

2008 미국 대선에서의 인터넷 이용 현황

■ 문 정 옥*

1. 개요

정보기술의 발달과 함께 정치영역에서도 인터넷의 이용이 증가하고 있다. 인터넷을 이용하여 유권자의 의견을 수렴하는 것은 물론 인터넷을 활용하여 유권자에게 선거 운동을 하는 것은 이제 흔히 볼 수 있는 일이 되었다. 특히, 다른 여러 매체들보다도 인터넷의 정치 영역에 미치는 영향력이 증가하고 있는데, 이에 본고에서는 2009년 4월 15일 발표된 Pew Internet & American Life Project의 설문조사 결과를 소개하며, 2008 미국 대선에서의 인터넷 이용 현황을 살펴보고자 하겠다.

2. 조사결과 요약

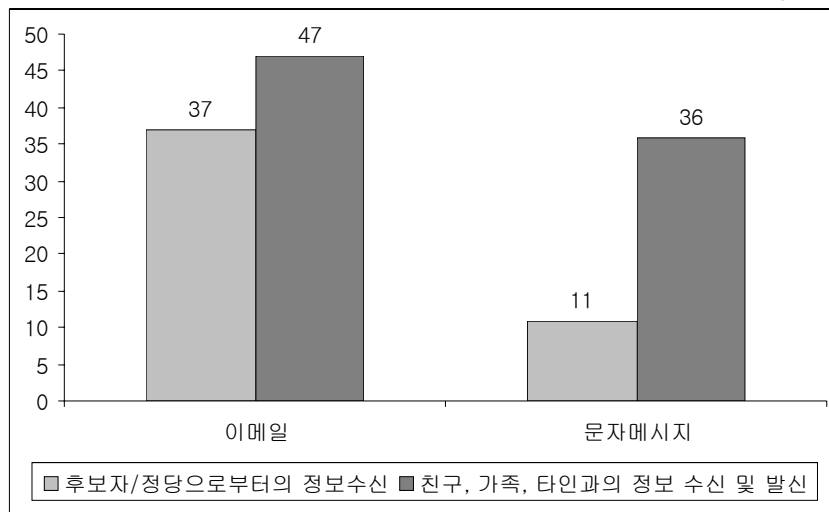
미국의 Pew Internet & American Life Project는 프린스턴 서베이 리서치 협회가 18세 이상의 미국성인 2,254명을 대상으로 2008년 11월 20일부터 12월 4일까지 실시한 설문조사를 분석하여, 2008년 미국 대선과정에서의 인터넷 이용 현황 보고서를 발표하였다. 주요 내용은 다음과 같다.

* 정보통신정책연구원 미래융합전략연구실 주임연구원, (02)570-4366, jwmoon@kisdi.re.kr

(1) 2008년 미국대선과 온라인 정치참여

우선 미국 대선에서의 온라인 정치 참여 현황을 살펴보면, 보고서에서는 미국 인터넷 이용자의 74%가 2008년 미국 대선과정에서 선거운동 관련 정보를 얻거나 정치적 과정에 개입하는데 인터넷을 활용한 것으로 조사되었는데, 이는 전체 미국 성인의 55%가 온라인을 통해 정치과정에 참여했다는 의미로 해석된다. 보고서에서는 이와 같은 온라인 정치참여자를 3가지로 나누어 정의하고 있는데, 그 유형은 다음과 같다. 첫 번째 유형은 정치 또는 선거운동 뉴스를 온라인으로 보는 인터넷 이용자이고, 두 번째 유형은 타인과 정치에 대해 의견을 교환하는 인터넷 이용자이며, 세 번째 유형은 이메일, 메신저, 문자메시지, 트위터(Twitter) 등의 도구를 이용하여 캠페인 정보를 공유하거나 수신하는 인터넷 이용자이다.

[그림 1] 이메일과 문자 메시지를 활용한 정치적 소통 (단위: %)



자료: Pew Internet & American Life Project(2009)

보고서에 따르면 정치 커뮤니케이션의 주요 도구로 이메일과 문자메시지를 사용하였는데, 이메일 이용자의 59%와 이동전화 이용자의 39%는 각각의 장비를 이용하여

대선관련 정보를 타인과 공유한 것으로 조사되었다. 특히 2008년 대선에서 이메일과 문자메시지는 정보를 수집하는 도구로서의 역할보다는 정보를 공유하고 소통하는 도구로서 더 많이 활용된 것으로 조사되었다.

온라인을 통한 정치 참여 방식은 ‘보고(view), 커스터마이즈(customize)하고, 전달하는(pass along)’ 형식으로 표현될 수 있다. 정치관련 정보 수집의 경우, 온라인 정치 이용자의 57%(인터넷 이용자의 42%)가 인터넷을 통해 후보자에 관한 기본적 선거 정보를 얻는 것으로 조사되었다. 그리고 온라인 정치이용자의 60%(인터넷 이용자의 45%)는 정치 또는 대선 관련 동영상을 인터넷을 통해 시청하는 것으로 나타났는데, 뉴스 등 공식적인 성격의 동영상(50%) 뿐만 아니라 비공식적 성격의 동영상(43%) 모두 시청한 것으로 조사되었다.

온라인 정치이용자의 23%(인터넷 이용자의 17%)는 RSS 또는 이메일 구독을 통해 그들의 관심사에 맞춘 정치 뉴스를 접하는 것으로 조사되었고, 온라인 정치이용자의 44%(인터넷 이용자의 33%)는 정치정보의 공유 및 전달행위를 해본 것으로 조사되었다. 정치후원금 기부 또는 자원봉사 관련해서는 온라인 정치이용자의 11%(인터넷 이용자의 9%)가 온라인으로 정치후원금을 기부하였으며, 8%는 자원봉사를 신청한 것으로 나타났다.

(2) 정치뉴스 관련 정보출처로서의 인터넷

보고서는 온라인 정치 뉴스 구독자가 증가하는 추세임을 분석하고 있는데, 대선 관련 뉴스나 정보를 위해 인터넷을 이용하는 미국인의 비율은 지난 2000년 대선에 비해 2배 이상 급증한 것으로 나타났다. 지난 2000년 대선에서 전체 미국인의 18%(인터넷 이용자의 33%)가 정치뉴스나 관련 정보 수집을 위해 인터넷을 이용했던 것에 비해, 2008년 대선에서는 44%(인터넷 이용자의 33%)가 이용한 것으로 나타났다.

대선 뉴스를 접하는 주요 창구는 TV(77%), 신문(28%), 인터넷(26%), 라디오(13%) 순으로 나타났다. 특히 지난 2000년 대선에 비해 인터넷이용은 급증(11% → 26%)한 반면, 신문의 이용은 하락(39% → 28%)한 것으로 조사되어 인터넷은 대선 관련 뉴스

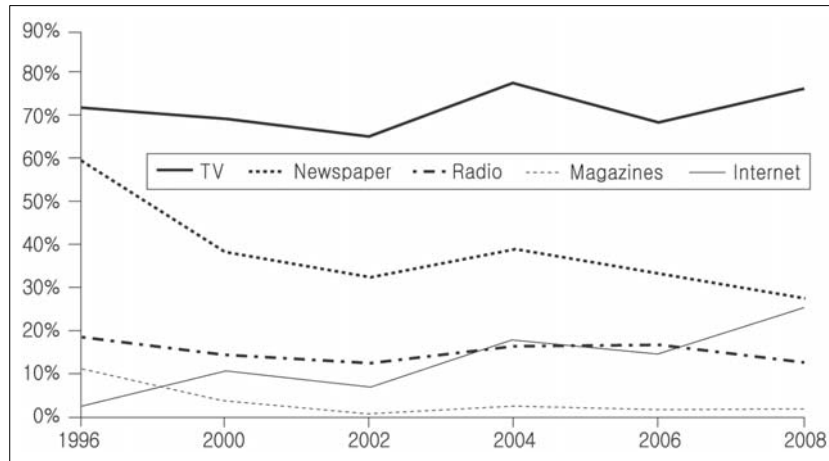
를 전달하는 주요 매체로 성장한 것으로 평가된다.

〈표 1〉 온라인 정치뉴스 구독자 증가 추이

(단위: %)

구분	1996 대선	2000 대선	2004 대선	2008 대선
미국 전체 성인	4	18	29	44
미국 인터넷 이용자	22	33	52	60

〔그림 2〕 대선 뉴스 전달 주요매체



자료: Pew Internet & American Life Project(2009)

(3) 인터넷을 활용한 선거당일 정보 획득 및 투표경험의 공유

2008년 대선에서 선거에 참여한 인터넷 이용자의 26%는 투표 관련 정보를 얻기 위해 인터넷을 이용한 것으로 나타났다. 구체적으로 인터넷을 통해 투표장소(18%), 부재자투표(16%) 등의 정보를 확인한 것으로 조사되었다.

또한 투표자들은 다양한 방식으로 투표 경험을 타인과 공유한 것으로 나타났다. 투표자들은 대화(59%), 전화(45%) 등 기존의 전통적 방식 이외에, 문자메시지(19%), 이메일(15%), 소셜네트워킹 사이트(14%) 등의 새로운 도구를 이용한 것으로 조사되

었다. 특히 젊은 유권자들이 디지털 기술을 더 많이 이용하는 것으로 나타났다.

〈표 2〉 연령별 선거일 관련 온라인 준비행위

(단위: %)

구 분	18~29세	30~49세	50~64세	65세 이상
투표자 등록 여부	16	11	5	1
투표장소	28	22	10	3
부재자 투표	22	17	15	5
투표당일 투표소별 대기시간 현황	9	5	5	1

자료: Pew Internet & American Life Project(2009)

〈표 3〉 투표 경험의 공유 방식

(단위: %)

	전체	18~29세	30~49세	50~64세	65세 이상
대화	59	68	64	58	42
전화	45	57	49	44	31
이메일	11	18	13	9	3
문자메시지	8	23	10	**	**
소셜네트워킹 사이트	4	13	4	1	**
개인 웹사이트, 블로그 글쓰기	2	8	2	1	**
타인 웹사이트, 블로그 답(댓글)글쓰기	4	14	3	**	**

주: **는 샘플사이즈가 너무 적어 분석이 어려움

자료: Pew Internet & American Life Project(2009)

3. 결 어

이상에서 살펴본 바와 같이, 지난 2008년 미국의 대선과정에서 인터넷을 통한 국민들의 정치참여가 증가하고 있고, 다양한 연령층에서 여러 가지 방식으로 정치과정에 참여하고 있다는 사실을 알 수 있다. 참여, 공유, 개방 플랫폼의 웹2.0시대의 정치과정에 있어서 인터넷의 역할은 더욱 커질 것으로 보인다. 이와 같은 맥락에서 인터넷의

정치 활용의 부작용을 최소화하고, 긍정적 측면을 극대화 할 수 있는 전략의 모색이 필요한 시점이다.

참고자료

Pew Internet & American Life Project(2009), “The Internet’s Role in Campaign 2008”, 2009. 4. 15

(http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2009/The_Internets_Role_in_Campaign_2008.pdf)

《Washington Post》(2009. 4. 15), “More than half of Americans using Internet for political news and activities”

(http://voices.washingtonpost.com/44/2009/04/15/more_than_half_of_americans_us.html?wprss=4)