

## 정치팬덤, 당파적미디어, 그리고 민주주의의 균열

Political Fandom, Partisan Media, and the Fractures of Democracy

### 강명세

본 연구는 2025년 대선을 앞두고 실시한 유권자 설문조사(N=1,800)를 활용하여 정치 팬덤이 당파적 SNS 소비, 후보 지지, 그리고 감정 양극화에 미치는 영향을 실증적으로 분석한다. 팬덤 지수는 정치인 동일시, 감정적 유대, 포교 행동, 커뮤니티 참여 등 4개 하위 차원 21문항으로 구성되었으며( $\alpha=.96$ ), SNS 소비는 보수·진보 유튜브 채널 시청 빈도로 측정되었다.

분석 결과는 네 가지 핵심 발견을 제시한다. 첫째, 팬덤 지수가 높을수록 진영 일치 유튜브 소비가 유의하게 증가하여 팬덤이 당파적 미디어 소비를 촉진하는 것으로 나타났다(H1 지지). 둘째, 매개분석 결과 팬덤 효과의 51.2%가 진보 SNS를 통해 이재명 호감으로 전달되었으며(ACME=+0.100\*\*\*), 보수 SNS는 반대 방향의 매개 효과를 보였다(H2 부분 지지). 셋째, 팬덤과 후보 지지의 관계는 정당일체감에 따라 뚜렷한 차이를 보였다(H3 지지). 무당층에서는 호감 효과는 유의하나 투표 선택 전환은 확인되지 않아 태도-행동 비대칭이 나타났다(H4 부분 지지). 넷째, SNS 소비가 감정 양극화에 미치는 효과는 정치 진영에 따라 부호가 역전되어, 자기 진영 SNS는 양극화를 증폭시키고 상대 진영 SNS는 완화하는 비대칭 패턴이 확인되었다(H5·H6 지지).

이러한 결과는 팬덤이 당파적 미디어 생태계를 통해 후보 지지를 강화하는 동시에 감정적 양극화를 심화시키는 이중적 역할을 함을 시사한다.

**강명세**는 고려대학교에서 학사(1984), 석사(1987)를 마치고 뉴욕 New School for Social Research에서 정치경제학과 역사학을 수학한 후, 1995년 정치학 박사 취득(UCLA)했다. 세종연구소(1995-2017)에서 근무하면서 국제정치경제 분야에 관한 연구를 수행했다. 『불평등 민주주의와 포퓰리즘』(2019) 등 3권의 저서와 『민족과 민족주의』(홉스봄 저, 1991) 등 여러 권의 번역서를 출판했다. 복지, 노동, 정당, 선거 등 분야에서 많은 논문을 발표했으며 지난 10년 동안 포퓰리즘, 정치적 양극화 및 민주주의의 퇴행 등에 대해 집중하고 있다.

일시: 2026년 4월 14일 (화), 12:00-13:00

장소: 서울대학교 아시아연구소 304호