

연구논문

선거여론조사 응답자는 어떤 시민인가? 정치참여로서의 선거여론조사 응답과 여론조사의 대표성 위기*

장경은** · 김선호*** · 백영민****

본 연구는 한국의 정당 공천과정에서 선거여론조사 참여의 의미를 정치참여의 측면에서 살펴보고, 여론조사 응답자의 특성이 선거여론조사 참여행동에 미치는 영향 및 그 과정을 탐구하였다. 응답자의 특성을 나타내는 변수는 인구통계학적 특성(성별, 연령, 교육 및 소득수준)과 정치적 특성(정치지식, 정치이념성향 및 이념성향강도, 정치효능감, 정치냉소주의, 과거 투표참여여부, 선거캠페인 참여수준)을 포함하였다. 성, 연령, 거주지역을 기준으로 할당표집한 온라인 설문조사(N = 1,000)를 통해 다음과 같은 결과들을 발견하였다. 첫째, 응답자의 연령이 높을수록 선거여론조사 접촉경험이 없는 것으로 나타났다. 둘째, 응답자의 연령, 교육수준, 선거캠페인 참여수준이 높을수록 의외받은 선거여론조사에 협조할 가능성이 높았다. 셋째, 정치효능감이 높은 응답자들은 선거여론조사 결과를 경선에 반영하는 것에 대해 호의적인 태도를 취하며, 이는 선거여론조사 참여의향을 높이는 것은 물론 선거여론조사에 실제로 참여할 가능성도 높이는 것으로 나타났다. 본 연구결과는 국내 주요정당의 선거여론조사에 기반한 공천과정이 정치 고관여자의 목소리를 과잉 반영하게 되어 조사의 대표성을 확보하기 어려우며, 그 결과 전체 유권자의 의사결정을 대표하는데 한계가 있음을 시사한다.

주제어: 선거여론조사, 선거여론조사 참여, 정치참여, 응답자 특성, 선거여론조사 대표성

* 이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구입니다 (NRF-2020S1A5C2A03093177). 심사과정에서 논문에 유익한 조언을 해주신 세 분의 심사위원님들께 이 자리를 빌어 감사의 말씀을 전합니다.

** 연세대학교 커뮤니케이션 연구소 전문연구원(katejiang@gmail.com), 제1저자.

*** 한국언론진흥재단 책임연구원(kimsonho@kpf.or.kr), 제2저자.

**** 연세대학교 언론홍보영상학부 교수(ymbaek@yonsei.ac.kr), 교신저자.

I. 들어가며

한국의 정치과정에서 선거여론조사의 위상은 압도적이다. 선거를 준비하고 캠페인을 기획하기 위해 선거여론조사를 활용하는 모습은 대부분 국가들에게서 공통적으로 나타나지만(Berinsky 1999; Jacobs & Shaprio 2000; Verba 1996; Weissberg 2002), 소위 민주주의 선진국들에서는 공직후보를 선정·선출하는 과정에 선거여론조사 결과를 정량화시켜 반영하지 않는다(강원택 2007; 김래영 2012; 이동운 2020; 이재명 2016; 윤정인 2019). 후보자 경선과정에서 선거여론조사를 활용하는 방식에 대한 선행연구에서는 대부분 정치적 권리나 정당제도에 대한 법리적 문제점, 정당 정치의 약화와 같은 민주주의 정치규범의 쇠퇴 등을 반복적으로 지적하였으며, 선거여론조사 결과의 예측실패, 조사방식이나 설문방식에 따른 조사결과 차이 등을 제시하는 방식으로 선거여론조사에 내재한 방법론적 한계에 대한 실증자료들도 적지 않다(강원택 2007; 김래영 2012; 이동운 2020; 이재명 2016; 윤정인 2019). 그러나 2000년 초반 이후 선거여론조사는 여전히 정당후보자 결정과정에서 결정적 역할을 수행하고 있으며(구본상 2017; 하세헌 2011), 이는 지난 2022년 대통령 선거과정에서도 반복되었다.

학계의 우려, 정당 내부의 반발, 선거여론조사의 부정확성에 대한 여러 논란에도 불구하고, 왜 선거여론조사 결과는 공천과정에 계속 반영되는 것일까? 이 문제에 답하기 위해 본 연구에서는 선행연구에서 주목하지 않은 두 가지 측면에 집중하였다. 첫째, 국내 정치상황에서 정치참여를 원하는 일반시민의 관점에서 선거여론조사가 어떤 의미를 갖는지 살펴보았다. 투표참여를 제외할 때, 일반시민이 자신의 정치적 목소리를 개진하기 위해서는 적지 않은 시간, 노력, 자금을 희생해야 한다(Verba 1996; Verba et al. 1995; Verba & Nie 1972). ‘공직자의 선출과 공직자의 의사결정에 영향력을 행사하려는 시민의 행동’(Verba & Nie 1972, p. 2; 또한 Delli Carpini et al. 2004 참조)이라는 정치참여에 대한 정의를 고려할 때, 국내 정치상황에서 후보자 공천과정에 직접적 영향을 미치는 선거여론조사 의뢰에 호응하여 자신이 지지하는 후보(혹은 자신이 선호하지 않는 후보)에 대한 의견을 피력하는 것을 정치참여의 일종으로 간주해도 무방할 것이다. 특히 다른 자유민주주의 국가와 달리 후보자 선정과정에 선거여론조사 결과를 반영하는 것이 정례화된 국내 정치상황

을 감안할 때, 후보자나 후보 관계자들이 자신을 지지하는 시민들에게 적극적으로 선거여론조사 응답을 요청하는 모습이 이제는 더 이상 낫설지 않은 상황이다. 이런 점에서 선거여론조사 참여자가 누구인지를 살펴보는 것은 한국정치에서 선거여론조사 참여가 일반시민에게 어떤 의미를 갖는지 이해하는 첫걸음일 것이다.

둘째, 선거여론조사 의부정확성 문제에 집중하는 선행연구와 달리, 본 연구에서는 선거여론조사를 활용하려는 정당의 결정이 어떻게 선거여론조사의 대표성을 훼손시키며 여론조사 불신으로 이어질 수 있는지 살펴보았다. 모집단에서 표본을 추출하는 다른 조사기법들과 마찬가지로, 선거여론조사 역시 확률적으로 표집오차를 피할 수 없으며, 무엇보다 어떤 미디어를 통해 표집할지, 어떤 시점에 어떤 질문을 사용할지에 따라 비표집 오차가 심각하게 발생한다(강원택 2007; 지병근 2010; Keeter et al. 2000; Kennedy et al. 2018; Schaeffer & Presser 2003; Verba 1996). 본 연구는 선행연구들에서 지적하는 선거여론조사를 둘러싼 방법론적 한계점에서 한 발 더 나아가, 후보자 경선과정에서의 선거여론조사 활용으로 인해 국내 선거여론조사의 성격이 어떻게 훼손·변질될 수 있는지를 밝히는 데 집중하였다. 선행연구들에서 지적하는 선거여론조사의 방법론적 한계들은 다른 국가들에서도 비슷하게 확인되는 현상으로 유독 우리나라에서만 발생하는 문제는 아니다. 그러나 선거여론조사가 공식적 정치과정과 별개로 진행되는 다른 국가들과 달리, 우리나라의 선거여론조사는 공식적 정치과정에 종속되면서 조사결과의 대표성이 훼손될 위험에 처해 있다. 정당의 후보자 결정과정에 선거여론조사가 활용됨에 따라 선거여론조사는 ‘조사’가 아닌 ‘동원’으로 변질되면서, ‘조사응답자(표본)’가 ‘일반유권자(모집단)’를 대표하지 못할 가능성이 점점 높아지고 있다(윤종빈·박병훈 2011).

본 연구는 다음과 같이 구성되었다. 먼저 정치참여 문헌을 토대로 선거여론조사 응답이 어떤 점에서, 왜 정치참여 방식으로 정의될 수 있는지 살펴보았다. 아울러 공천과정에 선거여론조사 결과를 반영하는 정당의 결정이 ‘접촉단계’와 ‘응답단계’의 2단계로 구성되는 선거여론조사 표본수집과정에서 특정 성향의 시민들만 적극적으로 조사에 응하면서 나타나는 ‘선택 편향(selection bias)’을 확대시킬 수 있으며(Lynn & Jowell 1996; Matthew 2020.11.10), 이로 인해 조사결과의 대표성은 어떻게 훼손될 수 있는지 살펴보았다. 이를 위해 인구통계학적 특성들과 정치이념성향, 정치지식, 정치참여수준 등과 같은 유권자의 개인적 특성들과, 선거여론조사 경선 반영 태도, 선거여론조사 접촉·응답경험과 조사참여 의향 등을 조사한 온라인 설문 조사를 실시하였다. 자료분석을 통해 선거여론조사에 적극적으로 응답하는 유권자

는 누구이며, 선거여론조사를 공천과정에 반영하는 정당의 결정으로 인해 선거여론조사 응답자 구성이 어떻게 편향될 수 있는지 살펴보았다. 분석결과를 토대로 선거여론조사와 정당의 공천과정의 관계에 대해서도 논의하였다.

II. 이론적 논의

1. 정치참여로서의 선거여론조사 응답

행동주의 정치학에서는 일반시민의 정치참여(political participation)를 “공직자의 선출과 공직자의 행동에 영향을 미치는 사적 시민의 행동”(Verba & Nie 1972, p. 2)으로 정의하며, 유형(mode)에 따라 ‘투표(voting)’, ‘선거캠페인 활동(campaign activity)’, ‘협력적 활동(cooperative activity)’, ‘시민주도 접촉(citizen-initiated contact)’의 네 가지로 구분한다(Verba et al. 1995; Verba & Nie 1972). 정치참여 유형 중 지역 공동체의 문제해결을 위한 시민의 자발적인 협력활동과 개별 시민의 의견을 정치인이나 선출직 공무원들에게 전달하는 시민주도 접촉은 선거기간과 무관하게 진행되며, 투표참여나 지지정당이나 후보를 위한 자원봉사나 기부행위 등과 같은 선거캠페인 활동은 선거기간에 진행된다. 본 연구에서는 선거과정에서 나타나는 정치참여를 다룬다는 점에서 협력적 활동이나 시민주도 접촉 유형의 정치참여는 다루지 않았다.

일반적으로 ‘정치참여행위’는 다음의 세 가지 특성을 갖는다. 첫째, 시민들은 정치참여행위를 위해 자신의 시간, 노력, 자금 등과 같은 비용(cost)을 지불한다(강원택 2007; Verba et al. 1995; Verba & Nie 1972). 이를테면 투표에 참여하기 위해서는 투표장에 가서 본인확인을 비롯한 여러 행정적 절차를 밟는다는 점에서 시민의 시간과 노력이 소요된다. 선거캠페인 활동참여를 원하는 시민은 투표참여를 상회하는 더 큰 비용을 지불해야 한다. 지지정당이나 후보자를 위해 기부를 한다는 것은 자신의 재정적 희생을 의미하며, 캠페인 자원봉사에 참여하거나 지지후보를 위해 주변 사람들을 설득하는 활동을 수행하는 것은 수많은 시간과 노력을 희생한다는 것을 의미한다(Howell 1982; Webb et al. 2017). 둘째, 시민들은 정치참여행위를 통해 정치엘리트의 선출과정에 직·간접적 영향력을 행사한다(Verba & Nie

1972). 투표행위는 특정 정당이나 후보자를 공적 의사결정권자로 선택하거나 배제하는 가장 직접적인 방식의 영향력 행사행위이며, 선거캠페인 참여행위의 경우도 자신이 지지하는 후보의 당선가능성을 확장하거나 저해하는 간접적 방식으로 영향력을 행사한다(Howell 1982). 셋째, 시민들은 정치참여행위를 통해 자신의 정치적 의사를 정치엘리트에게 전달한다(Delli Carpini et al. 2004; Verba & Nie 1972). 투표참여의 경우 정당의 강령이나 후보자의 공약 전체 혹은 일부에 대한 동의 혹은 거부행위로 표출되며, 선거캠페인 참여의 경우 정당이나 후보자의 의사결정과정에 보다 직접적으로 개입하는 방식으로 정치엘리트에게 정치적 의사를 전달한다.

그렇다면 시민의 선거여론조사 응답행위는 어떨까? 대부분의 해외 선행연구들은 선거여론조사 응답행위를 정치참여행위로 간주하려는 시도조차 하지 않는다. 왜냐하면 해외 연구자의 연구맥락에서 볼 때, 시민의 선거여론조사 응답행위는 앞서 소개한 정치참여행위의 세 가지 특성에 부합하지 않기 때문이다. 첫째, 선거여론조사 응답행위는 투표행위나 선거캠페인 활동에서 요구하는 비용을 지불하지 않는 ‘수동적’ 행위다(강원택 2007; 이준한 2014). 투표참여를 위해 개인은 어느 정도의 시간이나 노력을 투자하여 직접 투표소를 방문해야 한다. 선거캠페인 활동을 위해서 개인은 투표참여보다 더 큰 비용을 희생해야 한다(Howell 1982; Webb et al. 2017). 그러나 선거여론조사의 경우 개인이 시간·노력·자금을 들여 조사업체를 찾는 것이 아니라, 조사업체가 비용을 들여 개인을 찾아가 조사협조를 의뢰한다. 둘째, 해외의 자유민주주의 국가에서는 선거여론조사 결과가 직접적으로 정치엘리트에게 영향을 미치지 않는다. 물론 해외의 정치엘리트들 역시 ‘당선’과 ‘정권획득’을 위해 선거여론조사 결과를 정책입안과 의사결정의 전략적 참고자료로 활용한다(Berinsky 1999; Jacobs & Shapiro 2000; Weissberg 2002). 그러나 선거여론조사 결과는 정권획득을 추구하는 모든 엘리트들에게 간접적인 영향력을 행사할 뿐, 우리나라처럼 특정 정당의 공천과정이나 후보자 단일화 과정에 직접적인 영향을 미치지 않는다. 셋째, 해외의 자유민주주의 국가에서는 선거여론조사 결과가 후보자 경선과정에 반영되지 않으며, 따라서 시민은 선거여론조사 응답을 통해 자신의 정치적 의사를 정치엘리트에게 전달하는 경로가 제도적으로 봉쇄되어 있다. 즉, 대다수 해외 자유민주주의 국가의 경선 과정에서 진행되는 여론조사는 당선자 및 투표율에 대한 정보를 예측하거나 선거캠페인의 효과 및 유권자의 투표참여 행위를 파악하는 데 목적을 두고, 유권자의 정치적 선택의 경로로 활용되지는 않는다(Kou & Sobel 2017).

대부분의 국내 연구자들 역시 선거여론조사 응답행위를 정치참여 관점에서 파악

하기보다는 선거여론조사 결과를 후보자 공천과정에 반영하는 것이 자유민주주의 법체계에서 어떤 법리적 문제를 야기하며(김래영 2012; 이재명 2016; 윤정인 2019), 어떻게 책임정치를 훼손시키고 정당정치를 약화시키는지를 분석하는 데 집중하고 있다(강원택 2007; 이동윤 2020; 이준한 2014; 지병근 2010). 그러나 선행연구들은 법리적·규범적 관점에 몰입된 나머지 일반시민들이 선거과정에서 여론조사를 어떻게 받아들이며, 어떤 시민이 조사에 응답하는가에 대한 실증적 연구결과를 축적하지는 못하고 있다. 학계의 우려와 비판은 물론 정당 내부의 거센 반발에도 불구하고 한국 정당의 공천과정에서 선거여론조사 결과를 반영한다는 사실은 규범적 타당성은 몰라도 엄연한 정치현실로 받아들일 수밖에 없는 상황이다(이준한 2014).

본 연구는 법리적·규범적·방법론적 문제점들에도 불구하고 국내 정치상황에서 선거여론조사가 공식적인 정치과정의 일부로 정착했다는 점에 주목하여, 정치참여 관점에서 시민의 선거여론조사 응답행위를 파악하였다. 선거여론조사 결과를 일정 부분 공천에 반영하겠다는 정당의 결정을 하루하루 정신없이 생업에 종사해야 하는 일반시민의 관점에서 바라보자. 첫째, 선거여론조사 협력 요청에 응답하는 행위를 단순히 ‘수동적 응답행위’로 간주하는 것은 타당하지 않을 수 있다. 일반시민 입장에서 10여 분 이상 소요되는 선거여론조사에 응답하는 행위는 자신의 시간을 희생하는 것이며, 설문에 대해 답하기 위해서는 일정수준 이상의 인지적 노력이 소요된다. 적어도 한국의 일반시민에게 선거여론조사 응답은 투표참여 행동보다 더 많은 시간과 노력을 투입하는 것일지 모른다. 둘째, 자신의 응답이 정당의 후보자공천 과정에 반영된다는 것을 알고 있고 자신의 정치적 영향력을 행사하고 싶은 일반시민이라면 선거여론조사에 적극적으로 응답할 가능성이 높다(구분상 2017). 지지하는 후보가 승리하기를 바라는 개별 일반시민에게 ‘선거여론조사 결과를 반영하는 것이 법리적·규범적으로 옳은지, 선거여론조사가 방법론적으로 문제가 없는지’ 등의 이슈는 그다지 중요하지 않을 것이다. 국내 정치현실에서 선거여론조사 과정에 적극적으로 임하는 것은 공식적 정치과정에 영향력을 행사하는 것임과 동시에 자신의 정치적 의사를 정치 엘리트에게 전달하는 엄연한 정치참여행동으로 보는 것이 타당하다(윤중빈·박병훈 2011). 셋째, 국내 언론들은 선거 시기 하루에도 몇 차례씩 여론조사 결과를 경쟁적으로 보도한다. 이런 점에서 선거여론조사는 정치엘리트를 둘러싼 지지자 집단간 담론경쟁의 장이 된다. 자신의 정치적 선호를 적극적으로 표명한다는 점에서 선거여론조사 응답행위를 ‘담론적 정치참여행위’(Delli Carpini et al. 2004)로 보는 것이 불합리하다고 보기 어렵다.

이러한 점들을 토대로 본 연구에서는 선거기간 여론조사 응답자는 어떤 모습의 시민인지 탐색해 보았다. 정치참여 관련 선행연구들(Campbell et al. 1980; Delli Carpini & Keeter 1996; Lazarsfeld et al. 1968; Schudson 1998; Verba et al. 1995; Verba & Nie 1972)에 따르면 여성보다는 남성일수록, 나이가 많을수록, 교육수준과 소득수준이 높을수록, 정치지식 수준이 높고 정파성이 강할수록, 정치냉소주의 성향이 약하고 정치효능감이 강할수록 더욱 활발한 정치참여 모습을 보이는 것으로 나타났다. 만약 한국의 정치상황 속에서 선거여론조사 응답이 정치참여행위의 일환으로 인식되고 있다면, 선행연구에서 묘사하는 활발한 정치참여자의 모습이 선거여론조사 협조자에게서도 유사하게 나타날 것이다. 이를 탐구하기 위하여 본 연구에서는 다음의 ‘연구문제-1’을 설정하였다.

연구문제-1: “선거여론조사 협조자는 어떤 시민인가? 구체적으로 선거여론조사 협조자는 인구통계학적 특징들(성별, 연령, 교육 및 소득수준)과 함께 정치지식, 정치이념성향 및 이념성향강도, 정치효능감과 정치냉소주의, 과거 투표참여여부, 선거캠페인 참여활동(지지후보를 위한 기부활동이나 타인 설득 등)의 측면에서 어떤 특징을 보이는가?”

2. 선거여론조사 경선반영 태도와 선거여론조사 대표성 문제

국내·외 선행연구들에서 공통으로 지적하듯, 선거여론조사의 목적은 모집단(전체 유권자)을 대표하는 표본을 수집하고 이를 기반으로 대표성이 확보된 통계치를 얻는 것이다(강원택 2007; Gallup & Rae 1940; Keeter et al. 2000; Lynn & Jowell 1996; Verba 1996). 즉, 선거여론조사는 다양한 유권자를 치우침 없이 골고루 반영하는 것이 바람직하다. 반면 국내·외의 거의 모든 국가들에서 나타나듯 주류에서 벗어난 소수자나 소외되고 무력한 시민일수록 정치참여에 소극적이다(Delli Carpini et al. 2004; Verba et al. 1995). 버바(Verba 1996)의 주장처럼 선거여론조사가 민주주의 정치체제에 기여할 수 있는 이유는 주류 담론에서 소외된 사회적 소수자의 목소리에 귀 기울임으로써 공식적인 정치과정에서 나타나는 불평등을 완화·교정할 수 있는 기회를 제공하기 때문이다. 비슷하게 현재의 선거여론조사의 기틀을 다졌던 갤럽(Gallup & Rae 1940)도 민주주의 정치체제에서 정치 엘리트의 독주를 견제하는 방법의 일환으로 여론조사의 중요성을 역설하기도 했다.

그러나 만약 한국의 일반시민들이 선거여론조사 응답을 정치참여의 일환으로 받아들이고 있다면 선거여론조사 결과의 대표성은 크게 훼손될 수밖에 없다. 혹자는 현재 국내 조사업체들은 성별이나 연령, 소득이나 지역 등을 층화변수(stratification variable)로 채택하는 할당표집(quota sampling) 기법을 사용하고 있으며, 아울러 사후층화 가중기법(post-stratification weighting) 등을 이용한 통계적 조정과정을 통해 선거여론조사 결과의 대표성이 확보될 수 있다는 반론을 제기할지 모른다. 그러나 인구총조사 통계치를 기반으로 한 할당표집이나 가중기법으로는 인구통계학적 특징에서 비롯되는 참여의 불평등성은 어느 정도 조정할 수 있을지 모르지만,¹⁾ 시민의 정치참여에 보다 결정적인 영향을 미치는 정치이념성향이나 이념성향강도, 정치효능감이나 냉소주의 등과 같은 정치심리적 특성으로 인한 참여의 불평등은 통계적 조정이 불가능에 가깝다(Kennedy et al. 2018; Lynn & Jowell 1996; Matthew 2020. 11.10.). 실제로 ‘선거’를 배경으로 실시된 조사는 아니지만, 설문응답자의 성향과 설문참여 가능성의 관계를 연구한 선행연구들에 따르면 설문조사 주제를 선호하고 해당 주제에 대한 뚜렷한 의견을 갖는 사람일수록 설문조사에 보다 적극적으로 응답하는 것으로 나타났다(안주아 2002, 2010; Zhao & Leung 2013). 비슷한 맥락에서, 사회에 대한 관여도 및 사회에 대한 애착이 강한 사람들은 각종 설문조사에 더욱 많이 응했으며(Voogt & Saris 2003), 정치에 대한 관심도가 높고 정치적 이념성향이 강한 사람일수록 정치적 태도 및 투표와 관련된 설문조사에 응답할 가능성이 더욱 높았다(Pew Research Center 2012). 국내 ARS 선거여론조사의 경우 정치 및 선거에 대한 관심이 높은 집단의 표집 비중이 더욱 큰 것으로 나타났다(구분상 2017).

20여 년 전 국내 주요정당들이 선거여론조사 결과를 후보자 단일화나 공천과정에 반영하고자 할 때 내세웠던 명분은 후보자 선출과정에서 일반 국민의 선호와 의사를 반영하는 것이었다(성치훈·진영재 2016; 하세현 2011). 그러나 선거여론조사 결과에 따라 정치인의 운명이 뒤바뀌는 경선사례들이 등장하면서 선거여론조사를 둘러싼 갈등과 잡음들이 지속적으로 터져 나왔다(양범수 2021.11.5; 윤종빈·박병훈 2011). 특히 소셜 미디어를 중심으로 한 열성적 지지자들의 ‘좌표찍기(raiding)’, ‘역

1) 엄밀한 관점에서 볼 때 할당표집은 비확률표집(nonprobability sampling)의 일종이기 때문에, 할당표집으로 무작위표본(random sample)을 얻는 것은 확률이론 관점에서 정당화되기 어렵다(Lynn & Jowell 1996). 아울러 현재 국내 조사업계에서 주로 활용하는 사후층화 가중기법이나 림 가중기법으로 조사결과의 편향성을 완전하게 수정하기 어렵다(이해용 2007).

선택(adverse selection)’ 등의 용어들은 당내 경선 관련 언론보도에서 이미 친숙하게 등장하고 있으며, 심지어 정당공천을 받기 위해 선거여론조사에 직접적으로 개입한 사례들도 발생하고 있다(성한용 2021.2.7; 홍연주 2021.9.2). 선거여론조사를 둘러싼 갈등과 사고들이 발생하면서 선거여론조사에 대한 일반시민들의 불신도 점차 증가하고 있으며, 이러한 불신이 지속적으로 하락하는 선거여론조사 협조율의 원인일 가능성을 배제하기 어렵다.

앞서 ‘연구문제-1’에서는 선거여론조사가 일반시민에게 정치적 의사를 표명하고 정당의 후보자 선정과정에 참여할 수 있는 통로를 제공한다는 점에서 정치참여행위의 성격을 갖는지를 살펴보았다. 그렇다면 전체 유권자의 대표성을 담지해야 할 선거여론조사 결과가 일부 정치적 고관여층의 협소한 의지와 이해관계를 반영하는가에 답하기 위해 본 연구에서는 시민들의 선거여론조사 응답행위가 선거여론조사의 경선반영 태도에 의해 어떻게 좌우되는지를 살펴보기 위한 ‘연구문제-2’를 설정하였다.

연구문제-2: “시민들의 선거여론조사 참여행동은 선거여론조사 후보자 경선 반영에 대한 태도에 따라 어떻게 달라지는가? 구체적으로 선거여론조사 후보자 경선반영 태도는 어떻게 형성되어 선거여론조사 응답협조에 어떠한 영향을 미치는가?”

Ⅲ. 연구방법

1. 연구표본

선거여론조사 참여가 자신의 정치적 의지를 실현하고자 하는 일반시민의 담론적 정치참여인지를 실증적으로 확인하기 위해, 본 연구에서는 온라인 설문조사를 실시하였다. 온라인 설문조사는 ‘엠브레인 퍼블릭(<http://public.embrain.com>)’이 보유·관리하는 온라인 패널에서 통계청 인구조사 데이터를 기준으로 성별, 세대(연령), 거주지역의 세 층화변수를 기준으로 하는 1,000명의 온라인 이용자를 할당표집하였다.²⁾ 설문조사는 주요 정당(더불어민주당, 국민의힘)이 대통령 선거후보 선출을 위

해 자체실시한 후보자 경선이 종료된 이후(2021년 11월 22~26일)에 진행하였다.

2. 변수측정

1) 결과변수: 선거여론조사 참여여부와 선거여론조사 협조의향

선거여론조사 참여는 응답자의 ‘과거 선거여론조사 참여여부’와 ‘선거여론조사 협조의향’으로 나누어 측정하였다. 앞서 설명하였듯이 설문조사 참여과정은 ‘접촉 단계’와 ‘협조단계’로 구분된다. 이를 반영하여 과거 선거여론조사 참여여부는 표본 응답자를 ① ‘비접촉자’(선거여론조사에 접촉된 적이 없었던 응답자), ② ‘조사거부자’(선거여론조사에 접촉되었지만 조사협조하지 않은 응답자), ③ ‘조사협조자’(선거여론조사에 접촉되었으며 조사협조한 응답자)로 구분하여 측정하였다. 이를 위해 응답자들에게 “귀하는 올해 들어 휴대전화나 일반전화로 제20대 대통령 선거관련 여론조사에 응답하신 적이 한 번이라도 있습니까?”라는 질문을 제시한 후, ‘선거여론조사 전화를 받아본 적이 없다’를 선택한 경우 ‘비접촉자’(n = 488)로, ‘선거여론조사 전화임을 알고 통화버튼을 누르지 않거나 바로 끊었다’를 선택한 경우 ‘조사거부자’(n = 322)로, ‘선거여론조사에 응답한 적이 있다’를 선택한 경우 ‘조사협조자’(n = 190)로 분류하였다. 즉, 전체 응답자를 기준으로 국제기준(AAPOR) 계산 공식을 적용하면 응답률은 약 19%인데, 이는 중앙선거여론조사 심의위원회에 등재된 조사들의 평균 국제기준(AAPOR) 응답률(박인서·백영민 2021)이 약 3.34%인 것과 비교할 때 매우 높았다. 이러한 응답률 차이의 의미에 대해서는 5장에서 보다 자세하게 논의하였다.

선거여론조사 참여여부는 실제 행동을 다루고 있다는 점에서 타당도가 높은 변수다. 그러나 ‘비접촉자’의 경우 선거여론조사 참여기회가 부여되지 않았다는 점에서 이들의 선거여론조사 참여를 측정하기에는 다소 제한적이다. 이를 위해 본 연구에서는 표본 응답자의 선거여론조사 협조의향을 측정하기 위해 “만약 오늘 귀하에게 선거여론조사 전화가 걸려온다면 응답할 의향이 어느 정도 있습니까?”라고 물은 후, 응답자의 협조의향을 통상적 리커트 4점 척도(1 = 전혀없다; 4 = 매우 있다)로 측정하였다($M = 2.50$, $SD = 0.97$).

2) 설문참여 요청 메일은 총 24,902건이 발송되었다. 즉, 본 연구표본의 조사참여율(participation rate; AAPOR 2016, p. 43)은 약 4%다.

2) 매개변수: 선거여론조사 경선반영 태도

연구모형의 매개변수인 선거여론조사 경선반영 태도를 측정하기 위해 표본 응답자들에게 “일부 정당은 선거후보자를 결정하는 경선에서 여론조사 결과를 반영했습니다. 선거후보자를 결정하는 데 있어서 여론조사 결과를 반영하는 것은 얼마나 바람직하다고 생각하십니까?”라는 질문을 제시한 후, 통상적인 리커트 4점 척도(‘1’= ‘전혀 바람직하지 않다’; ‘4’= ‘매우 바람직하다’)와 ‘잘 모르겠다(5)’로 측정하였다. 질문에 대해 ‘잘 모르겠다’로 측정한 응답자들은 총 85명이었으며(전체 응답자 중 약 9%), 본 연구에서는 표본손실을 막기 위해 ‘잘 모르겠다’에는 ‘3’을, ‘약간 바람직하다’에는 ‘4’를, ‘매우 바람직하다’에는 ‘5’의 값을 부여하는 방식으로 리코딩하였다($M = 3.53$, $SD = 1.11$). 참고로 제시된 분석결과에서 ‘잘 모르겠다’는 응답을 분석에서 제외할 경우($M = 2.86$, $SD = 0.75$)에도, 전반적 모형추정결과는 달라지지 않았다(자세한 모형추정결과는 ‘별첨’ 참조).

3) 배경변수

본 연구에서는 응답자의 배경에 따른 선거여론조사 참여여부와 참여의향이 선거여론조사 경선반영 태도를 경유하여 어떻게 변하는지를 살펴보았다. 선거상황에서 유권자의 정치적 의사결정에 영향을 미치는 응답자 배경변수들은 다음과 같다.

첫째, 성별, 연령, 교육수준과 소득수준 등의 인구통계학적 변수들을 고려하였다. 인구통계학적 변수들은 콜럼비아 학파 이후 선거연구에서 널리 활용되는 변수이기 때문이다. 표본 응답자 중 남성이 약 51%였으며, 평균연령은 44.52($SD = 13.43$)로 나타났다. 응답자의 학력은 ‘중졸 이하(1)’부터 ‘대학원 재학 또는 졸업(5)’으로($M = 3.58$, $SD = .96$), 응답자의 가계소득은 ‘199만원 이하(1)’부터 ‘800만원 이상(8)’로 측정되었으며($M = 4.19$, $SD = 2.15$), 분석과정에서 연속형 변수로 취급하였다.

둘째, 응답자의 정치지식을 고려하였다. 우리나라의 정치제도와 국제관계에 대한 이해도를 측정하기 위해 다음의 진술문들을 제시한 후, 정오를 판별하도록 요청하였다(괄호 속은 정답률): ① ‘대한민국 대통령 임기는 4년이다’(67%), ② ‘대한민국 국회의원 정원은 300명이다’(55%), ③ ‘대한민국 국회의장은 김부겸이다’(59%), ④ ‘현재 일본 총리는 스가다’(53%). 이후 4가지 문항에 대해 정답인 경우 1의 값을, 오답인 경우 0을 부여한 후, 합산하는 방식으로 정치지식을 측정하였다($M = 2.34$, $SD = 1.28$, 범위: 0~4).

셋째, 응답자의 정치심리적 특성변수들로 정치이념성향, 이념성향강도, 정치냉소주의, 정치효능감을 고려하였다. 응답자의 정치이념성향은 통상적인 리커트 7점 척도(1 = 분명한 진보이다, 4 = 순수한 중도이다, 7 = 분명한 보수이다)를 이용하여 측정하였고($M = 3.87$, $SD = 1.78$), 이념성향강도는 정치이념성향 변수에서 중간값인 4를 뺀 후 절댓값을 취하는 방식으로 진보든 보수든 정치성향이 더 분명할수록 큰 값을 갖는 방식으로 변환하였다($M = 1.50$, $SD = .96$, 범위: 0~3). 정치냉소주의 성향은 정치인 및 정부가 국민의 요구에 제대로 부응한다고 인식하는 정도를 대변하는 다음의 세 가지 진술문을 사용하여 측정하였다(Acock et al. 1985): ① ‘정치인들은 나 같은 사람이 어떻게 생각하는지에 대해서 관심이 없다’, ② ‘국회에 입성하고 나면 정치인들은 자신을 찍어준 대중들을 금방 잊어버린다’, ③ ‘정치인들은 대중의 의견보다는 표에만 관심이 있다’. 세 진술문에 대한 응답자의 동의수준은 통상적인 리커트 7점 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)로 측정하였다($M = 5.46$, $SD = 1.12$, Cronbach's $\alpha = .85$). 응답자의 정치효능감은 정치 현안을 이해하고 자신이 정치에 영향을 미칠 수 있다는 인식, 즉 내적 정치효능감을 나타내는 다음의 세 가지 진술문을 통해 측정하였다(Johnson & Kaye 2014): ① ‘나는 다른 사람들만큼 정치현안에 대해 내 의견을 잘 밝힐 수 있다’, ② ‘나는 우리나라가 직면하고 있는 중요정치 현안들을 잘 이해하고 있다’, ③ ‘나는 정치현안 및 정치인에 대해서 관심이 있다’. 세 진술문에 대한 응답자의 동의수준은 통상적인 리커트 7점 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)로 측정하였다($M = 4.47$, $SD = 1.18$, Cronbach's $\alpha = .85$).

넷째, 응답자의 정치참여 행동을 측정하기 위해 과거선거 투표참여여부, 선거캠페인 참여를 고려하였다. 먼저 응답자의 과거선거 투표참여여부의 경우 2017년 19대 대통령 선거와 제21대 국회의원 선거에 모두 참여한 응답자인 경우에는 1의 값을, 그렇지 않은 경우 0의 값을 부여하였다(84% 응답자가 두 차례 선거에 모두 참여). 선거캠페인 참여의 경우 대통령 선거에 영향을 미치기 위한 6가지 활동에 대해 참여하였을 경우 1의 값을, 그렇지 않은 경우 0의 값을 부여한 후, 합산한 값을 사용하였다($M = 1.02$, $SD = 1.42$, 범위: 0~6). 설문에 포함된 활동들은 ① ‘후보경선 참여’(22%) ② ‘정당·후보에 회비나 기부금 납부’(9%), ③ ‘정당·후보의 SNS나 유튜브 채널구독’(19%), ④ ‘포털이나 뉴스기사에 특정 정당·후보지지 댓글 작성’(14%), ⑤ ‘소셜미디어에 특정 정당·후보지지 댓글 작성’(9%), ⑥ ‘특정 정당·후보 승리를 위해 타인을 설득’(30%)의 여섯 가지였다.

3. 분석방법

연구모형을 테스트하는 과정에서 기초적인 기술통계분석과 함께 결과변수의 유형에 따라 일반최소자승(OLS) 회귀분석과 로지스틱 회귀분석을 활용하였다. 연속형 변수로 가정할 수 있는 선거여론조사 경선반영 태도(매개변수)와 선거여론조사 참여의향(결과변수)을 추정할 경우 OLS 회귀분석을 사용하였으며, 선거여론조사 ‘접촉 여부’와 접촉 후 ‘협조 여부’를 추정하는 경우에는 로지스틱 회귀모형을 사용하였다. 회귀분석 후 매개효과를 테스트할 때는 부트스트래핑 기법을 기반으로 한 PROCESS 매크로(Version 3.4.1)를 이용하여 매개효과를 테스트하였다(Hayes 2022).

IV. 연구결과

1. 선거여론조사 접촉·협조 여부 분석

연구모형 추정에 앞서 선거여론조사 접촉 여부와 협조 여부에 따라 응답자 특성을 나타내는 배경변수, 선거여론조사 경선반영 태도, 선거여론조사 참여의향 점수가 어떻게 다르게 나타나는지를 살펴보기 위해 먼저 기술통계분석을 실시하였다.

선거여론조사의 첫 번째 단계인 접촉 여부를 살펴보자. <표 1>에서 잘 나타나듯, 선거여론조사 접촉자 집단은 비접촉자 집단에 비해 연령($t = -2.97, p < .01$)과 정치지식 수준($t = -1.96, p < .05$)이 더욱 낮은 것으로 나타났다. 흥미롭게도 선거여론조사 참여의향은 접촉자 집단($M=2.30$)보다 비접촉자 집단($M=2.70$)에게서 더욱 높게 나타났다($t = -6.75, p < .001$).

두 번째 단계인 협조 여부의 경우 선거여론조사에 적극적으로 협조하는 집단은 조사를 거부하는 집단보다 연령이 높고($t = 2.66, p < .01$), 교육수준이 낮으며($t = -2.19, p < .05$), 정치이념성향이 강하며($t = 3.10, p < .01$), 선거캠페인 참여가 활발한 것으로 나타났다($t = 3.10, p < .01$). 아울러 조사협조자 집단은 조사거부자 집단에 비해 선거여론조사를 후보자경선과정에 반영하는 것에 매우 호의적이었으며(각각 $M_{\text{협조}} = 3.71, M_{\text{거부}} = 3.39, t = 3.08, p < .01$), 선거여론조사 참여의향도 월등하게 높게 나타났다($M_{\text{협조}} = 2.89, M_{\text{거부}} = 1.94, t = 12.75, p < .001$).

<표 1> 선거여론조사 접촉단계와 협조단계별 집단 간 기술통계치 비교

	접촉 여부(N=1,000)		테스트통계치 [$\chi^2(1)/t(997)$]	접촉자 중 협조 여부(n=512)		테스트통계치 [$\chi^2(1)/t(499)$]
	비접촉자(n=488)	접촉자(n=512)		조사거부(n=322)	조사협조(n=190)	
배경변수: 인구통계학적 변수						
성별(여성비율)‡	50%	48%	0.18	46%	52%	1.14
연령†	45.81 (13.46)	43.29 (13.29)	-2.97**	42.10 (13.36)	45.32 (12.97)	2.66**
교육수준†	3.55 (0.98)	3.62 (0.94)	1.09	3.69 (0.89)	3.50 (1.00)	-2.19*
소득수준†	4.16 (2.16)	4.21 (2.14)	0.40	4.25 (2.18)	4.16 (2.07)	-0.46
배경변수: 정치지식						
정치지식†	2.42 (1.26)	2.26 (1.29)	-1.96*	2.22 (1.31)	2.33 (1.26)	0.87
배경변수: 정치심리적 성향						
정치이념성향(숫자 클수록 보수)†	-0.23 (1.74)	-0.04 (1.81)	1.63	0.01 (1.74)	-0.14 (1.92)	-0.93
정치이념성향강도†	1.47 (0.95)	1.53 (0.96)	0.99	1.43 (0.99)	1.70 (0.89)	3.10**
정치냉소주의†	5.50 (1.13)	5.42 (1.11)	-1.19	5.47 (1.15)	5.33 (1.05)	-1.37
정치효능감†	4.49 (1.21)	4.45 (1.15)	-0.50	4.38 (1.17)	4.56 (1.11)	1.72
배경변수: 정치행동						
과거선거투표여부(투표자비율)‡	83%	85%	0.17	83%	87%	0.93
선거캠페인 참여†	0.98 (1.41)	1.07 (1.44)	1.08	0.92 (1.34)	1.33 (1.56)	3.10**
매개변수						
선거여론조사 경선반영 태도†	3.55 (1.09)	3.51 (1.14)	-0.56	3.39 (1.14)	3.71 (1.11)	3.08**
결과변수						
선거여론조사 참여의향†	2.70 (0.97)	2.30 (0.94)	-6.75***	1.94 (0.74)	2.89 (0.93)	12.75***

주: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

이분형 변수(‡)의 경우 비율을 보고하였으며, 카이제곱 테스트 통계치를 제시하였으며, 연속형 변수(†)의 경우 평균과 표준편차를 보고한 후 티테스트 통계치를 보고하였음.

그러나 <표 1>과 같은 기술통계치의 경우 응답자의 선거여론조사 접촉 여부 및 협조 여부에 어떤 변수가 주요한 영향을 미치는지를 판별하기 어렵다. 이에 <표 1>에서 나타난 선거여론조사 접촉 여부와 협조 여부 과정을 보다 면밀하게 살펴보기 위해, 각 단계별 로지스틱 회귀분석을 실시한 결과는 <표 2>와 같다. <표 2>에서 잘 나타나듯, 선거여론조사 접촉가능성에 영향을 미치는 배경변수는 ‘연령’이었으며, 응답자의 연령이 높을수록 선거여론조사 접촉경험이 없는 것으로 나타났다 ($b_{\text{일차항}} = -.70, p < .01$). 다음으로 선거여론조사 의뢰를 받았을 때 협조할 가능성이 높은 응답자는 연령이 높고($b_{\text{일차항}} = .81, p < .05$), 교육수준이 낮으며($b = -.98, p < .05$), 선거캠페인 참여가 활발한($b = .95, p < .05$) 것으로 나타났다.

<표 2> 선거여론조사 접촉 여부 및 접촉성공 후 협조 여부 추정

	접촉 여부 (접촉자 비율 51%)	협조 여부 (조사협조자 비율 37%)
절편	0.15 (0.39)	-0.79 (0.58)
성별(여성=1)	-0.08 (0.13)	0.27 (0.20)
연령(일차항)	-0.70** (0.25)	0.81* (0.39)
연령(이차항)	-0.58 (1.03)	-1.88 (1.60)
교육수준	0.19 (0.29)	-0.98* (0.42)
소득수준	0.09 (0.22)	-0.08 (0.33)
정치지식	-0.41 (0.22)	0.05 (0.33)
정치이념성향(숫자 클수록 보수)	0.38 (0.22)	-0.19 (0.31)
정치이념성향강도	0.24 (0.21)	0.60 (0.32)
정치냉소주의	-0.32 (0.36)	-0.89 (0.55)
정치효능감	-0.13 (0.38)	0.76 (0.57)
과거선거투표여부(투표자=1)	0.23 (0.20)	0.09 (0.30)
선거캠페인 참여	0.24 (0.29)	0.95* (0.41)
임의 R^2 (McFadden's R^2)	0.02	0.05
표본크기(N)	1,000	512

주: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.
로지스틱 회귀모형 분석결과와 회귀계수와 표준오차(괄호)를 보고하였음.

<표 1>과 <표 2>의 분석결과는 다음과 같이 요약할 수 있다. 선거여론조사 응답 과정에서 상대적으로 고연령층일수록 접촉될 가능성이 낮지만, 일단 접촉된 경우 선거여론조사에 적극적으로 협조하려는 모습을 보인다. 아울러 응답자의 교육수준과 선거캠페인 참여수준은 선거여론조사 접촉단계에서는 별다른 영향력을 발휘하지 않았으나, 협조단계에서는 교육수준이 낮으며 선거캠페인 참여가 활발할수록 조사에 협조할 가능성이 높게 나타났다.

2. 선거여론조사 참여과정: 매개효과 테스트

다음으로 선거여론조사를 후보자경선에 반영하는 것에 대한 응답자의 태도(매개변수)가 응답자 특성(배경변수)과 선거여론조사 참여행동(결과변수)의 관계를 어떻게 매개하는지를 살펴보았다. 매개효과 테스트는 ‘전체응답자($N=1,000$)’, 선거여론조사 접촉 여부를 기준으로 ‘비접촉자($n=488$)’와 ‘접촉자($n=512$)’로 총 3가지 표본을 대상으로 진행하였다. 매개변수와 결과변수를 종속변수로 한 회귀모형 추정 결과는 <표 3>과 같다.

첫째, <표 3>의 선거여론조사 경험여부와 상관없이 전체응답자들을 대상으로 회귀모형 추정결과를 살펴보자. 첫 번째 열(column)에서 나타나듯, 선거여론조사를 경선과정에 반영하는 것에 호의적 태도를 갖는 응답자는 정치지식($b = .07, p < .05$), 정치효능감($b = .15, p < .01$), 선거캠페인 참여수준($b = .09, p < .05$)이 높은 반면, 정치이념성향이 강하거나($b = -.06, p < .05$) 정치현실에 대해 냉소적인($b = -.15, p < .01$) 응답자일수록 선거여론조사를 정당후보자 경선과정에 반영하는 것에 대해 부정적인 모습이였다. 두 번째 열에서 확인할 수 있듯, 선거여론조사 경선반영 태도가 호의적일수록 선거여론조사 참여의향도 높은 것으로 나타났다($b = .14, p < .001$). 아울러 선거여론조사 참여의향이 높은 응답자들은 고연령층이며($b_{\text{일차향}} = .14, p < .001$), 정치지식이 상대적으로 높으며($b = .20, p < .001$), 정치적 이념성향의 강도가 강하고($b = .07, p < .05$), 정치효능감이 강하며($b = .32, p < .001$), 선거캠페인 참여활동을 활발하게 수행하는($b = .29, p < .001$) 경향을 보였고, 정치적으로 보수성향일수록($b = -.06, p < .05$), 정치에 대해 냉소적일수록($b = -.17, p < .001$) 선거여론조사 참여의향이 낮게 나타났다.

둘째, 선거여론조사 접촉경험이 없는 비접촉자들을 대상으로 회귀모형 추정결과를 살펴보자. 세 번째 열에서 나타나듯, 선거여론조사를 경선과정에 반영하는 것에

호의적 태도를 갖는 응답자는 소득수준($b = .10, p < .05$)과 정치효능감($b = .16, p < .05$)이 상대적으로 높았지만, 남성에 비해 여성일수록($b = -.06, p < .05$), 교육수준($b = -.11, p < .05$)이 높을수록 선거여론조사 경선과정에 부정적 태도를 보였다. 네 번째 열에 제시되었듯, 선거여론조사 경선반영 태도가 호의적일수록 선거여론조사 참여의향도 높은 것으로 나타났다($b = .15, p < .001$). 아울러 선거여론조사 참여의향이 높은 응답자들은 고연령층이며($b_{\text{일차향}} = .12, p < .01$), 정치지식이 상대적으로 높으며($b = .25, p < .001$), 정치효능감이 강하고($b = .42, p < .001$), 선거캠페인 참여활동을 활발하게 수행하는($b = .26, p < .001$) 사람으로 나타났다.

셋째, 선거여론조사 접촉경험이 있는 접촉자들을 대상으로 회귀모형 추정결과를 살펴보자. 선거여론조사 참여의향만 측정가능했던 비접촉자 표본이나 비접촉자가 포함된 전체응답자 표본과는 달리, 접촉자 표본의 경우 선거여론조사 참여의향은 물론 선거여론조사 협조 여부도 결과변수로 고려하였다. 다섯 번째 열에서 나타나듯, 선거여론조사 경선과정 반응을 선호하는 응답자는 정치지식($b = .10, p < .05$), 정치효능감($b = .15, p < .01$), 선거캠페인 참여수준($b = .14, p < .01$)이 높은 반면, 정치이념성향이 강하거나($b = -.12, p < .01$) 정치현실에 대해 냉소적인($b = -.20, p < .01$) 응답자일수록 선거여론조사를 정당후보자 경선과정에 반영하는 것에 대해 부정적인 모습이었다. 여섯 번째 열에서 확인할 수 있듯, 선거여론조사 경선반영 태도가 호의적일수록 선거여론조사 참여의향도 높은 것으로 나타났다($b = .11, p < .05$). 아울러 선거여론조사 참여의향이 높은 응답자들은 고연령층이며($b_{\text{일차향}} = .12, p < .05$), 정치지식이 상대적으로 높으며($b = .12, p < .01$), 정치적 이념성향이 강하고($b = .10, p < .05$), 정치효능감이 강하며($b = .19, p < .05$), 선거캠페인 참여활동을 활발하게 수행하는($b = .31, p < .001$) 경향을 보였고, 정치에 대해 냉소적일수록($b = -.23, p < .01$) 선거여론조사 참여의향이 낮게 나타났다. 마지막 열은 과거 선거여론조사 접촉 후 조사에 협력했는지를 종속변수로 투입하여 얻은 로지스틱 회귀모형 추정결과다. 우선 선거여론조사 경선반영에 대해 호의적인 태도를 보인 응답자인 경우 선거여론조사에 협조할 가능성이 매우 높았다($b = .98, p < .01$). 흥미롭게도 종속변수가 ‘참여의향’인지 실제 협조한 ‘경험여부’인지에 따라 배경변수의 효과가 사뭇 달랐다. 구체적으로 ‘연령’과 ‘정치이념성향강도’를 제외한 다른 배경변수들의 경우 종속변수가 향후 선거여론조사 참여의향인지 아니면 과거 선거여론조사 협조 여부인지에 따라 효과가 일관적이지 않았다.

<표 3> 응답자 특성(배경변수)가 선거여론조사 경선반영 태도를 매개로 여론조사 참여행동에 미치는 매개과정 테스트

	응답자전체(N=1,000)		비접촉자(n=488)		접촉자(n=512)		
	선거여론조사 경선반영 태도 (매개변수)	선거여론조사 참여의향 (결과변수)	선거여론조사 경선반영 태도 (매개변수)	선거여론조사 참여의향 (결과변수)	선거여론조사 경선반영 태도 (매개변수)	선거여론조사 참여의향 (결과변수)	선거여론조사 협조 여부 (결과변수)
절편	0.68*** (0.05)	0.19** (0.06)	0.63*** (0.07)	0.04 (0.08)	0.70*** (0.08)	0.34*** (0.08)	-1.49* (0.63)
성별(여성=1)	-0.03 (0.02)	-0.01 (0.02)	-0.06* (0.02)	-0.02 (0.02)	-0.01 (0.03)	-0.02 (0.03)	0.28 (0.20)
연령(일차항)	0.04 (0.03)	0.14*** (0.04)	0.05 (0.05)	0.12** (0.05)	0.02 (0.05)	0.12* (0.05)	0.80* (0.39)
연령(이차항)	0.02 (0.14)	-0.01 (0.14)	0.06 (0.19)	0.09 (0.18)	-0.05 (0.21)	-0.23 (0.21)	-1.83 (1.60)
교육수준	-0.07 (0.04)	-0.06 (0.04)	-0.11* (0.04)	-0.01 (0.05)	-0.04 (0.06)	-0.11 (0.06)	-0.96* (0.43)
소득수준	0.04 (0.03)	0.02 (0.03)	0.10* (0.04)	0.06 (0.04)	-0.02 (0.04)	-0.01 (0.04)	-0.06 (0.33)
정치지식	0.07* (0.03)	0.20*** (0.03)	0.06 (0.04)	0.25*** (0.04)	0.10* (0.04)	0.12** (0.04)	-0.05 (0.33)
정치이념성향(클수록 보수)	-0.01 (0.03)	-0.06* (0.03)	-0.04 (0.04)	-0.05 (0.04)	0.03 (0.04)	-0.03 (0.04)	-0.24 (0.32)
정치이념성향 강도	-0.06* (0.03)	0.07* (0.03)	0.00 (0.04)	0.07 (0.04)	-0.12** (0.04)	0.10* (0.04)	0.72* (0.32)
정치냉소주의	-0.15** (0.05)	-0.17*** (0.05)	-0.10 (0.07)	-0.11 (0.06)	-0.20** (0.07)	-0.23** (0.07)	-0.72 (0.56)
정치효능감	0.15** (0.05)	0.32*** (0.05)	0.16* (0.07)	0.42*** (0.07)	0.15* (0.07)	0.19* (0.07)	0.63 (0.58)
과거선거투표여부(투표자=1)	-0.04 (0.03)	0.00 (0.03)	-0.02 (0.04)	0.07 (0.04)	-0.05 (0.04)	-0.06 (0.04)	0.14 (0.30)
선거캠페인 참여	0.09* (0.04)	0.29*** (0.04)	0.02 (0.06)	0.26*** (0.05)	0.14** (0.06)	0.31*** (0.06)	0.81 (0.42)
매개변수							
선거여론조사 경선반영 태도		0.14*** (0.03)		0.15*** (0.04)		0.11* (0.05)	0.98** (0.35)
R ² /McFadden's R ²	0.05	0.26	0.07	0.38	0.07	0.20	0.06
수정된 R ²	0.04	0.25	0.04	0.36	0.04	0.18	

주: * p < .05, ** p < .01, *** p < .001.

일반최소자승(OLS) 회귀모형('선거여론조사 경선반영 선호도'와 '선거여론조사 참여의향') 및 로지스틱 회귀모형('선거여론조사 협조 여부') 분석결과와 회귀계수와 표준오차(괄호)를 보고하였음. 분석에 투입된 모든 변수들의 경우, 효과크기 비교를 위해 0-1 범위를 갖도록 리스케일링(rescaling)하였음.

<표 3>의 모형추정결과에서 일관적으로 발견된 모형추정결과들을 정리하면 다음과 같다. 첫째, 선거여론조사 경선반영 태도를 종속변수로 투입한 모형추정결과의 경우, 비접촉자 표본과 접촉자 표본 사이에서 ‘정치효능감’의 효과만이 일관성을 보였으며 다른 배경변수들의 효과는 일관적이지 않았다. 둘째, 선거여론조사 참여의향을 종속변수로 투입한 모형추정결과의 경우, 선거여론조사 경선반영 태도의 효과는 비접촉자 표본과 접촉자 표본에서 유사하게 나타난 것은 물론, 접촉자 집단의 경우 참여의향과 협조 여부(실제 태도)에서도 통계적으로 유의미한 매개변수 효과가 일관적으로 확인되었다. 셋째, 접촉자 표본 내에서 배경변수들이 선거여론조사 참여의향과 과거 선거여론조사 협조 여부와 맺고 있는 연관성은 결과변수의 유형에 따라 ‘연령’과 ‘정치이념성향 강도’에서만 유사한 패턴을 보였다. 그러나 응답자 ‘연령’의 경우 비접촉자와 접촉자 집단 모두에서 효과가 확인되지 않았으며, ‘정치이념성향 강도’의 경우 비접촉자 집단에서는 그 효과가 나타나지 않았다.

개념적으로 매개효과가 성립되기 위해서는 첫째, 원인변수가 매개변수에 미치는 효과가 존재하며($a \neq 0$), 둘째, 매개변수가 결과변수에 미치는 효과가 동시에 확인되어야 하고($b \neq 0$), 셋째, 두 효과의 곱(product)이 통계적으로 유의미해야 한다($a \times b \neq 0$; Hayes 2022). <표 3>의 결과를 면밀하게 살펴볼 때, 선거여론조사 ‘접촉자이든 비접촉자이든’, 결과변수가 ‘참여의향이든 실제 행동이든’ 상관없이 첫 번째와 두 번째 조건을 만족하는 매개효과는 ‘정치효능감 → 선거여론조사 경선반영 태도 → 선거여론조사 참여행동(의향 및 협조경험)’뿐임을 알 수 있다. 이렇게 확인된 매개효과가 세 번째 조건을 만족하는지를 확인하기 위하여 부트스트래핑 기법 기반의 매개효과 테스트를 실시하였다. <표 4>에는 테스트를 통해 얻은 매개효과의 점추정치와 95% 신뢰구간이 제시되어 있다.

<표 4> 매개효과(정치효능감 → 선거여론조사 경선반영 태도 → 선거여론조사 참여의향) 테스트 결과

표본구분	전체응답자 (N= 1,000)	비접촉자 (N= 488)	접촉자 (N= 512)	접촉자 (N= 512)
종속변수구분	선거여론조사 참여의향 (연속형 변수)	선거여론조사 참여의향 (연속형 변수)	선거여론조사 참여의향 (연속형 변수)	선거여론조사 협조 행동여부 (협조=1, 거부=0)
매개효과 [95% 신뢰구간]	0.021* [0.006, 0.040]	0.025* [0.005, 0.051]	0.016* [0.001, 0.041]	0.144* [0.006, 0.345]

주: PROCESS 매크로(version 3.4.1)를 이용해 5,000번의 재표집으로 얻은 부트스트래핑 점추정치와 95% 신뢰구간을 보고했으며, 95% 신뢰구간이 0을 포함하지 않았을 경우 통계적 유의도 표시(*)를 첨부했음.

<표 4>에서 나타나듯, 선거여론조사 접촉자이든 비접촉자이든, 결과변수가 참여 의향이든 실제 행동이든 상관없이, 정치효능감이 높은 응답자들은 선거여론조사 경선반영에 대해 호의적으로 생각하며 이는 선거여론조사 참여의향을 높이는 것은(전체 응답자, $b_{indirect} = .021$, 95% CI [.006, .040]; 비접촉자, $b_{indirect} = .025$, 95% CI [.005, .051]; 접촉자, $b_{indirect} = .016$, 95% CI [.001, .041]) 물론 선거여론조사에 실제로 참여할 가능성도 높이는 것으로 나타났다(접촉자 협조행동, $b_{indirect} = .144$, 95% CI [.006, .345]).

V. 논의 및 결론

정당의 공천과정이나 후보자 단일화 과정에 선거여론조사 결과를 포함하는 것이 법리적·규범적 문제와 조사과정에서 발생하는 표집·비표집 오차와 같은 방법론적 한계들에도 불구하고, 선거여론조사는 제도적으로 선거과정에 이미 깊숙하게 자리 잡았다(구분상 2017; 하세현 2011). 본 연구에서는 국내 정치상황에서 일반시민의 선거여론조사 응답행위가 공직자의 선출에 직·간접적으로 영향을 미치는 행위임에 주목하였다. 구체적으로 선거여론조사 응답자가 어떤 특성을 갖는지, 그리고 정당의 후보자 경선과정에 선거여론조사 결과를 반영하는 것에 대한 태도는 어떠한지, 이 태도가 조사 응답행동에는 어떤 역할을 수행하는지를 탐색해 보았다. 주요 결과들과 이에 대한 이론적·실천적 함의들은 논의하면 다음과 같다.

첫째, 선거여론조사의 국제기준(AAPOR)에 기반하면 본 연구 설문참가자들의 선거여론조사 응답률은 약 19%였다. 이는 중앙선거여론조사 심의위원회에 등재된 조사들의 평균 응답률인 약 3.34%보다 월등하게 높은 값이다. 먼저 이렇게 큰 차이가 발생한 이유로는 다음의 두 가지를 떠올릴 수 있다. 첫째, 설문조사 업체의 ‘온라인 설문 패널’로 등록되어 있다는 점은 본 연구의 응답자들이 설문조사에 참여하고자 하는 의지가 상대적으로 높다는 것을 의미한다. 둘째, 본 연구설문의 주제가 ‘선거여론조사’였으며, 따라서 응답자들 또한 ‘정치’나 ‘선거’와 같은 주제에 관심이 높을 것으로 기대할 수 있다(구분상 2017; 안주아 2002, 2010; Zhao & Leung 2013). 즉 한국의 일반 시민들과 비교할 때 본 연구표본 역시 대표성을 충분히 담보하기

어려우며, 분석결과를 해석할 때도 이러한 표집과정의 선택편향(selection bias)을 염두에 두어야 한다. 그렇다면 이러한 선택편향이 발생하지 않았다면, 본 연구에서 발견한 주요효과들은 어떻게 변할까? 실증되기 어려운 문제이기는 하지만, 선거여론조사 협조자와 거부자의 차이가 더 뚜렷하게 나타날 가능성이 높다. 왜냐하면 <표 1>에서 나타난 선거여론조사 거부자는 ‘설문조사에 참여하려는 의지가 상대적으로 낮고 선거나 정치에 대한 관여도가 낮은 사람’이기 때문이다. 즉 본 연구에서 나타난 효과들은 한국의 일반 유권자 집단에서 더 크게 나타날 것으로 보는 것이 타당할 것이다. 요컨대, 본 연구의 설문참가자들이 보고한 높은 선거여론조사 응답률은 표집과정에서 발생할 수 있는 선택편향 문제로 인해 정치관련 설문조사의 결과 또한 정확성을 담보하기 어렵다는 점을 시사한다.

둘째, 선거여론조사 의뢰를 받을 가능성에는 연령이, 의뢰받은 조사에 협조할 가능성에는 연령, 교육수준, 선거캠페인 참여수준이 두드러지는 차이를 발생시키는 것으로 나타났다(<표 2> 참조). 먼저 선거여론조사 접촉 여부에 대해 살펴보자. 왜 젊은 응답자일수록 선거여론조사 접촉수준이 높을까? 현재 국내에서 진행되고 있는 선거여론조사에서는 무작위전화걸기(RDD, Random Digit Dialing) 방식을 사용한다는 점에서, 접촉가능성은 원칙적으로 응답자의 개인적 특성과 무관해야 자연스럽다. 현재 데이터로 확답을 얻기는 어렵지만, 여기에 대해서는 세 가지 설명이 가능하다. 첫째, 본 연구에서는 선거여론조사 접촉 여부를 측정할 때, 응답자의 과거 경험을 기반으로 한 회상(recall) 기법을 이용하였다. 어찌면 응답자의 연령과 과거 경험에 대한 회상성공률 사이의 관계가 이러한 결과를 초래했을 수 있다. 둘째, 연령에 따라 발신자 표시기능과 같은 휴대전화 부가 서비스 활용 여부가 다를 수 있다. 이를테면 모르는 번호로 전화가 걸려오거나 혹은 부재중 전화인 경우 휴대전화 부가 서비스를 능숙하게 활용하는 청·장년층은 해당 전화가 여론조사업체인 것을 인지하고 접촉을 회피했을 가능성이 있다. 셋째, 현재 국내업계에서 사용하는 할당표집 과정에서 상대적으로 젊은 연령층의 응답을 얻는 것이 쉽지 않다(조성겸·조은희 2010). 즉 계획된 연령 할당을 채우기 위해서는 노년층에 비해 청·장년층에 더 많이 접촉해야 하는데, 이러한 과정이 본 연구결과에 반영되었을 가능성이 있다. 본 연구에서는 세 번째 설명이 가장 가능성이 높다고 본다. 왜냐하면 <표 1>과 <표 2>에서도 드러나듯, 선거여론조사 응답협조는 고연령층일수록 훨씬 더 높으며, 연령 할당을 채우는 과정에서 고령층 응답자의 경우 여러 차례 접촉을 하지 않아도 할당을 빠르게 채울 수 있기 때문이다(조성겸·조은희 2010). 아쉽게도 본 연구에서 사

용한 데이터로는 이 해석을 입증하는 것은 불가능하다.

연령과 함께 선거여론조사의 응답협조를 높이는 변수로는 교육수준, 정치이념성향강도, 선거캠페인 참여가 확인되었으나, 응답자의 정치이념성향강도의 경우 다른 변수들을 통제할 경우에는 뚜렷한 효과를 갖지 않는 것으로 나타났다. 먼저 주목할 점은 교육수준이 높을수록 선거여론조사 응답협조를 거절할 가능성이 높았다는 사실이다. 본 연구 자료로는 실증하기 어렵지만, 교육수준이 높을수록 선거여론조사에 대해 곱지 않은 태도를 갖기 때문일 것으로 해석할 수 있다. 즉 선거여론조사를 통한 정치의 규범적·법리적 문제점을 지속적으로 지적한 학계의 의견과 마찬가지로 교육수준이 높은 응답자일수록 설문조사과잉을 일종의 ‘대중추수주의(populism)’로 해석한 것이 반영되었을 가능성이 높다. 정치참여로서의 선거여론조사 참여라는 관점에서 더 흥미를 끄는 발견은 선거캠페인 참여수준이 높을수록 선거여론조사 응답 가능성이 증가한다는 점이다. <표 1>과 <표 2>에서 알 수 있듯 선거캠페인 참여수준이 높을수록 선거여론조사 응답협조 가능성이 높았다. 본 연구에서 사용된 선거캠페인 참여 측정문항들 중 참여률이 높았던 상위 3개의 항목은 ‘특정 정당·후보 승리를 위해 타인을 설득’(30%), ‘후보경선 참여’(22%), ‘정당·후보의 SNS나 유튜브 채널구독’(19%)였다. 이 결과는 적어도 국내 정치에서 시민들의 선거여론조사 응답 행동은 자신이 지지하는 후보의 승리를 위한 선거캠페인 참여활동의 일환이며, 정치참여방식으로 간주할 수 있다는 것을 강하게 암시하고 있다. 특히 선거캠페인 참여활동들의 대부분이 담론공간에 대한 활발한 개입이라는 점을 감안할 때, 일반 시민의 선거여론조사 응답 이면에는 여론을 주도하고자 하는 담론적 열망이 담겨있다고 해석할 수 있다.

셋째, 전반적으로 본 연구표본 응답자들은 선거여론조사 결과를 후보자 경선과정에 반영하는 것에 대해 매우 긍정적인 태도를 보였다. 물론 앞서 언급했던 표집과정에서의 선택편향(즉, 설문조사 참여에 전반적으로 호의적인 응답자)을 고려해야 하지만, 이 결과는 국내 선행연구에서 지적하는 법리적·규범적 우려가 국내 정치에서 호소력을 갖지 못하는 이유를 일부 제시한다. 특히 <표 3>에서 나타나듯, 선거여론조사 접촉자와 비접촉자 집단 모두에서 정치효능감이 높은 응답자일수록 선거여론조사 경선반영에 대해 호의적인 모습을 보였다는 점은 현실 정치인들이 왜 학계의 우려와 당내의 갈등에도 불구하고 선거여론조사 결과를 공천과정에 배제하지 못하는지 암시하고 있다. 정치효능감이 높은 시민들은 자신의 정치적 의지를 후보자 선정과정에 반영하고자 하며 무엇보다 투표와 선거캠페인 참여에 열성적인 시민

들이다(Gil de Zúñiga et al. 2017). 현실 정치인 입장에서는 정치효능감이 높은 시민의 선호에 배치되는 결정을 내리는 것이 매우 어렵다(이준한 2014).

넷째, <표 3>에서 명확하게 나타나듯, 시민들의 선거여론조사 협조 의향이나 실제 협조 행동에는 선거여론조사의 경선반영 태도가 매우 큰 영향을 끼쳤으며, 무엇보다 <표 4>에서 확인되듯, 선거여론조사 경선반영 태도는 시민들의 정치효능감과 선거여론조사 응답협조의 관계를 매개하였다. 즉 시민들은 자신의 정치적 의사가 주요 정당의 후보자 선정과정에 반영되기를 바라는 열망을 구현하기 위해 선거여론조사 응답에 적극적으로 협조하였다고 해석할 수 있다. 이 결과는 선거여론조사 응답자들은 자신의 정치적 열망을 구현하기 위한 시민들로 구성된 가능성이 높다는 것을 의미한다. 그렇다면 이러한 응답자로 구성된 조사결과는 과연 대표성을 담보할 수 있을까? 우선 현재 국내 조사업계에서 널리 사용하는 할당표집 기법으로는 성별, 세대, 지역 등과 같은 일반적인 인구통계학적 특성들로 인한 편향성에 대해서는 어느 정도 수준의 조정이 가능할지 모르지만, <표 3>과 <표 4>에서 확인된 방식의 편향성을 조정하기란 불가능에 가깝다.

본 연구결과는 국내 주요정당의 공천과정에서 선거여론조사 결과를 반영하는 결정은 결국 선거여론조사의 대표성을 훼손할 가능성(혹은 훼손하는 현실)을 잘 보여준다. 국내 연구자들이 한 목소리로 우려하듯, 선거여론조사를 후보자 경선과정에 반영하는 결정은 당원들의 권리를 침해하며 무엇보다 정당의 역할과 책임을 모호하게 만드는 문제를 야기한다(성치훈·진영재 2016; 윤종빈·박병훈 2011; 지병근 2010). 본 연구는 정당의 선거여론조사의 경선험용 결정이 어떻게 선거여론조사를 왜곡시킬 수 있으며, ‘여론조사’라는 이름으로 여론을 오도할 수 있는지를 보여준다. 주류 행동주의 정치학자인 버바(Verba 1996)의 말을 빌리자면, 여론조사가 민주주의에 기여할 수 있는 이유는 대표성이 담보된 조사결과를 통해 현실 정치에서 나타나는 정치참여 불평등에 대한 대안을 탐색할 수 있는 기회를 제공하기 때문이다. 즉 선거여론조사는 선거에 대한 전체 유권자의 생각을 조사하고 알리는 것이 목적이어야 하며, ‘선거승리’라는 개별 정당의 정치적 목표와는 무관하게 독립적이어야 한다. 그러나 국내 정당의 선거여론조사 활용 결정은 건전한 정당정치 가능성을 붕괴시키는 것을 넘어, 선거여론조사를 통해 수익을 창출하려는 조사업계의 이해관계와 맞아떨어지면서 조사결과의 대표성마저 훼손시키는 상황이다(성치훈·진영재 2016).

너무도 당연한 말이지만 건강한 정당 민주주의는 물론 조사업계의 장기적 발전

을 위해서는 조사업체가 정당정치로부터 독립되어야 한다. 조사업체의 독립성이라는 말은 현재의 조사업체가 특정 정당이나 정치세력의 이해관계에 부합되는 방식으로 편향된 조사결과를 산출하지 않는다는 좁은 의미로 해석되어서는 안 될 것이다. 현재와 같이 정당의 정치적 목적을 위해 선거여론조사 산업이 지속적으로 동원되는 상황이 반복된다면, 선거여론조사 응답자 표본은 자신이 지지하는 후보의 성공을 열망하는 일부 시민들의 목소리로 가득 채워질 것이며, 결국 전체 유권자를 대표하는 데 실패할 것이다. 애초 공천과정이나 후보자 단일화 과정에 선거여론조사 결과를 반영한 이유는 당선가능성을 극대화하기 위해 일반 유권자가 선호하는 정치인이 누구인지를 알고자 하는 것이었다. 그러나 본 연구결과에서 나타나듯 정치적 열망이 큰 일부 시민이 선거여론조사를 주도하는 것이 심화될 경우, 선거여론조사는 결국 ‘정치 고관여자를 위한 오락(entertainment for the politically inclined)’ (Weissenberg 2002, p. 176)으로 전락할 수밖에 없다. 특히, 대통령 선거에 비해 후보자들의 인지도 및 국민적 관심도가 낮은 지방선거 및 국회의원 선거 공천의 맥락이라면, 정치 고관여자들이 선거여론조사에 적극 협조하는 양상이 뚜렷해지면서 선거여론조사의 대표성 및 정당성은 더욱 설득력을 잃게 될 것이다. 이러한 상황이 반복되어 조사 결과의 편향성이 감내할 수 없을 정도로 누적된 상황에 다다르게 된다면 정당들은 현재의 선거여론조사 활용방식을 미련 없이 포기하면서 조사업체는 피폐해져 버릴 것이다. 결과적으로, 본 연구에서 도출한 결과들은 정치참여의 성격을 갖는 선거여론조사가 표본의 대표성과 본선투표결과 예측의 정확성 모두를 오염시킬 수 있다는 점을 시사한다.

선거여론조사 응답협조자가 누구이며, 선거여론조사 결과를 후보자 경선과정에 포함시키는 정당의 결정이 조사표본의 대표성을 어떻게 훼손할 수 있는지를 살펴본 최초의 실증연구라는 가치에도 불구하고 본 연구는 다음의 한계들에서 자유롭기 어렵다. 첫째, 본 연구는 선거여론조사 응답자를 분석하기 위해 ‘온라인 설문조사’라는 방법을 활용하였다. 이 과정에서 설문조사 참여의지가 낮거나 ‘선거’ 및 ‘정치’에 대해 이야기하고 싶지 않은 사람들은 본 연구에서 실행하는 설문조사를 기피했을 가능성이 크다. 앞서 논의하였듯, 본 연구의 설문참가자들이 보고한 선거여론조사 응답률이 중앙선거여론조사 심의위원회에 등재된 조사들의 평균 응답률에 비해 월등히 높게 나타난 현상 또한 자기보고 방식의 설문조사의 한계와 무관하지 않다. 따라서, 본 연구의 결과를 해석함에 있어 주의를 요한다. 여론을 다루는 데이터의 한계를 극복하고 설문조사 혹은 정치관련 주제를 기피하는 사람들의 응답을 효과적

으로 수집하기 위해서는 참여관찰법과 같은 질적 연구방법이 더욱 적합할 수 있다 (Price & Neijens 1997). 선거여론조사에 대한 설문조사에서도 표본의 대표성을 확보하기는 어렵다는 점에서 포커스 그룹 인터뷰와 같은 질적 연구방법을 활용하여 정치적 관여도가 낮은 시민들의 선거여론조사에 대한 인식이 후속 연구를 통해 집중적으로 탐구되기를 기대한다.

둘째, 선거여론조사 접촉 및 협조를 대변하는 변수를 사용함에 있어서 본 연구는 선거여론조사의 유형을 세분화하지 못하였다. 크게 ARS와 조사원 면접으로 구분되는 선거여론조사 방식에 따라 특정 정당의 후보를 지지하는 사람들의 응답률이 더욱 높게 나타나거나(Choi et al. 2017) 성별에 따른 응답률 차이가 나타나는 경향이 있다(구본상 2017). 나아가, 접촉 성공 이후 응답자가 협조 여부를 결정하는 데 있어서도 선거여론조사 방식은 일정한 영향을 미칠 수 있다. 예컨대, 조사원 면접의 경우, 협조를 거부하려는 응답자를 설득하여 조사를 진행하는 것이 가능하다(조성겸·조은희 2010). 본 연구는 대통령 선거 경선이 실시된 2021년 한 해 동안 응답자들이 선거여론조사에 ‘한 번 이상’ 접촉 또는 협조한 경험을 측정하였기에, 접촉 및 협조 경험의 빈도나 해당 경험에서 사용된 조사방식까지 포함하지는 못하였다. 선거여론조사의 대표성을 다루는 후속 연구에서는 조사의 방식 또한 구체적으로 구분하여 연구의 정확성을 제고할 필요가 있다.

셋째, 아쉽게도 응답자가 정당의 당원인지 여부를 측정하는 것을 연구설계에서 고려하지 못하였다. 물론 우리나라의 경우 당비를 납부하는 당원의 비중이 낮은 편이다. 그러나 최근 경선평정 및 후보 단일화 과정에서 전국민을 대상으로 한 여론조사와 책임당원을 대상으로 한 선거인단 조사방식의 혼합 비율은 치열한 갈등의 소재가 되고 있다(박재연 2021.5.14). 이른바 ‘당심’과 ‘민심’ 중 무엇을 더 비중있게 다루어야 하는지에 대한 문제가 적어도 당내 구성원들에게는 중요한 쟁점인 것이다. 따라서, 응답자의 당원 가입 여부는 선거여론조사에 대한 태도를 파악하는 데 중요한 요소로 작용할 수 있다. 만약 설문문항에 정당의 당원 가입 여부를 포함했다면, 당원들이 생각하는 선거여론조사 경선반영에 대한 태도가 일반시민들과 어떻게 다른지를 살펴볼 수 있었을 것이다. 이러한 관점에서 선거여론조사에 대한 후속 연구에서는 응답자의 당원 가입 여부 또한 중요하게 고려되어야 할 것이다.

마지막으로, 본 연구는 응답자들이 선거여론조사 접촉 및 협조를 거부하는 이유를 구체적으로 파악하지 못하였다. 따라서, 교육수준 및 캠페인 참여행동과 같은 변수들이 선거여론조사 접촉 및 협조와 나타내는 관계를 선행연구 및 여러 가지 정황

적 근거에 기반하여 해석하였고, 본 연구에서 논의한 근거 이외에도 다양한 해석의 가능성이 열려있다. 후속 연구에서는 선거여론조사 접촉 및 협조를 회피하는 이유를 측정할 수 있는 구체적인 문항을 조사에 투입하여 본 연구에서 제시된 논의를 더욱 설득력 있게 전개할 수 있기를 기대한다. 같은 맥락에서, 선거여론조사의 기능 및 역할에 대한 시민들의 인식 또한 후속 연구에서 깊이 있게 탐구되어야 할 흥미로운 주제가 될 것이다. 정당의 공천과정에서 선거여론조사 반영에 대한 정당성 및 필요성을 두고 사회적 논의가 점차 확산되는 데 비해 이에 대한 실증적 연구는 부족하다. 본 연구의 발견과 한계점이 생산적인 후속 연구를 설계하는 데 도움이 되기를 기대한다.

참고문헌

- 강원택. 2007. “당내 공직 후보 선출 과정에서 여론조사 활용의 문제점.” 《동북아연구》 14: 35-61.
- 구본상. 2017. “ARS 조사방식과 젊은 연령대 여성 표집의 실패: 정치적 의견이 강한 유권자들 비율에서의 성별차이를 중심으로.” 《조사연구》 18(1): 31-60.
- 김래영. 2012. “대통령선거에서의 완전국민경선제의 제한과 정당의 자유.” 《공법학연구》 13(4): 29-49.
- 박인서·백영민. 2021. “선거기간 설문조사의 응답률 변화 연구: 설문응답 모형 및 설문조사방식을 기반으로.” 《언론정보연구》 58(3): 5-45.
- 박재연. 2021.5.14. “여론조사 비율로 유불리 갈린다... 국민의힘 치열한 ‘경선 룰’ 수싸움.” 한국일보.
<https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2021051416410000931>.
- 성치훈·진영재. 2016. “한국 정당의 국민참여 경선제 도입 적실성과 보완점: ‘제도’와 ‘유권자 문화’를 중심으로.” 《의정연구》 22(3): 83-115.
- 성한용. 2021.2.7. 정치인에게 여론조사는 하느님인가? 한겨레.
<http://www.hani.co.kr/arti/politics/polibar/982138.html>.
- 안주아. 2002. “자발적 참여에 기초한 온라인 여론조사의 타당성 확인을 위한 추적조사.” 《한국방송학보》 16(2): 213-241.
- 안주아. 2010. “온라인 여론조사의 참여자는 누구인가? 그루닉의 상황이론을 중심으로.” 《커뮤니케이션학 연구》 18(2): 59-82.

양범수. 2021.11.5. “윤석열 47.8%, 홍준표 41.5%... 尹, 여론조사 밀렸지만 ‘당심’에서 앞섰다.” 조선비즈.

<https://biz.chosun.com/policy/politics/2021/11/05/GPDDQLWDZVAF3NZBQEI4WBCKLM/>.

이동윤. 2020. “한국의 정당공천제도: 정당의 국회의원 후보는 누가 결정하는가?” 《정치·정보연구》 23(2): 265-290.

이재명. 2016. “정당의 공직선거후보자추천을 위한 당내경선에 대한 헌법적 검토.” 《중앙법학》 18(3): 101-134.

이준한. 2014. “한국의 민주적 정당공천제: 책임형 국민참여경선제.” 《선거연구》 5: 5-25.

이해용. 2007. “층화변수로 사용되는 인구통계학적 변인이 사회여론조사에 미치는 효과.” 《Journal of the Korean Data Analysis Society》 9(4): 1757-1770.

윤정인. 2019. “정당공천의 기준으로서 여론조사 활용의 헌법적 문제점.” 《법학논고》 66: 187-217.

윤종빈·박병훈. 2011. “당내후보 선출과정의 갈등과 여론조사: 최근 선거사례를 중심으로.” 《분쟁해결연구》 9(2): 167-192.

조성겸·조은희. 2010. “전화조사 상황에서 무선표집 절차의 적용결과: 단계별 응답 특성을 중심으로.” 《조사연구》 11(2): 141-160.

지병근. 2010. “서베이 민주주의(Survey Democracy)?: 6·2 지방선거 후보공천사례를 중심으로.” 《한국정치연구》 19(3): 57-74.

하세현. 2011. “2010년 지방선거에 있어 당내후보 경선의 실패와 문제점.” 《한국지방자치연구》 13(1): 135-155.

홍연주. 2021.9.2. “친여 커뮤니티 ‘홍준표지지’ 좌표 찍기...역선택? 확장성?” TV조선.
http://news.tvchosun.com/site/data/html_dir/2021/09/02/2021090290130.html

AAPOR. 2016. “Standard Definitions: Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys.”

https://www.aapor.org/AAPOR_Main/media/publications/Standard-Definitions20169theditionfinal.pdf.

Acock, A., H.D. Clarke, and M.C. Stewart. 1985. “A New Model for Old Measures: A Covariance Structure Analysis of Political Efficacy.” *The Journal of Politics* 47(4): 1062-1084.

<https://doi.org/10.2307/2130807>.

Berinsky, A.J. 1999. “The Two Faces of Public Opinion.” *American Journal of Political Sciences* 43(4): 1209-1230.

Campbell, A., P.E. Converse, W.E. Miller, and D.E. Stokes. 1980. *The American Voter*.

University of Chicago Press.

Choi, J., T. Kim, and K. Han. 2017. "The Effects of Diverse Polling Methods on the Estimation of Candidates' Approval Ratings: The Case of 19th Presidential Election in South Korea." *Journal of International and Area Studies* 24(1): 45-60.

<http://www.jstor.org/stable/44272879>.

Delli Carpini, M.X., F.L. Cook, and L.R. Jacobs. 2004. "Public Deliberation, Discursive Participation, and Citizen Engagement: A Review of the Empirical Literature." *Annual Review of Political Science* 7: 315-344.

<https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.7.121003.091630>.

Delli Carpini, M.X. and S. Keeter. 1996. *What Americans Know about Politics and Why It Matters*. Yale University Press.

Gallup, G.G. and S.F. Rae. 1940. *The Pulse of Democracy: The Public Opinion Poll and How It Works*. Simon & Schuster.

Gil de Zúñiga, H., T. Diehl, and A. Ardévol-Abreu. 2017. "Internal, External, and Government Political Efficacy: Effects on News Use, Discussion, and Political Participation." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 61(3): 574-596.

<https://doi.org/10.1080/08838151.2017.1344672>.

Hayes, A.F. 2022. *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-based Approach* (3rd Ed.). Guilford Press.

Howell, S.E. 1982. "Campaign Activities and State Election Outcomes." *Political Behavior* 4(4): 401-417.

<https://doi.org/10.1007/BF00986971>.

Jacobs, L.R. and R.Y. Shapiro. 2000. *Politicians Don't Pander: Political Manipulation and the Loss of Democratic Responsiveness*. University of Chicago Press.

Johnson, T.J. and B.K. Kaye 2014. "Credibility of Social Network Sites for Political Information among Politically Interested Internet Users." *Journal of Computer-Mediated Communication* 19(4): 957-974.

<https://doi.org/10.1111/jcc4.12084>.

Keeter, S., C. Miller, A. Kohut, R.M. Groves, and S. Presser. 2000. "Consequences of Reducing Nonresponse in A National Telephone Survey." *Public Opinion Quarterly* 64(2): 125-148.

Kennedy, C., M. Blumenthal, S. Clement, J.D. Clinton, C. Durand, C. Franklin, ... and C. Wlezien. 2018. "An Evaluation of the 2016 Election Polls in the United States." *Public Opinion Quarterly* 82(1): 1-33.

- <https://doi.org/10.1093/poq/nfx047>.
- Kou, S.G. and M.E. Sobel. 2017. "Forecasting the Vote: A Theoretical Comparison of Election Markets and Public Opinion Polls." *Political Analysis* 12(3): 277-295.
<https://doi.org/10.1093/pan/mp019>.
- Lazarsfeld, P.F., B. Berelson, and H. Gaudet. 1968. *The People's Choice*. Columbia University Press.
- Lynn, P. and R. Jowell. 1996. "How Might Opinion Polls Be Improved?: The Case for Probability Sampling." *Journal of the Royal Statistical Society: Series A (Statistics in Society)* 159(1): 21-28.
- Matthew, D. 2020.11.10. *One Pollster's Explanation for Why the Polls Got It Wrong: The Kind of People Who Answer Polls Are Really Weird, and It's Ruining Polling*. Vox.
<https://www.vox.com/policy-and-politics/2020/11/10/21551766/election-polls-results-wrong-david-shor>.
- Pew Research Center. 2012. "Assessing the Representativeness of Public Opinion Surveys." <https://www.pewresearch.org/politics/2012/05/15/assessing-the-representativeness-of-public-opinion-surveys/>.
- Price, V. and VNeijens. 1997. "Opinion Quality in Public Opinion Research." *International Journal of Public Opinion Research* 9(4): 336-360.
<https://doi.org/10.1093/ijpor/9.4.336>.
- Schaeffer, N.C. and S. Presser. 2003. "The Science of Asking Questions." *Annual Review of Sociology* 29(1): 65-88.
<https://doi.org/10.1146/annurev.soc.29.110702.110112>.
- Schudson, M. 1998. *The Good Citizen: A History of American Civic Life*. Free Press.
- Verba, S. 1996. "The Citizen as Respondent: Sample Surveys and American Democracy." *American Political Science Association* 90(1): 1-7.
- Verba, S., K.L. Schlozman, and H.E. Brady. 1995. *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Harvard University Press.
- Verba, S. and Nie, N, H. (1972). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. Harper & Row, Publishers.
- Voogt, R.J.J. and W.E. Saris. 2003. "To Participate or Not to Participate: The Link between Survey Participation, Electoral Participation, and Political Interest." *Political Analysis* 11(2): 164-179.
<http://www.jstor.org/stable/25791719> .
- Webb, P., M. Poletti, and T. Bale. 2017. "So Who Really Does the Donkey Work in

‘Multi-speed Membership Parties’? Comparing the Election Campaign Activity of Party Members and Party Supporters.” *Electoral Studies* 46: 64-74.

<https://doi.org/10.1016/j.electstud.2017.02.002>.

Weissberg, R. 2002. *Polling, Policy, and Public Opinion: The Case against Heeding the ‘Voice of the People’*. Palgrave MacMillan.

Zhao, K.W. and L. Leung. 2013. “Factors Influencing Online Poll Participation: An Examination of Perception of Online Polls, Information Literacy, and Political Efficacy in Mainland China.” *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning* 3(2): 1-12.

<https://doi.org/10.4018/ijcbpl.2013040101>.

<접수 2022.03.29; 수정 2022.03.29; 게재확정 2022.06.20>

Who Answers Pre-election Polls? Pre-election Poll Responding as Political Participation and Crisis of Poll Representativeness

Kyungeun Jang

(Yonsei University)

Sonho Kim

(Korea Press Foundation)

Young Min Baek

(Yonsei University)

This study investigated the role of pre-election poll response as political participation in the candidate selection process in major Korean political parties, and explored the effects and processes of poll respondents' characteristics on poll participation. Variables indicating poll respondents' characteristics include socio-demographic characteristics (gender, age, education, and income level) and political characteristics (political knowledge, political ideology, ideological intensity, political efficacy, political cynicism, past voting experience, and election campaign participation). The following results were found based on online survey data (N= 1,000). First, the older the respondents, the less likely they were to be contacted by calls for election polls. Second, those with higher levels of age, education, and election campaign participation were more likely to answer election polls upon request. Third, those with higher political efficacy were more likely to have a positive attitude toward the reflection of the poll results on the candidate selection, which in turn increased the answer willingness as well as the possibility of the actual answer to election polls. The results of this study suggest that the candidate selection process based on the election poll results can excessively reflect the voices of respondents with higher political engagement, thereby limiting the representativeness of overall populations' opinions.

Key words: election polls, poll participation, political participation, respondents' characteristics, representativeness of election polls

〈별첨〉

- 매개변수인 ‘선거여론조사 경선반영 태도’에서 ‘잘 모르겠다’ 응답자($n = 85$) 배제 분석결과($N = 915$)

본 연구의 매개변수인 ‘선거여론조사 경선반영 태도’는 다음의 질문과 선택지를 응답자에게 제시하는 방식으로 측정하였다. 본문에 보고된 결과는 ‘전혀 바람직하지 않다’(1), ‘바람직하지 않다’(2), ‘잘 모르겠다’(3), ‘바람직하다’(4), ‘매우 바람직하다’(5)로 리코딩하는 방식으로 모든 응답자($N = 1,000$)를 분석에 포함하였다.

- 일부 정당은 선거 후보자를 결정하는 경선에서 여론조사 결과를 반영했습니다. 선거후보자를 결정하는 데 있어서 여론조사 결과를 반영하는 것은 얼마나 바람직하다고 생각하십니까?
 - 1) 전혀 바람직하지 않다. (36명)
 - 2) 바람직하지 않다. (222명)
 - 3) 바람직하다. (491명)
 - 4) 매우 바람직하다. (166명)
 - 5) 잘 모르겠다. (85명)

별첨 자료에 보고된 결과는 ‘잘 모르겠다’로 응답한 85명을 결측값으로 배제하였을 때의 <표1>, <표2>, <표3>, <표4>의 분석결과를 제시한 것이다.

별첨1_ <표 1> 선거여론조사 접촉단계와 협조단계별 집단 간 기술통계치 비교

	접촉여부(N=915)		테스트 통계치 [$\chi^2(1)/t(912)$]	접촉자 중 협조 여부(n=466)		테스트 통계치 [$\chi^2(1)/t(463)$]
	비접촉자(n=449)	접촉자(n=466)		조사거부(n=287)	조사협조(n=179)	
배경변수: 인구통계학적 변수						
성별(여성비율)‡	49%	47%	0.22	44%	51%	2.20
연령†	46.03 (13.49)	43.72 (13.32)	-2.61**	42.49 (13.53)	45.69 (12.77)	2.53*
교육수준†	3.59 (0.96)	3.63 (0.93)	0.62	3.70 (0.87)	3.51 (1.00)	-2.09*
소득수준†	4.20 (2.14)	4.19 (2.14)	-0.07	4.22 (2.17)	4.13 (2.09)	-0.46
배경변수: 정치지식						
정치지식‡	2.46 (1.24)	2.34 (1.26)	-1.48	2.32 (1.28)	2.37 (1.23)	0.45
배경변수: 정치심리적 성향						
정치이념성향(숫자 클수록 보수)†	-0.24 (1.76)	-0.07 (1.82)	1.46	-0.02 (1.75)	-0.14 (1.92)	-0.69
정치이념성향강도†	1.50 (0.94)	1.54 (0.96)	0.64	1.45 (0.98)	1.69 (0.90)	2.69**
정치냉소주의‡	5.49 (1.12)	5.41 (1.10)	-1.01	5.46 (1.14)	5.34 (1.04)	-1.23
정치효능감‡	4.54 (1.16)	4.51 (1.12)	-0.44	4.47 (1.12)	4.58 (1.11)	1.08
배경변수: 정치행동						
과거선거투표여부(투표자비율)‡	85%	85%	0.02	83%	89%	2.30
선거캠페인 참여†	1.02 (1.44)	1.13 (1.46)	1.14	0.98 (1.36)	1.36 (1.57)	2.79**
매개변수						
선거여론조사 경선반영 태도†	3.60 (1.12)	3.56 (1.18)	-0.25	3.44 (1.20)	3.75 (1.13)	2.86**
결과변수						
선거여론조사 참여의향†	2.76 (0.96)	2.34 (0.93)	-6.60***	1.99 (0.74)	2.91 (0.92)	11.88***

주: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$. 이분형 변수(‡)의 경우 비율을 보고하였으며, 카이제곱 테스트 통계치를 제시하였으며, 연속형 변수(†)의 경우 평균과 표준편차를 보고한 후 티테스트 통계치를 보고하였음.

별첨2_<표 2> 선거여론조사 접촉여부 및 접촉성공 후 협조여부 추정

	접촉여부 (접촉자 비율 51%)	협조여부 (조사협조자 비율 39%)
절편	0.19 (0.42)	-0.90 (0.62)
성별(여성=1)	-0.08 (0.14)	0.35 (0.21)
연령(일차항)	-0.64* (0.26)	0.72 (0.40)
연령(이차항)	-0.86 (1.09)	-2.52 (1.69)
교육수준	0.09 (0.30)	-1.07* (0.45)
소득수준	-0.01 (0.23)	-0.13 (0.34)
정치지식	-0.29 (0.23)	0.01 (0.35)
정치이념성향(숫자 클수록 보수)	0.35 (0.23)	-0.08 (0.33)
정치이념성향강도	0.15 (0.22)	0.56 (0.33)
정치냉소주의	-0.16 (0.40)	0.60 (0.60)
정치효능감	-0.28 (0.37)	-0.83 (0.58)
과거선거투표여부(투표자=1)	0.16 (0.21)	0.29 (0.32)
선거캠페인 참여	0.29 (0.30)	0.99* (0.43)
임의 R^2 (McFadden's R^2)	0.01	0.05
표본크기(N)	915	466

주: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$. 로지스틱 회귀모형 분석결과의 회귀계수와 표준 오차(괄호)를 보고하였음.

별첨_<표 3> 응답자 특성(배경변수)가 선거여론조사 경선반영 태도를 매개로 여론조사 참여행동에 미치는 매개과정 테스트

	응답자전체(N=915)		비집족자(n=449)		집족자(n=466)		
	선거여론조사 경선반영 태도 (매개변수)	선거여론조사 참여의향 (결과변수)	선거여론조사 경선반영 태도 (매개변수)	선거여론조사 참여의향 (결과변수)	선거여론조사 경선반영 태도 (매개변수)	선거여론조사 참여의향 (결과변수)	선거여론조사 협조 여부 (결과변수)
절편	0.71*** (0.06)	0.19** (0.06)	0.65*** (0.08)	0.03 (0.08)	0.74*** (0.08)	0.35*** (0.09)	-1.61* (0.68)
성별(여성=1)	-0.03 (0.02)	-0.01 (0.02)	-0.06* (0.03)	-0.02 (0.03)	0.00 (0.03)	-0.01 (0.03)	0.36* (0.21)
연령(일차항)	0.03 (0.04)	0.12*** (0.04)	0.05 (0.05)	0.11* (0.05)	0.01 (0.05)	0.10* (0.05)	0.72* (0.40)
연령(이차항)	-0.01 (0.15)	-0.01 (0.15)	0.02 (0.21)	0.15 (0.19)	-0.05 (0.23)	-0.31 (0.22)	-2.47 (1.70)
교육수준	-0.09* (0.04)	-0.04 (0.04)	-0.14* (0.06)	-0.01 (0.06)	-0.05 (0.06)	-0.09 (0.06)	-1.04* (0.45)
소득수준	0.04 (0.03)	0.02 (0.03)	0.10* (0.04)	0.06 (0.04)	-0.01 (0.05)	-0.01 (0.04)	-0.12 (0.34)
정치지식	0.07* (0.03)	0.19*** (0.03)	0.07 (0.05)	0.27*** (0.04)	0.10* (0.05)	0.10* (0.05)	-0.07 (0.35)
정치이념성향(클수록 보수)	-0.01 (0.03)	-0.06* (0.03)	-0.05 (0.05)	-0.05 (0.04)	0.04 (0.05)	-0.02 (0.04)	-0.12 (0.33)
정치이념성향 강도	-0.07* (0.03)	0.07* (0.03)	-0.01 (0.04)	0.06 (0.04)	-0.12** (0.04)	0.10* (0.04)	0.68* (0.34)
정치냉소주의	0.16** (0.06)	0.31*** (0.06)	0.16* (0.08)	0.44*** (0.07)	0.16* (0.08)	0.17* (0.08)	0.47 (0.61)
정치효능감	-0.16** (0.05)	-0.16** (0.05)	-0.09 (0.07)	-0.11 (0.07)	-0.23** (0.08)	-0.22** (0.08)	-0.65 (0.59)
과거선거투표여부(투표자=1)	-0.05 (0.03)	0.00 (0.03)	-0.03 (0.04)	0.07* (0.04)	-0.07 (0.04)	-0.06 (0.04)	0.37 (0.33)
선거캠페인 참여	0.09* (0.04)	0.29*** (0.04)	0.02 (0.06)	0.24*** (0.06)	0.14* (0.06)	0.32*** (0.06)	0.86* (0.43)
매개변수							
선거여론조사 경선반영 태도		0.13*** (0.03)		0.14** (0.05)		0.10* (0.05)	0.95** (0.36)
R ² /McFadden's R ²	0.05	0.24	0.06	0.37	0.06	0.18	0.06
수정된 R ²	0.04	0.23	0.04	0.35	0.04	0.16	

주: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$. 일반최소자승(OLS) 회귀모형('선거여론조사 경선반영 선호도'와 '선거여론조사 참여의향') 및 로지스틱 회귀모형('선거여론조사 협조여부') 분석결과의 회귀계수와 표준오차(괄호)를 보고함. 분석에 투입된 모든 변수들의 경우, 효과크기 비교를 위해 0-1 범위를 갖도록 리스케일링(rescaling)함.

별첨_<표 4> 매개효과 테스트 결과

표본구분	응답자전체 (N= 915)	비접촉자 (n = 449)	접촉자 (n = 466)	접촉자 (n = 466)
종속변수구분	선거여론조사 참여의향 (연속형 변수)	선거여론조사 참여의향 (연속형 변수)	선거여론조사 참여의향 (연속형 변수)	선거여론조사 협조행동여부 (협조=1, 거부=0)
매개효과 [95% 신뢰구간]	0.024* [0.007, 0.046]	0.026* [0.002, 0.057]	0.018* [0.001, 0.048]	0.163* [0.009, 0.384]

주: PROCESS 매크로(version 3.4.1)를 이용하여 5,000번의 재표집을 통해 얻은 부트스트래핑 점 추정치와 95% 신뢰구간을 보고하였으며, 95% 신뢰구간이 0을 포함하지 않았을 경우 통계적 유의도 표시(*)를 첨부하였음.