

바른미래연구원 이슈보고서

Vol.38 2019년 12월 11일
www.brmrins.or.kr

여론조사에 응하는 유권자 태도

김효태 연구위원

cyberteamzang@gmail.com

*이 글은 필자의 개인 의견이며, 바른미래연구원의 공식 입장과 다를 수 있음

I

문제 제기

1. 배경

구글 트렌드 빅데이터 전문가인 ‘세스 스티븐스 다비도위츠(Seth Stephenes-Davidowiz)’는 자신의 저서 <모두 거짓말을 한다(EVERYBODY LIES)>에서 “사람들 대부분은 ‘사회적 바람직성 편향(social desirability bias)¹⁾’으로 인해, 설문 조사에서 자신은 멀쩡하게 보이기를 원하고 때로는 당혹스러운 행동이나 생각을 축소해서 이야기한다.”라면서, 이 점을 설문 조사 결과와 공식 수치가 다르게 나타나는 원인으로 지목했다.

스티븐스 다비도위츠는 여론조사가 2016년 도널드 트럼프의 승리를 예언하지 못한 데에는 “트럼프에게 투표할 것이라고 말하기 창피했을 것이고 어떤 이들은 트럼프로 마음을 굳혀 놓고도 아직 결정하지 못했다고 말했을 것이다.”라고 하면서 “대체로 여론조사는 트럼프에 대한 지지를 약 2퍼센트 과소평가했다.”라고 했다. 그러면서 “진실한 답을 이끌려면 대면 설문 조사보다 전화 설문 조사가, 전화 조사보다는 인터넷 설문 조사가 낫다.”라고 강조한다. 그 이유는 사람들은 다른 사람들과 함께 방에 있을 때보다 혼자 있을 때, 그리고 자신이 가장 익숙한 환경일 때(요즘은 인터넷 활동이 가장 보편화 됐고 편함) 사실을 솔직하게 인정하기 때문이라고 하고 있다.

1) 사회적 바람직성에 의한 편향(social desirability bias) : 사람들이 사회적으로 인정받을 수 있는 방향으로 대답하는 경향을 뜻하는 용어로 심리학 용어이다. - 실험심리학용어사전 -

근래에 들어 우리나라도, 여론조사 결과와 실제 지표 간에 차이가 나는 상황들이 자주 발생한다. 그래서인지 ‘스티븐스 다비도위츠’의 말은 일면 타당해 보인다. 다비도위츠의 말을 인정하지 않는다면, 최근에 자주 발생하는 여론조사 결과와 실제 지표(결과) 사이의 괴리(gap)를 설명할 마땅한 이론이나 원인을 찾기가 힘들다.

2. 문제의식

여론조사는 통계학적인 이론과 기술을 적용하여 국민(유권자) 한 사람을 조사대상으로 선택할 확률을 다른 사람(유권자)을 대상으로 선택할 확률과 같게 하여, 수백 명(혹은 수천 명)에게 질문한 결과만으로 국민(유권자) 전체의 의견으로 신뢰할 수 있는 추계를 내는 것이다. 이렇게 추계를 낸 여론조사는 각 조사 방식과 내용에 따라 해당 여론조사에 대한 신뢰도와 오차범위가 나오게 되고, 이를 여론조사 결과와 함께 공표해야 한다. 해당 여론조사에서 나올 수 있는 신뢰도와 오차에 대해 충분히 고려하며 보라고 알리는 것이다.

우리는 이 점을 가볍게 봐서는 안 된다. 예를 들어 신뢰수준 95%라고 한다면, 같은 조사를 같은 방식과 기간에 같은 표본으로 100번을 진행했을 경우 해당 여론조사 결과와 95번이 같은 결과로 나온다는 것이다. 그리고 5번은 다른 결과로 나온다는 것이다. 오차범위가 $\pm 3.0\%p$ 라고 한다면, 결과에서 나오는 최종 지수들이 위아래로 3.0%p 만큼 각각의 오차가 있을 수 있다는 얘기이다. 그러므로 어느 특정 지수가 7%로 나왔다고 한다면, 오차범위를 적용해서 최대 10%가 될 수도 있고 최소 4%가 될 수도 있다는 얘기이다. 이러한 점들을 모두 고려해서 보라는 것이다.

그런데 사람들은 이러한 점은 염두에 두지 않은 채, 무턱대고 ‘여론조사가 맞으니 틀리니’ 하며 무용론까지 말한다. 그렇다고 다른 방법을 찾으려는 노력을 보여주지도 않는다. 그러다가 여론조사를 대체해서 여론과 민심을 정량화하여 나타낼 방법도 없으니, 은근슬쩍 다시 여론조사에 기대고 있다.

결국, 현재로서는 기존의 여론조사를 얼마나 스마트하게 보며 받아들이느냐, 그래서 어떠한 해석을 하고 어떻게 활용하느냐에 달려있다고밖에 할 수 없는 현실이다. 그러지 않으면서 여론조사를 일방적으로 불신하고 무시하는 것은, 수십 년간 선거판에서 겪은 경험을 정량화하지 못한 채 무용담과 경험담만으로 일관하는 정치권 호사가들과 다를 것이 없다.

선거를 경험하다 보면, 정치권(선거판)에 오랫동안 정설처럼 굳어온-마치 법칙과 같은-사례가 상당히 맞아들어가는 것처럼 보일 때가 있다. 일부는 착시효과일 수도 있다. 그렇지만 일부는 정량화하지 못했을 뿐이지 실제로 맞아들어가는 것도 있다.

예를 들면, 선거를 앞둔 마지막 주말과 선거 10일 전쯤 되는 마지막에서 두 번째 주말에 총력을 다하고 유세를 집중하라는 말이 있다. 이점은 상당히 근거 있는 얘기이고, 실제 데이터(여론조사)를 통해서도 입증됐다.

실제로 투표를 했던 유권자의 50~60% 정도가 선거 전 마지막 두 번째 주말 전부터 자신이 선택할 후보를 결정하기 시작했으며, 15% 정도는 선거 전 마지막 주말에 결정하는 것으로 나타났다. 투표 전 주말과 그 전 주말에 집중하라는 기존 선거판의 정설이 상당히 근거 있는 얘기라는 것이다.

반면, 선거판에서 통용하는 얘기가 맞지 않음을 보여주는 정량화된 자료도 있다. 총선 같은 선거는 정당이 내세우는 대표적 인물(대권 후보, 선거 지휘자 등)과 그들의 메시지가 막대한 영향을 주며, 이러한 점이 전체 선거 판세에서 절반 이상을 좌우한다는 얘기이다. 그런데 실제로 투표를 한 유권자들은 총선에서 지역구 후보를 선택하기 위한 판단 기준으로, ‘후보의 인물/능력’과 ‘공약/정책’ 등 두 가지 사항을 보며 결정했다는 여론조사 응답이 60%가 넘었다. 이는 정치권에 통설과 전혀 다른-정량화되어 나온-결과이다.

그 외에도, 어느 특정한 지표의 경우에는 여론조사 결과가 실제 지표와 큰 차이를 보이는 사례가 적지 않았다. 이 부분에서 ‘스티븐스 다비도위츠’가 언급한 것을 생각하지 않을 수가 없게 된다. 여론조사 응답자들이 ‘사회적 바람직성 편향’을 갖고 여론조사에 임했을 수 있다는 점이다. 그러지 않고는 여론조사 결과와 실제 지표(결과)가 다르게 나오는 것에 대하여 이해하기가 쉽지 않다.

3. 연구목적

결론은, 여론조사 지표를 ‘얼마나 스마트하게 읽어내느냐’가 중요하다. 우리가 보고 싶은 부분만 보며 점검해야 할 다른 것을 놓치거나 빼놓을 것이 아니라, 여론조사 전체를 보며 얼마나 효율적으로 읽어내고 분석해낼 것인가가 중요하다.

강조할 또 한 가지는, 여론조사는 통계학에 근거하여 나온 결과를 내놓았을 뿐이라는 점이다. 여론조사 결과가 실제 지표와 다르더라도, 여론조사가 틀렸거나 잘못된 조사를 한 것이 아니라, 어쩌면 여론조사에 응답하는 유권자에게 우리가 속고 있을 수도 있다는 것을 유념하고 보아야 한다는 점이다.

본 연구보고서는 여론조사 지표(결과)와 여론조사에 응답하는 유권자들의 특성에 대해 해석해보며, 다가올 총선에서 우리가 어떠한 자세로-여론조사 결과처럼-정량화한 자료를 읽어야 할지를 점검하고자 한다.

II 실제 지표와 여론조사 지수의 차이

※ 표1. 20대 총선 전 투표 의지에 대한 응답과 투표 후 응답, 실제 투표율

	선거 10일 전 여론조사 응답①	선거 10일 전 여론조사 응답②	선거 직후 여론조사 응답	실제 투표율
전체	76%	66.6%	59.5%	58.0%
19~29세	71%	55.3%	44.1%	49.4%
30대	74%	58.3%	52.0%	49.5%
40대	79%	72.3%	61.5%	53.4%
50대	75%	67.4%	65.6%	65.0%
60대	80%	75.7%	70.6%	70.6%
비고	한국갤럽 '16.4월 1주 차 정례조사	20대 총선 유권자 의식조사(선관위) 內 여론조사 결과(리서치앤리서치)		방송 3사 출구조사 및 실제 결과

※표2. 19대 총선 전 투표 의지에 대한 응답과 투표 후 응답, 실제 투표율

	선거 10일 전 여론조사 응답①	선거 10일 전 여론조사 응답②	선거 직후 여론조사 응답	실제 투표율
전체	78%	58.1%	54.3%	54.2%
19~29세	62%	35.9%	27.9%	45.0%
30대	72%	49.4%	43.3%	41.8%
40대	79%	57.0%	57.4%	50.3%
50대	87%	66.7%	67.6%	64.6%
60대	89%	80.6%	74.2%	69.7%
비고	한국갤럽 '12.4월 1주 차 정례조사	19대 총선 유권자 의식조사(선관위) 內 여론조사 결과(코리아리서치)		방송 3사 출구조사 및 실제 결과

1. 선거 전 조사에서는 높은 투표 의지, 그에 비해 낮은 실제 투표율

선거 전에 응답한 여론조사와 선거 직후 여론조사 그리고 실제 투표율 등을 비교해보면, 크게 두 가지 사항에 대해 해석해볼 수 있다. 한 가지는 투표 전에 여론조사에서 보여준 유권자들의 투표 의지와 실제 투표율, 그리고 다른 한 가지는 여론조사에서 투표를 했다고 응답한 비율과 실제 투표율. 이 두 가지 관점에서 비교를 해박야 할 것이다.

먼저, 유권자들은 투표 전까지는 투표에 대한 상당한 의지를 보였으나 실제 투표율은 달랐다. 두 개의 지표를 비교해보면 실제 투표율은 여론조사에서 응답한 투표 의지에 비교해, 20대 총선에서는 약 8%p~18%p 정도 감소했고, 19대 총선에서는 약 4%p~24%p 정도 감소했다. 연령별로 보아도 대부분 연령대가 낮아졌다(단, 19대 총선에서 19~29세 예외. 표2 중에 ②번 항목과 실제 투표율 비교). 그러므로 여론조사 응답을 통한 투표 의지에 대해서는, 우리가 크게 해석하거나 의미를 둘 필요가 없다고 할 수 있다.

특히, 매주 정례조사를 진행하는 여론조사(표1에 ①번 항목과 표2에 ①번 항목)에서 보인 응답자들의 투표 의지는 선관위 유권자 의식조사에서의 응답률보다 훨씬 높게 나온다. 당연히 실제 투표율과는 더 많은 차이를 보였다. 이러한 차이에 대해 어느 곳에서도 명쾌한 해석을 한 곳은 없다. 다만, 이러한 점을 유추해본다면, 정례조사는 선관위 의뢰 조사에 비교해 분명한 정치적 의사를 묻는 조사였고 그에 따른 영향이 미쳤다고 볼 수 있다.

다시 말해, 정례조사는 선관위 조사보다 응답자들의 '사회적 바람직성 편향'을 더 높게 해 줄 가능성이 크다는 점이다. 선관위 조사는 정치성향을 묻기보다 선거 행태에 대한 의식조사였고, 정례조사는 대통령 국정평가와 지지하는 정당 여부 및 기타 정치·사회적 질문이 포함된 설문이다. 그래서 응답자들에게 정치·선거에 대해 좀 더 바람직한 응답을 해야 한다는 -사회적 바람직성 편향성을 더 높게 발동시키게 되는- 계기가 되었을 수도 있다.

참고할 점이 또 한 가지 있다. 정치·선거와 관련한 여론조사에서 투표 의지 여부를 묻는 것은 그 이후에 진행될 다른 항목의 답변을 좀 더 적극적으로 끌어내기 위한 설계 중 하나이다. 그러므로 선거 전에 투표 의지를 묻는 항목의 응답은 실제 투표율을 가늠할만한 용도로 볼 필요가 없다고 할 수 있다. 같은 여론조사 안에 다른 항목의 응답을 이어가기 위한 기능으로 보는 것이 좋다.

2. 여론조사 결과는 죄가 없다.

선거 전에 응답한 여론조사와 선거 직후 여론조사 그리고 실제 투표율 등을 비교하면서 크게 해석해야 할 두 번째 사항이다. 선거 직후 여론조사에서 투표 여부에 대한 응답과 실제 투표율을 비교하는 것이다. 이 역시 차이가 나고 있다.

투표했다는 응답에 대한 여론조사 전체 결과와 실제 전체 투표율은 비슷하게 나오지만(19대, 20대 총선 모두 비슷), 연령별 응답과 연령별 투표율을 비교하면 다소 차이가 난다. 20대 총선에서는 50대와 60세 이상은 대체로 비슷하지만 다른 연령대에서는 크게 차이가 난다. 19~29세는 투표를 했다는 응답 비율보다 실제 투표율이 높았으나, 30~40대는 반대로 크게 낮아진다. 19대 총선에서는 19~29세 연령대만이 여론조사 응답보다 실제 투표율이 크게 높았고(17.1%p 차이), 다른 모든 연령대는 실제 투표율이 낮다.

여론조사는 인구를 비례 할당하여 진행된 조사이다. 하지만, 실제 투표는 그렇게 할당되어 이뤄지지 않는다. 지역적 특성 등으로 인해 투표율이 높은 곳과 그렇지 않은 곳들이 존재하기 때문이다. 그러므로 여론조사가 '맞다 틀리다'로 볼 것이 아니다. 여론조사 응답 결과가 실제 투표율 지수와 다른 것은 선거라는 특수성에 의한 결과로 보아야 한다.

한 가지 더 유념해볼 사안이 있다. 응답자들(여론조사에서 투표했다고 응답한 사람들)이 진짜로 투표를 했는지에 대한 사실은 응답자 자신들만 알고 있을 것이다. 응답자들이 '사회적 바람직성 편향성'으로 인해 유권자로서 당연한 권리인 투표를 실제로 하지 않아놓고 했다고 답했을 수도 있다는 점이다. 여론조사에서는 이것을 밝혀낼 방법은 없다. 응답자들이 그렇게 했다고 하면, 그것이 여론조사 결과에 반영되는 것이다. 방법은 응답자들의 응답을 믿는 것밖에 없다. 분명한 점은 여론조사 결과가 틀린 통계를 낸 것은 아니라는 점이다.

Ⅲ 유권자의 선택은 느리다. 유권자는 신중한 선택을 한다.

1. 유권자 4명 중 3명은 공식 선거운동이 시작된 이후에 후보를 결정

19대 총선 당시만 해도 공식 선거운동이 시작되는 시기 전(투표 3주 이상 전)에 자신이 지지할 후보를 결정한 유권자는 5명 중 2명 정도(약 40%)였으나, 20대 총선 이후에는 4명 중 1명꼴로(25% 이내) 줄었다.

19대 총선은 야권연대(민주통합당과 통진당)로 인하여 확실한 양자 구도가 형성됐다. 이로 인해 유권자들의 선택지가 두 군데로 좁혀졌다. 그래서 투표 3주 이상 전부터 자신이 선택할 후보를 미리 결정한 비율이 높아진 것으로도 볼 수 있다. 그러나 20대 총선은 다당 구도로 형성됐으며, 대부분 정당에서 후보 공천이 늦어지는 등 유권자가 투표 3주 이상 전에 미리 후보를 결정할 수 있는 여지가 줄어들었다.

‘표 3’을 참고하면서 통찰해볼 수 있는 또 다른 점은, 유권자들은 예비후보 단계는 관심이 없다는 것이다. 투표 3주 이상 전은 정당들의 공천이 결정되기 전이다. 대부분 공식선거운동이 시작되기 2~3일 전에야 후보가 확정된다. 공천이 확정되는 시기가 투표 3주일 전쯤이다. 76% 이상의 유권자가 그때가 돼서야 후보를 결정하기 시작한다. 다시 말해, 유권자들은 예비후보 단계에는 별다른 관심을 보이지 않았다는 것이다. 예비후보 단계에서 각 정당 내 경쟁(경선)은 그들만의 리그일 뿐으로, 다수의 유권자는 예비후보 단계의 선거 캠페인과 경선(경쟁)에는 별다른 관심이 없다는 것으로 유추할 수 있다.

※ 표3. 실제 투표한 사람 중에서 지지할 후보를 결정한 시기(출처 : 선관위 발간 유권자의식조사 내용)

투표 당일	제7회 지선 (기초단체장 기준)		20대 총선		19대 총선	
	10.3%	76.8%	5.6%	76.4%	6.5%	60.3%
투표 1~3일 전	15.0%		16.4%		13.6%	
투표 1주일 전쯤	26.4%		25.4%		19.2%	
투표 2주일 전쯤	14.6%		18.0%		11.9%	
투표 3주일 전쯤 (공식 선거운동 시작)	10.5%		11.0%		9.1%	
투표 3주 이상 전에	23.2%		23.6%		39.7%	
	케이스탯 리서치		리서치앤리서치		코리아리서치	

2. 유권자에게 혜택이 가는 다자 구도(다당제)

극명한 양자 구도(19대 총선)일 때와 다자 구도(20대 총선)일 때를 비교하면, 양자 구도는 유권자들 선택의 폭이 좁아짐으로써 자신이 지지할 후보를 상대적으로 빨리 결정하지만(다자 구도일 때보다 16%p 높음) 유권자들에게는 흥미롭거나 좋은 일이 아니라는 것을 보여주는 것이기도 하다. 극심한 진영대결과 다양하지 못한 선택지는 유권자들에게 확실히 부정적 요소이다. 투표율만 봐도 증명이 된다. 양자 구도였던 19대 총선의 전체 투표율(54.2%)과 비교해 다자 구도였던 20대 총선의 전체 투표율(58.0%)이 3.8%p 높았다. 유권자들에게 선택의 폭이 넓어진 만큼 흥미를 주었다는 것이고, 적극적인 투표로 이어졌다고 할 수 있다. 20대 총선에서 후보에 대한 선택이 (19대 총선에 비교해) 늦춰진 이유가, 그만큼 총선이 흥미롭게 진행됐기 때문으로 볼 수 있다.

양당제나 양당 구도는 극심한 진영대결만을 남기므로 바람직하지 않은 형태이기도 하지만, 투표에 임하는 유권자들에게도 그리 달갑지 않은 구도이기도 하다.

IV 유권자들은 변덕스럽다. 유권자에게는 그것이 이득이다.

1. 선거 기간 중, 시시각각 변하는 유권자

※ 표4. 19대 대선 실제 득표율과 투표 전 여론조사 지지율 비교(한국갤럽 정례조사 자료)

후보	문재인	홍준표	안철수	유승민	심상정	없음/무응
실제 결과	41.08%	24.03%	21.41%	6.76%	6.17%	-
D-1~2일	38%	17%	17%	7%	7%	14%
D-7~8일	38%	16%	20%	6%	8%	11%
D-2주	40%	12%	24%	4%	7%	11%
D-3주	41%	9%	24%	4%	7%	12%
D-1월	40%	7%	37%	3%	3%	10%
'17. 4월 1주 차 (각 당 후보 결정)	38%	7%	19%	3%	3%	13%

단일한 선출직 공무원을 뽑는 대선을 보면, 응답자들의 의중이 계속해서 변하고 있음을 볼 수 있으며 선거에서 메시지가 얼마나 중요한지를 깨닫게 해 준다. 지난 19대 대선에서 실제 득표율과 투표 전 여론조사 지지율을 비교해보면, 유권자(응답자)들의 심경이 시시각각 변하고 있다는 점이 확인된다(표 4. 참조). 최종 결과와 유사하게 나타난 적이 한 번도 없었다. 그만큼 유권자들은 최종 선택을 하기까지 많은 고심을 했음을 보여줬다.

‘표 4’를 참조해보면, 선거 1달 전부터 최종 투표일까지 전체 응답자 중 최소한 30% 정도가 여러 후보를 오간 것으로 나타난다. 그러면서 특정 후보의 지지를 지속하는 응답층도 보인다. 문재인 후보는 최소한 38%의 확고한 지지층이 있었고, 안철수 후보는 17%, 홍준표 후보 7%, 유승민 후보 3~4%, 심상정 후보 5% 이하 등으로 볼 수 있다.

문재인 후보는 실제 득표율과 선거 전 지지율에서 약간의 차이는 있었지만, 큰 변동은 없었다. 여론조사 상 무응답층 중에 2~3%p 정도가 투표할 때 문재인 후보로 이동한 것으로 볼 수 있다. 홍준표 후보는 상승을 지속했다. 보수층이 위기감이 발동하여 결집했다고 볼 수 있다. 실제로 홍준표 후보는 이점을 활용한 선거 캠페인(색깔론, 노이즈 마케팅 등)을 진행했다. 상승세를 유지하고 있었던 관계로 선거 전 마지막 조사의 지지율보다 높은 득표율을 받았으며, 여론조사 상 무응답층 중에 5~6%p 정도가 홍준표 후보에게 이동한 것으로 볼 수 있다. 안철수 후보는 최종 후보로 결정된 후 잠시 높은 상승을 보였으나 이후부터는 하락을 지속했다. 선거 캠페인의 실패와 TV 토론 영향으로 하락 추세를 막지 못했다. 마지막 여론조사 상 무응답층의 이동으로 실제 득표율이 4~5%p 정도 추가된 것으로 볼 수 있다. 선거 막판 새로운 캠페인에 대한 효과와 함께 무응답층 안에 다수를 이루었던 중도층

이 이동한 것으로 보인다. 유승민 후보는 완만한 상승을 보였다. 득표율도 선거 직전 지지율과 큰 차이가 없었다. 심상정 후보는 투표 3주 전에 지지율이 일시적인 상승 후 유지를 하고 있었다. 최종적으로는 정권교체의 의지로 인해 일부 진보층이 문재인 후보에게 이동(집결)한 것으로 보인다.

2. 한국 정치환경에서 1개월은 1년과 같다?

19대 대선은 선거 1개월 전만 하더라도 문재인, 안철수 두 후보가 각축할 것으로 보였지만, 우리나라 정치환경에서 1개월은 매우 긴 시간이다. 실제로 이점이 확인된 것이 19대 대선이다. 1개월 사이에 빈번한 변화가 있었고, 그 변화를 초래하는 많은 사건과 말들이 오갔다. 안철수 후보는 'MB 아바타' 발언 후 1주일 만에 4%p가 빠져나갔고, 홍준표 후보는 4%p가 상승했다. 안 후보는 투표 1개월 전과 실제 득표율을 비교하면 1달 사이 무려 15%p 이상 빠져나갔다. 선거에서 메시지가 얼마나 중요한지를 보여주는 단적인 사례이다.

V 결론.

1. 유권자들의 후보자 선택 기준

여론조사에서 유권자들의 후보자 선택 기준을 나타내는 것을 보면, 유권자는 우리(정치권)를 속이고 있을지도 모른다. 어쩌면 유권자 자신을 스스로 속이고 있는 것일 수도 있다. 꽤 많은 유권자가 “공약이나 정책을 보고 결정했다(혹은 하겠다).”라고 말하지만, 유권자들에게 기억에 남는 정책이나 공약을 말하라고 하면, 대답하지 못하는 경우가 대부분이다. 역시 꽤 많은 유권자가 “인물을 보고 결정했다(혹은 하겠다).”라고 말한다. 그런데 정작 당선자(현직 국회의원이나 기초단체장) 이름을 물으면 잘 모르는 경우가 매우 많다. 결국, 유권자의 선택 기준은 정당과 정당의 핵심 정치인(선거 지휘자나 대권 주자) 혹은 그들이 내놓는 메시지에 가능성이 크다.

유권자들이 총선에서 비례대표 투표와 지역구 후보 투표에 대해 이원화하여 별개로 판단했음은 익히 알려진 바이다. 이는 20대 총선에서 서울·수도권 지역의 결과가 증명한다. 비례 투표는 국민의당을, 지역구 선거는 민주당 후보를 선택하는 것이다. 그런데 이것을 엄밀하게 본다면 유권자는 비례 투표와 지역구 투표에서 두 개의 정당에 투표한 것이라고 볼 수 있다. 즉, 유권자는 20대 총선에서 정당투표를 두 번 한 것이다.

2. 많은 유권자는 정당투표를 한다.

20대 총선에서 보여준 유권자들의 전략투표는 反새누리당 정서로 봐야 한다. 즉, 20대 총선에서 많은 유권자가 국민의당과 민주당을 함께 선택한 것이다. 비례대표는 국민의당을, 지역구 후보는 민주당으로 두 개의 정당을 선택한 것이다.

민주당은 당시 문재인 전 대표를 중심으로 다수의 대권 주자들이 있었고, 김종인 대표가 기존 민주당의 이미지를 변화시켜놓으며 선전했다. 국민의당은 안철수라는 확실한 대권 주자가 민주당 울타리를 넘어 제3지대 영역을 확실히 개척하며 선전했다. 그리고 두 당은 분명히 反새누리당이었다.

20대 총선은 박근혜 전 대통령의 탄핵과 촛불이 벌어지기 불과 6개월 전에 진행됐다. 이미 민심이 새누리당과 박근혜 정권을 떠나고 있었고, 20대 총선은 그 시작을 알린 것이었다. 20대 총선에서 내린 유권자들의 판단은 그런 시류에서 내린 결정이다.

그런데 이러한 것을 확인해보는 여론조사는 없었다. 그러한 점을 정량화하여 나타낸 조사나 지수가 존재하지 않는다. 그러나 정치권과 유권자 대부분은 짐작하고 있다. 20대 총선은 새누리당과 박근혜 정권이 몰락하는 과정에 있었고, 다수의 유권자가 反새누리당 투표 혹은 국민의당+민주당에 몰아주는 정당투표를 했다는 점을 말이다.

※ 표5. (20대 총선) 지지 후보 결정에 고려사항(선관위 발간 유권자 의식조사. 리서치앤리서치 조사)

	선거 20일 전 여론조사 응답	선거 10일 전 여론조사 응답	선거 직후 여론조사 응답
인물/능력	35.1%	33.3%	37.6%
소속 정당	16.0%	18.9%	24.2%
정책/공약	27.3%	28.2%	22.4%
주위 평가	4.0%	4.1%	6.5%
정치 경력	5.8%	6.7%	5.3%
출신 지역	1.6%	1.5%	3.0%
개인적 연고	1.8%	1.1%	1.0%
기타	4.4%	3.8%	
모름/무응답	4.0%	2.4%	
비고	투표 전 전체 응답자 설문		투표한 유권자

※ 표 6. 17~20대 총선에서 지지 후보 선택 시 고려사항(투표한 유권자 응답. 유권자의식조사-선관위)

	17대 총선 직후 조사	18대 총선 직후 조사	19대 총선 직후 조사	20대 총선 직후 조사
인물/능력	33.7%	33.5%	34.6%	37.6%
소속 정당	39.0%	36.6%	39.8%	24.2%
정책/공약	18.3%	14.6%	16.1%	22.4%
주위 평가	-	5.4%	3.6%	6.5%
정치 경력	2.9%	2.3%	2.6%	5.3%
출신 지역	1.4%	-	1.8%	3.0%
개인적 연고	1.0%	1.7%	1.5%	1.0%
기타	2.2%	6.0%	-	-

※ 표 7. 17대~20대 총선에서 지지 정당(비례대표) 선택 시 고려사항(투표한 유권자 응답. 유권자의식조사-선관위)

	17대 총선 직후 조사	18대 총선 직후 조사	19대 총선 직후 조사	20대 총선 직후 조사
정당 정견/정책	44.47%	28.6%	32.6%	26.8%
비례대표 후보 인물/능력	19.9%	15.1%	17.1%	24.1%
선호했던 정당	-	28.3%	26.5%	22.1%
지역적 지지 기반	10.5%	9.3%	11.4%	14.0%
찍을 후보자와 같은 정당	21.5%	15.6%	10.9%	8.9%
특정 인물 지지해서 만든 정당	-	3.0%	1.5%	3.6%
기타	3.4%	-	-	0.5%

‘표 5~7’을 보면 유권자들은 ‘반새누리당 기류에 의한 정당투표 혹은 핵심인물(대선주자나 선거 지휘자)과 그들이 내놓은 메시지를 보고 선택한 것이 아니다’라고 나타낸다. 60%가 넘는 응답자들이 지역구 후보의 ‘인물/능력’이나 ‘정책/공약’을 보고 결정했다고 응답했다. 하지만 유권자 대부분이 자신이 선택한 후보의 공약과 정책을 기억하지 못한다. 적지 않은 유권자들은 당선자 이름도 모른다. 당선자가 아니어도 자신이 선택한 후보자 이름도 기억하지 못한다. 누구를 선택했는지를 물으면 어느 정당의 후보라는 정도만 기억한다. 이것이 현실이다. 그런데 아쉽게도 이것 역시 증명할만한 정량화한 지수가 없다.

3. ‘인물과 메시지’가 선거의 절반 이상을 좌우한다.

정치권과 선거판에서의 통설은, ‘총선에서 가장 중요한 것은 인물(선거를 지휘하거나 강력한 대선후보 존재 여부)과 메시지’이다. 이점이 총선에서 각 지역구 선거에도 절반 이상의 영향력을 좌우한다. 아쉽게도 이 점을 확인시켜줄 정량화된 자료나 근거는 없다. 선거판에서 많은 경험을 한 사람들은 이점을 직감적으로 믿고 있으며, 근거를 대지 못할 뿐이지 대부분 동의하고 있다.

하지만 여론조사처럼 정량화한 조사의 수치는 그러한 선거판의 통설과는 다른 결과가 나오고 있다. 그렇다면 여론조사에서 응답자들이 보여준 결론이 확실하게 맞는 것일까?

어쩌면, 유권자들은 ‘사회적 바람직성 편향(social desirability bias)’을 보여준 것일지도 모른다. 응답자들이 여론조사를 참고하려는 사람들을 속이려고 하는 것이 아니라, 자신의 솔직한 응답을 숨기는 것뿐일 수도 있다.

요즘 같은 정치풍토에서 응답자들이, ‘정당(정당에 대표적 인물)이 내놓은 메시지에 동감해서 찍어줬다.’라고 답하기가 쉬운 일인지 생각해보아야 한다. 또 하나는 이러한 점을 자세하게 분석할만한 조사 등이 없었기 때문에 정량화된 자료가 존재하지 않는다. 설문 항목에도 ‘정당(정당을 대표하는 인물)이 내놓은 메시지나 아젠다를 보고 선택했다.’라는 답변 항목이 존재하지 않았다.

그러므로 ‘전국 선거는 정당(혹은 정당을 대표하는 인물)과 메시지가 좌우한다.’라는 통설은 틀린 것이 아니며, ‘이를 증명해줄 조사가 없었기 때문에 이에 대한 정량적 기준이 존재하지 않을 뿐이다.’라고 해야 맞는 말이 될 것이다.

분명한 점은 여론조사 결과는 유권자가 응답한 대로 나온 순수한 통계를 보여줬을 뿐이다. 우리를 속였다면 여론조사가 아니라 응답자들이 속인 것이다. ㉠