

바른미래연구원 연구보고서

Vol.41 2019년 12월 19일
www.brmins.or.kr

(총선 D-4개월)

바른미래당 지지율 극복과 총선

여론조사를 보는 관점과 총선 전략 방향을 위한 제언

김효태 연구위원

cyberteamzang@gmail.com

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

I | 들어가는 말

바른미래당의 시간을 만들어야 한다.

20대 총선을 앞두고 있을 때, 종편 등에서 제작한 시사프로그램들은 20대 총선 결과를 예상해보는 코너를 경쟁하듯 만들어서 방영했다. 그리고 해당 방송에 출연한 패널들 대부분은, 당시 국민의당에 대해 ‘잘해봐야 20석 정도일 것’으로 예상했었다. 일부는 그보다 더 부정적인 예측을 했던 사람도 적지 않았다. 그런 예측에 누구도 토를 달거나 반박하지 않았다. 왜냐하면, 당시에 국민의당 지지율은 형편없는 수준이었기 때문이다.

하지만 평론가들의 예측과 달리, 유권자들은 20대 총선에서 국민의당에게 38석을 내려주었고, 비례대표 선거에서 득표율은 2등이 되도록 해주었다. 자신들의 예측과 다른 결과가 나오자, 어떤 패널은 여론조사에 속았다고까지 했을 정도였고, 일각에서는 여론조사 무용론이 나오기도 했으며, 우리나라에서 진행되는 여론조사 방식에 대해서 문제 삼기도 했다. 당시 방송에 나온 패널들은 여론조사 결과만을 보았을 뿐, 민심을 심도 있게 보며 통찰하지 않았다. 사람이 만들어가는 선거의 과정에 대해서도 깊게 생각하지 않은 것이었다.

여론조사는 복잡하고 다양한 선거의 결과를 미리 보여주는 것이 아니다. 여론조사 문항 설계에서 그러한 점을 최대한 반영하여 조사가 들어가지만, 선거는 그 정도로 단순한 이벤트가 아니다. 투표율이 얼마나 될지, 특정 정당(후보)을 선택할 유권자들이 얼마나 더 투표장에 나올 수 있는지, 투표 3일 전까지도 자신이 투표할 후보(정당)를 정하지 못한 유권자가 어떠한 선택을 할지, 그런 유권자를 향해 후보자와 정당이 어떠한 캠페인과 메시지를 내놓았는지 등… 선거는 여러 가지가 얽혀서 작용하는 종합예술과 같다. 선거는 여론조사 응답을 회피해온 많은 유권자와 판단을 끝까지 미루고 숨겨온 유권자들의 선택까지 모두 표출되어 나오는 민심의 결과이다.

유권자는 자신이 행사할 하나의 표를 그렇게 허투루 결정하지 않는다. 최소한 여론조사 응답보다는 훨씬 더 신중한 선택을 한다. 유권자들은 각자의 이해관계와 국가, 미래 등을 복합적으로 고민하며 선택을 한다. 최소한 여론조사에서 불러주는 몇 가지의 사항만으로 결정하듯이 자신의 한 표를 간단하게 결정하지 않는다. 여론조사에서 나타난 결과와 선거(투표)에서 나타난 민심의 결과가 다른 이유이다. 그러므로 바른미래당은 여론조사에 위촉될 필요가 없다. 여론조사가 신경 쓰인다면 그것을 극복하면 될 일이다. 또한, 여론조사는 그 나름의 기능으로써 우리에게 필요한 용도로 활용하면 그만이다.

‘이대로 가다가는 나라가 끝장난다.’라는 절박함을 갖고 세대교체를 해야...

온 나라가 극단적 의견으로 나뉘어 싸우고 있다. 국가 경제가 날이 갈수록 어려워지고 있고, 정치는 실종됐다. 민주당과 한국당은 인적 청산을 의미하는 쇄신 요구에 모른 척하고 있거나, 일부는 저항까지 하고 있다. 대한민국은 이대로 가다가 정말로 끝장날지도 모른다. 바른미래당만이라도 다시 태어나서 나라가 끝장날지도 모른다는 절박함을 갖고, 앞장서 쇄신하고 과감하게 고쳐가야 한다. 양극단의 대결이 아니라 실용주의를 통해 많은 것들을 포용해야 한다. 진영논리에 매몰된 양당과 다르게 개혁으로 무장해야 한다. 쇄신거부와 구태로 일관하는 정치를 비판하며 바른미래당만의 파격적인 쇄신을 실천해야 한다.

이러한 실천 내용을 국민에게 확실하게 보여주며 공감을 얻어내는 방법은, 바로 ‘사람’을 통해서이다. 선거에 앞세운 인사나 새로운 인물을 영입하는 것은, 정당의 선거 전략 표현과 정책실현의 의지를 유권자들에게 전달시킬 수 있는 가장 확실한 방법이다. 그렇지 않아도 바른미래당은 각종 악재에 시달렸기 때문에, 지금이라도 타 당에 앞서 선거 이슈를 선점해야 할 필요가 있다. 이것이 얼마 남지 않은 선거를 앞두고 바른미래당이 할 수 있는 거의 마지막 방법일 것이다.

총론. 여론조사는 여론조사일 뿐, 바른미래당만의 이슈로 총선을 선도해야.

각 여론조사는 설계된 내용에 의해 나온 결과를 그대로 나타낸 것이다. 어떤 것은 정확하고 어떤 것은 틀린 것이 아니라, 각각의 결과가 다른 것뿐이다. 여론조사는 앞으로 4개월 후에 진행될 총선 결과를 미리 알려주는 요술램프가 아니다. 그렇지만, 여론조사가 선거에 어느 정도 영향을 미치는 것에는 부정할 수 없다. 여론조사 결과는 유권자들이 판단하는 것에는 크게 미치지 않은 편이지만, 정당 소속으로 출마할 후보자들을 모으는 것에 영향을 끼친다. 지지율이 높지 않은 정당이 영입되려 하지 않기 때문이다.

모든 여론조사결과에서 바른미래당의 정당 지지율은 저조하다. 이를 극복하기 위해 총선 준비를 서둘러야 하고, 실현 가능한 파격적인 총선 전략을 내놓아야 한다. 이를 통해 바른미래당 지지율을 올리고, 총선까지 끌고 나가야 한다. 바른미래당만이 할 수 있고, 바른미래당에게 특화된 내용을 보여주어야 한다. 그것이 총선 전략이 될 것이고, 바른미래당의 미래가 될 것이다. 무엇보다, 바른미래당은 대중융합주의를 두려워해서는 안 된다.

인적 쇄신을 얼마나 잘 해낼 것인가 그리고 얼마나 빠르고 깊게 국민적 공감을 이루어낼 것인가가 관건이다. **바른미래당은 세대교체를 이루고 많은 대권급 주자 및 경제 인사가 활약하는 플랫폼이 되어야 한다.** 그래서 국민이 바라는 정당쇄신의 완료를 알리고, 수권정당으로 모습을 갖추었음을 확실하게 알려야 한다. 이와 관련하여 **안철수 전 대표의 복귀는 파괴력이 높은 티핑-포인트**가 될 수 있다.

정당이 반드시 갖춰야 할 3가지 지지 기반을 이제라도 다시 구축해야 한다. **최소한의 지역적 근거를 마련하고 단계별 통합 작업**으로 가야 한다. 실용주의와 중도개혁을 이념적 근거로 삼은 후, 좋은 인재의 영입과 함께 세대교체를 하여 정당쇄신에 성공했음을 보여주어야 한다. 그리고 이를 동력으로 삼아 총선 승리까지 이어지도록 해야 한다.

바른미래당은 제3당의 범위를 넘어서 60~80석 확보, 혹은 그 이상을 목표로 하여 수권정당의 모습을 만들어가야 한다. 이는 불가능한 것을 가능한 것처럼 꾸미는 일이 아니다. 가능한 일을 실천하여 이루고자 하는 것이다. 지금부터 바른미래당의 시간을 만들어가야 한다.

목 차

I. 들어가는 말

바른미래당의 시간을 만들어야 한다.

총론. 여론조사는 여론조사일 뿐, 바른미래당만의 이슈로 총선을 선도해야.

II. 여론조사 결과에 대해

1. 들쭉날쭉한 여론조사 결과

- (1) 조사기관마다 나타나는 차이
- (2) 응답자 특성. 목표할당과 가중값. 응답률
- (3) 틀린 것이 아니라, 다른 것

2. 바른미래당 지지율

- (1) 5~7% 박스권에서 움직이지 않는 바른미래당 지지율
- (2) 여론조사 결과에 따른 바른미래당 지지층 변화

3. 여론조사 지지율이 중요한 이유

- (1) 여론조사는 선거결과를 예측하는 용도가 아니다.
- (2) 선거는 사람이 하는 일
- (3) 선거를 위해 인재영입이 필요하고, 인재영입을 위해서는 지지율 반등이 필요
- (4) 지역구에 경쟁력을 갖춘 후보는 비례대표 정당 득표율도 높여준다.

Ⅲ. 지지율 회복 방안

1. 제3당&중도주의 정당의 한계
 - (1) 이제 제3의 이념이 된 ‘중도’. 그러나 약한 결집력
 - (2) 다당제를 선호하지만, 지지하는 정당은 양당 위주
 - (3) 양극단 진영끼리만 주고받는 지지율 경쟁
2. 대중영합주의는 정당의 필수 요소. 실현 가능한 파격이 필요
 - (1) 위험한 민주주의 ‘포퓰리즘’
 - (2) 스스로 어려움에 빠져든 바른미래당
 - (3) 대중이 바라는 변화는 인물교체가 아니라, 세대교체
3. 총선 체제로 조속한 전환, 이슈 선점
 - (1) 누구도 승리를 장담할 수 없는 21대 총선
 - (2) 인적 쇄신 성공에 달린 21대 총선의 향배
 - (3) 조속한 총선 체제로 전환. 선도적 인적 쇄신으로 총선을 대비

Ⅳ. 총선 전략 방향 제안

1. 정당의 지지 기반
 - (1) 지역, 이념, 인물
 - (2) 선명한 야당
2. 바른미래당 총선 전략 “세대교체”
 - (1) 대외 표방용 전략은 간략하게
 - (2) 세대교체 전략의 실천방안
 - (3) 청년층을 이용하는 것이 아니라, 정치의 본질을 바꾸는 일
 - (4) 선거를 좌우하는 것은 결국 민생(경제)
3. 30대~40대가 주도하고, 노장 세대가 함께 뒷받침해주는 젊은 정당
 - (1) 매번 흥수를 이루는 기성 정당의 청년 대책, 그러함에도 무엇이 문제?
 - (2) 청년 대책을 위한 가장 좋은 방법은 ‘청년의 직접 참여’
 - (3) 이대로 가다가 대한민국은 망한다.

※ 연구보고서의 5페이지 이후 내용은 바른미래연구원 홈페이지에서 보실 수 있습니다.

II 여론조사 결과에 대해

1. 들쭉날쭉한 여론조사 결과

(1) 조사기관마다 나타나는 차이

○ 여러 언론에서 문재인 정부 임기 절반 시점인 2019년 11월 1~2주 구간(11월 11일이 문재인 정부 임기 반환점)에 일제히 여론조사 결과를 발표했다. ‘11월1일부터 8일 구간에 조사를 진행’하고, ‘11월 5일~11일 구간에 결과를 공표’했으며, ‘대통령 국정운영평가와 지지하는 정당을 묻는 문항의 존재’ 등 3가지 사항이 모두 포함된 여론조사는 총 8개였다(중앙선관위 여론조사심의위원회 공개).

○ 8개 여론조사 결과 중에 긍정 평가 지수가 부정평가 지수보다 낮게 나온(데드크로스) 곳은 5곳으로 편차가 가장 큰 경우는 7.7%p(리얼미터 주간 정례조사) 였고, 긍정 평가가 부정평가보다 높게 나온(골드크로스) 곳은 3곳으로 가장 큰 편차는 5.2%p 차이였다.

- 조사기관 중에 주간 정례조사의 경우와 ARS 응답방식은 모두 데드크로스로 나타났다(데드크로스로 나온 5곳 중 3곳이 정례조사 : 한국갤럽, 리얼미터, 조원씨앤아이)(데드크로스 5개 중 ARS 응답 방식 3개, 전화면접원 방식 2개). 골드크로스로 나온 3곳은 모두 대통령 임기 반환점 특집 조사를 한 곳 및 전화면접원 방식이었다.

(2) 응답자 특성, 목표할당과 가중값, 응답률

○ 모든 조사에서 목표할당 사례 수와 조사 완료 사례 수를 같은 비율로 맞추지 못했기 때문에, 조사마다 특정 응답군에 대해 가중값을 부여하였다. 가중값이 조사 기준 범위 안에 있다면 조사의 정확성을 의심할 사안은 아니다. 다만, 가중값 배율 범위가 커지면 그만큼 표본의 대표성이 떨어지고, 이는 여론조사 결과의 정확성에도 어느 정도 영향을 줄 수 있다¹⁾. 실제로 가중값은 가능한 없는 것이 좋으며, 배율이 되더라도 범위를 최소한으로 하는 것이 표본의 대표성을 부여할 수 있다.

○ 응답률 높고 낮음은 여론조사 신뢰도와 상관없지만, 일부에서는 낮은 응답률에 대해 ‘응답자들의 심리적 부담이 응답률에 영향을 끼치는 것’으로 보는 의견도 있다.²⁾

1) 김춘석 한국리서치 여론조사본부장-언론 인터뷰 내용 중에

2) “진보 정권에서는 보수적인 응답자들이 심리적 부담 때문에 자기 의견을 표출하기 꺼리고 이로 인해 응답률도 낮아지게 되는 경향이 있다.” - 허명희 고려대 교수, 통계학과

※참고자료 1. 8개 여론조사 조사설계 비교

○ 조사방법/신뢰도 및 표본 오차/표본크기 응답률/가중값 배율 비교(주요 부분만 표시)

매트릭스코퍼 레이션	유선(19%) 및 무선(81%) 전화면접. ±3.1%포인트. 95% 신뢰수준 1,000명(유선 189, 무선 811). 응답률 8.2% 주요 가중값 배율 : 19~29세/30대/40대 각 1.1
코리아리서치 인터네셔널	유선(19%) 및 무선(81%) 전화면접. ±3.1%포인트. 95% 신뢰수준 1,003명(유선 192, 무선 811). 응답률 11.0% 주요 가중값 배율 : 19~29세 1.10, 30대 1.14, 부울경 1.07
한국리서치	유선(20.5%) 및 무선(79.5%) 전화면접. ±3.1%포인트. 95% 신뢰수준 1,000명(유선 205, 무선 795). 응답률 19.8% 주요 가중값 배율 : 19~29세 1.06
칸타 코리아	유선(20.1%) 및 무선(79.9%) 전화면접. ±3.1%포인트. 95% 신뢰수준 1,009명(유선 203, 무선 806). 응답률 13.5% 주요 가중값 배율 : 부울경 1.12, 여자 1.10, 19~29세 1.23
한국갤럽	유선(15%) 및 무선(85%) 전화면접. ±3.1%포인트. 95% 신뢰수준 1,003명(무선 853, 유선 150). 응답률 15% 주요 가중값 배율 : 여성 1.04, 19~29세 1.06, 30대 1.05, 충청권 1.06
알앤씨치	무선 100% RDD 자동응답. ±3.0%포인트. 95% 신뢰수준 1,085명. 응답률 7.0% 주요 가중값 배율 : 19~29세 응답자 1.3, 30대 1.1, 여성 1.3, 부울경 1.1
리얼미터	무선전화면접(10%), 무선(70%) 및 유선(20%) RDD 자동응답 ±2.0%포인트. 95% 신뢰수준 2,510명(유선 ARS 501, 무선 ARS 1750, 무선전화면접 259)응답률 5.7% 주요 가중값 배율 : 여자 1.41, 19~29세 1.45, 30대 1.27, 부울경 1.14
조원씨앤아이	유선(22%) 및 무선(78%) RDD 자동응답. ±3.1%포인트. 95% 신뢰수준 1,001명(유선 216명, 무선785명). 응답률 3.0% 주요 가중값 배율 : 대전/세종/충청 1.15, 광주/전라 1.15, 강원/제주 1.19, 19~29세 1.42, 40대 1.12, 여자 1.36

(3) 틀린 것이 아니라, 다른 것

○ 8개의 여론조사 결과를 하나의 흐름으로 봐서는 안 된다. 모두 다른 여론조사이다. 여론조사마다 조사 설계상 문항 배치순서나 평가척도 단위(선택 방법) 등이 모두 다른데, 이는 응답 결과에 차이가 날 수 있는 사항이다. 같은 조사라고 하더라도 설계의 차이에 따라 결과가 달라질 수가 있다. 단, 주간 정례조사인 3곳은 해당 조사기관마다 매주 나오는(같은 조사기관의 것으로만) 결과에 한정해서 흐름과 추이를 유추할 수 있는 근거가 된다.

○ 여론의 추이와 흐름을 볼 수 있는 여론조사 결과는 ‘같은 방식, 같은 표본(크기, 추출방법, 모집단 등), 같은 조사방법, 같은 요일에 같은 시간대에 조사 진행, 같은 설문 설계(& 문항 순서&문항 설명과 답변 방식), 같은 조사기관에서 같은 조사개요 안내, 일정한 간격의 조사 기간 텀(term) 등’이 일정하게 진행되는 여론조사에서만 인용해야 한다.

※참고자료 2. 8개 여론조사에서의 대통령 국정운영평가 방식 및 결과

조사기관	매트릭스코퍼레이션		응답 방식	전화면접
질문내용(요약)	취임 2년 반, 문 대통령이 임기 전반기 국정 운영을 어떻게 생각하나?			
답변유형	①매우 잘했다	②대체로 잘했다	③별로 못했다	④매우 못했다
응답률	16.8%	33.4%	20.8%	24.2%

*국정 운영 관련 질문은 16가지의 본 질문 중에 첫 번째 질문으로 진행

조사기관	코리아리서치인터네셔널		응답 방식	전화면접
질문내용(요약)	대통령 국정운영 잘하고 있다고 생각하나? 잘못하고 있다고 생각하나?			
답변유형	①매우 잘함	②잘하는 편	③잘못하는 편	④매우 잘못함
응답률	17.2%	30.7%	20.0%	27.7%

*국정 운영 관련 질문은 14~15가지의 본 질문 중에 첫 번째 질문으로 진행

조사기관	한국리서치		응답 방식	전화면접
질문내용(요약)	취임 2년 반, 대통령 전반기 동안 국정운영 어떻게 했다고 생각하나?			
답변유형	①매우 잘했다	②대체로 잘했다	③별로 못했다	④전혀 못하였다
응답률	14.0%	35.7%	25.1%	21.6%

*국정 운영 관련 질문은 11가지의 본 질문 중에 첫 번째 질문으로 진행

조사기관	칸타코리아		응답 방식	전화면접
질문내용(요약)	임기 절반, 대통령이 현재 국정운영 잘하고(혹은 잘못하고) 있다고 생각하나?			
답변유형	①매우 잘함	②다소 잘함	③다소 잘못함	④매우 잘못함
응답률	22.6%	25.0%	19.5%	30.1%

*국정 운영 관련 질문은 15가지의 본 질문 중에 첫 번째 질문으로 진행

조사기관	알앤씨		응답 방식	ARS
질문내용(요약)	대통령이 얼마나 국정운영을 잘하고 있다고 생각하나?(로테이션 답)			
답변유형	①매우 잘함	②잘하는 편	③잘못하고 있는 편	④매우 잘못함
응답률	29.0%	17.3%	17.3%	33.0%

*국정 운영 관련 질문은 8가지의 본 질문 중에 첫 번째 질문으로 진행

조사기관	한국갤럽(정례조사)		응답 방식	전화면접
질문내용(요약)	대통령으로서 직무를 잘 수행한다고 보나? 혹은 잘못 수행한다고 보나?			
답변유형	①잘하고 있다	②잘못하고 있다	③어느 쪽도 아님	④모름/무응답
응답률	45%	47%	3%	5%

*국정 운영 관련 질문은 9가지의 본 질문 중에 첫 번째 질문으로 진행(정례조사로 항상 같은 순서 유지)

조사기관	리얼미터(정례조사)		응답 방식	ARS
질문내용(요약)	대통령 국정수행에 대해 어떻게 평가하나?(선택지 1~4번 순·역순 배열)			
답변유형	①매우 잘한다	②잘하는 편	③잘못하는 편	④매우 잘 못함
응답률	26.3%	18.2%	13.4%	38.8%

*국정 운영 관련 질문은 2가지의 본 질문 중에 두 번째 질문으로 진행(정례조사로 항상 같은 순서를 유지)

조사기관	조원씨앤아이		응답 방식	ARS
질문내용(요약)	대통령이 국정 운영을 잘하고 있다고 보나? 아니면 잘못하고 있다고 보나?			
답변유형	①매우 잘함	②잘하는 편	③잘못하는 편	④매우 잘못함
응답률	31.5%	14.2%	15.0%	35.9%

*국정 운영 관련 질문은 8가지의 본 질문 중에 첫 번째 질문으로 진행(정례조사로 항상 같은 순서를 유지)

2. 바른미래당 지지율

(1) 5~7% 박스권에서 움직이지 않는 바른미래당 지지율

○ 8개의 여론조사에서도 바른미래당은 박스권을 벗어나지 못했다. 바른미래당 지지율이 가장 낮게 나타난 매트릭스코퍼레이션이었다(4.2%). 다른 조사결과에 비해 50대, 수도권(서울/경인) 및 호남권과 충청권, 블루칼라 및 자영업과 주부층, 중도층 등에서 상대적으로 낮은 지수를 보였다.

- 지지율이 가장 높게 나타난 코리아리서치인터네셔널(6.3%)의 경우는 19~29세, 경인/충청/부울경 지역, 주부/학생/무직자, 보수/중도층 등에서 상대적으로 높은 지수를 보였다.

○ 5%대 이하의 지지율은 지지층 분석에 의미가 없다. 표본 크기 1,000명을 기준으로 5%는 응답자 중 50명에 불과하므로 지지층 성향에 대한 분석이 무의미하다고 할 수 있다.

※ 표1. 8개 여론조사에서 바른미래당 지지율과 문항 순서 비교

의뢰	조사기관	바른미래당 지지율	문항 순서 (응답선별 문항 제외)	비고
매일경제	매트릭스코퍼레이션	4.2%	16개 중 7번째 질문	대통령 임기 반환점 특집
MBC	코리아리서치인터네셔널	6.3%	14개 중 5번째 질문	
KBS	한국리서치	5.8%	15개 중 마지막 질문	
SBS	칸타코리아	4.3%	15개 중 13번째 질문	
아시아투데이	알앤씨치	5.3%	8개 중 마지막 질문	
자체 조사	한국갤럽	5%	9개 중 3번째 질문	주간 정례조사
YTN	리얼미터	5.1%	2개 중 첫 번째 질문	
쿠키뉴스	조원씨앤아이	5.6%	8개 중 2번째 질문	

(2) 여론조사 결과에 따른 바른미래당 지지층 변화

※ 표2. 시기별 바른미래당 지지율 변화(응답층 세부 구분)(자료 : 한국갤럽 정례조사)

- 바른미래당의 지지율을 '①통합 전 양당(국민의당+바른정당)의 지지율 합(2018년 2월 1주차)'과 '②통합 전에 통합할 경우 지지 여부를 묻는 조사에서의 가상의 지지율(2018년 1월 4주차 조사 기준)', '③통합 직후 지지율(2018년 2월 4주차 기준)', '④지지율이 가장 높았을 때(2018년 9월 1주차)', '⑤11월 1주차 조사에서 지지율'로 분류

	①	②	③	④	⑤
바른미래당 전체 지지율	13%	17%	8%	9%	5%
대통령 긍정 평가	63%	64%	68%	49%	45%
민주당 지지율	45%	37%	48%	41%	41%
한국당 지지율	12%	10%	11%	12%	23%
무당층 분포율	24%	27%	26%	25%	23%
서울 지역 지지율	12%	19%	11%	11%	4%
경인 지역 지지율	15%	14%	8%	8%	5%
충청 지역 지지율	13%	18%	4%	9%	7%
호남 지역 지지율	9%	21%	5%	2%	4%
19~29세 지지율	15%	19%	9%	6%	5%
30대 지지율	12%	13%	8%	8%	5%
40대 지지율	10%	15%	6%	8%	6%
50대 지지율	16%	20%	6%	13%	5%
자영업 지지율	10%	19%	12%	11%	5%
학생 지지율	19%	21%	10%	3%	6%
보수층 중에서 지지한 비율	20%	27%	11%	10%	6%
중도층 중에서 지지한 비율	16%	20%	10%	13%	8%
진보층 중에서 지지한 비율	8%	12%	5%	4%	2%

○ 가상의 (통합) 지지율이 실제로 이어진 경우는 거의 없다. '표2'에서 ①번과 ②번 목록은 바른미래당이 실제로 존재하지 않은 상태에서 나온 가상의 지수이다. 반면 ③, ④, ⑤번 목록은 실제로 존재한 상태에서의 지지율인데 대부분 항목에서 하락하였다. 상대적으로 큰 폭의 하락을 보인 부분은 서울 지역, 자영업/화이트칼라/주부, 보수층과 중도층 등이었다.

3. 여론조사 지지율이 중요한 이유

(1) 여론조사는 선거결과를 예측하는 용도가 아니다.

○ 20대 총선 결과와 총선 전에 발표된 각종 여론조사 결과들은 매우 달랐다. 특히, 비례 대표 선거의 득표율은 총선 전에 조사된 여론조사 정당별 지지율과 큰 차이를 보여주었다. 20대 총선 전에 조사된 여론조사의 정당별 지지율을 보면, 민주당과 새누리당은 과잉된 지수를 보였던 반면, 국민의당과 정의당은 과소한 지수를 나타냈다.

※ 표3. 20대 총선 직전 여론조사 정당별 지지율과 20대 총선 비례투표 정당별 득표율 비교 (자료출처 : 지지율 비교-한국갤럽 정례조사, 득표율-중앙선관위 자료)

	민주당	새누리당	국민의당	정의당
총선 1달 전(2016년 3월 2주차) 지지율	23%	39%	8%	4%
20대 총선 비례투표 득표율	25.54%	33.50%	26.74%	7.23%

※ 표 3-1. 20대 총선 직전 여론조사 정당별 지지율과 20대 총선 비례투표 정당별 득표율 비교 2(자료출처:지지율 비교-선관위 여론조사심의위원회 공표. 득표율-중앙선관위 자료)

여론조사 기관(가나다 순)	민주당	새누리당	국민의당	정의당	조사 기간
디오피니언	20.9%	31.5%	15.8%	6.9%	4월4일
리얼미터	27.3%	34.4%	16.8%	8.3%	4월 4~6일
알앤리서치	24.9%	37.9%	19.4%	4.8%	4월 4~5일
한국갤럽	21%	39%	14%	5%	4월 4~6일
한국리서치	21.7%	28.4%	16.9%	4.4%	4월 4~5일
20대 총선 비례선거 득표율	25.54%	33.50%	26.74%	7.23%	4/13(투표일)

*총선 바로 직전(투표일 1주 전) 여론조사 공표 시한 전에 일제히 발표된 여론조사 결과임

※ 표4. 19대 총선 직전 여론조사 정당별 지지율과 19대 총선 비례투표 정당별 득표율 비교(자료출처 : 지지율 비교-한국갤럽 정례조사. 득표율-중앙선관위 자료)

	새누리당	민주통합당	선진당	통합진보당
총선 1달 전(2012년 3월 1주차) 지지율	28%	28%	1%	3%
19대 총선 비례투표 득표율	42.80%	36.45%	3.23%	10.30%

*2012년 3월 1주차 대통령 국정운영평가는 긍정 42% 부정 45%

○ **지지율과 실제 득표율 변화는 스윙보터의 선택에 따라 달라지고 있다.** 민주당, 새누리당의 지지율과 득표율 비교 변화가 19대 총선과 20대 총선에서 각각 다른 패턴으로 나타난 이유는, 이른바 ‘스윙보터’의 선택이 달랐기 때문이다. 19대 총선 당시는 강력한 제3당이자 중도주의를 표방하는 정당이 존재하지 않은 관계로 스윙보터(중도층)들이 양당에 고루 나뉘었다. 그러나 **20대 총선에서는 중도를 표방하는 강력한 제3당(국민의당)의 존재로 인해 많은 스윙보터(중도층)들이 다양한 선택을 했다(주로 국민의당 선택, 일부 양당으로 나뉨).**

- 제3당의 경우는, 정당 지지율의 지수에 비해 실제 선거에서의 득표율(비례투표)이 큰 폭으로 상승했다. 제3당을 선택할 유권자들이 여론조사 상에서는 적극적인 표현을 하지 않거나 회피하는 것으로 추측할 수 있다.

(2) 선거는 사람이 하는 일

○ 지지층 결집, 지역별 차이에 따른 몰표, 여론조사 회피 경향 등의 영향이 여론조사 결과와 실제 지수의 차이를 만든다. 진보계열 정당의 경우, 총선 전 지지율과 실제 득표율(비례선거) 간의 차이가 자주 나타나게 되는 이유이기도 하다. 여론조사는 응답자의 표본 대상을 지역과 연령대 등을 비례 할당하여 조사한 것이다. 그러나 **실제 선거에서는 특정 지역과 특정 계층이 진보정당으로 결집한 선택(투표)으로 이루어지기 때문에 선거에서 득표수가 증가하여 득표율까지 상승하게 된 것이다.** 이는 **여론조사가 틀렸기 때문이 아니라, 여론조사 통계와 사람들이 이루는 일(선거) 사이에서 나타나는 차이**라고 할 수 있다.

○ 총선 전에 나타난 대통령과 여당의 지지율은 신기루와 같다. 총선 전에 대통령 국정운영평가 지수와 여당의 지지율은, 대통령과 여당이 총선에서 분출되는 민심(표심)을 제대로 읽지 못하게 하는 가림막 역할이 되었다(표3 참조). 20대 총선 전에서 박근혜 대통령의 국정운영평가 지수는, 보수층의 결집으로 탄탄해 보였기 때문에 당시 여당(새누리당)의 승리가 가능할 것이라는 착각을 불러오기에 충분했다.

(3) 선거를 위해 인재영입이 필요하고, 인재영입을 위해서는 지지율 반등이 필요

○ 지지율 정체를 벗어나야 인물 영입이 수월하고, 인물 영입을 통해 선명한 선거 구도와 전선을 명확하게 확립하여 승리로 이어질 수 있다. 20대 총선을 앞둔 당시에 국민의당은 저조한 지지율에 시달렸지만, 호남 지역의 상황은 달랐다. 호남에 바닥 민심은 국민의당에게 매우 호의적이었으며, 실제로 당시 국민의당 지역별 지지율 중에 호남 지역이 가장 높았다. 이로 인해 호남 지역에는 국민의당 공천 희망자들이 몰렸지만, 정작 지역구 숫자가 압도적으로 많은 서울과 수도권에는 인재영입이 쉽지 않았으며, 수도권 일부 지역구는 후보를 내지 못하거나 경쟁력이 떨어지는 후보들에게 공천을 주는 상황이 초래됐다.

※ 표5. 20대 총선 전후 국민의당 지역별 지지율(자료출처:한국갤럽 정례조사/중앙선관위)

	전체	서울	경인	호남	충청
총선 1달 전(2016년 3월 2주차) 지지율	8%	10%	6%	17%	6%
20대 총선 비례선거 득표율	26.74%	25.93%	26.96%	46.08%	22.95%
20대 총선 지역구 당선자 수	25석	2석	0석	23석	0석
총선 직후 여론조사(2016. 4월 3주차) 지지율	24%	25%	27%	46%	24%

○ 20대 총선 당시 수도권에 경쟁력을 갖춘 국민의당 지역구 후보들의 활약을 살펴보면, 서울에서 경쟁력을 갖춘 후보들을 많이 확보하지 못한 것은 매우 아쉬운 대목이다. 당시 국민의당이 경쟁력을 갖춘 (수도권 지역구) 후보를 많이 확보하지 못했던 이유는, 총선 전에 나온 여론조사 지지율 때문이라고 할 수 있다.

(4) 지역구에 경쟁력을 갖춘 후보는 비례대표 정당 득표율도 높여준다.

○ 20대 총선에서 국민의당 소속으로 서울·수도권 지역구에 출마한 후보 중에 경쟁력을 갖춘 후보의 경우, 국민의당 비례대표 득표율을 넘었거나 비슷한 득표력을 보여주면서 비례선거 득표율 상승을 이끌었다. 문제는 당시 이러한 후보들이 해당 지역권에서 클러스터를 이루지 못하고 각자 개별적으로 고군분투에 그치고 말았다는 점이다. 21대 총선에서 바른미래당의 선전을 이끌어줄 인재들을 많이 영입하기 위해서는, 바른미래당 지지율을 상승시키는 것이 시급하다.

○ 경쟁력을 갖춘 후보들이 몰렸던 호남권의 경우, 국민의당 후보 대부분이 해당 선거구에 국민의당 비례선거 득표율보다 높거나 비슷한 지역구 후보 득표율을 보였다.

- 광주광역시의 경우, 모든 후보의 지역구 득표율이 해당 선거구의 국민의당 비례선거 득표율을 넘었거나 비슷하게 나타났다. 전남과 전북은 각각 3곳의 지역구 후보를(각각 3곳 중 2명 낙선) 제외한 모든 후보가 해당 선거구에서 국민의당 비례선거 득표율보다 높거나 비슷한 지역구 후보 득표율을 보였다.

- **호남권은 상당한 득표력을 갖춘 후보들이 권역별로 연합이 되어 출격함으로써 국민의당의 비례선거 득표를 상승까지 이끌었으며, 동시에 지역구 선거에서도 동반 돌풍을 가져왔다.** 결과적으로 국민의당 후보들끼리 그리고 정당(비례대표 선거)과 후보들 모두가, 서로 도움과 이득을 주고받은 셈이 됐다.

※표 6. 20대 총선 당시 수도권 선거구에서 비례선거 득표율보다 높거나 비슷한 지역구 득표율을 보인 사례(*자료출처: 중앙선거관리위원회 선거통계시스템)

비고	득표율
국민의당 비례 득표율. 관악구 전체	31.14%
관악갑 국민의당 후보 득표율	38.06%
국민의당 비례 득표율. 노원구 전체	33.78%
노원병 국민의당 후보 득표율	52.00%
국민의당 비례 득표율. 중구 전체	32.75%
국민의당 비례 득표율. 성동구 전체	27.79%
중구·성동구 국민의당 후보 득표율	35.90%
국민의당 비례 득표율. 은평구 전체	28.58%
은평을 국민의당 후보 득표율	26.62%
국민의당 비례 득표율. 인천남동구 전체	25.74%
인천남동구를 국민의당 후보 득표율	41.05%
국민의당 비례 득표율. 인천부평구 전체	30.68%
인천부평갑 국민의당 후보 득표율	33.81%
국민의당 비례 득표율. 경기안산단원구 전체	29.78%
경기안산단원을 국민의당 후보 득표율	32.85%
국민의당 비례 득표율. 경기안산상록구 전체	31.21%
경기안산상록을 국민의당 후보 득표율	33.09%

Ⅲ | 지지율 회복 방안

1. 제3당&중도주의 정당의 한계

(1) 이제 제3의 이념이 된 ‘중도’, 그러나 약한 결집력

○ 스윙보터(중도층) 계층의 선택이 절대적인 제3당(중도 표방 정당)은 여론조사 상에서 지지율 획득이 쉽지 않은 것이 현실이다. 중도성향의 유권자들은 여론조사에서 정당에 대한 지지 의사를 적극적으로 표출하지 않고, 실제 투표로만 의사 표현을 하는 경향이 높다.

○ 오랫동안 지속해 온 기존 양당 간의 이념대결과 진영논리에서 벗어나지 못하고 있는 정치 풍토를 극복하는 것이 중요하다. 정치권, 언론, 일반 국민까지 17대 국회부터 구축된 원내 양당 시스템으로 인해 다당 구도(다당제) 및 중도주의 정당의 존재와 필요성에 대한 인식이 부족한 편이다.

(2) 다당제를 선호하지만, 지지하는 정당은 양당 위주

○ (주)코리아리서치인터내셔널의(조사 기간 11/7~8) 여론조사 결과에서, ‘양당제와 다당제 중 어느 제도가 우리나라에 더 적합하다고 생각하나?’라는 질문에 응답자들은 양당제 31.3%, 다당제 55.5%, 모름/무응답 13.3%로 대답하였다. 다당제 선호 응답이 절반을 넘었지만, 정작 정당별 지지는 기존 양당(민주당, 한국당)으로 응답한 비율이 58.9%였고, 바른미래당을 포함한 기타 정당들의 지지율 합은 18.7%에 불과했다(없다+모름/무응답 22.6%).

- 여론조사 응답자들은, 중도와 실용주의를 중심가치로 하는 정당의 존재를 찬성하고 다당제를 선호하지만, 정작 여론조사 상에서 응답은 양극단의 대결 구도로 나뉘고 있다. 이는 이념적으로 편향된 양당의 의도된 편 가르기로 인해 일반 국민까지 양당 구도에 익숙해져 있는 것으로 볼 수 있다.

(3) 양극단 진영끼리만 주고받는 지지율 경쟁

○ 어느 한쪽의 실기에 의한 반사이익은 극단적 대립을 일삼는 양당만이 혜택이 가고 있다. 이른바 ‘조국 사태’ 당시, 여론조사 상에서 대통령과 여당 지지율이 하락했는데 이에 대한 반사이익은 한국당만 누리고 있으면서 중도층이 얇아졌다. 조국 정국 이후 한국당이 다시 실기를 시작하자(인물 영입 실패, 보수통합 내분, 패스트트랙 수사 시작 등), 한국당 지지율이 빠지면서 여당과 대통령 긍정 평가가 상승했다.

※ 표 7. '조국 정국' 전후 정당별 지지율 변화 비교(*자료출처-한국갤럽 정례조사)

	대통령 긍정 평가	민주당	한국당	바른미래	무당파
조국 정국 이전('19. 8월 4주차 정례조사)	45%	41%	21%	6%	24%
조국 정국 종료 시점(10월 3주차 조사)	39%	36%	27%	7%	23%
2019년 11월 2주차 정례조사	46%	40%	21%	5%	23%

*조국 정국 직전인 8월 3주 차부터 11월 1주 차까지 대통령 국정운영평가는 데트크로스

2. 대중융합주의는 정당의 필수 요소. 바른미래당만의 실현 가능한 파격이 필요

(1) 위험한 민주주의 '포퓰리즘'

○ 야스차 뭉크의 '위험한 민주주의³⁾'는 포퓰리즘의 위험성과 사례를 충분히 설명해주었다. 실제로 포퓰리즘에 치우친 문재인 정부의 정책과 국정 운영은 국내적으로 극단적 갈등을 부추기고 있으며, 경제와 외교에서도 많은 문제점을 노출하고 있다. 이는 현 정부뿐만 아니라 이전 보수 정권에서도 마찬가지로 양상을 보여주었다.

○ 대중적 인기 영합 정책(대중융합주의)과 포퓰리즘의 차이는 정책이 현실적으로 얼마나 정책 대상자에 녹아들 수 있느냐에 달려있다⁴⁾. 제5회 지방선거에서 화두였던 '전면 무상급식'은 좌파적 요소가 높은 정책이었지만, 우리 아이들이 눈칫밥을 먹지 말아야 한다는 대중적 공감대가 넓게 형성되었고, 거의 모든 세대에게 영향을 미치는 대중들의 큰 관심사였다. 이는 성공한 대중융합주의였다.

(2) 스스로 어려움에 빠져든 바른미래당

○ 바른미래당은 양당의 틈 사이에서 개혁을 선도하는 정당으로 활약을 했지만, 대중적 메시지와 함께 대중인기 영합적 정책에는 다소 소홀했었다. 국회 특활비 폐지에 앞장섰고, 정치개혁과 사법개혁을 위한 패스트-트랙 정국을 주도하는 등 개혁에 대한 바른미래당의 의지는 정치권과 언론에서 인정받고 공감을 얻었지만, 이른바 '정치권만의 리그'라고 할 수 있었다. 바른미래당은 일명 '윤창호 법'과 같이 대중적 정책도 주도했지만, 당시 바른미래당은 전혀 필요하지 않은 이념논쟁에 빠지면서 스스로 기회를 날려버렸다.

3) '위험한 민주주의(출판사 와이즈베리)'의 저자인 야스차 뭉크는 "포퓰리스트들은 다수의 국민을 포섭하기 위해 소수의 국민은 완전히 배제하며 '반자유적 민주주의' 행태를 보인다."라고 하면서, '개인의 권리'와 '국민의 뜻'이 자연스럽게 균형을 이뤘던 호황기와는 끝났다고 진단하며 맞춤 대책을 제시하는 동시에 늘 깨어있는 시민이야말로 민주주의 필요조건임을 역설함

4) 조현석 서울신문 산업부장 2018.6.26.자 논설 내용 참고

(3) 대중이 바라는 변화는 인물교체가 아니라, 세대교체

○ 국민은 인물교체에 대해 높은 요구를 하고 있다. 따지고 보면 인물교체는 매년 높은 비율로 되어왔다. 17대 국회의 초선 비율은 62.9%, 18대 국회는 44.5%, 19대 국회는 49.3%, 20대 국회는 44.0%로 총선 때마다 40%가 넘는 현역의원 물갈이가 되어왔다.

- 각 정당 내에서 헤게모니를 장악한 계파(세력)들은, 인물교체를 자신들 위주의 인적 구성을 위해 이용했다. 실제로 20대 총선을 앞두고 민주당은 ‘친문’, 한국당은(당시 새누리당) 진박 논쟁이 큰 화두였다. 사람이 바뀌었지만, 국민이 바라는 대로의 교체는 아니었다.

○ 기존 양당은 2030 세대에게 표를 달라면서, 당내 청년 정치인들을 액세서리 취급했다. 20대 총선 당시에 모든 정당이 20대~40대 후보의 비율이 매우 낮았다. 당선인으로 함축할 경우 더욱 심각하다. 2030 세대는 지역구 당선인 중에 단 한 명에 불과했으며, 비례대표에 서도 10%대에 불과했다.

※ 표 8. 20대 총선 당시 후보들 연령별 통계(*자료출처-중앙선관위 선거통계시스템)

	구분	전체 후보자	2030 연령대	40대	40대 이하 합
지역구	후보자 수	934명	70명	197명	267명
	비율	100%	7.5%	21.1%	28.6%
비례대표	후보자 수	158명	17명	36명	53명
	비율	100%	10.6%	22.8%	33.5%
전체	후보자 수	1,092명	87명	233명	320명
	비율	100%	7.96%	21.3%	29.3%

※ 표 9. 20대 총선 더불어민주당&새누리당 연령별 비례대표 후보(*자료-중앙선관위)

	구분	전체 후보자	2030 연령대	40대	40대 이하 합
더불어 민주당	후보자 수	34명	4명	9명	13명
	비율	100%	11.8%	26.5%	38.2%
새누리당	후보자 수	44명	1명	10명	11명
	비율	100%	2.3%	22.7%	25.0%
전체	후보자 수	78명	5명	19명	24명
	비율	100%	6.4%	24.4%	30.8%

※ 표 10. 20대 총선 당선자들의 연령별 통계(*자료출처-중앙선관위 선거통계시스템)

	구분	전체 당선인	2030 연령대	40대	40대 이하 합
지역구	당선인 수	253명	1명	42명	43명
	비율	100%	0.4%	16.6%	16.99%
비례대표	당선인 수	47명	2명	8명	10명
	비율	100%	10.6%	22.8%	33.5%
전체	당선인 수	300명	3명	50명	53명
	비율	100%	1.0%	16.7%	17.7%

※ 표 11. 20대 총선 비례대표 당선인 중에 양당(더불어민주당&새누리당) 소속 당선인 연령별 통계(*자료출처-중앙선관위 선거통계시스템)

	구분	전체 당선인	2030 연령대	40대	40대 이하 합
더불어 민주당	당선인 수	13명	0명	3명	3명
	비율	100%	0%	23.1%	23.1%
새누리당	당선인 수	17명	1명	2명	3명
	비율	100%	5.9%	11.8%	17.64%
합계	당선인 수	30명	1명	5명	6명
	비율	100%	3.3%	16.7%	20.0%

○ 국회를 향한 국민(대중들)의 관심은 세대교체이다. 최근 언론에서 총선을 앞두고 국회의원의 세대교체와 관련한 기사들을 앞다투어 내놓기 시작했다. 이러한 현상은 언론이 국민의 관심사를 세대교체로 끌기 위해서가 아니라, 국민의 관심이 세대교체에 있음을 언론도 통찰했기 때문이다. 조국 사태를 거치면서 정치권의 더딘 세대교체에 대한 각성을 요구하는 기사들과 밀레니얼 세대에 대한 특징을 알리는 등의 기사들이 잇달아 나오고 있다.

- 2030 세대에게 표를 얻는 가장 확실한 방법은 그들을 전면내세우는 것이다. 이는 중장년층에게도 인적 쇄신을 알리는 매우 효과적인 방법이 될 수 있다. ‘세대교체’는 21대 총선을 앞두고 대중들이 바라는 가장 큰 쇄신 포인트가 되고 있다.

3. 총선 체제로 조속한 전환, 이슈 선점

(1) 누구도 승리를 장담할 수 없는 21대 총선

○ 21대 총선은 문재인 정부 임기의 중간 지점을 넘어선 시기이다. 현 정부의 중간평가가 이루어질 수밖에 없는 선거이다. 여당은 경제적 여건에 따른 민심의 평가를 받게 될 것으로 보이는데, 현재의 경제 상황은 매우 좋지 않은 상태이다.

○ 정부·여당의 국정운영평가에 의한 반사이익을 제1야당인 한국당이 가장 크게 받는 것이 당연한 순으로 볼 수도 있으나, 정작 한국당은 박근혜 전 대통령의 탄핵 여파에서 아직도 헤어나오지 못했다. 한국당의 총선 선전 여부는 ‘탈(脫) 박근혜’를 성공하느냐에 달려있다. 박근혜 정부의 몰락과 탄핵의 시작은 국민적 요구로 인해서 시작됐음에도 불구하고, 아직도 탄핵을 불복하는 듯한 발언이 이어지고 있으며, 대놓고 탄핵 무효를 외치는 일부 세력을 내포하고 있다. 한국당은 여전히 ‘탈(脫) 박근혜’를 하지 못하고 있다.

- 이러한 양당을 국민이 다시 선택해주기는 쉽지 않으나, 문제는 양당을 대체할 세력(정당)이 마땅히 없다는 점에서 총선의 결과를 속단할 수 없는 상태이다.

(2) 인적 쇄신 성공에 달린 21대 총선의 향배

○ 여당인 민주당은 속칭 ‘친문’세력이 대거 공천을 받고 세대교체 대상인 586 정치인들의 득세가 계속된다면, 인적 쇄신이 되지 않은 것이기 때문에 쉽지 않은 선거가 될 것이다. 친문세력은 지금의 경제 상황을 초래한 문재인 정부의 핵심 인사들이다. 그러므로 경제 상황에 따른 책임에서 자유스럽지 못하며, 이는 586 정치인들도 다르지 않다.

○ 한국당은 여전히 친박세력이 득세하고 있으며, 쇄신이 없는 보수통합은 도로 ‘새누리당’ 밖에 될 수 없는 상황이다. 20대 총선 당시 새누리당은 보수 진영의 분열이 없었어도 제2당으로 밀려났었다. 이는 한국당 역시 인적 쇄신을 하지 않고는 설사 보수통합을 하더라도 성공을 장담할 수 없다는 점을 나타내는 것이다.

○ **제3당의 성공 열쇠도 인적 쇄신에 있다.** 제3당의 이삭줍기는 숙명이나 다름없다. 양당의 틈새를 노릴 수밖에 없다. 하지만 제3당 역시 현재의 수준을 넘어선 큰 승리를 위해 과감한 인적 쇄신을 해야 한다. **양당이 하지 못하는 대중들의 요구를 실현하는 대중융합적인 전략을 구사**해야 한다. 바른미래당은 기득권 구조가 없으며, 지역구는 절반 정도가 지역구 위원장이 공적인 상황이다. 이러한 점을 십분 활용할 필요가 있다.

*참고자료 3. 최악으로 가는 20대 국회, 쇄신없는 공천이 나은 결과

○ 20대 국회는 전반기 국회 때만 해도 생산적인 국회로 기대를 모았으나, 문재인 정부 취임 이후 식물국회가 되었다가 ‘패스트-트랙’을 계기로 동물 국회가 됐고, 양당이 극단적 갈등을 지속하며 최악의 국회라는 평가를 받고 있다. 그 원인은 대부분 정당이 쇄신에 실패했기 때문이다. 이러한 현상은 최근 벌어진 대부분 총선에서 비슷했다. 17대 국회 이후 ‘역대 최악의 국회’라는 평가를 매번 갱신하다시피 하고 있다.

○ 새누리당은 ‘진박’논란을 일으킨 청와대(당내 친박세력)가 상향식 공천을 하려는 당 지도부의 의지를 무마시키면서 쇄신에 실패하였고, 결국 탄핵과 새누리당 해체까지 이어지게 됐다. 최근 한국당 내에서 쇄신 요구가 분출되고 있지만, 한국당 내부에서 이를 여전히 거부하고 있다. 그러다 보니, 한국당은 내부결속을 위해 ‘반대만을 위한 반대’와 여당과의 소통 단절 등 극단적인 행보를 일관하였고, 하반기 20대 국회를 마비시키는 핵심 원인 중 하나가 됐다.

○ 민주당은 20대 총선을 앞두고 정량화된 시스템 공천을 구축하였으나, ‘정무적 판단에 의한 임의적 컷오프 혹은 컷오프 대상 구제’ 및 ‘이해할 수 없는 단수 공천’ 등으로 인해 시스템 공천이 무너졌고, 결국 쇄신에 실패했다. 이는 문재인 정부 이후 노골적인 친문 계파의 강화를 불러왔고, 야당과의 소통 및 타협을 사라지게 했다. 민주당의 쇄신 실패는 최악의 20대 국회가 되는 또 하나의 원인이 됐다.

(3) 조속한 총선 체제로 전환. 선도적 인적 쇄신으로 총선을 대비

- 바른미래당은 ‘세대교체’라는 대중융합적인 전략으로 이슈를 선도할 필요가 있다. 이를 통해 총선 승리까지 이어지도록 해야 한다. 바른미래당은 인적 쇄신을 위해 무리하게 불출마 선언이나 용퇴 권유 등으로까지 확대할 필요가 없다. 젊은 세대에게 충분한 기회를 주면서도, 기존의 구성원(지역 출마자)과 심각한 경쟁이나 갈등을 유발하지 않을 수가 있다.
- 다선 의원은 다선으로서 국회와 정당, 국가를 위해 해야 할 역할이 있다. 다선 의원을 향한 무조건 용퇴 주장은 민주주의에 있어 또 다른 나쁜 포퓰리즘이다. 그렇게 생겨난 기회를 다른 기득권 세력이 차지하는 용도로 활용된 경우가 많다. 다만, 바른미래당이 선전할 가능성이 큰 지역구는 기성 정치인의 양보도 어느 정도 필요하다. 그러나 자발적인 것이 아니라면 갈등의 우려가 있으며, 효과도 크지 않을 것이다.
- 바른미래당은 젊은 인사들의 출마를 위한 플랫폼 역할이 되어 양당과 차별해야 한다. 양당은 청년세대를 위해 각종 정책을 내놓고 있지만, 정작 청년층이 국회 입성을 할 수 있는 여지가 크지 않다. 586세대와 함께하는 정당 혹은 ‘脫 박근혜’에 실패한 정당이라는 기존에 기득권 구조에서 청년들이 목소리를 내기가 쉽지 않다. 기회도 많지 않다.
- ‘세대교체’로 바른미래당의 이미지 브랜딩을 해야 한다. 지금은 ‘브랜딩의 시대’이다⁵⁾. 성공을 위한 효과적인 방법이 이제는 마케팅에서 브랜딩으로 변했다. 정치와 선거에서도 마찬가지이다. 선거 캠페인이나 정당 홍보보다는 정당에 대한 이미지 구축만 잘해도, 성공(승리) 가능성이 큰 선거가 될 수 있다. 어느 정당이든 브랜딩을 할 수 있는 몇 되지 않는 방법 중 한 가지가 바로, 쇄신을 통한 새로운 인적 구성이다.

IV 총선 전략 방향 제안

1. 정당의 지지 기반

(1) 지역, 이념, 인물

- 5) P&G는 마케팅 사관학교라고 불리는 세계적인 생활용품 업체. P&G의 브랜드 구축 최고 매니저(Chief Brand Building Officer) 마크 프릿차드(Marc Pritchard)는 언론 인터뷰에서 "결국 미래의 기업은 마케팅이 아니라 브랜드 구축의 시대로 회귀한다."고 하면서 통합적이고 장기적인 브랜드 구축이 열쇠라고 강조함.

○ 정당의 3대 지지 기반은 ‘지역, 이념, 인물’인데, 현재 바른미래당은 이런 3가지 지지 기반을 모두 상실한 상태이다. 지역적 기반은 통합(바른미래당 창당) 과정에서 사라졌고, 이념기반은 결집력이 약하고 여론조사 응답을 회피하는 중도인 만큼 선명성이 부족하다. 또한, 과거 당내 이념논쟁으로 인해 이념적 모호함에 대한 인식을 더욱 남기게 됐다.

- 수권정당이라면 대표적인 대권 주자가 존재하거나 유력한 대권 주자 혹은 잠재적 대권 주자가 필요하다. 안철수 전 대표의 복귀도 매력적인 티핑-포인트가 될 수 있다. 또한, 당내 대권 주자는 많으면 많을수록 좋다. 당내에서 유망 정치인들이 대권 급으로 성장해야 하지만, 바른미래당은 복잡한 당내 상황이 이를 가로막고 있었다.

○ 바른미래당은 조속히 3가지 기반을 회복해야 한다. 단계별 통합 작업이 필요하다. 최소한의 지역 기반을 회복하고 서울과 수도권 및 충청 지역으로 확산해야 한다. 가장 현실적이고 빠른 방안은 과거 국민의당 사례를 연구하여 재창출하는 방법이 있다.

- 바른미래당이 제3지대 통합을 주도하기 위해, 흩어진 지역적 기반을 규합(1단계 통합)하고 다음 단계의 통합 작업으로 나아가야 한다. 바른미래당은 통합 정당을 위한 플랫폼 역할에 주저하지 말아야 한다. 서울·수도권을 지역으로 기반한다는 것은 결국 아무 지역도 기반하지 않겠다는 의미이다. 서울·수도권은 지역 기반으로 삼을만한 성격의 것이 아니다.

- 다수의 젊은 인재들 영입을 위해 당내 주요역할을 부여하는 등 과감한 포용력을 보여야 한다. 당 내부의 젊은 인재 육성도 필요하다. 정치권 근무 경력 등을 적절하게 활용할 수 있도록 기회를 열어주어야 한다. 내부 인재에게도 기회를 줄 필요가 있다.

(2) 선명한 야당

○ 바른미래당은 정치권의 이분법적 분류로 인해 선명성을 잃었다. 일부 언론들은 바른미래당을 ‘보수 야당’으로 분류했었으나, 현재는 (개혁법안 주도를 이유로) ‘범여권’으로 분류하고 있다. 양당제적인 인식에서 벗어나지 못한 고정관념이다. 바른미래당은 문재인 정부와 여당의 무능 및 일방통행에 대해 강력하게 항의하고, 반개혁적 행보를 보이는 한국당을 비판하면서, 세대교체를 실천하여 양당과 차별된 선명한 야당의 모습을 보여야 한다.

2. 바른미래당 총선 전략 “세대교체”

(1) 대외 표방용 전략은 간명하게

○ 대외 표방하는 전략으로 “세대교체”를 사용하여, 타당들이 형식상 준비하는 청년세대용 정책과 내용을 넘어서야 한다. 바른미래당이 세대교체 바람을 선점한다면, 타당들의 행보는 자연스럽게 생색내기용 끼워 맞추기로 평가절하될 것이다. ‘사람 교체가 아니라 세대교체.’, ‘바른미래당은 바꿨습니다. 우리 국회도 바꿔놓겠습니다.’ 등 부수적 메시지를 통해 ‘세대교체’ 이슈를 선점하고, 인적 쇄신에 성공한 유일한 정당으로 이미지를 주어야 한다.

○ **40대 이하에게 100개 지역구(혹은 전체 지역구 중에 50%)에 전략공천, 20~30대 청년들에게 비례대표 안정권에 50% 공천** 등 상징적이면서 쉽게 읽힐 수 있는 숫자를 사용하여 세대교체 이미지를 부여할 수 있도록 공표하는 방안을 모색해볼 필요가 있다. 비례대표는 상고(공고) 출신 2040 직장인, 편의점 알바 경력 3년 이상인 취준생, 지방대학 출신 취준생, 면접 100회 이상 본 취준생, 출산 후 재취업을 하지 못하고 있는 경단녀, 투-잡(Teo-Job) 중인 청년 등… **사회적 약자이거나 불공정한 기회로 인해 어려움을 겪고 있는 밀레니엄 세대를 대상으로 선정하는 방안을 강구** 할 필요가 있다. 이들을 비례대표에 대거 공천하여, 이들이 청년층 공약을 주도하도록 하는 것이다.

※참고자료 4. 인재영입 효과는 선거(정국) 판도를 뒤바꿀 수 있는 중요한 전략적 요소

○ 19대 총선에서 새누리당은 (경제민주화)김종인 비대위원과 (MB정부의 4대강 비판)이상돈 비대위원 등 영입하며, 여당 내 야당의 역할과 함께 경제 챙기기를 보여줄 수가 있었다. 이런 영입 효과로 인해 새누리당은 총선에서 과반 의석 이상의 대승을 거두었다.

- 15대 총선에서 당시 여당인 신한국당은 대통령이자 당 총재인 YS가 이른바 ‘9룡’이라 불리는 보수 및 중도성향의 중·대형급 인사들과 함께, 운동권 인사들 및 대중적 인지도가 높은 신진 인사들 다수를 과감하게 영입했다. 당시 신한국당의 인물 영입은 아직도 회자가 되고 있을 정도로 혁신적인 인재영입 사례로 남아있다.

- 20대 총선에서 민주당은 친문, 86그룹 등 계파 이미지를 탈피하기 위해 보수 성향의 인사와 경영인 출신 등 친문 외 인사들을 대거 영입했다. 그동안 민주당에서 볼 수 없었던 파격적인 영입으로 인해 당초에 패배가 예상됐던 상황을 뒤집고 원내 1당이 되는 승리를 거두었다.

○ 선부른 인재영입 부작용도 적지 않다. 공관병 갑질로 유명한 박찬주 대장의 영입으로 인해, 황교안 대표는 리더십에 상처를 입었고, ‘조국 파동’효과를 스스로 차단하는 역효과를 내었다.

- 19대 총선 당시 민주통합당은 잘못된 전략으로, 이겼어야 할 선거를 망쳤다. 노골적인 친노 공천으로 인해 잡음이 많았으며, 뒤늦게 야권연대 전술을 사용했으나 이 역시 친노세력의 확대나 다름없었기 때문에(연대 대상인 당시 통진당은 유시민 등 민통당 밖에 다른 친노 인사들이 있었음), 선거에서 양자 구도를 형성하고도 당시 박근혜 대표가 이끄는 새누리당에 참패했다.

(2) 세대교체 전략의 실천방안

○ 총선에서 당의 간판은 40대가, 주요 동력은 20~30대인 밀레니엄 세대가 맡도록 한다. 전체적으로 세대별로 균형을 갖춰서 노장 세대가 어우러진 정당이 되어야 한다. 당의 선대 위 등에 간판 인사로, 40대를 전면에 배치하여 세대교체라는 전략을 실천해야 한다. 20~30대를 대거 공천하고 당내 주요 보직에 배치하여 청년층의 참여를 최대한 확대한다.

○ 20~40대 인재영입이 중요하다. 지금의 바른미래당 내부 인프라만으로는 한계가 있다. 현재 외부에 40대 이하로 구성된 그룹이 다수 존재하는데, 이들에게 공간을 열어주고 기회를 제공해 줘야 한다. 바른미래당은 세대교체를 위한 플랫폼이 돼야 한다. 21대 총선에서 1969년 4월 16일 이후 출생자는 중앙선관위의 공식적인 등록상 만 49세로 표기된다. 단, 정무 능력을 갖췄거나 검증된 인사여야 한다. 정치적 공세에 유연한 대처가 필요하다.

○ 신당 창당(혹은 통합)이나, 당명교체도 시급한 사항이다. 무엇보다, 과거 이념논쟁에 매몰됐던 부정적인 이미지를 조속히 탈피하기 위해 최대한 조속히 당명을 교체해야 한다. 제3지대 통합이 조속한 시일 내에 진행되지 않는다면 당명교체라도 즉시 시행해야 한다. 유권자들이 당명을 인식하기까지 시일이 소요되기 때문이다.

(3) 청년층을 이용하는 것이 아니라, 정치의 본질을 바꾸는 일

○ 바른미래당은 기호 3번으로 완주할 실용주의 정당으로서, 세대교체 메시지를 통해 대중영합적인 정책을 앞세우고 실현하여, 사람만 바꾸는 물갈이가 아닌 정치의 본질을 바꾸는 점을 강조하여 차별성을 두어야 한다.

○ ‘새로운 보수당’은 최근에 한국당과 통합 논의 중에 논란이 생기자 신당 창당에 좀 더 중점을 두면서 ‘세대교체’를 내세웠는데, 이는 한국당이 내세우지 못하는 것이기 때문에 통합 작업을 위한 ‘몸값 만들기’ 성격이 짙다. 그러므로 ‘새보수당’에 참여한 청년세대는 또 다른 불쏘시개의 용도로 이용될 가능성이 크다고 할 수 있다.

- ‘새보수당’은 과거 바른정당 시절부터 국민의당과 통합으로 세(勢)를 확산한 후 한국당에 재합류(통합)를 모색하려 했던 것으로 보인다. 노골적인 당명 선정과 함께 패스트-트랙 반대 등 여러 가지 부분에서 한국당과 호흡을 맞추고 있는 점도 이를 확인시켜주고 있다. 애초부터 다당제에 대한 인식과 의지가 크지 않았을 것으로 보이며, 양자 구도에 의한 선거만을 경험했기 때문에 군소정당으로써 총선을 맞이하는 것에 대한 공포감이 있었을 것으로 보인다.

(4) 선거를 좌우하는 것은 결국 민생(경제)

○ 특수한 몇 번을 제외하고 선거의 승패를 좌우하는 대부분은 결국 ‘민생(경제)’이었다. 17대 대선 당시 MB는 ‘경제 전문가’로 포장하여 낙승했다. 18대 대선에서 박근혜 후보는 경제민주화를 끌어들이자 자신의 부족한 콘텐츠를 만회함으로써 승리했다. 19대 대선은 특수한 상황으로 인해 민생이나 경제와 관련한 주제(이슈)가 없이 진행된 대선이었다.

- 20대 총선에서 민주당은 경제민주화로 대변되는 김종인 대표가 진두지휘하여 최악의 패배가 예상됐던 민주당을 원내 1당으로 만들었다. 19대 총선에서 민주통합당은 야권 연대(단일화)라는 정치 공학에만 매달리다가 패했고, 새누리당은 경제민주화의 주인공 김종인 비대위원을 영입하면서 이명박 정부와 차별하는 전략으로 대승을 거두었다.

○ 무상급식은 민생이라는 주제로 성공한 대표적 사례이다. (2010년 제5회 지방선거에서) 무상급식은 경제(민생)보다 이념적 요소가 컸지만, 국민은 ‘아이들의 밥상’이라는 민생문제와 직결된 것으로 보았다. 하지만 당시 한나라당은 무상급식 논쟁을 이념 및 정치공세로 대응함으로써 민생을 외면한 꼴이 되면서 패하였다.

○ 선거에서 정당의 전략이나 어젠다를 대중들에게 어필하는 가장 효과적인 방법은 인적 요소이다. 경제(민생)와 관련해 바른미래당의 노력과 의지를 국민에게 알리기 위해 경제 관련 인사를 영입하고 경제통인 인사를 선거 전면에 내세울 필요가 있다.

3. 30대~40대가 주도하고, 노장 세대가 함께 뒷받침해주는 젊은 정당

(1) 매년 홍수를 이루는 기성 정당의 청년 대책, 그러함에도 무엇이 문제?

○ 청년 정책을 기성세대(정치인)가 만들고 결정하는 이상한 구조에서 벗어나지 못했다. 대부분 정당은 모든 시기마다 청년 정책을 다수 내놓았지만, 문제는 그런 정책을 기성세대가 만들고 입안했다는 점이다.

- 청년 대책에 대한 절박함이 부족하다. 정책 수립과정에서 청년들과 간담회 등을 거치는 하지만, 최종 방향이 당 지도부 등에 의한 정치적 고려나 계산 등에 좌우되는 경우가 다반사였다. 무엇보다, 청년들이 가장 크게 느끼는 사회 전반에 깔린 불공정과 불평등에 대한 해결책이 되어주지 못했다.

○ 가장 큰 문제는 공감 부족이다.

- 기성세대에 대한 청년세대의 불신은 ‘꼰대’라는 단어로 나타난다. 이는 기성세대의 공감 부족을 표현한 것이다. 정치권에 있는 청년세대들 대부분이 586세대 정치인과 기성 정치인을 향해 가장 많이 지적하는 부분이 바로 ‘공감 부족’이나 ‘공감하지 않으려는 자세’이다. 청년들은 공감 능력이 떨어지는 ‘꼰대’들과 접촉은 하지 않으려 하며, 이미 접촉한 상황이라면 무응대와 진정성 없는 동의 등을 통해 그 상황을 벗어나는 것을 현명한 방법이라고 생각하고 있다.

- 각 정당의 청년 대책은 이처럼 공감 부족에서 나온 정책이기 때문에, 청년들 대부분은 생색내기 정책으로 보고 있으며 실제로 그 범위를 넘어서지 못하고 있다.

- 지금의 청년세대는 개인적이지만, 목표와 이익이 분명하다면 기꺼이 시간을 투자하고 몽칠 줄 아는 성향이다. 그러므로 바른미래당에서 청년들의 실질적인 정치참여와 기회 제공이 확인된다면 많은 청년층의 참가가 가능할 것으로 보인다.

※참고자료 5. ‘꼰대’와 밀레니엄 세대

○ 취업포털 인크루트에서 회원 853명 대상으로 ‘직장 내 꼰대’에 관한 설문 조사 결과 (2019.5.)

- ‘꼰대에 대처하는 노하우’에 대한 응답에서, ‘일로만 부딪히고, 개인적인 친분은 쌓지 않는다’가 전체 응답률의 33%로 가장 많았고, ‘꼰대가 한 말은 한 귀로 듣고 한 귀로 흘린다(28%).’, ‘적당한 거리를 유지한다(17%).’, ‘책 잡힐 일 없도록 공손히 대한다(11%).’, ‘짜소리 못하게 업무적으로 완벽한 태도를 보인다(9%).’ 순으로 나타났다.

- 높은 응답을 보인 4가지를 합하면 전체 응답에 89%가 ‘꼰대’와 부딪히거나 직접 대응을 하는 것보다는 대중 맞춰주고 피하는 것을 선택하고 있다.

○ 세대별 특징 비교(*관련 내용 및 자료출처 : 김성희 CEO리더십연구소장 칼럼)

	586세대와 이전세대	X 세대	밀레니얼 세대
특성	네트워킹 우선	개체주의 지향	표면적으론 개인주의. 목적을 위한 전략적 연대의식
진영·집단에 대한 인식	전형적 진영논리. 이분법적 논리	집단보다 개인. 연대의식에 냉소적	‘따로 또 같이’를 전략적으로 운영

- 밀레니얼 세대(현재의 20~30대)는 같이해야 할 목적이 있을 때 낯선 사람끼리라도 결집해 힘을 모으고 목적을 관철하려는 경향이 있다.

(2) 청년 대책을 위한 가장 좋은 방법은 ‘청년의 직접 참여’

○ 기성 양당은 다수의 청년세대 당원과 활동가들을 보유했음에도 그들을 소모품이나 연령대 맞추기 용도 등으로만 활용할 뿐, 정치 입문을 위한 직접적·결정적인 기회를 제공하지 않았다. 이 때문에 정치권에 청년 활동가들은 양당에 대한 불신이 깊은 편이다.

- 기존에 청년비례는 대부분 청년을 그것으로 몰아넣은 후 다른 방식의 출마를 생각하지 못하게 하고 있다. 청년 정치인들을 청년비례라는 가두리에 가둬놓는 격이나 다름없는 것으로, 청년의 다양한 도전을 상실시키는 제도였다. 그나마도 20대 총선에서 폐지했다.

○ 최고의 청년 정책은 청년 스스로 정책을 세우고 실행(입법)할 수 있도록 하는 것이다. 바른미래당은 청년이 직접 정책을 세우라는 의미로 총선(지역구, 비례)에서 젊은 인물들을 대거 공천하여 청년들에게 기회를 제공해 주는 플랫폼 역할이 되어야 한다. 21대 총선에 이슈로 될 것으로 보이는 ‘세대교체’를 당의 전략으로 전면내세워 이슈를 주도하여, 기성 정치에 실망하고 있는 중도층 유권자들의 지지를(선택) 얻어내는 것이다.

(3) 이대로 가다가 대한민국은 망한다.

○ 지금 대한민국호(號)는 쇠신을 거부하며 기득권을 놓지 않으려는 ‘민주당과 한국당’에 막혀 침몰하고 있다고 할 수 있다. ‘조국 사태’는 ‘진보&보수, 그리고 민주당&한국당’이 다르지 않음을 확인해주는 기점이 됐다. 이는 마크롱 대통령 취임에 이은 전진당의 승리라는 결과가 나오기 전에 프랑스 현상과 매우 흡사하다. 프랑스 사례를 벤치마킹할 필요가 있다.

- 바른미래당은 ‘21대 총선이 대한민국을 바로잡을 수 있는 마지막 기회가 될지도 모른다.’라는 절박함으로 임해야 한다. 바른미래당에게도 마지막 기회가 될지도 모른다.

○ 바른미래당의 시간이 오고 있다. 지금의 위기는 바른미래당에게 새로운 기회가 열리는 것으로 보아야 한다. 바른미래당은 20대~40대 세대의 도전과 기회를 위한 출발장소가 되어 총선 승리를 가져와야 한다. 과감한 인적 쇠신으로 대한민국의 위기이자 바른미래당의 위기를 극복해야 한다. ㉠