creative commons
COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

사회학석사 학위논문

후보와 정당의 계층편향에 대한 인식과 정치적 호감도

- 20대 대통령선거를 중심으로 -

2023 년 8 월

서울대학교 대학원

사회학과

이 슬 아

후보와 정당의 계층편향에 대한 인식과 정치적 호감도

- 20대 대통령선거를 중심으로 -

지도교수 임 동 균

이 논문을 사회학석사 학위논문으로 제출함
2023 년 7 월

서울대학교 대학원
사회학과
이 슬 아

이슬아의 석사 학위논문을 인준함
2023 년 7 월

위 원 장 장 덕 진 (인)

부위원장 손 윤 규 (인)

위 원 임 동 균 (인)

국문초록

본 연구는 상이한 정치적 이념을 대표하는 다양한 정치적 주체들이 공통적으로 서민 친화적 이미지를 추구하는 경향에 주목하여, 그들의 이러한 시도가 실질적으로 유권자의 선호와 선택에 유효한 영향을 미치는가에 대한 질문에서 출발한다. 이에 대해 상징정치 이론을 바탕으로 '서민'이라는 문화적 상징요인, 즉 사람들 사이에 공유하는 상징 또는 의미의 영향이라는 관점에서 설명하고자 한다. 동시에 이슈/특성 소유권에 대한 논의를 바탕으로 이러한 상징의 영향이 대상 및 주체에 따라 이질적으로 작동할 수 있음을 제안한다. 이를 위해 다음의 두 가지 연구 논점을 제기한다. 첫째, 정치인의 서민 친화적 이미지는 실질적으로 유권자에게 어떤 영향을 미치는가? 둘째, 정치인의 서민 친화적 이미지의 영향은 유권자는 물론 모든 정치인, 정당에 동일하게 적용되는가?

이 질문에 답하기 위해 20대 대통령선거를 앞두고 시행된 2022년 「정치인식조사」 자료를 사용하여 OLS회귀분석을 진행하였다. 후보 및 정당의 호감도는 유력 후보 및 양대 정당, 즉 윤석열, 이재명 후보와 국민의힘, 더불어민주당에 대한 응답자의 호감도를 측정하였다. 특히 계층편향성, 즉 후보 및 정당이 가난한 사람들 편이라고 생각하는지, 부자들 편이라고 생각하는지에 대한 유권자의 인식과 이들에 대한 호감도의 관계를 경험적으로 검증하였다.

분석결과, 기존 연구에서 주요하게 다룬 요인들을 고려한 이후에도 본 연구의 핵심 설명변수인 계층편향인식은 후보 및 정당 호감도에 유의한 설명력을 보였다. 즉, 후보 및 정당이 부자들 편이라고 인식할수록 상대적으로 호감도가 낮아지는 경향이 나타났다. 이러한 경향은 세대 및 성별 하위집단을 구분하여 분석한 결과 동

일하게 관찰되었다.

그러나 이러한 영향은 응답자의 계층에 따라, 후보 및 정당에 따라 상이하게 나타났다. 응답자의 객관적/주관적 계층이 하층에 가까울수록 이재명 후보 및 더불어민주당이 부자들 편이라는 인식이 호감도에 미치는 부정적인 영향이 상대적으로 강하게 나타났다. 즉, 계층지위가 낮을수록 이재명 후보와 더불어민주당이 가난한 사람을 대변해주기를 기대함과 동시에 그 기대가 충족되지 못했을 때의 반감 역시 큰 것으로 보인다. 또한 스스로 부자들 편에 가깝다고 여길수록 더불어민주당이 서민 친화적이라는 인식은 오히려 호감도에 부정적인 영향을 미치는 결과를 보여, 정치적 대상에 대해 서로 다른 상징의 의미가 복합적으로 작동할 수 있음을 보여주었다.

본 연구의 의의는 학문적 차원에서 한국의 정치사회 연구에서 간과되어 온 사회문화적 상징의 차원을 고려하고 그 영향력을 경험적으로 확인한 것에 있다. 또한 상징정치의 기존 논의에서 한 걸음 나아가 상징이 유발하는 감정이 이질적 일 수 있음을 제기했다. 실천적 차원에서는 지난 대선에서 계층 관련 이슈가 의제로 크게 떠오르지 않았지만, 유권자들의 인지적·감정적 차원에서 계층문제는 정치적 선호에 있어 중요한 요인이었다는 것을 밝혔다. 앞으로 이를 어떻게 정치적 쟁점의 차원으로 전환하고 효과적으로 동원할 것인가 하는 과제에 있어 정치권과 시민사회에 함의를 제공한다.

주요어 : 정치인 호감도, 이미지, 상징정치, 계층편향인식, 투표
학 번 : 2021-24490

목 차

제 1 장 연구의 배경과 목적 ····· 1

제 2 장 선행연구 검토 및 이론적 배경 ····· 6

제 1 절 선행연구 검토 ····· 7

1. 사회경제적 지위 ····· 7
2. 정당일체감 ····· 9
3. 이념과 이슈 ····· 11
4. 후보자 특성과 이미지 ····· 13
5. 소결 ····· 14

제 2 절 이론적 배경 ····· 17

제 3 장 후보 및 정당 호감도 영향요인 ····· 23

제 1 절 연구 방법 및 변수정의 ····· 23

1. 종속변수 ····· 24
2. 독립변수 ····· 24

제 2 절 분석결과 ····· 30

1. 후보 및 정당 호감도 영향요인 ····· 30
2. 세대와 성별에 따른 후보 및 정당 호감도 영향요인 ····· 33
3. 응답자의 계층에 따른 계층편향인식 효과의 차이 ····· 37

제 4 장 결론 ····· 49

참고문헌 ····· 54

부록 ····· 61

Abstract ····· 65

표 목 차

[표 1] 후보 및 정당의 이념 및 이슈태도 인식 문항 ····· 26
[표 2] 포퓰리즘 성향 문항 ····· 27
[표 3] 기초통계 요약 ····· 28
[표 4] 후보 및 정당에 대한 계층편향인식 평균비교 ····· 29
[표 5] 후보 및 정당 호감도 영향요인 회귀분석 결과 ····· 31
[표 6] 세대와 성별에 따른 후보 및 정당 호감도 영향요인 34
[표 7] 계층편향인식의 영향에 대한 객관적/주관적 계층변수의 조절효과 ····· 38
[표 8] 조절효과 해석 요약 ····· 40
[부록-표1] 주요변수의 측정 문항 및 설명 ····· 61
[부록-표2] 후보 및 정당 호감도 영향요인 회귀분석 결과 (기타정당 지지자) ····· 63
[부록-표3] 후보 및 정당 호감도 영향요인 회귀분석 결과 (지지정당 없음) ····· 64

그 림 목 차

[그림 1] 더불어민주당의 계층편향에 대한 인식이 호감도에 미치는 효과 : 응답자의 소득과 자산 수준에 따른 차이 … 41
[그림 2] 후보의 계층편향에 대한 인식이 호감도에 미치는 효과 : 응답자의 자산 수준에 따른 차이 ····· 42
[그림 3] 이재명 후보와 더불어민주당의 계층편향에 대한 인식이 호감도에 미치는 효과 : 응답자의 주관적 계층의식에

따른 차이 ····· 44
[그림 4] 후보의 계층편향에 대한 인식이 호감도에 미치는 효과
: 응답자의 계층태도에 따른 차이 ····· 45
[그림 5] 더불어민주당의 계층편향에 대한 인식이 호감도에 미치는
효과 : 응답자의 계층태도에 따른 차이 ····· 46

제 1 장 연구의 배경과 목적

본 연구는 한국의 정치적 맥락에서 정치인의 서민 친화적 이미지가 갖는 의미와 역할에 주목한다. 그 양상을 들여다보면, 정치인의 친 서민 행보는 크게 공간과 음식을 통해 이루어진다. 보통 사람들의 삶의 현장을 찾아 버스 첫 차에 오르고, 서민음식으로 여겨지는 국밥, 떡볶이/어묵 등 분식을 먹는 모습을 연출한다. 이러한 서민을 상징하는 공간과 음식이 강하게 결합된 장소는 전통시장이다. 단순히 더 많은 유권자들과 접촉하는 것이 목적이라면 전통시장보다 적합한 장소들도 있다. 하지만 선거철이 되면 다양한 정치계 인사들이 빼놓지 않고 시장을 찾는 이유는 시장이 선거유세에 있어 효율성 이상의 의미와 호소력을 담지하고 있기 때문일 것이다. 이들이 시장에서 민심에 호소하기 위해 보이는 모습은 장을 보며 상인들 또는 행인들과 살림살이에 대한 이야기를 나누고, 소탈하게 분식이나 국밥을 먹는 장면이 가장 일반적이다. 이러한 모습이 최근의 일은 아니다. 박정희 전 대통령은 스스로를 가난한 농민의 아들로 칭하며 농민들과 막걸리를 주고받는 모습을 연출했다(KBS다큐, 2022.9.11.). 김영삼 전 대통령의 칼국수는 선거전 뿐 아니라 취임 후 국무회의 등 공개적인 석상에 자주 등장하며 소탈한 이미지를 전달하는 역할을 했다(조선일보, 2015.11.12.). 실시간으로 연출되는 이러한 이미지 외에도, 잘 다듬은 선거광고를 통해 보다 직접적인 메시지를 전달하기도 한다. 대표적으로 이명박 전 대통령은 “이명박은 배고픕니다”라는 문구와 함께 소탈하게 국밥을 먹는 장면으로 오늘날까지 회자되는 광고를 만들어 송출했다(매일경제, 2022.2.19.).

서민 친화적 이미지는 공간과 음식뿐 아니라 다양한 상황과 수단을 통해 강조되기도 하며, 이는 한국사회뿐 아니라 다른 사회에서도 관찰할 수 있는 보편적 현상이기도 하다. 박원순 전 서울시장의 낡은 구두, 김상조 전 정책실장의 낡은 가방[1]은 청렴하고 소박한 이미지를 효과적으로 전달했다(시사오늘, 시사ON, 2023.5.24.). 또는 경제적으로 어려웠던

시절이나 출신 계층(소년공, 고졸, 샐러리맨 등)을 강조하는 경향도 쉽게 접할 수 있다. 또한 미국에서는 2016년 대선을 앞두고 당시 힐러리 클린턴 전 국무장관과 버니 샌더스 상원의원이 지하철 이용 방법을 놓고 나란히 서민 친화적 이미지 만들기에 실패한 것이 화제가 되었다[2](조선일보, 2016.4.9.). 영국에서는 리시 수낵 영국 총리가 방송에서 자신이 얼마나 맥도날드를 자주 방문하는지를 여러 차례 강조했는데, 그가 즐겨먹는다는 메뉴가 2년 전에 단종된 메뉴라는 것이 알려지면서 비난을 받는 일도 있었다(매일경제, 2022.8.19.).

이렇듯 정치인들의 서민행보는 정치인 및 정당의 이념성향이나 경제정책에 대한 방향, 복지 정책 기조를 불문하고 일관되며, 이들이 의도적으로 보여주고자 하는 상징과 이미지 역시 동일하게 '보통사람', '평범한 이웃', '서민'이 전달하는 일종의 감각이다. 이러한 커뮤니케이션 전략은 전술한 바와 같이 TV 광고뿐 아니라 전통시장에서의 선거유세, 슬로건, 외양 등 다양한 매체의 정치적 수사와 상징을 통해 선거 캠페인 과정에 걸쳐 사용되는 것을 볼 수 있다. Sears(1993)에 따르면 정치 캠페인은 어떤 이슈나 상징이 감정적 반응을 불러일으키는지 발견하는 데 많은 관심을 기울인다. 따라서 서민 친화적 이미지를 강조하는 양상은 이를 받아들이는 유권자들 간의 사회경제적 배경을 비롯한 다양한 차이에도 불구하고 대다수의 유권자에게 거부감 없이 받아들여지며, 효과적으로 어떠한 감성을 불러일으키고 전달할 수 있기 때문에 보편적인 캠페인 전략으로 사용되는 것임을 유추할 수 있다.

이러한 맥락에서 본 연구는 과연 서민 친화적 이미지는 실질적으로 유권자에게 어떤 영향을 미치는가? 모든 유권자에게 동일한 효과를 갖는가? 하는 질문에서 시작되었다. 따라서 이를 정치마케팅, 정치이미지 논

---

1) 문재인 정부 당시 공정거래위원장과 정책실장을 역임했으며 국회 인사청문회에 들고 온 낡은 가방이 기사화 되었다.

2) 버니 샌더스 의원이 뉴욕데일리뉴스와 인터뷰(2016.4.1.)에서 '지하철을 어떻게 타느냐'는 질문에 "토큰을 사서 그걸 내고 타면 된다"고 답했다. 2003년부터 뉴욕 지하철의 토큰은 없어졌고 '메트로 카드'로 바뀐 것을 몰랐던 것이다. 힐러리 클린턴 전 장관은 이를 비판하며 뉴욕 지하철을 직접 타고 유세를 벌이기로 하였으나, 지하철 역에서 탑승카드를 제대로 이용하지 못해 당황하는 모습이 카메라에 잡혀 비판을 받았다.

의의 관점보다는 정치적 선호와 선택의 관점에서 정치인 지지에 독립적으로 유의미한 영향을 미치는가에 대한 질문을 중심에 둔다.

이에 따라 기존의 유권자의 선호나 선택에 관한 이론과 연구들이 이러한 질문에 어떤 설명을 제시할 수 있는지 검토하였다. 정치적 사안에 대한 의견을 형성하고 정치적 대상에 대한 호오를 형성하는 기반에 대한 많은 연구가 20세기 중반부터 다양한 분야를 가로질러 누적되어 왔다. 이를 간단히 살펴보면, 먼저 기존 연구들은 후보 및 정당 지지의 영향요인에 대한 연구를 크게 세 흐름으로 구분한다. 각각의 연구 흐름은 사회학적 관점, 심리학적 관점, 그리고 경제학점 관점을 뿌리로 한다. 첫째로 사회학적 관점에서 사회경제적 지위, 종교, 인종 및 민족, 언어, 국가 또는 성별과 같은 인구사회학적 변인에 주목한 연구의 흐름이 있다(Manza, 2012: 172). 콜롬비아 학파로 불리는 이러한 연구 흐름이 시작된 Lazarsfeld(1968)에 따르면 정치적 선호를 결정짓는 것은 개인의 사회경제적 특성이다. 둘째, Campbell et al.(1960)의 연구로 시작된 심리학적 접근의 연구들이 있다. 미시건 학파로 불리는 이 흐름에서 가장 주목한 요인은 '정당일체감(party identification)'으로, 정당은 개인이 자신과 동일시하는 특정 준거집단이며 이러한 동일시는 정치적 사고와 행동을 형성하는 핵심 메커니즘으로 작동한다. 마지막으로 투표행위를 경제학적 관점에서 설명하는 연구의 흐름은 Downs(1957)의 연구에 근거한다. 그에 따르면 시장에서 기업은 이윤의 최대화를 추구하고 소비자는 효용을 최대화하는 판단과 행위를 하는 것과 같이, 유권자와 정당 역시 자신의 이익을 극대화하는 선택을 한다(Antunes, 2010). 개인으로서 유권자는 합리적 선택을 하는 경제적 주체로서, 자신의 이해관계에 부합하는 정강이나 정책에 따라 투표행위를 한다(송건섭・이곤수, 2011).

이러한 이론에 근거한 경험연구 결과들은 오늘날 정치적 선호나 행위에 관해 많은 부분을 설명해준다. 하지만 개인 및 집단 간의 차이를 전제하고 이러한 차이에 입각한 선택을 주장하기 때문에, 정치인이나 정당들이 친 서민 기조와 같이 공통의 가치나 윤리적 감각에 호소하여 유권자의 호감을 얻기 위해 노력하는 행태를 충분히 설명하기에는 부족하다.

따라서 본 논문에서는 ‘서민’, ‘보통사람’의 이미지를 시민들 사이에 공유하는 문화적 상징으로 이해하고, 이러한 정치·문화적 양상을 상징정치의 관점에서 설명하고자 한다. 정치체계는 특정 사회의 문화적 토대 위에 존재한다. 문화는 대중 또는 집단적으로 공유되어 개인의 사회적 삶을 구성하며, 상징, 의미 또는 행동양식으로 사람들이 말하고 행동하는 것을 가능하게 함과 동시에 제한한다(Lichterman & Cefaï, 2008). 사람들 사이에 공유되는 이러한 상징은 많은 이들로 하여금 특정한 감정이나 감각을 불러일으키며, 정치인이 이를 성공적으로 동원할 경우 정치경쟁에 유리한 위치를 점할 수 있다. 그러나 동시에 이러한 정치적·문화적 상징은 유권자 특성에 따라, 또는 정치인 및 정당의 특성이나 관계에 따라 반드시 동일한 방식으로 작동하지 않을 수 있다. 이러한 서민 친화 이미지의 실질적인 영향과 작동방식을 20대 대선을 앞두고 조사된 「정치인식조사」 자료를 활용하여 확인해보고자 한다.

본 연구의 구성은 다음과 같다. 제1장 서론에서는 연구의 배경과 목적을 제시하였다. 한국정치의 맥락에서 정치인들이 서민 친화적 이미지를 강조하는 양상의 실제적인 효과에 질문을 제기하고, 이에 답하기 위해 기존의 정치적 선호와 선택에 관한 이론을 간략히 검토하였다. 본 연구에서는 상징정치 이론의 관점에서 설명을 시도하여 이러한 정치적 현상의 의미와 작동방식을 확인하고자 한다.

제2장 선행연구 검토 및 이론적 배경은 크게 다음의 흐름을 따른다. 제1절 선행연구 검토에서는 기존의 투표행위 연구의 흐름을 크게 세 가지로 구분하여 이들의 이론적 바탕과 한국사회를 대상으로 한 경험연구 결과를 살펴본다. 이에 더해 후보자 특성으로서 이미지의 역할을 강조한 연구를 검토한다. 이러한 설명들이 갖는 한계를 언급하고, 상징적 요인에 대한 고려가 필요함을 주장한다. 제2절 이론적 배경에서는 본 연구에서 취하는 상징정치 이론의 관점과 내용을 구체화 한다. 또한 이슈(issue) 및 특성(trait) 소유권(ownership) 논의를 통해 이러한 상징의 작동이 유권자에 따라, 후보 및 정당에 따라 상이할 수 있음을 지적한다. 이를 통해 연구가설을 도출한다.

제3장에서는 제1절에서 연구 자료와 분석방법을 포함한 연구 방법을 소개하고, 변수를 정의한다. 이어서 기초통계량과 기초통계분석 결과를 확인한다. 그리고 제2절에서 후보 및 정당 호감도 영향요인, 세대와 성별에 따른 후보 및 정당 호감도 영향요인 분석결과를 제시하여 서민 친화적 이미지의 독립적인 영향력을 확인한다. 이어서 응답자의 계층에 따른 계층편향 인식 효과의 차이 분석을 통해 서민 친화적 이미지의 차별화된 효과를 확인한다. 마지막으로 제4장 결론에서는 분석에서 도출된 결과가 후보 및 정당지지 영향요인에 관한 논의에 어떠한 학문적, 실천적 기여가 있는지 살펴보고, 연구의 한계와 후속연구에 대해 논한다.

제 2 장 선행연구 검토 및 이론적 배경

유권자의 후보자나 정당에 대한 지지, 더 나아가 투표행위를 결정 짓는 요인에 관한 연구는 사회학과 정치학을 아울러 많은 연구들이 축적되어 왔다. 특히 본 논문에서 주목하는 호감도는 정당을 포함하여 정치인이나 정부기관과 같은 정치적 대상을 시민들이 얼마나 싫어하는지 또는 좋아하는지의 정도를 스스로 고르게 하는 척도로서 해외 연구에서는 감정온도계(feeling thermometer)로 사용된다(박원호・신화용, 2014). 호감도가 곧 투표행위를 의미하는 것은 아니며, 투표행위에 영향을 미치는 다양한 요소와 환경적 맥락은 호감도만으로 설명되지 않는다. 또한 여러 요소들이 개별적으로 작용하지 않고 상호작용하여 유권자의 인지적・정서적 과정을 통해 투표행위로 나타난다.

그러나 호감도는 투표선택에 관한 기존문헌에서 영향력 있는 투표결정요인으로 지목되어 왔으며 이념성향이나 후보자 지지와도 매우 긴밀한 상관관계를 갖는 것으로 알려져 왔다(Miller et al., 1991; Wilcox et al., 1989; 박원호・신화용, 2014에서 재인용). 한국의 맥락에서는 후보자에 대한 호감도가 투표선택에 매우 높은 예측력을 보인다는 것이 연구된 바 있다(박원호, 2013). 따라서 본 논문에서는 '후보 및 정당에 대한 호감도'와 '투표행위'를 구분하지 않고 종합하여 선행연구를 검토한다.

먼저 정당 및 후보에 대한 지지와 투표에 영향을 미치는 요인에 대한 연구에서 가장 큰 흐름을 형성해 온 세 가지 접근—사회경제적 지위, 정당일체감, 이념 및 이슈—을 중심으로 선행연구를 검토한다. 각각의 흐름을 간략히 설명한 후 한국 사회에 대한 경험연구를 검토한다. 아울러 서민 친화적 '이미지'에 초점을 맞추어 후보자 이미지를 중심으로 다룬 연구를 살펴본다. 이어서 이러한 접근들이 본 연구에서 주목하는 현상을 설명하는 데 어떠한 한계를 보이는지 짚어보고, 그 대안으로 상징정치 이론을 통한 설명을 시도한다. 마지막으로 상징정치 이론에 근거한 경험연구들이 간과할 수 있는 잠재적인 한계점을 제시한다.

제1절 선행연구 검토

1. 사회경제적 지위

유권자의 사회적 요인, 즉 성별, 세대, 계층, 지역, 종교, 인종 등은 투표 결정을 비롯한 정치적 선호 형성에 중요한 영향을 미친다. 사회경제적 속성에 중점을 둔 연구들은 Lazarsfeld 및 동료들의 연구에 근거한다. Lazarsfeld(1968)에 따르면 정치적 선호를 결정 짓는 것은 개인의 사회적 특성이며, 그는 특히 사회경제적 지위(SES, socio-economic status)와 종교, 거주지의 영향에 주목했다. 이후의 연구에서는 개인이 속한 사회 집단 간의 관계에 주목하여, 정치적 선택에서 결정적인 역할은 유권자 개인이 아니라 집단이 응집하는 과정임을 나타냈다(Antunes, 2010). 즉, 개인은 같은 집단에 속한 사람들과 동일한 경험을 하고 서로 교류하면서 유사한 신념 혹은 가치체계를 공유하게 되고, 이것이 투표결정에 영향을 미친다. 이렇듯 사회집단 간 차이와 이해관계에 따라 상이한 정치적 선호를 가지게 되고, 대립하는 집단들의 정치적 요구들이 정치 경쟁 체제에 반영되면서 한 사회의 사회적·정치적 균열구조가 형성된다.

이러한 관점에서 한국사회를 배경으로 이루어진 많은 연구들은 지역과 세대, 계층 요인에 주목하였다. 먼저 한국 선거의 지역주의적 특징은 영남과 호남지역을 중심으로 한 대립으로 규정되어왔으며, 지역균열은 유권자들의 투표행태에 결정적인 영향을 미치는 요인으로 간주되어 왔다(이갑윤, 1998; 조기숙, 2000; 조성대, 2004; 안순철·조성대, 2005; 박찬욱, 2005; 최준영·조진만, 2005; 조성대, 2008). 선거 국면마다 수도권이나 충청지역 역시 지역주의적 투표양상을 보여 온 경우도 있고 제3당이 등장하기도 했지만, 대체로 영남을 대표하는 국민의힘 계열 정당과 호남을 대표하는 더불어민주당 계열 정당이 뚜렷한 정치적 우위를 보여 왔다. 그러나 2002년 16대 대통령 선거를 기점으로 출신지역에 따른 투표행태가 약화되는 조짐을 보이기 시작했다.

2002년 대통령 선거 분석에서 주목받은 사회적 요인은 세대에 따른 투표행태이다. 세대에 따른 정치적 선호의 차이는 보통 젊은 층이 진보적인 성향을 보이는 반면, 노년층은 보수적인 성향을 보인다는 것이 일반적인 견해이다(임성학, 2017). 한국사회에서 역시 젊은 세대는 진보적 태도를, 나이든 세대는 보수적 성향을 보인다는 연구결과를 보고하고 있다(강원택, 2010; 이내영, 2011; 이내영・정한울, 2013). 노환희・송정민・강원택(2013)은 1997년부터 2012년까지 네 차례의 대선을 사례로 세대별 정치적 선택의 변화 추이를 살펴본 결과, 연령이 증가함에 따라 보수화되는 연령효과를 확인하였다. 이내영・정한울(2013) 역시 18대 대선을 중심으로 세대요인의 영향을 분석한 연구에서 젊은 세대에서 진보개혁성향의 후보를, 나이든 세대에서 보수 성향의 후보를 지지하는 패턴을 발견했다.

또한 계층, 특히 객관적 경제지위에 따른 투표행태에 차이가 있는지에 많은 연구자들이 관심을 가져왔다. 서구사회에서는 계급이 정당체제의 형성 및 지속과 직접적으로 연관된 사회정치적 균열로 오랜 기간 작동하면서 정치적 행위를 설명하는 핵심 요인으로 언급되어왔다. 그러나 한국사회의 경우 식민지와 한국전쟁, 냉전과 권위주의체제를 겪으면서 형성해온 특수한 정치경제적 맥락으로 인해 계층적 요인이 정치적 선호의 차이에 일관되게 유의미한 설명을 제공하지 못했다. 일반적으로 저소득층은 진보정당을, 고소득층은 보수정당을 지지하는 것이 자신의 사회경제적 지위에 부합한다고 할 수 있다. 보편적으로 진보정당은 조세정책과 보편적 복지정책을 통해 저소득층에게 이득이 되는 정책을 취하는 경향이 있는 반면, 보수정당은 국가의 시장개입에 반대하고 보호나 규제보다는 경쟁을 우선시하며 고소득층에게 유리한 정책을 펼치는 경향이 있기 때문이다.

대표적으로 소득과 직업을 바탕으로 계층을 구분하고, 저소득층이 상대적으로 유의미하게 진보정당을 지지하는지 또는 오히려 반대로 보수정당을 지지하는 행태를 보이는지에 주목한 연구들이 있다(장승진, 2013a; 전병유・신진욱, 2014; 강원택, 2013). 이 외에도 사회경제적 변화를 반영

하여 자산이나 주택소유여부에 따른 정치적 선호의 차이를 분석한 연구(김도균・최종호, 2018; 이갑윤・이지호・김세걸, 2013) 등을 확인할 수 있다. 한국사회의 계층을 중심으로 한 투표행태 연구들은 측정의 어려움으로 계층을 각자 상이하게 조작화하고, 선거 국면의 특수한 상황적 맥락이 더해져 일관된 연구 결과를 보이지 않는다. 20대 대통령선거와 관련해서 신정섭(2022)은 문재인 정부 시기 부동산 가격 폭등과 세금문제에 주목하여 주택소유여부와 가계경제 변화가 투표선택에 미칠 영향을 살펴보았다. 그 결과 주택가격 변동으로 인한 경제적 이익과 손해는 집권당 후보에 대한 회고적 투표행태로 이어지지 않는 것을 발견했다. 오히려 계층투표 관점에서 자산소유에 기초한 투표 의향을 보였다.

사회경제적 지위에 주목한 접근은 몇 가지 한계를 갖는다. 개인의 사회적 특성은 투표 선택의 장기적인 지속성을 설명할 수 있지만, 각각의 선거 국면에서 벌어지는 다양한 맥락에 따른 차이와, 이것이 개인의 투표행위에 미치는 영향을 설명할 수 없다. 또한 개인은 다양한 사회적 집단에 속해 있는데, 어떻게 그 중에서도 특정 집단의 이해관계를 바탕으로 정치적 선호를 형성하는지 설명하지 못한다.

2. 정당일체감

한편, 유권자의 투표행위에 장기적으로 영향을 미치는 사회적 요인과, 단기적으로 영향을 미치는 정치적 요인을 연결하는 당파성(partisanship)의 개념을 통해 유권자의 선택을 설명하는 이론이 있다. 즉, Campbell et al.(1960)의 연구로 시작된 심리학적 접근의 연구들이다. 미시간 학파로 불리는 이 흐름에서 가장 주목한 요인은 '정당일체감(party identification)'으로, 어린 시절부터 부모의 영향을 받아 형성되는 심리적 애착으로서 한번 형성되면 쉽게 변하지 않는 것으로 여겨진다(박원호・신화용, 2014). 즉 정당은 많은 개인이 동일시하는 특정 준거집단이며 이러한 동일시는 정치적 사고와 행동을 형성하는 핵심 메커니즘으로 작동한다. 따라서 정치적 환경에서 개인이 어떠한 정보에 대해 판단하거나

평가를 내릴 때 인식적 필터로 작용하며, 투표행위에 있어 지속적이고 안정적인 투표 선택을 가능하게 한다(Antunes, 2010). 정당일체감은 후보에 대한 평가, 쟁점이나 이슈에 대한 인식 등 단기적 요인들에 대한 인식에 영향을 미치기도 한다(최준영・한정택, 2017).

한국사회의 정당일체감에 대한 연구에서 먼저 언급해야할 지점은 개별 정당들의 부침이 심하고 정당 명칭 및 인물이 자주 변경되는 특성상 유권자들이 정당에 대해 인지적 또는 감정적으로 일관성을 유지하는가 여부일 것이다. 이에 대해 여러 연구들은 1990년 3당합당 이후 각 정당의 정책적・이념적 특성은 큰 변화 없이 유지되고 있으며, 유권자들은 정당의 이름을 알지는 못하더라도 어느 정당이 나의 정당인지 알아낼 수 있다는 점을 들어 한국 사회에서 정당일체감에 대한 논의가 충분히 가능함을 주장한다(강원택, 2012; 박원호, 2013; 최준영・한정택, 2017).

정당일체감의 투표행위 영향력에 대한 연구에서 길정아(2013)는 19대 총선을 대상으로 분석한 결과 당시 이명박 정부의 경제성과에 대한 정권심판론이 팽배했음에도 불구하고 가장 중요한 영항력을 행사한 요인은 정당일체감이었음을 밝혔다. 박원호(2013) 역시 지난 2012년 대통령선거에서 가장 큰 영향을 미친 요인으로 정당일체감을 지적했다. 또한 송진미・박원호(2014)는 선거이슈가 투표행태에 미치는 영향력이 정당일체감 유무와 강도에 따라 달라진다는 것을 보여주었다. 이러한 정당일체감의 안정적인 지속성은 박원호・신화용(2014)에서 잘 드러난다. 세월호 사건이 정당일체감과 지방선거의 투표선택에 어떤 영향을 미쳤는지 분석한 결과, 사건의 단기적 파동과 무관하게 정당일체감은 장기적인 심리적 애착심으로 존재함을 밝혔다.

20대 대통령 선거 역시 어느 때보다 유권자들의 당파심과 그 기저의 감정에 관심이 쏠린 선거였다. 치열하게 전개된 네거티브 선거의 과열로 지지 후보에 따른 정서적 양극화가 심화되었고, 부정적 투표가 증가했다는 분석이 발표되었다(허석재・송선미, 2022). 그러나 부정적 투표행태, 즉 덜 싫어하는 후보를 선택할 것이라는 예측은 양대 정당을 지지하지 않는 유권자들에게 제한적으로 나타났을 뿐, 정당을 지지하는 유권자들

은 어느 선거와 다름없이 당파적 호감에 근거한 최선의 선택을 했다는 것을 밝힌 길정아(2022)의 연구는 한국의 정치지형에서 정당일체감이 갖는 현재적 의의를 짐작하게 한다.

그러나 정치적 판단에 있어 정당일체감의 영향을 강조한 접근은 유권자를 쟁점이나 후보에 대해 객관적·합리적으로 평가하고 선택하지 않는 수동적인 존재로 바라보는 한계를 갖는다(전용주, 2017). 후보나 정책을 평가할 때 복잡한 평가 과정을 거치지 않고 자신이 선호하는 정당을 선택 기준으로 삼기 때문이다. 또한 정당일체감이라는 인지적 선별 기제를 결여한 무당파 유권자에 대한 인식 역시 비판에 직면했다. 이러한 관점에서 무당파는 정치 지식수준이 낮고, 관심이 없으며, 참여하지 않는 존재로 간주된다. 그러나 무당파 유권자는 실제로 다양한 성향—정치 지식수준, 참여도 등에 따라—을 가지고 있으며, 단순히 정당일체감이 없다는 사실 하나로 한데 묶는 것에 대한 문제가 지적된다.

3. 이념과 이슈

반면에 이념과 이슈의 중요성을 강조한 연구들은 유권자의 합리성을 판단의 기준으로 보았다. 즉 유권자는 정당의 이념, 공약, 쟁점 등을 비교·분석하여 이를 바탕으로 합리적으로 판단하는 존재이다. 대표적으로 합리적 선택 이론을 근거로 하여 투표행위를 경제학적 관점에서 설명하는 Downs(1957)의 논의는 유권자의 정치적 선택에 관한 방대한 연구의 흐름을 형성하였다. 여기서 합리성이란 주어진 정보 내에서 단위당 투입 자원을 최소화하여 자신이 추구하는 목표를 획득하기 위한 적절한 수단을 선택하는 행위를 말한다(Downs, 1957: 5~6; 엄기홍, 2017에서 재인용). 이러한 관점에서 이념과 이슈투표는 유권자가 후보자의 이념적 입장이나 주요 정책에 대한 인식을 바탕으로 정치적으로 행위하는 것을 의미한다. 유권자는 이념이나 정책 이슈에 대한 자신의 선호를 가지고 있으며 동시에 후보의 이념 또는 정책적 입장 역시 인지하고 있어 이를 비교하여 평가하는 것이 가능하다는 전제를 바탕으로 한다. 즉, 후보의 이념 및 이

슈입장에 대한 정보를 수집, 분석하는 유권자의 합리성을 전제한다. 정책에 따른 투표 연구들은 정당과 후보는 궁극적으로 유권자들의 이해관계를 정치적으로 대변하는 대리인이며 따라서 유권자들의 정책 선호와 이념이 후보자 선택을 결정하는 중심요인이라고 보았다(김성연・김준석・길정아, 2013).

이념에 따른 투표 행위 연구는 주로 유권자 자신의 이념성향이 어느 정당 및 후보를 선택할 가능성에 미치는 독립적 영향력에 주목하였다. 특히 한국의 선거에서는 2002년 대통령선거를 기점으로 세대 요인과 함께 주목받기 시작했다. 보수적 이념성향을 갖는 유권자들은 보수적 정당이나 이슈를 지지하는데 반해, 진보적 정당과 이슈에 대한 지지는 진보적 이념성향을 갖는 유권자들에게서 두드러지게 나타난다(박경미・한정택・이지호, 2014). 17대 대선을 분석한 이갑윤・이현우(2008)에 따르면 유권자의 이념은 투표결정에 직・간접적으로 영향을 미쳤다. 18대 대선을 분석한 오현주・길정아(2013)는 유권자 자신의 이념성향뿐 아니라 유권자가 인식하는 후보와 정당의 이념 인식을 고려하였다. 그 결과 유권자가 인식하는 후보의 이념과 본인의 이념이 가까울수록 해당 후보에게 투표할 가능성이 크다고 주장하였다(오현주・길정아, 2013).

투표행위에 있어 이슈의 영향력을 한국선거에서 검증한 연구가 그리 많지 않다(조성대, 2015; 최준영, 2017). 특히 구체적인 정책의 경우 유권자가 세부적인 내용을 파악하고 비교하여 평가하기 어렵기 때문에 경제이슈나 대북안보 이슈 등 한국의 유권자들이 상대적으로 더 쉽게 체감할 수 있는 이슈들을 중심으로 연구가 이루어져 온 경향이 있다. 장승진(2013b)은 2012년 18대 대통령선거를 분석하면서 경제민주화 이슈가 투표선택에 유의미한 영향력을 발휘하였음을 밝혔다. 김성연・김준석・길정아(2013)의 경우는 유권자의 정책선호뿐 아니라 후보들의 정책에 대한 유권자의 인식을 함께 고려하였다. 정책을 일자리, 환경, 북한, 세금으로 나누어 분석한 결과 자신의 정책선호와 가까운 정책을 제시하는 후보를 그렇지 않은 후보보다 선호하는 것으로 나타났다. 특히 정책선호와 후보들의 정책에 대한 인식은 후보 선택에 독립적인 영향을 미치는 것으로

보았다. 이한수(2022)는 20대 대통령선거 맥락에서 쟁점투표의 영향을 분석하였다. ‘여성가족부 폐지’, ‘사드 추가배치’, ‘기본소득 실시’ 쟁점을 대상으로 한 결과, ‘여성가족부 폐지’와 ‘사드 추가배치’ 쟁점에 대한 선호여부가 후보자 선택에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 접근에 대한 비판과 한계는 주로 합리성이라는 전제에서 출발한다. 먼저 후보 및 정당지지나 투표결정 이전에 투표참여에 대한 설명에서 한계를 갖는다. 합리적 선택 이론의 관점에 따르면 투표행위 역시 비용과 편익을 고려한 결과이다. 투표를 통해 얻는 이익보다 투표에 참여함으로써 드는 비용이 크다면 투표에 참여하지 않는 것이 합리적인 선택인 것이다. 그러나 이는 많은 사람들이 투표에 참여하는 이유를 설명하지 못한다. 또한 유권자가 자신의 이익과 정당의 공약에 대한 정확하고 상세한 정보를 가지고 있어야한다는 전제 역시 주요한 한계 지점으로 언급된다(Antunes, 2010). 정보의 복잡성과 과부하로 인해 개인은 다양한 수단들, 즉 특정 미디어, 이슈에 대한 기관이나 단체의 입장, 주변 사람들 등에 의존하여 정보를 얻고 판단한다. 이 과정에서 중요한 것은 정보 자체나 추론과정보다는 유권자가 의존하는 정보의 출처에 대한 신뢰를 바탕으로 결정한다는 것이다(Antunes, 2010). 따라서 정치적 대상의 이념이나 이슈에 대한 유권자의 합리적 판단이 사실상 사회적・심리적 요인에 기인한다는 비판에서 자유로울 수 없다.

4. 후보자 특성과 이미지

한편으로 본 연구에서 주목하는 서민 친화적 이미지와 같이 유권자들에게 보여 지고 인식되는 이미지 자체에 주목하여 후보지지 및 투표에 미치는 영향력을 논하는 흐름을 간략히 살펴본다. 이러한 연구들은 후보자 요인의 영향력을 강조하는데, 후보자 요인이란 후보자의 성격, 경력, 능력, 도덕성 등 개인의 자질에 관한 유권자의 평가이다(박명호・김민선, 2009). 많은 연구들이 후보자의 자질 및 이미지로 능력/역량(또는 국정운영능력), 도덕성, 리더십, 소통능력, 신뢰 등의 영향력을 연구하였다(윤종

빈, 2008; 전혜진・김양수, 2012; 이성우, 2015; 김성연, 2017). 특히 '서민'이미지나 인식을 조사한 연구로, 최영재(2012)는 '서민 친근감' 이미지가 김문수 후보의 지지도에 영향을 미치는 것을 확인하였으며 그 외 후보(박근혜, 손학규, 유시민)의 지지도에는 영향을 미치지 않았다. 안종기・이내영(2018)은 개인적 성품 측면에서 '친근감'을 포함하여 투표결정요인을 분석하였다. 이러한 후보자 이미지 요인과 더불어 사회경제적 배경요인(지역, 세대), 정치적 태도(정당일체감, 정치적 이념), 회고적/전망적 선택요인이 투표선택에 미치는 영향을 분석한 결과, 후보자 이미지 속성의 유의미한 영향을 확인하였고 특히 '친근감' 이미지의 영향력을 보고하였다. 그리고 안차수(2011)는 대학생을 대상으로 한 정치 후보자 이미지 연구에서 '서민이해'를 포함하였으며, 실제로 후보의 지지도에 상당한 영향력을 행사하는 것을 확인하였다.

5. 소결

살펴본 바와 같이 한국사회 유권자의 정치적 선택을 분석한 연구들은 크게 유권자의 사회경제적 지위, 사회적 정체성으로서의 당파심(partisanship), 그리고 이념적 위치나 구체적인 쟁점에 대한 입장 및 이해관계에 따라 정치적 선호를 결정하고 행동한다고 설명한다. 이러한 분석은 유권자의 정치적 행위의 많은 부분을 설명해주지만 크게 두 지점에서 한계를 보인다.

첫째, 기존 논의들은 유권자들 간 차이, 즉 사회경제적 지위의 차이, 지지정당의 차이, 이념 및 이슈 선호의 차이와, 이를 바탕으로 한 유권자의 정치적 선택을 전제로 한다. 개인 또는 집단 차원의 차이를 부각시키고 이를 효과적으로 동원하여 승패가 결정되는 정치경쟁의 특성상, 유권자 간의 차이와 이를 집단 차원에서 동원하는 갈등은 민주주의 정치체제의 핵심이다. 이러한 차이에 기초한 갈등은 계급, 종교, 인종, 언어, 국가, 성별 등에 따른 정치적 분열의 형태를 띠며 투표에 있어 지속적인 패턴을 형성해온 것도 사실이다(Manza, 2012: 172). 이에 따라, 합리적인

유권자라면 개인 또는 집단의 사회경제적 이해관계를 대변하는 정책이나 정치적 이념에 따라 정치적 선호를 형성하는 것이 바람직할 것이다. 또한 후보나 정당은 자신들의 정책 방향에 호응하는 유권자들에게 호소하기 위한 정강을 만들고 홍보하는 전략을 취해야 한다. 그러나 이러한 접근은 서론에서 언급한 사례와 같이 정치인들이 왜 공통적으로 보통사람, 평범함과 같은 서민 친화적 이미지를 전달하고자 하는가의 문제에 있어 명쾌한 설명을 제공하지 못한다. 이는 서로 다른 지지기반을 바탕으로 하는 두 후보 및 정당이 동일한 감각과 정서에 호소하는, 즉 개인과 집단 간 차이와 경계를 넘나드는 일이기 때문이다.

둘째, 기존 논의들은 공통적으로 정치행위는 이해관계의 직접적인 표현이라는 전제를 공유한다. 극단적으로 표현하자면 정치적 태도는 자신의 물질적 이익 또는 자신이 속한 집단의 이익을 극대화하려는 개인의 노력을 반영한다는 것이다(Sears, 1993: 135). 그러나 Bendix and Lipset(1966)에 따르면, 동일한 경제적 지위에 있는 개인들 간의 상호작용은 경제적 이해관계 뿐 아니라 문화적, 사회심리적, 상황적 결정요인에 의해 좌우된다(Dobratz, Waldner & Buzzell, 2019: 154에서 재인용). 또한 정치심리학의 많은 연구들은 정치적 선호도와 개인의 물질적 삶을 바탕으로 한 경험은 인지적으로 구분된다고 말하며(Sears, 1993), Sears and Funk(1991)는 물질적 이해관계가 정치적 태도에 상대적으로 거의 영향을 미치지 않는다고 주장한다. 즉, 사람들은 개인적인 경험이나 이익에 직접적으로 근거하여 정치적 선호를 결정짓지 않는다(Sears, 1993: 144). 또한 Meyer and Jepperson(2000)의 주장에 따르면 유권자는 자기 자신의 이해관계뿐 아니라 타인이나 사회문화적 원칙을 고려하여 정치적 행위를 할 수 있다. 따라서 개인의 정치행위는 자신의 개인적/집단적 이해관계뿐 아니라, 이와 다양하게 얽혀있는 신념체계, 가치 등 사회문화적 구성요소가 정치행위자의 관점을 형성하는 다차원적인 방식으로 이해할 필요가 있다.

한편 후보자 이미지를 다룬 연구의 경우, 친 서민 이미지가 어떤 사람들 사이에서 어떻게 공유되며 어떠한 효과를 갖는지 구체적인 양상을 설

명하는 데 제한점이 있다. 왜냐하면, 이들은 가치판단이 선행된 특성을 바탕으로 이상적인 대통령 후보자가 가져야할 덕목을 선택하게 하거나, 어떤 능력이나 성격이 정치인 평가에 유효하게 영향을 미쳤는지를 확인하기 때문이다. 즉, 명시적으로 긍정적이거나 부정적인 요소, 예를 들면 성실함, 친근감, 국정운영능력과 같이 성향이 강할수록 긍정적이고 약할수록 부정적인 전제가 깔린 특성들을 제시하고 어떤 특성이 어떤 후보에게 영향을 미쳤는지에 초점을 맞춘다. 이러한 방향도 유권자들이 각 후보의 특성과 그들 간의 차이를 어떻게 평가하는지, 그리고 이것이 투표선택에 유효한 예측력을 갖는지 분석하는 측면에서 의미가 있다. 하지만 앞에서 기술한 바와 같은 후보자 요인은 사회적으로 구성된 구체적인 특성보다는 추상적인 가치나 인간 보편의 심리에 가깝다. 따라서 사회 구성적 맥락에서 서민 친화적 이미지의 강조가 실제 유권자들에게 어떠한 효과를 갖는지, 이러한 효과가 유권자의 내부적 이질성에 따라 차별화되는 양상을 보이지는 않는지 등 다양한 맥락을 놓치기 쉽고, 구체적인 메커니즘을 제시하지 못하는 한계를 보인다.

또한 많은 연구들이 후보자에 주로 초점을 맞추어, 선거 및 정치 체제의 지형을 구성하는 핵심 행위자로서 정당에 대한 고려는 상대적으로 부족했다. 유권자들은 후보자를 추천한 정당을 보고 투표하는 경향이 있으므로, 정당 지지도는 선거결과에 매우 큰 영향을 미치는 것으로 알려져 왔다(허석재・송진미, 2022). 따라서 후보와 밀접하게 연관된 정당을 함께 고려하지 않는다면, 한국 사회 유권자들의 종합적인 정치권에 대한 인식과 평가를 파악하는 데 한계를 보일 수 있다. 같은 맥락에서 특정 지역(춘천) 유권자(최영재, 2012), 대학생(안차수, 2011)을 대상으로 한 연구 역시 연구결과를 전체 유권자에 대해 적용하기에 어려움이 따른다.

제2절 이론적 배경

본 연구에서는 제1절에서 검토한 선행연구의 한계를 보완하여 정치인 및 정당이 서민 친화적인 인상을 강조하는 현상이 유권자의 선호 및 선택에 미치는 영향과 그 과정을 David O. Sears의 상징정치 이론(Symbolic politics theory)을 통해 설명하고자 한다. Sears(1993)의 상징정치 이론은 사회심리학을 학문적 배경으로 하며 대부분의 사람들이 안정적이고 일관되게 유지하는 상징적 성향(symbolic predispositions)을 가지고 있다고 주장한다. 이 중 어떤 태도들은 대중들 사이에 널리 퍼져있고, 정치적 의견과 태도형성, 나아가 행동에 핵심적인 영향을 미친다. 상징적 성향의 대표적인 예로 정당일체감, 정치적 이념, 인종에 따른 편견, 특정 집단을 향한 적대감을 들 수 있다. 상징정치 이론의 관점은 특정 조건에서 정치적 상징이 불러일으키는 감각, 감정을 강조하는 반면, 물질적 이해관계와 같은 동기를 전제하거나 정보에 대한 인지적 평가, 합리적인 비용-편익 분석 과정을 거치지 않는다. 상징적 정치과정의 핵심은 학습된 상징적 성향이 주어진 정보환경에서 정치적 상징에 의해 유발된다는 것이다. 즉, 개인의 정치적 태도는 대상에 포함된 특정한 상징에 이미 조건화된 정동을 반영하고 있다고 간주한다.

상징정치 이론의 접근을 사회·문화적으로 공유되는 가치나 원칙의 상징적 의미에 적용할 수 있다. Sears(1993)에 따르면 상징적 성향은 사회적 가치(social value)나 부도덕, 부정의, 불평등의 감각으로 유발되는 기본적 가치(basic value)를 포함한다. 따라서 상징적 성향은 한 사회의 문화에 내재해 있으며, 유권자들 사이에 공유되는 특징을 가진다. Newton & Deth(2021)의 정치문화에 대한 정의에 따르면 정치문화란 사회나 집단 구성원들이 명시적 또는 암묵적으로 공유하는 정치에 대한 태도, 가치, 신념의 패턴을 의미한다. 이러한 태도, 가치, 신념의 패턴에는 상징적 의미가 전제되어있으며, 이러한 상징적 성향은 사회 구성원들의 행위에 영향을 미친다. 상징은 어떤 종류의 행동이 사회의 눈에 올바르고 좋은 것인지 신호를 제공하는 역할을 하기 때문이다(Mendelberg,

2018). 또한 Lichterman & Cefaï(2008)에 따르면 문화는 대중적으로 공유되는 상징, 의미 또는 행동양식으로서 사람들이 말하고 행동하는 것을 가능하게 함과 동시에 제한한다고 여겨진다. 정리하면, 정치적 태도 및 행위의 저변에는 문화적 행동양식과 이것이 내포하는 상징, 가치가 자리하고 있으며 이는 행위에 영향을 미친다.

구체적으로 사회문화적 상징이 정치적 태도에 미치는 영향을 중요시하는 논의를 살펴보면, 개인이 처한 상황과 그의 물질적 이해관계, 사고, 감정, 행동 사이의 관계는 상징적 질서에 의해 매개되고 형성된다고 주장한다(Elchardus, 2011). 그에 따르면 사회적 상징질서는 일상의 코드, 내러티브 및 수사를 통해 드러나며, 시민들의 일상적 상호작용에서, 정치인들의 캠페인에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 따라서 상징이론의 접근을 개인의 사고와 행동에 영향을 미치는 사회문화적 가치에 적용할 수 있으며, 본 연구에서 주목하는 서민 친화적 이미지의 연출 역시, 친서민이라는 사회적 가치가 문화적 상징으로 작동하는 것이라 볼 수 있다.

그렇다면 이처럼 사회·문화적으로 공유되는 상징은 유권자들의 정치적 행위에 어떻게 영향을 미칠 수 있는가? Meyer and Jepperson(2000)의 주장에 따르면 사람들은 자신의 이익뿐 아니라 문화적으로 구성된 원칙을 대표하여 행동할 수 있다. 행위는 역사적이고 지속적인 문화적 구성이며, 문화체계는 자신의 이해관계를 포함하여 다양한 이해관계를 대표할 수 있는 행위자를 구성한다(Meyer&Jepperson, 2000). 구체적으로 현대사회의 행위자는 자아를 위하여, 또한 타인을 위하여 행동할 수 있다. 나아가 원칙, 즉 문화적 권위에 따라 행위 할 수 있다. 극단적으로 말하면, 이러한 행위자는 인식된 개체나 이해관계를 나타내지 않고, 순수한 원칙의 대리인이 될 수 있다. 따라서 투표에 있어 행위자는 반드시 자신을 대표하지 않고 공익, 더 좋은 사회를 위한 조건 등 더 높은(higher), 고귀한 것(more noble)에 따라 행동할 수 있다고 주장한다(Elchardus, 2011).

이처럼 사람들은 문화적으로 공유된 원칙이나 가치에 따라 정치적인 선호를 형성하고 행동할 수 있는데, 그 메커니즘은 상징정치의 과정을

통해 이해할 수 있다. 상징 정치 이론의 핵심은 정치적 상징이 감정을 불러일으키고 동원하여 상징의 대상에 대한 평가에 영향을 미친다는 것이다. 이를 '상징과정(symbolic processing)'이라고 하는데, 가장 큰 특징은 정치적 상징에 대한 강한 정서적 반응이다. 즉, 정치적 상징은 개인으로 하여금 감정을 불러일으키며, 이 과정을 통해 좋은 사람과 나쁜 사람을 구별하는 평가로 이어진다(Sears, 1993: 114). 여기서 상징적 의미와 이로 인해 추동된 감정이 평가하는 대상은 '정치적 인물'이나 '정책', 인종을 비롯하여 계급과 같은 '사회적 집단'을 의미한다. 그리고 특정 집단에 대한 평가는 해당 집단과 관련된 정책이나 후보에 대한 반응에 영향을 미친다. 정서적으로 추동되는 이러한 상징과정의 대표적인 예는 정치광고이다. 정치 캠페인은 어떤 이슈나 상징이 감정적 반응을 일으키는지에 큰 관심을 기울인다. 즉, 유권자의 '핫 버튼(hot button)'을 누르는 것이다(Sears, 1993: 133).

특히 사회심리학의 연구들에서 '따뜻함-차가움'의 차원은 사람의 인식에서 중심을 차지한다(Asch, 1946; Kelley, 1950; Sears, 1993). 정치인 평가에 대한 경험연구에서, Lausten and Bor(2017)는 따뜻함(warmth)[3]은 후보를 평가하고 투표행위를 결정하는데 있어 가장 강력한 결정요인으로 작동하며, 후보의 능력이나 리더십, 청렴성보다 큰 예측력을 보인다고 주장한다. 그리고 이러한 사회적 평가의 차원, 따뜻함과 차가움은 후보에 대한 인식뿐 아니라 특정 집단에 대한 고정관념에서도 작동한다. Fiske(2019)에 의하면 사람들은 부자들은 차갑다고 느끼는 반면 가난한 사람들은 부자들에 비해 따뜻하게 평가하는 경향이 있다. Bartels(2012) 역시 사람들은 부자에 비해 가난한 사람들에 대해 긍정적인 감정과 태도를 갖고 있음을 지적하며, Piston(2018)은 가난한 사람에 대한 동정과 부자에 대한 분노(sympathy for the poor, resentment for the rich)가 미국 사회의 보편적 태도임을 주장한다.

지금까지의 논의를 정리하면, 가난한 사람에 대한 동정적 시선은 따뜻

3) 이 연구에서 따뜻함(warmth)은 '당신과 같은 사람들에 대한 관심(cares about people like you)'과 '동정심(compassion)'으로 측정되었다(Laustsen and Bor, 2017).

함이라는 사회적 인식의 차원과 관련이 있고 이는 정치적 대상을 평가하고 정치적 선택을 하는 데 있어 주요한 기준으로 작동한다. 그리고 이러한 '가난한 사람'의 의미와 이에 대한 상대적으로 따뜻한 정서적 반응은 문화적으로 구성되어 사람들 사이에 공유되는 상징, 코드라 할 수 있다. 따라서 정치인들은 선거운동 과정에서 다양한 형태로 보통 사람 이미지나 서민 친화적 이미지를 전달하고자 한다. Campbell(1998)에 따르면 문화는 정치적 삶의 전경(foreground), 그리고 배경(background)에서 작동하는데, 전경의 문화적 요소는 명시적이고 행위자가 전략적인 자원으로 활용할 수 있으며, 배경의 문화요소는 암묵적인 인지적 스키마로 작동한다(Steensland & Smith, 2012: 232). 즉, 서민 친화적 이미지가 상징하는 따뜻함은 정치인에 의해 전략적이고 명시적으로 선거 캠페인을 통해 사용되는 동시에, 유권자들 사이에 공유되는 암묵적 상징으로서 정치인에게 기대하고 요구하는 모습이라고 할 수 있다. 그리고 이것이 중요한 이유는, 후보자의 이미지가 투표선택에 미치는 뚜렷한 영향력을 많은 연구를 통해 확인할 수 있기 때문이다(Funk, 1999). 심지어 "후보는 특정 이슈를 해당 정책에 동의하는 유권자들에게 호소하기 위해 사용하는 것이 아니라 개인의 특성과 관련한 메시지를 전달하기 위해 사용한다"고 주장하기도 한다(Salmore & Salmore, 1989; Funk, 1999에서 재인용).

그러나 이러한 상징과정은 후보, 정당, 유권자 모두에게 동일하게 작동하는가? 미디어 프레이밍(media framing)에 대한 논의와 특성(trait)/이슈(issue) 소유권(ownership)과 관련된 문헌을 참고하면 이것이 이질적으로 작동할 가능성이 있다는 것을 발견할 수 있다. 먼저 상징정치 이론에서 미디어 프레이밍에 대한 논의에 따르면 정치적 전략으로서 프레임의 성공여부는 그것이 문화적 공명을 일으킬 수 있는지의 여부에 달려있다. 그런데 대상은 여러 다른 상징적 요소를 포함하고 있기 때문에 이 중 어떠한 특성을 성공적으로 유발하는지가 중요하다(Sears, 1993: 128). 따라서 한 대상에게 부여된 다양한 상징적 의미들 중에서 전략을 통해 어떤 요소가 성공적으로 부각되는지에 따라 사회문화적으로 공유되는 상징의

의미가 대상에 따라 다르게 해석될 수 있다.

또한 특성이나 이슈 소유권 관련 논의에 따르면, 소유권(ownership)이란 유권자들이 어떤 특성이나 이슈를 다른 정당(후보)보다 특정 정당(후보)과 더 많이 연관시킨다는 것을 의미한다(Goggin & Theodoridis, 2017)[4]. 즉, 후보나 정당이 특정한 특성이나 이슈를 소유하여 정치경쟁에 동원한다. 예를 들어 미국의 경우, 유권자들은 공화당 후보에게 강한 리더십을 느끼는 반면 민주당 후보에게는 연민과 동정의 태도를 느낀다. 이슈의 경우 공화당과 국방, 경제, 세금 정책을 연관 짓고, 민주당은 복지, 다양성 정책과 연관 짓는다. Hayes(2005)에 따르면 특성 소유권(trait ownership)은 해당 후보(정당)에 대한 기대치의 기준으로 작동하고, 성공적인 특성 침입(trespassing)[5]은 선거경쟁에서 유리한 위치를 점할 수 있게 한다. 다시 말해 유권자들은 후보의 특성에 대한 인식이나 고정관념을 해당 후보에 대한 기대의 기준으로 삼지만, 이러한 상황에서 각 후보 및 정당에게 요구되는 특성과 정책적 능력에 대한 기대충족보다는 상대 진영의 후보 및 정당의 특성과 정책 영역에 대한 성공적인 침입이 선거에 긍정적 영향을 미친다는 것이다. 이는 기본적으로 유권자들이 정책이나 특성에 대해 후보나 정당을 인식할 때, 후보 간 또는 정당 간 '비교'를 바탕으로 판단하기 때문이다. 이러한 논의에 근거하여, 사회문화적 상징 역시 정치적 대상에 따라 이질적으로 작동한다고 유추할 수 있다. 어떠한 상징, 즉 서민 편이라는 인식을 특정 후보가 소유하고 있다면 유권자들은 이를 해당 후보에 대한 기대의 기준으로 바라볼 것이고, 상대 후보가 이 인식의 영역에 침입해 성공적으로 빼앗아 온다면 그에게는 선거에서 유리한 위치를 점할 수 있게 해주는 것이다.

---

4) 이슈 소유권과 관련하여, 어떤 정당이 특정 쟁점을 잘 처리할 수 있는지 여부에 기반한 역량차원의 이슈 소유권 논의도 주요하게 다루어지나(노기우・하상응, 2020), 본 연구에서는 이를 상징에 대한 소유권에 적용하기 위해 연관 차원의 이슈 소유권의 관점을 취한다.

5) 정당의 이슈/특성 소유권은 안정적(stable)인 것으로 여겨지나, 변화하는 경우도 있다. 특히, 침입(trespassing)이란 상대 정당의 특성/이슈 영역에 침입해서 성공적으로 소유권을 빼앗는 경우를 말한다(최효노, 2018).

지금까지의 논의를 바탕으로 이 연구의 가설을 다음과 같이 설정한다. 이 연구는 정치인 및 정당 호감도에 영향을 미치는 요인으로서 간과되어 온 사회문화적 상징 요인의 영향을 고려한다. 이러한 요인은 사회적으로 구성되어 유권자들 사이에 공유되는 감각으로 따뜻함의 정서와 연관되어 정치인 및 정당을 평가하는 데 영향을 미칠 것으로 예상한다. 특히 정치적 주체들이 명시적으로 사용하는 서민이라는 문화적 코드가 유권자들 사이에 암묵적으로 공유되는 사회적 상징으로 작동하여 정치인 및 정당 지지에 실제로 유의미한 영향을 미치는가에 대한 경험적 발견을 시도한다. 이에 따라 첫 번째 가설은 다음과 같다.

[가설1] 후보 및 정당이 서민의 편이라는 유권자의 인식은 후보 및 정당의 호감도에 영향을 미칠 것이다.

나아가 이러한 상징이 모든 후보와 정당에게 동일한 효과를 발휘하지 않을 수 있다는 점 역시 제기하고자 한다. 한 대상은 여러 상징적 의미를 내포할 수 있기 때문에 사회문화적 상징이 대상의 다른 상징적 요소와 상호작용하여 유권자의 인식에 영향을 미칠 수 있다. 또한 특성/이슈 소유권 논점에 따라 어떤 상징이 유권자들의 인식에서 특정 후보와 더 강하게 연관되어 있다면, 이 상징이 해당 후보에게 미치는 영향과 상대 후보에게 미치는 영향이 이질적일 수 있다. 따라서 두 번째 가설은 다음과 같다.

[가설2] 후보 및 정당이 서민의 편이라는 유권자의 인식이 후보 및 정당의 호감도에 미치는 영향은 유권자 속성에 따라, 후보 및 정당에 따라 상이할 것이다.

제 3 장 후보 및 정당 호감도 영향요인

제 1 절 연구 방법 및 변수 정의

본 연구는 정치인 및 정당의 친 서민 행보가 유권자들의 정치적 선호에 어떤 영향을 미치는지 알아보기 위해 「정치인식조사」 자료를 사용하였다. 이 자료는 온라인 미디어플랫폼 얼룩소가 주관하고 여론조사회사 한국리서치에서 수행한 온라인 설문자료로서 20대 대선을 앞두고 정치인식, 가치관, 사회적 분배 및 계층 이동 등 다양한 분야에 걸쳐 유권자의 생각을 물었다. 전국 만 18세 이상 남녀를 모집단으로 하여 지역별, 성별, 연령별 비례할당추출을 통해 표집된 표본 3,000명을 대상으로, 대통령선거를 앞둔 2022년 1월 13일부터 16일 동안 조사되었다. 이 자료는 정치적 행위로 드러나지 않는 유권자들의 인식 저변의 감정과 태도를 분석하는데 유용한 정보를 제공하는데, 특히 다양한 정치인 및 정당에 대한 호감도와 더불어 이들에 대한 인식과 태도를 구체적으로 묻고 있어 본 연구의 분석에 적합한 것으로 판단된다.

분석방법으로는 회귀분석을 사용한다. 이 방법은 독립변수를 토대로 종속변수의 변화를 이해하는 통계적 추론을 가능하게 하며, 특히 다중회귀분석을 이용한 통계적 통제는 선행연구에서 검토한 후보 및 정당 호감도에 영향을 주는 주요한 요인들을 고려함으로써 모형의 타당성을 높일 수 있다. 또한 다중회귀분석을 통해 변수들 간의 곱셈관계, 즉 상호작용을 살펴볼 수 있어 맥락에 따른 독립변수 효과의 변화[6]를 관찰할 수 있다. 따라서 회귀분석은 가설1과 가설2를 검증하기에 적합한 연구방법으

6) 사회과학 분야에서 중요하게 다루어지는 상호작용의 효과는 임계점 효과(Threshold effect), 맥락 효과(Contextual effect), 비선형 조건부 효과(Nonlinear conditional effect), 잠재효과(Latent effect)로 구분할 수 있다(박종희, 2021). 본 연구에서는 맥락 효과, 즉 독립변수의 효과가 조절변수라는 맥락의 유무에 따라 계수의 유의성, 방향, 크기가 변화하는 것을 파악하기 위해 상호작용 모형을 사용한다.

로 판단된다.

1. 종속변수

정치인 및 정당이 서민 친화적인 인상을 전달하기 위해 노력하는 것이 실질적으로 유권자에게 어떤 영향을 미치는지 알아보기 위해, 본 연구에서는 그 영향을 각 후보 및 정당의 호감도의 변화로 확인해보고자 한다. 각 후보 및 정당의 호감도는 매우 싫어한다(0)에서 보통(5), 매우 좋아한다(10)까지 11점 척도로 조사되었다. 본 연구에서 활용한 윤석열, 이재명 후보, 국민의힘, 더불어민주당에 대한 호감도 외에도 당시 현직 문재인 대통령을 비롯한 김대중, 노무현, 박정희 전 대통령, 그리고 심상정과 안철수 후보에 대한 호감도도 조사하였으며 정의당과 국민의당까지 총 8명의 정치인물과 4개의 정당에 대한 호감도를 조사하였다. 그러나 국민의힘 경선 이후 선거 직전까지 이루어진 후보별 지지율 추이를 살펴보면, 이재명, 윤석열 두 후보 지지율의 합이 꾸준히 60~70%를 웃도는 수준을 유지했고, 이는 정당 지지율(더불어민주당, 국민의힘)의 추이에서도 유사한 패턴을 보였다(허석재・송진미, 2022). 또한 결과적으로 투표율 77.1%라는 높은 참여율 속에 양대 정당 후보의 득표율이 96.4%에 달했다. 이러한 점들을 고려함과 동시에 본 연구에서 독립변수로 활용한 일부 문항의 경우 모든 후보와 정당을 대상으로 조사하지 않아, 종속변수로 이재명, 윤석열 후보와 더불어민주당, 국민의힘에 대한 호감도만 사용하였다. 또한 불성실 응답을 제외하기 위해 8명의 정치인과 4개의 정당에 대한 호감도 조사에서 12번 모두 보통(5)으로 응답한 32명, 모두 매우 좋아한다(10)로 대답한 1명의 응답자를 제외하여 사용하였다. 모두 매우 싫어한다(0)로 대답한 응답자는 없었다.

2. 독립변수

앞에서 살펴본 바와 같이 여야를 막론하고 정치 엘리트들이 보통사람,

서민 이미지를 강조하는 현상을 설명하기 위해, 후보나 정당이 어떤 계층에 더 관심이나 이해관계를 가진 것으로 여겨지는지, 즉 '후보와 정당의 계층편향성(class bias)'에 대한 인식을 주요 독립변수로 사용한다. 이를 위해 본 논문에서 활용하는 문항은 응답자가 생각하기에 후보 및 정당이 두 문장, '가난한 사람들 편이다'와 '부자들 편이다' 중 어느 쪽에 가깝다고 생각하는지 물었다. 응답은 가난한 사람들 편이다(0)에서 보통(5), 부자들 편이다(10)까지 11점 척도 중 해당하는 곳에 체크하도록 조사되었다. 이를 본 논문에서는 '계층편향인식'으로 조작화하였다.

선행 연구 검토에서 살펴본 이론들에 바탕을 둔 변수들 역시 독립변수로 사용하였다. 먼저 객관적 사회경제적 지위로는 소득과 자산을 사용하였으며, 소득의 경우 가족 구성원 전체의 월급, 상여금, 은행이자 등을 모두 포함한 한 달 가구소득을 묻고 100만원을 단위로 100만원 미만(1)부터 1,000만 원 이상(11)까지 측정하였다. 모름(12)이라고 답한 응답자는 제외하고 0부터 11까지의 척도를 연속형 변수로 사용하였다. 자산의 경우 0원 미만(마이너스 순자산)의 1부터 15억 원 이상에 해당하는 13까지 13점 척도로 구성되어 있으며 연속형 변수로 사용하였다. 각 구간은 1억 원 씩 차이가 나고 12번의 경우에만 5억 원의 차이를 두어 10억 원~15억 원 미만으로 조사되었다. 주관적 사회경제적 지위로 주관적 계층의식 변수는 자신의 경제적 지위가 어느 정도라고 생각하는지에 최하층(0)부터 보통(5), 최상층(10)의 11점 척도에서 선택하는 형태로 구성되어 있다. 또한 후보의 계층편향 인식과 동일한 문항에서 응답자 본인의 위치를 물었는데 이를 '계층태도'로 조작화 하여 사용한다. 즉 가난한 사람들 편이다(0) - 보통(5) - 부자들 편이다(10) 중 응답자 본인은 어느 쪽에 더 가깝다고 생각하는가 대한 응답으로 사용하였다. 그 외 지역과 세대는 인구사회학적 변수로 취급하여 후술한다.

다음으로 정당일체감은 어느 정당을 지지하는지 묻고 지지하는 정당이 없거나 모르겠다고 답한 경우 조금이라도 더 가깝게 느끼는 정당이 있는지 다시 물었다. 두 문항을 종합하여 더불어민주당은 1, 국민의힘은 2, 정의당 및 국민의당을 비롯한 기타 정당은 3, 무당파는 4로 코딩하였

고, 더불어민주당을 기준범주로 활용하였다.

또한 이념 및 이슈 투표행태의 경우 핵심독립변수와 동일하게 후보 및 정당의 이념 태도에 대한 유권자의 인식을 측정한 문항을 활용하였다. 그리고 이슈 태도로는 지난 대선에서 특별히 차이를 보였던 시대적 이슈가 부재했던 배경[7]에서, 전통적으로 양대 진영이 입장차를 보이고 유권자들도 이를 인식하고 있는 대북정책에 대한 태도를 활용하였다. 더불어 최근에 부상한 이슈 중 양대 진영이 뚜렷한 입장차를 보인 페미니즘에 대한 태도 인식을 통해 이슈의 투표행위 영향력을 확인하고자 하였다. 응답자가 생각하기에 각 인물과 정당이 두 문장 중 어느 쪽에 가깝다고 생각하는지 묻고 내용에 따라 0에서 5(보통), 10까지 11점 척도 중 해당하는 곳에 체크하도록 조사되었다. 페미니즘에 대한 태도의 경우 페미니즘에 반대한다(0)와 페미니즘에 동의한다(10)로 조사되었으나, 이념성향인식과 대북태도인식 문항 응답과 비교하여 해석이 용이하도록 역코딩하여 페미니즘에 반대할수록 큰 숫자로 변환하였다. 이를 정리하면 <표1>과 같다.

<표1> 후보 및 정당의 이념 및 이슈태도 인식 문항

구 분	내 용
이념성향인식	진보적이다 (0) ↔ 보수적이다 (10)
대북태도인식	북한에 우호적이다 (0) ↔ 북한에 적대적이다 (10)
페미니즘 태도인식 [역코딩]	페미니즘에 동의한다 (0) ↔ 페미니즘에 반대한다 (10)

또 다른 주요한 변수로 응답자의 포퓰리즘 성향을 포함하였다. 후보 및 정당이 부자편이라는 인식이 포퓰리즘적 태도 요소를 상당부분 포함할 가능성이 있기 때문이다. 포퓰리즘적 태도의 특징 중 하나는 일반 인

7) 과거에는 선거 국면에서 '평화적 정권교체', '재벌개혁', '경제민주화', '정치개혁', '세대교체', '적폐청산' 등 전체 선거를 관통하는 큰 의제가 부상하였다. 반면 20대 대선에서는 지역・세대・집단별로 미시적인 맞춤형 공약이 주를 이루었다(허석재・송진미, 2022).

민(people) 대 기득권 엘리트라는 적대적 구도이다(Gidron & Bonikowski, 2013). 여기서 기득권 엘리트는 절대 다수인 민중의 뜻, 즉 민중의 '일반의지(general will)'에 반하여 자신의 사사로운 이익만을 추구하는 타락하고 부패한 기성 엘리트 세력을 칭한다. 따라서 응답자의 포퓰리즘 성향을 통제변수로 사용함으로써 계층편향인식의 효과에 작용할 수 있는 편향을 줄이고자 하였다. 포퓰리즘 성향의 경우 총 10개 문항, 각 5점 척도로 조사되었으며 자세한 문항은 <표2>와 같다. 매우동의(1)-약간동의(2)-보통(3)-별로 동의안함(4)-전혀 동의안함(5)으로 측정된 문항들을 숫자가 높을수록 포퓰리즘 성향이 높은 것을 의미하도록 5번 문항을 제외한 전 문항을 역코딩하여 평균을 산출하였다(Cronbach's alpha = .77).

<표2> 포퓰리즘 성향 문항

문항	내 용
1	정치에서 타협이란 사실 원칙 없음을 의미한다
2	대부분의 정치인은 나라나 국민 걱정을 하기보다 자신의 이익을 위해 행동한다
3	정치인이 좋은 말을 하는 것은 단지 표를 얻기 위한 것이다
4	정치인들은 말만 많고 실제 행동을 취하지 않는다
5	대부분의 정치인은 신뢰할 만하다
6	정치인들은 국민을 자주 배신한다
7	규칙을 어기더라도 문제해결을 해내는 강한 리더가 필요하다
8	우리나라의 운명을 좌지우지할 중요한 정책은 정치인이 아니라 국민이 만들어야 한다
9	대부분의 정치인은 부자와 권력자의 이익을 지킬 뿐이다
10	정치인들은 자신의 소신보다는 국민의 뜻에 따라 정책을 만들어야 한다

인구사회학적 변수로 성별은 남성을 0, 여성을 1로 코딩하였으며 연령은 본인의 만 나이를 응답하게 하여 연속형 변수로 활용하였다. 응답자 본인의 이념성향은 앞선 후보 및 정당의 이념성향인식과 동일한 문항, 즉 진보적이다(0)-보통(5)-보수적이다(10)에서 어느 쪽에 더 가깝다고 생각하는가를 물었다. 학력은 중졸 또는 그 이하, 고졸, 대학재학, 대졸 이상으로 수집된 데이터 중 중졸 또는 그 이하를 기준범주로 하여 범주형 변수로 사용하였다. 직업은 무직/퇴직, 농어업/축산업, 자영업/판매서비스업, 기술직, 사무직, 전문직/관리직, 기타(주부/학생 등)로 구분하여 무직/

퇴직을 기준범주로 한 범주형 변수로 사용하였다. 지역은 서울, 인천/경기, 대전/세종/충청, 광주/전라, 대구/경북, 부산/울산/경남, 강원/제주로 구분하여, 서울을 기준범주로 한 범주형 변수로 사용하였다. 사용한 변수의 측정문항과 이에 대한 설명은 부록의 <표1>에 기술하였다. 아래의 <표3>은 종속변수와 독립변수의 기초통계량을 요약하였다.

<표3> 변수의 기초통계 요약

구분	변수명	빈도	평균	표준편차	최솟값	최댓값
윤석열	호감도	2,967	3.24	2.88	0	10
	계층편향인식	2,967	7.26	2.28	0	10
	이념태도	2,967	7.07	2.30	0	10
	대북태도	2,967	7.23	2.09	0	10
	페미니즘 태도	2,967	5.64	2.58	0	10
이재명	호감도	2,967	4.05	3.09	0	10
	계층편향인식	2,967	4.87	2.64	0	10
	이념태도	2,967	3.31	2.32	0	10
	대북태도	2,967	3.72	2.07	0	10
	페미니즘 태도	2,967	4.59	2.25	0	10
국민의힘	호감도	2,967	3.64	2.70	0	10
	계층편향인식	2,967	7.16	2.26	0	10
	이념태도	2,967	7.29	2.27	0	10
	대북태도	2,967	7.29	2.08	0	10
	페미니즘 태도	2,967	5.71	2.48	0	10
더불어 민주당	호감도	2,967	4.16	2.76	0	10
	계층편향인식	2,967	5.24	2.35	0	10
	이념태도	2,967	3.72	2.34	0	10
	대북태도	2,967	2.85	2.08	0	10
	페미니즘 태도	2,967	4.33	2.20	0	10
가구소득		2,908	4.80	2.37	1	11
순자산		2,967	4.58	3.33	1	13
주관적계층의식		2,967	3.98	1.89	0	10
계층태도		2,967	3.85	1.86	0	10
포퓰리즘 성향		2,967	4.05	0.53	1.4	5
이념성향		2,967	4.86	2.09	0	10

특히 본 논문에서 주목하고 있는 계층편향인식과 관련하여, 유권자들이 각 정당과 후보의 계층적 편향에 대해 어떻게 인식하고 있는지 알아보기 위해 계층편향인식의 평균값을 t-test를 통해 비교분석하였다. <표

4>와 같이 응답자가 인식하는 두 후보 및 정당의 계층적 편향은 차이가 있었으며, 통계적 검증의 결과 또한 유의미한 것으로 나타났다. 즉, 유권자들은 이재명 후보에 비해 윤석열 후보가 상대적으로 부자들 편이라고 인식하고 있으며, 더불어민주당에 비해 국민의힘이 상대적으로 부자들 편이라고 생각하는 경향이 있다.

〈표4〉 후보 및 정당에 대한 계층편향인식 평균비교

구 분	윤석열	이재명	t-test
후보 계층편향인식 (평균값)	7.26	4.87	t=33.27 p=0.00 diff=2.38 N=2,967
구 분	국민의힘	더불어민주당	t-test
정당 계층편향인식 (평균값)	7.16	5.24	t=30.16 p=0.00 diff=1.92 N=2,967

1) 계층편향인식 : 가난한 사람들 편이다-0, 부자들 편이다-10

제 2 절 분석결과

1. 후보 및 정당 호감도 영향요인

먼저 각 후보 및 정당의 호감도 영향요인을 파악하기 위해 회귀분석을 시행하였다. 독립변수인 계층편향인식 변수와 이념 및 이슈태도 인식 변수는 종속변수의 각 후보 및 정당이 '부자편이라고 생각할수록', '보수적이라고 생각할수록', '북한에 적대적이라고 생각할수록', '페미니즘에 반대할수록'이라고 해석할 수 있다. 또한 사회경제적 지위, 이념 및 이슈태도와 함께 후보 및 정당 호감도에 중요한 영향을 미치는 지지정당을 통제하여, 본 논문에서 주목하는 계층편향인식 변수의 효과를 독립적으로 확인하고자 하였다.

분석결과는 <표5>에 요약하였다. 종속변수별로 살펴보면, 윤석열 후보의 호감도의 경우 윤석열 후보가 부자편이라고 생각할수록 호감도가 하락하는 경향을 보였다. 응답자의 주관적 계층의식이 높을수록, 본인이 부자편이라고 생각할수록 호감도는 상대적으로 증가했다. 반면에 포퓰리즘 태도가 강할수록 후보에 대한 호감도가 낮아졌다. 이재명 후보의 호감도의 경우 윤석열 후보와 마찬가지로 유권자가 이재명 후보를 부자편이라고 인식할수록 부정적인 감정을 갖는 것으로 나타났다. 또한 이재명 후보가 북한에 적대적이라고 인식할수록 호감도에 긍정적 영향을 미쳤고, 페미니즘에 반대한다고 생각할수록 호감도에 부정적 영향을 미쳤다. 윤석열 후보와 마찬가지로 주관적 계층의식이 높을수록 호감도가 증가했으며, 반면에 본인이 부자편이라고 생각할수록 이재명 후보에 대한 호감도가 낮아졌다. 자산이 높을수록, 포퓰리즘 성향이 높을수록 호감도는 감소했다.

정당의 경우, 먼저 국민의힘의 호감도 영향요인은 전반적으로 윤석열 후보 호감도 영향요인과 유사한 경향을 보인다. 국민의힘이 부자들 편이라고 인식할수록 호감도에 부정적 영향을 미쳤고, 자신의 주관적 계층의식이 높을수록, 본인이 부자편이라고 생각할수록 호감도는 상대적으로

증가했다. 또한 포퓰리즘 성향이 높을수록 정당 호감도에 부정적 영향을 미쳤다. 다만 윤석열 후보의 호감도 영향요인과 다른 점은, 국민의 힘이 북한에 적대적이라고 인식할수록, 응답자의 자산 수준이 높을수록 국민의힘에 대해 부정적 감정을 갖게 되는 것으로 나타났다. 더불어민주당의 경우, 마찬가지로 더불어민주당이 부자편이라고 인식할수록 호감도가 상대적으로 낮아졌으며, 이념적으로 보수적인 성향을 보인다고 생각할수록, 북한에 적대적이라고 인식할수록 호감도가 증가하는 경향을 보였다. 자신의 주관적 계층의식이 높을수록 호감도에 긍정적 영향을 미쳤으나, 계층태도로서 자신이 부자들 편이라고 생각할수록 호감도에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다른 후보 및 정당과 마찬가지로 포퓰리즘 태도가 강할수록 호감도가 낮아졌다.

<표5> 후보 및 정당 호감도 영향요인 회귀분석 결과

변수	윤석열 호감도	이재명 호감도	국민의힘 호감도	더불어민주당 호감도
계층편향(부자편)	**-0.524*** **	**-0.374*** **	**-0.459*** **	**-0.236*** **
	(0.021)	(0.016)	(0.020)	(0.015)
이념(보수적)	-0.023	-0.005	-0.009	0.035*
	(0.018)	(0.019)	(0.017)	(0.015)
대북(적대적)	-0.006	**0.212*** **	**-0.039***	**0.249*** **
	(0.019)	(0.022)	(0.019)	(0.019)
페미니즘(반대)	0.001	**-0.039***	-0.025	0.019
	(0.014)	(0.018)	(0.014)	(0.016)
주관적계층의식	**0.055***	**0.070** **	**0.107*** **	**0.063** **
	(0.024)	(0.026)	(0.023)	(0.022)
계층태도(부자편)	**0.054** **	**-0.061** **	**0.054** **	**-0.089*** **
	(0.021)	(0.023)	(0.020)	(0.020)
소득	-0.021	-0.021	-0.012	-0.018
	(0.018)	(0.020)	(0.018)	(0.017)
자산	-0.019	**-0.038***	**-0.035** **	-0.007
	(0.014)	(0.015)	(0.013)	(0.013)
포퓰리즘 태도	**-0.234*** **	**-0.334*** **	**-0.210** **	**-0.476*** **
	(0.067)	(0.073)	(0.064)	(0.063)
이념성향	0.159***	-0.209***	0.219***	-0.200***
	(0.020)	(0.022)	(0.019)	(0.019)

성별	-0.108	-0.429***	-0.018	0.084
	(0.077)	(0.087)	(0.074)	(0.073)
연령	0.018***	0.013***	0.003	0.005
	(0.003)	(0.003)	(0.003)	(0.003)
고졸	-0.217	-0.138	-0.218	-0.094
	(0.227)	(0.252)	(0.217)	(0.212)
대학재학	-0.102	-0.463	-0.149	0.071
	(0.264)	(0.292)	(0.253)	(0.247)
대졸이상	-0.322	-0.220	-0.451*	-0.266
	(0.234)	(0.260)	(0.225)	(0.220)
Constant	5.839***	8.820***	6.377***	8.858***
Observations	2,908	2,908	2,908	2,908
R-squared	0.595	0.566	0.577	0.615
Adj. R-squared	0.591	0.561	0.572	0.611

1) 직업, 지역, 지지정당 생략

2) *** p<0.001, ** p<0.01, * p<0.05

분석 결과를 종합하면, 두 후보 및 양대 정당이 부자들 편이라는 유권자의 인식은 각각의 호감도에 부정적인 영향을 미친다. 즉 후보 및 정당이 가난한 사람 편이라는 인식이 긍정적인 감정과 높은 연관을 보인다. 반면 응답자 본인의 계층태도의 경우 후보에 대한 계층편향인식과 달리 후보 및 정당에 따라 다른 방향의 결과를 보여주었다. 즉, 후보 및 정당의 계층편향인식에 대해서는 각각의 호감도에 동일한 방향의 영향을 보인 반면, 자신의 계층태도에 따라서는 양측 후보 및 정당 호감도의 방향이 서로 다르게 나타났다. 이는 자신의 태도와 별개로 사회적으로 바람직하게 여겨지는 정치인 및 정당에 요구하는 기대가 형성될 수 있음을 보여준다.

또한 주관적 계층의식이 높을수록 양대 정당 및 후보에 대한 호감도가 높은 경향은, 주관적 계층의식이 높을수록 상대적으로 제도권 정치엘리트에 대해 대체적으로 긍정적인 감정을 갖고 있는 것으로 이해할 수 있다. 같은 맥락에서 포퓰리즘 태도가 두 후보 및 두 정당 모두에 부정적인 영향을 미치는 것은, 이러한 태도를 지닌 유권자의 인식에서 두 후보나 정당은 기득권 정치엘리트(집단)로서 동일한 선상 또는 영역에 위치하는 것으로 인식한다고 해석할 수 있다.

객관적 경제지위 중에서 자산의 효과가 일부 나타나지만 대상과 방향이 일관되지 않고 상충하는 측면을 볼 수 있다. 즉, 자산 수준이 상대적으로 높을수록 이재명 후보와 국민의힘에 대한 호감도가 하락하는 경향을 보이는데, 이것이 통계적 유의미성을 넘어 실질적으로 유의미한 경향을 의미하는 것인지 본 분석의 결과만으로 섣불리 해석을 하기에 어려움이 있어 추가적인 분석이 필요한 것으로 보인다.

2. 세대와 성별에 따른 후보 및 정당 호감도 영향요인

다음으로 각 후보와 정당에 대한 호감도 영향요인은 세대와 성별에 따라 어떤 차이를 보이는지 구체적으로 살펴보았다. 첫 번째 분석의 <표5>와 동일한 변수들을 투입하였으나 <표6>에서는 유의미한 부분을 중심으로 요약하였다. 먼저 윤석열 후보의 경우, 모든 세대와 성별 집단에서 윤석열 후보가 부자편이라 인식할수록 호감도가 낮아지는 경향을 일관되게 보였다. 또한 이슈 측면에서 페미니즘과 관련해서는 2030 남성 집단과 2030 여성 집단에서 윤석열 후보 호감도에 유의미한 영향을 미쳐 세대 및 젠더 간 균열을 드러내며 이슈의 영향력을 확인할 수 있었다. 2030 남성 집단은 후보가 페미니즘에 반대한다고 인식할수록 호감도가 상승했고, 같은 세대의 여성 집단은 윤석열 후보가 페미니즘에 반대한다고 인식할수록 호감도가 낮아졌다. 이념측면에서 2030 여성, 4050 여성 집단에서 후보가 보수적이라고 생각할수록 호감도가 낮아졌으며, 반대로 60대 이상 남성 집단에서는 후보가 보수적이라고 생각할수록 호감도가 높아졌다. 계층태도, 즉 자신이 부자들 편이라고 인식할수록 윤석열 후보에 대한 호감도가 증가하는 경향은 4050 여성, 60대 이상 남성 및 여성 집단에서 일관되게 유의미한 경향을 보였다.

이어서 이재명 후보에 대한 호감도 영향요인을 세대별, 성별에 따른 하위 집단으로 나누어 살펴보면, 윤석열 후보 호감도와 동일하게 모든 세대와 성별 하위집단에서 이재명 후보가 부자편이라고 인식할수록 호감도가 하락하는 경향을 뚜렷하게 보였다. 이슈 측면의 페미니즘에 대한

태도 역시 윤석열 후보의 결과와 동일하게 세대와 젠더 간 균열을 보여주었는데, 2030 남성 집단에서는 후보가 페미니즘에 찬성한다고 생각할수록 호감도가 하락했으며, 여성 집단에서는 페미니즘에 찬성한다고 생각할수록 호감도가 상승했다. 또한 북한에 대한 태도에서도 공통적인 패턴이 발견됐는데, 이재명 후보가 북한에 우호적이라고 인식할수록 전 세대와 성별 하위집단에서 호감도가 공통적으로 낮아지는 경향을 보였다. 주관적 계층의식의 경우 전 세대의 여성 집단에서 공통적으로 주관적 계층의식이 높을수록 후보의 호감도가 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

〈표6〉 세대와 성별에 따른 후보 및 정당 호감도 영향요인

변수	2030 남	2030 여	4050 남	4050 여	60이상 남	60이상 여
윤석열 호감도						
계층(부자편)	-0.586***	-0.439***	-0.542***	-0.420***	-0.572***	-0.407***
이념(보수적)	0.007	-0.089*	-0.071	-0.099*	0.171***	0.053
대북(적대적)	-0.018	-0.048	-0.012	-0.030	-0.023	0.113
페미니즘(반대)	0.151***	-0.102*	-0.004	-0.031	0.013	-0.085
주관적계층의식	-0.005	0.100	0.120*	0.101	0.091	-0.024
계층태도(부자편)	-0.009	-0.045	0.025	0.112*	0.114	0.268***
이재명 호감도						
계층(부자편)	-0.248***	-0.384***	-0.384***	-0.458***	-0.288***	-0.301***
이념(보수적)	-0.021	0.029	-0.079	-0.048	0.072	0.103*
대북(적대적)	0.152**	0.147*	0.202***	0.208***	0.308***	0.196***
페미니즘(반대)	0.208***	-0.297***	0.039	-0.011	-0.035	0.008
주관적계층의식	0.032	0.141*	-0.041	0.171**	0.007	0.164*
계층태도(부자편)	-0.209***	-0.018	0.000	-0.029	-0.048	-0.113
국민의힘 호감도						
계층(부자편)	-0.455***	-0.454***	-0.426***	-0.483***	-0.357***	-0.455***
이념(보수적)	0.043	-0.038	-0.051	-0.108**	0.152**	0.032
대북(적대적)	-0.011	-0.000	-0.113*	-0.020	-0.120	0.024
페미니즘(반대)	0.100**	-0.102*	-0.016	-0.111***	-0.093*	-0.0178
주관적계층의식	0.152**	0.043	0.212***	0.116*	0.146*	0.014
계층태도(부자편)	-0.013	-0.005	0.065	0.002	0.042	0.214***

더불어민주당 호감도						
계층(부자편)	-0.148***	-0.270***	-0.311***	-0.208***	-0.187***	-0.234***
이념(보수적)	-0.039	0.049	-0.030	0.000	0.121**	0.132***
대북(적대적)	0.247***	0.221***	0.234***	0.135**	0.246***	0.300***
페미니즘(반대)	0.127**	-0.091*	-0.017	0.037	-0.015	0.025
주관적계층의식	0.074	0.046	0.113*	0.060	0.012	-0.010
계층태도(부자편)	-0.143**	-0.152**	-0.055	0.009	-0.034	-0.198***
포퓰리즘 태도	-0.589***	-0.378*	-0.400**	-0.724***	-0.326	-0.356*
Observations	477	441	565	549	398	478

1) 소득, 자산, 이념성향, 학력, 직업, 지역, 지지정당 및 표준오차 생략

2) *** p<0.001, ** p<0.01, * p<0.05

다음으로 각 정당에 대한 호감도 영향요인 분석 결과, 국민의힘 호감도에서 후보의 경우와 마찬가지로 정당이 부자편이라는 유권자의 인식이 전체 하위집단에 유의미한 영향을 보였다. 즉 국민의힘이 부자편이라고 인식할수록 국민의힘에 대한 호감도가 상대적으로 감소했다. 또한 페미니즘에 반대한다고 인식할수록 2030 남성 집단에서는 호감도에 긍정적 영향을 미쳤지만, 2030 여성 집단에서는 부정적 영향을 미쳤다. 2030 여성, 60대 이상 여성을 제외한 집단에서 자신의 주관적 계층의식이 높을수록 국민의힘에 대해 상대적으로 긍정적인 감정을 갖는 것으로 나타났다.

마지막으로 더불어민주당에 대한 호감도 역시 모든 하위집단 유권자 사이에서 더불어민주당이 부자편이라는 인식이 호감도에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 더불어민주당이 페미니즘에 찬성한다는 인식은 2030 남성 집단에서 부정적인 감정과 연관되어있고, 2030 여성 집단에서는 긍정적인 감정과 연관되었다. 이재명 후보의 경우와 동일하게, 전 세대와 성별에서 더불어민주당이 북한에 우호적이라고 인식할수록 호감도가 상대적으로 낮아지는 경향을 보였다. 특이점은, 더불어민주당에 대한 호감도에서만 유일하게 포퓰리즘 태도가 일관된 효과를 보였다. 60대 이상 남성을 제외한 전 세대 및 성별의 유권자 집단에서 포퓰리즘 성향이 높을수록 더불어민주당에 대한 부정적 감정을 유의미하게 갖는다. 이러

한 경향은 두 후보 및 국민의힘 호감도 분석에서는 나타나지 않았다.

〈표6〉의 결과를 종합하면, 가장 주목할 만한 지점은 후보와 정당에 대한 계층편향인식, 즉 '부자들 편이다'라는 인식이 호감도에 미치는 부정적 영향이다. 반대로 해석하면 '가난한 사람들 편'이라는 인식은 상대적으로 긍정적 감정과 연관이 있는 것이다. 이러한 결과는 후보 또는 정당의 정치적 성향과 유권자의 세대 및 성별과 무관하게 일관되고 비교적 큰 효과를 보였다. 즉, 정치적 영역에서 서민들 편이라는 상징이 긍정적인 감정을 불러일으키는 상징정치가 작동하는 것이다. 사회경제적 지위와 관련하여 소득과 자산, 그리고 주관적 계층의식은 주목할 만한 경향을 보이지 않았지만 응답자의 계층태도는 보편적으로 자신이 부자편이라고 생각할수록 윤석열 후보 및 국민의힘에 대한 긍정적 태도와, 이재명 후보 및 더불어민주당에 대한 부정적 태도와 관련이 있는 것으로 나타났다.

또한 이슈와 관련하여 지난 선거에서 두드러졌던 페미니즘에 대한 태도는 주로 2030 세대에 영향을 미쳤는데, 성별 간 다른 양상을 보여 갈등 지점이 정치경쟁에 유효하게 작동했음을 확인할 수 있었다. 북한에 대한 태도의 효과는 이재명 후보와 더불어민주당에게 일관되게 나타났는데, 두 정치적 대상이 북한에 우호적이라고 인식할수록 호감도에 부정적 영향을 미쳤다. 이는 윤석열 후보와 국민의힘이 북한에 적대적이고, 이재명 후보와 더불어민주당은 북한에 우호적이라고 인식하는 유권자들의 인식과 관련이 있다. 즉, 북한에 적대적인 태도는 윤석열 후보와 국민의힘에 기본적으로 요구되는 기대의 기준선인 반면, 이재명 후보와 더불어민주당의 경우 북한에 적대적인 태도를 보일 경우 소유권 침입과 같이 호감에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 것으로 해석할 수 있다[8]. 마찬가지로 기대의 관점에서, 더불어민주당의 경우 포퓰리즘 성향이 강한 유권자일수록 부정적인 감정을 나타내는 것은, 더불어민주당에 대한 모종의 기대가 있으나 그것이 충족되지 않아 오히려 부정적인 감정이 가시적으

8) 유권자들의 후보 및 정당에 대한 대북태도인식의 t-test 결과, 유권자들의 양 후보 및 정당의 대북태도 인식에 통계적으로 유의한 차이가 있음을 보여준다.

로 드러나는 것일 수 있다. 그 외 후보 및 정당의 이념적 위치 인식은 특기할만한 패턴을 보이지 않았다.

<표5>와 <표6>의 결과를 종합해 볼 때, 정치인 또는 정당이 부자 편/가난한 사람 편이라는 인식과 호감도의 관계는 유권자의 주관적 인식과 태도의 기저 차원에서 공통적으로 작동한다고 할 수 있다. 기존의 투표 행태를 설명하는 주요 요인들인 사회경제적 지위, 지지정당, 이념 및 이슈태도의 유효한 영향력을 확인 및 통제한 후에도 계층편향인식의 설명력은 강하게 나타났다. 이것이 '정치인이라면 가난한 사람들 편이어야 한다'를 의미하는 것인지, '내가 좋아하는 정치인은 가난한 사람 편이다'를 의미하는 것인지는 본 연구의 자료와 범위 내에서 파악하기엔 어려움이 따른다. 하지만 '가난한 사람들 편'이라는 인식이 긍정적인 감정과 깊은 연관이 있으며 정치적 선호에 상당한 영향을 미친다고 볼 수 있다. 따라서 가설1이 지지됨을 확인할 수 있다.

3. 응답자의 계층에 따른 계층편향 인식 효과의 차이

지금까지 분석에서 가장 두드러졌던 계층편향인식의 효과가 응답자의 계층 관련 변수들과 어떠한 방식으로 관계를 맺고 있는지 살펴봄으로써, 그 효과가 어떠한 방식으로 작동하는지 구체적으로 살펴보고자 분석을 시행하였다. 호감도 분석에서 계층편향 인식의 영향이 양쪽 진영에 따라 방향이 다르게 나타났다면 그 자체로 사회적 갈등이나 정치적 균열지점을 의미할 수 있지만 본 연구의 분석에서는 후보 및 정당의 정치적 성향에 관계없이 동일한 방향을 나타냈다. 또는 이 효과가 세대나 성별에 따

구 분	윤석열	이재명	t-test
후보 대북태도인식 (평균값)	7.23	3.72	t=61.74 / p=0.00 diff=3.50 / N=2,967
구 분	국민의힘	더불어민주당	t-test
정당 대북태도인식 (평균값)	7.29	2.85	t=75.47 / p=0.00 diff=4.44 / N=2,967

※ 대북태도인식 : 북한에 우호적이다-0, 북한에 적대적이다-10

라 다른 패턴을 보였다면 기존의 사회적 균열 선과 어떤 관계를 통해 작동하는지 확인할 수 있지만 이 역시 모든 세대와 성별 하위집단에서 동일한 효과를 보였다. 따라서 이 변수의 효과가 작동하는 방식을 구체적으로 파악하고자 관련된 변수들과의 관계를 분석해보았다. 특히 해당변수가 계층에 대한 인식을 기반으로 하고 있는 만큼 객관적/주관적 계층변수들과의 관계를 중심으로 살펴보았다. 객관적 계층변수로 응답자의 소득과 자산 수준, 주관적 계층변수로 주관적 계층의식과 응답자의 계층태도를 사용하였으며 각각의 변수들의 맥락에 따른 조절효과를 분석하였다.

분석결과, 객관적 계층변수와의 조절효과는 두 후보 호감도에서 자산수준이 통계적으로 유의미하게 작용했고, 정당을 대상으로는 더불어민주당 호감도에 소득과 자산수준이 모두 유의미하게 영향을 미쳤다. 주관적 계층변수의 조절효과는 이재명 후보와 더불어민주당 호감도에서 주관적 계층의식과 응답자의 계층태도가 모두 조절효과를 보였고, 윤석열 후보 호감도의 경우 계층태도만이 유효하게 발견되었다. 국민의힘의 경우 어떤 계층변수도 통계적으로 유의미한 조절효과 보이지 않았다. 결과를 요약하면 아래 <표7>과 같다. <표5> 및 <표6>과 동일한 변수들을 모델에 투입하였고 상호작용항을 제외한 변수들은 별도로 표기하지 않았다.

<표7> 계층편향인식의 영향에 대한 객관적/주관적 계층변수의 조절효과

구분	상호작용항	윤석열 호감도	이재명 호감도	국민의힘 호감도	더불어민주당 호감도
객관적 계층변수	계층편향인식×소득	-0.004	0.010	-0.000	**0.015***
		(0.007)	(0.006)	(0.006)	(0.006)
	계층편향인식×자산	**-0.011***	**0.012****	-0.007	**0.013****
		(0.005)	(0.004)	(0.004)	(0.004)
주관적 계층변수	계층편향인식×주관적 계층의식	-0.003	**0.026*****	0.000	**0.021****
		(0.008)	(0.007)	(0.008)	(0.007)
	계층편향인식×계층태도	**-0.018***	**0.053*****	-0.000	**0.053*****
		(0.008)	(0.007)	(0.007)	(0.006)

이 결과에서 주목할 점은 <표5> 및 <표6>의 회귀분석결과와 상이하게 양대 진영의 조절변수의 회귀계수 방향이 다르게 나타났다는 점이다. 이는 조절변수, 즉 계층변수에 따라 양대 진영의 계층편향인식이 호감도에 미치는 효과가 통계적으로 유의하게 달라진다는 것을 의미한다. 이재명 후보와 더불어민주당의 경우 상대적으로 자산수준이 높을수록(더불어민주당의 경우 소득수준도 포함), 주관적 계층의식이 높을수록, 그리고 본인이 부자들 편이라고 생각할수록 계층편향인식의 효과가 감소한다. 즉, 이재명 후보 또는 더불어민주당이 부자편이라고 인식할수록 호감도가 하락하는 효과가 완화된다. 객관적, 주관적 경제지위가 높을수록 그렇지 않은 사람에 비해 상대적으로 이재명 후보/더불어민주당이 부자 편이라서 싫은 정도가 줄어드는 것이다. 반면에 윤석열 후보의 경우 자산 수준이 높을수록, 본인이 부자편이라고 생각할수록 계층편향인식의 효과가 강화된다. 즉, 윤석열 후보가 부자편이라는 인식이 호감도에 미치는 부정적 영향이 강화된다. 객관적 경제지위(자산)가 높고 자신이 부자편이라고 생각할수록 그렇지 않은 사람에 비해 상대적으로 윤석열 후보가 부자편이라서 싫은 정도가 더 심해지는 것이다.

즉, 응답자의 객관적/주관적 계층에 따라, 또한 후보 및 정당에 따라 계층편향인식이 호감도에 작동하는 방식이 상이하다. 후보나 정당이 가난한 사람 편이라는 인식과 이것의 상징적 의미는 유권자의 계층에 따라, 후보 및 정당에 따라 이질적으로 이해될 수 있다는 것이다. 이러한 상호작용 효과의 실질적 효과와 그 변이를 정확하게 살펴보기 위해서는 시뮬레이션을 진행하는 것이 바람직하다(박종희, 2021: 206). 따라서 이어지는 내용에서는 이것이 의미하는 바를 구체적으로 이해하기 위해 그래프로 시각화 하였으며, 시각화한 결과들 중 유의미한 내용을 해석하여 <표8>로 정리하여 제시하였다.

〈표8〉 조절효과 해석 요약

조절변수	대상	결과 해석
소득	더불어민주당	하층일수록 ‘부자 편’ 인식의 호감도 하락 영향이 큼
자산	이재명	하층일수록 ‘부자 편’ 인식의 호감도 하락 영향이 큼
	더불어민주당	
주관적 계층의식	이재명	하층일수록 ‘부자 편’ 인식의 호감도 하락 영향이 큼
	더불어민주당	
계층태도	윤석열	스스로 ‘부자 편’일수록 ‘가난한 사람 편’ 인식의 호감도 상승 영향이 큼
	이재명	스스로 ‘부자 편’일수록 ‘부자 편’ 인식의 호감도 하락 영향 사라짐
	더불어민주당	스스로 ‘부자 편’일수록 ‘가난한 사람 편’ 인식은 호감도 하락과 연결, 반면 ‘부자 편’ 인식은 호감도 상승과 연결 스스로 ‘가난한 사람 편’일수록 ‘부자 편’ 인식의 호감도 하락 영향이 큼

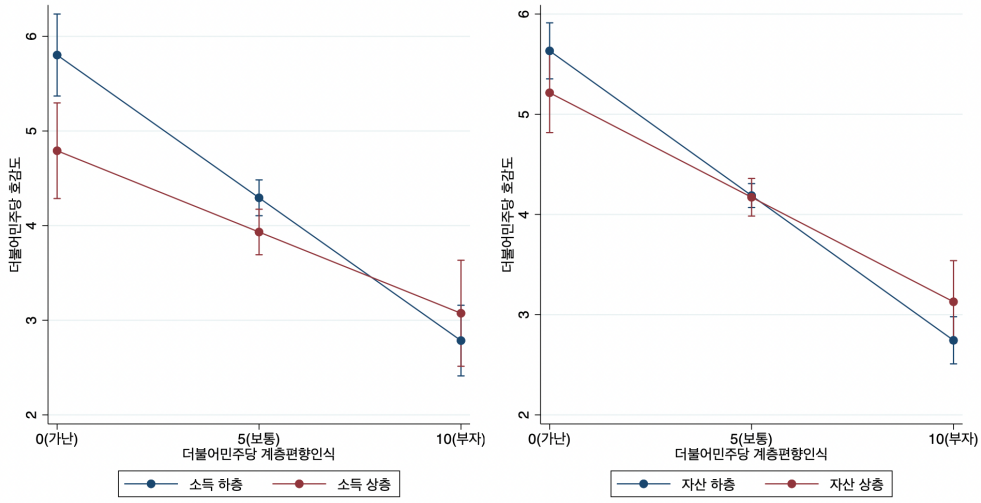
3.1 객관적 계층변수의 조절효과 : 소득, 자산[9)]

먼저 객관적 계층변수, 즉 소득과 자산의 조절효과를 살펴보았다. 해석이 용이하도록 소득과 자산 5분위 중에서 하층과 상층의 결과만 도출하였다. 소득은 더불어민주당에 대한 계층편향인식의 영향에, 자산은 윤석열, 이재명 후보와 더불어민주당에 대한 계층편향인식의 영향에 통계

9) 시각화한 회귀식에서 소득과 자산수준은 5분위로 변환하여 사용하였다. 자산의 경우 2021. 3. 31. 기준으로 작성한 2021년 가계금융복지조사의 순자산 자료를 활용하였고, 소득의 경우 2021. 1. 1 ~ 12. 31 기간을 기준으로 작성한 2022년 가계금융복지조사의 가구소득 자료를 활용하였다. 조사된 각각의 분위 경계값을 사용하여 응답을 5분위로 재구성하였다(상층-중상층-중층-중하층-하층).

적으로 유의미한 조절효과를 보였다. <그림1>에서 소득과 자산수준에 따른 더불어민주당에 대한 계층편향인식의 차이를 보면, 전반적으로 소득 상층과 자산 상층에 속한 유권자들 사이에 더불어민주당이 가난한 사람들 편이라는 인식이 긍정적 호감에 미치는 영향은 소득 하층 및 자산 하층에 속한 유권자들에 비해 낮다. 즉, 소득/자산 상층에 가까울수록 더불어민주당에 대한 계층편향 인식의 부정적 효과가 완화되는 것은, 소득/자산 상층에 속하는 유권자들 사이에 더불어민주당이 가난한 사람 편이라고 생각할수록 호감도에 미치는 긍정적 영향의 크기가 소득/자산 하층에 속하는 유권자들에 비해 통계적으로 유의하게 작아 기울기가 상대적으로 완만하게 변화하는 것에서 기인한다. 다시 말하면 소득과 자산수준 하층에 가까울수록 더불어민주당에 대한 계층편향인식이 호감도의 변화에 미치는 영향이 더 크다.

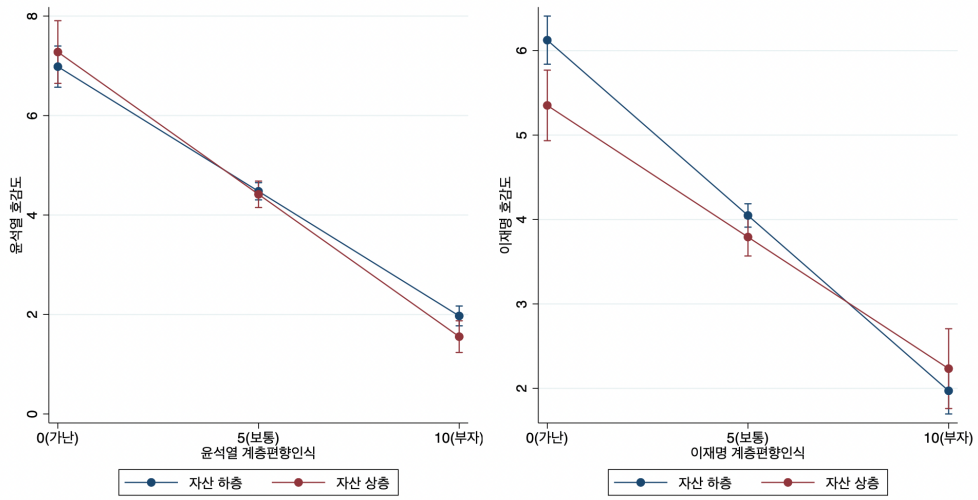
<그림1> 더불어민주당의 계층편향에 대한 인식이 호감도에 미치는 효과
: 응답자의 소득과 자산수준에 따른 차이



다음으로 <그림2>는 응답자의 자산수준에 따라 윤석열, 이재명 후보의 계층편향인식이 후보 호감도에 미치는 효과의 차이를 그래프로 표현하였다. <그림2> 오른쪽의 이재명 후보 호감도의 경우 자산 상층에 속한 유

권자들의 이재명 후보가 가난한 사람 편이라는 인식이 긍정적 호감에 미치는 영향이 자산 하층에 속한 유권자들의 그것과 비교하여 통계적으로 유의미한 차이를 나타낸다. 즉, <표7>에서 볼 수 있듯이 자산 상층에 가까울수록 이재명 후보에 대한 계층편향 인식의 부정적 효과가 완화되는 것은, 자산 상층에 속하는 유권자들 사이에 이재명 후보가 가난한 사람 편이라고 생각할수록 호감도에 미치는 긍정적 영향의 크기가 자산 하층에 속하는 유권자들에 비해 통계적으로 유의하게 작아 기울기가 상대적으로 완만하게 변화하기 때문이다. 다시 말해서, 자산수준이 하층에 가까울수록 이재명 후보에 대한 계층편향인식이 호감도의 변화에 미치는 영향이 더 크다. 반면 <그림2> 왼쪽의 윤석열 후보의 경우 자산변수의 조절효과는 통계적으로 유의미하였으나, 시각화한 결과 실질적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다.

<그림2> 후보의 계층편향에 대한 인식이 호감도에 미치는 효과 : 응답자의 자산 수준에 따른 차이



<그림1>, <그림2>를 종합하여 볼 때, 윤석열 후보의 계층편향에 대한 인식과 호감도의 관계는 응답자의 계층에 따라 큰 차이 없이 일관된 패턴을 보였다. 후보가 가난한 사람들 편이라는 인식은 후보의 호감도에

긍정적인 영향을 미쳤는데, 이러한 결과는 <표4>에서 볼 수 있듯이 기존의 윤석열 후보에 대한 계층편향인식(평균값 7.26)을 바탕으로 기대했던 수준과 그 기대를 넘어섰을 때(소유권 침입)의 효과를 보여준다 할 수 있다. 반면에 이재명 후보와 더불어민주당의 계층편향에 대한 인식과 호감도의 관계는 응답자의 계층에 따라 상대적으로 큰 차이를 보였다. 즉, 하층에 가까울수록 이들이 '부자들 편'이라는 인식이 호감도 하락에 미치는 영향이 크게 나타났다. 이는 <표4>의 이재명 후보와 더불어민주당에 대한 계층편향인식(각각 평균값 4.87, 5.24)을 통해 볼 수 있듯이 기대수준과 그 기대를 충족시키지 못했을 때의 효과를 보여준다고 해석할 수 있다.

3.2 주관적 계층변수의 조절효과 : 주관적 계층의식, 계층태도

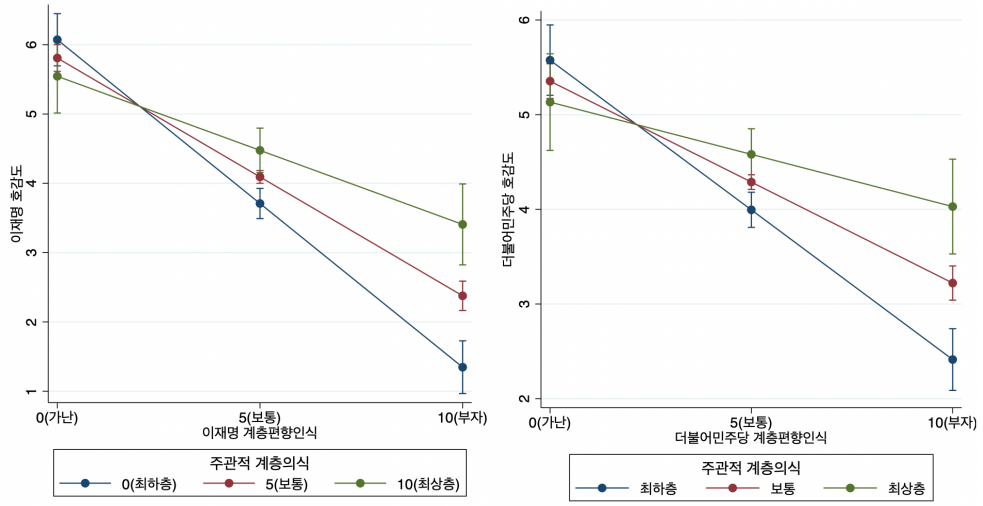
다음으로 주관적 계층변수, 즉 주관적 계층의식[10]과 계층태도[11]의 조절효과를 살펴보았다. 주관적 계층의식은 이재명 후보와 더불어민주당에 대한 계층편향인식의 영향에, 계층태도는 윤석열, 이재명 후보와 더불어민주당에 대한 계층편향인식의 영향에 통계적으로 유의미한 조절효과를 보였다. <그림3>은 주관적 계층의식에 따른 차이를 나타내었다. 왼쪽의 이재명 후보의 경우 주관적으로 상층에 속한다고 생각하는 유권자들에 비해 상대적으로 하층에 속할수록 유권자들은 이재명 후보가 부자편이라는 인식이 호감도 하락에 더 큰 영향을 미쳤다. 마찬가지로 <그림3> 오른쪽의 더불어민주당의 경우, 주관적으로 하층에 속할수록 유권자들은 더불어민주당이 부자편이라는 인식이 호감도 하락에 상대적으로 더 큰 영향을 미쳤다. 즉, 주관적 계층의식이 높을수록 이재명 후보와 더불어민주당에 대한 계층편향 인식의 부정적 효과가 완화되는 것은, 이재명 후보와 더불어민주당이 부자들 편이라는 인식이 호감도에 미치는 부정적 영향의 크기가 주관적 계층의식이 낮은 유권자들 사이에 상대적으로 급

10) 자신의 경제적 지위는 어느 정도라고 생각하는가 [최하층(0) - 최상층(10)]
11) 본인은 어느 쪽에 더 가깝다고 생각하는가 [가난한 사람들 편(0) - 부자들 편(10)]

격하게 커지기 때문이다.

이러한 결과는 주관적 계층의식에 따른 기울기의 차이에서 볼 수 있듯이 주관적 계층의식이 상대적으로 하층에 속하는 유권자들 사이에 이재명 후보와 더불어민주당이 가난한 사람들 편이라는 인식과 기대가 작동한다고 볼 수 있다. 그러나 이재명 후보와 더불어민주당이 부자들 편이라고 인식할수록 이러한 기대와 어긋나게 되어 호감도에 미치는 부정적 영향이 다른 계층에 비해 상대적으로 매우 크게 나타나는 것이다.

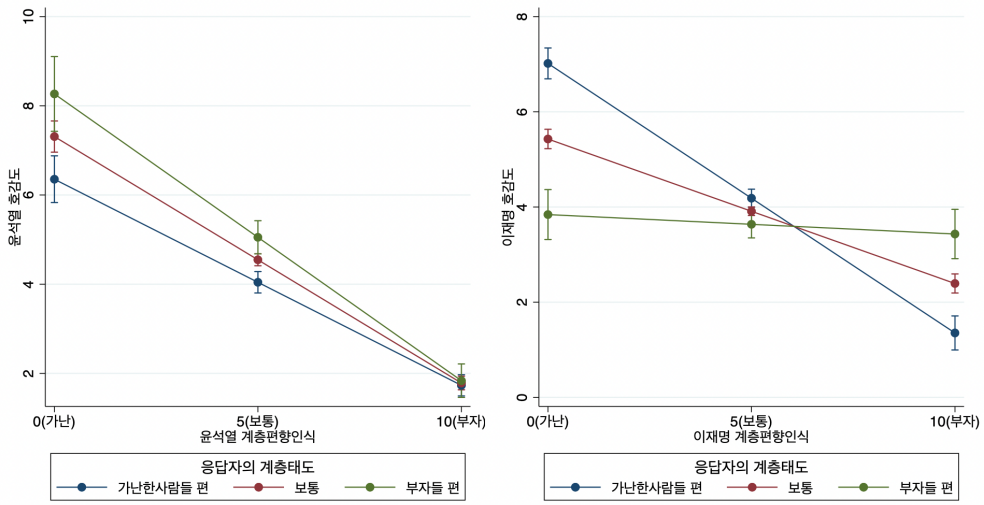
〈그림3〉 이재명 후보와 더불어민주당의 계층편향에 대한 인식이 호감도에 미치는 효과 : 응답자의 주관적 계층의식에 따른 차이



다음으로 응답자 자신의 계층태도, 즉 자신이 가난한 사람들 편 또는 부자들 편이라는 태도가 후보와 정당의 계층편향에 대한 인식과 호감도의 관계에 작용하는 조절효과는 흥미로운 결과를 보여준다. 〈그림4〉 왼쪽의 윤석열 후보의 호감도의 경우 응답자의 계층태도에 따라 윤석열 후보가 가난한 사람편이라고 생각할 때 미치는 호감도의 긍정적 영향의 차이가 보이지만, 반대로 부자편이라고 생각할 때 미치는 부정적 효과는 유사한 수준으로 나타난다. 반면 오른쪽의 이재명 후보의 경우 자신이

부자들 편이라고 생각할수록 이재명 후보에 대한 계층편향인식이 호감도에 미치는 영향이 완화되는 경향을 보이다 효과가 거의 사라지는 것을 볼 수 있다. 즉, 자신이 상대적으로 부자들 편이라고 생각할수록 이재명 후보를 평가하는 데 있어 후보의 계층편향에 대한 인식이 유효하게 영향을 미치지 않는다.

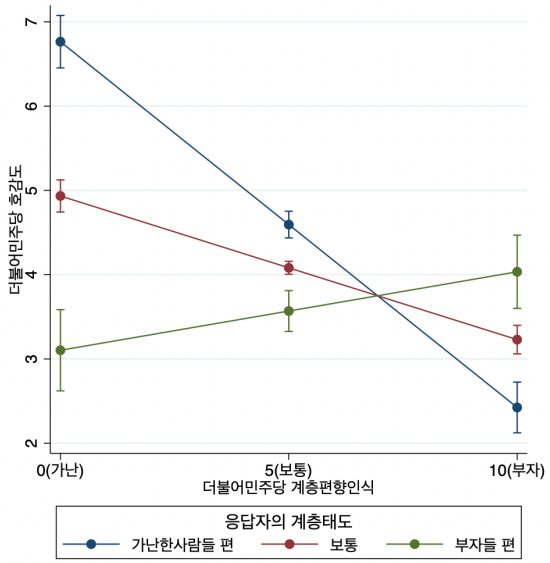
<그림4> 후보의 계층편향에 대한 인식이 호감도에 미치는 효과 : 응답자의 계층태도에 따른 차이



<그림5>의 더불어민주당의 경우 역시 이재명 후보의 경우와 유사한 경향을 보인다. 스스로 가난한 사람들 편이라고 생각할수록 유권자들은 더불어민주당이 부자편이라는 인식이 호감도 하락에 상대적으로 더 큰 영향을 미쳤다. 이러한 결과는 주관적 계층의식에 따른 차이의 경우와 마찬가지로 자신이 가난한 사람들 편이라고 생각할수록 더불어민주당이 서민의 편이라는 인식과 기대가 충족되지 않았을 때, 이것이 호감도에 미치는 부정적 영향이 다른 집단에 비해 상대적으로 크게 나타나는 것으로 이해할 수 있다. 이와 더불어 스스로 부자들 편에 가깝다고 생각하는 유권자들 사이에서는 지금까지와 반대의 패턴을 보여준다. 자신이 부자들 편이라고 생각할수록 더불어민주당이 가난한 사람들 편이라는 인식은

호감도를 낮추고, 부자들 편이라는 인식은 오히려 상대적으로 호감도를 높이는 경향을 보인다. 이러한 결과는 자신의 계층태도, 즉 부자들 편이라고 생각하는 사람일수록 더불어민주당이 서민적이라는 이미지가 일반적인 감정과 의미를 담지하지 않고, 다른 상징적 의미가 작용하여 부정적인 감정을 일으키는 것으로 짐작해볼 수 있다.

〈그림5〉 더불어민주당의 계층편향에 대한 인식이 호감도에 미치는 효과
: 응답자의 계층태도에 따른 차이



종합하면, 후보 및 정당이 가난한 사람들 편/부자들 편이라는 인식이 호감도에 미치는 효과는 객관적/주관적 경제지위에 따라, 그리고 후보 및 정당에 따라 이질적으로 나타났다. 전반적으로 객관적, 주관적 계층 변수를 아울러 경제지위가 낮은 쪽에 가까울수록 계층편향인식의 효과가 윤석열 후보 보다는 이재명 후보 및 더불어민주당의 호감에서 더 큰 영향을 미쳤다. '가난한 사람들 편'의 긍정적 효과와 '부자들 편'의 부정적 효과가 상대적으로 양극화된 양상을 보이는 것이다. 이러한 결과는 이론적 배경에서 살펴보았듯이, 유권자들 사이에 후보 및 정당이 가난한 사

람들 편이라는 인식이 윤석열 후보와 국민의 힘에 비해 이재명 후보와 더불어민주당과 더 연관이 깊은 것과 관련이 있다. 경제적으로 하층에 가까울수록 이재명 후보와 더불어민주당이 가난한 사람들을 대변해주길 바라는 기대가 상대적으로 강하게 존재하는 것이다. 그러나 이러한 기대가 충족되지 못하였을 때, 서민들 편이라는 상징과 연관된 긍정적 감정이 오히려 역으로 부정적 감정이 배가 되는 결과로 나타난 것으로 추론할 수 있다.

또한 주관적 계층지위가 상대적으로 높은 응답자일수록 윤석열 후보와 이재명 후보가 각각 가난한 사람들 편이라고 생각하는 인식이 호감도에 미치는 영향이 상이했다. 이에 더해 더불어민주당에 대한 감정에서는 본인이 부자들 편이라고 생각할수록 더불어민주당이 가난한 사람들 편이라는 인식이 오히려 호감도를 낮추고, 부자들 편이라는 인식이 상대적으로 호감도를 높이는 반대의 결과를 보여준다. 이러한 양상은 본인의 주관적 계층의식이 높거나 계층태도가 부자들 편이라고 생각하는 유권자 사이에서 두드러져, 이들에게 있어 어떠한 정치적 대상이 '가난한 사람들 편', '부자들 편'이라는 인식은 그 대상에 따라 다른 의미를 부여하고 작동하는 것으로 볼 수 있다. <표4>에서 볼 수 있듯이 유권자들은 상대적으로 이재명 후보가 서민의 편이라고 생각하는 경향이 있는데, 소유권 침입과 같이 오히려 윤석열 후보가 가난한 사람 편이라는 인식을 하게 되었을 때 이러한 상징이 유발하는 긍정적 감정의 효과가 더 커지는 것으로 해석할 수 있다.

더불어민주당에 대한 반응에서는 서민들 편이라는 인식이 긍정적 감정을 유발하기보다 해당 정당에 대해 갖고 있던 다른 상징이 작동하는 것으로 보인다. 즉, 같은 가난한 사람들 편이라는 인식이라도 주관적 계층지위가 높은 사람들 사이에 더불어민주당은 '포퓰리스트'라거나 더불어민주당의 대북 태도에 대한 인식과 맞물려 '종북좌파-공산주의자'와 같은 프레이밍과 연관지어 부정적인 감정과 연결될 가능성이 있다. 따라서 가설2가 지지됨을 확인할 수 있다.

제3장의 분석내용을 정리하면, 정치인이나 정당이 가난한 사람들 편에 가깝다고 생각하는지, 또는 부자들 편에 가깝다고 생각하는지에 대한 인식은 그 대상에 대한 평가에 영향을 미친다. 이러한 계층편향인식은 기존의 이론 및 논의들에서 주요하게 다루어져 온 다양한 영향요인들, 개인의 사회경제적 지위나 정당일체감, 이념 및 주요 이슈들에 대한 인식, 그리고 한국 사회에서 핵심적인 투표선택 결정요인인 지역을 함께 고려한 이후에도 통계적으로 유의미한 설명력을 보였다. 즉, 서민 친화적이라는 상징적 이미지는 후보 및 정당 지지에 긍정적인 영향을 미친다. 한편 이러한 상징적 이미지의 작동은 유권자의 계층에 따라, 후보 또는 정당에 따라 상이하게 작동하는 것을 확인하였다. 즉, 각 후보 및 정당에 대한 유권자의 기대 일치/불일치, 소유권과 침입이 다층적으로 상호작용하여 이질성을 만들어낸다고 할 수 있다. 이와 같은 분석결과를 종합하여 가설1과 가설2가 모두 지지됨을 확인하였다.

제 4 장 결론

선거 캠페인 과정에서 여야를 막론한 다양한 정치 인사들이 재래시장을 찾아 상인 및 시민들과 접촉하고 소탈하게 어울리며 보통의 사람들처럼 시장에서 국밥을 먹고 퇴근 후 술잔을 기울이는 모습을 연출하는 것은, '서민 코스프레'라는 비난에도 불구하고 매 선거 시기 마다 반복되는 현상이다. 또는 경제적으로 어려웠던 시절이나 자신의 출신 계층(소년공, 고졸 등)을 부각시키는 모습도 어렵지 않게 볼 수 있다. 그렇다면 과연 서민 친화적 이미지는 유권자에게 어떤 영향을 미치는가? 모든 유권자, 후보, 정당에게 동일한 효과를 갖는가?

이처럼 본 연구는 다양한 배경의 정치인들이 공통적으로 서민 친화적 특성을 표방하는 경향에 주목하고, 이를 상징정치 이론의 관점에서 설명하고자 하였다. 상징정치 이론은 사회적으로 공유되는 일종의 상징이나 의미, 가치가 유권자들에게 정서적인 반응을 일으키고 나아가 행동으로 이어지는 것에 주목한다. 이를 위해 기존 논의의 흐름에서 주요한 설명변수로 다루어져 온 유권자의 사회경제적 지위, 정당에 대한 일체감, 그리고 이념 및 이슈에 대한 태도에 더해 '친 서민'이라는 문화적 상징 요인을 고려하였다. 새로운 요인의 영향력을 확인하기 위해 후보 및 정당에 대한 유권자의 인식을 통한 경험적 분석을 시도하였다. 구체적으로는 유권자의 후보 및 정당에 대한 계층편향성 인식—후보 및 정당이 가난한 사람들 편에 가깝다고 인식하는지 부자들 편에 가깝다고 인식하는지—을 활용하여 이것이 후보 및 정당에 대한 호감도에 미치는 영향을 확인하는 연구를 설계하였다. 이를 통해 시민의 정치적 선호와 행위를 개인적·집단적 이해관계에 더해 다양하게 얽혀있는 신념체계와 사회문화적 가치를 고려하여 다차원적으로 구성하고자 하였다.

이 연구의 주요한 발견을 요약하면 다음과 같다. 첫째, 후보 및 정당에 대한 계층편향인식은 호오에 뚜렷하고 일관된 영향을 미쳤다. '가난한 사람들 편'이라는 인식은 호감도에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 반대로 '부자들 편'이라는 인식은 부정적인 영향을 미쳤다. 이는 세대와 성별

로 하위집단을 구분하여 시행한 분석에서도 동일하게 나타났으며, 후보 및 정당의 진영에 관계없이 동일한 방향의 효과를 보였다. 그리고 자신의 사회경제적 지위나 지지정당, 이념태도나 쟁점에 대한 태도를 함께 고려했음에도 여전히 상당한 영향력을 보였다. 따라서 친서민적이라는 정치적 상징은 사회문화적 맥락에서 유권자들 사이에 공유되고, 따뜻한 감정과 연관되어 정치인 및 정당에 대한 호감도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 추론할 수 있다.

둘째, 서민 친화적이라는 문화적 상징의 의미는 유권자의 속성, 후보, 정당에 따라 이질적으로 작동한다. 응답자가 계층적으로 하층에 가까울수록 이재명 후보 및 더불어민주당이 부자들 편이라는 인식이 호감도에 미치는 부정적 영향이 상대적으로 강했다. 즉, 계층지위가 낮을수록 이재명 후보와 더불어민주당이 가난한 사람을 대변해주기를 기대함과 동시에 그 기대가 충족되지 못했을 때의 반감 역시 큰 것으로 보인다. 반면에 주관적 계층지위가 높을수록 이재명 후보와 더불어민주당이 가난한 사람들 편이라는 인식이 호감도에 미치는 긍정적 영향이 상대적으로 완화되거나, 오히려 호감도에 부정적인 영향을 미치는 결과를 보였다. 이러한 이질성은 유권자의 의식 차원에서 친서민이라는 상징이 어떤 특정 후보나 정당과 상대적으로 연관이 높은지와 관련이 있기 때문으로 보인다. 또한 후보나 정당에 따라 그들에게 부여된 다른 상징적 의미와 감정이 맞물려 상이한 반응을 불러일으킬 수 있다.

이러한 결과는 크게 두 가지 차원, 즉 학문적 차원과 실제적 차원에서 의의를 갖는다. 먼저 학문적 차원에서, 유권자들의 투표행위를 설명하는 대표적인 이론인 합리적 선택이론으로 설명하기 어려운 정치적 선호와 행태의 영향요인을 확인했다. 이 이론에 따르면 유권자는 자신의 이익을 추구하는 행위자이며, 따라서 합리성을 바탕으로 자신의 물질적 이해관계에 부합하는 정책을 내세우는 정당을 선택한다. 그러나 본 연구의 결과에 따르면 유권자들은 자신의 물질적 이해관계와 독립적으로 후보나 정당이 친 서민적이라는 인식이 실제 긍정적인 호감으로 연결되는 것을

확인할 수 있었다.

또한 한국정치사회 연구에서 간과되어온 사회문화적 상징의 차원을 고려하고 그 영향력을 경험적으로 확인했다는 점에 의의가 있다. 동시에 중요한 지점은 기존의 상징정치 논의에서 한 걸음 나아가 상징이 유발하는 감정이 반드시 동질적이지 않고 대상 및 주체에 따라 이질적 일 수 있음을 제시한 데에 있다. 친서민적 정치인이라는 신호가 반드시 긍정적인 효과를 낳는다고 할 수 없으며, 차별화된 효과가 나타날 수 있다는 것이다. 이러한 결과는 전략적 차원에서 사회적 갈등과 균열을 가로지르는 공통의 감각과 정서를 포착하는 것이 중요함과 동시에, 이 과정에서 해당 후보나 정당에 대해 유권자가 기존에 갖고 있는 인식을 세밀하게 고려해야 한다는 실천적 함의 역시 동반한다.

이어서 본 연구의 실제적 차원의 의의는 지난 대선의 특수한 맥락에서 찾을 수 있다. 그것은 선거 과정에서 상대적으로 외면 받았던 계층 문제가 실제 유권자의 인지적·감정적 차원에서 존재했음을 확인한 데에 있다. 선거 캠페인 초기, 이재명 후보는 대선출마를 선언하며 억강부약의 정치를 전면에 내세웠다. 약자의 삶을 보듬어 안는 억강부약의 정치를 통해 경제적 불평등과 양극화를 해소할 것을 약속했다. 반대 진영인 윤석열 후보는 정권교체의 기치를 내세웠다. 세계적인 경제 위기와 불확실성에 더해 문재인 정부 후반기 집값 폭등과 자산격차 확대에 대한 격렬한 비판은 경제와 복지 문제가 차기 대통령 선거의 지형을 그리기 충분한 맥락이었다. 그리고 실제로 윤석열 후보가 당선되어 정권교체에 성공했으나, 막상 그 과정에서 경제적 불평등과 계층이슈는 크게 부상하지 않았다(한겨레21, 2022.5.17.). 오히려 선거 막바지까지 이어진 네거티브 공세와 특정 세대·성별의 지속적인 호명에 이목이 쏠렸고, 이는 지난 선거에 대한 사람들의 인식과 평가의 근거로 자리매김했다. 그러나 본 연구의 분석에 따르면, 지난 대선에서 계층의 문제가 정치 경쟁의 수면 위에서 논쟁을 주도하지 못했지만 유권자들의 인식의 차원에서 중요한 문제였다는 새로운 평가가 가능해진다.

다만 본 연구에서 주장하는 친서민의 상징정치는 역인과의 가능성에서 자유롭지 못하다. 자신이 긍정적으로 생각하는 후보는 가난한 사람들 편이라고 인식하거나, 부정적으로 느끼는 후보는 부자들 편이라고 인식할 가능성이 있기 때문이다. 본 자료는 횡단면 데이터로서 엄밀한 인과관계를 증명하기에는 제한점을 가진다. 그러나 Piston(2018)에 따르면 많은 미국인들이 가난한 사람에 대한 동정과 부자에 대한 분노(sympathy for the poor, resentment for the rich)의 입장을 견지하고 있으며, 가난한 사람들을 돕는 정책을 펼친 후보를 긍정적으로 평가한 반면 부자에게 이로운 정책을 펼친 후보를 부정적으로 평가하는 경향을 보였다. 또한 Bartels(2012)는 이를 '계급연대감'이라고 표현하였는데, 그에 따르면 미국인들은 부자에 비해 가난한 사람들에 대해 유의미하게 긍정적인 감정과 태도를 갖고 있다. 비록 이런 태도가 여러 영향으로 인해 실제 정치적 행위나 재분배 정책에 대한 선호와 직접적으로 이어지지 않을 수 있지만 정치적 결과를 가져올 수 있는 가능성에 주목해야한다고 주장한다. 이러한 연구들이 직접적으로 후보에 대한 계층적 편향인식을 측정한 것은 아니나, 본 연구 결과와 상응하는 측면을 확인할 수 있다.

또한 본 논문에서 제시한 분석결과들은 역인과의 가능성을 줄이고자 응답자의 지지정당을 통제하여 얻은 결과들이다. 아울러 양대 정당이 아닌 기타정당을 지지한다고 답한 응답자(N: 395)를 대상으로 <표5>와 동일한 분석을 실시하고, 지지하는 정당이 없다고 답한 응답자(N: 468)를 대상으로도 같은 분석을 별도로 실시하였다[12]. 그 결과 계층편향인식은 두 후보 및 정당에 대한 호감도에 여전히 통계적으로 유의미한 효과를 보였다.

역인과의 가능성 외에도 본 연구는 몇 가지 한계점을 갖는다. 먼저, 문화적 상징의 의미와 공유는 일시적 현상보다는 사회 또는 집단 차원에서 시간에 걸쳐 지속되며 누적되어온 것에 가깝다. 따라서 장기간 누적된 자료를 통해 시간성과 지속성을 확보하는 것이 중요할 것이다. 또한 서민 친화적 이미지의 상징정치를 통해 호감도에 이르는 과정을 설명하

12) 부록의 <표2>, <표3> 참조

고자 하였으나, 상징과정의 구체적인 메커니즘을 경험적 분석을 통해 밝히는데 까지 나아가지 못했다. 이러한 한계는 후속 연구에서 반드시 반영 및 개선되어야할 지점이다.

이러한 점을 고려하여 앞으로의 연구에서는 정서적인 차원에 대한 관심을 유권자의 차원에 국한하지 않고 정치과정 전반에 걸쳐 조망하며, 이에 대한 구체적인 메커니즘에 대한 연구가 활발히 이루어져야 할 것이다. 특히 사람들의 인식과 감정이 연결되는 지점에 대한 더 깊은 이해가 필요하다. 이를 통해 유권자를 단순히 강성지지층이나 부동층 등의 단편적 분류를 통해 평면적으로 판단하지 않고, 정치적 인식과 감정의 내부적 이질성과 인과관계의 다양한 경로를 밝혀 개인의 삶과 정치적 상호작용을 입체적으로 조망할 수 있어야 할 것이다.

또한 상징적 가치 차원에서 서민 친화적으로 여겨지는 후보나 정당을 선호하는 것이 실제 재분배 정책을 지지하는 것으로 이어지는가에 대해서는 별도의 심층적인 접근이 필요하다. 하지만 본 연구가 제시한 유권자들의 후보나 정당의 계층 태도에 대한 인식과 감정의 관계는 정치경쟁에서 어떻게 이슈를 프레이밍할 것인가의 문제에 있어 충분한 함의를 갖는다. 결국 사회적 인식의 기저 차원의 서민 친화적인 것에 대한 감정을 정치적 쟁점의 차원으로 전환하고 효과적으로 동원하는 것은 정치권과 시민사회의 과제일 것이다.

참 고 문 헌

「2022년 가계금융복지조사 결과」, 『통계청』, 2022.

「2021년 가계금융복지조사 결과」, 『통계청』, 2021.

강원택. (2013). 한국 선거에서의'계급 배반 투표'와 사회 계층. 한국정당학회보, 12(3), 5-28.

길정아. (2013). 제 19 대 국회의원선거와 정당일체감: 유권자의 투표선택을 중심으로. 한국정치연구, 22(1), 81-108.

_____. (2022). "비호감 대선" 에서 주요 정당 지지자들의 태도는 어떠했을까?: 20 대 대선에서 당파적 유권자들의 정서적 양극화. EAI 워킹페이퍼, 1-20.

김도균 & 최종호. (2018). 주택소유와 자산기반 투표: 17대~19대 대통령 선거 분석. 한국정치학회보, 52(5), 57-86. https://doi.org/10.18854/kpsr.2018.52.5.003

김성연. (2017). 제 18 대 대통령 선거에서 후보자 요인의 영향: 패널 데이터 분석 결과. 한국정치연구, 26(3), 175-204.

김성연, 김준석, & 길정아. (2013). 한국 유권자들은 정책에 따라 투표하는가?: 정책 선호, 정책 인식, 그리고 정책투표. 한국정치학회보, 47(1), 167-183.

노기우 & 하상응. (2020). 기본소득 담론의 이념적 지형: 이슈 소유권의 변화 가능성을 중심으로. 미래정치연구, 10(2), 33-58.

노환희, 송정민, & 강원택. (2013). 한국 선거에서의 세대 효과: 1997 년부터 2012 년까지의 대선을 중심으로. 한국정당학회보, 12(1), 113-140.

래리 M. 바텔스. (2012). 『불평등 민주주의-자유에 가려진 진실』. 위선주 옮김. 21세기북스.

박경미, 한정택, & 이지호. (2014). 한국사회 이념갈등의 구성적 특성.

이갑윤・이현우 편, 『한국의 정치균열 구조: 지역, 계층, 세대 및 이념』. 오름.

박명호 & 김민선. (2009). 후보자 요인, 현직 효과 그리고 정치적 경쟁. 정치정보연구, 12(1), 165-179.

박원호. (2013). 정당일체감의 재구성. 박찬욱・강원택 편, 『2012년 대통령선거 분석』. 나남.

박원호 & 신화용. (2014). 정당 선호의 감정적 기반: 세월호 사건과 지방선거를 중심으로. 한국정치학회보, 48(5), 119-142.

박종희. (2021). 『사회과학자를 위한 데이터 과학』. 사회평론아카데미.

송건섭 & 이곤수. (2011). 유권자의 투표행태와 결정요인에 관한 연구: 2002 년· 2006 년· 2010 년 지방선거를 중심으로. 한국정책과학학회보, 15(3), 49-71.

송진미 & 박원호. (2014). 이슈선점과 정당일체감: 제 18 대 대통령선거를 중심으로. 한국정당학회보, 13(1), 5-31.

신정섭. (2022). 제 20 대 대통령 선거에서 나타난 주택소유와 투표선택: 회고투표 vs. 자산투표. 현대정치연구, 15(3), 5-33.

안종기 & 이내영. (2018). 투표선택에 미치는 정치후보자 이미지의 효과와 역할: 한국의 2012 년 제 18 대 대통령선거 분석. 한국정치연구, 27(1), 281-314.

안차수. (2011). 정치 후보자의 이미지 구성과 측정도구에 관한 탐색적 연구: 대학생의 후보자 이미지 속성과 지지도 영향. 언론과학연구, 11(4), 321-354.

엄기홍. (2017). 합리적 선택 이론과 투표행태: 경제학적 관점. 전용주 외 편, 『투표행태의 이해』 (2nd ed). 한울.

오현주 & 길정아. (2013). 유권자의 이념과 투표선택: 보수의 결집과 진보의 분열. 박찬욱・강원택 편, 2012년 대통령선거 분석. 나남.

윤종빈. (2008). 17 대 대선과 후보자 요인. 현대정치연구, 1(1), 59-83.

이갑윤, 이지호, & 김세걸. (2014). 재산이 계급의식과 투표에 미치는 영향. 이갑윤・이현우 편, 『한국의 정치균열 구조: 지역, 계층, 세

대 및 이념』. 오름.
이갑윤 & 이현우. (2008). 이념투표의 영향력 분석: 이념의 구성, 측정 그리고 의미. 현대정치연구, 1(1), 137-166.
이내영 & 정한울. (2013). 세대균열의 구성 요소: 코호트 효과와 연령 효과. 의정연구, 19(3), 37-83.
이성우. (2015). 한국 대통령선거에서 후보 특성 인식과 투표: 17 대와 18 대 대선 비교분석. OUGHTOPIA, 30(1), 201-235.
이한수. (2022). 제 20 대 대통령선거의 분열쟁점과 쟁점투표. 의정연구, 66, 6-41.
임성학. (2017). 유권자의 사회경제적 배경과 투표행태: 사회학적 관점. 전용주 외 편, 『투표행태의 이해』 (2nd ed). 한울.
장승진. (2013a). 2012 년 양대 선거에서 나타난 계층균열의 가능성과 한계. 한국정치학회보, 47(4), 51-70.
_____. (2013b). 쟁점 투표와 정치지식: 경제민주화 이슈를 중심으로. 박찬욱・강원택 편, 2012년 대통령선거 분석. 나남.
전병유 & 신진욱. (2014). 저소득층일수록 보수정당을 지지하는가?: 한국에서 계층별 정당 지지와 정책 태도, 2003 2012. 동향과 전망, 9-51.
전용주. (2017). 투표행태, 어떻게 이해할 것인가. 전용주 외 편, 『투표행태의 이해』 (2nd ed). 한울.
전혜진 & 김양수. (2012). 대통령 후보자의 이미지와 지지성향에 대한 탐색적 연구: 한국의 젊은 세대 유권자를 중심으로. 21 세기정치학회보, 22(2), 1-27.
조성대. (2008). 균열구조와 정당체계: 지역주의, 이념, 그리고 2007 년 한국 대통령선거. 현대정치연구, 1(1), 169-198.
최영재. (2012). 정치인의 구체적 이미지, 자율적 해석, 지지도 효과-대선 후보 이미지를 중심으로. 정치커뮤니케이션 연구, 26, 183-214.
최준영. (2017). 선거 이슈와 투표행태. 전용주 외 편, 『투표행태의 이해』 (2nd ed). 한울.

최준영 & 조진만. (2005). 지역균열의 변화 가능성에 대한 경험적 고찰: 제 17 대 국회의원선거에서 나타난 이념과 세대 균열의 효과를 중심으로. 한국정치학회보, 39(3), 375-394.

최준영 & 한정택. (2017). 정당일체감과 투표행태: 사회심리학적 관점. 전용주 외 편, 『투표행태의 이해』 (2nd ed). 한울.

최효노. (2018). 한국 정당의 이슈 소유권(issue ownership)과 유권자 투표행태: 20 대 총선을 중심으로. 의정연구, 53, 171-202.

허석재 & 송진미. (2022). <제20대 대통령선거 분석> (110호; NARS 입법 · 정책). 국회입법조사처.

Antunes, R. (2010). Theoretical models of voting behaviour. *Exedra*, *4*(1), 145-70.

Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1960). The American Voter. New York: Lohn Wiley & Sons. Inc. Campbell The American Voter 1960, 37-38.

Dobratz, B. A., Waldner, L. K., & Buzzell, T. (2019). Power, politics, and society: An introduction to political sociology (2nd Edition). Routledge.

Downs, A. (1957). An economic theory of democracy. Harper and Row, 28.

Elchardus, M. (2011). Classical republicanism and the contemporary voter: An empirical cultural sociology of the relationship between the private realm and the public sphere. Poetics, 39(5), 407-425. https://doi.org/10.1016/j.poetic.2011.07.004

Fiske, S. T. (2019). Political cognition helps explain social class divides: Two dimensions of candidate impressions, group stereotypes, and meritocracy beliefs. Cognition, 188, 108-115. https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.11.007

Funk, C. L. (1999). Bringing the Candidate into Models of Candidate

Evaluation. The Journal of Politics, 61(3), 700-720. https://doi.org/10.2307/2647824

Gidron, N., & Bonikowski, B. (2013). Varieties of populism: Literature review and research agenda. Working Paper Series, Weatherhead Center for International Affairs, Harvard University.

Goggin, S. N., & Theodoridis, A. G. (2017). Disputed ownership: Parties, issues, and traits in the minds of voters. Political Behavior, 39, 675-702.

Hayes, D. (2005). Candidate qualities through a partisan lens: A theory of trait ownership. American Journal of Political Science, 49(4), 908-923.

Laustsen, L., & Bor, A. (2017). The relative weight of character traits in political candidate evaluations: Warmth is more important than competence, leadership and integrity. Electoral Studies, 49, 96-107. https://doi.org/10.1016/j.electstud.2017.08.001

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1968). The people's choice. In *The people's choice*. Columbia University Press.

Lichterman, P., & Cefaï, D. (2006). The Idea of Political Culture. In R. E. Goodin & C. Tilly, The Oxford handbook of contextual political analysis (Vol 5). Oxford Handbooks.

Manza, Jeff. (2012). Elections. In E. Amenta, K. Nash, & A. Scott (eds.), The Wiley-Blackwell companion to political sociology. Wiley-Blackwell.

Mendelberg, T. (2018). From the Folk Theory to Symbolic Politics: Toward a More Realistic Understanding of Voter Behavior. Critical Review, 30(1-2), 107-118.

Meyer, J. W., & Jepperson, R. L. (2000). The "Actors" of Modern Society: The Cultural Construction of Social Agency. Sociological

Theory, 18(1), 100-120. https://doi.org/10.1111/0735-2751.00090

Newton, K., & Van Deth, J. W. (2020). Foundations of Comparative Politics: Democracies of the Modern World (4th ed). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781108924948

Piston, S. (2018). Class attitudes in America: Sympathy for the poor, resentment of the rich, and political implications. Cambridge University Press.

Sears, D. O. (1993). Symbolic Politics: A Socio-Psychological Theory. In S. Iyengar & W. J. McGuire (eds.), Explorations in political psychology. Duke University Press.

Steensland, B., & Smith, C. M. (2012). Culture, State and Policy. In E. Amenta, K. Nash, & A. Scott (eds.), The Wiley-Blackwell companion to political sociology. Wiley-Blackwell.

고득관. <아침은 맥도날드에서?…'서민 이미지'홍보하려던 英총리후보 '망신'>, 《매일경제》, 2022.8.19., https://www.mk.co.kr/news/world/10428364, 2023.6.20.

김덕한. <힐러리 '지하철 타기 힘드네'…크루즈 '빵 만들기도 만만치 않아요'>, 《조선일보》, 2016.4.9., https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2016/04/09/2016040900154.html, 2023.6.20.

문재용. <기타치는 노무현, 국밥먹는 이명박...역대 최고 대선CF는?>, 《매일경제》, 2022.2.19., https://www.mk.co.kr/news/politics/10225177, 2023.6.20.

박지훈. <'서민 코스프레의 추억'…낡은 신발・찢어진 가방>, 《시사오늘, 시사ON》, 2023.5.24., http://www.sisaon.co.kr/news/articleView.html?idxno=150476, 2023.6.20.

송원형. <김영삼 전 대통령의 칼국수 사랑>, 《조선일보》, 2015.11.2., https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2015/11/22/2015112200935.html, 2023.6.20.

신진욱, 이세영. <계급 보이지 않는 을들의 전쟁>, 《한겨레21》, 2022.3.19., https://h21.hani.co.kr/arti/politics/politics_general/52014.html, 2023.7.22.

조혜정. <‘역대 최악의 비호감 대선’ 왜 흥행엔 성공했나>, 《한겨레》, 2022.3.19., https://www.hani.co.kr/arti/politics/politics_general/1035452.html, 2023.7.22

KBS다큐. <한식연대기 1부 : 정치의 맛>, 《유튜브》, 2022.9.11., https://youtu.be/KPuZjmlJFw0, 2023.6.20.

부 록

〈표1〉 주요 변수의 측정 문항 및 설명

구분	변수명	측정문항	변수설명
종속변수	호감도	귀하께서 우리나라 정치지도자와 정당들에 대해 어떻게 생각하고 계신지 알고 싶습니다. 0부터 10까지의 눈금 중에서 하나를 선택해주십시오.	0=매우 싫어한다 5=보통 10=매우 좋아한다
계층편향인식		귀하가 생각하기에 다음의 각 정당과 인물, 그리고 귀하 본인은 두 문장 중 어느 쪽에 가깝습니까?	0=가난한 사람들 편이다 5=보통 10=부자들 편이다
사회경제적 지위	소득수준	귀하 댁의 한 달 가구소득은 얼마입니까? 가족구성원 전체의 월급, 상여금, 은행이자 등을 모두 포함하여 개략적으로 말씀해주세요.	1=100만원 미만 2=100만원 ~200만원 미만 … 10=900만원 ~1,000만원 미만 11=1,000만원 이상
	자산수준	귀하 가구의 총 순자산은 얼마나 되십니까? 순자산은 귀하의 재산(부동산, 금융자산 등)에서 부채를 뺀 값을 뜻합니다.	1=0원 미만 (마이너스 순자산) 2=0원 ~1억원 미만 3=1억원 ~2억원 미만 … 11=9억원 ~10억원 미만 12=10억원 ~15억원 미만 13=15억원 이상
	주관적 계층의식	귀하는 자신의 경제적 지위가 어느 정도라고 생각하십니까?	0=최하층 5=보통 10=최상층
	계층태도	귀하가 생각하기에 다음의 각 정당과 인물, 그리고 귀하 본인은 두 문장 중 어느 쪽에 가깝습니까?	0=가난한 사람들 편이다 5=보통 10=부자들 편이다

정당 일체감	지지정당	다음 중 어느 정당을 지지하십니까? (지지하는 정당 없음/모름의 경우) 조금이라도 더 가깝게 느끼는 정당이 있다면 어느 정당입니까?	1=더불어민주당 2=국민의힘 3=기타정당 4=무당파
이념 인식	이념성향 인식	귀하가 생각하기에 다음의 각 정당과 인물, 그리고 귀하 본인은 두 문장 중 어느 쪽에 가깝습니까?	0=진보적이다 5=보통 10=보수적이다
이슈 인식	대북태도 인식	귀하가 생각하기에 다음의 각 정당과 인물, 그리고 귀하 본인은 두 문장 중 어느 쪽에 가깝습니까?	0=북한에 우호적이다 5=보통 10=북한에 적대적이다
	페미니즘 태도인식	귀하가 생각하기에 다음의 각 정당과 인물, 그리고 귀하 본인은 두 문장 중 어느 쪽에 가깝습니까?	0=페미니즘에 반대한다 5=보통 10=페미니즘에 동의한다 → 역코딩
포퓰리즘 성향		다음의 각 항목에 대해 어떻게 생각하십니까? (→ 표2 참조)	1~4, 6~10 역코딩 1~10의 평균값
이념성향		귀하가 생각하기에 다음의 각 정당과 인물, 그리고 귀하 본인은 두 문장 중 어느 쪽에 가깝습니까?	0=진보적이다 5=보통 10=보수적이다
인구 사회학적 변수	성별	귀하의 주민등록 상 성별은 무엇입니까?	0=남성 1=여성
	학력	귀하의 최종 학력은 어떻게 되십니까?	1=중졸 또는 그 이하 2=고졸 3=대학 재학 4=대졸 이상
	직업	현재 직업으로 하시는 일은 무엇입니까?	1=무직/퇴직 2=농어업/축산업 3=자영업/판매서비스업 4=기술직 5=사무직 6=전문직/관리직 7=기타(주부/학생 등)
	지역	귀하는 현재 어느 지역에 거주하고 계십니까?	1=서울 2=인천/경기 3=대전/세종/충청 4=광주/전라 5=대구/경북 6=부산/울산/경남 7=강원/제주

〈표2〉 후보 및 정당 호감도 영향요인 회귀분석 결과(기타정당 지지자)

변수	윤석열 호감도	이재명 호감도	국민의힘 호감도	더불어민주당 호감도
계층편향(부자편)	-0.648***	-0.632***	-0.447***	-0.335***
	(0.054)	(0.046)	(0.052)	(0.049)
이념(보수적)	-0.027	0.032	0.000	0.010
	(0.043)	(0.053)	(0.048)	(0.048)
대북(적대적)	0.005	0.279***	-0.210***	0.384***
	(0.051)	(0.064)	(0.055)	(0.052)
페미니즘(반대)	-0.056	-0.069	-0.080*	-0.025
	(0.037)	(0.058)	(0.040)	(0.050)
주관적계층의식	0.155*	0.087	0.175**	0.126
	(0.064)	(0.078)	(0.063)	(0.069)
계층태도(부자편)	-0.013	-0.063	0.041	-0.021
	(0.055)	(0.069)	(0.056)	(0.060)
소득	-0.011	-0.090	0.008	-0.031
	(0.046)	(0.058)	(0.046)	(0.050)
자산	-0.034	-0.012	-0.012	-0.045
	(0.037)	(0.046)	(0.037)	(0.040)
포퓰리즘 태도	-0.411*	-0.552*	-0.451*	-0.569**
	(0.178)	(0.219)	(0.178)	(0.192)
이념성향	0.087	-0.117	0.104*	-0.190***
	(0.053)	(0.064)	(0.053)	(0.056)
성별	0.026	-0.372	0.011	0.133
	(0.202)	(0.259)	(0.201)	(0.220)
연령	0.022**	0.016	0.004	-0.004
	(0.008)	(0.010)	(0.008)	(0.008)
고졸	0.375	0.761	1.030	0.838
	(0.731)	(0.904)	(0.733)	(0.790)
대학재학	0.624	0.463	1.044	0.532
	(0.771)	(0.956)	(0.777)	(0.837)
대졸이상	0.640	1.192	0.837	0.809
	(0.745)	(0.923)	(0.749)	(0.810)
Constant	7.968***	7.338***	8.087***	6.914***
Observations	395	395	395	395
R-squared	0.504	0.484	0.469	0.356
Adj. R-squared	0.469	0.448	0.431	0.310

1) 직업, 지역 생략

2) *** p<0.001, ** p<0.01, * p<0.05

〈표3〉 후보 및 정당 호감도 영향요인 회귀분석 결과(지지정당 없음)

변수	윤석열 호감도	이재명 호감도	국민의힘 호감도	더불어민주당 호감도
계층편향(부자편)	-0.448***	-0.410***	-0.454***	-0.295***
	(0.049)	(0.046)	(0.046)	(0.042)
이념(보수적)	-0.045	0.063	-0.083	0.097*
	(0.047)	(0.054)	(0.044)	(0.042)
대북(적대적)	-0.003	0.214***	0.061	0.281***
	(0.045)	(0.054)	(0.044)	(0.043)
페미니즘(반대)	0.000	0.035	-0.001	0.039
	(0.040)	(0.052)	(0.041)	(0.040)
주관적계층의식	-0.096	0.026	0.057	0.035
	(0.060)	(0.070)	(0.056)	(0.057)
계층태도(부자편)	0.117*	0.072	0.072	-0.038
	(0.052)	(0.062)	(0.049)	(0.050)
소득	0.027	0.062	0.021	0.033
	(0.045)	(0.053)	(0.042)	(0.043)
자산	-0.008	-0.091*	-0.047	-0.029
	(0.036)	(0.043)	(0.034)	(0.035)
포퓰리즘 태도	-0.305	-0.303	-0.324*	-0.587***
	(0.163)	(0.192)	(0.153)	(0.158)
이념성향	0.222**	-0.125	0.031	0.025
	(0.067)	(0.079)	(0.063)	(0.064)
성별	-0.300	-0.256	0.047	0.254
	(0.188)	(0.225)	(0.177)	(0.186)
연령	0.009	0.001	0.003	0.002
	(0.007)	(0.008)	(0.006)	(0.007)
고졸	-0.295	-0.489	-0.563	-0.885
	(0.520)	(0.610)	(0.482)	(0.495)
대학재학	-0.324	-0.826	-0.291	-0.642
	(0.601)	(0.705)	(0.558)	(0.573)
대졸이상	-0.482	-0.754	-0.774	-1.041*
	(0.540)	(0.635)	(0.503)	(0.515)
Constant	5.925***	6.017***	7.653***	6.339***
Observations	468	468	468	468
R-squared	0.342	0.270	0.349	0.326
Adj. R-squared	0.302	0.226	0.309	0.284

1) 직업, 지역 생략

2) *** p<0.001, ** p<0.01, * p<0.05

Abstract

Perceptions of Class Bias Towards Candidates and Parties and Political Favorability

: Focusing on the 20th presidential election

Lee, Seula

Department of Sociology

The Graduate School

Seoul National University

This study starts with the question of whether various political actors representing different political ideologies, but commonly pursuing an image caring about common people(or the poor), actually have a significant impact on voter preferences and choices. Based on symbolic politics theory, it seeks to explain the cultural symbolic factor of 'common people' – the influence of symbols or meanings shared among people. At the same time, it proposes that the influence of such symbolism can operate differently depending on the target and subject, considering discussions on issue/trait ownership. To address this, the study raises two main research questions: First, what is the actual impact of politicians' images about caring people on voters? Second,

does the influence of politicians' images about caring people apply equally to voters and all politicians and parties?

This study focuses on the relationship between voters' perceptions of class bias and their feelings towards different political candidates and parties, particularly in the context of the 2022 「Political Perception Survey」 conducted before the 20th presidential election. This study used Ordinary Least Squares (OLS) regression analysis to examine the empirical relationship between respondents' perceptions of class bias and their feelings towards two prominent candidates (Yoon Seok-yeol, Lee Jae-myung) and the two major parties (People Power Party, Democratic Party of Korea).

The analysis showed that even after considering other important factors addressed in previous research, the core explanatory variable in this study, which is the perception of class bias, significantly explains feelings towards candidates and parties. In other words, the more respondents perceive a candidate or party to be biased towards the wealthy, the lower the favorability towards them. This trend remained consistent when analyzing different age and gender subgroups.

However, this influence varied based on respondents' own class positions and the candidates and parties. Respondents with lower objective/subjective class status showed a relatively strong negative effect of perceiving Lee Jae-myung and the Democratic Party of Korea as biased towards the wealthy. This indicates that those with lower class status expected Lee Jae-myung and the Democratic Party to represent the interests of the poor and felt significant resentment when those expectations were not met. Additionally, those who perceived themselves as closer to the wealthy showed a negative effect on feelings when considering the Democratic Party as biasing common people, revealing that different symbolic meanings can operate in a

complex manner depending on the political subject.

The significance of this study lies in considering the dimension of socio-cultural symbolism, which has been overlooked in political research in South Korea, and empirically confirming its impact. It also advances the discussion on symbolic politics by suggesting that symbols can evoke diverse emotions. From a practical perspective, even though class-related issues did not prominently emerge in the last presidential election as a key agenda, this study reveals that class issues are still crucial factors in political preferences on the cognitive and emotional dimensions of voters. It implies implications for politics and civil society on how to transform these findings into political issues and mobilize them effectively in the future.

keywords : Political favorability, Political image, Symbolic politics, Perceptions of class bias, Voting

Student Number **: 2021-24490**