

미디어 이용이 후보자 평가에 미치는 영향에 대한 종단연구

잠재성장모형을 통한 17대선 패널 데이터 분석을 중심으로

김주환*

(연세대 언론홍보영상학부 교수)

김민규**

(연세대 커뮤니케이션 대학원 석사과정)

진영재***

(연세대 정치외교학과 교수)

본 연구에서는 지난 제17대 대통령 선거기간 동안 정치관심도가 유권자들의 미디어 이용(TV, 신문, 인터넷)에 어떠한 영향을 미쳤으며, 미디어 이용이 이명박 후보의 도덕성 평가에 어떠한 영향을 미쳤는지를 분석하였다. 아울러 본 연구에서는 정치관심도와 주요 미디어 이용이 이명박의 도덕성 평가에 미치는 영향이 이명박 지지 집단과 비지지 집단 사이에 어떠한 차이를 보이는지를 살펴보았다. 이를 위해 본 연구에서는 성별·연령별·지역별 전국인구비례에 맞게 모집된 1,199명(여성 584명, 남성 615명, 평균연령(표준편차)=42.77(13.34))의 패널 데이터를 잠재성장모형을 이용하여 분석하였다. 잠재성장모형 분석 결과, 상대적으로 정치관심도가 높은 유권자들은 그렇지 않은 유권자보다 미디어 종류에 상관없이 미디어 이용 시간이 많았다. TV 미디어 이용의 경우, 다른 미디어들과 비교하여, 이명박 지지 집단과 비지지 집단 사이에 이명박 후보의 도덕성 평가에 대한 차별성이 상대적으로 약하였다. 신문의 경우, 이명박 비지지 집단에서만 신문 이용이 증가할수록 도덕성 평가가 감소하였다. 인터넷의 경우 TV이용과 같이 이명박 지지 집단과 비지지 집단 모두에서 인터넷 이용의 초기값이 높을수록 도덕성 평가의 초기값이 높았다. 이를 통해 이명박 후보의 도덕성에 대한 판단 여부는 미디어의 종류와 미디어의 이용 정도에

* jkim@yonsei.ac.kr

** bloodybible@yonsei.ac.kr

*** y2jin@yonsei.ac.kr

따라서 다르게 나타났음을 알 수 있다. 미디어 이용과 정치행위에 관한 기존의 연구가 대부분 횡단자료에 바탕을 두었기 때문에 변인 사이의 변화에 따른 관련성을 입증하기 어려웠다는 점을 고려할 때, 본 연구의 함의는 종단자료에 대한 분석 방법인 잠재성장모형(latent growth model)을 통해 두 변인의 변화에서의 인과적 관련성을 통계적으로 검증했다는 데 있다.

주제어: 정치관심도, 미디어 이용, 이명박 도덕성 평가, 잠재성장모형, 종단 분석

1. 서론

선거와 미디어의 관계에 대한 연구경향은 크게 두 가지로 구분될 수 있다. 하나는 선거기간 동안 신문이나 방송의 보도가 어떠한 방식으로 이루어졌는가에 대한 연구이다. 이러한 연구들은 대부분 선거기간 동안 선거 보도의 특성, 문제점, 대안 등을 중심으로 다루고 있다. 또 다른 하나는 미디어가 유권자의 인지와 태도에 미치는 영향에 대한 연구이다. 선거기간 동안 유권자들의 미디어 이용과 후보자에 대한 태도 및 인지, 투표행위에 미디어가 미치는 영향에 대한 연구 등을 대표적인 예로 들 수 있다. 그동안 국내의 선거와 미디어에 대한 연구는 내용분석을 통해 선거와 관련된 신문, TV, 그리고 인터넷을 통한 선거 보도에 관한 연구들이 대부분이었으며, 미디어가 유권자의 인지와 태도에 영향을 미치는 연구는 상대적으로 미흡한 실정이었다(송종길·박상호, 2005; 2007).

최근의 미디어가 유권자에 영향을 미치는 연구들은 인구통계학적 변인은 물론 다양한 정치참여 변인들을 통제한 상태에서 미디어 이용이 정치참여 과정에 미치는 효과 등을 검증하였다(반현·최원석·신성혜, 2004; 송종길·박상호, 2005; 이효성·허경호, 2004). 하지만 이러한 연구들은 대부분 횡단연구 차원에서 미디어의 점화효과를 중심으로 다루고 있으며, 미디어가 유권자에게 미치는 영향의 변화와 같은 미디어의 본질에 대한 고찰은 미흡한 실정이다.

즉, 시간의 변화에 따른 미디어 이용이 유권자의 인지와 태도에 미치는 영향력은 간과하고 있다. 구체적으로 기존의 연구들은 미디어의 이용이 정치참여에 미치는 직접적인 효과를 중심으로 다룬 반면, 시간의 변화에 따라 유권자들의 미디어 이용이 여타 다양한 변인들과 어떠한 상호작용을 통해 정치행위에 영향을 미치는지에 대한 연구는 부족한 실정이다. 예를 들어 미디어 이용과 정치행위에 관한 대부분의 연구가 횡단연구(김민하·신윤경, 2008; 송종길·박상호, 2005; 2007)이거나 시간의 변화를 단순한 변인으로 설정(이효성, 2006) 하였기에 두 변인 사이의 장시간에 걸친 관련성을 파악하기 어려웠다. 이에 본 연구에서는 종단연구 방법인 잠재성장모형(latent growth model)을 통해 두 변인의 변화에서의 관련성을 통계적으로 검증하였다.

본 연구에서는 미디어 이용이 유권자의 정치행위에 어떠한 영향을 미치는지를 미디어 효과의 차원에서 파악하고자 하였다. 이를 위해 본 연구에서는 미디어 이용의 변화를 설명한 후, 미디어 이용의 변화가 정치인에 대한 평가에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보았다. 즉, 이명박 특검을 진행하는 상황에서 치러진 지난 제17대 대통령 선거기간 동안 유권자들의 미디어 이용이 이명박 후보의 도덕성 평가에 어떠한 영향을 미쳤는지를 살펴보았다. 보다 구체적으로, 지난 제17대 대통령 선거기간 동안 정치관련 변인(정치관심도)이 유권자들의 미디어 이용(TV, 신문, 인터넷)에 어떠한 영향을 미쳤으며, 미디어 이용이 이명박 후보의 도덕성 평가에 어떠한 영향을 미쳤는지를 잠재성장모형을 통해 고찰하였다. 아울러, 이렇게 구인된 변수들의 값과 그 변수들 간의 관계가 이명박 지지 집단과 비지지 집단에서 어떠한 차이를 보이는지를 살펴보았다.

2. 이론적 배경

1) 정치관심도와 미디어 이용

많은 선행연구에서 정치관심도는 미디어 이용과 높은 관련성이 있음을

제시하고 있다(송종길·박상호, 2005; Pinkleton & Austin, 2001). 정치관심도가 정치 또는 공공정보에 관한 정보 추구를 자극하는 동기로 작용하기 때문이다(Kanihan & Chaffee, 1996). 이는 이용과 충족 이론과 관계시켜 생각해볼 수 있다. 즉, 어떻게 사람들이 자신의 동기를 충족시키기 위해 미디어를 이용하게 되는가를 규명한 것이 바로 이용과 충족 이론이기 때문이다. 선별적 효과이론 중 하나인 이용과 충족 이론에 의하면 미디어 이용자는 피동적인 존재가 아니라 미디어 메시지를 능동적으로 선택하고 처리하는 사람이다. 고전적인 효과 연구와 비교하였을 때, 이용과 충족 이론은 미디어의 메시지가 아니라 미디어 이용자를 출발점으로 선택하여, 미디어와의 직접적인 경험이란 측면에서 개인의 커뮤니케이션 형태를 분석하였다(Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). 즉 이용과 충족 이론은 수용자가 수동적으로 미디어의 영향을 받아 행동하는 것이 아니라, 수용자는 자신들의 욕구를 파악하고 충족시키는 방법을 알고 또 충족시키기 위해 미디어를 선택한다고 보았다(Levy & Windahl, 1985). 이처럼 이용과 충족 이론에서는 수용자를 선별 능력을 갖춘 미디어 이용자로 가정(Littlejohn & Foss, 2008)하였기에 본 연구에서는 이용과 충족 이론을 선별적 효과이론으로 구분하였다. 구체적으로 이용과 충족 이론에서는 미디어 이용자의 심리적 필요나 욕구로 인해 특정 미디어의 이용을 분석하고, 이용 결과로 인해 심리적 욕구가 어떻게 충족되는가를 설명하고자 한다. 전통적인 이용과 충족 연구에 의하면 이용자들은 정보추구, 여가선용, 현실도피와 같은 심리적 욕구를 채우기 위한 시도를 하며 이 시도가 미디어 이용행위로 나타난다(Blumler & Katz, 1974). 즉, 이용자들은 자신의 심리적 욕구를 충족해줄 것으로 기대하는 미디어를 이용함으로써 욕구를 충족하는 것이다. 이와 같이 이용자에 초점을 맞추으로써 이용과 충족 이론은 사람들의 욕구 및 필요와 연관된 미디어 이용을 설명함에 따라 심리적 동기에 따른 미디어 이용행위를 강조한다.

물론 이용과 충족 이론이 개인적인 차원에서 미디어 이용을 설명하는 한계를 지니고 있기 때문에 공적인 문제, 즉 정치관심도를 설명하기에는 부적절할 수 있다. 정치관심도는 좁게는 유권자의 정치참여라는 행동적 차원으로

정의될 수 있지만, 이를 넓게 해석할 경우 행동적 차원뿐만 아니라 태도나 인지의 차원까지 포함시킬 수 있다(안병만, 1992; Romzek & Hendricks, 1982). 즉, 투표행위나 정당 활동과 같은 행동적 차원뿐만 아니라, 정치에 대한 관심, 정당지지, 선거참여 의사도 정치에 대한 관심으로 볼 수 있는 것이다. 이에 본 연구에서는 정치관심도를 넓은 의미로 적용하여 선거기간 동안 일어나는 선거에 대한 정보추구의 욕구로 보았으며, 이러한 개인의 심리적 욕구를 추구하기 위해 유권자들은 미디어를 이용한다고 가정하였다. 보다 구체적으로 본 연구에서는 정치관심도를 심리적 변인으로 설정하였으며, 선거가 진행될수록 정치관심도가 증가한다고 가정하였다. 또한 이용과 충족 이론의 관점에서 정치관심도가 증가할수록 개인의 정보추구에 대한 욕구가 함께 증가하기 때문에 미디어 이용 역시 증가할 것이라고 가정하였다.

2) 미디어 이용과 정치행위

다양한 선행연구들에서 미디어 이용과 정치적 행위가 높은 관련성이 있다고 제안하고 있다(Benoit, McKinney, & Holbert, 2001; Norris, 1996; Weaver, 1996; Weaver & Drew, 1995). 이와 관련하여 미디어로 야기된 정치에 대한 냉소주의가 정치참여와 투표율을 낮춘다(Cappella & Jamieson, 1997)는 논의가 있는 반면, 유권자들의 능동적인 미디어 이용이 오히려 투표행위에 긍정적인 영향을 미친다(McLeod & McDonald, 1985; Pinkleton, Austin, & Fortman, 1998; Pinkleton & Austin, 2001)는 논의도 있다. 미디어와 정치참여에 대한 상반된 논의가 있지만, 미디어의 이용이 정치참여와 높은 관련성이 있는 것은 주지의 사실이다. 실제로 다양한 선행연구들에서 미디어 이용 형태와 정치행위가 높은 관련성이 있음을 제시하고 있다(반현 외, 2004; 송종길·박상호, 2005; 이효성·허경호, 2004; Leshner & McKean, 1997; Leshner & Thorson, 2000; Pinkleton et al., 2001). 예를 들어 케벨(Kebbel, 1985)은 정치행위는 연령, 교육 수준과 같은 인구통계학적 변인보다는 미디어 이용과 더 관련성이 있음을 제시하였다. 강내원(2004)은 텔레비전 시청시간은 정치참여와 유의미

한 관계에 있음을 밝혀냈다. 또한, 김무곤과 김관규(2004)는 신문과 인터넷 이용이 정치적 효능감을 가지고 오고, 이러한 효능감이 투표로 이어지면서 미디어 이용이 투표에 영향을 미친다고 주장하였다.

여기서 중요한 쟁점은 정치에 대한 관심으로 인해 미디어를 이용할 시, 그 미디어에 대한 의존도가 높아지고, 정치적 사안에 대해 미디어의 영향을 받을지의 여부이다. 이와 관련하여 미디어 의존 이론(Ball-Rokeach, 1985)에서는 사람들이 특정 미디어를 빈번히 이용할수록 그 미디어에 대한 의존도가 강화된다고 보고 있다. 예를 들면, TV, 신문, 인터넷과 같은 특정 미디어에 의존하는 이용자는 자신이 선호하는 미디어의 메시지에 많은 관심을 기울이게 된다는 것이다(김진영, 2003). 미디어 의존 이론을 통해 미디어의 이용과 정치행위의 관계를 고려했을 때, “자주 이용하는 미디어에 대한 의존도가 높을수록 정치행위를 할 때 그 미디어의 영향력이 높게 나타날 것인가?”라는 의문이 생길 수 있다. 미디어 의존 이론에 따르면 TV를 자주 보는 사람들은 TV에 대한 의존도가 높을 것이고, 인터넷을 자주 이용하는 사람들은 인터넷에 의존도가 높을 것이다. 하지만 다양한 미디어가 공존하는 환경 속에서 특정 미디어의 영향력이 유독 크다고 할 수는 없기에 단순히 미디어에 대한 의존이 높다고 해서 미디어의 이용과 정치행위 사이의 관계를 단언하기는 힘들다.

한편, 정치행위에 대한 미디어의 효과는 프레임링(framing), 의제설정(agenda setting), 점화효과(priming)를 바탕으로 다양한 연구들을 통해 검증되었다. 프레임링에 기초한 연구들은 미디어 이용이 수용자의 정치참여에 직접적으로 영향을 미치는지를 중심으로 다루고 있다. 프레임링은 같은 이슈에 대한 보도라 할지라도 미디어가 어떠한 관점을 가지고 보도를 하느냐에 따라 수용자에게 미치는 영향이 달라진다고 보고 있다. 도브르진스카, 블레이크, 그리고 네이듀(Dobrzynska, Blais, & Nadeau, 2003)는 미디어의 보도 내용이 긍정적인지 부정적인지에 따라 정당에 대한 지지도와 투표의사가 달라진다고 주장하였다. 비록 프레임링이 미디어의 메시지가 일정한 틀에 따라 정의되어 수용자의 인식에 영향을 미친다는 것을 전제하고 있지만, 수용자에게 실제로 어떻게

영향을 미치는지에 대해서는 명확히 제시하지 못하는 한계를 지니고 있다. 이러한 프레이밍의 한계를 극복하고자 제안된 것이 의제설정이다. 의제설정은 특정한 이슈에 관련된 미디어의 의제가 수용자에게 전의되는 현상을 의미한다(McComs & Shaw, 1972). 의제설정이론을 제안한 맥콤스와 쇼(McComs & Shaw, 1972)는 1968년 미국 대통령 선거에서 다양한 선거 캠페인 주제에 대한 미디어의 강조와 유권자의 인식 사이에 높은 관련성이 있음을 밝혀냈다. 하지만 미디어가 강조하는 의제가 항상 수용자들에게 중요한 의제로 인식되는 것은 아니다. 즉, 미디어는 특정한 의제와 관련하여 수용자에게 직접적인 영향을 미치는 것이 아니라, 수용자의 인지구조에 잠재된 생각을 자극함으로써 수용자가 설정된 의제를 평가하도록 한다(이효성, 2006; Iyengar & Kinder, 1987). 이와 관련하여 아이엔거, 피터스 그리고 카인더(Iyengar, Peters, & Kinder, 1982)는 텔레비전 뉴스가 수용자에게 선거 캠페인에 대한 의제를 설정하는 역할을 함으로써 후보자에 대한 평가의 기준을 제시하는 점화효과를 일으킨다고 주장하였다. 다양한 연구들이 점화효과를 바탕으로 미디어 이용과 정치행위의 관련성을 검증하였다. 이효성과 허경호(2004)는 제17대 국회의원 선거에서 노무현 대통령 탄핵과 관련된 미디어 이용이 노무현 대통령의 평가에 유의미한 영향을 미쳤음을 밝혀냈다. 반현 등(2004)은 제17대 국회의원 선거기간 동안 텔레비전 뉴스에서 강조한 선거 이슈가 수용자들의 인지에 영향을 미침으로써 후보자나 정당을 지지하는 결정적 기준으로 작용한다고 보았다. 이처럼 다양한 연구들에서 프레이밍, 의제설정, 점화효과를 바탕으로 정치행위에 대한 미디어의 효과를 고찰하였지만, 대부분의 연구가 미디어 이용이 수용자의 인지에 미치는 영향을 중심으로 다루었다. 또한, 대부분의 연구는 횡단연구라는 한계점을 지니고 있다. 따라서 한 시점에서 자료를 수집하여 미디어 이용과 정치행위 간의 관련성을 볼 수 있을 뿐, 구체적으로 선거의 진행에 따른 수용자들의 미디어 이용이 정치행위 변인들에 어떠한 영향을 미치고, 나아가 투표 의도, 후보자 선택과 같은 최종 투표 행위에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구는 부족한 실정이다. 이러한 맥락에서 본 연구에서는 TV, 신문, 인터넷 이용의 변화가 정치행위의 변화와

관련성이 있는지를 통해 “미디어에 대한 이용이 높을수록 정치행위를 할 때 그 미디어의 영향력이 높게 나타날 것인가?”라는 질문에 대한 답을 구하고자 한다.

3) 지지여부에 따른 후보자 평가

정치행위에서 ‘행위’는 굉장히 폭넓은 개념이다. 정치행위는 다차원적 구성체로 정치적 이슈에 주목하는 정치적 관여(political involvement)와 공동체 활동에 참여하는 방식의 정치적 개입(political engagement), 그리고 실제적인 행동인 정치적 참여(political participation)로 구성되어 있다(성동규·양소정·김양은·임성원, 2007; Easton, 1975; Parry, Moyser, & Day, 1992). 밀브래스와 고엘(Milbrath & Goel, 1977)은 정치행위를 정부를 지지하거나 정부에 영향을 주기 위해 추구하는 모든 개인 시민의 행위라고 정의하였다. 이는 전통적 의미의 정치적 참여(political participation)뿐만 아니라 커뮤니케이션행위와 여론형성과정을 포함한 폭넓은 개념으로 정의할 수 있다. 이와 관련하여 정치심리학 관련 연구에서는 정치적 관심, 정치지식, 정치에 대한 신뢰, 정당 충성도를 정치행위의 중요한 구성요인으로 보았다(Verba, Schlozman, & Brady, 1995). 이에 본 연구에서는 정치적 결과에 영향을 주기 위해 사람들이 추구하는 직접적인 행위뿐만 아니라 후보자에 대한 평가 역시 정치행위로 정의될 수 있다고 판단하였다.

한편, 본 연구에서는 인지일관성이론(cognitive consistency theory; Heider, 1982)의 관점에서 후보자에 대한 평가는 새롭게 만들어지고 외부에서 수용되는 것이 아니라, 수용자들이 이미 가지고 있는 선호에 의해 형성된다고 보았다. 인지균형이론에 따르면 심리상의 조화가 깨어져서 불균형을 이루거나, 부조화로 인해 심리적 긴장감과 불균형을 이룰 때, 인간은 이를 해소하기 위해 기존 태도나 의견을 변화시키거나 거부하여 심리적 균형 상태를 이루려 한다(Abelson et al., 1968). 즉, 인지태도에 균형적인 정보에 더 많은 관심을 가지고, 불균형적 정보는 가능한 회피하려는 경향이 있는 것이다.

이와 관련하여 페스팅거(Festinger, 1957)의 인지부조화 이론에서 비롯된 선택적 노출 이론에 따르면 사람들은 그들의 기존 태도나 관심에 일치하는 정보를 추구하려는 반면, 자신의 태도와 반대되는 정보를 회피하려 한다고 보았다(Kleinhehslink & Edwards, 1975; Stempel, 1981). 예를 들어, 정치캠페인이나 선거 관련 TV토론에서 기존에 가지고 있는 태도에 맞춰 자신이 선호하는 후보의 신뢰할 만한 요인만 중점 부각시켜 본다든지, 지지후보에게 유리한 정보만 통과하거나, 바람직하지 못한 속성이라는 불균형상태를 균형 상태로 회복하기 위해 지지 후보의 이미지보강이나 정당화가 가능한 것이다(김환열, 2000).

또한, 대선 기간 내내 이명박 후보는 압도적인 지지율을 기록했다(이화주, 2007.12.20). 이에 본 연구에서는 이명박 지지자는 다수의견의 소유자로 스스로를 인식하였을 것이며, 비지지자는 소수의견의 소유자로 스스로를 인식하였을 것으로 보았다. 이와 관련하여 침묵의 나선이론이나 제3자 효과이론에 따르면 다수의견 소지자나 소수의견 소지자나에 따라 미디어 이용 형태와 여론 형성 과정에서 상당한 차이를 보인다(박승관·김예리, 2003; 양승찬, 1998; Noelle-Neumann, 1974; Willnat, 1996). 페스팅거(Festinger, 1957, p. 13)의 인지부조화 이론을 미디어 이용 형태와 여론 형성 과정에 적용해볼 수 있다. 구체적으로 침묵의 나선이론에서는 사람들은 사회적 분위기(climate of opinion)를 통해 자신의 의견과 타인이 가지는 의견과의 일치 또는 불일치를 지각한다. 이명박 지지와 이명박 비지지라는 상호경쟁적인 두 대안 중 하나를 선택하는 상황에서 사람들은 자신이 선택하지 않은 대안이 가지는 긍정적인 점을 통해 심리적 부조화를 느낄 수 있다. 이때 지각되는 부조화를 감소시키기 위해 사람들은 자신의 선택에 대한 긍정적인 정보를 찾는 동시에 자신이 선택하지 않은 대안에 관한 부정적인 정보를 추구한다(박승관·김예리, 2003).

반면, 브록, 알버트 그리고 베커(Brock, Albert & Becker, 1970)는 사람들이 인지부조화를 일으키는 정보라 하여 무조건 회피하는 것은 아니라고 주장하였으며, 사람들의 정보 추구행위는 그 정보에 대한 사람들의 친숙한 정도에 의해 결정된다고 보았다. 이에 본 연구에서는 이명박 지지 집단과 이명박

비지지 집단은 차별화된 성향을 보일 것이며, 이러한 성향은 미디어 이용에서도 차이를 보일 것으로 가정하였다. 구체적으로 각 미디어가 가지는 정치적 성향에 따라 이명박 지지 집단과 이명박 비지지 집단은 미디어 이용 행태에서 차이를 보일 것으로 가정하였다. 커뮤니케이션 이론적 관점 외에도 우리 사회에서는 신문은 대체로 보수적이고, 인터넷은 대체로 진보적인 성향이 강하다는 인식이 팽배해 있다. 노무현 정부 시절 탄핵문제를 비롯하여, 지난 대선에서도 이러한 미디어별 정치적 지향성에 대한 많은 논란이 있었다. 이에 이러한 인식이 경험적으로 검증될 수 있는가를 살펴보고자 한 것도 본 연구의 목적 중 하나라 할 수 있다. 이러한 맥락에서 본 연구에서는 이명박 지지자와 비지지자를 비교하였다.

3. 연구방법

1) 연구문제 및 연구모형

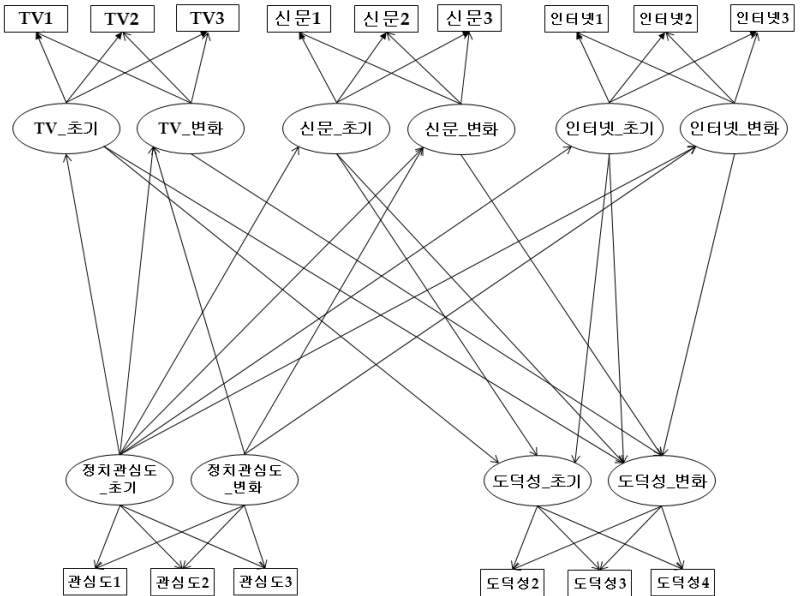
본 연구에서는 종단연구를 통해 미디어 이용이 유권자의 정치행위에 어떠한 영향을 미치는지를 미디어 효과의 차원에서 파악하고자 한다. 본 연구에서는 유권자들의 정치행위보다 구체적으로 이명박 후보의 도덕성을 평가하는데 있어 인구통계학적인 변인보다는 미디어 이용과 이명박 후보에 대한 지지 유무가 유의미한 영향을 미칠 것으로 보았다. 이에 본 연구에서는 정치관심도가 유권자들의 미디어 이용에 어떠한 영향을 미쳤으며, 유권자의 미디어 이용이 이명박의 도덕성 평가에 어떠한 영향을 미쳤는지를 이명박 지지 집단과 비지지 집단으로 구분한 후, 집단 간 비교를 통해 알아보았다. 이론적 논의를 바탕으로 도출한 본 연구의 연구문제를 정리하면 다음과 같다.

연구문제 1: 정치관심도, 미디어 이용(TV, 신문, 인터넷), 이명박 후보의 도덕성 평가는 시간의 경과에 따라 변화하는 경향성이 있는가?

연구문제 2: 정치관심도가 유권자들의 미디어 이용에 어떠한 영향을 미쳤으며, 미디어 이용이 이명박의 도덕성 평가에 어떠한 영향을 미쳤는가?

연구문제 3: 정치관심도가 미디어 이용에, 미디어 이용이 이명박의 도덕성 평가에 영향을 미치는 방식은 이명박 지지 집단과 비지지 집단에서 집단 간의 차이를 보일 것인가?

본 연구에서 도출한 연구문제를 잠재성장모형을 통해 검증하기 위해 본 연구에서는 연구 모형을 <그림 1>에 나타난 바와 같이 설정하였다.



<그림 1> 기본 연구모형

2) 연구대상 및 절차

본 연구는 동아시아연구원(EAI)·SBS·중앙일보·한국리서치에서 공동으로 기획한 ‘선거여론조사’의 일환으로 실시된 ‘2007년 대선 패널조사’ 자료를 사용해 통계 분석을 실시하였다. 조사 자료는 성별·연령별·지역별 전국인구 비례에 맞게 모집된 3,500명의 대규모 패널을 대상으로 4월 25일부터 대선이 있는 12월 20일까지 8개월에 걸쳐 총 6차례 반복조사를 통해 수집되었다. 본 연구에서는 미디어 이용 변인과 도덕성 평가 변인이 추가된 2차(2007년 8월 10일), 3차(2007년 10월 17일), 4차(2007년 11월 25일), 5차(2007년 12월 10일)의 자료를 사용하였으며, 수집된 자료를 통해 모두 1,199명(여성 584명(48.7%), 남성 615명(51.3%), 평균연령(표준편차)=42.77(13.34))의 유효응답을 얻었다.

3) 측정도구

(1) 정치관심도

“올해 12월에 있을 대통령 선거에 얼마나 관심이 있으십니까?”란 질문을 통해 정치관심도를 측정하였다. 문항은 4점 척도(전혀 관심이 없다=1, 매우 관심이 많다=4)로 이루어져 있다.

(2) 미디어 이용

대통령 선거와 관련한 미디어의 이용 정도는 TV, 신문, 인터넷 이용에 대하여 각각 단일 문항으로 측정하였다. 문항의 예는 “지난 일주일 동안 TV(신문·인터넷)를 통해 대통령 선거와 관련한 뉴스를 얼마나 자주 보셨습니까?”이며, 모든 문항은 4점 척도(전혀 보지 않았다=1, 거의 매일 보았다=4)로 이루어져 있다.

(3) 도덕성 평가

“이명박 후보의 도덕성에 대해 어떻게 평가하십니까?”란 문항을 통해 이명박 후보에 대한 도덕성을 평가를 측정하였으며, 문항은 11점 척도(매우 미흡하다=0, 보통이다=5, 매우 충분하다=10)로 이루어져 있다.

(4) 요인의 산정

구조방정식모형에서는 각 변인들의 정상분포조건이 충족되지 않았을 경우 왜곡된 결과가 도출될 수 있다. 구조방정식모형에서의 정상분포조건(편포도 < 2, 첨도 < 4)을 고려했을 때(Hong, Malik, & Lee, 2003), 본 연구에서 사용한 변인들의 편포도와 첨도는 구조방정식모형을 적용하는 데 필요한 정상분포조건을 충족시키고 있다. <표 1>에 측정 변인들의 기술적 통계치를 이명박 지지 집단과 비지지 집단으로 나누어 제시하였다.

<표 1> 각 집단별 변인의 평균, 표준편차, 편포도와 첨도

	이명박 지지(N=646)				이명박 비지지(N=533)			
	평균	표준편차	편포도	첨도	평균	표준편차	편포도	첨도
정치관심도 2차	3.184	.721	-.391	-.663	3.103	.753	-.351	-.643
정치관심도 3차	3.316	.679	-.547	-.509	3.181	.730	-.434	-.556
정치관심도 4차	3.378	.670	-.740	-.029	3.266	.702	-.548	-.362
TV 이용 2차	3.221	.918	-.875	-.326	3.088	.980	-.653	-.793
TV 이용 3차	3.297	.862	-.948	-.128	3.192	.948	-.763	-.682
TV 이용 4차	3.452	.818	-1.377	.995	3.321	.875	-1.030	-.007
신문 이용 2차	2.673	1.246	-.225	-1.585	2.611	1.287	-.146	-1.682
신문 이용 3차	2.692	1.235	-.270	-1.542	2.577	1.279	-.104	-1.675
신문 이용 4차	2.788	1.249	-.390	-1.506	2.629	1.306	-.161	-1.711
인터넷 이용 2차	2.212	1.203	.375	-1.431	2.289	1.252	.312	-1.552
인터넷 이용 3차	2.364	1.251	.202	-1.598	2.398	1.280	.140	-1.670
인터넷 이용 4차	2.487	1.258	.030	-1.647	2.536	1.316	-.044	-1.745
도덕성 3차	4.632	2.361	.019	-.151	3.415	2.389	.388	-.227
도덕성 4차	4.977	2.226	-.035	.083	3.687	2.551	.219	-.547
도덕성 5차	5.032	2.285	-.259	.077	3.880	2.677	.169	-.694

4) 분석방법

정치관심도, 미디어 이용, 도덕성 평가 사이의 관련성을 알아보기 위해 각 변인에서의 변화를 추정하고 그 변인의 변화에서의 관련성을 추정할 수 있는 잠재성장모형(latent growth modeling: LGM)을 적용하였다. 잠재성장모형을 이용하면 어떤 변인에서의 변화를 간명하게 설명할 수 있는 함수를 정의하고 변화에서의 개인차가 유의미한지를 검증할 수 있다. 변화함수가 선형(linear)이면 절편과 기울기에서 개인차의 의미는 초기치(initial status)와 변화율(change rate)에서의 개인차가 된다.

잠재성장모형의 분석을 위해 구조방정식모형 분석용 통계프로그램인 AMOS 7.0을 사용하였으며, 모형의 추정방법으로 최대우도법(maximum likelihood: ML)을 사용하였다. 최대우도법을 사용하려면 결측치(missing data)가 없어야 하므로 결측치가 빈번히 발생하는 종단연구에서 최대우도법을 그대로 사용할 수 없다. 본 연구에서는 결측치가 있는 자료를 분석하기 위해 Full Information Maximum Likelihood(FIML) 추정방법을 이용하였다. FIML은 한 변수의 결측치가 무선적으로 발생했거나(missing completely at random: MCAR), 한 변수의 결측 여부가 다른 변수의 값에 의해 결정되는 경우(missing at random: MAR)에 listwise 또는 pairwise와 같은 전통적인 방법을 이용하는 것보다 정확하게 미지수 추정을 한다(Arbuckle, 1996).

모형의 평가방법에는 X^2 검증을 이용하는 방법과 적합도 지수를 이용하는 방법이 있다. 그러나 X^2 검증은 표본 크기에 민감하고, 영가설에 대해 너무 엄격하므로 X^2 검증에 전적으로 의존하여 모형을 평가하지는 않는다. 본 연구에서는 표본 크기에 민감하지 않고, 모형의 간명성을 고려하였으며, 적합도 평가지수가 확립된 RMSEA와 TLI를 통해 모형의 적합도를 평가하였다. RMSEA 값은 .05 이하(Browne & Cudeck, 1993) 또는 .06 이하(Hu & Bentler, 1999)이면 모형의 적합도가 좋은 것으로 해석한다. TLI의 경우 그 값이 .90 이상이면 적합도가 좋다고 할 수 있다(Bentler, 1990; Tucker & Lewis, 1973).

4. 연구결과

1) 요인별 시간추이에 따른 변화

본 연구에서는 정치관심도와 미디어 이용 그리고 이명박 후보에 대한 도덕성 평가가 시간의 흐름에 따라 어떻게 변화하는지를 탐색하였다. 나아가 본 연구에서는 정치관심도, 미디어 이용, 도덕성 평가의 인과성을 고려하여 그 측정시점을 <표 2>에 제시된 바와 같이 달리하였다. 각 시점에서 측정된 변인들의 변화를 알아보기 위해 먼저 각 변인들의 평균값을 구하였다. 각 시점별 변인의 평균과 표준편차는 <표 2>에 제시하였다.

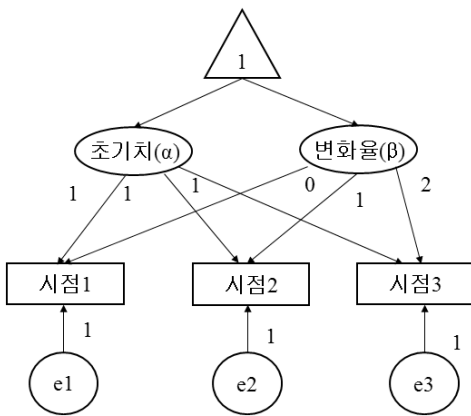
<표 2> 변인별 평균 및 표준편차(N=1,199)

	2차	3차	4차	5차
	평균(표준편차)	평균(표준편차)	평균(표준편차)	평균(표준편차)
정치관심도	3.147(.737)	3.254(.706)	3.261(.687)	
TV	3.160(.949)	3.249(.904)	3.392(.847)	
신문	2.644(1.265)	2.639(1.256)	2.715(1.277)	
인터넷	2.248(1.226)	2.380(1.264)	2.509(1.285)	
도덕성 평가		4.071(2.449)	4.382(2.466)	4.500(2.539)

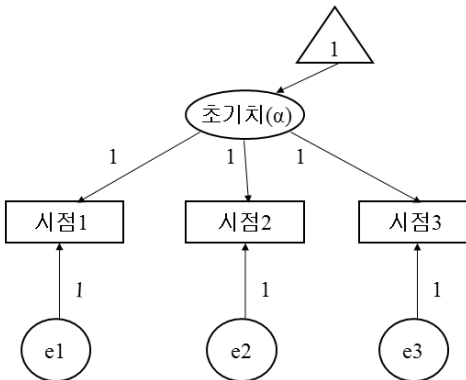
2) 요인별 분석모형

정치관심도, TV 이용, 신문 이용, 인터넷 이용, 도덕성 평가 요인의 변화정도를 바탕으로 관련성을 추정하는 잠재성장모형을 적용하기 전에 각 요인에 대해 적절한 변화함수를 사용한 모형을 결정하였다. <표 2>에 제시된 세 시점의 평균의 변화를 바탕으로 각 요인에 대해 무변화모형 또는 선형변화모형을 적용하였다. 세 시점에서 변화가 일관성 있게 증가하거나 감소한 변수의

경우에는 선형모형을 적용하였다. 세 시점에서 변화가 일관성 있게 증가하거나 감소하지 않고, 증가-감소 또는 감소-증가의 형태를 보이는 변수의 경우에는 무변화모형을 적용하였다. 체계적인 변화 추이를 보이지 않고 매 시점에서 발생한 변화는 무선오차(random error)로 간주하였다(이수진·홍세희·박중규, 2005). <그림 2>와 <그림 3>에 선형변화모형과 무변화모형에 대한 측정모형을 제시하였다.



<그림 2> 선형변화모형



<그림 3> 무변화모형

각 시점에서 평균변화를 검토한 후, 각 요인에 따른 변화모형의 여부를 결정하기 위해 모형의 적합도를 검토하였다(Hong & Ho, 2005). 각 요인의 모형 적합도와 무변화모형의 초기치의 평균과 분산, 선형변화모형의 초기치의 평균과 분산, 변화율의 평균과 분산을 <표 3>에 제시하였다.

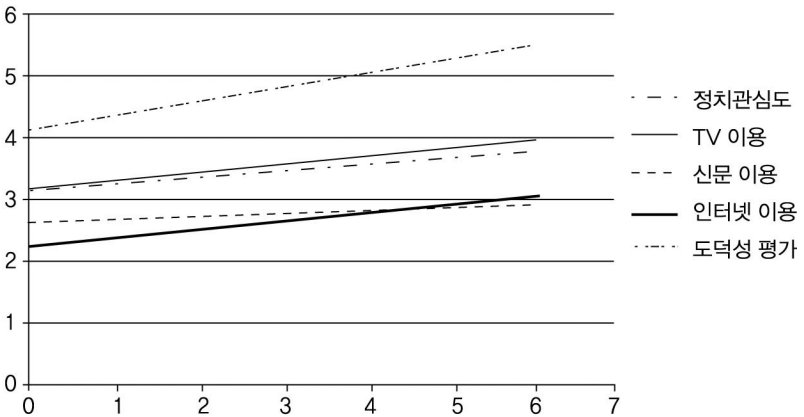
<표 3> 각 요인의 모형 적합도와 모형에 대한 결과(N=1,199)

		X ²	df	p	TLI	RM SEA	초기치		변화율	
							평균	분산	평균	분산
정치관심도	무변화	110.554	4	.000	.942	.149	3.257***	.317***		
	선형변화	1.460	1	.227	.999	.020	3.154***	.351***	.088***	.050***
TV 이용	무변화	96.238	4	.000	.848	.139	3.281***	.419***		
	선형변화	1.645	1	.200	.996	.023	3.150***	.515***	.118***	.077***
신문 이용	무변화	34.231	4	.000	.976	.079	2.667***	1.141***		
	선형변화	2.983	1	.084	.994	.041	2.627***	1.054***	.039**	.080**
인터넷 이용	무변화	98.935	4	.000	.913	.141	2.385***	1.069***		
	선형변화	.005	1	.946	1.004	.000	2.249***	1.026***	.129***	.111***
도덕성 평가	무변화	63.637	4	.000	.935	.053	4.335***	3.905***		
	선형변화	3.035	1	.082	.991	.041	4.108***	3.618***	.214***	.252

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

<표 3>에 제시된 바와 같이 세 시점에서 정치관심도, TV이용, 신문이용, 인터넷 이용 그리고 도덕성 평가를 무변화모형에 적용시킨 결과 모형의 적합도가 좋지 않은 것을 알 수 있다. 반면, 선형변화모형에 적용시킨 결과 모형의 적합도가 매우 만족할 만한 수준으로 나타났다. 이를 통해 정치관심도, 미디어 이용(TV, 신문, 인터넷), 이명박 후보의 도덕성 평가는 시간의 경과에 따라 통계적으로 유의미하게 변화하는 것을 알 수 있다. 또한 정치관심도와 미디어 이용의 초기치와 변화율의 분산이 통계적으로 유의미하게 나타났기 때문에 정치관심도와 미디어 이용의 초기치와 변화율에 개인 차이가 존재하는 것을 알 수 있다. 반면, 도덕성 평가의 경우 초기치의 분산만이 통계적으로 유의미

하게 나타났기 때문에 도덕성 평가의 초기치에만 개인 차이가 존재하는 것을 알 수 있다. <그림 4>는 잠재성장모형의 결과를 통해 각 요인의 선형변화모형을 그래프로 나타낸 것이다.



<그림 4> 각 요인의 선형변화모형 그래프

3) 이명박 지지 집단과 비지지 집단에서의 연구 모형 검증

각 요인의 잠재성장모형 결과를 바탕으로 정치관심도, 미디어 이용, 도덕성 평가의 관계를 설정한 다변량 잠재성장모형을 검증하였다. 연구모형의 적합도는 만족할 만한 수준이었다($X^2(77, N=1,199) = 302.434, p < .001, TLI = .956, RMSEA = .049$). 연구모형의 적합성이 검증되었기에 연구모형을 통해 정치관심도가 유권자들의 미디어 이용에 어떠한 영향을 미쳤으며, 유권자의 미디어 이용이 이명박 후보의 도덕성 평가에 어떠한 영향을 미쳤는지를 이명박 지지 집단과 비지지 집단으로 집단을 구분한 후, 집단 간 비교를 통해 알아보았다. 집단 간의 비교를 위해서는 측정 모형의 형태 동일성, 절편 요인

의 평균 동일성, 기울기 요인의 평균 동일성이 성립되어야 한다.

측정모형의 형태 동일성은 동일한 모형을 두 집단에 적합하여야 한다. 즉, 비교하고자 하는 집단의 측정모형이 같은지 평가한다. 형태 동일성 검증을 위해서는 각 집단 별로 경쟁모형들을 가지고 모형들 간의 적합성을 분석한다. 각 집단별로 경쟁모형 중에서 동일한 모형이 가장 적합한 모형으로 나타나면 형태 동일성이 만족된 것이다. 형태 동일성 검증을 위해 우선 연구모형을 이명박 지지 집단과 비지지 집단에서 비교하였다. 모형의 적합도는 두 집단 모두 만족할 만한 수준으로 나타났다(이명박 지지 집단: $X^2(77, N=646) = 200.669, p < .001, TLI = .953, RMSEA = .050$, 이명박 비지지 집단: $X^2(77, N=553) = 170.647, p < .001, TLI = .960, RMSEA = .047$). 두 집단 모두에서 연구모형이 만족할 만한 수준을 보였으므로 형태 동일성 검증을 실시하였다. 형태 동일성 검증결과, 모형의 적합도는 만족할 수준으로 나타났다($X^2(54, N=1,199) = 374.077, p < .001, TLI = .956, RMSEA = .035$).

형태 동일성이 성립되었기에 다음 단계로 절편 요인의 평균 동일성을 검증하였다. 형태 동일성 모형(모형 1)과 각 요인의 절편(초기값)까지 동일화 제약을 가한 절편 요인의 평균 동일성 모형(모형 2) 간의 적합도를 비교하였다. 모형 1과 모형 2의 X^2 값의 차이($\Delta X^2(5, N=1,199) = 8.92, p = .112$)는 유의미하였으므로 X^2 값의 차이에 의한 절편 동일성은 성립되었다. 또한, 모형의 적합도 역시 좋아졌으므로($\Delta TLI = .000, \Delta RMSEA = -.001$), 절편 요인의 평균 동일성은 성립되었다.

절편 요인의 평균 동일성이 성립되었으므로, 기울기 요인의 평균 동일성을 검증하였다. 기울기 요인의 평균 동일성 검증은 각 집단의 기울기를 동일하게 고정한 후, 절편 요인의 평균 동일성 모형과의 비교를 통해 검증이 가능하다. 이를 위해 절편 요인의 평균 동일성 모형(모형 2)과 기울기 요인의 평균 동일성 모형(모형 3)의 적합도를 비교하였다. 모형 2와 모형 3의 X^2 값의 차이($\Delta X^2(5, N=1,199) = 6.08, p = .299$)는 유의미하였으므로 X^2 값의 차이에 의한 절편 동일성은 성립되었다. 또한, 모형의 적합도 역시 좋아졌으므로($\Delta TLI = .001, \Delta RMSEA = .000$), 기울기 요인의 평균 동일성은 성립되었다. 이를

통해 본 연구에서 설정한 연구모형이 이명박 지지 집단과 비지지 집단에서 동일하게 작용하는 것을 알 수 있다. <표 4>는 각각의 동일성 검증에 대한 적합도 지수를 제시한 것이다.

<표 4> 동일성 검증에 대한 적합도 지수

	X^2	<i>df</i>	TLI	RMSEA
모형1: 형태 동일성	374.077	154	.956	.035
모형2: 절편 요인의 평균 동일성	382.994	159	.956	.034
모형3: 기울기 요인의 평균 동일성	389.074	164	.957	.034

측정모형의 동일성이 높은 수준에서 검증되었으므로 정치관심도가 유권자들의 미디어 이용에 어떠한 영향을 미치고, 유권자의 미디어 이용이 이명박 후보의 도덕성 평가에 어떠한 영향을 미치는지를 집단 간 비교를 통해 알아보았다. 이명박 지지 집단과 비지지 집단에서의 경로계수는 <표 5>에 정리되어 있다.

<표 5>를 통해 이명박 지지 집단과 비지지 집단 모두에서 정치관심도의 초기값이 높을수록 TV 이용, 신문이용, 인터넷 이용의 초기값이 높았다. 반면, 이명박 지지 집단에서 정치관심도의 초기값이 높을수록 시간의 흐름에 따라 TV 이용이 감소하는 경향을 보였다. 또한, 정치관심도가 증가할수록 TV 이용 역시 증가하는 것을 두 집단에서 확인할 수 있다. TV 이용의 경우, 이명박 지지 집단과 비지지 집단 모두에서 TV 이용의 초기값이 높을수록 도덕성 평가의 초기값이 높았으며, 이명박 지지 집단에서 TV 이용의 초기값이 높을수록 시간의 흐름에 따라 도덕성 평가가 증가하는 경향을 보였다. 반면, TV 이용이 증가할수록 도덕성 평가가 감소하는 것을 두 집단에서 확인할 수 있다. 신문 이용의 경우, 이명박 비지지 집단에서만 신문 이용의 초기값이 높을수록 도덕성 평가가 높았으며, 신문 이용이 증가할수록 도덕성 평가가 감소하였다. 인터넷 이용에서, 인터넷 이용의 초기값이 높을수록 이명박 지지

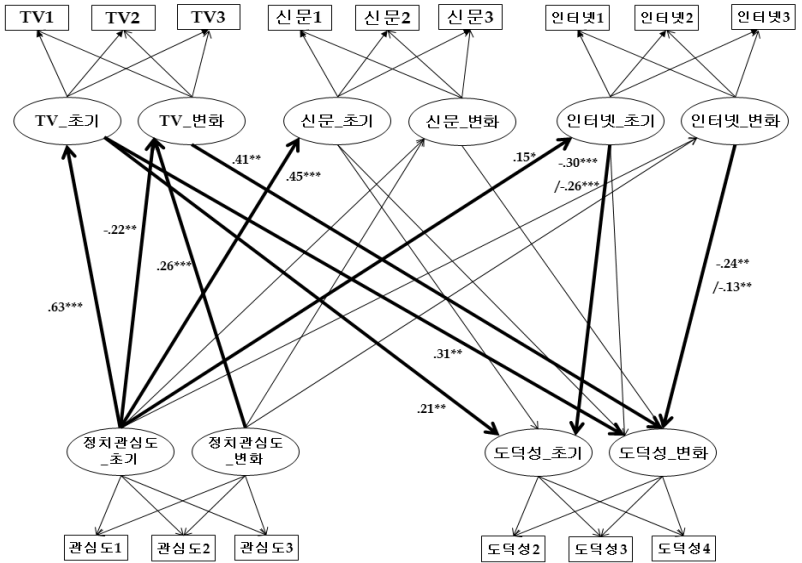
<표 5> 모형의 집단별 경로계수와 경로계수에 동일성 제약을 가한 모형

모수	이명박 지지	이명박 비지지	X ² 변화량	TLI 변화량
정치관심도 초기값 → TV 이용 초기값	.627 ^{***}	.561 ^{***}	1.141	.000
정치관심도 초기값 → TV 이용 변화율	-.217 [*]	-.130	.037	.000
정치관심도 변화율 → TV 이용 변화율	.298 ^{**}	.178 [*]	.009	.000
정치관심도 초기값 → 신문 이용 초기값	.452 ^{***}	.515 ^{***}	.007	.000
정치관심도 초기값 → 신문 이용 변화율	-.013	-.092	1.668	.000
정치관심도 변화율 → 신문 이용 변화율	.081	.142	.025	.000
정치관심도 초기값 → 인터넷 이용 초기값	.145 [*]	.174 [*]	1.460	.000
정치관심도 초기값 → 인터넷 이용 변화율	-.094	-.112	.019	.000
정치관심도 변화율 → 인터넷 이용 변화율	.052	.020	.100	.000
TV 이용 초기값 → 이명박 도덕성 평가 초기값	.182 [*]	.165 [*]	.085	.000
TV 이용 초기값 → 이명박 도덕성 평가 변화율	.416 ^{**}	.082	2.092	.000
TV 이용 변화율 → 이명박 도덕성 평가 변화율	-.610 ^{***}	-.150 [*]	2.022	.000
신문 이용 초기값 → 이명박 도덕성 평가 초기값	.013	-.045	.496	.000
신문 이용 초기값 → 이명박 도덕성 평가 변화율	-.004	.441 ^{***}	3.447	.000
신문 이용 변화율 → 이명박 도덕성 평가 변화율	.056	-.469 ^{***}	1.050	.000
인터넷 이용 초기값 → 이명박 도덕성 평가 초기값	-.223 ^{**}	-.363 ^{***}	6.074 [*]	.001
인터넷 이용 초기값 → 이명박 도덕성 평가 변화율	.089	-.165 [*]	3.718	.000
인터넷 이용 변화율 → 이명박 도덕성 평가 변화율	-.368 ^{**}	.137	6.064 [*]	.001
모든 경로에 동일성 제약			130.537	.015

Note. 숫자는 표준화된 계수, *p<.05, **p<.01, ***p<.001.

집단과 비지지 집단 모두 도덕성 평가의 초기값이 높았다. 반면, 이명박 비지지 집단에서는 인터넷 이용의 초기값이 높을수록 도덕성 평가가 감소하였으며, 이명박 지지 집단에서는 인터넷 이용이 증가할수록 도덕성 평가가 감소하였다.

두 집단 사이에 혹시나 존재할지도 모를 경로계수 간의 유의미한 차이를 알아보기 위해 모형 내에 존재하는 18개의 경로계수에 각각 동일화 제약을 가한 모형 18개를 기저모형과 비교하였다. <표 5>에 제시된 바와 같이 모든



<그림 5> 모든 경로의 경로계수까지 동일성의 제약을 가한 모형

Note. 통계적으로 유의미한 경로만 굵은 선으로 표시한 후 수치 제시. 나타난 수치는 이명박 지지 집단에서의 표준화된 계수이며, 이명박 비지지 집단과 유의미한 차이를 보이는 경로계수만 이명박 지지/이명박 비지지의 순으로 표기($X^2(182, N=1,199) = 519.612, p < .001, TLI = .942, RMSEA = .039$). * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

경로계수까지 동일화 제약을 가해도 모형의 적합도는 거의 변하지 않았다($\Delta X^2(18, N=1,199) = 130.538, p < .001, \Delta TLI = -.015, \Delta RMSEA = .005$). 다만, 인터넷 이용의 초기값이 도덕성 평가의 초기값에 영향을 미치는 경로 ($\Delta X^2(1, N=1,199) = 6.074, p < .05$)와 인터넷 이용의 변화율이 도덕성 평가의 변화율에 영향을 미치는 경로($\Delta X^2(1, N=1,199) = 6.064, p < .05$)에 대한 동일화 제약에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 이는 본 연구에서 제시한 모형이 인터넷 이용이 이명박 도덕성 평가에 영향을 미치는 두 경로(인터넷 이용 초기값 \rightarrow 이명박 도덕성 평가 초기값, 인터넷 이용 변화율 \rightarrow 이명박 도덕성 평가 변화율)를 제외하고는 이명박 지지 집단과 이명박 비지지 집단

모두에서 적용될 수 있음을 의미한다. 인터넷 이용 초기값이 이명박 도덕성 평가 초기값에 영향을 미치는 경로와 인터넷 이용 변화율이 이명박 도덕성 평가 변화율에 영향을 미치는 경로를 제외한 모든 경로의 경로계수까지 동일성의 제약을 가한 모형의 모수 추정치를 <그림 5>에 제시하였다.

5. 결론

선거과정에서 유권자들의 미디어 이용은 정보습득과 상황판단이란 측면에서 중요하다. 한국의 선거과정은 특정 사건의 진위논쟁과 이와 연관된 뉴스에 따라서 후보자들의 지지율이 급변하는 특성을 보여왔다. 제15대 대선 초반에 이회창 후보가 김대중 후보에게 2배의 지지율을 기록했으나, 결국 아들의 병역문제로 김대중 후보에게 패배하였다. 이 과정에서 김대중 씨의 증언 여부에 대한 진위여부가 미디어를 장식하였고 선거결과에 영향을 미쳤다. 소위 ‘병풍(兵風)’ 사건이었다. 제16대 대선에서 노무현 후보자의 지지자들인 ‘노사모’의 모바일을 통한 선거운동과 투표독려운동은 잘 알려져 있다. 정당지지자들을 통한 선거운동이 아닌 ‘노사모’의 바람이 노무현 후보의 당선에 결정적 역할을 하였다고 해도 과언이 아니다.

이와 관련하여, 미디어가 유권자에 영향을 미치는 연구들에서 미디어 이용이 정치참여과정에 미치는 다양한 효과를 검증하였다. 하지만 이러한 연구들은 대부분 횡단연구방법과 같은 방법론적 제약으로 인해, 미디어가 유권자에게 미치는 영향의 변화와 같은 미디어의 본질에 대한 고찰과 미디어 이용과 정치참여의 관련성을 유추하는 데 상당한 어려움이 따랐다. 기존의 연구들은 미디어의 이용이 정치행위에 미치는 직접적인 효과를 중심으로 다룬 반면, 시간의 변화에 따라 유권자들의 미디어 이용이 여타 다양한 변인들과 어떠한 상호작용을 통해 정치행위에 영향을 미치는지에 대한 연구는 부족한 실정이다.

본 연구에서는 지난 제17대 대통령 선거기간 동안 정치관심도가 유권자들의 미디어 이용(TV, 신문, 인터넷)에 어떠한 영향을 미쳤으며, 미디어 이용이

이명박 후보의 도덕성 평가에 어떠한 영향을 미쳤는지를 잠재성장모형을 통해 분석하였다. 또한, 정치관심도, 미디어 이용, 도덕성 평가 간의 관계가 이명박 지지 집단과 비지지 집단에서 어떠한 차이를 보이는지를 살펴보았다. 연구모형의 분석에 앞서 각 요인의 변화모형을 분석한 결과, 정치관심도, TV 이용, 신문 이용, 인터넷 이용, 그리고 이명박에 대한 도덕성 평가 모두 시간 경과에 따라 정적으로 변화하는 것을 알 수 있다. 이를 통해 선거기간이 진행될수록 유권자들의 정치관심도와 미디어 이용이 증가하는 것을 알 수 있으며, 이명박에 대한 도덕성 평가 역시 선거기간이 진행될수록 긍정적인 방향으로 변화하는 것을 확인할 수 있다. 또한, 시간의 변화에 따라 초기값과 변화율의 분산이 통계적으로 유의미한 결과를 통해 정치관심도, 미디어 이용, 도덕성 평가에서 유의미한 개인차가 있음을 발견할 수 있었다. 이러한 결과는 정치관심도와 미디어 이용에 대해 다양한 상황과 행동의 원천, 결과를 반영하는 다각적인 측정을 사용하여 정치관심도와 미디어 이용을 측정해볼 필요성을 제기한다.

제17대 대통령 선거에서 가장 큰 이슈는 ‘이명박 후보의 도덕성에 대한 판단’ 여부였다. 소위 북한 핵문제의 연장선상에서 ‘대북한 이슈’도 있었다. 또한 이명박 후보가 제시했던 ‘한반도 대운하 이슈’도 있었다. 그럼에도 불구하고, 이명박 후보의 BBK 연루 문제는 한나라당의 경선과정에서뿐만이 아니라 제17대 대선 과정에서 최대 이슈였다. 이명박 후보의 BBK 연루 여부를 중심으로 대통령 후보로서 이명박 후보의 도덕성 이슈는 여타의 이슈들을 통한 후보자간 비교를 압도하였다. 분석 결과, 이명박 후보의 도덕성에 대한 판단 여부는 미디어의 종류와 미디어의 이용 정도에 따라서 다르게 나타났다. 본 연구에서 제시한 연구모형의 분석결과와 함의를 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 상대적으로 선거관심도가 높은 유권자들은 그렇지 않은 유권자보다 미디어 종류에 상관없이 미디어 이용 시간이 많았다. 즉, 이명박 지지 집단과 비지지 집단 모두에서 정치관심도의 초기값이 높을수록 TV 이용, 신문 이용, 인터넷 이용의 초기값이 높은 것으로 나타났다. 이것은 정치관심도가 높은 유권자들이 그렇지 않은 유권자들보다 더 적극적으로 정보를 습득할 가능성

이 크며, 나이가 실제로 투표할 가능성이 높다는 기존 관념을 확인해준다(박찬욱, 1993; 이남영, 1993). 하지만, 유권자들을 이명박 지지 집단과 비지지 집단으로 구분하는 경우 미디어의 종류에 따라서 유권자들의 행태는 차별성을 보여주고 있다. 예를 들어, 이명박 지지 집단과 비지지 집단 모두에서 정치관심도가 증가할수록 TV 이용이 증가함에도 불구하고, 이명박 지지 집단에서만 정치관심도의 초기값이 높을수록 시간의 흐름에 따라 TV 이용이 감소하는 경향을 보여주고 있기 때문이다. 비록 정치관심도가 증가할수록 TV 이용이 증가하지만, 지지 집단의 경우 정치관심도가 원래 높은 유권자들의 경우 오히려 TV 이용이 감소하고 있다. 이것은 대선 막판에 이명박 후보에게 BBK와 관련하여 불리한 상황들이 조성되는 상황에서 이명박 지지 집단은 TV 이용이 감소했음을 보여준다. 또한, 대선 투표 3일전에 BBK 동영상 인터넷상에 게시되었지만 오히려 이명박 후보자의 지지를 결속시켰다는 해석도 이명박 지지자들은 TV 이용에서 감소를 보였다는 연구결과의 연장선상의 논리로 볼 수 있다(김성태, 2008).

둘째, TV 이용의 경우, 다른 미디어들과 비교하여, 이명박 지지 집단과 비지지 집단 사이에 이명박 후보의 도덕성 평가에 대한 차별성이 상대적으로 약하다. 우선, 이명박 지지 집단과 비지지 집단 모두에서 TV 이용의 초기값이 높을수록 도덕성 평가의 초기값이 높았다. 동시에 이명박 지지 집단과 비지지 집단 모두에서 TV 이용이 증가할수록 도덕성 평가가 감소하였다. 17대 대선 과정에서 선거 막판에 김경준 씨가 귀국하면서 또한 이명박 후보의 동영상 공개되면서 많은 유권자들은 BBK의 실소유주가 이명박 후보일 것이며, 따라서 이명박 후보가 BBK와 상관없다는 주장이 거짓이라고 생각했을 가능성이 크다는 것을 의미한다. 중요한 것은 TV 이용이 증가할수록 이명박 후보 지지 집단도 이명박 후보의 도덕성에 문제가 있다고 생각하였다는 점이다. 이것은 TV의 경우 화면을 통해 실제 동영상을 보여주기 때문에 유권자들로 하여금 이중해석을 하게 할 여지가 다른 미디어들보다 적기 때문으로 판단된다. 즉, 특정 후보자에 대한 지지여부와 상관없이 이명박 후보 지지 집단이나 비지지 집단 모두는 TV를 이용하는 시간이 증가할수록 이명박 후보의 도덕성 평가에

부정적인 입장을 견지하는 방향으로 수렴하고 있다. 하지만, TV 이용의 경우, 이명박 지지 집단과 비지지 집단 사이에 이명박 후보의 도덕성 평가에 대한 차별성도 존재한다. 이명박 지지 집단에서 TV 이용의 초기값이 높을수록 시간의 흐름에 따라 도덕성 평가가 증가하는 경향을 보였다는 결과를 볼 때, 이명박 지지 집단이 이명박 후보의 도덕성에 문제가 있다고 생각했을지라도 이명박 후보에 대한 지지를 철회하지 않았을 가능성이 크다. ‘경제활성화’를 성공적으로 수행할 능력이 도덕성보다 중요하다고 생각하여 이명박 후보에 대한 지지를 철회하지는 않았을 것이란 의미이다. 이것은 유권자들이 일반적으로 미디어에 영향을 받는 것이 아니고 주관적으로 미디어의 정보를 판단하면서 수용할 가능성이 동시에 존재함을 말한다. 궁극적으로 이것은 선거과정에서 지지하는 후보자를 바꿀 가능성이 있는 부동산 유권자의 경우에도 궁극적으로 처음에 지지했던 후보자로 회귀하는 회귀적 부동산이 다수를 이룬다는 선행연구의 결과를 고려했을 때(진영재 2008), 한국의 유권자들은 처음에 결정한 후보자들을 지지하는 성향을 유지할 가능성이 높다는 것이다. 물론 신문을 주요하게 활용하는 유권자의 경우 그러한 경향이 다른 미디어 이용자보다 더 강할 수 있다는 의미이다.

셋째, 신문의 경우, 이명박 비지지 집단에서만 신문 이용이 증가할수록 도덕성 평가가 감소하였다. 이것은 TV 이용과 좋은 대비가 된다. TV 이용의 경우 이명박 지지 집단과 비지지 집단 모두에서 TV 이용이 증가할수록 도덕성 평가가 감소한 바 있다. 상대적으로 보도에 대한 심층분석이 가능하고 시간의 제약을 받지 않으며 특정 후보에 대한 지지표명이 분명한 신문의 경우엔 이명박 비지지 집단에서만 신문 이용의 증가와 더불어 도덕성 평가가 감소로 나타난 것이다. 이와 더불어 이명박 비지지 집단에서만 신문 이용 초기값이 높을수록 도덕성 평가가 높았다는 사실은 신문을 이용하는 이명박 지지 집단의 특성을 간접적으로 시사한다. 즉, 신문을 이용하는 이명박 지지 집단은 도덕성 평가에 대해서 보다 일관된 가치를 유지했다는 점이다. 이는 앞에서 지적했던 신문의 특성과 깊은 연관이 있을 것이다. 동시에 주의할 점은 이명박을 보다 확고히 지지했던 유권자들은 상대적으로 TV보다 신문을

이용하는 특성을 보여주는 가능성이 있음을 예측해볼 수도 있다.

넷째, 인터넷 이용은 16대 대선 이후 두각을 나타내고 있다. 인터넷을 이용하는 집단을 ‘네티즌(Netizen)’이라고 명명할 때, 네티즌들은 사실상 온라인(on-line)상의 정치행태뿐만이 아니라 오프라인(off-line)의 정치행태에서도 정치과정에 큰 영향을 미치고 있다(조성대·정연정, 2007). 인터넷의 경우에도 TV와 같이 이명박 지지 집단과 비지지 집단 모두에서 인터넷 이용의 초기값이 높을수록 도덕성 평가의 초기값이 높았다. 하지만, TV나 신문과 비교하여 주요한 차이점들이 발견되었다. 신문의 경우엔 이명박 비지지 집단에서 신문 이용의 초기값이 높을수록 도덕성 평가가 높았지만, 인터넷의 경우엔 이명박 비지지 집단에서 인터넷 이용의 초기값이 높을수록 도덕성 평가가 감소하였다. 이는 인터넷이 정보습득의 도구라는 기본적 역할을 벗어나, 특정 후보에 대한 지지여부가 어떤 미디어를 사용할지에 영향을 미칠 수도 있다는 점을 보여준다. 즉, 이명박 비지지 집단은 다른 미디어보다 인터넷을 이용할 가능성이 있다는 것이다. 하지만 이러한 가능성이 반드시 네티즌은 이명박 비지지 집단으로 특성화되는 것은 아니며 좀 더 복합적인 측면을 가지고 있음을 유의해야만 하다. 왜냐하면, TV 이용의 경우와는 대조적으로 이명박 지지 집단에서조차도 인터넷 이용이 증가할수록 도덕성 평가가 감소하였기 때문이다. 인터넷은 다른 미디어들과는 달리 댓글과 같은 쌍방향 의사소통 미디어라는 특성을 동시에 지니고 있다. 따라서 인터넷을 이용하는 경우 이명박 지지 집단 내에서도 의사소통 과정에서 지지율이 유지되지 않고 감소되었을 가능성이 있다.

마지막으로 본 연구의 한계점을 요약해보면 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 종단연구 방법인 잠재성장모형을 통해 미디어 이용과 정치행위의 변화에서의 관련성을 경험적으로 검증했지만, 이 두 변인 간의 인과성에 대한 추가적인 연구 결과가 검증되지 않은 상황에서 미디어 이용과 정치행위 간의 방향성을 확신할 수는 없다. 추후 연구에서는 보다 정교한 모형을 통해 그 인과성을 규명해야할 것이다. 둘째, 본 연구에서는 정치관심도의 틀 속에서 미디어 이용이 정치행위에 어떤 영향을 미치는 정도만을 분석하고 있다는 한계가

있다. 추후 연구에서는 미디어 이용형태와 정치행위 외에도 다양한 변수들을 고려하고, 미디어 이용과 정치행위 간의 상호작용을 매개하는 새로운 요인들을 밝혀내는 작업이 이루어져야 할 것이다.

■ 참고문헌

- 강내원 (2004). 인터넷과 대중매체 이용이 참여에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국언론학보』, 48권 3호, 116~143.
- 김무곤·김관규 (2004). 대학생 유권자집단의 미디어 이용과 평가: 제17대 총선의 조사결과를 중심으로. 『한국방송학보』, 18권 3호, 134~174.
- 김민하·신윤경 (2008). 언론매체의 이용패턴과 언론에 대한 태도가 수용자들의 정치행태에 미치는 영향. 『커뮤니케이션학 연구: 일반』, 16권 1호, 25~48.
- 김성태 (2008). 제17대 대선의 선거캠페인과 미디어효과. 이현우·권혁용(공편) 『변화하는 한국유권자2』(125~147쪽), 서울: EAI(동아시아연구소).
- 김진영 (2003). 미디어 의존 이론 연구: 미국 유학생들의 인터넷 이용, 민족정체성, 미디어 의존, 그리고 인지적, 행동적 변화와의 관계를 중심으로 『언론과학 연구』, 3권 2호, 119~154.
- 김환열 (1999). TV토론 시청자의 후보자 변인 인식: 제 15대 대통령 선거를 중심으로. 『정치정보 연구』, 2권 2호, 129~155.
- 박승관·김예리 (2004). ‘침묵의 나선’과 ‘정보의 나선’: 다수의 의견표명과 소수의 정보추구. 『언론정보연구』, 40호, 81~99.
- 박찬욱 (1993). 유권자의 선거관심도, 후보인지능력과 투표참여의사. 『한국정치학회보』, 26집 3호, 153~174.
- 반현·최원석·신성혜 (2004). 유권자의 투표 선택과 뉴스 미디어의 점화효과: 17대 총선의 선거 이슈를 중심으로. 『한국방송학보』, 18권4호, 398~443.
- 성동규·양소정·김양은·임성원 (2007). 온-오프라인 정치참여에 대한 미디어 영향력 비교 연구: 뉴스이용 미디어에 따른 수용자 세분화를 중심으로 『사이버 커뮤니케이션학보』, 통권 24호, 5~49.
- 송종길·박상호 (2005). 뉴스 미디어 이용이 유권자의 정치 행태에 미치는 영향에

관한 연구: 17대 총선에 나타난 유권자의 정치 뉴스 이용과 투표 행위를 중심으로. 『한국방송학보』, 19권 2호, 126~163.

_____ (2007). 국내 선거 관련 커뮤니케이션연구의 개관: 연구주제, 연구대상, 커뮤니케이션 수준, 이론적 배경, 연구방법을 중심으로 『커뮤니케이션이론』, 3권 1호, 37~82.

안병만 (1992). 제14대 총선에 있어서 유권자들의 정당관여와 투표형태. 『한국정치학회』, 26권 4호, 175~193.

양승찬 (1998). 제3자 효과 가설과 침묵의 나선 이론의 연계성: 여론 조사 보도에 대한 제3자 효과 지각과 공개적 의견표명과의 관계를 중심으로 『한국언론학보』, 43권 2호, 109~141.

이남영 (1993). 투표참여와 기권: 제14대 국회의원 선거분석. 이남영(편) 『한국의 선거』(21~47쪽), 서울: 나남.

이수진·홍세희·박중규 (2005). 청소년의 인터넷 중독과 개인적, 가족적 변인 간의 연구: 시간에 따른 변화와 상호 연관성. 『교육심리연구』, 19권 4호, 1179~1197.

이화주 (2007.12.20). 여론조사로 본 이명박 지지율: 작년 ‘북핵실험’ 뒤 선두... 지지율 고공행진. 『한겨레』, 3.

이효성 (2006). 미디어 이용이 정당 지지에 미치는 효과. 『한국언론학보』, 50권 1호, 285~307.

이효성·허경호 (2004). 미디어 이용이 정치 지도자의 평가와 정당 지지에 미치는 효과. 『한국방송학보』, 18권 4호, 191~226.

조성대·정연정 (2007). 네티즌의 정치정향과 투표선택. 어수영(편). 『한국의 선거 V』(353~383쪽), 서울: 나남.

진영재 (2008). ‘부동층집단’의 세분화를 통한 부동층의 이해. 이현우·권혁용(공편) 『변화하는 한국유권자2』(207~227쪽), 서울: EAI(동아시아연구소).

Abelson, R. P., Aronson, E., McGuire, W. J., Newcomb, T. M., Rosenberg, M. H., & Tannenbaum, P. H. (1968). *Theories of cognitive consistency: A source book*. Skokie, Ill: Rand-McNally.

Arbuckle, J. L. (1996). Full information estimation in the presence of incomplete data. In G. A. Marcoulides & R. E. Schumacker (Eds.). *Advanced structural*

- equation modeling: Issues and techniques* (pp. 243~278). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ball-Rokeach, S. J. (1985). The origins of individual media-system dependency. *Communication Research*, 12, 485~510.
- Benoit, W. L., McKinney, M. S., & Holbert, R. L. (2001). Beyond learning and personal: Extending the scope of presidential debate effects. *Communication Monographs*, 68, 259~273.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indices in structural models. *Psychological Bulletin*, 107, 238~246.
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The use of mass communication: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Brock, T. C., Albert, S. M., & Becker, L. A. (1970). Familiarity: Utility and supportiveness as determinants of information receptivity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 14, 292~301.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1989). Single sample cross-validation indices for covariance structures. *Multivariate Behavioral Research*, 24, 445~455.
- Cappella, J. N. & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. NY: Oxford University Press.
- Dobrzynska, A., Blais, A., & Nadeau, R. (2003). Doth media have a direct impact on the vote? The case of the 1997 canadian election. *International Journal of Public Opinion Research*, 15, 27~43.
- Easton, D. (1975). A re-assessment of the concept of political support. *British Journal of Political Science*, 5, 435~457.
- Festinger, L. A. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Heider, F. (1982). *The psychology of interpersonal relations* (1st Ed.). New York: Lawrence Erlbaum.
- Hong, S., & Ho, H. -Z. (2005). Direct and indirect longitudinal effects of parents involvement on student achievement: Second-order latent growth modeling across ethnic groups. *Journal of Educational Psychology*, 92, 32~42.
- Hong, S., Malik, M. L., & Lee, M. K. (2003). Testing configural, metric, scalar,

- and latent mean invariance across genders in sociotropy and autonomy using non-western sample. *Educational and Psychology Measurement*, 63, 636~654.
- Hu, L. T., & Bentler, P. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1~55.
- Iyengar, S. M. & Kinder, D. R. (1987). *Neusthatmatters*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, S. M., Peters, M. D. & Kinder, D. R. (1982). Experimental demonstrations of the 'Not-So-Minimal' consequences of television news programs. *American Political Science Review*, 76, 848~858.
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974). Use of mass communication by the individual. In W. P. Davidson & F. Yu (Eds.), *Mass communication research: Major issues and future directions* (pp. 11~35). New York: Praeger.
- Kleinhesslink, R., & Edwards, R. (1975). Seeking and avoiding belief-discrepant information as a function of its perceived refutability. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 787~790.
- Kebbel, G. (1985). The importance of political activity in explaining multiple news media use. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 62, 559~566.
- Leshner, G., & McKean, M. L. (1997). Using TV news for political information during an off-year election: Effects on political knowledge and cynicism. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74, 69~83.
- Leshner, G., & Thorson, E. (2000). Overreporting voting: Campaign media, public mood, and the vote. *Political Communication*, 17, 263~278.
- Levy, M. R., & Windahl, S. (1985). The concept of audience activity. In K. E. Rosengren, L. A. Wenner, & P. Palmgreen (Eds.), *Media gratifications research: Current perspectives* (pp.109~122). Beverly Hills, CA: Sage.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories of human communication* (9th Ed.). Belmont, CA: Thomson & Wadsworth.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176~187.
- McLeod, J. M. & McDonald, D. G. (1985). Beyond simple exposure: Media orientations

- and their impact on political processes. *Communication Research*, 12, 3~34.
- Milbrath, L. W., & Goel, M. L. (1977). *Political participation: How and why do people get involved in politics?* Chicago: Rand McNally.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24, 43~51.
- Norris, P. (1996). Does television erode social capital? A reply to Putnam. *Political Science and Politics*, 293, 474~480.
- Parry, G., Moyser, G., & Day, N. (1992). *Political participation and democracy in Britain*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pinkleton, B. E., Austin, E. W., & Fortman, K. K. J. (1998). Relationships of media use and political disaffection to political efficacy and voting behavior. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 42, 34~49.
- Pinkleton, B. E., & Austin, E. W. (2001). Individual motivations, perceived media importance, and political disaffection. *Political Communication*, 18, 321~334.
- Romzek, B. S., & Hendricks, J. S. (1982). Organizational involvement and representative bureaucracy: Can we have it both ways? *American Political Science Review*, 76, 75~82.
- Stempel, G. H. (1981). Selectivity in readership of political news. *Public Opinion Quarterly*, 45, 400~404.
- Tucker, L. R., & Lewis, C. (1973). A reliability coefficient for maximum likelihood factor analysis. *Psychometrika*, 38, 1~10.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Weaver, D. H., & Drew, D. (1995). Voter learning in the 1992 presidential election: Did the nontraditional media and debates matter? *Journalism Quarterly*, 72, 7~17.
- Weaver, D. H. (1996). What voters learn from media. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546, 34~47.
- Willnat, L. (1996). Mass media and political outspokenness in Hong Kong: Linking the third-person effect and the spiral of silence. *International Journal of Public Opinion Research*, 8, 187~212.

(투고일자: 2008.08.29, 수정일자: 2008.10.09, 게재확정일자: 2008.10.21)

A Longitudinal Study of the Effects of Media Use on the Evaluation of the Leading Candidate in the Korean 2007 Presidential Election

An Analysis of the Panel Data with Latent Growth Modeling

Joohan Kim

Professor

(Department of Communication, Yonsei University)

Min-Gyu Kim

Graduate student

(Department of Communication, Yonsei University)

Young-Jae Jin

Professor

(Department of Political Science)

The present study has explored the effects of media use on the evaluation of the presidential candidate's morality. We hypothesized that the perception of the candidates' morality during the 2007 Korean President Election would be influenced by the amount of the different types of media use. Using a set of panel data, a total of 1,199 citizens (584 females (48.7%), 615 males (51.3%), Mage=42.77, SDage=13.34) were assessed four times from August to December in 2007. The results indicated that (a) the level of TV use for political information, the level of newspaper use for political information, and the level of Internet use for political information increased during the five months; (b) the initial level of political involvement contributed differently to the initial levels of media use; (c) the initial level of political involvement negative influenced the initial level of TV use for political information; (d) the growth of political involvement positively influenced the growth of TV use for political information; (e) the initial level of TV use

for political information increased both the initial levels of the perception of candidates' morality and the change of the perception of candidates' morality; (f) the change of TV use for political information negatively affected the perception of candidates' morality; and (g) the initial level of Internet use for political information negatively affected the initial level of the perception of candidates' morality, and the change of Internet use for political information negatively affected the perception of candidates' morality.

Key words: latent growth model, political involvement, media use for political information, perception of candidates' morality