발 간 등 록 번 호
34-9761138-240021-14

OPEN 출처표시
공공누리 공공저작물 자유이용허락

제22대 국회의원선거

선거여론조사 백서

중앙선거여론조사심의위원회
www.nesdc.go.kr

발간사

선거여론조사의 객관성 · 신뢰성 확보를 위하여 설립된 선거여론조사심의위원회가 올해로 10주년을 맞이했습니다. 선거여론조사심의위원회는 출범 이후 선거여론조사가 나아가야 할 방향에 대하여 고민하고, 신뢰성 향상을 위한 각종 제도 정비, 여론조사의 올바른 이해를 위한 의식개선 노력 등 선거여론조사의 객관성과 신뢰성을 위한 제도적 토대를 마련하고 성숙한 선거여론조사 문화를 정착시키기 위하여 부단히 노력해왔습니다.

선거여론조사는 민심의 향배를 보여주고 유권자의 참여를 활성화시키는 등 긍정적 기능이 크기에 선거여론조사의 빈도와 활용도가 계속 증가했지만, 동시에 선거여론조사의 신뢰성을 둘러싼 논란도 지속적으로 제기되어 왔습니다. 선거여론조사심의위원회는 이번 국회의원선거에서 그동안 촘촘히 쌓아온 제도적 토대를 바탕으로 선거여론조사의 객관성과 신뢰성을 확보하기 위한 적극적인 역할을 하고자 노력하였습니다.

특히 제22대 국회의원선거를 앞두고 우리 위원회는 관련 법령 개정을 통해 선거여론조사기관 등록요건을 강화하여 등록요건을 갖추지 못한 업체를 정비하고 실태를 점검하는 등 조사기관의 전문성을 담보하고자 하였습니다. 또한 “선거여론조사 제도개선 공청회”를 개최하여 여론조사 제도개선 관련 정당 · 학회 · 업계 종사자 등의 다양한 의견을 수렴하였고, 이를 바탕으로 「선거여론조사기준」을 개정하여 선거여론조사의 객관성 · 신뢰성과 유권자의 알 권리를 보장하기 위한 노력을 기울였습니다.

이번 국회의원선거에서는 제21대 국회의원선거 대비 휴대전화 가상번호 제공 번호수가 153% 증가하는 등 2017년 도입된 휴대전화 가상번호의 사용이 보편화되어 조사환경이 개선되었다고 평가할 수 있습니다. 하지만 그와 동시에 휴대전화 가상번호 제공거부 급증에 따른 휴대전화 가상번호 자원 고갈 등의 문제점도 드러났습니다. 또한 선거철 무수한 여론조사 실시로 여론조사전화에 대한 유권자의 피로도가 점점 높아지고 있고 이에 따른 응답률 저하, 특정 정치성향 응답자 과표집 문제 등 새로운 제도적 정비가 요구되고 있는 시점이기도 합니다.

우리 위원회는 이번 국회의원선거를 종합적으로 평가하고 문제점을 심층적으로 연구하여 관련 제도를 개선하고, 온라인조사 활성화 등 조사환경 변화에 따른 능동적 대응 방안을 마련하여 신뢰받는 여론조사 기반 조성에 힘쓰겠습니다.

제22대 국회의원선거를 마무리하면서 내 · 외부 전문가 평가 등 다양한 자료를 분석하고 종합하여 본 백서를 발간하였습니다. 이 백서가 선거여론조사 분야 발전에 유용한 자료가 되고 올바른 선거문화 정착에 도움이 되기를 기대합니다.

2024년 7월

중앙선거여론조사심의위원회

위원장 **이 내 영**

CONTENTS

제01장 위원회 설치 및 운영 08

1. 위원회 설치 08
2. 위원회 구성 10
3. 위원회 운영 12
4. 주요 직무 12
5. 제22대 국회의원선거 관련 주요 활동 19

제02장 제22대 국회의원선거 여론조사 환경 및 제도 28

1. 선거여론조사 환경 28
2. 「선거여론조사기준(2023. 12. 1. 시행)」 주요 내용 31

제03장 선거여론조사기관 등록 34

1. 개요 34
2. 선거여론조사 등록기관 현황 및 분석 36

제04장 선거여론조사 실시 신고 42

1. 개요 42
2. 선거여론조사 실시 신고 현황 및 분석 42

제05장 선거여론조사결과 등록 50

1. 개요 50
2. 선거여론조사결과 등록 현황 및 분석 51

제06장 휴대전화 가상번호 사용·제공 72

1. 개요 72
2. 휴대전화 가상번호 현황 및 분석 72

제07장 선거여론조사 심의·조치 80

1. 개요 80
2. 심의·조치 현황 및 분석 81

제08장 평가 및 과제 90

1. 종합평가 및 과제 90
2. 내·외부 평가 94

부 록 146

1. 선거여론조사 주요 심의·조치 사례 146
2. 선거여론조사기관 등록 현황 157
3. 보도자료 및 언론기사 160
4. 관련 법규 및 기준 196
5. 선거여론조사심의위원회 연락처 등 237

제22대 국회의원선거
선거여론조사 백서

제01장

위원회 설치 및 운영

1. 위원회 설치
2. 위원회 구성
3. 위원회 운영
4. 주요 직무
5. 제22대 국회의원선거 관련 주요 활동

01 위원회 설치 및 운영

제1절 위원회 설치

사회·정치적 현안에 대한 사람들의 인식과 평가를 파악할 수 있는 보편적인 수단은 여론조사일 것이다. 특히 선거여론조사는 선거와 관련한 여론을 파악하는 것으로, 공표 또는 보도를 통해 유권자들의 의사 형성에 기여함으로써 후보자 선택에 미치는 영향이 작지 않을 것이다.

그러나 편향되거나 잘못된 선거여론조사결과가 공표·보도되면 선거의 공정성을 저해하고 민심을 왜곡할 수 있다.

이에 선거에 관한 여론조사의 객관성과 신뢰성을 확보하기 위하여 2014. 2. 13. 「공직선거법」이 개정되어 중앙선거관리위원회와 시·도선거관리위원회 산하에 선거여론조사공정심의위원회가 설립되었다.

2015. 12. 24. 심의위원회의 심의 대상이 '정당에 대한 지지도나 당선인을 예상하게 하는 여론조사'에서 '선거에 관한 여론조사'로 확대되었고, 공표·보도 요건을 「선거여론조사기준」에 위임, 시정명령·경고·정정보도문의 게재명령 등 심의위원회 자체 조치권 신설, 여론조사 실시 신고 상시화, 미등록 선거여론조사결과 공표·보도 금지 등 선거여론조사에 대한 법률적 요건이 대폭 강화되었다.

2017. 2. 8. 선거여론조사심의위원회(이하 '심의위원회')로 명칭을 변경함과 동시에 전문성이 결여된 여론조사기관의 난립 방지를 위한 선거여론조사기관 등록제, 표본의 대표성 확보를 위한 휴대전화 가상번호 제공, 정당·후보자 등이 실시한 선거여론조사의 공표·보도 금지, 심의위원회 조사·조치권한 부여 등 선거여론조사의 공정성·신뢰성 확보를 위한 제도를 지속적으로 보완하였다.

심의위원회 연혁

2014	2. 13.	공직선거법(법률 제12393호) 개정
	3. 5.	선거여론조사공정심의위원회 설치
	3. 25.	선거여론조사공정심의위원회구성및운영에관한규칙(중선관규칙제405호) 제정
		선거여론조사기준(중앙심의위원회 고시 제2014-1호) 제정
	6. 4.	제6회 전국동시지방선거
	7. 30.	상반기 재·보궐선거
	10. 29.	하반기 재·보궐선거
2015	4. 29.	상반기 재·보궐선거
	10. 28.	하반기 재·보궐선거
	12. 24.	공직선거법(법률 제13617호) 개정
		선거여론조사기준(중앙심의위원회 고시 제2015-1호) 개정
		선거여론조사공정심의위원회의 구성 및 운영에 관한 규칙 (중선관 규칙 제435호) 개정
2016	4. 13.	제20대 국회의원선거
2017	1. 2.	선거여론조사기준(중앙심의위원회 고시 제2017-1호) 개정
	2. 8.	공직선거법(법률 제14556호) 개정
		선거여론조사심의위원회 구성 및 운영에 관한 규칙 (중선관 규칙 제459호) 개정
	3. 2.	선거여론조사기준(중앙심의위원회 고시 제2017-2호) 개정
	3. 9.	공직선거법(법률 제14571호) 개정
	4. 12.	재 · 보궐선거
	5. 9.	제19대 대통령선거
	12. 27.	선거여론조사기준(중앙심의위원회 고시 제2017-3호) 개정
2018	6. 13.	제7회 전국동시지방선거
2019	7. 11.	선거여론조사기준(중앙심의위원회 고시 제2019-1호) 개정
	12. 12.	선거여론조사기준(중앙심의위원회 고시 제2019-2호) 개정
2020	1. 15.	선거여론조사기준(중앙심의위원회 고시 제2020-1호) 개정
	4. 15.	제21대 국회의원선거
2021	2. 4.	선거여론조사기준(중앙심의위원회 고시 제2021-1호) 개정
	4. 7.	재 · 보궐선거
	11. 25.	선거여론조사기준(중앙심의위원회 고시 제2021-2호) 개정
2022	3. 9.	제20대 대통령선거
	6. 1.	제8회 전국동시지방선거
	11. 30.	선거여론조사심의위원회구성및운영에관한규칙(중선관규칙제563호) 개정
2023	2. 24.	선거여론조사심의위원회구성및운영에관한규칙(중선관규칙제575호) 개정
	4. 5.	상반기 재 · 보궐선거
	10. 11.	하반기 재 · 보궐선거
	11. 2.	선거여론조사기준(중앙심의위원회 고시 제2023-1호) 개정
2024	4. 10.	제22대 국회의원선거

제2절 위원회 구성

가. 위원 구성

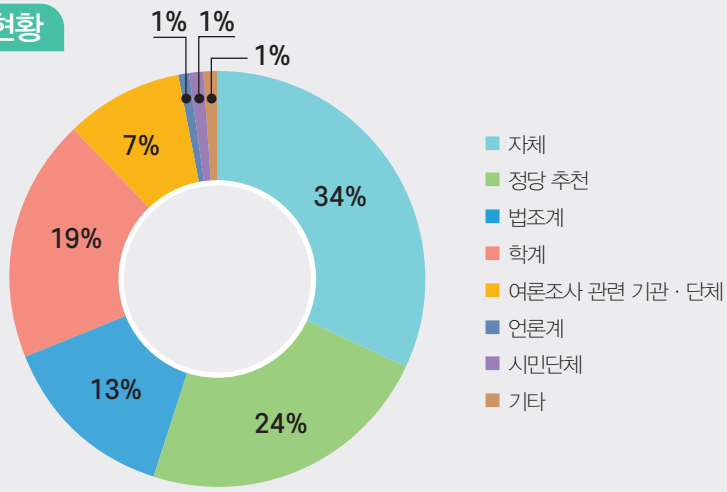
심의위원회는 대표성과 전문성을 확보하기 위해 「공직선거법」 제8조의8제2항에 따라 국회에 교섭단체를 구성한 정당이 추천하는 각 1명과 학계, 법조계, 여론조사 관련 기관·단체 등이 추천하는 사람을 포함하여 9명 이내의 위원으로 구성되며, 위원의 임기는 3년이다.

중앙심의위원회 위원 구성 현황

직위	성명	직업	추천기관
위 원 장	이 내 영	고려대학교 명예교수, 재단법인 사회과학원 이사장	한국정치학회
상 임 위 원	조 규 영	공무원(중앙선관위 기획조정실장)	중앙선거관리위원회
위 원	박 해 성	㈜티브릿지코퍼레이션 대표이사	더불어민주당
위 원	이 동 훈	김·장법률사무소 미래사회연구소 전문위원	국민의힘
위 원	박 민 규	고려대학교 통계학과 교수	한국조사협회
위 원	박 원 호	서울대학교 정치외교학부 교수	한국조사연구학회
위 원	강 현 철	호서대학교 빅데이터AI학과 교수	한국조사연구학회
위 원	김 상 우	노무법인 휴머스 부설 기업갈등연구소 소장	한국정치조사협회
위 원	전 현 정	변호사	대한변호사협회

중앙은 총 9명의 위원이 활동하였고, 시·도는 총 139명이 활동하였다. 추천기관별로는 중앙 및 시·도선거관리위원회가 위촉한 51명을 비롯하여 국회 교섭단체를 구성한 정당(더불어민주당, 국민의힘) 추천 35명, 법조계 19명, 학계 28명, 여론조사 관련 기관·단체 11명, 언론계 1명, 시민단체 1명, 기타 2명으로 심의위원회가 구성되었다.

추천기관별 구성 현황



성별 현황을 살펴보면 남성 130명, 여성 18명으로 남성 비율이 여성 비율의 약 7배로 나타났으며, 직업별로는 교수 74명, 법조인 34명, 여론조사 기관·단체 임직원 8명, 언론인 13명, 시민운동가 2명 등이다.

나. 사무국 구성

중앙 및 시·도심의위원회는 사무 처리를 위하여 「공직선거법」 제8조의8제13항에 따라 선거관리위원회 소속 공무원으로 구성된 사무국(중앙의 경우 기획팀, 심의팀, 분석팀, 조사팀)을 설치·운영하고 있다.

심의위원회 조직도

제3절 위원회 운영

중앙 및 시·도심의위원회는 정당·후보자의 이의신청, 자체 모니터링 등을 통해 공표·보도된 선거여론조사가「공직선거법」또는「선거여론조사기준」을 위반하였는지 여부를 심의하기 위해 총 43회에 걸쳐 위원회의를 개최하였다. 그 중 중앙심의위원회가 7회, 시·도심의위원회가 36회를 개최하였다. 또한 소위원회를 구성하여 공표·보도된 선거여론조사가「공직선거법」또는「선거여론조사기준」을 위반하였는지 여부를 심의하였다.

한편 신속한 결정이 필요한 사안이나 통계적 분석 또는 전문적 판단을 요하지 않는 사안은 서면의결을 5회 활용하여 결정하였다.

제4절 주요 직무

가. 「선거여론조사기준」 제정·개정 및 공표

공표 또는 보도를 목적으로 한 선거여론조사의 객관성과 신뢰성을 확보하기 위하여「선거여론조사기준」을 2014. 3. 25. 제정·공표하였고, 임기만료에 의한 선거, 각종 재·보궐선거 시 마다 발생하는 선거여론조사의 문제점에 대한 개선방안을 마련하여「선거여론조사기준」을 개정·공표하였다.

나. 선거여론조사기관 등록 등 처리

공표 또는 보도를 목적으로 선거여론조사를 실시하려는 여론조사 기관·단체는 관할 심의위원회에 조사시스템, 분석전문인력 등 등록요건을 구비하여 등록 신청을 하여야 하고, 관할 심의위원회는 서면심사 및 현지실사를 거쳐 등록증을 교부한다.

또한 심의위원회는 사후 실태점검을 통하여 선거여론조사기관이 부정한 방법으로 등록하거나 등록요건을 갖추지 못한 것으로 확인되는 경우, 그 등록을 취소 처리한다.

선거여론조사기관 등록 업무 처리 흐름도

등록신청

- 대 상 : 공표 · 보도 목적 선거여론조사를 실시하려는 여론조사 기관 · 단체
- 신청시기 : 상시
- 신 청 처 : 해당 여론조사 기관 · 단체의 사무소 소재지 관할 시 · 도심의위원회
- 신청방법 : 서면(방문 또는 우편)

↓

신청서 심사

- 등록신청서 접수조서에 따라 심사

→ **충족하지 못한 경우** → **보완 요청**

↓

충족한 경우
접수 및 현지 실사

- 등록신청 요건(구비 여부) 현지 확인

← **충족**

미충족(반려)

- 단기간 내 보정 · 보완이 어렵거나 정당한 사유없이 보정 · 보완에 응하지 않을 경우

↓

충 족

- 등록 수리
- 등록신청서 접수일로부터 7일 이내

미충족

- 각하

↓

등록증 교부 및 기관정보 공개

↓

실태 점검

- 정기점검
- 수시점검

→ **등록 취소**

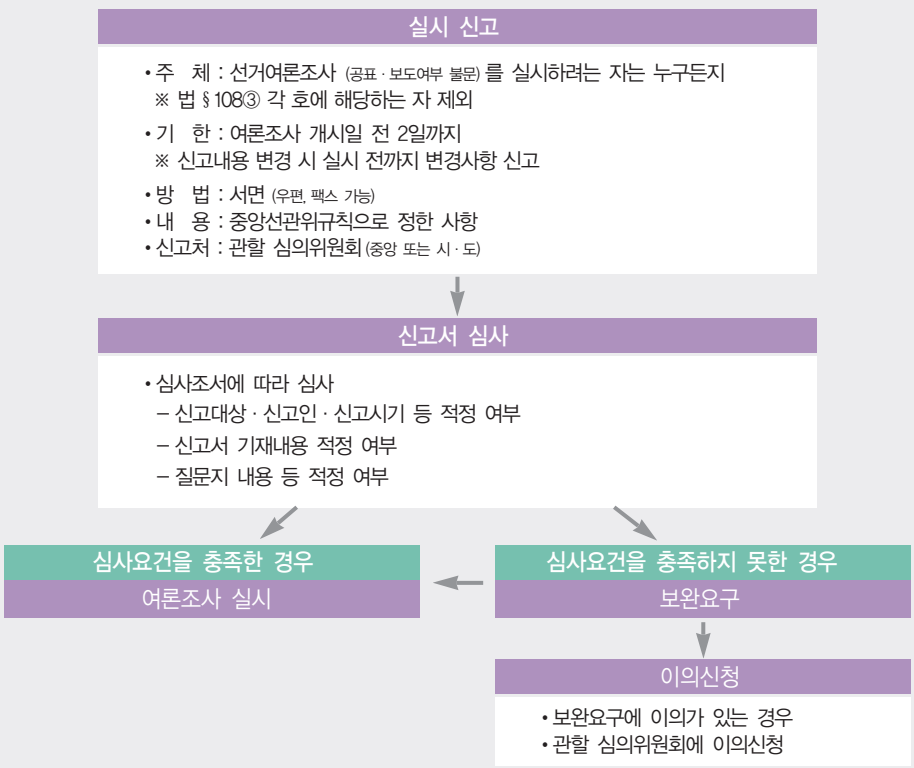
- 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 등록한 경우
- 등록요건을 갖추지 못하게 되는 경우
- 선거여론조사 관련 범죄를 범하여 징역형 또는 100만원 이상의 벌금형을 선고 받은 경우(등록 취소일로부터 1년 이내 등록신청 불가)

다. 선거여론조사 실시 신고 접수 및 처리

「공직선거법」 제108조제3항 각 호에 해당하는 경우를 제외하고 누구든지 선거여론조사를 실시하려면 여론조사의 목적, 표본의 크기, 조사지역·일시·방법, 전체 설문내용 등을 여론조사 개시일 전 2일까지 관할 심의위원회에 신고하여야 한다.

심의위원회는 신고내용을 심사하여 요건을 충족하지 못한 경우 보완을 요구할 수 있으며, 신고요건이 충족되면 접수·처리한다.

선거여론조사 실시 신고 업무 처리 흐름도



라. 선거여론조사 실시 신고 내용 보완요구 이의신청 심의

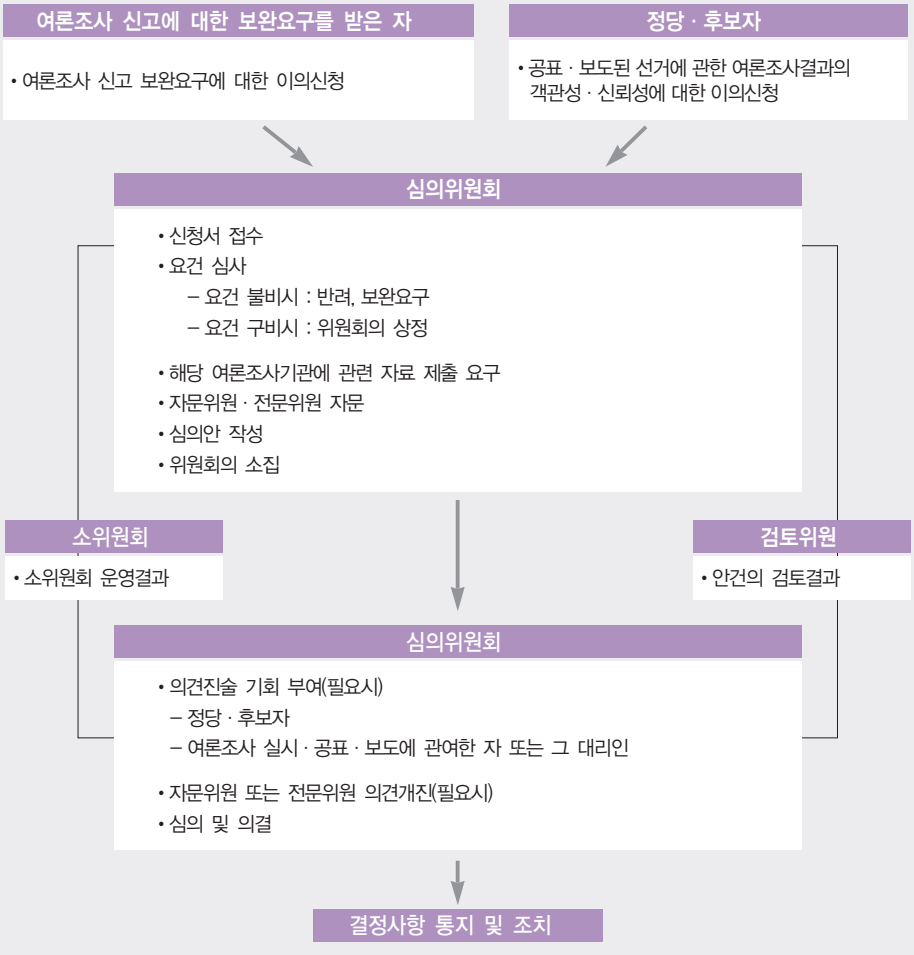
관할 심의위원회로부터 선거여론조사 신고내용이 「공직선거법」 또는 「선거여론조사기준」을 충족하지 못한다고 판단되어 보완할 것을 요구받은 자는 관할 심의위원회에 서면으로 이의신청할 수 있고, 심의위원회는 이의신청을 접수한 후 해당 선거여론조사 실시 신고 보완요구 건에 대해 적정 여부를 심의한다.

마. 공표 또는 보도된 선거여론조사결과의 객관성·신뢰성에 대한 정당 또는 후보자의 이의신청 심의

정당 또는 후보자(후보자가 되고자 하는 자 포함. 이하 같음)는 공표 또는 보도된 선거여론조사의 객관성·신뢰성에 대한 이의신청을 할 수 있다.

심의위원회는 이의신청을 접수한 후 이의신청 대상이 된 해당 선거여론조사의 객관성과 신뢰성 여부를 심의하고, 심의결과 객관성·신뢰성이 결여된 여론조사라고 인정되는 때에는 해당 선거여론조사기관 또는 의뢰자에 대해 시정명령 등의 적절한 조치를 한다.

이의신청 처리 업무 흐름도

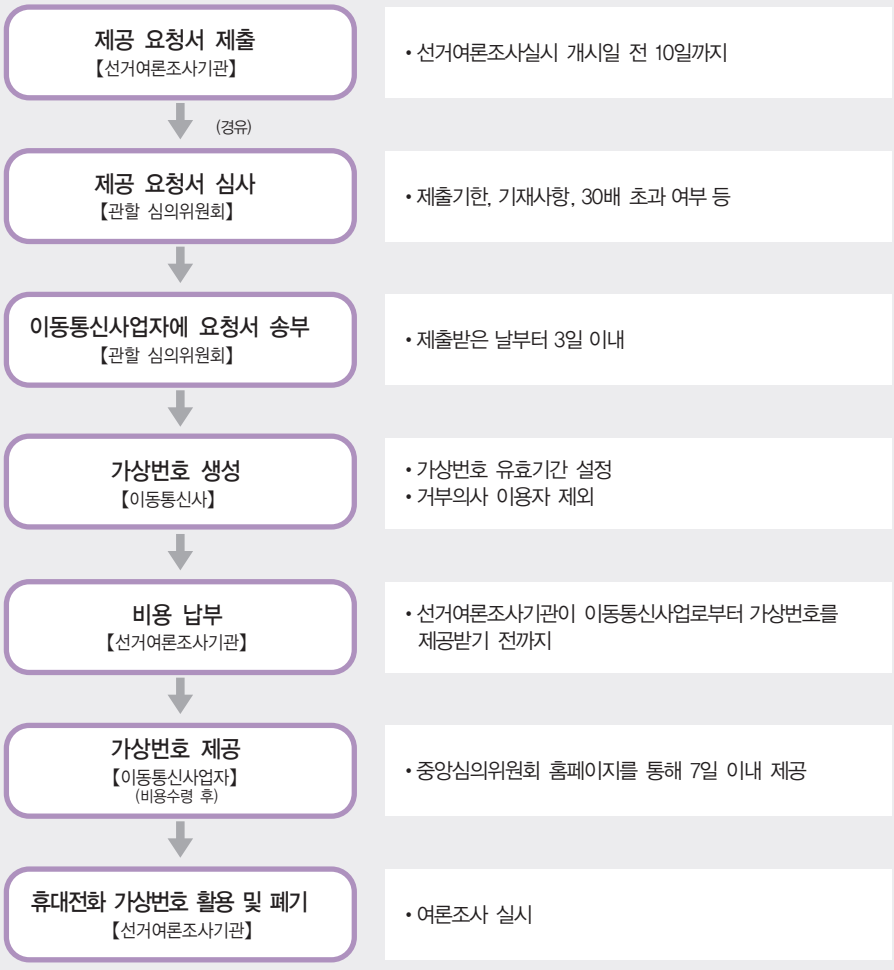


바. 휴대전화 가상번호 제공

선거여론조사기관이 공표 또는 보도를 목적으로 전화를 이용하여 선거여론조사를 실시하려는 경우 휴대전화 가상번호를 사용할 수 있다.

선거여론조사기관은 해당 여론조사 개시일 전 10일까지 관할 심의위원회에 휴대전화 가상번호 제공 요청서를 제출하여야 하고, 관할 심의위원회는 요청서의 기재사항을 심사한 후 3일 이내에 이동통신사업자에게 송부하여야 하며, 이동통신사업자는 요청받은 날부터 7일 이내에 유효기간이 설정된 휴대전화 가상번호를 해당 선거여론조사기관에 제공해야 한다.

휴대전화 가상번호 제공 업무 처리 흐름도



사. 선거여론조사결과의 공표·보도 전 중앙심의위원회 홈페이지 등록 관리

선거여론조사기관이 선거여론조사 결과를 공표·보도하려는 때에는 그 결과의 공표·보도 전에 중앙심의위원회 홈페이지에 「선거여론조사기준」으로 정한 사항을 등록하여야 한다. 심의위원회는 등록된 선거여론조사결과의 등록사항을 검토하여 미흡한 사안은 보완하도록 함으로써 정확한 자료가 등록되도록 하고 있다.

선거여론조사결과 등록 관리 흐름도

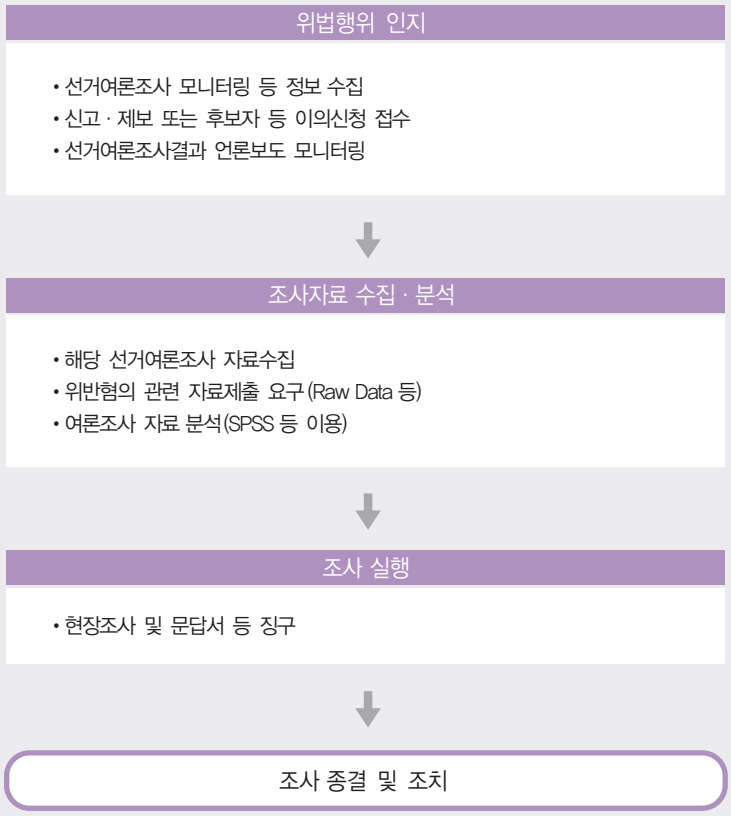
선거여론조사 실시 [선거여론조사기관]	• 상 시
↓	
홈페이지 회원 가입 [비회원인 경우]	• 중앙심의위원회 홈페이지 (http://www.nesdc.go.kr) 에서 회원 가입 후 등록
↓	
중앙심의위원회 홈페이지에 등록 [선거여론조사기관]	• 항목별 여론조사결과 등록
↓	
등록 결과 모니터링 및 안내 [관할 심의위원회]	• 등록된 여론조사결과의 내용, 질문지, 결과분석 자료 등 모니터링 • 수정 · 보완이 필요한 사항 안내
↓	
위법행위 조치 [관할 심의위원회]	• 공표 · 보도 전 미등록(의뢰자가 공표 · 보도 예정일시를 통보하지 아니하여 등록하지 못한 경우 포함), 정당 · 후보자 실시 여론조사 결과 공표 · 보도 등 • 관련 법규에 따라 조치

아. 불법 선거여론조사 예방 및 조사·조치

정당·후보자, 여론조사 기관·단체, 언론기관 등이 법을 몰라서 위반하는 일이 없도록 위반사례 예시집, 가이드북 등을 제작 배포하고 각종 계기와 방문·면담 등을 통해 수요자 중심의 맞춤형 안내를 실시하고 있다.

아울러 위법행위 신고·제보 또는 전임직원이나 모니터링 요원 등을 통해 인지한 사안이 「공직선거법」 또는 「선거여론조사기준」을 위반하였다고 인정되는 때에는 그 위반행위를 한 자에게 시정명령·경고·정정보도문의 게재명령 등 필요한 조치를 하되, 그 위반행위가 선거의 공정성을 현저하게 해치는 것으로 인정되거나 시정명령·정정보도문의 게재명령을 불이행하는 때에는 고발 등 필요한 조치를 한다.

조사·조치 업무 흐름도



제5절 제22대 국회의원선거 관련 주요 활동

가. 선거여론조사 제도개선 공청회 개최

2023. 5. 3. 중앙심의위원회는 "선거여론조사 제도개선 공청회"를 개최하였다.

중앙심의위원회 및 중앙선거관리위원회 법제국 직원으로 구성된 연구반이 2023. 1.부터 작성한 제도 개선안을 바탕으로 개최한 공청회였으며, 제22대 국회의원선거를 대비하여 선거여론조사 객관성·신뢰성을 제고하고 선거여론조사기관 전문성을 강화하는 실효적인 방안에 대해 관련 학계 및 단체 등 전문가들과 논의 및 토론을 통해 인식을 공유하고 의견을 수렴하였다.

"선거여론조사 제도개선 공청회"의 주요 내용은 다음과 같다.

- 선거여론조사기관의 등록요건 강화
- 불법 선거여론조사기관 제재조치 실효성 제고
- 국정수행 지지도·정치현안 여론조사의 제도적 규제 타당성 논의
- 공표·보도용 선거여론조사의 응답률 제고

선거여론조사 제도개선 공청회 (2023. 5. 3.)

선거여론조사 제도개선 공청회 (2023. 5. 3.)

나. 시·도심의위원회 담당자 실무연수

2023. 10. 19. ~ 10. 27. 중앙심의위원회는 제22대 국회의원선거를 대비하여 시·도심의위원회 직원 18명을 대상으로 "선거여론조사 시·도담당자 실무연수"를 실시하였다.

제22대 국회의원선거 대비 선거여론조사 심의·조치 관련 각종 사례 및 실무 중심의 맞춤 교육으로 시·도심의위원회 담당직원의 선거여론조사 분야 전반에 대한 이해 및 업무역량을 강화하고, 원자료 분석 등 불법선거여론조사 대응에 필요한 제반 지식을 습득할 수 있도록 하였다.

"선거여론조사 시·도담당자 실무연수"의 주요 내용은 다음과 같다.

- 선거여론조사 실시신고서 심사 주요 사례
- 선거여론조사 공표·보도 주요 사례
- 선거여론조사 결과 등록 모니터링 주요 사례
- 원자료 분석 실습
- 불법 선거여론조사 조사·조치 주요 사례

다. 선거여론조사 설명회

2023. 12. 6. 중앙심의위원회는 제22대 국회의원선거를 대비하여 여론조사기관·단체 관계자 49명을 대상으로 "제22대 국회의원선거 선거여론조사 설명회"를 개최하였다.

「선거여론조사기준」 등 개정사항 및 선거여론조사 제도 안내로 여론조사기관 전문성 제고 및 객관성·신뢰성 있는 심의기반을 조성하고, 주요 위반사례 및 유의사항 적극 안내로 불법 선거여론조사의 사전 예방을 위해 노력하였으며, 제22대 국회의원선거 대비 여론조사기관·관계자 협조체제를 구축하였다.

"제22대 국회의원선거 선거여론조사 설명회"의 주요 내용은 다음과 같다.

- 「선거여론조사기준」 및 심의제도 안내
- 선거여론조사 실시 신고서 및 조사결과 등록 등 유의사항 안내
- 선거여론조사 주요 제한·금지사항 및 유의사항 안내

선거여론조사 설명회 (2023. 12. 6.)

선거여론조사 설명회 (2023. 12. 6.)

라. 『선거여론조사 가이드북』 발간

중앙심의위원회는 제22대 국회의원선거를 앞두고 개정 「선거여론조사기준」 등을 반영한 『선거여론조사 가이드북』 7,000부를 제작하여 시·도심의위원회, 정당, 국회, 언론기관, 여론조사 기관·단체 등에 배부하였다.

가이드북에는 제22대 국회의원선거에 있어 선거여론조사 실시, 조사결과 홈페이지 등록, 휴대전화 가상번호 제공, 공표·보도 등 선거여론조사 관련 분야별 세부적인 업무처리 흐름도와 사례 예시 등을 수록하여 선거여론조사 전반에 대해 효율적으로 안내하는 실무지침서로 활용될 수 있도록 하였다.

『선거여론조사 가이드북』의 주요 내용은 다음과 같다.

- 선거여론조사기관 등록, 휴대전화 가상번호 사용
- 선거여론조사 실시(변경) 신고, 선거여론조사 실시 시 준수사항
- 선거여론조사결과 홈페이지 등록 및 공표·보도 준수사항
- 선거여론조사에 관한 이의신청 및 심의에 관한 사항

- 선거여론조사 위반행위 조사·조치에 관한 사항
- 관계법규 등

2024년 선거여론조사 가이드북

마. 『선거여론조사 사무편람』 개정 및 배부

2024. 1. 중앙심의위원회는 제22대 국회의원선거를 대비하여 「선거여론조사기준」등 선거여론조사 관련 규정, 운영기준 및 홈페이지 매뉴얼 등을 현행화하여 『선거여론조사 사무편람』을 일부 개정하고, 개정된 편람을 시·도심의위원회 등에 배부하였다.

『선거여론조사 사무편람』의 주요 개정내용은 다음과 같다.

- 개정 「공직선거관리규칙」, 「선거여론조사기준」 등 반영
- 선거여론조사기관 등록 관련
- 선거여론조사 실시 신고 관련
- 휴대전화 가상번호 사용 관련

- 선거여론조사결과 홈페이지 등록 관련
- 선거여론조사결과 공표·보도 관련
- 선거여론조사 심의 관련
- 불법 선거여론조사 예방 및 조사·조치 관련

바. 중앙심의위원회 홈페이지 기능개선

제22대 국회의원선거 대비 홈페이지 이용자의 정보 접근 편의성 향상 및 홈페이지 자료의 공적 활용을 통한 여론조사 품질 제고를 위하여 선거여론조사결과 다운로드 기능을 활성화였고 '선거여론조사결과 주요 데이터' 메뉴를 신설하여 적극적인 자료 공개가 가능하게 하였다.

아울러 2023. 11. 2. 개정「선거여론조사기준」을 반영하여 여론조사결과 등록 관련 기능을 개선하였고, 홈페이지 운영의 안정성 및 보안을 강화하였다.

중앙심의위원회 홈페이지의 주요 개선사항은 다음과 같다.

- 선거여론조사결과 다운로드 기능 활성화
- '선거여론조사결과 주요 데이터' 메뉴 신설
- 여론조사결과 등록 관련「선거여론조사기준」개정사항 반영
  ※ 권고 무선응답비율 상향, 60세 이상 연령대 세분화, 전체질문지 공개 시기 변경
- 홈페이지 운영 안정성 및 보안 강화

사. 선거여론조사 실시신고 제외 대상 인터넷 언론사 결정·공고

2024. 1. 26. 중앙심의위원회는 선거여론조사 실시 신고 제외 대상 인터넷 언론사를 결정·공고하였다.

신고 제외 대상은 2024년도의 전년도 말 기준 직전 3개월(2023. 10. ~ 12.) 간의 일일 평균 이용자 수가 10만명 이상인 인터넷 언론사로 네이버 등 23개 인터넷 언론사가 선정되었다..

구분	인터넷 언론사명	사이트 URL	구분	인터넷 언론사명	사이트 URL
1	네이버	naver.com	13	풋볼리스트	footballist.co.kr
2	다음	daum.net	14	포모스	fomos.kr
3	엠에스앤	msn.com	15	맥스무비	maxmovie.com
4	네이트	nate.com	16	디지털데일리	ddaily.co.kr
5	엑스포츠뉴스	xportsnews.com	17	톱스타뉴스	topstarnews.net
6	마이데일리	mydaily.co.kr	18	위키트리	wikitree.co.kr
7	뉴스엔	newsen.com	19	블로터	bloter.net
8	오마이뉴스	ohmynews.com	20	뉴스타파	newstapa.org
9	데일리안	dailian.co.kr	21	인사이트	insight.co.kr
10	코메디닷컴	kormedi.com	22	로이슈	lawissue.co.kr
11	스포탈코리아	sportalkorea.com	23	티빙	tving.com
12	MHNSports	mhnse.com			

중앙선거여론조사심의위원회

www.nesdc.go.kr

제22대 국회의원선거
선거여론조사 백서

제02장

제22대 국회의원선거 여론조사 환경 및 제도

1. 선거여론조사 환경
2. 「선거여론조사기준(2023. 12. 1. 시행)」 주요 내용

02 제22대 국회의원선거 여론조사 환경 및 제도

제1절 선거여론조사 환경

중앙심의위원회는 제22대 국회의원선거를 대비하여 연구반 운영 및 외부의견 수렴을 통해 제도 개선안을 마련하였고, 이에 따라 2023. 7. 31.「공직선거관리규칙」개정으로 선거여론조사기관 등록요건을 강화하고 실태점검 근거 규정을 신설하였다.

또한 유선전화만을 사용한 선거여론조사 공표·보도 금지, 권고 무선 응답비율 상향, 인용 공표·보도 요건 강화 등을 주요 내용으로 2023. 11. 2.「선거여론조사기준」을 개정하여 선거여론조사의 신뢰성과 객관성 제고를 위한 환경 조성을 위해 노력하였다.

개정된 규칙에 따라 총 88개(2023. 12. 31. 기준)의 선거여론조사기관 중 등록요건을 갖추지 못한 30개 선거여론조사기관을 2024. 1. 등록 취소하였고, 2024. 2. 1. ~ 2. 16. 기간 중 선거여론조사기관의 변경된 등록요건 구비 및 운영상황을 현지실사를 통해 점검하였다.

선거여론조사결과 홈페이지 등록건수는 총 2,531건으로 제21대 국회의원선거 등록건수 1,589건에 비해 59.3%가 증가하였다. 또한 휴대전화 가상번호를 사용한 여론조사는 제21대의 1,000건에 비해 88.7%가 급증한 1,887건으로 선거여론조사에서 휴대전화 가상번호 사용이 보편화된 것으로 보인다.

한편 선거여론조사 증가로 인한 응답자 피로도 증가 및 휴대전화 가상번호 제공거부 급증, 특정 정치성향 응답자 과표집으로 인한 편차 발생에 대한 문제 등이 제기되었으며, 향후 웹조사 방식 증가도 예상되어 이에 따른 제도 정비 등 개선방안 마련이 필요할 것으로 보인다.

여론조사 관련 공직선거법 제정·개정 주요 연혁

1994. 03. 16.	• 선거기간개시일부터 선거일 투표마감시각까지 선거여론조사 결과 공표·보도 금지 • 선거일전 60일부터 정당·후보자 명의 여론조사 금지
1997. 11. 14.	• 여론조사기관 명칭 등 신분 고지 • 대표성 확보, 편향 응답 강요 · 유도 · 사행성 조장 등 금지 • 함께 공표·보도해야 할 사항 • 질문지 등 자료 보관의무(선거일후 6개월) 신설
2005. 08. 04.	• 선거일 전 6일부터 선거일의 투표마감시각까지 공표·보도 금지
2010. 01. 25.	• 선거여론조사 실시 신고 의무 규정 신설 • 야간(오후 10시부터 다음 날 오전 7시까지) 여론조사 실시 금지
2012. 02. 29.	• 여론조사기관의 신뢰성·객관성 입증 자료 인터넷 홈페이지 공개의무 • 자료제출 요구권 신설 • 이의제기, 자료제출 요구 절차 등 마련
2014. 02. 13.	• 선거여론조사공정심의위원회 설치 • 선거여론조사기준 제정·공표 • 신고내용 보완 요구권, 보완요구 이의신청 신설 • 중앙심의위원회 홈페이지 결과 등록 의무화(공표·보도 전까지) • 미등록 선거여론조사 결과 공표·보도 금지 (선거일 전 180일부터 선거일의 투표마감시각까지)
2015. 12. 24.	• 심의위원회 심의대상 확대 (정당 지지도나 당선인 예상 여론조사 ➞ 선거에 관한 여론조사) • 여론조사 실시 신고 상시화(선거일전 180일 부터 폐지) • 심의위원회 시정명령·경고·정정보도문의 게재명령 등 조치권 신설 • 공표·보도 요건 선거여론조사기준에서 정하도록 위임 • 미등록 선거여론조사결과 공표·보도 금지 상시화
2016. 01. 15.	• 당내경선 관련 성별·연령 등을 거짓으로 응답하도록 지시·권유·유도 처벌 • 둘 이상의 전화번호를 착신 전환 등의 조치를 하여 같은 사람이 두 차례 이상 응답하거나 지시·권유·유도 처벌
2017. 02. 08.	• 선거여론조사심의위원회 명칭 변경(기관의 명칭에서 '공정' 삭제) • 선거여론조사기관 등록제 도입 • 선거여론조사 휴대전화 가상번호 사용(공표·보도용) • 여론조사 실시 신고서 접수 기관 일원화(관할선거구위원회 ➞ 심의위원회) • 여론조사비용의 선거비용 산입[4회 초과하여 (예비)후보자 실시] • 심의위원회 조사권 신설 및 조치권 확대(고발·수사의뢰, 과태료 부과권) • 성실 응답자 인센티브제 신설(전화요금 1,000원 범위 내) • 정당·후보자 등 실시 공표·보도 금지(해당 선거일 투표마감시각까지) – 정당·후보자가 실시한 선거여론조사결과 – 심의위원회에 의해 고발되거나 여론조사 관련 범죄로 기소된 선거여론조사기관이 실시한 선거여론조사 – 선거여론조사기관이 아닌 여론조사기관·단체가 실시한 여론조사 • 선거여론조사로 보지 아니하는 여론조사 범위 명확화

선거여론조사기준 제정·개정 주요 연혁

2014. 3. 25.	• 선거여론조사기준 제정
2015. 12. 24.	• 공표·보도 시 선거별 최소 표본수 제한 • 공표·보도 시 성·연령·지역별 가중값 배율 범위 준수(0.4~2.5) • 질문지 작성 시 유의사항(법정경력 사용 등) • 여론조사 실시 전 전화번호·기관명 고지 • 가중값 산출 및 적용방법 등의 등록 및 공표 – 추가 가중값(과거 투표율, 후보자 득표율 등) 적용 전·후 결과 구분 등록·공표
2017. 01. 02.	• 질문지 작성 시 유의사항 – 지지도(적합도·선호도 등 포함) 조사 시 지지정당이나 후보자 없음 항목 별도 구성 – 지지도 조사 시 '직업' 허용 – 의석수가 같은 경우 정당 명칭의 가나다 순 • 특정 표본추출틀을 활용한 조사 – 특정 정당·후보자 유·불리 표본추출틀 사용 제한 – 해당 표본추출틀의 전체 규모와 구축방법 및 피조사자 선정방법 기재 • 결과 등록(사실과 다르게 등록 금지) • 인용 공표·보도요건 변경(조사의뢰자, 조사기관·단체명, 조사일시)
2017. 03. 02.	• 기관 명칭 변경(중앙선거여론조사공정심의위원회 ➡ 중앙선거여론조사심의위원회) • 가중값 배율 범위 강화(0.5~2.0) • '피조사자 접촉현황'에 스마트폰 어플리케이션 이용 조사 규정 신설 • 60세 이상을 60대와 70세 이상으로 구분조사·등록·공표 • 조사완료 응답자 특성 신설 • 휴대전화 가상번호 사용에 따른 사용 사실·비율 포함 등록 및 공표 등 • 각각의 가중값 배율 준수한 다수 여론조사결과 통합분석 시 가중값 배율 미적용 • 여론조사 질문 전 전화번호·기관명 고지
2017. 12. 27.	• 선거여론조사 결과 등록 시 '피조사자 접촉현황'에서 '비적격 사례수'를 '결번'과 '그 외의 비적격 사례'로 구분 등록 • 다수의 선거여론조사 분석결과 공표·보도 시 함께 공표·보도할 사항
2019. 7. 11.	• 접촉률 도입 및 공개 • 가중값 배율 범위 강화(0.7~1.5) • 후보자 구축·제공 데이터베이스 사용 제한 • 세종특별자치시장선거 최소표본수(800명) 조정 • 인용 공표·보도사항 제한적 완화 • 응답자 특성표 강화 등
2019. 12. 12.	• 지지도 관련 문항이 포함된 선거여론조사를 실시하고 해당 선거여론조사의 결과를 공표·보도하려는 때에는 지지도 관련 조사결과는 그 공표·보도여부와 관계없이 모두 등록
2020. 1. 15.	• 「공직선거법」 개정(2019. 12. 27.)으로 선거권 연령이 19세에서 18세로 하향됨에 따른 별지 서식 개정
2021. 2. 4.	• 최초 공표·보도 예정일시 전 공표·보도 금지 규정 명확화

2021. 11. 25.	• 응답률 제고노력 의무 신설 • 권고 무선 응답비율(60%) 신설 • 조사결과 등록내용을 선거여론조사기관이 의뢰자에게 공표·보도 전까지 통보 • 하위표본 조사결과 최초 공표·보도 시 사례수를 함께 공표·보도
2023. 11. 2.	• 유선전화만을 사용한 선거여론조사결과 공표·보도 금지 • 권고 무선 응답비율 상향(70%) • 70세 이상 비율이 10% 이상인 경우 60대, 70세 이상으로 구분하여 조사·등록, 70세 이상 비율이 10% 미만인 지역은 자율적으로 구분 • 선거여론조사결과 최초 공표·보도 예정일시에 공개되는 중앙심의위원회 홈페이지 등록자료에 '전체질문지' 추가 • 선거여론조사결과 인용 공표·보도 요건에 '조사방법' 추가

제2절 「선거여론조사기준(2023. 12. 1. 시행)」 주요 내용

선거여론조사의 객관성·신뢰성 제고와 유권자의 알권리 보장을 위하여 유선전화만을 사용한 선거여론조사결과의 공표·보도 금지 규정을 신설하고, 권고 무선 응답비율, 인용 공표·보도 요건 등을 개정하였다.

개정 주요 내용은 다음과 같다.

- 권고 무선 응답비율을 70% 이상으로 상향함.
- 유선전화만을 사용한 선거여론조사결과는 공표·보도할 수 없도록 함.
- 조사대상 지역의 연령대별 구성비율 상 70세 이상 비율이 10% 이상인 경우 60대와 70세 이상 연령대를 구분하여 조사·등록하고, 70세 이상 비율이 10% 미만 지역은 자율적으로 구분하도록 함.
- 선거여론조사결과 최초 공표·보도 예정일시에 공개되는 중앙심의위원회 홈페이지 등록자료에 '전체질문지'를 추가함.
- 선거여론조사결과 인용 공표·보도 요건에 '조사방법'을 추가함.

제22대 국회의원선거
선거여론조사 백서

제03장

선거여론조사기관 등록

1. 개요
2. 선거여론조사 등록기관 현황 및 분석

03 선거여론조사기관 등록

제1절 개요

2017. 5. 9. 선거여론조사기관 등록제 도입 직후 기존의 기관 난립문제는 일시적으로 해소되었으나, 업체 수가 지속적으로 증가(2017년 말 60개소 → 2023년 말 88개소)하였다. 그러나 일부 등록기관은 자격만 유지한 채 실제 조사를 실시하지 않거나 선거가 임박한 시기에 한시적으로 운영되는 등 선거여론조사기관으로서의 전문성·신뢰성을 담보할 수 없는 상황이 되었다.

또한 선거여론조사기관 등록 자체가 여론조사의 품질을 보증하는 것처럼 인식되고 있으며, 선거시기에 정치컨설팅을 표방하면서 업체의 신뢰도·인지도를 높이기 위한 수단으로 악용하는 사례가 있음에도 등록제가 이러한 조사업체를 걸러내는 규제기능을 다하지 못하였다는 지적이 있었다.

이에 2023. 7. 31. 「공직선거관리규칙」을 개정하여 선거여론조사기관 등록요건을 강화하고, 기등록된 선거여론조사기관 중 2023. 12. 31.까지 강화된 등록요건을 충족하지 못한 30개 기관의 등록을 취소하여 정비(2024. 6. 30. 기준 60개소)하였다. 이로써 선거여론조사기관의 전문성을 한층 강화하고 제22대 국회의원선거에 관한 여론조사의 신뢰성과 객관성을 제고할 수 있는 토대를 마련하였다.

선거여론조사기관 등록요건 개정내용(2023. 7. 31. 개정)

개정 전	개정 후
규칙 §2의2③2.	
▶ **분석전문인력 수 1명 이상** • (자격) 사회조사분석사 자격증을 보유 • (자격) 여론조사 직접 관련 업무를 2년 이상 수행	▶ **분석전문인력 수 3명 이상** • (자격) 여론조사 관련 학위*를 보유하고 여론조사 직접 관련 업무를 2년 이상 수행 * 통계학·사회과학 등 여론조사 실시와 밀접한 관련이 있는 분야를 말함. • (자격) 사회조사분석사 자격증을 보유하고 여론조사 직접 관련 업무를 3년 이상 수행 • (자격) 여론조사 직접 관련 업무를 5년 이상 수행 • 분석전문인력은 두 개 이상의 선거여론조사기관의 분석전문인력이 될 수 없음
▶ **상근 직원 수 3명 이상(분석전문인력 포함)**	▶ **상근 직원 수 5명 이상(분석전문인력 포함)** • 상근직원은 등록신청시에 3개월 이상 계속하여 근무 필요
규칙 §2의2③3.	
▶ **여론조사 실시 실적(10회 이상) 또는 매출액 5천만원 이상**	▶ **연간 여론조사 매출액 1억원 이상** • 설립된 지 1년 미만인 여론조사기관·단체의 경우 5천만원 이상

※ 이 규칙 시행 당시 등록된 선거여론조사기관은 2023. 12. 31.까지 개정 등록요건(2023년 연간 여론조사 실시 매출액 5천만원 이상)을 갖추도록 함.

다만, 여전히 선거여론조사기관의 등록취소 요건이 「공직선거법」 제8조의9에 따라 부정 등록 및 법원의 유죄 판결 등으로 제한적이라는 점, 설령 등록을 취소하더라도 기관명·대표자 변경 등을 통하여 사실상 재등록이 가능하다는 점 등과 관련하여 입법적 개선이 이루어지지 않은 것은 아쉬운 점으로 보인다.

제2절 선거여론조사 등록기관 현황 및 분석

가. 등록 시기별 현황

제22대 국회의원선거에서는 선거여론조사기관의 등록요건 강화의 효과로 총 61개의 선거여론조사기관만이 등록하여 지난 제20대 대통령선거의 89개, 제8회 동시지방선거의 92개에 비해 그 수가 대폭 감소하였다. 마찬가지로 선거일 전 180일 이후 등록한 선거여론조사기관의 수도 총 4개에 불과하여 제20대 대통령선거나 제8회 동시지방선거에 비해 등록기관 수가 훨씬 적었다.

등록 시기별 현황

(단위: 개소)

선거명	등록 기관·업체수	선거일전 1년 이전 등록	선거일전 180일 이후 등록	비고
제22대 국선	**61**	**56**	**4**	**선거일전 180일 이후 등록취소 31개**
제8회 지선	92	73	9	선거일전 180일 이후 등록취소 0개
제20대 대선	89	71	11	선거일전 180일 이후 등록취소 1개

나. 소재지별 현황

총 61개의 선거여론조사기관 중 80.3%에 이르는 49개 기관이 서울시에 소재하고 있으며, 그 외 시·도에 1~3개 선거여론조사기관이 등록하였다. 등록요건 강화에 따른 선거여론조사기관의 대폭 감소에 따라 등록된 선거여론조사기관이 없는 시·도는 제8회 동시지방선거에서 총 5개 시·도(인천·울산·충북·제주)였으나 제22대 국회의원선거에서는 총 8개 시·도(인천·울산·세종·충북·충남·전북·전남·제주)로 늘어났다.

소재지별 현황

(단위: 개소)

합계	서울	부산	대구	광주	대전	경기	강원	경북	경남
61	49	1	3	1	1	2	1	1	2

다. 분석전문인력 등 현황

분석전문인력의 필수 인원이 기존 1명에서 3명으로 늘어남에 따라 전체 선거여론조사기관의 약 82.0%에 달하는 총 50개 기관이 최소요건에 해당하는 3명의 분석전문인력을 보유하고 있다. 또한 분석전문인력과 일반직원을 합한 총 상근직원 수 5명 이상이라는 기준에 최소요건만을 충족하는 기관은 총 23개로 전체 등록기관의 약 38.0%를 차지하고 있다.

분석전문인력 등 현황

(단위: 개소)

합 계	분석 전문 인력				일반직원			
	3명	4명	5명	5명 초과	2명 이하	3~15명	16명~100명	100명 초과
61	50	6	2	3	24	21	12	4

라. 여론조사 실시 매출액별 현황

연간 여론조사 매출액 1억원 이상이 선거여론조사기관 등록·유지를 위한 요건으로 강화·신설되었고, 그 경과조치로서 개정 규칙 시행 당시 기등록된 선거여론조사기관에 한해 2023. 12. 31.까지 2023년 연간 여론조사 실시 매출액이 5천만원 이상인 경우 그 요건을 충족한 것으로 인정하였다. 신규 업체의 시장 진입 기회를 열어주기 위하여 설립된 지 1년 미만인 여론조사기관·단체의 경우에도 그 요건을 5천만원 이상으로 하는 예외를 두었다.

제22대 국회의원선거를 기준으로 약 72%에 해당하는 44개 기관이 신설된 기준인 1억원 이상의 여론조사 실시 매출액을 기록한 것으로 나타났다.

여론조사 실시 매출액별 현황

(단위: 개소)

합 계	5천만원 ~ 1억원 미만	1억원 이상 ~ 2억원 미만	2억원 이상 ~ 5억원 미만	5억원 이상
61	17	28	10	6

마. 조사시스템별 현황

선거여론조사기관 중 약 45.9%에 해당하는 28개 기관이 전화자동응답시스템(ARS)을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 그 외 약 27.9%에 해당하는 17개 기관이 전화면접조사시스템(CATI)을, 약 26.2%에 해당하는 16개 기관이 전화면접조사시스템과 전화자동응답시스템을 함께 보유 또는 임차하여 활용하고 있는 것으로 나타났다.

시스템별 등록 현황

(단위: 개소)

합 계	전화자동응답시스템	전화면접조사시스템	전화면접조사시스템 전화자동응답시스템
61	28	17	16

바. 선거여론조사 실시 현황

심의위원회에 실시신고된 비공표용 선거여론조사 및 공표·보도된 선거여론조사는 총 4,127건으로 이 중 약 86%인 3,552건을 선거여론조사기관이 실시하였다. 다만, 정당 또는 언론사 등 실시신고 제외 대상이 비공표용으로 실시한 선거여론조사는 사실상 현황 파악이 불가능하였다.

선거여론조사 실시 현황

● 실시신고 현황

(단위: 건)

선 거 명	계	선거여론조사기관	미등록 기관
제22대 국선	**2,572**	**1,997**	**575**
제8회 지선	3,588	2,658	930
제20대 대선	774	702	72
제21대 국선	1,938	1,468	470

● 공표·보도 현황

(단위: 건)

선 거 명	계	실시신고 대상 의뢰	실시신고 예외대상 의뢰
제22대 국선	**2,531**	**976**	**1,555**
제8회 지선	1,895	586	1,309
제20대 대선	1,385	424	961
제21대 국선	1,589	336	1,253

● 기관별 선거여론조사 실시 현황

(단위: 건)

선 거 명	계	선거여론조사기관	미등록 기관
제22대 국선	**4,127**	**3,552**	**575**
제8회 지선	4,897	3,967	930
제20대 대선	1,735	1,663	72
제21대 국선	3,191	2,712	479

제22대 국회의원선거
선거여론조사 백서

제04장

선거여론조사 실시 신고

1. 개요
2. 선거여론조사 실시 신고 현황 및 분석

04 선거여론조사 실시 신고

제1절 개요

제22대 국회의원선거와 관련된 선거여론조사 실시 신고(2022. 6. 11. ~ 2024. 4. 10.)는 총 2,572건으로, 중앙심의위원회가 466건, 시·도심의위원회가 2,106건을 각각 접수·심사하였다.

제2절 선거여론조사 실시 신고현황 및 분석

가. 신고시기별

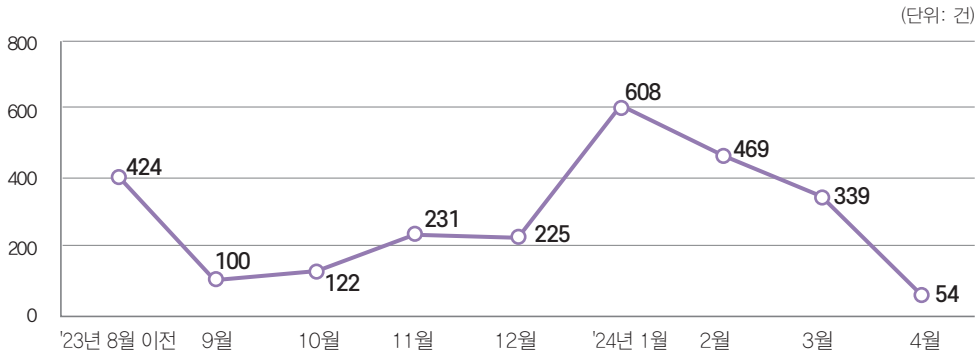
2022년 6월부터 2023년 8월까지 424건의 여론조사가 신고(월 평균 약 28건)되었으나, 그 이후 증가하기 시작하여 전체 신고 중 정당 당내경선이 본격화된 2024년 1월(608건)과 2월(469건)에 집중 신고되었으며, 선거일 전 180일부터 60일 전 실시 조사가 51.3%를 차지하였다.

실시신고서 월별 접수 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

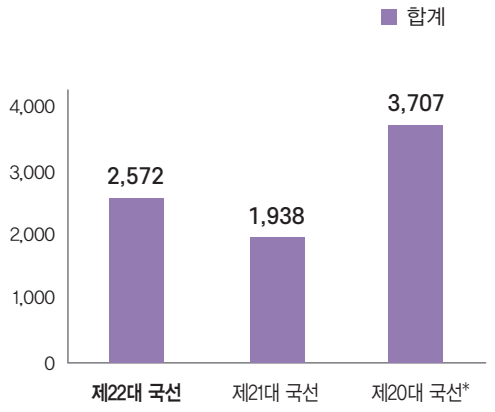
선 거	총합계	2023년					2024년			
		8월*	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월
제22대 국선	2,572	424 (16.5)	100 (3.9)	122 (4.8)	231 (9.0)	225 (8.7)	608 (23.6)	469 (18.2)	339 (13.2)	54 (2.1)

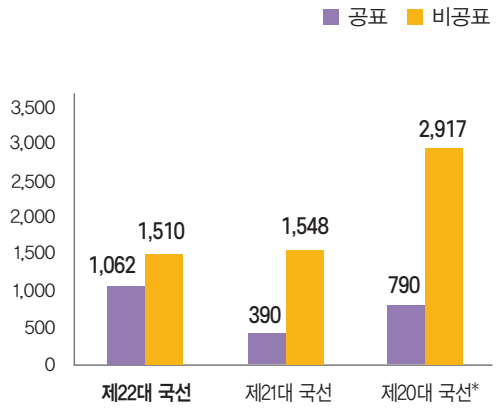
* 8월 건수: 2022. 6.~ 2023. 8.까지 접수된 실시신고서 건수



나. 선거별, 공표·보도 여부별

제22대 국선 실시신고는 총 2,572건으로 제21대 국선 총 1,938건과 비교하여 634건(32.7%)이 증가하였다. 비공표 조사(58.7%)가 공표용 조사(41.3%)보다 많았으나, 지난 국선 대비 공표용 조사가 390건(20.1%)에서 1,062건(41.3%)으로 증가한 반면 비공표용 조사는 1,548건(79.9%)에서 1,510건(58.7%)으로 감소하였다.





역대 선거별 접수 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

선 거 명	합 계	공 표	비공표
제22대 국선	**2,572**	**1,062(41.3%)**	**1,510(58.7%)**
제21대 국선	1,938	390(20.1%)	1,548(79.9%)
제20대 국선*	3,707	790(21.3%)	2,917(78.7%)

* 정당 또는 후보자 실시 선거여론조사 결과 공표·보도 금지(§108⑫), 4회 초과 후보자 실시 선거여론조사 비용의 선거비용 산입(§120.10호) 개정('17.2.8.) 전 실시된 선거

다. 신고주체별

신고주체별 신고건수를 살펴보면 후보자가 1,090건으로 가장 많았고 그 다음으로 선거여론조사기관(764건), 언론사(400건) 순으로 나타났다. 제21대 국선에 비해 선거여론조사기관의 자체조사가 두드러지게 증가하였는데, 이는 선거시기와 관계없이 정당지지도를 포함한 정례조사를 실시하는 기관이 많아졌기 때문이다.

신고주체별 신고 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

구 분	전체 (100%)	후보자	선거여론 조사기관	언론사	일반인	미등록 조사기관	기타
제22대 국선	2,572 (100)	1,090 (42.4)	764 (29.7)	400 (15.6)	248 (9.6)	46 (1.8)	24 (0.9)
제21대 국선	1,938 (100)	1,206 (62.2)	264 (13.6)	248 (12.8)	179 (9.2)	41 (2.1)	0 (0)

라. 표본의 크기별

표본의 크기는 1,000개 이상 1,500개 미만인 경우가 전체 2,572건 중 1,336건으로 가장 높은 비중(52.0%)을 차지하였다. 표본크기가 2,000개 이상인 조사는 총 57건으로 대다수가 전국 단위 조사였으며, 표본크기가 300개 미만 조사는 5건으로 대다수가 표본집단면접조사(FGI)였다.

표본 크기별 신고 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

계	300개 미만	300~499개	500~799개	800~999개	1,000~ 1,499개	1,500~ 1,999개	2,000개 이상
2,572 (100.0)	5 (0.2)	1 (0.0)	1,117 (43.4)	53 (2.0)	1,336 (52.0)	3 (0.1)	57 (2.3)

마. 조사기관별

제22대 국선 선거여론조사 총 2,572건 가운데 선거여론조사기관이 실시한 여론조사가 1,997건(77.6%)으로 미등록 업체가 실시한 575건(22.4%) 대비 큰 비중을 차지하였으며, 지난 제21대 국선과 유사한 비율을 보였다.

선거여론조사기관 등 신고 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

구 분	전체 (100%)	선거여론조사기관	미등록업체
제22대 국선	2,572	1,997(77.6)	575(22.4)
제21대 국선	1,938	1,468(75.7)	470(24.3)

바. 조사방법별

조사방법 현황을 살펴보면 ARS조사 75.3%, 전화면접조사 13.5%, 인터넷조사 7% 순으로 나타나 ARS조사를 위주로 한 전화조사(88.8%)가 주된 조사방법이었다. 한편 세부적으로는 유선ARS가 1,201건(46.7%)으로 가장 많은 비중을 차지하였는데 이는 국회의원 선거구 단위 무선 표본추출틀 활용이 제한적인 후보자 의뢰 조사의 대다수가 유선ARS 조사방법을 사용했기 때문이다.

조사방법별 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

계 (100%)	전화면접				자동응답시스템(ARS)				인터넷	기타
	소계	유선	무선	유·무선	소계	유선	무선	유·무선		
2,572 (100)	348 (13.5)	9 (0.3)	252 (9.8)	87 (3.4)	1,935 (75.3)	1,201 (46.7)	328 (12.8)	406 (15.8)	180 (7.0)	109 (4.2)

사. 조사지역별

신고서 접수건수를 시·도 단위로 살펴보면 경기도가 557건(21.7%)으로 가장 많았고, 그 다음으로 서울 286건(11.1%), 경북 195건(7.6%), 전남 137건(5.3%) 순이었다. 경합지역이 많은 수도권과 특정 정당의 지지 정서가 강해 경선결과가 사실상 선거결과로 이어지는 지역에서 여론조사가 많이 실시된 것으로 나타났다.

위원회별 신고서 접수현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

위원회명	계	공표·보도	비공표·보도
계	2,572(100)	1,062(41.3)	1,510(58.7)
중앙	466(18.1)	411	55
서울	286(11.1)	123	163
부산	132(5.1)	40	92
대구	94(3.7)	4	90
인천	103(4.0)	41	62
광주	91(3.5)	7	84
대전	61(2.4)	24	37
울산	32(1.2)	11	21
세종	8(0.3)	1	7
경기	557(21.7)	214	343
강원	58(2.3)	51	37
충북	46(1.8)	13	33
충남	119(4.6)	47	72
전북	34(1.3)	7	27
전남	137(5.3)	18	119
경북	195(7.6)	43	152
경남	129(5.0)	32	97
제주	24(0.9)	5	19

중앙선거여론조사심의위원회

www.nesdc.go.kr

제22대 국회의원선거
선거여론조사 백서

제05장

선거여론조사결과 등록

1. 개요
2. 선거여론조사결과 등록 현황 및 분석

05 선거여론조사결과 등록

제1절 개요

제22대 국회의원선거를 앞두고 중앙심의위원회는 선거여론조사기관의 전문성 및 사회적 책임성을 제고하고자 요건을 갖추지 못한 경우 기관등록을 취소하는 등 선거여론조사기관의 등록요건을 강화하였다. 또한 '100% 유선전화 조사결과의 공표 제한, 무선전화 조사 권고 비율 상향 조정, 60대와 70세 이상 구분 조사·등록 의무화' 등 「선거여론조사기준」을 개정함으로써 선거여론조사의 품질 향상을 위한 제도적 기반을 강화하였다.

그 결과 최종 등록된 선거여론조사기관은 61개 기관으로 지난 제8회 지선 대비 감소하였으며 이 중 44개의 선거여론조사기관이 2,531건의 선거여론조사결과를 등록하였다. 조사의뢰자는 '조사기관 자체' 비중이 '언론사'를 제치고 가장 높게 나타났다. 이는 신규 등록한 일부 선거여론조사기관이 자체 조사를 지속적으로 실시하면서 나타난 결과로 보인다.

제22대 국회의원선거 관련 등록된 선거여론조사결과 중 가장 눈에 띄게 달라진 점은 표본추출틀이다. 지난 제21대 국회의원선거에서는 단일조사방법보다 유·무선을 활용한 혼합조사의 비율이 높았던 반면, 제22대 국회의원선거에서는 무선을 100% 활용한 조사의 비율이 대부분을 차지했다. 이는 표본추출틀로 휴대전화 가상번호만을 활용한 조사가 과반을 차지한 것과도 관련이 있다.

중앙심의위원회 홈페이지 선거여론조사결과 등록 현황

구 분	제22대 국선
등록 기간	'22. 6. 2. ~ '24. 4. 10.
등록 건수	2,531건
등록 기관 (선거여론조사기관)	44개소

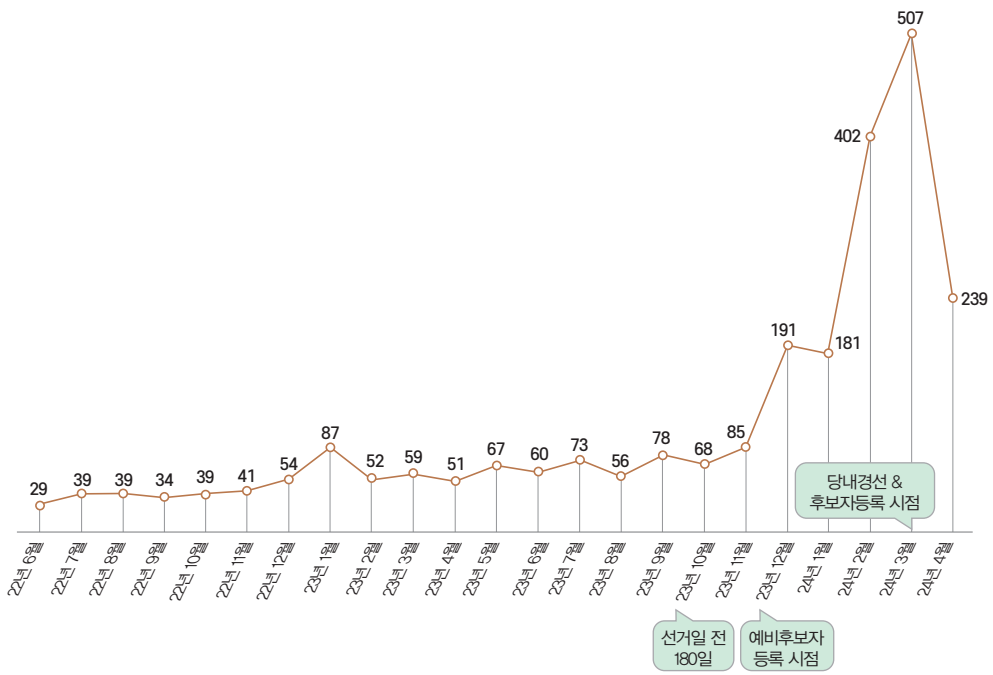
※ 정례·정기조사, 정당지지도 조사 포함

제2절 선거여론조사결과 등록 현황 및 분석

가. 조사시기별

2022년 6월을 기준으로 제8회 지선 이후 월평균 등록 건수는 110건이었으며, 이후 점차 증가하여 (예비)후보자등록을 앞둔 시점에 급증하였다.

(단위: 건)



조사시기별 등록 현황

(단위: 건, %)

조사시기	제22대 국회의원선거 ('22. 6. ~ '24. 4. 10.)		비고
	사례수	비 율	
전 체	2,531	100	
'22. 06. ~ '23. 10. 12.	882	34.8	
'23. 10. 13. ~ '23. 12. 11.	187	7.4	선거일 전 180일
'23. 12. 12. ~ '23. 03. 20.	969	38.3	예비후보자등록개시일
'24. 03. 21. ~ '24. 03. 22.	36	1.4	후보자등록신청일
'24. 03. 23. ~ '24. 04. 03.	457	18.1	선거일 전 6일

※ 조사시기는 조사 종료일을 기준으로 함.

나. 조사지역별

전국 단위로 실시된 여론조사는 966건(38.2%), 지역 단위로 실시된 조사는 1,565건(61.8%)이 등록되어, 전국 조사와 지역 조사의 비율은 제21대 국선과 유사한 수준이었다. 지역 조사의 경우 경기도가 348건(13.7%)으로 지난 제21대 국선(137건, 8.6%)에 비해 크게 증가해 가장 많았고, 서울 234건(9.2%), 경남 117건(4.6%) 순이었다. 선거구별 평균 등록수는 제주(15.3건), 전남(10.2건), 광주(8.4건) 순으로 나타났다.

조사지역별 등록 현황

(단위: 건, %)

조사지역		제22대 국회의원선거 ('22. 6. ~ '24. 4. 9.)			제21대 국회의원선거 ('18. 6. ~ '20. 4. 15.)		
		사례수	비 율	선거구별 평균 등록수	사례수	비 율	선거구별 평균 등록수
전 체		2,531	100.0	–	1,589	100.0	–
전 국 (2개 이상 시·도)		966	38.2	–	606	38.1	–
시·도	소 계	1,565	61.8	6.16	983	61.9	3.89
	서울	234	9.2	4.9	103	6.5	2.1
	부산	92	3.6	5.1	72	4.5	4.0
	대구	44	1.7	3.7	49	3.1	4.1
	인천	112	4.4	8.0	38	2.4	2.9
	광주	67	2.6	8.4	66	4.2	8.3
	대전	30	1.2	4.3	19	1.2	2.7
	울산	14	0.6	2.3	8	0.5	1.3
	세종	4	0.2	2.0	13	0.8	6.5
	경기	348	13.7	5.8	137	8.6	2.3
	강원	58	2.3	7.3	38	2.4	4.8
	충북	54	2.1	6.8	31	2.0	3.9
	충남	77	3.0	7.0	48	3.0	4.4
	전북	60	2.4	6.0	64	4.0	6.4
	전남	102	4.0	10.2	105	6.6	10.5
	경북	106	4.2	8.2	71	4.5	5.5
	경남	117	4.6	7.3	74	4.7	4.6
	제주	46	1.8	15.3	47	3.0	15.7

다. 조사의뢰자별

국선 여론조사는 조사기관 자체 조사가 643건[1](25.4%)으로 가장 많았으며, 방송사(단독) 의뢰 조사는 제21대 국선 대비 약 10.1%p 감소한 반면 조사기관 자체 조사(8.4%→25.4%)와 인터넷언론(10.5%→16.9%) 단독 의뢰 조사는 눈에 띄게 증가하였다. 그 외 대다수 언론사(단독)의 의뢰 수준은 제21대 국선 대비 감소하거나 큰 변화가 없었다.

조사의뢰자별 등록 현황

(단위: 건, %)

선거명	구 분	전체	언론사(단독)								조사기관	언론사+기타	기타*
			소계	방송사	통신사	인터넷언론	전국단위신문	시도단위신문	구시군단위신문	주월간지			
제22대 국선	사례수	2,531	1,510	408	86	427	155	350	66	18	643	354	24
	비 율	100.0	59.6	16.1	3.4	16.9	6.1	13.8	2.6	0.7	25.4	14.0	0.9
제21대 국선	사례수	1,589	1,184	417	56	167	183	289	65	7	133	236	36
	비 율	100.0	74.4	26.2	3.5	10.5	11.5	18.2	4.1	0.4	8.4	14.9	2.3

* 기타 : 개인, 연구단체 포함

라. 조사기관별

조사기관별로 살펴보면 총 61개 업체 중 72.1%에 해당하는 44개 업체가 결과등록 및 공표·보도를 하였으며, 조사방법별로 보면 ARS 조사 수행기관이 가장 많으며(33개소), 제20대 대선과 조사방법별 조사기관 수가 거의 일치하였다.

선거여론조사기관별 등록 현황

(단위: 건, %)

선거명	구 분	조사기관 전체	등록 수								미등록
			소계	1~10건	11~20건	21~30건	31~40건	41~50건	51~60건	61건 이상	0건
제22대 국선	사례수	61	44	14	5	4	4	2	3	12	17
	비 율	100	72.1	31.8	11.4	9.1	9.1	4.5	6.8	27.3	27.9

1) 조사기관 자체 조사 최다 수행기관: 여론조사꽃, 464건(18.3%)

선거여론조사기관별·조사방법별 등록 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

조사기관	전체	조사방법별			
		ARS	전화면접	혼합조사	기 타
제22회 국선 (44개소)	2,646(100)	1,613(61.0) (33개소)	941(35.6) (22개소)	68(2.6) (7개소)	24(0.9) (8개소)
제8회 지선 (57개소)	1,899(100)	1,473(77.6) (44개소)	377(19.9) (19개소)	44(2.3) (5개소)	5(0.3) (3개소)
제20대 대선 (50개소)	1,460(100)	702(48.1) (33개소)	497(34.0) (20개소)	222(15.2) (7개소)	39(2.7) (8개소)

※ 전체 사례수는 1개의 조사를 2개 이상 조사기관이 공동으로 실시한 경우 각각 산정한 수치임.

마. 조사기간별

전체 2,531건 가운데 2일에 걸쳐 진행된 조사가 1,750건(69.1%)으로 가장 많았으며, 전체 평균 조사일수는 2.3일이었다.

조사방법별로는 ARS와 전화면접 모두 2일 조사가 각각 1,214건(76.4%), 512건(59.5%)로 가장 많았으며, 기타(앱, 인터넷 등)조사의 경우 대부분(91.7%) 3일 이상이 소요되었다. 전체 평균 조사시간은 17.8시간이며 전화면접조사(19.9시간)가 ARS조사(15.9시간)보다 평균 4시간 더 길었다.

조사기간별·조사방법별 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

구 분	계	ARS	전화면접	혼 합	기타(앱, 인터넷 등)
전 체	2,531	1,589	861	57	24
1일	73(2.9)	43(2.7)	28(3.3)	1(1.8)	1(4.2)
2일	1,750(69.1)	1,214(76.4)	512(59.5)	23(40.4)	1(4.2)
3일	603(23.8)	264(16.6)	296(34.4)	33(57.9)	10(41.7)
4일 이상	105(4.1)	68(4.3)	25(2.9)	–	12(50.0)
평균 기간	2.32	2.25	2.38	2.56	3.75

조사시간별·조사방법별 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

구 분	계	ARS	전화면접	혼합조사	기 타 (앱, 인터넷 등)
전 체	2,531	1,589	861	57	24
5시간 미만	22	16(1.0)	6(0.7)	–	–
5시간 ~ 10시간 미만	211	148(9.3)	62(7.2)	–	1(4.2)
10시간 이상 ~ 15시간 미만	762	576(36.2)	177(20.6)	9(15.8)	–
15시간 이상 ~ 20시간 미만	733	511(32.2)	205(23.8)	17(29.8)	–
20시간 이상 ~ 25시간 미만	484	244(15.4)	217(25.2)	23(40.4)	–
25시간 이상 ~ 30시간 미만	175	61(3.8)	107(12.4)	6(10.5)	1(4.2)
30시간 이상	144	33(2.1)	87(10.1)	2(3.5)	22(91.7)
평균 시간	17.8	15.9	19.9	20.0	61.9

바. 표본크기별

표본크기는 '500명 이상~ 800명 미만'인 경우가 1,399건(55.3%)으로 가장 많았으며, 전체 평균 약 794명으로 나타났다. 이는 제21대 국선(900.7명)보다 100명 가량 감소한 것으로 전국 단위와 지역 단위 모두 줄어든 것으로 파악되었다.

표본크기별 등록 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

구 분	제22대 국선			제21대 국선		
	전 체	전국 단위	지역 단위	전 체	전국 단위	지역 단위
전 체	2,531	966	1,565	1,589	606	983
500 이상 ~ 800 미만	1,399(55.3)	1(0.1)	1,398(89.3)	802(50.5)	–	802(81.6)
800 이상 ~ 1,000 미만	72(2.8)	–	72(4.6)	73(4.6)	–	73(7.4)
1,000 이상 ~ 1,500 미만	938(37.1)	846(87.6)	92(5.9)	508(32.0)	406(67.0)	102(10.4)
1,500 이상 ~ 2,000 미만	9(0.4)	7(0.7)	2(0.1)	96(6.0)	93(15.3)	3(0.3)
2,000 이상 ~ 3,000 미만	102(4.0)	101(10.5)	1(0.1)	105(6.6)	103(17.0)	2(0.2)
3,000 이상	11(0.4)	11(1.1)	–	5(0.3)	4(0.7)	1(0.1)
평균 표본크기(명)	793.7	1,173.9	559.0	900.7	1,383.7	602.9

사. 조사방법별

조사방법을 살펴보면 전체 2,531건 가운데 ARS조사가 1,589건(62.8%)으로 가장 많았으며, 전화면접조사 861건(34.0%), ARS와 전화면접을 혼합한 조사는 57건(2.3%), 기타 24건(0.9%)으로 나타났다. 제21대 국선과 비교하면 ARS의 비중은 11.4%p 높아졌으나, 혼합조사는 12.8%p 낮아졌다.

단일한 표본추출틀과 조사방법을 활용한 조사(단일조사)는 1,713건(67.7%), 복수의 표본추출틀이나 조사방법을 혼합한 조사(혼합조사)는 818건(32.3%)으로 나타나 제21대 국선 대비 단일조사의 비중이 약 54.6%p 증가하였으며, 이는 단일 무선조사(ARS, 전화면접) 방식의 증가에 기인한다. 혼합조사의 경우 유·무선 ARS(669건, 26.4%)가 가장 많으나 제21대 국선 대비 14.2%p 낮아졌다.

조사방법별 등록 현황

(단위: 건, %)

구 분	제22대 국선		제21대 국선	
	사례수	비 율	사례수	비 율
전 체	2,531	100.0	1,589	100.0
ARS	1,589	62.8	816	51.4
전화면접	861	34.0	529	33.3
ARS·전화면접 혼합	57	2.3	240	15.1
기타(앱, 인터넷 등)	24	0.9	4	0.3

단일/혼합 조사방법별 등록 현황

(단위: 건, %)

구 분		제22대 국선		제21대 국선	
		사례수	비 율	사례수	비 율
전 체		2,531	100	1,589	100
단일조사	소 계	1,713	67.7	208	13.1
	유선ARS	4	0.2	25	1.6
	무선ARS	916	36.2	146	9.2
	무선전화면접	779	30.8	33	2.1
	스마트폰앱	10	0.4	–	–
	인터넷조사	4	0.2	4	0.3

구 분		제22대 국선		제21대 국선	
		사례수	비 율	사례수	비 율
혼합조사	소 계	818	32.3	1,381	86.9
	유·무선ARS	669	26.4	645	40.6
	유·무선전화면접	82	3.2	496	31.2
	유·무선전화면접+무선ARS	3	0.1	4	0.3
	유선전화면접+무선 ARS	26	1.0	–	–
	무선전화면접+무선ARS	12	0.5	1	0.1
	무선전화면접+인터넷	4	0.2	5	0.3
	무선전화면접+유선ARS	–	–	19	1.2
	유·무선ARS+무선전화면접	10	0.4	207	13.0
	유·무선ARS+유·무선전화면접	6	0.2	4	0.3
	인터넷조사+스마트폰앱조사	6	0.2	–	–

아. 표본추출틀별

표본추출틀은 휴대전화 가상번호(1,281건, 50.6%)를 가장 많이 사용했으며, 유선RDD+가상번호 606건(23.9%), 무선RDD 426건(16.8%) 순으로 나타났다. 휴대전화 가상번호의 사용 비율은 전국과 지역 단위 모두 높아져 제21대 국선 대비 43.9%p 높아졌다. 반면 유·무선RDD와 유선RDD+가상번호 조사는 감소하였으며, 특히 유·무선RDD는 전국 단위에서 59.8%p 낮아졌다.

선거별 표본추출틀별 등록 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

구 분	제22대 국선			제21대 국선		
	계	전국 단위	지역 단위	계	전국 단위	지역 단위
전 체	2,531(100.0)	966(100.0)	1,565(100.0)	1,589(100.0)	606(100.0)	983(100.0)
유선RDD+가상번호	606(23.9)	22(2.3)	584(37.3)	891(56.1)	28(4.6)	863(87.8)
유·무선RDD	190(7.5)	190(19.7)	–	482(30.3)	482(79.5)	–
유선RDD	4(0.2)	–	4(0.3)	25(1.6)	1(0.2)	24(2.4)
휴대전화 가상번호	1,281(50.6)	304(31.5)	977(62.4)	107(6.7)	12(2)	95(9.7)
무선RDD	426(16.8)	426(44.1)	–	73(4.6)	73(12)	–
패널 및 기타	24(1.0)	24(2.5)	–	11(0.7)	10(1.6)	1(0.1)

조사방법의 경우 ARS조사는 가상번호+유선RDD, 가상번호, 무선RDD의 사용 비율이 유사한 수준이었으며, 전화면접조사는 총 861건 중 휴대전화 가상번호(777건, 90.2%)를 주로 사용한 것으로 나타났다.

조사방법별 표본추출틀 등록 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

구 분	계	ARS	전화면접	ARS·전화면접 혼합	기 타
전 체	**2,531**	**1,589**	**861**	**57**	**24**
가상번호+유선RDD	606	564(35.5)	23(2.7)	19(33.3)	–
가상번호	1,281	492(31.0)	777(90.2)	12(21.1)	–
유·무선RDD	190	105(6.6)	59(6.9)	26(45.6)	–
유선RDD	4	4(0.3)	–	–	–
무선RDD	426	424(26.7)	2(0.2)	–	–
기타 및 기타	24	–	–	–	24(100.0)

자. 접촉률별

평균 접촉률은 37.5%로 제8회 지선 및 제21대 국선 대비 소폭 감소한 수준이었으며, 20% 이상 ~ 40% 미만 조사(57.1%)가 과반을 차지하였다.

조사방법별로는 기타조사(95.2%), ARS조사(41.3%), 전화면접조사(30.3%) 순으로, 표본추출틀별로는 패널 등 기타(94.6%), 가상번호(41.7%), 유선RDD(36.4%) 등의 순으로 평균 접촉률이 높은 것으로 확인되었다.

접촉률 등록 현황

(단위: 건, %)

구 분	제22대 국선		제8회 지선		제20대 대선		제21대 국선	
	사례수	비 율	사례수	비 율	사례수	비 율	사례수	비 율
전 체	2,531	100	1,895	100	1,384	100	1,589	100
10 미만	0	0	1	0.1	3	0.2	1	0.1
10 이상 ~ 20 미만	93	3.7	80	4.2	103	7.4	38	2.4
20 이상 ~ 30 미만	726	28.7	373	19.7	528	38.2	394	24.8
30 이상 ~ 40 미만	720	28.4	474	25.0	431	31.1	498	31.3
40 이상 ~ 50 미만	590	23.3	503	26.5	147	10.6	304	19.1
50 이상 ~ 60 미만	292	11.5	374	19.7	124	9.0	193	12.1
60 이상 ~ 70 미만	63	2.5	72	3.8	30	2.2	83	5.2
70 이상	47	1.9	18	0.9	18	1.3	78	4.9
평균 접촉률(%)	**37.5**		**40.2**		**33.6**		**40.1**	

조사방법별 접촉률 등록 현황

(단위: 건, %)

구 분		전화면접			ARS		기 타 (앱, 인터넷)
		유 선	무 선	패 널	유 선	무 선	
전 체	3,379	117	892	4	688	1,641	37
10 미만	3	–	–	–	3	–	–
10 이상 ~ 20 미만	110	7	59	–	6	38	–
20 이상 ~ 30 미만	866	55	369	–	73	368	1
30 이상 ~ 40 미만	1,024	54	382	–	343	244	1
40 이상 ~ 50 미만	724	1	76	–	233	414	–
50 이상 ~ 60 미만	459	–	6	–	24	429	–
60 이상 ~ 70 미만	110	–	–	–	3	107	–
70 이상	83	–	–	4	3	41	35
평균 접촉률(%)	37.5	28.7	30.3	89.3	37.8	42.8	95.2
		30.3			41.3		

※ 전체 사례수는 홈페이지에 등록된 1개의 조사에 사용된 2개 이상의 조사방법을 각각 산정한 수치임.
※ 표본틀 비중 0.2% 이하 조사(1건: 등록번호 13272)는 과소표집이므로 분석에서 제외

표본추출틀별 접촉률 등록 현황

(단위: 건, %)

구 분		유선RDD		무선RDD		가상번호		기 타 (패널 등)
		ARS	전화면접	ARS	전화면접	ARS	전화면접	
전 체	3,379	688	117	555	61	1,086	831	41
10 미만	3	3	–	–	–	–	–	–
10 이상 ~ 20 미만	110	6	7	36	6	2	53	–
20 이상 ~ 30 미만	866	73	55	353	14	15	355	1
30 이상 ~ 40 미만	1,024	343	54	128	41	116	341	1
40 이상 ~ 50 미만	724	233	1	33	–	381	76	–
50 이상 ~ 60 미만	459	24	–	5	–	424	6	–
60 이상 ~ 70 미만	110	3	–	–	–	107	–	–
70 이상	83	3	–	–	–	41	–	39
평균 접촉률 (%)	38.6	37.8	28.7	27.6	30.2	50.5	30.3	94.6
		36.4		27.9		41.7		

※ 전체 사례수는 홈페이지에 등록된 1개의 조사에 사용된 2개 이상의 조사방법을 각각 산정한 수치임.
※ 표본틀 비중 0.2% 이하 조사(1건: 등록번호 13272)는 과소표집이므로 분석에서 제외

차. 응답률별

전체 평균 응답률(협조율)은 8.6%로 제21대 국선의 9.3%에 비해 소폭 감소하였고, '5% 이상 ~ 10% 미만'인 조사가 867건(34.3%)으로 가장 많았다.

조사방법별로 살펴보면 전화면접조사(14.1%)의 응답률이 ARS조사(4.8%)보다 높았으며, 동일 조사방법에서 유선전화보다 무선전화의 응답률이 높았고, 표본추출틀별로는 휴대전화 가상번호를 사용한 조사가 10.6%로 가장 높게 나타났다.

미국여론조사협회(AAPOR) 기준 전체 평균 응답률은 3.1%로 최근 선거 대비 소폭 감소하였으며, 협조율과 마찬가지로 전화면접조사, 휴대전화 가상번호 활용 조사의 응답률이 가장 높았다.

선거별 · 응답률(협조율)별 등록 현황

(단위: 건, %)

구 분	제22대 국선		제8회 지선		제20대 대선		제21대 국선	
	사례수	비 율	사례수	비 율	사례수	비 율	사례수	비 율
전 체	**2,531**	**100**	**1,895**	**100**	**1,384**	**100**	**1,589**	**100**
3 미만	342	13.5	108	5.7	58	4.2	163	10.3
3 이상 ~ 5 미만	480	19.0	274	14.5	311	22.5	372	23.4
5 이상 ~ 10 미만	867	34.3	823	43.4	461	33.3	519	32.7
10 이상 ~ 15 미만	454	17.9	274	14.5	193	13.9	206	13.0
15 이상 ~ 20 미만	305	12.1	194	10.2	144	10.4	215	13.5
20 이상 ~ 30 미만	76	3.0	179	9.4	139	10.0	103	6.5
30 이상	7	0.3	43	2.3	78	5.6	11	0.7
평균 응답률 (협조율, %)	**8.6**		**10.4**		**11.0**		**9.3**	

제22대 국선 응답률(협조율)별·조사방법별 등록 현황

(단위: 건, %)

구분	계	전화면접			ARS		기타 (앱, 인터넷)
		유선	무선	패널	유선	무선	
전 체	**3,379**	**117**	**892**	**4**	**688**	**1,641**	**37**
3 미만	785	1	–	–	525	255	4
3 이상 ~ 5 미만	480	11	1	–	120	344	4
5 이상 ~ 10 미만	1,159	68	75	–	41	967	8
10 이상 ~ 15 미만	546	32	440	–	2	69	3
15 이상 ~ 20 미만	314	3	299	–	–	4	8
20 이상 ~ 30 미만	82	2	76	–	–	2	2
30 이상	13	–	1	4	–	–	8
평균 응답률 (협조율, %)	7.8	8.7	14.5	84.7	2.3	5.9	24.5
		14.1			4.8		

※ 전체 사례수는 홈페이지에 등록된 1개의 조사에 사용된 2개 이상의 조사방법을 각각 산정한 수치임.
※ 표본틀 비중 0.2% 이하 조사(1건: 등록번호 13272)는 과소표집이므로 분석에서 제외

제22대 국선 응답률(협조율)별·표본추출틀별 등록 현황

(단위: 건, %)

구 분	계	유선RDD		무선RDD		가상번호		기 타 (패널 등)
		ARS	전화면접	ARS	전화면접	ARS	전화면접	
전 체	3,379	688	117	555	61	1,086	831	41
3 미만	785	525	1	255	–	–	–	4
3 이상 ~ 5 미만	480	120	11	286	1	58	–	4
5 이상 ~ 10 미만	1,159	41	68	14	22	953	53	8
10 이상 ~ 15 미만	546	2	32	–	38	69	402	3
15 이상 ~ 20 미만	314	–	3	–	–	4	299	8
20 이상 ~ 30 미만	82	–	2	–	–	2	76	2
30 이상	13	–	–	–	–	–	1	12
평균 응답률 (협조율,%)	7.8	2.3	8.7	3.1	10.6	7.3	14.8	30.4
		3.2		3.9		10.6		

※ 전체 사례수는 홈페이지에 등록된 1개의 조사에 사용된 2개 이상의 조사방법을 각각 산정한 수치임.
※ 표본틀 비중 0.2% 이하 조사(1건: 등록번호 13272)는 과소표집이므로 분석에서 제외

제22대 국선 AAPOR 기준 선거별 · 응답률별 등록 현황

(단위: 건, %)

구 분	제22대 국선		제8회 지선		제20대 대선		제21대 국선	
	사례수	비 율	사례수	비 율	사례수	비 율	사례수	비 율
전 체	2,531	100	1,895	100	1,384	100	1,589	100
3 미만	1,082	42.7	655	34.6	688	49.7	867	54.6
3 이상 ~ 5 미만	1,264	49.9	940	49.6	430	31.1	392	24.7
5 이상 ~ 10 미만	167	6.6	272	14.4	244	17.6	306	19.3
10 이상 ~ 15 미만	4	0.2	23	1.2	11	0.8	14	0.9
15 이상 ~ 20 미만	8	0.3	2	0.1	6	0.4	3	0.2
20 이상 ~ 30 미만	2	0.1	–	–	1	0.1	1	0.1
30 이상	4	0.2	3	0.2	4	0.3	6	0.4
AAPOR 기준 평균 응답률(%)	3.1		3.7		3.5		3.5	

제22대 국선 AAPOR 기준 응답률별·조사방법별 등록 현황

(단위: 건, %)

구분	계	전화면접			ARS		기타 (앱, 인터넷)
		유선	무선	패널	유선	무선	
전 체	3,379	117	892	4	688	1,641	37
3 미만	1,378	79	26	–	684	585	4
3 이상 ~ 5 미만	1,780	35	698	–	4	1,039	4
5 이상 ~ 10 미만	195	3	167	–	–	17	8
10 이상 ~ 15 미만	5	–	1	–	–	–	4
15 이상 ~ 20 미만	8	–	–	–	–	–	8
20 이상 ~ 30 미만	3	–	–	–	–	–	3
30 이상	10	–	–	4	–	–	6
AAPOR 기준 평균 응답률(%)	3.0	2.5	4.2	75.8	0.8	2.6	21.2
		4.3			2.1		

※ 전체 사례수는 홈페이지에 등록된 1개의 조사에 사용된 2개 이상의 조사방법을 각각 산정한 수치임.
※ 표본틀 비중 0.2% 이하 조사(1건: 등록번호 13272)는 과소표집이므로 분석에서 제외

제22대 국선AAPOR 기준 응답률별·표본추출틀별 등록 현황

(단위: 건, %)

구 분	계	유선RDD		무선RDD		가상번호		기 타 (패널 등)
		ARS	전화면접	ARS	전화면접	ARS	전화면접	
전 체	**3,379**	**688**	**117**	**555**	**61**	**1,086**	**831**	**41**
3 미만	1,378	684	79	555	24	30	2	4
3 이상 ~ 5 미만	1,780	4	35	–	37	1,039	661	4
5 이상 ~ 10 미만	195	–	3	–	–	17	167	8
10 이상 ~ 15 미만	5	–	–	–	–	–	1	4
15 이상 ~ 20 미만	8	–	–	–	–	–	–	8
20 이상 ~ 30 미만	3	–	–	–	–	–	–	3
30 이상	10	–	–	–	–	–	–	10
AAPOR 기준 평균 응답률(%)	3.0	0.8	2.5	0.8	3.2	3.5	4.3	26.5
		1.1		1.1		3.9		

※ 전체 사례수는 홈페이지에 등록된 1개의 조사에 사용된 2개 이상의 조사방법을 각각 산정한 수치임.
※ 표본틀 비중 0.2% 이하 조사(1건: 등록번호 13272)는 과소표집이므로 분석에서 제외

카. 가중값 배율별

가중값 배율범위는 전반적으로 직전 선거인 제8회 지선과 유사한 수준으로 제21대 국선 대비 1에 보다 근접하게 표집되었다.

연령대별 가중값 배율을 살펴보면 전반적으로 연령대가 높아질수록 가중값 배율의 평균이 낮아지는 경향이 있으나, 60대(0.88)가 가장 낮고 70세 이상(0.97)은 오히려 40대(0.99)와 유사한 수준으로 나타났다.

조사방법별로는 전체적으로 여성이 남성보다 가중값 배율이 높아 모든 조사방법에서 여성의 표집이 더 어려운 것으로 파악된다. 기타조사(인터넷, 스마트폰앱)는 20~40대에서 가장 낮은 가중값을 기록하여 다른 조사보다 젊은 층 표집이 용이한 것으로 확인되나, 60세 이상의 경우 가중값이 가장 높게 나타나 고령층 표집에 효율적이지 않은 것으로 추측된다 (다만 기타조사의 사례수가 많지 않아 이를 일반화하기는 어려움).

표본추출틀 중에서는 휴대전화 가상번호만 사용한 경우 30대를 제외한 전 연령대 및 모든 성별에서 다른 표본추출틀보다 가중값 배율이 1에 가장 근접함에 따라, 휴대전화 가상번호가 실제 인구비례에 가깝게 표집할 수 있는 효과적 수단으로 나타났다.

가중값 배율 현황

구 분		제22대 국선	제8회 지선	제20대 대선	제21대 국선
성별	남	0.93	0.94	0.90	0.87
	여	1.08	1.08	1.13	1.19
연령별	20대	1.25	1.18	1.19	1.25
	30대	1.11	1.10	1.08	1.11
	40대	0.99	1.00	0.99	1.01
	50대	0.92	0.90	0.90	0.87
	60세 이상	0.96	0.95	0.95	0.92
	60대	0.88	0.95	0.87	0.9
	70세 이상	0.97	0.99	1.07	1.09
지역별	최대가중	1.09	1.11	1.12	1.11
	최소가중	0.91	0.90	0.87	0.87

가중값 배율 세부 현황

(단위: 건, %)

구 분			제22대 국선		제8회 지선	
			사례수	비 율	사례수	비 율
성별	남	소계	2,527	100	1,895	100
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	43	1.7	91	4.8
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	2,145	84.9	1,331	70.2
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	339	13.4	466	24.6
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	–	–	7	0.4
		평균	0.93		0.94	
	여	소계	2,527	100	1,895	100
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	–	–	–	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	263	10.4	425	22.4
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	1,982	78.4	1,144	60.4
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	282	11.2	326	17.2
		평균	1.08		1.08	
연령	20대	소계	2,527	100	1,859	100
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	7	0.3	11	0.6
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	230	9.1	231	12.4
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	658	26.0	786	42.3
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	1,632	64.6	831	44.7
		평균	1.25		1.18	

구 분			제22대 국선		제8회 지선	
			사례수	비 율	사례수	비 율
연령	30대	소계	2,527	100	1,859	100
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	8	0.3	56	3.0
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	541	21.4	475	25.6
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	1,315	52.0	826	44.4
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	663	26.2	502	27.0
		평균	1.11		1.10	
	40대	소계	2,527	100	1,895	100
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	42	1.7	82	4.3
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	1,429	56.5	843	44.5
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	962	38.1	865	45.6
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	94	3.7	105	5.5
		평균	0.99		1.00	
	50대	소계	2,527	100	1,895	100
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	93	3.7	203	10.7
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	2,122	84.0	1,456	76.8
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	308	12.2	219	11.6
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	4	0.2	17	0.9
		평균	0.92		0.90	
	60세 이상	소계	593	100	1,622	100
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	17	2.9	122	7.5
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	426	71.8	952	58.7
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	139	23.4	499	30.8
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	11	1.9	49	3.0
		평균	0.96		0.95	
	60대	소계	1,934	100	272	100
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	261	13.5	28	10.3
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	1,531	79.2	211	77.6
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	142	7.3	33	12.1
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	–	–	–	–
		평균	0.88		0.91	
	70세 이상	소계	1,934	100	272	100
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	118	6.1	4	1.5
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	1,071	55.4	146	53.7
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	636	32.9	110	40.4
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	109	5.6	12	4.4
		평균	0.97		0.99	

구 분			제22대 국선		제8회 지선	
			사례수	비 율	사례수	비 율
지역	지역 최소	소계	2,527	100	1,895	100
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	156	6.2	–	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	2,286	90.5	8	0.4
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	85	3.4	1,588	83.8
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	–	–	299	15.8
		평균	0.91		1.11	
	지역 최대	소계	2,527	100	1,895	100
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	1	0.0	159	8.4
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	7	0.3	1,681	88.7
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	2,240	88.6	55	2.9
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	279	11.0	–	–
		평균	1.09		0.90	

※ 특정 연령대만 조사(등록 11317, 등록11826, 등록11929) 및 특정 연령대를 통합(20~30대)한 조사(등록11818) 등 4건 제외
※ 제22대 국선 기간 중 기준 개정으로 '60세 이상' 응답층을 '60대'와 '70세 이상'으로 구분함에 따라, 특정 연령대(60대, 60세 이상, 70세 이상)의 등록 합계는 전체 합계(2,527)와 다름.

조사방법별 가중값 배율 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

구 분			ARS	전화면접	혼합조사	기타
성별	남	소 계	1,588	860	57	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	38(2.1)	5(0.6)	–	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	1,421(89.5)	656(76.3)	56(98.2)	12(54.5)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	129(8.1)	199(23.1)	1(1.8)	10(45.5)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	–	–	–	–
		평 균	0.91	0.97	0.90	0.99
	여	소 계	1,588	860	57	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	–	–	–	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	118(7.4)	135(15.7)	1(1.8)	9(40.9)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	1,209(76.1)	713(82.9)	47(82.5)	13(59.1)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	261(16.4)	12(1.4)	9(15.8)	–
		평 균	1.11	1.03	1.12	1.01
연령	20대	소 계	1,588	860	57	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	2(0.1)	2(0.2)	3(5.3)	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	51(3.2)	158(18.4)	15(26.3)	6(27.3)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	265(16.7)	356(41.4)	27(47.4)	10(45.5)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	1,270(80.0)	344(40.0)	12(21.1)	6(27.3)
		평 균	1.30	1.16	1.08	1.11

구 분			ARS	전화면접	혼합조사	기타
연령	30대	소 계	1,588	860	57	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	8(0.5)	–	–	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	333(21.0)	175(20.3)	16(28.1)	17(77.3)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	804(50.6)	482(56.0)	24(42.1)	5(22.7)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	443(27.9)	203(23.6)	17(29.8)	–
		평 균	1.12	1.11	1.10	0.94
	40대	소 계	1,588	860	57	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	41(2.6)	–	–	1(4.5)
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	1,029(64.8)	359(41.7)	24(42.1)	17(77.3)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	466(29.3)	460(53.5)	32(56.1)	4(18.2)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	52(3.3)	41(4.8)	1(1.8)	–
		평 균	0.97	1.02	1.02	0.94
	50대	소 계	1,588	860	57	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	69(4.3)	23(2.7)	1(1.8)	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	1,397(88.0)	664(77.2)	40(70.2)	21(95.5)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	120(7.6)	173(20.1)	14(24.6)	1(4.5)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	2(0.1)	–	2(3.5)	–
		평 균	0.90	0.94	0.97	0.94
	60세 이상	소 계	487	66	25	15
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	17(3.5)	–	–	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	363(74.5)	39(59.1)	20(80.0)	4(26.7)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	99(20.3)	27(40.9)	4(16.0)	9(60.0)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	8(1.6)	–	1(4.0)	2(13.3)
		평 균	0.95	0.98	0.95	1.06
	60대	소 계	1,101	794	32	7
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	171(15.5)	88(11.1)	2(6.3)	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	914(83.0)	586(73.8)	26(81.3)	5(71.4)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	16(1.5)	120(15.1)	4(12.5)	2(28.6)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	–	–	–	–
		평 균	0.86	0.91	0.91	0.99
	70세 이상	소 계	1,101	794	32	7
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	49(4.5)	68(8.6)	1(3.1)	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	540(49.0)	515(64.9)	16(50.0)	–
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	416(37.8)	207(26.1)	10(31.3)	3(42.9)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	96(8.7)	4(0.5)	5(15.6)	4(57.1)
		평 균	1.00	0.94	1.02	1.20

구 분			ARS	전화면접	혼합조사	기타
지역	지역 최소	소 계	1,588	860	57	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	149(9.4)	6(0.7)	1(1.8)	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	1,416(89.2)	793(92.2)	55(96.5)	22(100.0)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	23(1.4)	61(7.1)	1(1.8)	–
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	–	–	–	–
		평 균	0.90	0.95	0.89	0.92
	지역 최대	소 계	1,588	860	57	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	1(0.1)	–	–	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	3(0.2)	4(0.5)	–	–
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	1,343(84.6)	827(96.2)	50(87.7)	20(90.9)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	241(15.2)	29(3.4)	7(12.3)	2(9.1)
		평 균	1.11	1.05	1.12	1.11

※ 특정 연령대만 조사(등록 11317, 등록11826, 등록11929) 및 특정 연령대를 통합(20~30대)한 조사(등록11818) 등 4건 제외
※ 제22대 국선 기간 중 기준 개정으로 '60세 이상' 응답층을 '60대'와 '70세 이상'으로 구분함에 따라, 특정 연령대(60대, 60세 이상, 70세 이상)의 등록 합계는 전체 합계(2,527)와 다름.

표본추출틀별 가중값 배율 현황

(단위: 건, 괄호 안은 %)

구 분			유선RDD+가상번호	가상번호	유무선RDD	유선RDD	무선RDD	기타 (패널 등)
성별	남	소 계	605	1,280	190	4	426	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	25(4.1)	13(1.0)	2(1.1)	2(50.0)	1(0.2)	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	535(88.4)	994(77.7)	188(98.9)	2(50.0)	414(97.2)	12(54.5)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	45(7.4)	273(21.3)	–	–	11(2.6)	10(45.5)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	–	–	–	–	–	–
		평 균	0.89	0.95	0.89	0.83	0.92	0.99
	여	소 계	605	1,280	190	4	426	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	–	–	–	–	–	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	42(6.9)	204(15.9)	–	–	8(1.9)	9(40.9)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	411(67.9)	1,016(79.4)	134(70.5)	2(50.0)	406(95.3)	13(59.1)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	152(25.1)	60(4.7)	56(29.5)	2(50.0)	12(2.8)	–
		평 균	1.14	1.05	1.13	1.26	1.08	1.01
연령	20대	소 계	605	1,280	190	4	426	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	4(0.7)	3(0.2)	–	–	–	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	25(4.1)	194(15.2)	1(0.5)	–	4(0.9)	6(27.3)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	105(17.4)	452(35.3)	46(24.2)	–	45(10.6)	10(45.5)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	471(77.9)	631(49.3)	143(75.3)	4(100.0)	377(88.5)	6(27.3)
		평 균	1.29	1.20	1.31	1.36	1.32	1.11

구 분			유선RDD+가상번호	가상번호	유무선RDD	유선RDD	무선RDD	기타(패널 등)
연령	30대	소 계	605	1,280	190	4	426	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	2(0.3)	4(0.3)	–	–	2(0.5)	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	116(19.2)	287(22.4)	10(5.3)	3(75.0)	108(25.4)	17(77.3)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	267(44.1)	677(52.9)	113(59.5)	1(25.0)	252(59.2)	5(22.7)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	220(36.4)	312(24.4)	67(35.3)	–	64(15.0)	–
		평 균	1.14	1.11	1.16	0.96	1.07	0.94
	40대	소 계	605	1,280	190	4	426	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	15(2.5)	20(1.6)	–	–	6(1.4)	1(4.5)
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	330(54.5)	606(47.3)	103(54.2)	3(75.0)	370(86.9)	17(77.3)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	232(38.3)	590(46.1)	85(44.7)	1(25.0)	50(11.7)	4(18.2)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	28(4.6)	64(5.0)	2(1.1)	–	–	–
		평 균	0.98	1.01	1.00	0.99	0.94	0.94
	50대	소 계	605	1,280	190	4	426	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	43(7.1)	37(2.9)	11(5.8)	–	2(0.5)	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	500(82.6)	1,002(78.3)	177(93.2)	4(100.0)	418(98.1)	21(95.5)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	58(9.6)	241(18.8)	2(1.1)	–	6(1.4)	1(4.5)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	4(0.7)	–	–	–	–	–
		평 균	0.90	0.93	0.89	0.93	0.91	0.94
	60세 이상	소 계	122	148	26	4	278	15
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	12(9.8)	5(3.4)	–	–	–	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	63(51.6)	83(56.1)	26(100.0)	4(100.0)	246(88.5)	4(26.7)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	41(33.6)	58(39.2)	–	–	31(11.2)	9(60.0)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	6(4.9)	2(1.4)	–	–	1(0.4)	2(13.3)
		평 균	0.95	0.99	0.89	0.96	0.95	1.06
	60대	소 계	483	1,132	164	–	148	7
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	83(17.2)	162(14.3)	14(8.5)	–	2(1.4)	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	385(79.7)	845(74.6)	150(91.5)	–	146(98.6)	5(71.4)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	15(3.1)	125(11.0)	–	–	–	2(28.6)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	–	–	–	–	–	–
		평 균	0.85	0.89	0.85	–	0.91	0.99
	70세 이상	소계	483	1,132	164	–	148	7
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	34(7.0)	84(7.4)	–	–	–	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	237(49.1)	627(55.4)	121(73.8)	–	86(58.1)	–
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	168(34.8)	360(31.8)	43(26.2)	–	62(41.9)	3(42.9)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	44(9.1)	61(5.4)	–	–	–	4(57.1)
		평균	0.99	0.97	0.95	–	0.99	1.20

구 분			유선RDD+가상번호	가상번호	유무선RDD	유선RDD	무선RDD	기타(패널 등)
지역	지역 최소	소계	605	1,280	190	4	426	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	59(9.8)	51(4.0)	24(12.6)	2(50.0)	20(4.7)	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	533(88.1)	1,159(90.5)	165(86.8)	2(50.0)	405(95.1)	22(100.0)
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	13(2.1)	70(5.5)	1(0.5)	–	1(0.2)	–
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	–	–	–	–	–	–
		평균	0.90	0.94	0.88	0.84	0.89	0.92
	지역 최대	소계	605	1,280	190	4	426	22
		0.7 이상 ~ 0.8 미만	–	–	–	–	1(0.2)	–
		0.8 이상 ~ 1.0 미만	3(0.5)	4(0.3)	–	–	–	–
		1.0 이상 ~ 1.2 이하	493(81.5)	1,194(93.3)	171(90.0)	4(100.0)	358(84.0)	20(90.9)
		1.2 초과 ~ 1.5 이하	109(18.0)	82(6.4)	19(10.0)	–	67(15.7)	2(9.1)
		평균	1.11	1.07	1.10	1.13	1.12	1.11

※ 특정 연령대만 조사(등록 11317, 등록11826, 등록11929) 및 특정 연령대를 통합(20~30대)한 조사(등록11818) 등 4건 제외
※ 제22대 국선 기간 중 기준 개정으로 '60세 이상' 응답층을 '60대'와 '70세 이상'으로 구분함에 따라, 특정 연령대(60대, 60세 이상, 70세 이상)의 등록 합계는 전체 합계(2,527)와 다름.

제22대 국회의원선거
선거여론조사 백서

제06장

휴대전화 가상번호 사용·제공

1. 개요
2. 휴대전화 가상번호 현황 및 분석

06 휴대전화 가상번호 사용·제공

제1절 개요

휴대전화 가상번호 제도는 지역 단위 선거여론조사의 필수자원으로서 중요성과 활용도가 갈수록 높아지고 있다.

다만 선거여론조사 급증에 따른 국민 피로도 증가로 휴대전화 가상번호 제공거부 요청이 증가함에 따라 휴대전화 가상번호 자원 부족 문제가 제기되고 있어 제도의 실효성 저하가 우려된다.

제2절 휴대전화 가상번호 현황 및 분석

가. 사용비율 현황

제22대 국선과 관련하여 휴대전화 가상번호를 사용한 여론조사의 비율은 74.6%(1,887건/2,531건)로 제21대 국선 대비 11.7%p 증가하였다.

지역 단위 조사의 경우 최근 역대 선거 중 휴대전화 가상번호 사용 비율이 가장 높게 나타났고(99.7%), 주로 무선RDD를 활용한 전국 단위 조사에서도 휴대전화 가상번호 사용 비율이 높아졌다(제21대 국선: 6.8% → 제22대 국선: 33.7%).

휴대전화 가상번호 사용비율

(단위: 건, %)

지역	제22대 국선			제8회 지선			제20대 대선			제21대 국선		
	등록 전체 (A)	가상 번호 (B)	비율 (B/A)	등록 전체 (A)	가상 번호 (B)	비율 (B/A)	등록 전체 (A)	가상 번호 (B)	비율 (B/A)	등록 전체 (A)	가상 번호 (B)	비율 (B/A)
전 체	2,531	1,887	74.6	1,895	1,785	94.2	1,385	670	48.4	1,589	1,000	62.9
전국 단위	966	326	33.7	84	30	35.7	1,073	365	34.0	606	41	6.8
지역 단위	1,565	1,561	99.7	1,811	1,755	96.9	312	305	97.8	983	959	97.6

한편 조사 내에서 휴대전화 가상번호를 사용하여 표집한 비율을 살펴보면, 휴대전화 가상번호만을 100% 활용하여 표집한 조사가 59.8%로 가장 많았고, 휴대전화 가상번호로 표집한 평균 비율이 93.8%에 달하는 등 제22대 국선이 제도 도입 이래 휴대전화 가상번호 활용도가 가장 높은 것으로 나타났다.

휴대전화 가상번호 표집비율

(단위: 건, %)

가상번호 표집비율	제22대 국선		제8회 지선		제20대 대선		제21대 국선	
	사례수	비 율	사례수	비 율	사례수	비 율	사례수	비 율
총 계	1,887	100.0	1,785	100.0	670	100.0	1,000	100.0
40 미만	–	–	2	0.1	1	0.1	14	1.4
40 이상 ~ 60 미만	3	0.2	49	2.7	18	2.7	168	16.8
60 이상 ~ 80 미만	183	9.7	357	20.0	89	13.3	328	32.8
80 이상 ~ 100 미만	573	30.4	568	31.8	194	29.0	383	38.3
100	1,128	59.8	809	45.3	368	54.9	107	10.7
평균 비율(%)	93.8		87.8		90.6		76.9	

나. 이동통신사별 요청 현황

제22대 국선 휴대전화 가상번호 요청 건수는 총 33,696천 건이었으며, 이동통신사별로는 SKT 16,655천 건(49.4%), KT 10,571천 건(31.4%), LGU+ 6,469천 건(19.2%) 순으로 나타났다.

이동통신사별 휴대전화 가상번호 요청 현황

(단위: 건, %)

이동통신사	제22대 국선	
	건 수	비 율
총 계	33,695,683	100.0
SKT	16,655,370	49.4
KT	10,571,305	31.4
LGU+	6,469,008	19.2

다. 휴대전화 가상번호 제공 현황

휴대전화 가상번호 요청 건수 대비 실제 제공 비율을 살펴보면 제22대 국선에서는 휴대전화 가상번호 요청 건수의 99.5%가 제공되었다. 전국 단위 조사의 경우 제공 가능한 이용자 모수 부족 사례가 발생하지는 않았으나, 지역 단위 조사의 경우 제공건수가 요청량보다 최대 50% 가량 부족한 경우도 있었으며, 10% 이상 부족한 사례도 23건 존재하였다.

이는 여론조사 증가로 인해 국민의 피로도가 악화되어 휴대전화 가상번호 제공거부 건수가 급증한 것이 원인 중 하나로 보이며, 특히 인구수가 적은 농·산·어촌 지역을 중심으로 휴대전화 가상번호 모수 부족 현상이 가속화될 경우 지역 단위 무선조사에서 휴대전화 가상번호 제도 실효성이 저하될 수 있다.

휴대전화 가상번호 제공 현황

(단위: 건, %)

구 분	요 청(A)	제 공(B)	제공비율(B/A)
제22대 국선	33,695,683	33,531,472	99.5

라. 요청배수 현황

휴대전화 가상번호 요청 배수는 평균 29.4배수로, '25배수 초과 ~ 30배수 이하'인 경우가 94.3%이며 대부분 최대 요청 가능 배수(30배)만큼 활용하는 것으로 나타났다.

휴대전화 가상번호 요청배수 현황

(단위: 건, %)

구 분	제22대 국선	
	사 례 수	비 율
합 계	**1,887**	**100.0**
15배수 이하	–	–
15배수 초과~20배수 이하	3	0.2
20배수 초과~25배수 이하	104	5.5
25배수 초과~30배수 이하	1,780	94.3
평 균	**29.4배수**	

※ 요청배수=전체 가상번호 요청수/전체 표본수 중 가상번호를 사용하여 조사할 목표 표본수

마. 요청일수 현황 (실제 조사일수와 다름)

휴대전화 가상번호 요청일수는 '2일'인 경우가 84.2%로 대다수를 차지했다.

휴대전화 가상번호 요청일수 현황

(단위: 건, %)

구 분	제22대 국선	
	사 례 수	비 율
합 계	**1,887**	**100.0**
1일	6	0.3
2일	1,589	84.2
3일	265	14.0
4일 이상	27	1.4
평 균	**2.2일**	

바. 의뢰자별 사용현황

조사의뢰자별 휴대전화 가상번호 사용현황은 조사기관 자체가 25.8%로 가장 많았고, 방송사 21.1%, 언론매체 공동 16.3%, 시·도 단위 신문 15.0% 순이었다.

조사의뢰자별 휴대전화 가상번호 사용 현황

(단위: 건, %)

구 분	제22대 국선	
	사 례 수	비 율
전 체	**1,887**	**100.0**
방송사	398	21.1
전국 단위 신문	95	5.0
시·도 단위 신문	283	15.0
구·시·군 단위 신문	67	3.6
주·월간지	11	0.6
뉴스통신사	20	1.1
인터넷언론	210	11.1
조사기관 자체	487	25.8
기 타	9	0.5
2 이상 언론매체 공동	307	16.3

중앙선거여론조사심의위원회

www.nesdc.go.kr

제22대 국회의원선거
선거여론조사 백서

제07장

선거여론조사 심의·조치

1. 개요
2. 심의·조치 현황 및 분석

07 선거여론조사 심의·조치

제1절 개요

중앙 및 시·도심의위원회는 제22대 국회의원선거 여론조사와 관련한 「공직선거법」 위반행위에 대해 총 129건을 심의·조사하여 그 중 127건을 인용·조치하였다.

특히 117건을 조치한 제21대 국회의원선거 대비 총 10건(8.5%)이 증가하였으며, 이는 선거질서를 교란하는 왜곡·조작 및 불법 당내경선 여론조사 등 중대 위법행위에 엄중 대처한 결과로 보인다.

선거여론조사 위반행위 조치 현황

(단위: 건)

구 분	계	고 발	수사 의뢰	과태료	경 고	준수촉구
제22대 국선	127	29	2	10	46	40
제21대 국선	117	24	1	6	48	38
증 감	10	5	1	4	△2	2

총 127건의 위반행위에 대해 고발 29건, 수사의뢰 2건, 과태료 10건, 경고 46건, 준수촉구 40건으로 조치하였다. 경미한 위법행위는 경고·준수촉구 등 행정조치하고 여론조사결과 왜곡 공표·보도 거짓·중복 응답 지시·권유·유도 등 중대 선거여론조사 범죄에 대해서는 고발을 원칙으로 엄중 조치하였다.

제2절 심의 조치 현황 및 분석

가. 심의 현황

인지유형별로 살펴보면 신고·제보 75건(58.1%), 자체 모니터링 50건(38.8%), 이의신청 4건(3.1%) 순이고, 심의대상 총 129건 가운데 127건이 인용·조치되었다.

제22대 국회의원선거에서는 신고·제보 비중(58.1%)이 상대적으로 높았으며, 정당·후보자 이의신청 4건 중 2건만이 인용되어 50%의 인용률을 보였다.

심의 현황

(단위: 건)

구 분	심의대상	심의결과		
		인 용	기 각	각 하
합 계	129	127	2	–
이의신청	4	2	2	–
모니터링	50	50	–	–
신고·제보	75	75	–	–

나. 조치종류별

조치종류별로 살펴보면 총 127건의 조치 가운데 고발 29건, 수사의뢰 2건, 과태료 10건, 경고 46건, 준수촉구 40건으로 나타났고, 경고 및 준수촉구가 총 86건으로 67.7%를 차지하였다. 아울러 공표·보도 전 중앙심의위원회 홈페이지에 등록된 선거여론조사결과 모니터링을 통해 단순 착오로 인한 오기 등 경미한 위반행위를 발견한 경우 조치 수용성을 높이기 위해 현지 시정이나 안내를 실시하였다.

다. 위반유형별

위반유형별로는 등록사항 위반 및 미등록 여론조사 공표 29건, 당내경선 조사 관련 거짓·중복 응답 지시·권유·유도 27건, 여론조사결과 왜곡 공표·보도 24건 순으로 나타났다.

고발(29건)의 경우 당내경선 조사 관련 거짓·중복 응답 지시·권유·유도(13건)와 여론조사결과 왜곡 공표·보도(11건)가 대부분을 차지하였으며, 과태료 부과(10건) 건의 경우 「선거여론조사기준」에서 규정한 여론조사 시 준수사항을 위반하여 조치된 건(5건)이 가장 많았다.

또한 지난 제21대 국회의원선거 대비 여론조사결과 왜곡 공표·보도(13건→24건)와 거짓·중복 지시·권유·유도(19건→29건)로 인한 조치는 증가하였고, 여론조사 시 준수사항 위반(26건→11건)과 표본의 대표성 미확보(14건→7건)로 인한 조치는 감소하였다.

위반유형별 조치 현황

(단위: 건)

구 분	유형별	조치결과					
		계	고발	수사의뢰	과태료	경고	준수촉구
제22대 국선	전 체	127	29	2	10	46	40
	여론조사결과 왜곡 공표 · 보도	24	11	2	–	6	5
	표본의 대표성 미확보 등	7	1	–	–	4	2
	여론조사 시 준수사항 위반	11	–	–	5	4	2
	공표·보도 시 준수사항 위반	11	–	–	1	6	4
	등록사항 위반 및 미등록 여론조사 공표	29	–	–	2	11	16
	거짓·중복 응답 지시·권유·유도	27	13	–	–	9	5
	정당·후보자 등 실시 조사결과 공표·보도	11	4	–	–	5	2
	기 타	7	–	–	2	1	4

구 분	유형별	조치결과					
		계	고발	수사의뢰	과태료	경고	준수촉구
제21대 국선	전 체	117	24	1	6	48	38
	여론조사결과 왜곡 공표 · 보도	13	6	–	–	6	1
	표본의 대표성 미확보 등	14	3	–	–	6	5
	여론조사 시 준수사항 위반	26	–	–	2	9	15
	공표·보도 시 준수사항 위반	8	–	–	–	3	5
	등록사항 위반 및 미등록 여론조사 공표	16	–	–	2	6	8
	거짓·중복 응답 지시·권유·유도	19	11	–	–	8	–
	정당 · 후보자 등 실시 조사결과 공표·보도	12	2	1	–	6	3
	기 타	9	2	–	2	4	1

① 여론조사결과 왜곡 공표 · 보도

실제 실시되지 않은 선거여론조사 결과를 작출하여 네이버밴드 등 SNS에 공표한 사례, 서로 다른 설문 문항의 결과값을 취사·선택하여 임의 산출한 후보자별 지지도 결과를 페이스북 등 SNS에 게시한 사례, 여론조사 결과 지지도 1위를 한 사실이 없음에도 여론조사에서 지지도 1위를 한 것처럼 카드뉴스를 제작하고 이를 다수의 선거구민이 참여한 카카오톡 단체대화방에 게시한 사례, 방송 프로그램에 출연하여 진행자의 질문에 출처가 확인되지 않은 여론조사 결과를 공표한 사례, 교차분석표상 유리한 결과값만을 짜깁기하여 마치 후보자 가상대결에서 본인이 1위를 한 것처럼 표현한 선거여론조사 결과를 다수의 선거구민에게 문자메시지로 발송한 사례 등이 있었다.

② 표본의 대표성 미확보 등

해당 조사대상의 전계층을 대표할 수 있도록 피조사자를 선정하여야 함에도 거주지역을 확인할 수 없는 표본추출틀을 사용하여 선거여론조사를 실시한 사례, 도 지역을 대상으로 표본수 1,000명 단위의 여론조사를 실시하면서 당초 조사지역과 별도로 관내 지역구 국회의원선거 선거구별 조사결과를 얻고자 선거구별로 표집된 소수 표본을 대상으로 분석한 선거여론조사결과를 자사 홈페이지에 게시한 사례, 출처가 불분명한 자사 보유 DB를 사용하여 선거여론조사를 실시한 사례 등이 있었다.

③ 여론조사 시 준수사항 위반

일부 응답완료 사례를 조사분석 대상에서 제외하거나 피조사자의 응답값을 허위 기재하는 등 결과를 왜곡할 수 있는 조사·분석방법을 사용한 사례, 선거구 변경에 따라 조사지역에서 제외되어야 하는 지역을 포함하여 조사한 후 그 결과를 조사의뢰자에게 전달하여 공표·보도되게 한 사례, 「선거여론조사기준」에서 규정한 가중값 배율 범위 및 최소 표본수를 준수하지 아니한 사례, 특정 후보자에게 긍정적 이미지나 편향된 응답을 유도할 수 있는 질문지를 작성하여 선거여론조사를 실시한 사례 등이 있었다.

④ 공표·보도 시 준수사항 위반

다수의 선거구민에게 문자메시지를 발송하거나 SNS, 인터넷신문 등 다양한 매체를 통해 선거여론조사결과를 인용 공표·보도하면서 「선거여론조사기준」이 정한 함께 공표·보도하여야 할 사항을 누락한 사례가 다수 있었다.

⑤ 등록사항 위반 및 미등록 여론조사 공표

중앙심의위원회 홈페이지에 「선거여론조사기준」에서 규정한 등록사항 일부를 사실과 다르게 등록하거나 공표·보도 전까지 등록하지 아니한 사례, 언론사가 최초 공표·보도 예정일시 도래 전 선거여론조사결과를 기사화하여 공표·보도한 사례, 비공표용으로 실시한 선거여론조사결과를 다수의 선거구민이 참여한 카카오톡 단체대화방에 게시한 사례 등이 있었다.

⑥ 거짓·중복 응답 지시·권유·유도

당내경선 여론조사결과에 영향을 미치기 위하여 문자메시지나 카카오톡 단체대화방, 네이버밴드 등 SNS를 통해 다수의 선거구민과 지역 당원을 대상으로 연령대·지지정당·지지후보·당원 여부 등을 거짓으로 응답하도록 권유·유도하는 사례가 다수 있었다.

⑦ 정당·후보자 등 실시 조사결과 공표·보도

방송프로그램에 출연하여 진행자의 질문에 응답하는 과정에서 정당이 실시한 선거여론조사결과를 공표한 사례, 당내경선 관련 정당이 실시한 후보자 적합도 조사 결과를 다수의 선거구민이 참여한 카카오톡 단체대화방, 네이버밴드 등 SNS에 게시한 사례, 정당이 실시한 선거여론조사결과를 자당 출입기자단에게 보도자료로 배포한 사례 등이 있었다.

⑧ 기타

후보자 등이 선거에 관한 여론조사 실시 신고의무를 위반한 사례, 변경신고를 하지 아니하고 신고한 내용과 다르게 설문 문항을 일부 수정하여 여론조사를 실시한 사례, 심의위원회의 자료제출 요구에 거짓 자료를 제출한 사례 등이 있었다.

라. 위반자(신분)별

선거여론조사기관 37건, 일반인(자원봉사자 등) 28건, 언론사(언론인) 21건, 기타(선거사무관계자 등) 18건, (예비)후보자 12건, 정당관계자 10건, 여론조사기관·단체 1건으로 선거여론조사기관과 일반인(자원봉사자 등)이 상대적으로 많은 조치를 받았다.

중대 선거여론조사 범죄로 고발 조치된 총 29건의 경우 일반인(자원봉사자 등) 10건, 기타(선거사무관계자 등) 6건, (예비)후보자와 정당관계자 각 5건, 언론사(언론인) 2건, 선거여론조사기관 1건으로, 자원봉사자를 포함한 일반인(34.5%)과 선거사무관계자(20.7%) 등의 비중이 높은 것을 알 수 있다.

또한 지난 제21대 국회의원선거 대비 정당관계자에 대한 조치가 크게 증가(3건→10건)하였고, 선거여론조사기관에 대한 조치는 감소(42건→37건)하였다.

위반자(신분)별 조치 현황

(단위: 건)

구 분	유형별	합계	고발	수사의뢰	과태료	경고	준수촉구
제22대 국선	전 체	127	29	2	10	46	40
	(예비)후보자	12	5	–	–	5	2
	정당관계자	10	5			4	1
	선거여론조사기관	37	1	–	9	17	10
	여론조사기관·단체*	1	–	–	–	–	1
	언론사	21	2	–	–	3	16
	일반인	28	10	2	1	10	5
	기 타	18	6	–	–	7	5
제21대 국선	전 체	117	24	1	6	48	38
	(예비)후보자	14	3	1	1	5	4
	정당관계자	3	–	–	–	2	1
	선거여론조사기관	42	2	–	3	14	23
	여론조사기관·단체*	3	2	–	–	–	1
	언론사	15	3	–	–	7	5
	일반인	26	10	–	2	12	2
	기 타	14	4	–	–	8	2

* 선거여론조사심의위원회에 등록되지 않은 여론조사 기관·단체

마. 인지수단별

지난 제21대 국회의원선거에서는 자체 모니터링 비중(58.1%)이 상대적으로 높았던 반면 제22대 국회의원선거에서는 신고·제보 75건, 자체 모니터링 50건, 이의신청 2건으로 신고·제보에 의한 조치 비중(59.1%)이 상대적으로 높았다.

인지수단별 조치 현황

(단위: 건)

구 분	유형별	합계	고발	수사 의뢰	과태료	경고	준수 촉구
제22대 국선	전 체	127	29	2	10	46	40
	이의신청	2	1	–	–	1	–
	모니터링	50	2	–	7	19	22
	신고·제보	75	26	2	3	26	18
제21대 국선	전 체	117	24	1	6	48	38
	이의신청	–	–	–	–	–	–
	모니터링	68	13	–	5	24	26
	신고·제보	49	11	1	1	24	12

제22대 국회의원선거
선거여론조사 백서

제08장

평가 및 과제

1. 종합평가 및 과제
2. 내·외부 평가

08 평가 및 과제

제1절 종합평가 및 과제

가. 제도 개선

2023. 5. 3. 중앙심의위원회는 "선거여론조사 제도개선 공청회"를 개최하여 선거여론조사의 객관성과 신뢰성 제고를 위해 심의위원회가 제시한 제도개선 방안에 대하여 정당·학회·언론·여론조사 업계 종사자 등과 인식을 공유하고 다양한 의견을 수렴하는 장을 마련하였다.

또한 2023. 7. 31. 선거여론조사기관의 등록요건 강화를 골자로 「공직선거관리규칙」을 개정하여 여론조사기관의 전문성 결여 및 저품질 여론조사 문제의 개선을 도모하였다. 개정된 규칙에 따라 등록요건을 갖추지 못한 선거여론조사기관 30개(전체의 약 3분의 1)를 2024년 1월 등록취소하였고, 2024년 2월 현지실사를 통해 변경된 등록요건 구비 및 운영상황을 점검하였다.

아울러 조사환경 변화에 따른 선거여론조사 신뢰도 문제의 개선 및 유권자의 알 권리 보장을 위해 유선전화만을 사용한 선거여론조사 공표·보도 금지, 권고 무선 응답비율 상향, 인용·공표·보도 요건 강화 등을 주요 내용으로 2023년 11월 「선거여론조사기준」을 개정하였다.

한편 여론조사 전화 증가로 인한 유권자의 피로도 증가, 휴대전화 가상번호 제공거부 급증, 특정 정치성향 응답자 과표집으로 인한 편차 발생 등의 문제가 제기되고 있어 온라인조사 활성화 등 조사환경 변화에 따른 제도 개선이 요구되고 있다.

나. 위원회 운영

심의위원회는 「공직선거법」 제8조의8제2항에 따라 국회에 교섭단체를 구성한 정당이 추천하는 각 1명과 학계, 법조계, 여론조사 관련 기관·단체 등이 추천하는 사람 등 대표성과 전문성 확보를 위해 다양한 분야의 전문가 9명으로 구성되었다.

중앙심의위원회는 제22대 국회의원선거와 관련하여 총 7회의 위원회의를 개최하였고, 시·도심의위원회는 총 36회에 걸쳐 위원회의를 개최하여 선거여론조사의 「공직선거법」 및 「선거여론조사기준」 위반 여부 등에 대하여 심의하였다.

다. 사전 예방활동

중앙 및 시·도심의위원회는 여론조사기관, 언론기관, 정당 및 후보자 등을 대상으로 여론조사 관련 주요 유의사항과 공표·보도 관련 규정 등을 적기에 안내하였다.

특히 개정사항을 반영하여 제작·배포한 『선거여론조사 가이드북』은 여론조사기관의 실무지침서로 활용되었다. 또한 최근 위반행위 유형 관련 유의사항 등을 수시 안내하여 위반행위를 사전에 예방하고자 하였으며, 위반행위 발생 시 조치의 수용성을 제고하였다.

2023. 12. 6.에는 제22대 국회의원선거 대비 선거여론조사기관 대상 "선거여론조사 설명회"를 개최하여 「선거여론조사기준」 및 제도, 각종 유의사항을 전달하였다.

한편 선거여론조사 운용기준 시달, 선거여론조사 종합사례집 작성·배포, 시·도담당자 실무연수 등 선거여론조사 관련 규정 안내 및 조치사례 전달교육을 실시하였고, 중점 단속대상 선거여론조사 범죄에 대한 선제적 대응을 위하여 중앙 및 시·도심의위원회 간 유기적 협력으로 권역별 공조체제를 마련하였다.

라. 선거여론조사 실시 신고

제22대 국회의원선거 관련 선거여론조사 실시신고 건수는 총 2,572건으로, 제21대 국회의원선거의 1,938건 대비 32.7%가량 증가하였다. 실시신고는 당내경선이 본격화된

2024년 1~2월에 집중되었으며, 해당 기간 신고건은 1,077건으로 전체 신고 중 41.8%를 차지하였다. 또한 제21대 국회의원선거 대비 공표용 조사는 건수와 비율이 모두 증가(390건, 20.1% → 1,062건, 41.3%)한 반면, 비공표용 조사는 감소(1,548건, 79.9% → 1,510건, 58.7%)하였다.

마. 선거여론조사 결과 등록

중앙심의위원회 홈페이지에 등록된 제22대 국회의원선거 관련 여론조사결과 건수는 총 2,531건으로 제21대 국회의원선거 1,589건 대비 59.3% 증가하였다. 이 중에서 조사기관 자체조사는 133건에서 643건으로 무려 383%가 증가하였으며, 비율로는 8.4%에서 25.4%로 17.0%p 증가하였다.

조사방법과 관련하여서는 제21대 국회의원선거에 비해 하나의 표본추출틀을 활용한 단일조사방법이 증가한 점이 특징으로, 표본추출틀로 휴대전화 가상번호만을 활용한 조사가 급증하여 과반(50.6%)을 차지하였다.

평균 응답률은 8.6%로 제21대 국회의원선거에서의 9.3% 대비 0.7%p 낮아졌다. 조사방법 중에서는 전화면접조사 응답률(14.1%)이 ARS조사 응답률(4.8%)보다 높았으며, 표본추출틀 중에서는 휴대전화 가상번호 응답률(10.6%)이 가장 높았다.

중앙심의위원회는 선거여론조사결과 등록 및 공표·보도 등 선거여론조사 관리의 전문성 강화를 위해 2023. 12. 11. ~ 12. 시·도심의위원회 분석·모니터링요원 실무교육을 실시하였다. 이 교육을 통해 선거여론조사 분석 및 모니터링 업무의 통일성을 제고하였으며, 등록된 모든 조사결과를 실시간으로 모니터링하여 위반행위를 신속하게 조치하였다.

바. 휴대전화 가상번호 사용

제22대 국회의원선거와 관련하여 휴대전화 가상번호를 사용한 여론조사는 1,887건으로 제21대 국선 대비 11.7%p 늘어났다. 휴대전화 가상번호 제공 건수는 총 3,353만여 건으로, 이는 지난 국회의원선거 1,325만여 건 대비 2.5배에 해당하는 수치이다. 전국 단위 조사의

경우 제공 가능한 이용자 모수 부족 사례가 발생하지는 않았으나, 지역 단위 조사의 경우 요청량 대비 제공건수가 최대 50% 부족한 경우가 있었으며, 10% 이상 부족한 사례도 23건이었다.

휴대전화 가상번호는 다른 표본추출틀보다 대다수 연령대 가중값 배율이 1에 근접하여 표집 효율성이 높고, 평균 응답률이 10.6%로 유·무선RDD(유선 3.2%, 무선 3.9%) 대비 높은 응답률을 보였다.

2017년 도입된 휴대전화 가상번호 제도는 그 중요성과 활용이 갈수록 증대되고 있으나, 선거여론조사 급증에 따른 국민 피로도 증가로 휴대전화 가상번호 제공거부 또한 증가하고 있어 휴대전화 가상번호 자원 고갈 및 제도의 실효성 저하 문제가 제기되고 있다.

사. 심의·조치

심의위원회는 제22대 국회의원선거 여론조사와 관련하여 고발 29건, 수사의뢰 2건, 과태료 부과 10건, 경고 46건, 준수촉구 40건으로 총 127건을 조치하였다. 특히 중대 위법행위에 엄정 대처하여 고발(24건 → 29건), 수사의뢰(1건 → 2건) 등 조치한 결과 제21대 국회의원선거의 총 조치건수 117건 대비 10건이 증가하였다.

고발(29건)의 경우 당내경선 여론조사 관련 거짓·중복 응답 지시·권유·유도(13건)와 여론조사결과 왜곡·조작(11건)이 대부분을 차지하였으며, 과태료 부과(10건)의 경우 「선거여론조사기준」에서 규정한 준수사항을 위반하여 조치된 건(5건)이 가장 많았다.

한편 시·도 및 구·시·군선거관리위원회와의 협업체제를 구축하여 선거구 현안·선거여론조사 관련 (예비)후보자 정황 등 정보를 유기적으로 공유하였으며, 중대한 사안에 대하여는 중앙심의위원회에서 선거여론조사 원자료 분석을 지원하여 심의·조치의 전문성·신속성 확보에 기여하였다.

2024년 제22대 국회의원선거 여론조사는 어떠했는가?

– 선거여론조사 평가 및 과제

장 덕 현
한국갤럽조사연구소
연구위원

1. 들어가며

직업이 주는 압박감 때문인지 조사를 하는 사람들은 선거가 끝나도 쉽게 쉬지 못한다. 누가 특별히 시킨 것도 아닌데 선거결과 데이터를 살펴보고 그동안의 여론조사결과도 찾게 된다. 자연스럽게 중앙여론조사심의위원회(이하 '여심위') 홈페이지를 뒤진다. 언론사 기사를 건건이 검색하던 과거와 비교하면 매우 획기적인 변화다. 매우 생소하던 선거여론조사 심의제도에 익숙해지고, 제도를 통해 축적된 정보를 활용한다. 여론조사를 하려면 휴대전화 가상번호도 구입해야 하므로 여심위 없는 여론조사를 상상하기 어렵다.

2014년 지방선거는 여심위 출범 후 첫 번째 전국선거였다. 당시의 소회는 '이런 절차를 따르다 보니 매우 불편하다. 전문성을 너무 침해한다. 기분 나쁘다. 하지만 과정에 더 신경이 쓰인다는 긍정적인 측면이 있다.' 정도였다. 벌써 10년이 지났다. 그동안 두 번의 대통령선거, 각각 세 번의 지방선거와 국회의원선거를 치렀다. 좋든 싫든 이제 선거여론조사와 여심위가

공존하며 떼려야 뗄 수 없게 되어버렸다.

2024년에는 국회의원선거가 치러졌다. 여심위 출범 10주년이자 우리나라 최초 여론조사회사인 한국갤럽이 50주년을 맞는 해이기도 하다. 제도도 정착되었고 조사 경험도 풍부해졌지만, 여론조사의 신뢰성이 그만큼 체감되지 않는다. 조사의 현실은 어둡고, 응답률 하락, 여론조사의 정치화 등 해결과제는 수두룩하다.

국회의원선거 결과는 야당의 압승으로 끝났다. 정부 심판론이 거셌다. 여론조사들은 대부분 야당이 크게 이길 것을 예상했다. 그러나 선거여론조사에 대한 전반적 평가는 그렇게 긍정적이지는 않다. 그 이유는 야당 후보 지지도를 더 후하게 본 야당 과대 편향 때문이다.

여론조사는 여론을 측정하는 유용한 도구이지만 완벽한 도구는 아니다. 일단 조사시기와 투표시기의 차이가 있다. 여론조사는 유권자 전체를 대상으로 하지만 모두가 투표하지 않기 때문에 간극이 생긴다. 어느 후보의 지지자가 더 투표했는지 알 수 없다. 이러한 것들이 영향을 주지 않더라도 조사 자체에는 에러가 있다.

조사를 한다는 것은 여러 가지 일들의 연속이다. 전화번호를 적절히 추출해야 하고, 꼼꼼히 연락하고 연결된 사람들을 잘 설득해서 응답을 받아야 한다. 질문을 편향되지 않게 구성하는 것도 중요하다. 조사원을 섭외하고, 교육하고, 관리하는 일도 있다. 이러한 전체 과정을 통해서 조사 데이터가 수집되는 것이다. 그리고 그 과정 중에 오류가 있을 수 있다. 하나라도 삐걱거리는 문제가 있다면 불량품이 나올 수 있다. 이러한 것들이 모두 완벽하더라도 전체 유권자 중 일부를 조사하기 때문에 나타나는 변산성(variability), 표본오차가 있다.

반면 여론을 아는데 있어 여론조사만 한 것이 없다. 과정을 잘 관리하고 문제를 차근차근 해소해 나간다면 표본오차 범위 내 추정이 가능하다. AI, 유튜브 콘텐츠, SNS 게시글에 비해 과학적으로 검증된 접근이다.

선거가 끝나면 조사하는 사람들은 결과를 정리하고 오류를 생각하고 앞으로 어떤 과제를 해 나갈지 생각한다. 그래서 여론조사가 좀 더 과학적이 될 수 있는 방법을 찾아 나선다. 당장 개선할 수 있을지 알 수 없지만 이러한 과정이야말로 과학적 접근이라고 믿는다.

본 글에서는 제22대 국회의원선거에서 여론조사를 평가하고자 한다. 평가의 기준은 선거 득표율이다. 선거 득표율은 전체적인 투표자의 의사가 표출된 것이다. 앞서 언급했듯 시점의 차이, 투표자와 유권자 차이가 있다. 완벽한 표본이라 해도 변심했거나 투표하지 않을 수 있다. 그러나 분석을 위해 이러한 영향은 없거나 미미하다고 가정하자. 이것은 알 수도 없고, 측정되기도 어렵다.

오차에는 편향과 변산성 두 가지 요소가 있다. 편향은 예측값들이 참값으로부터 평균적으로 얼마나 벗어나 있는지, 변산성은 예측값들이 퍼진 정도를 말한다. 표적을 예로 들면, 탄착군(彈着群)이 중심으로 벗어난 정도는 편향, 탄착군이 퍼진 정도는 변산성(잡음)을 의미한다(대니얼 카너먼 등, 2022). 편향으로 오차 평균, 변산성으로 오차 표준편차를 함께 제시한다(장덕현·조성겸, 2015).

먼저 지난 세 번의 국회의원선거에서 지역구 선거여론조사의 후보 지지도와 득표율의 차이를 살펴본다. 다음으로 이번 선거에서 비례대표 정당 지지도와 득표율의 차이를 분석한다. 지역별, 조사방법별, 조사회사별 비교를 통해 선거여론조사의 현재를 평가하고 향후 과제에 대해 논의하고자 한다.

2. 제22대 국회의원선거 지역구 선거여론조사 평가

먼저 지역구 선거여론조사를 평가해 보자. 선거여론조사와 선거 득표율 비교를 위해서는 두 가지 작업을 선행해야 한다.

선거여론조사는 '지지후보 없다, 모르겠다, 결정하지 않았다'(이하 부동층)를 포함한다. 이들을 어떻게 처리하는지가 관건이다. 여기엔 몇 가지 가정을 적용할 수 있다. 첫째, 부동층은 응답자들과 동일한 태도를 보일 것으로 보고, 주요 후보가 응답된 비례대로 배분하는 것이다. A가 50, B가 30이고 20이 부동층이라면, 부동층 20은 A 12.5, B 7.5로 나뉜다. 둘째, 부동층은 무작위 선택할 것으로 보아 주요 후보에 동등하게 배분한다. A 10, B 10이 더해진다. 셋째, 부동층은 실제 태도를 감춘 것으로 보아 응답된 비율의 반비례로 배분한다. A 7.5, B 12.5

를 더한다(Johns, 2005). 부동층을 균등 배분하는 것이 가장 중립적이고 경험에도 부합한 안이다(Lavrakas & Traugott, 2000). 균등 배분 시 지지도의 차이는 변하지 않는다. 앞선 사례에서 20의 차이는 배분 전후 똑같다.

다음으로 선거 득표율과 후보지지도 비교 시 고려될 사항은 유권자와 투표자 차이다. 여론조사의 연령별 비율은 유권자 전체를 기준으로 하지만 투표율은 연령대별로 차이가 있다. 따라서 연령대별 투표율을 곱해 이를 반영한 후의 결과 비교가 바람직하다. 제21대, 제22대 국회의원선거 선거여론조사는 이런 절차를 선행했다.

이후 더불어민주당과 보수 대표 정당(새누리당, 미래통합당, 국민의힘) 후보의 지지도 차이를 실제 득표율 차이와 비교하였다. 따라서 양대 정당 경쟁 구도가 아닌 지역구는 모두 제외했다. 지지도 차이기 때문에 A후보가 4%P 올라가면 B후보는 4%P 내려가며, 차이는 지지도 변화의 2배인 8%P가 된다. 지지도 차이와 득표율 차이의 갭(Gap)을 오차로 보며, 전체 지역구의 평균, 표준편차를 계산한다

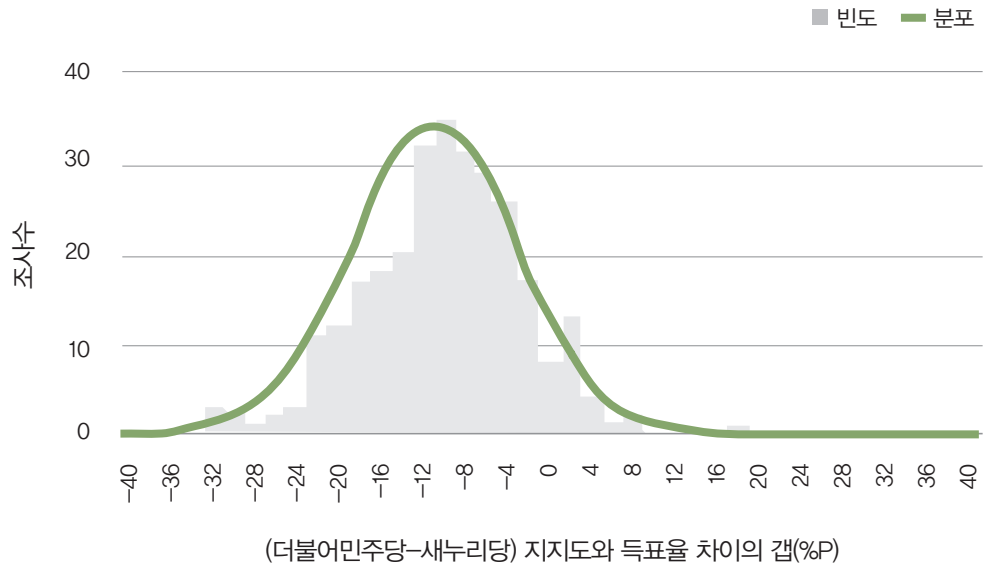
1) 2016년

제20대 국회의원선거에서 여론조사는 처참한 결과를 보여줬다. 이는 예견된 일이었다. 유선전화 표본추출틀을 주로 사용했기 때문이다. 2010년 지방선거에서 큰 오차를 낸 이후로 유선전화만을 이용한 조사는 사실상 금기시되었다. 하지만 언론과 조사회사는 왜 그랬을까? 이유는 휴대전화 가상번호가 제공되지 않았기 때문이다. 이때는 표본추출틀뿐 아니라 전화면접, ARS, 앱 등의 여러 조사방법이 다양한 비율로 혼합되었다.

2016년 3월 28일부터 4월 6일까지 조사된 290건의 조사결과를 분석했다. 더불어민주당과 새누리당의 지지도와 득표율 차이를 비교한 결과 평균 −11%P의 오차를 보였다. 그만큼 새누리당 쪽으로 치우쳐 있었다. 변산성을 나타내는 표준편차는 7.7%P이다. 지역구별 500명을 조사할 때 표본오차가 4.4%P이다. 변산성은 그 정도가 되어야 한다. (연령대별 투표율은 가중하지 않았다. 이를 적용했다면 고연령대 비중이 증가해 보수로 더 치우쳤을 것이다.)

언론이 수집한 각 조사회사의 예상 의석수는 새누리당이 절반을 넘어 여유 있게 승리하는 것이었으나 실제로는 더불어민주당이 1석 앞섰다(더불어민주당 123석, 새누리당 122석). 휴대전화가 보편화되었지만, 유선전화 표본추출틀을 사용했기 때문에 조사회사들은 여심위 「선거여론조사기준」 중 연령대별 가중배율인 0.4~2.5(현재는 0.7~1.5)를 맞추기 어려웠다. 유선전화로 수도권 20대를 찾는 것은 불가능에 가까웠다. 이런 조사가 잘 될 리 없다. 전체 모집단을 포함하지 않은 왜곡된 추출틀로 조사대상자를 선정한다면 그 결과는 명확하다. 콩 심은 데 팥이 날 리 만무하다. 최근 온라인조사에서 확률추출에 따르지 않는 자원자 패널로 표본수를 채우는 경우가 있다. 검증 불가한 이런 접근은 하지 말아야 하고 언론도 인용하지 않아야 한다.

그림 1. 2016년 제20대 국회의원선거 지역구 선거여론조사 오차



* 2016년 3월 28일 ~ 4월 6일 290건, 양대 정당 경쟁 선거구 대상

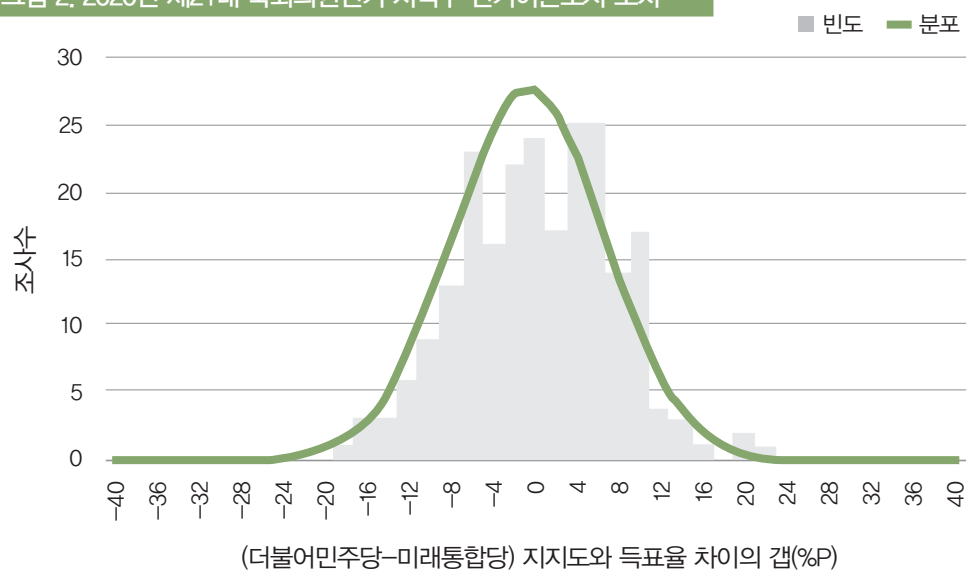
표 1. 2016년 제20대 국회의원선거 지역구 선거여론조사 오차 - 시·도별

시·도	조사수	오차 평균(%P)	오차 표준편차(%P)
서울	77	-11.2	6.8
부산	15	-12.3	4.4
인천	19	-10.3	7.0
대전	14	-14.7	10.7
경기	95	-10.3	9.0

시·도	조사수	오차 평균(%P)	오차 표준편차(%P)
강원	7	–10.6	6.7
충북	19	–9.4	4.2
충남	15	–9.5	6.3
경남	12	–17.1	8.2
제주	17	–10.6	3.9
전체	290	–11.0	7.7

* 2016년 3월 28일~4월 6일, 양대 정당 경쟁 선거구 대상

그림 2. 2020년 제21대 국회의원선거 지역구 선거여론조사 오차



*2020년 3월 28일~4월 8일 235건, 양대 정당 경쟁 선거구 대상 투표자 조사의 선거구별, 연령대별 투표율 가중 적용

표 2. 2020년 제21대 국회의원선거 지역구 선거여론조사 오차 - 시·도별

시·도	조사수	오차 평균(%P)	오차 표준편차(%P)
서울	43	–0.1	6.8
부산	32	2.4	6.2
인천	11	–6.8	6.3
대전	6	–0.5	4.4
울산	2	–8.6	2.9
세종	5	–5.7	9.0

시·도	조사수	오차 평균(%P)	오차 표준편차(%P)
경기	47	−0.8	7.2
강원	19	2.0	7.0
충북	13	−1.7	8.1
충남	20	0.7	5.3
경남	27	−2.3	7.8
제주	10	−2.2	4.9
전체	235	−0.6	7.2

*2020년 3월 28일~4월 8일, 양대 정당 경쟁 선거구 대상 투표자 조사의 선거구별, 연령대별 투표율 가중 적용

2) 2020년

제21대 국회의원선거에서 처음으로 언론과 조사회사가 선거여론조사에 휴대전화 가상번호를 활용했다(전국선거 중 최초는 2018년 지방선거). 표본추출틀 개선의 효과는 명확했고 그 중요성을 여실히 보여줬다. 돌이켜보면, 휴대전화 표본추출틀 확보는 2000년대 들어서 조사업계의 화두이자 가장 중요한 과제였다. 2010년 지방선거는 유선전화 여론조사의 오류가 매우 컸다. 여심위 출범의 계기가 되었고, 조사회사의 전국 여론조사는 휴대전화 RDD(random digit dialing) 중심으로 전환되었다. 그러나 세부 지역 단위로는 마땅한 표본추출틀을 확보하지 못했다.

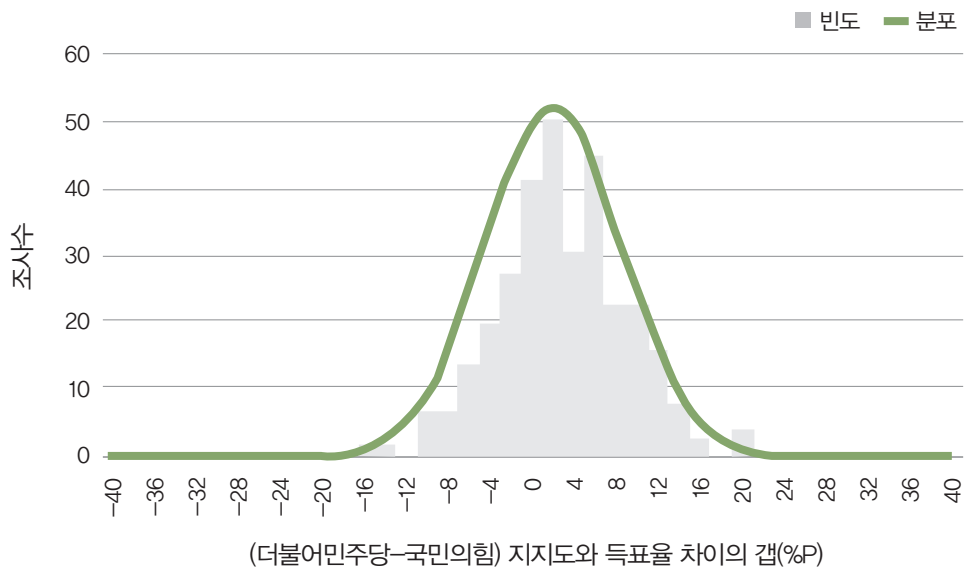
2020년 3월 28일부터 4월 8일까지 조사된 235건 조사 결과를 분석했다. 더불어민주당과 미래통합당의 지지도와 득표율 차이를 비교했으며, 사후적으로 공개된 투표자조사의 선거구별 연령대 투표율을 반영했다. 오차 평균은 −0.6%P, 표준편차는 7.2%P였다. 변산성은 여전했으나 편향은 거의 사라졌다.

휴대전화 가상번호가 없었다면 아마도 선거여론조사는 불신의 늪에서 헤어 나오기 어려웠을 것이다. 대단한 혼란이 있었을 것이다. 표본추출틀의 충분한 포함률은 확률 추출의 기본이며, 가장 전제가 되는 조건이다. 표본추출틀의 특성대로 조사결과가 나온다. 여심위 제도에 대해 다양한 의견이 있을 수 있으나 휴대전화 가상번호 도입은 현재까지 가장 큰 기여점이다.

3) 2024년

제22대 국회의원선거 선거여론조사는 전화조사 비수신, 거절률이 높았지만 휴대전화 가상번호 도입으로 편향은 상당히 해소된 것으로 생각되었다. 후보자들이 문자, ARS 홍보를 대규모로 하고 있는 점, 보이스피싱 등 불법행위들도 횡행하는 점들이 조사환경을 악화시키는 불안요소다. 또한 정부심판론이 거셌고, 전통적으로 보수적 성향의 지역(부산, 경남 등)에서도 그러했다. 정부 심판론이 실제 투표로 이어질지가 관심이었다. 2024년 3월 21일부터 4월 3일까지 328건 조사의 후보 지지도와 실제 득표율 차이를 비교했다. 후보 지지도는 2020년 투표자 조사의 시도별 연령대 투표율을 반영했다. 오차 평균은 1.9%P로 더불어민주당 쪽으로의 편향이 있었다. 표준편차는 6.4%P로 전보다는 감소했다. 전체적인 편향이 크지 않다고 생각할 수 있으나 지역별로 보면 그렇지 않았다. 부산 27개 조사의 오차 평균은 8.5%P다. 부산은 18개 지역구 중 북구갑에서 더불어민주당 후보가 유일하게 당선, 이외는 모두 국민의힘 후보가 당선됐다. 여론조사 상으로는 더불어민주당 후보가 우세하거나 경합하는 지역이 많았다. 부산 수영구는 국민의힘과 무소속 후보가 보수표를 분산해 더불어민주당 후보가 가장 앞선 결과가 많았다. 실제 보수표는 국민의힘 후보에 집중됐다.

그림 3. 2024년 제22대 국회의원선거 지역구 선거여론조사 오차



* 2024년 3월 21일~4월 2일 328건, 양대 정당 경쟁 선거구 대상 제21대 총선 투표자 조사의 시도별, 연령대별 투표율 가중 적용

표 3. 2024년 제22대 국회의원선거 지역구 선거여론조사 오차 - 시·도별

시·도	조사수	오차 평균(%P)	오차 표준편차(%P)	선거구수
서울	71	3.1	5.0	48
부산	**27**	**8.5**	**7.4**	**18**
인천	39	0.7	4.8	14
대전	11	−1.0	4.5	7
울산	1	9.4	0.0	6
경기	89	2.4	5.4	60
강원	22	−3.6	4.2	8
충북	10	−0.6	2.5	8
충남	27	−3.0	6.3	11
경남	**22**	**3.8**	**8.8**	**16**
제주	9	2.0	4.2	3
전체	328	1.9	6.4	199

* 2024년 3월 21일~4월 2일, 양대 정당 경쟁 선거구 대상 제21대 총선 투표자 조사의 시도별, 연령대별 투표율 가중 적용

편향 발생의 이유는 다양하다. 보수 지지자들이 덜 응답했을 가능성, 지지 의사를 밝히기 꺼렸을 가능성이 있다. 선거일을 앞두고 마음을 바꾸거나, 지지 후보를 결정하지 못했던 사람들이 마음을 정했을 수 있다. 특히 정권 심판론으로 진보 야당이 우세한 상황에서 전통적으로 보수적인 지역 유권자들이 심적 갈등을 느꼈으며, 이러한 점이 선거여론조사와 투표행동의 차이를 발생시켰을지 모른다. 이러한 다양한 요인들을 사전에 예상하거나 측정할 수 있는가가 문제 혹은 과제일 수 있다.

4) 조사방법별 비교

선거여론조사의 조사방법은 대부분 전화조사다. 전화조사는 현재 전화면접(CATI)과 ARS 방식으로 이뤄진다.

전화면접은 조사원이 직접 질문하고 응답을 받기 때문에 좀 더 협조도와 신뢰성을 높일

수 있는 방법이다. ARS는 녹음된 목소리를 듣고 스스로 번호를 선택해 응답하기 때문에 응답자의 자발성이 더 많이 개입된다. 전화면접이 ARS 대비 응답률도 높고, 고품질인 것으로 인식된다. 두 접근은 어떤 차이를 보였을까?

2020년 분석 대상 235건 여론조사 중 134개가 ARS, 전화면접이 96건, 4건은 두 방법의 혼합이었다. ARS는 오차 평균 −2.4%P, 전화면접 1.9%P로 다른 방향의 편향이 있었다. 오차 표준편차는 7.2%P, 6.4%P였다. 변산성은 전화면접이 조금 작았다.

2024년 분석대상 328건 중 ARS 166건, 전화면접 161건, 혼합은 1건이 있었으며 오차 평균은 ARS 0.9%P, 전화면접 2.9%P로 ARS 편향이 작았다. 표준편차는 ARS 6.9%P보다 전화면접이 5.6%P로 작았다. 즉 편향은 전화면접이, 변산성은 ARS가 컸다. 이러한 결과는 지역구 선거여론조사에서 전화면접이 ARS 대비 품질 우위를 보이지 못한다는 것을 보여준다.

ARS는 낮은 응답률로 편향이 더 클 것으로 예상되지만 그렇지 않았다. 응답률 자체는 편향을 전적으로 설명하지 못한다(Groves & Peytcheva, 2008). 편향 발생의 조건이 있는데 대표적으로 주제 관심도가 영향을 준 경우다(Groves et al, 2004). 지역구 선거는 여야 또는 보수, 진보를 대표하는 양대 정당후보가 경쟁한다. 보수층이든 진보층이든 정치 관심층과 비관심층을 일정하게 포함한다. 만약 특정 정치성향에서 관심층별로 지지자가 분화되었다면 어떨까? 비례대표 정당투표는 조국혁신당이 등장하면서 더불어민주연합과 조국혁신당 두 정당으로 진보의 분화가 예상된다.

표4. 2020년 제21대 국회의원선거 지역구 선거여론조사 오차 - 조사방법별

조사방법	조사수	오차 평균(%P)	오차 표준편차(%P)
ARS	135	−2.4	7.2
전화면접	**96**	**1.9**	**6.4**
혼합	4	−1.0	7.8
전체	235	−0.6	7.2

* 2020년 3월 28일~4월 8일, 양대 정당 경쟁 선거구 대상 투표자 조사의 선거구별, 연령대별 투표율 가중 적용

표5. 2024년 제22대 국회의원선거 지역구 선거여론조사 오차 - 조사방법별

조사방법	조사수	오차 평균(%P)	오차 표준편차(%P)
ARS	166	0.9	6.9
전화면접	161	2.9	5.6
혼합	1	7.0	0.0
전체	328	1.9	6.4

* 2024년 3월 21일~4월 2일, 양대 정당 경쟁 선거구 대상 제21대 총선 투표자 조사의 시도별, 연령대별 투표율 가중 적용

3. 제22대 국회의원선거 비례대표 선거여론조사 평가

비례대표 정당인 국민의미래는 2월 27일 공식적으로 선관위에 등록됐고, 더불어민주연합과 조국혁신당은 3월 7일 공식 등록됐다. 3월 8일 이후 비례대표 정당지지도가 포함된 조사건수는 모두 54건이다.

비례대표 정당지지도에도 부동층(없음/모름/응답거절)이 포함된다. 여러 당의 경쟁이므로 지역구 후보 지지도처럼 지지도 차이를 기준으로 할 수 없다. 따라서 세 개 정당의 상대 지지도를 계산하고 이를 실제 득표율(상대 득표율)과 비교했다. 지역구에서와 마찬가지로 연령대별 투표율 가중을 부여했다. 연령대별 투표율은 직전 제21대 국회의원선거의 투표자 조사를 참고했다.

정당별 상대 지지도와 득표율의 차이를 평균한 것이 편향, 차이의 표준편차는 변산성을 의미한다. 1,000명 조사에서 표준오차만 발생하고 다른 오차가 없다면 오차의 표준편차는 1.5%P로 예상된다.

1) 전체

3월 8일 이후 54건 전국조사에서 나타난 비례대표 정당 지지도의 오차 평균은 더불어민주연합 −5.1%P, 국민의미래 −0.6%P, 조국혁신당은 5.7%P다. 더불어민주연합을 과소하게 봤고, 그만큼 조국혁신당으로 과대 추정했다. 오차 표준편차는 2.5%P, 3.2%P, 3.9%P다. 조국혁신당의 변산성이 상대적으로 컸다.

표6. 2024년 제22대 국회의원선거 비례대표 선거여론조사 오차

	더불어민주연합	국민의미래	조국혁신당
오차 평균(%P)	–5.1	–0.6	5.7
오차 표준편차(%P)	2.5	3.2	3.9

* 2024년 3월 8일~4월 2일 54건, 3개 정당 비례대표 상대 지지도와 상대 득표율 차이
제21대 총선 투표자 조사의 연령대별 투표율 가중 적용

그림 4. 2024년 제22대 국회의원선거 비례대표 선거여론조사 오차 – 더불어민주연합

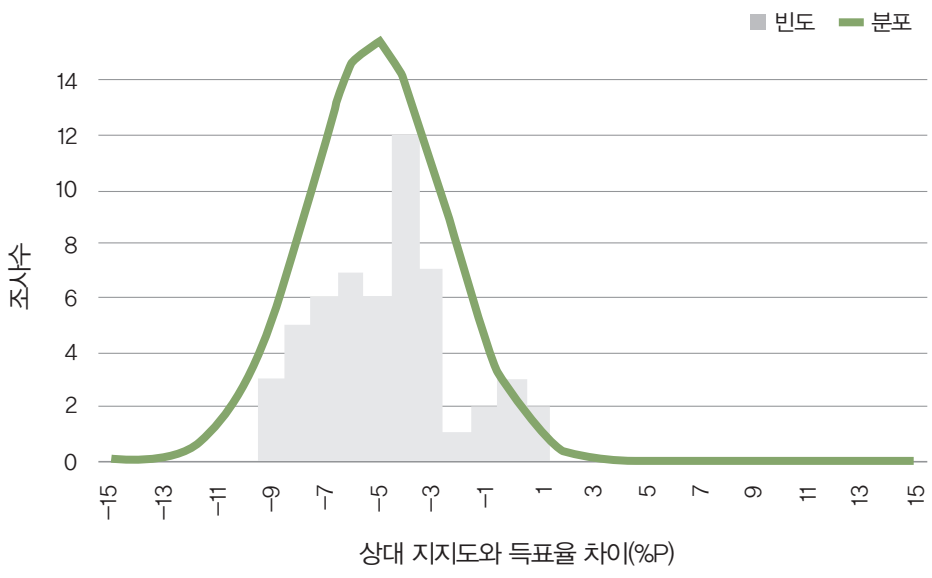


그림 5. 2024년 제22대 국회의원선거 비례대표 선거여론조사 오차 – 국민의미래

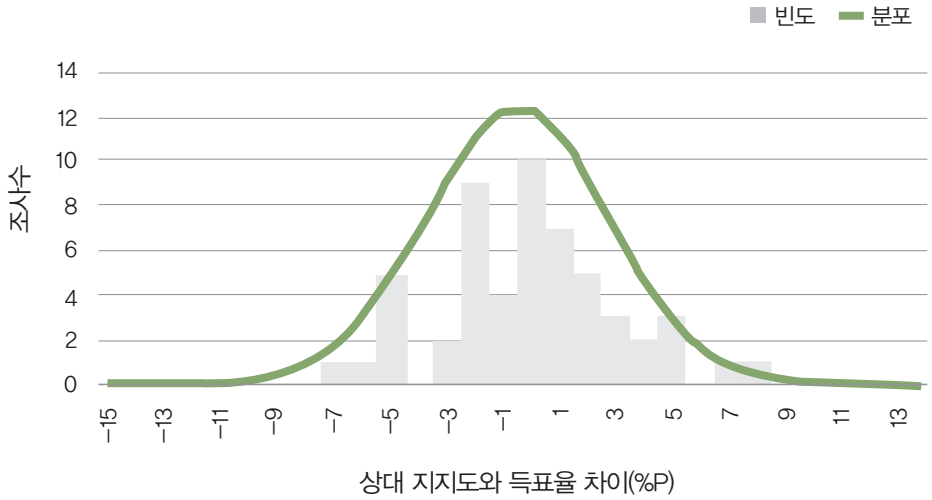


그림 6. 2024년 제22대 국회의원선거 비례대표 선거여론조사 오차 – 조국혁신당

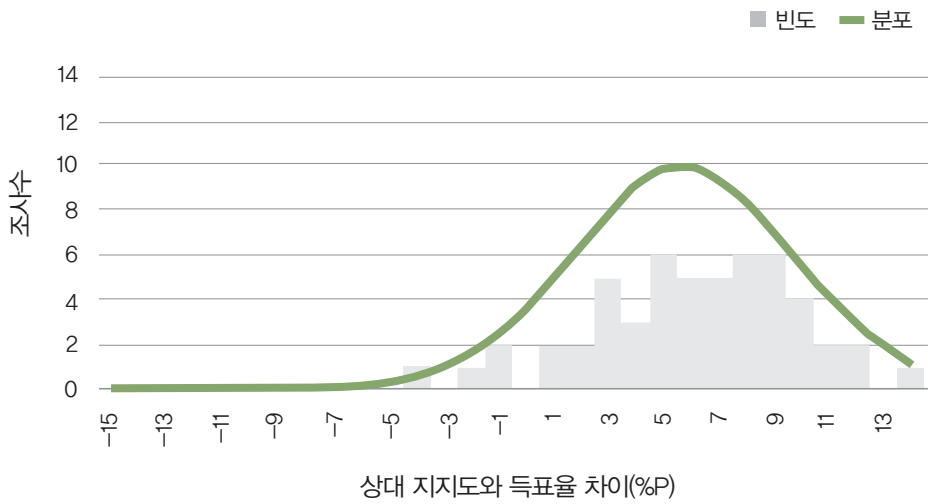


표7. 2024년 제22대 국회의원선거 비례대표 선거여론조사 오차 - 조사방법별(단위: %P)

조사방법		더불어민주연합	국민의미래	조국혁신당
ARS (33건)	오차 평균	–5.9	–0.7	6.7
	오차 표준편차	2.2	2.6	2.8
전화면접 (21건)	오차 평균	–3.9	–0.2	4.2
	오차 표준편차	2.6	3.9	4.8

* 2024년 3월 8일~4월 2일, 3개 정당 비례대표 상대 지지도와 상대 득표율 차이
제21대 총선 투표자 조사의 연령대별 투표율 가중 적용

표8. 2024년 제22대 국회의원선거 비례대표 선거여론조사 오차 - 조사방법별, F사 제외(단위: %P)

조사방법		더불어민주연합	국민의미래	조국혁신당
ARS (30건)	오차 평균	–6.0	–0.6	6.7
	오차 표준편차	2.2	2.7	2.9
전화면접 (18건)	오차 평균	–3.7	0.8	2.9
	오차 표준편차	2.7	3.1	3.9

* 2024년 3월 8일~4월 2일, 3개 정당 비례대표 상대 지지도와 상대 득표율 차이
제21대 총선 투표자 조사의 연령대별 투표율 가중 적용

표9. 2024년 제22대 국회의원선거 비례대표 선거여론조사 오차 - 조사회사별

조사회사	조사수	더불어민주연합		국민의미래		조국혁신당	
		오차 평균 (%P)	오차 표준편차 (%P)	오차 평균 (%P)	오차 표준편차 (%P)	오차 평균 (%P)	오차 표준편차 (%P)
A사(ARS)	4	-6.2	1.5	0.4	3.6	5.8	3.1
B사(ARS)	4	-6.8	1.7	-2.4	1.2	9.2	1.9
C사(ARS)	4	-4.3	2.4	-1.5	2.7	5.8	3.2
D사(ARS)	4	-5.1	1.2	1.1	1.2	3.9	2.3
E사(ARS)	5	-7.3	0.6	0.3	2.7	6.9	2.8
F사(ARS,전화면접)	6	-5.1	1.3	-4.3	2.4	9.3	3.0
G사(전화면접)	4	-1.4	1.2	0.5	2.0	0.8	2.2
H사(전화면접)	4	-5.0	0.6	2.1	3.4	2.9	2.9
I사(전화면접)	3	-1.4	2.6	0.9	2.6	0.5	3.8

* 2024년 3월 8일~4월 2일, 3개 정당 비례대표 상대 지지도와 상대 득표율 차이
제21대 총선 투표자 조사의 연령대별 투표율 가중 적용

2) 조사방법별

조사방법별로 비교했다. ARS 33건, 전화면접은 21건이다. 조국혁신당 오차 평균은 ARS 6.7%P, 전화면접 4.2%P다. 더불어민주연합은 -5.9%P, -3.9%P로 조국혁신당과 반대 편향이 있었다. 오차 표준편차는 조국혁신당 기준 ARS 2.8%P, 전화면접 4.8%P로, 오히려 전화면접에서 변산성이 더 컸다.

두 방식을 모두 실시한 F사의 경우 전화면접을 한 다른 회사들과 차이가 컸기 때문에 이를 제외하고 볼 필요가 있다. 이 경우 조사방법보다는 하우스이펙트의 영향이 더 컸다고 볼 수 있다. 각각 F사 조사 3건을 제외하면 ARS는 차이가 거의 없는 반면, 전화면접은 조국혁신당 오차 평균이 4.2%P에서 2.9%P로 줄었다. 더불어민주연합은 변화가 없지만 국민의미래가 -0.2%P에서 0.8%P로 늘었다.

3) 조사회사별

세 건 이상 조사한 회사는 아홉 개였다. 이 중 다섯 개 회사는 ARS, 세 개 회사는 전화면접을 했고, 한 개 회사는 두 방법을 모두 실시했다.

ARS를 한 A부터 E사까지는 조국혁신당 오차 평균이 3.9%P ~ 9.2%P 범위에 있었다. 더불어민주연합 오차 평균은 -7.3%P ~ -5.1%P였다. 정도 차이는 있으나 조국혁신당 과대, 더불어민주연합을 과소 추정하는 경향은 같았다.

전화면접을 한 회사의 경우 G와 I사 대비 H사의 편향이 컸다. H사는 더불어민주연합 오차 평균이 -5.0%P, 조국혁신당은 2.9%P다. 두 방식을 모두 한 F사는 조국혁신당 오차 평균이 9.3%P이고 더불어민주연합 -5.1%P, 국민의미래 -4.3%P였다. 그만큼 진보 편향이 강했다. 조사를 구성하는 다양한 요소들 중 조사회사의 정치적 중립성이 매우 중요함을 새삼 확인할 수 있다.

ARS와 전화면접의 차이는 왜 발생하는 것일까? ARS에서 조국혁신당 지지도가 더 높게 나타나는 것은 정치관심도의 차이가 영향을 준 것 같다(박인호 등, 2019; 장덕현, 2021). 진보 성향의 유권자들은 정치 관심도에 따라 선택이 달랐다. 한국갤럽 데일리 오피니언 3월 4주차 결과를 정치 관심도별로 살펴보면 조국혁신당 지지도는 고관심층에서 가장 높고, 관심도가 낮아질수록 하락했지만 더불어민주연합은 고관심층보다 약관심층에서, 그보다는 저관심층에서 높았다. 관심도가 낮을수록 부동층이 늘기 때문에 정당지지도는 하락하는 것이 자연스럽다. 그만큼 저관심일수록 더불어민주연합을 선택했다는 의미다. ARS에는 정치 고관심층 비중이 크기 때문에 조국혁신당 지지도가 상대적으로 높을 수 있다.

표10. 정치 관심도별 비례대표 정당 지지도: 데일리 오피니언(3월 4주, n=1,001)

	가중후 사례수	더불어민주연합	국민의미래	조국혁신당	부동층
전체	1,001	22	34	22	13
고관심	283	18	41	29	4
약관심	478	23	34	24	9
저관심	162	29	26	13	25
무관심	78	17	22	6	50

표11. 최초 질문/재질문별 비례대표 정당 지지도: 데일리 오피니언(3월 4주, n=1,001)

질문	더불어민주연합	국민의미래	조국혁신당	부동층
최초 질문	19	31	22	20
재질문	**3**	**3**	**0**	**13**
최초+재질문	22	34	22	13

그렇다면 전화면접을 하는 회사 간 차이가 발생한 이유는 무엇일까?

H사는 선택항목 중 '아직 결정하지 않았다', '투표할 정당이 없다'가 포함되어 있다. 다른 회사들은 '투표할 정당이 없다' 하나를 제시하는 것이 일반적이다. 선택지가 많으니 지지정당을 밝히지 않은 부동층 비율이 상대적으로 많다(25 ~ 29%). G사는 그 비율이 11 ~ 14%, I사는 20 ~ 24%다. 이러한 응답은 비본질적 응답(non-substantive response)으로 볼 수 있다. 단지 생각하기 싫어서 또는 자신의 의견을 드러내기 귀찮아서 응답하지 않기도 하며, 일부는 스스로를 감추기 위해 응답을 회피한다(오인환, 1992; Johns, 2005; Raaijmakerset al, 2000). 재질문을 통해 확인(probing)하는 것이 필요하다. 데일리 오피니언 3월 4주 조사에서는 최초 질문에서 부동층에게는 어느 정당 투표가 조금이라도 나은지를 다시 물었다.

최초 질문에서 지지 정당을 말하지 않은 201명에게 재질문한 결과는 더불어민주연합과 국민의미래가 각각 15%, 조국혁신당은 2%에 불과했다. 조국혁신당 지지층은 적극적으로 지지의사를 표명하기 때문에 재질문에서 추가되는 부분이 적다. 재질문이 없다면 조국혁신당의 비중이 늘게 된다.

전화면접으로 응답률을 높이더라도 재질문 등 지침을 통해서 문항별 응답을 최대한 받으려는 노력이 필요하다. '보통이다, 아직 결정하지 않았다'와 같은 응답 회피의 도구가 되는 비본질적 응답을 줄여야 한다.

4. 선거여론조사의 현재와 향후 과제

1) 결과 요약

선거가 끝나면 여론조사는 비판의 무대 위에 선다. 국회의원선거는 '여론조사의 무덤'이라 불릴 정도다. 이번에도 주요 선거구에서 출구조사가 당선자를 잘못 예측해 지탄을 받았다. 사전 선거여론조사를 평가하면 전반적으로 야당 후보 지지도를 더 높게 보는 편향이 있었다.

3월 21일 이후 조사된 양대 정당 후보 경쟁 지역구 선거여론조사 328건을 분석한 결과 양대 정당 지지도 차이는 실제 득표율 차이 대비 1.9%P의 편향을 보였다. 전체적으로 크지 않지만, 세부적으로 달랐는데 특히 부산에서 야당 편향이 컸다(8.5%P). 이것이 전체적인 판세 인식에 영향을 줬다. 부산 18개 지역구 중 1개에서만 더불어민주당 후보가 당선했고, 사전 선거여론조사에서는 야당 후보가 앞서는 경우가 많았다(사전 여론조사상 9개 지역구가 민주·진보 후보 우세 또는 경합). 휴대전화 가상번호 제도가 국회의원선거에 처음 적용된 2020년과 비교하면 변산성은 줄었지만, 편향이 커졌다.

비례대표 정당 지지도는 조국혁신당을 과대하게 봤고, 그만큼 더불어민주연합을 과소하게 봤다. 전화면접보다 ARS에서 그러한 경향이 컸다. 야당 지지자 중 정치 고관심층에서 조국혁신당 지지가 많았는데, 관심도에 따라 야당 지지층이 분화된 점, 그리고 정치 관심도가 낮을수록 ARS에 응답하지 않는 점이 영향을 준 것 같다.

2) 향후 과제

사전 선거여론조사의 과정은 일견 단순하다. 전국적으로 추출된 전화번호로 조사 참여를 요청하고 후보 지지도 등을 물어 응답 내용을 집계한다. 그러한 과정 속에 오류 요인이 있다. 일부는 신경을 쓰고 노력하면 최소화할 수 있지만 그렇지 않은 경우도 많다. 아직은 연구와 지식이 부족하기도 하고 불가능해 보이는 것도 있다.

조사와 투표의 시점 차이는 시간을 되돌리거나 거슬러 올라가야 한다. 불가능한 일이다.

과거를 향한 기억은 왜곡되기 쉽고, 미래의 행동은 예상하기 어렵다. 부산의 표심이 여론조사 공표 금지기간 동안 변했을 수도 있다.

투표참여를 예상하는 것도 쉽지 않다. 사전 선거여론조사 응답자 대부분은 반드시 투표하겠다고 응답한다. 각 지지층 중 누가 더 참여하는지에 따라 선거 결과가 달라진다. 부산의 보수층이 진보층보다 더 많이 투표 참여했을 수 있다.

조사 무응답자의 생각들은 알 수가 없다. 현재 무응답 편향에 대한 가정은 '무응답 편향이 무시할 수 있을 정도로 작거나 지역, 성, 연령대 정보로 보정할 수 있다'이다. 그러나 그걸 어떻게 알 수 있겠는가? 대부분 사전 선거여론조사에서 추출된 조사대상 중 5% 미만이 응답하고, 95%는 비수신하거나 거절한다. 5%로 나머지 95%를 완전히 설명할 수 있을까?

응답의 내용도 문제다. 일부는 지지도 질문에 '지지 후보 없다, 모르겠다'로 반응한다. 일부는 단지 귀찮아서, 일부는 자신의 의사를 숨기기 위해서다. 여러 이유로 본심과는 다른 의견을 말할 수 있다. 이들 하나하나가 미지의 영역들이고 사실상 알 수 없는 것들이다.

선거결과와 사전여론조사에서의 지지도를 비교할 때의 전제는 '투표일까지 사람들의 마음은 변하지 않는다, 투표 참여는 지지자별로 차이 나지 않는다(지역, 성, 연령대 정보로 예상 가능), 조사 응답자와 무응답자의 의견이 다르지 않다(지역, 성, 연령대별로 일정함), 지지 응답을 하지 않은 사람들의 의견은 고르게 분산된다(영향을 주지 않는다)'는 것이다.

전제가 달라지면 모든 것이 달라진다. 그런 점에서 우려가 있다. 특히 응답률이 매우 낮고, 그마저도 하락하는 추세에서 무응답 편향이 우려된다. 무응답 편향에 접근하기 위해서는 응답하지 않는 사람들의 정치적 성향, 또는 지지 성향과 관련된 특성을 알고 있어야 한다. 그러나 이에 대한 정보는 아예 없다고 봐야 한다.

해외 연구를 보더라도 전체 유권자의 정치적 성향을 제공받지 않는 이상 무응답 편향을 미리 진단하고 보정할 뾰족한 수는 없는 것 같다(West & Andridge, 2023; Voogt & Kempen 2002; Clinton et al, 2022). 이러한 점들이 해결되지 않는다면 여론조사의 한계는 명확하다. 조사회사와 연구자들이 노력해야 할 부분은 당연히 있다. 아마도 그 지점에서 제도적 지원이 뒤따라야 할 것이다. 지속적으로 관심을 두고 연구할 주제는 다음과 같다.

① 무응답 편향

무응답 편향을 사전에 진단, 측정하고 보정할 방법이 없을까? 무응답 편향의 발생 메커니즘 중 가장 골치 아픈 것은 후보의 지지 성향에 따라 응답 여부가 영향을 받는다는 점이다. 보수 후보 지지자들이 체계적으로 응답하지 않으면 결과는 왜곡된다. 이것을 비임의결측 조건이라고 하고, 조사대상의 자기 선택이 원인이 된 선택 편향이라고 불린다(Groves & Peytcheva, 2008).

몇몇 해외 사례들이 이러한 접근을 시도하고 있다. West & Andridge(2023)는 무시할 수 없는 선택 편향의 측정과 보정을 위해 MUBP(the measure of unadjusted bias for a proposion)를 제안하고 있다. MUBP는 후보 지지도와 공변량과의 관계모형을 통해 지지도 예측 변수를 산출하고, 모집단의 총합적인 공변량 분포를 통해 응답자와 무응답자의 차이인 편향 정도를 추정한다. 조사단위별로 세세하게 알지 못해도 후보 지지도에 영향을 주는 여러 공변량의 총합 통계(평균과 분산)를 안다면 적용할 수 있다. 총합 통계가 필요한 공변량은 지역, 성, 연령대, 학력, 인종과 같은 사회인구학 변수뿐 아니라 이념성향, 정당지지도 등 정치적 태도를 나타내는 변수도 포함된다. 후보 지지도를 설명하는 다양한 요인들이다. 이러한 변수들의 총합 통계를 확보해야 한다. 우리 맥락에서 기준이 될 만한 통계 확보가 매우 어려운 일이다.

Clinton 등(2022)은 2020년 대선에서 사전 정보에 따라 모든 관련 변수를 통제한 이후에도 민주당 지지자가 공화당 지지자에 비해 전화조사에 더 협조적이었다는 점을 밝히고 있다.

현재 우리는 정치적 태도에 대한 사전 정보 또는 총합 자료 모두 매우 부족하다. 응답자의 지지 성향을 파악하기 위한 기초자료 축적, 분석방법 연구가 필요한 상황이다. 아직은 갈 길이 멀다.

② 심리적 요인

선거여론조사의 편향이 왜 발생하는가와 관련한 심리적 요인이 주목된다. 침묵의 나선, 동조, 집단 착각 등에 따라 대세적인 흐름 인식은 여론조사 참여와 응답에 영향을 주며, 편향을 좌우할 수 있다. 인간은 사회적 동물로 다수의 판단에 주목하고 거기에 속하거나 적어도 소외되지 않으려 한다. 대세에 편승해 생각을 바꾸기도 침묵하기도 하는데 이러한 심리가 영향을 줄 수 있다(토드 로즈, 2023). 부산은 이번 선거에서 가장 부조화의 지점에

있었다. 전통적으로 보수적인 선택을 했으나 현 정부에 대해서는 부정적인 인식이 강한 지역이다. 정권에 부정적이어서 심판이 필요하다고 느끼지만 진보 후보의 선택도 마뜩잖은 사람들이 이런 갈등 상황을 어떻게 해소했을까? 또는 정권 심판론이 우세한 상황에서 보수 지지자들이 응답을 회피했을까? 이러한 질문들이 제기될 수 있다.

또한 선거일이 임박할수록 선택 영향 요인이 달라질 수 있다는 점도 주목해야 한다. 어쩌면 최근의 정치 상황과 그동안의 지지 성향 중에서 갈등하는 지역에 영향을 줄 수 있다. 선거일이 멀수록 대세적인 흐름과 긍정적인 측면을 보지만 선거일이 다가올수록 결과의 부정적인 측면을 생각하게 된다. 즉 선거일이 다가올수록 야당 압승에 대한 우려가 작용할 수 있다 (Kim et al, 2009; 장덕현·김근배, 2012).

여러 심리적 요인에 의해 대세적인 흐름에 반하는 경우 여론조사에 숨을 수 있다. 심리적 요인들은 무응답 편향과 응답에서의 편향 발생, 선거 임박한 시점의 태도 변화 등에 영향을 줄 수 있다.

③ 여론조사 품질

전화면접이 ARS보다 우위에 있는가? 국회의원선거 선거여론조사에서 전화면접의 품질 우위가 확인되지 않는 점은 딜레마다. 특히 지역구 조사에서 그런 경향이 강하다. 왜 전화면접 조사의 편향이 더 크게 나타날까? 그 이유는 그만한 품질을 확보하지 못해서가 아닐까 싶다.

전화면접에서 짧은 기간 다수 조사 진행을 위해서는 평소보다 더 많은 조사원을 동원해야 한다. 조사원이 필요 없는 ARS 상황과는 확연히 다른 조건이다. 그뿐만 아니라 조사를 전반적으로 운영하는 전문 인력도 부족할 수 있다. 역량들이 분산될 수 있는 조건이다. 조사방법의 선택이 효과적으로 되기 위해서는 전체적인 과정 관리가 그만큼 따라줘야 한다. 그렇지 못하다면 품질 우위 확보는 어렵다.

또한 질문의 문제도 있다. '지지 후보가 없다, 결정하지 않았다, 모르겠다'는 비본질적 응답이다. 세 가지 조건이 따른다. 정말로 그런 경우, 지지 후보를 말할 수 있으나 생각하기 싫어 말하지 않는 경우, 그리고 여러 이유로 지지후보를 숨기는 경우다(Johns 2005). 특히 관심도가 낮을 경우 비본질적 응답을 할 수 있기 때문에 이를 최소화하는 노력이 필요하다.

재질문을 통해 어느 쪽이 조금이라도 더 나은지 확인하는 절차가 있어야 한다. 일부 전화면접에서 재질문을 포함하지 않았기 때문에 지지 성향을 밝히지 않은 비본질적 응답이 과도하게 나올 수 있다.

비례대표 정당 지지도로 볼 때 정치 관심층에 따른 영향이 있었다. 관심도에 따라 야권의 지지도가 더불어민주연합과 조국혁신당으로 갈렸고 이는 ARS에서 조국혁신당 지지가 더 높았던 편향을 설명할 수 있는 부분이다. 전화면접을 하는 경우 재질문을 포함하는지 여부가 영향을 줬다.

고품질의 조사는 하나의 요인으로 달성되기 어렵다. 조사방법의 선택과 체계적인 과정관리, 응답을 이끌어내는 노력 등이 모두 충족되어야 할 것이다.

선거여론조사기관 등록제로 전문성이 부족한 조사회사를 퇴출한 점, 휴대전화 가상번호를 30배까지 제한하고, 가중배율 및 최소기준을 설정한 것들이 ARS의 품질 개선 효과가 있었다. 전화면접의 장점을 발휘하고 품질 우위를 확보하기 위해서는 더 세밀하고 철저한 관리가 요구된다는 점을 명심해야 한다.

④ 조사회사 편향성

이번 선거에서 주목되는 현상 중 하나는 조사회사의 정치적 편향성이다. 그동안 주요 조사회사들은 한쪽 편을 드는 것을 경계해 왔다. 중립성을 잃으면 조사결과도 왜곡될 것이기 때문이다. 이러한 점을 당연하게 생각해 왔으며 여러 강령에 명시되어 있다(일례로 한국조사협회 정치선거 전화여론조사기준). 이번에는 정치성향이 두드러진 것으로 평가되는 조사기관이 대규모로 조사를 수행하고 발표했으며, 그 조사결과가 가장 편향적이어서 하우스이펙트의 전형을 몸소 보여줬다. 다행인 것은 주요 언론들이 인용하지 않음으로써 자정 역할을 했다는 점이다. 제도가 효과적으로 통제할 수 없는 부분에 대해 앞으로도 언론의 역할이 기대된다. 그러나 정치 양극화가 심화되고 진영을 대변하는 매체가 많아지는 점은 매우 우려된다.

3) 제도 지원

여론조사는 국민의 참여를 기반으로 한다. 응답해야 정확한 조사가 된다. 조사에 참여하지 않으면서 고품질 조사를 바라는 것은 이율배반적이다. 하지만 보이스피싱, 홍보마케팅 등 전화를 받지 않을 이유가 늘면서 여론조사 요청은 이들에 묻힌다. 여론조사의 가치, 유용성에 대한 설명만으로는 참여를 이끌기 어렵다. 응답률 개선은커녕 계속 하락할 가능성이 커 보인다. 이런 상황에서 제도적인 지원이 필요한 부분이 있다.

첫째, 선거여론조사를 위한 안심발신번호이다. 여론조사의 가장 큰 어려움은 조사대상자가 전화를 받지 않는다는 점이다. 콜백을 거듭하더라도 접촉률 50%가 힘들다. 전화를 받지 않는 이유는 개인적 상황이나 전화 기피증 등 다양한 요인이 있겠지만 모르는 발신번호를 신뢰할 수 없기 때문이기도 하다. 마케팅, 상품 홍보 등으로 괴로울 수 있고 보이스피싱 위험까지도 있다. 여론조사용으로 안전성이 보장되는 안심발신번호를 제공하면 어떨까? 정확한 조사를 위해 여심위에서 여론조사용 발신번호를 보증하는 방안을 검토했으면 한다.

둘째, 휴대전화 가상번호 문자메시지 서비스이다. 현재 휴대전화 가상번호는 음성통화만 가능하다. 접촉률을 높이기 위해서는 시간대를 달리해 콜백하는 방법뿐이다. 일부는 음성통화를 불편해하고 문자를 선호할 수 있다. 신뢰할 수 있는 대상으로부터 문자가 받고 링크를 통해 답할 수 있다면 응답률을 높일 수도 있다.

셋째, 휴대전화 가상번호 관리이다. 전화조사 표본추출틀인 휴대전화 가상번호 관리가 매우 중요하다. 국회의원선거를 거치며 유권자의 피로감이 매우 크다. 특히 관심 선거구에 조사가 집중되었다. 개인이 자신의 번호를 여론조사에 이용할 수 없도록 휴대전화 가상번호 제공거부를 요청할 수 있다. 때문에 휴대전화 가상번호를 현 수준으로 유지할 수 있는가가 관건이다.

넷째, 표본추출틀 추가 확보이다. 현재의 휴대전화 가상번호는 알뜰폰 가입자를 포함하지 않는다. 알뜰폰 가입자는 증가 중이고, 기존 휴대전화 가상번호 제공 거부자도 많아져 조사자 입장에서는 불안하다. 휴대전화 가상번호를 쓸 수 없다면 RDD가 대안이지만 임의 발생 번호이다 보니 이용자 특성에 대한 정보가 없다. 전체 일반국민을 모두 포함하면서 이용자 정보도 활용할 수 있는 표본추출틀을 구축하는 방법에 대한 고민이 필요하다.

참고자료

- 대니얼 카너먼·올리비에 시보니·캐스 선스타인. 2022. 노이즈: 생각의 잡음, 장진영 역. 김영사.
- 오인환. 1992. 사회조사 방법론: 오차요인 집중연구. 나남.
- 토드 로즈. 2023. 집단 착각 – 인간본능이 빚어낸 집단사고의 오류와 광기에 대하여, 노정태 역. 21세기북스.
- 중앙선거관리위원회. 제21대 국회의원 선거 투표율 분석 통계자료
- 중앙선거여론조사심의위원회. 여론조사결과보기 https://www.nesdc.go.kr/
- 한국조사협회. 정치선거 전화여론조사기준https://ikora.or.kr/Ethics
- 박인호 · 임종호 · 박민규. 2019. 선거여론조사의 객관성 · 신뢰성 제고를 위한 조사방법론 개선방안 연구, 중앙선거여론조사심의위원회 연구용역보고서.
- 장덕현. 2021. 정치관심도와 여론조사 표본대표성. 2021 한국조사협회–한국조사연구학회 공동세미나 발표 자료.
- 장덕현 · 김근배. 2012. 시간 거리, 조절초점 프레임 간 적합이 선호에 미치는 영향: 정치적 설득에서 자아일치성의 역할을 중심으로. 한국심리학회지: 소비자 · 광고 13(4): 617–644
- 장덕현·조성겸. 2015. 2014 지방선거에서의 여론조사의 정확성 연구: 조사방법별 정밀성과 편향. 조사연구 16권 1호: 129–153.

• Clinton, J.D. J.S. Lapinski. and M.J. Trussler. 2022. Reluctant Republicans, Eager Democrats? Partisan Nonresponse and the Accuracy of 2020 Presidential Pre–election Telephone Polls. Public Opinion Quarterly 87 (S): 575–601.

• Groves, R.M. and E. Peytcheva. 2008. The Impact of Nonresponse Rates on Nonresponse Bias: Meta Analysis. Public Opinion Quarterly 72 (2): 167–189.

• Groves, R.M., S. Presser and S. Dipko. 2004. The Role of Topic Interest in Survey Participation Decisions. Public Opinion Quarterly 68(1): 2–31.

• Johns, R. 2005. One Size Doesn't Fit All: Selecting Response Scales For Attitude Items. Journal of Elections, Public Opinion and Parties 15(2): 237– 264.

• Kim, H., A.R. Rao, and A.Y. Lee. 2009. It's Time to Vote: The Effect of Matching Message Orientation and Temporal Frame on Political Persuasion. Journal of Consumer Research. 35: 877–889

• Lavrakas, P.J. and M.W. Traugott. 2000. Election Polls, the News Media, and Democracy. New York: Chatham House Publishers.

• Raaijmakers, Q.A.W., A.V. Hoof, H. Hart, T.F.M.A. Verbogt, and W.A.M. Vollebergh. 2000. Adolescent' Midpoint Responses on Likert–type Scale Items: Neutral or Missing Values? International Journal of Public Opinion Research 12(2): 208–215.

• Voogt, R.J.J. and H.V. Kempen .2002. Non–response Bias and Stimulus Effect in the Dutch National Election Study. Quality & Quantity. 36:325–345.

• West, B.T. and R.R. Andridge. 2023. Evaluating Pre–election Polling Estimates Using a New Measure of Non–ignorable Selection Bias. Public Opinion Quarterly 87 (S): 575–601.

선거여론조사의 발전 방향

조 성 겸
대전광역시여론조사심의위원회
위원

선거시기마다 많은 여론조사들이 발표되고 있는데, 조사의 정확성에 대해서 늘 부족하다는 지적이 있어 왔다. 특히 대통령선거나 지방선거에 비해 국회의원선거 조사가 정확성이 부족한 것으로 나타났다. 대부분의 여론조사는 조사결과와 함께 오차한계를 3-4%포인트라고 발표하지만, 선거여론조사가 갖는 오차는 이것보다는 평균적으로 크다. 선거여론조사가 선거결과를 예측해 주는 것이 아니라 조사 시점의 여론이기 때문에 선거결과와 다를 수밖에 없지만, 비슷한 시점의 조사가 서로 다른 결과를 보여주는 것을 보면 여론조사의 정확성 자체가 부족한 것은 부인할 수 없다.

한국에서는 선거 시기에 품질이 낮거나 공정성이 낮은 조사들이 유권자들을 오도하는 것을 방지하기 위해 선거여론조사심의위원회(이하 '여심위')가 설치되었다. 지난 10년간 여심위는「선거여론조사기준」을 구체적으로 제시하여 선거여론조사들이 이를 따르도록 했고, 조사방법에 관한 정보가 투명하게 공개되도록 하였다. 우리나라 선거여론조사의 품질이 어느 정도 유지될 수 있는 것은 이러한 여심위의 노력도 중요한 역할을 했다. 또한 조사에 관한 공개된 자료를 이용해서 각 조사의 품질수준을 좀더 정확하게 가늠해 볼 수 있게 되었고, 조사방법의 발전을 위한 연구들도 가능하게 되었다.

그러나 이번 제22대 국회의원선거에 대한 선거여론조사결과에서는 한국 선거여론조사가 여전히 문제점들이 있는 것으로 나타났다. 조사에 따라서는 실제 선거결과와 10%포인트 이상의 차이를 보이는 경우도 있었을 뿐만 아니라 특정 정당에 대한 편향도 나타났기 때문이다. 정당에 따른 편향은 조사의 공정성이라는 측면에서 최소화되어야 한다.

여심위는 가중치의 크기, 설문, 표본크기 등 조사방법에 대한 세부적인 기준을 제시하고 이를 통해 여론조사들이 공정성을 갖추고 일정한 수준의 정확성을 갖도록 하는데, 그럼에도 불구하고 선거여론조사의 정확성이 문제가 되고 있다는 것은 여심위의 규제 방식을 재검토할 필요가 있다는 것을 말해준다.

여론조사 환경은 나날이 악화되고 있고, 조사방법상의 이슈도 선거 때마다 달라지고 있다. 과거 2010년경에는 모바일 전화번호를 표집할 수 없는 한계를 어떻게 극복할 것이냐가 중요한 문제였지만, 휴대전화 가상번호의 사용으로 해결되었다. 그러나 응답률의 저조 등 다른 문제점들이 나타나고 있다. 여심위가 이러한 문제에 적극적으로 대처해 왔지만 어디까지나 사후적인 노력일 수밖에 없고, 선거에 앞서 예상되는 방법상의 문제를 선제적으로 대응하여 선거여론조사를 공정성과 정확성을 기하는 것에는 한계가 있다.

실제로 이번 제22대 국회의원선거에서는 모든 조사가 여심위 기준에 따라 동일한 표집 프레임을 사용하였고, 조사방법의 세부적인 내용까지 기준을 따랐지만 그렇다고 선거조사의 정확성과 공정성 문제가 해결되었다고 보기 힘들다. 이러한 추세는 앞으로도 계속될 것으로 본다. 이번 선거여론조사의 문제점을 파악하여 조사규칙을 보완한다고 해도 다음번 선거는 또 다른 문제를 보이게 된다. 예컨대 여론조사 응답률은 앞으로도 더욱 낮아질 보이는 등 조사환경은 더욱 악화될 것으로 예상된다.

이러한 시각에서 이 글은 제22대 국회의원선거의 선거여론조사결과를 분석하여 여심위 접근방식의 실효성을 검토해 보고, 그 개선방안을 모색해 보고자 한다.

1. 선거여론조사에 대한 여심위의 규제 방법

여심위의 규제는 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째는 조사방법에 대한 정보를 공개토록 하는 것이다. 즉 조사과정을 투명하게 함으로써 조사결과의 정확성 정도를 판단하는 데 도움이 되도록 한다. 여심위의 발족에 앞서 이루어졌던 한국조사연구학회 등의 논의에서도 이러한 정보공개가 중요한 것으로 주장되었다.[1] 당시 미국여론조사협회(AAPOR)도 투명성운동 (transparency initiative)을 통해 선거여론조사의 방법론에 대한 상세한 정보가 조사결과 이용자들에게 제공되도록 노력하였다. 미국의 투명성운동이나 한국조사연구학회의 논의에서 정보제공이 중요하게 논의되었던 것은 조사방법의 투명성이 여론조사의 품질을 높일 것으로 믿었기 때문이다.

여론조사의 방법을 공개하면 이를 통해 여론조사의 이용자 및 언론인들이 조사결과의 품질을 가늠할 수 있고, 조사결과를 어느 정도 신뢰할지 판단할 수 있다고 보았다. 즉 공개된 조사방법을 보고 그 결과를 어느 정도 믿을지 결정할 뿐만 아니라 두 개의 조사결과가 서로 다를 때 어느 것을 믿을 수 있는지도 알 것이라고 보았다.

또한 이러한 방법의 공개는 조사방법의 발전에 도움이 될 것으로 보았다. 조사결과의 정확성 정도를 알 수 있고, 그러면 어떤 방법을 사용할 때 더 정확한지 연구할 수 있다. 당시까지는 조사회사들이 조사결과를 발표할 때 정보를 충분히 공개하지 않았다. 법에 공개할 정보가 열거되어 있었지만 공개 정보가 구체화되어 있지 않았기 때문에 추상적인 수준으로 공개되었고 따라서 조사의 품질에 판단하는 데 도움이 되지 않았다. 여심위가 설치되면서 정보공개가 실질적으로 이루어지게 되었다. 그리고 이러한 투명성으로 선거여론조사에 대한 연구도 가능해지고 발표된 조사의 품질도 어느 정도는 판단할 수 있게 되었다.

여심위는 또한 여론조사의 수행기관 및 방법상의 기준을 마련하였고 선거여론조사는 모두 이 기준을 충족하도록 하고 있다. 이 기준은 조사환경 및 방법들의 변화와 함께 변해오고 있지만 기본적으로는 조사기관 및 방법 등에 대한 기준을 마련함으로써 여론조사의 품질을 충족시키고자 하는 것이다. 여심위는 조사기관, 설문지와 표본추출 등의 조사방법에 대한

1) 이기재 등(2014). 한국의 여론조사 정보공개 제도화에 대한 연구: 한국조사연구학회 여론조사정보공개지침의 제정에 부쳐. 조사연구. 15–1. 123–147.

기준을 통해 여론조사의 공정성을 기할 수 있다고 보고 있다. 조사의 품질은 표본추출, 설문지, 그리고 면접수행방식 등에 의해서 결정된다.

일반적인 조사라면 이러한 여심위의 접근방식이 조사의 공정성을 포함하여 어느 정도의 품질까지도 확보해 줄 수 있다. 그러나 선거여론조사의 경우는 조사의 과학적인 원칙 준수 자체가 조사의 시간적 제약 때문에 충분히 이루어지기 어렵다. 여심위의 기준도 시간적 제약이라는 이러한 현실을 인정한 상태에서 이루어지기 때문에 여심위가 설정한 기준이 과학적 조사의 충분조건이 될 수 없다는 것이다. 즉 기준을 모두 충족하면서도 품질이 낮은 조사가 있을 수 있고 실제로 나타나기도 한다. 이러한 가능성을 줄이기 위해 여심위도 노력해 오고 있지만, 단시간에 이루어져야 하는 선거조사의 한계 그리고 낮은 응답률이라는 조사환경에서는 한계가 있다.

이상에서 본 바와 같이 여심위는 정보공개와 조사기준 두 가지를 통해 선거여론조사의 공정성과 품질을 유지해 왔고 효과도 있었지만, 선거여론조사의 특성상 이러한 효과에는 한계가 있다.

2. 국회의원선거 선거여론조사의 분석

제22대 국회의원선거의 결과를 살펴보면 여심위 규제에도 불구하고 조사결과의 공정성이나 품질 면에서 개선될 필요가 있는 것으로 나타났다.

우선 지역구에서 여론조사에 나타난 더불어민주당 후보와 국민의힘 후보 간 지지도 차이를 실제 선거 결과와 비교해 보면 평균적으로 약 1.9%포인트가 크게 조사되었다. 이번 선거기간 동안 더불어민주당 후보들이 실제보다 더 높은 지지를 그리고 국민의 힘 후보는 더 낮은 지지를 받는 것으로 조사되었다는 것이다. 이러한 편향은 투표결과에 영향을 미칠 수 있기 때문에 공정성의 관점에서 바람직하지 않다.

선거여론조사의 오차를 실제 선거결과와 비교해서 오차를 계산하는 것은 정확하지 않다. 선거여론조사는 조사시점의 여론을 조사하는 것이고, 실제 투표시점까지 여론이 달라질 수도 있기 때문이다. 그러나 실제 조사시점과 선거시점 간의 여론변화가 특정 정당의 방향으로

체계적으로 발생한 것이 아니라 무선적으로 발생했다고 가정할 수 있다면, 모든 조사결과를 통합해서 구한 오차가 실제 오차에 근접할 수 있다. 따라서 이 글에서는 선거시점과 조사시점 간의 여론변화가 무선적으로 발생했다고 가정하고 오차크기를 분석해 보았다.

선거여론조사의 결과가 어느 정도 일관성 있게 나타났는지를 표준편차를 통해 살펴보니, 조사결과 간에 변동이 매우 많았던 것으로 확인된다. 두 정당 후보 간 격차에 대한 오차의 표준편차는 6.4%포인트로 나왔는데, 10%포인트 이상의 오차를 보인 경우도 13%에 달했고, 당락을 반대로 예측한 경우는 약 37%였다. 이러한 결과는 여론조사가 선거에 대한 정보출처로서 신뢰도가 부족할 뿐만 아니라 유권자를 오도할 가능성도 있다는 것을 보여준다. 물론 앞서 지적한 바와 같이 조사시점과 선거시점 간의 여론변화가 있었을 것이고 그것을 감안하면 실제 오차는 이보다 적을 것이라고 볼 수 있지만 이런 분석결과는 이번 선거여론조사에서는 조사에 따라 편차가 크게 나타났다는 것을 의미한다.

그러면 이러한 오차가 무엇에서 비롯되고 있는가? 먼저 검토한 것은 조사시점과 선거일과의 차이에서 비롯된 여론변화 때문에 오차가 발생했는가의 여부다. 이것을 정확하게 파악할 수는 없지만 최소한 여론의 변화가 조시시기에 따라 체계적으로 나타났는가는 확인해 볼 필요는 있다. 실제 선거일이 4월 10일이었기 때문에 여론조사를 3월과 4월에 실시된 것으로 양분해 보면 3월에는 166건, 4월에는 162건이 이루어졌다. 3월 조사들은 평균 1.8%포인트, 4월에 실시된 조사들은 평균 2.0%포인트의 오차를 보여 큰 차이를 보이지는 않는다. 따라서 선거기간 동안의 여론의 변화가 체계적으로 발생하지는 않았다고 볼 수 있다. 따라서 이 글에서는 3월과 4월에 실시된 조사들 간에 오차크기가 체계적인 차이를 보이지 않았기 때문에 조사시점을 무시하고 선거여론조사 전체를 한꺼번에 분석하였다.

우선적으로 여론조사 방법의 영향을 확인해볼 필요가 있다. 선거여론조사의 방법은 녹음된 질문을 통해 실시하는 ARS와 면접원이 직접 질문하는 면접원조사의 두 가지가 주로 사용된다. 이번 선거에서는 ARS에 의한 조사는 166개, 면접원이 조사한 경우는 161개였고 두 방법을 동시에 사용한 경우는 1개였다. 먼저 조사방법상에 따라 오차가 어느 정도 달라졌는가를 살펴보았다.

ARS조사 166개와 면접원조사 161개를 비교해 보면 아래 표에서 보듯이 조사 응답률은

면접원 조사가 평균 14.8%로 ARS의 7.5%보다 두 배 가까이 높았다. 그러나 선거결과와의 차이, 즉 오차는 면접원조사가 민주당 후보를 2.9%포인트를 과대 조사한 것으로 나타난 반면 ARS는 0.9%포인트였다. 표준편차의 경우는 면접원조사와 ARS조사가 각각 5.5%포인트와 6.9%포인트로 면접원조사가 ARS조사 보다 정밀한 편이었다. 이 결과만으로 보면 ARS조사가 응답률이 낮았고 결과적으로 정밀성도 부족했지만, 편향의 경우는 오히려 나타나지 않았다.

표 1. 제22대 총선의 조사방법별 오차평균 및 응답률 차이

구분	조사방법	사례	오차평균	표준편차	차이 검증
오차	면접원조사	161건	2.9%포인트	5.6%포인트	F=8.4
	ARS	166	0.90	7.0	
	전체	327	1.9	6.4	p=0.004
응답률	면접원조사	161	14.8	3.5	
	ARS	166	7.5	2.2	F=507
	전체	327	11.1	4.7	p=0.00

* 오차는 더불어민주당 후보와 국민의힘 후보 간 조사결과 차이에서 투표결과 차이를 뺀 값으로 산출하였음. +면 조사결과 차이가 선거결과 차이보다 크다는 것을 의미함.

그러나 이러한 조사방법은 사용하는 회사에 따라 특성이 달라진다. 선거여론조사의 경우 상당 부분 여심위의 「선거여론조사기준」에 맞추어 수행되기 때문에 회사 간 차이가 다른 조사의 경우보다는 작지만 여심위 기준에 포함되지 않은 많은 방법상의 차이들이 조사결과에 영향을 미칠 수 있기 때문에 회사 간 차이가 발생할 수 있다. 예컨대 회사 이미지, 설문지 구성방식, 질문방식, 면접원의 면접태도 및 시간 등 다양한 요소들이 회사 간에 차이가 있을 수 있다. 조사방법 간 차이를 정확하게 분석하기 위해 조사회사와 방법의 차이를 같이 분석했다. 제22대 국회의원선거에서 선거여론조사를 실시한 회사는 모두 27개였는데, 이 중 10회 미만을 실시한 회사는 하나로 묶었다.

조사회사와 방법이 오차에 미치는 영향을 통합해서 분석한 결과 다음 표와 그림에서 보듯이 조사방법보다는 조사회사에 따라 오차가 달라지는 것으로 나타났다.

표 2. 조사방법 및 조사회사별 지역구 선거여론조사

가. 오차 평균

요인		사례수	오차평균
조사방법*	면접원	161건	2.9%포인트
	ARS	166	0.9
조사회사 *	1	10	−1.4
	2	13	1.5
	13	27	5.0
	18	34	1.6
	19	29	−0.3
	20	12	0.5
	22	23	1.7
	23	43	4.2
	24	13	−1.9
	26	38	1.5
	기타	86	2.1
전체		328	1.9

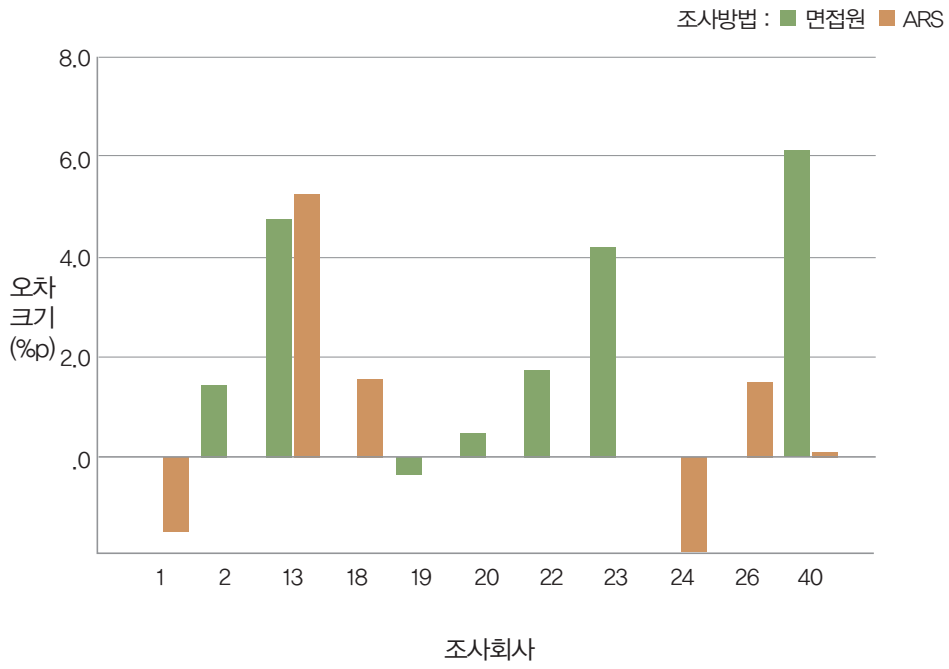
* 조사회사는 회사별 무작위로 부여된 번호로 표기되었으며, 이 글에서 회사별 번호는 동일하게 유지되었음.
** 전체 328개 사례 중 1개 사례는 두 조사방법을 같이 사용한 것으로 되어 있어 제외하였음.

나. 조사방법 및 조사회사별 차이 검증

오차요인	SS	df	MS	F	Sig.
조사회사	1034.319	10	103.432	2.778	.003
방법	150.399	1	150.399	4.040	.045
조사회사*방법	208.930	1	208.930	5.612	.018
오차	11690.619	314	37.231		

a. R Squared = .123 (Adjusted R Squared = .089)

다. 조사방법별 조사회사별 오차 크기 (평균 %포인트)



ARS의 경우 모든 조사를 통합해서 보면 편향이 나타나지 않은 것처럼 보이나, 회사별로 나누어 보면 위 그림이 보여주듯이 두 개 회사에서는 국민의힘 후보를 실제보다 더 지지받는 것으로, 이와 달리 다른 세 개의 회사는 반대 결과를 보였다. 전화조사의 경우도 회사별로 차이가 많이 나타났으나, 편향의 방향은 ARS방법과는 달리 같은 방향으로 나타났다. 한편 동일한 회사에서 실시한 ARS조사와 면접원 조사는 오차의 크기가 비슷하게 나타났다. 위와 같은 결과로 볼 때 조사방법별로 오차의 크기를 말하는 것은 현실을 정확하게 파악하는 데 도움이 되지 않을 수 있다고 결론지을 수 있다. 즉 조사회사별로 오차를 살펴볼 필요가 있다.

한편 응답률의 경우는 면접원 조사가 ARS보다 일관성있게 높았다. 일반적으로 응답률은 조사의 정확도와 관련있는 것으로 간주되었다. 그러나 이번 선거결과는 응답률과 조사 정확도의 관계가 단순하지는 않다는 것을 보여준다. 응답률은 그 자체로서 정확도를 나타내 주는 것이 아니라 응답자와 무응답 간의 체계적 차이가 중요한 것이다. 다만 응답률이 낮으면 이러한 체계적 차이가 발생할 확률이 높다는 것을 의미하지 응답률과 정확도가 비례해서 달라지는 것은 아니다. 더구나 현재의 선거여론조사처럼 응답률이 10% 내외로 낮은 경우는

응답률이 좀 더 높게 나왔다고 해서 그것이 더 정확하다는 것을 보여주는 것은 아니고, 실제 분석결과도 이렇게 나타났다. 보다 중요한 것은 응답과정에서 체계적으로 배제되는 집단이 누구인가라는 점이다.

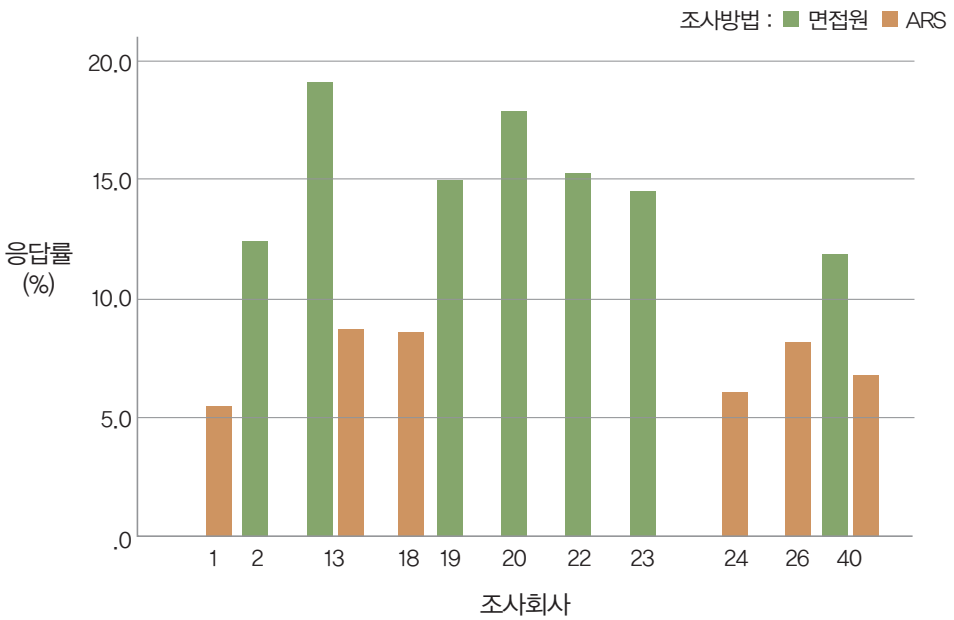
표 3. 조사방법 및 조사회사별 응답률 차이

가. 조사방법 및 조사회사별 응답률 차이 검증

오차요인	SS	df	MS	F	Sig.
조사회사	807.013	10	80.701	13.259	.000
조사방법	1205.299	1	1205.299	198.034	.000
조사회사* 조사방법	139.471	1	139.471	22.915	.000
오차	1911.103	314	6.086		

a. R Squared = .732 (Adjusted R Squared = .722)

나. 조사방법 및 조사회사별 응답률 차이



조사회사가 정확도에 미치는 영향이 크다는 것은 특정한 방법을 사용한다는 것만으로는 조사의 정확성이나 공정성을 확보할 수 없다는 것을 말해주고 있다. 조사의 정확성에 영향을 주는 요인이 다양하기 때문이다. 응답률이 높고, 면접원조사를 사용해도 오차나 편향이 크게 나타날 수도 있고, 같은 ARS를 사용하면서도 편향이 서로 반대로 나타나기도 한다는 것이다.

한편 전국비례대표의 경우도 조사방법과 조사회사에 따라 정확도와 공정성이 다른 것으로 나타났다. 전국구 조사의 경우 54개의 조사가 21개 조사회사에 의해 실시되었고, 이 중 21개가 면접원 조사, 33개가 ARS조사였다. 조사회사 중에서 4건 미만의 조사를 실시한 회사는 하나로 묶어 분석했다. 그리고 오차는 더불어민주연합, 국민의미래, 조국혁신당 이렇게 세 정당으로 구분하여 분석하였다. 분석결과 아래에서 보듯이 조사방법과 조사회사 모두가 큰 영향을 주지만 예측대상에 따라 달라지고 있다.

우선 더불어민주연합의 경우 에타스퀘어로 살펴본 영향력의 크기가 조사회사의 경우 0.194인 반면 조사방법은 0.054로 조사회사의 영향이 다소 높게 나타났다. 조사회사별로 보면 편향의 크기가 1%포인트에서 7%포인트까지 다르게 나타나고 있다.

표 4. 조사방법과 조사회사별 비례대표 오차 (더불어민주연합)

가. 조사방법 및 조사회사별 차이

	조사회사*	오차평균	표준편차	사례수
조사원면접	13	–.05	.018	3
	17	–.01	.014	4
	18	–.05	.007	4
	20	–.04	.032	10
	소계	–.04	.027	21
ARS	1	–.06	.018	4
	4	–.07	.019	4
	8	–.04	.028	4
	9	–.05	.014	4
	13	–.05	.012	3
	15	–.07	.006	5
	20	–.06	.030	9
	소계	–.06	.022	33

	조사회사*	오차평균	표준편차	사례수
전체	1	–.06	.018	4
	4	–.07	.019	4
	8	–.04	.028	4
	9	–.05	.014	4
	13	–.05	.014	6
	15	–.07	.006	5
	17	–.01	.014	4
	18	–.05	.007	4
	20	–.05	.032	19
	전체	–.05	.026	54

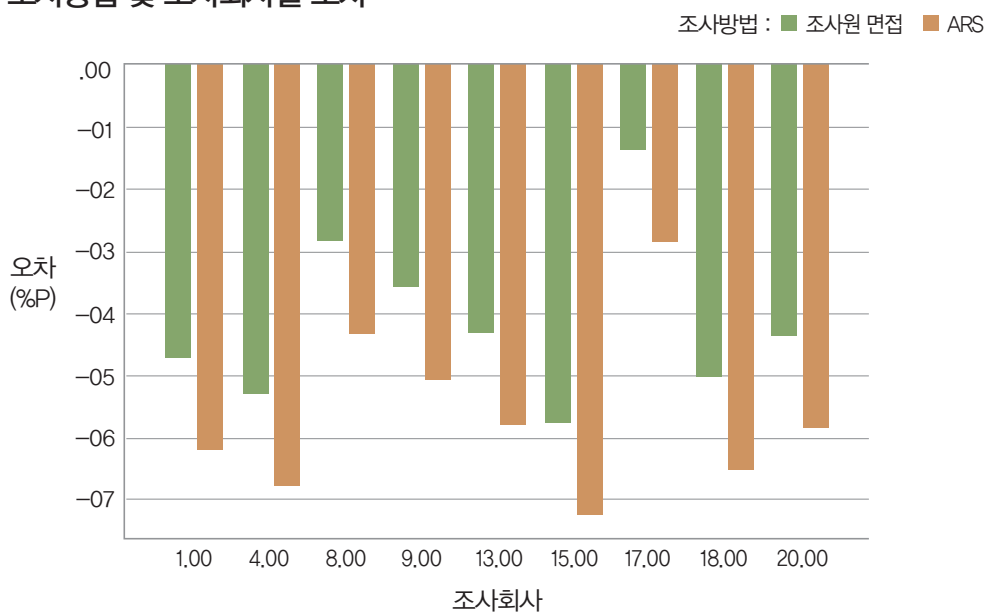
* 조사회사는 회사별 무작위로 부여된 번호로 표기되었으며, 이 글에서 회사별 번호는 동일하게 유지되었음.
** 전체 328개 사례 중 1개 사례는 두 조사방법을 같이 사용한 것으로 되어 있어 제외하였음.

나. 검증결과

오차요인	SS	df	MS	F	Sig.	Partial Eta Squared
조사방법	.001	1	.001	2.517	.120	.054
조사회사	.006	8	.001	1.356	.242	.198
오차	.024	44	.001			

a. R Squared = .317 (Adjusted R Squared = .178)

다. 조사방법 및 조사회사별 오차



국민의미래의 경우는 방법 간 차이는 별로 없고, 조사회사의 차이가 크게 나타났다. 조사회사에 따라 2%포인트 과대편향부터 4%포인트 과소편향까지 나타나고 있다.

표 5. 조사방법과 조사회사별 비례대표 오차 (국민의미래)

가. 조사회사 및 조사방법별 차이

조사방법	조사회사*	오차평균%포인트	표준편차 %포인트	사례수
조사원면접	13	–.07	.012	3
	17	.01	.023	4
	18	.02	.040	4
	20	.00	.034	10
	소계	.00	.040	21
ARS	1	.00	.041	4
	4	–.02	.014	4
	8	–.02	.031	4
	9	.01	.014	4
	13	–.02	.011	3
	15	.00	.030	5
	20	–.01	.026	9
	소계	–.01	.027	33
전체	1	.00	.041	4
	4	–.02	.014	4
	8	–.02	.031	4
	9	.01	.014	4
	13	–.04	.027	6
	15	.00	.030	5
	17	.01	.023	4
	18	.02	.040	4
	20	.00	.031	19
	전체	–.01	.032	54

* 조사회사는 회사별 무작위로 부여된 번호로 표기되었으며, 이 글에서 회사별 번호는 동일하게 유지되었음.
** 전체 328개 사례 중 1개 사례는 두 조사방법을 같이 사용한 것으로 되어 있어 제외하였음.

나. 차이 검증결과

오차요인	SS	df	MS	F	Sig.	Partial Eta Squared
조사방법	1.052E–5	1	1.052E–5	.012	.915	.000
조사회사	.015	8	.002	2.068	.060	.273

a. R Squared = .278 (Adjusted R Squared = .130)

조국혁신당의 경우도 조사방법보다는 회사 차이가 크게 나타났다. 조사방법 차이는 에타스퀘어가 0.03으로 나타난 반면 조사회사의 차이는 에타스퀘어가 0.28로 나타났다. 1% 포인트 과대 편향부터 9%포인트 과대 편향까지 다양하게 나타나고 있다.

주목할 점은 지역구 예측에서 오차가 큰 회사가 비례대표 예측에서도 오차가 크게 발생했다는 점이다. 이것은 조사회사별 조사방식이 조사의 정확성에 일관성 있게 영향을 미치고 있다는 것을 말해준다.

표 6. 조사방법과 조사회사별 비례대표 오차 (조국혁신당)

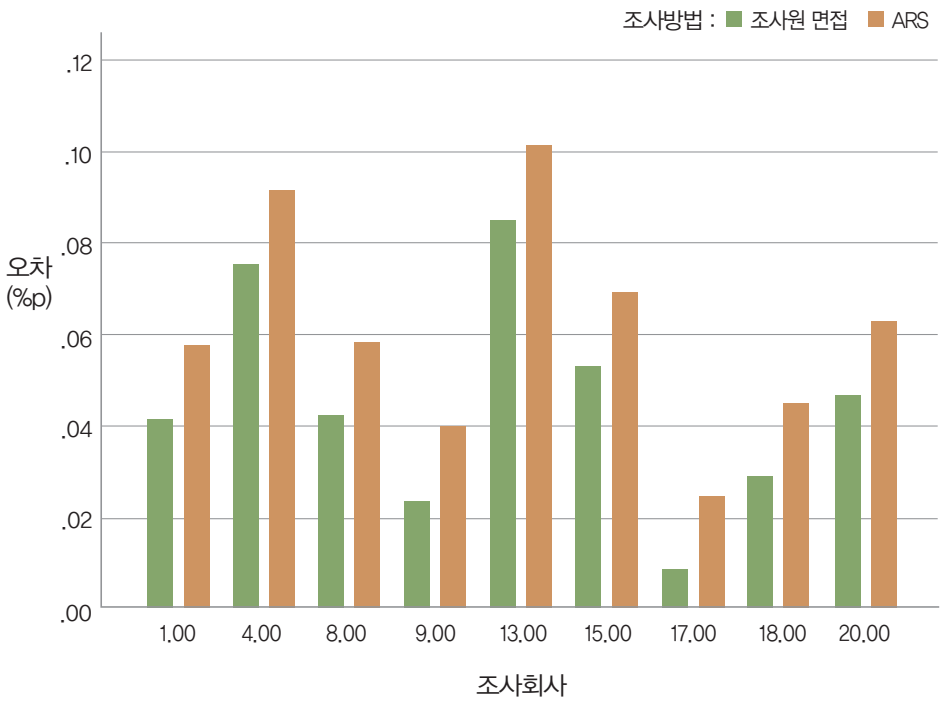
가. 조사회사 및 조사방법별 오차평균

조사방법	조사회사	오차평균	sd	N
조사원면접	13	.12	.022	3
	17	.01	.025	4
	18	.03	.033	4
	20	.04	.047	10
	소계	.04	.050	21
ARS	1	.06	.036	4
	4	.09	.021	4
	8	.06	.037	4
	9	.04	.026	4
	13	.07	.019	3
	15	.07	.032	5
	20	.07	.021	9
	소계	.07	.029	33
전체	1	.06	.036	4
	4	.09	.021	4
	8	.06	.037	4
	9	.04	.026	4
	13	.09	.033	6
	15	.07	.032	5
	17	.01	.025	4
	18	.03	.033	4
	20	.05	.041	19
	전체	.06	.040	54

나. 검증결과

오차요인	SS	df	MS	F	Sig.	Partial Eta Squared
조사방법	.002	1	.002	1.306	.259	.029
조사회사	.021	8	.003	2.095	.057	.276
오차	.055	44	.001			

a. R Squared = .347 (Adjusted R Squared = .213)



대상 정당별로 오차의 방향이 이처럼 다르게 나타난 것은 여론조사에 대한 응답률이 지지정당에 따라 다르기 때문으로 보인다.[2)]

이상에서 살펴본 바와 같이 지역과 비례대표 예측조사의 오차를 검토한 결과를 요약하면 다음과 같다.

1) 제22대 국회의원선거의 선거여론조사는 공정성 및 정확성이 이용자들이 신뢰하기에는 부족하다.

2) 조사방법과 조사회사 모두 정확성에 영향을 미치고 있다.

3) 조사방법은 각 방법이 가진 응답률 차이에서 비롯되고 있다. 이러한 방법에 따른 차이는 관련 집단별로 응답률 차이가 나타날 때 더 크게 영향을 미친다.

4) 조사방법 차이가 특수한 경우에 나타나는 반면 조사회사 차이는 상황에 관계없이 보다 일반적으로 발생한다. 그리고 조사회사가 미치는 영향이 방법이 미치는 영향보다 크다.

2) 장덕현 (2024), 제22대 국회의원선거 전화여론조사 평가 및 과제, 2024년 한국조사연구학회 춘계학술대회 발표자료

3. 총선 예측조사결과에 대한 논의

조사회사별로 나타난 이러한 차이는 여심위 규제를 통해 해소될 수 있는가?

조사회사별로 정확성에 차이가 나타나는 요인이 무엇인지 정확히 분석해 내는 것은 쉽지 않을 것으로 본다. 조사의 정확성에 영향을 주는 요소는 무수히 많고, 또 그것이 미치는 영향이 다른 많은 요소에 따라 달라질 가능성이 높기 때문이다. 이러한 요소를 찾아낼 수 있다고 하더라도 그것을 측정해서 규제에 활용하는 것도 가능하지 않을 것이다. 예컨대 면접원들의 면접태도가 영향을 줄 수 있다고 해서 그것을 정량화하고 측정해 낼 수 있는 것은 아니다. 따라서 현재와 같이 여심위에서 선거여론조사의 기준을 설정해서 정확성을 기하고자 하는 방식은 한계가 있다.

또 설령 조사회사 간 정확도 차이를 가져오는 요인을 찾아냈고 그것을 규제하는 것이 가능하다고 해서 그것이 다음 선거에서 조사의 정확성을 보장해 줄 수는 없다. 다음 선거에서는 다른 조사상황이 될 것이고 그러면 이번 선거여론조사결과를 가지고 찾아낸 요인이 다음 선거조사에서도 적용될 것이라고 볼 수는 없기 때문이다. 이것은 선거여론조사가 조사의 원칙을 100% 준수해서 이루어질 수 없기 때문에 갖는 한계다. 모든 원칙을 준수할 수 있다면 그것을 준수하도록 하면 될 것이나 선거조사의 특수성 때문에 그것이 불가능하고 따라서 수많은 원칙 중에서 일부를 선택적으로 지키도록 할 수밖에 없다. 그것도 부분적으로만 지키도록 할 수밖에 없다. 따라서 하나의 선거에서 정확한 결과를 가져온 조사방법도 다음 선거에서는 그렇지 않을 수가 있다.

선거조사에서 표준적인 조사기준을 마련하기 어려운 또 하나의 이유는 선거조사에 대한 연구를 실시하기 어렵기 때문이다. 선거조사의 방법을 확인하려면 개선된 방법을 실제 적용해 보아야 하는데 이런 검증연구에는 상당한 비용이 발생한다. 그것도 하나의 연구가 아닌 다수 연구를 통해 검증해야 하는데 이러한 연구를 수행할 주체가 현재까지는 없다. 선거여론조사가 1989년부터 실시되었는데, 그 이후 선거시기마다 여론조사의 문제점에 대해 학계, 언론계, 정당 등에서 많은 관심을 갖고 토론도 진행했지만, 대부분 선거 때 실시된 여론조사 데이터를 사후적으로 분석한 결과를 가지고 개선 방안을 살펴본 것이다. 제시된 개선방안을 실제 실험조사를 통해 확인한 연구는 간헐적으로 이루어진 바는 있으나, 이것도 학술적으로 여러

학자들이 참여해 이루어졌다기 보다는 조사회사 차원에서 일부 진행된 것이라 새로운 방법을 검증해 낼 수 있는 결과를 보여주기 어려웠다.

여심위 주도의 표준 기준안을 만드는 시도가 한계가 있는 또 다른 이유로는 이러한 여심위의 노력 자체가 조사회사들의 자발적인 노력을 억제한다는 것이다. 선거여론조사 자체가 여심위에서 마련한 기준에 따라 실시된다면, 각 조사회사들은 조사의 오류를 개선하고 새로운 방법을 찾고자 하는 동기가 감소될 수밖에 없다. 그렇다고 연구기관이 아닌 여심위가 미래의 조사방법 표준안을 제시하는 것은 어렵다. 앞서 말했듯이 이를 위한 많은 연구가 이루어져야 하는데 여심위가 연구기관이 아니기 때문에 한계가 있다. 현재 선거여론조사가 직면한 문제는 다양한 연구들이 시도되어야 해결될 것으로 본다. 각 조사회사들이 각자의 방법으로 연구노력을 하고 그 중의 하나가 성공할 확률이 단일 연구팀의 노력보다는 가능성이 높을 것이다.

이번 선거여론조사의 경우도 이 글에서 시도하는 것과 같은 또는 조사연구학회에서 발표된 일부 연구들처럼 사후 분석에 입각해서 문제점을 검토할 수는 있으나, 이것으로 다음 선거에서 보다 향상된 결과를 가져올 안을 만들어낼 수는 없다고 본다.

이러한 한국의 여론조사 환경을 고려할 때 여론조사 방법에 대한 기준 설정을 통한 규제로는 앞으로의 선거여론조사의 정확성이나 공정성을 확보하기 어렵다고 본다. 오히려 여심위는 세부적인 조사기준을 마련하려고 하기 보다는 각 조사회사들이 정확한 조사결과를 생산할 수 있도록 유도하는 방향으로 규제의 방향을 전환할 필요가 있다. 구체적으로 조사의 과정에 대한 규제보다는 각 회사들의 조사결과에 대한 피드백을 좀 더 강화하여 조사회사들의 자발적인 개선노력을 유도함과 동시에 유권자들이 조사결과를 정확한 조사결과를 활용할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있다.

4. 새로운 규제방향

국회의원선거 여론조사는 조사방법만 가지고 그 품질이나 공정성 정도를 판단할 수 없다. 그것은 앞서 논의에서 살펴보았듯이 조사회사에 따른 차이도 있기 때문이다. 따라서

각 조사회사의 정확도 수준에 관한 정보를 제공하는 것이 필요하다. 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

1) 각 조사회사별로 과거 일정기간 동안 그 회사에서 실시한 선거여론조사의 오차를 통합하여 오차의 평균치를 구한다. 이러한 오차의 평균치 산출 시에는 선거유형, 조사방법 등을 고려하여 산출한다.

2) 산출된 회사별 오차크기를 기준으로 각 조사회사를 몇 개의 등급으로 구분한다. 상위 등급은 조사의 결과가 유권자를 크게 오도하지 않는 범위의 오차를 보인 회사이고, 하위 등급은 오도의 가능성이 높은 오차규모를 보인 회사이다. 일정 횟수의 조사를 실시하지 않은 회사의 경우는 최하위 등급 또는 미분류 등급으로 분류한다. 등급의 수를 많이 할수록 즉 세분화할수록 분류의 오류로 인한 부작용은 줄어들게 된다. 또는 등급 자체를 하지 않고 점수제로 할 수도 있다. 등급의 수를 많이 하거나 점수제로 할 경우, 점수 산정과정에 지나치게 민감하게 될 수 있다.

3) 조사결과 발표 시에는 각 회사의 등급 또는 점수를 같이 보도한다. 그리고 선거기간 1주일 이내에서는 일정 수준의 정확도를 보인 회사들만 발표를 할 수 있도록 한다. 유권자를 오도할 가능성이 있는 점수 또는 등급에 해당되는 조사회사들의 조사결과는 선거임박한 시기에는 발표하지 않도록 한다.

4) 조사결과 발표 시에는 현재와 같이 가상적인 오차한계(표본크기만으로 산정해서 발표하는 오차한계)가 아닌 그 회사의 과거 조사실적을 기반으로 하여 산출한 오차를 보여주도록 한다. 이럴 경우 최근의 조사회사들의 개선 노력이 즉각적으로 반영되지 않을 수 있다. 따라서 이러한 점수 산정 또는 오차한계 산정에서는 최근의 조사실적이 보다 많이 반영되도록 할 필요가 있다.

물론 선거여론조사의 오차는 조사의 오차뿐만 아니라 여론 자체 변화도 포함하고 있기 때문에 순수한 여론조사만의 오차라고 볼 수는 없다. 그러나 조사결과 이용자는 이를 통해 선거결과를 예상해 보기 때문에 굳이 양자를 구분할 필요는 없다고 본다.

이러한 등급을 산출하기 위한 세부적인 방법을 마련할 때는 위에 열거한 이외에 좀 더

다양한 것들을 고려해야 할 것이다. 그러나 이것은 조사회사, 학계 등 전문가들이 모여 논의하면 어렵지 않게 도출될 수 있다고 본다. 중요한 것은 각 회사별로 조사의 정확도 실적을 명확하게 공개함으로써 조사결과 이용자들이 그것을 조사결과의 품질을 좀더 정확하게 판단할 수 있도록 하는 것이다.

이러한 등급제 또는 점수제가 조사방법 기준설정 방식보다 실효성이 높다고 보는 것은 다음과 같은 이유다.

- 조사기준은 선거조사의 특성상 조사의 품질을 정확하게 보장해 주지 못한다. 특히 앞으로는 더욱 그러할 것이다.
- 조사기준을 세부적으로 설정하기 위한 연구를 실시하기 어렵다. 따라서 세부 설정을 근거를 기반하여 만들기 어렵다.
- 조사기준의 타당성은 조사환경에 따라 달라지며 이것을 미리 예측하기 어렵다. 마치 독감백신이 새로 유행할 독감을 완전하게 예방해 주지 못하는 것과 같다.
- 등급(점수)제가 실시되면 부실 조사회사들은 퇴출된다. 부실 조사를 회사의 규모 등으로 판단하는 것보다 합리적이다.
- 등급(점수)제가 실시되면 조사회사들이 조사방법을 위한 개발노력을 지금보다 더 많이 하게 된다. 각 조사회사의 조사역량을 객관적으로 보여줄 수 있는 중요한 지표가 될 수 있기 때문에 조사회사들로서는 노력을 기울이게 된다. 또한 등급이 높은 회사는 조사비용을 높이 요구하고 이것을 통해 보다 과학적인 조사를 수행할 수 있게 된다.
- 조사결과 이용자들은 조사결과의 정확성 정도에 대해 지금보다 좀 더 유용한 정보를 갖게 된다. 현재 실제 정확성 정도와 관련 없는 오차한계 그리고 해석하기 쉽지 않은 조사방법에 대한 정보보다는 과거의 정확성 정도를 고려하는 것이 더 유용하다.
- 실질적으로 선거에 대한 부실 조사의 영향을 막을 수 있다. 현재는 여심위 기준을 충족하기만 하면 실제로는 부정확할지라도 보도될 수 있다. 그것을 식별하거나 막을 수 있는 방법이 더 이상 없기 때문이다. 그러나 등급제를 실시하면 그럴 가능성이 높은 회사를 실질적으로 막을 수 있게 된다.

5. 결론

선거여론조사에 대한 법적 규제는 불공정한 조사가 선거에 영향을 미치는 것을 방지하기 위한 것이다. 한국의 규제는 따라서 조사의 정확성을 높이는 것보다는 부실한 조사를 식별하고 막는데 좀 더 초점을 두어왔다. 그리고 이 점에서 여심위가 큰 성과를 거두었다는 것은 여심위 발족 이전과 비교해 보면 알 수 있다.

그러나 선거조사는 앞서 누차 지적했듯이 단기에 시행해야 한다는 현실 속에서 몇 가지 원칙을 부분적으로 지키면서 실시된다. 그러면 어떤 원칙을 어느 정도 준수해야 하는가가 중요하다. 과거 우리나라는 물론 외국의 경우에도 종종 그때까지 문제가 없던 조사들이 돌연 큰 오차를 보이는 경우가 있어 왔다. 문제는 최근 들어 이러한 빈도가 점차 많아지고 있다는 점이다. 따라서 이제는 일반적인 수준에서 본다면 어느 정도 선거조사의 원칙을 지키는 괜찮았던 조사도 한순간 부실한 조사결과를 보일 수 있게 된 것이다. 이번 제22대 국회의원선거에서도 그런 현상이 나타났다.

이것은 부실하지 않을 것이라 믿었던 조사들이 언제든 부실한 그래서 결과적으로 유권자를 오도할 조사결과를 생산할 가능성이 점점 높아진다는 것이다. 따라서 부실한 여론조사를 방지하기 위한 여심위의 노력이 성과를 거두려면 조사회사들이 조사방법을 지속적으로 개선하도록 하는 것이 필요하다. 이를 통해 환경변화에 따라 적절히, 적시에 대응할 수 있도록 하지 않는 한 선거여론조사의 문제는 계속 반복될 가능성이 높다.

등급(점수)제가 모든 문제를 해결할 수 있는 것은 아니다. 과거에 정확한 조사를 했다고 해서 그것이 미래에도 조사를 잘한다는 것을 완전히 보장해 주지는 않기 때문이다. 그러나 등급(점수)제는 최소한 조사회사들이 각자의 조사결과를 보다 정확하게 하려고 혁신적인 노력을 기울이게 할 수 있다. 그리고 그것이 궁극적으로 유권자를 비롯한 모든 관계자들에게 정말로 유용한 정확한 조사결과를 제공해 줄 수 있는 방법이 된다.

선거여론조사에 관해 지금까지 이루어진 한국은 물론 외국의 연구를 모두 검토해 보아도 마법의 조사방안은 없다. 다만 끊임없이 개선하고자 하는 노력을 통해 조금씩 발전해 오고 있는 것이다.

제22대 국회의원선거에 대한 복기: 한국 국회의원선거 예측의 어려움

박 종 희
서울대학교 정치외교학부
교수

2024년 4월 10일 제22대 국회의원선거가 진행되었다. 선거결과 더불어민주당이 지역구 득표율 50.5%로 161석을 획득하였고 국민의힘은 지역구 득표율 45.1%로 90석을 획득하였다. 비례대표는 더불어민주연합이 14석, 국민의힘이 18석, 조국혁신당 12석, 개혁신당 2석을 획득하였다. 이로써 범야권(더불어민주당, 더불어민주연합, 조국혁신당, 개혁신당, 새로운미래, 진보당)이 192석을 획득하고 여당은 108석을 차지하는 여소야대가 재현되었다.

제22대 국회의원선거에서 여론의 흐름은 매우 심하게 요동쳤다. 선거 막바지에 여당의 참패가 예상되면서 선거의 최대관심사는 과연 여당이 개헌 저지선인 100석을 사수할 수 있을 것인가에 집중되었다. 한국의 선거여론조사는 사전등록제와 휴대전화 가상번호의 활용으로 조사환경이 크게 개선되었지만 유독 국회의원선거에서 만큼은 유권자의 선택을 정확하게 예측하지 못한 것으로 평가되고 있다. 특히 이번 국회의원선거에서는 출구조사 결과가 선거결과와 크게 다르게 나타나서 여론조사와 실제 투표의 간극이 매우 큰 것처럼 나타났다. 과학적인 조사방법과 70억이 넘는 예산, 그리고 1,980개 투표소 유권자 359,750명을 조사한 결과가 선거결과와 다르다는 점에 일반 국민들은 의문을 가질 수밖에 없다. 그렇다면 왜 국회의원선거는 이렇게 예측이 어려운가?

유권자 마음 읽기의 어려움

국회의원선거 예측이 어려운 가장 중요한 이유는 표심의 내용이 매우 복잡하고 움직임이 유동적이기 때문이다. 대통령선거의 경우 표심의 유동성은 국회의원선거와 비슷하지만 표심의 내용은 복잡하지 않다. 전국 어느 곳의 유권자들이던 사실상 1-2위 후보 중에서 누구를 선호하는지를 조사하면 되고 선거결과는 지역에 관계없이 다수투표제에 의해 결정되기 때문이다. 선거결과를 볶음밥의 간을 보는 것으로 비유하면 쉽게 이해할 수 있다. 아무리 많은 양의 볶음밥을 만든다 해도 잘만 섞는다면 몇 숟가락만 먹어보면 볶음밥 전체의 간이 얼마나 잘 되었는지 쉽게 알 수 있다.

반면 국회의원선거는 거대한 볶음밥이 아니라 254개의 서로 다른 볶음밥을 1만4천259개의 웍(투표소)에서 17개의 식당(지역)이 나눠서 준비하는 과정이라고 할 수 있다. 식당별로 간이 비슷할 수 있고 웍마다 더 비슷할 수 있지만 1만4천259개의 웍을 다 맛보는 것은 매우 어렵다. 굳이 모든 웍을 확인할 필요 없이 몇몇 선택된 지역만 보면 된다고 생각할 수 있지만, 그 몇몇 지역을 선택하는 것에 심각한 편향이 개입될 수 있다. 개별 선거구의 유권자들은 전국적인 바람의 영향을 받을 수도 있지만 자신의 지역구 현안과 관련된 선택을 하거나 그 지역에서만 확인될 수 있는 인지도에 의해 선거가 크게 영향받을 수 있다. 또한 아파트 건설이나 선거구 재획정 등으로 선거구에 새로 유입된 유권자들이 증가한 경우도 많아서 254개 중에서 어떤 지역구를 선택해서 조사할 것인가의 문제는 그리 간단치 않다.

편의상 1-2위의 득표율 차이가 10% 이하인 곳을 경합선거구라고 부르면 제21대와 제22대 국회의원선거에는 총 136개의 경합선거구가 있었다. 그 중에서 두 번 모두 경합선거구로 판명된 경우는 약 28%(38개)에 불과했다. 나머지 72%의 선거구는 제21대 혹은 제22대 국회의원선거에서만 경합선거구였다. 따라서 지난 선거에서의 경합성을 기준으로 조사 지역구를 정하는 경우 약 2/3의 선거구를 시야에서 놓칠 수 있는 것이다.

표1. 제19대~제22대 국회의원선거 지역구 1-2위 득표율 격차 분포

연도	지역구 의석수	20% 이하	10% 이하	5% 이하	1% 이하
2012		0.71	0.43	0.19	0.04
	246	174	106	47	9
2016		0.77	0.46	0.27	0.05
	253	194	116	68	12
2020		0.65	0.32	0.16	0.02
	253	165	81	41	5
2024		0.70	0.37	0.15	0.03
	254	177	93	39	7

표 1은 제19대~제22대 국회의원선거에서 1-2위 득표율 격차를 보여주고 있다. 5% 이하의 초경합 선거구가 15~27%를 차지하고 있으며 10% 이하의 경합선거구는 전체 선거구의 32~46%를 차지하고 있다. 평균 약 100석이 10% 이하의 득표율로 좌우되고 있으며 그 절반은 5% 이하의 득표율 차이에 의해 결정되고 있는 것이다.

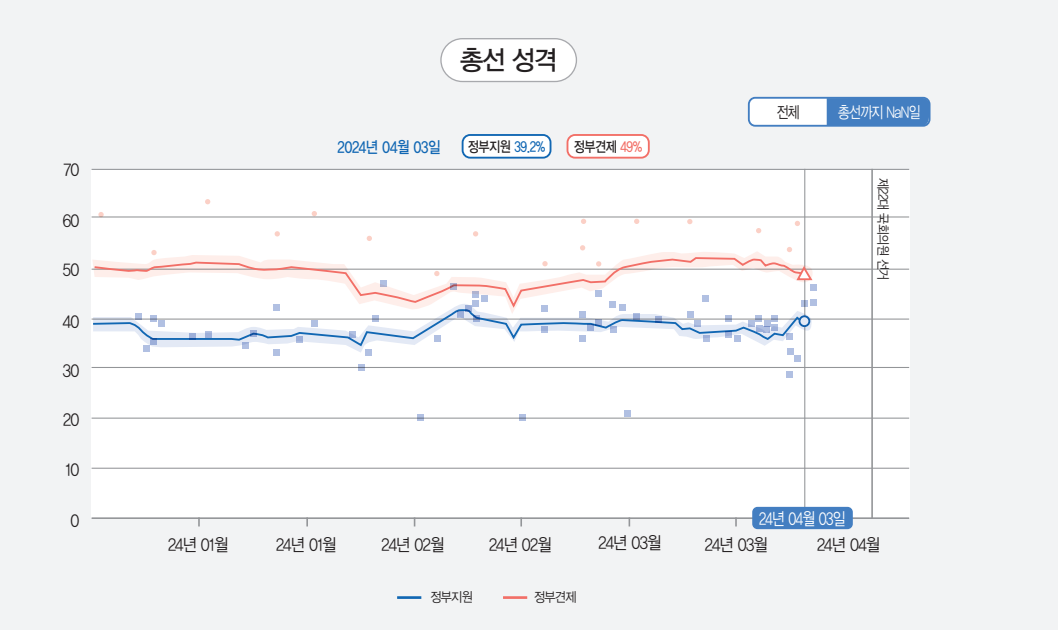
더군다나 제22대 국회의원선거에서는 전체 투표자의 절반이 사전투표 기간에 투표를 진행했다. 사전투표와 본투표를 선택한 유권자가 동질적이지 않다면 사전투표 유권자의 표심을 조사하는 것은 매우 어렵다고 볼 수 있다.

전화여론조사를 통해서 선거예측을 하는 것 역시 쉽지 않다. 전화여론조사 응답을 거부하는 경향이 갈수록 높아지고 있으며 전화여론조사로 실제 투표여부나 투표의향을 확인하는 것 역시 많은 한계가 있다. 또한 휴대전화 가상번호를 사용해서 인구통계학적 정보를 반영한 조사를 진행한다고 해도 900만 명에 이르는 알뜰폰 사용자들이 체계적으로 누락되기 때문에 이로부터 편향이 발생할 수 있다. 알뜰폰 사용자들이 다른 휴대폰 사용자들과 체계적인 차이를 가지고 있다고 가정하면 그 편향은 쉽게 채우기 어려울 수 있다. 마지막으로 254개의 선거구에 대한 전화조사를 진행하는 것은 현실적으로 매우 어렵다.

마음 읽기는 어렵지만 추세는 읽을 수 있다.

한국의 국회의원선거는 두 가지 의미를 갖는다. 첫째, 차기 국회의 당파적 원 구성을 결정하는 것이다. 진보와 보수, 개혁과 보수, 혹은 좌-우로 나누어진 정당구조에서 각 이념을 대표하는 정당들이 차지하는 의석의 크기는 국회를 통해 제정될 법률의 성격을 결정하는 중요한 가늠자이다. 이때 가장 중요한 정보는 어떤 당이 다수당이 될 것인가라는 것이다. 둘째, 한국은 행정부와 입법부를 서로 다른 주기를 갖는 선거로 선출하는 비동시 선거체제를 가지고 있다. 이로 인해 국회의원선거는 의회 다수당에 대한 평가와 동시에 대통령과 집권 여당에 대한 중간평가의 성격을 갖게 된다. 국정안정론과 정권견제론이 매번 선거에서 중요한 어젠다로 등장하는 이유가 바로 비동시 선거체제 때문이다.

그림1. 총선 성격에 대한 여론조사 결과 (MBC 여론조사를 조사하다 https://poll-mbc.co.kr)



이 두 가지 서로 경쟁하는 해석(전망적 투표와 회고적 투표)은 매번 선거결과를 두고 평행선을 그린다. 그러나 2024년 4월에 진행된 제22대 국회의원선거에서 여론의 신호는 아주 뚜렷했다. 그림 1에서 확인할 수 있는 바와 같이 총선의 성격에 대한 질문에 대해 유권자들은 '정부지원'이나 '국정안정' 보다는 '정부견제'에 더 큰 비중을 두고 있었다. 이러한 정부심판론은

총선 4개월 전부터 총선 직전까지 일관된 유권자의 신호였다. 정부심판론은 1월 말부터 2월 동안 다소 주춤하기는 했지만 3월 들어 매우 높은 수준으로 증가했고 이것이 결국 선거 당일까지 영향을 준 것으로 볼 수 있다. 국민들의 선거결과를 두고 많은 논평가들이 국회원 구성에서 진보세력의 확대를 원하는 전망적 투표의 결과라기보다는 대통령과 정부여당에 대한 심판의 의미를 가진 회고적 투표의 결과라고 해석하는 것이 바로 이런 이유이다.

샤이보수, 샤이진보의 실체?

선거 때만 되면 등장하는 유령이 있다. 바로 샤이보수, 샤이진보라는 유권자들이다. 여론조사에서는 잡히지 않지만 선거 당일 기적같이 대거 나타나서 판세를 뒤집어줄 특정 진영의 숨은 표를 일컬어 샤이보수 혹은 샤이진보라고 부른다. 제22대 국회의원선거에서도 어김없이 샤이보수에 대한 논의가 있었다. 윤석열정부가 인기가 낮아 여론조사에는 응답하지 않지만 여권이 200석을 빼앗겨서 개헌저지선이 돌파될 위기에 놓이면 대거 투표장에 나타날 보수층이 있다는 것이었다. 실제 부산과 경남지역에서 당초 여론조사와 출구조사의 예상과는 달리 국민의힘 후보가 다수 당선되면서 샤이보수에 대한 믿음은 힘을 받는 듯하다.

샤이보수나 샤이진보의 실체에 대한 실증적 연구는 거의 없다. 샤이논쟁의 기원이 되는 브래들리효과(Bradley effect, 1982년 캘리포니아 주지사 선거에서 흑인 후보 톰 브래들리가 여론조사에서는 앞섰지만 실제 선거에서 패배한 현상)도 정확하게 규명되지 않았다. 그럼에도 불구하고 이에 대한 호출이 멈추지 않는 이유는 크게 두 가지인데, 첫째는 여론조사가 특정 지지성향의 유권자를 과소평가하는 체계적인 편향을 보일 경우가 종종 있다는 점, 그리고 두 번째 이유는 판세에서 밀리는 진영이 자기 진영 후보와 지지자들을 독려하기 위한 정치적인 동기에서 찾을 수 있다.

샤이보수나 샤이진보에 대한 주장이 학문적 근거를 갖기 어려운 또 다른 이유는 '샤이'라는 표현의 모호함과 논리적 모순 때문이다. 자신이 지지하는 정당이나 후보를 밝힐 만큼 적극적이지는 않지만 투표에서는 반드시 자신의 지지정당에게 투표한다는 가정은 이들이 사실 적극투표층이 아니거나 부동층에 가까운 유권자일 가능성이 높다는 점을 시사한다. 따라서 이들의 이념을 사전적으로 규정하는 샤이진보나 샤이보수라는 명칭보다는 부동층의

표심이 보수나 진보 정당/후보에게 급하게 쏠리는 현상을 지칭하는 표현이 더 적절하다고 볼 수 있다.

그런 점에서 제22대 국회의원선거에서 선거 마지막에 국민의힘이 부산과 경남 지역에서 여론조사보다 높은 득표율을 보인 것은 샤이보수의 등장이라기보다는 미국 선거에서 종종 등장하는 '균형잡기'(balancing) 현상이라고 볼 수 있다. 9·11 테러라는 특수 상황이었던 2002년 중간선거를 제외하면 미국의 대통령당은 중간선거에서 거의 예외 없이 하원 의석을 잃는 중간선거손실(midterm loss) 현상이 발생했다. 균형잡기론은 이러한 현상을 유권자의 이념적 균형잡기로 설명한다. 대통령의 정책편향을 시정하기 위해, 또는 대통령에 대한 기대가 무너지면서 유권자들은 하원선거에서 야당 후보를 더 지지하게 된다는 것이다.

이런 관점에서 볼 때 만약 이번 선거 막바지에 보수층 지지표가 더 많이 나온 것이 사실이라면, 이는 두 개의 서로 다른 균형잡기가 작동했던 것으로 볼 수 있다. 첫 번째 균형잡기는 지난 대통령선거와 지방자치단체장선거에서 국민의힘 후보를 지지했던 유권자들의 상당수가 야권으로 이동한 것이고 두 번째 균형잡기는 그러한 이동이 개헌저지선을 넘어설 가능성이 높아지자 다시 소수의 유권자들이 여권 후보에게 투표함으로써 여당에게 개헌저지선이 넘는 의석을 주었다고 볼 수 있다.

그 결과 정부와 여당에게는 고물가와 국정혼란에 대한 엄중한 심판이라는 처벌을 주면서도 야권에게는 200석에 조금 못 미치는 의석을 주어서 협치의 중요성을 상기하는 기막힌 선거결과가 도출되었다.

천재적인 물리학자이자 대부호였던 아이작 뉴튼은 1720년 영국 사회를 패닉으로 몰아넣은 남해 버블 주식회사(South Sea Bubble)에 대한 투자로 막대한 재산을 잃은 뒤 자신의 지인들에게 "내가 천체의 운동을 계산할 수는 있지만, 사람들의 광기는 절대 계산 못 한다"고 말했다고 전해진다. 주식시장의 광기만큼이나 국회의원선거를 통해 표출되는 유권자들의 표심은 예측하기가 어렵다는 것이 여론조사 분석과 출구조사 분석에 직접 참여한 필자가 이번 선거를 통해 느낀 점이다. 그러나 바로 이러한 예측 불가능성 때문에 선거는 많은 유권자들의 관심을 이끌어낼 수 있고 또 많은 정치인들을 긴장하게 만들 수 있다는 점이 강조될 필요가 있다. 선거는 매우 제한된 수단임이 분명하지만, 민주주의의 최종 결정자가 유권자들의 집단의지라는 점을 보여주는 지금까지 인류가 발명한 가장 효과적인 방법이다.

제22대 국회의원선거
선거여론조사 백서

부 록

1. 선거여론조사 주요 심의·조치 사례
2. 선거여론조사기관 등록 현황
3. 보도자료 및 언론기사
4. 관련 법규 및 기준
5. 선거여론조사심의위원회 연락처 등

부록 01 선거여론조사 주요 심의·조치 사례

고발

표본의 대표성 미확보

위 원 회 명	중앙선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	선거여론조사기관 ○○○는 ◆◆◆ 언론사 의뢰로 실시한 여론조사(5건)에서, ① 해당 조사대상의 전 계층을 대표할 수 있도록 피조사자를 선정하여야 함에도 거주지역을 확인할 수 없는 표본추출틀을 사용하여 선거여론조사를 실시하였고, ② 제출된 원자료의 사용 표본 수와 실제 조사에 사용한 표본 수에 현격한 차이가 있어 조사완료 사례의 성·연령·지역별 구성 비율 확인이 어려우며, ③ 심의위원회의 자료 제출 요구에 해당 조사별로 실제 사용한 패널 수를 허위로 기재하여 제출함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제5항
조 치	고발(2024. 4. 24.)

당내경선 여론조사 성별·연령 등 거짓·중복응답 지시·권유·유도

위 원 회 명	경기도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	○○○(□□당 ▽▽선거구 전 여성위원장)은 카카오톡 단체방에 “20, 30, 40대 중에 하나만 선택하고 끝까지 응답해주세요. 50, 60대는 끝났다고 합니다. 오늘 많이 올 테니 꼭 받아주세요.”라는 글과 함께 ◇◇◇(예비후보자)의 홍보 웹포스터(적합도 여론조사 명시) 사진을 함께 게시한 사실이 있음.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제11항제1호
조 치	고발(2024. 2. 2.)

당내경선 여론조사 성별·연령 등 거짓·중복응답 지시·권유·유도

위 원 회 명	경기도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	○○○은 □□당 당내경선 여론조사기간인 3. 12.(화)에 ◇◇◇을 지지하는 권리당원들에게, 권리당원을 대상으로 한 여론조사 참여 후 '◇◇◇'을 선택하고, 일반선거구민을 대상으로 한 여론조사 전화도 받아 권리당원 '아님'을 선택 후 '◇◇◇'을 지지하도록 거짓 응답을 권유·유도하는 내용의 문자메시지를 발송한 사실이 있음.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제11항
조 치	고발(2024. 4. 1.)

선거여론조사결과 왜곡 공표 · 보도

위 원 회 명	경상북도선거여론조사심의위원회
결 정 일	2024. 2. 15.
결 정 내 용	◇◇◇이 실제 실시되지 않은 여론조사결과를 SNS에 게시함으로써 여론조사결과를 왜곡하여 공표한 행위에 대하여 다음과 같이 결정한다. →「공직선거법」 제96조제1항에 위반됨.
위 반 사 례	□□□(○○언론사 기자)은 자신의 페이스북과 자사 인터넷신문에 서로 다른 설문 문항의 결과값을 취사·선택하여 임의 산출한 후보자별 지지도 결과를 게시하는 등 선거여론조사결과를 왜곡 공표·보도함. ※ 의도적으로 다자구도 결과값과 3자구도 결과값을 혼합하여 왜곡 공표·보도
관 계 법 규	「공직선거법」 제96조제1항
조 치	고발(2024. 2. 29.)

선거여론조사결과 왜곡 공표 · 보도

위 원 회 명	부산광역시선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	2024. 4. 8.(선거일 전 2일 전) □□□는 각 후보자별 지지층을 당선 가능성과 교차 분석한 결과값에서 자신의 수치가 높다는 것을 이용하여 '□□□ 당선가능성 1위'라는 제목으로 당선될 가능성이 가장 높은 후보로 자신을 홍보함으로써 선거여론조사결과를 왜곡하여 공표함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제96조제1항
조 치	고발(2024. 4. 11.)

선거여론조사결과 왜곡 공표 · 보도

위 원 회 명	인천광역시선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	◇◇◇은 ◆◆◆당 예비후보자 주요 3인의 후보자 적합도 조사에서 2위를 하였음에도 불구하고, 타 정당 후보자와의 가상대결 결과 3개를 짜깁기하여 본인이 ◆◆◆당 주요 후보 3인의 가상대결에서 1위를 한 것처럼 왜곡한 카드뉴스를 선거구민 19,490명에게 발송
관 계 법 규	「공직선거법」 제96조제1항
조 치	고발(2024. 3. 5.)

선거여론조사결과 왜곡 공표 · 보도

위 원 회 명	경상남도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	방송사 프로그램에서 실재를 알 수 없는 선거여론조사결과를 근거로 "○○○은 여론조사에서 △△△에게 15% 이상 뒤쳐져서 ▽▽선거구로 간 것이지 전략공천을 받아간 게 아니다."라는 취지의 발언을 함으로써 선거여론조사결과를 왜곡 공표하였음.
관 계 법 규	「공직선거법」 제96조제1항
조 치	고발 및 부가적 수사의뢰(2024. 3. 26.)

정당·후보자 등 실시 조사결과 공표·보도

위 원 회 명	경기도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	○○○(예비후보자)은 □□당 ▽▽선거구 후보자 적합도 여론조사 결과와 본인의 의뢰로 실시한 여론조사결과를 본인의 페이스북, 네이버밴드 및 카카오톡 단체방에 게시하고 언론사 인터뷰를 통해 공표함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제12항
조 치	고발(2024. 3. 4.)

정당·후보자 등 실시 조사결과 공표·보도

위 원 회 명	전라남도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	○○○과 △△△은 정당이 실시한 제22대 국회의원선거에 관한 여론조사의 결과를 해당 선거일의 투표마감시각 전에 정당 명의 보도자료로 제공하여 다수의 언론사에 기사로 보도되게 함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제12항제1호
조 치	고발(2024. 3. 5.)

과태료

선거여론조사 조사·분석방법 위반

위 원 회 명	중앙선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	선거여론조사기관인 ○○○는 '△△△' 의뢰로 서울·인천·경기 지역을 대상으로 제22대 국회의원선거 관련 정당지지도 및 국정현안 조사를 실시하면서, ① 일부 휴대전화 가상번호를 대표성이 확보되지 않은 가족과 지인 명의의 휴대전화 번호로 교체 사용하여 피조사자 선정과정을 거치도록 하는 여론조사의 본질을 훼손하였고, ② 응답완료 사례 임의 제외 2건, 중복 응답 사례 포함 5건, 성·연령 및 지지정당 등 응답값 허위 기재 52건 등 결과를 왜곡할 수 있는 조사·분석방법을 사용한 사실이 있음. 또한 ③ 전체 응답완료 사례의 40%가 넘는 413건에서 피조사자에게 질문을 하기 전 조사기관의 명칭과 전화번호를 고지하지 않았고, ④ 중도이탈로 분류되어야 할 다수 사례를 접촉실패로 분류하는 등 중앙심의위원회 홈페이지에 피조사자 접촉현황을 사실과 다르게 등록함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제8항제2호
조 치	과태료(2024. 1. 16.)

공표·보도 시 준수사항 위반

위 원 회 명	강원특별자치도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	1. ◇◇◇(예비후보자 ○○○의 자원봉사자)은 실제 선거여론조사에서 ○○○이 당내 후보적합도 문항에서만 상대 후보보다 2배 이상의 지지율을 받았음에도 불구하고, 2024. 1. 24. 당내경선 참여독려 문자메시지를 선거구민 등 16,705명에게 발송하면서 ○○○이 마치 선거구내 전체 후보자 적합도에서 더블스코어로 압승한 것처럼 오인할 수 있도록 여론조사결과를 공표하였으며, 2. 「선거여론조사기준」 제18조제3항에 따라 여론조사결과 인용 공표 시 함께 공표하여야 하는 '선거여론조사기관, 조사일시, 조사방법, 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지 참조'를 명시하지 아니함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제6항
조 치	과태료(2024. 3. 12.)

등록사항 위반(사실과 다르게 등록)

위 원 회 명	인천광역시선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	선거여론조사기관인 ○○○는 중도이탈 1,673건을 접촉실패로 분류하는 등 선거여론조사결과를 사실과 다르게 등록함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제8항제2호
조 치	과태료(2024. 4. 3.)

가중값 배율범위 미준수

위 원 회 명	인천광역시선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	선거여론조사기관인 ○○○는 △△△의 의뢰로 실시한 선거여론조사와 관련하여 가중값 배율이 「선거여론조사기준」을 벗어난 여론조사를 실시(20대 1.53, 70대 0.57)한 후 이를 △△△ 지면신문(18만부) 및 인터넷판에 보도되도록 함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제8항제2호
조 치	과태료(2024. 4. 8.)

신고한 내용과 다른 방법으로 여론조사 실시

위 원 회 명	전라남도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	선거여론조사기관 □□□은 예비후보자 ○○○의 의뢰로 ◇◇지역 선거여론조사를 실시하면서 실시신고서에는 피조사자 선정방법을 '성별·지역별·연령별 인구비례할당 무작위추출(유선RDD)'로 기재하였으나, 실제로는 유선RDD 외 다른 표본추출틀(KT-DB)을 혼합하여 사용하고 연령별 할당관리를 미실시하여 신고내용과 다르게 여론조사를 함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제3항
조 치	과태료(2024. 3. 19.)

경고

선거여론조사결과 왜곡 공표 · 보도

위 원 회 명	광주광역시선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	1. ○○○는 선거여론조사와 관련하여 [★★★당 예비후보 일대일 지지도 문항] 중 ★★★당 지지층에서 ▲▲▲이 32.8%를 차지하고 ■■■은 44.6%를 차지하였음에도 불구하고, '첫번째 여론조사 ★★★당 지지층 서구(을) 예비후보 적합도 일대일 구도 시'라는 문구 아래 ▲▲▲ 31.5%, ■■■ 39.6%라고 사실과 다른 이미지를 제작하여 2. 20. 지인 11명 등에게 공표함. 2. ●●●는 해당 이미지를 2. 20. 94명이 참여 중인 카카오톡 단체방에 게시하고, ♥♥♥은 2. 21. ▲▲▲의 페이스북에 게시하였음.
관 계 법 규	「공직선거법」 제96조제1항
조 치	경고(2024. 2. 27.)

선거여론조사결과 왜곡 공표 · 보도

위 원 회 명	충청남도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	제22대 국회의원선거(▽▽선거구)와 관련하여 ◇◇◇(자원봉사자)은 ○○○(후보자)이 포함된 선거여론조사결과의 연령별 지지도를 오기하였고, ○○○은 본인의 페이스북에 사실과 다른 여론조사결과를 게시함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제96조제1항
조 치	경고(2024. 4. 8.)

표본의 대표성 미확보 등

위 원 회 명	제주특별자치도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	1. 선거여론조사기관 '□□□'은 ○○○(입후보예정자)의 의뢰로 선거여론조사를 실시하면서 표본추출틀을 사설업체의 유선전화번호부 및 자체구축 무선DB를 사용하여 해당 여론조사의 전계층을 대표할 있도록 피조사자를 선정하지 않았고, 2. 표본추출틀을 KT유선전화번호부로 사용하겠다고 신고하고, 사설업체 유선DB 및 자체구축 무선DB를 사용한 행위와 신고서의 조사기간·조사지역과 다르게 여론조사를 실시함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제3항·제5항
조 치	경고(2023. 11. 24.)

표본의 대표성 미확보 등

위 원 회 명	경상남도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	제22대 국회의원선거와 관련하여 선거여론조사기관 '□□□'은 △△△의 의뢰로 ○○지역을 4개 권역으로 구분하여 여론조사를 실시하였음에도 불구하고, 이 결과를 바탕으로 ○○지역 관내 지역구 국회의원선거별 여론조사결과를 추가 분석하였으며, 이 과정에서 지역구 국회의원선거별 여론조사결과는 표본의 대표성이 확보되지 않았음. 그럼에도 불구하고 □□□는 이를 중앙심의위원회 홈페이지에 등록하였고, △△△은 최소표본수에 미달하는 여론조사결과를 해당 방송사 홈페이지에 게시됨.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제5항 및 제8항제2호
조 치	경고(2023. 5. 2.)

선거여론조사기관 명칭·전화번호 미고지 등

위 원 회 명	중앙선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	선거여론조사기관인 '□□□'은 ① 전체 응답완료 사례(1,017건)의 40%에 해당하는 412건에서 피조사자에게 질문을 하기 전에 조사기관의 전화번호를 밝히지 않았고, 일부 응답완료 사례(25건)에서는 조사기관의 명칭과 전화번호를 밝히지 않았으며, ② 중앙심의위원회 홈페이지에 등록사항 일부(피조사자 접촉현황, 응답률, 접촉률, 표본의 크기)를 사실과 다르게 등록함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제5항, 제8항제2호
조 치	경고(2023. 9. 5.)

조사·분석방법 위반

위 원 회 명	중앙선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	여론조사기관 □□□은 인터넷언론사인 '△△△' 의뢰로 3건의 여론조사를 실시하면서, ① 일부 '응답완료' 사례에 재통화를 실시하여 응답값이 중복되었음에도 결과 분석 시 이를 제외하지 않는 등 결과를 왜곡할 수 있는 조사·분석방법을 사용하였고, ② 중앙심의위원회 홈페이지에 등록사항 일부(피조사자 접촉현황, 응답률, 접촉률)를 사실과 다르게 등록함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제8항제2호
조 치	경고(2023. 9. 5.)

질문지 작성 등 위반

위 원 회 명	전북특별자치도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	여론조사기관 ㈜★★★은 선거여론조사를 실시하면서 실제 국회의원 의석수 순과 달리 정당지지도 문항을 작성함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제8항제2호
조 치	경고(2024. 3. 18.)

가중값 배율범위 미준수

위 원 회 명	경기도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	여론조사기관 □□□은 선거여론조사를 실시하면서 통계처리 과정에서 지역 2곳의 가중값 배율을 잘못 적용하여 결과보고서를 작성하였고, 이를 의뢰자인 '△△일보'에 전달하여 공표·보도되게 함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조 제8항 제2호
조 치	경고(2024. 4. 2.)

공표·보도 시 준수사항 위반

위 원 회 명	서울특별시선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	후보자 ○○○의 선거사무원 ★★★은 2024. 3. 28. 선거여론조사결과를 인용하는 내용의 문자메시지를 선거구민에게 전송하면서 함께 공표·보도하여야 할 사항(선거여론조사기관, 조사일시, 조사방법, 그 밖의 사항 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지를 참조)을 누락함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제6항
조 치	경고(2024. 3. 29.)

미등록 여론조사결과 공표

위 원 회 명	서울특별시선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	△△△은 선거여론조사기관인 '○○○'에 의뢰하여 실시한 제22대 국회의원선거 여론조사와 관련하여 최초 공표·보도 예정일시(4. 6. 5:00)에 하루 앞선 4. 5. 5:00경 '△△△ 뉴스'를 통해 기사화하여 공표·보도함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제8항제1호
조 치	경고(2024. 4. 8.)

공표·보도 전까지 홈페이지 미등록

위 원 회 명	서울특별시선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	여론조사기관 △△△은 의뢰자(□□뉴스)로부터 최초 공표·보도 예정일시를 통보받았음에도 최초 동표·보도 전까지 중앙심의위원회 홈페이지에 「선거여론조사기준」에서 정한 등록사항을 등록하지 아니함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제7항
조 치	경고(2024. 3. 15.)

당내경선 여론조사 성별·연령 등 거짓·중복응답 지시·권유·유도

위 원 회 명	서울특별시선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	○○○은 당내경선을 위한 여론조사와 관련하여 당원들에게 "★★★후보 외 타후보 → 3번 잘 모르겠다 선택!"이라는 내용의 문자메시지를 청년당원 3,830여명에게 발송하고, 해당 내용의 게시물을 ★★★후보 블로그에 게시함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제11항제1호
조 치	경고(2024. 3. 4.)

당내경선 여론조사 성별·연령 등 거짓·중복응답 지시·권유·유도

위 원 회 명	강원특별자치도선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	◇◇◇ (예비후보자 □□□의 선거사무장)은 당내경선과 선거여론조사와 관련하여 다수의 선거구민(48,419명)을 대상으로 “다른 당을 선택하면 조사종료/역선택 방지”라는 문구를 기재하여 문자메시지를 전송함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제11항제1호
조 치	경고(2024. 2. 21.)

정당·후보자 등 실시 조사결과 공표

위 원 회 명	인천광역시선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	예비후보자 □□□은 유튜브 채널에 출연하여 “아직 비공표용이긴 하지만 자체 조사했을때 저희가 거의 △△△를 따라 잡고 있다.”, “제가 공표용이 아니라서 말씀을 못 드리겠지만 여론조사 상 저희가 확실히 승세를 잡아가고 있다.”라고 발언하여 자신(후보자)이 의뢰하여 실시한 비공표용 선거여론조사결과를 공표함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제12항제1호
조 치	경고(2024. 3. 4.)

정당·후보자 등 실시 조사결과 공표

위 원 회 명	부산광역시선거여론조사심의위원회
위 반 사 례	○○○은 자신이 지지율이 낮은 후보가 아니라는 점이 기사화된다면 당내경선 재심 결정에 반영될 것으로 생각하고 기자 △△△에게 자신이 실시한 여론조사결과를 공표하였고, △△△는 ○○○가 실시한 여론조사결과를 듣고 □□신문에 해당 여론조사결과를 ‘백중세’, ‘유의미한 수치’ 등으로 기사화하여 공표금지 여론조사결과를 공표·보도함.
관 계 법 규	「공직선거법」 제108조제12항제1호
조 치	경고(2024. 3. 6.)

부록 02 선거여론조사기관 등록 현황(2024. 6. 10. 현재)

선거여론조사기관명	소재 지역	등록일
㈜한국갤럽조사연구소	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜리서치뷰	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜리얼미터	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜리서치앤리서치	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜케이스탯리서치	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜모노커뮤니케이션즈	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜한국리서치	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜코리아리서치인터내셔널	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜글로벌리서치	서울특별시	2017. 5. 9.
케이에스오아이(주)	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜현대리서치연구소	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜유니온리서치	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜리서치랩	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜에스티아이	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜리서치디앤에이	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜알앤써치	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜데이터앤리서치	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜조원씨앤아이	서울특별시	2017. 5. 9.
㈜코리아정보리서치	광주광역시	2017. 5. 9.
㈜한국정보통계	전라북도	2017. 5. 9.
㈜우리리서치	서울특별시	2017. 5. 22.
㈜윈지코리아컨설팅	서울특별시	2017. 5. 22.
㈜피플네트웍스	서울특별시	2017. 5. 22.
㈜이너텍시스템즈	서울특별시	2017. 6. 2.
㈜유앤미리서치	서울특별시	2017. 6. 15.
㈜국민리서치그룹	서울특별시	2017. 6. 15.
㈜디오피니언	서울특별시	2017. 6. 28.
에이스리서치	대구광역시	2017. 7. 11.
㈜홍성신문	충청남도	2017. 7. 17.
㈜엠에스리서치	서울특별시	2017. 8. 29.
닐슨아이큐코리아	서울특별시	2017. 8. 29.

선거여론조사기관명	소재 지역	등록일
㈜폴인사이트	광주광역시	2017. 9. 8.
㈜티브릿지코퍼레이션	서울특별시	2017. 9. 8.
㈜데일리리서치	서울특별시	2017. 9. 15.
㈜에브리씨앤알	서울특별시	2017. 10. 26.
입소스㈜	서울특별시	2017. 11. 8.
㈜컨슈머인사이트	서울특별시	2017. 11. 9.
㈜경북리서치	경상북도	2017. 12. 5.
㈜한국공공관리연구원	서울특별시	2017. 12. 29.
㈜리서치코리아	대구광역시	2018. 1. 8.
리서치한국	부산광역시	2018. 1. 11.
㈜이너컴	서울특별시	2018. 2. 1.
㈜폴리컴	서울특별시	2018. 2. 12.
㈜아테나컴퍼니	경기도	2018. 2. 19.
㈜서던포스트	서울특별시	2018. 2. 14.
㈜아시아리서치앤컨설팅	서울특별시	2018. 2. 23.
㈜맥스리서치	서울특별시	2018. 2. 28.
㈜에스에이컨설팅	서울특별시	2018. 2. 28.
한국정책연구원	광주광역시	2018. 3. 8.
㈜아이소프트뱅크	강원도	2018. 3. 23.
㈜경남리서치	경상남도	2018. 4. 9.
여론조사공정㈜	서울특별시	2018. 4. 24.
경북인터넷방송	경상북도	2018. 5. 21.
㈜나우앤퓨처	서울특별시	2018. 7. 27.
㈜에스티리서치	부산광역시	2019. 6. 12.
㈜비전코리아솔루션즈	서울특별시	2019. 8. 29.
㈜리서치경북	경상북도	2019. 11. 4.
㈜메트릭스	서울특별시	2019. 12. 23.
㈜코리아정보리서치	대전광역시	2020. 1. 2.
서던포스트알앤씨	서울특별시	2020. 1. 14.
㈜엠브레인퍼블릭	서울특별시	2020. 2. 5.
코애드	경상남도	2020. 3. 9.
㈜케이스탯컨설팅	서울특별시	2020. 4. 6.
㈜한길리서치	서울특별시	2020. 8. 18.
코리아스픽스㈜	서울특별시	2020. 9. 10.

선거여론조사기관명	소재 지역	등록일
㈜미디어리서치	서울특별시	2020. 11. 11.
넥스트리서치㈜	서울특별시	2021. 1. 25.
㈜피앰아이퍼블릭	서울특별시	2021. 3. 24.
㈜충청리서치	대전광역시	2021. 4. 7.
㈜티앤오코리아	서울특별시	2021. 6. 7.
㈜데이터스프링코리아	서울특별시	2021. 7. 26.
㈜미디어토마토	서울특별시	2021. 8. 5.
유와이텔	경기도	2021. 8. 31.
㈜히든그레이스	서울특별시	2021. 10. 26.
㈜미디어리얼리서치코리아	서울특별시	2021. 11. 9.
㈜케이오피알에이	서울특별시	2021. 11. 17.
협동조합리큅	서울특별시	2021. 11. 24.
㈜여의도웍스	서울특별시	2021. 12. 2.
㈜위너아이	경기도	2021. 12. 22.
㈜바이데일리	경상남도	2022. 1. 5.
㈜인바이트	서울특별시	2022. 1. 12.
㈜경남통계리서치	경상남도	2022. 1. 13.
㈜더리서치그룹	서울특별시	2022. 1. 13.
㈜한승마케팅	서울특별시	2022. 1. 20.
㈜리서치림	서울특별시	2022. 4. 6.
㈜한국정책리서치	서울특별시	2022. 5. 10.
㈜피플미디어	전라남도	2022. 5. 11.
케피오리서치㈜	대구광역시	2022. 8. 2.
굿오피니언리서치	서울특별시	2022. 9. 7.
㈜메타서치	대전광역시	2022. 10. 11.
여론조사꽃	서울특별시	2022. 10. 14.

보도자료

아름다운 선거 행복한 대한민국

중앙선거여론조사심의위원회

제공일자 2023. 5. 4. 총 2면 www.nesdc.go.kr TEL 02)504-0342 FAX 0505-058-1175

중앙여심위, 선거여론조사 신뢰성·객관성 제고를 위한 공청회 개최

정당·학회·여론조사업계 종사자 등과의 인식 공유 및 다양한 의견수렴의 장

중앙선거여론조사심의위원회(위원장 이내영, 이하 "여심위")는 5월 3일(수) 선거여론조사기관 등록제 도입 이후 발생한 문제점을 해결하고 선거여론조사의 신뢰성과 객관성 제고를 위해 선거여론조사 제도개선 공청회를 개최하였다.

공청회는 정당·학회·언론·여론조사 업계 종사자 등 기관에서 추천받은 토론자들이 참여한 가운데 이현우 서강대학교 정치외교학과 교수의 사회와 강석봉 여심위 사무국장의 발제로 진행되었다.

이 날 여심위에서 제시한 선거여론조사 제도개선 방안과 그에 대한 토론자들의 주요 의견은 다음과 같다.

■ 선거여론조사기관의 등록요건 강화

여심위는 인적요건을 분석전문인력 3인 포함 5인으로 상향, 사회조사분석사 보유 및 2년 실무경력 또는 5년 관련 업무 수행 등으로, 실적요건을 여론조사(선거여론조사에 한하지 않음) 관련 연매출 1억 이상으로 하는 방안을 설명하였다.

이에 대해 토론자들은 현재 조사환경에 대한 문제의식과 등록요건 상향 필요성에 공감하였다. 또한 규제중심의 강화보다는 조사기관과 언론사의 자정노력 필요성을 강조하면서 여론조사 전문 아카데미 운영 등 전문교육 실시 의견 등을 제시하였다.

■ 불법 선거여론조사기관 제재조치 실효성 확보 방안

여심위는 고발·기소, 1,000만원 이상 과태료를 부과받은 선거여론조사기관의 실명확인 및 선거범죄로 등록취소된 선거여론조사기관 재등록 제한기간 확대 등 실효적인 제재조치 방안에 대해 설명하였고, 토론자들은 전반적으로 동의하였다.

■ 국정수행 지지도, 정치현안 여론조사의 제도적 규제 타당성

정치현안 등의 여론조사까지 규제범위에 포함하는 것은 규율대상을 선거여론조사에 한정한 입법취지, 선관위의 헌법상 직무범위 등을 고려할 때 타당하지 않아 보인다는 여심위 의견에 토론자들은 대부분 동의하였다.

또한선거가 임박한 시기에 선거에 영향을 미치는 것이 명확한 정치현안은 '선거쟁점'으로 보아 선거여론조사로서 규율하여 객관성·신뢰성 확보하는 방안에 대해서는 '선거쟁점'으로 보아 규제하더라도 구체적인 기준이 필요하다는 의견을 밝혔다.

■ 공표·보도용 선거여론조사 응답률 제고 방안

여심위가 제시한 인센티브 제공 및 응답률 분석자료 공개 등 조사환경 개선을 통한 응답률 제고 방안에 대하여 토론자들은 그 필요성에 공감하면서, 공표·보도를 제한하는 응답률 규정 도입에는 신중해야한다는 의견을 내놓았다.

아울러, 해외와 비교하기 쉽도록 설문 응답의 협조율과 접촉률 모두를 반영한 APPOR(미국여론조사협회) 기준을 적용, 응답자 참여 및 인식 제고 홍보(캠페인), 최소 응답률에 대한 가이드라인 제시, 공표는 하되 일정 수준을 밑도는 응답률에 대한 해석에 유의하라는 문구 명시 등 다양한 대안을 제시하였다.

여심위는 이번 공청회가 여론조사 생태계를 구축하고 있는 여러 주체들의 다양한 의견을 수렴하는 계기가 되었다며, 향후 여론조사 기관 등의 의견수렴 과정을 거친 후 5월 말까지 제도개선 최종안을 확정하여 중앙선거관리위원회에 제출할 예정이라고 밝혔다.

보도자료

아름다운 선거 행복한 대한민국

중앙선거여론조사심의위원회

제공일자 2023. 5. 16. 총 5면 www.nesdc.go.kr TEL 02)504-0342 FAX 0505-058-1175

중앙여심위, 선거여론조사 제도개선을 위한 업무협의 개최

여론조사비용 및 원자료 자율적 공개 추진 등 개선방안 논의

중앙선거여론조사심의위원회(위원장 이내영, 이하 "여심위")는 5월 15일(월)과 16일(화) 양일에 걸쳐 여론조사협회(한국조사협회·한국정치조사협회)와 업무협의를 개최하였다.

이번 업무협의는 여심위가 지난 5월 3일 개최한 선거여론조사 제도개선 공청회에 이어 선거여론조사의 대국민 신뢰 제고를 위한 업계의 자정 노력을 당부하고 업계로부터 의견을 수렴하기 위하여 마련되었다.

업무협의에서 여심위가 제안한 내용은 다음과 같다.

■ 선거여론조사기관 등록·유지요건 및 불법선거여론조사기관 제재조치 강화

선거여론조사기관의 분석전문 인력을 최소 3명 이상, 연간 매출액을 1억원 이상으로 상향하는 등 등록유지요건을 강화하고, 불법 선거여론조사기관에 대해서는 재등록 제한기간을 현행 1년에서 최대 4년으로 확대하여 시장 진입을 장기간 금지하는 등 제재의 실효성을 강화할 계획이라고 밝혔다.

■ 여심위 홈페이지에서 조사결과 다운로드 및 출력 허용

여론조사과정과 결과의 투명성을 높이기 위해 여심위 홈페이지에 등록된 선거여론조사결과에 대한 다운로드 및 출력기능을 허용하고, 심층적 보도·연구를 통해 품질평가가 이루어질 수 있도록 지원할 예정이라고 설명하였다.

■ 선거여론조사기관의 조사비용 및 원자료(raw data) 자율적 공개 추진

선거여론조사에 대한 국민적 불신 해소 및 선거여론조사 품질의 신뢰성 입증을 위하여 선거여론조사기관이 조사비용과 원자료(raw data)를 자율적으로 공개하여 시장에서 품질을 평가할 수 있는 기반이 마련될 수 있도록 협회 차원의 적극적인 협조를 요청하였다.

■ 선거여론조사의 응답률 등 품질 제고

최근 여론조사결과의 신뢰성을 평가할 수 있는 대표적 지표인 응답률 저하를 우려하며 여심위는 성실응답자에게 인센티브를 실효적으로 제공할 수 있도록 제도와 시스템을 개선할 예정이라고 설명하였다.

여심위는 여론조사기관도 피조사자에 대한 재접촉(call back) 노력을 강화하고 표본대체를 줄이며 가능한 목표 할당을 채워 가중치 적용을 최소화하는 등 여론조사 품질 제고에 각별한 관심을 가져야 한다고 당부하였다.

이에 업무협의에 참석한 여론조사협회는 선거여론조사기관 등록요건 강화 등 여심위의 제안한 개선취지에 공감하였다. 다만, 최소응답률 가이드라인 설정 문제는 응답률과 조사품질과의 상관관계가 있다고 단정하기 어려우며, 응답률 저하는 여론조사 참여 기피, 스마트폰 스팸차단 기능 대중화 등 복합적 요인의 세계적 추세이므로 특정 응답률을 기준으로 공표·보도를 제한하는 것은 신중을 기할 필요가 있고 원자료(raw data)의 자율공개는 객관적인 품질평가와 함께 여론조사기관의 저작권을 보호하는 방향에서 검토되어야 한다는 의견을 제시하였다.

김판석 여심위 상임위원은 선거여론조사의 신뢰성을 높이는 문제가 긴요한 만큼 제도의 장단점을 잘 살피고 정치권·학계·언론계·여론조사기관 등 전문가의 의견을 신중히 검토한 후 5월 말까지 제도개선안을 확정하여 중앙선거관리위원회에 제출할 예정이며, 여론조사가 정확한 민의를 반영하여 대의민주주의를 보완하는 본연의 기능과 목적을 다하고 민주정치의 건강한 발전에 긍정적으로 기여할 수 있도록 노력할 계획임을 밝혔다.

한편, 여심위는 선거여론조사결과는 조사방법(전화면접, ARS)과 어떤 표본추출틀(가상번호, RDD, 패널 등)을 사용하느냐에 따라 달라질 수 있으며, 조사시기와 질문지 구성 등에 따라서도 영향을 받을 수 있으므로 같은 시기에 동일한 조사방법으로 실시된 여론조사 결과를 비교하여 추세적인 흐름을 참고하는 것이 필요하고 언론에서도 조사방법과 표본오차 등을 고려하여 선정적이고 단정적인 조사결과 보도를 자제하는 등 보도에 신중을 기하여 줄 것을 요청하였다.

붙임 업무협의 주요 논의내용 1부.

선거여론조사 제도개선 의견수렴 업무협의 주요 논의내용

■ 선거여론조사기관 등록·유지요건 및 불법선거여론조사기관 제재조치 강화

○ 선거여론기관 등록·유지요건 강화
  – 분석전문인력 3명 이상 포함 5명 이상 상근직원, 연간 매출액 1억원 이상

○ 불법선거여론조사기관 제재조치 강화
  – 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 등록이 취소된 경우: 재등록 제한기간 2년
  – 선거에 관한 여론조사와 관련된 죄를 범하여 징역형 또는 100만원 이상의 벌금형을 선고받아 등록이 취소된 경우: 재등록 제한기간 4년
  – 고발·기소되거나, 1천만원 이상 과태료를 부과받은 선거여론조사기관 명칭 공개 등

■ 여심위 홈페이지에서 조사결과 다운로드 및 출력 허용

○ 여심위 홈페이지에서 등록자료 다운로드 기능 및 출력기능 허용으로 보도·비평·연구 등 지원

■ 선거여론조사기관의 조사비용 및 원자료(raw data) 자율적 공개 추진

○ 선거거여론조사기관에서 조사비용과 원자료를 자율적으로 공개하여 품질평가에 활용
○ 여심위는 조사비용 및 원자료 등록·공개에 필요한 시스템 구축 지원

■ 선거여론조사의 응답률 등 품질 제고

○ 선거여론조사기관의 재접촉 강화 등 응답률 제고를 위한 자발적 노력
○ 여심위 홈페이지에 응답률 등 현황 분석자료 정기적 공개, 응답률과 접촉률 등을 반영한 전문가그룹의 선거여론조사 평가 활성화
○ 전기통신사업자와의 협의를 통한 성실응답자 인센티브 제공 시스템 구축
○ 유권자의 참여 유도를 위한 선거여론조사의 의의, 참여 필요성 등 홍보
○ 선거여론조사결과 공표 시 최소응답률 가이드라인 설정문제

■ 기타 논의사항

○ 여론조사심의위원회의 선거여론조사기관 대상 정기적인 실태점검 관련 의견
○ 선거여론조사 전문성 강화를 위한 협회 차원의 교육에 대한 지원
  – 선거여론조사기관 대상 필수 교육 이수제(교육 이수한 경우만 결과공표)
  – 여론조사전문 아카데미 운영(이수자에게 여론조사기관 취업 인센티브)

보도자료

아름다운 선거 행복한 대한민국

중앙선거여론조사심의위원회

제공일자 2023. 7. 28. 총 2면 www.nesdc.go.kr TEL 02)504-0342 FAX 0505-058-1175

선거여론조사기관 등록·유지요건 강화된다

선거여론조사의 공정성 및 객관성 제고를 위한 공직선거관리규칙 개정

중앙선거여론조사심의위원회(위원장 이내영, 이하 "여심위")는 등록요건이 강화된 선거여론조사기관 등록제가 「공직선거관리규칙」 개정으로 7월 31일(월)부터 시행된다고 밝혔다.

선거여론조사의 공정성 및 객관성을 제고하기 위하여 이번 개정내용에는선거여론조사기관의 등록·유지 요건 강화*와 여심위의 등록요건 충족 여부 등에 관한 실태 점검 근거가 포함되었다.

* 선거여론조사기관 등록요건 중 분석전문인력 수(1명→3명) 및 상근 직원 수(3명→5명), 연간 매출액(5천만원→1억원)을 상향 조정

특히, 전문성이 결여된 여론조사기관의 난립 등 문제점을 개선하기 위해 여심위는 올해 정당·학회·업계 종사자 등으로부터 의견 수렴 및 공청회 등을 통해 선거여론조사 제도개선안을 마련하여 규칙에 반영하였다.

선거여론조사와 관련한 「공직선거관리규칙」 개정내용은 다음과 같다.

■ 선거여론조사기관 등록·유지요건 강화(공직선거관리규칙 제2조의2 제3항 제2호, 제3호)

- **(인적요건)** 선거여론조사기관 등록시 분석전문인력* 3인 포함 상근직원 5인
  * 분석전문인력(2 이상 선거여론조사기관의 분석전문인력으로 중복하여 될 수 없음)은 여론조사 관련 분야 학사 이상 학위를 보유하고 실무경력 2년 이상, 또는 사회조사분석사 자격증을 보유하고 실무경력 3년 이상, 또는 실무경력 5년 이상
- **(실적요건)** 여론조사(선거여론조사에 한하지 않음) 관련 연간 매출액 1억원

■ 선거여론조사기관 실태점검 신설(공직선거관리규칙 제2조의2 제9항)

- 관할 여심위에서 등록요건 충족 여부를 확인하기 위하여 정기점검(연1회)과 필요한 경우 수시점검 실시

한편, 개정된 「공직선거관리규칙」은 기존에 등록된 선거여론조사기관에 대하여 경과조치를 두어 변경된 요건을 2023. 12. 31.까지 갖추도록 하였으며, [단, 연간 매출액은 5천만원 이상인 경우 변경된 요건(1억원)을 갖춘 것으로 봄] 여심위는 개정사항을 여론조사 관련 업체·협회 등에 안내하여 규칙 개정에 따른 혼란이 없도록 할 예정이다.

여심위는 이번 「공직선거관리규칙」 개정으로 선거여론조사기관의 전문성을 제고하고 여론조사가 민의를 반영하여 대의민주주의를 보완하는 본연의 목적과 기능을 다 할 수 있기를 바란다며, 앞으로 불법 선거여론조사기관에 대한 제재의 실효성 강화 및 선거여론조사 응답률 제고, 선거여론조사 결과 자료 공개 확대, 여론조사환경 개선 등 선거여론조사의 객관성·신뢰성 제고를 위한 다양한 방안을 강구하고 추진할 계획이라고 밝혔다.

보도자료

아름다운 선거 행복한 대한민국

중앙선거여론조사심의위원회

제공일자 2023. 11. 13. 총 3면 www.nesdc.go.kr TEL 02)504-0342 FAX 0505-058-1175

유선전화만으로 실시한 선거여론조사 공표 못한다

선거여론조사의 객관성·신뢰성 확보를 위한 선거여론조사기준 개정

중앙선거여론조사심의위원회(위원장 이내영, 이하 "여심위")는 개정된 「선거여론조사기준」이 12월 1일(금)부터 시행된다고 밝혔다.

이번 개정안은 선거여론조사의 객관성과 신뢰성을 제고하기 위해 무선전화 조사의 비중을 높이고, 조사방법(전화면접·ARS)을 조사결과와 함께 공개하여 유권자가 정확한 판단을 할 수 있도록 하였다.

개정된 「선거여론조사기준」의 주요내용은 다음과 같다.

■ 유선전화만으로 실시한 여론조사 공표·보도 금지 및 권고 무선 응답비율 상향

무선전화가 보편화된 상황임에도 특정 정당·후보자에게 유·불리한 조사결과를 얻고자 유선전화만 활용하는 문제가 있어 유선전화만으로 실시한 조사결과는 그 공표와 보도를 제한하였다.

또한, 유선전화 보급률과 지역별 편차, 무선전화 조사의 비중이 증가하고 있는 점을 감안하여 권고 무선 응답비율*을 70%(현 60%)로 상향하였다.

* 권고 무선 응답비율 : 전화조사의 경우, 무선전화를 사용하여 응답받도록 노력해야 하는 일정 비율

■ 조사결과 인용 공표·보도시 조사방법(전화면접·ARS) 알림 의무화

선거여론조사결과 인용시 함께 공표·보도하여야 할 사항*에 조사방법(전화면접·ARS)을 포함시켜 유권자가 조사방법에 따른 결과 차이를 인식하고 판단할 수 있도록 하였다.

* 조사의뢰자, 조사기관, 조사일시, 조사방법, 중앙여심위 홈페이지 참조(2023. 12. 1. 기준)

■ 피조사자 선정 및 결과 분석시 60대와 70세 이상 구분 등록 의무화

최근 60세 이상 선거인 수의 지속적인 증가, 60대와 70대의 정치성향 차이 등을 고려하여 피조사자 선정·결과 분석시 '60대'와 '70세 이상'을 구분*하도록 하였다.

* 조사대상 지역의 70세이상 구성비율이 10%미만인 경우 '60세 이상'으로 조사가능

■ 전체 질문지를 선거여론조사결과 최초 공표시 동시 공개하도록 변경

중앙여심위 홈페이지에 등록된 전체 질문지를 여론조사결과 최초 공표 예정일시에 동시 공개하도록 변경*하여 질문지의 어휘나 표현 등이 조사결과의 비교·판단 근거로 활용될 수 있도록 하였다. 다만, 그 시행시기는 중앙여심위 홈페이지 시스템 개발 및 안정화에 소요되는 기간을 고려하여 별도로 결정할 예정이다.(2024년 1월 시행 예정)

* 현재는 전체 질문지를 공표·보도 예정일시 24시간(잡지등 정기간행물의 경우 48시간) 이후에 공개함.

여심위는 이번 개정으로 조사기관에는 여론조사의 객관성을 제고할기준점이 마련되고 유권자에게는 정보공개를 통한 알권리 보장으로 여론조사의 신뢰성이 향상될 것으로 기대한다며, 앞으로도 선거여론조사의 공정성 확보를 위해 다양한 방안을 강구하고 추진할 계획이라고 밝혔다.

보도자료

아름다운 선거 행복한 대한민국

중앙선거여론조사심의위원회

제공일자 2023. 12. 07. 총 2면 www.nesdc.go.kr TEL 02)504-0342 FAX 0505-058-1175

중앙여심위, 제22대 국선 대비 “선거여론조사 설명회” 개최

최근 개정된 선거여론조사기준 및 주요 위반사례 등 안내

중앙선거여론조사심의위원회(위원장 이내영, 이하 “여심위”)는 12월 6일(수) 여론조사기관을 대상으로 제22대 국회의원선거 대비 선거여론조사 설명회를 개최하였다.

제22대 국회의원선거를 4개월 여 앞두고 개최한 이번 설명회에서는 선거여론조사기관 및 여론조사기관·단체 등 관계자 50여 명이 참석하여 최근 개정된 여론조사 기준 및 관련 제도에 대해 설명하고 그에 대한 질의응답 시간을 가졌다.

여심위는 개정된 공직선거관리규칙 및 선거여론조사기준을 중심으로심의제도, 신고·신청 및 조사결과 등록 시 유의사항, 주요 위반사례 등을 안내하여 선거여론조사의 신뢰성을 높이고 불법 선거여론조사를 예방하는 데 중점을 두었다.

또한, 선거여론조사 실시 신고·질문지 작성과 휴대전화 가상번호 신청 방법 등을 안내하여 여론조사기관에 실질적인 도움이 될 수 있도록 하였다.

여심위는 선거여론조사가 유권자의 선택을 돕는데 제 기능을 다할 수 있도록 선거여론조사기관은 객관적이고 공정한 선거여론조사를 위해 노력해 줄 것을 당부한다고 밝혔다.

붙임 「공직선거관리규칙」 및 「선거여론조사기준」 최근 주요 개정내용

[붙임]

「공직선거관리규칙」 및 「선거여론조사기준」 최근 주요 개정내용

■ 「공직선거관리규칙」 (2023. 7. 1. 개정·시행)

- 선거여론조사기관 등록요건 중 분석전문인력 수(1명→3명) 및 자격요건, 상근직원 수(3명→5명), 연간 매출액(5천만원→1억원) 상향 조정
- 선거여론조사기관 실태점검 근거 규정 마련(정기점검 연1회, 필요 시 수시점검)

■ 「선거여론조사기준」 (2023. 11. 2. 개정, 2023. 12. 1. 시행)

- 유선전화만으로 실시한 선거여론조사결과 공표·보도 금지 및 권고 무선 응답비율 상향(60%→70%)
- 조사결과 인용 공표·보도시 조사방법(전화면접·ARS) 알림 의무화
- 피조사자 선정 및 결과 분석 시 60대와 70세 이상 구분 등록 의무화(조사대상 지역의 연령대별 구성비율 상 70대 이상 비율이 10% 이상인 경우에만, 10% 미만인 경우 자율적 구분)
- 전체 질문지를 선거여론조사결과 최초 공표 시 동시 공개(2024년 1월 시행 예정)

기재된 혐의는 재판에 의하여 확정된 사실이 아님을 유의하여 주시기 바랍니다.

보도자료

아름다운 선거 행복한 대한민국
중앙선거여론조사심의위원회
제공일자 2024. 1. 19. 총 2면 www.nesdc.go.kr TEL 02)504-0342 FAX 0505-058-1175

불법 선거여론조사 실시업체 등 고발 및 과태료 3천만원 부과

- 전북여심위, 입후보예정자 홍보 목적 여론조사업체 대표 및 입후보예정자 고발
- 중앙여심위, 제22대 국선 관련「선거여론조사기준」위반업체 과태료 3천만원 부과

■ 입후보예정자 홍보 목적 여론조사업체 대표 및 입후보예정자 고발 조치(전북)

전북특별자치도선거여론조사심의위원회(이하 '전북여심위')는 2024년 상반기 실시가 예상되는 재·보궐선거와 관련하여 지난해 12월 입후보예정자 B와 여론 조사기관 대표 C가 공모하여 '1인 인지도 조사' 등 선거여론조사를 실시하면서 사전 선거운동을 한 혐의로 이들을 고발 조치하였다고 밝혔다.

전북여심위는 원자료(Raw Data)를 분석·검토한 결과 해당 여론조사는 입후보예정자의 인지도를 높이고 지지를 유도하기 위한 목적으로 실시하여 사전 선거 운동에 해당되며, ARS 방식의 비공표용 선거여론조사를 실시하면서 사전 신고를 하지 않았고 피조사자에게 질문하기 전에 조사기관의 명칭과 전화번호를 고지하지 않은 사실을 확인하였다.

「공직선거법」 제108조 제3항·제5항은 누구든지 선거여론조사를 실시하려면 관할 선거여론조사심의위원회에 여론조사 개시일 전 2일까지 신고하여야 하며 피조사자에게 질문하기 전에 여론조사 기관·단체의 명칭과 전화번호를 밝혀야 한다고 규정하고 있다. 또한 같은 법 제254조 제2항은 선거운동기간 전에 이 법에 규정된 방법 이외의 선거운동을 한 자를 2년 이하의 징역 또는 400만원 이하의 벌금에 처한다고 규정하고 있다.

■ 제22대 국선 관련 「선거여론조사기준」 위반업체 과태료 3천만원 부과(중앙)

중앙선거여론조사심의위원회(이하 '중앙여심위')는 지난해 10월 제22대 국회의원선거 관련 정당 지지도 및 국정 현안 조사를 실시하면서 결과를 왜곡할 수 있는 조사분석 방법을 사용하는 등 「선거여론조사기준」을 위반한 A기관에 1월 16일 과태료 3천만원을 부과하였다고 밝혔다.

이번 조치 건은 중앙여심위가 제22대 국선과 관련하여 처음으로 여론조사 위반업체에 과태료를 부과한 조치다.

중앙여심위는 원자료(Raw Data)를 분석·검토한 결과, A기관은 일부 휴대전화 가상번호를 가족과 지인 명의의 휴대전화 번호로 교체 사용하여 피조사자 선정 과정을 거치도록 하는 여론조사의 본질을 훼손하였으며, 성·연령 또는 지지 정당에 대한 피조사자의 응답 내용을 허위 기재하는 등 결과를 왜곡할 수 있는 조사분석 방법을 사용하여 「선거여론조사기준」을 위반한 사실을 확인하였다.

「공직선거법」 제108조 제8항 제2호는 선거여론조사기준을 따르지 아니하고 공표·보도 목적으로 선거에 관한 여론조사를 하는 것을 금지하고 있고, 「선거여론조사기준」 제4조 제8항은 결과를 왜곡할 수 있는 조사분석 방법을 사용하는 것을 금지하고 있다.

■ 제22대 국선 관련 불법 선거여론조사 엄중 조치

중앙여심위는 제22대 국회의원선거를 앞두고 선거여론조사 실시빈도가 급증하고 있어 자체 모니터링 및 위반행위 심의·조사를 더욱 강화할 계획이며 특히, 당내경선을 앞두고 성별·연령 등 거짓 응답을 지시·권유·유도하는 등의 위법행위는 경선뿐만 아니라 선거결과에도 중대한 영향을 미치므로 중대 선거범죄로 규정하고 예외 없이 엄중 조치하겠다고 밝혔다.

보도자료

나의 소중한 한 표 민주주의를 담다

중앙선거관리위원회
NATIONAL ELECTION COMMISSION

제공일자 2024. 2. 8. 총 2면 www.nec.go.kr 공보과 02)3294-1000~1006

국회의원선거 D-60일, 정당·후보자 명의 선거여론조사 금지

지방자치단체장의 정치행사 참석 및 각종 행사 개최·후원 금지

중앙선거관리위원회는 제22대 국회의원선거를 60일 앞둔 2월 10일부터 선거일까지 누구든지 정당(창당준비위원회 포함, 이하 같음)이나 후보자(입후보예정자 포함, 이하 같음) 명의로 선거에 관한 여론조사를 할 수 없고, 지방자치단체장은 정당이 개최하는 정견·정책발표회 등 정치행사에 참석할 수 없다고 밝혔다.

■ 정당·후보자 명의의 선거여론조사 금지

누구든지 ▲투표용지와 유사한 모형에 의한 방법으로 선거에 관한 여론조사를 하거나 ▲후보자 또는 정당 명의로 선거에 관한 여론조사를 할 수 없다.

후보자들이 후보단일화를 위해 선거구민을 대상으로 실시한 여론조사는 지지율 수치 등 그 결과를 외부에 공표하지 않고 내부자료로써 활용할 수 있으며, 당헌·당규 또는 경선후보자간 서면합의에 따라 당내경선을 대체하는 여론조사는 정당 명의로 실시할 수 있다. 다만, 정당 또는 후보자가 실시한 해당 선거에 관한 여론조사 결과는 선거일의 투표마감시각까지 공표 또는 보도할 수 없다.

■ 지방자치단체장의 선거에 영향을 미치는 행위 금지

지방자치단체장은 ▲정당의 정강·정책과 주의·주장을 선거구민 대상으로 홍보·선전하는 행위 ▲정당이 개최하는 시국강연회, 정견·정책발표회, 당원연수·단합대회 등 일체의 정치행사에 참석하는 행위 ▲선거대책기구, 선거사무소, 선거연락소를 방문하는 행위가 금지된다.

다만, 창당·합당·개편대회 및 후보자선출대회에 참석하거나, 당원으로서 소속 정당이 당원만을 대상으로 개최하는 정당의 공개행사에 의례적으로 방문하는 것은 가능하다.

■ 지방자치단체장 등의 각종 행사 개최·후원 금지

지방자치단체장과 소속 공무원은 교양강좌, 사업설명회, 공청회, 직능단체모임, 체육대회, 경로행사, 민원상담 기타 각종 행사를 개최하거나 후원할 수 없다.

다만, ▲법령에 따라 행사를 개최하거나 후원하는 행위 ▲특정일·특정시기가 아니면 그 목적을 달성할 수 없는 행사 ▲천재·지변 기타 재해의 구호·복구를 위한 행위 ▲직업지원교육 또는 유상으로 실시하는 교양강좌나 주민자치센터가 개최하는 교양강좌를 후원하는 행위 ▲집단민원 또는 긴급한 민원을 해결하기 위한 행위 등은 가능하다.

중앙선관위는 법을 몰라 위반행위가 발생하지 않도록 정당·후보자와 지방자치단체 등을 대상으로 시기별 제한·금지행위를 안내하는 한편, 공무원의 선거관여 행위에 대해서는 엄중하게 조치할 방침이라고 밝혔다.

기재된 혐의는 재판에 의하여 확정된 사실이 아님을 유의하여 주시기 바랍니다.

보도자료

투표하는 발걸음
민주주의를 위한 큰걸음

중앙선거여론조사심의위원회

제공일자 2024. 2. 19 총 5면 www.nesdc.go.kr TEL 02)504-0342 FAX 0505-058-1175

제22대 국선 당내경선 여론조사 위법행위 만연, 고발 등 엄중 조치

- 여론조사결과 왜곡 공표 및 당내경선 여론조사 위법행위 등 고발 조치(5건)
- 민의를 교란하는 여론조사 불법행위 근절하여 공명선거 확립할 것

중앙선거여론조사심의위원회(이하 '중앙여심위')는 제22대 국회의원선거와 관련하여 실제 실시되지 않은 선거여론조사 결과 공표(경북), 정당 실시 당내경선 관련 여론조사 결과 왜곡 공표(경기·전북),당내경선을 위한 조사결과에 영향을 미칠 목적으로 거짓 응답을 권유·유도하는 행위(경기·경남)등 위법행위를 다수 적발하여 고발 조치했다고 밝혔다.

주요 내용은 다음과 같다.

■ 실제 실시되지 않은 선거여론조사 결과 공표(경북)

경상북도선거여론조사심의위원회는 1월 말경 입후보예정자 B씨가 운영하는 네이버밴드의 게시글에 댓글로 실제 실시되지 않은 선거여론조사 결과를 공표한 혐의로 A씨를 2월 15일 김천경찰서에 고발하였다.

「공직선거법」(이하 '같은 법') 제96조 제1항은 선거에 관한 여론조사 결과를 왜곡하여 공표 또는 보도하는 행위를 금지하고 있으며, 이를 위반할 경우 같은 법 제252조 제2항에서 5년 이하의 징역 또는 300만원 이상 2천만원 이하의 벌금에 처한다고 규정하고 있다.

■ 당내경선 여론조사 결과 왜곡 공표(경기·전북)

경기도선거여론조사심의위원회는 1월 말경 甲정당 당내경선 관련 여론조사기간 중 해당 정당 당원 중심으로 구성된 카카오톡 단체방에 甲정당이 실시한 당내경선 여론조사결과를

왜곡하여 공표한 혐의로 C씨를 2월 7일 수원지방검찰청에 고발하였다.

또한, 전북특별자치도선거여론조사심의위원회도 1월 말경 乙정당 당내경선 관련 여론조사기간 중 자신의 페이스북에 입후보예정자 D씨를 지지하는 글을 게시하면서 乙정당이 실시한 여론조사결과를 왜곡하여 공표한 혐의로 입후보예정자 D씨의 자원봉사자 E씨를 2월 15일 정읍경찰서에 고발하였다.

같은 법 제108조 제12항 제1호는 정당이 실시한 해당 선거에 관한 여론조사의 결과를 해당 선거일의 투표마감시각까지 공표·보도할 수 없도록 제한하고 있으며, 이를 위반할 경우 같은 법 제256조 제1항에서 3년 이하의 징역 또는 600만원 이하의 벌금에 처한다고 규정하고 있다.

■ 당내경선을 위한 여론조사 결과에 영향을 미치기 위해 연령을 거짓으로 응답하도록 권유·유도 (경기·경남)

경기도선거여론조사심의위원회는 1월 말경 丙정당이 실시한 당내경선을 위한 여론조사와 관련하여 입후보예정자 F씨의 인지도를 높여 후보 공천을 받게 할 목적으로 선거구민이 다수 참여한 카카오톡 단체방에 여론조사 전화 응답 시 연령을 거짓으로 응답하도록 권유·유도하는 글을 게시한 혐의로 G씨를 2월 2일 수원지방검찰청에 고발하였다.

또한, 경상남도선거여론조사심의위원회도 1월 말경 丁정당이 실시한 당내경선을 위한 여론조사와 관련하여 입후보예정자 H씨의 인지도를 높여 후보 공천을 받게 할 목적으로 해당 선거구민이 다수 참여한 카카오톡 단체방에 여론조사 전화 응답 시 연령을 거짓으로 응답하도록 권유·유도하는 글을 게시한 혐의로 H씨의 선거사무관계자 I씨와 지지자 J씨를 2월 15일 경상남도경찰청에 고발하였다.

같은 법 제108조 제11항 제1호는 당내경선을 위한 여론조사의 결과에 영향을 미치게 하기 위하여 다수의 선거구민을 대상으로 성별·연령 등을 거짓으로 응답하도록 지시·권유·유도하는 행위를 금지하고 있으며, 이를 위반할 경우 같은 법 제256조 제1항에서 3년 이하의 징역 또는 600만원 이하의 벌금에 처한다고 규정하고 있다.

■ 제22대 국선 관련 여론조사 불법행위 근절을 위한 집중 단속 실시

중앙여심위는 제22대 국회의원선거의 후보자 추천을 위한 당내경선을 앞두고 왜곡된 여론조사 결과를 공표하여 여론을 호도하거나, 당내경선 여론조사 결과에 영향을 미치기 위하여 지지후보 역선택을 유도하는 행위 등 위법행위를 집중 단속하여 엄중 조치할 계획이라고 밝혔다. 또한, 민의를 저해하는 여론조사 불법행위를 근절하고 공정한 선거질서 확립을 위해 그 어느 때보다 유권자들의 적극적인 신고·제보가 필요하다고 강조하였다.

[붙임 1]

제22대 국선 여론조사 위법행위 조치 현황

(2024. 2. 16. 기준)

유형별	조치결과				
	합계	고발	수사의뢰	과태료	경고 등
합 계	37	5	-	1	31
여론조사결과 왜곡·조작	4	1	-	-	3
표본의 대표성 미확보 등	3	-	-	-	3
여론조사 시 준수사항 위반	4	-	-	1	3
공표·보도 시 준수사항 위반	2	-	-	-	3
등록사항 위반 및 미등록 여론조사 공표	12	-	-	-	12
거짓·중복 응답 지시·권유·유도	2	2	-	-	-
정당·후보자 등 실시 조사결과 공표·보도	4	2	-	-	2
기 타	5	-	-	-	5

[붙임 2]

공 직 선 거 법

[시행 2024. 1. 29.] [법률 제19855호, 2023. 12. 28., 일부개정]

제96조(허위논평·보도 등 금지)

① 누구든지 선거에 관한 여론조사결과를 왜곡하여 공표 또는 보도할 수 없다.

제108조(여론조사의 결과공표금지 등)

⑪ 누구든지 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 제57조의2제1항에 따른 당내경선을 위한 여론조사의 결과에 영향을 미치게 하기 위하여 다수의 선거구민을 대상으로 성별·연령 등을 거짓으로 응답하도록 지시·권유·유도하는 행위
2. 선거에 관한 여론조사의 결과에 영향을 미치게 하기 위하여 둘 이상의 전화번호를 착신전환 등의 조치를 하여 같은 사람이 두 차례 이상 응답하거나 이를 지시·권유·유도하는 행위

⑫ 누구든지 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 선거에 관한 여론조사의 결과를 해당 선거일의 투표마감시각까지 공표 또는 보도할 수 없다. 다만, 제2호의 경우 해당 선거여론조사기관에 대하여 불송치결정 또는 불기소처분이 있거나 무죄의 판결이 확정된 때에는 그러하지 아니하다.

1. 정당 또는 후보자가 실시한 해당 선거에 관한 여론조사
2. 제8조의8제10항에 따라 고발되거나 이 법에 따른 여론조사에 관한 범죄로 기소된 선거여론조사기관이 실시한 선거에 관한 여론조사
3. 선거여론조사기관이 아닌 여론조사기관·단체가 실시한 선거에 관한 여론조사

보도자료

투표하는 발걸음
민주주의를 위한 큰걸음

중앙선거관리위원회
NATIONAL ELECTION COMMISSION

제공일자 2024. 4. 3. 총 1면 www.nec.go.kr 공보과 02)3294-1000~1006

4일부터 선거에 관한 여론조사 결과 공표 금지

4월 3일까지 조사한 여론조사는 공표·보도할 수 있어

중앙선거관리위원회는 제22대 국회의원선거의 선거일 전 6일인 4월 4일부터 선거일인 4월 10일 오후 6시까지 선거에 관하여 정당 지지도나 당선인을 예상하게 하는 여론조사의 결과를 공표하거나 인용하여 보도할 수 없다고 밝혔다.

이는 선거일에 임박해 발표되는 여론조사결과가 선거에 영향을 미칠 수 있고, 불공정하거나 부정확한 여론조사가 공표되어 선거의 공정성을 해치는 경우 이를 반박하고 시정하기 어려운 점을 고려한 것이다.

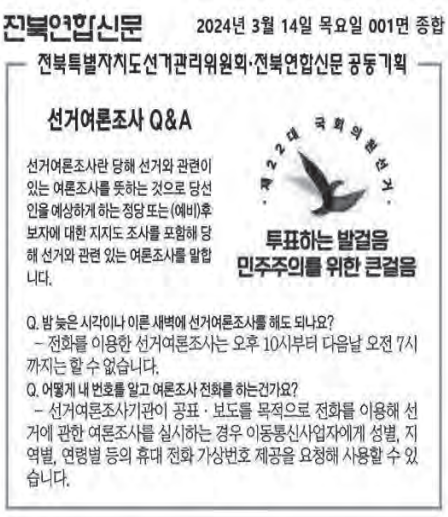
다만, 선거여론조사결과 공표금지기간 전 공표된 결과를 인용하거나 금지기간 전에 조사한 것임을 명시하여 그 결과를 공표·보도하는 행위는 가능하다.

이번 제22대 국회의원선거에서 선거여론조사 관련 위반행위에 대한 조치 건은 4월 3일 현재 총 105건으로, 고발 25건, 과태료 4건(총 4,000만원), 경고 등 76건이다.

中都日報 2024년 2월 27일 화요일 003면 종합

中都日報 2024년 4월 5일 금요일 003면 종합

中都日報 2024년 4월 8일 월요일 004면 종합



전북연합신문 2024년 3월 14일 목요일 001면 종합

전북특별자치도선거관리위원회·전북연합신문 공동기획

선거여론조사 Q&A

제22대 국회의원선거

투표하는 발걸음
민주주의를 위한 큰걸음

선거여론조사란 당해 선거와 관련이 있는 여론조사를 뜻하는 것으로 당선인을 예상하게 하는 정당 또는 (예비)후보자에 대한 지지도 조사를 포함해 당해 선거와 관련 있는 여론조사를 말합니다.

Q. 밤 늦은 시각이나 이른 새벽에 선거여론조사를 해도 되나요?
– 전화를 이용한 선거여론조사는 오후 10시부터 다음날 오전 7시까지는 할 수 없습니다.
Q. 어떻게 내 번호를 알고 여론조사 전화를 하는건가요?
– 선거여론조사기관이 공표 · 보도를 목적으로 전화를 이용해 선거에 관한 여론조사를 실시하는 경우 이동통신사업자에게 성별, 지역별, 연령별 등의 휴대 전화 가상번호 제공을 요청해 사용할 수 있습니다.

전북연합신문 2024년 3월 20일 수요일 001면 종합

전북특별자치도선거관리위원회·전북연합신문 공동기획

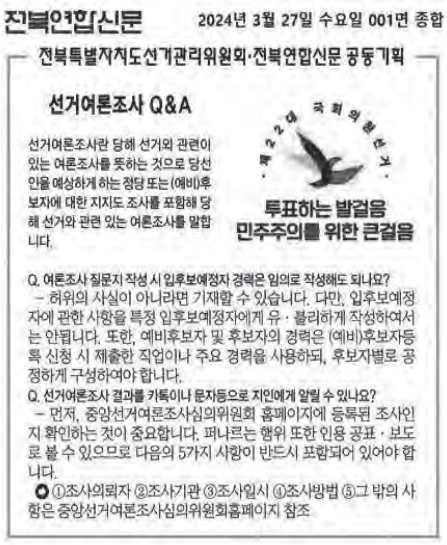
선거여론조사 Q&A

제22대 국회의원선거

투표하는 발걸음
민주주의를 위한 큰걸음

선거여론조사란 당해 선거와 관련이 있는 여론조사를 뜻하는 것으로 당선인을 예상하게 하는 정당 또는 (예비)후보자에 대한 지지도 조사를 포함해 당해 선거와 관련 있는 여론조사를 말합니다.

Q. 선거여론조사 실시 횟수는 제한이 없나요?
– 횟수제한은 없지만 1인 인지도 조사를 필요 이상으로 자주 실시하거나 유력 후보자와 자신만을 대상으로 반복적으로 실시하는 등 홍보 목적으로 여론조사를 실시할 경우 법에 위반될 수 있습니다.
Q. 선거여론조사 신고는 언제까지 해야 하나요?
– 여론조사실시 개시일 전 2일까지 공무원 청규 근무시간 중(후보자등록마감일의 다음날부터 선거일까지는 공휴일에도 불구하고 오전 9시부터 오후 6시까지)에 신고하여야 하며, 신고 후 신고내용을 변경하려면 여론조사실시 전까지 다시 신고하여야 합니다.



전북연합신문 2024년 3월 27일 수요일 001면 종합

전북특별자치도선거관리위원회·전북연합신문 공동기획

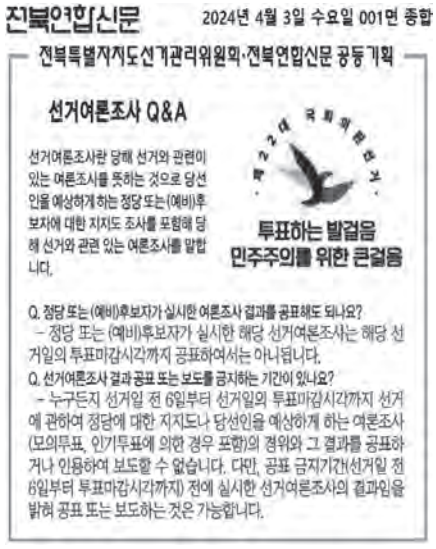
선거여론조사 Q&A

제22대 국회의원선거

투표하는 발걸음
민주주의를 위한 큰걸음

선거여론조사란 당해 선거와 관련이 있는 여론조사를 뜻하는 것으로 당선인을 예상하게 하는 정당 또는 (예비)후보자에 대한 지지도 조사를 포함해 당해 선거와 관련 있는 여론조사를 말합니다.

Q. 여론조사 질문지 작성 시 입후보예정자 경력은 임의로 작성해도 되나요?
– 허위의 사실이 아니라면 기재할 수 있습니다. 다만, 입후보예정자에 관한 사항을 특정 입후보예정자에게 유 · 불리하게 작성하여서는 안됩니다. 또한, 예비후보자 및 후보자의 경력은 (예비)후보자등록 신청 시 제출한 직업이나 주요 경력을 사용하되, 후보자별로 공정하게 구성하여야 합니다.
Q. 선거여론조사 결과를 카톡이나 문자등으로 지인에게 알릴 수 있나요?
– 먼저, 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 등록된 조사인지 확인하는 것이 중요합니다. 펴나르는 행위 또한 인용 공표 · 보도로 볼 수 있으므로 다음의 5가지 사항이 반드시 포함되어 있어야 합니다.
○ ①조사의뢰자 ②조사기관 ③조사일시 ④조사방법 ⑤그 밖의 사항은 중앙선거여론조사심의위원회홈페이지 참조



전북연합신문 2024년 4월 3일 수요일 001면 종합

전북특별자치도선거관리위원회·전북연합신문 공동기획

선거여론조사 Q&A

제22대 국회의원선거

투표하는 발걸음
민주주의를 위한 큰걸음

선거여론조사란 당해 선거와 관련이 있는 여론조사를 뜻하는 것으로 당선인을 예상하게 하는 정당 또는 (예비)후보자에 대한 지지도 조사를 포함해 당해 선거와 관련 있는 여론조사를 말합니다.

Q. 정당 또는 (예비)후보자가 실시한 여론조사 결과를 공표해도 되나요?
– 정당 또는 (예비)후보자가 실시한 해당 선거여론조사는 해당 선거일의 투표마감시각까지 공표하여서는 아니됩니다.
Q. 선거여론조사 결과 공표 또는 보도를 금지하는 기간이 있나요?
– 누구든지 선거일 전 6일부터 선거일의 투표마감시각까지 선거에 관하여 정당에 대한 지지도나 당선인을 예상하게 하는 여론조사(모의투표, 인기투표에 의한 경우 포함)의 결과와 그 결과를 공표하거나 인용하여 보도할 수 없습니다. 다만, 공표 금지기간(선거일 전 6일부터 투표마감시각까지) 전에 실시한 선거여론조사의 결과임을 밝혀 공표 또는 보도하는 것은 가능합니다.

새전북신문 2024년 3월 20일 수요일 002면 종합

제22대 국회의원 선거 공동기획 새전북신문

Q&A로 알아보는 선거여론조사

선거여론조사란 무엇일까요?

당해 선거와 관련이 있는 여론조사를 뜻하는 것으로 정당이나 후보자의 지지도를 조사하거나 선거에서 당선인을 예상하는 여론조사 등이 포함됩니다. 후보자 등이 선거권자의 지지의사를 미리 알아보고 출마여부를 결정짓거나 선거운동 계획을 수립하고자 선거여론조사를 하기도 합니다.

Q 내 휴대전화번호를 어떻게 알고 전화하는 건가요?

A 선거여론조사기관이 공표·보도를 목적으로 선거에 관한 여론조사를 실시하는 경우, 이동통신사업자에게 성별·지역별·연령별 등의 휴대전화 가상번호 제공을 요청하면 유권자의 휴대전화번호를 가상번호로 받아 사용합니다. 제공된 휴대전화 가상번호의 유효기간은 최대 10일로 관할 선거여론조사심의위원회를 경유하여 선거여론조사기관에 제공됩니다. 따라서 (예비)후보자가 선거운동 과정 중 획득한 유권자들의 휴대전화번호 등 대표성이 검증되지 않은 번호로는 선거여론조사를 할 수 없습니다.

Q 여론조사 결과를 SNS 등으로 공유하려고 하는데 주의점이 있나요?

A 먼저 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 등록된 조사인지 확인하는 것이 중요합니다. 이미 공표·보도된 여론조사 결과를 다시 인용하여 타인에게 알릴 때에는 조사의뢰자, 선거여론조사기관, 조사일시, 조사방법과 함께 '그 밖의 사항은 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지 참조'가 표기되어 있는지도 확인하시기 바랍니다. 최초 공표·보도한 선거여론조사 결과나 상기 5가지 사항을 표기하여 보도된 언론기사를 단순히 링크하는 것도 가능합니다.

Q 선거여론조사 표본이 너무 적은데 여론조사 결과를 믿을 수 있나요?

A 선거여론조사는 많은 사람이 참여하는 것 보다 응답한 사람들의 의견이 전체 유권자의 의견을 잘 대표하는 것이 더 중요합니다. 다양한 계층의 유권자 의견을 반영하여 여론조사가 공정하게 이루어진다면 적은 표본으로도 전체 유권자를 대표할 수 있는 여론조사결과가 나올 수 있습니다.

팩트체크 – 실제 인구구성과 다르게 조사되면 결과가 왜곡된다??

특정 계층의 응답이 다소 적거나 많이 되었더라도, 실제 유권자의 인구구성 비율에 따라 통계적 보정을 거쳐 결과가 산출되기 때문에 특정 계층의 의견만 많이 반영되거나 적게 반영되는 것은 아닙니다. 다만, 그 차이가 매우 커 표본의 대표성을 훼손할 정도에 이를 경우 심의·조치될 수 있습니다.

기호일보

2023년 11월 22일 수요일 018면 오피니언

특별기고

선거 여론조사의 언론 보도

이수범
인천시선거여론조사심의위원회 위원/ 인천대 교수

1987년 대통령선거부터 선거 여론조사가 시행된 이래 선거 여론조사의 언론 보도에 관한 다양한 논의가 이뤄졌다. 이에 대한 사회적 관심이 높아지고, 정치권에서 여론조사의 투명성 제고 요구가 커지면서 2014년 공직선거법에 따라 '선거여론조사심의위원회'를 설립했다.

공직선거법에 명시됐듯이 선거 여론조사에서 가장 중요하게 여기는 원칙은 객관성과 신뢰성이다. 마찬가지로 2016년 언론단체들은 '선거 여론조사 보도 준칙'을 제정하면서 조사의 정확성, 객관성, 신뢰성을 확보하기 위한 목적으로 보도 세부 기준을 제시했다.

실제로 위원회와 보도 준칙이 만들어질 즈음, 선거 여론조사 보도가 가진 문제점들이 지적됐다.

정보통신기술 발달로 표본추출 방법이 바뀐 것과 여론조사 보도에 관한 사항들이 많이 변화한 것은 사실이다. 유선전화로 인한 표집이 무선전화를 활용한 안심번호를 활용하는 방안으로 바뀐 게 그 예다.

그러나 이러한 발전에도 불구하고 여론조사 보도와 관련한 문제점은 크게 바뀌지 않은 듯하다. 흔히 지적하는 오차범위를 무시하는 경마 중계식 보도 또는 필요에 따라 선거 여론조사를 취사 선택하는 신뢰성 문제가 여전히 존재한다.

선거 여론조사는 단순히 누가 이기고 지는가에 초점이 맞춰졌는데, 문제는 후보자들의 승패나 순위에만 집중해 흥미성에 집착하는 경마 저널리즘 보도 관행이 계속된다는 점이다.

하지만 여론조사의 본래 목적은 후보자 인지도와 지지도 파악을 통해 유권자들의 선택뿐만 아니라 각 후보로 하여금 선거 캠페인 전략을 수립하거나 수정해야 한다는 점을 강조하고 싶다.

우리나라 선거 여론조사 방법은 최대한 전화조사 대상 유권자를 넓힘으로써 전화조사에서 발생하는 포함오차(coverage error)를 줄이는 방향으로 발전해 왔다.

2000년대 들어서 휴대전화 사용자가 급증하고 집전화 미보유 유권자가 증가하는 등시에 유선전화 조사 방식의 근본적인 한계점을 해결하기 위해서 2011년 서울시장 보궐선거부터는 방송사와 주요 언론기관을 중심으로 유선전화와 무선전화를 혼합하는 RDD(Random Digit Dialing) 전화조사 방식을 사용하기 시작했다.

하지만 휴대전화 RDD의 경우 사용자 거주지역을 파악할 수 없으므로 지방선거나 국회의원선거에서는 결국 유선전화에만 의존하는 전화조사를 하게 됐다.

이런 문제점을 해결하기 위해 선거 여론조사에서 휴대전화 가상번호를 사용하도록 2017년 2월 공직선거법이 개정됐고, 조사기관은 통신 3사로부터 휴대전화 가상번호(안심번호)를 제공받아 선거 여론조사에 활용하게 됐다.

하지만 가상번호를 둘러싸고 투명성 확보가 여전히 문제로 남는다. 아울러 공표 금지 기간의 실효성 문제도 고려해야 한다.

선거 여론조사의 신뢰성에 대한 의구심이 존재하고, 소셜미디어 유권자 분석이 존재하는 상황에서 공표 금지 기간의 본래 취지가 달성되기 힘들 것으로 보인다.

또 유선·무선전화 조사의 배분 문제나 낮은 응답률, 그에 따른 연령대 가중보정, 자동응답(ARS) 전화조사, 당일치기 조사 등 해결되지 않은 과제 역시 많다.

이러한 노력에도 여전히 선거 여론조사 결과가 편향됐는지에 대해 절차권과 유권자들의 문제 제기는 지속되며, 여론조사 규제에 대한 우려의 목소리도 있다.

여론조사 목적이 유권자의 정책 수요를 정당에 전달하고 유권자들에게는 선거 상황을 파악하며 보다 합리적인 의사결정을 내리는 것을 돕는 데 있다는 점을 상기했을 때, 왜곡된 조사 결과를 방지하기 위한 규제도 필요하지만 국민의 알 권리와 여론조사의 자율성을 침해할 정도로 지나친 규제가 이뤄지지 않도록 경계할 필요도 있다.

기호일보

2023년 10월 17일 화요일 019면 오피니언

열린광장

투표를 넘어 그 준비 과정을 경험한 유권자의 일기

김민지
전 인천시 선거여론조사심위 모니터링요원

최대 3명이었다. 투표소에 도착하자 "관외이시면 여기 줄 서세요"라며 안내해 주시는 분, 신분증을 보고 투표용지를 주시는 분, 마지막으로 투표함 앞에 앉아 계시던 분.

3명과의 눈 맞춤으로 나의 첫 투표는 끝이 났었다. 하지만 하나의 선거 준비 과정에 직접 참여해 보니 내가 본 최대 3명이 아닌 3 뒤에 수없이 많은 0을 붙인 사람들이 하나의 선거 준비를 위해 힘쓴다는 사실을 깨닫았다.

지난해 나는 선거관리위원회에서 '선거여론조사 모니터링 분석요원'으로 일했다. 나의 업무는 선거 여론조사 시작부터 언론에 공표·보도되는 여론조사의 공정성을 검토하는 일이었다.

선거 시기에 언론에서만 접하던 여론조사 과정이 유권자 선택에 얼마나 중요한 구실을 하는지 배웠다. 더불어 이 선거 과정에 참여하는 많은 사람을 만났다.

가장 기억에 남는 건 공정선거지원단이었다. 공정선거지원단은 공정하고 원활한 선거문화를 위해 선거관리위원회 지도로 단속 업무를 도와준다.

후보자도 많고, 변수가 많은 선거 유세 현장에서 모든 단속을 하기엔 인력적 한계가 존재했기 때문에 공정선거지원단의 업무가 무엇보다 중요해 보였다. 하나의 선거 과정은 많은 사람의 이해관계가 얽힌 만큼 수많은 변수가 생겨난다. 그리고 이 변수는 유권자의 선택에 직간접 영향을 미치기 때문에 어떻게 대처하는지가 무엇보다 중요하다.

특히 내가 근무했던 지난해 선거는 '코로나'라는 큰 변수가 존재했고, 이를 해결해 원활한 선거 과정을 만들어야 했다. 하지만 예측할 수 없는 감염병 위기는 법으로만 대응하기에는 분명 한계가 존재했고, 이런 상황 속 유권해석을 내리고 단속·조사 업무는 물론 선거 준비를 위한 많은 업무가 있었다.

마치 선거관리위원회의 시간은 누가 배속감기를 한 듯 빠르게 흘러갔다. 그러나 이러한 노력과는 다르게 미흡한 부분과 문제들이 발생했고, 많은 아쉬움이 남았지만 이를 계기로 문제점을 보완하고 앞으로 나아간다면 이 또한 하나의 경험으로 성숙한 선거문화로 나아가는 과정이라고 생각한다.

최대 3명만을 만났다고 생각했던 유권자 처지에서 바라본 선거와는 다르게, 선거는 투표일 훨씬 이전부터 많은 계획, 일정들이 빠르게 지나간다. 그리고 그 안에서 선거관리위원회 직원들은 물론 행정복지센터 직원, 공정선거지원단, 투개표사무원 등 정말 많은 사람이 선거 가치를 실현하기 위해 노력한다는 사실을 몸소 느낀 경험이었다.

이제는 너무나 익숙해져 진부한 말로 들리는 '민주주의 꽃은 선거'라는 말, 그러나 꽃을 키우는 일은 절대 쉽지 않음을 알아야 한다.

씨앗을 심고 물과 햇빛이 필요하고 때때로 관심과 인내심이 필요하다. 우리가 투표소에서 투표하기 위해 어떤 후보를 선택할지 고민하고, 나아가 그 훨씬 이전에 선거라는 문화를 만들기 위해 노력했던 역사와 과정 모두 하나의 꽃을 키우는 일이었을 테다. 그리고 앞으로 다가오는 4월 10일, 우리는 또 하나의 꽃을, 투표의 가치를 실현하기 위해 투표소로 향해야 한다.

[중도일보] 2024년 3월 25일 제18면 2024년 3월 25일 월요일 Z18면 오피니언

中都日報 기고

진짜 여론조사가 진짜 선거를 만든다

이석훈
세종시선거여론조사
심의위원회 위원장

제22대 국회의원 선거가 이제 얼마 남지 않았다. 각종 뉴스를 보고 있으면 공동체를 위해 헌신하겠다는 후보자와 그 지지자들의 열정으로 가득하다. 그러나 잘못된 과열은 때때로 가짜뉴스를 만들어내기도 한다. 이런 가짜뉴스는 날카로운 톱날과 같다. 영화 '벤허' 전차경주 장면에서 벤허의 절친이자 원수였던 메살라가 벤허의 전차를 전복시키려고 자기 바퀴에 붙인 무시무시한 톱날! 선거전에 나선 후보자가 가짜뉴스 때문에 피해를 본다면 메살라의 톱날에 치명상을 입는 것과 같다.

세계경제포럼(WEF)은 '글로벌 리스크 보고서'에서 '기상이변으로 인한 기후위기'등과 함께 'AI를 이용한 가짜 뉴스에 의한 위기', 그 중에서도 가짜 뉴스가 선거에 미치는 위기를 올 주요 국제적 위기로 꼽았다. 일례로 미국 대선에 영향을 미칠 수도 있는 '트럼프 체포'뉴스는 지금도 인터넷상에 퍼지고 있다.

작년 어느 신문기사에 '여론조사가 수치로 포장된 가짜뉴스'라는 전문가의 비판이 소개됐다. 취지는 이해하나 필자는 여론조사에 대해 다음과 같이 말하고 싶다. "선거여론조사를 안 믿는다는 사람들도 그 결과는 은근히 궁금해한다. 그리고 의식적이든 무의식적이든 선택의 기준으로 삼는다. 그러므로 여론조사 결과가 가짜뉴스라면 심각한 문제다."

정말 여론조사 결과가 가짜뉴스일까? 생뚱맞은 이야기 같지만 사실 선거여론조사에서 '조사 시점 모든 유권자의 지지율'이라는 참값, 즉 '진짜'는 누구도 검증할 수 없다. '진짜'는 이론상 존재하더라도 시간이 흐름에 따라 사라져 버렸기 때문이다. 역설적인 듯하나 선거여론조사 결과를 얼마나 신뢰할지는 결국 유권자 스스로 판단해야 한다. 구체적으로 말하면, 조사과정이 조사방법론에서 제시한 조사 지침을 얼마나 충실히 지켰는지, 표본의 크기는 얼마로 했는지, 표집 방법은 무엇이었는지 등에 대한 사실을 근거로 신뢰 정도를 판단해야 하지만, 전문가가 아닌 이상 쉬운 일이 아니어렵다.

선거관리위원회 산하 독립기구인 선거여론조사심의위원회는 유권자의 판단을 돕고자 여론조사의 객관성·신뢰성을 확보하는데 필요한 사항을 정하고 있다. 이 기준에 따르면 선거여론조사를 실시할 때는 전체를 대표할 수 있게 피조사자를 선정해야 하고, 최소 표본의 크기를 준수해야 한다. 또 질문지는 특정 정당이나 후보자에게 편향되지 않게 구성해야 한다. 이번 선거부터는 선거여론조사 기관·단체의 전문성 강화도 기대된다. 선거관리위원회는 작년에 공직선거관리규칙을 개정해 조사기관 등이 분석 전문 인력을 늘리도록 했다. 주요 조사단체는 선거여론조사의 신뢰성 논란을 불식시키고 조사 품질을 높이기 위해 자체 지침을 마련하기도 했다.

이번 총선에서는 이전보다 주요 조사기관들이 조사의 신뢰도를 높이기 위해 자발적으로 내린 결정을 주목해 볼 필요가 있다. 그동안 선거 때마다 가장 많이 언급되면서도 비용문제 때문에 해결되지 않았던 점 중 하나가 표집 방식 문제였다. 구체적으로는 사람이 조사하는 전화면접조사와 ARS 방식 두 가지 중, 전화면접조사가 ARS조사보다 유권자를 대표하는 응답자들을 더 잘 표집하는 것으로 알려져 있는데, 이 전화면접 조사는 ARS조사 보다 더 많은 비용이 요구된다. 그럼에도 불구하고 이번 총선에서는 한국조사협회 소속 기관들이 보다 대표성 있는, 신뢰할 수 있는 표본조사결과를 위해 전화면접조사만 수행하기로 한 것은 그만큼 의미 있는 일이 아닐 수 없다. 뉴스로 공표·보도되는 모든 선거여론조사는 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 질문지와 결과분석표를 포함한 17가지 세부사항을 상시 공개하고 있다. '진짜, 자세한' 여론조사 결과를 여론조사심의위원회 홈페이지(www.nesdc.go.kr)」에서 확인하고 '진짜로' 판단해 보자.

[충청타임즈] 2023년 12월 21일

선거의 토대 선거여론조사

김동휘 충북선거관리위원회 주무관 | 승인 2023.12.21 18:22

| 열린광장

서울시에 주민세를 낸 적이 없는 본인은 02로 시작하는 전화는 자신감을 가지고 받지 않았다. 더군다나 모르는 번호로 전화가 오면 번호 아래에 전화번호 정보가 기재된 화면을 바로 볼 수 있는 요즘, 저장되지 않은 번호라면 더더욱 가까이하기 어렵다.

사무실에 출근하여 컴퓨터를 켜면 새로이 접수된 선거여론조사 실시 신고서가 나를 반긴다는 사실이 제22대 국회의원선거가 다가옴을 느끼게 한다.

얼마 전 한 시민분께서 계속 걸려 오는 여론조사 전화에 불편함을 느끼고 사무실로 전화를 주신 적이 있었다. 그 불편함에 대해 죄송함을 전하고 차단 방법을 말씀드렸지만 찜찜함은 가시지 않았다.

네이버에 여론조사를 검색하면 연관검색어로 나오는 것 중 하나가 '여론조사 전화 차단법'이다. 선거여론조사 담당 주무관으로서는 쓴웃음이 나왔지만 국민의 한 사람으로서 헛웃음을 지울 수 없었다. 여론조사는 언제부터 '여론조사 전화 차단법'이 검색어 상위 랭킹을 기록할 정도로 민중을 불편하게 만들었을까.

여론조사는 사회 집단의 정치적·사회적 여론을 알아보는 조사를 말한다.

일반적으로 전체 구성원 모두에게 여론을 알아볼 수는 없으므로 표본을 뽑아 조사하기 때문에 불특정 다수에게 전화를 걸어 의견을 물어보는 방법으로 진행된다. 이러한 조사방법은 되려 전체 유권자들을 대표하지 못하고 편향된 조사 결과로 1등 후보에게 민심이 쏠리는 밴드웨건효과를 야기할 수도 있다는 문제점이 있다. 응답률이 낮고 응답자가 조사 과정에서 질문 중 한두 개만 답변을 할 때도 있어 조사마다 들쑥날쑥한 결과가 나오기도 한다.

선거여론조사는 각종 정치·사회적 문제나 정책 등에 대해 국민들이 가지고 있는 생각과 흐름을 파악할 수 있는 아주 유효한 방법이며 특히 현대 민주주의에 있어 선거여론조사는 국민의 대리자 선택의 폭을 넓히는 동시에 정치와 선거영역에서 참여민주주의의 새로운 장을 활성화시키는 등 그 중요성이 갈수록 증대되고 있다. 다만, 선거결과를 완벽하게 예측할 수 있는 여론조사는 존재할 수 없으며 잘못된 여론조사는 여론조사 자체의 신뢰성을 떨어뜨림은 물론 민의를 왜곡하여 국민의 올바른 선택을 방해하여 민주주의의 꽃인 선거의 결과에도 영향을 줄 수 있음을 우리 국민 특히 선거여론조사를 실시하고자 하는 사람은 반드시 양지하여야 한다고 생각한다.

최근 선거여론조사를 관할하는 국가기관인 중앙선거여론조사심의위원회는 선거여론조사의 객관성·신뢰성 확보를 위해 공청회를 개최하고 이를 바탕으로 선거여론조사기관의 등록요건을 강화하는 방향(분석전문인력 및 상근 직원 수 상향 조정 등)으로 공직선거관리규칙을 개정하였고, 선거여론조사기준에 권고 무선 응답 비율 상향(60% → 70%) 및 유선전화만을 사용한 선거여론조사 규제(공표·보도 금지) 조항을 신설하는 등 여론조사의 신뢰도를 제고하기 위해 노력하고 있다.

선거여론조사 결과는 선거권을 가지고 있는 국민의 선택을 수치화한 매우 중요한 지표이다. 선거여론조사 결과가 유권자의 합리적 의사결정에 도움이 되기 위해서는 객관성과 신뢰성이 그 무엇보다 중요하다. 관련 규정의 지속적인 개선을 통해 국민에게 단지 불편함만 안겨주는 것이 아니라 객관적이고 신뢰할 수 있는, 선거의 풍향계 역할을 하는 선거여론조사로 거듭나 대한민국 민주주의가 더욱 건강해지고 아름답게 성장할 수 있는 토대가 되었으면 한다.

全羅日報 2024년 4월 15일 금요일 013면 오피니언

경칩驚蟄이다. 경칩이 지나면 대동강 물이 풀린다고 하여 완연한 봄을 느끼게 된다. 봄이 오면 우리의 삶에 아주 중요한 날이 찾아온다. 바로 4월 10일 실시하는 제22대 국회의원 선거일이다.

많은 유권자들이 더 좋은 정치를 바라는 마음으로 제22대 국회의원 선거를 고대하고 있다. 그런데 국회의원선거에서 가장 화두가 되는 것이 있다.

바로 '선거여론조사'이다.

조사결과 신뢰할 수 있을까?

선거여론조사는 선거와 관련된 여론을 파악하는 것으로, 공표 또는 보도를 통해 유권자들의 의사형성에 기여함으로써 후보자들 선택하는 데 직접적인 영향을 미치는 중요한 역할을 한다.

'선거여론조사'는 어떻게 진행되고 있을까?

통상 선거여론조사를 하고자 하는 언론사 등은 선거여론조사기관을 선정한 후 여론조사심의위원회에 실시신고를 하게 되면 여심위는 질문지 등을 검토한 후 접수한다.

이후, 선거여론조사기관은 여심위를 경유하여 통신사에 휴대전화 가상번호를 받거나 KIDO(지역번호)를 활용한 무작위 추출)를 사용하여 여론조사를 진행한다.

조사가 끝나면 선거여론조사기관은 그 결과물 중앙여심위 홈페이지에 등록하게 되고, 여심위는 등록된 결과에 오류가 없는지 모니터링을 실시한다.

선거여론조사기관으로부터 조사결과를 받아 언론사 등에서 작성한 기사에 대해서도 여심위에서는 오류가 없는지 모니터링을 실시하고 있다.

더불어, 선거여론조사에 관심이 많은 후보자와 유권자들은 언론사 등에서 공표된 선거여론조사 결과를 SNS 매체를 통해 인용·공표하기도 한다.

공직선거법과 선거여론조사기준에서는 선거여론조사를 인용·공표할 경우 ①조사의뢰자 ②선거여론조사기관 ③조사일시 ④조사방법 ⑤그 밖의 사항은 중앙선거여론조사심의위원회홈페이지 참조를 함께 공표·보도하여야 한다고 규정하고 있다.

여심위에서는 위 5가지 사항이 준수되고 있는지 모니터링 하고 있으니 꼭 지켜주기 바란다.

선거여론조사가 믿을 수 있는 정보인지 의문을 가진 유권자도 있을 것이다. 위에서 말씀드렸듯 여심위에서 한땀 한땀 모니터링하고 있으니 너무 걱정하지 않으셔도 된다.

'선거여론조사결과'를 어떻게 해석해야 될까?

'누가 이기고 있을까?'에 대한 내용은 선거기간 주된 관심사이고 일부 언론에서는 후보자의 지지도 순위를 매겨 자극적으로 경쟁하듯 보도하기도 한다.

선거여론조사는 해당 선거구의 유권자 중 일부를 표본으로 하여 유권자 전체 의견으로 추정하는 데 이때 발생하는 오차를 '표본오차'라고 부른다.

오차범위 내는 접전을 의미

예를 들어 95% 신뢰수준에서 표본오차 ±3%P라고 하는 것은 '여론조사를 실시해서 지지도 결과가 50%로 나왔을 때 위와 같은 조사를 100번 실시하면 95번이 오차를 포함한 47%~53% 사이에서 결과가 나올 것이다.'라는 의미이다.

따라서 두 후보의 지지도 차이가 오차범위 내로 근소하다면 '누가 일등이다.'라는 표현보다 '경합이다, 접전이다.'라고 이해하는 것이 바람직할 것이다.

벚꽃이 휘날리는 4월이면 국회의원선거가 치러진다. 우리 모두에게 주어진 소중한 한 표를 꼭 행사해주길 바란다.

전라포럼 ▶▶▶

전영기 전북특별자치도 선거여론조사심의위원회 간사

선거여론조사 이해 및 올바른 해석법

전북도민일보 2024년 4월 3일 수요일 008면 오피니언

선거기고

선거여론조사 명탐정, 여심위 너는 누구냐

전 영 기
전북특별자치도 선거여론조사 심의위원회 간사

22대 총선이 불과 10일도 남지 않았다. 이번 총선에서 어떤 후보자가 당선될지는 대한민국 유권자의 관심사항일 것이다. 우리 지역에 어떤 후보자가 당선될 것인가라는 궁금증을 풀어 줄 수 있는 수단이 바로 '선거여론조사'다.

공표·보도된 선거여론조사는 유권자들이 지지하는 후보자나 정당 선택에 영향을 미치는데 대표적으로 '밴드왜건 효과', 즉 '우세 후보 쏠림 현상'을 들 수 있다. 따라서 잘못된 여론조사가 실시되어 공표·보도되면 선거의 공정성을 해치는 것만 아니라 유권자의 의사형성을 왜곡할 수 있기에 선거여론조사의 공정성과 정확성은 매우 중요하다.

하지만 과거 선거여론조사를 살펴보면 100여 개가 넘는 여론조사기관이 우후죽순 격으로 등장해 신뢰하기 힘든 조사결과를 발표하는 등 여론 왜곡의 우려가 제기되었다. 이로 인해 민의가 반영되는 여론조사라기보다는 오히려 특정 후보자의 홍보에 이용된다는 우려도 있었다. 이러한 문제를 방지하고 선거여론조사의 객관성·신뢰성을 확보하고자 2014년부터 중앙선관위 및 시도 선관위에 '선거여론조사심의위원회(이하 '여심위')가 설치되어 각종 선거여론조사의 업무를 전담해 선거여론조사의 객관성·신뢰성을 확보하고자 노력하고 있다.

대표적인 업무를 살펴보면 먼저 중앙여심위가 여론조사의 객관성·신뢰성을 확보하기 위하여 필요한 사항을 정한 '선거여론조사기준'을 들 수 있을 것이다. 예를 들어 2016년 제20대 총선에서 상당수의 여론조사가 유선으로만 이루어져 실제 여론과는 상반된 결과가 공표되었다. 이에 선거여론조사기준에서는 유선전화만으로 실시된 여론조사는 공표·보도를 할 수 없고, 권고 무선 응답비율을 최소 70% 이상으로 정하고 있다.

또한 여심위에서는 선거여론조사기관을 기존 신고제에서 등록제로 전환시켜 난립해 있는 여론조사기관을 정비하였다. 즉 2016년 186개 여론조사기관이 난립했던 것이 2020년 83개로 줄어들었고, 최근 선거여론조사기관의 등록요건을 강화하여 30곳을 등록 취소하여 현재 58개 정도의 여론조사기관이 등록되어 있다. 이러한 선거여론조사기관의 정비로 선거여론 조사기관의 전문성을 강화해서 여론조사의 신뢰성을 확보할 수 있다.

한편으로 선거법 또는 선거여론조사기준을 위반한 자에게 여심위에서는 시정명령·경고·정정보도문 게재명령 등 필요한 조치를 할 수 있으며, 불법적인 여론조사에 할 경우에는 선거법을 준용한 조사권을 발동할 수 있다. 또한 중대한 위법을 행한 자에게 고발 등 각종 조치를 할 수 있다. 실제로 전북 여심위는 이번 제22대 총선과 관련하여 위법한 여론조사 3건을 고발했다.

위와 같은 여심위의 역할로 인하여 과거 불공정한 선거여론조사가 어느정도 객관성·신뢰성을 갖춘 것으로 판단할 수 있다. 하지만 여심위의 활동만으로는 여론조사의 객관성·신뢰성을 완벽하게 확보하는 데에는 한계가 있을 것이다. 따라서 공적규제 외에도 여론조사기관 자체의 자율규제도 활성화되어서 조사기관의 자체적인 혁신이 이루어져야 할 것이다.

부산일보 2024년 1월 24일 수요일 022면 오피니언

독자의 눈

선거여론조사 품격있게 했으면

오는 4월 10일 제22대 국회의원 선거가 있다. 공직선거법상 선거여론조사는 별도의 정의 규정을 두고 있지는 않지만, 대법원 판례에 따라서 '당해 선거를 동기로 하거나 빌미로 하는 등 당해 선거와 관련 있는 경우'를 말한다.

선거여론 조사 기준에 따르면 누구든지 선거에 관한 여론조사의 결과를 공표 또는 보도하는 때에는 선거여론조사 기준으로 정한 사항을 함께 공표 또는 보도해야 한다고 규정돼 있다. 그 기준의 핵심은 조사의 신뢰성과 객관성의 입증에 필요한 자료를 갖추어야 한다는 것이다. 또한 이미 공표·보도된 선거 여론조사라고 할지라도 그 결과를 인용하여 공표·보도할 때에는 조사의뢰자 등(선거 여론조사 기관, 조사 일시, 조사 방법) 관련 내용과 '그 밖의 사항은 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지 참조'를 함께 공표·보도하여야 한다. 이처럼 공직선거법에서는 선거와 관련된 여론조사가 무분별하게 제한 없이 이루어질 수 없도록 많은 장치가 되어 있다. 선거여론조사를 할 때는 조사기준을 준수해 공정하고 품격있게 실시돼야 한다.

그런데도 지난 2020년 4월 15일 제21대 국회의원 선거의 경우 총 1938건의 선거여론조사 중 117건의 위반사항이 발견되었다. 그 중 대표적인 위반사례로는 여론조사결과 왜곡·조작, 준수사항 위반 등이 있다. 만약 선거여론 조사기준으로 정한 사항을 위반할 시에는 최고 3000만 원의 과태료가 부과될 수 있다. 특정 후보자에게 편향된 질문 등 미심쩍은 여론 조사가 있다면 국번없이 '1390'으로 신고하면 된다. 김희승·부산시선거관리위원회

忠南日報 2024년 1월 10일 수요일 015면 오피니언

여론조사 결과, 어디까지 믿어야 하나

한국조사협회는 정치 선거 여론조사를 할 때 공정성을 위해 부재중 · 통화중인 대상자에게도 최소 3회 이상 재접촉 시도해 최초 조사 대상자의 응답을 받도록 노력하는 등 정확성을 높이기로 했다.

또 재접촉을 안정적으로 할 수 있는 시간을 확보하려면 조사 기간도 2일 이상 하도록 했다.

또 조사 결과 소수점 이하는 반올림한 정수로 제시해 정확성을 부여하는 것을 경계하도록 했다. 이런 규정은 선거철 마다 설치는 치열한 여론조사의 남발에 따른 국민 피로도가 커지기 때문에 심각한 부작용을 막기위한 조치이다.

최근에는 여론조사 응답률도 떨어지고 있고, 일부 응답자는 성의 있는 답변을 기대하기 힘들게 하기 때문이다. 결국 여론조사가 왜곡되고, 신뢰를 잃고 있는 여론조사 결과라는 신뢰성 때문에 얼마나 믿을지 두고 볼 일이다.

4월에 실시될 22대 총선(국회의원)을 앞두고 여론조사 전화나 예비후보자들의 홍보용 ARS 전화 · 문자 등이 빈발하고 있다.

선거가 임박하면 이런 현상은 더욱 기승을 부릴 것으로 보인다. 물론 정당한 수단으로 인지도를 높이려는 출마 예정자들의 활동은 법으로 보장돼 있고, 유권자들도 이를 존중해야 한다.

그러나 국민 일상에 불편을 주고, 선거와 정치권에 대한 외면과 불신을 키우고 있다면 문제가 아닐 수 없다. 여론조사를 앞세워 때와 장소 시간을 가리지 않고 걸려오는 여론조사 전화 질문에 응해 달라는 전화가 빈발하면서 국민들의 피로감도 커질 수 밖에 없다.

때문에 응답 기피로 이어지기도 한다. 특히 출마 예정자들이 의뢰한 여론조사는 신뢰성에 의문이 제기될 정도로 일부 내용이 특정인에 편향되게 질문해 공정성 문제가 제기되기도 해 국민들을 짜증 나게도 하고 있다.

지금 국회에는 여론조사를 걸러내는 여론조사 관리 · 감독 법안이 발의돼 있다. 또 선관위 등록 업체만 정치 현안 관련 여론조사 결과를 공표할 수 있도록 하자는 법안도 제출돼 있다. 하지만 여야의 정쟁, 과잉규제를 이유로 계류 중이다.

신속한 법 처리로 여론조사의 신뢰성 논란과 관련해 여론조사 품질을 높이는 계기가 되길 바란다.

특히 정치권에서는 여론조사 자체가 권력이 됐다는 못지 못 할 진단이 지속되는 것은 곤란하다. 여론조사 결과를 이용한 경마식 언론보도는 그저 흥밋거리 이상도 이하도 아니다.

여론조사 결과가 강력한 위력을 발휘하는 방식은 반드시 고쳐야 할 일이다.

忠淸日報 2024년 1월 25일 목요일 003면 사회

밤낮 없는 여론조사에 시민 뿔났다

총선 70여 일 앞두고 연락 폭주
SNS에 전화 안 받는 법 공유도
횟수 감소 등 대책 마련 목소리

22대 총선을 70여 일 앞두고 시도때도 없이 울리는 여론조사 전화나 문자가 시민 불편을 가중시키고 있다.

여론조사는 각종 사안에 대한 국민의 생각을 읽을 수 있는 지표다. 국민들의 사회적·경제적 시각을 알 수 있는 자료로 중요성이 작지 않지만, 수시로 진행되는 여론조사에 시민들의 반발만 커지고 있는 실정이다.

유권자의 번호는 공직선거법 58조의 & 108조의 2 등에 따라 이동통신 3사(SKT, KT, LG U+)가 개인정보인 전화번호를 무작위로 선정한 뒤 050으로 시작하는 가상번호로 변환, 여론조사 기관에 제공한다. 제공된 가상번호는 유효기간이 지난 후 폐기된다. 경찰이나 기존에 유권자의 번호가 계속 보관되지는 않는다.

다만 정당 등이 이통사에 비용을 지불해 가상번호 생성을 요청할 수 있어 유효기간이 지난 후에도 새로 생성된 번호로 여론조사 전화를 할 수 있다.

직장인 오 모씨(37·청주시 흥덕구)는 "일 할 때는 물론이고, 집에 와서 씻고 쉬려 하는데 계속 울리는 전화벨이 스트레스로 다가온다"며 "일부 번호를 차단했지만 뒷자리만 바뀌고 계속 여론조사 전화가 와서 미칠 것 같다"고 볼멘소리 토로했다.

또 다른 한 시민은 "밤이고 낮이고 시도 때도 없이 전화가 울려서 일상 생활이 불가능하다"며 "오죽했으면 집 전화선을 아예 뽑아 놓고 산다. 전화벨이 울리기만 하면 집어 던져버리고 싶다"고 하소연 했다.

그러면서 "오죽했으면 02로 시작하는 번호는 모두 수신하지 않게 하도록 조치했다"고 덧붙였다.

이처럼 시민 피로감이 가중되면서 SNS와 블로그를 통한 여론조사기관 전화받지 않는 법 등이 공유되고 있다.

가장 간단한 방법으로는 각 통신사별로 지정된 번호(SK 1547, KT 080-999-1300, LG U+ 080-855-0076)로 연락해 가상번호 제공 거부 신청을 하면 된다.

이때 별도의 상담원과 통화 없이 정보 제공 동의 여부만 확인된다.

지역 정치계 관계자는 "여론조사는 국민의 생각을 읽을 수 있는 중요한 지표이지만, 너무 잦은 전화로 시민들이 피로감을 호소하는 부분은 잘 알고 있다"며 "제대로 된 응답을 하지 않는 경우도 많아 결과에 대한 신뢰도 하락도 우려되는 만큼 전화 횟수 감소 등의 대책 마련이 필요할 것으로 보인다"고 말했다.

/신우식기자

충청투데이 2024년 2월 13일 화요일 006면 종합

스팸 아니고 여론조사…선거때마다 괴로운 유권자들

여론조사 기관 수 2017년 27곳→2024년 88곳…여론조사 전화 빈도 매год 증가
지선때 7일간 1624만 5204통…시민들 "어느 정도 규제로 횟수 제한했으면"

40대 직장인 A씨는 최근 시도때도 없이 울리는 전화벨소리에 시달리고 있다. 병가를 내고 집에서 쉬고 있는 상황에서도 기계음으로 시작하는 무차별적인 총선 홍보 전화로, 피로감을 호소했다.

직장인 B씨는 최근들어 매일 10여 통의 전화를 받고 있다. 이 중 대다수는 여론조사 관련 전화였다. B씨는 일부 번호를 차단하는 조치를 취했음에도 전화는 계속 되고 있다. 특히 서울 지역번호인 '02'로 시작하는 번호로부터의 많은 전화를 받았다. B씨는 "대전에 살고 있는 타 지역 예비후보의 조사 전화를 받고 있어 여론조사의 신빙성 자체가 의심된다"고 전했다.

4·10 총선을 앞두고 유권자들이 선거와 관련된 문자메시지와 전화 여론조사로 인한 피로감을 호소하고 있다.

선거가 다가오면서 일반 여론조사와 함께 여야 후보의 적합도 조사가 본격화됐기 때문이다.

8일 중앙선거관리위원회 여론조사심의위원회의 자료에 따르면 여론조사 기관의 수는 2017년 5월 여론 조사기관 등록제도 입 당시 전국적으로 27곳에서 올해 현재 88곳으로 급증했다. 이에 따라 전화를 통한 여론조사의 빈도도 대폭 증가했다.

특히 2022년에 열린 제8회 전국동시지방선거 기간 중, 선거운동 시작일인 5월 19일부터 여론 조사 결과 공표가 금지되기 하루 전인 5월 25일까지의 7일 간에만, 총 1624만 5204통의 여론 조사 전화가 이루어졌다.

이는 2018년 제7회 지방선거 동안 같은 기간에 기록된 1423만 2573통에 비해 198만 2631통(13.9%) 증가한 수치다.

대규모 선거가 임박할 때마다 이러한 상황이 반복되고 있다.

문자의 경우 대표적이다.

공직선거법에 따라 수신자 20명을 초과하는 단체 메시지는 선거마다 유권자 한 명당 8번까지 보낼 수 있으나, 20명 이하를 수신 대상으로 하는 메시지는 발송 횟수에 제한이 없어 이를 노리는 문자 발송 대행업체의 활동이 활발하다.

또 ARS 홍보의 경우 선거법상 금지돼 있지만, 여러 '꼼수'를 통해 우회하는 사례가 많다.

예를 들어 명절 인사나 투표 독려 목적의 ARS 전화는 가능하다.

여론조사를 활용한 인지도 제고 역시 선거 전략의 일환으로, 상대적으로 유권자의 거부감이 덜한 여론조사를 빙자해 후보자 이름을 노출하는 경우가 잦다.

이러한 상황에 대응하기 위해 온라인에선 유권자 스스로 선거 공해를 줄이는 방법을 공유하기도 한다.

여론조사 업체에 가상번호 제공 거부, 선거 홍보 문자에 포함되는 특정 문구를 스팸 문구에 등록, 스팸 전화 차단 애플리케이션 활용 등의 방법이다.

대전 유성구에 사는 정 모 씨(31)는 "수 없이 오는 문자 때문에 업무 메시지 확인을 못하고 전화가 왔을 때 지역 번호가 붙어 있으면 바로 끊는다"며 "출마 후보자들의 마음은 알겠지만 어느 정도 규제를 통해 횟수를 제한했으면 좋겠다"고 말했다.

이심건 기자 leesimkeon@cctoday.co.kr

울산제일일보 2024년 5월 8일 수요일 005면 정치

지역 언론 여론조사 없어 '깜깜이 총선'

후보자들 검증 미흡해 유권자도 '깜깜'
소수정당·신인들 토론회 배제 '불이익'
"4년전 총선도 없어, 알권리 보장 차원
방송·신문들 비용 분담해 실시도 대안"

4·10 총선에서 울산지역 언론들이 여론조사를 한 차례도 실시하지 않아 후보자의 정책과 자질 검증을 제대로 거치지 못했다는 지적이다.

여론조사는 타 후보와의 격차를 확인할 수 있는 유일한 방법으로, 총선에 출마한 후보는 여론조사 결과에 촉각을 곤두세울 수 밖에 없다.

일반 유권자들도 마찬가지다. 공표된 조사 결과가 없으면 후보에 대한 일반적인 인지도나 지지도를 알 수 없는 '깜깜이'로 후보를 선택해야 한다.

7일 울산시선거관리위원회에 따르면 4·10 총선을 앞둔 지난해 11월부터 현재까지 울산지역 6개 선거구에서 실시된 여론조사는 총 30번이다.

공표된 여론조사는 11번, 공표되지 않은 여론조사는 19번으로 집계됐다. 이 가운데 총선에 출마한 후보가 경선이나 본선을 앞두고 자체적으로 실시한 여론조사는 14번이다. 이 조사는 후보 본인 외에는 외부에 공개할 수 없다.

국민의힘 공천을 두고 혼전을 거듭했던 남구갑 지역구에 대한 정당 차원의 후보적합도 여론조사도 4번 실시됐다. 울주군 후보 적합도 조사도 1번 실시됐다. 물론 비공개다.

후보 외 중앙언론과 여론조사기관에서 실시한 여론조사는 11번인데, 모두 김어준이 대표로 있는 (주)여론조사꽃이 실시했다. (주)여론조사꽃은 전국을 대상으로 한 정당지지도조사를 6번(울산 6개 선거구 동시), 남구갑·북구·동구 정당지지도 및 후보적합도 조사(3개 선거구 동시)와 남구갑·울주 후보적합도 조사(2개 선거구 동시) 등을 실시했다. 이 여론조사는 모두 공표됐다.

이에 반해 울산지역 6개 선거구에 대한 울산지역 언론의 후보 적합도 조사 등 여론조사는 한 차례도 실시되지 않았다. 전국 대다수 광역시도에서 지역 언론의 자체 여론조사가 실시한 것과 비교되는데, 이는 지역 언론들이 여론조사에 실시되는 수 천만원의 비용 부분에 부담을 느낀 것으로 알려졌다.

총선 기간 내내 당선 '바로미터'인 여론조사 결과를 알 수 없기 때문에 일반 유권자들로서는 '깜깜이'로 일관할 수 밖에 없는 실정이었다.

후보로서도 여론조사가 실시되지 않는 바람에 블이익을 겪는 경우도 있다.

실제 선관위 주최 TV토론회의 경우 국회에 5인 이상의 소속 의원을 가지거나, 직전 공직선거에서 전국 유효투표 총수의 3% 이상을 득표한 정당이 추천한 후보자, 최근 4년 이내에 해당 선거구에 입후보해 유효투표 총수의 10% 이상을 득표하거나, 선거개시일 30일 이내부터 선거개시일 전일 사이에 실시해 공표된 여론조사 결과를 평균한 지지율이 5% 이상인 후보자가 참여할 수 있다.

소수정당 후보나 정치신인의 경우 TV토론회에 참여할 수 있는 방법은 여론조사 지지율 5% 이상 밖에 없는데, 지역언론이 여론조사를 실시하지 않으면 참여가 불가능해지는 것이다. 이번 총선에서 당선된 진보당 북구 윤종오 후보, 낙선했지만 9% 이상 득표율을 거둔 노동당 동구 이장우 후보, 무소속 출마했던 남구 허언욱 후보 등은 지역언론에서 여론조사를 실시했다면 TV토론에 참여가 가능했지만, 여론조사 결과가 없어 연설회로 대체됐다.

시선관위 관계자는 "소수정당 및 정치신인이 TV토론 참가를 요청해도 지역 여론조사 결과가 없으면 어쩔 수 없다"며 "여론조사가 없는 경우 이들의 참가 여부를 어떻게 정할지 여부를 규정하는 공직선거법 개정도 검토해 봐야 한다"고 지적했다.

지역정가 관계자는 "이번 총선 뿐 아니라 4년전 총선에서도 지역에서 실시된 여론조사는 한 차례도 없었다"며 "지역 유권자들에게 알 권리를 보장해 주는 차원에서 지역 방송과 지역신문이 비용을 분담해 합동으로 실시하는 방안 등도 대안이 될 수 있을 것"이라고 제안했다.

정재환 기자

경상일보 2023년 10월 23일 월요일 004면 정치

정치·선거 여론조사 ARS방식 금지

한국조사협회 새 기준 발표
전화면접 조사만 시행키로
휴대전화 가상번호 사용땐
응답률 최소 10% 넘기도록

한국갤럽 등 국내 여론조사 전문회사 30여곳이 정치·선거 여론조사를 할 때 자동응답서비스(ARS) 방식을 없애고 사람(조사원)이 진행하는 전화 면접 조사만을 시행하기로 했다고 22일 밝혔다. 또 여론조사 응답률은 휴대전화 가상번호를 사용할 경우 최소 10%를 넘도록 했다.

국내 조사 기관 30여곳이 가입해 있는 한국조사협회(KORA)는 이날 이러한 내용의 정치·선거 전화 여론조사 기준을 발표했다.

이에 따라 한국갤럽, 넥스트리서치, 리서치앤리서치, 엠브레인퍼블릭, 한국리서치 등 34개 조사기관이 발표하는 대통령 국정 지지도, 여야 정당 지지율, 총선 관련 여론조사 등에 이런 기준이 적용된다.

협회는 전화 면접조사와 ARS의 혼용도 허용하지 않기로 했는데, 녹음된 목소리 또는 기계음을 통해 조사한 ARS가 과학적 조사 방법이 아니라는 게 협회의 판단이다.

전국 단위 전화 면접조사를 할 때 중앙선거여론조사심의원회 선거 여론조사 기준상 응답률은 휴대전화 가상번호를 이용할 경우 최소 10% 이상, RDD(전화번호 임의걸기)를 이용할 경우 최소 7% 이상을 달성해야 한다.

조사대상자의 지역, 성별, 연령대 등 정보가 함께 제공되는 휴대전화 가상번호와 달리, 임의 번호만 추출되는 RDD는 상대적으로 표본 크기를 맞춰 조사를 진행하기 어렵다는 점을 반영한 것이다.

김두수기자 dusoo@ksilbo.co.kr

江原日報

2024년 3월 15일 금요일 005면 사회

공직선거법 위반 혐의 예비후보 등 고발 잇따라

강원특별자치도선거관리위원회는 14일 4·10 총선과 관련해 공직선거법을 위반한 혐의로 예비후보자와 자원봉사자 등을 경찰에 고발했다.

춘천시선거관리위원회는 이날 공직선거법 위반 혐의로 예비후보자 A씨 등 3명에 대한 고발장을 경찰에 접수했다. A씨 등은 올 1월26일부터 2월7일까지 예비후보자 홍보물을 선거구 내 아파트의 각 세대별 우편함·문고리에 꽂아 두거나 문앞에 두고, 경로당·상가 등을 방문해 선거인에게 전달하는 등의 방법으로 496부 이상을 배부한 혐의다.

이어 도선관위 산하의 도선거여론조사심의원회도 14일 공직선거법 위반 혐의로 또 다른 예비후보자의 자원봉사자 B씨 등 3명을 경찰에 고발했다. B씨 등은 자신들이 지지하는 특정 예비후보자가 당내 경선에서 후보자로 선출되도록 하기 위해 카카오톡 채팅방을 통해 다수의 권리당원에게 당원 여부를 거짓으로 응답하고 중복 투표를 하도록 권유·유도한 혐의를 받고 있다.

공직선거법에 따르면 선거운동을 위해 우편발송이 아닌 방법으로 홍보물을 배부·살포한 행위는 엄격히 금지되고 있다. 또 여론조사 결과에 영향을 미치게 하기 위해 다수의 선거구민을 대상으로 성별·연령 등을 거짓으로 응답하도록 지시·권유·유도하는 행위를 할 수 없다. 이현정기자

전북도민일보

2024년 2월 20일 화요일 003면 종합

전북여심위, 자원봉사자 고발 여론조사 결과 왜곡 공표혐의

전북특별자치도여론조사심의위원회(이하 전북여심위)는 제22대 국회의원선거의 후보자 추천을 위한 당내경선을 앞두고 정당이 실시한 당내경선 관련 여론조사 결과를 왜곡해 공표한 자원봉사자 B 씨를 지난 15일 정읍경찰서에 고발했다고 19일 밝혔다.

입후보예정자 A 씨의 자원봉사자인 B씨는 지난 1월 말경 C정당 당내경선 관련 여론조사기간 중 자신의 페이스북에 A 씨를 지지하는 글을 게시하면서 C정당이 실시한 여론조사 결과를 왜곡하여 공표한 혐의를 받고 있다.

공직선거법 제96조 제1항에는 선거에 관한 여론조사 결과를 왜곡해 공표 또는 보도하는 행위를 금지하고 있으며, 이를 위반할 경우 같은 법 제252조 제2항에서 5년 이하의 징역 또는 300만원 이상 2,000만원 이하의 벌금에 처한다고 규정하고 있다.

또한 같은 법 제108조 제12항 제1호는 정당이 실시한 해당 선거에 관한 여론조사의 결과를 해당 선거일의 투표마감시각까지 공표·보도할 수 없도록 제한하고 있으며, 이를 위반할 경우 같은 법 제256조 제1항에서 3년 이하의 징역 또는 600만원 이하의 벌금에 처한다고 규정하고 있다.

김성아 기자

중부일보 2024년 3월 6일 수요일 007면 사회

시선관위 '여론조사 짜깁기' 예비후보자 고발

인천시선거여론조사심의위원회는 제22대 국회의원선거와 관련해 여론조사 결과를 왜곡 공표한 혐의가 있는 예비후보자 A씨를 경찰에 고발했다고 5일 밝혔다.

A씨는 선거 여론조사 결과에서 자신에게 유리한 부분만 짜깁기해 당내 경쟁자와 가상대결에서 1위를 한 것처럼 만든 이미지를 퍼뜨린 혐의를 받고 있다. 가상대결한 결과에서 타 정당 후보자들에 대한 내용은 기재하지 않는 방법으로 이미지를 꾸민 것으로 조사됐다. 해당 이미지는 선거구민 1만9천여 명에게 대량 발송된 것으로 알려졌다.

공직선거법 제96조에 따르면 누구든지 선거에 관한 여론조사결과를 왜곡해 공표·보도할 수 없다. 인천시선관위는 "선거 여론조사 결과 왜곡·공표 행위는 선거인의 판단에 잘못된 영향을 미치고 공정성을 저해할 수 있는 중대한 범죄"라며 "국회의원선거일이 한 달여 남은 가운데 비슷한 선거 범죄가 적발될 경우 철저하게 조사해 엄중 조치할 것"이라고 밝혔다. 윤상흥기자

전라매일 2024년 3월 27일 수요일 001면 종합

〈당내경선 여론조사〉

거짓응답 권유한 자원봉사자 고발

여러 SNS 채널에 권리당원 여부 거짓응답 및 중복 참여 권유 혐의

전북특별자치도여론조사심의위원회(이하 '전북여심위')는 제22대 국회의원선거 당내경선과 관련하여 SNS 소통채널에 거짓응답을 권유·유도한 예비후보자의 자원봉사자를 지난 25일 정읍경찰서에 고발했다고 밝혔다.

전북여심위에 따르면 자원봉사자 A는 예비후보자 B를 위해 자신이 속한 소통 채널 3곳에서 700여명의 회원들에게 甲정당의 제22대 국회의원선거 당내경선 여론조사에서 권리당원 여부를 거짓으로 응답하여 중복으로 참여할 것을 권유·유도했다.

「공직선거법」 제108조(여론조사의 결과공표금지 등)제11항제1호는 누구든지 당내경선을 위한 여론조사의 결과에 영향을 미치게 하기 위해 성별·연령 등을 거짓으로 응답하도록 지시·권유·유도하는 행위를 금지하고 있으며, 이를 위반한 자는 3년 이하의 징역 또는 6백만 원 이하의 벌금에 처해진다.

전북여심위 관계자는 보름 앞으로 다가온 국회의원선거와 관련하여 왜곡된 여론조사 결과를 공표해 여론을 호도하는 위법행위는 적극적으로 단속하여 엄중하게 조치하겠다고 밝혔다. /송효철 기자

노컷뉴스

전남선관위, 여론조사 불법 공표 정당·현역의원 의정성과 지지 군의원 고발

2024-03-06 16:07 광주CBS 김형로 기자 |

당내경선 앞두고 위법행위 예방·단속도 강화

전남도 선거관리위원회 제공

전남도선거여론조사심의위원회는 A 정당이 실시한 제22대 국회의원 선거 관련 여론조사 결과를 공표하고 기사로 보도되게 한 A 정당 관계자 2명을 지난 5일 전라남도경찰청에 고발했다.

공직선거법상 108조에 따르면 정당 또는 후보자가 실시한 해당 선거에 관한 여론조사를 해당 선거일의 투표 마감 시각까지 공표 또는 보도할 수 없고 이를 위반 시 3년 이하의 징역이나 6백만 이하 벌금을 부과하도록 규정하고 있다.

전남도선관위는 이와 함께 지난 2023년 12월 하순쯤 군지역 다수의 마을 총회에서 현역 국회의원의 의정보고서를 배부하면서 해당 의원의 의정 성과 설명과 함께 지지·추천 발언을 한 것은 탈법 방법에 의한 문서 배부에 해당된다고 보고 군의원 2명을 6일 경찰에 고발했다고 밝혔다.

이에 따라 이날까지 제22대 국회의원 선거와 관련해 전남에서는 고발 4건과 경고 19건 등 모두 23건의 위반사항이 적발됐다.

한편 전라남도선거관리위원회는 제22대 국회의원 선거 주요 정당의 당내 경선을 앞두고 선거법 위반 행위가 증가하고 있다고 보고 선거여론조사 자체 모니터링 등 위반행위 예방·단속활동을 강화할 계획이다.

특히 전남도선관위는 당내 경선에서는 다수의 선거구민을 대상으로 성별·연령 등을 거짓 응답하도록 지시·권유·유도하는 행위는 할 수 없는 만큼 주의가 필요하다고 강조했다.

대표적 사례로 당내 경선 여론조사에서 권리당원 여부 허위 응답을 유도한 경우가 있다. 당원 투표 참여자에게 일반 선거구민 대상 여론조사 전화를 받으면 권리당원이 아니라고 응답하도록 권유·유도한 것은 선거법에 위반된다.

전남도선관위는 선거가 한 달여 남은 시점에서 정당 및 예비후보자·입후보예정자 등에게 선거법을 적극 안내하고 있으며 사전 안내에도 위반 행위가 발생하는 경우 법과 원칙에 따라 엄중히 조사·조치할 방침이다.

이 기사 주소: https://www.nocutnews.co.kr/6106797

대경일보

2024년 3월 4일 월요일 004면 종합

선거여론조사결과 왜곡 공표한 4명 고발

경북여심위 구미·포항 사례 적발
특정후보 지지도 순위 속이거나
다른문항 지지율 값과 짜깁기해
카드뉴스 제작 SNS 게시한 혐의

경상북도선거여론조사심의위원회(이하 '경북여심위')가 제22대 국회의원 선거와 관련 선거여론조사결과를 왜곡 공표한 위법행위 3건을 적발하여 지난달 29일 경찰에 고발 했다고 밝혔다.

왜곡된 결과로 오인하도록 카드뉴스 제작·배포(포항시북구)와 관련, 경북여심위는 올해 1월경 특정 예비후보자의 지지도가 1위가 아님에도 1위인 것처럼 오인하도록 카드뉴스를 제작하여 예비후보자의 각종 SNS에 게시하는 등 선거여론조사결과를 왜곡하여 공표한 혐의로 예비후보자의 지지자 A씨를 포항북부경찰서에 고발했다.

다른 문항의 지지율 값을 혼용하여 지지율 공표(구미사율)한 것과 관련, 예비후보자의 선거사무관계자 C씨 및 지지자 D씨를 구미경찰서에 고발했다.

이들은 올해 1월 말께 언론에 보도된 선거여론조사 결과에서 지지도 설문 대상이 다른 복수 문항의 가상대결 지지율 값을 취사선택하는 방법으로 각 후보자의 지지도를 비교하는 임의의 자료를 공표한 언론인 B씨와, 보도된 선거여론조사의 결과분석자료 중 지지도 문항이 아닌 문항의 결과값을 마치 예비후보자의 지지율 결과인 것처럼 카드뉴스를 제작하여 SNS에 게시한 혐의다.

'공직선거법' 제96조(허위논평·보도 등 금지) 제1항 및 제252조(방송·신문 등 부정이용죄) 제2항에 따르면 선거에 관한 여론조사결과를 왜곡하여 공표한 자는 '5년 이하의 징역 또는 3000만원 이상 2000만원 이하의 벌금에 처한다'고 되어 있다.

경북여심위는 "선거에 관한 여론조사 결과는 유권자의 의사결정에 크게 영향을 미치므로 그 여론조사 결과를 왜곡하여 공표함으로써 선거인의 판단을 그르치도록 하는 행위에 대해서는 가용 역량을 총동원하여 엄중 대처할 방침"이라며, 위반행위에 대한 적극적인 신고·제보를 당부했다.

조봉현 기자 6351744@hanmail.net

경남신문

2024년 2월 16일 금요일 004면 종합

경남여심위, 당내 경선 여론조사 연령 조작 혐의 2명 고발

경상남도선거여론조사심의위원회(이하 경남여심위)는 15일 당내 경선을 위한 여론조사 결과에 영향을 미칠 목적으로 나이를 거짓으로 응답하도록 권유·유도한 혐의로 예비후보자 A씨 캠프 관계자 2명을 경찰에 고발했다고 밝혔다.

경남도선관위에 따르면 공직선거법 제108조(여론조사의 결과 공표 금지 등) 제11항 제1호는 다수의 선거구민을 대상으로 성별·연령 등을 거짓으로 응답하도록 지시·권유·유도하는 행위를 금지하고 있다. 이를 위반할 경우 같은 법 제256조(각종 제한 규정 위반죄)에 따라 3년 이하의 징역 또는 600만원 이하의 벌금에 처해진다.

한 정당이 실시한 당내 경선을 위한 여론조사와 관련해, 제22대 국회의원선거 예비후보자 A씨의 선거사무장 B씨와 지지자 C씨는 선거구민이 다수 참여한 카카오톡 단체방에 여론조사 전화 응답 시 연령을 거짓으로 응답하도록 권유·유도하는 글을 수차례 게시한 혐의를 받고 있다.

경남여심위 관계자는 "여론조사 결과에 영향을 미치게 하기 위해 성별·연령 등을 거짓으로 응답하도록 지시·권유·유도하는 행위와 둘 이상의 전화번호를 착신 전환 등의 조치로 같은 사람이 두 차례 이상 응답하거나 이를 지시·권유·유도하는 등 위법한 방법으로 민의를 교란하는 여론조사 불법 행위에 대해 엄중 조치할 예정"이라고 밝혔다.

현직 지방의원이 총선 예비후보자를 위해 기부행위를 한 사례도 있다.

경남도선관위는 국회의원선거 예비후보자를 돕기 위해 선거구민 20여 명에게 20만원 상당의 음식물을 제공하는 등 기부행위를 한 혐의로 현직 지방의회의원과 지인을 15일 검찰에 고발했다.

공직선거법에 따라 지방의회의원은 선거구안에 있는 사람이나 기관·단체·시설 또는 당해 선거구의 밖에 있더라도 그 선거구민과 연고가 있는 자 등에 기부행위를 할 수 없다.

현직 지방의회의원 D씨와 지인 E씨는 신년회 행사에 예비후보자가 참석해 선거운동을 하게 하고, 국회의원선거 예비후보자를 위해 선거구민 20여명에게 20만원 상당의 음식물을 제공하는 등 기부행위를 한 혐의를 받고 있다.

정민주 기자

경남매일

2024년 3월 28일 목요일 005면 사회

경남여심위, 여론조사 왜곡 지방의원 고발

방송 출연해 허위사실 공표 혐의
인용 보도시 조사 사항 표시해야

경남도선거여론조사심의위원회(이하 경남여심위)는 방송에 출연해 제22대 국회의원선거 관련 선거여론조사 결과를 왜곡 및 허위사실 공표한 혐의로 현직 지방의회의원을 지난 26일 경찰에 고발했다고 27일 밝혔다.

공직선거법 제96조(허위논평·보도 등 금지) 제1항은 누구든지 선거에 관한 여론조사 결과를 왜곡하여 공표 또는 보도할 수 없고, 이를 위반한 자는 제252조(방송·신문 등 부정이용죄) 제2항에 따라 5년 이하 징역 또는 300만 원 이상 2000만 원 이하 벌금에 처한다고 규정돼 있다. 공직선거법 제250조(허위사실공표죄) 제2항에서는 당선되지 못하게 할 목적으로 연설·방송·신문·통신·잡지·벽보·선전문서 기타의 방법으로 후보자에게 불리하도록 후보자, 그의 배우자 또는 직계 존·비속이나 형제자매에 관하여 허위의 사실을 공표하거나 공표하게 한 자와 허위의 사실을 게재한 선전문서를 배포할 목적으로 소지한 자는 7년 이하 징역 또는 500만 원 이상 3000만 원 이하 벌금에 처한다.

그럼에도 현직 지방의회의원 A씨는 방송에서 실제 여부를 알 수 없는 선거여론조사 결과를 왜곡해 공표하고, 특정 후보자를 당선되지 못하게 할 목적으로 후보자가 정당으로부터 공천받은 사실과 관련해 허위 사실을 공표한 혐의가 있다.

경남여심위 관계자는 "방송·신문·후보자, 일반인 등 누구든지 선거여론조사 결과를 공표할 때에는 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 등록되지 아니한 선거여론조사 결과를 공표 또는 보도해서는 안 된다"며 "선거에 관한 여론조사의 결과를 인용해 공표·보도하려는 때에는 선거여론조사 기준(제1조제3항)이 정한 조사의뢰자, 선거여론조사기관, 조사일시, 조사방법 등 사항을 함께 공표 또는 보도해야 한다"고 말했다.

박재근 기자

공직선거법

[시행 2024. 3. 8.] (법률 제20370호, 2024. 3. 8., 일부개정)

제8조의8(선거여론조사심의위원회) ① 중앙선거관리위원회와 시·도선거관리위원회는 선거에 관한 여론조사의 객관성·신뢰성을 확보하기 위하여 선거여론조사심의위원회를 각각 설치·운영하여야 한다.

② 중앙선거관리위원회에 설치하는 선거여론조사심의위원회(이하 "중앙선거여론조사심의위원회"라 한다) 및 시·도선거관리위원회에 설치하는 선거여론조사심의위원회(이하 "시·도선거여론조사심의위원회"라 한다)는 국회에 교섭단체를 구성한 정당이 추천하는 각 1명과 학계, 법조계, 여론조사 관련 기관·단체의 전문가 등을 포함하여 중립적이고 공정한 사람 중에서 중앙선거관리위원회 또는 시·도선거관리위원회가 위촉하는 사람으로 총 9명 이내의 위원으로 각각 구성하며, 위원의 임기는 3년으로 한다. 이 경우 위원정수에 관하여는 제8조의2제2항 후단을 준용한다.

③ 선거여론조사심의위원회에 위원장 1명을 두되, 위원장은 위원 중에서 호선한다.

④ 중앙선거여론조사심의위원회에 상임위원 1명을 두되, 중앙선거관리위원회가 중앙선거여론조사심의위원회의 위원 중에서 지명한다.

⑤ 정당의 당원은 선거여론조사심의위원회의 위원이 될 수 없다.

⑥ 중앙선거여론조사심의위원회는 공표 또는 보도를 목적으로 하는 선거에 관한 여론조사의 객관성·신뢰성을 확보하기 위하여 필요한 사항(이하 "선거여론조사기준"이라 한다)을 정하여 공표하여야 한다.

⑦ 선거여론조사심의위원회의 직무는 다음 각 호와 같다.

1. 제108조제4항에 따른 이의신청에 대한 심의 및 같은 조 제7항에 따른 등록 처리
2. 선거에 관한 여론조사가 이 법 또는 선거여론조사기준을 위반하였는지 여부에 대한 심의 및 조치
3. 제8조의9에 따른 선거여론조사기관 등록 등 처리

⑧ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 여론조사는 이 법에 따른 선거에 관한 여론조사로 보지 아니한다.

1. 정당이 그 대표자 등 당직자를 선출하기 위하여 실시하는 여론조사
2. 후보자(후보자가 되려는 사람을 포함한다)의 성명이나 정당(창당준비위원회를 포함한다)의 명칭을 나타내지 아니하고 정책 · 공약 개발을 위하여 실시하는 여론조사
3. 국회의원 및 지방의회의원이 의정활동과 관련하여 실시하는 여론조사. 다만, 제60조의2제1항에 따른 해당 선거의 예비후보자등록신청개시일부터 선거일까지 실시하는 여론조사는 제외한다.
4. 정치, 선거 등 분야에서 순수한 학술 · 연구 목적으로 실시하는 여론조사
5. 단체 등이 의사결정을 위하여 그 구성원만을 대상으로 실시하는 여론조사

⑨ 선거여론조사심의위원회가 심의하는 관할 여론조사는 다음 각 호와 같다.

1. 중앙선거여론조사심의위원회: 전국 또는 2 이상 시 · 도의 선거구민을 대상으로 하는 여론조사
2. 시 · 도선거여론조사심의위원회: 해당 시 · 도의 선거구민을 대상으로 하는 여론조사

⑩ 선거여론조사심의위원회는 선거에 관한 여론조사가 이 법 또는 선거여론조사기준을 위반하였다고 인정되는 때에는 그 위반행위를 한 자에게 시정명령 · 경고 · 정정보도문의 게재명령 등 필요한 조치를 하되, 그 위반행위가 선거의 공정성을 현저하게 해치는 것으로 인정되거나 시정명령 · 정정보도문의 게재명령을 불이행한 때에는 고발 등 필요한 조치를 하여야 하고 이를 관할 선거구선거관리위원회에 통보하여야 한다.

⑪ 선거여론조사심의위원회가 이 법 또는 선거여론조사기준을 위반한 여론조사에 대하여 조사 등을 하는 경우에는 제272조의2를 준용한다. 이 경우 "각급선거관리위원회" 또는 "선거관리위원회"는 "선거여론조사심의위원회"로, "각급선거관리위원회 위원 · 직원" 또는 "선거관리위원회 위원 · 직원"은 "선거여론조사심의위원회 위원 · 직원"으로, "선거범죄" 또는 "범죄"는 "선거에 관한 여론조사에 있어서 이 법 또는 선거여론조사기준 위반행위"로 본다.

⑫ 선거여론조사심의위원회는 업무수행을 위하여 필요하다고 인정하는 때에는 관계 공무원 또는 전문가를 초청하여 의견을 듣거나 관련 기관 · 단체 등에 자료 및 의견 제출 등 협조를 요청할 수 있다.

⑬ 선거여론조사심의위원회에 그 사무를 처리하기 위하여 선거관리위원회 소속 공무원으로 구성하는 사무국을 둘 수 있다.

⑭ 선거여론조사심의위원회의 구성 · 운영, 위원 및 상임위원의 대우, 사무국의 조직 · 직무범위, 선거여론조사기준의 공표방법, 그 밖에 필요한 사항은 중앙선거관리위원회규칙으로 정한다.

제8조의9(여론조사 기관 · 단체의 등록 등) ① 여론조사 기관 · 단체가 공표 또는 보도를 목적으로 선거에 관한 여론조사를 실시하려는 때에는 조사시스템, 분석전문인력, 그 밖에 중앙선거관리위원회규칙으로 정하는 요건을 갖추어 관할 선거여론조사심의위원회에 서면으로 그 등록을 신청하여야 한다.

② 제1항에 따른 등록신청을 받은 관할 선거여론조사심의위원회는 그 신청을 접수한 날부터 7일 이내에 등록을 수리하고 등록증을 교부하여야 한다.

③ 선거여론조사심의위원회는 제2항에 따라 등록증을 교부한 여론조사 기관 · 단체(이하 "선거여론조사기관"이라 한다)에 관한 정보로서 중앙선거관리위원회규칙으로 정하는 정보를 지체 없이 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 공개하여야 한다.

④ 제1항에 따른 등록신청 사항 중 변경이 생긴 때에는 선거여론조사기관은 14일 이내에 관할 선거여론조사심의위원회에 변경등록을 신청하여야 한다.

⑤ 선거여론조사기관(그 대표자 및 구성원을 포함한다)이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 관할 선거여론조사심의위원회는 해당 선거여론조사기관의 등록을 취소한다. 이 경우 제3호에 해당하여 등록이 취소된 선거여론조사기관은 그 등록이 취소된 날부터 1년 이내에는 등록을 신청할 수 없다.

1. 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 등록한 경우
2. 제1항에 따른 등록 요건을 갖추지 못하게 된 경우
3. 선거에 관한 여론조사와 관련된 죄를 범하여 징역형 또는 100만원 이상의 벌금형의 선고를 받은 경우

⑥ 등록신청서 및 등록증의 서식, 제3항에 따른 정보공개의 절차, 등록변경 · 등록취소 절차, 그 밖에 필요한 사항은 중앙선거관리위원회규칙으로 정한다.

제57조의2(당내경선의 실시) ①정당은 공직선거후보자를 추천하기 위하여 경선(이하 "당내경선"이라 한다)을 실시할 수 있다.

② 정당이 당내경선[당내경선(여성이나 장애인 등에 대하여 당헌 · 당규에 따라 가산점 등을 부여하여 실시하는 경우를 포함한다)의 후보자로 등재된 자(이하 "경선후보자"라 한다)를 대상으로 정당의 당헌 · 당규 또는 경선후보자간의 서면합의에 따라 실시한 당내경선을 대체하는 여론조사를 포함한다]을 실시하는 경우 경선후보자로서 당해 정당의 후보자로 선출되지 아니한 자는 당해 선거의 같은 선거구에서는 후보자로 등록될 수 없다. 다만, 후보자로 선출된 자가 사퇴 · 사망 · 피선거권 상실 또는 당적의 이탈 · 변경 등으로 그 자격을 상실한 때에는 그러하지 아니하다.

③ (생 략)

제57조의8(당내경선 등을 위한 휴대전화 가상번호의 제공) ① ~ ③ (생 략)

④ 관할 선거관리위원회는 제출된 휴대전화 가상번호 제공 요청서에 제3항에 따른 기재사항이 누락되었거나 심사를 위하여 추가로 자료가 필요하다고 판단되는 때에는 해당 정당에 휴대전화 가상번호 제공 요청서의 보완 또는 자료의 제출을 요구할 수 있으며, 그 요구를 받은 정당은 지체 없이 이에 따라야 한다.

⑤ 이동통신사업자가 제1항에 따른 요청을 받은 때에는 그 요청을 받은 날부터 7일 이내에 휴대전화 가상번호 제공 요청서에 따라 휴대전화 가상번호를 생성하여 유효기간을 설정한 다음 관할 선거관리위원회를 경유하여 해당 정당에 제공하여야 한다. 다만, 이동통신사업자는 이용자 수의 부족 등으로 제공할 수 있는 휴대전화 가상번호 수가 제공하여야 하는 휴대전화 가상번호 수 보다 적은 때에는 지체 없이 관할 선거관리위원회에 통보하여야 하고, 관할 선거관리위원회는 중앙선거관리위원회규칙으로 정하는 바에 따라 해당 정당과 협의하여 제공하여야 하는 휴대전화 가상번호 수를 조정할 수 있다.

⑥ 이동통신사업자는 중앙선거관리위원회규칙으로 정하는 바에 따라 이용자에게 정당의 당내경선이나 여론수렴 등을 위하여 본인의 이동전화번호가 정당에 휴대전화 가상번호로 제공된다는 사실과 그 제공을 거부할 수 있다는 사실을 알려야 한다.

⑦ 이동통신사업자(그 대표자 및 구성원을 포함한다)가 제5항에 따라 휴대전화 가상번호를 제공할 때에는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 휴대전화 가상번호에 유효기간을 설정하지 아니하고 제공하거나 휴대전화 가상번호를 제공하는 날부터 당내경선의 선거일까지의 기간(당내경선을 위한 여론조사를 실시하는 경우에는 그 여론조사기간을 말한다)이나 여론수렴 기간을 초과하는 유효기간을 설정하여 제공하는 행위
2. 요청받은 휴대전화 가상번호 수를 초과하여 휴대전화 가상번호를 제공하는 행위
3. 휴대전화 가상번호, 이용자의 성(性)·연령·거주지역 정보 외의 정보를 제공하는 행위. 이 경우 연령과 거주지역 정보의 범위에 대하여는 중앙선거관리위원회규칙으로 정한다.
4. 휴대전화 가상번호의 제공을 요청한 정당 외의 자에게 휴대전화 가상번호를 제공하는 행위
5. 제6항에 따른 고지를 받고 명시적으로 거부의사를 밝힌 이용자의 휴대전화 가상번호를 제공하는 행위
6. 여론조사의 결과에 영향을 미치게 하기 위하여 특정 정당 또는 후보자가 되려는 사람에게 유리 또는 불리하도록 휴대전화 가상번호를 생성하여 제공하는 행위

⑧ (생 략)

⑨ 제5항 본문 또는 제8항에 따라 휴대전화 가상번호를 제공받은 정당(그 대표자 및 구성원을 포함한다) 또는 여론조사 기관 · 단체(그 대표자 및 구성원을 포함한다)는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 제공받은 휴대전화 가상번호를 제1항에 따른 여론조사를 실시하거나 여론수렴을 하기 위한 목적 외의 다른 목적으로 사용하는 행위
2. 제공받은 휴대전화 가상번호를 다른 자에게 제공하는 행위

⑩ 휴대전화 가상번호를 제공받은 자(그 대표자 및 구성원을 포함한다)는 유효기간이 지난 휴대전화 가상번호를 즉시 폐기하여야 한다.

⑪ 이동통신사업자가 제5항에 따라 휴대전화 가상번호를 생성하여 제공하는데 소요되는 비용은 휴대전화 가상번호의 제공을 요청한 해당 정당이 부담한다. 이 경우 이동통신사업자는 휴대전화 가상번호 생성 · 제공에 소요되는 최소한의 비용을 청구하여야 한다.

⑫·⑬ (생 략)

제96조(허위논평 · 보도 등 금지) ① 누구든지 선거에 관한 여론조사결과를 왜곡하여 공표 또는 보도할 수 없다.

② 방송 · 신문 · 통신 · 잡지, 그 밖의 간행물을 경영 · 관리하는 자 또는 편집 · 취재 · 집필 · 보도하는 자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 할 수 없다.

1. 특정 후보자를 당선되게 하거나 되지 못하게 할 목적으로 선거에 관하여 허위의 사실을 보도하거나 사실을 왜곡하여 보도 또는 논평을 하는 행위
2. 여론조사결과 등과 같은 객관적 자료를 제시하지 아니하고 선거결과를 예측하는 보도를 하는 행위

제108조(여론조사의 결과공표금지 등) ①누구든지 선거일 전 6일부터 선거일의 투표마감시각까지 선거에 관하여 정당에 대한 지지도나 당선인을 예상하게 하는 여론조사(모의투표나 인기투표에 의한 경우를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)의 경위와 그 결과를 공표하거나 인용하여 보도할 수 없다.

②누구든지 선거일전 60일(선거일전 60일 후에 실시사유가 확정된 보궐선거등에서는 그 선거의 실시사유가 확정된 때)부터 선거일까지 선거에 관한 여론조사를 투표용지와 유사한 모형에 의한 방법을 사용하거나 후보자(후보자가 되고자 하는 자를 포함한다. 이하 이 조에서 같다) 또는 정당(창당준비위원회를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)의 명의로 선거에 관한 여론조사를 할 수 없다. 다만, 제57조의2제2항에 따른 여론조사는 그러하지 아니하다.

③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자를 제외하고는 누구든지 선거에 관한 여론조사를 실시하려면 여론조사의 목적, 표본의 크기, 조사지역 · 일시 · 방법, 전체 설문내용 등 중앙선거관리위원회규칙으로 정하는 사항을 여론조사 개시일 전 2일까지 관할 선거여론조사심의위원회에 서면으로 신고하여야 한다.

1. 제3자로부터 여론조사를 의뢰받은 여론조사 기관 · 단체(제3자의 의뢰 없이 직접 하는 경우는 제외한다)
2. 정당[창당준비위원회와 「정당법」 제38조(정책연구소의 설치 · 운영)에 따른 정책연구소를 포함한다]
3. 「방송법」 제2조(용어의 정의)에 따른 방송사업자
4. 전국 또는 시 · 도를 보급지역으로 하는 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조(정의)에 따른 신문사업자 및 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」 제2조(정의)에 따른 정기간행물사업자
5. 「뉴스통신 진흥에 관한 법률」 제2조(정의)에 따른 뉴스통신사업자
6. 제3호부터 제5호까지의 사업자가 관리 · 운영하는 인터넷언론사
7. 전년도 말 기준 직전 3개월 간의 일일 평균 이용자 수 10만명 이상인 인터넷언론사

④ 관할 선거여론조사심의위원회는 제3항에 따른 신고 내용이 이 법 또는 선거여론조사기준을 충족하지 못한다고 판단되는 때에는 여론조사실시 전까지 보완할 것을 요구할 수 있다. 이 경우 보완요구에 이의가 있는 때에는 관할 선거여론조사심의위원회에 서면으로 이의신청을 할 수 있다.

⑤누구든지 선거에 관한 여론조사를 하는 경우에는 피조사자에게 질문을 하기 전에 여론조사 기관 · 단체의 명칭과 전화번호를 밝혀야 하고, 해당 조사대상의 전계층을 대표할 수 있도록 피조사자를 선정하여야 하며, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니된다.

1. 특정 정당 또는 후보자에게 편향되도록 하는 어휘나 문장을 사용하여 질문하는 행위
2. 피조사자에게 응답을 강요하거나 조사자의 의도에 따라 응답을 유도하는 방법으로 질문하거나, 피조사자의 의사를 왜곡하는 행위
3. 오락 기타 사행성을 조장할 수 있는 방법으로 조사하거나 제13항에 따라 제공할 수 있는 전화요금 할인 혜택을 초과하여 제공하는 행위
4. 피조사자의 성명이나 성명을 유추할 수 있는 내용을 공개하는 행위

⑥누구든지 선거에 관한 여론조사의 결과를 공표 또는 보도하는 때에는 선거여론조사기준으로 정한 사항을 함께 공표 또는 보도하여야 하며, 선거에 관한 여론조사를 실시한 기관 · 단체는 조사설계서 · 피조사자선정 · 표본추출 · 질문지작성 · 결과분석 등 조사의 신뢰성과 객관성의 입증에

필요한 자료와 수집된 설문지 및 결과분석자료 등 해당 여론조사와 관련있는 자료일체를 해당 선거의 선거일 후 6개월까지 보관하여야 한다.

⑦ 선거에 관한 여론조사 결과를 공표 · 보도하려는 때에는 그 결과의 공표 · 보도 전에 해당 여론조사를 실시한 선거여론조사기관이 선거여론조사기준으로 정한 사항을 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 등록하여야 한다. 이 경우 선거여론조사기관이 제3자로부터 의뢰를 받아 여론조사를 실시한 때에는 해당 여론조사를 의뢰한 자는 선거여론조사기관에 해당 여론조사 결과의 공표 · 보도 예정일시를 통보하여야 하며, 선거여론조사기관은 통보받은 공표 · 보도 예정일시 전에 해당 사항을 등록하여야 한다.

⑧ 누구든지 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 제7항에 따라 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 등록되지 아니한 선거에 관한 여론조사 결과를 공표 또는 보도하는 행위
2. 선거여론조사기준을 따르지 아니하고 공표 또는 보도를 목적으로 선거에 관한 여론조사를 하거나 그 결과를 공표 또는 보도하는 행위

⑨ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 때에는 해당 여론조사를 실시한 기관 · 단체에 제6항에 따라 보관 중인 여론조사와 관련된 자료의 제출을 요구할 수 있으며, 그 요구를 받은 기관 · 단체는 지체 없이 이에 따라야 한다.

1. 관할 선거구선거관리위원회가 공표 또는 보도된 여론조사와 관련하여 이 법을 위반하였다고 인정할 만한 상당한 이유가 있다고 판단되는 때
2. 선거여론조사심의위원회가 공표 또는 보도된 여론조사결과의 객관성 · 신뢰성에 대하여 정당 또는 후보자로부터 서면으로 이의신청을 받거나 제8조의8제7항제2호에 따른 심의를 위하여 필요하다고 판단되는 때

⑩ 누구든지 야간(오후 10시부터 다음 날 오전 7시까지를 말한다)에는 전화를 이용하여 선거에 관한 여론조사를 실시할 수 없다.

⑪ 누구든지 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 제57조의2제1항에 따른 당내경선을 위한 여론조사의 결과에 영향을 미치게 하기 위하여 다수의 선거구민을 대상으로 성별 · 연령 등을 거짓으로 응답하도록 지시 · 권유 · 유도하는 행위
2. 선거에 관한 여론조사의 결과에 영향을 미치게 하기 위하여 둘 이상의 전화번호를 착신 전환 등의 조치를 하여 같은 사람이 두 차례 이상 응답하거나 이를 지시 · 권유 · 유도하는 행위

⑫ 누구든지 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 선거에 관한 여론조사의 결과를 해당 선거일의

투표마감시각까지 공표 또는 보도할 수 없다. 다만, 제2호의 경우 해당 선거여론조사기관에 대하여 불송치결정 또는 불기소처분이 있거나 무죄의 판결이 확정된 때에는 그러하지 아니하다.

1. 정당 또는 후보자가 실시한 해당 선거에 관한 여론조사
2. 제8조의8제10항에 따라 고발되거나 이 법에 따른 여론조사에 관한 범죄로 기소된 선거여론조사기관이 실시한 선거에 관한 여론조사
3. 선거여론조사기관이 아닌 여론조사기관·단체가 실시한 선거에 관한 여론조사

⑬ 선거에 관한 여론조사에 성실하게 응답한 사람에게는 중앙선거관리위원회규칙으로 정하는 바에 따라 전화요금 할인 혜택을 제공할 수 있다. 이 경우 전화요금 할인에 소요되는 비용은 해당 여론조사를 실시하는 자가 부담한다.

⑭여론조사의 신고, 이의신청, 자료제출 요구 절차, 그 밖에 필요한 사항은 중앙선거관리위원회규칙으로 정한다.

제108조의2(선거여론조사를 위한 휴대전화 가상번호의 제공) ① 선거여론조사기관이 공표 또는 보도를 목적으로 전화를 이용하여 선거에 관한 여론조사를 실시하는 경우 휴대전화 가상번호를 사용할 수 있다.

② 선거여론조사기관이 제1항에 따른 여론조사를 실시하는 경우에는 관할 선거여론조사심의위원회를 경유하여 이동통신사업자에게 휴대전화 가상번호를 제공하여 줄 것을 요청할 수 있다.

③ 제2항에 따라 휴대전화 가상번호를 사용하고자 하는 선거여론조사기관은 해당 여론조사 개시일 전 10일까지 관할 선거여론조사심의위원회에 휴대전화 가상번호 제공 요청서를 제출하여야 하고, 관할 선거여론조사심의위원회는 해당 요청서의 기재사항을 심사한 후 제출받은 날부터 3일 이내에 해당 요청서를 이동통신사업자에게 송부하여야 한다.

④ 선거여론조사기관이 제2항에 따른 요청을 하는 경우에는 휴대전화 가상번호 제공 요청서에 다음 각 호에 따른 사항을 적어야 한다.

1. 여론조사의 목적·내용 및 기간
2. 여론조사 대상 지역 및 대상자 수
3. 이동통신사업자별로 제공하여야 하는 성별·연령별·지역별 휴대전화 가상번호 수. 이 경우 제공을 요청할 수 있는 휴대전화 가상번호의 총수는 제2호에 따른 대상자 수의 30배수를 초과할 수 없다.
4. 그 밖에 중앙선거관리위원회규칙으로 정하는 사항

⑤ 선거에 관한 여론조사를 위한 휴대전화 가상번호 제공에 관하여는 제57조의8제4항부터 제7항까지 및 제9항부터 제11항까지의 규정을 준용한다.

⑥ 휴대전화 가상번호 제공 요청 방법과 절차, 휴대전화 가상번호의 유효기간 설정, 휴대전화 가상번호 제공 요청서 서식, 그 밖에 필요한 사항은 중앙선거관리위원회규칙으로 정한다.

제120조(선거비용으로 인정되지 아니하는 비용) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 비용은 이 법에 따른 선거비용으로 보지 아니한다.

1. ~ 9. (생 략)

10. 후보자(후보자가 되려는 사람을 포함한다)가 선거에 관한 여론조사의 실시를 위하여 지출한 비용. 다만, 제60조의2제1항에 따른 예비후보자등록신청개시일부터 선거일까지의 기간 동안 4회를 초과하여 실시하는 선거에 관한 여론조사비용은 선거비용으로 본다.

제122조의2(선거비용의 보전 등) ① (생 략)

②제1항에 따른 선거비용의 보전에 있어서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 비용은 이를 보전하지 아니한다.

1. ~ 10. (생 략)

11. 그 밖에 위 각 호의 어느 하나에 준하는 비용으로서 중앙선거관리위원회규칙으로 정하는 비용

③·④ (생 략)

제252조(방송 · 신문 등 부정이용죄) ① 제96조제2항을 위반한 자는 7년 이하의 징역 또는 500만원 이상 3천만원 이하의 벌금에 처한다.

② 제96조제1항을 위반한 자는 5년 이하의 징역 또는 300만원 이상 2천만원 이하의 벌금에 처한다.

③·④ (생 략)

제256조(각종제한규정위반죄) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 3년 이하의 징역 또는 600만원 이하의 벌금에 처한다.

1. 제57조의8제7항제3호(제108조의2제5항에서 준용하는 경우를 포함한다)를 위반하여 이용자의 정보를 제공한 자, 같은 항 제4호(제108조의2제5항에서 준용하는 경우를 포함한다)를 위반하여 해당 정당 또는 선거여론조사기관 외의 자에게 휴대전화 가상번호를 제공한 자, 같은 항 제5호

(제108조의2제5항에서 준용하는 경우를 포함한다)를 위반하여 명시적으로 거부의사를 밝힌 이용자의 휴대전화 가상번호를 제공한 자 또는 같은 항 제6호(제108조의2제5항에서 준용하는 경우를 포함한다)를 위반하여 휴대전화 가상번호를 생성하여 제공한 자

2. 제57조의8제9항제1호(제108조의2제5항에서 준용하는 경우를 포함한다)를 위반하여 휴대전화 가상번호를 제57조의8제1항에 따른 여론조사·여론수렴 또는 제108조의2제1항에 따른 여론조사가 아닌 목적으로 사용하거나 제57조의8제9항제2호(제108조의2제5항에서 준용하는 경우를 포함한다)를 위반하여 다른 자에게 제공한 자
3. 제57조의8제10항(제108조의2제5항에서 준용하는 경우를 포함한다)을 위반하여 유효기간이 지난 휴대전화 가상번호를 즉시 폐기하지 아니한 자
4. (생 략)
5. 제108조제5항을 위반하여 여론조사를 한 자, 같은 조 제9항에 따른 요구를 받고 거짓의 자료를 제출한 자, 같은 조 제11항제1호를 위반하여 지시·권유·유도한 자, 같은 항 제2호를 위반하여 여론조사에 응답하거나 이를 지시·권유·유도한 자 또는 같은 조 제12항을 위반하여 선거에 관한 여론조사의 결과를 공표·보도한 자

② (생 략)

③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 2년 이하의 징역 또는 400만원 이하의 벌금에 처한다.

1. 선거운동과 관련하여 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자

가. ~ 타. (생 략)

파. 제108조제1항을 위반하여 여론조사의 경위와 그 결과를 공표 또는 인용하여 보도한 자, 같은 조 제2항을 위반하여 여론조사를 한 자, 같은 조 제6항을 위반하여 여론조사와 관련 있는 자료일체를 해당 선거의 선거일 후 6개월까지 보관하지 아니한 자, 같은 조 제9항을 위반하여 정당한 사유 없이 여론조사와 관련된 자료를 제출하지 아니한 자 또는 같은 조 제10항을 위반하여 여론조사를 한 자

하. 제57조의8제7항제1호(제108조의2제5항에서 준용하는 경우를 포함한다)를 위반하여 휴대전화 가상번호에 유효기간을 설정하지 아니하고 제공하거나 휴대전화 가상번호를 제공하는 날부터 당내경선의 선거일까지의 기간, 여론수렴 기간 또는 여론조사 기간을 초과하는 유효기간을 설정하여 제공한 자 또는 같은 항 제2호(제108조의2제5항에서 준용하는 경우를 포함한다)를 위반하여 요청받은 휴대전화 가상번호 수를 초과하여 휴대전화 가상번호를 제공한 자

거.·너. (생 략)

2. ~ 4. (생 략)

④ (생 략)

⑤ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 1년 이하의 징역 또는 200만원 이하의 벌금에 처한다.

1. ~ 11. (생 략)

12. 제272조의2제3항(제8조의8제11항에서 준용하는 경우를 포함한다)을 위반하여 출입을 방해하거나 자료제출요구에 응하지 아니한 자 또는 허위의 자료를 제출한 자

제260조(양벌규정) ① 정당 · 회사, 그 밖의 법인 · 단체(이하 이 조에서 "단체등"이라 한다)의 대표자, 그 대리인 · 사용인, 그 밖의 종업원과 정당의 간부인 당원이 그 단체등의 업무에 관하여 제230조제1항부터 제4항까지 · 제6항부터 제8항까지, 제231조, 제232조제1항 · 제2항, 제235조, 제237조제1항 · 제5항, 제240조제1항, 제241조제1항, 제244조, 제245조제2항, 제246조제2항, 제247조제1항, 제248조제1항, 제250조부터 제254조까지, 제255조제1항 · 제2항, 같은 조 제4항부터 제6항까지, 제256조, 제257조제1항부터 제3항까지, 제258조, 제259조의 어느 하나에 해당하는 위반행위를 하면 그 행위자를 벌하는 외에 그 단체등에도 해당 조문의 벌금형을 과(科)한다. 다만, 단체등이 그 위반행위를 방지하기 위하여 해당 업무에 관하여 상당한 주의와 감독을 게을리하지 아니한 경우에는 그러하지 아니하다.

② 단체등의 대표자, 그 대리인 · 사용인, 그 밖의 종업원과 정당의 간부인 당원이 그 단체등의 업무에 관하여 제233조, 제234조, 제237조제3항 · 제6항, 제242조제1항 · 제2항, 제243조제1항, 제245조제1항, 제246조제1항, 제249조제1항, 제255조제3항의 어느 하나에 해당하는 위반행위를 하면 그 행위자를 벌하는 외에 그 단체등에도 3천만원 이하의 벌금에 처한다. 다만, 단체등이 그 위반행위를 방지하기 위하여 해당 업무에 관하여 상당한 주의와 감독을 게을리하지 아니한 경우에는 그러하지 아니하다.

제261조(과태료의 부과 · 징수 등) ① (생 략)

② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 한 자에게는 3천만원 이하의 과태료를 부과한다.

1. 제8조의8제10항에 따른 시정명령 · 정정보도문의 게재명령을 통보받고 이를 이행하지 아니한 자
2. 제108조제6항을 위반하여 선거여론조사기준으로 정한 사항을 함께 공표 또는 보도하지 아니한 자
3. 제108조제7항을 위반하여 선거여론조사기준으로 정한 사항을 등록하지 아니한 자. 이 경우 해당 여론조사를 의뢰한 자가 여론조사 결과의 공표 · 보도 예정일시를 통보하지 아니하여 등록하지 못한 때에는 그 여론조사 의뢰자를 말한다.

4. 제108조제8항을 위반하여 여론조사를 실시하거나 그 결과를 공표 또는 보도한 자

③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 한 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다.

1. ~ 4. (생 략)

5. 제108조제3항을 위반하여 관할 선거여론조사심의위원회에 신고하지 아니하거나 신고내용과 다르게 여론조사를 실시하거나 같은 조 제4항을 위반하여 보완사항을 보완하지 아니하고 여론조사를 실시한 자

④ · ⑤ (생 략)

⑥ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 한 자는 300만원 이하의 과태료를 부과한다.

1. (생 략)

2. 「형사소송법」 제211조(현행범인과 준현행범인)에 규정된 현행범인 또는 준현행범인으로서 제272조의2제4항(제8조의8제11항에서 준용하는 경우를 포함한다)에 따른 동행요구에 응하지 아니한 자

3. ~ 4. (생 략)

⑦ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 한 자는 이 법에 다른 규정이 있는 경우를 제외하고는 200만원 이하의 과태료를 부과한다.

1. 선거에 관하여 이 법이 규정하는 신고 · 제출의 의무를 해태한 자

2. ~ 6. (생 략)

⑧ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 한 자는 100만원 이하의 과태료를 부과한다.

1. (생 략)

1의2. 제8조의9제4항을 위반하여 변경등록신청을 제때 하지 아니한 자

2. ~ 5. (생 략)

6. 제272조의2제4항(제8조의8제11항에서 준용하는 경우를 포함한다)에 따른 출석요구에 정당한 사유없이 응하지 아니한 자

⑨ (생 략)

⑩ 과태료는 중앙선거관리위원회규칙으로 정하는 바에 따라 당해 선거관리위원회(선거여론조사심의위원회를 포함한다. 이하 이 조에서 "부과권자"라 한다)가 부과한다. 이 경우 제1항부터 제8항까지에 따른 과태료는 당사자(「질서위반행위규제법」 제2조제3호에 따른 당사자를 말한다. 이하 이 조에서 같다)가 정당 · 후보자(예비후보자를 포함한다. 이하 이 조에서 같다) 및 그 가족 · 선거사무장 · 선거연락소장 · 선거사무원 · 회계책임자 · 연설원 또는 활동보조인인 때에는 제57조에 따라 해당 후보자의 기탁금 중에서 공제하여 국가 또는 지방자치단체에 납입하고, 그 밖의

자와 제9항에 따른 과태료의 과태료처분대상자에 대하여는 위반자가 납부하도록 하며, 납부기한까지 납부하지 아니한 때에는 관할세무서장에게 위탁하고 관할세무서장이 국세체납처분의 예에 따라 이를 징수하여 국가 또는 지방자치단체에 납입하여야 한다.

⑪ 이 법에 따른 과태료의 부과·징수 등의 절차에 관하여는 「질서위반행위규제법」 제5조에도 불구하고 다음 각 호에서 정하는 바에 따른다.

1. 당사자는 「질서위반행위규제법」 제16조제1항 전단에도 불구하고 부과권자로부터 사전통지를 받은 날부터 3일까지 의견을 제출하여야 한다.
2. 「질서위반행위규제법」 제17조제3항에도 불구하고 이 조 제10항 후단에 따라 해당 후보자의 기탁금에서 공제하는 과태료에 대하여는 「국세징수법」 제15조부터 제20조까지의 규정을 준용하지 아니한다.
3. 이 조 제10항 전단에 따른 과태료 처분에 불복이 있는 당사자는 「질서위반행위규제법」 제20조제1항 및 제2항에도 불구하고 그 처분의 고지를 받은 날부터 20일 이내에 부과권자에게 이의를 제기하여야 하며, 이 경우 그 이의제기는 과태료 처분의 효력이나 그 집행 또는 절차의 속행에 영향을 주지 아니한다.
4. 「질서위반행위규제법」 제24조에도 불구하고 이 조 제10항 후단에 따라 해당 후보자의 기탁금에서 공제하지 아니하는 과태료를 당사자가 납부기한까지 납부하지 아니한 경우 부과권자는 체납된 과태료에 대하여 100분의 5에 상당하는 가산금을 더하여 관할세무서장에게 징수를 위탁하고, 관할세무서장은 국세 체납처분의 예에 따라 이를 징수하여 국가 또는 지방자치단체에 납입하여야 한다.
5. 「질서위반행위규제법」 제21조제1항 본문에도 불구하고 이 조 제10항에 따라 과태료 처분을 받은 당사자가 제3호에 따라 이의를 제기한 경우 부과권자는 지체 없이 관할 법원에 그 사실을 통보하여야 한다.

⑫ (생 략)

제266조(선거범죄로 인한 공무담임 등의 제한) ①다른 법률의 규정에도 불구하고 제230조부터 제234조까지, 제237조부터 제255조까지, 제256조제1항부터 제3항까지, 제257조부터 제259조까지의 죄(당내경선과 관련한 죄는 제외한다) 또는 「정치자금법」 제49조의 죄를 범함으로 인하여 징역형의 선고를 받은 자는 그 집행을 받지 아니하기로 확정된 후 또는 그 형의 집행이 종료되거나 면제된 후 10년간, 형의 집행유예의 선고를 받은 자는 그 형이 확정된 후 10년간, 100만원이상의 벌금형의 선고를

받은 자는 그 형이 확정된 후 5년간 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 직에 취임하거나 임용될 수 없으며, 이미 취임 또는 임용된 자의 경우에는 그 직에서 퇴직된다.

1. 제53조제1항 각 호의 어느 하나에 해당하는 직(제53조제1항제1호의 경우 「고등교육법」 제14조제1항 · 제2항에 따른 교원을, 같은 항 제5호의 경우 각 조합의 조합장 및 상근직원을 포함한다)
2. 제60조(선거운동을 할 수 없는 자)제1항제6호 내지 제8호에 해당하는 직
3. 「공직자윤리법」 제3조제1항제12호 또는 제13호에 해당하는 기관 · 단체의 임 · 직원
4. 「사립학교법」 제53조(학교의 장의 임면) 또는 같은 법 제53조의2(학교의 장이 아닌 교원의 임면)의 규정에 의한 교원
5. 방송통신심의위원회의 위원

②·③ (생 략)

제272조의2(선거범죄의 조사등) ① 각급선거관리위원회(읍 · 면 · 동선거관리위원회를 제외한다. 이하 이 조에서 같다)위원 · 직원은 선거범죄에 관하여 그 범죄의 혐의가 있다고 인정되거나, 후보자(경선후보자를 포함한다) · 예비후보자 · 선거사무장 · 선거연락소장 또는 선거사무원이 제기한 그 범죄의 혐의가 있다는 소명이 이유있다고 인정되는 경우 또는 현행범의 신고를 받은 경우에는 그 장소에 출입하여 관계인에 대하여 질문 · 조사를 하거나 관련서류 기타 조사에 필요한 자료의 제출을 요구할 수 있다.

② 각급선거관리위원회 위원 · 직원은 선거범죄 현장에서 선거범죄에 사용된 증거물품으로서 증거인멸의 우려가 있다고 인정되는 때에는 조사에 필요한 범위 안에서 현장에서 이를 수거할 수 있다. 이 경우 당해 선거관리위원회위원 · 직원은 수거한 증거물품을 그 관련된 선거범죄에 대하여 고발 또는 수사의뢰한 때에는 관계수사기관에 송부하고, 그러하지 아니한 때에는 그 소유 · 점유 · 관리하는 자에게 지체없이 반환하여야 한다.

③ 누구든지 제1항의 규정에 의한 장소의 출입을 방해하여서는 아니되며 질문 · 조사를 받거나 자료의 제출을 요구받은 자는 이에 응하여야 한다.

④ 각급선거관리위원회위원 · 직원은 선거범죄 조사와 관련하여 관계자에게 질문 · 조사하기 위하여 필요하다고 인정되는 때에는 선거관리위원회에 동행 또는 출석할 것을 요구할 수 있다. 다만, 선거기간중 후보자에 대하여는 동행 또는 출석을 요구할 수 없다.

⑤ 각급선거관리위원회위원 · 직원은 선거의 자유와 공정을 현저히 해할 우려가 있는 이 법에 위반되는 행위가 눈앞에 행하여지고 있거나, 행하여질 것이 명백하다고 인정되는 경우에는 그 현장에서 행위의

중단 또는 예방에 필요한 조치를 할 수 있다.

⑥ 각급선거관리위원회위원 · 직원이 제1항의 규정에 의한 장소에 출입하거나 질문 · 조사 · 자료의 제출을 요구하는 경우에는 관계인에게 그 신분을 표시하는 증표를 제시하고 소속과 성명을 밝히고 그 목적과 이유를 설명하여야 한다.

⑦ 각급선거관리위원회 위원 · 직원이 제1항에 따라 피조사자에 대하여 질문 · 조사를 하는 경우 질문 · 조사를 하기 전에 피조사자에게 진술을 거부할 수 있는 권리 및 변호인의 조력을 받을 권리가 있음을 알리고, 문답서에 이에 대한 답변을 기재하여야 한다.

⑧ 각급선거관리위원회 위원 · 직원은 피조사자가 변호인의 조력을 받으려는 의사를 밝힌 경우 지체 없이 변호인(변호인이 되려는 자를 포함한다)으로 하여금 조사에 참여하게 하거나 의견을 진술하게 하여야 한다.

⑨ 제1항부터 제8항까지의 규정에 따른 소명절차 · 방법, 증거자료의 수거, 증표의 규격 기타 필요한 사항은 중앙선거관리위원회규칙으로 정한다.

공직선거관리규칙

[시행 2024. 3. 21.]
[중앙선거관리위원회규칙 제602호, 2024. 3. 21., 일부개정]

제2조의2(여론조사 기관·단체의 등록 등) ① 법 제8조의9제1항에 따른 등록신청은 별지 제1호의2서식의 (가)에 따라 해당 여론조사 기관·단체의 사무소의 소재지를 관할하는 시·도선거여론조사심의위원회에 한다.

② 제1항에도 불구하고 중앙선거여론조사심의위원회는 여론조사 기관 · 단체의 등록신청 건수 및 신청 시기 등을 종합적으로 고려하여 등록사무를 대행할 선거여론조사심의위원회를 정할 수 있다. 이 경우 그 대행하는 선거여론조사심의위원회에 등록신청을 하여야 한다.

③ 제1항 및 제2항에 따른 등록신청을 하려는 때에는 다음 각 호에서 정하는 요건을 모두 갖추어야 한다.

1. 전화면접조사시스템 또는 전화자동응답조사시스템
2. 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 분석전문인력 3명 이상을 포함한 5명 이상의 상근 직원. 이 경우 같은 사람을 법 제8조의9제3항에 따른 2 이상의 선거여론조사기관의 분석전문인력으로 등록할 수 없으며, 상근직원은 등록신청을 하는 때에 3개월 이상 계속 근무하고 있어야 한다.
   가. 여론조사 관련 분야의 학사 이상의 학위를 보유하고 여론조사 기관 · 단체에서 여론조사의 실시 · 결과분석 등 여론조사와 직접 관련된 업무를 2년 이상 수행한 사람
   나. 사회조사분석사 자격증을 보유하고 여론조사 기관 · 단체에서 여론조사의 실시 · 결과분석 등 여론조사와 직접 관련된 업무를 3년 이상 수행한 사람
   다. 여론조사 기관 · 단체에서 여론조사의 실시 · 결과분석 등 여론조사와 직접 관련된 업무를 5년 이상 수행한 사람
3. 연간(등록신청을 하는 때에는 최근 1년간을 말한다) 1억원 이상의 여론조사 실시 매출액. 다만, 설립된 지 1년 미만인 여론조사 기관 · 단체의 경우 5천만원 이상의 여론조사 실시 매출액으로 한다.
4. 제1호에 따른 조사시스템과 제2호에 따른 상근 직원을 수용할 수 있는 사무소

④ 법 제8조의9제1항에 따라 등록신청을 받은 관할 선거여론조사심의위원회는 여론조사 기관 · 단체가 제3항에 따른 등록요건을 갖추었는지 확인한 후 등록을 수리하고, 별지 제1호의2서식의(나)에 따른 등록증을 교부하여야 한다.

⑤ 선거여론조사심의위원회가 법 제8조의9제3항에 따라 공개하여야 하는 선거여론조사기관의 정보는 다음 각 호와 같다.

1. 명칭
2. 사무소의 소재지 및 전화번호
3. 대표자의 성명
4. 등록연월일

⑥ 법 제8조의9제4항에 따른 변경등록 신청은 별지 제1호의2서식의(다)에 따른다.

⑦ 제6항에 따른 변경등록 신청을 받은 관할 선거여론조사심의위원회는 그 신청을 접수한 날부터 7일 이내에 변경등록을 수리하고, 등록증의 기재사항에 변경이 있는 경우 등록증을 다시 교부하여야 한다.

⑧ 관할 선거여론조사심의위원회가 법 제8조의9제5항에 따라 선거여론조사기관의 등록을 취소한 때에는 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 그 사실을 알려야 한다.

⑨ 관할 선거여론조사심의위원회는 다음 각 호에 따라 제3항에 따른 등록요건의 충족 여부 등에 관한 실태 점검을 하여야 한다. 다만, 중앙선거여론조사심의위원회는 필요한 경우 직접 실태 점검을 실시하거나 이를 대행할 선거여론조사심의위원회를 정할 수 있다.

1. 정기 점검 : 연 1회
2. 수시 점검 : 중앙선거여론조사심의위원회 또는 관할 선거여론조사심의위원회가 필요하다고 인정하는 때

제25조의4(당내경선 등을 위한 휴대전화 가상번호의 제공 요청) ①·② (생 략)

③ 법 제57조의8제2항에 따라 정당이 휴대전화 가상번호 제공 요청서를 제출한 경우에는 관할 위원회가 기재사항, 정당의 경선선거인 수 또는 여론수렴 대상자 수의 30배수 초과 여부 등을 확인한 다음 제1항에 따라 정당이 제출한 휴대전화 가상번호 제공 요청서를 해당 이동통신사업자에게 보낸다.

④ 관할 위원회는 법 제57조의8제5항 단서에 따라 정당에 제공하여야 할 휴대전화 가상번호 수의 조정이 필요한 경우 해당 정당에 통보기한을 정하여 그 조정을 요청하여야 한다.

⑤ 관할 위원회는 제4항에 따라 해당 정당이 조정된 휴대전화 가상번호 제공 수를 통보한 경우 지체 없이 해당 이동통신사업자에게 알려야 한다. 다만, 관할 위원회가 지정한 통보기한까지 해당 정당이 조정된 휴대전화 가상번호 제공 수를 통보하지 아니한 경우 관할 위원회는 그 사실을 해당 이동통신사업자에게 알려야 한다.

⑥ 제5항 단서에 따른 안내를 받은 이동통신사업자는 정당의 요청에 따라 제공하여야 하는 휴대전화 가상번호 수에도 불구하고 이동통신사업자가 제공할 수 있는 휴대전화 가상번호의 최대수를 제공하여야 한다.

⑦ 제5항 또는 제6항에 따라 제공받은 휴대전화 가상번호의 수가 법 제57조의8제1항에 따라 요청한 휴대전화 가상번호의 수보다 적은 때에는 해당 정당은 통보 받은 날로부터 2일 이내에 관할 위원회에 다른 이동통신사업자의 휴대전화 가상번호 제공을 요청할 수 있다.

⑧ 제2항에도 불구하고 중앙위원회는 휴대전화 가상번호의 요청건수 및 요청시기 등을 종합적으로 고려하여 관할 위원회를 조정할 수 있다.

제25조의5(이용자에 대한 고지와 제공거부) ① 이동통신사업자는 임기만료에 따른 선거가 있을 때마다 그 선거의 예비후보자등록신청개시일 전 1개월부터 예비후보자등록신청개시일 전일까지(이하 이 조에서 "휴대전화 가상번호의 제공 고지기간"이라 한다) 선거일 현재 18세 이상의 이용자(이하 이 조부터 제25조의6까지 "이용자"라 한다)에게 법 제57조의8제6항에 따른 사실을 다음 각 호의 방법 중 둘 이상의 방법으로 알려야 한다.

1. 이동통신사업자 홈페이지(이동통신단말장치 응용프로그램을 포함한다) 게시
2. 전자우편 전송
3. 우편물 발송

② 본인의 이동전화번호가 정당에 휴대전화 가상번호로 제공되는 것을 거부하려는 이용자는 제1항에 따른 휴대전화 가상번호의 제공 고지기간이 만료된 날의 다음 날부터 20일 이내에 해당 이동통신사업자에게 명시적으로 그 의사를 표시하여야 한다.

③ 이동통신사업자는 법 제57조의8제5항 본문에 따라 휴대전화 가상번호를 제공한 후 선정된 이용자가 휴대전화 가상번호 활용에 대한 거부의 의사를 표시할 경우 그 후에 휴대전화 가상번호를 생성하는 때에는 해당 이용자가 포함되지 아니하도록 필요한 조치를 하여야 한다. 다만, 불가피한 사정이 있는 경우에는 그러하지 아니하다.

④ 제2항 또는 제3항에 따른 거부의 의사표시 방법은 해당 이동통신사업자가 정하되, 그 의사표시에 소요되는 비용을 이용자가 부담하지 않도록 필요한 조치를 하여야 한다.

제25조의6(휴대전화 가상번호의 생성) ① 이동통신사업자가 제25조의4제1항에 따른 휴대전화 가상번호 제공요청서에 따라 휴대전화 가상번호를 생성하는 때에는 해당 이동통신사업자가 보유한 이용자의 최신 정보를 기준으로 한다.

② (생 략)

제25조의7(휴대전화 가상번호와 함께 제공되는 정보) 법 제57조의8제5항 본문 및 같은 조 제7항제3호 후단에 따라 휴대전화 가상번호와 함께 제공되는 정보는 다음 각 호와 같다.

1. 성(性): 남성 또는 여성
2. 연령: 20대(18세 및 19세를 포함한다), 30대, 40대, 50대, 60대, 70대 이상
3. 거주지역

가. 대통령선거 및 비례대표국회의원선거: 시 · 도 단위

나. 비례대표시 · 도의원선거 및 시 · 도지사선거: 자치구 · 시 · 군 단위

다. 지역구국회의원선거, 비례대표자치구 · 시 · 군의원선거 및 자치구 · 시 · 군의 장선거: 선거구, 자치구 · 시 · 군 또는 읍 · 면 · 동 단위

라. 지역구지방의회의원선거: 선거구 또는 읍 · 면 · 동 단위

마. (생 략)

제25조의8(휴대전화 가상번호의 제공 및 반납) ① 이동통신사업자가 법 제57조의8제5항에 따라 휴대전화 가상번호를 제공하는 경우 별지 제15호의2서식의(마)에 따른다.

② 이동통신사업자는 제25조의6에 따라 생성한 휴대전화 가상번호 1부를 정보저장매체에 암호화하여 저장 · 봉인한 후 관할 위원회를 경유하여 휴대전화 가상번호를 요청한 정당에 제공하여야 한다. 이 경우 관할 위원회 경유는 별지 제15호의2서식의(마) 표지를 해당 관할 위원회에 송부하는 것으로 갈음할 수 있다.

③ 관할 위원회는 제2항에 따라 이동통신사업자가 휴대전화 가상번호를 정당에 제공하는 때에는 그 제공할 장소를 지정할 수 있다.

④ (생 략)

⑤ 법 제57조의8제1항제2호에 따른 여론수렴을 위한 휴대전화 가상번호의 유효기간은 10일을 넘을 수 없다.

⑥ 정당은 휴대전화 가상번호 유효기간 만료 전에 이동통신사업자에게 휴대전화 가상번호를 반납할 수 있다. 이 경우 해당 이동통신사업자가 제공한 휴대전화 가상번호를 모두 반납하여야 한다.

제25조의9(휴대전화 가상번호의 비용) ① 이동통신사업자는 제25조의6에 따른 휴대전화 가상번호의 생성에 소요되는 비용(휴대전화 가상번호 1개를 20일 동안 사용하는 경우를 기준으로 정당이 부담하여야 하는 비용을 말한다. 이하 이 조에서 "휴대전화 가상번호의 비용"이라 한다)을 별지 제15호의2서식의(바)에 따라 매년 12월 말까지 중앙위원회에 통보하여야 한다.

② 중앙위원회는 제1항에 따라 휴대전화 가상번호의 비용을 통보 받은 후 지체 없이 별지 제15호의

2서식의(사)에 따라 공고하고 이를 국회에 의석을 가진 정당에게 통지하여야 한다. 이 경우 통지는 공고문의 사본 교부로 갈음할 수 있다.

③ 이동통신사업자는 제25조의6에 따라 휴대전화 가상번호를 생성한 후 그에 따른 휴대전화 가상번호의 비용을 해당 정당에 청구할 수 있고, 해당 정당은 제25조의8제2항에 따라 휴대전화 가상번호를 제공 받기 전까지 이를 납부하여야 한다.

④ 휴대전화 가상번호의 유효기간이 20일보다 짧은 경우에 그 휴대전화 가상번호의 비용은 일할(日割)하여 계산한다.

⑤ 이동통신사업자는 휴대전화 가상번호의 비용 · 납부방법 등을 해당 이동통신사업자 홈페이지에 게시하는 등 정당이 쉽게 알 수 있도록 필요한 조치를 하여야 한다.

제48조의4(여론조사의 신고 등) ① 법 제108조제3항에 따른 여론조사신고에 대한 관할 선거여론조사심의위원회는 다음 각 호와 같다.

1. 전국 또는 2 이상 시 · 도의 선거구민을 대상으로 하는 여론조사 : 중앙선거여론조사심의위원회
2. 하나의 시 · 도의 선거구민을 대상으로 하는 여론조사: 관할 시 · 도선거여론조사심의위원회
3. 삭제

② 법 제108조제3항에 따른 여론조사신고는 별지 제33호서식에 따른다. 이 경우 신고 후 신고내용을 변경하려는 때에는 변경사항을 여론조사실시 전까지 다시 신고하여야 한다.

③ 선거구위원회가 법 제108조제9항제1호에 따라 여론조사와 관련된 자료의 제출을 요구하는 때에는 요구근거, 제출할 자료 및 제출기한 등을 기재한 서면으로 한다.

④ 선거에 관한 여론조사를 실시하는 자가 법 제108조제13항에 따라 전화요금 할인 혜택을 제공하는 경우 해당 여론조사에 관한 질문에 모두 응답한 사람에게 1회 응답 시 1천원의 범위에서 전화요금 할인 혜택을 제공할 수 있다. 이 경우 피조사자에게 질문을 하기 전에 전화요금 할인 혜택을 제공받을 수 있다는 사실을 알려야 한다.

⑤ 전화요금 할인 혜택 제공에 관한 구체적인 절차 및 그 밖에 필요한 사항은 선거에 관한 여론조사를 실시하는 자와 「전기통신사업법」 제2조제8호에 따른 전기통신사업자가 협의하여 정한다.

제48조의5(선거여론조사를 위한 휴대전화 가상번호의 제공 요청) ① 법 제108조의2제2항에 따른 휴대전화 가상번호 제공 요청서는 별지 제15호의2서식의(라)에 따른다.

② 법 제108조의2에 따른 관할 선거여론조사심의위원회는 다음 각 호와 같다.

1. 전국 또는 2 이상 시 · 도의 선거구민을 대상으로 하는 여론조사: 중앙선거여론조사심의위원회
2. 하나의 시 · 도의 선거구민을 대상으로 하는 여론조사: 관할 시 · 도선거여론조사심의위원회

③ 선거에 관한 여론조사를 위한 휴대전화 가상번호 제공에 관하여는 제25조의4(제1항 · 제2항을 제외한다) · 제25조의5 · 제25조의6(제2항을 제외한다) · 제25조의7(제3호마목을 제외한다) · 제25조의8(제4항을 제외한다) · 제25조의9를 준용한다.

제51조의2(선거비용 보전 및 부담비용 산정의 기준) ①·② (생 략)

③ 법 제122조의2제2항제11호에서 "그 밖에 위 각 호의 어느 하나에 준하는 비용"이라 함은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 비용을 말한다.

1. · 2. (생 략)

2의2. 법 제120조제10호 단서에 따라 4회를 초과하여 실시한 선거에 관한 여론조사 비용

3. · 4. (생 략)

④ (생 략)

제143조(과태료의 부과·징수등) ① 법 제261조제10항에 따라 각급위원회(읍 · 면 · 동위원회를 제외한다) 및 선거여론조사심의위원회(이하 이 조에서 "부과권자"라 한다)가 과태료를 부과할 때에는 당해 위반행위를 조사 · 확인한 후 위반사실 · 이의제기방법 · 이의제기기한 및 과태료등을 명시하여 이를 납부할 것(기탁금에서 공제하는 경우에는 그 뜻)을 과태료처분대상자(기탁금에서 공제하는 때에는 정당 또는 후보자 및 예비후보자를 포함한다)에게 통지하여야 한다.

② 법 제261조제1항부터 제8항까지의 위반행위에 대한 과태료 부과기준은 별표 3과 같다.

③ 부과권자는 과태료의 처분을 함에 있어서는 해당 위반행위의 동기와 그 결과 및 선거에 미치는 영향, 위반기간 및 위반정도등을 고려하여 제2항의 기준금액의 2분의 1의 범위안에서 이를 경감하거나 가중할 수 있다. 이 경우 1회 부과액은 법 제261조제1항부터 제8항까지의 규정에 따른 과태료의 상한액을 넘을 수 없다.

④ ~ ⑨ (생 략)

⑩ 법 제261조제11항에 따른 이의제기는 별지 제60호서식에 의한다.

⑪ (생 략)

⑫ 부과권자 또는 관할세무서장이 징수한 과태료의 국가 또는 지방자치단체에의 납입절차에 관하여는 「국고금관리법 시행규칙」 또는 지방자치단체의 지방세 부과징수에 관한 관계규정을 준용한다.

제146조의2(선거범죄혐의에 대한 소명절차등) ① 법 제272조의2(선거범죄의 조사등)제1항의 규정에 의하여 후보자 · 예비후보자 · 선거사무장 · 선거연락소장 및 선거사무원이 이 법 또는 「국민투표법」 위반의 죄(이하 "선거범죄"라 한다)의 혐의를 제기하는 때에는 그 범죄혐의에 관한 소명자료를

첨부하여 별지 제62호서식의(가)의 소명서를 각급위원회(읍 · 면 · 동위원회를 제외한다. 이하 이 조에서 같다)에 제출하여야 한다.

② 각급위원회의 위원 · 직원은 제1항의 소명이 이유있다고 인정되는 때에는 당해범죄혐의사실을 조사하여 그에 상응하는 처분을 하고 그 처분결과를, 이유없다고 인정되는 때에는 그 뜻을 각 소명서를 제출한 자에게 통지하여야 한다.

제146조의3(선거범죄혐의에 대한 조사등) ① 각급위원회의 위원 · 직원(이하 이 조에서 "위원 · 직원"이라 한다)이 법 제272조의2(선거범죄의 조사등)제1항의 규정에 의한 장소에 출입하여 관계인에 대하여 자료제출을 요구함에 있어서 정당한 사유없이 출입을 방해하거나 자료의 제출요구에 불응하거나 허위의 자료를 제출하는 때에는 법 제256조제5항제12호에 따라 처벌받을 수 있음을 알려야 한다.

② 위원 · 직원은 조사업무에 필요하다고 인정되는 때에는 법 제5조(선거사무협조)의 규정에 의하여 경찰공무원 · 경찰관서의 장이나 행정기관의 장에게 원조를 요구할 수 있다.

③ 위원 · 직원은 조사업무 수행중 필요하다고 인정되는 때에는 질문답변내용의 기록, 녹음 · 녹화, 사진촬영, 선거범죄와 관련있는 서류의 복사 또는 수집 기타 필요한 조치를 취할 수 있다.

④ 위원 · 직원은 직접 방문하여 조사하는 경우외에 필요하다고 인정되는 때에는 서면답변 또는 자료의 제출을 요구할 수 있다.

⑤ 위원 · 직원은 법 제272조의2제2항의 규정에 의하여 선거범죄에 사용된 증거물품을 수거한 때에는 그 목록 2부를 작성하여 그중 1부를 당해물품을 소유 · 점유 또는 관리하는 자에게 교부하고, 나머지 1부는 당해위원회에 제출하여야 한다.

⑥ 위원 · 직원이 법 제272조의2제4항에 따라 관계자에게 동행을 요구하는 때에는 구두로 할 수 있으며, 출석을 요구하는 때에는 별지 제62호서식의(나)에 따른다. 이 경우 「형사소송법」 제211조(현행범인과 준현행범인)에 규정된 현행범인 또는 준현행범인에 해당하는 관계자에게 동행요구를 함에 있어서 정당한 사유 없이 동행요구에 응하지 아니하는 때에는 법 제261조제6항제2호에 따라 과태료에 처할 수 있음을 알려야 한다.

⑦ 각급위원회는 중앙위원회위원장이 정하는 바에 따라 법 제272조의2제4항의 규정에 따른 선거범죄 조사와 관련하여 동행 또는 출석한 관계자에게 예산의 범위 안에서 여비 · 일당을 지급할 수 있다.

⑧ 법 제272조의2제6항의 규정에 의한 위원 · 직원의 신분을 표시하는 증표는 별지 제63호양식에 의하되 관할위원회가 발행하는 위원신분증 또는 공무원증으로 갈음할 수 있다.

⑨ 법 제272조의2제8항에 따라 피조사자가 변호인의 조력을 받으려는 의사를 밝혔으나 변호인이 상당한 시간 안에 출석하지 아니하거나 출석할 수 없는 경우에는 피조사자의 의사를 확인한 후 변호인의 참여 없이 피조사자에 대하여 질문 · 조사할 수 있다.

별표3

과태료부과기준

처분대상	관계법조	법정 상한액	부과기준
2. 선거여론조사심의위원회의 시정명령 · 정정보도문의 게재명령 통보를 받고 이를 이행하지 않는 행위	• 법 제261조제2항제1호 · 법 제8조의8제10항	3,000	가. 시정명령 · 정정보도문의 게재명령 통보를 받고 정해진 기한까지 이를 이행하지 아니한 때 : 1,500 나. 이행기간을 경과하는 매 1일마다 가산액 : 100
2의2. 선거여론조사기준으로 정한 사항을 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 등록하지 않는 행위 (여론조사 의뢰자로부터 공표 · 보도 예정일시를 통보 받고도 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 등록하지 않거나, 여론조사 의뢰자가 여론조사를 실시한 선거여론조사기관에 공표 · 보도 예정일시를 통보하지 않는 행위 포함)	• 법 제261조제2항제3호 · 법 제108조제7항	3,000	가. 제108조제7항 전단에 따라 선거여론조사기준으로 정한 사항을 등록하지 아니하거나, 같은 조 같은 항 후단에 따른 통보를 받고도 선거여론조사기준으로 정하는 사항을 등록하지 아니한 때 : 1,500 나. 이행명령 후 이행기한까지 이행하지 아니한 때 매 1일마다 가산액 : 100 다. 제108조제7항 후단에 따른 통보를 하지 아니한 때 : 1,500
2의3. 선거여론조사기준으로 정한 사항을 함께 공표 또는 보도하지 아니하거나, 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 등록되지 아니한 선거에 관한 여론조사결과를 공표 또는 보도하거나, 선거여론조사기준을 따르지 아니하고 공표 또는 보도를 목적으로 선거에 관한 여론조사를 하거나 그 결과를 공표 또는 보도하는 행위	• 법 제261조제2항제2호 및 제4호 · 법 제108조제6항 · 법 제108조제8항	3,000	가. 선거여론조사기준으로 정하는 사항을 함께 공표 또는 보도하지 아니한 때 ① 모든 사항을 공표 또는 보도하지 아니한 경우 : 1,500 ② 일부 사항을 공표 또는 보도하지 아니한 경우 : 750 나. 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 등록되지 아니한 선거에 관한 여론조사결과를 공표 또는 보도한 때 : 3000 다. 선거여론조사기준을 따르지 아니하고 여론조사를 실시하여 공표 또는 보도한 때 ① 조사대상의 전 계층을 대표할 수 있는 피조사자 선정과정을 거치지 않거나 특정 정당 · 후보자에게 유 · 불리한 결과를 가져올 수 있는 표본추출틀을 사용하거나 특정 정당 · 후보자에게 편향될 수 있는 질문지를 작성하거나 질문하는 등 여론조사 결과를 왜곡할 수 있는 조사 · 분석 방법을 사용한 경우 : 3,000

(단위 : 만원)

처분대상	관계법조	법정 상한액	부과기준
			② ①의 경우를 제외하고 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지에 사실과 다르게 등록하는 등 선거여론조사기준을 따르지 아니하고 여론 조사를 실시하여 공표 또는 보도한 경우 : 1,500 라. 선거여론조사기준에 따르지 아니하고 공표 또는 보도 목적으로 여론조사를 실시하였으나 공표 또는 보도는 하지 않은 경우 : 1,000
5. 선거에 관하여 여론조사를 실시하려는 자(여론조사 기관 · 단체에 여론조사를 의뢰한 자를 포함함)가 관할 선거여론조사심의위원회에 신고하지 아니하거나 신고내용과 다르게 여론조사를 실시하는 행위 또는 관할 선거여론조사심의위원회의 보완요구에 응하지 않고 여론조사를 실시하는 행위	• 법 제261조제3항제5호 · 법 제108조제3항 및 제4항	1,000	가. 여론조사 개시일 전 2일까지 신고하지 아니하고 이 법에 위반되는 내용으로 여론조사를 한 때 : 1,000 나. 여론조사 실시 전까지 신고하지 아니하거나 관할 선거여론조사심의위원회의 보완요구에 응하지 않고 여론조사를 한 때 : 750 다. 여론조사 개시일 전 2일까지 신고하지 아니한 때 : 500 라. 신고내용과 다르게 여론조사를 하였으나 여론조사 내용이 이 법에 위반되지 아니한 때 : 250
16. 현행범인 또는 준현행범인 자가 선거관리위원회 위원 · 직원의 선거범죄 조사를 위한 동행요구에 응하지 아니하는 행위	• 법 제261조제6항제2호 · 법 제272조의2제4항 · 법 제8조의8제11항	300	가. 매회 : 300
24의2. 선거여론조사기관의 등록신청 변경사항에 대해 14일 이내에 변경등록 신청을 하지 않은 행위	• 법 제261조제8항제1호의2 · 법 제8조의9제4항	100	가. 신청기한까지 변경등록 신청을 하지 아니한 때 : 30 나. 변경등록 신청기한을 경과하는 매 1일마다 가산액 : 10
38. 선거범죄의 조사를 위한 출석요구에 정당한 사유없이 응하지 아니하는 행위	• 법 제261조제8항제6호 · 법 제272조의2제4항 · 법 제8조의8제11항	100	가. 당사자는 매회 : 100 나. 기타 관계인은 매회 : 50

선거여론조사기준

제정 2014. 3. 25. 중앙선거여론조사공정심의위원회고시 제2014-1호
개정 2015. 12. 24. 중앙선거여론조사공정심의위원회고시 제2015-1호(전부개정)
개정 2017. 1. 2. 중앙선거여론조사공정심의위원회고시 제2017-1호(일부개정)
개정 2017. 3. 2. 중앙선거여론조사심의위원회고시 제2017-2호(일부개정)
개정 2017. 12. 27. 중앙선거여론조사심의위원회고시 제2017-3호(일부개정)
개정 2019. 7. 11. 중앙선거여론조사심의위원회고시 제2019-1호(일부개정)
개정 2019. 12. 12. 중앙선거여론조사심의위원회고시 제2019-2호(일부개정)
개정 2020. 1. 15. 중앙선거여론조사심의위원회고시 제2020-1호(일부개정)
개정 2021. 2. 4. 중앙선거여론조사심의위원회고시 제2021-1호(일부개정)
개정 2021. 11. 25. 중앙선거여론조사심의위원회고시 제2021-2호(일부개정)
개정 2023. 11. 2. 중앙선거여론조사심의위원회고시 제2023-1호(일부개정)

제1장 총 칙

제1조(목적) 이 기준은 「공직선거법」 제8조의8제6항에 따라 중앙선거여론조사심의위원회(이하 '중앙심의위원회'라 한다)가 공표 또는 보도를 목적으로 하는 선거에 관한 여론조사의 객관성·신뢰성 확보를 위하여 필요한 사항 등을 정하는 데 목적이 있다.

제2조(정의) 이 기준에서 사용하는 용어의 뜻은 다음 각 호와 같다.

1. "조사의뢰자"란 선거에 관한 여론조사(이하 "선거여론조사"라 한다)의 실시를 의뢰한 자를 말한다.
2. "표본의 크기"란 해당 선거여론조사의 전체 응답자 수를 말한다. 다만, 사전신고의 경우 해당 선거여론조사에서 목표로 하는 표본의 크기를 말한다.
3. "피조사자 선정방법"이란 해당 선거여론조사에 있어 조사대상자의 표본을 추출하는 방법을 말한다.
4. "표본오차"란 표본조사를 통해서 추정한 결과와 모집단 전체를 조사할 때 얻게 될 결과의 차이로서 선거여론조사에 적용된 표본추출 및 추정 방법에 따른 95% 신뢰수준에서의 최대 오차의 한계를 말한다.
5. "피조사자 접촉 현황"이란 해당 선거여론조사 실시과정에서 조사대상자와 접촉 현황을 다음 4개 범주로 구분하여 각 범주별 접촉 현황을 정리한 것을 말한다.

가. 비적격 사례수

결번, 사업체번호, 팩스번호, 대상지역 아님, 비적격자, 할당 초과 등을 말하며, 스마트폰 어플리케이션을 이용한 조사의 경우 휴대전화 전원 차단, 휴대전화의 해당 어플리케이션 삭제 또는 알림거부 설정을 말한다.

나. 접촉 실패 사례수

통화중, 부재중, 접촉 안 됨 등을 말한다.

다. 접촉 후 거절 또는 중도이탈 사례수

스마트폰 어플리케이션 조사의 경우 해당 자원 위치 지정자(URL ; Uniform Resource Locator)에 접속한 후 여론조사 참여도중 이탈, 푸시알림을 수신한 전체 조사대상자 중 해당 자원 위치 지정자에 접속하지 않았거나 접속한 후 응답에 미참여한 경우를 포함한다.

라. 접촉 후 응답 완료 사례수

6. "접촉률"이란 해당 선거여론조사에 사용된 전체 응답 적격 대상자 중 접촉이 완료된 비율을 말하며, 다음의 산정식에 따라 산출한다.

$$\text{접촉률}(\%) = \frac{I+R}{I+R+eU} \times 100$$

여기서 I는 접촉 후 응답 완료 사례수, R은 접촉 후 거절 또는 중도이탈 사례수(이하 7호에서 같다), U는 접촉 실패 사례수를 말하며, e는 접촉 실패 사례 중 응답 적격 비율을 나타내고 다음과 같이 추정한다.

$$e = \frac{I+R}{I+R+NE}$$

여기서 NE는 결번을 제외한 비적격 사례수를 말한다.

7. "응답률"이란 해당 선거여론조사에서 접촉된 응답 적격 대상자 중 응답이 완료된 비율을 말하며, 다음의 산정식에 따라 산출한다.

$$\text{응답률}(\%) = \frac{I}{I+R} \times 100$$

8. “전체 설문내용” 또는 “전체 질문지”란 인사말과 여론조사 기관·단체의 명칭과 전화번호를 밝히는 내용, 질문내용과 보기항목을 포함하는 설문지 전체를 말한다.
9. “결과분석”이란 해당 선거여론조사를 통하여 산출된 성별, 연령대별, 지역별 응답자 특성 현황, 설문 항목별 응답결과값 및 교차분석표 등을 말한다.

제3조(적용범위) 이 기준은 별도의 제정이나 개정이 없으면 다음 각 호의 선거에 계속하여 적용한다.

1. 「공직선거법」(이하 “법”이라 한다) 제2조에 따른 공직선거
2. 「지방교육자치에 관한 법률」에 따른 교육감선거
3. 「제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법」에 따른 교육감선거 및 교육의원선거

제2장 일반기준

제4조(신뢰성과 객관성) ① 선거여론조사는 그 결과에 대한 신뢰성을 확보하기 위하여 객관적이고 공정하게 이루어져야 한다.

② 누구든지 선거여론조사를 실시할 때에는 조사대상 전체에 대한 대표성을 확보할 수 있도록 피조사자를 선정하여야 한다.

③ 누구든지 선거여론조사를 실시할 때에는 피조사자 선정과정을 거치지 아니한 조사대상자가 자발적 의사에 따라 응답자로 참여하는 조사방법을 사용해서는 아니 된다.

④ 누구든지 특정 정당(창당준비위원회를 포함한다. 이하 같다) 또는 특정 후보자(후보자가 되고자 하는 자를 포함한다. 이하 같다)에게 유리하거나 불리한 결과를 가져올 수 있는 표본추출틀을 사용하여서는 아니 된다.

⑤ 누구든지 후보자가 구축하거나 제공한 데이터베이스를 표본추출틀로 사용하여서는 아니된다.

⑥ 누구든지 과다한 표본을 조사하여서는 아니 되며, 표본의 크기가 다음 각 호의 수보다 작은 선거여론조사 결과를 공표·보도하여서는 아니 된다.

1. 대통령선거〔2개 이상의 특별시·광역시·특별자치시·도·특별자치도(이하 “시·도”라 한다)를 대상으로 하는 여론조사에 한정한다〕또는 전국단위 조사 : 1,000명
2. 광역단체장선거(2개 이상 자치구·시·군을 대상으로 하는 여론조사에 한정한다) 또는 시·도 단위 조사 : 800명

3. 지역구국회의원선거 또는 자치구·시·군 단위 조사 : 500명

4. 지역구지방의회의원 선거 : 300명

⑦ 누구든지 선거여론조사를 실시할 때에는 피조사자에게 응답을 강요하거나 조사자의 의도에 따라 특정 응답을 유도하는 방법으로 질문하거나 피조사자의 의사를 왜곡하는 행위를 하여서는 아니 된다.

⑧ 누구든지 선거여론조사를 실시할 때에는 그 결과를 왜곡할 수 있는 조사방법이나 분석방법을 사용하여서는 아니 된다.

⑨ 누구든지 선거여론조사를 실시할 때에는 응답률을 높이기 위하여 노력하여야 한다.

⑩ 전화조사의 경우, 무선전화를 사용하여 100분의 70 이상(이하 "권고 무선 응답비율"이라 한다) 응답을 받도록 노력하여야 한다.

⑪ 누구든지 유선전화만을 사용하여 실시한 선거여론조사결과를 공표·보도하여서는 아니 된다.

제5조(가중값 배율) ① 누구든지 선거여론조사를 실시할 때에는 조사지역 전체 유권자의 성별, 연령대별(연령대의 구분은 별지 제2호 서식에 따른다), 지역별 구성 비율 등을 기준으로 한 가중값 배율을 밝혀야 하며, 가중값 배율이 다음 각 호의 범위 내에 있지 않은 선거여론조사 결과를 공표·보도하여서는 아니 된다.

1. 성별 : 0.7 ~ 1.5

2. 연령대별 : 0.7 ~ 1.5

3. 지역별 : 0.7 ~ 1.5

② 제1항에도 불구하고 제4조제6항에 따른 최소 표본의 크기 및 제1항에 따른 가중값 배율의 범위를 충족한 선거여론조사 결과를 각각 합쳐서 하나의 선거여론조사 결과로 분석한 경우에는 제1항에 따른 가중값 배율 범위를 적용하지 아니한다. 다만, 그 선거여론조사 결과를 공표·보도하는 경우에는 분석 경위와 방법을 밝혀야 한다.

제6조(질문지의 작성 등) ① 누구든지 피조사자의 응답이 특정 정당 또는 후보자에게 편향될 수 있는 다음 각 호의 내용으로 질문지를 작성하거나 질문하여서는 아니 된다.

1. 주관적 판단이나 편견이 개입된 어휘나 표현

2. 특정 정당 또는 후보자에 대하여 긍정적 또는 부정적 이미지를 유발할 수 있는 내용

3. 선거운동을 목적으로 특정 정당 또는 후보자의 정책·정견·경력 등을 홍보하는 내용

4. 특정 정당 또는 후보자를 비방하는 내용

5. 특정 정당 또는 후보자에 관한 허위의 사실

6. 그 밖에 제1호부터 제5호까지의 어느 하나에 준하는 표현이나 내용

② 누구든지 선거여론조사를 실시할 때에는 편향된 응답을 유도할 수 있도록 질문순서를 정하거나 응답항목을 구성하여서는 아니 되며, 정당 또는 후보자에 대한 지지도(적합도, 선호도 등을 포함한다. 이하 같다) 등을 질문하는 경우에는 지지하는 정당이나 후보자가 없음을 선택하는 항목을 별도의 항목으로 구성하여야 한다.

③ 누구든지 선거여론조사를 실시할 때에는 정당의 명칭이나 후보자의 성명을 일정한 간격에 따라 순환하는 방식으로 하여야 한다. 다만, 정당의 명칭이나 후보자 성명의 가나다순 또는 소속 정당의 국회의원 의석수(같은 의석을 가진 정당이 둘이상인 때에는 그 정당 명칭의 가나다순)에 따른 조사임을 밝힌 경우 및 법 제49조제1항에 따른 후보자등록기간 종료 후에 후보자의 기호 순으로 실시하는 경우에는 그러하지 아니하다.

④ 누구든지 선거여론조사를 실시할 때에는 경력 등 후보자에 관한 사항을 특정 후보자에게 유리 또는 불리하게 질문하여서는 아니 된다. 이 경우 예비후보자 및 후보자의 경력은 법 제60조의2제1항 또는 동법 제49조제1항에 따라 제출한 직업이나 주요 경력을 사용하되 후보자별로 공정하게 구성해야 한다.

제7조(조사대상자의 권리 보호) ① 누구든지 선거여론조사를 실시할 때에는 질문을 하기 전에 선거여론조사기관(법 제8조의9제3항에 따라 관할 선거여론조사심의위원회로부터 등록증을 교부받은 여론조사기관·단체를 말한다. 이하 같다)의 명칭과 전화번호를 밝혀야 한다.

② 누구든지 선거여론조사를 실시할 때에는 조사대상자의 수치심을 유발하게 하거나 조사대상자를 모욕하는 행위를 하여서는 아니 된다.

③ 누구든지 선거여론조사와 관련하여 조사대상자의 성명이나 성명을 유추할 수 있는 내용을 공개하는 행위를 하여서는 아니 된다.

제3장 세부기준

제1절 선거여론조사 실시 신고

제8조(신고사항) ① 법 제108조제3항 각 호의 어느 하나에 해당하지 아니하는 자는 누구든지

선거여론조사를 실시하려면 다음 각 호의 사항을 해당 선거여론조사 개시일 전 2일까지 관할 선거여론조사심의위원회에 「공직선거관리규칙」 별지 제33호서식에 따라 신고하여야 한다.

1. 신고인 인적사항(성명, 생년월일, 주소, 전화번호, 공직선거법상 신분)
2. 조사기관·단체[기관·단체명, 대표자 성명, 사무소 소재지(주소, 전화번호)]
3. 조사목적
4. 조사방법 등(조사지역, 조사일시, 조사방법, 표본의 크기, 피조사자 선정방법, 선거여론조사 결과의 공표·보도 여부)
5. 전체 설문내용(표적집단면접조사의 경우 조사의 주제 등을 말한다)

② 제1항에 따른 신고를 할 때 특정 지역 또는 집단만을 조사대상으로 하는 경우에는 그 지역 또는 집단이 무엇인지를 "기타" 칸에 구체적으로 기재하여야 한다.

③ 제1항에 따른 선거여론조사신고 후 신고내용을 변경하려는 때에는 변경사항을 선거여론조사 실시 전까지 다시 신고하여야 한다.

제9조(조사목적, 조사지역 및 조사일시 신고) ① 조사목적은 해당 선거여론조사를 실시할 대상이 되는 선거명과 선거구명을 포함하여 기재하여야 한다.

② 조사지역은 해당 선거여론조사를 실시할 지역의 행정구역 명칭을 기재하여야 한다.

③ 조사일시는 해당 선거여론조사를 실시할 일자별 시작시각과 종료시각을 기재하여야 하며, 조사지역별 조사일시가 다른 경우에는 각각 구분하여 기재하여야 한다.

제10조(조사방법 신고) 조사방법은 해당 선거여론조사를 실시할 때 사용할 다음 각 호의 방법을 구체적으로 기재하되, 두 가지 이상의 조사방법을 병행할 때는 그 방법을 모두 기재하여야 한다.

1. 직접(대인)면접조사
2. 전화면접조사(유선전화, 무선전화, 유·무선전화 병행 등으로 구분한다)
3. 전화자동응답(ARS)조사(유선전화, 무선전화, 유·무선전화 병행 등으로 구분한다)
4. 우편조사
5. 표적집단면접조사
6. 인터넷조사[전자우편조사, 웹조사(web-based survey) 등으로 구분한다]
7. 스마트폰 어플리케이션을 이용한 조사
8. 그 밖의 조사방법

제11조(표본의 크기 및 피조사자 선정방법 신고) ① 표본의 크기에는 해당 선거여론조사에서 목표로 하는 표본의 크기를 기재하여야 한다.

② 피조사자 선정방법에는 해당 선거여론조사의 피조사자를 표본 추출하는 과정을 구체적으로 기재하여야 한다. 이 경우 제10조제2호·제3호에 따른 조사 및 특정 표본추출틀(패널 등을 포함하며, 이하 같다)을 활용하여 조사할 때에는 다음 각 호에 따른다.

1. 제10조제2호·제3호에 따른 조사의 경우 피조사자 선정을 위한 휴대전화 가상번호, 전화번호부 데이터베이스 또는 무작위 전화걸기(RDD) 방식 사용 여부 등을 기재하여야 하며, 유선과 무선 전화를 병행하여 조사할 경우에는 각각에 대하여 피조사자 선정방법을 기재하여야 한다.
2. 특정 표본추출틀을 활용한 조사의 경우 해당 표본추출틀의 전체 규모와 구축방법 및 피조사자 선정방법을 기재하여야 한다.

제2절 선거여론조사 결과 홈페이지 등록

제12조(등록사항) ① 선거여론조사 결과를 공표·보도하려는 때에는 그 결과의 공표·보도 전에 해당 여론조사를 실시한 선거여론조사기관이 다음 각 호의 사항(제9호는 별지 제1호서식에, 제16호는 별지 제2호서식에 의한다)을 중앙심의위원회 홈페이지에 등록하여야 한다.

1. 선거여론조사의 명칭
2. 조사의뢰자
3. 선거여론조사기관
4. 조사지역
5. 조사일시
6. 조사대상
7. 조사방법
8. 표본의 크기
9. 피조사자 선정방법[전화조사의 경우 유·무선(RDD, 휴대전화가상번호 등) 응답비율을 포함한다]
10. 피조사자 접촉 현황(비적격 사례수는 결번과 그 외의 비적격 사례로 구분하여 등록한다)
11. 접촉률
12. 응답률
13. 가중값 산출 및 적용방법

14. 표본오차

15. 전체 질문지

16. 결과분석(지지도 결과는 모두 등록한다)

17. 최초 공표·보도 예정일시

② 제1항 각 호의 사항에 관하여 사실과 다르게 중앙심의위원회 홈페이지에 등록하여서는 아니 된다.

③ 선거여론조사기관은 중앙심의위원회 홈페이지에 등록한 제1항 각 호의 사항을 조사의뢰자에게 공표·보도 전까지 통보하여야 한다.

제13조(등록방법) ① 선거여론조사기관이 제12조제1항에 따라 중앙심의위원회 홈페이지에 등록할 때에는 해당 홈페이지에서 요구하는 방식에 따라 직접 입력 또는 서류 첨부 등의 방법으로 하여야 한다.

② 표본의 크기를 등록할 때에는 전체 표본의 크기와 함께 성별, 연령대별 및 지역별로 표본의 크기가 구분되도록 하여야 한다.

③ 하나의 선거여론조사 결과를 나누어 공표 또는 보도하려는 때에는 그때마다 공표·보도 전에 중앙심의위원회 홈페이지에 등록하되 결과분석에 관한 자료는 나누어 등록할 수 있다. 다만, 지지도 결과는 모두 등록하여야 한다.

제14조(가중값 산출 및 적용 방법 등의 등록) ① 가중값 산출 및 적용 방법을 등록할 때에는 조사지역 전체 유권자의 인구 구성에 따른 성별, 연령대별, 지역별 비율과 가중값 산출 및 적용 방법에 사용된 모집단 정보의 출처를 기재하여야 한다.

② 선거결과 예측 지지율 산출을 위해 제1항의 가중값 산출 및 적용 방법 외에 과거 선거 투표율 보정, 과거 선거 후보자 득표율 보정, 응답유보층 분석 등을 추가적으로 수행할 경우에는 가중값 산출 및 적용 방법과 이에 사용된 기준 정보의 출처 등 모든 관련 정보를 등록하여야 한다.

③ 선거결과 예측 지지율 산출을 위해 과거 선거의 투표율 등을 사용하여 추가적으로 결과를 보정한 경우에는 제1항과 제2항에 따른 결과분석 자료를 각각 등록하여야 한다.

제15조(등록자료 대외 공개) ① 중앙심의위원회는 중앙심의위원회 홈페이지에 등록된 사항 중 제12조제1항제1호부터 제15호까지 및 제17호의 사항은 선거여론조사를 실시한 선거여론조사기관이 등록한 최초 공표·보도 예정일시에 공개하고, 제12조제1항제16호의 사항은 최초 공표·보도 예정일시로부터

24시간(「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」제2조에 따른 정기간행물의 경우에는 48시간을 말한다) 이후에 공개한다. 이 경우 최초 공표·보도 예정일시 전에 공표·보도된 경우에는 그 공표·보도된 때를 최초 공표·보도 예정일시로 본다.

② 선거여론조사를 의뢰한 자는 해당 선거여론조사를 실시한 선거여론조사기관에 최초 공표·보도 예정일시를 공표·보도 전에 통보하여야 한다. 이 경우 통보된 최초 공표·보도 예정일시를 변경하려는 때에는 지체 없이 변경사항을 통보하여야 한다.

제16조(준용규정) 선거여론조사 결과의 중앙심의위원회 홈페이지 등록에 관하여는 제9조, 제10조 및 제11조제2항을 준용한다. 이 경우 "실시할"은 "실시한"으로, "기재"는 "중앙심의위원회 홈페이지에 등록"으로, "병행할"은 "병행한"으로, "조사할"은 "조사한"으로 본다.

제3절 선거여론조사 결과 공표·보도

제17조(선거여론조사 결과의 공표·보도) 누구든지 선거여론조사 결과를 공표 또는 보도(최초의 공표·보도를 인용하여 공표·보도하는 경우를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)할 때에는 중앙심의위원회 홈페이지에 등록된 선거여론조사 결과만을 최초 공표·보도 예정일시 이후에 공표·보도하여야 한다. 다만, 관할 선거여론조사심의위원회가 위법하다고 결정한 선거여론조사 결과는 공표·보도할 수 없다.

제18조(함께 공표·보도하여야 할 사항) ① 누구든지 선거여론조사의 결과를 공표 또는 보도할 때에는 다음 각 호의 사항도 함께 공표 또는 보도하여야 한다.

1. 조사의뢰자
2. 선거여론조사기관
3. 조사지역
4. 조사일시
5. 조사대상
6. 조사방법
7. 표본의 크기
8. 피조사자 선정방법[전화조사의 경우 유·무선(RDD, 휴대전화가상번호 등) 응답비율을 포함한다]
9. 응답률

10. 표본오차

11. 질문내용

12. 권고 무선 응답비율(전화조사에서 무선전화 응답비율이 100분의 70에 미달한 때에 한함)

② 제14조에 따라 구분 등록한 경우에는 각각의 가중값 산출 및 적용 방법과 그 결과분석(후보자 지지율 등) 자료를 구분하여 공표·보도하여야 한다.

③ 제1항에도 불구하고 누구든지 공표 또는 보도된 선거여론조사의 결과를 인용하여 공표·보도할 때에는 다음 각 호의 사항을 함께 공표·보도하여야 한다. 다만, 방송(「방송법」제2조제3호의 방송사업자가 운영하는 방송을 말한다)에 출연한 자(진행자는 제외한다), 연설·대담 또는 토론회 등에 참석한 자가 해당 선거여론조사가 특정될 수 있도록 그 결과를 인용하여 공표·보도하는 때에는 각 호의 전부 또는 일부를 함께 공표·보도하지 아니할 수 있다.

1. 조사의뢰자, 선거여론조사기관, 조사일시, 조사방법

2. 그 밖의 사항은 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지 참조

제18조의2(다수의 선거여론조사 분석결과의 공표·보도) 제18조제1항에도 불구하고 누구든지 공표 또는 보도된 다수의 선거에 관한 여론조사결과를 분석하여 정당 또는 후보자의 지지도 등을 추정한 결과를 공표·보도할 때에는 다음 각 호의 사항을 함께 공표·보도하여야 한다. 이 경우 분석결과의 객관성·공정성을 확인할 수 없는 어휘나 문장을 사용하여서는 아니 된다.

1. 분석의뢰자

2. 분석기관·단체

3. 분석대상(기간, 건수, 출처)

4. 분석방법

5. 각 여론조사 내용은 중앙선거여론조사심의위원회 홈페이지 참조

제19조(준용규정) 선거여론조사 결과의 공표·보도에 관하여는 제9조, 제10조, 제11조제2항 및 제13조제2항의 규정을 준용한다. 이 경우 "실시할"은 "실시한"으로, "기재" 또는 "등록"은 "함께 공표 또는 보도"로, "병행할"은 "병행한"으로, "조사할"은 "조사한"으로 본다.

제4장 보 칙

제20조(선거여론조사 신고 제외 대상 결정 등) ① 중앙심의위원회는 법 제108조제3항제7호에 따른 “전년도 말 기준 직전 3개월 간의 일일 평균 이용자 수 10만 명 이상인 인터넷언론사”를 매년 1월 중 결정하여 공표한다.

② 제1항에 따른 결정사항에 대하여 변경 또는 취소가 필요한 사항이 발견된 경우 중앙심의위원회에서 정정 결정을 할 수 있다.

③ 법 제108조제3항제4호에 따른 “시·도를 보급지역으로 하는 「신문 등의 진흥에 관한 법률」제2조에 따른 신문사업자”의 범위는 해당 신문사업자가 「신문 등의 진흥에 관한 법률」제9조에 따라 관계기관에 제출한 등록신청서에 기재된 보급지역에 따른다.

부 칙 (2021. 11. 25.)

이 기준은 2021년 12월 15일부터 시행한다.

부 칙 (2023 11. 2.)

제1조(시행일) 이 기준은 2023년 12월 1일부터 시행한다.

제2조(전체 질문지 공개 관련 경과조치) 이 기준 시행 후 중앙심의위원회 홈페이지에 등록된 제12조제1항제15호의 사항은 제15조제1항의 개정규정에도 불구하고 중앙심의위원회 홈페이지 기능개선 완료 등을 고려하여 그 실시시기를 별도로 정할 때까지 종전의 규정에 따른다.

별지 제1호서식

피조사자 선정방법

조사방법(구성비)										
피조사자 선정방법	조사대상									
	표본 추출틀	전체	추출틀							
			규 모							
			구축방법							
		조사 대상 추출틀	규 모							
			구성 비율	성 별	남성					
					여성					
				연령대별	18세-29세					
					30대					
					40대					
					50대					
					60대					
					70세 이상					
				지역별	A지역					
					B지역					
					C지역					
	표본 추출방법									
	기타									

주. 1. 조사방법은 제10조에 규정한 당해 여론조사에 사용한 모든 조사방법(유·무선 전화면접, 유·무선 ARS 등)과 각 조사방법별 사용한 구성비(유선전화면접 00%, 무선전화면접 00%) 등을 기재합니다.

2. 조사대상은 전체 조사대상을 기재하되 조사방법이 두 개 이상 혼합조사인 경우 각 조사방법별로 조사대상을 구분하여 기재합니다. 또한 조사방법별로 연령대를 다르게 적용하여 조사하는 경우에는 각 조사방법별 표본의 연령대(ex, 유선전화면접→ 유권자 40대 이상, 무선전화면접→ 유권자 18세에서 40대 미만) 등을 기재합니다.

3. 표본추출틀은 해당 조사대상 선거구에서 사용한 표본추출틀, 즉 휴대전화 가상번호, 전체 유권자 대상 무작위전화걸기(RDD), 유선전화DB(KT DB 등), 무선전화 DB(구매 DB 또는 자체 구축 DB의 전체 규모와 구축방법), 스마트폰앱패널(전체 규모와 구축방법), 기타 표본추출틀 내용 등을 구체적으로 기재합니다.

4. '조사대상 추출틀'은 특정 DB 또는 패널을 추출틀로 사용한 경우에 한해 기재하고, 해당 추출틀의 규모와 성별·연령대별·지역별 구성 비율을 기재하여야 하며, "70세 이상" 비율이 10% 미만인 경우에는 "60대"와 "70세 이상"을 병합하여 기재할 수 있습니다.

5. 표본추출 방법은 "RDD, 패널에서 무작위추출, DB에서 무작위추출 등"을 구체적으로 기재합니다.

6. 기타는 추가할 사항이 있는 경우 기재합니다.

7. 이 서식은 홈페이지 입력방식에 따라 등록(입력)하여야 합니다.

별지 제2호서식

결과분석 자료

Ⅰ. 응답자 특성

구 분		조사완료		가중값 적용 기준		가중값 배율 (B/A)	비 고
		사례수(명) (A)	비율(%)	사례수(명) (B)	비율(%)		
전체							
성 별	남자 여자						
연령대별	18-29세 30대 40대 50대 60대 70세 이상						
지역별	○○시 □□군 △△군 ▨▨구						

주 : 1. 지역별을 선거구 또는 권역별로 기재한 경우 행정구역을 주석으로 표시합니다.

2. 각 항목별 %의 전체 합계는 100%가 되어야 합니다.

3. 조사 완료 사례수는 실제 조사한 표본의 크기를, 가중값 적용 기준 사례수는 조사완료 사례수를 성별·연령대별·지역별 등의 구성비율에 따라 비례할당한 사례수를 기재합니다.

4. 성별·연령대별·지역별 이외 항목은 필요시 추가할 수 있습니다.

5. "70세 이상" 비율이 10% 미만인 경우에는 "60대"와 "70세 이상"을 병기하여 기재할 수 있습니다.

6. 군지역(도단위 지역만을 말하며, 구·시 지역과 군 지역을 공동으로 조사하는 경우는 제외한다)의 연령대별 조사에서 만 18세~30대를 통합할 경우 그 사유를 비고란에 기재합니다.

II. 조사완료 응답자 특성

(단위 : 명)

구 분			조사완료 사례수			가중값 적용 기준 사례수		
			계	남자	여자	계	남자	여자
지역별	계	합계						
		18~29세						
		30대						
		40대						
		50대						
		60대						
		70세 이상						
	○○시	소계						
		18~29세						
		30대						
		40대						
		50대						
		60대						
		70세 이상						
	□□군	소계						
		18~29세						
		30대						
		40대						
		50대						
		60대						
		70세 이상						
	△△군	소계						
		18~29세						
		30대						
		40대						
		50대						
		60대						
		70세 이상						
	▨▨구	소계						
		18~29세						
		30대						
		40대						
		50대						
		60대						
		70세 이상						

주 : 1. 지역별을 선거구 또는 권역별로 기재한 경우 행정구역을 주석으로 표시합니다.

2. 조사 완료 사례수는 실제 조사한 표본의 크기를, 가중값 적용 기준 사례수는 조사완료 사례수를 성별·연령대별·지역별 등의 구성비율에 따라 비례할당한 사례수를 기재합니다.

3. 성별·연령대별·지역별 이외 항목은 필요시 추가할 수 있습니다.

4. ""70세 이상" 비율이 10% 미만인 경우에는 "60대"와 "70세 이상"을 병합하여 기재할 수 있습니다.

5. 군지역(도단위 지역만을 말하며, 구·시 지역과 군 지역을 공동으로 조사하는 경우는 제외한다)의 연령대별 조사에서만 18세~30대를 통합할 수 있습니다.

Ⅲ. 교차분석표(예시)

※ 성별·연령대별·지역별 교차분석, 문항간 교차분석 등을 공표·보도하려는 경우에 반드시 해당 교차분석표를 함께 등록합니다.

※ 사례수를 기재할 경우 조사 완료 사례수가 기준입니다.

1. 후보 지지도

구 분		조사 완료 사례수	A 후보	B 후보	C 후보	지지후보 없음	모름 /무응답	가중값 적용 사례수
전 체								
성별	남자 여자							
연령대별	18-29세 30대 40대 50대 60대 70세 이상							
지역별	○○시 □□군 △△군 ▨▨구							
가상대결	A후보							
	B후보							
	지지후보 없음							
	모름/ 무응답							
당선희망 정당 후보	A정당 후보							
	B정당 후보							
	지지후보 없음							
	모름/ 무응답							
· · ·								

2. 가상대결 : A후보 VS B후보

구 분		조사 완료 사례수	A후보	B후보	지지후보 없음	모름 /무응답	가중값 적용 사례수
전 체							
성별	남자 여자						
연령대별	18-29세 30대 40대 50대 60대 70세 이상						
지역별	○○시 □□군 △△군 ▨▨구						
후보 지지도	A후보						
	B후보						
	C후보						
	지지후보 없음						
	모름/무응답						
당선희망 정당 후보	A정당 후보						
	B정당 후보						
	지지후보 없음						
	모름/무응답						
· · ·							

3. 당선희망 정당 후보

구 분		조사 완료 사례수	A정당 후보	B정당 후보	지지후보 없음	모름 /무응답	가중값 적용 사례수
전 체							
성별	남자 여자						
연령대별	18-29세 30대 40대 50대 60대 70세 이상						
지역별	○○시 □□군 △△군 ▨▨구						
후보 지지도	A후보						
	B후보						
	C후보						
	지지후보 없음						
	모름/무응답						
가상대결	A후보						
	B후보						
	지지후보 없음						
	모름/무응답						
· · ·							

주 : 1. 성별·연령대별·지역별 이외 항목은 필요시 추가 기재할 수 있습니다.

2. "가중값 적용 사례수"는 필요한 경우에 한하여 기재할 수 있습니다

3. "70세 이상" 비율이 10% 미만인 경우에는 "60대"와 "70세 이상"을 병합하여 기재할 수 있습니다.

4. 군지역(도단위 지역만을 말하며, 구·시 지역과 군 지역을 공동으로 조사하는 경우는 제외한다)의 연령대별 조사에서만 18세 ~ 30대를 통합할 경우 교차분석표에서도 통합하여 기재할 수 있습니다.

부록 05 선거여론조사심의위원회 연락처 등

위원회명	전화번호	팩스번호	주소
중앙	02-504-0342,3	050-058-1175	서울특별시 관악구 남부순환로272길 23 (남현동)
서울	02-744-1390 02-762-3939	050-058-2105	서울특별시 종로구 창경궁로 215, 4층 (와룡동 2-70)
부산	051-851-7774 051-862-1390	050-058-2205	부산광역시 연제구 연제로 28 (연산2동 1472-1)
대구	053-763-1390 053-764-1390	050-058-2305	대구광역시 서구 국채보상로 34길 46 (중리동 62-12)
인천	032-588-4350	050-058-2405	인천광역시 미추홀구 석정로 239 (도화동) 정부인천지방합동청사 10층~12층
광주	062-382-4773 062-382-5384	050-058-2505	광주광역시 서구 시청로 98 (치평동 1205-2)
대전	042-610-3939 042-484-1390	050-058-2605	대전광역시 서구 한밭대로 713 (월평2동 282-1) 나라키움대전센터 7층, 8층
울산	052-290-0730 052-285-1390	050-058-2705	울산광역시 중구 구교로 71 (학성동 349-16)
세종	044-862-1390 044-867-1390	050-058-2805	세종특별자치시 남세종로 426 (보람동 631-6)
경기	031-259-4893	050-058-2905	경기도 수원시 영통구 청명로 131 (영통동 961-3)
강원	033-251-4409 033-244-4355	050-058-3005	강원특별자치도 춘천시 소양강로 290 (장학리)
충북	043-237-3939 043-237-1390	050-058-3105	충청북도 청주시 흥덕구 2순환로 1168 (비하동 751)
충남	041-406-2050	050-058-3205	충청남도 홍성군 홍북읍 충남대로 45 (신경리 541) 정부충남지방합동청사 4층, 5층
전북	063-239-2330	050-058-3305	전북특별자치도 전주시 완산구 서원로 79 (효자동 2가 1245-6)
전남	061-243-1390 061-245-1390	050-058-3405	전라남도 무안군 삼향읍 오룡2길 40 (남악리 1891)
경북	054-650-1700 054-650-1750	050-058-3505	경상북도 예천군 호명면 행복1길5, (호명면) 정부경북지방합동청사 5층, 6층
경남	055-212-0730	050-058-3605	경상남도 창원시 성산구 창이대로 500 (용호동 8-1)
제주	064-723-3939 064-723-1390	050-058-3705	제주특별자치도 제주시 연삼로 506 (이도2동 417)

제22대 국회의원선거

선거여론조사 백서

인 쇄 2024년 7월

발 행 2024년 7월

발행처 중앙선거여론조사심의위원회
서울시 관악구 남부순환로 272길 23
(T.02-504-0342~3)

디자인·인쇄 정우문화사

중앙선거여론조사심의위원회

www.nesdc.go.kr