

선거여론조사와 그 보증에 대한 일고찰

장익진

부산대 신문방송학과 교수

1. 서론

선거가 다가오면 유권자들은 누구를 찍을 것인지 생각을 가다듬게 되고 그 결과는 어떻게 나타날 것인지에 대해 지대한 관심을 가지게 된다. 후보자 각각 최대한 367 억원 1)이 동원될 수 있는 대통령 선거에서의 거대한 머니게임(money game)은 그 규모의 방대함과 그 결과의 중요성으로 인해 어떠한 사회의식(ritual) 보다도 우리를 흥분하게 만들고 있다. 이를 통해 어쩌면 보통사람들의 이룰 수 없는 정치적 갈망과 권력에 대한 욕구들이 대리 배설되는 것이 아닌가 하는 생각도 든다. 인간의 본능이라고 할 수 있는 이러한 갈망과 욕구들은 보통사람들로 하여금 주위 사람들과 후보자에 대해 또는 여론의 향방에 대해 논란을 벌이게 하고, 논란이 지나쳐 육탄전까지 벌어지는 사건들을 간혹 만들기도 한다. 사람들은 많이 모인 자리에서 모의투표를 하면서 그 결과를 화제로 삼기도 한다. 자연스럽게 당리 당략적 또는 개인적 차원에서 지지자를 옹호하기 위한 근거없는 여론들이 여기저기서 만들어지고 떠들게 된다. 이러한 근거 없는 여론들은 선거판을 혼탁하게 만들고 있고 선거 자체에 악영향을 미치기도 한다. 그러나 과학적인 방법에 의한 여론 조사들이 실시되어 그 결과들이 공표된다면 객관적인 여론을 수치적 표현으로 유권자와 후보자들에게 전해줌으로써 여론을 바탕으로 한 투표행위와 선거전략 수립이 이루어질 수 있게 된다. 나아가서는 이러한 관행을 통해 건전한 선거 문화가 형성되고 궁극적으로 정확한 여론을 바탕으로 한 민주정치가 실질적으로 꽃을 피울 수 있게 된다고 할 수 있다.

선거여론조사에는 두 가지가 있을 수 있다. 첫째는 구체적인 정책방향(issue positions)에 대한 조사가 있을 수 있고, 둘째는 후보자 지지(candidate preference)에 대한 조사가 있을 수 있다 실제로 중요한 것은 정책에 관한 조사라고 볼 수 있다. 이는 선거를 건전한 정책 대결로 이끌어가면서 정책을 근거로 한 투표행위를 유도할 수 있고, 후보자들에게는 선거전략 수립에 필요한 결정적인 정보들을 제공하기 때문이다

선거가 정책대결로 이루어지는 미국의 경우 후보자지지 조사는 극히 일부일 뿐, 정책에 대한 여론조사가 더 많이 이루어지고 있다고 할 수 있다. 선거가 정책이 아닌 출신지역과 인물위주로 이루어지는 후진적 선거문화에서는 상대적으로 정책에 대한 여론조사가 적어질 수 밖에 없다고 할 수 있다. 그러나 선거에 있어서는 결국 누가 될 것이냐가 가장 큰 관심사일 수 밖에 없기 때문에 후보자 지지조사가 항상 언론보도의 초점이 되고 있다. 지지정도가 수치로 드러남으로써 열세 후보자들은 그 결과에 항상 불만과 비난을 터뜨리고

선거과정에서 그 조사들이 과연 무슨 의미가 있는지 의문을 제기하기 마련이다. 그리고 선거가 끝난 이후 결국 밝혀지기 때문에 여론조사기관에서는 정확한 예측을 하기 위해 많은 노력을 기울이고 있는 부분이라고 할 수 있다.

이때까지 우리 나라에서는 선거여론조사 그 자체가 금기시 되어 왔다고 하더라도 그 결과를 발표할 수 없었기 때문에 비밀리에 진행되어 왔다. 이러한 행태는 객관적인 선거여론조사의 발전을 저해하였고, 경우에 따라서는 그 결과가 조작 또는 왜곡되어 유언비어로 유포됨으로써 올바른 여론이 형성되지 못하는 결과를 초래할 수 있었다. 그러나 이제 우리나라도 작년 대선을 앞두고 개정된 새로운 선거법에서 누구든지 선거일 공고일부터 선거일까지를 제외하고 정당에 대한 지지도나 당선인을 예상하게 하는 여론조사의 결과를 공표할 수 있게 되었다. 2)

이에 따라 우리 나라에서도 선거 여론조사가 선거에 있어서 새로운 변수로 등장하게 되었고 총체적인 선거문화 속에서 어떻게 자리매김 되느냐에 따라 새로운 선거문화가 형성될 전기를 맞이하게 되었다. 또한 선거여론 조사가 활성화되어 그에 관한 자료들이 축적되면서 민의를 정확히 파악할 수 있는 기법들이 발전될 수 있는 계기가 마련되었다. 민주정치에 있어서 여론이 중요한 만큼 여론조사가 담당하는 역할 또한 매우 중요하므로 그것의 활성화와 발전도 매우 의미 있는 일이라고 하겠다. 실질적으로 지난 대선에서 선거법이 개정발효된 11월 11일부터 대통령선거일이 12월 18일로 공고되면서 선거운동이 시작된 11월 20일전까지 9일간 우리나라 주요언론들은 서둘러서 선거여론조사 결과들을 공표하기 시작하였다. 역사상 처음으로 선거 여론조사 결과가 공표되기 시작함으로써 많은 관심과 쟁점 들을 불러 일으켰다고 할 수 있다. 여론조사 결과보도가 투표행위에 어떠한 영향을 미치는가? 얼마나 정확하며 어떻게 하면 보다 정확해 질 수 있는가? 여론조사 결과보도는 어떻게 해야 하는가?에 대한 논란들이 있을 수 있다. 본 소고에서는 선거 열풍이 가라앉은 이 시점에서 지난 대선에서의 선거여론조사들을 차분히 되돌아 보면서 이러한 논점들을 정리해보고자 한다.

II. 1992년 대통령 선거에서의 여론조사

13대 대선 때부터 도입되기 시작한 선거여론조사는 14대 대선에서는 더욱더 활발하게 공개적으로 이루어졌다고 할 수 있다. 민자당, 민주당, 국민당의 선거대책기관들은 물론이고, 언론사들이나, 모모한 재벌기업들도 자체적으로 또는 전문여론조사기관을 동원하여 여론조사들을 진행하였다. 민자당의 경우 8, 9월에는 격주로, 10월부터는 매주 지지도조사를 실시한 것으로 드러났고, 민주당의 경우 8월부터 매월 1회 면접조사를 실시하였고 사안이 생기면 수시로 어떤 때는 주 2, 3회 정도 실시된 것으로 나타났다. 국민당도 민주당과 비슷한 것으로 나타났다.3) 그리고 언론사들의 관심도 이에 못지 않았는데, 중앙일보는 산하 JOINS와 데이터뱅크를 통해 5월부터 한달 간격으로 한번씩, 10월에는 두 번, 11월, 12월에는 매달 세번씩 조사하였고, 조선일보는 한국갤럽과 공동으로 11월 17일부터 대선직전까지 5번의 여론조사를 실시하였으며 한국일보도 미디어리서치와 공동으로 10월부터 6번 실시한 것으로 나타났다. 재벌기업 중에서는

삼성그룹이 산하 제일기획을 통해 그리고 삼성생명 보험 모집원까지 동원하여 가장 활발하게 선거정보를 수집 하였다.

그러나 그 결과가 정확히 밝혀진 것은 극히 일부이고 대부분은 대외비로 공개하지 않은 것들이 훨씬 더 많았다. 따라서 각종 여론조사 결과들이 유언비어로 유포되었고 삼성그룹이나 KBS, 심지어는 미국 국방성 또는 일본 유력언론사를 빙자한 조사결과들이 근거없이 유포되기도 했다. 이러한 현상은 개정선거법에 의해 선거일이 공고된 11 월 20 일부터 선거일 12 월 18 일까지 여론조사결과가 공표되지 못함으로써 더욱더 심화되었다고 볼 수 있다. 선거열기가 들뜨기 시작한 11 월부터 선거직후까지 우리나라 4 대 중앙지라고 할 수 있는 조선, 동아, 한국, 중앙일보에 나타난 기사들을 중심으로 여론조사의 주제, 방법, 그리고 그 결과를 정리해보면 다음과 같다.

동아일보의 경우는 12 월 11 일자 신문에서, 중앙선거관리위원회가 현대리서치에 의뢰하여 선거공정성, 대선문제점, 후보선택기준 등에 관해 조사한 결과를 한번 보도했을 뿐, 다른 신문사들과는 달리 전혀 선거여론조사 결과에 관한 기사를 다루지 않고 있음이 특징으로 나타났다. 한국, 중앙, 조선일보 보도기사들은 표 II-1, II-2, II-3 에 나타난 바와 같다.

〈표 II-1〉 한국일보 보도

조사기관	의뢰기관	주요조사내용	표본및 조사방법	주요결과	
11/20 미디어 리서치	한국일보 ※ 설문지게재 ※ 오차율보도 95% 신뢰도 ±3.46%	투표율 후보결정여부 후보선택기준 정부선거중립성 대선쟁점	800명 대상 전화여론조사	투표율 꼭 하겠다81.1% 원만하면 하겠다12.4% 후보결정여부 정했다.....40.4% 못 정했다43.6%	
12/11 현 대 리서치	선관위	투표율 선거공정성	1,200명 대상 전화여론조사	투표율.....88%	
12/14	3당의 예상 선거결과 비교분석보도				
		김영삼 38%-40%	김대중 30-32%	정주영 18-21%	기타 9-12%
		35%-38%	36-39%	19-22%	8-11%
		31%-35%	24-28%	32-36%	5- 9%
12/16 미디어 리서치	한국일보 ※ 설문지게재 ※ 오차율보도 95% 신뢰도 ±3.10%	투표율 후보결정여부 후보선택기준 선거공정성 대선쟁점	1,000명 대상 전화여론조사 비례합당 및 무작위추출법	투표율 꼭 하겠다82.9% 원만하면 하겠다12.3% 후보결정여부 정했다.....69.8% 못 정했다30.2%	
12/21 미디어 리서치	한국일보	신정부과제 선거공정성 당선이유 지지변경이유	800명 대상 전화여론조사	지지변경여부 당심이지 않았다71.1% 무후보사이에 고민23.9%	

〈표 II-2〉 중앙일보 보도

조사기관	의뢰기관	주요조사내용	표본및 조사방법	주요결과
11/12		3당의 예상 선거결과 비교분석보도		
	김영삼 민자당예상 36.1%	김대중 21.1%	정주영 10.6%	박찬종 7.3%
	28%	24.7%	12.3%	8%
	25%	15.8%	18.3%	40%
11/17 JOINS	중앙일보 ※ 설문지게재 ※ 오차율보도 95% 신뢰도 ±3.1%	투표율 후보지지율 정당지지율 대선행정 당선가능후보	1,000명 대상 전화여론조사 전화번호부에서 등간격으로 표본 추출	투표율 꼭 하겠다81.8% 아마 할 것이다.....8.5% 후보지지율 김영삼19.4% 김대중14.9% 정주영5.6% 박찬종4% 미결정48%
11/30 JOINS	중앙일보 ※ 설문지게재	후보결정여부 투표율 후보선택기준 선거공정성 TV토론의견	1,000명 대상 전화여론조사	후보결정여부 못 결정했다40.4% 투표율 꼭 하겠다87.5% 아마 할 것이다.....6.7%
12/7 JOINS	중앙일보 ※ 설문지게재 ※ 표본구성(성별)	후보결정여부 대선헌제점 TV연설	1,000명 대상 전화여론조사	후보결정여부 못 결정했다39.5%
12/10	후보자들간의 예상득표율 전망보도...1, 2등 격차 5% 내로 전망			
12/4 DB국	중앙일보 ※ 오차율보도 95% 신뢰도 ±3.1%	대선헌제점 후보선택기준 선거공정성	1,000명 대상 전화여론조사 성별비례대로 추출	
12/18 DB국	중앙일보 ※ 설문지게재 ※ 오차율보도 95% 신뢰도 ±3.1%	투표율 선거공정성 TV 연설	1,000명 대상 전화여론조사 성별비례대로 전화번호부에서 등간격으로 추출	투표율 꼭 하겠다86.4% 아마 할 것이다.....9.9%
12/20 DB국	중앙일보	후보지지율 결정시기	투표율 마친 유권자 1,000명 대상	후보지지율 김영삼44.6% 김대중33.1% 정주영12.9% 박찬종7.2% (무응답 8.8% 제외)

*1992년 12월 20일에 실시된 조사결과와 조사방법은 월간중앙 1993년 1월호(pp. 244~255)에 자세히 실려 있다. 그에 의하면 표본추출방법은 전화번호부를 이용하여 등간격으로 1,000가구를 추출하여 한 가구에 한 명씩 뽑되 남녀수가 같도록 추출한 것으로 드러났고, 오차율은 3.1%이었다.

〈표 II-3〉 조선일보 보도

조사기관	의뢰기관	주요조사내용	표본및 조사방법	주요결과
11/16 한국갤럽	조선일보 ※ 설문지게재 ※ 오차율보도 95% 신뢰도 $\pm 3.8\%$ ※ 표본구성(성별, 연 령별, 지역별...)	투표율 후보지지율 정당지지율 대선행점 선거공정성	660명 대상 전화여론조사 3단층화 무작위추출	투표율 꼭 하겠다82.6% 후보지지율 김영삼28.7% 김대중19.2% 정주영7.7% 박찬중5.9% 무응답32.3%
12/3 한국갤럽	조선일보 ※ 오차율보도 95% 신뢰도 $\pm 3.7\%$ ※ 표본구성(성별, 연 령별, 지역별...)	선거공정성 대선행제점 후보선택기준 대선행점	700명 대상 전화여론조사 3단층화 무작위추출	
12/16 한국갤럽	조선일보 ※ 오차율보도 95% 신뢰도 $\pm 4.0\%$ ※ 표본구성(성별, 연 령별, 지역별...)	투표율 지지면경여부 선거공정성 대선행제점	605명 대상 전화여론조사 지역별비례 무작위추출	투표율 꼭 하겠다92.5% 아마 할 것이다.....3.2%

한국일보의 경우 미디어리서치가 수행한 3건의 여론조사 결과, 선관위 의뢰로 현대리서치가한 1건의 여론조사 결과, 각 정당에서의 예상지지율 비교분석기사 1건을 다루고 있고, 중앙일보의 경우 산하 조사기관인 JOINS와 DB국에서 한 6건의 여론조사 결과와 각 당의 예상지지율 비교분석 기사 2건을 실었고, 조선일보의 경우는 한국 갤럽에서 한 3건의 조사결과들을 다루고 있다 이외에도 직접적인 여론조사 결과보도는 아니지만 중앙일보 4)와 한국일보 5)의 경우 각각 3당 여론조사의 현황과 그 의의를 장문의 기사로 취급함으로써 선거여론조사에 큰 관심을 보이고 있었다. 중앙일보가 가장 많은 관심을, 그리고 동아일보가 가장 적은 관심을 보였던 것으로 나타났다. 특히 중앙일보는 현행법상 여론조사 결과를 발표할 수 없었던 12월 10일에도 1면 톱기사로 후보지지율 예상 기사를 취급하는 과감성을 보이고 있었다.

선거가 끝난 이후 중앙일보 6), 조선일보 7), 그리고 한국일보 8)는 선거운동기간 발표하지 못했던 조사결과까지 묶어서 선거여론조사의 현황과 결과에 대한 상보를 게재하였다. 한국일보는 19일 0시 미디어리서치사가 지난 10월부터 6차례에 걸쳐 지역별, 성별, 연령별 비례할당 방식으로 추출한 유권자 1,000명을 대상으로 한 전화여론조사 결과들을 묶어서 김영삼 39.6%, 김대중 32.0%, 정주영 13.6%, 박찬중 11.3%, 백기완 2.7%, 기타 0.8%로 예측한 선거결과를 보도하였다. 조선일보의 경우, 한국갤럽, 미디어리서치, 코리아리서치의 예측치 들을 시점별로 보도하였는데, 선거직전 16, 17일 양일간에 걸쳐, 한국갤럽은 김영삼 39.5%, 김대중 31.1%, 정주영 15.7%, 박찬중 12.4%, 미디어리서치는 김영삼 39.6%, 김대중 32.0%, 정주영 13.5%, 박찬중 11.3%, 코리아리서치는 김영삼 39.9%, 김대중 32.0%, 정주영 16.5%, 박찬중 10.1%로 예측한 것으로 나타났다 (표 II-4).

다른 보도들을 통해 그 방법들을 살펴보면 한국갤럽의 경우 12월 14일 2,250명을 대상으로 한 면접조사를 실시하여 세 후보에 대한 지지도를 각각 29.5%, 26%, 10.5%로

알아낸 뒤, 부동산의 출신지역, 학력, 연령, 직업 등의 변수를 고려한 판별분석을 통해 부동산의 향방을 추적하여 39.5%, 31.1%, 15.7%로 예측한 것으로 나타났고, 미디어리서치의 경우에도 17일 1,000명을 대상으로 전화여론조사를 실시한 세 후보에 대한 지지도를 31.4%, 26.6%, 10.5%로 밝힌 뒤에 판별분석을 통해 마지막 예측을 이끌어 낼 것으로 나타났다.

〈표 II-4〉 3사의 최종 예상 득표율과 실득표율

	실제 득표율	한국갤럽	미디어리서치	코리아리서치
김영삼	41.4%	39.5(-1.9)	39.6(-1.8)	39.9(-1.5)
김대중	33.4%	31.1(-2.3)	32.0(-1.4)	32.0(-1.4)
정주영	16.1%	15.7(-0.4)	13.5(-2.6)	16.5(+0.4)
박찬종	6.3%	12.4(+6.1)	11.3(+5.0)	10.1(+3.8)
실제투표율 81.9%				

※ 괄호안은 실득표율과의 편차

언론에 공개적으로 보도된 내용들만을 볼 때 지난 대선에서의 선거여론조사에서 많이 다루어진 주제로서 투표참가율, 후보지지율, 대선쟁점, 선거공정성, 후보선택기준 등을 들 수 있다. 방법론상으로는 한국일보와 공동으로 여론조사를 한 미디어리서치사는 800명(오차 $\pm 3.46\%$)에서 1,000명(오차 $\pm 3.10\%$)까지 소정의 인구학적 변인들에 대한 비례할당으로 무작위 추출하여 전화여론조사를 실시하였고, 처음에는 부동산에 대한 향방을 예측치 않았지만 막판에는 기존의 정보를 바탕으로 판별분석을 통하여 마지막 결과를 예상한 것으로 나타났다. 중앙일보 산하 JOINS와 DB 국은 1,000명(오차 $\pm 3.10\%$)을 대상으로 전화조사를 실시한 것으로 나타났다. 전화번호부를 이용하여 등간격으로 1,000가구를 추출하여 가구별로 한 명씩 전화면접을 하되 남녀비율을 모집단의 그것과 일치하게 하였다. 부동산의 향방을 추적하지 않았고 단지 후보자 지지 비율계산에서 제외한 것으로 생각된다. 9) 조선일보와 공동으로 조사한 한국갤럽의 경우는 3단층화 무작위추출법을 사용하여 600명에서 700명까지의 표본을 추출하여 전화여론조사를 실시하였다. 마지막에는 2,250명을 면접 조사하여 그 결과를 미디어리서치사와 마찬가지로 판별분석을 통해 부동산을 예측하였다.

III. 영향론적 입장에서 고찰

미국에서는 1920년대부터 여론조사가 시작되었고 그 예측들이 대략적으로 맞아 떨어지면서 월터피어스 하원의원 같은 이는 여론조사 결과를 공표하는 것을 금지하는 법안을 제출하기도 하였고 우세한 후보자를 제외한 다른 후보자들은 항상 여론 조사자들에게 그 결과들이 선거에 악영향을 미친다고 불평을 늘어놓았다. 후보자들은 우세한 것으로 나타난 후보가 더욱더 우세해 진다는 밴드웨건신화에 사로잡혀 있었다. 최근의 대선에서도 부시 대통령은 마지막 유세에서 자신에게 불리하게 나타난 여론조사 결과들이

영터리라는 격렬한 비판을 퍼부은 것도 미국과 같이 정책이나 업적이 보다 중요시되는 선진 선거 문화속에서도 밴드웨건신화가 아직도 살아 있음을 말해주고 있다고 볼 수 있다. 우리나라에서도 선거법 개정 협상결과로 선거 운동기간 중에는 여론조사 결과를 공표할 수 없게 된 것이나, 실제 선거과정에서 민주당이나 국민당측에서 공표를 꺼려하였다는 사실도 이를 입증하고 있다. 뿐만 아니라 민주당과 국민당의 조사결과는 실제와는 달리 자당에 보다 유리하게 흘러졌고 김대중 후보는 마지막 경기도 유세에서 최근의 여론조사에서 자신이 1 등을 달리고 있는 것으로 까지주장하였다. 국민당의 경우도 KBS 조사결과라고 하면서 정주영 후보가 1 등으로 나타났다고 주장하는 사태가 벌어졌던 사실도 있다. 이렇게 조사결과를 자당에 유리한 것으로 왜곡하는 이유는 무엇일까? 객관적인 조사결과가 밝혀진다면 이것은 과연 유권자들에게 어떠한 효과가 있을 수 있는가?

선거여론조사 결과, 특히 후보자 지지율이 공표될 때 그 자체가 투표행위에 미치는 영향으로 세 가지 견해가 있을 수 있다. 첫째는 어느 후보가 우세하다는 결과를 접했을 때에 유권자들은 그 우세한 후보에 몰리게 된다는 밴드웨건 효과를 주장하는 입장(bandwagon effect theory)이 있을 수 있고, 둘째는 열세한 후보에게 동정표가 던져질 수 있다는 주장(underdog theory)이 있을 수 있고, 세번째는 결과 공표 그 자체는 아무런 효과가 없다는 주장이다.

조지 갤럽은 이러한 밴드웨건 신화의 진위를 과학적으로 정확히 입증하기가 쉽지 않지만 그 동안의 여론조사 결과에 의해 축적된 자료들은 그 자체는 아무런 효과가 없다고 단언하고 있다.¹⁰⁾ 단적인 예로서 1948 년 대통령 선거에서 토마스 듀이가 여론조사에서 단연 우세한 것으로 발표되었으나 실제로는 그의 패배로 끝났고, 1964 년과 1968 년 대통령 선거에서도 초기에는 존슨과 닉슨이 상대방보다 각각 훨씬 앞서는 것으로 나타났으나 결과는 박빙의 차이로 나타난 것을 들고 있다. 그러나 최근의 연구에서 쿠키르만과 같은 학자는 유권자들은 일반적으로 후보자들을 그들의 일반적 능력(general ability)과 정책적 입장(positions on the issue space)에 따라 평가한다고 주장하고, 여론조사 결과를 유권자들이 접하게 될 때, 우세한 후보자가 더 능력이 있는 것으로, 그리고 그 후보자의 정책이 더 좋은 것으로 평가함으로써 여론조사 결과가 공표되지 않을 때에 얻을 수 있는 지지보다 더 많은 지지를 얻을 수 있다고 주장하고 있다.¹¹⁾

정치학에 있어서 투표행위에 관한 고전적 연구인 라자스펠드, 베렐슨, 그리고 고딕의 연구에 의하면, 선거캠페인의 영향을 기존 정치적 성향의 활성화(activation), 강화(reinforcement), 그리고 변경(conversion)으로 나눌 때 변경되는 경우는 유권자의 8% 정도라고 추정하고 있다.¹²⁾ 적극적인 홍보에 의한 변경이 8% 정도라면, 선거여론조사 보도에 의한 변경은 있다고 하더라도 8%의 극히 일부분에 지나지 않을 것으로 예측된다. 이러한 연구는 신문방송학에서의 대표적 이론인 선택적 노출이론(selective exposure theory), 즉 자기의 신념과 배치되지 않는 정보들만 유의적으로 받아들인다는 논리와도 그 궤를 같이 한다고 볼 수 있다. 따라서 이러한 논의들을 종합해 보면, 선거여론보도 자체가 지지변경(conversion)에 미치는 영향은 없거나 또는 있다고 보더라도 극히 적을 것으로 사료된다.

우리나라의 경우를 살펴보면, 지난 대선이 끝난 후 여론조사기관에서 발표한 마지막 예상득표율(표 II-4 참조)을 보면 김영삼, 김대중, 정주영 후보들의 경우, 판별분석을 통한 예상치와 별 차이가 없는 것으로 보아 밴드웨건 효과로 인한 지지율의 변화가 없었다고 주장할 수 있다. 부동표의 향방을 추적하는 판별분석에 있어서 밴드웨건 효과를 고려하지 않았으므로 그 예측이 맞다면 밴드웨건 효과는 없는 것으로 판단할 수 있기 때문이다. 그러나 한편, 박찬종 후보의 경우는 예외 없이 예상한 것보다 낮게, 다른 후보들은 예상한 것보다 많은 표를 획득한 사실은 박찬종 후보 지지기반의 특성을 판별하여 그를 지지할 것으로 예상한 표들이 다른 후보들에게로 갖거나 또는 기권을 한 것으로 생각할 수도 있는데, 이는 부분적으로 박찬종 후보의 경우에는 지지율보다 그 자체가 사표심리를 자극하여 우세한 후보들에게 표가 몰리는 밴드웨건 효과로 인해 손해를 본 것으로도 해석할 수 있다.

문제는 그 효과가 있든 없든 후보자 지지율에만 지나치게 관심을 쏟는 언론의 태도와 근거없이 자당에 유리한 결과들을 유포하는 후보자들에게 있다고 할 수 있다.¹³⁾ 전술한 바와 같이 선거여론조사를 두 가지로 나눈다면 정책조사와 후보자 지지조사로 나눌 수 있다. 정책 조사는 선거에 있어서 매우 유용하다는 것을 단적으로 말할 수 있다. 투표행위에 미치는 요소가 정책 이외에 당에 대한 지지도, 후보자의 인성과 매력성, 지연, 학연, 혈연 등 많은 요소가 있을 수 있다. 그러므로 정책 지지가 후보 지지로 반드시 연결되지는 않는다. 그러나 실질적으로 다른 요소들보다 정책요인은 가변성이 있어 전략적 수립이 가능하고, 정책대결구조의 선거에 있어서는 핵심적 요인이 된다. 후보자의 연설에 있어서 공약으로 나타나고 토론에 있어서 공격과 방어의 대상이 되며, 이로부터 전체적인 캠페인 주제와 슬로건들이 만들어 지게 된다. 미국에서 여론조사자의 임무가 여론 수집가에서 해석자로 그리고 전략수립가로 그 역할이 변모하여 온 것도 정책조사가 점점 중요한 위치를 점하여 왔다는 것을 말해주고 있는 것이다. 언론에서 후보자들이 내세우는 정책적인 차이를 추려내어 이에 대한 지지조사를 하고 이를 공표함으로써 후보자들에게는 보다 훌륭한 정책을 개발하도록 자극하고 유권자들에게는 정책을 바탕으로 한 투표행위를 유도함으로써 선거문화를 건전한 방향으로 이끌 수 있는 것이다. (표 T-1)에서 (표 II-3)까지 언론에 보도된 여론조사들의 주제들을 살펴보면 이와 같은 정책조사는 없었다고 보아도 무방하다. 앞으로 우리 언론들은 정책조사에 보다 많은 관심을 쏟아야 할 것으로 생각된다.

엄청난 돈이 쓰여질 뿐만 아니라 후보자들의 정치적 위상과 국가의 운명이 결정되는 선거게임에서 당락, 다시 말하면 지지율에 대해 후보자나 언론이 신경을 쓰지 않을 수는 없지만, 결과로 나타난 수치보다는 그 수치가 정책 또는 다른 원인들과 결부되는 총체적 해석에 보다 많은 관심을 가져야 할 것이다.

IV. 방법론적 입장에서의 고찰

미국의 경우 1824년부터 여론조사는 시작되었으나 근대적 의미의 대통령선거 여론조사의 역사는 1933년부터 시작되었다. 그 동안 수없이 이루어지면서 그 기법들이 매우 발달하였고 그 예측 결과의 정확성도 상대적으로 높아져 왔다. 갤럽여론조사소의 경우 1936년부터

1948년까지 7회의 전국선거에서 평균오차는 4.0%, 1954년과 1965년에 이르는 6회의 선거에서 평균오차는 1.6%, 그리고 그 이후의 4회의 선거에서는 0.8%로 내려갔다. 14) 이러한 정확성을 만들어 내기 위해서는 적절한 크기의 대표성 있는 표본을 추출하여 정확한 응답을 얻어낼 수 있는 질문을 작성하여 적절한 조사방법을 동원하여 자료를 얻은 다음, 그 자료들을 적절한 기법을 동원하여 분석하여야 한다.(표 II-4)에서 대선이 끝나고 난 뒤에 여론조사기관에서 발표한 예측결과들을 알 수 있는데 김영삼 후보의 경우 평균 1.7%, 김대중 평균 1.7%, 정주영 평균 1.1%, 박찬종 평균 5.0%의 오차를 보이고 있다. 이는 미국의 갤럽여론연구소에 있어서 1950년대 말과 60년대 초의 정확성과 비슷하다고 볼 수 있다. 비교적 정확하다고 자위하기 보다는 방법론상의 개선점을 찾아볼 필요가 있다는 생각이 든다. 몇 가지 논의점들을 찾아보면 다음과 같다.

1. 전화조사 표집방법과 가구내 응답자추출방법

지난 대선에서 사용된 조사방법은 주로 전화조사를 많이 사용하면서 부수적으로 방문면접방법을 사용한 것으로 나타났다. 전화조사와 방문면접의 경우 서로 일장일단이 있다. 방문조사의 경우보다 긴 그리고 보다 깊이있는 조사를 할 수 있는 장점이 있는 반면, 조사자와 피조사자가 서로 얼굴을 맞대는 방식이기 때문에 피조사자가 솔직한 응답을 회피하는 경우가 전화조사 보다 많고, 비용과 기간이 많이 든다. 군집표집방법을 사용하게 되므로 표본추출의 무작위성이 떨어지게 되고, 따라서 같은 표본 크기라 하더라도 무작위를 전제로 계산되는 오차한계가 맞지 않고 전화조사보다 오차가 매우 커지게 된다. 따라서 선거여론조사의 경우 전화조사방법이 보다 타당하다고 사료된다. 지난 대선에서 사용된 전화조사방법을 살펴보면 크게 두 가지 문제가 있다고 생각된다.

첫째는 전화조사의 가장 큰 장점 인 무작위성이 가정내의 실제 응답자를 고르는 과정에까지 적응되지 않고 있다는 점이다. 예를 들면 전화번호를 추출하여 전화통화를 시도했을 경우, 받는 사람을 응답자로 선정하면서, 조사과정에서 남녀 비율을 모집단의 그것과 맞추어 나가는 방법(비례할당법)은 우연히 집에 있는 사람들을 응답자로 선정하게 되므로 우연성이 개재되게 된다 따라서 무작위성을 끝까지 유지하기 위해서는 가정내의 응답자를 고를 때에도 가정내의 성인의 수와 성인남자의 수를 고려한 추출표(selection table)를 사용하여 실제 응답자를 고르는 것이 보다 정확한 방법이라고 할 수 있다.15)

두번째는 전화조사에 있어서 전화번호를 어떻게 추출하느냐의 문제인데, 여기에는 전화번호부를 이용하는 방법과 난수를 이용하는 방법이 있다. 지난 대선에서는 전화번호인명부를 이용하는 방법이 쓰인 것으로 나타났다. 전화번호인명부를 이용할 경우, 가장 큰 단점은 인명부가 1년 또는 2년 만에 갱신됨으로써 정확하지 않다는 점이다. 특히 국번이 변경된 경우, 새로운 국번을 가진 가정들은 모두 표본추출에서 제외되게 된다. 국번 변경이 잦은 우리나라의 경우 이러한 단점이 조사결과에 미치는 영향은 매우 심각하다고 할 수 있다. 그리고 전국조사의 경우 전국의 인명부를 다 모아서 등간격으로 번호를 추출하기가 매우 번거롭고 시간이 많이 걸리게 된다 이 때문에 경우에 따라서는 대도시만을, 또는 특정지역만을 대상으로, 또는 제주도를 제외하는 경우가 많게 되는데 이럴 경우 또한 조사오차가 커지게 된다 따라서 만수를 사용하는 방법이 보다 정확하다. 난수를 사용하는

방법은 조사시점에 실제 사용되고 있는 국번만을 한국통신으로부터 제공 받아 기관번호를 제외하고 난 다음, 그 국번들에다가 4 자리 난수들을 덧붙임으로써 조사하게 될 번호를 추출하게 된다. 국번마다 동수의 번호를 만들게 되면 우리 나라에서 전화를 가진 모든 가정이 똑 같은 추출확률을 부여 받게 되므로 어떤 방법보다도 무작위성이 보장되게 된다. 이렇게 할 경우 물론 사업용 전화가 표본에 포함되는데, 필자의 경험상 대도시의 경우에도 추출된 표본에서 50% 이상이 가정이므로 필요한 표본수의 두배 정도의 표본을 추출하면 실제 조사에서 필요한 만큼의 표본을 얻을 수 있다. 16)

2. 기권자 처리방법

투표결과로 나타나는 후보자의 당락은 실제 투표장에 나가 투표를 하는 유권자에 의해 결정된다. 그러므로 선거여론조사의 실제 모집단은 전체 유권자가 아니라 기권하지 않는 유권자라야 한다 물론 여론조사 전에 기권자를 가려낼 수 없으므로 원칙적으로 전체 유권자를 대상으로 표본을 추출하고 조사를 진행하게 되는 것이 일반적이다. 그러나 위와 같은 모집단규정은 모아진 자료를 분석하고 결과를 예측하는 데에 있어서는 기권하지 않을 유권자만을 대상으로 분석해야만 그 예측력이 높아진다는 것을 뜻한다. 그러므로 지난 대선에서의 여론조사분석에서 기권자들을 고려하지 않은 것은 그만큼 정확할 수 없다는 것을 의미한다. 지지기반이 되는 유권자들이 기권을 하게 되면, 그만큼 실제 지지율이 떨어지는 것은 당연한 사실이다. 따라서 예측을 할 때에는 반드시 기권자를 고려하지 않으면 안된다고 할 수 있다. 실제 투표율이 81.9%로 나타났는데 이는 5명 중에 한 명이 기권을 했다는 것을 의미하고 무작위로 추출된 표본이 1,000 명이라면 원칙적으로 200 명 정도의 표본이 투표에 참가하지 않는다는 것을 뜻한다. 기권자들을 고려하는 방법에는 여러 가지가 있을 수 있다. 기권가능 유권자들을 미리 예측하여 이를 분석대상에서 제외하는 방법들이 있을 수 있으나, 지난 몇 차례의 대선과 총선을 거치면서 기권자들의 남녀별 연령별 비율을 알 수 있으므로 그 대상층의 응답들에 투표비율을 가중하는 방법이 좋다는 생각이 든다.

앞으로 선거가 많이 이루어지면서 인구학적 특성들에 따른 기권자들의 비율에 관한 자료가 축적되고 기권자들의 특징에 관한 연구들이 많이 진행되면 보다 나은 분석방법들이 나올 수 있으리라 생각된다. 여론조사기관들은 이에 대한연구와 자료축적을 게을리 해서는 안될 것이다.

3. 표본의 크기 및 비율

표본의 크기가 전집의 크기에 가까우면 가까울수록 좋다. 그러나 시간상의 그리고 비용상의 제한이 있으므로 적절한 수준에서 그 크기를 정할 수 밖에 없다. 이러한 적정표본수는 후보자들간에 예상되는 지지율의 차이와 그 속에서 우열을 가릴 수 있는 허용오차의 크기에 따라 다르다고 할 수 있다. 백중지세일 경우에는 보다 많은 표본이 필요하고 현격한 차이가 있을 경우에는 보다 적은 표본으로서도 조사가 가능하다고 할 수 있다. 일반적으로 비율의 오차 계산방법은 단순무작위 표집(simple random sampling)일 경우 그리고 모집단의 수가 표본의 수에 비해 매우 클 경우를 가정하여 95% 신뢰도에서 다음과 같다

오차 : $\pm 1.96 \times \sqrt{(pq/n)}$

p=실질적으로 조사결과 밝혀진 특정후보에 대한 지지율(%)

q=100- P

n=조사에 사용된 표본의 수

1.96=95% 신뢰도를 의미하는 상수

1,000 명의 표본을 추출하여 특정후보에 대한 지지율이 조사결과 30%로 드러났을 경우, 그 오차는 위 공식에 의하여 $\pm 2.82\%$ 가 된다. 같은 수의 표본에서 50%로 드러났을 경우, 오차는 $\pm 3.10\%$ 가 된다. 같은 크기의 표본을 사용하더라도 조사결과로 밝혀진 비율 50%에 가까이 가면 갈수록 오차가 커지며 50%일 때 가장 오차가 커지게 된다 50%를 가정하고 표본이 600 명일 경우 $\pm 4.0\%$, 1,000 명일 때에 오차는 $\pm 3.10\%$, 1,300 명일 때에 $\pm 2.71\%$, 1,500 명일 때에 $\pm 2.53\%$, 2,000 명일 때에 $\pm 2.19\%$, 3,000 명일 때에 $\pm 1.79\%$, 4,000 명일 때에 $\pm 1.55\%$ 가 된다. 2,000 명 이상의 경우에는 표본의 수를 늘리더라도 줄어드는 오차량이 적기 때문에 그 이상은 늘리지 않는 것이 일반적이다. 국민당에서 10,000 명이 넘는 표본을 사용하여 조사한 적이 있는데, 이는 조사의 상식을 벗어난 일이라고 할 수 있다.

지난 대선에서의 여론조사의 경우 600 명에서 1,200 명 정도의 표본을 전국에서 무작위적으로 추출한 것으로 나타났는데 과연 그것이 타당한가에 대한 의문을 제기할 수 있다. 600 명의 경우 오차가 $\pm 4.0\%$ 라면 후보자간의 차이가 적어도 8%이상 벌어져야 하고 1,000 명의 경우는 적어도 6%이상 벌어져야 유의미한 결과를 얻을 수 있게 된다. 김영삼 후보와 김대중 후보와의 지지율차이가 변화를 보이는 선거과정에서 1,000 명 이하의 표본을 사용한 것은 위험한 일이었으며 적어도 1,500 명 정도의 크기는 됐어야 했었다는 생각이 든다. 절대적인 표본의 크기보다 더 큰 문제는 지역별로 같은 비율의 표본을 사용한 점을 들 수 있다. 대선결과를 보면 광주 지역에서 김영삼 후보가 2.1%, 김대중 후보가 95.1%, 부산지역에서 김영삼 후보가 72.6%, 김대중 후보가 12.4%, 그리고 서울지역에서 김영삼 후보가 36.0%, 김대중 후보가 37.3%를 얻어 지역별로 편차가 크고 서울은 박빙의 차이를 보인 것으로 드러났다. 이럴 경우 지역별로 일정한 비율을 유지하기 보다는 서울의 경우는 좀더 많은 비율로, 광주와 부산의 경우는 좀더 적은 비율로 추출하는 것이 바람직하다고 할 수 있다. 다시 말하면 한 두 차례의 조사를 통해 나타난 결과를 바탕으로 지지비율의 격차가 비슷한 지역들을 묶어 몇 개의 유층으로 나누어 유형별로 표본의 비율을 달리하는 것이 보다 합리적이라는 것이다.

V. 보도론적 입장에서의 고찰

선거에 임하여 선거당사자들은 물론 일반시민들도 후보자들의 당락에 많은 관심을 가지게 된다. 그러므로 실질적으로 후보자나 유권자에게 도움이 되는 정책조사가 후보자 지지조사보다 많이 행하여 지든 아니든 간에, 언론의 생태는 정책조사 결과보다는 후보자 지지조사 결과에 더 많은 관심을 가지게 된다. 지난 대선에 있어서 언론보도를 볼 때는 우리의 언론은 이러한 경향을 벗어나지 못하고 있다고 할 수 있다. 미국의 경우도

대통령선거에서는 정책적 입장에 대한 기사보다는 누가 이기고 지고 있는가에 대한 논의가 훨씬 많다는 사실 17)은 선전선거문화 풍토에서도 정도의 차이는 있을지 몰라도 경마식 보도라는 비난을 받기는 마찬가지라고 할 수 있다. 이러한 보도관행은 하루 빨리 타파되어 정책조사보도가 중심이 되어야 하며 후보자 지지율보도를 하더라도 심층적인 분석이 반드시 뒤따라야 할 것으로 사료된다.

경마식 보도를 지양해야 한다는 원칙적인 문제는 제쳐 두더라도 여론조사 결과를 기사화하는 실질적인 문제에 있어서도 유권자들이 오해를 하지 않도록, 그리고 그 결과의 신뢰성을 평가할 수 있도록 하여야 한다. 신뢰성이 평가되지 않은, 그리고 유권자들이 신뢰성을 평가할 수 없는, 서로 다른 결과들에 대한 보도는 유권자들을 혼란에 빠뜨릴 위험이 크다고 할 수 있다. 미국의 경우 전국공개여론조사협의회에 가입하고 있는 조사기관은 어떤 조사결과의 발표에도 다음과 같은 자료가 포함되도록 규정하고 있다. 18)

1. 추출대상이 되는 모집단
2. 표본을 구성 하고 있는 개개인의 접촉방법
3. 표본의 크기
4. 사용된 질문의 정확한 내용
5. 인터뷰를 한 시간
6. 그 여론조사의 의뢰자(특히 명기하지 않으면 모를 경우)

더 나아가 법률적으로도 이러한 여론조사의 진실성을 보증하기 위해 노력하였는데 「여론조사의 진실에 대한 비치법안」(The nedzi Truth in Polling Act)이 바로 그것이다. 이를 둘러싸고 1972년 9월 워싱턴에서 청문회까지 열린 적이 있는데 그에 의하면 여론조사기관은 연방정부의 공직선거 혹은 기타 정치문제를 다루고 공표할 때는 그 조사결과를, 공표 후 72시간 안에 국회도서관에, 여러 가지 자료들 즉, 여론조사의 의뢰자명, 특성, 표본의 크기, 조사방법, 회수율, 면접시기, 실제로 사용된 질문지 등과 함께 제출하도록 규정하고 있다.19)

우리나라에서도 하루 빨리 선거여론조사보도의 관행이 시급히 확립되어야 할 것이다. 지난 대선에서의 선거 여론조사 보도태도를 볼 때, 조선일보가 설문지 내용과 오차율뿐만 아니라 표본구성까지 보도함으로써 가장 자세한 것으로 드러났다. 그러나 그 보도들을 읽고 일반 유권자들이 조사의 신빙성이나 결과에 대한 올바른 판단을 내리기는 부족한 점들이 있었다고 할 수 있다. 지적하자면 표본추출방법을 설명하지 않거나, 너무나 간단하게 약술하고 있고, 그리고 독자들이 이해할 수 있는 전문용어를 사용하고 있는 점을 들 수 있다. 예를 들면 「이번 조사는 삼단층화무작위추출법을 사용했다」고 보도할 경우 이것이 무엇을 의미하는지 일반유권자들이 모를 가능성이 크고, 안다고 하더라도 어떤 단층들을 사용했는지, 그리고 가구내 응답자들을 어떻게 추출했는지에 대한 의문을 가질 수 밖에 없었다고 할 수 있다. 또 다른 문제점은 오차한계를 이용한 자료해석 방법을 구체적으로 설명 하고 있지 않다는 점이다. 간단하게 오차한계를 보도만 했지 그것을 어떻게 적용하여 해석하는지에 대한 설명들이 전혀 없고, 더 나아가서는 기사 내용중에 나타난 자료해석이 경우에 따라서는 이를 무시하고 기사를 쓰는 경우가 많았다. 예를 들면, 모 신문에서 대선이 끝난 뒤 유권자 1,000 명을 대상으로 조사한 결과 보도기사에서, 「박 후보도

남성(5.6%)보다 여성(8.9%)들의 지지율이 높은 것으로 밝혀졌다. 이에 비해 김대중(남 33.8%, 여 32.4%), 정주영(남 13.0%, 여 12.9%) 후보는 남성쪽의 지지가 많았다」고 서술하고 있다. 허용오차가 $\pm 3.1\%$ 이므로 그 차이가 6.2% 이상 나지 않을 경우에는 「많다」, 「적다」라는 결론을 내릴 수 없는 통계해석상의 관행을 무시한 것이다. 위의 경우는 언론사 자체에서 행한 여론조사를 보도한 경우인데, 다른 소스, 예를 들면 정당에서의 예측결과들을 보도하는 경우에는 그 예측들이 어떠한 방법으로, 어떻게 나왔는지를 전혀 설명함이 없이 단지 지지율 그 자체만 보도하는 경우가 많았다. 정당에서의 예측결과들은 사전인수격으로 왜곡되기가 쉽기 때문에 서로 차이가 나는 경우가 많으며, 이를 언론에서 보도할 때에는 더욱더 자세히 그리고 신중히 취재 보도할 필요가 있는데도 불구하고 지지율만을 보도한 것은 잘못이라고 할 수 있다.

선거여론조사보도가 여론에 미치는 영향을 생각한다면, 그 보도기사에 신중을 기하여야 하며 있을지도 모를 오해나 왜곡을 불러 일으키는 일이 절대로 있어서는 안된다. 가능하면 자세히 그리고 저널리즘적인 기술방법보다는 연구논문적인 기술방법으로 기사를 쓰는 것이 바람직하다고 할 수 있다.

VI. 결 론

지난 대선에서의 선거 여론조사를 되돌아 볼 때 매체들의 보도태도에 있어서 올바른 관행, 선거여론조사의 정당한 방향설정, 선거관계자들의 올바른 이해가 시급히 요청되고 있으며, 또한 여론조사기관에서 채택한 조사 및 분석방법에 있어서도 개선할 여지가 있다는 결론을 내릴 수 있다. 이제 우리나라에서도 14대 대선을 계기로 선거여론조사가 선거문화의 한 형태로 자리잡기 시작하였다. 선거여론조사가 올바른 역할을 하느냐 못하느냐의 여부는 여론조사기관이나 선거관계자, 언론, 그리고 유권자들에게 달려 있다고 할 수 있다. 선거여론조사가 단지 당락과 결과를 미리 알려주는 점쟁이의 역할을 수행하거나, 그러한 역할을 요구하거나, 그러한 결과에만 관심을 기울이는 선거문화는 하루빨리 사라져야 한다.(만일 여론조사기관이 선거전 최후조사에서 예상함을 그만두고 후보자나 정책에 대해서 보다 깊은 정보를 주는 것에 전념한다면 여론조사는 보다 의미있는 것이 될 것이다.)²⁰⁾라는 조지 갤럽의 말에서 나타난 바와 같이 정책조사가 중심이 되는 여론조사문화가 이루어져야 하고 언론에서도 이에 대해 보다 많은 관심을 기울여야 한다. 후보자들을 위시한 선거관계자들도 밴드웨건 신화에 사로잡혀 정확한 결과가 공표되는 것을 두려워하거나, 이를 왜곡 조작하는 일들은 하루빨리 사라져야 한다. 그러므로 선거운동 기간중에도 정착한 여론조사 결과는 공표될 수 있어야 한다. 정착한 여론조사와 분석이 이루어 질 수 있도록 여론조사기관들은 선진기법을 받아들이면서 우리 실정에 맞게 다듬어 나름대로의 노하우들을 쌓아나가야 한다. 또한 공인기관이나 협회를 창설하여, 또는 법률로써, 조사의 공정성을 보장하고 감시할 수 있는 체제를 갖추어야 할 것이다. 조사가 정확하게 이루어져야 함은 물론이지만 그것을 보도하는 보도매체 역시 올바르게 보도하도록 노력하여야 한다. 왜곡과 오해의 여지가 없이 자세히 그리고 신중히 보도해야 한다. 보도매체들이 스스로 한 여론조사뿐만 아니라 정당이나 다른 기관에서 행한 조사결과들을 보도하는 경우에도 여론조사 보도의 일반적인 준칙들은 지켜져야 할 것으로 사료된다.

선거여론조사가 우리의 선거문화에 긍정적인 역할을 다하고 올바르게 자리매김 되도록 조사관계자, 선거관계자, 언론, 그리고 유권자들은 다같이 노력을 기울여야 할 것이다.

주

1) 14 대 대선에서의 법정 허용선거비용.

2) 구법 : 제 65 [인기투표 등의 금지] 누구든지 선거에 관하여 당선되거나 되지 아니함을 예상하는 인기투표나 모의투표를 할 수 없다. 신법: 제 65 조 (여론조사의 결과공표금지)

(1) 누구든지 선거일 공고일부터 선거일까지에는 선거에 관하여 정당에 대한 지지도나 당선인을 예상하게 하는 여론조사(인기투표나 모의투표를 포함한다)의 경위와 그 결과를 공표하여서는 아니된다.

(2) 누구든지 선거에 관한 여론조사를 투표용지와 유사한 모형에 의한 방법으로 하거나, 후보자(후보자가 되고자 하는 자를 포함한다) 또는 정당이 그의 명의를 밝혀 할 수 없다.

3) "3 당 자체여론 조사분석, 김영삼, 김대중, 정주영의 순위 " 신동아, 12 월, pp.260.

4) "3 당 자체 여론조사 믿을 만한가... 아전인수지만 「흐름파악」 가능" 중앙일보, 11 월 12 일, 3 면.

5) "월요포럼 3 당 여론조사, 유권자 동향파악 「선거전략지표」로" 한국일보, 11 월 16 일, 3 면.

6) "민자 여론분석, YS 승리 주춧돌" 중앙일보, 12 월 21 일, 6 면.

7) "대선과 여론조사" 조선일보, 12 월 20 일.

8) "김영삼 후보 39.6% 득표 당선예상, 미디어리서치사 조사분석 " 한국일보, 12 월 19 일, 3 면.

9) <표 H-2> 중앙일보 보도에서 12 월 20 일 결과를 보면 무응답을 제외하고 후보 지지비율을 계산하였다.

10) 박무익 역(1978), 갤럽의 여론조사, 서울: 한국 에스피, pp.43-44

11) Cukierman, alex(1991). Asymmetric information and the electoral momentum of public opinion polls. Public choice, 70 (2), pp.181 ~213.

12) Lazarsfeld, p. F., Berelson, B. & Gaudet, H.(1948). The people's choice. new York : columbia University Press.

13) 표 II-1, 표 II-2, 표 II-3 참조

14) 박무익 역(1978), 위의 책, PP.227~228.

15) 미국에서 개발된 추출표로 Carter 의 것과 Trolldahl 과 Carter 의 것이 있으며, 한국에서는 그것들보다 합리적인 추출표를 충남대학교 양승목, 김현주, 조성겸 교수팀이 개발한 바 있다. 한국언론학회 91 년 봄철 학술발표 요지문을 참조.

16) 난수를 이용하는 방법은 통계책 뒤에 나오는 난수표에서 네자리 난수를 구하는 방법이 있으나 이는 수작업을 요하므로 번거롭고 경우에 따라서는 필요한 만큼 난수를 구할 수 없는 경우가 생긴다. 따라서 필자는 컴퓨터에 실제 국번을 저장한 뒤에 난수 발생공식을 사용하여 원하는 만큼의 난수를 발생시켜 자동적으로 국번들과 연결하여 전화번호를 얻는

퍼스널 컴퓨터 프로그램을 개발사용하고 있다. 순간적으로 표본을 추출할 수 있으므로 매우 편리하다고 할 수 있다.

17) Kahn, K. F. (1991), Senate elections in the news, Examining campaign coverage. Legislative Studies Quarterly, 16(3), PP. 349~374.

18) 박무익 역(1978), 위의 책, p.140.

19) 박무익 역(1978), 위의 책, p.241.

20) 박무익 역 (1978), 위의 책, p.174.

- 서울대 인문학과, 플로리다주립대(박사)
- 한국방송개발원 전문연구원
- 현재 부산대학교 신문방송학과 교수