



**선거 관련 여론조사 실시현황 및
신뢰성 확보방안**

- 외국의 선거 관련 여론조사 실시현황 및 신뢰성 확보방안과 정치·입법 현황의 파악을 위하여 영국, 독일, 프랑스, 스웨덴, 미국, 일본, 싱가포르 등 7개국의 통신원들로부터 보고서를 받아 취합하였음.

2011. 9.

선 거 실
(법 제 과)

목 차

[제도 개요]	1
1. 영국	6
2. 독일	22
3. 프랑스	32
4. 스웨덴	42
5. 미국	50
6. 일본	61
7. 싱가포르	72

제도 개요

1. 영국의 선거 관련 여론조사 실시 현황

- 영국에서 선거 관련 여론조사를 언론사들이 조사기관에 의뢰해 실시하는 공공 여론조사와 정당이나 정치인이 선거전략 수립 등에 활용하기 위해 실시하는 사적 여론조사 등이 있음.
- 여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 법적 규제는 없음.
- 일반적인 여론조사의 공정성과 신뢰성 확보를 위해 영국의 8개 주요 여론조사 기관들이 영국여론조사위원회를 구성하여 자율 규제를 하고 있음.
- 선거기간 중 여론조사결과의 발표를 제한하는 규제는 없음. 다만, 투표소 출구 조사결과의 공개는 투표 종료시까지 제한됨.
- 1992년 총선 당시 선거 여론조사 결과와 실제 선거결과가 평균 8.7%의 차이를 보이며 오류가 크게 발생하였음. 이러한 오류는 조사에 사용된 인구 프로파일의 오류, 보수당 지지자들의 응답회피, 선거직전 부동층의 집권당 지지 확대 등의 복합적 요인들이 작용하여 발생한 것으로 분석됨. 당시의 오류는 특정 기관의 조사에서만 아니라 모든 기관의 조사에서 동일하게 나타난 것이어서 여론조사의 객관성에 대한 논란을 불러일으키지는 않았음.

2. 독일의 선거 관련 여론조사 실시 현황

- 독일에서는 1949년부터 정당 및 정치인 지지도와 관련된 여론조사가 정기적으로 실시되고 있음.

- 여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 법적 규제는 존재하지 않으나 독일 언론매체협의회에서 여론조사 일반에 관한 자율적 규정을 마련해 관리하고 있음.
- 선거기간 동안 여론조사의 결과 공표를 금지하는 법적 규제는 존재하지 않음. 다만, 『연방의회선거법』에 따라 선거 당일 실시되는 출구조사 결과 발표는 투표 종료 전에 할 수 없음.
- 2005년 연방의회선거 당시 선거직전 실시된 여론조사의 정당 지지도와 실제 선거에서의 득표율간의 차이가 5%이상 나는 상황이 발생해 여론조사의 신뢰도에 대한 논란이 제기되었으나, 그 구체적 원인은 밝혀지지 않음.

3. 프랑스의 선거 관련 여론조사 실시 현황

- 프랑스에서는 정당·후보자에 대한 지지도 및 특정 정책에 대한 선호도 등을 묻는 여론조사가 상시적으로 이루어짐.
- 여론조사에 대한 법적규제는 『1977년 7월 19일 여론조사 공표와 전파에 관한 n.77-808법』과 『2002년 2월 18일 n.2002-214법』에 의해 이루어짐.
- 또한, 국무회의 정령으로 독립기구인 여론조사위원회를 설립하여 여론조사 전반에 대한 규제의 준수여부를 감시함. 그러나 법적 처벌이나 기소권이 없기 때문에 그 효용성에 논란이 있음.
- 과거 프랑스에서는 선거일 일주일 전부터 여론조사의 결과 공표가 전면 금지되었으나, 2001년 이러한 규정이 『유럽인권협약』에 위배된다는 판결에 따라 2002년 법개정을 통해 현재는 선거일 전일 및 당일 여론조사에 대한 공표 및 보도만 금지하고 있음.

- 『1977년 7월 19일 여론조사 공표와 전파에 관한 n.77-808법』과 『2002년 2월 18일 n.2002-214법』에는 여론조사 공표시 반드시 포함해야 할 내용과 여론조사위원회에 제출해야 하는 여론조사 개요의 내용이 명시되어 있음.

4. 스웨덴의 선거 관련 여론조사 실시 현황

- 스웨덴에서는 4년에 한번 씩 열리는 총선을 앞두고 스웨덴 통계청 및 각 여론조사 기관에서 후보자·정당에 대한 지지율 조사가 이루어짐.
- 스웨덴에는 선거 관련 여론조사에 관한 법적 규제는 존재하지 않으며, 여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 노력은 여론조사 기관들에 의해 자율적으로 이루어짐.
- 선거기간 여론조사 공표 금지 규정은 없으나, 선거일 출구조사 결과는 투표 종료시까지 공표되지 않음.
- 여론조사의 정확성, 신뢰성, 객관성 등이 논란이 된 사례는 없음.

5. 미국의 선거 관련 여론조사 실시 현황

- 미국에서는 선거관련 정당·정치인에 대한 지지도 조사 및 각종 현안에 대한 여론조사가 다양하게 상시적으로 실시됨.
- 여론조사의 객관성·신뢰성 확보를 위한 법적 규제 또는 기구·단체는 없지만, 여론조사의 객관성·신뢰성이 논란이 된 사례는 찾기 어려움.
- 선거관련 여론조사를 위한 사전신고 규정이나 자료보관 의무 규정, 여론

조사 공표시 포함하여야 할 내용에 관한 규정 등은 없는 것으로 보임.

- 여론조사 결과와 실제 선거결과의 차이가 발생하는 이유를 설명하는 대표적인 이론으로는 백인후보와 유색인종후보가 함께 출마하는 경우 여론조사 결과의 오차가 발생하는 이유를 설명하는 브래들리 효과와, 휴대전화를 포함한 조사와 포함하지 않은 조사간에 나타나는 조사결과의 차이를 설명하는 커버리지 오류 등이 있음.

6. 일본의 선거 관련 여론조사 실시 현황

- 일본에서는 주로 언론사나 정당 등이 여론조사기관에 의뢰해 정당·후보자 특정 정책에 대한 지지도 등을 알아보기 위한 여론조사가 활발히 이루어지며, 그 결과는 매스컴이나 인터넷상에 공표되고 있음.
- 여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 법적 규제는 존재하지 않으나, 민간기구인 일본여론조사협회에서 윤리강령 및 실천규정을 두어 전반적인 여론조사의 객관성 확보를 위한 자율적인 규제를 실시하고 있음.
- 선거기간 중 여론조사 결과의 공표를 금지하는 규제는 없음.
- 여론조사 결과 공표시 포함하여야 할 내용에 대해서는 법적 규제는 없지만, 조사기관들에 의한 자율규제가 이루어짐.
- 일본에서도 최근 여론조사 결과의 신뢰성·정확성 등에 대한 의문이 제기되고 있음. 예를 들어 전화조사의 경우 휴대전화는 조사대상에 포함되지 않아 전화조사를 통한 여론조사 결과가 국민 전체를 대표하는 결과로 보기 어렵다는 시각이 있음. 또한, 정당교부금이 정당의 여론조사를 위해 사용되는 것에 대해서도 문제제기가 이루어짐.

7. 싱가포르의 선거 관련 여론조사 실시 현황

- 『싱가포르 총선거법』에서 선거관련 여론조사에 대한 조항을 두고, 선거와 관련된 여론조사 결과를 선거광고로 사용할 수 없도록 함.
- 선거 관련 여론조사 사전신고 규정이나 자료보관 의무 규정은 없음. 다만, 선거법으로 선거기간 동안 여론조사 결과를 보도할 수 없도록 제한하고 있음. 이 규정을 위반할 경우 1,500 싱가포르 달러 이하의 벌금이나 12개월 이하의 금고형에 처할 수 있음.
- 선거 관련 여론조사와 관련된 논란으로는 오스트리아의 여론조사기관 유엠알 리서치가 실시한 여론조사 결과가 선거기간에 공표되어 문제가 된 사례가 있음.



영국 해외통신원 : 고영노

1. 선거관련 여론조사 실시현황

(1) 선거관련 여론조사 종류 및 주요 내용

① 선거관련 정당 지지율 조사 및 공표 사례

- 헨리 듀런트(Henry Durant)가 갤럽(Gallup) 설립 후 1945년 총선에서 뉴스 크로니클(News Chronicle)에 선거 여론조사를 최초로 공표한 이래로 2~8개의 조사기관이 선거에 관한 여론조사를 실시해옴.¹⁾
- 선거결과의 예측가능성, 여론조사에 대한 인식 등 여러 요소에 따라 다소 차이를 보이고 있으나 선거여론조사가 본격적으로 실시되기 시작한 1959년 이래로 선거운동기간 중에 20회 이상의 조사가 꾸준히 이루어져옴.

② 여론조사의 대상이 되는 주제

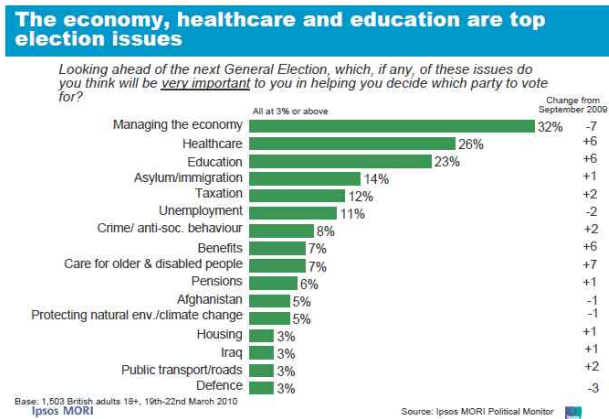
- 입소스 모리(Ipsos MORI) 등 여론조사기관들은 선거운동 시작 직전에 각 정당별 지지도 및 투표의향에 대한 조사와 더불어, 각 정당 당수에 대한 선호도, TV 토론이 선거에 미칠 영향, 경제, 보건 등 주요 정책에 대한 정당 정책별 선호도, 재무장관에 대한 선호도 등 선거현안 전반에 대한 조사 결과를 종합하여 발표하고 있음.²⁾

1) Dick Leonard & Roger Mortimore, *Elections in Britain : A voter's guide* (5th edition Palgrave, London 2005), 165쪽

<표> 1945-2005년간 총선거간중 전국단위 여론조사 실시 현황³⁾

연도	여론조사 횟수	조사기관 수	의뢰기관 수 (언론사)
1945	1	1	1
1950	11	2	2
1951	n/a	3	3
1955	n/a	2	2
1959	20	2	4
1964	23	4	4
1966	26	4	8
1970	25	5	6
1974 (2월)	25	6	9
1974 (10월)	27	6	11
1979	26	5	8
1983	46	6	14
1987	54	7	15
1992	57	7	18
1997	44	5	13
2001	36	5	11
2005	52	8	14

<그림> 사례 : Ipsos MORI-2010 선거 현안별 중요도에 대한 조사



2) Ipsos MORI, 'The current political scene going into General Election 2010' April 2010 참조
3) Ivor Crewe, 'The Opinion Polls : The Election They Got (Almost) Right' (2005) 58 Parliamentary Affairs, 685

(2) 선거관련 여론조사 실시·의뢰 주체

- 언론사들의 의뢰를 받아 선거관련 여론조사를 수행하는 영국의 주요 여론조사기관으로는 NOP (National Opinion Polls), ICM Research, Ipsos MORI (Market & Opinion Research International), Populus, Communicate Research (CR), YouGov, Harris Research, TNS Three 등이 있음.
- 영국 최초의 여론조사기관인 갤럽의 경우 2001년 이후로 더 이상 선거여론조사를 실시하지 않고 있음.
- 공공 선거여론조사(Public Opinion Poll)는 상기 기관들이 주로 언론사의 의뢰를 받아 실시하고 있음.
- 공개 여론조사와 더불어 각 정당 또는 드물게 정치인 개인이 선거 전략 수립 등에 활용하기 위해 비공개를 전제로 특정 사안 및 정책 등에 대한 사적 여론조사(Private Polls)를 실시하기도 함.
- 사적 여론조사의 경우 언론에 공개하지 않는 것을 원칙으로 하나 정당들이 선거에 유리하게 작용할 것으로 판단할 경우 결과를 언론에 노출시키는 경우도 있음.⁴⁾
- 공공·사적 여론조사 이외에도 각 정당들은 특정 현안에 대해 소수의 유권자로 이루어진 '포커스 그룹(focus group)'을 대상으로 의견을 수렴하여 선거 전략에 활용하고 있음.⁵⁾

4) Dick Leonard & Roger Mortimore, 각주 1, 173쪽
5) 같은책

(3) 최근 선거에서의 여론조사 실시현황

- 영국의 역대 총선 관련 여론조사는 1970년과 1992년 총선을 제외하고는 대체로 오차범위를 크게 벗어나지 않는 신뢰수준을 유지한 것으로 평가됨.

<표> 역대 총선 여론조사 정확도 (1945-2005)⁶⁾

연도	오류치 평균 (실시된 모든 조사의 평균치)	
	제1-2정당간 지지도차 예측 - 실제 득표율 차 평균 (%)	정당별 득표율 예측 - 실제 득표율 차 평균 (%)
1945	3.5	1.5
1950	3.6	1.2
1951	6.0	2.0
1955	1.3	0.7
1959	1.1	0.4
1964	0.6	1.4
1966	3.9	1.3
1970	6.5	2.1
1974(2월)	1.6	1.2
1974(10월)	5.0	1.5
1979	1.2	0.5
1983	4.5	1.2
1987	3.6	1.3
1992	8.7	2.5
1997	3.2	1.3
2001	4.2	1.4
2005	2.1	n/a
평균	3.56	1.3

6) Dick Leonard & Roger Mortimore, 각주 1, 168쪽, 2005년 통계의 경우 Ivor Crewe 각주 2 692쪽

<표> 조사기관별 2010 총선 여론조사 정확도⁷⁾

단위 : %

	보수당	노동당	자민당	기타	평균 오차율
Angus Reid	36	24	29	11	3.25
Communicate Research	37	28	28	7	2.25
Harris	35	29	27	10	1.5
ICM	36	28	26	10	1.25
Ipsos MORI	36	29	27	8	1.75
Opinium	35	27	26	12	2.25
Populus	37	28	27	8	1.75
TMS	33	27	29	11	3.25
YouGov	35	28	28	9	2.25
실제 결과	37	30	24	10	

- Ipsos MORI는 2010년 총선기간 중 투표의향 및 정당별 지지도 외에도 유권자들의 지지정당 변경 가능성(Voting : Definitely Decided or May Change Mind, 2010.4.20), 정치인들에 대한 대중의 신뢰도(Trustworthiness of politicians, 2010.4.21), 유권자의 지지가 정치인에 대한 것인지 그의 정책에 대한 것인지(Like Him? Like His Policies), 전략적 투표(Tactical Voting) 등 선거와 관련한 다양한 주제에 대해 여론조사를 실시하였음.⁸⁾
 - 그러나 투표의향 및 정당별 지지도와 같이 신뢰도 측정이 객관적으로 가능한 주제가 아닌 경우가 대부분인 바, 동 조사들의 신뢰도에 대한 논의는 이루어진 바 없음.

7) <<http://www.britishpollingcouncil.org/press100508.htm>> (2011.9.1. 검색)

8) <<http://www.ipsos-mori.com/researchpublications/researcharchive.aspx?date=2010&datefield=published&page=11>> (2011.9.1. 검색) 참조

2. 여론조사의 신뢰성, 객관성 확보 관련 규제

(1) 여론조사의 신뢰성, 객관성 확보를 위한 법적 규제

- 영국은 여론조사의 신뢰성, 객관성 확보를 위한 법적 규제장치는 마련하지 않고 있음.
- 여론조사가 여론의 조성, 왜곡에 미치는 영향에 대한 인과관계의 입증 어렵고, 조사결과 오류 및 조사과정의 객관성 확보문제는 기본적으로 여론조사 기관들이 자율적으로 해결해야 할 문제로 보는 시각이 대다수의 학자들과 정치인들의 견해인 바, 이에 대한 법적규제는 논의된 바 없음.⁹⁾
- 1992년 총선 예측 실패 후 오류 발생 원인에 대한 조사도 조사기관 연합체인 시장조사협회(Market Research Society) 주도로 이루어짐.

(2) 주요 여론조사 기관 소개

- 영국의 주요 여론조사 기관 개요

기관명	설립연도	주요실적
NOP	1958	· 노동당 사적 여론조사 (1997-2001) · BBC 출구조사
ICM Research	1968	· 보수당 사적 여론조사 (1997-2001) · Guardian 선거 여론조사
Ipsos MORI	1969	· 노동당 공공 여론조사 (1970-1887) · ITN 출구조사 (1997, 2001) · Financial Times 선거 여론조사
Populus	1984	· The Times 선거 여론조사

9) Dick Leonard & Roger Mortimore, 각주 1, 175쪽

YouGov	2000	· Daily Telegraph 선거여론조사 · Sunday Times 선거여론조사 · Mail on Sunday 여론조사
Communicate Research	2003	· The Independent 선거 여론조사
Harris Research	n/a	· 보수당 공공 여론조사 · ITN 선거 여론조사

- 선거결과 예측에 실패한 기관은 통상 언론사로부터 재위임을 받지 못하는 관행상 영국의 여론조사 기관들은 조사의 신뢰성 및 객관성 확보를 시장에서의 생존문제로 다루고 있기 때문에 조사기관들은 규정의 도입을 통한 규제가 아닌 정확도를 높이기 위한 조사방법론을 개발하는 방법으로 신뢰성문제를 접근하고 있음.
- 1992년 총선에서 조사의 부정확성 문제가 불거진 후 조사기관들은 조사방법론을 보완하였으며, 이후 열린 네 차례의 총선 조사 오류치는 오차범위를 크게 벗어나지 않은 수준을 유지하였음.
 - 그러나 조사 결과 1992년 총선 조사 오류의 결정적인 원인은 밝혀내지 못한바, 새로운 조사방법론의 도입이 조사 오류를 줄이는데 결정적으로 기여한 것인지는 확실치 않음.
- 1992년 총선 이후 새롭게 도입된 조사방법론으로는 투표의향 조사시 지지정당별 가중(weighting), 직전 선거에서의 투표 여부 고려, 투표 거부 응답 및 무응답자 비율을 직전 선거에서의 투표 여부와 연동하여 재계산, 롤링시스템에 근거한 표본 추출 등이 있음.
- 기존의 조사기관들이 대면/전화 조사를 실시한 것에 반해 YouGov의 경우 50,000명 가량의 패널을 확보하고 인터넷을 통해 여론조사를

실시하였으며, 동 방법을 통해 비교적 정확도 높은 조사결과를 확보하는데 성공한 것으로 평가 받고 있음.¹⁰⁾

3. 여론조사의 공표관련 규제

(1) 선거기간 중 여론조사결과 발표에 대한 법적규제 여부

- 현재 영국에서는 선거여론조사 발표기간을 법적으로 제한하지 않고 있음.
 - 단, 출구조사결과는 투표 종료시까지 공개가 금지됨(『국민대표법 1983』, Section 66A).
- 1968년, 하원에서 투표종료 72시간 전부터 선거결과 공개를 금지하는 권고안을 채택 하였으나, 노동당은 이 권고안의 적용을 거부하였음.
- 1985년 하원은 선거기간 중 여론조사결과 발표 금지 법안을 근소한 차이(128 대 124)로 부결시킨 바 있음.
- 선거기간 중 여론조사결과 발표 금지에 대해 영국 학계는 외신의 여론조사 및 결과 공표 등에 따른 실효성에 대한 의문과 비민주성 등을 이유로 대체로 반대 입장을 취하고 있음.¹¹⁾
- 최근에는 세계 각국에서 여론조사결과 발표에 대한 규제가 언론의 자유 침해에 해당하여 인권법 위반이라는 판결이 나오고 있는 상황임.
 - 최근, 캐나다와 인도에서 선거기간 중 여론조사결과 발표 금지 법안에 대해 위헌판결이 내려진 바 있음.¹²⁾

10) Ivor Crewe 각주 2 688-694쪽

11) Dick Leonard & Roger Mortimore 각주 1, 176쪽

(2) 자율규제

여론조사기관들은 언론사들의 조사결과 공표 방법상 문제점, 사적 여론조사 결과 유포 등으로 인해 발생하는 문제들에 대응하기 위해 1970년에 행동규칙(Code of Practice)을 채택하였으며, 2004년에는 영국의 8개 주요 여론조사기관이 여론조사의 공정성, 신뢰성 담보를 위해 영국여론조사위원회(British Polling Council)를 구성하여 여론조사에 대한 자율 규제를 실시하고 있음.¹³⁾

<영국여론조사위원회 규칙 중 여론조사공표관련 주요 규정>¹⁴⁾

- 2.1. 회원기관이 영국 내에서 실시한 공공 여론조사는 반드시 다음 사항을 공표하여야 함.
(All data and research finding made on the basis of surveys conducted in the United Kingdom by member organisations that enter the public domain, must include reference to the following)
- 조사위임기관(Client commissioning the survey)
 - 인터뷰 날짜(Dates of interviewing)
 - 인터뷰 방법(Method of obtaining the interviews. e.g. in-person, telephone, internet)
 - 조사 표본에 의해 대표되는 집단(The universe effectively represented (all adults, voters etc)
 - 결론의 근거가 된 비율(The percentages upon which conclusions are based)
 - 표본 규모 및 조사대상 지역(Size of the sample and geographic coverage)
- 2.2. 실질적으로 필요하다고 판단될 시 다음 정보 또한 공표하여야 함.
(Whenever it is practical to do so the following information should also be published)

12) Frits Spangenberg, *The Freedom to Publish Opinion Poll Results : Report on a Worldwide Update* (Amsterdam : Foundation for information, 2003)

13) Dick Leonard & Roger Mortimore 각주 1, 175쪽

- 공개된 데이터의 산출 근거가 된 질문 전문(Complete wording of questions upon which any data that has entered the public domain are based)
 - 모든 전자자료에 나온 표들을 볼 수 있는 웹주소(A web address where full computer tables may be viewed)
- 2.3. 조사결과를 제공하는 여론조사기관들은 해당 조사결과를 보도하는 언론사들이 상기 공개사항을 보도내용에 포함하도록 노력을 기울이는 한편 상기사항 및 기관의 웹사이트 상에 게재한 모든 전자자료 상의 표들을 포함하는 보고서를 조사결과를 공개한날로부터 2근무일 이내에 발표하여야 한다.(Public opinion polling organisations reporting results will endeavour to have print and broadcast media include the above items in their news stories and will in any event make a report containing these items together with full computer tables of the results available on their web site within 2 working days of the original release)
- 2.4. 상기 정보에 더하여 공공 여론조사를 진행한 기관은 조사결과 공개시로부터 2 근무일 내에 해당 기관의 웹사이트에 다음사항을 게재하여야 한다.(In addition to the information outlined above, the public opinion polling organisation responsible for conducting the survey that has entered the public domain will place the following information on its own web site within 2 working days of the data being published)
- 조사기관이 채택한 표본 추출 절차에 대한 설명(A full description of the sampling procedures adopted by the organisation)
 - 여론조사 항목을 정확하게 순서대로 보여주는 공개된 전자자료상의 표, 답변 방법, 모든 조사대상자 및 기타 공개된 데이터에 대한 가중 및 비가중치 (Computer tables showing the exact questions asked in the order they were asked, all response codes and the weighted and unweighted bases for all demographics and other data that has been published)
 - 샘플에 표시되었는지 여부에 상관없이 조사에 사용된 가중 절차 및 데이터를 가중하기 위해 사용된 모든 변수들의 (조사대상자 또는 기타) 가중치 및 비가중치 (A description of the weighting procedures employed and weighted and unweighted figures for all variables (demographic or otherwise) used to weight the data, whether or not such breakdowns appear in any analysis of sub samples)
 - 조사내용에 대한 질문을 위한 이메일 주소, 상기 필수 공개사항 이외에도 여론

- 조사의 독자가 조사의 타당성을 평가하기 위해 기타 자료를 요청할 경우, 해당 요청이 합리적인 경우에 조사기관이 해당 요청에 응할 것이 추정됨.(An e-mail address for further enquiries. It is assumed that all other reasonable requests for other data, over and above the requirements specified herein, necessary for readers of the polls to assess the validity of the data will be answered)
- 영국여론조사위원회 웹사이트 링크(A link to the BPC web-site)
- 2.6. 비공개 여론조사를 수행하는 기관들은 조사 결과에 대해 비밀을 유지할 권리가 있음. 그러나 사적여론조사의 결과가 의뢰기관에 의해 공개된 경우, 공개된 사항은 공공 사항이 되며 해당사항에 대해서는 본 여론조사공표에 관한 절차가 동일하게 적용됨. 조사기관 및 의뢰기관은 공개된 사항을 다루는 여론조사 항목과 관련이 있거나, 여론조사 항목의 순서가 공개된 여론조사 결과와 관련이 있는 경우를 제외하고는 공개된 결과 이외의 기타 조사결과에 대해 비밀을 유지할 수 있음. 조사기관은 공개된 결과를 관련된 적절한 맥락에서 설명할 수 있도록 결과의 공개로부터 2 근무일 내에 관련 정보를 웹사이트에 게재해야 함. 만약 공개된 결과를 의심하게 할만한 다른 사항이 발견된 때에는 조사기관은 발견된 사항 또한 공개해야 함.(Organisations conducting privately commissioned surveys have the right to maintain the confidentiality of survey findings. However, in the event the results of a privately commissioned poll are made public by the organisation [its employees or agents] that commissioned the survey, such results will be deemed to have entered the public domain and procedures outlined above will be followed in respect of those findings. The client and survey organisation may keep other findings (that have not been published) confidential except where such findings are relevant to the topics covered in questions that have entered the public domain or where the question order is relevant to the published results. The research organisation must place other relevant data on its web site within 2 working days of the original release of the results into the public domain in order to place such information into their proper context. If other findings cast doubt on those that have been published then the agency must also release those findings)

14) 영국여론조사위원회 규정중 여론조사공표에 관한 추가 사항은 <<http://www.britishpollingcouncil.org/objects.html>> (2011.9.1 검색) 참조

4. 여론조사 관련 논란

(1) 여론조사의 정확성, 신뢰성, 객관성 논란

- 1992년 총선 여론조사는 제1당-2당간 득표율 차에 있어 조사결과와 실제 선거결과가 평균 8.7%의 차이를 보임으로써 영국에서 선거 관련 여론조사가 실시된 이래로 오류가 가장 크게 발생한 조사로 기록되었음.
 - 1992년 총선은 보수당-노동당이 모두 과반의석을 점하지 못하는 접전이 예상되던 선거였으므로 결과 예측에 많은 관심이 쏠리고 있었던 바, 평소보다 역대 총선에 비해 더욱 많은 수의 여론조사가 실시되었음.
 - 선거가 선언된 3월 11일부터 선거일인 4월 9일까지 29일간 8개의 여론조사기관에 의해 총 57회의 여론조사가 실시되었음.
 - 선거일 전에 발표된 53회의 여론조사 중 46회는 어느 정당도 과반수 의석을 점하지 못하는 의회 교착상태(Hung Parliament)를 예상하였으며, 선거당일에 발표된 네 번의 여론조사 중 오직 갬럽이 데일리 텔레그래프(Daily Telegraph)에 발표한 조사만이 보수당의 우위를 예상하였음.¹⁵⁾
- 여론조사기관 및 시장조사협회의 조사에 따르면 1992년 총선 여론조사의 오류가 컸던 것은 표본 추출 방법의 흠결, 조사원이 사용한 인구 프로파일 오류, 보수당 지지자들의 조사 응답 회피 및 높은 투표율, 선거직전 부동산층의 집권당(보수당) 지지 확대 등 보수당의 지지를

15) Ivor Crowe, 'A Nation of Liars? Opinion Polls and the 1992 Election' Parliamentary Affairs' (1992) 4 Parliamentary Affairs 480-482쪽

과소평가하게 만드는 요인들이 복합적으로 작용하여 발생하게 된 것으로 나타남.¹⁶⁾

- 1992년 총선 여론조사 오류는 특정 기관의 조사에서만 나타난 것이 아니라 조사방법에 상관없이 여론조사를 행한 모든 기관의 모든 조사에서 동일하게 나타난 바, 여론조사자체의 신뢰성에 매우 부정적인 영향을 미친 반면, 특정 기관이나 조사 방법에 대한 객관성 논란의 대상이 되지는 않았음.

(2) 여론조사 공표와 관련한 소송 사례

- 2004년 유럽의회선거시 타임지는 Populus에 위임하여 실시한 우편 투표에 대한 조사결과를 투표일 10일 전에 공개하였음.
- 이에 대해 영국 선관위는 선거 종료 전에 이미 투표를 마친 유권자로부터 얻은 진술이나 정보의 공개를 금지하고 있는 『유럽의회선거규칙 2004(The European Parliamentary Elections Regulations 2004)』 제30조를 위반하였다고 타임지(The Times)를 검찰에 고발하였음.
- 타임지는 『국민대표법 1983』 Section 66A가 규정하는 선거 종료 전 출구조사결과 발표 금지의 경우 선거당일에만 적용되는 반면 『유럽의회선거규칙 2004』 상의 출구조사결과 발표금지규정은 이미 투표를 마친 사람들로부터 얻은 진술이나 정보의 발표를 일체 금지하고 있어, 우편투표에 적용될 경우 그 규제 범위가 지나치게 넓어 표현의 자유를 과도하게 제한할 우려가 있다며 선관위의 고발조치에

16) Ivor Crowe, 482-493 쪽

강하게 반발하였음.¹⁷⁾

- 영국 검찰은 타임지와 본 문제를 논의한 후 기소처리하지 않기로 결정함.¹⁸⁾

『유럽의회선거규칙 2004』 제30조 (1)-(2)

30 출구조사공표의 금지 (Prohibition on publication of exit polls)

- (1) 어떤 사람도 유럽의회선거에서 선거종료 전에 다음 사항에 대해 공표할 수 없다.
(No person shall in the case of a European Parliamentary election publish before the close of the poll)
- (a) 투표를 마친 투표인으로부터 습득한 정보에 근거한 진술인 경우 (또는 합리적으로 그렇게 판단 할 수 있는 경우), 투표인이 어떻게 투표하였는가와 관련한 진술 또는, (any statement relating to the way in which voters have at the election where that statement is (or might reasonably be taken to be) based on information given by voters after they have voted, or)
 - (b) 상기의 진술로 얻은 정보에 근거한(또는 합리적으로 그렇게 판단 할 수 있는 경우) 선거결과에 대한 예측(any forecast as to the result of the election which is (or might reasonably be taken to be) based on information so given)
- (2) 제(1)항을 위반한 자는, 약식기소를 통해 최대 level 5의 벌금형 (5,000 파운드의 벌금) 또는 6개월 이하의 징역에 처할 수 있다. (If a person acts in contravention of paragraph (1), he shall be liable on summary conviction to a fine not exceeding level 5 on the standard scale or to imprisonment for a term not exceeding 6 months)

17) <<http://www.timesonline.co.uk/tol/news/uk/article443425.ece>> (2011.9.1. 검색) 참조

18) The Electoral Commission, 'The 2004 European Parliamentary elections in the United Kingdom : The Official Report' para 3.107

(3) 여론조사의 여론형성 효과

- 여론조사가 조사결과에서 선두로 나타난 후보자에게 부동층이 표를 몰아주게 되는 밴드웨건효과(bandwagon effect)를 일으킨다고 보는 측은 이러한 여론조사의 부작용을 방지하기 위해 조사결과 공표 등에 대해 규제가 필요하다고 주장해옴.
- 이에 대해, 여론조사 결과 특정 후보가 크게 앞서고 있는 것으로 나타날 경우 자신의 투표가 대세에 크게 영향을 미치지 않을 것으로 판단하여 투표에 참여하지 않거나, 오히려 반대측의 표를 결집시키는 언더독 효과(underdog effect)가 나타난다는 주장도 제기되고 있음.
- 여론조사가 어떤 식으로든 투표에 영향을 미칠 수는 있으나, 그 영향이 각 후보자에게 유리하게 미칠 것인가 혹은 불리하게 미칠 것인가에 대한 인과관계 입증은 쉽지 않은 바, 영국에서 여론조사에 대한 법적 규제가 지지를 얻기는 쉽지 않은 것으로 보임. 19)

5. 결론

- 영국의 경우 선거여론조사가 시작된 1945년 이래로 선거여론조사가 활발히 이루어져왔으며, 조사결과는 대체적으로 신뢰할 수 있는 수준을 유지해온 것으로 평가됨.
- 여론조사의 신뢰성 및 객관성은 여론조사기관들이 방법론의 개발, 보완

19) 여론조사의 투표에 대한 영향에 대한 분석으로는 Wolfgang Donsbach, 'Who's afraid of Election Polls? : Normative and Empirical Arguments for the Freedom of Pre-Election Surveys, Amsterdam : Foundation for Information 2001) 참조.

및 여론조사 공표방법의 자율 규제를 통해 확보하는 것이 바람직하다는 것이 다수의 견해임. 여론조사기관들 또한 조사의 신뢰성, 객관성을 높이기 위한 방법론을 개발하는 한편 영국여론조사위원회를 설립하고 여론조사 공표방법에 대한 규정을 제정·시행하는 등 여론조사의 신뢰성과 객관성 확보를 위해 자율적인 노력을 기울여옴.

- 영국은 여론조사 공표와 관련하여 출구조사 결과 공표만을 규제 대상으로 하고 있으며, 공표 기준, 내용 등을 법적으로 규제하고 있지 않음.
- 여론조사가 투표에 영향을 미칠 수는 있으나, 그 영향이 각 후보자에게 유리하게 미칠 것인가 혹은 불리하게 미칠 것인가에 대한 인과관계의 입증에 쉽지 않은 바, 어느 한 방향으로 영향을 미친다는 가설이 확실한 힘을 얻지 않는 한 정치문제에 대한 국가의 법적규제에 반감이 강한 영국에서 여론형성 효과를 근거로 여론조사 방법, 공표 기준, 내용 등에 대한 법적 규제를 하기는 어려울 것으로 보임.



독일 통신원 : 배정범

1. 선거 관련 여론조사 실시현황

(1) 여론조사의 종류와 내용

- 독일의 경우 선거 관련 여론조사가 “이번 주 일요일에 연방의회 선거가 실시되면 어느 정당에 투표할 것인가?”라는 설문으로 상시적으로 이루어짐. 언론사가 여론조사기관에 위탁하는 형태로 조사가 이루어지며, 독일에서는 선거가 항상 일요일에 실시되기 때문에 설문의 항목에 착안하여 이러한 여론조사를 “일요일 여론조사(Sonntagsfrage)”라고 부름.
- “일요일 여론조사”는 독일에서 1949년부터 정기적으로 실시되고 있음. 정당 지지도 조사 외에도 필요한 경우에는 최근의 정치적 이슈들에 대한 조사(개혁정책, 조세정책, 사회정책 등)와 각 정당의 대표적인 정치인들에 대한 선호도 조사도 함께 진행됨.

(2) 여론조사 실시·의뢰 주체

- 여론조사는 여론조사를 위탁한 언론사별로 1개월에 한 번이나 2주에 한 번, 또는 1주에 한 번씩 이루어짐.

- 여론조사를 의뢰하는 주요 언론사로는 공영방송 ARD(위탁 여론조사기관: Infratest dimap), 공영방송 ZDF(위탁 여론조사기관: Forschungsgruppe Wahlen), 민영방송 N24(위탁 여론조사기관: Emnid), 민영방송 n-tv(위탁 여론조사기관: Forsa), 주간지 Stern(위탁 여론조사기관: Forsa), 일간지 프랑크푸르터 알게마이너 짜이퉁(위탁 여론조사기관: Allensbach) 등이 있음. 또한, 여론조사 기관인 GMS는 자체적으로 여론조사결과를 공표하고 있음.
- 독일의 경우 독일 언론매체협회의(Deutsche Presserat)에서 여론조사가 방법론적으로 대표성을 가질 수 있도록 하기 위해 여론조사의 응답자 수, 여론조사의 시점, 여론조사 설문항목 등과 관련된 지침을 마련하여 이를 지키도록 자율적으로 규제하고 있음.
- 이외에 각 정당에서 자체적으로 활용하기 위해서 여론조사기관에 의뢰하여 여론조사를 실시하는 경우도 있을 것으로 생각되나 이러한 조사결과는 외부에 공표되지 않아 외부에서는 이를 파악할 수 없음.

(3) 여론조사 결과와 선거결과 비교

- Allensbach의 여론조사 결과와 실제 선거결과

일.월.연도	기민/기사당	사민당	녹색당	자민당	좌파연합	기타	응답자수	조사기간(월.일)
27.09.2009	33,8 %	23,0 %	10,7 %	14,6 %	11,9 %	6,0 %		연방의회선거 결과
22.09.2009	35,0 %	24,0 %	11,0 %	13,5 %	11,5 %	5,0 %	1.200	9.14 - 9.21.
15.09.2009	36,0 %	22,5 %	12,0 %	12,5 %	12,0 %	5,0 %		9.2 - 9.10.
09.09.2009	35,0 %	22,5 %	13,0 %	13,0 %	11,5 %	5,0 %		8.26. - 9.2.

- Emnid의 여론조사 결과와 실제 선거결과

날짜	기민/기사당	사민당	녹색당	자민당	좌파연합	기타	응답자수	조사기간(월.일)
2009.9.27.	33,8 %	23,0 %	10,7 %	14,6 %	11,9 %	6,0 %		연방의회선거 결과
2009.9.17.	35 %	25 %	11 %	13 %	12 %	4 %	1.411	9.14 - 9.16.
2009.9.9.	35 %	24 %	12 %	13 %	12 %	4 %	3.718	8.31. - 9.7.
2009.9.3.	34 %	26 %	11 %	14 %	11 %	4 %	1.833	8.31. - 9.2.

- Forsa의 여론조사 결과와 실제 선거결과

날짜	기민/기사당	사민당	녹색당	자민당	좌파연합	기타	응답자수	조사기간(월.일)
2009.9.27.	33,8 %	23,0 %	10,7 %	14,6 %	11,9 %	6,0 %		연방의회선거 결과
2009.9.25.	33 %	25 %	10 %	14 %	12 %	6 %	2.001	9.21. - 9.24.
2009.9.23.	35 %	26 %	11 %	13 %	10 %	5 %	2.503	9.15. - 9.21.
2009.9.16.	37 %	24 %	11 %	12 %	10 %	6 %	1.008	9.14.
2009.9.16.	35 %	22 %	11 %	13 %	13 %	6 %	2.506	9.7. - 9.11.
2009.9.9.	35 %	21 %	10 %	14 %	14 %	6 %	2.504	9.1. - 9.7.
2009.9.2.	36 %	22 %	12 %	14 %	10 %	6 %	2.502	8.25. - 8.31.

- Forschungsgruppe Wahlen의 여론조사 결과와 실제 선거결과

날짜	기민/기사당	사민당	녹색당	자민당	좌파연합	기타	응답자수	조사기간(월.일)
2009.9.27.	33,8 %	23,0 %	10,7 %	14,6 %	11,9 %	6,0 %		연방의회선거 결과
2009.9.18.	36 %	25 %	10 %	13 %	11 %	5 %	1.352	9.15. - 9.17.
2009.9.11.	36 %	23 %	11 %	14 %	11 %	5 %	1.336	9.8 - 9.10.
2009.9.4.	37 %	23 %	11 %	15 %	10 %	4 %	1.332	9.1. - 9.3.

○ GMS의 여론조사 결과와 실제 선거결과

날짜	기민/기사당	사민당	녹색당	자민당	좌파연합	기타	응답자수	조사기간(월.일)
2009.9.27.	33,8 %	23,0 %	10,7 %	14,6 %	11,9 %	6,0 %	연방의회선거 결과	
2009.9.18.	36 %	25 %	11 %	13 %	11 %	4 %	1.002	9.14 -9.17.
2009.8.24.	37 %	23 %	13 %	13 %	9 %	5 %	1.004	8.18 -8.23.

○ Infratest dimap의 여론조사 결과와 실제 선거결과

날짜	기민/기사당	사민당	녹색당	자민당	좌파연합	기타	응답자수	조사기간(월.일)
2009.9.27.	33,8 %	23,0 %	10,7 %	14,6 %	11,9 %	6,0 %	연방의회선거 결과	
2009.9.17.	35 %	26 %	10 %	14 %	11 %	4 %	1.252	9.15 -9.17.
2009.9.10.	35 %	23 %	12 %	14 %	12 %	4 %	1.000	9.8 -9.9.
2009.9.3.	35 %	23 %	13 %	14 %	11 %	4 %	1.500	8.31. -9.2.

2. 여론조사의 신뢰성·객관성 확보 관련 규제

(1) 여론조사 관련 법적 규제 여부

여론조사의 신뢰성과 객관성을 확보하기 위한 법적 규제는 존재하지 않음. 대신 독일 언론매체협의회(Deutsche Presserat)가 언론매체의 여론조사 실시 및 결과 공표와 관련한 자율적 규정을 마련하여 관리하고 있음.

(2) 여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 민간기구 자체규정

- 독일 언론매체협의회는 독일의 거대 출판물발행인협회들과 저널리스트 협회들인 독일 신문발행인 연방협회(BDZV), 독일 잡지발행인 협회(VDZ), 독일 저널리스트 협회(DJV), 독일 저널리스트 노동조합(DJU) 등이 참여하여 만든 조직체로 1956년 11월 20일에 설립되었음. 설립 당시 연방정부의 언론매체에 대한 규제법률의 제정 움직임에 반대하여 언론의 자율성을 확보하기 위해 만든 언론사들의 자율적 규제 단체임.
- 독일 언론매체협회는 자율적 규정인 『언론강령(Pressekodex)』을 제정하여 시행 중에 있음. 위 강령은 자율지침이긴 하지만, 언론사로 하여금 해당 강령을 준수하고 강령을 위반하였을 경우에는 자체적인 징계를 감수하겠다는 약속서를 제출하는 것을 통해 강령의 준수를 강제하는 방식을 택하고 있음.
- 『언론강령』은 총 16호의 조문으로 구성되어 있으며 이 중 여론조사 결과 공표 등과 관련된 언론강령의 내용은 다음과 같음.

『독일 언론강령』
제2호 신중함 취재는 저널리스트의 신중함에 대한 포기할 수 없는 수단이다. 특정 정보들을 말과 사진 또는 그래픽으로 공표하기 위해서는 상황에 맞는 신중함을 가지고 그것의 진실성을 심사해야 하며 진실에 입각하여 표현해야 한다. 그 내용을 각색이나 표제 제목이나 그림설명 등을 통해 왜곡하거나 위조해서는 안 된다. 확인되지 않은 보도나 소문내지 추측들은 그러한 것이라는 점을 명확히 명기해야 한다. 상징적인 그림들은 그러한 그림이라는 점을 알 수 있게 하거나 명확히 명기해야 한다.
제2호의 지침 1 여론조사 결과 여론조사 결과의 공표 시에 언론은 조사자의 수, 조사의 시점, 여론조사의 의뢰자 및

질문내용을 알려야 한다. 동시에 그 결과가 대표성이 있는지의 여부 역시 알려야 한다. 여론조사의 의뢰자가 없는 경우에는 여론조사 데이터가 여론조사 기관의 자발성에 기초한 것임을 명기해야 한다.

ZIFFER 2 SORGFALT

Recherche ist unverzichtbares Instrument journalistischer Sorgfalt. Zur Veröffentlichung bestimmte Informationen in Wort, Bild und Grafik sind mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen und wahrheitsgetreu wiederzugeben. Ihr Sinn darf durch Bearbeitung, Überschrift oder Bildbeschriftung weder entstellt noch verfälscht werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen.

Symbolfotos müssen als solche kenntlich sein oder erkennbar gemacht werden.

Richtlinie 2.1 - Umfrageergebnisse

Bei der Veröffentlichung von Umfrageergebnissen teilt die Presse die Zahl der Befragten, den Zeitpunkt der Befragung, den Auftraggeber sowie die Fragestellung mit. Zugleich muss mitgeteilt werden, ob die Ergebnisse repräsentativ sind.

Sofern es keinen Auftraggeber gibt, soll vermerkt werden, dass die Umfragedaten auf die eigene Initiative des Meinungsbefragungsinstituts zurückgehen.

- 『언론강령』은 각 언론사의 여론조사와 관련하여 조사결과의 신뢰성과 대표성에 대한 규정만을 담고 있으며, 그 밖에 의무부과 사항은 없음.
- 위에서 언급한 대표적인 여론조사 기관 6곳의 여론조사의 신뢰성 및 객관성을 확보하기 위한 자체적인 기법은 영업상의 비밀로서 공개할 의무가 없음.
- 여론조사 실시시 사전신고 규정이나 자료보관 의무 규정은 존재하지 않음.

3. 여론조사 공표 관련 규제

- 선거기간 동안 여론조사의 결과 공표를 금지하는 법률적 규제는 존재하지 않으며, 자율 규정인 『언론강령』에도 이러한 규제는 존재하지 않음. 이러한 규제는 독일 기본법이 보장하고 있는 언론의 자유에 부합하지 않는다는 것이 일반적인 인식임.
- 다만 공영방송인 ARD와 ZDF는 여론조사 결과의 공표가 실제 선거결과에 영향을 미칠 수도 있다는 일각의 주장을 수용하여 자발적으로 선거 1주일 전까지만 여론조사 결과를 공표하고 있음.²⁰⁾
- 한편 선거 당일에 실시되는 출구조사의 결과 발표는 투표 종료 전까지 할 수 없음(『연방의회선거법』 제32조 제2항). 이를 어길 시에는 질서위반행위로서 과태료가 부과됨(『연방의회선거법』 제49a조 제1항 제2호 및 제2항).

『연방의회선거법』

제32조 제2항

(2) 투표를 마친 선거권자에 대해 실시하는 기표 내용에 대한 여론조사 결과는 투표시간의 경과 이전에 공표될 수 없다.

(2) Die Veröffentlichung von Ergebnissen von Wählerbefragungen nach der Stimmabgabe über den Inhalt der Wahlentscheidung ist vor Ablauf der Wahlzeit unzulässig.

제49a조 제1항 및 제2항

(1) 다음 각 호의 행위를 한 자는 질서위반으로 처리한다.

2. 제32조 제2항에 반하여 투표를 마친 선거권자에 대해 실시하는 기표 내용에 대한 여론조사 결과를 투표시간의 경과 이전에 공표한 자

20) <<http://www.tagesspiegel.de/politik/kampf-um-die-trefferquote/1598986.html>> (2011.8.25 검색)

(2) 제1항 제1호에 따른 질서위반행위에 대해서는 최대 500유로까지의 과태료가, 제1항 제2호에 따른 질서위반행위에 대해서는 최대 5만 유로까지의 과태료가 부과된다.

(1) Ordnungswidrig handelt, wer

1. (생략)

2. entgegen § 32 Abs. 2 Ergebnisse von Wählerbefragungen nach der Stimmabgabe über den Inhalt der Wahlentscheidung vor Ablauf der Wahlzeit veröffentlicht.

(2) Die Ordnungswidrigkeit nach Absatz 1 Nr. 1 kann mit einer Geldbuße bis zu fünfhundert Euro, die Ordnungswidrigkeit nach Absatz 1 Nr. 2 mit einer Geldbuße bis zu fünfzigtausend Euro geahndet werden.

4. 여론조사 관련 논란

- 독일에서는 1950년대에 일부 정치학자들이 여론조사 결과가 실제 선거 결과에 영향을 미친다는 가설을 학문적으로 주장했었으나 최근 들어 이러한 주장들의 일부는 근거가 없는 것으로 입증되었거나 그 영향력이 경험적으로 볼 때 매우 미미한 것으로 조사되었음.²¹⁾
- 참고로 실증적으로 입증된 것은 아니지만 여론조사 결과의 공표가 실제 선거결과에 영향을 미친다는 대표적인 가설들로는 밴드웨건 효과(다수 견해로의 쏠림현상), 언더독 효과(소수 견해로의 쏠림현상), 과반수 득표 저지 효과 등이 있음.²²⁾
- 그 밖에도 2005년 연방의회 선거 당시에는 철학자인 페터 슬로터디크 (Peter Sloterdijk)가 여론조사 기관들이 “의회 민주주의 외부에 존재

21) Jochen Groß: Die Prognose von Wahlergebnissen. Ansätze und empirische Leistungsfähigkeit. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010, S. 39ff.

22) Jürgen Maier, Frank Brettschneider 2009: Wirkungen von Umfrageberichterstattung auf Wählerverhalten. In: Nikolaus Jackob u. a.: Sozialforschung im Internet. S. 321 - 337.

하는 영향력 행사 기관들”로서 “결코 정당화될 수 없는 의사형성의 독재자로서 기능하고 있다”고 주장하였으며, 그로 인해 정치적 주체들과 선거에 대한 여론조사를 법률적으로 제한할 필요가 있다고 주장하기도 하였음.²³⁾

- 한편 언론매체들과 정당들의 위탁을 받아 선거 관련 여론조사를 수행하는 상업적인 여론조사 기관들이 여론조사를 객관적이고 신뢰성 있게 수행할 수 있는 능력이 조사기관별로 편차가 커서 문제가 될 수 있다는 견해도 존재함.²⁴⁾
- 실제로 2005년도 연방의회선거 당시에는 선거직전에 실시된 여론조사 기관들의 정당 지지도 조사결과와 실제 선거에서의 정당의 득표율이 기민·기사당의 경우 5% 이상 차이가 나는 상황이 발생해 여론조사의 신뢰성에 대한 논란이 제기되었음.
 - 이러한 편차의 발생 원인은 밝혀지지 않았으나, 대체로 여론조사 기관들의 여론조사 결과가 통상적으로 2% 정도의 오차는 통계학적으로 무시하는 경향이 있다는 점, 전화조사가 일반적으로 면접조사에 비해 진실성이 부족할 수 있다는 점, 여론조사 응답자들의 실제 투표 참여 비율이 낮았을 수 있다는 점, 그리고 2005년 선거가 다른 선거 때보다 유난히 부동층 비율이 높아서 선거에 임박해서야 비로소 지지정당을 결정한 사람들이 많았다는 점 등을 여론조사와 실제 선거결과와의 편차가 발생한 원인으로 추정하고 있음.

23) <<http://www.faz.net/artikel/C31315/meinungsforschung-demokratie-dank-demoskopie-mehrheit-als-meinung-30106935.html>> (2011.8.25 검색)

24) Oscar W. Gabriel, Silke I. Keil: Empirische Wahlforschung in Deutschland: Kritik und Entwicklungsperspektiven. In: Jürgen W. Falter, Harald Schoen (Hrsg.): Handbuch Wahlforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2005, S. 613-641.

○ 2005년 연방의회선거 여론조사 결과와 실제 선거결과 비교

조사기관 (발표일)	조사기간 (월.일)	응답자 수	기민/ 기사당	사민당	녹색당	자민당	좌파연합	기타
2005.9.18. (선거일)	연방의회선거 결과		35.2 %	34.2 %	8.1 %	9.8 %	8.7 %	3.9 %
Allensbach (2005.9.16)	9.10 - 9.15	1,352	41.5 %	32.5 %	7.0 %	8.0 %	8.5 %	2.5 %
Emnid (2005.9.13)	9.9 - 9.12	2,000	42.0 %	33.5 %	7.0 %	6.5 %	8.0 %	3.0 %
Forsa (2005.6.16)	9.9 - 9.12	2,000	41-43%	32-34%	6-7%	7-8%	7-8%	-
Forschun gsgruppe Wahlen (2005.9.9)	9.6 - 9.8	1,299	41%	34%	7%	7%	8%	3%
GMS (2005.9.12)	9.7 - 9.10	1,008	42%	33%	8%	7%	7%	3%
Infratest dimap (2005.9.8)	9.6 - 9.7	1,000	41%	34%	7%	6.5%	8.5%	3%

○ 여론조사 기관의 여론조사 결과에 대한 소송 사례는 없는 것으로 파악됨.



프랑스 해외통신원 : 윤석준

1. 선거 관련 여론조사 실시현황

(1) 선거 관련 여론조사의 역사

- 프랑스에서 정치 관련 여론조사는 1938년 사회학자인 장 스투첼 (Jean Stoetzel)에 의해 프랑스 최초이자, 세계 두 번째로 설립된 여론조사 기관인 프랑스 여론 연구소(Institut Français d'Opinion Publique: IFOP)에 의해 처음 실시됨.²⁵⁾
- 이후 1960년대 말부터 각종 미디어의 보급이 본격화 되고 여론조사를 포함한 정치 커뮤니케이션의 중요성이 부각되면서 프랑스에서는 여론 조사기관 및 여론조사 횟수가 양적으로 급격한 성장세를 보이게 됨.

(2) 선거 관련 여론조사의 종류 및 주요 내용

프랑스에서 선거 관련 후보자 및 정당에 대한 지지율 조사는 다양한 주체들에 의해 일상적으로 수시로 이루어지고 있으며, 그 외에도 시사적인 사안들은 물론 특정 정책 등에 대한 선호도 및 견해를 묻는 여론조사도 일상적으로 이루어지고 있음.

25) 장 스투첼은 1936년 미국에서 세계 최초의 여론조사기관을 설립한 조지 갤럽(Georges Gallup)을 만난 후 이러한 여론조사기관의 필요성을 인식하고 1938년에 프랑스에 여론조사기관을 설립하였음.

(3) 선거 관련 여론조사의 실시·의뢰 주체

프랑스에는 선거 관련 여론조사의 실시 및 의뢰 주체에 대한 법적 제한이 없기 때문에, 언론사는 물론 정당, 후보자 등이 의뢰하는 여론조사가 모두 가능함. 이 중 신문, 방송 등 언론사들이 실시 및 의뢰하는 여론조사가 가장 주된 비중을 차지하고 있음.

(4) 최근 선거에서의 여론조사 실시현황

프랑스에서 선거를 포함한 정치 관련 여론조사는 연간 1,000여건에 이르고 있을 정도로 빈번하게 이루어지고 있음. 이와 같은 정치 관련 여론조사의 빈도수에 대해서 프랑스인들은 ‘적당한 수준이다’(62%)라는 의견이 ‘지나치게 많다’(30%)나 ‘지나치게 적다’(8%)는 의견보다 많은 것으로 나타남.²⁶⁾

2. 여론조사의 신뢰성·객관성 확보 관련 규제

(1) 여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 법적 규제

- 프랑스에서 선거 관련 여론조사(les sondages d'opinion en matière électorale)에 대한 법적 규제는 『1977년 7월19일 여론조사 공표와

26) <<http://www.jpsueur.com/images/stories/Senat/101025rsumrapportsondages.pdf.pdf>> (2011.9.13. 검색)

전파에 관한 n.77-808 법(la loi n°77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion)』이 제정되면서 시작되었음. 이후 이 법은 『2002년 2월18일 n.2002-214 법(la loi n°2002-214 du 19 février 2002)』에 의해 부분 보완되었음.²⁷⁾

- 이 법 조항들은 대통령 선거(l'élection présidentielle), 국민투표(les référendums), 유럽의회선거(les élections européennes), 상원의회 선거(les élections sénatoriales), 하원의회 선거(les élections législatives) 지방의회 선거(les élections régionales; les élections cantonales; les élections municipales) 등의 선거법(code électoral)에 명시된 모든 종류의 선거에 직·간접적으로 연관성이 있는 여론조사에 모두 적용됨.²⁸⁾

(2) 여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 기구

- 프랑스는 여론조사의 신뢰성 및 객관성 확보를 위한 민간기구는 없고, 대신 여론조사위원회(la Commission des sondages)라는 법적 기구가 독립적으로 존재함. 이 위원회는 『국무회의 정령(décret en Conseil

27) Loi n°77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion
<<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068614&dateTexte=20110909>> (2011.9.13. 검색)

Loi n°2002-214 du 19 février 2002 modifiant la loi n° 77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion
<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?sessionid=960D3142B33BBD4FD84C93068335A8B3.tpdjo14_v_3?cidTexte=LEGITEXT000005632279&dateTexte=20110604> (2011.9.13. 검색)

28) Les sondages d'opinion - Ministère de l'intérieur
<http://www.interieur.gouv.fr/sections/a_votre_service/elections/les_elections_en_france/elections-france/downloadFile/attachedFile/opinion.pdf?nocache=1170669373.51> (2011.9.13. 검색)

des ministres)』에 의해 3년의 임기를 보장받는 9인의 위원으로 구성되는데, 국사원(國司院, le Conseil d'État), 파기원(破棄院, la Cour de cassation), 회계감사원(la Cour des comptes)에서 각각 3명의 위원들이 임명됨.²⁹⁾

- 이 위원회는 선거 여론조사 관련 규제의 상징적인 역할을 담당하는데, 『1977년 7월 19일 여론조사 공표와 전파에 관한 n.77-808 법(la loi n°77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion)』과 『2002년 2월 18일 n.2002-214 법(la loi n°2002-214 du 19 février 2002)』에 근거해서 선거 관련 여론조사들이 이를 제대로 준수하고 있는지에 대한 의견을 공개적으로 피력할 수 있음. 그러나 법적인 처벌권한이나 기소권이 없기 때문에 실질적인 효용성에 대한 논쟁이 제기되고 있으며, 이에 따라 역할 재설정을 위한 논의가 상원의회를 중심으로 제기되고 있음.

(3) 프랑스의 주요 여론조사 기관

- 프랑스의 주요 여론조사 기관들로는 TNS Sofres, France-Sondages, Ipsos, Research International, CSA, Ifop, iSAMA, BVA, Louis Harris 2, OpinionWay, ISL, Médiamétrie, Kheolia, Institut d'études Occurrence, Viavoice, Quadriel, Léger Marketing, Somme Toute 등이 있음.
- 프랑스의 주요 여론조사 기관들의 주요 매출은 기업들의 마케팅 관련

29) 최근 위원의 수를 기존 9인에서 여론조사 전문가 2인을 임명하여 총 11인으로 위원회를 구성하는 것을 내용으로 하는 제도개혁이 이루어지고 있음.

여론조사가 대부분을 차지하고 있으며, 정치 및 선거 관련 여론조사는 보통 매출의 1~10% 미만으로 총 매출액에서 비교적 미미한 비중을 차지하고 있음.³⁰⁾

- 이러한 까닭에 여론조사 기관들에게 정치 및 선거 관련 여론조사는 직접적인 기관들의 수익과 직결되는 문제라기보다는, 그 기관에 의해 수행된 여론조사들의 신뢰성 및 객관성을 일반 대중은 물론 주요 고객인 기업들에게 공개적으로 확인 받고, 다른 경쟁 기관들과 비교 평가받는 경쟁의 장의 의미가 큼. 신뢰성 및 객관성 확보에 심혈을 기울임.
- 또한 프랑스 여론조사 기관들의 대부분은 지금도 ‘연구소(Institut)’라는 명칭을 가지고 있거나 또는 이렇게 불리고 있는데, 이는 프랑스에서 여론조사가 사회학에 기반한 학문적 행위임을 강조하는 것으로, 학계에서 인정할만한 엄정한 방법론은 물론, 이에 걸맞은 신뢰성 및 객관성을 사회로부터 요구받고 있음.

(4) 선거 관련 여론조사 사전 신고 혹은 자료 보관 의무 규정

프랑스에서 선거 관련 여론조사 실시할 때 사전 신고 규정이나 보관 규정은 없으나, 선거 관련 여론조사의 경우 여론조사위원회가 요청할 경우 자료의 제출 의무 규정은 있음.³¹⁾

30) Édouard Lecerf (TNS Sofres) et Jérôme Sainte-Marie (CSA) dans l'émission Ligne j@une du 9 mars 2011 <<http://www.arretsurimages.net/contenu.php?id=3811>> (2011.9.13. 검색)

31) Loi n°77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion <<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068614&dateTexte=20110909>> (2011.9.13. 검색)

3. 여론조사 공표 관련 규제

(1) 선거기간 여론조사 결과 공표 금지규정

- 여론조사의 결과 공표를 금지 등 제한에 관한 내용은 1977년에 제정된 『여론조사 공표에 관한 법률(Loi n°77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion)』에 명시되어 있는데, 이 법에 따르면 선거일 바로 일주일 전부터 모든 여론조사에 대한 공표 및 보도는 전면 금지되었음.
- 그러나 2001년 9월 프랑스 대법원이 이와 같은 여론조사 공표 금지가 『유럽인권협약』 제10조에 명시된 ‘정보 수신자의 자유’를 침해한다고 판결함에 따라, 『2002년 2월 18일 n.2002-214 법 (la loi n°2002-214 du 19 février 2002)』으로 기존 법 내용을 일부 개정함. 그래서 지금은 이 개정안에 따라 선거일 바로 전일 및 당일 여론조사에 대한 공표 및 보도만 금지되고 있음.

(2) 선거 관련 여론조사 결과 공표 기준

- 선거관련 여론조사 결과 공표와 관련된 특별한 기준은 존재하지 않음.
- 여론조사 공표 시 반드시 포함하여야 하는 내용

- 『1977년 7월19일 여론조사 공표와 전파에 관한 n.77-808 법(la loi n°77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion)』과 『2002년 2월 18일 n.2002-214 법 (la loi n°2002-214 du 19 février 2002)』에 따라 여론조사 공표 시 반드시 포함해야 하는 내용들이 아래와 같이 있음.³²⁾
- 우선, 선거 관련 여론조사 결과의 공표와 전파는 해당 여론조사 기관의 책임 하에 작성된 다음과 같은 정보들이 반드시 함께 병기되어야 함:
 - 여론조사 실시기관 이름(le nom de l'organisme ayant réalisé le sondage);
 - 여론조사 의뢰기관 이름(le nom et la qualité de l'acheteur du sondage);
 - 여론조사 질문대상 수(le nombre de personnes interrogées);
 - 여론조사 실시 일자 혹은 기간(la ou les dates auxquelles il a été procédé aux interrogations)
- 또한 여론조사 결과의 공표 및 전파가 이루어지기 전에 여론조사 위원회(la commission des sondages)에 제출된 개요(la notice)를 누구나 열람할 수 있는 권리가 있다는 내용이 명시되어야 함. 이 개요는 다음과 같은 내용들로 구체화되어야 함:

32) Loi n°77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion

<<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068614&dateTexte=20110909>> (2011.9.13. 검색)

Loi n°2002-214 du 19 février 2002 modifiant la loi n° 77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?sessionid=960D3142B33BBD4FD84C93068335A8B3.tpdjo14_v_3?cidTexte=LEGITEXT000005632279&dateTexte=20110604> (2011.9.13. 검색)

- 여론조사의 대상(l'objet du sondage);
- 조사대상자들이 선택된 방법, 표본의 선택 및 구성(la méthode selon laquelle les personnes interrogées ont été choisies, le choix et la composition de l'échantillon);
- 질문이 이루어진 상황적 조건들(les conditions dans lesquelles il est procédé aux interrogations);
- 질문 항목들의 전체 내용(le texte intégral des questions posées);
- 질문에 대한 답변을 거부한 사람들의 비중(la proportion des personnes n'ayant pas répondu à chacune des questions)
- 공표된 내용에 대한 해석의 한계지점(les limites d'interprétation des résultats publiés)

(3) 선거 관련 여론조사에 관한 규정 위반 시 처벌규정 유무

선거 관련 여론조사에 대한 규정 위반으로 인한 처벌규정이 구체적으로 존재하지 않아, 이에 대한 법개정을 위한 논의가 프랑스 상원 의회에서 현재 진행중임.

4. 여론조사 관련 논란

- 프랑스에서 여론조사의 정확성, 신뢰성, 객관성 등에 관한 최근 가장 대표적인 논란은 지난 2007년 대통령 선거 이후에 있었음.
 - 2007년 당시 대선 국면에서는 우파의 니콜라 사르코지 후보와 좌파의

세골렌 후아얄 후보 사이에서 급부상하던 중도파의 프랑수와 바이루 후보로 인해 프랑스에서는 이례적인 3각 구도가 형성되었음. 중도파 후보가 전통적인 좌우파 지지층을 끌고로 잠식하면서 유력한 대선후보로 부상하자 양 진영에서 선거기간 내내 프랑수와 바이루 후보에 대한 견제와 연대 제의를 동시에 해왔음.

- 그러나 프랑수와 바이루 후보가 1차 투표에서 연대 없이 독자 행보를 걸기로 결정한 뒤, 1차 투표 이틀 전인 2007년 4월 20일에 발표된 사실상 마지막 여론조사에서 중도파 프랑수와 바이루 후보는 갑자기 극우파 후보인 장마리 르펜에게도 뒤지는 4위라는 저조한 지지율로 1차 투표 선거운동을 마감함.
- 그러나 2007년 4월 22일 저녁 1차 투표 개표가 진행된 결과 프랑수와 바이루 후보는 좌우파 후보들과 근소한 차이로 3위를 차지하게 됨. 그리고 극우파 장마리 르펜과는 18.5% 대 10.5%의 8% 이상 차이로 앞서는 것으로 나타남.
- 결국 프랑수와 바이루 후보는 마지막 여론조사 결과에 영향을 받은 일부 유권자들의 사표심리 탓에, 2차 투표에 진출하지 못하게 되었다는 분석이 전문가들 사이에서 제기되었음. 특히, 당시 정치권에서는 1차 투표를 앞두고 마지막으로 4월 20일에 발표된 여론조사 결과가 좌파와 우파 진영 양측의 인사들과 가까운 관계에 있는 여론조사 기관들이 중도파 후보를 낙오시키기 위해 프랑수와 바이루 후보에게 불리한 결과가 나오도록 영향을 미쳤다는 의혹이 강하게 제기되기도 했음.³³⁾

33) http://fr.wikipedia.org/wiki/Sondage_d%27opinion#Mise_en_cause_des_patrons_des_instituts_de_sondages <<http://www.delitsdopinion.com/>> (2011.9.13. 검색)

- 이 외에도 사르코지 대통령과 주요 여론조사 기관들의 소유주나 대표와의 개인적인 관계들로 인한 여론조사 왜곡 및 특정 여론조사 기관들에 대한 특혜 논란도 끊임없이 제기되고 있음.³⁴⁾

34) Soutien à Alain Garrigou, traîné devant les tribunaux pour sa critique des sondages
 <<http://www.sondonslessondages.org/>> (2011.9.13. 검색)



스웨덴 해외통신원 : 이영

1. 선거 관련 여론조사 실시현황

- 선거 관련 여론조사의 종류 및 주요 내용
 - 4년에 한번 씩 열리는 총선을 앞두고 스웨덴 통계청 및 각 여론조사 기관에서 선거 관련 후보자·정당에 대한 지지율 조사가 이루어짐.
 - 기타 다양한 정책 등에 대한 조사도 여론조사 기관과 방송 언론사 연합, 혹은 통계청 및 여론 조사 기관 단독으로 이루어짐.

<공표 사례 1>³⁵⁾

더 로컬(The Local), 2010. 4. 3.

여론 조사: 라인펠트(Reinfeldt) 기습 신임 투표

목요일 공표된 설문 조사에 의하면 스웨덴 유권자들은 총리 프레드릭 라인펠트(Fredrik Reinfeldt)에 대한 신임 투표를 통해 그에 대한 확신을 나타냈다. 절반 이상이 다가오는 총선에서 정치 후보자로 라인펠트가 선택되기를 지지할 것이라 응답한 반면, 26% 보다 낮은 비율의 유권자가 야당의 리더인 모나 살린(Mona Sahlin)을 지지한다고 응답했다.

여론 조사기관 시노베이트(Synovate)가 다겐스 니헤터 데일리(Dagens Nyheter daily)에 공표한 내용에 따르면, 심각한 위기에 누가 국가를 대표하고 지휘할 것인가라는 질문에 대한 응답으로 대략 70%의 응답자가 좌파 야당 후보자에 대해 라인펠트를 선택한다고 응답했다.

사민당 당수인 살린은 국가의 대표자로서 신임 투표에 16% 지지율을 보였으며 심각한 위기시 국가를 지도해 나갈 능력에 19%의 지지율을 보인 반면, 녹색당의 공동 당수인 마리아 베테르스트란트(Maria Wetterstrand)는 두 경우 모두 15%의 지지율을 보였다.

35) <<http://www.thelocal.se/25884/20100403/>> (2011.9.1 검색)

<공표 사례 2>³⁶⁾

더 로컬(The Local), 2011. 4. 14.

난민 수용에 찬성하는 스웨덴인이 많아짐.

스웨덴인 들은 난민 이민자들의 수용에 이보다 더 긍정적인 적이 없었다. “우리는 오랜 기간 동안 추세가 이러한 방향으로 움직이는 것을 보아왔다. 스웨덴인들은 점점 더 도회적이고 교육 정도가 높아지고 있으며 이러한 경향은 관용성을 길러준다.”고 요테보리(Göteborg) 대학교의 Marie Demker 가 말했다.

설문 조사 수치가 의하면 난민을 더 적게 수용해야 한다는 응답이 2010년에 46%에서 42%로 줄었다. 동시에, 스웨덴이 더 많은 난민과 이민자를 받아들여야 한다고 응답한 수치는 30%로 높아졌다.

난민 이민자의 수용에 긍정적으로 대답한 수치가 늘어났음에도 불구하고 수치는 대부분의 스웨덴인 들은 더 많은 난민을 수용하는 것에 대해서는 열성적이지는 않은 것을 보여주었다. 설문조사는 요테보리 대학교의 SOM-Institute 에 의해 5000명의 스웨덴에게 실시되었다.

○ 선거 관련 여론조사의 실시·의뢰 주체

- 실시주체 : Sifo, Temo(Synovate), Novus, Demoskop, SKOP, Ruab, 요테보리(Göteborg) 대학교의 SOM-Institute³⁷⁾ 등의 여론 조사 기관들 및 스웨덴 통계청(Statistics Sweden)
- 의뢰 주체: TV4, STV, Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter 같은 방송 혹은 언론사 들
- 방송·언론사가 의뢰하는 경우 외에 스웨덴 통계청에서 자체적으로 1년에 두 번씩 정기적으로 총선 혹은 대선 관련 여론 조사를 실시함.
- 정당, 후보자 등이 의뢰하는 여론조사는 허용되지만 일상적이지는 않음. 유권자의 공감을 얻기 위한 목적을 가진 것으로 간주 되는 여론 조사들은

36) <<http://www.thelocal.se/33206/20110414/>> (2011.9.1 검색)

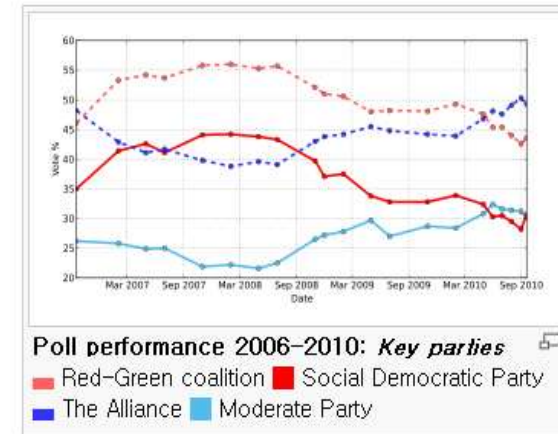
37) <<http://www.som.gu.se/>> (2011.9.1 검색)

주로 방송·언론사가 의뢰하는 경우가 대부분이나 그렇지 않은 경우는 특정 사안에 대한 정치적 결정이나 국회에서의 발의에 대한 근거를 얻기 위한 조사를 위해 의뢰할 수 있음.³⁸⁾

○ 최근 선거에서의 여론조사 실시현황

- 스웨덴에서는 2010년 9월 총선을 위해 지난 2006년 9월 총선 이후 다양한 여론 조사 기관에 의해 각 정당의 득표율에 대한 여론 조사가 지속적으로 여러 여론 조사 기관에 의해 실시되었음. 아래의 그래프는 2007년 5월 이전부터 2010년 9월 총선 직전까지 Sifo에 의해 일 년에 서너 차례 이상 진행된 여론 조사 결과를 반영한 것임.

<그래프> 주요 정당 지지도 여론조사³⁹⁾



38) <<http://www.synovate.com/>>

39) 기간: 2007년 5월-2010년 9월

진홍색: 적녹연합(Red-Greens: 사민당, 녹색당, 좌파당 연합)

붉은색: 사민당

파란색: 동맹(The Alliance: 온건당, 자유당, 중도당, 기독교민주당 등의 중도보수연합)

하늘색: 온건당

출처: 위키피디아 <<http://en.wikipedia.org>>

<표> 2006년 9월 총선 주요 정당 지지도 여론조사 결과 및 실제 총선 결과⁴⁰⁾

Party	August 2006	July 2006	June 2006	May 2006	April 2006	March 2006	February 2006	January 2006	December 2005	Last election
Social Democrats (s)	35.5%	34.5%	36.2%	37.8%	34.7%	39.0%	36.3%	35.9%	36.9%	39.9%
Moderate Party (m)	26.9%	24.2%	25.3%	24.8%	21.9%	23.5%	26.7%	23.9%	24.2%	15.3%
Liberal People's Party (fp)	10.1%	10.9%	12.0%	10.2%	12.7%	9.6%	11.0%	11.8%	10.7%	13.4%
Christian Democrats (kd)	7.2%	6.8%	6.2%	6.4%	6.9%	6.4%	6.0%	6.6%	4.6%	9.1%
Left Party (v)	4.4%	5.9%	5.9%	6.5%	7.6%	5.7%	5.4%	6.9%	6.3%	8.4%
Centre Party (c)	6.1%	7.2%	5.9%	6.2%	7.4%	6.9%	6.4%	6.6%	6.9%	6.2%
Green Party (mp)	5.1%	6.6%	4.8%	4.8%	5.3%	5.7%	5.0%	4.6%	6.9%	4.6%
Alliance for Sweden (m, c, fp, kd)	50.3%	49.1%	49.4%	47.6%	48.9%	46.4%	50.1%	48.9%	46.4%	44.0%
Red-Green bloc (s, v, mp)	45.3%	47.3%	46.9%	49.1%	47.2%	50.4%	46.7%	47.4%	50.1%	52.9%

- 위의 표는 1,000명을 대상으로 SKOP에 의해 실시되었으며 표의 우측에서 좌측까지 여론의 추이를 보여줌. 최 우측 열은 총선 결과를 나타냄.
- 여론 조사의 정확성과 신뢰도는 각 조사 기관의 방법론적 전문성에 달려있으며 각 기관은 통찰력을 극대화하기 위한 기술과 지식의 확대에 항상 주력하고 있음.⁴¹⁾

40) 기간: 2005년 12월 - 2006년 8월, 맨 우측 열: 실제 총선 결과
 정당명: 위로부터 사민당(s), 온건당(m), 자유당(fp), 기독교 민주당(kd), 좌파당(v), 중도당(c), 녹색당(mp), 동맹(m, c, fp, kd), 적록 연합(s,v,mp)
 출처: 위키피디아 <<http://en.wikipedia.org>>

41) <www.synovate.com>, <www.tns-sifo.se> 참조

2. 여론조사의 신뢰성·객관성 확보 관련 규제

- 여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 법적 규제는 없음
- 여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 민간기구·단체의 유무
 - 민간기구·단체는 없지만 요테보리(Göteborg) 대학교의 스웨덴 국가 선거 연구소(<http://www.valforskning.pol.gu.se/english/>) 및 SOM-Institute (<http://www.som.gu.se/>) 에서 Nordicom (Nordic Information Center for Media and Communication Research: <http://www.nordicom.gu.se/>), MOD (Multidisciplinary Opinion and Democracy Research Group: <http://mod.gu.se/>) 그리고 스웨덴 방송 언론인 연합(<http://www.sjf.se/>) 등과 연계하여 민주주의의 구현을 위한 정치·사회·(복유립권) 방송언론 등의 다학제간의 연구를 통해 신뢰성과 객관성 확보를 위해 노력함.
- 주요 여론조사 기관 소개

기관명	본부	비고
Sifo-TNS	스웨덴, 스톡홀름	스웨덴에서 가장 큰 시장 조사 회사, 여론 조사 및 사회 연구에 특화됨
Synovate	영국, 런던	세계적 시장 조사 회사, 60여개국에서 시장 조사 업무 대행
Novus	스웨덴, 스톡홀름	스웨덴의 시장 및 여론 조사 회사
Demoskop	스웨덴, 스톡홀름	스웨덴의 시장 및 사회 조사 회사
SKOP	스웨덴, 스톡홀름	스웨덴의 다양한 시장 조사 회사
SOM-Institute	스웨덴, 요테보리	스웨덴 요테보리 대학교와 연계된 독립 여론 조사 기관, 사회·미디어·여론 연구 수행

- 이 기관들은 대학교 부설 연구소인 SOM-Institute를 제외하면 민간 연구 기관으로 신뢰성과 객관성을 확보하기 위해 여론 조사 및 통계 업무 수행에 있어서의 기술적 방법론을 지속적으로 연구하여 전문성과 객관성을 확보·강화 시켜 나가고 있음. 사실 연구소이므로 자체 규정에 대해 알기는 어려움.

○ 선거 관련 여론조사 실시할 때 사전신고 규정 없음.

○ 선거 관련 여론조사 관련 자료보관 의무 규정 여부

- 스웨덴 정부 부처인 통계청에서 다양한 자료를 보관할 의무 규정이 있음. 다양한 자료 중에는 여론조사 자료를 포함한 선거관련 자료도 포함됨.⁴²⁾
- 스웨덴 통계청의 여론 조사 포함한 선거 관련 자료가 보관되어 있는 홈페이지는 다음과 같음.

http://www.scb.se/Pages/SubjectArea_12262.aspx

- 주요 여론 조사 기관들도 자체적으로 관련 자료를 보관하고 있음. 실시된 거의 모든 여론조사 결과를 보관하고 있는 것으로 보아 기관의 특성상 관련 자료 보유는 의무로 여겨짐. 그러나 각 여론 조사 기관들의 자료 보관 내부 규정에 대해 알기는 어려움.

<사례>

- 테모(Temo)와 다른 여론 조사 기관의 총선 관련 여론 조사 결과 비교
<http://www.temo.se/upload/326/valjbsamtliga.htm>
- 노버스(Novus)의 선거 및 다른 연구를 위한 여론 조사 결과 보고서들
<http://www.novusgroup.se/vaeljaropinionen/oevriga-undersokningar-och-rapporter>

42) Official statistics of Sweden, Statistics Sweden 2010,

3. 여론조사 공표 관련 규제⁴³⁾

○ 선거기간 여론조사 결과 공표 금지 규제 여부

- 스웨덴은 다른 스칸디나비아 국가들과 마찬가지로, 선거기간 동안 여론 조사의 결과 공표에 대한 공식적·법적 규제가 존재하지 않음. 그러나 실질적으로는 어떠한 언론 조직도 선거 하루 전날보다 늦게 여론 조사를 공표하지는 않으며 출구 조사 결과는 모든 투표소가 닫히기 전까지는 공표되지 않음.

○ 선거 관련 여론조사 결과 공표 기준의 존재 여부

- 스웨덴은 다른 스칸디나비아 국가들과 마찬가지로, 선거기간 동안 여론 조사의 결과 공표에 대한 법적 규제가 존재하지 않음.

○ 여론조사 공표시 반드시 포함하여야 하는 내용

- 방송·언론인들이 여론 조사 결과를 어떻게 공표해야 할지에 대한 엄격한 기준은 없지만 응답률, 표본 크기, 표본 오차율, 질문내용 등을 언급하는 것이 권고됨. 여론조사 기관은 기준을 제시할 수 있지만 이러한 기준은 방송·언론인들의 직업적 행동 지침에 관한 문제이며, 따라서 이들은 이러한 행동지침을 지켜야 할 소임을 지님.⁴⁴⁾

○ 선거 관련 여론조사에 관한 규정 위반 시 처벌규정 유무

- 선거 관련 여론조사에 관한 규정이 존재하지 않으므로 처벌 규정 또한 존재하지 않음.

43) Comparative Study of Laws and Regulations Restricting the Publication of Electoral Opinion Polls, ARTICLE 19 Global Campaign for Free Expression London January 2003 그리고 Restricting the broadcast and publication of pre-election and exit polls: some selected examples, Tim Bale (2002) 참조

44) <<http://www.nordicom.gu.se/>>, <http://www.sjf.se/portal/page?_pageid=53,9441115&_dad=portal&_schema=PORTAL>, <<http://aceproject.org/ace-en/topics/media-and-elections/>> (2011.9.1 검색) 참조

4. 여론조사 관련 논란

- 여론조사의 정확성, 신뢰성, 객관성 등에 관한 논란은 없음. 이는 스웨덴 내에서 정치·선거 연구 기관 및 방송·언론 기관들이 활발히 연계하여 민주사회의 구현을 위한 절차 및 방법상의 투명성 및 전문성을 강화해 나가고 있음을 시민들에게 충분히 인식시키기 때문으로 보임.
- 여론조사 결과 공표와 관련한 소송 사례, 판례는 없음.
- 여론조사의 여론형성 효과
 - 여론조사의 결과 공표가 여론형성에 미치는 영향 등에 대한 논란이 스웨덴에서 크게 부각된 적은 아직 없음.
 - 여론몰이를 위해 여론조사가 이용되는 사례는 아직 없음.



미국

미국 해외통신원 : 박세민

1. 선거 관련 여론조사 실시현황

(1) 선거 관련 후보자·정당에 대한 지지율 조사 및 공표 사례

- 미국에서는 선거 관련 후보자·정당에 대한 지지율 조사 및 공표가 매우 다양하고 자세하게 진행됨.
 - 선거 후보뿐만 아니라 공화당 또는 민주당의 대통령 후보가 되기 위한 당내 경선후보들의 지지율에 대해서도 자세한 조사 및 공표가 이루어지고 있음.
 - 2012년 대통령선거의 공화당 후보를 선출하기 위한 작업이 최근 시작되었으나 이미 경선후보에 대한 지지율 조사는 다양하게 진행됨.⁴⁵⁾⁴⁶⁾ 예컨대 여론조사기관 갤럽(Gallup)은 홈페이지에 지난 2월부터 매달 오바마 대통령과 공화당후보와의 가상대결 지지율을 공개함.
- 미국에서는 특정 정책에 대한 찬반 여론조사 역시 상시적으로 실시되고 있음.
 - 미국의 주요 여론조사 기관 중 하나인 갤럽(Gallup) 홈페이지에는 최근 주요정책 또는 경제 인식 등에 대한 다양한 여론조사를 거의

45) <<http://www.politico.com/2012-election/presidential-polls/national/national-12-general-election/>> (2011.8.15 검색)

46) <<http://www.gallup.com/poll/election.aspx>> (2011.8.21 검색)

상시적으로 실시47)

- 갤럽 홈페이지를 보면 최근 실시된 오바마 대통령 지지율, 경제전망, 경제여건에 대한 여론조사 등에 대한 조사결과를 볼 수 있음.

<그림> 갤럽 홈페이지 여론조사 결과 공표



(2) 선거 관련 여론조사의 실시·의뢰 주체

- 여론조사 기관이 독자적으로 선거관련 여론조사를 하거나 언론사와 함께 여론조사를 실시함.
 - 예컨대 2008년 대선당시 오바마후보와 맥케인후보가 첫 대통령후보 토론회 후 여론의 반응 조사를 유에스에이투데이(USAToday)와 갤럽이 함께 실시하였음.48)
 - 대부분 여론조사 결과를 설명하기에 앞서 실시한 여론조사기관을 누구나 알아 볼 수 있도록 명시함.
 - 또한 인터넷에서 결과 공표시 여론조사기관을 클릭하면 해당 여론조사기관 홈페이지로 연결되어 어떤 방식으로 여론조사가 이루어졌는지 상세하게 공개함.

47) <<http://www.gallup.com/home.aspx>> (2011.8.19 검색)

48) <<http://abcnews.go.com/Politics/story?id=5902766&page=1>> (2011.8.16 검색)

- 특정 정당이나 후보자가 직접 여론조사를 하거나 여론조사기관과 함께 여론조사를 하는 경우는 거의 없는 것으로 보임.

(3) 최근 선거에서의 여론조사 실시현황

- 2008년 대선당시 맥케인 공화당 후보 및 오바마 민주당 후보에 대한 지지도에 대해 여러 차례 여론조사가 실시되었음
- 2010년 중간선거 당시에도 여러 차례 지지도 관련 여론조사가 실시되었으며 여론조사 주체는 물론 조사방법 및 대상 등에 대해 상세히 공개하기 때문에 고의적인 여론 조작은 거의 불가능함.
 - 예컨대 2010년 중간선거 당시 abc뉴스는 워싱턴포스트(Washington Post)와 공동으로 중간선거 여론조사를 실시하였는데, 결과 공표와 함께 세부 항목과 설문을 볼 수 있는 페이지를 링크시켜 세부사항을 공개함.49)

<그림> abc뉴스·워싱턴포스트 여론조사

Poll: Ahead of 2010 Midterm Elections, Incumbent Support Its Lowest Since 1994



49) <http://abcnews.go.com/PollingUnit/2010_Elections/poll-2010-midterm-elections-incumbent-support-lowest-1994/story?id=10487480> (2011.8.17 검색)

- 최근 선거의 여론조사결과에 대한 정확성·신뢰도를 문제삼는 사례는 거의 찾기 어려움.

2. 여론조사의 신뢰성·객관성 확보 관련 규제

(1) 여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 법적 규제 여부

여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 법적 규제는 없는 것으로 보임.
여론조사 자체의 특성상 오차가능성은 항상 존재함.

(2) 여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 민간기구·단체

여론조사의 신뢰성·객관성 확보를 위한 민간기구·단체는 존재하지 않는 것으로 파악됨.

(3) 주요 여론조사 기관 소개

① 갤럽 조사(Gallup Poll)

- 대표적인 여론조사기관으로 특히 대통령선거 결과 예측의 정확성으로 유명하나 단 하나의 오차 사례는 1948년 대선 당시 토마스 듀이의 당선을 예측한 일임.
- 갤럽 조사에서는 다양한 정치·선거의 여론조사 결과를 공개함.

<그림> 현재 진행중인 공화당 대통령 후보 지지도 조사결과

GOP CONTENDERS	AMONG ALL REPUBLICANS		AMONG REPUBLICANS WHO RECOGNIZE				
	Ballot Support**	Recognize	Pos. Intensity Score*	Strongly Favorable	Favorable	Unfavorable	Strongly Unfavorable
 Sarah Palin Former Governor of Alaska	12	97	15	24	47	17	9
 Rudy Giuliani Former Mayor of New York City	11	91	19	22	54	13	3
 Newt Gingrich Former Speaker of the House of Representatives	3	86	3	10	43	29	7
 Mitt Romney Former Governor of Massachusetts	17	86	15	17	57	14	3
 Michele Bachmann U.S. Representative from Minnesota	11	81	20	24	46	16	4

② 해리스 여론조사 (Harris Poll)⁵⁰⁾

- 해리스 여론조사기관은 1963년 Louis Harris & Associates에 의해 설립된 가장 오래된 여론조사기관 중 하나임.
- 1997년부터 온라인 기반 여론조사를 실시

<그림> 닐센평가 - 통령후보토론 중계 시청률 조사⁵¹⁾

RANK	YEAR	NETWORK	DATE	CANDIDATES	VIEWERS P2+ (MILLIONS)
1	1980	ABC, CBS, NBC	Oct. 28	Carter - Reagan	80.6
2	1992	ABC, CBS, NBC, CNN	Oct. 15	Bush - Clinton - Perot	69.9
3	1976	ABC, CBS, NBC	Sept. 23	Ford - Carter	69.7
4	1988	ABC, CBS, NBC	Oct. 13	Bush - Dukakis	67.3
5	1984	ABC, CBS, NBC	Oct. 21	Reagan - Mondale	67.3
6	1992	ABC, CBS, NBC, CNN	Oct. 19	Bush - Clinton - Perot	66.9
7	1988	ABC, CBS, NBC	Sept. 25	Bush - Dukakis	65.1
8	1984	ABC, CBS, NBC	Oct. 7	Reagan - Mondale	65.1
9	1976	ABC, CBS, NBC	Oct. 6	Ford - Carter	63.9
10	1976	ABC, CBS, NBC	Oct. 22	Ford - Carter	62.7

Note: There were no televised Presidential debates for the years 1972, 1968, and 1964.
Copyright 2004 Nielsen Media Research.

50) <http://en.wikipedia.org/wiki/Harris_Interactive> (2011. 8.20 검색)

51) <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/media_entertainment/top-ten-presidential-debates-1960-to-present/> (2011. 8.20검색)

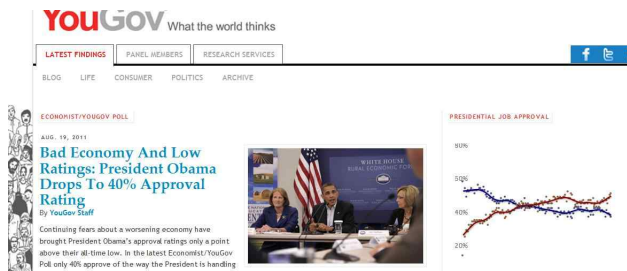
③ 닐센 평가(Nielsen ratings)

- 닐센 리서치에서 실시하는 닐센 평가는 주로 대통령후보 토론 중계시 TV 시청률 등을 측정·평가함.

④ 유가브(YouGov.)⁵²⁾

- 유가브의 조사방식은 전화통화를 통한 방식이 아니라 인터넷 기반 방식이므로 상대적으로 비용이 적게 소요됨.
- 다양한 정치적 이슈에 대한 여론조사를 실시함.

<그림> 유가브 여론조사 예시



(4) 여론조사 사전신고 및 자료 보관 의무 규정 여부

- 선거 관련 여론조사를 위한 사전 신고 규정은 없는 것으로 보임.
- 선거 관련 여론조사 관련 자료 보관 의무 규정은 없는 것으로 보이나 여론조사 결과 공개시 최대한 많은 자료를 공개하고 있음.
- 예컨대 Washington Post와 ABC News에서 2011년 6월2일-5일 실시한 전화 여론조사결과를 보면 실시한 질문, 실시한 날짜 등이 구체적으로 공개되어 있어 신뢰도를 객관적으로 판단할 수 있음⁵³⁾

52) <<http://today.yougov.com/>> (2011. 8.20 검색)

3. 여론조사 공표 관련 규제

(1) 선거기간 여론조사 결과 공표 금지 여부

선거기간 동안 여론조사의 결과 공표를 금지하는 등의 규제는 존재하지 않음.

(2) 선거 관련 여론조사 결과 공표 기준의 존재 여부

선거 관련 여론조사 결과 공표 기준은 존재하지 않음.

- 이러한 공표기준은 미국 수정헌법 제1조에 보장된 표현의 자유를 침해할 가능성이 높은 것으로 판단됨.
- 미국 정서상 고의적인 왜곡으로 사람들을 속일 목적이 아닌 이상 거의 모든 여론조사 결과의 공개가 허용됨.
- 위키피디아의 자료에 의하면 미국 등 각국의 여론조사 비교현황이 기록되어 있는 바, 서구국가 중에서는 캐나다만이 유일하게 공표 관련 규제가 있는 것으로 밝힘.⁵⁴⁾

(3) 여론조사 공표시 포함하여야 하는 내용에 대한 기준규정 여부

- 여론조사 공표시 포함하여야 하는 기준 규정은 없는 것으로 파악되나

53) <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/politics/polls/postabcpoll_060511_ATMIDNIGHT.html> (2011.8.20 검색)

54) <http://en.wikipedia.org/wiki/Opinion_poll> (2011.8.17 검색)

대부분의 여론조사시 자발적으로 실시주체를 명시하고 자세한 실시 방법 등을 공개함.⁵⁵⁾

(4) 선거 관련 여론조사에 관한 규정 위반시 처벌규정 유무

선거 관련 여론조사에 관한 규정이 별도로 존재하지 않기 때문에 관련 처벌규정 또한 없음.

4. 여론조사 관련 논란

(1) 여론조사의 정확성·신뢰성·객관성 등에 관한 논란

- 여론조사는 표본을 통해 전체결과를 예측하는 것이기 때문에 본질적으로 오차의 가능성이 있음.
- 여론조사의 오차를 설명하는 이론 중 대표적으로 거론 되는 것으로는 브래들리 효과와 커버리지오류 등이 있음.

① 브래들리 효과(Bradley effect)⁵⁶⁾

- 백인 후보와 비백인 후보가 함께 출마하는 경우 발생하는 여론 조사와 실제 선거결과와의 불일치를 설명하는 용어임.
- 1982년 캘리포니아 로스앤젤레스 시장 선거에 출마한 흑인후보 브래들리가 여론조사에서의 우위에도 불구하고 실제 선거에서

55) <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/politics/polls/postabcpoll_060511_ATMIDNIGHT.html> (2011.8.20 검색)

56) <http://en.wikipedia.org/wiki/Bradley_effect> (2011.8.18 검색)

패배한 이후 ‘브래들리 효과’란 용어를 사용하기 시작함.

- 이러한 현상은 백인 유권자들이 인종차별을 한다는 사회적 비난을 두려워하여 여론조사에서 실제 자신들의 투표성향을 밝히지 않기 때문에 발생하는 것으로 파악됨.
- 2008년 대선 당시 민주당 후보 경선에서도 이러한 현상이 발생할 것인가가 관심의 대상이었음.
- 민주당 대선 후보 경선에서 오바마가 아이오와 코커스에서 압승을 거둔 후 뉴햄프셔 주 경선에서도 앞설 것으로 예상되었으나 실제로는 패배한 후, 이 결과가 브래들리 효과로 인한 것이라는 일각의 평가가 있으나 반대의견도 팽팽하게 대두되었음.

② 커버리지 오류(Coverage bias)

- 전화를 통한 여론조사가 많지만 전통적으로 휴대전화를 제외하고 조사를 하는 경우가 많은데, 이는 미국에서는 휴대전화로 통화할 때 전화를 받는 사람도 통화료를 내야 하기 때문에 사전허락을 받지 않고서 전화를 하는 것이 불법이기 때문임.
- 점차 휴대전화를 소유한 사람들이 많아지고, 또한 유선전화 없이 휴대전화만 소유한 사람들⁵⁷⁾이 많아지면서 여론조사의 오차가 커지게 됨.
- 2008년 대선 여론조사에서 휴대전화를 포함한 여론조사와 포함하지 않은 여론조사 사이에 결과의 차이가 나타났는데, 전자의 경우 오바마의 지지율이 더 높게 나왔음.

57) 유선전화 없이 휴대전화만 소유하는 경우는 대부분 남자가 많고, 젊은 유권자가 다수임.

(2) 여론조사 결과 공표와 관련한 소송 사례 및 판례

여론조사 결과 공표와 관련된 분쟁 등 소송 사례는 없는 것으로 파악됨.

(3) 여론조사의 여론형성 효과

- 특정 여론조사가 개별 선거시 여론형성에 큰 영향을 미쳤다고 인정되는 사례는 없음.
- 다만 프라이머리 선거결과 등으로 인해 다수가 지지하는 후보로 유권자들의 표가 몰리는 밴드왜건 효과(Bandwagon effect)가 발생할 수 있다는 의견은 있음.⁵⁸⁾
 - 미국의 경우 광대한 영토로 인해 시간차가 있는 바 1980년 대선당시 서부에서는 아직 선거중임에도 불구하고 NBC 뉴스는 출구조사를 기반으로 레이건 후보가 승리했다고 보도한 바 이 보도는 선거결과에 영향을 미쳤을 것으로 알려짐.
 - 미국 대통령 후보 선출시 각 주에서 프라이머리 등을 통해 순차적으로 경선을 실시하는데, 가장 먼저 경선을 개최하는 아이오와주나 뉴햄프셔주의 결과는 다른 주의 경선에도 많은 영향을 주는 것으로 알려짐.
- 여론몰이를 위해 여론조사가 이용되는 사례는 찾아보기 힘들는데 그 이유로는 다양하고 투명한 여론조사가 실시되고 정치인들에게 요구되는 높은 도덕성 때문인 것으로 판단됨.

- 미국에서는 선거는 물론 주요정책에 대해서 다양한 매체에서 여론조사를 실시하기 때문에 자신에게 유리한 질문 등을 통해 여론조사 결과를 조작해도 그 파급효과가 작을 것으로 판단됨.
- 또한, 만약 여론조사를 고의로 조작했음이 드러날 경우 정치인으로 치명적인 약점이 될 수 있기 때문으로 판단됨.

58) <http://en.wikipedia.org/wiki/Bandwagon_effect> (2011.8.19 검색)



일본 해외통신원 : 구본규

1. 선거 관련 여론조사 실시현황

(1) 선거 관련 여론조사의 종류 및 주요내용

일본에서의 여론조사는 선거 뿐만 아니라 정책 관련 분야에서도 폭넓게 사용되고 있음.

- 선거 관련 여론조사는 주로 각 언론사 및 방송국, 그리고 정당에서 내각 및 정당 지지율 또는 정치 현안에 대한 유권자 의향을 파악하기 위해 실시하고 있으며, 이의 결과는 매스컴(신문, 방송뉴스 등) 및 인터넷상에서 공표되고 있음.
- 선거 이외 특정 정책에 대한 여론조사도 활발히 이루어지고 있으며 이는 일본 내각부에서 주로 실시하며, 경찰청, 외무성 또는 일본은행 등에서 필요시 실시하고 있음.

2010년 전국여론조사실시현황 (2009.4.~2010.3.)⁵⁹⁾

- 1) 여론조사 주제
 - 여론조사 주제는 정치·외교, 경제, 지방자치, 사회, 과학 등 다양한 주제에 관해 조사됨.
 - 특히, 정치·외교·선거 주제와 관련해서는, 정부기관 및 관계기관(7), 도도부현·동교육위·동선관위(8), 시·동교육위·동선관위(7), 대학(3), 언론사·방송국(220),

- 일반기업등(7)으로 언론사 및 방송국에서 선거관련 여론조사를 대부분 실시하고 있음을 알 수 있음.
- 선거 관련 여론조사의 구체적인 주제는 내각지지율, 중의원선거 정세조사, 정당 지지율, 선거에의 관심도, 투표의향 및 투표의욕, 현안에 대한 의견 등임.
 - 정부기관 등은 환경문제, 외교 문제, 국민생활 관련 문제 등 특정 정책에 관련 조사 실시.
- 2) 여론조사 방법
 - 개별면접청취법, 우송법, 개별기입법, 전화법, 집단기입법, 2개이상 병용법 등.
 - 언론사 및 방송국은 주로 전화법, 정부기관 등은 주로 개별면접청취법 및 우송법을 이용.
 - 3) 대상자 추출방법 : 무작위추출법, 전수조사, 유의추출법
 - 4) 여론조사 실시기관 : 많은 경우 전문 여론조사 회사에 의뢰하여 실시하며, 경찰청이나 언론사가 직접 조사를 실시하는 경우도 가끔 있음.

(2) 선거 관련 여론조사의 실시·의뢰 주체

- 상술한 바와 같이, 선거 관련 여론조사는 주로 언론사 및 방송국, 그리고 각 정당 등이 전문 여론조사 회사에 의뢰하여 실시하고 있음.
- 일본 자민당의 경우, 전국 300개 선거구에서 각 1000개의 표본들에 대한 조사를 1주일 내에 실시할 수 있는 능력을 갖추고 있음.
- 최근에는 후보자 개인이 자비로 여론조사를 실시하는 경우가 있는데 (일명‘오토콜 조사’; 컴퓨터가 자동적으로 전화를 걸어 미리 녹음해 놓은 육성 메시지를 송부해 상대방으로부터 회답을 얻는 방식), 이를 통해 자신의 선거 전략을 세우는데 활용하고 있음.

59) 이 자료는 일본내각부가 정부기관 및 정부관계기관(136), 도도부현·동교육위원회·동선관위등(47), 시·동교육위·동선관위등(809), 대학(242), 신문사·통신사·방송국(185), 일반기업·단체·광고업(706) 등 총 2125개 기관(정당 제외)을 대상으로 조회한 결과임. 일본내각부공보실, <<http://www8.cao.go.jp/survey/genkyou/h22/h21-genkyou/1-1.html>> (2011.8.29 검색)

- 이러한 여론조사는 내각, 정당 및 후보자들에 대한 유권자들의 지지도, 의식 등을 파악할 목적으로 실시되며, 결과는 뉴스, 매스컴, 인터넷 또는 간행물 등을 통해 공표됨.

(3) 최근 선거에서의 여론조사 실시현황

- 칸 내각 및 정당 지지율에 대한 NHK 여론조사⁶⁰⁾
 - 조사 개요 : NHK는 8월 5일부터 3일간, 전국의 20세 이상의 남녀 1,706명을 대상으로, 무작위 전화통화(random digit dialing)방법으로 여론 조사를 실시하여 1,052명(62%)으로부터 회답을 받음.
 - 내각 지지율 조사결과 : 「지지한다」라고 대답한 사람은 18%, 「지지하지 않는다」는 65%. 지지한다고 응답한 결과는 2009년 정권 교체 이후 가장 낮아진 7월의 조사에 비해 2포인트 상승함. 지지 이유로는 「다른 내각보다 좋을 것 같기 때문에」가 44%, 지지하지 않는 이유로는 「실행력이 없으니까」가 40%로 각각 가장 많았음.
 - 그 외 칸 수상의 퇴진 시기, 칸 수상 이후의 차기 수상으로 적격자 등에 대한 질문도 함께 조사됨.
 - 정당 지지율 조사결과 : 민주당은 지난 7월보다 약 3포인트 상승한 16.4%, 자민당은 약 2포인트 상승한 25%, 공명당 3%, 민나노당 2.7%, 공산당 2.7%, 사민당 0.8%, 국민신당 0.2%, 신당개혁 0.1%, 「지지하는 정당 없음」이 42.8%로 나타났음.
- 금년 4월에 실시된 지방통일지방선거에서는 각 정당별, 지역별로 각종

60) NHK, 2011.8.8. 보도, NHK 조사 내각지지율 18%

여론조사들이 실시되었음.

- 동경도지사 선거 관련, “여론조사.net”이 지난 3월에 실시한 여론조사에 의하면, 도지사 후보 가운데 고이케 아끼라 51.34%, 히가시 코쿠바루 18.59%, 이시하라 신타로 10.29% 순으로 나타났으나, 실제 선거결과 이시하라 신타로가 당선되었음.
- 또한, 인터넷상의 여론조사 결과와 매스컴에서 보도되는 결과가 서로 크게 다른 경우가 많음.
 - 예를 들면, 2009년 10월 경 인터넷상 민주당의 지지율은 10%대에 머물러 있음에도 불구하고 매스컴에서는 민주당이 이보다 훨씬 높은 지지율을 얻었다고 보도.
- 여론조사의 결과에 있어 각 언론사간 차이도 많음. 예를 들어, 2008년 8월에 실시된 후쿠다 개각에 대한 지지율 조사에서 요미우리신문은 41%, 아사히신문은 24%로 요미우리신문은 개각에 대한 효과가 있는 것으로, 아사히신문은 개각 효과가 없는 것으로 나타났던 사례도 있음.

2. 여론조사의 신뢰성, 객관성 확보 관련 규제

(1) 여론조사의 신뢰성, 객관성 확보를 위한 법적 규제의 유무

- 『공직선거법』 제138조 제3항은 선거 기간 중에 후보자명을 명기하여 이른바 인기투표를 할 수 없도록 규정하고 있지만, 통상의 여론 조사는 이에 해당하지 않는다고 해석되어 선거기간에 상관없이 실시되고 있음.

「공직선거법」 제138조의 3

누구도 선거에 관해 '공직에 취임해야 하는 자(중의원비례대표선출의원의 선거에 있어서는 정당 그 외 정치단체에 관련한 공직에 취임해야 하는 자 또는 그 수, 참의원비례대표선출의원의 선거에 있어서는 정당 그 외 정치단체에 관련한 공직에 취임해야 하는 자 또는 그 수 혹은 공직에 취임해야 할 순위)'를 예상하는 인기투표의 경과 또는 결과를 공표해서는 안 된다.

第百三十八條の三 何人も、選挙に關し、公職に就くべき者(衆議院比例代表選出議員の選挙にあつては政党その他の政治団体に係る公職に就くべき者又はその數、參議院比例代表選出議員の選挙にあつては政党その他の政治団体に係る公職に就くべき者又はその數若しくは公職に就くべき順位)を予想する人氣投票の経過又は結果を公表してはならない。

- 여론조사의 신뢰성, 객관성 확보를 위한 특별한 법적 규제는 존재하지 않으며, 다만 여론조사기관들의 자율적인 규제가 이루어지고 있음.

(2) 여론조사의 신뢰성, 객관성 확보를 위한 민간기구, 단체의 유무

- 여론조사의 신뢰성, 객관성 확보라는 특정 목적보다는 여론 조사를 실시하고 있는 기업·단체·매스컴, 그리고 관심을 가지고 있는 개인을 회원으로 하여 여론 조사의 보급 및 발전을 목적으로 하는 '일본여론조사협회(재)61)'라는 단체가 있음.
- 동 협회는 윤리강령 및 실천규정을 두어 여론조사 전반의 신뢰성 및 객관성 확보를 위한 자율적 규제를 하고 있음.

일본여론조사협회 윤리강령

여론 조사나 시장 조사는 사회의 성원이 자유롭게 선택해 표명하는 의견이나 판단, 사실 등을 과학적으로 조사해 그 전체를 사회의 실태로서 파악하기 위한 방법이다. 따라서 조사의 주체자는, 조사 결과가 가지는 사회적 영향의 중대함을 인식하는 것과 동시에, 항상 높은 윤리관을 가지고 그 일에 종사하지 않으면 안 된다.

1. 조사는 정확을 기하기 위해 올바른 절차와 과학적인 방법으로 실시한다.
2. 조사에 종사하는 사람은, 기술이나 작업의 수준 향상에 끊임없이 노력한다.
3. 조사는 조사 대상자의 협력으로 성립되는 것임을 인식해 대상자의 입장을 존중한다.
4. 조사는 여론, 사회실태 파악을 목적으로 하는 것으로 다른 행위의 수단으로 하지 않는다.
5. 조사로 알게 된 사항은 모두 통계적으로 취급하고 그 결과의 발표는 올바르게 실시한다.

世論調査や市場調査は社會の成員が自由に選擇し表明する意見や判斷、事實等を科學的に調査し、その總和を社會の實態として把握するための方法である。したがって調査の主体者は、調査結果の持つ社會的影響の重大さを痛感するとともに、常に高邁な倫理觀をもって事に当たらなくてはならない。

1. 調査は、正確を期するため正しい手續きと科學的な方法で實施する。
2. 調査にたずさわる者は、技術や作業の水準向上に絶えず努力する。
3. 調査は、調査對象者の協力で成り立つことを自覺し、對象者の立場を尊重する。
4. 調査は、世論や社會の實態の把握を目的とするもので、他の行爲の手段としない。
5. 調査で知られた事項は、すべて統計的に取扱ひ、その結果の發表は正しく行ふ。

일본여론조사협회 실천 규정

윤리 강령 준수를 위해 다음과 같은 실천 규정을 정한다. 이 강령의 원칙은, 여론 조사나 시장조사 뿐 아니라 사회조사, 학술연구조사, 행정조사 등에 대해서도 존중되지 않으면 안 된다.

1. 주민기본대장·영구선거인명부의 열람·표본 추출 등을 할 경우는 관리자의 지시를 존중해 조사 목적을 일탈한 행동은 취하지 않는다.
2. 열람·추출의 결과 작성된 명부는 조사의 실무자 이외에게는 보여서는 안 된다.
3. 조사 대상의 회담은 모두 통계적으로 취급해 조사상 파악한 개별 비밀은 보호해야 한다.
4. 조사의 보고서에는 아래 항목들을 명기해야 한다.
 - 조사의 목적
 - 조사의 의뢰자와 실시자의 명칭
 - 모집단의 개요
 - 샘플링·디자인
 - 표본수
 - 조사의 실시 시기
 - 자료의 수집 방법
 - 회수율
 - 질문표

61) <<http://wwwsoc.nii.ac.jp/iapor/index.htm>> (2011.8.29 검색)

5. 조사의 의뢰자와 실시자는, 서로 그 계약을 준수하는 것과 동시에 협력하고, 이 강령을 준수해야 한다.
6. 새로운 조사의 기획, 디자인, 기법 등에 대해서는 발안자·기관의 창의를 존중해야 한다.
7. 윤리 강령, 윤리 강령 실천 규정에 위반했을 경우에는, 평의원회에서 처분을 결정한다.

倫理綱領を遵守するため、次に實踐規程を定める。この綱領の原則は、世論調査や市場調査のみならず社會調査、學術研究調査、行政調査などについても、尊重されなければならない。

1. 住民基本台帳・永久選挙人名簿の閲覧・標本抽出などに際しては、管理者の指示を尊重し、調査目的を逸脱した行動はとらない。
2. 閲覧・抽出の結果、作成した名簿は、調査の実務者以外には見せてはならない。
3. 調査対象の回答は、すべて統計的に取扱い、調査上、知り得た個々の秘密は秘匿しなければならない。
4. 調査の報告書には、次の事項を明記しなければならない。
 - 調査の目的
 - 調査の依頼者と実施者の名称
 - 母集団の概要
 - サンプリング・デザイン
 - 標本数
 - 調査の実施時期
 - データの収集方法
 - 回収率
 - 質問票
5. 調査の依頼者と実施者は、相互にその契約を遵守するとともに、協力して、この綱領の遵守につとめなければならない。
6. 新しい調査の企画、デザイン、技法などに関しては発案者・機関の創意を尊重すべきである。
7. 倫理綱領、倫理綱領實踐規程に違反した場合については、評議員會において處分を決定する。

(3) 여론조사 사전신고 또는 자료보관 의무 규정 여부

- 여론조사 실시시 사전신고 또는 자료보관 의무를 규정한 법규는 존재하지 않음.

3. 여론조사 공표 관련 규제

(1) 선거 기간 동안 여론조사의 결과 공표를 금지하는 등의 규제

- 상술한 바와 같이, 일본은 선거 기간 중 여론조사의 결과의 공표를 금지하는 규제는 없음.

(2) 선거 관련 여론조사 결과공표 기준

선거 관련 여론조사의 정확성 및 신뢰성을 제고하기 위한 다양한 제안들이 민간부분에서 이루어지고 있으나 이러한 것들에 대한 법제도화 요구는 구체화되고 있지는 않는 단계임.

- 예를 들어, 아사히신문에서 수 십년간 선거 관련 여론조사를 담당한 아사히신문편집위원 미네쿠보는 여론조사의 품질을 향상시키기 위해 표본수가 최소한 1000 이상 될 것, 주요 조사주제인 ‘지지율’의 ‘지지’ 개념에 대한 정확하고 공통된 정의를 정착시킬 것 등의 제안을 여론조사를 실시하고 있는 각 언론사에 제시⁶²⁾.

(3) 여론조사 공표시 포함하여야 하는 내용 관련 규정

- 여론조사 공표시 포함하여야 하는 내용에 관한 규정 등은 법제도화 되어 있지 않으며, 여론조사 기관의 자율적인 규정에 의해 실시되고 있음.

62) 미네쿠보, 아사히신문편집위원, “여론조사의 역할과 한계”(2009.6.26)

4. 여론조사 관련 논란

(1) 여론조사의 정확성, 신뢰성, 객관성 등에 관한 논란

- 일본에서도 크고 작은 여론조사들이 난립하는 상황에서 각 언론사들간 여론조사 결과의 차이라든가, 여론조사 결과와 실제 당선결과간의 차이가 나타나면서, 과연 여론조사를 신용할 수 있는가하는 의문이 제기되는 경우가 많음.
- 여론조사, 특히 각 언론사들이 조사·공표하고 있는 내각 지지율 또는 정당 지지율에 대한 신뢰성 및 정확성 등에 의문을 제기
- 이러한 여론조사 결과의 차이는 조사방법의 종류, 질문의 (유도)방식 등 여러 요인에 의해 발생하는 것으로 분석되고 있음.
 - 매스컴에서 보도되고 있는 지지율은 평일의 낮에 행해지고 있는 무작위 전화통화(RDD식)의 결과로 실제로 전화를 받아 조사 질문에 대한 회답이 가능한 대상자는 주로 주부나 고령자가 대부분임.
 - 또한, 전화조사에서 휴대전화는 대상이 되지 않아 젊은층에 대한 접근이 어렵기 때문에 전화조사에 의한 내각 지지율 조사결과가 실제 일본 국민 전체를 대표하는 결과라고 보기 어렵다는 시각이 있음.
 - 또한, 질문내용이나 형식에 따라 피조사자의 응답 양태가 크게 다르게 나타나기도 하고 조사원과 피조사자간 갈등 및 조사원의 모럴해저드(예를 들어 조사원이 임의로 응답지에 표시하는 행위) 등과 같은 문제점도 지적됨.

(2) 여론조사의 여론형성 효과

- 주요 매스컴에서 빈번히 실시하여 공표하는 여론조사가 실제 여론에도 영향을 미친 사례로 「아소 내각」의 인기가 자주 거론됨.⁶³⁾
 - 2008년 9월 아소 다로의 자민당 총재 및 수상 취임을 전후해 주요 매스컴은 「차기 총재(수상)에 어울리는 사람」 조사에서, 자민당이나 민주당의 유력자를 누르고 선두로 나섰음.
 - 만화를 좋아하는 것부터 특히 젊은이나 무당파층에서 인기가 높다는 등의 보도가 반복해 이루어지면서, 이처럼 “여론은 아소를 지지하고 있다”는 매스컴 보도에 이끌려 아소 다로는 당시 소수파벌에 지나지 않았음에도 불구하고 “선거에 이길 수 있는 총재”로서 자민당 내 지지가 확산되어, 실제 총재선출에서 요사노 가오루 등 다른 4명의 후보를 압도함.
 - 하지만, 발족 당초 50%정도였던 내각 지지율은 눈 깜짝할 순간에 저하해, 2009년 2월에는 10%대 전반이라고 하는 이른바 “위험수역” 아래로 떨어졌으며, 결국 2009년 8월 총선거에서 자민당은 민주당에 대참패를 당함.

(3) 기타 논란

- 정당 교부금에 의한 정당의 여론조사 실시에 대한 문제점이 제기된 경우가 있음⁶⁴⁾.

63) 마츠모토 타다시생 사이타마 대학 교수, 사회조사 연구 센터장, 「여론 조사 보도의 기만」 <<http://1tamachan.blog31.fc2.com/blog-entry-80.html>> (2011.8.26 검색)

- 정당들이 세금으로 충당되고 있는 정당 교부금을 자당의 여론조사에 사용하거나, 여론조사를 특정 회사에 집중해서 위탁하거나 하는 등의 문제가 지적됨. 또한 정치자금 수지보고서를 보는 것만으로는 정당 교부금이 구체적으로 어떠한 용도로 사용되었는지 파악하기 힘들기 때문에 납세자인 국민이 충분히 감시를 할 수 없다는 비판도 있음.

64) 도쿄신문 2010.11.30 조간.“정당교부금에 의한 여론조사의 문제점”



싱가포르 해외통신원 : 김리라

1. 선거 관련 여론조사 실시현황

- 『싱가포르 총선거법』 78C(3)조항에서 언급하고 있는 선거관련 여론조사(election survey)는 선거에서 유권자들의 지지율에 대한 조사와 후보자, 후보정당, 후보자가 내세우는 이슈에 대한 선호도를 조사하는 것을 말함.
- 2011년 5월 7일에 실시된 총선거를 대비하여 오스트리아의 여론조사기관인 유엠알 리서치(UMR Research)에서 2011년 5월 3일부터 5일까지 선거 여론조사를 실시하였고, 연합통신(Associated Press), 로이터통신(Reuters), 도이체프레세아겐투르(Deutsche Presse-Agentur) 뉴스를 통해 조사 결과가 공표되었음.
 - 유엠알 리서치는 다양한 나라를 대상으로 강력한 방법론을 가지고 여론조사를 실시하는 업체로 대표회사들과 정부부처의 여론조사를 맡고 있음.
 - 온라인 여론조사를 통해 참여한 520명 이상의 싱가포르 사람들 중에 61%가 행동인민당(People's Action Party)에게 투표를 할 것이라는 결과가 있었음. 그리고 실제 투표에서 행동인민당은 60.1%의 표를 받았음.
- 싱가포르 정책연구소(The Institute of Policy Studies)가 2011년 5월 8일

- 부터 20일까지 전화설문과 인터뷰로 싱가포르 정책 인식조사를 실시함.
- 싱가포르 국립대학의 리관유 정책대학원 안에 있는 정책연구소(The Institute of Policy Studies)는 전략적 조사방법을 가지고 싱가포르 사람들의 태도와 인식을 측정하여 장기적 정책발전에 기여함.
 - 투표를 할 수 있는 21세 이상의 싱가포르 시민 2084명을 인터뷰한 것으로 (a) 후보자를 결정할 때 제시된 각 이슈에 대한 중요도: 직업 안정성, 생활비, 지역사회 시설(교통, 시장, 교육, 스포츠 시설), 이전 국회의원의 업적평가, 정부정책의 공정성, 정부 효율성, 국회의 견제, 국회의 다양성, 정당의 공약, (b) 후보자를 결정할 때 제시된 각 개인의 성격과 특성에 대한 중요도, (c) 후보자를 결정할 때 제시된 정보 전달 기구에 대한 중요도와 인구학적 정보를 측정함.

2. 여론조사의 신뢰성, 객관성 확보 관련 규제

- 선거부(Singapore Election Department)에서 발행한 『2011 총선거 후보자 안내서(Handbook for Parliamentary Election Candidates 2011)』에 따르면 후보자, 선거관리위원회, 정당은 선거와 관련된 여론조사를 선거광고로 사용할 수 없음. 이를 어기고 여론조사를 사용하여 선거광고를 발행하는 때에는 선거관리관(Returning Office)이 정당, 후보자, 선거위원회에 해당 선거광고를 중지하도록 명령할 수 있음.⁶⁵⁾
- 리옥환(Lee Yock Suan) 정보통신 및 문화부 장관(Minister for Information and the Arts)은 국회 질의에서 선거 관련 여론조사는 대중의 의견을

65) Handbook for Parliamentary Election Candidates 2011, issue 1.0, Elections Department.

- 잘못 전달할 수 있고 특히 표본의 크기가 작고, 질문 내용이 완전하지 않으며 피조사자 선정의 오류가 있어 편협한 결과를 도출할 수 있기 때문에 선거 관련 여론조사 금지 조항이 필요하다는 의견을 피력함.⁶⁶⁾
- 또한 여론조사는 ‘일회성게임’ 성격을 가지면서 유권자들이 후보자의 자질과 그들이 제시하는 공약에 대해 덜 관심을 갖게 만들 수 있다고 언급함.
 - 유권자가 선거와 관련된 의견을 올릴 수 있는 후보자 또는 정당 웹사이트의 채팅방, 토론방에는 사회자를 두어야함. 사회자는 (a) 웹사이트에 올라간 모든 메시지, 논설, 편지를 보관하고 있어야 하며, (b) 선거관리관의 명령이 있을 때 즉시 내용을 삭제해야함.
 - 후보자와 정당은 채팅방과 토론방에 있는 정보와 데이터를 보관하고 있어야 하며, 선거관리관의 요구가 있을 때 이를 제공해야함.
 - 선거관련 여론조사 실시할 때의 사전신고 규정이나 자료보관 의무 규정은 따로 존재하지 않음.

3. 여론조사 공표 관련 규제

- 일정한 기간 동안 여론조사 결과를 보도할 수 없도록 하여 여론조사 결과를 공표할 수 있는 기간을 제한하고 있음. 선거시행영장을 발부한 날로부터 선거 당일 투표를 마치는 시간까지 여론조사 결과를 보도할 수 없음.
- 『싱가포르 총선거법』 78C. 여론조사 결과보도 금지기간(Blackout period

66) <<http://www.singapore-window.org/sw01/010813re.htm>> (2011.8 20 검색)

for election survey results)에서 위와 같은 내용을 규제하고 있음.

- 여론조사 결과 공표기준이나 여론조사 공표시 반드시 포함해야 하는 내용에 대한 규정은 따로 존재하지 않음.

- 정해진 여론조사 결과 보도 금지기간에 결과를 공표하거나, 공표를 허가하거나, 이를 다른 사람에게 지시하여 위 규정을 위반한 경우 1,500 싱가포르 달러이하의 벌금이나 12개월 이하의 금고형을 선고받을 수 있음. 또한, 위 처벌규정을 어기는 경우, 『형사절차조례 2010(Criminal Procedure Code 2010)』에 따라 영장 없이 체포할 수 있음.

『싱가포르 총선거법(Parliamentary Elections Act)』

여론조사 결과보도 금지 기간

- 78C. (1) 누구든지 선거시행영장 발부한 날을 시작으로 선거날 투표소에서 투표를 마치는 시간까지 여론조사 결과를 공표하거나, 공표를 허가하거나, 이를 시킬 수 없다.
- (2) 조항(1)을 어기는 사람은 처벌을 받게 되며 \$1,500 이하의 벌금이나 12개월 이하의 금고형을 선고받을 수 있다.
- (2A) 조항(2)를 어기는 사람은 『형사절차조례 2010(Criminal Procedure Code 2010)』에 의해 영장 없이 체포될 수 있다.
- (3) ‘선거여론조사(election survey)’는 선거에서 유권자의 지지율과 후보자, 후보그룹, 선거에서 후보자가 내세우는 이슈에 대한 선호도에 대한 의견조사(opinion survey)를 말한다.

- 난양기술대학교(Nanyang Technological University) 인터넷리서치센터(Internet Research Centre)의 양평화(Ang Peng Hwa)교수는 위 법의 적용범위가 너무 넓다고 지적함. 여론조사 결과를 인터넷 상에 링크만 걸어놓은 사람과 웹사이트나 소셜 미디어에 전문을 올리는 사람을 구별하여야 한다고 주장함.

- 예를 들어 페이스북의 소그룹 친구들 사이에서 여론조사 결과를 공

유한 것이거나 해외에 있는 회사에서 영향력을 미치려는 의도 없이 스스로 여론조사를 행한 경우 처벌하기가 어려움.⁶⁷⁾

4. 여론 조사 관련 논란

- 오스트리아의 유엠알 리서치(UMR Research) 회사에서 5월 3일부터 5일까지 실시했던 온라인 선거 여론조사 결과가 여론조사 결과 공표 금지기간인 5월 7일 저녁 8시 이전에 뉴스를 통해 공표되어 문제의 소지가 있음.
- 선거부(Singapore Election Department)는 누구든지 선거운동기간 동안 어떤 온라인 혹은 오프라인 여론조사를 할 수 없다고 답변하였음.
- 반면, 유엠알 리서치는 자신들이 싱가포르 법을 위반하지 않았다고 주장함. 이 회사의 대변인인 데이비드 유틡(David Utting)은 유엠알 리서치가 싱가포르의 여론조사의 결과를 공표하거나 공표하도록 시키지 않았으며, 독일 지사에 의해 실시된 여론조사 결과가 독일의 AP통신에 알려지게 되어 AP통신이 이를 공표를 하였다고 주장함.
- 정치 컨설턴트인 아잘 가니(Azhar Ghani)는 여론조사 결과공표 제한에 관련된 규정이 인터넷 같은 다른 영역에도 적용될 수 있을지가 명확하지 않아 문제가 있다고 지적함.⁶⁸⁾

67) <<http://www.todayonline.com/Singapore/EDC110520-0000207/Election-poll-raises-questions>> 기사 정리. 2011.5.20

68) <<http://www.todayonline.com/Singapore/EDC110520-0000207/Election-poll-raises-questions>> 기사 정리. 2011.5.20