

기획특집

**선거여론조사의 문제점과 개선 방향 :
2006년 지방선거 전화조사를 중심으로***

How to Improve the Electoral Polls?:
The Case of the 2006 Local Elections

조성겸** · 김지연*** · 나윤정**** · 이명진*****

Sung Kyum Cho · Ji Yun Kim · Yun Jeong Na · Myoung Jin Lee

이 글은 2006 지방선거 시기의 여론조사의 경우를 중심으로 선거여론조사의 문제점과 개선방향을 살펴본 것이다. 여론조사방법의 문제점인 표집방법, 무응답자 분류방법 및 투표율 추정절차 등을 검토하였는데, 현재 사용되는 할당표집 및 그것의 보완방법으로 제시된 방안으로는 조사의 정확도 제고에 한계가 있다고 보고, 무선표집방법과 무선번호추출방안을 발전방안으로 제시했다. 또한 여론조사의 새로운 활용방식으로서 KBS에서 시도한 여론조사를 이용한 유권자 의제분석 과정도 살펴 보았다. 이 글은 조사방법에 대한 새로운 발전이 필요하며, 이를 위해서는 표집을 비롯한 다양한 방법적인 개선과 함께 여론조사에 대한 비용산정 방식도 바뀔 필요가 있다고 보았다.

주제어: 선거여론조사, 유권자 의제분석, 표집방법

This paper examined the electoral polling methodologies such as sampling method, sampling frame and the classification of the don't-know responses. Quota sampling method seemed to be one of the major factors for the declining trust in the poll results. We suggested that new procedures for random sampling as well as the bad number screening procedures for RDD selection of phone

* 2006년도 한국조사연구학회 춘계학술대회 '2006년 지방선거와 여론조사의 쟁점' 세션의 발표 및 토론을 중심으로 작성되었다.
** 교신저자(corresponding author): 충남대학교 언론정보학과 교수 조성겸.
E-mail: cnucho@hanmail.net
*** (주)밀워드브라운미디어리서치 사회여론조사본부 이사
**** (주) 매트릭스 부사장
***** 국민대학교 사회학과 교수

numbers need to be developed. Also we reviewed how the KBS used the polls in defining voters' agenda and in communicating the public agenda to the candidates.

In Korea, rates for the polls were based mainly on the number of interviews completed. It seemed to keep the polling companies from trying new and more time-demanding polling methods. Also various utilization of the polls are limited by the tendency to keep the questionnaire short.

Key words: election polling, survey sampling, manifesto

I. 들어가는 말

여론조사가 선거에서 차지하는 비중이 커지면서 선거 시기에 이루어지는 여론조사의 방법이나 활용방식도 변하고 있다. 이러한 선거여론조사는 각 후보자의 지지도를 조사하기 위해 사용되고 있으며 조사된 지지도는 각 후보자나 정당의 선거전략 수립에 이용되거나 미디어를 통해 보도되기도 한다. 뿐만 아니라 최근의 선거에서는 각 정당의 후보자 공천에 활용되기도 한다. 이러한 선거여론조사에 대해서 그동안 신뢰성이나 활용방식에 대해서 많은 논란이 제기되어 왔다. 이 글은 지난 2006 지방선거 시기의 전화를 이용한 여론조사를 살펴 보면서 그 문제점과 개선방향을 살펴보고자 한다.

선거여론조사에 대한 개선 노력은 선거여론조사가 선거과정에 미치는 영향이 점점 커진다는 점에서 중요하다. 최근에는 선거여론조사 결과가 언론 보도 및 유권자의 판단에 영향을 주는 것은 물론 선거과정에도 직접적인 영향을 미치고 있다. 특히 각 당의 공천방식에 여론조사가 활용되기 시작하면서 이제 여론조사는 후보를 결정하는 중요한 변수로도 작용하게 된 것이다. 2006년 5월 제4회 광역단체장 선거의 경우 열린우리당의 경선은 3개 지역에서 당원투표와 일반시민 여론조사 결과를 혼합하는 방식으로 실시하였는데, 여론조사의 반영 비율은 50%로 나타났다. 이에 비해 한나라당의 경선은 8개 지역에서 여론조사와 대의원, 당원, 일반국민 등의 선거인단 투표를 종합하는 방식이었고, 활용된 여론조사의 비율은 20%였다.

기초단체장의 경우 전체 142개 경선실시 지역의 28%에 해당하는 40개 지역에서 100% 국민여론조사 방식을 통해 기초단체장 후보가 선출되었다. 정당별로는 국민중심당이 13개 경선지역 중 11개 지역에서 100% 국민여론조사 방식을 사용한 것으로 나타났으며, 한나라당은 47개 경선지역 중 19개 지역(약 40%), 민주당은 27개 경선지역 중 9개 지역(약 33%)이 같은 방식을 사용한 것으로 나타났다. 이렇게 공천심사기준에 여론조사 결과가 포함되면서 지방선거에서 여론조사가 미치는 영향력과 중요성은 더욱 증가하게 된 것이다.

〈표 1〉 정당별 2006년 기초단체장 경선방식

(단위: 지역 수)

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

출처: 2006 지방선거시민연대, <5.31 지방선거 공천평가보고서>.

선거여론조사의 문제점은 이처럼 중요성이 커짐에도 불구하고 그 신뢰성에 대해서 논란의 여지가 있다는 점이다. 예컨대 공천과정에서도 여론조사 결과에 대한 반발이 많이 나타났다. 2006지방선거시민연대(2006)가 공천심사에 대해 자체 조사한 결과 이의제기의 구체적 사유가 확인된 126건의 13%(16건)가 '100% 국민여론조사를 통한 후보선출 방식이 신뢰성에 문제가 있다'는 사례였다.

또한 조사기관별로도 조사결과가 다르게 나타나는 경우도 많아 신뢰성에 의문이 제기되고 있는 실정이다. <표 2>는 5.31지방선거 막바지에 일어난 한나라당 박근혜 대표의 피습 직후에 실시된 서울시장 후보 지지도에 관한 조사 결과이다.

조사결과를 보면 유사한 시기에 시행된 조사임에도 불구하고 조사회사에 따라 결과는 다르게 나타난 것을 알 수 있다. <표 2>에서 보듯이 한나라당 박근혜 대표의 피습 직후 오세훈 후보에 대한 지지도는 5월22일 실시된 티엔에스

〈표 2〉 조사회사별 조사결과 비교: 서울시장 후보지도

(단위: %)

	조사회사(시기)						최대격차 (▲-▼)
	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
표본크기 (오차한계)	11,100 (±2.8~4.4%)	500 (±4.4%)		685 (±3.7%)		700 (±3.7%)	

* 표기 : ▲ 지지율 최고치 ▼ 지지율 최저치

(TNS)의 조사결과는 60.2%인 데 비하여, 5월23~24일에 한국리서치에서 실시한 조사결과는 51.3%로서 8.9%포인트 차이가 나타난다.

무응답 비율도 조사회사별로 차이가 발생한다. 예를 들어 노무현 대통령의 취임3주년을 맞아 2월 25일에 중앙일보와 한국사회여론연구소(KSOI)가 실시한 노무현 대통령의 국정수행 지도도에 관한 조사결과를 보면 중앙일보(2006. 2. 23)의 조사결과에서는 무응답률이 1%로 나타난 반면 같은 연구소가 티엔에스에 의뢰한 조사결과에서는 13.4%였다. 두 조사 모두 2월 21일에 실시됐는데도 불구하고 10%포인트 이상 차이가 나는 것을 알 수 있다. 이것은 조사결과와 함께 발표된 오차한계인 ±3.7~4.4%를 넘는 것이다. 이러한 조사결과는 선거여론조사의 신뢰성을 저해하는 요인이 된다.

한편 6.13지방선거 여론조사의 특징 중의 하나로는 여론조사를 유권자의 인식과 의견을 파악하여 후보에게 전달하는 기제로 활용하는 시도가 있었다는 점이다. 지금까지 선거여론조사는 주로 후보자의 지지도 변화를 추적하는 데 활용되어 왔고, 이러한 점에서 경마식 보도를 부추긴다는 비판을 받아 왔다(김동익 2002). 즉 여론조사가 구체적인 정책에 대한 공론 형성에 기여하기보다는 후보에 대한 단순한 인기투표에 머물러 있다는 것이다. 물론 이러한 현상의 원인을 여론조사 업체나 종사자의 잘못이라고만 보기는 힘들다. 그 이유를 오히려 정당정치의 비활성화와 정치인에 대한 불신 등 정치권에서 찾을 수 있을 것이다. 다만 이러한 현실적인 여건에도 불구하고 여론조사를 이용하여 적극적

으로 시민들과 정치권 사이의 의사소통을 원활하게 하려는 시도는 의미가 있다고 생각한다.

따라서 이 글은 선거여론조사에서 이처럼 신뢰성에 문제가 있는 것으로 나타나는 요인은 무엇이며, 그 개선책이 무엇인지를 2006년 지방선거시기에 전화를 통해 이루어진 여론조사를 중심으로 살펴보고자 한다. 아울러 여론조사를 새롭게 활용하려는 시도가 과연 어느 정도 성과를 거두었는지 평가하고 앞으로의 발전 가능성을 검토해 보고자 한다.

II. 조사방법의 문제점과 개선방향

선거여론조사의 오차 요인이 무엇인가에 대해서는 많은 논란이 있다. 전화 조사의 오차를 야기할 수 있는 원인은 표집방법, 표집프레임, 면접원 요인, 응답자 요인 등 많은 요인이 작용하고 있기 때문에 이 중에서 무엇이 가장 큰 요인지에 대해서는 의견 차이가 있고, 그에 따라 앞으로의 개선 방향에 대해서도 각기 다른 처방이 나오게 된다. 이 중에서도 특히 표집방법이 한국의 선거여론조사의 중요 문제로 지적되어 왔다. 따라서 표집방법을 중심으로 선거여론조사에서 발생 가능한 오차 요인들이 어떤 문제를 보이고 있고, 앞으로 어떤 변화가 가능한지를 살펴보았다.

1. 표집방법

한국의 선거여론조사는 연령, 성별 및 거주 지역을 기준으로 하는 할당표집 방법(3-way quota sampling)을 사용하고 있다. 조사회사마다 적용하는 방식은 조금씩 다르지만 적은 표본으로 소규모 지역을 조사하는 경우는 성과 연령만을 사용하는 방법(2-way quota sampling)을 사용하기도 한다. 또 조사목적에 따라 성, 연령, 지역 이외에 다른 할당변수를 사용하기도 하지만 일반적이지는 않다. 다만, 선거여론조사에서 매우 중요한 변수인 연령의 경우, 기존의 10세 간격이 아니라 5세 간격, 혹은 세대변수로 대체하기도 한다.

1) 할당표집방법의 문제점

할당표집방식에서는 면접원이 전화를 했을 때 적합한 응답자가 없거나 응답을 거절하는 경우 다른 사람 또는 다른 번호로 바꾸어서 표본을 추출한다. 이처럼 집에 있는 사람 중에서 응답자를 선택하기 때문에 재택률에 따른 표본 편향이 발생할 수 있다(조성겸 1997; 허명희·황진모 2006).

통계청(2004)의 생활시간 조사결과를 보면 평일 오전 10시부터 오후 4시 이전까지는 재택률이 30% 이하로 낮아졌다가 오후 6시가 넘어야 40% 수준으로 높아지고 있다. 즉, 가구내 유선전화를 통해 여론조사를 할 경우 조사수행 시간대를 잘못 선정하면 집에 있을 가능성이 높은 사람들로 표본이 편향될 수 있고, 이것은 조사결과에 편향을 가져올 수 있다.

이 점은 조사회사인 매트릭스에서 실시한 실험조사 결과에서도 잘 나타나고 있다. <표 3>에서 보듯이 매트릭스가 '지방선거 유권자 의식조사'를 평일과

<표 3> 휴일 및 평일의 응답자 특성 비교(여성)

(단위: %)

		20대	30대	40대	50대이상	계
평일조사 (n=455)	자영업	2.4	9.5	16.8	18.1	12.7
	생산직	7.7	7.1	6.5	2.8	5.8
	사무직	34.4	15.5	8.2	1.1	13.2
	전업주부	22.9	67.2	68.2	67.1	57.5
	학생	27.6	-	-	-	6.0
	무직/기타	5.0	0.7	0.3	10.9	4.8
	소계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
휴일조사 (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
	전업주부	3.3	63.3	67.4	65.1	50.3
	학생	36.3	-	-	-	8.8
	무직/기타	16.4	1.1	2.3	7.4	6.8
	소계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

조사지역 : 서울, 경기

조사기간 : 2006. 5. 14(휴일), 2006. 5. 17(평일)

표본추출방법: 성, 연령, 거주지역 할당표집

조사회사 : (주) 매트릭스

휴일로 나누어 실시한 결과, 여성의 경우 평일에는 사무직 응답자의 비율이 13.2%였지만 휴일에는 21.8%로 증가하였고, 전업주부 응답자의 비율은 평일 57.5%에서 휴일에는 50.3%로 감소하였다. 특히, 20대 전업주부의 경우 그 비율이 평일 조사에서는 22.9% 인데 반해 휴일조사에서는 3.3%로 나타나 응답자 특성에 차이가 나타났다. 결국 조사시간대에 따라 특정 직업군에 편향된 조사결과를 얻게 되는 것이다. 이는 남성의 경우에도 마찬가지일 것으로 예상된다. 이러한 문제점을 보완하기 위한 방안들이 조사회사별로 다양하게 시도되고 있지만 선거조사의 경우 단기간에 대규모로 조사가 이루어지는 경우가 많기 때문에 어려운 점이 많다.

이러한 채택률의 차이가 실제 조사결과에 미칠 영향의 정도는 정확하게 밝혀지지 않았지만, 오차의 주요 요인으로 작용할 것으로 추정된다. 그리고 이러한 체계적 오차가 얼마인지 알 수 없기 때문에 할당표집을 사용할 경우 그 오차의 한계를 추정할 수 없다.

2) 무선표집방법의 실시 가능성

할당표집방법의 문제를 해결하는 가장 좋은 방법은 무선표집방법을 실시하는 것이다. 무선표집방법이 시행될 수 있기 위해서는 단순한 전화번호만이 아니라 최종 응답자도 미리 설정된 원칙에 따라 추출해야 하고, 또 일단 추출된 사람은 부재중일 경우 계속해서 접촉을 시도하게 된다. 미국의 학술적 조사의 경우 보통 8번에서 12번 정도까지 재접촉을 시도하고, 엄격하게 진행하는 조사의 경우에는 20회까지도 재접촉을 시도한다¹⁾. 이 경우 재접촉 시기로는 낮, 밤, 주말, 주중 등으로 시간대를 달리한다. 물론 이렇게 조사할 경우 조사비용과 시간이 증가하게 된다.

한국의 경우 이러한 재접촉에 따른 비용 및 시간 증가가 무선표집방법의 사용을 부정적으로 보게 하는 요인이다. 예컨대 밀워드브라운미디어리서치의 실험적인 조사결과를 보면 <표 4>와 같다.

1) John M. Kennedy(Director, Indiana University Center for Survey Research)와의 인터뷰.

〈표 4〉 무선표집방법 사용시의 접촉 시도 결과

(단위: %)

구분	1차 접촉 결과	1차접촉+2회 재접촉 결과
성공	11.0	19.8
통화중/비수신	44.3	16.2
응답자부재	14.9	3.2
가구단위거절	14.9	34.1
응답자거절	3.0	12.6
결번	9.6	9.6
기타	2.3	4.5

조사지역 : 광주

표본크기 : 2,508

조사기간 : 1차접촉 2002년 5월 11일, 11:30~22:00.

재접촉: 12일 오후(2차접촉) 및 저녁(3차 접촉)

표본추출방법 : 무선표집(생일 (Birthday) 방법)

조사회사 : 밀워드브라운미디어리서치

〈표 4〉는 이 회사에서 무선표집방법으로 2,508명의 표본을 추출하여 3일 동안 재접촉을 2회까지 실시한 결과다. 이 표에서 보듯이 재접촉을 2회 실시한 결과 면접 성공률이 약 9%포인트 정도 높아졌으며, 통화중/비수신 비율이 28%포인트 정도 낮아졌다. 그리고 최종적으로 조사가 성공한 표본 수는 500명이었다. 그러나 전체 비용과 시간을 보면 유효 표본인 500명을 채우기 위해 할당표집방법으로 조사했을 경우보다 2.5배 정도의 비용과 기간이 더 소요되었다.²⁾ 위의 실험은 단지 2회의 재접촉 시도를 이용했을 경우다. 따라서 재접촉 시도 회수가 증가하면 성공률도 더 높아지겠지만 그에 따라 소요되는 시간과 비용도 같이 증가할 것이다. 무선표집에 소요되는 이러한 비용과 시간은 한국에서 무선표집방법이 잘 사용되지 않는 요인으로 작용하고 있다.

한편 조사회사인 리서치 앤 리서치가 최대 5회까지 재접촉을 실시하는 무

2) 통상적으로 할당표집방법으로 500명을 조사할 경우, 면접원을 20명 투입하여 약 10시간 정도(낮12시부터 밤10시까지) 조사를 진행한다. 한편, 본 무선표집 실험에서는 1일차에 면접원 20명을 투입하여 10시간 조사를 진행한 후, 2일차에 조사원 15명이 10시간 동안 2차 접촉을 시도하였고, 3일차에는 조사원 10명이 저녁시간대에 4시간 동안 3차 접촉을 시도하였다.

선표집방법을 울산시장 선거에 적용했을 때, 이 무선표집방법은 할당표집으로 조사했을 때와 비슷한 수준의 정확도를 보였다(노규형 외 2002). 그러나 무선표집의 장점은 할당표집과는 달리 체계적 오차를 방지하는 데 있다는 점을 고려할 때, 할당표집과 무선표집방법이 비슷한 수준의 정확도를 보였다는 것이 할당표집을 선택하는 근거가 될 수는 없다고 본다. 할당표집방법은 무선표집과는 달리 체계적 편향이 나타날 가능성이 있고 또 그 크기를 알 수 없기 때문이다.

3) 기타 재택률 차이의 보정방법

무선표집방법은 아니지만 부분적으로 할당표집의 문제점을 감소시키려는 노력들이 이루어져 왔다. 예컨대 무선표집방법에서 사용하는 재접촉(call-back)을 부분적으로 도입하는 방법도 시도되었다. 즉, 기존의 할당추출방법을 유지한 채 전화번호 배부체계를 개선한 것인데, 낮 시간대에 부재중/통화중인 전화번호를 다시 접촉하는 것이다. 오후 1시~7시경까지 사용한 전화번호 가운데 부재중/통화중 전화번호³⁾를 보관하였다가 저녁 7시30분 이후 조사에서는 이 번호를 다시 사용하는 것이다. 이렇게 함으로써 낮 시간대에 집에 없는 직장인들에 대한 접촉이 개선될 수 있을 것이라는 가설이 그 출발점이었다.

〈표 5〉는 2006년 5월초 동일한 시점, 동일한 지역(대전)을 대상으로 밀워드 브라운미디어리서치가 재접촉 여부를 달리하여 조사한 결과를 비교한 것이다. 여기에서 보듯이 낮에 사용했던 번호를 저녁 조사에서 다시 사용하는 방식으로 조사를 진행하는 경우, 재접촉을 실시하지 않는 방식으로 진행할 경우와 비교해 볼 때, 저녁 시간대에 20대와 30대 응답자가 보다 많이 조사되고 있고, 50대와 60대는 적게 조사된다. 이것은 낮 조사시간에 할당된 50대와 60대가 대부분 조사되었기 때문이다. 따라서 50대와 60대 중에서 저녁 시간에 귀가하는 집단은 표본에 포함될 가능성이 낮아진다. 이러한 결과는 할당표집을 사용할 경우 재접촉을 실시하는 것만으로는 편향이 제거되기 어렵다는 것을 보여준다.

3) 2006년 미디어리서치 실험 결과, 낮 시간 부재중 비율은 조사지역과 시간 등에 따라 다르지만 대체적으로 25% 전후로 나타났다.

〈표 5〉 재접촉(call-back) 실시 여부에 따른 응답자 특성 차이 (단위: %)

대전시장 선거	재접촉 미실시(n=705)			재접촉 실시(n=1150)		
	7시29분 이전	7시30분 이후	계	7시29분 이전	7시30분 이후	계
19~29세	22	18	21	19	40	23
30~39세	21	28	23	23	34	25
40~49세	24	21	23	24	21	23
50~59세	15	16	15	17	2	14
60세 이상	18	17	18	18	3	15
계	100	100	100	100	100	100

조사지역: 대전

조사시기: 2006년 5월

표본추출방법: 할당표집

조사회사: 밀워드브라운미디어리서치

또 다른 방법으로는 기존의 연령, 성별, 거주지역 외에 시간대도 고려해서 할당표집을 하는 것이다. 허명회·황진모(2006)는 이러한 시간균형할당추출방법이 기존의 할당표집에 비해 응답률이 10%포인트 이상 높고 편향이 1/2 수준으로 작게 나타난다고 주장하고 있다. 이 연구는 시간균형할당표집방법을 이용할 경우 응답자 선택편향이 부분적으로 제거될 수 있다는 것을 보여주고 있다.

이러한 방법들은 조사에 소요되는 시간과 비용을 크게 증가시키지 않으면서 재택률 차이로 인한 표본편향을 완화시키려는 것이다. 문제는 이러한 방법을 사용하더라도 조사가 완료되는 밤 10시까지도 귀가하지 않는 계층들은 원천적으로 조사대상에서 제외되는 문제가 발생한다.⁴⁾ 또 표본을 대체함으로써 발생하는 오차는 단지 재택률 차이에서만 비롯되는 것이 아니라는 점에서 이러한 시도는 한계가 있다. 예컨대 자신의 의견표명에 소극적인 사람들은 표본에서 제외될 확률이 높아진다. 그리고 대가족의 구성원이 소가족의 구성원보다 표본추출될 확률이 감소된다. 가장 중요한 문제점은 할당표집으로 조사된 자료는 조사결과의 오차범위를 계산할 수 없다는 데 있다.

4) 직장여성, 학생, 20대 그리고 30대 남자 등의 조사시간대(오후 1시~10시) 재택률이 떨어진다.

2. 표집틀(sampling frame)

전화조사를 위한 전화번호는 한국통신의 전화번호부를 이용한다. 문제는 전화번호 등재율이다. 정확한 통계가 나오지는 않으나 한국통신과 전화번호부 주식회사 관계자에 따르면 전화번호 등재율이 70%를 밑도는 수준이라고 한다. 김선웅(2004)은 이러한 미등재율과 유선전화를 보유하지 않은 가구 등을 감안할 때 전화번호부의 모집단 커버리지는 60% 이하일 것으로 추정하고 있다.

이러한 전화번호 미등재 문제는 무선번호추출방법(RDD)을 도입하면 해결될 수가 있다. 현재 우리나라 전화번호부 체계상의 문제로 인해 몇 가지 어려운 점⁵⁾이 있기는 하지만, 장기적으로는 무선번호추출방법 도입이 필수적인 것으로 판단된다. 전화번호 DB에서 인명편 가구의 국번을 추출하고 업종/상호편 전화번호를 제거한 다음, 남은 숫자를 가지고 무선적으로 전화번호를 생성하여 추출하는 방법을 예로 들 수 있다.

하지만 이 역시 비용과 시간의 문제가 따른다. 무선번호추출 도입 초기에는 표본손실이 전화번호부를 이용하는 방법보다 상당히 클 것으로 추정하고 있다. <표 6>은 무선번호추출 프레임의 전화번호 수와 현재 조사회사에서 사용하고 있는 전화번호부 프레임의 전화번호 수를 비교한 것이다. 무선번호추출 프레임 전화번호 수 중에서 유효전화번호의 비율은 등재 번호와 미등재 번호 모두 합해서 전체의 약 35% 정도로 추정된다. 여기에 실제 실사과정에서 발생하는 여러 요인들을 고려하면, 무선번호추출 프레임을 사용할 경우 비용과 시간의 효율성은 기존방식의 1/10 수준으로 추정된다. 그러나 이러한 무선번호추출 프레임 방식의 효율성은 다양한 전화번호 스크린 장치를 개발함으로써 장기적으로는 높일 수 있을 것으로 보인다.

<표 6> 무선번호추출 및 전화번호부 프레임 비교

무선번호추출 프레임의 전화번호 수*	유효전화번호 수	
	등재	미등재(추정치)
46,145,385개	9,418,678개	7,000,000개

* 4,615(전화번호부 인명편 국번 수) × 9,999(4자리 번호의 경우의 수)

출처: 2007년 밀워드브라운미디어리서치 전화조사DB.

5) 국내 전화번호 숫자에 (소)지역과 업종/인명에 대한 정보가 정확하게 들어 있지 않다.

3. 유선전화 보급의 감소

전화조사의 또 다른 문제는 무선전화 가입자 수가 계속해서 증가하고 있다는 점이다(한지연 2005). 그리고 이에 따라 유선전화 보유가구율이 감소하고 있으며 특히 20대의 경우 이러한 감소율이 다른 집단보다 크게 나타나고 있다(김선웅 2004). 따라서 유선전화를 이용한 조사방법으로는 20대의 젊은 층 표집에는 한계가 있다. 이러한 문제를 해결하기 위한 대안으로 인터넷이나 무선전화를 이용한 조사방법이 제시되기도 하지만 아직까지 대표성 있는 표집방법이 제시되지는 않았다. 다만 미국의 조사회사인 해리스 인터랙티브(Harris Interactive)가 사용하기 시작한 성향지수(propensity score) 방법이 인터넷 서베이의 문제점을 극복할 수 있는 방안으로 연구 및 적용되고 있다.⁶⁾

현재 한국에서 시도되는 방법들은 조사회사별로 관리하고 있는 응답자 패널을 이용하는 방법이다. 이러한 패널은 가입할 때 연령과 거주지역, 그리고 무선전화번호 등을 제공하게 된다. 조사회사별로 차이가 있지만 패널에는 대부분 10대부터 30대까지가 주로 참여한다. 이러한 패널을 이용한 조사를 유선전화조사와 결합할 경우 유선전화조사가 갖는 표본편향이 감소될 수 있을 것으로 보는 경우도 있다. 그러나 이러한 방법은 패널에서 추출된 표본이 대표성이 있는가, 그리고 유선전화 표집과 패널표집을 병행할 경우에 어떤 비율로 어떻게 합할 것인가 등의 문제에 대해 과학적으로 검증된 절차를 가지고 있지 못하다.

미국 해리스 인터랙티브가 사용하기 시작한 성향지수를 이용할 수도 있지만 이 방법을 한국의 선거조사에 활용하는 것에는 어려운 문제가 있다. 이 방법을 적용하기 위해서는 기준이 되는 표본 자체가 대표성이 있어야 하는데, 한국의 경우 전화조사 표본이 무선표집이 아니기 때문이다. 따라서 성향지수 방법을 활용하기 위해서는 먼저 무선표집과 표집들의 문제가 해결되어야 할 것이다.

6) 예컨대 Taylor (2000); Duffy & Smith (2005); Hahs-Vaughn & Onwuegbuzie (2006) 참조.

4. 무응답자의 처리

선거조사에서 또 하나의 문제로 들 수 있는 것은 무응답에 대한 처리 방법이다. 전화조사의 경우 면접원의 역량이나 조사회사의 조사방식에 따라 많은 차이가 날 수 있다. 조사회사에 따라 재질문 또는 설득노력이 다르기 때문이다.

일반적으로 선거여론조사는 지지후보를 묻는 개별 문항에 대한 무응답자가 많다. 특히 선거가 과열되어 응답자들이 전화조사와 ARS홍보 등에 시달릴수록, 그리고 자신의 지지후보를 밝히기가 꺼려지는 사회적 분위기가 팽배할수록 이러한 경향은 커지는 것으로 보인다. 그러나 선거일이 다가오면서 후보들의 인지도가 높아짐에 따라 무응답이 줄어드는 경우도 있다.

이러한 무응답자를 어떻게 처리하느냐에 따라서 조사결과의 의미가 달라진다. 무응답자를 처리하는 방법으로는 첫째로 무응답을 무시하는 방법이 있을 수 있는데, 이것은 무응답자들의 지지도 분포가 응답자들을 토대로 조사된 것과 같을 것이라고 가정하는 것이다. 둘째로는 무응답자의 특성 즉 연령이나 성별 등에 따라 판별분석 등의 방법을 이용하여 무응답자의 응답을 추정하는 방법이 있는데, 이것은 소집단별로 무응답자들의 지지도 분포가 응답자들의 분포와 같을 것이라고 보는 것이다. 즉 두 방법은 모두 응답자의 속성을 토대로 무응답자의 응답을 추정하고 있다. 그러나 무응답자들이 응답자와 성향을 달리할 것으로 보고 과거 투표결과 등 다른 기준을 토대로 무응답자를 분류하기도 한다. 한국의 선거여론조사는 대부분 첫째 방법을 사용하고 있다. 그러나 무응답 성향이 연령이나 지역에 따라 달라진다는 점을 감안할 때 선거여론조사에서도 판별분석을 이용한 분류가 필요하다고 본다.

한편 선거 기간 중 여론조사 자체에 대한 거절율도 <표 7>과 <표 8>에서 보듯이 조사 시기와 응답자의 속성에 따라 달라진다. 이러한 거절율은 표본의 대표성과도 관련이 있다. 거절율이 높으면 그만큼 표본이 편향되었을 가능성이 높기 때문이다. 그러나 현재 선거여론조사 결과의 발표에서는 이러한 거절율이 제공되고 있지 않다.

<표 7> 시기별 조사 거절율

(단위: %)

구분	조사개요	조사 거절율								
		A 지역	B 지역	C 지역	D 지역	E 지역	F 지역	G 지역	H 지역	평균
선거 시기	· 2006년 5월 KBS-SBS 지방선거 예측조사 · 각 지역별 1,000명	43.6	38.9	48.0	42.6	49.1	44.6	58.2	52.0	47.1
		A방송		B방송		C신문		D사		평균
일반 시기	· 2007년 2월 언론사 보도용 조사 · 각 전국 1,000명	33.7		42.6		31.4		28.0		33.9

* 조사회사 : 밀워드브라운미디어리서치.

<표 8> 성, 연령, 지역별 전화조사 거절율

(단위: %)

성/연령	거절율	지역	거절율
남자	44.2	서울	64.7
여자	62.6	인천/경기	49.4
20대	35.4	강원	41.4
30대	53.7	충청	50.5
40대	58.4	호남	51.6
50대	55.6	대구 경북	52.6
60세 이상	63.8	부산 경남	45.1

조사시기: 2002년 12월.

표본추출방법: 할당표집.

조사회사: 밀워드브라운미디어리서치.

5. 투표율 예측

여론조사에서 투표의사는 전형적으로 '사회적 요망 효과(social desirability effect)'가 반영된 질문이다. 투표의사에 대한 응답결과와 실제 투표율의 상관관계가 높지 않기 때문에 선거 예측에서 투표 예정자(likely voters)를 파악해 내는 것이 어렵다.

<표 9>에서 살펴볼 수 있듯이 선거의 성격 및 종류에 따라 다소 차이는 있지만, 대체적으로 '적극투표 의사층' 비율이 실제 투표율보다 5~15%포인트 정도 높게 나타나는 것이 일반적이다. 한국의 경우 연령층별 지지성향의 차이

〈표 9〉 선거 투표의사(적극투표 의사층)와 실제 투표율 (단위: %)

		적극투표 의사층			실제 투표율
		선거 60일전	선거 30일전	선거 20일전	
총선	2000년		57.3	65.3	57.2
	2004년	47.4	51.1	72.9	60.6
대선	1997년	74.9	79.4	82.5	80.7
	2002년	69.9	74.1	78.1	70.8
지방선거	1998년		63.4	62.5	52.7
	2002년	45.1		57.5	48.8
	2006년	51.9	59.8	62.8	51.6

출처 : 밀워드브라운미디어리서치 선거자료 DB.

가 뚜렷한 편이고, 따라서 연령층별 투표율 차이가 전체 선거 판세에 영향을 미치기 때문에 이러한 실제 투표율 추정작업이 매우 중요하게 된다. 2002년 대선 당시의 미군장갑차사건, 월드컵, 2004년 총선 당시의 탄핵, 노인편하 발언 등과 같이 특정 연령층을 자극하는 이슈가 있을 경우에는 달라질 수도 있으나, 전체적으로 연령에 따른 투표율은 일관성 있게 저연령층에서 고연령층으로 갈수록 높아지는 경향이 있다.⁷⁾

이처럼 집단별로 투표율이 다를 경우 단순한 여론조사 결과는 투표결과를 예상하는 데 잘못된 정보를 제공할 수 있다. 이러한 이유에서 선거여론조사 결과에서는 경우에 따라 '적극적 투표층'이라고 분류한 집단의 조사결과를 별도로 제시하기도 한다. 이것은 두 가지 방식으로 보통 이루어지는데 첫째는 질문 항목을 통해 가려내는 것이다. 투표의사가 있는가를 알아 보는 문항, 그리고 선거관심도와 과거 투표행동 등을 파악하는 문항 등을 이용해서 투표 예상자를 추출하는 방법이다.

둘째로는, 중앙선거관위가 발표하는 과거 선거에서의 성별·연령별·지역별 투표율 자료를 이용하여 가중치를 부여하는 방법이다. 선거 종류와 당시 선거

7) 17대 총선의 투표율은 50대가 가장 높은 74.8%, 그 다음이 60대 이상 71.5%, 40대 66.0%, 30대 후반 59.8%, 30대 전반 53.2%, 20대 전반 46.0%, 그리고 20대 후반 43.3% 순으로 나타났다.

진행상황에 따라 질문방법과 투표율 자료에 입각한 가중치 부여방법 중에서 어느 하나 또는 두 가지 모두를 사용한다. 이렇듯 투표의사는 대부분 분석에 의해 추정하게 되는데, 여기서 적극적 투표층이 무엇인지에 대한 정의가 명확하지 않고 그 분류기준도 조사회사마다 제각기 다르기 때문에 분석방법에 대한 보다 폭넓은 검토를 통해 타당성을 높일 필요가 있다.

III. 여론조사의 활용방식

여론조사 결과의 신뢰도에 대해서는 여러 가지 문제점이 제기되었지만 이러한 문제점만 노출된 것은 아니다. 이번 지방선거에서는 후보자들의 각종 정책을 객관적으로 검증하여 정책선거를 유도하려는 여러 시도가 있었다. 이와 함께 여론조사를 통해 정책선거를 유도하려는 움직임이 한국방송(이하 KBS)을 중심으로 시도되었다. KBS는 지방선거의 관련 보도가 기존의 정쟁, 중앙정치, 경마식 보도라는 특징을 가지고 있었다고 보고, 이를 유권자, 정책, 지역사회 중심의 보도로 유도하려는 시도를 하였다. 특히 이 중에서 유권자 중심으로 지방선거의 의제를 선정하기 위하여 유권자의제 선정작업을 하였고, 이 과정에서 여러 가지 방식의 여론조사를 실시하였다. 이러한 조사는 각 지역별로 모두 이루어졌지만, 여기에서는 서울시의 경우에 초점을 두고 그 의미와 방법을 살펴보았다.

1. 유권자의제 선정작업 과정

사실 유권자의제 선정작업이 이번에 처음으로 이루어진 것은 아니다. 이미 2004년 국회의원 총선거에서 유사한 시도가 이루어졌다. 그러나 이번 2006년 지방선거에서 유권자의제 선정은 보다 체계적이고 심층적으로 이루어졌다는 점에 그 의의가 있다고 할 수 있다.⁸⁾

8) 2006 지방선거를 맞아 정책선거를 유도하기 위한 여러 가지 시도가 있었다. 대표적인 것이 매니페스토(manifesto)운동이다. 이 운동은 정당이나 후보자가 자신의 선거공약을 선거 후 반드시 지키겠다고 공식적으로 문서화하여 선거기간 중에 공표하

먼저 구체적인 과정은 몇 가지 단계로 나눌 수 있다. 첫째, KBS 내부의 관련 부서들, 즉 선거방송팀, 정치외교팀 및 뉴스워크팀의 협의와 지방보도팀장과의 회의를 거쳐서 전반적인 일정과 과정이 결정되었다. 그리고 중앙선거관리위원회, 정책학회, 지방자치학회, 시민단체 등 관련 단체와 학회의 추천을 받아 '2006 지방선거 유권자의제 선정위원회'가 구성되었다. 둘째, 각 지역의 구체적인 현안을 알아 보기 위하여 각 지역의 학계, 언론계, 시민단체 간부 등으로부터 지역사회의 주요 의제를 수집하였다. 서울시의 경우는 교수, 기자, NGO실무자 168명과 일반 유권자 500명을 대상으로 2006년 4월 5일과 6일 사이에 전화조사가 이루어졌다. 일반인의 경우는 지역별, 성별, 연령별로 할당 표집을 하였다. 셋째, 여론조사를 통해 망라된 다양한 의제는 유권자의제 선정위원회의 회의를 거쳐서, 교통, 주택, 경제 및 복지, 환경, 교육 및 문화 등 총 다섯 개의 영역으로 분류되었다. 이들 개별 영역별로 5개의 하부 의제가 포함되어 있다. 넷째, 이렇게 선정된 영역과 개별 의제에 관하여 각 지역별 약 500명의 유권자를 대상으로 중요도를 물었다. 중요도를 물을 때 여러 가지 방법이 있겠지만, 전화조사라는 점을 고려하여 구체적인 척도로 묻지 않았다. 대신에 제일 중요하다고 생각하는 것 즉 1순위로 평가하는 정책이 무엇인가를 물어 봄으로써 응답자의 부담을 줄이려고 노력하였다. 이러한 조사결과를 바탕으로 5개 영역의 중요도를 계산하고, 각 개별 의제의 중요도를 계산하였다. 다섯째, 확정된 유권자의제와 몇 가지 정책 관련 질문을 각 정당과 후보자에게 보내 영역별 우선순위와 세부 의제별 우선순위를 나열하게 하였다.

2. 유권자의제 선정의 결과와 활용

서울시의 경우를 중심으로 유권자의제 선정의 구체적인 결과를 살펴보자. 먼저 영역별 순위를 살펴보면, 교육 및 문화가 1위, 경제 및 복지가 2위로 나타

는 것을 의미한다. 1980년대 영국에서 처음 시작했으며 이후 미국, 일본 등에 도입되었다. 특히 지난 1997년 영국 총선 당시 토니 블레어가 이끌던 노동당의 선거 승리에 결정적으로 기여한 것으로 알려졌다. 이 밖에서 SMART, SELF, FINE지표 등 후보자의 정책을 검증하려는 시도가 다양하게 전개되었다(이현출 2006; 이홍천 2006; 중앙일보 2006).

났다. 그 다음으로는 환경, 교통 그리고 주택 순으로 우선순위가 결정되었다.

그리고 이러한 영역별 우선순위를 일종의 가중치로 설정하고, 개별 유권자의 의제의 중요도를 조사해서 최종적인 개별 유권자의 의제의 중요도를 결정하였다. 구체적인 순서를 살펴보면, 강·남북 격차해소가 가장 중요한 의제로 선정되었고, 그 다음으로는 정부차원의 일자리 확대가 중요한 것으로 조사되었다. 세 번째로 중요한 의제로는 소외계층 사회안정망 구축이 선정되었고, 네 번째로 중요한 의제로 녹지공간 확보가 선정되었다.

먼저 각 후보별로 전체를 100으로 볼 때, 각 분야를 어느 정도 중요시하는가를 조사하였다. 각 후보별로 살펴보면, 강금실 후보의 경우는 일반인 대상 조사와 동일한 순위를 제시하였고, 박주선 후보는 경제 및 복지를 최우선에, 김종철 후보는 주택과 경제 및 복지 두 영역을 동시에 최우선으로 선택하였다. 한편 오세훈 후보는 영역에 관해서 정해진 시간 내에 답변 자료를 보내오지 않았다. 다만 오세훈 후보는 개별 영역에 대한 순위에 관해서만 답변 자료를 보내왔다.

한편 <표 10>에는 각 서울시장 후보가 생각하는 개별 유권자의 의제의 중요도가 제시되어 있다. <표 10>에 제시된 것처럼 지방정부 차원의 일자리 확대, 강·남북 격차해소, 사교육비 절감 등 개별 유권자의 의제를 우선순위로 놓고 있

<표 10> 세부 유권자의 의제에 대한 후보별 중요도 평가(서울)

	강금실	오세훈	박주선	김종철
1위	사교육비 절감대책	강·남북 격차해소	지방정부 차원의 일자리 확대	강·남북 격차해소
2위	강·남북 격차해소	지방정부 차원의 일자리 확대	강·남북 격차해소	지방정부 차원의 일자리 확대
3위	지방정부 차원의 일자리 확대	녹지공간 확보	사교육비 절감대책	소외계층 사회안정망 구축
4위	소외계층 사회안정망 구축	사교육비 절감대책	소외계층 사회안정망 구축	녹지공간 확보
5위	녹지공간 확보	소외계층 사회안정망 구축	녹지공간 확보	사교육비 절감대책
6위	부동산세제 정책 방향	부동산세제 정책 방향	주차난	주차난
7위	주차난	주차난	부동산세제 정책 방향	부동산세제 정책 방향

다. 오세훈 후보의 경우 선거 유세 과정에서는 ‘녹색’과 ‘환경’을 전반적인 슬로건으로 내세웠다. 실제로 오세훈 후보는 녹색 벵타이를 매는 등 환경시장의 이미지를 부각시키기 위해 많은 노력을 하였다. 그런데 이러한 슬로건과는 달리 구체적인 개별의제와 정책 우선순위에서는 상대적으로 이와 관련된 정책과 의제가 우선순위에서 밀려나 있다.

유권자의제 선정작업은 여론조사를 활용해서 유권자의 의견을 선거과정에 반영하려는 독특한 시도라는 점에서 주목할 만하다. 아울러 이러한 것이 후보자와 유권자의 일방적인 선택이나 전문 학자들의 독단적인 판단으로만 이루어지지 않았다. 이들 모두를 그 과정에 포함시킴으로써 ‘여론’을 최대한 반영하려는 노력을 하였다.

IV. 발전방향

선거여론조사 방법은 그동안 많이 발전해 왔다고 볼 수 있다. 무엇보다 전화여론조사의 선거예측 정확도가 높아졌다는 점을 들 수 있다. 총선과 같이 당선자 예측에 실패를 해서 크게 비난을 받았던 경우도 있었고 대선과 같이 매우 정확한 예측을 수행한 적도 있었지만, 전반적으로 발전한 점은 오차가 감소한다는 사실이다.⁹⁾ 선거예측조사를 수행하면서 나타난 방송사 간, 조사회사 간의 치열한 경쟁도 여론조사의 질적 향상의 한 요인이었을 것이다. 그렇지만 아직도 위에서 언급한 바와 같이 전화조사의 주요 오차요인인 표집방법의 문제는 해결되지 않고 있는 실정이고, 그 여론조사의 활용도 후보자 지지도 조사로 한정되는 경향이 있다. 또한 전화여론조사에 대해서는 최근 ARS조사의 증가, 여론조사 방법을 이용한 각종 선거운동의 증가 등으로 인해 응답자의 협조도가 떨어질 가능성이 높다. 게다가 유선전화 보유가구율의 감소도 유선전화

9) 방송3사(KBS, MBC, SBS) 선거예측조사의 당선자 예측오차의 평균을 보면 다음과 같이 변화하였다. 여기서 당선자 예측오차는 ‘당선자의 실제득표율-당선자의 예측득표율’로 계산하였다.

- 총 선 : 15대 6.1% → 16대 4.4% → 17대 2.7%
- 지방선거 : 2회 3.9% → 3회 3.1% → 4회 2.7%

를 이용한 여론조사의 신뢰성을 떨어뜨리고 있다. 따라서 선거여론조사의 방법이나 활용 면에서 앞으로 보다 적극적인 변화노력이 필요하다고 본다.

1. 실용적인 무선표집 절차의 개발

앞서 살펴보았듯이 할당표집방법의 문제를 부분적으로 완화시키는 방안들이 제시되고 있다. 그렇지만 이것만으로는 근본적인 어려움을 해소할 수 없다. 그렇다고 무선표집방안을 그대로 활용하는 것도 실용적이지는 않다. 즉 비용과 시간의 문제가 있는 것이다. 따라서 보다 실용적이면서도 대표성을 확보할 수 있도록 표본을 추출할 수 있는 무선표집방법이 우선적으로 개발될 필요가 있다. 특히 다음과 같은 문제를 해결할 수 있는 절차가 마련되어야 한다.

회수 및 시기

무선표집방법에서 재접촉 시도를 몇 회 그리고 언제 실시하는가가 중요한 문제가 된다. 무선표집을 이용하여 공공기관의 조사를 주로 실시하는 미국의 인디애나대학 조사연구센터(CSR)의 조사결과에 의하면 4회 정도의 재접촉 시도를 주말, 주중 등 다양한 시간대에 걸쳐서 활용할 경우, 표본의 대표성 면에서 그 이상의 재접촉 시도를 실시한 경우와 유사한 결과를 얻는다고 한다. 한국의 경우도 이러한 최적의 시간대 및 회수에 대한 연구검토가 필요하다. 특히 최초 접촉시의 응답자의 반응에 따라 최적의 재접촉 시기를 찾아내는 방법 등이 개발될 필요가 있다. 즉 재접촉의 시기에 대한 과학적인 접근과 면접원에 대한 체계적인 훈련이 이루어진다면 실용적인 무선표집방법이 가능할 것으로 보인다.

거절자 대응방안에 대한 연구

무선표집방안을 개발할 때 또 필요한 것은 거절자에 대한 대응방안이다. 미국 인디애나대학 CSR 조사에서는 1차 접촉에서 면접에 성공한 경우는 조사 완료된 표본의 30% 정도에 지나지 않고, 나머지 70%가 재접촉을 통해 조사가 이루어진다. 따라서 1차 접촉에서 응답자가 거절한 경우에 이를 다시 응답에 응하도록 하는 면접방안에 대한 훈련이 필요하다. 즉 조사 거절자에게 다시 전

화를 해서 면접 시도를 하는 경우의 면접기법의 개발과 훈련이 필요하다.

가중치 부여방안

무선표집방법을 사용하더라도 어느 정도의 표본편향은 나타날 수밖에 없을 것이다. 여기에 어떤 가중치를 부여할 것인지에 대한 것도 개발될 필요가 있다. 일반적으로 성별, 연령, 거주 지역을 이용한 가중치가 많이 사용되고 있으며, 허명희 외(2004)는 사회조사에서 표본왜곡이 심한 학력과 직업을 포함시키는 방안을 제시하였다. 이 외에도 각 응답자별로 접촉의 난이도에 대한 자료 즉 재접촉 시도 회수 등이 다르기 때문에 이를 이용한 가중치를 개발해서 활용할 경우 표본의 대표성이 증가될 수 있을 것이다.

2. 전화번호 추출방안

전화번호부에 등재되지 않은 번호가 30%에 달할 것으로 예상되기 때문에 무작위 번호추출이 필요하다. 무작위 번호추출 방법의 문제는 상당히 많은 시간이 유효하지 않은 번호로 인해 낭비된다는 것이다. 이러한 문제에 대한 대비 방안으로 전화번호의 스크린 방법이 필요하다. 이러한 스크린 장치는 각 조사 회사가 개별적으로 개발하는 것보다는 조사회사들이 공동으로 개발하는 것이 효과적일 것이다.

3. 무선전화와 인터넷의 활용방안 개발

무선전화와 인터넷을 활용해서 혼합디자인을 구성하는 방안에 대한 연구 역시 필요하다. 이러한 방법으로는 해리스 인터랙티브의 성향지수(propensity score)를 이용한 방법이 있지만 앞서 지적하였듯이 우리나라에서는 기준이 되는 대표적인 표본을 추출할 방법이 사용되지 않기 때문에 이러한 성향지수 개발에 어려움이 있다. 그러나 무선표집방법이 도입된다고 하더라도 해리스 인터랙티브가 사용한 성향지수 개발절차를 그대로 적용하는 데는 어려움이 있을 것이다. 해리스 인터랙티브의 방법은 여러 차례의 반복조사를 요구하는데, 선거조사의 경우 짧은 시기에 여러 차례의 조사가 실시되어야 하기 때문이다. 따

라서 실용적인 가중치 개발절차가 개발될 필요가 있다.

4. 조사 및 응답 거절자 처리 및 투표율 추정

선거조사의 경우 지지후보를 밝히지 않거나 조사 자체를 거절하는 경우가 많다. 또한 투표율이 저조한 경우 여론조사 결과는 투표조사와 다른 결과를 보여줄 수도 있다. 이러한 문제들을 어떻게 처리하느냐에 따라 조사결과의 의미나 편향이 달라질 수 있다. 지금까지 이러한 문제들은 각 조사회사들이 나름대로의 방법에 따라 처리해 왔다. 그러나 이러한 문제들이 조사결과의 해석에 미치는 영향을 볼 때 좀더 체계적이고 표준적인 처리 방안이 모색될 필요가 있다.

V. 결론

여론조사의 사회적 신뢰도가 높아지기 위해서는 여러 가지가 필요하겠지만 우선 여전히 지속되고 있는 표집방법 등 조사방법상의 개선이 필요하다. 특히 전화조사 방법에 대한 환경이 더욱 악화되고 있다는 점에서 이러한 노력이 필요하다.

조사방법상의 변화를 보다 촉진하기 위해서는 조사비용의 산정방식에 대한 재검토가 필요하다. 현재 대부분의 조사는 면접에 성공한 응답자의 수에 따라 비용을 결정한다. 따라서 조사회사로서는 보다 시간이 많이 걸리는 무선표집 방법을 채택하기가 어렵게 된다. 이런 면에서 면접에 성공한 표본 수가 아니라 면접에 투입된 노력을 기준으로 비용이 산정될 필요가 있다. 예컨대 보다 정밀하게 조사된 500 표본의 조사비용이 그렇지 않은 1,000 표본보다 조사비용이 많이 소요될 수 있다는 것이 인정되어야 한다. 이러한 조사비용의 산정방식은 보다 다양한 표본추출이나 면접방식의 개발과 채택에 기여할 것으로 보인다. 즉 앞서 살펴본 무선표집방법이나 표집틀의 개발, 무응답자에 대한 절차의 수립 등 다양한 방법상의 개선이 보다 활발하게 시도될 수 있기 때문이다.

한편 여론조사의 용도가 유권자들의 선거 과정에 보다 다양한 도움을 줄 수

있도록 확대될 필요가 있다. 이번 지방선거 과정에서는 유권자의 의제를 파악해서 선거에 반영하는 과정에 여론조사가 활용되었지만 이 외에도 다양한 방식으로 여론조사가 활용될 수 있을 것이다. 여론조사가 보다 다양하게 선거 과정에서 활용되고 도움이 되기 위해서는 선거여론조사의 질문문항 수가 확대될 필요가 있지만 이것은 응답 거절률을 높일 가능성이 있다. 따라서 문항 수를 증가시키면서도 조사의 거절률을 높이지 않도록 질문항목, 인터뷰 방식, 면접원 훈련절차 등 다양한 부분에서의 개선이 필요하다.

참고문헌

- 2006 지방선거시민연대. 2006. <<5.31 지방선거 공천평가보고서>>.
- 김동익. 2002. “경마식 보도의 과오.” <<크로노스>> 49(겨울): 23-29.
- 김선웅. 2004. “무선전화 확산에 따른 유선전화 가구보유율의 변화: 한국을 포함한 주요 국가들을 중심으로.” <<조사연구>> 5(1): 27-49.
- 노규형·강홍수·한철수. 2002. “임의표집법에 의거한 전화조사의 시도: 2002년 울산시장 선거의 경우.” <<조사연구>> 3(2):77-90.
- 이현철. 2006. “외국의 매니페스토와 한국에의 도입을 위한 시사점.” <<중앙선거관리위원회 한국형 매니페스토 정착과 확산을 위한 국민 대토론회자료집>>.
- 이흥천. 2006. “매니페스토 도입을 제안하며 - 한국 정치는 변할 수 없는가?” <<인물과 사상>> 95: 60-71.
- 조성겸. 1997. “대통령 선거 여론조사와 할당표집 방법의 문제점.” <<언론과 사회>> 18: 29-53.
- 중앙일보. 2006. 4월 5일.
- 통계청. 2004. 통계정보시스템(<http://kosis.nso.go.kr>) 생활시간조사.
- 한지연. 2005. “유무선 대체와 사업기회로서의 유무선 통합분석.” <<정보통신정책>> 17(18):1-25.
- 허명희·윤영아·이용구. 2004. “사회조사에서 표본의 왜곡과 가중치 보정의 결과: 18개 사례연구.” <<조사연구>> 5(2):31-47.
- 허명희·황진모. 2006. “전화조사를 위한 시간균형할당표본추출.” <<조사연구>> 7(2): 39-52.
- Duffy, B. and K. Smith. 2005. “Comparing data from online and face-to-face surveys.” *International Journal of Market Research* 47(6): 615-639.
- Hahs-Vaughn, D. L. and A. J. Onwuegbuzie. 2006. “Estimating and using propensity score analysis with complex samples.” *The Journal of Experimental Education* 75(1): 31-65.
- Taylor, H. 2000. “Does Internet Research Work?” *International Journal of Market Research* 42(1): 51-63.