교 대학원: 신문방송학과 신문방송전공
- 신소연 (2013) 『트위터, 페이스북, 이용이 사용자의 정치관심, 정치지식, 정치효능감에 미치는 영향』 석사학위논문, 연세대학교 정보대학원: 정보통신 미디어 산업/정책전공
- 이세희 (2012) 『네트워크 세대의 SNS를 통한 정치참여와 정당지지』
- 유진 (2011) 『모바일 SNS 이용 의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구』
- 장찌드 (2011) 『정치학』 p.262
- 정낙원 (2013) 『대학생들의 소셜 미디어 이용의 정치 참여 효과 메커니즘 분석』 충남대학교 사회과학연구소
- 정일권 (2012) 『SNS를 통한 정치참여』 부경대학교 한국언론학회 심포지움 및 세미나
- 정태현 (2015) 『SNS 활동과 정치참여 인식도 연구 : 후기청소년 중심으로』 석사학위논문, 명지대학교 대학원: 청소년지도학과
- 조석장 (2009) 『한국에서 인터넷 정치참여와 민주주의 : 참여민주주의와 대의민주주의에 미친 영향을 중심으로』 박사학위논문, 한양대학교 대학원 : 정치외교학과 2009. 2
- 최동규 (2011) 『소셜네트워크서비스(SNS)가 사회 및 정치참여에 영향 연구: 정치인 소셜네트워크서비스(SNS) 평가를 중심으로』 석사학위논문, 고려대학교 언론대학원: 언론정보학과 언론정보전공
- 털라 (2017) 『정치학 사전』

- 한수완 (2011) 『트위터 이용 동기와 부정적 이용 경험이 이용 만족도에 미치는 영향』 석사학위논문, 한양대학교 공공정책대학원: 공공정책 전공
- 홍득표 (2009) 『현대정치과정론』 386p
- 홍아현 (2012) 『SNS 사용자 이용 동기에 따른 브랜드 스토리 유형이 수용자 태도에 미치는 영향: Facebook을 중심으로』 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원: 홍보광고학과
- 홍수정 (2014) 『SNS 이용이 동기와 네트워크 유형이 온라인 시민참여에 미치는 영향 연구』 석사학위논문, 성균관대학교 언론정보대학원: 언론매체전공



설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

이 설문은 SNS이용과 정치참여 간의 상관성 연구를 위한 일환입니다.
 귀하의 의견은 순수 연구목적에 위한 기초자료로 활용될 것이며, 귀하께서 설문에 표시한 개인적인 사항은 통계법 제33조에 의거하여 통계처리 목적 외에 다른 목적으로 이용되지 않음을 약속드립니다.
 각 문항에 귀하의 솔직한 의견을 성실히 답변해주시길 부탁드립니다.
 다시 한 번, 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

*SNS (소셜네트워크서비스:Social Network Service)란?
 인터넷 상에서 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인맥을 형성함으로써 폭넓은 인적 네트워크를 형성할 수 있게 해주는 서비스입니다.
 *SNS의 종류에는 페이스북, 트위터, 카카오톡 등이 있습니다.

1. 귀하는 전반적으로 SNS 서비스를 얼마나 자주 이용하십니까?
 ① 전혀 하지 않는다 ②가끔 하는 편이다 ③ 틈틈이 한다 ④ 자주한다 ⑤ 매우 자주한다
2. 귀하는 다음 SNS를 이용하십니까? 이용하시면 이용빈도, 시간, 친구는 어느 정도인가요?

구분	이용여부	이용자(①에 표시한 분)만 응답			
		이용시간 (하루 평균)	이용빈도 (하루평균)	SNS 친구 수	내가 팔로잉하는 인물 수
1) 페이스북	①예() ②아니오	약-----시간----- 분	-----회	()명	()명
2) 트위터	①예() ②아니오	약-----시간----- 분	-----회	()명	()명

3. 귀하는 SNS를 이용하는 이유에 해당하는 다음 문장에 대해 얼마나 동의하십니까?

문항	그렇지 않다	조금 그렇다	보통이다	조금 그렇지 않다	매우 그렇다

1) 필요한 정보를 얻을 수 있어서	①	②	③	④	⑤
2) 관심 있는 분야에 대한 지식을 쌓을 수 있어서	①	②	③	④	⑤
3) 우리 사회의 중요한 문제가 무엇인지 알 수 있어서	①	②	③	④	⑤
4) 소식을 빨리 알 수 있어서	①	②	③	④	⑤
5) 사회문제에 대해 관심을 가질 수 있어서	①	②	③	④	⑤
6) 스트레스 해소에 도움이 되기 때문에	①	②	③	④	⑤
7) 일상의 복잡한 일을 잊을 수 있어서	①	②	③	④	⑤
8) 시간 때우기에 적합해서	①	②	③	④	⑤
9) 재미있고 유쾌하기 때문에	①	②	③	④	⑤
10) 연예인, 정치인 등 유명한 사람들과 대화를 나누기 위해서	①	②	③	④	⑤
11) 연예인, 정치인 등 유명한 사람들의 일상 등을 확인하기 위해서	①	②	③	④	⑤
12) 나의 감정이나 생각을 표현하기 위해서	①	②	③	④	⑤
13) 나의 일상을 기록하기 위해서	①	②	③	④	⑤
14) 친구관계를 자유롭게 형성할 수 있어서	①	②	③	④	⑤
15) 새로운 사람들을 많이 만날 수 있어서	①	②	③	④	⑤
16) 인맥을 형성할 수 있어서	①	②	③	④	⑤
17) 영향력 있는 전문가와 어울릴 수 있어서	①	②	③	④	⑤

4. 온라인 정치참여 정도를 알아보기 위한 문항입니다. 이에 대한 귀하의 경험을 해당 칸에 표시해주시기 바랍니다.

문항	전혀 해본적없다	한 번 해본적있다	가 끔 한 다	자 주 한 다	매우 자주 한다
1) 정당이나 정치인의 SNS에 방문한다.	①	②	③	④	⑤
2) 정당이나 정치인의 SNS에 친구신청을 한다.	①	②	③	④	⑤
3) SNS에 정당이나 정치인에 대한 글을 작성한다.	①	②	③	④	⑤
4) 정당이나 정치인 그리고 정치적인 SNS에 있는 글을 RT(리트윗) 한다.	①	②	③	④	⑤
5) 정당이나 정치인을 지지하기 위해 SNS를 통해 타인을 설득한다.	①	②	③	④	⑤
6) SNS에서 타인과 정당이나 정치인에 대해 이야기한다.	①	②	③	④	⑤
7) SNS에 투표 독려 메시지 작성한다.	①	②	③	④	⑤
8) SNS에 투표인증 사진을 게시한다.	①	②	③	④	⑤
9) SNS에 알게된 정치적인 이슈를 해결하기 위해 전화나 방	①	②	③	④	⑤

문을 통해 향의 한다.					
--------------	--	--	--	--	--

5. 아래의 문항에 답변해주시기 바랍니다.

나 팔로잉을 맺고 있다.	(5-4순항으로)		(6문항으로)		
5-2) 몇 명의 정치인과 SNS 상의 친구등록(팔로잉 포함)이 되어 있습니까?	①1명	②2명	③3명	④4명	⑤5명이상
5-3) 나는 평소 지지하는 정치인만을 SNS 상의 친구로 등록(팔로잉 포함)한다.	① 그렇다		② 아니다		
5-4) 정치인을 SNS 상의 친구로 등록한 이유는 무엇입니까? 간단히 서술해주세요.					
5-5) 귀하께서는 SNS에 등록된 정치인 친구를 대상을 어떤 활동을 하시나요? 간단히 서술해주세요.					
5-6) 평소 지지하는 정치인만을 친구 등록(팔로잉 포함)하셨거나 또는 지지하지 않는 정치인도 친구 등록(팔로잉 포함)하셨다면 그 이유는 무엇입니까? 간단히 서술해주세요.					

6. 오프라인 정치참여 정도를 알아보기 위한 문항입니다. 이에 대한 귀하의 평소 태도를 해당 칸에 표시해주시기 바랍니다.

문항	어하지않는다	쉬운편이다	그렇다	체로그렇다	매우그렇다
1) 가족과 정치에 관해 토론한다.	①	②	③	④	⑤
2) 친구나 동료들과 정치에 관해 토론한다.	①	②	③	④	⑤
3) 친구들에게 본인이 지지하는 정당이나 정치인을 지지하라고 설득한다.	①	②	③	④	⑤
4) 정당이나 정치인에 대한 TV와 신문의 광고를 본다.	①	②	③	④	⑤
5) 정당이나 정치인에게 후원금을 제공한다.	①	②	③	④	⑤
6) 정당이나 정치인에게 편지 또는 전화를 하거나 직접 접촉 한다.	①	②	③	④	⑤
7) 공공문제를 해결하기 위해 시위나 집회에	①	②	③	④	⑤

참석한다.					
8) 선거기간 동안 정당이나 입후보자를 위해 일을 한다.	①	②	③	④	⑤
9) 선거기간에 TV 토론회를 시청한다.	①	②	③	④	⑤

7. SNS 활동 참여 이후 다음 항목에 어떤 변화가 있었는지 체크해 주시기 바랍니다.

문항	거 그 렇 지 않 다	조 그 렇 지 않 다	보 통 이 다	체 로 그 렇 다	매 우 그 렇 다
1) 정치 이슈에 대해 관심을 가지게 되었다.	①	②	③	④	⑤
2) 정치 이슈에 대해 더욱 무관심해졌다.	①	②	③	④	⑤
3) 정치 이슈에 대한 기존의 나의 생각은 변함이 없다.	①	②	③	④	⑤
4) 정치 이슈에 대한 기존의 나의 생각이 더욱 강해졌다.	①	②	③	④	⑤
5) 정치 이슈에 대한 나의 생각이 기존의 입장에서 변경되었다.	①	②	③	④	⑤

8. 다음은 정치 효능감에 대한 질문입니다. 해당 사항에 체크해주시기 바랍니다.

문항	거 그 렇 지 않 다	조 그 렇 지 않 다	보 통 이 다	체 로 그 렇 다	매 우 그 렇 다
1) 기업이 스스로 개혁을 못한다면 정부는 기업 활동에 간섭해야 한다.	①	②	③	④	⑤
2) 정치란 원래 하는 사람들이 따로 있으므로 내가 관여하지 않는 것이 좋다.	①	②	③	④	⑤
3) 정치는 너무 복잡해서 나 같은 사람은 도무지 이해할 수 없다	①	②	③	④	⑤
4) 내가 투표를 하건 안하건 결과에는 큰 차이가 없을 것이다	①	②	③	④	⑤
5) 정치는 나 같은 사람의 힘으론 어떻게 할 수 없다	①	②	③	④	⑤
6) 다른 사람에 비해서 나는 정치적인 일에 영향을 미치기 어렵다	①	②	③	④	⑤

7) 정치인들은 단지 표를 얻는 것에만 관심을 가진다.	①	②	③	④	⑤
8) 정치인들은 당선된 후에는 유권자들에게 관심이 없다.	①	②	③	④	⑤
9) 선출직 공무원과 정치인들은 당선된 후 시민들의 바람을 빨리 잊어버린다.	①	②	③	④	⑤
10) 나 같은 사람이 무엇을 바라는지 정치인들은 신경 쓰지 않는다.	①	②	③	④	⑤
11) 누가 국회의원에 당선되든지 정치 활동은 모두 마찬가지다.	①	②	③	④	⑤

9. 다음은 정치 관심 정도를 알아보기 위한 문항입니다. 이에 대한 귀하의 평소 태도에 해당하는 칸에 표시해주시기 바랍니다.

문항	혀그 렇지 않다	로 그 렇 지 않 다	그 저 그 렇 다	꽤 그 런 편 이 다	매 우 그 렇 다
1) 평소에도 정치에 대한 관심을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
2) 평소 TV를 통해 정치 관련 뉴스를 시청한다.	①	②	③	④	⑤
3) 평소 PC에서 웹서핑을 하며 정치 관련 뉴스를 본다	①	②	③	④	⑤
4) 평소 휴대폰을 통해 정치 관련 뉴스를 본다	①	②	③	④	⑤
5) 평소 정치 관련 신문 기사를 읽는다	①	②	③	④	⑤
6) 평소에도 선거에 대한 관심을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
7) 나는 타인과 정치적 주제에 대해 대화하는 것을 소모적인 행위라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
8) 나는 정치에 대해 타인과 대화하는 것이 가치 있는 행위라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

10. 다음은 문항은 지역감정 관련의식에 대한 것입니다. 이에 대한 귀하의 평소 태도에 해당하는 칸에 표시해주시기 바랍니다.

10-1) 지금 우리나라에는 특정지역 또는 그 지역사람들 간에 지역감정이나 갈등이 존재한다.

- ① 존재한다(10-2문항으로) ② 존재하지 않는다(10-5문항으로)
- ③ 모르겠다(10-5문항으로)

10-2) 지역감정이 존재한다면, 그 심각성은 어느 정도라고 생각하십니까?

- ① 매우 심각함 ② 조금 심각함 ③ 그저 그렇다
④ 별로 심각하지 않음 ⑤ 전혀 심각하지 않음

10-3) 지역감정이 존재한다면, 이는 어느 지역 사이의 문제라고 생각하십니까?

- ① 수도권(경기,서울,인천) ② 강원도 ③ 충청도(대전 포함)
④ 영남(경상도,대구,울산,부산) ⑤ 호남(전라도, 광주) ⑥ 제주도
⑦ (①~⑥ 중 선택한 하나의 지역과) 그 외 나머지 모든 지역
(예:제주도와 나머지 모든 지역 간이라면 ⑥과⑦ 표시)

10-4) 특정지역 간이나 그 지역 사람들 간의 갈등문제에 대하여 평소에 어느 정도 관심을 가지고 있었습니까?

- ① 많이 가지고 있다 ② 조금 가지고 있다 ③ 관심이 없다

10-5) 귀하의 SNS를 통해 연결된 유명인이 특정지역이나 그 지역 사람들에 대하여 나쁘게 이야기하는 것을 들어본 적 있다.

- ① 매우 많이 있다 ② 많이 있다 ③ 몇 번 있다
④ 거의 없다 ⑤ 한 번도 없다

10-6) 귀하의 SNS를 통해 연결된 친구나 지인이 특정지역이나 그 지역 사람들에 대하여 나쁘게 이야기하는 것을 들어본 적 있다.

- ① 매우 많이 있다 ② 많이 있다 ③ 몇 번 있다
④ 거의 없다 ⑤ 한 번도 없다

10-7) 오프라인의 일상생활에서 귀하의 친구나 지인이 특정지역이나 그 지역 사람들에 대하여 나쁘게 이야기하는 것을 들어본 적 있다.

- ① 매우 많이 있다 ② 많이 있다 ③ 몇 번 있다
④ 거의 없다 ⑤ 한 번도 없다

10-8) 귀하의 가족이나 친척이 특정지역이나 그 지역 사람들에 대하여 나쁘게 이야기하는 것을 들어본 적 있다면, 주로 누구로부터 들어보셨습니까?(해당하는 번호 모두 표시)

- ① 아버지 ② 어머니 ③ 형제자매 ④ 친척 ⑤ 들어본 적 없다

10-9) 대중매체를 통해 지역감정을 부추기는 소식을 접해본 적 있다면, 그 매체

는 주로 어느 것입니까?

- ① TV ② 라디오 ③ 인터넷 언론의 기사
 ④ 신문기사 ⑤ SNS ⑥ 들어본 적 없다

11. 귀하께서 특정 지역이나 그 지역 사람들에 대해 가지고 있는 감정이나 의식을 형성하는데, 누가(혹은 어떤 매체가) 얼마나 영향을 미쳤다고 생각하십니까?

문항	거 그 렇 지 않 다	조 그 렇 지 않 다	중 그 렇 다	거 로 그 런 편 이 다	거 우 그 렇 다
1) 특정지역 사람들과의 교제나 교류	①	②	③	④	⑤
2) 친구나 형제자매	①	②	③	④	⑤
3) 부모	①	②	③	④	⑤
4) TV, 신문, 라디오와 같은 대중매체	①	②	③	④	⑤
5) 인터넷 언론의 기사	①	②	③	④	⑤
6) SNS 상에 등록된 친구들	①	②	③	④	⑤
7) SNS 상에 내가 친구등록(팔로우 포함)한 정치인 (질문의 조건에 해당하는 분만 표시해주세요)	①	②	③	④	⑤

12. 다음은 우리나라의 지역갈등문제의 성격과 관련된 의견들입니다. 각 의견에 대해 어떻게 생각하십니까?

문항	거 그 렇 지 않 다	조 그 렇 지 않 다	중 그 렇 다	거 로 그 런 편 이 다	거 우 그 렇 다
1) 기성 어른 세대들 사이의 문제이다	①	②	③	④	⑤
2) 20대들에게도 문제이다	①	②	③	④	⑤
3) 주로 정치인들 사이의 문제이다	①	②	③	④	⑤
4) 주로 사회 엘리트들 사이의 문제이다	①	②	③	④	⑤
5) 전체 국민과 관련된 문제이다	①	②	③	④	⑤
6) 특정 지역들만이 문제이다	①	②	③	④	⑤

13. 다음은 정치에 관한 의사소통 성향을 묻는 문항들입니다. 귀하의 평소 태도에 해당하는 칸에 표시해주시기 바랍니다.

문항	혀그 렇지 않다	로 그 렇지 않다	그 저 그 렇다	거 로 그 런 편 이 다	매 우 그 렇 다
1) 나는 평소 친구들과 정치적 주제에 대해 이야기한다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 평소 가족들과 정치적 주제에 대해 이야기한다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 평소 나와 정치적 입장이 비슷한 사람들과 정치적 주제에 대해 이야기한다.	①	②	③	④	⑤
4) 나는 평소 나와 정치적 입장이 다른 사람들과도 정치적 주제에 대해 이야기한다.	①	②	③	④	⑤
5) 나는 평소 SNS를 통해 정치적 주제에 관한 나의 의견을 표현한다.	①	②	③	④	⑤

14. 다음은 설문지의 통계적 처리를 위한 질문입니다. 성실한 답변을 부탁드립니다.

14-1) 귀하의 성별은 어떻게 되십니까? ① 남성 ② 여성

14-2) 귀하의 나이는 어떻게 되십니까? () 세

14-3) 귀하의 출신지(주로 성장하신 곳)은 어디입니까?

☞ 광역자치단체 기입

(예. 경기도/광역시급 이상 거주자는 해당 도시명 기입) ()

14-4) 귀하의 현재 거주지는 어디입니까?

☞ 광역자치단체 기입

(예. 경기도/광역시급 이상 거주자는 해당 도시명 기입) ()

14-5) 귀하가 대학생인 경우 전공은 어떻게 되십니까?

- ① 인문사회과학계 ② 경제경영계 ③ 예체능계열
④ 자연과학계열 ⑤ 공과계열 ⑥ 기타()

14-6) 귀하의 현재 대학 재학 현황은 어떻게 되십니까?

- ① 1학년 재학 ② 2학년 재학 ③ 3학년 재학

- ④ 4학년 재학 ⑤ 4학년 초과 ⑥ 졸업

14-7) 귀하를 포함하여 가족의 한 달 소득은 어느 정도 되십니까?

- ① 100만원 미만 ② 100-199만원 ③ 200-299만원 ④ 300-399만원
⑤ 400-499만원 ⑥ 500-599만원 ⑦ 600-699만원 ⑧ 700만원 이상

14-8) 귀하는 어느 정당을 지지하십니까?

- ① 자유한국당 ② 더불어민주당 ③ 국민의당
④ 정의당 ⑤ 바른정당 ⑥ 기타

14-9) 귀하의 정치적 성향은 다음 중 어디에 해당하십니까?

- ① 매우 보수적 ② 보수적 ③ 중도 보수
④ 중도 진보 ⑤ 진보적 ⑥ 매우 진보적

