



코리아연구원 현안진단 제219호

## SNS, 수도권 투표율 상승 주도했나? \_19대 국회의원 선거를 중심으로

(SNS 가)

- I. 19대 총선 SNS 이슈 캘린더 추이 분석
- II. SNS, 수도권과 대도시 집중현상 뚜렷
- III. 트위터 활동 활발한 지역구, 투표율도 높았다

19대 총선이 여당인 새누리당의 승리로 끝난 뒤 조선, 중앙, 동아 등 보수 언론들은 SNS를 ‘그들만의 리그’ 라고 표현했고, ‘SNS 여론이 실제 표심과 다르게 나타났다’ 며 SNS한계론을 제기했다.

그렇다면 실제로는 어땠을까? 선거 사상 최초로 빅데이터 분석 솔루션인 (주)다음소프트가 개발한 소셜 매트릭스(Social Metrics)를 활용해 총선 기간 트위터와 블로그, 뉴스, 아고라 등에 올라온 약 2억 건의 데이터를 분석했다.

분석솔루션은 자연어 처리 기술을 활용, 단어, 문장 등을 분석해 특정 이슈나 인물, 정책에 대한 버즈(buzz)량, 긍정·부정 추이, 트윗 원문 등을 비교, 분석할 수 있게 구성돼 있다. 이 글에서는 몇 개의 대표적인 데이터를 중심으로 SNS가 선거에 미치는 영향과 한계를 짚어보고자 한다.

### I. 19대 총선 SNS 이슈 캘린더 추이 분석

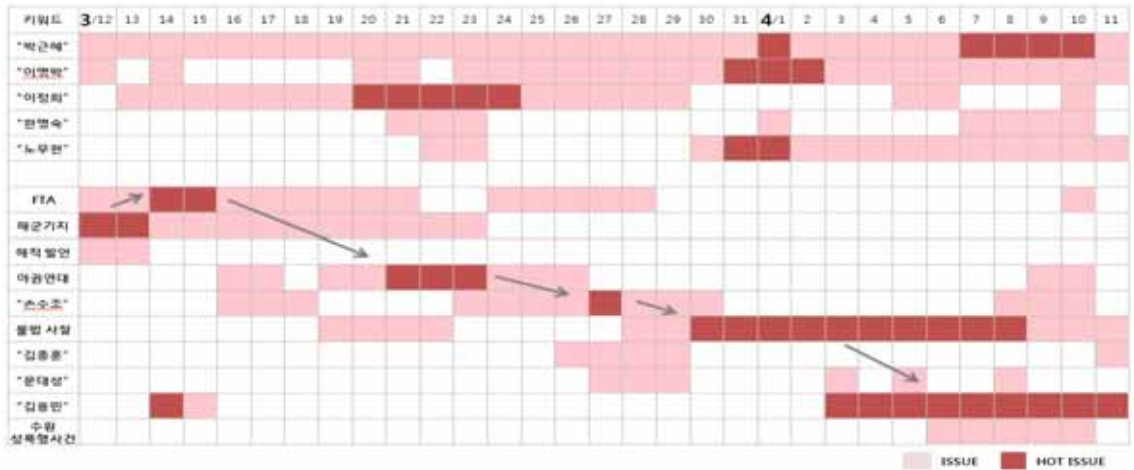
3월12일부터 4월11일까지 한 달 간의 19대 총선 SNS 이슈 캘린더를 분석해 보자.

선거 초기에는 한미FTA 문제와 제주 해군기지 문제가 SNS 이슈를 점령한다. 알다시피 이 두 개의 빅 이슈는 노무현 정부 때 시작한 것으로 반 이명박 이슈를 희석시키는 핵심 어젠다였다. 새누리당은 보수언론과 SNS상의 급진좌파들을 적절하게 활용하면서 선거 초반 프레임을 ‘반 이명박 정권’ 에서 ‘말 바꾸는 민주통합당’ 으로 끌어가는데 일정 부분 성

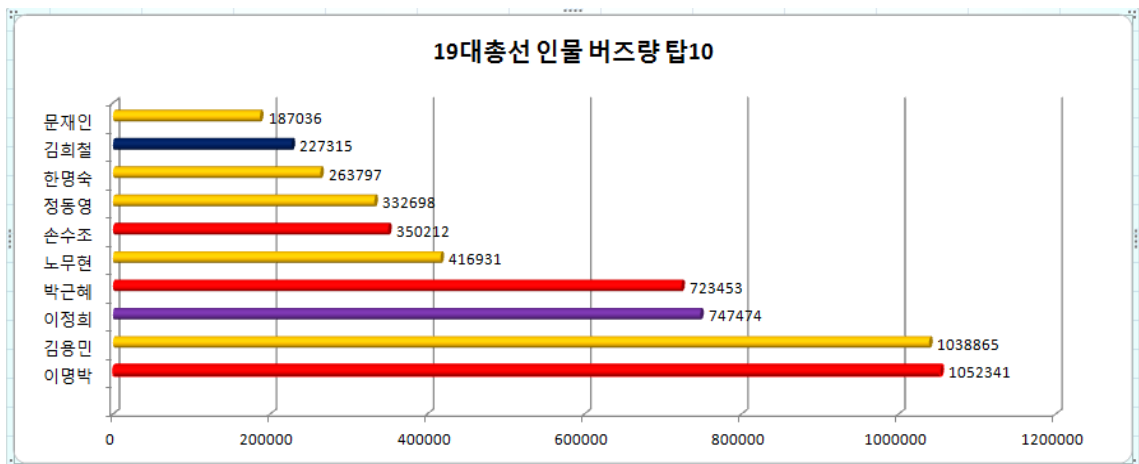


공한 것으로 보인다.

이후엔 민주통합당과 통합진보당의 야권연대가 핵심 이슈로 떠오른다. 하지만 야권에 긍정적인 이 프레임은 통합진보당 이정희 대표의 경선부정 이슈로 곧바로 대치된다. SNS에서 이정희의 부정적 버즈량은 박근혜 키워드를 앞지를 정도로 강력한 것이었다.



이후 새누리당이 문재인 대항마로 배치한 손수조 이슈 등이 강력하게 떠오르다, 3월 말에 민간인 사찰 문건 폭로라는 대형 이슈가 폭발한다. MBC노조가 폭로한 민간인 사찰 이슈는 당시 거의 모든 이슈를 잠재울 정도로 강력했다. 하지만 새누리당은 사찰 건수에 대한 노조측의 실수를 교묘히 파고들어 방어전에 나섰다. 노무현 키워드가 인물 버즈량 탑5 안에 배치된 것이 이를 말해준다. 그럼에도 불구하고 민간인 사찰 이슈는 새누리당의 패배, 야권의 승리를 기정사실화하는 듯 했다.



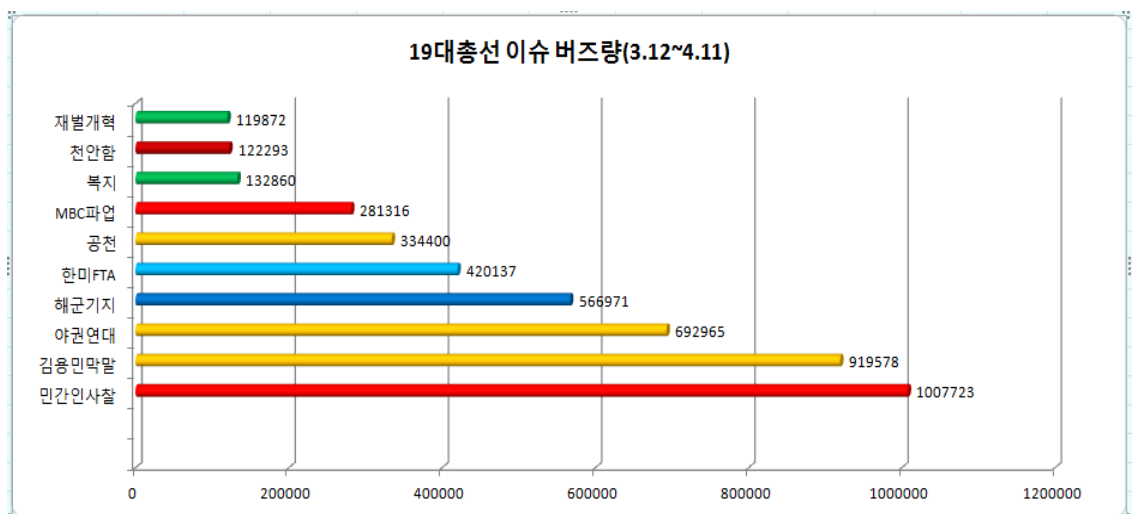
이런 가운데 터진 것이 ‘김용민 막말’ 사건이었다. 김용민 막말 사건은 선거 막바지에 민간인 사찰 이슈를 완전히 무력화시킬 만큼 강력했고, SNS에서 이 이슈는 선거 당일까지도 위세가 당당했다.

SNS에서 나타난 이슈 캘린더는 야권이 왜 패배했는지를 단적으로 드러내 준다. 일단 19대 총선 내내 새누리당의 프레임 전략이 먹혀들었고, 민주통합당은 민간인 사찰 이슈를 결정적으로 활용하지 못했다. 나아가 김용민 막말 사건에 대해서 민주통합당 지도부는 이렇다 할만한 대책 하나 내놓지 못한 채 우왕좌왕했다. 프레임 전략에서도, 메시지전략에서도, 커뮤니케이션 전략에서도 민주통합당은 매우 무기력한 모습을 드러냈던 것이다.

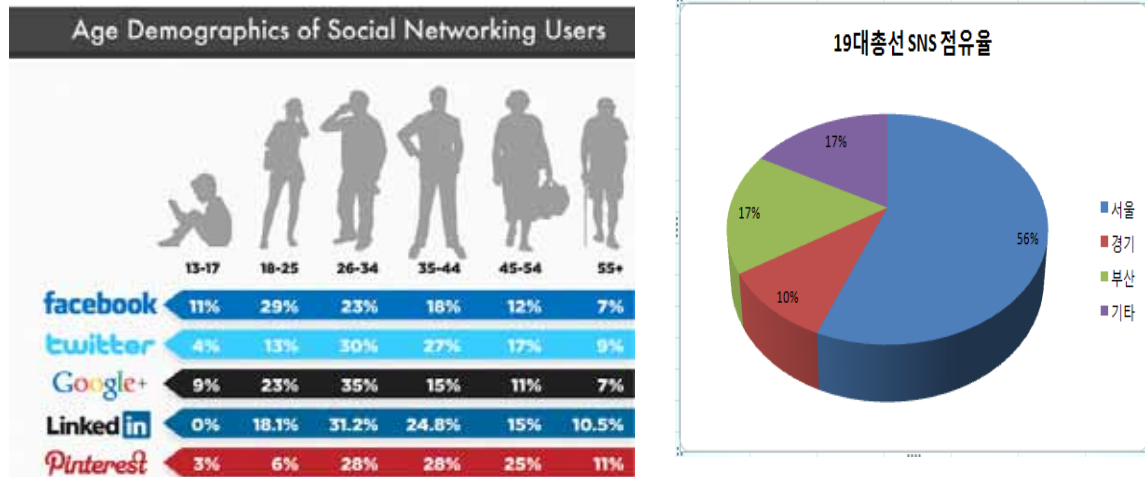
## II. SNS, 수도권과 대도시 집중현상 뚜렷

우리나라 트위터 이용자는 약 650만 명, 페이스북 이용자는 550만 명 정도로 추산되고 있다. 이 가운데 20~40대 이용자가 90%에 이른다는 것이 일반적인 분석이다. 지난 5월 14일 소셜미디어 분석 사이트인 go-gulf.com 조사에 따르면 페이스북 이용자는 전 세계적으로 9억명, 트위터 이용자는 5억5천만명에 이르는 것으로 조사됐다.

연령별 이용자를 보면 트위터, 페이스북 둘 다 18세~44세까지가 70%를 점유하는 것으로 조사됐다. 최근 들어 10대 이하와 50대 이상으로 사용자 레인지가 넓어지는 양상을 보이고 있긴 하지만 여전히 20~40대가 SNS의 주 이용자임을 말해준다.



19대 총선의 지역구별 SNS 점유율을 분석해 본 결과 서울지역이 56%, 경기도가 10%, 부산지역이 17%를 차지해 수도권과 대도시 지역에 SNS 활동이 집중돼 있다.



물론 이번 총선이 전국적 이슈 선거로 치러지면서 서울지역의 경우 ‘김용민 막말 사건’이 엄청난 버즈량을 일으켰고, 부산지역의 경우 문재인에 대한 대항마로 나온 손수조, 독도 발언 당사자 하태경, 논문 표절 의혹에 휩싸인 문대성 등이 점유율 상승을 주도했다. 즉 서울과 부산이 몇 개의 이슈에 의해 상대적으로 과대 계상된 측면이 있었지만, 경향적으로 볼 때 SNS는 수도권과 대도시 중심으로 강력한 위력을 발휘한다는 사실을 확인시켜 주었다.

이는 작년 서울시장 보궐선거의 경우 SNS가 강력한 힘을 발휘한 반면, 이번 19대 총선에서 수도권지역을 제외하고는 강원, 충청권을 비롯한 농촌지역에 미치는 SNS 영향력은 상대적으로 영향력이 작을 수밖에 없었던 근거를 제공한다.

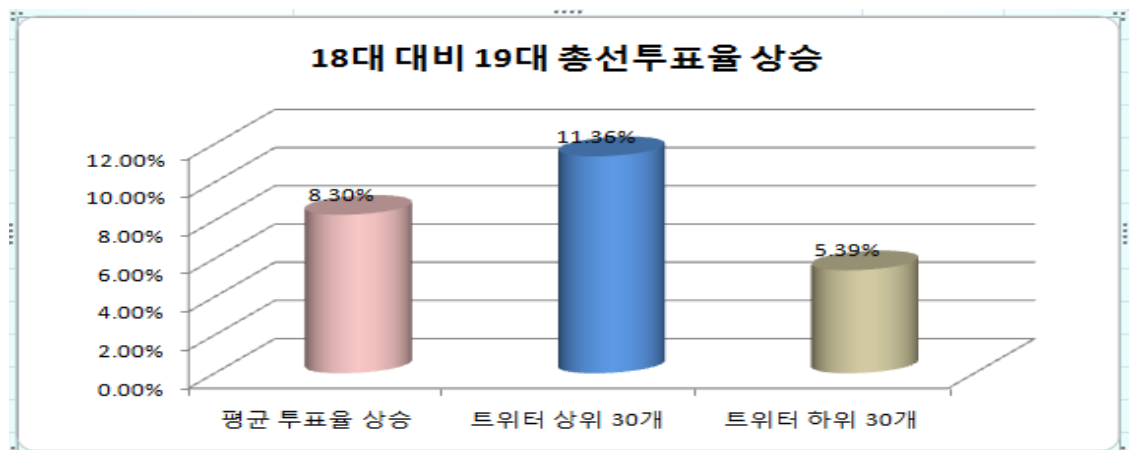
즉, 수도권과 대도시의 SNS가 전통적 미디어의 위력을 뒤엎을 만큼 강력하게 성장했지만, 농촌지역에는 아직 전통적 미디어가 강력하다는 사실을 이번 총선결과가 증명한 셈이다.

### Ⅲ. 트위터 활동 활발한 지역구, 투표율도 높았다

19대 총선에서 선거 관련 SNS 버즈량은 약 6개월 전에 치러졌던 서울시장 보궐선거 당시보다 5배나 급증했다. 선거 관련 SNS 일일 평균 버즈량은 4.27 보궐선거 때 2만 건, 8.24 무상급식 주민투표 때 2만 건, 9.6 안철수 박원순 단일화 선언 때 2만8300건, 서울시장 보궐선거 때 7만5천 건에서 19대 총선 당시에는 40만 건으로 급증했다.

이는 총선이 전국적 단위에서 실시된다는 점을 감안해도 폭발적인 증가 수치이다. 김용민 막말 이슈와 민간인 불법사찰 이슈가 맞닿은 시점에서는 일일 버즈량이 80만 건까지 치솟았으며, 투표 하루 전날은 투표참여 메시지가 확산되면서 일일 100만 건에 가까운 버즈량을 기록하기도 했다. 12월에 치러질 대통령선거에서는 선거 관련 일일 버즈량이 총선의 2배~5배, 즉 80만 건에서 200만 건에 이를 것이라는 분석이 지배적이다.

이런 특정지역의 SNS상의 버즈량 증가가 19대 총선의 특정지역 투표율 상승에 영향을 미친 것으로 해석할 수 있다. 특히 트위터 활동 상위 30개 지역구의 투표율 상승률은 평균 투표율 상승을 훨씬 웃도는 11.36%를 기록한 것에 주목해야 한다. 반면 트위터 활동 하위 30개 지역구의 투표율 상승률은 5.39% 오르는 데 그쳤다. 이는 트위터를 비롯한 SNS상의 투표참여 운동이 일정하게 현실정치의 공간의 투표율에 영향을 미치고 있음이 드러난 중요한 데이터이다.



올해 12월에 치러질 한국 대선에서도 SNS에서 불꽃 튀는 경쟁이 벌어질 전망이다. 중요한 것은 이른바 '시민 개입주의(Civic Engagement) 정치'에 주목하여야 한다는 점이다. 시민들은 SNS를 이용해 단순 지지를 표시하는데 그치지 않고 공천과정이나 선거정책에도 직접적 압력을 행사하고 있다. 2012년 한국 대선, 그렇다면 어떤 캠프가 이 변화에 가장 능동적으로 대응할 것인가?(2012/06/21)



※코리아연구원은 네트워크형 싱크탱크로 정치·외교, 경제·통상, 사회통합분야의 정책대안을 제시합니다. 홈페이지(www.knsi.org) 또는 전화(02-733-3348)로 회원 등록하실 수 있으며, 회비 및 기부금은 공익성기부금으로 인정되어 세제혜택을 받을 수 있습니다. 세상을 바꾸는 생각네트워크 코리아연구원과 아름다운 동행을 권합니다.