여론조사가 지방선거에 미친 영향

나 윤 정*

1. 들어가는 말

1987년 제13대 대통령선거에서 선거여론조사가 처음 시도된 이래 여론조사가 선거에 미치는 영향은 점점 커지고 있다. 이에 따라 국내 다수의 여론조사기관들이 선거여론조사의 정확도를 높이기 위해 노력하고 있다. 금번 실시된 제4회 지방선거에서도 여론조사 방식이 결합된 각 당의 공천방식으로 인해 그 어느 때보다 여론조사가 후보를 결정하는 중요한 변수가 되었다.

그러나 선거여론조사 결과가 조사기관별로 다르게 나타나고 조사방법이 의심되거나 과장되어 그 신뢰성에 의문이 제기되고 있는 실정이다. 후보자에 대한 정확한 여론을 알아내야 하지만 여론조사가 오히려 판세를 왜곡하고 있다는 비판이 있고 이러한 문제로 인해 여론조사 결과를 놓고 선거법 위반으로 고발하고, 민사소송까지 제기하는 상황이 벌어지기도 하였다.

따라서 현재 선거여론조사의 영향력이 점점 커지고 있는 시점에서 여론조사의 신뢰도를 제고할 수 있는 방안에 대한 논의가 필요하다. 이에 금번 5.31지방선거에 활용된 여론조사의 영향 및 금번 지방선거가 남긴 선거여론조사의 문제점에 대한 고찰을 통해 보다 신뢰도를 높일 수 있는 여론조사의 방향을 제시하고자 한다.

2. 여론조사가 5.31지방선거에 미친 영향

2002년에 실시된 제3회 지방선거에서는 정당공천제 중 경선방식에 최초로 '국민참여(국민투표)'가 도입되었으며 2006년에 실시된 제4회 지방선거에서는 '여론조사'가 경선에 도입되어 보

*메트릭스 대표이사 상무

다 국민의 목소리가 반영된 후보 선출에 노력하였다. 여론조사가 금번 5.31지방선거에 미친 영향은 상당히 크다. 2006년 초부터 여론조사 결과가 보도되면서 여론조사결과에 따라 여론이 형성되었고 정당별로 상향식 공천을 표방하면서 공천과정에 여론조사 결과를 활용하였기 때문이다. 금번 제4회 지방선거의 경우 100% 상향식 공천을 통해 후보자를 선정한 민주노동당을 제외한 정당에서는 지역별로 차별화된 공천방식을 통해 후보자를 선정하였다. 정당별 공천방식은 <표1> 내지 <표2>과 같다.

<표1> 정당별 2006년 광역단체장 공천방식

(단위 : 지역수)

	단수	전략	경선	계
열린우리당	13	0	3	16
한나라당	0	7	8	15
민주당	2	10	0	12
국민중심당	7	0	0	7

<표1>을 살펴보면 2006년 정당별 광역단체장의 공천방식을 알 수 있는데 단수, 전략, 경선의 3가지 공천방식 중 경선과정에 여론조사가 활용되었다. 열린우리당의 경선은 3개 지역에서 당원투표와 일반시민 여론조사 결과를 혼합하는 방식으로 실시, 활용된 여론조사의 비율은 50%로 나타났다. 또한 한나라당의 경선은 8개 지역에서 여론조사와 대의원, 당원, 일반국민 등의 선거인단 투표를 실시하여 각각 비중에 따라 표수를 종합하는 경선방식으로 실시, 활용된 여론조사의 비율은 20%였다. 그렇다면, 정당별 기초단체장 공천방식과 그에 따른 여론조사의 활용정도는 어떠한가?

기초단체장의 경우 경선을 통한 후보선출 비율은 30%안팎으로 각 정당의 기초단체장 경선방식은 100% 국민여론조사방식과 당원, 대의원, 일반국민 투표 및 여론조사 병행방식으로 구분된다. <표2>를 보면 전체 142개 경선실시 지역의 28%에 해당하는 40개 지역에서 100% 국민여론조사 방식을 통해 기초단체장 후보를 선출한 것을 알 수 있다. 정당별로는 국민중심당이 13개 경선지역 중 무려 11개 지역에서 100% 국민여론조사 방식을 사용한 것으로 나타났으며, 한나라당은 47개 경선지역 중 19개 지역(약40%), 민주당은 27개 경선지역 중 9개 지역(약 33%)인 것으로 나타났다. 이렇게 공천심사기준에 여론조사결과가 포함되면서 지방선거에 여론조사가 미치는 영향력과 중요성은 더욱 증가하게 된 것이다.

<표2> 정당별 2006년 기초단체장 경선방식

(단위 : 지역수)

	경선실시 지역	100% 국민여론조사	당원,국민투표+여론조사
열린우리당	55	1	54
한나라당	47	19	28
민주당	27	9	18
국민중심당	13	11	2
전체	142	40	102

그런데, 경선방식 중에 100% 여론조사로 후보를 선정한 지역의 상당수가 공천의 공정성에 대한 시비가 제기되었는데 이는 곧 여론조사의 신뢰성에 대한 이의제기로 이어진다. 선거여론조사의 신뢰성에 대한 논의는 그동안 끊임없이 제기되어 왔으며 특히 공천과정에 여론조사 결과가 포함되면서 직접적인 영향을 미치게 된 금번 지방선거에서는 영향력만큼 그 결과에 대한 반발이 상당히 심하게 나타났다. 2006지방선거시민연대가 공천심사에 대해 자체 조사한 결과 이의제기의 구체적 사유가 확인된 126건의 13%(16건)가 '100%국민여론조사를 통한 후보선출 방식이 신뢰성에 문제가 있다'는 사례였다.

지방선거는 대통령선거와 달리 선거 한 달 전까지도 정확한 후보자가 확정되지 않는다. 따라서 지방선거 후보자들은 대부분 일반시민들이 모르는 인물들이다. 심지어 후보등록을 마치고 본격적인 선거운동에 들어가더라도 후보자들을 제대로 아는 시민이 드물다. 이러한 상황에서 후보자들은 객관적으로 보여질 수 있는 잣대로 여론조사를 활용하기 때문에 경쟁적으로 여론조사를 실시하게 되며 이렇게 실시되는 여론조사가 현역 단체장들이나 지역 내에서 어느 정도 인지도가 있는 후보들에게 유리하게 조사되어 정치 신인에게 절대적으로 불리하고 특정 후보에게 유리한 결과를 만들어내는 등 조사의 신뢰성을 떨어뜨리게 된다.

3. 여론조사 결과의 차이

여론조사가 신뢰성을 얻지 못하는 가장 큰 이유는 비슷한 시기에 수행되거나 동일한 조사방법을 사용하더라도 결과가 다르게 나타나기 때문이다. <표3>은 5.31지방선거 막바지에 일어난 한나라당 박근혜 대표의 피습 직후에 실시된 서울시장 후보 지지도에 관한 조사결과이다.

<표3> 5월 20일 박근혜 피습 직후 실시된 서울시장 후보 지지도 조사결과

(단위 : %)

	조사기관(시기)						GAP (▲-▼)
	갤럽 (5.19~21)	KRC (5.20~21)	TNS (5.22)	리얼미터 (5.22)	KRC (5.23~24)	한국리서치 (5.23~24)	
오세훈	51.8	56.7	60.2▲	56.9	52.8	51.3▼	8.9 %p
강금실	24.9	24.3	22.3	26.4▲	23.6	19.8▼	6.6 %p
박주선	2.9	1.3▼	3.6	4.8▲	3.2	1.7	3.5 %p
김종철	3.6▲	2.5	2.4▼	3.3	2.6	2.5	1.2 %p

(표기 : ▲ 지지율 최고치 ▼지지율 최저치)

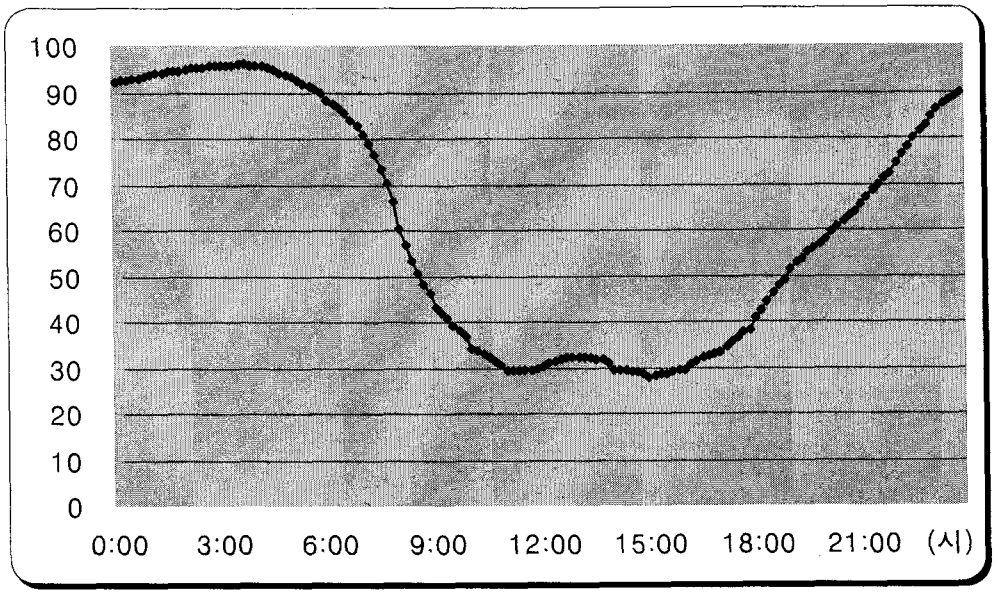
조사결과를 보면 유사한 시기에 시행된 조사임에도 불구하고 조사기관에 따라 결과는 다르게 나타난 것을 알 수 있다. 한나라당 박근혜 대표의 피습 직후 오세훈 후보에 대한 지지도는 5월22일 실시된 TNS의 조사결과 60.2%인데 5월23~24일에 한국리서치에서 실시한 조사결과는 51.3%로 나타나 1~2일 간격의 조사결과는 8.9%p차이가 나타난다. 또한, 강금실 후보에 대한 지지도는 5월22일 TNS의 조사에서는 22.3%로 나타났으나 같은 날 리얼미터의 조사에서는 26.4%로 나타나 조사시기에 상관없이 조사기관에 따라 차이가 나타남을 알 수 있다. 더욱이 KRC에서 5월20~21일에 실시한 조사결과에서는 오세훈 후보에 대한 지지도가 56.7%인데 5월23~24일에 실시한 조사결과에서는 52.8%로 나타나 같은 조사기관에서 실시한 결과임에도 차이가 나타남을 알 수 있다.

무응답 비율도 조사기관별로 차이가 발생하는데, 예를 들어 노무현 대통령의 취임3주년을 맞아 2월 25일에 중앙일보와 한국사회여론연구소(KSOI)가 노무현 대통령의 국정수행 지지도에 관한 조사결과를 보면 중앙일보의 조사결과에서는 무응답이 1%로 나타난 반면 KSOI가 TNS에 의뢰한 조사결과에서 무응답은 13.4%였다. 두 조사 모두 2월 21일에 조사했는데도 불구하고 10%p이상 차이가 나는 것을 알 수 있다.(중앙일보, 2006.2.23)

그렇다면 여론조사 결과가 조사기관별로 다르게 나타나는 이유는 무엇일까? 현재 선거여론조사는 거의 모두 전화조사 방식으로 수행되고 있는데 유선전화에 의한 조사방법은 여러 가지 문제점을 가진다.

첫 번째, 시간대별 재택율 차이에 따라 조사결과는 다르게 나타난다. <그림1>을 보면 오후4시 이전까지는 가구원의 평균 재택율이 30% 정도였다가 오후6시경에 40%정도가 된다. 그러므로 활발히 전화조사를 할 수 있는 시간대는 오후6시 이후에나 가능한 것이다.

(단위 : %)



(자료출처 : 생활시간조사, 통계청 2004)

<그림1> 시간대별 재택율

여론조사시 응답자 편차는 평일과 주말에 따라 다른데, 메트릭스의 평균조사실시시간의 경우 주로 오후1~9시에 실시한다. <표4>는 메트릭스에서 4월15일(주말)과 5월17 19일(평일)에 정치현안에 관한 조사를 실시한 결과 조사시점별 응답자 특성을 나타낸 표이다. 이 표를 살펴보면 여성 응답자의 경우 평일 조사시 전업주부가 57.3%로 나타난 반면 주말 조사에서는 50.3%로 나타나 조사시점에 따라 편차가 큰 것을 알 수 있다. 특히, 20대 전업 주부의 경우 평일 조사에서는 22.5%인데 반해 주말조사에서는 3.3%로 나타나 재택율에 따른 차이가 명확히 드러난다. 결국 조사시점에 따라 특정 직업군에 편향된 조사결과를 얻게 되는 것이다.

<표4> 조사시점별 응답자 특성(여성)

(단위 : %)

		20대	30대	40대	50대 이상	계
평일조사 (n=1,736)	농/임/축/수산업	-	0.5	2.2	8.6	3.3
	자영업	2.4	11.0	14.6	9.5	9.4
	생산직	7.7	6.3	6.2	3.8	5.8
	사무직	34.4	14.7	8.4	1.1	13.2
	전업주부	22.5	66.9	68.0	66.3	57.3
	학생	27.8	-	-	-	6.0
	무직/기타	5.0	0.7	0.3	10.9	4.8
	거절	0.3	-	0.3	-	0.1
	소계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
주말조사 (n=375)	자영업	3.3	6.7	10.5	16.5	9.6
	생산직	4.4	1.1	4.7	0.9	2.7
	사무직	36.3	27.8	15.1	10.1	21.8
	가정주부	3.3	63.3	67.4	65.1	50.3
	학 생	36.3	-	-	-	8.8
	무직/ 기타	16.5	1.1	2.3	7.3	6.9
	소계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(자료출처 : 2006 지방선거관련 유권자 의식조사, 메트릭스, 주말:4.15 / 평일:5.17~19)

두 번째, 조사표 구성에 따라 조사결과가 달라진다. 가령, '지지하는 후보는 누구입니까?'라는 질문과 '투표할 후보는 누구입니까?' 또는 '선호하는 후보는 누구입니까?'라는 세 가지 질문 모두 지지도에 관한 문항임에도 불구하고 질문을 다르게 하여 응답자가 그 의미를 다르게 해석하게 할 여지가 있어 응답내용이 달라진다. 특히, 언론 보도시 '지지'와 '선호'의 차이를 구분하지 못하여 혼동하는 경우가 있다. 실제로 박근혜 피습 직후인 5월 22~23일 리얼미터에서 실시한 대선후보 '선호도' 조사결과를 CBS 노컷뉴스에 기사화할 때 제목에는 '지지도'라는 문구를 사용하여 어떠한 질문을 하였는지 모호해 질문의 의미를 명확히 알 수 없게 되었다.

또한, 응답 항목의 배열순서에 따라서도 결과는 다르게 나타나는데 동일한 질문을 후보자명의 순서를 다르게 할 때 응답 결과는 다르게 나타난다. 특히 후보자에 대한 인지도가 높은 대통령선거나 총선보다 지방선거에서는 후보자에 대한 인지도 및 후보별 정책이나 정보가 부족하기 때문에 여론조사시 항목의 배열순서는 중요해진다.

세 번째, 면접원의 probing에 따라 조사결과가 달라진다. ARS가 아닌 전화면접조사의 경우 면접원의 역량에 따라 조사결과는 많은 차이가 난다. 조사기관별로 무응답율이 차이가 나는데 실질적으로 두 번 정도 물었을 때 무응답이 25%정도 나타난다. 그리고 무응답은 연령이 높고

교육수준이 낮은 계층에서 많이 나타난다.(관훈저널, 2002년 여름호) 열린우리당의 후보경선 여론조사의 경우 '없음/무응답'은 유효샘플에서 제외하며 후보를 응답해야만 유효표본으로 인정한다. 또한 언론에서 발표하는 여론조사결과를 보면 무응답을 제외하거나 포함하여 보도하는 등 일관성이 없이 보도된다. 특히 선거여론조사의 경우 무응답율은 실제 유효표본율을 낮추는 요인이 되므로 조사의 신뢰성에 큰 영향을 미친다. 그러므로 응답자가 불명확한 응답을 했을 때 면접원이 재질문을 시도하거나 확인, 또는 설명을 통해 명확한 응답을 이끌어내 무응답 비율을 줄여야 할 것이다.

4. 보다 신뢰할 수 있는 선거여론조사를 위한 제언

대통령선거나 국회의원 선거와는 다르게 지방선거의 경우 후보자가 누구인지도 모르는 상황에서 여론조사를 실시하게 되어 응답자는 그냥 귀에 익은 사람을 선택하게 되고, 결국 인지도가 조금이라도 높은 후보나 현직 단체장이 유리한 조사결과를 얻을 수 밖에 없다. 새롭게 정치에 도전하는 정치신인들은 초반의 낮은 여론조사 결과에 기가 완전히 꺾인 채 15일간의 선거운동에 들어간다. 결국 초반의 왜곡된 판세가 종반까지 고착화되는데 이러한 역할을 여론조사가 가장 크게 하고 있는 것이다. 여러 조사방법 중 현재 선거여론조사에 주로 사용되는 전화면접조사의 경우 그 유용성만큼이나 문제점이 제기되어 그에 대한 대안이 필요하다.

전화조사시 발생하는 요일 및 시간대별 응답자의 재택율의 차이에 따른 편차를 줄이기 위한 대안으로 유선전화와 모바일조사의 병행이 있을 수 있다. 요즘에는 대부분 여론조사기관별로 패널을 관리하는데 이러한 패널은 가입시 자기정보에 연령과 거주지역, 무선전화번호 등을 입력하게 된다. 조사기관별로 차이가 있지만 패널의 대부분이 10대부터 30대까지가 많기 때문에 선거여론조사시 성별과 연령대별로 유선전화와 모바일조사의 병행을 통해 시간대별 응답자의 편차를 줄일 수 있을 것이다. 또한, 현재 선거여론조사시 성·연령·지역만을 고려하여 표본을 할당하는데 여기에 직업을 포함하면 응답자 특성의 고른 분포를 꾀하여 편향되지 않는 조사결과를 얻을 수 있을 것이다.

조사표 구성에 따른 조사결과 편차의 경우 질문의 의미를 응답자에게 보다 명확히 전달하거나 지지도를 묻는 문항의 경우 언론에 어떻게 보도되는가에 따라 달라지므로 언론은 보다 신중하게 보도를 해야 할 것이다.

다음으로 면접원의 probing에 따른 편차의 해결은 면접원의 역량에만 맡길 것이 아니라 조사학회 등에서 무응답에 대한 확인 및 재질문 횟수 등의 조사규칙을 정하고 준수하게 하여 보다 명확한 조사가 될 수 있도록 해야 할 것이다. 물론 이러한 조사규칙을 준수하려면 현재와 같은

조사기간에 실시하기에는 불가능하다. 보통 선거여론조사의 경우 1-2일 정도의 단기간에 이루어지는데 이는 조사의 질을 낮추는 원인이 된다.

보다 신뢰할 수 있는, 질적으로 우수한 조사결과를 얻기 위해서는 충분한 조사기간에 숙련된 면접원의 조사규칙 준수도를 강화하는 등의 노력을 기울여야 할 것이다.