

올해 대선이 궁금하십니까? 박무익



박무익 (철학 62)

- 한국갤럽조사연구소 회장
- 서울대학교 인문대학 총동창회 회장

지식은 크게 사실(Fact)과 인간의 생각(Thinking)으로 나눌 수 있습니다. 역사나 과학이 사실을 다루는 학문이라면 철학이나 문학은 인간의 생각을 다루는 학문이라 할 수 있을 것입니다. 여론조사는 과학적인 절차에 따라 인간 집단의 생각을 측정해 양적으로 보여주는 유일한 도구입니다.

민주주의 사회란 1인 1투표권을 보장하는 평등사상을 기반으로 하는 사회입니다. 여론조사는 민주주의의 실현 과정을 투명하게 밝히는 유일한 방법으로서 의의도 지니고 있습니다. 즉, 적은 비용을 들여 어떤 사안에 대한 대중의 생각을 신속하게 파악해 민주주의의 실현에 기여하고 우리사회에 빼놓을 수 없는 중요한 기능을 맡고 있기 때문에 여론조사를 올바르게 이해하는 일이 중요하다고 봅니다.

저는 1974년 조사회사를 설립한 이후 지금까지 정치, 사회, 경제, 언론 등 다양한 분야의 여론조사를 생생하게 경험해 왔습니다. 어느덧 38년이란 세월을 뒤돌아보니 한국갤럽은 우리나라에서 가장 오래되고 유명한 조사회사로 성장했습니다. 그 사이 조사시장도 커져서 크고 작은 규모의 조사회사들이 너무 난립할 정도에 이르렀습니다. 특히, 올해는 지난 4월 총선과 오는 12월 대선을 앞두고 각종 선거여론조사가 범람하고 있습니다. 매일 언론을 통해 쏟아지는 서로 다른 여론조사 결과의 홍수 속에서 저조차도 현기증을 느끼고 있습니다.

다이아몬드도 평가 기준에 따라 어떤 것은 최고의 보석으로 높은 가격에 거래되고 또 어떤 것은 공업용으로 저렴하게 거래됩니다. 여론조사도 마찬가지입니다. 표본수 몇 명, 표본오차 몇 %포인트라는 숫자와 함께 제시되는 수많은 여론조사 결과 중에서도 분명히 옥석(玉石)은 존재합니다. 이 지면을 빌어 인문학을 공부하신 선후배 여러분께 여론조사를 잘 이해하고 옥석을 가리는 방법과 올해 대선을 잘 감상할 수 있는 통찰력(Insight)을 함께 드리고자 합니다.

한국갤럽조사연구소는 어떤 곳인가?

먼저, 간략하게 저희 연구소를 소개하겠습니다. 현재 직원 수는 170여 명으로 그리 규모가 크진 않습니다. 많은 사람들이 갤럽을 정치여론조사만 하는 회사로 알고 있습니다만, 일반 기업들이 의뢰하는 마케팅조사, 경영 관련 조사가 전체 프로젝트 비중의 80퍼센트를 차지하고 있습니다. 클라이언트 중에는 대기업들이 상당수를 차지합니다. 우리가 하는 일은 광고 효과, 신제품 개발, 브랜드 관리, 고객만족도 측정 등 다양한 분야의 조사를 수행해 조사 의뢰 당사자가 합리적인 의사결정을 내리는데 도움을 주는 것입니다.

‘갤럽’이라는 이름을 사용하게 된 것은 제가 1978년 갤럽 인터내셔널¹⁾의 멤버가 되면서부터입니다. 갤럽 인터내셔널은 한 나라에 한 개의 조사기관만 가입할 수 있고 해마다 국제회의를 개최해 새로운 조사 기법을 공유하고 있습니다. 우리 한국갤럽도 갤럽 인터내셔널 회의를 통해 습득한 해외의 각종 선진 조사기법을 프로젝트에 적용하는 등 수준 높은 조사회사로 성장하기 위해 노력하고 있습니다.

1974년 설립 후 기업을 위한 마케팅조사를 주로 하던 저희 연구소는 역대 대통령 선거 결과를 정확히 예측하고 적중시키면서 국민의 70%가 이름을 아는 대표 조사회사로 발돋움했습니다. 1987년 우리나라에서 처음으로 노태우 대통령 후보의 당선을 예측하며 언론의 주목을 받기 시작했습니다. 우리는 선거 당일 투표가 끝난 6시, 노태우 후보가 34.4%로 당선될 것이라는 예측 데이터를 국내외 언론사에 발표했습니다. 그러나 아이러니컬하게도 그것을 보도한 기관은 NHK TV(일본방송)였고 국내 언론은 침묵했습니다. 선거 결과가 발표되고 우리의 예측이 적중한 사실을 확인한 다음에야 국내 언론은 이 사실을 대서특필했습니다. 이후 1992년 김영삼 대통령 후보의 당선 예측 역시 적중하였고, 1997년 대선에서 김대

중 대통령 후보가 1%포인트 차이로 당선할 것이라는 예측이 적중해 세상을 놀라게 한 바 있습니다.

우리에게는 왜 여론조사가 필요한가?

민주주의 정치가 성립하기 위해서는 절차와 과정이 투명하게 공개되어야 합니다. 1987년에는 선거 전 두 달간 여론조사 결과 발표가 금지되어 암흑 속에서 선거가 진행돼 당시 후보자들은 저마다 자신이 당선될 것이라고 큰소리쳤고, 그렇지 않다면 선거 자체에 문제가 있는 것이라고 치부했습니다. 과정과 절차가 크게 왜곡되어 온전한 민주주의라고 할 수 없는 상황이었습니다. 하지만 우리의 여론조사 예측이 적중한 뒤로 낙선한 후보자들은 선거 결과를 막무가내로 부정하기 어려워졌고 이로써 사회 혼란을 크게 막을 수 있었습니다. 이 때 조선일보가 선거기간 동안 6회에 걸쳐 조사된 각 후보 지지도의 변화를 선거 다음 날 보도했습니다. 예측조사에 따르면 노태우 당선자의 지지도가 항상 1등으로 앞서고 있었기 때문에²⁾, 다른 후보들도 결과를 인정할 수밖에 없었습니다. 이렇듯 암흑 속에서 이루어지던 선거에 불을 밝혀 우리 국민이 그 과정을 볼 수 있게 만든 것이 바로 여론조사입니다. 여론조사 결과의 발표가 없다면 앞이 보이지 않는 안개 속에서 선거를 치르는 것이나 마찬가지입니다. 이처럼 여론조사 결과가 선거과정을 환하게 밝혀 줄 때에만 사회가 좀 더 건전해 질 수 있다고 생각합니다. 이것이 제가 위험을 무릅쓰고 여론조사 및 선거예측을 해온 이유이기도 합니다.

여론조사는 정확한가?

잘못된 조사 결과 때문에 낭패를 봤다는 분들도 있겠지만, 오늘날 여론조사의 수준은 전반적으로 높은 편입니다. 여론조사는 기업이나 행정기관이 사전에 위험이나 가능성을 진단하고 손실을 줄이기 위한 필수 과정입니다.

1) The Gallup International Association(GIA)은 1948년에 여론조사의 창시자인 G.Gallup의 주도로 창립되었고 현재 67개국이 가입한 세계 최대의 독립 조사회사 모임이다.

2) 제13대 대통령 선거 당일인 1987년 12월 16일, <조선일보>는 1면에 한국갤럽의 유권자 투표의향 조사 결과를 실었고, 개표가 완전히 끝나고 당선자가 확정된 후인 18일자 9면에는 한국갤럽이 10월 20일부터 12월 14일까지 6회에 걸쳐 실시한 여론조사 결과를 공개했다. 12월 19일자 4면에는 “여론조사는 민주 정치의 핵심”이라는 제목의 한국갤럽 박무익 소장 인터뷰와 함께 노태우, 김영삼, 김대중, 김종필 네 후보에 대한 성별, 연령별, 학력별, 직업별 지지도 조사 결과를 실었다.

제 지인의 예를 들어보겠습니다. 현재 모 백화점의 회장직에 있는 그 분은 20년 전, 선거 출마를 앞두고 우리 연구소에 사전 여론조사를 의뢰했습니다. 지지율을 확인해본 결과 당선이 어렵다고 판단해 출마하지 말 것을 권유했고, 이를 흔쾌히 받아들인 그 분은 명예를 지킬 수 있었습니다. 이처럼 여론조사 한 번이면 당락을 쉽게 판단할 수 있는데도 많은 후보들이 이 과정을 거치지 않고 주변인들의 격려와 박수에만 취해 선거에 출마하여 패가망신하는 일이 너무 흔합니다.

기업경영도 마찬가지입니다. 요즘도 우리나라 기업에서 출시된 신제품의 80%는 실패합니다. 사전에 조사를 완벽하게 해도 실패할 수 있지만, 조사를 제대로 활용하지 않아 실패한 경우가 훨씬 더 많습니다. 이러한 사례들이 무수히 많은데도 조사를 간과하는 이유는 경영자의 마음속에 여론조사에 대한 불신이 있기 때문이라고 생각합니다. 혹은 기존에 해온 대로 직감이나 경험에만 의존하고 조사를 어떻게 활용해야 하는지 모르는 무지에서 그 원인을 찾을 수 있습니다.

정확한 여론조사의 조건은 무엇인가?

여러분들께 꼭 알려드리고 싶은 것은 바로 ‘정확한 여론조사의 조건’입니다. 여론조사가 사회과학으로 인정받게 된 것은 1935년 조지 갤럽³⁾이 과학적 샘플링 방법을 적용하면서부터입니다. 바로 ‘랜덤 샘플링(Random sampling), 무작위 표본추출’이란 개념입니다.

무작위 표본추출 개념을 적용하면 전체 미국인 중에서 1,000명 정도만 조사해도 여론을 파악할 수 있습니다. 우리나라 국민의 여론을 파악하고자 할 때도 마찬가지로 무작위 표본추출로 1,000명을 조사하면 됩니다. 그러나 실제 조사 과정에서 무작위 원칙을 지키는 것은 상당히 어렵기 때문에 전문 조사기관이 필요한 것입니다.

무작위 표본추출에 대한 설명에 앞서 표본추출과 관련한

기본 사항에 대해 설명해 보겠습니다. 알고 싶은 것이 우리나라 국민 전체의 여론이라면 원칙적으로는 우리나라 국민 전체를 조사대상으로 해야 합니다. 조사 대상에 포함되는 전체 인원, 이것을 모집단이라고 합니다. 하지만 물리적, 공간적, 시간적 제약으로 인해 사실상 모집단에 대한 전수 조사는 대체로 불가능합니다. 그러므로 정확한 여론조사를 하기 위해서는 모집단의 특성을 제대로 반영하는 조사설계를 하는 것이 최우선이라고 하겠습니다.

가령 전국 1,000명 대상으로 조사를 한다고 예를 들어 보겠습니다. 조사 당시 서울 인구가 전국 인구의 24%를 차지하고 있다면, 조사 대상 1,000명 중 240명은 서울에서 선택해야 합니다. 무작위 표본추출에서 가장 중요한 기준은 ‘누구를, 어떻게 뽑아서 조사할 것인가?’입니다. 그러므로 국민 한 사람 한 사람이 표본으로 뽑힐 확률이 동일해야 하는 것입니다. 이처럼 지역별 인구분포를 고려해 대표성 있는 표본을 무작위로 추출해 내기 위해서는 조사 대상, 표본크기, 표본추출방법, 자료수집 방법 등을 포괄하는 조사설계를 제대로 하는 것이 필수 조건입니다.

조사기관의 좋고 나쁨은 조사설계 단계에서 얼마나 적합하고 효율적인 대안을 제시하는지, 또 얼마나 원칙대로 조사를 잘 수행하는지에 달려 있습니다. 가끔 조사의 중립성을 지키지 않고 의뢰자가 요구하는 대로 조사해 주는 한심한 일들이 일어나고 있는데 조사인의 한 사람으로서 정말 안타깝습니다.

무작위 표본추출을 지키지 않은 조사를 믿을 수 있을까?

무작위 표본추출이 왜 중요한 것인지 사례를 들어 볼까요? 1987년 대선을 앞두고 김영삼 후보와 김대중 후보 모두 자체 여론조사에서 자신이 1등이라는 결과를 유세장에 뿌리고 다녔습니다. 하지만 둘 다 무작위 표본추출에 어긋나는 조사에서 나온 결과였습니다.

3) George Horace Gallup, 1901~1984. 미국의 심리학자. 아이오와주립대학에서 심리학 전공 후 드레이크대학, 노스웨스턴대학, 컬럼비아대학에서 신문학, 광고학 교수 역임. 광고 대행업과 상업 조사를 계기로 1935년 갤럽 창립. 1936년 미국 대선 예측 적중으로 널리 알려짐. 출처: 위키백과.

선거를 열흘쯤 앞둔 시점에 저와 친분이 있던 LG(당시 럭키금성그룹) 임원으로부터 “누가 이번 선거에 당선될 것으로 보느냐”는 질문을 받았습니다. 그때 저는 노태우 후보가 한 번도 1위를 내준 적이 없다고 대답했습니다. 그러자 그분은 무슨 헛소리냐는 말투로 자신의 경험담을 들려주었습니다. 여의도 트윈타워(쌍둥이빌딩)에 근무하는 직원 4,000여명이 참여한 모의투표에 따르면 김영삼 후보의 지지가 60%로 나왔기에 그의 당선을 확신한다는 이야기였습니다. 그때 트윈타워에 근무하던 직원들은 대체로 20~30대 젊은 엘리트들이었습니다. 즉 일부 지역, 일부 계층의 여론일 뿐이었던 셈이지요. 우리 국민 전체를 대표할 수 없는 조사에서 나온 결과는 실제 조사결과와 다를 수밖에 없습니다. 선거 후, LG 임원은 그 일을 계기로 제대로 된 여론조사의 중요성을 깨달았다고 하더군요. 응답자 수, 즉 표본규모가 클수록 조사가 더 정확하다고 할 수 없으며 모집단 특성을 잘 반영한 조사설계 없이 얻어진 조사 결과는 무의미하다는 점을 다시 한 번 강조하고 싶습니다.

이 사례는 이번에 치른 총선과도 무관하지 않습니다. 최근 들어 관심이 집중되고 있는 SNS라는 공간은 25년 전 LG트윈타워와 비슷한 구조입니다. 수도권이나 대도시에서 거주하고 스마트폰을 이용하는 20~40대가 많으며, 특정 서비스 가입자들 사이에서 형성되는 여론입니다. 물론 이들의 왕성한 정보생산력과 전파력을 간과할 수 없고 5년, 10년 후에는 그 영향력이 더 커지겠지만, SNS에 지나친 비중을 두고 일반론처럼 이야기하거나 이슈화시키는 것은 위험하다고 생각합니다.

우리나라 선거 경향을 살펴보면 연령별 차이가 나타납니다. 예를 들면, 50대 이상에서는 절반 이상이 새누리당을 지지하며, 20~30대는 새누리당보다 통합민주당을 더 많이 지지합니다. 그리고 선거 예측에서 아주 중요한 변수인 투표율 역시 연령별로 다르기 때문에 선거 전 일반적인 여론조사와 선거 예측 결과는 다를 수밖에 없습니다. 이런 상황에서 선거예측을 제대로 하기 위해서는 ‘조사대상이 누구인가, 무작위 표본추출을 했나, 자료수집 방법은 어떤 것인가, 언제 조사했나’와 같은 조사설계 부분을 세심하게 살펴야 합니다.

그럼에도 선거 결과에 대해서는 그 누구도 확신을 가지고 예단할 수 없습니다. 선거 기간 중 후보들이 여러 조사 결과를 참고해 선거 운동 전략을 수정해가며 막판까지 지지율을 높이는 노력을 해 왔더라도, 선거 전날 전세에 큰 영향을 끼칠 돌발사건이 벌어진다면 결과는 충분히 바뀔 수 있기 때문입니다.

표본오차란 무엇인가?

여론조사 결과를 접할 때 중요하게 살펴봐야 할 것이 ‘표본오차’입니다. 언론을 통해 ‘1,000명을 조사했고 표본오차는 95% 신뢰수준에서 $\pm 3\%$ 포인트’라는 문구를 자주 접할 수 있습니다. 1,000명 조사에서 후보 A의 지지율이 48%라면, 조사를 100번 했을 때 95번은 A의 지지율이 45%에서 51% 사이에 포함될 것이라는 의미입니다. 엄밀하게 말하면, 비슷한 시기에 실시된 두 번의 조사에서 후보 A의 지지율이 각각 47%, 49%로 나왔다고 할 때 수치상 2%포인트 차이가 나지만 오차범위 내에 있기 때문에 통계적으로는 유의미한 차이가 없는 것입니다. 이제 ‘오차범위’의 개념을 알게 되셨으니, 앞으로 여론조사 결과에서 약간의 변화나 차이에 일희일비해서는 안 되겠습니다.





왜 국회의원 선거 예측은 잘 틀리는가?

많은 분들이 궁금해 하는 점이 있습니다. ‘대선 결과는 잘 맞추는데 왜 국회의원 선거 결과는 출구조사 결과와 많이 다른가?’ 하는 것입니다. 지난 4월 총선에서는 전국에 246개 선거구가 있었고 그 중 11곳이 1,000표차 이내로 1,2위의 당락이 결정되었습니다. 방송 3사가 처음으로 전체 선거구에서 출구조사를 실시했는데 예측과는 달리 17곳에서 실제 개표 후 당선자가 바뀌었습니다. 이 중 14개 선거구에서 새누리당 후보가 당선됐습니다. 이를 두고 출구조사의 문제점을 지적하는 분들도 있지만, 면밀하게 결과를 살펴보면 거의 대부분의 수치가 표본오차 범위에서 크게 벗어나지 않아 통계적으로는 상당히 정확했음을 알 수 있습니다. 출구조사 결과 1, 2위가 표본오차 범위 내에 포함된 지역에서 당선자가 뒤바뀐 경우는 여론조사에서 어쩔 수 없는 부분이며, 이를 감안하여 잘 해석할 필요가 있습니다.

모든 조사에는 오차가 있습니다. 앞에서 표본오차를 말

씀 드렸지만 국회의원 선거는 선거구당 조사표본이 평균 500명에 불과해 오차가 큰 것에도 원인이 있습니다. 또한 자료수집 절차나 질문 문구, 응답자의 질문 이해 수준, 응답 참여도 등 조사 진행 과정에서 발생하는 비표본 오차도 존재합니다. 조사설계와 진행 절차를 공개하고, 인식한 문제점을 조금씩 개선해간다는 점에서 여론조사는 사회과학의 영역에 속합니다. 대부분의 과정은 생략되고 결과만 내놓는 역술인의 점과는 분명히 다름을 인식해 주시기 바랍니다.

흔히 돌아다니는 ARS 조사는 어떻게 보아야 하나?

많은 여론조사가 난무하는 가운데 상이한 결과를 대하며 많은 사람들이 혼란을 느낄 것입니다. 최근 늘어난 ARS(Auto Response System, 자동응답시스템)조사 역시 여론조사 데이터 수집 방법 가운데 하나이기 때문에 그것에 맞는 조사대상자의 특성이나 조사 주제가 있다고 봅니다. 그러나 현재 우리나라에 ARS 조사가 횡행하는 가장 큰 이유는 시스템만 도입하면 누구나 저렴한 비용으로 여론조사의 흉내를 낼 수 있기 때문입니다. 앞서 설명 드린 여론조사의 전제와 절차를 무시하더라도 어찌됐든 숫자는 얻어집니다. 조사원이 직접 인터뷰하는 것이 아니라 응답자가 미리 녹음된 음성 질문을 듣고 전화기의 번호를 눌러 답하는 방식인 ARS 조사는 그 응답률이 5~6% 수준 또는 그 미만이라고 알려져 있습니다. 다시 말해 전화를 받은 100명 중 응답하지 않고 끊어버리는 95명의 생각을 알 수 없다는 의미입니다. 전화번호는 RDD(Random Digit Dialing) 방식으로 추출해 이용할 수 있다 하더라도 조사 진행 과정 상 응답자의 정서적 반응에 대해 피드백이 없는 ARS 조사 결과는 활용할 때 특별한 주의가 필요합니다.

최근 여러 언론들이 문제가 많은 ARS 조사를 마구 보도하거나, 다른 시점에 다른 질문으로 각기 다른 조사기관에서 조사한 결과를 분별없이 비교·보도해 자칫 일류 언론이 스스로 삼류 언론임을 폭로하는 것 같아 안타깝습니다. 조사의 ABC를 지킨 조사인지를 따져 보지도 않고 숫자만 나오면 마구 보도하는 우리 언론의 보도태도는 사

회 혼란을 가중시킵니다. 이러한 추세가 이어지면 여론 조사를 불신하는 분위기를 조장할 수 있기 때문에 매우 우려가 됩니다.

여론조사에서 1위는 항상 유리한가?

여론조사 보도와 관련해서 한 가지 더 말씀 드리겠습니다. 대선을 앞두고 대선 후보 지지도 조사 결과가 자주 발표됩니다. 많은 분들이 조사에서 1위를 차지한 후보가 유리할 것이라고 생각하지만 제 경험에 의하면 1위보다 2위가 더 유리한 경우가 많습니다. 이번 총선을 되돌아보면 새누리당은 자신들이 110석 확보도 어려울 것이라 했고, 통합민주당 역시 자체 분석 결과 120석을 넘기기 힘들 것이라는 예상을 내놓으며 서로 상대 측이 엄살을 부린다고 했습니다. 이는 분명 서로 우세하다고 주장하던 과거와는 다른 행태입니다.

이처럼 1등에게 표가 쏠리는 현상을 ‘밴드왜건 효과(Band-wagon effect)’⁴⁾라고 합니다. 시골에 군악대가 나팔을 불고 지나가면 동네 아이들이 따라간다는 의미로 1등을 쫓아가는 편승효과를 뜻합니다. 그 반대로 2등을 응원하는 경향을 ‘언더독 효과(Under-dog effect)’라고 합니다. 개싸움에서 유래한 이 말은 누가 봐도 결과가 뻔한 절대 강자와 약자의 싸움에서는 약자에 대한 연민이 커지는 현상을 의미합니다. 만약 어느 정당이 150석을 넘긴다고 발표한다면 1위 정당을 지지하는 국민들은 투표장에 가지 않거나 그 당을 거만하게 생각해 마음을 바꿀 수 있다고 생각한다는 것입니다.

과거 우리나라 선거에서 정당이나 후보들은 밴드왜건 효과를 믿었지만, 최근 모습을 보면 언더독 효과에 더 비중을 두는 것 같습니다. 그러나 미국 갤럽 조사 결과에 의하면, 어느 쪽도 선거결과에 영향을 주지 않는 것으로 나타났습니다. 1936년부터 2008년까지 미국의 역대 19회 대선 여론조사 추이를 보면, 선거일 한 달 전부터 1,

2위 격차가 줄어드는 경우와 벌어지는 경우가 각각 1/3 정도이며, 나머지 1/3은 계속 오차범위 내에서 엇치락 뒤치락하는 양상이었습니다.⁵⁾

만약, 1위가 유리하다면 1위는 계속 상승해야 하는데 그렇지도 않았고, 2위에 대한 동정표가 모인다면 2위가 올라야 하는데 그 또한 반드시 그렇지는 않은 것입니다. 따라서 매주, 매일 발표하는 조사에서 1위가 항상 유리하다는 가정은 배제해야 합니다. 예를 들어, 특정 언론사가 특정 후보가 더 우세한 조사 결과를 보도한다고 해서 그 언론사가 특정 후보를 띄우려는 의도가 있다는 식의 의혹은 어리석은 추측일 뿐입니다.

2012년 대통령 선거 전망은?

올해 대선을 앞두고 저에게 전망을 묻는 분들이 많지만, 사실 지금으로서는 저도 어찌될지 알 수 없습니다. 여론은 계속 변하고 여론조사는 그 변화의 순간을 스냅 사진으로 기록할 뿐입니다. 제 임무는 여러분 스스로 조사 결과를 분석하고 나름대로 예측을 잘 할 수 있는 방법을 알려드리는 것이라고 생각합니다.

이번 총선을 두고 언론에서는 민주당이 앞설 것이라 예상했지만 결과적으로 새누리당이 앞선 것에 대해 ‘왜 그런가? 앞으로 어떤 변화가 올 것인가?’라는 질문을 던지게 됩니다. 한 가지 지적을 한다면, 총선 전 한명숙 씨는 민주당 당대표가 되면서 첫마디가 ‘복수하겠다, 심판하겠다’였습니다. 당대표는 국민을 향해서 약속을 이야기해야 하지 않았을까요? 총선 결과를 보면 국민의 관심사를 이야기하고 미래를 이야기한 후보들이 그렇지 않은 후보보다 당선확률이 높은 것을 알 수 있습니다. 주로 정권심판을 외치는 야권에 비해 새누리당이나 박근혜 위원장이 미래와 희망에 대한 말을 상대적으로 더 많이 했다고 봅니다. 공약의 진정성이나 구체적인 실행안과는 별개로 선거에서 후보가 어떤 메시지를 던지는가는 중요한 문제

4) 미국 하비 라이벤스타인(Harvey Leibenstein, 1922~1994)이 1950년에 발표한 네트워크 효과의 일종. 유행에 따라 상품을 구입하는 소비현상을 뜻하는 경제용어로, 곡예나 퍼레이드 맨 앞에서 행렬을 선도하는 악대차가 사람들의 관심을 끄는 효과를 내는 데에서 유래. 특정 상품에 따라 어떤 사람의 수요가 다른 사람들의 수요에 의해 영향을 받는 현상. 편승효과라고도 함. 출처: 네이버 백과사전.

5) <갤럽의 여론조사> pp. 44~45 내용과 미국 갤럽의 1936~2008년 역대 19회 대선 여론조사 추이 참조.
<http://www.gallup.com/poll/110548/Gallup-Presidential-Election-TrialHeat-Trends-19362004.aspx#1>

입니다. 여러분도 이번 총선을 음미해 보면서 제 글을 읽으시면 더욱 흥미로울 것입니다.

우리 세상은 어떻게 변해가고 있는가?

우리를 혼란스럽게 하는 것은 빠르게 변화하는 세상입니다. 대기업은 사업 확장이나 신규 사업 진출을 위해 시장을 분석하고 흐름을 주도하고 있다고 생각하기 쉽지만, 그 기저에 있는 사회의 큰 변화와 사람들의 정서 변화까지는 잘 파악하고 있지 못하는 것 같습니다. 과거에 비해 대기업의 입지가 많이 좁아졌는데, 이는 선거 풍토의 변화에서도 잘 드러납니다.

예를 들어, 2007년 12월 이명박 대통령은 압도적인 표차로 당선되었지만⁶⁾ 2010년 6월 서울시장 선거에서 오세훈, 한명숙 후보의 선거 결과는 1%포인트의 표차 내에서 당락이 결정되었습니다. 오세훈, 한명숙 후보에 대한 사전 여론조사는 7%포인트 차이를 보였지만, 실제 개표에서는 그 차이가 1%포인트 범위로 줄었습니다. 2011년 10월 서울시장 보궐선거에서는 선거 일주일 전 여론조사에서 나경원 후보가 10%포인트 이상 앞섰지만, 실제 개표 결과 박원순 후보가 승리했습니다.

저는 오세훈, 한명숙 후보의 서울시장 선거에서 1%포인트 내 당락이 결정되는 것을 보며 선거 풍토가 3년 전에 비해 많이 달라졌다는 생각을 했습니다. 중요한 이유로는 빈민층이 많아졌다는 점을 들 수 있습니다. 당시 한명숙 후보는 무상급식을 공약으로 내세웠습니다. 처음에는 그리 큰 효과가 있을 거라 생각치 못했으나 예상 외로 효과적인 이슈가 되었습니다. 새누리당 지지자가 많은 것으로 알려진 강남 지역에서조차 무상급식 공약에 이끌린 많은 사람들이 한명숙 후보를 지지했으니까요.

예전에는 나의 가난이 나와 내 가족의 문제라고 인식했지만 지금은 나의 가난이 한국사회의 잘못 때문이라고 인식합니다. 부자들이 세금을 더 많이 내서 사회복지 실현해야 한다고 생각하는 사람들이 많아졌다는 것입니다. 천안함 사태가 발생했을 때 한명숙 캠프는 새누리당

을 선택하면 전쟁이 일어날 것이라고 했습니다. 그런 상황에서 평화를 원하는 유권자들은 통합민주당을 선택했을 것이라고 생각합니다.



누가 New Trend를 만들고 있는가?

2011년 서울시장 보궐선거의 박원순, 나경원 후보 상황도 비슷했다고 봅니다. 여론조사에서는 나경원 후보가 유리한 점도 있었지만 실제 표 차이가 크게 벌어진 것은 무상급식 사건으로 오세훈 전 시장이 사퇴하면서 무상급식이 더 이상 논란거리가 되지 않은 점, 그리고 가난한 사람들의 고통이 더 커진 데 있습니다.

얼마 전 대형 할인점의 저가 쇠고기 광고를 보면서 '싸게 구입할 수 있는 소비자는 좋으나 이로 인해 무너지는 자영업자는 어떻게 할 것인가, 그런 행사를 하는 대기를 향한 자영업자의 분노를 생각해 본 적이 있을까' 하는 의문을 품었습니다. 이런 현상은 자영업자의 궤멸과도 상관이 있다고 봅니다. 제가 사는 평창동, 효자동 인근의 작은 가게들을 보면, 그들은 가게 문을 닫는 순간 실업자가 된다는 두려움과 어려움 속에서 문을 닫지 못하고 가게를 근근이 이어가고 있습니다. 그에 반해 우리나라 대기업은 과도한 이익을 챙기며 저 혼자만 성장하고 있다고 느끼는 사람들이 많아졌습니다. 나경원 후보가 1억 원짜리 피부 클리닉에 다녔다는 기사의 진위 여부는 알 수 없지만 같은 맥락에서 서울 시민들은, 실제로 그 피부 클리닉에 다녔을지도 모를 나 후보에게 투표하는 것이 내키지 않았을 것입니다.

박원순 후보가 서울시장에 당선된 지 얼마 되지 않아, 우

6) 당시 이명박 후보는 2위 정동영 후보에 531만표차로 앞섰고 이는 대선 사상 최대 표차였다.

연히 택시기사와 대화를 나눈 적이 있습니다. 그는 이번 보궐선거에서 박원순 후보가 당선되어 기분이 좋다고 말했습니다. 기분이 어떻게 좋으냐고 물으니 “박 후보가 시장으로 당선되니 마음에 봄이 찾아와 얼음이 녹는 기분”이라고 하더군요. 그 말을 듣고 저는 오세훈 전 시장이 ‘디자인 서울’을 앞세워 추진한 여러 정책과 서민들이 원하는 정책 사이에 큰 간극이 있지 않았나 하는 생각이 들었습니다. 선거로 뽑힌 분은 자신을 뽑아 준 서민들의 불만, 애환을 여론조사로 정확히 파악하는 일이 모든 행정의 출발임을 알아야 합니다.

이번 총선에서 복지 공약 실현에 소요되는 비용은 새누리당이 5년간 연간 15조원, 통합민주당은 5년간 연간 32조원이 든다고 한 언론이 보도했습니다. 그러나 기획재정부가 분석한 자료에 의하면 새누리당과 민주당의 복지 공약 실현에 5년간 매년 53조6천억, 총 268조원이 필요하다고 합니다.⁷⁾ 새누리당이 과거에 비해 복지 분야에서 좌클릭한 것이 아닌가 하는 논쟁이 있지만 이런 사회 분위기 속에서 국민들의 표를 얻기 위해서 취하는 어쩔 수 없는 변화로 받아들여야 하지 않을까요?

그리스, 스페인 등 유럽 사회주의 정당의 몰락을 보며 과도한 복지를 원인으로 지적하기 전에 기업은 경영 차원에서 서민의 분노, 서민의 정서를 인식하고 이해하고 감싸주어야 할 것입니다. 작년에 <조선일보>는 ‘자본주의 4.0’ 시리즈를, <매일경제>는 ‘대한민국은 지금 분노의 시대’를 기획 연재했습니다. 이런 기사들이 서민들의 힘들고 지친 정서에 불을 지르는 역할을 했다고 봅니다. 흔히 보수언론으로 분류되는 <조선일보>, <매일경제>가 이러한 측면을 클로즈업한 것이 다소 아이러니합니다.

현재의 상황, 이런 토양 속에서 올해 대선 예측은 상당히 어렵습니다. 후보들의 지지도는 계속 변할 것이고 어떤 사건이 어떤 형태로 나타날지 아무도 알 수 없습니다. 언젠가 언론인 조갑제 씨는 ‘하늘을 한 번 배반한 사람이 대통령이 되더라’는 말을 한 적이 있습니다. 그만큼 현재의 지지율보다는 대선 레이스 도중 큰 이슈를 만드는 사람이 대통령이 될 가능성이 높다는 말이겠지요. 그러니 유권자

의 입장에서 늘 정치권의 동향을 지켜볼 필요가 있습니다.

이제 당신도 용한 점(占)쟁이가 되었지요?

올해로 38주년을 맞이한 우리 연구소는 그동안 국민의 협조에 고마움을 표하고자 ‘한국갤럽 데일리정치지표 (Gallup Korea Daily Political Index)’를 도입했습니다. 우리나라 대통령 직무 수행 평가, 정당 지지도, 대선 후보 지지도를 휴대전화 RDD(Random Digit Dialing) 조사 방식으로 매일 진행해 그 결과를 매주 월요일에 무료로 공개합니다. 한국갤럽 홈페이지를 통해 우선 구독 신청을 하면 일반 공개에 앞서 더 일찍 이메일로 결과를 받아보실 수 있습니다. 이 결과를 보시면 여러분도 대선이 어떤 방향으로, 어떻게 흘러가는지 알 수 있을 것입니다.

예컨대 지난 총선 일주일 전, 여러 사람들이 제게 총선이 어떻게 될 것이냐고 물어왔습니다. 그때 저는 새누리당이 1당이 될 가능성이 높다고 답했습니다. 우리 한국갤럽의 데일리정치지표에서 이미 그 흐름을 예상할 수 있었기 때문입니다. 2월 내내 앞지락뒤지락 오차범위 내 비슷한 지지도를 보이던 새누리당과 민주통합당이 3월 초 새누리당 29%, 통합민주당 28%를 기록한 이후, 매주 격차가 벌어져 선거 일주일 전에는 새누리당 33%, 통합민주당 25%로 바뀌었습니다. 이 지표를 읽은 분들은 쉽게 새누리당의 승리를 예상할 수 있었을 것입니다

지금까지 설명한 내용만 숙지하셔도 당신은 보통 이상 수준의 여론조사 전문가가 된 셈입니다. 무엇보다 꼭 기억 해주셨으면 하는 것은,

첫째, 여론조사는 과학적 절차에서 얻어진 결과로 상당히 정확하다는 점입니다.

둘째, 여론조사의 옥석을 구분하고 제대로 된 여론조사를 가려 보아야 한다는 점입니다.

셋째, 본인이 속한 직업군, 연령대 등의 사람들과 이야기한 것만으로 추측하지 말고 다수의 서민이 겪는 빈곤과 고민, 분노를 헤아려 사회 변화를 조망하시라는 점입니다.

이제 당신도 용한 점쟁이가 되었지요? 

7) <한국경제> 2011년 4월 11일 “과도한 복지지출 경계…… 야권 ‘무상 시리즈’ 제동 걸릴 듯”