



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 원 저작자를 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 권리와 책임은 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)



언론정보학석사학위논문

현직 의원에 대한 뉴스 미디어 효과

2016년 8월

서울대학교 대학원

언론정보학과

김 유 진

국문 초록

현직 효과는 1950년대 이후 미국 선거에서 경쟁적 선거구의 감소 현상이 발견되면서 현직 의원이 다른 후보들에 비해 가지는 상대적인 우위에 주목한 연구 경향이다. 이러한 현직 효과의 연구는 존재 여부와 그 근원을 파악하는 방향으로 이어진다. 정당의 영향력 약화와 무당파 유권자의 증가라는 정치 환경의 변화와 미디어와 대중 중심의 정치로의 변이는 현직 효과를 설명하는 데 있어 언론 노출의 우위를 경쟁력 있는 가설로 주목하게 했다. 그러나 현대의 언론 보도는 지나친 상업화의 추구와 미디어 조직 간 경쟁으로 인해 기성 정치인과 정치 전반에 대해 부정적이고 나쁜 뉴스를 중점적으로 보도하는 행태를 보인다. 즉 기존의 현직 효과를 설명하는 언론의 영향력과 실제 보도를 통해 유권자에게 전달되는 뉴스 내용 간의 간극이 발생하며 이 연구는 이러한 불일치성에 주목한다. 기존 현직 효과 연구가 살펴보는 선거구 내 경쟁도와 현직 의원의 득표율 격차와 같은 기준으로 한국의 선거에서 현직 효과가 존재하는지 확인한 결과 13대 이후부터 20대까지 한국의 선거에서는 전반적인 현직 효과가 없거나 오히려 감소하는 추세로 보인다. 이러한 원인으로는 현직 의원에 대해 나쁜 뉴스와 부정적인 내용을 중심으로 보도하는 언론의 영향력이 상당했으며 감정어 분석을 통해 19대와 20대 사이의 현직 의원에 대한 4년간의 보도 기사량(70,095건)의 헤드라인을 분석한 결과 30%에 해당하는 기사가 부정적 뉴스였다. 현직 의원에 대한 언론 노출 효과를 검증하기 위해 집합적 분석과 개별적 분석이라는 상호 보완적 방법론을 적용했다. 결과적으로 현직 의원에 대한 긍정/중립적 뉴스는 현직 의원의 이점에 영향을 미치지 못하는 한편, 부정적 뉴스의 보도량은 현직 의원의 공천 유형, 선거간 득표율 증감, 재당선에 부정적인 영향을 미쳤다. 또한 유권자의 평가에 있어서도 해당 지역구의 현직 의원의 긍정/중립적 뉴스 노출도는 유의한 효과를 갖지 않지만, 부정적 뉴스 노출도는 현직 의원의 의정 활동 만족도, 자질 평가, 그리고 현직 의원에 대한 감정에 부정적인 효과를 가져왔다. 이러한 결과는 현직자 우위에 기여하는

것으로 알려진 현직자의 뉴스 미디어 노출이 역으로 부정적 효과를 가져올 수 있음을 시사하고 미디어 정치의 영향력을 뒷받침하는 연구결과로 볼 수 있다.

주요어 : 현직 효과, 현직 의원의 언론 노출, 뉴스 미디어 효과, 부정적 뉴스, 감정어 분석

학번: 2013-20131

목차

1장. 문제 제기.....	1
2장. 문헌 연구.....	7
1절. 현직자 우위 연구.....	7
1) 현직 효과는 존재한다는 주장.....	7
2) 현직 효과는 크지 않다는 주장.....	9
2절. 현직 효과의 원인.....	12
1) 현직 효과의 원인에 대한 기존 연구.....	12
2) 현직 의원에 대한 언론의 효과.....	13
3절. 현직자에 대한 언론 보도의 내용과 그 원인.....	16
1) 전략 보도.....	17
2) 경마식 보도와 해석적 저널리즘.....	18
3) 부정적 보도의 증가.....	20
4절. 부정적 보도와 나쁜 뉴스의 효과.....	21
1) 부정적 정보의 비대칭적 효과.....	22
2) 부정적 뉴스에 대한 유권자의 선호.....	23
3장. 연구 문제.....	25
4장. 연구 방법.....	29
1절. 현직 효과의 측정.....	29
1) 현직 효과(Incumbent Advantage).....	30
2) 소포모어 서지(Sophomore Surge).....	31
3) Gelman과 King의 현직 효과 측정(GK Estimator).....	31
2절. 집합적 수준의 분석.....	33
1) 데이터 수집.....	33

2) 변수의 측정.....	35
3) 분석 방법.....	41
3절. 개별적 수준의 분석.....	41
1) 데이터 수집.....	41
2) 변수의 측정.....	44
3) 분석 방법.....	45
 5장. 연구 결과.....	46
1절. 현직 효과의 존재 여부.....	46
1) 역대 선거 별 선거구의 경쟁도 변화.....	46
2) 현직 의원의 득표율 증감.....	47
3) 지역구 기준의 현직 효과.....	50
2절. 집합적 분석의 결과.....	51
1) 현직 의원의 공천 유형과 언론 보도량의 효과.....	51
2) 현직 의원의 득표율 증감과 언론 보도량의 효과.....	54
3) 현직 의원의 재당선과 언론 보도량의 효과.....	56
3절. 개별적 분석의 결과.....	57
1) 현직 의원의 의정활동 만족도와 언론 보도량의 효과.....	57
2) 현직 의원의 자질 평가와 언론 보도량의 효과.....	59
3) 현직 의원에 대한 감정과 언론 보도량의 효과.....	61
 6장. 논의 및 결론.....	63
 참고문헌.....	66
부록.....	74
Abstract.....	77

표 목차

(표1) 역대 선거 별 정당의 구분.....	33
(표2) 감정어 사전 구축을 위한 단어수와 정확도 비교.....	38
(표3) 감정어 사전에 포함된 긍정/중립 단어와 부정 단어와 회귀 계수(상위 30개)	39
(표4) 20대 국회의원 총선거 설문 응답자의 인구 통계적 정보.....	43
(표5) 공천 유형에 대한 현직 의원의 언론 노출도 효과.....	53
(표6) 19대와 20대 선거 간 득표율 격차에 대한 현직 의원의 언론 노출도 효과.....	55
(표7) 19대 현직의원의 20대 재당선 여부에 대한 언론 노출도 효과.....	57
(표8) 현직 의원의 의정 활동 만족도에 대한 현직 의원의 언론 노출도 효과.....	58
(표9) 현직 의원의 자질 평가에 대한 현직 의원의 언론 노출도 효과.....	60
(표10) 현직 의원의 감정 온도에 대한 현직 의원의 언론 노출도 효과.....	62

그림 목차

〈그림1〉 현직 의원이 출마한 지역구의 선거 경쟁도(95% 신뢰구간)	47
〈그림2〉 모든 지역구의 선거 경쟁도(95% 신뢰구간)	47
〈그림3〉 재선에 도전하는 초선 의원의 선거 간 득표율 차이 검증(95% 신뢰구간)	48
〈그림4〉 선거 별 현직 의원의 선거 간 득표율 차이 검증(95% 신뢰구간)	48
〈그림5〉 전체 선거의 임기 횟수별 현직 의원의 득표율 차이 검증(95% 신뢰구간)	49
〈그림6〉 양당제를 전제할 때 개별 선거에서의 현직 효과(GK Estimator) 값.....	50

1장. 문제제기

‘현직 효과’ 또는 ‘현직자 우위 현상’은 미국 의회 선거에서 의원들의 교체 현상이 줄어들고 현직자 후보가 비현직 후보자에 비해 상대적으로 갖는 정치적 우위(예, 후원금이나 제도적 특권)가 현직의 위치를 유지하는데 기여하는 현상을 일컫는다. 1970년대 초 정치학자들은 1950년 중반 이후부터 미국 선거구에서 경쟁이 감소했음을 인지하고 이에 대한 원인을 현직 효과에서 찾는데, 현직자 후보가 왜 선거에서 우세한지 설명하기 위한 이론적 논의와 실증적 분석을 제시한다(Erickson, 1971; Kostroski, 1973; Mayhew, 1974; Abramowitz, 1975; Fiorina, 1977). 이후 보다 정교한 방법론을 통해 현직 효과를 측정하는 연구로 이어지며, 선거에서 현직자 후보가 도전자보다 얼마만큼 우위를 갖는지(Cox & Katz 1996; Gelman & King, 1990; Levitt & Wolfram, 1997) 또는 도전자가 현직자 후보보다 얼마나 불리함을 안고 선거에 임하게 되는지(Hinckley 1980; Jacobson & Kernell 1983)를 통해 현직 효과를 검증했다. 요약하면 현직 효과 관련연구에서는 “현직자가 선거에 재출마했을 때, 다른 후보자들에 비해 더 나은 성과를 갖는다”는 것을 하나의 통계적 사실로 보고, 주로 집합적 자료 분석으로 접근하여 현직 효과의 존재와 정도를 측정하며 현직 효과가 나타나는 이유를 제시한다(Anscombe & Snyder, 2002).

현직자가 갖는 우월적 요인에 주목한 연구들은 현직 효과를 설명하기 위해 다음과 같은 가설들을 제시한다. 많은 학자들은 (1) 정치 자금 규모의 우위(Abramowitz, 1991; Erickson, 1994), (2) 유권자와 접촉 또는 공적 사업을 진행할 수 있는 권한이나 지위(Cain, Ferejohn, & Fiorina, 1987; Fiorina, 1989) 및 정부 지원프로그램의 혜택 및 자원(Mayhew, 1974; Ornstein, Mann, & Malbin, 1987), (3) 현직자의 개별적 특성으로 더 많은 선거경험 (Cox & Katz, 1996), 또는 현직 의원의 지역구 활동으로 인해 비춰지는 친절함이나 공적 활동으로 갖는 기술적 우위(Fenno, 1987)를 꼽았다. 이러한 설명 외에 정치커뮤니케이션 학자들은 현직 의원이 텔레비전을 통해 개별 유권자에 더 효과적으로 도달했고(Lichter,

Rothman, & Lichten, 1986), 상대적으로 도전자 후보에 비해 언론에 더 많이 노출되었다는 점에 주목한다(Clarke & Evans, 1983; Cook, 1986; Kuklinski & Sigelman, 1992; Robinson, 1981). 일반적으로 현직자 후보는 도전자 후보에 비해 언론에 더 많이 등장할 뿐만 아니라 긍정적인 내용으로 보도되는 경향이 있었다(Borquez & Wasserman, 2004). 빈번한 언론 노출과 이로 형성된 인지도는 달라진 미디어 환경이 정치 전반과 선거 캠페인 과정에 미치는 영향력을 설명하고, 기존의 현직자 우위를 설명하는 여러 정치학적 변수와 더불어 설득력있는 경쟁 가설로 주목받는다. 이는 미디어의 환경 변화가 정당 정치 시대에서 대중정치 또는 미디어 정치 시대로 넘어가는 전환기라는 점에서 일맥상통한다.

그러나 현직 의원의 언론 노출과 그로인한 인지도 상승 및 인기로 현직자 우위를 설명하는 기존의 논의는 현재의 언론이 정치와 정치인을 주로 보도하는 방식과 상충된다고 볼 수 있다. 즉, 기존의 현역 효과를 설명하는 언론의 효과는 정치와 정치인에 대해 나쁜뉴스와 부정적 보도를 중심으로 한 현대의 미디어 현상과 일치하지 않고, 이 연구는 이러한 모순점에 주목한다. 현직자가 미디어 노출로 인해 선거에서 이점을 얻는 것은 단순히 잘 알려져 인지도를 얻는 것 외에 보도 내용이 현직자에 호의적이라는 것을 전제하기 때문이다. 최근의 언론의 정치 뉴스와 선거 캠페인 보도 방식을 연구를 살펴보면 언론학자들은 다음과 같은 문제점들을 제시한다. 정치 뉴스와 선거 보도는 정치 뉴스와 선거 보도는 (1) 정치 또는 정책 이슈 중심의 보도가 아닌 선거 캠페인 전략 보도(Jamieson, 1992)와 (2) 경마식 보도(Dunaway, 2009; Iyengar, Norpoth, & Hahn, 2004)가 만연하며, (3) 부정적이고 나쁜 뉴스에 치우친 보도 경향(Eshbaugh-Soha, 2010; Patterson, 1993)과 갈등 중심의 뉴스(Cappella & Jamieson, 1996)가 다수를 차지한다. 이러한 뉴스 보도의 특징들은 미디어 조직의 이윤 추구 목적 또는 상업성(Compaine, 1980; Downie & Kaiser, 2002; Eshbaugh-Soha, 2010; Hamilton, 2004), 그리고 상대적으로 길어진 선거 캠페인 기간으로 인해 뉴스 가치가 있는 보도에 대한 경쟁적 관행(Dunaway, & Stein, 2013; Iyengar, Norpoth, & Hahn, 2004)으로 발생한 것이라 본다. 미디어의 부정적 영향력은 유권자들의 냉소적 태도를 강화하고 실질적인 정보 대신 피상적인 정보를 제공함으로써

식견있는 투표 행사를 방해는 요인으로 지적되기도 한다(Cappella & Jamieson, 1996; Hayes, 2010; Valentino, Beckmann, & Buhr, 2001; Zeh & Hopmann, 2013).

이러한 정치 뉴스 보도 형태는 과거에 비해 새로운 경향이라고 볼 수 있다. 정치인의 발언이나 정책 이슈에 대한 내용을 기술적으로 전달하던 전통적 보도와 달리 최근의 뉴스 보도는 캠페인 전략이나 여론 조사 결과를 집중적으로 전달하는 경마식 보도나 저널리스트와 정치 전문가, 외부 정보와 같은 혼합적인 해석적 저널리즘이 나타난다(Just, Crigler, & Buhr, 1999). 이 과정에서 기자들은 사실과 해석이 혼합된 기사를 보도하고, 기사 내용에 있어 주제를 제공하는 해석이 우선이며, 사실은 부차적으로 주제를 설명하는 경향이 있다(Patterson, 1993). 또한 상업적으로 소유된 미디어 조직들은 긍정적인 뉴스보다는 부정적인 뉴스가 사람들의 이목을 집중 시키고 더 많은 수익을 벌어들이기 때문에 수준 높은 보도나 실질적인 내용을 다루기보다는 피상적이고 경쟁적인 보도를 추구하고, 경성 뉴스 보다는 연성 뉴스 보도에 치우치며, 대중의 관심사보다는 이윤 추구에 더욱 관심을 갖게 됐다(Downie & Kaiser, 2002; Eshbaugh-Soha, 2010; Hamilton, 2004). 결과적으로 미디어에서 얻는 정보에 의존하는 유권자들은 부정적 뉴스나 나쁜 뉴스에 더 빈번하게 노출되는 셈이다.

이러한 정치 뉴스와 선거 보도의 문제점을 살펴보면 과연 언론에 많이 노출된 현직 의원이 상대적 우위를 누릴 수 있는지 의문이 제기된다. 언론에서 뉴스가치가 있는 뉴스는 좋은 뉴스보다 나쁜 뉴스이며, 사람들의 이목을 더욱 집중시킬 수 있는 것은 긍정적인 뉴스보다는 부정적인 뉴스에 해당하는 경우가 많다. 또한 긍정적 정보보다 부정적 정보가 더욱 기억에 남고 더 큰 영향력을 미친다는 면에서 정보의 비대칭적 영향력이 존재하며 (Aragones, 1997; Soroka, 2006; Soroka & McAdams, 2015), 긍정적인 정보와 부정적인 정보가 혼합된 상태에서 사람들은 위험 회피를 하기 위해 부정적인 평가를 내리는 것이 더 안전하다고 생각한다(Abelson and Levi, 1985). 따라서 현직 의원에 대한 부정적이거나 나쁜 뉴스의 영향력은 긍정적이거나 좋은 뉴스가 미치는 영향력보다 더 클 것이고, 미디어에 많이 노출되는 현직 의원은 오히려 부정적인 인지나 평가의 대상이 될 가능성성이 높다.

앞서 언급한 미디어를 통한 현직 효과를 알아보기 위해 우선적으로 과연 현직 효과의 존재 여부에 대한 논의를 살펴본다. 현직 효과가 존재하고 이것이 경쟁적 선거구 수의 감소를 이끌었다고 주장하는 많은 학자들은 미국 유권자들의 투표 행태 변화에 주목하여 현직 효과를 설명한다. 미국 정치에서 1964년과 1970년 사이에 주요 정당에 대한 지지를 표명하지 않은 무당파층이 증가했고, 정당에 대한 지지에서 자유로워진 유권자들이 투표를 할 때 상대적으로 손쉽게 접근할 수 있는 현직 상태라는 암시(cue)를 이용한다는 것이다(Ferejohn, 1977; Mayhew, 1974). 국내의 경우도 최근 증가하는 정치에 대한 혐오감과 냉소로 인해 기존 정당을 지지 또는 선호하지 않는 무당파 유권자층의 증가와 정당 정치의 위기를 지적한다(김성연, 2015; 소순창·현근, 2006; 이현출, 2001; 윤종빈·김윤실·정회옥, 2015). 이러한 맥락에서 민주화 이후 국회의원 선거에서 현직 의원의 높은 재도전률과 재선률을 들어 현직 효과가 존재함을 밝힌 연구들이 있다(윤종빈, 2002; 윤종빈, 2006; 한정택, 2007; 박상운·이호준, 2015).

그러나 현직 효과 존재 여부에 의문을 제기한 연구자들도 많다. 이들은 1950년대와 1970년 대를 비교했을 때 선거구내 경쟁은 줄어들지 않았고 더 높은 득표율을 얻어야 안정적인 재선에 가능하다는 점을 들어 경쟁적 지역구에 대한 정의가 달라졌음을 지적한다. 정당에 대한 지지 감소와 인물 중심의 선거가 현직자를 위한 자발적 득표로 이어지거나 자동적으로 현직 의원에게 유리한 상황이 아니며(Jacobson, 1987a; Jacobson, 1987b), 득표율 격차는 후보자가 선거에서 얼마나 안전하거나 또는 취약한 위치를 차지하는지 설명하지 못한다는 것이다(Mann, 1978). 첫번째 재선에 도전하는 현직자 후보를 제외하고, 3선 이상에 도전하는 시니어 정치인들은 1960년대보다 오히려 재선의 가능성성이 낮아졌다 (Jacobson, 1987b). 국내 국회의원 선거에서도 현직 효과의 강도는 그렇게 높지 않으며 (문용직, 1996), 현역 의원이 현직의 이점을 제대로 누리지 못한다는 평가를 받는다는 상반된 주장이 존재한다(김도종·김형준, 2000).

그렇다면 현직 효과를 한국 언론의 정치 뉴스 보도와 선거 보도의 맥락에서 조명해 보는 것이 어떤 의미가 있는가? 기존 연구들은 현직 의원의 언론 노출을 인지도 상승과 같은 우위 효과로 본다. 텔레비전의 등장은 현직 의원이 선거 캠페인에서 개별 유권자에게

도달하는 비용을 줄였고, 공적인 이미지를 형성하며 선거 자금의 효과를 극대화 했다(Lichter et al., 1986). 또한 다른 도전자 후보와 대비하여 현직 의원이 갖는 정치 권력의 차이가 미디어 노출의 차이로 이어지고(Cook, 1986; Clarke & Evans, 1983; Kuklinski & Sigelman, 1992; Robinson, 1981), 현직 의원은 도전자 후보들에 비해 더 긍정적으로 보도되는 경향이 있다(Borquez & Wasserman, 2004). 그러나 미디어 조직 간 경쟁이 치열해지면서 이윤 추구를 극대화하려는 시장 모델은 정치 뉴스와 선거를 보도하는 데 있어 해석적 저널리즘, 경쟁 보도, 그리고 나쁜 뉴스 같이 사람들의 주의를 끌고 돈벌이를 우선시 하는 형태로 변화했다. 현대 언론 보도의 내용적 측면을 살펴볼 때 기존의 미디어 노출로 인한 인지도 상승 및 긍정적 평가와 같은 현직자 우위 효과는 현재의 미디어 상황과 불일치하는 셈이다.

또한 기존 연구에서 제시하는 현직 의원의 빈번한 언론 노출로 인해 형성된 대중적 인지도나 인기가 다음 선거에서 직접적인 득표율의 상승이나 재당선에 영향을 줄 수 있다는 점 외에도 현직 의원의 언론 보도는 후보자 공천 과정에도 영향을 미칠 수 있다. 최근 한국의 정당 정치의 쇠퇴 현상으로 제시되는 원인 중 하나는 정당 지도부가 영향력을 행사하는 전략 공천이나 일방적인 후보 결정의 문제, 그리고 개방형 경선제도의 도입의 필요성 등 공천 과정의 민주성과 공정성에 대한 논란을 그 원인으로 꼽는 이가 많다(윤종빈, 2012; 이동윤 2012). 따라서 전통적으로 강력한 조직을 가진 정당 및 정당 지도부가 공천의 전권을 행사하는 것이 현실적으로 어려워지고 있으며, 현직 의원이 재임 과정 동안 언론 보도로 형성된 이미지나 평판은 유권자에 대한 직접적인 어필 뿐만 아니라 정당 지도부의 공천 승인 과정에도 영향을 미칠 것이다.

이러한 언론 뉴스 보도의 맥락을 고려하여 언론에 많이 노출되는 현직 의원이 미디어 효과로 인해 부정적인 현직 효과를 누릴 수 있다는 점에 주목한다. 현직 의원이 도전자 후보보다 미디어에 더 많은 조명을 받는다면, 그리고 정치와 정치인에 대해 나쁜 뉴스와 경쟁 보도가 상대적으로 더 높은 비중을 차지 한다면 언론에 많이 노출된 현직 의원은 기존의 현직자 우위 연구에서 제시하는 긍정적인 효과보다는 부정적 효과에 영향

받을 수 있다. 정당 중심의 정치에서 미디어와 대중 중심의 정치로의 환경 변화는 이러한 현상의 적절한 뒷받침이 된다.

이를 위해 본 연구에서는 두가지 상호 보완적인 연구 방법론적 접근방식을 적용한다. 우선 집합적 차원에서 소선거구 제도가 시행된 1988년 13대 총선부터 최근 2012년 19대 총선 개표자료를 통해 실제로 지역구의 선거 경쟁도가 감소했는지, 그리고 현역 의원이 임기 횟수에 따라 득표율의 우위를 누리는지 확인하여 한국 선거의 현직 효과를 살핀다. 그리고 현직의원에 대한 언론 보도가 다음 선거에서 공천과정 및 직접적인 득표율의 상승이나 재당선에 어떤 영향을 미치는지 살펴본 뒤, 추가적으로 이번 제20대 총선에서 수집한 설문 데이터를 활용, 개인 유권자 차원의 분석을 통해 실제로 현역 의원을 어떻게 평가하는지 그 결정 요인들을 살펴 본다.

본 연구의 결과는 현직자 우위에 기여하는 것으로 알려진 미디어 노출이 미디어 조직의 경쟁과 상업화로 나타난 나쁜 뉴스 보도 행태로 인해 역으로 현직자에게 불리한 영향을 미치는지 살펴봄으로써 현대 미디어 정치의 영향력을 재검증할 수 있을 것으로 기대된다.

2장. 문헌 연구

1절. 현직자 우위 연구

현직자 우위는 정치학의 고전적 연구에서 제시된 현상이었다. 커밍스는 1920년부터 1964년까지 44년 간의 미국 대선을 분석하여 유사한 투표 경향을 가진 선거구일 때 현직자 후보는 비현직 후보들 보다 선거에서 승리할 가능성이 높음을 보였다(Cummings, 1966). 특히 1958년 선거 이후의 미국 정치는 현직자 우위 효과가 깊이 뿐리박힌 시대(The Era of Entrenched Incumbency)로 구분되어(Erickson, 1994), 1970년대 미국 정치학자들은 1950년대 말부터 미국의 선거에서 경쟁이 감소하고 의원들의 교체 현상이 줄어드는 현상에 주목하기 시작한다. 이들은 앞의 고전적 논의 바탕으로 현직 효과와 선거에 대한 그 영향력을 연구했다.

1) 현직 효과는 존재한다는 주장

Erickson(1971)은 1952년부터 1960년 사이 2년마다 실시된 의회 선거를 분석한 결과, 현직 의원으로 재선에 도전하는 후보자는 평균 약 2%의 득표율 증가를 보이고 이는 작은 수치라고 할지라도 경쟁적 선거구에서 당선의 격차 좁히는 역할을 할 수 있다는 것을 보였다. Alvord 와 Brady(1989)는 1846년부터 1986년까지 미국의 의회 선거를 분석했는데, 현직 의원이 출마하지 않은 선거(open seats)에서는 현직자와 같은 정당의 후보가 선출되는 경향이 높았으며 이 현직자들은 초선시에는 경쟁 후보와의 득표율 격차가 매우 작았지만 이후 재선 도전시 득표율이 상승하여 경쟁자와의 격차가 커졌다.

Mayhew(1974)는 1952년에서 1982년 미국 하원의원 선거에서 후보자 간 득표율 차이가 작은 선거구들이 급격하게 줄어드는 현상에 대해, 지난 선거들에 그 이전의 선거에 비해 현직 여부가 다음 선거에 강한 이점으로 작용하며 이러한 현상이 특정 정당에 유리한 것이 아니라 양당 모두의 득표에 영향을 준다는 것을 밝혔다. 그는 현직자 후보의 홍보방식을 그 근거로 제시했는데, 현직 의원은 우편물과 같은 방법을 통해 의정기간 동안

본인을 잘 홍보하는 것으로 나타났고 설문 조사 결과 유권자들이 현역 후보자의 이름을 훨씬 높은 비율로 기억하는 것을 보였다. 특히 1974년에 하원의원의 총 우편물 발송량은 9만 건에 해당했고 공적 금액으로 따지면 3천8백만 달러에 달했다. 이 외에 현직 의원은 정부의 프로그램의 지원을 받거나 정치적 이슈에 대해 공적인 위치를 차지하는데 유리한 것으로 나타났다. 유사한 맥락에서 Fiorina(1977)는 현직 의원들이 일종의 입법 심부름꾼으로 전락할 가능성을 우려했다. 즉 현직 의원들이 기본적인 임무인 입법 활동에 대해서는 소극적으로 행동하는 반면, 재선에 도움이 될 수 있는 지역구 활동이나 봉사활동에만 치중함으로써 재선에 성공하려 할 것이라 예측했다.

또한 현직자의 생존을 경쟁 후보자에 비해 갖는 우위가 아닌 다른 데서 찾는 연구들도 존재한다. 미국에서 1960년대에 이르러 대부분의 주정부는 적어도 두 번 이상의 선거구 재획정을 실시했는데 현직자들은 이를 잘 활용했다는 주장이다. 따라서 선거구 재획정(Redistricting)이 경쟁적 선거구를 감소시키고 현직자 우위현상을 부추긴다는 주장이다(Tufte, 1973). 또한 유권자층의 변화가 현직자 후보에게 유리하게 작용했다는 것을 지적하는 학자들도 있다. 당시 미국 정치에서 유권자들의 투표 행태 변화를 살펴보면 1964년과 1970년 사이에 주요 정당에 대한 지지를 표명하지 않은 무당파층이 급격하게 증가했다. 정당에 대한 충성도가 낮은 유권자들은 투표를 행사하는데 있어서 다른 암시(cue)를 활용하게 되고 현직 여부가 중요하게 더 중요하기 시작했다는 주장이다. 이러한 가설은 당시 미국 정치 상황에서 증가한 정당에 대한 불만감을 중요하게 고려한다 (Ferejohn, 1977; Mayhew, 1974).

정당과 유권자의 정서적 유대감의 약화는 다수의 민주주의 국가에서 경험하는 현상이기도 하며, 국내의 많은 연구자들도 최근 증가하는 정치에 대한 혐오감과 냉소로 인해 기존 정당을 지지 또는 선호하지 않는 무당파 유권자들의 증가와 정당 정치의 위기 또는 정당의 쇠퇴라 불리는 모습이 선거에서 나타나고 있음을 지적한다(김성연, 2015; 소순창·현근, 2006; 이현출, 2001; 윤종빈·김윤실·정희옥, 2015). 정치학을 중심으로 정당 정치의 약화와 무당파층의 행태에 대한 관심이 높아지면서 현직 효과와 같은 현상에 주목하고 이를 한국 선거에 적용해보는 연구가 등장하고 있다.

국회의원 선거에 대한 현직 효과를 살펴본 연구들의 경우, 윤종빈(2002)은 민주화 직후의 선거와 이후 치뤄진 총선을 비교하여 민주화 이후 총선이 반복되면서 현직 의원들이 다양한 의정 활동으로 지명도와 인지도를 높일 수 있었고 이는 재선으로 이어질 수 있음을 주장했다. 한정택(2007)은 한국의 14대부터 17대까지 국회의원 선거로 현직의원의 재당선 요인을 분석하면서 현직의원의 재출마율과 재당선율을 기술적으로 제시했다. 한국의 14대부터 17대 사이의 국회의원 선거에서 현직의원은 71% 이상의 재출마율을 보이고 동시에 50% 이상의 재당선율을 달성한다. 박상운과 이호준(2015)은 18대, 19대 국회의원선거를 경험적으로 분석한 결과, 18대와 19대 모두 현직자가 출마한 지역구는 현직자 비출마 선거구보다 후보자 간의 득표율 격차가 더 크게 나타남으로써 선거 경합정도가 낮았다. 현직자 후보가 가지는 공직자 효과 중 지역구 예산에 대한 업적과 시와 같이 지역구 중심적인 활동이 득표율 증가에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

한편 지방 선거를 중심으로 현직 효과를 연구한 황아란(2015)은 여러 명의 후보를 동시에 선택해야 하는 지방 선거에서도 현직자 우위가 존재함을 밝혔다. 이는 짧은 선거 기간 동안 후보 선택을 위한 정보 수집이나 수집된 정보의 처리 과정 측면에서 현직 후보에 대한 정보 수집과 처리가 상대적으로 훨씬 더 편리하기 때문이다(황아란, 2015). 2010년의 지방선거에서는 기초단체장 선거가 광역의원이나 기초의원 선거보다 훨씬 더 강한 현직효과를 보였고, 소속정당이나 지역주의의 영향은 특히 광역의원 선거에서 가장 크게 나타났다(황아란, 2013).

2) 현직 효과는 크지 않다는 주장

앞서 논의와는 반대로 현직 효과 존재 여부에 의문을 제기한 연구자들도 존재한다. Jacobson은 1960년대 이후 선거에서 하원의원의 현직자 후보들은 1950년대보다 득표에 있어서 오히려 더 위험하며, 좁은 득표 격차가 나타나는 경쟁적 선거구들이 줄어들지 않았다고 주장한다. 그의 연구에 따르면 득표율 차이에 대한 해석이 과거와 달라져야 한다고 주장했다. 득표 격차가 좁은 지역구(marginals)의 정의가 변했다는 주장인데 1970년대 선거에서 60~65%의 득표율로 승리한 초선 의원의 재선 가능성은 1950년대의

선거에서 55-60%로 승리한 의원과 유사하다는 것이다. 즉 1970년대 선거에서 안전하게 승리하려면 그 이전 보다 더 높은 득표율을 얻어야 한다는 것이다. 또 부동표의 추가적인 확보로 현역 의원이 약간 상승된 득표율을 얻는다 해도 선거에서 승리할 확률에는 큰 영향을 미치지 못한다는 연구결과도 제시했다. 또 제이콥슨에 따르면 정당에 대한 지지가 감소한 것도 현직자를 위한 자발적인 득표(automatic votes)가 감소했음을 의미하며, 인물 중심 선거의 등장이 현직자에게 자동적으로 유리한 것이 아님을 지적한다. 그의 연구결과에 따르면 오직 첫번째 재선에 도전하는 현직자 후보만이 경쟁적 선거구에서 좀 더 안전한 위치를 차지하고 시니어 후보자들은 1960년대보다 오히려 재선 가능성성이 낮아졌다고 주장한다(Jacobson, 1987b). 마지막으로 1960년대에 일어난 변화들(정당 충성도의 하락, 유권자에게 도달할 수 있는 새로운 자원과 기술의 발달, 새로운 선거 캠페인 자금의 원천)은 현직 후보자의 해당 지역구에 대한 영향력을 강화시키는데 도움이 될 수는 있지만 이는 어디까지나 일시적인 현상에 그칠 가능성이 높다고도 주장한다. 즉 다른 후보자들도 이러한 새로운 기술이나 유권자의 선거 습관을 잘 활용할 수 있으리라 보았다(Jacobson, 1987a). 유사한 맥락에서 Mann(1978)은 후보자들은 어떠한 득표율 격차(margin) 자체는 후보자가 선거에서 실제로 얼마나 안전한 위치 또는 취약한 위치를 차지하는지를 더이상 설명할 수 없다는 점을 지적했다.

국내 선거에서도 현직 효과 존재 여부에 대해 상반된 주장이 제시된다. 15대 국회의원 선거의 경우 현직 효과가 나타나기는 하지만 그 강도는 그렇게 강하지 않으며, 이러한 현직 효과는 여야 혹은 도시와 농촌 간 차이와 비교하여 큰 차이를 보이지 않았다(문용직, 1996). 특히 15대 총선은 서울 등 수도권에서 정치 신인들이 대거 등장했고 유권자들이 정치적 세대교체를 더욱 희망한 것으로 평가된다. 또한 16대 총선에서도 정치 신인들의 강세가 이어졌다(273명의 의원 중 초선의원이 40.7%인 111명에 해당함). 김도종과 김형준(2000)은 한국의 현역 의원이 현직의 이점을 제대로 누리지 못한다고 지적하는데 그 이유는 총선시민연대가 발표한 낙선대상자 86명 중 48명이 현역 의원이었는데 이들 중 27명(56.3%)만이 당선됐고, 특히 수도권의 낙선대상 현역 의원 12명은 재선에 실패했기 때문이다. 17대 총선의 현직자 지지 현상을 분석한

윤종빈(2006)의 연구는 16대 총선과 17대 총선에서 현직 의원 재선율이 각각 59.2%와 60.7%로 큰 차이는 없으나 득표율 격차를 분석한 결과 16대에 초선 의원이 4년 후 선거에서 평균적으로 -4.1%의 득표율 증감을 보였고 재선 의원의 경우 -6.8%, 3선 의원은 -17.5%, 4선 이상의 의원은 -16.6%로 초선 의원이 득표율 감소에서는 가장 낮지만 전반적으로 다선 현직 의원의 득표율이 감소했다. 17대 총선이 탄핵 열풍과 같은 정치적 맥락이 있다는 점을 고려할 때 초선 의원이 상대적으로 득표율 감소가 적다고 볼 수 있지만(윤종빈, 2006), 현직 의원의 득표율 증가 현상은 나타나지 않았다고 해석할 수 있다.

한편으로 현직 의원의 후보자 효과에 주목한 연구는 현직 의원의 재당선에 있어 국회의원의 입법 활동보다는 정당의 공천 여부가 강력한 영향력을 미치고 있음을 보인다(박윤희, 2014). 공천 과정이 상향식 공천과 개방형 공천을 강조하는 목소리가 커지면서 후보자의 입법 활동과 의정 활동 능력이 공천 승인의 중요한 기준이 되고 있지만 19대 선거에서는 현직 의원의 입법활동이 공천 승인과 재당선에 직접적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타난다(박윤희, 2014).

앞서 살펴본 현직자 효과 존재에 대한 논의는 현직자 우위를 어떤 것으로 보는지(선거구의 경쟁도 감소, 동일한 정당의 후보자 당선 또는 득표율 증감, 현직 의원의 재당선 여부 및 공천 과정, 연속된 선거에서 현직 의원의 득표율 격차 등)에 따라 상반된 주장이 진행되고 있다. 특히 한국 국회의원 선거 연구들을 전반적으로 살펴보면 미국의 현직 효과 연구처럼 80~90%의 높은 재선율은 아니지만, 상대적으로 높은 재선 도전률과 재당선률을 보임에도 불구하고 재선 이상의 현직 의원이 득표율 증감에는 이점을 누리지 못하는 것으로 나타난다. 이는 미국 중심의 현직 효과 연구 결과인 재선 성공률과 고정된 득표율 증가와는 다른 현상이라고 볼 수 있다. 그렇다면 이러한 현상에 접근하기 위해 현직 효과가 왜 나타나는지에 대한 기존의 연구들과 이 연구에서 주목하는 언론의 효과를 다음 절에서 상세히 살펴보도록 하겠다.

2절. 현직 효과의 원인

현직 효과 존재 여부에 대한 논쟁은 현직 효과에 대한 근원이 무엇인지를 밝히는 경향으로 이어졌다. 미국의 경우 경합이 일어나는 미국의 하원 선거구는 1974년 이후 지속적으로 감소했고 1980년대에 이르러 최저점에 도달하는 증거와 연구가 이어졌다(Bauer & Hibbing, 1989). 미국 선거에서 현직 효과가 나타난 1960년대 이후부터 깊게 뿐리박힌 현상으로 보는 연구들은 현직자 후보가 출마한 선거구에서 도전자와의 득표율 격차가 작아지는 현상을 현직 의원이 임기 동안 갖는 특권이나 정치적 영향력의 우위, 또는 후보자의 개인적 속성으로 설명한다. 마지막으로 언론 노출과 현직 효과에 대한 논의도 살펴볼 것이다.

1) 현직 효과의 원인에 대한 기존 연구

우선 미국 선거의 경우 현직자 후보와 도전자는 평균적으로 사용하는 금액의 정도가 다르다. Erickson(1994)은 Ornstein, Mann, & Malbinn(1994)의 Vital Statistics on Congress의 데이터를 통해 현직자 후보와 도전자들의 선거 캠페인 비용을 비교했다. 1975년 하원의원 선거에서는 현직자의 경우 평균적으로 도전자들보다 많게는 8만불에서 적게는 5만불 이상을 더 사용했고, 1992년 선거에서 이러한 격차가 더 벌어져 현직 후보와 도전 후보의 선거비용은 3.5배의 차이를 보였다. 또한 선거 캠페인을 위한 모금에서도 현직자 후보는 도전자 후보보다 우위를 보였다. 1980년대 현직자 후보가 도전자보다 큰 득표율 격차로 더 자주 승리하는 이유는 그들이 선거구민을 위해 더 많은 일을 하기 때문이라기보다는 도전자 후보가 캠페인 비용을 모금하는 능력이 감소하는 반면, 현직자 후보의 캠페인 자금의 규모가 급격하게 증가했기 때문이라는 것이다(Abramowitz, 1991).

다른 연구자들은 현직 위원이 갖는 권한이나 지위는 유권자들이 현직 의원을 기억할 수 있는 기회를 제공하며 더 높은 지지율로 이어지고 재선의 승리 가능성을 높이는 것으로 이어진다고 주장한다(Fiorina, 1989; Cain, Ferejohn, & Fiorina, 1987). 가령 미국의 하원의원은 1947년에 1,440명의 보좌인력(staff)을 고용했으나, 1957년에는 2천4백여명,

1967년에는 4천여명, 1977년에는 6천9백여명이었다가 1987년에 이르러 7천5백여명으로 정점을 찍었다(Ornstein, Mann, & Malbin, 1987). 대규모의 보좌인력들은 현직 의원의 공적 이미지 형성에 기여하게 되고 유권자들에게 보다 가깝게 다가가며 선거 캠페인 비용 모금에 있어서 효율성을 높일 수 있다(Erickson 1994). 1950년대 대비 1970년대의 증가한 보좌인력은 지역구에서의 현역 의원의 활동을 높이는 효과를 가져오고 이는 선거에서 지역구민들의 현역자 평가에 큰 영향을 미치는 것으로 이어진다(Fiorina, 1989).

일부 학자들은 현직 의원들이 대개 도전자에 비해 후보자로서 더 우수한 자질을 가진 경우가 많다는 점을 지적하기도 한다(Cox & Katz, 1996). 일단 초선에 성공한 적이 있다는 것은 유권자들이 가치를 부여하는 다양한 개인적 특성을 가지고 있다고 보는 것이다. 지역구 활동을 통해 이러한 긍정적인 이미지를 추가적으로 구축할 수도 있다. 가령 지역구민이나 지역구 활동을 통해 ‘친절함’, ‘가정적’ 이미지를 구축할 수도 있고 이러한 이미지들은 선거에서 더 성공적인 결과로 이어질 수 있다는 것이다(Fenno, 1987).

2) 현직 의원에 대한 언론의 효과

현직 효과의 우위 중 하나라 볼 수 있는 현직 의원의 언론 노출과 보도는 유권자에게 선거와 현직 의원에 대한 정보를 제공하기 때문에 현직자 후보에게 긍정적일 수 있다. 특히 현직 효과를 설명하기 위해 언론 노출이라는 우위에 주목한 초기의 정치 커뮤니케이션 연구들은 미디어와 대중이 중심인 정치적 맥락에 주목한다. 뉴스 미디어의 보도는 정치 후보자나 정치 이슈에 대한 인지도에 영향을 주며, 나아가 미디어에 열만큼 등장했는가는 후보자 평가 및 선거에서 당선을 결정짓는 중요한 요소라고 본다(Althaus, Nardulli & Shaw 2002).

앞서 살펴본 현역 의원이 선거에서 갖는 우위가 나타나기 시작한 1970년대의 초기 연구들은 1950년대 후반 텔레비전 시대가 시작된 점을 들어 개인 유권자에 더 손쉽게 접근할 수 있는 현직 의원의 장점이 현직자 우위 현상을 설명한다고 주장한다. 텔레비전은 정치인들이 개별 유권자에 도달하는 비용이 줄일뿐만 아니라 공적인 이미지를 형성하는데 기여하고, 선거 자금의 효과를 극대화하는 수단으로 활용될 수 있다(Lichter et al., 1986).

또한 미디어의 보도 측면에서도 후보자들 간의 차이가 발생한다. 모든 후보자들이 미디어에 공평하게 등장하지는 않으며 미디어가 주목하는 정치인과 후보자는 한정되어 있다. 가장 저명한 의원들만이 전국적 방송망에 보도되는 경향이 있고, 고위 공직에 있지 않은 일반 의원들은 상대적으로 미디어에 덜 노출된다(Cook, 1986; Kuklinski & Sigelman, 1992). 비슷한 맥락에서 현직의원에게 있어 언론의 노출을 하나의 혜택이나 권한으로 본다면, 현직의원들은 도전자들에 비해 상대적으로 미디어의 주목을 받는다(Robinson, 1981; Clarke & Evans, 1983). 미국의 하원의원 선거에 대해 미디어 보도의 내용을 분석한 연구는 일반적으로 현직자 후보가 다른 도전자 후보들에 비해 미디어에 더 많이 노출되고, 더 긍정적인 내용으로 보도되는 경향이 있음을 보였다(Borquez & Wasserman, 2004).

이와 더불어, 학력과 같은 개인적 속성의 차이는 매스 미디어의 효과가 투표 행위에 있어서 결정적인 영향력을 미치기도 한다. Prior(2006)는 1958년부터 1970년까지 지역구 내 텔레비전 방송국 수와 현직 효과 투표 경향을 측정하여 이 두 변인 사이에 긍정적인 상관관계가 있음을 밝혔는데, 지역 방송이 현직 의원에 대한 “공짜” 방송 시간을 제공했기 때문이다. 이는 상대적으로 학력이 낮은 사람들이 지역 방송에 더 많이 영향을 받고, 현직의원에게 더 투표하는 경향으로 이어졌다(Prior, 2006).

이러한 주장을 더 발전시켜 언론 노출과 현직자의 관계를 인지적 친밀성과 연관지어 설명하기도 한다. Stokes와 Miller(1962)는 설문 연구를 통해 유권자들이 상대적으로 미디어에 더 많이 노출되는 현직 의원들의 이름을 잘 기억한다는 점과 유권자들은 자신들이 더 잘 기억하는 의회 후보를 지지하는 경향이 있음을 보였다. 유권자들이 후보자를 인지하는 것은 후보자에 대한 추가적인 정보를 얻고 태도를 형성하는 데 필요한 최소한의 기준점이며, 후보자에 대한 투표에서 매우 중요한 기준이라고 볼 수 있다. 왜냐하면 유권자들은 이름이 익숙한 후보자를 지지하는 것보다 한 번도 이름을 들어본 적 없는 후보자를 뽑는데 있어서 더욱 망설이는데 매스 미디어가 유권자에게 제공하는 정보는 매우 결정적인 역할을 하기 때문이다(Jacobson, 1975). 유사한 맥락에서 잘 모르는 새로운 후보보다는 공직 수행의 경험에 있는 현직자를 선택하는 것은 유권자에게 있어 비교적 안전한 선택으로 인식되기 때문에 현직자 후보는 재선율이나 득표율에서 긍정적인 결과를

얻는다(Quattrone & Tversky, 1988). 유권자들은 투표 선택을 할 때 자신의 선호사항에 대한 불확실성을 줄이기 위해 자신이 이용가능한 정보를 이용하려는 경향이 있는데 예를들면 텔레비전이나 신문에 자주 등장한 후보자의 이름과 같은 정치적 암시(cue)에 반응한다(Bartels, 1988).

또한 후보자의 언론 노출 정도가 후보자에 대한 인지와 회상 정도에 어떤 영향을 미치는지 살펴본 연구들도 존재한다. Goldenberg와 Traugott(1980)는 선거 캠페인 기간 동안 신문에 등장한 후보자들의 빈도가 선거에서 유권자에게 어떤 영향을 미치는지 상대적인 후보자의 이름 회상정도와 후보자에 대한 평가를 분석한 결과, 후보자와의 개별적 접촉, 우편정보의 수신, 후보자의 이름 언급, 그리고 신문 구독 여부는 후보자의 이름을 회상하는데 영향을 미쳤다. 또한, Parker(1981)는 정치 정보 수준, 정치에 대한 관심도, 그리고 교육 수준을 통제한 뒤, 선거의 유형(상원의원 선거와 하원의원 선거)에 따라 미디어를 통한 후보자의 접촉이 후보자 인지에 어떤 영향을 미치는지 연구한 결과, 선거 유형에 따라 후보자와 유권자의 개별적 접촉과 같은 변수는 후보자의 인지 정도에 다른 영향을 미쳤지만 미디어를 통한 후보자의 접촉은 두 선거에서 유권자가 후보자를 인지하는데 강한 상관관계를 보였다. 이는 규모가 더 큰 선거(상원의원 선거)에서는 이미 공짜 정보와 같이 쉽게 얻을 수 있는 정보가 많기 때문에 개별적 접촉과 같은 변수가 후보자 인지정도에 큰 영향을 미치지 않는 반면, 상대적으로 정보를 얻기 어려운 작은 규모의 선거에서는 차별적인 효과를 보이는 것으로 설명된다(Parker, 1981). 결과적으로 후보자들이 미디어에 노출되는 정도는 많은 유권자에게 도달할 수 있는 선거 캠페인 정보의 양에 기여한다. 미디어로 인한 조명은 후보자의 지명도를 승격시키고 유권자와 후보자 간의 접촉을 강화한다.

국내의 연구 역시 미디어가 유권자의 인지도, 친밀감, 그리고 후보자에 대한 평가까지 영향을 미친다는 주장을 제시해 왔다. 반현·최원석·신성혜(2004)는 17대 총선과정에서 유권자들의 투표 행태를 통해 유권자들이 후보자와 정당에 대한 주요 정보원으로써 텔레비전과 신문보도, 텔레비전 토론, 주변 사람과의 대화 순서로 활용하고 있음을 보였다. 유권자들은 뉴스 미디어를 통해 후보자에 대한 평가 및 이슈에 대한 태도를

결정하고 나아가 전반적인 정치 태도를 형성했다. 또한 신문이나 방송과 같은 매스 미디어의 경우 전반적인 미디어 이용과 후보자 노출이 후보 인지도, 그리고 선거에 대한 관심도와 관련이 있었다(변동현·김옥렬·양혜승 1999; 송종길·박상호 2009; 이효성 2004). 또한, 16대 대통령 선거를 중심으로 미디어의 이용과 후보자에 대한 인지도 및 평가와의 관계를 살펴본 연구들은 텔레비전 토론회와 방송 연설이 후보자 평가와 관련이 있었고(이강형, 2006), 텔레비전과 신문과 같은 대중 매체의 이용은 후보 인지도와 관련이 있었다(이효성, 2003). 이와 같이 미디어는 한국의 선거에서도 후보자에 대한 정보를 얻는 수단이자 후보자에 대한 인지도와 평가에 대한 의견을 형성하는 주요 채널이다. 앞선 연구들은 선거에서 미디어의 효과에 대한 실증적 뒷받침을 제공한다.

3절. 현직자에 대한 언론 보도의 내용과 그 원인

앞서 현직 의원이 도전자 후보에 비해 언론의 주목을 많이 받고 그것이 개인 유권자들의 인지적 평가에 영향을 미칠 수 있다는 논의를 살펴봤다. 그러나 언론 노출의 유무 또는 증감이 과연 인지도 상승이나 긍정적인 평가와 같은 현직자 우위 현상으로 이어지는지 확인하기 위해서는 언론이 현직 의원을 어떻게 보도하는지를 살펴볼 필요가 있다. 현직자가 미디어 노출로 인해 선거에서 이점을 얻는 것은 단순히 잘 알려져 인지도를 얻는 것 외에 보도 내용이 현직 의원에게 호의적이라는 것을 전제하기 때문이다. 미디어의 보도된 현직자의 지명도(visibility)는 후보자에 대한 인지도 상승으로 이어질 수 있지만, 후보자에 대한 나쁜 뉴스가 상당하다면 긍정적 인지 효과가 나타나기 어렵다. 이러한 맥락에서 Zeh와 Hopmann(2013)은 미디어의 선거 보도 특성에 대해 크게 네 가지 문제점으로 1) 미디어의 캠페인 의제 통제, 2) 본질적인 이슈 중심의 보도 대신 캠페인의 지엽적 내용에 집중, 3) 캠페인과 보도의 개인화 경향, 4) 부정적 보도의 증가를 지적한다. 이 절에서는 최근 언론의 정치뉴스 보도와 선거보도 방식에 대한 주요 문제점들을 살펴보고 그 원인을 검토하고자 한다. 마지막으로 이러한 보도 행태가 유권자에게 미칠 수 있는

영향력을 논의하고 앞서 제시한 한국 선거의 맥락에서 현직자 우위 현상과 미디어의 효과가 어떻게 이어질 수 있는지 알아보겠다.

1) 전략 보도

현직 의원은 도전자 후보들에 비해 더 많은 미디어의 관심을 받고 언론에 자주 노출되어 높은 지명도(visibility)를 갖지만 실질적인 현직자 우위로 이어지기 위해서는 뉴스에서 어떻게 노출되는지가 더 중요한 문제일 수 있다. 뉴스 보도는 이슈 중심의 보도에서 여론 조사 결과와 같이 선거 캠페인의 후보자들이 옆치락 뒷치락하는 상황이나 특정 후보를 앞질러 가기 위해 필요한 캠페인 전략이나 전술을 강조하는 기사로 변모했다(Jamieson, 1992). 이러한 전략 보도의 특징은 선거 캠페인의 승리 여부에 주목하고, 전쟁이나 경쟁을 강조한 어휘의 사용하며 후보자의 수행, 스타일, 인식에 대한 강조, 그리고 여론조사 결과와 캠페인 및 후보자를 평가하는데 중점을 두는 모습으로 나타난다(Jamieson, 1992). 이러한 전략 보도가 유권자에 대한 태도에 어떤 영향을 미치는지 여러 실증적 연구가 이어졌다. Cappella와 Jamieson(1996)은 1992년 미국 대선 기간동안 정치 뉴스, 선거 캠페인 관련 뉴스, 정치 광고와 같은 여러 맥락에서 캠페인 전략 중심의 보도가 어떻게 정치와 미디어에 대한 냉소주의로 이어질 수 있는지 살펴봤다. 후보자가 어떻게 하면 더 많은 득표를 얻을 수 있는지를 강조한 뉴스 방송을 본 집단은 선거에 대한 뉴스를 보지 않은 집단에 비해 더 높은 수준의 냉소적 태도를 보고한 반면, 이슈 중심의 뉴스를 본 집단은 통제 집단과 비교했을 때 냉소적 태도에는 차이가 없었다(Cappella & Jamieson, 1996). 또한 이러한 전략 보도의 특징은 정치 관여도와 정치 지식의 정교화 수준에 따라 차별적 효과를 보였으며, 정치적 성향이 강하고 높은 교육 수준을 가진 사람들은 전략 보도에 영향을 받지 않는 반면 정치적 성향이 없고 교육 수준이 낮은 사람들은 크게 영향을 받는 것으로 나타났다(Valentino, Beckmann, & Buhr, 2001). 동일한 사실에 대해 뉴스를 전달하는 방식의 차이는 선거 캠페인에 대한 냉소적 태도를 촉진시킬 수 있으며 전략 보도 중심의 뉴스가 만연해진다면 정치인과 선거에 대한 불신이 증가할 수 있음을 보여준다.

국내 언론의 선거보도의 경우 선거 시기 별로 미디어의 이념 성향에 따라 전략적 프레임들이 경쟁 및 갈등을 유발한다. 김은주와 방정배(2010)는 연합뉴스의 15대, 16대, 17대 대선 뉴스프레임을 분석한 결과 이미지 프레임과 같은 연성 프레임이 정책과 같은 경성 프레임을 압도하는 경향이 있었고, 이슈/정책 프레임은 최근 선거로 갈 수록 줄어드는 반면, 폭로/비방/갈등 프레임은 최근 선거로 갈 수록 더 심해지는 경향이 나타났다. 또한 정치적 이슈를 보도하는 방식에 있어서도 그 이슈의 중요성보다는 흥미성과 같은 뉴스 가치를 중점적으로 보도한다는 지적도 이어진다. 보도 범위에 따라 지역 신문과 전국 신문 모두 선거 캠페인 보도에 있어서 정책 보도나 정책 관련 이슈는 매우 적었고, 정치 집단에서 발표하는 정책 이슈 양에 못미치는 경향이 있었다(이효성, 2008; 이효성, 2010).

2) 경마식 보도와 해석적 저널리즘

앞서 살펴본 전략 중심의 보도는 정치를 경쟁적으로 보도하는 경쟁보도나 경마식 보도와 같은 관행으로 이어진다. 저널리스트들은 선거에서 새로운 정보를 접하게 될 때 후보자들이 자신의 이점을 위해 서로 경쟁하는 도식적인 구조(schematic framework) 안에서 해석하는 경향이 있으며(Patterson, 1993), 이러한 경향은 최근 선거 캠페인에서 여론조사의 결과 보도나 선거 판도의 결과와 같이 피상적인 경마식 보도(horserace)로 나타난다. 이러한 보도 경향의 원인으로는 상대적으로 길어진 선거 캠페인 기간과 미디어 시장의 압력과 같은 원인들이 주로 제시된다.

경마식 보도의 관행은 산업에서 추구하는 뉴스 가치와 관련이 있다. 후보자 간 대립하는 정책에 대한 분석은 진부하고 반복적인 반면 경마식 보도는 기자들에게 현시성과 참신함이라는 뉴스 가치를 가지는 한편, 많은 과정이 예측되는 선거 캠페인의 흐름과는 별도로 매일 새로운 뉴스를 제공할 수 있으며, 실제로 뉴스를 소비하는 유권자들에게 관심을 받는다(Iyengar, Norpoth, & Hahn, 2004). 일단 선거 캠페인 초기에 후보자의 입장과 관련된 뉴스가 보도되면, 선거 캠페인이 진행될 수록 후보자의 정치적 이슈와 관련된 뉴스 가치를 잃어버리고 이슈 중심의 보도는 줄어드는 경향이 있으며, 경마식 보도의 양은 선거 날이 가까워질 수록 증가한다(Dunaway, & Stein, 2013). 본질적이고

이슈 중심의 선거 보도가 아닌 이윤 창출을 위한 경쟁적 보도는 유권자들이 후보자를 판단할 수 있는 실질적 정보를 제공하기보다는 후보자간 경쟁 구도에 초점을 맞춤으로써 유권자들에게 후보자에 대한 정확한 묘사를 제공하지 않고 식견있는 투표를 행사를 방해한다(Hayes, 2010).

경마식 보도 또는 경쟁 보도와 관련된 한국 선거 보도 연구를 살펴보면, 15대와 16대 대통령 선거에서 이러한 보도 경향이 나타났는데 15대 대선의 텔레비전 보도에 66%, 16대 대선에는 98.4%의 높은 수치로 선거 운동과 여론조사, 폭로전과 같은 경마식 보도 경향이 강하게 나타났다(권혁남, 2009). 이러한 경마식 보도의 원인으로 제기되는 것은 여론조사 보도와 관련이 있으며 여론 조사 결과를 해석하여 제시하는 과정에서 발생하는 잘못된 보도에 해당한다. 양승찬(2007)은 다음과 같은 문제점을 지적하는데, 1) 표집오차를 고려하지 않은 보도, 2) 언론사가 통계 분석 차원에서 과학적 해석을 고려하지만 차이가 없는 결과에 뉴스 가치를 부여하려는 시도, 3) 제목에 대한 단정적이고 확정적 수치의 나열, 4) 확대 또는 과장 분석, 해석의 오류 등이 해당한다. 이러한 관행은 선거에서 후보자의 경쟁 구도를 강조하는 전형적인 경마식 보도의 문제점으로 지적된다.

경마식 보도의 등장은 해석적 저널리즘의 출현과 관련이 있다. 선거 캠페인을 다른 주요 미디어가 라디오 중심에서 텔레비전으로 넘어오면서 유권자들이 정치인의 메시지를 듣는 것은 더욱 어려워졌다. Hallin(1992)은 1968년부터 1988년까지 대통령 선거 기간의 이브닝 뉴스를 표본으로 정치인의 사운드 바이트(Sound bites)의 길이를 분석했는데, 사운드 바이트의 길이는 1968년에 평균 40초 이상이었는데 반해 1980년대에 10초 미만대로 줄어들었다. 대신 저널리스트들은 소리를 잘게 깨아내어 사용할 뿐 아니라 정치인에 대한 이미지 역시 조개어 여러가지 외부 정보, 전문가의 논평과 혼합하는 방식으로 뉴스를 보도한다(Hallin, 1992). 뉴스 보도 내용에 저널리스트의 메시지가 많은 부분을 차지할 수록 더욱 냉소적이고 부정적인 논조에 가까웠던 반면 선거 후보자의 메시지가 상당 부분을 차지할 수록 미디어의 논조는 더욱 긍정적이고 효과적이었다(Just, Crigler, & Buhr, 1999). 미디어 조직이 이윤 창출이라는 목적을 갖고 있지만 과도한 경쟁 보도는 후보자와 정치 이슈에 대한 실질적인 정보를 얻지 못하게 할 수 있다는 지적을

받는다(Patterson, 2013). 최근의 선거 캠페인 과정에서 유권자들은 후보자로부터 직접적인 정치 메시지를 듣기보다는 미디어와 기자들의 보도에 의존할 수 밖에 없고, 기자들의 캠페인 보도 과정은 유권자들이 투표 결정을 내리는데 중요한 요인이 틀림없다(Hayes, 2010).

3) 부정적 보도의 증가

Patterson(1993)은 선거 캠페인의 보도가 얼마나 ‘게임’에 집착하고 이슈 기반의 실질적인 보도를 기피해왔는지 내용분석을 통해 제시했다. 1960년부터 1992년까지 미국 대통령 선거에서 후보자와 관련된 언론 보도 중 긍정적인 뉴스의 양은 지속적으로 감소한 반면 부정적인 뉴스 보도는 증가했다. 그는 나쁜 뉴스가 언론 보도의 표준이 됐으며, 뉴스 이슈의 관점에서 기자와 일반인이 중요하게 여기는 이슈 간의 격차가 커졌음을 지적했다 (Patterson, 1993). 미디어는 사회적 문제들이나 해결책에 집중하기보다는 게임과 정치 전략에 몰두하며, 특히 선거 뉴스의 경우 상당 부분 논쟁과 갈등에 집중하여 대중의 냉소주의를 촉진한다(Cappella & Jamieson, 1996). 미국 대통령에 대한 지역 신문 보도의 논조를 연구한 Eshbaugh-Soha(2010)는 일상적인 지역 뉴스 보도 역시 긍정적이기보다는 부정적인 논조에 더 가까웠고, 전국적 뉴스보다 지역 뉴스가 일반적인 사람들에게 더 대중적이고 호의적으로 받아들여진다는 기존 연구 논의의 맥락에서 개별 유권자들에게 큰 영향력을 미칠 수 있음을 제시했다.

국내 선거 보도의 문제점으로 지적되는 부정적 보도에 대해 살펴보면 권혁남(1998)은 지방선거의 낮은 투표율에 대한 원인을 분석하면서 언론이 선거 운동기간 전후로 지방선거 보도에 무관심했고 동시에 선거에 대해 지나치게 부정적으로 보도하는 경향이 있었음을 지적한다. 또한 폭로 저널리즘의 형태로 나타나는 부정적 보도는 전반적인 선거 분위기를 망치고 선거에 대한 부정적인 이미지를 형성해 유권자들에게 불신감이나 냉소주의를 만연케 한다(이효성, 2012). 17대 대통령 선거기간의 선거방송 보도의 특성을 연구한 구교태(2008)는 여전히 선거 방송보도가 부정적 유형의 뉴스가 차지하고 있으며, 정책 이슈 보도는 빈약했음을 보였다.

부정적 보도는 정부나 정치에 대한 불신을 조장하고 정치에 무관심한 사람들을 더욱 냉소적으로 만들 수 있다. 1974년의 94개의 미국 신문의 1면을 수집하여 독자들의 정치적 냉소주의와 정부에 대한 신뢰를 연구한 결과 당시 뉴스 보도가 대체적으로 중립적이거나 긍정적인 논조였음에도 매우 비판적인 논조의 신문 기사를 읽은 독자층에게서는 정부에 대한 신뢰가 상대적으로 높았다. 정책에 대한 불만족은 정치적 냉소주의의 결정요인이 될 수 있으며, 미디어는 매개 역할을 할 수 있다는 것이다(Miller, Goldenberg, & Erbring, 1979).

이러한 연구들은 뉴스 보도의 내용과 논조가 부정적인 이유에 대해 뉴스를 생산하는 미디어 조직의 이윤 추구 성향과 상업성을 원인으로 제시한다(Compaine, 1980; Hamilton, 2004). 저널리스트들이 실질적이고 객관적으로 기사를 작성해야 한다는 전문성 및 윤리적 기준과 미디어 조직의 뉴스 생산을 통한 이윤 창출 극대화는 상충하는 요인임에도, 상업적으로 소유된 미디어 조직들의 경우 수준 높은 보도나 실질적인 내용을 다루기보다는 이익을 우선시 하고, 경성 뉴스 보다는 연성 뉴스 보도에 치우치며, 대중의 관심사보다는 돈벌이에 더 관심을 가지게 된다는 것이 다수의 미디어 연구자들의 주장이다(Downie & Kaiser, 2002; Eshbaugh-Soha, 2010; Hamilton, 2004). 뉴스 보도의 이윤 추구 모델에서 제시하듯이 긍정적인 뉴스 보다는 부정적인 뉴스가 더욱 사람들의 이목을 집중시키고 더 높은 뉴스 가치가 있으며, 돈이 되기 때문이다.

4절. 부정적 보도와 나쁜 뉴스의 효과

앞서 현직 의원에 대한 미디어의 주목이 현직자가 갖는 권한이나 우위로 이어질 수 있음을 논의했다. 그러나 미디어 조직들이 상업성과 이윤 추구의 극대화를 위해 긍정적이고 좋은 뉴스보다는 부정적이고 나쁜 뉴스를 피상적이고 경쟁적인 보도를 통해 유권자에게 전달한다면 긍정적 인지나 평판에 있어서 현직 의원이 불리해 질 수 있다. 이러한 언론의 보도 행태는 유권자에 어떤 영향을 미칠 수 있는지, 그리고 단순히 언론에 많이 노출된 현직

의원들이 상대적 우위를 누릴 수 있는지에 대한 의문이 제기된다. 언론이 부정적이거나 나쁜 뉴스에서 더 높은 뉴스가치를 발견하고, 사람들도 부정적 뉴스에 더욱 이목을 집중하는 경향이 있다면 이러한 보도나 나쁜 뉴스는 유권자의 인지도나 평가에 그대로 영향을 미칠 것이다. 특히 부정적 정보가 미치는 비대칭적 효과를 고려할 때, 현직 의원에 대한 보도가 긍정적 뉴스나 좋은 뉴스가 중점이 되기보다는 부정적이고 나쁜 뉴스를 중심으로 다뤄진다면 현직의 자리는 오히려 부정적인 인지나 평가의 대상이 될 것이다.

1) 부정적 정보의 비대칭적 효과

Jordan(1965)은 “좋음”과 “싫음”的 정도가 중간이나 중립에서 동일한 간격만큼 떨어져 있지 않으며 이 두가지 태도 간에는 불균형 존재할 수 있음을 발견했다. 자주 사용되는 5점 또는 7점 척도와 같은 측정 방법론을 사용하여 태도를 평가할 때 긍정적 대상에 평가를 내리는 점수와 부정적 대상에 대한 평가의 점수 차이는 비대칭적이었다 (Jordan, 1965). 이러한 비대칭성은 부정적인 정보와 뉴스에서도 나타난다. 사람들은 정보를 처리하는 과정에서 긍정적인 정보보다 부정적인 정보에 더 무게를 두고 판단하려는 경향이 있다(Argones, 1997). Soroka(2006)는 기존의 경제 뉴스 연구들이 긍정적 뉴스와 부정적 뉴스의 효과를 동일한 수준으로 평가하고 있다는 것을 지적하며, 부정적인 정보의 보도는 긍정적인 보도에 비해 사람들의 반응을 16%정도 더 증가시킴으로써 사람들이 부정적 정보를 접할 때 그 효과가 큰 것을 제시했다. 특히 행동 경제학의 관점에서 사람들은 손실 회피(loss aversion) 성향으로 이익에 대한 만족감보다는 손실에 대한 불만족이 더 크기 때문에(Kahneman & Tversky, 1979), 부정적인 정보를 처리하고 인지하는데 있어 더 큰 영향을 받을 수 있다. 유사한 맥락에서 긍정적인 정보와 부정적인 정보가 혼합된 상태에서 위험 회피를 하기 위해 부정적인 평가를 내리는 것이 더 안전하다고 생각한다(Abelson and Levi, 1985).

한편으로 인지 심리적 관점에서 부정적 정보 처리 과정의 편향성은 이러한 논의를 뒷받침한다. 부정적인 정보는 긍정적인 정보를 접했을 때 보다 잇따라 발생하는 인지 과정에 더욱 두드러진 영향을 미치고(Herr & Page, 2004), 평가를 내리는 데 있어서도 더

강한 영향을 미치는 것으로 알려져 있다(Ito, Larsen, Smith, & Cacioppo, 1998). 사람들은 긍정적인 모습의 사진보다는 부정적으로 묘사된 사진을 보는 것에 더 많은 시간을 들였으며, 이렇게 부정적 정보에 편중된 정보 처리 시간은 부정적 정보를 회상하는데 더욱 용이했다(Fiske; 1980, Fisk & Schneigder, 1984). 비슷한 맥락에서 정치 뉴스를 살펴 본 연구 중, Soroka와 McAdams(2015)는 실제 텔레비전 뉴스보도의 노출을 실험 연구에 적용하여 심장 박동수와 피부 전도도와 같이 생리학적 반응을 살펴본 결과 긍정적인 정보보다 부정적인 정보에 접했을 때 더 강한 반응이 나타나는 것을 확인했다.

2) 부정적 뉴스에 대한 유권자의 선호

미디어에 만연한 나쁜 뉴스 또는 부정적 보도는 선거 캠페인과 후보자 평가에 영향을 미칠 것이고, 부정적인 뉴스의 영향력은 긍정적인 뉴스의 영향력 보다 더 클 수 있음을 살펴봤다. 한편으로 언론이 부정적 뉴스를 중심으로 보도하는 것 외에도, 사람들은 나쁜 뉴스나 부정적인 보도를 더 선호하는 경향이 있다. 이는 언론 보도에 있어 나쁜 뉴스와 부정적인 보도가 만연하는 이유를 설명하고, 수요의 측면에서 유권자가 나쁜 뉴스를 실제로 더 소비하고 있음을 제시한다.

Zaller(1999)는 “합리적인 유권자는 정치적 갈등에 더욱 관여하고 정치적 합의에는 지루해 한다”고 보았다. 부정적 뉴스와 갈등 및 부정적 뉴스를 선택하는 경향은 정치에 관심이 있는 집단에서 더 나타났을 뿐만 아니라, 흥미는 정치 뉴스의 전략적 프레임에 대한 선호와도 관련이 있었다(Trussler & Soroka, 2014). 또한 뉴스 소비에 있어서 유권자들은 경마식 보도에 더 많은 관심을 보였고, 전략 보도의 경우 정치 관여도가 높은 집단에서 나타났다(Iyengar et al., 2004).

선거 캠페인 환경에서 어떻게 유권자들이 정보를 선택하고 처리하며, 영향을 받고 후보자에 대한 회상을 하는 일련의 과정에 대한 연구(Meffert, Chung, Joiner, Waks, & Garst, 2006)는 유권자들은 후보자에 대한 정보를 선택하고 처리하는 과정에서 자신이 지지하는 후보자 편향성과 부정적 정보에 대한 편향성이 나타나는 것을 보였다. 이들의 연구에서 실험 참여자들은 지지하는 후보자에 대한 부정적 정보를 불균형적으로

선호했으나, 평가와 회상의 단계에서는 더욱 극단적으로 선호했던 후보를 지지하고 그 후보자를 편을 드는데 있어서 매우 편향된 정보의 회상을 보였다. 특정 후보자에 대해 강한 선호를 가진 참여자들은 지지하는 후보자에 대한 부정적 평가를 상쇄하기 위해 인지적 노력을 하는 것으로 나타난다(Meffert et al., 2006).

이렇게 부정적 뉴스가 인지나 회상에 있어 긍정적 뉴스보다 효과가 더 크고 유권자들이 뉴스를 소비하는데 있어서 부정적 뉴스 편향이 나타난다면, 기존 정치나 정치인에 부정적 보도와 나쁜 뉴스가 만연한 현재의 미디어 환경에서 단순 언론 노출이나 긍정적 보도로 인한 인지도 상승과 좋은 평판은 기대하기 어렵다. 다음 절에서는 현지 효과 자체를 무엇으로 측정할 수 있고 측정해온 방식은 무엇인지 살펴봄으로써 연구 방법론에 적용하려 한다.

3장. 연구문제

현직 효과는 상대적으로 이전 선거보다 나중 선거에서 의원들의 교체 현상이 줄어들고 현직 의원들이 선거에서 전보다 더 높은 득표율을 얻거나 재선에 성공하는 것을 의미한다. 이러한 현상의 원인으로 제시되는 것들은 현직자 후보가 도전자들보다 누릴 수 있는 권한이나 선거 비용과 같은 자원의 우위, 그리고 이러한 우위 중의 하나로 볼 수 있는 언론의 관심이다. 특히 후보자들이 미디어를 통해 개별 유권자에게 보다 직접적으로 다가가고 미디어에 비춰지는 모습이나 그 정도가 선거 과정과 결과에 직접적인 영향을 미치는 대중 중심의 미디어 정치는 현직 효과가 존재한다는 주장에 더욱 힘을 싣는다. 또한 한국 정치 연구에서 지적하듯이 유권자의 정치적 무관심과 무당파의 증가는 정당 정치의 약화로 이어지며, 최근 선거로 갈수록 현직 의원의 높은 재출마율과 재당선률은 국내 정치적 맥락에서도 현직 효과가 존재할 것이라는 주장에 설득력을 높인다.

기존의 현직자 우위와 인지도에 관한 연구들은 미디어가 정치에 영향력을 행사하는 시기에 주목한다. 미국에서 현직 효과가 급격히 증가한 것으로 관찰되는 선거는 1958년도에 있었다. 이때는 본격적으로 텔레비전이 보급되고 미디어가 정치에 영향력을 미치기 시작한 시기이다. 특히 이후 후보자 경선 제도의 변화로 선거에서 미디어에 비추어지는 모습이 중요해졌고 후보자들은 보다 효율적인 비용으로 개별 유권자에게 도달할 수 있었다. 또한 인지도 상승은 긍정적 평가와 관련이 있고, 선거에서 현직자 후보를 지지하는 것으로 이어질 수 있었다.

그러나 언론의 나쁜 뉴스 보도 경향과 경쟁 보도와 같은 관행들은 오히려 현직 의원에게 불리한 요인으로 작용할 수 있다. 이 연구에서는 현직 의원이 언론의 주목을 받는 것이 현직의 이점을 제대로 누리는 것으로 직결되지 않을 수 있다는 점에 주목한다. 언론사의 정치에 대한 전반적인 보도 내용이 부정적이고, 상대적으로 뉴스가치를 갖는 것은 나쁜 뉴스이기 때문에 부정적 보도는 현직 의원에게 악영향을 미치고 다음 선거에서 득표율 상승이나 재선 승리, 또는 유권자의 평가와 같은 면에서도 상대적 우위를 누리지 못할

가능성이 높다. 또한 긍정적이거나 중립적인 정보보다 부정적인 정보가 유권자의 인지적 효과를 가지고, 유권자들 역시 부정적인 정보를 더욱 선호한다면 부정적 뉴스의 효과는 더욱 강하게 나타날 것으로 예상된다. 중립적이거나 긍정적인 미디어의 보도가 인지도의 상승으로 이어질 수 있지만 이와 별개로 부정적인 뉴스는 현직 의원에게 불리하게 작용할 것이다.

보다 상세히 세 가지 경우로 나누어 보면 첫번째 경우는 초선 의원이 재선에서 높은 인지도와 평판의 상승을 얻은 뒤 이러한 영향력이 임기 횟수가 늘어도 추가적으로 증가하지 않고 일정 수준으로 유지되는 경우다. 두번째 경우는 첫번째 임기에서 인지도나 긍정적 평가의 정도가 국회의원 선출 이전에 비해 급격히 증가한 후, 이후 임기 횟수가 증가할 수록 인지도와 긍정적 평가가 함께 증가하는 경우다. 마지막으로 초선 의원이 재선에서 급격한 인지도와 평판의 상승을 누리고, 이후 임기 횟수가 증가할 수록 평판이 오히려 하락하는 경우도 상정해 볼 수 있다. 첫번째 경우는 기존의 현직 효과 연구에서 제시하는 미디어와 현직 의원의 인지도의 관계를 설명한다. 두번째 상황은 미디어의 노출보다는 현역 의원의 정치적 권한이나 자원의 우위가 더 우월한 설명인 것으로 해석할 수 있다. 왜냐하면 일단 높은 수준의 인지도가 형성되면 그 이후 인지도가 추가 상승할 가능성은 비교적 낮기 때문이다. 반면 현역 의원의 정치적 영향력을 임기 횟수가 늘어남에 따라 계속해서 높아질 가능성이 높다. 마지막 경우는 앞서 기술한 두가지 경우와 달리 기성 정치인에 대한 피로도가 쌓여 현역 의원의 경쟁력이 오히려 하락하는 것으로 해석될 수 있다. 즉 기성 정치에 대한 피로감이 높고 세대 교체에 대한 열망이 높은 상태인 것이다. 만약 현직 의원이 임기 동안 언론 보도를 통해 유권자에게 도달할 때 부정적인 뉴스가 중심이라면 현역 의원의 언론 노출이 평판에 악영향을 미쳤을 것이고 현직 의원으로써 이점을 누리지 못한 경우다. 이런 한국 정치의 시대적 맥락에서 현직 효과가 얼마나 존재하는지를 계량적으로 검증하는 것은 매우 흥미로운 연구질문이 될 수 있다.

소선거구제가 실시된 13대부터 최근의 20대 국회의원 선거에서 지역구의 선거 경쟁도의 변화를 확인하고, Gelman & King(1990)의 방법론을 이용해 현직 효과의 여부와 그 방향성을 살펴본 뒤 뉴스 보도의 영향력과 현직 효과의 관련성을 검증하고자 한다. 현직

의원들은 언론의 관심을 받기 때문에 의정 기간동안 여러 미디어에 많이 보도 될 것이며, 주요 보직을 맡는다면 상대적으로 더 많은 주목을 받는다. 현직 의원의 언론 보도는 단순한 미디어 노출량이 아니라 미디어에 노출된 원인에 따라 그 효과가 다르다. 스캔들의 종류에 따라 현직 의원이 잊어버리는 득표율의 수준은 다르지만, 부정적인 스캔들에 연루되는 자체는 재선에서의 득표율에 상당한 손실을 가져올 수 있기 때문이다(Peter & Welsh, 1990). 그리고 부정적이고 나쁜 뉴스가 뉴스가치가 높다는 관점에서 언론에 많이 노출된 현직 의원은 부정적 사건이나 나쁜 뉴스에도 보도될 가능성이 높다.

연구문제 1-1. 소선거구제가 도입된 이후 한국의 국회의원 선거에서 현직 효과가 나타나는가?

연구문제 1-2. 현직 효과 존재한다면, 현직 효과는 소선거제 도입 초기 선거부터 비교하여 최근 선거에 그 정도가 증가했는가?

현직 효과의 존재 유무와 경향성을 확인 한 뒤, 언론 보도의 영향력과 현직 효과의 관계를 포괄적으로 살펴본다. 따라서 현직 의원의 공천 유형에 따라 현직 의원에 대한 언론 보도가 어떤 영향을 미치는지, 그리고 재선에 도전한 현직 의원의 득표율 격차와의 관계와 재선에서의 성공 여부를 통해 언론 보도의 효과를 검증한다. 현직 의원의 언론 노출도를 고려해야하므로 19대와 20대의 두 선거 결과에 제한하고, 집합적 수준의 분석으로 접근하여 다음과 같은 연구 문제를 제시한다.

연구문제 2. 현직 의원에 대한 언론 보도는 현직 의원의 공천 유형에 어떤 영향을 미치는가?

연구문제 3. 현직 의원에 대한 언론 보도는 현직 의원의 득표율에 어떤 영향을 미치는가?

연구문제 4. 현직 의원에 대한 언론 보도는 현직 의원의 재선 여부에 어떤 영향을 미치는가?

두 선거 사이의 집합적 차원의 분석을 살펴본 후 유권자의 개별적 수준에서 현직 의원에 대한 언론 보도의 영향력을 살펴본다. 기존 연구들이 제시하는 언론 보도를 통해 현직 의원이 유권자들에게 인지도와 친밀성이라는 효과를 갖는 것 외에 앞서 논의한 언론의 정치 뉴스와 선거 보도 문제점들은 오히려 현직 의원에 대한 부정적 평가와 인지로 이어질 수 있는 가능성을 보여준다. 인지심리적 관점에 있어서 사람들은 부정적인 뉴스에 더 주목하고 잘 기억하는 경향이 있으며, 두 종류의 정보가 혼재하는 경우 손실에 대한 두려움을 피하기 위해 부정적인 정보를 바탕으로 결정을 내리는 경향이 있기 때문이다.

따라서 최근 선거의 현직 효과와 언론 보도의 영향력을 살펴보기 위해 연구문제 5를 제시하며 앞의 집합적 분석에서 제시한 바와 같이 언론의 뉴스 보도의 유형을 두 가지(부정적 뉴스와 긍정/중립적 뉴스)로 나누어 미디어의 효과가 현직 의원의 의정 활동 만족도와 자질 평가, 그리고 현직 의원에 대한 감정에 어떤 영향을 미치는지 살핀다.

연구문제 5-1. 현직 의원에 대한 언론 보도는 현직 의원의 의정 활동 만족도에 어떤 영향을 미치는가?

연구문제 5-2. 현직 의원에 대한 언론 보도는 현직 의원의 자질 평가에 어떤 영향을 미치는가?

연구문제 5-3. 현직 의원에 대한 언론 보도는 현직 의원에 대한 감정에 어떤 영향을 미치는가?

4장. 연구방법

본 연구에서는 두가지 상호 보완적인 연구 방법론적 접근방식을 적용한다. 분석 이전에 한국 선거에서 과연 현직 효과가 나타나는지를 먼저 살펴보고, 존재한다면 어떤 방향으로 나타나는지 확인한다. 다음에 살펴보겠지만 연속된 두 선거에서의 득표율 격차를 중심으로 개별 선거에서 현직 의원이 득표율의 이점을 누리는지 또는 그렇지 않은지 살펴보고, 이후 임기 횟수에 따라 득표율의 증감이 어떻게 나타나는지 살펴본다. 또한 해당 선거에서 전반적인 현직 효과의 크기를 측정할 수 있는 Gelman과 King의 방법론을 적용하여 지역구와 정당을 기준으로 현직 효과가 존재하는지 확인한다. 현직 효과에 대한 존재 여부와 방향성을 확인한 이후 집합적 차원에서 소선거구 제도가 시행된 1988년 13대 총선부터 최근 2016년 20대 총선 개표자료를 통해 실제로 현역 의원이 임기 횟수에 따라 득표율의 증감이 발생하는지 그리고 미디어 노출이 어떤 영향을 미치는지 살펴본다. 추가적으로 제20대 총선에서 수집한 설문 데이터를 활용, 개인 유권자 차원의 분석을 통해 실제로 현역 의원을 어떻게 평가하는지 그 결정 요인들을 살펴 본다. 집합적 수준의 분석으로 한 후보자가 출마한 선거구에서 연속된 두 선거의 득표율 증감을 측정한다. 미디어 노출 정도와 속성이 현직자 후보의 득표율 증감에 미치는 분석의 경우 후보자를 분석 단위로 한다. 개별적 수준의 분석에서는 선거 캠페인 기간 전후에 실시된 패널 조사 데이터에 근거해 유권자의 인식에 영향을 미치는 후보자 요인의 특성을 살펴볼 것이다.

1절. 현직 효과의 측정

앞서 현직 효과의 존재 여부와 그 근원에 대한 논의를 살펴봤다. 현직 효과로 나타나는 여러 양상에 대한 연구들은 현직 효과를 어떻게 측정할 것인지에 대한 논의로 이어진다. 현직 효과의 측정에 대한 방식은 직관적인 계산부터(재선 도전률, 재선 성공률, 득표율 격차, 정당의 영향력을 고려한 득표 격차 등) 연구 모델을 세워 해당 선거에 현직 효과의 크기를 측정하는 방법 등 다양하다. 이 연구에서는 현직 효과를 설명하는 원인 중

뉴스 보도의 영향력에 초점을 맞추고자 하므로 우선적으로 현직 효과의 현상 유무와 그 방향성에 대해 살펴볼 필요가 있으며 그 방법론에 대해 살펴보고자 한다.

1) 현직 효과(Incumbent Advantage)

현직 효과의 존재를 인정하고 그 원인을 설명하는 학자들은 다양한 방식으로 실증적 분석의 결과를 제시한다. 주로 현직효과를 측정하는 방식은 집합적 수준에서 지역구의 후보자 간 선거 경쟁도, 현직의원의 재선률, 또는 현직의원의 이전 선거에서 얻었던 득표율의 변화를 비교한다. 이후 연구자들은 현직자 우위 현상이 실질적으로 첫 재선에서 현직자 후보가 도전자보다 얼마만큼 우위를 갖는지 또는 도전자가 현직자 후보보다 얼마나 못미치는지(Hinckley 1980; Jacobson & Kernell 1983)와 같이 보다 정교한 논의로 이어진다. 양당 구조가 명확하고 비교적 정치인의 정당 변경이 적은 미국 선거의 경우 단순 득표율의 증감과 정당의 득표율 영향력의 차를 통해 현직 효과 값을 구할 수 있다. Holbrook 과 Tidmarch(1991)은 연속되는 두 선거를 기준으로 초선의원이 재선에서 얻은 득표율의 증감을 소속된 정당이 두번째 선거에서 얻은 집합적인 증감을 고려하여 현직 효과를 제시했다. 이후 이 모형을 바탕으로 더 정교화된 모델을 발전시키는 시도가 이어졌으며(Gelman & King, 1990), 현직자가 갖는 직접적 이득이나 우위점, 경쟁력있는 도전자를 이기는 능력, 그리고 현역 의원이 출마하지 않은 선거구의 후보자에 비해 현직자가 갖는 자질과 같은 변수의 값을 추정하기도 한다(Levitt & Wolfram, 1997).

이 연구에서는 우선적으로 한 지역구에서 1위 후보와 2위 후보 간의 득표율 격차를 통해 선거 경쟁도를 살펴보고, 이후 두 선거 간 현직 의원의 득표율 격차를 중심으로 살펴본다. 이는 단변량 t-test 통해 유의성을 검증한다. 개별 선거에서 임기 횟수와 득표율 격차의 관계도 비교할 것인데 다음에 살펴보는 소포모어 서지에 해당하는 초선 의원이 갖는 현직 효과와 구분하여 임기 횟수 별로 현직 의원이 어떤 득표율 증감을 겪는지 살펴본다.

2) 소포모어 서지(Sophomore Surge)

현직 효과의 여러 양상 중 연구자들은 소포모어 서지(Sophomore Surge)에 특히 관심을 가진다. 소포모어 서지는 넓은 의미에서는 첫번째 선거에서 승리하여 재선에 도전하는 현직자가 첫번째 선거에서 얻었던 득표율에 비해 상대적으로 더 높은 득표율을 기록하는 것을 말한다(Cover & Mayhew, 1977). 그리고 이 득표율이 그 이후에도 비슷하게 유지되는 현상이다 (Abramowitz, 1991). 초선에 도전하는 후보자가 다른 후보와의 득표율 격차가 작은 것은 초선자 부진(Freshman slump)이라 불리고, 초선에 성공한 현직 의원이 재선에 도전하여 이전 선거에 비해 높은 득표율을 획득하는 것을 소포모어 서지(Sophomore surge)라 구분하기도 한다.

소포모어 서지 현상은 현직 의원이 첫번째 재선에서 도전 후 이후 재선에서 나타나는 우위점들이 어떤 모습으로 나타나는지에 따라 현직자 우위를 설명할 수 있다. 일반적으로 소포모어 서지가 나타난 이후의 선거에서도 다른 후보자와의 득표율 격차가 비슷하게 유지된다면 첫번째 재선에서 증가한 득표율은 현직자 후보가 임기동안 얻을 수 있었던 상대적 우위나 권한이 영향력을 미친 것이다. 또한 이후 재선에는 누적적 영향력을 미치지 않기 때문에 임기 횟수의 증가와 직접적 관련이 있는 선거나 캠페인 경험과는 거리가 멀다. 이를 가장 잘 설명하는 요인이 미디어 노출로 형성된 높은 인지도와 친밀함이며, 한 번 형성된 인지도와 친밀함은 임기 횟수가 증가해도 특정 수준 이상 증가하지 않는 패턴을 보인다.

소포모어 서지에 해당하는 초선 의원의 득표율 증감을 따로 살펴보고, 한국의 13대 이후 국회의원 선거에서 임기 횟수의 증가가 현직의 우위로 이어지는지 알아본다. 현직 의원의 임기 횟수가 증가할 수록 정치적 경험 및 능력이 상승하는 것으로 볼 수 있는데 득표율의 증감이라는 면에서 이러한 효과가 나타나는지 살펴본다.

3) Gelman과 King의 현직 효과 측정(GK Estimator)

Gelman 과 King은 개별후보가 아닌 지역구를 분석 단위로 하여 해당 선거가 치워진 해의 전체적인 현직 효과를 추정하는 모형을 제시한다(Gelman & King, 1990). 이

모형의 장점은 기존 현직 효과 측정 방법이 갖는 한계점을 극복하는데 있다. 기존의 현직 효과를 측정하는 방식의 문제점은 현직 의원이 재선에 도전하지 않는 지역구를 분석에 포함하지 않기 때문에 선택 편향이 발생한다(Gelman & King, 1990). 따라서 지역구를 중심으로 두번째 선거에서 정당의 득표율 증감을 현직 효과로 측정했으며, 두번째 선거에서 승리한 정당의 영향력을 통제하고 현직 의원이 출마한 경우와 그렇지 않은 경우를 변수화하여 현직 효과 값을 추정한다.

이 모형의 현직 효과 값을 구하는 방식은 한쪽 정당을 기준으로(예, 민주당) 두 번의 연속적인 선거에서 한 지역구의 첫번째 선거에서의 상대적 득표율과 두번째 선거에서의 상대적 득표율을 각각 측정한다. 만약 선거 캠페인 기간동안 두 주요 정당을 지지한 정당이 발생한다면 지지한 정당의 득표에 포함한다. 두번째 선거에서 얻은 득표율($E(v_2)$)이 종속변수이며, 여기에 영향을 미치는 변수로 이전 선거에서 얻은 득표율(v_1), 두번째 선거에서 승리한 정당(민주당이 승리한 경우 $P_2 = 1$, 보수당이 승리한 경우 $P_2 = -1$, 무소속 또는 다른 당이 승리한 경우 $P_2 = 0$), 현직자 출마 여부(현직자 후보가 선거에 출마한 경우 $I_2 = 1$, 현직 의원이 재선에 도전하지 않은 경우 $I_2 = 0$)와 선거에서 이긴 정당 여부를 곱한 변수이다. 이 변수의 상관계수 값(ψ)이 두번째 선거의 집합적인 현직 효과 값에 해당한다. 해당 지역구에서 특정 정당의 승리 여부를 통제해야 해당 지역구가 갖는 특정 정당에 대한 지지효과가 통제되며, 해당 지역구에서 승리한 정당과 현직 의원의 재출마 여부를 곱한 변수는 양 당의 현직 의원에 대한 평균적인 현직 효과를 측정하기 위함이다(Gelman & King, 1990).

이러한 측정법을 한국 선거 맥락에도 적용했다. 기존 연구에서 사용한 양당선거를 적용하여 보수당(범새누리당계열)과 민주당(범민주당계열)의 두 정당의 상대적인 득표율을 구했다. 이 때 무소속이나 제3당의 후보자는 고려되지 않았고, 선거 캠페인 기간동안 두 주요 정당을 지지한 정당이 발생한다면 지지한 정당의 득표에 포함한다. 이는 지역구를 기준으로 분석하기 때문에 해당 선거에서 정당의 영향력을 통제한다. 양당선거를 기준으로 두 개의 연속적인 선거에서 한 지역구의 첫번째 선거에서의 상대적 득표율과 두번째 선거에서의 상대적 득표율을 각각 측정한다. 또한 역대 선거에서 정당의 이름이 계속 바뀐

것을 통합하기 위해 보수당과 민주당으로 통칭했다. 정당의 구분에 대해서는 (표1)에 정리했다.

종합하면 한국에서 현직 효과의 존재 유무와 그 방향성에 대해 앞서 논의한 방법을 적용할 것이다. 그 방법으로는 1) 선거 경쟁도의 변화, 2) 연속된 두 선거에서의 현직 의원은 득표율 증감, 2) 소포모어 서지를 비롯하여 임기 횟수에 따른 득표율의 증감, 4) Gelman & King(1990)이 제시한 현직 효과 방법론을 적용하여 양당을 전제로 했을 때 한국 선거에서 현직 효과가 나타나는지 살펴보는 것이다. 이후 집합적 분석과 개별적 분석 방법을 통해 현직 효과 존재 및 방향성에 영향을 미치는 뉴스 미디어의 효과를 살펴본다.

(표1) 역대 선거 별 정당의 구분

역대 선거	보수당(범새누리당계열)	민주당(범민주당계열)
13대	신민주공화당/평화민주당	평화민주당/통일민주당
14대	민주자유당/통일국민당	민주당
15대	신한국당/자유민주연합	통합민주당/새정치국민회의
16대	한나라당/자유민주연합	새천년민주당
17대	한나라당/자민련	열린우리당/새천년민주당
18대	한나라당/자유선진당/친박연대	통합민주당
19대	새누리당/자유선진당	민주통합당
20대	새누리당	더불어민주당/국민의당

2절. 집합적 수준의 분석(Aggregate-level Analysis)

1) 데이터 수집

연구문제 1의 분석을 위해 소선거제도가 도입된 1988년 13대 국회의원선거 이후부터 2016년 20대 국회의원 선거의 개표자료를 수집한다. 데이터 수집 단위는 중앙선거관리위원회에서 제공하는 읍면동 수준의 선거구 단위로 각 후보자의 득표율을 수집한다. 연속된 선거 간의 현직 의원의 득표율을 비교할 수 없는 비례대표 선거는

제외하며, 또한 4년마다 실시하는 선거가 아니라 4년의 임기 사이에 발생한 공석을 위한 재·보궐 선거의 경우 투표율이나 현직 의원이 얻은 득표율의 속성이 다르기 때문에 제외한다. 이후 후보자 속성에 해당하는 후보자의 주요 보직 여부, 임기 횟수를 중앙선거관리위원회에서 제공하는 후보자 명단의 자료를 통해 수집한다. 후보자를 기준으로 연속된 두 선거 사이의 득표율 증감을 측정하여 13대부터 20대까지 선거의 종합적 데이터를 만든다.

최근 19대와 20대 선거에서 현직 의원의 공천과 득표율, 그리고 유권자의 평가에 대한 미디어의 영향력을 살펴보기 위해 앞의 연구문제 제시했다. 현직 의원이 누리는 이점을 살펴보는 방법으로 현직 의원 간의 비교를 통해 실제로 현직 의원이 공천에서 유리하거나 재선에서 득표율이 상승하는지를 검증한다. 같은 현직 의원이어도 주요 보직 여부, 임기 횟수, 소속 정당과 같은 차이로 언론에 노출되는 정도는 다를 것이므로 현직 의원이 미디어에 얼마나 노출되는지를 측정하고 현직 의원의 언론 노출이 이점으로 작용하는지 살펴본다. 13대 이후부터 현직 의원에 대한 뉴스량은 너무 방대하기 때문에 최근 두 선거의 기간에 한정하여, 가장 시의성이 있는 최근 두 선거 사이의 기간으로 한정하여 후보자의 미디어 노출을 측정한다. 수집 기간은 19대 국회의원 선거 이후(2012년 4월 11일)와 20대 국회의원 선거 캠페인 이전 기간(2016년 3월 30일) 전까지에 해당한다.

뉴스를 수집하는 방송사는 KBS, SBS, MBC, TV조선, 채널A, MBN, 연합뉴스, YTN이며, 신문의 경우 조선일보, 중앙일보, 동아일보, 한겨레, 경향신문을 대상으로 한다. 19대 선거와 20대 선거 사이의 약 4년의 기간 동안 현직 국회의원의 이름을 네이버 뉴스에서 검색하여 노출 빈도를 수집하는데 방송과 신문의 매체를 중점으로 살핀다. 네이버 뉴스에서 검색이 되는 항목에 한해 분석한다는 한계가 있지만, 주요 신문과 방송 매체의 보도를 수집할 수 있다는 장점이 있다. 수집 과정은 프로그래밍 언어인 파이썬(Python)을 활용하여 해당 국회 의원이 포함된 뉴스의 제목, 출처, 날짜, 본문의 일부를 수집한다. 마지막으로 기사에서 국회의원에 대한 뉴스 보도의 유형을 고려해야 하기 때문에 부정적 기사를 골라내고 나머지는 긍정/중립적 기사의 두 가지로 분류하여 코딩한 후 20대 선거에서 현직 의원이 공천 과정이나 득표율에서 이점을 누리는지 살펴본다.

2) 변수의 측정

현직 효과의 측정

우선 기존 현직 효과를 살펴본 고전 연구들이 제시하듯 13대부터 20대 선거에서 현직 의원이 재선에 도전하는지, 그리고 재선에서 승리하는지 기술적으로 살펴본다. 이후 두 연속되는 선거 간 첫번째 선거에서 당선된 의원이 두번째 선거에 출마한 경우, 현직 의원이 얻거나 잃게 되는 득표율 격차를 계산하여 전반적인 현직의 이점이 나타나는지 살펴본다. 또한 득표율 증감 외에 각 선거에서 현직 여부가 지역구의 정당 별 득표율에 어떤 영향을 미치는지 살펴보기 위해 Gelman과 King(1990)의 현직 효과 측정 모델을 적용한다. 본 연구는 후보자 중심의 득표율 차이에 보다 중점을 두지만, 지역구 중심의 현직 효과를 측정해보는 시도는 해당 선거 별 현직 효과의 영향력을 거시적으로 살펴본다는 데 의미가 있다. 마지막으로 중앙선거관리위원회와 국회의원에 대한 정보를 보충하여 현직 의원의 임기 횟수를 센다. 염밀한 측정을 위해 전국구 선거 당선이나 비례 대표 당선도 의정 활동을 수행했다고 보기 위해 임기 횟수에 포함시켰다. 대체적으로 지역구에 출마한 의원과 비례 대표로 출마하는 의원의 성향이 달라 많이 겹치지는 않았지만 임기 횟수의 증가가 현직 효과의 증감과 어떠한 관계가 있는지 알아보고자 분석에 포함했다.

현직 의원의 뉴스 보도량 측정

파이썬 프로그램을 통해 현직 의원 별로 4년간의 언론 매체의 뉴스 보도량을 수집한 후, 데이터 전처리 과정으로 동명이인이나 해당 정치인과 관련이 없는 기사를 제거했다. 최종적으로 분석에 사용한 기사는 70,095건이었다. 현직 의원이 등장한 뉴스의 성격을 구분하기 위해 부정 기사를 나머지(긍정 또는 중립)기사에서 분리하는 방법을 적용했다. 코딩 방법으로는 전체 수집 데이터 중 10%에 해당하는 7,000건을 무작위 추출하여 부정적인 뉴스(0)로 긍정/중립 기사는 1로 코딩했다. 이때 부정적인 뉴스는 국회의원이 구설수에 오르거나, 발언으로 인해 논란이 된 경우, 스캔들, 법위반이나 형선고로 인해 언론에 보도되거나 이러한 사건들로 인해 다른 국회의원에게 지적을 받는 경우에 해당한다.

국회의원에 대한 발언을 직접 인용한 기사나 다른 국회의원에 대한 정치적 발언이나 단순 질타에 해당하는 발언은 중립적 기사로 보았다. 작성한 데이터 샘플 중 50%는 Training Set로 감정어 사전을 작성하는데 이용하고, 나머지 50%는 이러한 사전의 정확도를 검증하는 Test Set으로 사용했다.

보다 상세히 분석 과정을 설명하면 뉴스 기사의 일부를 실제로 코딩한 후 통계 및 그래프 패키지를 제공하는 소프트웨어 R의 KoNLP 패키지를 사용하여 전체 뉴스 보도의 헤드라인의 단어를 2자 이상에서 7자 이하에 해당하는 단어를 토큰(token)으로 분석했다. 기사의 헤드라인을 분석에 사용하기 때문에 명사나 형용사를 따로 구분해내지 않고 전체 단어를 그대로 사용했다. 이러한 말뭉치(corpus)를 단어 매트릭스로 구성했고 헤드라인에 등장하는 단어의 궁/부정성에 따라 하나의 헤드라인의 궁/부정성을 판독해내는 방식을 적용했다.

이러한 감정어들의 예측성 및 정확성을 위해 부정적 기사와 긍정/중립 기사를 구분하는 감정어 사전 모형을 구성하고 적용을 위한 Ridge regression(능형 회귀) 및 LASSO(Least Absolute Shrinkage and Selection Operator) 방법론을 사용했다. 회귀 분석에서 사용하는 회귀 계수의 추정량은 잔차의 제곱합을 최소로 하는 최소제곱법을 사용하는데 설명 변수의 갯수가 증가하는 경우, 변수 간의 높은 상관관계로 인해 다중 공선성이 발생하여 회귀계수 추정량의 분산이 커진다. 이는 회귀식의 예측 정확도의 하락으로 이어지고, 많은 변수들 중 어떤 변수가 설명력이 있는지 해석을 어렵게 만든다(박철용, 2013). 관측치수 보다 고려해야 할 설명 변수의 갯수가 많을 때 발생하는 문제점을 보완하기 위해 별첨화 축소추정 기법(Regularized regression approach)이 사용되고 있으며, 이는 회귀계수에 별점을 부과하여 회귀 계수 값을 축소 추정하는 방법이다. 이러한 기법의 장점중 하나는 회귀계수의 편의(bias)는 인정하되 분산을 줄여 예측 오차를 낮춘다는 점이다(송상윤, 2015). 이 중 Ridge regression(능형회귀)는 고려해야 할 설명 변수들의 다중 공선성이 높아 회귀 계수의 과잉 추정이 예상되는 경우 회귀 계수를 평균쪽으로 줄이는 효과를 가지며, 전체적으로 회귀계수의 크기를 축소시키는 편의(bias)가 발생하지만 예측오차를 줄인다는 장점이 있다(박민수·김태현·조은석·김희발·오희석, 2014).

한편, LASSO의 경우 예측 정확도를 높이기 위해 영향력이 적은 회귀 계수 값을 0으로 만드는 변수 선택 기능이 있으므로 적은 변수를 선택하여 해석을 용이하게 한다는 장점이 있다(Tibshirani, 1996; 박철용, 2013). 이 두가지 방법론에서 회귀 계수의 크기와 변수 선택에 영향을 주는 조율모수(λ)의 경우 통상적으로 사용하는 $K=10$ 을 적용한 교차분석법을 사용하여 최소값에 해당하는 조율모수를 선택했다(Friedman, Hastie, & Tibshirani, 2010). 이 모형 역시 R에서 제공하는 glmnet 패키지를 사용하여 분석했고, 실제 코딩한 내용과 비교를 위해서는 caret패키지를 적용했다.

앞서 논의한 두 가지 방법론과 추가적으로 별점화 방법을 사용하지 않은 감정 사전의 정확도 비교를 위한 Linear regression(선형 회귀)까지 적용하여 3,498개의 헤드라인에 대한 부정어 및 긍정/중립어가 갖는 회귀 계수값을 가지고 나머지 3,499개의 Test Set의 헤드라인의 부정적 뉴스와 긍정/중립적 뉴스를 예측한 결과와 실제 코딩 값을 비교했다. 부정어와 중립/긍정어의 회귀 계수로 예측한 각 뉴스의 경우 한 문장의 예측값은 0을 기준으로 0보다 작은 경우에 부정뉴스로 판독했다. 그 결과 Test Set에서 Linear regression은 82%, LASSO는 89.2%, Ridge regression은 83.5%로 각각 높은 일치율을 보였다(표2).

최종적으로 분석에 활용한 방법론은 Ridge regression을 선택했는데, 그 이유는 4년이라는 기간 동안의 수집한 전체 기사 중 5%에 해당하는 약 3500건의 신문 기사 헤드라인 수를 고려했을 때 총 5708개의 단어 중 1200개(21.0%)의 부정적 단어를 구분해 냈고, 각 단어의 회귀 계수값을 작은 수치라도 예측하고 있기 때문이다. 특히 단어의 회귀 계수값을 크게 줄임으로써 기사의 헤드라인이 여러 단어의 조합으로 구성된 점을 감안할 때 보다 정교한 예측이 가능한 것으로 판단했다. LASSO의 변수 선택 기능으로 유의하지 않은 단어들이 많이 제거됐지만 작은 회귀 계수값을 가진 단어는 제거되고 긍정/중립적 기사의 경우 40여개만을 제외하고는 예측값을 갖지 않았다. 이후 앞서 부정 및 긍정/중립으로 코딩한 6,997개의 데이터를 기반으로 전체 7만 건의 뉴스 헤드라인 분석을 위한 감정어 사전의 회귀 계수 값을 추정했고 전체 뉴스 기사의 부정성을 판별하여 부정적 뉴스의 경우 -1, 긍정 또는 중립의 기사는 1로 채코딩했다. 6,997개의 헤드라인에 Ridge regression 을

적용하여 추정한 긍정/중립 단어의 수는 7151개(79.4%)이며, 부정 단어의 수는 1855개(20.6%)에 해당한다. 이렇게 추정한 전체 기사 중 긍정/중립 기사의 수는 47,969(68.4%)개이며, 부정 기사의 수는 22,126개(31.6%)로 나타났다.

(표2) 감정어 사전 구축을 위한 단어수와 정확도 비교

	Linear Regression	LASSO	Ridge Regression
Training Set (N=3,498)			
일치율	0.899	0.864	0.972
긍정/중립 단어 수	3164	24	4508
부정 단어 수	2544	403	1200
Test Set (N=3,499)			
일치율	0.820	0.892	0.835
Training Set + Test Set (N=6,997)			
긍정/중립 단어 수	4632	42	7151
부정 단어 수	4374	575	1855
전체 긍정/중립 기사량	69,476 (99.1%)	61,670 (88.0%)	47,969 (68.4%)
전체 부정 기사량	619 (0.09%)	8,425 (12.0%)	22,126 (31.6%)

약 7000개의 헤드라인과 실제 코딩값을 기반으로 두 모형이 실질적으로 단어의 감정을 제대로 구분하고 있는지 볼 수 있도록 상위 30개에 해당하는 단어와 회귀계수 값을 정리했다(표3). 상위 30개의 단어만을 요약한 것으로 전체적인 일치를 비교할 수는 없지만 두 방법론을 적용한 부정어 사전에서 ‘검찰’, ‘의혹’, ‘논란’, ‘구설수’와 같은 단어가 중복됐다. 이러한 단어를 살펴보면 연구자가 직접 코딩한 부정적 뉴스의 성격을 잘 반영하는 단어로 사전이 구성되어 있음을 알 수 있다.

(표3) 감정어 사전에 포함된 긍정/중립 단어와 부정 단어와 회귀 계수 (상위 30개)

LASSO				Ridge Regression			
긍정/ 중립어	회귀 계수	부정어	회귀 계수	긍정/ 중립어	회귀 계수	부정어	회귀 계수
조사뒤	1.097	검찰	-3.577	당적문제	.175	노릇	-.509
마각	.789	논란	-3.487	개인의견	.143	자위대	-.468
불변	.627	소환	-3.003	민정수석	.131	반역사적	-.468
임하	.599	의혹	-2.916	성추행한	.127	검찰	-.445
보수층	.597	심학봉	-2.689	광안대교	.127	동원	-.428
미덕	.578	체포동의안	-2.623	위법	.127	공권력	-.428
주승용	.571	재신임	-2.306	선거중립의무	.127	철퇴	-.423
멀쩡하게	.559	사과	-2.238	원내부대표직	.120	물같이요구	-.423
인사권	.458	징계	-2.218	운영위원	.120	대리사과	-.412
정윤회	.439	사퇴	-2.213	정윤회	.118	적통인지	-.407
관행	.404	김무성보다	-2.100	감형	.117	소환	-.407
사진조작	.374	비판	-1.997	권력자들	.117	누드검색	-.407
고어	.355	혐의	-1.950	여수로	.114	게시물	-.407
심부름꾼	.352	구설수	-1.944	조사뒤	.114	영구종식	-.404
이재	.318	적통인지	-1.906	긴급좌담	.114	노골화	-.402
뭔가보	.272	사퇴후	-1.906	정치참여	.112	사학비리	-.401
무죄	.244	사학비리	-1.906	확실하게	.112	사퇴후	-.400
인터뷰	.225	김재윤	-1.901	멀쩡하게	.112	구설수	-.400
별개	.218	검색	-1.827	태평	.112	장악	-.393
촉구해	.195	의원	-1.826	선관위원장	.111	포털	-.390
총리	.193	철거	-1.815	공천발표	.111	제목	-.390
수사한	.176	감정	-1.801	편향적	.110	김무성보다	-.390
출석요구	.153	부탁	-1.794	불공정한	.110	법대	-.389
인정한	.153	뒷거래	-1.784	찾아달라	.107	공방전	-.389
전병현	.147	인질극	-1.784	미덕	.106	의혹	-.387
돌출발언	.114	선동	-1.780	취객	.105	현신적	-.386
벼르	.114	뇌관	-1.777	전화한	.105	논란	-.381
운운	.113	증징계	-1.734	지하철	.105	친고죄	-.380
휴전	.093	강행땐	-1.732	신경	.105	폭발한	-.373
공천	.091	시도	-1.707	일체	.104	뇌관	-.373

감정 분석으로 판별된 기사를 현직 의원 별로 갯수를 합할 때 4년이라는 시간 차이에 발생한 정보의 영향력과 회상 정도를 고려하기 위해 기사가 보도된 날짜와 마지막으로 수집된 날짜의 차이를 구해 90일(3개월) 단위로 시간에 대한 가중치를 주었다. 즉, 2016년 3월 30일보다 3개월까지 이전의 기사는 아무런 가중치를 주지 않고 1개의 기사로 센 반면, 보도된지 6개월 된 기사의 경우 $90/180=1/2$ 를 곱하여 0.5개로 세었고, 12개월 된 기사의 경우 $90/360=1/4$ 을 곱하여 0.25개로 셨다. 이렇게 전체 기사에 대해 3개월(90일) 단위로 시간에 대한 역가중치를 주었다. 최종적으로 각 현직 의원마다 긍정/중립 기사와 부정 기사의 갯수를 각각 합하여 보도량을 구했다.

통제 변수

현직 의원의 언론 노출량에 대한 현직 효과를 살펴보기 위해 다음과 같은 변수를 통제한다. 우선 현직 의원이 소속된 정당(19대 기준으로 새누리당, 민주당, 무소속 및 기타 정당)을 구분했다. 그리고, 현직 의원이 임기를 맡았던 횟수의 효과 역시 측정했으며 지역구 선거에만 출마하지 않고 과거 비례 대표로 당선된 경험이 있는 의원들도 언론 보도의 효과를 구분하기 위해 변수화하여 통제했다. 또한, 한국의 정당에 대한 영향력이 지역적 지지를 기반으로 하고 있음을 고려할 때(윤종빈, 2002), 현직 의원이 19대에 출마했던 지역을 총 5개 지역(서울/경기/인천, 충북/충남/대전/세종, 강원/제주, 경북/경남/부산/대구/울산, 전북/전남/광주)으로 구분했다. 또한 현직 의원이 주요 보직을 맡는다면 언론의 노출이 더 집중될 가능성이 크므로 주요 보직을 ‘원내대표, 최고위원, 장관직’으로 구분하여 그 효과를 통제했다.

그리고 20대 선거에서 공천과정의 정치적 맥락을 고려하기 위해 현직 의원의 당내 계파적 성격을 통제했다. 이는 공천 승인의 영향력이 당내 지도부와의 관계에서 크게 좌우되는 상황을 고려한 것이다. 실제 당 지도부와의 관계를 조명하는 것은 이 논문에서 중점적으로 다루는 것이 아니기 때문에 수집된 뉴스 보도에서 현직 의원을 어떠한 계파적 성향으로 보는지 측정했다. 크게 ‘친박’과 ‘친노’의 두 성향으로 구분하여 4년간의 언론 보도에서 해당 의원의 뉴스 기사에 해당 단어가 등장한 기사의 수를 합하여 각 단어 등장한

기사의 수가 많을 수록 ‘친박’ 또는 ‘친노’로 비춰지는 의원으로 분류했다. 해당 기간 동안 앞의 두 단어가 한 번도 등장하지 않은 의원들은 0의 값을 갖는다.

마지막으로 공천 과정에 대한 분석에는 포함되지 않지만 공천 과정의 결과로 인해 당적을 변경한 의원들이 발생했다. 이 역시 20대 선거의 맥락에서 유권자의 지지와 재선 여부에 영향을 주는 것이라 판단되어 19대 선거와 20대 선거에서 당적을 변경하지 않은 의원들을 1로, 변경한 의원들을 0으로 구분하여 득표율 격차와 재선 여부에 대한 분석에 포함시켰다.

3) 분석 방법

분석에 적용한 통계 방법으로는 현직 의원의 공천 유형에 따른 분석으로 다항 로지스틱 회귀분석(Multinomial logistic regression)을 실시했다. 공천 유형의 경우 4가지로 구분했는데 1) 정당 지도부에 단수 추천 또는 전략 공천을 받은 경우, 2) 경선에 나가 승리하여 공천을 받은 경우, 3) 경선에 나가 패배하여 공천을 받지 못한 경우, 그리고 4) 공천에서 탈락하거나 배제된 경우에 해당한다. 또한 현직 의원의 득표율 증감은 현직 의원이 20대 총선에서 얻은 득표율에서 19대 총선에서 얻은 득표율을 뺀 득표율 격차 변수를 만들어서 선형 회귀 분석을 실시했으며, 재선 승리 여부에 대해서는 로지스틱 회귀분석(Logistic regression)으로 검증했다.

3절. 개별 유권자 수준 분석 (Individual-level Analysis)

1) 데이터 수집

실제 유권자들이 여러 후보자들 중 현직자 후보에 대해 갖는 감정이나 평가에 영향을 미치는 요인에 대해 후보자들의 요인이 어떤 영향을 미치는지, 그리고 이러한 평가가 현직의원 여부에 따라 실제 투표로 이어지는지 개별 수준의 데이터로 분석한다.

2016년 20대 국회의원 선거 전과 후에 설문 조사를 실시하여 현직 의원에 대한 인지도와 평가의 정도를 측정한다. 국회의원에 대한 인지도나 그들에 대한 정보를 얼마나 알고 있는지 알아보는 항목으로는 미국의 NES 조사에서 실시하는 대표적인 항목들이 있다. 항목들 중에는 정치인에 대한 1)이름 회상(recall), 2)이름 인지(recognition), 3)해당 정치인에 대한 감정온도계 평가(ratings on the feeling thermometer) 4)해당 정치인에 대한 좋고(like) 싫음(dislike)이 기본적이다(Zaller, 1998). 이를 바탕으로 해당 선거구의 현직 의원이 의정 활동에 있어서 어떠한 평가를 받는지를 추가하여 설문으로 조사한다.

데이터 수집은 크게 정치커뮤니케이션센터(CPC)의 20대 국회의원 총선거 조사의 온라인 설문 데이터를 이용한다. 설문은 선거 이전인 2016년 3월24일에 실시되어 3000명의 표본을 대상으로 온라인 설문을 진행한다. 설문 조사 항목 중 현직 의원에 대한 의정만족도, 의원의 자질 평가, 그리고 현직 의원에 대한 감정에 해당하는 변수와 설문 대상자의 뉴스 미디어 이용정도와 인구 통계적 변수(성별, 연령, 소득, 교육수준, 이념성향, 거주지역)를 활용하며, 응답자의 분포는 표4와 같다. 이 데이터는 온라인 설문의 방식을 사용했기 때문에 표집방법에 대한 대표성(예, 진보적 성향의 참여자가 다소 많다는 점)에 대한 단점이 존재하지만 많은 수의 표본에 상대적으로 효율적인 비용과 설문 조사를 진행하는 편리한 접근성의 장점을 지닌다.

설문은 조사 대상자에게 선거구 기준으로 거주지를 묻고 해당 지역의 현직 의원과 매칭하여 진행된다. 지역구 의원과의 매칭 값에 따라 조사 대상자에게 현직 의원이 소속과 이름을 제시하여 의정활동의 만족도를 묻는다(5점 척도 – 매우 불만족, 약간 불만족, 보통, 약간 만족, 매우 만족). 지역구 의원에 대한 감정을 측정하기 위해 감정온도계를 활용하여 0~100도 사이의 값을 측정한다. 감정온도계는 개별 후보자에 대한 평가와 “모름”과 같은 응답을 제거하기 위해 대표적으로 사용되는 조사 방법론의 질문이다(Clausen, 1968). 이후 지역구 의원의 자질에 대한 평가를 측정하기 위한 설문이 이어지며 7가지 측면(도덕성, 강한 리더십, 유능함, 지적임, 정직함, 나의 이익을 대변함, 서민적임)에 대해 5점 척도(동의하지 않는다, 약간 동의하지 않는다, 보통이다, 약간 동의한다, 동의한다)로 평가한다.

(표4) 20대 국회의원 총선거 설문 응답자의 인구 통계적 정보

		응답자 수	백분율(%)
연령	19-29	637	(21.23)
	30-39	725	(24.17)
	40-49	843	(28.10)
	50대 이상	795	(26.50)
성별	남성	1,536	(51.20)
	여성	1,464	(48.80)
교육 수준	중학교 졸업 이하	13	(0.43)
	고등학교 졸업	473	(15.77)
	대학교 재학	289	(9.63)
	대학교 졸업 이상	2,225	(74.17)
정치적 이념 성향	진보	682	(22.73)
	중도	1,921	(64.03)
	보수	397	(13.23)
거주 지역	서울/경기/인천	1,542	(51.40)
	충북/충남/대전/세종	294	(9.80)
	강원/제주	112	(3.73)
	경북/경남/부산/대구/울산	759	(25.30)
	전북/전남/광주	293	(9.77)
가구 소득(월평균)	100만원 이하	90	(3.00)
	100-199만원	220	(7.33)
	200-299만원	403	(13.43)
	300-399만원	540	(18.00)
	400-499만원	580	(19.33)
	500-599만원	423	(14.10)
	600-699만원	179	(5.97)
	700-799만원	194	(6.47)
	800-899만원	112	(3.73)
	900-999만원	51	(1.70)
	1000만원 이상	139	(4.63)
	무응답	69	(2.30)
총합		3,000	

또한 뉴스 미디어 이용 정도의 경우 KBS, MBC, SBS, TV조선, 채널A, JTBC, MBN의 총 7개 매체에 대해 ‘4/13 총선에 관련한 뉴스를 얻기 위해 다음의 매체를

일주일에 평균 며칠 정도 이용하는지'를 1) 전혀 이용하지 않는다, 2) 1~2일, 3) 3~4일, 4) 4~5일, 5) 5~6일, 6) 매일의 척도로 묻는다. 이후 성별, 연령, 소득, 이념성향, 거주지, 지지정당, 학력 수준과 같은 인구 통계적 설문이 이어진다.

2) 변수의 측정

현직 의원에 대한 평가

5점 척도로 현직 의원의 의정 활동 만족도로 수집된 항목은 0에서 4의 값으로 재코딩했다. 현직 의원의 자질 평가의 7개 항목은 마찬가지로 개별 항목을 0에서 4의 값으로 재코딩 한 후 7개 항목의 평균을 구했다(Cronbach's coefficient alpha 0.94). 마지막으로 현직 의원에 대한 감정 온도는 0에서 100까지의 연속형 변수를 그대로 분석에 사용했다. 이렇게 현직 의원의 의정 활동 만족도, 자질 평가, 그리고 현직 의원에 대한 감정에 해당하는 총 세가지 항목의 종속변수를 측정했다.

현직 의원에 대한 언론 노출도와 뉴스 미디어 이용정도

앞서 선거구에 따라 현직 의원과 해당 지역구의 설문 응답자의 매칭 정보를 기반으로 개별 설문 응답자는 현직 의원의 언론 노출도만큼 언론 보도에 노출이 되었다고 보고 현직 의원의 언론 노출도(부정적 뉴스 및 긍정/중립적 뉴스)를 개별 응답자의 속성으로 연결시킨다. 즉 현직 의원의 부정적 보도량과 긍정/중립적 보도량이 개별 설문 응답자의 현직 의원 언론 노출도에 해당한다. 뉴스 미디어 이용 정도의 경우 주요 7개의 텔레비전 매체에서 정치 뉴스 이용 정도의 설문 문항을 0부터 1까지의 연속형 변수로 재코딩하여 평균값을 측정했다.

통제 변수

해당 지역구의 현직 의원이 어떤 정당에 소속되어 있는지, 그리고 설문조사 대상자의 지지 정당은 현직 의원 지지 정도에 큰 영향을 미치는 변수이므로 통제한다. 또한 현직 의원의 정당과 유권자의 정당이 일치하는 경우와 그렇지 않은 경우의 효과를 통제하기

위해 두 정당이 같은 경우는 1로 그렇지 않은 경우는 0으로 코딩했다. 또한, 설문의 조사 대상자의 인구 통계적 변수인 성별, 연령, 소득, 이념성향, 교육 수준, 거주 지역을 측정했다.

3) 분석 방법

현직자 후보의 언론보도 노출이 개별 유권자의 인지도, 감정, 의정활동 평가에 미치는 영향을 분석하기 위해 앞서 측정한 세가지 현직 의원에 대한 평가 및 감정을 개별 모델로 구성한다. 세 가지 종속변수가 연속형 변수이기 때문에 다중 회귀 분석을 진행한다. 분석에서 주로 확인하고자 하는 변수는 현직 의원의 두가지 언론 보도량(부정적 뉴스 및 긍정/중립적 뉴스)의 영향력이며 미디어 이용 정도의 효과를 살핀다. 응답자의 성별, 연령, 소득, 교육 수준, 이념 성향, 거주 지역의 개별 속성을 통제한 뒤 현직 의원의 평가 및 감정에 미치는 영향을 차례로 분석한다.

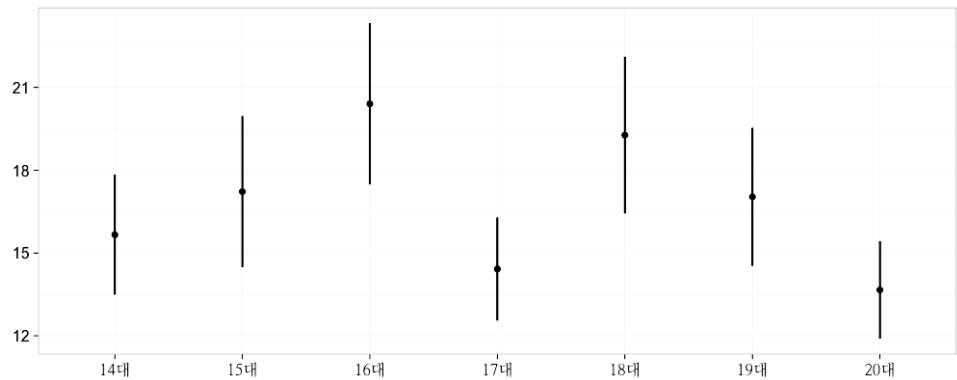
5장. 연구결과

1절. 현직 효과의 존재 여부

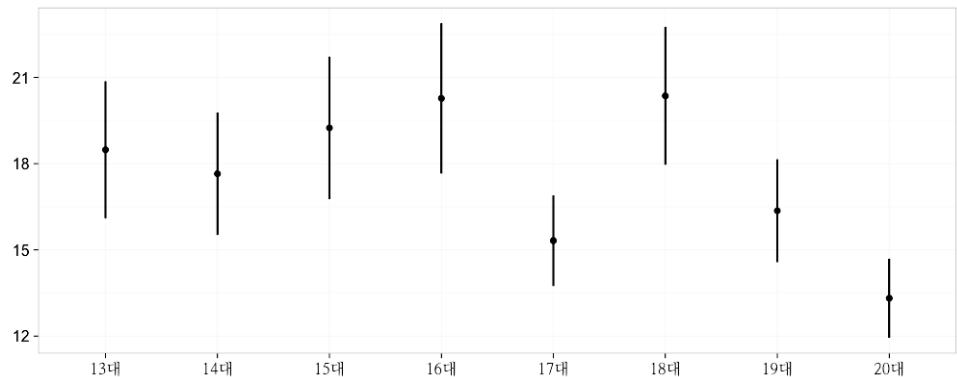
1) 역대 선거 별 선거구의 경쟁도 변화

현직 효과가 존재하는지, 존재한다면 그 추세는 어떠한 방향성을 보이는지 확인하기 위해 연구문제 1과 연구문제2를 제시했다. 기준의 현직 효과의 존재에 대한 연구들은 선거구 간의 경쟁도로 현직 효과가 존재하는지를 파악했다. 따라서 13대에 당선된 현직 의원들을 기준으로 20대 선거까지 연속된 두 선거에서 각 지역구의 선거 경쟁도(1위 후보와 2위 후보간의 득표율 격차)를 측정하여 한국 선거에서 현직 효과가 존재하는지를 살펴보았다. <그림1>의 경우 현직 의원이 출마한 선거구의 전반적인 선거 경쟁도를 보여주며, <그림2>는 현직 의원의 출마 여부와 상관없이 모든 지역구의 전반적인 선거 경쟁도를 보인다. 이러한 득표율의 격차는 95%의 신뢰구간으로 일변량 검증(t-test)을 실시한 것이다. 점은 평균을 의미한다. 14대와 16대에 이르러 선거구의 경쟁도는 점차적으로 줄어들다 17대를 기점으로 최근 선거에 이르러 지역구 내 경쟁도가 더욱 심화되는 것으로 보인다. 17대 선거의 경우 다수의 시민단체의 낙선 운동의 효과로 현직 의원이 대거 교체되는 현상으로 인해 선거구 내 경쟁도가 극심해진 것으로 보인다. 이후 가장 최근의 선거인 20대 선거의 경우 1위와 2위의 격차가 12~15%로 17대 선거에서보다 더욱 심한 선거 경쟁도를 보여주고 있다. <그림2>의 전체 선거구에서도 <그림1>과 동일한 패턴이 나타난다. 현직 효과를 선거구간 경쟁도의 기준으로 해석한다면 한국의 총선의 경우 17대를 기점으로 현직 의원들이 선거에서 여유롭게 승리한다기 보다는 득표율의 격차가 점차적으로 좁아지는 현상으로 현직 효과가 줄어드는 것으로 볼 수 있다.

〈그림1〉 현직 의원이 출마한 지역구의 선거 경쟁도 (95% 신뢰구간)



〈그림2〉 모든 지역구의 선거 경쟁도 (95% 신뢰구간)

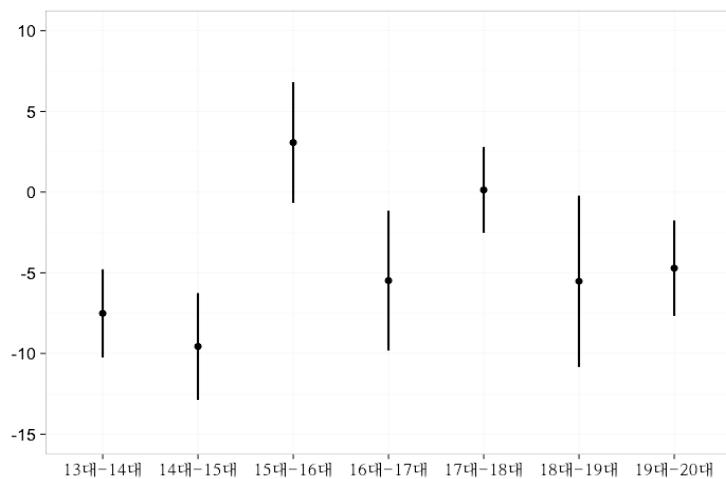


2) 현직 의원의 득표율 증감

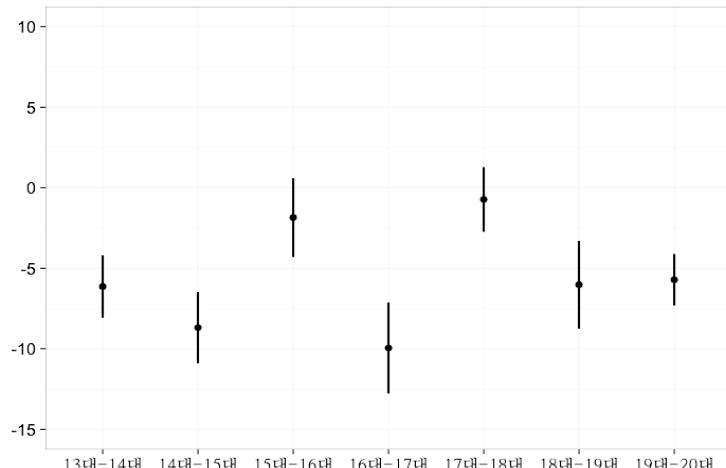
13대에 당선된 현직 의원들을 기준으로 20대 선거까지 연속된 두 선거에서 현직 의원이 얻은 득표율 격차를 현직 의원의 임기 횟수를 통해 기술적으로 계산했다. 해당 지역구에 출마한 국회의원의 수는 통제하지 않고 기술적인 득표율의 격차를 나타냈다는 것을 분명히 한다. 〈그림3〉의 경우 첫번째 재선에 도전하는 현직 의원의 연속된 두 선거에서 평균적으로 얻는 득표율의 차이를 보여주고, 〈그림4〉는 해당 선거에서 현직 의원(초선 의원 포함)이 전반적으로 어떤 득표율의 증감을 보이는지 95%의 신뢰구간으로 일변량 검증(t-test)을 실시한 것이다. 점은 평균을 의미한다. 15대-16대 선거와 17대-18대

선거의 신뢰구간이 0에 걸쳐 있기 때문에 이 두 선거를 제외하고 나머지 경우에는 95% 신뢰수준에서 득표율의 증감이 0보다 작은 것으로 나타난다. <그림3>에서 초선 의원의 재선 도전에서도 전체적인 현직 의원에 대한 득표율 증감과 동일한 패턴이 나타난다. 즉 초선 의원이라고 해도 소포모어 서지와 같이 재선 이후의 현직 의원들과 다른 효과 크게 나타나지 않는다. 16~17대 선거에서 현직 의원의 효과가 득표율 차이가 급락한 이유는 이때 다수의 시민단체에서 실시한 낙선 운동의 효과로 보인다.

<그림3> 재선에 도전하는 초선 의원의 선거 간 득표율 차이 검증(95% 신뢰구간)

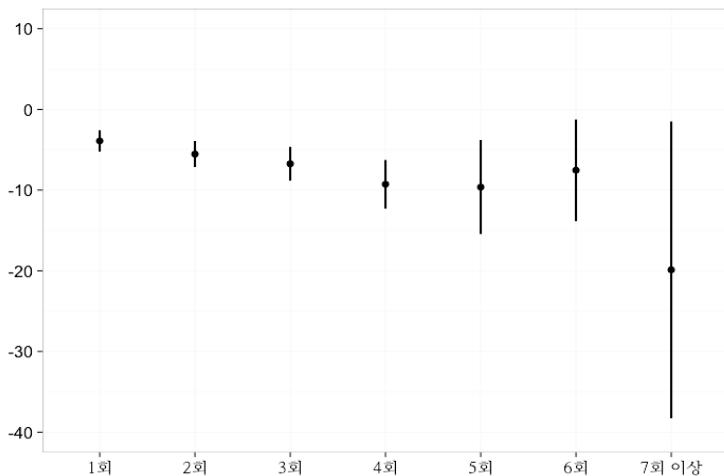


<그림 4> 선거 별 현직 의원의 선거 간 득표율 차이 검증(95% 신뢰구간)



<그림5>의 경우 전체 선거에서 현직 의원의 임기 횟수에 따른 득표율 차이를 일변량 분석으로 검증한 것이다. 한국의 선거에서는 초선 의원의 소포모어 서지 현상이 나타나지는 않았지만 첫번째 재선에 도전할 때 가장 득표율의 손실이 적다고 볼 수 있다. 그러나 이후 임기 횟수를 살펴보면 첫번째 재선에서 득표율의 손실이 일어난 후 임기 횟수가 늘어날 수록 점차적으로 득표율의 손실이 증가한다. 이는 다선의 현직 의원이 현직 효과를 누리기보다는 임기 횟수가 늘어날 수록 선거에서 생존하기 어려운 상황에 처하고 득표율의 손실과 같은 불리한 점을 경험했다는 것을 알 수 있다.

<그림5> 전체 선거의 임기 횟수별 현직 의원의 득표율 차이 검증(95% 신뢰구간)



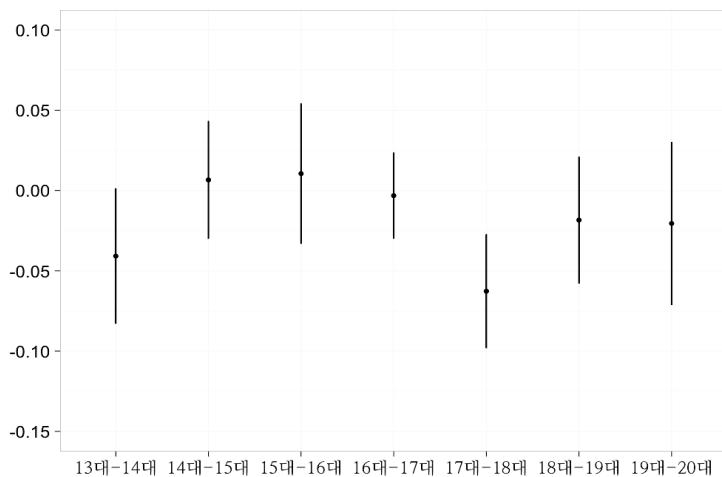
지역구의 선거 경쟁도와 현직 의원의 득표율 증감, 그리고 임기 횟수에 따른 현직 의원의 선거간 득표율 차이를 살펴보았을 때, 기존의 현직 효과 연구가 보이듯이 현직 의원의 득표율 상승이나 선거구 경쟁에서 유리한 위치를 보이지는 않는 것으로 나타난다. 현직 의원만을 대상으로 한 기술적인 분석이지만 기존의 미국 중심의 연구에서는 현직 효과가 기술적으로 증가하는 경향이 나타난다는 점에서 한국의 현직 효과는 존재하지 않거나 존재한다고 해도 오히려 현직 의원의 이점을 누리지는 못하는 것으로 해석을 할 수

있다. 이러한 문제점을 보완하기 위해 지역구를 분석 단위로 하여 정당의 득표율 증감을 고려한 다음의 분석을 추가적으로 살펴보았다.

3) 지역구 기준의 현직 효과

Gelman과 King(1990)은 양당선거를 기준으로 했을 때 총 두 당의 득표수에 대한 각 당의 득표율을 통해 현직 효과의 존재와 그 정도를 제시했다. 이러한 분석 방법을 본 연구에 적용했으며, 방법은 다음과 같다. 선거에 미치는 변수로 해당 지역구의 승리 정당과 이전 선거에서 득표율에 대한 효과를 통제한 뒤 현직 의원의 출마 여부와 해당 지역구의 승리 정당 여부의 조합으로 해당 선거의 전반적인 현직 효과 값을 구했다. <그림6>를 보면 전반적으로 현직 효과가 증가하는 추세였으나 18대 17대 선거부터 평균적으로 음의 값을 나타내고 최근 선거로 갈 수록 현직 효과의 값이 음수로 나타난다. 이러한 결과는 회귀 계수의 값이 0을 포함하여 95% 신뢰 구간에서 유의하지는 않지만 양당을 전제했을 때 해당 선거에서 전반적인 현직 효과를 보여준다고 할 수 있다. 이 결과를 토대로 한국의 선거의 경우 현직 효과가 미약하거나 평균적으로는 오히려 부정적 값을 갖는다는 것을 알 수 있다. 18대 선거의 경우 급격하게 현직 효과가 감소한 이유는 분석의 기준이 된 민주당이 참패하여 상대 정당이 지나치게 우세한 선거 결과를 얻었기 때문으로 해석된다.

<그림6> 양당제를 전제할 때 개별 선거에서의 현직 효과(GK Estimator) 값



13대의 현직 의원부터 20대 선거까지 지역구의 선거 경쟁도와, 연속된 두 선거에서 현직 의원의 득표율 격차와 지역구 기준의 현직 효과까지 살펴보았다. 한국의 현직 의원들은 미국의 현직 효과에서 제시하는 바와 달리 선거에서 득표율 격차가 증가하거나 임기 횟수의 증가가 득표율 상승으로 이어지지 않음을 알 수 있다. 또한 각 선거 별 지역구 기준으로 양당에서 얻을 수 있는 현직 효과를 살펴본 결과도 15대와 16대 선거에 있어서 현직의 프리미엄이 나타나는 듯 했지만 17대 선거 이후부터는 오히려 현직 의원이 불리한 선거가 진행되고 있음을 알 수 있다. 이는 기존의 현직 효과 연구에서 제시하는 것과는 반대로 한국의 총선에서는 현직 효과가 존재하지만 그 효과가 부정적인 방향으로 나타나는 것으로 보인다. 이러한 현상을 토대로 현직 의원이 현역의 이점을 누리지 못하고 오히려 약점으로 작용하는 이유를 현직 의원에 대한 뉴스 및 언론 보도로 설명하고자 한다.

2절. 집합적 분석의 결과

1) 현직 의원의 공천 유형과 언론 보도량의 효과

앞서 문헌 연구에서 제시했듯이 정치와 기성 정치인에 대한 언론 보도는 부정적이고 나쁜 뉴스의 중심임을 살펴보았으며, 실제 뉴스 헤드라인을 수집하여 감정 사전으로 분류한 결과 전체의 약 30%에 해당하는 뉴스가 부정적 뉴스로 분석됐다. 이러한 맥락에서 뉴스의 유형에 따른 언론 보도량이 현직 의원에 실질적인 이점으로 작용하기는 어려울 것이다. 이를 확인하기 위해 다음 선거에서 현직 의원의 공천 유형과 득표율 증감, 그리고 재선 여부에 어떤 영향을 미치는지 살펴보기 위해 연구문제를 제시했다. 19대 현직 의원이 의정 활동 기간동안 주요 언론에 보도된 노출량을 부정적 뉴스와 긍정/중립적 뉴스로 구분하여 최근의 기사일 수록 높은 가중치를 주어 4년간의 보도량을 구성했고 이를 임기횟수의 영향력과 함께 연구문제 2를 검증하기 위해 공천 유형에 대한 다항 로지스틱 분석을 실시했다(표5).

연구문제 2의 분석 결과(표5) 단수 추천 및 전략 공천을 받은 현직 의원을 기준으로 삼았을 때 가장 확연한 차이를 보인 집단은 공천을 배제당한 현직 의원들이었다. 현직 의원에 대한 부정 뉴스의 증가는 단수 추천 및 전략 공천을 받은 집단에 비해 공천 배제 집단에 소속될 확률을 높였으며($b = .349, p < .1$), 단수 추천 및 전략 공천의 집단에 비해 경선 승리 집단에 속할 가능성을 높였다($b = .500, p < .1$). 또한 긍정/중립 뉴스 보도량의 증가는 단수추천 및 전략 공천을 받은 집단에 비해 나머지 세 집단에 소속될 가능성을 낮춰 주었지만 통계적 유의성이 있는 집단은 경선에서 승리하여 공천을 획득한 집단에서만 나타났다($b = -.017, p < .01$), 나머지 집단에서는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 현직 의원의 임기 횟수가 증가할 수록 단수 추천 및 전략 공천의 집단에 비해 공천 배제 집단에 포함될 가능성을 높이는 것으로 나타난다($b = .439, p < .05$). 이는 다른 집단에서 모두 유의하게 나타나지 않아서 일반화하기 어렵지만 단수 추천 및 전략 공천을 받은 집단에 비해 공천 배제 집단은 임기 횟수의 증가로 나타나는 현직 의원에 대한 정치적 경험의 누적이 이점으로 작용하지 않을 수 있다는 점을 시사한다. 그리고 주요 보직을 맡을 수록 단수 추천 및 전략 공천의 집단에 비해 공천 배제 집단에 소속되지 않았다($b = -2.619, p < .05$). 마지막으로 정당 내 계파적 성향을 띠는 친박 또는 친노로 언론에 비춰지는 정도에 대한 값이 보여주는 결과는 단수 추천이나 전략 공천 집단에 비해 현직 의원이 친박과 관련된 기사에 노출될 수록 경선 탈락 집단에 속할 가능성을 높인다($b = .139, p < .05$). 나머지 집단도 통계적으로 유의하진 않았지만 친박이나 친노에 대한 기사에 노출될 수록 상대적으로 단수 추천이나 전략 공천을 받지 못하는 것으로 나타난다.

통제 변수의 효과에 대해서는 다른 정당 소속에 비해 새누리당 소속 여부가 단수 추천이나 전략공천 집단 보다는 경선 승리의 집단에서 높게 나타났으며($b = 1.401, p < .05$), 출마 지역적 구분으로는 서울/경기/인천의 지역구 의원을 기준으로 삼았을 때 충북/충남/대전/세종의 출신의 현직 의원일 수록 경선 승리 집단보다는 단수추천 및 전략 공천을 받은 집단에 속할 가능성이 높았다($b = -1.737, p < .05$). 강원/제주 지역에 속할 수록($b = 2.460, p < .05$), 그리고 전북/전남/광주 지역에 속할 수록($b = 2.630, p < .01$), 단수 추천 및 전략 공천보다는 경선 패배로 이어지는 경향이 있었다. 마지막으로

경북/경남/부산/대구/울산($b = .883$, $p < .1$)과 전북/전남/광주 지역구의 의원일 수록 단수추천 및 전략 공천의 집단보다는 공천 배제 집단에 소속될 가능성이 더 높았다($b = 1.373$, $p < .1$).

(표5) 공천 유형에 대한 현직 의원의 언론 노출도 효과

기준: 단수추천·전략공천	경선 승리		경선 패배		공천 배제	
	b	(s.e.)	b	(s.e.)	b	(s.e.)
상수	-1.750**	.588	-2.626**	.904	-2.600***	.645
긍정/중립뉴스 보도량	-.017**	.006	-.017	.011	-.002	.002
부정뉴스 보도량	.500 ⁺	-2.536	-2.536	3.827	.349 ⁺	.203
임기 횟수	.305	.227	.181	.333	.439*	.215
주요 보직	1.015	.752	-17.616	3454.600	-2.619*	1.283
정당(기준: 민주당)						
새누리당	1.401*	.544	.799	.913	.700	.638
기타/무소속	1.473	1.096	-16.168	5982.200	.171	1.274
친박 기사량	.060	.041	.139*	.064	.031	.023
친노 기사량	.001	.115	.073	.243	.039	.039
지역(기준: 서울/경기/인천)						
충북/충남/대전/세종	-1.737*	.872	-17.705	546.100	-1.379	1.048
강원/제주	1.250	.919	2.460*	1.131	.543	1.301
경북/경남/부산/대구/울산	.706	.543	1.448	.874	.883 ⁺	.650
전북/전남/광주	.817	.756	2.630**	.897	1.373 ⁺	.720
R ²			.205			
Log likelihood			-198.01			
N			202			

+ $p < .1$; * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

위의 연구문제는 부정 뉴스 보도에 대한 문헌적 연구에서 제시하는 것과 일관된 결과를 보여준다. 또한 앞서 살펴본 현직의 위치가 선거 결과에서 오히려 부정적인 효과를 가져올 수 있다는 국내 선거 현상과 연관짓는다면 현직 의원에 대한 부정적 보도량이 증가할 수록 현직 의원은 공천을 얻지 못하거나 공천을 배제당하는 결과로 이어지는 것으로 해석된다. 긍정/중립 뉴스보도량의 경우 공천을 받지 못하는 집단(경선 패배와 공천 배제)에서는 그 효과가 나타나지 않지만 단수 추천 및 전략 공천의 집단과 경선 승리 집단을

비교했을 때 유의한 효과가 나타나는 것으로 보아 공천 여부에 있어서는 부정적 뉴스 보도량이 더욱 결정적인 영향을 미치는 것으로 보인다. 또한 임기 횟수의 증가가 공천 배제 집단과 관련이 있다는 점은 현직 의원의 정치적 경험이라는 프리미엄이 항상 이점으로 작용하지 않을 수 있다는 부분을 시사한다. 종합하면 19대와 20대 선거 사이의 한국의 현직 의원들은 언론 보도의 유형과 보도량과 임기 횟수의 증가라는 점에서 현직 프리미엄을 누리기 어려운 것으로 보인다. 이러한 결과가 갖는 의미는 기존에 정당 수뇌부의 중심으로 결정되던 과거의 공천 과정이 현직 의원에 대한 언론 노출과 친박 또는 친노와의 관련 정도와 같이 언론에 노출된 모습에 영향을 받는 것으로, 미디어와 대중 중심의 정치적 배경이 영향을 미친 것이라고 할 수 있다.

2) 현직 의원의 득표율 증감과 언론 보도량의 효과

그렇다면 연구문제 3에서 제시한 현직 의원의 득표율 증감에 언론 보도량은 어떤 영향을 미치는지 알아보기 위해 19대의 현직 의원이 20대 선거에 출마한 경우 득표율의 증감에 대한 회귀 분석을 실시했다(표6). 뉴스 보도량의 분석 단위가 뉴스 갯수이고 득표율 격차의 단위가 백분율(%)이므로 다음과 같이 해석을 적용할 수 있다. 그 결과 현직 의원의 긍정/중립 뉴스 보도량은 득표율 차이에 영향을 주지 않았고 반대로 부정 뉴스 보도량은 1개 증가할 수록 득표율 격차는 2.436%씩 감소하는 것으로 나타난다($b = -2.436, p < .01$). 이는 부정 뉴스 보도량이 선거에서 현직 의원의 득표율 증감에 실질적인 영향을 주는 것으로 2.4%의 감소는 수치적으로도 상당한 의미를 갖는다고 볼 수 있다.

임기 횟수의 증가와 득표율 격차에 있어서는 유의수준 0.1에서 임기 횟수의 증가가 득표율 격차를 줄이는 부정적 효과가 나타는데 현직 의원이라는 제한된 수의 관찰값 ($N=161$)을 고려할 때 의미있는 결과라 생각된다($b = -1.380, p < .1$). 임기 횟수가 한 단위씩 증가할 때 현직 의원의 득표율 격차는 1.38% 감소했다. 통제 변수의 효과를 살펴보았을 때 무소속 의원들은 득표율 격차가 상당히 증가했으며($b = 18.501, p < .001$), 당적을 유지한 현직 의원들은 상당한 양의 득표율 증가를 가졌다($b = 12.252, p < .001$). 친박 또는 친노와 관련된 언론 노출도가 현직 의원에 미치는 영향은 통계적으로 유의하진 않았다. 19대 현직

의원의 출마 지역구에 따라 서울/경기/인천을 기준으로 보았을 때 충북/충남/대전/세종 지역의 현직 의원들은 득표율 격차가 증가했고($b = 6.492, p < .01$), 경북/경남/부산/대구/울산의 현직 의원들도 득표율 격차가 증가하는 것으로 나타났다($b = 4.995, p < .01$).

(표6) 19대와 20대 선거 간 득표율 격차에 대한 현직 의원의 언론 노출도 효과

	득표율 차이	
	b	(s.e.)
상수	-14.447	2.812
공정/중립뉴스 보도량	.001	.007
부정뉴스 보도량	-2.436 ^{**}	.834
임기 횟수	-1.380 [†]	.713
주요 보직	1.331	2.460
정당(기준: 민주당)		
새누리당	-2.309	1.771
기타/무소속	18.501 ^{***}	3.848
친박 기사량	.084	.055
친노 기사량	.224	.142
당적 유지	12.252 ^{***}	2.261
지역 (기준: 서울/경기/인천)		
충북/충남/대전/세종	6.492 ^{**}	2.341
강원/제주	2.751	3.542
경북/경남/부산/대구/울산	4.995 [*]	1.960
전북/전남/광주	-2.415	2.643
R ²	.327	
Adj. R ²	.268	
N	161	

+ $p < .1$; * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

득표율 격차에서 나타나는 현직 의원에 대한 언론 보도량과 임기 횟수의 결과는 공천 유형에 대한 효과와 일관성있게 공정/중립 뉴스보다는 부정 뉴스 보도량의 영향을 크게 받는 것으로 나타난다. 따라서 연구문제 3에 대한 결과로 19대와 20대 선거 사이의 현직 의원들은 득표율 격차에서 현직자 우위를 상대적으로 누리지 못하는 것으로 볼 수 있다.

3) 현직 의원의 재당선과 언론 보도량의 효과

현직 의원의 재당선 여부에 대한 언론 노출도 효과를 살펴보기 위해 연구문제 4를 제시했으며 분석 결과는 (표7)과 같다. 현직 의원의 재당선 여부에 영향을 미치는 변수로 부정뉴스 보도량이 증가할 수록 재당선 가능성은 낮추는 것으로 나타났다($b = -.579, p < .05$). 이번 선거의 특징으로도 볼 수 있지만 민주당 소속 의원보다는 새누리당에 소속될 수록 재당선의 가능성이 낮았다($b = -1.273, p < .05$). 그러나 당적을 유지한 의원들은 당적을 변경한 의원들에 비해 재당선되는 가능성이 높았다($b = 1.724, p < .01$). 그 외 나머지 통제 변수들은 유의한 결과를 보이지 않았다.

이러한 논의를 종합하면 연구문제 4도 앞의 공천 유형과 득표율 증감에서 부정적 뉴스가 현직 의원에 대한 부정적 효과와 일관성 있는 결과로 볼 수 있다. 현직 의원에 대한 긍정/중립적 뉴스는 이점으로 크게 작용하지 않는 반면, 부정적 뉴스는 선거에서 유권자에 영향을 미치는 강력한 변수로 보인다. 따라서 다음 개별적 분석을 통해 현직 의원의 언론 노출이 실질적으로 유권자의 태도에 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자 한다.

(표7) 19대 현직의원의 20대 재당선 여부에 대한 언론 노출도 효과

	재당선 여부	
	b	(s.e.)
상수	.391	.797
긍정/중립뉴스 보도량	.001	.003
부정뉴스 보도량	-.579*	.252
임기 횟수	-.061	.219
주요 보직	-.360	.721
정당(기준: 민주당)		
새누리당	-1.273*	.562
기타/무소속	1.160	1.166
친박 기사량	.033	.032
친노 기사량	.112	.090
당적 유지	1.724**	.613
지역 (기준: 서울/경기/인천)		
충북/충남/대전/세종	.330	.742
강원/제주	.982	1.166
경북/경남/부산/대구/울산	.582	.557
전북/전남/광주	-1.428	.731
Adj. R ² /Pseudo R ²		.189
Log likelihood		-76.127
N		161

+p < .1; *p < .05; **p < .01; ***p < .001

3절. 개별적 분석의 결과

1) 현직 의원의 의정활동 만족도와 언론 보도량의 효과

개별적 수준의 분석으로 현직 의원의 언론 보도량과 유권자가 평가하는 현직 의원의 의정 활동 만족도의 상관관계를 살펴보기 위해 연구문제 5-1을 제시했으며 분석 결과는 다음과 같다(표8). 응답자의 정당지지와 인구 통계적 변수를 통제 했을 때 현직 의원의 부정 뉴스 보도량은 현직 의원에 대한 의정 활동 만족도에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타난다($b = -.024, p < .001$). 반면 긍정/중립적 뉴스 보도의 증가는 현직 의원 의정활동 만족도에 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 뉴스 미디어 이용 정도에 관해서는

미디어를 많이 이용하는 사람일 수록 현직 의원에 대한 의정 활동 만족도가 증가하는 것으로 나타난다($b = -.384$, $p < .001$). 이는 집합적 분석에서 현직 의원이 부정적 뉴스만 영향을 크게 받는 것과 일치하는 결과로 해석된다 (표8).

(표8) 현직 의원의 의정 활동 만족도에 대한 현직 의원의 언론 노출도 효과

	현직 의원 의정활동 만족도	
	b	(s.e.)
상수	1.523	.152
긍정/중립뉴스 보도량	.000	.000
부정뉴스 보도량	-.024***	.006
미디어 이용정도	.384***	.086
정당 지지(기준: 새누리당)		
더불어민주당	-.079	.063
국민의당	.172*	.080
정의당	-.033	.088
기타정당	-.149	.341
없음	.127*	.062
현직 의원의 정당(기준: 새누리당)		
더불어민주당	.440***	.040
국민의당	.309***	.071
정의당	.674*	.318
무소속	.442***	.087
현직 의원의 정당지지 여부	.738***	.053
여성	.129***	.038
연령	-.002	.002
소득 수준	-.014	.008
이념 성향	.018	.012
교육 수준	-.069**	.025
R ²	.149	
Adj. R ²	.144	
N	2,651	

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

그 외 주요한 효과가 나타나는 유권자의 정당 지지 변수를 살펴보면 새누리당 지지자를 기준으로 했을 때 국민의당 지지자들은 현직 의원에 대한 만족도가 높았고(b

= .172, $p < .05$), 그 외 정당들은 유의하지 않았지만 현직 의원에 대한 만족도가 낮았다. 한편으로 현직 의원의 정당 유형은 새누리당을 기준으로 했을 때 더불어민주당, 국민의당, 정의당, 무소속의 모든 정당 유형에서 현직 의원에 대한 지역구 유권자의 만족도가 높았다. 마지막으로 현직 의원의 정당과 본인의 지지정당이 동일한 사람들은 그렇지 않은 사람들에 비해 높은 현직 의원의 만족도를 보인다($b = .738, p < .001$).

종합하면 현직 의원에 대한 긍정/중립적 뉴스 보도량은 현직 의원에 대한 의정 활동 만족도를 높이는데 유의한 영향력을 미치지는 못하지만 부정 뉴스 보도량의 증가는 현직 의원에 대한 의정 활동 만족도를 하락시키는 주요한 변인으로 해석된다. 이는 집합적 분석에서 공천 여부에 부정적 뉴스만이 유의한 영향력을 보였던 것과 일관성 있는 결과로 보인다.

2) 현직 의원의 자질 평가와 언론 보도량의 효과

현직 의원에 대한 유권자의 평가를 측정하는 점에서 현직 의원의 자질 평가와 언론 노출 정도의 상관관계를 살펴보기 위해 연구문제 4-2를 제시했다. 분석 결과(표9) 현직 의원에 대한 만족도의 결과와 마찬가지로 현직 의원에 대한 긍정/중립 뉴스 보도량은 현직 의원 자질 평가에 유의한 영향을 미치지 않았고, 부정 뉴스 보도량이 많을 수록 현직 의원에 대한 자질 평가는 하락했다($b = -.041, p < .001$). 뉴스 미디어 이용 정도 또한 미디어 이용 정도가 높을 수록 현직 의원의 자질에 대해 높이 평가하는 경향이 나타났다($b = .388, p < .001$).

마찬가지로 유권자의 정당 지지 변수를 살펴보면 새누리당 지지자를 기준으로 했을 때 국민의당 지지자들은 현직 의원에 대한 자질 평가도가 높았고($b = .173, p < .05$), 그 외 정당들은 유의하지 않았지만 현직 의원에 대한 자질 평가도가 낮았다. 한편으로 현직 의원의 정당 유형은 새누리당을 기준으로 했을 때 더불어민주당, 국민의당, 정의당, 무소속의 모든 정당 유형에서 현직 의원에 대한 지역구 유권자의 평가가 높았다. 마지막으로 현직 의원의 정당과 본인의 지지정당이 동일한 사람들은 그렇지 않은 사람들에 비해 현직 의원의 자질에 대해 높은 평가를 했다($b = .708, p < .001$).

현직 의원에 대한 자질 평가 역시 앞서 문헌 연구에서 제시한 부정적 뉴스의 영향력을 뒷받침하는 결과를 보이며, 기존의 긍정/중립 뉴스 보도량의 증가가 긍정적 자질 평가로 이어질 수 있는 인지도 효과는 나타나지 않고 부정적 보도량에 따른 네거티브 효과가 나타나는 것으로 볼 수 있다.

(표9) 현직 의원의 자질 평가에 대한 현직 의원의 언론 노출도 효과

	현직 의원 자질 평가	
	b	(s.e.)
상수	2.395***	.147
긍정/중립 뉴스 보도량	.000	.000
부정 뉴스 보도량	-.041***	.006
미디어 이용 정도	.388***	.085
정당 지지(기준: 새누리당)		
더불어민주당	-.035	.060
국민의당	.173*	.077
정의당	-.037	.085
기타정당	-.111	.335
없음	.112	.060
현직 의원의 정당(기준: 새누리당)		
더불어민주당	.453***	.039
국민의당	.325***	.069
정의당	.955**	.310
무소속	.374***	.085
현직 의원의 정당지지 여부	.708***	.051
여성	.051	.037
연령	.005**	.002
소득 수준	-.012	.008
이념 성향	.008	.011
교육 수준	-.051*	.024
R ²		.181
Adj. R ²		.174
N		2,359

*p < .05; **p < .01; ***p < .001

3) 현직 의원에 대한 감정과 언론 보도량의 효과

마지막으로 현직 의원에 대한 감정 온도에 언론 보도량의 효과를 측정하기 위해 연구문제 5-3을 제시했으며, 분석 결과는 다음과 같다(표10). 앞의 현직 의원의 자질 평가 결과와 마찬가지로 긍정/중립뉴스 보도량의 증가는 현직 의원에 대한 감정에 어떤 영향을 미치지 못했고, 반대로 부정 뉴스 보도량이 증가할 수록 현직 의원에 대한 감정 온도는 하락했다($b = -.716, p < .001$). 또한 뉴스 미디어 이용 정도가 높을 수록 현직 의원에 대한 감정 온도가 증가했는데($b = 7.863, p < .001$), 미디어 이용 정도가 정치 지식 습득과 관련된 효과라 할 수 있다.

유권자의 정당 지지 변수를 살펴보면 새누리당 지지자를 기준으로 했을 때 지지정당이 없는 사람들만 현직 의원에 대한 감정이 호의적이었으며($b = 2.783, p < .05$), 그 외 정당들은 유의하지 않았다. 한편으로 현직 의원의 정당 유형은 새누리당을 기준으로 했을 때 상대적으로 더불어민주당, 국민의당, 정의당, 무소속의 모든 정당 유형에서 현직 의원에 대한 감정이 호의적이었다. 마지막으로 현직 의원의 정당과 본인의 지지정당이 동일한 사람들은 그렇지 않은 사람들에 비해 현직 의원에 대해 상당히 우호적인 것으로 나타났다($b = 18.512, p < .001$).

이러한 개별적 결과들을 종합할 때 현직 의원에 대한 감정 역시 언론 노출의 부정적 효과에 큰 영향을 받는 것으로 볼 수 있으며, 다른 정당과 관련된 변수와 더불어 현직 의원에 대한 지지를 설명할 수 있는 유의한 변수라 보여진다.

(표10) 현직 의원의 감정 온도에 대한 현직 의원의 언론 노출도 효과

	현직 의원에 대한 감정 온도	
	b	(s.e.)
상수	41.285***	3.161
긍정/중립뉴스 보도량	.001	.001
부정뉴스 보도량	-.716***	.131
미디어 이용정도	7.863***	1.796
정당 지지(기준: 새누리당)		
더불어민주당	-2.533	1.304
국민의당	3.150	1.667
정의당	-.937	1.842
기타정당	-4.658	7.095
없음	2.783*	1.289
현직 의원의 정당(기준: 새누리당)		
더불어민주당	9.097***	.833
국민의당	8.678***	1.487
정의당	19.592**	6.621
무소속	7.198***	1.805
현직 의원의 정당지지 여부	18.512***	1.096
여성	2.676***	.785
연령	-.005	.038
소득 수준	-.183	.164
이념 성향	.156	.239
교육 수준	-1.811***	.514
R ²		.187
Adj. R ²		.182
N		2,651

*p <.05; **p <.01; ***p <.001

6장. 논의 및 결론

미국을 중심으로 현직 효과가 본격적으로 연구된 1970년 대 이후 현직 효과의 존재 여부와 그 원인을 밝히기 위한 연구가 이어졌다. 현직 효과에 대한 현상 파악과 근원에 대한 연구가 지속되는 가운데, 최근 정당 정치의 약화와 무당파 유권자의 증가와 같은 정치 환경에 변화가 발생했다. 동시에 미디어의 급속한 보급으로 미디어에 비춰지는 현직 의원에 대한 공적 이미지가 중요시 되고, 개별 유권자에 효율적으로 도달할 수 있게 되면서 정치의 중심에 대중과 미디어가 자리잡았다. 기존의 현직 효과 연구는 이러한 뉴스 미디어의 효과가 현직 의원에게 유리하게 작용한다고 보는데 그 이유는 언론에 빈번한 노출이 유권자의 인지도와 친밀성을 형성하여 선거 결과에 현직자 우위로 작용하기 때문이다.

그러나 정치 전반과 기성 정치인에 대한 언론 보도는 상당히 부정적이고 이는 언론 기구간의 지나친 경쟁과 상업화로 기인한다. 따라서 기존의 현직 의원이 언론 노출로 인해 현직 프리미엄을 누린다는 문헌 연구들은 현대의 언론 보도의 내용적 측면과 언론 기구의 산업적 측면에서 살펴봐야 할 퍼즐이라고 할 수 있다. 현직 의원이 언론 노출로 현직의 이점을 누리기 위해서는 언론 보도의 내용이 현직 의원에게 호의적이고 적어도 부정적이지 않다는 것을 전제하기 때문이다. 앞서 살펴본 집합적 분석과 개별적 분석은 현직 의원의 언론 노출이 오히려 약점으로 크게 작용할 수 있음을 보여준다. 긍정/중립적 뉴스 보도로 인해 얻을 수 있는 인지도나 친밀성 효과는 거의 나타나지 않고 부정적 뉴스 보도는 다음 선거의 공천과정 뿐만 아니라 득표율과 재선 여부, 그리고 개별 유권자의 평가에 전반적인 영향을 미치기 때문이다. 이러한 부정적 보도의 중심에는 미디어 간 경쟁이 치열해지고 언론 기구의 극단적인 수익성 추구와 독자의 이목을 끌 수 있는 부정적 뉴스 중심의 보도 관행이 있다. 또한 주요 언론 및 뉴스 기구가 현직 의원에 대해 어떻게 보도하는지 살펴보면 전략보도, 경마식 보도와 해석적 저널리즘, 그리고 부정적 보도의 증가와 같은 문제점이 지적된다. 또한 부정적 뉴스는 유권자에게 상대적으로 관심을 끄는 정보에 해당하며 부정적

뉴스는 인지적 관점에서도 긍정적이거나 중립적 내용에 비해 기억에 오래 남고 개인의 의사 결정에 더 큰 영향을 미친다는 연구들이 뒷받침된다.

기존의 국내외의 현직 효과 연구들을 근거하여 13대 이후부터 최근 20대 선거까지 현직 효과가 나타나는지 선거구 내의 경쟁도, 득표율의 증감, 그리고 양당제를 기준으로 했을 때 지역구를 분석 단위로 한 해당 선거의 현직 효과 정도를 살펴보았다. 결론적으로 선거구 간 경쟁도는 17대 선거를 기준으로 증가하고, 현직 의원의 재선에서 득표율의 감소와 같이 다소 불리한 모습이 발견된다. 지역구를 분석 단위로 양당제를 근거로 한 개별 선거의 현직 효과도 평균적으로는 음의 값을 갖거나 적어도 양의 값으로는 나타나지 않았다. 이 연구에서는 기존의 현직 효과 연구가 제시하는 것과 달리 앞서 살펴본 한국의 현직 의원은 현직의 이점을 제대로 누리지 못하는 결과에 근거하여 현직 의원의 뉴스 보도 유형(부정적 뉴스와 긍정/중립적 뉴스)과 그 보도량에 주목했다. 특히 부정적 뉴스를 구분해 내는 것이 핵심 변수였는데 약 7만건에 해당하는 현직 의원의 언론 보도량을 처리하기 위해 10%의 샘플을 추출한 뒤 부정뉴스와 긍정/중립 뉴스를 코딩한 뒤 Ridge regression 방법론을 적용했다. 이를 활용하여 유의한 감정어 사전을 구축하고 감정어휘에 대한 회귀 계수를 추출한 뒤 전체 데이터에 적용했다. 그 결과 전체 기사량의 30%에 해당하는 상당한 양의 뉴스가 부정적으로 판독되었으며 현직 의원에 대한 보도가 부정적 뉴스를 중심으로 한다는 기존의 문헌 연구를 뒷받침한다.

이후 집합적 분석과 개별적 분석이라는 상호보완적 접근 방식을 사용하여 현직 의원이 이점을 누릴 수 있는 공천 과정과 득표율 격차를 최근의 19대와 20대 총선의 결과로 살펴보고, 이어 개인적 수준의 분석으로 현직 의원에 대한 유권자의 의정활동 만족도, 현직 의원 자질 평가, 현직 의원에 대한 감정에 현직 의원의 언론 노출도의 영향력 효과를 검증했다. 그 결과 현직 의원의 공천 과정에서 부정적 보도량의 증가는 공천을 받지 못하거나 공천 배제 집단에 속할 확률을 높였으며, 상대적으로 긍정적 보도량의 증가는 공천 유형에 영향을 미치지 못했고 단수 추천 및 전략 공천과 경선 승리 집단에서만 차이가 있었다. 현직 의원에 대한 언론 보도의 효과로 긍정/중립적 뉴스의 증가는 득표율 격차를 상승시키거나 재당선 여부에 영향을 거의 미치지 않았으며, 반대로 부정적 뉴스의 증가만이

득표율 격차를 감소시키고 재당선의 가능성은 낮추는 네거티브 효과가 강하게 나타났다.

이러한 결과는 기존에 현직 의원의 언론 노출이 인지도 상승이나 인기로 직결된다기 보다는 언론에 나쁜 뉴스로 노출되거나 조금이라도 부정적으로 노출된 이미지는 현직 의원의 이점에 방해가 된다고 해석된다.

개별적 분석의 경우도 현직 의원의 의정 활동 만족과 자질 평가, 그리고 현직 의원에 대한 감정에 있어서 부정적 뉴스의 효과만이 유의한 영향이 나타났다. 앞의 집합적 수준의 분석 결과와 일관되게 개별적 유권자 수준에도 긍정/중립적 뉴스의 효과는 거의 나타나지 않는 반면 부정적 뉴스의 영향력은 상당한 것으로 나타난다. 또한 공통적으로 뉴스 미디어를 많이 이용할 수록 현직 의원에 대한 만족도, 자질 평가, 감정 온도의 모든 모형에서 긍정적 결과로 이어졌다. 이는 뉴스 미디어를 통해 현직 의원에 대한 정보를 습득한 것으로 기존 연구의 현직 의원에 대한 인지도를 설명하는 것으로 보인다.

그러나 이 연구의 한계점으로는 현직 의원에 대한 미디어 효과만을 분석하고 있기 때문에 선거에서 상대적으로 강한 도전자 후보가 출마하는 경우 등 도전자 후보의 자질을 고려한다면 보다 정교한 현직 효과를 검증할 수 있을 것으로 보인다. 또한 실질적으로 현직 의원의 언론 노출량과 더불어 도전자 후보의 언론 노출량을 함께 수집하여 비교한다면 선거에서 현직 효과와 현직 의원에 대한 미디어 효과를 더욱 정확히 예측할 수 있을 것으로 기대된다. 추후 이러한 분석이 추가 된다면 연구 결과의 내용이 한국의 현직 효과를 설명하는데 있어 더욱 체계적인 분석이 될 것이다.

이 연구의 결과는 현직자 우위에 기여하는 것으로 알려진 미디어 노출이 미디어 조직의 경쟁과 상업화로 인해 대중의 이목을 끌 수 있는 부정적이고 나쁜 뉴스에서 뉴스 가치를 발견하는 보도 행태가 기존의 현직 의원이 갖는 언론 노출의 우위와 상충하는 결과를 갖는다는 점에 주목했다. 이를 통해 한국 선거에서 나타나는 현직 의원이 재선에서 오히려 이점을 얻지 못하는 현상을 언론 노출의 효과를 중심으로 설명하고 미디어 정치의 영향력을 재검증하는데 기여할 것으로 기대된다.

참고 문헌

- 권혁남. (1998). 1998 지방선거에서 나타난 TV 방송의 무관심과 부정적 보도에 관한 연구. *한국언론학보*, 43(2), 3-36.
- _____. (2009). 텔레비전의 15대, 16대 대통령선거 보도 비교 분석. *정치커뮤니케이션 연구*, 12, 45-91.
- _____. (2014). 정치의 미디어화와 선거보도 특성 변화에 관한 연구. *방송문화연구*, 26(2), 7-32.
- 김도종 · 김형준. (2000). 제 16대 국회의원 선거결과에 대한 집합자료 분석. *한국정치학회보*, 34(2), 105-127.
- 김동민. (2004). 17 대 총선, 미디어 선거의 평가와 과제. *정치정보연구*, 7(1), 53-68.
- 김성연. (2015). 한국 무당파의 이념, 정책 선호, 그리고 정치적 태도-제 18대 대통령 선거를 중심으로. *국제지역연구*, 19(3).
- 문용직. (1996). 특집: 제 14 대 국회의 비판적 고찰; 제 15 대 국회의원선거 분석과 전망. *의정연구*, 2(단일호), 37-56.
- 박윤희. (2014). 국회의원의 현직효과가 재당선에 미치는 효과 분석: 제 18대 국회의원 입법활동을 중심으로. *의정논총*, 10(1), 37-64.
- 박철용. (2013). 라소를 이용한 간편한 주성분분석. *한국데이터정보과학회지*, 24(3), 533-541.
- 박민수 · 김태현 · 조은석 · 김희발 · 오희석. (2014). 연구논문: 동물, 해양; R 을 이용한 벌점화 축소추정 기법 비교연구: 요크셔 돼지 산자수와 SNP 에 대한 적용 사례. *농업생명과학연구*, 48(3), 147-155.
- 반현 · 최원석 · 신성혜. (2004). 유권자의 투표 선택과 뉴스 미디어의 점화효과. *한국방송학보*, 18(4), 398-443.
- 변동현 · 김옥렬 · 양해승. (1999). 대선 TV 캠페인에 대한 노출효과 연구: 대학생 유권자를 중심으로. *광전커뮤니케이션학보*, 1(단일호), 156-179.

- 소순창 · 현근. (2006). 한국 선거에서 나타난 “무당파층” 과 정당정치. *한국정책과학학회보*, 10(2), 47–75.
- 송상윤. (2015). 논문: 예대금리차 결정요인 모형의 예측력 비교 연구-Ridge, LASSO 및 Elastic Net 방법론을 중심으로. *금융지식연구*, 13(3), 41–65.
- 송종길 · 박상호. (2009). 17 대 대통령 선거에서 TV 토론 이용동기가 유권자의 정치행태에 미치는 영향 연구. *한국언론학보*, 53(3), 417–442.
- 양승찬. (2007). 한국의 선거 여론조사와 그 보도에 대한 이슈 고찰. *커뮤니케이션 이론*, 3(1), 83–119.
- 윤종빈. (2002). 16 대 총선에서 나타난 현직의원의 득표율증감 분석. *한국정치학회보*, 35(4), 129–146.
- _____. (2006). 한국에서의 현직의원 지지에 관한 연구. *한국정치학회보*, 40(3), 145–164.
- _____. (2012). 19 대 총선 후보 공천의 과정과 결과, 그리고 쟁점. *한국정당학회보*, 11(2), 5–37.
- 윤종빈 · 김윤실 · 정희옥. (2015). 한국 유권자의 정치신뢰와 정당일체감. *한국정당학회보*, 14(2), 83–113.
- 이갑윤 · 이현우. (2000). 국회의원선거에서 후보자 요인의 영향력. *한국정치학회보*, 34(2), 149–170.
- 이강형. (2006). 정치후보에 대한 유권자 감정 유발 요인 및 미디어 캠페인 활동의 효과에 관한 연구. *한국언론학보*, 50(3), 337–366.
- 이현출. (2001). 무당파층의 투표행태. *한국정치학회보*, 34(4), 137–160.
- _____. (2004). 선거운동에서의 공평성 확보. *한국정당학회보*, 3(1), 221–252.
- 이효성. (2003). 대중매체와 인터넷 이용이 16 대 대선관심과 후보인지도에 미치는 영향에 대한 고찰. *한국방송학보*, 17(4), 7–36.
- _____. (2008). 18 대 총선과 지역 언론의 보도 패턴-폭로저널리즘과 여론조사 보도를 중심으로. *정치커뮤니케이션 연구*, 11, 123–150.

- _____. (2010). 17 대 대선 캠페인에 대한 두 언론의 여론조사 보도: 한겨레신문과 조선일보를 중심으로. *정치커뮤니케이션 연구*, 19, 175-202.
- _____. (2012). 언론의 19 대 국회의원 선거 캠페인 보도 분석. *언론학연구*, 16(2), 89-113.
- 한정택. (2007). 한국 현직 국회의원의 재당선 요인 분석. *21세기정치학회보*, 17(3), 73-99.
- 황아란. (2013). 2000 년대 지방선거의 변화와 지속성. *한국정치학회보*, 47(5), 277-295.
- _____. (2015). 지방선거의 당락과 현직효과-기초단체장 및 광역의원 선거의 1998년-2014년 통합자료 분석. *한국지방정부학회 학술발표논문집*, 2015(1), 439-456.

- Abelson, R. P., & Levi, A. (1985). Decision making and decision theory. *Handbook of social psychology*, 1, 231-309.
- Abramowitz, A. I. (1975). Name familiarity, reputation, and the incumbency effect in a congressional election. *The Western Political Quarterly*, 668-684.
- Abramowitz, A. I. (1991). Incumbency, campaign spending, and the decline of competition in US House elections. *The Journal of Politics*, 53(01), 34-56.
- Althaus, S. L., Nardulli, P. F., & Shaw, D. R. (2002). Candidate appearances in presidential elections, 1972-2000. *Political Communication*, 19(1), 49-72.
- Ansolabehere, S., & Snyder Jr, J. M. (2002). The incumbency advantage in US elections: An analysis of state and federal offices, 1942-2000. *Election Law Journal*, 1(3), 315-338.
- Aragones, E. (1997). Negativity effect and the emergence of ideologies. *Journal of Theoretical Politics*, 9(2), 189-210.
- Bartels, L. M. (1988). *Presidential primaries and the dynamics of public choice*. Princeton University Press.
- Bauer, M., & Hibbing, J. R. (1989). Which Incumbents Lose in House Elections: A Response to Jacobson's "The Marginals Never Vanished". *American Journal of Political Science*, 262-271.
- Borquez, J., & Wasserman, D. (2004). Press Coverage of the Lynn Rivers-John Dingell Congressional Primary Campaign Patterns of Incumbent Advantage in an Incumbent-versus-Incumbent Contest. *The International Journal of Press/Politics*, 9(1), 60-74.
- Cain, B., Ferejohn, J., & Fiorina, M. (1987). *The personal vote: Constituency service and electoral independence*. Harvard University Press.
- Campbell, A. (1962). Has television reshaped politics?. *Columbia Journalism Review*, 1(3), 10.

- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1996). News frames, political cynicism, and media cynicism. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 71-84.
- Clarke, P., & Evans, S. H. (1983). *Covering campaigns: Journalism in congressional elections*. Stanford University Press.
- Clausen, A. R. (1968). Response validity: Vote report. *The public opinion quarterly*, 32(4), 588-606.
- Compaine, B. M. (1980). *The newspaper industry in the 1980s: An assessment of economics and technology*. White Plains, NY: Knowledge Industry Publications.
- Cook, T. E. (1986). House members as newsmakers: the effects of televising Congress. *Legislative Studies Quarterly*, 203-226.
- Cover, A. D., & Mayhew, D. R. (1977). Congressional dynamics and the decline of competitive congressional elections. In *Congress reconsidered* (pp. 54-72). Washington, DC: Congressional Quarterly Press.
- Cox, G. W., & Katz, J. N. (1996). Why did the incumbency advantage in US House elections grow?. *American Journal of Political Science*, 478-497.
- Cummings, M. C. (1966). *Congressmen and the Electorate; Elections for the US House and the President, 1920-1964*. Free Press.
- Downie Jr, L., & Kaiser, R. G. (2002). The news about the news. *American Journalism in Peril* (New York: Random House, Inc., 2002).
- Dunaway, J. (2008). Markets, ownership, and the quality of campaign news coverage. *The Journal of Politics*, 70(04), 1193-1202.
- Dunaway, J., & Stein, R. M. (2013). Early voting and campaign news coverage. *Political Communication*, 30(2), 278-296.
- Erikson, R. S. (1971). The advantage of incumbency in congressional elections. *Polity*, 395-405.
- Erickson, S. C. (1994). Entrenching of Incumbency: Reelections in the US House of Representatives, 1790-1994, The. *Cato J.*, 14, 397.
- Eshbaugh-Soha, M. (2010). The tone of local presidential news coverage. *Political Communication*, 27(2), 121-140.
- Fenno, R. F. (1978). *Home style: House members in their districts*. Pearson College Division.
- Ferejohn, J. A. (1977). On the decline of competition in congressional elections. *American Political Science Review*, 71(01), 166-176.
- Fiorina, M. P. (1977). The case of the vanishing marginals: The bureaucracy did it. *American Political Science Review*, 71(01), 177-181.

- Fiorina, M. P. (1989). *Congress, keystone of the Washington establishment*. Yale University Press.
- Fisk, A. D., & Schneider, W. (1984). Memory as a function of attention, level of processing, and automatization. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, 10*(2), 181.
- Fiske, S. T. (1980). Attention and weight in person perception: The impact of negative and extreme behavior. *Journal of personality and Social Psychology, 38*(6), 889.
- Friedman, J., Hastie, T., & Tibshirani, R. (2010). Regularization paths for generalized linear models via coordinate descent. *Journal of statistical software, 33*(1), 1.
- Gelman, A., & King, G. (1990). Estimating incumbency advantage without bias. *American Journal of Political Science, 1142*-1164.
- Goldenberg, E. N., & Traugott, M. W. (1980). Congressional campaign effects on candidate recognition and evaluation. *Political Behavior, 2*(1), 61-90.
- Hallin, D. C. (1992). Sound bite news: Television coverage of elections, 1968–1988. *Journal of communication, 42*(2), 5-24.
- Hamilton, J. (2004). *All the news that's fit to sell: How the market transforms information into news*. Princeton University Press.
- Hayes, D. (2010). The dynamics of agenda convergence and the paradox of competitiveness in presidential campaigns. *Political Research Quarterly, 63*(3), 594-611.
- Herr, P. M., & Page, C. M. (2004). Asymmetric association of liking and disliking judgments: So what's not to like?. *Journal of Consumer Research, 30*(4), 588-601.
- Hinckley, B. (1980). The American voter in congressional elections. *American Political Science Review, 74*(03), 641-650.
- Holbrook, T. M., & Tidmarch, C. M. (1991). Sophomore surge in state legislative elections, 1968-86. *Legislative Studies Quarterly, 49*-63.
- Ito, T. A., Larsen, J. T., Smith, N. K., & Cacioppo, J. T. (1998). Negative information weighs more heavily on the brain: the negativity bias in evaluative categorizations. *Journal of personality and social psychology, 75*(4), 887.
- Iyengar, S., Norpoth, H., & Hahn, K. S. (2004). Consumer demand for election news: The horserace sells. *Journal of Politics, 66*(1), 157-175.
- Jacobson, G. C. (1975). The impact of broadcast campaigning on electoral outcomes. *The Journal of Politics, 37*(03), 769-793.

- _____. (1987a). Running scared: Elections and congressional politics in the 1980s. In *Congress: Structure and policy* (pp. 34-81). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- _____. (1987b). The marginals never vanished: Incumbency and competition in elections to the US House of Representatives, 1952-82. *American Journal of Political Science*, 126-141.
- Jacobson, G. C., & Kernell, S. (1983). *Strategy and choice in congressional elections* (2nd ed.). New Haven: Yale University Press.
- Jamieson, K. H. (1992). Dirty politics. *Deception, Distraction, and Democracy*. New York.
- Johannes, J. R., & McAdams, J. C. (1981). The congressional incumbency effect: Is it casework, policy compatibility, or something else? An examination of the 1978 election. *American Journal of Political Science*, 512-542.
- Jordan, N. (1965). The "asymmetry" of "liking" and "disliking": A phenomenon meriting further reflection and research. *The Public Opinion Quarterly*, 29(2), 315-322.
- Just, M., Crigler, A., & Buhr, T. (1999). Voice, substance, and cynicism in presidential campaign media. *Political Communication*, 16(1), 25-44.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 263-291.
- Kernell, S. (1977). Presidential popularity and negative voting: An alternative explanation of the midterm congressional decline of the president's party. *American Political Science Review*, 71(01), 44-66.
- Klapper, J. T. (1960). The effects of mass communication. New York: The Free Press.
- Kuklinski, J. H., & Sigelman, L. (1992). When objectivity is not objective: Network television news coverage of US senators and the "paradox of objectivity". *The Journal of Politics*, 54(03), 810-833.
- Kostroski, W. L. (1973). Party and incumbency in postwar senate elections: trends, patterns, and models. *American Political Science Review*, 67(04), 1213-1234.
- Levitt, S. D., & Wolfram, C. D. (1997). Decomposing the sources of incumbency advantage in the US House. *Legislative Studies Quarterly*, 45-60.
- Lichter, S. R., Rothman, S., & Lichter, L. S. (1986). The Media Elite: Americas New Power-brokers Bethesda. Md.: *Adler & Adler*.
- Mann, T. (1978). Unsafe at any margin: Interpreting American elections. Washington, DC: *American Enterprise Institute for Public Policy Research*.

- Mayhew, D. R. (1974). Congressional elections: The case of the vanishing marginals. *Polity*, 295-317.
- Meffert, M. F., Chung, S., Joiner, A. J., Waks, L., & Garst, J. (2006). The effects of negativity and motivated information processing during a political campaign. *Journal of Communication*, 56(1), 27-51.
- Miller, A. H., Goldenberg, E. N., & Erbring, L. (1979). Type-set politics: Impact of newspapers on public confidence. *American Political Science Review*, 73(01), 67-84.
- Ornstein, N.J.; Mann, T.E.; and Malbinn, M. (eds.) (1994) *Vital Statistics on Congress, 1993—1994*. Washington: Congressional Quarterly.
- Ornstein, N. J., Mann, T. E., & Malbin, M. J. (1987). *Vital Statistics on Congress, 1987-1988*. Washington: Congressional Quarterly.
- Parker, G. R. (1981). Interpreting candidate awareness in US congressional elections. *Legislative Studies Quarterly*, 219-233.
- Patterson, T. E., & McClure, R. D. (1973). *Political advertising: Voter reaction to televised political commercials* (No. 23). Citizens' Research Foundation.
- Patterson, T. E. (1993). Out of order. *New York: Vintage Press*.
- Peters, J. G., & Welch, S. (1980). The effects of charges of corruption on voting behavior in congressional elections. *American Political Science Review*, 74(03), 697-708.
- Quattrone, G. A., & Tversky, A. (1988). Contrasting rational and psychological analyses of political choice. *American Political Science Review*, 82(03), 719-736.
- Robinson, M. J. (1981). Three faces of congressional media. In *The New Congress* (pp. 55-96). Washington, DC: American Enterprise Institute.
- Soroka, S. N. (2006). Good news and bad news: Asymmetric responses to economic information. *Journal of Politics*, 68(2), 372-385.
- Soroka, S., & McAdams, S. (2015). News, politics, and negativity. *Political Communication*, 32(1), 1-22.
- Stokes, D. E., & Miller, W. E. (1962). Party government and the saliency of Congress. *Public Opinion Quarterly*, 26(4), 531-546.
- Tibshirani, R. (1996). Regression shrinkage and selection via the lasso. *Journal of the Royal Statistical Society. Series B (Methodological)*, 267-288.
- Trussler, M., & Soroka, S. (2014). Consumer demand for cynical and negative news frames. *The International Journal of Press/Politics*, 19(3), 360-379.

- Tufte, E. R. (1973). The relationship between seats and votes in two-party systems. *American Political Science Review*, 67(02), 540-554.
- Valentino, N. A., Beckmann, M. N., & Buhr, T. A. (2001). A spiral of cynicism for some: The contingent effects of campaign news frames on participation and confidence in government. *Political Communication*, 18(4), 347-367.
- Weiss, W. (1966). Effects of the mass media of communication. Handbook of Social Psychology, ed. Gardner Lindzey and Elliot Aronson, Second Edition; Reading, Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
- Zaller, J. (1998). Politicians as prize fighters: Electoral selection and incumbency advantage. *Politicians and party politics*, 125-85.
- Zeh, R., & Hopmann, D. N. (2013). Indicating mediatization? Two decades of election campaign television coverage. *European Journal of Communication*, 28(3), 225-240.

부록

서울대학교 정치커뮤니케이션센터
2016 국회의원 총선거 제1차 패널조사 (일부 발췌)
(2016.03.24)

SQ1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남성 ② 여성

SQ2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? _____년생(만 _____세)

SQ3. 다음 중 귀하의 거주지(주민등록주소지 기준)는 어디입니까?

SQ4. 4년 전인 2012년에 귀하의 거주지(주민등록주소지 기준)는 어디셨습니까? 지금과 동일하다면, 동일하게 선택해 주시면 됩니다.

[4A와 4B는 랜덤 샘플 분할]

4A. 귀하께서 가장 가깝게 느끼시는 정당은 어느 당입니까?

- ① 새누리당 ② 더불어민주당 ③ 국민의당 ④ 정의당 ⑤ 기타 정당 () ⑥ 없음

4B. 귀하께서는 우리나라에 있는 정당 중 가깝게 느끼는 정당이 있습니까?

- ① 있다 ► 문4B-1 ② 없다 ► 문4B-3 ③ 잘 모름 ► 문4B-3

4B-1. 그렇다면, 그 정당은 어느 정당입니까?

- ① 새누리당 ② 더불어민주당 ③ 국민의당 ④ 정의당 ⑤ 기타 정당 ()

4B-2. 귀하께서는 [문4B-1. 선택정당 이름]에 대해 얼마나 가깝게 느끼십니까?

- ① 상당히 가깝게 느낀다 ② 어느 정도 가깝게 느낀다

4B-3. 그래도 다른 정당에 비해 조금이라도 더 가깝게 느끼는 정당이 있습니까?

- ① 있다 ► 문4B-4 ② 없다

4B-4. 그렇다면, 그 정당은 어느 정당입니까?

- ① 새누리당 ② 더불어민주당 ③ 국민의당 ④ 정의당 ⑤ 기타 정당 ()

5. 정치에서 사람들은 보통 진보와 보수를 구분합니다.

0부터 10까지 눈금 중에서 귀하께서는 다음의 정당, 정치인들 및 귀하 자신이 어디에 속한다고 생각하십니까?

0은 매우 진보를 나타내며, 10은 매우 보수를 나타냅니다.

[1~5까지 거주지 기준 지역구 입후보자 이름이 나타나도록 제공된 테이블 이용]

	[진보]					[중도]					[보수]		
1) __	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
2) __	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
3) __	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
4) 새누리당	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
5) 더불어민주당	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
6) 국민의당	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
7) 정의당	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
8) 본인													

[미디어 이용정도]

12. 귀하께서는 4.13 총선 관련한 뉴스를 얻기 위해 다음의 매체를 일주일에 평균 며칠 정도 이용하십니까?

	전혀 이용하지 않음	1~2일	3~4일	4~5일	5~6일	매일
KBS	1	2	3	4	5	6
MBC	1	2	3	4	5	6
SBS	1	2	3	4	5	6
TV 조선	1	2	3	4	5	6
채널A	1	2	3	4	5	6
JTBC	1	2	3	4	5	6
MBN	1	2	3	4	5	6

[현직 의원 평가]

26. 귀하의 지난 19대 지역구는 [SQ4 선거구명]였고 지역구 의원은 [XXX당 홍길동]입니다.

[XXX당 홍길동] 의원의 의정활동에 대해 어느 정도 만족하십니까?

매우 불만족	약간 불만족	보통	약간 만족	매우 만족
①	②	③	④	⑤

27. 귀하께서는 [XXX당 홍길동] 의원의 다음과 같은 자질에 대해서 어떻게 평가하십니까?

	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	모름
도덕적이다	1	2	3	4
강한 리더십을 가지고 있다	1	2	3	4
유능하다	1	2	3	4
지적이다	1	2	3	4
정직하다	1	2	3	4
나의 이익을 대변한다	1	2	3	4
서민적이다	1	2	3	4

28. 귀하께서 [XXX당 홍길동] 의원에 대해 어떻게 생각하시는지 알고 싶습니다.

아래의 점수 평가 예를 참조하여 [XXX당 홍길동] 의원을 얼마나 좋아하는지에 대한 감정을 해당 온도계의 온도로 표시해주십시오. (화살표를 움직이면 숫자가 자동으로 표시됩니다)

평가 예	0°C	30°C	50°C	70°C	100°C
	대단히 부정적	어느 정도 부정적	호의적이지도 부정적이지도 않음	어느 정도 호의적	대단히 호의적

[Demographics]

20. 귀하 댁의 한 달 가구소득은 얼마나 되나요? 가족 구성원 전체의 월급, 상여금, 은행이자 등을 모두 포함하여 개략적으로 말씀해 주세요.

- | | | |
|-------------|--------------|-------------|
| ① 100만원 미만 | ② 100-199만원 | ③ 200-299만원 |
| ④ 300-399만원 | ⑤ 400-499만원 | ⑥ 500-599만원 |
| ⑦ 600-699만원 | ⑧ 700-799만원 | ⑨ 800-899만원 |
| ⑩ 900-999만원 | ⑪ 1,000만원 이상 | ⑫ 잘 모름 |

22. 학교를 어디까지 마치셨나요?

- | | | | |
|---------|------|---------|---------|
| ① 중졸 이하 | ② 고졸 | ③ 대학 재학 | ④ 대졸 이상 |
|---------|------|---------|---------|

Abstract

An Effect of News Media on Incumbency in South Korea

Yujin Kim

Department of Communication

The Graduate School

Seoul National University

Research on incumbency advantage has focused on whether incumbents are superior to challengers and/or why incumbents enjoy electoral advantages. With changes in political contexts such as the decline of political parties, the increasing incidence of non-partisanship, and the transition to media politics, scholars of political communication have begun paying more attention to the news media coverage on incumbents and its merit in elections. However, inconsistencies have been reported between the media effect on incumbency advantage and the contents of news media coverage on incumbents. Under circumstances of intense competition, media organizations compete for benefits and are therefore likely to report bad news rather than good news about politics and politicians, which usually attracts larger audiences and brings in more revenue. This paper concentrates on this gap in explaining incumbency advantage in South Korea. Upon reviewing whether the incumbents of the National Assembly of South Korea held advantages in the general elections through 13th to 20th, the study found that the incumbents in South Korea did not benefit from the party nominations of the candidates, the voter gains in their next election, and re-election victory. This phenomenon could be explained as an effect of the news media's negative tone and general negative coverage. The analyses of the headlines on current news reports (over 70,000) about politicians in the National Assembly during its four years in office (between the 19th and 20th) by means of sentiment analysis shows that 30% of the coverage was negative. Methodologically, this study employs two complementary approaches, that is, an aggregate level and an individual level. Thus, while positive or neutral news media coverage has no effect on incumbency advantage, negative news significantly affects party nominations of candidates, increases in vote gains in the next election, and possibilities for re-election victory. Moreover, at an individual level, positive/neutral news

has no notable effect, but negative news has a negative impact on the degree of voter satisfaction regarding incumbents, voters' evaluation of incumbents' capability, and the degree of voters' thermometer of opinion on incumbents. These findings suggest that news media coverage on incumbents can play a negative role during election cycles, thereby attesting to the consequences of media politics on electoral processes.

Keywords: Incumbency advantage, Incumbent news media coverage, News media effect, Negative coverage, Sentiment analysis

Student Number: 2013-20131