

## 객체식별아이디 기반의 개인 맞춤형 LBSNS 앱의 19대 총선 후보 지지율 효과 분석

A study on the approval rating of 19th general election affected by  
LBSNS application S/W based on object identification

이상지, 장동혁\*, 박성운\*, 이기철\*\*  
카이스트, (주)이포지션닷컴\*, 동아대학교\*\*

Lee sang-zee, Jang dong-hyok\*,  
Park sung-woon\*, Yi gi-chul\*\*  
KAIST, ePosition Co., Ltd., Dong-A Univ.\*\*

### 요약

19대 총선에서 특정 후보를 홍보하기 위한 목적으로 개인 맞춤형 위치기반소셜네트워크서비스(LBSNS, Location Based Social Network Service) 앱(App)을 기획하여 개발하고 선거기간 동안 활용함으로써 선거 전후 해당 후보의 지지율 변화에 어느 정도 기여했는지 그 영향을 분석하였다. 대전광역시 6개 지역구 24명의 후보를 대상으로 개인 맞춤형 LBSNS 앱을 활용한 후보와 그렇지 않은 후보를 구분하여 선거운동 기간 동안 언론에 공개적으로 발표된 지지율과 개표 결과를 바탕으로 개인별 지지율 변화를 비교하였다. 해당 앱을 활용한 3명의 후보는 각각 12.6%, 11.4% 및 11.2%씩 두 자리 수의 지지율 상승이 있었지만 나머지 21명의 후보들은 지지율 변화는 모두 3% 이내로 머물러 개인맞춤형 스마트폰 앱을 활용함으로써 후보 지지율 상승에 상당한 효과가 있었음이 밝혀졌다.

\* 이 논문은 동아대학교 교내연구비 지원에 의하여 연구되었음

## I. 서론

2012년 초 중앙선거관리위원회가 소셜네트워크서비스(SNS) 등을 통한 인터넷 선거운동을 허용하기로 한 방침을 정한 이후 2012년 4월 11일에 치러진 제19대 총선은 트위터, 페이스북, 카카오톡 등 SNS를 통한 선거운동이 법적으로 전면 개방된 이후 전국적인 규모로 치러진 첫 번째 선거였다.

중앙선거관리위원회에서 인터넷, 전자우편, SNS 선거운동에 관한 법적 혼란을 방지하기 위해 마련한 기준에 따르면, 선거운동을 할 수 있는 자는 언제든지 인터넷 홈페이지 또는 그 게시판, 대화방 등에 글이나 UCC 등 정보를 게시할 수 있다. 인터넷 홈페이지에는 포털사이트, 미니홈페이지, 블로그 등이 모두 포함되고 또한 전자우편, 모바일 메신저, 페이스북, 트위터 등 SNS를 이용하여 선거운동을 할 수 있도록 전면적으로 개방된 셈이다<sup>1)</sup>.

본 연구에서는 2012년 실시된 대한민국 제19대 총선에서 대전광역시 6개 지역구 후보자 총 24명을 대상으로, 페이스북 등 SNS연동이 가능한 LBSNS 개인맞춤형 스마트폰 앱을 활용한 3명의 후보와 앱을 활용하지 않은 후보들을 구분하여 지지율을 비교 분석하였다.

## II. 본론

### 1. 개인 맞춤형 LBSNS 앱 S/W 구성 및 기능

본 연구에서 적용한 후보 개인맞춤형 LBSNS 앱은 스마트폰에 기본적으로 내장된 카메라를 이용한 사진촬영 기능과 GPS 수신기를 활용한 지도 및 내비게이션 연동 기능을 구현하였다. 또한 사진과 위치정보 및 사용자의 메모 등을 통합하여 체계적이고 논리적인 방법으로 식별하고 SNS와 상호 연동하기 위하여 형식과 기능에서 이메일과 유사하지만 @ 대신 샵(#) 기호를 이용한 객체식별아이디 이포지션(ePosition) 기술을 융합하여 구현하였다.

상호, 전화번호 또는 주소 등의 기존의 방식으로 식별이 어렵거나 불가능한 장소에서 사진을 촬영하는 경우에도 이포지션 기술을 활용함으로써 GPS 내비게이션으로 쉽게 길을 찾아 갈 수 있고 SNS에서 쉽게 위치정보를 공유할 수 있다. 특히 SNS 연동 시에 본 앱 서비스를 제공하는 후보의 이름이 자동으로 노출되도록 구현함으로써 홍보 효과를 제고할 수 있도록 기획하였다.

### ePosition 기반 앱 ~ 핵심 기능



▶▶ 그림 1. 객체식별아이디 이포지션(ePosition) 기반의 LBSNS 앱

## 2. 제19대 총선 후보 지지율 분석

각 후보별 지지율은 스마트폰 앱을 활용한 선거운동이 시작된 2012년 3월29일 이전의 여론조사결과와 4월11일 개표결과를 비교하였다.

표 1. 대전 지역구별 19대 총선 당선자 지지율

대전 지역구별 19대 총선 당선자 지지율

지역구	당선자	소속정당	3월28일 지지율	개표결과 지지율	지지율 증감
대전 동구	이장우	새누리당	34.6%	35.0%	+0.4%
대전 중구	강창희	새누리당	41.5%	42.7%	+1.2%
대전 대덕구	박성효	새누리당	48.6%	50.2%	+1.6%
대전 서구간	박병석	민주통합당	43.3%	54.5%	+11.2%
대전 서구를	박병계	민주통합당	31.0%	43.6%	+12.6%
대전 유성구	이상민	민주통합당	41.1%	52.5%	+11.4%

이포지션(ePosition)기반의 개인 맞춤형 스마트폰 LBSNS 앱 활용 여부: 이장우(O), 강창희(X), 박성효(X), 박병석(O), 박병계(O), 이상민(O)

표1.에서 볼 수 있듯이 개인맞춤형 스마트폰 앱을 활용한 3명의 후보의 지지율 상승이 평균 11%이상인데 반해 동일한 앱을 활용하지 않은 21명의 후보는 당선여부와 소속정당에 관계없이 모두 3%이하에 머물렀다.

개인 맞춤형 LBSNS 앱을 활용한 특정 후보의 지지율 상승에 오차범위를 훨씬 넘어서는 상당한 수준으로 기여한 요인은 크게 3가지로 분석되었다.

첫째, 전국적으로 널리 알려진 객체식별아이디인 이포지션 기술을 융합하여 새로운 개념의 개인 맞춤형 LBSNS 앱을 개발하고 활용하였고, 이전과는 다른 새로운 방식으로 창의적인 SNS 선거운동을 펼친 최초의 총선 후보라는 내용으로 다수의 언론에 기사화됨으로써 남보다 앞서가는 후보의 이미지를 선점하는 홍보 효과를 얻었다.

둘째, 개인 맞춤형 LBSNS 앱을 활용하여 스마트폰 사용자가 카메라로 사진을 촬영하고 게시 글을 올리는 경우 스마트폰 GPS 위치좌표와 연계하여 콘텐츠를 통합하여 식별하는 이포지션 아이디가 자동으로 등록되고, 등록된 이포지션 아이디를 통하여 카카오톡, 페이스북, 트위터 등의 SNS 및 문자서비스를 통해 콘텐츠를 간단히 공유하거나 스마트폰 내비게이션으로 쉽고 빠르게 촬영 위치로 길안내를 받을 수 있는 서비스를 제공함으로써 비정치적인 목적으로 활용하고자 하는 사용자도 증가하는 효과를 얻었다.

마지막으로, 후보 개인 맞춤형 앱을 이용하여 사용자가 생성하는 각각의 콘텐츠를 식별하는 이포지션 아이디가 '콘텐츠식별자#후보이름'과 같은 형식으로 제공됨으로써, 스마트폰 앱으로 촬영한 사진 등의 콘텐츠를 SNS로 공유하는 경우 콘텐츠와 함께 후보이름이 항상 노출되도록 함으로써 선거기간 동안 주요 SNS를 통해 지속적인 홍보효과가 극대화된 것으로 분석된다.

## III. 결론

본 연구를 통해 선거 운동 기간 동안 별다른 이슈가 없었던 상황에서도 개인맞춤형 LBSNS 앱을 활용한 후보 지지율이 11%이상 상승하는 효과를 얻었다는 것이 밝혀졌다, 언론을 통해 샵(#)아이디 신기술을 활용한 혁신적인 후보라는 이미지 홍보와 중요 SNS를 연계한 지속적인 후보이름의 노출이라는 상승효과가 가장 큰 요인으로 파악되었다. 또한 선거와 무관한 위치공유서비스의 편이성은 사용자 수 증대 효과를 얻었다.

## ■ 참고 문헌 ■

- [1] 중앙선거관리위원회, 정보통신망 등을 이용한 선거운동, <http://law.nec.go.kr/lawweb/index.jsp>
- [2] 대전일보, 리어미터 1차 여론조사 결과, 2012년3월28일 [http://www.daejonilbo.com/news/newsitem.asp?pk\\_no=997985](http://www.daejonilbo.com/news/newsitem.asp?pk_no=997985)
- [3] 위키백과, 대한민국 제19대 국회의원 선거 대전광역시, [http://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%8C%80%ED%95%9C%EB%AF%BC%EA%B5%AD\\_%EC%A0%9C19%EB%8C%80\\_%EA%B5%AD%ED%9A%8C%EC%9D%98%EC%9B%90\\_%EC%84%A0%EA%B1%B0\\_%EB%8C%80%EC%A0%84%EA%B4%91%EC%97%AD%EC%8B%9C](http://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%8C%80%ED%95%9C%EB%AF%BC%EA%B5%AD_%EC%A0%9C19%EB%8C%80_%EA%B5%AD%ED%9A%8C%EC%9D%98%EC%9B%90_%EC%84%A0%EA%B1%B0_%EB%8C%80%EC%A0%84%EA%B4%91%EC%97%AD%EC%8B%9C)